

四条大宮商店街振興組合

広域連携による商店街等活性化実験事業

～おこしやす四条大宮～

1) 事業者概要

実施団体名	四条大宮商店街振興組合
組員数	39名
所在地	京都市下京区四条通大宮東入立中町478番地 鳥居ビル6F
ホームページ	http://www.4jo.or.jp

2) 事業内容

実施期間	平成16年6月～平成17年3月
総事業費	2,950千円

事業実施の背景

当商店街では従来から新選組をテーマに活性化に取り組んでおり、「新選組のまち」を具体化し、活性化に繋げていくためには、新選組ブームを捉えた効果的な事業の実施及び継続を図っていくために、全国の新選組関係地との連携を確かなものにする取組が必要であった。

内 容

- 1) 全国「新選組」まちづくり会議 / 京都(第3回全国新選組サミットin京都)の開催
(新選組を通じた全国まちおこし会議の開催)
- 2) 「四条大宮 ONE・DAY・PARK 2004」の開催
(新選組パレード歓迎セレモニー・新選組扮装コンテスト・ジャズライブコンサートの開催等)
- 3) 新選組隊士への「絵手紙」募集
- 4) 四条大宮商店街加盟店情報マップの作成

目標及び達成状況

(目標)

- ・全国「新選組」まちづくり会議 参加者数 : 5,000人
- ・「四条大宮 ONE・DAY・PARK 2004」参加者数 : 50,000人

(達成状況)

- ・全国「新選組」まちづくり会議 参加者数 : 3,100人(15地域30団体の参加)
- ・「四条大宮 ONE・DAY・PARK 2004」参加者数 : 70,000人

効果及び評価

実施した事業に関しては、概ね成功であった。全国の新選組関係地、諸団体・組織との連携が生れたことは、これからの商店街事業にプラスになると考えられる。しかし、商店街加盟店においては、当初期待した様な経済効果はほとんど無かった。これは、大河ドラマブームに乗って入浴した観光客の多くは、予め旅行代理店が組んだツアーにより行動し、一部の観光施設、宿泊施設等に集中したため、商店街個店の営業には直結しなかったことによると考えられる。このことは、当初から予想されたことではあるが、商店街の活性化・まちづくりには、一過性のブームに一喜一憂することなく地道な事業の積重ねが必要であることを改めて認識することになった。



全国「新選組」まちづくり会議/京都

実施後の反省点

事業の成果を、商店街加盟の個店の活性化まで繋げることが出来なかった。

(次年度以降の取組み等)

大河ブームの過ぎたこれからが、商店街の正念場と言える。継続できる事業は残し、またこの間に生れた連携を活用した事業を構築していく必要がある。「絵手紙」募集などは、あまり経費のかかる事業ではないことから継続できるものである。さらに、800万人～1200万人とも言われる「団塊世代」を取り込む事業に取組んでいく。

事業成果のワンポイント

全国新選組まちづくり会議の開催や新選組パレード・交流会の実施など、NHK大河ドラマ「新選組！」ブームを活用し広く全国から集客することができた。全国新選組サミットが四条大宮商店街の呼びかけに始まり全国5か所で開催されるなど、新選組を通じた全国的なネットワークを構築することができ、今後の継続的な展開の基礎を築いた。



宵々山 新選組パレード



四条大宮 ONE・DAY・PARK 2004