

経営相談 Q & A

商店街における空き店舗への事業者誘致のアイデア

Q

商店街の関係者として、空き店舗への事業者誘致の方法を検討しています。起業を促す「チャレンジショップ」や「起業塾」を試みましたがいずれもうまくいかず、「入居者への家賃補助制度」では補助期間が終了すると退去してしまうケースが多く悩んでいます。それ以外で何か店舗誘致策のアイデアがあれば教えてもらえますか。

A

1. 店舗誘致施策について

商店街の空き店舗対策に関するアイデアを以下にいくつかご紹介します。

(1) インターネットによる空き店舗情報の積極的な発信・広報

◆インターネットによる積極的な情報発信

空き店舗対策には、店舗の紹介・斡旋にかかる情報を積極的に外部に発信することが不可欠です。持ち主（貸し手）と開業する人（借り手）とのマッチングを充実させるためには、地元不動産業者等と連携し「インターネットによる空き店舗情報の積極的な発信・広報」を行うことが効果的です。

なお、この取組みにはホームページ（HP）の改修が不可欠ですが、その際には、HP内に地図形式の「店舗マップ」のページを設け、さらにそのマップの空き店舗該当箇所のリンクから物件情報を閲覧できるようにすると見やすくなります。

◆滋賀県大津市の事例

「石山商店街振興組合」（滋賀県大津市）では、商店街のHPのリニューアルと合わせ、地元不動産業者との連携による空き店舗情報の発信により、13軒あった空き店舗のうち、費用がかさむ空き店舗や相続の問題がある空き店舗以外は入居させることに成功しました。

同商店街のHPは15年前から存在しましたが、専門家不在のため運用が不十分で更新頻度が少なく、新鮮味が欠け魅力のないものでした。そこで、専門家を入れてHPを大幅にリニューアルし、地

元不動産業者や駐車場協会とも連携して、「空き店舗情報」「空きガレージ情報」も掲載するなどコンテンツの幅を広げました。

コンテンツを増やすことでHPのアクセス件数も多くなり、掲載しているイベントの内容などについても問い合わせが増えました。今後、大津商店街連盟に加盟する12商店街がリンクできれば、さらに豊富な情報が提供でき、集客及び空き店舗解消につながると同商店街では見込んでいます。

(2) 「空き店舗内覧会」の実施

◆徐々に広まる「空き店舗内覧会」の取組み

入居を検討する事業者の立場から見ると、空き店舗を管理している権利者や不動産業者がそれぞれ異なるため、店舗を見て回り、比較・検討することが難しいという問題があります。

その問題の解決策として注目を集めているのが「空き店舗内覧会」です。この内覧会は、商店街内の事業者・行政・商工団体・まちづくり関係団体・不動産業者などの関係者を巻き込み、出店希望者が複数の空き店舗を一度に見学できるようにする仕組みで、宮崎県、熊本県、沖縄県、東京都など全国で徐々に広まりつつあります。

◆イベントとの連動や情報発信

また、空き店舗内覧会のみでは出店希望者の集客に限界があるため、「商店街の他のイベントと連動して開催する」、「スポット的に開催するのではなく、毎月・隔月といった間隔で定期的に開催して認知度向上を図る」、「周辺商店街と連携して同時に内覧会を開催する」、「自治体の関連制度

(出店や店舗リフォームへの補助金等) についての説明会も併せて開催する」等の方策も併せて検討すると効果的です。

なお、こうした内覧会やイベントを開催する際は、HPでも情報を発信し、空き店舗一覧と内覧会、およびイベントの情報がすべてリンクするような仕掛けを構築してください。

(3) 「家賃スライド制」の導入

◆新潟県新潟市の事例

補助金に頼らず「家賃が高い」という問題を解決する手法として、新潟市秋葉区で考案され全国的にも注目を集めている「家賃スライド制(収益歩合制家賃)」をご紹介します。

「家賃スライド制」は、新潟市秋葉区の中心市街地の空き店舗解消に向け、地元の^{にいつ}新津商工会議所が主体となって、新潟市秋葉区役所、地元不動産業者(商工会議所会員)と連携して考案したもので、基本家賃を低く抑えてテナントの営業利益に応じて増減することで家賃相場を引き下げ、空き店舗への出店促進を図る仕組みです。取組みの結果、この新潟市の事例では、2015年1月末時点で対象8物件のうち4物件が契約済みです。

◆具体的な仕組み

空き店舗でテナントを募集する場合、通常は個々の物件によって家賃額はバラバラですが、「家賃スライド制」では次のルールを設けます。

- ・新規入居時の家賃を相場よりも低額に設定する(物件所有者が負担する固定資産税、保険料等の最低限の維持管理コストを踏まえて設定)。
- ・テナントの営業利益に応じて翌年度の家賃を増減させる。利益が出ない場合には入居時と同額に据え置く。

具体的には、空き店舗を所有する大家が最低限必要な費用を「物件賃借料」〔基本家賃額(新潟市の事例の場合上限坪2,000円/月)×12か月〕として定めて出店者を募集し、その後は毎年の営業利益に応じて次年度の賃借料を増減させます。

営業利益がゼロ以下であれば、賃借料は初年度賃借料のまま据え置き、利益が出た場合は、その利益額に応じて、次年度の賃借料を一定のルールに従って上乗せします(家賃上限額はあらかじめ設定)。

貸し手側から見ても、単純に賃料を引き下げる場合とは異なり、将来的な賃料収入の増加が期待できるほか、固定資産税等の維持管理コストに合う収入を確保できるメリットがあります。

この制度の導入には、土地所有者や不動産業者に対し、中心市街地の衰退による資産価値・家賃相場の低下を防ぐ必要性や、家賃スライド制の導入による出店時のコスト削減等のメリットを伝え、協力体制を確立することがポイントになります。

(4) 人材への直接アプローチによる働きかけ

◆広島県福山市の事例

「福山本通商店街」(広島県福山市)では、2013年に市内の別の場所で青果店を営んでいた29歳の店主に対して商店街振興組合の元理事長が直接声をかけ、出店誘致することに成功しました。

こうした出店可能性のありそうな人材に直接アプローチして誘致を図る手法を成功させるには、行政・商工団体・金融機関・地域のキーパーソン等と関係を深めてネットワークを張り巡らし、出店希望を持つ有望な人材の情報をいち早くキャッチすることが重要です。またその人材に素早くアプローチし、前述の「家賃スライド制」などの仕組みを提示して、熱意と誠意をもって交渉することも求められます。

2. まとめ

今回ご紹介したアイデアは、いずれも積極的な情報発信と情報収集、および関係各所とのネットワークづくりがポイントとなっています。店舗誘致を成功させるには、座して問い合わせを待つだけでなく、自ら動きPRすることが不可欠ですので、事例等を参考に、何らかの積極的な一歩を踏み出されることをお勧めいたします。

(吉村謙一)