

イベント開催による集客

「夜の店」メインで「裏道」扱いの商店街。
ちよい飲みイベント「バル」を
開催し客を呼び込む

通行人まばら。
イメージアップを図りたい!

小岩北口仲通り商店会は、JR小岩駅北口前にあるイトーヨーカドー小岩店の東側、総武線高架下から蔵前橋通りとを結ぶおよそ150mほどの小岩北口仲通りに面した店舗を中心に構成される商店街である。

昭和2年立ち上げの記録があり、江戸川区では最も古い商店街とされている。最盛期は100会員超で構成されていたが、現在の会員は57で加入率は7割弱となっている。

駅北口と蔵前橋通りとを結ぶ商店街は西隣りに小岩駅前北口通り会があり、飲食チェーン店や金融機関、パチンコ店などの遊戯施設などが並ぶ「メ

イン通り」となっている。仲通り商店会も飲食店が中心だが、居酒屋、パブ、スナックといった「夜の店」が中心。加入率が年々、低迷しているのは、外国人経営の飲食店など商店会活動への関心が薄い店舗が増えているのが要因の一つである。朝方は車の通りも少なく駅への抜け道として利用されるものの、夜は客引きが出たり、酔客のトラブルなどもあり、店舗利用客以外の通行人はまばら。街灯のLED化などクリーンアップを図ってはいるものの「裏道」扱いなのが実情である。

新会長の下で
改革スタート

仲通り商店会の会員を業種別で見ると

飲食店6割、不動産賃貸2割、サービス、物販・医療、各1割となる。物販店がほとんどないため、福引きやセールといったイベントを商店街の単独の事業として行ってこなかった。活動の中心は街路灯の維持管理、通りの清掃など。次第に会員の中から会費を納めていくメリットが感じられないとの声があがるようになり、新規会員を増やしても、退

会が後を絶たず、会員数の現状維持すらままならなくなってきた。商店街が一体となり、さらに加盟各店に恩恵をもたらす取り組みはないか？平成24年7月会長に就任した大瀧晃司氏の下で商店街改革が始まった。

既存イベントに参画するも
効果見出せず

商店街の一体的な活動の手始めとして、平成25年度よりそれまで参加を見



小岩北口仲通り

合わせていた区商連の商品券祭りに商店街として参加した。しかし参加は店のみに留まり、商品券の約9割が他の商店街で利用されるなどメリットは少なかった。平成26年には小岩北口町会が中心となって主催した第一回小岩阿波踊りの運営にも参画。しかし開催時間が飲食店の営業時間と重なり営業に支障をきたす懸念から運行ルートから外れ商店街への効果は見出せなかった。それでも大瀧氏は商店街が一体となる活動の創出をあきらめてはいなかった。第一回阿波踊りが行われたのと同

小岩駅北口仲通り商店会



バルのフラッグ

じ26年夏、商店街パワーアップ作戦(専門家チーム派遣)を申し込み、飲食店が中心である仲通り商店会の特性にあったイベントを模索することになった。

商店街の特性にあったイベントとは？

商店街組織からのヒアリング内容、仲通り商店会の会員構成をつぶさに見た中小企業診断士よりさっそくイベントの提示があった。商店街での「バル」開催である。

「バル」とは飲食店をはじめとするイベントで、25000〜35000円程度3〜5枚程度つづりになったチケットを販売する。参加店はチケット1枚に対し、「一杯十一品」の特別メニューを用意し、顧客がチケットの枚数分の店を申し込みながら、商店街を食へ歩き、飲み歩きする。飲食店が会員の過半数を超える仲通り商店会にはぴったりのイベントだった。

その後、中小企業診断士を交えた会合を月2回ペースで開催。事務局を立

ち上げ、チケットの価格設定、出店者向けマニュアルを作りなどを行った。初開催とあってイベント開催を周知する手段が課題となったが、専門家の支援を受け地元FM局やケーブルテレビを使ったPRや、ブログ、FacebookなどWebも活用した。

約半年の準備期間を経て平成27年2月18日、19日に商店街会員10店舗の参加により「小岩仲バル〜ちよい呑みハシゴ酒〜」は開催の運びとなった。チケットは1枚800円×3枚のセットで前売2400円(当日は2500円)に設定し、参加店のほか、北口駅前でも販売。両日トータルのバルサービス数は349食となった。

約半年の準備期間を経て平成27年2月18日、19日に商店街会員10店舗の参加により「小岩仲バル〜ちよい呑みハシゴ酒〜」は開催の運びとなった。チケットは1枚800円×3枚のセットで前売2400円(当日は2500円)に設定し、参加店のほか、北口駅前でも販売。両日トータルのバルサービス数は349食となった。

参加希望増え 実行委員会方式も視野

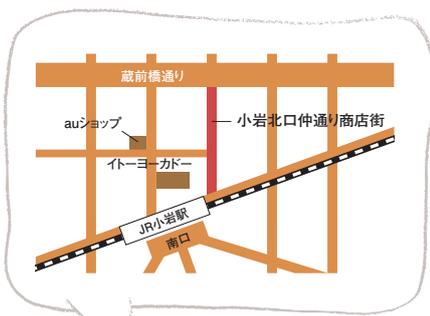
「バル」当日、実施した顧客アンケートには「行ったことのない店に入るきっかけになった」、「もっと参加店を増やしてほしい」、「メニューのバリエーションを増やしてほしい」などの回答があった。「バル」参加店舗は、店ごとに差はあったものの通常営業より確実に売り上げが上がり、新規顧客の開拓にもつながったことから反応は上々だった。

一定の成果を得たことから平成25年11月11日、12日に第2回「バル」を開催。参加店舗はチェーン店の居酒屋が1店外れたものの、新たに2店舗が参加し11店となった。チケットは1枚1000円×3枚のセットで3000

円と単価を上げたものの、2日間で計359食提供することができ、バルサービス数は微増となった。

2度の開催により課題も見えてきた。1回目と2回目では参加店舗間の売り上げの差が開いた。寿司店など普段入りづらい店に人気が集まったほか、メニューがやきとり2本の店よりも、3本の店のほうが売り上げが多かったのは当然といえば当然。今後は参加店舗間でメニューの重複を防ぐなど、情報の共有が必要になりそうだ。

開催時期については年末、夏季などの繁忙期を避けるため2月、11月となったが、いずれは固定する方向で検討している。また北口周辺商店街の店舗からも参加の意向が示されており、商店街単独の事業ではなく、仲通りを中心に関連商店街と連携し、実行委員会方式での運営も視野に入れている。



会長 大瀧晃司



商店街でのイベントの開催、しかも「バル」を行うというのはまったく思いつきもなかったアイデアでした。パワーアップ作戦を通じて専門家の方々の力を借りたからこそできた取り組みだと思っています。イベントを行うことにより集客が図れるのはもちろんですが、会員間のコミュニケーションも密になり、商店街としての結束が深まりました。今後もお客様に喜ばれ、少しでも会員の利益になるような取り組みを継続していきたいと思っています。

- 商店街名 小岩北口仲通り商店会
- 会員数 57
- 住所 江戸川区西小岩 1-24-13-401
- 電話 03-3657-1316
- URL <http://blogs.yahoo.co.jp/koiwakitanaka>
- 活用施策 商店街パワーアップ作戦