

古きよき昭和30年代 - 明確なコンセプトで街を創造する

## 豊後高田商工会議所

|                |                                      |                 |  |
|----------------|--------------------------------------|-----------------|--|
| 機関名            | 豊後高田商工会議所                            |                 |  |
| 所在地            | 大分県豊後高田市大字高田 986 - 2                 |                 |  |
| 電話番号           | 0 9 7 8 - 2 2 - 2 4 1 2              |                 |  |
| 地域概要           | (1)管内人口 1 万 8 千人                     | (2)管内商店街数 8 商店街 |  |
| 事業の対象となる商店街の概要 | (1)商店街数 4 商店街                        | (2)会員数 5 3 商店   |  |
|                | (3)空店舗率 3 4 %(27 件)                  | (4)大型店空き店舗 — 店  |  |
| 商店街の類型         | 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13年度      活性化対策事業      チャレンジショップ、イベント  
                          総事業費                      14,863千円

### 【事業実施内容】

#### 1. 背景

大分県豊後高田市は「仏の里」として名高い国東半島西側の中心都市である。市の東部から南部にかけて両子山や日本三叡山のひとつである西叡山、北は周防灘に接している。

市の中央には桂川が流れ、市街地はその河口付近に広がる。また、行政、交通、経済、文化の中心地は市の南北を縦貫する国道213号沿いに展開している。人口は18,602人(2001.4.1現在)、高齢者比率が比較的高い。

豊後高田市はまた、西国東郡2町1村を圏域内に抱き、高次の都市機能を有する宇佐市、中津市を近接しながら、県北地域の重要拠点として近年まで地域に密着した商業機能を有していた。現在は、大分県北部中核工業団地を分譲しており、企業誘致に力を入れている。

当市における地域商業の中核を形成してきた中心市街地の商店街は、近年の消費者ニーズの多様化やモータリゼーションの進展といった商業変化への迅速・柔軟な対応ができず、弱体化が進んでいる。その原因には、人口の現象に起因する過疎化・高齢化、すなわち店主の高齢化と後継者の減少によって、変革する産業構造、多様化する消費者ニーズに即応できない現実がある。さらに、国道



豊後高田市の中心部

213号線沿いの大規模小売店舗の出店によって、行政・医療機関とを結ぶライフラインが商

店街の外に形成され、住民の商店街への回遊性が失われつつある。加えて、商店街での駐車問題、モータリゼーションの進展による消費者行動の広域化が顧客吸引力の低下を招き、その結果空き店舗の増加をはじめ極めて深刻な空洞化が進行している。

一方で、近年の産業構造の大変革の中で、人々は物的豊かさの追求から心的豊かさへの欲求を高めつつあり、自然や文化などの個性的な地域資源に立脚した魅力ある地域づくりとそれにふさわしい新しい商業集積の形勢が求められている。この点、豊後高田市は“山”の六郷満山仏国史跡や“里”の荘園村落むら景観、“町”の杵築の城下町といった豊かな観光資源に恵まれており、“街”にあたる商店街のまちなみとも結ばれる独自の地域づくりによって10万人単位の観光客を誘導することが可能であると考えられている。

平成12年3月の『豊後高田市総合計画』でも、レトロをテーマとした商店街の観光資源としての活性化策が提言されており、平成12年度に実施した「商店街まちなみ実態調査」の成果を生かしながら、商業と観光の一体的振興を目指している。その上で短期的な商業機能の回復とそれに連続する中期・長期的な観光機能の創造は、緊急の課題である。豊後高田商工会議所においても、短期・中期・長期的な商店街の活性化策を明確に訴え、商業・行政関係者との連携・協力体制をとりながら、空き店舗対策こそ活性化の第一歩として重要な位置を占めることを確認し、早急に本事業を実施する必要があった。

## 2. 事業内容

豊後高田商工会議所を本事業の実施機関とし、本事業を計画的かつ効率的に実施するため、商業関係者または関係団体代表、行政関係者、学識経験者または専門家及び消費者代表を構成員とする中心市街地空き店舗対策委員会を設置した。なお、必要に応じて委員会に作業部会を設置した。

### (1) チャレンジショップ事業(5店舗)

期間：平成13年9月1日～平成14年2月28日

空き店舗を利用して商店街に不足している業種を中心に、新規開業者などを誘致した。また実験店舗としての新業態を募集した、あわせて昭和の町並み思い出写真館を設置し、消費者に提供することにより商店街のコミュニティー機能の提供と利便性を向上させ、商店街のPRに役立てることに努めた。



空き店舗が「昭和のまちなみ思い出写真館」に

### チャレンジショップの内容

| 施設名         | 内容             |
|-------------|----------------|
| 昭和のよろずや匠工芸館 | 荒物・金物・瀬戸物販売    |
| 昭和の店        | もちなど販売         |
| 市民の店＋市民広場   | 市民チャレンジショップ贈答品 |
| 西国東の店       | 漬物など西国東の特産品販売  |
| 福祉の店        | 福祉用品販売         |

(2) イベント事業(1店舗、イベント開催)

期間：平成13年9月1日～平成14年2月28日

観光客、買物客、地域住民が気軽に立ち寄り、休憩でき、更にチャンレジショップ事業を効果的に行うための集客として、イベント事業を実施。実施イベントは、昭和三十年代の写真を発掘し、「昭和のこどもたち」をテーマにした写真を中心に、大水害時の写真や昔の商店街、商店主の写真などを併せて展示した写真館を常設。「昭和のロマン蔵―蔵開き博覧会」「まちないめぐりスペシャル」「ウォークラリースペシャル」なども開催。



(3) 調査事業 平成13年8月1日～平成14年3月31日

消費者等のアンケート調査によるニーズの把握や通行量調査等による事業測定を行い、継続事業のあり方を決定した。

来街者アンケート調査  
空き店舗所有者意識調査

空き店舗入店者意識調査  
歩行者通行量調査

商店街経営者意識調査

【 効 果 】

(1) チャレンジショップ事業

本事業の特色は、「昭和三十年代」をテーマに掲げたことと、同時に街並み景観統一整備事業を併せて行ったことの2点が特徴的である。

一般的に空き店舗対策事業の失敗要因として考えられるのは、もともと衰退しつつある商店街であるため空き店舗の立地条件が決していいものではないこと その商店街になような業種で、しかも商業機能の回復を補完できるような出店者はなかなか見つかるものではないこと、が挙げられる。ましてや半年間だけの試みのつもりで開業する初心者もいることから、本事業が終わった後も事業継続をすることが非常に困難なものとなっている。

当市の空き店舗対策事業は「昭和のまちなみ再生」という戦略を持ち、対象店舗を集中させることで相乗効果が生まれ、立地条件の悪さをカバーし、独自性と統一感のある店舗を展開することが出来た。

しかしながら、商業機能を補完する業種という点においては、確かにいままでその商店

街にはない業種であったが、消費者の購買意欲をそそるような業種ではなかったために、商店街の顧客吸引力に欠け、恒常的な売上にいま一步つながらなかった。唯一空き店舗対策事業と街並み景観統一整備事業と両方の支援を受けた出店者は、もち和菓子の小売店で、地元、観光客の両方にお土産品の対応ができたことは大きかった。また喫茶店としても気軽に立ち寄れるようにもなっており、なおかつ昭和の味が存分に出ていたことと、店主もUターン組で、年齢も30代前半と若く、高齢化が進み後継者不足に悩む商店街にとっては、明るい雰囲気づくりにも大いに貢献してくれた。

## (2) イベント事業

昭和の町が平成13年9月からオープンすることに伴い、メディアを最大限利用しての広報活動が功を奏し、平日には観光客や視察団が多く来市し、集客目的であるイベント事業でも、市内外から多くのお客を呼び込むことに成功した。特に、「昭和ロマン蔵—蔵開き博覧会」(1月13日)では、「昭和30年代が蘇った」と感嘆する商店主も出るほど、多くのお客で商店街はにぎわった。

イベント事業は一時的なものであるという宿命のため、確かにいい宣伝にはなったかもしれないが、それが継続的な各個店の顧客獲得につながるほどまでには、至らなかったようである。やはり各個店の営業努力、接客技術の向上などの底上げが不可欠である。



昭和のまちなみ思い出写真館

ただし、今回の対象商店街のひとつが月2回開催している「おかみさん市」という朝市は、3年以上継続しており、そのおかげでお客は少しずつではあるが増加しているようだ。また、市内外からの協力者や出店希望者も出ており、こういった継続性のあるイベント事業の有効性をより見直して、全ての商店街に投げかけていく必要がある。

## (3) 調査事業

### 事前のイメージと現実のギャップ

多くの視察団や観光客を含め調査した結果、厳しい意見・感想が伺えた。一番多く聞かれた感想は、「どこが昭和の町なのか」「報道とのギャップが実際のものと大きく感じる」といったものが多かった。やはり、大々的に昭和の町と銘打ったものの、外装整備をした店舗が少なかったために“町”というイメージには程遠いと感じられてしまったようだ。そういったことから本事業の途中で、「まだまだ昭和の町は工事中」という立て看板を急きょ作成して街中に立てることとなった。

### 商業機能の強化を望む声

来街者の調査結果からはとくに、商店街の商業機能の充実を望む声が多かった。つま

り、商店街だけに、地元消費者にとっては生活用に、観光客にとっては楽しむために「買物」ができる場を望んでいることが読み取れた。生活と娯楽の両方を満足されなければならないという注文が来たといえる。この結果をプラスに考えれば、多くの人から注目されている、期待されているのではないか。

#### チャレンジショップの苦戦

空き店舗入店者は、残念ながらいい結果を出せなかった。先の分析通り、消費者の購買意欲をそそるまでに至らないことが原因だった。継続することで地域になじんでくれば顧客が増えていく可能性があるだけに、半年間の結果だけで撤退されたのは残念である。支援不足も否めない。

#### 経営者の意識向上はいまだ発展途上

対象商店街の経営者にとっては大きな刺激があったようだが、まだまだ本事業をきっかけとして将来のビジョンを描き、各個店の営業努力と元気を取り戻してもらうといった、こちらの本来の狙い・期待ははずされた感もあった。

#### 空き店舗所有者の協力

空き店舗所有者の(撤退した店舗と継続する店舗とに分かれたが)本事業に対する意見に違いは特に見られなかった。また、当初から家賃交渉でもめることもなく、今後も継続営業していく店舗に対して店舗所有者は家賃の交渉に柔軟な対応を見せてくれているので、理解が得られているようだ。

#### 通行量の変化と今後の可能性

通行量も大半で多くなった結果がでたが、平日の人通りは以前と大差ない状況が続いている。しかしながら、本事業終了後も、視察団や旅行業者のエージェントから観光客を立ち寄らせたいとの申し込みが続いているので、商店街と一体となって昭和の町を完成へと進めていく体制づくりと強化が図れるものと思われる。

### 【課題・反省点】

#### (1) 議論と視察を重ねて得たコンセプトの意義

中心市街地の活性化のために何が足りないのか、どういう活性化の方法が考えられるか、数年にわたる議論と視察を重ね試行錯誤してきたことで、「昭和の町」に巡り会うことが出来たことは、豊後高田にとって大きな宝を発見できたようなものだ。

また今回の事業は「昭和のまちなみ再生」構想が先にあったことで、単純な空き店舗対策に終わらなかった点が高く評価できる。

#### (2) 空き店舗家主・同業種との調整

昭和の町の話題性によって、市内外から出店希望者が相次いでいるが、家主との交渉に難しさがある。お店を廃業してはいるが、住居として使用しているものの 空き店舗の所有者が市内におらず、遠方にいたり、



昭和 30 年代を  
モチーフにした人形

所在が不明だったりしているもの 倒産等により、銀行などの抵当状態あるものなど様々な事情が存在する。したがって出店希望者と店舗所有者が同じ交渉のテーブルにつくために、行政や商工会議所が間に入ったとしても状況の難しさは変わらない。さらには、出店者の業種と同じ業種が商店街にある場合の問題もある。ここをどう解決していくかも課題となる。

### (3) 飽きられないための仕組みの必要性

一時的な「独自性」「話題性」で終わらないためのソフトを構築しなければ、飽きられてしまう可能性がある。リピーターを狙うソフトが必要不可欠だといえる。

### (4) 拠点・各施設をつくる

昭和のお店を増やすことも大切だが、美術館や博物館のようなその町の拠点となる施設をつくることも必要ではないかと思われる。それによってより大きな数の観光客を狙うことも可能になる。

### (5) 人づくりの必要性

観光客にとって、お店や施設もさることながら、商店街の人たちの活気は何より重要な部分である。その活気とは、店主の意欲、各個店の営業努力、接客技術の向上のことである。大きなプロジェクトではつい見過ごされがちな「人づくり」、この重要性は計り知れない。これらの支援体制づくりをまずは官民一体となって構築していくべきである。

## 【 関 連 U R L 】

豊後高田商工会議所 <http://www.coara.or.jp/~buntaka/>

豊後高田昭和の町 <http://www.coara.or.jp/~buntaka/shouwanomachi/shouwanomachi.htm>



地元新聞掲載記事