



## 佐世保商工会議所

また、毎月の“9日”のつく日を『99マートの日』として、各種イベント（売出し、抽選会、仮装等）を実施し、集客を図るなど、商店街内の賑わい創出にも寄与するよう努力した。このようなイベントを実施する中で、“お客様には、どのようにすれば店まで足を運んでもらえるか”を考えてもらえるようになったこと、出店者間で“どのようなイベントにするか”話し合いが行われ、協力があったことはよい結果をもたらしたのではないかと思われる。

店舗運営については、出店者連絡会（テナント会）を組織し、会長、副会長、会計とブロックごとの班長を決め、商工会議所と連携をとりながら自主的に運営を行った。店舗自体に関わることは「99マート」運営協議会（空き店舗実行委員会）に諮り、事業を推進した。



99マート（クックマート）の外観  
(Research and Information 2002-12 VOL.18より)



オープニングセレモニー（平成14年7月）  
〔99mart（クックマート）ホームページ〕より

### 【効 果】

#### （1）来街者の行動、近隣商店街への波及、事業の認知度等

周辺の空店舗の減少と来街者の通行量の増加：同時期の通行量は、休日で平成13年が5,217人、平成14年は6,809人、平成15年は7,394人と年々増加。周辺の空き店舗は一時期9店舗あったが現在は4店舗に減少。駅周辺区画整理事業との相乗効果も得られた。

#### （2）現在の実施状況（事業の継続・発展、取りやめとなっているか等）

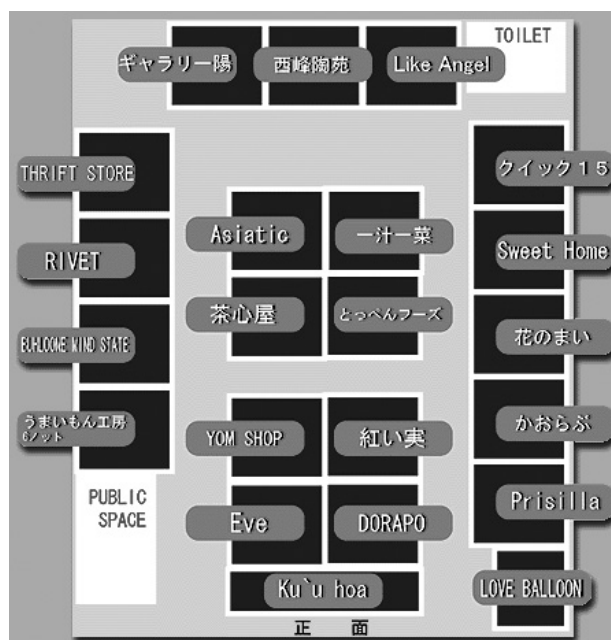
店舗オーナーより「正式出店希望者と交渉している」とのことであったため、平成14年度末をもって終了した。チャレンジショップ出店者28名の内6名が独立し、それぞれ事業を行っている。

## 【課題・反省点】

PRとしては有料のものとして、オープン時、イベント時にチラシ新聞折り込み、地元機関誌に掲載。無料のものとして目を引くようなイベントをし、マスコミ（TV等）に取材してもらった。

店舗経営者には何度か研修を行ったが、店全体の定休日がなかったため、合同の研修会を行うのが困難であった。

国の補助金を利用したため、イベントにかかる費用で補助対象になるものが少なく苦労した。当初本事業の認知度は低く、中心商店街の中では厳しい立地であったので、頻繁にPR、イベントを行う必要があったがその予算のやり繰りは非常に苦労した。



店内のレイアウト

## 【教 訓】

## (1) コンセプトの確立

チャレンジショップ全体のコンセプトを明確にし、それに見合うチャレンジャー（業種、年代など）を出店させるべきだった。出店者の年代は20～60代で業種も衣料品・雑貨・マッサージ・中華まんじゅう・絵画・人生相談と様々で、面白みはあったが、店舗運営上、意見がまとまりにくかった。



〔「99mart (クックマート) ホームページ」より〕

## (2) 出店者教育の重要性

出店者選考では、協調性、人間性を見ることが重要だと感じた。趣味の延長的な部分も多く見受けられ、商人としての心構えも希薄で、他者の足を引っ張るような場面も見受けられた。研修会を充分行うべきだった。

## 佐世保商工会議所

### (3) 運営規約の明文化と遵守

運営規約は作ったが、諸事情でそのとおりにならないケースが多かった。それを大目に見てきた結果、意見がまとまりにくくなってしまった。本来ならば、事業主体として厳しく対応すべきであったと思う。

### (4) 選考の基準

出店者はある程度、金銭的に余力を持っている人が良い。チャレンジショップでは当然売上は上がらず、次のステップへの勉強の場なので1.5坪で生活しようというのは無理である。

## 【 関 連 U R L 】

佐世保商工会議所 <http://www.sasebo-cci-or.jp>