

駅前通り周辺に 訪れるための動機をつくる

(3) 駅前通り周辺

① 概況



駅前通り周辺には、「北条駅前商店街」「北条辻町商店街」「北条本町商店街」の3つの商店街のほか、季節ごとのイベントや祭りでにぎわう^{みよしようがわ}明星川、^{ひがしまちうら}東町浦公園などがあります。

懐かしさを感じる店舗の看板や焼き杉を使った昔ながらの建物、裏路地など、魅力的な場所や地域資源が点在しています。

公共交通機関としては、鉄道(JR予讃線)、路線バス、渡船があります。



② 昭和の頃

3つの商店街には多くの店舗が並び、住民は日常の買い物に商店街を利用していました。各商店街が開催する夏の夜市や年末大売り出しをはじめ、明星川周辺で開催される日曜市や道踊りなどのイベントにはたくさんの方が集まっていました。

また伊予北条駅は北条の玄関口として多くの利用客があり、駅前には通学する中・高生や短大生の待ち合わせ場所となるなど、地域の「交流」の場としてにぎわっていました。



③ 現状と課題

人口の流出により地域の若者は減り、公共交通機関の利用者も減少しています。また商店街では、大型店舗の出店、駐車場や後継者不足などから店舗の数が減り続けています。現在では、空き地や空き店舗が目立ち、まちに活気のない印象を与えています。

④ 活性化に向けた方針

現状と課題を整理すると、空き地、空き家や空き店舗の増加によりにぎわいが失われていることがわかります。

将来像、あるべき姿は、空き店舗への入居促進や歩行者天国にしたイベント開催など新たな魅力を創出し、人が訪れる目的をつくることです。

こうした考察をもとに駅前通り周辺は、活性化に向け『訪れるための動機づけを行う』を方針とします。

⑤ スローガン

『訪れるための動機づけを行う』方針を共有するため、スローガンを掲げます。

期待をカタチに

かつて駅前通り周辺は多くの人が行き来していた。

多くの店が立ち並び、子どもの笑い声が響いていた。

それが今では店が減り、人が減り、活気がなくなった。

ここを訪れる理由がなくなっている。

今この場所に必要なこと、

それは、訪れるための動機づけ。

『行こう』をつくろう。

◎ まちづくりものがたり

スローガンを達成した将来イメージを『まちづくりものがたり』として記します。

住民や商店主、
学生などが連携し、
掘り起こした地域の宝や
資源を活かした
取り組みを進めたことで、
まちににぎわいが
戻ってきた。

ほっとする雰囲気や
元気なお店、
人とのあたたかい交流が
訪れるきっかけを生み、
子どもからお年寄りまで、
多くの人が集まる
コミュニティの場として、
誰もが楽しい時間を
過ごしている。

鹿島の魅力と相まって、
常にわくわくするまちとして
成長を続け、
ここでの活気が
北条地域全体に
広がっている。



⑦ 取り組みアイデア

まちづくりものがたりを達成するために必要な取り組みを掲げます。

資源活用

空き地・空き店舗などを活用した商業・サービス施設の集積を目指すことで魅力化を図ります。昭和を切り口とした資源活用の検討も進めます。

取組 11 商店の魅力向上

空き店舗を活用した、地域ニーズに合う新たな店舗の出店を支援するとともに、商業者向けの研修などを開催し、商店の魅力の向上を図ります。

主な内容：商店街の空洞化対策/商業者向け講座・研修

取組 12 郷土料理を活かした魅力づくり

郷土料理を見つめ直すとともに食文化の掘り起こしを進め、新たな魅力をつくり出します。

主な内容：鯛めしのブランド化/食文化の掘り起こし

取組 13 昭和をキーワードとする活性化

昭和時代に地域の交流の場所であった駅前通り周辺の「地域の交流」を体感できる魅力をつくり出します。

主な内容：日曜市の開催/道踊りの復活

環境整備

商業機能に加え、複合的な集客・交流機能の形成や、既存資源とのネットワーク化を図ることで、駅前通り周辺の価値を高めます。

取組 14 魅力ある景観づくり

統一的な演出や安全・安心な街並み空間づくりを進め、魅力ある景観を目指します。

主な内容：統一的なまちの演出/歩行者の安全確保

情報発信

興味・共感につながる効果的な情報発信を行うなど、戦略的なプロモーションによって駅前通り周辺の魅力を伝えます。

取組 15 多様な媒体を活用した魅力発信

テレビ、雑誌、ラジオなどの各種媒体を始め、ホームページやソーシャル・ネットワーキング・サービスなども活用し、まちの魅力を発信します。

主な内容：各種パンフレットの作成/商店街の誘客・宣伝活動

交流促進

地域住民や商業者が主体となり、地域ならではの魅力あるイベントを打ち出し集客を図ります。訪れる人との交流機会を設けることで、地域の活力を育みます。

取組 16 駅前通り周辺を舞台としたイベント

多くの人を訪れるきっかけづくりとなるイベントを開催し、にぎわいをつくります。

主な内容：風早^{かざはや}レトロまつり/商いにぎわいの支援

取組 17 コミュニティの場づくり

様々な人が交流できる場づくりを進め、つながりの強化を図ります。

主な内容：地域グループの活動/地域交流拠点の場づくり

協働推進

地域住民や各種団体などが連携し、それぞれの強みや役割を活かすことで継続する取り組みを行っていきます。協働に向けた人材発掘・育成にも取り組みます。

取組 18 地域主体の組織づくり

新たな魅力や価値を生み出すため、まちづくり協議会、NPO、大学など様々な団体が連携した組織体制を整えます。

主な内容：地域協働組織の推進

(4) 中核エリアの取り組み体系図

ここから、ひとつに。

	5つのポイント	鹿島	駅前通り周辺
中核エリア	資源活用 地域の資源を様々な視点で見つめ直し活用することで、既存の魅力を磨き上げるとともに、新たな魅力の創出を図ります。	河野氏にまつわる旧跡や玉理・寒戸島（伊予の二見）など鹿島に残る多くの資源を見つめ直し、活用することで魅力化を図ります。昭和を切り口とした資源活用の検討も進めます。	空き地・空き店舗などを活用した商業・サービス施設の集積を目指すことで魅力化を図ります。昭和を切り口とした資源活用の検討も進めます。
	環境整備 地域住民の満足度を高め誇りを育むとともに、訪れる人にとっても魅力ある空間づくりを図ります。	島全体の景観整備に努めるとともに、良好な森林環境の維持に向けた鹿対策や条件整備を図ることで、鹿島の価値を高めます。	商業機能に加え、複合的な集客・交流機能の形成や、既存資源とのネットワーク化を図ることで、駅前通り周辺の価値を高めます。
	情報発信 地域の魅力を効果的かつ効率的に伝えることで、一人でも多くの人の興味・共感につなげ、参加・共有へと広がっていきます。	興味・共感につながる効果的な情報発信を行うなど、戦略的なプロモーションによって鹿島の魅力を伝えます。	興味・共感につながる効果的な情報発信を行うなど、戦略的なプロモーションによって駅前通り周辺の魅力を伝えます。
	交流促進 集客を図るに加え、訪れる人との交流の場をつくることで、地域住民の機運やおもてなしの心の醸成を図ります。	地域が一体となり、鹿島ならではの魅力あるイベントを打ち出し集客を図ります。訪れる人との交流機会を設けることで、地域の活力を育みます。	地域住民や商業者が主体となり、地域ならではの魅力あるイベントを打ち出し集客を図ります。訪れる人との交流機会を設けることで、地域の活力を育みます。
	協働推進 地域住民、関係団体、大学、民間事業者、行政などが協働することで、それぞれの強みや役割を活かし、取り組みが継続する環境を整えます。	地域住民や各種団体などが連携し、それぞれの強みや役割を活かすことで継続する取り組みを行っていきます。協働に向けた人材発掘・育成にも取り組みます。	地域住民や各種団体などが連携し、それぞれの強みや役割を活かすことで継続する取り組みを行っていきます。協働に向けた人材発掘・育成にも取り組みます。

Re 鹿島

期待をカタチに