

活性化モデル商店街の成功事例

商店街：株式会社安城スタイル

●キャッチフレーズ

「新美南吉」と「願いごと」が、安城まちなかの財産

◎商店街の将来ビジョンの実績

【新美南吉資源活用事業】

毎年継続的に南吉壁画事業を行い、商店街に新美南吉の作品を感じられるポイントが増加している。また、安城市による南吉を顕彰するモニュメントの整備も進んでいる。これらハード整備に合わせて、「南吉あしあとマップ」の配布や壁画場所への案内表示板の設置などのソフト整備によって「南吉ファンが訪れたいまちづくり」や南吉に関わる市民団体、南吉の下宿先家主などとのコミュニティの形成が進んでいる。

また壁画描画店が増えてきたことで、壁画を鑑賞しながら商店街を回遊する姿も増えてきている。来街者の多くは市内在住者であるが、最近は近隣市在住の方も多くなり、徐々に広域的になりつつある。まだ全国から新美南吉ファンが来ているとは言えないものの、先に掲げた将来のビジョンに向けて一歩ずつだが確実に進んでおり、同時に商店街各店の販路拡大に繋がった。

【願いごとイベント展開事業】

「願いごと」をまちづくりの根本に据えるため、安城七夕神社を活用したイベントや安城七夕まつりの公式キャラクター「キーぼー」を活用したイベントを夏の安城七夕まつりだけでなく、年間を通じて行った。このため商店街と七夕神社の認知度が向上し、七夕神社と商店街の回遊が少しずつだが起こり始めている。また、七夕神社の参拝者も増加し、七夕神社奉賛会と商店街のコミュニティの形成も進んでいる。

これらのことから、願いごとイベントと七夕神社とのコラボレーションによって、今まで安城のまちなかに比較的関心が薄かった若年層や子育て世代が商店街や七夕神社に訪れるようになってきている。また、願いごと短冊等を活用したイベントの開催によって、“願いごとといえば安城”というブランドが定着しつつある。

◎事業実績

○新美南吉資源活用事業

- ・「南吉あしあと店」表示板の設置（24年度～27年度）
- ・「南吉あしあとマップ」の作成（24年度～26年度）
- ・「新美南吉スポットPRパンフレット」の配布（25年度、26年度）
- ・南吉生誕百周年記念の各種イベントとの連携（25年度）
- ・安城市主催のあんじょう新美南吉生誕祭との連携（26年度）

○願いごとイベント展開事業

- ・七夕期間以外の願い事イベントの開催（24年度～26年度）、七夕神社と願いごとイベントとの連携（恋愛成就イベント）（27年度）

- ・「願いごとのまち回遊マップ」の作成（24年度～27年度）
- ・「願いごとのまちPRパンフレット」の作成、七夕神社へ短冊設置台等の設置（25年度）
- ・市民団体組織である町内会及び安城七夕神社奉賛会との調整（26年度）

◎事業の効果

○新美南吉資源活用事業

最近、「南吉壁画を見たい。」「南吉の下宿に行きたい。」という問い合わせが月に数人ずつ発生してきている。これは、今までになかったことであり、知名度向上につながっていると考えられる。

○願いごとイベント展開事業

安城七夕神社を活用したイベントを断続的に行ってきた結果、安城七夕神社と商店街との連携度が向上し、市民の七夕神社の認知度が向上した。この結果として、七夕神社から商店街への回遊も増加し、平成28年2月に開催した商店街と神社の回遊イベント「LOVE WALL」では、米粉を使った食品である「キーぼーおこしもの」（限定200個）を限定数近くまで配布できた。これらのことから、商店街への回遊数が増加し、来街者数も増加したと考える。



（新美南吉生誕百周年記念イベント）