

特集：商店街にぎわい創出のカギを探る

## 第4章 商店街と個店が魅せる 地域愛あふれる事業が 未来の街を救う



鵜頭 誠 ほか  
東京都中小企業診断士協会城北支部

### 1. はじめに

今日の商店街が生き残るためには、「右手にソロバン、左手にコミュニティ」という心が大事になっていると言える。平成26年度まで実施された地域商店街活性化事業（にぎわい補助金）によって、全国の数多くの商店街が、地域イベントのようなコミュニティ事業を行ってきた。

このようなコミュニティ事業は、地域を盛り上げる観点で非常に有用なものであった。しかしながら、普段の個店の売上向上には結びつきにくい事業も多かったのではないかと考える。また、同補助金がなくなった今日、どのような原資でイベントを継続していくのか、悩ましい状況である。補助金の切れ目が事業の切れ目になってしまえば、イベントに愛着を持った地域の方々の期待に応えることができない。

これから紹介する事業は、全国の商店街活性化事例のうち、商店街の店主が、地域のため、顧客のために働きかけた結果として、自店の売上向上に効果をもたらしている。

### 2. 今日の事業と診断士の役割とは

以下で述べる事業は、厳しい経営環境下、地域の中で生き残り、必要とされる人たちにに向けて発信された思いが形になったものであ

る。売上と地域コミュニティへの貢献という両輪のバランスを満たしていくためには、自店のPRだけでなく、自身の街からのPRを行うことで、地域を愛する来街者の欲求を満たして「共感」を呼び、自店の売上も向上するという現象が発生している。

このような事業は、一朝一夕でできるものではない。各々の事業には、徹底した考え方に基づくルールや仕組みが存在する。商店主同士だけで、このルールをすべて理解、実施することは、現実的には困難な状況が多く、各々の事業への思いがあっても、実施できない状況が発生している。

そこで、中小企業診断士が間に入り、各々の事業のルールや仕組みを活かした進行管理、調整を行うことで、これらの事業はさらなる効果を発揮できるものとなる。中小企業診断士が自身の立場となって、各々の事業にどのような立場でかかわって支援をしていけるか、このような視点で考えつつ、以下の事業を見ていただければ幸いである。

### 3. 地域を目覚めさせたまちゼミ (港区白金商店街)

#### (1) 「まちゼミ」とは何か

今日の商店街の活性化策として有名なものが、「バル」、「100円商店街」、「まちゼミ」である。都内で特に活性化事例として導入されたのは、「バル」と「まちゼミ」であった。

まちゼミは、地域の商店街の店主が講師となって、その専門職種によるところから、地域の来街者にとって生活に役立つワンポイントを提供する、少人数制のミニ講座である。平成27年6月現在、東京23区内で公認まちゼミは5ヵ所で行われており、うち2ヵ所は中小企業診断士が発起人となった。今回は、そのうちの1事例について紹介する。

## (2) 事例展開（白金商店街まちゼミ）

実施商店街は、東京メトロ南北線白金高輪駅から徒歩4分、白金地域の中心に存在する。これまで長年にわたって中小企業診断士が支援を行う中で、商店街のSNS活用や夏まつりの実施を支援してきた商店街である。定例的な商店街の夏まつりや、Twitterでの情報発信、拡散などを通じて、ターゲットとする30～40代の女性顧客と商店街との双方向のかわりが増えていった。

そういった中、平成25年総会にて、年度事業の目標として「商店街と顧客の双方向のつながりを、個店と顧客の双方向のつながりへ」というテーマを掲げて、次なる事業を模索していた。

まちゼミは、他のイベント事業と違い、商店主が参加者と自店のお店で直接かわり、店主自身の人柄、その専門職種としての考え方に触れることになる。この点が商店街のニーズにマッチしたため、トライアル実験の後、本格的にまちゼミを開催することとなった。

平成25年度にトライアル実験として、7店舗10講座のゼミを開催した際、店主、顧客、区や他の商店街の反響が大きかったことから、平成26年度に研修を受け、公認まちゼミとして、15店舗20講座のまちゼミを開催した。当まちゼミでは、以下の効果をヒアリングによって確認することができた。

### ①売り手よし

- ・まちゼミの後、店舗にお客さんがいない時間が少なくなった。店舗全体の年間売上が、まちゼミ開始前の1.8倍くらいになった（着物屋）。

- ・店主のセンスが試される事業だと思う。ゼミで実施した傘の講座のおかげで、自身のお店の客数が約2倍に高まった。商店街全体にお勧めしたい（紳士洋品店）。

### ②買い手よし

- ・お店のことは興味があったが、こんなにさまざまなことを聞く機会はなかった。店主の方と写真も撮って帰りました（もつ煮屋ゼミ参加者）。
- ・傘の修理をこんなに近くで頼めるなんて、30年住んでいて知らなかった。これからはたくさん頼みに来ます（紳士洋品店ゼミ参加者）。

### ③地域よし

- ・自店が盛り上がるには、地域が盛り上がる必要があることがわかった。商店街のホームページの立ち上げ役をやりたい（化粧品店）。
- ・個店が地域や在住者とつながり合う好事例。高輪地域全体で行えるハロウィンイベントなど、店主が横でつながり合えるきっかけとなった（港区職員）。

## (3) さらなる「三方よし」拡大がカギ

まちゼミの成否を審査するポイントは、大きく以下の点に集約されると考えている。

- ①売り手よし—売り手自身の「化学変化」、商店街事業などへの貢献度の向上度
- ②買い手よし—講座の参加人数に限らず、その店を頼りにできる人がどれだけ増えたか
- ③地域よし—行政、区商連、地域団体がどれだけ振り向いたか、また連携できたか

この「三方よし」のさらなる拡大は、一朝一夕で叶うものではない。地域の店主と支えていく中小企業診断士などが、真摯に事業と向き合うことで、長年をかけてだんだんと仲間が集まってくるものであると確信する。

商店街周辺の店舗が、さまざまな形で連携して自主的に地域を盛り上げたいという関係が広がってきた。この雰囲気育てることが、中小企業診断士の役割と考えている。

（文責：鵜頭 誠）

#### 4. にぎわいを引き寄せる「バル」 (台東区千束通り商店街)

次に、今日の商店街の支援策の3種の神器のうち1つ、「バル」を説明する。

##### (1) 「バル」とは何か

「バル」の名称は、スペインのバルに由来する。スペインの街において、おつまみを求めて居酒屋（バル）をハシゴするという風習に着目したイベントである。平成16年に、函館西部地区において、この風習を商店街のにぎわい向上策として導入したのが始まりである。ここでは、中小企業診断士の支援のもと、「バル」を実施した台東区の千束通り商店街の事例を紹介する。

##### (2) 地域型商店街が目指したバル

当商店街は、つくばエクスプレスの浅草駅から徒歩5分の浅草3丁目、4丁目地域に所在する。歴史的には、荒川区、台東区に大型スーパーができたことなどで、個店の数が減少し、ワンストップ機能が低下する中で、徐々に空き店舗と化していく地域が増えている状況にあった。ここ数年、地域に向けたさまざまな活性化策を行ってきたことで、少しずつ本来のにぎわいを取り戻しつつある。

浅草地域は、言問通りを境にして商圈が大きく分かれる。南側が広域型商店街、北側が近隣型商店街である。千束通り商店街は、まさにこの言問通りから旧吉原方面に向かい、北に1,200mにわたって伸びる商店街であり、北側に近隣型商店街の連なりが続く地域の入口に位置する。

近隣型商店街であるから、通常のバルと差別化した、地域顧客が訪れやすい、親しみやすい仕組みづくりがとても重要であった。ただ観光客を狙うのではなく、どれだけ地域の方の馴染みのお店の商品がバルとしてアレンジされるか、また、既存店の普段にない商品の「魅せ方」を見ることができると問われた。

##### (3) 見えた成果、つながった成果

平成25年2月3日に、初めての千束通り商店街のバルが開催された。行ってみると、自主的に節分豆を出すお店、独自のメニューで地域の方を多数集めるお店など、下町らしいお店の良さを表現したバルの様子を見ることができた。

バルの参加店は9店舗。翌年には物販店も交え、「バル街&逸品会」として、36の店舗・団体が参加した。

このときに多くの店主が、自店で独自のメニュー・サービスを開発してバルにあたったことで、地域商店の独自の工夫に共感し、普段近くにいながら商店街での買い物が少なかった、商店街の裏手通りの地域住民を、バルの顧客として引き寄せることができた。

また、このような思いを共有できた店主たちが、自主的に「千束de萬足会」という商店街を活性化させる自主組織を作り、各種イベントを運営するようになった。



千束通りバル街&逸品会チラシ

##### (4) 地域の人とともに発信する事業へ

本事業は現在、バル街で参加できなかった多様な業種も囲い込む形で、独自の「バル街&逸品会」に成長した。平成27年1月に行われた事業では、店主だけでなく地域町会の若手も巻き込み、浅草北部地域の独自色を表現するものとして拡大した。

今日、数々の地域でバル街が行われているが、その地域独自の地域特性をメニューやサービスに活かしていくことで、より顧客から共感を得る工夫が必要であろうと考える。

(文責：鵜頭 誠)

## 5. 高齢者を見守る電子ポイントカード (世田谷区烏山駅前通り商店街)

### (1) 地域コミュニティの中心としての役割

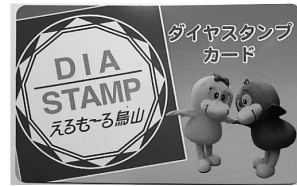
長年、地域に根づいてきた商店街は、地域コミュニティの中心として、住民の生活に欠かせない生活必需品や生活サービスを提供する役割を担っている。また最近では、街路灯のLED化や防犯カメラの増新設など、行政や警察と一体となった取組みを通じて、地域住民に安心・安全を提供し、地域の防犯に大きな貢献を果たしている。さらに、急速に進行する高齢化や核家族化に伴って、地域内に居住する高齢者や独居老人に対する取組みは、商店街にとっても重要な課題となっている。

### (2) 商店街で高齢者を見守る仕組み

世田谷区の京王線千歳烏山駅を中心に広がる烏山駅前通り商店街では、利用者の約6割が65歳以上の高齢者となっている。また、商店街の所在する区の烏山総合支所管内に住む65歳以上の高齢者は約23,800人で、高齢化率は20.67%と区内の他地域よりも高い。

同商店街では今年2月下旬から、買い物客向けの新しい電子ポイントカード（ダイヤスタンプカード）への切り替えに当たって、烏山地域の独り暮らしの65歳以上のお年寄りを対象に「見守りポイント」をスタートさせた。これはICカードになっており、利用状況を商店街の事務局で把握できることから、お年寄りの異常の発見につなげることができ、画期的である。仕組みは、次のとおりである。

65歳以上の烏山総合支所管内の独り暮らしで、「見守りポイント」の登録を希望するお年寄りの住所と緊急連絡先をあらかじめ登録する。そして、発行するポイントカードにハートマークのシールを貼っておくことで、見守り対象であることを表示する。登録したお年寄りは、買い物をしなくてもマーク表示のカードをお店に提示するだけで、「見守りポイント」を1日1ポイントもらえる。



烏山駅前通り商店街のダイヤスタンプカード

もちろん、商店街の約150ある加盟店で買い物をするれば、買い物ポイント（100円で1ポイント）がもらえる。この見守りポイントと買い物ポイントは合算され、400ポイントで500円相当の買い物ができる。

そして、登録しているお年寄りが20日程度、買い物や来店提示での利用がない場合は、商店街事務局でチェックして緊急連絡先に安否確認の連絡をする。それでも連絡がつかない場合は、区の烏山総合支所に通報し、区の職員もしくは民生委員などが自宅に駆けつけることで、お年寄りの安心・安全を地域ぐるみで守る仕組みとなっている。

### (3) 期待される役割と効果

現在、見守りポイントの登録をしているお年寄りは約40名。新カードへの切り替え途中で、登録者はまだ多くはないが、安心・安全機能が周知されるにつれて、登録希望者の増加が期待される。見つけた店で楽しくお得に買い物できて、万が一の場合には地域全体で守ってくれるという安心なカードを持ち、お年寄りが毎日のように元気に商店街に買い物に来る姿こそが、高齢化の進む地域社会において日々必要な光景だろう。先駆的な取組みの今後の展開に期待したい。

(文責：山中令士)

## 6. 地域の憩いのカフェ「しゃべり場」 (足立区千住大門商店街)

### (1) 住民の憩い、交流の場としての商店街

お年寄りが歩いて買い物に来て、商店主たちとおしゃべりができ、そして子どもたちが安心して通行できるまちとしての商店街は、

いま、地域住民の生活と安全を守る地域コミュニティの場として改めて認識されている。

そうした中、近時増加してきている空き店舗を活用し、地域のお年寄りや子育ての母親たちの交流の場として地域住民に提供することで、地域のコミュニティのためになることを目指す動きも多く見られる。

## (2) 千住大門商店街の取組み

当商店街はJR常磐線、東京メトロ千代田・日比谷線、つくばエクスプレス、東武スカイツリーラインなどの交通機関が集中する北千住駅から、西へ徒歩12分の足立区千住龍田町に所在する。昔は千住柳町の花街としてにぎわったが、駅周辺の再開発や大型店の進出などで客足が遠のき、かつてのにぎわいを失い、各店舗の売上が減少、空き店舗が増加していた。

## (3) 当初は学生と住民のふれ合いの場に

平成22年、商店街の近くに大学のキャンパスが進出してきたことが契機となって、翌23年、地元のお年寄りや若い学生が気軽に立ち寄り、親しく交流できる地域コミュニティの場として、1月にカフェ「しゃべり場」がスタートした。商店街が区の補助金を得て、商店街内の元喫茶店だった空き店舗を改装し、19坪、30席ほどの店舗として立ち上げた。

ところが、当初の目論見に反して、大学生は学食や駅前のコーヒーチェーン店へと足を運ぶことが多く、商店街への来店が思うように伸びず、苦戦を強いられていた。

## (4) 地元年配者の交流の場として変身

平成23年3月11日に東日本大震災が発生し、大きな揺れとそれに伴う津波による甚大な災害を経験した日本人の価値観は大きく変化した。これまでの効率主義重視から、精神的な豊かさ重視の考え方や、人と人との愛や絆を大切にす気持ちへと大きく変わっていった。

こうした風潮は当商店街の中にも表れており、地域住民同士のコミュニティを楽しみ、

お互いの交流を深めたいという人々が増えてきている。特に高齢者に顕著で、カフェ「しゃべり場」を地域のお年寄りたちの交流の場、おしゃべりの場として使いたいというニーズが高まってきた。

日曜・祭日は休みであるが、平日は朝8時からモーニングセットを提供しており、それ目当てのお年寄りがやってくる。また、1日15食限定の500円ランチとコーヒー類を提供するほか、商店街内のパンや和菓子店からの持ち込みもできることから、地区センターの教室帰りの女性たちが甘味を楽しみながら、おしゃべりができる空間として人気を集め、地元の人たちの憩いの場となっている。



千住大門商店街のカフェ「しゃべり場」

## (5) 運営費の負担

開店時には、店舗改装費や備品購入費用の約480万円に対して、足立区の「コア個店リニューアル補助金」による2分の1の補助があったが、初年度のみが対象であり、その後は自力での運営となっていることから、店舗売上のほか、地域住民の応援や商店街からの支援が支える力となっている。

(文責：山中令士)

## 鵜頭 誠

(うのず まこと)

1級販売士・商業施設士資格を持つ、商店街支援を専門とする中小企業診断士。港区、荒川区、台東区、板橋区内の各商店街の実地支援を行う。「まちゼミ」、「バル街」、「一店逸品」などの運営支援を通して、支援先商店街内の地域の魅力発信と個店の再生を担っている。商店街研究会運営幹事、東京都中小企業診断士協会城北支部地域支援部副部長。

