

宇和島でやっていく



事業対象地域 愛媛県宇和島市きさいやロード

受託機関 LLP 宇和島場所文化創造機構

1

事業内容

実施目的

めざすのは、中心市街地を拠点にした宇和島全域の活性化。安心して住みやすい街、そして若い人が地元を誇れる街づくりをめざしてプログラムを実施する。商店街に人が集まる空間を作ることで、商店街全体のにぎわいの創出、空き店舗の減少、雇用の創出を図る。

実施期間

平成 22 年 8 月 12 日 → 平成 23 年 2 月 21 日

スケジュール	2010年				2011年			
	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
				●こだわり農家の産直市＋クッキングスタジオ	●起業・創業相談会	●マーケティングセミナー	●地域メディア講座	●商店街活性化セミナー
						●マーケティングセミナー		

実施内容

対象地域の状況の把握

宇和島市は人口約 88,000 人の、愛媛県南部の最大都市。農・漁業などの第一次産業と歴史・文化の街。中心市街地にある商店街は総延長約 1,200 メートル。中でも宇和島銀天街アーケードは 542 メートルを誇る。空き店舗数は商店街全体で約 40 店舗ほど。

事業計画と事業内容の提案、目標の設定

- 起業人材受入れ体制整備・インターンシップの実施
- 一次産業収穫物のブランド化・商品開発
- 販路拡大・活性化を図るセミナー開催
- 地域メディア講座開催と実践
- 起業・創業相談会の実施

実施体制

上記の事業を行うために以下の 3 者で実施体制を組んだ。

団体名	役割・得意分野など
宇和島市商店街連盟	セミナー広報・運営協力
恵美須町商店街振興組合	事業協力
LLP 宇和島場所文化創造機構	事業主体、起業・創業支援のための人材育成アドバイス

2

育成計画実施における状況

総延長 1,200 メートル、500 メートルを超えるアーケード。かつては市民でにぎわった中心市街地の商店街に人を呼ぶ。若者が誇りにできる街にする…宇和島の産業と人のネットワークを生かした5つの事業計画を立てて実行に移した。

起業人材の受入れ体制整備

商店街出店希望者に対する勉強会実施と出店当初のコストの負担軽減等の支援、インターンシップを実施した。

新商品開発

空き店舗を活用した「産直市+クッキングスタジオ」で一次産品を使った開発商品のテストマーケティングを行った。地元CATVでの放映、路上スクリーン上映などを通じて周知・広報効果を高めた。こうした活動からスイーツ専門店、レストラン、農家直販店などへの新規起業、商店街への出店増加を図った。

宇和島の特性である第一次産業を活かし、柑橘類や魚介類を活かした新商品の開発や真珠のブランド化にも取り組んだ。

- ・鯛や卵、ダシ素材にこだわった究極の「宇和島鯛めし」の開発
- ・じゃこ天を使った新メニューの開発
- ・柑橘、はちみつ、野菜、フルーツなど地元素材を使ったスイーツメニュー開発
- ・真珠製品のブランド化



セミナーの開催

・都市部への販路拡大を目的としたマーケティングセミナー

「食」を中心とした宇和島の地域産品を、都市部のデパートを中心に販路拡大を図るため、経営指導員や専門家を派遣。マーケティング戦略策定を支援した。新商品開発では宇和島の第一次産業を活かした内容とした。

・宇和島商店街の活性化に向けたセミナー
商店街＝ストリートの在り方そのものについての講義、行政に対しての提言ができるようにと設計専門の街づくりプランナーなどを講師に招いた。

商店街、個店の魅力を伝える

・「魅せる・伝える力」を養成する地域メディア講座の開催

ユーチューブ、ユーストリームなどのクロスメディア、とりわけ動画を活用した広報力、地域メディアの創造と発信力を高めるために専門家派遣の講習会、個店での実践対応を行った。

起業・創業相談会

商店街にある事務所を活用し、週2回程度、定期的に起業・創業・事業継承の相談会を実施。元銀行員、企業経営者による実践的な内容（組織の作り方、資金調達、事業計画、開店準備計画など）にした。

チャレンジショップとテストマーケティング

参加希望者を募り、地域住民や市民も巻き込んでのテストマーケティング「産直市＋クッキングスタジオ」をはじめ、期間中に取り組んだ事業は一定の成果につながった。各界で活躍する実績ある講師陣から、受講者は大いに刺激を受けた。

平成 22 年
11 月

●こだわり農家の「産直市＋クッキングスタジオ」

恵美須町商店街の空き店舗に、試験的にオープンした。受講生の岡田さん、尾崎さんの取扱商品なども並んだ。また、受講生の井伊さんの味噌と尾崎さんのサラたま（サラダたまねぎ）のネギの部分と地元のアジを使った調理メニューなど、コラボ商品にもチャレンジした（～2月21日まで実施）。

平成 22 年
12 月

●起業・創業相談会の実施(全4回)

商店街にある事務所を活用して週2回程度、定期的開催。NPO法人の設立、飲食店の開業に関する具体的な相談も寄せられた。

平成 23 年
1 月

●マーケティングセミナー開催(前半2回)

「百貨店のバイヤーから見た売れる商品のポイント」など、百貨店バイヤーの経験もある中小企業アドバイザー、山本聖さんが導く宇和島の物語・ブランドづくりのセッションが盛り上りをみせた。

●地域メディア講座開催(全3回)

地域メディアプロデューサーの榎田竜路さんを講師に招き、写真や動画、Twitter、facebook などメディアの重要性を学んだ。受講者各自がカメラを使っでの実践的な講義も行った。

●商店街活性セミナー開催(第1回)

講師の建築デザイナー、馬場兼信さんが、事前に宇和島を訪れて制作した商店街と木屋旅館の模型が受講生の目を釘付けにした。「建築家から見る宇和島商店街を活かすレイアウト」など、今後の商店街の姿を具体的に想像できる素晴らしい内容だった。

平成 23 年
2 月

●マーケティングセミナー開催(後半3回)

第3・4回は山本聖さんを講師に招いて開催。5回目は、伊勢丹のバイヤーとして数多くの成功事例を持つ実業家、藤巻幸夫さんによる「宇和島の活性化 商店街とブランド化」というテーマで開催した。

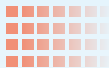
宇和島市商工会議所、商店街連盟、宇和島市役所の協力もあり52名が参加。会場は熱気に包まれた。



3

目標に対する成果（定量・定性面を含む）

マーケティング・商店街活性化セミナー、地域メディアを通して、ソーシャルメディアネットワークの重要性とブランド化の意味、企画力や事業計画の立て方などについて受講者が多くのことを習得し、参加者の中から新たな商店主候補が3名現われた。



お客様の声を聞く、という基本

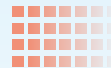
事業が実施された期間内での開業には至っていないものの、半年～1年以内に具体的な開業・出店を企画する参加者もいて、今後の発展に大きな期待がもてた。

商店街の空き店舗を利用した試みである「産直市+クッキングスタジオ」により、お客様の意見を直接聞くマーケティング機能が充実。価格設定や店舗レイアウトといった点で大きな学習効果があった。また、開店に向けた具体的なイメージをつかみ、産直市+パン屋、料理教室開催など半年～1年以内の開業を計画する商店主候補が3名生まれた。



情熱を伝えることの重要性

セミナーには農家の方の参加もあったのが特徴的だった。生産者が直接消費者に接することで、ものづくりへのこだわりを伝えることの重要性と、伝える際の映像等の効果を学んだ。また、クッキングスタジオでは、こだわりの野菜や柑橘類を使ったお菓子やパン、料理メニューなど加工部門への転換が試され、つながりの強化、付加価値の増大を実感できた。



講師に名を連ねた実績ある人たち

中小企業アドバイザー・山本聖。地域メディアプロデューサー・榎田竜路。建築デザイナー・馬場兼伸。そして、実業家・藤巻幸夫（敬称略）…。多彩で魅力的な講師陣から受講生、事業関係者が得るものは大きかった。馬場さん作成の商店街と木屋旅館の模型は、宇和島市にとって今後とも大いに有効活用できる成果物となった。



4

支援協力機関が事業に果たした役割

講師陣の熱心な講義が、参加者の心に火をつけた。ソーシャルネットワークを使いこなそうとする意欲が高まった。空き店舗で実施した「産直市＋クッキングスタジオ」には、継続を望む声…。事業を進める中で得た手ごたえはとても大きいものだった。

対象地域、商店街へのヒアリング

恵美須町商店街振興組合理事長 矢野博司さん

育成機関からのマーケティングや映像部門、販路開拓、ブランド化に関する指導、ほかの地域の先進事例を学ぶ機会に恵まれ、新たな商店主候補を中心に参加者の見識が深まった。また、各地域と交流の機会を多く持ったことが人脈づくりにも役立ち、講師の方全員が勧めたツイッターは今後、日常的な情報交換を行うきっかけとなりそうだ。早期の中心市街地での出店企画も浮かび上がっており、研修の効果は大きい。

商店街空き店舗を活用した「産直市＋クッキングスタジオ」は、事業終了以降も継続を望む声強い。特にアーケード内でのパン屋さんの運営と生鮮食品の産直市は、是非にという声強い。今回、こだわり農家さんの野菜や柑橘類が充実していた。さらなる商品強化により、集客力は高まると思う。

一方で、講座が1～2月に集中したため、参加したい人も参加できなかった側面もある。今回の事業は得るものが多かったので、スケジュールも考慮しながら今後はすすめていきたい。インターンシップについては、協力ができなかったことが課題である。



12月から起業・創業相談会も適宜開催された。

まとめ

まず効果的だったのは、講師陣の熱心な講義が参加者の心に火をつけたこと。横のつながりができて、今後のネットワーク、連携が相当期待できる。ツイッターやユーチューブなど、新しいソーシャルメディアネットワークの活用が広がったのも大きな効果である。

さらに、試験的ながら「産直市場＋クッキングスタジオ」が空き店舗でできたことはとても大きな効果である。市民の方が集まる場所ができ、注目が集まったことで、今後、開業等を考える人も商店街の可能性を感じたはずである。

さらに、農家の方や食品加工業者、調理人にとって、お客様の反応を聞きながらのテストマーケティングは、物を売る実感を与えてくれた。価格設定などの面で事業計画にかなり役立った。野菜や柑橘類を活かした様々な食やお菓子、パンメニューの開発につながり、今後協働で空き店舗への出展等、具体化が期待できる。すでに産直市場のような業態やものづくり市場のような業態での出店を、商店街で考える人もおり、今後の空き店舗解消に期待もてる。

事務所で行った起業・創業相談会では、NPO法人設立や飲食店開業に向けた具体的な相談があった。

タイトなスケジュールは告知効果を弱め、参加したい人に参加を促せたか課題が残った。また、インターンシップは受け入れ体制に問題もあり、実施ができなかったのが今回の課題である。

5

地域、商店街が活性化に向けて果たした役割・活動の報告

商店街連盟の役員がセミナー冒頭に挨拶を行い、告知のためのパンフレットやポスター掲示でも協力をしていた。出店希望者にはスタート時は家賃を低めに設定にすることなども可能であるとの言葉をいただき、参加者の出店ムードに弾みがついたと考える。


6

新たな課題とその対策について

立ち上がりの資金をどうするか、どう売り出していくか、どう告知するか…商店主が勇気ある一歩を踏み出す手ごたえを、参加者は今回のセミナーなどを通じて得たと思う。支援する側として、金融機関、行政等とのパイプ役を担っていきたいと考える。

 課題

「こういう講座を継続してやってほしい」「まだまだ自信を持てるまで行っていない」など多くの意見があった。起業・創業を支援する人材育成機関として様々な手法を使いながらニーズに応えていきたい。

 対策

事務所を使った相談コーナーの常設、「産直市場+クッキングスタジオ」は継続を検討して、農家の方や調理師、パティシエ等のマーケティングに活用していく。商店街にスポットが当たれば、商店街でお店を!というチャレンジ精神のある人も確実に増加する。



- ・宇和島商店街連盟関係者
- ・宇和島市
- ・宇和島商工会議所