

個性的な商店主とふれあえる広島繁栄会

宮崎市:広島繁栄会

地域の歴史・関連する行政計画等

宮崎市 中心市街地まちづくり推進プラン「住み・働き・訪れるが充実した中心市街地」、事業所や従業員を集積させ、各店舗の売上高を上げる効果につなげている。

第三次宮崎市商業振興計画百貨店等の大型店があり、最寄品より買回りが多く、ターゲットが広範囲に及ぶ商業地
第三次宮崎市商業振興計画

SNS映えする商品デザインの考案や体験の取入れなど新たな価値の付加 ○「コト消費」へつながる取組みへの支援
○ホームページやSNS等を活用した地域資源活用情報の発信

地域の強み

- ・美味しい食事の店や個性的なブティック、美容室や駐車場もいっぱいあって楽しめる。
- ・高齢者向けのマンションなどコンパクトシティとしての居住機能が多い。
- ・令和2年11月にアミュプラザ(宮崎駅前)、MEGAドン・キホーテ(旧橋百貨店)にOPENをしたことで一時的に若年層の通行量が増加した。
- ・まちなか回遊モビリティ「ぐるっぴー」(小型低速バス)も本格運行を開始し、新規顧客の開拓に努めている。
- ・長くやっている店が多い

地域の課題

- ・情報発信力が弱い
- ・商店が撤退した後に、マンションや駐車場に転換(強味?)
- ・空き店舗が増えている
- ・新規参入が少ない
- ・イベントなどの担い手不足
- ・通りの特徴がない

商店街全体の将来像

- ・個性的な商店主とふれあえる商店街
- ・若い人がチャレンジする商店街
- ・居心地の良い商店街
- ・緑と花の商店街

具体的なアイデア(申請)

デジタルツールを活用した商店街店舗集客事業

地域の良さの再発見を促すプロモーション事業を実施する。電子上でダウンロードできる商店街MAPを作成し、各店舗で独自のサービスを行い(例:ドリンクサービスなど)商店街の集客に努める。

- ①インターネット動画やInstagramによるプロモーション
- ②動画に連携した電子上でダウンロードできるウォーキングMAPの作成

ターゲット

- ・若者、学生、地域住民
- ・宮崎県民

その他のアイデア

- ・個店紹介のSNS製作
“広島通繁栄会”のアカウントをSNSに開設。フォローとコメントをしてくれた方に抽選で50名に特産品を贈呈する。
- ・個店のネットショップで購入した商品写真をSNSに投稿かつフォローしてくれた方に特産品を贈呈する。
- ・高校生・大学生を巻き込んで商店街・個店のポスター作り
- ・アーティストとのコラボ企画による商店街活性化イベントの開催
- ・商店街と大学・専門学校の連携による協働プロジェクトの立ち上げ、さまざまなデザインのアートベンチを設置し、来街者の休憩場所として活用

まち全体との関連

- ・宮崎駅・アミュプラザみやざきや他の商店街との連携による活性化
- ・大街市祭との連携
- ・電気自動車(グリースローモビリティ)による回遊の活用

プロセス(いつ・誰が)

- ・商店街内のプロジェクトの組織化
- ・外部協力者の確保(委託業者含む)
- ・投稿者、フォロワーの確保

作り方のポイント

- ・モニタリング
- ・事業評価
- ・商店街の個店の協力
- ・地域住民の巻き込み方
- ・外部協力者の確保

参考になる事例

キャッチコピー
<https://nlab.itmedia.co.jp/nl/articles/1405/07/news055.html>
高校生による魅力創出事業～泗商
https://y-shoren.com/blog/blog_cat/%E9%AB%98%E6%A0%A1%E7%94%9F%E3%81%AB%E3%82%88%E3%82%8B%E9%AD%85%E5%8A%9B%E5%89%B5%E5%87%BA%E4%BA%8B%E6%A5%AD/
いばらアートループ商店街実行委員会
<https://ibara-artloop.com/>
伊那市中心市街地が街ごとバラ園に
<https://blog.nagano-ken.jp/kamiina/nature/327.html>