情報発信とコミュニティの場の創出で賑わいを取り戻す

米　沢　商　工　会　議　所

機関名	米沢商工会議所		
所在地	山形県米沢市中央４－１－３０		
電話番号	０２３８－２１－５１１１		
地域概要	(1)管内人口　９万４千人	(2)管内商店街数　２３　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　２２　商店	
	(3)空店舗率　３０　％	(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１２年度　空き店舗対策事業
　　活性化対策事業　　多目的ホール、一店逸品運動、宅配事業
　　総事業費　　27,372 千円
平成１３年度　空き店舗対策事業
　　活性化対策事業　　情報館、宅配事業
　　総事業費　　9,584 千円

【事業実施内容】

１．背景
（平成 12 年度事業）
　近年、米沢市では旧来の中心市街地である中部地区から公共施設が相次いで郊外へ移転し、市街地に立地する店舗も相次いで郊外へ流出する中、大型店の「サンホーユー米沢店」（売場面積 7,027 ㎡）が平成 6 年 3 月に撤退し空洞化に拍車をかけた。

　一方、国道１２１号線の整備に伴い、その沿線及び金池地区に平成６年以降だけで第一種大型店３店、第二種大型店 7 店が開店し、郊外型大型店の盛隆を呈している。また、駅前地区には平成 4 年ヨークベニマル：6,743 ㎡が、愛宕地区には平成 10 年うめや:1,033 ㎡、ヤマザワ：1,881 ㎡が出店し、市街地の外延化が顕著となっており、著しい商業環境の変化に対応を迫られている。

中心の＋印が中心商店街近辺（マップファンより）

　米沢市では、中心市街地に

関する様々な計画づくりが行なわれてきたが、現実的に実現したプロジェクトは限られており、今後はその実現性の問題から単に商業面の活性化だけにとらわれず公共施設・道路・民間施設等一体となった実現可能な整備計画づくりが必要とされていた。

平成１１年度より米沢市は中心市街地活性化基本計画策定事業を実施、本来あるべき中心市街地の目標を明確にしながら、国等の施策を活用し一体的な整備を図っていこうとしていた。また米沢商工会議所では併せて商業タウンマネージメント（ＴＭＯ）構想策定事業を実施し、基本計画中の個別プロジェクト（主として商業活性化事業）の内容を更に掘り下げ実現に向けて検討を重ねていた。

中心商店街の様子

中心商店街がその活力を失いつつあるなかで、高齢者や身障者などの生活弱者やそこに住む市民にとって現在の中心商店街はその機能をも失い大変不便な場所になっている。モノやサービスの提供だけでなく情報交換や地域コミュニティの場という商店街本来の機能を発揮していくことが重要である。

平成 12 年度、米沢商工会議所では上記ＴＭＯ計画策定を踏まえ、更にはＴＭＯ設立をも視野に入れながら、まちなかのにぎわい創出のため空店舗を活用した地域交流促進事業と宅配サービス事業の商店街等活性化先進事業を実施した。これは情報化、高齢化等社会変化に対応した総合的な消費者サービスを展開するとともに、市民、学生、高齢者等との地域交流ネットワークの構築を実験的に実施することにより商店街活性化・発展を模索するものであった。

（平成 13 年度事業）

米沢商工会議所では平成 12 年度より継続して、空き店舗を活用した地域交流促進事業と宅配サービス事業の商店街等活性化先進事業を実施、情報化、高齢化等社会変化に対応した総合的な消費者サービスを展開するとともに、市民、学生、高齢者との地域交流ネットワークの構築をねらったものである。

２．事業内容

（平成 12 年度事業）

（１） 空き店舗事業

① コミュニティプラザ事業

まちなかのにぎわい創出のため空店舗を活用し市民や学生が集まれる場として「コミュニティプラザ」を開設した。

②商店街倶楽部事業

まちなかのにぎわい創出のため空店舗を活用し「商店街倶楽部」を開設した。倶楽部では、施設内をいくつかのブースに区切り一坪ショップや棚貸し、場所貸し等により起業家のインキュベート施設としての役割や市民の手作り品・趣味の品の展示や販売、ギャラリー機能など市民交流の場として役割を持たせた。

コミュニティプラザ内部

（２） 商店街活性化事業

① 一店逸品事業

個店の商品力強化と魅力づくりによる個性化により、商店街、店舗、商品等の共同のＰＲを行い、中心市街地の商業の活性化を図ることを目的に一店逸品事業を実施した。

具体的には中心商店街の商店に一店逸品事業参加を広く呼びかけ、その店ならではの強み「店自慢」をもち、大型流通業や他店に負けない商品力、サービスを創出しようと「こだわりの逸品」を発掘、「逸品通信」を作成し消費者に広く啓蒙することにより商店の商品力アップを図った。

事業では、一店逸品の発掘のため商業者・消費者ワークショップを開催、取りまとめの方法や選定方法などを検討したほか、9月中旬から中心市街地の商店にこだわりの逸品アンケートを実施。各お店のコンセプトやこだわりの逸品として売出している（売出したい）商品を調査し、売る側からの逸品を取り纏めている。

その後意欲のある１４店舗で「逸品通信Ｎｏ．１」を作成し、イベント時や参加店、米沢駅などで配布し消費者にこだわりの逸品をアピールした。

② 宅配サービス事業

加盟店と登録モニター（消費者）とを宅配オフィスがキーステーションとして中継し、商品情報・商店街情報などの発信と注文の受信及び商品の配達・集金業務を一括して行うシステムを構築、商店とモニターまた商店同志のネットワークをつくるとともに、商品の売り方、手法も含め個店の見直しを図り、商店街の活性化を図ろうとするものである。

平成１３年１月より高齢者や障害者のモニター３０名、加盟店１６店舗でスタート。登録モニターは、宅配を必要とする高齢者家庭や共稼ぎ家庭を優先的に公募し採用、ＦＡＸを無料で貸しだし受発注業務を行った。配信する情報は、全加盟店の商品情報、商店街情報および地域情報などを盛り込んだ『商店街倶楽部ふぁっくす

宅配便』を全会員にファックスで毎週配信したほか、定番商品カタログも作成しモニターにポスティング、カタログからも注文できるようにした。

（平成 13 年度事業）

（１） 空き店舗事業

① コミュニティプラザ事業

まちなかのにぎわい創出のため空店舗を活用し市民や学生が集まれる場として「コミュニティプラザ(サテライトキャンパス)」を実施した。平成 13 年度 111 団体、7,400 人を超える利用者を数えた。平成 13 年度は上杉鷹山生誕 250 年を記念する年と重なり、利用内容としては市内中心部を会場に様々なイベントを行ったことによる関係団体の利用が多かった。

② 商店街倶楽部事業

まちなかのにぎわい創出のため空店舗を活用し「商店街倶楽部」を実施した。倶楽部では、街なかギャラー、福祉プラザ、プラチナ(高齢者)プラザなど、市民、学生、高齢者等など集まる場づくりを実施した他、同倶楽部にイベント情報を集約した。

- 展示販売スペース　:レンタルスペースおよびレンタルボックス
- レストスペース　　:ミニギャラリーや無料休憩所
- 会議スペース　　:各種会議、ミーティングや教室
- 無料インターネット体験コーナー

平成 13 年度は年間 1 万 5 千人を超える施設利用(来店客数)があった。

商店街倶楽部　正面

無料インターネットコーナー

（２）活性化対策事業

目の前に迫る高齢化社会に対応する事業として、米沢市内に在住する約 2,500 名の要介護者を含む高齢者、障害者など生活弱者や共稼ぎ家庭などに対し、介護支援団体と地元商店街が連携し、ＦＡＸとインターネットを活用した地域密着型の大型店にない機動力を生かした宅配サービス事業システムを確立し、買物の支援を行うことにより個店及び商店街活性化を図る取り組みを行った。また、一店逸品事業を実施し商品力アップを図るとともに、空き店舗に宅配オフィスを設置、空き店舗事業と連携を図り福祉サービスや市民との連携を図った。

① 宅配サービス事業

◇地元商店街と市民とを宅配サービス事業を通じて結び付ける。

・ＦＡＸチラシやカタログによる商店街イベントや催事の情報を提供。

・地元ケーブルテレビの番組により宅配事業のＰＲ・モニターの募集を継続的に実施。

・加盟店、モニターのアンケート調査の実施。

◇高齢者や共稼ぎ家庭への宅配サービスにより福祉ネットワークをつくり、商店街のコミュニティビジネスの側面を伸ばす。

・福祉団体や加盟店からの紹介によるモニター募集の実施

・加盟店同士のコラボレーションによる宅配商品企画販売。

・ＩＴ活用による商店街活性化

② 一店逸品事業

◇中心市街地の商業力をアップするためには、個店の商業力やサービスの向上を図る。

・逸品マップの作成・指導

◇個店の商品力強化と魅力づくりで個性化を図り、商店街・個店・商品等の共同ＰＲ

・逸品マップの配布・ＰＲ

【　効　果　】

（平成 12 年度事業）

本事業では、事業ごとに多くの市民、商店、関係機関が本事業に参加し「中心商店街の場」を通した交流ネットワークの構築はある一定程度成果が上がったと自負している。

特に中心商店街の活性化という観点では、実際に来街者の増加があったほか、商店街メンバーから「お店はお客様のために何をするのか？」「お客様への対応は、利便性はどうなのか？ということを考えるきっかけ、ヒントとなる事業であった」や「本事業継続により商店街の将来が見えてくる」などの感想があり、一定の評価をいただいた。

① 空き店舗活用事業

実験店舗開設以来、周辺の商店の客層が広がり（新規客の獲得）売上アップにつながった店舗が増えてきているという効果が確認されたり、宅配サービス事業、逸品運動により自店の商品見直しに取り掛かり商品力アップを図っている店舗も多く見られるようになったことは実際の効果といえよう。

② コミュニティプラザ

大学の公開講座（サテライトキャンパス）や市民のサークル・文化活動や各種講習会・講演会、各種イベント会場など市民交流の拠点として市民に親しまれ、

平成１２年９月開設以来平成 13 年の 3 月までの７か月で９０団体延べ 3,500 人が利用し街のにぎわいづくりに貢献した。

③ 商店街倶楽部

平成１２年１０月末の開設以来３４団体延べ 5,000 人の利用があり、事業の目的である人を集めることや市民交流拠点を創出することが概ね達成できた。また、“ものから人へ”をキーワードに商業者はもとより多くの市民の方に利用を呼びかけコミュニケーションネットワークが広がったことは評価できる。

また、宅配オフィスとしても一部利用した事もあり商店街倶楽部を利用しての商店主の交流も広がった。

④ 一店逸品事業

「逸品通信Ｎｏ．１」を持って商品を買いに来るお客様も増えてきており効果が出てきている状況である。今後は宅配サービス事業との連携や一般市民からお勧めの逸品を公募、売る側と買う側のコミュニケーションを取り更に事業展開する予定である。将来は「逸品さがし隊」や「まちづくり応援隊」などを組織し市民レベルの運動を継続的に実施していきたい。

⑤ 宅配サービス事業

当初は売上も注文自体も少ない状況であったが、モニター公募および加盟店募集により周知が図られ、3月（モニター９０名、加盟店２２店舗）までには徐々にではあるが、注文数・売上も着実に増加している。

（平成 13 年度事業）

①コミュニティプラザ事業

数多くの団体・企業・個人に、中心部では唯一の施設として幅広く利用頂き、市民の交流拠点の場が提供できた。

パソコンセミナーには、およそ 100 名の商業者が参加し、地域の情報化にも貢献した。さらにフリーマーケットには約 700 名の市民を集客し、リサイクルについての認識を高めるとともに、出店者・市民・商店街メンバーの交流が図られた。また経営塾では、商店街の垣根を越えた商店主相互の交流ができた。

②商店街倶楽部

特にギャラリーについては、趣味の作品展や小学生のポスター展が好評。子供や父兄・高齢者等、幅広い年代の来店があり、新しい賑わいを創出するとともに、倶楽部の認知度が上がった。また、インターネット体験コーナーを無料にすることにより、児童・生徒の利用が増え、子供たちにも商店街の活性化を考える良い機会づくりとなった。

③宅配サービス事業

商品の販売や情報等の提供等の事業を通して、利用者と加盟店・商店街を結び付ける事に役立った。また、CATV などメディアを通じて広く事業をＰＲ加盟店や商店街の情報を市民に伝えることができた。さらに、アンケート調査を加盟店とモニターの両面から実施。双方の要望を吸い上げたことで宅配事業の今後の方向性を検討する上での参考となった。

福祉団体や加盟店の紹介で、モニターの増加が図られた。また、一部の加盟店が相互

協力しあい、共同で商品を開発したり、配達部門を加盟店側で行おうとする動きが出てきたりと、将来の事業継続に向けて明るい材料が得られた。

④一店逸品事業

逸品マップ作成を通じて、自店のこだわりや強みを再認識できた。自店の強みを自覚する事で大型店にはない商品やサービス自身を持つ事で中心市街地商業の活性化の原動力ができた。

逸品マップを配布することで、地域住民が個店の持つ商品力や大型店には無いサービスについて理解を深める事ができた。

【課題・反省点】

各種アンケートの結果でもさまざまな意見が集まったが、市民が中心商店街に自助努力を求めていることもあり、これからは市民との交流を更に深め、本事業がきっかけで商店街自らが事業展開していくことを期待していきたい。

本事業はＴＭＯ構想策定事業からの継続で行なわれてきたが、このような事業を持続させること自体が大切なことで、そのなかから米沢らしさなど独自のまちづくりや商店街の活性化が形成されるのではないかと考えられる。

商店街活性化事業やＴＭＯにとって今後の最大の課題は、事業採算性にある。現在まで国および山形県から補助を受け事業展開して来たわけであるが、事業を継続して行くためには如何に事業主体者が儲かる仕組みを作って行くかが重要で、事業化に向け主体者を明確にし確実な収入源を確保していくことである。

さらに商店街および活性化事業が多くの市民に親しまれ利用していただくためにも、より多くの市民を参加させ事業に巻き込むことが大事である。

本事業は、需要のあるスモールオフィスの導入や宅配サービス事業の拡大など収入源の確保とともに店舗賃貸料はじめ経費の軽減を図りながら継続していくことになるが、確実に事業を実施し、中心商店街が変わっていくという姿勢をアピールすることによりにぎわいと交流が生れ、活性化の展望が開けることであろう。

【関連　ＵＲＬ】

平和通り一番街	http://www.yzshop.or.jp/heiwa-1st/
e-yone	http://www.e-yone.co.jp
米沢商工会議所	http://www.ycci.or.jp/

中心市街地活性化の切り札

中心市街地に交流を

―「コミュニティプラザ」がオープン

▲オープンを祝ってテープカット

商店街マップ（H12）