

七 戸 町 商 工 会

機関名	七戸町商工会		
所在地	青森県上北郡七戸町字七戸48-3		
電話番号	0176-62-2521		
地域概要	(1)管内人口 1万1千人	(2)管内商店街数 2 商店街	
事業の対象となる商店街の概要	(1)商店街数 1 商店街	(2)会員数 50 商店	
	(3)空店舗率 16 % 8/50 (利用不可2店舗を除く)	(4)大型店空き店舗 1 店 株田清ショッピングセンター	
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 チャレンジショップ、情報提供、イベント
 総事業費 10,517千円

【事業実施内容】

1. 背景

七戸町は県南内陸部の人口11,201人、世帯数4,002(平成12年5月末現在)の町である。かつて七戸町商業は、地元消費購買力の50%以上を吸収する単独商圈であったが、近年は、商店数の減少傾向や消費購買力の吸収力も低下傾向にある。

平成6年10月にはジャスコ七戸店(延べ床面積10,346m²)がオープンし、商店街の苦戦は続いている。

町の中央部には、店舗数約50店が集積する中心商店街が延長約400mの放射状の街区を形成しているが、小売商店の転廃業等により、現在、空き店舗が10ヶ所、空店舗率16%となっている。

近隣への大型店の進出や90年代半ばから始まる長期不況に伴う消費需要の頭打ちによって、既存商店街の店舗は概ね売上の停滞に悩まされてきた。その結果、七戸町の街の顔としての機能が相対的に低下し、商業力の衰退傾向と空洞化が進行している。空洞化は中心商店街の既存大型店にもおよび、昭和59年にオープンした地元ショッピングセンター(延べ床面積4,158m²)が平成12年5月に閉店し、各店舗の撤退は中心商店街の集客力を一層弱めるものと思われる。



当中心商店街では、商工会等が中心となりこれまでも様々な近代化策・活性化策を展開してきた。個店レベルでも価格政策、チラシ、POP、接客訓練等多大な努力を払ってきたが停滞状況を打ち破るまでには至っていない。そこで、中心商店街においては空き店舗対策を

含む「商店街活性化のきっかけづくり」が緊急の課題となっていたため、当事業により中心商店街区に点在する空き店舗の具体的かつ多様な活用によって、商店街区への集客力を図りながら、その結果を分析・評価し中心商店街活性化の「きっかけづくり」と「活性化基本方向の模索」を行うこととした。



2. 事業内容

主な事業内容

(1) チャレンジショップ事業(2店舗及び大型店の買い物広場の開設)

点在する空き店舗への新規開業者の誘致と営業によって、商店街の店舗密度の回復と消費者利便性の充実を図り商店街に賑わいを取り戻すため、チャレンジショップを開設した。

1) 出店者募集要領と応募選考経過

募集期間：平成12年7月8日～7月20日

募集要項

- ・ 出店期間：平成12年8月11日～平成13年3月25日
- ・ 出店場所：七戸町中心商店街区(借上げ店舗)
- ・ 営業時間：AM10:00～PM18:00(原則)
- ・ 募集業種：すべての業種
- ・ 募集店舗：2店舗
- ・ 出店資格：七戸町並びに上十三地域に居住する者

出店経費

- ・ 各店舗の賃貸料は無料(商工会負担)
- ・ 店舗の簡易内装工事費、設備工事費および事業終了後の現状復旧費用についても商工会の負担

- ・ 水道光熱費は入居者の自己負担

募集広報周知方法

- ・ 新聞折り込みチラシ 27,800枚 平成12年7月8日(土)
七戸町、野辺地町、中部上北3町村、十和田市、十和田湖町
- ・ 新聞広告 1回「東奥日報」夕刊・県南版、平成12年7月17日
- ・ インターネット・ホームページ 商工会ホームページで情報掲載

応募店舗数 2店舗(2名)

選考出店者数 2店舗(2名)

- ・選定は本事業委員会作業部会において決定

2) 出店者数・業種・取扱商品等

	業種	店舗名称	取扱商品	出店者住居地
1	小売業	P A C O	手芸用品、手芸教室	七戸町
2	小売業	リサイクルショップMAX	電気製品、日用雑貨	十和田市

3) 田清ショッピングセンターでのチャレンジショップ事業

趣旨

当委員会は、かねてより、商店街活性化先進事業(空き店舗対策事業)を側面から支援するイベント事業(地場産品展示即売会など)を企画していたが、当事業実施期間中に、田清ショッピングセンターが閉店したが、再会や有効活用を望む声が高まってきたので委員会では、田清の1階フロアを借り上げ、イベント事業として「買い物広場」を設置した。この「買い物広場」は、イベント事業とチャレンジショップ事業(追加)の性格を併せ持つものであり、中心商店街の伝統的行事である「旧正まける日」の事業効果を高める目的をも持っている。

募集要項など

- ・募集期間 : 平成13年1月23日~30日
- ・募集方法 : 新聞折り込みチラシによる募集
- ・出店申込者: 短期(2月10日~11日) 6件
長期(2月10日~3月25日) 3件

(2) 情報提供事業(コミュニティ施設設置運営事業)

施設を主に、シルバー世代のコミュニティ空間として機能させることで、来街者に行事・観光ガイド、特産品の紹介、健康相談などを行う憩いの場を提供した。

1) コミュニティ施設「まちの駅」設置運営

開設日 : 平成12年8月11日

開館時間: 午前9時から午後6時まで(冬期間は午後5時まで)

提供実施機能内容: 行政情報、観光ガイド、健康相談等

管理方法: 事業期間中は原則として日曜日以外は毎日開館。アルバイト要員2名によるローテーション勤務により、館内紹介、問い合わせ対応、管理を行う。

常時1名配置

2) 来館者動向

1日平均14~15人の来館者が訪れる。

(3) イベント事業(まちの駅の活用・地場産品・手作り品を中心とした買物広場事業)

地場産品や手作り品の販売を通じて、地元店舗で、地場産品の良さを再確認し、フェイス・ツー・フェイスで買物をする楽しみを思い出して貰おうとする試みであり、集客と販

わいの創出や空き店舗対策事業の認知度を高めると共に、買い物離れ等の対策としてのイベントを実施した。



まちなの駅（まち愛い室）

1) チャレンジショップ、まちなの駅開店式

実施期間：平成 12 年 8 月 11 日（金）

実施会場：まちなの駅

実施要領：町長・関係機関等来賓の臨席のもとオープニングを行う。

周知方法：日刊新聞へ折り込みチラシを作成し、事業の周知に努めた。

2) リース作成講座

実施期間：平成 12 年 12 月 17 日（日）

実施会場：まちなの駅

実施要領：東八甲田ローズカントリーからアレンジフラワー講師を依頼し実施した。

周知方法：日刊新聞へ折り込みチラシを作成配布し、参加者を募る。

3) 買い物広場

実施期間：平成 13 年 2 月 10 日（土）～11 日（日）

実施会場：旧田清ショッピングセンター 1 階の一部

実施要領：約 10 店舗募集。賃貸料無料。水道光熱費は出店者負担。

原則として七戸町在住者

周知方法：当町ならびに周辺町村への日刊新聞へ折り込みチラシを作成配布。

(4) 調査事業（空地・空店舗実態調査 / 所有者意識調査・消費者意識調査の実施）

1) 空地・空店舗実態調査 / 所有者意識調査

空地・空店舗口ケーション：

調査対象 10 ヶ所の内、下町 3 ヶ所、小川町 5 ヶ所

空地・空店舗の旧業種：

伝統業種、および大型 CS や専門量販店と競合する業種・業態

現状：回答 8 件の内、空き店舗 7 ヶ所、空き地 1 ヶ所

空地・空店舗の時期：

昭和63年、平成1年・2年・8年・10年・11年各1件、平成12年2件

空地・空店舗の理由：

後継者難3件、経営不振2件、倒産・譲渡・テナント移転が各1件

2) 消費者意識調査

回答者の男女比(2:8)は、商店街歩行者の男女比、ならびに女性の高回答率を反映している。年代分布や職業分布は典型的な農村部地域商店街の歩行者分布を表している。従って今回調査の回答者属性は当商店街歩行者構造の日常的な傾向を表している。

空き店舗対策事業に対する認知度

「知っている」が111名(57.8%)と概ね良好な結果を示した。これは、各種のPR効果が奏功したものである。

チャレンジショップ事業とまちの駅に対する認知度

チャレンジショップ事業について「知っている」は116名(60.4%)と過半数に達した。また、まちの駅について「知っている」は157名(81.8%)と高い認知度を示した。これらの数値は他の市町村の同一事業の際の調査と比較してかなり高いものである。

チャレンジショップとまちの駅の利用状況

いずれかのチャレンジショップに「入ったこと有り」は58名(30.2%)にとどまった。また、まちの駅に「入ったこと有り」72名で、チャレンジショップ入店率を上回った。

チャレンジショップ店名認知度

PACOおよびMAXの知名度は、各々29名(15.1%)、23名(12%)と高くはなかった。

チャレンジショップとまちの駅に対する評価

チャレンジショップが商店街活性化にとって有益か否かについて、「わからない」91名(47.4%)が「有益」85名(44.3%)を上回った。これに対して、まちの駅については、「有益」94名(49%)が「わからない」76名(39.6%)を約10ポイント上回った。

(5) 先進事例視察調査事業

商店街活性化で全国的にも有名な滋賀県長浜市のまちづくりの視察研修を行った。長浜市の消費購買力は七戸町の数倍にも達するが、七戸町と長浜市は「歴史・文化の町」という点で共通性があり、商業と文化を結びつける点で参考となった。

【 効 果 】

(1) チャレンジショップ出店の効果等

この度出店した2業種・2店舗(PACO、MAX)はいずれも時代のニーズとマッチしており、当商店街の賑わい創出・回復のきっかけの一つとなりうる出店であった。

1) PACO

業種としては「手芸品販売および手芸教室」で、取扱商品はコットン、手芸材料、カ

ントリー雑貨、トールペイント用品となっていて、サービス販売が特徴と言える。

実績は、来客数で出店計画時の予想の80%、売上高で同じく73%とかなり好調であった。その理由としては、A.手芸品販売および手芸教室というジャンルの店が七戸町内はもとより近隣市町村に少ないこと。B.パッチワーク教室を開いたこと。C.客の間にサークル(仲間)が出来あがり主婦のたまり場となったこと。D.このことが商品販路を広げたこと、などであった。

PACOは、店舗責任者が主婦であることから休業日が多く、商店街としては好ましくないが、上記の客足と売上は商店街賑わい創出にかなり貢献したと思われる。

課題としては、a.駐車スペースの確保(商店街活性化策としても個店にとっても)。b.新規開業者に対する資金繰りの指導(出店者によれば、資金不足のため思うように仕入れができなかったとのこと。また、開店後に県の貸付制度のあることを知ったとのこと)。c.新規開業者向けの家賃補助制度(または低金利貸付制度)の長期化などが上げられよう。



チャレンジショップ PACO

2) MAX

業種は「リサイクルショップ」で、取扱商品は家電製品、日用雑貨。特色としては営業時間が長く、日祭日も営業していたこと。しかし、実績は厳しく、客数は出店計画時の予想の5%(平日)、売上高も同じく5%前後という結果となった。苦戦の理由としては、A.商店街に大型店がないため街区の集客力不足で苦戦した、ということもあろうが、B.転勤族、学生などのリサイクルショップ向け消費者数の絶対的不足が最大の原因と思われる。



チャレンジショップ MAX

(2) 情報提供事業(コミュニティ施設設置運営事業)の効果等

「まちの駅」は、歩行者通行量が減少傾向にあるとは言え中心商店街の真中に立地しており、一日平均14~15名の来館者があった。行政情報や観光情報などの提供、健康相談などを実施してきたが、これらは商店街に無かった用途機能提供の場として周知されつつあり、地域コミュニティ形成と文化・教育啓蒙助長の観点からも開設意義があったと言える。

ただ、利用者から「やや(照明が)暗い」「入りにくい」といった感想も出された。

(3) イベント(地場産品・手作り品を中心とした買物広場)事業の実施効果等

当事業(商店街等活性化先進事業)の最中に当町商店街区の各店舗の一つ「田清ショッピングセンター」が閉店したことは予想外のことであった。急遽、二つの目的を持って実施した。

一つは毎年旧正月のころに行われる商店街の祭「旧正まける日」を支援すること。二つは旧「田清ショッピングセンター」を借用・利用することで短期的であれ賑わいを取り戻すこと、である。幸い、大方の支持を得て、予想を上回る客足となった。

地域住民を巻き込んだイベント実施は、商店街の商店の地域顧客へのアピール演出のみならず、地域コミュニティの醸成増幅の手立てとしても有効であったと思われる。

(4) 事業の総括

中心商店街は大型店が閉店し集客の核施設を失うこととなり、商店街は深刻かつ厳しい状況にある。

他方で、チャレンジショップ出店応募者が複数あり、内一店はかなりの実績を上げることが出来た。このことは、当商店街のポテンシャル(商店街の潜在的集客力)の高さ、広報効果、家賃助成等施策の有効性などを示すものと思われる。

当事業はもともと短期間の実験であり、中にはリサイクルショップのように郡部には不向きの業種・業態もあり、大きな成果を上げることは元来難しい。このため今年度の成果をふまえて空き店舗対策事業を継続実施することにより、所期の目的を確実なものとしていきたいところである。

その際、駐車場対策、サービス業種の誘致、新規開業者への各種支援などが課題となろう。

また、今年度の当実施事業にかかわるチャレンジショップ出店者で、平成13年4月以降も営業継続を希望している者については、当商工会が間接補助事業者として、月額家賃の半額を上限に6ヶ月分の助成措置が当町商業振興施策として講じられる事を期待したい。

空店舗・空き地所有者意識調査では、当商店街区に出店しようとする潜在的事業者がある場合、または、何らかの形でチャレンジショップ事業を再開する場合、借り入れ可能店舗は数字の上ではかなり複数あることから、店舗の貸し手と借り手をつないでいく仕組みの開発がのぞまれる。空き店舗情報・入居希望者情報の仕組みの開発である。

仕組みとしては、所有者の同意を得て、空き店舗の立地点・面積・施設状況・希望家賃、地権者のプロフィール、居住の有無、その他について、商店会(同連合会)などがデータを整備しておく。他方で、商店会(同連合会)などが、通年、新規出店希望者の掘り起こしや登録受付、女性の新規開業の支援などを考えていく必要が有ろう。

消費者意識調査では、空き店舗対策事業に対する認知度にしても、チャレンジショップに対する認知度にして、決して低い数値ではなかった。また、チャレンジショップ店舗への実際の入店傾向にしても、他の既存店舗と比較して見劣りするものではなかった。

情報提供事業やイベント事業に関しては、地域の消費者の年齢構成などに対応したサービスを提供すれば、それなりの結果を出すことが出来ると思われる。

【 課 題 ・ 反 省 点 】

- (1) 当空き店舗対策事業を実施しようとした矢先に商店街区内地元大型店の閉店は、消費者を遠ざける要因となり商店街の空洞化に一層拍車をかけ商店街環境が大きく変わり、事業効果が憂慮された。
- (2) 商店街区への集誘客、賑わい創出のためのきっかけづくりとして実施したが、めぐまれた環境(家賃補助等)との意識があるため地域商店街の仲間として育てる・支援しようとすることに無関心。お互いに個店の魅力化向上のために取り組むことが必要であろう。
- (3) 開業後 1 年以内に事業として自立、営業できる力をもつには地域性もあると思われるが、複数年にわたる助成措置等を講ずる必要がある。(地方行政の支援等)

【 教 訓 】

平成 15 年現在は、チャレンジショップとして開店した店舗は、2 店舗ともに閉店。(1 店舗は当事業終了後 1 年営業し 13 年 3 月に閉店) チャレンジショップ事業は、ある意味では起業家の支援でもあるが、町村部においては市部と違い市場性に乏しく事業の継続性、採算性等に大きな課題があるものとする。

マーケットに将来性と地域商店街の育成支援がある程度あるならば、空き店舗対策事業は新規開業者等への支援策となりうるが、いずれにしても現下の不況感の強い経済環境と小規模なマーケットでの条件では、起業家への魅力に乏しく事業成果を上げることは難しい。

【 関 連 U R L 】

七戸町商工会

<http://www1.ocn.ne.jp/~nohe7/home.html>