

～ 被災地応援「買物マラソン」～

毎月2回の特売等のイベントを一本化。横浜市鶴見区と福島県棚倉町が都市間協定を結んだ縁で、被災地応援「買物マラソン」(半年間に及ぶスタンプラリー)としてパワーアップ開催。棚倉町の特産品を、8月の夜店で展示販売したほか、抽選の景品にも選定し提供した。

所在地：神奈川県横浜市鶴見区矢向4-5-31
TEL・FAX：045-573-2500
URL：—
組合員数：50名
商店街の類型：地域型商店街

商店街の概要と事業を実施した背景

JR南武線「尻手駅」から徒歩3分の距離にあり、脇道のため車の往来が少なく、昔からの馴染み客が日常の買物に利用している商店街。ここ数年、周辺に大型商業施設が相次いで出店し、この影響から来街者数が減少を続けている。常連客が中心で若い世代の新規顧客が増えないため、顧客の高齢化が年々進み、顧客数の減少が続いている。商店街では、毎月2回の特売と年2回のビッグバーゲンのほか、1月の初市、6月の父の日似顔絵コンテスト、8月末の夜店、中元・歳末売出しなどのイベントをしているが、来街者の減少に歯止めがかかっていない。このため、近隣の住民からの注目度が高く、話題性のある催しとして、既存のイベントを半年間に及び統合・連続させる企画案を練り、地元の団体等とも連携して実施した。

実施した事業の概要

毎月1日・15日のサービスデー、8月30日の夜店、11月のビッグバーゲン、歳末売出し等の14に及ぶイベントを統合し、被災地(棚倉町)応援「買物マラソン」(半年間に及ぶスタンプラリー)として実施。商店街キャラクター「しってちゃん」のデザイン入り幟を掲げて、イベントを盛り上げた。

①被災地応援「買物マラソン」(平成26年7月15日～平成27年1月15日)

セール期間中、多くの店舗を回ってもらうために、スタンプラリーを行った。参加店で買物1回でスタンプ1個を押し、セール期間中に30個以上のスタンプが集まれば商品券を進呈、50個以上なら被災地の特産品が当たる抽選に応募できるようにした。当選者には、福島県棚倉町の特産品カタログから好きなものを選んでもらい、自宅へ配送した。スタンプラリーの参加店25店舗は、チラシに各店の目玉商品を掲載して来店を促した。チラシは毎回、B3二つ折りの大判サイズに印刷し、商圏内の世帯に新聞折り込みした。チラシには、当商店街の恒例となっている玉子の無料配布をメインに記載し、集客の目玉とした。

②夜店イベントの開催(平成26年8月30日)

買物マラソンの一環として夜店を開催。商店街内に綿あめや金魚すくい、ヨーヨー、ポップコーンなどの模擬店のほか、被災地応援として福島県棚倉町の物産を展示販売した。ステージでは、矢向中学校の吹奏楽部による演奏や合唱部のコーラス、地元サークルのフラダンス発表などが行われた。



成果と成功の要因



14のイベントを統合・連続させたことで、地域住民の強い関心を呼び、若者をはじめ、新規顧客の獲得や固定客の確保につながった。夜店イベント(8月30日)の開催では、矢向中学校の軽音楽部や地元フラダンス同好会に出演協力をお願いした。また横浜ボーイスカウトの皆さんには、模擬店の出店や交通整理で協力頂いた。被災地物産展やスタンプラリーの景品は、横浜市鶴見区役所の支援を受け、都市間協定を結んでいる棚倉町の特産品を調達した。これら地元の団体等との連携により、催しを成功裏に終えることができた。

今後の取り組み



新規顧客が獲得できていないのは、若い世代へのアピール力が弱く、認知度が低いためと考え、今回の事業では、矢向中学校の吹奏楽部による演奏や合唱部のコーラス、地元サークルのフラダンス発表などのステージを加えたことで、若い家族連れの様子が目立った。今回の事業の成果を踏まえ、今後も来街者にとって魅力あるイベントを実施していきたいと考えている。資金面については、会員からの負担金に加え、行政からの支援等も活用して実施していく予定である。