

大型店の空き店舗活用で、来店者の3分の1が10代の若者に！

徳山商工会議所

機関名	徳山商工会議所			
所在地	山口県周南市栄町2-15			
電話番号	0834-31-3000			
地域概要	(1)管内人口	15万7千人	(2)管内商店街数	- 商店街
事業の対象となる 商店街の概要	(1)商店街数	6商店街	(2)会員数	419商店
	(3)空き店舗率	9.7%	(4)大型店空き店舗数	1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14年度 空き店舗対策事業

大型商業施設等の空き店舗活用実験的事業

- ・チャレンジショップ徳山「街あい」事業
- ・街なかギャラリー事業
- ・イベント事業

調査事業（事業効果測定調査）

総事業費

23,835千円

【事業実施内容】

1. 背景

近年、就業人口の減少、近隣市への大型商業施設やロードサイド型中型店の進出、高速交通網の整備による広島や北九州、博多への購買力の流出など、都市間競争が激化している。

中心商店街では、来街者の減少と客単価の落込みによる売上不振、後継者難等による経営が深刻化してきている。有力な専門店や飲食店の廃業による空き店舗の増加、平成11年5月末には徳山サティが撤退、12年9月に駅ビルが閉鎖、平成13年1月にはダイエートポスが撤退するなど、街の空洞化が加速し、従来にない厳しい状況となった。

こうしたなか、徳山商工会議所では、中心市街地の活性化を図ることを目的として、中心商店街の大型商業施設等の空き店舗を活用した実験的事業を実施し、新しい商店街の魅力づくりへの取組みを行うこととした。



徳山市駅周辺図

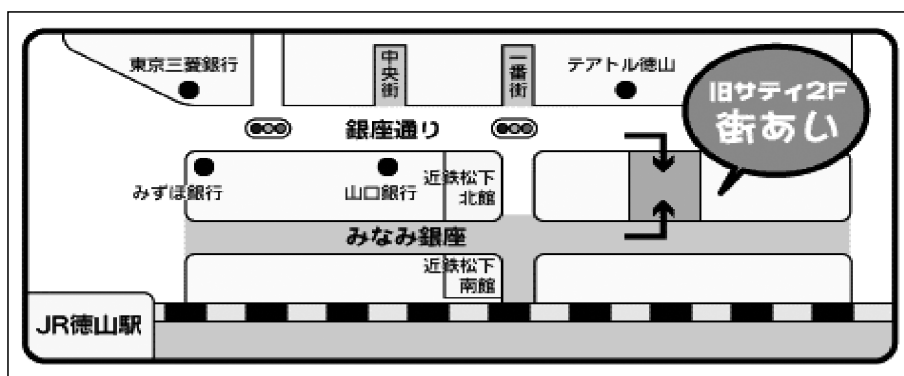
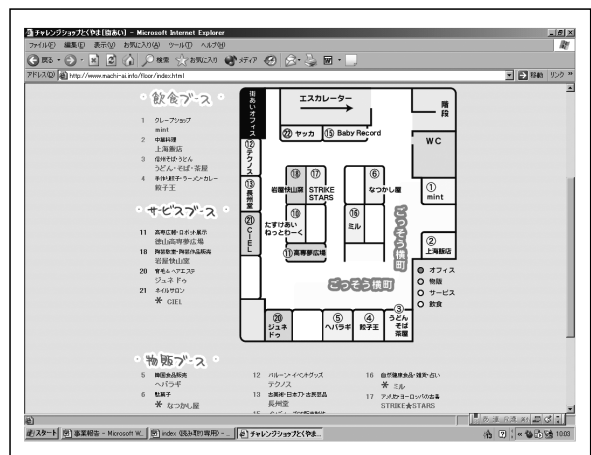
2. 事業内容

(1) 大型商業施設等の空き店舗活用実験的事業

- 整備概要 旧徳山サティ 2階フロア 944㎡（賃貸面積）
- ・チャレンジショップ 1区画5.5坪 全21区画
 - ・街なかギャラリー 壁面活用（パネルによる簡易仕切）
- 事業期間 平成14年7月27日～平成15年3月31日
- 募集方法 新聞広告、市広報、会議所報、チラシ、インターネットなど
- 募集条件 家賃無料、共益費1ヶ月15,000円

1) 徳山チャレンジショップ「街あい」事業

平成11年5月末に撤退した徳山サティ（徳山中央ビル株所有）の2階未使用部分（944㎡）を活用し、21ブースに分けて「街あい」と名づけ、創業意欲のある市民から雑貨衣料・飲食・サービス等のチャレンジショップを募集、運営管理を行った。加えて、現在2商店街の自助努力で継続運営されている1階・地階部分（ダイソー及び休憩所）との連動性をとりながら、街の賑わいの再生を図った。



徳山チャレンジショップ街あいのHPによる案内

2) 街なかギャラリー事業、イベント事業

旧徳山サティの建物及び街なかの空き店舗に、ギャラリーに活用できる空間等を整備し、多様な楽しみのできる街づくりを行った。そして、その活用及び街なかに新たな賑わいと魅力創造をするため、「写真の街－徳山」をアピールする地域の独創的イベント「徳山フォト・エキシビジョン」を開催した。

①銀座休憩所ほっとコーナー

銀座休憩所ほっとコーナーの奥のスペースをギャラリーとして整備、「街なかアート」「フォト・エキシビジョン」等の写真イベントとして活用し、中心市街地における人の交流促進を図った。

②チョコアート展 銀座ギャラリー

中心市街地での「街なかアート」を定着化させるため、地元のイラストレーター等から公募した作品を展示する「チョコアート展」を9日間開催、有志13人が常駐し来客者に対してサービスを行った。

③徳山フォト・エキシビジョン

徳山市は写真家の林忠彦氏を輩出しており、アマチュア写真家が写真の振興・奨励を目指す地道な文化活動を行い、「写真の街」としての評価を高めている。「写真の街」を定着化させるため中心商店街を主体会場とした「徳山フォト・エキシビジョン」を中心に、チャレンジショップでも「写真展」を10日間開催した。これと銀座通りを歩行者天国にした「さくらまつり」を商店街イベントとして連動させ、中心市街地の賑わい創出を図った。

(2) 事業効果測定調査事業（消費者用及び出店者用2種）

チャレンジショップのオープンから3ヶ月の経過時に、消費者用及び出店者用2種の事業効果測定調査を実施した。

【効 果】

(1) 徳山チャレンジショップ「街あい」出店者の営業結果

①「街あい」全体の営業結果

街あい出店者の14年7月～15年2月の売上実績は22,872千円であり、月平均すると3,812千円、出店者一店舗当りにすると238千円と厳しい数値である。

これを月別にみると、オープン後間もない8月～9月は450万円前後の売上が確保できたが、その後は下降気味となり、15年に入ってから200万円を割り込む状況であった。

(2) 徳山チャレンジショップ「街あい」事業効果測定調査結果

①出店者調査

調査対象：出店21店舗

調査時期：平成14年10月29日

(客数や売上の状況)

客数、売上高共に予想より「良い」は1店舗だけであり、全体の8割以上は「悪い」と回答している。これに対し、経費は「少ない」が1店舗のみで、半数近くは「多い」

としており、当初の計画に対する甘さが感じられる。

いずれにしても個店の業績は極めて厳しいようである。

(開業資金について)

21店舗の開業資金の平均値は設備投資が32.67万円、仕入資金が36.33万円、その他の開業資金が9.38万円で合計78.87万円、一店舗平均では80万円近くを要している。これを業種別にみると、「飲食店」の設備投資が63.25万円と高いのに対し、「物販店」は仕入資金が39.82万円と高くなっている。

いずれにしても仮設のチャレンジショップではあるが、多額の投資をして出てきていることがわかる。

(開業前に困ったこと)

開業前に困ったことは「売上予測」と「人手の確保」が最も多く33.3%、次いで「資金調達」と「店舗レイアウト、デザイン」の28.6%になっている。いずれにしても十分な準備ができずに慌てて出店したことが明らかである。

家賃補助の期間中に経営の立て直しを行う必要が感じられる。

(開業後に困ったこと)

開業後で最も多い問題点は「売上不振」の68.7%であり、来店者不足を補う「広告宣伝」が必要である。来店数を増やし、売上を増やすための方策が早急に求められている。

(今後の事業の継続)

今後の展開についてはチャレンジショップを出て「立地条件の良いところを探して続けたい」が7人の33.3%、「家賃がかからなければ続けたい」(7人)と「15年度もTMOの補助事業が続けば、現在地で続けたい」(3人)と補助を期待する意見が10人の47.6%であり、他は「未定」か「困難」なようである。いずれにしても、8割は事業継続を希望しており、今後の支援対象になると考えられる。しかし、現状では家賃補助がなければ経営続行は困難な店舗が多い。

②来街者意識調査

調査対象：街あいの来街者

調査時期：平成14年10月29日

(属性)

回答者をみると男女別では「女性」が71.9%と圧倒的に多い。年代別は入店者調査による店側の意見では「あまり偏りが無い」と思っているが、実際の来店者の年代構成は「10代」が全体の3分の1を占める結果になった。年代構成は「10代」が32.5%と特別に多いが、他はバラついている。

(街あいの利用率)

街あいオープンして3ヶ月が経過しているが、「はじめて」の来店が39.2%と最も多く、利用率は低い。認知度が低くて来店していないのか、一度来店したが2度来てみるほどではなかったのか、どちらかの理由であろう。これを年代別にみると、「10代」は頻繁に来店することが多いが、「20代以上」は約半数が初めての来店であり、「10代」以外にはリピーターは少ないという結果であった。

(街あいの告知)

最も多いのは「商店街に来て知った」(30.7%)と「人から聞いて」(29.9%)であり、

自然な形で認知するケースが多く、商店街側からの意図的な告知で認知するケースは少なかった。年代別にみてもほぼ全世代で「商店街に来て知った」という回答が多かったが、「10代」と「20代」は「人から聞いて」が若干多くなっており、若い世代については口コミによって行動するケースの多ことが分かった。一方、「テレビ、ラジオ」等のメディアで動く世代は「40代」以上の中高年世代が特に多いようである。

③チャレンジショップの利用率

502名の回答者のうち、「利用していない」が166人であるため、何らかの形で利用した人数は336人である。利用店舗の回答数は480件なので、一人あたりの平均利用率は1.43店舗であり、利用していたとしてもあまり多くの店舗は利用していないことになる。

最も利用率が高いのは「駄菓子なつかし屋」(98人)であり、10代の若い世代の利用が多い。二番目に利用率が高いのは「クレープショップmint」(94人)で、これも若い人達の利用が多い。一方、中高年層の利用が多い店舗は「上海飯店」(34人)や「うどん、そば茶屋」(33人)等であった。いずれにしても物販系よりも飲食系の店舗の利用率が高くなっている。



駄菓子なつかし屋
 (「商店街等活性化事業報告書」より)

【課題・反省点】

チャレンジショップ「街あい」を卒業した17名のうち、今後も事業の継続が見込まれる11名に対して相談会を実施した。その結果、既に移転先が決定しているのが3店舗、未定だが商店街又はその周辺に移転を希望する者が6店舗、その他が2店舗であった。よって商店街又はその周辺に出店を希望する6店舗については、具体的な支援を行う必要がある。出店を希望する6店舗は全て出店希望場所が特定されていること、また売場面積は少なく家賃は5,000~10,000円程度と低めに設定していること等への配慮が必要である。

今回のチャレンジショップ事業によって生まれた商店街での出店希望者6名の夢が実現し、商店街の空き店舗活用につながることに期待したい。

【教訓】

徳山市中心商店街では既存店舗の転廃業が加速しており、営業店舗数は年々減少の一途になっている。このような中で、TMOとしては今後店舗数を増やす活動を持続的に実施していかなければならない。そのためには、店舗の誘致や空き店舗率の改善といった結果だけを追うのではなく、今回のようにチャレンジショップ事業による創業者の指導育成、商業の新しいビジネスモデルの構築による顧客満足度の向上というプロセスを経て、結果的に商店街への新規出店者の誘致、空き店舗の営業に結びつける必要がある。

徳山商工会議所

過去における空き店舗対策事業では、創業者を育成しようとする視点や顧客満足度を高めようとする視点が不足していた点は否めない。よって、今回のチャレンジショップ事業の経験を生かし、商店街空き店舗対策事業の新しいビジネスモデルを構築すべきであると考えている。

【 関 連 U R L 】

徳山商工会議所 <http://www.joho-yamaguchi.or.jp/tcci/>