

焼津地域学

商店街の過疎化と今後について出来ること

商店街に人を呼ぶためには

今回、焼津の街を調べるにあたり、商店街に集まらない人がどこを利用しているのか傾向を洗い、商店街誘致にできることを探した。

- ・「商店街に対する現代の印象」
- ・「現代における観光地の需要」
- ・「観光客を街や商店街に誘致する方法」

この三点に絞り、発表とする。

商店街に対する現代の印象

・訪問人口の対比として、商店街にある飲食店と、焼津さかなセンターの混雑状況を検索した。
さかなセンターは人が多く来るので、混雑状況が閲覧できるが、商店街はそもそも人が留まる設定でないためか、混雑状況が閲覧できなかった。

・アンケートの代わりとして、親族の70代、40代、20代、10代の世代に、「商店街への印象」を質問した。
70、40代は身近な雑貨モールと答えたが、20、10代は、八百屋や精肉店、バーなどが集まった通りの名称だと答えた。

商店街に対する現代の印象

・現状では、現代の商店街の認識が明るいものではない。
商店街は徒歩での移動が前提であり、駐車場がさほど設置されていない。商店街の店舗での駐車場の設置・管理が難しいという点が、大きな理由と考えられる。

・一方、大型商業施設は広大な駐車場を確保しているため、高齢者・親世代からは一か所ですべてが完結するという点、学生世代からは自転車で行ける範囲内にあり、駐輪場や駐車料金を取られない点が、大型商業施設を選ばせる要因となっている。

・これらの点から、商店街に行くよりも大型商業施設の方が楽に訪れやすいという声が多く上がった。

現代における観光地の需要

・「商店街に対する現代の印象」でのアンケート結果を受け、「現代における観光地の需要」に対しても調べてみることにした。

・商店街を活性化し、観光地としてアピールするためには、地元住民の声だけでなく、県内外の客層や外国人からどのようなニーズを求められているのかを明確化する必要があると考えたからである。

・参考資料
<https://www.mlit.go.jp/kankochu/content/001762646.pdf>
観光庁 観光地域振興部長 長崎敏志
(観光の現状と今後の取り組み 令和6年9月3日)
最終閲覧日 令和7年7月18日

現代における観光地の需要

・1つ目 見て楽しむものから、体験する観光へと変化

陶芸体験や着物レンタルと街歩き、寿司作り体験などその土地ならではの体験を通じて、

- ・旅行先の文化や歴史を知りたい。
 - ・自分だけの思い出づくりをしたい。
 - ・SNSに投稿している人々に見てもらいたい。
- という需要が高まっている。

現代における観光地の需要

・2つ目 マイクロツーリズム化とデジタル化

新型コロナウイルスの流行により、遠方よりも近場で楽しめる場所を探す旅行者や、安く楽しみたいという声が増加したことが主な要因とされている。

さらに、スマートフォンの普及により、ホテル予約や観光地の情報収集など手元で完結する手軽さも求められるようになりつつある。

・例として、商店街の公式SNSの運営や、観光大使による発信活動などが挙げられる。

現代における観光地の需要

・3つ目 本物志向

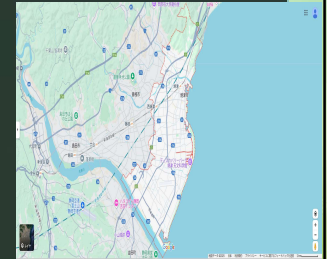
マイクロツーリズム化とは真逆にも思えるが、せっかく旅行で観光地に訪れたのならば、チェーン店よりも地元の文化や歴史や人柄、暮らしについて触れたいという声も同時に高まりつつある。

- ・地域の伝統行事に参加するためにあえて、ホテルではなく民宿に宿泊する
- ・観光インフラの整っていない地への関心(秘境、未開の地)
- ・ガイドブックに載っていない、地元のお店を巡る

焼津市のマップを見て気づいたこと

アクティビティや飲食店をピン止めすると、吉田の辺りが大きく空間があった。調べてみると、住宅街が多く、田畑が広がっているためだった。

それでも、吉田付近には大きな公園や、昔からある遊具を置いた公園が多く、木々や川がすぐそばにあるため、夏や春の利用客が多い。



焼津市のマップを見て気づいたこと

しかし、学生などの若年層が好む菓子店やカフェは駅や人気観光地から遠く、吉田には大きな公園も少ない。

近くをバスが通っていないため、気軽に行ける範囲にはない。

カフェの近くは工場地帯に囲まれていて、子供連れにはハードルの高い場所になってしまう。

工場見学が可能な施設もあるが、期間が限られている点、見学予約をするにも、団体客がメインで家族向けではないなど探してみると該当するものは少なくなる。

焼津市のマップを見て気づいたこと

・さらなる要因として、焼津に行くとなると海が1番に最初に頭によぎる人が多いだろう。焼津ポーターズが出来たことでより観光客が集まりやすくなったのと同時に、比例して街や商店街、公園などに訪れる人は減少傾向にある。

・吉田付近の環境資源を活性化させるための活動も商店街の活性化と共に考えていく必要があると考える。

観光客を街や商店街に誘致する方法

・これまで述べてきた情報から、焼津への観光誘致の手段として、桜並木や河川敷に集まる観光客への、チラシではなく露店でのアピールを提案する。

・高草山方面に進めば、「朝比奈川堤 さくら並木」があり、春に訪れる人が一段と多くなる。
夏には河川敷で川遊びやBBQをする家族連れもいる。

観光客を街や商店街に誘致する方法

・そこで、商店街のお店や車で行けるレジャー施設、駐車場の管理会社などに声を掛け、露店(ブース)を「朝比奈川堤 さくら並木」に出店するイベントを企画したいと考える。

その際、商品の販売だけでなく

・商店街のマップ
・商店街で使えるクーポン
・最寄りの駐車場の情報など
アピールポイントをQRコード化した名刺サイズのポップも配布する。

観光客を街や商店街に誘致する方法

・QRコード化したポップを配布することで、スマートフォン1台で簡単に検索が可能になりイベント参加後や後日に、「寄ってみる」「行ってみる」「見てみる」という**商店街に足を運んでみるきっかけづくり**に繋げることが可能ではないかと考える。

・また、商店街は駅に近いので、家族でのお出掛けや放課後や用事のついでに寄れる立地を活かし、**学生が主体的に駅から徒歩で防れる機会**に繋げたいと考える。

担当箇所

・商店街に対する現代の印象
・焼津市のマップを見て気づいたこと
・観光客を街や商店街に誘致する方法

・商店街に人を呼ぶためには
・現代における観光地の需要
・観光客を街や商店街に誘致する方法