

まちかど交流くらぶ「きてん」

日向商工会議所

機関名	日向商工会議所		
所在地	宮崎県日向市上町 3-15		
電話番号	0 9 8 2 - 5 2 - 5 1 3 1		
地域概要	(1)管内人口 5万8千人	(2)管内商店街数 7 商店街	
事業の対象となる商店街の概要	(1)商店街数 3 商店街	(2)会員数 164 商店	
	(3)空店舗率 29%	(4) 大型店空き店舗 2 店 (寿屋日向店・マルショク日向店)	
商店街の種類	1.超広域型商店街 2.広域型商店街 3.地域型商店街 4.近隣型商店街		

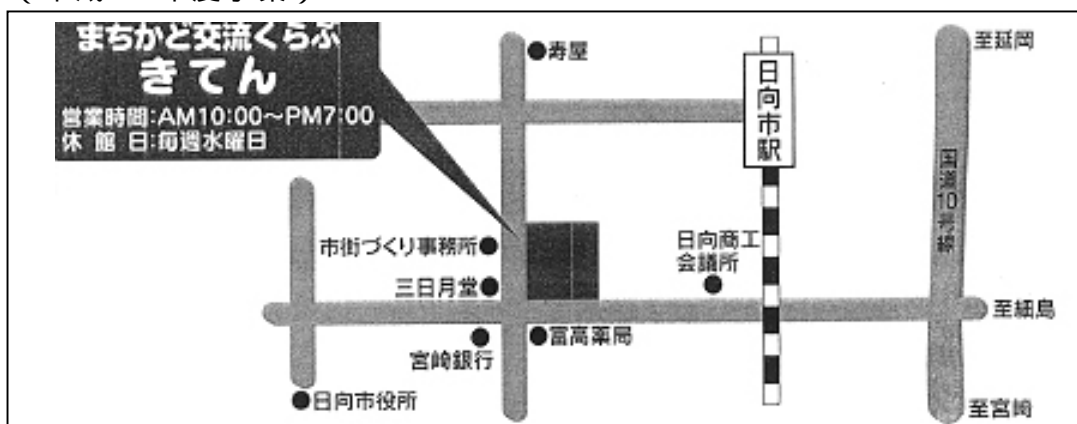
【事業名と実施年度】

平成 1 2 年度	空き店舗対策事業 総事業費	チャレンジショップ、インターネットカフェ、イベント 11,020 千円
平成 1 3 年度	空き店舗対策事業 総事業費	インターネットカフェ、カルチャー教室 1,920 千円
	活性化対策事業 総事業費	エコステーション、イベント 4,080 千円

【事業実施内容】

1. 背景

(平成 12 年度事業)



日向市中心商店街は、駐車場不足や歩道の未整備等都市基盤整備の遅れや商業核となっていたダイエーの閉店、日向大丸の倒産により消費者の流入が大幅に低下しそれにより空洞化が進み、上町、本町、都町 3 商店街で平均 25%を超える空店舗率に至っている。現在、郊外大型店の進出が相次ぎ、平成 12 年 1 月には「ヤマダ電機」、2 月に「くらし館」が出店、更に 2 店舗の郊外大型店が本年度中に出店する予定であり、3 商店街の状況は非常に深刻化している。その中で日向市特定商業集積整備事業、日向市駅周辺土地地区画整理事業、日向地区連続立体交差事業、複合拠点施設建設事業が一体となった街づくりに取組み、平成 11 年 1 月に日向市

が、中心市街地活性化の為の基本計画を策定、平成 12 年度に TMO 基本構想策定委員会及びワーキング部会を開催し 3 商店街も参加して日向市の顔としての魅力ある街づくりに協議を重ね、平成 13 年 3 月に市の TMO 基本構想の認定を受け、4 月に TMO を設置して TMO 実施計画の策定に着手した。本事業では、中心市街地の再生を目的としたソフト事業の実験的事業として、中心商店街にある空き店舗を活用した市民参加型の各種事業を展開することにより、商業者の意識改革と市民ライフニーズを探るために本事業に取り組むこととした。

（平成 13 年度事業）

日向市中心市街地商店街は、駐車場不足、都市基盤整備の遅れによる歩道の未整備や商業核となっていた大型店の撤退、相次ぐ郊外型大型店の進出により、消費者の流入が大幅に減少している。日向市中心商店街を構成している上町、本町、都町 3 商店街の空き店舗は、年々増加の一途をたどり、現在の空店舗率は、全体で 29 % を超え、中心市街地商店街を取り巻く環境は、一段と厳しさを増している。

そういった状況の中、日向市は、鉄道高架事業、土地区画整理事業を基幹事業とした商業の活性化及び複合拠点施設建設事業が一体となった街づくりに取り組み、平成 12 年 4 月に中心市街地活性化の為の TMO（街づくり機関）を商工会議所に設置し、土地区画整理事業の換地に併せた集団化事業の平成 13 年度着手に向けた TMO 計画を策定中であった。



インターネットカフェ

本事業では、12 年度に取り組んだ商店街等活性化先進事業（空き店舗対策事業）で、空き店舗を利用したチャレンジショップ事業、ギャラリーコーナーとインターネットカフェを併設した“きてん”の継続を強く望んでおり市民には非常に好評であった。

このことから、13 年度も同一店舗での事業を行うこととしたが、「環境」、「高齢者」をキーワードにした商店街のイメージアップ作戦に取り組むことにより、中心市街地への集客力を高め活性化を図ることとした。

「環境に優しい商店街」というテーマで、リサイクル・省エネ商品の展示会を開催したり、空き缶回収機を常設した「エコステーション」を開設した。

「高齢者に優しい商店街」というテーマで、健康器具の継続設置は高齢者向けのカルチャー教室を開催した。

また、12 年度公開した商店街案内ホームページの商店情報の内容充実を図るために商店主を対象にしたパソコン教室も開催し、今後の情報社会に対応できる商店街を目指した。

2 . 事業内容

(平成 12 年度事業)

(1) イベント事業

憩いの場の提供事業

来街者の交流を深める拠点施設として、空き店舗を活用した「まちかど交流くらぶ“きてん”」の開設を行い、中心商店街への集客を図った。

“きてん”の名称は、方言で“来なさい”という意味の「来てん」と、商店街活性化の始まりという意味をこめた「起点」とをかけてネーミングしたものである。

- 高齢者、買物客のために健康器具（4 台）の設置。
- ファミコン TV ゲームを設置し、街なかでの子供たちの交流の場としての提供を図っていく。このことにより、地区内外の小中学生の元気な声が聞かれる事が予想され、商店街の賑わいにつながるものと想定された。

市民とのふれあいイベントの開催。

商店街への集客を図る手段として各種のイベントを開催し、賑わいのある中心市街地（商店街）の創出を目指すと共に、市民（消費者）と商店街（商業者）とのコミュニケーションを図る事とを目的として開催した。

(2) 情報提供事業

「まちかど交流くらぶ」の一角にインターネットによる商店街案内のホームページを作成し、商店 1 品案内板の情報提供を行う。さらに、インターネットの体験コーナーやファミコン TV ゲームコーナーを設置し、子供から高齢者まで広い年代層に活用させ、これからの商店街に人を集める手法のソフト事業の一つとして試行した。

(3) チャレンジショップ事業

商店街の空き店舗を実験的に有効活用し、意欲のある個人、企業、団体を対象に、商店街の魅力並びに賑わいを高め、来街者の増加を図ると共に、出店希望者に対して将来にわたって街なかに店舗を構えるきっかけ



づくりの場を提供することを目的として行った。

・モデル店 店舗数 3 店舗（上町 2 店、本町 1 店）

・出店条件 出店期間 平成 12 年 8 月 1 日～平成 13 年 3 月 31 日までの
8 ヶ月間とした。

家 賃 原則として無料

経 費 光熱水費及び商店会協力費等については自己負担。

内 外 装 原則として現状のままで手を加えないこととし
たが、必要な場合は、家主と協議して決めること
とした。

出店対象者・小売業、サービス業（飲食店を除く）

・公序良俗に反する業種を除く

・商店街の賑わい、集客のために役立つ業種を優
先する。

・商店街の不足業種を優先する。

・恒久的に出店が可能な店舗を優先する

・現在営業中の企業は、市内商店街以外の場所
で営業されている企業とする。

・その他商店街組合等の推薦、紹介者は優先する。

・閉店時間 原則として午後 7 時以降とする。（土、日曜日
営業を原則）

・選考方法 応募者の中から商店街空き店舗対策選考委員会
により審査を行い決定した。

（平成 13 年度事業）

（１）空き店舗対策事業

12 年度好評であった健康器具を設置した高齢者健康コーナーの開設。

12 年度は、インターネットカフェに取組み比較的若者の入場者が多かった
ため、高齢者向けのカルチャー教室の開催及び作品展示会を開催して高齢
者の来場者の増加を図った。

店主を対象にしたパソコン研修を基に“きてん”インターネットコーナ
ー元気商店街案内ホームページのリニューアル版（144 店舗）の公開。

“きてん”ホールでの諸団体の展示会の開催。

（２）活性化対策事業

エコステーションの開設（プレミアム付スタンプカードの発行を目的とした、
空き缶回収機の設置）

* プレミアは、現在行っているひまわりスタンプ事業とタイアップしてス
タンプ 50 個に付ひまわりスタンプ 10 枚進呈することで市民に環境問題に
関心を持たせ、中心商店街の集客を図った。

IT 社会に対応したパソコン教室の開催（“きてん”ホールにて 14 回開催）
市民と商店街がともに環境問題を考えることを目的とした、省エネ・リサ

イクル啓蒙促進を図るための展示会の開催。
ゴミ減量化のためのリサイクルの啓蒙を図る小学生を対象にしたポスター展示会及びリサイクル作品展示会の開催。

市民との共生を考える商店街をPRするためのイベントの開催。

- ・空き缶回収機(プレミア付)のオープニングイベントの開催。
- ・リサイクル啓発を目的とした小学生を対象にしたリサイクル作品製作教室の開催。
- ・空き缶回収拡大を目的とした空き缶スタンプカード抽選会・エコ買い物袋普及を目的とした袋持参のお客に対して割引プレミアが付く市の開催。



【 効 果 】

(平成12年度事業)

本事業は初めての試みとして空き店舗対策事業に取り組み、様々な事業を展開した。

中でもまちかど交流くらぶ“きてん”の開設は、インターネット無料体験コーナー、健康器具ヘルス、ファミコンコーナー、作品展示会場に延べ8500人の入場があり、日向市民にとって子供から高齢者まで幅広く利用できる憩いの場所の提供が出来た。来場者アンケートからも継続を望む声が多く、中心商店街の集客のひとつの方法として今後も取り組んでいく必要がある。

また、市民団体を取り込んだイベントを延べ5回開催したが、会場の問題があったものの、いろいろな手法を用いて、商店街の中でできるイベントを積極的に開催した。特にとれたて新鮮市は開場前から行列ができる超人気ぶりで、新鮮な品物には消費者は非常に関心をもっていることが伺え、消費者ライフニーズの把握に非常に役立った。今後も市民に親しまれる商店街としてのあり方を商店街の閉店時間の再検討を含め創意工夫しながらイベントを開催していかなければならない。

次に、情報提供事業として、インターネットによる商店街案内板ホームページ「元気商店街」を開設したが、まだ商店街の中には、情報化の進展に対する認識不足が一部見受けられ、商店情報原稿の提出が遅れたものの126店舗の情報を掲

載する事が出来た。今後は「きてん」内に常設したパソコンで、各お店の商品情報の充実と内容更新を商店主で取り組み、IT 社会にも十分対応できる商店街を市民にアピールすることが大切だと考えられる。

また、まちかど交流くらぶ“きてん”にまちかど掲示板を設置して、商店街イベント案内や市民サークルのポスターを掲示したが、非常に好評であり今後も市民にとって便利な商店街になるため広報案内に積極的に取り組む必要がある。

更に、「チャレンジショップ事業」では、予算の関係もあったが、3 店舗に 5 業者の入店があり、事業終了後も継続営業を 3 店舗ともすることになり、空き店舗減少の歯止めと不足業種誘致が図れたことは、商店街の機能強化と活性化につながるものと考えられる。

今後、課題はこれらの事業を通じて得られたノウハウを基にして商店主の連帯意識を更に高め、市民にとって何が必要かを考えた商店街活動が望まれる。

(平成 13 年度事業)

(1) 空き店舗対策事業

「高齢者に優しい商店街」というテーマで今年度も継続してまちかど交流くらぶ“きてん”にてインターネットカフェ及び健康器具を設置した健康コーナーを開設した。

13 年度は高齢者の来場者の増加を図るために高齢者カルチャー教室を企画開催したが、非常に好評で回数にして 13 回、受講者数も延べで 245 人に上った。この教室の特徴は、講師に商店街の商店主自らが講師になって、開催したことで、教室の内容については、限られた部分もあったが高齢者の方々と商店街の商店主との交流を図る意味で非常に効果があったと考えられる。しかも、商店街にとっても新規顧客開拓が出来るメリットも有り今後もこの企画は是非とも継続していかなければならないと考える。

他に小学生の街のまつり絵の展示会、写真協会主催による日向市百景写真展示会等開催し、“きてん”ホールの来場者は前年度に比較してもかなり増加している。

又、インターネットカフェの入場者は余り変化はないが、高齢者カルチャー教室の影響から健康コーナーの利用者は前年度同時期に比べ 26% 増加しており高齢者の来場者の数は確実に増加していると考えられる。今後はお年寄りにとって優しい街のイメージづくりに様々な企画で集客を図っていかねばならないと考える。

更に、元気商店街ホームページも商店データの充実と更新を行ない当初の公開時期より遅れたが、リニューアルする事も出来、しかも現在開催しているひまわり市のホームページとのリンク構想も含めて、今後の IT 社会に対応する商店街の基礎は出来つつあると考えられる。

(2) 商店街活性化事業

「環境に優しい商店街」というテーマでリサイクル・省エネ商品の展示会

及び空き缶回収機を常設したエコステーションを開設した。

エコステーションについては、市民の環境問題に関心をもっと持ってもらうために商店会ひまわりスタンプとタイアップしたプレミア付空き缶通帳（スタンプカード）を発行して中心商店街の集客を図ったが、空き缶回収については9月から3月までで36,888個、空き缶通帳は530冊の回収があり市民の関心が徐々に高まっており商店街としても今後も息の長い事業として継続していくことが必要と考える。

環境問題に関する展示会も地元企業の協力により、市民の来場者が多数あり、環境問題の啓発運動に貢献出来たと考える。

また、小学生を対象にしたリサイクル作品製作及び展示会は地元小学校の協力もあり参加者も多く非常に好評であった。

更にイベントとしてエコ元気広場市の開催は、鮮魚販売の中止等当初の計画どおりには開催出来なかったが、地元商店街の商店の出店があり、中でも青果販売については買い物袋持参のお客に対して格安商品の販売が非常に好評であった。このことから生鮮商品については、定期的な中心商店街内の市の開催は中心市街地における大型店の相次ぐ撤退により地元住民にとっても非常に必要と思われる。今後は是非とも検討すべき課題と考える。

最後に商店主を対象にしたパソコン研修会は夜間の開催により出席率も良く、基礎からホームページ作成コースまで受講した。その結果、ホームページに関心を持つ商店主が増加し12年度より商店情報の充実が図られた。ホームページの更新は今後益々充実していく事が考えられる。ただ自前のホームページ作成については未だ時間的に少しかかると思われるが、専門家の協力を得ながら知識の向上を図り今後商店主自らの努力によりIT社会に対応したインターネットビジネスに力を注ぎ現在商店街で取り組んでいるひまわりスタンプ事業とのタイアップしたホームページ公開及びスタンプカード化を今後は目指す必要がある。

【課題・反省点】

（平成12年度事業）

今回の事業実施により、中心商店街の置かれている現状を再認識するとともに、様々な実験的な取り組みは、今後の商店街活性化対策を考える上での重要な参考資料となり大きな成果であった。

課題としては、中心市街地全体の魅力の向上を図るために、当事者である商店主が常に問題意識を持って、市民ニーズを知るための方策を追及する姿勢がこれからもっと必要である。課題としては、以下の点である。

- ・商店会事務所跡地利用や「きてん」の継続を図りながら、市民にアピールできる事業を展開することである。
- ・環境問題にも取り組みながら、市民と共生する商店街を目指していく予定である。

（平成 13 年度事業）

12 年度より取り組んでいるまちかど交流くらぶ“きてん”を中心に環境と高齢者をキーワードに様々なソフト事業を行ってきた。

その結果“きてん”の存在が市民に幅広く知られ、中心商店街の顔としての位置付けが出来たと考えられる。

今後も本事業で得たノウハウを活かし地域コミュニティの場としての“きてん”の継続運営を図りながら子供からお年寄まで幅広く市民に親しまれる「人に優しい中心商店街」を目指していかなければならない。

そのためには、現在 TMO 計画策定委員会が進めている日向市駅周辺の区画整理事業によるまちづくり事業と連携を深め、街なかに住む便利で豊かなまちづくり方策も検討し、地元住民のニーズをしっかりと踏まえた中心市街地の再生のための事業を展開していかなければならないと考えている。

【 教 訓 】

事業実施期間が実質 7 ヶ月となるため事前の事業計画及び実施スケジュールを綿密に策定する必要がある。

【 関 連 U R L 】

ひなた商工会議所

<http://www.miyazaki-cci.or.jp/hyuga>