ポイント履歴は安心インフラ

店頭タッチで高齢者見守り

区と連携で烏山駅前通り（振）

世田谷区の烏山駅前通り商店街振興組合（桑島俊彦理事長）が周辺3商店街と運営する「えるも～るLUCKカード」が、このほど非接触型の「えるも～る烏山ダイヤスタンプカード」へとリニューアルされた。これに伴って、高齢者を対象に来店・来街時の「見守りポイント」を新たにスタート。マイバッグ持参や清掃、花壇整備など地域貢献活動を後押ししてきた同商店街のコミュニティ・ポイント事業に、その履歴情報を活用して地域の安全安心インフラ機能を果たそうとの新メニューが加わっている。

高齢者見守り機能付きの新カード（左下）への切り替えに連日長蛇の列ができる

新カードへの切り替え手続き開始の2月19日朝10時には、時間前から旧カードを手にした地元客が長蛇の列に。買い物ポイントをはじめ、ペットボトル・ポイントなど各種コミュニティ・ポイントが、次々と真新しいカードへ。65歳以上かつ1人暮らしのお年寄りには、新メニューである見守りポイントへの申込み登録も案内された。

今回のリニューアルの特徴は非接触型への仕様変更に加えて、区の要請および運営提携によりポイント履歴情報を活用した高齢者の見守り機能が加わった点だ。事前登録した見守り会員には、加盟約80店舗の店頭や地元信金、商店街事務局などの端末で、1日1ポイントを上限として見守りポイントを提供。同ポイント分は商店街が経費負担して、来店・来街のインセンティブとしていく。

こうした来店・来街履歴情報は、高齢者の安否確認情報としても有効活用する。情報の取り扱いや安否確認等については、商店街からの同データの提供を受けて区が実施。区では事前登録した見守り会員について、30日間見守りポイント履歴に動きがない方等について総合的に判断して、所定の部署で安否確認などに役立てていく。

見守りポイントのスタートを翌日に控えた2月18日の烏山駅前通り商店街の「新春祝賀会」では、保坂展人区長が来賓あいさつで、「ポイント付きの見守りカードは行政には発想できない商店街ならではのアイデア」と高く評価。桑島理事長は、「お年寄りの孤立死・孤独死をゼロにする契機としたい」との抱負を述べた。会場には多田拓一郎中小企業庁経営支援部商業課長をはじめ三宅茂樹区商連顧問、地元選出議員、金融機関代表など来賓も多数参加して、また同カードをともに運営する烏山駅南口商店会、烏山（振）、烏山西口駅前（振）の関係者らが取組みへの決意を新たにする場ともなった。

今回のカードリニューアルにかかる新カード端末およびシステムの更新費用、切り替えカード4万枚にかかる約5300万円については、国のまちづくり補助金で国が3分の1、都・区が30分の7を助成している。

街路灯発、スマホへ発信

江古田駅北口商店会　NFC、QRコードに対応

商店街公式のスマホ専用トップページ経由にて、今いる通り沿いの店・街情報へとアクセス

西武池袋線「江古田駅」から練馬区の江古田駅北口商店会（佐久間利和会長）に降り立つと、通り沿いに連なる55本の街路灯に「タッチでおトク」と記されたステッカーがずらりと並ぶ。手持ちのスマートフォン（スマホ）にて、近距離無線通信であるNFC機能またはQRコード経由でアクセスすると、街情報サイト「レッツエンジョイ東京」の同商店街のサイトへと誘導される。商店街イベント情報や各店のお得情報、クーポンなどがリアルタイムで獲得できるという仕組みだ。

とくに今回は、通りに沿って立ち並ぶ街路灯の位置に着目して、場所ごとの情報発信インフラとして活用した点も特徴的。駅前通り、保育園通り、音大通り、浅間通りそれぞれについて、4種の異なるステッカーを用意して、通りごとに最寄り店情報が表示されるように設定している。こうして来街者の居場所に応じた情報発信で、〝今そこにいる〟客への店のPRを後押ししている。

同商店街にはスマホを日常的に使いこなす若者層の来街が多く、また昨今では外国人観光客などの来街も増加傾向。こうした来街客層が自らのスマホ経由で発信する口コミ情報が拡散することで、さらなる広域集客へとつながるとの期待だ。今回は導入にあたり、専用ステッカーおよび商店街公式のスマホ専用サイトを新規制作。事業費用については国のにぎわい補助金を活用している。

今後の課題は、まずは同サービスの認知度アップと、発信する情報鮮度の向上が挙げられる。まずPR面では、今回は商店街ガイドブック1万冊も作成・配布して、「タッチでおトク」サービスや店・イベント情報などを紹介。

加えて、情報鮮度の高い各店のお得情報を発信していくために、現在は担当者が一括更新している店・街情報について、「ゆくゆくは各店主がリアルタイムに自ら情報更新していく体制を整えたい」（佐久間会長）。今月中にも店主向けの勉強会をスタートさせて、会員店舗のITスキル向上を図っていく。

街・店舞台に小説

『高円寺エトアール物語』

実在30店織り交ぜ３巻

３巻立ての〝商店街応援エンターテインメント小説〟

『昭和30年代当時、西高円寺には5つもの映画館があって――、「高円寺東映」はかつてエトワール劇場という名前で、それがこの商店会名の由来になったのだという』――。かつての「映画のまち」を舞台に何気ない日常を綴った、杉並区のエトアール通り商店会（内藤一夫会長）発刊の書き下ろし小説『高円寺エトアール物語』が、このほど3冊目を以って完結した。

今回は〝商店街応援エンターテインメント小説〟との位置づけで、高円寺を愛するライター3名を著者に、地元デザイナーやカメラマンなどのクリエーターらが制作協力。小説は個別に完結する3つの物語となっており、商店街や店の写真、イラストのほか、巻末には登場した店の紹介欄も設けられている。

商店会に実在する30店舗も、各巻10店舗ずつ登場して、街角の店・人の魅力を生き生きと描いて好評だ。

小説自体はあくまでも文化事業との位置づけだが、店への来街や販売を促進する仕掛けも凝らした。各冊子は各500部ずつ、合計1500部を制作して、まず第1巻は昨年10月に、商店街通り沿いで無料配布。こうしてまずは『高円寺エトアール物語』の認知度・注目度を高めたうえで、第2巻を昨年12月に、第3巻を今年2月に、加盟店での買い物を要件として各店頭にて進呈。また各巻ごとに添付されている3種類の応募券を集めると、特製トートバッグ（写真左奥）もプレゼントしている。

さらに発刊を記念して、2月7日～15日には商店街の飲食店3店舗を会場に、「『高円寺エトアール物語』写真展」も開催した。ここでは今回の冊子制作を担当したカメラマンが、小説に登場した30店舗を新たに撮り下ろした作品等を店内に展示。1ドリンク以上のオーダーを要件とすることで、各店の売り上げ増に貢献している。

エトアール通り商店会は高円寺パル商店街の脇道的な立地だが、家賃の相対的な安さもあり飲食店や古着店などの若手出店者が増加中。今回の小説の好評を受けて、「こうした新規出店者や地元クリエーターなど若者の力も借りながら、続編の発刊も視野に入れていく」（内藤会長）方針だ。今回の3巻の制作費用については、国のにぎわい補助金の助成を受けている。

元気な街づくり

イベント事業編

東武曳舟駅・京成曳舟駅にはさまれた商店街エリアに降り立つと、ぐっと間近に東京スカイツリーを仰いで、「笑顔に出会える街」とのフラッグが各店頭にはためく。飲食を中心に物販、惣菜、医療、各種サービス業などが地元生活者をしっかりサポート。駅前再開発を機に組織および活動を再構築して約6年、新規出店者、そして新住民もとりこんで住んでよし、訪れてよしの街づくりを着々と進めている。

〝訪れてよし〟へ組織強化

店の「お宝」や季節の催事

新住民へ向けて〝ふるさと〟演出

昨年末に商店街が初めて企画した振分親方（元高見盛）を迎えての「もちつき大会」。暮れも押し迫る12月28日ながらも会場には、人気の振分親方が登場するとあって、時間前からたくさんの家族連れや相撲ファンのお年寄りらが詰め掛けた。振分親方による餅つきや公開インタビュー、チラシ持参でのお餅の無料配布などに、300名を超える大行列ができる賑わいぶりに。商店街発の地域の冬の風物詩として、今後も継続的に実施したい考えだ。

一方で、3年前から年2回ペースで、毎年5月と11月に開催しているのが「お宝市」だ。これは各店が自慢の逸品をPRすることがメインテーマ。5年前にはイトーヨーカドーを核とした商業施設が出店し、一方で800世帯が入居する高層マンションも続々と進出中。こうした新住民の〝ふるさと〟となるべく、四季折々にイベントや個店のPR策を積極展開している。

よそ者・若者に活躍の場を提供

こうした各種イベントの企画・運営のカナメとなるのが、商店街所属の若手店主らだ。商店街イベントでは毎回、若手をプロジェクト・リーダーとして新規に抜擢することで、「イベントの企画・運営を通じて若手商店主の参画や育成につなげている」（小林会長）。その時々の担当者の発想が反映されるため、たとえば同じお宝市でも、音楽・ダンスが中心になったり、自転車タクシーでの街めぐりを盛り込むなど内容は多様化しており、イベントのマンネリ化を防ぐ効果も得ている。

お宝市の目玉である模擬店への出店者については、商店街エリア外の店・個人も柔軟に受け入れている。昨年11月には第10回目を数えており、参加店および商店街の地元での認知度向上と同時に、他地区の事業者や地元市民による〝チャレンジショップ〟的な機能も発揮しつつある。

法人化も視野に

駅前再開発に伴なって、旧商店会組織を「イーストコア曳舟商店会」へと再構築したのが6年前。商圏の人口増もあり加盟店舗は、現在75店舗まで急増中。現在のところ空き店舗はゼロで、今後も東京スカイツリーによる観光集客、2年後には駅接続型の病院新設などもあり、広域集客および新規出店は今後も続くことが見込まれる。

今後の課題は、こうした外部からの出店や集客を商店街活性化にいかにつなげていくか。「今年は新規出店者の商店街加入促進に力を入れて、90店舗体制をめざしていく」（小林会長）方針で、このほど、個店強化の商品力・サービス力向上を目的とした「まちゼミ」学習会もスタート。東京都中小企業振興公社「商店街リーダー塾」への派遣など着々と若手世代の育成も強化中だ。

加えて観光集客を意識した景観整備へ向けて、「ハード事業を推進し得る組織基盤を確保するため法人化も視野に入れていきたい」と小林会長。環境変化というチャンスをしっかり捉え、一致結束して取り組むイーストコア曳舟商店会の今後の取り組みにもぜひ期待したい。

元高見盛関が登場するとあって、もちつき大会会場は長蛇の列に

イーストコア曳舟商店会

▽会長＝小林　正大
▽住所＝墨田区東向島２－31－20
▽電　話＝03－3614－4869
▽活動内容＝駅前再開発をチャンスと捉えて、商店街組織や名称の刷新、新イベントなどを実施。若手の参画・育成も推進中で、新規出店も多く加盟店舗数が増加中

接客に役立つ英会話

Chapter1　飲食店編－①

～下北沢一番街（振）テキストより～

▶（飲食店での）いらっしゃいませ。
10－12時：Good morning.
12－16時：Good afternoon.
16－21時：Good evening.
21時以降：Good night.
▶何名さまでしょうか？：
How many are you?
（peopleは自明なので入れない）
▶お一人様ですか？：Are you by yourself?
▶ご予約はございますか？
Have a reservation?
▶ご予約ではありませんね？：
You don't have a reservation, do you?

※do youの語尾を下げる場合は念押し、確認。上げる場合は内容に自信がなく質問している。
▶すみません。満席です。：
I am afraid, we are full.
※I am sorryは本当にお店側に非がある場合のみ。通常はI am afraid.を使う。
▶ほんの少し待っていただけますか？
Could you wait a moment?
▶ほんの２，３分待っていただけますか？
Could you wait a minute?
▶しばらく（30分以上）かかります。：
It takes a while.

専門家チームが商店街の活性化やお店の経営改善をお手伝いします！

商店街パワーアップ作戦

(専門家チームの派遣) のご案内

こんなお悩みありませんか
●個店の売り上げに悩んでいる
●商店街でのイベントがマンネリ化している
●ITを活用したいがどうしていいかわからない

東京都内の商店街・商店に対し、実務に明るい専門家が
実践的・具体的にアドバイスします。しかも！費用は無料です。

パワーアップ作戦の流れ

商店街
組合・任意団体
商　店

①お申込み → ②事前打合わせ → ③日程調整・専門家チームの編成 → ④専門家チームによる支援の実施

お申込み・問い合わせは下記まで
(公財)東京都中小企業振興公社　新事業創出課
TEL:03－3251－9367
FAX:03－3251－9372
E-mail:shonin@tokyo-kosha.or.jp

公益財団法人 東京都中小企業振興公社　東京都産業労働局　※商店街パワーアップ作戦は東京都から委託を受け、(公財)東京都中小企業振興公社が実施しています