

徒歩圏マーケット

「このリンゴ甘かね?」「白菜は2人で半分ずつにして」。荒尾市増永の中央商店街でひとときをにぎわいを見せる店がある。客と店員のコミュニケーションも親近感にあふれている。

「青空研究室(青研)」という風変わりな名前のその店は、空き店舗を活用する荒尾市地域再生計画で、05年5月にできた。市と住民、農業と商業が手を結んで運営しているのが特徴で、徒歩で買い物する高齢者に喜ばれている。

〔山田宏太郎〕

■閉山などで疲弊 荒尾市内の商店街は、三井三池炭鉱閉山に加え大型店進出のダブルパンチで疲弊した。そこで、市は地域再生計画を作り、地元特産品の開発、販売による活性化を目指した。

中央商店街も2ヶほど離れたところにできた大型商業施設「あらおシテイモール」に客足を奪われ、最盛期に36軒あった店舗は約3分の1までに減った。

市は再生計画認定を受け、国の補助証を受け、国の補助事業で同商店街に地域再生マネージャーの斉藤幸さん(52)を派遣。商店街の店主5人が企業組合を結成し空き店舗に「青研」をつくる準備にかかった。中央商店街では、生鮮食品を売るスーパーがなくなっていた。組合専務理事の清田裕幸さん(60)は「近所のお

深層・真相

注目される「荒尾方式」

行政、農業と連携し商店街再生



お年寄りらでにぎわう青研の店内

年寄りから「遠出できず、タクシーに頼んで買い物してもらっていい」と聞いていた。何かしななければいけない、という思いがあった」と話す。

この提案を受けて、市農林水産課が市内の農家に協力を呼びかけ、店に出荷する生産組合(75人)が組織された。オープンの日には、みずみずしい野菜が並び、近所のお年寄りが詰めかけた。今では1日20万円前後を売り上げる時もある。

生産組合農家は毎朝店に野菜を届け、売上げの15%を手数料として受け取る。組合員は平均約70歳。青研は、高齢の農家にも売れる喜びを与える場になっていく。常連客でもある生産組合員の近所の女性(69)は「自分の出したものが売れたかどうかを見るのも楽しみ。夫婦二人ぐらしでここで店員さんと話すのがストレス解消です」と話していた。

初期投資の費用は1人1万円出資の「サポーター」制度で一部をまかされた。行政もバックアップし「約80人いるサポーターの半分は市役所の職員」(市地域再生担当)という。同様の運営形態の店が、市内にはさらに2店舗できた。

■広がる取り組み 県は「荒尾方式」を商店街の活性化の参考にしてもらおうと「徒歩圏マーケット設立マニュアル」という冊子にまとめ配布している。「徒歩圏マーケット」とは、荒尾の店舗から考え出された商店モデル。半径300メートルに150戸以上が住む場所に作る生鮮品などをそろえたミニマーケットを指す。

県商工政策課は「県内の高齢化が進む中、身近に買い物ができる店の維持は重要」と県内を巡回し、注目される「荒尾方式」を期待する。斉藤さんも「青研は今や全国から注目を集め600人ほどの視察が来た。国の補助金やハコモノに頼らず地元の人、金で運営する荒尾方式は、本当の意味で地域が自立できる仕組みを示した」と意義を強調している。

お年寄りらでにぎわう青研の店内

市農林水産課が市内の農家に協力を呼びかけ、店に出荷する生産組合(75人)が組織された。オープンの日には、みずみずしい野菜が並び、近所のお年寄りが詰めかけた。今では1日20万円前後を売り上げる時もある。

この提案を受けて、市農林水産課が市内の農家に協力を呼びかけ、店に出荷する生産組合(75人)が組織された。オープンの日には、みずみずしい野菜が並び、近所のお年寄りが詰めかけた。今では1日20万円前後を売り上げる時もある。