

チャレンジショップ、宅配サービスなど、様々な取り組み

## 米 沢 商 工 会 議 所

機関名	米沢商工会議所			
所在地	山形県米沢市中央4丁目1-30			
電話番号	0238-21-5111			
地域概要	(1)管内人口	9万3千人	(2)管内商店街数	15商店街
事業の対象となる商店街の概要	(1)商店街数	15商店街	(2)会員数	232商店
	(3)空店舗率	6.1%	(4)大型店空き店舗数	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 空き店舗対策事業

商店街倶楽部事業

- ・各種研修会、講習会、サークル活動の場としてのコミュニティプラザ事業
- ・商店街、個店のイベント情報、逸品情報等の提供を行う「まちの駅」事業
- ・まちなかギャラリー、休憩所、宅配事業拠点としての活用

平成14年度 活性化対策事業

チャレンジショップ事業

宅配サービス事業

- ・FAX宅配の商品情報を写真画像により紹介するメールによる注文受け付けを実験的に開始
- 一店逸品事業

総事業費

7,440千円

### 【事業実施内容】

#### 1. 背景

米沢市では旧来の中心市街地である中部地区から公共施設が相次いで郊外へ移転した。市街地に立地していた店舗も相次いで郊外へ流出する中、大型店の「サンホーユー米沢店」（売場面積7,027㎡）が平成6年3月に撤退し、中心市街地の空洞化に拍車がかかっている。

その一方で国道121号線の整備に伴い、沿線及び金池地区に平成5年以降だけで第一種大型店3店、第二種大型店7店が開店し、郊外型大



中心の+印が中心商店街近辺(マップファンより)

## 米沢商工会議所

型店の盛隆を呈している。また、駅前地区には平成4年ヨークベニマル：6,743㎡、隣接する花沢地区には平成12年ヤマザワ：2,314㎡、愛宕地区には平成10年ヤマザワ：1,881㎡、平成13年にはうめや：1,033㎡、が退店しマルホンカウボーイが出店した。また、ヨークベニマル成島店が出店したほか、出店計画中の店舗もある。

市街地の外延化がさらに顕著化したことにより、中心市街地では著しい商業環境の変化に対応を迫られている。

### 2. 事業内容

#### (1) 商店街倶楽部事業

- ① レンタルボックス（スペース）、まちなかギャラリー等による商品の展示・販売等商業活動、作品発表の場の提供
- ② インターネット体験コーナーの設置、休憩所・会議スペース設置によるコミュニティの場の提供
- ③ 商店街・観光情報の提供、並びにマイバック交換所としての事業者・消費者・観光客との交流促進
- ④ チャレンジショップの実施、レイアウト変更、まつり協賛のイベントの実施による来店客増加と施設のPR
- ⑤ 地元ケーブルテレビ番組内でのPRによる施設の周知



商店街倶楽部の外観



レンタルボックスと無料インターネット

#### (2) チャレンジショップ事業

商工会議所が運営する商店街倶楽部（平和通り）内にて、新規に起業・創業や新業種にチャレンジしたい人に店舗を低廉経費にて貸し出す。お店のノウハウを蓄積・習得してもらい、自主努力・意欲のある人には、中心市街地空店舗での独立開業を支援することで起業家に新たなチャンスを与え、新規開業を促すことでより魅力のある個店づくりと商店街等活性化を促進する。

- ① 応募資格 起業に意欲のある18歳以上で、新規開業希望者及び新たな業種に挑戦する既存事業者（主婦・学生も可）
- ② 対象業種 小売・サービス業（飲食等出店可能な業種もあり）
- ③ 店舗所在地 米沢市中央1丁目5-2 松浦ビル1階 商店街倶楽部内

- ④ ショップ数 3 店舗（1 店舗の面積 約 1 坪）
- ⑤ 契約内容 店舗の家賃は無料、ただし共益費として月額 5,000 円（税別）を負担
- ⑥ 契約期間 平成 15 年 3 月末まで
- ⑦ 選考方法 書類審査及び面接

### （3）宅配サービス事業

宅配サービス事業を通じて、地元商店街と市民を結びつける。

- ① FAX や月間カタログによる商品情報の提供とあわせて、商店街イベントや催事の情報を提供
- ② 地元ケーブルテレビ番組「い～よね」による事業 PR やモニター募集を継続的に実施
- ③ 高齢者や共働き家庭への宅配サービスにより、商店街のコミュニティビジネスへの可能性を探る
- ④ 宅配事業の今後の可能性について検証する

### （4）一店逸品事業

中心市街地の商業力・吸引力の向上を目指し、個店の商品力やサービスの向上を図る。商業と観光に着目し、観光客の街中流入による地域活性化・にぎわい創出策を模索する。

- ① 地元ケーブルテレビ「い～よね」とアンケート調査等で協力しあいながら、消費者お勧めの店をピックアップし、訪問番組を作成。随時 DVD 化しながら商店街倶楽部でも常時放映し、逸品店舗を PR（計 42 店舗）
- ② 逸品マップの作成配布
- ③ ホームページによる逸品情報、地域情報の全国発信
- ④ 逸品店舗での観光情報の提供
- ⑤ モデルコースを設定し、観光客街中流入

## 【効果】

### （1）商店街倶楽部事業

本事業は市民にも徐々に認識され、親しみのある事業に育った。特に今年度からコミュニティプラザ事業もここに集約され、街中の会議室としての機能を持ち、インターネットコーナーは様々な人々に活用された。レンタルボックスは人気が高く、最初はチャレンジショップを前面に出したが、準備不足もありレンタルボックスにシフトした。

商店街倶楽部は、これらインターネットの機器やレンタルボックス内の商品、テーブルやイスが人々の交流の場として機能し、かつて商店街にあった様々な機能（ひまつぶし、待ち合わせ、遊び場、井戸端会議等）が出現した。

徒歩でする市内観光が観光客にも人気があり、意外なニーズに可能性を感じた。つまりお金を使わないで時間を消費できる施設や場所が重要であり、米沢観光への好感を持って帰り、リピーターとして来街してもらえることを期待している。

- ① レンタルボックス・レンタルスペース・会議室等、倶楽部利用者には大変喜んでもらった。
- ② インターネット体験コーナーは、小中学生や大学生・ビジネス客や観光客・外国人の方々等、幅広い層から支持され、利用も多かった。

- ③予想した以上に観光客の来店があり、イベント情報や観光情報を提供する等、観光案内所としての役割も果たした。
- ④雪灯籠まつりの賑わいイベントに併せて逸品PRイベントを実施。また、今年度取材した逸品店舗についてはビデオとチラシで常時PRした。
- ⑤地元ケーブルテレビ番組（いちおし逸品めぐり）内での倶楽部PRを継続的に行って集客に努めた。

(2) チャレンジショップ事業

- ①独立を望む者及び新分野進出を望む既存事業者は、新規開業に必要なノウハウや資金が不足している。低廉経費での出店を可能にし、乏しい収益力を補いながら将来商店街等の空き店舗を利用して本格的な開業に結びつくようなノウハウを習得できる場となった。
- ②趣味の手作り商品等の販売を希望する主婦等のお試し開業を後押しした。また、学生が経営体験の意味でお店を営業し、商売の基本を学ぶ場としての開業を支援した。

(3) 宅配サービス事業

- ①チラシ・カタログに商品情報に加えて、催事やイベント情報などを掲載したことで、加盟店や商店街の情報を伝えることができた。
- ②ケーブルテレビや地域ポータルサイトで継続してモニター募集や宅配事業等を含む活性化事業についてPRしたことで、会議所事業に対する市民の理解が深められた。しかし、モニターについては期中の増減で微増にとどまった。
- ③実質の稼働率は20%強で、他は休眠状態が現状である。当初ヘルパーさんをお願いしている高齢者の家庭をターゲットにしたが、勤め人の家族やヘルパーさんが買い物をするため需要が伸びなかったものと思われる。逆に家族で店舗経営をしている家庭や乳幼児のいる家庭、高齢者の一人暮らしの方々には多く利用してもらえた。
- ④現状のシステムについては、一旦終了を決定し、個別対応で利用者へのサービスを継続することとなった。

(4) 一店逸品事業

- ①地元ケーブルテレビや地域ポータルサイトとの連携による逸品掘り起こし事業を平成15年度も継続的に実施することになった。
- ②地元メディアの効果は非常に高く、逸品事業を誤解している向きもあったが、中心市街地にはまだまだ個性的な店舗が存在することが理解できた。これらのことが個店のやる気にもつながり、個々の店舗のモチベーションアップにつながった。冊子の効果も高く、街中観光を標榜する米沢にふさわしい事業である。



よねざわ新発見 いちおし逸品マップ

【課題・反省点】

(1) 商店街倶楽部事業

商店街倶楽部事業は平成14年度で終了することとなった。最大の課題は商店街の反応が弱く、その活動の主役にならなかった。さらに、事業の中味に欲張って、多くの事業を同時平行的に行ったため、重点事業に集中ができなかった。また市民をボランティアとして味方につけられなかったことも、1つの課題である。まずは小さな拠点をつくり、このベースキャンプから周辺を拡大する手法を検討する必要がある。

①コーディネーターの育成

交流の場として様々な催しを企画し、市内の市民グループと連携し、市民活動の場を提供できる人を育てる。特に運営を受諾できる組織をプロデュースできる人が望ましい。

②収益事業の確保 (コミュニティビジネス)

倶楽部の運営資金を捻出できるだけの収益力が必要である。今後、収益事業として託児所の併設や行政からの受託事業等を通して、その可能性を検討する必要がある。

(2) 宅配サービス事業

①商品の魅力と商品情報

宅配事業の利用者と商品について見ると、利用者は高齢者の一人暮らしと子育て中や共働きの家庭が多く、必要性の高い生鮮品の比率が高かった。ただ、売上が伸び悩んだ理由については、商品の魅力を情報としてアピールできなかったことが挙げられる。一店逸品事業にも関連するが、基本的には商品に売主の個性などの情報を付加して提供できれば良かったようにも考えられる。

②継続の可能性

本事業の収益性は期待できず、継続の可能性は薄い。しかし、これらの事業のニーズは高齢化社会に向けてますます高くなる。このため、継続には農協や量販店等の協力により、福祉的事業として検討する必要がある。例えば介護保険と連携した事業の仕組みにあわせる等の新しい手法を模索する。特に店主の顔を消費者に見せる努力がこの事業には必要であり、感謝デーの開催による交流会や高齢者訪問サービス等が考えられる。

(3) 一店逸品事業

製造販売の強い米沢ならではの店舗が多く、中心市街地のブランド開発とあわせて、一店逸品事業を継続する必要がある。市内観光ガイドマップとの連携、ケーブルテレビとの連携等、様々なメディアを使いながら継続する。

【教 訓】

基本的には市民の力を活用することが重要であり、福祉活動や文化・芸術さらに趣味のグループ等やNPO法人等と連携を図り、活動拠点としての倶楽部運営が望まれる。つまり、やりたい人に運営してもらおうといった運営組織を構築する必要がある。

【関 連 U R L】

米沢商工会議所 <http://www.ycci.or.jp/>