

メールマガジンで配信しユーザーが700人超えた

## 五 條 市 商 工 会

機関名	五條市商工会			
所在地	奈良県五條市本町 3 - 1 - 13			
電話番号	0 7 4 7 2 - 3 - 2 1 1 6			
地域概要	(1)管内人口	3万4千人	(2)管内商店街数	8 商店街
事業の対象となる 商店街の概要	(1)商店街数	6 商店街	(2)会員数	319商店
	(3)空店舗率	7.2%	(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14年度 活性化対策事業

- ・インターネット、携帯電話を利用した情報の発信
- ・チャレンジショップの実施
- ・イベントの実施

総事業費

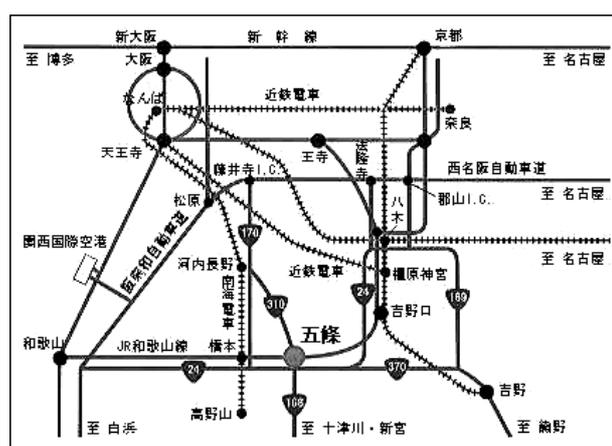
4,500千円

### 【事業実施内容】

#### 1. 背景

五條市は、紀伊半島のほぼ中央部に位置している。五條市の中心商店街は、売り上げ不振、空き店舗の増加、経営者の高齢化、後継者難など多くの課題が山積みし、それにともなっかってかつての人通りの減少に苦しんでいる。

こうした商店街の衰退は、商店街を構成する商店の衰退だけでなく、地域の文化、産業の衰退と空洞化など、地域コミュニティの崩壊へとつながっていく重要な地域課題となっている。



五條市の位置

#### 2. 事業内容

##### (1) メールマガジン事業 (メルポン事業)

インターネットや携帯電話などのIT媒体を利用し、商店街から情報を発信することによって商店街から離れてしまった若者、ファミリー層へのアピールをし、ひいては新しい顧客獲得戦略として、ビジネスチャンスを広げることを目的に、メールマガジン事業を行った。

- ・ターゲット：携帯世代といわれる20～40代の男女  
パソコン及び携帯電話使用者
- ・提供情報： 加盟店情報、商店街情報  
地域情報

ネット上で買い物をするとといったショッピング型ではなく、地域の生活情報や飲食店や小売店の情報を会員として登録した消費者サイドへ発信するというクリック&モルタル型の情報メディアとして運用した。メルポンのトップページでは、お店情報、商店街情報、ショッピング情報を掲載し、会員登録を行えば週1回、登録店のサービス情報が掲載されたメールマガジンが配信される仕組みである。

1) 「メルポン」ホームページのコンテンツ

① 「メルポン」登録店情報

- ・店名
- ・住所、電話番号、営業時間、定休日、駐車場
- ・店の概要、キャッチコピーや取り扱い商品、サービスの説明など
- ・地図
- ・登録店のホームページ
- ・電子クーポンの有無
- ・登録店の写真

② 地域情報、ニュースの入り口

例…秋の紅葉見所スポット、五條バウム（博物館）のイベント情報を発信する。

③ 今週の顔

加盟店の写真等、短いコメント付きで1店ずつ週代わりでスポット紹介を行う。

④ オークション（フリーマーケット、掘り出し市）の入り口

例…「ぼん太ベーカリーよりの貢ぎもの、今だけバラの香りのパン通常500円を1円」などというようにワゴンセールのように紹介する。または消費者同士で出店・落札するオークションなど行う。

⑤ 店の入り口

登録店の紹介ページの入り口

⑥ 店のクーポン入り口



メルポンのシンボルマーク



メルポンホームページ

## 五條市商工会

ここからクーポンを取り出す。

### ⑦地域イベントカレンダー

五條市より入手した情報、さらには商工会等のイベント情報をもとに作成する。

### ⑧バス時刻表

奈良交通バス時刻のほかに、橋本駅連絡時刻表等も検討中である。

### ⑨地域お役立ち情報（電話帳検索）

業種別の分類で目的のお店、サービス等を検索する。

### ⑩掲示板

メルポン事務局で自由に削除することが出来る。

### ⑪商店街空き店舗対策コーナー

空き店舗対策事業として実施されている内容などを紹介する。

### ⑫Web地図（お店の所在地）

表示地図上に番号を配し、店の所在地を紹介する。

### ⑬その他、天気予報、最新ニュース、リンク集

## (2) チャレンジショップの実施

商店街の沈滞は転廃業の増加となって商店街を直撃している。五條市内の商店街においても空き店舗率は7.2%（平成12年の調査）となっており、よりその割合は高くなっているものと推測される。商店街の魅力を高め、賑わいを創出するためにも空き店舗の解消は緊急の課題であり、空き店舗へのテナント誘致（チャレンジショップ）などを通じて商店街の賑わい演出を図ることとした。

### 1) 実施内容

- ・実施期間：平成14年12月より約2ヶ月間
- ・実施場所：商栄会、商励会、新町会の五條市中心市街地内にある商店街
- ・空き店舗の活用方法
  - a) 地域住民の持ち込み商品の委託販売や大蔵ざらえを行う  
「1升ショップ」
  - b) 手づくり品、リサイクル品などの展示、販売を行う  
「リサイクルショップ」、「ミニフリーマーケット」
  - c) 五條市の歴史、文化、イベントなどの紹介を展示する  
「パネル展示ブース」
  - d) 五條市の特産品、名物の紹介と販売を行う  
「五條市特産品販売」
  - e) 新規事業を目指す人などのために実験店舗空間を提供する  
「ミニチャレンジショップ」
  - f) メルポン事業をPRする  
「パソコンコーナー」
  - g) パソコンを使ったPOP広告や簡単なチラシの作り方が体験できる「POP作成コーナー」
- ・出店者、出展者の募集等
  - a) 商工会広報誌での募集

- b) 市広報誌への掲載
- c) マスコミ発表（新聞等の報道）
- d) ホームページへの掲載

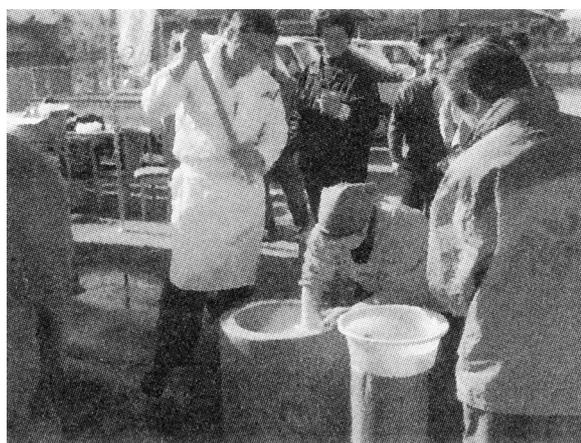
(3) イベントの実施

以下のような事業をクリスマス、年末商戦実施中に商工会と商店街との共催で実施した。

イベント名	ふれあいサンデー市	ゴミの市	イルミネーション事業
実施商店街	商栄会、JR駅前	商励会 チャレンジショップ	商励会2ヶ所 商栄会、駅前戎会
実施日時	12月15日 午前11時～	12月22日 午前10時～	12月9日～12月29日 まで21日間
イベント内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・もちつき、餅花づくり</li> <li>・フリーマーケット</li> <li>・朝採れ野菜市</li> <li>・メルポン体験コーナー</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・フリーマーケット</li> <li>・バルーンショー</li> <li>・メルポン体験コーナー</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・クリスマスツリー</li> <li>・イルミネーション装飾</li> </ul>
目的	餅つきによる商店街への集客とメルポン事業の勧誘とPR	各種イベントによる商店街集客とメルポン事業の勧誘とPR	イルミネーションの光演出による商店街集客と商店街活性化
事前告知	<ul style="list-style-type: none"> <li>・商店街へのチラシの提示</li> <li>・メルポンによる開催案内</li> <li>・HP上での案内</li> <li>・チャレンジショップ店頭での掲示</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・商店街へのチラシの提示</li> <li>・メルポンによる開催案内</li> <li>・HP上での案内</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・商店街へのチラシの掲示</li> <li>・メルポンによる開催案内</li> <li>・HP上での案内</li> </ul>



チャレンジショップ外観



イベントで行われたもちつきの様子

## 五條市商工会

### 【効 果】

#### (1) メールマガジン事業

- ・ユーザー会員は700人超、加盟店は30社となった。
- ・メルポンのメールを見て、来店客が増加した店舗があった。
- ・掲載するメルポン情報のため店舗側としてどのように工夫し、顧客の信頼を得るかなど、企画し考える力がついた。取り組み体制がしっかりとし、会員獲得に意欲的な店舗ほど効果が高い。
- ・メルポン情報のための特別な商品計画、サービス内容など工夫したところ、消費者の信頼を得られた。

#### (2) チャレンジショップの実施

メルポンチャレンジショップには営業日数55日間で延べ669名の来店があった。この数字は少ないかもしれないが、いつもと違うものが商店街に出来て一度訪れてみようというお客があり、今まで商店街を離れていた消費者が商店街を訪れるきっかけになった。本事業は平成15年1月末で終了した。

#### (3) イベントの実施

いずれのイベントも野外において実施されるだけに、12月という実施時期については不安視する声もあったが、歳末商戦の盛り上がりを演出する効果があった。

### 【課 題 ・ 反 省 点】

#### (1) メールマガジン事業

最初はもの珍しさもあり登録店への販売効果があったが、配信情報のマンネリ化やお得感が薄れてしまい登録店への効果や反応が少なくなり、それが登録店のやる気を失わせてしまったのではないかと思われる。

#### (2) チャレンジショップの実施

チャレンジショップの営業日数が2ヶ月と短かったため、市民の方に周知が行き届かなかった。店内装飾も大きく変化しなかったため、リピート客が少なかったように思われる。

また、チャレンジショップは駅前で行われていたが、ほとんどのお客が徒歩、自転車、バイクで来店した。駐車場を用意していたが、駅前商店街には駐車場がないと思っている市民が多かったため、この点の広報にもっと力を入れるべきであった。

#### (3) イベントの実施

クリスマスイルミネーションを商店街各所で行ったが装飾に統一性がなく、例えば駅前などでシンボリックなイルミネーションを行えばよかったと思われる。

### 【教 訓】

#### (1) メールマガジン事業

メール配信事業「メルポン」は配信方法は週に1度、決まったお店の情報のみが配信されるという形を取った。だからこそ毎週必ず配信出来たという側面もあるが、お客からみると

毎週同じメールが届き、新鮮味に欠けたのではないだろうか。そのため、もっとタイムリーで新鮮な情報をやる気のある登録店だけでも配信できるシステムがあれば登録店及び会員にも喜ばれるはずである。

(2) チャレンジショップの実施

商店街の沈滞とともに空き店舗が発生することは当然の結果であり、そのあとに同じ形態のモノ売り場として同種の新たな商店を補充しても、また新たな空き店舗が発生するだけで、これは真の対策とはなり得ない。すなわち、新しい価値観で商店街に顧客を創造する商業以外のものでもなくてはならない。

また、このような事業を推進するにあたって大切なことは、「まちづくりの一環」としての対策であり、商店街だけでなく、地域住民、企業等も巻き込んだ形での対策が望まれる。

特に「家主が安心して貸せる」対策がそれであり、トラブルが生じたり、借主に強い権利が発生せず、家主が必要な時には返してもらえるような制度あるいは保障が必要である。

(3) イベントの実施

商店街の魅力を高め顧客吸引力を高めるには、施設の整備やサービスの向上に加え、まちに出かける楽しさを演出するため「お祭り」、「街角コンサート」、「朝市」、「ウォークラリー」などのイベントの開催が必要となってくる。

【関連URL】

五條市商工会 <http://www1.ocn.ne.jp/~goshoko/>

**メルマガに手応えと期待**

**ネット地元商店情報配信**

**宣伝効果じわり**

内容充実、商品PRさらに

五條市商工会のメルマガ「メルマガ」の申込み

五條市商工会は、地元商店の情報を発信し、ネット配信する「メルマガ」を、12月1日より、毎月1回、毎月4日（土曜日）に配信する。この「メルマガ」は、地元商店の最新情報、商品情報、イベント情報などを、地元商店のホームページに掲載している。また、地元商店のホームページに掲載している「メルマガ」の申込みフォームは、地元商店のホームページに掲載している。この「メルマガ」は、地元商店の最新情報、商品情報、イベント情報などを、地元商店のホームページに掲載している。また、地元商店のホームページに掲載している「メルマガ」の申込みフォームは、地元商店のホームページに掲載している。

19 平成15年(2003年)1月4日 土曜日

メルマガジンの効果を伝える新聞記事  
(平成15年1月4日奈良新聞より)