

まちづくり会社等による新規事業検討ワークショップ (第 3 回)

～ プ ロ グ ラ ム ～

平成 24 年 11 月 26 日 (月) 13:30～17:40

於 経済産業省別館8F 827 会議室

- | | | |
|---|-------------------------------|-------------|
| 1 | ワークショップの概要説明 | 13:30～13:35 |
| 2 | 各まちづくり会社による新規事業まとめ案発表・意見交換① | 13:35～15:50 |
| | (各社発表 15 分 + 討議 30 分 : 3 社) | |
| | (休 憩 : 10 分) | |
| | 各まちづくり会社による新規事業まとめ案発表・意見交換② | 15:50～17:30 |
| | (各社発表 15 分 + 討議 30 分 : 2 社) | |
| 3 | アドバイザーコメント | 17:30～17:40 |
| 4 | 閉会挨拶 | 17:40 |

第3回 まちづくり会社等による新規事業検討ワークショップ 参加者名簿

| 役職・所属 | 氏名 |
|-------------------------------------|--------|
| 【 アドバイザー 】 | |
| 特定非営利活動法人パブリックリソースセンター 事務局長 | 岸本 幸子 |
| 独立行政法人中小企業基盤整備機構 地域経済振興部 コンサルティング課長 | 長坂 泰之 |
| 【 参加団体 】 | |
| 株式会社まちづくり会津 事務局長 | 吉田 浩 |
| スタッフ | 稲村 久美 |
| スタッフ | 金子 遼太郎 |
| 株式会社まちづくり飯塚 取締役 | 正田 英樹 |
| 取締役 | 久保 森住光 |
| 株式会社金沢商業活性化センター(金沢TMO) ゼネラルマネージャー | 高本 泰輔 |
| 長浜まちづくり株式会社 プランナー | 竹村 光雄 |
| スタッフ | 東 千恵子 |
| 株式会社まちづくり松山 代表取締役 | 日野 二郎 |
| まち更新コーディネーター | 西野 元 |
| 【 オブザーバー 】 | |
| 国土交通省都市局まちづくり推進課 政策係長 | 野見山 聡 |
| 【 事務局 】 | |
| 国土交通省都市局まちづくり推進課 官民連携推進室室長 | 佐藤 哲也 |
| 官民連携推進室課長補佐 | 渡部 美津子 |
| 中心市街地活性化係長 | 山本 直史 |
| 株式会社日建設計総合研究所 主任研究員 | 西尾 京介 |
| 研究員 | 井上 慶彦 |
| 研究員 | 松田 南 |
| 研究員 | 小林 綾 |

(1) 株式会社まちづくり会津

まち会社等の新規事業検討

新規事業計画書



2012.11.26



現状と課題

- 駐車場事業の終了に伴う自主財源の減少
 - 既存事業の収益強化
 - 運営を担う人材不足
 - 役員の常駐(常駐役員の不在)及び組織体制の見直し
 - 連携する団体(市・商工会議所)との役割分担
 - 東日本大震災がもたらした原発事故の風評被害
-

前回提出の企画案

□ 名称

『安心安全な会津産品の流通プロジェクト』

□ 事業の概要

- ・迅速で安価な放射能測定
- ・検査済み対象物の認定、保証
- ・認定対象物の販売支援

□ 課題

- ・約20,000千円の初期コストの調達をどうするか
 - ・測定事業に求められる信頼性をどう担保するか
 - ・測定事業と販売事業の両立が図れるか
-

3

前回のワークショップの復習

□ 放射能測定事業への取り組みについて

まさに今、必要とされている公益性の高い事業かもしれないが、まちづくり会社の手には負える事業なのか疑問。(初期投資、信用性など)

行政などとパートナーを組み、いかにリスクを抑えながら事業化できるか。

□ 方向性について頂いたヒントの一部

まちづくり会社の連携、行政などのパートナー、検査以外で信用補完、販売支援の充実、会津ブランド、アンテナショップ、PRなど。

4

ビジネスモデルの変更

放射能測定事業＋販売支援事業



販売支援事業（測定事業はパートナーへ）

※会津若松商工会議所で2012年11月1日より、加工食品の放射線検査事業スタート。（2013年3月31日まで）

※2013年4月1日から当社が業務委託を受けた場合、測定事業も検討。

5

新規事業のテーマと概要

□ 名称

『安心安全な“会津”製品の流通プロジェクト』

□ 目的と必要性

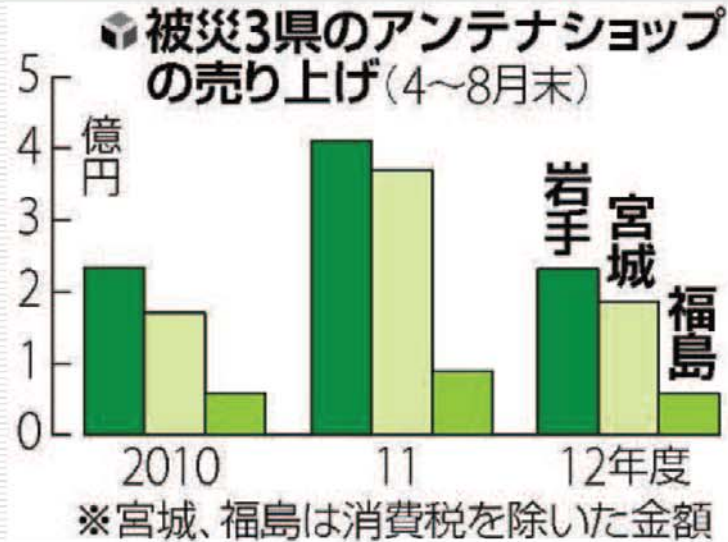
東日本大震災による放射能問題で、情報の錯綜もあり被災地産品は避けられる状況にある。（東京と会津の放射能値は変わらないのに。。。）正しい情報の発信による安全性の担保、販売の支援が求められている。地味な県がかつてないほど注目を浴びるというチャンスが到来。

□ 事業概要

空き店舗を活用した会津セレクトショップの企画・運営

6

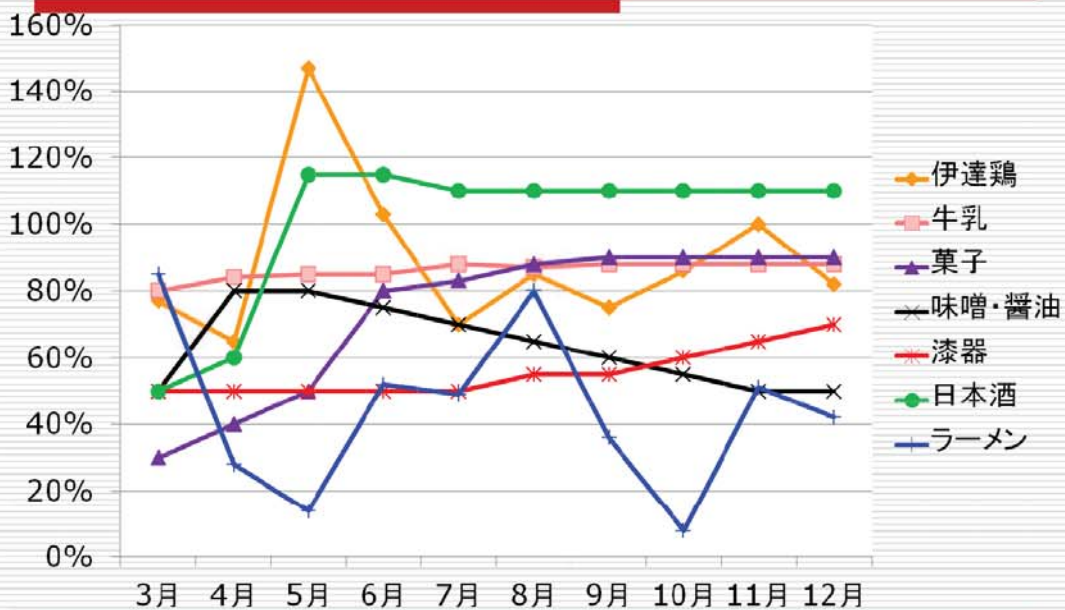
復興特需を福島県のみが取り零し



※出典：読売新聞2012年10月2日

7

福島県の加工品の売上(22年対23年)



出典：「観光、特産品等における福島ブランドの活性化方策調査」の概要

8

回復率の差＝首都圏へのチャネルの差

日本酒の売上高回復率は110%



内訳をみると

地元企業は80%程度の回復率。
首都圏にチャネルを持つ一部外部企業が200%！

出典：「観光、特産品等における福島ブランドの活性化方策調査」の概要

9

事業内容

□ 信頼性の高いふるさとショップの運営

まちづくり会社が目利きとなって選んだ放射能測定済み商品のみを販売するショップの運営。

□ 会津の情報の発信

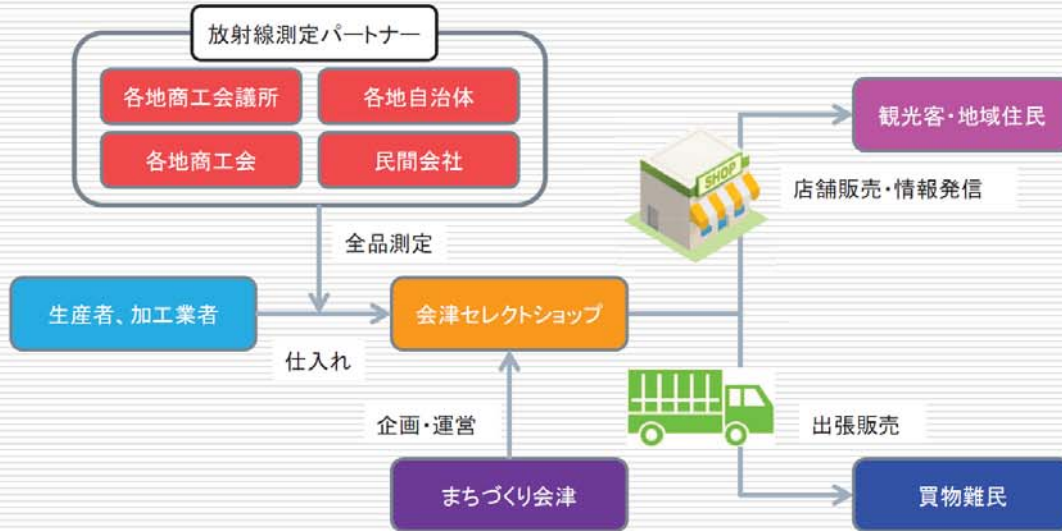
会津へ来て頂いた観光客に対して、正しい情報を伝えることで、会津製品の信頼性の向上を図る。

□ 買物難民などの住民もターゲット

まずは地元民が地元産品を購入しているという実績を作り、安全・安心をアピールする。

10

事業スキーム



11

放射線測定事業のパートナー

- ①福島県ハイテクプラザ（対象分野：全般）
- ②(財)日本食品分析センター（食品）
- ③(社)日本海事検定協会（工業製品）
- ④(財)新日本検定協会（全般）
- ⑤(社)全日検（工業製品）
- ⑥(財)日本分析センター（全般）(千葉県)
- ⑦太陽テクニサーチ(株)（全般）
- ⑧テュフラインジャパン(株)（全般）(神奈川県)
- ⑨(株)加速器分析研究所 白河分析センター（工業・食品）(白河市)
- ⑩(株)化研（全般）(水戸市)
- ⑪(財)材料科学技術振興財団（工業）(東京都)
- ⑫商工会議所・商工会

出典：ジェット口福島

11月1日より、県内36カ所の商工会議所・商工会で加工食品を対象とした放射能測定事業がスタート。

➡ 測定パートナーが充実へ。当社は販売支援に注力。

12

事業展開イメージ

□ フェーズ1

地元の空き店舗を活用して、全品検査の安全性の高い商品を観光客・地元住民に販売する。

□ フェーズ2

インターネットによる通信販売を行う。



□ フェーズ3

会津を舞台にした大河ドラマの放映を追い風に、各地のまちづくり会社と連携して、各地に会津ショップを作る(相互販売など)。

13

事業の収支構造の想定(単年度)

□ 想定コスト

| イニシャルコスト | | 月次PL | |
|-----------|---------|-------|---------|
| 物件(改修・権利) | 3,000千円 | 売上高 | 2,500千円 |
| 販売車 | 2,000千円 | 粗利益 | 500千円 |
| 合計 | 5,000千円 | 人件費など | 300千円 |
| | | 物件費 | 100千円 |
| | | 営業利益 | 100千円 |

□ 資金調達の方法

| 調達目標:6,000千円 | |
|-----------------|---------|
| 金融機関(ノンリコースローン) | 3,000千円 |
| 補助金 | 1,500千円 |
| 自己資金 | 1,500千円 |

14

事業実施にむけての課題

- 資金調達（金融機関、行政）
- 人材調達（当社は実質プロパーが1名）
- 生産者・測定パートナーとの連携
- 収益モデルの確立（利益の按分比率）
- 会津若松商工会議所は会員へのみ、加工食品に限定して測定を実施。当社が測定業務の委託を受けて、対象者・対象品目を広げるのも一案。

(2) 株式会社まちづくり飯塚

(株)まちづくり飯塚

新規事業提案
およびこれからの
飯塚で必要とされる
まちづくり会社を目指して

2012年11月26日(月)

▶ 1



▶ 2





舞台の華 街に咲く

福岡県飯塚市の嘉穂劇場で8日、全国座長大会が開かれ、旅役者の座長32人が近くの商店街を練り歩く「お練り」があった。紋付きはかまや女形の衣装姿の座長らに紙吹雪が降り注ぎ、街に広がる華やかな舞台

の世界が、約2千人のファンを魅了した。

34年目となる座長大会では豪雨災害に遭った熊本・阿蘇を支援するチャリティー販売も。九州演劇協会長の玄海竜二さん＝熊本市＝が呼びかけた。収益金は10日、阿蘇市役所に渡される予定だ。（関田航撮影）

飯塚市の現状について①

平成の大合併（H18.3.26）後

○人口の微減と世帯数の増加

H19・・・132,760人

H23・・・131,422人

H19・・・52,975世帯

H23・・・53,506世帯

飯塚市の現状について②

○1世帯あたりの人員

H19・・・2.51 H23・・・2.46

○人口構成

0～14歳 17,107人(13%)

15～64歳 82,582人(62%)

65歳以上 32,456人(25%)

高齢化に即応したまちづくりが急務！

▶ 7

課題としての認識

▶ 高齢者が商店街という

コミュニケーションゾーンを使い

3時間（例・通院→買い物→飲食）

は楽しめるまちづくりが急務！

既存店舗のみでは魅力が薄い

さらに、今年は

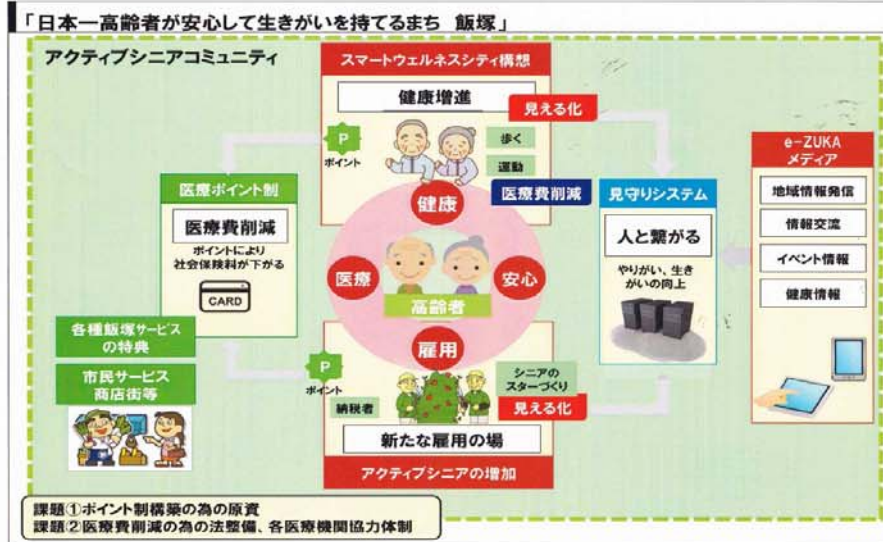
長崎街道筑前六宿400年

中心街区への興味関心高い



▶ 8

飯塚市が立案中の アクティブシニア構想



▶ 9

平成24年9月25日実施 第47回 商店街ツアー (参加者9名)



参加者の感想

- ・知らない店に入れた
- ・休む場所があった
- ・店主が丁寧だった
- ・また来たいと思った
- ・説明が楽しかった



▶ 10

平成24年10月23日実施
第4回一店逸品お店巡りツアー（参加者9名）



参加者の感想、意見

- ・店主のこだわりを知った
- ・美味しい食事に満足した
- ・誰かを連れてと来たいと思った



▶ 11

本町商店街付近の医療機関と喫茶店を
調査し新たなマップを千部作成した



○期待する効果

- ・来街者の滞留時間伸長
- ・個店の売上向上による活性化
- ・好評により増刷中
(1000部)

▶ 12

事業の方向性

目的と必要性

- ・ アクティブシニアが楽しめ、
3時間、まちを回遊する仕組みを構築する
- ・ 創業希望者の呼びこみと創業へ向けた支援
- ・ 空き店舗情報の「貸し店舗」情報化
- ・ 「動かない」不動産を動かす仕組みづくり
- ・ ランドオーナーとの協力関係づくり
- ・ 新規顧客獲得を企図する事業者の活性化
- ・ 個店活性化 = 商店街の活性化
- ・ 子育て世代を含む若いお客さんの取り込み

▶ 13

飯塚市商店街連合会 本町商店街振興組合 若手商業者（2～3代目）＋ 創業希望者の熱意

- ▶ 本町商店街振興組合は飯塚市商店街連合会内最大の店舗数(65店舗・2012年9月現在)
- ▶ しかし、近年の経済低下で空き店舗率約30%へ
- ▶ 「これではいけない！なんとかしたい！なんとかする！」
「このまちが大好き、子どもたちに良い形で伝えたい！」

○例えば、本町振興組合若手代表格の方たちは

縄田真照さん 「縄田履物店店主」本町振興組合副会長

八田憲一さん 「ヒサヤ呉服専務」 空き店舗聞き取り調査

三好宏輔さん 「みよしスポーツ専務」 創業希望者のマッチング

▶ 14

株式会社モア（峰悦子さん＝佐賀県唐津市在住＝所有）
不動産会社にだしていた家賃は、月10万円だった。



- ・約4年間借り手なし
- ・不動産会社は、「問い合わせなし」と、所有者へ報告
- ・本町商店街若手の三好さんをはじめ、まちづくり飯塚、商店街振興組合で大家さんに交渉
- ・敷金礼金なし
- ・月家賃5万円
- ・1Fと2Fで24坪

▶ 17



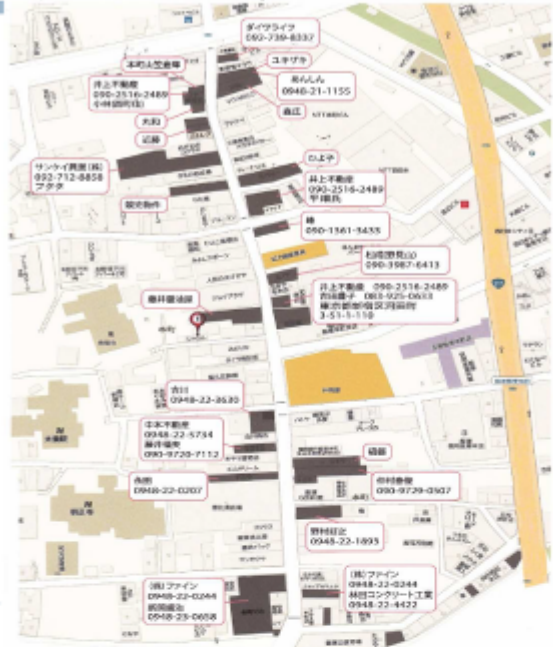
新たな創業者白石さん
皮革クラフトのアクセサリーショップ
「クローバー」
11月9日オープン
(開店準備中の写真)

▶ 18

「貸すことが出来る店舗」を調査しマップへ

○現時点での分析結果

- ▶ 老朽化が進んでいる
- ▶ 所有者が同地域にいない
- ▶ 不動産屋が非協力的
- ▶ 「空き店舗」は多いが、貸し店舗」は少ない
- ▶ 「貸せる店舗」を特化し紹介する必要がある



▶ 19

提案性のあるビジネスモデルの構築



▶ 20

かつて商店街内でも早い時期に イノベーションされたアーケアレイ



▶ 21

半年前の様子 3階建て13の部屋



▶ 22

ランドオーナーの協力による 空き店舗に見せない対策の実施



▶ 23

ランドオーナー会議を通じて 「(仮称)貸し店舗見せ隊！」実施へ



▶ 24



▶ 25

オーナーの協力なしでは出来ない！

ビルオーナーとの関係性の構築への努力

☆「チームJOYほんまち」と、まちづくり飯塚からの提案提言
家賃交渉 リーシング原案提示

- ・家賃平均5, 5万円→4万円→3万円（但し、部屋を細分化する）
 条件 → まちづくり飯塚で一括借り上げ
- ・リーシング案 1F 飲食店 2F クラフトショップ
 3F ネット系ショップ 事務所など

☆空き店舗に見せない提案！

- ・オーナーの奥様、雑貨店「パラム」開店
- ・オーナー趣味のバイク展示を提案

○「クローバー」開業や、「アークアレイ65」ビルでの取り組みを例とし、ランドオーナー会議を開き、まちの将来像を一緒に考えることの出来る関係性をつくる。そのためには、地元に住居していないランドオーナーの理解拡大と連絡を若手商業者とまちづくり飯塚が行う

▶ 26