公共選択学会　第 13 回　学生の集い　論文

まちづくり・地域活性化のためには、何をどうすべきか？

「住みよい いわき市」を作るために

～いわき市の現状と商業まちづくりについて～

2010/10/22

千葉商科大学 サービス創造学部 湯之上ゼミナール

A パート

樋口　雄太郎
平野　勇太
田中　稜士
高橋　岳
笠原　彩乃
小林　彩香
高鹿　真美

目　次

第１章　はじめに

第２章　いわき市の状況

１．人口・高齢者人口、面積
２．いわき市の財政
３．いわき市の観光、工業

第３章　いわき市のまちづくり

１．いわき市が行っているまちづくりの現状と問題点
２．いわき市「まちづくり」の事業及び支援
（１）繁盛店モデル事業
（２）買い物難民の支援について

第４章　まとめ

参考文献リスト

繁盛店づくりモデル事業　資料１

繁盛店づくりモデル事業　資料２

第１章　はじめに

まちづくり・地域活性化のためには、何をどうすべきか？この問いに答えるため、私たちはいわき市の商業まちづくりをとりあげることにした。

なぜ「商業まちづくり」をとりあげたか。

「市民意識調査報告書」（平成 22 年 3 月、いわき未来づくりセンター）によると、いわき市民の意識として、満足している政策分野の上位５つをあげると、「健全な水循環系の確立」、「生涯を通した学習活動の推進」、「地域に根ざした市民文化の継承と創造」、「生涯にわたるスポーツライフの実現」、「災害に強い地域社会の形成」であった。いわき市民はいわき市の環境や文化・スポーツについては、満足しているようだ。

次に下位５つをあげると、「生活を支える商業・サービス業の展開」、「生涯健康づくりの推進」、「総合的な交通体系の確立」、「内発的な工業の発展」、「児童の健全育成と子育て支援の推進」となり、これらについては不満を持つ結果となった。

いわき市といえば、緑が豊かで福島県の中でも発展した地域という印象を受けるが、「商業・サービス」の分野に着目してみると、不満度が高く市民はあまり満足していない分野だということがわかった。

それに比例して、今後の政策分野別優先度は、上位５つに「生涯健康づくりの推進」、「児童の健全育成と子育て支援の推進」、「高齢者保健福祉の充実」、「生活を支える商業・サービス業の展開」、「内発的な工業の発展」があがり、市民も「商業・サービス」の分野は、今後の発展を期待している分野であった。私たちが「商業まちづくり」を取り上げたのは、いわき市民にとって不満が高く、改善が求められている政策分野であると考えたからである。

また、私たちは、商業・サービス分野を主に学習していることも、このテーマを選んだ理由である。

そこで、私たちは９月にいわき市でゼミ合宿を行い、いわき市役所に「商業まちづくり」についてヒアリングを行ってきた。

この論文では、いわき市のヒアリング調査をふまえつつ、いわき市の状況、いわき市のまちづくりという２つの項目に着目し述べていく。

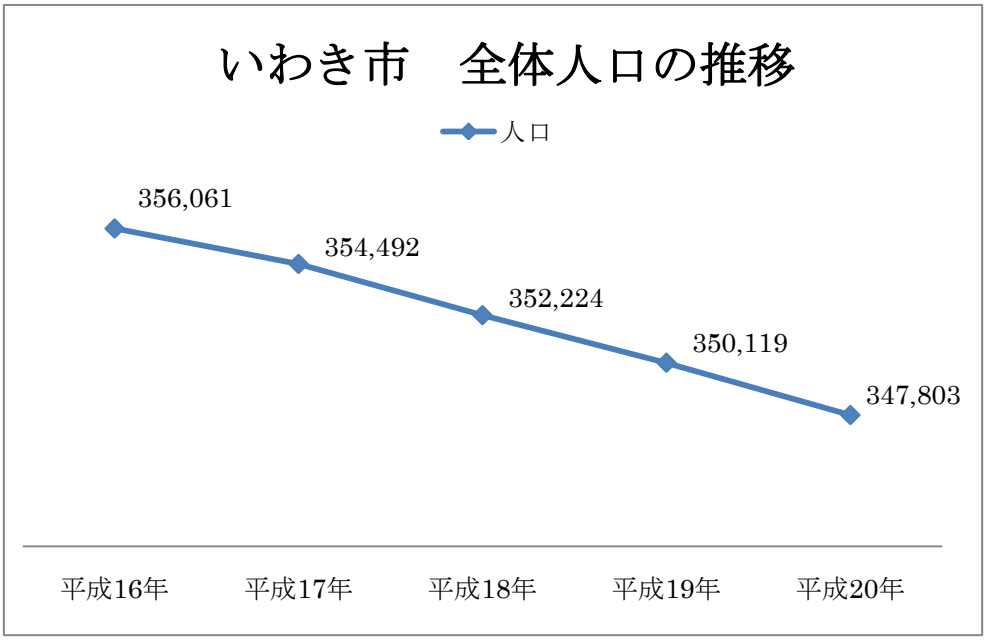
第2章　いわき市の状況

１．いわき市の人口・面積

（1）いわき市人口

ここでは、いわき市の全体人口と高齢者人口について、過去５年間（平成 16 年～平成 20 年）の推移をグラフでまとめた。

＜グラフ１＞　いわき市　全体人口の推移



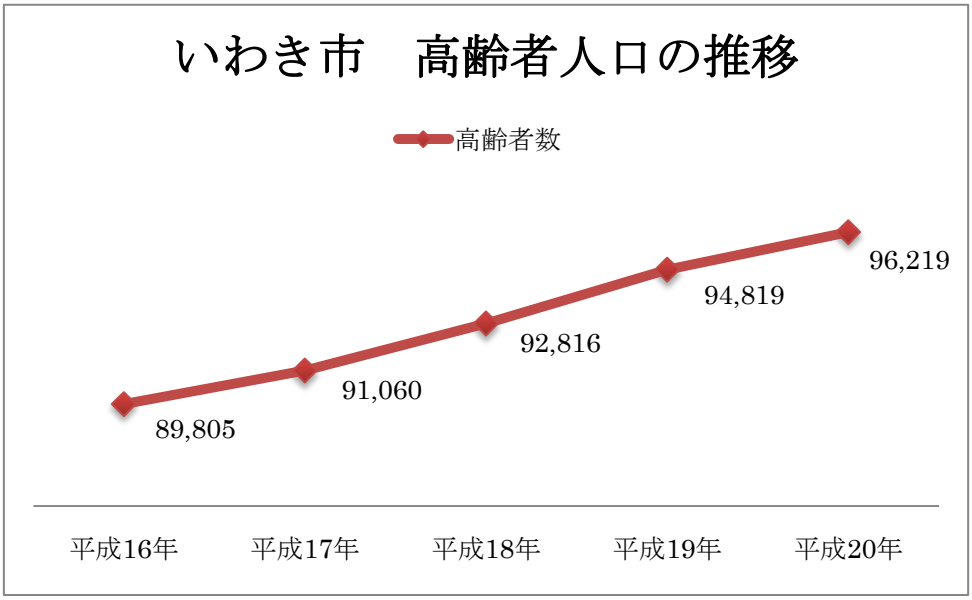
（出典：『住民基本台帳』をもとに作成）

住民基本台帳によると、いわき市の人口は、平成 2 年に第 1 次ピークになり、355,812 人になった。しかし、平成 11 年から、減少傾向となり平成 20 年度は 348,000 人を切った。

＜グラフ１＞を詳しく見ると、平成 16 年は 356,061 人であった。その翌年の平成 17 年は 354,492 人であり、平成 16 年と比べて 1,569 人減っている。平成 18 年は 352,224 人であり、平成 17 年と比べて 2,298 人と急激に減っている。平成 19 年は 350,119 人であり、平成 18 年と比べて 2,105 人減っている。前年よりは減りが緩やかになった。

しかし、平成 20 年 347,803 人で平成 19 年と比べて 2,316 人とまた急激に減っている。

＜グラフ２＞　いわき市　高齢者人口の推移



（出典：『住民基本台帳』をもとに作成）

　続いて、高齢者人口は、平成 16 年は 89,805 人で平成 17 年は 91,060 人で平成 16 年と比べて 1,255 人増えている。平成 18 年は 92,816 人で平成 17 年と比べて 1,756 人増えている。平成 19 年は 94,819 人で平成 18 年と比べて 2,003 人増えている。平成 20 年は 96,219 人で平成 19 年と比べて 1400 人増えている。

　この結果を見ての通り高齢者が増えてきている。

　さらに、『新・いわき市総合計画 次期基本計画策定にかかる 市民意識調査報告書』（ 平成 22 年 3 月 いわき未来づくりセンター）によると、高齢者（60 歳以上）の比率は、次の通りである。

＜表 1＞　いわき市の地区ごとの高齢者の比率（2010 年）

・平地区	43%
・小名浜地区	45%
・勿来地区	44%
・常磐地区	52%
・内郷地区	47%
・四倉地区	48%
・遠野地区	40%
・小川地区	40%
・好間地区	39%
・三和地区	56%
・田人地区	46%
・川前地区	54%
・久之浜・大久地区	54%

（出典：『新・いわき市総合計画 次期基本計画策定にかかる 市民意識調査報告書』）

高齢者の比率が低かったのは、好間地区（39%）、遠野地区（40%）、小川地区（40%）、平地区（43%）で、逆に比率が高かったのは、三和地区（56%）、川前地区（54%）、久之浜・大久地区（54%）、常磐地区（52%）である。

高齢者率の高かった三和地区と高齢者率の低かった好間地区の差は約 20%であった。

（2）いわき市の面積

いわき市は、高度経済成長期の大規模合併で成立した。面積は 1,231.13km²で、市の大きさとしては 2003（平成 15 年）3 月までは日本一であった。同年 4 月 1 日に静岡市と清水市の合併で、最大面積を持つ市の座を明け渡すこととなった。

そして今いわき市の面積は、**1,231.34**km²である。

人口及び面積は福島県内最大で、人口は東北地方第 2 位、面積は東北地方第 3 位、日本の市では人口第 57 位、面積第 10 位である。

２．いわき市の財政

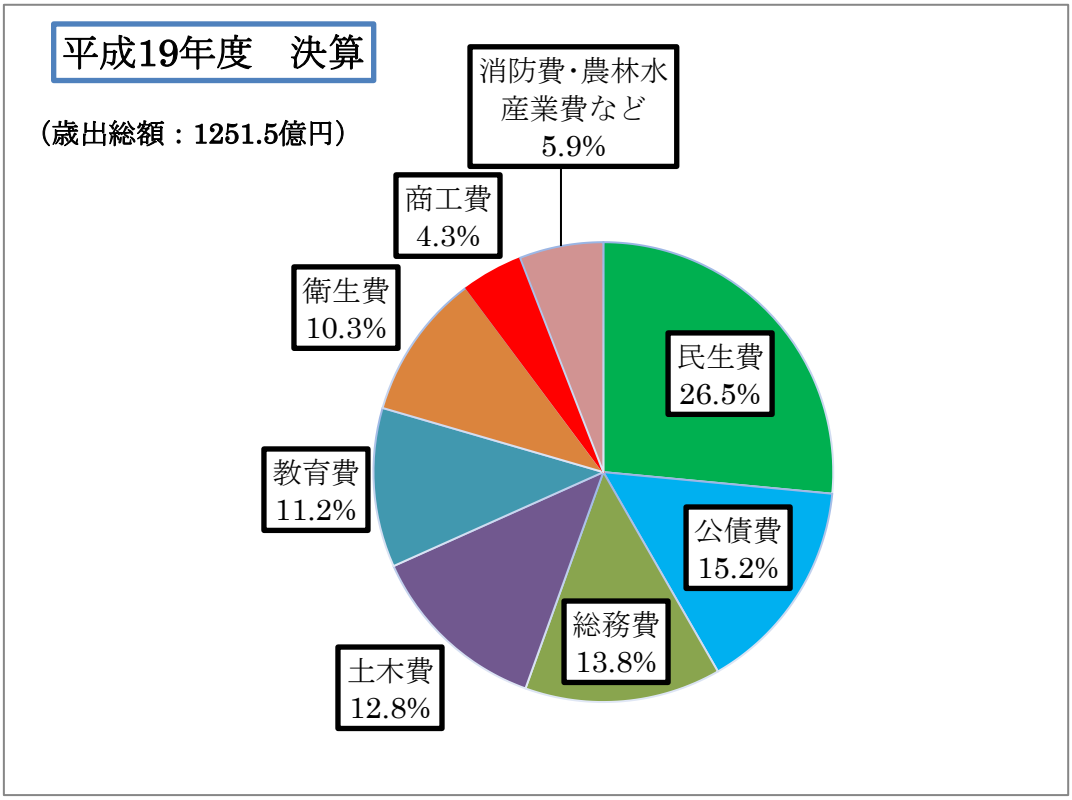
（1）いわき市決算

いわき市の一般会計歳出は、平成 19 年度 1251.5 億円、平成 20 年度は 1135.3 億円と 1 年で約 116 億円の歳出が減少した。その内訳を以下のグラフで示した。

＜グラフ３＞は平成 19 年度、＜グラフ４＞は平成 20 年度、それぞれの年度の決算歳出である民生費、公債費、総務費、土木費、教育費、衛生費、商工費、消防費・農林水産業費に分けた。これを比較し歳出の変化を分析する。また、背景に何があるか調べる。

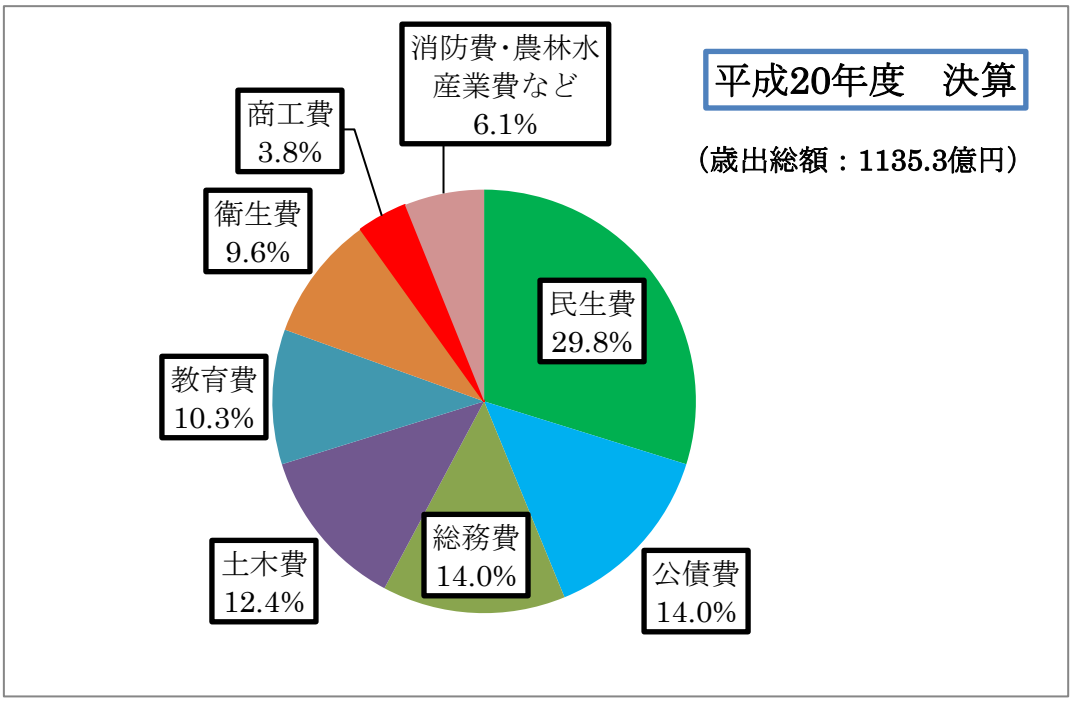
いわき市で特に多く歳出しているのが、高齢者・障がい者・児童・生活保護などの福祉、保育所などに使われるお金である民生費で平成19年は26.5%、20年度は29.8%歳出している。次いで、消防や農林水産業振興の整備などに使われる費用を支出している。一方、商工業や観光振興に使われるお金である商工費に関しては平成19年度4.3%、20年度3.8%と歳出額が減っている。「はじめに」でもふれたように、いわき市民が商業政策に不満を持っている現状があるのにもかかわらず、商工費の減額は意外な印象を受けた。

＜グラフ３＞　平成 19 年度　決算



（出典：『いわき市決算(H19 年)』をもとに作成）

＜グラフ４＞　平成 20 年度　決算　　（出典：『いわき市決算(H20 年)』をもとに作成）



このように、いわき市は歳出全体が減少した背景には、職員の数を減らすなど人件費の削減に努めたことなどがある。歳出比較分析表＜平成20年度＞によると、「第３次いわき市定員適正化計画（計画期間：H18～22）」に基づき職員数の削減に努めていることから、前年度と比較して1.1ポイントの減となった。

今後、いわき市は商業にも力を入れるとのことをヒアリング時に聞いた。

そこで、私たちはいわき市の商業プランを参考に「繁盛店づくりモデル事業」など、いわき市が商業を活性化するために行っている取り組み及びプランに着目し紹介する。詳しい内容はこの後述べる。

（２）いわき市健全化指標

次に、いわき市健全化指標（平成 21 年度）と国の基準とを比較した。**＜グラフ５＞**

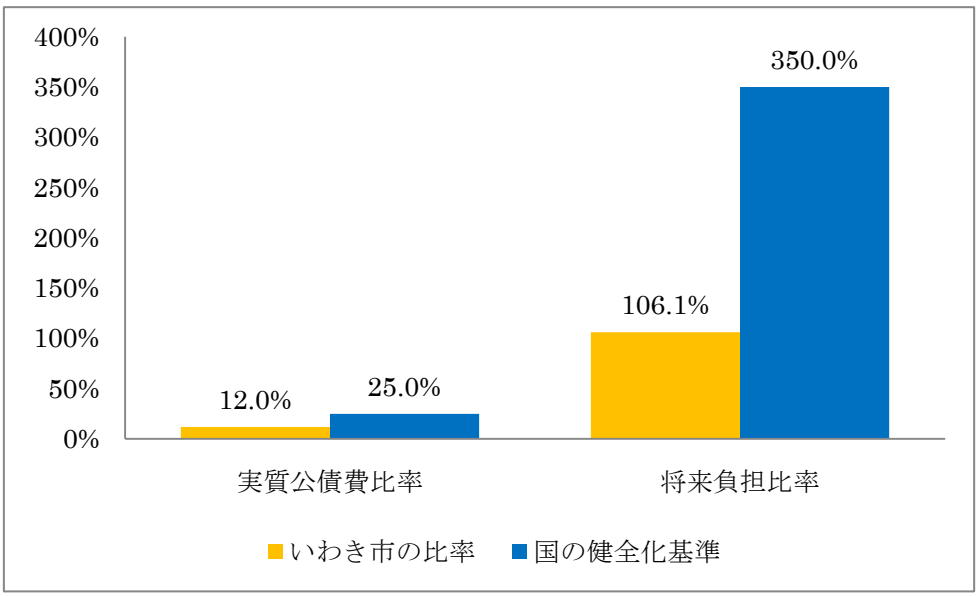
また、いわき市の健全化指標を平成 21 年度と前年の平成 20 年度とで差を比較・分析した。**＜グラフ６＞**

まず、国の健全化指標の基準は、実質公債比費が 25%,将来負担比率は 350%である。

この基準に対し、いわき市の比率（平成 21 年度）は、実質公債費比率が 12%,将来負担比率は 106.1%となっている。

このことから、いわき市は国の健全化指標を下回っているため財政面では比較的健全な運営を行っていると思われる。

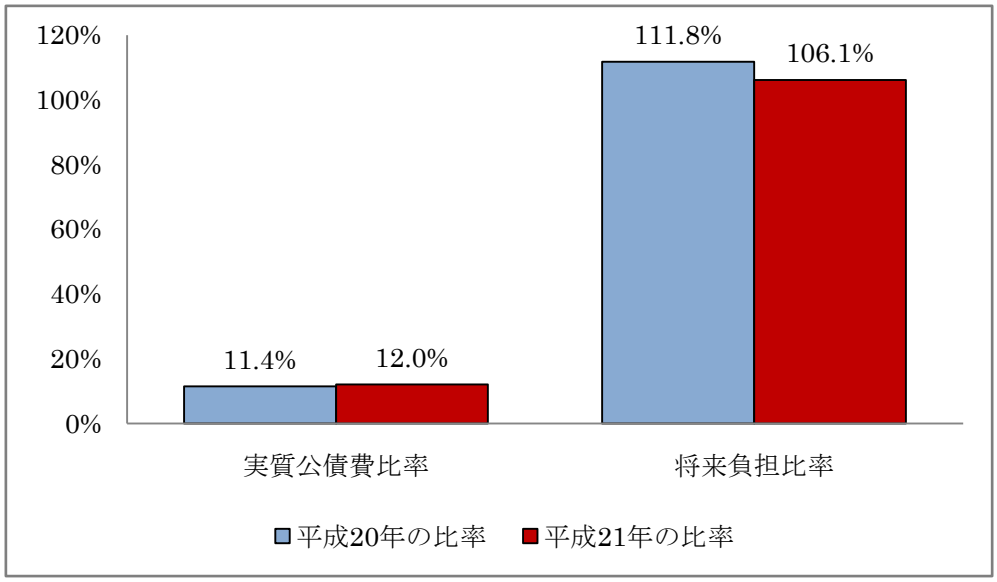
＜グラフ５＞　いわき市の健全化比率（平成 21 年度）と国の健全化比率基準との比較



（『いわき市健全化指標』をもとに作成）

次に、いわき市の前年度（平成 20 年度）との比較を行い、変動要因を調べた。平成 21 年度の比率は上記で述べた通りである。その前年である平成 20 年度の実質公債費比率は 11.4%、将来負担比率は 111.8%である。

＜グラフ６＞　いわき市の健全化比率項目を前年データと比較
（平成 21 年度と平成 20 年度）



（『いわき市健全化指標』をもとに作成）

＜グラフ６＞のように変動した要因は、「いわき市健全化指標」によると２つある。１つは、実質公債費比率の増加である。これは主にいわき市芸術文化交流館 PFI 事業（いわき芸術文化交流館アリオスのホール、劇場等の設計～建築、工事監理、維持管理及びテナント運営（飲食・物販）を行う事業）の償還に係る経費が増えたことである。もう 1 つは、将来負担比率の減少である。これは「地方債現在高の減」（前年比－324,900 万円）、「職員数の減に伴う退職手当負担見込額の減」（前年比－116,900 万円）ということを行った結果である。

以上のことから、いわき市は、総務省が基準より下回っているため財源に余裕があり、今後述べる策を実行する費用はあると私たちは考える。

３．いわき市の観光、工業

（１） いわき市内観光交流人口

＜表２＞いわき市内観光交流人口の推移（平成 16 年～平成 21 年）

平成16年度	1055万人
平成17年度	1038万人
平成18年度	1060万人
平成19年度	1070万人
平成20年度	1085万人
平成21年度	1054万人

（『いわき市観光統計』をもとに作成）

＜表２＞は、いわき市内観光交流人口の変化を示している。

平成 19 年度は、天候不順により、夏井川渓谷の紅葉期間が短かったことや、「わくわくいわき」の中止により観光客減の要因はあったが、「アクアマリンふくしま」の特別企画展の開催と、映画「フラガール」の PR 効果・新施設アロハタウンオープンを集客源としたスパリゾートハワイアンズが多く客を集め、結果的に平成 18 年度に比べ 10 万人増となった。

平成 20 年度は、原油高や景気の悪化により、主な利用者であるマイカー利用の客が減ったため、各観光施設の入り込みが減少したが、「アリオス」・「さんかく倉庫」などの新施設のオープンや、いわきフラオンパクが開催され多くの客を集めた。
さらに天候にも恵まれ、海水浴客が大幅に増加し、平成 19 年度に比べ 15 万人増となった。

平成 21 年度は、高速道路料金の ETC 割引やシルバーウィークに加え、豪華客船「飛鳥 2」の小名浜港への寄港というかなりの増要素はあったが、景気の低迷や新型インフルエンザの感染拡大の影響によっての減少や、天候不順により海水浴客が激減したため、平成 20 年度に比べ 31 万人減となった。

（２） スパリゾート「ハワイアンズ」

①開業から現在までの入場者数

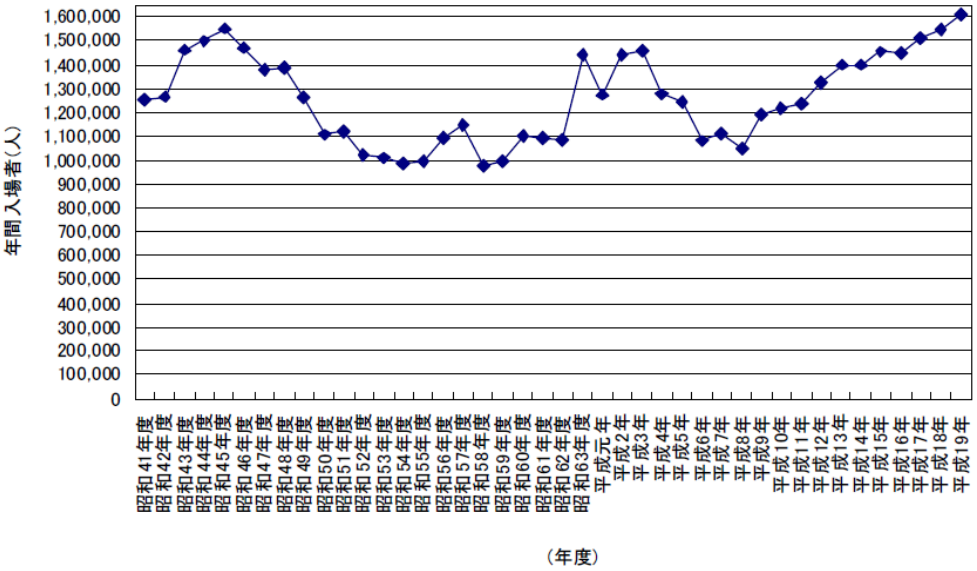
いわき市の観光施設に代表されるスパリゾートハワイアンズは、昭和 41 年の開業以来のべ 5500 万人に及ぶ来場があり、開業初年度の入場者数は 120 万人が来場した。近年では、平成 18 年度 154 万人、平成 19 年度 161 万 1 千人、平成 20 年度 151 万 8000 人入場している。

このように入場者数が毎年増加傾向になっている背景には、平成 18 年度、ハワイアン

ズを舞台とした映画「フラガール」の影響や平成 19 年度に 10 年ぶりとなるプールの大改修をし、子供向けプール「ワイワイ・オハナ」、ハワイをテーマにした施設「アロハタウン」、炭鉱とフラダンスの歴史をテーマにした「フラ・ミュージアム」を一気にオープンさせたこと、関東近県での CM 放送などでの新規客層開拓などを行った結果、過去最高となる入場者数を記録した。

＜グラフ７＞　　（報道公開資料より抜粋）

●年間入場者数の推移



②スパリゾートハワイアンズへの出資元

スパリゾートハワイアンズを経営、出資しているのは、常磐興産株式会社が出資している。

この常磐興産株式会社は、ハワイアンズの経営以外に鉱物の取扱や港湾荷役、コンクリート工事の設計施工等、工業関係の業務を行っている。これは、元来炭鉱業であったため、観光業以外にもコンクリート工業を主に様々な業種を取り扱っている企業である。常磐興産の主な株主は、**＜表３＞のように**（株）常磐開発、大成建設（株）、みずほ信託銀行（株）太平洋セメント（株）など主に建築・土木業の企業であり、その中でも筆頭株主は（株）常磐開発で全株式の８％を所有している。

＜表３＞

【大株主の状況】

氏名または名称	所有株式数(株)	割合(%)
常磐開発株式会社	6,365,735	8.00
大成建設株式会社	5,651,000	7.10
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社	3,554,000	4.46
みずほ信託銀行株式会社	2,678,000	3.36
財団法人常磐奨学会	2,670,990	3.36
株式会社みずほコーポレート銀行	2,437,000	3.06
株式会社みずほ銀行	2,010,000	2.53
明治安田生命保険相互会社	1,878,000	2.36
株式会社損害保険ジャパン	1,686,000	2.12
太平洋セメント株式会社	1,601,545	2.01

（常磐興産(株)コーポレートガバナンスより抜粋）

（３）工業

＜表４＞地域製造品出荷額

平成16年度	1兆650億円
平成17年度	1兆741億円
平成18年度	1兆740億円
平成19年度	1兆668億円

事業所数 721 社　　従業者数　29,056 人

（『市内工業の概要』をもとに作成）

＜表４＞は、いわき市の地域製造出荷額を表している。

平成 19 年度では、福島県全体の工業製造品出荷額 6 兆 1805 億円の 17.3%をいわき市が占めていて、これは、県北地域 26.2%、県中地域 26%に次ぐ規模となっている。

ほかの地域と比べると、いわき市は工業の分野では比較的優秀な市であるといえる。

第3章　いわき市のまちづくり

次に、いわき市で行っている「商業まちづくり」について紹介する。

１．商業まちづくりの現状と課題

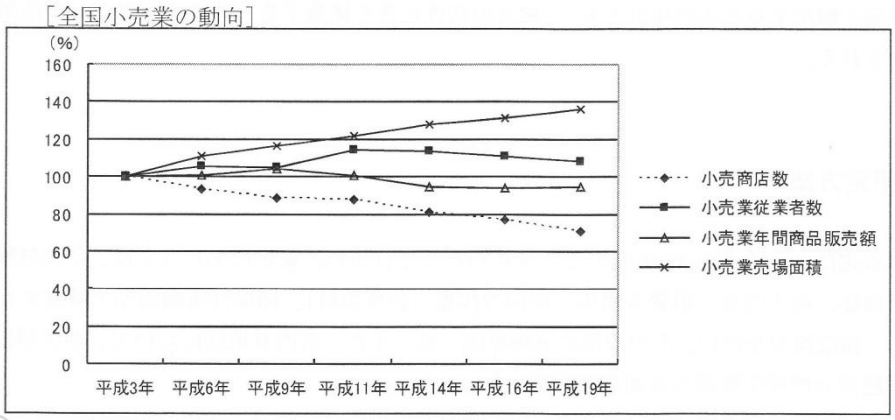
（1）全国の商業と関連動向

①商店数の減少と売場面積

下の＜グラフ８＞によると、全国的に小売業の商店数は減少傾向が続いており、一方で売場面積は、平成３年から１９年にかけて倍近くの増加がみられる。

また、小売業の従業者数、小売業年間商品販売額はともにほぼ横ばいであるが、近年減少傾向にある。

＜グラフ８＞　全国小売業の動向

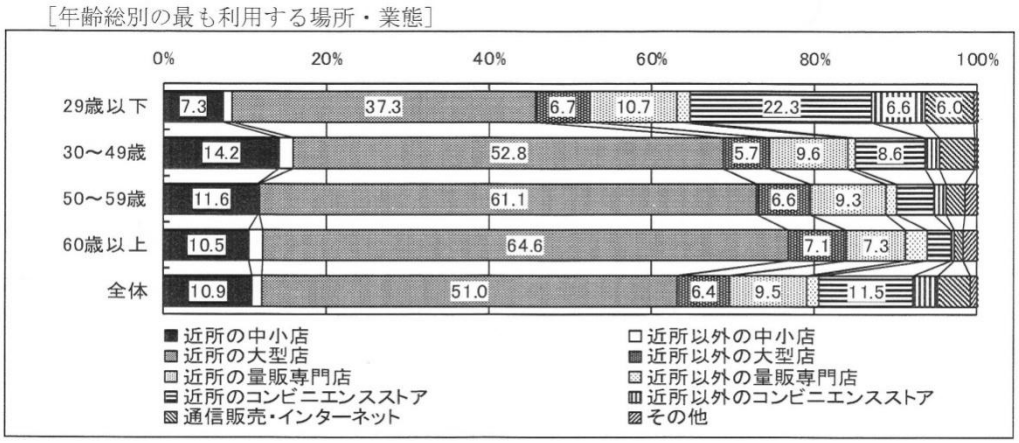


資料：商業統計

②大型店舗とネットスーパーが台頭、サービス支出が増加

食料や物財などへの消費は減少している。買い物の場所は近所の大型店が大半を占めていて、その中でも高齢者が多く利用していることがわかる。スーパーなどの中小店の割合は１割強程度で、29歳以下はコンビニエンスストアの割合と、通信販売・インターネットの利用割合が高くなっている。

＜グラフ９＞　年齢別の最も利用する場所・業態



資料:「中小企業白書」2007年版
原典:(株)三菱総合研究所「消費者実態アンケート調査」(2006年12月)

③商店街は活性化活動をするも衰退とまらず

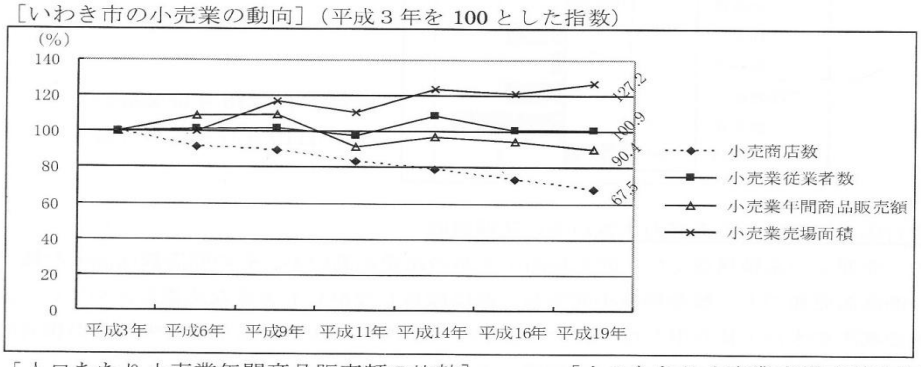
全国的に商店街は、大型店の増加や経営者の高齢化等で衰退しているところが多く、魅力を低下させている。
商店街の活性化へのさまざまな取り組みが行われており、アーケードや街路灯等の商業基盤施設の維持管理やイベント等を実施している。

（２）いわき市の商業動向

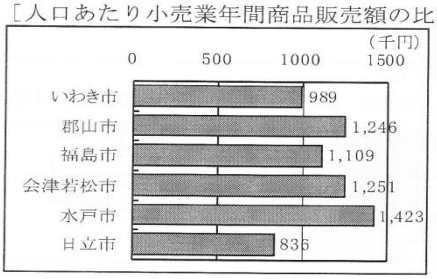
①店舗数、商品販売額は減少

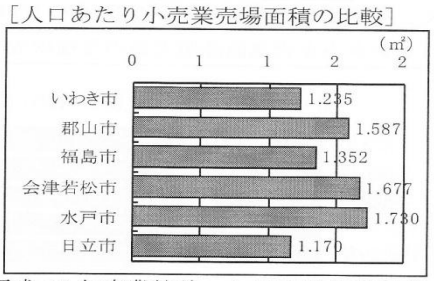
小売業店舗数は減少が続いている。売り場面積は増加しているが、商品販売額は減少傾向にある。商業力の規模を人口当たりの商品販売額で見ると、いわき市はほかの市町村を下回り、郡山、福島、会津若松、水戸市、日立の中でもうしろから２番目の成績となっている。

＜グラフ１０＞



資料：
商業統計





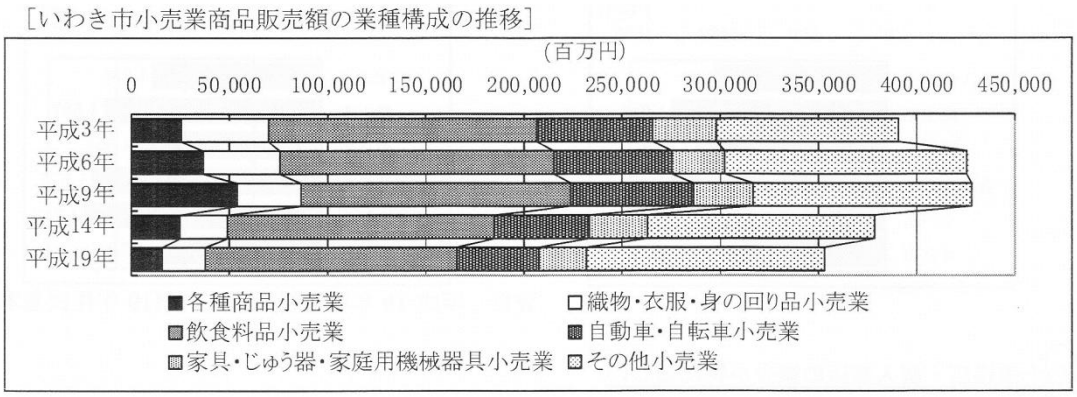
資料：平成 19 年商業統計・人口:H19 年住民基本台帳

②日常型消費対応の飲食料品小売業の割合が高い業種構成

小売商店の業種構成では、飲食料品小売業の割合が高いが、その商店数は急激な減少傾向にある。商品販売額でも飲食料品小売業が、大きな割合を占めている。

また、県内主要都市や水戸・日立市と比べ、いわき市の業種別で見ると、飲食料品小売業の割合が高く、その他の商品小売業の割合が低いという特徴がある。平均的な商店規模が上昇するなかで、販売額の低下および売場面積の増大の結果として面積効率（売場面積あたり販売額）は低下が続いている。

＜グラフ１１＞　いわき市小売業商品販売額の業種構成の推移



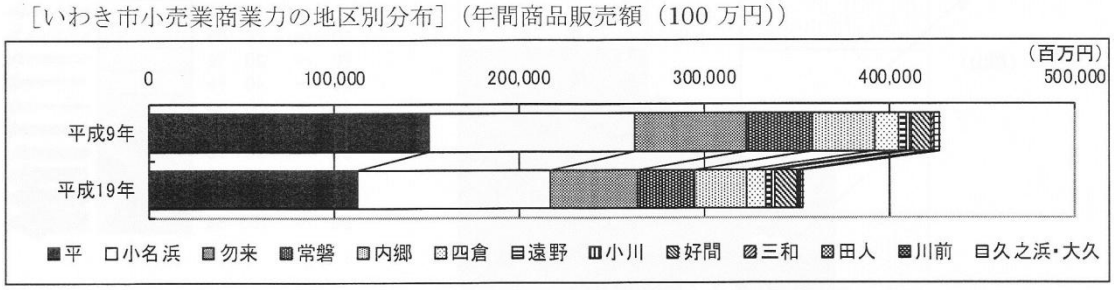
資料：商業統計

立地形態としては、幹線道路沿いの割合が高いのが特徴的である。いわき市の大型店は66 店で、市内小売業の2/3が大型店で占められているといえる。

また、大型店の市内立地の分布は、平や小名浜地区の主要幹線道路沿いに多く目立っている。

さらに、**＜グラフ１２＞**では、平および小名浜の２地区で、いわき市内の小売商業力の役半分以上を占めている。他の多くの地区では、低下傾向が見られている。

＜グラフ１２＞　いわき市小売業商業力の地域別分布



資料：商業統計

（３）前回の商業まちづくりプランでの主な成果

いわき市では、「小売商業を中心とした賑わいと活力のあるまち」をつくることや、商業を再生させるために目指すべき方向、商業を行っている人や市民をはじめ、まちづくりに関わる様々な主体が行うべき方策等を示すため、平成15 年3 月に「いわき市商業まちづくりプラン」を作成した。

政策を行うためには、それぞれの店（個店）の経営意欲や個性などのあまり表に出ない能力を引き出す「光る店・新しい力づくり」をはじめとする５つの基本戦略に基づき、まちづくりという観点から、商業の振興を進めてきた。

全国に先駆けた主な取り組みとして、個店の経営改善への取り組みを商店街全体に広げることを目的にした「繁盛店づくり事業」にて取り組んだ。ほかに、補助金として地域の特性を活かしたイベントや情報発信に対して、「商工業活性化事業費補助金」を交付して支援を行うことや、「商店街振興事業費補助金」の見直しによる、空き店舗を活用した事業に対して、柔軟な運用ができるようにするなど、個店の経営を向上させることや経営意欲を高める等について努めてきた。

この結果、いわき市内の各地域で、商業者・地域・生産者が連携した「新たな商業の活性化」やまちづくりに向けた動きが見られるようになった。

また、平地区では空き店舗を活用して、いわき市内各地の特産品を販売するなどを行う、アンテナショップがオープンしたほか、これをモデルとした事業が、以前は「シャッター商店街」が多かった植田地区でも実施されるようになるなど、商業者だけではなく、まちづくり団体などの地域組織を始めとする、様々な団体との連携による新たな取り組みも始まっており、まちづくりの観点からの商業振興を始めてきたところである。

（４）いわき市の商業まちづくりの問題点

しかし、成果だけではなく問題点もある。

平および小名浜の２地区などでは、幹線道路沿いに、自動車利用の人に対応した大型店、専門店の割合が高くなったため、市街地では地元スーパーの閉店が加速するなど、空洞化や商業の減少などの問題が起きた。その結果、まちの魅力や市民をひきつける力が低下し、商店街を中心に形成されてきたコミュニティ、伝統や文化の維持などが困難になるなど、まちづくり活動全体にも大きな影響が出た。

また、商店数、販売額等の減少は、特に高齢化率が高い三和地区・常磐地区などで顕著であり、商業の縮小やバスなどの公共交通機関の廃止などで、高齢者の買物利便性低下や買物の足が失われているところも多い。こうした問題は、住宅団地等でも問題となっている。

さらに、カタログ、インターネット等での通信販売や宅配システムの利用など、家に居ながら買物ができるサービスが若い世代を中心に増加しており、いわき市内の商店はさら

に脅かされていくものと思われる。

（５）消費者ニーズと商業者の意識の違い

消費者は「個店や商店街では欲しいものが１度に揃わない」、「個店は入りにくい雰囲気がある」など否定的な評価が強いため、買物をスーパー等の店舗で済ませている傾向がある。そこには、個店や商店街の業態など商業者と消費者ニーズの意識の違いがある。

また、コミュニケーションの場が不足していることから、商業者と消費者の情報疎通が不足している。商品や個店や商店街の事業等の情報が消費者に十分に伝わっていないため、魅力が伝わらないということが、両者の意識の違いの原因にもなっている。

このほかにも**＜表５＞**のような課題がある。

＜表５＞　いわき市の「まちづくり」課題

課　題	問題点との対応
力量アップ **1．主役である個店・街の力と意欲を高めること** 商業の魅力の原点は、個性的な個店の輝きであり、その「輝き」を点から線、面へと広げ、さらに増していくためには、個店の経営力・経営意欲の増進、新規創業者の育成等による新陳代謝も含めた力量向上が必要となる。また、その力を結集した街の魅力づくりと、その魅力を市内で健全に切磋琢磨しあう土壌づくりを促進するため、各地区のタウンマネジメント体制の再構築が重要となる。	←【商業拠点性・吸引力の弱さ】、【商業力規模・効率の低下】、【商業者の経営力・革新意欲の停滞】、【商業力の分散と中心市街地の停滞】
変革・進化 **2．時代の変化に対応した変革で商業の役割を進化させること** 人々の商品やサービスに対する嗜好やニーズは絶えず変化している。また、人口減少や少子高齢化など社会構造も大きく変化し、地区やライフスタイルにより生活ニーズも多様化している。そうした変化に柔軟に対応しつつ、自ら変革して生き残り、地域に必要な産業としての展開を続けられるよう進化していく必要がある。	←【人口減少・市場規模の縮小】、【商業規模縮小による買物利便低下】
ニーズ適合 **3．消費者との情報疎通でわかりあい、ファンを増やすこと** 消費者と商業者の情報ミスマッチにより互いに分かり合えていない現状に対し、生産者も交えて両者をつなぎ、組織的に円滑な情報交流を行える仕組みづくりが必要である。また、消費者ニーズ・地域ニーズに見合ったサービスを展開することで、消費者の支持を獲得し、個店のファン、街のファンを増やしていくことが必要である。	←【消費者ニーズとのミスマッチ】
連携・融合 **4．産業・地区を超えた連携から新しい価値を産み出すこと** 商業を、商業だけの立場からではなく、全産業の中で捉える視点が必要である。農林水産業や観光産業など他産業との関係を重視し、その連携・融合、コラボレーション※による相乗効果で新たなビジネス価値を産み出すことを目指すべきである。さらに、市街地と中山間地域などの連携、福祉など他の生活サービス部門との連携も重要であり、これらのコラボレーションの仕組みづくりにつながる幅広いネットワークの構築が必要である。	←【商業者の経営力・革新意欲の停滞】、【消費者ニーズとのミスマッチ】
都市形成 **5．秩序ある都市形成と連動した商業環境をつくること** 人口減少時代にあって機能集約型都市構造への転換が求められる中で、商業も秩序ある集約型立地によりコンパクトな賑わい形成を図る必要がある。また、商業立地の郊外化や周辺部での衰退は、公共交通の縮小とも相まって高齢者や地区住民等の買物利便の低下をもたらしており、生活利便の環境整備やその基盤条件、制度的枠組みの形成などが重要となる。	←【商業力の分散と中心市街地の停滞】、【商業規模縮小による買物利便低下】

「新・いわき市商業まちづくりプラン　素 案」より抜粋

２．いわき市「まちづくり」の支援及び事業

（１）繁盛店モデル事業

いわき市は、繁盛店づくり事業において意欲的な個店グループに対し、経営コンサルタント等の専門家を派遣し、年間を通じた個店指導や全体会議の中で指導及び助言等を行い、個店の経営改善を図るための支援を行ってきた。

①これまでの実績

いわき市のこれまでの実績を紹介する。

平成 15、16 年には、小名浜スタンプクラブの 8 店舗、いわき湯本温泉商店会連合会の 7 店舗を支援し、決算額は平成 15 年 462 万円、平成 16 年 477 万円と 1 年で少し増加した。

平成 17、18 年には、平商店会連合会の 5 店舗、うえだ商店会の 7 店舗を支援し、決算額は平成 17 年 492 万円、平成 18 年 488 万円と支援を行ったが、1 年で少し減少している。

平成 19 年には、湯本温泉旅館協同組合の 4 店舗、いわき飲食店会の 6 店舗を支援し、決算額は 454 万円であった。

平成 20 年には、湯本温泉旅館協同組合の 3 店舗、うえだ商店会の 5 店舗を支援し、決算額は 409 万円であった。

成果は支援を行った周辺の個店も刺激を受け、自ら事業に参加する姿勢がみられるなど効果が波及しつつある。

課題については、周辺商店街へは効果が波及しつつあるものの市全域の商店への波及には至っていないことがある。

＜参考文献＞

商業まちづくりプランにおける取り組みの状況

②繁盛店づくりモデル事業について

2002 年 12 月に提案があり、事業が開始した。

意欲的な個店、商店街を構成する個々の店が専門家や商工会議所の支援を受けて繁盛したという事例をつくり、次にその成功事例を周辺商店に波及させるというものである。

2003 年夏、いわき市常磐湯本地区の意欲的な★７店舗がプロジェクトに参加した。このプロジェクトは、湯本のＹをとって「プロジェクトＹ」と名づけられている。

★７店舗とは、シューズギャラリーan（婦人革靴）、E-ROOM（シルバーアクセサリー）、オオヒラ（宝石・時計・眼鏡）、こまつざきクリーニング（一般ホームクリーニ

ング）、和菓子工房　しら石（和菓子製造小売）、センダイヤ（婦人服、学生服、ギフト）むてっぽう（もんじゃ焼き、お好み焼き）と多業種である。

③「プロジェクトＹ」コンサルティングの内容について

「プロジェクトＹ」コンサルティングの内容は、コンサルタントによるコンサルティングを行うことである。手法としては、各店巡回と電話、FAX、e メール、宅配便などを駆使した通信コンサルティングで行われた。

「プロジェクトＹ」で実践したことや近況、ノウハウや実物を公開・報告する毎月会議 YMK(Y メン会議)を行っている。会議は一般公開であり、この他にも反応率や次回の課題まで報告する事例主義で開催された。

実際、業績アップのヒントの 97%は現場、つまりオーナーの頭の中にある。それを引き出し、行動してもらうためにコンサルティングシートを駆使した。

＜表６＞は、プロジェクトＹに参加した７店舗の繁盛店事例である。

この表では、成果（プロジェクト期間中前年比）や販促力×売り場力×商品力×接遇力の四位一体のポイントがわかる。

＜表６＞

店　名	主な商品	成果（プロジェクト期間中対前年比）	四位一体のポイント
シューズギャラリーan	婦人革靴	客数 109.4% 売上 103.1%	◆スペシャルメンバーズセール ◆土日の客数を伸ばす新商品導入 ◆楽しい売り場演出 ◆ここでしか買えない商品を導入
E—ROOM	シルバーアクセサリー	売上 200%超 客単価 133%超	◆店舗リニューアル　◆ボリューム感を強調した壁面陳列　◆東北で 2 店のみの希少ブランド取扱い　◆手作り看板＆POP
オオヒラ	宝石・時計・眼鏡	各種展示会売上目標 100%達成、12 月売り上 115%、1 月売上 124.2%	◆フェア開催、即サンキューレターでフォロー◆よくわかる補聴器フェア開催　◆おしゃれな応接空間にリニューアル　◆タウン誌記事型広告でオリジナ

			ルリングの提案
こまつざきくクリーニング	一般ホームクリーニング	売上 106.7%	◆立地と品質で集客増　◆詰め放題選択サービス実験　◆ご用聞き強化　◆顧客を識別し効率的な外交実践　◆会報発行企画
和菓子工房しら石	和菓子製造小売	売上 107.6%	◆手作りのDMで集客　◆集客増強を目的とした新商品　◆新商品を手作りPOPで提案 ◆休憩スペース新設　◆二度のレイアウト変更
センダイヤ	婦人服、学生服、ギフト	売上 135.9%（ギフトのみ）	◆「まよったらこれ」シール＆カタログ手渡し◆ギフト売場拡大店頭に目立つ看板設置　◆秋冬物の展示会
もんじゃ焼き むてっぽう	もんじゃ焼き、お好み焼き、鉄板焼き	創業 1 年未満でプロジェクトに参加。1 月売上 167.2%、客数 151.4%	◆ポイントカード始動　◆もんじゃベスト 5 半額クーポン　◆記憶に残る店頭演出　◆スダレで間仕切り、会話が弾む手作り個室空間　◆手作りPOPで注文増加　◆そば飯でランチ強化◆温度の高いメニュー表

（繁盛店づくりモデル事業「プロジェクトY」第1回より抜粋）

この表からわかることは、「シューズギャラリーan」はスペシャルメンバーズセールをしてメンバーの方限定にセールを実施し、メンバーを増やす作戦がある。「E-ROOM」は、店舗をリニューアルし、店の雰囲気から変えている。「オオヒラ」は、フェアを開催し、サンキューレターをすぐに書いて、また来店してもらえるようにしている。

このように表にしてまとめることで、今自分の店がどんな活動をして、どんな成果をあげているのかがひと目でわかる。

＜参考資料＞　繁盛店づくりモデル事業「プロジェクトＹ」第１回
http://www.tohoku.meti.go.jp/koho/kohoshi/mokuji/16fy/0406/topics2.htm

続いて、いわき市が派遣した経営コンサルタントが提供している２枚のコンサルティングシートを紹介する。資料１は「やってみたこととその結果」というシートである。これは毎月書いてもらう用紙であり、内容は「ささいなことでも良いから行動してみたこと」、「その結果どうだったか」を最大５つ記入できるシートになっている。そして、これから行動する内容と、「いつ・どんなことをするか」を具体的に書くこともできる。これを書くことで計画、実行、反省が毎月の習慣になる。

この用紙を作成した背景には、オーナーとスタッフの間には日報や週報のやり取りがあるが、オーナーは報告する相手がいない。

そこで、このシートがあればスタッフとオーナーが共に喜び、ねぎらうことができる。それが次への活力を生み、行動力を高めることもできるというものに使える。

資料２は「チャンスなほめ言葉」というシート。これはお客様からのほめ言葉、欠点指摘やおしかりの言葉を最大 13 個ずつ書けるシートになっている。また、ほめ言葉はその店の自慢でも良い。これを書くことで意外と気づかない自店の弱みと強みを再確認することができる。また、弱点を改善するよりも強みを磨く方が早く楽しく業績が上がる。お客様だけでなくスタッフの声も書くことで、当たり前にしていたことが強みだったことに気づく場合もあるという利点もある。

＜参考文献＞

繁盛店づくりモデル事業「プロジェクトＹ」第２回 www.tohoku.meti.go.jp

（２）買い物難民支援

いわき市の住宅団地「泉ヶ丘ハイタウン」では、路線バスや近隣にスーパーがないことから、高齢者や自家用車のない一部の住民の日常生活に支障をきたし、「買い物難民」という問題が浮き彫りとなっている。この問題を解消するために、ヤマト運輸では福島県中通りを中心にスーパーを展開する「いちい」と提携して、同社が取り扱う食品や日用品をインターネットで注文できるネットスーパーの端末機を団地内に設置した。

（読売新聞 H22. 05.19）

この端末機はタッチパネル式の機械に買いたいものを入力すると、平仮名でそのものの写真が映し出され、タッチすれば購入の手続きができるというもので、団地内の美容院に設置されている。この端末は宅配業界大手のヤマト運輸が開発したもので、福島市に本社があるスーパー「いちい」の商品を注文できる。商店などが近くになく、パソコンが苦手な高齢者を対象としており、計画を知った泉ヶ丘ハイタウンの住民が端末の設置を依頼し、この端末が設置された。この端末は広島など他県にも広げる予定で、将来的には配送スタッフがミニ端末を携帯し、訪問先で注文内容を入力する「ご用聞き」の構想もある。

また、コンビニ大手の「セブンイレブン・ジャパン」では、食事の宅配サービスのほか、

近所の高齢者宅などを訪問するなどして必要な商品を配達する「ご用聞き」を以前から一部の店舗で行っている。（いわき民報 H22. 05.14，H22.06.08）

高齢者への支援は「まちづくり」でも指摘されており、今後高齢者向けのサービスがどのようになるか、動向に注目していきたい。

第４章　まとめ

いわき市商業の衰退の原因は、大型店が増えてきた事が一番の原因といえる。

市内小売業の２/３を大型店が占め、その多くが平や小名浜地区の主要幹線道路沿いにあり、この２地区で市の小売商業力の半分以上を占める形となっている。

この、大型店の密集により商店街の衰退もとまらず、小売業店舗数は減少を続けている。それと同時に、29 歳未満（若年層）のコンビニエンスストアの利用数の増加や、通信販売やインターネットを利用した買い物客の増加も、衰退も原因となっている。

まちづくりプランにおいての繁盛店づくりでは、経営コンサルタントの専門家を派遣し、繁盛店づくりに意欲的な７店舗により、地域活性化を目標とした「プロジェクト」を実施した。

「買い物難民」の問題では、近所にスーパーがない、スーパーまでの移動手段がない住民のために、インターネットで注文できるネットスーパーの端末機を団地内に設置し、わざわざ遠いスーパーまで足を運ばなくても団地内で気軽に買い物ができるようになった。この機械はタッチパネル式になっていて、高齢者の方でも簡単に操作することができるため、高齢者も対象にした買い物支援サービスとして実行されている。

いわき市では、まちづくりの意見として、市民から意見募集を行っている。しかし、ヒアリングしたところ、このようなアンケートを行っても回答に協力した市民は、人口約 348,000 人中 3 人の 13 件と少数であったという。まちづくりに対する、市民参加意識が低いことは驚きであった。

今後、いわき市は「住みよい いわき市」をつくるためには、市民の意識向上の底上げと、市民を含め市全体が密接な協力をしていくことが必要だとわかった。

そして、高齢者が増えてきているいわき市では、引き続き高齢者のための宅配システムや、近所の高齢者宅などを訪問して必要な商品を配達する「ご用聞き」等といったサービスを続けていくことになると考えられる。

＜参考文献リスト＞　【　】内の日にちは、アクセスした日です。

第１章　はじめに

○いわき市民意識調査

第２章　いわき市の状況

１．人口・高齢者人口、面積

○いわき市（ウィキペディア）
http://ja.wikipedia.org/wiki/%E3%81%84%E3%82%8F%E3%81%8D%E5%B8%82
【2010 年 10 月 5 日】
○『新・いわき市総合計画 次期基本計画策定にかかる 市民意識調査報告書』
（ 平成 22 年 3 月 いわき未来づくりセンター）
○住民基本台帳

２．いわき市の財政

○いわき市決算(H19 年)
http://www.city.iwaki.fukushima.jp/dbps_data/_material_/localhost/03_zaisei/1010/h19_kessann.pdf　【2010 年 10 月 1 日】
○いわき市決算(H20 年)
http://www.city.iwaki.fukushima.jp/dbps_data/_material_/localhost/03_zaisei/1010/H20_kessann.pdf　【2010 年 10 月 1 日】
○いわき市健全化指標
http://www.city.iwaki.fukushima.jp/dbps_data/_material_/localhost/kennzennkah21.pdf　【2010 年 10 月 5 日】
○歳出比較分析表（平成 20 年）
http://www.pref.fukushima.jp/shichousonzaisei/dantaibetsu/saishutsu/204iwaki.pdf
【2010 年 10 月 5 日】
○市の家計簿
http://www.city.iwaki.fukushima.jp/dbps_data/_material_/localhost/01_gyosei/0130/iwaki20090604.pdf　【2010 年 10 月 7 日】
○実質公債費比率の増加要因
http://www.shimz.co.jp/theme/pfi/iwakibunka.html　【2010 年 10 月 5 日】

３．いわき市の観光、工業

○いわき市観光統計

http://www.city.iwaki.fukushima.jp/bukyoku/shokokankobu/kankobussan/003664.html

【2010 年 10 月 5 日】

○いわき市内工業の概要

http://www.city.iwaki.fukushima.jp/ricchi/004054.html　【2010 年 10 月 5 日】

○ウィキペディア　ハワイアンズ

http://ja.wikipedia.org/wiki/%E3%82%B9%E3%83%91%E3%83%AA%E3%82%BE%E3%83%BC%E3%83%88%E3%83%8F%E3%83%AF%E3%82%A4%E3%82%A2%E3%83%B3%E3%82%BA　【2010 年 10 月 5 日】

○常磐興産株式会社

http://www.joban-kosan.com/　【2010 年 10 月 4 日】

○常磐興産株式会社　コーポレートガバナンス

http://www.joban-kosan.com/corporate_governance.pdf　【2010 年 10 月 4 日】

○ハワイアンズヒストリー

http://www.hawaiians.co.jp/guide/history/index.html　【2010 年 10 月 5 日】

○報道公開資料

http://www.hawaiians.co.jp/profile/images/080401.pdf　【2010 年 10 月 5 日】

第３章　いわき市のまちづくり

１．いわき市が行っているまちづくりの現状と問題点

○新・いわき市商業まちづくりプラン　素 案

２．いわき市「まちづくり」の支援及び事業

（１）繁盛店モデル事業

○商業まちづくりプランにおける取り組みの状況

○繁盛店づくりモデル事業「プロジェクトＹ」第１回【2010 年 10 月 5 日】

http://www.tohoku.meti.go.jp/koho/kohoshi/mokuji/16fy/0406/topics2.htm

○繁盛店づくりモデル事業「プロジェクトＹ」第２回

http://www.tohoku.meti.go.jp　【2010 年 10 月 5 日】

（２）買い物難民の支援について

○いわき民報 H22. 05.14、H22.06.08

○読売新聞 H22. 05.19

繁盛店づくりモデル事業　資料１

（繁盛店づくりモデル事業「プロジェクトＹ」第２回　抜粋）

〔　最近≒１ヶ月　やってみたこと と その結果　〕

今日の日付は？　　月　　日

●事業所名　　●記入者

〔いただき〕〔ひらめき〕〔前始末販促企画〕にメモしたことで

ここ１ヶ月くらいで、**①行動してみた**ことを簡単に書いてみましょう！

②その結果どうだったか、も簡単に書いてください

それから、**③これから行動する**！の内容も簡単に書いてみましょう

「大きな実行」だけでなく「ささいなこと」も書いてください

①行動してみたこと　⇒　②その結果どうだったか

●　　⇒●

●　　⇒●

●　　⇒●

●　　⇒●

●　　⇒●

③これから行動する！の内容　いつ？どんなことをする？

↓↓↓

｛　　｝

繁盛店づくりモデル事業　資料２（繁盛店づくりモデル事業「プロジェクトＹ」第２回抜粋）

〔　チャンスなホメ言葉　〕

今日の日付は？　　月　　日

●事業所名　　●記入者

お客様からの　①ほめ言葉　②欠点指摘やおしかりの言葉　を書いてみましょう

①ホメ言葉／自店自慢でもＯＫ	②欠点指摘やおしかりの言葉
● ● ● ● ● ● ● ● ● ● ● ● ●	● ● ● ● ● ● ● ● ● ● ● ● ●

長所発見、ホメル、簡単じゃない
お客様しか言えない
本音に違いない
プラス意見、肯定的
こちらがお宝情報！

チャンス発見

欠点指摘は誰にでも簡単にできる
お客様以外の人も言える
話半分の時もある
マイナス意見、否定的
単なる批判？意見？区別大切

改善発見