

地域密着型の街づくり

土浦第一高等学校 8 班

2 年 C 組 榮朋美 2 年 F 組 亀山愛梨

指導教諭 岡部真二先生 矢口恵理先生

【要旨】

昔に比べて活気がなくなってしまった土浦駅周辺の建物や商店街を、地域の人たちがもっと集まるような場所にするために街の活性化について学び、フィールドワークを通してまずは土浦駅周辺のことをもっと知ってもらうことから始めなければならないこと、高校生のような若者の意見を土浦市が得る機会を設けること、が必要だと感じ、この機会に、ウォークラリーを提案することにした。

Community-based town around Tsuchiura station

Tomomi Sakae Airi Kameyama

Supervisor: Shinji Okabe Eri Yaguchi

【Abstract】

The shopping streets and the buildings around Tsuchiura station seem not to have the same energy compared to Tsuchiura Station. Thus, we want to make something new for the local people. Then, we learned how to develop towns at Sendai. Through the field work, we thought people should know about the place to know and create an opportunity for city employees in Tsuchiura to know the ideas of young people such as high school students. Therefore, we propose a walk rally event as the opportunity.

1 序論

研究のきっかけと仮説

一年生の頃、学校から歩いて帰る時に土浦駅周辺の施設が廃れているように感じ、特にモール 505 は建物のレトロな雰囲気が好きだったが治安があまり良くなく、お店はあるのに活気がない感じがしたので、この雰囲気はそのままに地域住民の活性化に使える施設や場所にしたいと思い、このテーマで探求をしようと思った。探究の方向は、既存の商業施設を活用して市民向けに新しいサービスを提供する。また、現在市民に多く活用されている場所も、より魅力的になるように、情報を発信する方法を考案する。

2 調査方法

街づくりの基本や実際の成功例の調査については、仙台フィールドワークで行った商工会の方々にインタビューをし、全国の商店街の現状と今抱えている課題を教えていただいた。また、街づくりのヒントや成功例を紹介してもらい、資料などをいただいた。

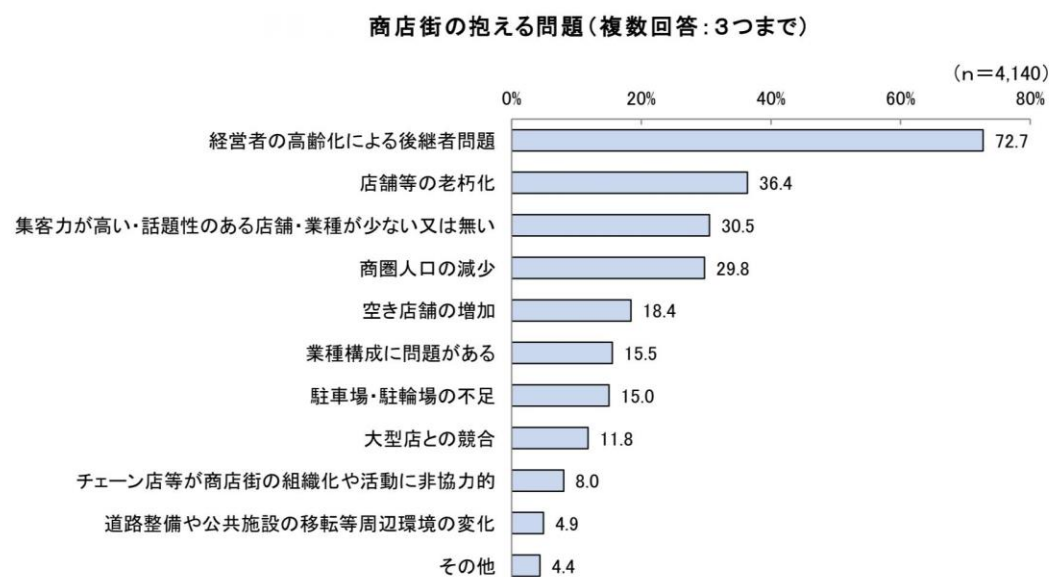
土浦駅周辺を訪れる人の意見の調査については、土浦第一高校及び附属中の生徒にアンケートを取り、実際の意見を聞く。市民アンケートも考えたが、調査方法が難しく、アンケート対象者が偏ってしまうと思い、高校生だけにアンケートをすることにした。

土浦駅周辺の開発の現状の調査については、土浦市役所の方々にインタビューをして、今何を行なっていて、現在土浦市の発展として抱えている課題は何か、また、今後の土浦市をどういう方向に発展させようと思ってるのかについて聞いた。

3 本論

仙台フィールドワークで、令和二年度宮城県商工業者実態調査※1 から、専従事務局員 0 名の商店街組織が 74.1%を占めていることがわかり、資料 1 からわかる通り商店街が直面する問題点として、経営者高齢化による後継者問題(72.7%)、店舗等の老朽化(36.4%)、魅せられない(30.5%)、商圈人口の現象(29.8%)などが挙げられた。また、地域住民に聞いた商店街に期待される役割として、地域住民の身近な購買機会(63.1%)、地域の賑わい創出(58.1%)、治安や防犯への寄与(40.0%)などが挙げられた。最近はどの商店街も以前より廃れている。費用なども限られているため、地域発展支援をしてくれる外部の会社などに委託するケースが増えている。

(資料 1)



具体的な方法としては、商店街活性化事業の三種の神器と呼ばれている、「100 円商店街」「まちゼミ」「バル (Bar)」があげられる。また成功例として、宮城県では以下のようなイベントが行われた(資料 2、資料 3)。※ 3

09

長町まちかど教室と バル事業の相乗効果による新規地域活性化事業

実施年度 平成28年度

対象組合

サンカトゥール商店街振興組合 /

長町駅前商店街振興組合 / 長町一丁目商店街振興組合

目的

「まちゼミ」を長町地区に取り入れた「第1回長町まちかど教室」を実施し、好評を得ていたため、これに、飲食店の新規顧客開拓に効果がある活性化事業として定評のある「バル」事業を組み合わせることで、地域住民に対し長町全体の魅力を発信し、さらなる商店街の回遊性向上を図るため、本事業を実施した。

まちゼミとは

愛知県岡崎市で始まった取組み。商店街の個店の店主が講師となり、自店舗に少人数のお客様を招いて1時間程度プロフェッショナルの立場から専門知識や技術、コツを提供することで商店街区の個店の魅力を訴求し、個々の店舗間、更には商店街全体の回遊性を高めることが期待できる事業のこと。



13

顧客拡大のための「街バル」事業の実施

実施年度 令和元年度 対象組合 サンカトゥール商店街振興組合
長町駅前商店街振興組合
長町一丁目商店街振興組合

●チラシ裏面



目的

商店街の3種の神器と言われている「街バル」事業を実施する事で、①各商店の存在や特徴の周知、②商店とお客様との交流を通じた商店街並びに各商店のファンづくり、③日常の買い物エリアを超え、新たな地域からの顧客獲得による長町地域の活性化の推進を図るため、サンカトゥール商店街振興組合・長町駅前商店街振興組合・長町一丁目商店街振興組合の三つの振興組合が連携して本事業を実施した。

取組

イベントの実施

2月6日

街バル事業の実施

参加店舗41店（長町駅前：14店舗、サンカトゥール：13店舗、長町一丁目：14店舗）により実施した。イベントの告知は、新聞・フリーペーパーへの折込を中心に、積極的にメディア（テレビ、ラジオ、新聞）への投げ込みと、参加店でのポスター掲示にて行った。なお、新聞・フリーペーパーへの折込は48,900部配布した。

データマーケティングを活用し、顧客満足度の高い取組を推進 （一般社団法人気仙沼地域戦略（宮城県気仙沼市））

【ポイント】

- ・ ポイントカードを用いて収集したデータを活用しマーケティングを実施
- ・ 月次の利用情報を分析し、商品・サービスづくりから各施策の効果検証を実施



【概要】

- ・ データマーケティングの開始：スイスのツェルマットを参考に、経験や勘を頼りに商品の販売などを行うのではなく、客観的なデータに基づいたマーケティング手法を検討。市内の加盟店で利用できるポイントカードである「気仙沼クルーカード」の運営を開始。
- ・ データに基づく商品・サービスづくり：気仙沼クルーカードの利用情報は日次、宿泊などの情報は月次にて把握して分析を実施。ターゲットとする顧客のニーズを可視化し、求められる商品・サービスづくりを実現。例えば、閑散期でも売上の増減があることに着目し、オフシーズン中の消費喚起を行う商品プロモーションなどに取り組んでいる。
- ・ データに基づく効果検証：各施策に数値目標があり、データに基づく投資対効果の検証を定期的実施し、事業やサービスの見直しにもつなげている。

参考）商店街における取組事例集（地域の持続可能な発展に向けた商店街づくりのノウハウ集：別冊）

資料 3

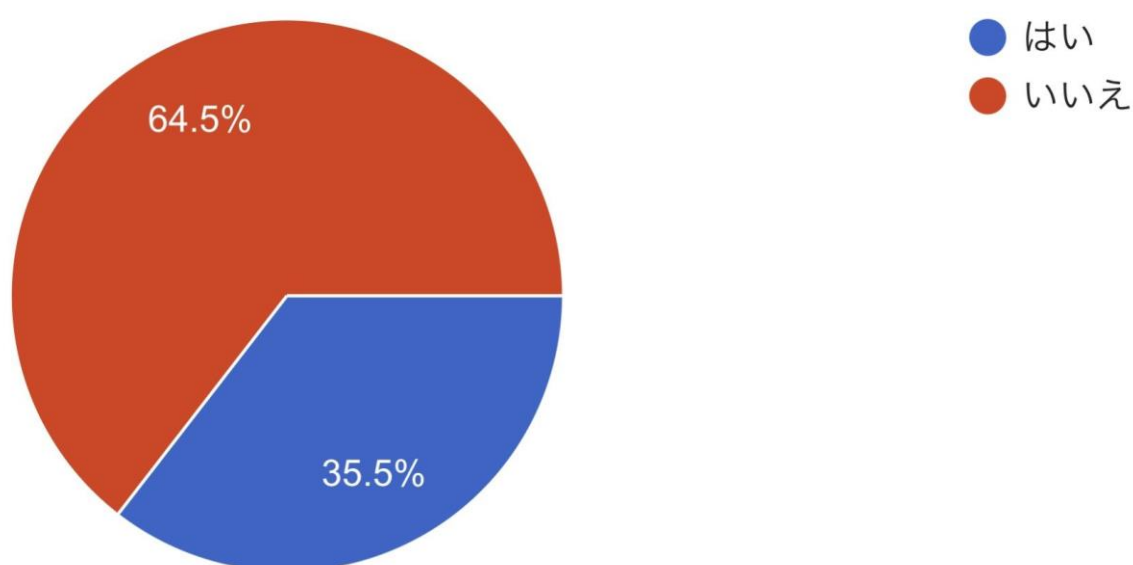
お話を聞いていて分かったことは市や企業はもちろん、事業者の方々の協力が地域活性化に置いて必要不可欠だということ、コロナ禍の影響もあるため、web イベントなども考える必要があるという

ことがわかった。街づくりで大切なことは、街の活性化は一朝一夕ではできない。根気強く続ける事が大切だということが分かった。

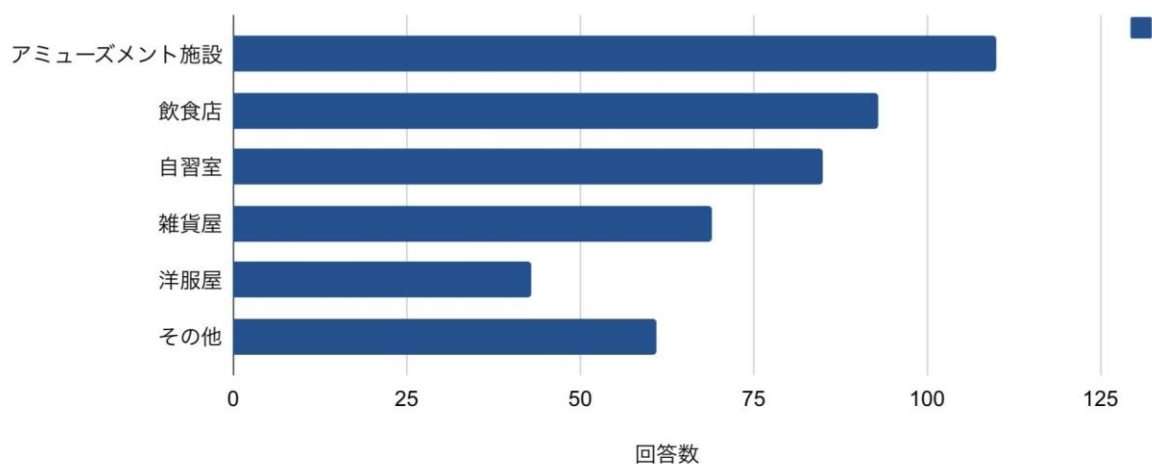
土浦第一高等学校高校及び附属中の生徒 218 名に土浦市周辺についてのアンケートを行なった。このアンケートは特にモール 505 に焦点を置いて質問している。※3「5.実際にモール 505 を見て、どんな印象を持ちますか？」という質問の結果は良い意見としては、「レトロでオシャレ」「昔ながらの商店街みたいなアンティーク感がある」「利便性が高いと思う」などが主に挙げられるが、圧倒的に良くない印象、例えば「シャッターが多く眠わっていない」「廃れている」「気軽に寄れない」「人気がなく治安が良くない」などの意見が多かった。しかし、「廃れているがそれがまたいい」と言った意見も見られた。

資料 4「土浦駅周辺は賑わっていると思いますか？」という質問では、「はい」が 35.5%、「いいえ」が 65.5%という結果になった。廃れているという印象を持たれているとわかる。

資料 4



資料 5 より「土浦駅周辺に何があれば足を運ぶきっかけになりますか？」という質問では、「アミューズメント施設」「飲食店」「自習室」「雑貨店」の順で回答数が多かった。自習室に 69 票入っているのは、高校生だからの結果だと考えられる。資料 5

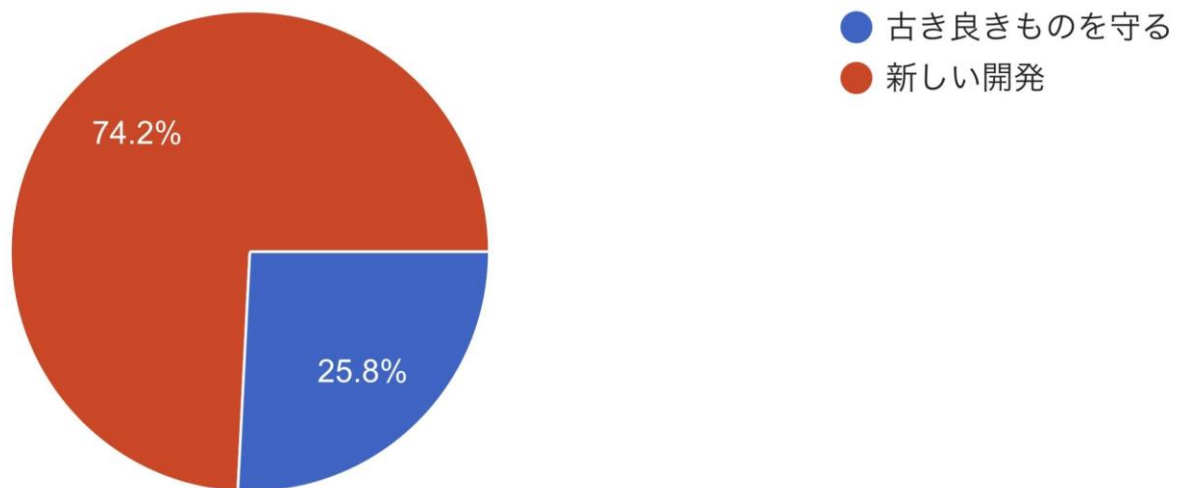


「土浦駅周辺で改善してほしいことは何ですか？」という質問に対しては、「整備されていない道を直してほしい」「バスの本数を増やしてほしい」などの交通に関する意見が 40 人、「治安が悪い場所があって行きにくいから改善してほしい」「古い建物をどうにかしてほしい」などの周辺の治安や

古い建物に関する意見が 59 人、「若者向けの店を増やしてほしい」「積極的にイベントを開催してほしい」などの店舗やイベントに関する意見が 59 人、その他「特になし」などが 60 人という結果になった。

資料 6 より、「土浦市の活性化において古きよきものを守っていくことと新しく開発していくこと、どちらが有効または大切だと思いますか？」という質問では、「新しい開発」が 74.2%、「古きよきものを守る」が 25.8%という結果になった。

資料 6



また、土浦市役所の方へのインタビューで、現在土浦市は「土浦市中市市街地開業支援事業（モールモール 505 を中心としたエリア）」資料 7 という、新規開業しようとする空き店舗の改装工事費、賃貸の補助をする政策を実施していることがわかった。※4

資料 7

土浦市中心市街地開業支援事業【概要】

中心市街地区域内の空き店舗に新規開業を希望する者に対し、改装費もしくは家賃の一部を補助します。

補助内容 * いずれか一方を補助

種別	補助対象経費	補助率	備考
改装費	新規開業しようとする空き店舗の改装工事費	対象経費の1/2以内 限度額は50万円 1回限り補助	・改装工事の1ヶ月以上前の申請が必要 ・改装工事終了後に補助金の交付
家賃	新規開業しようとする空き店舗の家賃 (敷金・礼金・共益費等を除く)	対象経費の1/2以内 限度額は月額10万円 以内で12ヶ月分補助	・事業開始の1ヶ月以上前の申請が必要 ・12ヶ月間終了後に補助金の交付

対象物件

- (1) 建物の全部若しくは一部がオフィスや事業所として利用することができる空き店舗。
- (2) 商業用施設として店舗の出入口が道路に面している1階又は2階部分の空き店舗。

対象業種

- (1) 常勤雇用者が2人以上在籍するオフィス・事業所等(学習塾、ダンス教室等を含む。)
- (2) 小売、サービス業、飲食業。

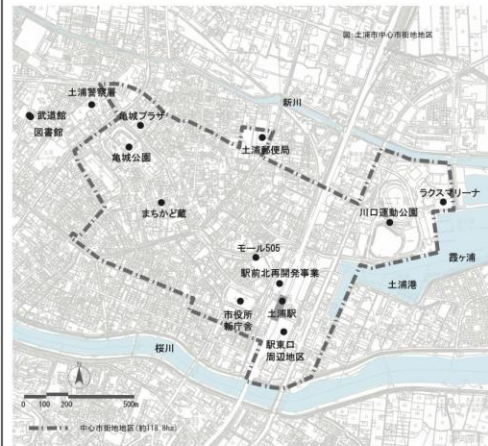
補助対象者の要件

* 抜粋記載のため要項の要確認

- ① 3ヶ月以上継続して事業活動の用に供されていない空き店舗に開業をする者であること。
(市内において既に開業している者が補助対象区域内に移転した場合は除く。)
- ② 中小企業基本法に規定する「小規模事業者」であること。
- ③ 一日のうち午前9時から午後6時までの間におおむね6時間以上営業し、かつ一週間のうち5日以上営業することができること。
- ④ 他の公的制度による家賃補助などを受けていないこと。
- ⑤ 2年以上事業が継続できること。
- ⑥ 土浦商工会議所から事業計画等について推薦を受けられ経営指導を継続的に受けること。等

対象区域

中心市街地活性化基本計画により定められた中心市街地エリア



◎土浦市中心市街地活性化基本計画区域(約118.8ha)
中央一・二丁目、大和町、有明町の一部、大手町の一部、川口一・二丁目、桜町一・三・四丁目の各一部、城北町の一部、東崎町の一部、港町一丁目の一部、立田町の一部

また、現在抱えている課題を伺うと、「地域発展の開発をおこなっている今、一般市民はもちろん特に私たち高校生が何を市に求めているのかわからない」とおっしゃっていた。一般市民へのアンケートも以前行ったことがあるが、アンケート方法が非常に難しく街頭アンケートという形をとったものの、多くの時間を要するため大変だとも仰っていた。

4 結論／まとめ

これらのことから、土浦駅周辺の活性化には市民らが魅力を見つける機会と土浦市が市民の声を把握する機会が必要だと考えた。そこで私たちは“お互いを知るイベントの開催”が有効であるとし、特にウォークラリーの実施を提案する。

イベント内容

クイズを解きながら
土浦駅周辺の商店街や
お店を見ながら沢山発見
しよう！
高校生のパフォーマンスも
お楽しみに！

主催・協力

土浦駅周辺の商店街、店舗の方々
土浦市役所
土浦市の高校

注意事項 持ち物

お問い合わせ
090-000-0000

新しいトコ発見！
ウォークラリー
歩いて見つける地元の魅力

土浦駅周辺をナゾトキしながらろう！
好きなものが見つかるかも！

日付 月 日 曜日
時間 00:00~00:00

5 亀城公園

4 まちかど蔵

3 土浦名店街

2 モール505

1 土浦駅

歴史や風景を見ながら
土浦を探索！

Map
Walk rary in
Tsuchiura

5 土浦駅で見たのはいつ？
1.1895年
2.1910年
3.1937年

4 モール505の発祥の地は？
建物の歴史や建築
されたショップなども
おまかせください
おまかせください

3 土浦名店街で
味わっている
おまかせください
おまかせください

このウォークラリーには調査などから分かった点を生かせるような 2 つの特徴がある。1 つ目は宣伝の強化だ。従来のチラシやポスターに加え SNS など交え様々な媒体で宣伝を行うことで、より幅広い世代の人々へイベントの周知をすることが出来る。もう 1 つは若者の積極的な参加だ。このウォークラリーでは土浦駅周辺の高校の生徒らにイベントの運営や吹奏楽部などにパフォーマンスを行ってもらおう。そうすることでイベントを通じた市職員、ボランティア、学生の交流ができ土浦市役所の問題となっていた若者の意見不足の解決につながる。また、学生のパフォーマンスはより多くの若者をイベントに呼び込むことに効果的である。

次に、このようなイベントの開催による効果を協力、調査、学習の 3 つ観点からあげる。まず協力の面では SNS と学生が町づくりに必要不可欠な協力の輪を広げることが出来る。SNS は年齢層の低い人への宣伝に効果的なことに加え地域だけでなく世界中へ魅力の発信が可能である。また学生も同世代の繋がりから多くの集客を可能にする。調査面ではイベント内での学生との交流で土浦市が若者の生の意見を得ることが出来る。アンケートとは違う対面での直接的な交流は市が新たな問題を見つけることに役立つ。学習面ではイベントに参加した人たちが土浦駅周辺の魅力を見つけることが出来るということだ。もし気に入った施設があれば再訪の可能性もあり、店を開こうとしている事業者がこの地に魅力を感じ店を構えてくれることもある。

最後に、私たちが市の活性化へ真っ先に出来ることは市のことをもっと知り自分たちに何ができるのか考えることである。それが私たちの理想の街へ近づける第一歩であり、この提案を通して考える時間をとってほしい。

5. 今後の課題

実現可能かどうか市役所や関係者の方々との相談が必要。

このアイデアで、地域の人から様々な方向に情報を発信してもらい知ってもらうまではいいが、その後発展するのに新しいものをいれるのか古いものを守っていくのかは、その結果などを元にして関係者の方々との話し合いを通して決めていく必要がある。

6 謝辞

本論文の執筆にあたり宮城県中小企業団体中央会千葉様、武山様、土浦市役所都市整備課藤沢様はじめ調査にご協力いただきました多くの皆様にお礼申し上げます。

7 参考文献

宮城県中小企業団体中央会 千葉誠一様・武山浩章様

土浦市役所都市整備課 藤沢様

※1 経済産業省 中小企業庁「令和 3 年度宮城県商店街実態調査」

※2 経済産業省 中小企業庁「地域の持続可能な発展に向けた商店街づくりのノウハウ集 2022」

※3 https://docs.google.com/spreadsheets/d/1on4KJfaBJiDdmk5dl26b8wcTetmBqmrfbK_-FjZAwI/edit. 土浦第一高等学校及び附属中の生徒を対象にした探求アンケートの結果

※4 土浦市役所都市整備課「土浦市中心街地開業支援事業（@505 を中心としたエリア）」