

チャレンジショップが創業意欲を喚起し、新たな顧客を取り込んだ！

川崎商工会議所

機関名	川崎商工会議所			
所在地	神奈川県川崎市川崎区駅前本町 1 1 - 2			
電話番号	0 4 4 - 2 1 1 - 4 1 1 4			
地域概要	(1)管内人口	1304 千人	(2)管内商店街数	267 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	76 商店
	(3)空店舗率	0%	(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. <u>近隣型商店街</u>			

【事業名と実施年度】

平成 15 年度 空き店舗対策事業

- ・チャレンジショップ事業
- ・各種アンケート調査

総事業費 11,013 千円

【事業実施内容】

1. 背景

政令指定都市である川崎市は、人口約 130 万人、7 つの区で構成されている。神奈川県北東部に位置し、多摩川沿いに市域は上流に向かって徐々に拡大されたため、最長距離は南東から北西への延長約 33.1km、最短距離は南北に約 1.2km という細長い地形となっている。

川崎市は、巨大な流通機構を持つ東京と横浜との間に位置し、また、南北に細長い地理的条件などにより、単一の指針を形成することが難しく、卸・小売機能が伸び悩み状態となっている。市内を縦貫する南武線と東京都心から外に向かって放射状に広がる鉄道路線が 6 ヶ所で市域を横断し、分断する形で交差している。そのため、これらが交差する駅を中心に商業集積がみられる。川崎駅周辺をはじめ、武蔵小杉駅前、武蔵溝ノ口駅前、そして登戸駅前の各商店街がその主なものである。

このうち、多摩区登戸地区においては、土地区画整理事業の長期化や景気の低迷などによる、地元商店街の空洞化等の要因にともない、地域商業の活力が大きく低下する危機に



川崎市の位置（神奈川県HPより）

面している。そこで、平成 15 年度は登戸駅前商店会の空き店舗を活用したチャレンジショップ事業を実施することで、商店街における新規創業の促進を図り、適切なテナントミックスを実現し、同時に商店街の活性化や賑わいの創出を担う意欲ある人材の育成を目指すこととなった。

2. 事業内容

(1) 店舗概要

- ・店舗 : のぼりとチャレンジショップ Step One
- ・場所 : 川崎市多摩区登戸 3402
- ・店舗面積 : 木造平屋建て 22 坪
- ・店舗区画 : 6 区画 (1 店舗あたり 1.5~3.5 坪)
- ・出店期間 : 平成 15 年 6 月 (募集) ~平成 16 年 8 月末
- ・負担金 : 1 坪あたり 11,000 円 (税込み) で管理費・共益費込み
- ・定休日 : 水曜日
- ・営業時間 : 午前 11 時~午後 8 時 (一部店舗により異なる)

(2) 募集

- ・応募資格 : 18 歳以上の経営意欲にあふれる新規創業を目指す個人、又は新規事業に取り組もうとする創業後 5 年以内の中小企業であって、将来市内商店街の店舗で開業したいと思っている者 (ただし飲食業は除く)
- ・募集期間 : 平成 15 年 6 月 1 日~6 月 30 日
- ・募集告知 : 川崎市政だより、商工会議所会報、マスコミへの投げ込み等
- ・募集結果 : 募集用紙発行数 131 件
募集総数 38 件

(内訳=平均年齢 43 歳、男性 14 件・女性 24 件、物販 26 件・サービス 12 件)

(3) 選考

出店者の選考は、地域商業者、学識経験者、専門家などからなるチャレンジショップ事業推進委員会が行った。

- ・一次選考 : 4 名の委員により書類選考を実施した。事業内容や事業計画について事前に評価ポイントを定めた採点表により選考し、さらに納税状況や書類完備などの要件を満たすものを 11 名選考した。
- ・二次選考 : 公開形式によるプレゼンテーションを実施した。参加者それぞれ 7 分程度の形式自由のプレゼンテーションを実施した後、選考委員は各参加者に対して 8 分程度の共通事項及び個別の事項について質疑応答を実施した。参加者及び見学者が退室した後、選考基準に基づき採点し議論を重ねた末に選考した。

(4) 店舗設計・施工

多摩区内にある大学の科学技術研究所が行った。

(5) 研修・指導

出店者の経営ノウハウ向上のため、販売促進、陳列、税務等の研修会（5回）及び個別指導（計15回）を実施した。

(6) 広報

会議所会報、市政だより、川崎市HP、新聞折り込チラシ等を実施

(7) 各種調査

- ・商店街会員へのヒアリング調査
- ・来店者へのアンケート調査（3回）
- ・通行量調査（2回）
- ・出店者へのヒアリング調査（2回）

「チャレンジショップ店舗一覧」

	店舗名	業種
1	カラフルネイルズ	ネイルサロン
2	ライズドア	洋服、革製品、アクセサリ
3	サンク・カロ	ハンドメイドレザー時計など
4	カンデラリア	生活雑貨
5	ベルフルール	生花・アレンジメント
6	ワガママ	手作りショップ

【 効 果 】

来店者、商店街関係者、出店者への調査、および運営を通じて把握できた事業の効果は次の通りである。

1. 来店者の意見から伺える効果

チャレンジショップの来店者で、普段は登戸駅周辺商店街をあまり利用していないとする人が4～5割程度いたことから、新たな創業が商店街の魅力の向上を図り新規来店者が増加しているといえる。

各店舗について魅力を感じた点では、商品・サービスに関する回答が多く、特に手作り品やオリジナル商品、近隣の店舗にはない商品、環境に配慮した商品に対して魅力を感じるという回答が多く見られた。

店舗の認知度については、アンケートの回数を重ねるごとに「知人・友人」から聞いたという口コミによる来店者が増えている。また、チャンスがあればチャレンジショップに出店してみたいと、パンフレットの送付を希望する回答もあったことから、市民の出店に関する潜在的な意欲を顕在化させていく効果もあることが分かった。

2. 商店街関係者の意見から伺える効果

商店街関係者の意見では、チャレンジショップの出店により、商店街に何らかの刺激があったと8割が回答している。また、チャレンジショップのような店舗を商店街の中に増やしていきたいとする意見も8割あった。肯定的・好意的に捉えている。

3. チャレンジショップ出店者の意見から伺える効果

出店内容について尋ねた質問に対しては、売上が順調に伸びている店舗と、苦戦している店舗で分かれた。つまり、順調に伸びている店舗では負担金が安い、出店期間はちょうど良いと回答しているのに対し、苦戦している店舗では、出店期間が短い・長い、の両方の回答があった。これは、赤字のため自己資金が減少していることによる。


出店区画に関しては、店舗の位置で答が分かれた。道路沿いの店舗は良いとし、奥まった店舗は「店舗の位置が分かりにくい」という声が多く、悪いとしている。出店区画に関しては、定期的な場所の交代や、出店者間で調整したいという希望もあがった。

4. 運営を通じて把握した効果

開業半年を経過して、出店者らが経営に対する厳しさを理解するようになり、さらに独自の販促努力も功を奏してきている。終了後に市内で開業したいという出店者が1人ではあるがでてきており、残り5名についても未定ではあるが開業意欲は強い。

「のぼりとチャレンジショップ Step One」(第1期)
店舗紹介


5



WAGAMAMA(ワガママ) / 手作りの人形や雑貨・アクセサリー等
TEL: 044-935-1131

長年一緒に作品を作ってきた仲間4人で始めた手作り製品の商店です。アート・クリエイティブの表札、「さびきのとぶた」をモチーフにした手作り木上、陶器、レースなどが人気です。注文から仕上がりまで2週間程度で出来ます。本格的なお店を出店するのは初めてですが、20年以上このあたりで民祭などの機会があるたびに作品を販売し、多くのお客様から好評を博してきました。手作りならではの温かみのある商品が沢山揃っています。是非お来店ください。

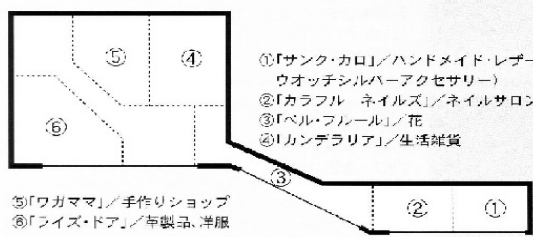
6



Rise Door(ライズドア) / 洋服・革製品・シルバークロ
TEL: 044-922-6770

洋服・革製品・シルバークロの若手職人3人が「手作り＝めくもり」をコンセプトに、パリエティとオリジナルテイリングを商品に製作しています。4年職人として靴や小物などをメーカーに納し、クラフトスクールでの講師としての実績を持つ革製品担当の川島店長(第1期ののぼりとチャレンジショップ出店者会代表)を中心としたお店です。ものづくりから販売までを自分の手で手がけることで、お客様にとって信頼できる商品を提供し、ものづくりの楽しさ、素晴らしさを伝えていこうと頑張っています。是非お気軽に遊びに来てください。

店舗レイアウト



- ①「サンク・カロ」/ ハンドメイド・レザーウオッチシルバークロアクセサリー
- ②「カラフル・ネイルズ」/ ネイルサロン
- ③「ベル・フルール」/ 花
- ④「カンテラリア」/ 生活雑貨
- ⑤「ワガママ」/ 手作りショップ
- ⑥「ライズ・ドア」/ 革製品、洋服

「のぼりとチャレンジショップ」のパンフレット

【 課 題 ・ 反 省 点 】

1. 実施期間、実施時期

(1) 事業スケジュールの見直し

今回は1ヶ月間であった募集期間を出来る限り長くし、応募数の増加を図りたい。
また、出店者決定からオープンまでも40日程度と急であった。準備を万全にし、さらに研修などの時間を設けるために、応募締め切りから2次選考会までの期間を短縮する。

(2) 研修時期の見直しと研修内容の充実化

開店前に一定の研修期間を設け、準備を円滑に行えるように配慮する。また、ビジネスプラン作成やマーケティング、HP活用などに加え、地元商店街の実情や交流方法なども事前にレクチャーする。

2. チャレンジショップの区画

(1) 出店者数の絞込み

今回は6区画(1店舗あたり1.5~3.5坪)に分割したが、売場に適さない部分が発生したことや、「狭い」という意見もあるため、3~4区画程度に限定する。

(2) 出店区画の決定方法の変更

小売業・サービス業の特性の違いや、ターゲットの違いなどにより集客を考慮した区画決定を検討する。

3. PR

年間の販促計画を作成し、出店者が出店者会として共同で行う活動、会議所と出店者会が共同で行う活動を区分して、強力な販促活動を展開する。

4. 人的体制

(1) 商店街との連携強化

事前研修の中で商店街関係者とコミュニケーションをとり、円滑な連携体制を構築する。

(2) 出店者会と商工会議所の活動実施範囲の明確化

この事業の本来の目的を鑑み、出店者会が自立した活動を実施できるよう、会議所が行うサポート範囲を明確にしていく。

【 事 業 の 実 施 ポ イ ン ト 】

出店者とのコミュニケーションを十分にとり、彼らの個々にあった支援を実施することと、PR方法についてあらゆる可能性を探し、利用する必要がある。

【 関 連 U R L 】

川崎商工会議所HP <http://www.kawasaki-cci.or.jp/>

チャレンジショップ

<http://www.city.kawasaki.jp/28/28syogyo/home/nobo15/nobotop/nobotop.htm>