

令和7年度あしたのまち・くらしづくり活動賞 内閣総理大臣賞受賞

# 衰退したシャツタード通りを 商店街として再生

新潟県新潟市中央区 沼垂テラス商店街（株式会社テラスオフィス）

## 概要

ひと昔前は青果中心の市<sup>いち</sup>が立ち、人とモノが行き交い活気にあふれていたものの、

高齢化や郊外化で徐々に衰退し寂れ、シャツター通りとなってしまった場所「沼垂市場通り」。自らが生まれ育った町でもある沼垂

外からも観光客が訪れる場所として成長。出店の問い合わせもあとを絶たず、交流人口が増加、人と人との触れ合い、賑わいが戻っています。

## 活動内容

かつては青果を中心とした市<sup>いち</sup>が200メートル程の長屋にズラリと並び、多くの人とモノが行き交い、エネルギーに満ちていた場所。しかし近年の高齢化や郊外化の影響により寂れてしまった町、沼垂（ぬつたり）の寺町市場通りエリア。周辺には空き家や空き店舗も多く、高齢化率の高いこの町に、「地元の人たちがちょっと便利に買い物できるお店を作つてみよう!」、はじめはそ



before (2013年) & after (2020年)





## ■取り組み：オリジナル商品作り



オリジナル商品作り「沼ネコ焼」 2016年4月誕生！

沼垂テラス商店街の新名物として、沼垂という地域をもっと知つてもうたためのツールとして、大切に育てている。

『沼ネコ焼』  
(ぬまねこやき)  
2016(H.28)  
4月誕生！



before (2013年) & after (2015年)

んな小さな試みでした。

最初にできたのはソフトクリームと手作り惣菜の店、2010年のことでした。その1年後の2011年に陶芸工房ができ、メディアやSNSなどにより注目を浴び、1年後の2012年に陶芸工房ができ、メディアやSNSなどにより注目を浴び、来街者が少しずつ増えたことが、この地域を大きく変化させるきっかけとなりました。この時は1年ごとに1店舗ずつできるとう、とてもゆっくりとした流れでしたが、町の風景やこの場所を訪れる人たちが、少しずつ、しかし確実に変わっていく様子を肌で感じされました。

3店舗ができたことが契機となり、その後、私たちはこの地で「まちづくり・まちの活性化」を目的とした小さな会社を興し、新たな商店街を誕生させることに本格的に着手します。実際、2015年4月に、店舗や工房、オフィスなどが揃い、新商店街「沼垂テラス商店街」をスタートさせたことは、地元のみならず、新潟市内、そして県内へ、少しずつその名と取り組みが知られるようになりました。最近では「沼垂テラス」・「沼垂テラス商店街」というワードが徐々に全国にも広がり、県外から、また海外からのお客さま、また視察団体の来訪が増え、注目を集めつつあります。

【具体的に行つたこと】

- ・会社を興し旧市場の土地・建物を買い取る（銀行からの借り入れによるフルローン）

- ・空きテナントに出店者を募り、選定、開業アドバイスなどを行う。

- ・20店舗以上の出店が確実となつたため、新・商店街“を形成することを決める。

- ・「ここでしか出会えないモノ・ヒト・空間」というコンセプトを立てプランディング。

- ・SNSを広報のメインとし、活発に発信。

- ・2015年4月の商店街誕生とともに月に一度のイベントを開催（沼垂テラス朝市・冬市）

- ・商店街の周知・PRのため、オリジナルアイテム作りに着手（2016年4月に考案した「沼ネコ焼」というお菓子は現在ふるさと納税返礼品にも選定）

- ・周辺の空き家・空き店舗を利用したサテライトショップづくりに着手（現在8店舗が営業）

- ・更なる人流を目指し、コワーキングスペース開設や自社運営の小売店をオープンさせる。

## 現在までの成果等

新商店街誕生から10年が経ち、まだ途上段階ではありますが、まちづくりのひとつのかたちとして、実績を少しづつ積み重ね



沼垂テラス朝市は多くの人でぎわう



ここでしか出会えないモノ・ヒト・空間を意識したまちづくり

つつあると思っています。

それぞれの店を小さな点に例えると、その点がひとつの場所（商店街）に集まり、連携する、それが大きな発信力につながり、想像以上の相乗効果を生み出しました。今では商店街の域を越え、「沼垂テラス・エフ」と名付けたサテライト店8店舗が周辺にでき、またそれだけに限らず、沼垂エリアにある企業や店舗が少しづつ連携していくことで、地域内における点が線で結ばれ、「沼垂」にムーブメントが起きていることを実感しています。

それに加えて特記すべきは、この場所には独特なコミュニティが形成され始めているという点です。この商店街の店主たちは30～40代を中心層で、また工房などを営むクリエイターが多く、その感性に惹かれて足を運ぶ人たちが集まっています。彼らは、発想も豊かで柔軟性があり、また各店主士、何か楽しいこと、面白いことを一緒にやろうという連携意識も高く、それがこの地域でイベントやワークショップ、企画展、ライブなどを開催するということに繋がっています。そういった連帯感や一体感というのは、“絆”を生み、店主同士、また店主と顧客の結びつきを強め、それぞれの居場所を確立し、このエリアの独特的な雰囲気＝地域ブランドと言うべきものを形成していると

#### 【具体的な成果】

も言えます。

- ・雇用の創出、移住者・定住者促進、人口増加

- ・商店街という一体化した組織としての強みによる経済効果、売上促進、相乗効果

- ・周辺店舗利用による経済効果、活性化、周辺に新店舗が続々開業

- ・観光客の増加、インバウンド促進

- ・発信・行動の拠点として、近隣エリアに波及

- ・イベント開催での地域とのつながり、周辺各店とのコラボレーション企画による集客

- ・エリア認知度のUPと地域ブランドの向上

人口減少、地方の衰退が叫ばれる中で、自分たちの生まれ育ったまちが、自慢できる場所であってほしい、ふるさとが好きでずっと暮らし続けたい町であってほしい、という願いを込めて、次世代へ継承してもらえるまちづくりを懸命に行っております。その地道なアクションが私たちの理想とする未来、人と人とのふれあいに満ちた居心地の良い場所“の形成に結びつき、地域の元気が持続することを切に願っています。

（株式会社 テラスオフィス

代表取締役社長 高岡はつえ）