

全国ふる里ふれあいショップ「とれたて村」

商店街が経営する、市町村のためのアンテナショップで、商店街の空き店舗を活用して事業を実施している。

当該ショップでは、全国の12市町や生産者の方と連携して地域の特産品を仕入れて販売しているほか、観光情報や地域情報の発信、都市と市町村との交流の支援などを行っている。

このような、商店街と全国の12市町とが提携し、商店街の賑わいづくりとともに、全国の地域活性化と生産者支援、シティセールスに貢献している事業は過去に例がなく、全国から注目を受けている。

Ⅰ 東京都板橋区

総人口：536,532（人）
世帯数：276,746（世帯）
総面積：32.17（km²）
人口密度：16678.0（人/km²）
（平成22年2月1日現在）

Ⅱ ハッピーロード大山商店街

東武東上線大山駅の西側に位置する近隣型商店街。駅を中心に半径1kmの商圈がある。
560mの長さのアーケードを有し、1日來街者数は28,000人。
アーケード内に隣接の店舗を合わせ214店舗が組合に加入（平成22年1月現在）



背景ときっかけ

商店街の活性化のために全国各地の魅力ある特産品を紹介するイベントを不定期に実施、お客様に楽しんでもらうことから事業を始めたが、その後全国の市町村と提携してアンテナショップとしての店舗を開店し特産品を常時販売するほか、市町村の関係者の来訪を受け、観光イベント・物産イベントなども多数開催している。また、板橋区民の方を募集して提携する市町村を訪問し、産地見学や体験学習などの交流活動も行っている。

取組内容

とれたて村は、「都市と農山漁村の共生と対流」を支援する活動を通じ、「農商工連携」による商店街と全国市町村の双方の活性化を図ることを目的に事業を行っている。

主な事業内容としては、①特色ある地域の物産品販売、②物産イベント、③地域特産品のセールスプロモーション・試食・実演、④地域情報・観光情報発信、⑤産地訪問・交流ツアー、⑥その他企画イベント を行っている。

特産品販売に関しては、次のような特徴を持って行っている。

- ・参加市町村の物産品を仕入販売し、売上情報をフィードバックしている。
- ・取扱う商品は直接生産者と話しながら選定し、顧客の反応などから改善提案を行っている
- ・商品は全て買い取り、運賃も店舗側で負担し、生産者の方への事業リスクを軽減している。
- ・商店街立地という消費者直結の販売環境を活かし、生の顧客情報が収集できる。
- ・複数市町村の参加方式のため総体的な品揃えの充実と1市町村当たりの参加固定費負担の軽減ができ、少ない出品数でも比較購買による販売促進が図れる。

名称：ハッピーロード大山 全国ふる里ふれあいショップ とれたて村（平成17年10月開設）

所在地：板橋区大山町27-9

面積：約18坪

販売品：12自治体（稚内市、小樽市、青森市、尾花沢市、最上町、南魚沼市、妙高市、飯山市、大野市、鴨川市、八丈町。平成22年4月から岩見沢市が参加）の野菜、米、惣菜、漬物、農水産加工品、乾物、乳製品、菓子など、商品アイテム約1,100アイテム

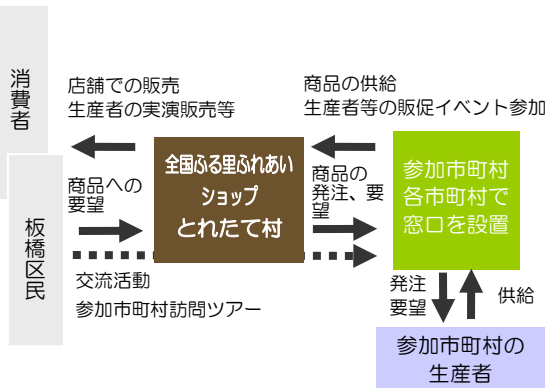
販売方法：全商品買取、運賃は店舗側が負担、現地側取引窓口を1本化（役所、協会、公社など）

営業時間：午前10時から午後7時（年中無休）

販売員：スタッフ5名



事業の仕組み



※商店街と市町村窓口とで、商品仕入販売、イベント開催、情報発信、交流等に関する契約を締結。商店街は市町村にサービスを提供、その代価として市町村側は固定的な参加費を負担（1市町村当たり42,000円/月）



取組上の工夫

- 商品販売やイベント開催など参加市町村の魅力を集客に利用させてもらうと同時に、販路拡大や交流促進などで参加市町村のニーズの充足を支援している。
- 商店街が自ら経営することで、商店街全体の販促活動と連携。独立採算経営で自立しながら、商店街全体の集客促進を図っている。
- スタッフ5名は公募。店内はアイテムごとに陳列をしているが、各スタッフに担当する参加市町村を割当て、商品の発注調整をさせている。
- 板橋区民と全国市町村との交流を促進するために、訪問ツアーを企画している。



取組効果

- 週末のイベントは商店街への集客効果に大きく貢献しており、産直は定着している。平成21年はイベント回数57回(イベント実施日数111日)
- わざわざ遠方から来るお客様もあり、ついでに商店街内の他店舗での買い物をしていく傾向にある。
- 生産者に対して、売上げランキングや消費者の要望を伝えることにより、供給意欲が高まっている。
- 消費者が買いやすいかたち(計り売りや少容量の販売アイテムを揃える)にすることにより、試し買いや、その日の気分で商品を選択する客が増え、リピーター化している。
- 事業立ち上げから5年が経過し、販路も広がり、独立採算で運営できるようになった。(参考:立ち上げ3年間は板橋区の空き店舗対策で家賃補助、人件費の半分は組合で充当)。
- 同業種への影響を懸念する意見があったが、取扱商品の差別化を図った。結果、消費者の選択肢が増え、同業各店への相乗効果を得た。



今後の展望

- 商店街と参加市町村との繋がりができたことから、次は商店街の個店の販路拡大につなげる。
- 例えば、とれたて村の販促イベントで出展された商品を、個店で取扱ったり、視察において個店と生産者のマッチングを行ったりしたい。

