

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）
モデル実証事業の応募におけるモデルのヒント・参考例

1. モデル実証事業の重要ポイント

商店街での日常的な買物（来街頻度が高まる）動機となる新鮮な地元農林水産物の販売が集客力を高めています。それは、国民の間に安全・安心志向が定着し、国産農林水産物への信頼感が高まり、また健康志向の浸透により栄養価や機能成分に大きな関心が持たれているからだと考えます。

本事業は、地域の実情に照らし商店街の空き店舗や食料品小売店を活用して地元農林水産物の地産地消を推進し、地域商店街を活性化することを目的に、その活動を支援するものです。

2. モデル実証事業のヒントや参考例

1) 新鮮で、安心・安全な農林水産物販売により、消費者から支持を得、後継者も現れる持続可能な商店街づくり。

❖ 離島の航空機の貨物室に空きスペースが多いことに着目し、離島の新鮮で希少価値のある農水産物を航空便で安価に都市部に直送し好評を得ています。販売形式は空き店舗を活用し、希少価値のある鮮魚や農産物を定期的に産直市として販売しています。（長崎県）

❖ 朝採れ野菜を売りにした朝市や直売が全国で多くの支持を得ています。そこを拠点に、販売だけではなく料理教室や食育を推進するおかみさん会などの意欲的な取組みがあります。カラフルな野菜やユニークな野菜を売りにし、減農薬野菜だけしか使用しないとか、大漁市でダイナミックにお魚をさばいて提供する販売方法も行われています。このような事例を参考に、地域の特性を活かしたユニークな販売法や提供法で集客力を高めることが大切です。

2) 事業店舗の立地する商店街の商圈より、より広い地域からの集客力を有し、その集客が商店街に波及効果を及ぼす。

❖ 商店街を観光ルートの拠点に位置づけまちの情報発信拠点とする。地域の特産品を選別して販売する「まちの駅」といえる店舗や旬の特産品が味わえるイトイン機能を備えると、地域住民の消費、飲食ニーズに対応できるだけでなく、広域的な集客力を備えることができます。

❖ 大農業地帯の〇市にあって、生産者が店頭立ち、例えば牛乳では、これはA牧場の、これはB牧場の製品です、各々脂肪分〇%、塩分〇%、カルシウム分〇%の表示とともに、これはMという牧草、これはBという牧草であるからです。試飲すると牛乳でもこんなに味が異なるのかと評判となっています。ここはすべての野菜・果実にあっても表示を行い、消費者が自ら差別化を行う、いわば参加型、チャレンジ型商店となっています。

3) 時代や消費者の要求の高度(齡)化に対応し、全国のモデルとなり得る新しい視点を有する。

❖ 医食同源を実践する調剤野菜屋の医農連携の試みでは、メタボやストレス高脂血症には病院で食材のカルテが渡され、農家はカルテに見合う野菜を調べて調剤士に納品し、販売します。医薬品に頼らない食生活を奨励しています。

❖ 1 店舗 2 業種事業といった個店の経営努力により個店の魅力向上を図っている石川県加賀市の山中温泉南町ゆげ街道振興会があります。「山中漆器と加賀漬物」「八百屋とペーパークラフト」という具合に、既存業種にもう 1 業種を導入し個店の魅力を押し上げようとの意図があり、これに習い、「肉屋+野菜販売」、「パン屋+手作り惣菜」などの業種拡張戦略で商店街の魅力づくりと消費者要求に対応しようとする展開です。