

# 与那原町における商店街の現状と課題

## The Present Conditions and The Problem of The Shopping District in Yonabaru Town.

小 川 護

Ogawa Mamoru

### 目 次

- |                               |                      |
|-------------------------------|----------------------|
| I. はじめに                       | IV. 与那原町における中心商店街の現状 |
| II. 与那原町の商業の概況                | V. 現在と今後における事業の取り組み  |
| III. 与那原町中心市街地の活性化に関する事業・取り組み | VI. 商店街活性化のための計画     |
|                               | VII. おわりに            |

### I. はじめに

#### 1. 問題の所在と研究目的

近年全国各地で、郊外へのショッピングセンターや24時間営業のコンビニエンスストアの進出がみられる。しかし、その一方で既存の商店街では衰退やシャッター通り化が進み、その存続が厳しい状況となっている。

大規模小売店舗法（大店法）が廃止され、大規模小売店舗立地法（大店立地法）が制定された2000年以降、各地で大型資本の出店攻勢が活発化し、さらに、モータリーゼーションの進展、消費者の生活スタイル・意識の変化、多様な店舗形態の登場により、卸・小売業を取り巻く環境は大きく変化してきた。これにより各地の商店街では大型商業施設の進展とともに、核となる店舗の損失、空き店舗の増加、利用客の減少、シャッター通り化が目立つようになった。沖縄県商店街振興連合会によると、沖縄県でも沖縄市に位置する沖縄市銀座街商店街や名護市の名護市十字路商店街、その他各地域の商店街で、大型店進出の影響による空き

店舗の増加、顧客の減少などが見られ、商店街を取り巻く環境は厳しいものと思われる。

沖縄県南部に位置する与那原町でも古くから拝所を有し、かつての中心的な商業地であったえびす、中央、親川通り商店街が位置する地区では（図1、図2）、既存商店街周辺の人口の減少・高齢化、空き店舗の増加、店舗の老朽化など、商業活動の低迷が著しい状況となっている。

さらに、中城湾に面する東海岸では、現在埋立事業であるマリンタウンプロジェクト<sup>1)</sup>が進行しその中で大規模な商業施設が建設されており、既存商店街と新しい街がどのように共存していくかが課題となっている。

これまでの地理学からの研究では、山川充夫（2004・2007）による駅前再開発と商店街再構築に関する研究、石原武政（2006）の大店法の規制緩和による大型店進出と既存商店街の変化やまちづくりについて述べた研究、小川護（2007）、小長谷一之・牛場智（2007）、堀本雅章（2008）による今日の活性化している既存商店街における取り組みに

ついてまとめた研究、奥野隆史ら（1999）や野尻亘（2005）コンビニエンス・ストアの増加・流通をとりあげた研究事例などがある。しかし、これまでの既存商店街と埋め立て地等の都市計画に基づく新しい街との繋がりを意識した研究はあまり見られない。そこで本研究では、現地調査の結果をもとに既存商店街の現状・課題、さらには商店街生き残りのための将来への活性化のための政策の一端について明らかにすることを目的とする。



図1 与那原町の位置  
(yahoo map による)

## 2. 研究対象地域

与那原町は東西約4.3km、南北約2.1km、総面積約5.02km<sup>2</sup>、人口1万5343人を有し、本島南部東海岸に位置し、沖縄本島内で1番小さな町である（図1）。また地形的には、海岸線に沿った低平地でその背後は丘陵地を形成している。歴史的には、1879年（明治12）に大里間切の一つに組み入れられ、1908（明治41）市町村制により大里村の一字となった。中城湾に面する良港を有し、沖縄本島北部から（山原）から材木・薪炭などを運ぶ山原船の港町として栄えており、また1914年（大正3）に、那覇と与那原間に沖縄県で初めての軽便鉄道が开通し、与那原は島尻と中頭を結ぶ陸上の要地ともなった。

分町問題が1928年（大正9）頃から



写真1 マリントウン建設事業（2010年）  
筆者による撮影



図2 「マリントウン建設事業」「与那原町中心商店街」中心  
(yahoo map による)

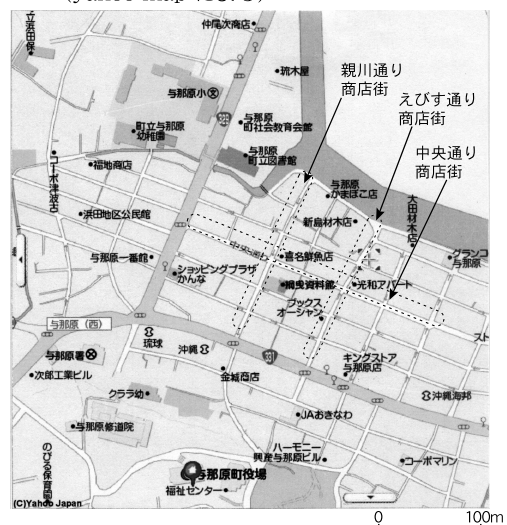


図3 与那原町の中心商店街  
(yahoo map による)

持ち上がるも、第二次大戦のため中断され、戦後再び分町の気運が高まった1949年3月31日大里村より分離し、同年4月1日町制を施行し与那原町が誕生した。戦後、港の機能は失われるが、現在でも国道331号、国道329号、県道40号を結ぶ与那原町の交差点を中心に東海岸地域において陸上交通要衝の地として発展している。また那覇市のベッドタウンとして住宅地化の増加と市街地の拡大が進んでいる。近年は、中城湾の埋立事業である「マリントウンプロジェクト事業」に勢力を注ぎ、活気と潤いのある新しい街づくりを目指している（写真1、図2）。商業統計表によると与那原町の年間販売額は約149億円で、沖縄県の年間販売額約2兆6千億円のうちの0.57%を占めており、41市町村中17位に位置している（2007年）。

本研究では、かつて与那原町の中心的な商業地であったえびす、中央、親川通り商店街が位置する地区（約10ha）を与那原町商店街と呼び、調査対象地域とする。（図3）

## 2. 研究方法

調査は2008年9月中旬から1月上旬にかけて実施し、調査方法は、与那原町住民へのアンケート調査、個店経営者・役場・商工会・与那原町内の拝所（親川・御殿山）<sup>2)</sup>を利用する参拝者への聞き取り調査を実施した。

与那原町住民を対象としたアンケート調査は計250枚配布し、有効回答票120枚が得られた。質問項目では、商店街の利用状況、利用回数、商店街の良いところ・悪いところ、行政・商工会への要望などを取りあげた。

個店経営者への聞き取り調査は、与那原商店街にある138店のうち、52店に聞き取り調査を実施し、そのうち42店で有効回答が得られた。個店経営者へは創業年、従業員数、販売品目、販売対象者、売上げ、繁忙期、後継者の有無、行政・商工会への要望などを質問した。役場・商工会へは、これまでの商店街活性化に向けての取り組みや、これからの方針等を伺った。参拝者への質問項目は、年に何回参拝に訪れるか、誰と参拝に棄ているか、住まい、交通手段、駐車場の利用場所、商店街の利用状況、商店街で何を購入しているか、商店街の良いところ・悪いところ、商店街・行政への要望などを取り上げた。

## II. 与那原町における商業の概況

### 1. 与那原町全体の商業の推移

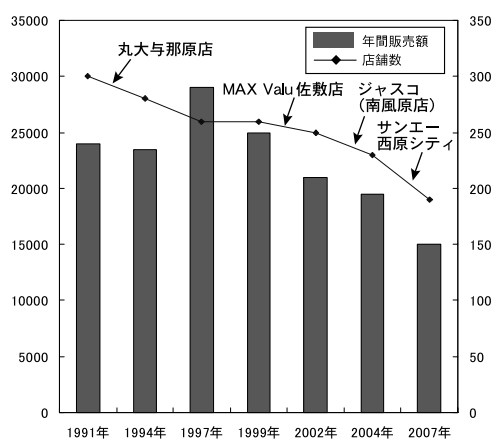


図4 与那原町における商業販売額と店舗数の推移

資料：商業統計表各年次版より作成

1991年から2004年までの与那原町全体の商業（卸売・小売業）の推移を見てみよう（図4）。与那原町の1991年における年間販売額は約231億円で、商店数は301店舗を有していた。だが

1994 年は年間販売額約 223 億円（前回調査と比較：約 7 億 8000 万円減）で、商店数は 280 店舗（前回調査と比較 21 店舗減）となっている。1997 年においては年間販売額約 288 億円となり、前回調査と比較すると約 65 億円の大幅な増加である。商店数は 271 店舗となっており、前回調査と比較して 9 店舗の減少である。その後、1999 年の調査では再び減少傾向に転じ、年間販売額、商店数共に年々急激に落ち込んでいる。その要因の一つとしては、大型ショッピングセンターやスーパーの立地が相次いだことが考えられる。1991 年時点と 2004 年時点を比較すると、年間販売額は 35.1%の減少、商店数は 37.2%の減少となっており、商業力の低下が顕著に見られる。

## 2. 与那原町中心市街地における既存商店街の概況

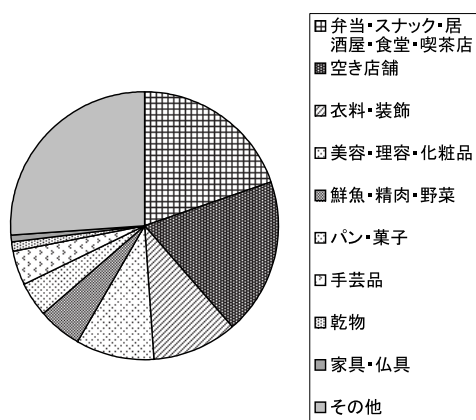


図5 与那原町商店街の業態別構成 (2008 年)

資料：現地調査による

次に、えびす通り・親川通り・中央通りの 3 通りを含む与那原商店街の概況をみる。2008 年 10 月現在の与那原町商店街の商店数は、計 138 店舗あり、そのうち 26 店 (19%) が飲食店等、25



写真2 えびす商店街の拡幅工事 (2010 年)  
筆者による撮影



写真3 中央通り商店街 (2010 年)  
筆者による撮影

店舗 (18%) が空き店舗、14 店舗 (10%) が衣料・装飾品店、13 店 (10%) が美容関係の店舗、鮮魚・精肉・野菜量が 7 店舗 (5%)、手芸品店 5 店舗 (4%)、パン・菓子店が 5 店舗 (4%)、スーパー・商店は 4 店舗 (3%)、家具・仏具店は 2 店舗 (1%)、乾物 2 店舗 (1%)、その他 35 店舗 (26%) となっている (図 5)。特徴としては、スナック、居酒屋などの飲み屋が多いことや、法事関連の店があることがあげられる。

与那原町商店街の問題点としては、①住宅と店舗が混在し、使い勝手が悪い。②地主・建物主・テナント業者の営利関係が複雑化している。③駐車場が少ない。<sup>3)</sup>④交通の面では歩車道が分離されておら



ず歩きにくく、一方通行規制がある。⑤  
空き店舗が多く、商店の連続性がないため集積メリットが低いといった。点である。  
また、えびす通りでは町道与那原6号の整備で東側が拡幅され、東側一帯の店舗が全て立ち退きとなり、店舗数が大幅に減少したため、えびす通りに限らず与那原商店街全体の集客力が低下した一要因ともなった。

また、与那原町内外には大型ショッピングセンターやスーパーが乱立しており、サンエー、ジャスコ・マックスバリュ、コープおきなわ、タウンプラザかねひで、丸大などの主要スーパーだけでも、与那原町内に3店舗、周辺市町村では西原町に3店舗、南城市に3店舗、南風原町6店舗、那覇市34店舗となっている（2008年6月現在）。さらに、商店街に隣接するマリンタウン東浜では2008年12月に大型ショッピングセンターがオープン

表1 与那原町商店街活性化に関するこれまでの事業・取り組み

年度	事業・取り組み	事業・取り組みの主体
1995	与那城町使用店街活性化のための基本構想作成事業報告（県産業振興公社補助事業）	通り会連合会（えびす・観・中央通り）、与那原商工会
1996	与那原町商店街活性化事業報告書	通り会連合会（えびす・観・中央通り）、与那原商工会
1997	与那原町商店街わいわいスタンプカード会の設立。運営指導	与那原町商工会
1999	中小商業活性化事業（県産業振興公社補助事業） 与那原町商店街わいわいスタンプカードの顧客データベース構築およびカード利用促進キャンペーンなど。	与那原町商工会
2000	4～6月頃：与那原町が町道6号の整備を都計事業から道路事業に変換→11月に片側拡張を提案。 9月：与那原町の方針転換を受けて、与那原町商工会では商店街活性化対策委員会を設置し、会長がえびす通りの道路拡張などについて諮問。 12月：町当局へ与那原町商工会が中心市街地活性化基本計画の策定等を要請	
2001	与那原町中心市街地活性化検討調査（与那原町補助事業）	与那原町商工会
2002	与那原町商店街活性化基本計画を策定	与那原町
2003	中小小売商業高度化事業構想（与那原 TMO 構想）	与那原町商工会
2004	与那原町中心商店街アップイベント事業（県産業振興公社補助事業）	与那原町商工会

資料：『新まちづくり構想委員会資料』（2008年）より作成

し、与那原町の既存商店街は依然として厳しい状況にある。

### Ⅲ. 与那原町中心市街地の活性化に関する事業・取り組み

次に与那原町役場と商工会による1995年度以降による最近の中心市街地の活性化に関する事業・取り組みについてみてみよう。当事業の本格的な取組は1995年度における「与那原町商店街活性化のための基本構想作成事業」が最初であった。しかし、事業主体は通り連合会と商工会であるが、この事業は本土の民間企業に委託して計画されたものだったため、「非現実」（商工会）との理由で事業は事実上進行しなかった。

1997年度から取り組まれたわいわいスタンプカード事業は、①加盟店は2万円ずつ出資する。顧客はスタンプカード（台紙）を持って店に行き、500円ごとに各店のスタンプをカードに押して貰う。そしてスタンプが60個たまると、どの加盟店でも500円分の買い物ができるというものである。②加盟店は顧客が利用した満欄カードを毎月1回集計し、スタンプ会事務局に提出、カード1枚につき、500円の払戻を受ける。③事務局では、清算したカードのスタンプ数を店別に集計し、スタンプ1個につき12円の請求をするという仕組みの事業であったが、約3年の稼働で終了したい沖縄の元気なお店・元気な商業集団中小小売商業活性化対策事例等調査」より）。その理由としては、町道6号の拡幅にともない、えびす通りの東側の店舗一帯が立ち退きとなり、参加店舗が減少していったためであった。また、間接的な要因としては、押印に積極的な店舗と、経費を抑えるた

めに消極的な店舗とに分かれてしまったということもあげられる。

2002年に商工会からの要請を受け、与那原町は与那原町中心市街地活性化検討調査に基づいて「与那原町中心市街地活性化基本計画」を策定した。ここでは、与那原町の現況と問題、中心市街地が抱える課題、中心市街地の整備改善と商業等の活性化のための事業に関する基本的な事項を提示した。そして2003年度には、中心市街地活性化基本計画を受けて、与那原町商工会がまちづくり機関の機能を担うことを目的に「中小小売商業高度化事業構想（与那原町TMO構想）」<sup>4)</sup>を策定した。TMO構想では、中心市街地活性化の基本方針・目標、事業構想リストを取りまとめた。2004年度から商工会がTMOとなり、構想の具現化に取り組んだ。「与那原町中心商店街集客アップイベント事業」は、その最初の事業である。6月には鳥取県三朝町の綱引き資料館（陣所の館）および先進商店街の視察研修、7月～8月にかけてえびす通りにて与那原人綱曳資料展の開催、6月～11月にかけてはイベントおよび個店の販売促進に関する研修会を計4回開催し、12月には集客力アップを目的とした森川朝市のイベントが計2回開催された。資料展には計138名の入場者（60日間の合計）、朝市には1176名（計2回3日間の合計）の来場者が訪れるなど一定の成果を上げた。しかし、2006年にはTMOが導入された根拠法である「中心市街における市街地の整備改善及び商業等の活性化の一体的推進に関する法律」（略称：中心市御地活性化法）<sup>5)</sup>が改定されたため、改正後の法律に合わせた構想の練り直しが必要になり、TMO構想は白

紙となった。

商店街では上記以外にも「親川フェスティバル」「歳末謝恩セール」など、様々なイベントや取り組みが行われてきたが「顕著な成果はない」（商工会）とのことである。「イベント当日には人が集まるが、終わると元通りになってしまう」ことや、「イベントをやろうとしても、運営に拘束されるため、人々時間の確保が困難である。店舗数の減少がそれに拍車をかけている。商店街に体力がない。行政の財政も厳しい」（商工会）などの理由があげられた。現在も行われているイベントとしては、2006年から始まった与那原親川会<sup>6)</sup>が企画するフォークの日イベントや、商工会の商業振興事業の一つである「おじい・おばあの似顔絵展」などがある。

#### IV. 与那原町における中心商店街の現状

##### 1. 商店経営者

与那原町全体では2007年現在189店の事業所があり、そのうち与那原商店街に位置する118店の店舗、52店で聞き取り調査を実施した。そのうち42店で有効回答を得ることができた（表2）。

各店舗の創業年をみると20年未満の店が12店舗、20年以上40年未満の店が14店舗、さらに40年から60年近く構える店が16店舗と、地元で20年以上商業の中心を担ってきた店が多く占めている。次に、従業員数を見てみるとパートおよびアルバイトを含めた従業員数については、1名が14店舗、2名が16店舗で計約7割を占めている。とくに親の店を引き継いで一人で経営している店舗や夫婦2人での経営をしている店舗が多くを占めており、その他、3名4店舗、

表2 与那原中心商店街の構成（2008年）

	業種	創業年	従業員	客層	販売品目	売上/年	繁忙期	後継者
1	菓子店	1978	6	幅広い	洋菓子（小倉シュー）	？	行事（盆）	息子次第
2	菓子店	1965	4	幅広い	洋菓子・和菓子	？	事	自分たちができる範囲
3	雑貨・飲食店	2008	3	幅広い	天然石・小物・ぜんざい	12万円	？	息子次第
4	乾物専門店	1945	4	60歳以上	お茶・乾物販売と納品	500万円	盆・正月	子が継いだ
5	文具店	1998	1	幅広い	文具・印鑑販売と納品	30万円	新学期	なし（考えられない）
6	仏具専門店	1938	5	50～60歳代女	仏具	500万円	盆・年末	息子
7	食料品店	1972	2	40歳以上	鮮魚	？	盆・正月	お嫁さん
8	衣料品店	1963	2	お年寄り	婦人服・体育着・制服	90万円前後	行事	未定
9	雑貨店	1963	2	中高年	駄菓子・酒類	？	なし	考えていない
10	食料品店	1968	1	60歳代女性	豚肉	？	行事	考えていない
11	手芸店	1958	2	40～70歳代	手芸材料・手芸教室	？	9～12月	考えていない
12	薬局	1948	2	お年寄り	薬品	40万円	なし	息子次第
13	クリーニング	1978	2	30～60歳代女性	クリーニング	？	冬（10～2月）	この代で終える
14	乾物専門店	1956	1	70～80歳代女性	乾物類・煮干し	30万円以下	夏場・暮れ	継がせたくない
15	鍵専門店	1978	2	幅広い	カギ	？	行事	考えていない
16	食料品店	1978	4	幅広い	魚・天ぷら	？	なし	わからない
17	雑貨店	1971	2	50歳以上	乾物	食べていくぐらい	なし	考えていない
18	衣料品店	1975	2	40歳代以上の女	婦人服	？	5月母の日	状況次第
19	衣料品店	1982	1	中高年の女性	婦人服	食べていくぐらい	なし	継がせたくない
20	仏壇・仏具専門	1956	5	ほとんど客なし	仏壇 ？	なし	長男夫婦	
21	美容室	1980	2	幅広い	ヘアカット・パーマ	90万円以下	10～1月	嫁が継いだばかり
22	美容室	1988	3	幅広い	ヘアカット	120万円	盆・正月・夏休み	未定
23	食料品店	1998	8	幅広い	野菜・焼き芋	30万円	盆・旧暦の行事	未定
24	化粧品店	1958	1	60～80歳代常連	化粧品・洋服	70万円	なし	考えていない
25	日用雑貨店	1948	2	幅広い	日用雑貨・手作りビー	？	盆・正月	継がせたくない
26	手芸店	1973	2	幅広い	生地販売・納品	？	行事前	考えていない
27	食料品店	1999	2	60歳代	鮮魚	90万円	冬（10～2月）	考えていない
28	飲食店	2006	3	幅広い	カクテルフード	？	年末・年始	はじめたばかり
29	美容室	1970	2	50～70歳代女	エステ・サロン	？	なし	貸しも考えている
30	飲食店	2008	1	幅広い	ラフテー井	？	年末・年始	未定
31	修理・販売店	1968	2	常連	自転車・バイク販売修	20万円	夏休み	来年ぐらい閉めるかも
32	美容室	1961	1	40歳代以上	ヘアカット・パーマ	そんなにない	なし	孫次第
33	司法事務所	1999	11	成人	法律相談	一概に言えない	決算期（3・5月）	
34	飲食店	1968	1	常連	山羊料理	そんなにない	冬	体調次第
35	装飾品店	1994	1	年配の方	アクセサリ・バック	そんなにない	なし	嫁次第
36	薬局	1948	1	年配の方	薬品	ほとんどない	冬	考えていな
37	ビデオ店	1988	1	30～60歳代	ビデオ・DVD レンタル	40万円	台風	時考えていない
38	衣料品店	1978	1	30～60歳代	婦人服	？	なし	考えていない
39	飲食店	2005	3	20～34歳	刺身	？ 第3金・土	考えていない	
40	美容室	1990	1	40歳代以上	化粧品販売・エステ	50～60万円	なし	嫁次第
41	手芸・喫茶店	1993	1	幅広い	パッチワーク教室	？	なし	考えていない
42	飲食店	2003	2	幅広い	酒・フード	80万円	なし	未定

資料：2008年現地調査により作成

4～9名6店舗、10名以上が1店舗となっている。次に売り上げをみると、月500万円を売り上げる店舗がある一方で、「食べていくぐらい」や「そんなにない」「とても厳しい」という声が6店舗あり、商店街の二極化がうかがえる結果となった。

後継者問題では、「嫁・息子・孫次第」

と回答したのが9店舗と、2割にとどまっているのに対して、「継がせたくない」、「自分の代で終わり」と回答したのが5店舗、「未定」、「考えていない」、「分からない」と回答したのが18店舗と、50%近い店舗では、現段階では後継者を決めていないのが現状のようである。

また、「商工会・役場への要望はあり

ますか?」との質問に対しては、ともに「要望なし」が最も多く、全体の約50%を占める結果となった。その他、商工会への要望では「入るメリットがわからない」、「営業時間内のため研修・講習に参加できない」などの声が聞かれた。役場への要望では、「空き店舗を安くで・もいいから貸せば良い」や「言っても意味がない」などの声も聞かれた。

今回の調査では、店舗の老朽化とともに経営者の高齢化も見受けられた。「人の流れがスーパーや大型店に変わった為、客が少なくなっている」や「だいたい収入が減った」などの声も多く聞かれ、厳しい商店街の状が伺える結果となった。さらに与那原商店街では、マリンクウン事業に伴う道路の拡幅工事のため、えびす通りの東側の店舗が立ち退きとなったことも、顧客の流れを変える要因の一つとなったようだ。経営者の中には、えびす通りの東側がなくなった頃から、売り上げが3割～約半分以下になったという声も聞かれた。

なかには、経営を続けるかは「自分達の体調次第」や「状況次第」という回答も得られ、客の減少・売り上げの減少が、

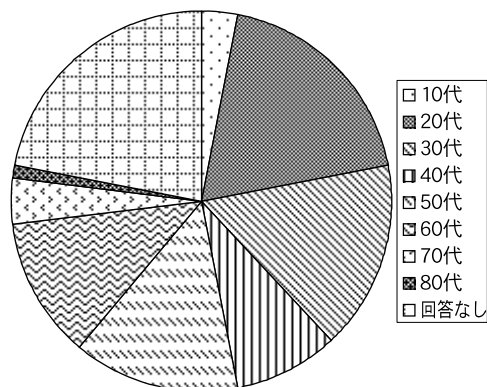


図6 アンケート回答者の年代別割合  
資料：現地調査による（2008年）

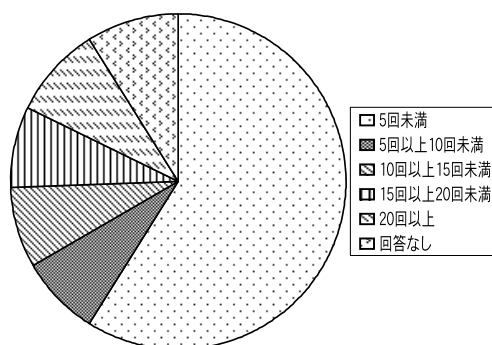


図7 1ヶ月あたりの商店街の利用回数  
資料：現地調査による（2008年）

経営者の意欲にも影響を与えていると考えられる。

## 2. 与那原町民への地元商店街に関するアンケート調査

与那原町民への商店街に関するアンケート調査を実施し、計250枚の配布のうち、有効回答票120枚であった。その内訳を見てみると、男性21名、女性72名、回答なしが27名となった。年代別で分けると、10代3名、20代23名、30代19名、40代11名、50代17名、60代14名、70代5名、80代1名、回答なしが27名となった（図6）。

「あなたは与那原商店街を利用してい

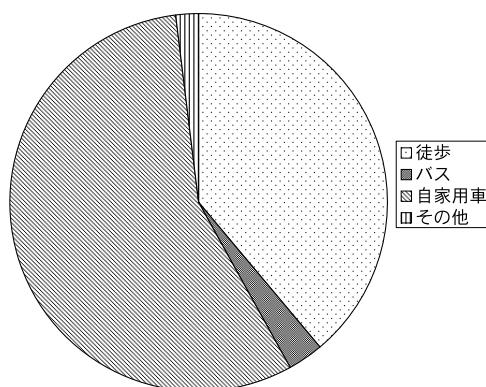


図7 来街手段（2008年）  
資料：現地調査による（2008年）

ますか？」の問いに、「はい」と答えたのが61名(51%)、「いいえ」と答えたのが59名(49%)と、ほぼ半々の結果となった。「はい」と答えた人に利用頻度(月)を質問すると、「5回未満」が33名(53%)と半数以上を占め、「5回以上10回未満」、「10回以上15回未満」、「15回以上20回未満」がそれぞれ4名ずつ(7%)、「20回以上」、「回答なし」がそれぞれ5名(8%)、「その他」が6名(10%)となった(図6)。さらに、商店街への来街手段を質問すると、「自家用車」36名(56%)、「徒歩」25名(39%)、「バス」2名(3%)、その他「1名」(2%)。タクシーという回答はなかった(図8)。この調査結果では、半数以上の人が自家用車で来街していることになり、駐車場の整備が必要であると思われる。次に「商店街では主に何を買っていますか？」(複数回答)との質問には、55名が「食品・食料品」と答えており、内訳を見ると「パン・ケーキ・お菓子」と答えたのが23名と最も多く、次に「野菜・果物」18名、「鮮魚・精肉」13名の回答が多かった。また、「日用品・雑貨」に答えた人が7名、「衣類」が4名、「その他」3名、「回答なし」2名の回答があった(図9)。

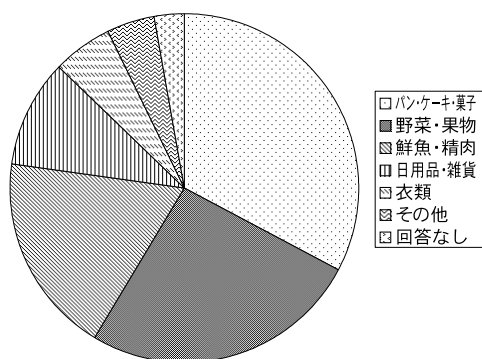


図9 商店街で主に購入する商品 (2008年)  
資料：現地調査による (2008年)

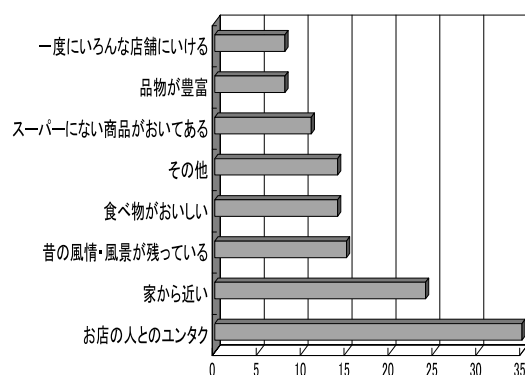


図9 商店街のいいところ  
資料：現地調査による (2008年)

商店街の長所と短所について、回答者全員に質問した(複数回答)。まず、「商店街の良いところはどこだと思いますか？」との問いには、「お店の人とおしゃべりできる、親しみがある」が35名、「家から近い」24名、「昔の風情・風景が残っている」15名が上位にあがった(図8)。

次に、「商店街の悪いところはどこだと思いますか？」の問いに対しては、「活気が無い」40名、「欲しい商品を置いていない・品揃えが悪い」32名、「駐車場が少なく不便」27名、「魅力的なお店がない」26名が上位となった(図9)。当商店街を訪れる多くの人が店員とのコミュニケーションや親しみやすさに魅力を感じており、家から近いという利便性

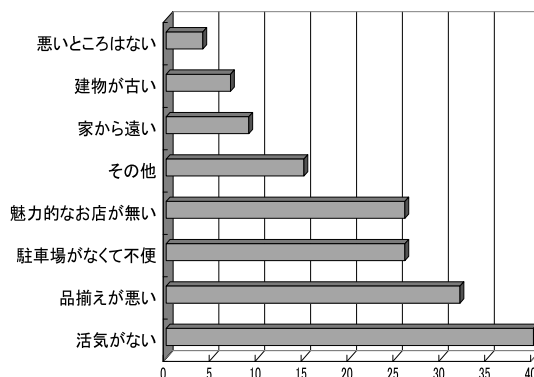


図11 商店街のあまりよくないところ  
資料：現地調査による (2008年)、複数回答

がある一方で、空き店舗数の増加による活気の無さがよけいに商店街から人を遠ざけてしまっているようである。また、消費者のニーズに合った商品が無いことや品揃えの少なさに不備を持つ声が多かった（図 10）。

最後に、回答者全員に普段の買い物先に関する質問をしたところ（複数回答）、最も多かったのが「サンエー」83 名、以下「丸大」81 名、「かねひで」45 名、「ジャスコ」32 名、「マックスバリュ」29 名、「その他」16 名、「回答なし」4 名の順となった。そこで買い物をする理由は何について尋ねると（複数回答）との質問には、「品揃えが豊富」76 名、「一ヵ所で買い物が済む」72 名、「家から近い」52 名が上位の回答理由であった。品揃えが限定的で、いくつかの店舗を回らないと買い物ができない商店街と違い、多くの人が品揃え豊富でまとめ買いができる量販店を好む傾向がある。

### 3. 御殿山（ウドゥンヤマ）拝所と親川（エーガー）拝所参拝客の動向

調査は与那原商店街に位置する、御殿山（ウドゥンヤマ）拝所と親川（エーガー）拝所で、11 月から 1 月にかけて実



写真 4 親川拝所（2010 年）  
筆者による撮影

施し、御殿山で祝日に 1 回（12 時～15 時）、平日に 1 回（9 時～12 時）と、計 2 回実施した。親川では祝日に 1 回（10 時～12 時半）、平日に 1 回（9 時～11 時半）、計 2 回調査を実施した。祝日に実施した御殿山の調査では、3 組（10 名）が参拝に訪れ、平日実施した調査では、2 組（計 6 名）が参拝に訪れた。次に祝日に実施した親川の調査では、3 組（5 名）が訪れ、平日に実施した調査では 11 組（19 名）が参拝に訪れた。計 4 目で 19 組（40 名）が参拝に訪れたが、そのうち 8 組に聞き取り調査を行うことができた。

「1 年に何回参拝に来るか」の質問に対しては、「2 回」が 6 組、「14～15 回」が 1 組、「不定期」が 1 組であった。そのうち 1 組は個人での参拝ではなく東御酒い（アガリウマーイ）<sup>7)</sup> で参拝に来ていた。「住まいはどこか」の質問に対しては、「与那原」6 組、「沖縄市」「浦添市」が 1 組ずつであった。さらに「交通手段は何か」の質問に対しては、「自家用車」5 組、「徒歩」2 組、「原付」1 組となり、その際駐車場は「近隣施設（コミュニティーセンター）の駐車場」や「路上駐車」「近隣住民の個人宅の駐車場」を利用していることがわかった。「参拝の際、与那原商店街を利用しているか」の質問には、「利用している」が 6 組、「利用していない」が 2 組となり、今回の調査では、参拝の際に必要な道具等を商店街で購入している人が約 8 割近くにのぼることがわかった<sup>8)</sup>。参拝客の参拝時間は「10 分未満」が 6 組、「10 分以上 30 分未満」が 10 組、「30 分以上 50 分未満」が 2 組、「50 分以上 60 分未満」が 1 組であった。30 分未満が 8 割を占めており、参拝者が短時間

で参拝をする傾向にあるようである。

また今回、親川で平日に実施した調査当日（1月19日）は、旧暦の12月24日にあたり沖縄県では御願解き（ウガンブトゥチ）という行事<sup>9)</sup>のため参評者が多かったと思われる。

## V. 現在と今後における事業の取り組み

地元商店街における、現在実施されている事業・取り組みを、主に商工会の活動からみていきたい。

2008年3月31日現在の与那原町商工会員数は539名で、組織率は61.8%である。商工会が取り組んでいる事業には、大きく分けて2つの事業がある。第一には地域商工業者の経営全般を支援する経営改善普及事業と、第2には地域活性化や業種別振興を図る地域総合振興事業<sup>10)</sup>である。

現在、商工会が重点をおいているのは、前者の経営改善普及事業である。その理由は、「商店街全体の機能が低下しているため、個店単位で力を付けるしかない」、「いくらハード整備をしても、魅力ある店舗が無ければお客さんは来ない。商店自身も自助努力が必要」、「商店街にも頑張っている店、良い店はあるが、消極的なお店もいっぱいある。それらの温度差が激しい」、「経営利害等もあるので、商店街一丸となって、というのは難しいのでは。」「一生懸命な店を育てて、商店街全体を引っ張ってもらいたい」（商工会）という認識からである。事業の具体的な内容としては、経営指導員による指導、講演会等の開催による指導、講習会・講演会の開催、金融関係の斡旋、事務の代行、記帳および記帳継続指導、法律認定企業等指導などがあげられる。

特に与那原町商工会が力を入れている事業の一つに、2004年からスタートした「よなばる経営革新塾」がある。この事業では、1・2年目は簿記会計、経営分析、販売促進等いくつかの分野に分けてセミナーを開催した。3年目からはIT活用を中心とした講座を開催しており、これまでに150人以上が受講している。この塾は、当初は与那原町商工会の会員限定であったが、2006年からは会員以外にも募集枠を広げ、県内各地から受講生が集まっている。この経営塾を受講後、事業所ごとに県に経営革新計画を申請し、それが承認されれば補助金制度や低利融資制度等の支援が受けられるようになる。

その他にも「ビジネスマナー講習会」、「パソコン講習会」など、様々な講習会・セミナー等が開催されているが、商店街経営者からは「講習会や行事がありても、お店を空けるわけにはいかないから行けない」「商工会に入るメリットが分からない」「あまり関わりが無い」等の声も聞かれた（聞き取り調査にる）。

次に、商工会における今後の取り組みや方針についてふれてみよう。

与那原町商店街には、東御廻りの拝所である御殿山と親川拝所がある。御殿山は天女が天降りした地という伝説があり、王府にも尊崇されていたとされ、聞得大君の即位式には「御水撫で」の儀式が行われ、国王の東御廻りの参詣地でもあった。また、親川拝所はその昔、水量豊かな泉であり、御殿山に天降りした天女が、御子の産井に使ったという伝説も残っている（『琉球国由来記』）。与那原町ではこのような史跡を利用し、「歴史・文化を活かしたまちづくり」を進める方針がある。東御廻りに来る参拝客や、マリン



タウン内の商業施設利用客にも商店街内を回遊してもらえるような仕掛けを作り、活性化への一つの契機にしたいという商店街側の狙いねらいも伺える。商店街には仏壇・仏具など法事関係の店舗が数店舗あり、参拝者のニーズに対応できるように思われる。それを参拝者に認知してもらい、商店街でも買い物をしてもらいたいという期待がある（商工会）。

これらの取り組みの具体的な内容としては、御殿山から与那原鮫川までの道を石畳にすることが決定している。また、親川拝所に隣接する「与那原綱曳資料館」の展示を、2階から1階へ移動してほしい、「親川拝所や公園の整備」、「えびす通りの残地を参拝者専用駐車場に」（商工会）との要請が行政に出されているが、これはまだ確定していないようである。

しかし、御殿山、親川拝所の史跡の整備や駐車場を整備することにより、活性化が図れるかどうかは未知数である。これまでに、参拝者についての調査は行われておらずデータが無い。これから調査する予定も「無い」（商工会・役場）ようである。「駐車場にバスを停め、商店内を見て回っていたという話を聞いている」（商工会）、「予算や時間がかかるため、調査は難しい」、「駐車場を作ってからデータも取れるのでは」（役場）との考えによるものである。

## Ⅵ. 商店街活性化のための計画

与那原町中心商店街活性化のために、その方策について短期計画、中期計画、長期計画の三段階で考えてみたい。短期的施策としては、時間がかかるため早くから取り組んだ方がよいと思われるもの、優先事項と思われるもの、あまり投資せ

ずに取り組めるとされるものを盛り込んだ。次に、予算の確保、投資対効果などの見通しが立ってから、取り組んだ方がよいと思われるものを長期とし、短期と長期の間の取り組みを中期とする。

なお、国・県・町の施策や、景気、町・商工会・通りの財政状況などの外部要因はあえて一切考慮せず考えてみたい。

### 1. 短期計画

#### (1) 話し合いの場を設ける

商店街内の個店経営者への聞き取り調査を行った際、初めは警戒されていたが、話をするうちに、昔の話や思い出話、グチ、政治、相麴、時代の流れ、息子・孫の自慢話、鋤味、観月会の月が本物ではなく映像だった話、私たちへの激励、商店街の裏話、活性化へのアイデア、仕事に対しての誇り、そして自分の店や商店街への想いなど、色々な話をしてくれた。お茶やおやつまで出してくれた人もいた。ば、と見て、商店街全体は活気が無く暗い印象であったが、少し覗いてみるだけで、そこには様々な思いを持って生活している人たちがいた。調査者が関心を持って本音で話をしたい、聴きたいという思いが伝わったからこそ、少しずつ心を開いて本音を語ってくれたのだと思う。だからこそ、人と人が腹を割って話し合える場が必要だと、強く思った。お互いがお互いを知らずに、一つの想い例えば活性化）に向かって進んでいくことができるだろうか。

そこで私たちが最初に提案するのは、商店街内の経営者全員、商工会、役場職員が集まって、話し合いの場を設けることである。その日に参加できない経営者は、個別訪問し、必ず全員に意見を聴く。全員が集まるのは数回とする。集まる回

数が多すぎると、意見がまとまりにくく、また、負担になると思われるためである。直接発言しにくいこともあると思われるので、同時に無記名のアンケートも配布・回収する。自分の立場や利害に関係なく、まずは腹を割って話し合うことが必要である。「商店街をどうしていきたいのか?」、「活性化したいのか、現状維持のままで良いのか?」、「方向性はどうするのか?」、「店をこれからどうしていきたいのか?」など、曖昧な部分を明確に、そして具体的にする。そこで、意欲のある経営者と、そうでない経営者をはっきりさせる。そして、意欲のある経営者を中心に活性化を進める。ただし、情報提供は全員に継続して行う。例えば、活性化に向けての話し合いの内容や決定事項、取り組みなどを広報としてまとめ、月に1度発行するなどが考えられる。活性化に消極的な経営者でも、意欲がでてきた場合、いつでも受け入れる体制を整えておくのである。

とくに重要なのは、意欲のあるなしで、商店街を分断するということではない。それぞれが持っている、商店街への想いや展望を確認しあう、ということである。お互いを知ることによって、一人一人が「何かやってみようか」という前向きな気持ちになることが、活性化へのスタートラインであるといえよう。

## (2) リーダーの育成

今回、経営者・商工会・役場に聞き取り調査を行った中で感じたのは、「信頼関係の薄さ」であった。互いの表面的な繋がりではなく、本当の意味で信頼関係が築けなければ、うまく連携を図るのは困難であろう。そのため、各アクターからリーダーを選出し、三者の間に立ち、

活性化への核となってもらう。リーダーには、人望が厚く、行動力があり、客観的な判断ができる人物が良いと思われる。そして、誰よりも意欲を持って活性化に取り組んでいけるということが、最も重要な条件である。ただ、無償ではどうしても限界があると思われるので、可能な範囲で手当てを支給する。

## (3) 意識改革

ここでは、立場は異なるが互いに一致点を探りながら歩み寄ることを目指し、各アクターに改善してほしい点を述べる。

### ①役場

経営者への聞き取り調査で、役場に対しての要望を聞いたところ、「要望なし」言っても意味がない」との声が大多数であった。何を期待して良いのかよく分からない、何をしてくれるのかが分からない、興味が無いということの表れではないかと感じた。活性化のために努力しているということが、経営者側に十分に伝わっていないと思われる。確かに、活性化の主導になるのは商店街内の経営者であるべきだが、行政の立場としてこれまで取り組んできたことが、ベストを尽くした結果だったのか、事業計画や時間に追われた結果だったのか、客観的に省みることから再スタートしてほしい。また、実際に商店街内を「歩く・利用する・話を聴く」ことを積極的に行ってほしい。

### ②商工会

商工会では、金融の斡旋や記帳指導、各種講習会・講演会・セミナーの開催など実務的・実践的な取り組みが行われている。しかし、今回行った経営者に対するアンケート調査で「商工会のメリットがよく分からない」、「関わりが無い」な

どの声も聞かれたため、情報が行き渡っていない可能性が考えられる。商工会はこれまで以上に情報提供を積極的に行ってほしい。また、「商工会は支援する立場であり、（取り組み等を）押し付けてやらせるものではない」、「職員は商売の経験が無く、経営感覚に乏しいため、現実的な提案が難しい。」という話を調査時に聞いた。だが、押し付けではなく、経営者と同じ視点に立ちたい、共に頑張っていきたいという誠意ある姿勢を示すことも、人の心を動かす一つの方法ではないだろうか。

### ③経営者

商店街内の経営者の中には、頑張る店舗もある一方で、意欲が無い経営者が多数いることも、また事実である。確かに、個店個店の方針（どう経営していくか、など）や選択（これから経営するのかしないのか）は自由である。しかし、本来、商店街は店舗が連続して立地し、相乗効果が得られることによって成り立つものである。商店街に店舗を構えている以上、他店舗からの影響は免れない。そう考えると、商店街全体で活性化に向けて取り組んでいくという意識を持つべきである。経営者は、個店の利益を追求すると共に、自分が商店街を形成している一店舗であることを認識しなければならない。そして、まずは自分の可能な範囲でできることを考え、行動に移していくことが活性化への一歩ではないだろうか。

### ④個店の魅力作り

集客のためには、個店の魅力・強みを作りていくことが必須である。しかし、個店だけの力では限界があると思われる。そのため、③でも述べたが、商工会や行政が行っている支援事業、取り組みなど

を周知徹底させ、大いに活用してもらう必要がある。

### ⑤未来の人材育成

商店街活性化だけではなく、まちづくり全体にいえることだが、町民が地元に興味と愛着を持たないと「自分たちの手で、町を元気にしていこう！」という思いにはならないだろう。

そういった人たちをどう増やしていくかということは、町の未来を考える上で重要になってくる。そのためには、「未来の与那原町を担う人材育成⇒子ども達に楽しい思い出作りを」を提案する。地域の行事等を通して、子ども達に楽しんでもらい、自分の町を好きになってもらえば、成長して大人になった時、頑張ってもらえると思う。実際に、地元では当添ハーリー・納涼祭り・与那原祭りなど地域の行事が盛んであるし、中学生の段階ではジュニアリーダーに、高校においては青年会に所属することができ、地域行事の運営を手伝うことが可能である。やはり「地元が好き」だという気持ちが、次の行動に繋がっていくのではないかとと思われる。

## 2. 短期・中期計画

商店街が生き残りていくためには、大型店と競争・競合しないことが必要であると考えられる。規模や品揃えの豊富さ、展開の早さ、変化し続ける市場への適合力など、大型店に勝つことは不可能に近い。競合するという考え方は捨て、ただ大型店と違う視点で消費者のニーズを満たしていくかが、ポイントになると思う。

現在、与那原町商店街に隣接するマリントウン東浜には、大型ショッピングセンターやビーチ・マリーナがあり、ホテ

ル等が建設予定で、これから益々発展し、賑わいを見せるだろう。ここでは、マリンタウンと全く違った魅力作りをすることによって、消費者に商店街も回遊してもらうことを目指す必要性が出てくる。また、一番身近な消費者である町民を、どう味方につけて商店街を利用してもらうか、という視点でも考えていきたい。さらに大型ショッピングセンターには無い、本来商店街が持っている温かさや癒しの雰囲気を感じられる商店街を提案したい。

#### (1) 「よなばる市場」構想

商店街内に与那原の特産品全てを揃えた店舗があると良いともわれる。「商店街＝特産品が全て揃う」という付加価値があれば、町外の消費者へのPRにも役立つ。また、町外の人のみをターゲットにするのではなく、町民にも日常的に利用してもらえるように、生鮮品店も併設する、「特産品店＋生鮮品店＝よなばる市場」を提案する。よなばる市場に出品される商品は、可能な限り与那原町で生産された物、または与那原町内の店舗から卸されたものであることを条件とする。すなわち、戦前からの特産品である「ひじき」、そして沖縄そばとして名高い「よなばるそば」をキーワードとして当施設を構築すれば、地元商店街活性化のための格となる施設になるだろう。当然のことながら、よなばる市場だけの利益を追求するのではなく、あくまでも与那原町の商工農業全体に波及する経営を心がけることはもちろんのことである。

#### (2) 体験工房

与那原は戦前から赤瓦に代表されるヤチムン作りが盛んな土地柄であり、同時に前述のように与那原そばは有名である。

これらの地元資源の有効活用を目的として、そば打ちなどや、与那原ならではの物作り体験ができる場所があると良いと思う。当施設は観光客のみを対象にするのではなく、地元住民にも日頃から利用してもらえるような工夫も必要である。そうすることによって、町の文化・歴史や物作りへの関心を持ってもらうことを目指す。具体的には、「教室」として開放し町民にも日常的に利用してもらう、小中学生に社会見学として利用してもらうなどである。(1)のよなばる市場に併設すると、集客効果は大きいだろう。

### 3. 中期計画

#### (1) イベントの充実

当商店街では、これまで様々なイベントを開催されてきたが、持続的イベント開催が難しく、イベント当日に集客があるのみで一時的な効果しか得られないものとなっていた。そのため、イベントは「集客」することを目的とせず、あくまで商店街を「宣伝・PR」する一つの材料として考える。その前提として、まず地元住民が楽しく参加でき、負担にならず継続して実施できるイベントであることが望ましいと思われる。

#### (2) 街並みの整備

商店街全体の雰囲気作りとして、街並みの整備は欠かせない。歴史ある建物と、古びた建物は少し違うと思う。街灯、駐車場、親川広場の整備、トイレ設置、個店の改装などが必要であると思われる。筆者の希望としては、シーサーランプのような、見て楽しめる仕掛けを作り、歩いていて面白いと思えるような整備してほしい。

#### (3) 空き店舗対策

現在、与那原町商店街にある店舗のうち、

約2割が空き店舗である（筆者の現地調査による）。全体の店舗数構成が少ないためこの20%割の影響は大きい。また、店舗と住宅が混在しており、全体的にまとまりが無い。それが、さらに商店街の活気の低下に繋がっていると思われる。そのためにも、空き店舗対策に限らず、店舗の絶対数を増やしていくことが必須である。例えば、「マリンタウンの集客力を利用し、隣接する商店街に店を持ちませんか？」をキャッチフレーズに、マリンタウンよりも安く土地・店舗を提供することを前面に出していく。また、経営者同士のネットワークを利用し、意欲がある人、自分の店を持ちたいと思っている人を探し、新しい経営者を発掘する。特に、与那原町出身者だと、頑張ってもらえる可能性が高いかもしれない。また、地元出身者だと、周囲の支援が得られやすいと思われる。とくに、最近のグルメブームを反映して、

安くて美味しい食べ物を揃えた店舗を多く誘致すると良いと思われる。町民へのアンケート調査でも、「美味しい食べ物があれば行く」と答えた人が多数存在した。

#### 4. 中期計画

##### 「赤瓦特区」構想

これまで、与那原の特産品である赤瓦をまちづくりに活かそう、という議論が幾度となされてきたが、未だに実現されていない。町全体に赤瓦を、というのは経費も時間も掛かり、困難が予想される。そこで、商店街を「赤瓦特区」として設置し、集中的に整備することを提案する。また、与那原大綱曳の縄を再利用し、藁と石灰を混ぜて作った漆喰で壁を塗り固め、趣のある雰囲気を作る。壁を塗る作

業は、地域社会へのボランティア活動の一環として、小中学生にも協力してもらおう。経費の削減とともに、地域と学校の架け橋になる活動にしていくのも一つのアイデアではないだろうか。

#### VII. おわりに

今回の調査を通して感じたのは、与那原町商店街は商店街としての機能を果たしていない、ということである。現状として、商店街では、店舗数の減少、空き店舗の増加が進んでおり、さらに町道6号の拡幅工事に伴い、えびす通りの東側店舗が立ち退きとなり、商店街全体の活気の低下に拍車を掛けた。それが、商店街から消費者を遠ざけている大きな要因となった。さらにそれらが経営者の意欲低下にも繋がっていると考えられる。また、この閑散とした雰囲気が、新しい経営者を呼び込めない一因になりていると思われる。閉店した経営者も、店舗を貸さずに車庫や倉庫として利用しており、空き店舗が活用されていない現状がある。

さらに、内部要因として、経営者の高齢化、後継者の問題、意欲の低下、商工会・行政との連携の弱さ、商店街の結束力の無さなどがあげられる。その背景として、持ち家のため家賃等の諸経費があまり掛からないこと、従業員を雇わなくてもある程度やりていけるため人件費が掛からないこと、常連客が付いていること、生活していける分の収入があれば良いという現状維持的な考え方、などがある。また、本来、商店街は店舗の集積によって相乗効果生まれ、成り立っているにも関わらず、経営者は「商店街全体」としての発展という意識が弱く、「個店」の問題として捉えている経営者が多かつ

た。それが、商店街の組織力の低下を招いたと考えられる。

このような意識のままでは、与那原町商店街「全体」での活性化は困難だと思われる。

今回の調査で、何度も商店街に足を運んでいて感じたのは、「昔のままの姿」が残っていきということである。例えば、営業時間内に店に鍵もかけず、レジもほったらかしにしたまま商店街街内でゆんたくしている経営者を見たり、会計の際、お釣りを多く手渡され、指摘すること笑ってごまかす店員（おば一）にも出会った。そこには大型店では考えられないような、ゆったりとした時間が流れており、さらに古き良き時代の懐かしさや安心感を抱いたが当商店街には存在するのである。与那原町民へのアンケート調査でも、「商店街の良いところはどこだと思いますか？」の問いに、「お店の人とおしゃべりできる・親しみがある」と答えた人が最も多く、商店街が持つ雰囲気や店員とのコミュニケーションの場に惹かれて来街する消費者が多いことが分かった。

もしも、経営者が与那原町商店街再生を本気で考えるならば「個店」の生き残りだけを考えるのではなく、「商店街」としての活性化を選択し、さらにはこれまで述べてきたような商店街の機能・役割を再認識し、そこに誇りを持って、自分も商店街を形成している一員であることを自覚することが重要である。

#### 付記

今回、調査を行うにあたって、与那原町商店街内の経営者・従業員の皆様、商工会一役1易職員の皆様、新まちづくり

委員会の皆様、与那原町民の皆様方にご協力いただきました。厚く御礼申しあげます。

また、調査に協力下さった小川ゼミの平良亜貴子さん、瀬底りんさん（ともに2008年度卒業）に心から感謝申しあげます。

#### 注

- 1) 与那原町・西原町の東に広がる中城湾で現在進行中の埋め立て事業。1993年から2010年にかけて西原与那原地区を活性化するため沖縄県、西原町、与那原町が協同で、まちづくりを推進している。埋め立て面積は142ha（与那原町域82ha、西原町域60ha）、人工海浜、公園などが既に完成し、また2008年12月に大型ショッピングセンター・（かねひで）がオープンした。現在、マリーナ、海浜緑地などの設備が建設進行中であり、新しいまちづくりが進められている。
- 2) 御殿山は天女が天降りした地という伝説があり、王府にも尊崇されていたとされ、聞得大君の即位式には「御水撫で」の儀式が行われ、国王の東御廻りの参詣地でもあった。また、親川拝所はその昔、水量豊かな泉であり、御殿山に天降りした天女が、御子の産井に使ったという伝説（『琉球国由来記』）も残っている。国王や聞得大君の東御廻りの巡拝地でもあった。
- 3) 親川通りで25台、えびす通りは専用駐車場無し、中央通りが5台となっている。
- 4) TMOとは、Town Management or Ranizationの略で、中心市街地における商業まちづくりをマネジメント

(運営・管理)する機関をいう。様々な主体が参加するまちの運営を横断駅・総合的に調整し、プロデュースするのが役割である。1998年の中心市街における市街地の整備改善及び商業等の活性化の一体系的推進に関する法律(略称:中心市街地活性化法)における中心市街地活性化策の目玉として導入された、TMO構想を作成し、その構想について適当である旨の市町村の認定を受けたものを認定構想推進事業若、いわゆるタウンマネージメント機関としている。(フリー百科辞典ウィキペディアによる)

- 5) 中心市街地活性化法は、空洞化・劣化が進む中心「中街地に対して市町村が関係者との協議のうえ、「基本計画」をつくり国に認定を求める仕組みである。国では関係省庁が連樵して集中的な施策が講じられることになった。認定された活性化策の実施主体としてTMOという新しい機構が導入された。2006年に改正され、名称が「中心市街地の活性化に関する法律」(中活法)へと変更された。中心市街地の助成対象を商機能中心から都市機能全般へと拡充されつつ、国による「選択と集中」が強められた。『地域社会と共生する商店街』山川充夫による)
- 6) 与一那原町新島区PTA、町商工会を中心に2006年2月末に設立。
- 7) 旧暦9月に行われる行事で、聖地巡拝の行事をいい、東御廻り(アガリウマーイ)、今帰仁上り(ナチジンヌブイ)、首里拝み(12箇所巡り)かおる。東御回り(アガリウマーイ)は沖縄開間の祖先といわれる”アマミキヨ”が渡来して住み着いたと伝えられる知念・

玉城の霊地を巡拝する。『沖縄の祭り  
と年中一神拝み(カミウガミ)一より』

- 8) 参拝当日に、当商店街を利用せず、前もって当商店街で道具などを購入している場合も、参拝をする際に商店街を利用している」ということとする。
- 9) ウガンブトウチとは、御願解きのことを沖縄の方言で表現した場合の言い方。この日は旧暦の12月24日にあたり、火の神(ひぬかん)に家族の一年間の無事息災を感謝し祈願を解く口にあたる。台所の火の神のまわりをきれいに清め、花や米(餅)、果物などをそなえ、祈る習わしがある。『沖縄の年間行事くにながみどっこむHPより』
- 10) 具体的な事業内容としては、総合進行事業(与那原まつりへの協力、商工会大新年会、商工公法人会35周年記念チャリティーゴルフ大会)、商業振興事業(商業部会事業、通り公支援事業)、工業振興事業(建設工業部会事業、むらお二し事業)、地域振興事業(クウンプランナーズ部会事業)、情報対策事業(商工会ホームページによる会社広報および地域情報等の提供、会報「商と工」の発行)、労働対策事業(永年勤続優良従業員の表彰)、福利厚生対策事業(健康診断、仲秋の宴(大観月会)、商工貯蓄共済事業、全国商工会会員福祉共済、意見要請活動がある(『平成20年度(第36期)第8回通常総代会(議案書)』による。

#### 参考文献

商業統計表各年次版。

沖縄県企画部統計課:『第38回沖縄県統計年鑑平成6年度版』

沖縄県企画部統計課:『第41回沖縄県統



- 計年鑑平成9年度版』
- 沖縄県企画部統計課：『第46回沖縄県統計年鑑平成14年度版』
- 沖縄県企画部統計課：『第51回沖縄県統計年鑑平成20年度版』
- 沖縄県商工会連合会（2007）『商工会要覧・実態調査』沖縄県商工会連合会
- 沖縄県商工会連合会：エキスパートバンクパンフレット
- 沖縄の習俗研究会（1986）『門中拝所巡りの手引き一抑揚霊地の歴史と伝承一』月刊沖縄社.
- 沖縄県・与那原町（2003）：『与那原町中心市街地活性化基本計画（抜粋）』
- 国原幸一郎（2007）：市と商店街一高知市の日曜市. 地理, 52-11
- 財団法人沖縄県産業振興公社（2001）：『沖縄の元気なお店・元気な商業集団中小小売商業活性化対策事例等調査』
- 通り会連合会（えびす・親川・中央通り）・与那原商工会（1996）与那原町商店街活性化のための基本構想作成事業報告書』
- 奥野隆史他（1999）：商業地理学入門, 東洋書林
- 野尻亘（2005）：日本の物流一流通近代化と空間構造, 古今書院
- 小長谷一之・牛場智（2007）：大阪周辺の元気な商店街, 地理, 52-11
- 小川護（2007）：地元生活密着型商店街から観光客中心の商店街へ一那覇国際通り商店街一, 地理, 52-11.
- 山川充夫（2004）：『大型店立地と商店街構築策』, 八朔社
- 山川充夫（2007）：地域社会と共生する商店街.
- 堀本雅章（2008）：那覇市旧首里における雑貨店の分布と立地の変化. 沖縄地理, 8, 37-46
- 与那原町役場（1988）：『与那原町史序説・むかし与那原』
- 与那原町企画財放課編（2001）：『第3次与那原町総合計画』
- 与那原商工会（2002）：『与那原町中心市街地活性化検討調査（報告書）』
- 与那原町商工会〔2004年〕：中小小売商業高度化事業構想（与那原町TMO構想）
- 与那原町商工会（2005年）：与那原町中心商店街集客力アップイベント事業
- 与那原町役場企画総務課（2008）：『与那原町町勢要覧2007』
- 与那原町企画総務課（2008）：新まちづくり委員会資料
- 与那原町商工会（2008）：『2008よなばる経営革新塾IT戦略的活用コースver.2 あなたのホームページがたった70日で変わる！』パンフレット（主催：与那原町商工会・全国商工会連合会）
- 与那原町商工会（2008）：『第8回通常総代会（議案書）』
- 与那原町商工会：『与那原町商工会【事業のご案内】』パンフレット, 与那原町商工会
- NTT 番号情報株式会社九州支社（2009）：『職業タウンページ（沖縄本島版）』