

第 30 回杉診サロン報告書

杉並診断士会

第 30 回杉診サロンが、3 月 1 日（金）杉並区立産業商工会館で開催されました。当会稲垣会員が「最新イベントを通して考える、これからの商店街のあり方」のテーマで、「街バル」、「100 円商店街」、「まちゼミ」を紹介しました。商店街活性化の有効ツールとなりそうです。

1. 東京に於ける商店街の現状

1) 業種別平均店舗の構成

商店街に占める店舗数の割合は、飲食店が最も多く（25～30%）、次に各種商品小売業（約 20%）である。お祭り等イベントを実施しているが、一過性で活性化にいたっていない現状にある。

2) 多くのお祭りイベントの悩み>

①お祭りで、お客は店に入らない。②お祭りで店は儲からない。③お祭りの後店の客数は上がらない。
→だから、街がにぎわい、個店が効果を実感できるイベントを必要としている。
この対策の最新イベントとして①街バル、②100 円商店街、③まちゼミを紹介する。

2. 最新イベントの概要

1) 街バル

(1) バルの由来

バルという言葉はスペインの Bar（バルと聞こえる）にちなんだもの。ちょっと休んで、一杯ひっかけ感覚の飲み屋。スペインでは、どこにでもある村の憩い場。

(2) 街バルの概要：日本での始まりは、北海道の「函館バル街」といわれている。

①街バルのシステム	<ul style="list-style-type: none">・まず 1 枚 600～800 円程度で、4～5 枚綴りのチケット購入。・チケット 1 枚で、参加店舗でのイベントメニューを飲食。 (主にワンフード&ワンドリンクでフードはピンチョイスと呼ばれる)・当日使い切れなかったチケットは、「あとバル」と称して一定期間内に金券として利用できる場合が多い。
②イベント期待効果	<ul style="list-style-type: none">・普段来店機会のない新顧客に各飲食店の個性・魅力メニューを知ってもらえる。・飲食店間で競いあうことで、メニュー開発が活性化する。・PR 活動（インターネット等）を通じ、商店街認知度が向上する。・来街者が増え、飲食以外の業種店にも販売機会が増える。

(3) 街バルを実施している商店街

①函館バル街、②浦安バル街、③戸越銀座が有名。

2) 100円商店街

(1) 概要

- ①商店街全体を1店の100円ショップに見立て、全店頭に100円コーナーを設置。
- ②会計は店内レジで行うため、買い物客は入ったことのない店内様子が分かる。
- ③個店では、専門店だからできる在庫処分も可能。
100円ショップでは不可能なレベルの掘り出しものが軒を連ねる。

(2) 100円商店街を実施している商店街

- ①新庄南北本町商店街（山形県）、②東成しんみちロード100円商店街が有名。

3) まちゼミ

(1) 概要

- ①得する街のゼミナール（“街ゼミ”）は、商店街のお店が講師となり受講者（お客）に伝える少人数制のゼミ。
- ②お店の存在・特徴を知って頂き、お店とお客様のコミュニケーションの場から、信頼関係を築くことを目的とする事業。
- ③美容・健康・飲食・物販、サービス、金融と様々なお客が参加し、各店の自信を持ったお店・商品の特徴、店主のノウハウを体験してもらう。
- ④お客様の受講料は、無料。事前予約の上、受講してもらう。

4) 各イベントの比較

(1) 各イベントの特徴

比較項目	街バル	100円商店街	まちゼミ
対象業種	飲食店	物販・サービス店	全業種
価格	600～800円	100円	無料（材料代別）
ターゲット	大人	子供から大人	大人中心
集客力	○	◎	△
店内滞在時間	○	△	◎
実施難易度	やや困難	やや困難	困難

(2) 各イベントの共通点

- ①舞台は商店街、主役はお店、観客はお客様。②やる気のある人が主体的に行う。
- ③お客様は必ずお店に入る。④あまり経費がかからない。⑤新規のお客様が来店し、イベント後の固定客に繋がる。

5) 各イベントは販促手法で実施すべき

- ①開発されたのだから、やるべきでしょうか？かつて、個店が効果を実感できるイベントといってもアイデアを持ってなかった。→今は、ある。しかも3つも。
- ②3つのイベントは、かつての「チラシ」みたいなもの、きちんとやれば、必ず効果が個店に実感される販促手法である。やらないなんて、もったいない。