空き店舗をそれぞれのテーマを持った施設に変身させ利便性を向上

南　部　町　商　工　会

機関名	南部町商工会		
所在地	山梨県南巨摩郡南部町南部８４２７－３		
電話番号	０５５６６－４－２３５７		
地域概要	(1)管内人口　６万５　千人	(2)管内商店街数　２　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　３５　商店	
	(3)空店舗率　２１　%	(4)大型店空き店舗　－　数	
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　空き店舗対策事業　　コミュニティ施設、チャレンジショップ
　　総事業費　　16,495 千円
平成１３年度　空き店舗対策事業　　情報館、エコ・ステーション、イベント
　　総事業費　　10,549 千円

【事業実施内容】

１. 事業実施の背景

南部町は、山梨県の最南端にあって静岡県境に程近い山の多い地勢であり、112.44ｋ㎡の面積を有している。平均気温 15℃、降雨量 2,500㎜ 以上で、温暖多雨という自然条件を背景に林業と共に歩んできた町である。町内には、明治初期に創設され、幾多国家有為の人材を輩出した私塾「蒙軒学舎」があり、教育文化の町でもある。また、奇祭として全国に知られている南部の火祭りは 10 万人もの観光客が訪れる。

南部町の人口は 6,549 人（2,081 戸）で減少傾向であり、65 歳以上の高齢者の比率は 28%と比較的高い。現在ではバイパス、鉄道が整備され、他の地域へのアクセスが向上している。

産業では３次産業の割合が５５%、２次産業が44.4%と高くなっている。

南部町の位置

南部町の商店街は富士川舟運の船着場として栄え、旧国道 52 号線に面した自然発生型の商店街である。バイパスの整備とモータリーゼーションの発展等、劇的な外部環境の変化に伴い流出購買力が大幅に増加し、

その数は７０％台にまで及んだ。また、それに伴う廃業、空き店舗の数も増加した。

それをうけ、商店街有志が危機感を抱き、対策について勉強会、消費者アンケート調査を実施した結果、「くつろぎの場が欲しいと」言う要望が圧倒的に多いことがわかった。

２．事業の内容

（平成１２年度事業）

商店街内にある空き店舗４店舗を利用し、以下の施設を設置した。

１号館「わいわいふるさと館」：コミュニティ施設であり、井戸端会議の出来る場

2号館「なんでも100円の店」：商店街実施のチャレンジショップであり、集客を図る施設。100円ショップの開設。ワンコインで選んで買う遊びの楽しさを提供し、かつ当商店街のマグネットの役割を果たして、顧客の各店舗へ回遊させようとする戦略

３号館「よってけっし」：商店街情報・観光情報等インフォーメーション機能を持つ施設

４号館「かんから館」：空き缶回収機設置があり、環境対策への啓蒙拠点

１号館～4 号館を活用し、それぞれのテーマに即したイベントを常時開催することで、賑いを創出することに努める。

1号館「「ワイワイふるさと館」～4号館「よってけし」（南部町商工会の HP より）

（平成１３年度事業）

平成12年度の反省を踏まえ、13年度には、新業態の導入によるチャレンジの収益性の向上、「ふるさと館」の収益事業の拡大、「よってけし」の展示内容と情報発信機能の充実、「エコステーションを核として街づくりを盛り込んだ。下記に個別事業の具体的内容を示す。

（1）よってけっし

①地域情報提供の充実：町の行事、観光案内、商店街情報の提供を行うとともに、地域住民の趣味等のサークルによる作品展示を促す。

②ビデオ装置の設置：町の観光等の概要を紹介するビデオを常設し、来街者が自由に鑑賞できる施設とする。

（２）かんから館

①得々クーポンの内容の魅力化を図る。

②環境啓蒙の施設としての役割：商店街が地元住民の生活ステージの場となるよう、社会的課題となっている環境問題に積極的に取組む。地域住民の組織である「環境を考える会」とタイアップしながら、当施設を啓蒙活動の拠点とする。

③エコ･コンテストの開催：「我が家のエコアップ」と称して、町内外の住民からアイデアを募集し、ユニークな取組をしている人を紹介するコンテストを実施する。その結果を広く住民に告知する。

④環境リサイクル・スクールの開催：EMぼかしの作り方、廃油石鹸作り等の身近な環境保全活動の実践教室を開催する。

（３）均たろう（100円ショップ）

品揃えの研究による売上高の増大をはかる。

（４）ふるさと館

①町の寺子屋塾の継続：各種サークル活動を推進し、地域住民の文化活動の場として提供する。（押し花教室、英会話教室、囲碁大会、パソコン教室、味噌仕込み教室等の開催）

②コミュニティ･スペースの活用の充実：各種教室での作品展示及び販売を行うと共に、幅広い人たちが気軽に利用できるように、パソコン、コミック、軽飲食のサービス提供の充実を図る。

③（株）商店街ネットワークへの加入：早稲田商店会が中心に進めている全国商店街ネットワークに参加し、インターネットを活用して全国各地の加入商店街との交流を図り、地域物産や地域情報等の提供を受け、当商店街のビジネスチャンスにつなげる。

④ぶつぶつ交換の場：エコタウン構想の一環として、リサイクル活動に取り組むため、町内外の住民に呼びかけ「ほしいもの」「譲りたいもの」の交換の場として活用する。

（５）ＰＲ事業

以上のようなとりくみをひろく住民に知ってもらうために、リーフレット等によるＰＲ活動を展開する。各家庭に配布することと併せて、役場、金融機関、「なんぶの湯」等の集客施設においてもらう。また、地域有線放送の活用も考える。

（６）イベント事業

南部氏発祥の地を後世に伝える新羅神社の祭日にあわせ、ナイトバザールを実施する。また、環境をテーマにしたイベントを考える。

【　効　果　】

（平成１２年度事業）

本事業を行ったことで、地域商業者や住民の間にコミュニケーションがさらに活性化した。このことはまた、地域商業者が街づくりに積極的になり自分たちの街は自分で守るという考え方をもたらした。つまり、「自立の意識」と「地域資源の活用」である。このことはこれからの商店街活性化への動機となるものであり、地域づくりを考える上でも大きな収穫であるといってよい。

また、主要路線に面する商店街に程よく分散した施設が出来たことで、特に100円ショップは60人/日、コミュニティー施設は４０人/日と多くの利用客が訪れており、当初の目的どおり商店街の賑いの創出に大いに貢献している。

いわゆる「田舎の小さな商店街」での積極的な取組のため、マスコミ特に地域ローカル紙や県内有力紙にも注目された。そして、それらにて記事を幾度となく掲載することで、地域的にも知名度が向上し、来街者の増加にも寄与した。

これらの空き店舗を利用した取組と、商業者等の活性化は地域住民からも好評である。特にお祭りに関しては住民の積極的な参加も増えつつあり、地域の活力源になりつつある。

（平成１３年度事業）

上記に加え、１３年度の目玉として、エコタウンづくりを進める取組みは、外部組織であるＮＰＯとの連携協力ができ、２１世紀型のコミュニティを目指すものと評価されるものでもある。
収益性を求める事業として取組んだチャレンジショップ（１００円ショップ）事業は、品揃えの改善や工夫を試みたが思うような結果を残すことが出来なかった。

【課題と反省点】

当初計画に比べて集客性、収益性、販売促進、情報提供あるいはコミュニティー性など各機能において、町民の支持を勝ち得たとまではいかなかったといえる。様々な顧客ニーズにあった情報を発信することで地域消費者を呼び戻し、地域住民にとって必要な商店街であることを訴え、また愛着を持たせながら顧客の固定化を図るとともに、域外（近隣町村）の消費者を取り込むような事業展開を図る必要がある。

2年間の実験結果から、「100円ショップ」という業態の継続の是非については、論じる時期に来ている。隣町にある業界最大手の同業態の売り場面積はとても広い。都市部における同業態の店舗は大型化を競い合っている状態である。20坪弱の売り場面積では魅力を感じてくれない。「ふるさと館」の運営を賄うための事業の収益についても、目に見える改善は進んでいない。「よってけし」については、無尽のために情報提供機能の発揮は不十分であり、情報の中身の貧弱さが指摘される。展示物にしても魅力性に欠ける。店舗コンセプトの再検討が求められる。

各店舗の活用については以下のように考える。

(1) よってけっし：観光客等に対するインフォメーション施設と位置づけして、店舗運営を行ってきたが、鉄道利用客等が減少する中で店舗コンセプトの見直しが必要である。町民が利用できる溜まり場と稼げる店舗作りに変更していかないと継続は難しい。
（2）かんから館：エコステーションの位置づけである当空き店舗は、エコタウンのシンボル的

存在である。町民の利用の促進を図っていくためには、当りチケットチケットの内容のバラエティさと、更新頻度を上げることにかかっている。また、ふるさと館のサテライトとして、ふるさと館におけるエコ教室やぶつぶつ交換等のイベントをとおして、告知及び利用を推し進めることが求められる。

（3）均たろう：13 年度においても収益は改善しなかった。前述のように売場面積の狭隘性から、100 円ショップとしての限界を指摘した。今後の独り立ちを考えると、現状では継続は難しいものと思える。消費者ニーズから不足している業種・業態を見つけ出し、転換することも選択肢に考えるべき。

（4）ふるさと館：カルチャー・スクールの活動は、次第に充実してきている。しかし、今後の独り立ちを考えると、教室の使用料の徴収や飲食の充実を図り、売上高の増加を考えていかなければならない。当空き店舗の管理人が、独立開業する形で店舗を経営する話もある様子。それを可能にするためには、管理人自身のアイデアと経営管理能力を磨いてもらうことが課題である。13 年度にＮＰＯである「農援隊」の連携協力により、農産物等の販売が出来る体制になった。エコタウン推進のまちづくりの中で、エコショップの拠点として関連商品の品揃えの充実に努め、売る店舗の色彩を強めていくことが必要である。

小売店舗にとって商売そのものに貢献をもたらすであろうと期待した商店街ネットワークの活用が不十分であったことは残念である。商店街ネットワークは、商店街が品揃え等の魅力度においてショッピングセンター等の大型店に比べ，劣位状況を強いられている状況の中で、巻き返しを図れるシステムを手にすることができるものである。情報ネットワークを活用して距離を乗り越え、地域消費者のウォンツを叶えてあげられるものである。是非とも、苦境を克服するためにチャレンジしてもらいたい。

【関連ＵＲＬ】

南部町商工会　　http://www.shokoukai-yamanashi.op.jp/~nannbbu/

【そ　の　他】

（総括）

計画を策定する場合は、常に補助金切れの場合を想定し立案することが継続に繋がることで、その場限りのことはすべきでない。最初から、補助金が終了しても継続できることをすることが肝要であり、補助金が打ち切られたらそれでおしまい、では本末転倒となってしまう。

そのような継続性を持ち「自分たちでできる」計画の立案はまず、商業者の街づくりの意識向上がなければ良い結果を生むことが出来ない。

それゆえ、商店街を活性化しようとしている商業者等が、

「本当に現状に対する危機感を持っているか」

このことについて確認し、コンセンサスを得ていけなければ、継続的で効果的な商業者等による活性化は期待できない。

現状では、限られた期間での活性化の道は開くことは難しい。だからこそ、辛抱強く継続を図ることが大事であって、すぐ結果を求めない姿勢が必要である。

よってけっし

ワイワイふるさと館

かんから館