

1 商店街の実態と消費者意識及び農業の実態 (P1～4)

- ・ 商店街に空き店舗がある割合は、72.5%。
- ・ 消費者が商店街に取り組んで欲しいことで一番多いのが「生鮮三品など専門店の充実」で52.1%
- ・ 消費者が生鮮野菜の購入する際に必要とする情報で多い回答は、「産地」「安全性等に関する認証」「出荷日」で、いずれも8割以上。
- ・ 農業実態は、生産者の高齢化や農業所得の減少が顕著。
- ・ 農産物直売場について、「地元消費者との交流の促進」「農家の所得向上」「地元農産物の生産の拡大、品質の向上」に寄与するものとして評価。

2 空き店舗を活用した「千産千消推進型」ビジネスモデルの構築

(1) 「(仮称)ふれあい生鮮プラザ(商店街農産物直売所)」の基本的考え方 (P5～9)

〈千産千消(商)の理念〉

地域農業生産者が作ったものを地域商業者が地域の消費者に地域内で販売する

〈特徴〉

- ・ 商店街の空き店舗を活用し、商店街が運営する
- ・ 店内で休憩ができて飲食もできる機能を持つ
※主要な顧客層として、商店街の徒歩圏に住む高齢者を意識している。
- ・ 朝採り野菜に加え、弁当・寿司・惣菜といった料理品を提供する
- ・ 生活必需品である調味料、日用雑貨品等の基本的な商品は提供する
- ・ 朝から夕方まで営業する

(2) 設立までの手順 (P10～26)

計画段階

①発起人による勉強会 → ②基本構想企画書の作成 → ③商店会役員の合意形成 → ④事業計画書の作成 → ⑤理事会、総会での最終決定

事業化段階

⑥店舗名の設定 → ⑦基本取扱品目の決定 → ⑧施設の選定 → ⑨施設、関連設備、備品等考慮すべきポイント → ⑩基本店舗レイアウトと商品ゾーニング案の作成 → ⑪出荷者の募集、説明会の開催 → ⑫出荷者との納入条件の取り決め → ⑬1日の売上の確定 → ⑭バーコードの情報

開業

⑮1日の業務の流れ → ⑯1ヶ月の業務の流れ

(3) 成功の条件 (P27~32)

① 農家との連携の強化

農家の新鮮野菜が集まるかどうか、成功するかどうかのポイント。農家が喜んで良い野菜を出荷してくれるような信頼関係作りが大事。

② 弁当、惣菜等の料理品の品揃えの強化

お客の多くを高齢者と設定しているため、少量で買やすい価格帯で、かつ地元野菜を素材にした料理品を品揃えすることがポイント。

③ 品質表示基準の徹底

食に対する不信の増大から表示義務が厳しくなっているため、基準に従い正確に表示するよう徹底する。

④ 休憩場所の設置、配達

3 茂原駅前通り商店街振興組合における実証実験 (P33~34)

開催日 平成17年12月5日(日) 第1回

場所 茂原駅前通り商店街振興組合常設販売店舗

販売者 千葉県立茂原農業高等学校生産技術科生徒

販売支援 茂原駅前通り商店街振興組合役員

主な販売品目

花卉(花壇苗、鉢花)、野菜(トマト、かぼちゃ、とうもろこし、じゃがいも等)、果物(梨、柿、メロン)、鶏卵、米、加工品(ジャム)

概況 第1回の開催以降、毎月曜日午前10時半から2時間程度、定例で実施している。来店客数は50名程度、客層は50歳以上の主婦が多い。高齢者には若い世代とのコミュニケーションができると楽しみにしているとのこと。商店街でも賑わいづくりに貢献していると評価している。

4 先進事例 (P35~41)

(1) 花野果市場(宮城県)

生産者が出資して設立した農産物管理運営協議会(現在は(有)花野果市場)が運営している直売所であるが、「道の駅」のような観光客を対象とした施設ではなく、地域住民を対象として加工品、料理品を販売して成功している例

(2) ふれあいプラザ本町(木更津市)

運営は木更津本町商店街振興組合。木更津そごう撤退後地区内で野菜が買えなくなったため、平成14年にオープン。納入業者は、当初40軒の農家であったが現在は224名に増えている。営業は午前9時から午後7時まで(日曜定休)。売上構成は、朝採り野菜30%、弁当惣菜40%、花卉20%、その他10%