「わいわいいわみざわ」で商店街活性化

岩　見　沢　商　工　会　議　所

機関名	岩見沢商工会議所		
所在地	北海道岩見市１条西１丁目		
電話番号	０１２６－２２－３４４５		
地域概要	(1)管内人口　８万５千人	(2)管内商店街数　１８商店街	
事業の対象となる商店街の概要	(1)商店街数　３　商店街	(2)メンバー数　１１５商店	
	(3)空店舗率　５.２％	(4)大型店空き店舗　０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　チャレンジショップ、ネット販売、一括配送サービス、情報館
総事業費　１，１１１万円
活性化対策事業　バーチャルモール、ポイントカード
総事業費　３９７万円

【事業実施内容】

１．背景

岩見沢市は、北海道の中心部、石狩平野の東側に位置する穀倉地帯にある人口８万５千人の空知地方の中心都市として発達してきたが､札幌までは40km圏内にあり、近年交通網の発達により JR 特急で 25 分、高速道路経由で約 40 分の位置にあるため、人口の流出が激しく、また郊外には大型店が進出し、中心市街地の商店街には空き店舗が目立つようになってきた。

北海道東部における岩見沢市の位置

２．事業内容

実際の事業の推進は、「岩見沢タウンマネージメント協議会」の下に空き店舗活用委員会、ポイントカード推進事業委員会、ホームページ活用事業委員会が組織され、商業者や市民が中心となり行われた。

（１）空き店舗活用事業

商店街の空き店舗を活用して新業態や不足業種の誘致を行い、同時に介護用品の販売やバリアフリーの相談を行うチャレンジショップ事業を行った。

また商店街の商店や消費者へのアンケート調査を実施しチャレンジショップ事業が商店街の活性化に有効かどうか検討を行った。

岩見沢市中心市街地の地図

１）レディースシューズ専門店「ＣＡＬ」

①所在地：４西４地区

②店舗面積：１６坪

③事業期間：平成 13 年 4 月～平成 14 年 3 月 31 日まで

④目的：不足業種に係わるテナント誘致

⑤業種：女性向けシューズショップ

⑥入居者の特徴：地元出身者による独立開業

チャレンジショップの正面

２）チャレンジショップ「i-plaza」

①所在地：1 西 4 地区（駅前）

②店舗面積：３７坪

③事業期間：平成 13 年 9 月～平成 14 年 2 月 3 日まで

④目的：新規開業者等支援

⑤業種：洋服・雑貨販売「アル・コール１００％」

磁器上絵付け体験教室、オーダーギフト販売「エムズアートリー」
古着・雑貨販売「ガレージセール」

⑥入居者の特徴：地元出身者等による新規開業

３）高齢者向け生活用品・介護ショップ「セイム」

①所在地：１西３地区
②店舗面積：１０坪
③事業期間：平成 13 年９月～平成 14 年２月 3 日まで
④目的：既存事業者の業種・業態転換の促進
⑤業種：介護・環境用品および照明機器の販売
⑥入居者の特徴：地元企業による平成 12 年度事業（HP、介護用品）の発展的な試み

（２）ホームページ活用事業等

ポイントカード導入にむけ、消費者アンケートと商業者アンケートをそれぞれ 2 回行い、ポイントカードへの消費者の意向や参加者の把握を行った。また、商業者ポイントカードの勉強会を 3 回行った。また、中心商店街のショッピングサイトを実験的に開設しネット販売や一括配送サービスの導入を検討した。サイトを訪れる一般利用者のほか、市内各機関にもサイトの閲覧および、買い物体験を呼び掛け、利用者からのアンケートの実施や、コンテンツ、サービスの利用状況の分析を通じて、問題点や改善点、費用対効果の分析を行った。

更に、パソコンを活用した販売促進方法の検討を行った。

■ホームページ活用事業の活動スケジュール

平成 13 年 7 月：事業内容、推進体制の検討を行う。
ネット販売、一括宅配サービスの開始時期の検討を行う。
ネット販売参加店の募集の検討、商業者セミナーの実施を行う。
ホームページ「わくわくいわみざわ」の作成、更新を行う。
8 月：ネット販売サイト「SHOP!０１２６」の参加店の募集を行う。
9 月：ネット販売、宅配方法の検討を行う。
10 月：ネット販売の取扱商品の検討を行う。
ネット販売システム、サイト構成の検討を行う。
11 月：ネット販売の開始時期、告知方法の検討を行う。
ホームページ上の利用者アンケートの検討を行う。
12 月：ネット販売事業の開始
広報、新聞折り込みチラシ広告による事業開始の告知を行う。
平成 14 年１月：ネット販売の現状の確認を行う。
2 月：消費者モニターアンケートの実施を行う。
商業者アンケートの実施を行う。
3 月：商業者セミナーを開催する。

（3）ＴＭＯインフォメーションセンター事業

パソコンを設置し、中心街の各個店の販売品や大売出し情報等が掲載されたパソコンを設置し、中心街の各個店の販売品や大売出し情報等が掲載されたホームページがいつでも見ることが出来るようにするとともに、希望者に対しパソコン操作法を個別指導を実施した。また、トイレなど休憩利用スペースの提供を行うと同時に、センターを訪れた人にアンケート調査を行った。

インフォメーションセンターの内部

【　効　果　】

（１）空き店舗活用事業

商店街の機能を再生し集客力の向上と経営に必要な各種支援策を提供することにより新規起業家として独立希望の者を輩出することが出来た。

また、テナントミックス手法を活用した店舗の集約化について周辺の商店等の関心が高まり、事業への理解が進んだ。

情報インフォメーションセンター横の空き店舗（1 条西 3 丁目）に昨年度の実験事業のテナントミックス計画や介護用品の展示売等のイベントを通じた結果を踏まえた、介護用品の販売やバリアフリーの相談を行うチャレンジショップ事業を実施した。

「SHOP!0126」のネット販売サイト

テナントミックス計画の対象地域で、基本計画の中で商業の活性化の重点地区である 4 条通り、一条通りの空き店舗 2 件（1 条西 4 丁目、4 条西 4 丁目）を活用して、ＴＭＯを商店街組合等で構成された委員会を発足させチャレンジショップの開設と新業態や不足業種の誘致等が行えた。

中心商店街の商店や来店客へのアンケート調査を実施することにより、チャレンジショップ事業が商店街の活性化に有効性の検討を行えた。

（２）ホームページ活用事業等

情報手段を活用した販売促進策により、経営力、販売企画力ならびに顧客へのサービス意識が向上し、岩見沢市における新しい形での販売形態及び、買物の利便性等が、サイトにアクセスしてきた者や新聞広告等で知った市民に浸透でき、商店街への関心を高めることが出来た。

① 中心商店街のショッピングサイトを開設して本格的な事業として進めた。併せて商店に参加を呼びかけると共にコンテンツの充実が図れた。

② このショッピングサイトの主な対象である地元の主婦や高齢者、障害者のほか、広い地域の一般消費者に対する利用を高め、ニーズを把握するために、実験的にショッピングモールを開設し、ネット販売や一括配送サービスの導入の検討を行った。

③実験事業の有効性の把握をするため、サイトを訪問した者にインターネットでの買い物を体験してもらうと共に、体験者から感想や意見を聴くアンケートの実施やアクセス状況の分析を通じて、平成 14 年度以降の事業として本格的に行っていくための問題点や改善点、費用対効果の分析が行った。

④更に、商業者にパソコンを活用した顧客情報管理や販売促進方法のセミナーやイベントをインフォメーションセンターにおいて個別に操作指導することにより、単にホームページを開設するだけではなく、情報技術を活用した新たな販売促進方法を中心商店街に取り入れ、経営の革新を図るための環境づくりが行えた。

（３）ＴＭＯインフォメーションセンター事業

空き店舗事業の推進基地となり、ホームページや特産品展示により、情報発信、交流の活動の場として、ここを通じ商店街への人の増加が図られたほか、この施設にパソコン 3 台を設置して、無料指導者を常駐させる体制を整えた結果、コンピュータを学ぼうとする人の練習や、商店主らの操作指導や、高齢者などの情報能力の向上が図られた。

・ 中心街の各個店の販売品や大売出し情報、市の行事予定などが掲載されたホームページがいつでも見ることができるスペースの提供と、パソコンの操作やインターネットの操作に関する指導者の常時配置を行った。高齢者や商店主に対するパソコン講座の開設を行った。
・ お茶やコーヒーの無料提供やトイレの提供などを行い、中心市街地に立ち寄れる場所づくりを行った。
・ 情報インフォメーションセンターを訪れた人にアンケートを行うことにより効果を把握し、次年度以降の事業に繋げていくことを図った。
・ アンケート結果や空き店舗事業の売上などの動向から、商店街での不足業種の把握と新規開業への潜在的ニーズが確認出来た。
・ 空き店舗事業で出店した店舗への既存店舗の協力・支援活動、隣接した店舗間

での集客の相乗効果が見られるようになった。

・ 今まで郊外や札幌へ買い物に行き、中心街に訪れることが少なかった若い人達が、店へ訪れるようになった。

【課題・反省点】

(1) 新規出店、開業者が消費者に認知され、固定客をつかまえるまでに最低必要とする期間を対象にしたフォローアップ。例えば、経験者並びに専門家による経営相談・サポート、低廉な空き店舗の斡旋などである。

(2) 趣味感覚で商売にチャレンジする新規開業者が、ビジネスとしての成功体験を得るのに要する環境づくり、もしくはそれに相応しい店舗の立地と選定などである。

(3) 空き店舗事業を成功するための改装費の負担、家賃交渉の点での家主の理解と協力、出店したチャレンジャーを育成して中心商店街の活性化に生かそうとする中心商店の協力の醸成が必要である。

(4)国や道の補助決定がなされた後に事業を行うと事業機関が最高 9 ヶ月となってしまうため、1 年間営業できるための市・家主等の協力が必要である。

(5) 消費者への認知を図るために、新聞折り込みチラシ（2 回)、新聞記事、広報、ホームページの掲載、コミュニティ放送での宣伝などを行ったが、まだ認知されていない。さらなる告知方法の検討が必要である。

【関連ＵＲＬ】

岩見沢商工会議所　http://www.iwamizawacci.or.jp/