

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) 地場産品が集まる「黒船市場」の展開による  
商店街の活性化

(事業実施地区) 神奈川県横須賀市久里浜

(事業申請者) 久里浜仲通り商店街振興組合

## 第1章 事業の目的、特徴

### 1. 事業目的

地元の久里浜（横須賀市）並びに三浦半島にある青果物等の魅力ある資源を活用して、商店街への来客数を増やし、直近にある量販店（イオン）との共存共栄関係を強化し、活気ある地域とするために、以下を主な目的として事業に取り組んだ。

- (1) 新鮮で美味しい地場産品（青果物、水産物、精肉等）をお客様に提供できる商店街とする。  
⇒地場産品が豊富な商店街となるために、地場産品の品揃え力をアップする。
- (2) ペリー上陸の地に因み、商店街を「黒船市場」として、お客様に認知されるようにし、そのシンボルとして、さまざまな地場産品を活用する。  
⇒久里浜仲通り商店街 = 黒船市場 = 地場産品のある商店街
- (3) 三浦半島の南端に位置する商店街として、横浜市や横須賀市の中心部の商業集積地域との厳しい地域間競争に打ち勝つために、地場産品を活用した魅力ある品揃えを実現する。  
⇒久里浜に消費者が留まる。久里浜には消費者を満足させる品揃えがある。
- (4) 商店街全体の取組みとする。  
⇒情報発信拠点を商店街全体で活用し、また、量販店との連携強化にもつなげる。
- (5) 地場生産者等との連携を進め、地域の活性化を図る。  
⇒地場には、三浦大根、三浦キャベツ、三浦南瓜等の全国的に有名な産品の他に水産物、豚肉等の活用可能な豊富な資源がある。

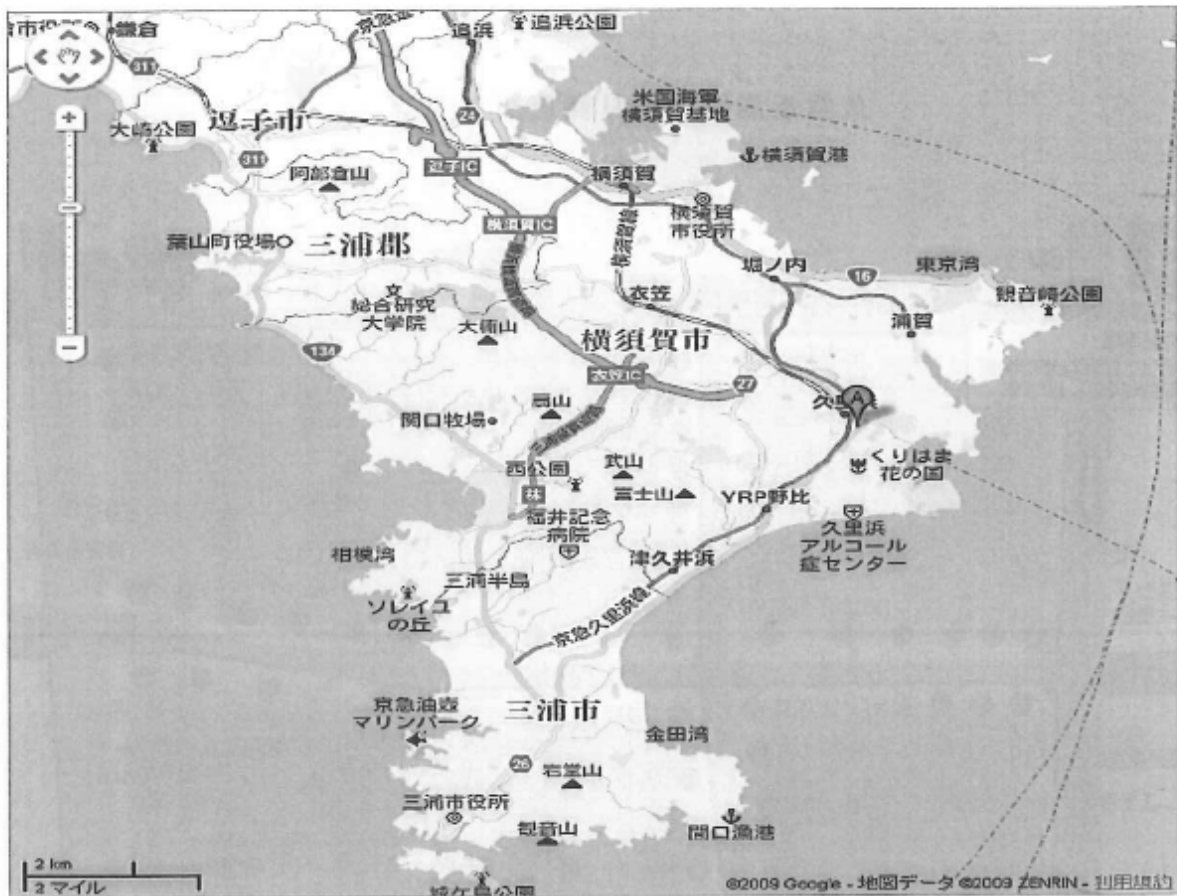
### 2. 現状

- (1) 久里浜仲通り商店街振興組合は、現在、「久里浜黒船仲通り商店街」という愛称を付け活動を行っている。
- (2) 久里浜黒船仲通り商店街は、神奈川県横須賀市久里浜に有り、京浜急行久里浜駅から直ぐの所にある。また、近くには、JR横須賀線久里浜駅もある。
- (3) 久里浜黒船仲通り商店街には約50店のさまざまな業種の店舗があり、そのうち青果店3店舗、鮮魚店3店舗、精肉店2店舗と生鮮3品が揃うアーケード型の商店街である。
- (4) 京浜急行久里浜駅ビル内に食品SMの京急ストアがある。また、商店街に隣接してイオン横須賀久里浜SC（17,000㎡）があり、GMSのジャスコが核店舗となっている。
- (5) なお、イオンとは協力関係にあり、共同でチラシの配布やイベントの開催等を行なっている。
- (6) 商店街でイオンの電子マネー「WAON（ワオン）」が使える、この取り組みは全国初と言われている。

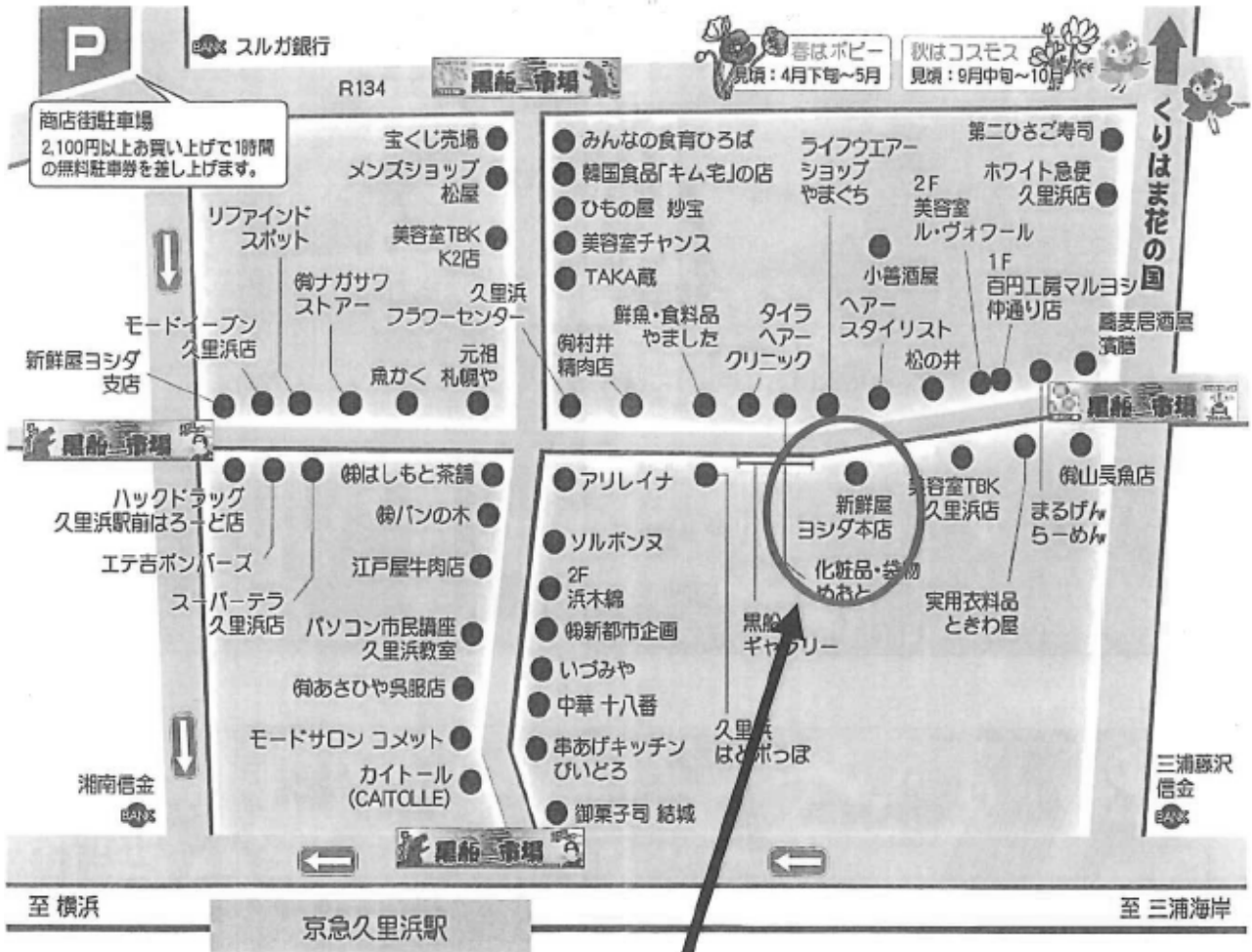
### 3. 課題

- (1) 三浦半島の南端にあり、地域内競争のほか、横須賀市中心部や横浜市といった都市との地域間競争が厳しい状況にあり、お客様を他地域に行かせない取組みが必要とされている。
- (2) 商店街への来客数は、約20年前に比べ半減している。
- (3) 地域的にみると、イオンSCや久里浜駅のショッピングビルの集客力により増加しているが、商店街は素通りされることが多く、お客が商店街に留まらない現実もある。
- (4) シャッター通り化は進んでいない方だが、店舗の入れ替わりは多い状況にある。
- (5) 多くの店舗では経営状況が厳しく、家族労働が多くなっているため、労働負担が非常に大きくなっている。
- (6) 閉店の理由の一つとしては、店主の高齢化、跡継がない等がある。

久里浜黒船仲通り商店街の位置（地図上のAおよび赤線のところ）



# 久里浜黒船仲通り商店街マップ



☆「黒船産直市場」開設場所  
(新鮮屋ヨシダ本店内)

## 4. 事業の特徴

### (1) 取組事業の特徴

①地場産品として、新たに地元の生産者グループから仕入れる青果物に加え、水産物や精肉等を利用した加工品、惣菜、菓子等を品揃えした。

②さまざまな地場産品がある商店街を「黒船市場」として、新鮮で美味しく、活気があふれ、楽しい商店街とすることを目指した。

- ・「黒船市場」は、地場の豊かな野菜や魚介類等が新鮮なままで提供する。
- ・「黒船市場」は、地場産品等の新鮮な食材を利用した出来たての惣菜等提供する。
- ・「黒船市場」には、ここにしかない商品がある。

③青果店の一部を改装して新たに地場産品のメイン売場である「久里浜黒船産直市場」（常設売場）を設置した。

- ・場所：新鮮屋ヨシダ本店内（青果店）
- ・商品：地場産の青果物、加工品等
- ・特徴：地場産青果物以外に、各店の地場産品等情報も発信。

④新たに各店舗における地場産品を「黒船市場の地場産品」として販売した。

- ・各店の地場産品および地場産の食材を活用した惣菜等。
- ・メイン売場「久里浜黒船産直市場」と各店舗との連携により、商店街における面的な取組みとした。

⑤黒船をキーワードに新商品開発を行い「黒船市場のブランド品」として販売した。

- ・「黒船」がイメージできる商品を考案する。
  - ・ここにしかない商品を創作して販売する。
- ◎新商品（例）
- 黒船チキン（からあげ）：江戸屋牛肉店
  - 黒船焼き（大判焼き）、黒船ドーナツ：パンの木
  - 銘茶黒船、自家焙煎コーヒー黒船マイルド：はしもと茶補 等

⑥月に2回（基本：15日と月末の金曜と土曜）開催される商店街の特売である戸板市（といたいち）を活用して、「久里浜黒船産直市場」のセールを行った。

- ・地場産品等の魅力をアピールして販売強化するために試食販売を行った。
- ・「久里浜黒船産直市場」に集客を増やして知名度アップにつなげた。
- ・常設販売とセールによる相乗効果により、取組みにメリハリをつけた。

## (2) 実施体制の特徴等

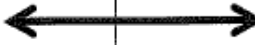


- ①商店街全体の取組みである。(次のような段階により取組んでいる。)  
⇒主要メンバーによる基礎作り → メンバーの拡大(参加店の増加)  
→ 商店街全体の意識改革
- ②新たに設置した「久里浜黒船産直市場」には、青果店の地場産品だけではなく、精肉店、鮮魚店、乾物店等が選んだ地場産品等の販売を行った。  
⇒久里浜黒船産直市場の売場には、商店街内の各店の目利きにより品揃えを行った。
- ③青果物は、新たに地元生産者グループから仕入れを行った。  
⇒地元生産者と商店街の連携により親密なコミュニケーションを図った。
- ④商店街振興に詳しい中小企業診断士の佐藤卓氏(アイ・コンサルティング協同組合理事)を迎え、事業進行や取組内容、効果分析、今後の方向等の総合的な支援を受けた。 ⇒商店街全体での取組方向を検討し取組みを進めた。

## (3) 安全・安心への留意点

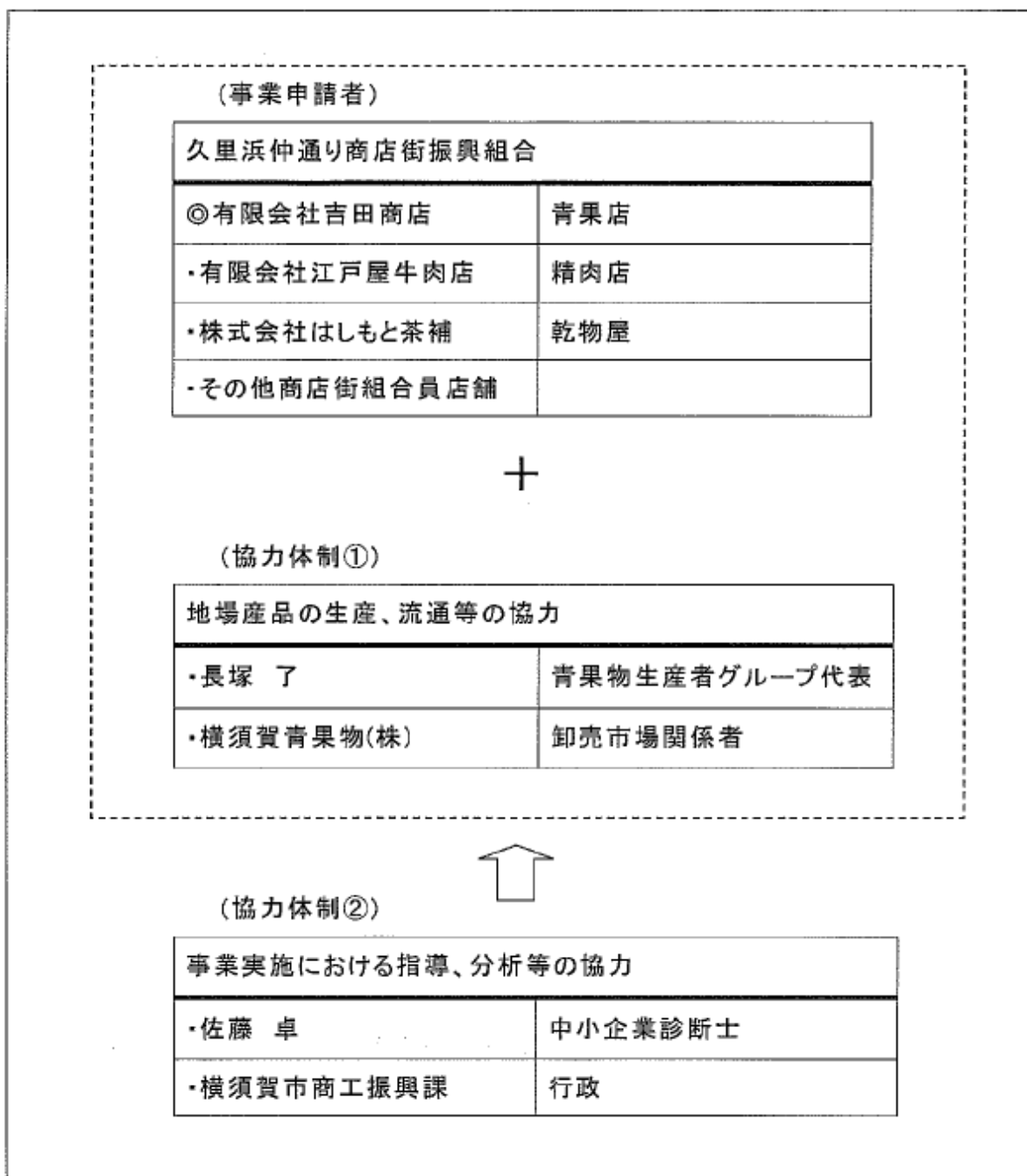
- ①産地、生産者、こだわり等を表記等により伝えた。
- ②産地等の表記にあたっては、共通POPを活用した。
- ③地場産品は鮮度が最も大切であると考え、当日売り切りを強化した。
- ④対面販売の良さである店員からの情報提供を強化した。  
⇒「久里浜黒船産直市場」から各店舗への誘導を図った。  
(産直市場の情報強化を各店で補った。)

## 5. 事業の概要

### (1) 実施状況

項目	平成 21 年			平成 22 年	
	(10 月)	11 月	12 月	1 月	2 月
1) 企画検討会 ・本検討会		第 1 回 11/5	第 2 回 12/21		第 3 回 2/18
・作業部会		①11/17 ②11/27		③ 1/8 ④1/25	
2) 実態調査		 <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: auto;"> <ul style="list-style-type: none"> <li>・仕入、販売状況の把握</li> <li>・お客様のニーズアンケート等</li> </ul> </div>		 <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: auto;"> <ul style="list-style-type: none"> <li>・地場商品の販売状況</li> <li>・お客様の評価アンケート等</li> </ul> </div>	
			12/15 第 1 回アンケート	1/29 第 2 回アンケート	
3) モデル事業の実施 「黒船産直市場」		 <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: 40%;"> <ul style="list-style-type: none"> <li>・店舗改修</li> <li>・事業PR</li> <li>・チラシの配布等</li> </ul> </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: 40%;"> <ul style="list-style-type: none"> <li>・モデル事業実施</li> <li>・検討会での検討</li> <li>・先生からの指導等</li> </ul> </div> </div>			
(1) 常設売場 ア. 店舗改装  イ. 販売		①設計 →	②工事 →		
			12/23 終了		
			第 1 期:12/4～ →既存売場で青果物の販売	第 3 期:1/23～ →新設売場で様々な商品を販売	
			第 2 期:12/25～ →新設売場で青果物等の販売		
(2) 特別セール【戸板市】		〇プレ販売 11/27～28	第 1 回 12/15 第 2 回 12/25～26	第 3 回 1/15 第 4 回 1/29～30	第 5 回 2/15 第 6 回 2/26～27
(3) 各店舗での販売			12/15～		
(4) 販促チラシ		第 1 回 11/27 →プレセール	第 2 回 12/4 →産直品販売 第 3 回 12/15 →特別セール 第 4 回 12/18 →新設売場予告 第 5 回 12/25 →新設売場設置 第 6 回 12/25 →特別セール	第 7 回 1/15 →新設開店予告 第 8 回 1/15 →特別セール 第 9 回 1/23 →グランド OP 第 10 回 1/29 →新開店 2 弾 第 11 回 1/29 →特別セール	第 12 回 2/5 →新開店 3 弾 第 13 回 2/15 →特別セール 第 14 回 2/19 →新開店 4 弾 第 15 回 2/26 →特別セール

(2) 実施体制



(3) 検討委員

	委員名	所属	役職
検討委員 (主要メンバー)	近 藤 匠	有限会社江戸屋牛肉店	代表取締役
	橋 本 篤一郎	株式会社はしもと茶補	代表取締役
	吉 田 康 夫	有限会社吉田商店	代表取締役
	長 塚 了	青果物生産者グループ	代表
	池 上 岩 雄	横須賀青果物(株)	代表取締役
	佐 藤 卓	アイ・コンサルティング 協同組合	理事 / 中小企業診断士
	田 中 宏 穂	横須賀市商工振興課	主査

※ 主要メンバーは、取組み開始時の参加者で、事業が進む中で、鮮魚店、干物店、雑貨店、衣料品店、パン店等が参加者となった。また、各店の若手も議論に参加し、取組みを固めていった。また、実際の販売においては、各店舗の方々の協力を得て実施した

## 第2章 事業実施報告書

### 1. 実施状況

#### (1) 地場産品の状況

横須賀市では、地場の農水産業について次のように把握し、生産と消費の増加を進めている。

横須賀市の農水産業は、東西が海に囲まれ、暖流黒潮が岸を洗う暖冬涼夏の恵まれた気候、緑豊かな自然環境の中で、都市近郊農水産業として発展してきている。

横須賀市の農産物生産量は、全国第7位を誇るキャベツを中心に、だいこんなど24,142トン（平成18年度）である。

また、水産物生産量は、カタクチイワシ、サバ類など10,555トン（平成18年）である。

しかしながら、農産物と水産物共に、その9割近くが、京浜地区を始め、横須賀市外へ出荷されているのが実態である。

横須賀市の農産物生産量（平成18年度）

品目	生産量（トン）	割合（％）
キャベツ	16,800	69.6
だいこん	2,180	9.0
かぼちゃ	1,290	5.3
すいか	1,020	4.2
みかん	685	2.8
その他	2,167	9.1
計	24,142	100.0

資料：神奈川県農林水産統計年報

横須賀市の水産物生産量（平成 18 年）

品 目	生産量（トン）	割合（％）
カタクチイワシ	3,372	31.9
サバ類	2,840	26.9
ワカメ	640	6.1
コノシロ	576	5.5
スズキ類	472	4.5
その他	2,655	25.1
計	10,555	100.0

資料：神奈川県農林水産統計年報

横須賀市の農水産物市内流通率（推計）

区 分	市内流通量 （トン）	生産量 （トン）	市内流通率 （％）
農産物	2,428	24,142	10.1
水産物	1,693	10,555	16.0
計	4,121	34,697	11.9

資料：神奈川県農林水産統計年報および横須賀市の聞き取り

なお、次頁は、横須賀市が作成した「農水産物マップ」と「主な農水産物生産カレンダー」である。多品目の農水産物が生産されている状況がわかる。これらの品目を旬に合わせて、消費者に提供していくことで魅力アップを狙う。



横須賀市の主な農水産物生産カレンダー（横須賀市作成）

# よこすかの主な農水産物生産カレンダー

品名	生産量(t)	月											
		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
ホウペツ	18,800												
ダイコン	2,180												
かぼチャ	1,890												
スイカ	1,020												
みかん	685												
きゅうり	546												
じゃがいも	526												
トマト	308												
ナス	278												
ピーマン	204												
白菜	83												
カリフラワー	83												
ブロッコリー	78												
菜の花	73												
ほうれん草	69												
みつばいち	63												
きんぴら	58												
カブ	45												
なすねぎ	43												
かぼチャ	32												
かぼチャ	25												
ピーマン	22												
ピーマン	15												
ピーマン	11												
ピーマン	10												
ピーマン	6												
ピーマン	4												
ピーマン	-												
スイートコーン	-												
いちご	-												
サニーレタス	-												
キャベツ	-												
かぼチャ	-												
生糸	-												
きんぴら	-												
ピーマン	-												
ゴーヤ	-												
シシトフ	-												
トウモロコシ	-												
オクラ	-												
ズッキーニ	-												
ピーマン	-												
モロヘイヤ	-												

品名	生産量(t)	月											
		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
カタクリイシ	3,372												
サケ	2,840												
ウナギ	640												
コナシ	576												
スズキ	472												
ブリ	440												
ヒラメ	185												
ブリ	146												
ムサシ	132												
カクレイシ	103												
ササエ	88												
ササエ	88												
マイワシ	83												
コナシ	78												
カクレイシ	77												
コナシ	72												
マアジ	45												
カクレイシ	44												
ササエ	34												
アサギ	23												
ヒラメ	21												
アサギ	16												
スズキ	16												
マアジ	14												
ササエ	13												
カクレイシ	12												
アサギ	12												
アサギ	10												
イサキ	10												
モンメダイ	10												
アサギ	10												
アサギ	7												
アサギ	6												
イサキ	5												

●農産物のとれる時期    ●農産物のとれない時期    ●水産物のとれる時期    ●水産物のとれない時期  
 資料・単位：農林水産省統計年報ほか。生産量は平成18年度(2006年度)水産物は平成16年(2004年)の生産量。●水産物では生産量も記載していないものあり

## (2) 取組状況

### 〔補助対象〕

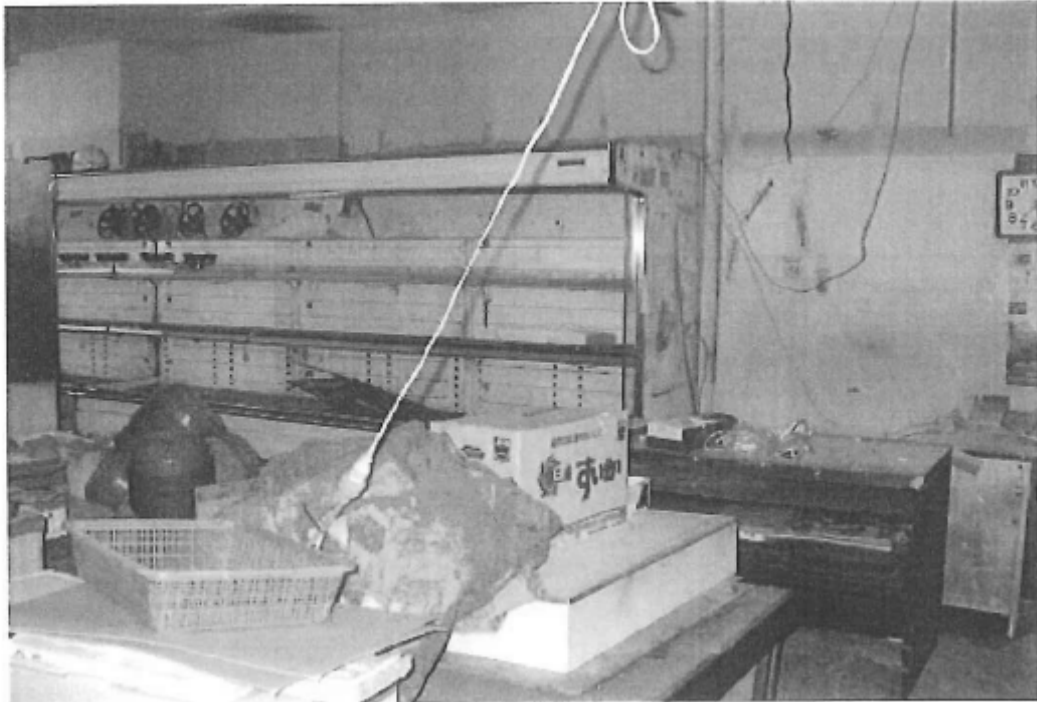
#### ① 「久里浜黒船産直市場」の設置：新鮮屋ヨシダ本店の改装

「久里浜黒船産直市場」を青果店である新鮮屋ヨシダ本店に設置することとして工事を開始した。なお、工期は平成21年11月29日～平成21年12月23日までであった。なお、設計にあたっては、店内に消費者を誘導することを考えた広めの通路とし、旬などに合わせて地場産品を品揃え出来るように、全体を黒船エリアとしたうえで、野菜エリア、くだものエリア、連携店舗の商品エリアとした。

改装前のヨシダ本店



解体中のヨシダ本店



営業しながら改装中のヨシダ本店



久里浜黒船産直市場の地場野菜



久里浜黒船産直市場の山積みされた地場野菜



久里浜黒船産直市場の人通りが増加



いろいろな試食を実施・好評



地場産の海産物（はしもと茶舗）



地元で加工された海産物（妙宝水産）



地場産野菜を使った漬物（ヨシダ商店が仕入れ）



アツアツの黒船焼きを求めるお客さまは「パンの木」へ誘導





## ②POPの作成・活用

「久里浜黒船産直市場」の統一マークを設定し、POPを作成し活用した。統一のPOPを活用することで、地場産品や黒船市場ブランド品を明確にすることで、消費者にアピールした。なお、このPOPは、各店舗で販売される地場産品や黒船市場ブランド品においても活用可能とした。



### ③チラシの配布



平成21年11月27日の道路上に段ボール箱を並べてのプレ販売のチラシに始まり、平成22年2月26日までに計15回の新聞折り込みチラシを配布した。なお、1回あたりの配布数は1万6千部である。このチラシは、商店街内の各店にも配布すると共に、各店での消費者への配布や路上における手配りも行った。(折り込みチラシの日付は売り出し日ベースで、実際の配布は前日である。)

- |      |             |                      |
|------|-------------|----------------------|
| 第1回  | 平成21年11月27日 | ⇒プレセール               |
| 第2回  | 平成21年12月4日  | ⇒既存売場における産直品の販売(第1期) |
| 第3回  | 平成21年12月15日 | ⇒戸板市に合わせた特別セール       |
| 第4回  | 平成21年12月18日 | ⇒新設売場(第2期)の開設予告      |
| 第5回  | 平成21年12月25日 | ⇒新設売場(第2期)のオープン      |
| 第6回  | 平成21年12月25日 | ⇒戸板市に合わせた特別セール       |
| 第7回  | 平成22年1月15日  | ⇒新設売場(第3期)の開設予告      |
| 第8回  | 平成22年1月15日  | ⇒戸板市に合わせた特別セール       |
| 第9回  | 平成22年1月23日  | ⇒久里浜黒船産直市場のグランドオープン  |
| 第10回 | 平成22年1月29日  | ⇒久里浜黒船産直市場の開店第2弾     |
| 第11回 | 平成22年1月29日  | ⇒戸板市に合わせた特別セール       |
| 第12回 | 平成22年2月5日   | ⇒久里浜黒船産直市場の開店第3弾     |
| 第13回 | 平成22年2月15日  | ⇒戸板市に合わせた特別セール       |
| 第14回 | 平成22年2月19日  | ⇒久里浜黒船産直市場の開店第4弾     |
| 第15回 | 平成22年2月26日  | ⇒戸板市に合わせた特別セール       |


平成 21 年 11 月 27 日：プレセール

**号外** 三浦半島 採れたて新鮮!

**「黒船直市場」**  
来春1月より開設しま〜す。



地場産品を集めたお店を創ります。  
生産者の顔が見える安心食材です。  
三浦・横須賀の野菜や近海の水産物  
また、黒船ブランドの“黒船チキン”  
・“サツマイモ餡の黒船焼”・海産干物  
食卓に・友人への手土産など  
お気軽にお立ち寄りくださ〜い。



久里浜黒船仲通り商店街  
事務局: TEL 046-836-3076

**プレセール**

**11月27日・28日(戸板市セール)**  
特設ワゴンにてお披露目セールを開催いたします。  
28日はWチャンスガラポン抽選会も開催いたします。

# OPEN

## 12月25日

午前10時～



### 黒船産直市場

くちくち

### 久里浜

**江戸屋牛肉店**

創作お惣菜で新鮮野菜は小口マツタケ、黒船子エビ

**ひもの 妙宝水産**

北島漁場で取れた鮮魚を、自社工場での完成品です。

**新鮮屋 ヨシダ**

三浦の生屋敷家の方々が、店舗直営にやっています。白作の産物はどう売りが込みか？  
二期待ってください！

**産直**

**久里浜名物**

## 戸板布

同種 魚かき

地元のお魚介類を使った創作手廻りのお惣菜、白作わりのおかずです。

**焼そば たか蔵**

好評な焼そばを、新たに黒船産直市場に作ってました。

**新鮮屋 ヨシダ本店**

地産産品と集めたお店が開店します。生産者の顔が見える安心素材です。三浦・香取産の野菜や近海の水産物。また、黒船子エビの、黒船子エビ、サツマイン産の黒豆、湖産干物、食糧に、友人への手土産などに、お買物に立ち寄りください。

**やまのりた鮮魚店**

新鮮な地場魚貝類を、豊富な品揃えで、

**パンのホ**

創作まんじゅう「黒船焼」が復活します。

**はしもと茶舗**

三浦名産の海産物、天日干しわかめ、わかめがひじき、黒船産直市場「早稲こめ」の「アガヒ」久里浜産の「はしもと茶」

**香取産**

この際、香取産のご物産によりまして、車庫敷の跡が見える地産産品を多くのお店を設けました。香取産の野菜や水産物、また香取産の「黒船子エビ」も、黒船産直市場に、新鮮な産物をお届けいたします。お楽しみにしてください。

久里浜産物産物振興会  
理事長 野村 隆

**久里浜産物**

ごあいさつ

**新鮮屋 ヨシダ本店**

久里浜産物産物振興会  
理事長 野村 隆



黒船産直市場  
久里浜

# お祭り

**1月23日(土)**  
**午前10時**

久里浜黒船産直市場

**安全・安心の商店街専門店が品揃え!**  
新鮮な食材が品揃え!  
当日の買上で粗品進呈!

新幹線直達 商店街内  
当日の買上で粗品進呈!

**生産者の顔の見える食材!**

毎日・新鮮 産地直送便

- \* 神奈川県産品
- \* 三浦半島産品
- \* 横須賀産品
- \* 三浦名産海産物

**明るい店内でごゆくり**

久里浜名産品を

特産品：野苺、りんご、みかん、みょうろ、みょうろ、みょうろ、みょうろ

**協賛店からの創作三浦品**

黒船三浦品 専売特許

三浦市産 成川はん

久里浜産 山田さん

久里浜産 三浦市産 成川はん

久里浜産 三浦市産 山田さん

三浦市産 成川はん

久里浜産 山田さん

久里浜産 三浦市産 成川はん

久里浜産 三浦市産 山田さん

三浦市産 成川はん

久里浜産 山田さん

久里浜産 三浦市産 成川はん

久里浜産 三浦市産 山田さん

協賛店からの創作三浦品

黒船三浦品 専売特許

協賛店からの創作三浦品

黒船三浦品 専売特許

協賛店からの創作三浦品

黒船三浦品 専売特許

協賛店からの創作三浦品

黒船三浦品 専売特許

協賛店からの創作三浦品

黒船三浦品 専売特許

協賛店からの創作三浦品

黒船三浦品 専売特許

〔商店街の自主的取組み〕

①横断幕の設置

商店街の入口4ヵ所に、統一マークと共に「黒船産直市場開設しました!」と書かれた横断幕を設置した。久里浜黒船産直市場の設置を外側からもアピールして、商店街に消費者を引き込み、関心を持たせる役割を持たせた。



②のぼりの設置

商店街内の柱全てに、統一マークと黒船産直市場を表した「のぼり」を設置した。消費者へのアピールと共に商店街全体の取組みとなるために設置した。



### ③黒船産直市場の参加店（出品店）用たれ幕

久里浜黒船産直市場と商品を出している参加店との連携を明確にするために、参加店に統一マークを記した「たれ幕」を設置した。



#### ④戸板市用たれ幕のリニューアル

毎月15日と月末の金曜と土曜に開催される商店街のセールである戸板市の時に商店街入口にさげられる垂れ幕をリニューアルし、統一マークを配したものとした。戸板市に合わせた特別セールも合わせてアピールした。




## 2. 事業評価

※本事業での仕入先、主な仕入れ品目は以下の通りである。

仕入先	主な品目
①河田農園（農家）	大根、キャベツ、白菜、人参、かぶ、ほうれん草、小松菜、長ネギ、分葱（わけぎ）、ブロッコリ
②山田孝之（農家）	キャベツ、大根、人参、トマト
③あほうどり（民宿）	三浦産野菜の漬物、三浦産野菜のプリン、マグロ角煮、マグロそばろ、マグロ味噌
④長谷川農園（農家）	大根
⑤湊魚問屋	三崎冷凍マグロ
⑥はしもと茶屋	海産物（ワカメ、ヒジキ、コンブ）、茶
⑦江戸屋	県内産豚肉
⑧妙宝水産	干物

### (1) 販売状況

事業評価のために、事業目標を以下のように定め実施した。吉田商店本店の直売上高の約10%アップを目標としたが、結果は7%アップとなった。なお、久里浜黒船産直市場における参加店の売上高をプラスすると目標値となった。

<p>①吉田商店本店の直近の売上高</p> <p>4,700,000円/月：平成21年8月</p> <p>②吉田商店本店のモデル事業終了時における目標売上高</p> <p>5,200,000円/月</p>

<p>③吉田商店本店のモデル事業終了時における売上高（結果）</p> <p>5,031,000円/月：平成22年1月（直近売上高に比べ7.0%アップ）</p>
<p>④久里浜黒船産直市場における参加店の売上げ（月平均）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・海産物等：51,457円/月</li> <li>・食肉等：65,873円/月</li> <li>・鮮魚等：53,115円/月</li> <li>・パン等：8,300円/月</li> </ul> <hr/> <p>計 178,745円/月</p>
<p>○参考（吉田商店本店 + 参加店）</p> <p>5,031,000円/月 + 178,745円/月 = 5,209,745円/月</p> <p>（直近売上高に比べ10.6%アップ）</p>

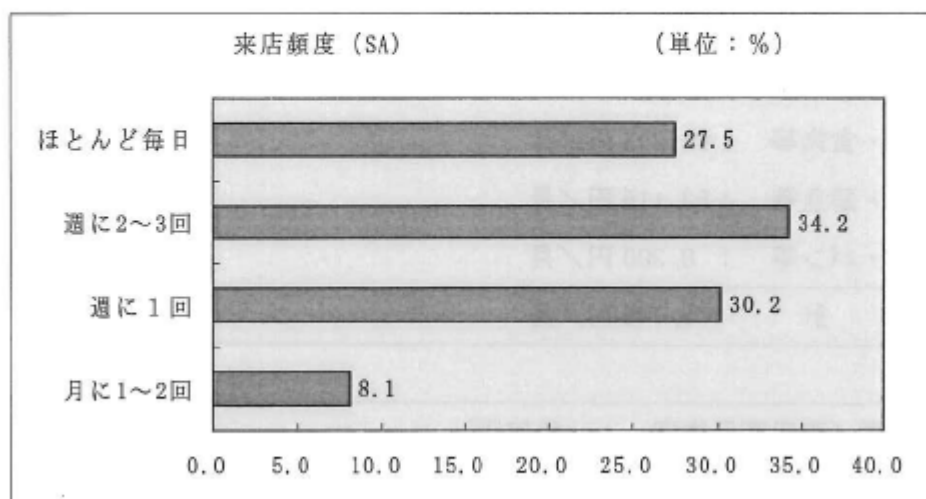
## (2) 消費者の意見（アンケート調査結果）

消費者の商店街や久里浜黒船産直市場に対する評価や要望等を把握するために、平成 21 年 12 月と平成 22 年 1 月に、チラシを活用する方法でアンケート調査を 2 回実施した。ヘビーユーザーである 60 歳以上の女性から複数の回答が寄せられた。

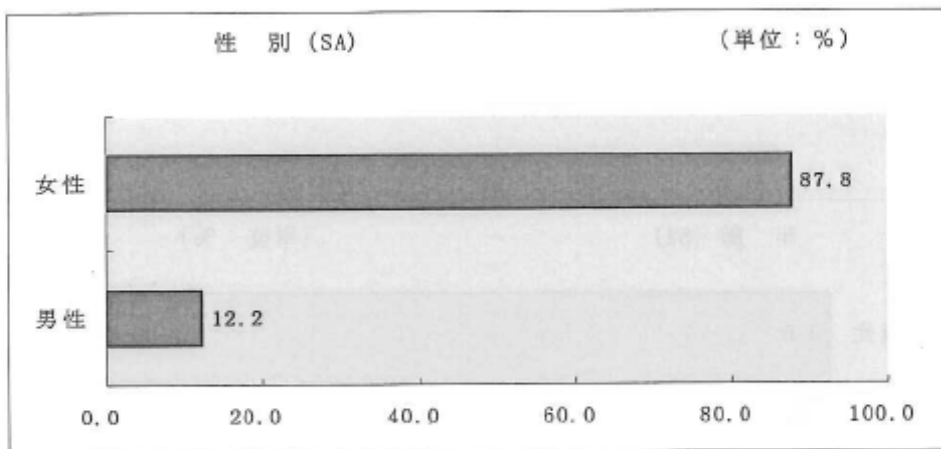
### ○第 1 回消費者アンケート

- ・配布日 : 平成 21 年 12 月 15 日
- ・配布方法 : チラシの一部にアンケートを印刷
- ・回収期間 : 平成 21 年 12 月 15 日～12 月 23 日 (約 1 週間)
- ・回収方法 : 回収場所として設置した店舗に持参
- ・調査内容 : 商店街の現状における評価やニーズ等の把握
- ・回収数 : 151 票

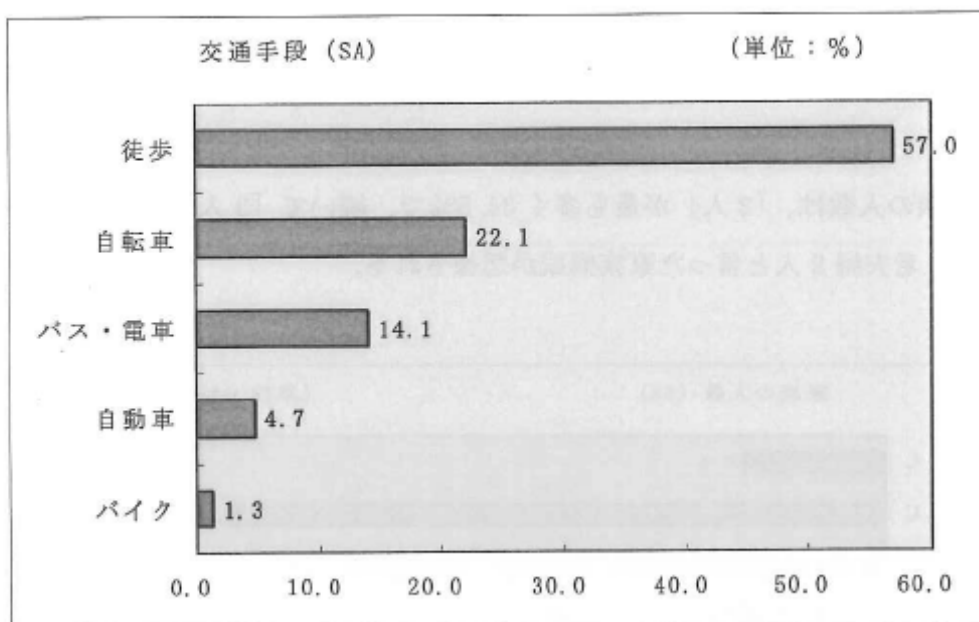
①来店頻度は、「週に 2～3 回」が最も多く 34.2%で、続いて「週に 1 回」が 30.2%であった。「ほとんど毎日」は 27.5%で、「週に 2～3 回」と合わせると 1 週間に複数回来店する消費者が約 6 割であった。日頃、商店街をよく利用する人からの回答である。



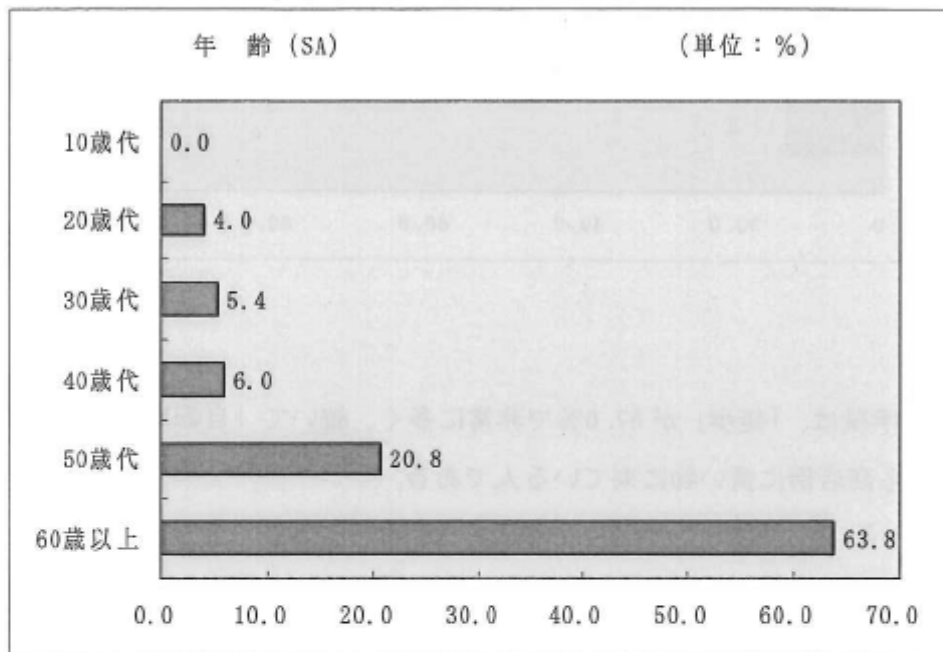
②性別は、「女性」が87.8%とほとんどであった。



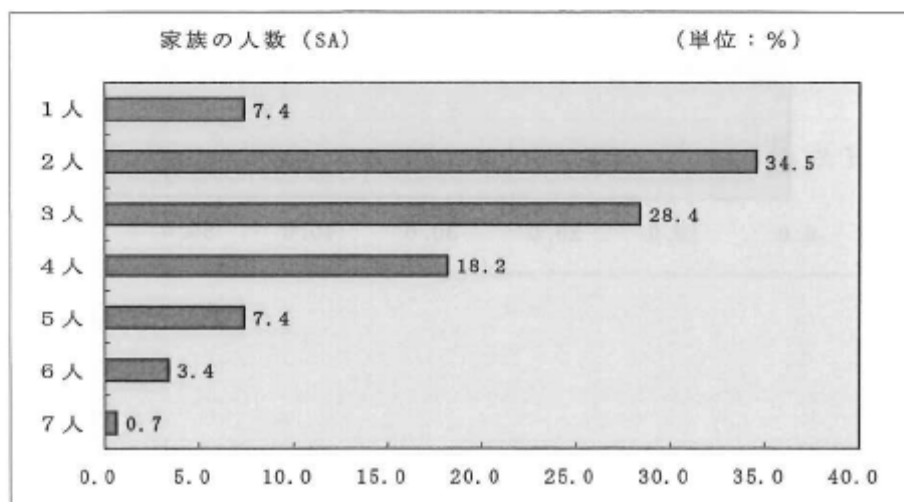
③交通手段は、「徒歩」が57.0%で非常に多く、続いて「自転車」22.1%で、近隣から商店街に買い物に来ている人である。



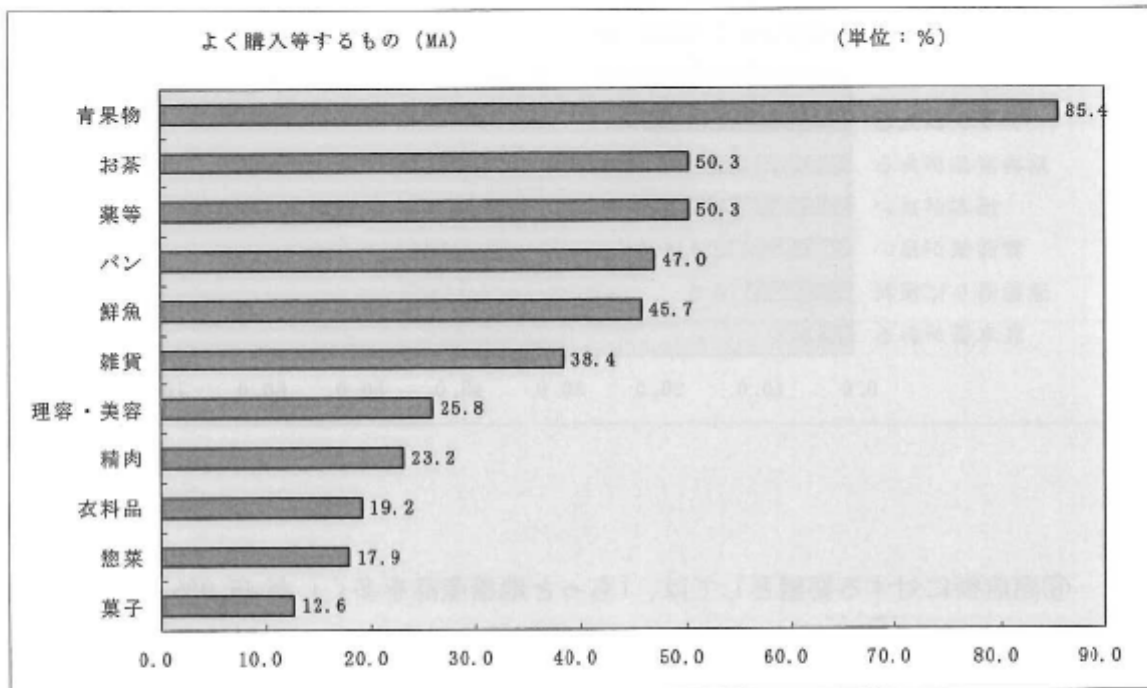
④年齢は、「60歳以上」が63.8%で非常に多くを占め、続いて「50歳代」が20.8%であり、顧客の年齢層の高さがうかがえる。なお、検討会メンバーからは、回答欄に70歳以上があれば、この年代が最も多くなるのではないかとの意見があった。



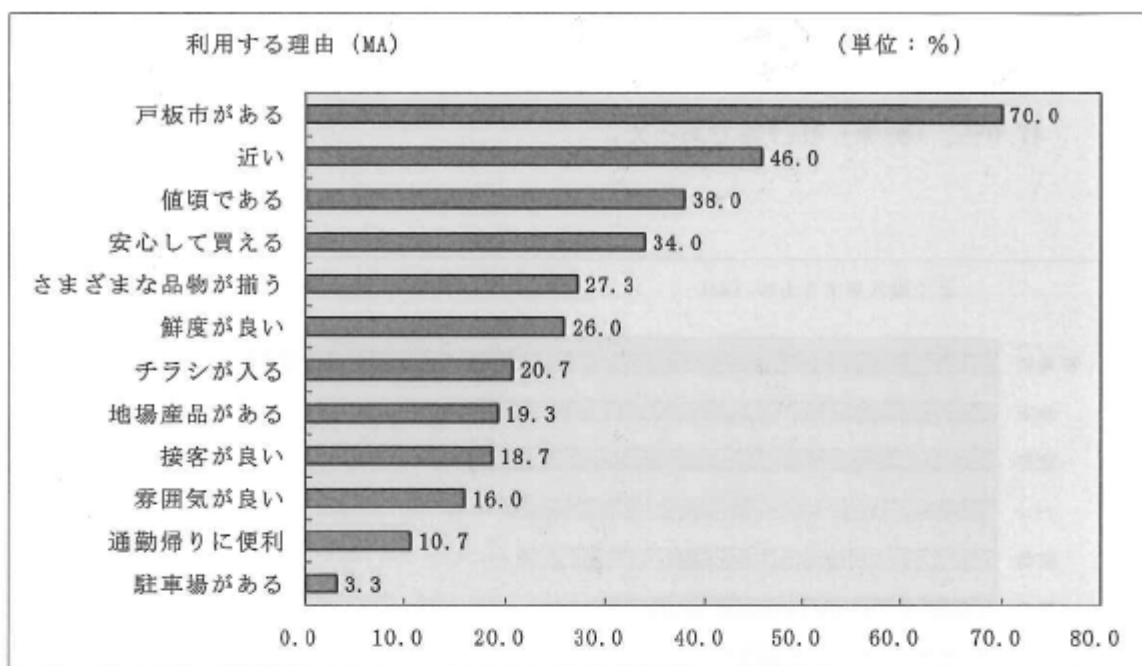
⑤家族の人数は、「2人」が最も多く34.5%で、続いて「3人」の28.4%であった。老夫婦2人と言った家族構成が想像される。



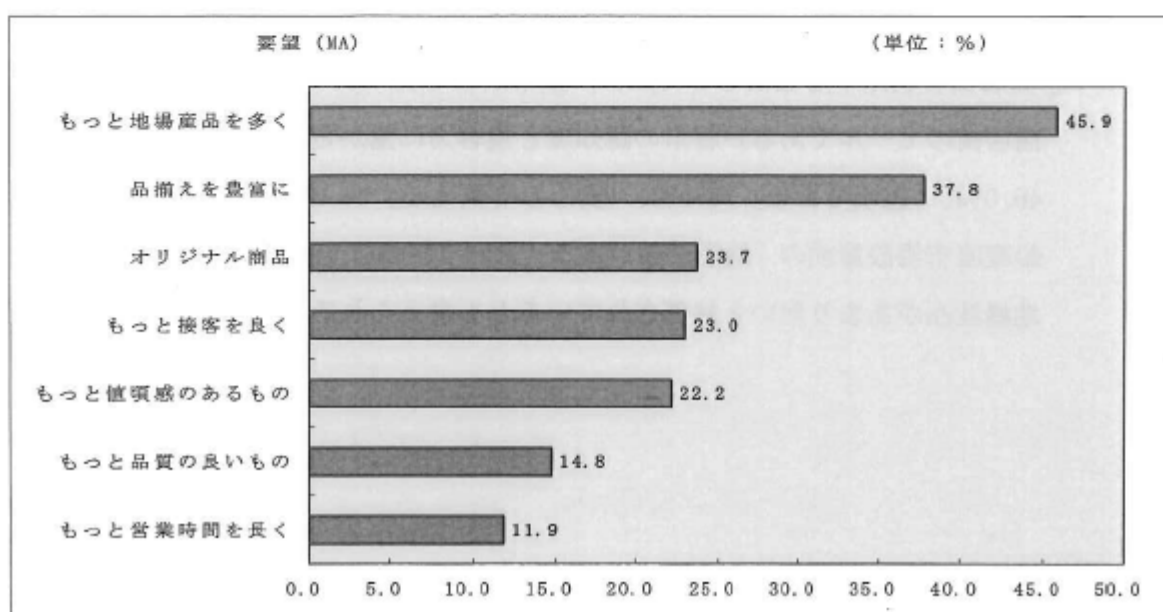
⑥よく購入等をするものは、「青果物」が非常に多く 85.4%でほとんどの人が購入している状況がうかがえる。続いて「お茶」50.3%、「薬等」50.3%、「パン」47.0%、「鮮魚」45.7%であった。



⑦商店街を利用する理由としては、「戸板市がある」が70.0%と群を抜いており、商店街のセールである戸板市の認知度と集客力に驚かされる。続いて「近い」46.0%、「値頃である」38.0%、「安心して買える」34.0%であった。久里浜黒船産直市場設置前の「地場産品がある」という評価は19.3%と低く、現状では地場産品があまり無いと評価されているとも考えられる。



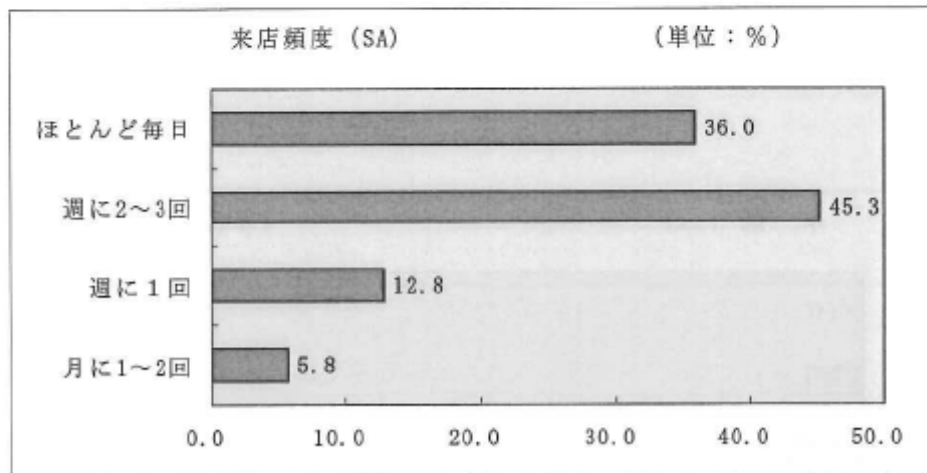
⑧商店街に対する要望としては、「もっと地場産品を多く」が45.9%と半数近くを占めており、地場産品に対する要望の強さがうかがえる。続いて「品揃えを豊富に」が37.8%あり、「オリジナル商品を」23.7%、「もっと接客を良く」23.0%、「もっと値頃感のあるものを」22.2%であった。



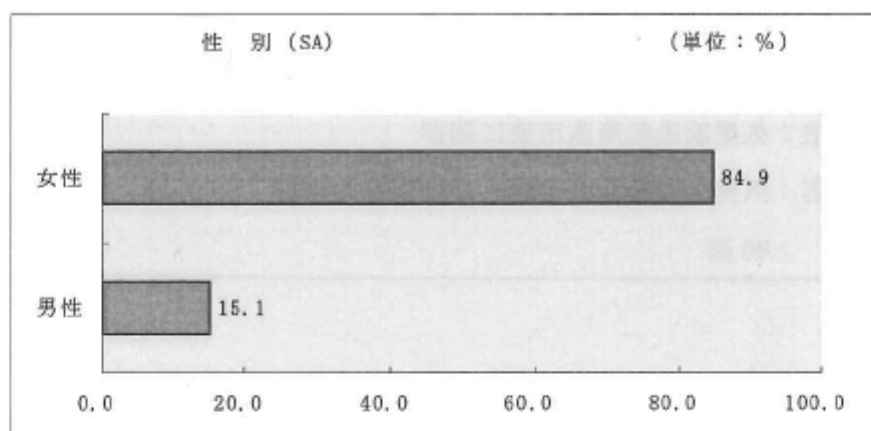
## ○第2回消費者アンケート

- ・配布日 : 平成 22 年 1 月 29 日
- ・配布方法 : チラシの一部にアンケートを印刷
- ・回収期間 : 平成 22 年 1 月 29 日～2 月 6 日 (約 1 週間)
- ・回収方法 : 久里浜黒船産直市場に持参
- ・調査内容 : 久里浜黒船産直市場への要望等の把握
- ・回収数 : 86 票

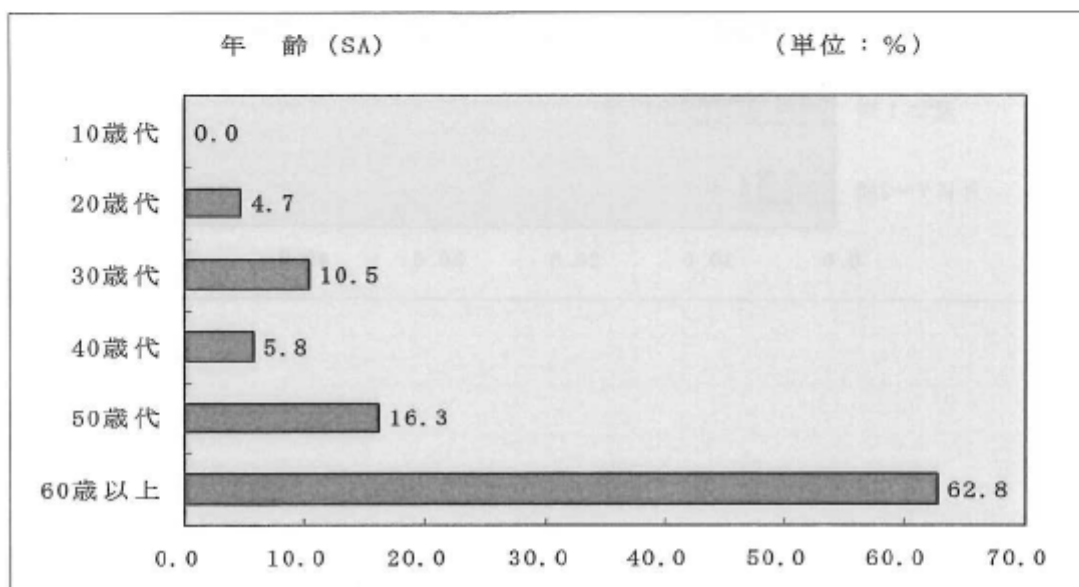
①来店頻度は、「週に 2～3 回」が最も多く 45.3%であった。続いて「ほとんど毎日」が 36.0%で、「週に 2～3 回」と合わせると、今回のアンケートでは 1 週間に複数回来店する消費者が約 8 割であった。今回も日頃、商店街をよく利用する人からの回答であった。



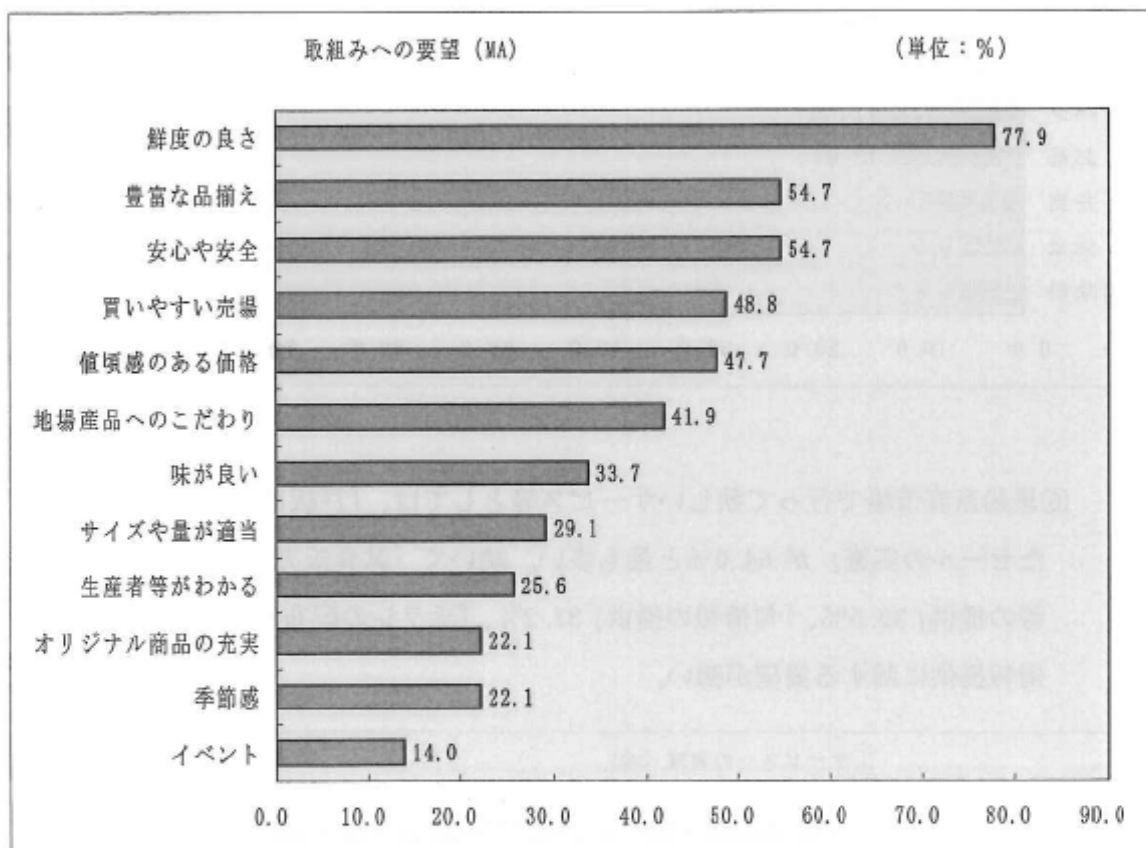
②性別は、今回も「女性」が84.9%とほとんどであった。



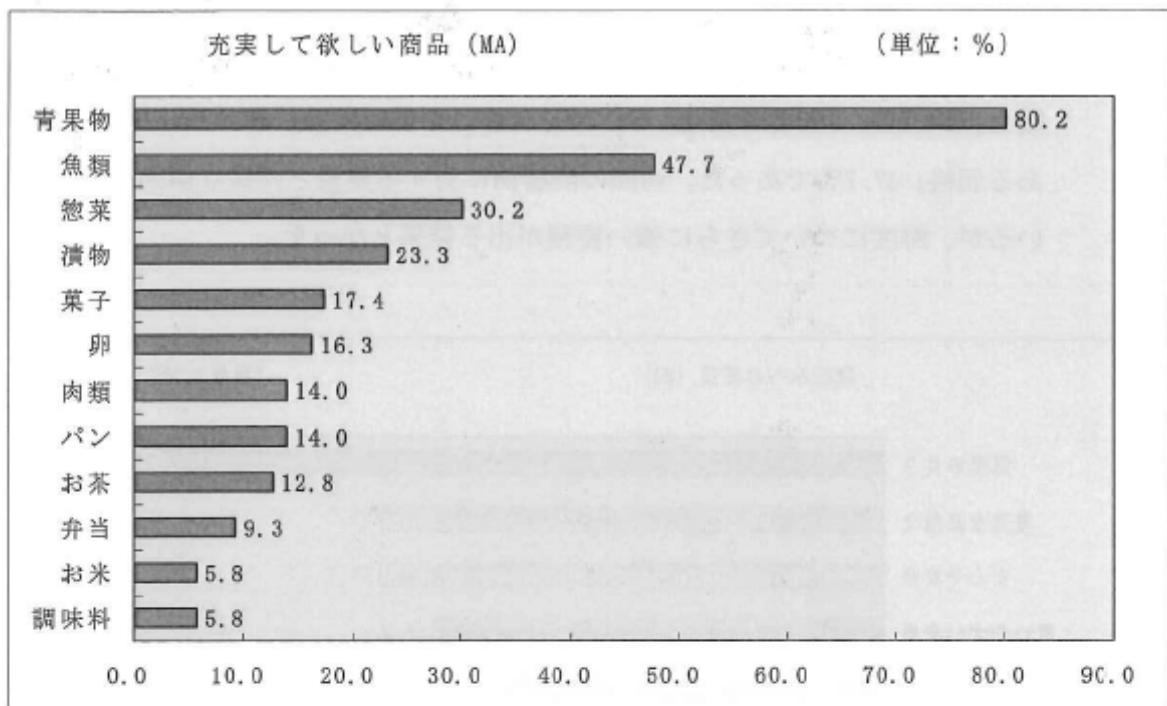
③年齢は、「60歳以上」が62.8%で非常に多くを占め、続いて「50歳代」が16.3%であり、今回も顧客の年齢層の高さがうかがえる。女性のこの年代が商店街のヘビーユーザーであることは明確である。ヘビーユーザーへの対応と新規ユーザーの開拓について検討する必要がある。



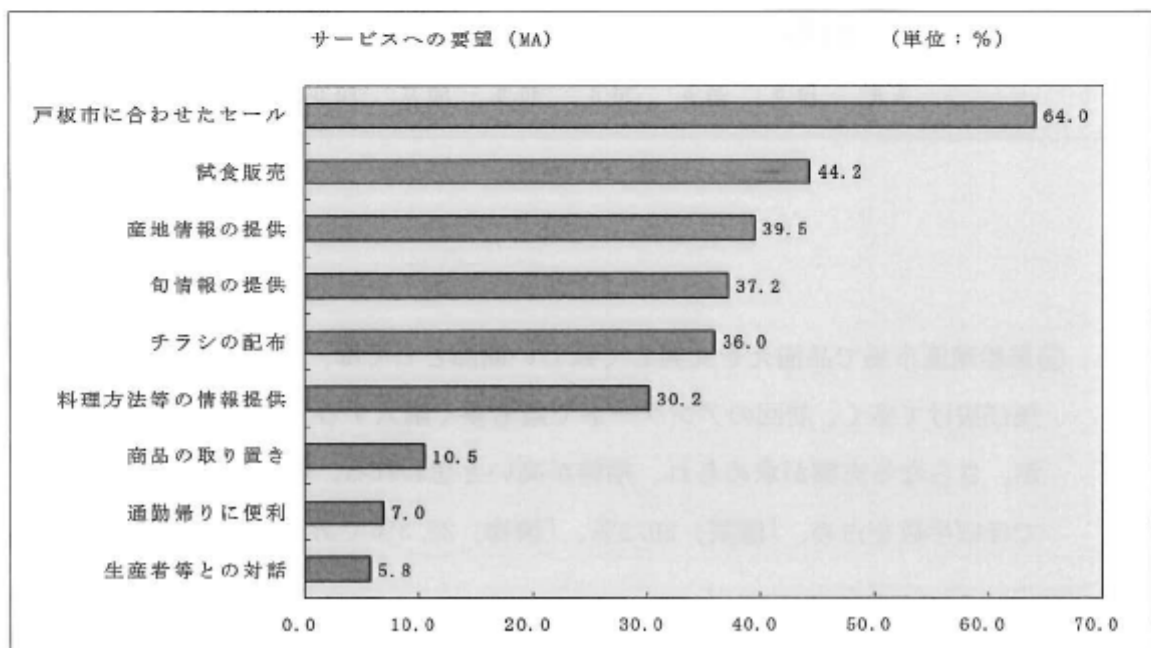
④黒船産直市場で力を入れて取組んで欲しいことは、「鮮度の良さ」が77.9%大変多くの回答を得ており、鮮度に対する期待がうかがえる。続いて「豊富な品揃え」54.7%、「安心や安全」54.7%、「買いやすい売場」48.8%、「値頃感のある価格」47.7%であった。前回の商店街に対する要望と同様な傾向が現れているが、鮮度についてさらに強い要望が出る結果となった。



⑤黒船産直市場で品揃えを充実して欲しい商品としては、「青果物」が80.2%と飛び抜けて多く、前回のアンケートで最も多く購入するものが青果物であったが、さらなる充実が求められ、期待が高いと思われる。続いて「魚類」47.7%でほぼ半数を占め、「惣菜」30.2%、「漬物」23.3%であった。



⑥黒船産直市場で行って欲しいサービス等としては、「戸板市（特売）に合わせたセールの実施」が64.0%と最も多い。続いて「試食販売」44.2%、「産地情報の提供」39.5%、「旬情報の提供」37.2%、「チラシの配布」36.0%であった。情報提供に関する要望が強い。



### (3) 参加者等の意見

平成 21 年 11 月 27 日のプレセールから始まり、第 1 期：平成 21 年 12 月 4 日の既存売場での産直品の販売、第 2 期：平成 21 年 12 月 25 日の新設売場での産直品等の販売、第 3 期：平成 22 年 1 月 23 日の久里浜黒船産直市場グランドオープンと事業を取組んできた参加者等の意見は次のとおりである。

- ・販売を開始すると、「はばのり」等の季節限定商品が 2 倍の売れ行きになった。
- ・それぞれが考案した黒船市場の新商品も人気が高かった。
- ・商店街は、旬のものを売るのが基本だと思う。その考え方に沿った商品が並んだことが良かったのだと思う。
- ・季節によって品揃えに偏りや、品揃えが難しい状況なども出てくると思われ、それらを商品開拓や商品開発でどのように補って行くかはこれからの課題である。
- ・参加店の商品は、自由に手に取れる点で良いとの意見もあるが、生鮮品においては、ロスについても考える必要がある。もっと温度管理ができるショーケース等も必要だと思う。
- ・明らかに、商店街内の人の流れが変わった。久里浜黒船産直市場を見てから、他の店を見るような人も増えたと思う。
- ・青果店が参加店の商品を管理するうえで、品質管理の方法、商品知識などもある程度は必要になってくると思う。ただ、久里浜黒船産直市場で全て解決するのではなく、各店との連携により、商店街全体で人の流れが出来るようにすることには変わらない。
- ・商店街全体の取組みとして、大変よいきっかけ作りになった。
- ・チラシは、消費者だけではなく、商店街の人も見ている。取組みを行き渡らせる手法として、内外ともに有効である。
- ・商店街に人が来ることを活用するということでは、食料品店のみの取組みではなく、非食品の店舗も活用出来る。雑貨店では、久里浜黒船産直市場のセールにあわせて、黒船市場の掘り出し市として販売を行い、集客を増やしている。
- ・久里浜黒船産直市場に並ぶ商品が、各店の目利きによるセレクションであることが良い。
- ・久里浜黒船産直市場を各店が道具として、どのように使うかだと思う。うまく使

- ってやれとの感じがもっと出てくると、全体が活気づくと思う。
- ・商店街が良くなれば、自店も良くなると考えて、取り組めるかだと思う。
  - ・久里浜黒船産直市場の前の通行量は確実に増えている。また、店舗の奥まで人が入るようになった。
  - ・10年前の忙しさを思い出した。何かを取組めば人は来てくれる証拠となった。
  - ・試食の効果の高さを知った。人が集まり、購入のきっかけとなる。
  - ・久里浜黒船産直市場だけではなく、各店のブランドが活きる場所が良い。
  - ・客を飽きさせない取組みを、次々に行っていきたいと思う。

### 第3章 今後の課題

久里浜黒船産直市場は、常設の売場として平成22年1月23日のグランドオープン以来、休まず販売が行われている。現状、人通りの変化や店舗内への消費者の誘導等における効果が生まれているが、通年で販売を続け、さらに魅力を増加させ、消費者を飽きさせない取組みを、商店街全体で行って行くことが、商店街の活性化につながり、地場産地の活性化にも通じるものである。そのために次のような点について検討を進めるために、売場活性化会議（仮）等を設置し、定期的な（例：月1回）検討を進める予定である。

#### (1) コンセプト

久里浜黒船産直市場は商店街全体の取組みであることから、多くの店舗で活用できるように検討する。また、大手量販店イオンとの連携においても活用を図る。

#### (2) 商品（品揃え）

旬に合わせた商品、地場産品の新しい発見、黒船ブランド商品の開発など、基礎となる商品の品揃えは着実にし、次々と商品を打ち出していける体制を強化する。

また、各店との連携の他に、各店の商品が一カ所に集まっていることを活かして、複数店舗の商品を集めたギフト商品の開発や、メニュー提案による商品の組合せなども検討していく。

#### (3) 売場（既存店舗との連携）

久里浜黒船産直市場は、既存店に向かうドアの一つである。今回の取組みでは、商品の選択、品切れ、商品管理は各店に任せる形をとった。今後は、テーマに合わせた品揃え（例：雛祭り）なども検討される。

また、久里浜黒船産直市場の手数料を10%（実際は8%で、消費者に付加するポイントカードの得点2%を含む）と設定している。今後、売上げの増加やイベント（試食販売）の実施に伴うパート職員の雇用なども見据え、手数料率についても検討を行う。

#### (4) 販売促進

チラシの効果は大変大きく、商店街の取組みを地元に知らせる方法としては強い。また、商店街内の各店舗の関心を高めるためにも重要なツールである。その他には、試食販売が有効であり、情報発信も含め強化していく。