

【北区】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>アーケード 豊栄駅前AKD</p>
<p>事業者</p>	<p>豊栄駅前通商店街振興組合</p>
<p>実施背景</p>	<p>同商店街が位置する豊栄駅前地域は、近年、マンション・アパートに建て替えられる事例が増え、加えて空き店舗も点在しており、商店街としての活力・集客力が低下している状況である。 定期的な歩行者天国を開催して、まず商店街を訪れて各商店を知ってもらい、その後の利用へとつなげていきたい。 周辺地域の特産品販売により地元の良さをPRする機会とする。</p>
<p>概要・内容</p>	<p>「豊栄駅前^{アーケード}AKD」は、豊栄駅前地域のイベントとして、様々な取り組みを行ってきた。 ・活動に適した6月、8月、10月の3回開催、その回毎にテーマを決めて企画、10月は白新町「秋の陣」との共催とした。 ・フリーマーケット・路上ライブ・ダンス発表・ゲームコーナー等、参加して楽しめるイベントとして企画した。 ・各商店、地元主婦グループや外国人グループと連携して充実した飲食のサービスなどを行った。 ・イベントPRポスター原案を地元豊栄高校生に作成してもらった。</p>
<p>成果</p>	<p>・PRポスター100枚掲示、新聞折込みチラシ5,500枚配布 ・来街者数 目標：2,000人 実績：1,225人</p>
<p>今後の課題</p>	<p>知名度も上がり、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、外部人材である学生を多用するなど、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)	サンタ お客さん多セール
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

事業名 (イベント名)	第18回千灯まつり
事業者	本町千灯まつり実行委員会 (本町五商店街振興会、本町六商店街振興組合、本町中央市場商店街協同組合)
実施背景	商店街の活性化及び地域社会との健全なる交流のため。
概要・内容	<p>本町通りの歩道・車道全体を使用し、手作りの灯ろうを並べるイベント。灯ろう作りは社会福祉協議会を通じ、各作業所に依頼するとともに近隣の小学校・中学校、保育園等にも協力依頼し、地域内の色々な関係団体の協力で祭りを盛り立てている。</p> <p>当日は幻想的な灯ろうの灯りと、飲食屋台や子ども縁日、路上スタジオなどイベントを盛り上げる仕掛けにより、普段の商店街が一転し非日常空間を創出した。</p>
成果	<p>イベント実施による商店街への集客人数</p> <ul style="list-style-type: none"> ・目標 15,000人 ・実績 15,000人 <p>今回も大勢の集客があり、商店街の売りに貢献し、来場者にも楽しんでもらえた。また、まつりの出店に参加した一部の方々に、現在月1回本町5番町で露店市を継続開催している。</p>
今後の課題	<p>イベント当日は、知名度も上がり大勢の人が来場する。その効果を継続し来街してもらうための施策を検討する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・イベント前から一定期間の販促セール ・地域密着型の特性を生かし、イベント後にも来街してもらえる仕組み作り



【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>週末キャラクターグリーティング事業</p>
<p>事業者</p>	<p>万代シテイ商店街振興組合</p>
<p>実施背景</p>	<p>ショッピング以外での来街目的を創出するために、各店舗にキャラクターを派遣し新規ファンの取り込みを図る。グリーティング活動を継続することで、街区の認知向上と愛着創出、さらに Web を利用したファンの増加を目指す。</p>
<p>概要・内容</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・「いつでもばんにゃいに会える街」というイメージを維持するため、休日（祝日および毎週末）は「ばんにゃい」が必ず街区に登場する。 ・商店街の組合店舗に「ばんにゃい」を派遣し、出入口付近や売り場で幅広い年齢層の来街者とふれあい、積極的に新たなファンの取り込みを図る。 ・今年度は大型クルーズ船の乗客が街を訪れる際には、お出迎え、お見送りを実施し、多くの県外および外国人観光客に向けて PR キャラクターとして積極的に活動を行う。 ・毎月最終日曜には、「まちかどパフォーマンス」と題し、「ばんにゃい」とバックダンサー（レインボー・バン男爵）によるミニダンスステージを催し、テーマソングに乗せて踊るキャラクターにより話題性を創る。 ・特定月やステージの空き時間に来街者を驚かせて楽しむサプライズ企画を設け、来街者が Twitter や Instagram など SNS ツールでの発信や拡散をすることにより、まちへの興味・関心を多くの人に広げる。
<p>成果</p>	<p>SNS ツール(LINE@)における友だち登録数 目標値：5,000名(2019.3.31時点) 実績値：4,645名(2019.2.4時点)</p>
<p>今後の課題</p>	<p>新規ファンを獲得するため、街区以外にも露出を増やしたい。万代シテイ内に限らず、キッズ向けイベントや施設等へ派遣依頼があれば、積極的に対応していきたい。</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>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個店の魅力づくりに効果を上げている『まちゼミ』を開催することで、店舗や店主、スタッフの魅力、取扱商品などを知ってもらい、お店のファンづくりにつなげ、固定客の増加、売上アップを目指す。</p>
<p>概要・内容</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・店主が講師となり、プロの立場から日常生活で活用できるコツや技術を教える。 ・少人数制のミニ講座（定員5名程度）。 ・受講料は基本無料（材料費のみ負担する場合あり）。 ・開催期間中には、亀田図書館で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。 ・講座終了後には参加者・参加店両者にアンケートを実施。 ・今回は親子や子供向け講座を強化・PR。
<p>成果</p>	<p>【第4回まちゼミ実績】</p> <p>参加店舗数： 目標値 20 店舗 → 実績値 23 店舗、26 講座 参加者数： 目標値 130 名 → 実績値 200 名</p> <p>参加者アンケートの結果、今回のまちゼミをきっかけに初めて来店した方の割合は約6割、そのうち半数は初めてお店の存在を知った方であり、本事業が地域の皆様に商店街のお店を知っていただく、来店していただくきっかけとなった。参加店側では、講師として人に教えることで自身の知識や技術、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。また、参加店同士の打ち合わせや、協力して受講者募集などを行うことで、お店同士の交流ができ商店街の連携強化にもつながった。</p>
<p>今後の課題</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・参加者アンケートや他の参加店を参考に講座内容を改善して、より魅力的な講座を作りたい。また、参加店も増やしたい。 ・固定客づくり・売上アップへつなげることがまだまだ課題である。全国の事例を参考にして本事業を改善しながら継続し、個店の魅力を高めていく必要がある。



【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。平成30年度で第21回を迎えた。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・消防音楽隊、消防団、防火連合会によるオープニングパレード ・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） ・参加・遊びエリア、バザーの設置（金魚すくい、射的など） ・農産物等の販売・PR ・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 ・お子様向け「ユメレンジャー風船」の配布
<p>成果</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・来場者数：目標値 3,500 人 → 実績値約 3,000 人 <p>本年は市内他地区で開催されたイベントと日程が同じだったことや天候不順などの原因により、来場者数は目標値まで達しなかったものの、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、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"> ・来場者数増加のために、イベント開催情報を外部へ浸透させるような広報を行うこと。 ・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。



【秋葉区】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)	にいつ商店街☆ 体当たり
事業者	にいつ鉄道商店街実行委員会（新津駅周辺の商店街と新潟市などで構成）
実施背景	新津はかつて東日本でも屈指の鉄道の要衝であり、「鉄道の町」として発展してきた。この歴史を活かした商店街活性化を目的に、平成 23 年に「にいつ鉄道商店街実行委員会」を組織し、以降、実行委員会は鉄道に関連したイベント開催、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。平成 28 年からは、商店のファンやお買い物客を増やすことを目的に、店主によるミニ講座・ミニ体験会イベント「にいつ商店街☆ 体当たり」を実施。
概要・内容	【概要】 <ul style="list-style-type: none">・会期は 9 月下旬から 11 月初旬・参加者の受講は無料・講師は店主、会場は商店である。講座内容は基本的に商売にちなんだものだが、中には店主の趣味をもとにしているものもある。講座内容は、商品の使用方法などの実用的なものから、菓子製作・販売などの体験型、健康講話など様々である。 【地域資源活用】 <ul style="list-style-type: none">・「鉄道の町」ならではの、駅で駅弁を売る体験講座もある。 【運営主体の特徴】 <ul style="list-style-type: none">・主催者の「にいつ鉄道商店街実行委員会」は、（商店街ではなく）商店で構成されている。参加している商店同士は商店街の垣根を越えた自立的な協力関係にある。
成果	【受講者数】 約 130 人/年 【参加店数】 18 店/年 <ul style="list-style-type: none">・通常のイベントに比べ参加者（受講者）の数は少ないが、一過性のイベントとは異なるお店のファン・買い物客を創出している。・店主にとって新規客開拓、ニーズ研究の手段となっている。
今後の課題	現在、受講者をお店のお得意様にする工夫は各商店にまかされている。今後は、これを参加店全体で取り組み、お店やお客様を互いに紹介しあえるようにし、実効性を高めていきたい。



【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。平成 30 年で 10 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"> ・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。 ・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)。 ・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。 ・参加費は 1 組 500 円 (600 円分のお買物券つき) <p>(2) 開催日、会場</p> <ul style="list-style-type: none"> ・開催日: 毎年 12 月第 3 土曜日 ・会場: スタート・ゴールは新津地域交流センター <p>(3) 参加店舗</p> <ul style="list-style-type: none"> ・マスとなる店舗は、新津本町周辺の約 45 店舗
<p>成果</p>	<p>【参加者数】 約 200 組/年</p> <p>【参加店数】 約 45 店/年</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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。 ・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いが、彼らから商店街の良さを再認識して頂けている。
<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

事業名 (イベント名)	白根ポイントカード会 スタンプラリー
事業者	白根ポイントカード会
実施背景	白根商店街においては、空き家の増加や人口流出、大型店舗の出店などにより、来街者数が現状している状況であった。 スタンプラリーの実施を行うことで、期間中の来街者を増やし、商店街への誘客を増やした。
概要・内容	実施期間：平成 30 年 8 月 1 日～8 月 31 日 31 日間 参加店舗：白根商店街を中心とした既存店舗 33 店舗 概要：参加店舗での買い物で、スタンプを押印。1 応募券につき 3 店舗からのスタンプで応募可能とし、後日、応募者抽選のうえ景品をプレゼントした。
成果	通常時と比べ増加した人数 10,000 人（スタンプラリーを実施した期間中） ・これまで入店しなかった店舗にもお客様が入り、新規誘客につながった。また、各店舗の売り上げも通常よりも増加した。
今後の課題	スタンプラリーにおける参加抽選券の属性（店舗・性別・居住地等）を把握し、分析することによって、より効果的な地元商店街への誘客イベントや方法を検討していく。



【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>うちの DE 夜店まつり TO ビアガーデン</p>
<p>事業者</p>	<p>夜店まつり実行委員会・新潟西商工会青年部・新潟西商工会</p>
<p>実施目的</p>	<p>商店街に来場者を集め買い物を促進すること、及び日頃商店街を支えてくれている地域住民への感謝の気持ちを込めて開催するもの。 例年別の日に実施していた「うちの DE 夜店まつり」と「うちの DE ビアガーデン」を同日に開催することで、さらなる来場者獲得とにぎわいの創出を図る。</p>
<p>概要・内容</p>	<p>内野町の恒例イベントとして定着した「夜店まつり」と「ビアガーデン」を同日に開催した。 【日時】 平成 30 年 7 月 28 日 (土) 夜店まつり 16:00~19:00 ビアガーデン 17:30~20:00 【会場】 内野まちづくりセンター駐車場及び周辺道路 【内容】 地域の協賛店で買い物をすると会場で利用できる「お楽しみ券」が貰える。また、事前に協賛店で購入することもできるため、協賛店の客数増に寄与する。当日の実施内容は以下のとおり。 ① 夜店まつり (商店街活性化ステップアップ事業利用) 夜店の設置 (露店商は出店不可) ・かき氷、ラムネ、フランクフルト、チキンナゲット、ポップコーン、パインあめ、チョコバナナ、輪投げ、健康ボール、射的、サイコロゲーム ② ビアガーデン ビールや地酒、地元食材を使った食品の提供など</p>
<p>成果</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・協賛店の客数増、売上増 ・にぎわいの創出 (来場者数 6 8 8 人) ・店主や従業員、商工会等の関係者間の連携強化
<p>今後の課題</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・来場者増につながるイベントの充実



【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>実施目的</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2年目を迎えることから、一層のくろさき茶豆のPRを行うことを目的とする。</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 【期間】平成30年7月25日(水)～8月19日(日) 【内容】以下のとおり(商店街活性化に寄与するものを抜粋) ① 黒埼地区の協力店でのくろさき茶豆のメニュー提供 黒埼地区の飲食店や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の提供を行った。 (協力店舗数)16店舗 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、期間中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)32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、大野町まち歩きブース、健康づくり応援ブース、茶豆さや投げ競争、児童製作灯ろうの展示等</p>
<p>成果</p>	<p>① 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817枚(昨年度比307枚増) ③ 大野町商店街の利用者増加 来場者数3,900人(昨年度比400人増)</p>
<p>今後の課題</p>	<p>・協力店、協賛店舗の拡大 ・イベント参加者が地元商店街に定着する仕組みの拡充</p>



【西蒲区】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)	たから 多加良まつり
事業者	多加良まつり実行委員会 主 管：巻商工会 実行委員：商店街（五区中央商店街・二ノ丁商店街・八区商店街 九区商店街・四区商店会） 西蒲地区巻交通安全協会
実施背景	巻商工会と越後中央農業協同組合と行政が商工農の振興活性化を祈願し開催された事が始まり。毎年、共催で、多加良まつりに合わせ、多加良神社の例祭が執り行われている。 多加良まつりにより、商店街のにぎわいを導き出すと共に地域を広く P R し、消費者である地域住民とのコミュニケーションを図り、更なるにぎわいのある商店街を目指している。
概要・内容	10月上旬の日曜に巻本町通りで開催 大テント村を設営し、出店販売、大抽選会、商店街探検 地元小中学校の演奏会、巻総合高校の授業ブース、交通安全フェア 福祉団体、社会奉仕団体、ボランティア団体等の P R 活動
成 果	集客人数 約 7,500 人 イベントが地元に着実に定着してきていて、集客効果大きい。 商店街になじみの少ない幼年期から、常連の世代まで、幅広い年齢層の集客があり、交流の場となっている。
今後の課題	ステージイベントに学生の出演目を増やし、学生出演者・その家族に出向いてもらう機会を増やしていきたい。高校生の出演が時期的に試験と重なり難しいが、この年齢層にも参加してもらいたい。 西蒲区巻地区で生産される新潟市名産品、越王おけさ柿をより広めるため、イベントをコラボしていきたい。 2019年は上記の課題対策として例年より1週遅らせ第2日曜に開催する。



※ 写真は平成 29 年度開催時の様子

【西蒲区】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)	百縁市
事業者	西川ポイント会 西川地域 20～30 店舗で実施
実施背景	商店と地域住民の活力となるようなに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。
概要・内容	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 ・ フリーマーケット ・ 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)
成果	参加店が各店独自の 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、普段商店街を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 850 人
今後の課題	新規参加店増加を目的にワークショップの実施したことにより前年比 5 店増加となったが、マンネリ化を打破するために次回の出店に向けて各店が魅力ある 100 円商品の開発をすすめていく必要がある。 「夜の部」については、商店街の存在を直接利用機会が少ない消費者に PR できる貴重な機会であることから、内容の一層の充実を図り、地域密着型イベントとして定着させていく。 個店売上高前年比 3% 増加を目標とする。

