

N E X T 商店街プロジェクト



# 熊谷市の取組



2020年 3月26日  
熊谷市商工業振興課

# 対象地域



## 商店街の概要

対象商店街数：3

- ①星川通中央親交会
- ②星川通り商店街振興会
- ③上熊谷商店街

会員数：85

- ① 40
- ② 31
- ③ 14

業種構成：

飲食	36	金融	6
小売	23	不動産	4
サービス	6	その他	6
医療・サービス	4		

概要：

対象エリアは、中心市街地の中央に位置しかつて市内最大規模の繁華街であった。たが、後継者不足や売上減少を理由に廃業が進み、経営者の高齢化が深刻。青空駐車場の増加により商店街の連続性に欠け、エリアマネジメント上の問題が発生。

## 課題

- かつては市内最大規模の繁華街だったが、現在では、後継者不足や売上減少を理由に廃業が進み、経営者の高齢化が深刻。
- 店舗を解体し青空駐車場とするオーナーが多く、商店街の連続性に欠けるなどエリアマネジメント上の問題が発生。
- 各種イベントの開催に対する、商店街会員との事業参画の意欲や意識の違いが露見。

## 対応策

- Uターンの後継者やIターンで新規創業する若者が増えている特徴を生かし、地域の人と連携しながら若手商業者の育成を目指す。
- 市街地に点在する空き家の利活用や個店開業の促進を強化し、エリア全体における活性化の起爆剤に繋げる。



# 取組

2019年度 開催経過

## ① 星川夜市 -Hoshikawa Night Bazar-

星川沿道（市道）を通行止めにしマーケットや子ども向けのアトラクションを開催。20歳代を中心とした実行委員会形式で運営。

- ・ 開催日：毎月第2土曜日 17:00～21:00  
※2018年10月よりスタート（冬期を除く）
- ・ 出店者数：1回あたり平均33店舗
- ・ 来場者数：1回あたり平均1,456人
- ・ テーマ「熊谷に住んでる人が楽しめる  
アットホームな星川にしたい」

月	出店者数	来場者数
4月	34店舗	1,430人
5月	33店舗	1,279人
6月	30店舗	1,162人
7月	44店舗	1,425人
8月	34店舗	1,288人
9月	38店舗	3,444人
10月	台風19号直撃のため中止	
11月	35店舗	1,408人
12月	33店舗	1,243人
3月	新型コロナウイルスの影響で中止	



市内の小中学生や専門学校生、他のイベントとのコラボを積極的に行い相乗効果を図ってきた

# 取組

## ② くままーけっと

中心市街地の未利用公共スペース（市営本町駐車場）を活用したマルシェを開催。

子育て世代の女性達による実施主体が運営。

- ・開催日：11月23日（祝）11～16時
- ・出店者数：53店舗 ※雨天だったが屋内につき
- ・来場者数：578人 予定どおり実施
- ・テーマ「**家族三世代で楽しむ  
未来に繋ぐ子育てマーケット**」



# 取組

## ③ シェアカフェ☆エイエイオー

空き店舗（旧・酒店）をリノベーションしたシェアスペースを改装し「シェアカフェ」をオープン。地元建築士集団A.A.Oが運営。

- ・ オープニングパーティ：2月15日（土）

市内で空き店舗を使って開業した店舗紹介パネル展示  
空き店舗活用オーナーによるトークセッションを実施

- ・ 曜日ごとの利用枠⇒現在 3枠の事業者決定

## ④ 「ナイトピクニック」実証実験

星川通りのポテンシャル向上を目指し、水辺を有効活用する方法の検討や、設置してある東屋等を活用し実験的にピクニックを実施。

- ・ 開催日：6月13日（木）等



## 効果(KPI)

### ① 星川夜市 -Hoshikawa Night Bazar- 来場者数

目標 1,200人／1回平均 → 実績 1,436人

### ② Instagram ハッシュタグ(#)数

目標 累計投稿 1,000件 → 実績 1,397件

### ③ 空き店舗を活用した新規出店者数

目標 2件 → 実績 6件

### ④ 「空き家バンク」掲載物件数

目標 5件 → 実績 5件



## 効果(定性的)

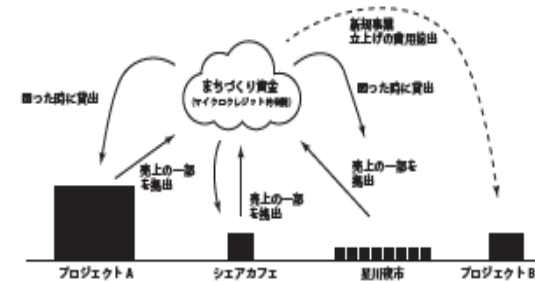
### ① 実行主体（プレイヤー）の経験値が向上

- ・星川夜市実行委員は、夜市の定期開催を維持しながら、若手メンバーが自発的にアイデアを出せる環境を整備。
- ・くままーけっと実行委員は、雨天時でも順延なく実施する運営手法に対し、出店者から一定の評価を得た。
- ・両実行委員ともに、他団体との連携や他のイベントとの差別化など、プレイヤーの意識向上が図られた。



### ② 空き店舗を活用し創業希望者のスタートアップ支援拠点を構築

- ・リノベーションの過程で実施したワークショップでは、周辺住民など様々な人を準備段階から巻き込めた。
- ・シェアカフェオープニングイベント内トークセッションでは、今後の空き家活用に繋げるきっかけを作った。
- ・売上の一部をまちなかの賑わいづくりの資金として活用し、持続的に地域を盛り上げるビジョンを構築。

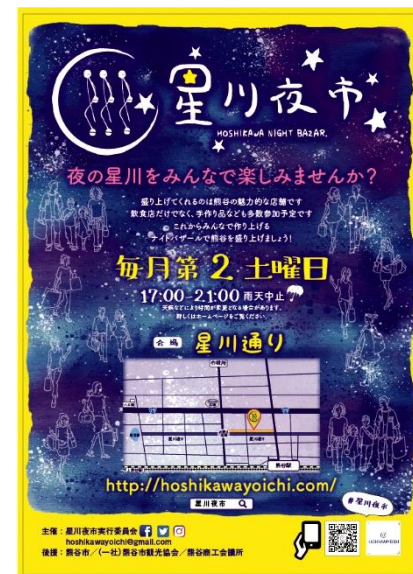




# 広めたい手法

## ① 若手人材ならではの集客の手法

- ・複数のSNSやHPを積極的に活用した、ペーパーレス化による情報発信を展開。  
(開催告知・出店者募集・実行委員間の連絡調整)
- ・出店者側が保有する各々のSNSツールでも、イベントについて積極的に拡散し自店の顧客の来場を促進。



## ② 未利用公共スペースの有効活用

- ・大規模な公共施設がない中心市街地において、大人数の来場者が集える空間を作り出すことができた。
- ・全天候対応可能な立体駐車場での開催ゆえに、中止の可能性が低く出店者の仕入の心配がなかった。
- ・設備の特性上、ターゲットであるベビーカー連れの家族や高齢者も安心して来場することができ、当日施設の稼働率や利用料収入が大幅に増加した。



# 自走に向けた課題

## ① プレイヤーの確保とイベントの魅力づくり

- ・星川夜市に関しては、開催から1年以上が経過したが、実行委員の当日参加者数と出店店舗数の双方とも伸び悩みがみられる。
- ・新たな夜市運営スタッフの募集やイベント自体の魅力・雰囲気づくりの再構築が急務。
- ・実行委員の運営の自走化に向け、適宜出店料を見直し、継続資金の確保に努める。

■出店料変更について

ジャンル	2019年度	2020年度
飲食	1,000円 →	2,000円
クラフト	1,000円のまま	
ライブパフォーマンス	無料 →	1,000円
企業（営利）PRブース	無料 →	1,000円
非営利PRブース	無料のまま	

※初回出店は今後も無料

## ② 空き店舗の更なる活用強化

- ・対象エリアの地権者交渉を進めたが、「空き家バンク」搭載物件は予想した程増えなかった。
- ・シェアカフェの日替わり店舗入居者が増加するよう周知を続け、安定収入の確保に繋げる。
- ・シェアカフェや周辺の空き店舗を活用し、来街者が滞留できるエリアの創出を図る。

