チャレンジショップでショッピングセンターの活性化

成　田　商　工　会　議　所

機関名	成田商工会議所	
所在地	千葉県成田市花崎町７３６－６２	
電話番号	０４７６－２２－２１０１	
地域概要	(1)管内人口　９万７千人	(2)管内商店街数　１４商店街
事業の対象となる商店街の概要	(1)商店街数　６商店街 （ショッピングセンター数）	(2)会員数　５２　商店
	(3)空店舗率　６６％	(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　６,３８４千円

【事業実施内容】

１．背景

成田市は、千葉県の北部にあり、古くから成田山新勝寺の門前町として栄えた。1868 年（明治元年）年には宮内庁御料牧場が開設し、西洋の先進技術を取り入れるなど、酪農技術の進歩に寄与した。また、1978 年には、成田国際空港が開港し、日本の表玄関として国際交流拠点となる。

成田市での商業環境を見ると、通常中核都市に見られる繁華街的中心商店街がなく、成田山新勝寺の門前町をなす土産物店通りが繁華街の役割を果たしている。そのため消費の多くが大規模小売店舗１６店（平成 13 年１月現在、総面積 164 千㎡）に集中している。また、人口（9 万 7 千人）に比しても大型店舗の数が際立って多くなっている。

千葉県北部の地図

JR 成田駅西口側にある成田ニュータウン地区では、6 ヶ所のショッピングセンターがあるが、周辺にて大型店等が出店したことにより２ヶ所を除いて、マーケット棟（旧２種大型店）

の空き店舗化が目立つようになった。

このことからショッピングセンターの活性化と空き店舗の入居促進を図ることが急務となり、チャレンジショップを行った。

２．事業内容

ニュータウンショッピングセンターの現状は、現在核店舗マーケット棟が営業しているのは「吾妻ショッピングセンター」のみで、他はすべて営業を停止していた。建物に手を加えれば利用できる状態にあるのは「玉造ショッピングセンター」棟のみであり、他は活性化するには建物自体を改造する必要があった。

玉造ショッピングセンターの風景

玉造ショッピングセンターは、鉄骨造りで躯体はしっかりしており傷みも少なく、改造すればすぐ使える状況であった。唯一近代的で開放的な造作となっているので、商業施設としても比較的少ない経費で再生することができた。メイン道路からの誘導経路がやや不利であるが、狭い商圏の中での営業であれば建物の存在をアピールできれば、それほど不利ということにはならない。しっかりした計画の下で、チェーン店や単独店舗であれば、住民の支持は受けられるだけの環境にあるし、建物にも存在感があるので商業施設としての活用は可能であった。現在マーケット棟前で６店舗が営業中で、店舗を賃借りして営業している店もあり、ここが商業立地として力があったことを示している。

上記のような理由から、玉造ショッピングセンターにて、空き店舗への入居促進を図ると共に委員会を組織し商業者、住民、所有者（千葉県まちづくり公社）、住民アンケート、グループインタビューを行いショッピングセンターの活性化策について広く意見を求め、今後の方向性を検討した。

（１）チャレンジショップ出店について

１）出店業種　①中古パソコン
②青果、漬物
③リサイクル洋品、嗜好品

２）営業時間　午前 10 時 30 分～午後 5 時 30 分：月曜定休日

３）実施期間　平成 13 年 12 月 1 日～平成 14 年 2 月 28 日

４）場　　所　玉造ショッピングセンター

５）住　　所　成田市玉造２丁目

（２）ＰＣ－ＣＨＯＰ

１）店の概要　①店主　Ａ：成田市上福田

②店名　ＰＣ－ＣＨＯＰ

③業種　中古パソコンの買い取り、販売（事務機器商）

２）業　態

中古ＰＣの買い取り、販売（事務機器商）および修理業であるが、いわゆるコンサルテーションを中心としたもので、顧客のリピートが重視されていた。実態はマニアックな顧客を相手とするジャンクＰＣおよびＰＣ関連部品を中心とした店で、ターゲットが選別されている点で、独自性の高い業態であった。

その意味で競合は近辺にはなく、強いて言えば秋葉原のパソコンジャンク専門店が競合店であり、地域ではオンリーワン店と思われた。

チャレンジショップのＰＣ－ＣＨＯＰ

３）販売実績

①売上高

初めての店舗経営としては成果があったと見える程の販売実績があった。ジャンク品に近いものが主流であるので、単価が低く金額として高額にはならなかったが、半数近くが千円未満のものから、１万円を超すものはわずか七品という内容を見れば、３ヶ月で５０万円超というのは決して低い数字ではなかった。

②販売品の特徴

独自戦略品で利益を上げ、他の格安品でより多くの客との接点を広げ、本当の顧客を選別して育てることをうまく実行している。店名の「ＣＨＯＰ」を冠した製品は最低、9,524 円で、平均 28,000 円台であり、他の製品の価格と比較すると一段と高価であった。この辺りに、この店が将来性を持っていることがうかがえる証左があると判断できる。

③売上の推移

三ヶ月間に着実に販売成果を上げ、特に最終月の成果は素晴らしく、着実に顧客を獲得し、増やしてきていることが明らかであった。

・2001 年 12 月　　９８，８４０円
・2002 年　1 月　　９３，７６０円
・2002 年　2 月　３３７,７３４円
　　合　　計　　５３０,３４３円

（３）青果店

１）店舗の概要

①店主　Ｂ：成田市三里塚御料

②業種　青果販売業（野菜、果物、漬け物等）

２）業態

一般の青果業。路面で行われる八百屋さんタイプの店

３）販売実績

①販売実施日数：１２日間（12 月 2 日～2 月 28 日）

これは病身であるため治療に通う日と自宅で休養する日が多かったためである。

②販売高：２５７，５６０円／1 日平均：２１，４６３円

（４）リサイクルショップ

１）店舗の概要

①業種　リサイクル洋品、嗜好品

２）販売実績

①2 月 1 日～2 月 28 日

②売上高：報告なし

チャレンジショップの八百屋

玉造ショッピングセンターの集客イベント「あそびの学校」

（５）販売促進活動について

１．集客イベント

日　時	イベント名	内容	参加者数
１２/　２	あそびの学校	私だけのクレヨンカップ	２２名
１２/２２		もみの木キラキラリース	１６名
１/１３		リールごま	１８名
２/１０		ウッドジグゾーパズル	２１名
１/２５ １/２６ １/２７	ＩＨクッキングヒーター、エコキュート（電気給湯器）展示、実演＆リフォーム相談会	主催：東京電力（株）成田営業所	３６名
２/１５ ２/１６ ２/１７			１７名

２．販促イベント

日　時	イベント内容	結果
１２/　１ １２/　２	オープニング抽選会（５００円お買上ごとに応募券を進呈）	３０枚
１２/２１～１/２６	歳末・新春抽選会（５００円お買上ごとに応募券を進呈）	１６０枚
２/２２～２/２８	最後の抽選会（５００円お買上ごとにその場で抽選、景品が無くなり次第終了）	

３．チャレンジショップ玉造広報関係

実施日	周知方法	主な目的
１０/２０	エリート情報	出店業者募集
１１/１５	新聞折込	出店業者追加募集
１２/２２	エリート情報	開店、イベント案内
１２/１６	地域エリア新聞	開店、イベント案内
１/１３ １/１６ １/１８		イベント案内
１１/２８	ニュータウン地区ポスティング：５，０００枚	開店、イベント案内
１２/１９		イベント案内
１/１０		
２/　７		

【　効　果　】

以前は各ショッピングセンターも賑わっていたが、大型店の出店増加に伴い次第に寂れていった。住民アンケートを見ると年齢層の高齢化に伴い次第に歩いて行けるショッピングセンターの希望が高まっている。今回の事業の中で関係者の意見の集約が出来たと考えている。

【課題・反省点】

１．ショッピングセンターの所有者である、千葉県まちづくり公社の協力が無ければ出来ない事業であった、この事業により住民や商業者の意見をまとめることができたことは、今後同公社が主体的に活性化に取組む為の好材料を提供できたのではないかと考えている。
２．同公社では、報告書の中の提言に従って、コンビニエンスストアの誘致を含め検討している。

３．チャレンジショップについては、出店者の減少傾向が見られ、立地条件の悪さから敬遠されたものと見られる。

４．商工会議所としては昨年度の出店者も含め、今後これらのチャレンジショップ経験者が実際に店舗を開設し、あるいは業態を開発するなどして、市内の優良小売商店として成長するよう引き続き見守っていき、そのための各種支援事業をこれらの人たちを対象に積極的に行っていく計画である。

【　教　訓　】

今回の事業のキーポイントは継続的な会議と意見の集約がはかれた事である。

商工会議所及び成田市では三者で定期的な会議を持つことにより同ショッピングセンターの一日も早い活性化を推進して行きたい。

【関連ＵＲＬ】

成田商工会議所　http://www.naritacci.or.jp/