

平成21 年度 地域流通モデル構築支援事業
(商店街活性化タイプ)
モデル実証事業報告書

(事業名) 地元農水産物の直接仕入と宅配によるダイレクト販売事業

(事業実施地区) 岩手県盛岡市肴町商店街振興組合地区

(事業申請者) 肴町商店街振興組合

第1章 事業の目的、特徴

第1節 事業の目的

1) 地域（商店街）の問題点、課題

肴町商店街では「肴町」であるにもかかわらず路面店に魚屋が無いという業種の不足が第一の問題点としてあげられる。

盛岡では現在、大型店の郊外出店、スーパーの郊外化に伴い、交通弱者である高齢者などが街中で歩いて安心・安全な食材を毎日買いに行ける店舗が減少している。まらびに、肴町商店街の近隣に小・中学校があるが、その食べ盛り子ども達へ安く、安心・安全な食を提供する店舗が無い。

商店街で運営する地場産品ショップ「ほっといわて」の商品力不足も問題点である。

2) 課題を踏まえた事業の目的

新鮮な魚介類を宮古魚彩市場より直接仕入れ、国道106号沿いの旬な山菜、野菜を四季に合わせて販売することにより、商店街の毎日の賑わいを創出する。

また、お客様の声を仕入れに反映させ、品揃えの強化により店舗の売り上げ向上を図ることを目的とする。

3) 予定する事業効果

繁盛店を造ることにより「街」全体の賑わいを向上させる。

また、高齢者などが安心して歩いて買い物できることで健康が増進される。憩いの場の提供をすることで、歩いて買い物に訪れる高齢者などの集いの場となる。

第2節 事業の特徴

1) 取り組み事業の特徴、地域活性化への寄与

盛岡宮古間の国道106号の高規格道路路化により車での移動時間が短縮される。地場産品ショップ「ほっといわて」が従来から行っている宮古方面への配送を利用して、宮古や国道沿いの農水産物を仕入れ、効率的に流通させる。また、宮古市にある「魚菜市场」から仕入れることにより「魚菜市场」の宣伝にもなり、観光にも寄与する。

新鮮な食材を地域住民が歩いて、または公共交通機関を利用して安心・安全な買い物が日常的にでき、必要な物を必要な数だけ買うことにより「無駄」を省き、それにより低炭素化社会への実現にも寄与できる。また、大根や白菜などの重い品物を仕入れに使用する保冷車で配送することにより高齢者や小さい子どもを持つ家の玄関まで配達することができる。

2) 事業の実施体制の特徴、生産・加工（調理）・販売の各体制の特筆点

販売者が直接仕入れをすることにより、お客様の声や売れ筋商品などの販売情報が農水産物生産者に直接届く仕組みとなる。これにより、生産者は効率よく出荷ができる。また、販売するだけではなく、店舗での余剰農水産物を近隣の飲食店の協力を得て、食材として使ってもらい、廃棄を出さず、利益を出す。

将来的には店舗内で旬の食材を使用した惣菜の調理、販売も行う。

第2章 事業実施報告書

第1節 企画検討会の開催報告

1) 実施体制について

事業実施申請者	氏名	豊岡 卓司	
	所属・役職名	(所属) 盛岡市肴町商店街振興組合 (役職名) 理事長	
経理責任者	氏名	安保 博夫	
	所属・役職名	(所属) 盛岡市肴町商店街振興組合 (役職名) 事務局長	
協力体制	生産者の協力体制	代表者氏名	加藤 久雄
		所属・役職	(所属) いわて新鮮組(株) (役職) 代表
	商品(食料品等) 仕入れの協力体制	代表者氏名	坂下 正明
		所属・役職	(所属) 宮古魚彩市場 (役職) 理事長
	販売(活用する店 舗等)の協力体制	代表者氏名	豊岡 卓司
		所属・役職	(所属) 肴町商店街 (役職) 理事長
	その他関連する事 業協力体制(コー ディネーター)	代表者氏名	新沼 篤
		所属・役職	(所属) 盛岡商工会議所 (役職) 地域振興チームリーダー
	その他関連する事 業協力体制(アン ケート分析の協 力)	代表者氏名	寺井 良夫
		所属・役職	(所属) (株) 邑計画事務所 (役職) 代表取締役

2) 企画検討会について

○第1回企画検討会

開催日	平成21年11月5日(木) 11:00~12:10
開催場所	盛岡市肴町6番9号 ほっといわて3階会議室
出席者	榎木 信男 (ランドブレイン(株) 都市・政策グループ) 坂下 正明 (協同組合宮古魚彩市場 理事長) 加藤 久雄 (いわて新鮮組(株) 代表) 三浦 幸司 ((株)北東北交流センター産直夢街道 店長) 佐々木直樹 (ほっといわて 店長) 豊岡 卓司 (盛岡市肴町商店街振興組合 理事長) 安保 博夫 (協同組合ジョイ 玉山哲理事長代理)
議事内容	《事業の実施方針、スケジュールについて》 ○豊岡卓司理事長より 本日の出席者紹介と本計画の概要について、申請書に基づき説明した。 ○坂下正明氏より 宮古魚彩市場はこれから12月にかけて、繁忙期に入るので1月になれば人的な応援も可能になってくる。 ○加藤久雄氏より 地元野菜の販売は、12月上旬をもって終了となるのでハウスものであるホウレンソウやネギなどで対応することになるだろうと思われる。 また、内陸と海産物を結んでの有機野菜鍋なども一考すべきと思う。

○第2回企画検討会

開催日	平成21年12月16日(水) 10:30~11:40
開催場所	盛岡市肴町6番9号 ほっといわて3階会議室
出席者	阿部 眞一 (長野県商店街振興組合連合会 代表理事) 榎木 信男 (ランドブレイン(株) 都市・政策グループ) 加藤 久雄 (いわて新鮮組(株) 代表) 三浦 幸司 ((株)北東北交流センター産直夢街道 店長) 佐々木直樹 (ほっといわて 店長) 豊岡 卓司 (盛岡市肴町商店街振興組合 理事長) 安保 博夫 (協同組合ジョイ 玉山哲理事長代理) 中村 孝幸 (和見設計舎 代表 (ほっといわて改装設計者))
議事内容	<p>《事業実施経過の報告、改善点の協議》</p> <p>ほっといわてが12月5日にオープン、12月15日グランドオープンを果たし、佐々木店長よりオープン以来の売上・来店客数等の状況報告があり、出席者より下記の意見が述べられた。</p> <p>○阿部眞一代表理事より</p> <ul style="list-style-type: none"> ・広告宣伝の補助金予算にもう少し余裕があるのであれば、もっと告知に力を入れてはどうか。 ・店のウリ(セールスポイント)は何か?旬のウリ(鮮度・値段・買いやすさなど)他店にない差別化を図ってはどうか。 ・宅配の充実。携帯やホームページからアクセスできるようにしてはどうか。 ・旬を前面に出す。品揃えのシステム構築。 ・在庫管理。鮮度の落ちたものを惣菜に転化させるなど、在庫管理の徹底。 <p>○榎木信男氏より</p> <ul style="list-style-type: none"> ・今後、鮮魚の陳列をどのようにしていくのか。(商店街で鮮魚を扱う唯一の商店として、もっと前面に出すべき) <p>○加藤久雄氏より</p> <ul style="list-style-type: none"> ・野菜類の陳列については、「おでって」(地場産品を扱う近接店)と競合しない種類のを置いた。 ・入口にものを置き過ぎて入りにくい。 <p>○三浦幸司氏より</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「彩彩」(地場産品を扱う近接店)の商品と被らない工夫が必要。 ・鮮度の落ちた野菜類は、惣菜にしてロス率低下を図ること。粗利益の確保が必要。 <p>○中村孝幸氏より</p> <ul style="list-style-type: none"> ・今後、費用負担のないようなマイナーな改装を行っていききたい。 ・近隣への宅配の際に自転車を使うなら、「旬」の宣伝をつけた広告塔にしてはどうか。



○第3回企画検討会

開催日	平成22年2月23日(火) 14:00~15:30
開催場所	盛岡市肴町6番9号 ほっといわて3階会議室
出席者	<p>榎木 信男 (ランドブレイン(株) 都市・政策グループ) 加藤 久雄 (いわて新鮮組(株) 代表) 三浦 幸司 ((株)北東北交流センター産直夢街道 店長) 佐々木直樹 (ほっといわて 店長) 豊岡 卓司 (盛岡市肴町商店街振興組合 理事長) 安保 博夫 (協同組合ジョイ 玉山哲理事長代理) 阿部芙貴子 ((株)邑計画事務所 寺井代表取締役代理)</p>
議事内容	<p>《事業の総括、今後の課題の協議》 12月のオープンからの売上と来客数について、また本事業が2月末で終了することから報告書の骨子と来年度以降の活動について意見交換が行われた。</p> <p>○豊岡卓司氏より</p> <ul style="list-style-type: none"> ・1月に入り店内で惣菜を調理して販売するようになった。品数やサイズの関係で惣菜の売上額減が顕著である。今後惣菜についてはどんどん展開していきたい。 <p>○加藤久雄氏より</p> <ul style="list-style-type: none"> ・1月に入り客単価が下がっているのは野菜の単価が下がっているからではないか。 ・果物が無い時期なのでお客様から見た魅力がない。 <p>○豊岡卓司氏より</p> <ul style="list-style-type: none"> ・会員への宅配を小回りのきく自転車で配送するなど環境にも配慮しながら今後もう少し充実させたい。 ・惣菜についても店内にある食材を使った料理の提案などが考えられる。 ・年間を通して消費者と一緒に農産物の生産や収穫をする取り組みができないか考えている。 <p>○加藤久雄氏より</p> <ul style="list-style-type: none"> ・肴町から500m以内に畑があるが、荒れている。活用するなら管理が問題だが、小学生や高齢者と一緒になった活動は何かできるのではないか。食育活動にも繋がるであろう。 <p>○佐々木直樹氏より</p> <p>県産品は品目を少なくしたが、お客様からのご要望があるようなものはチェックをしている。</p>



第2節 現地指導調査、コーディネーター活動の実施報告

1. 現地指導調査の報告

実施計画に記載しておりませんが、新沼氏より指導を受けましたので、報告します。

アドバイザー：新沼 篤氏（盛岡商工会議所 地域振興チームリーダー）

○第1回：平成21年12月2日（水）

- ・店舗改装の進捗状況を確認
- ・調理場と店内の仕切りについて、衛生面と火器取扱の安全面から指導
- ・全体的な商品配置のレイアウトについてアドバイス

○第2回：平成21年12月4日（金）

- ・販売する商品の確認
- ・レジ袋や総菜用容器などの準備について確認
- ・商品の陳列について、何をどこにどのように配置すべきか助言
- ・スタッフの配置や役割、心構えなど人的体制について指導

○第3回：平成21年12月5日（土）

- ・オープン（プレ）初日、各セクションについてチェック、指導

2. コーディネーター活動の報告

※農林水産物の仕入れについて、商店街振興組合職員による直接交渉、直接仕入れにより問題なく実施できましたので、当初予定していたコーディネーター活動経費についての請求は行いません。

第3節 店舗改装、広報活動の実施報告

1) 店舗改装の報告

○工事期間

平成21年11月20日より同年12月4日まで。

○改装前写真

・店舗前



・店舗内入口付近



・店内商品棚



○改装後写真

- ・店舗正面



- ・店舗内部入口付近（魚介類コーナー）



- ・惣菜調理コーナー



- ・惣菜調理コーナー



2) 広報活動の報告

○チラシ印刷

・新聞折込

実施期間：平成 21 年 12 月 13 日（日）

内 容：岩手日報、読売新聞、朝日新聞へ合計 1 万部を新聞折込配布

・街頭配布

実施期間：平成 21 年 12 月 13 日（日）

内 容：肴町商店街内の街頭において、ほっといわて旬スタッフが来街者へチラシ 3,000 枚配布



○盛岡河南情報紙「ザ・ホットライン」広告

実施期間：平成 21 年 12 月 1 日（火）、平成 21 年 12 月 28 日（月）、平成 22 年 2 月 1 日（月）
 内 容：「ザ・ホットライン」を岩手日報へ折り込み、盛岡市と周辺部の約 7 万世帯へ配布

○新聞記事

掲 載 紙：岩手日報

掲 載 日：平成 21 年 12 月 4 日（金）

内 容：岩手日報紙上に、ほっといわて旬プレオープン前日の 12 月 4 日に記事掲載



岩手日報 12月4日 記事掲載

第4節 事業結果報告

1) 仕入れ方法、販売品目の概要

魚介類の仕入れは「宮古市漁采市場」から、野菜類の仕入れは「いわて新鮮組」からの直接仕入れを行った。

仕入れ品目（販売品目）の概要は以下の通り。

魚介類 宮古市魚采市場

仕入商品：生たら、筋子、丸干サンマ、新巻、しらす、焼うに、わかめ茎、みがきにしん、塩辛、アジ干物、ほや、さば塩干、シシャモ、ほっけ、アジ、鮭、塩うに、カレイ、やなぎカレイ、いか、いか醤油漬、ホタテ、サンマみりん干、メカブ、マツモ、毛ガニ、いか塩辛、いわし、カキ、サンマ、ます、クジラ、チクロ、さつま揚げ、青ノリ、

野菜類 いわて新鮮組

仕入商品：きゃべつ、ごぼう、大根、人参、赤かぶ、ねぎ、はくさい、小松菜、ほうれんそう、じゃがいも、りんご、せり、かりん、春菊、くるみ、長芋、みつば、しいたけ、玉ねぎ、銀杏、かぼちゃ、なます、しそ、芋の子、黒まめ、えのき茸、きゅうり、アスパラガス、アサツキ、にんにく、オータムポエム、ちんげん菜、金時豆、ウド、漬物（はなべつ、はくさい、赤かぶ、ばしょう菜、たくあん）

2) 売上の分析

○平成21年12月

(単位：円・人)

	魚	野菜	惣菜	その他	計		来客数	
					21/12月	20/12月	21/12月	20/12月
計	1,284,970	801,797	965,799	6,691,442	9,744,008	8,527,773	12,039	9,501
1日平均	47,591	29,696	35,770	247,831	360,889	275,089	446	306

※「その他」は従来からの県産加工品の委託販売商品

※平成21年は27日営業

平成21年12月は営業日が27日間と平成20年12月よりも短いにもかかわらず、売上額は1,216,235円、来客数は140人増加している。1日平均で見た場合も、平成21年12月の方が売上額では85,800円、来客者数では140人増加している。

年末を迎え売上高も高い時期であるが、それにも増してリニューアルオープンということもあり、今まで取り扱っていなかった魚や野菜を購入しに来客者が増加したと考えられる。

○平成22年1月

(単位：円・人)

	魚	野菜	惣菜	その他	計		来客数	
					22/1月	21/1月	22/1月	21/1月
計	315,760	308,058	147,940	2,605,583	3,377,341	3,651,414	4,765	4,680
1日平均	10,186	9,937	4,772	84,051	108,946	117,788	154	151

※「その他」は従来からの県産加工品の委託販売商品

平成 22 年 1 月は最も肴町商店街を訪れる来街者数が少なくなる時期であり、前年と同様 12 月に比べると売上高、来客者数ともに減少している。

昨年に比べて来客者数は 3 人増加しているものの、売上高は 8,842 円減少している。

リニューアル前は 1,800 アイテムの県産加工品を販売（委託販売）していたが、取り扱う県産加工品を整理し、魚介類・野菜といった直接仕入れ・販売商品を新たに導入した。導入した効果として来客数は維持できているが、魚介類・野菜などの商品単価が従来の県産加工品の商品単価に比べ低いため、売上額は減少していると考えられる。

3) 来街者調査の分析

○今年度の調査結果

調査期間：平成 21 年 12 月 6 日（日）～7 日（月）
 平成 22 年 1 月 3 日（日）～4 日（月）
 平成 22 年 2 月 7 日（日）～8 日（月）

調査場所：肴町商店街内 6 箇所

- ①マクドナルド前
- ②平金パステル館前
- ③中三生姜町出入口前
- ④ほっといわて前
- ⑤村源前
- ⑥ホームセンター前

場所については右図参照

調査対象：歩行者、自転車

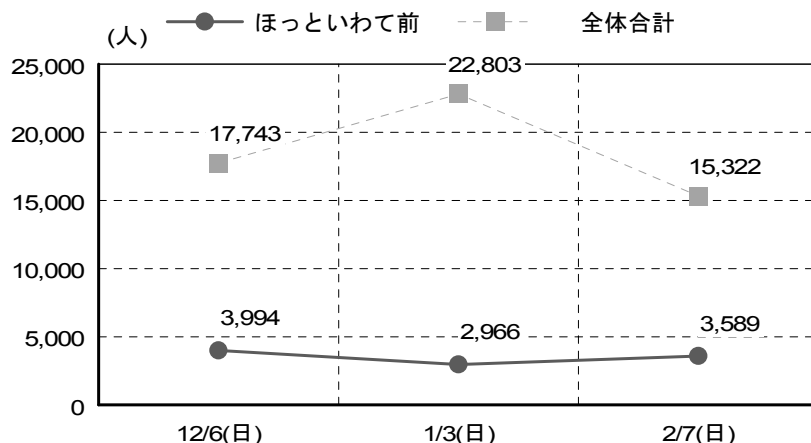


・日曜日の推移

(単位：人)

		12/6(日)	1/3(日)	2/7(日)	合計	1日平均
ほっといわて前	歩行者	3,994	2,966	3,589	10,549	3,516
	自転車	57	23	25	105	35
全体合計	歩行者	17,743	22,803	15,322	55,868	18,623
	自転車	608	309	342	1,259	420

歩行者通行量



肴町6地点歩行者数の合計人数は1月3日が最も多く22,803人である、次いで12月6日17,743人、最も寒く1年間で最も客数が減少する2月7日(最低気温-11.3℃)が15,322人となっている。

ほっといわて旬前では12月6日が最も多く3,994人、1月3日には2,966人と減少するが、最も客数が減少する2月7日は1月よりも多く3,589人である。

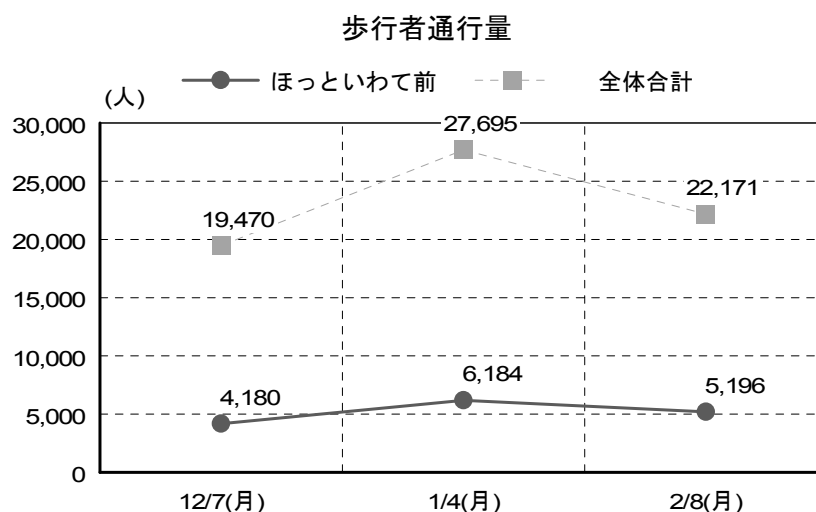
ほっといわて旬前の歩行者数は6地点合計の歩行者数のうち、オープン前の12月6日は22.5%を占め、2月7日では23.4%と増加している

オープン前に比べてほっといわて旬が開店した後であり、年間を通して最も客数が減少する2月においてほっといわて旬前の歩行者は増加していることが分かる。

・月曜日の推移

(単位：人)

		12/7(月)	1/4(月)	2/8(月)	合計	1日平均
ほっといわて前	歩行者	4,180	6,184	5,196	15,560	5,187
	自転車	60	25	282	367	122
全体合計	歩行者	19,470	27,695	22,171	69,336	23,112
	自転車	1,210	431	965	2,606	869



6地点合計の歩行者数では、ほっといわて旬のオープン前が最も少なく19,470人、1月4日が最も多く27,696人、客数が年間で最も減少する2月8日はオープン前よりも多く22,171人であった。

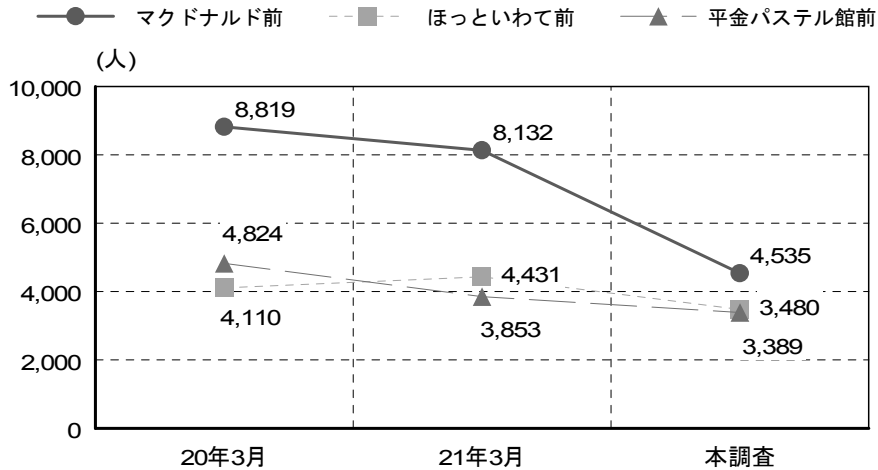
ほっといわて旬前でも全体と同じく12月7日が最も少なく4,180人、1月4日が最も多く6,184人、客数が最も減少する2月8日はオープン前よりも1,016人多い5,196人であった。

ほっといわて旬前の歩行者は6地点を合計した歩行者数のうち、12月7日は21.5%を占めている。1月4日には22.3%、2月8日には23.4%を占め順調に割合を増やしている。

○経年変化

平成20年3月と平成21年3月に盛岡市で行った交通量調査のうち本事業による調査のうちほっといわて旬リニューアルオープン後の1月と2月の歩行者数を平均し比較すると以下の通りとなった。

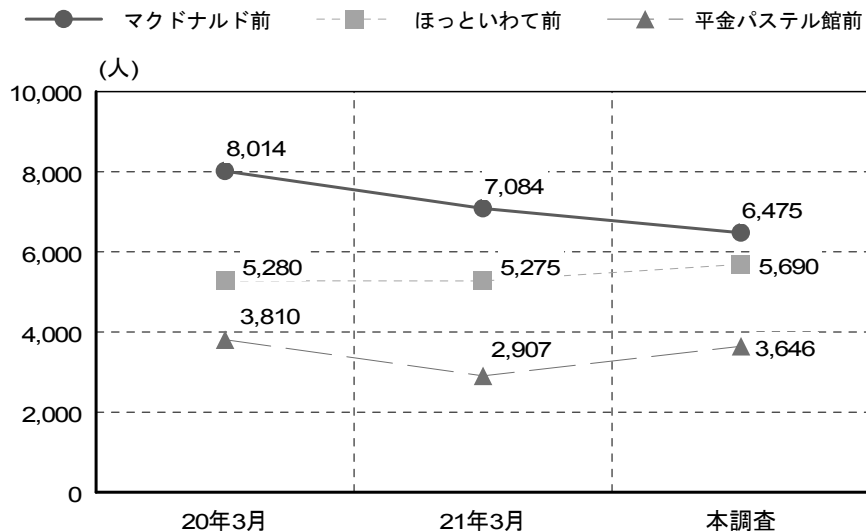
・日曜日平均比較



3月は肴町商店街で一番来客者数が多くなる季節である。スーツ・制服・教科書・文房具・カバンなどといった新入学、新社会人などが利用する店舗が集まっていることから、1年間で3月が最も客数が多くなる季節となる。

3月の調査に対し、本調査では寒くなり最も人出が少なくなる冬であり、年間で最も客数が減少する2月であるため、最も人出が多いマクドナルド前では21年3月に比べて3,597人減少した4,535人であった。しかし、ほっといわて旬前では951人減少した3,480人と大きな減少幅ではなかった。

・月曜日平均比較



日曜日平均と同じく、マクドナルド前は平成21年3月に比べ609人減少した6,475人であるが、ほっといわて旬前ではリニューアルオープン後415人増加した5,690人であった。季節的な条件から鑑みてもほっといわて旬のリニューアルオープンが街来者数の維持に貢献していることが分かる。

4) 来街者アンケート調査

調査期間：平成 21 年 12 月 27 日（日）～28 日（月）、平成 22 年 2 月 21 日（日）～22 日（月）
の合計 4 日間

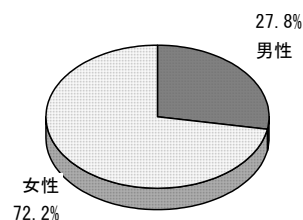
調査方法：肴町商店街内において、調査員が来街者へ対面でアンケート調査を行った
結 果：以下の通りである。

属性 性別

選択肢	回答数(人)	比率(%)
1. 男性	121	27.8
2. 女性	315	72.2
無回答	0	0.0

有効票数 = 436

性別



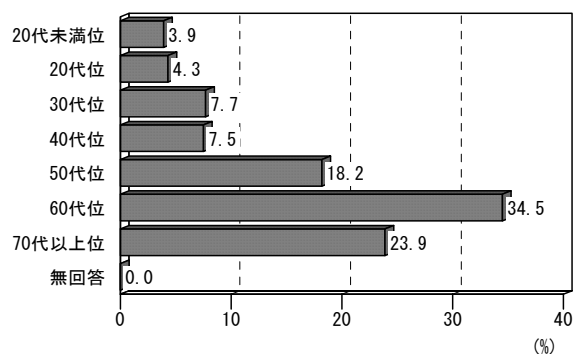
回答者の性別は女性が 72.2%と多数を占めている。

属性 年代

選択肢	回答数(人)	比率(%)
1. 20代未満位	17	3.9
2. 20代位	19	4.3
3. 30代位	34	7.7
4. 40代位	33	7.5
5. 50代位	80	18.2
6. 60代位	152	34.5
7. 70代以上位	105	23.9
無回答	0	0.0

有効票数 = 440

年代



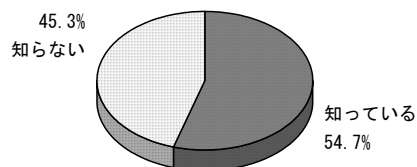
回答者の年代は「60代位」が 34.5%と最も多く、次いで「70代以上位」が 23.9%、「50代位」が 18.2%の順となっている。50代以上を合わせると 76.6%を占め、肴町を訪れる客層の大多数が 50代以上であることが分かる。

問 1 「ほっといわて旬」をご存知ですか

選択肢	回答数(人)	比率(%)
1. 知っている	240	54.7
2. 知らない	199	45.3
無回答	0	0.0

有効票数 = 439

問1



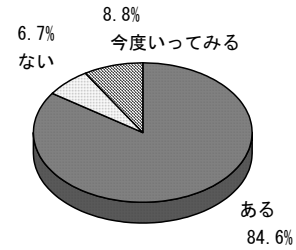
ほっといわて旬について「知っている」が 54.7%と半数を越えている。「知らない」は 45.3%であった。

問2 「ほっといわて旬」で買い物（入店）をしたことがありますか

選択肢	回答数(人)	比率(%)
1. ある	203	84.6
2. ない	16	6.7
3. 今度いってみる	21	8.8
無回答	0	0.0

有効票数 = 240

問2



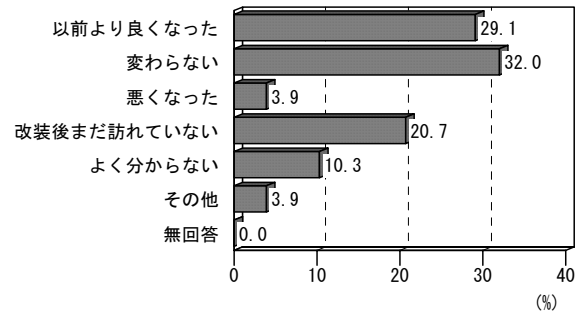
ほっといわて旬を「知っている」と答えた方に買い物（入店）したことがあるか聞いたところ、「ある」が84.6%とほとんどを占めた。「ない」は16%、「今度いってみる」8.8%である。「ない」「今度いってみる」を合わせると15.5%の回答者が買い物（入店）したことが無いと答えている。

問3 改装後の雰囲気はどうですか

選択肢	回答数(人)	比率(%)
1. 以前より良くなった	59	29.1
2. 変わらない	65	32.0
3. 悪くなった	8	3.9
4. 改装後まだ訪れていない	42	20.7
5. よく分からない	21	10.3
6. その他	8	3.9
無回答	0	0.0

有効票数 = 203

問3



6. その他

- ・お総菜を手前に置くともっと良い
- ・さっぱりした、きれいになった
- ・人が多く入っていて良かった
- ・年寄りが入るにはちょうど良い雰囲気
- ・改装当初は空いている棚が多かったが、今は良いと思う
- ・暗くて活気がない

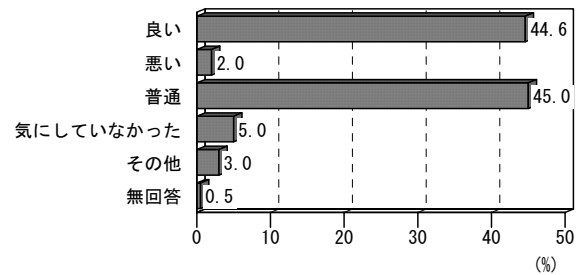
改装後の雰囲気について「変わらない」が32.0%と最も多い。次いで「以前より良くなった」が29.1%である。「悪くなった」は3.9%であった。

問4 店員の対応はどうか

選択肢	回答数(人)	比率(%)
1. 良い	90	44.6
2. 悪い	4	2.0
3. 普通	91	45.0
4. 気にしていなかった	10	5.0
5. その他	6	3.0
無回答	1	0.5

有効票数 = 202

問4



5. その他

- ・さっぱりしている感じ
- ・無愛想である
- ・もう少し笑顔がほしい
- ・笑顔がない
- ・笑顔で接客すると良いと思う

店員の対応については「普通」が45.0%、「良い」が44.6%となっており、「普通」「良い」を合わせると89.6%の回答者が店員の対応について満足している。

問5 興味を持った商品は何ですか

- ・沿岸の海産物 (30人)
- ・煎餅やラスクなどのお菓子類 (25人)
- ・野菜類 (19人)
- ・お惣菜 (19人)
- ・県産品 (15人)
- ・味噌や醤油などの調味料類 (12人)
- ・串餅や蕎麦餅などの餅類 (11人)
- ・お漬物 (9人)
- ・カナンの園などのパン (7人)
- ・きのこ、山菜類 (6人)
- ・豆類 (5人)
- ・花 (4人)
- ・その他、牛乳や雑穀、すいとん粉などの回答が見られた

問6 ご希望の商品がありましたら教えてください

- ・魚介類 (14人)
- ・県産品 (11人)
- ・野菜 (8人)
- ・お惣菜 (8人)
- ・がんづきなどのお菓子類 (4人)
- ・漬け物 (4人)
- ・花 (4人)
- ・その他、パン、団子などの餅菓子類、豆類、豆腐や果物が挙げられた。

4) 宅配事業について

ほっといわて旬の会員を対象に商品の宅配や御用聞きの活動を行っている。

○会員数

- ・37人(平成22年2月23日現在)

○活動内容

- ・来店した会員の購入した商品を自宅まで宅配。
- ・電話で注文を承った商品の配達、販売。
- ・配達先の近所に会員が住んでいる場合、訪問をして御用聞きをする。

○出勤回数

- ・ほっといわて旬のオープン(12月)から2月23日現在で延べ60回。
- ・そのほとんどが配達である。

○課題

- ・利用者からは大変助かるということで、リピーター化しているが、活動のほとんどが配達での出勤であるため、御用聞きについては今後盛岡市とも協議して独居の高齢者への見回りも兼ねて行っていきたい。
- ・宅配や御用聞きの仕事を理解されている方はどんどん利用して下さるので、今後はさらにシステムの理解を広めて活用してもらえようしていきたい。

5) 事業目標について

○食料品小売店の直近の売上高とモデル実証事業における目標売上高

食料品小売店の直近の売上高 4,634,393円/月(平成20年12月売上高)
モデル実証事業終了時における目標売上高 5,097,832円/月

平成20年12月の売上高の1割増を目標売上高に掲げた。

本事業では、リニューアルオープン後の12月と1月の売上高を平均した金額と比較してみると、1か月平均の売上高は、7,282,450円であった。

目標売上高を2,184,618円と大きく上回る結果となった。

※12月の営業は27日のみであったため、1日平均売上高から31日分を計算し直した金額を用いた

○その他の目標

・日曜日の歩行者数

商店街来街者数（日曜日） 現況値 4,431 人/日（平成 21 年 3 月 22 日計測） モデル実証事業終了時における目標値 4,870 人/日

ほっといわて旬リニューアルオープン後の 1 月と 2 月の歩行者数を平均すると 3,480 人であり、目標に 1,390 人及ばない結果となった。肴町商店街では、3 月が最も来街者が多く、2 月が最も少ないという現状があること、また 2 月 7 日に最低気温-11.3℃を記録しており、来街者の足が遠のいた原因の 1 つともなったことが考えられる。

・月曜日の歩行者数

商店街来街者数（月曜日） 現況値 5,275 人/日（平成 21 年 3 月 23 日計測） モデル実証事業終了時における目標値 5,810 人/日

ほっといわて旬リニューアルオープン後の 1 月と 2 月の歩行者数を平均すると 5,690 人であり、目標値には 120 人及ばなかったものの、来街者数が最も多くなる 3 月の値は上回ることができた。一番寒く、お客様の足が遠のく季節に 3 月の数値を上回ることができた。

第3章 今後の課題

第1節 本事業の総括

1) 店舗販売の総括

ほっといわて旬が長年岩手県産品のアンテナショップとして盛岡市民に馴染んできたが、売上が低迷し、お客様からも商品の変わりばえがしないというご意見があった。

また、肴町商店街が有する、大型店の郊外への出店や魚屋が無いという問題点、高齢者が安心して買える、安心して訪れることができる場の形成、子ども達へ安心して食材を提供できる店舗づくりといった肴町の有する問題点や課題から、本事業に至った。

販売商品を県産加工品の委託販売だけではなく、魚介類や野菜の直接仕入れ・販売、お惣菜加工を加え、会員制度により会員を募った。新鮮な魚介類は岩手県内の宮古魚菜市場から、旬な山菜や野菜を盛岡近郊から仕入れ販売し、それだけではなくお客様のニーズを把握するためにアンケート調査も行った。

アンケートによって、肴町商店街では乏しかった野菜類、魚介類の販売でお客様の好評を得ていることが分かった反面、今回のリニューアルで削減した県産加工品の委託販売（お取り寄せ希望）へのニーズが根強いことも判明した。（今後、品揃えを吟味し、生鮮品の直接販売と県産加工品の委託販売のバランスをとることが課題）

惣菜は12月まではリニューアル前と同じように他店の商品を販売していたが、1月からは本事業で改装した惣菜調理コーナーで調理した惣菜の販売を開始した。しかし、従来の商品と比べ品数が少ないこと、ボリュームが少ないことなどによりお客様から見て商品の魅力が減っていることが売上高から見ても分かる。今後は独自にお客様に人気のある甘味を取り入れるなど、品数を増やし他店と競い合い販売していかなければならない。

2) 売上高の総括

平成21年12月5日にプレオープン、12月15日グランドオープンをし、前年度に比べて売上としては12月だけで1,216,235円、来客数は140人増加し平成21年を締めくくることができた。

本事業では、リニューアルオープン後の12月と1月の売上高を平均した金額と比較してみると、1か月平均の売上高は、7,282,450円であり、目標売上高2,184,618円を大きく上回る結果となった。

また、前年度の12月と1月の売上高平均額6,089,594円から見ても1,192,856円上回ることであった。

リニューアルした宣伝効果、また肴町に乏しかった魚介類や野菜、山菜等を販売することで売上を伸ばすことができたといえる。

3) 来街者数の総括

本事業により調査した歩行者数から、日曜日・月曜日ともに肴町商店街内6箇所の調査地点を合計した歩行者数のうち、ほっといわて旬前の歩行者はリニューアル前が日曜日22.5%、月曜日21.5%を占めていた。最も客足が遠のく2月においては日曜日・月曜日とも全体合計のうち23.4%を占め増加していることが分かる。

来街者アンケートでは、県産品の他に野菜、山菜、惣菜を加えたことで「隣り（「彩彩」）と同じようになってしまった」との意見も見られたが、同じような商品であっても集積することによって品数も増え、また個々の魅力を競い合うことで肴町商店街入口から奥へ奥へとお客様に足を運んでもらえるという強みもあることが、今回の来街者割合が増加した結果からも分かる。

4) 食の安心安全についての総括

来街者アンケートからはもともと岩手県産加工品のアンテナショップが主力商品であったというイメージがあることから、岩手県内の特産品のお取り寄せ希望は根強いが、今回取り入れた魚介類や野菜、山菜も含めて県産品にこだわって販売してほしいというお客様のニーズが高いことが分かった。今後は通常の店舗販売だけではなく、県産品を使った食のイベントや食育活動、安心安全な食の提供を進めていきたい。

県産品の販売による安心安全な食の提供がほっといわて旬の最大の魅力であり、強みである。

しかし、盛岡近郊の地場野菜にこだわっているため、冬場の野菜・果物が減少する時期は野菜の単価も下がり、なかなか売上高に結びつかない。冬場の貯蔵した雪囲いの野菜は甘みもあり美味しいのだが、都市部住民には理解されないという面もある。ただ並べて売るだけではなく、商品の魅力についてこちらからアピールしていくことも必要である。

第2節 今後の課題

1) 平成 22 年度の取り組み

○消費者アンケートにより新規商品の導入

本事業でも来街者アンケートにおいて「興味のある商品」「ご希望の商品」を聞いているが、次年度以降も消費者アンケートや来街者アンケートを行って消費者ニーズを把握し、品揃えに反映していきたい。

本事業で行ったアンケートやお客様から、リニューアルによって販売しなくなった県産品をまた売って欲しいというご意見もあり、今後検討が必要である。

○生産者を交えて商店街で行うイベントに積極的に参加

毎月 15 日の市の日では、新鮮な食材を使用した鍋振る舞いや、軽トラックでの野菜の販売を行う。

また、地元食材を利用した肴町屋台村の開催で集客交流を図りたい。

○インターネットを通じて販売

来街者アンケートでも分かるように、肴町を訪れるお客様の多くが 50 歳代以上であるため、インターネットの活用よりは、お客様との対面によるサービスが重要である。

しかし、岩手県内では岩手県立大学と商店街が一緒になってインターネットを活用した取り組みを行っている町もあり、今後肴町商店街としてインターネットを活用した販売や商品の PR を行っていくことも考えられる。

2) 平成 23 年度以降の取り組み

○旬の食材を利用した安心・安全な惣菜の加工と販売

本事業でもほっといわて旬店舗内で惣菜を調子するコーナーを整備し、平成 22 年 1 月より独自に惣菜を調理販売している。

しかし、12 月まで販売していた他店の惣菜品と比べて、商品数やボリュームも少ないこと、また来街者アンケートでも惣菜へのニーズが高いことから、今後はさらに惣菜販売に力を入れていかなければならないと考えている。

○消費者と一緒に農作物を育て、収穫し、販売

年間を通じて消費者と一緒に農作物の生産を行い、秋には肴町商店街で収穫祭を行いたい。ほっといわて旬の会員や肴町商店街で利用されている JOY カードの会員に募集をし、子どもから高齢者まで交えて活動を行う。世代間交流や食育という側面も期待できると考えている。