

仕事 の窓 4

経済産業部

はばたく商店街30選

～プラザハウステナント会が
受賞。「琉米文化」を核と
した事業展開～



授賞式の様子

はばたく商店街30選

中小企業庁は、地域の特性・ニーズを把握し創意工夫を凝らした取組により商店街の活性化や地域の発展に貢献した商店街に対して「はばたく商店街30選」として選定しました。沖縄からは、プラザハウステナント会（沖縄市）が選定され、5月25日に経済産業省において表彰されました。当会の継続した商店街活性化への取組が高く評価されました。

はばたく商店街30選は、商店街の活性化の成功事例を広く周知すること、商店街の社会的認知度の向上、そこに働く方々のモチベーションの向上及び後進の育成を図ることを目的としています。



創業当時のプラザハウスSC



大型サイネージによる広報

商業環境の変化に対応

プラザハウスショッピングセンターは、戦後米軍統治下の沖縄で駐留米軍関係者の消費ニーズに舶来品等を提供する日本初のショッピングセンターとして誕生しました。そのような背景から、プラザハウスショッピングセンターは、歴

史的にも琉球・沖縄の文化とアメリカ文化が混在する「琉米文化」を象徴する施設になりました。

プラザハウステナント会は、同ショッピングセンターのテナントで組織する任意の商店街です。近年、大型小売店の周辺地域への出店や消費者意識、嗜好の変化などの商業環境の変化に対応するため、イベントの実施などに取り組み、商店街の活性化に努めてきました。昨年4月に隣接地域に大型ショッピングモールが進出したことから、プラザハウステナント会として危機意識がより高まり、全体で「琉米文化」というイメージ資源を活用した取組を検討してきました。

アンテナショップの開設

昨年度、プラザハウステナント会等が国の補助事業を活用し「琉米文化」を発信していくアンテナショップとして、「Rycom Anthropology」をプラザハウスショッピングセンター3階に開設し、琉球・沖縄の文化とアメリカ文化が混在している写真を展示し「琉米文化」を体感できるよう常設展示を行い、テーマ毎の展示会やイベントを実施しています。この取組は成功し、多くの集客を生み出しました。また、大型デジタルサイネージを設置することにより、大型ショッピングモールの出店により増加した通過車両を取り込める

よう効果的な広報活動を実施しています。



Rycom Anthropology

特色ある文化の拠点化

アンテナショップから「琉米文化」を発信したことで、幅広い世代の客層に拡大していることから、顧客から支持された「琉米文化」を今後もプラザハウステナント会が取り組めます。

今後は、アンテナショップだけでなく、プラザハウスショッピングセンター全体をステーションとして「琉米文化」というイメージ資源を活用したイベントの開催、イメージに沿った施設整備を充実していく、統一感をもった特色ある商店街として、更なる魅力向上を図っていきます。

今回選定された全国の商店街の取組は、事例集として公表されています。

「はばたく商店街」の取組を参考として他の沖縄の商店街活性化への取組が加速化されることを期待いたします。