

活性化モデル商店街の成功事例

商店街：大府商工会議所

●キャッチフレーズ

大府らしさを活かした賑わいづくり

◎商店街の将来ビジョンの実績

大府市の店舗数は、平成 28 年度（平成 23 年度対比）9.3%増加し、平成 28 年度の店主満足度調査により 92.1%（平成 27 年 2 月実施）の店主から一店逸品・逸サービス運動の継続が必要であるとの回答があった。店主らは、店舗を PR することでお店を知ってもらい、足を運んでもらい続けることが大切であるとの意識をもっており、同運動の必要性を強く感じている。

しかし一方、店舗の売上増加を感じている店主は平成 28 年度（平成 23 年度対比）16%減の 15.7%となっている。店舗への誘客を促す企画を打ち出してはいるがマンネリ化や価格の安い大型スーパーマーケットの台頭等により、小規模店舗の売上が伸び悩んでいる。

PRの一つとして、パンフレットを発行している。平成 25 年度は、お客の来店時に店主等との会話のきっかけとするため、冊子に店主の似顔絵や趣味を掲載し、また、参加店同士で他店の良さを口コミ情報として掲載し、参加店を身近に感じてもらうための工夫を凝らした（20,000 部発行）。平成 26 年度は、ターゲットを「若いファミリー（特に小さな子供を持つ母親世代）」とした冊子デザインや企画とした（40,000 部発行）。平成 27 年度は、引き続き若い世代の顧客獲得を狙い、冊子を A4 版から A5 版のポケット版へ変更し（30,000 部発行）、発行分をほぼ配布することができた。ターゲットのニーズに合わせた取り組みで、消費者の関心を惹くことができています。

企画としては、年々改善をしているものの、店舗への誘客が実現できていないのが現状である。個店が力をつけ、魅力を創出することを目的として、大府商工会議所商業部会が中心となり平成 20 年度より実施してきた一店逸品・逸サービス運動であるが、8 年継続実施してきた中でマンネリ化を感じている。今後は参加店間との交流をより強固にし、原点である「逸品開発」を中心に個店の魅力を創出する事業展開の必要性を強く感じた。

◎事業実績

○個性・魅力の創出事業

- ・ ①大府 de 街歩きスタンプハイキングの実施 ②ふれあいゼミナールの実施 ③店コラボ企画の実施 ④大府あきんど塾の開催 ⑤共同DM発送の実施 ⑥情報発信（25 年度～27 年度）
- ・ ⑦ 地域資源を活用した健康逸品の開発・販売（27 年度）

◎事業の効果

- ・ スタンプハイキングなど、地域イベントによって、市内店舗と消費者との交流人口は劇的ではないものの着実に増加している。（スタンプハイキング参加者：25年度300名、26年度320名、27年度350名）



(ふれあいゼミナール)