

平成23年度 調査・研究事業

地域鉄道と連携した地域活性化の 今後のあり方に関する調査研究

報告書

平成24年2月

社団法人 中小企業診断協会 茨城県支部

地域鉄道と連携した地域活性化の 今後のあり方に関する調査研究

報告書

は じ め に

社団法人 中小企業診断協会茨城県支部

支部長 川又 昭宏

我が郷土茨城県は、首都圏に位置し、将来の発展に向けてインフラ整備が進み「産業大県」として成長を図る一方、長い海岸線や筑波山に代表される山や河川等、豊かな自然にも恵まれる活気あふれる地域です。

しかしながら昨年3月の東日本大震災では甚大な被害が全県で発生し、地域は大混乱に陥り、現在もお放射能汚染やその風評被害等が収まらず、地域経済はもとより日常生活にも暗雲が垂れ込む状況であります。

支部としても震災という予想も出来ない大惨事を乗り越え、再度、恵まれた自然や立地、インフラ整備の伸展という地域の強みを活かした発展を、地域や中小企業支援という立場で着実にかつ、全力で果たしていきたいと思っております。

そこで今回、震災の被害の大きい、ひたちなか市那珂湊地区にスポットをあて震災により営業中止に追い込まれながら、地域住民と会社の熱意で再開に漕ぎ着け、改めて活性化の道を歩み始めた「ひたちなか海浜鉄道」や「おさかな市場」を調査研究事業に取り上げ、震災の経験を経た新しい状況下での地域活性化について調査・研究してまいりました。

鉄道や魚市場は従来、それぞれの立場で活性化を果たして参りましたが、そこに住民、商店街等の地域がより深く関わりその事により大きく地域が生まれ変わろうとしています。その動きは、単にその地域の活性化に繋がるばかりでなく、地域の新たな活性化のヒントにも繋がるのではと思います。また地域交通網の整備は、今後、高齢化の進む地域では待ったなしの不可欠な要素であり、地域鉄道の在り方も真剣に調査研究致しました。

また本調査ではアンケート調査も実施し、一般消費者の視点からも活性化のヒントをつかみ出す事としました。「地域活性化というテーマ」は大変、根が深く時間をかけて行う事が基本ではありますが、震災という大変革期を好機として捉え、本調査事業では、短期間の調査でありますが無難に地域活性化の提言も加えております。今後とも支部として活性化の研究を継続していきたいと思っています。

最後になりましたが、本調査研究にご協力頂いた関係各位に心よりお礼申し上げます。

また、当調査研究委員会 井深敏彦委員長、織田幸博委員、稲葉高志委員、會澤英雄委員の労をねぎらいます。

目 次

はじめに	3
目次	4
第1章 調査概要	5
1. 概要	
2. 那珂湊の現状について	
3. 那珂湊おさかな市場について	
第2章 ひたちなか海浜鉄道活性化について	13
1. ひたちなか海浜鉄道湊線概況	
2. 鉄道活性化基本方針	
3. ベースロード需要の確保	
4. 観光客需要の拡大	
5. ファン向け施策の充実	
6. 市民・行政の支援強化、拡大	
7. 鉄道施策のまとめ	
第3章 那珂湊商店街活性化について	40
1. 現状分析	
2. 成功事例の考察	
3. 環境分析に基づく商店街活性化の方向性	
4. 地域観光地化具体策	
第4章 ひたちなか海浜鉄道と連携した那珂湊商店街活性化に関する提言	76
1. 地域鉄道と連携した地元商店街の活性化に向けての考察	
2. ひたちなか海浜鉄道と連携した那珂湊商店街活性化に向けての提言	
おわりに	84

平成23年度 調査研究事業委員

委員長 井深 敏彦

委 員 織田 幸博

委 員 稲葉 高志

委 員 會澤 英雄

第1章 調査概要

1. 概要

(1)調査のきっかけ

(社)中小企業診断協会茨城県支部では中小企業診断士の診断能力向上を目的として、毎年、実務研修を実施している。平成23年度は「地域鉄道と地域活性化の今後のあり方と診断士の役割」を研修テーマとして、ひたちなか市那珂湊地区を対象とし調査を実施した。

調査実施に際し、ひたちなか商工会議所那珂湊支所、ひたちなか海浜鉄道、おらが湊鉄道応援団、湊本町通り商店街および那珂湊おさかな市場ヤマサ水産(株)、更に常陸那珂港、茨城県大洗水族館（アクアワールド）を訪問し、多くの情報を入手した。また、那珂湊地区の実地調査を行い、現状を確認した。

これらの調査結果から、中小企業診断協会茨城県支部では「地域鉄道と地域活性化の今後あり方」について調査結果および提言をまとめた。

(2)調査の目的

ひたちなか市那珂湊地区は水産業の街として栄え、近年では那珂湊おさかな市場が関東周辺から多くの観光客、買い物客を集めている。一方、従来からの那珂湊地区の商店街は周辺地域に大型ショッピングセンターが進出したこと、また、近隣住民の高齢化等により売上の伸びが低下し、廃業する店舗が出てきている。

また、那珂湊には勝田駅から、ひたちなか海浜鉄道が運行している。ひたちなか海浜鉄道は乗客数の減少による廃線の危機を乗り越え、近隣住民また観光客の足として利用されている。

さらに、那珂湊地区の周辺には大洗、ひたち海浜公園等の観光スポットがあり、年間を通じて多くの観光客を集めている。

これらの状況を踏まえて、那珂湊地区商店街、ひたちなか海浜鉄道および那珂湊おさかな市場の魅力を結集し、地域の発展のための方策を提言することを目的として調査を進めた。

(3)調査報告書の構成

調査報告書では第1章の調査概要で那珂湊の現状および那珂湊おさかな市場調査結果を述べる。

第2章ではひたちなか海浜鉄道の活性化について概況、活性化基本方針、ベースロード需要の確保、観光客需要の拡大、ファン向け施策の充実、市民・行政の支援強化、拡大および鉄道施策のまとめについて記述する。

第3章では那珂湊商店街活性化について、現状分析、成功事例の考察、環境分析に基づく商店街活性化の方向性および地域の観光地化具体策について述べる。

また、第4章ではひたちなか海浜鉄道と連携した那珂湊商店街活性化に関する提言を行う。

2. 那珂湊の現状について

(1) 那珂湊地区について⁽⁵⁾

那珂湊地区のあるひたちなか市は茨城県のほぼ中央部からやや北東に位置し、1994年（平成6年）11月1日に勝田市と那珂湊市が合併して発足した。人口は2011年12月末現在、157,151人で、水戸市、つくば市、日立市に次ぐ県内4位の人口を有する。旧那珂湊市は水産業を主な産業とし、旧勝田市は大手電機メーカーほかの製造業を集積している。また、ひたちなか市は観光資源としてひたち海浜公園をはじめとして、平磯海水浴場および阿字ヶ浦海水浴場という有名海水浴場を持っている。

図1-1 ひたちなか市周辺図



さらに那珂川に架かる海門橋を隔てて多くの観光客を集める大洗町が隣接しており、茨城県内屈指の観光スポットとなっている。ひたちなか市の平成22年度の観光客は約350万人／年で、茨城県地区別第1位の大洗地区の約550万人／年に次いで第2位と健闘し、第3位の水戸（年間337万人）を上回っている。（図1-1）

那珂湊地区には那珂湊ブランドを浸透させた那珂湊おさかな市場が有り、年間で140～150万人の観光客を集めている。那珂湊おさかな市場は平成23年3月11日の東日本大震災で大きな被害を受けたが、4月28日に営業を再開し、年末商戦では例年の80％程度まで売上が回復した。

一方、那珂湊地区の商店街は湊本町通り商店街、明神町商店街共に周辺人口の減少化、高齢化が進んだことにより、需要が大幅に減少している。また、近隣に大型のショッピングセンターが進出したことにより、買い物客の流れに大きな変化が生じ、那珂湊地区の商店街に影響を与えている。

那珂湊地区には公共の交通機関として勝田駅から那珂湊を経由して阿字ヶ浦まで、ひたちなか海浜鉄道が運行している。地域人口の減少、モータリゼーションの発達で利用者が減少し、廃線の危機に直面したが、行政の理解による支援スキームの確立、および地元市民活動の成果で廃線を阻止し「地域の足」として復活した。

本調査では第2章でひたちなか海浜鉄道の活性化について、また、第3章では那珂湊商店街の活性化について調査結果を基に提言を行う。更に、第4章では那珂湊地区の「最大の強み」である年間150万人の観光客の購買力を地域活性化に活用するために、那珂湊商店街、ひたちなか海浜鉄道および那珂湊おさかな市場の3者が一体となった地域の活性化施策について提言を行う。

(2)ひたちなか市の観光客の動向について

茨城県の統計データより、ひたちなか市の観光レクリエーションの現況を調査した。このデータはひたちなか市として纏められており、那珂湊、阿字ヶ浦およびひたち海浜公園への観光客の総数である。

平成22年度の茨城県の観光客は約5,400万人で、県外客は46%、県内客は54%となっている。また、観光客の性別の比率は男性が47%、女性が53%である。交通手段は自家用車が85%、鉄道・定期バスが8%、貸切バスが6%と圧倒的に自家用車の利用が多い。

また、茨城県の観光客の観光目的は（図1-2）のような比率になっている。これによると、文化施設や史跡めぐりが30%と最も高い数値を示している。ひたちなか市の場合は文化施設、自然鑑賞としてひたち海浜公園があり、買い物目的として那珂湊おさかな市場が観光客数の増加に貢献している。

図 1 - 2 茨城県の観光客の観光目的

観光目的			
文 化 施 設 史 跡 め ぐ り	30%	自 然 鑑 賞	11%
		体 験 型 観 光	6%
行祭事・イベント	17%	温 泉	4%
買 い 物	16%		

次に、ひたちなか市と大洗町を訪れた平成22年度の観光客数を日帰りと宿泊に分けて（図1-3）に示す。ひたちなか市は大洗町に比較してやや観光客集客率で低くなっているが、茨城県の代表的な観光地となっている。しかし、高速道路の開通と伴に、自家用車による観光客が増加する一方、日帰り客が増加し、ひたちなか市では宿泊客の比率は12%と日帰り客比率88%と比較して低い値を示している。平成22年度の茨城県を訪れた観光客の観光レクリエーション消費額は総額で3,489億円であるが、日帰り客は2,005億円（5,300円／人）に対して宿泊客は1,484億円（21,000円）と大きな差が見られ、宿泊客の増加を目指す必要がある。

図 1 - 3 平成22年度 ひたちなか市および大洗町の観光客数

	日帰り客（人）	宿泊客（人）	総数（人）
ひたちなか市	3,060,100	418,100	3,478,200
	88%	12%	
大 洗 町	4,378,100	1,166,700	5,544,800
	79%	21%	

また、(図1-4)に平成22年度のひたちなか市の月別観光客数推移を示す。月別の観光客数の推移を見ると5月、7月、8月、10月は観光客が多いが、それ以外の月は少ないことが分かる。季節変動を小さくするために、多数の観光客が期待できる海水浴シーズン以外にも定期的なイベント等が必要である。

図1-4 平成22年度 ひたちなか市観光客数の推移

(人)

4月	5月	6月	7月	8月	9月
281,700	616,400	163,600	301,500	891,300	190,000
10月	11月	12月	1月	2月	3月
324,800	190,600	180,400	129,400	154,600	53,900

茨城県の各地で開催されているイベントおよびその集客数を(図1-5)に示す。集客数を誇るのは全国的に有名なイベントであるが、ひたちなか市においてもひたち海浜公園で開催されている、「ROCK IN JAPAN FESTIVAL」および「ひたちなか祭り」が多くの観光客を集めている。

図1-5 平成22年度 茨城県イベント別集客数

イベント	入込客数(人)
水戸黄門祭り	998,000
水戸梅まつり	518,000
土浦市全国花火競技大会	800,000
日立さくらまつり	410,000
笠間菊まつり	775,000
笠間稲荷初詣	810,000
まつりつくば	490,000
水郷潮来あやめまつり	830,000
鹿島神宮初詣	710,000
古河花火大会	500,000
石岡のおまつり	420,000
ROCK IN JAPAN FESTIVAL (ひたちなか)	168,000
ひたちなか祭り	170,000

3. 那珂湊おさかな市場について

「那珂湊調査報告書」作成に関し、ひたちなか商工会議所那珂湊支所・伊藤所長およびヤマサ水産(株)・櫻井専務に現状についてインタビューを行った。

・日時 平成24年1月16日(月)

・インタビュー担当 織田幸博 井深敏彦

(1)ひたちなか商工会議所那珂湊支所 伊藤所長のコメント

那珂湊おさかな市場全体の売上は震災以降(昨年4/28営業再開)前年度比60%程度であったが、年末商戦は80%程度まで回復した。那珂湊おさかな市場はキャパシティが一杯で、昨年度は140万人以上の来客があった。

那珂湊おさかな市場は現在、仲卸はやらず、外部からの観光客を積極的に集め売り上げを伸ばしている。但し、夕方には店を閉めており、地元の台所の機能は果たしているとはいえない。

駐車場は県の所有で、あかつき興産が県より業務委託を受けているが、(社)那珂湊おさかな市場活性協議会が業務委託を委任される予定である。

大洗町等の近隣地域との連携は無く、完全にライバル関係にある。那珂湊おさかな市場は独自の努力で100万人以上の市場規模を獲得したとの自負があり、大洗や久慈漁港等が真似をしていると考えを持っている。現状は那珂湊おさかな市場の規模が圧倒的に大きいですが、設備が老朽化してきている。それに対し、大洗の魚市場について、規模は小さいが、タワーやアウトレットが近くにあり、発展性があることから那珂湊にとって脅威である。

(2)ヤマサ水産(株)専務取締役 櫻井直道氏へのインタビュー

① 面会目的

ヤマサ水産(株)専務取締役 櫻井直道氏より那珂湊おさかな市場の現状とヤマサ水産(株)の経営戦略についてお聞きした。

② 那珂湊おさかな市場の歴史

魚市場は行商の基地として、1,000人以上の行商に仲卸として商売を行っていた。当時、釣り船も多く営業しており、釣りの成果が出なかった(釣れなかった)釣り客が帰りに買うケースが多くなり、小売を始めた。

那珂湊は底引きによる船が10艘程度あったが、現在は6艘である。漁場は地域により決められている。

	船の大きさ	魚の大きさ	セリの時間
那珂湊	中型	中規模	PM2～3時
大洗	5t未満	小	
久慈浜	中～大型	中～大	PM4時以降

③ 那珂湊の現状

平成23年の暮れは売上高が前年比70～80%に戻っている。魚は放射線検査を実施しているがTV番組等で放射線関連の報道が出ると風評被害で売上が落ちる。

一般客は戻ってきたが、バス客は未だ戻ってこない。営業努力により“はとバスツアー”が10年以上前から始まり、集客には大きな効果がある。ツアー客の購入単価はそれほど大きくない（5,000円以下）が口コミ効果を期待できるので、収支トントンでも続けている。バスツアーは原発事故の影響をまともに受け、JCO事故の際も客が戻ってくるまでに1年以上かかった。今回の原発事故でもキャンセルが続いた。“はとバスツアー”は11月より再開された。

おさかな市場の経営状況は1年を通して3勝9敗である。3勝は年末を控える11月、12月と梅祭りの3月である。他の月は売上が上がらない。以前は海水浴客が泊りがけで来てくれたが、高速道路が出来てからは日帰り客が多くなり、地元にお金がさほど落ちない状況である。

④ 那珂湊おさかな市場の営業努力

那珂湊おさかな市場を始めて30年の歴史の中で、大手3社（ヤマサ、森田、新屋）の営業努力で年間150万人近くの集客力を持つまでになった。付近の整備、近隣への案内看板と取り付け、駐車場を含む店舗周辺の警備等、全て自費でやってきた。茨城県や地元行政は規制をするだけで何もやってくれない。

但し、この2～3年は市役所、警察、各団体、地域との連携を考える機運が出てきている。

大手3社の経営陣は社長が同世代（60～70歳代）で後継者が（40～50歳代）と、お互いに連携が取れており、結束は固い。他の中小業者および地元組合は何かイベントをやろうとしてもお金の問題で乗ってこないのが現状である。

那珂湊おさかな市場の買い物袋に名前とTEL番号を入れているのは大手3社だけであったが、他の中小業者から買った客からのクレームがTEL番号の分かる大手3社に来てしまう事態も生じていた。従って、少なくとも店により袋の色を変えるか、店名を印刷するように働きかけた。

魚の仕入先は地元那珂湊港、小名浜、銚子港がメインであるが、北海道からフェリーが大洗に着くので、北海道産も多く取り扱っている。買い物客にとって「北海道の品物」は魅力があり、売り上げ増に結びついている。

⑤ ヤマサ水産(株)の戦略

圧倒的な品数を揃え、安価で多量に販売することにより、売上増を目指している。

また、店舗の大型化を進めており、直近では2億円の投資で大型店舗を立ち上げ、3年で投資額を回収することが出来た。

販売と共に飲食分野にも力を入れて、食堂、回転寿司等の飲食店を展開している。回転寿司に関しては原価率を55%まで高めており、顧客からの評価は高い。実際に今回の調査担当者2

名で回転寿司を食べてみたが、価格（100円～300円／皿）に対してネタの新鮮さと大きさに圧倒された。市街地で展開している回転寿司チェーンでは原価率は30％程度に設定しているとのことである。ヤマサ水産㈱が回転寿司の原価率を55％に設定できるのは、回転寿司の客は販売店で海産物を購入してくれる比率が高く、海産物販売と飲食の売上に対するシナジー効果を狙っているとのことであった。

但し、この回転寿司をひたちなか市の「ジョイフル本田」の中の店舗で開業したが、1年半で撤退した。売上は2億円／年あったが、テナント料、照明および空調費用や各種規制等で収支は赤字となった。

“はとバス”はヤマサ水産㈱が独自に営業努力で引っ張ってきた。バスツアー客のために100名以上収容できる食堂も作った。

以上をまとめると、那珂湊おさかな市場は150万人／年の集客力が有るが、この集客数は那珂湊おさかな市場の経営努力で達成されたとの認識が強く、また、観光客の多くは那珂湊おさかな市場での買い物を目的として那珂湊地区を訪れている。

一方、那珂湊地区商店街およびひたちなか海浜鉄道にとって、多くの地方都市が人口の減少により商店街の衰退化、また、地方鉄道の乗客数の減少に悩んでいるのに対し、隣接地に那珂湊おさかな市場、大洗、ひたち海浜公園といった多くの観光客を集める観光地があるのは大きな強みである。

那珂湊地区の今後の発展のために、那珂湊地区商店街、ひたちなか海浜鉄道および那珂湊おさかな市場が一体となって各々がシナジー効果を発揮していくことが重要である。

第1章 参考文献

- | | |
|--------------------------------------------------------|------------------|
| 1. 平成23年中小企業診断士会研修会資料 | ひたちなか商工会議所那珂湊支所 |
| 2. ひたちなか海浜鉄道湊線のこれから | ひたちなか海浜鉄道 |
| 3. 湊線の廃線阻止から復興まで | おらが湊鉄道応援団 |
| 4. 新・がんばる商店街77選 | 中小企業庁編 |
| 5. 茨城県ホームページ | |
| 6. ひたちなか市ホームページ | |
| 7. みなとまちなか漫遊マップ | おらが湊鉄道応援団編 |
| 8. アクアワールド茨城県大洗水族館資料 | |
| 9. 大洗町ホームページ | |
| 10. ひたちなか地域の未利用海産物資源の
有効活用による地域企業の活性化
報告書（平成21年） | 中小企業診断協会茨城県支部 |
| 11. ハッピーロード大山商店街
活性化プログラム | ハッピーロード大山商店街振興組合 |

第2章 ひたちなか海浜鉄道活性化について

1. ひたちなか海浜鉄道湊線概況^{(1)、(2)}

(1)経緯

全線がひたちなか市内にある。JR勝田駅から那珂湊駅までは、那珂川北岸から少し離れた所を通り、那珂湊駅から阿字ヶ浦駅までは海岸沿いを通る。かつては、海水浴シーズンにJR・上野駅ほかから「急行あじがうら号」が阿字ヶ浦駅まで乗り入れていた。

2008年3月までは茨城交通の路線であった。2005年12月に、茨城交通はひたちなか市に対して、経営状況が厳しいため2008年3月で廃線する意向を示した。県もふくめて検討された結果、必要な設備更新に国の近代化設備整備補助制度を利用し、運営会社は第三セクター会社として市出資51%、茨城交通出資49%としてひたちなか海浜鉄道を設立、2008年4月1日、湊線は移管された。(なお鉄道に湊線以外の路線はない。以下簡便のために旧通称の「湊鉄道」「鉄道」とも記載する)

図2-1 アニマルトレイン（動物画車両）



出典：鉄道ホームページ

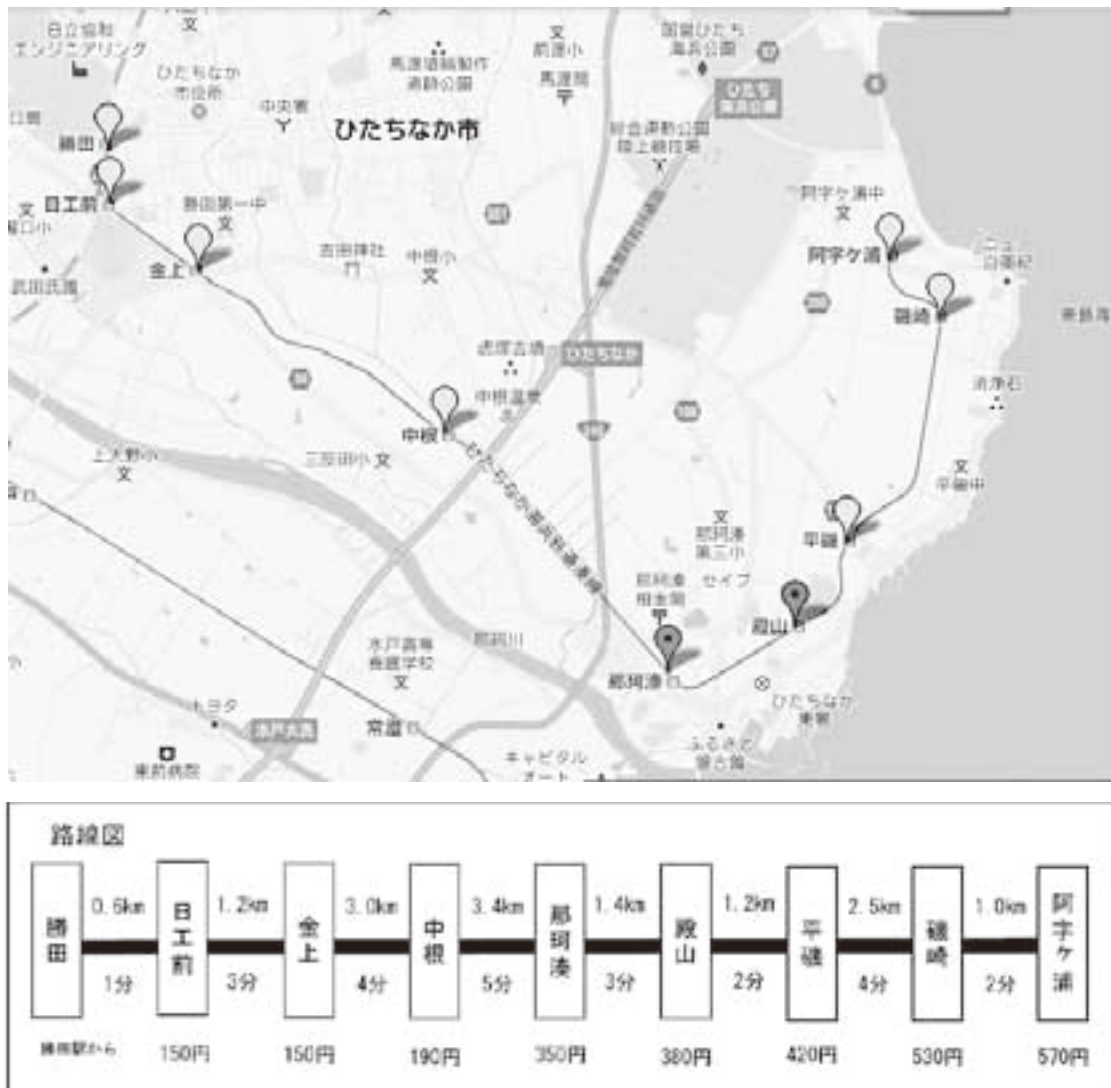
(2)路線データ（図2-2）

路線距離（営業キロ）：14.3km、軌間：1067mm（狭軌）

駅数：9駅（起終点駅含む、全線単線、全線非電化）

閉塞方式：自動閉塞式、車両基地所在駅：那珂湊駅

図2-2 鉄道路線図



出典：鉄道ホームページ（地図元データはZENRIN）

(3)歴史概略

那珂湊地区はもともと漁港と東北と関東の舟運基地であったが、常磐線勝田駅の開通により鉄道による輸送に切り替えるために計画された。

1913年（大正 2年）12月25日 勝田－那珂湊間が開業。

1928年（昭和 3年） 7月17日 阿字ヶ浦まで延伸開業（全通）。

1944年（昭和19年） 8月 1日 湊鉄道が県内交通統合で、水浜電車（水戸～大洗）、茨城鉄道（水戸～常北）などと合併し、茨城交通発足。同社の湊線となる。

1963年（昭和38年） 6月20日 旧国鉄水戸駅までの直通運転廃止。

2005年（平成17年）12月 地元ひたちなか市に対して、茨城交通が2008年（平成20年）3月で廃線にする意向を示す。

2007年（平成19年） 9月27日 茨城県、ひたちなか市、茨城交通間で、市と同社が出資する第三セクター方式の別会社を設立し同線を存続することで合意。

2008年（平成20年） 4月 1日 ひたちなか海浜鉄道に移管。

2011年（平成23年） 3月11日 東日本大震災で路線が被災し、全線不通となり列車代行バスが運行される。

7月23日 阿字ヶ浦までの全線再開。

(4)保有車両

① 稼働車両

キハ3710形（3710-01、02）新製車両。1995年より稼働。湊鉄道の主力車両である。

このほかキハ22形（222）旧羽幌炭礦鉄道、キハ2000形旧留萌鉄道、ミキ300形旧三木鉄道など廃止された鉄道車両の導入で「国内最古の気動車（ディーゼルカー）が走る」ことで鉄道ファンの訪問も多い。ちなみに3710は「みなと」にかけている。

② 旧車両などの展示

ケハ601（1960年）は日本初のステンレス製気動車で、海浜に近い条件の湊鉄道に入線した。

倉庫となっていたが市民団体「おらが湊鉄道応援団」の手により整備され、現在は「ギャラリー601」として展示場になっている。（台車はない）

キハ203は旧国鉄から鹿島臨海鉄道を経て譲り受けた車両であり、あわせて展示されている。

(5)経営状況

① 乗客数推移概略（参考文献(1)、および鉄道提供資料による）

ここ数10年の利用者状況を図2-3に示す。

これ以前から長期的に利用者は減少してきている。茨城交通社史⁽³⁾によると昭和30年代初頭には年間700万人の利用があった。しかし昭和30年代後半にはモータリゼーションの影響で半減、300万人台となっている。（現在は70万人規模）

② 利用者

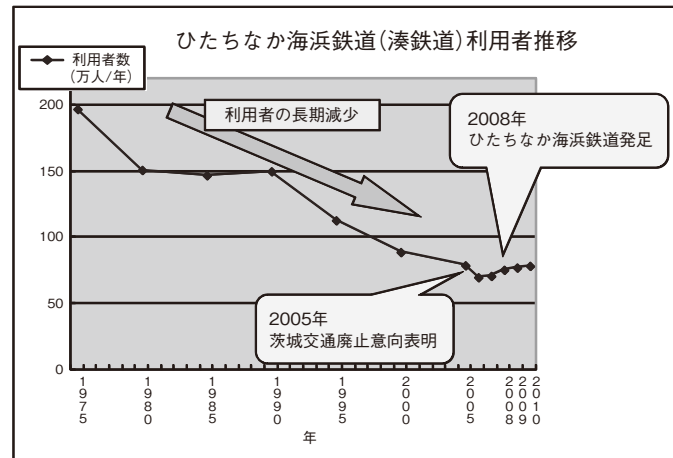
・通勤・通学客 7～8割。ただし収益性は低い。

那珂湊地区から勝田駅周辺の日立製作所関連事業所ほかへの通勤、常磐線沿線の高校への通学、勝田駅から那珂湊の2つの高校への通学客が利用者の中心である。

・一般・観光・鉄道ファン 2～3割

夏季の海水浴客のほか、ひたち海浜公園でのロックフェスティバル（「ROCK IN JAPAN FESTIVAL」：8月の第1週末の3日間行われる）では首都圏から延べ10万人近い参加者がいる。（第3章参照）ただし湊鉄道を利用するのは阿字ヶ浦地区に宿泊する客が大半である。またレトロ車両や那珂湊駅など古い駅舎の魅力もあり鉄道ファンの訪問が多い。休日にはカメラを持った客を多く見かける。

図 2－3 鉄道利用客推移



出典：鉄道提供、および文献(2)から集計追記

③ 収支概略

過去の湊鉄道単独での収支は会計分離データがないので不明。ひたちなか海浜鉄道決算以降は下記である。

(下記は、(6)－①の行政による補助金補填を含めたもの)

平成21年3月期 損益 △660万円

平成22年3月期 △2,000万円

平成23年3月期 △1億3,900万円

ただし平成23年3月期は震災に対応するための「災害損失特別勘定損」が1億4,200万円ある。すなわち東日本大震災による平成23年3月11日以降の営業停止、災害対策がなければ、鉄道収支は黒字転換出来たとみなせ、新会社の経営改善は大いに評価される。(行政支援を含めてであるが)

(6) 支援状況

① 行政（県、市）による支援

1) 設立時の公的支援

2008年度はひたちなか市が湊鉄道存続支援事業として、出資金9,000万円ほかを支出している。

2) 経常的支援のスキーム

安全に関わる設備投資については、公的支援で全額まかなうことが可能となっている。(国、県、市の3分の1負担) ただし、新規の設備投資についての支援はない。固定資産税については、一旦納入するが赤字補填分までは再交付される。

3) 人員の派遣（出向）による運営支援

市から経営支援として、人材派遣も行われている。

② 民間団体などの支援

1) おらが湊鐵道応援団

(正式名称は「鐵道」であるが、応援団についても「鐵道」応援団と記載する)

- a. 支援母体は、那珂湊地区自治会、商工会議所、商店街振興組合、観光協会、地区高等学校など。
- b. 会員数約2200名(年会費1,000円)
- c. 主な支援活動
 - ・那珂湊地区観光パンフレットの作成。(図2-4参照)
那珂湊地区の歴史遺産、観光スポット、昔ながらの店舗を案内している。
 - ・各駅の地域ボランティア清掃、周辺の花壇の草刈り。
 - ・休日の展示館(上記(4)②の「ギャラリー601」)の案内役。
 - ・「写真部」による鉄道観光写真紹介。
 - ・商店街と連携した「鉄道乗車特典サービス」。
「乗車証明書」による湊線応援店の割引。
 - ・「おらが湊鐵道応援団報」の毎月発行(平成23年末で57号)。

図2-4 鐵道応援団観光案内図



出典：応援団パンフレットに追記

このように地域住民による「気持」だけでない、「手を動かす」支援が継続されている。

この活動実績に対して本、平成24年1月に「地域づくり総務大臣表彰（団体表彰）」を受賞した。

2) みなとメディアミュージアム（MMM）

湊鉄道沿線を舞台に開催する現代アートプロジェクトで、2009年から開催している。湊鉄道の駅構内と那珂湊地区の商店街で約1カ月間作品展示とそれに伴うイベントを行っている。メンバーは慶応大学を中心とした大学生であり、レトロな街にモダンなアートの香りを持ち込んでいるユニークな活動である。

2. 鉄道活性化基本方針

(1) 現状認識

鉄道を取り巻く概況を下記に整理した。

内部環境		外部環境	
強み	<ul style="list-style-type: none">・行政による支援スキームが確立・応援団などのサポートが強力・沿線住民のボランティア協力・海浜鉄道会社の改善意欲が強い・鉄道ファンをひきつけるレトロ車両	機会	<ul style="list-style-type: none">・後背観光地が多い ひたち海浜公園、アクアワールド大洗、おさかな市場、歴史遺産など・公共交通機関のニーズの高まり（高齢化、交通渋滞防止）
弱み	<ul style="list-style-type: none">・沿線以外の住民の理解が不足・鉄道の利便性が良くない・支援が応援団中心で地元一般市民、商店街などの参加が不足・盲腸線で、観光地に接続していない	脅威	<ul style="list-style-type: none">・高齢化による通学者の減少・モータリゼーションの進展・「交通渋滞の邪魔者」の意識・行政支援の維持（公費投入の議論）

(2) 経営戦略検討

上記状況からは鉄道をとりまく環境は他鉄道と比べればかなり恵まれていると言える。鉄道自身による経営努力も種々されているが、今後も継続的に発展するためにはステークホルダー（利害関係者）ごとに適切な施策を行う必要がある。

現在の収入の内訳は、通勤・通学が7割、その他の観光など一次的な利用が2～3割である。通勤・通学客は利益率は低いが、ベースの収入および公共交通機関の使命としての基本である。一方観光客などは割引が低いので収益性は良い。このポートフォリオは今後も継続維持する必要があるが、おのおのに対して利用者の増大をはかる必要がある。また一般市民・行政の継続的支援、理解も必須である。下表にセグメント分けした主な施策を示す。

関係者	ニーズ	利用者	収益性	位置づけ	主な施策案
沿線住民	利便性の確保・向上	7割	低い	ベースロードの確保(需要掘り起し)	・駅新設 ・パークアンドライド
観光客	観光地の魅力・渋滞解消	2割	高い	主たる収益源(需要拡大)	・イベント継続・強化 ・海浜公園への延伸
鉄道ファン	首都圏でレトロを味わう	1割	高い	ブランドの向上(ファンの支持)	・ファン向けイベント ・レトロ維持・強化
市民・行政	公的負担の適正維持	—	—	財政サポート維持と支援の拡大	・市民理解の浸透 ・行政・法運用の配慮

以下

- ① ベースロード需要の確保
- ② 観光客需要の拡大
- ③ ファン向け施策の充実
- ④ 市民・行政の支援強化、拡大

について述べる。

以下の提案には費用面、技術面、各種規制など課題が多々あることはもちろん承知しているが、第三者意見として改善に資することを期待する。

3. ベースロード需要の確保

鉄道の基本は地域住民への公共交通手段の提供である。日常的な利用需要の掘り起こしは事業継続のためにも必須である。現在の鉄道の状況から下記を検討した。

(1) 駅新設検討

図2-2の路線図では、湊鉄道の駅間距離は勝田地区と那珂湊地区では1～1.5kmである。しかし勝田駅から2駅目の金上（かねあげ）駅から中根駅、中根駅から那珂湊駅間は3km程度離れている。かつてはこのあたりは勝田地区と那珂湊地区の中間で人口が少なかったのであろうが、現在では後背住宅地も増えておりこの住民の交通需要を掘り起こすことが重要と判断し中間駅新設の検討を行った。

① 前提条件

1) 駅舎新設費用

湊鉄道によると「駅新設には概略3,000万円かかる」とのことである。プラットホームの土木工事と、雨よけの屋根付きベンチ程度でなぜこんな高額になるのかについて疑問があるが、これは別途6（市民・行政の支援強化、拡大）にて議論する。（下記の仮称「柳沢駅」では、土地の提供などが期待できるため1,000万円程度かもしれないともあり）

2) 鉄道追加設備費用

本件検討対象の2駅は、既存踏切の脇に設置することを想定しているため、信号システムなどの改造は不要とみなした。

3) 鉄道運行経費

既存路線の途中に停車場所を追加するので、運行のための費用増加もないとみなせる。駅新設には当然時刻表の改訂が発生し、駅表示板の修正、発券システムの改造（画面表示など）が必要となる。時刻の改訂は日常業務でもあるので、ここでの試算ではとりあえず除外することにする。

4) 償却年数

湊鉄道の経理基準で、減価償却は定額法で17年である。

5) 運賃

通勤・通学定期料金は原則、運行キロ数によって決められている。日々ごとの一時的な利用でも期待できるが、ここではベースロード確保が狙いであるため、通勤定期額⁽¹⁾によって試算する。また、主として勝田駅方面への利用が中心と考えられるので、新駅～勝田駅間とする。

6) 住民利用数の推定

以下で新設を想定している2駅について、概算ではあるが潜在利用者数を推定した。利用期待率は楽観値と悲観値を設定した。詳細は添付資料を参照されたい。

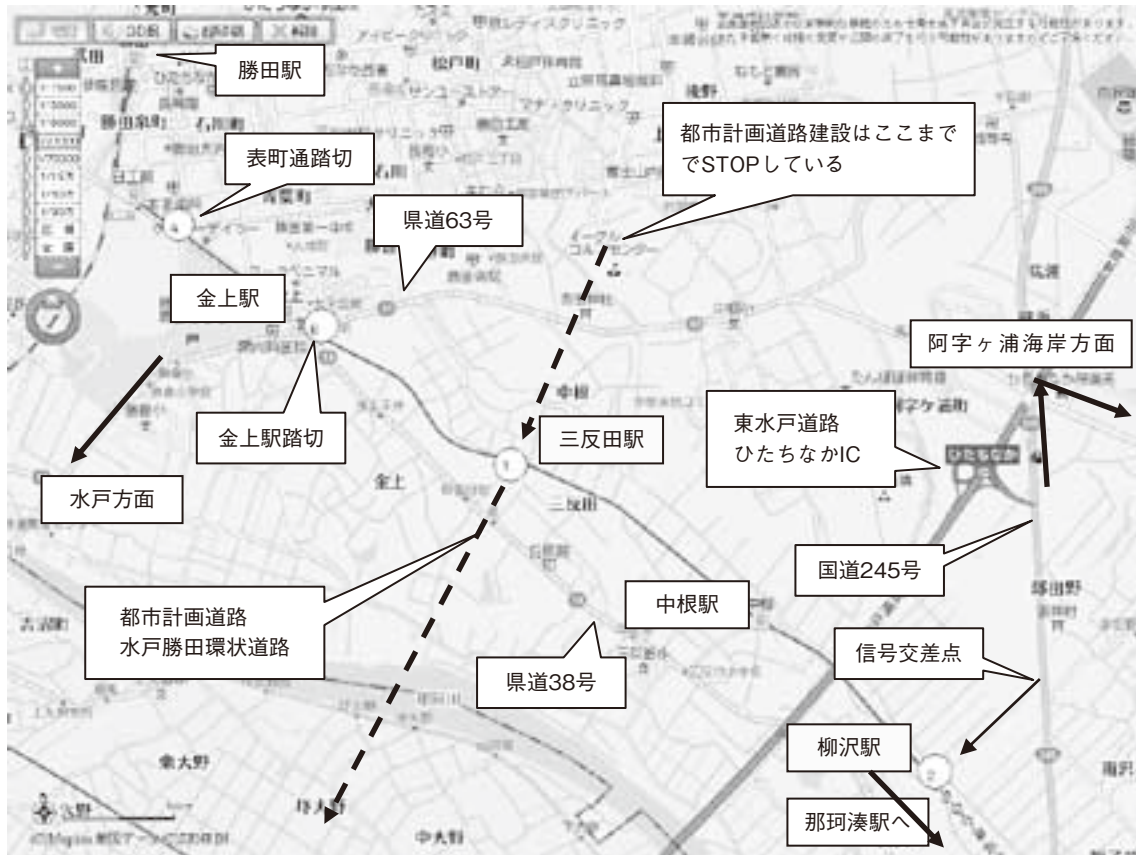
以下、各駅ごとの個別状況も含めて検討する。

② 「柳沢駅」（やなぎさわ：仮称）の検討（図2-5の②の地点）

(1) 周辺状況

- a. 中根駅と那珂湊駅のほぼ中間の柳沢第6踏切脇への設置を想定した。他の候補として柳沢第9踏切も考えられるが、利用環境からはこちらのほうが良いと判断した。
- b. 踏切の脇に社会福祉法人「はまぎくの会」の障がい者自立支援事業所（通所施設）「ハートケアセンターひたちなか」と、同じく近くに「ケアホーム」（住居）がある。
- c. 南側の丘陵地に徒歩10分程度に柳が丘団地があり、人口は約1,000名ある。勝田駅方面への通勤通学には現在はマイカー（送迎含む）、バスが中心と思われる。
- d. 国道245号線の信号設置済み交差点から分岐する道路によりアクセスがしやすい。
- e. 「柳沢駅」の周辺はケアセンタ関係の他に建物はなく、北側は水田である。

図2-5 ひたちなか市鉄道沿線図



出典：MAPION地図に追記

図2-6 柳沢第6踏切周辺



2) 利用客推定

a. 「はまぎくの会」利用者（施設従業員へのヒアリングによる）

「ハートケアセンター」は精神障がい者の通所施設であり、登録者が150名。平均では1日45名規模。1日3回勝田駅まで施設によりマイクロバスの送迎をしている。この方たちの利用はほぼ期待できる。

b. 周辺住民の利用期待数は前記の添付資料を参照。

- c. 以上から、住民利用が悲観ケース値（28～35人）だとしても合計毎日50名程度の利用者は期待できる。

3) 設備回収試算

- a. 本駅地点の距離では勝田駅との1カ月通勤定期額が約1万円となる。利用が期待どおりであれば毎月40～50万円の収入が見込める。これは年間500万円程度の収入となる。（長期定期、障がい者特割りなどの割引も考慮する必要はあるが）

- b. 減価償却

鉄道の償却年数は17年なので初期投資が3,000万としても年間176万円の純収入があれば設備投資は回収可能である（金利については考慮せず）。

4) 判断

「柳沢駅」は周辺住民の利用次第の面はあるが、経済的に成り立つ可能性がある。

また、障がい者自立施設のための交通機関として、施設の送迎バス運営費用の削減、利用者の利便（送迎バスに乗り遅れた場合、足がなくて困るとのこと）など社会福祉経費ともみなせるのでないか。また「柳沢駅」については観光客向けのパークアンドライド基地としての活用も狙っている。（4.(3)で後述する）

② 「三反田駅」（みたんだ：仮称）の検討（図2-5の①の地点）

1) 周辺状況

- a. 金上駅と中根駅のほぼ中間の地点。平成23年3月の震災で線路脇の溜池が崩れ、線路が流出した。復旧工事を行い現在は埋め立てた。そこを新駅と想定する。（図2-7、8参照）
- b. 「柳沢駅」同様に、南側の丘陵地は住宅地、北側は水田地帯である。住宅地から北側の水田に降りた所が旧溜池埋め立て広場になっている。周辺の新堀（しんぼり）団地やその他隣接住宅地からも5～10分程度の距離である。
- c. 駅想定地点から南西800mに市の施設である「金上ふれあいセンター」、「金上運動公園」（サッカーパーク）がある。

2) 利用客推定

- a. 周辺住民の利用

「柳沢駅」のような個別の利用者の想定はない。添付資料を参照。

- b. 施設利用者

金上ふれあいセンターなどの利用者が（現在、車利用が大半）見込まれる。

- c. 地域住民の期待

ヒアリングした結果、住民の期待は大きい。（以前アンケートがあったが、駅設置要望が大半であったとのこと。逆に、住宅地の脇を通過しているだけの鉄道に対する不満の声も聞いた）

図2-7 溜池周辺（震災後）



出典：(4)、鉄道提供

図2-8 溜池周辺（整地後）



出典：(4)、鉄道提供

3) 検討

- a. 期待利用者数（添付資料）から駅設備投資回収は「柳沢駅」よりも良いので回収検討は省略する。（勝田駅からの定期代の額は「柳沢駅」よりは低くなるが）
- b. 「三反田駅」のネックは道路アクセスである。現在新堀団地から「溜池踏切」へ下りる道は狭くほとんど車のすれ違いができない。したがってこの状態では駅前広場を整備しても車での送迎は難しい。
- c. 下り坂近辺の土地所有者は地元電機メーカーの表示があるが、工場としての利用価値があるとは思えないので土地利用の交渉は可能と思われる。
- d. 道路は、市によると「水戸勝田環状道路」（水戸、那珂市、ひたちなか市などの環状線）の整備計画がある。現在北からの道は途中で切れているが、この延長上に新駅地点が存在する。団地の南方面には那珂川を渡る橋が必要となる。これらは水戸市、県が工区分けして推進しており、用地買収が進められているとのことである。（図2-5に計画ルート記載）

4) 判断

住民の要望は非常に強くそれなりの利用も見込めるので、当面は「三反田駅」へは既存道路を徒歩で行くか、その通行の危険を避けるために住宅地の北端から旧溜池地への階段を暫定的に新設することが良いだろう。「水戸勝田環状道路」の建設をこの部分だけでも促進し、その時に本格的な取り付け道路、駅前広場の整備を行うのが良いと考える。（那珂川の橋は時間がかかるであろうし）行政の配慮をお願いしたい。

なお駅名は地域的には「三反田駅」（または「新堀駅」）であるが、踏切名も「溜池踏切」でもあり大震災の記憶を残すためにも「溜池駅」とするのも一案である。

③ 代替交通手段との競合

両駅の地域では線路とはほぼ並行して県道38号線があり、那珂湊方面と勝田駅を結ぶバス路線がある。しかし時刻表を確認したところ、朝の7時、8時台で2本、日中は1時間に1本しかない。これでは鉄道の競合とは言えず補完しあう公共交通手段であろう。（湊鉄道は日中1時間に2本である）勝田駅などへの送迎が日常的に行われていることが推定されるので、この対策として

も有効と判断する。

④ 新駅の建設順

発券システム、駅表示の改造などの経費が相当額かかる。特にJRとの通し切符処理などでJRシステムにも相当な影響がある。これらの費用の最少化の点では2駅同時に新設するのが望ましい。

(2)パークアンドライドの拡大・活用

図2-4（応援団作成観光案内図）に図示したが、那珂湊駅から数分の場所に「釈迦町パークアンドライド」の駐車場がある。舗装はされていないが、雑草処理はしてあり50台以上の駐車スペースがある。しかし利用状況ははなはだ少なく、平日でも5～6台の利用しかない。「利用者は那珂湊駅に申し出」との表示があるが、特に利用許可証があるわけでもない。那珂湊地区周辺から勝田駅方面への通勤には便利なはずであり、活用促進により鉄道利用需要を掘り起こすべきであろう。以下のような実情調査・対策の検討を頂きたい。

図2-9 釈迦町パークアンドライド場



① 存在自体知られていないのではないか

- 1) 那珂湊駅の道を挟んだ反対側の狭い路地を入っていくとやっと発見できる。表示の改善が必要である。
- 2) 地元の人の認知も少ないのではないか。メリット（勝田駅周辺までの所要時間など）をもっとPRすべきである。

② 利用票での管理

現在、近隣住民の目的外駐車の様子は見られないが、鉄道としての管理・活用意識を強化することも必要であろう。

4. 観光客需要の拡大

鉄道周辺の観光スポットとして、那珂湊おさかな市場、阿字ヶ浦ほかの海水浴場、アクアワールド大洗（水族館）、ひたち海浜公園などがあり非常に恵まれている。これら観光資源、商店な

どとの連携についての詳細は3章などに記述する。ここでは鉄道関連に絞った需要拡大策を検討する。

(1) イベント企画のさらなる展開

① 現在すでに各種企画が実施されている。(5.(1)の表でも一部紹介)

- ・ビール列車
- ・メイドトレイン
- ・乗車証明書による湊商店街連携割引
- ・海浜公園入場券付きセットクーポン
- ・海浜鉄道グッズ販売（キーホルダー、オリジナルクッキーなど）

また主に鉄道ファン向けのイベントであるが、

- ・ツアーバス⁽⁴⁾

東京などからひたちなか市まではバスで来て、適当な駅から湊鉄道を利用し乗車観光する。

・「プライダルトレインinひたちなか海浜鉄道」（専用車両を増結し披露会場にする。これは(株)日本旅行とのタイアップ企画）は「鉄旅オブザイヤー審査委員特別賞」を受賞した。

- ・イベント列車

毎年の企画として「急行あじがうら号」（初日の出むけの元日早朝列車）が運行された⁽¹⁾。早朝から250名以上の参加が得られ、盛況であったとのことであった。

このように多彩な営業努力がされている。さらなる企画展開により集客拡大を期待したい。

② 各種のイベント企画のアイデア（各種企画の参考）

1) タレントによる1日駅長

たとえば那珂湊駅が映画「フラガール」（常磐ハワイアンセンター（現名はスパリゾートハワイアンズ）による炭鉱地区の復興物語）の撮影地ということを生かしたイベントなど。鉄道ファンに限らなく広く写真コンテストにもなりうる。

2) ホームの駅標表示が絵文字でユニークである。これは1.(6)②のみなとメディアミュージアムのデザインと思われるが、積極的なPRをしたらよいと思う。たとえば中根駅は周辺の古墳をイメージしたもの、磯崎駅は地場の名物のほしいも、阿字ヶ浦駅はアンコウや貝などが使われている。これは大人でもちょっとした「判じ物」である。夏休みの子供向けのクイズラリーに活用できるのでないか。（全駅乗らないと全問回答はできないしかけとなる）

3) 忘年会などの近場ツアー

夏季の阿字ヶ浦周辺旅館との連携パック企画は行われているようであるが、冬季は勝田駅地区の事業所従業員の忘年会、新年会の宿泊パックもありうるのではないか。

4) 女性・年配客向けツアー

鉄道にとっては平日の日中乗客増大が課題であり、年配・女性客の需要の喚起も重要である。JRからの直通でなくとも阿字ヶ浦地区の宿泊施設とタイアップした湊駅周辺ツアー（反射炉などを見学したあと、阿字ヶ浦地区で昼食、入浴、帰りにおさかな市場でお土産）も考えられる。また女性客向けに各駅への季節の花壇充実も合わせて行うことで魅力を増すことができる。

図2-10 阿字ヶ浦駅標



(2) JRとの連携検討

① 直通運転の再開

かつては「急行あじがうら号」として、夏季の海水客向けに常磐線からJRの気動車が直通運転していた。（上記の(1)①の「初日の出むけあじがうら号」とは別である）常磐線の全面電化で気動車の運行がなくなったため消滅したが、現在でもJR常磐線勝田駅での乗り入れ線は残っている。これを活用できないか。実際、通勤・通学用に1.(3)のように昭和38年まで、国鉄水戸駅への直通運転が行われていた。

常磐線で気動車を運転することはJRの運転要員などに無理があると予想されるので、湊線の列車を常磐線の電車に連結し引張られる形式での運用はできないか。つまり常磐線内は湊線の気動車は力行しない（不起動、客車扱い）とし、勝田駅での分離から湊鉄道内を気動車として運転する方式であればありうる。⁽⁵⁾

たとえば、観梅客のために3月に臨時停車場ができる偕楽園駅からの集客を狙った運行が考えられる。上野までの牽引運転は問題が多いだろうが、短距離ならば可能ではないか。

② ビュープラザでのPR

上記(1)①②の企画などをJRと一体になったツアーとしJRのビュープラザでPRしてもらうことも考えられる。

(3) 観光客向けパークアンドライド基地

① 那珂湊地区での夏季週末の交通渋滞は激しく、おさかな市場へ向かう那珂湊駅前通りはほ

とんど動かない状態となる。また阿字ヶ浦方面への道路の混雑も相当なものである。車による関東地域から那珂湊地区へのアクセスは常磐道、北関東自動車道と直結した東水戸道路のひたちなかインターチェンジルートが便利である。(図2-5の地図参照) このインターチェンジは国道245号線に直結しており、通常であれば出口から10分程度でおさかな市場や、阿字ヶ浦に着くが夏季はほとんど動かない状態となる。

そこで3.(1)②で述べた新設する「柳沢駅」近辺にパークアンドライド基地を作することを提案する。前述したように、周辺は「はまぎくの会」の建物以外は水田でありスペース的には可能である。ひたちなかインターチェンジから245号線への出口に「この先渋滞、湊線を使って阿字ヶ浦、おさかな市場へどうぞ」と案内表示をして誘導する。取り付け道路としてインターチェンジから那珂湊方面に向かう途中で信号設置の交差点が存在する。ここからは1分で「柳沢駅」に到着する。(実は柳沢駅位置の選定理由の1つでもあった) 新駅から阿字ヶ浦駅までは列車で10数分で到着できる。

これにより

- 1) 海水浴客の湊線利用の促進・誘導
- 2) 近隣道路の渋滞の緩和 (地域住民の理解の向上)
- 3) 那珂湊商店街への回遊

が期待できる。

もちろん新駅の設置が先であるが新設駅の活用の1つとして提案する。

② イベント向けパークアンドライド (すでに実施中)

年末のおさかな市場の客向けに、企業の協力を得て金上駅周辺の企業駐車場を借用した。この時、那珂湊駅にてキャリーカートの貸し出しも行った。こういう活動は商店街、おさかな市場との連携とつながるのでさらに促進されたい。

(4) ひたち海浜公園への延伸

現在は「ひたちなか海浜鉄道はひたち海浜公園まで行かない」と笑い話のネタになる。('なか'が付いてるけど、「中」にはいかない、かなり手前だよ!)

延伸にはかなりの設備投資を必要とするので、長期的課題となるが、安定的な観光需要取り込みには重要であり、従来から議論されているようであるが今回第三者として実現性を検討した。

① 阿字ヶ浦駅現況

勝田駅からの終点阿字ヶ浦駅は、終着駅として作られたとはとても思えない。駅の近辺には何の店もなく、自動販売機があるのみ。本来目的としたであろう阿字ヶ浦海水浴場の宿泊施設に行く道も十分整備されているとは言えない。また海浜公園南口 (プレジャーガーデン: 遊園地施設) へは分かりやすくするために大回りのルートを案内しているとのことで、徒歩で30分弱かかる。

② 利用客推定

ひたち海浜公園には年間150万人規模の入場者がある。また、毎年8月初めの週末3日間にはロックフェスティバル（「ROCK IN JAPAN FESTIVAL」）が公園西口広場で開催され、首都圏ほかから観光客が集中する。このため勝田駅から臨時バスが運行されるが輸送能力が不足し、元気な若者は海浜公園から勝田駅まで1時間程度歩く姿も見受けられるほどである。この観光客に対し阿字ヶ浦近辺に宿泊した客向けなどには宿によるシャトルバスが運行されているが、この客の1%でも取り込めれば年間1万人の乗客増となる。

③ 延伸方法案

過去、海浜公園を作るときに延伸が検討されたいが実現しなかった。理想的には海浜公園の西口（勝田駅からの正面道路直結）まで伸ばしたいが、当面は南口（プレジャーガーデン入口）までで良い。そこからは徒歩または園内の子供電車もある。

周辺の状況からは、鉄道が公園南口まで直行する（図2-11の破線）ルートでの用地取得は費用的にも相当困難と予想される。また海浜公園内に入るには県道247号線（海浜公園の南側道路）を渡る高架橋が必要となる。そこで図2-11のように「海岸ルートの路面電車化」を提案する。すなわち、阿字ヶ浦駅から県道6号線（海岸道路）の「阿字ヶ浦中央」交差点に降りる。（ここに「阿字ヶ浦中央駅」を作るのが良い）そこからは自動車と共に路面を走り、県道6号から247号に左折し、海浜公園に向かうルートである。

ただし現阿字ヶ浦駅と「阿字ヶ浦中央」交差点間は標高差があるので、緩和が必要となる。敷設可能性があるかと現地を確認したが、現在の阿字ヶ浦駅の先の退避線（200m程度ある）から、本線はすぐに切り通し（堀割）にして、その先の段差を盛り土、または高架として勾配を緩めることができそうである。阿字ヶ浦中央交差点の手前はかなり広い空き地になっているのでそこに降りてくることは可能であろう。途中の建築物は比較的少ないので用地取得の可能性はある。（ただし急がないとダメである）この案であれば下記が期待できる。

1) 県道を利用するために、用地取得費用が低減される。

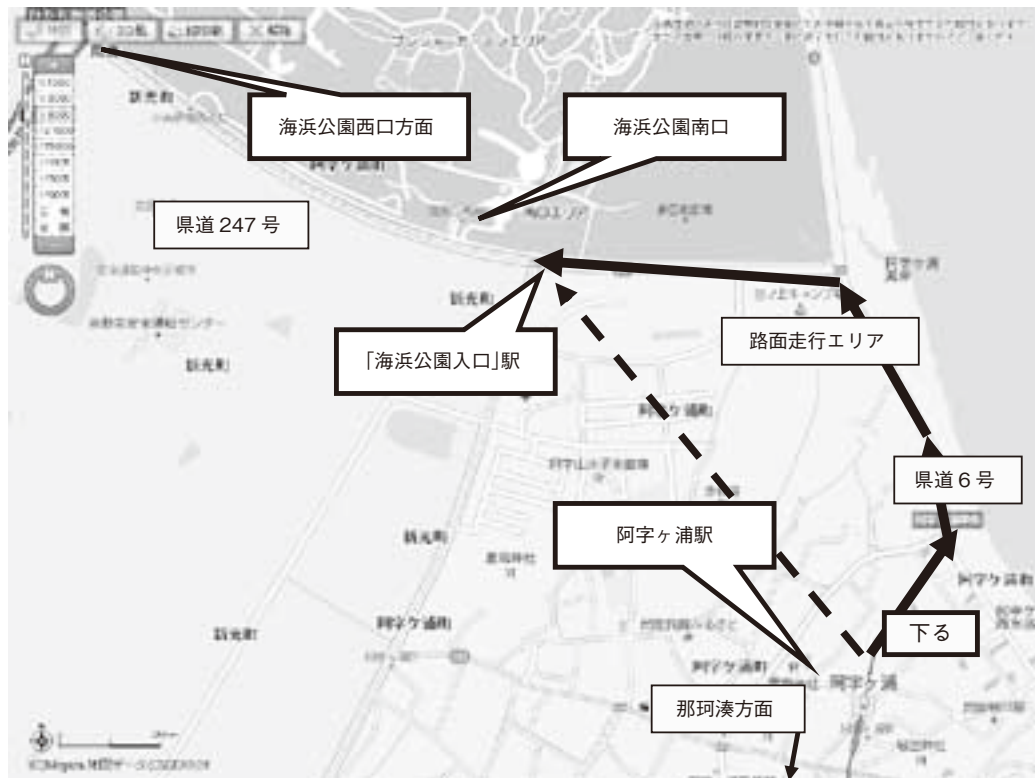
（県道まで出る部分は用地取得が必要である）

2) 「軌道車両が海岸沿いの路面電車になる」こと自体が観光対象となる。

3) ひたちなか海浜鉄道路線は海岸線に沿ってはいるが、実は海岸沿いを走っていないので車窓から海はほとんど見えない。このルートを作ることによってようやく「名は体を表す」ことができる。新会社命名時の構想（思い）だったと推定する。

技術的な困難よりは法的な課題が多々あるとは予想されるが、行政には実現するための対応を是非お願いしたい。

図2-11 海浜公園延伸図



出典：MAPION地図に追記

④ DMZについて

他鉄道ではレールと一般道を切り替えて走行できるDMV（デュアルモードビークル）も検討されているが、資料によると⁽⁶⁾

- 1) 本格的に実用化されている路線はまだない
- 2) マイクロバスなどを改造したもので試みられている

程度で人口過疎地域向けの手段であり、今回の狙いである「観光客の大量輸送」には不適であろう。

5. ファン向け施策の充実

これもすでにいろいろ努力されており、特に湊鐵道応援団などサポーターの全面協力には敬服する。今後も継続的に充実いただきたいが、鉄道ファンの観点などからいくつか要望などを提示したい。

(1) 関東民間鉄道などの活動

湊鐵道だけでなく各民間鉄道も工夫を凝らした集客のための多彩な企画を行っている。当然承知のことと思われるが以下、茨城県近隣の鉄道を中心に簡単に紹介する。^{(7)、(8)}

番号	地域	鉄道名	特徴ある施策	ひたちなか海浜鉄道としての検討
1	関東地域全体	関東鉄道協会	「かんとうみんてつ モバイルスタンプラリー」(平成23.10～平成24.1.19)	○ 関東民鉄39社参加。 (当鉄道も参加している)
2	栃木県 (一部茨城県)	真岡鉄道	SLの休日運転。 夏休みツアー企画	× SL運行は技術的に無理 ・ 湊鉄道との連携ツアーの実績はある。
3	茨 城	関東鉄道常総線	気動車運転体験(有料) (車両基地構内の運転)	△ 那珂湊駅構内のみでは狭い。 阿字ヶ浦の待機線でも200m程度で距離が不足。
4	茨 城	鹿島臨海鉄道	「レール&水族館」大洗水族館利用による割引	○ 各種パックによる割引企画はある。
5	千 葉	いすみ鉄道	700万円で運転員を公募。 4名が合格し、運転訓練中。	△ 将来的には「湊鉄道応援団」から希望者が?
6	千 葉	銚子電鉄	・「いい銚子だ値」(宿泊施設との連携割引) ・ブランドせんべいの販売	○ 各種パックによる割引の企画あり。 ・「オリジナルクッキー」のネット販売を開始した。
7	石 川	えちぜん鉄道	アテンダント(女性カレチ：乗客専務車掌)を車両に配備	○ 鹿島臨海鉄道と連携してメイドトレイン実施。 (「コミケッとスペシャル5in水戸」関連企画 2010年3月)
8	和歌山	和歌山電鉄 貴志川線	・いちご電車 ・貴志駅猫駅長「たま」	○ アニマルペイント列車化した。 (図2-1) 那珂湊駅の黒猫「おさむ」と「ミニさむ」は人気がある。

(2)鉄道ギャラリー(展示)運用の改善

那珂湊駅構内の車両基地の隣接地に、気動車として日本初のステンレス車両を使った展示会場が鉄道応援団の多大な努力により設置されている。日曜日の午後には応援団が案内することとで先般参加した。冬季ゆえ人数は少なかったが、横浜からや、驚くことに京都から来たとことで、ファンには結構著名なようである。応援団の方の丁寧な説明で感心したが、より良くするために多少の運用改善を図られたい。

- ① 那珂湊駅の待合室には応援団のブースに表示があるだけで非常にわかりにくい。
- ② 日曜の午後に、鉄道応援団の方が案内するが、その明確な表示がない。
- ③ 展示場所に行くには駅の外の一般道を5分ほど歩いて、大回りしなければならない。

そこで下記の改善検討を頂きたい。

- ① 駅舎(改札出口、ホーム含め)の案内表示

② 案内人同行を前提として、その場合は駅構内を直接歩いて行けるようにする。

(団体予約の場合には直接の案内も可能としているようではあるが)

図2-12 ギラリー 601



(3) 休日の列車編成の充実

列車も駅員も含めて、休日はマニア向けのシフトを充実する。現在も多少行われているがレトロ車両の運行をもっと充実してファンの集客拡大を狙えるのではないか。

(4) 写真撮影スポットの案内・コンテスト (現在も一部実施されている)

「撮り鉄」(撮影を中心とするファン)にとっては「撮影地点自体がノウハウなので公開しにくい」との声もあるが、地図表示したとしても概略のポイントしか表示できないので、実際はアングル勝負と思う。線路内立ち入り制限などの安全性の確保周知を兼ねれば、初めて訪問するファンには良い案内となる。鉄道のパンフレットに撮影に適した場所を図示するのが良いのではないか。

また「湊鉄道写真コンテスト」を企画したらどうか。現在セミプロ級のメンバーが応援団写真部にいるようだがそういう方は別格として、一般ファンによる優秀作品を駅掲示・ホームページに掲載する程度でもファンの関心(満足)を引けるのではないか。(写真を取りに来るための利用も期待できる)

たとえば、鹿島臨海鉄道では「沿線見どころフォト列車」を本年3月20日まで運行中である。

(5) ツアーバス企画の継続・拡大

4.(1)①で記載したがツアーバスの充実は継続すべきである。ファンにとって、中根駅は周囲が山林と水田のみ(のように見える)であることから「秘境駅」として知られており、写真スポットとしての人気もある。しかし鉄道ファンといえども周辺の観光スポットにも興味があるので、おさかな市場への買い物も含めた連携ツアーもありうるのではないか。

(6) その他

① レトロ車両予算の配慮

鉄道ファンからの懸念の声であるが、現在のレトロ車両の保管状態は良いとは言えない。このままでは10数年後にはウリである「レトロ」がすたれるとの危惧の声がある。財政的になか

なか難しいとは思いますがそれなりの予算措置が期待される。

② タブレット閉塞（半分冗談であるが）

さらにレトロ路線を追求すれば、現在自動閉塞方式であるがこれをあえてタブレット（通行手形）受け渡し方式とすることもありえなくはない。

ネット検索によると、タブレット閉塞が皆無になっているわけではないようである。⁽⁹⁾

（関東地区では1カ所だけのようである。安全上の観点から、鉄道局からはOKは出ないであろうが…）

③ ホームページの改善

なかなか手が回らないであろうが現状は決して見やすいとは言えない。観光客向けに飾る必要は全くないが、ファン向けには改善したい。現在はイベントの案内と、社長や駅猫おさむのブログくらいである。上記の写真コンテストの作品も含めて、写真展示コーナーなどがあると良いのではないか。

まとめると、鉄道ファン向けのキャッチコピーとして

「上野から1時間で会えるレトロ鉄道」

かと。

6. 市民・行政の支援強化、拡大

現状では行政からの財政支援は必須の状況であり、市民ほかのサポーターも得ているが支援を継続可能とするためいくつかの問題点と行政への要望を述べる。

(1)市民の支持拡大のための施策（鉄道、行政機関への要望）

継続的に存続させるためには、1.(6)記述のような税金投入スキームの理解（消極的容認であっても）を得る必要がある。

① 踏切での停止（「路面電車化」）

4.(4)の海浜公園への延伸と同じく、ここも「路面電車」がキーワードである。現在は（当然のことであるが）あらかじめ踏切で遮断機を稼働させる、鉄道を優先したものとなっている。しかしこれにより那珂湊地区在住以外の車利用者からは鉄道は「交通渋滞を引き起こす邪魔者」とみなされている面がある。特に図2-5の㊤の地点（「表町通踏切」：勝田駅前の表町商店街から水戸方面へ向かう市道、道路は側道を入れると7差路に近く複雑）、と㊦の地点（「金上駅踏切」：中根方面から水戸方面、その逆の双方。近くに合流があるため側道を入れると6差路）でのラッシュ時の渋滞は相当なものである。表町通踏切は踏切信号が導入されているため自動車は一時停止なしで通行しているが、それでもかなりの渋滞である。

金上駅踏切は踏切信号扱いでないため、県道63号線（中根方面から水戸方面、その逆）の自

動車は正面が青信号であっても、一時停止を行っている。（実は、せいぜい徐行をしているのが大半であるが）金上信号交差点から踏切までは20m程度しかないが、ここで停止（徐行）するため渋滞を招いている。

この問題に対しては「都電荒川線の車との共存、共生」がキーワードである¹⁰⁰。荒川線が都電の中で唯一廃止にならず現存している理由の1つとして「車との共存」があるのでないか。

荒川線は一般車道路面走行以外に、電車専用軌道であっても踏切によっては道路と一体の信号制御に従い停止している。車社会中心の時代において従来の「そのけそのけ、鉄道様が通る」から「すみませんが鉄道も通りますよ」ということで渋滞を軽減するとともに、市民の「まあ、しゃああんめー（しかたない）」という理解（容認）も得られるのでないか。

対策として特に渋滞を招いている上記2か所について検討いただきたい。

- 1) 「表町通踏切」、「金上駅踏切」で列車も一時停止して交通信号に従って進行する。
- 2) 「金上駅踏切」の踏切信号化。

なお、那珂湊地区の他の踏切（水産加工団地近辺）について確認したが、それほどの渋滞は生じていないとのことであった。

図2-13 金上駅踏切周辺（水戸方面から中根方面）



② 那珂湊地区以外市民への鉄道の効用PR（渋滞解消に役立っていることの周知）

上記4.(3)でも述べたが、夏季の那珂湊地区への観光のための取り付け道路の渋滞、ロックフェスティバルなどのイベントでの勝田駅前昭和通りの交通渋滞などが鉄道利用を促進することで緩和されるという広報をもっと積極的に行ったらどうか。（下記の(2)②記載：行政のPR）

(2)行政支援への要望

① 支援スキームのスタンス（考え方）

行政の財政支援は1.(6)のように、手厚いものだと思う。しかし、ひたちなか海浜鉄道は全線がひたちなか市内を走っている。複数の自治体をまたがる路線では調整が難しいが、本鉄道は「1自治体の専用インフラ」である。つまり「市鉄道」であり通常の「市道」と同じでないか（占有している違いはあるが）。従って本来、線路部分に対する固定資産税徴収自体がおか

しい。市道を走る路線バスは車両の設備・保守費用やバス停の表示ポストなどの設備を負担しているだけである。（道路改修のための「重量税」は負担している）つまり「市鉄道」では、駅舎設備、車両設備維持管理は湊鉄道で負担すべきものであるが、線路自体はもともと固定資産税をかける対象ではないのでないか。（種々の意見があることは承知しているが）

② 那珂湊地区以外の住民に対する理解・PRの強化

当然ながらひたちなか市の湊鉄道支援予算についてはいろいろ議論があろう。県を含む首長の交替によって支援スキームが一気になくなってしまいうようなことがないよう、市民全体の理解を得る努力を継続的する必要がある。

③ 支援財政方式の検討

文献⁽⁵⁾によると、赤字補填形式のスキームとして下記のような考え方もある。

「事業者の発生した損失は経営努力を越えたやむを得ない損失として基金等から補填されているところであるが、このような方式では事業者の経営改善へのインセンティブが弱く、また自治体と事業者の個々の責任も不明確である。こういった問題点を踏まえ現行の損失補填方法を改めるべきである。例えば、筆者がヒアリングを行ったスイスのLEB鉄道では事業者と自治体間で年度始めに損失の見込み額を決定し、その見込み額を自治体が事業者に交付しており、見込み額を上回る損失が発生した場合はLEB鉄道の責任となる。下回った場合は、LEB鉄道内で留保される仕組みが採られている。」

湊鉄道の場合でも、イベントチケットの価格設定に対し市から「三セクの立場からは利益を制限したい」との指導があったようである。しかし、企業のインセンティブの立場からは経営努力による部分は収益として認めるべきであり、それによる収益は株主として市の収入（税金還元）とすればよいと考える。

④ 「公有民営方式」の検討

また支援スキームの1つとして「公有民営方式」がある^{(11)、(12)}。民間鉄道の収支状況を見ると、赤字事業者の場合であっても施設保有に係る経費を除いた場合は約9割は黒字に転じるとのことである。すなわち土地、鉄道施設（線路、駅設備）などは自治体が保有し、運営を民間会社が事業者として行う方式である。（「指定管理者制度」に近い）幸いにしてひたちなか海浜鉄道はひたちなか市単独の路線であり、他自治体との調整など不要で決定できる。ぜひこの優位性を生かした行政をお願いしたい。まさに「市（鉄）道」であるから。

(3)法運用・整備への提言

① 駅整備への法運用

3.(1)で記載したが、無人駅を前提とし駅の新設経費としてプラットホームの整地および雨よけのひさし程度の建設なので4～500万円程度でないかと予想したが、鉄道からは3,000万円という数字が出てびっくりした。そんなに費用がかかる一因として「バリアフリー法」などの法

的規制があるとのこと。駅を新設する時には障がい者のためにエレベーターないしスロープを設置しなければいけないなどの制約があるとのことである。（確かに湊鉄道でも最近改修工事をした金上駅にはスロープが作られている）

大都市近郊の駅でバリアフリー工事やさらにホームドアの建設が進められており、これを促進すべきは当然であるが、地方のローカル線にも一律に適用するのは問題ではないか。たとえば、近年の「金融商品取引法」改正による内部統制（いわゆるJ-SOX法）のほか、同法によるIFRS（国際会計基準）の適用は中小企業に対してはいろいろな面で猶予されている。また「中小企業金融円滑化法」により銀行による融資条件の緩和も行われている。これと同様に都会の大鉄道（大企業）への適用と地方鉄道（中小企業）に対する適用は分けるのが当然でないか。もし、バリアフリーの完全適用を指導するのであれば、それにかかわる費用は1.(6)のスキームのような「安全対策費用」の拡大として別途国費補助すべきと考える。現在も補助制度はあるようだが、基本的には3分の1補助制度であり⁽¹³⁾、自己負担分を考えると容易には踏み切れないのが現実である。

② 料金体系運用

料金体系の規定にも課題がある。湊鉄道の路線は那珂湊駅から阿字ヶ浦駅までは海岸沿いに北上する。勝田駅方面に出る場合、阿字ヶ浦地区の住民にとっては大回りとなる。しかし運賃は距離制のために割高となることもあり、学生はほとんど利用できないとの声も聞いた。

提供する便益から言えば「勝田からの運賃是那珂湊より先は同額にすべきだ」との意見を聞いた。つまり「サービス（利用者の認める便益）への対価が運賃である」という意見である。確かにJRの運賃は実際にどういう経路で乗車するかに関わらず、途中下車をしない限りは最短距離ルートで計算される。また高速道路料金も同様である。（このため東日本大震災による平成24年3月までの東北地方高速道路の無料措置でも東北地方の無料区間経由で利用した場合でも最短距離で計算をするため有料となることがある）もっと身近な茨城交通のバスでも乗車バス停と、降車バス停が同じであれば途中のルートが迂回する路線であっても同額である。これは利用者にとっては至極当然である。（筆者の利用する地区のバスは直行するルートと途中迂回するルートの2系統がある）

湊鉄道はループしていないという事情はあるが、上記からは料金に対する「同額」主張は全く不当ではない。この点なども法的に柔軟な運用が望まれる。

7. 鉄道施策のまとめ

(1) 法的支援、キーマンなどの支援、PR継続

① 行政、法的整備・弾力的な運用、沿線以外の市民の理解も含めた協力により当地域の貴重な社会財産である湊線を存続させていくべきである。

② 湊鉄道の一番の財産はひたちなか海浜鉄道社長として、富山の万葉線を第三セクターとして存続させた吉田社長を迎えられたこと⁽¹⁴⁾、受け入れ側の鉄道応援団の佐藤団長を始めとする強力なサポーターに恵まれていることである。しかし市議会の様子をお聞きすると必ずしも地元議員も含めてサポートが十分とはいえないようである。是非一般市民含めた理解の浸透活動を行政に願う。

(2)車社会との共生

鉄道の利点としては、定時性、交通弱者（高齢者、学生）の足の確保、CO₂削減、地域のブランド向上など種々あるが、地方都市の現実は自動車利用が欠かせない。したがって自動車と鉄道の利用のバランスをとった「共存・共生戦略」が生き残る道と考える。これを本章では2つの駅新設による利便性向上も含めて「路面電車化」のコンセプトで要約した。

(3)盲腸線からの脱却

身近な例では「かしてつ」（鹿島鉄道 石岡から鉾田：旧関東鉄道鉾田線、旧鹿島参宮鉄道）が廃止（2007年）になった一因は、盲腸線であったことがある。もし鹿島臨海鉄道と鉾田で接続していれば、鹿行地区から東京に出る足としての活用も期待できた。（鹿島臨海鉄道の駅は新鉾田駅であり、旧鹿島鉄道鉾田駅とは1キロ程度離れたところに作られた。なぜこうなったのかは不明である）。

これを教訓とすれば他交通機関との接続強化は生命線の1つである。たとえば

① 鹿島臨海鉄道大洗駅との接続（当面は連絡シャトルバスなど、3章4.(6)参照）

② 長期的な課題となるが、JR勝田駅や常磐線方面への接続

（海浜公園から勝田駅方面などへ路面電車としての延伸も1案）

などが考えられる。

（かつては「水浜鉄道」が、水戸から大洗経由で海門橋を渡り那珂湊まで路面電車が走っておりループを作っていた事実がある。）

(4)市全体のキャッチコピー

ひたちなか海浜鉄道のキャッチコピーとして

「タイムスリップ 昭和・大正・明治・幕末」とある⁽⁷⁾。（「幕末」は反射炉などの遺跡を指す）

旧勝田地区も含めて考えると、市全体のキャッチコピーとして

「ハイテク（勝田地区、常陸那珂港地区）とスロー・レトロ（海浜鉄道・那珂湊地区）が共存するまち」もありうるのではないか。

第2章 参考文献

1. ひたちなか海浜鉄道 ホームページ
<http://www.hitachinaka-rail.co.jp/>
2. ひたちなか海浜鉄道那珂湊線：Wikipedia
3. 茨城交通株式会社 三十年史 昭和52年5月
4. 村井美樹の「極めよソフテツ道☆」
<http://ikkitetsu.blog85.fc2.com/blog-entry-153.html>
5. 「第3セクター鉄道の現況と将来の方向性に関する検討」
運輸政策研究 VOL9 NO1 (2006 Spring)
<http://www.jterc.or.jp/kenkyusyo/product/tpsr/bn/pdf/no32-04.pdf>
6. デュアルモードビークル：Wikipedia
7. 地方鉄道活性化支援サイト 関東の地方鉄道お出かけガイド
http://www.tb.mlit.go.jp/kanto/tetudou/tihou_tetudou/index.html
8. 地方ローカル線の観光ブランド化に関する研究
http://jre.sfc.keio.ac.jp/review17/article/23_rp_Shimoji.pdf
9. タブレット閉塞路線情報
http://detail.chiebukuro.yahoo.co.jp/qa/question_detail/q1253017877
10. 都電荒川線の経営戦略 (ITコーディネータ茨城ホームページ)
<http://www.itc-ibaraki.com/infokeieil.html>
11. 地方鉄道の活性化に向けて
鉄道建設・運輸設備支援機構 平成18.3
<http://www.mlit.go.jp/common/000025880.pdf>
12. 地方鉄道活性化方策の事例と示唆について
地方鉄道活性化・再生に関する研修会資料 日本政策投資銀行 2009.6
http://ipt.jterc.or.jp/koukyou_shien/event/090626kensyu/pdf/01_asai.pdf
・茨城交通湊線の費用便益分析例を記載。バス代替より便益性が高いと分析されている。
(便益をどう計算するかの根拠は不明である)
13. 国交省「地域鉄道に対する国の支援制度」
http://www.mlit.go.jp/tetudo/tetudo_tk5_000001.html
14. 立教イノベーション研究会≫イノ研対談 (2010.3.1)
<http://www.yamada-k-taro.com/innovation-yoshida.htm>

第2章 添付資料

ひたちなか海浜鉄道新駅 住民利用数推計

1. 推計その1

			住民利用期待率				楽観値	5.3%	悲観値	2.1%
No	地区 (字)名	住民数 ⁽¹⁾	「柳沢駅」				「三反田駅」			
			半径 1km ⁽²⁾	人数 ⁽³⁾	半径 800m ⁽²⁾	人数 ⁽³⁾	半径 1km ⁽²⁾	人数 ⁽³⁾	半径 800m ⁽²⁾	人数 ⁽³⁾
1	金 上	1,651	0%	0	0%	0	80%	1,321	70%	1,156
2	三反田	3,370	3%	101	2%	67	70%	2,359	60%	2,022
3	柳 沢	317	90%	285	80%	254	0%	0	0%	0
4	柳が丘	1,086	100%	1,086	90%	977	0%	0	0%	0
5	美田多	202	90%	182	60%	121	0%	0	0%	0
6	合 計	6,626		1,654		1,420		3,680		3,178
7	期待利用者数(楽観値) ⁽⁴⁾			88		75		195		168
8	期待期待利用者数(悲観値) ⁽⁵⁾			35		30		77		67

(1)各地区（字）の住民数。（ひたちなか市住民基本台帳 2011.12.末データ）

(2)想定駅から半径1km、800mでの概略面積比率（地図からの推定）。徒歩15分程度を対象とした。

ただし、鉄道の北側はほとんど水田で住居はないので対象地区、および面積概算から除外。

また南側も水田地帯と住宅地帯の状況も多少加味した。

(3)上記(2)による人数案分。

(4)、(5)右上の利用率の楽観値と悲観値での利用期待率。

(6)利用期待率の考え方は下記とした。

① 1世帯で夫婦と子供2人、老親1人の5名の家族構成を考える。

a. 交通機関による通学者は高校生。

高校生である確率は18才で家を離れるとすれば18年間中の3年間で、6分の1。

したがって住民1名を抽出した時に高校生である確率は、子供である確率（5分の2）のさらに6分の1で、6.7%となる。

b. 通勤者は1名（夫）とすると、20%となる。ただし高齢化によりもっと少ないとの見方もあろうが、逆に夫婦ともの就業の増加もあるので、20%のままとする。

② 楽観値の推定

a. 高校生の半数は自転車通学または、湊地区の高校に通うとして除外すると、勝田方面への鉄道利用は6.7%の半分で約3.3%。

- b. 通勤者は大半がマイカー利用だと思われるが、仮に1割が鉄道にシフトするとすれば2%。
上記を合計すると5.3%。

③ 悲観値の推定

- a. 高校生の従来どおり?の勝田駅までの送迎が2分の1残るとすれば、3.3%の2分の1で1.7%。
b. 通勤者はほとんどマイカーを手放さず、従来の2%が鉄道にシフトするとすれば0.4%。
上記を合計すると2.1%。

④ 現実の高校生では「新駅までは送るから、そこから先は鉄道で行け」となることが期待される。

この場合1kmに限定されない所以对象人口はもっと広がる。

2. 推計その2（半径1km範囲のみ）

上記推計を行った後、幸いにも年齢別の人口動態情報が得られた。（少し古いが）

そのデータから実際の通学通勤者を求め、下記を試算した。

（平成17年（2005年）国勢調査。500mメッシュ）

「柳沢駅」相当地点 半径1km人口動態				「三反田駅」相当地点 半径1km人口動態				
年齢層	居住人口	昼間人口	差	居住人口	昼間人口	差		居住と昼間の差が通勤通学者
15～19	69	8	61	238	19	219		←高校生
20～64	1,159	525	634	3,041	1,437	1,604		←通勤者（学生含）
その他 含めた計	1,813	1,048	765	4,955	2,498	2,457		

楽観値、悲観値の設定率は推計1と同じ

楽観値	高校生2分の1利用	31	同左	110	← 推計その1の1km数値 （柳沢88.35）、（三反田 195.77）より低い数値 も一部あるが、それほ ど大差はない。
	通勤客10%利用	63	同左	160	
	合計	94	合計	270	
悲観値	高校生4分の1利用	15	同左	55	
	通勤客2%利用	13	同左	32	
	合計	28	合計	87	

第3章 那珂湊商店街活性化について

1. 現状分析

(1) 那珂湊の歴史

江戸時代、那珂湊は仙台東北地方から江戸への基幹物流路の廻船中継地で、東北産品を供給する港町としてその繁栄は水戸をも上回り、「西の大阪、東の那珂湊」と謳われたこともあったそうである。

しかし、その後、鹿島灘経由銚子航路も開発され大勢は次第に銚子へ移った。また、明治維新後は徐々に鉄道幹線が整備され、常磐線が開通すると舟運はすたれ、商港としての存在から漁港へと変化した。

戦後昭和20年代になると那珂川河口の良港として大型漁船を導入した遠洋漁業で、街は再び活況した。特に当時のサンマ漁に大型船を投入して関東から北海道沖での遠洋漁撈を確立して歩留り日本一と言われた。

しかし、食料嗜好の変化と漁業資源の衰退にともない更なる遠洋にまぐろを求め、より大型船化がすすみ、那珂湊では冷凍倉庫施設や仲卸の不足のため、大型所属船は廃業、壊滅した。

現在は、那珂湊漁港は中小型船中心で水揚げ高も徐々に縮小し、漁港としての存在感は弱まったが、漁港の隣接地に那珂湊おさかな市場ができ、その知名度は茨城県内だけでなく、近県でも高く、観光バスやマイカー客で大いに賑わっている。

このように江戸時代には、豪商を輩出した東日本を代表する街であり、当時は多くの屋敷や土蔵が並んでいたようである。今でも昔の風情を残す住居が散在しているが、その町並みの多くが昭和22年の大火災で焼失してしまった。

(2) エリア分析（外部環境分析）

那珂湊商店街を取り巻く外部環境（那珂湊の人口・商店街の問題・周辺の観光施設・近隣の量販店）について分析する。

図3-1 かつて活況を呈した那珂湊



出典：写真集那珂湊史

図 3－3 那珂湊商店街の周辺図

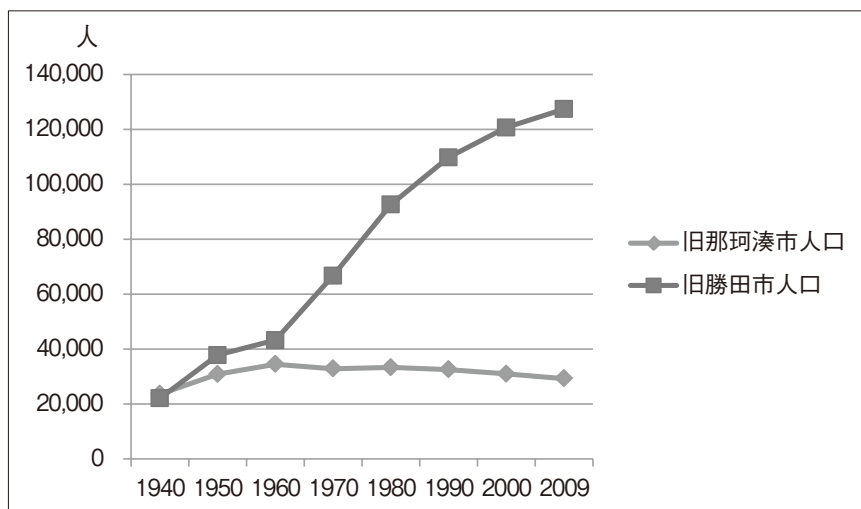


① 那珂湊の人口

1) 人口動向

ひたちなか市の人口は、1940年45,728人（旧勝田市と旧那珂湊市の合計）だったものが、2009年には156,651人と69年間で3.2倍に増加した。人口が増加したのは旧勝田市で、1940年22,106人だったものが、2009年には127,400人になった。旧勝田市には、那珂工場、水戸工場、佐和工場、東海工場と日立製作所の工場が立地しており、日立製作所の企業城下町として人口が急激に増加した。一方旧那珂湊市の人口は、1940年23,623人だったものが、1960年には34,544人に増加したが、1960年ごろから減少傾向に転じ、2009年には29,251人になった。旧那珂湊市は、基幹産業である水産業が1970年代ごろから厳しい状況にあり、また、旧勝田市と比較すると企業の立地も少ないことが、人口流失の原因と考えられる。

図 3－3 人口の推移

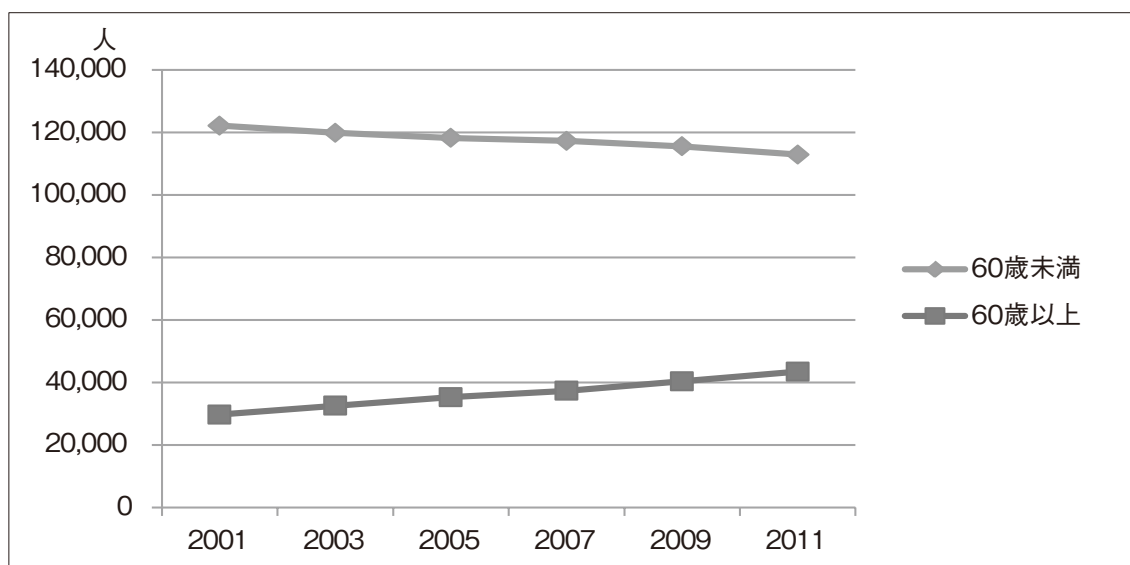


出典：「統計ひたちなか」をもとに作成

2) 人口構成

ひたちなか市の人口構成は、10年前と比較すると60歳未満では2001年122,206人、比率で80.4%だったものが、2011年には115,572人、比率で72.2%に減少している。一方60歳以上は2001年29,736人、比率で19.6%だったものが、2011年には43,455人、比率で27.8%に増加している。特に80歳以上は2001年4,430人、比率で2.9%だったものが、2011年には7,552人、比率で4.8%と大幅に上昇した。全国的な傾向だが高齢化が進んでいる。那珂湊地区（旧那珂湊市）は更に高齢化進んでいると予測される。

図3-4 人口構成の推移〈1〉



出典：「統計ひたちなか」をもとに作成

図3-5 人口構成の推移〈2〉

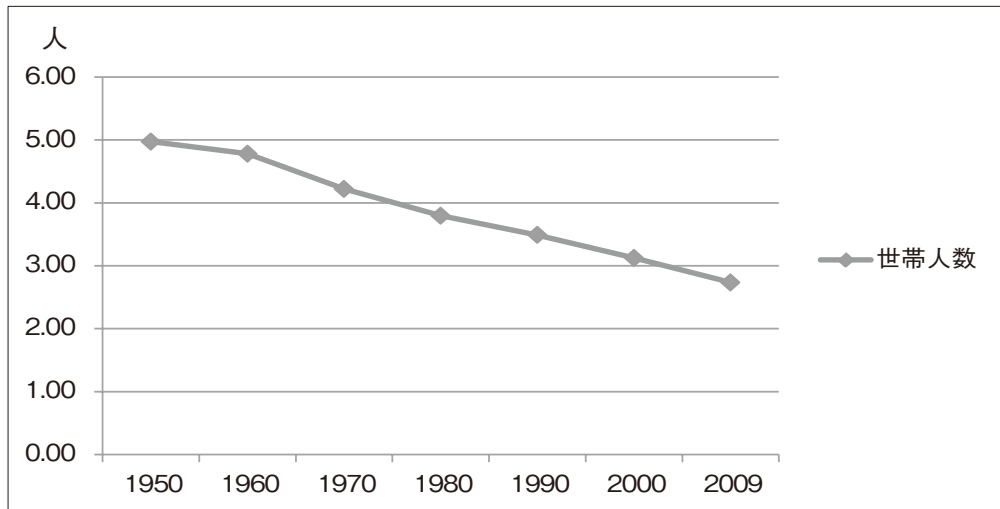
	2001.1		2003.1		2005.1		2007.1		2009.1		2011.1	
	人口	比率	人口	比率	人口	比率	人口	比率	人口	比率	人口	比率
～19歳	34,161	22.5%	34,155	22.4%	33,514	21.8%	32,848	21.2%	32,606	20.9%	31,898	20.4%
20歳～39歳	45,838	30.2%	44,426	29.1%	43,952	28.6%	43,430	28.1%	41,845	26.8%	39,561	25.3%
40歳～59歳	42,207	27.8%	41,310	27.1%	40,784	26.6%	41,052	26.5%	41,121	26.4%	41,493	26.5%
60歳～79歳	25,306	16.7%	27,786	18.2%	29,893	19.5%	31,119	20.1%	33,382	21.4%	35,903	23.0%
80歳～	4,430	2.9%	4,779	3.1%	5,415	3.5%	6,247	4.0%	6,998	4.5%	7,552	4.8%

出典：「統計ひたちなか」をもとに作成

3) 世帯人数

那珂湊地区（旧那珂湊市）の世帯人数は、1950年1世帯4.97人だったものが、2009年には2.74人になり、60年間で約半分になり核家族化が進んでいる。核家族化により、高齢者や高齢者のみ世帯が増加しており、高齢者のみ世帯にたいする生活支援が社会的な課題となっている。

図3-6 世帯人数の推移



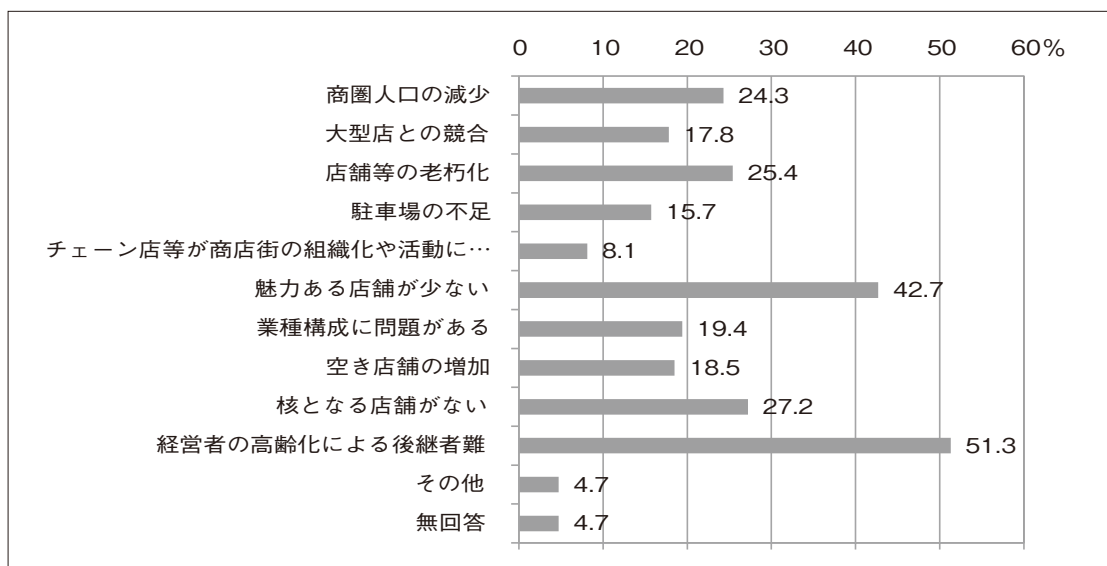
出典：「統計ひたちなか」をもとに作成

② 商店街の問題

「平成21年度商店街実態調査報告書」によれば、商店街が抱える問題の1番目は「経営者の高齢化による後継者難（51.3%）」、2番目は「魅力ある店舗が少ない（42.7%）」、3番目「核となる店舗がない（27.2%）」となっている。那珂湊商店街においても同様な問題を抱えており、問題解決を各店舗に任せるのではなく、商店街としても取り組む必要がある。

商店街が抱える問題についての傾向は、平成12年度以前は、「大型小売店舗による影響」など外部的な要因によるものが大きな割合を占めていたが、平成15年度以降は、「後継者難」、「魅力ある店舗が少ない」など内部的な要因によるものが、大きな割合を占めている。

図3-7 商店街の抱える問題



出典：平成21年度商店街実態調査報告書

図３－８ 商店街の抱える問題の推移

	最も多かった回答	二番目に多かった回答	三番目に多かった回答	設定回答数
平成7年度	大規模店に客足が 取られている。 [75.7%]	後継者難 [63.9%]	大規模店出店 ラッシュに押され気味 [60.6%]	回答は複数選択
平成12年度	魅力ある店舗が少ない [72.8%]	大規模店に客足が 取られている。 [72.3%]	商店街活動への事業者 の参加意識が薄い [65.0%]	回答は複数選択
平成15年度	経営者の高齢化等による 後継者難 [67.1%]	魅力ある店舗が少ない [66.3%]	商店街活動への事業者 の参加意識が薄い [55.7%]	回答は複数選択
平成18年度	魅力ある店舗が少ない [36.9%]	商店街活動への事業者 の参加意識が薄い [33.4%]	経営者の高齢化等による 後継者難 [31.4%]	回答は主なものを 3つまで選択
平成21年度	経営者の高齢化による 後継者難 [51.3%]	魅力ある店舗が少ない [42.7%]	核となる店舗がない [27.2%]	回答は主なものを 3つまで選択

出典：平成21年度商店街実態調査報告書

③ 周辺の観光施設等

那珂湊商店街の周辺には、年間100万人以上の集客力を誇る那珂湊おさかな市場、ひたち海浜公園、アクアワールド大洗水族館や海水浴客で賑わう阿字ヶ浦海水浴場など県内有数の観光施設が集結している。

1) 那珂湊おさかな市場

那珂湊漁港に隣接する「那珂湊おさかな市場」は、新鮮な魚介類をリーズナブルな価格で販売する量販店街として人気があり、関東を代表する観光市場として県内外からの観光客で賑わっている。

また、旬の海鮮料理や、大きく新鮮な魚介類が自慢の回転すしなど、港町ならではのお食事処も多数軒を連ねている。

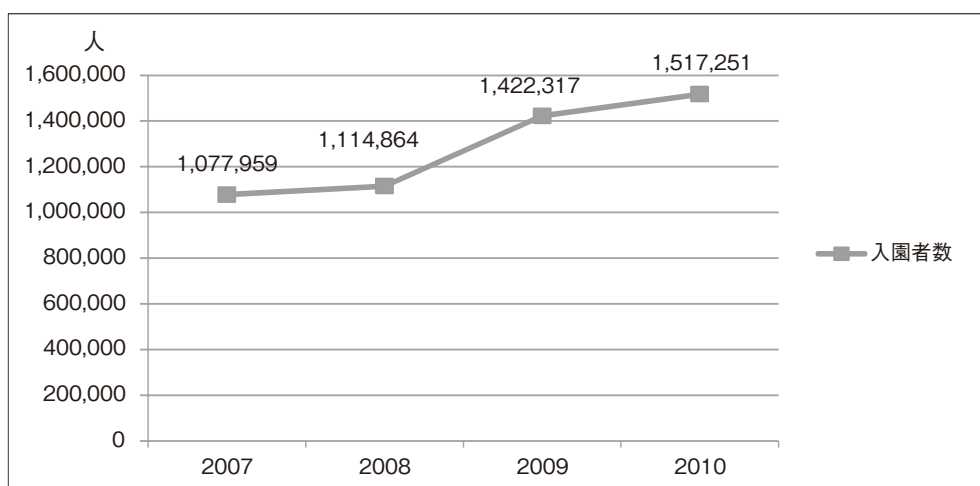
図３－９ 那珂湊おさかな市場



2) ひたち海浜公園

ひたち海浜公園は1991年に開業した国営公園で、総面積350haのうち160.4haが開園しており、近年入園者数は大幅に増加し、2009年は1,515,251人の入園者数があった。園内には各所に大規模な花畑があり、春の花々が次々とバトンをつなぐスプリングフラワーリレーは特に人気が高い。また、毎年8月には日本最大の野外ロック・ポップ・フェスティバル「ROCK IN JAPAN FESTIVAL」が開催される。

図3-10 ひたち海浜公園入園者状況



出典：「統計ひたちなか」をもとに作成

3) アクアワールド大洗水族館

アクアワールド大洗水族館は太平洋に面した全国でもトップクラスの大型水族館である。シンボルにもなっているサメは50種類以上を飼育、マンボウ水槽は専用水槽サイズ日本一を誇っている。8年連続年間入場者数100万人を達成している。

4) 常陸那珂港

ひたちなか市と那珂郡東海村にまたがる重要港湾で、北関東自動車道によって北関東を中心に各地へ直結され、関東地方における海運の拠点となることが期待されている。周辺には、東京電力火力発電所、コマツ茨城工場、日立建機常陸那珂臨港工場などが稼働している。

5) その他

北関東自動車道が2011年3月19日に全線開通し、物流環境が大きく向上し、経済や産業の発展、観光誘客、地域振興などさまざまな効果が期待される。

④ 近隣の量販店

那珂湊商店街の周辺には、県内有数の大規模な商業施設がある。

1) ひたちなか地区の商業施設

ひたちなか地区は、都市ゾーン、レクリエーションゾーン、港湾ゾーン、産業ゾーンと大

きく4つのゾーンに分けて開発が進められており、都市ゾーンには、大型ショッピングセンターが立地している。

- ・ジョイフル本田ニューポートひたちなか店は、ジョイフル本田の中で最大規模の店舗で、敷地面積は東京ドーム4.8個分に相当する。

- ・TOHOシネマズひたちなかは、10スクリーン、総座席数約1700席のシネマコンプレックスである。

- ・ファッションクルーズニューポートひたちなかは、2006年7月にオープンした、ショッピングモールで、約100店のテナントが入っている。

2) 大洗町の商業施設

大洗町は、茨城県随一の観光地であり、2007年度には約567万人が訪れた。

- ・大洗リゾートアウトレットは、茨城県内初のアウトレットモールとして2006年3月に開業した。

- ・大洗漁港前にある大洗海鮮市場やかねふく「めんたいパーク」など海産物や水産加工品を取り扱う店舗や飲食店が立ち並んでいる。

⑤ 東日本大震災の影響

東日本大震災で、ひたちなか市周辺の観光施設も大きな被害を受け、さらに東京電力福島第1原発事故の風評被害等で観光客は大幅に減少している。震災直後と比較すると観光客数は回復しているものの、震災前の状況までには戻っていない。

市町村などが中心となり観光客の呼び戻しに努めているが、十分な成果は上がっておらず、厳しい状況を打開するには、関係施設が連携し取り組む必要があり、現在その気運が高まっている。

図3-11 大洗町の津波



出典：ナショナルジオグラフィックニュース

(3)「那珂湊」イメージアンケート調査

P75にある「実施期間」「アンケート方式」「アンケート様式」で、茨城県内外合計172名にアンケート調査を行った。

①「那珂湊」の認知度

「那珂湊」という地名は茨城県内では92%が認知しており、県外でも70%の方が認知している。県外の20歳代、30歳代でも50%以上の認知率があり、勝田市と那珂湊市が合併してから既に17年経過していることを考えれば、認知度は非常に高い。

「那珂湊」を知っていますか？

	総数	知ってる	知らない
茨城県	122	112	10
群馬県	35	20	15
栃木県	8	5	3
その他県	7	3	4
総計	172	140	32

	総数	知ってる	知らない
茨城県	100%	92%	8%
群馬県	100%	57%	43%
栃木県	100%	63%	38%
その他県	100%	43%	57%
総計	100%	81%	19%

② 周辺施設も含めた利用経験

那珂湊おさかな市場、アクアワールド大洗水族館、ひたち海浜公園、ジョイフル本田とも、全体では58%～69%で3人に2人は行った経験があり、県外でも、那珂湊おさかな市場28%、アクアワールド大洗水族館22%、ひたち海浜公園34%の方が訪れている。一方残念ながら、商店街や那珂湊駅は県外の観光客はほとんど訪れていない。

行ったことがありますか？

	総数	おさかな市場	アクアワールド	ひたち海浜公園	ジョイフル本田	那珂湊駅	那珂湊の商店街
茨城県	122	86	94	102	100	41	47
群馬県	35	10	6	11	1		
栃木県	8	3	3	5	1	1	1
その他県	7	1	2	1	2	0	0
総計	172	100	105	119	104	42	48

	総数	おさかな市場	アクアワールド	ひたち海浜公園	ジョイフル本田	那珂湊駅	那珂湊の商店街
茨城県	100%	70%	77%	84%	82%	34%	39%
群馬県	100%	29%	17%	31%	3%	0%	0%
栃木県	100%	38%	38%	63%	13%	13%	13%
その他県	100%	14%	29%	14%	29%	0%	0%
総計	100%	58%	61%	69%	60%	24%	28%

③「那珂湊」のイメージ

上記の質問は選択ではなく、記述式で自由に記入してもらった回答をまとめたものであるが、半数の方が「那珂湊おさかな市場もしくは魚、海鮮」をイメージしている。次いで「漁港もしくは港町」、「海もしくは海水浴」といったイメージが多い。なお、県外の方は、大洗海水浴場や、近辺の施設とイメージがだぶっていると思われる。

「那珂港」のイメージは？

	総数	市場・ 魚・寿司	漁港 港町	海 海水浴
茨城県	122	70	31	20
群馬県	35	11	1	3
栃木県	8	3	1	2
その他県	7	2		1
総計	172	86	33	26

	総数	市場・ 魚・寿司	漁港 港町	海 海水浴
茨城県	100%	57%	25%	16%
群馬県	100%	31%	3%	9%
栃木県	100%	38%	13%	25%
その他県	100%	29%		14%
総計	100%	50%	19%	15%

その他のイメージ

観光地	6	アクアワールド	2
寂れている、古い	6	渋滞	2
干しいも	4	クジラの大ちゃん	2
海浜公園	3	大洗	2
釣り	3	ショッピングモール	1
駅猫おさむ	3	ローカル列車	1
やきそば	3	水産業	1
ロックフェスティバル	2	アザラシなかちゃん	1

外部環境の問題点

○那珂湊地区の人口減少と高齢化

那珂湊地区は人口の減少及び高齢化が進んでおり、今後更に顧客の減少が予測される。

○魅力ある観光資源

那珂湊商店街の周辺には、那珂湊おさかな市場をはじめ県内有数の観光資源があり、県内外から多数の観光客が訪れている。

○原発事故による風評被害

東京電力福島第1原発事故の風評被害等の影響で、観光客は大幅に減少しており、連携してこの苦境を乗り越えようとする気運が高まっている。

(4)商店街分析（内部環境）

今回、商店街活性化の提案にあたり、提案の対象を那珂湊商店街とする。那珂湊商店街の定義は、那珂湊駅から那珂湊おさかな市場前を中心とする周辺の店舗（湊本町通り商店街や明神町商店街を含む）とする。商店街の範囲を広くとる理由は、湊本町通り商店街は49店舗、明神町商店街は14店舗と既存の商店街では、新たな取り組みを行うためには経営資源が乏しく、規模を大きくすることにより新たな取り組みに対する実行性や継続性が高まるからである。

商店街分析は、湊本町通り商店街や明神町商店街を中心に商店街の状況や経営者について分析する。

図3-12 湊本町通り商店街



① 商店街の状況

1) 店舗数推移

商店街の店舗数は10年前と比較して湊本町通り商店街は15店舗減少し49店舗、明神町商店街15店舗減少し14店舗となり、商店街を取り巻く環境の厳しさを物語っている。

明神町商店街においては、10年前29店舗あったものが、写真館、洋品店、食堂、靴屋、酒屋等が廃業し、さらに東日本大震災後は、味噌店、豆腐店等が廃業し現在14店舗となっている。

2) 商店街の業種構成

商店街の業種構成は、湊本町通り商店街・明神町商店街ともに小売業が半数以上を占めており、小売業のうち大部分は食品関係の店舗である。また、湊本町通り商店街には、飲食店が1店舗もない。

両商店街とも、ほとんどの店舗が、地元住民を顧客として営業している。

図3-13 湊本町通り商店街の業種構成の推移

	小売業※				卸売業	飲食業	サービス業	その他	合 計
	食品	衣服	生活	情報					
平成13年 (10年前)	17	8	6	0	5	2	7	19	64
平成23年 (震災前)	16	8	4	0	6	2	5	12	53
平成24年 (現 在)	15	8	4	0	5	0	5	12	49

図 3-14 明神町商店街の業種構成の推移

	小売業※				卸売業	飲食業	サービス業	その他	合 計
	食品	衣服	生活	情報					
平成13年 (10年前)	9	8	4	0	2	5	1	0	29
平成23年 (震災前)	8	3	1	0	1	3	1	0	17
平成24年 (現 在)	6	3	1	0	0	3	1	0	14

※小売業の区分

食品：野菜－魚－肉－果物－菓子－パン－米－

衣服：洋品－靴－傘－和服－

生活：家庭用電気機械器具－家具－寝具－食器－金物－工具－

情報：本－音楽－

② 空き店舗の状況

空き店舗の増加が全国の商店街で問題となっているが、湊本町通り商店街においては3店舗、明神町商店街においては7店舗が空き店舗になっている。

空き店舗の存在は、歯抜けと呼ばれるような商店街の連続性の欠如や、不足業種が発生するなど商店街の魅力の低下を招き、ついでに集客力の低下につながるものであり、空き店舗対策に積極的に取り組む必要がある。

③ 経営者の状況

「平成21年度商店街実態調査報告書」において商店街の問題とされた、「経営者の高齢化による後継者難」、「魅力ある店舗が少ない」、「核となる店舗がない」は、湊本町通り商店街・明神町商店街にも言えることで、特に「経営者の高齢化による後継者難」が大きな問題となっている。60歳以上の経営者で、後継者がいる店舗は、湊本町通り商店街・明神町商店街ともに半数程度で、今後更に店舗数の減少が懸念される。

図 3-15 湊本町通り商店街の経営者の状況

	小売業※				卸売業	飲食業	サービス業	その他	合 計
	食品	衣服	生活	情報					
経営者が 60歳未満	3	0	1	0	0	0	0	1	5
経営者が 60歳以上	12	8	3	0	5	0	2	11	41
うち後継者 がいる	5	2	2	0	5	0	0	8	22
経営者の年齢は不明	0	0	0	0	0	0	3	0	3

図3-16 明神町商店街の経営者の状況

	小売業※				卸売業	飲食業	サービス業	その他	合 計
	食品	衣服	生活	情報					
経営者が60歳未満	1	0	0	0	0	0	1	0	2
経営者が60歳以上	5	3	0	0	0	3	1	0	12
うち後継者がいる	3	1	0	0	0	1	1	0	6
経営者の年齢は不明	0	0	0	0	0	0	0	0	0

④ 商店街の集客イベント

湊本町通り商店街・明神町商店街においては、「スタンプラリー」「Do nightマーケット」などの集客イベントを実施している。

イベントにおける来場者の数は、普段からの顧客との信頼関係が大きく影響し、普段から顧客との関係が良好ならばイベントも着実な集客が見込めるが、普段の顧客との人間関係が構築できていないと余程の企画を考えないと人は集まらない。Do nightマーケットは、地域に根差したイベントとして長く続いており、顧客との良好な関係がうかがえるが、商店街の活性化のためには新たな集客イベントを企画する必要がある。

図3-17 集客イベント

イベント	時 期	参加数	内 容
スタンプラリー	毎月第3土曜日	70店	その日の3軒のレシート添付で抽選会
Do nightマーケット	毎月第3土曜日	50店	模擬店、フリーマーケットの出店、子供ゲーム、音楽演奏など手作りイベント

内部環境の問題点

○店舗数の減少と空き店舗の増加

廃業する店舗が後を絶たず、一方新たに開業する店舗がないため、店舗数が減少するとともに、空き店舗が増加している。

○経営者の高齢化と後継者不足

経営者の高齢化が進む一方、後継者不足が発生しており、今後更に店舗数の減少が予測される。

○商店街としての活動不足

一部の店舗では積極的に集客活動に力を入れているが、商店街としての集客活動は不足している。

2. 成功事例の考察

商店街の衰退化が始まって以来、全国の多くの商店街が活性化あるいは賑わいあふれるまちづくりに取り組んできた。その過去の活性化事例から成功のポイントを探してみる。なお、具体例は第3章－4に記載する。

(1) 商店街活性化に求められているもの

地域商店街活性化法で求められる事業内容は主に以下の2点である。

① 商店街を利用する住民の需要に応じて行う事業であること。

少子高齢化に対応した子育て支援、高齢者への宅配事業、コミュニティセンターの運営など地域社会を支える機能であり、多くの商店街が多彩な事業を展開している。しかし事業として成立しているものはそれほど多くないと推定される。事業としては継続性が大事であり、万一事業撤退となれば取り組み以前以上に状況が悪くなることも考えられる。

② 商店街活性化の効果が見込まれること。

郊外量販店と差別化を図り、競争優位性を築くことで来訪者を増加させ、空き店舗対策や商店街および個店の売り上げを増加させることなど本来的な商業面の効果をもとめるものである。

(2) 活性化策の種類

商店街や地域の活性化には、観光や、農商工連携による新産業の立ち上げ、高齢化対策やエコなど多くのテーマがあるが、活性化策の種類には大きく分けて以下の3パターンに分けられる。

① 現状維持型（ソフト事業中心）

あまり資金をかけず現状のままで活性化を目指すもの。地域物産展・空き店舗対策・イベント対策など。資金をかけての活性化は多大なリスクをもつことになるが、商店街は独立した経営者の集合体のため、リスクをとりづらく、まずやれることから実施するというパターンである。

② コンバージョン型

①の現状維持型から取り組み、次の段階で景観整備などに取り組むもの。①のソフト事業が成功すれば、活性化事業に否定的な意見から賛同して協力する人が増え、また地域住民や企業、行政との連携も進み、景観整備へと成長させるパターンである。

③ 再開発型（ハード事業）

従来の商店街や街を近代的エリアへと再生させるもの。行政がからむ大規模な再生策もあるが、行政が主導となり、箱物の建設で終わってしまい、逆に地域の個性を失って、再開発しても顧客は集まらないという例も多い。

(3) 成功のポイント

① リーダーシップ

商店街は一企業ではなく独立した経営者の集合体のため、組織として共通の目標に一致団結させることは容易ではない。逆に高齢化し、既に老後のための資産はストックし終えている人

も多く、やる気がなく、自店中心で非協力的な店舗が多い。活性化に対しても総論としては賛成しても、経済的な負担が個店にまでかかってくれば反対という状況になることが多い。こうした店舗、組合員を団結させるには、行動力があり、牽引力、また奉仕の精神で頑張れるリーダーが必要である。また、組合員に強制できない状況でも事業を推進するには、まずは情熱ややる気のあるメンバーだけでも行動を起こし、粘り強くあきらめない精神力で長期的に取り組むことも必要である。成功事例では、いずれもキーマンと呼ばれる推進役となったリーダーが存在する。

② 明確なビジョン・目標

しっかりとした調査と明確な状況診断（SWOT）をおこない、地域性を重視したビジョン・目標を定めること。資金的リスクのあるハード事業はもとより、幅広いテーマが考えられるソフト事業ではなおさら明確なビジョンが必要である。曖昧で抽象的なビジョンであっても、成功しているうちは達成感から団結力は強まるが、明確なビジョンがなければ失敗を繰り返すうちにメンバーのやる気も徐々に薄れ、最終的には元の姿に戻ってしまう。成功事例を見れば、単なるお祭りでなく、明確なビジョン・目的をもって取り組んでいる事例がほとんどである。

③ 個性的な街づくり

中心市街地（商店街）の魅力のトップは「歩いて買い物をすることが楽しいから」。観光客を呼び込むには、この「楽しさ」の点で郊外型量販店との差別化を実現する必要がある。価格など、郊外型量販店の優位な点で競争しても勝つことは難しく、郊外型量販店とは一線を画した付加価値を生み出す必要がある。地域の個性を失わず、個性を磨くことにより、また地域にふさわしい手段を選び、郊外型量販店に競争的優位性を持つことが必要である。

④ 補助金に頼らない

過去の地域活性化例では、補助金があるから何かやるといった補助金依存で明確なビジョンが無く、一過性の活動の繰り返して、結局活性化に結実しないパターンが多い。また行政主導もしくは外部シンクタンクのたてた活性化策は、あるべき姿を計画するばかりで、地域のニーズ、商店街や住民が本当に情熱を傾けられる企画は少ない。また現在、ばら撒きの補助金自体も削減傾向である。今後は地域の商店街、住民が主役となり、補助金がもらえるからではなく、商店街がやらなければならない事業に取り組む、内発的なまちづくりが必要である。逆に、自助努力に根差した事業気運の高まりがない限り財源があっても活性化は難しい。

ただし、補助金は否定するものではない。現実的には多くの商店街で、活性化させるための財源は不足しており、必要な補助金を有効に活用していくことも大事である。なお、補助金は全額が補助されるものではなく、一定の負担は必要になる。負担金額が小さければ補助金額も小さくなり十分な活性化策が実行できないこともあり、一定の負担（リスク）は必要である。

⑤ 住民・企業・行政との協力・連携

商店街の活性化は地域活性化の大きな鍵といえるが、街の魅力は商店街だけでつくることは難しい。地域社会そのものがテーマとなる。よって商業関連だけの取り組みでは実現は不可能であり、また、商店街の衰退の原因や、現在の厳しい経済の状況下では、現実的には商店街や個店の経営資源の制約もある。これらを考慮すれば、商店街同士も競合ではなく連携し、さらに住民や企業、NPO、行政、または高校や大学など様々な主体の参画・連携・協力が不可欠である。過去の事例でも、地域一丸となって連携して取り組んでいることが成功の鍵となっている。

3. 環境分析に基づく商店街活性化の方向性

(1)SWOT分析

商店街の内部環境の「強み」と「弱み」、外部環境の「機会」と「脅威」

内 部 環 境	強み	外 部 環 境	機会
	[地域] ・那珂湊はタコ加工日本一を誇る、魚介類の加工工場がある ・近隣に集客力のある施設が近隣にある ※ひたち海浜公園・那珂湊おさかな市場・アクアワールド大洗水族館 [ブランド] ・みなとやきそばが雑誌等に取り上げられている [イベント] ・Do nightマーケットなど人気があり、長期間続いているイベントがある		[地域] ・ひたち海浜公園・那珂湊おさかな市場・アクアワールド大洗水族館は、いずれの施設も100万人を超える集客力がある ・ひたちなか海浜鉄道の利用者が増加している [連携] ・那珂湊おさかな市場との連携機運が高まってきている [その他] ・北関東自動車道が全線開通した
	弱み		脅威
	[地域] ・年末やゴールデンウィークは道路が渋滞する [サービス、商品] ・品揃えが顧客のニーズを満たしていない [組織、人的資源] ・商店街振興の意識が低い ・那珂湊おさかな市場などとの連携意識が弱い [店舗] ・核店舗がない ・空き店舗がある ・後継者がいない店舗が多い ・経営者の高齢化が進んでいる ・プロモーション力が低い		[地域] ・漁業の衰退 ・59歳以下の人口が減少している ・東日本大震災の風評被害で観光客が減少している ・周辺に大規模な商業施設がある

(2)ドメイン

① 現状のドメイン

那珂湊商店街の内部環境分析、外部環境分析、SWOT分析を実施した結果、ドメイン（事業領域）が明らかになる。

商店街の現状のドメインを確認し、次に、今後のビジョンや経営計画を達成するための新しい事業価値すなわち新ドメインを再定義する。

●誰に（顧客）

地域の住民が中心。顧客が減少している。

●何を（ニーズ）

昔と変わらぬ商品・サービスを提供している。中には新たな商品・サービスを提供している店もある。

●どのように（コアコンピタンス）

大部分の店舗が顧客が来るのを待っている。

② 新ドメイン

現状ドメインを見直し、商店街に賑わいを取り戻すため、新ドメインを定義する。

●誰に（顧客）

既存のお客に加え、那珂湊おさかな市場のお客100万人を加える。

●何を（ニーズ）

那珂湊の伝統・文化・水産物をテーマにした商品やサービスを提供する。

●どのように（コアコンピタンス）

地域の観光地化・ブランド化を強化する。

ターゲット是那珂湊おさかな市場のお客100万人。那珂湊の伝統・文化・水産物をテーマに、地域の観光地化・ブランド化をはかる。

ひたちなかならではのテーマ+100万人が街に立ち寄る仕掛け
⇒レトロな湊町+茨城グルメ

購買環境が様変わりしている中で、現状はコモディティー商品（差別性のない普及品）主体で、従来の商店街では量販店との差別化を図ることは難しい。買い物においてはあえてコミュニティを避ける風潮さえある。人口も減少し、商店街の各店主の経営者が高齢化している現在、新たな取り組みを行わなければ、昔のような商店街の賑わい復活は困難と考えられる。

那珂湊商店街には多くの問題点や弱みがある一方、他の商店街にはない強みがある。すぐ目の前に100万人以上の観光客がおり、この観光客自体が最大の地域資源である。商店街の立地

の良さを生かし、いかにこの観光客を引き付けるか、要はいかに観光地化するかである。観光客を引き付けるには那珂湊ならではの物語性を加える。すなわち、普段ではない特別のシーンの演出である。

過去の歴史を振り返れば、那珂湊は水戸にも勝る「西の大阪、東の那珂湊」と呼ばれ、戦後はサンマの水揚げで全国有数の漁港であった。那珂湊イメージ調査でも市場・魚について港町、漁港というイメージが強い。残念ながら戦後の大火で歴史的建造物の多くが失われてしまったが、住民の心には全国有数の商港・漁港の文化が残っているはずである。そして現在のイメージ「市場・魚」ともつながり、繁栄していたころの那珂湊、商港もしくは漁港が一つのテーマとして考えられる。キーワードの一つは懐かしさでもあり、若者にとっては古くて新しいものともいえる。

那珂湊商店街の周辺にある那珂湊おさかな市場・ひたち海浜公園・アクアワールド大洗水族館や海水浴場などの観光地は、いずれも茨城県内のみならず、海の無い栃木・群馬・埼玉県からも多くの観光客が押し寄せている。北関東自動車道の開通で今後さらに期待ができる。観光客にとっておさかな市場は魅力があり、その魅力は新鮮な魚が安く買えて食べられることである。お魚でバッティングしない、逆に相乗効果を得られるものを考える。しかしお魚以外でとなるとインパクトはどうしても落ちてしまう。よって、お魚を含め茨城県の様々な魅力をテーマにしてみる。先の「レトロな湊町」との組み合わせで観光客に大きなインパクトが与えられるのではないか。

4. 地域観光地化具体策

大手小売業チェーンでさえ非常に厳しい状況で、中小零細小売店中心の一般商店街が商業自体の魅力のみで競争優位性を確保していくことは困難である。それには個店や商店街全体の本質的な商業自体の魅力をテコ入れするとともに、地域資源を活用することが有効であり重要である。おさかな市場をはじめ、近隣施設に来訪する100万人を超える観光客は他の商店街にはあり得ない地域資源であり、これら観光客を商店街やまち中に回遊してもらうことができれば、賑わいを取り戻し商業売上を増加させ、同時に雇用増と人口増につながり、まち全体を活性化できる。第3章-3の方向性「レトロな湊町と茨城グルメ」に沿って、観光客を商店街にまで立ち寄らせる具体策を考える。

(1)核店舗の導入「那珂湊横丁（仮称）」

現在の湊本町通り商店街や明神町商店街はすべて専門店の集合であり、核店舗となる大型店も複合施設もない。商店街に来訪したお客を店内に引き入れることは個店の努力の範囲であるが、個店の努力だけでは商店街に来訪する人数を増やすことは簡単ではない。ターゲット（観光客）にとって商店街としての魅力を高める機能・業種・業態を含み、競争力を強化するような拠点（核

店舗)の導入が重要かつ有効と考える。

① テーマ

「レトロな湊町」と「茨城グルメ」。

② イメージ

かつての江戸時代、明治時代的那珂湊を再現した商業施設。【参考1 おかげ横丁】

茨城県の主要な特産品や土産品がすべて揃っている。【参考2 ひろめ市場】

多くのお店があり、多くの人がいて、見ていて楽しい。居心地の良い休憩場所。

“横丁風”で賑わいのあるイメージ。【参考3 横丁風】

③ 施設構成

・飲食店、土産店、県内特産品店

・生産者直接販売（有機野菜のみを扱い、他の産直と差別化する）【参考4 産直】

・カフェ・休憩設備（おさかな市場ではゆっくりと休める施設はない）

・イベント広場（単にイベントのためのスペースではなく、観光客が座って話でもしながら休めるような居心地の良いスペース。賑わいがあって楽しいという感覚がもてる広場）

④ 屋台村案

上記①～③はしっかりとした建築施設をイメージしており、箱物建設はかなりの投資となるが、「屋台村」なら比較的投資が小さくてすみ、帯広市の「北の屋台」などが参考になる。ただし、「北の屋台」は長期間にわたる綿密な調査・研究の上での開業であり、しっかりとした調査・研究さらに人材や運営組織が必要なのは同様である。【参考5 北の屋台】【参考6 みろく横丁】

【参考1】伊勢市「おかげ横丁」

おかげ横丁は三重県伊勢市の伊勢神内宮前のおはらい町にある江戸時代末期から明治時代初期の門前町のまち並みを再現した観光地。お蔭参りで賑わった頃のまち並みという統一したテーマの元で造られている。伊勢志摩の特産物や土産を扱う物販店を中心に45店が営業。おかげ横丁設立前の1992年には32万人だったおはらい町の往来者数は、おかげ横丁設立とともに増加し、2010年の来園者数は4,410,000人（『平成22年伊勢市観光統計』）。店舗数：45店舗 施設構成：28棟（飲食10店舗 物販31店舗 美術館・資料館・計4館）。まちづくりや商店街振興という規模をはるかに超えているが、お伊勢参りの観光客という資源をいかした参考例であり、最終的に目標としたい事例である。



出典：伊勢内宮前おかげ横丁ホームページ

【参考2】高知市「ひろめ市場」

ひろめ市場は、和洋中様々な飲食店約40店舗、お土産物屋さんや洋服屋さんなどの物販店約20店舗が混在する、大きな屋台村のような施設で、イベント広場もある複合施設。入店者は各店舗で買った飲食物をゾーン内に設けられたイスに座って自由に食べることができる。来客は平日でも1万人前後、週末は2～3万人もの人が集まる。



出典：ひろめ市場ホームページ

【参考3】横丁風（飲食店）

局地的にブームを巻き起こしている横丁型開発。自分らしい飲食スタイルの解を横丁に求めている市場の声も強く、ブームから定着しつつある。



“江戸” がテーマ「羽田空港江戸前横丁」



“横浜” がテーマ「ハマ横丁」



“産直” がテーマ「有楽町産直飲食街」



“肉” がテーマ「渋谷肉横丁」



被災から復興を目指して、復興屋台村「気仙沼横丁」

【参考4】生産者直接販売

安心を求め、道の駅や産直野菜の直売所が集まる「マルシェ」など生産者直接販売が増えている。こだわりの野菜・果物を生産者が直接お届けするマーケットが人気。生産者とのコミュニケーションが安心・信頼感を生んでいる。



出典：マルシェ・ジャポンホームページ

【参考5】帯広市「北の屋台」

自分達の資金と行動力でまちづくりに参加しようという人々やまちづくり団体等が集まり、「まちづくり・ひとづくり交流会」を設立。「街には中心部というへそが必要である」という共通認識を持つに至り、商業や街の歴史の研究しながら最終的に「屋台」というキーワードを見つけて、2001年オープン。年間18万人の来客と売上3億円を超える人気スポットとなっている。



出典：北の屋台ホームページ

【参考6】 八戸市「みろく横丁」

当初は環境保全対応から生まれた環境にこだわる屋台村「みろく横丁」。全国から注目され、視察・講演依頼があいついでいる。

出典：八戸屋台村みろく横丁ホームページ



みろく横丁風景



みろく横丁風景



エコ掲示板

(2)景観整備

東京大学堀繁教授の平成20年度茨城県都市計画協会講習会「景観からのまちづくり」での講演で、誰もが行ってみたいくなる街として以下の4点を上げている。

① 道が歩いて楽しい

車よりも人を大事に、たくさんの休憩スペース、丁寧なデザインによるもてなしの表現。

② 沿道の建物、特に店が見て楽しい

店前を魅力に

③ 滞留拠点があって、休んで楽しい

複数の利用者が同時に使える休憩スペース、飲食などの他の魅力とのセット化

④ 景観が印象的

見たいものが見やすくなっていて、見る場所が居心地よい



「道が歩いて楽しい」といって単に全面石造りにしても、莫大な費用がかかるだけで、決し

て楽しいかどうかとは違う。それは「店を見て楽しい」でも一緒に、新築したからといって楽しくなるわけではない。大事なのはホスピタリティ表現、お客様をもてなす表現が



写真①



写真②

できているかどうかが重要である。例として、写真①では、店先の道路の舗装、花壇や、椅子、ベンチ、昼間でも照明がついている。一方写真②では店先の道路のコンクリがひび割れている。建物自体は明治の文化財であるが、建物だけを見ている方はともかく一般的には、お客様からみてどちらがより魅力的に見えるかが重要である。いらっしゃいと思わせる真心がにじみ出ていることが大事なようである。それなりの投資も必要とはなるが、居心地良く、楽しいと思わせる景観にしていくことが必要である。まずは前述の滞留拠点となる核拠点を整備する。次に景観整備を進めていく。賛同する人が最初は少なくとも、時間をかけて徐々に他の店舗もレトロな那珂湊をテーマに店の魅力を高めていく。統一基準で外装改修も加えながら街全体の景観を整備していく。そして最終的には街全体がレトロな港町に生まれ変わることを目指す。

【参考7】 滋賀県長浜市「黒壁」

長浜市の商店街は、かつて湖北地域15万人の商圈を誇っていたが、月間わずか約4,000人の来街者となるまで衰退。昭和60年代初めに、この街のランドマーク的な建物である「黒壁」が取り壊されると、地元の様々な業種の企業家達が、土地、建物の買戻しと修復資金等で1億3千万円の資本金（長浜市4千万円、民間8社9千万円）で第三セクター「株式会社黒壁」を設



出典：黒壁ホームページ

立。歴史・文化・芸術性・国際性というキーワードから長浜とは縁のないガラスに着目。平成元年、黒壁スクエアが誕生。その後、NHKで紹介され、観光客、特に女性が口伝えで広めたこともあり、来街者が順調に増加した。今では、来街者が年間200万人を迎え、そのうちリピート客が40%強を占める。

黒壁オープン当初は、地元商店街は冷ややかな目で迎えていた。しかし、年々増加していく観光客に、今では黒壁スクエア300メートル四方にシャッターの閉まった店はほとんど無くなった。黒壁直営店の年間売上げは6億円から7億円であるが、地元にとす経済効果は30億円とも言われている。

【参考8】「山梨県身延駅前商店街」

和風をイメージした街並みを創り出すために、関係権利者全員で『身延駅前通り地区建築申し合わせ協定』を結び、10の建築項目を定め、家並みを統一。他にも、まちのあちらこちらに様々な工夫をこらし、「平成の古都」と名付けられた美しい和風の街並みを形成した。

建物は3階以下にとどめ、色は『白・灰・黒』及び『木材の自然色』の範囲に統一。

各戸に『家紋』を表示 屋根は『瓦風』



1階に『庇』をつけた。
(2〜3尺)

銀いぶし瓦に揃え、
自動販売機等、該当
に設置するものは周
囲の風景にあうよう
工夫。

壁の一部に
『なまこ壁』
を用いた。

看板は和風をイメージ
したものを取り付け。
色は『白・黒・茶』の
範囲とした。



消防ホース収納庫



我が国初の郵便ポストを再現



出典：身延駅前しょうにん通り商業協同組合ホームページ

【参考9】境港市 「水木しげるロード」

街内の歩道沿いにアニメ鬼太郎に登場する妖怪オブジェを設置。ユニークな取り組みにマスコミが数多く取り上げ、県内でも有数の観光地になっている。観光対応型の店舗が多数出店し、空き店舗の解消も大きく進んだ。オリジナル商品開発や、JRとタイアップしてJR境港線で関連した列車が運航している。



出典：茨城県いばらきまちづくり通信「つどえ〜る！ 第29号&第30号」
境港市観光ガイドホームページ

(3) イベント

イベントについても目的・位置づけを整理することが必要である。イベントが成功しても活性化につながらないことも多い。イベントの目的も活性化の方向性と連動し、観光地の魅力を底上げすることや、商店街への観光客の誘致が目的となる。イベントが観光客を街に呼び込む機会となり、那珂湊の良さを知ってもらう。また一度訪れた観光客には口コミによる効果も期待できる。

① 「那珂コン」

現在ブームともいえる「街コン」と商店街全域で繰り広げる大バーベキュー祭りを合体させる。

商店街を歩行者天国とし、車道全体を数十メートルのバーベキュー広場とする。那珂湊のイメージである魚をテーマに海鮮のバーベキューを想定した。

元祖ともいえる宇都宮市での「宮コン」は1回に2000名以上が参加し、さらに夜だけでなく、昼のイベントと組み合わせ、街を回遊する仕組みに取り組むなど地域の活性化に大きく貢献している。またエリアの商店街が特売セールなどで連携。さらに行政もからんだ地域活性化に発展させている。茨城県でも水戸市「MITOコン」やつくば市「つくコン」が開催され、応募開始と同時に完売となる盛況ぶりである。現在は日本全国で数多くの「まちコン」が開催されており、那珂湊での開催の場合、交通の便が悪いことを考え、単なる「まちコン」ではなく、さらにグルメイベントを同時に行うことで話題性と魅力を高め、集客力を上げる仕掛けを加える。

【参考10】 グルメイベント



阪神甲子園球場PRポスター 2011年4月

B級グルメは日本から海外へも進出。アジアの屋台や国内の県産牛が集まるイベントも開催。「富士宮やきそば」はニューヨークの歩行者天国で開催されるストリートフェアに出店。用意した5ドルの焼きそば約800食は、約5時間で完売。



出典：富士宮市地域力再生総合研究機構ホームページ

【参考11】 全国各地で街コン

開催地区の複数の飲食店を制限時間内に一定の料金で食べ歩き飲み歩きが可能なものが多い。



出典：宮コン実行委員会、MITOコン実行委員会、湯コン実行委員会の各ホームページ

【参考12】 目黒のさんま祭り

お祭前日に気仙沼港へ水揚げされた鮮度の良い秋刀魚1トン（約5,000尾）を、炭火焼にして振舞う。各種イベントや物産販売なども行われ、14,000人もの人が訪れる。主催は「目黒のさんま祭気仙沼実行委員会」で目黒区、大分県カボス振興協議会や大分県臼杵市（カボス提供）が協力。目黒区の住民ボランティアは一人



3000円を払って参加する。秋刀魚は全長26メートルの焼き台を利用して、1度に250尾を並べて焼き上げている。焼き代はU字溝が利用されているようである。お代は募金としている。焼き上がった秋刀魚には、気仙



沼産の大根と醤油、大分産のカボスが添えられる。落語会や気仙沼を代表する水産加工品や、カボス等の物産販売も実施。

出典：目黒のサンマ祭りホームページ

【参考13】 携帯・スマートホンを使った「まち中探訪イベント」

話題性と便利性のある携帯やスマートホンを使った、店舗探しとクイズ形式のポイントラリーで商品が貰えるイベント。観光客を商店街やまち中へ回遊誘導する為のイベントであり、さらに各個店の店内への誘導が目的で、各店の逸品をアピールできることと、その後の口コミも期待できる。

〔施策例〕

- ・適切な場所（観光客が集まる）で受付を行い、参加者同士および、商店街側が認識できるアイテム（シリコンバンド等）とクイズ参加用紙を配布する。参加費は100～200円程度の参加しやすい価格とする。



シリコンバンド

- ・参加者は、スマートホン・携帯等で、参加商店が発する電波を探し、電波を見つけたら、そこで接続し、店舗名と場所、その店舗が出題する問題を携帯で確認する。答えは、店内に配置、もしくは、店員が知っている内容とし、参加者を店内誘導する。

- ・店員は、そこで観光客に、クイズの答えとして店の逸品をアピールすることや販売も可能。

・最低5店程度で答えを集めればゴールで景品を貰うことができる。但し、景品内容は、参加者の回った店、店舗数、方法により結果はゴールまでわからない。

街コンイベントやその他のイベントで併用すれば、カップルで同じ店舗を回った場合に何らかの特典を付与するなど盛り上げ、より話題性、魅力度アップに寄与できると思われる。

最初に店舗側でのパソコンかタブレットの準備、システム設計（各店舗毎のPC設定、クイズと店舗アピール用のWebページ作成）や、イベント運営費が発生するが、2回目以降の投資は比較的軽くなる。

② 歩行者天国でのイベント

おさかな市場の来訪者は圧倒的に土日に集中している。商店街でも土日は歩行者天国とし、イベントを実施する。車道全体をオープンカフェや、夏季はビアガーデンとするのもよいと思



出典：茨城県立大洗高等学校マーチングバンド部ホームページ

われる。茨城県立大洗高等学校マーチングバンド部は全国でもトップクラスのマーチングバンドであり、各種大会でのほか国内各地で演奏している。昨今マーチングバンドがテレビ番組で取りあげられたこともあり商店街を演奏して行進できれば大きな話題となりうる。



(4)オリジナル商品開発

① 特産品開発（グルメ・特産品・土産）

観光地化にとって、商品開発がヒットすれば、観光客誘引に貢献でき、なによりも収入源となる。那珂湊イメージアンケート調査でもっとも多いイメージは、“市場・魚”であり、“新鮮な魚が味わえる”という声が多かった。やはり“お魚”は重要なキーワードとなる。那珂湊漁港で水揚げされたもので、漁獲量は多くなくてもここでしか食べられない、もしくは漁獲量が少なく市場には出せない逸品も数多くあり、その希少性は付加価値となる。

地元の茨城県立海洋高校と提携し、遠洋漁業実習の水揚げ品を活用したグルメや、技術連携による加工食品化なども、話題性を高める上で有効と思われる。

その他、タコ加工量日本一の特色を活かしたまちづくりが商工会議所などで取り組まれており、商工会議所や那珂湊水産加工業協同組合との提携も考えられる。さらに、アイデアについては地元の高校や近隣の大学と連携したオリジナル商品開発も斬新なアイデア提供と話題性の両面で取り組む価値が高い。また、“魚”にこだわらずとも、「レトロな那珂湊」というテーマや「茨城グルメ」としての開発も検討の価値がある。

尚、ご当地グルメとして、「那珂湊やきそば」がある。「那珂湊焼そばのれん会」（加盟10店舗）

が発足されポスターの製作や各種イベントにも出店し、旅行誌にも掲載されるなど徐々に認知度は高まってきている。残念ながら今回の那珂湊イメージアンケート調査で「やきそば」を上げた方は172名中3名であったが、今後、更なる情報発信と、商店街や地域との連携を深め、また味の研究・改良を加えることで全国ブランドに発展させることは可能である。

② 一店逸品運動

商店街や共同店舗のそれぞれのお店が、お客様に自信をもって、オススメできる商品を積極的に展開していくのが、「一店逸品運動」である。先に述べたように、景観整備、店舗のファサード整備も重要であるが、小売店の本来の魅力、すなわち品揃え、商品力を高めることが重要である。買い物は重要な観光要素であり、個店の商品力を上げることが観光地化を支える要素にもなる。一般的な品ぞろえでは大型店に優位性を持つことは難しく、価格面ではさらに厳しい。一方、その店でなければ提供できないこだわりの商品やサービスを開発することも簡単ではない。まずは商店街有志で研究会を開くなどして、共同で取り組み、商品開発につなげることが重要である。

【参考14】「戸越銀座商店街」

オリジナル第1号は日本酒で、マスコミに取り上げられた事もあり大ヒットした。その後、日本酒、ソース、ワイン、お菓子など30品目以上の商品を企画・開発し、ヒットさせている。オリジナルのパッケージも人気があり、各店の大きな収益源になっている。平成20年からは立正大学生とタッグを組みコロッケのまちづくりに取り組んでいる。



出典：戸越銀座商店街ホームページ

【参考15】「つくば市北条商店街」

地域資源である筑波北条米を活かした北条米（マイ）スクリーム。筑波北条米を練り込んだもちりとした感触が特徴。ほかにも、筑波北条米という地域資源を活かし、人とのものの交流による街の活性化を目的として、地元住民、商店街と筑波大学の教授や学生等が連携して新事業を展開している。この北条米（マイ）スクリームも筑波大生が主体となって開発したものである。



出典：北条街づくり振興会ホームページ

(5)情報発信

① 広告・広報

観光客やイベントへの集客に大きく影響するのが情報発信であり、活性化の成功事例で取

り上げられる多くの商店街も多彩な情報発信を行っている。最も影響力が強いのがマスコミであり、マスコミに取り上げられることで観光地として火がつくケースも多い。大洗の「かあちゃんの店」生シラス丼も取り上げられるや否や、週末の昼時を中心に今や長蛇の列である。



出典：食べログ（2010/10/14登録）

マスコミに広告を出すには多大な費用がかかり、効果を高めるには、ターゲットにあった媒体と出稿時期、内容を計画する必要がある。一方マスコミに記事として取り上げてもらう活動が広報であり、費用はかからないが、報道されるかどうかは記事としての魅力度、社会性を記者が判断することになる。その分、マスコミの視聴者・読者も広告よりも信憑性を高く感じている。

マスコミに取り上げてもらうには内容だけでなく広報のテクニックも必要であるが、まずはできる限りの情報提供を行うことである。観光協会等を通じて情報発信されるが、情報が多くなるほどインパクトが薄れてしまうので、市役所や県庁にある記者クラブに直接、記事をリリースすることも有効である。

② 口コミ

一般に口コミによる評判はマスコミよりも信憑性が高いと認識されている。インターネットの普及した現代ではネットを通じて不特定多数に意見を伝えられるため、口コミの影響力が飛躍的に大きくなっている。消費者の商品選択でも、まずインターネットで口コミを調べた上で決定というケースが多い。口コミを如何にうまく利用するかにもテクニックがあり、ターゲットとなる人をイベントに招待したり、通販などでは口コミをインターネットに投稿すれば割引という手法が多用されている。

地道な手段として、来訪者に商店街でこちらからお客に声をかけて商品や観光情報を発信するなどの声掛け運動も有効である。

③ インターネット

観光客の頭に「那珂湊」というキーワードが上げられれば、まずインターネットで調べてみる。それで楽しそうだと思うか、情報が無いか、情報が見つかって今一つと思うかで、行動は180度変わってしまう。ホームページの立ち上げは必須である。ただし、魅力あるホームページにしなければ無意味なことは当然で、まめな情報更新も必要である。ホームページ以外にも手軽な方法としてブログやFacebook（フェイスブック）などの手段もある。

④ Facebook（フェイスブック）

Facebookは今や世界最大のSNS（ソーシャルネットワーキングサービス）であり、日本国内でも1000万人以上のユーザーがいるといわれている。このFacebookを利用した広告の利点

として、ターゲットを設定できる機能がある。たとえば、地域を“茨城県”、年齢を“20歳代”、“買い物が好き”などに設定してターゲットを絞り込んだ広告を打つことが可能であり、さらに口コミ的な広がりをもたらすため、インターネットのホームページ同様、Facebookでも商店街のページやイベント告知が、非常に有効な広告手段になる。

⑤ その他

観光業者への情報提供、また、他観光施設と連携した情報発信や、クーポンを他施設と互いに配り合うなどの地道な活動も有効である。

(6)近隣観光施設との周回バスの運行

今回の那珂湊アンケート調査では、おさかな市場、ひたち海浜公園、アクアワールドを訪れた経験のある方143名中、142名が車を利用と答え、圧倒的に車（マイカーおよび観光バス）で訪れている。

一方、各観光地間のアクセスは決してよくない。ひたちなか海浜鉄道利用促進とあわせて、おさかな市場、ひたち海浜公園やアクアワールドとの連携を進め、施設間および那珂湊駅との間の周回バスを運行させることが必要と考える。周辺観光施設を巡る周遊ルートの確立は、観光客の満足度を向上させるものであり、エリア全体の観光地としての魅力を高め、来訪者数のアップにつながるものである。尚、買い物については集積ポイントを設けて、手ぶらでの移動を可能にできれば一層効果的である。

また、那珂湊の北部には、火力発電所、常陸那珂港、小松製作所、日立建機などがあり、昨今の工場見学ブームの中、連携先として検討できるのではないか。

【参考16】工場見学ブーム

商品の舞台裏をみることができる工場見学・企業ミュージアムが人気。舞台裏を知ることによって安心してその食品を買ったり、選んだりすることができるというメリットもある。



日清インスタントラーメン発明記念館(大阪府)
来場者数340万人突破
(2011.5)



工場見学 首都圏
(昭文社ムック)
2011年1月発売。
3月には20万部の
ヒット

(7)商店街組織について

一般企業は、社長をトップとしたピラミット組織であるのに対し、商店街は独立した経営者のフラットな集団である。よって企業においては、経営理念、経営戦略に基づき組織がベクトルを合わせやすいが、商店街においては、自店の利益を優先するためベクトルが合わせづらく、商店

街の活動に非協力になりやすい。そこで、商店街の目指す方向性・組織内の役割を明確にし、事業実施に当たる組織が必要である。

商店街の活性化には個店の魅力アップが不可欠で、個店の魅力が向上すれば、結果として商店街の魅力も向上するが、商店街の各店舗が自力で行うには限界がある。そこで、商店街が組織としての機能を向上させることで、個店の魅力を引き出していくことも個店開発の1つの方法である。

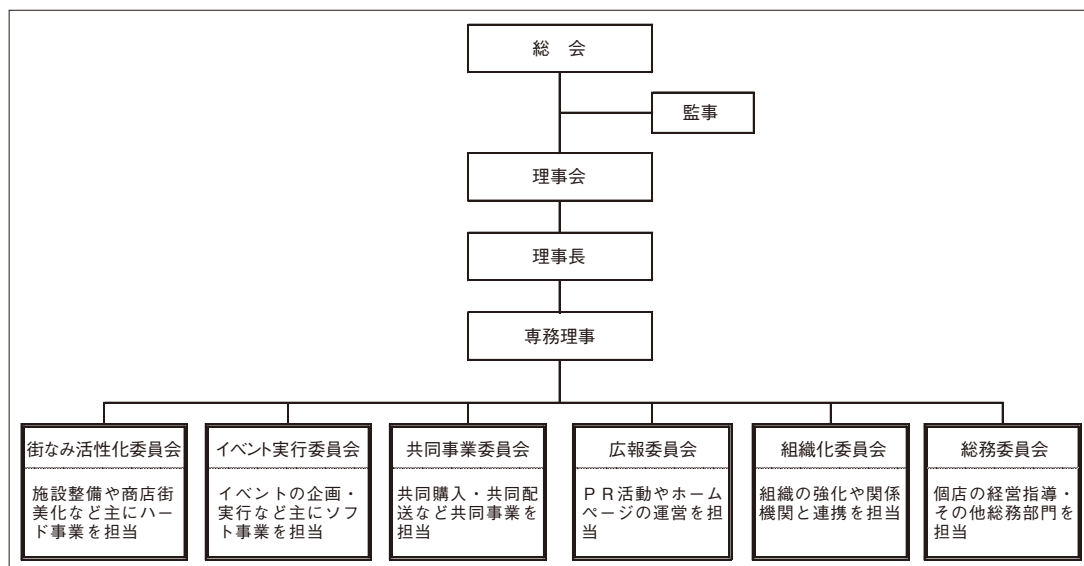
一般に、企業組織と比較すると商店街組織は劣ると思われがちである。しかし、企業においては、評価するのは上司や人事担当で自然と内向きになりやすいのに対し、個店においては評価するのは顧客で、商品・サービスの提供先と評価者が一致するため顧客が中心の経営が容易となる。よって、しっかりとしたマネジメントをすれば企業組織に負けない組織になることができる。

先に提案したハード事業・ソフト事業を実施するには、特にハード事業においては、商店街のみならず、行政や企業、住民が連携した第三セクターの運営組織も検討する必要があるが、それに先立ち、まずは現状の商店街組織を見直し、強化していく必要がある。

① 商店街の組織化

商店街の機能を強化する場合、その業務は多岐にわたり、数名の役員だけでは対応しきれなくなる。そこで、商店街の組織化が必要になる。商店街を有効に機能させるには、役割を明確にし、連携をとりながら事業を実施する必要がある。図3-18に参考となる組織例をあげる。

図3-18 商店街の組織図（例）



② 商店街の法人化

多くの商店街は任意団体で、商店街の経営者が運営しているため、商店街の組織化・マネジメントの強化が課題となっている。商店街振興組合は、「商店街振興組合法」に基づき設立さ

れる商店街の法人組織であり、共同してアーケード、街路灯といったハード整備や売出しやイベントといったソフト事業を行う。振興組合の特徴は、中小小売商業者だけでなく、大型店や銀行、企業、一般の住民等も組合員に加えることができ、このことによりエリア全体を対象とした環境の整備改善を図る事業がスムーズに実施できる。振興組合の運営にあたっては、専属の職員が中心となり行っていることが多い。そのため、経営者の負担が軽減されるとともに、イベントPR活動など幅広い活動が効率的かつ継続的にできる。企業における総務・企画・営業部門にあたり、この機能を強化することによって、商店街の魅力をより鮮明に打ち出すことも可能になる。

③ 商店街事業活動の流れと改善について

商店街組織の整備に併せ、従来の事業活動を見直し、計画的かつ効率的な事業活動を行っていくことになるが、事業の実施にあたっては、計画（Plan）、実行（Do）、検証・分析（Check）、改善（Action）の4段階を繰り返すことによって、事業を継続的に改善していかなければいけない。

以下にそのPDCAの流れを示す。

ア 計画（Plan）

- ・計画の作成
- ・各事業予算の見積り
- ・各事業責任者の決定
- ・前回の改善点の反映
- ・目標数値の設定

イ 実行（Do）

- ・事業の準備
- ・事業の実施
- ・事業に関する情報収集

ウ 検証・分析（Check）

- ・実施事業の検証・分析
- ・収集した情報の集約
- ・集約した情報の分析

エ 改善（Action）

- ・事業内容の再検討
- ・事業の改善点検討
- ・計画（スケジュール）の再検討

④ 外部の人材活用

人的経営資源が必ずしも豊かでない商店街にとって、必要に応じて外部の人材を活用することは、有効な戦略と言える。従来は外部人材として、公認会計士や中小企業診断士等の公的な資格を有する専門家や学識経験者、コンサルタント等が活用されてきたが、豊富な知識と経験を持つ企業等のOB人材が注目されている。企業等で培った豊富で多彩なノウハウを持った方々が地域内にも多数存在するはずであり、商店街や地域活性化の振興に大きく貢献できる戦力となる。

商店街の権限は原則平等である。従って、商店街の事業は組合員の合意のもと行われるため、ともすると、リスクのある新しい取り組みや新規のアイデアを回避する力が働き、企画内容がマンネリ化しがちである。外部人材の導入はこのような状況を打破し、従来と違った新機軸を打ち出すことにもつながる。

外部人材の導入に関しては、行政で様々なサポート制度があるので、行政と相談しながらサポート制度を有効に活用してほしい。

⑤ 目標管理とリーダーシップ

「2-(3)成功のポイント」で述べたとおり、商店街においては、自店の利益を優先するためベクトルが合わせづらく、商店街の活動に非協力になりやすい。事業を推進するには、熱意ある強力なリーダーシップが必要である。事業を開始するにも、また具体的目標に向かい商店街や運営組織が一つになるためにも、さらにその体制を維持して発展させていくためにもリーダーのマネジメントが最も重要なキーとなる。リーダーとなる方には、非常に困難な作業ではあるが、モチベーションを維持し、情熱を持って粘り強く活動していただきたい。

(8)行政サポート

今回提案している核店舗の導入等のハード事業については、多額の資金が必要となる。商店街や運営組織が全額調達するのは現実的には困難であり、補助金をうまく活用し、負担の軽減を図る必要がある。ただし、商店街や運営組織の負担がなくなるわけではないので、しっかりした計画策定が必要である。以下に地域活性化の代表的な補助金制度である「戦略的中心市街地商業等活性化支援事業費補助金」や、茨城県が実施しているユニークな補助金制度「道路里親制度」の概略をあげる。

① 戦略的中心市街地商業等活性化支援事業費補助金

戦略的中心市街地商業等活性化支援事業費補助金は、コンパクトで賑わいあふれるまちづくりを実現するため、商業施設又は商業基盤施設の整備事業及び商業等の活性化に寄与する事業への補助金である。民間事業者向け支援の主な内容は以下の通りである。

【施設整備事業】

(ア)来街者又は居住者利便施設

(a)教養文化施設等

(b)来街者又は居住者を誘導及び滞留させるための施設

(c)その他これらに類する施設

(イ)商業等業務円滑化施設

(ウ)商業等の活性化に資する施設

(a)商業インキュベーター施設（新規開業者向け貸店舗）

(b)テナントミックスに資する施設

(c)その他これらに類する施設

【補助対象経費】

・ 補助率：補助対象経費の1/2以内

・ 下限額及び上限額

上限額：概ね5億円

下限額：1,000万円（事業費で2,000万円）

② 道路里親制度

県と協力しながら、地域で道路をきれいにする「道路里親制度」がある。この制度は、道路を里子にみたてて里親を募り、里親になっていただいたボランティア団体と道路管理者、地元市町村がお互いに協力し道路の美化活動を行う制度である。

（道路里親に対する県の支援内容）

- ・ ボランティア団体等の名称入りサインボードの設置
- ・ 掃除用品など活動に必要な用具、消耗品の支給又は貸与
- ・ 傷害保険加入費用の負担 等

上記以外にも「地域商業活性化支援補助金」や、県や市の補助金など多数の制度があるので、行政や地域の商工団体によく相談し、有効に活用することを勧める。

第3章 参考文献

- | | |
|-------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 平成20年度茨城県都市計画協会報告書 I | 茨城県都市計画協会 |
| がんばる商店街77選 | 経済産業省中小企業庁 |
| 新・がんばる商店街77選 | 経済産業省中小企業庁 |
| 平成21年度商店街実態調査報告書 | 中小企業庁 |
| 地域商店街活性化法律条文 | 経済産業省中小企業庁 |
| 商店街活性化のためのマネジメント | 財団法人中小企業総合研究機構に関する調査研究報告書 |
| 写真集那珂湊史 | 那珂湊市史編さん委員会編 |
| 那珂湊市史 近世 | ひたちなか市史編さん委員会編集 |
| 那珂湊市史 近代・現代 | ひたちなか市史編さん委員会編集 |
| 「まちづくりビジネス」 | まちづくり新聞編集部まちづくり研究所 |
| 農商工連携による「新地域おこし」のススメ | 後久 博 |
| シャッター通り再生計画 | 足立基浩 |
| 現代の商店街活性化戦略 | 小川雅人・毒島龍一・福田 敦 |
| 元気なまちのスゴイしかけ | 佐々木陽一 |
| 地域ブランドと地域経済 | 佐々木純一郎・石原慎士・野崎道哉 |
| 新「地域」ブランド戦略 | 関 満博・財団法人日本都市センター |
| 地域商店街活性化マニュアル | 土肥健夫 |
| 中心市街地の成功方程式 | 細野助博 |
| 教育研究ファシリテーター | 堀 公俊+加留部貴行 |
| 経営組織 | 金井壽宏 |
| 伊勢内宮前おかげ横丁ホームページ | http://www.okageyokocho.co.jp/ |
| ひろめ市場ホームページ | http://www.hirome.co.jp/ |
| マルシェ・ジャポンホームページ | http://www.marche-japon.org/ |
| 北の屋台ホームページ | http://www.kitanoyatai.com/ |
| 八戸屋台村みろく横丁ホームページ | http://www.36yokocho.com/ |
| 黒壁ホームページ | http://www.kurokabe.co.jp |
| 身延駅前しょうにん通り商業協同組合ホームページ | http://www.chuokai-yamanashi.or.jp/kumiai/minobu/ |
| 境港市観光ガイドホームページ | http://www.sakaiminato.net/site2/page/guide/point/miru/mizuki/mizuki/ |

いばらきまちづくり通信「つどえ〜る！ 第29号&第30号」 茨城県都市計画課

阪神甲子園球場 <http://www.hanshin.co.jp/koshien/>

富士宮市地域力再生総合研究機構ホームページ <http://umya-fujinomiya.com/>

宮コン実行委員会 <http://www.miyacon.jp/index.html>

MITOコン実行委員会 <http://i-kizuna.jp/>

潟コン実行委員会 <http://gata-con.com/>

目黒のサンマ祭りホームページ <http://sanmasanba.web.fc2.com/>

茨城県立大洗高等学校マーチングバンド部ホームページ

<http://www.ooarai-h.ed.jp/marching/marchingband.html>

戸越銀座商店街ホームページ <http://www.togoshiginza.jp/>

北条街づくり振興会ホームページ http://www.tsukuba-hojo.jp/10about_us/

食べログ 大洗町漁協「かあちゃんの店」

<http://r.tabelog.com/ibaraki/A0801/A080102/8011118/dtlphotolst/4/>

第3章 添付資料

「那珂湊」イメージアンケート調査

サンプル総数：172人

実施期間：2012年1月16日～1月20日

アンケート方法：茨城県内外の一般企業の従業員に下記の質問用紙を配布し、記入してもらった。

住所	総計	男	女	住所	20歳～	30歳～	40歳～	50歳～	60歳～
水戸市	60	41	19	水戸市	16	19	18	5	2
水戸市以外	62	27	35	水戸市以外	20	20	13	8	1
茨城県計	122	68	54	茨城県計	36	39	31	13	3
群馬県	35	21	14	群馬県	10	14	8	3	
栃木県	8	4	4	栃木県	4	3	1		
その他県	7	6	1	その他県	2	2	2		1
県外計	50	31	19	県外計	16	19	11	3	1
総計	172	99	73	総計	52	58	42	16	4

住所	男					女				
	20歳～	30歳～	40歳～	50歳～	60歳～	20歳～	30歳～	40歳～	50歳～	60歳～
水戸市	7	15	14	4	1	9	4	4	1	1
水戸市以外	10	9	5	2	1	10	11	8	6	
茨城県計	17	24	19	6	2	19	15	12	7	1
群馬県	5	8	5	3		5	6	3		
栃木県	3		1			1	3			
その他県	2	1	2		1		1			
県外計	10	9	8	3	1	6	10	3		
総計	27	33	27	9	3	25	25	15	7	1

「那珂湊」イメージ調査

「那珂湊」はひたちなか市の一部で、江戸時代は廻船中継地として、「西の大阪、東の那珂湊」といわれて大いに栄えたといいますがこの「那珂湊」に対するイメージ調査にご協力お願いいたします。

住所（市町村まで）
年齢
性別

1. 那珂湊（なみなと）をご存知ですか？

① 知っている
② 知らない

2. 那珂湊のイメージは？なんでも結構です。
※那珂湊を知らない方は無記入でOK。

3. 以下に行ったことはありますか？行ったことあるもの全てに○。

① おさかな市場
② アクアワールド
③ ひたち海浜公園
④ ジョイフル本田
⑤ 那珂湊駅（ひたちなか海浜鉄道）
⑥ 那珂湊の商店街
⑦ その他（ ）

4. 交通手段は何でいきましたか？

① 車
② ひたちなか海浜鉄道
③ その他

5. ひたちなか海浜鉄道に乗ったことがありますか？

① ある
② 無い

ご協力ありがとうございました。

第4章 ひたちなか海浜鉄道と連携した那珂湊商店街活性化に関する提言

1. 地域鉄道と連携した地元商店街活性化に向けての考察

ひたちなか海浜鉄道と連携した那珂湊商店街活性化について考察する。

また、第3章で商店街の活性化事例を記載したが、さらに那珂湊地区と共通点を持つ事例について本章にて紹介する。平成21年に「新・がんばる商店街77選」が刊行されている。⁽¹⁾その中より那珂湊商店街活性化の参考になる事例を紹介する。また、全国的に有名な函館朝市の取組状況について現状を調査した。⁽²⁾

(1)第2章提言内容について

地域鉄道の活性化については第2章で下記項目について提言を行った。

- ① ベースロード需要の確保
 - ・地域住民への公共的交通手段の提供であり、日常的な利用の掘り起こしを行う施策
- ② 観光客需要の拡大
 - ・鉄道周辺の観光スポット（那珂湊おさかな市場、阿字ヶ浦、アクアワールド大洗、ひたち海浜公園等）との連携による観光客需要の拡大
- ③ ファン向け施策の充実
 - ・鉄道ファン向けの集客を目的とした施策
- ④ 市民および行政の支援拡大
 - ・市民および行政からの継続的な支援を受けるための施策

(2)第3章提言内容について

第3章では那珂湊地区地元商店街の現状を内部環境および外部環境の観点から分析を行い、更に商店街活性化成功事例を調査することにより那珂湊商店街活性化の具体策を提言した。

- ① 那珂湊商店街の顧客ターゲット
 - ・那珂湊おさかな市場への来場客100万人をターゲットとする。
 - ・那珂湊の伝統・文化・水産物をテーマに、地域の観光地化・ブランド化をはかる。
- ② 核店舗の導入「那珂湊横丁（仮称）」
 - ・「レトロな湊町」と「茨城グルメ」
- ③ 景観整備
 - ・誰もが行ってみたいくなる街づくりを進める。
- ④ イベントの開催を企画・実行する。
 - ・「那珂コン」の開催
 - ・歩行者天国によるイベント
 - ・オリジナル商品の開発（グルメ・特産品・土産）

- ・一店逸品運動
- ・情報発信 広告宣伝、インターネット・フェースブック等の活用
- ・他観光地間との周回バスの運行

(3)「新・がんばる商店街77選」紹介2事例

中小企業庁発刊の「新・がんばる商店街77選」より、那珂湊商店街活性化に参考となる2事例について要点を記述する。

① トロントロン商店街

所在地：宮崎県児湯郡川南町

店舗数：約100店舗

川南町は宮崎県のほぼ中央部に位置し、日向灘に県央最大の通浜漁港を有し、農業・畜産・漁業を基幹産業とする町である。町の中心部2kmに商店街が形成されており、約100店舗が並び、人口は約17,000人である。しかし、基幹産業である農業・畜産・漁業は輸入自由化、近年の燃料、飼料等の高騰によって厳しい経営状態になっている。このような状況の中で平成16年に「川南町中小小売商業高度化事業構想」の認定を受け、TMO（まちづくり機関）を発足させ、その後、複合施設建設に着手した。更に、平成18年より商店街活性化を目的として、600mの中心市街地を利用した「トロントロン軽トラ市」を実施した。

「トロントロン軽トラ市」では中心市街地を歩行者天国とし、道路の片側に1台当たり7mの間隔で軽トラックの荷台または軽ワゴンの車内に農産物、海産物他を陳列する方法で、毎月第4日曜日の朝8：00～11：15まで開催した。出店は近隣の市町村にも呼びかけ、各メディアも取り上げてくれたことにより、多くの買い物客が来てくれた。

朝市は回を重ねるごとに出店者、来場者共に増加し、現在では出店申込台数限度107台を越す月もある。来場者も推定で5～6,000人の朝市に成長している。

② 志津川おさかな通り

所在地：宮城県南三陸町

店舗数：13店舗

南三陸町は平成23年3月11日の東日本大震災で大きな被害を受けているが、本事例で紹介されているのは平成22年度までの活動である。事例紹介にあたり、南三陸町の早期の復興を祈念申し上げる。

南三陸町志津川の中心市街地は、近隣地域に次々と立地する郊外型大型ショッピングセンターや消費者ニーズの多様化に伴う購買客の流出により、空き店舗が目立つさびしい市街地になってしまった。

そのような中、商工会商業部のメンバーが中心となり、市街地に賑わいを取り戻すための仕掛け作りを行ってきた。まず、約200mの通りに8店舗の海産物関連商店（飲食店）が集積する

取り組みの具体例として、次のようなイベント等を実施している。

- #### (4)函館朝市の取組状況

函館朝市はJR函館駅に隣接し、海産物、農産物、食品加工、民芸品、飲食店等の約150店舗で構成されている。規模は10,000坪（3ヘクタール）、従業員数は1,000人、駐車場は350台、年間来客者数は180～200万人で1日の来客者数は4,000～5,000人である。

また、函館朝市ではイベントとして次のようなことを企画している。

- ・函館朝市市民感謝祭 6月
- ・函館朝市クリスマスフェスタ 12月
- ・小学生、中学生および高校生による販売体験学習の受け入れ（随時）

更に、函館朝市では平成20年中心企業人材確保推進事業に係わるビジョン推進を掲げている。

「1人が100歩進むより100人が1歩進むよう、有名な朝市から一流の朝市へ」

第2章では「ひたちなか海浜鉄道活性化について」、また、第3章では「那珂湊商店街活性化について」提言を行った。

まず、ひたちなか海浜鉄道の活性化については営業収入を増加させ、黒字体質を構築すること

が重要である。地域の足として地元貢献すると共に、100万人以上の集客力を誇る那珂湊おさかな市場や来園者数が年々増加しているひたち海浜公園へ関東近郊から来る観光客を何としても取り込む必要がある。これは他の過疎化による利用者減に悩む地方鉄道には無い強みであり、地方鉄道復活のモデルケースとなる可能性を持っている。

同様に那珂湊地区商店街の活性化についても、多くの地方市町村の商店街は過疎化、少子高齢化で地域の購買力が著しく低下し、その結果廃業せざるをえない状況が増加しているのに比較すると、極めて接近した場所に多数の観光客が年間を通じて訪れるといった恵まれた環境にある。

現状、ひたちなか商工会議所那珂湊支所を中心とした那珂湊地区商店街、ひたちなか海浜鉄道および那珂湊おさかな市場の三位一体となった活動が行われているが、地域全体の活性化に向けて更なる積極的な取り組みが必要になる。

この地域全体化の活性化に向けて、早期の活性化を目的とする短期実施計画(ソフト事業中心)と、更なる発展を目指す中長期実施計画(コンバージョン型)を提言する。

(1)提言① 短期実施計画(ソフト事業中心)

ひたちなか海浜鉄道の早期収益安定化、那珂湊地区商店街の活性化に向けての短期実施計画を提言する。

① 計画の概要

那珂湊地区商店街およびひたちなか海浜鉄道の現在のインフラを活用し、那珂湊おさかな市場への来場客100～150万人／年間の30%が那珂湊地区およびひたちなか海浜鉄道へ顧客の動線を拡大させると共に、相乗効果により那珂湊おさかな市場の来場客を増加させることを目的とする。

現在、那珂湊おさかな市場へは自家用車での来場客が圧倒的に多く、那珂湊地区商店街への訪問は極めて少数である。この顧客の動線を那珂湊地区商店街およびひたちなか海浜鉄道那珂湊駅へ拡大するには、那珂湊駅より那珂湊おさかな市場まで直線状に伸びている道路沿いに魅力的なポイントを形成する必要がある。(図2-4参照)

中長期的には屋台村、道の駅のような集客力のある施設の建設が望ましいが、短期的には独創的なイベントを定期的で開催し、リピート客を増加させ、那珂湊のブランドイメージを早急に確立することである。既に明神町商店街ではDo nightマーケットが開催され、多くの顧客を集めているが、地域住民を対象としたイベントであり、那珂湊おさかな市場の観光客への対象拡大効果は不十分であると思われる。

② 具体的施策：短期的実施計画

次に短期実施計画(ソフト事業中心)の具体的な施策を提言する。

1)計画テーマ(キャッチフレーズ)

「レトロな湊町」と「茨城グルメ」

2) 道路の名称の公募

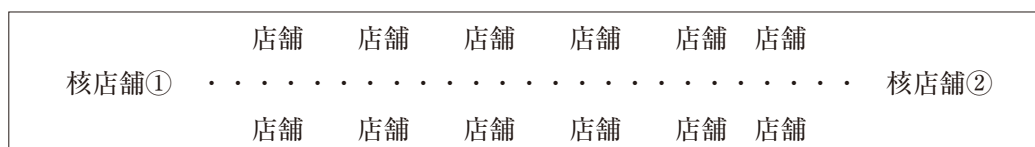
ひたちなか海浜鉄道那珂湊駅より那珂湊おさかな市場までの直線道路の名称を公募する。名称公募に際し、対象者はひたちなか市民及びひたちなか市への観光客とし、ひたちなか市広報誌、新聞折込チラシ、那珂湊おさかな市場応募箱設置、ひたちなか海浜鉄道各駅掲示等の手段を用いて名称の公募を広く呼びかける。

仮称：那珂湊おさかな通り（図2-4参照）

3) 鉄道ギャラリーの集客力向上

那珂湊おさかな通り（仮称）へ顧客動線を拡大するにはショッピングモールの戦略的店舗レイアウトとして通常用いられる、ダンベル形の配置（図4-1）が有効である。

図4-1 ダンベル型ショッピングモールレイアウト



そのためにも核店舗①に該当する那珂湊おさかな市場に対して、核店舗②となる那珂湊駅の鉄道ギャラリーを整備し、集客力を向上させる必要がある。具体的な改善案は第2章に詳細に提案をしている。

4) イベントの開催

ダンベル型ショッピングモールを形成するには那珂湊おさかな通り（仮称）を魅力的な「ワクワク感」に溢れた散歩道にする必要がある。そのために、第3章で提案した各種のイベントを定期的で開催し、那珂湊駅～那珂湊おさかな通り（仮称）、湊本町通り商店街、明神町商店街～那珂湊おさかな市場の観光客回遊ルートを定着させる。那珂湊おさかな通り（仮称）の現状は観光客に「ワクワク感」を与えられる散歩道とはなっていない。

定期的な魅力的なイベントを定期的で開催することにより、観光客数の増加、回遊ルートの確立により、那珂湊地区における観光客の滞在時間の増加、顧客購買単価の増加を望むことが出来る。

第3章で提案したイベントおよび第4章で紹介した先進地区参考事例を企画、実施するための組織化を至急、行う必要がある。

a. 「那珂コン」の開催

b. 「歩行者天国」でのイベント

- ・ オープンカフェ
- ・ マーチングバンド
- ・ 海産物を楽しむ大バーベキュー大会

- ・大道芸
- ・B級グルメ大会

c. 「軽トラバザール」

軽トラ、テント等の簡易店舗による農産物、海産物の朝市

5) 周辺観光地との周遊バスルートの開設

那珂湊駅、那珂湊おさかな市場、ひたち海浜公園、アクアワールド大洗水族館を周回するバスルートを開設し、自家用車は周辺地区の駐車場へ誘導し、交通渋滞を低減化すると共に観光客の利便性を向上させる。

6) パーク＆ライド 駐車場の整備

那珂湊おさかな市場周辺の駐車能力が低く、そのための交通渋滞が生じている。これを解消するためにも現在の那珂湊駅周辺の駐車場を整備すると共に、空地の駐車場を図り駐車能力を増加させる必要がある。

③ 具体的施策：中長期的実施計画

中長期的な実施計画として「那珂湊横丁」の開設、景観整備および公共の交通機関の整備について低減する。

1) 「那珂湊横丁」の開設

まず、短期的な施策により那珂湊おさかな通り（仮称）に観光客をひきつけた後に、更に中長期的な施策として、集客力を増加させるために核店舗を導入する。「レトロな湊町」と「茨城グルメ」をテーマとし、「那珂湊横丁（仮称）」を那珂湊おさかな通りに開設する。

施設構成として下記の店舗、施設を設置し、観光客のニーズに応える。

- ・飲食店、土産物、県内特産品
- ・生産者直接販売（農産物、海産物）
- ・カフェ
- ・休憩設備
- ・イベント広場

2) 景観整備

那珂湊おさかな通り（仮称）、湊本町通り商店街、明神町商店街の景観を、歩いて楽しい道となるように整備を行う。景観の整備のコンセプトは「レトロな湊町」とし、現在の建物を活かし、周辺の反射炉等の観光資源を活用し、「ワクワク感」が得られる街作りを各店舗が行うことが重要である。必ずしも、大掛かりなハードを作ることなく、現状の資源を有効活用し、車よりも人を大切に、多くの休憩スペースをとり、もてなしの雰囲気前面に打ち出すことにより、観光客を那珂湊地区商店街へ観光客を導入することが可能になると思われる。

3) 公共の交通機関の整備による周辺観光地との連携強化

大洗地区、ひたち海浜公園との交通機関の整備し利便性を向上させることによる相乗効果により、各地区の観光客を増加させることが可能になる。

第2章で提案した、ひたちなか海浜鉄道のひたち海浜公園への延伸により、公共の交通による周遊ルートが出来、多目的の観光客を引き付けることができる。

第4章 参考文献

1. 新・がんばる商店街77選 中小企業庁編
2. 函館朝市ホームページ
3. 茨城県ホームページ
4. ひたちなか市ホームページ
5. みなとまちなか漫遊マップ おらが浜鉄道応援団編
6. アクアワールド茨城県大洗水族館資料
7. 大洗町ホームページ

お わ り に

(社)中小企業診断協会茨城県支部では中小企業診断士の診断能力向上を目的として、毎年、実務研修を実施しているが、本年度は「地域鉄道と地域活性化の今後のあり方と診断士の役割」を研修テーマとして、ひたちなか市那珂湊地区を対象とし調査を実施した。

調査実施に際し、ひたちなか商工会議所那珂湊支所をはじめとして多くの関係諸機関、団体および経営幹部の皆様より貴重なご意見、情報等をいただいた。

また、アンケート実施に際しては積極的なご意見、ご指摘をいただくことが出来た。

本調査報告書のテーマである「地域鉄道と地域活性化の今後あり方について」に関し、調査結果および研修会参加者、調査担当委員の討議を経て提言をまとめた。しかし、時間的な制約等もあり調査が不十分な点が多々見られるが、本提案が今後の那珂湊地区の大いなる発展に少しでも貢献できればと願っている。

最後に本調査を進めるに際し、多大なる御協力をいただいた下記の皆様に御礼を申し上げる。

ひたちなか商工会議所那珂湊支所	支所長	伊藤 敦之 様
ひたちなか商工会議所	課長	小泉 力夫 様
ひたちなか海浜鉄道(株)	取締役社長	吉田 千秋 様
ひたちなか海浜鉄道(株)	管理課長	岡本 博文 様
おらが湊鉄道応援団	団長	佐藤彦三郎 様
湊本町通り商店会	会長	奥山 正紀 様
ヤマサ水産(株)	専務取締役	櫻井 直道 様
アクアワールド茨城県大洗水族館	副参事	沼田 禎之 様
常陸那珂港 (株)茨城ポートオーソリティ	係長	平野 直之 様
常陸那珂港 (株)茨城ポートオーソリティ	係長	大嶋 浩二 様

[平成23年度 調査・研究事業]

地域鉄道と連携した地域活性化の 今後のあり方に関する調査研究

発行日 2012年2月

発行者 社団法人中小企業診断協会茨城県支部
支部長 川 又 昭 宏

〒315-0014 茨城県石岡市国府1-2-5

TEL 0299-56-4301 / FAX 0299-56-4302
