

<大利商店街：寝屋川市>

地域連携と新しく誕生したキャラクターで 親しみ愛される商店街に

～ベル大利ファンづくりへ、青年部が始動！～

取組みの効果

- ◆ 地域通貨利用額の増加
(対前年比約 **13%**アップ)
- ◆ イベント開催による通行量増加
- ◆ 商店街青年部の発足と組織の結束力アップ

取組みの内容

- ◆ 地域通貨「げんき」の商店街での利用促進と5%プレミアムの実施
- ◆ キャラクター（ベルちゃんとしちゃん）を活用したグッズ作成と名札の着用
- ◆ スタンプラリーの実施
- ◆ 商店街情報誌「ハッピーロード」の発行

取組みの背景

大利商店街（通称：ベル大利）は、京阪本線寝屋川市駅南口を降りるとすぐのところになだらかな坂の東側入口が見えており、足を一步踏み入ると円広志さん作曲の商店街テーマソングが聞こえる、総延長250mの商店街である。

商店街内には食品スーパーやドラッグストアもあり、周辺には住宅地も広がることから、通行量も平日約1万人と非常に多く、空き店舗が発生しても比較的すぐに解消される状況にあったが、近年、物販店は売上低迷のため廃業するところも出て

〈商店街データ〉

- 所在地 寝屋川市東大利町 7-15
- 立地 京阪本線寝屋川市駅南口から徒歩1分
- 店舗数 82店（生鮮三品は揃う）
- 問合せ 大利商店街振興組合
理事長 清水茂實
- TEL：072-801-1117
- FAX：072-801-1117

きており、新たな出店は整体・鍼灸店、病院などのサービス業が多く、買回り品の出店が少なくなっていた。

このため、地域住民の日常の“買い物の場”としての機能が薄れつつあり、日頃から地域の方に足を運んでもらえる仕組みづくりが課題となっていた。



大利商店街東側入口
(写真左) 商店街内の様子 (写真上)

取組みのきっかけ

ベル大利が地域で生き残るためには、地域住民にとって買い物の場として魅力があることとともに、多くの人々がファンになるような親しみ愛される商店街であることが必要で、そのためには、地域住民と地域づくりのコンセプトが共有され、地域と

連携して取り組んでいくことが大切と考えた。

ベル大利では、市民活動と連携して「地域通貨」を商店街で利用できるようにし、全国の先駆モデルとして評価を得ていたが、この地域通貨にさらに慣れ親しんでもらうことによって、地域活動の推進と商店街の活性化を図っていくことを考え、大阪府のオンリーワン商店街創出事業に申し込み、専門家とともに計画づくりを行い、実行することとなった。

活性化の要因

- ◆ NPO法人「寝屋川あいの会（地域コミュニティ活動支援団体）」との連携
- ◆ キャラクター活用によるイメージづくりと子ども等への啓発
- ◆ 商店街青年部の発足と事業参画による新たな取組み
- ◆ 常に新しいことに取り組むチャレンジ精神



ベルちゃん（左）としちゃん（右）としちゃんは、大利という地名の由来ともいわれている大歳（オオトシ）神という穀物の神様をイメージしている。

事業の仕組み

地域通貨「げんき」は、地域コミュニティ活動を支援するNPO法人「寝屋川あいの会」の関連団体が発行し、寝屋川市内で子どもの見守りや高齢者の買い物支援などのボランティア活動を行った際にお礼として渡される券（通貨）で、市内の取扱

い店で利用することができるもの。

ベル大利では、「げんき」を普及させることで、地域の助け合いを応援しながら商店街の活性化を図っていこうと考え、商店街情報誌「ハッピーロード」で「げんき」を紹介、商店街事業に協力してくれた人への謝礼や抽選会の景品に利用するなどしている。また、平成23年10月から24年3月までの期間、「げんき」での買い物に5%のプレミアムをつけるキャンペーンを実施。券を取り扱う店舗も7店舗増え、その結果、23年度のベル大利での換金額は前年度より約13%、換金率（全換金額に対するベル大利での換金額の割合）は9ポイント増加し、“ベル大利は「げんき」券を推奨し、利用しやすい場所”と印象づけることができている。



また、一般公募により地域通貨ねやがわ「げんき」

り決定した商店街キャラクター「ベルちゃんとしちゃん」を活用し、エコバッグ等のグッズを作成。可愛いイラストは子どもたちからも人気で、抽選会の景品等に利用し、“親しみ愛される商店街”づくりに一役買っている。また、キャラクターのイラストの入った名札を全店舗に配布して商店街の一体感づくりとお客様とのふれあいにも積極的に取り組むとともに、スタンプラリー等の際はマスコットが練り歩き、PRしている。

ベルちゃんとしちゃんを活用したグッズ
エコバッグ（左）、ぬいぐるみ（中）、シール（右）



スタンプラリーでは、商店街で 500 円以上の買い物をした人に台紙を渡し、対象の 10 店舗に来店した人に、買い物の有無に関わらずベルちゃんとしちゃんのスタンプを押印。対象店舗は事前に知らせず、店頭でベルちゃんとしちゃんのイラストボードを置くことでお客に店舗探しを楽しんでもらい、回遊を促した。実際に期間中は、台紙を持ちながら、店舗探しを楽しむ親子連れをよく見かけたり、自然に店員に声かけをする光景が見られたそうで、工夫を凝らした仕組みづくりが活きていた。



また、リーフレットでは、各号のテーマに沿った店舗の紹介などを行っている。店舗紹介では、単なる店舗データにとどまらず、そこで働く“人”にスポットを当て、店の由来やお店への想いを店主に語ってもらった。商店街青年部のメンバーが直接取材に出向くことで、商店街内の仲が深まるとともに自然とリラックスしたコメントや写真がとれ、親しみやすい商店街づくりのコンセプトにあったリーフレットに仕上げている。

青年部メンバーは店の仕事をしながらの作業のため、メールリストを活用し、メンバー同士が集まれない時もメールによって情報共有を行っている。

取組み上の工夫や苦労

ベル大利は、オンリーワン事業に申し込んだ当時には青年部はなく、理事会役員が

企画立案から実行まで行っていた。本事業も、当初は理事会役員が担っていたが、活性化案の一つとして、学生や地元住民等、大利商店街を愛する人に事業推進を手伝ってもらい、“商店街サポーター”の募集を検討していた。

そこで、まず、商店街の若手に“商店街サポーター”の役を担ってもらおうということで、若手商人らに集まってもらったところ、これまでにない斬新なアイデアや多くの意見が出るなど、活発な意見交換が繰り広げられたことから、青年部の発足とともに、青年部主導により企画・実施することになった。

地域通貨のプレミアム実施、スタンプラリーやキャラクター名札の着用にあたっては、商店街内のできるだけ多くの店舗に趣旨を理解し、協力してもらうことが重要なことから、青年部メンバーが一店舗一店舗を丁寧にまわって説明を行い、参加を呼びかけた。チェーン店や業種によっては、対応しきれないところもあったが、統一名札の着用の代わりに自店の名札にキャラクターシールを貼ってもらうなど、出来るだけ多くの店舗に参加してもらえるよう工夫をしている。

スタンプラリーでは、あえて「買わなくてもスタンプを押してもらえ」こととして、初めてのお店にもまずは足を運んでもらい、店のことを知っていただくことを狙いとした。そこから顧客につなげるのは各店の努力として、商店街は“とにかく足を運んでもらう仕掛けづくり”に徹した。参加店舗の反応は様々であったが、各店舗が

改めて顧客づくりや商売について考えるきっかけにもつながっている。

また、商店街情報誌の作成は、青年部メンバー全員が初めての経験であったため、専門家のアドバイスを受けながら、テーマの設定や誌面のレイアウト、文面づくりなど、試行錯誤を重ねながら、創刊号を完成させることができた。

第2号では、創刊号で学んだノウハウをフルに活かし、ほぼ、青年部メンバーだけの力で完成させた。

第3号では、商店街サポーター作りへのステップとして、近隣大学の教授と学生に協力を依頼し、店舗への取材、原稿の作成を行ってもらった。商店街の“サポーター”も誕生し、地域との相互の関わり合いが徐々にできてきている。

こぼれ話（ベル大利の「ベル」って?）

京阪電車寝屋川市駅を降りてベル大利に向かう途中の広場を通ると、大きなベルが目飛び込んでくる。

なぜこんなところにベルがあるのだろうかと思いつきながら通り過ぎられる方も多いのではないかな。

このベルの横を良く見ると説明書きがあり、そこには「**The BELL of Friendship**」

「このベルは寝屋川市の姉妹都市であるアメリカ合衆国バージニア州ニューポートニューズ市で**1945年（昭和20年）**に製造され、長年船舶用ベルとして



活躍した。寝屋川市市制施行**35**周年に際してニューポートニューズ市の一市民の好意により、ベル大利に贈られたものである。昭和**62**年**3**月吉日 ベル大利 大利商店街振興組合」と書かれてある。

友情の証として送られたこのベルは**25**年以上経過した今も「ふれあいの鐘」として市民から愛されているそうである。

めざす商店街像（今後の展望）

ベル大利は、これまでも地域との関わりを大切にし、地域の文化・コミュニティサークル活動の場を設けたり、**NPO** と連携した駅周辺の活性化イベントや読売テレビ**24**時間テレビ「愛は地球を救う」の募金活動の実施などに取り組んできた。

また、地域の人に「いつも何かやっている、賑わいのある商店街だな」と思ってもらうことを大切に、**100**円商店街や空き店舗を活用した事業など、常に新しい事業に精力的に取り組んでいる。

これからも、地域との連携を密にし、地域住民のコミュニティ活動を支援しながら、商店街自らも賑わいを発信し、地域活性化の核として親しみ愛される商店街になれるよう取り組んでいきたい。

取組みを通じて

「取組み上の工夫や苦労」で記述のとおり、ベル大利では、オンリーワン事業をきっかけに新たに青年部が発足し、事業の計画・実施を通じて、自然と青年部を中心とした活動体制が整っていった。

会議では、理事会メンバーと青年部メンバーと一緒に集まり、「とにかくやってみよう」と号令をかけ、温かく見守る理事長と、積極的に意見を出し合い活動する青年部メンバー、そして、これまでに培った豊富な経験を活かして要所要所での射たアドバイスをする理事の皆さんが、とても良いバランスで調和しあって、新しい『ベル大和』の体制ができてきていると実感した。

世代差を越えて楽しく議論し、商店街と地域の活性化のために真摯に明るく取り組む皆さんの姿そのものが、（ベルちゃんとしちゃんの可愛さも加わって）地域住民から親しみ愛される商店街づくりの秘訣だと感じた。