

青森県全域から消費者視点での優秀店舗を選出する「きらり青森商人コンテスト」を開催。

青森県商店街振興組合連合会

機関名	青森県商店街振興組合連合会		
所在地	青森市本町2丁目9番17号（青森県中小企業団体中央会内）		
電話番号	017-777-2325		
地域概要	(1)管内人口 821千人	(2)管内商店街数 24商店街	
事業の対象となる商店街の概要	(1)商店街数 24商店街	(2)会員数 約1,500商店	
商店街の類型	(3)空店舗率 13.1%	(4)大型店空き店舗数 4店舗	
	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16年度 活性化対策事業 総事業費 3,000千円
 ・消費者の投票による優秀店舗の選出

【事業実施内容】

1. 背景

近年、消費者のニーズの多様化や郊外の大型店舗の出店増加などにより、個店が連なる商店街では集客力が減り、その結果、閉鎖する店舗が増え、活力が低下していった。そこで、商店街の活力や賑わいを取り戻し、積極的にお客様を呼び込むための意識の改革とアイデアが必要になった。

青森県商店街振興組合連合会では、商業地域で取り組める事業として「個店支援」と「人材育成」を行うこととしていた。人材育成の事業としては次代を担う街づくりリーダーを養成する商人塾を行なう等して対応していた。一方の個店支援策は様々なアイデアが挙げたが、県全体の見本となるような店舗を提示することが必要と考え、専門家だけによる選出ではなく、消費者にお気に入りの店を選んで投票してもらい、優秀店舗を選出することとした。消費者に支持された店舗を目標に県全域の商業者の自己啓発を促すため、また、地域の商店街にも個性を出し、大型店と差別化して「がんばっている店」は必ずあり、そうした店舗を消費者はしっかり見ているということを商業者に伝えるため、優秀店舗の選出にあたり、消費者の投票を重要な要素とした。



きらり青森商人コンテスト投票用紙

2. 事業内容

(1) 目的

県内商店街の集客力・販売力などの全体の底上げ、商人力の向上に資することを目的に、「きらり青森商人コンテスト事業」を開催し、その店舗の取組み内容・姿勢などを評価し、他の店舗の意欲の喚起と啓発により、県内の商店街の活性化を図る。

(2) 事業概要

同業の他の店舗と明確な差別化が図られていたり、オリジナリティある事業展開に取り組んでいる個店を、広く県民に“わたしのお気に入りの店”として紹介・投票してもらうイベント事業である。消費者による投票（一次選考）の結果、上位にランクされた店舗についてはきらり青森商人鑑定団（審査員）が実際に訪問し、今回の主旨である「魅力ある店舗づくり」を目指す条件に合う店舗かどうかを詳細に再審査（二次選考）する。そして、優秀店舗を表彰するとともに新聞紙上で発表した。

①対象店：青森県内のお店（大型店舗、FC店、コンビニエンスストアは除く）

②投票方法

- 1) 投票者（消費者）が魅力を感じているお店を1人につき最大で3店投票する。
- 2) 投票用紙を備え付けの投票箱に投函するか、FAX・E-mailで送る。

③投票数：2,456件（得票店舗数949店舗）

④優秀店の選出方法

1) 一次選考

一次選考では上位24店舗を選出した。

- ・品揃えの豊富なお店
- ・接客が心地よいお店
- ・雰囲気がよいお店
- ・理由はよくわからないがよく行くお店

2) 二次選考

一次選考で得票数の多かったお店の中から事務局による書類審査及びきらり青森商人鑑定団による現地審査を実施し、優秀店を選出した。

<きらり青森商人鑑定団のメンバー>

- ・審査委員長：池田浩之（商店街振興組合静岡呉服町名店街 一店逸品委員会委員長）
- ・審査員：葛西幸浩（ワイデックス・コンサルティング株式会社 代表取締役）
加川澄子（株式会社フレックスコーポレーション 代表取締役）
伊谷正一（財団法人21あおもり産業総合支援センター小売商業支援センター 所長）

3) 書類審査基準

- ・地域特性：偏った地域にならないこと（地域は、青森市・弘前市・八戸市・津軽地区・南部地区・下北地区とした。）
- ・業種：不足業種優先

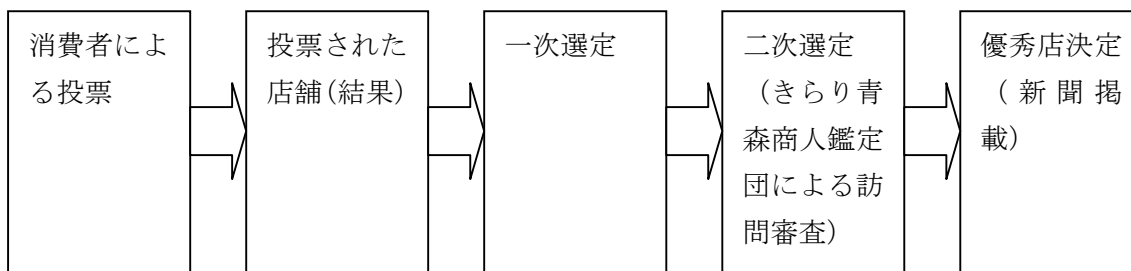


コンテスト審査会の様子

- ・隠れたお店：あまり話題になっていない、きらりと光るお店を優先

4) 現地審査基準

- ・商品（品揃え）：独自性、斬新性、コンセプトの一貫性
- ・接客：接客の巧みさ、商品知識の深さ、店の雰囲気作り
- ・見せ方：独自性、斬新性、コンセプトの一貫性



⑤発表及び表彰：審査の結果優秀店として14店を選出した。優秀店を表彰するとともに東奥日報朝刊に掲載した。

<選出された優秀店舗>

店名	業種	地区
お食事処 四季の千成	飲食店	青森市
カドリーユ	雑貨店	
プロヴァンス	生花店	
モンドール	パン店	
ヘアサロン カサイ	理容店	五所川原市
名曲喫茶 ひまわり	喫茶店	弘前市
ハーブ&アロマサロン Hirata	エステ店	
パティスリー アンジェリック	洋菓子店	
ホームワークス	雑貨店	下北郡 大畑町
ケーキ屋 タックン	菓子店	
染と織 京屋	呉服店	十和田市
モードショップ とーわ	婦人服店	
美味小屋 蛮	飲食店	むつ市
アルパジョン	洋菓子店	八戸市



コンテスト表彰式の様子



東奥日報に掲載した優秀14店舗

【 効 果 】

1. 店主の意識の変化

コンテストを実施したことで、徐々に各商店街の個店や小売商業者の商売に対する取り組み意欲が変わってきており、自ら自分達の店舗や、商店街を見直すきっかけとなった。さらに消費者ニーズに対応した品揃えの充実、接客技術の向上などが着実に進歩し、消費者との絆も深まった。

2. 個店の認知度

表彰店舗の新聞広告掲載は反響が大きく、表彰後の顧客等からの問い合わせが増えた店舗が多く、県内の一般消費者からの注目度が高まったといえる。また、表彰後にマスコミ等からの取材を受けた店も多く、新聞紙はじめ、各種情報提供誌等に取組み内容が掲載された。なお、コンビニエンスストアをはじめとしたナショナルチェーンや各種量販店、郊外大型店等はコンテスト投票の対象外とした。よって、地域に密着した商店街及び個店そのものの認知度が事業実施により高まった。

【 課 題 ・ 反 省 点 】

1. 事業費の確保

県一円のコンテスト事業であり、ポスター、チラシ等の媒体をはじめ、表彰店舗を新聞紙上において広告したため、事業全体の中でも広報費が大部分を占めた。現在の状況では補助金なしでは事業継続が困難である。

2. 事業の合意形成

事業実施に当たって、会員組合への徹底した事前周知が不可欠である。また、実施時期と期間が短かったことから協力の度合いに差が生じた。

【 事 業 の 実 施 ポ イ ン ト 】

今回のコンテスト事業は県一円という全国的に見ても例がない初めての取り組みということもあり、企画から実施、開催の周知等、あらゆる面で苦労が伴ったが、消費者やマスコミ等からの反響が大きかった。今後は市や町村等の地域内コンテストといった形態に移行していくことが大切であると考えている。

【 関 連 U R L 】

青森県中小企業団体中央会「じょんがらネット」 <http://www.jongara-net.or.jp/>