

令和7年度 若手商人育成事業

魅力あるお店と商店街の 事業活用事例集

マンパワー
が光る☆



東京都産業労働局



公益財団法人 東京都中小企業振興公社

事例集について

この事例集は、東京都商店街支援メニュー「若手商人育成事業」を活用したお店や商店街の取組を、8 事例紹介しています。

「若手商人育成事業」は、商店街の未来を担う若手商人の育成を目的とし、専門家が商店街やお店を訪問してアドバイスを行う現地支援、商店街リーダーとして必要な知識を習得し、リーダー同士の交流をはかる研修、商店街でお店を開きたい方が事業計画を作成し発表する研修などを行っています。

課題に応じてご活用ください

課 題	事 業 名	利用期間
専門家のアドバイスが欲しい	商店街パワーアップ作戦	通年
	店主主スキルアップ事業	通年
商売の基本を学びたい 一流の講師の話を聞きたい	商人大学校	年 2 回募集
商店街の役員になった リーダーの役割を学びたい	商店街リーダー実践力向上塾	年 1 回募集
都内商店街で開業を考えている	商店街起業促進サポート事業 (商店街開業プログラム)	年 1 回募集
時代を先取りする講師の話を 聞きたい	中小小売商業活性化フォーラム	年 1 回募集

事例集の効果的な使い方



01

小売



商圏の住人や動線を分析し
コンセプトやターゲット層を絞り込む

パン、焼菓子、ジェラートの
製造・販売

株式会社あきこ堂 Koen

二葉四丁目共栄商店会（品川区）

活用した事業

- 商人大学校
- 店主スキルアップ事業

P.4

02

小売



下北らしさを発信するイベントを企画
個性あふれる店づくりに邁進！

アパレルショップ

下北沢リフルシャッフル

しもきた商店街振興組合（世田谷区）

活用した事業

- 店主スキルアップ事業
- 商人大学校
- 商店街リーダー実践力向上塾

P.6

03

小売



SNSで広報力を強化
強みを明確に打ち出した店づくりへ

靴店

アルプスシューズ

巣鴨地藏通り商店街振興組合
（豊島区）

活用した事業

- 商人大学校
- 店主スキルアップ事業

P.8

04

飲食



開業のノウハウから開業後の支援まで
専門家のアドバイスで、
安定経営を実現

海鮮居酒屋

魚宵（うおしょう）

千住旭町商店街振興組合（足立区）

活用した事業

- 商店街起業促進サポート事業（商店街開業プログラム）
- 店主スキルアップ事業

P.10

05

小売



デザインを軸に街と人との新たな
つながりを創出する

衣服などファッションアイテムの
企画・デザイン・製造・販売

UNRESS 吉祥寺

中道通り商店会（武蔵野市）

活用した事業

- 店主スキルアップ事業

P.12

06

サービス



専門家のひと言がきっかけで
事業のコンパクト化に成功

鍼灸・整体・漢方の総合ケア

上田鍼灸整骨院・

漢方上田薬店

ひばりが丘北口商店街（西東京市）

活用した事業

- 店主スキルアップ事業

P.14

07

商店街



運営のDX化を進め、
地域と協力して
新しい商店街のあり方を見いだす

末広通り商店街

振興組合

（江東区）

活用した事業

- 商店街パワーアップ作戦

P.16

08

商店街



地域の盛り上がり
事業者にも還元する
そんな好循環をつくりたい

豊ヶ丘・貝取商店会

（多摩市）

活用した事業

- 商店街パワーアップ作戦

P.18



商圈の住人や動線を分析し コンセプトやターゲット層を絞り込む

パン、焼菓子、ジェラートの製造・販売

株式会社あきこ堂 Koen

二葉四丁目共栄商店会（品川区）

活用した事業

- ・商人大学校
- ・店主主スキルアップ事業

access



東京都品川区品川区豊町 6-16-6

<https://boulangerie-koen.studio.site>

<https://www.instagram.com/koen.shinagawa>



社長で職人の丸山明子さん。「オールマイティーにいろいろなパンを焼きたいんです」との言葉どおり、店頭にはバラエティ豊かなパンがずらり。



国産小麦、ミネラル分の多い奄美諸島産さとうきび原料のすだき糖、ココのある本みりんなど、おいしくて体に優しい材料を使用。



パンのほか、ジャム、クッキーやパウンドケーキなどの焼き菓子も並ぶ。



客足の絶えないお店だが、スタッフはお客様となごやかに会話を交わす。地域に愛されている様子が伝わる。

今の時代にあった集客方法を学ぶため スキルアップ事業を活用

ブルーのファサードが印象的な、対面販売式の小さなパン屋さん。閑静な住宅街の中にありながら、ひっきりなしにお客様が訪れる。

社長でパン職人の丸山明子さんが、前の職場の同僚だったスタッフと2人で店を立ち上げてから、ちょうど1年になる。実は、15年前にも、友人とパン屋を経営していたが、出産により退職。パン教室や専門学校の講師をしながら、いずれまたパン屋をやりたいという思いを温め続け、念願かなってのオープンとなった。

当時の経験から、パンの作る量や収支のイメージなどはある程度できていたものの、住宅街の店舗ということもあり、集客には不安があったという。「15年前は、今のように SNS やホームページでの情報発信が一般的ではなかったので、今の時代にあった集客方法や、お客様にアプローチする方法を知りたい」という思いから、「店主スキルアップ事業」を活用することにした。

一人では見落としていた視点を心得 開店への戦略とコンセプトが形に

店主スキルアップ事業の活用を始めた当初は、まだ店舗を建設している真っ最中。そこで専門家からの提案で、インスタグラムに開店までのプロセスを掲載し、店の前に QR コードつきの看板を出して閲覧できる仕組みをつくり、お店の周知をはかることにした。また、パン屋の商圈となり得る半径 1km の住人の数や年齢、家族構成などを分析し、通勤経路になりにくい立地であることも確認。その結果をもとに、ターゲットを「女性・ファミリー層」とし、開店時間も「10時から17時」に定めた。「商圈の調査なんて

思いもよらないことでした。一人でやっていたら気づかないことを教えてもらえたり、想像以上に実践的な視点からアドバイスをいただけて大きな収穫がありました」と丸山さん。

さらに、ブランディングについても助言を受けた。看板商品としてあんパンとクリームパンを軸にすえ、コンセプトを明確化、シリーズ名を「好日」とすることに決定した。「やるべきことに追われる中で、見落としがちな『お店の強み』や『お客様に届けたい価値』を改めて言語化できたことは、大きな改善点でした」という。

手土産やギフトも充実させ 誰かの大切な時間を彩る存在に

経営は軌道に乗っているが、職人として、経営者としてやるべきことは山ほどある。自分の家庭のこととも考えると「24 時間をどうやって使うか、試行錯誤の毎日」だという。今後は現場の効率化やスタッフ体制の見直しを進めながら「より持続可能な運営を目指します」と丸山さん。「手土産として使ってもらえるように、もっと焼き菓子にも力を入れていきたい」と、自身の理想とする身近で温かいお店作りに向けて、ひたむきに進んでいる。



営業日は週4日だが、仕込みに2日かかるので、休みは実質1日。経営者としての実務もあり、毎日が時間と体力との戦いだ。



下北らしさを発信するイベントを企画 個性あふれる店づくりに邁進！

アパレルショップ

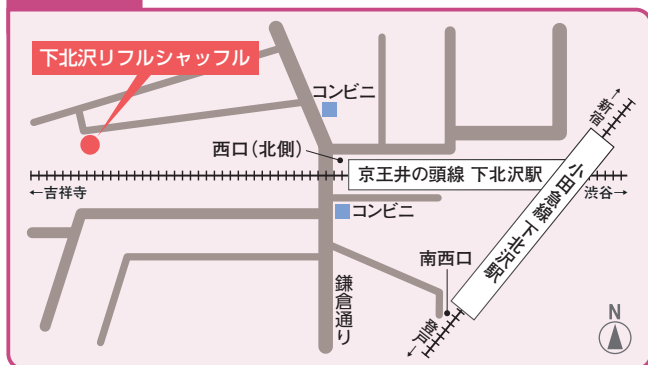
下北沢リフルシャッフル

しもきた商店街振興組合（世田谷区）

活用した事業

- 店主スキルアップ事業
- 商人大学校
- 商店街リーダー実践力向上塾

access



世田谷区代田 6-1-18-102

<https://riffleshuffle.net>

https://x.com/RiffleShuffle_R



貴族の小屋をイメージしたファンタジックな店内。ところ狭しと並ぶドレスの一部は、店長やオーナーが自らデザイン・縫製したオリジナル。

「キャラ縫い」という独自のデジタル縫製技術で作られた精巧な刺繍アート。この技術は久保田さんが自ら開発したもので、かつては世田谷ものづくり学校で講師を務めた。



ドレスに合う小物類も豊富。仕入商品とともにオリジナル商品を多数陳列。



入り口では、店のオリジナルキャラクター「ジャッフル王女」がお出迎え。



オーナーの久保田さとのりさん。左のドレスはフランス大使館員が実際に着用した。

公社の支援を受け続けて 社員のスキルアップを図る

フリルたっぷりのゴージャスな服、紋章を刺繍したタペストリー……。まるで西洋のお城に迷い込んだようなアパレル店が、下北沢の住宅街に忽然と現れる。ファンタジックな世界観に魅了された10～20代の女性を中心に、コアなファンを獲得している。

開業は2007年だが、店長の伊藤江里奈さんは10年前に入社。異業種からの転職ということもあり、「商人大学校」を受講して経営知識を学び、「店主スキルアップ事業」で店の改善を図ることにした。SNSを活用した販売促進をはじめ、商品のディスプレイや店舗の改善、EC販売の充実にむけたWebサイトの整備など、2018年度以降は毎年テーマを変えて、さまざまな専門家の支援を仰いでいる。「効果的なディスプレイの方法や適切な価格設定など、アドバイスが大いに役立っています。一度、業者に任せてホームページがおかしくなったことがあったんですが、それを復旧し、再構築できたのも支援のおかげ」と、狙いどおり多様なノウハウを獲得し、店舗経営に活かしている。

イベントを開催して 「下北らしさ」を街ぐるみで発信

下北沢は、演劇や音楽などの文化、サブカルの聖地としても知られ、当店のようなニッチで「とがった」店も多い。しかし、近年は街の再開発などもあって、個性的な店は減少傾向だ。店のオーナー久保田さとのりさんは「下北らしさ」をもっと掘り起こし、クリエイターたちに活躍の場を提供したいとの思いから、物販とアトラクションを盛り込んだ「ファンタジー市」というイベントを企画。そのアイデアを「しもきた商店街」に持ち込み、組合のバックアップ

を得て、月1回の定期イベントに育て上げた。その企画力が認められ、1年後に商店街組合の理事に就任。そこで、店の経営や商店街のあり方などについて、もっと知見を深めようと、「商店街リーダー実践力向上塾」に参加し、都内の商店街を視察。「他の商店街の話を知ると、自分の街の足りないところが分かる。改善すべき課題が見え、情報交換もできて、大きな学びがありました」という。

街の文化が感じられる 地域に根差した店をめざして

公社の支援は継続的に受けており、今は動画制作に力を入れている。「時代の流れが早くて、追いつくのが大変。専門家には、その流れに合わせて伴走していただいています」と伊藤さん。「この店が、下北沢を訪れる理由にはなっている。そういう意味で街をにぎやかにするのに一役買っていると思う」と久保田さん。店として進化しながら、街にもしっかりと根付き、貢献し、いまや地域にとっても貴重な資源となっている。この街ならではの空気と文化を背景に、個性あふれる店づくりに邁進している。



隠れ家的な雰囲気を出しつつ店内では、人目を気にすることなくじっくり商品を選べる。この世界観にひかれて来店するファンが多い。



SNSで広報力を強化 強みを明確に打ち出した店づくりへ

靴店 アルプスシューズ

巢鴨地蔵通り商店街振興組合（豊島区）

活用した事業

- ・商人大学校
- ・店主主スキルアップ事業

access



豊島区巣鴨 3-18-17

<https://www.alpsshoes.com/>

https://www.instagram.com/alpsshoes_sugamo/



「おばあちゃん原宿」とも呼ばれる巣鴨地蔵通り商店街に面した店は、今年で創業 51 年目。近年は海外からの観光客もよく訪れる。



専門家のアドバイスを受け、店内のレイアウトを再考。お客様が店の奥へ入りやすい動線を確保した。

商人大学校の講座は 自店にぴったりのテーマ

多くの参詣客でにぎわう巣鴨の高岩寺、通称「とげぬき地蔵」の門前に建つ靴店。コンフォートシューズを中心とした品ぞろえで、複数のシューフィッターが足や靴のお悩みにも対応してくれる。

社長の小林徹司さんは、創業者の父から店を継いだ。時代とともにかわりゆく街や顧客層、お客様のニーズを肌で感じ、「今のままでいいのか？」と自問自答していたという。なかなか答えを見出せずにいた矢先、「商人大学校」入門講座を知って申し込んだ。「講座のテーマが自己分析、ストアコンセプト、マーケティング、写真の撮り方など、どれもうちの店にフィットするものばかり」と感じたからだ。期待どおり、多くの発見があった。

「無料で、経験豊富な講師からアドバイスをいただける。店舗改善事例の紹介もあり面白かった」という。

商品が「映える」撮影方法を学び Instagramで発信

さらに学びを深めようと、「商人大学校」応用講座を受講。続いて、「商店主スキルアップ事業」も活用することにした。

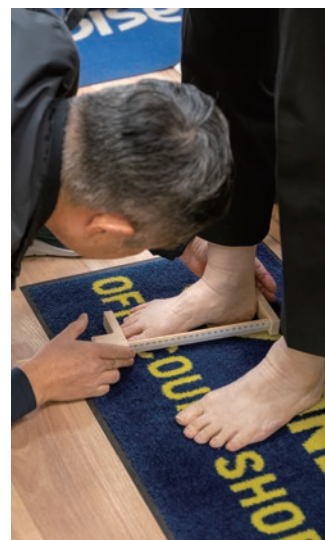
広報のために、Instagramを使いこなしたい



店には社長を含めて3人のシューフィッターがおり、お客様の足と靴のお悩みに対応。相談会の予約もできる。



お買い得な商品から高性能スニーカーまで履き心地にこだわった靴が並ぶ。



丁寧に計測して、足の状態に応じた最適な靴選びについて教えてくれる。

と考えていた小林さんは、まず、売上向上を目的とした商品撮影の方法を学ぶべく、入門講座で講師を務めた専門家に改めて支援を依頼。商品の撮り方のコツや、ユーザーのアクセスデータ等の分析ツールの見方など、きめ細かい指導を受けた。閲覧数を増やすため、「恥ずかしいですが、自分もアクティブなポーズを意識して登場しています(笑)」という。

また、「社長が一番売りたいものを発信しましょう」という助言も受けた。店のコンセプトである「足にトラブルのある方にも正しいフィッティングをして、履きやすい靴を適正にお勧めする」ことを打ち出すため、ホームページにも写真を掲載し、店で開いている「足と靴の相談会」の内容や料金をわかりやすく告知。おかげで相談会の予約も多く入るようになり、手ごたえを感じている。

レイアウトや陳列方法も変更し お客様が入りやすい店へ

続いて、ディスプレイの専門家にも相談し、店頭の商品の見せ方やレイアウトを検討した。

それまでは売れ行きのよい安価な商品を、店頭に並べていたが、思い切ってそのコーナーを縮小。店頭をすっきりさせるなど工夫をした結果、「お客様に店の奥まで入っていただき、足の悩みの相談に応じておすすめの商品を着実に売るといった方向性が定まりました」という。

商人大学校の受講やスキルアップ事業の活用を通して、「視点が変わった」と小林さん。「今後もうちの一番の持ち味は何かを常に考えて、お客様に適正な品ぞろえでいい商品をすすめ、快適な生活を後押ししたい」と目指す方向を明確に見すえている。



開業のノウハウから開業後の支援まで 専門家のアドバイスで、安定経営を実現

海鮮居酒屋

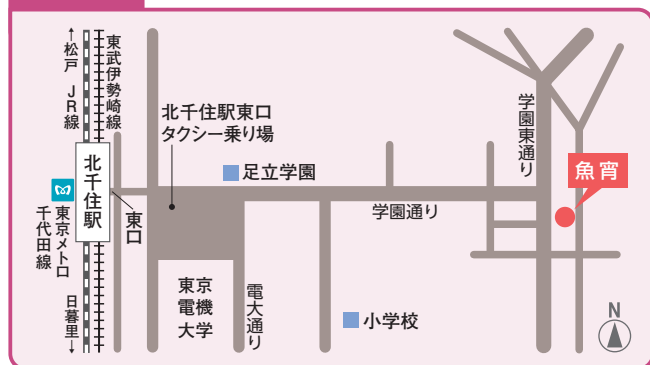
魚宵 (うおしょう)

千住旭町商店街振興組合 (足立区)

活用した事業

- 商店街起業促進サポート事業 (商店街開業プログラム)
- 店主主スキルアップ事業

access



足立区千住旭町 23-2

<https://www.instagram.com/s.uosho/>



カウンターとテーブル合わせて 17 席の店内。「ゆっくり魚を味わってほしい」と、背もたれのある椅子や、ゆとりあるレイアウトにこだわった。



新鮮な魚介を刺身、天ぷら、焼物・煮物など自在に調理。

料理に合う各種のお酒もそろ。冬はヒレ酒も。



手書きのメニューは仕入れに合わせて毎日書き換える。左はスピードメニュー。



隠れ家のようなたたずまいだが、メニューが掲示され、ガラス扉で入りやすい雰囲気。

「商店街開業プログラム」では他分野の起業家たちとの交流が刺激に

古くから宿場町として栄え、今もターミナル駅を中心に繁華街が広がる北千住。その喧噪から少し離れた、落ち着いた住宅街に店を構える「魚宵」は、旬の魚が味わえると評判の居酒屋だ。店主の梅原沙紀さんは、根っからの魚好き。毎朝、地元の足立市場で魚を仕入れ、1人で厨房に立つ。

梅原さんは、海鮮居酒屋に12年勤めた後、店の勧めもあって独立を決意。開業にあたり、「商店街開業プログラム」を受講し、ストアコンセプト、商圈調査や集客策、売上計画や資金計画など、必要なノウハウを学んだ。「これまで、魚のことは勉強してきましたが、個人事業主として開業するには、まだまだツメが甘かった。講師は、その部分をどんどんブラッシュアップしてくれました」。

受講生同士が切磋琢磨できるのも魅力だったという。最後の2回の講義では、受講生が開業計画を発表し、助言を受けながらプランを練り上げるが、「自分の発表はもちろん、他の分野で起業する受講生の発表や、それに対する専門家の方々の意見を聞いたのは、勉強になり、いい刺激を受けました」。

助成金申請ではパソコン操作から書類作成のコツまで教わった

実は、このプログラムを受講中に、早くも開業にこぎつけた梅原さん。「住宅を店舗に改装したので、内装や厨房の工事費用が予想外にかさんでしまった」ため、都内商店街での開業助成金を申請していたが、初年度は採択に至らなかった。そこで翌年、「店主スキルアップ事業」を活用することにした。

「資料を作るのがすごく大変で。パソコンの使い方から、申請書の作成のコツまで、多くの助言を先生から

いただきました」。その甲斐あって無事、助成金を受けることができた。

このほか、専門家からはアルバイトの採用や、平日の集客策、経理業務などのアドバイスも受けた。テーブルの目につく場所に、早く出せるメニューを書いた小さなメニュー表を立てておく方法もそのひとつ。「これでお客さんも気を遣わずに注文できます。こういう細かな工夫も教わりました」。

専門家や受講仲間……

味方や相談相手が増えて心強い

多くの助言を受けた専門家には「頭が上がりません」と笑う。開業から2年たったが、売上は好調で、リピート客も増えている。「魚は季節ごとに、また日によっても変化がある。その楽しさ、おいしさを多くの人に届けたい」というのが梅原さんの変わらぬモットーだ。

「商店街開業プログラムでは、受講1回目と最終回で、意識やビジョンがまったく変わります。専門家や受講生とつながりができることで、相談もしやすくなる。知識だけでなく、味方も増えていくので、開業を考えている人はこのチャンスをぜひ、活用してほしい」と力強く語る。



アルバイトがいるが、厨房は一人で仕切る。「常連さんもあるので、飽きられないよう、毎日新しいメニューを入れるようにしています」。



デザインを軸に街と人との新たなつながりを創出する

衣服などファッションアイテムの企画・デザイン・製造・販売

UNRESS 吉祥寺

中道通り商店会（武蔵野市）

活用した事業

・店主スキルアップ事業

access



東京都武蔵野市吉祥寺本町 2-18-6 ASAHI 8 番館102

<https://www.unress.com/>

<https://www.instagram.com/unress/>



アートやカルチャーを感じられるデザインで、着心地の良いアイテムが揃う。店の奥は、パターン作りやデザインをするアトリエになっている。



吉祥寺の街をグラフィカルにデザインした「We Love Kichijoji Bandana」の製作が、街とつながるきっかけに。



店内の古いブルドッグの置物からデザインを着想。グラフィックデザインは親交のある漫画家の書き下ろし。

開業前のチャレンジショップ出店で 店舗経営の難しさを実感

吉祥寺を代表するショッピングストリート「中道通り」から脇にそれると、しゃれたアパレル店が現れる。店主でデザイナーの矢嶋勇亮さんは、生まれも育ちも吉祥寺。2012年にブランドを立ち上げて以降、個性的なアイテムを世に送り出してきた。

2024年に店舗を開業するが、その前に、吉祥寺にある東京都チャレンジショップ「創の実」で1年間の出店経験を積み、店舗経営の難しさを知ることになる。「モノを作る側の出身なので、いいモノを作れば売れる、というちょっと頭でっかちな部分があったのですが、その思いが砕かれました」と矢嶋さん。接客や対面販売の方法、月別・季節ごとにスケジュールを立てて店舗を管理することなど、すべてが新しい経験で、勉強になることが多かったという。

多方面の専門家から支援を受け ビジネスの土台を堅固に

開業後、「商店主スキルアップ事業」を活用し、3人の専門家から支援を受けた。ITコンサルタントからはWebやSNS運営について、また、ブランディングについては、「創の実」時代からお世話になったアパレル業界出身の専門家に店舗運営を円滑に進める



歴史的名画「最後の晚餐」を刺繍でポップに表現したトレーナーは人気商品。最近では生産が追いつかないとのこと。



オリジナルアイテムに加え、親交のあるアーティストや漫画家とコラボレーションした商品も多数。

ための年間スケジュールの策定やレイアウトの構成などの助言を得た。

さらに、今年度内の法人化に向けて中小企業診断士資格を有する税理士から、法人化のタイミングや経営全般に関するアドバイスを受けている。矢嶋さんはUNRESSの活動とともに吉祥寺の地域に根差した活動を進めており、法人格のない団体の設立など将来を見据えた関わり方についての助言もあり、問題や課題を一つひとつ着実にクリアしていることが伺える。専門家から多角的な視点で見てもらうことで、ビジネスの土台が堅固になりつつある。

地域活動で生まれる出会いを デザインに落とし込む

矢嶋さんは、コロナ禍で街が活気を失いつつあったときに、街と店舗を応援したいとの思いから吉祥寺の地図を全面にデザインしたバンダナを製作したことがある。これが反響を呼び、多くの人とつながるきっかけになったことから、街への意識が高まったという。今は武蔵野市と地域と協力し、近隣の都市公園を整備して花を植える計画が進行中だ。

「地域の皆さんと協力して花を植える活動をする事で新たな出会いが生まれる。ブランドとして花に関連したプロダクトを展開していくことで行動にもデザインにも説得力が出ると思うんです。ただカッコいいものを作るのではなく、街と連携し、プロダクトを生み出していく。その面白さに気づきました」と矢嶋さん。

UNRESSという点が人とつながって線となり、街へ広がって面となる。デザインを軸にしたスケールの大きな事業が始まっている。



専門家のひと言がきっかけで 事業のコンパクト化に成功

鍼灸・整体・漢方の総合ケア

上田鍼灸整骨院・漢方上田薬店

ひばりが丘北口商店街（西東京市）

活用した事業

・店主スキルアップ事業

access



東京都西東京市ひばりが丘北 4-1-30

<https://www.ueda-sekkotu.com>



この地に開業してから30年。鍼灸、整体、漢方の総合ケアによって、痛みや不調などの悩みに対応している。



漢方薬店も併設。気になる症状やそれに対応する薬などは、ホームページにも分かりやすく掲載されている。



鍼灸は全身の様々な症状に対応する施術。使用する鍼は非常に細いもの。

広告ガイドラインが厳格化。 対応のため専門家に支援を依頼

西武池袋線ひばりヶ丘駅からほど近く、にぎわう商店街に面した上田鍼灸整骨院。1階で鍼灸・整体の施術、2階で漢方薬店を営み、東洋医学の総合相談所として、人々の心身の不調に対応してきた。

院長の上田宏さんは、ひばりが丘北口商店街の会長も務めており、かつて、商店街の活性化のために公社の支援を受けたことがある。その経験から、2024年1月以降、自身の整骨院でも「商店主スキルアップ事業」を活用し、集客や販売促進などの支援を受けることにした。

広告を出すには、範囲や表現、掲載方法など多くの規制がある。加えて2025年2月から、あん摩や指圧、鍼灸などに関する新たな広告ガイドラインが施行され、さらに規制が強化されることとなった。鍼灸に関する宣伝が難しくなるなかで、今後、どのように広報や集客をしていくのか。難しい課題に対応すべく、専門家のアドバイスを仰いだ。

複雑化していた事業のコンパクト化を 専門家のアドバイスで実現

専門家からは、SNSの活用、Webでの集客方法について多くのサポートを受けた。また、支援を受



穏やかな語り口の上田さん。自身の骨折が東洋医学で治った経験から、「不安を抱える人に希望ある治療を提供したい」とこの道に進んだ。



自ら作成したホームページは、専門家の助言でさらにブラッシュアップ。

けるなかで、運営する事業の「再構築」ができたという。

「以前は、鍼灸整骨院と漢方薬店のほかに、隣地で美容や健康のためのサロンも経営していました。広告のために店舗を分けていたんです。でも、専門家から『薬店では、脂肪が気になる人に減肥茶を売るように、症状に応じて薬やサプリメントを販売しますよね。だったら、別事業にする必要がありますか?』と言われ、ハッとしました」と上田さん。広告規制を気にかけるあまり、事業を複雑化していたことに気づかされたという。

そこで、思い切ってサロンを閉め、鍼灸整骨院と漢方薬店の2つに事業を整理することにした。「おかげで、お客様から見ても分かりやすい事業になったと思います」という。

しっかりとした支援を受けながら 「正しい目で見える力」を養うことが大切

公社の支援を受けたことで、「新しい法令を遵守しつつ、分かりやすい事業にシフトするための見直しができ、広がりすぎた事業がコンパクトになりました」と上田さん。3店舗から2店舗に事業を縮小したあとも、運営に支障はなく、順調だという。

これまで多額の費用をかけて、業者にWebサイトの整備やコンサルティングを依頼したこともあるが、思うような効果が得られなかった経験も踏まえ「公社のような公的機関の支援を受けて、正しい目で見える力を養うことをお勧めします」と助言してくれた。



運営の DX 化を進め、地域と協力して 新しい商店街のあり方を見いだす

末広通り商店街振興組合（江東区）



江東区東砂 4-16-7

<http://www.suehirodori.org>

活用した事業

- ・商店街パワーアップ作戦



2024 年のハロウィンフェスティバル集合写真。さまざまな催しや仮装した人たちで、商店街が非日常の楽しい空間に変わる。

運営の事務をDX化し だれもが参加しやすい運営方法に

東京メトロ東西線の南砂町駅から20分ほど歩くと、なつかしい雰囲気を漂わせる「末広通り商店街」の看板が現れる。そこから延びる約1kmの通りには店舗や医院などが並び、地域の住人から愛され続ける。かつては多くの店が軒を連ねていたが、次第に宅地化が進行。そこで商店街の活性化を図ろうと、2022年から「商店街パワーアップ作戦」の利用を始めた。希望する店舗にデジタルサイネージを導入したり、情報発信力強化のため、Webの整備にも着手した。

ところが前会長が廃業し会長職を退くことに。新会長として、商店街で接骨院を経営する村上さんに大役が任された。ノウハウの引き継ぎが十分にできないまま急きょ就任したため、専門家に支援を仰ぎ、商店街活動を刷新することにした。

メンバーで書類が共有できるようクラウドストレージにデータを保管。SNS公式アカウントを作成して広報するなど、事務のDX化を進めた。「紙のお知らせを配るよりもコストダウンでき、多忙で会議に参加できない人も情報共有ができるようになりました」と村上さん。だれもが参加しやすく、持続可能な組織をめざして変革中だ。

「賛助会員制度」を新設し 区域外店舗や住宅も“ウェルカム”に

商店街では、毎年10月に目玉行事である「大道芸&ハロウィンフェスティバル」が開催される。小学校のマーチングバンドやプロレスショー、模擬店の出店などがあり、仮装した子どもたちがスタンプラリーで街を走り回る。毎年大勢の人でにぎわい、盛り上がる名物イベントだ。集客効果で店舗の売り上げはアップ。また、商店街以外の飛び地にある店も出店し、売り上げが好調であったことから、「末広通り商店街



商店街会長の村上岳志さん。「むらたけ接骨院」院長として多忙な中でも、商店街を盛り上げていこうと奮闘中。



ホームページ担当の加賀谷早苗さんは、舞踏家で漆芸アーティスト。実家は商店街のお米屋さん。

に加入したい」との声がかねてから上がっていた。

そこで、専門家の助言を得て「賛助会員制度」を新設し、区域外の店舗や住宅にも加入の門戸を広げた。おかげで、新たに5店舗の加入が実現。地元の住人からも「協力したい」という声が上がっているという。ホームページ担当の加賀谷さんは、「イベントを通じて商店街を応援してくれる人が増え、年々厚みを増している感があります」と微笑む。

地域との結びつきを強め 新たな商店街活動へシフト

近隣の店や地域の住人を積極的に受け入れる柔軟な姿勢が功を奏し、「小学校から、昔の商店街の話をしてほしいと依頼されたり、地元のスポーツセンターと一緒にイベントをやろうと声をかけてくれる」（村上さん）など、ネットワークが広がりつつある。「商店街は、地域と賛助会員とともに、新しい視点で活動していく時代になっているのかなと思う」と加賀谷さん。

担い手不足や高齢化は、どの商店街にとっても深刻な問題だが、省力化を進め、地域と連携することで、新たな商店街のあり方を見出した好例だ。



各店舗に設置されたデジタルサイネージは、イベント時には告知機能も。夜には商店街を明るく照らし、華やきをもたらす。



恒例のハロウィンフェスティバルでは、マーチングバンドやスタンプラリーなどで、多くの子どもたちが参加。



体操教室の集客のために まちゼミに参加

国内で最大規模の団地、多摩ニュータウン。団地内の豊ヶ丘・貝取商店会は、入居が始まった1970年代から地域住民の生活を支え、現在も20店舗近くが営業中だ。その一角にある「ベアスポーツスクール」は、体操競技の選手として、全国高等学校総合体育大会、全日本体操競技選手権大会に出場された檜山和真さんが運営する体操教室。開業は2023年5月と比較的最近だが、「多摩市まちゼミ」実行委員を務めるなど、早くも地元のために積極的に活動している。

「まちゼミ」とは、商店街のお店がプロならではの専門知識や情報を参加費無料で教えるミニ講座で、全国的に展開されている個店と商店街の活性化事業だ。当商店街でも2022年から導入の準備を始め、2023年に1回目を開催した。檜山さんも、商店会長からの声かけで2回目から参加。「開業したばかりで集客に苦労していたので、認知度を上げたくて」親子ストレッチ講座を開講したところ、受講した子どもが入会するなど、その効果を実感したという。

まちゼミのコラボ講座を通じて 新しいつながりが生まれる

2025年で4回目を迎えた「まちゼミ」は、今や多摩市全域に拡大し、35講座を開講する規模になっている。当初、導入するにあたって「商店街パワーアップ作戦」事業を活用し、開催のノウハウなどを一から学んだ。以来毎年、専門家からの指導を受け、ブラッシュアップをはかっている。

檜山さんも専門家の研修を受講。「他の地域の事例紹介などもあり、参考になった」という。また、研修会で



「多摩市まちゼミ」のWebサイト。2023年から毎年1回開催され、2025年にはコラボ講座を含めて35講座を開講。「来年は50講座をめざす」と檜山さん。



は参加者同士が仲良くなって連携できるよう、グループワークの時間が多めにとられた。こうしたワークを実践するなかで、檜山さんは、意気投合した参加者と三者でコラボ講座を立ち上げた。ストレッチと、モリंगा茶販売店による講話と試飲、理容室による眉メイクとパーソナルカラーレッスンを組み合わせた講座だ。さらに翌年は、石鹸を作る事業者とコラボして、ストレッチと石鹸作り、石鹸を使った足の洗い方講座を子ども向けに開講。すべて満員の盛況ぶりだった。「異業種でも、探せば親和性はあるものだなあと。多様な組み合わせができるので面白い」という。体操教室の一角にモリंगा茶の販売コーナーを設けるなど、横のつながりを通じて新たな連携による活性化にも挑戦している。

自らのスキルを活用し 実行委員として地域に貢献

檜山さんは、3回目からまちゼミ実行委員をつとめている。2回目の終了後、専門家から、伸び悩むチラシでの集客にかわってSNSの活用が提案され、その担当として檜山さんが抜擢された。「チラシは印刷や配布のコストがかかる。SNSならコスト削減に加えて若い層にもアピールできます」と、自らの教室運営で培ったノウハウを生かして、広報活動を充実させている。「課題はありますが、がんばって地域を盛り上げることができれば、まわりまわってうちの教室の盛り上がりにもつながると思うんです」と檜山さん。商店街を舞台に、街と事業者がともに育ちあう好循環を築くべく、奮闘中だ。

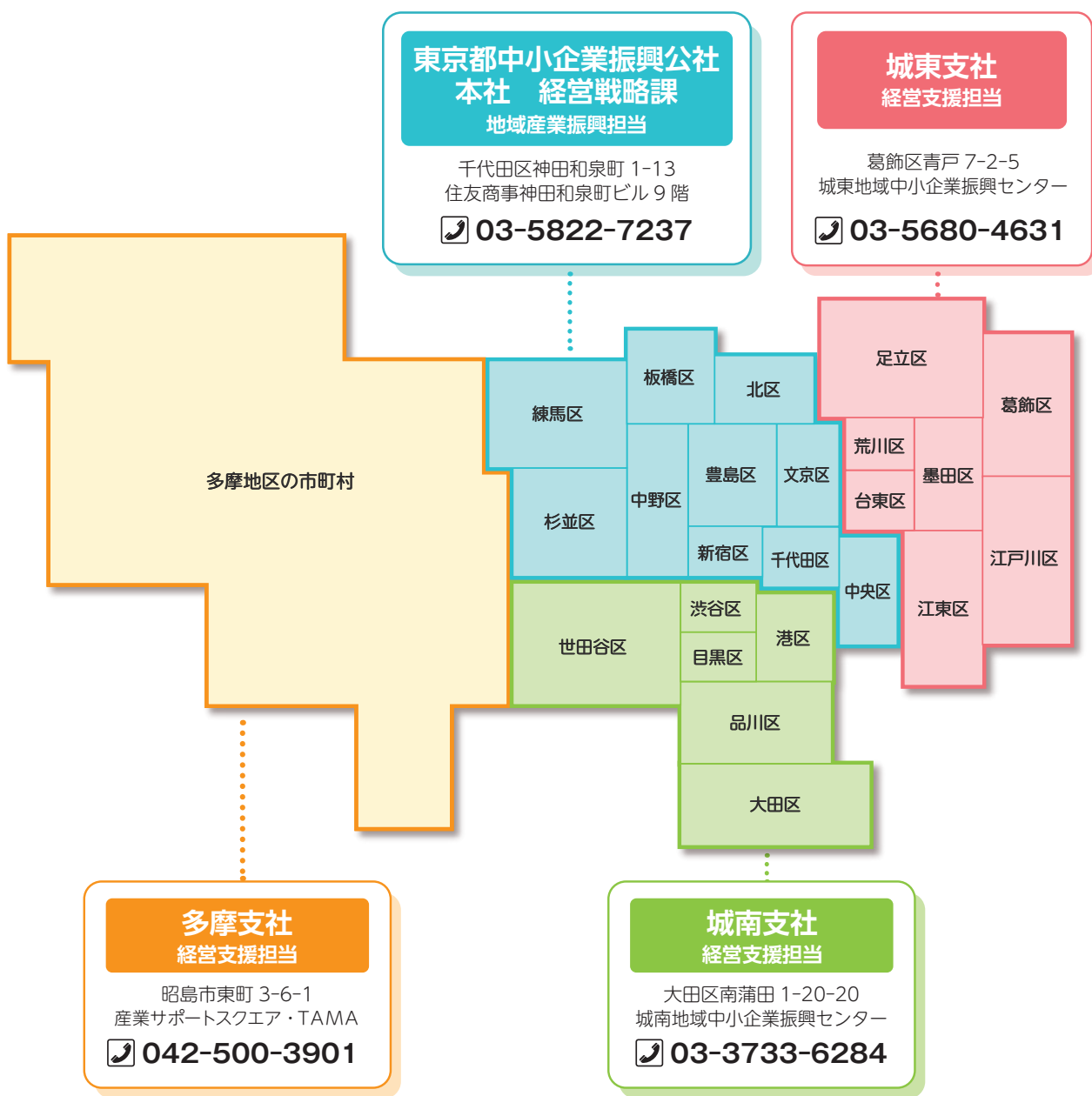


多摩市まちゼミのインスタグラムは、檜山さんらが実行委員としてコンテンツを作り、発信。個店向けにSNS研修会も始めたそう。



2回目のコラボ企画チラシ。まちゼミをきっかけに縁がつながるよう、参加者同士をマッチングする仕組みも作りたいという。

若手商人育成事業に関するお問い合わせ



令和 7 年度 若手商人育成事業 活用事例集

令和 8 年 2 月発行

編集・発行：公益財団法人東京都中小企業振興公社
事業戦略部 経営戦略課 地域産業振興担当
〒101-0024
東京都千代田区神田和泉町 1-13
住友商事神田和泉町ビル 9 階

電 話：03-5822-7237

制作・印刷：株式会社 信英堂

若手商人育成事業 詳細はこちら



若手商人育成事業

検索