



商店街の空き店舗等を活用した

地域流通取組事例集



■ はじめに

近年、我が国では、人口の減少、少子高齢化など社会構造の変化に加え、世界的な未曾有の経済危機の下、食品流通業を取り巻く情勢は一層厳しさを増しています。このため、地域の商店街の「シャッター通り」に象徴されるように、地域住民への食料供給や商店街の活性化にとって重要な役割を担っている食料品小売店は減少の一途をたどっています。

一方で、消費者の安全・安心志向や鮮度志向の高まりを背景に、国内産、特に地域の農林水産物に対する購入ニーズが高まっているものの、食料品小売店が地域の農林水産物を安定的に仕入れることは難しい状態にあります。

このような社会状況下にある中で、地域の商店街において空き店舗等を活用し、地域の農林水産物の販売を行う取組が各地でみられ、消費者の確保や賑わいの創出につながる地域流通のモデルが構築されつつあります。

本事例集は、商店街の空き店舗等における地域流通の取組をテーマに、地域をはじめとする新鮮な農林水産物を、商店街に流通させている取組を20地区紹介しております。

事例では、事業の仕組みや取組上の工夫等を整理しており、このような取組をしようと考えている方、また同様の取組をしている方への参考となる情報が提供できればと思います。

平成22年3月

ランドブレイン株式会社







■ 本事例集の見方

本事例集では空き店舗等を活用した地域流通の取組を以下の4つに分類してあります。

- | | |
|--|---|
|  農産物直売所 |  農産物&農産加工品の製造・販売 |
|  アンテナショップ |  その他 |

※本事例の地域流通は、都道府県の範囲を基本としますが、商店街における取組では地方のアンテナショップなど都道府県の枠を超えた地域間の交流も広くみられ、その運営方法や工夫が地域流通の参考となることから、都道府県の枠を超える事例も取り上げています。

各事例は以下の項目について整理してあります

- | | |
|--|---|
|  背景ときっかけ | 取組以前の商店街の状況や、取組に至るきっかけをまとめています |
|  取組内容 | 取組がどのように行われているのか、店舗開設（イベント開催）の経緯や、運営方法に加えて、各店舗（イベント）の概要をまとめています |
|  事業の仕組み | 事業がどのようにして運営されているのか、店舗（イベント）を中心にまとめています |
|  取組効果 | 取組によって得られた効果を、取組主体や商店街の立場からまとめています |
|  取組上の工夫 | 取組を成功に導くために各主体が行っている工夫点をまとめています |
|  今後の展望 | 今後、店舗（イベント）が目指す方向や問題点をまとめています |

目次

はじめに	1
本事例集の見方	1
目次	2
空き店舗等を活用した地域流通取組事例	4

農産物直売所 / 7 事例

1	お年寄りのニーズに応えた産直生鮮市場「ふれあいプラザ本町」 千葉県木更津市 木更津本町商店街振興組合	4
2	商店街と農業生産者との連携による地産地消・地域交流の拠点 香川県高松市 おいでまい・阿讃ええもんや	6
3	「徒歩圏内マーケット」に注目した直売所&ワイナリー 熊本県荒尾市 企業組合中央青空企画	8
4	地場農産物で安全・安心な食を目指す、商店街の「街の駅」 兵庫県姫路市 NPO法人 姫路コンベンションサポート	10
5	まちづくり会社が運営する「安全で安心な、おいしい直売所」 山梨県北杜市 有限会社まちづくり小淵沢	12
6	地元の野菜等の直売所とレストラン併設による観光誘客 山口県萩市 株式会社お成り道	14
7	安心・安全な農産物の供給体制の確立と消費者ニーズの把握 香川県高松市 高松丸亀町商店街振興組合	16

農産物&農産加工品の製造・販売 / 4 事例

8	地元農産物で6次産業を実現。小川の庄の「おやき村 大門口」 長野県長野市 株式会社小川の庄	18
9	高齢者が出資して支える「プラチナプラザ」 滋賀県長浜市 ゆう壱番商店街振興組合	20
10	農と食をつなぐ こだわりマルシェ@miya 栃木県宇都宮市 株式会社ファーマーズ・フォレスト	22
11	地場産野菜の味を引き出す、「おかず市場」のこだわり惣菜販売 長野県佐久市 岩村田本町商店街振興組合	24

アンテナショップ / 6事例

- | | | | |
|----|------------------------------|-------------------------|----|
| 12 | 納得したものしか売らない「こだわり商店」 | 東京都新宿区 こだわり商店 | 26 |
| 13 | 全国ふる里ふれあいショップ「とれたて村」 | 東京都板橋区 ハッピーロード大山商店街振興組合 | 28 |
| 14 | 地方連携で八百屋機能を再生、顧客が支える「ふれあい市場」 | 東京都練馬区 春日町本通り商店会 | 30 |
| 15 | 高齢者が主役。地方と都心とをむすぶ「街コン・マルシェ」 | 東京都品川区 NPO バリアフリー協会 | 32 |
| 16 | 物産展をきっかけに常設店舗化された「まちなか観光物産館」 | 東京都世田谷区 用賀まちづくり株式会社 | 34 |
| 17 | 都市部へ新鮮野菜と加工品を届ける道の駅のアンテナショップ | 福岡県福岡市 おおやま夢くらぶ | 36 |

その他 / 3事例

- | | | | |
|----|-------------------------------|-----------------------|----|
| 18 | 食事と憩いと宅配の「よりあいクラブ旭」 | 兵庫県相生市 NPO ひょうご農業クラブ | 38 |
| 19 | 中心市街地に活気を取り戻せ!! 地場産品が並ぶ軽トラ朝市 | 宮崎県都城市 都城商工会議所 | 40 |
| 20 | 消費者協会が開設、コミュニティ機能も備えたアンテナショップ | 北海道白老郡白老町 NPO 白老消費者協会 | 42 |

お年寄りのニーズに応えた産直生鮮市場「ふれあいプラザ本町」

木更津市では郊外に大型店が進出するようになったことに加え、駅前からは大型店が相次いで撤退、活気のなくなった商店街には生鮮食料品を販売する店舗もなく、新鮮な野菜等の購入が困難な状況にあった。

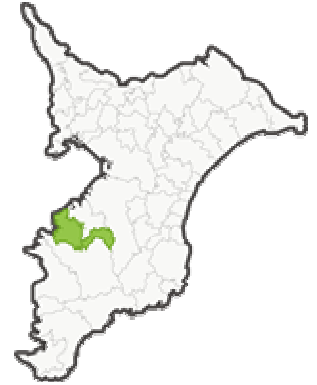
こうした現状を打開するために、木更津本町商店街振興組合は地元農家に協力を依頼、商店街内の空き店舗に新鮮野菜が中心の産直生鮮市場「ふれあいプラザ本町」を開設して、農家が直接持ち込む朝採り野菜や惣菜等を販売している。

千葉県木更津市

総人口：126,202（人）
世帯数：48,408（世帯）
総面積：138.73（km²）
人口密度：909.7（人/km²）
（平成22年2月1日現在）

木更津本町商店街

JR内房線木更津駅の西側に位置する駅前立地型の商店街。
駅前の空洞化に伴って店舗数が減少し、昭和60年代には45軒ほどの店舗があったが、現在では店舗数が減少傾向にある。



背景ときっかけ

木更津本町商店街は旧来より買い回り品が中心の生鮮食料品店が少ない商店街であり、近隣住民は生鮮食料品の購入を駅前の大型店に頼っていた。しかし、郊外に大型店舗が進出したことやバブル後の地価の急速な低下を受けて木更津そごうが倒産、これをきっかけに、2～3年のうちにダイエー等の駅前の大型店がすべて撤退したため、郊外の大型店以外での生鮮食料品の購入が難しくなっていた。

こうした状況を受け、本町商店街振興組合では商店街内に生鮮野菜等を販売する店舗を確保し近隣住民の不便を解消するため、千葉県の「にぎわい店舗創出事業」を活用し、自己資金と合わせて、生鮮野菜等を販売する「ふれあいプラザ本町」を開設することになった。

取組内容

商店街内に食料品店を確保するため、振興組合では自己資金に加え、「千葉県にぎわい創出事業」より600万円の補助金を受けて、商店街内の空き店舗を買収、JA木更津が仲介役となって取引農家の確保を行い、生鮮食品販売所「ふれあいプラザ本町」を平成14年にオープンさせた。

ふれあいプラザ本町では、近隣住民が毎日利用できる店舗として、野菜や惣菜、鶏卵、花卉などを販売している。野菜は毎朝、地元農家が採れたての新鮮な野菜を持ち込んで値段の決定、バーコードの作成を行ったものを、店舗スタッフが販売、残ったものは各農家が持ち帰る仕組みとなっている。委託販売のため中間マージンが発生せず、また農家が自ら値段をつけるため相場より2割程度安い値段で野菜が提供されている。店は出品者が納める20%の販売手数料で運営されている。

名 称：ふれあいプラザ本町（平成14年10月開設）

所 在 地：木更津市中央1-14-11

面 積：1階219.99㎡ 2階111.34㎡ 合計331.33㎡

販 売 品：野菜、果物、米、花卉、米飯、惣菜等加工食品類、鶏卵、菓子類、木工加工品、日用品等、その他農産物

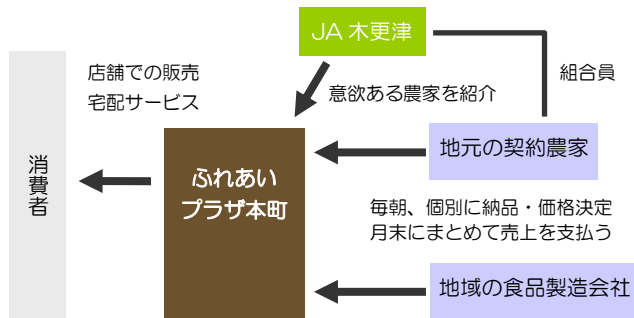
販売方法：委託販売（手数料 売上げの20%）商品は原則として毎朝納品、夕方返品

営業時間：午前9時から午後7時（定休日 毎週日曜日）

販 売 員：常時2名



事業の仕組み



店舗開設時に県の「にぎわい店舗創出事業」からの補助金を受けた後は出品者からの手数料収入（20%）によって運営されている。



取組上の工夫

- 消費者に安心してもらえるよう品名シールに生産者名・住所の明示を義務付けている。
- 価格決定は各農家が行い、中間マージンを取らない仕組みにより、農家のモチベーションを高めている。
- 近隣に住む高齢利用者をターゲットに設定し、宅配サービスや陳列位置を低くする、高齢者が好みそうな商品を置くなど、高齢者の利便性を向上させ購買意欲を高める仕組みを構築している。
- 割引時間を設けることで、購買意欲を刺激している。
- 客数が伸び悩んだ時期には近隣住民にチラシをポスティングしてPRした。



取組効果

- 徒歩で来店する客が多く、商店街の人通りが増加したため、各商店においても来店者数が増え、売上げも増加している。
- 300～700人/日の購買客があり、売上も増加、手数料収入のみで黒字経営がされている。
- 取組当初はJAが農家とのパイプ役を務めたが、現在では直接のやり取りも徐々に増えている。
- 登録出品者数が300程度（常時仕入先は150）にも拡大、当初より売り場面積も広がっている。



今後の展望

- 地場産野菜が中心だが、季節により一時的な品揃えの減少があるため、農家との関係を密にして、安定した供給体制を構築したい。
- 新しい展開や大きな事業拡大は考えておらず、現状維持が目標だが、品揃えを強化するため、惣菜類の充実を図っていききたい。
- エコバッグ導入等を検討しており、より地域に愛される施設を目指す。



ふれあいプラザ本町（外観）



ふれあいプラザ本町（店内）



ふれあいプラザ本町（商品）



販売風景

商店街と農業生産者との連携による地産地消・地域交流の拠点

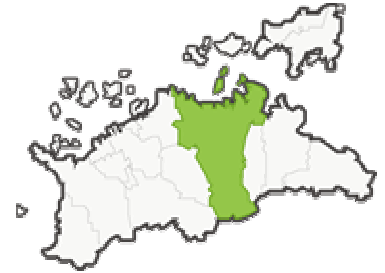
高松市中心部にある常磐町商店街では、通り沿いに立地していた映画館や大型店が撤退したことにより、商店街を訪れる買物客が大幅に減少するとともに、地域の生活を支える青果品のお店もない状況となった。商店街では、空き店舗対策事業に取組み、高松市内の農産物生産者（合併前の旧5町村）等からなる協議会と連携し、新鮮な野菜や果物などの生鮮食品や地域の民芸品を販売する店舗、「おいでまい・阿讃ええもんや」を開設し、地産地消と地域交流の側面から商店街の賑わいづくりを進めている。

■ 香川県高松市

総人口：419,165（人）
世帯数：173,630（世帯）
総面積：375.12（km²）
人口密度：1117.4（人/km²）
（平成22年3月1日現在）

■ 高松常磐町商店街

市内中心部の中央通りから高松琴平電鉄瓦町にのびる東西の通りに沿って商店が並ぶ商店街。
通り沿いにあったダイエー等の大規模店舗が撤退した後は、来街者の減少をうけて商店街も衰退、空き店舗が目立つようになった。



背景ときっかけ

高松市中心部の常磐町商店街では、通り沿いに立地していた映画館やダイエー、ジャスコ等の大型店が撤退したことにより、商店街を訪れる買物客が大幅に減少、空き店舗数が3割を超えるなど、かつては若者でにぎわった商店街は著しい衰退を見せていた。

そうした状況に、常磐町商店街振興組合では空き店舗を活用した農産物等の販売による商店街の活性化を企画、商店街のほか趣旨に賛同した合併前の周辺5町の生産者、交流の深い徳島県美馬市の観光協会など11の団体・業者で構成される推進協議会が組織され、常磐町商店街にある商業ビルの一角に「おいでまい・阿讃ええもんや」を開店させることになった。

取組内容

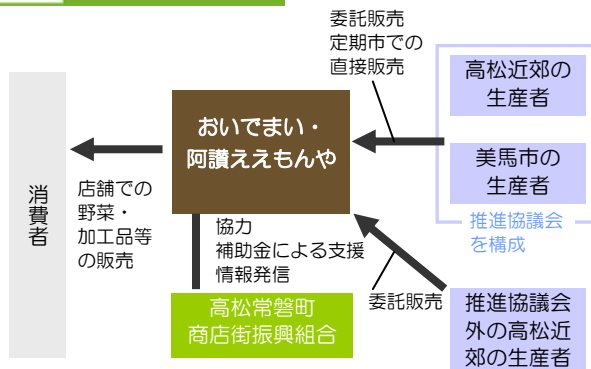
「おいでまい・阿讃ええもんや」では、地元高松市周辺（合併前の旧5町村）の生産者から取り揃えた新鮮な野菜や果物などの生鮮食品や民芸品を販売する店舗として、高松市の空き店舗対策事業による補助金を活用して、平成20年10月に開店した。同店では地産地消を推進しており、単なる販売に留まらず、店員がお客に対して、農産物の食べ方や調理レシピを伝えるなど、コミュニケーションを図る取組みを行っている。

また、県境の徳島県美馬市の生産者とも連携し、開店当初から月1回美馬市の商品を販売する定期市を始めた。現在では、毎週火曜と木曜に美馬市の産直出品者が来店し販促活動を行っている。

- 名 称：おいでまい・阿讃ええもんや（平成20年10月開設）
- 所 在 地：香川県高松市常磐町1丁目9-1 常磐興業ビル1F
- 面 積：約45坪
- 販 売 品：高松市周辺の野菜、果物等の農産物、花卉、民芸品、惣菜など
徳島県美馬市の野菜、うどん・味噌等の加工品など
- 販売方法：委託販売（手数料は、協議会会員は売上げの15%、協議会会員外は売上げの18%）
- 営業時間：午前9時30分から午後6時（定休日 毎週日曜日、祝祭日）
- 販 売 員：店長、女性パート4名、野菜部門担当1名。午前と午後の交代制で常時2名が店舗に出ている。



事業の仕組み



※常磐町商店街振興組合が、経済産業省、高松市の空き店舗対策の空き店舗対策助成制度（家賃補助）を活用し、店舗運営の支援をしている。

※生産者からの委託販売を基本とし、推進協議会員と会員外で手数料の割合を変えている。



取組上の工夫

□地産地消をテーマに、市内の新鮮な野菜のほかに、高松市周辺や県境の美馬市でつくられる特産品も多く取り揃え、多彩な品揃えで購買客を惹きつけるようにしている。

□商品を市場価格より安く提供することで、購買意欲を高めるようにしている。

□有機野菜や低農薬野菜など、農産物の棲み分けをして販売している。また、生産者の顔がわかるような商品説明、バーコードによる管理を行っている。

□店の広報は、市の広報や商店街のホームページへの掲載協力を得ており、宣伝広告費を極力かけないようにしている。



阿讃えもんや（外観）



店内で販売される農産物加工品



取組効果

□常磐町商店街は、青果物を扱う店舗がなく、今回の空き店舗活用事業により、新鮮な野菜が安く購入できる店ができたことにより、近隣に住む高齢者の人気を獲得した。

□出品者や取扱商品が増え、売上も順調に伸びている。また、口コミによりお店の情報が広まっている。

□現在、推進協議会に所属する生産者は法人を含め10会員で、会員外の協力生産者も10名おり、地域の生産者のネットワークが広がりつつある。



今後の展望

□常磐町商店街振興組合では、平成22年度から屋台村によるまちづくりを実施する。屋台村では、おいでまい・阿讃えもんやの農産物を購入し、料理として提供することで、商店街における地産地消のシステムを構築する予定である。

□現在、高松空港と那覇空港との定期便の路線があるが、利用者数が減っていることから、両都市の交流を高めるきっかけづくりとして、沖縄のトロピカルジュース等の物産品を扱う、沖縄アンテナブースを設ける予定である。



店内で販売される新鮮な農産物



店内で販売される民芸品

「徒歩圏内マーケット」に注目した直売所&ワイナリー

隣接した福岡県大牟田市の三池炭鉱の炭住地の商店街として発展した荒尾市中央商店街では、炭鉱の閉鎖による人口の流出や市によるショッピングモール建設、郊外への大型店の出店等により店舗数が減少、空き店舗の増加が目立っていた。

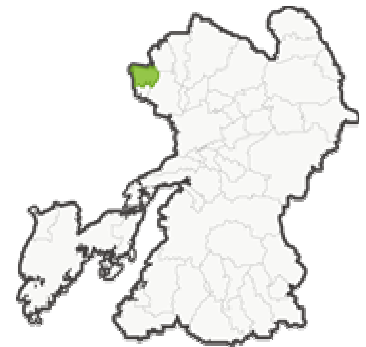
地域再生事業の一環として、市の主導により5名の商店主が企業組合を形成して空き店舗にオープンさせた「青研」では、地元農家から仕入れた野菜を販売する「青空市」や店舗内でのワインの製造・販売等を行っており、現代に息づく昔ながらの売店として地域の高齢者の購買に支えられ「徒歩圏内マーケット」を形成している。

■ 熊本県荒尾市

総人口：56,621（人）
世帯数：23,648（世帯）
総面積：57.15（km²）
人口密度：990.7（人/km²）
（平成22年2月28日現在）

■ 荒尾市中央商店街

市内に点在する炭住地の商店街のひとつとして発展した小規模な商店街。
大規模ショッピングモール建設に加えて、郊外型大規模店舗の増加、後継者不足等により店舗数は最盛期の30店から約半数の15店程に減少している。



背景ときっかけ

隣接する福岡県大牟田市の三池炭鉱の住宅地として発展した荒尾市では、市内の産業・商業がともに乏しかったため、閉山による市内経済の衰退に向けた対策として、産業団地の造成やショッピングモール建設等のハード整備に加え、ふるさと財団の「地域再生マネージャー制度」を利用して新たな産業振興を図る地域再生事業に取り組むことになった。

制度により招かれたマネージャーの発案で、食（ワイナリー）をテーマとしたビジネス開発を目指すにあたって、市内の商店街で空き店舗探しをしていたところ、中央商店街でガス店、電気店、写真店、金物店、バイク店を営む5人の商業主が構想に賛同、企業組合を結成してワイナリーの開設へと踏み出した。

醸造免許取得までの運営資金を確保するためにと併設された直売所「青空市」だったが、歩いていける食料品店を求めている地元高齢者のニーズと合致し、現在ではワインとともに青研の看板商品に成長している。



取組内容

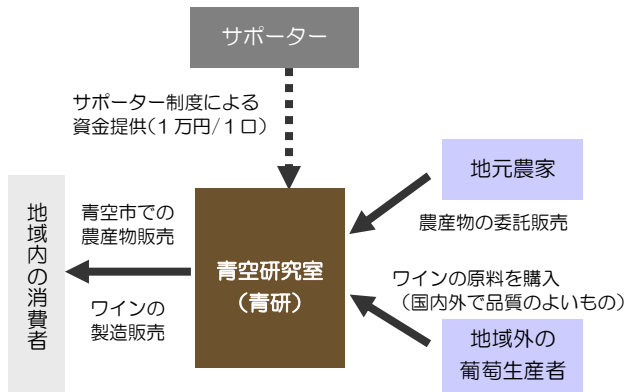
ワイナリーの事業化のために5店舗の商業主による企業組合「中央青空企画」を立ち上げ、商店街内の空き店舗を改装した直売所兼ワイナリー「青研」を開設した。

毎朝地元農家から届く新鮮な野菜や自家製造のワイン、日用品等を販売している。初期の設備投資は初年度の助成金のほか、1口1万円のサポーター制度（現在130人が参加）と併設された直売所「青空市」の売り上げによって捻出した。農産物の仕入れにあたっては、市担当職員の協力を得て、知り合いの農家を紹介してもらい、商品の納入を行っている。

名 称：青空研究室（青研）（平成17年5月開設）
所 在 地：熊本県荒尾市増永2000-15
面 積：約18坪（ワイナリー約5坪）
販 売 品：野菜、果物、卵、花卉、種苗、その他農産物、農産物加工品
 ワイン（平成18年6月より販売開始）、日用品
販売方法：委託販売（販売手数料15%）商品価格は生産者が決定
営業時間：午前9時から午後5時（定休日 毎週日曜日）
販 売 員：常時1名（企業組合は組合員5名、正社員1名、パート2名）



事業の仕組み



取組効果

- 1日の来客数が100人を超え、販売当初は2～3万円/日であった野菜の売上が現在では9～10万円/日まで増加。ワインの売上も伸び、事業費をまかなえるようになった。
- 郊外に行けず、野菜や日用品の購買が困難だった高齢者が徒歩圏内で野菜・日用品を購入できるようになった。
- 高齢者や育児世代で構成される、数百名程度の「徒歩圏内マーケット」が十分に成立することを示した。



取組上の工夫

- 生産者の写真や名前を壁に掲載し、安全・安心な商品をアピールしている。また、農産物は委託販売のため仕入れの手間、在庫が残るリスクが少ない。
- 企業組合化による役割・負担の平等化。
(役員は原則無報酬)
- リーダーを設けず、運営については5人の会議で決定することで、決定・行動の迅速化を図っている、またモチベーションの維持につながっている。
(地域再生マネージャーからは事業化を機に独立)
- サポーター制度によって資金を調達。



今後の展望

- 現行の場所に近くて広い場所に直売所を移動させ(現在の規模ではこれ以上の売上を見込めない)、現店舗をワイナリー兼コミュニティスペースにしたい。
- ワイン等の種類を増やし、原料に地元果実を用いるなど、付加価値を高めていきたい。
- 社長・営業など外部の人材を雇用して、さらなる事業展開を目指したい。



荒尾市中央商店街



青研(外観)



青研(店内)



店内での販売の様子

地場農産物で安全・安心な食を目指す、商店街の「街の駅」

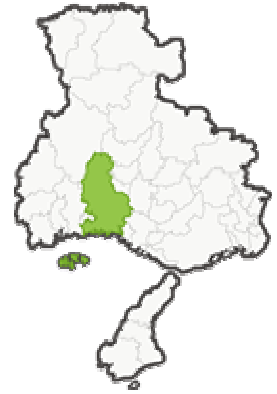
姫路市中心市街地の御幸通り商店街では、地域の活性化を目指す NPO 団体が空き店舗を活用して地場農産物や加工品を中心に販売する「たまちゃん街の駅」が運営されている。街の駅では店舗での商品販売のほか、生鮮食品店の撤退した地域で朝市を開催するなど、ただ地産の農産物を提供するだけでなく、地域の消費者の利便を向上させて地域の持続的な活性化へとつなげる工夫が多くされている。

■ 兵庫県姫路市

総人口：536,285（人）
世帯数：207,694（世帯）
総面積：534.43（km²）
人口密度：1003.5（人/km²）
（平成22年2月1日現在）

■ 姫路市御幸通り商店街

JR 姫路駅と姫路城を結ぶ大通りの1本東に平行している長さが約550mのアーケード商店街。
近年の郊外立地の大型店舗の増加により最盛時と比較すると多少の衰えはあるが、それでも多くの来街者が訪れる、姫路市にとって重要な商店街である。



背景ときっかけ

平成12年にまちづくり・人づくり・心づくりを目的としてボランティア団体として発足、平成14年に法人格を取得した NPO 姫路コンベンションサポートは、姫路市中心市街地の商店街の活性化のほか、青少年の健全育成を目的に活動。イベント実施や観光ボランティアガイド養成などの事業を通じて魅力ある街づくりに取り組んできた。

平成21年春の新型インフルエンザの猛威により、観光客が激減したことをきっかけに「安全・安心な食」への取組と「都市と農村、消費者と生産者をつなぐ拠点」になる場づくりを目的として、経済産業省の補助を得て、地産の野菜などを販売する「たまちゃん街の駅」を御幸通り商店街内の空き店舗にオープンさせた。「たま」は循環型社会を目指すことをイメージして名付けられたものである。

取組内容

「たまちゃん街の駅」は NPO 姫路コンベンションサポートの事務局がある情報発信拠点「電博堂」の向かいの空き店舗を借りて整備された、地域の農産物を中心に扱う店舗で、姫路近郊の生産者によってつくられる有機栽培や農薬を抑えた安全・安心な新鮮な野菜のほか、それらを利用した加工品、米などの播磨の農産物、地元でつくられている銘菓が販売されている。

生鮮食品は原則的に生産者からの委託販売の形をとっており、仲卸しをはさまず、毎朝生産者から新鮮な野菜が直接店舗に納入されている。店舗運営は20～30代の若者を中心に行う他、商品を納入する生産者にも20～30代の若い農家がいるため、若者の交流にも一役買っている。

名称：たまちゃん街の駅（平成21年11月開設）

所在地：兵庫県姫路市綿町90番地

面積：16坪

販売品：地元野菜（減農・無農薬・有機野菜）とその加工品、地元の銘菓、全国から取り寄せたこだわりの品、花木、米

販売方法：原則生鮮品は生産者からの委託販売（手数料15%）、供給体制は店舗へ直接納品。

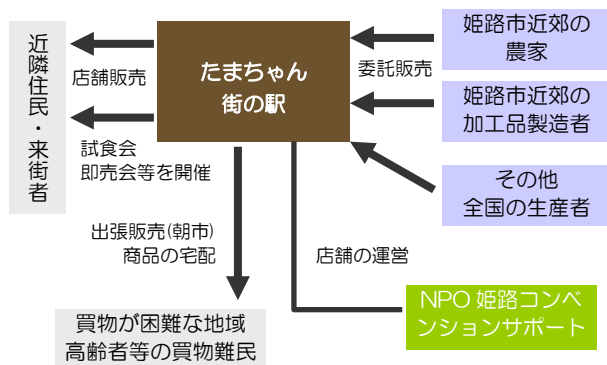
※一部買い取り品あり。

営業時間：午前9時から午後6時（定休日 毎週水曜日）

販売員：スタッフ5名



事業の仕組み



取組効果

- たまちゃん街の駅の場所は3年間空き店舗で、その北隣も1年間ほどは空き店舗だったが、11月に開店して以来、北隣の店にも入店者が決まり、空き店舗数が減り、商店街に活気が出てきた
- 毎週末のイベントを通じて、新たに扱う商品のマーケティングやPRを行うことで売れ筋や動向の把握ができています。



取組上の工夫

- 毎週末にイベントを開き、新しく販売したい商品の試食会や即売会をする。チラシを近隣マンションに配布しPRする。
- スタッフは緊急雇用対策事業で雇い入れをしている。1年間の契約だが、定期的に勉強会なども開催し、能力の向上に努めている。
- 金・土曜日には朝市を実施、近隣の場所では出張販売を行っており、スーパーがなくなって買い物に不自由している地域に定着した。また高齢者には配達も実施している。
- 店で販売している野菜や加工品を入れた弁当を販売することで、弁当だけでなくその商品もPRできる。



今後の展望

- もっと加工品や名産品の取り扱いを増やし、観光客をも取り込める店を目指している。今年からは野菜についても農家に依存するのではなく、自身が生産者になって販売をする予定。ゆくゆくは、消費者もいっしょになって生産者になれる「農園クラブ」を創設したいと考えている。
- スーパーのない地域への出張販売を増やす、商品の配達を行うなど、買い物で遠出できない人たちの利便を向上させていきたい。



御幸通り商店街



たまちゃん街の駅（外観）



たまちゃん街の駅（販売商品）



店頭でのイベントの様子

まちづくり会社が運営する「安全で安心な、おいしい直売所」

山梨県北杜市に位置する小淵沢駅前商店街では、旧小淵沢町、小淵沢商工会、地元有志で結成された有限会社まちづくり小淵沢が農産物直売所「ショップまちこぶ」を出店。近隣の農家から新鮮な野菜を仕入れて販売しているほか、安全に気を使って仕入れた加工品の販売も行っている。

この取組では、ただ直売所を開設するのみではなく、地域住民も参画しているまちづくり団体によって地域住民への安全で安心な商品の提供を目指している点など、学ぶべきところが多くある。

■ 山梨県北杜市

総人口：49,273（人）
世帯数：19,947（世帯）
総面積：602.89（km²）
人口密度：81.7（人/km²）
（平成22年3月1日現在）

JR 小淵沢駅の南に平行して伸びている商店街。

個人営業の中小規模の店が多く、近隣の長坂や富士見町に大規模店舗が数多く出店していることもあり、来客数の増加に向け、様々な取組を行っている。



背景ときっかけ

ショップまちこぶの運営者である「有限会社まちづくり小淵沢」の誕生は平成12年に遡る。当時の小淵沢町が策定した「小淵沢町中心市街地活性化基本計画」実現のための団体として、小淵沢町商工会の公募によって「まちづくりワークショップ」が誕生。小淵沢でのまちづくり活動を続け、TMO認定（※1）を受けた後には、小淵沢地域全体を対象としたまちづくりをするために、広く住民の資本参加を募り、平成18年に小淵沢町、小淵沢町商工会、町内外の出資者によって（有）まちづくり小淵沢が設立された。

小淵沢地区の地域活性化に取り組む同団体では、小淵沢駅前商店街と地域内の生産者、消費者を結ぶことを目的に、同商店街内の空き店舗を活用して地場産の農産物等を販売する「ショップまちこぶ」を開店させることとなった。

（※1）：TMOは、タウンマネージメントの略で、中心市街地の活性化に向けてまちづくりを運営すること。TMO認定は、旧中心市街地活性化法において、中心市街地のまちづくりを運営する組織として認定されたことの意。



取組内容

有限会社まちづくり小淵沢では、小淵沢駅前商店街内の元は家具店で3年前から空き店舗になっていた場所を改装、「ショップまちこぶ」をオープンさせた。ショップまちこぶでは「安全・安心・おいしい」と「地産地消」を理念として、旧小淵沢町の農家から持ち込まれた新鮮な農産物の販売を始めた。

しかし、周辺にも無人販売所や道の駅があることから、仕入先を北杜市内農家に広げ、販売形式も委託販売と買取販売の併用とし、地域内外の加工品の取扱いも始めた。一方、全国から化学調味料等の添加物を使わない商品を厳選して、安全、安心、おいしい食料品の販売も行っている。

名 称：ショップまちこぶ（平成19年4月開設）

所 在 地：山梨県北杜市小淵沢町1039-6

面 積：約11.5坪

販 売 品：北杜市の農家から毎朝届けられる新鮮な野菜、地元農家手作りの農産物加工品、米、果物など
その他全国から商品を仕入れるほか、調味料等も扱っている

販売方法：農産物は委託販売（手数料15%）または買取販売

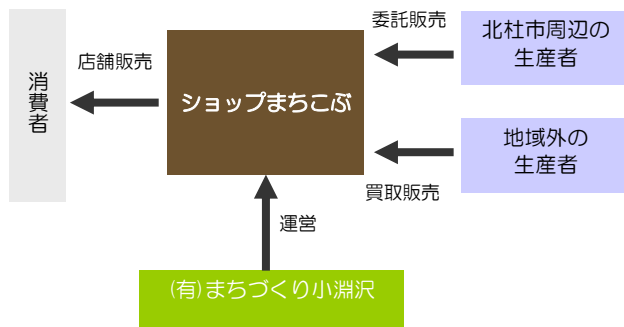
営業時間：[10～3月] 午前10時から午後5時30分（定休日 毎週木曜日）

[4～9月] 午前10時から午後6時（無休）

販 売 員：店長とスタッフ6名（常時1名）



事業の仕組み



※農産物は生産者が持ち込むかたちを基本とし、バーコードによる管理を行っている。

※まちづくり小淵沢は、駅周辺施設（観光案内所・駐車場等）の指定管理事業と独自事業により、補助金なしの自立経営を行っている



取組上の工夫

□「安全・安心・おいしい」の理念を重視しており、農産物は原則として毎朝農家が採れたてのものを直接持ち込んでいるほか、加工品も化学調味料、保存料などの添加物を使用していないものを仕入れているため、他の店舗との差別化が図れている。

□全国から買い取った商品は「～フェア」といった形で販売することでPR効果を高めているほか、売れ筋を見て通常販売の商品構成の参考にしている。

□店内に誰でも利用できるコミュニケーションボードを有料で設置し、来店者同士での情報交換や物品の売り買いのサポート、コミュニケーションの場を提供している。収益金は地域の活動へ寄付している。



ショップまちこび（店内）



ショップまちこび（店内）



取組効果

□開店後3年間を経て地元に着定、住民にとってなくてはならない店舗としての立場を確立しつつある。

スタッフは地元の主婦を雇用し、地域の交流・活性化の場として機能している。

□スタッフが地元の野菜や加工品を厳選し、地元食材を中心としつつも、全国の良い商品を取り寄せており、周辺の農産物直売所との差別化が図られてきた。

□新聞等に取り上げられたことでのPR効果があり、これまで訪れることがなかった人が同商店街に足を運ぶようになった。特に、小淵沢駅から商店街の中程に位置する店舗までの誘引に貢献している。



今後の展望

□店単独の経済的自立を目指して、引き続き様々な取組を行っていく。

□地元の生産者と地域一般住民をつなげる店として、地元生産者とのネットワークを広げ、安全・安心で質の高い地元産の農産物や加工品を数多く提供していきたい。

□商店街において、生産者の方、地域の方、観光客の方たちとの会話が弾むコミュニケーションの場として継続・発展させたい。



ショップまちこび（外観）



店内の商品

地元の野菜等の直売所とレストラン併設による観光誘客

江戸時代の中心的なルートである「お成り道」1.5km のまち並みを再生し、新たな萩観光の魅力を掘り起こす「お成り道再生プロジェクト」の事業主体となる株式会社お成り道の第1号店として、お成り道にある田町商店街の空き店舗を活用して、農産物直売所「萩の台所 とれたて市場たまち」、農家レストラン「天蔵」を、平成20年10月に開設した。

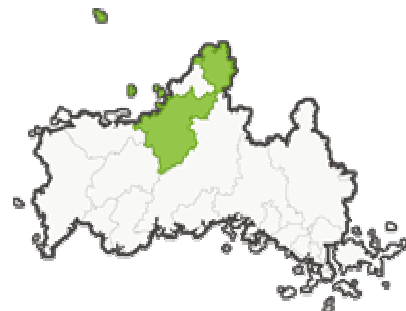
この取組は、地元の農産物を中心に近海でとれた魚の干物を販売し、併せて地物の魚、野菜等を取扱う飲食店を整備したことで、商店街の賑わいの創出と市民や観光客の交流の場として定着しつつある。

山口県萩市

総人口：55,734（人）
世帯数：24,360（世帯）
総面積：698.79（km²）
人口密度：79.8（人/km²）
（平成22年2月1日現在）

萩市田町商店街

田町商店街は、江戸時代、萩藩主が参勤交代に使っていた旧お成り道の一角にある商店街。
観光と商業の連携による観光ミックス商店街を活性化の基本コンセプトに掲げ、活性化に向けた取組を行っている。



背景ときっかけ

田町商店街は江戸時代、萩藩主が参勤交代に使っていた旧お成り道の一角にあり、昭和40年～50年代にはアーケードが整備され、萩市で最も賑やかな通りであった。その後、大型店の郊外への進出や自動車社会等の影響を受け、空き店舗の増加など商店街の衰退が進んでいた。加えて、中心地の高齢化が進み、高齢者の買い物等に支障を来していた。このような状況に対して、商店街では観光と商業の連携による観光ミックス商店街を活性化の基本コンセプトに掲げ、活性化に向けた取組を行っていくこととなった。

活性化への取組にあたって、萩市民の出資による民間主体のまちづくり会社「株式会社お成り道」と、「NPO 法人お成り道ネット」を設立し、「株式会社お成り道」はベネフィットな経営の観点から、「NPO 法人お成り道ねっと」はパブリック活動の視点から萩観光のためのお成り道まちづくりに貢献する組織づくりを行った。

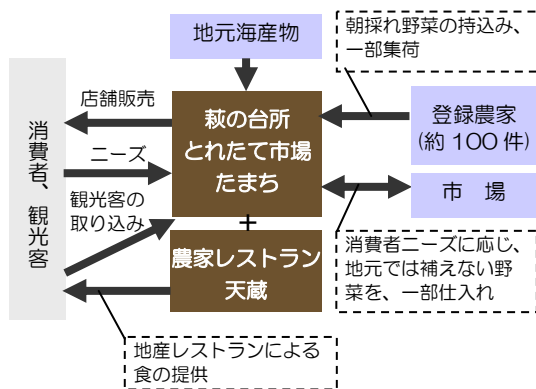
取組内容

農産物直売所「萩の台所 とれたて市場たまち」、農家レストラン「天蔵」は、株式会社お成り道が手がける「お成り道再生プロジェクト」の最初の取組で、平成20年5月にお成り道の延長にある田町商店街の空き店舗とその居宅部分を改修し、地元の農産物直売所と農家レストランとして同10月に開店した。農産物直売所では、スーパーでの販売経験がある人材を店長として招き、地元農産物の仕入れをはじめ、直売所の運営管理を行っている。

- 名称：萩の台所 とれたて市場たまち、農家レストラン天蔵（平成20年10月開設）
- 所在地：山口県萩市東田町58-2（とれたて市場たまち）、山口県萩市東田町62-1（農家レストラン天蔵）
- 面積：とれたて市場たまち 約51坪 農家レストラン天蔵 約55坪
- 販売品：とれたて市場たまち / 市内の農家と契約した朝どれ野菜、果物、加工品、市内物産品、海産物等
農家レストラン天蔵 / 萩沖でとれた魚、地元の野菜を用いたメニュー
- 販売方法：とれたて市場たまち / 買取販売、一部委託販売
- 営業時間：とれたて市場たまち / 午前8時から午後6時（休業日 12月31日～1月4日）
農家レストラン天蔵 /
午前11時から午後2時、午後6時から午後10時（定休日 毎週水曜日 休業日 12月31日～1月1日）
- 販売員：とれたて市場たまち / 店長とパート4名
農家レストラン天蔵 / 店長とパート4名



事業の仕組み



取組効果

- 農産物直売所と地産レストランの開設により、安心して安全な顔の見える野菜を求める市民や、地元でしか味わうことのできない料理を求める観光客が増加している。
- 農家の生産した農産物を中心に、近海でとれた魚の干物類、農水産物の加工品、市内の特産品を扱っていることから、観光客の誘引につながっている。
- 客足は天候によって左右されるものの、運営を維持するための顧客を確保できるようになった。
- 地域の高齢者の利用が多く、地域への貢献も果している。



取組上の工夫

- スーパーでの販売経験がある人材を店長として招き、農水産物の仕入れをはじめとする店舗運営を行っている。
- 消費者のニーズに対応するように、不足する野菜に関しては、一部、市場から仕入れることにより対応している。
- 生産者の顔の見える商品紹介を行っている。



今後の展望

- 4月から6月にかけて、地元の野菜の供給量が少なくなることから、安定した供給のために、登録農家の拡大が課題となっている。
- 登録農家からの出荷管理を改善し、需要と供給のバランス調整を図る。
- 地元への貢献はある程度達成できたことから、観光客の誘引をさらに促進するために、インターネットの活用や旅行会社等との連携を図る。



田町商店街



とれたて市場たまち（店頭）



とれたて市場たまち（店内）



とれたて市場たまち裏の
農家レストラン天蔵（外観）

安心・安全な農産物の供給体制の確立と消費者ニーズの把握

地域の居住者をはじめとする生活利便性に配慮する取組の一環として、高松丸亀商店街では、銀行跡(空きビル)を活用した地元農産物の販売を行う「亀井戸水神市場」を、平成18年9月に開設した。

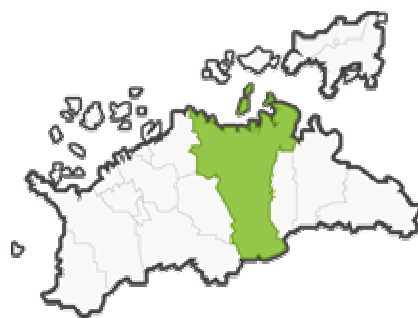
この市場では、安心で安全な野菜を提供するために、独自の審査基準に適合した地元農産物のみを提供していることが特徴である。同施設は、農業生産者とのネットワーク構築やオーガニックな野菜(有機農産物)が消費者にどの程度受け入れられるかという市場の把握に向けた実験的事業である。同施設がある街区の再開発のため、平成22年2月で一時閉店となったが、この実験事業の成果は大きく、この事業で蓄積したノウハウは、平成21年12月にオープンした再開発ビル式番館のテナントミックスに活かされている。同再開発ビルでは、全体を「ナチュラルフードコート」として展開し、生産者とともにオーガニックな野菜(有機農産物)を中心とした豊かな食生活を提案しており、地元の食材にこだわった各種レストランや、食卓を応援する総菜などを扱う都市型生鮮コンビニなどを出店させるに至っている。なお、亀井戸水神市場の市場機能は、式番街に隣接した場所に移転し再開する予定である。

香川県高松市

総人口：419,165(人)
世帯数：173,630(世帯)
総面積：375.12(km²)
人口密度：1117.4(人/km²)
(平成22年3月1日現在)

高松丸亀町商店街

高松丸亀町商店街は、高松市の中心市街地を代表する商店街で、高松城跡の南に延びる全長約470mの商店街。
バブル期から将来の商店街の衰退を予想しており、青年会を中心に将来の商店街のあり方を検討し、そのもとで再開発事業、テナントミックス事業等の取組を積極的に進めている。



背景ときっかけ

郊外開発や郊外型ショッピングセンターの進出により、全国的に中心市街地の空洞化が進んでいるが、高松市も同様に郊外型ショッピングセンターの影響を受け、中心市街地の来街者数減少、商店街の売上減が見られるようになった。このような状況に対して、高松丸亀町商店街は、再開発事業によるテナントミックス、居住人口増により、街全体の魅力づくりを進めており、その一環として有機野菜の市場経営の可能性を探るとともに、安心で安全な野菜等の提供、トレサビリティのできる商品提供の仕組みをつくるための取組として、平成18年9月に「亀井戸水神市場」を開設した。



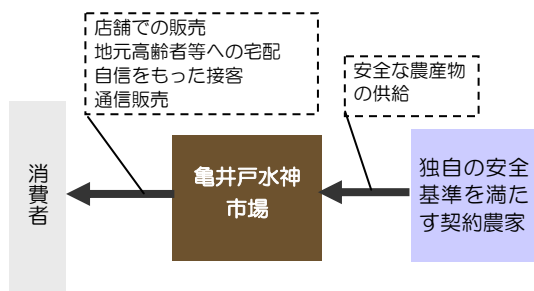
取組内容

高松丸亀商店街の路上で、有機野菜の直売を行っていた方を店長として招き、店舗運営及び農家の販路開拓を行った。店のコンセプトに「安全・安心」を掲げており、独自の安全基準を設け、その基準に合う農産物を提供する農家を募るとともに、店長が農家の現場に赴き、生産者の皆さんの思い、農業の姿勢、そして安全・安心に作られているプロセスを見て、契約を結んでいる。また、商店街周辺の高齢者等に対して宅配サービスを行っている。

名称：亀井戸水神市場(平成18年9月開設、平成22年2月一時閉店)
所在地：香川県高松市丸亀町
面積：約100坪(バックヤード含む)
販売品：県内で生産されている有機野菜等の農産物(独自の安全基準を満たした野菜)、加工品、惣菜、お菓子など
販売方法：生産農家との直接契約による仕入れ販売(買取)
営業時間：午前11時から午後7時(日曜は午後6時まで 定休日 毎週月曜日)
販売員：店長 + アルバイトスタッフ



事業の仕組み



※独自の安全基準に合う農産物を提供する農家を募集。
選定にあたっては、店長が農家の現場に赴き、生産者の皆さんの思い、農業の姿勢、そして安全・安心に作られているプロセスを見て契約を結んでいる。



取組上の工夫

- 安心して安全な野菜を提供するために、有機 JAS 認証作物を最も高い基準とした、5段階の独自の基準を作り、厳選した野菜と加工品を扱うようにしている。
- 野菜が実際に作られている生産者の田畑にお伺いし、生産者の思い、農業の姿勢、生産のプロセスを見て、お客様に自信を持って売ることができるかを判断している。
- 安心して安全な野菜を提供するのはもちろんのこと、お客様とのコミュニケーションを大事にする誠意のある接客につとめている。



高松丸亀町商店街



亀井戸水神市場（店内）



取組効果

- 値段が多少高くても、安全で安心な野菜を厳選して販売することの市場性を把握することができた。
- 無農薬、低農薬等の独自の安全基準の表記、生産者の顔が見える説明等、表示や接客を通して、安全で安心できるものを売っている店として知られようになった。
- B街区の再開発コンセプトである「ナチュラルフードコート」の展開につなげることができた。
(惣菜・弁当・食料雑貨を扱うショップ、自然発酵の天然酵母パン等を扱うベーカリー、厳選した地元野菜や魚介類を用いたビュッフェスタイルのレストラン等の誘致)



今後の展望

- 今回の亀井戸水神市場は、再開発の関係から実証実験的な取組であったが、市場機能は必要なことから、地区内で再開する予定である。
- 生鮮 4品（青果、水産物、食肉、惣菜）が揃う商店街としてテナントミックス事業を推進し、農水産物の生産者と生活者が結び付くステージをつくり、高松らしい豊かな食文化を提案していきたい。



亀井戸水神市場（外観）

栽培方法	化学合成農薬	化学肥料	期 間
無無無	不使用	不使用	3年以上、及び有機JAS認証作物
無無	不使用	不使用	栽培期間中(6ヵ月以上～3年未満)
減無	5割以下	不使用	栽培期間中(6ヵ月以上)
無減	不使用	5割以下	栽培期間中(6ヵ月以上)
減減	5割以下	5割以下	栽培期間中(6ヵ月以上)

※販売する野菜に対する独自の安全基準（5段階）

地元農産物で6次産業を実現。小川の庄の「おやき村 大門口」

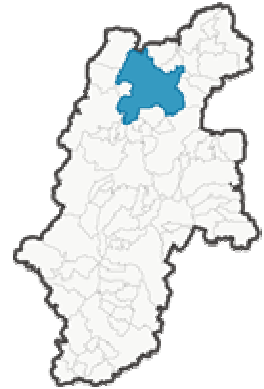
少子化、高齢化する小川村は、住民が生涯現役で働ける職場づくりを行ってきた。その1つが「おやき村」である。小川の庄の宝物はおばあちゃんである。囲炉裏の炭火で焼くアツアツの縄文おやきは、日本のふるさとの原点を感じさせる。その場にて生でいただけるのは、おやき、手打ちそば、おぶっこなど。お土産には、旬の漬物や『農家の味自慢』という山菜や野菜を地域の味で調理した瓶詰めや、炊きたてご飯にさっと混ぜる『小川の庄ご膳』など、商品はおやきだけでも約30種類ある。小川村のおやき村（本店）のほか、善光寺表参道の大門口（直営店）は、善光寺の参拝客や外国人、地元住民の憩いの場となっている。

長野県長野市

総人口：389,126（人）
世帯数：152,580（世帯）
総面積：834.85（km²）
人口密度：466.1（人/km²）
（平成22年3月1日現在）

ぱていお大門蔵楽庭（くらにわ）

善光寺表参道（中央通）と国道406号線と交差する東南側に位置する。
平成17年11月に大門口商店街の賑わいを生み出す核商業施設として整備され、広さは約3,000㎡。飲食店、物販店、ギャラリー、中庭など15店舗で構成されている。



背景ときっかけ

おやき村の始まりは、長野県小川村の少子化と村の存続危機を憂いたこだま会の7人の青年が、10年後に戻って村づくりをしようと誓い、再会し、昭和61年に地元住民の出資、まちの出資による第三セクター「小川の庄」を設立したことによる。「この村に住む人が、生涯現役で生きがいをもって働けること」を经营理念にして、小川村の各地域が、地域資源を活かした職場づくりを始めることになった。

おやきの販路拡大のため、平成元年に善光寺参道の問屋街の空き店舗に大門口を出店した。当問屋街一帯は空き店舗などで空洞化していたので、その後、地域活性化拠点となるような商業施設が計画され、入居を決意する。平成17年に、蔵造りの街並みのぱていお大門蔵楽庭が誕生。同時に新装「おやき村大門口」が再スタートする。



取組内容

小川の庄の事業のベースになっているのは、製造・販売の直売方式「6次産業」の推進である。食材は地産地消を基本とし村と県下から調達している。それらの食材をおばあちゃんが加工し、販売まで一貫して行う6次産業を実践し、付加価値を生み出し、利益を上げている。1次×2次×3次産業＝6次産業が、地域を活性化させる。「60歳入社、定年なし」の生涯現役を進め、「明るく楽しく元気良く」が合言葉で、地域に貢献することを目指している。

店舗は、小川村の本店ともいべき「おやき村」の他、ぱていお大門の「おやき村大門口」そして、長野駅善光寺口味い広場に「おやき工房」（販売店）、松本駅ビルMIDORIの4階に「おやき村」（販売店）がある。

- ◇縄文おやき・・・柔らかく練った小麦の皮に、季節の野菜、山菜を味噌や醤油で味付けして包み込んだもの
- ◇農家の味自慢・・・農家の家庭の味に磨きをかけて商品化（にんにく焼き味噌、ふき味噌、青唐がらし味噌）
- ◇小川の御膳・・・まぜごはん・炊き込みごはんの素（しょうがご膳、野沢菜ちりめん、ひじきご膳等）
- ◇農家のおもてなし・・・さらさらあずき、おぶっこ（郷土鍋）、手打ちそば、味噌蔵の珍味（生姜の味噌漬等）

名 称：おやき村大門口（ぱていお大門蔵楽庭内／平成17年11月開設）

所 在 地：長野市大門口53

面 積：蔵造りの店舗2棟 約30坪

販 売 品：縄文おやき、健康維持の瓶詰め食材、まぜごはん・炊き込みごはんの素、おぶっこ、珍味

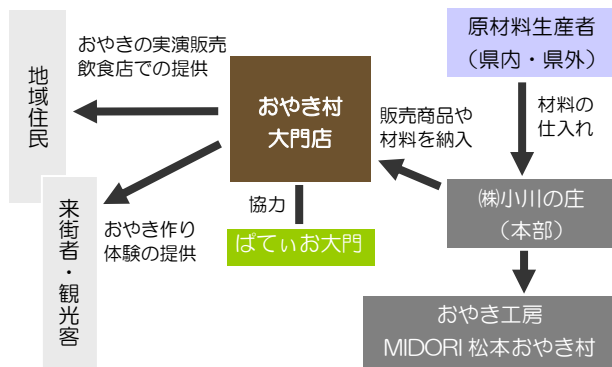
販売方法：店頭販売、飲食店での提供

営業時間：午前10時から午後6時（年中無休）

販 売 員：8名



事業の仕組み



※農林水産物の素材の仕入れは株式会社小川の庄が製造・流通本部機能を果たしている。おやき村大门店、おやき工房（長野駅前店）、MIDORI 松本おやき村の3店は、販売店と位置づけられている。



取組上の工夫

- 地域の高齢者の雇用を農業生産だけに留めなくて、加工業および販売・サービス業を取り込み（6次産業）、付加価値を創造し、収益性を高めている。
- 販売拠点を長野県下に置き、地域と密着している。
- 若者にも夢のある職場にするために、平成元年から平成9年まで、毎年アメリカで開催されるジャパンエキスポに出店し、商品もアメリカで販売され、ベジタリアンに好評を博していた。
- 囲炉裏を囲んでの炭火によるおやき作り体験は、思い出に残る楽しい会話のひとつを作っている。（消防法上の多くの規制をクリアしている）



ばていお大門口とおやき村表参道入口



縄文おやきを焼くスタッフ



取組効果

- 客層で目につくのは、米国人、イタリア人、ドイツ人等、外国人である。健康的な食品としてベジタリアンに好まれている。
- ばていお大門口蔵楽庭の入れ込み客数は減少しているが、大门店は固定客を確実に増加させている。
- おやきは長野県下に、地域の数だけ味や製法があるが、本物志向と炭火焼で食べるおやき村のおやきは今やブランドとして認知されている。



今後の展望

- 本店と大门店の囲炉裏でのおやきづくりは、ゆっくりと時間が流れる田舎を満喫でき、他にはない魅力となっているが、生火の使用には、消防署の厳しい制限があるそうである。（4時には炭に灰を被せ消火し、閉店時には完全に火の気が無い状態にしていること等）また、周辺の住民から、おやきを焼く臭いの苦情があるため、理解を得る努力をしている。
- 親戚づきあいのような田舎独特のおもてなしは、従業員教育から生まれるものではないため、今後も小川村出身者を積極的に雇用していきたい。



おやき村中庭（入口）



縄文おやき

高齢者が出資して支える「プラチナプラザ」

空き店舗率7～8割もあった商店街を、長浜市の元気印・熟年集団プラチナプラザは、有志50人の共同出資により、空き店舗を活用して、地域住民の生活ニーズに応える野菜工房、おかず工房など4つの店舗を開店して、お客様とのふれあいを復活させた。

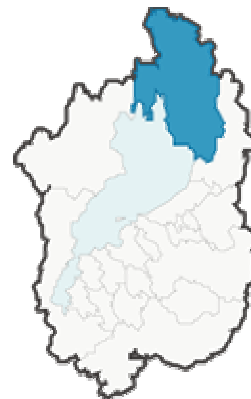
これをきっかけに、商店街に買い物客がもどるようになり、店舗の開店が相次ぎ、空き店舗率が1割までに激減した。プラチナプラザの取組は、商店街の必要性和その魅力を訴え、地域の高齢者に生き生きと働ける場所を提供し、商店街は地域住民の交流の場となることを実証した。

Ⅰ 滋賀県長浜市

総人口：126,200（人）
世帯数：44,105（世帯）
総面積：539.48（km²）
人口密度：233.9（人/km²）
（平成22年3月1日現在）

Ⅱ ゆう壱番街商店街

J R長浜駅から北国街道を北に進み、黒壁ガラス館を越えて1筋目、駅から徒歩約8分の場所にある。
西は北国街道、東は大通寺の参道ながはま御坊表参道の間の横に約200mの近隣型商店街である。プラチナプラザと同年にスタートした手づくり歌舞伎「長濱ゆう歌舞伎」も有名である。



背景ときっかけ

昭和55年には、大型店の進出や商店が大型店に出店するなどで空き店舗率7～8割という極度に衰退した商店街となっていた。昭和63年に黒壁ガラス館がオープンし観光客で賑わうが、ゆう壱番街商店街に流れることはなかった。

平成8年に「北近江秀吉博覧会（238日間）」が街なかで開催されることになり、「55歳以上の青年男女求む!」と博覧会コンパニオンが募集、予想を超える応募があり、55～80歳の日本初ユニークなコンパニオン120人が誕生した。郷土の良さを熟知し、思慮深い接客態度は来場者に好感を持たれ、マスコミ各社がこぞって取り上げた。博覧会終了後、この熟年の元気なエネルギーをそのまま埋もらせてはいけないという考えから、「シルバーよりもっと輝くプラチナへ」という理念のもと、高齢者を中心としたプラチナプラザを開設した。

プラチナプラザは、1人5万円を出資して参画し、働きに見合った歩合の収入を得る仕組みで、平成9年10月、空き店舗利用して「野菜工房」、「おかず工房」、「リサイクル工房」、「井戸端道場」の4つの高齢者事業が起業した。



取組内容

大型店とは違う買い物の楽しさを提供し、対話やふれあいが生まれる商店街になれば、市街地に足を運ぶ市民や観光客の回遊も増えるという狙いから、空き店舗が少しずつ埋まれば周辺の商店街も元気がでる。プラチナプラザは、この一石二鳥を狙った実験的試みである。店舗は市街地で最も空き家が多い「ゆう壱番街商店街」に4店舗を確保。現在、60～80代の35人が4つの工房に分かれ交代で仕入れから販売まで行っている。

◇「野菜工房」・・・30数軒の近隣農家や市場から直接、新鮮で安心な野菜や花、農産加工品を仕入れ販売。根菜や果物は1個から、葉物は1束から、白菜は必要分カット販売。珍しい野菜は調理法を説明して、消費者の知りたい要望に応じている。

◇「おかず工房」・・・家庭料理を中心に弁当販売や仕出しもする。曜日ごとに10種類のメニュー、メニューはスタッフが開発する。高齢者が多いので塩分控えめ。おはぎ、赤飯、惣菜は地域伝統の味と人気商品である。

名 称：ゆう壱番街商店街 プラチナプラザ（平成9年10月開設）

所 在 地：滋賀県元浜町13番地

面 積：4店舗 約80坪

販 売 品：野菜、花卉、漬物、惣菜、農産加工品、菓子など

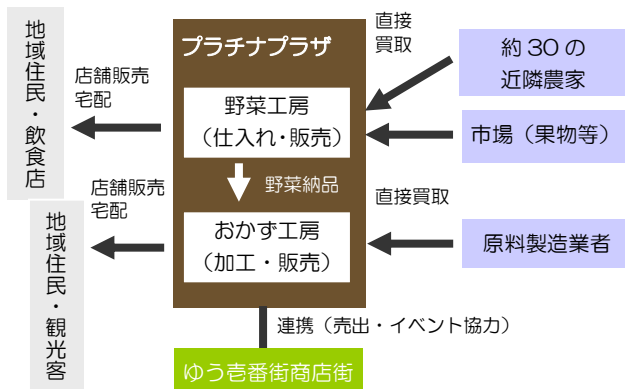
販売方法：店舗販売、全品買取

営業時間：野菜工房 / 午前8時30分から12時 おかず工房 / 午前9時30分から午後3時（不定休）

販 売 員：スタッフ 約10名（総勢35名）



事業の仕組み



※野菜工房は、近隣農家と市場から仕入れ、おかず工房は、野菜工房と不足する原料を他の素材会社から仕入れている。地元の飲食店がこだわり野菜を求めてやってくる。



取組上の工夫

- ゆうぎ番街商店街のプラチナプラザの整備と長濱ゆう歌舞伎上演の2大事業を柱にした取組。
- プラチナプラザと商店街および長浜市との協力体制が確立されている。
- 安全・安心、地産地消の推進と地域の30農家との連携が組まれている。
- 農産加工品開発における、飽きられない定番商品づくりや商品開発、調理のコンビネーションの工夫。
- プラチナプラザを軸にした、県・市と民間企業と連携した空き店舗活用事業が展開されている。



野菜工房から見たゆうぎ番街商店街



野菜工房



取組効果

- 地元住民との対話やふれあいにより生まれる笑顔や笑い声が町の活力となり、賑わいあるまちづくりに貢献し、民間でできる公共領域を示した。
- 新エイジレス社会の輝く担い手が、自己の知識、技術、能力を活かし、地域の元気を創出している。長浜の町衆気質である「賛同するものが出資する」という伝統が継承されている。
- 7～8割の空き店舗率が、1割に減少した。
- ゆうぎ番街商店街へ地域住民の人通りが増え、また、観光客の回遊性は確実に高まっている。



今後の展望

- 商店街の担い手世代を若者に転換していく挑戦をしていかなければならない。「まち家シュツセ横丁(3坪、20店舗)」はその試みの1つでもある。
- 商店街の消費拡大を図るため、住民の生活志向にあった販売方法や売り方の工夫をする必要がある。
- まちづくり会社と連携して、街なかの高齢者のグループハウスの造成や若い核家族世帯との共同生活ができる環境がつかれないかなどを検討している。
- 長浜に居住したいという意向を持つ若者層がいるということを踏まえ、新規居住者を迎える環境づくりも検討している。



おかず工房



おかず工房の調理作業

農と食をつなぐ こだわりマルシェ@miya

宇都宮の魅力や価値を内外に伝える空間、宇都宮アンテナショップ「宮カフェ」が、オリオン通りの空き店舗を改装して平成21年11月にオープンした。内装には木のぬくもりや大谷石を活かして、癒しや温かみといった親しみやすい空間を演出している。

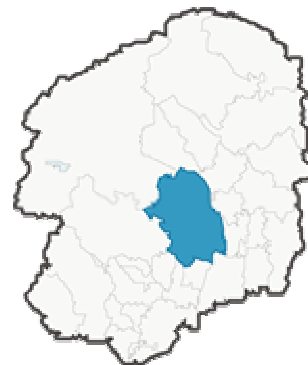
1階のこだわりマルシェ「@miya(アット・ミヤ)」は、朝採れ野菜、有機・低農薬野菜、一流シェフやパティシエがつくるスイーツやデリカ、市内の銘菓、名産品を販売し、スローフードな軽食も味わえることから、幅広い年代の女性客で賑わっている。

■ 栃木県宇都宮市

総人口：510,223(人)
世帯数：210,705(世帯)
総面積：416.84(km²)
人口密度：1224.0(人/km²)
(平成22年3月1日現在)

■ 宇都宮オリオン通り商店街

JR宇都宮駅前大通と平行して東西に約500mのアーケードのある商店街で、JR宇都宮駅から徒歩10分ほど、東武宇都宮駅から徒歩2分の位置にあり、周辺には東武百貨店、パルコ、長崎屋がある。現在会員数は64店舗である。



背景ときっかけ

オリオン通り商店街の歴史は古く、昭和20年代に商店街を形成。当時は夜の繁華街として広く北関東一円から集客して、1日あたりの通行量は4,500人を超えていた。しかし、交通事情、駐車場不足や社会情勢の変化を受け現在は平日で1,800人に減少。中心商店街の通行量は平成8年のピーク時の3分の1以下に減少している。オリオン通りは、『入って休めるところがない』と言われており、ほっとできる憩いの空間が求められていた。宇都宮商工会議所は、宇都宮ブランドを創造するアンテナショップ「宮カフェ(一般募集で決定)」の計画を先導して、予定地を東武宇都宮駅前のオリオン通り沿いの空き店舗(1,2階延べ約186坪)に決め、「宮カフェ」の施設プランを公募した。

その結果、「宇都宮ブランドの発信拠点」、アグリスタイルという「スローライフスタイルを提案する店舗」をコンセプトに企画をまとめた㈱ファーマーズ・フォレスト案が採用された。そして、店名は@miyaとなった。

※㈱ファーマーズ・フォレストは体験型スローライフパーク「ろまんちっく村」の指定管理者で、集客が低下していた当施設を年間100万人集客する施設に再生させた。

取組内容

@miyaは、宇都宮の特産・名産や話題の商品を集めたこだわりマルシェを展開する。新鮮な地場産の野菜や農作物、さらにそれらの加工品、名店シェフが創作したスイーツやデリカなど、コラボで開発された数々の商品を販売するほか、宇都宮市内で製造されている名産品、伝統工芸品などを一同に集めている。

次世代の農と食を提案するバーチャルサイト@agriを、リアルな店舗、マチナカこだわりマルシェ「@miya」として実現させた。@agriと@miyaをプロデュースするのは㈱ファーマーズ・フォレスト。

- ◇マルシェ&デリカ・・・有機・低農薬農産物、旬の新鮮野菜、花卉、農産加工品、畜産加工品
- ◇スローフードカフェ・・・デリカ、弁当、スープ、サラダ、スイーツ、ソフトクリーム、コーヒー、フレッシュジュース
- ◇ブランドマルシェ・・・市内の銘菓・名産・工芸品、宇都宮チャレンジブランド、宇都宮PRIDEコーナー

名 称：マチナカこだわりマルシェ@miya(アット・ミヤ) (平成21年11月開設)

所 在 地：栃木県宇都宮市江野町2-11(宮カフェ1階)

面 積：約48坪

販 売 品：市内農家の有機野菜・低農薬野菜、花卉、有機野菜を使ったデリカやスイーツ、スローフードな軽食・飲料

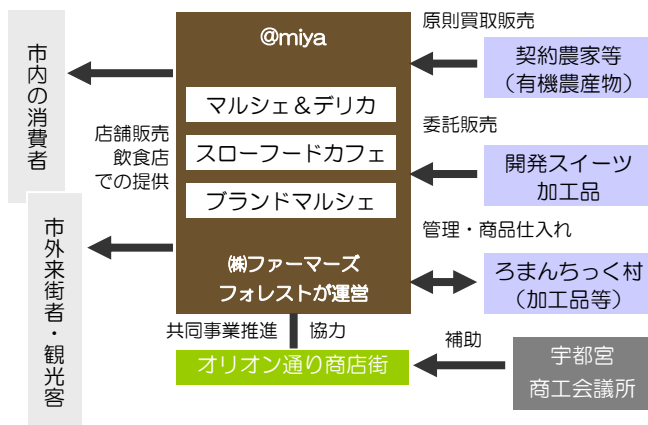
販売方法：野菜は原則買取販売、加工品は委託販売

営業時間：午前10時から午後9時(不定休)

販 売 員：10名



事業の仕組み



取組効果

- @miyaは、「アグリスタイル」というスローライフを提案する店づくりで、月1万人を集客する繁盛店になっている。(ろまんちっく村を体験型スローライフパークとコンセプトを一転させ、年間100万人を集客する施設に変えた実績とノウハウが活かされた)
- ターゲット層から、「宇都宮にこんな店が欲しかった!」と評価され、ほっとする空間として年配女性からもリピート利用がされている。
- 夜はがらんとしていたオリオン通りに人通りが出てきた。仕事帰りのOLたちが、ひとりで、また友達とちょっと気軽に立ち寄る店となっている。



取組上の工夫

- 野菜は、有機野菜、低農薬野菜に限定し、市内のJAS認定農家やエコファーマー農家の生産である。野菜の販売方式は原則的に買取販売としている。
- ろまんちっく村での実績やノウハウをそのまま適用することはしていない。客層が異なるので@miyaは、ターゲットを女性層に絞り、ここにしかない店づくり、商品開発、商品構成を行なっている。
- @agriで実施している実務家ネットワークは、プロ農家、シェフ、企業経営者で編成し、宇都宮の地域資源を活かしたメニュー開発、商品開発を行なっている。



今後の展望

- 次世代の農と食を提案する@agriを通じ、会員が提案するメニューや商品開発を、リアルな店舗である@miyaに活かし、消費者目線の店づくりを行なう。
- @agriの産直宅配の商品は、野菜やスイーツなど現在約300種類あるが、今後、開発アイテム数を増やし1,000種類にしてゆきたい。
- 46haの広大な用地を持つろまんちっく村は、こんこんの森、もくもくの森と農園を含む約10haを「農と食のエンターテインメント空間」としての開発をめざし、@miyaとつないでゆきたい。



オリオン通り (右に宮カフェ)



苺と旬の野菜のフレンダースイーツ



宮カフェの1階@miya



野菜を追加するスタッフ

地場産野菜の味を引き出す、「おかず市場」のこだわり惣菜販売

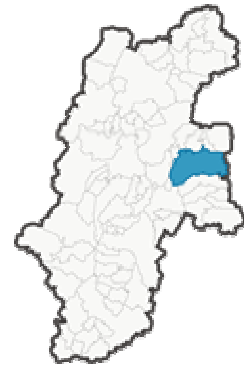
長野県佐久市岩村田本町商店街にある、「本町おかず市場」は平成15年4月、岩村田本町商店街が空き店舗対策の一環として振興組合直営の総菜店として開業した。商店街コンセプトである、「手造り、手仕事、技の街」を基本として調理場が来店者からオープンにみえる構造にして、「作りたて、できたて」総菜50品目余を提供している。地域の利用者に親しまれるようコミュニケーションを大切に店づくりをしている。

■ 長野県佐久市

総人口：101,075（人）
世帯数：38,543（世帯）
総面積：433.99（km²）
人口密度：238.4（人/km²）
（平成22年3月1日現在）

■ 佐久市岩村田本町商店街

中山道22番目の宿場町である、岩村田は昔からの商業の町として発展したが、近年は近隣に大型商業施設が集積。大きな影響を受けた。急増の空き店舗を埋めべく様々な取り組みを実施して空き店舗を解消している。中山道沿いに220メートルのアーケードが並ぶ商店街である。



背景ときっかけ

当初は空き店舗対策の一環として、生鮮三品の店の開業を予定していた。平成14年に、まずは地元のニーズを探るためアンテナショップとして「いわんだ市（野菜市）」を地元農家や農業高校の協力を得て年間6回開催した。結果は大盛況であったが、そこで回収したアンケートやお客様の話から、生鮮野菜よりも「お惣菜」を扱う店への要望が強かったため、地域の台所代わりとして機能する「お惣菜の店」を開店することとし、商店街直営の店として、平成15年4月に「本町おかず市場」を開店させた。

店の運営は商店街の理事が担っており、常に新商品の開発を怠らず、月間10～15品の新商品を提供しているほか、季節感を前面に出した商品構成を心掛けている。平成21年には佐久市の農商工連携・地産地消推進の店に認定された。

取組内容

「本町おかず市場」では地場産の野菜を主に取り扱っている地元の青果店と連携、地産の農産物を優先的に仕入れて惣菜に使用している。また、レストラン出身のこだわりシェフによる「こだわり総菜」を、季節感を出して提供するなど、商品構成には力を入れている。また、スタッフには地元の主婦を雇用し、店舗と客とのコミュニケーションを大切にしている。

おかみさん会による「試食会」や、アンケートによる商品開発を行うとともに、POSによる商品別販売個数管理により、売れ筋の商品などを分析している。毎月10品から15品の新商品を提供し、商品構成の目新しさを損なわないよう配慮しながら販売休止商品との入替などを頻繁に行うことで、生産口を抑えるとともに、消費者の新しいニーズの変化に対応するよう心がけている。

名 称：本町おかず市場（平成15年4月開設）

所 在 地：佐久市岩村田760

面 積：約30坪

販 売 品：信州サーモンのクリームコロッケ、やまめのから揚げ、オムライス、野菜サラダ、おから、ヒジキなど季節のお惣菜
地物豆腐、鰹節、小豆などの乾物

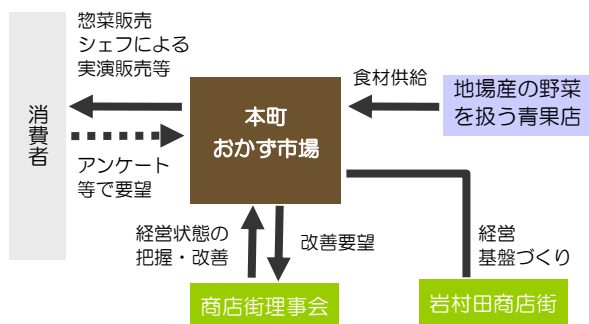
販売方法：店舗での対面販売

営業時間：午前9時から午後7時（年中無休）

販 売 員：スタッフ6名



事業の仕組み



※商店街直営店として運営し、理事会での厳しい経営チェック体制のほか、詳細なユーザーニーズの把握など、一般商店よりも厳しい経営体制により、黒字経営を実現



取組上の工夫

- POS による商品管理で、売れ筋商品と休止商品を素早く判別して対応、生産口スを防止している。
- 材料原価率を現在の40%を下回るよう、仕入れ先を工夫するとともに、同一食材を多くの惣菜に転用するなどの方策を講じている。
- 顧客来店時間帯を分析した結果から、勤務シフトを3種類にすることで人件費を抑制している。
- 総菜は小分けにして購入しやすい価格に設定、手軽さを訴求して平均客単価 1,000 円を実現している。
- 揚げ物は多数陳列せず、注文後に揚げるシステムにより、作りたて感を売ることを大事にしている。



岩村田本町商店街



本町おかず市場（店内）



取組効果

- 「祇園祭」「えびす講」「初午」などの商店街の祭りで、串焼き、焼き鳥の実演販売を行っており、商店街のにぎわいに貢献している。
- 地元での各種イベント開催時には、特製弁当を提供し、好評を博している。
- 年未年始には恒例の「おかず市場 特製オードブル、満足おせち」を提供。地域に根付いてきている。
- 地元の私立中学校の「合格弁当」も手掛けており、受注数は年々増加している。
- 上記のような、イレギュラーな取組成果もあり、毎年増収増益を続ける収益事業となっている。



今後の展望

- 顧客の要望にこたえ、地場産の野菜を置く「常設青物市」を店内に開設予定。地元農家の生産品から家庭菜園での収穫物まで、だれでも気軽に、商品を置いておけるような青物市を目指す。
- 生産者の顔写真を掲示して「生産者のわかる」青物野菜販売を実施すると同時に、「とれたて野菜の作りたて総菜」を集客の目玉にしていきたい。
- 店頭にフライヤーを設置して、揚げ物の実演販売を予定している。お客様にとって、立ちより易く、買いやすい店づくりを実現するため、さまざまな販売方法を試していく。



本町おかず市場（外観）



信州サーモンを使用したオリジナル惣菜

納得したものしか売らない「こだわり商店」

自分の舌で確かめて、自信を持って勧められる商品だけを販売していこうと全国20～30ヶ所の町村を回り、栃木県茂木(もてぎ)町と出会った。こだわり商店は平成19年10月に早稲田商店会の空き店舗を活用して、まず、茂木町の特産品を中心にして、おいしさや生産方法などにこだわりのある全国の農産物や加工品、飲料の販売をはじめた。その後、宮城県南三陸町、東京都檜原村とさらに群馬県伊勢崎市、茨城県常陸太田市との連携へと発展し、現在5市町村のアンテナショップへと発展している。アンテナショップといっても、特産品なら何でも売るわけではない。店長自らが納得したものでなければ売らないというこだわりの店である。

東京都新宿区

総人口：281,971(人)
世帯数：169,449(世帯)
総面積：18.23(km²)
人口密度：15467.4(人/km²)
(平成22年3月1日現在)

早稲田大学周辺商店連合会

都電早稲田駅から2分、地下鉄東西線早稲田駅から7分。
早稲田の街は早稲田大学早稲田キャンパスを取り巻くように、さらには高田馬場や江戸川橋方面に伸びるように7つの商店街、あわせて約400の加盟店がある。



背景ときっかけ

早稲田大学周辺商店街は、最近では「環境のまち早稲田」といわれ、新築マンションには環境意識の高い人々が移り住むようになってきている。食品の安全志向、本物志向のこだわりを持った店は必要とされていると考え、地元スーパーでの10年の経験を活かせるこだわり商店の開店を思い立ち、全国市町村のこだわり食材を探索した。

取組内容

こだわり商店は、経費節減のため元麻雀屋の空き店舗を、内装もそのままで借りることにして開業している。

最初に茂木町を選んだのは、「土が肥よく」、「水がキレイ」、「実直な生産者」と「入郷の棚田」の美しさや鮎もあがる清流「那珂川の“やな”」の素晴らしさ、町をあげて生ゴミ・牛糞・籾殻等を集め「有機質堆肥」を作り、有機肥料で作ったおいしい農産物や加工品を作っていることである。そして、これらの優れた品々を、消費者に伝えたいと思ったことによる。

その後、宮城県南三陸町、東京都檜原村とも連携することになったが、仕入れに際しては必ず産地に出向き、生産者と会って、舌で確かめた上で、これはと思った商品だけをお客様に販売するようにしている。

商品の陳列と構成は、移動可能な陳列棚やフゴンを使用し、見事にわかりやすいブロック構成がなされている。ブロック構成は産地別ブロック、調味料ブロック、惣菜ブロック等の商品別ブロック、新鮮野菜ブロックと壁面の産地のPRポスター等の情報案内ブロックの3つからなる。

名 称：こだわり商店（平成17年10月開業）

所 在 地：東京都新宿区西早稲田1-9-13

面 積：約7坪

販 売 品：栃木県茂木町、宮城県南三陸町、東京都檜原村、群馬県伊勢崎市、茨城県常陸太田市の産直品および全国の産直品／米、野菜、魚、肉、惣菜、調味料、農水産加工品、乳製品・飲料品、菓子等 約700アイテム

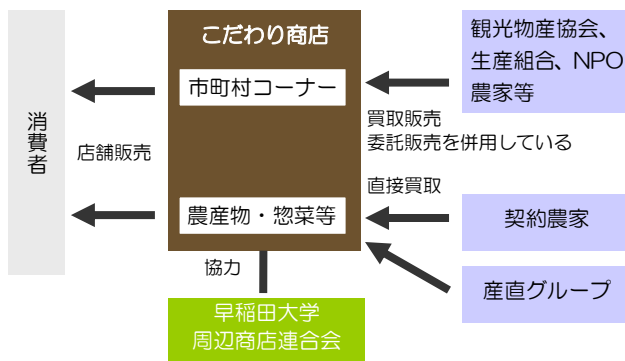
販売方法：観光物産協会・生産組合等からの買取&委託販売、直売グループ・仲卸からの買取販売

営業時間：[月～金] 午前10時から午後9時 [土曜祝日] 午前10時から午後8時(定休日 毎週日曜日)

販 売 員：スタッフ2名



事業の仕組み



※市町村関係は、観光物産協会、生産組合、NPOを通して購入、農家から直接購入する場合もある。その他の商品は、農家から直接購入と産直グループから直接購入している。



取組上の工夫

- 販売商品は、自分で直接確かめ、納得したものしか売らないという信念で仕入れをしている。
- 市町村のアンテナショップだからといって、無条件に店頭陳列しない。お土産は置かない。
- 市町村限定店舗ではなく、広く全国の逸品を探し、お勧めできる食料品を販売していく。
- 逸品掘り起こしのPR、市場調査の場として、「店頭貸出」(什器・場所提供)を行っている。
- 地域の高齢者雇用や福祉施設の販売研修、修学旅行生による店頭販売などにも取り組んでいる。



こだわり商店（外観）



野菜陳列と調味料等の棚陳列



取組効果

- 全国の市町村から当店への視察があり、それが縁となって特産品などの食品取引となることがある。
- 新聞やテレビで紹介されることによって、知名度が上がり、対等取引交渉ができる環境となってきた。
- 商圈は、1km圏内が核であるが、区外、都外からのリピート顧客が出てきている。月に1〜2回ジャムや調味料と野菜などを買っている。
- 買い物客とは常に商品情報を交換しているので、買い物客との商品情報、食材知識の対話が良く交わされている。



今後の展望

- 仕入れたい食材によく出会うが、生産者との直接取引をする場合、ロットの問題、送料負担の問題、安定供給の問題が相手先ごとに全く異なる。解決すべき大きな課題である。
- 地域に貢献する商店として障がい者就労支援、アトム通貨との連携による環境活動、店舗を語らいの場として開放したり、お母さんの子育て支援の場としても提供しており、今後も継続してゆく。
- 茂木町の産地見学バスツアーなど消費者と産地をつなぐ食と農の連携を推進していく。



生産者の顔写真と説明POP



茂木町コーナーと壁面案内コーナー

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

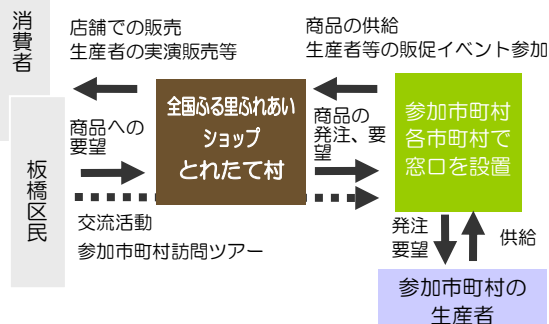
販売方法：全商品買取、運賃は店舗側が負担、現地側取引窓口を1本化（役所、協会、公社など）

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。



ハッピーロード大山商店街



とれたて村（店内）



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。



とれたて村（外観）



店頭の商品

地方連携で八百屋機能を再生、顧客が支える「ふれあい市場」

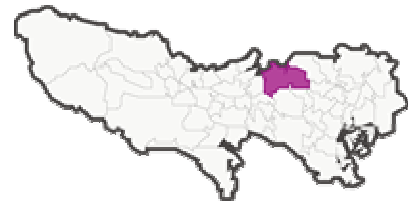
郊外への大型店の進出の影響で生鮮食料品店が姿を消してしまった商店街が増える中、練馬区春日本通り商店会では福島県塙町の道の駅と協力関係を築き、米や野菜に加えて様々な物産品を仕入れて商店街の空き店舗で販売する「ふれあい市場」を、月末の2日間にわたって実施している。地方との連携で商店街に生鮮食料品販売機能を取り戻して商店街の活性化を目指すこの取組は、試行錯誤を重ねて採算性を改善、4年目を迎えるに至っている。

Ⅰ 東京都練馬区

総人口：706,041（人）
世帯数：331,996（世帯）
総面積：48.16（km²）
人口密度：14660.3（人/km²）
（平成22年3月1日現在）

Ⅱ 春日町本通り商店会

豊島園の北に位置する商圈人口約44,000人、約40店舗が連なる商店街。
平成3年に地下鉄12号線（現在の大江戸線）が開通してからは、ビルが林立するとともに、区間内の練馬、平和台等に大規模店舗が相次いで出店したあおりを受け、生鮮食品店が撤退していた。



背景ときっかけ

大型スーパーの出店が相次ぎ、商店街から生鮮食品店が撤退、買物客が離れてしまっていた練馬区春日本通り商店会では、客足を取り戻すためには新鮮な農産物が買える八百屋が必要不可欠との考えから、野菜の産直販売を行うために区が防災協定を結んでいる福島県塙町の道の駅に協力を依頼した。

道の駅に商品の調達を委託し、商店街の空き店舗を活用した「ふれあい市場」で毎月最終金・土曜日に新鮮な朝採り野菜等を販売する取組を平成18年より始めた。

取組内容

新鮮な農産物の販売によって商店街に人通りを取り戻そうと、毎月末に2日間、商店街にある空き店舗を活用して福島県塙町の朝採り野菜等を販売する「ふれあい市場」を開催している。ふれあい市場では、予約制で米を販売しているほか、毎回2トントラック一杯の旬の野菜や、うどんなどの加工品、草履等の雑貨など塙町の物産品を販売している。

また、現地農家を訪れる「農業自然体験ツアー」を行って塙町と地元住民の交流を推進しているほか、ふれあい市と同時に「100円商店市」を開催して、市場に訪れた買物客を商店街へと広げる試みも行っている。

名 称：ふれあい市場（初開催 平成18年9月）

所 在 地：練馬区春日町 1-11-12

面 積：約12坪

取組内容：「ふれあい市場」商店会の空き店舗で毎月末に塙町の米や朝採り野菜、塙町産品等の販売を行っている。

「交流事業」塙町の農家を訪れ、休耕田での米づくりやイチゴ狩り等の農業自然体験ツアーを行っている。（会員制 19,500円/年 会員には毎年冬に40kgの米が塙町より直送される）

「100円商店市」ふれあい市場と同時開催の、参加店舗にて100円の商品を販売するイベントを行っている。

3店舗で商品を購入すると抽選に参加できる店舗ラリーも開催している

販 売 品：米、野菜、うどん・こんにゃく等の加工品、菓子、手作り草履・プランター等の雑貨など
（商品の仕入れ先は塙町に限定）

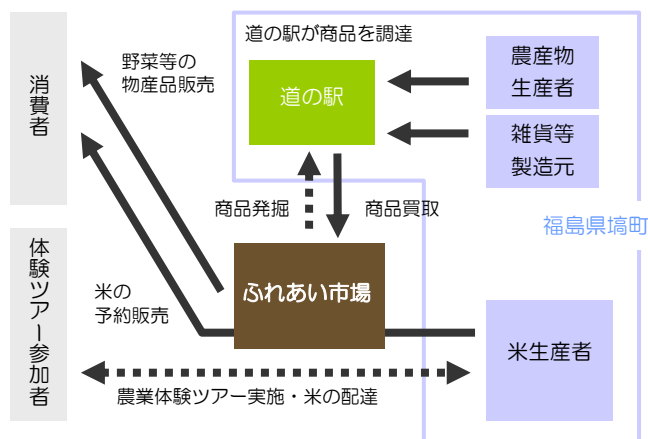
販売方法：商品調達役の福島県塙町の道の駅より商品を買って販売

開 催 日：毎月最終金・土曜日の2日間（8月、12月は休み）

販 売 員：当日スタッフ5名（アルバイト）＋ ボランティア



事業の仕組み



※販促助成金 練馬区より 60万円／年あり



取組上の工夫

- 塙町との信頼関係を重視、仕入先を塙町に限定するとともに、農業体験等により、ふれあい市場利用客にも愛着を持ってもらえるようにしている。
- 食料品だけでは飽きられるため、塙町の雑貨も同時に販売している。(商品は商店会会長が定期的に現地を訪れて発掘したもの)
- 「わけあり野菜」の小分け販売など、ニーズに合わせた商品提供や、開催のたびに家賃を支払い区議会議員の事務所を借りるなどコスト削減に努めている。
- 米は余りを出して余計なコストがかからないよう、予約販売のみで販売している。



ふれあい市場（外観）



ふれあい市場（販売の様子）



取組効果

- 開始当初は赤字が続いたが、試行錯誤を重ねて販売商品・コストの見直しをしたことで、3年目からは宣伝費を除いた収支は均衡で推移している。
- 毎回800～900人の顧客があり、平均客単価が1,000円ほどのイベントに成長した。
- 取組のノウハウは「運営マニュアル」として蓄積され、隣接商店街へのアドバイスに活用されている。
- 毎回多くの来街者があり、商店街の他店舗にも販促効果が出ている。
- 農業自然体験ツアーには毎年40名程度が参加しており、塙町との連携強化に寄与している。



今後の展望

- ふれあい市場を集荷ステーションとして野菜の宅販を行うなど、定期イベントではない、恒常的な販売体制を構築して、野菜で利益をあげられるようにしたい。



ふれあい市場（店内）



塙町での農業体験ツアーの様子

高齢者が主役。地方と都心とをむすぶ「街コン・マルシェ」

東京都品川区と大分県竹田市、品川区にある中延商店街では、遠く離れたこの2つの地域をむすぶアンテナショップ「街コン・マルシェ」が、商店街近辺での高齢者の互助活動を担っている「街のコンシェルジェ」によって運営されている。

「街コン・マルシェ」では、干しいたけなどの竹田市産の加工品が高齢者の有償ボランティアによって販売されているほか、現地生産者によるイベントも行われるなど、両地域の交流が促進され、双方に活力を生み出している。

Ⅰ 東京都品川区

総人口：348,743（人）
世帯数：189,982（世帯）
総面積：22.72（km²）
人口密度：15349.6（人/km²）
（平成22年3月1日現在）

Ⅱ 中延商店街

中延商店街は東急池上線荏原中延駅と東急大井町線中延駅とを結ぶアーケードを有する商店街である。中延商店街周辺は近年、高齢化の進展が急速に進んでおり、品川区全体の高齢化比率よりも高い地区である。



背景ときっかけ

NPO/バリアフリー協会は、平成17年に中延商店街の空き店舗に「街のコンシェルジェ（街中サロン）」を開設した。この街のコンシェルジェは、高齢者の互助活動として、品川区中延商店街を中心に半径700m圏の日常生活で不便を感じている中・老年世帯の方々を、中高年のコンシェルジェ（有償ボランティア）が支援する仕組みである。この仕組みを学ぶために、たくさんの地域から視察があり、大分県竹田市も交流をしていた。

一方、竹田市は高齢化率が40%を超える超高齢化のまちで、地域再生に向けて都市商店街と農山村が連携し、地域資源活用型交流ビジネスモデルと都市・農村の相互ファンづくりを目指しており、以前から交流のあった「街のコンシェルジェ」と連携し、平成22年1月、地方物産のアンテナショップ「街コン・マルシェ」を「街のコンシェルジェ（街中サロン）」内に開店させることになった。



取組内容

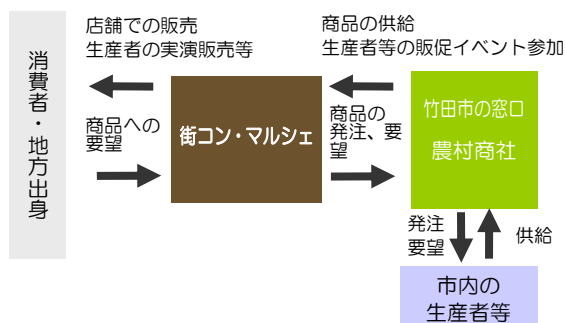
NPO/バリアフリー協会では、中延商店街で運営する「街のコンシェルジェ（街中サロン）」内に、地方物産のアンテナショップ第一号として、大分県竹田市の山の幸を取扱う「街コン・マルシェ」をオープンさせた。

竹田市の観光PRとともに、特産品である干しいたけやトマトジュース、保存食の焼き米やみそ玉など、地方ならではの商品を扱っている。なお、特産品を供給する竹田市側では、農村商社を立ち上げトレーサビリティによる農産物供給体制を整えている。

名 称：街コン・マルシェ（平成22年1月開設）
所 在 地：東京都品川区東中延2-6-19
面 積：高齢者の互助活動をするNPO/バリアフリー協会「街のコンシェルジェ」の事務所（約50㎡）を改造
販 売 品：大分県竹田市の乾シイタケ、トマトジュース、ジャム、焼き米などの加工品を中心に約80品目を販売
販売方法：買取販売
営業時間：午前11時から午後6時（定休日 毎週水曜日）
販 売 員：街のコンシェルジェのスタッフで対応



事業の仕組み



※特産物の供給窓口となる農村商社では、市内の生産者等との出荷調整を行い、トレーサビリティによる管理体制を整えている。



取組効果

□商店街周辺の居住者の中には、大分県出身の方もおり、ふるさとの味や思い出から来店する方が見られる。今後、観光客や都心への移住者の来店増加にもつなげることが期待できる。

□山の幸として、竹田市のアンテナショップをかわきりに、都会の幸として、ウエシマコーヒーと街コンの共同開発のコーヒー「街コン・カフェ」、中延で採密した蜂蜜、その蜂蜜を使った生キャラメルオリジナル商品開発と、着実に店の充実が図られている。



取組上の工夫

□街コン・マルシェは、作り手と買い手をつなぐプロダクトマネージメントを心がけている。

□オープン以来、竹田市の生産者が上京して消費者に商品の説明をしたり、竹田産のこうじを使った甘酒作りなどを体験するイベントを開いており、顔が見え、味が確かめられる販促活動を行っている。

□供給側の竹田市ではトレーサビリティによる農産物供給体制を整えるとともに、都心のニーズにあった商品提供を構築している。



今後の展望

□山の幸のふるさと産品として今回は、竹田市と提携したが、今後、海の幸、川の幸、都会の幸とテーマを広げ、提携する市町村を4ヶ所に増やして品揃えを充実させるほか、地方の産物を外食店舗へ売り込む販売代行も手掛ける。

□飲食施設を併設させ、周辺の主婦が調理し、独居老人が食事をとるコミュニティー食堂機能を持たせる。



中延商店街



オープニングの様子



街コン・マルシェ（外観）



街コン・マルシェ（店内）

物産展をきっかけに常設店舗化された「まちなか観光物産館」

世田谷区用賀商店街では、物産販売イベントをきっかけに陸前高田市との連携を深め、1年後の平成21年には陸前高田市から毎朝取り寄せられる新鮮な海産物や農産物を販売する、まちなか観光物産館「田舎のごっつお」を商店街内の元駄菓子屋の店舗を借りて開店した。

取組にあたって陸前高田市側では物産協議会が設立され、商店街振興組合側ではまちづくり会社が起業されるなど、空き店舗を利用した新たな店舗の開設に留まらない、双方が今後の持続的な発展を目指す姿勢には学ぶところが多くある。

■ 東京都世田谷区

総人口：831,265（人）
世帯数：432,235（世帯）
総面積：58.08（km²）
人口密度：14312.4（人/km²）
（平成22年3月1日現在）

■ 世田谷区用賀商店街

東急田園都市線用賀駅の周辺に広がる、店舗数約240軒の商店街。
およそ10年前に鮮魚店が閉店してからは、商店街に新鮮な海産物を販売する店舗がなくなっていた。



背景ときっかけ

商店街の活性化を図ろうとしていた世田谷区用賀商店街振興組合では、第一弾の取組として地方の物産販売を構想、平成20年には物産展を開催した。物産展にはインターネット上で海産物の産地直送を行う「田舎のごっつお」を運営していた陸前高田地域振興㈱も参加していた。

その後、約10年前に鮮魚店が撤退しており地域住民のニーズが高い海産物を扱う店を設けることで商店街の持続的な活性化を目指す同振興組合と、販路の拡大を目指す陸前高田地域振興㈱の目指すところが一致したため、協議を重ねて、以前は駄菓子屋だった所に陸前高田産の海産物を販売する「田舎のごっつお」を開店することとなった。



取組内容

用賀商店街振興組合では「地域商店街活性化事業」として経済産業省と世田谷区より拠出された補助金を活用し、商店街内の元駄菓子屋の店舗を借用するとともに店舗の改装を行い、平成21年11月に海産物を中心に販売するまちなか観光物産館「田舎のごっつお」をオープンさせた。

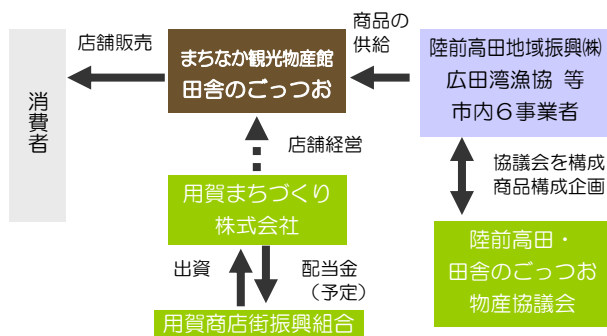
陸前高田市側では品揃えや地場産品の安定した供給体制を整えるために、陸前高田地域振興㈱のほか、広田湾漁港、酔仙酒造㈱、㈱八木澤商店、(有)コマツ商店、きのこの SATO 販売㈱の市内6事業者が「陸前高田・田舎のごっつお物産協議会」を設立して商品の卸しを担当している。

同店開店後の12月には、用賀商店街振興組合が全額出資して、外部から人材を登用、田舎のごっつおの運営を行う「用賀まちづくり株式会社」を設立した。株式会社化により店舗運営等の決定の迅速化を図るほか、今後も商店街に必要な店舗やサービスを提供していく予定。

- 名 称：まちなか観光物産館 田舎のごっつお（平成21年11月開設）
- 所 在 地：東京都世田谷区用賀4-3-13
- 面 積：約7.5坪
- 販 売 品：陸前高田市より直送されたカキ・ホタテ・アブリ等の海産物、乾物、野菜、果物、日本酒、ジュースなど（原則宅配便で毎日輸送）
- 販売方法：買取販売（田舎のごっつお物産協議会が商品の卸しを担当）
- 営業時間：午前10時から午後8時（休業日 年末年始）
- 販 売 員：スタッフ 常時3名（9人によるシフト制）



事業の仕組み



※設立時の店舗改装費および翌年3月までの家賃は、地域商店街活性化事業として経済産業省が3分の2、世田谷区が3分の7を助成している



取組上の工夫

- まちづくり会社として店舗運営を商店街から独立させ、事業責任者にはコミュニティカフェ経営やイベント企画を手掛けた外部の有能な人材を登用するなど、運営に関わる決定事項の迅速化を図っている。
- 浮き玉やイカ釣りのランプ、漁網、大漁旗をインテリアに使用し、来店者に三陸の海を想起させることで、購買意欲を高めている。
- 地域の業者が物産協議会を結成しており、安定した品揃えや産直商品の供給体制を保っている。



用賀商店街



田舎のごっつお (店内)



取組効果

- 商店街内の店舗で毎朝運ばれてくる三陸産の新鮮な海産物や農産物が購入できるようになり、地元住民も喜んでいる。
- 商店街内の人通りが目に見えて増加、商店街に活気が生まれている。
- 開店初日に行ったイベントでは、開店時間前から約100人程の客が並び盛況ぶりだった。
- 陸前高田市にとっては、地場産品の新たな販売ルートを確認することができた。また、常設店舗のため地域のPR効果が出ている。



今後の展望

- 安定的に利益が上がる店舗を目指し、商店街に配当金の支払いができるようにする。(平成24年度に年商3,600万円を目指している)
- 用賀まちづくり会社では、今後もコミュニティ機能など地区に欠けている店舗・サービスを補い、商店街のさらなる活性化を目指していく。
- 陸前高田市側としては、田舎のごっつおでの海産物や農産物販売をきっかけに、地域交流の推進につなげていきたいと考えている。



田舎のごっつお (外観)



毎朝届く新鮮な海産物

都市部へ新鮮野菜と加工品を届ける道の駅のアンテナショップ

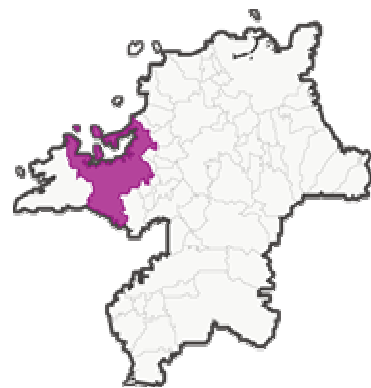
福岡市東区にある香椎大通り商店街では、大分県の旧大山町と民間企業によって設立された合併会社「㈱おおやま夢工房」が、地域の加工品や農産物を扱う店舗「おおやま夢くらぶ」を商工会議所が用意したチャレンジショップに入居する形で開店。おおやま夢工房が大分県内で運営している道の駅のアンテナショップとして、毎朝自社トラックにて配達する新鮮な農産物や、地場産の梅を使用した梅酒などの加工品販売を行っている。

福岡県福岡市

総人口：1,454,631（人）
世帯数：698,230（世帯）
総面積：341.1（km²）
人口密度：4264.5（人/km²）
（平成22年3月1日現在）

香椎大通り商店街

JR 香椎駅、西鉄香椎駅の西に位置する香椎のメインストリートともいえる香椎セピア通りの西鉄香椎駅より西側の200mに沿って地元の個人商店やチェーン店などが並ぶ商店街。
近年は不況の影響もあり、人通りが減少している。



背景ときっかけ

大分県の旧大山町では、梅の生産が盛んな大山町と酒造会社が組んで梅酒の製造を行うために、大山町とニッカウヰスキーの合併会社として、平成14年に「株式会社おおやま夢工房」を設立、その後おおやま夢工房では加工品の製造のほか、大分県内での道の駅や宿泊施設、温泉の運営等を行っていた。

㈱おおやま夢工房内の組織「道の駅水辺の郷おおやま」の当時の駅長が福岡市在住であり、近隣の香椎エリアへの出店を検討していた中、平成18年に福岡市商工会議所が香椎駅周辺の将来的な道路用地である香椎大通り商店街内の土地にチャレンジショップを整備した。開設当初は別の店舗が入居していたが、平成19年6月に前店舗が撤退したため、おおやま夢くらぶ香椎店が入居することとなった。開店にあたっては、アナログ的なイメージを前面に出すため、店舗プロデュースの専門家の協力を得て、看板や商品ポップを手書き調として特徴を出した。



取組内容

㈱おおやま夢くらぶではチャレンジショップへ入居する際にハローワークを通じて店長を公募、約25名の応募の中から、接客対応と人柄から、カメラ・写真店に20年程勤務していた方を採用し、「おおやま夢くらぶ香椎店」を開店させた。

「おおやま夢くらぶ香椎店」では、大分県にある「道の駅水辺の郷おおやま」のアンテナショップとして、本体である㈱おおやま夢工房が製造する梅酒などの加工品のほか、日田市（旧大山町）のJAや近郊農家より仕入れる新鮮な野菜等、また惣菜に強みのある福岡県赤村より仕入れた惣菜や弁当類を販売している。

名 称：おおやま夢くらぶ 香椎店（平成20年10月開設）

所 在 地：福岡県福岡市東区香椎駅前2丁目11-12

面 積：約8坪

販 売 品：日田市（旧大山町が中心）より仕入れた農産物、果物、きのこ類、

㈱おおやま夢工房が製造する梅酒等の農産物加工品

福岡県赤村から仕入れる餅、惣菜、弁当など（毎週金曜日限定）

販売方法：農産物は原則としてJA おおいたひたからの委託販売、品揃えによっては日田近郊農家より直接仕入れ

農産物加工品は「おおやま夢工房」が製造、自社便で配達

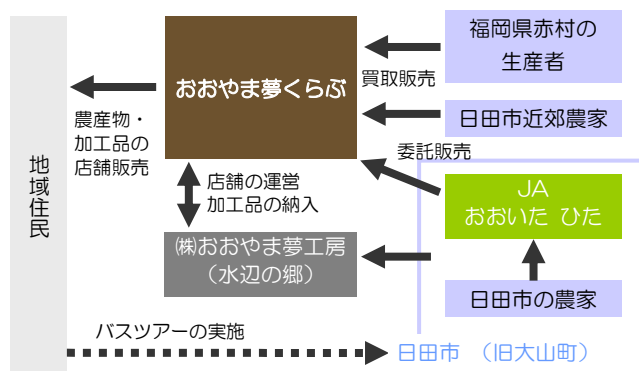
赤村の商品は買取販売

営業時間：午前10時から午後5時（定休日 毎週日曜日）

販 売 員：店長とスタッフ3名



事業の仕組み



※おおやま夢くらぶは株式会社おおやま夢工房が運営する、「道の駅水辺の郷おおやま」のアンテナショップとの位置づけである



取組効果

- 生産者の名前で野菜を選ぶ購入客が増えている。
- 特に単身高齢者から支持されており、毎日多くの来客がある。毎週金曜日の赤村の商品を求めて来店する客も多い。
- 大山へのバスツアーには年間200名ほどが参加、好評を得ている。
- 店の前に新鮮な野菜が並べられ、商店街に活気をもたらしている。
- 商店街が主催する地域特産品フェスティバルにも出店したことで、多くの集客効果があった。



取組上の工夫

- 生鮮品の鮮度を保つため毎朝配達している。
- 商品の輸送は毎朝2トントラックの自社便で行い、途中でJAおおい た ひた、赤村を経由、福岡まで配達している。
- 店長のほか3名のスタッフが、販売している野菜を使った調理の仕方を来店者に説明するなどしており、店員と客の間に会話が生まれるようにしている。
- 年に2回、大山へのバスツアーを実施、大山に愛着を持ってもらえるようにしている。
- 商店街の他の生鮮食料品店に配慮して、取扱商品の仕入れエリアを自主的に制限している。



今後の展望

- 現在店舗がある場所は道路用地のため、現在地から遠くない場所に新店舗を開設したい。
- 単身高齢者の利用が多いため、商品の宅配サービスを実施したい。
- 大山だけでなく、月1回程度他の地域と強みがあるコラボレーションしていきたい。
- 商店街の直売所同士が連携して合同イベントを開催したい。



香椎大通り商店街



おおやま夢クラブ（外観）



おおやま夢クラブ（店内）



店内の商品

食事と憩いと宅配の「よりあいクラブ旭」

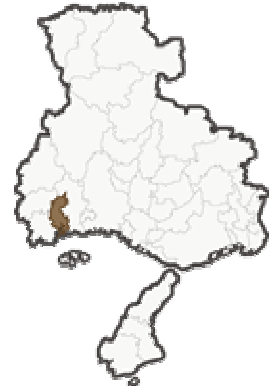
都市の食と農の問題解決には、まず、安全で安心な食材の安定的確保が条件である。NPOひょうご農業クラブは、「まち」に“おら”を持ち込むことを提唱し、相生市と本町商店街振興組合の協力を得て商店街で朝市を先行させ、住民の反応を捉え、次に、空き店舗を活用した、「よりあいクラブ旭」へと発展させた。よりあいクラブ旭は、高齢者の食事、憩いの場の提供および給食宅配事業を実施するコミュニティレストランである。高齢者に対話と元気を与えている。

■ 兵庫県相生市

総人口：32,039（人）
世帯数：13,226（世帯）
総面積：90.45（km²）
人口密度：354.2（人/km²）
（平成22年1月29日現在）

■ 旭本町商店街

J R相生駅から南へ徒歩10分の位置にある会員数44店舗の駅前から1番近い近隣型商店街である。
かつては造船業で栄えた企業城下町であった。



背景ときっかけ

相生市は、古くから造船業を中心とした工業都市として発展してきたが、造船業の衰退とともに、商店街の活気は低下した。また、本市の高齢化率は県内で1～2位であり、高齢社会への対応が急務となっている地域である。

このような現状を好転させるために、商店街は毎年春秋には「ほんまち祭り」、夏には「十六夜店」など季節ごとのイベントを行なってきたが、空き店舗の増加は止まらなかった。

淡路大震災を契機に、食料安定供給の大切さ、健康に過ごすための安全な食生活の大切さを痛感した現理事長が、平成13年1月にNPOひょうご農業クラブを設立し、地元相生市の高齢者の健康維持のため、まちなかに安全な食生活が享受できる環境をつくるために、有機野菜生産者とネットワークを築き、街なかで朝市による販売拠点をつくってきた。

この朝市を発展させ、平成15年3月に国と県と相生市の助成により、本町商店街の空き店舗に、コミュニティレストラン「よりあいクラブ旭」をオープンさせた。「よりあいクラブ旭」は、①健康と福祉のまちづくり、②食文化豊かな地域社会の実現、③地域の活性化と商店街の再生をその目的として打ち出している。



取組内容

「よりあいクラブ旭」は、憩いの場としての食堂を拠点に、有機野菜や減農野菜、惣菜の販売、給食宅配、看護師による健康相談等を行なっている。この施設を運営する「ひょうご農業クラブ」では、生産者に対して新鮮で安全な食材の栽培を求め、消費者には安全・安心な食材を提供することを運営方針としている。

◇生きがいミニ・デイサービス（利用登録制）・・・食事を一緒にとり、看護師による健康相談、健康チェック。

◇給食宅配・・・注文販売1日150食。配達ボランティアは、安否確認、話し相手などのコミュニケーションに努めている。給食は事業所や催事のお弁当利用が増えている。

◇食品加工・・・高齢者向けの惣菜開発や食べやすい少量パック提供。高齢者のニーズに応えている。

◇食堂・レストラン・・・事業の拠点施設で、「安心できる」「おいしい」「安い」を日々研究している。

名 称：よりあいクラブ旭（平成15年3月開設）運営：NPOひょうご農業クラブ

所 在 地：兵庫県相生市旭4-10-14 本町商店街内

面 積：80m²

販 売 品：有機栽培、減農薬の野菜、酢の物・コロッケ・漬物、農産加工品など 弁当、食堂・レストランでの飲食物の提供

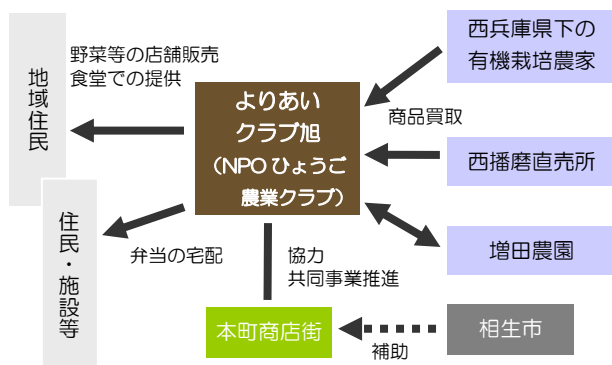
販売方法：野菜は買取販売、食堂利用料金（登録会員は一部市から助成）

営業時間：午前10時から午後5時（定休日 毎週日曜日）

販 売 員：食堂は1日5名体制（スタッフ20名）



事業の仕組み



※増田農園は理事長が地元から農地を借りてひょうご農業クラブのメンバーとともに野菜を生産している農場である。仕入れは、有機栽培野菜を西兵庫県下の生産者ネットワークを組んで行なっている。



取組上の工夫

- 都市の食と農の問題解決は、農村問題というよりも都市問題であると捉え、それを解決するためには、「“まち”に“むら”を持ち込む」必要があるという理念を実践している。
- 有機栽培農家との栽培視察・食生活を守る相互理解を持った信頼関係にある連携（県内約10農家）を継続し、野菜を仕入れている。
- 有機栽培と地産地消の推進により都市住民の健康と活力を維持するという目標がある。
- 本町商店街と連携し、福祉分野で商店街を活性化させる共同事業への取組を継続している。



取組効果

- 開設当初から商店街に人の流れが増え、現在も継続している。
- 子供をもつ若い母親を中心に、当店舗で有機野菜を購入する頻度が増えた。
- 当クラブで販売する野菜はおいしく元気が出ると評価している。
- マスコミに取材され、記事の掲載や、ニュースが放映されることにより、商店街の知名度やイメージが向上してきた。



今後の展望

- 事業の経営収支を軌道に乗せることが大きな課題である。
- よりあいクラブ旭を、相生地域の高齢者の健康と元気の拠点とし、商店街を軸にした、高齢者に優しいまちづくりを推進する福祉健康事業を推進してゆく。
- 食と農の問題は、都市と農村の問題である。今後は、県内の過疎地の有機農産物を、共同で加工商品化して、都市で販売していく。



中心市街地に活気を取り戻せ!! 地場産品が並ぶ軽トラ朝市

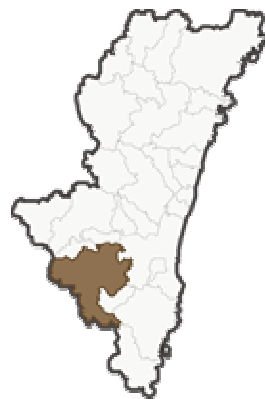
大型店の撤退等で人通りの少なくなった中心市街地に活気を取り戻すため、市内の通りを利用して全国でも珍しい軽トラックによる朝市を開催している。地元商工会議所を中心に、地域経済活性化協議会のメンバーをはじめとした多くの組織の協力によって新鮮な海産物や農産物のほか多種多様な商品を揃えた魅力ある朝市のおかげで、毎月1回と短時間ではあるが中心市街地に賑わいを取り戻すことに成功している。

■ 宮崎県都城市

総人口：168,554（人）
世帯数：70,958（世帯）
総面積：653.8（km²）
人口密度：257.8（人/km²）
（平成22年3月1日現在）

■ 都城市中心市街地

平成14年に商店街の核となっていた大型店が撤退、郊外への大規模店舗の出店もあり、中心市街地への来街者数が減少。活性化策として区画整理等が行われたが、来街者数や売上の回復には至っていない。



背景ときっかけ

それまで商店街の集客の核となっていた大型デパートが平成14年に撤退、また平成14年、15年に相次いで郊外に大型ショッピングセンターが出店したことで都城市中心市街地への来街者数が減少、商店街の各個店もそのあおりを受けて売上の減少に悩んでいた。市では活気のなくなった中心市街地に人通りを取り戻そうと、土地区画整理事業等の市街地整備に加えて商業活性化に寄与する事業を順次実施してきたが、人通りや売上の回復には至っておらず、整備された基盤を活用して、街に人を呼び込む新たな仕掛けが求められていた。

都城商工会議所では、市民アンケートや他地域での取組を参考にトラックによる「朝市」を企画、実行委員会を結成して出店者の確保に取組、以前より地域経済活性化協議会を立ち上げていた志布志市、串間市等に協力を依頼、都城市や観光協会などの協力もあって発案から僅か3ヶ月で開催に至った。

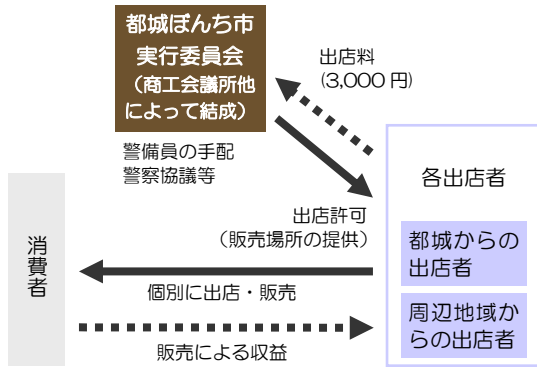
取組内容

都城市中心市街地に人を呼び戻し、商店街の活気を取り戻すことを目的に、毎月1回、市内の東中町通りで、農家や業者等の出店者がそれぞれ軽トラックで持ち込んだ商品を販売する「ぼんち市」を開催している。それぞれの地域から新鮮な海産物や農産物のほか多種多様な商品が持ち込まれ販売されているが、都城は盆地であるため集客の目玉として海産物は特に重要視されており、活性化協議会のメンバーである志布志市や串間市に依頼して新鮮な海産物を取り揃えるようにしている。

- 名 称：都城ぼんち市（平成20年10月開始）
- 運 営：都城ぼんち市実行委員会（事務局は商工会議所／運営補助として他組織からの当日スタッフの支援有）
- 開 催 地：都城市内 東中町通り（大丸デパート裏）
- 出 店 数：長さ400mの道路の両側に、平均して毎回80から90台が出店
- 販 売 品：農産物、海産物、畜産物、菓子類、木工加工品、種苗、日用雑貨、やきそば・クレープ等の飲食物
（出店規約では各地域の農林水産物、同製造加工物、工芸品となっており、地元都城市のほか宮崎市、門川町、綾町、延岡市、高鍋町、串間市、日南市に加え、鹿児島県曽於市、志布志市からも出店される）
- 販売方法：軽トラック1台（3m×6m）あたり3,000円の出店料を払って出店
トラックの荷台や道路わきに商品を陳列し販売
- 営業時間：毎月第2日曜 午前8時から午前11時
- 販 売 員：各出店者が各自で販売



事業の仕組み



※実行委員会の事務局は商工会議所が務める
1 回あたり 24 万円程の出店料収入があるが、警備員費
用に約 15 万円かかっている
※H21 年度のみ市から広報費の補助有（100 万円）



取組上の工夫

- 出店場所を毎回ランダムにすることで、買物客が目当ての店を探して歩き回る途中で他の店舗でも買い物をするように仕向けている。
- 出店規約により安全・安心な商品のみを取り揃えるようにしている。
- 通りを歩行者天国にし、各所に警備員を配置するなど買物客の安全を徹底している。
- 通りの中間にある信号を、警察協議により朝市開催時のみ点滅信号にすることで回遊性を高めている。
(安全性は警備の強化によって解決)



取組効果

- 毎回1万人程の集客があり、短時間ではあるが中心市街地に活気が取り戻されている。
- 店舗を持たない農家でも可能な販売形式であり、所得の向上につながっている。
- 近隣の既存店舗が触発され新商品の販売を始めるなど、地元商業者の意識が改革された。
- 地元の人が地元の農産物等について知ることにつながっている。
- 地元企業や地元商品のPRの場としても利用でき、マーケティングに活用されている。
- 出店業者間の交流も生まれている。



今後の展望

- 短時間とはいえ通りには多くの人が集まるが、周辺商店街へと流れる買物客は多くはない。まだ具体案はないが、朝市に来た買物客を周辺商店街の個店に誘導する仕組みをつくりたい。
- 朝市と連動したイベントの開催等により、より多くの集客を得るようにして、採算性を高めたい。



消費者協会が開設、コミュニティ機能も備えたアンテナショップ

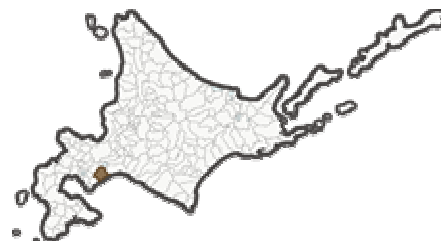
シャッターの降りた店舗の増加が目立つ白老町大町商店街で、消費者協会が空き店舗を借り上げ、地産の特産品などを販売するアンテナショップを開設した。地場産品の発掘や新商品の開発にも力を入れるほか、店舗にはコミュニティ施設を併設するなど、消費者協会のカラーが生かされた店舗運営がされており、商店街をただの商業の場と捉えずに、コミュニティ施設と商店・飲食店が構成する「生活街」にすることを旨とした商店街の再生・活性化が行われている。

■ 北海道白老郡白老町

総人口：19,884（人）
世帯数：9,693（世帯）
総面積：425.75（km²）
人口密度：46.7（人/km²）
（平成22年2月28日現在）

■ 白老大町商店街

JR 白老駅から白老町役場までの中央通沿いに約500mにわたり、小売店、飲食店、事務所等が90軒程並ぶ商店街であったが、昭和58年の国道のバイパス化によって交通量が減少してからは、店主の高齢化や近隣都市への大型店の進出により、空き店舗が増加している。



背景ときっかけ

白老大町商店街では、国道バイパス化による商店街通りの交通量の減少をきっかけに、人口の減少や店主の高齢化、近隣都市への大規模店舗の進出等により商店数が減少、空き店舗も増加し、商店街にはかつてのような活気がなくなり、衰退してしまっていた。

一方、商店街の背後に広がる住宅地は住民の高齢化率が高い地域である。徒歩圏内に役場や郵便局等があり利便性は高いが、地域の核となる商店街が活気をなくし、日用品の買い物が不便になったことは、地域コミュニティ維持の観点から問題とされていた。また、観光資源に恵まれた白老町ではあるが商店街に特産品を扱う店舗がなく、観光客が訪れないといった点も商店街の課題であった。

取組内容

大町商店街では空き店舗の増加を受け、商店街への集客の呼び水となるような新規出店者を求めている。こうした求めに、白老駅構内で特産品販売を行っていたが、より来店者が来やすい街中の店舗を探していた白老消費者協会が応じ、町の補助金を活用して、大町商店街内の空き店舗に、地場産品の委託販売を行うアンテナショップや高齢者がくつろげるコミュニティ施設「いやしの居場所」を備えた店舗を新規に出店した。コミュニティ施設を備えた理由としては、商店街をただ商業サービスの集積地として再生することは難しく、コミュニティ機能と販売店・飲食店機能の混在がこれからの商店街振興には欠かせないと考えているためである。

アンテナショップでは、白老町の特産品を中心とした「特産品販売コーナー」を開設して安全・安心な特産品の販売を行っているほか、地場産品を使用した新商品「白老粋品」の開発や小規模事業者の商品の販売にも力を入れている。

名 称：NPO 白老消費者協会（平成20年4月開設）

所 在 地：北海道白老郡白老町大町3-2-3

面 積：約100坪

販 売 品：鮭ぐるぐる巻等の加工品（白老粋品）、たらこ・鮭とば等の海産物・海産物加工品、山菜・アスパラ等の農産物
ビーフジャーキー等の白老牛を利用した畜産加工品、果物、日用品、雑貨

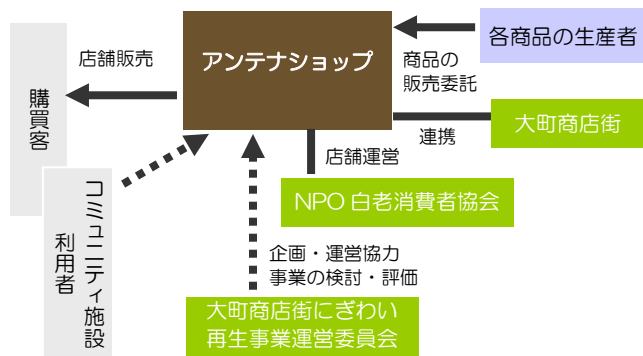
販売方法：委託販売

営業時間：午前10時から午後4時（休業日 お盆、年末年始）

販 売 員：スタッフ12名（常時2名）



事業の仕組み



※平成19年に白老町が空き店舗を活用した場合の新たな補助金を創設し、消費者協会に補助金を拠出している。それとともなってNPO 消費者協会、商業振興会、商工会、役場担当課で結成される大町商店街にぎわい再生事業運営委員会が結成されている。



取組上の工夫

- ただ商品を陳列して販売するのみではなく、保存方法やレシピの提供をしているなど、消費者目線で喜ばれるような売り方を心がけている。
- 商店街とイベントを同時開催するなど、店舗単独ではなく商店街などの他団体との相乗効果で人通りを呼び込み、商店街の活性化を図っている。
- コミュニティ機能を持たせた施設にすることで、来店機会を増加させ、商品購入へとつなげている。



取組効果

- 鮭ぐるぐる巻、鮭ピリカウなどの白老特産品が開発され、新たな特産品として販売されている。
- 新鮮な野菜を販売する店のなかった大町商店街に消費者協会の店舗ができたため、地域住民に受け入れられ来客も増加している。



今後の展望

- 取扱商品を拡大し、より消費者のニーズに沿った品揃えにして、客数の増加を図りたい。
- 「いやしの居場所」等、施設内の他の機能との連携を強化するなど、より多くの集客につながる方策を検討していく必要がある。



白老消費者協会付近



白老消費者協会（外観）



白老消費者協会（店内）



白老特産品の鮭ピリカウと鮭ぐるぐる巻

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)
商店街の空き店舗等を活用した地域流通取組事例集

平成 22 年 3 月発行

編集 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/>

※本事例集は平成 21 年度地域流通モデル構築支援事業補助金で作成されたものです

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)

