

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) 商店街ビュッフェ (持寄り惣菜) と農産物の
産直流通体系の構築

(事業実施地区) 愛媛県喜多郡内子町内子 本町商店街地区

(事業申請者) 内子商店会

第1章 事業の目的、特徴

第1節 事業の目的

1 本町通商店街の現状

本町通り商店街は、大正時代の劇場「内子座」を始め江戸から昭和前期に建築された歴史ある建物が多く残っている。また、伝統的建造物群保存地区として全国でも有名な「八日市・護国の町並」とも隣接しており、多くの観光客が立ち寄る商店街である。

近年、新規出店者が減少、それに伴い空き店舗の増加や駐車場化が進んできた。

そのため、商店街のつながりや利便性がなくなり、地元客は郊外型の大型店へ流出している。また、地元の特産直売所の道の駅「内子フレッシュパークからり」（以下「からり」という。）が好評で、多くの客で賑わっているが、郊外ということもあり商店街との連携がなく、買い物客の交流は少ない。

商店街の観光客対応についても、休憩所の未整備やお土産品を取扱う店舗の不足などの問題が多く、活性化につながっていないのが現状である。今後、中心通りの商店街として、「からり」を始めとした農業者と連携し、豊かな自然に育まれている町の商店街というイメージを構築しながら、地元客や観光客の購買意欲を高める商店街形成が必要であるが、その実現のため商店街内の商店の連携強化、農産物の直産流通体系の構築が課題となっている。

2 課題を踏まえた事業の目的

内子町の農産物は、温暖な気候で育った野菜や果物が豊富で味も良く、「からり」では年間5億円ほどの売上があり人気が高いが、商店街の飲食店等と農家との協力関係が構築できていないため、地元の野菜を使用していないのが現状である。

このたびのモデル事業では、空店舗を利用した販売所を設け、農家と商店街の交流促進と地元農産物が商店街に直接流通する体系を構築することを目的としている。

また、地元の野菜を使用した惣菜（飲食店が調理）と産地直送野菜の販売により不足業種を補填し、商店街の利用価値を高めるとともに農家と商店との協力で多品目を少量・安価で提供することで、地元客のみならず観光客にも購買の機会を提供していく。

さらに、販売を通じて商店同士、商店と農家が様々な情報を提供・交換し、消費者に対する広報活動を強化することで地域全体の活力につながる事業展開を心掛けるものである。

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

当町の「からり」は平成8年にオープンし、道の駅としての機能と内子町内のみの農産物の販売を行っており、町内外からの買い物客が訪れ好業績の経営を行っている。

この事業での取組では、「からり」のノウハウも参考にしながら、地域の新鮮な農産物や飲食業者の得意レシピによる惣菜を持寄った商品を販売する、いわゆる産直農産物と商店街ビュッフェ的な店舗展開を行う。

農産物については、減農薬野菜を中心として、新鮮で安心、安全な商品で低価格を売りにした流通体系を構築し、地域の生産者の所得向上にも貢献する。

また、飲食業者の得意レシピ惣菜は、当該業者の扱い商品とバッティングしないように献立を調整した惣菜を販売し、消費者が望む新鮮な農産物の安定供給と地域ならではのメニューにより、地域並びに商店街の活性化に寄与する。

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

企画検討会には、内子町認定農業者協議会、農産物生産業者、六日市まちづくり委員会、商店会役員が就任し、事業計画や農産物の流通体系、惣菜の試作、販売等について方向付けを行う。

生産業者については、「からり」の実績やノウハウを参考にし、商店街に対応した品揃えを行うとともに、流通方法、季節外商品の補填、価格設定等を行う。

飲食業者の惣菜は、地域の生産業者の材料等を利用し、それぞれの料理技術等を表現した得意レシピ惣菜を持寄り、必要個数売り及び量り売りとする。

販売体制は、商店会主導で人材確保して行うが、時期を見て起業を目指す者を公募により選定し、商工会組織が行う創業人材育成・経営革新塾を受講させ、人材の確保と経営基盤の確立を目指す。

3 取組み事業における安全・安心な食の流通のための留意点

農産物については、減農薬を基本とし、新鮮で安全・安心な商品の流通を目指す。惣菜については、食品衛生面等に充分配慮する。

第2章 事業報告について

第1節 企画検討会の開催報告

1) 実施体制について

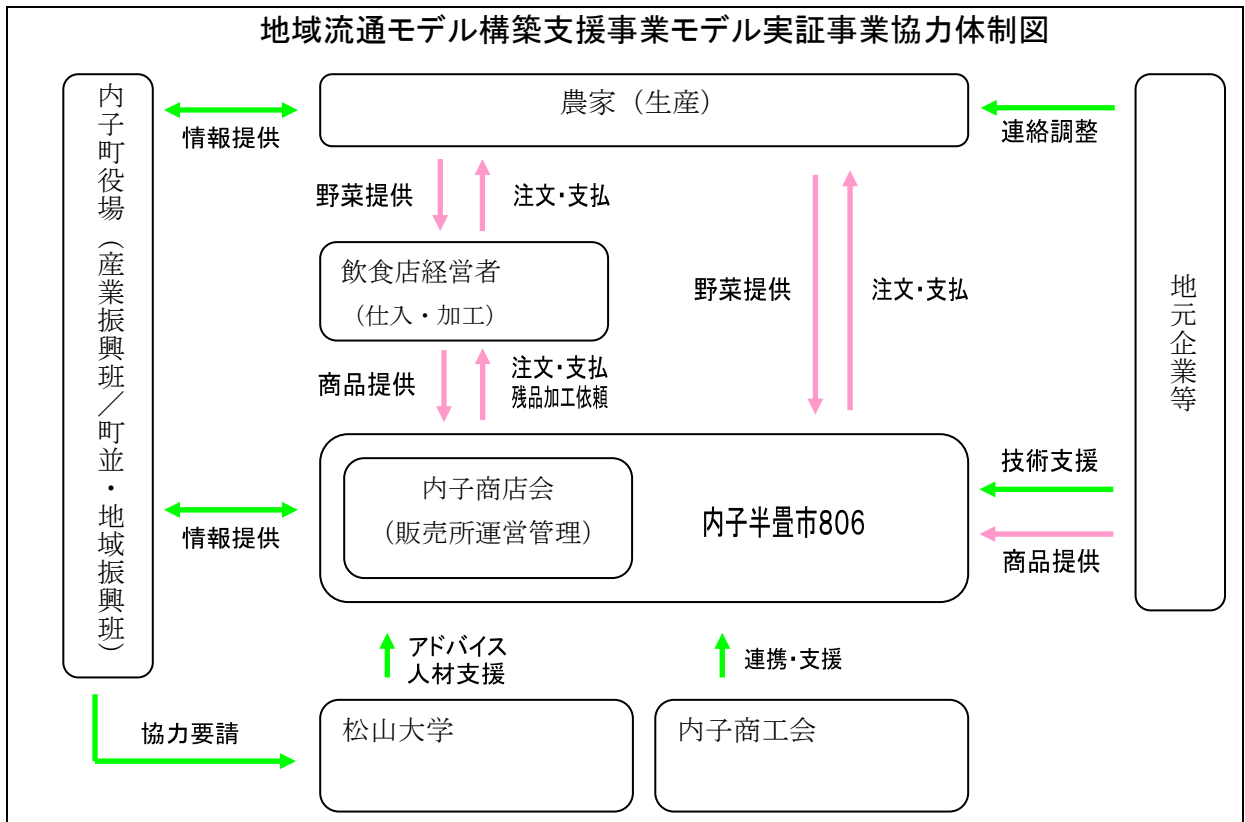
この事業実施にあたっては、企画検討会を設置し、事業の基本計画やコンセプト、スケジュール等を作成する。

また、行政や商工会、地元企業と連携するとともに、町が松山大学との連携協力協定締結による協力体制も取り入れるものとした。その他、商店会役員が店舗運営スタッフの補佐役として、806運営をフォローする体制とした。

① 企画検討会メンバー

	氏名	所属	役職
企画検討 会委員	堀本 幸雄	内子町認定農業者協議会	副会長
	宮野 紀久代	えひめ内子の里みやの	代表
	大西 啓介	六日市まちづくり委員会	委員長
	池田 洋助	内子商店会	会長
	宇都宮 啓之	内子商店会	企画開発部長

② 協力体制の体系図



③ 内子商店会の協力体制

- 経理補佐：池田洋助
- 商品担当補佐：宇都宮啓之、大西啓介
- 販売促進（企画）補佐：宮瀬貴久
- 庶務補佐：酒井勝也

2) 企画検討会について

企画検討会は、計画どおり4回開催した。その概要は以下のとおり

●第1回

月 日 平成21年11月4日(水) 15:00~16:40

場 所 商工会会議室

出席者 企画検討会 堀本幸雄、宮野紀久代、大西啓介、池田洋助、宇都宮啓之
その他 ランドブレイン 青木 信、内子町産業振興班 西宮かおり
内子町町並・地域振興班 兵頭祐次、商工会 高橋

1. 内子商店会長挨拶
2. 委員紹介と委員委嘱手続き
3. 委員長の選任
4. 協議事項
 - (1) 事業の目的と実施内容
 - (2) 事業スケジュール
 - (3) 賃借店舗と改装の概要について
 - (4) 販売商品等について
 - ①商品(農産物)の仕入、供給量等の調査
 - ②ビュフェ関係の飲食関係企業との交渉と販売商品の調整
 - (5) チーム編成について
 - (6) オープン予定日



●第2回

月 日 平成21年11月13日(金) 15:00~17:10

場 所 商工会会議室

出席者 企画検討会 堀本幸雄、大西啓介、池田洋助、(欠席 宮野、宇都宮)
その他 内子町産業振興班 西宮かおり 商工会 高橋

1. 委員長挨拶
2. 協議事項
 - (1) 店舗の賃貸契約について
 - (2) 店舗改装の経過
 - (3) 各チームの事業進捗状況について
 - ①商品企画調達班
 - ②店舗管理運営班

- ③販促企画PR班
- ④調査担当班
- (4) その他
 - ①商店街ビューッフェ基本設定
 - ②農産物の販売の仕組み

●第3回

月 日 平成22年1月22日(金) 14:30~16:00

場 所 内子町商工会会議室

出席者 企画検討会 堀本幸雄、宮野紀久代、池田洋助、宇都宮啓之(欠席 大西)

その他 農林水産省総合食料局 石塚課長補佐、三浦氏

関西学院大学商学部 石原教授、ランドブレイン 青木 信、

内子町産業振興班 西宮かおり 商工会 高橋



●第4回

月 日 平成22年2月23日(火) 10:30~12:00

場 所 内子町商工会会議室

出席者 企画検討会 堀本幸雄、宮野紀久代、池田洋助、大西啓介(欠席 宇都宮)

その他 ランドブレイン 青木 信、内子町産業振興班 西宮かおり

商工会 高橋

1. 委員長挨拶
2. 協議事項
 - (1) モデル事業実績報告書について
 - (2) 今後の事業継続について



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) 現地指導調査費

現地指導調査は、事情により実施しなかった。

2) コーディネーター活動の報告

森本コーディネーターには、今回の事業を行うにあたって、商店会と農業者との連携や仕入れのポイントについて指導を受けるとともに、806の経営に関して、「からり」の経営ノウハウ等について指導を受けた。

企画検討会の議を経て、農産物の納入担当と惣菜の納入担当を置き、企画検討会の農業関係委員やコーディネーターのアドバイスを受けながら、生産業者の一本つりを行い、約20件の生産業者からの農産物の商品を取り扱う事となった。

具体的には、自身が道の駅「フレッシュパークからり」時代に企画情報部長として関わってきた野菜等の納入業者の中から、売れ筋の農産物を生産、出荷している名本絹江（ナモトキヌエ）さん、佐伯和子（サエキカズコ）さん、山崎由里（ヤマサキユリ）さんをご紹介いただいた。

三人とも「からり」へ野菜、果物等を年間を通じて納入しており、納入業者約500人の中でも種類や品質も良いと評価され、年間販売額も多く、絶対の自信をもたれている方である。

第1回

月 日 11月29日（日）

場 所 806イトインコーナー他

出席者 内子商店会 池田洋助、大西啓介、宇都宮啓之、宮瀬貴久、酒井勝也

指導内容 生産業者と商店会との連携と農産物仕入れ等についてのポイント指導

要 旨 農産物の仕入れ農家については、商店会メンバー等が一本釣りし、少ないながらもほぼ決定していたので、農家との契約や仕入れ、返品交渉や支払い条件等についての指導を受けた。

- ①仕入れた農産物は、「からり」と同様の方式で商品化し、全てバーコード管理する。
バーコードについて生産者は「からり」の実績があるので問題ない。
また 商品コードは 農家の混乱を防ぐために「からり」と同じものを使用する（これについては 池田洋介氏が「からり」の社長と懇談、了解をとる。）
- ②農産物は、町内産をメインとするが、不足商品を補填した場合には、町内産とその他を区別すること。
- ③農家等への支払い条件は、月末締め翌月15日払いとする。
- ④からりでは、当日の売れ残り商品は、当日返品である。806の場合の対処をルール化する必要がある。
- ⑤出荷品に出荷日を記入しないことについて いつ出荷されたかわからないということは「新鮮」のイメージが守りにくい「からり」や近隣の直売所と価値観を別に強く出すことが大事である。それは「もったいない」という考え方、特に食べ物は環境面からも安易に捨てないことが大事である。それが農家や農業を大事に意識している地域の応援団市場ではないか
また 来訪者に「エコロジータウン内子」のイメージを感じていただける市場にする必要がある。
- ⑥惣菜コーナーのアピールを積極的に行うこと。今やB級グルメブームであるが、地域の食材を使って商店会の若手の料理人が作る惣菜は、まさに地域内循環、地産地消のモデルである。

第2回

月 日 12月22日(火)
場 所 806店舗内及びイトインコーナー
出席者 内子商店会 池田洋助、大西啓介、宮瀬貴久、酒井勝也
806アルバイト4名
指導内容 からの経営ノウハウ等についての指導
要 旨 オープンから20日余りが経過し、806の経営上の問題点が見えてきた。特に、売上が採算ベースに乗っていないことが問題であり、森本コーディネーターによる関係者への指導アドバイスをしていただいた。

①システム関連

- ・売り上げ管理

日報で、部門別売上表が出るようにすること。

- ・出荷者への支払い方法

銀行振り込みが理想であるが、生産者等の取引金融機関が統一されていないため当面は、現金支払いとする。なお、引き続き振込について、銀行等と交渉を進めること。

②店舗ディスプレイ関連

- ・店内とイトインコーナーの壁画を最大限に活用すること

- ・子供の野菜の絵、イベント情報等の掲示

(例えば806杯クロッケー大会の結果発表等々)

- ・商店会情報掲示板の活用

- ・商店会に限らず、住民の家庭用品リサイクル情報掲示板(かきこみ)等も

③品揃えと出荷者選定(募集)

- ・取扱商品に漬物等の加工品をもっと増やす。ある程度競争になるほうが良い。

- ・出荷者規約をつくる。

- ・例えば年末の餅を少量単位で予約受ける・・・等々

- ・観光客も含めたお土産物のラインナップも必要。(806ならではのコラボ商品)

④その他

- ・惣菜コーナーの粗利改善→料理屋さんを集まってもらい、現状を説明し、統一の見解で協力を呼びかける。(もう少しリスクを持ってもらう。交代でお値打ち品・目玉品を出してもらう。等々)

- ・農産物・加工品・惣菜・日配品他それぞれの手数料(又は半量買上料)を再度見直す。

- ・早急に解決しなければならないことが山積みなので、部門ごとの責任者を決め、ある程度の権限をもたせて、一つ一つ確実に解決していく。

- ・売上アップ関連(店舗ディスプレイ・イベント企画・その他)

- ・商店会メンバー(関わっている者)の意識の統一

- ・商店会会員(特に役員)の協力を依頼する。

- ・家賃の交渉

- ・人件費の見直しも必要かも

第3節 店舗改装、広報活動の実施報告

1) 店舗改装の報告

改装工事期間 平成21年11月4日(水)～平成21年11月28日(土)

改装前写真



改装後写真





2) 取扱商品の構成に至るまでの経緯

取扱商品の構成については、事業実施主体である内子商店会の役員スタッフで事前協議し、本来の目的である商店街への第1次製品の販売店の出店が第1の目標であった。協議の中で、新鮮な野菜等を販売するのであれば、それを使つての持ち寄り惣菜を販売する商店街ビュッフェの販売をしてはとの提案があり、事業を企画した。

惣菜については、町内の飲食業者への趣旨説明とともに文面による募集を行ったところ、11業者から惣菜出品の希望があり、惣菜製造の食品衛生許可も取得し、各企業のオリジナル惣菜の販売を行うこととなった。惣菜については、同じ惣菜が重複しないよう日毎に飲食業者別にメニューを決めて品揃えを行っている。

3) モデル事業店舗の開店と営業状況

開店は予定通り11月30日(月)の10時に行い、大勢の買い物客で賑わい、陳列した商品が売り切れるほどの盛況であった。

また、閉店については毎日6時の予定であったが、仕事を終えてからの買物客の来店もあり30分程度の延長も余儀なくされている。2月に入つての営業状況は、営業時間、仕入れ体制、販売体制、売上げ等ほぼ安定してきたが、農産物の種類や生産量が少ない時期でもあり、採算ベースにはのっていない状況である。

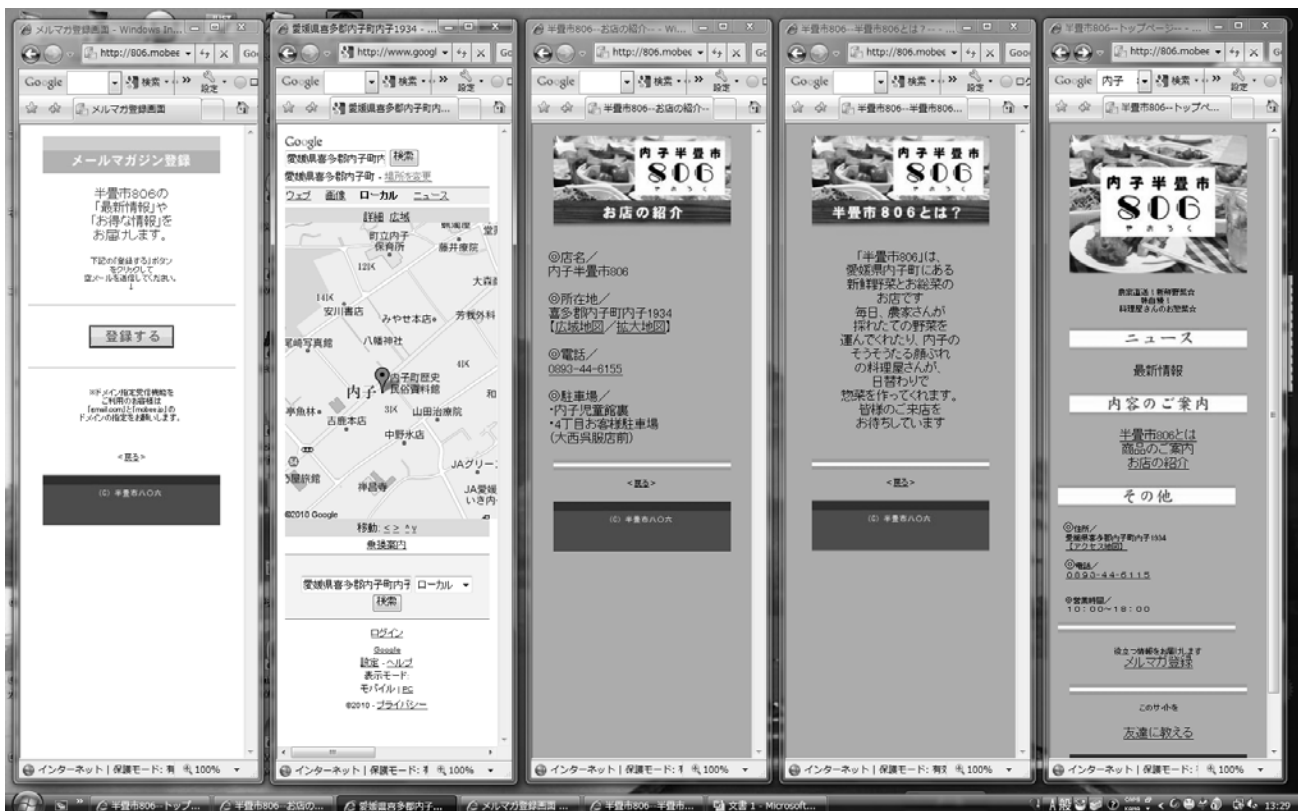
4) 広報活動の報告

◆広報チラシの作成配布

第1回 11月28日(土) 新聞折込 5,000枚

(内子1,800 大瀬400 五十崎1,200 小田900)

◆携帯サイトの活用によりPR



第4節 事業結果の報告

1) 売上げの分析

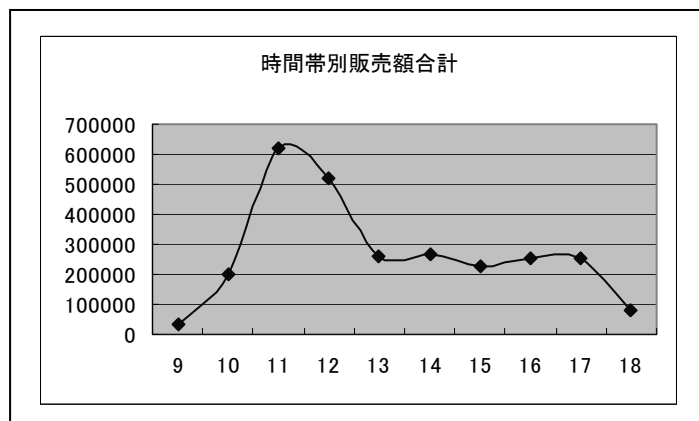
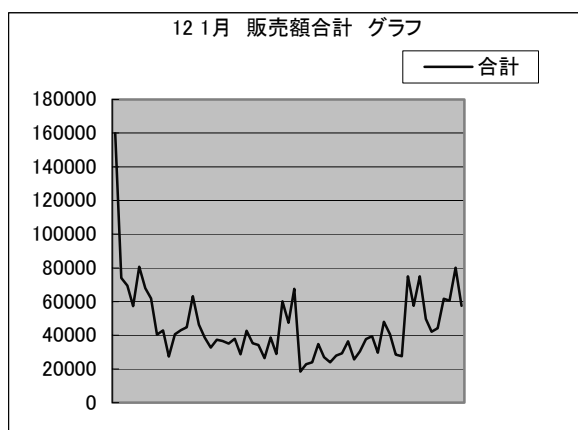
806の開店1月30日から1月31日までの58日間の売上額は、約270万円で、1日当たりでは46,631円である。

集計期間別に見ると年末、年始の間が低いが、1月18日からは1週間で37万円程度と安定している。

また、時間帯別売上は11時前後がピークで惣菜の買物客が多いものと推測される。

806経営状況としては、家賃や人件費等の固定費等から見ても、採算ベースにのっていない現状であり、今後の早急な対応が必要である。

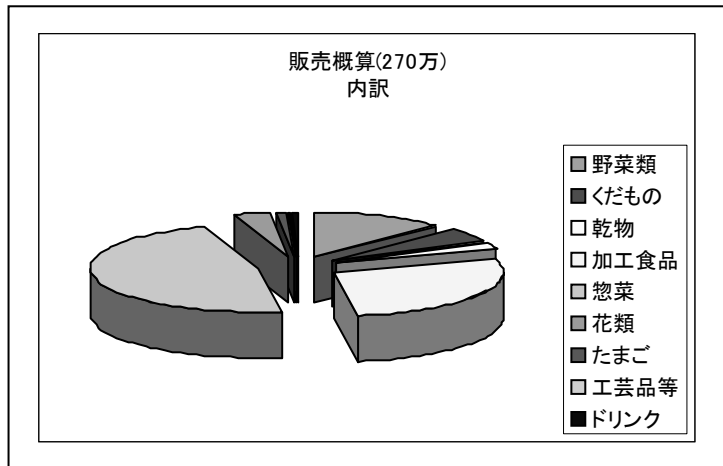
集計月日	期間	売上金額
11月30日(月)~12月6日(日)	7日間	571,476
12月7日(月)~12月13日(日)	7日間	302,626
12月14日(月)~12月20日(日)	7日間	264,755
12月21日(月)~12月28日(日)	7日間	234,930
12月29日(月)~12月30日(水)	2日間	175,180
1月4日(月)~1月10日(日)	7日間	178,795
1月11日(月)~1月17日(日)	7日間	228,813
1月18日(月)~1月24日(日)	7日間	352,064
1月25日(月)~1月31日(日)	7日間	396,000
合計	58日間	2,704,639



分類別販売額表

分類	販売
野菜類	345,578
くだもの	131,320
乾物	62,680
加工食品	753,250
惣菜	1,264,298
花類	96,660
たまご	24,580
工芸品等	7,800
ドリンク	12,000
	2,698,166

分類別販売額グラフ

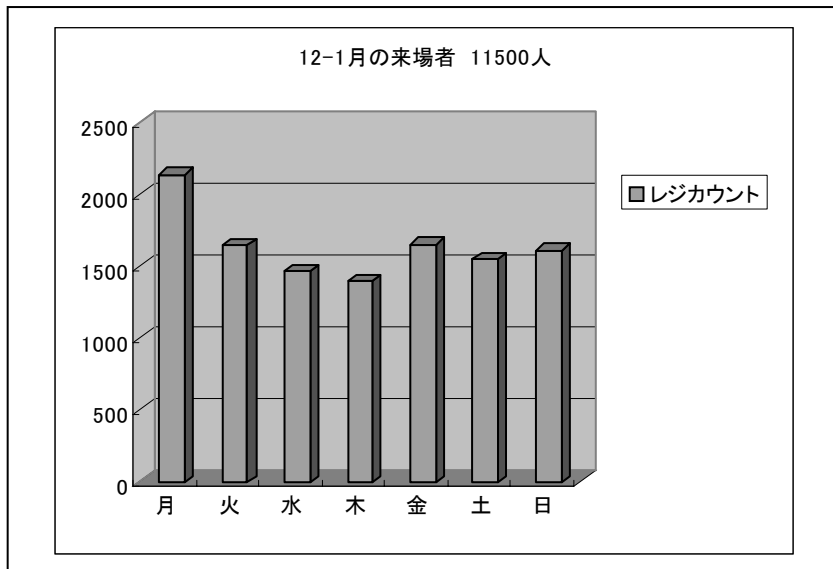


2) 来店客数

モデル実証事業実施期間中、平日、土日の来店者数（レジ通過客のみ）をカウントしている。オープンから1月31日までの58日間では、4,457人の来店者に購入頂き、1日当りの平均来店客数は、76.8人である。

曜日別では、月曜日が多く、次いで火・金曜で、木曜日が少ない。

この間の一人当たりの購入金額は、607円と低いことがわかるが、取扱商品の単価が低い事も要因である。



オープンから2月18日までの来店客数（レジ通過客のみ）

平成21年11月			平成21年12月			平成22年1月			平成22年2月			
日	曜日	来店客数	日	曜日	来店客数	日	曜日	来店客数	日	曜日	来店客数	
1	日		1	火	134	1	金		1	月	54	
2	月		2	水	110	2	土	正月閉店	2	火	69	
3	火		3	木	88	3	日		3	水	88	
4	水		4	金	110	4	月		39	4	木	95
5	木	店舗改装 期間	5	土	98	5	火	47	5	金	79	
6	金		6	日	131	6	水	50	6	土	69	
7	土		7	月	81	7	木	55	7	日	103	
8	日		8	火	79	8	金	52	8	月	89	
9	月		9	水	51	9	土	50	9	火	68	
10	火		10	木	79	10	日	63	10	水	74	
11	水		11	金	75	11	月	49	11	木	79	
12	木		12	土	75	12	火	52	12	金	65	
13	金		13	日	97	13	水	51	13	土	88	
14	土		14	月	85	14	木	58	14	日	72	
15	日		15	火	64	15	金	43	15	月	53	
16	月		16	水	63	16	土	71	16	火	65	
17	火		17	木	64	17	日	57	17	水	70	
18	水		18	金	59	18	月	88	18	木	64	
19	木		19	土	56	19	火	71	19	金	70	
20	金		20	日	60	20	水	51	20	土	86	
21	土		21	月	59	21	木	50	21	日	64	
22	日		22	火	69	22	金	115	22	月	95	
23	月		23	水	59	23	土	80	23	火	72	
24	火		24	木	56	24	日	97	24	水	64	
25	水		25	金	50	25	月	66	25	木		
26	木		26	土	66	26	火	67	26	金		
27	金		27	日	54	27	水	62				
28	土		開店準備	28	月	78	28	木	94			
29	日			29	火	76	29	金	98			
30	月		277	30	水	98	30	土	102			
				31	木	閉店	31	日	78			
計		277	計		2,324	計		1,856	計		1,795	

2) その他分析

①通行量調査の実施

- 1回目 平成21年12月13日(日) 8時～19時 天候 晴れのち曇りのち小雨
 2回目 平成21年12月21日(月) 8時～19時 天候 晴れのち曇り
 調査地点 806前



本町通商店街通行料調査表(調査地点:806前)

調査時間帯	歩行者・自転車						自動車・バイク					
	12月13日(日)			12月21日(月)			12月13日(日)			12月21日(月)		
	内子座 →町並 地区	町並地 区→内 子座	計	内子座 →町並 地区	町並地 区→内 子座	計	内子座 →町並 地区	町並地 区→内 子座	計	内子座 →町並 地区	町並地 区→内 子座	計
8:00 ~ 9:00	15	15	30	22	23	45	68	101	169	164	179	343
9:00 ~ 10:00	14	19	33	23	17	40	78	97	175	115	133	248
10:00 ~ 11:00	66	54	120	22	30	52	90	121	211	115	153	268
11:00 ~ 12:00	67	59	126	25	19	44	82	88	170	133	148	281
12:00 ~ 13:00	51	47	98	30	21	51	73	65	138	107	117	224
13:00 ~ 14:00	48	46	94	50	25	75	79	88	167	132	131	263
14:00 ~ 15:00	83	48	131	21	29	50	111	98	209	119	146	265
15:00 ~ 16:00	33	50	83	25	45	70	88	117	205	94	118	212
16:00 ~ 17:00	36	46	82	26	26	52	116	122	238	147	150	297
17:00 ~ 18:00	26	54	80	23	22	45	120	168	288	155	190	345
18:00 ~ 19:00	12	29	41	17	8	25	42	71	113	86	87	173
合計	451	467	918	284	265	549	947	1,136	2,083	1,367	1,552	2,919

*店に向かい右側でカウントしていたので左手から来られて帰るお客様

(4丁目駐車場等に停めて来られるお客様)はほとんどカウント出来ていない

②アンケート調査の実施

平成21年11月30日(月)から806店舗内において調査を実施
 調査票準備数 200枚 回収枚数 47枚 (回収率23.5%)

<調査票集計結果>

問 1 性別	回答数	構成比
(1)男性	6	12.8%
(2)女性	41	87.2%
無回答	0	0.0%
計	47	100.0%

来店されるお客様は、圧倒的に女性客が多い。アンケートへの協力も女性が協力的であった。

問 2 年齢	回答数	構成比
(1)10歳代	3	6.4%
(2)20歳代	4	8.5%
(3)30歳代	9	19.1%
(4)40歳代	6	12.8%
(5)50歳代	12	25.5%
(6)60歳代	13	27.7%
(7)70歳以上	0	0.0%
無回答	0	0.0%
計	47	100.0%

来店客は、業種の事もあり、50～60代の方が50%以上を占めている。

問 3 職業	回答数	構成比
(1)専業主婦	18	38.3%
(2)パート	6	12.8%
(3)勤め人	3	6.4%
(4)自営業	10	21.3%
(5)学生	3	6.4%
(6)アルバイト	0	0.0%
(7)観光客	4	8.5%
(8)無職	3	6.4%
(9)その他	0	0.0%
無回答	0	0.0%
計	47	100.0%

来店者の職業は、主婦の方が約40%を占めているが、自営業者の21%は地域の飲食業等の方の利用と推測される。

問 4 商店街への来店頻度	回答数	構成比
(1)毎日	16	34.0%
(2)2～3日に1回	9	19.1%
(3)4～5日に1回	6	12.8%
(4)週に1回	2	4.3%
(5)2週間に1回	4	8.5%
(6)月に1回	5	10.6%
(7)2～3ヶ月に1回	0	0.0%
(8)ほとんど来ない	5	10.6%
無回答	0	0.0%
計	47	100.0%

806へのお客様は、商店街への来街頻度は毎日または2～3日に一度の方が50%を超えており、商店街近隣の方が多いようである。

問5 商店街への交通手段	回答数	構成比
(1) 徒歩	18	38.3%
(2) 自転車	10	21.3%
(3) バイク	4	8.5%
(4) バス	0	0.0%
(5) 鉄道	1	2.1%
(6) 自家用車	14	29.8%
(7) その他	0	0.0%
無回答	0	0.0%
計	47	100.0%

問6 商店街までの所要時間	回答数	構成比
(1) 5分未満	13	27.7%
(2) 5～10分未満	15	31.9%
(3) 10～15分未満	12	25.5%
(4) 15～20分未満	0	0.0%
(5) 20～25分未満	2	4.3%
(6) 25～30分未満	1	2.1%
(7) 30分以上	4	8.5%
無回答	0	0.0%
計	47	100.0%

806への来店客の交通手段及び所要時間を見ると、徒歩、自転車が60%を占め、また、自家用車の方も約30%を占めている。所要時間も15分以内の方が85%と大半の方が近隣である事がわかる。

問7 商店街への目的	回答数	構成比
(1) 買物	36	76.6%
(2) 飲食	0	0.0%
(3) 娯楽	0	0.0%
(4) 通院	0	0.0%
(5) 銀行	2	4.3%
(6) 理美容	0	0.0%
(7) 待ち合わせ	0	0.0%
(8) 通勤・通学	2	4.3%
(9) なんとなく	3	6.4%
(10) その他	3	6.4%
無回答	1	2.1%
計	47	100.0%

商店街へ来街する方のほとんどが買物目的であり、銀行への用事やなんとなくも一部あるが、商店街の構成上か、飲食や娯楽での客が少ない。

問8 806を知った手段	回答数	構成比
(1) チラシ	11	23.4%
(2) 知人から	14	29.8%

(3)町の広報	3	6.4%
(4)マスコミ	0	0.0%
(5)その他	7	14.9%
無回答	12	25.5%
計	47	100.0%

806のオープンについては、全戸に新聞折込をしたものの、十分な広報ができてなかったようである。

問9 806への印象	回答数	構成比
(1)明るい	34	33.3%
(2)暗い	0	0.0%
(3)広い	12	11.8%
(4)狭い	10	9.8%
(5)買物しやすい	14	13.7%
(6)買物しにくい	3	2.9%
(7)店員の対応が良い	16	15.7%
(8)店員の対応が悪い	1	1.0%
(9)その他	0	0.0%
無回答	12	11.8%
計	102	100.0%

806の印象は、明るいとの回答が33%を占め、垢抜けした店舗と感じている方が多いようである。また、買物しやすい、店員の対応が良いとの回答もあり、イメージ的には好印象を持っていただいているようである。

問10 販売農産物の感じ	回答数	構成比
(1)新鮮である	25	33.8%
(2)商品の種類が豊富	7	9.5%
(3)商品の種類が少ない	7	9.5%
(4)高い	3	4.1%
(5)安い	14	18.9%
(6)生産者や生産履歴が欲し	5	6.8%
(7)その他	0	0.0%
無回答	13	17.6%
計	74	100.0%

農産物に関しては、新鮮、安いとの感想もあるものの、商品種類が少ないや一部には高いとの印象の方もある。

問11 販売惣菜の感じ	回答数	構成比
(1)商品の種類が豊富	20	27.0%
(2)商品の種類が少ない	10	13.5%
(3)高い	12	16.2%
(4)安い	7	9.5%
(5)量り売りが良い	5	6.8%
(6)パック詰め販売が良い	4	5.4%
(7)その他	3	4.1%
無回答	13	17.6%
計	74	100.0%

惣菜については、11事業所が出品しており、種類は豊富との意見が多い。ただ、十分なPRや説明が不足しているのか、高いと思われている方が16%あり、今後の仕入や価格設定等について考慮しなければならない。

問12 806で取り扱ったらよいと思う商品

- ・加工品の種類を増やしては
- ・夏はソフトクリーム、氷があれば
- ・黄な粉とかそば粉 歳時に合った物をセットで用意しては
- ・ハーブ、漬物、ハム、ウインナー
- ・スイーツをもっと
- ・みやげ
- ・もともっと商品の種類を多く
- ・内子らしい小物
- ・からりと違った何かがあれば
- ・牛乳、ジャム

問13 その他、商店街や806に対する意見

- ・おいしい生クリームロールケーキを販売していたので良かった
- ・寒い時期なので、イトインコーナーのイスに座布団があれば
- ・品物が少ない上、高い
- ・おいしい惣菜が購入できて良い。惣菜が重ならないように
- ・料理や菓子のつくり方を色々教わる事ができれば

3) 事業目標について

商店街の来客数

設定する目標指標と直近のその値	モデル実証事業終了時における目標値
目標指標： <u>商店街の来客数</u>	
<u>現況値600</u> (平成21年9月14日現在)	<u>目標値660</u> (平成22年2月20日現在)

今回のモデル実証事業では、商店街全体の来客数の増加を目標としていた。

設定目標は、平成18年に商店街を通行する歩行者等の通行量調査値600人を基に、806オープン後は10%増を目標とした。

通行量調査は、12月13日(日)と12月21日(月)の2回、午前8時から午後7時までの11時間、806の前で実施した。

冬場の事もあり、調査時間を午後1時～8時の1時間を短縮して行った結果、日曜日は歩行者・自転車が918人と目標を超えていたが、平日の月曜日は549人と目標を下回った。

しかし、平成18年と比べ、自動車・バイクの通行量が増加し、特に月曜日は通勤時間帯の通行量が多いのが目立っている。

通行量調査の結果として、806のオープンが通行量増加には直接繋がっていないとも捉えられるが、生鮮食料品等の最寄品を大型量販店等に依存していた地域住民への利便性は向上したものと推測され、現に「近くに野菜販売の店ができて助かっている」との地域住民の声も聞かれている。

さらに、806の店舗前あたりに車の渋滞が見られだし、商店街全体として、806の存在は重要なものと推測される。

また、内子商店会や六日市まちづくり委員会等の商店街関係者の意識啓発にもつながっており、今後の商店街の不足業種などの補充対策にも弾みがつくものと考えられる。

第3章 今後の課題について

第1節 本事業の総括

1) 農産品仕入れにかかわる総括

農産物の仕入れに関して、仕入れ調整担当者の問題や生産者に対しての十分な説明、出品願いの時間が短かったことなどにより、仕入れ生産者数が20事業者程度と少ない状況となった。

また、開店期が農産物生産種類の少ない冬場となったため、町内で生産される野菜が大根や白菜、みかんなどと種類が少なく、魅力に欠けた面があった。不足商品を青果店から仕入れたものの、低価格で販売できず、中止せざるを得ないものとなった。

生産者とのネットワークは、一部の生産者とは構築できたものの、「からり」への出品者約500事業者から見るとわずかである。このことは、806の店舗面積が限られていることや「からり」と違い納入の時間に制限があることなどから、出品業者を一本釣りするしかなかったことによる。

惣菜の仕入れについては、町内の料理屋に文書により募集したところ11企業より応募があり、惣菜調理の保健所の許可も取りスムーズな滑り出しとなった。

ただ、価格の設定について仕入れ業者のこだわりが表面化し、思うような値入率が設定できない等の問題も出てきたが、11件の料理店の様々な素材や味を楽しむ事ができ好評である。

2) 企画事業にかかわる総括

企画段階では、商店街の不足業種である八百屋の開店で、地域の方々の利便性からある程度の売上を見込んでおり、短時間であったためもあり具体的な売り上げ目標等の設定もせず、商店会役員が必死でオープンにこぎ付けた。

オープンの日は、16万円程度と好調な売上を確保したものの、2週間経過した頃から商品のアイテム数が少ない事や野菜が低価格であること、惣菜の価格設定の問題等により売上は思うように伸びていないのが現状である。

オープンから時間が経つに従い、次々と新たな問題が発覚しており、商店会役員や806スタッフ等で問題点解決のためのミーティングを行うとともに、総合的な面での指導をコーディネーターから受けてきた。

この事業に取組んだ事で、商店会役員は商売の難しさを改めて痛感したものと推測するが、商店街活性化に向けての第一歩になったと思われる。

3) 商店街の活性化についての総括

11月30日のオープン以降、商店街の空き家があか抜けした店舗となり商店街全体のイメージアップに貢献できている。

近隣の消費者の方々からは、近くで野菜などが手に入り、また、町内料理屋の美味しいオリジナル惣菜が購入できるなど好評の声もある一方、農産物は地元産物にこだわっているため、生産作物が少ない冬場の時期も影響し、品薄で価格もからりとほぼ横並びであるためか、高いとの声も一部に聞かれている。

しかし、この事業により、商店会メンバーの結束力が強化された事や商店街全体にとっての起爆剤になったことは間違いなく、今では、県内外から観光を兼ねてはいるものの806の経営方針や商店街との連携等についての視察者も増えつつある。

また、当商店街地区には、内子商店会の他、内子町スタンプ商業協同組合、内子町街づくり委員会、夏祭り実行委員会等の組織があり、それぞれ独自で事業活動を行ってきたが、大きな

意味での目的は地域や商店街活性化であり、これら組織の統合に向けての議論も進みつつある。

4) その他

当事業では、観光ルートに面した商店街の活性化と地元農産物の地産地消を目指すことを主眼とし、減農薬産品を主体に安全、安心等の健康志向を提供する新たな流通体系を構築し、地域消費者及び観光客への需要に応えるものとし、農産物生産者との間で契約栽培や受注栽培等についての連携も図っていくこととしていたが、オープンまでの時間的な問題や季節的に生産物が少ない事、生産者との協議の時間の不足などで、計画どおりのことができなかった。

また、広報等PR活動についても、町の広報への掲載やマスコミでのPRはできたものの、チラシでのPR活動がオープン時の1回のみとなり、さらに売出し等のイベント企画も計画どおりできなかった。

第2節 今後の課題

このたびの地域流通モデル構築支援事業は、11月から翌年2月までの実質4ヶ月であったが、商店街へのインパクトは大きなものがあった。

補助事業において、モデル事業といえども、一件の空き店舗が八百屋と惣菜の新たな店舗として生まれ変わったことは既成事実であり、事業主体の内子商店会としては補助事業以降も継続して営業していく方向である。ただ、現状において採算ベースにのっていないのが大きな課題となっており、様々な課題を克服しながら経営しなければ継続が難しいものとなっている。現状においての課題は、次のとおり

★現状課題

○売上の増加策

- ・商品の品揃え、特に農産物
- ・観光客入りこみの工夫・土産品の検討（特に806ならではのコラボ商品）
- ・店内とイトインコーナーの充実、有効活用
- ・弁当配達業務拡大 近隣の会社等を営業し顧客獲得する
(年末までは商店会会員5~7名のチーム編成で、交代で配達)

○利益率のアップ

- ・商品仕入額と値入率
- ・委託販売の手数料率 現状15%
- ・半畳貸出料の額

○仕入れ

- ・仕入れ体系の見直し 半畳貸出しと委託販売が混在
- ・品揃えと出荷者選定（募集）
- ・加工品を増やす。漬物その他。ある程度競争になるほうが良い。
- ・委託の場合の価格設定
- ・惣菜出品者に対する責任体制
- ・出荷者規則をつくる。

○経費関係

- ・人件費の圧縮
- ・賃借料の交渉
- ・惣菜コーナーのパックの費用負担（出品料理店から会費を集めて対応）
- ・その他消耗品の節減

○経理関係

- ・毎日の売上管理と損益分岐点
- ・給与計算、支払い、出荷者精算、入出金管理その他

○イベント企画とPR

- ・子供の野菜の絵大会等イベント実施と入賞策の展示
- ・806杯クローケー大会の実施と結果発表 等
- ・住民の家庭用品リサイクル情報掲示版（かきこみ）等

○その他

- ・商店会メンバー（関わっている者）の意識の統一と商店会会員への協力要請
- ・人件費 時間帯により、スタッフ1名体制の検討
- ・超過勤務が無いようにする工夫と、必要なときの事前承認の義務化
- ・定休日の設定

★今後の取組み

平成22年度取組み

- ・営業方針や取扱商品の見直しを行う。
具体的には、3月から出荷者各位と出荷者規約に基づく契約を締結するとともに、前述の問題点を一つ一つ解決しながら、806経営の建て直しを行う。
- ・2月28日から開催される「おひな祭り」にあわせてのイベント実施や六日市等の定期市の実施を検討する。
- ・惣菜を使つての宅配弁当業務の拡充を図る。

平成23年度以降取組み

- ・生産者による定期的な直販の実施検討
- ・商店街と連携したイベントの企画、実施

<参考資料>

商品出荷規則

内子商店会 内子半畳市806

(目的)

第1条 この規則は、「内子半畳市806」(以下「806」という。)が効率的な営業できるとともに、消費者から指示される店作りを目指すためのものであり、商店会役員(以下「役員」という。)や806スタッフ並びに出荷者が厳守すべき事を定めるものである。

(営業時間等)

第2条 806の営業は次のとおりとする。

営業時間 10時00分～18時00分(季節による変動あり)

定休日 毎週 曜日

(販売方法)

第3条 販売の方法は委託販売(ポストレジ通過分のみ売上げ計上)とする。ただし、販売促進品等その性質によっては、買い取りもできるものとする。

(出荷制限)

第4条 806に出荷できる者は、内子町民、町内の団体、町内に事業所等を有する事業者(以下「出荷者」という。)を基本とするが、商店会役員が認めた場合はこの限りでない。

2 惣菜製造・菓子製造・加工食品等の許可が必要な商品の出荷者は、その許可を取得し、食品営業賠償共済加入者であることを条件とする。

(会費)

第5条 出荷者は、806に対し月2,000円の会費を支払うものとし、806は、これを販売促進費や消耗品費(包装資材・バーコードシール・持ち帰り用パック等)に充てるものとする。

(出荷留意事項)

第6条 出荷者は、次の事項を厳守するものとする。

(1) 出荷伝票

様式は自由とするが、2枚複写とし出荷・返品いずれも明確に記載し、精算金に誤差が生じた場合に参考とする。

(2) 表記等

惣菜は、原則として大皿(セルフサービス)での販売とするが、パック詰めでの販売の場合は消費期限・原材料の表記等、食品衛生法に則り正しく提示したうえで出荷する。

惣菜以外は、原則として指定のバーコードシールを見える位置にきれいに貼って出荷する。

(3) 出荷方法

出荷者は、売れ行きを見ながら、販売スペース・他人とのバランスを考慮して、自己判断で出荷量を調整するものとする。

在庫過多・過少、出荷マナー不良の場合等は、出荷を制限する場合がある。

(4) 売価設定

販売価格は、出荷者が、市況・市場等の価格を参考に個数又はグラムをもって10円単位(税込)で設定することとし、その最低価格は50円とする。

規格外品等で安くする場合は、その旨誰にでもわかるように表示する。

なお、価格が著しく高い、又は安い場合は、販売員が指導並びに価格設定する事ができるものとする。

(5) 陳列

陳列等は基本的に販売員が行う。

(商品引取り)

第7条 売れ残品は、出荷者が責任を持って引き取るものとし、劣化がひどいものや一定期間を過ぎたものは、販売員の判断で処分できるものとする。

(事故の責任)

第8条 販売した商品で事故が生じたときは、出荷者の責任とし、全力で処理にあたるものとする。

2 返品・クレームがあった場合、明らかに出荷者の責任と認められるときは、出荷者の負担とする。

(出荷停止等)

第9条 この規則の主旨に反する行為が多発する場合や消費者とのトラブルが多い場合は、役員において協議し、適切な指導を行うこととする。

2 指導をしたにもかかわらず、改善が認められない場合や指導が度々の場合、また、保健所等の指導に従わない等の場合には、出荷停止及び脱退勧告等の処置を講ずることがある。

(施設への協力)

第10条 806が行うイベント運営や、施設の大掃除等の維持管理にあたり、応援を要請した場合、出荷者は積極的に協力するものとする。

(細則)

第11条 この規則に定めのない事項については、役員協議を経て定める。また、本規則の改正が必要と認められた場合は、役員協議で、随時改正できるものとする。

(附則)

第12条 この規則は、平成22年3月1日から施行する。

