

岩 国 商 工 会 議 所

機関名	岩国商工会議所		
所在地	山口県岩国市会津町 1 - 1 8 - 1		
電話番号	0 8 2 7 - 2 1 - 4 2 0 1		
地域概要	(1)管内人口 1 0 万 7 千人	(2)管内商店街数 3	商店街
事業の対象となる商店街の概要	(1)商店街数 1	(2)会員数 5 2	商店
	(3)空店舗率 7 . 4 4 %	(4)大型店空き店舗 0	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 1 3 年度 活性化対策事業 交流サロン、イベント、タウンマップ
総事業費 8 , 1 3 0 千円

【事業実施内容】

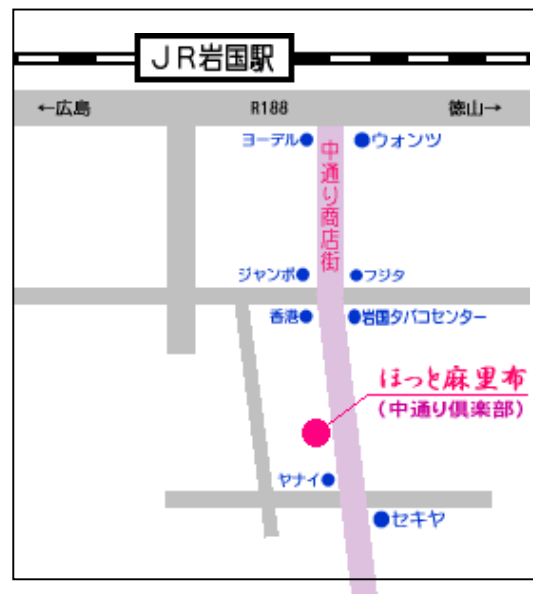
1 . 背景

山口県岩国市は、山口県の東部に位置し、県内最大の河川錦川沿いに発展した城下町である。錦川にかかる風光明媚な錦帯橋、あるいは自衛隊の岩国基地がある場所としても知られている。

岩国市の人口は、平成 14 年 12 月の時点で約 11 万人、前年から微減傾向にあり、岩国市中心市街地における商業環境もまた、近年大きく変化している。その原因は、モータリゼーションの進展を背景に郊外ロードサイド店の増加、広島市をはじめとした近隣都市への消費流出の増加、消費者ニーズの個性化・多様化などがあげられるが、近年の長期経済不況もまた大きく影を落としている。

このような環境下、平成 12 年には中心市街地活性化法に基づき岩国市中心市街地活性化基本計画が策定された。

当事業では、この中心市街地活性化基本計画の実施に先立ち、商業活性化のための実験事業を展開すると共に、地域社会とのコンセンサス形成を目的としてスタートした。



交流サロン「ほっと麻里布」位置

2 . 事業内容

(1) 交流サロン事業(空き店舗を活用した交流サロン＆チャレンジショップ)

地域商業に関する情報の掲示

インターネットサロンの設置

地域商業者を対象としたビジネスコンピニ

チャレンジショップ

IT 技術を有するボランティアスタッフの活動拠点

上記に伴い以下の事業を実施した

・ネットショップ村

パーティションで区切った2つの小部屋に公募で集まった2ショップが入居。各ショップはこの部屋で商品やサービスの提供を行う。また、ホームページ等によるネット販売を実施する。なお、各ショップにはホームページ制作のボランティアスタッフを配置しネット販売を支援。日々、ホームページの製作&メンテナンスを実施する。いわば、実際の店舗とネットショップを同時に実験するチャレンジショップであった。

・サロン及びビジネスコンピニ機能

5台のデスクトップパソコンを設置、高速インターネットに常時接続し、来店者が自由に使うことができる。買物客の休憩場としての機能も期待される。また、地域商業者の情報を掲示して発信する。地域商業者等がチラシ作成等を行う際に制作を引き受けたり、支援するセンターであった。

・マルチスペース

カルチャー講習会やパソコン講習会等のイベントを開催するスペース。

壁面には商店街のイベント等の地域情報を掲示した。



交流サロン「ほっと麻里布」



交流サロン「ほっと麻里布」店頭

運営スタッフ＝IT クルー

公募で集まった IT 関連技術（HP 制作、パソコン指導、パソコンマニア等）を有するボランティアスタッフによって運営。

（2）イベント事業（新鮮組キャラバン隊：アーケードを利用し、ワゴンによる市場）

商店街アーケードに移動ワゴンの売場を設け、オープンマーケットを定期的を開催。商店街への集客を促進すると共に、さまざま



イベント（陶器まつり）チラシ

な業種を展開することによって、その消費ニーズの把握を試みた。

(3) イベント事業 (街角絵画展:アーケードや各店を活用した市民ギャラリー)

商店街アーケードや各店舗ウインドウ等に市民の絵画作品や写真等を展示。文化的な話題を提供し、各商店と地域生活者とのコミュニケーションの促進に寄与した。

日程	展示内容	作品数
第1回 8/1-8/12	岩国中国新聞文化センター生徒作品展	88 作品
第2回 10/16-10/24	松本浩二(アマチュア写真家)錦帯橋写真展	34 作品
第3回 10/27-11/11	岩国中国新聞文化センター生徒作品展	64 作品
第4回 12/10-12/16	クリスマスカード作品展	35 作品
第5回 1/13-1/18	年賀状展	46 作品
第6回 2/26-3/17	岩国中国新聞文化センター生徒作品展	40 作品



イベント(街角絵画展)

(4) タウンマップ制作

駅前商店街をイラストマップで紹介。中心市街地活性化をわかりやすく訴求するためにキャラクターを作ってマップに載せる等、コンセンサス形成のために工夫を凝らした。



キャラクターを作ったタウンマップ

(5) 情報誌発行

当事業の広報及び当事業で展開したイベントに関する情報提供を目的に毎月、地域ミニコミ誌へ広報記事を掲載。また、交流サロンにおける事業内容等を紹介する新聞を毎月発行した。

【 効 果 】

(1) 交流サロン事業

ボランティアスタッフの発掘とその成長

交流サロン事業を実際に現場で運営したのは公募で集まったボランティアスタッフ(ITワークスクルー;以下ITクルーと言う)25名である。しかも、事業の骨子となるラフな企画を基に、アイデアを膨らませて事業内容を設計したのもITクルーの力によるところが

大きかった。

今後の事業展開につながる実験結果

活動拠点である空店舗を活用して、できるだけ色々な実験を試みた。オープン当初はその全てが消費ニーズを捉えて成功を収めるかのように思えたが、現実には厳しいものであった。インターネットサロンには決まった特定の顧客が訪れるだけ。ビジネスコンビニは商店街関係者の利用がほとんど。パソコン講習にはなかなか生徒が集まらない等である。

しかし、毎月、戦略会議を実施し、担当 IT クルー達が創意工夫することによって、失敗の原因を追及、次の展開に活かす努力を重ねた。これによって、事業の難しさを学ぶと共に、どのようにすれば事業として成立するのかというノウハウをいくつか習得することができた。

IT を活用した業務遂行

インターネットの掲示板機能を最大限に活用し、事務連絡等に使用し、効率的なコミュニケーションを図った。また、イベントカレンダーをインターネット上に立ち上げ、メンバーがいつでも共通の行事予定を確認できるように配慮した。

なお、インターネットを活用することと同時に、会って直接コミュニケーションを図ることが非常に重要であることも自覚した。

地域商店や地域生活者とスタッフとの交流、そして地域のニーズへの合致

オープンして後、地域商店からホームページを作って欲しい、メニュー表を作って欲しい等の要望が寄せられるようになった。スタッフが赴いて打合せを実施し、いつの間にか、IT クルーのメンバーがそのお店の常連客になっていたという話もある。地域商業者と IT 技術者が出会い、交流を深めることができたことも成果の一つである。



作成したキャラクター

(2) 新鮮組キャラバン隊

久しぶりに商店街に来てくれたお客様の存在

通常、イベントには新規顧客獲得の期待がかけられることが多い。しかし、長年続く商店街においては、イベントによって昔の顧客を呼び戻す効果が大きいことを再確認した。

「食」に関するイベントが盛況

駅前商店街は総じて買回品を主体とした業種ミックスを構成している。かねてから最寄品、特に生鮮食品を不足業種として指摘する声が多かった。また、地域消費者へのアンケート調査でもそのような結果が現れている。

今回のイベントにおいても、2月に実施した「カキ祭り」は特に盛況で、行列ができるほどの賑わいであった。生鮮食品に対するニーズの高さを改めて知ることができた。今後のイベント展開に役立てたい。

イベント後に再び来街して商店で買い物をしたお客様の存在

イベントの後日、商店街に再びやってきて商店で買物をしてくれたという事例が多く報告されている。

他地域事業者及び他業種・業態との連携

「カキ祭り」では酒造メーカーや漬物メーカーが商店街に出店、来街者に喜んでいただくことができた。また、出店者にとっても広報面での効果及び収益を得ることができたようである。今後も、さまざまな地域の事業者及び業種・業態との連携を図り、イベントの魅力度アップを実現したい。

(3) 街角絵画展

自分の作品を見てまわるお客様の存在

自分の作品を見て回るお客様が多く来街された。加えて、その家族や友人も作品を見るために来街されていたようである。特に絵画を学ぶ生徒さんの作品展の時にはこの傾向が強く、お店のショーウィンドウで立ち止まって作品を眺める方をたくさん見かけた。

西岩国との文化的な交流を図ることができた

写真家 松本浩二さんの錦帯橋写真展が好評であった。同じ岩国市であるが、駅前商店街で錦帯橋に関するイベントを開催することは珍しいことである。西岩国地区との文化的な交流の意義に加えて、何よりも来街者が喜んで写真を見ていたのが印象的である。

(4) タウンマップ制作

わかりやすい「街づくり」の仕組みに親しみを与えてくれるキャラクターの創出

法律に基づいた街づくり事業は分かり難く、硬いイメージにとられることがある。本来は商業活性化等のシンプルな活動のはずである。そこで、今回創出したキャラクター2人はそれをもっと身近に伝えてくれる役割を果たすこととなった。

(5) その他

商店主による積極的な事業への関わり
マスコミの協力による広報面の成果

【課題・反省点】

(1) 交流サロン事業

リーダーシップの育成

自ら創意工夫する一方、組織構成員の力を引き出し、統率する真のリーダーシップの育成が課題である。

組織力強化のための仕組み作り

目的や意識の異なるスタッフが組織として力を発揮するためには、単なる並列の組織や階層型の組織では難しい。それぞれが自らのライフスタイルや仕事スタイルを貫きながらも、組織として力が発揮できる仕組みが必要である。

採算性の確保

実験した事業のほとんどは採算性を確保することはとても難しいことが判明した。しかし、採算性を確保する可能性を秘めた事業を把握することができた。今後は、この実



ビジネスコンビニの様子

験結果を分析し、新たな展開の中で採算性を確保することが課題である。

(2) 新鮮組キャラバン隊

消費ニーズ、時節に合致したイベントの計画の設定

毎月のようにイベントを企画して実施してきた。しかし、構想していたイベントを断念する事態もあり、思うように時節に合致したものとはなかった。

出店者の顔ぶれに変化を持たせる

フリーマーケットを合計 5 回開催した。そのお陰で顧客が定着するという効果を得ることができた。その一方で、出店者の顔ぶれが変わらず、来街者を飽きさせてしまったという反省がある。今後はいかに出店者の顔ぶれに変化を持たせるかが課題である。



オープンマーケット風景

イベント集客を個店の売上に結びつける仕組み作り

イベントでの集客が必ずしも個店の売上に結びつかないことが常に問題とされてきた。

そこで、イベントの集客を個店の売上に結びつける仕組みづくりが重要な課題としてあげられる。

(3) 街角絵画展

定期継続性の確保

性急な効果を求めることなく、低コストで永く継続することが課題として挙げられる。

より幅広い作品の展示

今回の事業では準備期間が短かいこともあって、作品出展者が偏る傾向にあった。今後は、子供の作品展等を実施し、さまざまなジャンルの幅広い作品を展示することを課題として挙げたい。

(4) タウンマップ制作 - キャラクター及びイラストマップの活用 -

当事業で作りに出したイメージキャラクターは特に若者に対して訴求する効果が期待される。これらを最大限に活用して、広く市民に「街づくり」への理解を促進し、参加を呼びかけることが課題である。

【 関 連 U R L 】

ほっと麻理布 <http://hot.marifu.com/works/index.html>