

人パワーが光る!

魅力あるお店と商店街の 事業活用事例集



事例集について

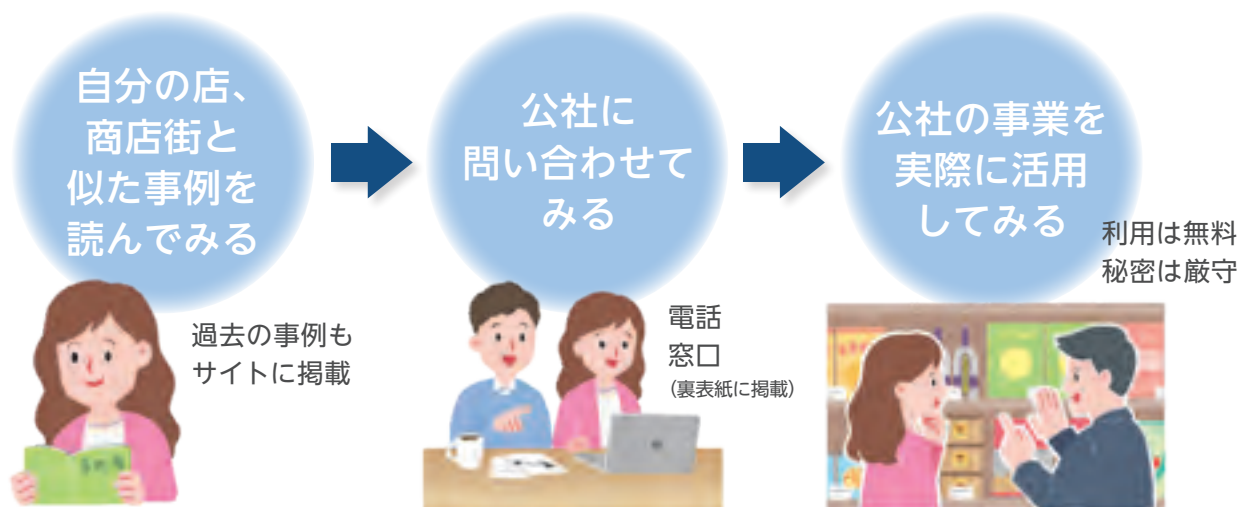
この事例集は、東京都商店街支援メニュー「若手商人育成事業」を活用したお店や商店街の取組を、8 事例紹介しています。

「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。

課題に応じてご利用ください

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
	商店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



事業活用事例 CONTENTS

店舗編

1

目前の手仕事に追われるのではなく将来を見据えた発想法を学んだ

ジュエリーサショウ（江東区）

活用した事業

店主主スキルアップ事業

2

公社専門家の支援を受けて、店舗の差別化を実現

Hair change place Aya（大田区）

活用した事業

店主主スキルアップ事業

3

商人大学校と専門家派遣で刺激と商売へのヒントが得られた

芳接骨院・鍼灸院（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

4

自分では気づかなかった店の強みを発見、経営力向上に取り組む

Kitchen cafe ISEYA（葛飾区）

活用した事業

店主主スキルアップ事業

5

商店街開業プログラムで経営知識を学び念願のコーヒー店を開業

SIPHONYCOFFEE（調布市）

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

6

店舗立上げを目指して、総合的にバックアップを受けた

うさぎ屋（東大和市）

活用した事業

店主主スキルアップ事業

商店街編

7

築地の事情にあった成功事例を学びSNSでの情報発信力強化に成功

築地場外市場商店街振興組合（中央区）

活用した事業

商店街パワーアップ作戦
商店街リーダー実践力向上塾

8

商店街や専門家との交流から新たな取組へのヒントを得た

戸越銀座商店街振興組合（品川区）

活用した事業

商店街リーダー実践力向上塾



目前の手仕事に追われるのではなく 将来を見据えた発想を学んだ



ジュエリーサショウ

高橋商店街振興組合（江東区）

日々の業務に追われる状況から
専門家の助けを受け脱却を目指す

ジュエリーサショウは、地下鉄清澄白河駅近くの高橋商店街（高橋のらくろード）にあるジュエリー工房だ。宝飾品の修理やリフォーム、オリジナル指輪の製作などを手がけており、全国から依頼が寄せられる。また、舞台や映画で使われる王冠製作でも活躍している。

佐生真一さんは、辰巳芸者の簪（かんざし）帯留をこしらえていた祖父・常次郎さん、江東区無形文化財の指定を受けた名工の父・明義さんを継承し、金工を生業とする三代目。祖父や父が手掛けた指輪を、次の世代へ繋ぐリフォームを頼まれるなど、代々に渡る馴染みの顧客も多い。また、佐生さんは地元商店街の活性化にも積極的に携わっている。

佐生さんは平成30年、東京の伝統工芸品の魅力を国内外に発信す



佐生真一さん

る「東京手仕事」プロジェクトに選ばれた。工房の注目度は高まり、百貨店のイベントなどに出席する機会も増えたが、課題もあったと当時を振り返る。

「最大の悩みは、日々の修理加工仕事に追われていたことでした。自社製品の商品力を高めたり工房併設の販売スペースを改善しなかったが、それらに力を注ぐ余裕がなかったのです。工房がある『高橋のらくろード』は集客力が高い商店街なので、小売りに力を入れて売り上げを伸ばしたいと考えていました。そのため、専門家の力が必要だったのです」

持続的にビジネスを回すため 適正価格への見直しに取り組む

当時の佐生さんは店舗外観の改装などを考えていたが、店主主ス

キルアップ事業で支援を受けた専門家からは、商売のやり方を根本から見直すよう勧められた。

「まず専門家からは自社製品の値上げを提案されました。相場よりはるかに安い価格を適正にすべきだと指摘されたのです。」

私は、自分が多少無理をして長時間働けば、仕事は何とか回ると考えていました。しかし、それは家族と接する時間が取れないし、いつかは無理が利かなくなる時期が来る。だから今から、持続的にビジネスが回る仕組みを作らねばならないという専門家のご意見は、胸に刺さりましたね。他にも、お客さまからオーダー品の希望を伺う際に、どうすればうちの良さが端的に伝わるか、あるいは、ビジネスのスピード感はどう高めればいいのかなど、多くのことを教えていただきました」

SNSや店頭での「見せ方」も 専門家の助言で大きく改善

佐生さんは遠方の顧客にアピールするため、インスタグラムやグー

グルマイビジネスなどでの発信力を強化。さらに、そこから自社ウェブサイトにまでの導線を整備した。ここでも、専門家のアドバイスが役立つている。

「以前の当店は、SNSや店頭での見せ方にも統一性がありませんでした。例えば、店頭に出していた商品の値札もスタイルがバラバラだったのです。ところが、専門家から商品の魅力や自社の強みの伝え方、そして『まとまりのある見せ方』を学んだ結果、インスタグラム経由での問い合わせが増えるなどの効果が表れています」

店主主スキルアップ事業をきつかに、それまで「職人脳」で考えがちだった佐生さんの意識は変わった。

「仕事時間が10ある場合、ほとんどの職人はすべての時間を手仕事に当ててしまいます。でも、それでは目の前の仕事に忙殺され、変革を起こすことは難しい。10のうち1か2を、宣伝や、新商品のアイデアを練る時間にあてれば、状況は変わります。仕事の効率を高め、きちんと休みを取り、その上で仕事の質を高めていくという視点を授けていただいたことは、本当にありがたかったです」と語った。



1 ジュエリーサショウ

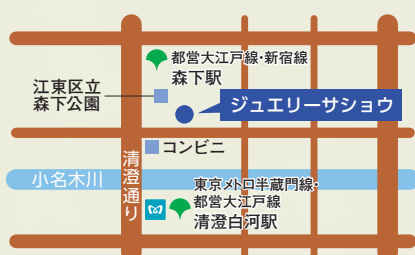
📍 江東区高橋 14-21

☎ 03-3632-5233

🌐 <https://www.sashou.jp/>

📷 jewelry_sashou

●活用した事業
店主主スキルアップ事業





公社専門家の支援を受けて、 店舗の差別化を実現

Hair change place Aya

萩中商店街 (大田区)

美容院激戦区で差別化を図るため
アドバイスを公社専門家から得る

Hair change place Aya は京急
空港線糀谷駅から徒歩7分、萩中
商店街にある美容院だ。

平成7年のオープン以来、地域
から愛されてきた同店。しかし、以
前から他店との差別化に悩みを抱
えていたと、オーナーの小池田亜也
子さんは語る。

「ここは美容院激戦区。多くの店
の中から当店を選んでいただくた
め、以前から工夫はしていました。
しかし私は経営や集客面で、なか
なか斬新なアイデアは出ませんでした。さらに、コロナ禍で客足が
落ち込んだこともあり、専門家の
助言がほしいと考えるようになり



小池田亜也子さん

ました。ただ、経営コンサルタントなどに高い費用を支払うのは無理。そんなとき、無料で受けられる商店主スキルアップ事業を知り、公社にすぐ申し込んだのです」

女性専門家のきめ細かく 的確な助言で客単価をアップ

小池田さんは当初、専門家から助言を受けることにハードルの高さを感じていた。だが、それは無用の心配だったという。

「支援をいただいた専門家は私と同世代で、優しい雰囲気的女性。正直ホッしました。また、ネットの活用法など細々した質問にも答えていただき、『こんなに幅広い相談にアドバイスを頂けるのか』と感心したものです」



歯のセルフホワイトニングマシン

課題の1つは、開業以来27年間変えなかった料金の改定。小池田さんは、タイミングがわからず料金の改定は難しいと考えていたが、オプションを増やして客単価を高める方法を専門家から提案され、目から鱗が落ちる思いだった。

「歯のセルフホワイトニングマシンを導入するなど、オプションメニューを充実させるとともに、カットの基本料金を30%値上げし、それまで9000円前後だった客単価を1万円以上に伸ばせたのです。さすが、専門家のアドバイスは違うと感じました」

小池田さんは専門家と相談を重ね、「大人のプライベートサロン」というコンセプトを際立たせる方針を再確認。そして小規模事業者持続化補助金を活用し、店内改装やフルフラットのシャンプー台の導入などを行って、一層の顧客満足度アップを目指している。

単に経営知識を得るだけでなく 「自力で考える力」が身に付いた

商店主スキルアップ事業を活用

して最も良かった点は、考え方に柔軟性と幅が増したことだと小池田さん。

「専門家の方はいつも、『あなたはどしたいの?』と問いかけてきます。また、毎回客層分析などの『宿題』が出されます。それらについて考えるうちに、自力で考える習慣が身につきました。経営知識を教わっただけでなく、経営者としての『頭の引き出し』が増えたことが、長年働くなかでやや考え方が硬直化していた私にとっては本当にありがたかったですね」

専門家のアドバイスを受けて以

来、小池田さんの意識は大きく変わった。店内の陳列棚をDIYで作るなど、自ら知恵を出して店を良くしようとする意識が高まったのだ。

「専門家からアドバイスをいただき、視野が広がりましたし、刺激を受けました」これからも店舗の魅力向上に取り組んでいきたいと抱負を語った。

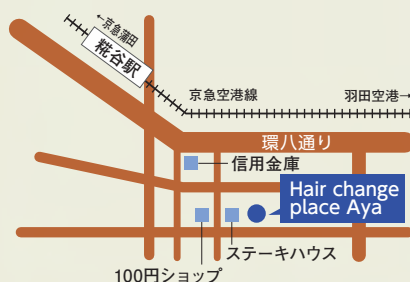


2 Hair change place Aya

大田区萩中 2-6-16

03-3744-8828

●活用した事業
商店主スキルアップ事業





商人大学校と専門家派遣で 刺激と商売へのヒントが得られた



芳接骨院・鍼灸院

長崎十字会（豊島区）

**来院者減の壁を打ち破るため
商売の知識がほしかった**

平成25年、西武池袋線東長崎駅近くで芳接骨院・鍼灸院を開いた田中芳太郎さんと妻・由美さんは、高い技術力を生かして順調に顧客数を増やしていった。ところが数年経った頃、2人は壁にぶつかったという。

保険の適用範囲が厳格化され、自費治療に変えざるを得なくなったのだ。自己負担額が増えていくと、来院者数はだんだんと頭打ちになったという。

「それまで私たちは、『施術さえしっかりやれば、来院者は自然に増える』と考えていましたが、それでは売り上げを伸ばせないと危機感を覚えたのです」

そんなとき、由美さんは金融機



田中由美さんと芳太郎さん

関の店頭で商人大学校のパンフレットを入手した。「保険の適用がなくても、施術を受けたい」と思わせるような接骨院を目指していた夫妻は、ここなら参考になる情報が得られるはずだと考え、参加を決めた。

商人大学校の講師の 親しみやすい語り口に安堵。 受講後は学習内容を夫妻で共有

商人大学校に参加したのは由美さん。受講後は、学習内容を芳太郎さんにも共有した。

「有料セミナーへの参加も検討していましたが、数万円の費用がかかる」と知って二の足を踏んでいました。ところが、商人大学校は無料。し

かも、ビジネスの現場で活躍されている講師の方が、親しみやすい語り口で教えてくれました。商売に関する知識を補充することは私たちににとって本当にありがたい存在でしたし、学ぶことが楽しくもありました」

さらに、商人大学校では他の受講生との出会いも非常に貴重だったと、由美さんは振り返る。

「同じ講座で学ぶ人々との間に、自然と交流が生まれました。別の業界で活躍している経営者からたくさんの刺激を受けましたし、経営のヒントをいただいたこともありま

顧客目線で考える習慣がつき コロナ禍でも来院者増を実現

商人大学校修了後、夫妻は広告宣伝の見直しや内外装の変更などに取り組んでいった。

「以前のパンフレットは、施術に関する話をひたすら書くだけで分かりづらいものでした。しかし、顧客

目線で考えることを学んだおかげで、院内の雰囲気や料金、所要時間といった『来院者が本当に知りたいこと』に絞ったパンフレットを作れるようになったのです。また、院外に照明を新設したり、料金を明示した手書き看板を出すなどして、気軽に入りやすい雰囲気を作りました」

その後は店主主スルアップ事業を活用して専門家からアドバイスを受け、施術メニューを見直した。従来は「30分あたり5000円」などのシンプルな料金設定しかなかったが、現在は「痛み・疲れ・し

びれコース」など悩みに応じたコース設定に変更。徹底して顧客目線に立つことで、費用が増えても来院者数を増やすことに成功した。

「商売のノウハウと、受講生同士の方々が得られたことは、私たちにとても大きな財産。公社の支援を受けて本当に良かったと思っています」と語った。



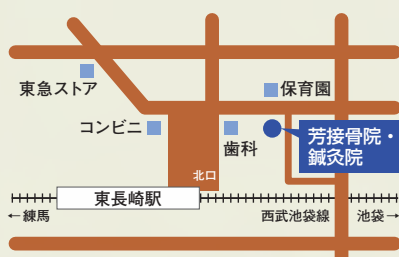
3 芳接骨院・鍼灸院

豊島区长崎 4-7-14

03-3959-1677

<http://www.yoshi-sekkotsuin.com>

- 活用した事業
商人大学校
店主主スルアップ事業





自分では気づかなかった店の強みを発見、 経営力向上に取り組む



Kitchen cafe ISEYA

堀切中央商店街振興組合（葛飾区）

**店舗コンセプトがはっきりせず
入店しづらい雰囲気だった**

Kitchen cafe ISEYAは、京成本線堀切菫蒲園駅から徒歩5分ほどの住宅街にある創作料理店だ。平成27年の開業当初は、昼の時間帯を店主の野村嘉子さんが、夜の時間帯を別のスタッフが担当するスタイルで営業。ところが令和元年頃、夜のバータイムを廃止することになった。

「当時はよく、『食堂か居酒屋か分からず入りづらい』と言われていました。売り上げ向上のためには店舗のコンセプトをはっきり打ち出すべきだと考えたのですが、どうすればいいのか分からなかったのです。そんな時に知ったのが、公社の商店主スキルアップ事業。専門家の助けを受けながら店の方向性を決めたいと思い、申し込みました」

**給食調理経験を全面に打ち出し
健康志向の強い層にアピール**

専門家からは、野村さんの経験をもっと全面に押し出すべきだとアドバイスされたという。

「私は創業前、保育園の給食調理を16年間担当していました。その中で、おいしくて栄養価が高く、安全な食事作りを経験したことが強みだと指摘されたのです。最初は、給食調理の経験“がアピール材料になるとは信じられませんでした。だが、宣伝チラシにその話題を盛り込んだところ、来店客数は徐々に増加しました。お客さまに話を聞くと、バランスの取れた食事にひか



れた方が数多く来店されていたのです。私自身が気づいていなかった強みを引き出していたのだと専門家の方には、本当に感謝しています」
売り上げが伸び始めて手応えを感じていた矢先、コロナ禍に見舞われた。しかし野村さんは、テイクアウトに力を入れて苦境を乗り越えうとした。

「バランスの取れた日替わり弁当を毎日提供したところ、栄養バランスを気にしているお客さまにたくさん買ってもらえました。店のコンセプトを『健康志向』に切り替えたことで、当店はコロナ禍の影響を最小限に抑えられたのかもしれない」

専門家の指導でビジュアルの豊富なPOPを作成するように

チラシや店頭POPの作り方も、専門家の指導で大きく変わった。以前は文字ばかりのチラシを作りがちだったが、現在は写真やイラストを入れるよう心がけていると野村さんは語る。

「当店は地元の方々にとって居心地

の良い場所を目指していますから、近隣の人々の目に触れるチラシやPOPは重要です。例えば『ひな祭りセット』などの期間限定商品を売り出す場合も、商品写真などのビジュアル要素を盛り込んで人々の目を引くよう工夫しています」

令和3年には、東京都の業態転換支援（新型コロナウイルス感染症緊急対策）事業を利用し、店舗をテイクアウト対応できるように改装したが、これも専門家からの勧めだった。

「日々の仕事に追われているため、助成金などについて詳しく調べる余

裕はなかなか生まれません。その点、専門家の方から必要な情報を得られたのは助かりました。今後も公社の支援を受けながら、地元密着型の店としてできるだけ長く営業を続けたいと思います」と力強く語った。



野村嘉子さん

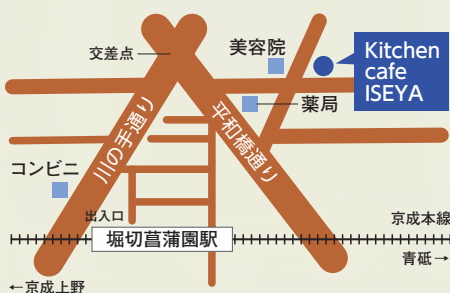


4 Kitchen cafe ISEYA

🏠 葛飾区堀切 5-20-1

☎ 03-6662-6603

●活用した事業
店主主スキルアップ事業





商店街開業プログラムで経営知識を学び 念願のコーヒー店を開業



焼き芋サンド

SIPHONYCOFFEE

仙川商店街協同組合（調布市）

コーヒー技術などはあったが
経営知識は足りなかった

SIPHONYCOFFEE 最大の売りは、注文を受けてから豆を挽き、サイフォンで入れるコーヒーの深い味わいだ。また、全粒粉や地元の契約農家から届く旬の野菜などを使った自家製パンや焼き菓子なども提供し、多くのリピーターを集めている。

代表の芹口大輔さんはカフェの開業を目指し、喫茶店で約8年、ベーカーリーで約1年半修行。サイフォンコーヒーの技術などは身につけたが、店舗経営の知識はほとんどなかった。

「店を繁盛させるには、集客方法や経理についても学ぶ必要があると考えました。そこで地元の創業支援機関『調布市産業労働支援センター』に相談したところ、会社の



芹口大輔さん

商店街開業プログラムを紹介されたのです。パンフレットにはストアコンセプトや開業計画といった難しいような言葉が並んでいて不安になりましたが、無料で経営知識が学べるのが魅力で申し込みました」

店舗コンセプトのプレゼン力は銀行などの交渉に役立つ

全10回の講義で最もありがたかったのは、プレゼン技術を学べたことだったと芹口さん。

「友人に『将来はこんなカフェをつくりたい』と話したことはありましたが、きちんとした場で店のコンセプトなどを伝えた経験は皆無でした。しかし開業するには、銀行などに店の強みや収益計画を説明することも必要になります。その点

商店街開業プログラムでは講師の方と一緒に学ぶ受講生たちを相手にプレゼンする機会があり、ここで相手を説得する方法を学べたことが後々役立ちました」

自社サービスの対象者を明確にする「ペルソナマーケティング」という考え方も、経営に役立っていると芹口さん。

「サービスや商品を漠然と提供するのではなく、お客さまの年齢や性別、職業、趣味、価値観などを具体的にイメージし、それに合ったものを出すという考え方はとても新鮮でした。先日、『焼き芋サンド』という新製品を出しましたが、このときも当店のペルソナを頭に描きながら開発をしました」

工房増設や販路拡大などでも専門家のアドバイスを期待

芹口さんは平成31年度から、店主スキルアップ事業の活用も開始。専門家の支援を受けながら、売り上げアップと収益性の向上を目指している。

「専門家の方からは、『パスタが客の起爆剤になることがある』と提案されました。私はコーヒーとパンについては自信がりましたが、パスタについては素人。最初は半信半疑だったのですが、試行錯誤の末に全粒粉入りのパスタを提供してみると、すぐ売り切れになるほど

の人気が出ました。やはりプロの意見は違うなと感じましたね。また、店舗を経営していると視野が狭くなりがちですが、自分とは違う角度で助言をいただける点にも感謝しています」

芹口さんの現在の目標は、店の近くにパン工房を増設すること。商品アイテムを増やして来店客の期待に応えるだけでなく、実店舗以外の販路を確保したいとも考えている。

「工房増設や販路拡大などは、私にとって未知の世界。今後も公社の専門家にアドバイスをいただきたいと期待しています」



5 SIPHONYCOFFEE

📍 調布市仙川町 3-2-1 ドエル仙川別館 2 階

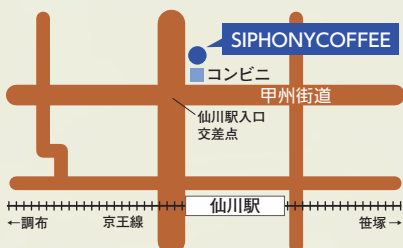
☎ 03-6382-9222

🌐 <https://siphonycoffee.owst.jp/>

●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)

商店主スキルアップ事業





店舗立上げを目指して、 総合的にバックアップを受けた



うさぎ屋

富士見通り商栄会（東大和市）

素材を厳選し、
障がい者が活躍できる店作りを

うさぎ屋は、西武拝島線東大和市駅近くにあるうどん店。国産小麦100%の自家製麺をはじめ、素材にこだわったうどんを提供している。

店主の小川真智子さんが創業を思い立ったのは、障がいを抱える小川さんの長女を含めた障がい者の方々に、活躍の場を提供したいと思ったからだ。

「娘が将来、どんなところで働くのか確かめたくなり、4年前に障がい者就労支援施設で働き始めました。すると、明確な指示を出せば、障がい者の皆さんは十分仕事ができることが分かったのです。そこで、



障がい者の自立を支援する場として、飲食店を開こうと考えました。ただ、日替わり定食を出すような店だと、日によって違う材料を仕入れ、異なる工程で調理をしなければなりません。これでは障がい者の方が働きづらいため、メニュー数が少なくルーティン作業の割合が多いうどん店を出すことにしたのです」

市場調査や物件探しでも 専門家の助言が役立つ

当時の小川さんにはうどんに関する知識がなかったため、うどん専門店に入社して約1年間経験を積んだ。同時に、地元の商工会から紹介されて東大和市の創業塾に参加し、経営知識を学習。そして令和元年9月、東大和市の創業チャレンジ施設「チェレステ・ガーデン」内での開店にこぎ着けたのだ。

市の創業塾講師として開業前か



小川真智子さん

ら小川さんの指導にあたっていた中小企業診断士は、公社の商店主スキルアップ事業でも専門家として活動していた。その縁で、小川さんも同事業を活用することになった。

「経験の浅かった私にとって、営業許可申請などの手続きは分からないことだらけでした。また、コロナ禍になってからは給付金の手続き、そして最初の確定申告でもいろいろと戸惑ったものです。そのたびに専門家の方にアドバイスをいただけたのは本当にありがたかったですね」

小川さんは公社の若手・女性リーダー応援プログラム助成事業に採択され、令和3年10月、チェレステ・ガーデンを卒業して自らの店舗をオープンした。

「専門家に店舗近隣の人の流れや年齢層を分析していただき、物件選びのアドバイスを受けました。また、客層に合わせてメニューを再確認することもご提案いただいています」

「軸をぶらさない」という助言が 店作りを進める上での支えに

専門家からの助言で胸に刺さっ

たのは、「軸をぶらさないように」という言葉だった。

「開店当初は肉汁うどんだけを提供していましたが、お客さまのご要望に応え、徐々にメニューを増やしていったのです。また、近隣の安価な店に対抗するため、値下げを検討したこともありました。ところが専門家は、『無理してメニューを増やしたり値下げしたりしても、後で必ずキツくなる。自店のコンセプトを大事にして、メニュー数を絞り適正な料金をいただく』とアドバイスを受けました。プロから背中を押していただいたおかげで、安心

して店作りを進めることができました」

将来は、製麺所の開設や農業分野への進出も目指している小川さん。経営規模の拡大により、障がい者の活躍の場をさらに増やそうと意気込んでいる。



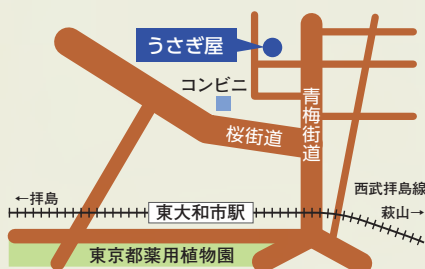
6 うさぎ屋

東大和市南街 5-95-4

042-843-9294

<https://usagiya-udon.com>

●活用した事業
店主主スキルアップ事業





築地場外市場商店街 振興組合

(中央区)



築地の事情にあった成功事例を学び SNSでの情報発信力強化に成功

コロナ禍で来客数が減り
SNSの積極活用を目指した

築地場外市場商店街振興組合は、旧築地市場に隣接し、プロの料理人はもとより、一般消費者でも自由に立ち寄り、買い物や食事が楽しめるお店で構成されている。「食の街 築地」にある卸売店や、小

売・飲食店で構成されている組織だ。商店街パワーアップ作戦に申込みをしたのは令和3年4月。時代のトレンドに乗るため、SNSの活用方法を学ぶことが最大の狙いだったと、組合事務局長を務める古館涉さんは振り返る。

「私たちは10年以上前から、ホーム

ページやYouTubeなどを通じて情報発信を行ってきました。しかし、当時はネットに詳しい店舗の方が仕事の合間に更新していて、SNSの運営方針などが明確ではなく、SNSをうまく活用できていませんでした。街ぐるみでSNSを活用するためには、専門家から客観

的な意見をもらう方がいいと考え、申込みを決めました」

支援のもとに試行錯誤を続け
若い世代へのアプローチに成功

支援の依頼を受け、まず公社職員が商店街を訪問し、課題整理の上で専門家が選定される。その上で

商店街に派遣されたのは、IT業界の現場で活躍している40代の専門家だった。

「来訪は1か月に1度くらいのペース。支援スケジュールに基づき、インスタグラム、フェイスブックなどとテーマを決め、他の店舗・商店街などでの成功事例やSNSでの効果的なアピール方法などを紹介いただき、その都度、自分たちでも試行錯誤してみました。」

築地には築地の事情があるので、他の商店街で成功したやり方がそのまま通用するわけではありません



ん。そこで、私たちの希望や状況を専門家の方に素直にお話して、私たちに合った事例をご提案いただいたことがありがたかったです」

令和3年11月、「築地秋まつり」が2年ぶりに開催されたが、このとき、専門家から学んだことが集客に役立った。

「会員店舗の特売情報などを毎朝撮影し、短い動画にしてSNSで流しました。その際、専門家の方からの助言に従い、商品や値札だけでなく店員さんが元気に呼び込みをする様子なども映像に盛り込んだのです。リアルな築地を、そのまま素直に伝えることで、街の魅力をアピールできたと思います」

現在、築地では若い層を中心に来店客が増えており、SNSの貢献度はかなり大きいと事務局スタッフ全員が受け止めているという。

**リアルな築地を伝えることで
今後も集客力アップを目指す**

専門家のアドバイスで最も印象的だったのは、SNSは情報の鮮度

が命だという指摘だった。

「今の築地をタイムリーに、継続して伝えることが大切。単に商品を紹介するのではなく、食材の調理方法や各種道具の使い方といった関連情報を伝えるようになったのも、専門家にアドバイスをいただいた大きな成果。お客さまに『築地に行けば、他の街や通販で買うよりもお得』と感じてもらったことが大事だと認識できました」

築地場外市場商店街では今後も、公式ホームページとSNSを並行して運用することで、幅広い世代を集めようと努力していく方針だ。



古舘渉さん

「今後は会員店舗の方々にも幅広くSNSに参加していただき、さらに街ぐるみで取組を進めようと考えているところです。今回、公社の支援を受けたことは、商店街の未来に向けてとても良いきっかけになったと感じています」



7 築地場外市場商店街振興組合

🏠 中央区築地 4-10-16

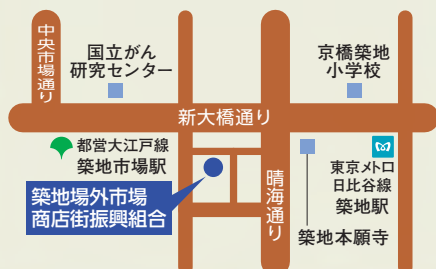
☎ 03-3541-9466

💻 <http://www.tsukiji.or.jp/>

●活用した事業

商店街パワーアップ作戦

商店街リーダー実践力向上塾





戸越銀座商店街 振興組合

(品川区)



商店街や専門家との交流から 新たな取組へのヒントを得た

新たな発想のヒントを求め

商店街リーダー実践力向上塾に参加

戸越銀座商店街は、関東有数の規模を誇る商店街で、日頃から戸越銀座商店街連合会として戸越銀座の3つの商店街で連携して様々な事業を実施している。また、食歩歩きの街としてメディアにもよく取り

上げられており、商店街ブランドの一つ「戸越銀座コロッケ」は広く親しまれている。

戸越銀座商店街振興組合が商店街リーダー実践力向上塾（以下、「リーダー塾」）に参加した理由は、外部から客観的なアドバイスを取り込むことだったと、副理事長の遠

藤利夫さんは語る。

「以前から当組合は、組合員店舗だけでさまざまな企画を考えてきました。しかし、長年同じメンバーで活動していると、どうしても内容が凝り固まってしまう。そこで、新たな発想のヒントが得られないかと考え、参加することに

しました」

コロナ対策ガイドラインを 他の商店街にも広く共有

リーダー塾に参加した目的はもう一つある。それは「コロナ対策」の情報共有だ。

令和2年の秋、戸越銀座商店街



は新型コロナウイルスに対応した「危機管理ガイドライン」を公表。品川区保健所をはじめとする外部機関と協力し、来店客や従業員に感染者が出た際の対応法などを独自にまとめた。

「新型コロナウイルスの感染拡大当初、住宅街に近い戸越銀座商店街では人出が増えたと報道され、商店街にはたくさんさんの批判の声が寄せられました。その際の反省を原動力に、第2波の到来が噂されていた時期にガイドラインを作成・公

表したところ、他地域の商店街など約280団体から問い合わせをいただいたのです。この経験をもとに、さらに多くの商店街と交流し私たちの経験をリーダー塾で共有できればと考えたことも、参加した理由の一つでした」

また、講座を通じて他の参加者からの意見や情報から多くの気づきを得ることができたという。

「当商店街同様の事例として、リーダー塾で知り合った商店街の方からも、IT企業と協力して来街者の属性をビッグデータ解析した話などを伺いました。商店街同士で情報交換する機会は意外と少ないものですが、今回『横のつながり』が得られたことは参加のメリットでした」

若い世代や外部の力を借りながら 新たな取組を推進

商店街の活性化には担い手の確保が課題となっており、戸越銀座商店街も例外ではない。そこで、商店街同士の連携を強めることで若い世代に刺激を生み出せないかと、

遠藤さんは期待している。

「今は商店街でも、DX（IT）によって暮らしや社会をより良く変革させる仕組みへの取組が求められています。その担い手となるのは、やはり若い商店主でしょう。彼らが他の商店街と連携しながら、お客さまの目線になってイベントなどの企画を立てられるようになると思いますね」

現在、戸越銀座商店街では、商店街ならではのやり方で地域住民に貢献する方法として、防災対策に力を入れているところだ。また、「買い物するだけの場」から「居心



8 戸越銀座商店街振興組合

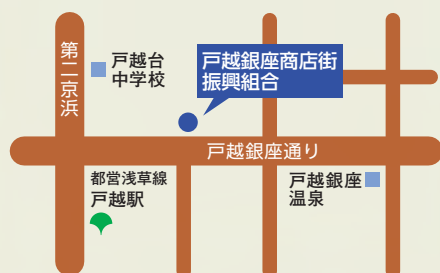
品川区戸越 1-15-16

03-3788-1474

<http://www.togoshiginza.jp/>

●活用した事業

商店街リーダー実践力向上塾

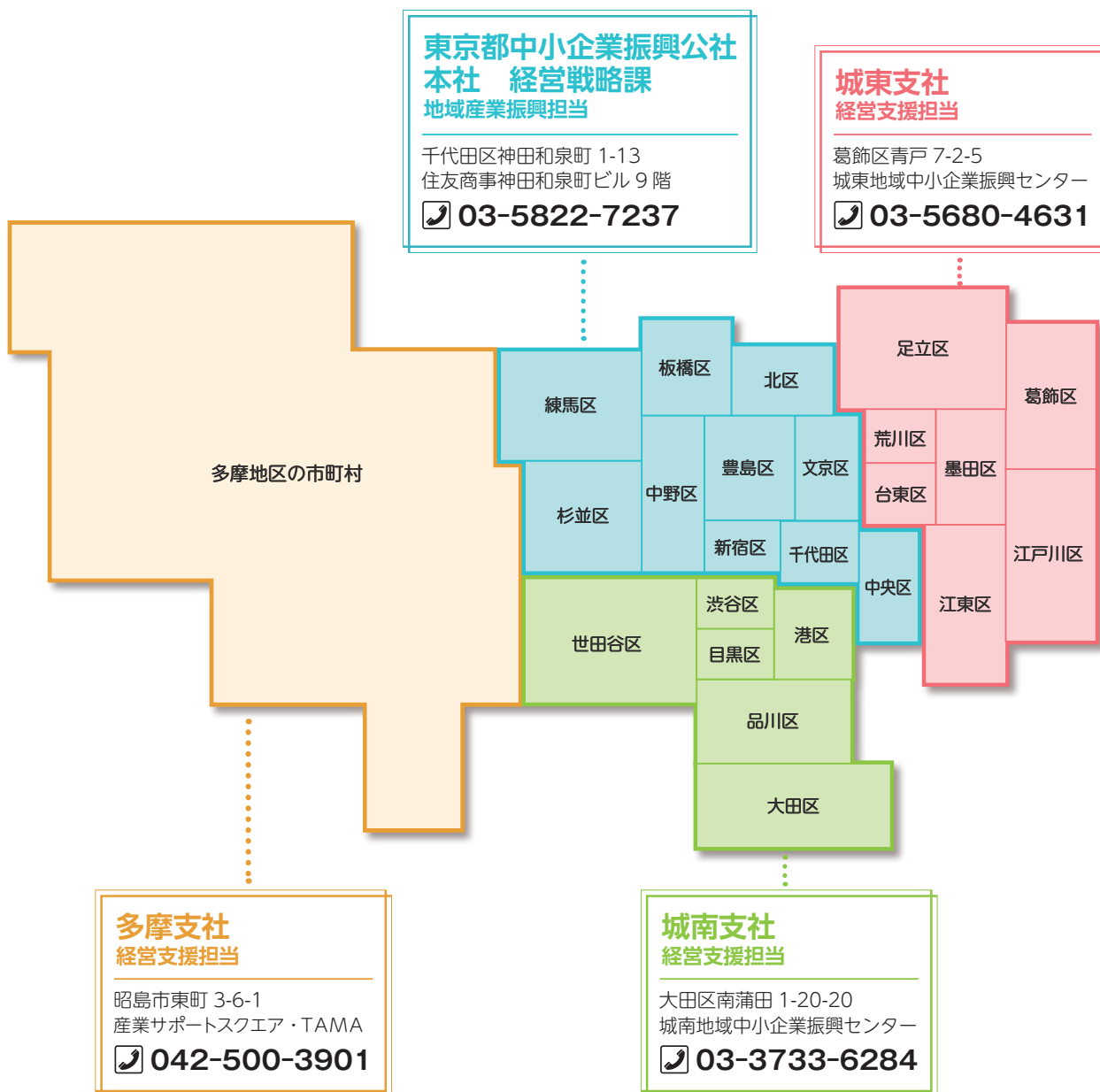


遠藤利夫さん

地良く過ごせる場」への脱皮も模索中である。

「商店街にも進化が必要です。今後も他の商店街や外部の専門家から知恵を借り、新たな取組を進めていきたいです」

若手商人育成事業に関するお問い合わせ



令和 3 年度 若手商人育成事業 活用事例集

令和 4 年 3 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



リサイクル適性(A)
この印刷物は、印刷用の紙へ
リサイクルできます。