

## 八事商店街（愛知県名古屋市）

### 1. 取り組みの概要

愛知県指定の伝統野菜であり、近隣都市農家で現在も栽培されている「八事五寸にんじん」を製品化し、地域ブランド商品として販売することを通じて、八事のブランド力を向上させる取組を行っている。商店街が中心となった取り組みであるが、地域と連携したまちづくりを主眼としており、地元住民に働きかけて結成した「八事・耕し隊」の活動も含め、地域全体で八事の地域ブランド商品の周知・販売に努めている。

### 2. 商店街概要

商店街名	八事商店街
所在地	愛知県名古屋市天白区
組合（会員）数	—
URL	<a href="http://www.yagoto.net/">http://www.yagoto.net/</a>

商店街の様子



## 八事商店街の地図



(出所) 八事ネット「八事セルフガイドマップ」。

### 3. 取り組みに至る経緯・背景

八事商店街は、五叉路にわたって広がる規模の大きな商店街である。かつては、地域に根付いた昔ながらの商店が立ち並んでいたが、地下鉄環状線整備のための工事が長期間続いたことにより、平成16年の地下鉄開通を前に、旧来の店舗は大幅に減少することとなった。

同じ頃、いわゆる「土地持ち」の多い八事商店街では、残った商店における親から子への世代交代が進んでいった。また、外部からの新規出店も続いたことから、商店街全体としても世代交代が進むこととなり、商店街を「変える」機運も高まっていた。

このような状況を受け、商店街振興組合では理事を中心として、これまでどおりイベントを行なうだけでは何も変わらない、八事地域として何かを「生み出す」ことが必要、という意識を持ち始めていた。そこで、地域の歴史や地産品などの地域資源に注目することを考え、地元の興正寺や市民団体等と連携した「八事の森まつり」（春・秋の年2回）の開催や、地元の特産品である「八事五寸にんじん」の製品化の企画に至った。

### 4. 取り組み内容

#### (1) 八事五寸にんじんの製品化・ブランド化

八事地域は、寺社が多く自然も豊かで歴史がある一方、大型マンションが立ち並ぶ新し

いまちでもあり、大学の立地する学生街でもある。また、八事商店街も地理的な広がりがあることから、まちとしても、商店街としても、ひとつにまとめることが大きな課題であった。この課題を解決する手段として注目されたのが、八事地域の名産であり、愛知県指定の伝統野菜である「八事五寸にんじん」である。

八事五寸にんじんの製品化は、商店街の複数の理事を中心に進められた。理事は当時から現在までほぼ固定である。八事商店街には、基本的なスタンスとして、楽しくできる人が頑張ればよいという風潮がある。自ら動く余裕のない店主も、率先して活動する理事たちを応援する空気があり、そのような中だからこそ中心メンバーも活動に取り組みやすかったという。平成 19 年度から勉強会を始め、平成 20 年度からは市の補助事業（3 年間）にもなっており、製品化の第一弾としてドレッシングを発売した後、これまでに 7 品目を開発し、そのうち 5 品目が流通している。原料となる八事五寸にんじんは、近郊の都市農家で栽培されているものを農協を通じて仕入れており、商品ごとに、県内の工場加工されている。

商品は、商店街の各店舗で販売しているほか、愛知県の特産品を集めたアンテナショップ「ピピっと！あいち」や百貨店（1 店舗のみ）、さらには理事長の人脈を活用して近隣の商店街でも販売されており、商店街の枠を超えて広く取扱われている。現在は品切れの商品も出るほどの人気であり、特に、「ピピっと！あいち」や百貨店での売上げが大きくなっている。また、広報活動として、八事商店街のホームページ（八事ネット）への掲載や、地域情報誌・新聞等の地元メディアへの情報提供、各地でのイベント参加を通じて、外部向けに知名度を高めているが、地元では、口コミによる宣伝が効果を挙げている。

しかし、商品の人気や知名度の高まりを受け、仕入れや加工にかかる経費は収益で賄うことができている一方で、人件費部分はほぼ完全にボランティアで行っているという実情もある。本業である商店の経営も忙しい中、無償で活動を続ける原動力となっているのは、自らが商売しているこの地域に「何かお返しをしたい」という気持ちであるという。

#### 八事五寸にんじん商品（左から、ドレッシング、ジャム、ジュース）



（出所）八事ネット「八事ブランド」。

## (2) 「八事・耕し隊」による活動

八事五寸にんじんの商品開発やPR等には、地元住民の参加する「八事・耕し隊」の活動も大きく寄与している。八事・耕し隊は、商店街が住民に働きかけて結成した団体であり、主な活動内容は、イベントでの八事五寸にんじんの種の配布や商品の販売・PR、商品開発段階での試食等である。試食により出てきた意見は、これまでも商品開発に反映してきており、よりよい商品開発につながるるとともに、意見を言った住民がその後も関心をもって活動に参加してくれるようになるという効果もあるという。

八事・耕し隊は、組織化して活動参加が義務となってしまうことをよしとせず、できる人が楽しく活動することを趣旨とする考え方から、活動メンバーや活動日程を固定しない流動的で自由度の高い団体となっている。住民への働きかけの方法としては、特に新興の大型マンションをターゲットとし、商店街通信としてお店の情報とともに活動参加の募集チラシを戸別配布したり、町内会の回覧版や子ども会でも参加を呼びかけてきた。また、理事が中心となって個人的に地元の顧客に呼びかけるなど、地道な声かけも続けてきている。こうした継続的な努力もあり、呼応してくれる住民も徐々に増えていったが、活動メンバーの枠は決めず、現在も、イベント時には商店街通信や回覧版で広く参加を呼びかけている。現在では、参加のしやすさもあって、イベント時には各回30～40人程度の参加がある。その一方で、定期的に参加するメンバーも多くなっているため、今後は参加者の把握等、ある程度は組織化に向けての動きを視野に入れているという。

## (3) 地域との連携

八事五寸にんじんの地域ブランド化は、八事・耕し隊が住民参加の団体であることも含め、商店街を中心に八事地域全体として取り組まれている。商店街や地元の興正寺が協力して開催している「八事の森まつり」や、中京大学の学校祭では、八事・耕し隊による商品PRの場が設けられ、地域のさまざまな主体がかかわりながら八事五寸にんじん商品の周知・販売に寄与している。このように地域の人々が協力して活動できるのは、活動のコーディネーター役となることも多い商店街が、日頃から各主体と接点や交流をもっていることによるところが大きい。

また、大手スーパーであり商店街組合の一員でもあるジャスコも、八事・耕し隊の種配りイベントの場所貸しなどで地域に貢献している。地域に昔からある商店以外からもこのような協力が得られている理由のひとつとして、八事商店街振興組合では、大型店・チェーン店を含めて新規出店があった際に、理事が中心となって積極的に組合への加入や地域参加を呼びかけに訪れていることが挙げられる。

このように、八事地域では、商店街による働きかけなど日々の地道なコミュニケーションによって、地域のさまざまな人や組織が協力していく風土が形成されてきている。

## 5. 取り組みによる成果

### (1) 成果

八事商店街での取り組みにおける最大の成果は、現時点では、八事商店街の知名度の向上である。来街者が目に見えて増加したわけではないが、商店街にとどまらず広く活動していることによって、地域外のイベント等で声をかけられるなど活動に対する認識が広まっていると感じるという。地元の住民にも、そのような知名度の高い商店街が近所にあるという認識ができてきており、地域の顧客が外部へ流れないように働きかける意味でも成果が出ているといえる。

また、地域全体としてのまとまりにはまだ課題も多いものの、商店街が中心となって地域のさまざまな主体に働きかけ、みんなで一緒に活動するきっかけをつくっていることも成果のひとつである。

### (2) 成功のポイントや工夫

このような成果をもたらしたポイントや取り組み上の工夫として、以下の点をあげることができる。

- ・ 商店街が、商店街単独ではなく、より広い「地域」という視点を持っていること。
- ・ 商店街から積極的に働きかけることで、住民、行政、大学、寺院等さまざまな主体との間で日ごろからコミュニケーションをとっており、協力を得る土壌ができていたこと。
- ・ 商店街の働きかけにより、地域の歴史や資源を中心として、上記のようなさまざまな主体をつなぐきっかけを作ったこと。
- ・ 地域の声を取り入れることで、よりよいブランド商品が企画できたとともに、住民の当事者意識を高めることができたこと。
- ・ 活動の枠を地域内に限定せず、外部の組織や他の商店街に積極的に働きかけて、八事五寸にんじん商品の販路を拡大し、ブランドを周知できたこと。
- ・ 活動に強制力をもたせず自由参加としたことで、参加の敷居を低くできたこと。また、こうした活動を批判的に捉えずに支える風土が、地域に根付いていること。
- ・ 人手不足が慢性的な問題となっている中、「人手が足りないからできない」のではなく、「いまいる人手でできることをやる」というように考え方や取り組み方を変えることで、無理なく継続できる形にすることができたこと。

## 6. 課題と今後の展望

### (1) 商品販売方法の工夫・収益性の確保

八事五寸にんじん商品は、商店街では各店舗でそれぞれ小さく取扱われているため、外部からはどこで購入できるかわかりにくくなっている。八事・耕し隊が参加するイベント等でも、購入できる場所を聞かれるなど需要はあるものの、対応できていない状況であり、

商品化後も商店街への来街者が増えるような効果は見られていない。空き店舗として活用できるスペースがないことや、各店舗のスペースも限られることも原因であるが、今後は、せめてのぼりをたてるなど、商品の販売場所をわかりやすくする工夫を行っていかうと考えている。

また、平成 22 年度で市の補助事業も終了するため、今後は収益性の確保など経営面でもいっそうの努力が必要と感じている。

## **(2) 生産段階からの都市内農家との連携・支援**

商品の製造にあたり、商店街では、八事五寸にんじんの仕入れ後、製品化の段階にのみかかわって商品を販売している。しかし、食品の安全・安心という観点からも、製品供給の安定化という観点からも、原料であるにんじんの生産段階から商店街も何らかのかたちで関わっていくべきではないかと考え始めている。特に、八事五寸にんじんの作付面積は減少傾向にあり、栽培農家も限られている。そこで、都市内農家に種を配布して栽培してもらい、収穫時に製品化した商品と交換するなど、商店街から積極的に働きかけることで、八事五寸にんじんの栽培・収穫量を拡大していきたいと考えている。

## **(3) 地域ブランド商品を通した八事の歴史の伝承**

八事五寸にんじんの商品化の取り組みは、商品自体の売上げが伸びることがゴールではなく、商品を通して地域の住民と交流することを重視している。そのため、商店街としては、地域の住民に八事の歴史をしっかりと伝えていきたいという考えが強い。例えば、大学との商学連携で、小学校や幼稚園を対象に八事の歴史の紙芝居等を作成して読み聞かせるなど、地元の歴史に注目し地元を誇りをもってもらえるような取り組みも行うことを考えている。