

## 長岡商工会議所

機関名	長岡商工会議所		
所在地	新潟県長岡市坂之上町 2 - 1 - 1		
電話番号	0 2 5 8 - 3 2 - 4 5 0 0		
地域概要	(1)管内人口 19 万人	(2)管内商店街数 14 商店街	
事業の対象となる商店街の概要	(1)商店街数 5 商店街	(2)会員数 268 商店	
	(3)空店舗率 8% (23 店)	(4)大型店空き店舗数 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 12 年度 空き店舗対策事業 総事業費 9,505 千円  
 チャレンジショップ、情報提供

### 【事業実施内容】

#### 1. 背景

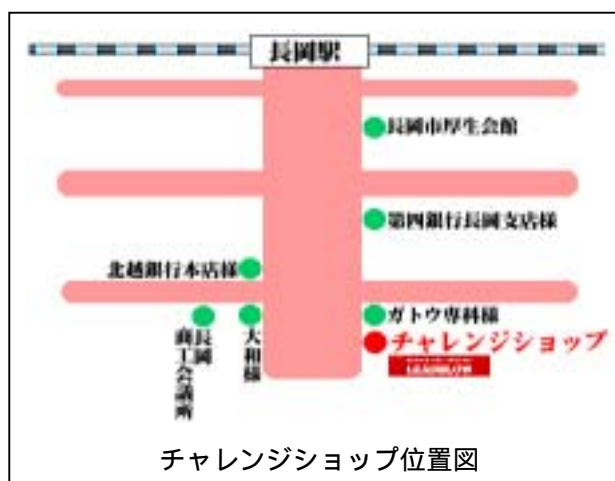
長岡市は新潟県のほぼ中央部に位置した県下第 2 位の商工業都市である。

市域を大きく二分して信濃川が南北に貫流し、その両岸に沖積平野が広がっている。東西を東山連峰、西山丘陵地が取り囲み、自然豊かなながらも起伏に富んだ環境を持つ。

長岡市は、古くから信越と関東方面を結ぶ交通の要衝にあり、商業のまちとして栄えてきた。明治中期となると、石油が掘削され、それに伴い工作機械の関連産業が盛んになっている。これが現在の機械、電気、金属製品などの産業への発展の基盤となっている。また、水の豊かな平野部では、コシヒカリの生産もまた、盛んである。

長岡市は今もなお、中越地方の広域的な商業拠点都市として重要な位置づけにあり、長岡駅前の手町通りを中心とした、アーケードが整備された商店街は広域からの集客力を持っている。しかし、近年、高速鉄道の整備や幹線道路の整備、また、長岡市中心部から自動車まで至近の距離に大型店の進出、あるいは地域経済の重要な基盤を担っていた工業の急速な沈滞減少による地域活力低下は、長岡市の中心市街地にも多くの空き店舗を発生させた。

そのような状況を受け、長岡市の中心市街地では商工会議所をはじめとし、各活性化の取組が進められている。平成 12 年度の空き店舗対策事業もまた、中心市街地にある空き店舗を活用して起業者を育成し、中心商店街への本格的な出店を促進することで、中心市街地の魅力向上を図るための柱の事業として実施された。



2. 事業内容

(1) 事業の目的

長岡市の中心市街地にある空き店舗を活用したチャレンジショップの運営および空き店舗情報提供システムの開設によって、新規業種・業態店舗の誘致・育成を図り、中心市街地の魅力向上と活性化を推進することを目的に実施したものである。

(2) 事業主体...長岡商工会議所

(3) 実施体制

1) 関係者による委員会の設置

中心商店街、市民、関係機関・団体等からなる「新規店舗等誘致委員会」を設置し、関係者の連携を図りながら事業を実施した。

2) ワーキング部会の設置

誘致委員会の中に、「ワーキング部会」を設置し、チャレンジショップの出店者の経営指導、空き店舗情報情報の収集等の具体的な作業に取り組んだ。

(4) 実施事業の内容

1) チャレンジショップ運営事業

実施方法

中心市街地への新規事業者の導入を積極的に進めるため、出店を希望する意欲的な商業者を募集し、小区画で低家賃の売場スペースを提供し、育成を図る。

実施場所

長岡市大手通 2 - 4 - 3 大手ビル  
1階 (店舗面積 18坪)

出店条件概要

- ・募集区画数  
5区画 (1区画 2から3坪)
- ・出店者負担

出店料 1万円/月、共益費 1万円/月  
(合計 2万円/月)

開店日および出店期間

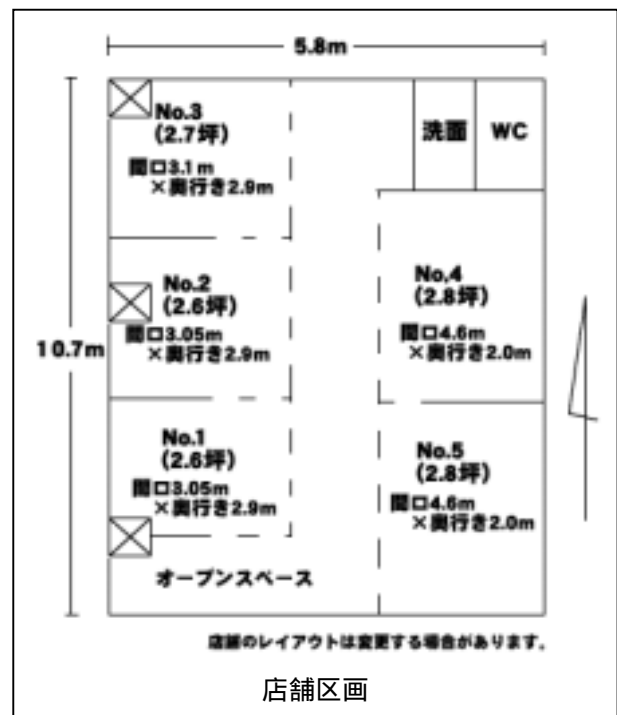
- ・開店日 平成 12年 7月 14日(金)
- ・出店期間 平成 13年 6月下旬

出店店舗概要と業種

- ・チャレンジショップの施設名...「LEAD BLOW(リード・ブロー)」



駅前の商店街の様子



店舗区画

## チャレンジショップ卒業生がそれぞれ独立開業

長岡商工会議所

・問い合わせ数 48 件、申し込み数 25 件の中から、書類選考と面接を実施。

店名	取扱商品	出店者		
		性別	年齢	出身
ケープ・アロー	衣料 ベーシックカジュアル	男性	36	長岡市
蘭芳(ランファン)	ネイルアート ボディペインティング	女性	31	栃尾市
たつまき堂	衣料 若者向けカジュアル	男性	24	長岡市
Forty-Eight	衣料 若年女性向けカットソー	男性	21	小出町
ハンゲインゼア	インテリア雑貨	女性	23	柏崎市

### 出店者支援体制

・ワーキング部会による営業支援

月一回の営業報告会に際しての経営指導を始め、ワーキング部会のサポート体制(一店舗につき、各商店街で店舗を営む経営者一名がマンツーマンで担当)を通じた営業支援態勢の強化に取り組む。

・出店者研修会

毎月1回、青色申告の提出の仕方や経営計画書の作成等の直接経営にかかわるものをはじめ、金融や小売商業を取り巻く環境等のマクロの視点でも勉強してもらい、本格出店に役立ててもらおう。

### (5) 空き店舗情報提供事業

#### 事業実施概要

中心市街地の空き店舗情報をインターネット等を活用して情報提供するシステムを活用し、新規事業者の導入促進を図る。

#### 実施内容

- イ. 中心商店街の各商店街ごとに担当者を決め、空き店舗情報を収集した。
- ロ. 収集した空き店舗情報のホームページ(インターネット)を開設(平成13年3月29日)した。



オープニングセレモニー

## 【 効 果 】

### (1) チャレンジショップ

#### 1) 出店者の経営意識の向上

開店当初は一店を除き各店舗が苦戦を強いられていた。しかし、開店半年を経て、出店者それぞれが営業の課題を認識し、品揃えや店内レイアウト等に工夫が見られるようになった。

#### 2) 販売力強化の必要性認識

オープンより半年経過時では、チャレンジショップの運営事業自体は順調に推移していたが、来街者の減少や消費動向の冷え込み等の要因も重なり、出店者自身の当初の売上目標に達しているのは5店中2店であった。更なる販売力の強化が課題とされた。

#### 3) 独立出店希望者の誕生

卒業後は、長岡市内に3名、柏崎市に1名、湯之谷村に1名本格的に出店している。

4) 商店街への好影響

チャレンジショップ付近の大手通2丁目地区では、リード・ブローのオープン前と比べると明らかに若者の集客が増加しており、魅力ある店づくりを目指す出店者のやる気が、一店逸品運動などに取組む個店や商店街全体に刺激を与えている。

(2) 空き店舗情報提供事業

空き店舗情報をインターネットで広く提供することにより、中心市街地にある空き店舗への出店希望者が情報収集・問い合わせをしやすくし、新規出店を促進する仕組みづくりへの意欲が高まった。

【課題・反省点】

(1) チャレンジショップ運営事業

1) 商店街内の商業者の意識改革

郊外に対して長岡の中心部はどう在るべきかを、商業者自身考え方向性を見い出さなければならない。このチャレンジショップを機に、店舗構成や必要な業態を見極め、商店街全体としての共通認識を形成する必要がある。

2) 商店街プロデューサーの育成

ショッピングモールや専門店街に、明確なコンセプトに基づいて全体を取り仕切るプロデューサーがいるように、商店街にも専任の担当者や機能が必要と考えられる。

3) 官民連携の認識の向上

中心市街地の活性化のために官民が連携したタウンマネジメント機関の必要性を実感し行動してもらうことが課題である。

4) 卒業生の受け入れ態勢の構築

卒業生に対する支援制度があるにもかかわらず市外へ店舗を求めたケースがあり、育てた人材を受け入れる商店街の意識、体制づくりが求められる。

(2) 空き店舗情報提供事業

高止まりしがちな中心市街地における家賃を、新規参入者を中心に流動的に活用できるレベルにしていく必要がある。



ホームページによる出店者の募集

【関連URL】