

## 【北区】商店街活性化イベントの事例について

<b>事業名 (イベント名)</b>	青空バザール
<b>事業者</b>	松浜本町商店街
<b>実施背景</b>	<p>青空バザールの開催は43回目となり、松浜本町商店街が中心となり、地域の様々な団体が協力して開催を続けている。</p> <p>同商店街は松浜地区拠点地域にあるが、人口減少や空き店舗が増えたことにより、来街者数が減少傾向にある。</p> <p>商店街を利用する方々への感謝を込めたサービス提供とともに、子供から高齢者まで参加・体験して楽しんでもらえるイベントとして、商店街の利用促進だけでなく、地域全体のPRに貢献している。</p>
<b>概要・内容</b>	<p>「青空バザール」は松浜地区のイベントとして、様々な取り組みを行ってきた。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・商店街が中心となり、商工会、自治会、コミ協、敬和学園、医療福祉大学などの協力をもらい、様々な企画で、子供から高齢者まで参加・体験して楽しんでもらえるイベントを開催し、賑わいを呼ぶ。</li> <li>・地域で活動している太鼓や踊り・ダンスの披露や、敬和学園器楽部の演奏など、日頃の練習成果の発表の場となっている。</li> <li>・各店舗の自慢の商品販売やサービス企画などで各店舗をPRし、買物したお客様に新米が当たる抽選券を発行し、楽しみをプラスした。</li> </ul>
<b>成果</b>	<p>毎年恒例のイベントであり、地元の敬和学園や医療福祉大学の協力をもらい、子供や若者が活躍し、地域交流を盛り上げるイベントとする。</p> <p>・来街者数 目標：2,500人 実績：2,500人</p>
<b>今後の課題</b>	<p>同地域のイベントとして定着しているが、マンネリにならないよう、学生や若者の参画により、新たな展開を検討していく必要がある。</p>



## 【東区】商店街活性化イベントの事例について

事業名 (イベント名)	お客さん <sup>サンタ</sup> 多セール
事業者	三栄会（山の下）
実施背景	地域内に大型店やショッピングセンターが多く、商店街の売上げが減少している。商店街全体でセールを行い、商店街のPRと売上げ増加を目指す。
概要・内容	加盟店で買い物した方に、500円で1枚の抽選券を発行。抽選券を5枚集めると1回ガラポン抽選できる。 抽選券は商店街事務局がセール参加店に1枚20円で販売。商店街加盟店のほか、同商店街内の露店市場出店者もセールに参加し、商店街全体でイベントを盛り上げている。
成果	セール期間中の来客者数及び各店舗の売上げは年々増加している。
今後の課題	商店街加盟店のほか、商店街アーケード内の露店市場出店者にもイベントに協力してもらい、商店街通りが一体となって取り組むイベントとして定着したので、イベント期間終了後も継続して来店してもらえる工夫を考えていく必要がある。



【中央区】商店街活性化イベントの事例について

<p>事業名 (イベント名)</p>	<p>フレッシュ本町まつり</p>
<p>事業者</p>	<p>下本町商店会</p>
<p>実施背景</p>	<p>隣の町内で行われる入船地蔵尊例大祭と妖怪コスプレストリート（妖怪の恰好をしたコスプレイヤーが、商店街で買い物をしたり近隣の施設や神社で写真を撮ったりするイベント。略称コススト）を同時開催することで、新たな来街者（若い世代）の獲得とイベント以降の各店舗の売り上げ増加を図る。</p>
<p>概要・内容</p>	<p>フリーマーケットのほか、イベントとして、水ヨーヨーすくい、野菜詰め放題、変わり自転車試乗会、芸人等のライブを実施。水ヨーヨーすくいと野菜詰め放題の売り上げは、交通遺児基金として寄付。 同日にコスプレストリートを行うほか、前日祭として本町通12番町～13番町を車両通行止めにし、港元華の宵、花魁撮影会と花魁行列を行うことで、集客人数を増やし、より一層地域連携を深めた。</p>
<p>成果</p>	<p>事業を実施したことで、イベント以降の来街者（特に若い世代）が増加し、各店舗の売上が少し向上した。 また、商店街や地域の強みを活かし、コスストという独自性を出したことは、新たな客層の掘り起こしとして有効であった。</p>
<p>今後の課題</p>	<p>イベント当日以外にもリピーターの来街者を増やすため、イベントの際に、各店舗をアピールするチラシ（どのような商品を持っているかなど）を作製、配布する必要がある。 また、日曜日に臨時露店出店する方を募集し、当商店街により多くの来街者が来るようにしたい。</p>



【江南区】商店街活性化イベントの事例について

<p>事業名 (イベント名)</p>	<p>まちゼミinかめだ</p>
<p>事業者</p>	<p>亀田商工会議所</p>
<p>実施背景</p>	<p>商店街は、店主の高齢化・後継者不足に加え大型商業施設の影響もあり来店客の減少や売上の大幅減、さらには廃業する店舗も増えている。このような状況のなか、全国各地で取り組まれ、商店と地域とのつながりづくりや商店の魅力向上に効果を上げている『まちゼミ』を開催することで商店街の活性化をはかる。</p>
<p>概要・内容</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・商店街を中心とした地域のお店にて一般募集した受講者を対象とし、各店主が講師となってプロならではのコツや生活に役立つ豆知識をお教えするミニ講座(60分～90分程度、受講料は材料費のみ)を開催。</li> <li>・事業成果の把握と今後の事業改善に向けて、参加者および参加店からのアンケートを実施。</li> <li>・江南区役所の協力のもとで、事業PRのために亀田図書館にて『まちゼミ』の講座内容に関連する書籍の特設コーナーを設置。さらに今回はスタンプラリーも実施。</li> </ul>
<p>成果</p>	<p><b>【第5回まちゼミ実績】</b></p> <p>参加店舗数： 目標値 20店舗 → 実績値 14店舗 参加者数： 目標値 150名 → 実績値 140名</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・受講者のアンケート結果によると、約半数が今回のまちゼミで初めて来店された方であり、さらにその半数がまちゼミをきっかけに店の存在を知った方であったことから、本事業が地域の商店への来店のきっかけとなったことが確認できた。</li> <li>・参加店のアンケート結果から、講師を務めた店主や店員がまちゼミを通して人に教えることで自身の知識や技術の向上、コミュニケーション能力や接客技術の向上につながったとの成果が報告されている。さらに、講座での受講者とのコミュニケーションでは普段聞くことのできないお客さんの声を聞くことができたとの成果も報告されており、こうしたお客さんの声(消費者ニーズ)が店舗経営に反映されることで今後の個店の魅力向上への効果が期待される。</li> </ul>
<p>今後の課題</p>	<p>今後も改善しながら継続することで、商店と地域とのつながりをつくっていく。さらに各商店の魅力を高めていくとともに、それをより多くの市民の方々に知ってもらうことで、商店と商店街の活性化をはかる。</p>



【江南区】商店街活性化イベントの事例について

<p>事業名 (イベント名)</p>	<p>ゆめ祭り酒屋</p>
<p>事業者</p>	<p>酒屋町商工会</p>
<p>実施背景</p>	<p>新潟市江南区両川地区の中心に位置する酒屋町商店街は、周辺地区への大型店の進出や交通体系の変化、少子高齢化などにより衰退が著しい。そこで、本事業を実施することで集客を図り、賑わいと活力に満ちた商店街づくりと、商業者の意識向上を目的とする。</p>
<p>概要・内容</p>	<p>中心商店街を歩行者天国とし、来街者に気軽に参加してもらい楽しんでいただくことによって、酒屋町商店街の意気込み・活力を内外にPR。令和元年度で第22回を迎えた。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・消防団、防火連合会によるオープニングパレード</li> <li>・ステージイベント（郷土伝統芸能「太々神楽」やスポーツ少年団報告会、地元ヒーロー「ユメレンジャー」によるショーなど）</li> <li>・参加・遊びエリア、バザーの設置（金魚すくい、射的など）</li> <li>・農産物等の販売・PR</li> <li>・地元福祉団体、地域住民団体、江南区内青年団体等によるフリーマーケットの実施</li> <li>・お子様向け「ユメレンジャー風船」の配布</li> </ul>
<p>成果</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・来場者数：目標値 3,300 人 → 実績値約 3,300 人</li> </ul> <p>本年は、チラシを広範囲に配布し配布回数も増やすなど事前広報を強化したことや天候にも恵まれたことなどを要因とし、来場者数は概ね目標値に達することが出来た。地元住民のほか普段商店街を利用されないお客様の来場も多数あり、特に子供達の来場が顕著に増加した。結果、両川地区全体で盛り上がりを見せた。</p> <p>また、イベントに呼応して、各個店でもワゴンセールやお菓子の店頭実演販売などが実施され、商業者の前向きな取り組み姿勢と熱気を感じ、普段商店街を利用しないお客様へ商店街をPRできた。</p>
<p>今後の課題</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・来場者数増加のために、イベント開催情報をさらに外部へ浸透させるような広報を行うこと。</li> <li>・大型店とは異なる角度で集客を図るため、継続して地元商業者のやる気を引き出す工夫が必要。</li> </ul>



【秋葉区】商店街活性化イベントの事例について

<p>事業名 (イベント名)</p>	<p>にいつハロウィン仮装まつり</p>
<p>事業者</p>	<p>にいつハロウィン仮装まつり実行委員会</p>
<p>実施背景</p>	<p>新津市が新潟市と合併した翌年に、地域活性化を目指す若手経済人や大学生により「新つくる会（にいつくるかい）」が結成された。そこでの議論を基にハロウィンイベントを目指すこととなった。 平成19年に初の「にいつハロウィン仮装まつり」を開催。約600人の参加者を集めた。今日と比較すれば「ハロウィン」の認知度も相当に低かったが、それ以降、毎年10月に開催し、令和元年で13回目を迎えた。</p>
<p>概要・内容</p>	<p>【イベント概要】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・時期 10月最終土曜日</li> <li>・会場 新津本町通り 路上</li> <li>・内容 スタンプラリー、キャラクターショー、仮装コンテスト、仮装パレード、飲食ブース</li> </ul> <p>【工夫・独創性】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ハロウィンに馴染みのある若者だけではなく、地域住民が家族で楽しめる事を目指し、子ども向けの仕掛け（お菓子のもらえるスタンプラリー、キャラクター等）が重視されている。</li> </ul> <p>【地域資源活用】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・パレードのフロートがSLを模しているなど「鉄道の街にいつ」らしい工夫がなされている。</li> </ul> <p>【運営主体の特徴】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・初開催時から変わらず、地域活性化を志す若者が中心。会社経営者、商店主、団体職員など、肩書きは様々。新潟薬科大学生も参画。</li> </ul>
<p>成果</p>	<p>【観客動員数】6,500人</p> <p>【商店街活性化への成果】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・地域の中心地がその商店街（新津本町）であるというイメージを醸成。商店街の利用が少ない子育て世代に特に効果的なPRとなっている。</li> <li>・イベントが近くなると、ハロウィンにちなんだ特別メニューが、和洋菓子店、スーパー、飲食店などで提供される。また、イベント前日から始まった「にいつナイトステーション」（いわゆる「バル街」のような飲み歩きイベント）との連携を通じて、イベントや店舗の積極的なPRを行うことができた。</li> </ul>
<p>今後の課題</p>	<p>開始当時と異なり、今日では県内でも多くの街でハロウィンイベントが開催されていることから、他の地域や団体との連携も図ることで多くの来場者につなげたい。また、パイオニアとして進化し続けることで「ハロウィンの街 にいつ」をPRしていきたい。</p>



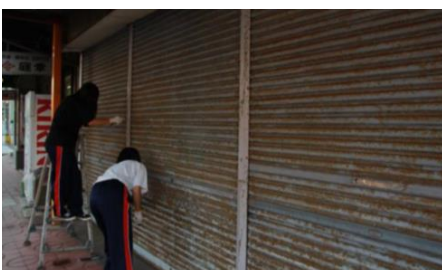
【秋葉区】商店街活性化イベントの事例について

<p>事業名 (イベント名)</p>	<p>にいつ商店街鉄道スゴロク</p>
<p>事業者</p>	<p>新津新光商店街協同組合</p>
<p>実施背景</p>	<p>新津はかつて東日本で屈指の鉄道の要衝であり、「鉄道の町」として発展してきた。平成23年に「にいつ鉄道商店街実行委員会」を組織し、以降、鉄道関連のイベントの開催、ハード整備、キャラクター開発、土産品開発などのまちづくりを進めてきた。</p> <p>そのイベントのひとつとして、お店に入って頂くきっかけを作る商店街体験イベント「にいつ商店街鉄道スゴロク」を開催している。令和元年で11回目の開催。</p>
<p>概要・内容</p>	<p>【イベントの概要】</p> <p>(1) 内容</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・商店街をスゴロクの盤のように、店舗をマスのようにみなして、参加者がサイコロを振って進み、ゴールを目指す。</li> <li>・各店舗ではなんらかの課題が出され、参加者はそれをクリアしないと次の店舗に進むことができない(課題の例:クイズ、じゃんけん)。</li> <li>・時間内にゴールした参加者は、景品の当たる抽選会に参加できる。</li> <li>・参加費は1組500円(600円分のお買物券つき)</li> </ul> <p>(2) 開催日、会場</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・開催日:毎年12月第3土曜日</li> <li>・会場:スタート・ゴール・抽選会是新津地域交流センター</li> </ul> <p>(3) 参加店舗</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・マスとなる店舗は、新津本町周辺の約45店舗</li> </ul>
<p>成果</p>	<p>【参加者数】約200組</p> <p>【参加店舗数】約45店</p> <p>【商店街活性化への成果】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・参加者が確実に商店の戸をくぐるイベントであるため、商店街と各商店を身近に感じて頂く効果が実感できる。</li> <li>・普段は商店街を訪れることの少ない親子連れの参加者が多く、その方々から商店街の良さを再認識して頂けている。</li> </ul>
<p>今後の課題</p>	<p>サイコロの目に従って偶然訪れるお客様を、各店舗がいかにして普段からのお客様(ファン)にしていけるかが課題である。</p>



【南区】商店街活性化イベントの事例について

<p>事業名 (イベント名)</p>	<p>シロネコ 白根子行進曲復活プロジェクト</p> <p>シロネコ 白根子行進曲</p>
<p>事業者</p>	<p>白根子行進曲を通じて100年後の白根を考える実行委員会 (白根商工会白根支部、地元商店街有志、地域おこし協力隊、事業に賛同する有志等 約30名で組織)</p>
<p>実施背景</p>	<p>平成30年に商店街企画の写真展に出展された約90年前の「白猫の仮装」をした1枚の写真が話題となった。町の3割が焼失した白根大火の復興を祝い、国や地域の祝い事の際に猫の面と衣装を身に着け商店街を練り歩いたとされるこの「白根子行進曲」のお祭りを復活させたいと、地元の声が高まり、令和元年に白根商工会を中心とした有志の地元住民、地域おこし協力隊などで実行委員会を組織し、令和元年10月22日にイベントを実施するに至った。</p>
<p>概要・内容</p>	<p>「白根子行進曲」は、令和元年10月22日、白根商店街を多数の白根子(猫)の仮装をした参加者が練り歩き、太鼓の演奏や露店の出店などで賑わいをみせ、区内外から多数の集客があった。また、実行委員会では、イベントを成功させるために様々な取り組みを行った。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・商店街と地元の高校生が連携し、新品(5品)の開発・販促に取り組んだ。また、高校生が空き店舗の錆びたシャッター等の塗装をし、まちなみの雰囲気良くなるよう、整備をおこなった。</li> <li>・事前ワークショップを開催し、猫のお面作りやイベントのイメージづくりをすることで、イベントに参加し易い環境を創出し、参加者の増加を図った。</li> <li>・地元企業等から協賛をいただいた賞品で仮装コンテストを実施し、経費の節減に努め、また、参加者の増加を図り賑わいも創出した。</li> <li>・地元新聞社や雑誌編集社、テレビ局などに情報発信をし、広域からの参加者・集客に努めた。</li> </ul>
<p>成果</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・即位礼正殿の儀と期日が重なったこともあり、全国ネットの情報番組に取り上げられるなど、予想以上に各種メディアに取り上げられた。これらの中で、高いパブリシティ効果が得られ、今後の白根地域への集客にも期待できる。</li> <li>・商店関係者だけでなく、高校生や有志の地元住民など多様な人々が協働で取り組むことで、地域資源の発見や活性化につなげることができた。</li> <li>・当日の仮装行列参加者 106人、集客 約1,000人</li> </ul>
<p>今後の課題</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・単なるイベントとしてではなく、地域住民やより多くの商店・企業と連携し、継続的に地域のお祭りとして実施ができる体制づくりや、商店街への売り上げ増加につながる仕組みが課題となっている。</li> </ul>





## 【西区】商店街活性化イベントの事例について

<b>事業名 (イベント名)</b>	バンドフェスティバル・マーチングパレード
<b>事業者</b>	新潟西商工会商業部会
<b>実施背景</b>	<p>地区内の小・中・高等学校の生徒がクラブ活動の練習の成果を商店街並びに周辺地域で発表することにより、商店街並びに周辺地域が地域のコミュニティ機能を備えていることを地域住民にアピールする。</p> <p>また、子どもの演奏を見に来た保護者等が商店街を見て周り、飲食や買い物をする機会を創出することにより、各商店の売上が伸びることを目的として実施する。</p> <p>※内野まつり（9月13日～15日）内のイベント</p>
<b>概要・内容</b>	<p>○バンドフェスティバル  <b>【日時】</b> 令和元年9月14日（土） 10:00～11:20  <b>【会場】</b> 内野まちづくりセンター第2駐車場  <b>【参加団体及び参加人員】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・内野小学校ブラスバンド（25人）</li> <li>・内野中学校吹奏楽部（39人）</li> <li>・新潟西高等学校吹奏楽部（18人）</li> </ul> <p>○マーチングパレード  <b>【日時】</b> 令和元年9月15日（日） 10:00～11:00  <b>【会場】</b> 内野町四ツ角周辺  <b>【参加団体及び参加人員】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・内野小学校ブラスバンド（25人）</li> <li>・スポーツ少年団：柔道（11人）</li> <li>・スポーツ少年団：剣道（21人）</li> <li>・新潟西高等学校吹奏楽部（18人）</li> <li>・空手道新潟西少年団（22人）</li> <li>・日本文理高等学校吹奏楽部（52人）</li> </ul>
<b>成果</b>	<p>○バンドフェスティバル来場者数：300人（目標値156人）</p> <p>○マーチングパレード来場者数：600人（目標値290人）</p>
<b>今後の課題</b>	<p>西商工会の商業部や青年部が中心となり、7月に「うちのDE夜店まつりTOビアガーデン」、11月には「うちのDE月見酒」を開催し、商店街の賑わいづくりに取り組んでいる。さらに魅力ある商店街にするために、これらの事業を継続して取り組む必要がある。</p>



【西区】商店街活性化イベントの事例について

<p>事業名 (イベント名)</p>	<p>くろさき茶豆 夏の陣</p>
<p>事業者</p>	<p>「くろさき茶豆 夏の陣」実行委員会 (黒埼商工会、JA越後中央黒埼支店、くろさきワーキングチーム、大野町連合自治会、黒埼出張所、西区農政商工課)</p>
<p>実施背景</p>	<p>平成29年4月に黒埼地区の食と花の銘産品「くろさき茶豆」が、国の地理的表示(GI)保護制度に登録され今年3年目を迎えることから、一層のくろさき茶豆のPRと生産地域の活性化を目的とし、開催した。</p>
<p>概要・内容</p>	<p>茶豆の収穫時期に合わせ黒埼地区で茶豆を堪能できるイベントを開催  <b>【期間】</b> 令和元年7月27日(土)～8月18日(日)  <b>【内容】</b> 以下のとおり(商店街活性化に寄与するものを抜粋)          ① 西区の3エリアの協力店でのくろさき茶豆のメニュー提供          飲食店・茶豆加工品取扱店における協力店で、期間中にくろさき茶豆を使ったメニューや商品の提供を行った。          (協力店舗数) 20店舗          ※これまで黒埼商工会エリアのみだったが、今年は新潟西と赤塚商工会エリアでも協力店を募り、前年度より4店舗増加した。          ② スタンプラリー(商店街活性化ステップアップ事業利用)          黒埼地域の協賛店舗において、7月27日～8月20日までの間に500円以上の買い物・サービス利用でスタンプを1個押印、異なる2店舗の押印で応募でき、商品券が当たるスタンプラリーを実施した。          (協賛店舗数) 28店舗          ③ 「くろさき茶豆 夏の陣」当日座          大野町商店街において、以下のようなイベントやブース出展を行った(黒埼まつり前日祭と共催)。          (内容) くろさき茶豆PRブース、学生企画ブース、健康づくり応援ブース、大野町まち歩きブース、茶豆ゲームコーナー、児童製作灯ろうの展示 等</p>
<p>成果</p>	<p>①・② 協力店・協賛店の宣伝効果、利用者の増加          ② スタンプラリー応募総数682枚          ③ 大野町商店街の利用者増加          来場者数3,500人</p>
<p>今後の課題</p>	<p>イベント参加者が地元商店街に定着する仕組みの充実</p>



【西蒲区】商店街活性化イベントの事例について

<p>事業名 (イベント名)</p>	<p>百縁市</p>
<p>事業者</p>	<p>西川ポイント会 西川地域26店舗で実施</p>
<p>実施背景</p>	<p>商店と地域住民の活力となるようなぎわいのある商店街を創り出し、親睦及び地域活性化、振興を図る。</p>
<p>概要・内容</p>	<p>各店舗100円商品並びに当日お買い得商品を用意し、併せて、スタンプラリーを実施して、地域内回遊を促す。 「夜の部」では、商店街の利用機会が少ない30代前後をターゲットに、趣向をこらしたステージイベントと飲食店での特別メニューの提供を行い、誘客を図る。 ・100円市 ・スタンプラリー抽選会 ・飲食コーナー ・ステージイベント (かさぼん体操・カラオケ等)</p>
<p>成果</p>	<p>昨年度実施した専門家による診断結果を活用し、参加店が創意工夫を凝らした100円商品を用意することで普段商店に来られない消費者層に対して、来店機会を創出し、売上増加につながった。 「夜の部」では開催時間限定商品を提供し、自店の売り上げ向上と共に、イベントの盛り上げにも寄与し、普段商店街に訪れることのない客層へPRとなり、継続的な誘客に繋げる一助となった。 個店売上高前年比1%増加・商店街来場者数延べ900人</p>
<p>今後の課題</p>	<p>100円商品とスタンプラリーを組み合わせ、地域内で消費者に回遊してもらう取り組みは新たな顧客確保に効果的であり、今後も継続する。廃業で参加店舗が2店舗減となったことから、ワークショップの実施等を通じて新規参加店の開拓を行っていく。 「夜の部」については、商店街の存在を利用機会が少ない消費者に直接PRできる貴重な機会であることから、マンネリ化を防止するために、内容を精査して新たな取り組みを検討し集客力の向上を図る。</p>

