

成果報告書（概要版）

「絆と防災・中央通四季折々プロジェクト」 宮古市中央通商店街振興組合

背景（問題および課題）

国道106号線が整備され、近い将来盛岡までのアクセスが大幅に改善される見込みである。また、宮古と北海道室蘭市のフェリー定期便が就航する。中央通からは比較的アクセスの良い浄土ヶ浜等への観光客増加を見込むことができる。しかし、消費流入以上に流出の懸念があった。

宮古市の人口は減少しているが世帯数は増加しており、中央通商店街内および周辺に災害公営住宅や新築アパートも竣工した。しかし、中央通に隣接する宮古市役所庁舎（本庁舎・分庁舎）が平成30年度に宮古駅前に移転することが確定しており、跡地活用の検討も進められているが正式に確定しておらず、移転後の導線を含めた影響が推測できない状況であった。

震災後、通行量は増加傾向にある。要因としては災害公営住宅や食品スーパーのオープン、復興関連従事者等が考えられる。中央通は老舗や人気店が多いこと、銀行やFCチェーンが比較的多いことが特徴である。一方、震災以降空き店舗は減少したが空地が増え、また住居が増えたことで商店街としての連続性を保つことが難しくなりつつあった。

花香の散策路事業そのものの認知度は向上してきたが、植栽サポーター制度の認知度は依然として低いままにあった（平成28年度実施アンケートより）。また、平成28年8月下旬に発生した台風10号で中央通商店街は再び水没し、甚大な被害を被った。

一方、商店街は元気な女性組合員を中心に台風からの復旧後も朝会議や貴社事業トータルプラン事業等に取り組み、様々なアイデアが活発に提案されていた。また、宮古は雪が積もることは少ないものの、冬季は花々が枯れてしまい寂しい雰囲気になっていた。

大津波以外でも今後頻りに水害に襲われることが想定され、事前の水害対策および事後の速やかな復旧体制を確立し、命に係わる事案のため周辺住民への啓発活動が課題になっていた。

活用資源

①強み

- ・「花香の散策路」としての市民への浸透
- ・女性組合員の活動が活発
- ・事務局の充実
- ・協力団体「みずき会」との連携
- ・植栽サポーターの存在
- ・空き店舗減少（新規オープン店増加に伴う組合員増加）
- ・商店街組合員の協力体制の充実
- ・理事長および役員若返り

②機会

- ・通行量の増加
- ・災害公営住宅による周辺人口増加
- ・「復興市」など周辺商店街との連携事業

目標（評価指標）

①定量的目標

- ・ワークショップ参加者数 100名（合計）
- ・SNS フォロワー数 300名（H29年7月1日時点：190名）

②定性的目標

親子連れを始め数多くの宮古市民がキャンドルづくりや点灯に参加することで、災害時に培われた絆や防災意識の大切さ、防災グッズとしてのキャンドルの有用性を見直すきっかけづくりができる。

特長

- ①罹災した地域住民が自分の町を自慢できる、愛着がさらに湧くようなグッズを普段から使用することで、水害対策への啓発活動にも自然につながる。
- ②地域住民や市民、ホテル宿泊客をはじめとした外部の来街者（観光客・被災地視察者等）が冬でも季節感を感じられ散策の楽しみを味わうことができる。
- ③2度の水害（大津波・台風）だけでなく寒冷地の冬枯れにも負けない「不屈の散策路」を内外にPRすることで、復興シンボルロードとして地域住民や来街者の関心をさらに高めることができる。
- ④全国各地で水害が発生しており、厳冬地の商店街や植栽事業に力を入れている商店街に対し水害への備えや啓発、発災後の早急な復旧・復興への手順を整理し水平展開を図り日頃の活用に役立ててもらう。

トライアルの内容

①広報物作成

第1弾としてキャンドルづくりワークショップ、親子ハロウィンランタンづくりワークショップ、季節の花々写真コンテストの募集案内チラシおよびポスターを作成。第2弾として防災意識を忘れず絆を深める花香のボタニカルキャンドルストリートの告知&協力チラシ（ポスター）及び店舗軒先と街路灯に設置する「キャンドルストリートバナー」を作成。

②広報開始

チラシを商店街各店や公共施設、病院、郵便局、食品スーパー等に設置する。植栽サポーターや幼稚園、学校等にもDM発送する。大津波以降中央通商店街花香の散策路事業復旧を支援してくれた団体にもDMを発送する。自治会や婦人会等を通じて近隣住民にチラシを配布する。買物客にも店主が手渡しする。市役所を通じてプレスリリースも実施する。SNSなどの製作期間が掛からない広報媒体に関しては、事業着手日から活用する。また、事業期間終了後も絆と防災の啓発を続けるために、広報完了日は、事業終了期間までとする。

③キャンドル制作ワークショップ

店主、植栽サポーター、協力団体（みずき会）に加え、キャンドルづくりに感心のある親子や市民を幅広く集い、店主（生花店）が講師を務めるキャンドル制作ワークショップを開催する。参加者が持ち帰り自宅前等で点灯するキャンドル、各家庭で災害に備えて保存できるキャンドル、商店街がキャンドルストリートを実施する際に使用するキャンドルなど計1000個以上作成を目標とする。キャンドルに関して、『ボタニカルキャンドル（144個）+アロマキャンドル（48個）』、『防災用キャンドル（保存がきく瓶入り）（400個）』、『イベント用キャンドル（キャンドルストリート用）（532個）』の3種類を試作する。

④親子でハロウィンランタンづくりワークショップ

宮古街なか復興祭開催時に、中央通商店街にて親子で参加するカボチャのハロウィンランタンづくりワークショップを開催する。ランタンと共に『ハロウィンキャンドル100個』作りを行い、製作したアロマキャンドルをカボチャランタンに実際に入れ点灯し、親子にハロウィンのイベントとしての楽しさだけでなく災害時のキャンドル（ローソク）の有難みを実感してもらい、災害時の経験と記憶、絆を思い出し、深めるきっかけにしてもらう。

⑤宮古の花々写真コンテスト

冬枯れ時期は歩道の植栽が寂しくなる。少しでも商店街に明るさと賑わいを創出するために、中央通に咲く、または宮古や岩手にゆかりのある花々の写真を公募。作品をパネルにし、その花の花言葉を付けたり撮影時のコメント等を付け加え各店店頭飾ってもらう。

⑥中央通オリジナル「花香キャンドル」ストリート

ワークショップで作成した花の香りがするアロマキャンドル・ボタニカルキャンドルを、各店ごとに日没前後からランタンに入れて点灯してもらう。ランタンはキャンドル火災の発生を防ぐためにも必要である。厳しい冬空に幻想的かつ香り高いキャンドルを点灯することで、東日本大震災や台風10号災害に襲われた際に培われた絆、防災意識を日頃から保つことの大切さ、全国からの支援に対する感謝、被災者の追悼、そして中央通商店街のシンボルである「花香の散策路」が冬でも目と香りで楽しむことができる。住民に四季折々の中央通で買物を楽しんでもらう更なるきっかけづくりとする。店舗軒先と街路灯に「キャンドルストリートバナー」を期間中設置する。親子や家族連れで参加してもらうために平日だけでなく連休に合わせて実施する。

成果

①ワークショップ参加者数 実績：約250名

②SNS フォロワー数 実績：305名（H29年11月25日現在）

次年度もキャンドルストリート開催確定。植栽が商店街一面に広がることで、「商店街としての認知度向上」「商店街の範囲の明確化」が大きく改善された。通行量も増加傾向で空き店舗も現段階では解消されている。

今後の課題

宮古市役所の移転に関し、跡地利用は確定していないが公園として再整備される案が有力に。公園と一体となったプロムナードのような商店街を目指すことで他商店街との差別化を図り、買物と憩いを楽しめる商店街として方向性を明確にしていく方が現段階では効果的。2018年は宮古～室蘭の定期フェリーが就航する。室蘭と宮古の商店街の連携事業も期待できる。室蘭の花は「つつじ」であり、中央通に宮古の花である「はまぎく」と合わせて植えると連携のシンボルに。中央通の強みは、商店街組合員の一体感と、市民との連携である。また、女性組合員が積極的に活動しており、独自のネットワークを有効に活用できる点である。一方、情報発信に関しては改善の余地は十分にある。特に組合員の中でもSNSやHPの発信に注力している店舗は少なく、スマートフォン保有者には別途利用促進のための講習会を実施する方がよい。まちゼミと連動してキャンドルづくりワークショップを実施することも従来とは異なる新たなファンづくりに寄与すると考える。植栽サポーターの更なる獲得も懸案事項であり、議論がなされ、新たなアプローチを次年度以降実行に移していく必要がある。植栽サポーターの更なる協力や地元団体の連携強化がコスト削減にもつながる。大きな課題は花香の散策路事業やキャンドルストリートをいかに販売促進に結びつけることができるかである。今回、キャンドル点灯期間に各店が協賛セールを実施するなど工夫も見られた。ただ、告知不足もあり今後は更なる周到な準備と周知が欠かせない。植栽サポーターへの特典も更なる工夫が求められる。