

学生やかあちゃん達が地元で埋もれた商品を掘り出したセレクトショップ！

玉名商工会議所

機関名	玉名商工会議所			
所在地	熊本県玉名市高瀬290-1 商工会館 4F			
電話番号	0968-72-3106			
地域概要	(1)管内人口	4万6千人	(2)管内商店街数	13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	(2)会員数	135商店
	(3)空き店舗率	13.6%	(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

セレクトショップ

・地元商店街の各店の逸品と思われる商品を選定（セレクト）し、それを空き店舗に集めて販売
4,500千円

総事業費

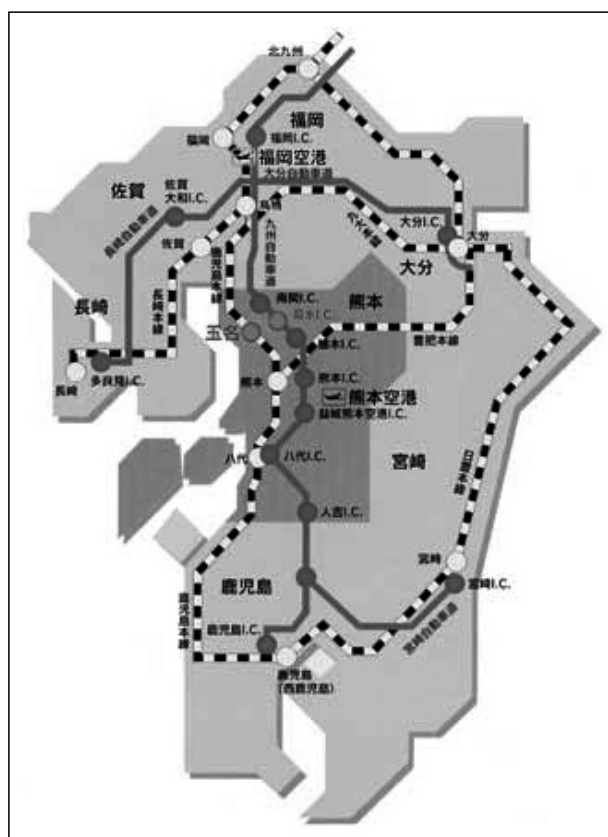
【事業実施内容】

1. 背景

玉名市では、郊外への大型店の集積の進行と人口移動により、中心市街地の商業集積は店舗数、年間販売額の減少に見られるようになっての賑いを喪失した。

平成13年度に九州経済産業局の中小企業活性化支援調査事業において、玉名市高瀬商店会が九州管内のモデル地区として選定された。これを受けて、高瀬地区では、平成12年9月より、毎月1回のペースでワーキング部会が開催された。様々な意見が抽出された中で、本事業のベースとなったものは高瀬・本町商店会の「本町おみやげ処」であった。

「本町おみやげ処」は、高瀬裏川花しょうぶまつり（毎年6月第一土曜日）を挟んだ約2週間、地域住民が商店街の空き店舗を借り受けて、商店会の商品や玉名の物産や名産を持ち寄って運営した。平成11年より毎年運営した結果、売上、集客の面で確実な実績を積

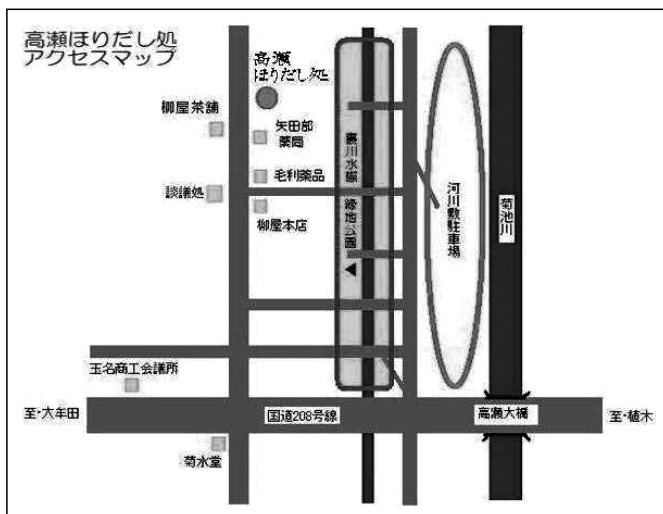


玉名市の位置（玉名市HPより）

玉名商工会議所

み上げていったことが本事業の実現可能性を示唆していたのである。

並行して、平成13年度はTMO構想が策定され、玉名市中心市街地活性化基本計画の中で「ひとにやさしい歴史としょうぶのまち高瀬」を活性化の目標として定めた高瀬地区では、高瀬蔵再生活用事業をはじめとするいくつかの事業が予定された。これらとの相乗効果を高めていくうえでも本事業は必要であり、商店会が事業主体となり実施するTMO事業として位置づけられることとなった。



高瀬ほりだし処（セレクトショップ）の位置

2. 事業内容

- (1) 事業名：高瀬ほりだし処（セレクトショップ）事業
- (2) 事業主体：高瀬商店会
- (3) 事業目的：

①多彩な人材の集積

地域の中で商業の位置づけを考えていく上で、地域住民の視点や提案は欠くことのできない、まちづくりの推進力である。本事業の実施により商業者と事業参加者との接点を生み、高瀬の町を知ってもらい、関係を強化することにより活性化に向けた多彩な人材の集積を図っていく。

②商業者の意識を高め前向きの行動に結びつける

事業遂行により商業者の協働意識を醸成すると共に、その結果を個店の商品や企画力などに反映し、お店づくりや街全体の活性化へと展開させていく。これら高瀬地区における業種業態のあり方に関するヒントを見出し、行動へと繋げていく。

(4) 事業内容

玉名商工会議所が空き店舗を借り上げ、改装のうえ、セレクトショップ「高瀬ほりだし処」として活用した。ここをまちづくりに取り組む女性団体や地元高校生グループ等5団体に約1ヶ月ずつ提供した。各グループは、それぞれの視点で地元商店街の各店の逸品と思われる商品等を選定（セレクト）し、販売した。セレクトされた商品は委託販売契約を締結し、各グループでは商品の仕入、販売、管理など一連の店舗運営を行う。

なお、当初計画では、お店の扱う商品は高瀬地区からのセレクト商品を前提としていたが、事業性などを考慮して事業グループによる持込や高瀬地区外からの商品も対象とした。



高瀬ほりだし処正面

①リミット300（専修大学玉名高等学校・ベンダー部グループ）

営業期間 H14.9.29（日）～10.18（金）/店休日（日）

販売額 339,270円

- ・オープニングでは、繁根木八幡宮から高瀬ほりだし処（光尊寺）まで同校マーチングバンドによるパレードを行った。開店前より店前には行列ができ、約300名の来店者があった模様である。また、テレビタミン（地元テレビ番組）などのメディアをうまく使うことができたのも要因であると考えられる。
- ・地元を中心に客の年齢層は幅広く、食料品（漬物、高瀬飴、松ノ雪など）が特に人気があった。



リミット300
（「高瀬ほりだし処（セレクトショップ）
事業報告書」より）

②和屋（なごみや）（九州看護福祉大学西島研究グループ）

営業期間 H14.10.27（日）～11.16（土）/店休日（日）

販売額 170,380円

- ・同大学のサークル「飛羽隊」による踊りでオープニングを行った。当日は、同大学の学祭など幾つかのイベントが集中しており、また広報も前回に比べて不十分であったこともあり、集客面では苦戦した。
- ・コンセプトは、「元気の出る店」で、疲れた時の甘味物、古着をおしゃれに着てのリフレッシュ、ストレス解消のための健康器具などの他、「おしゃべり処」を設置して来店者にはお茶のサービスをするなど、ハードとソフトの両面で店づくりを行った。



飛羽隊の踊り

- ・客層は年配の方で、午前中の来店が比較的多かったようであり、売れ筋は、リミット300と同様であった。

③昭和屋（高瀬商店会商業者グループ）

- ・主な取扱商品は駄菓子、プラモデル、古本、おもちゃ、ベイブレード（現代版ベーゴマ）、セレクト商品で、その中でも、駄菓子、ベイブレードが良く売れた。
- ・商品が昔のおもちゃから最近のおもちゃまで幅広い年代にうけたためか、家族で買い物に来られる客も多くみられた。
- ・店のつくりが古いこともあり、昔の駄菓子屋のような雰囲気があった。



昭和屋

玉名商工会議所

- ③ かあちゃん市（玉名市生活研究グループ）
- ・客層としては主婦、高齢者の割合が多く、主な取扱商品は野菜、漬物、おはぎ、セレクト商品で、人気商品は野菜、手づくりカップウ（セレクト商品）の順で、生鮮品や生活必需品が多く並んだため、連日賑わいを見せた。
 - ・店員が40代～50代女性ということもあり、アットホームな店の雰囲気があった。
- ④ 白梅良品店（玉名女子高校グループ）
- 営業期間 H15.2.15（土）～3.15（土）
- 販売額 678,800円

- ・主な取扱商品は白梅かりんとう、韓国ラーメン、韓国のり、100円バザー、セレクト商品などで、自家製白梅かりんとう他、韓国ラーメン、韓国のり等韓国モノに人気があった。
- ・目玉商品は、生徒自らが作った「白梅かりんとう」。熊日新聞でPRのおかげもあり、遠くから「白梅かりんとう」目当てに来られるお客様もあった。
- ・目玉商品（白梅かりんとう）があったせいか、売上も安定していた。家族連れや、年配の方々が来店するなど、客層も様々だった。



かあちゃん市



白梅良品店

【効 果】

本事業は、集客施設として街の賑わいを創出するとともに、新たな視点での商品選定がニーズを掘り起こすなど、地元商店街の個店の活性化にもつながった。

- (1) 当事業の主目的である「多彩な人材の集積」は、ある程度達成された。3つの学生グループが販売者となったこともあり、日頃商店街を訪れることのなかった10代～20代の若者が、商店街の方々と交流し相互に理解を深めた。高齢者の常連客も現れ、世代や立場を超えた交流が実現した。

参加した学生たちからは「面白かった」、担当の先生からも「また行いたい」との声が聞かれ、商売へのマインドの高揚に寄与したものと思われる。

- (2) また、もうひとつの目的「商業者の意識を高め、前向きの行動に結びつける」ことにも貢献した。開店準備や商品仕入、販売指導など、事業が進むにつれ、商業者自らが進んで参加するようになった。近隣商店街への波及効果はほとんど無かったと思われるが、他商店街の店舗から「出品したい」との声も数件あった。事業遂行による参加者の増加傾向は、商店会内部でのコンセンサス形成が図られているものとも解釈できる。

自分の店では売れなかった商品が売り方や見せ方によって売れたことは、商業者にも自分の商売を見直す契機ともなった。

- (3) 多くの市民グループが参加し期間中3,670人の来街者があったこと、マスコミの記事（6回）として取り上げられたこと、高瀬ほりだし処に商品を持ち込むことにより改めて商店及び商品の発掘ができたことなど高瀬地区全体の広告宣伝になった。営業期間が6ヶ月と短かったわりには事業認知度は高かったと思われる。これは地元マスコミ（新聞社・コミュニティFM局・TV局）の協力を得られたことが大きい。

なお、15年度以降は、高瀬商店会が独自に事業を継続していく予定である。商店街幹部と家主との話し合いも行われており、企画検討の後、事業を再開する。

【課題・反省点】

当事業を総括すると、消費者（特に高齢者）の購買動向やニーズ、同じ商品でも売り方次第で売れ行きが変わること、高齢社会におけるコミュニティ施設の必要性など、商店街の活性化や今後のあり方についてのヒントとなるデータが得られたように思う。これを個々の商店がどう認識し、自店及び商店街全体の魅力アップにどのように活かしていくかが今後の課題である。

(1) 事業に対する取り組み姿勢

当事業は平成13年度にプレ事業を行うなど合意形成に取り組んできたが、事業実施の段階になって商業者個々の意識にまで十分に浸透していないことが分かり、事業初期において前向きな姿勢を引き出すことが難しかった。これは高瀬商店会（6商店街で構成）で始めて取り組む活性化補助事業であり、ノウハウが無かったことも影響している。しかし事業の進展に応じて意識や連帯感が高まってきた。玉名TMO設立年度の事業ということもあり、事務局側も補助事業の諸手続きや流れを勉強しながらの実施であり、商店会に自主性を促しながらも十分な支援ができなかったことを反省する。

(2) 広報

地元紙や市広報などから大いに協力を得て、費用をかけずに効果をあげることができた。

(3) 人的体制等

日常の営業活動の時間を割いての参加であるため、十分な人数を得ることが難しかったが、意識の高まりとともに人的課題は解消した。また、入居者（営業者）は学生が多かったため、商品管理等は簡素化したやり方を用いた。そのため商店街関係者による指導に戸惑いが見られた。

(4) 事業費の確保

特に問題は無かったが、商店街構成員の協力により「手作り事業」を行い、できるだけ費用を押さえるよう留意した。

(5) 実施期間

実質6ヶ月の営業期間しかなく、事業を形にするまでに時間を要した。

【教訓】

- (1) 単年度事業では、早期からの準備が必要である。早期から十分なコンセンサスを形成し、

玉名商工会議所

事業計画をかなりのレベルまで煮詰め、補助を受ける場合は行政の担当者との十分な打合せとスケジュールの確認が必要だと考える。

- (2) 補助金交付決定後は、すぐに事業が実施できるよう体制を整えておくことが必要である。
- (3) 外部団体の協力を得ることが非常に大切な要素である。当事業の場合、2 高校・1 大学・1 主婦グループであったが、このようなつながりを持つことは、当該事業及び当該年度だけでなく関連する事業や今後の事業にも大きく影響するものと思われる。
- (4) 参加した高校からは目玉商品（中古の300円パソコン）等の提供があり、オープン当初の集客効果は絶大であった。地元特産品（高瀬飴）を活かしたオリジナル商品「白梅かりんとう」が開発され、大好評を得た。これは地域の特色を活かした商品開発のあり方を示唆するものと思われる。
- (5) 大学生とは当事業だけでなく、共同研究も行われた（中心市街地に居住する高齢者の生活環境に関する事例研究）。このデータは今後の活性化に資するものと思われ、またより深い研究は彼らの後輩に受け継がれている（平成15年も共同研究を実施）

【 関 連 U R L 】

玉名商工会議所 <http://www.tamana-cci.or.jp/>