29講座で"相互送客"

烏山地区４商店街でまちゼミ

プロの技、接客でファンづくり

世田谷区の京王線千歳烏山駅周辺の4商店街店頭に現在、店主の顔を前面に出した「まちゼミ」ポスターや、参加29店舗共通のロゴが貼り出されている。これは11月16日～12月11日にかけて行われている第1回「烏山まちゼミ」のPRの一環。受講受付け開始直後に満員となる講座も出るなど、地元でも大いに話題となっている。

プロならではの技とコツを店頭で直接伝授

「眉じりが必ず眉頭よりも上になるように描いてください」「こうして線ではなく点で埋め込むようにするのがコツです」――。11月16日に実施された化粧品店での「眉毛で顔の印象は変わります！」講座では、プロならではの仕上がりと目からウロコの解説に、受講者一同、感嘆のため息。「もう片方は今度はご自分で描いてみましょう」との勧めに、プロ直伝のノウハウ・助言を得ながら、さっそくそれぞれに実践していた。

受講した地元主婦4名は、「こんなに本格的に教えていただけるとは思っていなかった」「次回は買い物に来ます」と、親身になってのスタッフの対応ぶりですっかり店のファンに。また、店内で開催されたこともあり、たまたま居合わせた他の来店客らも興味津々で、さっそくまちゼミチラシを持ち帰る姿も多数見受けられた。

今回の「烏山まちゼミ」は11月16日～12月11日に期間を設定して、烏山駅前通り（振）、烏山西口駅前（振）、烏山（振）、烏山南口商店街の4商店街が22店舗・29講座体制で実施。スタートに先駆けて、店主の〝笑顔〟を前面に出した講座カレンダー入りのまちゼミ案内チラシを約3万7000枚新聞折込み、約3000枚を各参加店で配布するなど、店頭での口コミ発信にも力を入れている。なかには、募集枠を越えての受講希望を受けて、期間中に追加講座を実施している店も続々と出てきている。

4商店街でのまちゼミ実施だけに、参加店同士のネットワークづくりにも配慮した。まちゼミ実施に先駆けて10月31日と11月1日には、参加店が顔を揃えての講習会も実施（講習会の概要は左上記事参照）。その場が初対面という店主同士もいたものの、相互に講座内容やアフターフォロー策などを発表し合うことで交流を深めている。

また、各参加店とも講座終了後の受講者アンケート時には、他店で開催中のまちゼミ講座も案内することとしている。まちゼミ参加店の募集終了後にも、未参加店舗からの問合せや講習会へのオブザーバー参加もあるなど、「地道に継続していくことで、徐々に大きく育てていきたい」（桑島俊彦　烏山駅前通り商店街理事長）との方針だ。

【烏山まちゼミ事前講習会の講演概要】　※講師＝岡崎まちゼミの会代表の松井洋一郎氏

全国215カ所で実施されているまちゼミの統計を見ると、約25％の受講者が店の顧客になっている。まずは受講者数＝分母を広げることが、まちゼミを商売繁盛や店主のやる気へとつなげるカギとなる。

受講者を増やすには、申込みが定員を超えた場合に追加講座で対応するのも一策。まちゼミ期間中の講座設定以外の日や、講座が午後3時～であればその後の5時～などとする。リピート化策としては、その後の年賀状等での来店促進、帰り際のクーポン券提供、後日にステップアップ講座を実施するなど。もう一度店に足を運ぶきっかけをつくることで、信頼関係づくり、ひいては顧客づくりにつながる。

とくに講座提供スタイルとしては「クロスメディアアプローチ講義型」を薦める。たとえば1時間の講座であれば店主の講義は20分ほどとして、残り時間を受講者からの質問や受講者同士の意見交換の場とする。こうしてお客様が主体的に参加する講座とすることで、受講者の満足度が向上する。

まちゼミは継続させることで、一過性のイベントとしてではなく個店と商店街のマーケティングが可能となる。組織体制強化の面でも、個々の店の強みをまちゼミを通じて知り合えれば、商店主同士が商店街内で助け合う関係性づくりにもつながる。期間中に相互に受講者として参加し合うなど、商店街内の交流促進にもつなげてほしい。

スポーツで街・人連携

板橋・練馬9商店街　競技大会や〝宝探し〟

板橋区の板橋駅西口商店会（萱場晃一会長）、板橋四ツ又（振）、商和通り商店会、板橋駅前本通り商店街、板橋宿不動通り（振）、仲宿（振）、板橋本町（振）、第一小学校前通り商店会、新中山道商店街、練馬区の江古田駅北口商店会では、10月～来年1月にかけて、連携企画を展開中。11月3日には板橋第二小学校で、障害の有無や年齢、性別に関係なく参加出来る「ユニバーサルスポーツ大会」を開催した。

会場では、障害者でも楽しめるサウンドテーブルテニスやボッチャ、ビアポンなどが行われたほか、ステージでのトークショー、プロバスケットボールチーム選手によるパフォーマンス、抽選会なども実施。さらに、各商店街通り沿い街路灯等に張り巡らせたNFC（近距離無線通信技術）ステッカーを活用したラリーも行われている。

今回はこのほか、10月24日には板橋会場、11月29日には江古田会場で路上スポーツパフォーマンスを実施。また11月～12月にかけて各地で「商店街寄席」も開催している。

さらに11月14日から来年1月24日にかけてはエリア全体の回遊性向上策として、「リアル宝探し」企画も実施中。こちらもスポーツをテーマとしたストーリーを設定しており、たくさんの参加者らが謎を解きながら各商店街周辺の各所に隠された宝箱を探して街巡りを楽しんでいる。

本郷百貨店にGマーク

5商店街でGデザイン賞　店主の個性、前面に

公益財団法人日本デザイン振興会主催の総合的なデザインの推奨制度「グッドデザインアワード」において、このほど文京区の本郷商店会（川又靖則会長）の「本郷百貨店」プロジェクトが、グッドデザイン賞2015「商店街振興部門」を受賞した。同賞は、「優れたデザイン」を社会に普及させていくことでより豊かな生活と産業の発展を同時に後押ししようとするもの。受賞プロジェクトには「Gマーク」をつけることが認められている。

10月30日～11月4日に東京ミッドタウンで開催された「グッドデザインエキシビション2015（G展）」では、大手企業など他の1000件超の受賞プロジェクトが一堂に紹介された。「本郷百貨店」の取り組みも「商店街振興キャンペーン（本郷百貨店）」として展示されて、商店街の取り組みを内外にアピールした。

審査員の講評では、「本郷百貨店」とのネーミングが、「ヨコだけでなく上下左右立体的につながる街をイメージさせる」と高く評価。対外的には店主を前面に出すことによる来街者との関係づくりを、対内的には店同士のつながり強化や新規商店街加入効果も期待できるとして、「全国に存在するシャッター通りとなってしまった商店街を元気にする一つのモデルケースになるのではないか」としている。

同商店街の「本郷百貨店」プロジェクトは、東京メトロ「本郷三丁目」駅周辺5商店街・180店舗を「フロア」に見立てて、今年1～3月に実施したキャンペーン。地元5商店街からなる本郷商店会が共同で発足させたNPO法人「街ｉｎｇ（まっちんぐ）本郷」（長谷川大代表＝本郷商店会事業担当）の企画・運営、地元のタイラーデザイン事務所の協力で、「個性溢れる店主というブランドが揃う百貨店」とのコンセプトの下で展開。「本郷百貨店」ロゴの策定、同ロゴをあしらった買い物袋や包装紙の制作、店主の顔や店のストーリーを前面に出しての「本郷百貨店カタログ」、ポスター、街路灯フラッグ、SNS（ソーシャルネットワーキングサービス）活用など、多様なメディアによる情報発信で街ブランディングに取り組んでいる。

展示会場には店主の〝顔が見える〟各種のPRツールや、統一ロゴを冠した買い物袋や包装紙など

東京商店街グランプリ受賞事業

概要、講評、受賞者コメント（1面に関連記事）

【グランプリ】

▼神楽坂まつり（神楽坂通り商店会、本多横町商店会、神楽坂仲通り商店会＝新宿区）

花街の粋な雰囲気を生かして行われる、昨年43回目を迎えたイベント。ほおづき市では、和食やフレンチの人気店が出店する門前屋台や、浴衣姿の案内人によるガイドツアーなど。また、阿波踊り大会には大人から子供まで50を超える連が参加している。商店街のイメージの醸成や浸透により、リピーターの増加につながっている。

講評では、花街の粋な雰囲気を活用した商店街と地域による手作りイベントだとして、「ひとつひとつの企画に粋を感じる」と高く評価。これを受けて福井誠一郎　神楽坂通り商店会会長は、地元3商店街、地元子供たちも1000人が参加するなど神楽坂全体で得た賞だとして、これからも「神楽坂らしさ」を大切にしたいとの喜びを語った。

【準グランプリ】

▼第2回福生ハッピーバルタウン（ハッピーバルタウン実行委員会＝福生商店街協同組合、銀座商栄会＝福生市）

参加31店舗の中から数店舗を選び食べ歩くチケット制のグルメイベント。AR（スマートフォンで読み込むと映像が流れる機能）で参加店舗を紹介することで、メニューや店の雰囲気を事前に確認でき、客と店の新たなコミュニケーションが生まれている。また、各店舗を巡回する生演奏を取り入れるなど、商店街活性化につながっている。

講評では、AR機能の活用で、対外的には若い顧客層の集客に、対内的には女性や若手店主の参画につながっていると評価。笹本誠一　福生商店街協同組合理事長は、地元で若手出店者が増えていることから、今後もこうした飲食店をメインに据えて街づくりにつなげたいとした。

【優秀賞】

▼寺島なす復活プロジェクト～東向島駅を降りたらそこは《寺島なすのふるさと》だった！～（東向島駅前商店街振興組合＝墨田区）

かつて東向島地域で盛んに栽培されていた江戸伝統野菜「寺島なす」の復活・活用で、商店街と街全体を盛り上げている。駅周辺でのなすのプランター栽培、街歩きツアー、「寺島なすスイツ甲子園」、「寺島なすサミット2014」などにも展開。マスコミ露出も増加しており、地域全体の認知度の向上につながっている。

講評では、地域資源の復活のみならず、地元子どもたちへの食育や内外へのPRなど、幅広い展開につなげている点を高く評価。坂本武彦　東向島駅前商店街振興組合理事長は次の目標として、将来的には地元での本格的な生産体制構築を目指したいとした。

▼第26回全国鵜の木まつり（鵜の木商店連合会＝二重鵜の木銀嶺商店会、鵜の木東口商店会、鵜の木富士見通り商店会、鵜の木平和会、鵜の木名店街、松栄ショッピングセンター会＝大田区）

日本全国にある「うのき」地区の「人・食・文化」が大田区鵜の木に集結するイベント。開催26回目にして、14カ所の「うのき」が集まるほどの規模となっている。各地の「うのき」の物産展やなまはげ巡行、地元の鵜の木太鼓、地元校参加のステージショーなど。とくに模擬店は内外の交流の場となっており、また地元の子どもたちが改めて「大田区鵜の木」を意識するようになるなど地域活性化に寄与している。

講評では、全国の「うのき」の街をつなげるというユニークな発想や、地元住民・商店街の交流のつながりに寄与している点を高く評価。鷹西喜佐男　鵜の木商店連合会会長は、とくに地元子供たちが楽しみにしており、30回を目指して今後も頑張っていきたいとの決意を述べた。

▼天空芸者ナイト（御岳山商店組合＝青梅市）

外国人観光客を取り込もうと、日本の伝統の芸者の「芸」を体験できるイベントを実施。第1部では芸者の踊りの鑑賞を、第2部では宿坊でのお座敷遊びと地酒を楽しんでもらう。ホームページ、店舗の看板、メニュー等の英語化や、フリーWi－Fi導入など、観光インフラ整備を推進。都心から離れた立地にも関わらず、訪日客の来街が増加している。

講評では、地域資源である芸者と宿坊のコラボレーションやWi－Fi整備など、訪日外国人観光客対策の一つのモデルケースになると高く評価。馬場喜彦　御岳山商店組合副組合長は、2年目となり海外からの予約注文が入るなど定着しつつあるとして、英語マップなど今後も訪日外国人受け入れ環境を整備していきたいとした。

ゆるキャラで街PR

都内3商店街が出展　馬の博物館

商店街はじめ自治体や企業などのPR役として、一大ブームとなっている「ゆるキャラ」。公益財団法人馬事文化財団の馬の博物館で開催された「〝馬関連〟ゆるキャラ&マスコット紹介展（関東編）」（8月6日～10月29日）では、都内3商店街の馬をモチーフとしたゆるキャラが登場して、来館した家族連れの人気を集めた。

会場には「うっぴー」や「きーたん」の関連グッズも展示されて商店街をPR

府中市商店街連合会の「フーちゃん」は、地元で行われていた「馬市」や流鏑馬にちなんで制作されたマスコットキャラクター。紹介パネルでは、「10月25日のハロウィンｉｎけやき並木で、みなさんにお会いできるのを楽しみにしています」と地元でのイベントをPRした。

また、練馬区の地名や馬頭観音に由来する、ニュー北町商店街振興組合・きたまち商店街振興組合の「きーたん」は、「好きな食べ物は、北町逸ピンのお店のもの（きたまちおとめ、豆大福、たい焼き…）」と個店の販促を後押し。会場には、練馬区登録無形民俗文化財の縄で馬を象った「ちがや馬」も、ともに展示された。

地元ゆかりの松本零士氏作で、公募で地元市民から色づけされた滝野川馬場商店会（北区）の「うっぴー」は、名前の由来は、うまの「う」、うれしいの「う」とハッピー（幸せ）を合わせたネーミング。「商店街に来た方が幸せになれるようにとの願いがこめられています」と商店街をアピールしている。

同展示会は関東地区の馬に関連するキャラクターを一堂に会して紹介しようというもの。おなじみの群馬県の「ぐんまちゃん」や練馬区の「ねり丸くん」をはじめ、各地の競馬場のマスコットもずらりと展示されて、紹介パネルにはそれぞれの由来や特徴、性格、さらには特技やチャームポイント、好きな食べ物などを画像とともに掲載。このほか期間中は、館内での各ゆるキャラのグッズ販売や、着ぐるみが登場するイベントも開催された。

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