

No.10	提 案 名：マチナカ Keep Changing プロジェクト	
	提案団体名：宇都宮大学 Double R	
	所 属：宇都宮大学地域デザイン科学部	
	代 表 者：長瀧みなみ	指導教員：鈴木富之
メンバー	長瀧みなみ 岩館優李 大河原空弥 藤平音乃	

○ 提案の要旨

私たち、宇都宮大学 Double R では、オリオン通り商店街を宇都宮市の活用できる地域資源として捉えた。そこで、商店街に点在する空き店舗を活用した「POP-UP STORE 事業」を提案する。POP-UP STORE(以下ポップアップストア)とは、期間限定店舗のことを指す。本事業は空き店舗を改装して貸し出し、事業者にポップアップストアを開いてもらうというものである。この事業を行うことでオリオン通りに常に新鮮さを生み出し、宇都宮市がワクワク・ドキドキするまちになることを目指す。

1. 提案の背景・目的

令和5年8月26日、芳賀・宇都宮を結ぶLRTが開通し宇都宮市の新たな歴史が刻まれた。そしてJR宇都宮駅東口周辺やLRTの沿線に活気が生まれた。そこで私たちは次に新しいものを生み出すエリアとしてJR宇都宮駅西口エリアに位置するオリオン通りに注目した。

現在、日本の商店街の多くは変革を求められている。1990年代後半以降、地方郊外にショッピングモールが多数進出し、人々の買い物文化が大きく変化した。車で移動しショッピングモールで買い物をする住民が増加したのである。そのため商店街が買い物の中心地ではなくなり、昔のようなにぎわいは失われてしまったという歴史がある。

しかし、地元の人の取り組みにより商店街に新たな可能性がもたらされている地域もある。ここでは2つを例示する。1つ目は、「100円商店街」という山形県新庄市のNPO法人が始めた取り組みである。店舗の軒先に100円で購入できる商品を並べ、開催期間中は商店街全体を100円ショップに見立てるといったイベントだ。このような目玉商品を各店舗で作ることによりそれが入店のきっかけとなり、購買意欲の促進や商店街の魅力発信などに効果を上げている。この取り組みは山形県にとどまらず今や全国的に広まっており、栃木県では鹿沼市で開催されにぎわいを見せた。2つ目は、青森県青森市にあるしんまち商店街の事例である。この商店街は集客効果のあるイベント開催に早くから力を入れ、新たな魅力づくりに取り組んできた商店街である。市内の各団体がステージでパフォーマンスを披露したりグルメを出店したりするしんまちふれあい広場や季節に合わせたイベントとしてハロウィンの時期には商店街の店舗からお菓子をもらえるイベントなどを開催している。これらのイベントは商店街への親しみやすさの向上やイベント期間内における経済的効果の上昇に役立っている。

宇都宮市のオリオン通りも変革を求められているという点で例外ではない。私たちはオリオン通りを新たな形で再び人々がにぎわう商店街にするとともに常に「新しさ」や「変わり続けるもの」を生み出せる商店街にしたいと考える。そして宇都宮市全体がさらにワクワク・ドキドキするような街に生まれ変わることを目指す。そのために私たちは、これらのきっかけづくり・仕組み作りを行っていききたいと考える。

2. 提案の目標・課題「私たちでつくる「アスノミヤ」～スーパースマートシティの実現に向けて～」との関連

はじめに、地域経済循環社会という点では、ポップアップストアを開くことによりオリオン通りで買い物する人が増加し、お金の流れを生み出すことができる。ポップアップストアは期間限定であるという話題性から、人々の購買意欲が増すことが予測される。また事業者側にとってはやりたい事業を試す場があることで、起業のハードルが下がる。産業の活性化と、チャレンジャー気質の広がり期待できる。

次に、地域共生社会という点では、オリオン通りの中でポップアップストアを訪れる人が増え、人のつながりが生まれる。また、新たな事業者同士のつながりも生むこともできる。ポップアップストアで自分の得意を生かした事業を行うことで、地域の人たちを自分の得意で支えることができる。

最後に、脱炭素社会という点では、公共交通機関の利用を促すことで貢献できる。現在オリオン通りには多くの居酒屋が立ち並んでおり、自動車よりも公共交通機関で訪れやすいような整備がされている。この環境を利用し、ポップアップストアを訪れる人々が公共交通機関を使ってオリオン通りに訪れてもらえるようにする。そのようにすることで自動車による移動に代わって公共交通機関での移動が増加し、脱炭素社会の実現に近づくことができる。

3. 現状分析

3.1 オリオン通りの店舗種類に関する分析

(1) 調査結果

オリオン通りを歩き、現在の店舗の種類又は分布及び空き店舗の状況に関して調査を行った。次ページに調査結果をもとに作成した地図を示す。

(2) 分析、考察

1 階の特徴として空き店舗が少ないことが挙げられる。これは 1 階に店舗を構える方が通りを歩く人々の目につきやすいため、比較的空き店舗になりにくいことが原因でないかと考える。また、店舗の種類の特徴として飲み屋が他の種類の店舗よりも多くあることが挙げられる。これは、特に東武宇都宮駅とは反対側に多く見られ、より利用者の多い JR 宇都宮駅に近いことが要因だと考える。以上よりオリオン通りを訪れる人は自家用車以外の手段を用いる人が多いと考察する。一方東武宇都宮駅側の店舗の種類の特徴としては、歴史の長い衣料品や装飾品の店舗が多いことが挙げられる。これには東武百貨店に近く、高級志向の客層が一定数見込めるという理由があるように思われる。

次に、2 階の特徴としては病院や美容関係、バーなど比較的訪れる人が限られた店舗が多い。また 1 階と比べて空き店舗が多いことも挙げられる。先述の通り、1 階の店舗のほうが目につきやすい。したがって 2 階に店舗を構えると集客の面で 1 階に店舗を構えた場合より劣ってしまう可能性が高いため、2 階には目的をもって訪れる店舗が入りやすく、新規に店舗が入りにくい傾向があることが分かった。

1 階と 2 階の状況に関して共通して言えることは、全国チェーン店が少ないということである。中には宇都宮市内に何店舗が構える餃子店などもあったが、有名ファストフード店などはほとんどない。これはオリオン通りの目立った特徴ではないだろうか。

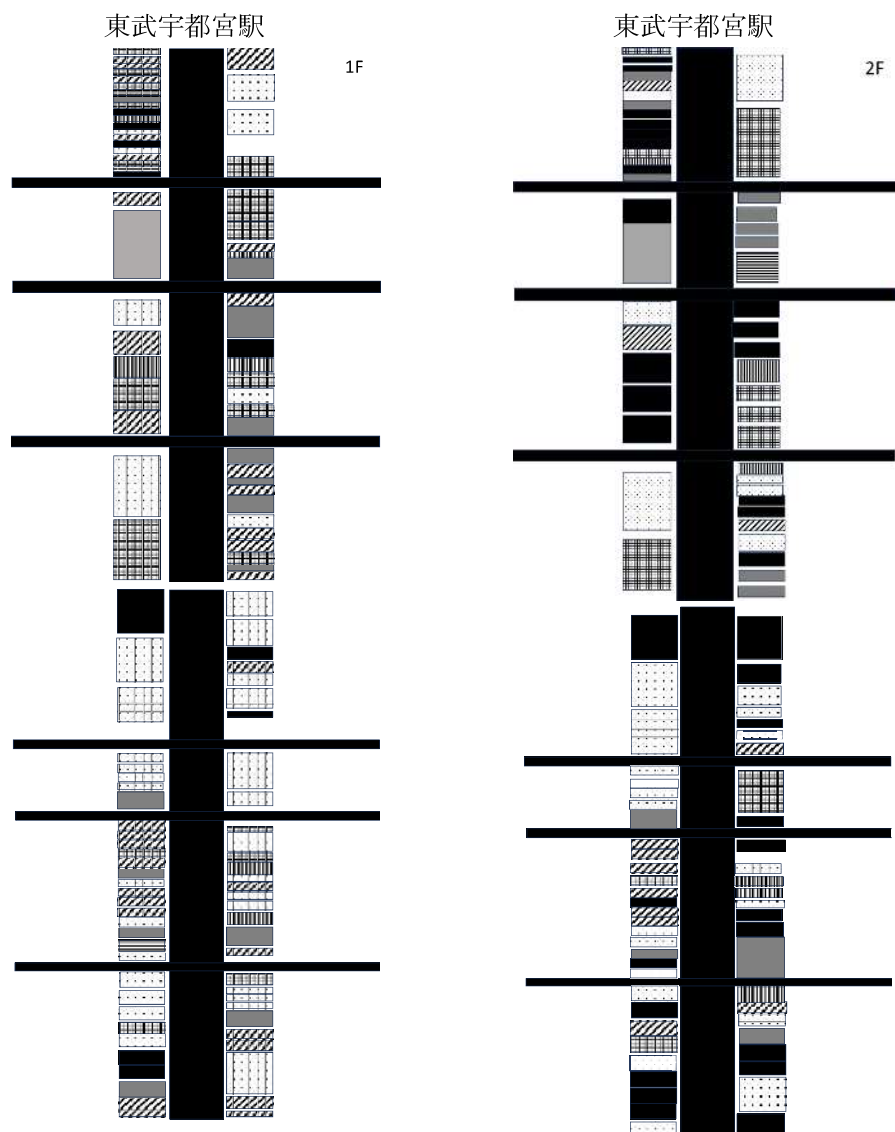


図1 オリオン通りの店舗分布

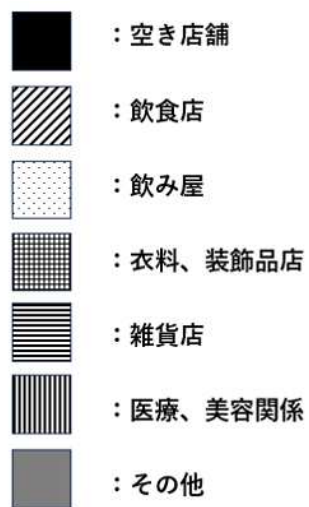


図2 凡例

3.2 起業者のニーズに関する分析

ポップアップストアの提案は新規事業者の試行の場としての目的も持つため起業の実態を調査することにした。宇都宮市経済部産業政策課への取材を行い、実態の調査をした。

(1) 調査結果

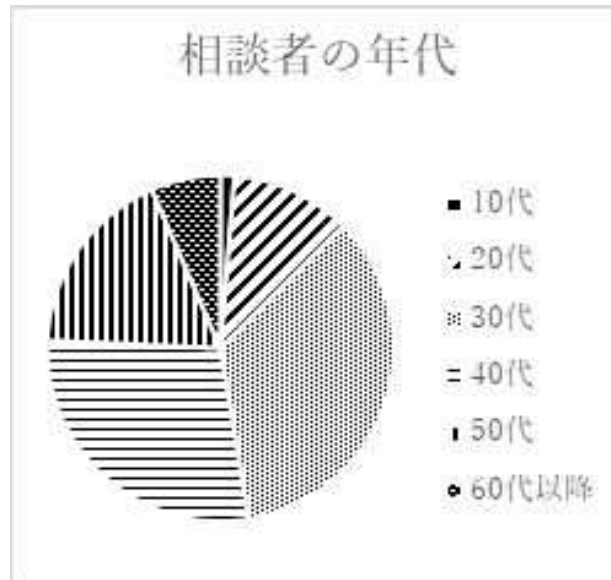


図3 起業に関する相談者の年代

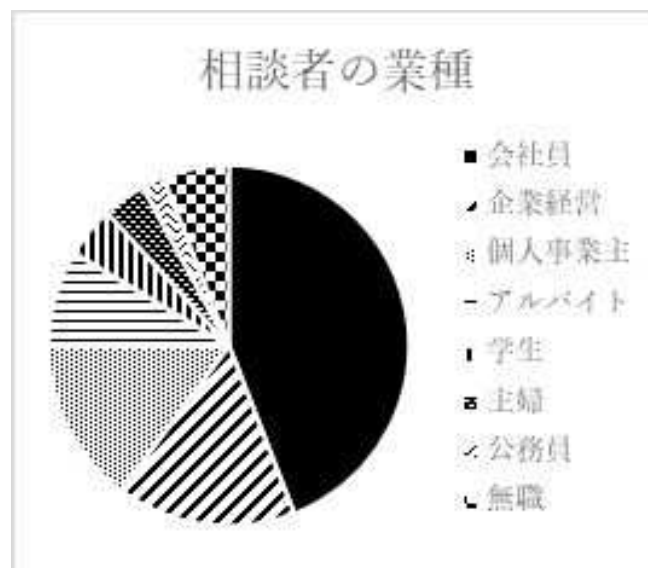


図4 起業に関する相談者の業種

宇都宮市内の起業家を育成、支援する機関である「宇都宮ベンチャーズ」の令和4年度の利用件数は1064件であった。その相談内容の傾向は、起業にあたって何をすべきか、という「起業、創業に関する全般」が最も多い。資金調達の方法や事業計画の作成に関しても多くの相談が寄せられていた。また、令和4年度の実績値における創業支援対象者数は468件であるが、同じく令和4年度の実績値における創業者数は144件である。令和4年度では支援対象者に対する創業者の割合は30.8%である。

(2) 分析、考察

相談者の年代は30代、40代、50代の順で多く、業種は会社員、企業経営、個人事業主の順で多い。このことから全体の傾向として、働きながら新しい事業を始めたい人または現在の業種を

引退した後の第2のキャリアとして起業することを検討している人が多いのではないかと考察する。したがって起業をするにあたって本当にその事業がうまくいくかを試す場があれば活用したい人も多いのではないかと考えることができる。事業を試すにしても会社員、企業経営や個人事業主などは現在の仕事との兼ね合いで活動できる時間に制限がある場合が多い。新規事業の試行の場に求められる条件は時間や期間の融通が利くことであると考えられる。また、令和4年度の宇都宮市における起業の実現率は前述のとおり30.8%となっている。この割合を増加させるにはより起業しやすい環境を整えていくが必要になる。

4. 施策事業の提案

4.1 事業概要

現在、オリオン通りでも店舗前に椅子やテーブル、パラソルを設置し、誰でも自由に利用できる憩いの場の提供を目的とした「オープンカフェ事業」を行っている。そのほか、1章で挙げた取り組みのように全国的にも商店街を活性化させる取り組みはさまざま行われており、これらは経済循環や商店街の回遊性を促すという効果を生み出している。しかし、宇都宮市が目指すスマートシティにおいては1つの効果だけではなく、人々のつながりを生み出す機能、地域経済を循環させる機能、脱炭素社会に貢献する機能の3つの機能をもった事業である必要性がある。

そこで、オリオン通りにある空き店舗という地域資源を活用し、長期的にこれら3つの機能を果たす事業として私たちは「POP-UP STORE 事業」を提案する。POP-UP STORE(以下ポップアップストア)とは、数日～数週間程度で開設される期間限定店舗を意味する。現在は商品やブランドの認知拡大や新商品のプロモーション、テストマーケティングの目的で活用されることが多い。本事業は、空き店舗をリノベーションして一定期間、事業者に貸出するところまでを市の事業として行い、事業者ポップアップストアの運営を行ってもらうことで人々のつながりや経済循環を促し、かつ新規事業支援を行うというものである。

4.2 事業のメリット

ポップアップストアには事業者側とオリオン通り、両者にメリットがある。

(1) 事業者側のメリット

事業者側のメリットとして2つ挙げる。1つ目は、ポップアップストアを事業者の試験的な場にできるということである。3.2節で述べたように、宇都宮市での起業に関する相談傾向としては会社員が多く、そのほとんどがセカンドキャリアとして起業を考えていることが分かった。一から事業を起こす起業者にとって初めから店を構えてビジネスを行うということにはやや抵抗があるだろう。しかしポップアップストアは、店舗を準備する必要がなく初期費用も安く抑えることができる上に、期間が限られていることで大きな金銭的負担を負うことなくビジネスを試すことができる。さらにここでの運営方法や売り上げが本格的に事業を始める際の重要な情報となるため、この事業が起業支援としても機能する。2つ目は、事業者の希望や商品の季節性に合わせて柔軟に店舗を持つことができるということである。固定の店舗を持った場合、家賃や光熱費等の月々にかかる費用が発生する。そのためある一定の期間だけ店を開くことは難しく、その場合インターネット販売や数日単位のイベントへの出店を行う事業者が多い。その点ポップアップストアは時期や期間を自由に決めることができ、店舗を持つためにかかる費用は借りた日数分の賃貸料のみである。よって事業者の希望に合わせて店舗を持つことができ、多様なニーズを満たすことができる。

(2) オリオン通りのメリット

オリオン通りにとってのメリットとして2つ挙げる。1つ目は、話題性を生み出すことができるというメリットである。新しい店舗は顧客の興味を引きやすい。さらにその希少性、イベント性からメディアやSNSに取り上げることも考えられる。このようにしてポップアップストアは元よりオリオン通りに話題性が生まれることで、1店舗あたりの販売期間が限られ事業者は変わっていくものの、店舗がある状態を継続させることが可能になる。つまり長期的に空き店舗に戻り

にくいと考えられる。2 つ目は、オリオン通りに新鮮さを生み出すことができるというメリットである。店舗が入れ替わることで、これまで訪れることのなかった年代層が訪れるようになったり何度も足を運んでもらえるようになったりする。このようにして「変わり続ける」仕組みづくりをすることは、顧客獲得及びオリオン通りのイメージアップにつながる。

4.3 事業の条件

本事業では、ポップアップストアの特徴を活かすために以下の2つの条件を設ける。

(1) 対象

1 つ目の条件は、事業者の対象である。私たちは本事業を行うことにより「地域の力」を引き出し、宇都宮市におけるスーパースマートシティ実現を目指したいと考えている。そのため事業者の対象を市内在住者または市内事業者に限ることを条件とする。

(2) 期間

2 つ目の条件は、一事業者に対する貸出期間である。本事業は、従来の商店街活性化の事例のような短期的な取り組みではなく、ある程度長期的に行うことでより多くの人のつながりや経済循環を生み出すことを目的とする。したがって、最短2週間といった最短期間を設ける必要があると考える。

4.4 事業の活用例

以上のメリットや条件を生かしたポップアップストアの活用例として以下の2つを挙げる。

(1) 冬期限定いちごカフェ

契約農家から仕入れるいちごの販売、またそれを使ったスイーツを提供するカフェ。調理場付きの1階貸し店舗をいちごの収穫が特に盛んな1月から2月までの2か月間利用し期間限定のカフェを開く。「栃木が誇るいちごをもっと身近に」をコンセプトに、地元の人にもさまざまな品種のいちごを楽しんでもらえるカフェを目指す。カフェを運営するのは将来的に自分の店を持ちたいと考える新規事業者。地元の食材にこだわる料理やスイーツを提供するカフェを持ちたいというこだわりから今回はいちごを使い、試験的に営業を行う。

(2) 想いがつながる古本屋

オリオン通り2階の貸し店舗を利用し、本好きの店主が第二の人生として始めた古本屋。お客様に提供したい本が集まったときにだけ店を開くという店主のこだわりから貸店舗での出店を選んだ。店ではあらゆる本を読んできた店主との会話を通して棚に並ぶ本の中から自分に合った本を見つけてもらうことができる。店内のテーブルやソファでゆっくりその本を読んだり、時には店主やお客様同士が本について語り合ったり。ほっと一息つける、癒しの空間を提供する。またこの店ではお客様が持ってきた本を引き取る、ブックリレーも実施。引き取る際、お客様が次のお客様へ本を読んだ感想やおすすめできる点を紹介するメッセージを添え、本を通して間接的にも人のつながりを生み出す。

4.5 事業の可能性

本提案では脱炭素社会の実現に向けて車を使わずに人々が足を運ぶこと、活用可能な地域資源を再利用することも重視し、オリオン通りを対象とした。しかし市内の空き店舗状況によってはこの事業を市内全域に拡大することも可能だと考える。

【参考文献】

・令和3年度 商店街実態調査報告書 2022年

https://www.meti.go.jp/meti_lib/report/2021FY/000009.pdf

(2023年9月26日閲覧)

・スーパースマートシティうつのみや

<https://ssc.city.utsunomiya.tochigi.jp/>

(2023年7月3日閲覧)

・観光 Re : デザイン 地域のやる気を引き出す「100 円商店街」2017 年
<https://kankou-redesign.jp/pov/6243/>

(2023 年 7 月 3 日閲覧)

・青森市しんまち商店街

<http://shinmachi.aomori.jp/>

(2023 年 10 月 20 日閲覧)