

燕 商 工 会 議 所

機関名	燕商工会議所		
所在地	新潟県燕市大字東太田6856番地		
電話番号	0256-63-4119		
地域概要	(1)管内人口 43千人	(2)管内商店街数 7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 35商店	
	(3)空店舗率 -%	(4)大型店空き店舗数 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15年度	空き店舗対策事業	・ミニチャレンジショップ事業 ・コミュニティーボード、レンタルボックス、 コミュニケーションスペースの設営
	総事業費	6,000千円

【事業実施内容】

1. 背景

燕市は新潟・長岡両市の間地点、新潟平野の中央部に位置している。江戸初期に農業の副業としての釘作りに始まった金属加工業を基幹産業とする工業都市として発展してきた。しかし、近年は中国等アジア製品が大量に輸入されていることもあり、厳しい状況に置かれている。

また、中心市街地の商店街においても空き店舗問題の深刻化が見られ、商店街に不足する業種が生じて集客力が年々低下するとともに、商店街組織自体も高齢化・弱体化してきていることから、魅力的なイベントの開催等が困難になりつつある。

このような状況を打破するために、商店街に欠けている新しい業種の誘致を行って商店街活性化の起爆剤とすることを目的に本事業に取り組むこととした。



燕市の市街地（燕商工会議所HPより）

2. 事業内容

(1) チャレンジショップ事業の概要

中心市街地の商店街に位置する既存の空き店舗を活用し、独立開業する意欲のある出店者にミニショップのスペースを提供した。同時に仕入れや販売、開業のノウハウ等を学ぶ機会を提供することで商店街の担い手となる企業家の育成を図り、独立開業を推進することで商店街活性化および商業振興を目的とする取り組みを行った。

①チャレンジショップの概要

1) 名称 「Sprout」 (スプラウト=新芽)

これからの小売商業を担う若手創業者育成の意味合いをこめて決定した。経営者として未熟な反面、やる気やパワー、アイデアがいっぱいのチャレンジャーが出店することを期待してネーミングした。

2) 場所 燕市宮町 4465 (宮町商店街内の空き店舗を活用)

3) 店舗レイアウト 5ブロックの店舗スペースと店舗奥に「コミュニティスペース」店舗入口付近に「レンタルボックス」、「コミュニティーボード」を設けた。

店舗スペース1ブロックあたりの面積は、約2坪。コミュニティスペースを設けることで市民が気軽に立ち寄れる雰囲気づくりを行った。

4) 出店者負担 出店料 1区画月額5千円(出店から最初の3ヶ月間は無料) 共益費 1区画月額1万5千円

②募集・選考

平成15年8月10日から9月5日までの約30日間を出店者の募集期間とした。地方紙、全国紙5紙への折り込み、商店街や商工会議所、公共機関でのチラシの配布、燕市の広報での募集広告、地元FMなどを利用して幅広く募集活動を行った。

応募資格は18歳以上で、独立開業する意欲のある方、業種は小売業・サービス業(飲食店は除く)とした。募集期間内に行った出店説明会には11名の参加があったが、実際に出店の申込みがあったのは5名であった。この5名に対して書類審査を行い、そのうち4名を出店者として決定した。

③出店者

衣料品販売が2店舗、手工芸品販売が1店舗、古美術の販売が1店舗という業種構成になり、全体的に若者向けのイメージのショップとなった。



ショップオープン案内チラシ

出店者	業種・取扱品
20代・男性	メンズカジュアル衣料品販売（主に若者向け）
20代・女性	女性ファッション、雑貨販売
30代・男性	手づくり木版画のポストカードとアクセサリーの販売
男性	古美術品販売

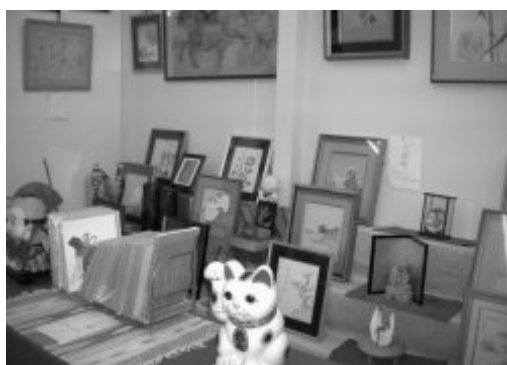
④広報

11月1日のオープンにあわせてチラシを作成して配布した。また、オープン当日は協賛イベントを開催し県内の新聞社やFM放送局などから取材をうけた。

オープン後も年末年始の大売出しへの参加や宮町商店街「春のガラポン祭り」への参加など、機会を捉えて販促・広報活動に取り組んだ。

⑤研修

10月11日・14日に燕商工会議所、三条商工会議所の経営指導員による事前研修会を開き、金融、経理、販売技術、接客マナーなどの研修を行った。また、事業運営委員会に出店者の出席を促し、商人としての心構えや販売促進技術に対するアドバイスなどを行った。



チャレンジショップ内の様子

【 効 果 】

1. 来街者の行動

以下のような来街者の増加や行動の変化が見られた

- (1) チャレンジショップが若者向けショップとのイメージがあることから、商店街に若年層の人通りが多くなりつつある。
- (2) 「Sprout」の入口付近に「レンタルボックス」を設置して作品の展示や個店の紹介に利用されたことから、市内の人だけでなく近隣の市民による趣味の会や企業・商店等さまざまな人の出入りがあった。このことは、「Sprout」の集客はもとより、商店街に人を呼び戻す効果を上げている。
- (3) 「Sprout」店舗内に「コミュニティスペース」を設けたことから、近隣の年配者などにとっても気軽に立ち寄れるお店・休憩場所として定着しつつある。

2. 商店街の組織

地元中心商店街である燕市宮町商店街と燕大通商店街では、若手経営者（後継者）が本事業の運営委員に就任し、出店者へのアドバイスやイベントの企画を行っており、既存商店街の意識改革につながっている。

【 課 題 ・ 反 省 点 】

1. 事業の合意形成

事業を推進のための事前準備や地元商店街、行政、実施主体とコンセンサスを形成することが重要である。

2. 人的体制

行政、地元商店街はもとより、他団体（JA、NPO、青年部等）との連携をとり、協力体制を整えることが重要である。また、リーダーシップを発揮できる人選を行うことも必要である。

3. PR

「マスコミの評価は市民の評価」と捉え、あらゆる場面でマスコミに情報発信を行っていくことが必要となる。

【 事 業 の 実 施 ポ イ ン ト 】

課題に挙げた通り、事前の調査、コンセンサスの形成、協力団体とのネットワークづくり及び内外に向けての情報発信を行うことがポイントとなる。

出来ることから着手し、一つ一つの成果を積み重ねることによって活動を内外に発信し、協力者を増やすことが大切である。

【 関 連 U R L 】

燕商工会議所 <http://www.tsubame-cci.or.jp/>