

<野崎参道商店街：大東市>

# 近隣大学との連携と情報戦略を活かした元気な商店街づくり！

～若者も高齢者もいきいき通う楽しい商店街をめざして～

## 取組みの効果

- ◆新規出店 : 7店舗
- ◆組合員数の増 : 10店舗  
(新規出店者を含む)
- ◆来街者数の増 : 20%増

【150人：平成21年10月平日（木曜日）午前10時～同11時】



【180人：平成22年3月の平日同時刻】

- ◆既組合員の活性化に向けた積極的な取組姿勢の醸成：多彩なイベントや実施会議の定例化

## 取組みの内容

- ◆多彩なイベントの実施（野崎寄席等）
- ◆放送拠点「NoZaKi ほんわかスタジオ」の設置と放送
- ◆大阪産業大学生の活性化事業の受入

## 取組みの背景

野崎参道商店街は、生駒山系の裾野に立つ「野崎観音慈眼寺」の参道として賑

〈商店街データ〉

- 所在地 大東市北条1
- 立地 JR学研都市線野崎駅から徒歩約50m
- 店舗数 70店
- 問合せ 野崎参道商店街振興組合  
理事長 吉村悦子  
NPO 法人住まいみまもりたい内

Tel 072-812-2918

URL <http://sites.google.com/site/nozakishop/Home>

わう近隣型の商店街である。

商店街は駅前から野崎観音まで比較的広い2車線道路の両側を挟み多くの店が並んでいるが、現在の吉村理事長が活性化に取り組む以前は、10店舗近くの空き店舗があり、商店街の活動は「野崎まいり」「夜店まつり」「歳末の大売出し」「ふるさとまつり」など定例的な行事であった。



## 取組みのきっかけ

平成21年に吉村理事長が新たに就任し、近隣住民の散歩コースでもあった商

店街を誰もがいきいきと通う楽しい商店街にするため、商店街活動を見直したことが、今の取組みを始めたきっかけとなった。

吉村理事長は、平成16年から野崎参道商店街を本拠にする「NPO法人住まいみまもりたい」の理事長で、同法人は、地域の安全・安心なまちづくりに寄与するため、住まいに関する相談事業や商店街でリサイクルショップの運営などを行っている。

野崎参道商店街は、NPO法人の理事長が商店街の理事長も務めるという異色の商店街である。

吉村理事長は、これまでの定例的なイベントを変えたい、また、商店街全体を大型店のような一つの店舗と見立て、館内放送のように商店街全体で一斉放送を活用した賑わいを生み出したいと思っていた。

## 活性化の要因

- ◆やる気のある理事長の就任とその積極性に触発された前向きな理事、組合員の結集
- ◆国事業の積極活用で、組合経費の支出を無くしたことにより、新規事業への組合員の反対がなかったこと
- ◆放送機材の無償調達と多彩な手作り番組を中心とした経費の抑制
- ◆落語の演目の舞台であることの縁による寄席の誘致の成功
- ◆近隣に立地した商業専門講座(経営学部)を持つ大阪産業大学との連携

## 事業の仕組み

平成21年10月頃から理事長が代表を務めるNPO法人で、国事業の採択を受け、空き店舗を活用し、平成22年3月まで月1回の野崎寄席をはじめ、企業等の協力のもと試食会や試飲会、美容相談など、多彩なイベントを断続的に開催した。

「NoZaKiほんわかスタジオ」は、空き店舗を活用し、放送事業を運営している。経費を極力抑えるため、放送機材は理事長の友人である広告会社代表者の協力を得て無償提供を受けることができ、放送も企画から出演まで主に商店街の組合員が担当するなど工夫をしている。

さらに、近隣の大阪産業大学の学生による活性化事業としては、学生による商店街での中国語講座の実施や、卒業論文の研究テーマとして商店街を取り上げてもらうことなど、学生による活動の積極的な受け入れ、学生による商店街の改善要望の聞き取りなどを通じ、商店街の活性化に役立てている。

## 取組み上の工夫や苦労

新たなイベントに取り組み始めた頃は集客が難しかったという。これまで定例的なイベントしか開催してこなかったが、多彩なイベントを行うことにより足を運びやすくなったという。しかし、継続した企画は大変苦労したそうで、商

工会議所に企業を紹介してもらうことにより実施できたとのことであった。

商店街での放送にあたり、例えばイベントの様態を放送する際には、マイクを効果的に使い、イベントが参加者や関係者だけのものではなく、商店街全体の取り組みであることをアピールし、臨場感が商店街全体に伝わるよう心掛けている。また、放送に使用する各店舗のお得情報の原稿を商店主に書いてもらうことで、各店舗も放送に参加していることの意識付けを図っている。

「野崎寄席」は落語に「野崎詣り」という題目があり、高齢者にも好まれることから開催されることになった。寄席は木戸銭500円で2か月に1度継続して開催されており、商店街にも寄席の様態を放送することで、商店街への賑わいづくりと併せ、寄席の常連客づくりや安定した集客が得られるよう演出している。

また、地元大学生による活性化事業の受け入れと併せ、学生の商店街に求める声を聞くことで、若者のニーズ把握に努め、若者の来街者を増やすことにつなげたいと考えている。

これらの事業において、吉村理事長が最も苦心している点は、積極的に補助事業活用や協力者を募り、限られた組合の資金を極力使わないようにしているところである。



(左)「NoZaKi ほんわかスタジオ」で各店舗からの原稿をテンポよく読みあげる野崎参道商店街の名アナウンサー（写真左）と吉村理事長（写真右）

(右) 商店街の街灯に設置されているスピーカー。各店舗のお買い得情報や野崎寄席での落語等がこのスピーカーを通じて商店街へ流れる



## めざす商店街像（今後の展望）

これまでの「NoZaKi ほんわかスタジオ」からの放送に加え、ユーチューブやツイッター、ユーチューブを活用して各店舗のCMを作成し情報発信するとともに、各店舗にもモニターを設置し、このCMを流すことで、店内の顧客に対し店舗情報を提供できるよう検討中である。また、商店街内では、ソフトバンクの協力により **Wi-Fi**(ワイファイ) によるネットへの接続が可能となっており、これを活用した更なる情報発信にも意欲を示している。

また、「NoZaKi ほんわかスタジオ」で各店舗のクーポンを配布することで、顧客と各店主との接点を設けるとともに、チェーン店の情報も取り扱うことにより、チェーン店の組合加入にもつなげたい。さらに、広域からの集客を図るため、近隣商店街（住道地区など）のクーポンを扱うことにより、他地域との交流や集客にも結び付けたい。

## こぼれ話(失敗談)

これまでの取組みの中で失敗だったものを尋ねたところ、商店街で朝10時から健康体操をしようと企画したが、買物や病院に行かれないとの声や皆が見られる場所での体操は恥ずかしいとの声もあった。また、各商店では、10時はお客の来る時間帯であったなど参加者が確保できなかった。

失敗の原因は、事前調査をしないで決めたことや宣伝もあまりできず、ほとんどの方が知らなかったこと。

この経験から、ニーズの把握(事前調査)や事前の告知の大切さを実感し、今の事業に活かしているとのことであった。

## 取材を通して

この取材を通じて、積極的に商店街の活性化を図るやる気のある理事長の就任とパソコンに精通した副理事長の就任が重なったことが、商店街に新風をもたらしたと感じました。

理事長は、イベントの企画など大変なことも楽しみながら取り組まれ、副理事長は得意分野のパソコンを駆使し、チラシなど広報・情報発信担当と役割分担しながら、組合への経費負担をかけないよう事業に取り組まれています。

また、理事長は、組合員にアンケートをとるなど組合員から意見を聞く機会も設け、風通しの良い組織となるよう工夫されています。

一方で、未加入者の店舗を定期的に回り勧誘を図るなど地道な努力も惜しまないところが組合員増につながっていると感じました。

最後に理事長は、「企業であればトップの判断でできるが、商店街の組織は調和が大事と思っている」という言葉が印象的でした。