

チャレンジショップ事業を通して商店街の組織が活性化された

松山商工会議所

機関名	松山商工会議所			
所在地	愛媛県松山市大手町2-5-7			
電話番号	089-941-4111			
地域概要	(1)管内人口	470千人	(2)管内商店街数	31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	26商店
	(3)空店舗率	7.6%	(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】

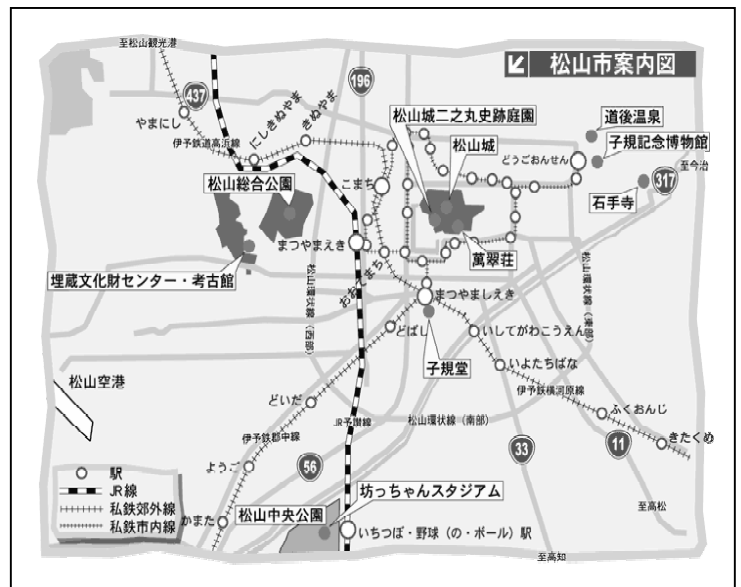
平成15年度 空き店舗対策事業 総事業費 4,839千円
 ・チャレンジショップ事業

【事業実施内容】

1. 背景

松山市の中心市街地は、モーダリゼーションの進展や商業を取り巻く環境変化の中、市中心部の人口減少と高齢化等を背景とした空洞化等により空き店舗の増加が深刻化している。

このような中、ロープウェー商店街地区は、松山市が推進している「坂の上の雲」を軸としたまちづくりの最重点地区に位置づけられており、歴史的資源を背景としたまちづくりを目指している。また、空き店舗を活用して、新しい経営発想や感覚を持った起業希望者を育成するためのチャレンジショップを展開することにより、ロープウェー商店街地区の賑わいを創出し、活性化を図ることを目的として、平成15年度にチャレンジショップ事業を実施することとなった。



松山市内マップ
 (松山市のHPより)

2. 事業内容

(1) 検討会の設置

本事業を計画的かつ効果的に実施し、かつ事業評価を行うため学識経験者や商業関係者、行政、関係団体等で構成する「チャレンジショップ事業検討会」を設置した。

(2) 販売促進会議の開催（12回開催）

出店者に対して、中小企業診断士を講師とした経営の基本や商売の実践方法（開業手続き、販促チラシの作成、接客、陳列、店内レイアウト、経理、税務など）を研修する販売促進会議を開催した。

(3) チャレンジショップの運営（平成15年9月6日～平成16年3月31日）

使用する店舗は、ロープウェー商店街に点在する空き店舗を借り上げ、軽微な内装工事やレジ、陳列棚等の備品をレンタルするなどして、営業可能な状態に整備した。また、販売促進については、広報誌（地元情報提供紙誌）への広告掲載や販売促進会議で企画した販売促進チラシを作成、配布するなどして、当店舗および商店街への来店客数の増加、市民への認知度の向上を図り、ひいてはロープウェー商店街地区全体の活性化を図った。

①チャレンジショップ事業出店者の募集方法

募集方法については、新聞記事、行政広報、地元情報誌、民法ラジオにて募集を行った。具体的には、ウィークリーえひめRIQ（6月5日付）に募集広告を掲載、また愛媛新聞（6月1日付）、松山市広報「まつやま」（6月15日号）に記事として掲載され、ほかYAHOOニュース（地方版）、民放ラジオ（南海放送）でもニュース配信、放送された。なお、募集期間については、平成15年6月2日～7月11日とした。

②応募状況

応募者総数は16人であった。応募者の大多数が松山市及び近郊（約15キロ圏内）に居住されている方で、男性9人、女性7人であった。（申込書を取りに来所された方は37人）

③出店者

第1回チャレンジショップ事業検討会において、プレゼンテーションによる選考を行って、事業計画や出店者本人のやる気、資金計画、事業の新規性などを審査項目に下記の出店者3人を決定した。また、第3回販売促進会議において、チャレンジショップ全体の店舗名を「ラ・ジュルネ」に決定した。

<チャレンジショップ出店店舗>

	店舗名	販売品目
1	ル・ドゥズイム・ビジュ	ビーズ・アクセサリー
2	イーコレクション	ガラス彫刻製品
3	まあらⅡ	足裏マッサージ



チャレンジショップ「ラ・ジュールネ」正面（左）と店内（右）

④来店者に対する調査

平成 15 年 9 月 6 日～9 月 30 日の期間、来店者への任意の聞き取り調査を行った。期間中の来店者数 391 人のうち、87 人から「来店した理由・きっかけ」、「チャレンジショップのイメージ・感想」についてヒアリングを行った。

⑤広告宣伝活動について

チャレンジショップの広告宣伝活動については、販売促進会議において出店者らが検討・協議して以下のような広告宣伝活動を行った。

時期	内容
9 月上旬	チャレンジショップ「ラ・ジュールネ」のオープニングを告知するチラシ (3,000 枚) を作成して、来店者や店舗周辺の通行人、近隣店舗等に配布・告知した。
9 月 4 日 9 月 11 日	松山市内を中心に発行されている生活関連情報誌「ウィークリー愛媛」（発行部数約 21 万部）にチャレンジショップの開店を告知する広告掲載を行った。
9 月 20 日	町内を中心に発行されている女性・若者向け情報誌「えひめ小町」（発行部数約 2.8 万部）にチャレンジショップの開店を告知する広告掲載を行った。

【 効 果 】

1. 近隣個店への波及

チャレンジショップがオープンすることにより、近隣個店の活気や波及効果が生まれて、ひいては商店街全体の活気につながった。

2. 来街者の行動

今までに無かったお店（チャレンジショップ）が開店することにより、目新しさやインパクトを来街者に与え、来街者の滞在時間が伸長するなどの効果が見受けられた。

3. 商店街の組織

商店街に、やる気ある若い新規起業家が出店したことにより、停滞気味であった商店街活動にはずみがつくとともに、組合員の連帯感や団結力が高まるなどの効果が見受けられた。

4. 新規開業者の創出

チャレンジショップには、3人の新規開業者が出店した。事業終了後、1人が別の店舗で出店を果たし、また1人は自宅でのネット販売を行い、1人がチャレンジショップの店舗に引き続き出店し営業することとなった。2人が退店したスペースには、別の新規開業者が入居する予定である。

The collage contains several advertisements:

- E-Collection**: A collection of services including 'Welcome Mirror Board', 'Certificate of Marriage', and 'E-Collection is a Ring Pillow (Engraving and Scented Store)'.
- Ring Pillow**: Advertisement for a ring pillow with a large image of a ring.
- Welcome Mirror Board**: Advertisement for a mirror board service.
- Certificate of Marriage**: Advertisement for a marriage certificate service.
- E-Collection is a Ring Pillow (Engraving and Scented Store)**: Advertisement for a store offering engraving and scented services.
- LE DEUXIEME BIJOU**: Advertisement for a jewelry store.
- 足芯術健康法**: Advertisement for a health service focusing on the soles of the feet.
- KUQ健康法 (足裏マッージ)**: Advertisement for a health service called 'KUQ Health Method (Sole Massage)'.

チャレンジショップのチラシ

【課題・反省点】

1. PR

チャレンジショップ事業の認知度が低く、PR不足が否めなかったこと。

2. 実施期間・実施時期

事業実施期間が短く、出店者のチャレンジする期間が短かった。

【関連URL】

松山商工会議所 <http://www.ehime-iinet.or.jp/jemcci/>