

75  80

2023

ライオン通

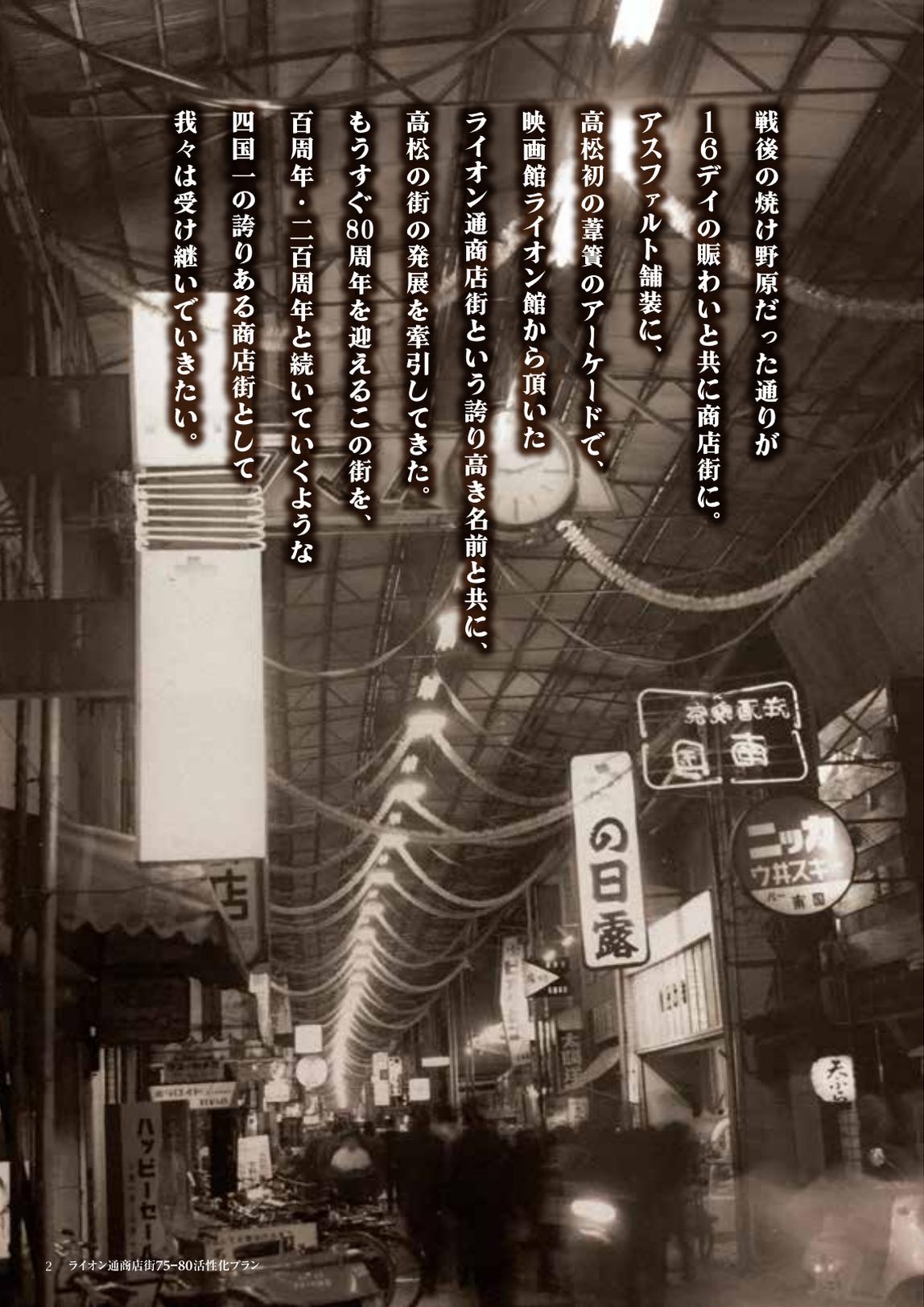
2028

LION STREET 80 YEARS PROJECT  
since1948

ライオン通商店街75-80活性化プラン



高松ライオン通商店街振興組合  
ライオン通商店街75-80企画プロジェクト



PRIDE of LION

# 四国一の誇りある商店街

ライオン通 一番 ものがたり  
～ Lion が力をあわせて「king」になるまでのStory～

## PRIDE 誇り

高松の食文化を支えてきた商店街

「ライオン」の名前を冠した商店街(ライオン館から生まれた商店街)

日本一長い高松中央商店街で一番長い商店街

高松初のアーケードで高松の街を引っ張ってきた商店街

## STORY 方向性

五感を満たしてくれる街(食文化、期待感)

人情がみんなをつなぐ街(店主、優しさ)

多様性で時代をつくる街(個性、多種多様)

笑顔が溢れる賑やかな街(楽しさ、居心地)

明るくて安心できる街(安心、安全)

戦後の焼け野原だった通りが  
16デ이의賑わいと共に商店街に。  
アスファルト舗装に、  
高松初の葦簀のアーケードで、  
映画館ライオン館から頂いた  
ライオン通商店街という誇り高き名前と共に、  
高松の街の発展を牽引してきた。  
もうすぐ80周年を迎えるこの街を、  
百周年・二百周年と続いていくような  
四国一の誇りある商店街として  
我々は受け継いでいきたい。



## 商店街の現状と課題

ライオン通商店街は「飲食(中でも特に夜の時間帯)」のイメージが強く、高松中央商店街の中でも唯一「食」を強みにできる商店街である。これから注目される「夜型観光」という面でも強みを発揮できる。一方で、ライオン通商店街には実は物販をはじめとする専門店も多いのに、「食」の印象に隠れて、どうしてもその印象が弱くなりがちである。

▶ **「食」という強みを最大限に生かしつつ、それ以外の魅力をどう打ち出していくかが課題。**

飲食系店舗が「夜」営業が中心なのに対して、物販系店舗は「日中」営業が中心で、時間帯によって印象や集客力に差がある。また、南エリアは飲食系店舗が集中していて賑やかな印象なのに対して、北エリアは物販系店舗が多く落ち着いた雰囲気があり、エリアで印象や特徴が異なる。

▶ **「時間帯」や「エリア」による違いを、どのように考慮していくかが課題。**

ライオン通商店街は、(全国チェーンなどではなく)まだまだ「個店」が多く、「店主」がいて、小回りもきく。それぞれに個性的で多種多様で、知識・接客の面でも強み・魅力をもっているはずだが、活かしきれていない。

▶ **「個」の魅力を如何に引き出し、如何に連携・活用していけるかが課題。**

観光客(特に外国人観光客)が増加しているが、3年に一度開催される瀬戸内国際芸術祭、2027年開業予定のマンダリンオリエンタルホテルなど、今後も伸びが期待できる。また、2025年に開業した香川県立アリーナも、ライブなどの大規模イベント開催時は県外からの集客も多いことから、商店街エリアにおいても一定の波及効果がある。

▶ **商店街として常に「チャンス」を生かせる体制を築けるかが課題。**

## 安心安全な商店街へ向けて

新型コロナウイルスを巡る混乱が収束し、商店街に賑わいが戻ってくる反面、治安面の悪化が懸念されている。治安悪化によりイメージが低下すると集客力や出店動向にも影響がある。本プロジェクトによる活性化への取り組みと並行して、安心安全な商店街を維持していくためのしっかりと対策・枠組みも必要である。

## プロジェクトの趣旨

商店街は日本の右肩上がりの経済成長とともに発展してきたが、これからはそのような経済成長は期待できない。逆に人口減少社会や、通販の進化、ニーズの多様化など、商環境は大きく変化してきており、商店街にとってはますます厳しくなる。ライオン通商店街が、この先も商店街を維持し発展し続けていくためには、長期的な視野に立った計画的・戦略的な取り組みが必要になる。本プロジェクトは、まもなく80周年をむかえるライオン通商店街が、振興組合の役割の一つである「販促」という面で明確な方向性を打ち出し、計画的・戦略的な取り組みができる体制を作り上げることを目的とし、80周年の2028年度までの取り組み方を「ライオン通商店街75-80活性化プラン」としてまとめる。

本プロジェクトは「ライオン通商店街75→80周年プロジェクト」事業として、2024年度から始まった高松市高松中央商店街併走型支援事業の第一号に採択していただき、高松市の協力・支援のもとでプラン策定に向けた委員会(ライオン通商店街75-80企画プロジェクト)を立ち上げ、議論を進めて参りました。



2024年度は、商店街の現状や課題を見つめ直すところから始め、アンケート調査を通じて意見を集約し、活性化に向けた基本的な方向性を整理した暫定版プランを取りまとめました。

2025年度は、その方向性のもとに、ヒアリング調査や試験的な企画の実施も行いながら、取り組むべき内容の具体化を進め、最終的に本プランとして取りまとめを行いました。

## 課題解決に向けて(体制)

商店街の活性化に取り組むにあたっては、まずはしっかりとした体制づくりが重要になる。常に課題を認識し、目指す方向性を明確にして、一つ一つ地道に着実に積み上げ、取り組んでいける体制が必要である。

### 企画検討

販促部、青年部、女性部などが個別に取り組んでいる販促企画、季節行事、smile's利活用などの商店街活性化に関わる事案を、各部・委員会が連携して総合的且つ効率的に取り組んでいくために、「企画会議」などの場において意見やアイデアを集約し、企画をとりまとめる。

### 協力関係

商店街に協力的な団体や外部事業者、行政とも、単発や事案ごとの都度都度の関係ではなく、お互いにアイデアを出し合い一つのチームとして継続的に連携していける関係を目指し、「企画連絡会議」などの場を設け、日頃より方向性や理念、情報を共有する。

### 最終判断

理事会で一つ一つをゼロから議論して決めていくことは時間的に難しいため、販促や企画など活性化に関わる事項については、企画会議や各部で事前に意見やアイデアを出し合い、整理して、計画案としてまとめたうえで、理事会で最終判断し、スムーズに実行に移れる体制を整える。

### 関係構築

活性化に関わるメンバーが長期的に固定化して各々の負担感が増したり意見や内容が偏ったりするのを防ぐため、常に店舗・組合員に向けて情報発信を行いながら、広く意見やアイデアを募れる仕組みや、気軽にプロジェクトに関われるような環境を整える。

### 計画策定

場当たりの企画・対応とならないように、プランに基づいた長期的な展望のもと、各年度において予算面も含めたしっかりとした「年間計画」を立てて取り組んでいく。各企画の実施にあたっては、その「意味」「目的」を明確にして取り組んでいく。

## 取り組むにあたって(方針)

### 食の強み

高松中央商店街の中でも、ライオン通商店街だけが唯一持つ強みである「食」をまずは最大限に活かすことで、他町との違いを明確にし、突き抜けた存在を目指す。

### 統一感

商店街として「季節感」を大切に、年間を通してライオン通商店街のイメージを作り上げていくため、商店街としての「統一感」を意識した取り組みを行う。

### 課題克服

夜に比べ弱い昼間時間帯の集客力・注目を向上させるため、昼のライオン通に注目してもらうための施策を模索する。三越、近接する商店街、中央商店街全体など親和性が高い部分での連携も模索する。

### 商店街の役割

商店街が個々の店舗の集客・売上を直接支援することは難しく、結局は個店の意識向上や集客努力が重要になるため、商店街は各店が販促につなげられるような機会・企画をつくることで側面的に支援する。

### 理解

分かりやすいことから始めることで、成果を生み、店舗・組合員に理解してもらいながら、商店街全体を巻き込める環境を整え、一つ一つの取り組みを次へ次へとつなげていく好循環を作っていく。

### 注目度

食の「印象」「強み」を逆手に取り、食以外の分野の存在や魅力を上手にアピールしていく。「店主」や「個性」など商店街ならではの魅力を掘り起こし、商店街としての注目度向上を図る。

### 自由度

業種、時間帯、エリアの違いを考慮しながら、必ずしも商店街全体にこだわるのではなく、特定の分野・テーマ・エリアに絞った企画も実施することで、自由度を確保し、結果として商店街全体の魅力向上につなげる。

### 商店街の存在感

商店街が商店街としての「価値」を高めることで、地域を引っ張る商店街としての「力」をつけ、地域の柱となる「存在感」を確保していく。存在感を確保することで、新たな事業展開や可能性の拡大につなげる。

## 優先的に取り組むこと(事業)

四国一の誇りある商店街を目指していくにあたり、80周年となる2028年度までに、まずは今でることから一つ一つ着実に進めていく必要がある。すべての課題をすぐに解決することは難しいが、店舗の参加意識や横のつながり、商店街としての統一感や魅力の発信など、これからの活性化に向けた基盤を整えていくことが重要である。こうした考えのもと、まずは当面優先して取り組むべき8つの事業を整理した。これらは個々の店舗の力を活かしながら、商店街全体としての力を育てていくためのものであり、互いに運動しながら少しずつ成果を積み重ねていく構成となっている。商店街としての誇りを大切にしながら、目指す方向性に向かって歩みを進めていく。

### 獅子の日

ライオン通商店街の名称にちなんで、毎月4日を「獅子の日」として定め、各店舗が自由に工夫を凝らした特典やサービスを提供する取り組みを行う。割引や限定メニュー、サービス提供など内容は各店ごとに自由とし、通常営業の中で無理なく参加できることを重視する。商店街全体で共通の名称・演出のもと実施することで、統一感や存在感を高めるとともに、店とお客様の間に小さなコミュニケーションや親しみが生まれる日として定着を目指す。特に毎年4月4日は“特別な獅子の日”として、イベント的な展開も検討し、商店街の文化として育てていく。「獅子の日」は、商店街の強みや個性を活かしながら、無理なく関わられる参加型の仕組みづくりを通じて、今後の企画や関係づくりの基盤となることを目指すものであり、活性化プランにおける重点施策の一つとして位置づける。

### シーズンプロモーション

年間を通して商店街で季節感を感じられる取り組みを行う。まずは季節ごとのキャンペーンや統一デザインのPOPなど、各店舗で展開できる内容から始め、将来的にはアーケード内での装飾など視覚的な演出も含めて取り組みの拡大を検討していく。季節ごとのテーマに沿って、商店街全体で統一した印象をつくり出すことで、訪れるたびに違った表情を感じられる通りを目指し、通り全体の魅力や印象の向上につなげていく。

### 広報紙

商店街の情報を統一して伝える手段として、MAPをはじめとした広報紙を作成・発行する。商店街各店や周辺の宿泊施設などで配布し、来街者や観光客への情報発信や回遊促進につなげるとともに、店舗同士がお互いの取り組みや魅力を知るきっかけにもなる。紙媒体として“見えるかたち”で作成・発信することで、興味・関心を高めながら、店舗や外部からのさらなる参加・協力を促し、今後のさまざまな施策へとつなげていく。

### 子どもデイ

かつての16デイ・土曜デイのように、子どもたちが楽しめる企画を望む声も多く、今後の商店街のあり方を考えるうえでも重要なテーマである。周辺には、おもちゃ美術館やポケモンセンターなど、子どもが集まる環境も整ってきている。かつてと同じ形での開催は難しいが、時代に合わせた新しい形で、子どもが楽しめる“祭り”の開催を模索していく。子どもの頃からライオン通に親しんでもらうことが、将来のファンや担い手づくりにもつながると考える。

### ブロック会

通りが長く、エリアや時間帯によって店舗の特性も異なることから、商店街全体で取り組めることにも限界がある。まずはブロックごとのつながりをつくっていくことが重要であり、かつて存在していた「ブロック会」のような枠組みを、現在の状況にあわせて柔軟に再構築し、各ブロックがそれぞれの事情に応じた独自の取り組みを進められるようにしていく。各ブロックが刺激し合い、切磋琢磨していくことで、ライオン通全体の活性化にもつなげていく。

### 情報発信

商店街にとって、販促は最も基本的な活動であり、その基礎となるのが情報発信である。獅子の日や広報紙などの取り組みを含め、すべての活動を効果的につなげていくためにも、商店街全体としての情報発信力を高めていく。商店街として、個々の店舗が持つ個性・専門性を発信していくことで、各店舗の頑張りをサポートするとともに、商店街としての統一感や影響力をつくりあげていく。そのためにも、円滑な情報共有や、情報収集体制の整備もあわせて進めていく。商店街の魅力や取り組みを絶えず発信し続けていくことで、来街者や関係者との接点を広げ、商店街の活性化を支える基盤として整えていく。

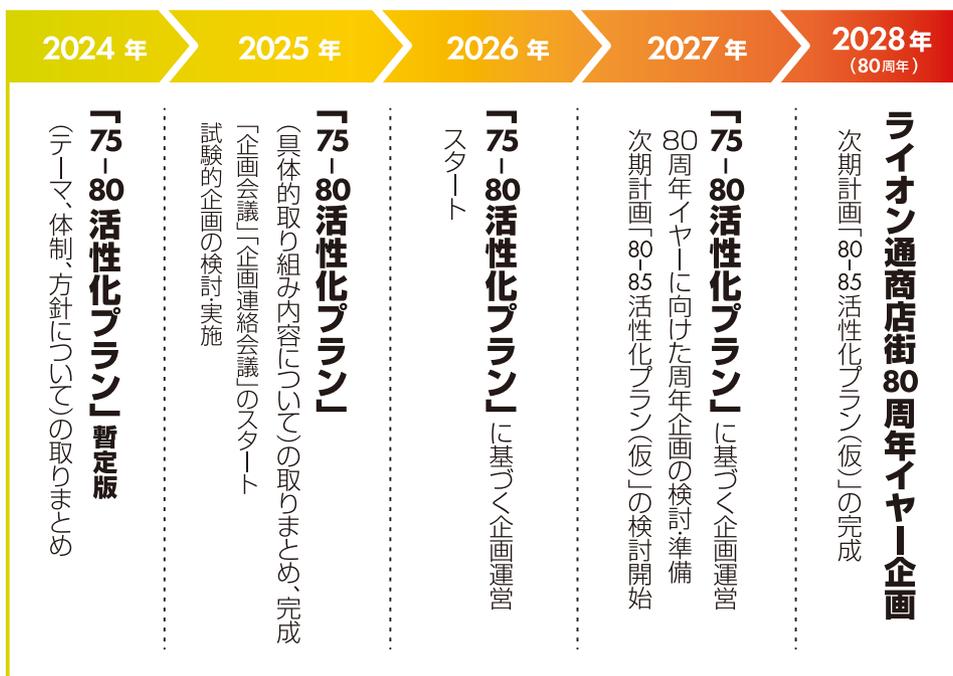
### 発想実現

獅子の日やブロック会をはじめとする参加意識や店舗間のつながり、広報紙やSNSによる情報発信力の向上を前提に、各店からの自由な発想やアイデアを実際に形にしていこうと目指す。そうした取り組みによって、各店が持つ個性や専門性が自然に表に出てくるとともに、店舗ごとのやる気や参加意識も高まり、結果として商店街全体がより活発になっていく。

### 店舗誘致

「ここで始めたい」と思われるような商店街を目指し、行政の補助制度に加え、商店街独自の出店メリットや支援のあり方を検討する。LEDビジョンなどを活用したPR支援や、出店後も商店街と馴染みやすい関係づくりなどに取り組む。商店街のルールや考え方の共有を通じて、商店街の雰囲気や秩序を一緒に作っていただけるような関係性を目指す。

## プロジェクトの流れ(スケジュール)



## 企画実施に向けて

ライオン通商店街75-80活性化プランに基づく企画運営を行うにあたり、下記の内容を十分に考慮・検討のうえで企画を実施する。

### チェックリスト

- 方向性 …… どの方向性を実現するため?
- 課題 …… どの課題を克服するため?
- 方針 …… どの方針に基づいている?
- プラン …… プランで示した事業に合致している?
- 計画性 …… 年間計画に基づいて実施されている?

## アンケートについて

プランの取りまとめに向けて、アンケート調査を実施したところ、商店街各店から多くの回答をいただいた。このアンケート結果をもとに、方向性と取り組み内容の具体化を進めてきた。

### 【アンケート内容】(抜粋)

ライオン通が、どんなことで一番だと思われたいですか?(3つまで)

- 賑やかさ  面白さ  上品さ  優しさ  安心安全  人情味
- 個性  多様性  つながり  食文化  商い  笑顔

あなたが思う「ライオン通の誇り」ってどんなところですか?(複数回答可)

- 高松の食文化を支えてきたこと  高松初のアーケード街であること
- 「ライオン」の名前を冠する商店街であること(映画館のライオン館から生まれた商店街であること)
- 高松中央商店街で(丸亀町と並び)一番長い商店街であること

ライオン通は、どんな「コンセプト」があったら良いと思いますか?(自由にお書きください)

※自由記述のみ

店舗として、どんな企画や取り組みがあると助かりますか?(複数回答可)

- プレミアム付き商品券  抽選会  割引クーポン  商店街マップ・広報チラシ
- 販促キャンペーン(店舗・商品のPR)  一店逸品運動  食べ比べ企画
- 祭り  夜市  歌合戦  昭和っぽいイベント  季節感ある演出・装飾

店舗のことを教えてください。(求めるターゲット層)

- 子供  20代  30代  40代  50代  60代  シニア層
- 男性  女性  地元客  観光客(県外客)  観光客(外国人)



# アンケート結果(集計)

	北エリア		南エリア		合計	業種別		エリア別	
	飲食系	非飲食	飲食系	非飲食		飲食系	非飲食	北エリア	南エリア
回答数	33	22	18	14	87	51	36	55	32
ライオン通が、どんなことで一番だと思われたいですか？									
賑やかさ	16	5	3	8	32	19	13	21	11
面白さ	3	4	5		12	8	4	7	5
上品さ		1	1		2	1	1	1	1
優しさ	2	4		1	7	2	5	6	1
安心安全	7	12	3	4	26	10	16	19	7
人情味	10	9	6	4	29	16	13	19	10
個性	6	6	4	1	17	10	7	12	5
多様性	7	8	4	6	25	11	14	15	10
つながり	3	2	1	3	9	4	5	5	4
食文化	10	4	12	5	31	22	9	14	17
商い	6	5	7	1	19	13	6	11	8
笑顔	3	4	1	1	9	4	5	7	2
あなたが思う「ライオン通の誇り」ってどんなところですか？									
食文化を支えてきた	12	12	13	6	43	25	18	24	19
高松初のアーケード	12	3	4	4	23	16	7	15	8
「ライオン」の名前	8	9	7	4	28	15	13	17	11
一番長い商店街	14	6	4	5	29	18	11	20	9
店舗として、どんな企画や取り組みがあると助かりますか？									
プレミアム商品券	11	11	5	6	33	16	17	22	11
抽選会	6	4	1	4	15	7	8	10	5
割引クーポン	1	5			6	1	5	6	
マップ・広報チラシ	9	6	4	3	22	13	9	15	7
販促キャンペーン	2	5	1	1	9	3	6	7	2
一店逸品	1	1	1	1	4	2	2	2	2
食べ比べ		1	2	1	4	2	2	1	3
祭り	6	4	4		14	10	4	10	4
夜市	8	5	3	3	19	11	8	13	6
歌合戦	1		1	1	3	2	1	1	2
昭和っぽい	5	4	4	1	14	9	5	9	5
季節感	9	11	4	5	29	13	16	20	9
求めるターゲット層は？									
子供	4	3		2	9	4	5	7	2
20代	15	8	4	2	29	19	10	23	6
30代	22	10	10	8	50	32	18	32	18
40代	23	12	11	9	55	34	21	35	20
50代	23	12	10	8	53	33	20	35	18
60代	17	12	7	6	42	24	18	29	13
シニア	9	12	2	5	28	11	17	21	7
男性	18	7	9	5	39	27	12	25	14
女性	18	11	7	6	42	25	17	29	13
地元客	22	14	12	7	55	34	21	36	19
県外客	17	9	7	4	37	24	13	26	11
外国人	7	5	4	2	18	11	7	12	6

# アンケート結果(自由記述)

ライオン通が、どんなことで一番だと思われたいですか？

アーケードがある / アーケードのある飲食店 / 昔にくらべて明るく、小ざれいな街 / 様々なお店がある / 日本人らしさ / 親しみやすさ / 便利さ / 伸び伸びと活動し、街を盛り上げられる商店街

あなたが思う「ライオン通の誇り」ってどんなところですか？

初めて香川に来られた方でも「ライオン通り」は覚えやすくて良い / にぎやかである / 夜ご飯の後に外出するなら「ライオン通り」っていうのが良さ / 地元で好かれている / 多種類の飲食店が密に有る / いろいろな店が連なっている / 古い店がある / 昔ながらの店が多い / 高松で唯一飲食店(飲み屋も含む)が多店集合していること / 人情味のある所 / アーケードで雨や風を防ぎ、夜も明るい / 明るい街 / 静けさ / 親子二代三代と老舗が多く家庭的な雰囲気もあり、若い店主も多く前向きで挑戦できそう / 高松＝ライオン通というイメージが強い(県外出身者) / 土曜デー(再度できるか再考)

ライオン通は、どんな「コンセプト」があったら良いと思いますか？

人情がある街 / 人が集う街 / 四季のある街 / 五感が満たされる街 / 愛ある場所 / たただだ楽しい街 / 毎月にお得な商品券が発売される街 / 観光スポットとしての街(目的地となるような) / ここにしかない観光スポット / 昼も夜も盛り上げるかなり尖ったコンセプト / 県内・市内の人々をもどす町づくり / 夜の賑わい / アナログ的活動 / にぎやかさ(昼も夜も盛り上げられる) / 安心安全できれいな街 / いつ来ても食事と活気に困らない街 / 個性あふれる街 / 飽きさせない商売の街 / 色々多種多様な店がある / いろんな世代の方がいる街 / 昭和っぽい雑多な賑わい / 悪そうなのが来ない街 / ライオンという名を生かす / ライオンくんをもっと活用 / 気軽に立ち寄れる街 / 笑顔があふれる街 / 様々な年代の人が楽しめる街 / 通れば楽しい街 / 老若男女ハジケル町 / 少し古くさい路地裏(良い意味で) / ルールを守れる人達で商売 / クセになる街 / 熱い夜を過ごせる街 / 軒目から締めまで全てこの街で賄える / 多様性のある街 / 協調性 / 明るい商店街 / 歩きやすい(通りやすい)街 / グリーン / 空きテナントをなくす / 活気ある賑やかな街 / 夜だけでなく、昼も来店できる

店舗として、どんな企画や取り組みがあると助かりますか？

地元スポーツチームとのイベント / 商店街 YouTube チャンネル / 屋台 / ライオン通りのマップ / マップが北・中・南側に1つずつあれば歩きやすい / どこにどのようなお店があるのか分かったら親切 / 新店舗のお祝い金とか、補助金 / 冊子(年数回発行) / 空き店舗で民泊・街のホテル / 商店街の照明を暖色に / SNSでの広報 / マナーやモラルのルール等を強める / 安全・安心・快適な利便性 / 厳しい時代ですから簡単な割引・値引きで喜んでくれる / 安全面(他店舗と助け合い) / 個々のSNSでのアピール告知・フォロー / 個々のお店のアピール / 今よりもっと店舗紹介して店をアピール / 土曜デー / 他店舗と助け合い / 月1回交代制などで番街ごとにイベント(例:2000円以上でドリンク1杯サービス) / 古馬場など東西の通りと協力、連携できる取り組み / 組合員繁栄を目的(商品券など)

※一部抜粋及び編集済み。(重複する内容や、質問と異なる回答は省略)

## ヒアリングについて

アンケート調査に加え、回答いただいた店舗の中から一部を対象に、委員会メンバーが直接訪問し、意見やアイデアのヒアリングも行った。率直な声や提案は、本プランを取りまとめるうえで、非常に重要な判断材料となった。

### ヒアリング例



外国人や観光客も大事だが、本当に大切にすべきは地元のお客様だと思う。最近は若い人が「良い店」を知るきっかけが減っている。人は魅力的な店を探している。ライオン通に行けば何か楽しめる、面白い店に出会えると思ってもらえることが何より重要だ。



個々の店がもっと頑張りや個性を出していくことが、商店街全体の魅力につながるはず。他店にはない、この店だけの強みをもっと前に出していきたい。もっとアグレッシブに動きたいという思いもある。企画や雰囲気づくり次第で、街の印象は大きく変えていけるはずだ。



いきなり商店街全体で何かをやるのは難しいかもしれない。まずは小さな単位で試してみて、反応を見ながら改善していく方が合っていると思う。たとえば番街ごとにエリアを絞って、予算の範囲でできるような企画をやってみるのも一つの方法ではないか。



土曜日のように、子どもたちがライオン通で楽しめるような夏をまたつくりたい。商店街として音や雰囲気で“おもてなし”を感じられる演出にも工夫が必要だと思う。世代が変わっても続けられるような、無理のない継続可能な仕組みをどう作るかが大切だと思う。



土曜日のような取り組みを、番街ごとでも始められるとよい。自分たちがまず楽しむことが大切で、それがお客様にも伝わっていく。店内だけで完結せず、店の前にも出ていくようなスタイルがもっとあってもいい。自分たちで楽しむ空気が必要だと感じている。



ポケモンセンターのような集客力のある施設もでき、幅広い層の人の流れが生まれてくると感じている。せっかく人が来てくれるのだから、周辺の施設や商店街とも連携して、ライオン通としても何か面白い取り組みができたらよいと思う。



シャッターが閉まった空き店舗があると寂しいし、南側に比べて北側が静かなのも気になる。出店時は市の補助制度にも助けられたが、もし、これに加えてライオン通独自の支援策などがあると、出店を考える人の後押しになるのではないかなと思う。

※ここで紹介したのは、お聞かせいただいたお話の一部です。

## プランの完成にあたって

今回の「ライオン通商店街75-80活性化プラン」の策定を通じて、私たちはあらためてライオン通商店街の可能性を実感しました。これまで十分に横のつながりがあったとは言えない中で、この活動をきっかけに多くの店舗とつながり、意見を交わし、打ち解けて話せる関係が生まれたことは大きな成果です。こんなにも多くの店舗が商店街のことを真剣に考えてくれていたのかと知り、これから一緒にやっていけるという手応えも感じています。

最近のライオン通では、空き店舗ができてはすぐに次の出店が決まる場面も見られます。それは、まだこの通りに可能性を感じてくれている人がいるということでもあり、ライオン通には確かな底力があるという証でもあります。だからこそ、今が踏ん張りどころです。これまで受け継がれてきた強さの火を絶やすことなく、次の時代へとつないでいかなければなりません。

商店街は本当に必要なのか。なぜ中心市街地が必要なのか。そうした問いに向き合いながら、私たちは、街なかにいることが楽しいと思える場所をつくるこそが商店街の使命だと考えました。今回、高松市の支援のもとで本プランを取りまとめることができましたが、支援期間が終わった後も、中心市街地活性化のパートナーとして、ともに歩んでいける関係を築いていきたいと願っています。

ようやく、ライオン通のこれからのための体制づくりが始まりました。本プランは、その第一歩として組合員の皆さまに示すことができる“かたち”です。これからできることは確実に増えていきます。もちろん、すべてが順調に進むとは限りません。しかし、常にこのプランに示した方向性に立ち返りながら、一つ一つトライ&エラーを重ねていきたいと思えます。

商店街の活性化には、組合員一人ひとりの参加が欠かせません。私たち委員会のメンバーも同じく一組合員であり、私たちだけでこのプランが実現できるわけではありません。一人ひとりが他人事ではなく、自分事として関わり、輪を広げていくことで、強くて豊かな商店街を築いていくことができます。80周年を盛大に迎え、“四国一の誇りある商店街”としてその先へと続く未来を、ともに築いていきたいと思います。

ライオン通商店街75-80企画プロジェクト  
委員一同