

<美原本通り商店街振興組合：堺市美原区>

「みっぱら」と団結力で活性化！

～新規店舗オープンを希望される商店街をめざして！～

取組みの効果

- ◆ 組織強化（振興組合の設立）による組合員の意識向上
- ◆ 300人以上の集客効果「美原本通りマルシェ」
- ◆ スーパーの再進出
- ◆ 地元農家や高校、NPO法人、サークルなど様々な地域団体との連携機会の増加

取組みの内容

- ◆ 振興組合の設立（組織強化）
- ◆ 地元農家や地元高校と連携した「美原本通り※マルシェ」の開催
※マルシェ：市、市場
- ◆ サマーフェスタ「みっぱら」の開催（以下「サマーフェスタ」という。）
- ◆ 地域ふれあいサロン「みっぱら」（以下「ふれあいサロン」という。）の開催
- ◆ マスコットの着ぐるみ作成と地域団体によるテーマソングやダンスの提案

取組みの背景

美原本通り商店街は、堺市美原区に位置し、南海高野線萩原天神駅から徒歩15分の住宅街に32店舗が存する近隣型商店街である。

以前はスーパーが商店街の集客の核を

〈商店街データ〉

- 所在地 堺市美原区北余部
- 立地 南海高野線 萩原天神駅から約1km
- 店舗数 32店（生鮮三品が揃う）
- 問合せ 美原本通り商店街振興組合
理事長 南 二郎
Tel 072-362-1456

担っていたが、平成20年2月にスーパーが撤退し、集客の核がなくなり商店街での買い物客が減少していった。

一方、5年ぐらい前から、近隣に分譲住宅が建設されはじめ、子育て世帯の増加が見受けられるようになった。また、商店街で毎年開催する「サマーフェスタ」も多くの家族連れで賑わうようになってきた。しかし、日常の来街者が増加しておらず、顧客の獲得にはつながっていなかった。



取組みのきっかけ

集客の核となるスーパーが閉店し、来街者の減少が著しかったにもかかわらず、「サマーフェスタ」では、親子連れの来街者で賑わっていたこと。

商店街周辺では、宅地開発が行われ、分譲住宅が増加し、子育て世帯が増加傾向にあった。また、近隣の保育所では、朝夕に送迎する車が保育所周辺に停車し混雑していた。このような状況から近隣にお客さまが存在するのに商店街にうまく呼び込めていない状況であった。そこで、理事長は、お客さまを呼び込むためには商店街が団結し、お客さまの気を引くことに取り組まなければならないと考えた。また、店主が高齢化し、跡継ぎもいない中で、若い人が商店街に入ってくないと将来商店街がなくなってしまうとの危機感もあり、すぐに組織力の強化をはじめ集客を高める事業に取り組む必要があった。

活性化の要因

- ◆ 組織力の強化（振興組合の設立）
- ◆ 美原本通りマルシェと100円商店街の相乗効果
- ◆ 地元農家や農芸高校との連携
- ◆ お客様ニーズへの対応（行動力）
- ◆ 子育て世帯の来街機会の創出
- ◆ NPO 法人や地元サークルとの連携

事業の仕組み

これまでも、商店街の会合には、半数以上の会員が出席するなど組合への関心は高いものであった。しかし、会員の高齢化もあり商店街の事業を実施するにはさらに商店街組織を強化し、一丸となって取り組むとともに若い人にも入ってもらえるような組織づくりが必要であった。

商店街振興組合法に基づく組合となる

ため高齢の会員には組合について一から説明し、理解を得るとともに、理事長自らが、商店街事業等に積極的に取り組む姿を見せることによって組織強化の賛同を得、近年組合が解散されるケースが多い中、美原本通り商店街は、平成22年7月新たに振興組合としてスタートし、積極的に組合事業を進めることとなった。

商店街では、平成20年のスーパー撤退後、生鮮三品のうち野菜や魚が買えない状況になっていたが、お客様の「野菜を買いたい」という声に応えるため、地元農家や農芸高校などと連携して、平成23年5月から毎週土曜日の午前中に、スーパー跡地を使って朝市「美原本通マルシェ」を開催した。

また、「サマーフェスタ」で、近隣には多数の子育て世帯が存在することわかっていたので、この子育て世帯の集客力を高めるため、子育て世帯が交流できるイベント「地域ふれあいサロン」を開催、「ふれあいサロン」では、マスコットキャラクター「みっばら」の着ぐるみや商店街テーマソングのお披露目、餅つき大会や大型絵本の読み聞かせ会等を実施した。



美原区商店街のマスコット「みっばら」みっばらは、「美原の愛と平和を守るため野原の中から生まれたスーパーヒーロー」として、平成21年に考案された。美原（みはら）にかけ、三つの原っぱがモチーフになっている。

「みっばら」の特別住民票
堺市で初めての特別住民票

商店街のテーマソング、それに合わせたダンスや「みっばら音頭」は、近隣の方が商店街の会合を訪れて自ら提案され、今では、子どもたちを中心に、「ふれあいサロン」や「サマーフェスタ」での楽しみのひとつになっている。

絵本の読み聞かせも地元サークルの方が行なうなど、地域の方が自然に、積極的に商店街の取組みにかかわる機運ができていくことが窺えた。商店街近隣に、障がい者の社会参加を支援するNPO法人等があり、理事長を中心に、日ごろから地域の方とつながりをもっていることが、様々な協力につながっている。

取組み上の工夫や苦労

振興組合の設立やイベントの開催にあたっては、個店の負担にならないよう、一から議論するのではなく、役員である程度の内容を詰めた上で話し合いを行い、協力できる範囲を確認するようにした。説得する姿勢ではなく、役員が引っ張る姿を見せることで、徐々についてくる人が増えてきた。

美原本通りマルシェは、美原区役所で開催されている朝市に出店している近隣農家の方や、農芸祭で有名な農芸高校の校長に、直接出店をお願いし、開催にこぎつけた。

また、それまでのイベントでは、集客が会場内にとどまり、個店に人が流れないことが課題となっていたので、100円商店街を同時に開催することで、集客の相乗効果を図った。

商店街マスコットキャラクター「みっばら」の誕生や、美原本通マルシェ、ふれあいサロン、サマーフェスタなどが話題になり、新聞等に取り上げられるなどしたことから商業地としての魅力向上につながり、スーパーの跡地に新たなスーパー進出のきっかけとなったのではないかと理事長は語る。

効果的な事業を実施するため、定期的な会議を開き、事業の成果と反省点を振り返り情報共有に努めた。

また、「みっばら」は、美原区の商店街キャラクターであるが、着ぐるみは美原本通り商店街が作成し、商店街に限らず地域でも使えるようにしている。

多くの人で賑わうサマーフェスタの様子



めざす商店街像（今後の展望）

理事長にどのような商店街にしていきたいのか伺ったところ、「商店があつての商店街だと思うので、店舗数を増やし、若い人がやる気になる商店街にしていきたい。そのためにも、淡々とやっていくのではなく、何かやってみようと考えて事業をやらなければ衰退していく、自分たちのやりたいことをやり、その中で行政等の支援制度があれば活用させていただくことを

考える。商店街の大小にかかわらず、一貫性を持って頑張っているところを見てほしいと思っている。商店街は頑張っているのだから、その姿を見た若い人が商売を始めたいと思ってもらえる商店街にしていきたい。」とのことであつた。

こぼれ話

現在、スーパーの駐車場となっている場所で、スーパーが進出する前に宅地開発の話が持ち上がったそうである。その時、理事長は、将来必要になると考え、理事長自らがその用地を借上げたそうである。あの時、宅地開発され住宅になっていたら、駐車場の確保ができなくなり、スーパー進出の話もなかったのではないかと副理事長は言われた。

他にも、「みっぱら」のキャラクターが決定するとすぐに、「みっぱら」のキーホルダーを理事長の自費で作成しキャラクターの知名度アップに努められたそうである。グッズを組合等で作るとなれば、調整に時間がかかりなかなか作れないが、時節を見極めた理事長の行動力に、副理事長はただただ驚かされるばかりだと言われた。



「みっぱら」と「いもじん」のキーホルダー、「いもじん」はかつてこの地で鑄造されていた梵鐘をイメージして作られており、*鑄物師をなぞらえて「いもじん」と命名。

*鑄物師（いもじ）：鉄・銅の鑄造を職能とする技術者

取材を通して

理事長は、若い頃、商店街の取組みには消極的で、個店が自分の力で頑張ればそれでよいと思っていたそうである。しかし、長年この土地で商売をし、地域への感謝の気持ちが生まれ、地域に貢献したいとの思いが強くなってきたそうだ。

「今の時代、損得勘定だけでは商売人は生きていけない、商店街として地域の人と関わらないと商店街はすたれていく」と言われる。

理事長にとって、子どもの頃の商店街が一番の楽しみであつたそうである。今もこの商店街の駄菓子屋には子どもたちがいっぱい集まっているそうだ。「大人になった今も駄菓子屋があれば懐かしく思う、子どもの頃の思い出は今でも残っている」とのこと。「今の子どもたちにもそういった思い出を残してもらいたいし、子どもは将来の地域のちからであり、子どもを大切にしていくことは大事。子どもの思い出に残る商店街を残すのは大人の義務と感じるし、また、美原区で一番の商業地でもある美原本通り商店街が活性化するように、頑張っていきたい」と言われた。

取材前日、理事長は、近所の子供から「お地蔵さん」と言って拝まれたそうである。その言葉に理事長は、ジョークで「賽銭よこせ」と笑つたそうである。

美原本通り商店街は、一見こわもての理事長にも、気さくに声をかける子どもがいて、地域への感謝の気持ち忘れず、子どもを大切に思う理事長が商店街を牽引し、地域と密接にかかわり人間関係を育てている商店街であつた。