

宇都宮オリオン通り商店街(平成28年度検討結果)

これまでの取り組み

- 全蓋アーケードの整備(2011年リニューアル)
- 市民広場オリオンスクエアの開設
- アンテナショップ「宮カフェ」OP
- ギャラリーカフェ「オリオンACプラザ」開設

関連する行政計画(中心市街地活性化基本計画)

- 目標1: 宇都宮の“顔”となり市全体をけん引する活力あふれるまち**
- 施策1-1 都市機能の集積
 - 施策2-2 地域経済の活性化
- 目標2: 街なかならではの魅力と賑わいあふれるまち**
- 施策2-1 地域資源を活用した魅力づくり
 - 施策2-2 誰もが利用しやすい移動手段の確保
- 目標3: 誰もが憧れ「住みたい・住み続けたい」と思うまち**
- 施策3-1 居住環境の整備
 - 施策3-2 街なか居住の促進

商圏人口(1km²)

2010年
総人口 4,167人
65歳以上 1,284人

2050年
総人口 2,727人
65歳以上 1,231人

まち・商店街の将来像に対する検証

	視点	状況(例)
まちの機能	人口	<行政>年齢別将来メッシュ人口(総人口△人、65歳以上人口△人) <商店街>商圏の住宅の動向(着工△世帯)
	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△% <商店街>自治会主催のイベントへの参加△件
商店の機能	売上	<商店街>組合員のうち、△%が売上増。
	店舗え・業種ミックス	<商店街>新規出店△件。新規業種△件。 <商店街>物販、サービスの店舗数△の
	組合員のコミュニケーション	<商店街>イベント実施△件、理事会等会議△件

注)赤枠、赤線部分は、今年度事業における検討内容

宇都宮オリオン通り商店街の将来像

キャッチフレーズ: 「あなたの笑顔を見せてください! No.1商店街を継承します」

ビジョンの具体化



組合員・他の事業者の評価・反応(目標イメージ)

将来像に対する評価。「オリオン通りは中心市街地の中核」との自己認識はあり。

内容を見直しつつも、継続を希望する組合員が7割弱。

街ゼミ実施店舗は2店舗。組合員の半数以上が商店街共通テーマでの街ゼミ実施に賛成。

各イベント事業の参加者数0%増
各イベント・事業に関連して売上が上がった店舗数0店舗
イベントに関連した新規ビジネス・サービスの展開

売上が上がった店舗数0%増

イベントや商店街HP, Facebookページへのアクセス数、いいね数等を継続して調査

売上が上がった店舗数0%増

来店者が増加した店舗数0%増
子育て世代の来店者増を実感する店舗数0%増

ホームページのアクセス数0%増
ACプラザへの来館者数0%増等を継続して調査

顧客・住民・自治会・行政等の評価・反応(目標イメージ)

商店街への一般的な市民認識については今後も調査が必要

広域・近隣からのフィードバック
イベントを知っており、参加している人は14.3%

街ゼミ参加者からは概ね好評。定量的評価については引き続き調査を実施。

イベントの認知度0割、評価する自治会員の割合0割

イベントの認知度0割
賑わいビジネスを目的に来街する人数0%増

HPの認知度0割、評価する自治会員の割合0割等を継続して調査

近隣からのフィードバック
各取組の認知度0割、評価する自治会員の割合0割

来店者数0%増減
子育て支援サービスの利用者0%増

ホームページの認知度0割、評価する自治会員の割合0割
ACプラザ来館者数0%増等を継続して調査

今後の事業の改善・見直し(改善イメージ)

商店街のキャッチフレーズを大括りに定め、将来像・事業計画の具体化に向けた検討組織立ち上げ。

出店者の募集、選別に注力。事業目的を「集客イベント」と「個店の売上増」のどちらにするか継続的に検討。

参加者を広げた商店街全体による街ゼミの開催に向け、関係者と調整。

イベントの開催が、個店の売上に結びつくような取り組みを強化する。など

飲食店からのシフト。個店への売上に結び付ける取り組み強化。など

より見やすい、面白いHPづくりを目指す。など

空き店舗を減らし、より近隣住民、高齢者のニーズに沿った店舗ミックスを実現していく。など

子育て世代による、個店での消費に結びつける。高齢者にとってより安全・安心な街路空間を作る。など

ホームページのこまめな更新等、活かす工夫が必要。など