

# 佐世保「きらきらフェスティバル」&福岡 視察レポート

## 「人との交流と、そこで生まれる感動が町を変える」



佐世保中心街  
人口 25 万人、商圏人口  
45 万人。

ジャスコシティー大塔店

1997年佐世保駅から5km  
長崎・福岡方面へ向かう西  
九州自動車道入口。  
商業集積始まる。



ジャスコ出店計画（川下町の水田 25 ヘクタール）店舗面積 6  
万 5 千 m<sup>2</sup> 予定。2006 年 2 月、農用地区域からの除外を認めない  
（佐世保市長）

商店街が中心市街地として果たす役割とは？

1. モノの売り買いをして町の経済を活性化させる役割
2. 「人と人が出逢う場所」としての役割

「人と人が出逢う場所」とは、どんなものか？  
「人は人が集まっているところに集まる」

↓  
だったらとりあえずイベントをやって商店街に人をよぼう。

↙ ↘  
祭りやイベントをやってても売上が伸びない。

そんなことは商店街のみんなは経験で知っている。  
それを承知でやらなければダメなんだ！

↓  
イベントをやろうとすれば、みんな一生懸命になって色々考える。  
みんなで「ワイワイガヤガヤ」やっている、それ自体が町の活気に繋がる。

↓  
活気が出て来れば人が集まる。人が人を呼ぶんです。

始まりは「イルミネーション」

長さ1kmのアーケード商店街（三ヶ町、四ヶ町）、その真ん中にある公園（島瀬公園）の美術館の壁にイルミネーションを飾ろう。



窓のない美術館の殺風景な壁をイルミネーションで飾ろう！

中心街活性化活動のために1商店街なら50万、2商店街合同なら150万の補助金（佐世保市）が出ることになり、総額600万円集めるが理想のイルミネーションには500万円足りない。

規模を削った中途半端な飾りではなく、予定通りの物にするために資金を集めよう。



長さ1kmのアーケードを利用した大宴会「きらきらチャリティー大パーティー」開催



「出会い、そして感動」をキーワードに  
みんな生業を持って忙しく、イベントの打合せの時間が取れない。だけどみんな朝ご飯ぐらいは食べるだろう。

ということで、午前7時からホテルの朝食バイキングを食べながらの“朝会議”をする。

来るもの拒まずで20人～30人がワイワイガヤガヤ。

「やりたいことは出来ないと言わず、出来る人を連れてくる」「良いイベントはまねる。どんなものまねでも3回続ければ独自の物になる」



### チャリティー大パーティー（パリ万博での1万人パーティーがヒント）

長テーブル120台（リース）、テーブルクロス

参加費： 1,000円（パーティーハット・ドリンク付き）、当日2,000円

時間： 午後7時～午後8時

参加方法： 飲食店・サークル・会社などグループで申し込み。お得な36枚セット32,000円

参加人数5,500人×1,000円 収入550万円

### ★成功への要因

#### 1. プロデューサーの存在

街づくり、特にイベントなど新たな活動を始める際には、自らがその牽引車として活動に心血を注ぐと共に、賛同者を束ねることが出来るプロデューサーの存在が不可欠。

#### 2. ファイナンス（市民協賛金を活用した経済的自立に向けた取り組み）

イベントを行う場合、その原資のほとんどを自治体補助金や商店街内部での各種負担金に頼るケースが多い中で、「市民参加」を前面に出すことで市民（含む企業・団体）からの協賛金を上手く活用している。「商人のイベントとして、予算を削るのではなく、とにかく金の取れる仕組みを考える」

#### 3. マネジメント（企画・運営、ボランティア活動まで“住民参加”の貫徹）

「YOSAKOI 佐世保祭り」の場合、3日間で参加する踊り子数が約7,000人、観客動員数20万人。これだけの人数を6～7分刻みのスケジュールで市内13会場を動かして行くには、事務局だけでなく述べ800名市民ボランティアの存在が大きい。これだけのサポート部隊を集められるのは、「売上増加という私利を追求するのではなく、地域住民（市民）の手による地域住民（市民）のためのイベント」といった実行委員会のコンセプトが地域に認知された証。



四ヶ町選りすぐり。

## 旬な逸品、できました。

四ヶ町商店街、みんなで取り組んだ、各店「これだ!」と自信を持ってお客様へご紹介する「四ヶ町の逸品」。

2006年秋、更なる研究・開発のすえ、新参加店も含んだ全42店舗、リニューアルした“逸品”をご用意することができました。

### 「四ヶ町の逸品」とは？



お客様に喜ばれる商品づくり、お店づくりのため、四ヶ町商店街が取り組んだ新プロジェクト、「**四ヶ町の逸品**」。各商店が「これだ!」と**自信を持った逸品**をお客様へご紹介。専門店ならではのこだわり商品、お客様との会話の中で理解いただける説明商品、もっと知って欲しい開発商品など…。ぜひぜひ、ご覧くださいね!



★一店逸品の取り組み

各店から逸品を持ち寄り、その商品を「逸品会議」でプロモーション（紹介と説明）みんなで検討し、その商品が逸品と認められると「逸品のペナントと旗」でお知らせ。ホームページの逸品紹介に掲載。



現在 4 2 店舗の商品が登録されている。



佐世保きらきらフェスティバルホームページ  
<http://yonkacho.com/kirafes/>