

まとめ

1. 商店街活性化に資する地域流通のビジネスモデル構築に向けて

今回実施された地域流通モデル構築支援事業は、都道府県を範囲とした中で地域の新鮮な農林水産物を安定的に供給すること、特に地域の商店街において空き店舗等を活用することにより顧客の確保や賑わいの確保につなげる地域流通の仕組みをつくることを目的としている。

全国 20 ヶ所で、商店街の空き店舗等を活用して地域流通の取組事業がスタートして約 3 ヶ月の時点での各事業者からの事業報告内容、モデル事業検討委員会の意見、優良事例の内容をふまえ、本事業を継続・発展させるための課題を整理する。

地域流通のシステム構築に際して

本事業における地域流通は、都道府県の範囲内での農林水産物の流通と定義している。

既存の農協や漁協を通しての流通経路は、市場性からその範囲は全国（都市間流通）で、取扱量も大きなロットとなる。

一方、今回の地域流通は地場の中での流通販売となり、コミュニティビジネスに近いものである。また、取扱量も既存の卸売市場と比較して少量のものである。

現時点（地域流通モデル事業の試行段階）では、取扱量も少ないことから既存の卸売市場への影響は出ていないが、今後、取扱量が増え、優良事例にもみられるように地方と都市部の交流が、様々な商店街で実施された場合、農協や漁協を通じた流通経路との競合が予想される。

また、今回の事業に参画している農漁家や農協、漁協の有志関係者からは、供給量が多くなると組合との兼ね合いが懸念されるといった声も聞いている。

したがって、地域流通という新たな流通形態を確立するためには、卸売市場に参加しない小口農家や卸売市場にはのらない規格外品（B級品、はね出し品）を地場の中で流通させる枠組みづくりが必要である。

農林水産物の販売における留意点

（販売現場である商業、生産現場である農林水産業の実務に精通した人材育成の必要性）

今回のモデル事業や優良事例の成功要因から、農水産物の販売を行う場合、店舗運営者および販売現場の人材育成が重要である。

農水産物の生産者が対面販売を行っている場合、消費者の反応もよく売れ行きがよいことから、販売者が農水産物の調理法や保存の仕方といった商品知識を持つことが大切である。

また優良事例から読み取れるように、店舗運営側が農水産物の生産現場に赴き、どのような過程でどのようなものを生産しているかなどを把握し、自らの目で確かめたものを仕入れることで、消費者に対して農水産物の生産者と同等に商品説明できることは、事業継続のポイントである。

（地域の特性にあった商材の準備）

今回のモデル事業において、売上高や購買客数で成果を出している盛岡市肴町商店街振興組合では、「地域の消費者ニーズを適切に捉えて商材を提供していること」、「朝水揚げされた水産物と旬の農産物をセットにした新鮮と旬を付加価値とした商材を提供していること」により、消費者の需要にうまくマッチしたと言える。

このような地元の消費者ニーズを調査し、地元にあった商品、付加価値のある商品をするのが、事業継続のポイントである。

(立ち上げ初期は売上ではなく、客数を増やすことに努める)

事業の立ち上げ当初は、店舗の周知とともに顧客を確保することが重要な目的となる。したがって、テレビや新聞社等のマスメディアへの自主的な記事提供によって、パブリシティな取組など、効率的な広報活動を行うことが大切である。

消費者へ取扱商品や店の特徴等を徹底的に訴求し、買い物先の選択肢の一つになることが、事業継続のポイントである。

(学生のセンス、女性のセンス等、切り口を変えることによる新しい農水産物加工品の開発)

継続的に事業を行っている店舗の多くは、新鮮な農水産物の販売とともに、利益幅の大きい農水産物の加工品（惣菜やお菓子）や飲食をからめて収益を上げることにより、独自財源での黒字経営を維持している。

他店との差別化を、独自の農水産物加工品の開発で行う場合には、大学をはじめとする研究機関との連携を必要とする技術を伴う商品から、お袋の味に代表される地域に伝わるレシピによる商品、お菓子作りのようにちょっとしたアイデアから創作される商品など、多岐多彩なアプローチ方法が考えられるが、意欲的な探究心を持ち、研究活動を行うことがポイントである。

商店街の賑わいづくりに向けて

優良事例で取り上げた取組は、商店街の空き店舗を活用した単独店舗が中心である。しかしながら、今回対象とした事業には、特徴ある取組が2地区あった。

1つは、久里浜仲町商店街振興組合による取組で、商店街全体を「久里浜黒船産直市場」と称して空き店舗を活用したメイン店舗（地場農産物の販売）のほかに、商店街の複数の店舗が参加し、それぞれの店舗で三浦産の農水産物の加工品販売を行っている。また、商店街全体の販促イベントも実施し、「久里浜黒船産直市場」、「三浦産の農水産物の販売」という2つのイメージを消費者に強くアピールした取組である。

2つめは、川之江栄町商店街振興組合による取組で、商店街のアーケード空間約数十メートルを利用し、地元で水揚げされた水産物の直送販売を行うもので、家賃が発生しない低コスト型の取組である。

いずれの事業も単独店舗の取組ではなく、商店街を面的に捉え、複数の店舗を巻き込んだ活性化の取組であり、集客効果も得ている。

このように、商店街の賑わいづくりに向けては、空き店舗の穴埋め型の取組に留まらず、商店街全体に客の流れを誘導するという観点のもと、他店舗との連携事業を展開することも肝要である。

農林水産省補助事業
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)報告書

平成 22 年 3 月

ランドブレイン株式会社

〒102-0093 東京都千代田区平河町 1-2-10 平河町第一生命ビル7階

電話 03-3263-3811(代表) FAX 03-3264-8672

URL <http://www.landbrains.co.jp/>

補助事業問合せ先

農林水産省 総合食料局 流通課

〒100 - 8950 東京都千代田区霞が関 1-2-1

電話 03-3502-8111(代表)