光るチャレンジャー達は、相互研鑽と経営ノウハウ習得により独立を目指す

熊　本　商　工　会　議　所

機関名	熊本商工会議所（熊本ＴＭＯ）	
所在地	熊本県熊本市横紺屋町１０	
電話番号	０９６－３５４－６６８８	
地域概要	(1)管内人口　６６万６千人	(2)管内商店街数　１２３　商店街
事業の対象となる商店街の概要	(1)商店街数　５５　商店街	(2)会員数　２，３６５商店
	(3)空店舗率　５．８　％	(4)大型店空き店舗　１　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 13 年度　　空き店舗対策事業　　チャレンジショップ
　　総事業費　　10,507 千円

【事業実施内容】

１．背景

熊本市では、中心市街地を時代のニーズに適応した街として今後も発展させるため、平成 11 年 3 月に街づくりの方針や対象区域を熊本市中心市街地活性化基本計画として策定し、「市街地の整備改善」と「商業等の活性化」を柱とする中心市街地活性化法に基づく取組みを開始した。

「商業等の活性化」については、熊本商工会議所や商店街が中心となって、関連事業や推進体制についての協議を重ね、平成 13 年 3 月に、①活性化を支える人材の集積②熊本らしさを強める③イベントにより地域と人をつなぐ④歩行者優先を基本とし、公共交通の利用促進を図ることを事業テーマとするＴＭＯ構想（中小小売商業高度化事業構想）を策定した。

熊本市中心部でのチャレンジショップ（リトルガレージ）の位置

この構想の中で、チャレンジショップ事業は、アイデアと意欲ある起業家の育成により活性化を支える人材を集積し、新しい賑わいの創出により魅力ある街づくりを推進することを目的とし、本年度の事業目標に、構想策定の段階より、先例事例の研究や出店地の決定などの準備を進めてきた。

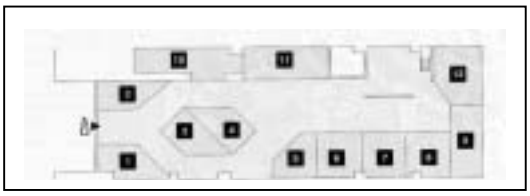
平成 13 年 7 月 1 日、熊本商工会議所は、熊本市よりＴＭＯ機関としての認定を受けて、当事業を熊本ＴＭＯの第一号事業として実施し、活性化の推進に向けた取組みを始動した。

２．事業内容

当事業は、商業者、専門家などで組織する「人材集積研究会」において、平成 12 年度より、先進事例の研究や出店場所など、事業の実施に向けた準備を進めてきた。

出店場所については、中心市街地の複数の物件について、家主との交渉を行い候補地の絞込みを進めた。最終的には、当事業に対する家主の理解と家賃等の条件面から、くすりのフミヤ跡地（熊本市下通２－３－８）での実施を決定した。

平成 13 年度に入り、チャレンジショップ実行委員会を発足。チャレンジショップの開店日を 7 月 7 日（土）に決定し、本格的に事業に着手した。5 月中旬より創業や後継を志す者を対象に募集を行い、38 名の応募者の中から 12 名を選考。チャレンジャーが独立に必要な経営ノウハウの習得を図るため、約 9 ヶ月の研修期間、廉価で提供した売場スペースでの商売実習、専門家を講師とする接客やまた、販売促進のための財務管理などの経営研修、店舗運営などの共同作業を実施。また、販売促進のための広報支援やチャレンジャーの独立支援として開業資金の斡旋などを行なった。



上：出店者の研修風景

下：出店者の店舗

リトルガレージのレイアウト図

【出店者の研修内容】

日時	時間	科目	内容	講師	
7 月 3 日	2.0 時間	接客	接客の基本マナー	㈱ニート	高木奈穂
7 月 25 日	1.5 時間	経営	経営者としての心構え	熊本商工会議所	藤本東策
	2.0 時間	税務	税務基礎、帳簿のつけ方	税理士	岩下茂
	1.5 時間	事例研究	先輩経営者からアドバイスおよび意見交換	経営実務家	一美洋二郎
8 月 22 日	2.0 時間	マーケティング	マーケティングの基礎知識	㈱国際マーケティング企画	三上晋
	2.0 時間	法律	商取引の基礎知識、トラブル防止について	弁護士	竹中潮
	1.5 時間	事例研究	先輩経営者からのアドバイスおよび意見交換	経営実務家	芦田司
9 月 19 日	2.0 時間	販売促進	ディスプレイの仕方、POP の書き方	㈱鶴屋百貨店販売促進部	有働めぐみ
	1.0 時間	意見交換会			
10 月 17 日	2.0 時間	経営	売上と損益のとらえ方	中小企業診断士	内山耕太郎
	1.5 時間	事例研究	先輩経営者からアドバイスおよび意見交換	経営実務家	大竹伸隆
	2.0 時間	ラッピング	ラッピング技術について	㈱ニート	高木奈穂
11 月 21 日	2.0 時間	税務	棚卸、決算について	税理士	岩下茂
	1.5 時間	事例研究	取材したくなる繁盛店の魅力	㈲ウルトラハウス	吉村尚子
	1.5 時間	事例研究	先輩経営者からアドバイスおよび意見交換	経営実務家	亀丸篤
	1.5 時間	共同作業の実践	年末（クリスマス）に向けた店舗装飾		
1 月 23 日	1.5 時間	税務	決算書作成について	税理士	岩下茂
	1.0 時間	不動産	家賃相場、賃貸契約書等について	不動産鑑定士	麻生田栄壽
	1.0 時間	金融	主な融資制度（開業資金）について	熊本商工会議所	村上実
2 月 27 日	2.0 時間	マーケティング	マーケティング（SWOT 分析)について	㈱国際マーケティング企画	三上晋
	1.5 時間	店づくり	本格開業に向けた店づくりのポイント	㈱コロンバス	前崎弥生
合計	34.5 時間				

【　効　果　】

（1）来店者の評価

来店者アンケート結果では、チャレンジショップのイメージについて、全体的に「楽しい」とする意見が約 6 割を占め、「楽しくない」の 4.4%を大きく上回っている。また、今後の来店については、「また来店したい」「ついでがあれば来店したい」を合わせると 9 割を超えている。

このことから、チャレンジショップの出店が、中心市街地の魅力を増進したと捉えることができる。

一方で、チャレンジショップの改善点については、「商品の個性」や「量」を最も重視す

る結果となっている（43.4%）。これは時間的な制約からオープン時の仕入が充分でない店舗も多かったことが一因であり、チャレンジャーの決定からオープンまでの準備期間を充分に取るなどのスケジュールの見直しが必要と考えられる。

● **出店者一覧**

３８人の応募者の中から選ばれた１２人が出店。

家庭の事情で退店した１名を除いて１１名が平成１４年３月まで営業した。

うち５名が４月に独立開業を決めた。

	店名	取扱商品	出店者	今後の予定（14年3月時点）
1	DOG STAR	ペット雑貨･小物など	女性	4 月開業予定
2	YOSHITOMI	生花、観葉植物	女性	4～5 月開業を検討中
3	ASH	アメリカンフィギュア	男性	4 月開業予定
4	musee	オリジナルデザイン商品、輸入雑貨	女性	退店
5	ハート on gift	洋服、雑貨	女性	8～9 月に開業予定
6	CANTIK	バッグ、アクセサリー、アロマオイルなど	女性	4 月開業予定
7	らじ庵	ネパール雑貨･陶器	女性	開業せず
8	中国東方服装店	チャイナドレス、中国洋服	女性	8 月開業予定
9	golden nails	ネイルサロン	女性	4 月開業予定
10	お洋服の店 deny`s	衣料品アクセサリー	女性	9 月開業予定
11	Calm	婦人服、雑貨オリジナル製品	女性	4 月開業予定
12	ラピスラズリ	エッセンシャルオイル、キャリアオイル、ハーブなど	女性	8 月開業予定

（２）商業者の評価

リトルガレージの立地するワシントン通商栄会を対象とした調査結果によると、回答者の７割がチャレンジショップ開店後「通りに変化があった」と答え、うち９割が「通行量が増えた」「通りの雰囲気が良くなった」としている。

このことから、リトルガレージの商店街への出店により、通行量の増加とともに、街の魅力が増進され新たな賑わいが創出されたことが窺える。

また、回答者全員が「チャレンジショップに来店したことがある」と答えており、商店街からも関心の高い事業であったこと窺える。

その一方で「リトルガレージ」の印象については、「良い」とする意見はなく、9 割が「普通」、1 人が「悪い」と回答しており、その理由としては「店舗配置や商品構成、接客態度など商売上の基本ができていない」などチャレンジャーの未熟さを指摘する意見が多かった。

これらの点については、出店者自身の自助努力は勿論であるが、「商店街との交流の機会、情報交換の場があれば、面的な広がりができた」という意見にもみられるようにチャレンジャーにとって最も身近な存在である商店街会員との信頼関係を築くことが必要と考えられる。

（3）広報

各報道機関への働きかけを行い、パブリシティの活用に努めた。

7 月 7 日のオープンから 9 月にかけては、新聞・テレビなどで頻繁に報道がなされ、周知を図る上で大変効果的であった。また、8 月と 12 月には、販売促進としてタウン誌への商品広告を掲載した。

（4）事業の効果

人材集積という点で、11 名の内 10 名が当初の目標である開業に対し前向きに検討したいとの結果が得られた。

【課題・反省点】

リトルガレージの運営を通して、チャレンジショップ事業の運営は、実行委員会での決議事項に基づき、出店者の自主運営を基本とし事務局が管理・サポートする体制で進めた。

12 人が一つの店舗で研修を積んだことにより、互いに研鑽し合い、高い開業率を生む結果となったが、販売促進としての広報等を実施する際に、リトルガレージとしてのターゲットが明確に絞れないため、その媒体、手法等について意見がまとまらない面があった。

【　教　訓　】

当事業を行なう時、平成 13 年の 2 月頃から空き店舗のオーナーに相談に行き、契約（補助金交付決定）の 6 月までの 4 ヶ月間、賃貸料を払わずに待っていただくなど空き店舗のオーナーのご理解・ご協力なしにはこの事業は難しい。

【関連ＵＲＬ】

熊本商工会議所　http://www.kmt-cci.or.jp/
熊本ＴＭＯ　http://www.tmo-info.com

7 月のオープンから 9 月まではパブリシティの活用に努め、8 月と 12 月には、タウン誌やファッション雑誌などに広告も打った。若者向けのおしゃれな店を集めたため、話題性もあった。