

<岸和田駅前通商店街：岸和田市>

「であい、ふれあい、思いやり。 ええ！きまえ商店街で、楽しい予感」

～ だんじりが駆け抜ける商店街！～

取組みの効果

- ◆ 他地区への取組内容の波及（イルミネーション）
- ◆ ラジオ出演機会の増加（絵馬・奉納マップ、産直市場）
- ◆ 一部店舗での定休日開店など賑わいの増加
- ◆ 「ええ！きまえ市」来場者数の増加（初回開催から約 2.5 倍）

取組みの内容

- ◆ イルミネーション（「ハッピーロード」、「願い星」、「縁結び天の川」）の設置
- ◆ 絵馬の作成
- ◆ 奉納マップコースの作成
- ◆ 産直市「ええ！きまえ市」の拡充・強化
- ◆ あいさつ運動の展開
- ◆ とまり木作戦
- ◆ ブログの積極的活用
- ◆ マーケティングリサーチの実施

取組みの背景

南海本線岸和田駅中央出口を海側に出ると、岸和田城を背景に地車（だんじり）の曳行を描いた大きなアーケードがお客様を出迎えている。この岸和田駅前通商店街は、岸和田だんじり祭りでは地車が商店街のアーケード内を疾走することでも有名である。だんじり祭り前や祭り当日は祭礼

〈商店街データ〉

- 所在地 岸和田市宮本町 6 番 17 号
 - 立地 南海本線 岸和田駅から徒歩 1 分
 - 店舗数 73 店
 - 問合せ 岸和田駅前通商店街振興組合
理事長 永谷 久倫
- TEL：072-439-4072
FAX：072-439-4072

品等の購入や見物客が多く訪れるため、商店街は大変なにぎわいとなるが、日常の買い物となると、2010 年に商店街の中央部に位置していた大手総合量販店が撤退したことで客足が遠のき、生鮮食料を扱う店舗の売上げが減少。これまで地域の生活に密着していた従来の商店街店舗の魅力が消失していった。さらに郊外型の大規模店舗の増加や、商店街店舗の定休日が日曜日に多いこともあって休日の来街者も少なく、駅前の商店街であるにもかかわらず、商店街は閑散としている状況であった。



商店街内を地車が疾走する様子（写真右）
地車曳行を描いたゲート（写真左上）

取組みのきっかけ

当商店街は、泉州の旧中心市街地であり、南海岸和田駅前の一等地で、岸和田城も近く、城下町として歴史ある街並みも周辺に多数残されている。また、だんじり祭りという全国に知れ渡る祭りの地元でもある。そんな商店街をこのまま衰退させていいのかとの強い思いから、「商店街の灯を消してはいけない。」という使命感と、「もう一度、商店街を危機的状況から脱し、商いとコミュニティの場を復活させたい。」という岸和田商人魂が商店街役員に芽生えた。

そこで、オンリーワン商店街創出事業による専門家派遣を活用し、事業の方向性、整合性、可能性を多角的に見て指導いただいた。その結果、自己満足・見当違いがなく取り組むことができ、商店街役員にもチャレンジ意識が育まれたことが、活性化への取組みのきっかけであった。

活性化の要因

- ◆ 3つの基幹事業（「泉州 冬の天の川伝説」「産直市場 ええ！きまえ市」「大学とのコラボレーション」）の実施
- ◆ ターゲット・コンセプトの明確化（「であい、ふれあい、思いやり」）に基づく具体的取組み
- ◆ 商店街組合員のやる気（だんじり魂）

事業の仕組み

基幹事業の「泉州 冬の天の川伝説」は

岸和田市に現存する「天の川」を舞台に若い男女の恋愛伝説を作り上げ、商店街での「であい」現出を目的に、「ハッピー

冬の天の川伝説イルミネーション



ロード」、「願い星」、「縁結び天の川」の3部構成のストーリー性をもたせたイルミネーションを展開し、若者

を呼び込む起爆剤として、商圈内外の客層を取り込むもの。

また、「縁

結び天の川」として絵馬を作成するとともに、奉納マップコースを市の観光協会と連携して作成することで商店街を回遊するルートを設定し、来街者の増加を図った。



イルミネーション告知チラシ(左)

法被型イルミネーション(上)



岸城神社の恋愛成就の絵馬と奉納マップ(左)、祈禱される絵馬の様子(上)

「産直市場「ええ！きまえ市」」は「ふれあい」機会の創出として、来街者が減少する日曜日の来街者の増加を図るため、毎月第1日曜日に産直市を開催するもので、商店街各店舗のワゴンセールと連動させながら実施。また、あいさつ運動として、商店街各店舗が日常的に会員同士やお客様へあいさつを行うこととした。

「大学とのコラボレーション」では「思

いやり」をキーワードに、大学生による若者の発想を活用することで、優しいまちづくりをめざした。具体的には、イルミネーションのデザインや、とまり木作戦として、月1回の産直市の開催時に、高齢者等が休憩できるベンチの設置。また、ブログを構築し、積極的活用することで、消費者の商店街での購買意欲の増大を図るようにした。

加えて、ドラマ「カーネーション」に関するマーケティングリサーチを実施するなど、ドラマ終了後の来街者減少を見据えた取組みも行った。

取組み上の工夫や苦労

商店街のアーケード内をイルミネーションで飾ることにより、若者に関心を持ってもらうとともに、岸和田=だんじり祭りのイメージを感じてもらうため、アーケードサイドに法被型イルミネーションを設置。法被と **Happy** (幸福) をかけてハッピーロードと位置づけ、商店街で「であい」、地元岸城神社の協力を得て作成した絵馬を奉納することによって恋愛が成就するストーリーを設定。

奉納マップは、市の観光協会と連携して作成することで、岸和田全体の伝説として定着を図るとともに、経費節減にもつなげた。

「ええ！きまえ市」の出店は、地元泉州の野菜や果物のほか、泉州の地場産業

である泉州タオルや浜に近い泉州岸和田なら



地場野菜や近隣府県の産品



ではのアナゴ焼きといった水産物、他に和歌山や奈良など近畿一円から名産品を取り揃え、お客様に買い物を楽しんでもらえるようにしている。

こぼれ話(失敗談)

岸和田駅前通商店街は、**2011**年のNHK朝の連続テレビ小説「カーネーション」の舞台である。主人公のモデルとなった小篠綾子さんはファッションデザイナーであり、世界的ファッションデザイナーとして有名なコシノ**3**姉妹(ヒロコさん、ジュンコさん、ミチコさん)のお母さんでもある。また、コシノ**3**姉妹の生家は、今も同商店街内に残っている。

「カーネーション」の放送は、偶然にも、同商店街が事業計画の策定を終え、事業実施の年に重なった。

「カーネーション」は視聴率も高く、同商店街が広く全国的に知れわたることになり、同商店街には、テレビ小説の舞台となった主人公の家を一目見ようと多くの観光客が同商店街を訪れるようになった。



テレビ小説の舞台風に改装されたコシノ洋装店

少し考え過ぎかもしれないが、同商店街で商売に励んだ小篠綾子さんが、今の商店街の現状から、商店街に賑わいを取り戻せるように「頑張らんかいな！」とエールを送っているように感じられるタイミングでの放送であった。



カーネーションにあわせて模様替えされた海側ゲート(左)

めざす商店街像（今後の展望）

昔は、岸和田市全体や周辺市町村からの来街が多く、これまでは市内全体からの集客等をめざしてきた。

周辺環境の変化やだんじり祭りによる一時的な賑わい、また、「カーネーション」の放映による来街者の増加もあったが、放送が終了し、観光等による来街者も減少しつつある。

本商店街は、従来から商店街周辺の住民の利便性を図るための生活密着型商店街であり、また、近年は食の安全安心への関心の高まりや環境への配慮などによる地産地消の推進、周辺住民の高齢化も進みつつあることから、お客様に安全安心な商品を届けられる商店街として、地域に愛され、地域のお客様にとってのオンリーワンの商店街となるようにしたい。

取組みを通じて

オンリーワン商店街創出事業の企画やイベントの実施にあたっては、地元のイベント企画会社が全面的に協力してくれたこともあり、商店街役員の皆さんは、日ごろの商売と企画会議の両立を図ることができていた。

企画会議では、専門家と理事長を中心に、和気あいあいとした雰囲気の中、議論がなされ、とても楽しそうに、相互にアイデアを出し合いながら、会議を進めていたことが印象的であった。

また、あえて、だんじり祭りの魅力ではなく、地元の神社や大学とのコラボ、

地元で採れる海産物を活かして商店街の活性化を図ろうという取組みを進めたのは、だんじり祭りの時期以外にも多くのお客様に来てもらいたいという思いがあつてのことであった。

イルミネーションについては、近隣の商店街や多目的ホールなどにも呼びかけ、点灯時期を合わすことで、多くのお客様に喜んでもらっていた。

以前、理事長に取組みへの意欲や思いをお聞きしたところ、次のようなことを語っておられた。

「商店街は、地域とのふれあいや交流など地域コミュニティを担う役割も重要であるが、最も重要な役割は、消費者に日常の買い物の場を提供することだ。

オンリーワンのメイン事業である「ええ！きまえ市」を通じて、食を取り戻し、食であれば岸和田と思われるような商店街になりたい。また、本商店街が中心となって活性化策に取り組み、他の岸和田の商店街を牽引していきたい。」

このような思いを持って、オンリーワン商店街創出事業に取り組んでいただいた。岸和田駅前通商店街は、役員の皆さんのチームワークと、地域の特色を十分に活かして、活性化を図っている商店街であった。