

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) 「食の回廊」事業

(事業実施地区) 愛媛県四国中央市川之江

(事業申請者) 川之江栄町商店街振興組合

## 第1章 事業の目的、特徴

### 第1節 事業の目的

#### 1) 事業の背景

四国中央市栄町商店街の中ほどに、【情報発信基地】として機能している『四国中央ドットコム』がある。この四国中央ドットコムは、平成16年度の行政合併を機に市の助成を受け、合併各地域の文化の違いや名所案内、お祭り・イベントのお知らせ等を目的に施設(事業)が立ち上がった。個人やサークルなどの方々から気軽に情報発信が出来るスペースとして、『レンタルボックス(発信BOX)』や『イベントスペース』、『オフライン掲示板』を設置し、展示コーナーも適宜更新、施設内での各種イベントも実施してきている。

今後の街の方向性等を探るための度重なる勉強会を実施しながら、この場所の更なる有効利用と定着化、より一層の発展のための活用方向については、当該拠点の有しているコミュニティ機能を強化することによって子育て中の親子やお年寄りの皆さまに親しんで頂くことと、世代を超えた方々のコミュニケーションの促進を図っていくこととした。このような商店街事業を積極的に推進するとともに、これらの機能を強化しつつ維持していくために商店街のメンバーがボランティア活動として実施している。

一方、中心商店街としての存在感を示すためには、普段の何でもない時に来街するメリットを創出する必要がある。このため、生活者のニーズに対応した街の賑わいの提供を図るとともに、商店街に不足する業種の導入や新規起業の受け皿の提供などを通じた購買機会の提供を図り、市民の商店街への期待感と親近感を提供していく必要がある。

このため、以下のような対応策を実施してきているところである。

#### ・商店街への来街メリットの提供

生活者のニーズに対応した街の賑わいの提供を図るとともに、商店街に不足する業種の導入や新規起業の受け皿の提供などを通じた購買機会の提供を図り、市民の商店街への期待感と親近感を提供していく必要がある。

#### ・コミュニティ機能の充実

休憩、トイレ、交流などをはじめとした商店街が果たすべきコミュニティ機能の充実を図る必要がある。

#### ・情報受発信機能の充実

インターネットを駆使した、商店情報、商店街情報、地域情報等の情報受発信機能の

充実を図る必要がある。

- ・社会貢献システムの構築

子供から大人までといった幅広い市民が、商店街と協働して、子育て支援、地域福祉支援などの社会貢献システムを構築する必要がある。

- ・四国中央ドット・コム of 自主的運営

旧川之江市の合併プロジェクトとして、「四国中央ドット・コム」を試験的に開設・運営し、レンタルボックスの運営、市民の情報発信スペースの運営、地域情報の発信、タウンモビリティ等の歩行支援等の事業を行い、多くの市民が活用するなど来街者の減少に歯止めをかける効果が表れている。しかしながら、その運営は、国等の補助金事業に頼っており、自主的な運営を図っているとはいえない面がある。このため、補助金事業に依存しない形で、受益者負担の原則等による四国中央ドットコム of 自主的運営に向けたビジネスモデルの構築を図る必要がある。しかしながら、この種の事業は、対価性を生み出しえない部分もあり、一方的に自立化を図るといった対象にはなりえないものもある。今後は、この種の事業に対しては、新しい公共を担う存在としてのものとビジネスモデルで対応すべきものとのすみ分けを検討していく必要がある。

## 2) 商店街の問題点と課題

中心商店街には、子供から高齢者まで幅広い年齢層の人達が用事のない時（目的のある買い物以外）にも人が集まり、最新の商品や流行等に関する情報や地域の情報などの受発信機能や、コミュニティ（交流）機能、また文化の伝承など様々な公共的役割がある。さらには、商店街のパフォーマンスばかりでなく市民や各種企業の社会的貢献のパフォーマンスを実現化する場としての役割も担っている。

これを栄町商店街にふりかえてみると、当商店街は平成5年にアーケード・カラー舗装を整備し直したにも関わらず、相次ぐ大型店進出・モータリゼーションの進展による郊外への人の流れ・高齢化と後継者問題・空き店舗の増加・交通アクセス等により、当中心市街地は更に急速な空洞化傾向にあった。そのような中で各種イベントも毎年継続的に実施しているが、その時だけは賑わうものの、日常的な賑わいの創出までは及ばなかった。そこで平成16年の行政合併を機にコミュニティスペースの開設・運営など、4ヶ所の空き店舗対策を中心に各種活性化事業に取り組んでいるが、現在はどうにか空洞化に歯止めがかかっている状況と思われる。お陰で、本年7月には経済産業省より全国12,000の商店街の中から『新・がんばる商店街77選』に

選定されるなど各所からの評価も頂けるようになった。



写真 栄町商店街



写真 四国中央ドットコム

しかしながら10年ほど前より当商店街には鮮魚店はなくなり八百屋も現在1軒のみで、【通り】自体の賑わいについての核がなく、特に土・日曜日の来街者は激減したままである。日曜日は青果市場の休みによって、果物店を含む生鮮食料品店が定休日なので尚更閑散とした状況に拍車をかけているものと思われる。

### 3) 事業の目的

当商店街の中ほどに、アーケードに隣接して片側約50メートルに及ぶ公園部分（公衆トイレになっている）がある。その部分の通り自体を会場と見立てて、地元海産物や地域の農産物などの直販生鮮市『食の回廊（仮称）』を新規開催することによる消費の創出と、土・日曜日の賑わい創出及び活性化に繋げる。

将来的には、土曜だけでなく週2日、3日開催と増やしていくことを想定している。

また、本年当組合が新規開設した「四国中央市 観光物産館」との連携により観光ルートの拠点にもなり得るようにし、地域の活性化に向けて様々な相乗効果を上げていくことを目的としている。

### 4) 想定される事業効果

計画段階より各協力団体とのネットワークが更に親密なものになり、事業実施による日曜日の来街者数の増大に伴う商店街の賑わい創出と、延いては各商店の賑わいにも繋げていく。更には、観光を兼ねた遠方からの来客も見込める。事業実施前、実施中、その後の商店街来街者を調査し、向上効果を測定する。

またモデル事業として成功することにより、全国1万を越す各地の商店街でも実施されていくことが可能で、当組合の単独事業というだけでなく、全国的な波及効果が期待できる。

## 第2節 事業の特徴

### 1) 取組み事業の特徴、地域活性化への寄与

本取り組み事業の特徴は、郊外に大規模な予算をかけて新規に整備する「市場」とは違って、既存の商店街の中を「市場」とすることである。市場としての環境を創出するために、設営や雰囲気作りにはこだわり、また来たくなるようなスペース(空間)になるよう配慮したこと。



写真 清潔・綺麗・憧れの市、アーケード内が生鮮物産館に早変わり

また、地域の活性化については、近隣の農家や漁家の有志によるネットワークを構築し、直接販売による消費者との交流機会の提供を行うことにより、消費者ニーズの収集、地産地消による経済循環の機会提供等によりの活性化へ寄与することができるように配慮したこと。

### 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

本取り組み事業は、生産者の方に朝採れ野菜や魚などの新鮮なものを直接搬入する仕組みを導入したこと。さらに、消費者に対して各種所品情報を提供することが可能になり、リピーター客の確保につながる可能性の高い対面販売を導入したこと。

### 3) 取組み事業における安全・安心な食の流通

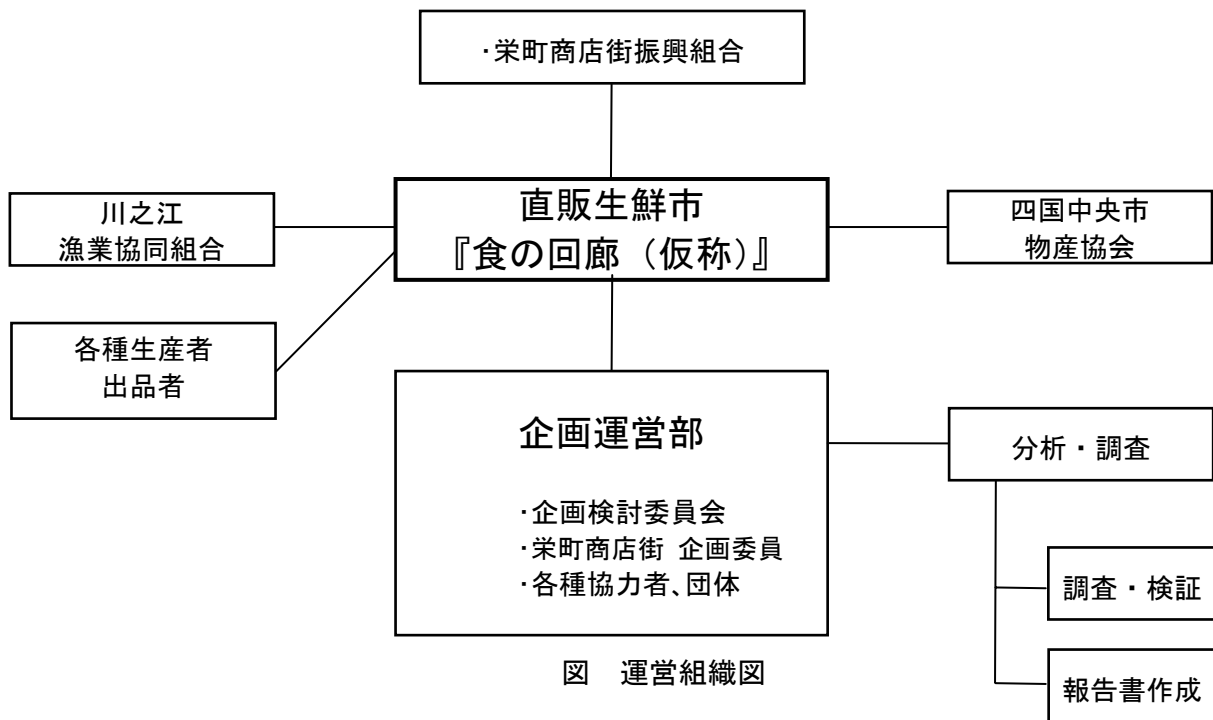
地元の養蜂業者が生産している蜂蜜をはじめ、生産者の顔が見え誰もが安心できる無農薬・有機栽培の産物など、こだわりの商品を集めていくこと。

第2章 事業実施報告  
 第1節 実施体制について  
 1) 実施体制について

事業の実施体制は以下のとおりである。

表 事業の実施体制

事業実施申請者	所属・役職名	(所属) 川之江栄町商店街振興組合 (役職) 副理事長	
経理責任者	所属・役職名	(所属) 川之江栄町商店街振興組合 (役職) 専務理事	
協力体制	生産者の協力体制	所属・役職	(所属) 四国中央市 物産協会 (役職) 会長
	商品(食料品等)仕入れの協力体制	所属・役職	(所属) 駅通り商店街振興組合 (役職) 特にナシ(生鮮食品販売業者)
	販売(活用する店舗等)の協力体制	所属・役職	(所属) 川之江栄町商店街振興組合 (役職) 理事長
	その他関連する事業協力体制	所属・役職	(所属) 川之江漁業協同組合 (役職) 副組合長
	その他関連する事業協力体制 (地域住民の協力)	所属・役職	(所属) かわのえまちおこし会 (役職) 会長
	その他関連する事業協力体制 (市産業支援課の協力)	所属・役職	(所属) 産業活力部産業支援課 (役職) 課長補佐
	その他関連する事業協力体制 (市農林水産課の協力)	所属・役職	(所属) 産業活力部農林水産課 (役職) 主査



## 2) 企画検討会について

企画検討会は、実施にあたっての企画を構築するメンバーとして、以下の表のとおり組織した。

実施状況は、各協力者とともに、①事業計画の検討、出品者の収集・選別、②中間検討会、③事業継続に関する検討会、などとして全3回開催した。その内容は以下のとおりである。

< 第1回目検討委員会 11月11日 18時～ >

議 題 事業計画の検討及び出品者の収集・選別

参 加 者 高原茂（川之江栄町商店街振興組合）

前田眞（邑都計画研究所）

三好猛（川之江漁業協同組合）

石川雅文（駅通り商店街振興組合）

曾我部和司（四国中央市産業活力部産業支援課）

### 議事内容

漁師さんの漁の関係で日曜日は魚の出品がないため、現在は土曜のみで実施することとした。将来的には、空き店舗（開きスペース）を使った魚の常設市の開設を検討していくこととした。

実際に販売する時には、「対面販売のほうが消費者との交流が可能になるためより有効な販売方法である」と判断したため、なるべく委託は避けて出品者に直接販売する方針を決定した。このため、商品登録の準備もしたが不要となり、また一括処理用のレジも不要となった。



写真 第1回企画検討委員会の様子

<第2回目検討委員会 12月26日 19時～>

議 題 中間検討

参 加 者 高原茂（川之江栄町商店街振興組合）

前田真（邑都計画研究所）

三好猛（川之江漁業協同組合）

石川雅文（駅通り商店街振興組合）

曾我部和司（四国中央市産業活力部産業支援課）

議事内容 中間検討

「四国中央市 観光物産館」も「食の回廊」実施日は、通常の2～4倍の売上となった。まだまだ地元の方々に周知が行き届かない状態で、遠隔地の方への周知にはこれからのことであるが、事業の効果がうかがえる。

初回は、各商店の目玉商品販売「びっくり市」などを実施したほか、「北海道直送市（地元にはないもの）」や「とん汁の振る舞い」、「一般フリーマーケットの出店」などを実施した結果、来街者の反応もよく、相乗効果が発揮された。

毎回の会場設営・片付は、理事メンバーとアルバイトスタッフなどにより行ったが、販売スタッフもアルバイトにて賄うこととする。商店街組合員は、自店の販売促進に注力し、商店街全体の賑わい活性化に寄与する。

事業の活性化に向けて告知が不十分であり、チラシの配布や現場での看板の設置などを積極的に行う必要がある。また、口コミを誘発するように内容の充実が求められる。さらに、折り込みについては、費用もかかることからポスティングを中心とした告知に変更することとした。

また、魚関係の商品については、若いお母さんたちに向けて、ゆでていること、さばいていることなどひと手間をかけていることを伝える工夫をして、この取り組みの評価される点を分かるようにする。

さらに、来てもらって楽しいイベントを実施することとし、豚汁のサービスやおもちつきの実施などを検討することとした。

<第3回検討委員会 1月23日 14時～>

議 題 今後の継続のために

参 加 者 石原武政（関西学院大学）  
高原茂（川之江栄町商店街振興組合）  
前田真（邑都計画研究所）  
三好猛（川之江漁業協同組合）  
石川雅文（駅通り商店街振興組合）  
曾我部和司（四国中央市産業活力部産業支援課）  
石塚、三浦（農林水産省）

議事内容 事業継続に向けての課題

今後の事業の継続に向けての視点を以下のように整理する。

①商店街への回遊促進に向けて

フリーマーケットの数が4店舗から10店舗に増えたことにより、回遊効果が高まっている。

②広報の重要性が高い

出店希望者が増えてきている。

来街者はチラシの折り込み後は集客が増えている。

このため、駐車場等にサインを設置することを検討する。

③商店街での滞在時間を長くすること

豚汁のサービスやフリーマーケットの併設などを検討する

④出店しやすい環境づくり

漁師は自分の分だけをとるので精一杯のところである。それ以上は難しい部分がある。また、完売できるかどうかのリスクもある。これらの売れ残りについては、近隣の居酒屋で購入してもらうことがあれば、というアイデアが出された。

加工品をだすことを検討する。アジの干物は寒風で仕上げている。150円／匹では採算に合わない。魚の西京漬けがいいのでは等のアイデアが出され、今後実現に向けて検討することとなった。

⑤近隣の朝市との差別化

駅通りの朝市は加工品が多く、生鮮品が大部分を占める本事業との差別化を図ることができる。



写真 第3回企画検討委員会の様子

表 企画委員会組織

検討 委員	氏名	所属	役職
	高原 茂	川之江栄町商店街振興組合	副理事長
	前田 眞	邑都計画研究所	代表
	三好 猛	川之江漁業協同組合	副組合長
	石川 雅文	駅通り商店街振興組合	生鮮食品販売業者
	曾我部 和司	産業活力部産業支援課	課長補佐

### 3) 事業スケジュールについて

事業スケジュールについては以下のとおりである。

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	○ <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content;">(第1回) ・事業目的、 内容の確認</div>		○ <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content;">(第2回) ・モデル事 業中間評価 ・発生課題 への対応検 討</div>		○ <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content;">(第3回) ・事業結果 とりまとめ ・事業継続 方針の検討 ・その他</div>
2) 実態調査	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content;">                     ・出品募集                      ・出品者の収                      集、選別                 </div>				
3) モデル事業 の実施	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content;">                     ・会場整備 工事期間 ・その他準備                 </div>				
	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content;">                     ・モデル事業実施 毎月第2・4土曜(日曜)開催(⇒将来、毎週開催にしたい)                 </div>				
		<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content;">・OPEN イベント 実施</div>	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content;">・PR イベント 実施</div>		
4) 事業結果の 分析					<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content;">                     ・売上げ、来 店者数分析 ・消費者評価 の分析 ・その他                 </div>
5) 報告書とり まとめ					
6) 報告書提出					○

## 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

現地指導調査の様子は以下のとおりである。

<第1回目現地指導調査 11月11日 16時～>

議 題 事業計画の検討及び出品者の収集・選別

参加者 高原茂（川之江栄町商店街振興組合）

前田眞（邑都計画研究所）

指導内容

漁師さんの漁の関係で日曜日は魚の出品がないため、現在は土曜のみで実施すること。  
将来的には、空き店舗（開きスペース）を使った魚の常設市の開設を検討すること。

事業による販売時には、「対面販売のほうが消費者との交流が可能になるためより有効な販売方法であること。

あわせて、商品登録の準備や一括処理用のレジも不要となること。

<第2回目現地指導調査 12月26日 17時～>

議 題 中間検討

参加者 高原茂（川之江栄町商店街振興組合）

前田眞（邑都計画研究所）

指導内容 中間検討

「四国中央市 観光物産館」も「食の回廊」実施日は、通常の2～4倍の売上となったことから、事業の効果がうかがえることから、これらの要因を分析すること。

各商店の目玉商品販売「びっくり市」などを実施したほか、「北海道直送市(地元でないもの)」や「とん汁の振る舞い」、「一般フリーマーケットの出店」などを実施した結果、来街者の反応もよく、相乗効果が発揮されたことから、今後とも魅力あるイベントを並行して行うこと。

毎回の会場設営・片付及び販売スタッフについても、持続可能な体制をつくるためにも、商店街の負担を軽くするためのアルバイト雇用を行うこと。

事業の活性化に向けて告知が不十分であり、チラシの配布や現場での看板の設置などを積極的に行う必要があること。

また、口コミを誘発するためには、内容の充実により来街者の満足感を高めることが求められること。

さらに、折り込みについては、費用もかかることからポスティングを中心とした告知に変更すること。

魚関係の商品については、若いお母さんたちに向けて、ゆでていること、さばいていることなどひと手間をかけていることを伝える工夫をすることとこの取り組みがいかに消費者目線に立っているかということといった評価される点を分かりやすくすること。

さらに、来てもらって楽しいイベントととして、豚汁のサービスやおもちつきの実

施などを検討すること。

＜第3回目現地指導調査 1月26日 19時～＞

議 題 今後の継続のために

参加者 高原茂（川之江栄町商店街振興組合）

前田真（邑都計画研究所）

指導内容 事業継続に向けての課題

今後の事業の継続に向けての視点を以下のように整理する。

①商店街への回遊促進に向けて

フリーマーケット等の積極的な拡充を図ること。そのために、地元地域通貨グループなどのボランティアグループとのネットワーク等を活用すること。

②広報の重要性が高い

積極的な広報を行うこと。持続的なものとするために、出店者からも会費の徴収を行うようにすること。

折り込みチラシはコストがかかることから、アルバイトを雇用してのポスティングで対応すること。

このため、駐車場等にサインを設置して、積極的な広報をすること。

③商店街での滞在時間を長くすること

豚汁のサービスやフリーマーケットの併設など魅力あるイベントを併設すること。

④出店しやすい環境づくり

漁師は出店リスクを低減させるために、売れ残りについては、近隣の居酒屋で購入してもらうこと。

安定した品ぞろえをするために、加工品をだすこと。魚の西京漬けなど無理のない範囲で実現に向けて検討すること。

## 2) コーディネーター活動の報告

実施計画に記載していません。

### 第3節 店舗改装、広報活動の実施報告

#### 1) 店舗改装の報告

本事業による店舗改装は、通常の店舗改装と違って市場の雰囲気醸し出すことと、風や雨の振り込みを防ぐための最小限の改造を行った。

<改装工事期間>

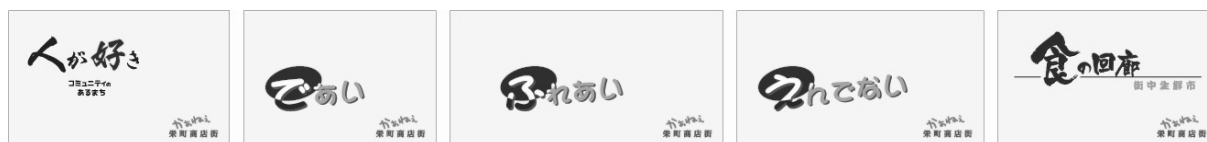
改装工事期間は、平成21年11月11日(水)～同11月25日(水)

<改装事>

改装費 4,214,500円

<改装の様子>

改装の様子は以下のとおりである。



図



写真 改装前の様子



写真 工事中の様子



写真 完成後の写真

## 2) 広報活動の報告

広報活動は、新聞折り込み及び手配りのポスティングを以下のとおり実施している。参加者の動向は、新聞折り込み及び手配りをしたときのほうが参加者が多くなっており広報の効果は大きいといえる。

表 広報活動の様子

参加者	告 知		来街者数 (人)
	新聞折込	各地手配り	
11月21日	両面 B3 カラー刷り	(ナシ)	1000 以上
11月22日		(ナシ)	1000 以上
12月12日	(ナシ)	(ナシ)	約 100
12月26日	片面 B3 カラー刷り	(ナシ)	約 600
1月9日	(ナシ)	A41色チラシ 1000	約 150
1月23日	片面 B3 カラー刷り	A41色チラシ 1000	約 500
2月13日	片面 B3 カラー刷り	A41色チラシ 1000	約 500

また、あわせてアーケード内に看板等の設置を行った。その内容は以下のとおりである。



図 つりさげ看板 (表)



図 つりさげ看板 (裏)

## 第4節 事業結果の報告

### 1) 売り上げ及びその他の分析

売り上げについては、出店者にヒアリングした結果について分析を行う。売り上げの傾向については、多少の増減をしながら平均的には伸びていく傾向にある。回数を重ねるごとに認知度が高まり、リピート客が増加するなどの様子がうかがえる。また、来街者の数や出店小間数に応じて売り上げが伸びてきている。

これらのことから、認知度を定着させるためには継続的な事業の展開を図り、認知度を高めるとともに、出展小間数を増やしていくことが求められる。また、折り込みチラシやポスティングの効果が認められること、あきんどふれあい祭りなどのイベントをはじめ、豚汁のサービスや霧の森関連の商品販売など付加価値を高めるイベントも、売り上げ増や来街者増に有効である。

さらに、商店街内への回遊性の確保とそれに伴う滞在時間の延長については、フリーマーケットや時間を消費してもらうイベントの開催が大きく影響をしていると考えられる。今後はこれらの対応を検討していくことが求められる。

表 事業実施結果の概要

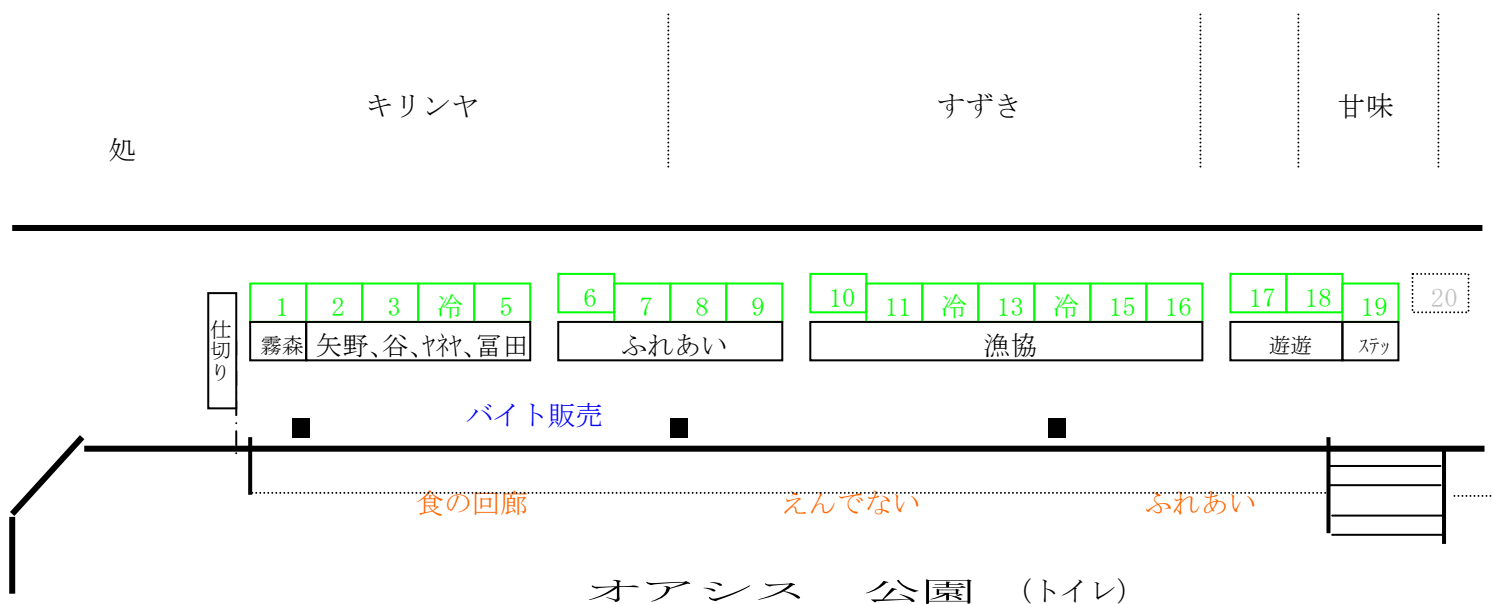
参加者	イベントなど	出店小間数	売上合計	フリーマーケット出店数	来街者数	好評だったもの
11月21日	第1回 オープニングイベント	20	約25万円	—	1000以上	「びっくり市」各品、概ね大人気
11月22日	各商店一品「びっくり市」など	24	約30万円	—	1000以上	最終時間の「抽選会」大人気
12月12日	北海道直送市	24	約10万円	—	約100	告知ナシだと、全くダメ
12月26日	北海道直送市(正月向け)	30	約30万円	—	約600	北海道直送いくら等好評
1月9日	とん汁無料振る舞い	25	約20万円	4	約150	とん汁(250食)も余した
1月23日	とん汁無料振る舞い	27	約28万円	7	約500	とん汁が人気よかった(不足)
2月13日	「霧の森」バレンタイン限定企画	32	約38万円	9	約500	霧の森に、時間前から行列

また通行量については、以下のとおりである。

商店街 通行量		平日	休日	土曜	食の回廊 実施日	
バイク/歩行者	11月	260/523	135/286	198/362	21日	113/1627
					22日	73/1853
	12月	298/489	154/326	237/345	12日	200/400
					26日	100/700
	1月	228/373	117/159	134/291	9日	150/500
					23日	100/800
	2月	250/363	140/182	171/260	13日	100/800

<参考 小間割配置図>

13日(土曜日) 【食の回廊】



13日(土曜日)

【食の回廊】

白川文具店

クリップ

割烹 神嘉

柴田モナカ

19

20 21

夢工房

22 23 24 25 26

徳永・大西 他

27 28

喜井

29 30 31

ブランケット 井川

仕切り

バイト販売

ふれあい

であい

人が好き

オアシス 公園 (トイレ)

マナベ時計店

13日(土曜日)

柴田モナカ

ドリーム

ハッピー

井川弘子

薦田吉則

通路確保

通路確保

篠原麻美

竹内寿子

通路確保

山下正孝

マナベ  
時計店

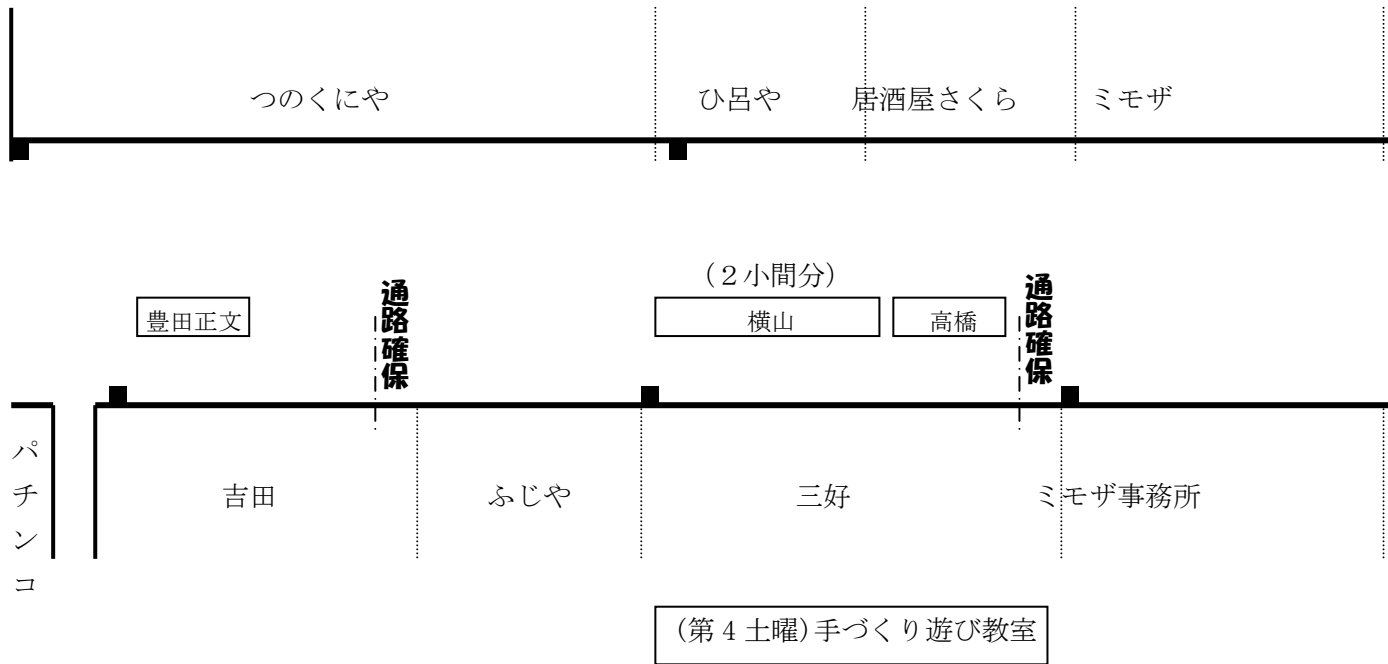
みんなの広場

四国中央ドットコム

高原呉服店

高原車庫

13日(土曜日)



## 2) 事業目標について

設定した事業目標は以下のとおりである。商店街来街者数は、スタッフによる目視による集計によれば、事業実施日の平均値は550人であり、目標値の300人をクリアーしている。また、出店者数については、小間数を集計することによる算出結果をみると、フリーマーケットを含めて41小間の出店があり、目標値の20社以上をクリアーしている。

設定する目標指標と直近のその値 目標指標： <u>          商店街来街者数          </u> 現況値 <u>  10~20人  </u> (平成21年9月13日現在)	モデル実証事業終了時における目標値 (目測がつきにくいですが、最低レベルでも) 目標値 <u>  300人以上  </u> (平成22年2月21日現在)
設定する目標指標と直近のその値 目標指標： <u>          出品業者数          </u> 現況値 <u>          0社          </u> (平成 年 月 日現在)	モデル実証事業終了時における目標値 目標値 <u>  20社以上  </u> (平成22年2月21日現在)

さらに、来街者の満足度については、来街者に対するアンケート調査を実施した。そのアンケート調査結果によると以下のとおりである。

食の回廊時 調査(5回分)、計70名

1. 年 代

①18才未満 ②18～22才 ③23～29才 ④30才代 ⑤40才代 ⑥50才代 ⑦60才以上  
0名 0名 2名 5名 14名 22名 27名

2. 性 別

①男 性 ②女 性  
12名 58名

3. 職 業

①会社員・OL ②自営業 ③学生 ④主婦 ⑤パート・アルバイト ⑥その他 ( )  
8名 17名 45名 0名 0名

4. 居住地

①川の江町 ②川の江地区 ③三島地区 ④その他市内 ⑤その他 ( )  
27名 33名 5名 4名 1名(香川)

5. 交通手段

①徒歩 ②自転車・バイク ③自家用車 ④電車 ⑤タクシー ⑥バス  
16名 7名 47名 0名 0名 0名

6. 商店街までの所要時間

①10分以内 ②10分～20分 ③20分～30分 ④30分～60分 ⑤60分以上  
15名 36名 17名 2名 0名

7. 来街目的

34名 0名 2名 0名 0名 0名 0名  
① 買い物 ②ウインドウショッピング ③飲食 ④娯楽 ⑤通勤・通学 ⑥仕事 ⑦観光  
⑧待ち合わせ ⑨なんとなく ⑩習い事 ⑪イベント ⑫通院 ⑬その他 ( )  
0名 1名 3名 28名 1名 1名

8. 7.で①を選んだ人の目的商品

①衣料品 ②食料品 ③身の回り品 ④娯楽品 ⑤家庭用品 ⑥贈答品 ⑦その他 ( )  
0名 29名 3名 0名 1名 1名 0名

9. 消費金額

- ①3,000円未満 ②3,000円～5,000円 ③5,000円～10,000円 ④10,000円～30,000円  
⑤30,000円～50,000円 ⑥50,000円以上
- 30名 2名 1名 0名  
1名 0名

10. 商店街の滞留時間

- ①1時間以内 ②1～3時間 ③3～5時間 ④5時間以上
- 33名 36名 1名 0名

11. 来街頻度

- ①毎日 ②週に1～2回 ③半月に1回 ④月に1回 ⑤2～3カ月に1回 ⑥ほとんど来ない  
(はじめて)
- 13名 5名 19名 7名 2名

12. 来街時の情報源

- ①新聞チラシ ②フリーペーパー ③くちコミ ④ホームページ ⑤携帯サイト  
⑥その他
- 62名 2名 6名 0名 0名 24名  
0名

13. 商店街の印象(複数回答可)

- ①お店が充実している ②賑わいがある ③街並みがきれい ④公共アクセスがよい  
⑤施設が整備されている ⑥駐車場が充実 ⑨イベントが充実 ⑩その他 ( )
- 5名 30名 1名 0名  
1名 21名 47名

14. その他、要望など

その他の意見や要望は、以下のとおりである。

- ・イベントを増やしたらよいと思う。
- ・ここの商店街は、色々がんばっていると思う(三島は全然ダメ)。
- ・売り切れが早すぎる。
- ・もっと出店業者が増えるとよい。
- ・これからもガンバってほしい。

### 第3章 今後の課題について

#### 第1節 本事業の総括

本事業は、当商店街の中ほどにあるアーケードに隣接して片側約50メートルに及ぶ公園部分（公衆トイレになっている）を活用して、地元海産物や地域の農産物などの直販生鮮市『食の回廊』を新規開催することによる消費の創出と、土曜日の賑わい創出及び活性化を目途として展開された事業である。当初設定した目標値を上回る実績を残しており、一定の効果をあげている。

また、当組合が開設している「四国中央市 観光物産館」も、当事業の開催に伴い通常時の2～4倍の売り上げを記録するなど、周辺施設への好影響ももたらしている。

このように、消費者ニーズに対応した事業として評価される事業であるといえる。

#### 第2節 今後の課題

今後の継続に向けての課題は、以下のとおりである。

##### <集客について>

集客については、商店街に不足している生鮮3品を提供するテナントミックス事業として位置づけられているが、今後は商店街に不足している機能を充実するとともにコミュニティ機能も強化する事業として位置づけ、様々な機能集積を図ることが求められる。

さらに、広報活動を積極的に行う必要があり、今後は広報チラシのポスティング、アーケード内の横断幕、駐車場への看板設置などを行う必要がある。

さらに、滞在時間を延ばすためにも、フリーマーケットの拡充や豚汁等のサービス事業を積極的に展開する必要がある。

##### <回遊性の向上について>

フリーマーケットやイベントの実施により、商店街内を幅広く回遊する仕組みを構築する必要がある。

また、商店街内での飲食できるオープンカフェ形式の会場をセットする必要がある。

##### <出店者のリスク分散>

魚等の食材については、鮮度が重要であり売れ残りに対するリスクは大きなものがある。このため、これらのリスクの分散化を図るために、買い取りによる販売システムへの移行を検討する必要がある。

### ＜消費者目線に立ったサービスの展開＞

魚については、捌けない主婦が増えてきている。このため、これらの主婦向けにさばき済みの魚を提供するなど、調理しやすい形の食材の提供を検討する必要がある。

### ＜今後の継続に向けて＞

今後の事業の継続に向けては、チラシの作成やポスティング等の広報費、豚汁のサービスなどのイベント費、加えて事務局機能を維持していくための事務局経費を調達する必要がある。このため、出店者から出店料を徴収していくことを検討する必要がある。

### ＜将来に事業展開に向けて＞

将来的には、魚の常設販売場所を創出し、消費者の買いたいものを提供し、商店街への来街を増やす必要がある。

また、夕方市など、魚等の供給体制とマッチングした販売時間の設定を検討する。

また、地域通貨やスタンプ事業と連携させた事業としての展開についても検討する必要がある。

