

開業を目指す長崎市内初のチャレンジショップ「ドリーム・ラボ」

長 崎 市 T M O

機関名	長崎市TMO（長崎商工会議所）			
所在地	長崎県長崎市桜町4番1号 長崎商工会議所・地域振興課内			
電話番号	095-822-0111			
地域概要	(1)管内人口	41万9千人	(2)管内商店街数	44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	70商店
	(3)空店舗率	- %	(4)大型店空き店舗数	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14年度 空き店舗対策事業

チャレンジショップ事業

・出店・創業の希望者等を対象に、経営ノウハウの習得と出店開業への支援

総事業費

10,000千円

【事業実施内容】

1. 背景

長崎商工会議所は、中心市街地活性化法に基づき平成13年3月に長崎市TMOとして長崎市の認可を受け、TMO活動をスタートした。本事業は平成14年度TMO事業の一環として市内中心商店街の「空き店舗対策」と「創業者支援」を目的に実施したもので、チャレンジショップ事業は長崎市内では初めての試みであった。

不況とはいえ、市内中心商店街はまだ地価が高く開業のリスクが大きいのが現状であり、起業家にとっては、独立開業に向けた大きなチャンスであった。また、商店街側にとっても商業意欲のある起業家を迎えることにより刺激を受け、地域商業の活性化に結びつくことが期待された事業である。



長崎市内商店街エリア（長崎市TMOのHPより）

2. 事業内容

市内築町にある「メルカつきまち」1階の空き店舗部分約35坪を8つの区画に分けて家賃・敷金無料で創業志望者に貸し出した。店舗の名称は、創業に向けた夢の実現の意味から「ドリー

長崎市TMO

ム・ラボ」と名づけられた。

(1) チャレンジショップ実行委員会

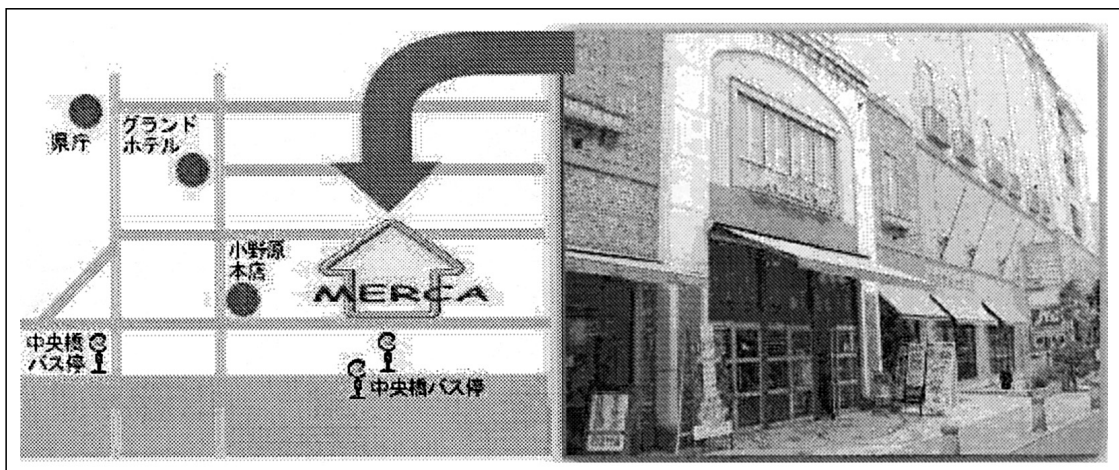
事業の円滑な推進を図るためチャレンジショップ実行委員会を設置し、合計5回の委員会を開催した。事業スケジュール、募集・選考、店舗、研修等の内容を協議し作業を進めた。

(2) チャレンジショップの募集・選考

チャレンジショップの募集にあたっては、平成14年7月1日から22日の約3週間を募集期間として7月2日の長崎市内全紙面朝刊に募集チラシ10万枚を配付した。この他商工会議所ホームページやパブリシティでの広報などにより周知PRを図った。約40件を超える問合せがあり28名の応募があった。選考では、応募者の創業意欲と将来性を重視して選考を行い、書類による一時審査ではフリーマーケット的なものや既存の事業者でアンテナショップ的な内容など本事業の趣旨にそぐわない事業を除き、二次審査では実行委員による面接調査を実施した。一次審査は14名が通過、二次審査の結果8名の出店者を決定した。決定した出店者に対しては、オープン前に事前説明会と研修会を実施した。(8月4日、8月23日)

①選考審査選考基準

- ・公序良俗に反する業種は対象としない。
- ・商店街の賑わい、集客のために役立つ業種を優先し、「同じ業種・商品内容」の採用は極力さける。
- ・意欲があり計画性のある出店希望者を優先する。
- ・新規開業者を優先する。
- ・代理店経営については基本的に認めない。
- ・メルカつきまちにない業種を優先する。
- ・趣味の延長やフリーマーケット的なものは避ける。



チャレンジショップ「メルカつきまち」と位置
(平成14年度商店街等活性化事業「チャレンジショップ事業報告書」より)

②面接審査内容

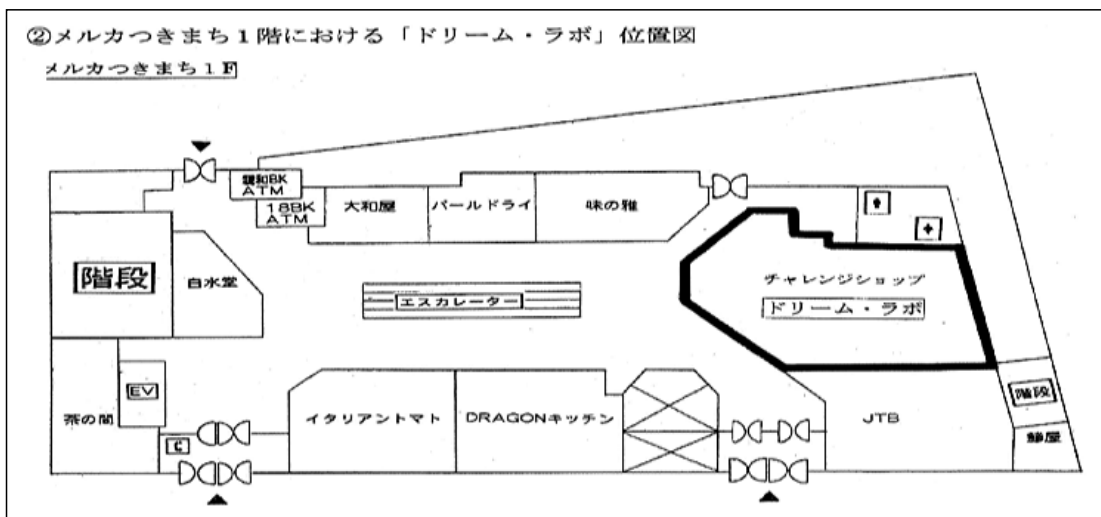
創業意欲と店舗の魅力度の2点について各10点満点としてその合計点で判断する。

創業意欲	店舗の魅力度	合計
点	点	点

③出店希望者の説明に次の事項が含まれているかを確認・審査する。

- ・応募動機
- ・取扱商品
- ・主な商品の価格帯
- ・仕入れルートと代金決済
- ・商品管理（高価商品）
- ・事業経験
- ・帳簿や決算の基礎知識
- ・将来構想（開業の意思・資金）

④出展店舗およびドリーム・ラボ内店舗配置図



出店店舗一覧

区画	氏名	店名	販売品目とサービスの内容
1	そう だ けい すけ 早 田 圭 介	フォトランド	携帯電話などへの特殊印刷によるプリントサービス
2	あり よし けい こ 有 吉 恵 子	Andy's Room	輸入雑貨、おもちゃ
3	そう だ ゆかり 早 田 由加里	SEA SODA	手作りの洋服・小物のリメイク品。
4	うら ざと ひろ こ 浦 里 裕 子	染と織のひろ	手織りのストールや藍染・草木染の洋服、手作り革製品・小物
5	さい よう 斉 暢	Cha-Rou	中国茶（緑茶、黒茶、青茶、花茶、白茶等約50種）。
6	まつ ざき とし たか 松 崎 敏 隆	山野草の会 なんばんぎせる	山野草とそれに付随する小物販売
7	しか の あき ひこ 鹿 野 明 彦	One's	オリジナルの服飾・雑貨、缶バッジ、ビーズアクセサリ等
8	た まわり かよ こ 田 廻 佳余子	MAO-MAO	リラックス&リフレッシュグッズ（ハーブティ・アイマスク、お香等）

⑤オープニングセレモニー

9月6日のオープニングセレモニーには、長崎県・長崎市の来賓をはじめ関係者約30名が出席した。特にオープニングの3日間は、イベントして抽選会を行う一方、ラジオスポットやちんどん屋によるチラシ配布を行い告知に努めた。また、オープニングに併せて次の調査を実施した。

長崎市TMO

- ・消費者アンケート調査
日 時 9月6日～8日（3日間）
10：00～19：00
調査数 150サンプル
- ・ドリームラボ来店数調査
日 時 9月6日～8日（3日間）
10：00～19：00
- ・築町商店街（メルカつきまち前）歩行者通行量調査
日 時 9月1日（オープン前）
日 時 9月8日（オープン後）



ドリーム・ラボ店内

開業前後には多くの報道機関からの取材等があり、チャレンジショップの周知や集客の追い風になった。また、ドリームラボとしても次のイベントを行い集客に努めた。

- ①メルカつきまち4周年記念協賛イベント（日時 平成15年10月19日～20日）
- ②クリスマスイベント（日時 平成15年12月11日～20日）
- ③ランタンまつり協賛イベント（日時 平成15年2月9日～15日）

なお、期間中は、店舗ディスプレイの指導や、出店に向けての個別指導も実施しており、出店者間でも連絡会議を開き研鑽に励んだ。研修期間終了後の3月6日には、出店者に対し修了証書を授与した。また、引き続き本事業の反省会を実施し、実行委員と出店者の意見交換を行った。

【効 果】

チャレンジショップ事業は中心市街地の賑わい創出、新規創業者への支援を目標としている。従って、事業効果については中心市街地への集客効果（にぎわい創出）及びチャレンジショップでの研修を終了したチャレンジャーの開業率により判断できると考えられる。

（1）集客効果

来店客アンケートでは来店者の評価も高く「大変良かった」「また来店したい・ついでがあれば来店したい」という意見が95%を占めるなど、チャレンジショップの出店が中心市街地の魅力を増したと捉えることができる。

（2）開業率

事業終了時の2004年1月現在で自己都合で退店者を除く7名の内、4名が新規開業し、チャレンジショップ出店応募者の半分が開業の夢を達成することとなった。なお、今回、開業を見送った3名の中には、ウェブを立ち上げて当面状況を見た上で開業するとしている。



テナントMAO-MAO

以上のとおり、本事業の実施は中心市街地活性化に十分寄与するものであり、新規創業者

の支援という意味からも効果的であったと考える。

月別一店舗当たり売上げ平均実績 [単位：円]

9月	10月	11月	12月	1月	2月
176,000	206,094	174,755	243,294	129,573	192,038

月別買上客数実績 [単位：人]

9月	10月	11月	12月	1月	2月
782	793	725	872	530	654

【課題・反省点】

チャレンジショップの運営は、実行委員会での決議事項に基づき、出店者の自主性を促しつつ、事務局が管理サポートする体制で進めた。

結果的には、互いに研鑽しあい高い開業率となったがチャレンジショップ自体の運営においては出店者の商売に対する意識や顧客ターゲットがマチマチなため、共同通販を行う場合でもその手法等について意見が纏まらない場合があった。また、売上げ・買い物客数の月別平均については上表のとおりで、出店者によっては厳しい経営となった。

これはメルカつきまち自体が中心地区にありながら、商店街の構成などから買い物客は高齢者に偏りがあることなどの外的要因と、出店者の店舗の魅力不足や集客への努力不足などの内的要因が考えられ、いかにしてドリームラボに集客するかが常に運営上の大きな課題となっていた。

【教訓】

(1) 客層の絞込み・ターゲットの明確化

チャレンジショップは、店舗が狭く多くの商品を陳列できないことから、資金負担が軽減される一方で、絞り込んだ品揃えが重要となってくる。従って、ドリーム・ラボ全体としても対象とする客層のターゲットをある程度絞らないと、いろいろな顧客を対象としたチグハグで魅力のない店舗の集合体になってしまう恐れがでてくる。従って、出店者の選考の際は、その基準を「意欲」と「店舗の魅力」だけでなく、チャレンジショップ全体としてのコンセプトを明確にした上で店舗構成を行う必要があると考えられる。

(2) 研修内容の充実

出店者は、商売に対しては素人であり、また、チャレンジショップに出店する動機や意識も同一ではない。商売人としての意識を醸成させるためにも研修などにおいて技術面のみならず、地域の商業者から商売人としての気構えなどを聞くなど、精神面や取組み姿勢の内容にも重きを置くべきであると考ええる。

(3) 集客活動の強化

今回の事業については、長崎市内で初の事業ということで、各メディアも大きく取り上げドリーム・ラボの周知と集客について大きな追い風となった。しかし、これに対する甘えから、出店者自らが街に出てチラシを配るなどの活動が不十分な結果となった。自らがお客様

長崎市TMO

をどのように引き込むかもひとつの研修であり、集客活動の強化が重要な課題になると考えられる。

(4) 自主性の尊重と事務局体制

出店者の自主性を促し、事務局が管理・サポートを行ってきたが、販促イベントの計画・実施など事務局任せの傾向もあり、出店者の積極的な取組みを促す働きかけを行う必要がある。

【関連URL】

長崎市TMO <http://www.tmo-nagasaki.com/>

長崎商工会議所 <http://www/nagasaki-cci-or.jp/nagasaki/>

長崎ではメルカつきまちで初の試み 夢を叶えた人たちに接近!!

長崎市では、〈メルカつきまち〉に志人の共同経営者が集結。それぞれ自分の夢を形にした。自分の趣味や特技を活かした店づくりがなされていて、個性豊かな一角となっている。*長崎市商研3-18メルカつきまち 事務局 ☎095-822-0111(長崎商工会議所)

チャレンジショップ ドリームラボ

染と織のひろ
千歳の生地で草木染めの浴衣などを販売している。手作りの革製品もアリ。
☎090-5742-0165
浦里

マオマオ
健康をテーマにしたリフレクショグッズを販売。養生を提供してくれる。
☎090-5474-2083
田邊

シー ソーダ
ハンドメイド風の販売と、洗剤等のリメイク。個性的なデザインが特徴。
☎090-8222-0483
早田

ワンズ
その場で出来るオリジナル缶パンパン。細入の手作りアクセサリーを販売。
☎095-849-3587
龍野

アンディーズルーム
輸入雑貨とおもちゃの店。アメリカからの輸入品がほとんど。珍しい商品も。
☎090-1513-0638
有吉

山野草の会 なんばんぎせる
山野草の鉢植えとそれに付随する河童の人形などの販売を行っている。
☎090-1199-7299
松崎

フォトランド
特設コーティングで携帯電話に写真やイラストをプリントしてくれる。
☎090-5721-1735
早田

チャーロウ
中国茶や茶器の販売。人気は見た目にも鮮やかで香りも良い花茶。
☎095-843-8737
青嶋

出店者プロフィール（長崎プレス）