

## テーマを実現するための具体的な取り組み

事業種類	1 キャラクターを用いた商店街活性化	2 農工商連携による地元野菜のブランド商品化	3 緑を活かした事業	4 人の交流を促進するような事業	5 産学官金ネットワークの形成による地元中小企業の経営力強化支援、産業人材（後継世代）育成の事業
事例名	地元ゆかりのキャラクター活用した商工学連携による街、商店街活性化	「江戸東京」をキーワードに江戸東京野菜によるまちおこし事業	京都市エコ商店街モデル事業	空き店舗利用子育てルーム「品川宿おばちゃんち」	「首都圏情報産業特区・八王子」構想推進協議会事業
地域 (地理的特色)	東京都世田谷区 ウルトラマン商店街（東京都世田谷区祖師谷商店街、祖師谷みなみ商店街、昇進会） 区の人口70万人以上。住宅地。小田急電鉄沿線。都心まで20分程度。	東京都小金井市  市の人口11万人以上。住宅地。JR線沿線。都心まで30分程度。	京都市上京区出町商店街  人口約10万人の京都市の中心部。	東京都品川区北品川商店街  区人口約35万人。都心部。	東京都八王子市  市人口約55万人。住宅地。都心から40分程度。多くの大学がキャンパスを移転させたことから複数の大学が立地。
事業の経緯	・同地区にウルトラマン等で有名な円谷プロダクションが所在。世田谷区売り込み隊 1 から円谷プロダクションに注目した企画が持ち込まれ、3 商店街において「ウルトラマンまちづくりプロジェクト」を開始。3 商店街を「ウルトラマン商店街」の愛称とする。	・小金井市と三鷹市で連携し、市民と事業者等の協働により、行政区域を越えて地域資源を組み合わせ、地域文化・歴史に根ざした個性あるものを復活・再生し、産業活性化を図ることを目的に、「みずとみどりのプロジェクト」そして、「水湧く（みわく）プロジェクト」を策定した。その一環の事業であり、「江戸東京野菜 創・再生プロジェクト」として、都立小金井公園内の江戸東京たてもの園と連携した地域活性化事業。	・京都市の環境対策の一環としてごみ減量推進会議のエコ商店街事業として出町商店街でごみの減量と商店街活性化を目指す活動を実施。	・区内でまちづくり活動を実施する2つのNPO法人がそれぞれ、商店街への新たな集客を目指し、賑わいづくりを一環として地域の子育て拠点の設置を検討していた。それぞれが個々に検討をおこなっていた。（子育て関連の活動を実施するNPO法人「NPO法人ふれあいの家-おばちゃんち」が拠点を探し、空き店舗解消、賑わい創出のためのNPO法人「NPO法人東海道品川宿」は空き店舗利用の一つとして地域の子育て拠点を検討） ・品川区においても、多様なニーズに対応する保育サービスの提供者、場所を検討しており（保育課）、空き店舗対策事業への出店が定着しないことへの対応策を検討（産業振興課）していた。 ・区が、地域に根ざしたサービスの提供を重視し、2つのNPO法人を引き合わせる形で、同2NPO法人が協業することとなり、	・八王子市と商工会議所の連携により、八王子の地域と産業における多様な「つながり」の創出を支援するため「首都圏情報産業特区・八王子」（通称、サイバーシルクロード八王子）の取り組みを開始。
事業概要	・地域で愛着が持たれているウルトラマンのキャラクターを活用しての地域連携を図る。 ・具体的な活動としては、コミュニティマート <sup>2</sup> の運営、商店街イベントへの住民参加・アイデアの募集などを実施。イベントのキャラクターとしてのウルトラマンの活用。ウルトラマンのオブジェ、商店街の垂れ幕、地域通貨（ウルトラマンチップ）、地域限定のウルトラマングッズの販売。地域清掃活動も地域の子どもたちがウルトラマン清掃隊として隊員姿で活動。 ・地元の大学（日本大学商学部）とも協力し、商店街活動への大学の参加のみならず、商店街だけでなく同大学学園祭にもウルトラマンが登場。ウルトラマンの街、ふるさととして、イメージを統一化。	・市内の農家の協力により昔懐かしい味わいのある伝統野菜（江戸東京野菜）を復活栽培し、「黄金（こがね）の昔野菜」として地域ブランド化 ・市内の博物館とも連携し、江戸の衣食住文化の紹介とともに、食文化として江戸野菜を紹介。（食だけでなく、博物館等を市内名所を回遊するイベント開催。） ・イベント、コンテストの開催、収穫体験、創作料理の販売、小金井野菜の直売。江戸の衣食住にまつわるワークショップ開催。小金井は都内の桜の名所であることから、花見シーズンには小金井野菜を活用した花見弁当「春うららのお花見弁当フェア」を開催。 ・市内商工会が実施する別事業（黄金のまちおこし事業）と連携し、市内飲食店を対象に江戸東京野菜を使った料理の勉強会を開催。	・京都市が推奨する事業として、商店街における買い物袋削減、対面販売による量売り、裸売り、詰め替え商品・再使用可能容器入り商品の販売、店頭回収品、商店街独自のエコ検定、エコスタンプ事業（レジ袋を辞退する等でポイント加算）などの実施、ごみ減量などの取組の推進 ・その他、商店街振興組合において出町ホテルの会を組織。出町（賀茂川）にホテルの飛ぶような町にしようと「エスプラナード 3出町計画」を推進し、毎年、環境保護を目的とした事業に自主的に取り組んでいる。（トレー回収など） ・京都議定書バースデーウォーキングなどの環境関連のイベントの際に商店街でのイベント開催。	・空き店舗を利用しての子育て支援、交流ルーム設立。 ・交流ルーム活動内容としては、子どもの一時預かり、月極保育（短時間就労者の子供の保育）、子育て家庭の育児不安への相談、子育てサークルへの支援等。 ・利用者は登録年会費を支払い、利用回数・時間に応じて利用料を支払う。 ・空き店舗対策、商店街への親子連れ集客を目指す。 ・今後は、高齢者向けのディサービス等への展開を検討中。	・市内企業、企業OB、大学、金融機関と連携した活動を実施。 ・企業と大学との連携としては、例えば、企業交流会への大学の参加や人材交流など。例えば、「3日間の社長のかばん持ち」プロジェクトでは、地元の大学生、高専の学生が中小企業の仕事を理解し、将来の職業の選択肢を広げるための取り組みとして、3日間中小企業の社長と行動を共にする事業。将来の後継者候補を育成。 ・「HIT（八王子ITネットワーク）」として、市内の40余りのIT事業者のOB、「ビジネスお助け隊」として、生産管理や労務管理などの経験をつんだ大手企業のOBが約60人集まり、地元中小企業の相談に乗る仕組み。現場で培った実績と経験に基づくアドバイスが可能。
効果・成果	・東京都の地域連携型モデル商店街事業に指定。第二回東京都商店街優秀賞受賞。 ・地域通過の活用等による地元住民の地域活動への参加、商店街での買い物推進。 ・ウルトラマンの街として統一化を図ったことで、メディアからの注目集める。PR効果でイベント時には、往年のウルトラマンファン、子ども連れが他地域から来訪。	・イベントの来訪者も多く、各イベントの来訪者アンケートの結果の評判もよい。 ・メディアでも多く取り上げられ、注目されている。（例） ・お正月イベント参加者500人に対して応募が2000人以上 ・「江戸東京のたてもの食を楽しむ」イベント来訪者数（1日）：2000～1600人（平成19、20年） 13店舗参加し、各店舗テナント行列ができていた。 来訪者アンケート： 回答者の9割が東京江戸野菜に「興味を持った」、8割が東京江戸野菜料理に「満足した」と回答。 アンケートの意見： 「楽しかった」「また参加したい」との意見が多く、購入方法や調理方法に関する問い合わせ等。	・環境イベントの開催、環境団体、大学との連携により商店街に賑わい創出。（エコ活動以外に、地元の同志社大学学生が町屋プロジェクトとして商店街にかかわりを持つ。商店街でフリーペーパーを発行し、地域住民との情報交流の拠点となっている。） ・商店街から出る生ごみを肥料化し、京極小学校内にゴーヤのグリーンカーテンづくりを実施。循環型社会への取り組みを地域ぐるみで実施。	・特に一時保育は急な利用への対応や1時間でも預かってもらえる評判がよく、利用者が急増。 ・商店街に通い子育てルームの利用を重ねるうちに、商店街での買い物が増加。また、利用者と商店街、住民同士が顔見知りとなり、地域住民の交流が促進されている。	・社長のかばん持ちに参加した学生が地元中小企業に就職。 ・総務省・地域づくり総務大臣表彰（平成19年） ・中小企業基盤機構・創業・ベンチャーフォーラム「ベンチャーフェアJAPAN2009」起業者支援家部門経済産業大臣賞

<p>実施体制</p>	<p>・運営主体：ウルトラマン商店街（祖師谷、祖師谷みなみ、昇進会の3つの商店街組合） 同商店街理事には、3商店街の理事他、日本大学事務局長、近隣の自治会長、円谷プロダクション社長が参加 ・協力：日本大学商学部、世田谷区、円谷プロダクション、小田急電鉄</p>	<p>・運営主体：小金井市経済課（「水湧くプロジェクト・イベント実行委員会事務局」） 委員は、行政、市民団体、農業関連団体等 ・協力：東京むさし農業協同組合 江戸東京たてもの園 東京農業大学科学博物館 等</p>	<p>・運営主体：出町商店街振興組合 京都市ごみ減量推進会議との協業事業、商店街独自の活動（ホテルの会） ・協力：びっくりエコ実行委員会（環境関連団体） 地元大学（同志社大学、京都精華大学等）</p>	<p>・運営主体：NPO法人東海道品川宿、NPO法人「ふれあいの家おばちゃんち」 保育士2人、保育サポーター養成講座終了者であるサポーター2人が常駐。子育てがひと段落した世代の参加が中心。 ・協力：品川区産業振興課、保育課（家賃助成） 区の補助は家賃補助のみ。運営費は利用料金を収受。</p>	<p>・運営主体：「首都圏情報産業特区・八王子」構想推進協議会 運営委員会（地元関連団体、企業から委員を選出） ・協力：八王子市と商工会議所、地元企業、金融機関、大学</p>
<p>行政の関わり</p>	<p>・「ウルトラマンプロジェクト」の音頭とり。商店街、円谷プロ、大学の協力、連携をコーディネート。 （例えば、商店街活動におけるウルトラマンキャラクターの無償使用を可能とした） ・区と商店街でまちのモラル向上キャンペーン、イベント（交通安全、歩きタバコの防止、自転車の駐輪の整理、ごみの出し方など）開催。</p>	<p>・小金井市が事務局となり、イベント実行委員会を運営。市内の農業関係者、関係事業者、市民の協力を要請し、市が事務局として調整。 ・事業安定化のための生産・流通・販売までの仕組みづくりとその推進体制づくりを推進（農水省の交付金を受けスタートする「異業種連携プロジェクト」との連携を図り、地場農産物の市内流通のコーディネーター育成と組織化を目指す。）</p>	<p>・京都市ごみ推進会議のエコ商店街の第1号に認定。 ・環境関連の商店街イベントに市長等が参加し、普及啓蒙。</p>	<p>・まちづくりの活動を実施するNPO法人同士の活動内容、ニーズを把握し、両者の橋渡し役として地域協業、連携のコーディネートをおこなった。 ・都、品川区で空き店舗対策事業として、改装費、家賃の1/3補助を実施。（補助期間3年） ・区報や区のホームページにて情報提供</p>	<p>・八王子市で商工会議所と連携して「首都圏情報産業特区・八王子」構想推進協議会を設置。</p>
<p>練馬区の参考ポイント</p>	<p>・キャラクター企業、大学、商店街、区の連携。同一テーマにおける周辺商店街の連携。 ・地元に着用のあるキャラクターの使用。徹底した統一的なイメージづくり（祖師谷、砧といえ、ウルトラマンが定着）</p>	<p>・市が一丸となつての統一的なテーマ（東京江戸の衣食住）への取り組み。その中で地元の農産品を活用。 ・農産品のPR、メニューへの活用を通じた商品化（商業、商店との連携）とともに、地域文化、地域の観光名所、散策に連動させたイベントの開催で観光、賑わい創出の効果。 ・事業の安定化、継続性のための仕組みづくり（PRした製品の供給安定化のための生産・流通・販売の仕組み、推進体制づくり）</p>	<p>・商店街活動と環境保全活動の連動。 ・行政、地元大学、小中学校、地元住民が参加しての商店街の環境活動（環境をキーワードにした商店街と地域交流、連携）の促進。ごみ減量のための裸売りなど、昔ながらの対面販売等による商店街の商店活用促進。</p>	<p>・空き店舗対策と商店街に地域コミュニティの中核の形成。地域住民のたまり場の形成。 ・子ども、子育てを通じた地域交流の活発化。 ・子どもを預けに商店街に通うことで、商店街での買い物利用者の増加を狙う。</p>	<p>・後継者不足の対応策として、地元大学生を将来の後継者候補として、地元中小企業の仕事を知らせるための機会を提供。 ・企業間の交流だけでなく、交流の場に大学も参加することで、大学の持つ知識と企業のアイデア、技術とのマッチングの促進を図る。 ・大手企業のOBをアドバイザーに活用することで、中小企業経営において、大手企業のノウハウなど現場経験を吸収する機会を提供。</p>
<p>その他の類似参考事例</p>	<p>・商店街の幅801mにちなんで、商店街のマスケットキャラクターとして、地元の大学生がデザインした「801（やおい）ちゃん」を開発。オリジナルグッズなどの販売やブログ等でのPRを実施。修学旅行生が商店街を訪れるなど観光スポットとなっている。（京都・御園橋801商店街）</p>	<p>・秋田県羽後町では、JAと羽後町出身の漫画家が共同で「萌え米」ブランド化。米のパッケージを美少女アニメーションとすることにより、消費者に注目され、味の良さが評価され、売上が向上。</p>	<p>・太陽発電によるアーケード内の冷房化（京都・伏見大手商店街） ・商店街にエコステーションを設置し、空き缶を回収するリサイクル事業を実施。空き缶を持ち込むと商品割引券が当たる（東京・早稲田商店街） ・商店街オリジナルエコバックの配布。エコバック持参で商店街ポイント加算等。（京都・東山区古川町商店街、京都・中京区京都三条会商店街）</p>	<p>・高齢者の買い物支援「エスコーターズ」（高知TMO） ・車椅子、電動スクーターの貸出（茨城・水戸本町3丁目商店街） ・商店会での高齢者向け宅配サービス（FAXで注文）（京都・西新道錦会商店街） ・1人暮らし高齢者向け昼食宅配サービス（東京・東和銀座商店街） ・お買物バスを運行。料金は大人200円、子ども100円であるが、買物をする事により、バスの料金を割り引き制度の導入（神戸市東灘区岡本商店街）</p>	<p>・「苦情・クレーム博覧会」というHPも設置し、消費者が日ごろから商品やサービスに対して感じる不満や意見、アイデアの書き込みを行い、有料で企業にその情報を提供。商品化の参考になった場合、意見を出した人に報酬が入る仕組み。（福井・福井商工会議所） ・町ぐるみの商品開発、販売の取り組みとして「さかい発ビジネスオーディション2007年」準グランプリを受賞したビジネスプランなどが類似例としてある。（大阪・堺市・企業） ビジネスオーディションとして堺市が主催し、商工会議所や金融機関等が協賛するイベントで、市内で1年以内に起業した（する）者を対象にビジネスプランをオーディションさせ、グランプリ受賞した場合、賞金、融資支援などビジネス化するための支援を実施。（大阪・堺市）</p>
	<p>1 世田谷売込み隊とは、世田谷区の職員による4～6名によるプロジェクトチームで、 2 コミュニティマートとは、空き店舗を利用し、商品の販売を行ったり、地域住民や学生が活動、交流する場。</p>		<p>エスプラナードとは、水辺の歩道のこと。</p>		