해외 상권활성화 사례

소상공인시장진흥공단 김영기

1. 일본 나가하마시(長浜市) 黒壁

지역 개요

- 인구 : 119,359명(2017년 현재)
- 연간 관광객 : (黒壁) 0명 → 210만명, (시 전체) : 500~700만명
- 시가현 북동부 위치, 코호쿠(湖北) 지역 중심도시
- 에도 시대 : 양잠, 비단 등의 상공업 성행
- 메이지 시대 : 일본에서 3번째로 관영철도가 개설되는 등 중심도시로 발전
- 그 후 인구, 경제 등의 대도시 집중 현상으로 인해, 1980년대까지 중심시가지 급속한 쇠퇴
- 1979년 중심시가지에 입지한 대형점(西友, 平和堂)의 교외 출점 신청으로, 중심시가지 쇠퇴를 염려한 상인들의 교외 출점 반대운동과 위기감 발생

1970년대 상점가 모습

1. 일본 나가하마시(長浜市) 黒壁

활성화 사업 추진 계기

- **도시매력 창출 4개 항목** 제안(1982) : **도시 전체 활성화 없이 상업이 번성할 수 없다!!**

  ① 공장 유치 : 일터 제공 → 인구 증가

  ② 호텔 유치 : 통과하는 관광지 → 체류하는 관광지

  ③ 도시기반 시설 정비 : 민간 투자 기대

  ④ 상업 집약적 배치와 중심시가지 상점가 활성화 : 지역 커뮤니티 부흥과 지방문화의 계승

- 나가하마 성 복원(1983) : 시민 기부금 4.3억엔 → 나가하마 마을 만들기 추진 원동력으로 작용

- 박물관 도시구상 책정(1984) : 개성과 매력 있는 마을 만들기 추진

  ※ 매력 있는 마을 : **거주할 수 있고, 일할 수 있고, 놀 수 있고, 배울 수 있는 곳** 4요소로 창조되는 마을

1. 일본 나가하마시(長浜市) 黒壁

활성화 사업

- ‘아름다운 마을거리 조성을 위한 전문 상담 제도’ 운영

  * 대학교수, 건축가, 조경기술사, 화가 등 전문가 11명으로 구성

- 風格 있는 마을 만들기 시민회의 발족

  * 아름다운 경관 창출이 목적, **나가하마다운** 건물을 선정해 표창

  * 전통적 마을거리 조성을 위한 시민 참여 유도

  * 구성원 : 상공회의소, 공업회, 건축사회, 연합자치회 대표, 지자체 등

- 통일성과 개성이 조화된 시가지 조성사업

  * 교외 쇼핑센터 허가 조건으로 확보한 보조금으로 시영 주차장 정비, 공원 정비, 지역문화 유산 활용, 매력 있는 상점가 만들기 등 4개 사업 추진 결정

  * 개인 점포를 전통 가옥 형태로 개량할 경우, 시가 최고 **200만엔 까지 보조**

    ⇨ 관광정보센터, 우동가게, 기념품 판매점 등이 전통 가옥형 상점으로 변모

1. 일본 나가하마시(長浜市) 黒壁

〈 시가지 정비 사업 〉

사업	내용
시영 중앙주차장 건설	• 1987년 56면 건설 • 2.78억엔(현 8,000만엔, 시 1억 7,300만엔, 상인 자부담 2,500만엔)
나가하마 고보효산도 (御坊表参道) 경관정비사업	• 1988~1989년 걸쳐 160m, 32개 점포 • 낡은 아케이드 철거(1.2억엔, 현·시·상점가 각 1/3 부담) • 다리 및 거리정비 사업(사업비 2.3억엔)
오테몬 도오리(大手門通り) 경관정비사업	• 1975년 234m 아케이드 설치(1억엔) • 1988년 바닥정비 • 1997년 아케이드 보수(1.25억엔)
유이치방가(ゆう壱番街) 경관정비사업	• 70m 아케이드 철거 및 건물 외관 정비(7,820만엔 中 자부담 3,591만엔) • 110m 아케이드 보수(5,900만엔 中 자부담 800만엔)
히키야마(曳山) 박물관 건립	• 나가하마 시가 세이유(西友) 쇼핑센터 부지를 17억엔 매입, 1,000평 규모, 10억엔 설비 투자
하쿠부츠칸 도오리 (博物館通り)	• 도로정비
카나야(金屋) 공원 정비	• 사업비 1.5억엔(국가 1억엔, 로터리 클럽 기부 5천만엔)

1. 일본 나가하마시(長浜市) 黒壁

<전통 가옥 개량 특산품 판매점 '오하나관'>

<낡은 아케이드 철거 및 거리 정비>

<오테몬 도오리>

<히키야마 박물관>

1. 일본 나가하마시(長浜市) 黒壁

활성화 사업

- 이벤트 및 전통 축제 계승으로 중심시가지 활성화 도모

행사명	내용
나가하마 출세 축제 (長浜出世まつり)	• 1983년 나가하마 성 역사박물관 개관 축하 축제 • 10일간 40개 이벤트 개최 • 50만명 관광객 유치, 3천명 자원봉사자 활동 • 이를 계기로 지역주민이 중심이 된 '마을 이벤트 만들기 모임' 조직
기모노 대유원회 (きもの大園遊会)	• 미혼 여성 600명(현재는 1,500명)이 전통의상 기모노를 입고 비파호수에서 중심시가지까지 약 2km 걷는 이벤트 • '마을 이벤트 만들기 모임' 회원 아이디어 ⇨ **지역주민 아이디어가 마을 토착산업과 전통문화 부흥으로 연결**
Art-in 나가하마	• 매년 1일간 전국 도예가, 화가들이 모여 작품 제작·전시·판매 • 경비 : 참가 작가의 기부 작품을 경매 • 간판 콘테스트 : 개성 있는 간판 제작으로 인한 특색 있는 마을 경관 조성에 일조
(주) SUCCES CARD 나가하마 구락부	• 1995년 상인들 중심으로 각 점포의 매력 창출을 위한 노력 일환으로 설립 • 포인트 카드 운영
히키야마 축제 (曳山まつり)	• 4월 9일~4월 12일 하다카 축제(알몸 축제) : 히키야마 축제의 무사기원과 카부키 공연 순번 추첨 기원을 위한 축제 • 4월 13일~4월 15일 : 히키야마 축제 • 420년 역사, 매년 5만명 관광객 • 총 12개 마차 중 매년 4개 마차가 축제에 동원 • 1개 마차에 1천만엔 비용 소요 : 상점가 주도 • 어린이 카부키 공연

1. 일본 나가하마시(長浜市) 黒壁

활성화 사업

- 대형점 출점에 대응하기 위한 **마을 CI 사업**

  * 1987년 마을 고유의 매력을 창출하여, 대형점 방문 고객을 중심시가지로 유인하기 위한 전략

  * 지역 개성을 나타낼 수 있는 가게 명칭, 로고, 쇼핑 백, 포장지 등을 전문 디자이너에 의뢰

  * 지역 외부 기업에 대항한 아이디어 제안과 의견 교환 과정에서 지역주민 공동체 의식 함양

- 빈 점포 활용

  * 플라티나 플라자(プラチナプラザ) : 55세 이상 노인 5만엔 씩 투자

  * 2004년 9월, 10년 동안 빈 점포였던 곳을 'まち家SUCCES横町'라는 테넌트 믹스 사업 실시

1. 일본 나가하마시(長浜市) 黒壁

<기모노 대유원회>

<Art-in 나가하마>

<하다카 축제(알몸 축제)>

1. 일본 나가하마시(長浜市)　黒壁

<히키야마 축제 中 어린이 카부키 공연>

<まち家SUCCES横町>

<플라티나 플라자>

1. 일본 나가하마시(長浜市) 黒壁

쿠로카베(黒壁)에 의한 활성화

- 지역 자본을 활용한 **제3섹터 방식**의 (주)쿠로카베

  * 1900년 百三十 은행 나가하마 지점, 1945년부터 교회로 사용된 건물

  * 1987년 노후화를 이유로 해체 예정이었으나, **지역의 역사적 전통건축물 보존을 위한 주민 운동 전개**

  * 민간기업 8개사가 9,000만엔 출자하여 건물 매입, 나가하마 시가 4,000만엔 출자하여 건물 개축

  * 나가하마 마을 만들기 컨셉으로 ① 역사성, ② 문화·예술성, ③ 국제성을 설정하고,
    유리공예를 중심으로 하는 사업 실시

- (주)쿠로카베 운영 형태

  * 29호관 31개 점포 운영 : 직영 11, 임대 4, 공동 경영 2, 프랜차이즈 14

  * 테넌트 요금 : 중심가 평당 1~1.5만엔(월), 외곽 평당 0.7~1만엔(월)

  * 프랜차이즈 : 최초 보증금 50만엔, 월 2만엔(신규 참가 시 회원 전원 동의 필요)

1. 일본 나가하마시(長浜市) 黒壁

쿠로카베(黒壁)
제3섹터 주식회사

쿠로카베(黒壁) 그룹 협의회
[유리사업 등 경영]

① 직영 11개 점포

② 테넌트 4개 점포

③ 공동경영 2개 점포

④ 프랜차이즈 14개 점포

지역 관리 사업
[지역 활성화 사업 경영]

① 新 나가하마 계획
(마을 부동산 활용 회사)
② 플라티나 플라자
(마을 노인 인력 활용 사업)
③ 마을 만들기 사무소
(시찰, 견학 팀 유료 접대)
④ 感響 Free Market Garden
(마을 공간 창조 사업)

1. 일본 나가하마시(長浜市) 黒壁

<쿠로카베 운영 점포>

(주) 쿠로카베 성공 요인

- 중심시가지 활성화를 위해 행정 주도가 아닌 **민간 주도형 제3섹터**로 **수익성을 중시**한 사업 전개
- 활성화를 위한 합의 도출에 **스피드를 중시**하여, 단기간 내 많은 지역 주민들과 만남 시도(1일 최소 6회 이상)
- 대형점이 가질 수 없는 차별화된 요소인 역사, 문화, 국제성이라는 컨셉 활용

1. 일본 나가하마시(長浜市) 黒壁

나가하마 활성화 사업 시사점

- **지역 자원을 활용한 중심시가지 전체의 상품화와 신 사업 전개**

  * 지역의 역사적 자원인 쿠로카베 은행 건물을 활용하여, 유리 공예를 테마로 한 신 사업 전개

  * 쿠로카베 건물이 가진 **전통성**과 유리 공예가 가지는 **예술성**과 **국제성** 접목

  * 빈 점포를 활용한 중심시가지 전체의 상품화

- **지역 리더의 존재**

  * 쿠로카베 은행 건물 인수 한 지역의 기업 및 유지

  * 8년간 무보수로 일한 (주)쿠로카베 초대 사장

  * TMO 사업 담당자 존재 : 지역과 행정기관과의 연계·통로 역할

- **주민 조직 네트워크 형성**

  * 風格 있는 마을 만들기 시민회의, 마을 이벤트 만들기 모임 등이 활성화 동력 주체로 작용

  * 순수 시민 조직이지만, 전문가 버금가는 아이디어와 전략 도출

- **행정기관에 대한 신뢰와 지역자본의 경영 능력의 결합**

- **상인 자부담 등 활성화를 위한 상인들 자체 투자**

2. 일본 사쿠시(佐久市)　岩村田商店街

상점가 개요

- 에도시대부터 宿場町로서 나가노 주변 지역의 중심상점가로 발전
- 1960~1970년대 일본 고도성장기 때, 상점가 리모델링하여 현대식 건물로 변모
- 1980년대 이후 자동차시대 도래 및 소비자 라이프스타일 변화로 상점가 공동화 현상 발생
- 그러나 상점가에서는 정부 보조금을 기대하면서 별다른 활성화 노력 취하지 않음
- 소비자 소비행태는 변하였으나, 상점가 자구노력은 부족
- 특히, 1997년 신칸센 역 개통 및 주변 대형마트 설립으로 상점가 방문객 급감
- 이를 계기로 상점가 청년부가 선배 경영인(장년층)을 설득하여 상점가진흥조합 설립

  * 이사 평균 연령 : 36.7세

- 상점가진흥조합 첫 사업으로 아케이드 교체

2. 일본 사쿠시(佐久市)　岩村田商店街

<상점가 전성기 모습>

<상점가 진흥조합 설립>

<이벤트 개최>

2. 일본 사쿠시(佐久市)　岩村田商店街

● 이벤트를 통한 상점가 활성화 도모

- 매스컴을 이용한 일본에서 제일 긴 김밥, 롤 케이크 만들기 등 이벤트 개최하여 화제성 도모
- 이벤트 개최는 일시적 상점가에 대한 관심이 높아지기는 하지만, 개별 점포 매출 증대로 이어지지 않는다는 결론 도출
- 당시 물건 판매 42개 점포 중 15개가 빈 점포일 정도로 공동화 심각

● 상인 연수회(商人塾) 사업 실시

- 상공회의소가 주축이 되어 상점가 후계자 양성 위한 상인 연수회 개최
- 무박 2일 연구회를 1년 6개월 간 지속
- '상점가는 상점가를 이용하는 고객의 것이다'는 결론

⇨ **'지역밀착 고객 창조형 상점가'** 실현을 위해 노력
(지역 주민과 **'함께 생활하고, 일하며, 살아가는'** 상점가 구축)

2. 일본 사쿠시(佐久市)　岩村田商店街

커뮤니티 공간 설치

- 상인회 사무실로도 이용, 연간 6,000명 이용

中宿　おいでなん処

2. 일본 사쿠시(佐久市)　岩村田商店街

- 상인회 운영 반찬가게 사업 실시
  - 2009년 매출 2,200만엔, 수익 300만엔

지역 주민의 부엌 역할

2. 일본 사쿠시(佐久市)　岩村田商店街

- **반찬가게 수익금으로 어린이 학원, 육아상담소, 상인연수회 사업 실시**

  - 2008년 일본 최초 상점가 직영 학원 岩村田寺子屋塾 개설(등교거부, 발달장애 학생도 입학)
  - 일본 최초 鹿島학원 통신제 고등학교 佐久캠퍼스 병설
    ⇨ 이념 : 상점가라는 지역자원 활용하여 어린이 자립시키자
  - 2013년 탁아소 개설

상인 직접 운영하는 어린이 학원

2. 일본 사쿠시(佐久市)　岩村田商店街

コース	講座・日時	内容	開催場所	定員
新米ママさん パパさんコース	2. こんな時どうする 11月開講	新米パパ、ママにとってあらたに始まる近所づきあい。佐久地域社会習慣、冠婚葬祭の処し方などを学びます。	岩村田寺子屋塾	30名（先着順）
	3. 子育て講演会（11月開講予定）			
	4. 子育て講演会（2010年1月開講予定）			
すてきな シニアになろう コース	1. 右脳刺激 脳トレ講座 10月9日㈮～ 午前10時半～12時	読書やパソコンソフト、名文の書写など右脳を刺激するいろいろな手法を使って、いつまでも若々しく。 5週連続	岩村田寺子屋塾	15名（先着順）
	2. 健康維持の体操講座 10月7日㈬～ 午前10時半～12時	肩こりや、腰痛予防に効く健康体操です。気軽に楽しくやりましょう。 5週連続	岩村田寺子屋塾	10名（先着順）
	3. 孫と昔の遊びで遊ぼう講座（11月開講予定）			
	4. 私にもできる絵画基本講座（11月開講予定）			

各講座、いずれも無料。対象はテーマに興味のある方なら大歓迎。上記の講座の他、今年度中に多彩な講座をご用意しています。11月以降の講座内容は次回の「コミュニティタイムス」でお知らせいたします。

開講

小学生対象の学習講座も同時募集

子どもの能力に応じたスピードで、自分から学ぶ習慣を身につけます。右脳を刺激するコース、読書好きになるコース、算数、国語の各コースをご用意しています。他塾とはシステムが違います。まずは無料体験をお受けください。（要予約）

関東経済産業局「中小商業活力向上事業」採択

岩村田 寺子屋塾

お問い合わせは TEL.0267-54-8339
www.iwamurada.com

発刊にあたって

ごあいさつ

日頃は、当商店街をご利用いただき有り難うございます。岩村田本町商店街振興組合では、地域活性化のためにいろいろな取組を行って参りました。地域の台所「本町おかず市場」の開設、手づくり手仕事技の町の象徴として、起業を希望する人のための「本町手仕事村」の開村、そして平成19年には子育て支援の会員組織「子育て村」を開村。その活動の中から学びの場「岩村田寺子屋塾」を今春開校しました。おかげさまで全国から、これらの取組に対して大きな反響を頂きました。今後も、「コミュニティの担い手」として新たな取り組みを矢継ぎ早に行って参ります。この「コミュニティタイムズ」はそれらの情報を発信する媒体のつとして定期的に、皆さまにお届けしたいと存じます。また、当商店街のHPも充実いたしました。さまざまな情報をお届けしています。本紙ともども、どうぞ宜しくお願い申しあげます。

岩村田本町商店街振興組合
代表理事 阿部眞一

佐久岩村田商店街　検索

2. 일본 사쿠시(佐久市)　岩村田商店街

● 반찬가게 수익금으로 챌린지 샵 운영

- 2.5평 월 150,000원 임대료로 창업자 모집하여 인큐베이팅
- 일정 궤도에 오르면 상점가 내 빈 점포에 창업 유도

2. 일본 사쿠시(佐久市)　岩村田商店街

고등학생 챌린지 샵 개설 및 지역 브랜드 창생사업 실시

- 2011.3 고등학생 챌린지 샵 개설(젊은 세대 상점가 유인책으로 활용)
- 지역 브랜드 창생사업 '三月九日 青春食堂' 오픈

2. 일본 사쿠시(佐久市)　岩村田商店街

대형마트와 공동 포인트 카드 사업 협력

- 2010.7 상점가조합과 대형마트 이온이 연계하여 전자머니(포인트) 기능 달린 WAON IC 카드 사업 실시
- 5만엔 충전·사용 가능
- 상점가도 독자적인 포인트 제도 실시
- 고객이 상점가에서 물건 구입시, 상점가 포인트와 대형마트 포인트 2중 적립

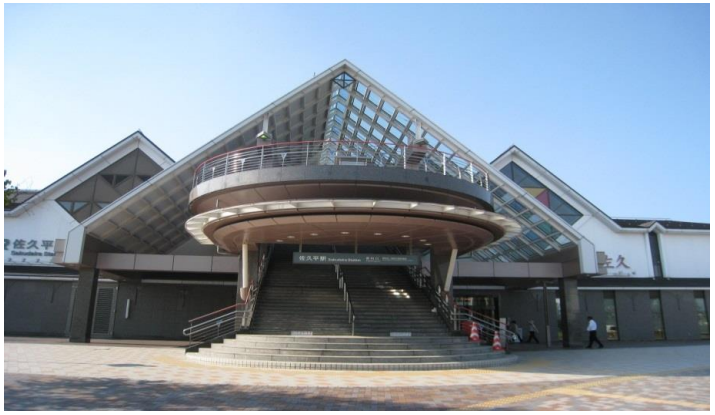
  * WAON 200엔 1포인트, 상점가 105엔 1포인트 적립
- 적립된 포인트는 상점가, 대형마트 모두 사용 가능
- 어린이 및 노인 보호 알람 기능 도입(포인트 적립시 보호자 휴대폰에 알림 서비스)
- 상점가 : 대형마트 고객 유입 효과 및 홍보 효과
- 대형마트 : 기업의 지역 공헌 이미지 구축, 지역 주민 정보 파악 가능
- 적립된 포인트의 버스요금 및 지방세 납부 기능 및 포인트 카드의 도서관·병원카드 등의 기능 도입 검토
- 인근 대형마트 월 55만명, 연간 700만명 집객

  ⇨ 이들 고객을 상점가로 유치하기 위한 독자적 노력
- 2013년 현재 78개 점포 가맹, 카드 소유자 1.2만명

2. 일본 사쿠시(佐久市)　　岩村田商店街

- 지역 축제 시 상점가와 대형마트 공동 점포 마련
- 대형마트 전단지 뒷면에 상점가 소개 등

2. 일본 사쿠시(佐久市)　岩村田商店街



활성화 사업 효과

- 빈 점포 감소 : 2000년 조합 가맹점 42개 점포 중 15개 ⇨ 2013년 61개 점포 중 2개
- 보행자 통행량 증가 : 2009년 일 평균 120명 ⇨ 2012년 일 평균 200명

3. 일본 분고타카다시(豊後高田市) 昭和の町

지역 개요

- 인구 2.5만명, 1만 세대, 면적 206.64㎢
- 1950~1960년대 중심시가지 점포 300개로 최 전성기
- 이후, 슈퍼마켓·교외형 대규모점포의 급속한 진출, 시가지가 국철 역에서 떨어져 있다는 이유 등으로 쇠퇴
- 1990년대, 상인·상공회의소 직원·시청 직원 등이 '昭和の町'를 테마로 지역 활성화 기획

⇨ **건축재생, 역사재생, 상품재생, 상인재생** 추진

昭和의 건축재생	점포가 건축된 당시의 모습 재현
昭和의 역사재생 : 一店一宝	점포에 남아있는 역사적인 물건을 一店一宝으로 전시
昭和의 상품재생 : 一店一品	각 점포가 가장 자신 있는昭和 시대의 상품을 一店一品으로 판매
昭和의 상인재생	각 상인이 1950~1960년대의 방식으로 고객 접대

3. 일본 분고타카다시(豊後高田市) 昭和の町

昭和の町マップ （資料;豊後高田市）

3. 일본 분고타카다시(豊後高田市) 昭和の町

쇼와 30년대(1950~1960년대) 테마 설정

- 2000년 실시된 '상점가 실태조사'에서 상점가 뒷골목에 1950~1960년대 건물이 다수 존재하는 것 발견
- 현재 남아있는 **지역 자원을 유효하게 활용**하여 중심시가지 활성화를 도모하자는 방침 설정

昭和의 건축재생

- 쇼와 30년대 건물의 간판 등을 보수하여 당시 상점가 분위기 재생
- 보수 비용 2/3 광역 및 기초 지자체에서 보조

昭和의 역사재생 一店一宝, 상품재생 一店一品

- 각 점포의 특징을 살리기 위하여, 각 점포에서 보유하고 있는 역사적인 물건을 一店一宝으로 전시
- 또한 각 점포가 가장 자신 있는 昭和 시대의 상품을 一店一品으로 판매

3. 일본 분고타카다시(豊後高田市) 昭和の町

中央通商店街

新町１丁目商店街の茶店舗

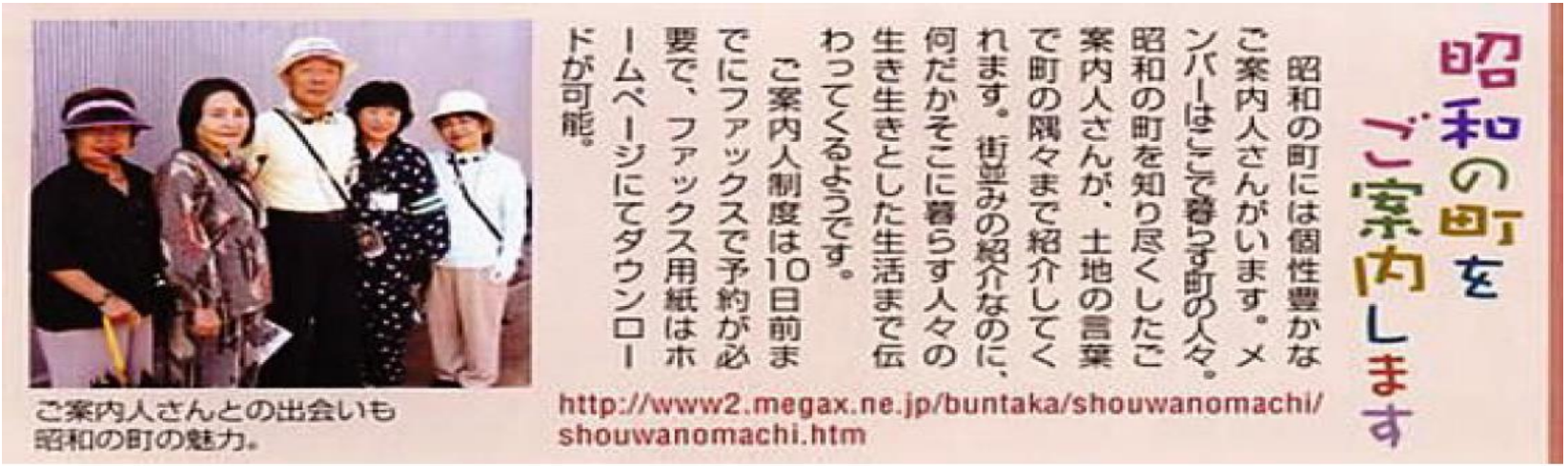
新町１丁目商店街の雑貨店

新しく造られた店舗 「出会いの里」

3. 일본 분고타카다시(豊後高田市) 昭和の町

안내인 제도 운영

- 지역을 방문하는 단체 관광객을 대상으로, 상점가와 각 점포의 역사 등을 안내하는 안내인 제도 운영



昭和の町をご案内します

昭和の町には個性豊かなご案内人さんがいます。メンバーはここで暮らす町の人々。昭和の町を知り尽くしたご案内人さんが、土地の言葉で町の隅々まで紹介してくれます。街並みの紹介なのに、何だかそこに暮らす人々の生き生きとした生活まで伝わってくるようです。

ご案内人制度は10日前までにファックスで予約が必要で、ファックス用紙はホームページにてダウンロードが可能。

http://www2.megax.ne.jp/buntaka/shouwanomachi/shouwanomachi.htm

ご案内人さんとの出会いも昭和の町の魅力。

행정기관 지원

- 오이타현 지역 상업 매력 UP 종합 지원사업 (광역 지자체 1/3, 기초 지자체 1/3 보조)
- 분고타카다시 一店一宝 전시 시설 정비 사업 (시 자체 예산으로 시행)
- 분고타카다시 경관 보수 사업 (시 자체 예산으로 시행)

3. 일본 분고타카다시(豊後高田市) 昭和の町

昭和ロマン蔵 정비

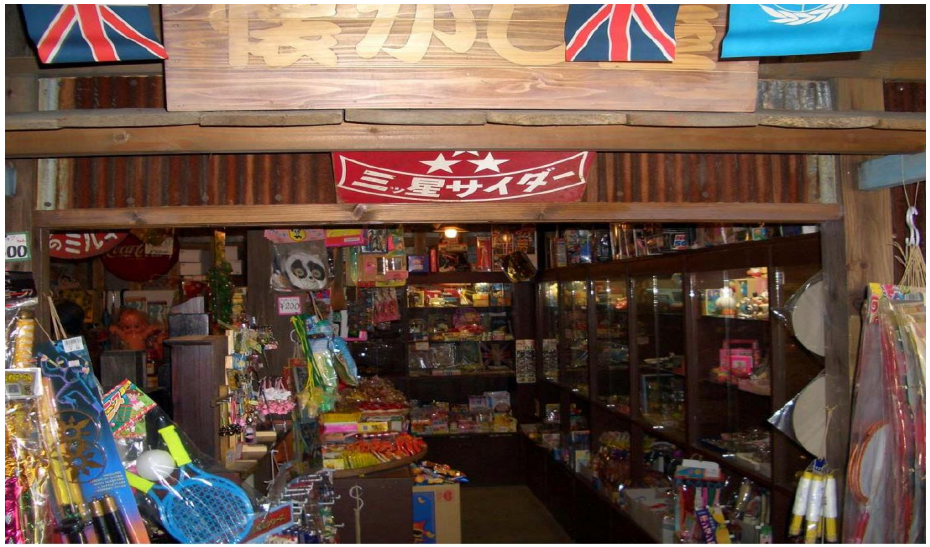
- 1935년 건축된 농업창고를, 昭和の町의 핵심 시설로 하기 위해 2002년 '昭和ロマン蔵' 로 보수
- Auto 삼륜차, 종이연극, 목제 책상이 있는 교실 등이 전시
- 2002년 10월, 옛날 과자가게(駄菓子屋) 박물관 개관

  * 쇼와시대 거리모습, 여자아이 장난감, 남자아이 장난감, 쇼와시대 아이 방 모습, 쇼와시대 거실 등 재현
- 2005년 2월, 쇼와시대 그림책 미술관 개관
- 연간 관광객 20만 명 초과

3. 일본 분고타카다시(豊後高田市) 昭和の町

「昭和ロマン蔵」入口

「駄菓子屋の夢博物館」



「懐かし屋」

「昭和のまちなみ」の店

3. 일본 분고타카다시(豊後高田市) 昭和の町

懐かしい自動車

懐かしいラヂオなど

「昭和の絵本美術館」

3. 일본 분고타카다시(豊後高田市) 昭和の町

昭和の町 성공요인

① **상업과 관광의 일체적 추진** : 昭和の町를 테마로 하드·소프트를 정비하여, 많은 관광객 유치

② **숨겨진 지역 자원 발굴** : 중심 상점가에 남아있던昭和라는 지역자원의 가치를 재발견하여,
'4가지 재생'을 키워드로 점포 외관 보수 및 개별 점포의 스토리를 재 구축

③ **공적 기관의 지원체제 확립** : 상공회의소, 상점가, 시가 각각의 역할을 명확하게 수립, 협력하여 사업 추진

④ **昭和30년대 라는 구심력 있는 테마 발굴**

수상 사례

① 2003年度　半島地域活性化　優良事例表彰(国土交通大臣賞)
② 社団法人　日本観光協会主催　第11回　観光地づくり賞　テーマ賞(商店街再生)
③ 毎日新聞社　2003年度　地方自治体賞　優秀賞
④ 2004年度　手づくり郷土(ふるさと)賞(地域整備部門)　国土交通大臣賞
⑤ 地域再生・地域自慢会　最優秀賞
⑥ ふるさとづくり2005　ふるさとづくり賞　内閣官房長官賞(市町村の部)
⑦ がんばる商店街　77選(経済産業省)