

！ここがポイント

「商店街の活性化は、地域住民の意識改革から」をキャッチフレーズに、アイデアから運用まで、100%住民の手によるオリジナル事業。



100円商店街開催時の光景

事業実施の背景

「商店街の活性化に特效薬はない。」と言われ続けている。未だに行政の行う活性化事業という、空き店舗に公的資金を注ぎ込んで、一時しのぎの賑わいを作り出すだけか、または単なる客寄せイベントでお茶を濁すかで、補助金が底をつけば、あとはきれいに元通りということが多く、との批判がある。しかし、こうした問題は「さらなる地価の下落・テナント料金の破壊」という特效薬の調合の仕方を誰も知らないだけで、という思想のもと、「活性化に結びつかない使われ方をしているお金も、自分達の税金なんだ。」という若者達のNPOグループ「NPO-AMP」が考案したのが全国初となる「新庄100円商店街。」である。

現在では各個店とも順調に新規顧客を確保しており、県内外からの視察団体も後を絶たない状況となっている。

事業の概要

商店街全体を一店の100円ショップに見立て、全ての店の店頭で100円コーナーを設置。会計は店内のレジで行う為、買い物客は気がつかないうちに店内に誘導される形で足を踏み入れ、今まで入ったこともない店内の様子を知ること。各個店では専門店だからこそできる在庫処分も可能となり、100円ショップでは陳列不可能なレベルの掘り出し物が軒を連ねる。

事業の特徴と効果

イベントと個店の商売が直結

今までのイベントでは商店街の一点にしか集客することができず（例：福引きなど）客を個店に引き込めるかどうかは、全て個店の営業努力にかかっていた。しかし、100円商店街の場合、客は無意識のうちに店内にまで足を踏み入れるシステムになっている。商店街全体というより全ての店が会場と言える事業であり、回遊性も非常に高い。

歩行者天国にしないメリット

歩行者天国だと、せっかく集まった客が道路の中央に固まってしまい、個店との間にかなりの空間が生じてしまう。歩行者天国にしないことで、客と個店の間の距離を縮め、さらに狭い範囲に集客することであえて人混みを作り出し、集客効果を増幅させている。

R & Dセクションのフル活用（Research（調査）& Development（進展））

今までのイベントでは、多くの費用と労力を投下すればするほど、それに比例して、結果を見ずに自己満足に走る傾向が多々あった。

本当の目的は何なのかを追求し、常に客と参加店の両面から意識調査を行い、結果を次回へとフィードバックするシステムを活用している。

優れた費用対効果

通常一万人以上を集客するイベントという、必要経費は膨大な額に上る。これに対してチラシの原稿も手づくり、印刷も印刷機でスタッフが直接行う等、贅肉を徹底的に排除した結果、一回の開催当り経費を約十万円まで削減することに成功している。これにより、官公庁等からの補助金は今のところ一切使用していない。しかし、その分労力の増加は避けられず、人件費への支出を計算していない非営利組織特有の手法になっている。

集合体の力＝組織強化へ

今までの中心商店街活性化事業という、行政や商店街組織の一部の役員だけがアクションを起こしていて、その他の大部分が「ただ乗り」状態だった。しかし、100円商店街を開催する場合には、「商店街加盟店の90%以上の参加」を絶対条件にしているため、その結果、集客力はさらに向上し、全ての店を主催者として機能させることに成功。これにより、やってもらうという事業形態から、自ら作り出すという事業形態へ移行することになり、これから商店街の意識改革を行っていくための土壌造りになっている。

事業の課題

～いかに店の中に足を運ばせるか～

100円商店街で客を商店街に呼ぶことに成功した。今後は、いかに店の中に足を運んでもらうかを考える時期になってきていると思われる。郊外店に対抗する個店ならではの知識、ノウハウ、サービスで店の中に足を運んでもらい、店の人とコミュニケーションをとってもらうことが鍵となっている。

新庄南北本町商店街等

新庄南北本町商店街
（新庄南本町商店街、新庄北本町商店街）

所在地 : 新庄市
会員数 : 87商店
商店街の種類 : 地域型商店街

NPOグループ NPO-AMP

関連URL : <http://stlk.jp/amp/>
E-mail : npo-amp292279@brown.plala.or.jp



南北本町商店街のうち北本町商店街
（昨年開催した新庄まつり250年祭オープニングイベントの様子）



南本町商店街