「歴恋マップ」で店巡り

亀戸5商店街×江東商業高校マーケティング部

女子高生目線で街・店PR

恋愛のパワースポットでもある亀戸天神を核として、彼女・彼氏と商店街巡りを楽しんで――。都立江東商業高等学校マーケティング部の企画・編集で、このほど江東区の亀戸地区5商店街を舞台とした「歴恋（れきこい）マップ～亀戸歴史恋物語～」が制作された。7月12日の「はねかめまつり」の会場では、マーケティング部員の女子高生8名が約1000枚を配布して、来場者らに地元商店街をPR。高校生にとってはマーケティングを街で実践する貴重な機会に、商店街にとっては街・店の新たな魅力を発掘・発信する契機になっているようだ。

▲観音折りマップで4つの店巡りコースを提案
▼はねかめまつり来場者に高校生たちがマップ配って街をPR

今回のマップのねらいは、「歴史」「恋」など高校生ならではの新たな切り口で、若者や女性層の商店街利用を後押ししようというもの。高校生らは商店街役員とも会合を重ねて、商店街が展開してきた「亀」や「福」をテーマとしたこれまでの取り組みも踏まえつつ企画をスタート。その後の店舗取材、イラストマップづくり、マップの配布、利用者アンケートまでを、高校生たちが一貫して手掛けている。

マップのユニークな特徴は、個々の来街者の「歴史」への興味や「恋」の状況に応じて、4つの店巡りコースへと誘導する提案型マップとなっている点だ。表紙のツリー方式クイズで「今1人？」「好きな人いる？」「1人焼肉できる？」――等に回答すると、最適なコースを案内される。「A・歴史コース」、「B・1人旅コース」、「C・なかよしコース」、恋人との思い出づくりの「D・ラブラブコース」が設定されており、各4コースそれぞれ5店舗ほどのスポットを、見開きマップを参照しながら巡るという仕掛けだ。

また各コースの立ち寄りスポットとなった合計17の店舗・名所も、高校生らが自ら選考。マップの店紹介の吹き出しでは、割烹料理店には「亀戸大根を味わえる」、アクセサリーショップには「彼女にプレゼントしては？」、亀戸天神には「恋みくじで恋愛運を占っては？」など、各コースのコンセプトに合わせた、女子高生ならではの口コミ情報が盛り込まれている。

「今回のマップを通じて、高校生たちに意外に人気のある店や恋にまつわるスポットなど、われわれすら知らない街・店の魅力を知るきっかけになった」と福地憲一　亀戸天神通り商店街理事（亀戸観光協会会長）。全店網羅型で営業データ中心の従来型商店街マップとは異なり、若者や女性を引き付ける提案型PR手法は、今後の他の商店街事業にも参考になりそうだ。

マーケティング部員らからは早くも第二弾マップの構想案が挙がっているほか、今回掲載された店同士をつないでのコラボ新商品・サービスの提案や、地元のラーメン店に絞り込んでの新たなマップ企画なども出てきている。高校としても、「今後も高校生たちの実践の場として、地元商店街や行政との産学官連携企画に取り組んでいく」（同校マーケティング部顧問・星幸典教諭）方針だ。

今回のマップづくりには十三間通商店街、亀戸天神通り商店街、香取勝運商店街、亀戸五丁目中央通り商店街、五ノ橋豊国通り商店会および亀戸観光協会が協力。同校マーケティング部ではこれまでにも亀戸ブランド・サブレの創作やマスコットキャラクター策定、キャラクター入り街路灯ペナントの制作などで商店街との連携実績があり、今回のマップづくりでは（公財）東京都中小企業振興公社の商店街パワーアップ作戦で専門家の派遣も得ている。

1年間は家賃無料

鳩の街通り商振組　空き店舗への入居者公募

店舗の模型での配置シミュレーションに夢が広がる（現地内覧会にて）

「商店街の『新しい顔になるお店』の入居者を募集します。とっても期待しているから、1年間家賃無料。――」。墨田区の鳩の街通り商店街振興組合（松橋一暁理事長）ではそんなキャッチフレーズで、空き店舗活用事業「鳩の街100店プロジェクト」の第三弾をスタートさせている。

7月18日に開催された現地内覧会では、古書店を開きたいとの若者、昭和レトロなこの街でぜひ自分の店をとの若い女性、コミュニティカフェを開きたい夫婦など多数が来場。実際に物件を内覧するとともに、同日開催のジャズフェスティバルで商店街の結束ぶりや街の賑わいも確認する好機となった。

今回の空き店舗物件は、商店街入口の好立地で、鉄筋コンクリート造2階建て1階の10坪ほどのスペース。入居条件としては、①3年間の継続的な利用②週5日以上かつ土日祭日の店舗営業③商店街への加盟および積極的な商店街イベントへの参加――等を設定。内覧会場には店舗スペースの30分の1および50分の1の建築模型も用意され、本棚の模型など同縮尺フィギュアを自ら持ち込んで、店舗内の什器や調度品の配置シミュレーションを試す姿も。今後、応募者のなかから書類審査・個別面接を経て入居者1組を決定する。

今回の空き店舗活用事業では都と区の助成を受けて、基本的な店舗内の整備および1年間の家賃支援をする。入居者は、入居当初の業種・業態に応じた改装と、その後2年目からの家賃を自己負担する。こうして入居者への家賃助成を短期間集中型かつ全額支援とすることで、開業当初から2年目以降の収益性・事業性も意識した店舗経営を促すとともに、開業当初にできるだけ営業活動へ資金を振り向けることで好スタートにつなげてもらおうとのねらいだ。

同商店街ではこれまでにも、空きアパート1棟を借り上げての若手アーティスト等支援拠点「チャレンジスポット！鈴木荘」、今回で3カ年目となる「鳩の街100店プロジェクト」などを推進してきた。こうした外部からの新規出店者らが、徐々に商店街イベントなど活動の担い手となる効果も出てきている。

地域課題解決へ上映会＋トーク

映画『未来シャッター』

大田区のキネマ通り商店会の空き店舗活用事業「キネマフューチャーセンター」を拠点に、キネマ（＝映画）での町おこしを展開するNPO法人ワップフィルムでは、このほど映画『未来シャッター』をリリースした。これは商店街のシャッター、カメラのシャッター、心のシャッターを開けることをメインテーマに、主人公らが商店街をはじめ中小事業者、農業者、地域金融機関、行政・団体など地域活性化に活躍している人たちと出会うことで、未来へのシャッターを開いていくストーリー。キネマ通り商店会「キネマフューチャーセンター」では、7月1日～8日に上映会も開催している。

同NPOではこれまでにも、大田区蒲田地区商店街を舞台とした映画『商店街な人』の制作実績があり、映画のロケ地として今回も、蒲田東口商店街や糀谷商店街、梅屋敷東通り商店街、大岡山北口商店街、鳩の街通り商店街、向島橘銀座商店街など都内各地の商店街が登場。実際の商店主や事業者、信金職員らが自ら出演して日頃の思いを語るユニークな演出で、相川英昭　大岡山北口商店街理事長や、大和和道　向島橘銀座商店街事務局長なども登場している。

また、上映会とトークセッションをセットで実施する「フューチャーセッション型映画」である点も、同NPOの映画の大きな特徴。映画を観ることで終わりとするのではなく、そこで取り上げた問題意識について、鑑賞者らがともに語り合い、地域での行動につなげるツールとして位置づけている。

上映およびセッション（1上映5万円）の問合せは、キネマ通り商店会「キネマフューチャーセンター」（☎03・3573・5692）まで。

元気な街づくり

地域連携編

戦後闇市の風情そのままに、それぞれ数坪ほどの5商店会・約100店舗が集積し、再開発からぽっかりと取り残されたかのようなハモニカ横丁。6年前に商店街有志らがNPO法人ハモニカ横丁東京を発足させて、新旧店主の連携や外国人客対応、横丁ブランディングなどに取り組んでいる。約15%の店が毎年入れ替わるというなかでも昭和レトロな風情を維持し続ける、〝横丁応援団〟の秘策を探った。

NPO法人　**ハモニカ横丁東京**
▽理事長＝手塚　一郎（＝新仲見世商店会会長）
▽問合せ先＝武蔵野市吉祥寺本町1―33―10丸ニビル2階
▽電話＝0422-23-7891
▽活動内容＝新仲見世商店会、北口駅前中央会、朝日通り商店会、5吉祥寺祥和会、祥和会物販部の商店会をフィールドに、市民、学生、行政も巻き込んで活動中

YOKOCHO 横丁文化、世界へ発信

商業者と地権者の架け橋に

課題はレトロと安全安心の両立

戦後闇市の店主の集まりだった横丁エリアの商店街も、今では自ら店舗経営を行っている会員は2割ほど。そんな地権者とテナント店主では、長期的なインフラ投資や販促活動など、商店街活動に求める目的意識やインセンティブが異なる。そんな地権者である店舗オーナーと商業者であるテナント店主を、いかにウィン・ウィンで連携して街全体の活性化につなげていくか――。都内の駅前立地型商店街が共通に抱える課題でもある。

とくにハモニカ横丁エリアで長年の懸案となっているのが、安全安心な買い物の場としてのハード整備だ。現状ではハモニカ横丁全体が、建築基準法上でも防災面でも既存不適格。昭和レトロな街並みの魅力の維持と安全安心の両立は至難の技だ。「新規店主と既存店主、地権者の合意形成を進めつつ、いかにスピーディーに事業展開していくか」（手塚理事長）が課題だ。

店舗相互送客へ立ち呑みラリー

そこでNPO法人ハモニカ横丁東京では、商店街組織傘下のテナント店主の連携を支援してきた。1面写真記事の「ハーモニカ横丁朝市」や今春スタートした「立ち呑みラリー」など、こうした若手商業者らのヨコのネットワークが、主体的かつ横断的に各種イベントを企画・運営している。

「立ち呑みラリー」は大手酒販業者などのタイアップを得て、若手店主有志13店舗からなる「立ち呑み研究会」の協賛により毎月ペースで実施中。毎月末の金曜～日曜日午後5時～、各店がそれぞれの逸品メニューとともに単一銘柄のドリンクを提供。スタンプ2店舗分以上を集めると景品を進呈するなど、店舗間の相互送客や新規顧客開拓を後押ししている。

「こうした店の売上げにつながる販促企画を打ち出すことで、若手店主のやる気を後押ししたい」（手塚理事長＝立ち呑み研究会相談役）とのねらいだ。

建築やアートでブランディング

一方で、ハモニカ横丁ブランドを維持・発信していくための文化企画も積極的に手掛けている。隈研吾氏など著名建築家やイラストレーター、アーティストらの演出の場としてスペースを提供。各店先や街角を前衛的なアートで彩るなど、話題づくりや賑わい演出企画で横丁ブランドの強化・発信につなげている。

加えて、外部専門家を巻き込んでの提言活動も活発に展開中。ハモニカ横丁の防火・防災対策プロジェクト立ち上げや、駅周辺の交通問題への提言、外国人向けマップなど観光振興ツール制作、さらに都内の他の横丁商店街に呼びかけての「日本横丁フォーラム」も開催している（下の書籍紹介欄参照）。

武蔵野市開発公社が横丁の一角で展開しているチャレンジショップ事業では、ハモニカ横丁にあこがれての若者の出店も多い。さらに昨今は、レトロな街並みに惹かれての訪日外国人観光客の来街も急増中。若者、ヨソモノ、外国人をも受け入れ・融合しつつ、昭和レトロかつ安全安心な買い物空間であり続ける――。ハモニカ横丁発の〝YOKOCHO文化〟は、商店街活性化への大きなヒントとなりそうだ。

立ち呑みラリーは店の相互送客を促進

書籍紹介

『横丁インタビューズ』

日本横丁フォーラム

武蔵野市ハモニカ横丁で活動するNPO法人ハモニカ横丁東京が、昨秋主催した「日本横丁フォーラム」の成果等をまとめた冊子。同フォーラムでは、ハモニカ横丁をはじめ新宿思い出横丁（新宿西口商店街振興組合）、新宿ゴールデン街（新宿ゴールデン街商店街振興組合）、上野アメ横（アメ横商店街連合会）ほかの〝横丁〟商店街関係者らが、消費社会研究家の三浦展氏も交えて、横丁の魅力や課題について意見交換。各商店街関係者の対談や街への思い、魅力などが満載だ。ハモニカ横丁東京（☎0422・23・7891）発行、200円（税込）。

めざせ！2020 観光商店街

中国銀聯利用にラリーや特典

自由が丘（振）600店で

訪日中国人観光客の支払い決済手段として、もっとも普及している銀行・クレジットカード「中国銀聯」。大手ドラッグストアや百貨店のほか、全国各地の商店街でも包括取り扱いが相次ぐ。このほど日本での取り扱いスタートから10周年を記念して、中国銀聯では7月1日～10月31日まで加盟店を巡るスタンプラリー企画を展開中だ。

なかでも目黒区の自由が丘商店街振興組合（岡田一弥理事長）では同キャンペーン期間中の独自企画として、1万円以上の買い物について、中国銀聯カードで支払ってレシートを商店街インフォメーションセンターに持参した方に粗品をプレゼント中。中国銀聯のキャンペーンを、訪日中国人へのPR機会として活用している。

同商店街では今年春に、中国銀聯の包括取り扱いを傘下約600店舗でスタートさせたところ、利用数が急増中。「取り扱い件数では、まだまだ従来の大手クレジットカードでの決済の方が多いが、1件あたりの決済金額では中国銀聯での決済の方が圧倒的に大きい」（自由が丘商店街事務局）との手ごたえだ。

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:03－5822－7237
FAX:03－5822－7238
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