

# コザでつながる



事業対象地域 沖縄県沖縄市コザ・胡屋地区商店街

受託機関 特定非営利活動法人まちづくりNPO コザまち社中

## 1

## 事業内容

### 実施目的

基本的なノウハウ習得とあわせて“メンター（対象地域で活躍する先輩商店主）”を集団として機能させ、参加者に「個店起業研修」「マーケティング戦略」「商店街との連携」の支援を行うことで、当該商店街に出店する「新たな商店主の育成」と「地域コミュニティの醸成」を目的とする。

### 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
		プロ中のプロに学ぶ売場づくり研修(前半)実施● メンターミーティング実施●						
			プロ中のプロに学ぶ売場づくり研修(後半)実施● IT活用販売促進講座実施● メンターミーティング実施●					
					メンターミーティング実施● 域外研修実施●			

### 実施内容

#### 対象地域の状況の把握

対象地域には「沖縄市一番街商店街」をはじめ9つの商店街（通り会）が隣接し、市民の生活を支えてきた。しかし、1990年代に入り、郊外の大規模開発、大型商業施設等への顧客流出などによって平成14年に717店あった小売商店数は平成19年に665店へ減少するなど、特に中心商店街での空き店舗率が高くなっている。

#### 事業計画と事業内容の提案、目標の設定

●プロ中のプロに学ぶ売場づくり研修 専門家講座を6回、Webによる販売促進のため、ICTの活用に関する講座開催 ●先輩店主によるメンター・サポート 新たな商店主とネットワークを構築し、地域での出店アドバイス等を受ける場づくり ●域外研修による体験 新たな商店主育成のレベルに合わせて2名を選出、展示会に出展

### 実施体制

上記の事業を行うために以下の2者で実施体制を組んだ。

団体名	役割・得意分野など
NPO 法人コザまち社中	事業統括・業務統括・地域支援・運営支援
(株) 沖縄ヒューマンキャピタル	アドバイザー・地域調整

2

育成計画実施における状況

平成22年11月に開催した講座を皮切りに、12月、翌年1月にかけて計14回の講座を、また、東京ビッグサイトでの域外研修も実施した。

平成22年 11月 ●プロ中のプロに学ぶ売場づくり研修(前半・3回)

売場づくりのプロフェッショナルを講師に招き、全6回開催。商店主候補34名が集まった。WEBによる販売を促進するため、ICTの活用に関する講座も2回実施した。

●メンターミーティング

対象地域で活躍する先輩商店主(メンター)を選出し、新たな商店主とのネットワーク構築、出店に対するアドバイスなどを受ける場づくり(全4回)を行った。

平成22年 12月 ●プロ中のプロに学ぶ売場づくり研修(後半・3回)

●IT活用販売促進講座

ツイッターやメール、facebookなどのメディア・ツールを活用した販促手法を学んだ(全2回)。

平成23年 1月

●メンターミーティング

●域外研修

IFF(インターナショナル・ファッション・フェア1月26日~28日)へ上地直美さん(化粧品、石鹸販売)、花城美香さん(織物)が出展した。

○講師陣 山本聖氏(株式会社ランナーズウェルネス)、杉原広宣氏(株式会社UNITE代表)、丸幸弘氏(株式会社リバネス代表)、大坪敏夫氏(合同会社オフィススリー代表)  
○メンターミーティングのゲストスピーカー 岡本勝幸氏(株式会社イットワークス代表)

3

目標に対する成果(定量・定性面を含む)

開業に向けた準備や企画力、必要とされる力、ネットワークなどに加え、商品づくり、ブランディング、MDなど幅広いスキルについて習得する事ができた。

目標値

[卒業生ネットワーク10名、域外研修による2名]

講座受講による10名の修了生(卒業生)とメンターのネットワーク構築、また、域外研修を経験した2名を新たな商店主として当該地域で出店することを目標とする。

目標に対する成果

新たな商店主として身につけてほしい幅広いスキル、メンターミーティングを通じて実際にこの地

域で営業する店舗の実情を聞き、先輩商店主からの心得を習得することができ、参加者のネットワークを作ることができた。

また、参加者のネットワークについては、ツイッター・メール・facebookなど、IT活用販売促進講座で学んだツールを活用し、勉強会やフォーラムなどさまざまな機会の情報提供や新たな事業について情報交換を行う場として継続している者が1名。開業に向けて具体的な事業計画を検討し、準備を進めている者が1名いる。

## 域外研修 JWF インターナショナルファッションフェア：IFF

IFFは2000年1月にスタートした「モードとビジネスの出会いの場」。多くの出展者が創造性を披露し、ビジネスを広げている。2008年7月からはジャパン・ファッションウィーク・推進機構(JFW)のアパレル連携事業として「JFW インターナショナル・ファッション・フェア」となった国内最大規模のファッショントレードショー。



巨大なイベント空間での演出・発信を試行錯誤しながら進めた。

**平成23年1月26日(水)～2011年1月28日(金)**

**【場 所】** 東京国際展示場(東京ビッグサイト)

**【参加者】** 花城美香さん 上地直美さん

ビッグイベントへの出展となった域外研修には、化粧品・石鹸を販売する専門店スタッフの上地直美さんと、沖縄特産織物を扱う花城美香さんの2名が参加した。

### 域外研修日程

●1月25日 IFF会場ブース設定 14:30～17:30  
会場のビッグサイトに到着後、施工中のパネルと机に商品のセッティングを行った。

「美ら花」の石鹸とパックは、机の上でディスプレイ。「知花花織」のショールは机の上とパネル面でディスプレイ。また、パネル前には美ら花の石鹸と知花花織の共通の素材である「月桃の葉」を飾った。

●26日 ブースの手直しをして初日を迎える 10:00～18:00

●27日 IFF 2日目 10:00～18:00

●28日 IFF 3日目 10:00～17:00  
ブース片付け、撤収 17:00～18:30

### 自信を持って販路拡大を

「美ら花」の石鹸も「知花花織」のショールも決して手ごろな値段とはいえない。この金額での販売は難しいのではないかと考えていた。だが、IFFに参加して価格に対する考えが変わったようだ。

美ら花の石鹸は沖縄の自然の植物を材料として使用しており、素材にこだわっている。また、知花花織のショールは染色から自ら行うことにこだわり、その後、一人ひとりが手作業で織り続ける。商品に対して強い思いをもって作っているのも、もっと自信をもって販路を広げてほしいと感じた。



他のブースの方々と情報交換も大きな“力”になった。

## IFFでの3日間を通じて

### 美ら花 (チュラバナ)

上地直美さん

美ら花は平成19年の設立。事務所は沖縄市。化粧品の企画・コンサルティング、卸・小売などを手がける。石鹸には、本島の限られた場所でしか採れない沖縄特産の泥「クチャ(海シルト)」や黒砂糖エキス、オキナワモズクエキスなどを使用している。



### 洗練されたデザインが刺激に

「知花花織」と同じブースパネルでの出展だった。ビッグサイトという大きな展示会場で、いかに目を留めてもらい、足を運んでもらうかを考え、赤を基調としたシンプルかつ色で際立たせるディスプレイにし、石鹸の香りを楽しめる演出にした。

他のブースを見て、洗練されたデザイン等がとても刺激になった。商品を印象づけるパッケージデザインの大切さを知り、早速、パッケージデザインの企画を立ててデザイナーに依頼をした。

東京、京都、姫路、山梨などのバイヤー、商品開発担当者、商業系コンサルタント、百貨店MD担当者にも声をかけていただいた。海外輸出業者、百貨店関係者との名刺交換を行い、沖縄素材に興味を示していただいたので着実に商談へつなげたいと思う。

### 知花花織

花城美香さん

「知花花織」は、平成22年3月に沖縄県指定の伝統工芸製品に指定された。染め用植物の採取・染め、織のすべてを手作業で行う。花城さんはグラフィックデザイナーとしても活躍する一方で、伝統工芸品の知花花織の研修を経てこの世界に入った。



### 二次加工品を通じて全国にアピールしたい

織物作業に使う糸巻きやシャトルも手にとって触れられるようにして目を引き、まわりのブースに埋もれないよう心がけた。美ら花とともに「月桃の葉」をディスプレイすることで沖縄らしさを出せたと思う。

しかし、「知花花織」は認知度が低く、現状では販路拡大は難しいと感じた。同じ伝統工芸に携わっている方は、現代社会で広めることの難しさや大変さを知っており、お互いに今後へつなげられるような情報交換ができて有意義だった。知花花織は染色から織まですべて手作業でやっているため、時間がかかるのが課題だが、その伝統は守りつつ、二次加工品の新商品(Tシャツやカバン、皮革素材、雪駄などとのコラボレーションも含む)を通して全国へ発信していけるように前向きに取り組んでいきたい。

4

支援協力機関が事業に果たした役割

新たな店主の育成は喫緊の課題。空き店舗の増加、店主の高齢化などにより衰退している沖縄市の商店街にとり、今回の事業が与えた可能性は大きい。参加者のモチベーションアップ、ネットワークの充実が期待される。

対象地域、商店街へのヒアリング

コザ商店街連合会会長 親川 剛氏

一連の講座を通し実際に出店する参加者がいることはすばらしく、特に新規店主の見識を広めることができた域外研修による成果が大きいと感じている。メンターとして事業に関わった若手創業者も事業を通して見識が深まったことと思っている。

沖縄県は創業希望者が比較的多いと言われているが、実際に開業して長くつづけられる店舗は多くない。マーケティングや商品開発だけでなくお客様とのコミュニケーション能力も高めて、これからはがんばってほしい。

今後は、業態こだわることなく、互いの人脈をつなげ、新たなビジネスのマッチングの場にしていったらどうか。また、事業を単年で終わるのではなく、3年や5年といった期間で継続できればより効果的ではないかと考える。

まとめ

各種研修、域外研修を通じて、参加者のモチベーションアップ、ネットワークづくりが促進されている。特に後半の講座では参加者のモチベーションが高まり、自身の事業について発表する時間が多くなり、参加者の間でも互いの情報を交換し、ネットワークづくりに励もうという姿勢が見られた。



もっと知りたい、学びたい…  
講座へのアンケートから

- ・地域の人々とのネットワークづくりや協力方法
- ・沖縄市、コザの現状及び今後の展開についての話が最初にあった方がベターでした。
- ・接客の仕方について具体的な内容を学びたい。
- ・実際に開業するにあたり、必ず必要な仕入方法や手段などを学びたい。
- ・沖縄のような地方で小さな店を立ち上げていくという視点での例がもっとあってもよかった。
- ・経理、経営についてのノウハウ
- ・実際に店（売場）に行って色々見てみたい。
- ・情報収集の仕方を増やし、それを販売向上に振り向けられるようなテクニックの話（現場が分かる方たちによる）
- ・売れるものづくりに携わり、売場に近い人の声が聞きたい。
- ・沖縄で売場づくりを始めた人との交流
- ・地域との絡み、行政といかに協力し合えるかというところ
- ・流通経路確保の詳細
- ・服飾関連をもっと聞きたいです。
- ・VMD（ヴィジュアル・マーチャндаイジング＝視覚的演出効果）や導線の作り方なども学べたら良いと思った。
- ・リサーチ、情報、分析方法
- ・ターゲットの絞り込み方法
- ・売れる展示方法
- ・さらに細かい部分を教えてくれるセミナーにも参加してみたいです。
- ・経理の話や、沖縄市で活躍されている方からもっとお話を聞きたいです。（より実践的な会社経営）
- ・物流、経理に関する内容、輸出に関するお話などもお聞きしたいです。
- ・今後もこういう機会があれば教えてほしいです。
- ・事業計画の進め方と維持管理の具体例、失敗談などから学ぶ講座
- ・“商い”は“飽きない”と言いますが、始めてみるまでは分からない部分が多々あると思います。実際のケースで説明していただくと助かります。
- ・実際に商品の見せ方や並べ方についてやってほしい。
- ・もう少し長期でやりたいです。
- ・店舗ディスプレイ、カラーコーディネートなど
- ・今回、すごい講師の方々が沖縄に来てくださって本当にラッキーで幸せだと思います。実際にどこかの売場に向いて“ここをこうするとさらに良い”みたいなことがあると面白いと思いました。

## 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

講座に参加した人たちのアンケートからも、もっと具体的・実践的に、起業のノウハウを吸収したいという意欲が伝わってきた。メンターと参加者の接点を密にすればするほど、新たな担い手を刺激していこう。

#### メンターと参加者とのマッチング

島袋武志氏（プレイヤーズカフェ）、遠山建夫氏（株式会社ラ・クッチーナ代表）、比嘉祥氏（株式会社ミックスライフスタイル代表）という、地域商店街の若手経営者の中から3名を選出し、メンターとして育成プログラムに関わっていただき、参加者とのマッチングの場を設けた。

メンターは参加者と個別に対話し、ご自身が経営する事業の経験から、事業に対するアドバイスを得た。



#### 空中タウン@コザゲートアパートメント

平成22年12月12日、コザ商店街連合会が開催した合同ショッピングイベント。来場者数は約1,000人。沖縄県内の人気ショップ23店舗の出店者が集まる中、研修参加者がメンターの出店する店舗を訪れるなどして売場づくりの参考とした。



会場となったのは沖縄市コザ十字路にあったレコード店と隣接ビルを改装して誕生したコザゲートアパートメント。その披露も兼ねたイベントにはたくさんの人たちが訪れた。

## 6

### 新たな課題とその対策について

開業に向けたノウハウは多岐にわたるため、ネットワークを通じた商店主育成、フォローアップなど継続的な支援の必要性を実感した

#### 課題

すでに商品・事業計画を作成している人、店舗のイメージや理想像、夢だけを持って研修に参加する人…参加者の開業へ向けた準備は一様でなく、資金面、専門性、事業パートナーなど、分析力や計画力の他にも学ぶべきノウハウが多いと感じた。

個別の事業開業に向けたフォローアップは、日々、相談可能なメンターの存在がエンパワーメント（参加者が力をつけること）の機会になる。メンターや参加者同士のネットワークの中でさらに多くの店主を育成していくことが望まれる。

#### 対策

参加者のネットワークに対し、勉強会などの情報を提供しつつ、チャレンジショップ（コザゲートアパートメント）を通じて出店者のフォローアップを行う予定。また、店舗開業に向けて準備を進めている意欲ある参加者には、テストマーケティングの場を提供するなど、継続的な支援を行っていく予定である。

