

「商店街を笑店街へ！」

商店対抗 手作りポスターコンテストの実施

2014年1月27日

特定非営利活動法人 杉並中小企業診断士会

木田裕芳

提案の概要

1. 商店・飲食店など、個店のポスターを若手アーティストと診断士が共同で制作する。



2. 上記の作品をイベント実施時に商店街に一斉展示する。



3. 来街者による人気投票を行う。



4. 展示日の最後に投票結果を公表し、上位入賞店およびポスター制作のアーティストを表彰するとともに、一位店舗に投票した人から抽選で記念品を贈呈する。



なぜ手作りポスターなのか？

→個店に対するネガティブイメージの払拭

「店に入りにくい・・・」

「入ったら、買わなきゃ出て来れない？」

「怖そう？店主がどんと座っている」

といった個店のイメージを一新する。

街に笑いと活気が必要

→店主は街のエンターテイナーになるべき存在のはず！



手作りポスターを作るための課題

1. 多くの場合、個店が自力で
個性的なポスターを作れない。
＝訴求ポイントを伝えるスキル
の問題

2. 広告代理店に頼んだら
コスト大！

→でも杉並には若手アーティ
ストと診断士がいる！
話題作りで知名度アップ



若手アーティストと診断士のコラボで、来街者に笑ってもらえ、少しでも「お店を覗いてみよう！」と思わせる、意外性のある手作りポスターで、来街者を「お・も・て・な・し」

→ 「**商店街を笑店街へ!**」



店主のメリット

わずかな参加費用で以下のメリットが得られる。

1. 若手アーティストによる演出で自店舗のプロモーションをしてもらえる。
2. 手作りポスター制作を通じて中小企業診断士による経営分析・提言をしてもらえる。
3. 多くのお客さまに関心をもってもらい、「お試し来店」客の増加を狙える。(上位入賞すればさらに知名度アップ)

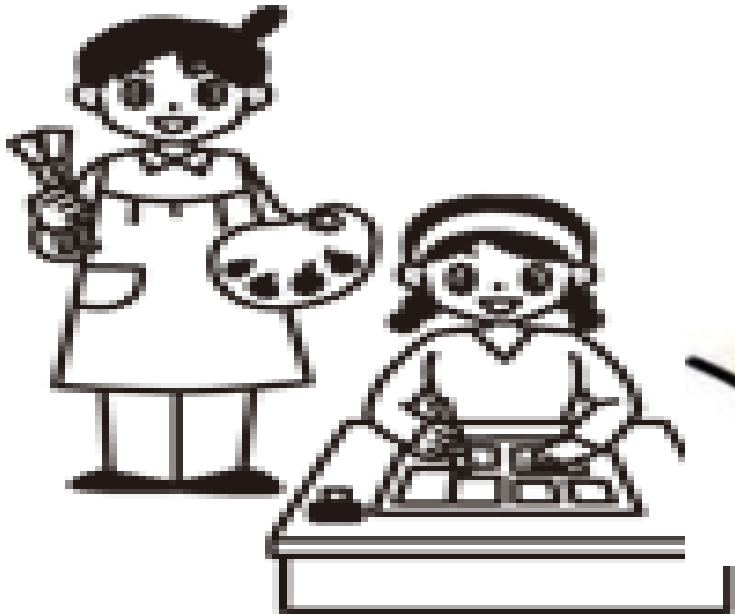
手作りポスターの要件

1. 題材は「店主（または従業員）」「オリジナル商品」など。
ただし、単なる特売や在庫一掃セールのお知らせではない。
2. 店の個性を引き出すものであること。
強みをアピール、弱みを逆手にする、など。
3. 意外性や誇張（嘘はダメ！）で笑いを誘うものであること。

手作りポスターを作るために

店主 × 若手アーティスト × 診断士のコラボレーション

若手アーティスト



店主



中小企業診断士

手作りポスターを作るために

1. 店の強み・弱みや店主・従業員の個性を徹底的に分析する。

弱みを逆手に(=笑ってもらう)、
強みを引き立たせるキャッチコピーに挑戦

「究極のSWOT分析」 = 診断士の腕の見せどころ

手作りポスターを作るために

2. 訴求ポイントを踏まえたイラスト・写真・ロゴ を駆使してのポスター制作

若手アーティスト（美大生、デザイン専門学校生、
など）の制作・発表機会の創出

「弱みを逆手に取る」の例①

一つの品物に特化している店の場合

「最低の品ぞろえ」

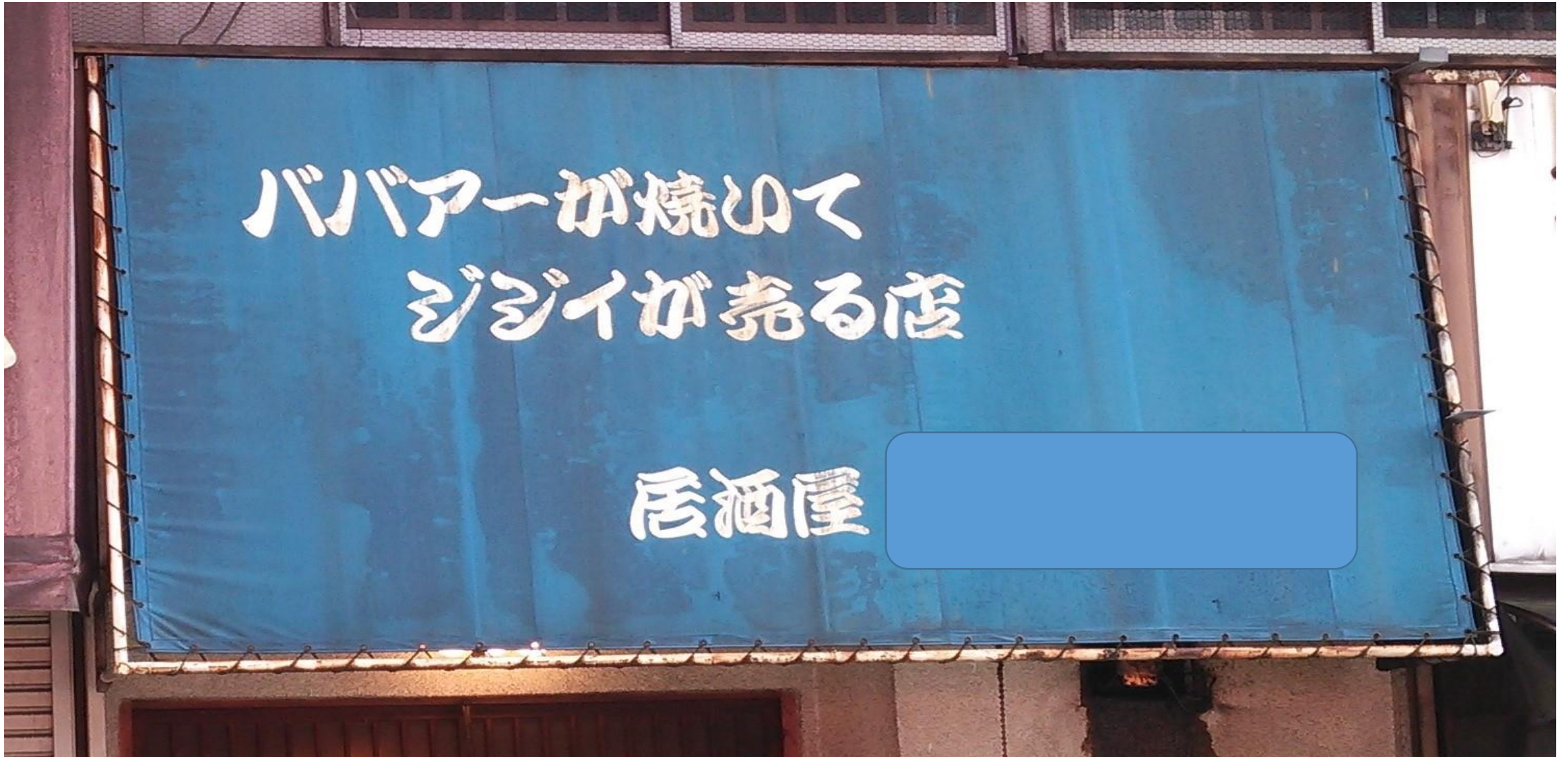
(でも〇〇は日本一！)

ごめんなさい
これでひなつ
ご基が弁



「弱みを逆手に取る」の例②

自虐的なアピール



商店街への一斉掲示・コンテスト実施

商店街のイベントに合わせて一斉掲示する。
→「立ち止まってもらう」ことを狙う。

①店の前→自店の分を掲示

②商店街の主要箇所

→全ポスターをまとめて掲示
(選挙ポスターのイメージ)



来街者に「どのポスターが最も面白かったか？」を商店街で投票してもらう。

来街を促すため、ネット投票はしない。

投票結果発表・表彰式

1. 上位3店を表彰
(店主＋アーティスト)
2. 1位の店舗に投票した人の中から抽選で50人に進呈
 - ・入賞店からの記念品
 - ・「商店街通行手形」
(商店街加盟店で一定期間使える割引券
→再来街を促す。)



上位入賞店の特典

展示イベント後も一定期間、
商店街に継続して掲示する。

さらに予算が許せば、電車広告
も活用する。

→狙い

他地域からの来街促進

特に「途中下車客」を増やす。



実施に向けて①

参加を希望する商店街
および個店の募集

(業種は問わないが、
チェーン店は除く。)

- ・一商店街当たり、30店以上
が望ましい。
- ・まずは試験的に一つの商店街
から行っていく。
＝他のイベントとの並行開催



実施に向けて②

ポスターを制作する若手アーティストの募集

若手アーティスト:

杉並区に通う、または住む美大生や美術関連の専門学校生

メリット

- ・作品制作・公表の機会が得られる
- ・制作費用・展示費用の負担がない
- ・地元商店街との接点をもつことによる
広い意味でのインターンシップ
- ・美術の社会的役割の認識



(参考) 杉並区およびその 近隣の美術系学校

女子美術大学(杉並区)

東京工芸大学(中野区)

日本大学芸術学部(練馬区)

阿佐ヶ谷美術専門学校(杉並区)

専門学校中央美術学園(練馬区)



実施に向けて③

診断士の募集

→杉並診断士会メンバー

役割:

1. 個店と若手アーティストとの間の調整役
2. 究極のSWOT分析で訴求ポイントを明確にする。
3. 経営分析・提言→継続支援につなげる。



実施に向けて④

一つの店に診断士と若手アーティストをペアで張り付ける。



3者合同会議の開催
(納得のいくまで議論し、強みと弱みを整理し、訴求ポイントを明確化)



ポスター制作(途中で確認会を実施)



3者での最終確認・完成



実施に向けて⑤

実施の告知

併設イベントの告知と同時に、以下の手法を用いる。
告知コストを抑えつつ、最大の周知効果を狙う。

- ・「すぎナビ！」(Facebook)
- ・杉並中小企業診断士会HP
- ・広報すぎなみ(月3回発行)



展示当日

- ・展示日は商店街のイベント開催日。この日は必ずお店も営業する。
- ・店主や従業員が店頭に出て、店舗の紹介を行う。
- ・オリジナル商品や目玉商品を店頭に配置
→精算は必ず店内へ！
「100円商店街」と同じように、店内への誘導を意識する。



事務局スタッフのお仕事

- ① 診断士の募集
- ② 若手アーティストの募集(大学・専門学校訪問、区の広報など)
- ③ 商店街の選定・個店の募集
- ④ 診断士・若手アーティストのペア決定
- ⑤ 説明会開催
- ⑥ 個々の進捗確認・当事者間の調整
- ⑦ ポスター展示実施の告知・各商店街のHP準備
- ⑧ 投票および来街者へのプレゼント準備
- ⑨ 投票集計および表彰式開催
- ⑩ 上位作品の告知(継続掲示、電車等への掲載)……

スケジュール(例)

1月～3月

事務局立ち上げ、運営方法検討・手順作成

4月～5月

商店街選定・参加店募集

若手アーティスト・診断士募集

6月～9月

コンテスト実施告知
コンテスト開催準備

ポスター制作

10月

コンテスト直前準備

コンテスト当日

11月

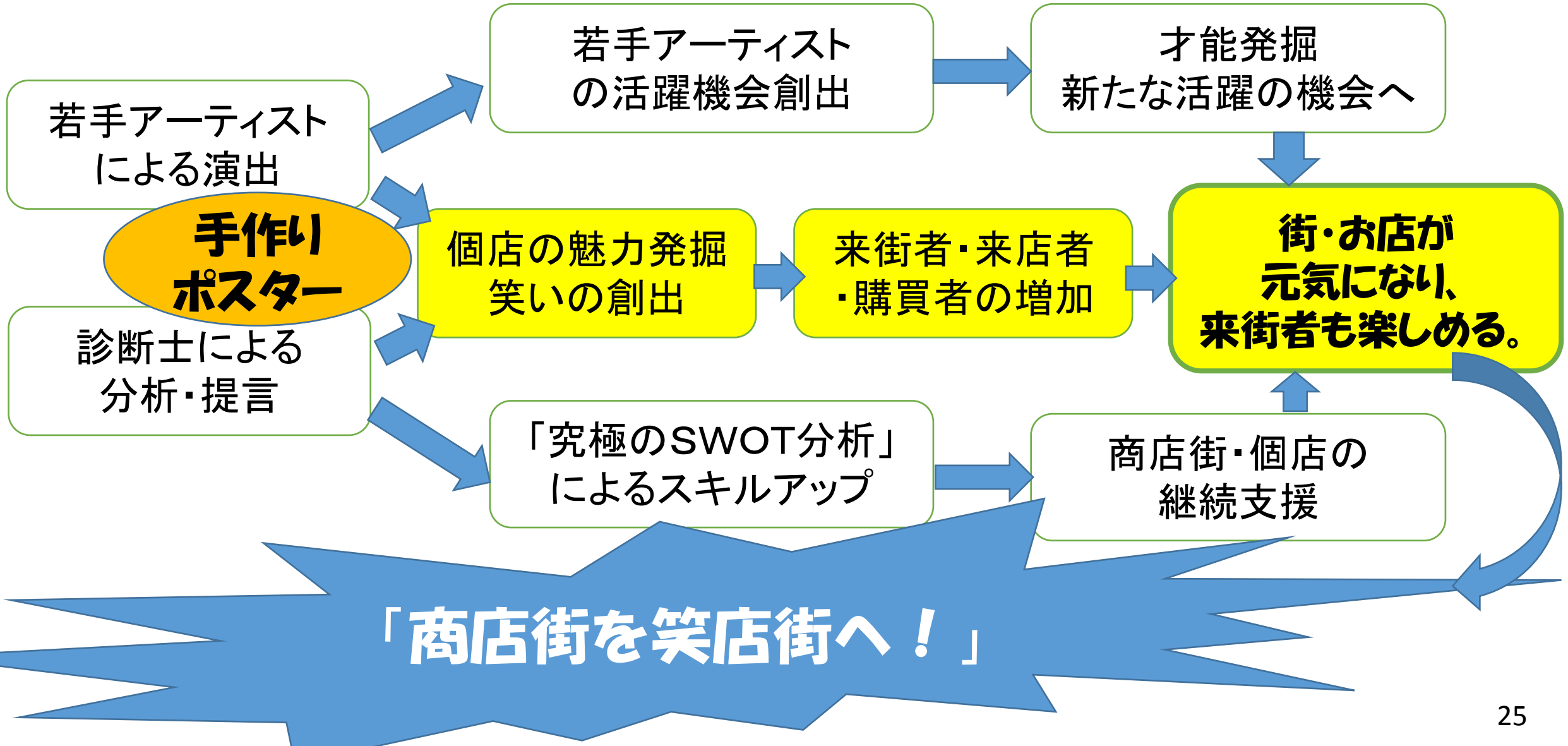
事後の掲示・諸精算など

必要コスト試算(最小規模30店の場合)

→一商店街あたり約90万円

		数	見積額(円)	備考
1. 若手アーティスト募集				
学内掲示ポスター	5校×10枚	50枚	20,000	(印刷.comより概算)
2. 来街者向けコンテスト実施告知				
商店街・店舗への掲示ポスター		200枚	30,000	(印刷.comより概算)
HP運営			200,000	
3. 個店ポスター制作				
ポスター図案作成	1店当たり1万円	30店	300,000	アーティスト側での制作費用
ポスター印刷費用	1店当たり20枚×30店	600枚	40,000	(印刷.comより概算)
4. 当日運営				
投票用紙・箱			20,000	
ポスター一括掲示板			20,000	
表彰式看板			20,000	
表彰状			10,000	
来街者向けプレゼント	一人当たり1000円	50人	50,000	「商店街通行手形」割引チケット
来街者向けプレゼント印刷作成			10,000	「商店街通行手形」割引チケット
5. 上位作品の告知				
持ち込みポスター印刷代		1000枚	60,000	(印刷.comより概算)
6. その他諸費用				
			120,000	
総予算額			900,000	

まとめ



ご清聴ありがとうございました！

