

「奈良市中心市街地活性化マップ」が完成



中心市街地の魅力を再発見していただくための情報発信手段として、これまでのような観光マップとは違った観点から今回当協議会では「奈良市中心商店街マップ」を作成しました。

モータリゼーションの発展に伴う車社会により消費の動向は郊外の大型店に移行してきております。

しかし、このことから中心市街地の商業が疲弊しつつあることは、中心市街地に長年住んでおられる高齢者にとっては買い物の利便性が損なわれて行くという現実が存在いたします。

この度、当協議会では観光客のためのマップではなく、中心市街地内の各商店街の協力を得て、中心市街地の商店街マップを作成し、自分たちの身近な商店街には、「こんなお店がありますよ」と広く紹介し、地元

住民の方々に再認識していただくことにより中心市街地の活性化及び地元消費者の利便に寄与する目的で作成いたしました。

今回、当マップは3万部作成し中心市街地及び周辺にお住まいの各戸に約2万5千部配布し、残りをご協力いただきました各商店街に配布させていただきました。



奈良市中心市街地活性化マップ（開いたところ）



「新・がんばる商店街77選」に 奈良もちいどのセンター街が選ばれる

経済産業省・中小企業庁は、平成18年に公表した「がんばる商店街77選」に続いて、第二弾として本年3月31日、「新・がんばる商店街77選」を公表されました。

これは、経済産業省が、地域コミュニティの担い手としての商店街支援策を拡充する一環として、また全国の商店街関係者に、これからの商店街活性化に向けたモデル事例として国内各地でユニークな取組が行われている商店街を広く紹介し、全国的な普及・展開を図ることを目的に公表されているものです。



「フレッシュマートオーケストの様子」

48
奈良県 奈良市
なら
奈良もちいどのセンター街
●商業インキュベーター施設などの拠点整備により、まちの賑わいに貢献
商店街が、商業インキュベーター施設(「もちいどの夢CUBE」)を開設したり、地元で不足していた食品系スーパーを大型空き店舗を活用し誘致(「フレッシュマートオーケスト」)することにより、商店街を活性化。商店街の通行量が3割増加。

「新・がんばる商店街77選」選定事例

選定ポイントは、地域コミュニティに担い手として、アイデアと工夫を凝らしながら頑張る次の五つのポイントに取組む商店街を選定されました。

1. 社会的弱者に配慮した商店街づくり
2. 環境に優しい商店街づくり
3. 安心・安全な商店街づくり
4. 地域の魅力を発信する取組み
5. 地域住民と連携したまちづくりの取組み



以上のポイントに考慮し選考された77選の商店街の中に、奈良もちいどのセンター街が商業インキュベーター施設などの拠点整備により、まちの賑わいに貢献したとして選ばれ、事例集は5月に刊行予定です。

協議会事務局としても、奈良市中心市街地活性化基本計画の目標のひとつである「活力のあるまち」に大いに寄与するものと喜びを感じております。

【中小企業庁：『新・がんばる商店街77選』を公表】

ホームページ URL :

<http://www.chusho.meti.go.jp/shogyo/shogyo/2009/09331ShinShoutengai77Sen.htm>



「2009近畿まほろば総体」開催記念商品券発行



奈良市商店街振興会（正木康雄会長）では、本年7月28日より奈良市において開催される「2009近畿まほろば総体」の開催を記念して、1万円で1万1千円（1千円券11枚つづり）分のお買い物ができるプレミアム付き商品券を発行されます。

販売は、6月20日午前10時から市内の商店街など10カ所ほどで予定されており、使用有効期限は8月末日まで。

使用可能なお店は、期間中ステッカーの貼られた

市内各商店街の加盟店約1千店のほか大型スーパーや百貨店でも利用できるとのこと。

商品券には、平城遷都1300年祭のマスコット「せんとくん」と民間公募の「まんとくん」があしらわれ親しみの持てるデザインとなっています。

商店街振興会では、昨今の消費の冷え込みが、この記念商品券で消費者の購買意欲へと結び付け市内各商店街の活性化につながればと頑張っておられます。

県民消費 3割県外で

県調査「奈良府民」実態裏付け

県民の消費実態に関する県のアンケートで、消費全体の3割、年約5,000億円が県外で消費されているとの結果が出た。大阪に通勤・通学する「奈良府民」が3割程度いるとされるが、消費の面でも裏付けられた形で、県は地元商店主に奮起を促す。

有識者らでつくる県の「消費問題検討委員会」が昨年10月、20歳以上の2,000人にアンケートを郵送。762人から回答を得た（回答率38%）。

報告書によると、県外での消費は、月額の商品購入額15.7万円のうち4.6万円、サービス消費額7.7万円のうち2.8万円。年間に換算すると、1世帯当たり88万円、県全体では4,850億円にのぼった。

商品のうち、県外消費が最も多いのが、婦人服（外出着・おしゃれ着）で1世帯1ヶ月あたり6,000円

（県内は7,000円）。紳士服（外出着・おしゃれ着）も4,000円と上位（県内は5,000円）。家電製品や靴、アクセサリ、化粧品など女性が購入するものも3~4,000円台と多かった。サービスでは、「旅行・レジャー」、「同僚や家族との外食」の順。

理由は「商品・サービスが充実」「値段が安い」など。購入先は大阪が最も多く、京都が続いた。

一方、県民が充実を望む商品は、食料品、婦人服（外出着・おしゃれ着）、本、CDの順。サービスは、医療・介護・社会福祉が最多で、外食、娯楽（カラオケや映画など）が続いた。



—朝日新聞（2009年4月18日）—