

高齢者が出資して支える「プラチナプラザ」

空き店舗率7～8割もあった商店街を、長浜市の元気印・熟年集団プラチナプラザは、有志50人の共同出資により、空き店舗を活用して、地域住民の生活ニーズに応える野菜工房、おかず工房など4つの店舗を開店して、お客様とのふれあいを復活させた。

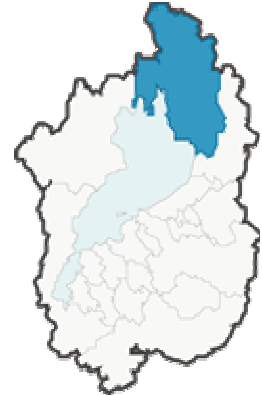
これをきっかけに、商店街に買い物客がもどるようになり、店舗の開店が相次ぎ、空き店舗率が1割までに激減した。プラチナプラザの取組は、商店街の必要性和その魅力を訴え、地域の高齢者に生き生きと働ける場所を提供し、商店街は地域住民の交流の場となることを実証した。

滋賀県長浜市

総人口：126,200（人）
世帯数：44,105（世帯）
総面積：539.48（km²）
人口密度：233.9（人/km²）
（平成22年3月1日現在）

ゆう壱番街商店街

JR長浜駅から北国街道を北に進み、黒壁ガラス館を越えて1筋目、駅から徒歩約8分の場所にある。
西は北国街道、東は大通寺の参道ながはま御坊表参道の間の横に約200mの近隣型商店街である。プラチナプラザと同年にスタートした手づくり歌舞伎「長濱ゆう歌舞伎」も有名である。



背景ときっかけ

昭和55年には、大型店の進出や商店が大型店に出店するなど空き店舗率7～8割という極度に衰退した商店街となっていた。昭和63年に黒壁ガラス館がオープンし観光客で賑わうが、ゆう壱番街商店街に流れることはなかった。

平成8年に「北近江秀吉博覧会(238日間)」が街なかで開催されることになり、「55歳以上の青年男女求む!」と博覧会コンパニオンが募集、予想を超える応募があり、55～80歳の日本初ユニークなコンパニオン120人が誕生した。郷土の良さを熟知し、思慮深い接客態度は来場者に好感を持たれ、マスコミ各社がこぞって取り上げた。博覧会終了後、この熟年の元気なエネルギーをそのまま埋もらせてはいけないという考えから、「シルバーよりもっと輝くプラチナへ」という理念のもと、高齢者を中心としたプラチナプラザを開設した。

プラチナプラザは、1人5万円を出資して参画し、働きに見合った歩合の収入を得る仕組みで、平成9年10月、空き店舗を利用して「野菜工房」、「おかず工房」、「リサイクル工房」、「井戸端道場」の4つの高齢者事業が起業した。

取組内容

大型店とは違う買い物の楽しさを提供し、対話やふれあいが生まれる商店街になれば、市街地に足を運ぶ市民や観光客の回遊も増えるという狙いから、空き店舗が少しずつ埋まれば周辺の商店街も元気がでる。プラチナプラザは、この一石二鳥を狙った実験的試みである。店舗は市街地で最も空き家が多い「ゆう壱番街商店街」に4店舗を確保。現在、60～80代の35人が4つの工房に分かれ交代で仕入れから販売まで行っている。

◇「野菜工房」・・・30数軒の近隣農家や市場から直接、新鮮で安心な野菜や花、農産加工品を仕入れ販売。根菜や果物は1個から、葉物は1束から、白菜は必要分カット販売。珍しい野菜は調理法を説明して、消費者の知りたい要望に応じている。

◇「おかず工房」・・・家庭料理を中心に弁当販売や仕出しもする。曜日ごとに10種類のメニュー、メニューはスタッフが開発する。高齢者が多いので塩分控えめ。おはぎ、赤飯、惣菜は地域伝統の味と人気商品である。

名称：ゆう壱番街商店街 プラチナプラザ（平成9年10月開設）

所在地：滋賀県元浜町13番地

面積：4店舗 約80坪

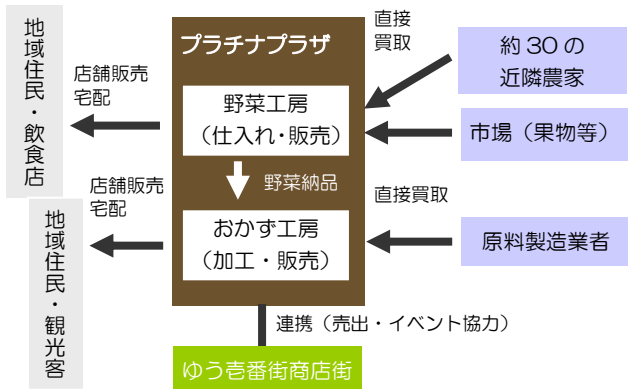
販売品：野菜、花卉、漬物、惣菜、農産加工品、菓子など

販売方法：店舗販売、全品買取

営業時間：野菜工房 / 午前8時30分から12時 おかず工房 / 午前9時30分から午後3時（不定休）

販売員：スタッフ 約10名（総勢35名）

事業の仕組み



※野菜工場は、近隣農家と市場から仕入れ、おかず工場は、野菜工場と不足する原料を他の素材会社から仕入れている。地元の飲食店がこだわり野菜を求めてやってくる。

取組効果

- 地元住民との対話やふれあいにより生まれる笑顔や笑い声が町の活力となり、賑わいあるまちづくりに貢献し、民間でできる公共領域を示した。
- 新エイジレス社会の輝く担い手が、自己の知識、技術、能力を活かし、地域の元気を創出している。長浜の町衆気質である「賛同するものが出資する」という伝統が継承されている。
- 7～8割の空き店舗率が、1割に減少した。
- ゆうき番街商店街へ地域住民の人通りが増え、また、観光客の回遊性は確実に高まっている。

取組上の工夫

- ゆうき番街商店街のプラチナプラザの整備と長濱ゆう歌舞伎上演の2大事業を柱にした取組。
- プラチナプラザと商店街および長浜市との協力体制が確立されている。
- 安全・安心、地産地消の推進と地域の30農家との連携が組まれている。
- 農産加工品開発における、飽きられない定番商品づくりや商品開発、調理のコンビネーションの工夫。
- プラチナプラザを軸にした、県・市と民間企業と連携した空き店舗活用事業が展開されている。

今後の展望

- 商店街の担い手世代を若者に転換していく挑戦をしていかなければならない。「まち家シュツセ横丁（3坪、20店舗）」はその試みの1つでもある。
- 商店街の消費拡大を図るため、住民の生活志向にあった販売方法や売り方の工夫をする必要がある。
- まちづくり会社と連携して、街なかの高齢者のグループハウスの造成や若い核家族世帯との共同生活ができる環境がつかれないかなどを検討している。
- 長浜に居住したいという意向を持つ若者層がいることを踏まえ、新規居住者を迎える環境づくりも検討している。

