

(商店街支援シリーズ)

1. 高円寺ルック商店街診断を終えて

伊藤 恭

本年6月、7月にかけて、杉並中小企業診断士会の有志メンバーで高円寺ルック商店街の診断を行った。

高円寺ルックは、正式名称を新高円寺通り商店街振興組合といい、高円寺パル商店街と地下鉄新高円寺駅（青梅街道）とを結ぶ約600mの商店街である。業種構成に大きな特徴があり、全173店舗のうち、42店が古着屋である。

ルック商店街の組合員に対して行った意識調査、来街者アンケートでは、いくつかの注目すべき結果が出た。まず、ルック商店街組合員に対して商店街の景況感をたずねると、「繁盛している」、「まあ繁盛」の合計が41.2%に達している点である。中小企業庁が行った2006年度全国商店街実態調査によれば、「繁盛している」と認識していた商店街は、わずか1.6%にすぎない。日本中の商店街が衰退している中で、ルック商店街のこの結果は驚きである。図1：業種と景況感

	繁盛している	まあ繁盛	徐々に衰退	衰退している	(空白)	総計
小売	3	25	26	16	3	73
外食	1	3	2	4		10
サービス	1	9	10	1	2	23
その他		3	3			6
(空白)		2				2
総計	5	42	41	21	5	114

次に、ルック商店街を訪れる来街者に対してルック商店街に対する好感度を聞いたところ、「大好き」、「まあまあ好き」という積極的評価が95%という結果が出た。調査員に対面してアンケートに答える時に、「嫌い」とは言いにくいという側面もあるだろうが、やはり特徴的な結果と言う事が出来るだろう。商店街がこれほどまでに来街者に支持されていることは、調査にあたった我々として予想外であった。

図2：商店街好感度調査

	大好き	まあまあ好き	好きでない	無関心	無回答	総計
女性	25	33		1		59
男性	18	35	3	1	1	58
合計	43	68	3	2	1	117

このように見ると、ルック商店街は今時珍しい元気のある商店街であるように感じられる。ところが、現実には決して楽観視できるような状況にないのである。

我々が実施した調査では、約70%の店で昨年と比べて売上が減少しているという結果がでている。廃業を検討している店が少なくないこともわかった。一見すると矛盾するような回答だが、自店の業績が悪化していても、商店街は賑わっていて繁盛しているという認識があるのかもしれない。

また、組合員の商店街活動への参画意識を聞いたところ、「商店街活動に協力しない」、「商店街組合の存在意義を感じない」と答えた組合員数が全体の半数となった。

こうしたことから判断すると、ルック商店街は盛況で結束力のある商店街とは決して言えないだろう。活発な組合活動の成果ともいえるルック商店街のハード事業、ソフト事業とも、区内の有力商店街に比べるとかなり見劣りする。積極的な組合活動が商店街に繁栄をもたらし、顧客から高い支持を得ているということではないということになる。

ではどうして、景況感や好感度に関する調査に前述のような結果がでたのであろうか。ルック商店街には多数の古着屋が集積し、全国から客を呼ぶ人気古着屋が多数存在している。おそらく、ルック商店街の中の一部のこうした店の存在が、ルック商店街に賑わいを演出し、商店街に対する好感度を高めているのだと考えられる。ルック商店街の組合幹部にとっては、一部のニューカマーである古着店の存在が、このように商店街の存在感を高めたことは、全く意図しなかったことであろう。言いかえれば、他力本願、結果オーライなのである。

とはいえ、今のルック商店街は、これまでのルック商店街のイメージを変え、商店街を活性化する千載一遇のチャンスであるとも言えるだろう。ルック商店街は、一部に芽生えた賑わいと商店街のイメージを商店街全体に広げていけばいいのである。具体論としては、何も商店街中を古着屋に変える必要はない。古着屋をベースにして、古着屋が他業種とシナジーを発揮できるような商店街にしていけばよいのである。「0」を「1」にすることは困難だが、「1」を「2」にすることはそれほど難しいことではないはずである。

ルック商店街が真の意味で元気な商店街に脱皮するためには、知性と行動力を持つ新しいリーダーを先頭にして、商店街としてのビジョンを掲げ、組合活動に新しいアイデアを持つ若い人材を取り込み、組合が一致団結して行動していく以外ない。この機を逃せば、ルック商店街は、正真正銘の衰退商店街になってしまうと思う。

2. 新町商栄会報告書について

川上 正司

(1) 新町商栄会の概要

ア. 歴史

新町商店街の歴史は古く、昭和 35 年（1955 年）に発足した。当時は、新町銀座通りと呼ばれ、八百屋、魚屋、肉屋、お菓子屋、パン屋、銭湯など、高度成長に合わせて発展してきたが、昭和 54 年（1979 年）に銭湯が閉店したのを皮切りに次第にさびれていった。現在では、飲食店、クリーニングなど、数軒の店舗を残すだけの通りとなっている。現状では、とても商店街とよべるような状況ではない。

イ. 街の駅事業申請の狙い

商店街の近くには、善福寺公園、井草八幡宮など区内有数の観光資源があるこ

とから、新町地域に「街の駅」を設置して観光の拠点として活用し地域の活性化を図るという考えである。商店街と小学校等が連携することも視野に入れている。

ウ. 背景

新町商店街内に、所有者が商店街のために活用してもらっても良いと考えている空き店舗のオーナーが存在することが、「街の駅」構想の出発点となっている。現在、同店舗は永らく放置状態で、オーナーは老人ホームに入居し、身寄りもないとのことである。

エ. 施設の内容と利用者

(ア) 地域案内、休憩施設（トイレ等）、展示・イベント会場、安全パトロール隊基地、事務所機能付スペース等が施設内容である。

(イ) 地域住民の日常利用の他、地域（公園、お宮）への来訪者等利用を想定している。

(2) 支援内容

ア. 依頼内容

杉並区の補助金を獲得できるような事業計画作成の支援を依頼された。

イ. 支援概要

平成 21 年 6 月から 12 月にかけて、計 6 回の指導を計画。商店街の出席メンバーは、会長、事務局、推進委員会メンバー（数名）にて構成された。

支援内容としては、①会長及び商店街幹部からのヒアリングの実施、②現地調査、③実施スケジュールの確認、④実施すべきことの優先順位の検討、⑤区内で実施された、高円寺、井荻地区での街の駅実行計画の研究、⑥解決しなければならない課題の抽出、⑦実施計画の作成であった。

ウ. 結果

最大の課題は、空き店舗の改修費用である。街の駅とする施設の内装等に関しては補助対象になるが、屋根や基礎など建物の骨格部分は補助対象にならない。

当該空き店舗を街の駅に改装するためには、屋根や基礎など建物の骨格部分の改修が不可欠で、そのためには数百万円程度の自己資金が必要となることが判明した。商店街が資金を確保できる見通しが全く立たず、結局、この計画は断念された。

3. 井草北商店会について

松 嶋（まつしま） 葉子

私が西武新宿線下井草駅から旧早稲田通り沿いに北に伸びる「井草北商店会」を支援するようになってから、早 3 年目に突入しました。初年度は東京都商店街支援事業の担当として、そして昨年～今年度にかけては、杉並区の商店街アドバイザーを拝命しております。

(1) これでいいの？ーイベント重視の商店街施策

私は、井草北商店会以外にも、神楽坂上商店街組合や高円寺の商店街活性化提案等、5つの商店街支援に携わってきました。その中で強く感じたことは、集客力のある商店街ほど、公的な助成金を得てイベントを企画する傾向があり、イベントが商店街活動の核になっているということです。

元から集客力のある商店街が、より大規模な、または、既存イベントと時期をずらしたイベントにより更なる集客を図りたい気持ちは分かります。ただ、集客力のない商店街までイベント重視なのは、問題ではないかと感じています。

例えば、井草北商店会はバス通りに面していて交通が激しく安全に買物できないため、近年せつかく住み着いた大規模マンションの新住人などは、商店街を避けて裏道の住宅街を通ります。商店街の存在はおろか、どんなお店があるかも知られていない状況です。

ところが商店街では、毎年恒例の「ちびっこ夏祭り」の開催や区の地域イベントに労力を割き、商店街のアピールもしていません。これでいいのでしょうか？ 私の目からは、商店街が地域や行政の期待に押しつぶされ、本来の“商人”の存在感を訴求していない…

(2) 個店のアピールが私の使命

1年目にそんな疑問を抱いた私は、支援のポイントを「商店街のアピール＝広報・PR 支援」に絞ることにしました。年末セールのスタンプラリー折込チラシ裏面への商店街イラストマップの印刷やイラストマップ作成、会員店舗対象の「店内 POP 制作セミナー」の開催などです。

そして今年度は、「ちびっこ夏祭り」会場での商店街イラストマップの配布や、当日の各店舗のイラスト付き名札制作→着用を提案し、商店会の例会で承認され、友人のデザイナーにお願いし制作を進めています。ー活動テーマは「機会を捉えて各店舗のPRする!!」

(3) 消費者のご意見が商店街を活かす

実は、前述のお店の名札アイデアは、平成20年度の杉並区消費者懇談会で得たものです。消費者代表のPTAの方が「何のお店の方か分かったら、もっと話しやすいのに！」と商店街関係の出席者に仰ったのです。→「そうか、商店の人もお店のアピールが足りないんだ！消費者は求めているのに、何ともったいない！」ーそう思ったことが今回の提案に繋がりました。今後も、商店街の個店のPRをバックアップしたいと考えています。

4. 妙法寺商店会について

中村 實

妙法寺商店会には、2008年5月から2年間、アドバイザーとして活動をして来た。文字どおり、この商店街は地理的中心に「妙法寺」が位置している。

妙法寺は、昔から、江戸庶民の中で『堀之内のおそっさま』と言われ、厄除けのお寺として全国から大勢の参詣者で賑わった。現在でも、全国各地から数多くの方々が『おそっさま』にお参りし、厄を除いてもらおうとする方が参詣している。ただし、昨今は、正月、3の日（3日・13日・23日）の縁日以外は、昔ほどの人出はなくなって来ている。また、商店会としても、この何年かは、本格的な企画やイベントをしていなかった。2008年に、商店会の新体制で山田会長が就任し、商店会の活性化に取り組むことになった。杉並区のアドバイザー派遣を申込み、私が担当する事になった。支援してきた内容を下記にまとめる。

1. 2008年度の実施内容

【主に勉強会をして、今後の企画に活かす工夫をした】

(1) 現状の把握

定例会の出席者から意見を聞く。来街者アンケートの実施・アンケート分析

(2) 商店街活性化の事例紹介

(3) 歳末大売り出し（12月）：杉商連の企画に参加して、イベントを体験した。

(4) 「元気を出せ！商店街事業」の検討（次年度）

2. 2009年度の実施内容

【商店街イベントの実施】

(1) 「妙法寺夏のふれあい祭り」（元気を出せ！商店街事業）の実施

ア. 日時 : 7月5日（日）11:00～14:00

イ. 場所 : 妙法寺境内（杉並区堀之内厄除け祖師 妙法寺）

ウ. 内容 : 手打ちそば（実演と体験）、お抹茶体験、箏演奏、冠二郎さんの特別出演、子供達のチアリーダーディング等のイベント、商店会員の模擬店10店舗の参加もあり、盛況だった。協力者は207人、来場者は約2,000人。

(2) 「妙法寺 歳末大売り出し」（元気を出せ！商店街事業）の実施

・期間 : 12月1日（火）～14日（月）

・内容 : 抽選は、特等（明治座招待券）、1等（魚沼産の米5kg）、2～4等までである。

なお、4等は、本来、ハズレであるが、50円のクジとしており、空クジがなく好評だった。

3. 妙法寺商店会の今後

この商店街は、会長の統率力があり、まとまっている。また、陰で支える婦人部の力が大きいのも特徴である。2009年度のイベントの実施で実績ができ、自信もついたようである。本年も昨年同様に「元気を出せ！商店街事業」を活用したイベントを展開予定である。

5. 商店街支援について思うこと(松ノ木八幡通り商店会)

船越 敏万

平成20年8月に杉並区から松ノ木八幡通り商店会のアドバイザー派遣の委嘱を受け、商店街支援に取り組んできました。引き受けた当初は、私自身、どのような支援ができるのかわからず、元気のいい商店街について本を読んで勉強をしました。その結果、キーポイントが3つあることが解りました。その第一は、商店街として地域に対してどのような貢献(サービス)ができるのか明確にすること、第二にお客様に対していかに魅力ある商品・サービスを提供できるのかが重要な点であり、第三は、情熱ある役員のリーダーシップの発揮だと思えます。そのためには、まず商店街としての理念を確立ことだと思えます。次にはその理念に基づき、着実な事業計画を立て、地道に実施していく必要があると思えます。要は、一般企業でも同じことですが、必要な事柄について着実に実施していくことだと思えます。商売の方は、商店会の方がプロですので、外から、客観的に方向性なり解決策をアドバイスしていくことの重要性を感じました。

松ノ木八幡通り商店会は小規模な商店街ですが、前述の要件を満たしています。役員会の中でも、真剣な議論がされています。昨年10月には、ホームページができあがりました。さらに昨年12月の年末ガラポンくじ引き大会では、八百屋がない商店街の長年の課題であった産地直売市を開催することができました。杉並区の支援もさることながら、商店会として一致団結して取り組んだ結果だと思っています。