

1000 万円の調査費と計画策定費で、上位計画に基づく『活性化プラン』作り

都城商工会議所

機関名	都城商工会議所		
所在地	宮崎県都城市姫路町 4 - 1		
電話番号	0 9 8 6 - 2 3 - 0 0 0 1		
地域概要	(1)管内人口 13万2千人	(2)管内商店街数 14 商店街 (都城市通り会連協加入数)	
事業の対象となる商店街の概要	(1)商店街数 11 商店街 (うち法人格 7 商店街)	(2)会員数 901 商店	
	(3)空店舗率 148/901 16.4% (平成 13 年調べ)	(4)大型店空き店舗 1 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 3 年度 マネジメント対策事業 商店街現況調査、基本方針検討、テナントミックス計画策定、テナント導入等の実施
 総事業費 1 0 , 0 3 0 千円

【事業実施内容】

1 . 背景

大型店郊外出店増、消費者ニーズの多様化等の環境変化により、中心商店街の商業施設の集積を図り、活性化の推進が急務である。そのため当事業により、都城市中心商店街の現況や置かれている商業環境を十分に調査・分析し都城市商業の位置づけを明確にし、そうした上で都城市商店街に不足している機能や方策をマネジメントすることにより、魅力ある商業施設の集積を図り、商店街の商業主のやる気を向上させることを目的とした。

2 . 事業内容

商店街マネージャーの指導のもとに、都城市中心商店街の現況や置かれている商業環境を、上位計画・既往計画により再評価・整理し、これからの中心商店街の基本方向性の策定を行った。

(1) 中心商店街区域における商業核としての商業集積区域の設定

都城市商業の現況調査

a 上位計画、既往計画及び調査の評価・整理



都城市中心部

- b 都城市商業及び中心商業地の課題設定
- 中心商店街区域における商業集積区域の基本方向性の策定

- a 中心商店街区域における商業集積区域の設定
- b 商業集積区域の基本方針の作成
- c 機能配置基本計画（ゾーニング計画）の作成
- d 来街者の回遊導線計画の作成

(2) 具体的事業計画案の策定

- テナントミックス・リーシング計画の策定
- 空き店舗対策計画の策定

【 効 果 】

中心商店街地区の活性化策として必要な取り組みは、壽屋跡の再生計画はもちろんのこと、商店街全体を視野に入れたハード、ソフト両面に及び双方を並行して推し進めなくてはならない。そのベースとなるのが商店街全体の機能配置・業種配置つまりゾーニング計画・テナントミックス計画を再考することと、既存空き店舗に計画的なテナント誘導を行うことを認識した。

中心商店街では区画整理事業に合わせ、地権者による個店協調建替事業（C プラザ）のテナントミックス計画が進行中であった。C プラザは商店街の中でも拠点的地区に立地し、隣接する都城大丸（百貨店）と連動した商業核である。そこでC プラザに対して、都城大丸や中央商店街に不足している業種の導入を図り、中心商店街に特色を与え、回遊性向上と吸引力回復につながり、地域の商業に影響を与えることが出来た。

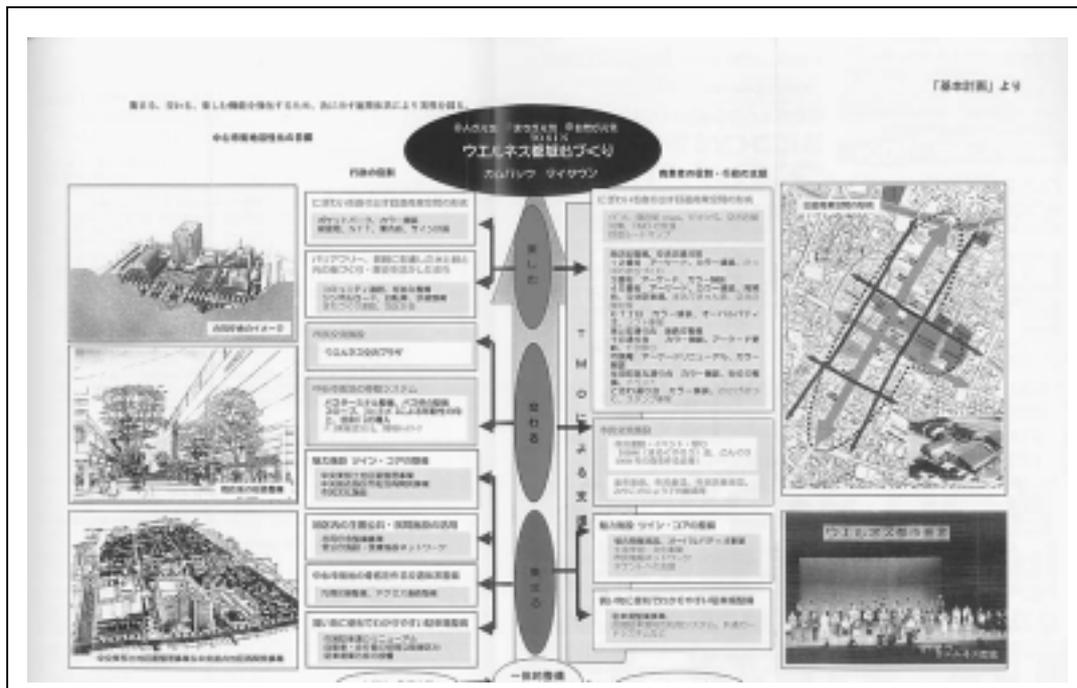
【 課 題 ・ 反 省 点 】

中央商店街に不足する機能や方策は、区画整理事業に関連してハード事業のまちづくりが進む中、当面ソフト事業として業種構成・配置を充足させるためのテナントミックス・リーシング、空き店舗対策事業としてとらえ、引き続き本事業で認識されたノウハウを活用し魅力ある商業施設の集積を図ることが課題である。

【 関 連 U R L 】

都城商工会議所 <http://www.miyazaki-cci.or.jp/miyakonjo/>

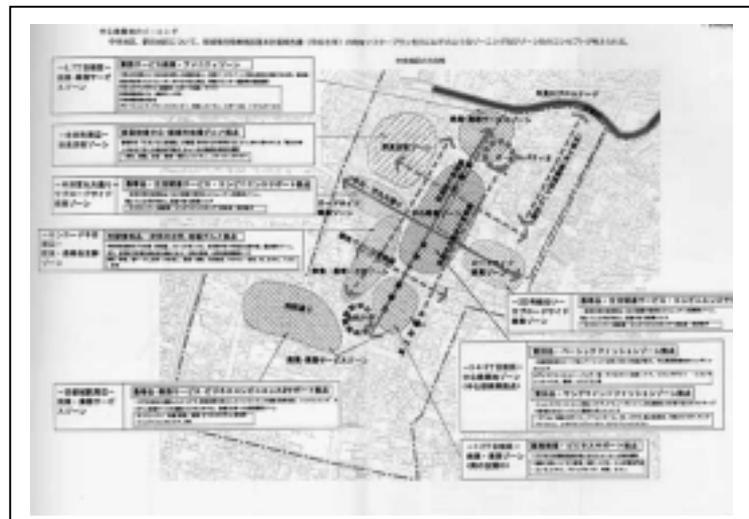
計画策定の流れ



事業は、上位計画の検証から始まった。

上位計画にあたるのは

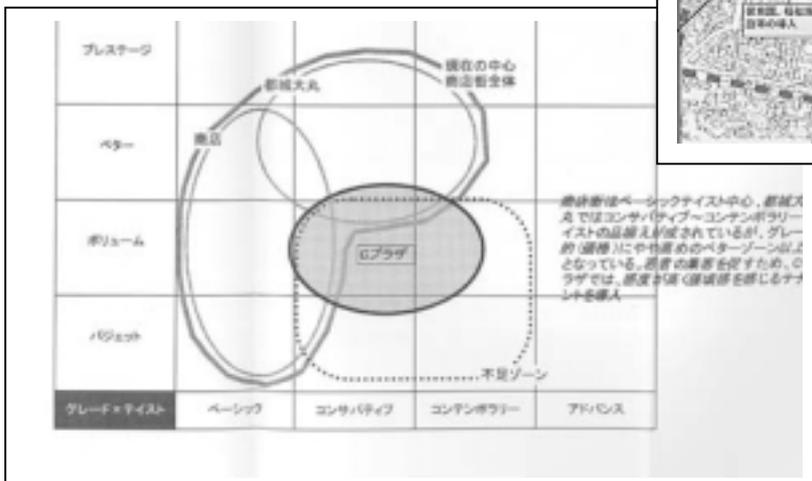
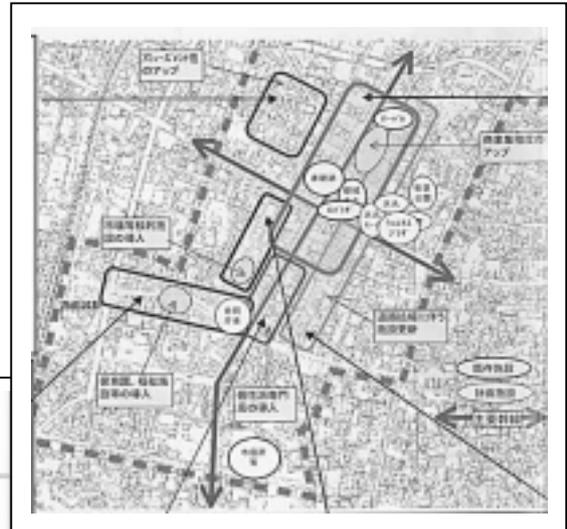
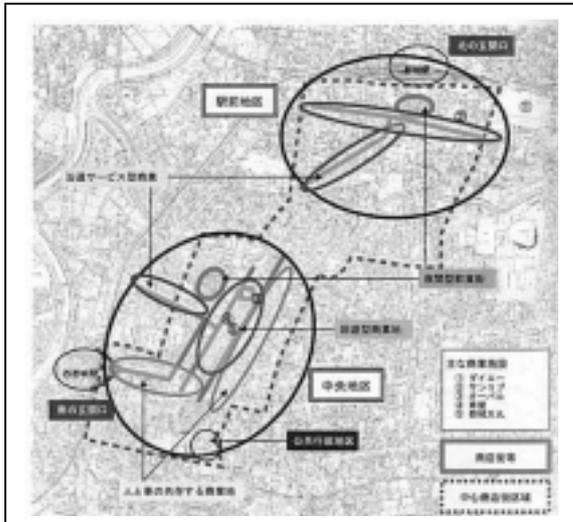
- 都城地域商業近代化地域計画
- 第4次宮崎県そうごう長期計画
- 都城北諸県ふるさと市町村圏計画
- 第3次都城市総合計画
- うるおい・緑・景観街づくり整備計画
- 都城市特定商業集積整備基本構想
- 都城市中心市街地活性化基本計画
- TMO構想
- 第4次都城市総合計画



中心商店街のゾーニングとゾーン別コンセプトの確認

都城商工会議所

上位計画の検討結果から、中心商店街のゾーニングとゾーンごとのコンセプトを確認(左)、車や人の流れも綿密にチェック(下)、各ゾーンにおいて何が不足し、何をすべきか、具体的な案を出した。



テナントミックスを検討するためのターゲットポジショニングチャート。新しく建設予定の『Cプラザ』では、値頃感がありながら高感度な商品を扱うテナントを集めることになった。



新設予定の施設イメージも具体的に提案。「地域密着最寄商業ゾーン」には生鮮マーケットを(左上)、「買い回り商業ゾーン」にはチャレンジショップ(左下)や観光物産ショップなどが提案された。