

行政計画等における商店街の振興方針と支援策等

■第5次鹿児島市総合計画
・魅力ある商店街づくりへの支援

■鹿児島市商工業振興プラン
・地域に根ざした商店街づくりの促進
(商店街の共同施設整備に対する支援/商店街の独自のアイデアや創意工夫による取組に対する支援)
・魅力ある個店ス票の促進
(地域の個店同士が連携した取り組みへの支援/地域の繁盛店づくりのためのセミナーの開催や講師の派遣)
□鹿児島市コミュニティプラン

■頑張る商店街支援事業(総合支援型、個別支援型)
□コミュニティ協議会の全本格展開の方向

商圈人口等の見通し(商圈分析)

商圈人口(1km圏)・経済センサス
2010年
総人口 22,625人 65歳以上 5,725人(25.3%)
2050年⇒緩やかな人口減少、顕著な高齢化
総人口 19,242人(0.851)65歳以上 9,001人(46.8%)

□商圈分析
人口動向・人口年齢構成・競合店立地・最寄駅乗降客等
■ターゲット層設定
近隣高齢者・子育て世代を中心に1Km商圈内に居住する地域住民(新規住民を含む)

まち(商店街)の将来像に対する検証(CHECK 3)

	視点	状態(例)
まちの機能	人口	<行政> 商圈人口の年齢別構成と増減数(総人口21,658人、高齢化率19.45%)等 <商店街> 商店街内の土地利用の変化(店舗、オフィス、集合住宅の増減)
	コミュニティ	<行政> 住民・自治会(町会)へのアンケートによるコミュニティが活性化したとの認識 53% <商店街> 自治会主催のイベントへの参加△件
商いの機能	売上・来街者等	<商店街> 組合員のうち、 5% が売上げ増。来街者数の増減、空き店舗数の増減
	店揃え・業種ミックス	<商店街> 新規出店△件。新規業種△件。
	組合員のコミュニケーション・状況確認	<商店街> 組合主催のイベント実施 22 件、理事会・実行委員会等会議 38 回。組合員以外事業者のイベント・活動等への参加多数。イベント効果(来街者数△人、売上に貢献した店△店)
	情報発信・ブランド化	マスコミや専門誌等での評判店・繁盛店等の紹介件数。各種取材対応増加数△件

日常感覚、定点観測、アンケート、ヒアリング、統計データ等分析(商店街診断)

鹿児島市宇宿商店街

将来像(戦略目標)(PLAN)

高齢者の見守りのまちづくり



来街対象(主なターゲット層)
✓ 地域住民(お年寄)
✓ 延べ人数増加(人数×来街頻度)

子育て支援・街育のまちづくり



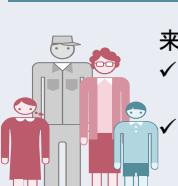
来街対象(主なターゲット層)
✓ 地域住民(子育てママ)
✓ 来街延べ人数増加(人数×来街頻度)

安心・安全のまちづくり



来街対象(主なターゲット層)
✓ 地域住民(お年寄、子ども、子育てママなど)
✓ 来街延べ人数増加(人数×来街頻度)

環境・環境美化のまちづくり



来街対象(主なターゲット層)
✓ 地域住民(お年寄、子ども、子育てママなど)
✓ 来街延べ人数増加(人数×来街頻度)

交流・参加・協働のまちづくり



来街対象(主なターゲット層)
✓ 商圈住民(新旧)
✓ 来街実人数増加(潜在顧客掘り起こし)

ビジョンの実践(事業実施)(DO)

- ・まちの駅設置と案内人(地域後見人)の配置
- A見守り携帯電話導入実証実験
B見守りマシンの検討と実証実験
- A見守り健康相談室の開設
B健康づくり体操教室開催
- ミニコミ誌「宇宿タウンガイド」発行
- ・おじゃったもんせ市(毎月開催)
- ・中学生商人選手権開催
- ・子育て支援室開設(NPOと連携)
- ・商店街まるごと子供110番の店
- ・小学生レスキュー大声コンテスト開催
- ・防犯灯の設置
・防犯カメラの設置
- ・商店街街灯のLED化
- ・エコステーション設置
- Aえびすサポーター募集
B暖か大賞表彰
- ・納涼夏祭りの開催(組合主催)
- ・商店街えびすツアー実施
- ・防災えびす物産展開催
- ・駅祭サテイング レット抽選会開催
- Show-1グランプリ開催
- ・灯りのページェント開催

組合員・他の事業者の評価・反応等(CHECK 1)

- ・まちの駅があるので人が集まるようになった(売上高△万円。)
- ・スマホ普及で事業化見送り、見守りマシンは投資リスクで見送。
- A貢献度:通行量60%、売上30%
B貢献度:通行量60%、売上30%
- ・かなり人気があるので組合員も納得。組合員以外の事業者は喜んでいる。
- ・「おじゃったもんせ市」来場者
- ・貢献度:通行量41%、売上18%
- ・委託NPOに経営能力が乏しく事業が回らなくなって中止
- ・貢献度:通行量40%、売上13%
- ・大半が防犯カメラの犯罪抑止効果を実感
- PTA、自治会に働きかけPTAから資金の半分の提供を得た
・地域受民のサイクル活動に貢献
- A貢献度:通行量33%、売上27%
B貢献度:通行量40%、売上33%
- ・協賛金200事業所160万円
- ・貢献度:通行量46%、売上31%
- ・貢献度:通行量67%、売上27%
- ・貢献度:通行量50%、売上50%
- ・マスコミでの紹介頻度も増え宇宿商店街の情報発信力が高まったと感じる組合員が増えた。

顧客・住民・自治会・行政等の反応(CHECK 2)

- ・「まちの駅」により高齢者見守り機能が上がったという声がある。
- A認知度:居住者25%、来街者29%
- ・健康づくり体操は参加者から好評を得ている。
- ・ガイドブックは好評で増刷に対応。居住者の認知度55.5%
- ・認知度居住者61%来街者53%
- ・認知度居住者48%来街者45%
- ・子育てママ層には好評価。認知度:居住者33%来街者29%
- ・認知度:居住者80%、来街者66%
- ・街が明るくなり、子供が安心して通行できるという声が多い。
- ・環境に対する子供の関心が高まったという声がある。
- B認知度:居住者18%、来街者28%。
- ・認知度:居住者37%、来街者41%
- ・認知度:居住者30%、来街者45%
- ・認知度:居住者47%、来街者50%
- ・認知度:居住者48%、来街者57%
- ・認知度:居住者59%、来街者50%

今後の事業の改善・見直し・進化(ACTION)

- ・「高齢者健康増進プログラム」の一環として鹿屋体育大学と連携した「貯筋通帳」事業を導入しまちの駅への来街を促進。あわせて、値域の高齢者コミュニティを育成し商店街の情報を提供する。
- ・クーポン付の冊子の発行によるリピーター確保を準備
- ・商人選手権委については、参加者層の拡大をめざし、小学6年生チームの受入れる。
- ・子育て支援室に対する潜在ニーズは高いので経営能力のあるパートナーを探して再開を模索
- ・警察署と連携して安心・安全への取り組みを紹介し、小学生と保護者と顔の見える関係づくりを模索。
- ・「暖か大賞」の評価項目の見直し、「宇宿春の宴」の定着を組込み「新えびすサポーター事業」として展開。夜間開催による通勤客の取り込を模索。
・サポーターを活用した定期的なニーズ調査を実施。
- ・市電沿線商店街と連携し、「商店街えびすツアー」実施
- ・まちの駅、全国ぼうさいネットワークのつながりを活かし「えびす物産展」を開催
- ・SNS等を活用した新たな情報発信事業の模索・実践

地域に必要とされる商店街をめぐらし、地域住民の来街を増やす
地域に寄り添い、「地域に必要とされる商店街のモデルとして、地域に必要とされる商店街をめぐらし、地域住民の来街を増やす」
『鹿児島で住みたい街NO.1になる』

注)貢献度は、書店街事業者、認知度は、居住者、来街者アンケート結果による(H26年度実施)