

八戸商工会議所

機関名	八戸商工会議所		
所在地	青森県八戸市堀端町2-3		
電話番号	0178-43-5111		
地域概要	(1)管内人口 240千人	(2)管内商店街数 22商店街	
事業の対象となる商店街の概要	(1)商店街数 11商店街	(2)会員数 約300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15年度 活性化対策事業
総事業費

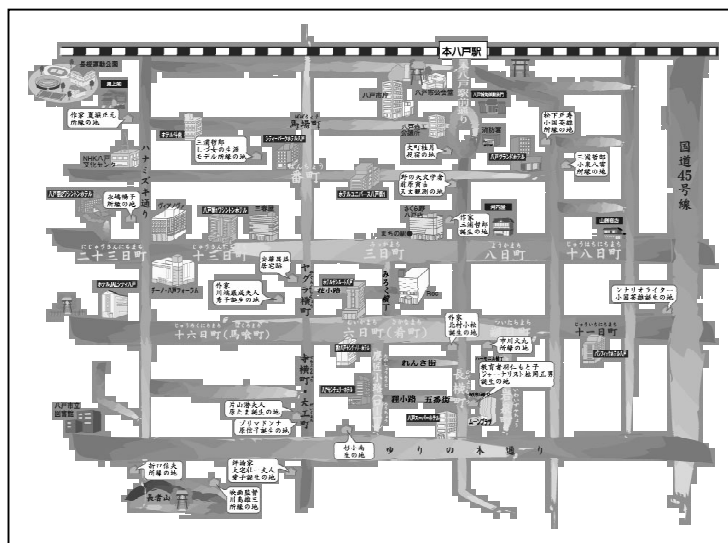
・東北新幹線「はやて」開業記念イベントの開催
10,240千円

【事業実施内容】

1. 背景

八戸市では、平成14年12月に開通した東北新幹線や東北縦貫自動車道八戸線の北方延伸等の進展、国際物流拠点化推進港としての港湾整備等により、広域交通物流ネットワークの中心としての重要性が増している。中でも、新幹線開通後、これまで皆無もしくは非常に少ないと考えられていた観光客が多数同市を訪れるようになった。

八戸市の中心市街地活性化基本計画による地域は、東は国道45号、西は国道340号・長根運動公園、北はJR八戸線、南は城下中居林線に囲まれた約140haの区域面積の地域であり、八戸中心商店街は区域の中核に位置している。近年、同市を取り巻く経営環境の急激な悪化に伴い、中心商店街は賑わい・活力が低下し非常に厳しい状況に置かれている。同市の「顔」であり、まちづくりの観点からも重要な位置を占める中心商店街が、新たな賑わい・活力を取り戻し、商業の再集積化および活性化が図られることが重要な課題となっている。



八戸市中心市街地（八戸商工会議所HPより）

2. 事業内容

(1) 事業目的

本事業は、中心商店街において東北新幹線「はやて」開業を記念した通年イベントを開催することで、お祝いムードを演出し、賑わい創出による市民や観光客等の積極的誘致を図り、中心市街地並びに商店街の活性化を図ることを目的としている。

(2) 商店街活性化事業の概要

①ストリートカーニバル in Hachinohe（平成 15 年 6 月 22 日）

中心商店街の賑わいを創出するため、斬新な内容で様々なイベントを実施した。具体的にはストリートパフォーマンス、ストリートオープンカフェ、ワールドキッチン、チビッコ縁日ストリート、街ライブ等を実施した。

②お買い物レシート大抽選会他（平成 15 年 10 月 19 日）

消費者還元イベントとして、中心商店街にて買い物をした際に発行されるレシートを使用し大抽選会を開催した。当選者には様々な商品の進呈を行った。また、レシート抽選会に併せ、来街者に楽しんで頂けるよう郷土芸能の披露や、市民に街をよく知ってもらうことを目的にまちなか歴史散策ツアーを実施した。

③ハロウィン・ナイトツアーと同時開催の商店街イベント（平成 15 年 10 月 25 日）

10 月 25 日に開催されたハロウィン・ナイトツアー（八戸国際交流協会主催）を中心商店街として盛り上げるため、ストリートオープンカフェの設置とストリート・ジャズライブを実施した。

④ストリートキャンドルナイト（平成 15 年 11 月 30 日・12 月 1 日）

11 月 30 日にはストリートをキャンドルで埋め尽くし、花火の合図とともに来街者で大合唱を行ない、東北新幹線「はやて」開業 1 周年を祝した。また、大合唱の前後には、小学生をはじめとする合唱グループによる天使の合唱を披露し、来街者に楽しんでいただいた。さらに、翌日 12 月 1 日には、八戸屋台村みろく横丁の空きスペースにてコーラスグループによるゴスペルライブを開催し、多くの来街者にお祝いムードを味わって頂き、商店街の賑わいを創出した。

これらイベント開催の周知方法としては、ハンドメールを各店に設置、買い物客へ配布、ポスターを各店及び商工会議所、まちなかの駅内に提示、新聞広告の掲載を行なった。

【 効 果 】

・来街者の行動

様々な趣向を凝らしたイベントを実施したことから、多くの来街者が中心商店街を訪れ、賑わい創出に大きな効果があった。このことは、イベント開催時に実施した通行量調査の結果に表れており、イベント開催がない通常の曜日と比較すると、調査を実施したイベント実施日においては、1,000 人以上の通行量の増加という結果となっている。

八戸市にとって大きな意味を持つ「東北新幹線八戸駅開業」を冠としたイベントを年間を通して中心商店街で実施したことにより、中心商店街への大きな集客へと結びついた。

【課題・反省点】

1. 店舗経営者に対する支援

イベント実施により大きな集客を図ることができるが、この集客を個店の直接的な売上増加または、今後の顧客獲得につなげていく仕組みづくりが課題である。

さらに、アンケート調査で東北新幹線を利用した買い物が増加しているという結果が得られたことから、市外へ顧客が流出するいわゆるストロー現象に早急に対応し、中心商店街および自店に集客を図ることができる、消費者にとって魅力的な店舗の形成支援が課題である。

2. 事業費の確保

イベントの周知および集客を効果的に図るための広告宣伝費やイベント出演者への謝礼、舞台等の設備費など、イベント実施にはかなりの金額を要するが、商店街等の事業資金が苦しくなっている現状では、本補助事業終了後のイベント実施における予算確保が課題である。

3. アンケート結果への対応

イベント開催に併せ実施した来街者アンケート調査の結果を踏まえた今後の対策が課題である。特に、商店街、個店に対する意見・不満等に対しハード面は対応が難しいが、ソフト面において対応できることはできるだけ早急に検討・解決していくことが必要である。

【事業の実施ポイント】

イベント事業は、中心商店街へ大幅な集客を図る効果的なツールであると考えられるが、イベントに対し、各個店において「どのように売上増加を図るか」「どのように新規の顧客獲得、リピーターの確保を図るか」といったことを常に考え、具体的に実践していくことが重要である。商店街の活性化のためには、個店が元気にならなければならない。イベントはあくまで補助的に集客するためのものであるため、この来街者を自店に引き込み収益を上げる、もしくはリピーターとして確保することは、各個店の取り組み如何にかかっている。

このことから、イベント事業に平行し、各個店が消費者にとって魅力ある店舗の形成を図るよう、商店街および商工会議所等が経営者の意識改革をはじめとする支援等を行っていくことが必要であると考えられる。

【関連URL】

八戸商工会議所 <http://www.8cci.or.jp/>