

■全国事例から考察される賑わいづくりのための具体的事業案

提案NO.	事業名	概要
1	ウォーキングトレイル整備事業	大月市の駅から猿橋や岩殿山、桂川等大月市の魅力を楽しめるウォーキングトレイルの整備事業。 観光名所や自然を歩いて回れる散策路を整備、市民や来訪者にウォーキングを楽しんでもらう。
2	歩いて買い物や食事ができる商店街事業	大月駅周辺の道路をオープンモールと位置付け、時間限定の歩行者専用道路として開放、歩いて買い物や食事ができる商店街を目指す。
3	まちなかサロン支援事業	商店街、地域住民、高齢者、短大生、高校生、児童等の活動や交流の拠点として「まちなかサロン」を整備、多世代交流を図る。 活動を通して、まちづくりのアイデアや地域資源の発掘、アンテナショップの運営などを行なう。
4	着地型観光事業	「健康」と「観光」を融合した「ヘルスツーリズム」の展開。 大月短大生による提案の実現。
5	連携型地産地消ショップ事業	地域の特産物、農産物を集めた店舗を商店街に設置、住民や観光客に提供する事業。 生産者と連携を取り、商品を展示販売。 他地域とも連携をはかり、大月では手に入らないものも手に入れる事が出来るようにする。 産直市場をもう一段レベルアップした事業とする。
6	街かどギャラリー事業	大月駅前広場や歩行者専用通路を活用し、地域の学生や社会人、絵画同好会、画家等の絵画や写真書画、陶器等を展示する場所を整備、中心商店街の活性化につなげる。
7	人・物・心を運ぶサービス事業	地域住民が利用しやすい商店街を目指して商店街が住民向けの人・物・心を運ぶサービス事業を実施する。サービスを通して住民との交流をはかり、より住民に喜ばれる商店街を目指す取り組み。

全国事例から考察される賑わいづくりのための具体的事業案

提案NO	01	ウォーキングトレイル = 散策路
事業名	ウォーキングトレイル整備事業	
概要	大月市の駅から猿橋や岩殿山、桂川等大月市の魅力を楽しめるウォーキングトレイルの整備事業。観光名所や自然を歩いて回れる散策路を整備、市民や来訪者にウォーキングを楽しんでもらう。	
目的	最近の健康志向を受け、ウォーキングを楽しむ人は年々増えている。このトレイルと商店街を結び中心市街地と地域全体の活性化に結び付ける。	岩殿山
内容	<ul style="list-style-type: none"> ・ 岩殿山と猿橋をめぐる歴史散策コース ・ 桂川の清流と自然を巡るコース ・ 地域の食材を楽しむコース ・ 富士山絶景ポイント歩きコース 等地域の魅力を散策できる環境づくりを行なう。 案内板の整備・トレイルマップの作成。	
効果	<ul style="list-style-type: none"> ・ 点として存在していた観光資源を線として活用できる。 ・ トレイル沿いの店舗や商店街の賑わいが創出される。 	猿橋
課題	・ 安全・安心、景観の活用、快適なトレイル、探索の楽しみ、健康づくりに役立つコース、地域の素材を生かす等の観点から魅力あるコースを調査検討する必要がある。	
備考	参考資料 国交省道路局HP www.mlit.go.jp/road/road/yusen/wtrail/index.html 宮城県松島町(全国事例番号：1-11)	 <p style="text-align: center;">ウォーキングトレイルマップ</p>


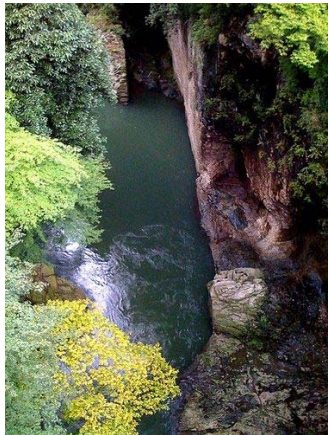

全国事例から考察される賑わいづくりのための具体的事業案

提案NO	02	オープンモール =車の走らない商店街
事業名	歩いて買い物や食事ができる商店街事業	
概要	大月駅周辺の道路をオープンモールと位置付け、時間限定の歩行者専用道路として開放、歩いて買い物や食事ができる商店街を目指す。	 <p style="text-align: right;">川越駄菓子横丁</p>
目的	歩いて買い物や食事ができる商店街の構築。 地域住民が利用しやすい商店街の構築。 大型店や近隣商店街に対抗するために、車の走らない商店街作りを目指す。 地域の特色を打ち出し、地域以外からの誘客を目指す。	
内容	道の狭さを利用し賑わいを演出。 市場をイメージした商店街作り。 まちなかサロン、休憩所等を通り沿いに設置。 地域住民の要望を満たす商店街を目指す。	 <p style="text-align: right;">京都錦市場</p>
効果	車のない歩行者中心の商店街を構築できる。 商店街の再生が期待できる。 高齢者や弱者にやさしいまちづくりができる。	
課題	<ul style="list-style-type: none"> ・ 交通規制に伴う道路沿いの住民の協力が必要。 ・ 店主の協力が得られるか。 ・ 車利用者のための駐車場の確保ができるか。 	
備考	参考資料 YAHOO地図・画像 asobiba.jp/asobiba/contents/asobiba019_kawagoe_kashiya.htm www.kyoto-nishiki.or.jp/	

全国事例から考察される賑わいづくりのための具体的事業案

提案NO	03	アンテナショップ =実験的に商品を販売するお店。
事業名	まちなかサロン支援事業	
概要	商店街、地域住民、高齢者、短大生、高校生、児童等の活動や交流の拠点として「まちなかサロン」を整備、多世代交流を図る。 活動を通して、まちづくりのアイデアや地域資源の発掘、アンテナショップの運営などを行なう。	 <p style="text-align: right;">まちなかサロン外観</p>
目的	街の主角である高齢者、短大生、高校生、児童などがまちなかで安心して交流できる場を作り、商店街に来てもらうための仕掛けを作る。 このサロンをきっかけに商店街と住民の交流をはかり、中心街の活性化につなげる。	
内容	<ul style="list-style-type: none"> ・ 空き店舗を活用した「まちなかサロン」の開設 ・ 商店街や地域のイベント情報の提供 ・ アンテナショップの開設 ・ 休憩や待ち合わせ等の交流の場の提供 	 <p style="text-align: right;">情報スペース</p>
効果	<ul style="list-style-type: none"> ・ 利用者の意見を吸い上げる事が出来る。 ・ 商店街と住民の接点ができる。 ・ 多世代交流の場ができる。 ・ 待ち合わせ場所や休憩場所として利用できる。 ・ アンテナショップとしても活用できる。 ・ 若者カフェなどの実験もできる。 	
課題	<ul style="list-style-type: none"> ・ 空き店舗の確保 ・ 運営主体の設立 ・ 運営ノウハウの習得 	 <p style="text-align: right;">配置レイアウト例</p>
備考	<p>参考資料</p> <p>秋田市市民交流サロンHP www.alve.jp/salon/shitunai.htm 鳥取県 倉吉市(全国事例番号：2-17)</p>	

全国事例から考察される賑わいづくりのための具体的事業案

提案NO	04	着地型観光 ＝地域が主体となった観光事業
事業名	着地型観光事業	
概要	「健康」と「観光」を融合した「ヘルスツーリズム」の展開。 大月短大生による提案の実現。	
目的	地域資源を活用する方法として、着地型観光ビジネスを立ち上げ、新しい形で大月の魅力を内外に発信する。 ビジネスに合わせて、大月の新しい魅力を発見する。	
内容	「大月市発・ヘルスツーリズム」で提供するサービスでは、1年間に渡って大月市を囲む山々にある多彩な登山コースを利用したトレッキングをメインプログラムとして楽しんでもらい、登山の後には地域の食材を使用した食事の提供や、温泉で疲れを癒してもらおうといったコースとする。	
効果	<ul style="list-style-type: none"> ・ ツアー参加者は環境配慮の認識が高まる。 ・ 宿泊業者、飲食業者、ツアーガイドなどを結びつけることで地域内の経済循環や新たな雇用創出が期待できる。 	
課題	他地域でも色々な角度から研究し、展開しているので、いかに大月の魅力を表現、他との差別化ができるかが課題となる。	
備考	参考資料 大月短大生による 第5回懸賞付学生論文大会・発表論文より	

トレッキング



桂川の清流

駒橋発電所のタービン




全国事例から考察される賑わいづくりのための具体的事業案

提案NO	05	地産地消 ＝地域で生産したものは地域で消費しようという運動
事業名	連携型地産地消ショップ事業	
概要	<p>地域の特産物、農産物を集めた店舗を商店街に設置、住民や観光客に提供する事業。 生産者と連携を取り、商品を展示販売。 他地域とも連携をはかり、大月では手に入らないものも手に入れる事が出来るようにする。 産直市場をもう一段レベルアップした事業とする。</p>	 <p style="text-align: right;">直売所</p>
目的	<p>地域住民と生産者、商店街の連携による商店街の活性化を目指す。 また、他地域の同じような事業と連携し、新しい商品取引ネットワークを構築、商品の多様さと魅力を向上させる。 地域の生産者の後押しをする。</p>	
内容	<ul style="list-style-type: none"> ・ 地域特産物、農産物等の生産者と連携し、旬の食材や特産物を地域住民や観光客に提供する。 ・ 他地域との連携をはかり、大月では提供できない食材等も住民に提供する。 ・ ネットやチラシを通して、商品の先行情報を提供、消費市場を確保する。 	 <p style="text-align: right;">特産品</p>
効果	<ul style="list-style-type: none"> ・ 地域の生産者の市場を開拓できる。 ・ 商店街に新しい魅力を生み出せる。 ・ 地域住民と商店街とのコミュニケーションが図れる。 ・ 他地域の商品を手に入れる事が出来る。 	
課題	<ul style="list-style-type: none"> ・ 店舗の確保と商店街の協力。 ・ 商品をどれだけ揃えられるか、生産者の協力。 ・ マーケットをどこまで開拓できるか。 	 <p style="text-align: right;">他地域の特産品</p>
備考	<p>参考資料 東京千歳農産物直売所 www.ja-tokyochuo.or.jp/jigyuu/shidoukeizai/ 下仁田ネギ産直センター www.shimonita-negi.com/negi/sale/ 愛媛県 新居浜市(全国事例番号：2-23)</p>	

全国事例から考察される賑わいづくりのための具体的事業案

提案NO	06	ギャラリー =画廊
事業名	街かどギャラリー事業	
概要	大月駅前広場や歩行者専用通路を活用し、地域の学生や社会人、絵画同好会、画家等の絵画や写真書画、陶器等を展示する場所を整備、中心商店街の活性化につなげる。	
目的	絵画や写真等の芸術を、人と人、人と物をつなぐコミュニケーションツールとしてとらえ、芸術を通して市民の心を豊かにし、市民の交流促進の援助を行なうとともに市民文化の向上を図る。 公的空間(歩道や広場)をコミュニケーション空間として活用する。	街頭ポスター展示
内容	<ul style="list-style-type: none"> ・ 市民や来訪者に発表の場を開放する。 ・ 子供・学生絵画展 ・ 季節の写真展・大月の魅力展等の展示 ・ 展示会をバックアップするイベントの実施 ・ 利用場所は駅前広場、歩行者専用通路、既設商店ショーウィンドウ、空き店舗等 	
効果	<ul style="list-style-type: none"> ・ 市民の芸術に対する心を向上できる。 ・ 市民文化の創出につながる。 ・ まちを生活の場だけでなく、心を豊かにしてくれる場所として活用できる。 	通路を利用した展示
課題	<ul style="list-style-type: none"> ・ サポート体制の構築 (人の手配・情報管理・情報発信) ・ 運営費用 ・ 学校や同好会との協力関係の構築 	
備考	<p>参考資料</p> <p>栃木県大田原市街かど美術館HP ohtawara.jp/machikado/kako.html 大阪府(全国事例番号：3-12)</p>	

全国事例から考察される賑わいづくりのための具体的事業案

提案NO	07	
事業名	人・物・心を運ぶサービス事業	
概要	地域住民が利用しやすい商店街を目指して商店街が住民向けの人・物・心を運ぶサービス事業を実施する。サービスを通して住民との交流をはかり、より住民に喜ばれる商店街を目指す取り組み。	
目的	利用者目線に立った商店街のあり方をめざし、人・物・心を運ぶサービス事業を通して商店街の活性化をはかる。	お店の広告入りの傘
内容	<ul style="list-style-type: none"> ・人＝託児サービス、タクシー手配 ・物＝無料傘貸し、買い物カートサービス ・心＝手荷物運び、道案内などを商店街の利用者に提供する。 	
効果	<ul style="list-style-type: none"> ・高齢者や子育て世代を商店街に誘引出来る。 ・近隣商圈での優位性を確保できる。 ・利用者とのコミュニケーションが図れる。 ・話題性を提供できる。 ・自分の街に誇りを持つ。 	キッズスペース
課題	<ul style="list-style-type: none"> ・要員の確保 ・利用率 ・運営費用 	
備考	<p>参考資料 YAHOO画像検索資料 兵庫県 神戸市岡本商店街振興組合 (全国事例番号：3-15)</p>	道案内