



下諏訪・御田町商店街 これからの「商店街」の価値

NPO法人 匠の町しもすわあきないプロジェクト

原 雅廣



下諏訪町

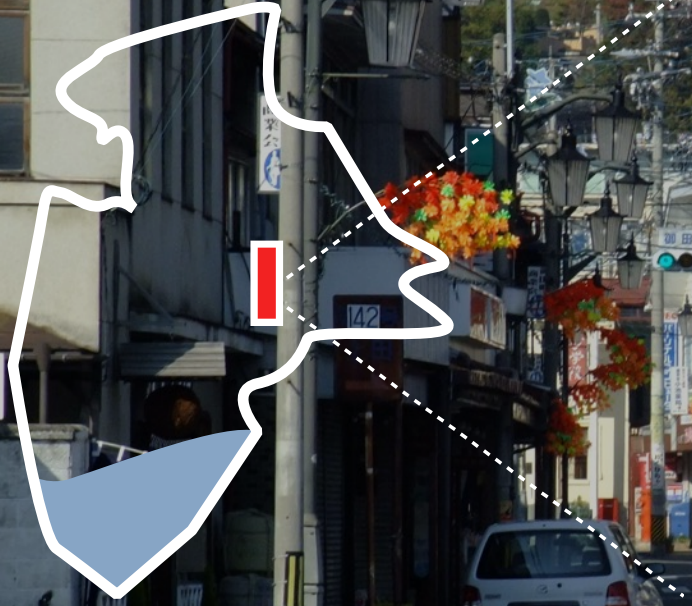
SHIMOSUWA TOWN



下段写真：下諏訪観光協会ウェブサイトより

御田町商店街

MITAMACHI STREET



タイト美容室
28-7633

中華 宝華
8-4112

1911 商店街開通

2003 1/3が空き店舗に

2011 空き店舗**ゼロ**に

2016 現在

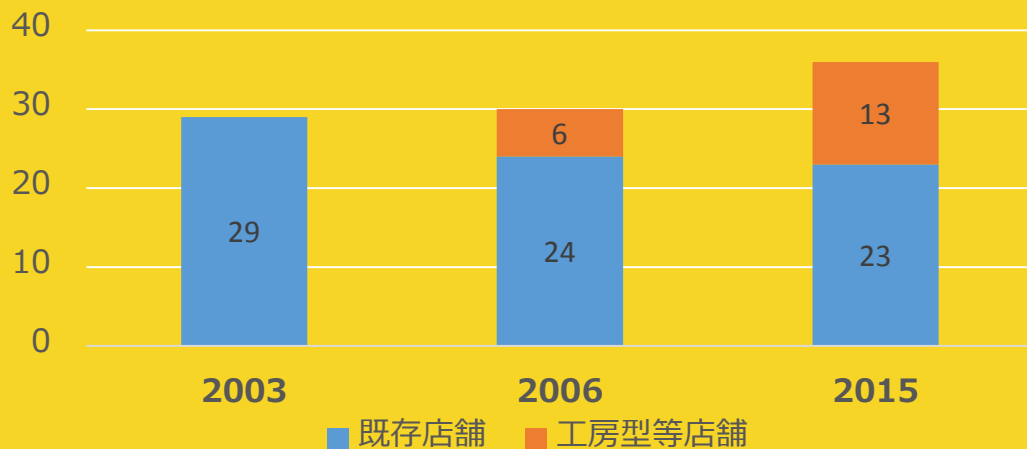
13年間で

延べ**35**件開業

(商店街近隣も含む)

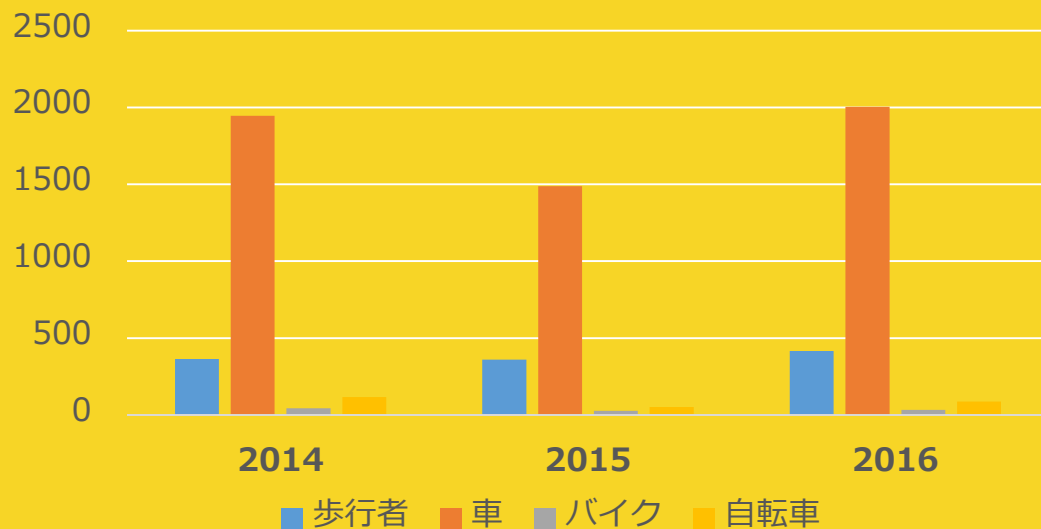
13件移転・廃業

御田町商業会 加入店舗



**商店街会員店舗数が増加
新しい店舗群が加盟
商業会青年部も設立**

御田町商店街 1日あたり通行量



	歩行者	車	バイク	自転車
2014	363	1946	44	116
2015	359	1488	26	52
2016	416	2004	32	87

**過去3年では増加傾向を実感
(15年は通行止め工事あり)**

私たちの考え方（コンセプト）

基本指針

諏訪地方の主産業である「ものづくり」で長年培ってきた
人材や手法を活用し、地域資産の向上を目指す
(商店街は「モノを売る場所」という固定観念からの脱却)

+

「工業的手法」の活用

PCDA QC トヨタ方式 5W1H 分業化 など



リソース：あるものを使い、ムリはしない

アクション：できることからはじめ、できる人がやる

シェア：情報と人脈を共有し、長を作らない（自律分散）

「モノを売る場所」から「コトづくりの場所」へ
(商店街でモノづくり=ここだけでしか手に入らない匠の町へ)

2002

しもすわはってん100人委員会設立
その中から「商店街活性化グループ」ができる

2003

コンセプトに基づき
匠の町しもすわあきないプロジェクトに改名

2005

活動の拡大に合わせ、NPO化

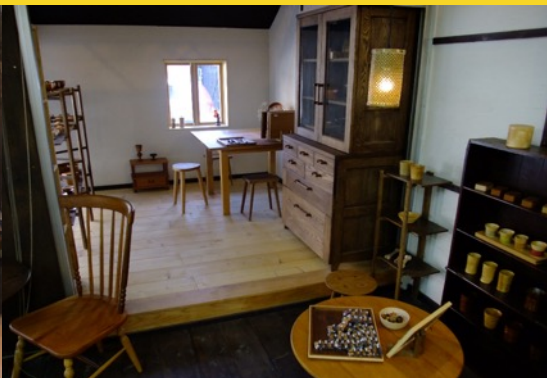


リソース：あるものを使い、ムリはしない→ 古物はそのまま、身の丈の改装
アクション：できることからはじめ、できる人がやる→ 、大工の得意なパン屋が指揮
シェア：情報と人脈を共有し、長を作らない（自律分散） 商店街以外の有志が協力

言うだけでなく かたちにして見える化 = 理解者の拡大



一軒の事例を皮切りに、
多くの創業事例を創出。



私たちが活用する
4つの「力」



人と人を繋げる

「ご縁の力」

- 口コミを基本とした
ネットワークづくり
- 良い仲間は良い仲間を
呼んでくる
- 人を集めるための宣伝
はしない
- 信用を大事に



元々持っている
「地域の力」



ヨソものを支える
「存在の力」

みたまちおかみさん会



第三者へ伝える
「デザインの力」



それぞれの「力」の集中と実行の分散による相乗効果

プラットフォーム効果

NPO事業

観光事業

まちづくり
事業

イベント
事業

コミュニ
ティ事業

それぞれの
プレイヤー = 実行力

まちづくりプラットフォーム

情報と人材の共有、餅は餅屋へ、個々の問題を相互補完



プラットフォーム事例

長を作らないイベント運営

イベントを集中運営する「長」(主催)機能を置かず、同日にそれぞれの場所で、それぞれができることを実施する。

広報や事務的な取りまとめのみを行政が行い、企画や人材はゆるやかに連携し、賑わいを生む。



企画・実行の持ち寄りと (自律分散)
集客・課題の共有 (共有・集中)

大事にしているポイント

イベント運営を目的にしない

イベントはあくまで手段。

目的はイベント実施のプロセスの中で生まれる、

地域内外連携の創出

プラットフォーム上で、
ゆるかな相互連携が生まれると

集中と共有

人材や課題は持ち寄られ、

自律分散と実行力

実行は細かく・素早く行われる

持続可能な

相互補完・相互支援関係の成立

これから目指すもの

今、「商店街」であることの価値

Value 「御田町商店街」の価値とは

御田町商店街は単にモノを売るための場所ではなく、

ものづくりに機会と付加価値とを生み、

製品力引いてはブランド力を増幅させる。

ものづくりを中心に次々と人が集まり、場が生まれる。

それが可能であることが価値であり、アイデンティティ。

また、関わる人々全ての共有財産である。



マグネットコミュニティへの進化

今起きていること

継続と変化

ヨソ者が担い手に、バトンは次の世代に

Made in MITAMACHI

商圈を広げ、ファンを増やし、モノを通して街を売る。

御
田
町
ス
タ
イ
ル
mitamachi
style



御田町スタイル（秋葉原、吉祥寺、六本木）



BiDA（諏訪市、六本木・商店街内の店舗工房だけでなく地域内の共鳴する工房者も参加）

マグネットコミュニティへのハブ化

近隣エリア・首都圏での「商店街」展示

インターネットでは伝わらない

「ホンモノ」を通して差別化と商圈の拡大を狙う



「商店街ファン」の創出

「下諏訪・御田町っていいね」を増やし

楽しそうな街、行って見たい街、住んでみたい街に。

Spread from MITAMACHI

御田町から広がり、人が人を呼ぶ連鎖が巻き起こる



ゲストハウスのオープン

交流と滞在が活発になり

移住や開業のきっかけを生む

(人が人を呼ぶ連鎖)



地元小・中学生との連携

イベントや事業に小・中学生を巻き込み

未来への投資、担い手意識を広める





最新事例

マグネット効果と連鎖 Rebuiding（改装・創業）の進化

1. ゲストハウス立ち上げをきっかけに移住
2. ライフワークとして新たな事業を開始
3. クラウドファウンディングで530万円の資金調達
4. 改装作業に全国から累計100人以上の有志
5. 古材リサイクルコミュニティ施設を開設

人が人を呼び、その人が核となり
また人を呼び、場ができ人が集まる。

リソース：あるものを使い、ムリはしない
アクション：できることからはじめ、できる人がやる
シェア：情報と人脈を共有し、長を作らない（自律分散）

REBUILDING
CENTER



JAPAN

これから私たちが実行すること

現状

地域の観光と商業（商店街）のあり方も、マーケットのマスからミニへの変化に合わせて大量消費型から高付加価値型へと変化した。



行動

- マスではなく「ミニ」のニーズに応える地域の価値の創出を支援する。
- それに必要な人材獲得のための「マグネットコミュニティ」を支援する。

現在抱えている課題と制約（法律等）

現状の課題

創業希望者の

希望に沿った物件情報のタイムリーなマッチング
（空き家はあるが、希望に合わない）

→ 創業者の経済基盤が弱いケースが多く
住居兼用を希望

制約

補助期限の多くは単年から3年以内の成果を求められ
結果的に補助金終了と共に

事業継続できず終結してしまうケースが多い

また申請及び報告事務量が多く、これらを敬遠して
補助金を使用しない 若年層のグループも多い

提案及び提言について

提案

短期での成果より、
少額でも長期に渡る（10年規模）
簡便に利用できる「ミニ」を支援するメニュー
（小さな成果の積み上げ）

提言

公的な補助を使ってこなかった
有用な「マグネットコミュニティ」
（既存組織に属さない＝商工組織体の入らない
ミニ業種の連携）の掘り起こし
（行政が「民」の動向を知るきっかけは
補助金を利用時が殆ど）