

3年間の空き店舗対策の振り返り～潤いのある街への変身～

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	1万人	(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	37商店
	(3)空き店舗率	2.99%	(4)大型店空き店舗数	0店
商店街の種類	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14年度 空き店舗対策事業

空き店舗を活用し、以下の事業を実施

- ・「ふるさと館（南部商店街）」（まちの寺子屋塾等、文化向上、交流拠点事業、エコ教室の実施）
- ・「均たろう（南部商店街）」（商店街運営によるチャレンジショップの実施）
- ・「かんから館（南部商店街）」（空き缶回収事業及び環境啓蒙拠点の事業の実施）
- ・「よってけっし（内船商店街）」（南部インフォメーション事業の実施）
- ・イベント事業

総事業費

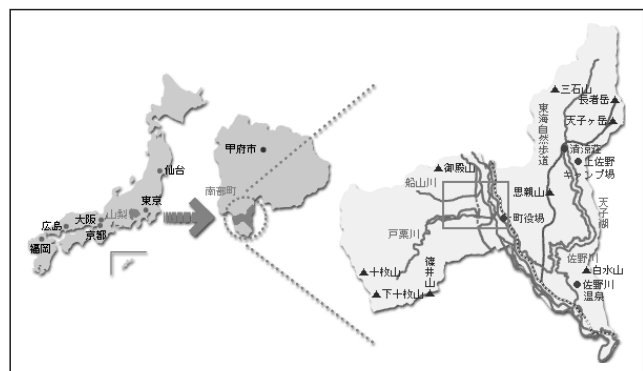
8,233千円

【事業実施内容】

1. 背景

南部町の商店街は、旧国道52号線に面した自然発生型の商店街で、バイパスの整備とモーターレ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ている。

このため、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」という要望が圧倒的に多いことがわかったため、活性化のための事業に着手したものである。



南部町の位置

南部町商工会

2. 事業内容

(1) ふるさと館

1) 商店街ベンチャーキッズ拠点の開設

南部中学3年生に対し総合学習の授業の一環として、活かした経済・経営を学び商店街を身近に感じてもらうという目的から、商店街の店主らが教壇に立ち「商店街ベンチャーキッズ・ビジネス塾」の講師を務めた（平成14年7月上旬～10月）。商売の基本的なことからはじめ、販売促進の方法であるPOP作りをパソコンで演習させた。



商店街・ベンチャーキッズ・ビジネス塾

商店街・ベンチャーキッズ・ビジネス塾カリキュラム

第1回	商売とは・経営とは、モノが造られ消費者の手に渡るまで
第2回	商売をするための必要条件、商品の仕入方
第3回	売れるように商品を陳列しよう、販売の方法
第4回	チラシ広告の作り方
第5回	各店へのPOP配布と商店に対するアイデア提案、意見交換
第6回	商店街・商店に対するアイデア提案、意見交換
第7回	販売体験（南部食材祭り）

2) 国際交流会の開催

平成15年1月26日に、国際交流南部地域連絡協議会とタイアップし、商店街及び地域住民と外国人が一堂に集まり、日本料理や外国の料理を一緒になって作るなど楽しいひと時を過ごした。

3) まちの寺子屋塾の継続

初年度（3年前）より始めた事業であるが、徐々に町民等に知れわたり受講生が増加してきた。押し花絵、パッチワーク、味噌仕込み、パソコン、英会話教室を開講した。

4) コミュニティ・スペースの継続

町民に対してふるさと館の存在意義が認識されるようになり、気楽に立ち寄れる雰囲気作りを努めた結果、平日に20人程度、夏休みには子どもを中心に30～40人町民が訪れるようになった。

5) 環境保全に向けた取り組み

- ・遊休品の交換：家庭内で不要になった物などの情報収集や提供を行い、町民間でのリサイクルを促すようふるさと館を活用した。
- ・エコ商品販売事業：多くの店舗で環境に配慮した商品を取り扱ってもらうことにより、環境保全に取り組む商店街のイメージアップを図った。
- ・ノーレジ袋デイ：マイバック持参及びレジ袋不要の顧客に対してシール3倍のセールを実施した。

- ・啓発活動：エコタウンを目指す南部商店街のイメージアップを図るため、13年度に引き続き、環境保護の標語を募集し優秀作品についてフラッグを作成し、商店街の両側に掲揚した。
- ・商店街環境美化整備活動：商店街の各店舗前に四季折々の花をフラワーポットに植え、顧客が買い物をする際の快適感を提供した。また、NPOの協力のもと、活性液の作り方の講習会を開催して、各家庭の台所やトイレに活性液を流すことによりもとから断つ環境浄化運動を提唱した。

(2) 100円ショップ「均たろう」

3年目を迎えた100円ショップであるが、平成14年12月に閉店した。

(3) よってけし

立地特性を生かして町のインフォメーション的役割を担うはずであるが、町内外の人から注目されることが少なかった。そこで、本年度はてこ入れ策を行った。町民に広く呼びかけ、趣味等で手がけてきたいろいろな作品や家庭菜園で作られた農産物等を販売してもらおうというコミュニティショップを付け加えることにし、チラシ等で公募した結果、絵画・陶芸等の市民グループ「早蕨」が名乗り出て店舗の運営全般を任せることにした。

(4) かんから館

空き缶の回収というエコステーションに絡めて、当たりチケットによる販売促進を行う事業である。魅力的なチケットにする工夫やそのチケット内容を事前に告知するなどして誘客を図っている。

(5) イベント事業

伝統的な祭りである新羅神社祭典に行った南部藩食材祭りが、最も力を入れたイベント事業であった。出し物としては「わんこそばチャンピオン大会」「ひつつみ・冷麺」の試食、及びお菓子等の試食や南部藩地域の民謡ショー等であった。



環境保全に向けた取り組み

【効 果】

環境をテーマに取り組んだ1年であった。商店街の悪臭除去作業、環境標語フラッグの掲揚、植花設置による賑やかさ等の演出による潤いのある商店街に変身した。

100円均一のチャレンジショップは当初、物珍しさから集客に大いに貢献していたが、近隣の町に大規模100円ショップが出店したことで状況が一変してしまい、平成15年中途で閉店を余儀なくされた。他の事業は、行政の理解の下、従前と同様に事業展開をしている。

南部町商工会

(1) ふるさと館

1) 商店街ベンチャーキッズ拠点の開設

生徒が作ったPOPを商店で使用してもらい、子供たちと商店の結びつき・交流ができたことが大きな成果だった。最後の授業において、ふるさと館で商店主と生徒の意見交換会を開催し、その中で、子供たちは商店に対して辛辣な批評をした。これを商店主はどう受け止めたのであろうか。消費者の声の一部であることを受け止め、改善の手がかりにしてもらいたい。

2) 国際交流会の開催

交流会の開催以降、商店街に外国人の買い物姿が見られ、交流がさらに深まってきている。

3) まちの寺子屋塾の継続

町民のカルチャー志向ニーズに応えることができたと評価できる。

4) コミュニティ・スペースの継続

管理人夫婦の人柄からファンもできつつあり憩い、寛ぎの空間としての役割を担い、コミュニティ施設の機能は果たしているといえる。

5) 環境保全に向けた取り組み

エコ商品販売事業では、想定した収益性と比較するとエコ商品の販売量は限られたものであった。ノーレジ袋デイ事業ではシール事業が好評なこともあって当セールは成功裏に終わった。

(2) 100円ショップ「均たろう」

店舗の狭隘性や市場ボリュームから閉鎖直前においては日販12,000円位の売上で推移し、毎月5万円程度の赤字を計上し、閉店を余儀なくされた。

(3) よってけし

市民グループ「早蕨」に、店舗の運営全般を任せることにしたが、このような町民主導型のコミュニティ・ビジネスに近いものが商店街の活性化に寄与することが、今後望まれる方向性であると考えられる。

(4) かんから館

3年目に入り町民に広く知られてきた。

【課題・反省点】

(1) ふるさと館

課題は、収益性をどのように確保していくかにつきる。店舗内の多くがコミュニティ・スペースに充てており、管理人はそこに集まった人を対象としてコーヒーなどの喫茶を提供している。それと店内の一部を使って味噌や醤油等のオーガニック・フーズを販売している。オーガニック・フーズの品揃えは、加工品だけであり魅力に乏しいものである。よって、当空き店舗対策推進委員会の委員であるNPO農援隊の代表者が生産している鶏卵や農産物等の生産販売施設としての活用が提案された。

このように、NPOをはじめ町民の参加協力を得る形でコミュニティ・ビジネスの事業領域の拡張を研究し、収益性を求めていくことが必要である。

(2) チャレンジショップ（100円ショップ）

空き店舗の担当責任者によって、失敗原因の分析が行われた。原因は前述の通りであるが、失敗から何を学ぶかが大事である。閉店してから商工会でチャレンジショップのオーナーを募集しているが未だに応募が無い（平成15年3月現在）。当商店街は、タウンマネジメントの観点から欠けている業種・業態を再検討して、当商店街がインキュベータ（育成・支援者）の役割を担う中で、新規創業者等のチャレンジャーを見つけ出す努力が必要である。

(3) コミュニティショップ早蕨

今後の商店街の活性化は、いかにNPOをはじめ市民のまちづくりへの参加意識を高め、そのアイデアや力を借りるかにかかっていると考えられる。早蕨は、こうした流れから生まれた店舗であると思われる。早蕨が独り立ちできるよう、商店街の人々の支援・育成が必要である。

(4) かんから館を通しての環境保全活動

地方の小さな町で環境問題に取り組んだことは未来志向的な先進的なことと評価して良い。マイバッグを持つことによりレジ袋ばかりでなく、わが国消費者特有の「見た目を重視する」価値観による過剰包装についての見直しまで及ぶマイバッグ運動を展開していくことが必要である。また、ノーレジ袋デイは、販促の幟が統一的にかかげられなかったこと、シールの提供を守れなかった店舗があった点が反省として残る。

(5) 全体を通しての課題

1) 個店は改善できたのか

空き店舗対策事業は、ただ空き店舗を埋めることだけにその目的があるわけではなく、アイデアを出し合い、顧客視点の発想を持ち、ソフトな事業を研究し、商店街の人達に実行してもらいたいという狙いがこめられていると理解して欲しい。共同事業を推進する中で、個店が変わらないと共同事業が魅力に欠けてしまう結果になるし、活性化の本来目的である個店レベルでの収益性の改善することはできない。残念ながら、この3年間で改革に取り組んだ個店はあまり無かったと思われる。

2) 新町誕生で、なお一層求められる中心コミュニティ機能

平成15年3月1日に南部町は隣町富沢町と合併した。南部町の2つの商店街は、合併後も中心商店街として位置づけが変わることはない。今以上に、商圈が広がると考え、地域住民のニーズに応じていくショッピングとコミュニティ機能を果たすエネルギーが必要である。

【教 訓】

限られた時間の中、商店街活性化への道を開くことは難しいがそれゆえ辛抱強く継続を図ることが肝要であり、早急な成果を求めない思慮深く冷静な行動が求められる。

【関 連 U R L】

南部町商工会 <http://www.shokokai-yamanashi.or.jp/~nanbu/>