

特産品・ブランド食品の展示販売とまちかど美術館で街の活気回復！

一 関 商 工 会 議 所

機関名	一関商工会議所			
所在地	岩手県一関市駅前 1			
電話番号	0 1 9 1 - 2 3 - 3 4 3 4			
地域概要	(1)管内人口	6 万 2 千人	(2)管内商店街数	1 4 商店街
事業の対象となる商店街の概要	(1)商店街数	1 商店街	(2)会員数	1 5 0 商店
	(3)空店舗率	1 3 . 7 %	(4)大型店空き店舗	2 店
商店街の類型	1.超広域型商店街 2.広域型商店街 3.地域型商店街 4.近隣型商店街			

【事業名と実施年度】

平成12年度 活性化対策事業 特産品・ブランド品の物産館
 総事業費 18,000千円

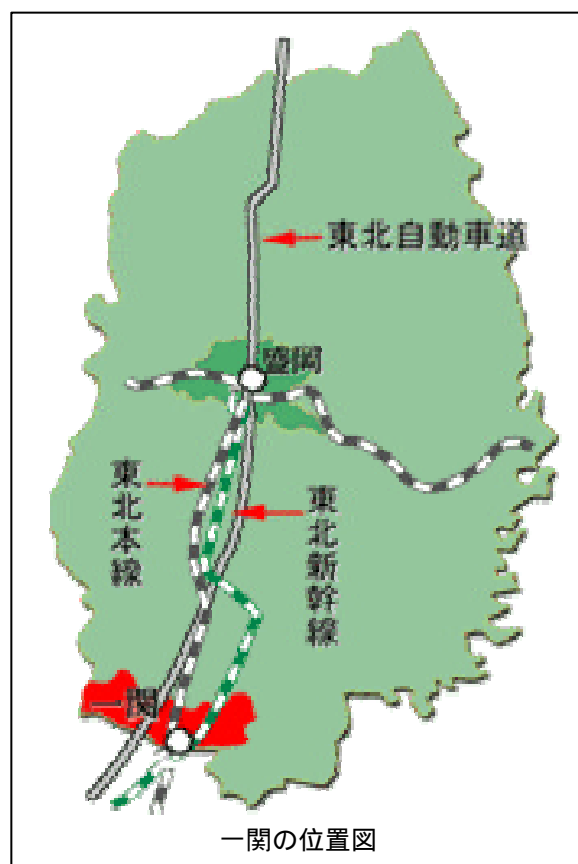
【事業実施内容】

1. 背景

一関市中心市街地にある商店街は、駅前にあった第1種大型店千葉久の郊外移転や、ロードサイド店の展開で消費者の流れが郊外へシフトし、来街者の減少による売上の低下、空き店舗が増加傾向にあるとともに、商店街の機能が低下し、生活者の吸引力が大幅に失われていた。それに加え商店の後継者難などで中心商店街には活気が失われつつあった。

そこで、魅力ある街づくりのために、その環境整備に努めるとともに、県内外の来街者からの要望を取り入れながら、各店舗が個性を持った商戦を繰り広げる必要があった。さらに、大型店には出来ない街づくりの基礎を構築する必要があった。

こうした背景を受け、空き店舗活用し、地場産品の紹介、県内外の特産品や付加価値のあるブランド品の展示即売を実施することにより、停滞する中心商店街の集客効果の起爆剤とした。



2. 事業内容

中心商店街の空き店舗を活用し、1 階を県内外の特産品や付加価値のある全国ブランド品食品の展示販売施設^{ししょくかん}嗜食館とし、2 階で地域伝統工芸の展示及び地元小学生の絵画展等「まちかど美術館」として一般開放するほか、観光情報コーナーとして^{りょうぼん}両磐地域の観光パンフレットやポスターの展示を行った。併せて、商店街との連携イベントを開催した。

(1) 嗜食館^{ししょくかん}の概要

面積 1階 約 82.5 m² (特産品などの販売)

2階 約 82.5 m² (観光PRコーナー、まちかど美術館)

営業時間 10:00~19:00

期 間 H12 年 6 月 16 日~H13 年 3 月 20 日

(2) 販売イベント

- 1) 県内の特産物である山の幸、海の幸の特産品をイベントして取り上げ展示販売する。
- 2) 全国の付加価値のある特産品等を、全国 6 ブロックに区切り各地域ごとにイベントとして取り上げ展示即売する。
- 3) 「まちかど美術館」を利用した各種展示会などなどイベントの実施
- 4) パンフレット等による両磐地域の観光地の紹介
- 5) 顧客情報の収集と商店街、個店への情報提供の魅力
- 6) 商店街への誘客を高めるため、個店の魅力・イベント等を載せた「ぎんざ通信」発行の実施。



【 効 果 】

「^{ししょくかん}嗜食館」は、7月7日～9日のオープニングの3日間、大勢のお客様で賑わい来店客数は25,831人で予想を上回る人手であった。

全国ブランド食品については、なじみのある東北・北海道については好調であったが、関西より南の商品については売れ行きがよくなかった。

人気商品は乳製品やパンなど日常密着型の商品であった。全体的に売上目標には届かなかったものの、商店街への集客と言う意味では成果がみられ、イベント（割引セールの実施）等に積極的に取り組んだ結果である。

（１）商店街コアの創出

「全国の特産品～味の逸品」の専門店を開設したことは、中心商店街の中に特色あるコアの創出につながり、他区にはない差別効果が得られるものとなった。

（２）食生活の新たな提案

本事業は地域住民に対し食生活の新提案を行ったものであり食を通じた豊かな暮らしづくりの一助となった。

（３）全国特産品とのネットワーク形成

全国の特産品を販売することで、その食材の調達や配送に至る物流等、一連のシステムとしての体系づくりが出来、今後の事業展開・継続に於けるネットワークの形成になった。

（４）地域コミュニティへの貢献

事業店舗には、数多くの見学者が来館することで、物販だけでなく地域コミュニティづくりの一環として、小売業が果たす社会的役割を担うことが出来た。

（５）顧客情報の収集により個店・商店街の戦略手法を習得

日・月別の売上把握、来店客数のデータ収集、新聞等のパブリシティの活用等、今後の個店経営と商店街活性化に際し、データに基づく経営戦略のあり方と手法を学ぶ場となった。

^{ししょくかん}「嗜食館」内部



まちかど美術館



(6) 組織活動の強化と意識改革

一関商工会議所の支援を受け任意団体である「一関銀座会」を中心に街区の活性化を目的とし、販売管理、仕入管理、広告等の一切の業務を精力的に実施した結果、商店街関係者の協力体制と意識の統一を図ることが出来、今後の活性化事業に於ける基盤作りになった。

(7) 来街集客効果

事業の実施により商店街全体の集客力が向上したことに伴い、空店舗等で機能低下がみられた街区に活力を注ぎ込むものとなった。個店では、この集客効果を活かした販売活動を行った結果、売上の増加、賑わいの創生等空洞化が進む中心商店街に活路を見出すものとなった。

【今後の展開・課題】

- (1) 今後は助成事業を甘受するのではなく、本来の施策目的に鑑み民間へのバトンタッチを前向きに推し進め、意欲ある有志によって引続き事業継続を推し進めたい。
- (2) 階上のスペースは地域コミュニティの場として婦人団体や学童等の作品の展示、商店街のイベント、アンテナショップとして高齢者向け商品の展示・有機食品などの健康食品販売等、広く住民に開放すると共に共感が得られる計画を策定し、中心商店街に求められる「コミュニティマート」の形成を命題として取り組んでいきたい。

【 関 連 U R L 】

一関商工会議所

<http://www.ichinoseki-cci.com/>