

「若江岩田きらりプロジェクト」の現状と課題について

東大阪市の商業振興施策においては、平成22年度策定の東大阪市商業振興ビジョンの基本方向の1つである元気グループ推進型支援の強化に重点をおいており、コーディネート系事業による商業者支援を進めている。中でも、平成25、26年度の東大阪市商店街活性化モニター事業および、平成27、28年度の東大阪市商業振興コーディネート事業のモデル地区となっている若江岩田商業集積地の若手商業者が集まった「若江岩田きらりプロジェクト」においては、既存商店街の枠を超え、地域の各種団体と協力しながら目覚ましい成果を挙げている。一方で、組織の運営や拡張に伴い、商業振興における新たな課題等も挙がってきている。

1. プロジェクトの新たな活動等について

「若江岩田きらり商店街～ぼくもわたしもお店屋さん」の開催

若江岩田駅前の行政サービスセンター「希来里（きらり）」内を会場として、当プロジェクトが初めて単体で企画・主催した、「若江岩田きらり商店街～ぼくもわたしもお店屋さん」を開催。イコーラム内に出店した地元店舗ブースにて子どもたちに職業体験や買い物体験等を楽しんでもらう事で、子どもやその家族に地域店舗の魅力を知ってもらい、お店のファンづくりや若江岩田地区全体の盛り上がり努めた。イベント開催前からJ:COM東大阪や東大阪経済新聞、週刊ひがしおおさか等、地域情報を発信する各メディアに取り上げられたこともあり、プロジェクトの名前や活動内容、各個店の知名度向上につながった。

また、イベントをきっかけに店舗に足を運んだ消費者（新規顧客）が複数いたことが、事業効果検証アンケート等を通じて、各店より報告されており、モチベーションの向上につながっている。

（「若江岩田きらり商店街～ぼくもわたしもお店屋さん」概要）

- ◎開催日時 : 平成28年7月3日（日）10～14時
- ◎開催場所 : 希来里6階イコーラム
- ◎対象 : 5歳～12歳程度の子どもと、その家族
- ◎来場者実績 : 約600名

2. 従来活動の継続と、新規活動を通じた効果

地域消費者への地域個店の魅力PR促進に加え、以下の効果が出ている。

- ①プロジェクト加盟店舗間の顧客ミックス

商店主がグループで活動を行うことで、各店舗の既存顧客がグループに加盟する別店舗の存在や魅力に気づくきっかけとなり、それぞれの店舗における新たな顧客の発掘・獲得につながっている。

②協力団体およびプロジェクト加盟者の増加

平成26年7月に5店舗からスタートした若江岩田きらりプロジェクトであったが、趣旨に賛同する地元商店主が増えている。

特に、「若江岩田きらり商店街」を実施するにあたってプロジェクト未入会の店舗や、各種地域団体等に対して積極的にイベント参加を呼びかけた結果、計16団体（コアメンバー5店舗を含む）が出展した。

また、イベント終了後は、当該プロジェクトの活動趣旨への賛同を強めたイベント参加店舗が新たに当プロジェクトへ加入し、今後の活動拡張への足がかりとなっている。平成28年8月時点での会員数は11店舗である。

③地域の教育機関とのつながり

近畿大学文学部、枚岡樟風高校の生徒が「若江岩田きらり商店街」当日のボランティアスタッフとして活動に参加。地域の教育機関とのつながりができた。

④地域メディア等との連携

高齢化や事業承継が大きな課題の一つとなっている商業集積地において、若手商店主が積極的な活動を推進する事で、地域メディア等の注目を浴び、プロジェクトの活動内容がテレビ放送、ウェブ新聞、各種団体の広報誌等で頻繁に取り上げられるようになったことにより、これまでプロジェクトのことを知らなかった地域の消費者がプロジェクトを知るきっかけが増えている。

3. 活動における効果検証

平成28年7月3日（日）開催「若江岩田きらり商店街」終了後、参加団体へアンケートを実施し、効果検証材料としてプロジェクトメンバー間で共有した。

4. 活動継続を通じて見えてきた新たな課題

①商店主間における負担の偏りと増加

(ア)組織の拡張に伴い、意思決定や連絡に時間がかかる、などの課題が出ており、コアメンバーの負担が増加傾向にある。

(イ)イベント等を実施する場合においても、コアメンバーがイベント事務局等をロー

テーションで運営するなどの対応をしている。プロジェクトやイベントの趣旨等から、店主は本来、自店ブース運営に専念できる環境にあることが望ましいが、終日フリーで動けるスタッフが不在であることにより、一部の店主の負担を増やす事になっている。一部の店主に負担が偏る事は、今後の組織運営の観点からも「息切れ」を起こす危険性を秘めており、解消に向けた動きが必要。

②組織の恒常的運営に必要な情報収集および情報発信の必要性について

組織の恒常的な運営、発展のためには市内の商業動向の変遷はもちろん、市内外に留まらない商業動向や地域活性化事例、地域で活動する各種団体の動向等の定期的な情報収集が欠かせない。同時に、地域住民や各種団体とつながりが出来たネットワークを失わないため、定期的な情報発信を心がけていく必要があるともいえる。

③事業等効果検証の方法・機会の確立について

グループ活動の活性化や認知度の向上に伴い、自主運営イベントの他、各種団体主催のイベントへの参加・協力の機会が増えている。しかし、全ての事業の実施や参加協力は、グループのキャパや店主の負担の観点からみても不可能である。グループ活動の目的や意義、効果を失わないためにも、改定、廃止、不参加決定等を見越した適切な事業効果検証が必要となってくる。ただし、メンバーのみで実施すると、第三者視点が欠ける可能性も含んでいる。

④その他課題（※H28.2の振興会議にて紹介済み）

既存商店街組織との調整や連携のあり方における課題

既存商店街の枠を超えた店主グループの活動を実施することで、新たな活性化活動が促進される反面、既存商店街からは商店街の対立組織と見なされたり、反対に、商店街の青年部として既存事業の運営を期待されることがある。商店街との独立した連携関係の構築には課題がある。