事例No.	2286
公表年度	R4
団体の属性	中核市
団体名	鹿児島県鹿児島市

事例区分	地域活性化

タグ	・関係人口 ・観光 ・EBPM

事例種類	経済効果の検証

事例内容・タイトル

百貨店の再開発を通じた地域の魅力創出

出典

地方自治研究機構：近接する都市整備に伴う相互波及・効果を踏まえた経済効果の検証に関する調査研究（令和２年度）

<調査研究事業：近接する都市整備に伴う相互波及・効果を踏まえた経済効果の検証に関する調査研究（令和2年度）>

〇近接する都市整備に伴う相互波及・効果を踏まえた経済効果の検証

・百貨店の再開発を通じた地域の魅力創出

取組団体：鹿児島県鹿児島市

取組内容：「マルヤガーデンズ」による周辺地域の再活性化

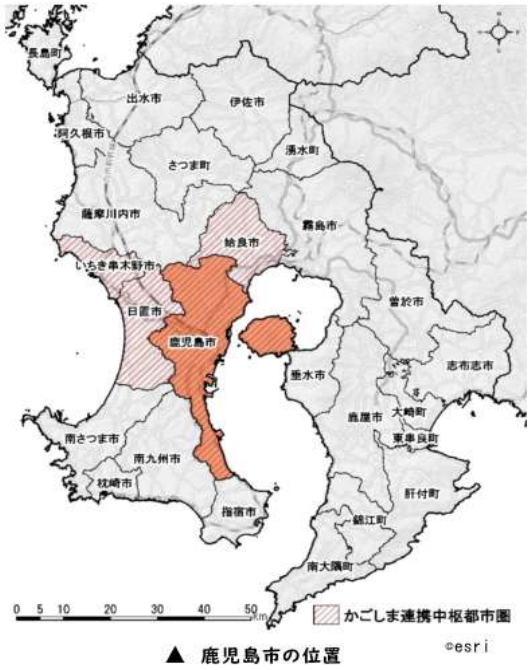
1．鹿児島市の概要

人口：598,342 人（令和４年９月１日現在）

職員数（行政職）：3,317 人（令和４年４月１日現在）

総面積：547.61 ㎢（令和４年７月１日時点）

図表 1 鹿児島市の位置図



出典：「第二次かごしま都市マスタープラン」p.6

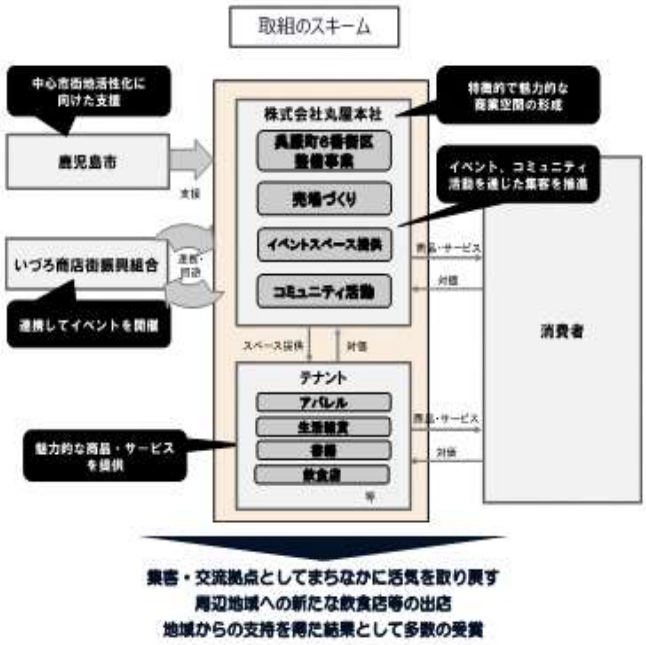
2．取組の背景・目的

マルヤガーデンズの取組は、自治体、事業者、地元商店街との連携によるコミュニティ強化を通じて、周辺の集客増を実現した事例である。

平成 21（2009）年、鹿児島市天文館地区の大型百貨店（三越）閉店や JR 鹿児島中央駅周辺の再開発等により、天文館地区の通行量が減少し、空き店舗が増加することが懸念された。このような商店街の空洞化による地域の衰退はその後の再生が困難であり、早期の対策を行うことが必要であった。三越と資本関係にあり、百貨店運営を行っていた丸屋本社は当初、撤退後に空きとなった施設を貸し出すことを検討していたが、地域との共生や雇用を守ることを念頭に、自社

において新規商業施設の整備を計画し、三越閉店から 1 年弱での開店を目指した。行政（鹿児島県、鹿児島市）もこの事態を重く受け止め、再生に向けて商工会議所等との協議や補助金の対応を含め協力的に素早い対応を講じた。その中で、多様な人やものをつなぐことを意味する「ユナイトメント」という造語に基づいた、「ユナイトメントストア」のコンセプトのもと、店舗や「ガーデン」という名のコミュニティスペースを中心とした複合商業施設「マルヤガーデンズ」を開館。「マルヤガーデンズ」を核に、丸屋本社は、鹿児島市や地元商店街と協力し、周辺地域の再活性化を目指した。

図表 2 取組のスキーム



出典：経済産業省・（株）野村総合研究所（2017）「街元気・まちづくり事例集―新たな雇用と投資の喚起をめざして―（ver.1.0）」p. 99

3．取組の内容

・天文館地区の特徴

市電や市バスでのアクセスも良好であり、交通の利便性が確保されている地区となっている。来店する利用客は、こうした公共交通機関でのアクセスが多く、ファミリー層は自家用車での来店が多い。また、天文館地区は様々な施設が立地し一日周遊できるエリアとなっているため、人流等も確保可能なことも特徴的である。

また、近隣には集合住宅等も増えてきており、人口の流入が見受けられる。

・取組内容

店舗については、客層、ニーズ等に応じて、スピード感を持った売場づくりを実現している。「マルヤガーデンズ」開館当初、百貨店時代の 50 台女性から、30 代から 40 代の女性にターゲ

ットを変更した。その後、同伴者である男性等もターゲットに加えることで、幅広い客層にアプローチし、これに合わせてテナント構成も変化していった。

店舗に加えて、コミュニティスペース「ガーデン」を施設内に意図的に配置し、開業から２年で 1000 を超えるイベントを開催するに至った。コロナ禍の現在も、感染症対策を取りながら、連日さまざまなイベントが開催されている。

図表 3 イベントの一例



図表 4 「ガーデン」を利用した米粉料理教室の様子



出典：マルヤガーデンズ「レンタルスペースのご案内」
（https://www.maruya-gardens.com/rentalspace/）

さらに、地元の「いづろ商店街振興組合」、「We Love 天文館協議会」等と連携し、イベントやプロジェクトを実施している。例えば、平成 24（2012）年から、「We Love 天文館協議会」

と「天文館みつばちプロジェクト」を実施し、「マルヤガーデンズ」をみつばちの飼育やはちみつの収穫の活動拠点とし、収穫したはちみつを地元の店舗等に卸し、提供している。

鹿児島市の役割として、百貨店跡の空きビルの再生を「中心市街地活性化基本計画」（平成 19（2007）年～平成 25（2013）年３月）に位置づけ、取組を支援した。具体的には、同計画の「呉服町６番街区等整備事業」において、鹿児島市、国の補助、ふるさと財団の融資等による「暮らし・にぎわい再生事業」が実施された。

図表 5 「マルヤガーデンズ」における活動の様子



出典：マルヤガーデンズ「天文館みつばちプロジェクト」
（https://www.maruya-gardens.com/tenmonkan-hachimitsu/）

４．成果・課題

・成果

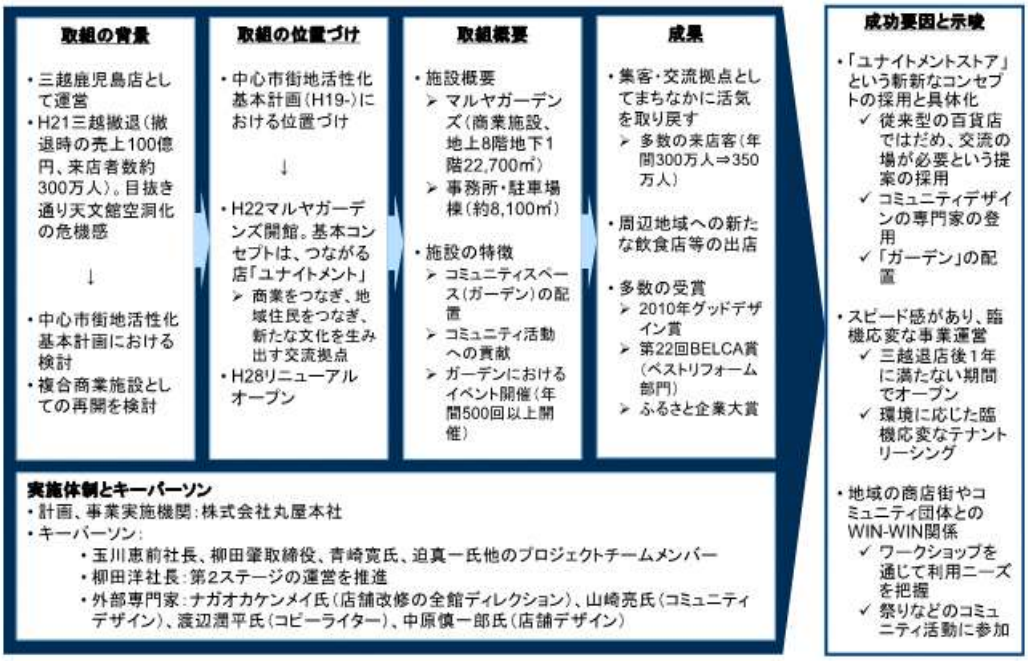
この取組の主な成果として、次の三点が考えられる。一点目として、「マルヤガーデンズ」周辺における、にぎわい創出効果が挙げられる。平成 25（2013）年６月の鹿児島市「中心市街地活性化基本計画『最終フォローアップ』」においては、「三越鹿児島店跡の建物を改装した当該施設は、買い物の場だけではなく、NPO や市民が活動を発表し、交流できる場として機能しており、いづろ・天文館地区の空洞化を防ぐとともに新たな集客・交流拠点としてにぎわい創出につながっている」と評価された。

二点目として、地域からの取組への支持の結果として、多くの賞を受賞した点である。例えば、平成 22（2010）年、公益財団法人日本デザイン振興会からグッドデザイン賞「まちづくり・地域づくり部門」を、平成 25（2013）年、公益財団法人ロングライフビル推進協議会から BELCA 賞（ベストリフォーム部門）等を受賞した。

三点目として、周辺地域への新たな飲食店等の出店といった波及効果が考えられる。これは一点目と関連するが、「マルヤガーデンズ」のテナント構成の変更等による集客効果から、いづろ・天文館地区が再活性化されたことが一因であると考えられている。

これら「マルヤガーデンズ」を核とした取組の成果要因として、以下の点が挙げられる。「ユナイトメントストア」という斬新なコンセプトとこのコンセプトを実現するための取組の具体化・実行力、スピード感のある取組、商店街等の地元との win-win 関係である。特に、地元との win-win 関係に関しては、「ガーデン」の設置に当たって、市内の関係団体とワークショップを開催することで調整を努めた。その他、「マルヤガーデンズ」は、地元のお祭りに参加したりプロジェクトに加わったりと、積極的に地元との交流を深めている。このような「マルヤガーデンズ」による地域密着の努力によって、周囲からの協力を得ることができ、まちの再活性化という好循環を生み出していると考えられる。

図表 6 「マルヤガーデンズ」の取組



出典：経済産業省・（株）野村総合研究所（2017）
「街元気・まちづくり事例集―新たな雇用と投資の喚起をめざして―（ver.1.0）」p. 105

・課題

昨今の新型コロナウイルス感染拡大の影響や EC（オンラインショッピング等）の普及により、対面による販売も今後縮小していく可能性がある。そのため、どのように対応していくかが今後の課題となっている。

また、新型コロナウイルス感染拡大に伴い、商店街の空洞化が進んできている状況にある。にぎわいを創出するためにも、「わかりやすく伝え、多くの人に知っていただき、来ていただいたお客様に最大限のおもてなしをする」ことを念頭に取組を進めている。

【参考】

＜URL＞

マルヤガーデンズ：

https://www.maruya-gardens.com/

＜資料・文献＞

鹿児島市「第１期中心市街地活性化基本計画」（平成 19 年 12 月～平成 25 年３月）

https://www.city.kagoshima.lg.jp/kei-seisaku/shise/shisaku/toshisesaku/chukatu_1st.html

経済産業省・株式会社野村総合研究所（2017）「街元気・まちづくり事例集―新たな雇用と投資の喚起をめざして―（ver.1.0）」、pp. 99-105