

商店街活性化プラン(全体計画)

資料3

商店街名: 武生・まちなかの商店街

| 構成員 | 小売業 | 飲食業 | サービス業 | 小計 | 卸売業 | その他 | 非事業者 | 合計 |
|-----|------|-----|-------|----|-----|-----|------|----|
| | 中小企業 | 53 | 13 | 7 | 73 | | 16 | 90 |
| | 大企業 | | | | | | | 0 |
| | 合計 | 53 | 13 | 7 | 73 | 0 | 16 | 90 |

中小小売・飲食・サービス業割合

100.0%

実施主体A: 武生・まちなかの商店街(総社通り商店街振興組合、中央広小路商店街振興組合、蓬萊本町商店街振興組合、善光寺通り商店街振興組合、広小路繁栄会)

連携体: まちづくり武生 株式会社

連携体:

商圏:

地域型

買回品・専門品

現状

商店街の抱える問題

- ・後継者問題(店主の高齢化、事業承継をする店が少ない)
- ・アーケードの老朽化・建物の老朽化(せっかく持っている強みである景観を損なっている)
- ・まちなか人口の減少、空き店舗の増加、業種の偏り、顧客ニーズと業種が合っていない、商品力の弱さ⇒売上減少
- ・駐車場不足(路上駐車できるパーキングシステムの有効活用について周知できていない)
- ・空き地・空き店舗は増加しているのに活用できていない(情報提供が不十分)、人が集まる場所がない、時間待ちをする場所がない

商店街のもつ資源および地域資源(ヒト、モノ、カネ、情報等)

- | | |
|---------------------------------|-----------------------------|
| (1) 寺社が点在し、歴史ある景観 | (6) おいしい蕎麦屋が多い |
| (2) 伝統産業の存在(越前筆筥、越前打ち刃物、越前和紙) | (7) 市役所等、公共施設が隣接している |
| (3) 個店の魅力(老舗・専門店が多い)、店主の魅力 | (8) 市庁舎建設によるまちづくりへの機運の高まり |
| (4) 横の連携(仲間意識が強い、商店街メンバーの仲が良い) | (9) 周辺に病院や金融機関等が点在し、来街者が多い |
| (5) イベント等を活発に行っている(まちゼミ等にチャレンジ) | (10) JR武生駅に近く、通勤・通学者が商店街を通る |

お客様

| 属性 | 高齢者 | 主婦 | ファミリー | 若者 | 観光客 | その他 | 来街手段 | 徒歩 | 自転車 | バス | 自家用車 | 鉄道 | その他 |
|----|-----|----|-------|----|-----|-----|------|----|-----|----|------|----|-----|
| | ○ | ○ | | | | | | ○ | ○ | | | ○ | |

調査および分析の結果

- 週1回以上来街する人は4割程度いるが、その大半は銀行や病院・市役所に行く目的のついでに立ち寄っている。
 - 週1回以上、商店街で買物する人は全体の12%で、ほとんどの方は通行者である。
 - 車での来街が多く(66%)、駐車場に対する要望が多い。
 - 商店街に求めている機能はファッションやグルメのゾーンとしての要望が高い。
 - 商店街に欲しい店・施設は、年代を問わずカフェが際立って高く、次いでパン・洋菓子、ファッション店と続く。
 - 買物客はほとんどが50~70代の年配の方で、40代以下の方は少ない。
- (50代以上で週1回以上来街する人は半数いるが、40代以下では3割未満で、週1回以上の買物頻度は50代以上で2割強に対し、40代以下は5%)

事業内容

コンセプト(テーマ)

- ・「**多世代の交流とにぎわいを若者と創り上げる街づくり**」
- ・【誰に】: 多世代の地域住民「住む人」と若者「来る人」に／【何を】: (人と人とが心でつながる) 交流とにぎわいを
- ・【どのように】: 「日々の食や健康」、「非日常の歴史・景観」、「活動・活躍する場」の提供を通して実現する。

計画実施期間: 自 平成28年4月1日 ~ 至 平成31年3月31日 期間: 3.0年間

事業実施地域: 福井県越前市京町一丁目等(武生まちなか商店街エリア)

| ソフト | 実施時期 | 実施者 | 予算(千円) | 特記事項 | | | |
|--|------|--------------------------------------|---|--|--------|--|---|
| | | | | | 28年 | 4月 | 28年 |
| ① 商店主意識調査(ファサード等整備事業や空き店舗対策事業等の取組事業の合意形成を図るため) | 新規 | 武生・まちなかの商店街 | 0 | 商店街メンバー有志によるアンケート用紙の作成・配布・集計を行う。 | | | |
| ② 空きスペース活用事業(空家・空き店舗改装、サブリース、空家・空き地・空き店舗、軒先等の交流の場・活動等の場としての活用、データベース化による空き店舗情報の定期的発信等) | 新規 | 武生・まちなかの商店街 まちづくり武生(株) | 事業費:未定 | ①空き店舗等の地権者との折衝・合意形成(実施者:武生・まちなかの商店街、まちづくり武生) ②空き店舗等改装(実施者:まちづくり武生) ③サブリース、交流の場・活動の場としての活用(実施者:まちづくり武生) ④空き店舗情報の定期的発信(実施者:まちづくり武生) | | | |
| ③ まちなか回遊促進事業(まち歩きマップ、まち歩きツアー、寺社巡りスタンプラリー、ウォーキング応援キャンペーン、店のトイレの案内板等) | 新規 | 武生・まちなかの商店街 まちづくり武生(株) 越前市観光協会 | 事業費:未定 | ①まち歩きマップの作成(実施者:まちづくり武生、越前市観光協会) ②まち歩きツアー等の実施(実施者:まちづくり武生、越前市観光協会、武生・まちなかの商店街) ③店のトイレの利用促進(実施者:武生・まちなかの商店街) | | | |
| ④ 街の魅力を活かした運動イベント(市とのタイアップ、総社等の行事に合わせた運動イベント、食のイベント等) | 新規 | 武生・まちなかの商店街 まちづくり武生(株) | 事業費合計:6,000 (夏まつり) 3,000 (一の市) 2,000 (その他) 1,000 | ※従来までのイベントを見直し、街の魅力を活かした新たなイベントの企画や市とのタイアップ、総社祭り等との連携を図ったイベントに少しずつ切り替え、若者のイベント参加等、活性化への機運を盛り上げるためのきっかけとする。 | | | |
| ⑤ 個店の魅力アップ事業(まちゼミ(継続)+繁盛店づくり事業(新規)) | 更新 | 武生・まちなかの商店街 まちづくり武生(株) | 事業費合計: 800 (まちゼミ) 400×2 (繁盛店づくり) 0 | ①まちゼミ:年2回開催(9~10月、2~3月)【継続】 ②繁盛店づくり事業:(6~10月)【新規】 | | | |
| ハード | 実施時期 | | | | 予算(千円) | 特記事項 | |
| (1) ファサード等整備事業(アーケード撤去、景観に合わせたファサード整備、ガス灯風街路灯等) | 28年 | 4月 | ~ | 31年 | 3月 | 事業費合計:100,000 (設計費) 5,000 (アーケード撤去) 10,000 (ファサード整備) 85,000 | <実施者>総社通り商店街振興組合 1年目:合意形成、景観協定、基本計画 2年目:実施計画 3年目:アーケード撤去、ファサード整備 |
| (2) うるしや周辺・町家の改修とテナント誘致 | 28年 | 9月 | ~ | 31年 | 3月 | 事業費:未定 | <実施者>まちづくり武生(株) 1年目:合意形成、コンセプト設定 2年目:町家改修・テナント誘致 3年目:町家改修・テナント誘致【継続】 |
| (3) 総社表参道の街並み整備 | 28年 | 9月 | ~ | 31年 | 3月 | 事業費:未定 | <実施者>まちづくり武生(株) 1年目:合意形成、方向性検討 2年目:基本計画 3年目:実施計画 |

目標(3年後の活性化指標)

事業実施によりめざす効果(定性的目標)

| | | |
|-----------------------------------|-----|---|
| ①合意形成、②若い人が参加しやすい体制(しくみ)づくり | 1年目 | ①1)イベントを通して活性化への機運を盛り上げる 2)目標を持った若い人の意見を反映させる ②若い人が気軽に参加できる緩やかな組織体制(推進体制)を作る |
| ①活動の場づくり、②活躍の場づくり、③交流の場づくり | 2年目 | ①若い人が集まる「活動の場」づくり ②若い人に参加してもらって「活躍の場」づくり ③活動を通して、若者と交流を深める「交流の場」づくり |
| 「多世代の交流とにぎわいを若者とともに創り上げる街づくり」の実現化 | 3年目 | 1)多世代の地域住民みんなが心でつながるような交流・にぎわいを目指し、若者と共にもちを創り上げていくという風土に変えていく 2)多くの地域住民の方たちがまちなかを笑顔で散策・ショッピングする風景があららちからで見えるまちなかをめざす |

数値目標(任意)

| | | |
|--|--|--|
| | | |
| | | |
| | | |