

# 空き店舗を中心とした南会津町商店街活性化

a2200802 安倍望美 a2200808 及川由貴

a2200811 菊池香奈子 a2200827 松岡純代

## 【研究目的】

南会津地方に立地する南会津町商店街（旧田島町商店街、以下田島商店街という）は、人口減少や少子高齢化の影響を直に受け疲弊しつつあり、売り上げの低迷、空き地・空き店舗の増加、後継者不足などが問題となっている。実際、現在の田島商店街通りの交通量はありますが、商店街利用客数が少なく活気がない。そこで、現地調査・先進地調査・検討会を行い、地元住民・観光客をターゲットとし、商店街に点在している空き地・空き店舗の新たな利活用方法を提案することで、田島商店街の活性化を図ることを目的とする。

## 【調査方法】

1. 観光客のヒアリング調査
2. 現地調査及び田島商店街ヒアリング調査
3. 先進地の事例調査・視察
4. 南会津町商工会青年部（田島地区）との検討会

## 【結果】

### 1. 観光客ヒアリング調査

道の駅たじま、会津田島駅、大内宿で計 154 人の観光客を対象に行ったヒアリング結果を以下に提示する。

- ・観光客の居住地域 ... 7 割が関東・北関東、2 割が県内。
- ・交通手段 ... 7 割強が自動車。
- ・訪問場所 ... 大内宿、塔のへつりが多く、田島はそれらへの通過点であり交通量は多い。
- ・南会津への訪問回数 ... 4 回以上が 4 割強、2 ~ 3 回が 3 割弱とリピーターが多い。
- ・田島の認知度 ... 約 7 割が知っているが、具体的な位置、場所までは知らない人が多い。
- ・田島に立ち寄らない理由 ... 「計画がない」、「寄る場所がない」が大半。「駐車場がない」という意見も。

➡ 田島が通過点として利用されていることより、短いスパンでの観光が多い。その形に合わせ気軽に立ち寄れる場の提供が必要だと考える。

### 2. 現地調査及び田島商店街ヒアリング

現地調査では、利用可能 18 店舗、不可 4 店舗の計 22 店舗の空き店舗と、利用されていない空き地 8 ヶ所あることが分かった。また、田島商店街 90 店舗中 28 店舗に行ったヒアリングの結果を以下に提示する。

- ・商店街店舗構成 ... 日用品・サービス店がそれぞれ 3 ~ 4 割。
- ・店主の年齢層 ... 50 ~ 60 代が多く、高齢化が顕著。
- ・営業定休日 ... 約 7 割の店舗が不定休だが、やっているのか分からない店舗が多い。
- ・駐車場の所有 ... 約 7 割の店舗が所有しているが、駐車可能台数は 1 ~ 3 台と少ない所が多い。
- ・売り上げ動向 ... 10 年前と比較して約 7 割の店舗で減少傾向。
- ・まちづくり・組合への参加状況 ... 「参加している」が約 7 割。活動内容は「商工会費納入」、「商店街共通スタンプの実施」と消極的な人もいる。
- ・商店街に求めること ... 「活気」「空き店舗の利活用」など。

➡ 商店街が活気づくような空き店舗の活用方法や商店街共通のイベントを提案することが懸命と考える。

### 3. 先進地の事例調査・視察

中心市街地活性化の先進地調査として、八戸屋台村みろく横丁を視察した。理由としては私たちの研究の参考にしたいソフト面のアイデアが充実していると考えたからである。みろく横丁は、八戸市の中心市街地である三日町通りと六日町通りに挟まれた全長約 80m の屋台村である。1 店舗が約 3.3 坪あり店舗総数は 25 店舗である。3 年更新で屋台村内での店舗総入れ替えを行うことで、来る客を飽きさせない工夫、屋台村のオーナー達の集客意欲にも繋がっている。ほとんどの店舗が、店主 1 人に対し 8 人の客が囲んで座る「1:8 の法則」で構成されている。またこの屋台村は、通りから通りへ抜ける通過点ともなっており、立ち寄る人も多い。ステージやイベント広場など、目を惹く仕掛けが各所になされているのも活気の一因になっている。更に、マスコミを利用した宣伝活動も行っており広告経費はほとんどかけていない。月一回の屋台村内イベントを行い、常に話題性を損なわない工夫がなされている。みろく横丁の成功の要因は、ハード面・ソフト面を通してシステムにブレがなく、一貫したものにしていること、目的が明確であることであると考える。



### 4. 南会津町商工会青年部（田島地区）との検討会

計 2 回の検討会を行い、商工会青年部の方々と意見交換を行ってきた。私たちが独自に行ってきた調査結果を元に商店街の問題点・課題点の整理と把握をし、今後の活性化の方向性について議論を行った。ここで田島商店街の課題として、通過点になっている・駐車場が少ない・知名度は県外になると低い・若い人が少なく高齢者が多い・人通りが少なく静か・空き家、空き店舗、空き地、売地が多い・バイパスやまちの駅の有効性が見出せない・商店街の人が商店街を利用していない・後継者が少なく、経営者が高齢化・商店街のイベントが少ない・体験ツアーが商工会と連動していないなどのことが挙げられた。これらの議論を踏まえて、地域密着型のみでは活性化が図れないと考え、顧客のターゲットを地元住民と観光客とし提案を検討した。

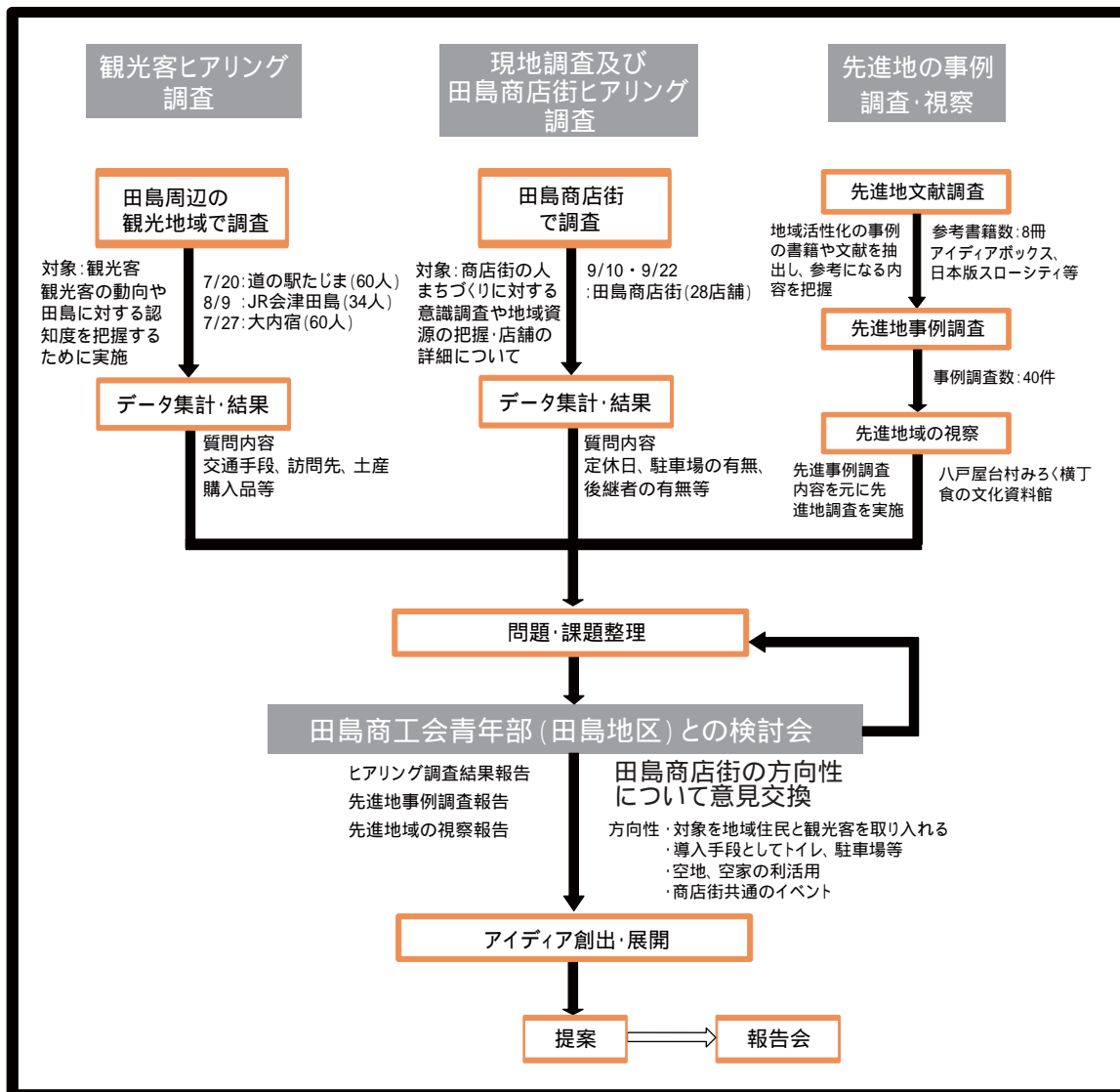


図-1 調査の流れ

【提案】

地元住民・観光客をターゲットとした空き店舗、空き地の活用方法を提案し、ヒトの回遊性を高めると同時に、誘客のきっかけづくりとなる年間を通じたイベント提案を行った。左図中の空き地の一部を、メイン広場（情報発信の拠点・トイレ休憩所）、駐車場として活用し、3箇所の空き店舗を、ギャラリー・ワークショップ会場、お食事処、たじま食ブランドの開発研究所として活用する。空き店舗・空き地の活用方法、商店街通りのイベント、商店街でのイベント提案の詳細は以下の通りである。

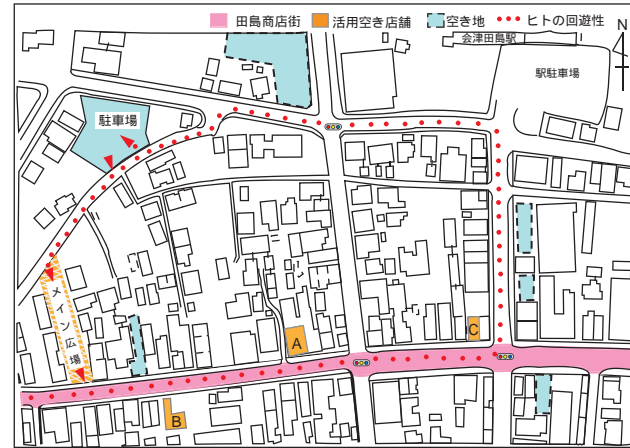


図-2 対象地域

商店街内のイベント

表-1 商店街内の月別イベント一覧

	1月	2月	3月	4月
ぶらっと (空き店舗A)	手芸・工芸品展示(販売用) 書き初め 書き初め展覧会 冬ギャラリー作品募集期間	冬ギャラリー 冬ギャラリー作品募集期間	冬ギャラリー 冬ギャラリー作品募集期間	春ギャラリー 春ギャラリー作品募集期間
通り	雪ダルマ・瓦灯			
メイン広場	雪ダルマ・瓦灯			地場産品直売所
商店街	福引 タイムセール		セール	
	5月	6月	7月	8月
ぶらっと (空き店舗A)	手芸・工芸品展示(販売用) 子どもギャラリー 花の講習 竹細工作り 秋ギャラリー作品募集期間	竹細展示 七夕飾り作り	夏ギャラリー 夏ギャラリー作品募集期間	夏休み 夏休みの工作り
通り	こいのぼり		七夕	
メイン広場	こいのぼり		七夕	
商店街	スタンプラリー 100円市		短冊配布 夕市	
	9月	10月	11月	12月
ぶらっと (空き店舗A)	手芸・工芸品展示(販売用) 夏ギャラリー 押し花・わら細工教室 秋ギャラリー作品募集期間	押し花・わら細工展示 手芸・工芸品教室	秋ギャラリー 門松作り	冬ギャラリー 冬ギャラリー作品募集期間
通り	フラワーコンテスト			
メイン広場	フラワーコンテスト表彰式・投票箱			
商店街	フラワーコンテスト投票用紙配布		セール	

空き地の利活用

メイン広場ー田島産直屋台村 あすばら横丁

田島には空き地が多く、また商店街に面している場所もあることから利活用できると考える。そこで、空き地を田島商店街へ入るきっかけづくりとし、公衆トイレを配置することで、田島商店街への回遊性を図る。この空き地には田島の特産である野菜を販売する屋台や、山からひいてきた水による親水空間・休憩できる広場等を提案する。

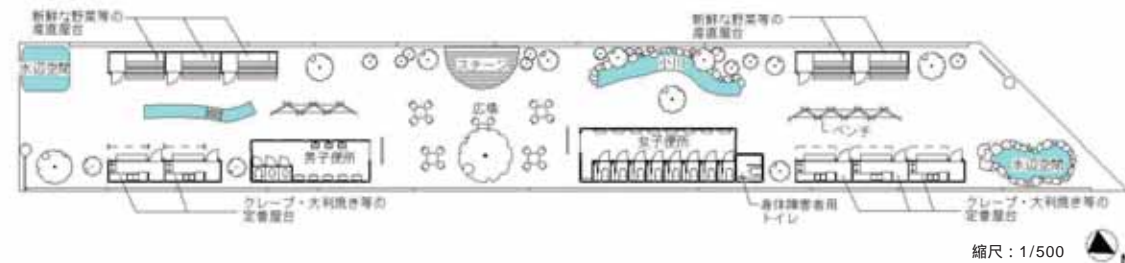


図-3 あすばら横丁 平面・配置図

空き店舗の利活用

A - ぶらっと (空き店舗 A) ... ギャラリー・ワークショップ会場として活用。

B - 南会津味処 てわさ屋 (空き店舗 B)

石蔵は商店街の通りではまた違った趣があり、観光客を誘客するスポットとして効果的なので、この空き家となっている石蔵を田島の食や物産を通じて情報発信の場として活用した提案とする。

1F プログラム

1. 南会津の食材や郷土料理をメインとしたカフェ
2. 田島の物産販売 (加工品、工芸品、田島ブランド商品)
3. 南会津の職人による実演  
... 職人が実演する空間を設け、田島の工芸作品を PR。
4. 利き水  
... 南会津地域の湧き水を取り揃え、観光客に試飲・購入してもらい、また、成分や産地は掲示板等で明記し、その土地を PR する。



2F プログラム

1. 田島祇園祭仮装体験



2. 全会津語りの会の講演

... 全会津語りの会の人たちを呼び、2階客席を月一回の講演の場として利用してもらう。

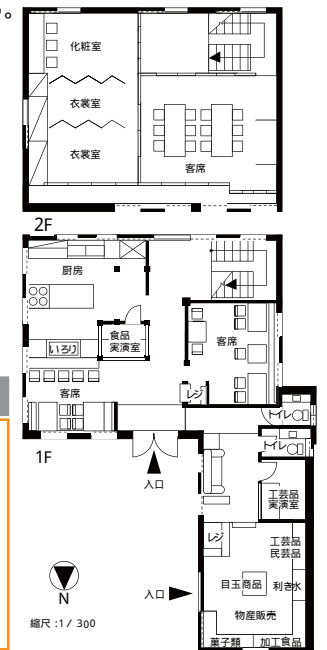


図-4 南会津味処 てわさ屋 平面図

C - たじま食ブランド開発研究所 おわいなはんしょ (空き店舗 C)

空き店舗 C は、1年前まで居酒屋として使われており、厨房を始めカウンターや客席がそのまま残っている。そこで、地元有志による食品・食物を中心とした商品開発の拠点として、現状の店舗構成を生かし、「たじま食ブランド開発研究所」を提案する。

地域ブランド開発のための事業展開

1. 商品開発 (ワークショップの開催、産学連携事業等)
2. 地元住民参画型創作料理コンテスト
3. 南会津郷土料理復活祭

	通常	創作料理コンテスト	南会津郷土料理復活祭	
			期間限定レストラン	ワークショップ
1F	研究所	コンテスト会場	レストラン	郷土料理作り体験
2F	6・8 畳間	会議室・事務室	会議室・事務室	会議室・事務室
32 畳間	ワークショップスペース	試食会場	試食会場	郷土料理試食会場

表-2 事業展開に伴う店舗構成

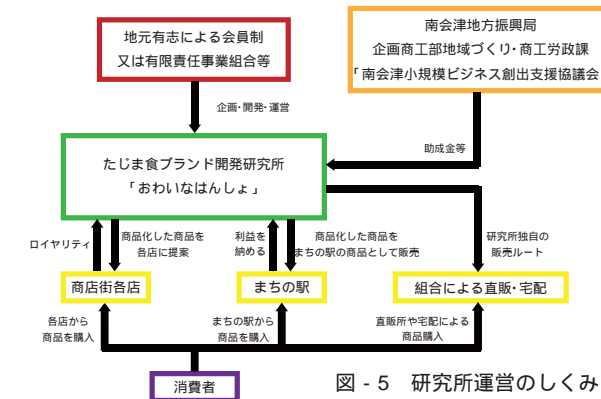


図-5 研究所運営のしくみ



図-6 おわいなはんしょ 平面図

【まとめ】

これらの提案で、一部の回遊性を確保したと考えるが、年間を通じたものには至っていないと考える。仮に、商店街への回遊性を確保したとしても、各個店への魅力を創出しなければ商店街の活性化は難しい。「たじま食ブランド開発研究所」のような機関などを設置することで地域特有の商品開発を行うことが重要といえ、今後の課題といえる。同時に個店の努力だけでは活性化につなげることは困難であり、商店街全体のさらなる団結が重要であると感じた。

最後に、南会津地方振興局及び、南会津町商工会青年部の皆様のご協力、ご支援にこの場を借りて感謝いたします。有難うございました。商店街の活性化を願います。