

チャレンジショップを商店街主体に決定するなど商店街とともに実施!

伊 勢 商 工 会 議 所

機関名	伊勢商工会議所		
所在地	三重県伊勢市岩淵1-7-17		
電話番号	0596-25-5151		
地域概要	(1)管内人口 10万人	(2)管内商店街数 10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)メンバー数 261商店	
	(3)空店舗率 20.6%	(4)大型店空き店舗数 2店	
商店街の類型	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13年度 空き店舗対策事業 総事業費 5,955千円
 チャレンジショップ

【事業実施内容】

1. 背景

伊勢市駅前の大型店の撤退（平成8年、平成13年）などにより、中心市街地商店街は大きな影響を受け、後継者不足と相俟って閉店舗が顕著に目立って来た。

このため12年度に策定されたTMO構想においても商店街の空き店舗対策が強く要望され、13年度から商工会議所がTMO機関となって実施する先駆的事业を模索していた。

そのような中、国の会計検査を通じ、平成8年より市が実施している空き店舗対策事業の補助終了後の入居（定着）率が全国に比べて良い（当時88%）ということを知り、この地域特

性を活用し、チャレンジショップを実施すれば商店街活性化に繋がるのではとの思いにより実施に至ったものである。



伊勢市主要商店街の位置

2. 事業内容

中心市街地の法人である5つの商店街の空き店舗を活用したチャレンジショップ事業(1店複数

出店者形式ではなく、1店1出店者多店舗形式)である。具体的には、事業主体である商工会議所が家主より空き店舗を借上げ、簡易な内装・設備工事を施し、創業者や経営革新をめざしている方等に光熱費程度の負担にて5ヶ月間貸出を行った。

実施にあたっては活用する空き店舗の決定や改装方法、出店者の決定などについては各商店街に主体性を持たせ決定した。また、出店者の募集については2回のチラシ広告にて募集を行った。さらには、各商店街にて支援イベントを企画するとともに2回の折込チラシにてPRを行った。

実施商店街

- 伊勢市駅前商店街(振)
- 伊勢銀座新道商店街(振)
- 伊勢高柳商店街(振)
- 浦之橋商店街(振)
- 伊勢明倫商店街(協)

出店者

- ・うらのはし館 地鶏販売
 - ・たかやなぎ館 パソコン教室
 - ・えきまえ館 ジュエリー教室
 - ・めいりん館 児童英語教室
 - ・しんみち館 銀粘土アクセサリー教室と販売
- (新規創業、 経営革新)



うらのはし館(鶏肉販売)



たかやなぎ館(パソコン教室)



えきまえ館 ジュエリー教室

【 効 果 】

(1) 来街者層・来街者の行動、近隣商店街への波及

1店1出店者多店舗形式であり、5商店街に5つのチャレンジショップが点在している形であるので、来街者層・来街者の行動、近隣商店街への波及について、顕著な結果は出ていないが、「しんみち館」「えきまえ館」については、出店内容がジュエリー販売・製作教室のため20~30歳代の集客効果がみられ、「うらのはし館」では出店者が不足業種である鶏肉販売業のため商店街全体の集客に効果がみられる。

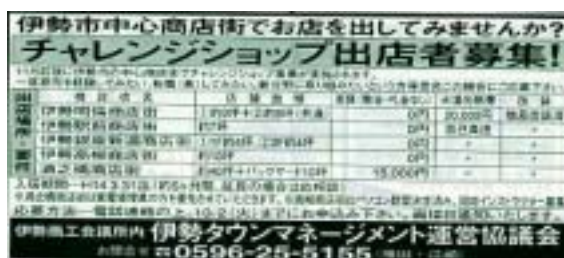
(2) 空店舗率の改善

出店者の募集を行ったところ、予想を上回る31名(他に飲食業希望者10名有)の応募が

あり、各商店街の面接により5名の出店者を決定した。落選者については、各商店街の空店舗を紹介し、4名が出店した。補助終了後も出店者・商店街・商工会議所と家主の間で家賃交渉を行い、ほとんどの店舗で家賃引き下げに成功し、全店継続することが出来た。その後残念ながら2名が退店したが、当事業が新聞等で大きく取り上げられたこともあり、当事業の認知度も高く、次々出店希望者があり、1日も閉店舗にすることなく平成14年11月現在、5店舗で7出店者(2店舗は2つに分割)が営業しており、落選者が入店したものを含めると当事業全体で9店舗開店、11名開業、空店舗率も事業実施前22.9%から実施後20.6%へと改善した。

【課題・反省点】

- (1) 厳しい経済状況を考えると当地商店街での創業の際の家賃の限度額は月3～4万円である。しかし空店舗の家賃の現状は月5万円を超えるところが多い。
- (2) 商店街の主体性にバラツキが出た。
- (3) 出店者募集の前に、家賃5万円以下の空き店舗情報の収集を家賃交渉も含めもう少し行っておくべきであった。(もう少しチャレンジショップ以外での出店者が増加したかもしれない)
- (4) 当初出店者の合同勉強会を予定していたが、各々出店者のやる気があるだけに考え方が異なり、調整が難しく実施出来なかった。
- (5) 当初8万人の会員を擁するポイントカードシステムを導入し、計数的効果把握を試みたが、創業者が中心のチャレンジショップ1店で来街者数等の変化を望むには無理があった。それを望むのであれば5つのチャレンジショップを1商店街に集中すべきであった。



チャレンジショップ募集広告

【教訓】

- (1) 同じチャレンジショップ事業であっても1店1出店者多店舗方式と1店複数出店者方式とでは全く内容が異なることを認識した方がよい。

《1店複数出店方式》

創業者支援とチャレンジショップそのものによる来街者の変化・波及効果が期待でき、また、卒業者が近隣商店街へ出店するなど空店舗対策にも期待ができる。

《1店1出店多店舗方式》

単なる空店舗対策として取り組み、間接的に波及効果を期待する場合に利点があり、短期で直接的に空店舗率の改善を図ることができる。

少なくとも県下では、1店複数出店者方式は退店者が出て、本来のチャレンジショップそのものによる波及効果が薄れ、また間接的効果である卒業者の出店については一部はあるもののなかなかそこまでは到達していないのが現状のようである。

単に空き店舗対策(空店舗率の向上)という点では当所のような1店1出店者多店舗方式は短期間で直接的に空店舗率の向上が図られ、効率の良い方式のように思う。言い換えてみれば

当所が1店1出店者多店舗方式ではなく、1店複数出店者方式を実施した場合、11名の卒業者を輩出し近隣の空き店舗で開業させることが出来たかという正直言って自信がない。

単なる空き店舗対策（空店舗率向上）として取り組み間接的に波及効果を望むのか、それとも創業者支援・来街者層等の変化等に重点を置いた空き店舗対策を望むのか、その目的により形式を選択すべきである。早急な空店舗対策（空店舗率の向上）を主眼に置くのに、1店複数出店者方式を選択するのは得策ではないように思われる。まして人手不足に悩むTMOが多い中、創業者育成にまで手が伸ばせるかどうか疑問に思う。

(2) 厳しい経済状況の折柄、商店街内において創業可能な家賃の限度額を把握（当地域の場合3～4万円）し、次のことを実施すればより効果が上がると思われる。（1店1出店者多店舗形式の場合）

1) 出店者募集の前に家賃交渉も含め、創業可能な家賃の空店舗情報をとりまとめておく。

2) 補助終了後、出店者の補助期間の実績も踏まえ、商店街・商工会議所が家主と出店者の中に入って再度家賃交渉を行い、出来る限り継続できるようにしてあげる。

3) チャレンジショップ事業が次年度以降継続できるよう地元自治体の協力を得て補助体制を確立すること。

(3) 出店者が家賃の補助終了後に補助してくれたことに対してどう考えるか、個人差はあるものの地域の気質（地域特性）もあり、当事業の継続（定着率）や効果に大きく影響しているように思う。マル経等融資の事故率を参考に地域特性を検討するのも良いかもしれない。

【 関 連 U R L 】

伊勢商工会議所 <http://www.ise-cvr.ne.jp/tmo/>

伊勢高柳商店街振興組合 <http://www6.ocn.ne.jp/%7Eesupoa/>

伊勢ポイントカード協同組合 <http://www1.ocn.ne.jp/~manten/>

三重県農林水産商工部まちの活力づくり支援チーム

<http://www.pref.mie.jp/MACHIS/HP/>