

地元特産品を活用した“北見ラーメン”の開発による
地産地消推進事業と地域情報発信事業

北見商工会議所

機関名	北見商工会議所		
所在地	北見市北3条東1丁目		
電話番号	0157-23-4111		
地域概要	(1)管内人口 111千人	(2)管内商店街数 6商店街	
事業の対象となる 商店街の概要	(1)商店街数 4商店街	(2)会員数 220商店	
	(3)空店舗率 14.5%	(4)大型店空き店舗数 1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15年度	活性化対策事業	・地産地消推進事業 ・地域情報発信事業
	総事業費	9,547千円

【事業実施内容】

1. 背景

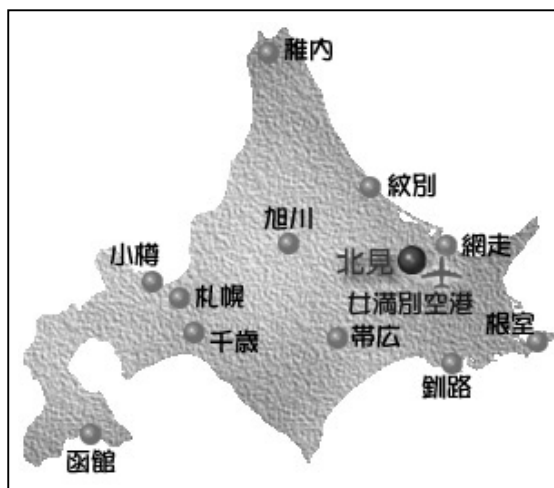
北見市は、北海道の東部、大雪山とオホーツク海とのほぼ中央に位置している。

明治30年に屯田兵と高知県の移民団「北光社」の入地によって開拓され、平成8年に開基100年を迎えている。北海学園北見大学等3大学や各種研究施設が立地する学園都市でもあり、オホーツク圏における産業・経済・文化の中核都市として発展してきた。

本市の商業環境は、平成11年の商業統計調査によると、市全体の売場面積に占める大型店の売場面積の割合が61.0%あり、さらに平成12年9月に管内最大規模を誇る大型店北見サティ（現ポスフル）の開店や郊外型

大型店であるアクロス北見などを加えると、大型店の売場面積シェアは61.7%と道内各都市と比較して高率となっている。この大型店開業にあわせるように、中心市街地では空き店舗の増加や歩行者通行量が減少するなど、空洞化が顕著となっている。

このような状況の中、空き店舗対策を実施した銀座通りでは、若者の新規開業やチャレンジミニショップによる新たな商品の販売、インフォメーションセンターの設置などにより、歩行者の通行が増加するなど明るい兆しが見え始めてきた。この傾向を一過性



北見市位置図
(コンベンションシティ北見推進協議会HPより)

のものとしなため、平成 14 年度において空き店舗となっていた商業テナントビル「丸正デパート」の 1 階部分約 950 ㎡を利用し、いままでの一定の客層、市民を対象としていた事業に加え、障害者や高齢者の自立支援並びに社会参加の促進、また、海外からの留学生との国際交流事業などを行い、来街者の増加と定着が徐々に図られてきた。

そのため、平成 15 年においても引き続き施設を活用し、新たな事業展開により活性化を図る必要があることから、地産地消推進事業、地域情報発信事業を実施することとした。

2. 事業内容

(1) 事業概要

- ①事業期間 平成 15 年 7 月 20 日～12 月 31 日
- ②実施場所 まちななか SHOW10 (旧丸正デパート) 1 階 約 982.77 ㎡
北見市北 2 条西 1 丁目
- ③実施主体 北見商工会議所
- ④実施体制 商店街、北見市等関係団体の協力を得て、「商店街等活性化先進事業実行委員会」を組織。作業部会として「地産地消推進事業部会」と「地域情報発信事業部会」を設置し、事業の円滑な推進を図った。

(2) 地産地消推進事業

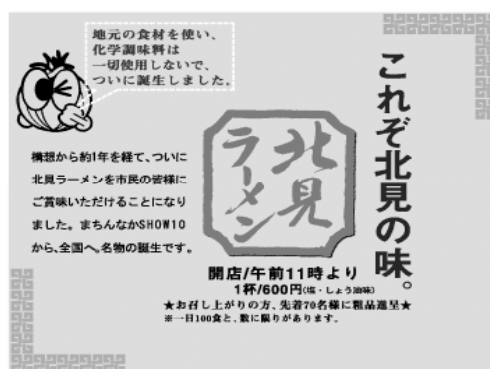
①北見ラーメン (実施期間：平成 15 年 7 月 26 日～12 月 21 日)

北見の特産品である玉ねぎを活用し、地産地消と食の安全にこだわり、科学調味料を一切使用しない身体に優しい北見ラーメン (スープ、たれ、麺) の開発を行い、北見ブランドの確立を目指し、子供からお年寄りまで幅広く食されるラーメン店を展開した。

総売上 9,637 食 (塩 3,477 食、醤油 3,840 食、味噌 2,320 食)。



北見ラーメン店



北見ラーメンチラシ

②地元物産品コーナー (実施期間：平成 15 年 7 月 26 日～12 月 21 日)

地元物産品の展示即売コーナーを設置し、地元 J A の協力を得て玉ねぎや馬鈴薯などの地元の野菜をはじめ、ハッカ豆やハッカ入のクッキー、ハッカ飴の菓子類、地元の野菜を使用したオニオンスープ、ごぼうスープ、各種ハーブ製品、地元の特産品の味噌、豆類等を展示、販売し、地元の特産品を再認識してもらい、地産地消をアピールした。

(3) 地域情報発信事業

① コミュニティFM局実験放送

(実施期間：平成15年10月15日～11月3日)

北見・菊まつり期間中、コミュニティFM局を開局し、菊まつりのイベント情報や北見市・税務署・道税事務所・開発局等の行政情報をはじめ地域・学校・商店街・医療・ファッション情報など、様々な情報を発信した。

放送時間 月曜日～水曜日 午前10時～午前11時
木曜日～日曜日 午前10時～午後4時 (10/5、11/3含む)



実験放送の様子



② IT講習会

情報化社会が進展するなか、光ケーブルや無線LAN、ADSLなどの高速情報通信ネットワークの発展に対処するため市民を対象にホームページ作成等のIT講習会を実施した。

- ・ホームページ作成コース 平成15年8月24日～26日 受講者10名
- ・Excel初級コース 平成15年10月8日～10日 受講者10名
- ・年賀状作成コース 平成15年11月12日～13日 受講者10名

③ ホットスポットコーナーの設置 (実施期間：平成15年7月26日～12月21日)

光回線を利用し、ノートPCを持参した市民等が、無線LANにてインターネットに自由に接続できるコーナーの設置と、PC5台を常設し、市民が自由に利用できるインターネットの無料体験コーナーを開設した。

利用者は、小学生から70代のお年寄りまで幅広く利用され、また外国人の方の利用により国際的な交流もあり、有意義なコーナーにすることができた。

利用者総数1,105人 (月平均221人、1日平均8.5人)

【 効 果 】

1. 地産地消推進事業

地場の特産品である新鮮な玉ねぎを活用した北見ラーメンの開発は、報道機関に数多く取り上げられ中心商店街に新たな賑わいをもたらした。市内はもとより市外からの集客が増加し、活性化に多大な貢献ができた。また、北見の知名度を高め、ブランドとして北見ラーメンが認知されるとともに地場製品の消費拡大の一助となり、新たなまちづくりと地産地消に寄与できた。

2. 地域情報発信事業

短期間ではあるが、行政情報や商店街情報等様々な地域の情報を発信し、多くの方々に別の角度から商店街が紹介され、中心商店街の集客力の増加に寄与できた。また、IT講習会の実施、ホットスポットコーナーの設置により、外国の方を含め多くの人を利用し、買物客以外の新たな来街者を発掘し中心商店街の活性化に貢献できた。

3. 近隣商店街への波及

これまで、あまり中心商店街に訪れなかった人の来街とともに来街頻度が向上し、近隣商店街への買物も見られるようになった。

【課題・反省点】

1. 地産地消推進事業

次年度以降も北見ラーメン店の営業を続け、商店街の集客力増加への貢献と北見ブランドとしての確立を図る。そのため、レシピは事業主体である北見商工会議所が管理するものであるが、新規開業する場合に無償でレシピを提供するなどの支援を行うことが必要である。また、中心市街地において地場産品や地場産加工品を扱う店が少ないことから、地元物産展等の展示販売を行い、地産地消運動の推進を図っていくことが必要である。

2. 地域情報発信事業

北海学園北見大学「メディアサークル」、「スカイ」のメンバーを中心にコミュニティFM局を開局したが、独立に向けた番組制作や営業業務等を行うには、行政はもとより市民各層の理解と協力が必要である。また、市民が中心商店街に求めているものとして、トイレ等を備えた休憩施設があげられ、まちに出かける理由づくりと気持ちよく時間を過ごせる場を提供するため、インターネット無料体験やIT講習会、コミュニティFM、インターネットカフェ等を組み合わせ、中心商店街の新たな魅力を高めていく必要がある。

【事業の実施ポイント】

地産地消推進事業については、営業を継続できる売上が確保できるかが創業するためには重要なポイントとなる。ただし、商売を楽しむ心は必要で楽しむ気持ちがないと長続きしないし、お客さんにも楽しく接することができない。楽しく商売することによりお客さん（ファン）ができるし、ファンは店にとって有能な営業マンになる。より多くのファンをもつことが売上の増加にもつながる。

【関連URL】

北見商工会議所 <http://www.okhotsk.or.jp/~syokokac/>
K-MINT <http://www.k-mint.ne.jp/>