

令和6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

インパワーが光る



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 店舗



地域に愛される店づくりを軸に
全国の楽器ニーズに応える
店舗網構築へ

管楽器の販売と音楽スクール
服部管楽器 (西巢鴨店)
(豊島区)

活用した事業

- 店主主スキルアップ事業
- 商人大学校

02 店舗



経験を活かして子育て世代を
支援する施設をオープン

コワーキングスペース
**Work and Play
SOSHIGAYA**
(世田谷区)

活用した事業

- 店主主スキルアップ事業
- 商店街起業・承継支援事業

03 店舗



得意な縫製の技術を活かして
自分の店を持つ夢を実現

洋服のお直し、リメイク、
ミシンレンタル
ウィヴァネストペンギン
(墨田区)

活用した事業

- 店主主スキルアップ事業
- 商店街起業・承継支援事業

04 店舗



「電球1個からでも駆けつけます!!」
をモットーに地元密着の
親しみやすいお店をつくる

地域密着型電気店
エーワンタニグチ
(足立区)

活用した事業

- 店主主スキルアップ事業

05 店舗



「創の実」でのチャレンジをきっかけに
あこがれのうさぎ雑貨店を開業

うさぎ雑貨のお店
とにかくうさぎが好き
(武蔵野市)

活用した事業

- 東京都チャレンジショップ「創の実」吉祥寺出店
- 商店街起業促進サポート(商店街開業プログラム)
- 商人大学校
- 店主主スキルアップ事業

06 店舗



カレー専門店とビストロの二刀流で
集客をはかり、経営を安定化

昼は欧風カレー、夜はビストロ
**Bistro ideal &
欧風カレーイナバ**
(武蔵野市)

活用した事業

- 商人大学校
- 店主主スキルアップ事業

07 商店街



コロナ禍を機に、
組織の若返りを図り店舗同士の
つながりや情報発信を強化

**世田谷駅前商店街
振興組合**
(世田谷区)

活用した事業

- 商店街パワーアップ作戦

08 商店街



たちモンカードや「まちゼミ」
回遊性を高めるイベントで
街に人を呼び込む

立川南口商店街連合会
(立川市)

活用した事業

- 商店街リーダー実践力向上塾
- 商店街パワーアップ作戦

01

業種
小売



地域に愛される店づくりを軸に 全国の楽器ニーズに応える店舗網構築へ

管楽器の販売と音楽スクール

服部管楽器(西巢鴨店)

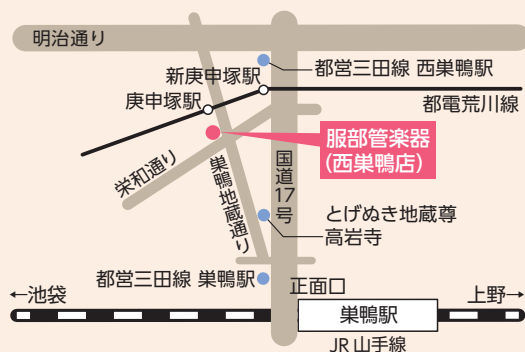


庚申塚商栄会 (豊島区)

活用した事業

- 店主主スキルアップ事業
- 商人大学校

access



豊島区西巢鴨 2-6-12 成光苑ビル B1

✉info@kanngakki.jp

<https://kanngakki.jp/>



西巢鴨店では、従来の地下店舗の近くに新しく「楽器王」ブランドの路面店を立ち上げ、中古楽器の買取を強化。



社長の服部さんは岡山に楽器修理工房を設立し、その後東京にも進出。



店舗内の一角にある修理工房では、修理を待つ楽器が棚にずらりと並ぶ。



併設のギフトミュージックスクールでは、さまざまな管楽器が学べる。



管楽器を手頃な値段で購入したいという需要は多い。新品から中古まで幅広い品ぞろえで対応。



スムーズな事業拡大の方策を 専門家に相談

「とげぬき地蔵」で有名な巣鴨の高岩寺からほど近く、商店街の賑わいの中に店を構える服部管楽器西巣鴨店（本店・岡山県岡山市）。新品・中古の管楽器販売、修理サービス、楽器レンタルのほか、出張演奏や音楽教室と多彩な事業を手掛けている。

西巣鴨店では「店主スキルアップ事業」を活用し、新規事業の企画を中心に支援を受けている。社長の服部悟さんは、「自社の事業拡大のため、人材教育、サービスにおける地域性など、あらゆる課題を相談しています。商店街で店を続けるには、地域に愛されなければならないし、店同士のつながりも重要です。専門家の先生は商店街の活性化について詳しく、的確なアドバイスをいただいています」という。

公社の事業で得られる知識を スタッフとも共有

公社事業を経営に活かしているのは社長だけではない。関連会社ギフトミュージックスクール代表でもある武田有梨さんだ。「経営面で大事なことを教えてもらえ、企業運営にも役立っている」という。

また、元スタッフで、ギフトミュージックスクー



武田さん(左)はサクソ、中原さん(右)はトランペット奏者。2人で「Mira Holic」というユニットを組んで活動中。YouTubeでも配信中。

ルの講師も務める中原みづきさんは、武田さんと共に「商人大学校」を受講。「特に役立ったのは『ストアコンセプト』講座です。私はプロとして演奏活動もしており、ブランディングについて考え方の選択肢をいろいろもらえたのがよかったです。『写真の撮り方』講座も、お店の楽器撮影の際に役立ちました」。

服部さんがスタッフに受講を勧めるのは、「将来的な選択肢を広げるためには、経営についても知っておいたほうがいい」と考えるからだ。知識やノウハウの共有は売上げ向上にもつながり、相互利益になる。2人のスタッフも「すごくありがたい」「(社長と)早く同じ目線で話ができるようになりたい」と意欲的だ。

全国の楽器需要に応えつつ 売上げ10倍をめざして

「常に拡大路線」という服部管楽器では、中古楽器の買取・販売を専門に行う店舗として「楽器王」ブランドを立ち上げ、全国でフランチャイズ化を図っている。中古楽器の潜在的ニーズは高いが、その受け皿は少ないため、出店を増やして地域の人に喜んでほしいという。今後はこうした買取・販売に加え、修理と音楽教室事業をさらに充実させ、売上げ10倍をめざす。公社の支援については「こちらの打ち出した事業アイディアに対していろいろな紐づけをし、より高いレベルにして返してくれる『ハイレベルの壁打ち』」と表現する。現在は商店街にもとけこみ、とげぬき地蔵で演奏会を開催したり、商店街の懇親会で演奏する機会もあるという。今後も地場を大切にしながら、裾野を広げるべく、その布石を打つ。

02

業種
サービス



経験を活かして 子育て世代を支援する施設をオープン

コワーキングスペース

Work and Play SOSHIGAYA



祖師谷商店街振興組合 (世田谷区)

活用した事業

- ・店主スキルアップ事業
- ・商店街起業・承継支援事業

access



世田谷区祖師谷 3-8-11 1階
✉ kato@wapsoshigaya.com
<https://www.wapsoshigaya.com>



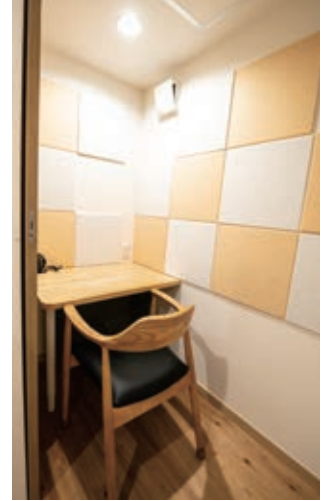
奥行きのある施設内。床は無垢材を使用しており、ふわっと木の香りが漂う。パステルカラーの壁と相まって、リラックスできる空間。



子どもたちが自由にお絵描きや工作ができるよう、文具や道具も用意されている。整然としたディスプレイも加藤さん自ら手掛けたそう。



施設の奥は、集中できる半個室型のブース席。カフェコーナーもある。



オンライン会議などにも使える個室も完備。

助成金を活用して コロナ禍での開業にチャレンジ

世田谷区祖師ヶ谷大蔵の商店街にある、子育て世代を中心とした地域の人々の「働く」「育てる」を応援する小さな複合施設。平日は会員制のコワーキングスペースに、土曜日はワークショップやサークル活動ができるレンタルスペースに、日曜日は未就学児の親子が気軽に立ち寄れる子育てひろばになる。

経営者の加藤剛さんは、もともとシェアオフィスなどを運営する会社に勤務しており、その経験を活かして自分なりのスペースを作りたいとの思いからこの施設を立ち上げた。第2子が誕生したタイミングと重なったこともあり、親子で遊べる場所を提供したいという思いから、このような運営方法になったという。「以前住んでいた街では土曜日に子育て広場に通っていて、すごく助けられた。この地域にはそういう場所があまりなく、ならば自分で作ろうと思ったんです」。

店舗開業にあたっては、「商店街起業・承継支援事業」を活用し、資金面での支援を受けた。「工事費や初期費用も補助していただけて、2年間の家賃補助もあったので助かりました」という。

施設オープン時は、折しもコロナ禍。他所から引っ

越してきたため、地域とのつながりもなく、「それなりに苦労した」が、コロナ禍ゆえにテレワークが進み、遠くに遊びに行けない子どもの遊び場として重宝されたことで、利用者も少しずつ増えていった。

課題はどのように集客するか 専門家にアドバイスを依頼

とはいえ、業績は赤字だったため、助成金が終了したタイミングで「店主スキルアップ事業」を活用することにした。当初から支援テーマを集客に絞り、ウェブ媒体に特化した専門家に派遣を依頼。ネットを活用した集客方法と認知度の向上を図った。「現状を把握した上でペルソナを設定し、どんな人に利用してもらいたいのか話し合いました。それならこういう情報が載っているといいねとか、価格をもう少しわかりやすくしようとか、他の事例も参考にHPを改修しました」。

さらに、新たにブログも立ち上げた。「SNSだと情報が流れていってしまうので、人を集める目的なら記事が残るブログがいいと教えられて。おかげでHPの情報にも厚みが出ました」という。

一人で悩みがちな個人事業主こそ 公社の支援の活用を

店主スキルアップ事業を終了し、「肌感覚として、少しずつ問い合わせが増えていると感じます」と加藤さん。公社の支援については「個人事業主は一人で悩むことが多いが、誰かに相談することが大事な時もある。私にとっては気軽に何でも話せるパートナーのような存在でした。公的な機関だから安心感があるし、費用は無料なので、一人で悩む前に活用することをおすすめします」という。現在は事業も軌道に乗り、今後も地域に密着した施設としてより一層の定着を目指す。



日曜日は子育てひろばに。自由に絵が描ける黒板（左）や、子どもの身長を記録するコーナー（右）など、ほのぼのとした雰囲気。



03

業種
サービス



得意な縫製の技術を活かして 自分の店を持つ夢を実現

洋服のお直し、リメイク、ミシンレンタル
ウィヴァネストペンギン



向島橋銀座商店街協同組合（墨田区）
（下町人情キラキラ橋商店街）

活用した事業

- ・店主スキルアップ事業
- ・商店街起業・承継支援事業

access



東京都墨田区京島 3-48-3

✉ wnpenguin@gmail.com

<https://wnpenguin.com>



バッグなどの手作り品をはじめ、地域住民の持ち込み雑貨の委託販売も手がける。小学生も気軽に立ち寄るというオープンな店先。



アクセサリーやパーツなどの販売もしており、手作りの魅力が満載の店内。ディスプレイもお手のものだ。

公社からの支援で 起業に向けて一気に前進

懐かしい下町情緒が漂う墨田区・京島の「下町人情キラキラ橘商店街」。その一角で、洋服のお直しやリメイクをメインに、アクセサリーの販売、イベント開催など「手作り」にこだわった店舗を営むのが飛田佳寿子さんだ。物作りが好きで、かねてよりリメイクしたバッグや手作りのアクセサリーをネットで販売していたが、「いつか自分のお店を持ちたい」と思っていたところ、友人から現在の店舗の場所を紹介された。

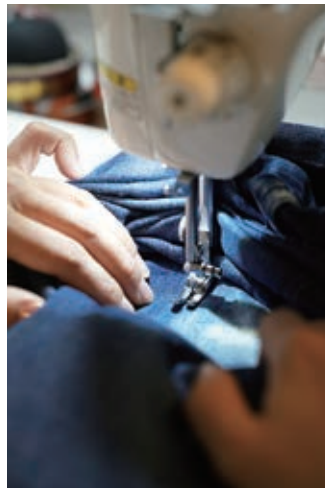
店舗は、かつて美容室だったという築66年の4軒長屋の古民家。ここを改装するにあたり、「商店街起業・承継支援事業」という助成金を活用し資金面で支援を受けた。「ミシンなどの機材購入、電気工事などの支援や、家賃補助があり、助かりました」と飛田さん。

専門家のアドバイスを受けて 売上アップと経営安定につながる

開業後はさらに「店主スキルアップ事業」を活用し、専門家のサポートを受けた。当初の課題は、ITを活用した集客。「うちのHPを見た専門家に、『何屋さんかよくわからない』と言われたのはショック



受付からお直しまで一人で作業するため、お客様とのやり取りが密にできるのが魅力。愛着のあるTシャツのリメイクなども相談にのってくれる。



アトリエを兼ねた店舗内で、プロ用ミシンを駆使してお直しやリメイクを。



時期によりテーマを変えるポップアップコーナー。撮影時には台湾グッズが集結。

でした。発信する情報が多いので、それをどう見せるかが大切だと教えていただきました。自分では気づいていなかった部分を指摘してもらえたのは、ありがたかったですね」。HPでお直しの事例を見やすくレイアウトしたり、SNSを活用した問い合わせの受付やイベントの告知など、情報の整理や見せ方の工夫を行って、効果的な情報発信ができるようにした。

さらに2年目からは、専門家に帳簿を見てもらいながら、収益増加に向けて事業の見直しを行った。POSレジアプリを使って、日々の売り上げを管理しやすくしたり、売上高や来店客数などのデータを自動集計してくれるサービスを活用して経営状況を把握するなど、具体的な数字に基づいたアドバイスを受けたことで、売上増につながったという。「自分だけではどうしてもざっくりとした把握になりがちですが、的確な数字を出してもらい、しっかり分析をしてもらえて、本当によかったです」。

一人で悩むよりプロに聞くが勝ち ぜひ一步を踏み出して

これまで受けてきた公社の支援について、飛田さんは「本当にためになることばかりでした。相談できる人がいるのは心強いことです。一人で悩んでいるのであれば、専門家から適切なアドバイスをいただくほうがいい。活用することをおすすめします」と言う。

今後は「刺繍ミシンを入れて、もっと多様なニーズに応えたいし、商店街の空きスペースを活用してワークショップもしたい。地域に根ざした『街のお母さん』的な存在でいたいです」と夢を描く。商店街を盛り上げるイベントなどにも積極的に参加し、地域との繋がりを大切にしながら、充実した日々を送っている。



「電球 1 個からでも駆けつけます!」をモットーに 地元密着の親しみやすいお店をつくる

地域密着型電気店

エーワンタニグチ

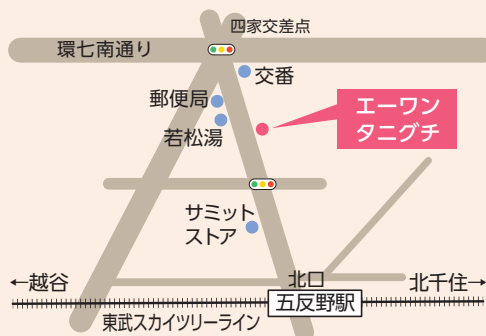


五反野駅前通り銀座会（足立区）

活用した事業

・店主スキルアップ事業

access



足立区弘道 1-28-2

✉ info@a-one-tanguchi.jp

https://a-one-taniguchi.jp



店の間口は広く、中まで見通せるので入りやすい雰囲気。店頭には新たに入荷した商品などタイムリーな情報を手書きのブラックボードで表示。



飛騨市の直売所「そやな」の商品販売コーナー。飛騨高山名物のラーメンや、季節のお菓子などが並び、これを楽しみに来店するお客様も多い。

手書きのPOPやチラシで 地元のお客様にアピール

地元密着第一、「電球1個からでも駆けつけます！」がモットーの“町の電気屋さん”。お客様の役に立ちたい、転ばぬ先の杖でありたいと昔ながらの「ご用聞き」を続けている。広々とした店内は、季節の装飾で彩られ、あたたかい空間に包まれている。

社長の谷口博信さんは、70年近い歴史のあるこの店の2代目だ。2016年の店舗建て替えの際、明るいイメージを目指したが、「レイアウトや雰囲気が古々しい感じだったので、イメージを今風に一新したい」と「店主スキルアップ事業」を活用することに。当初から、主に販売促進とPOP広告などにテーマを絞り、専門家の派遣を依頼した。

「女性アルバイト2人と一緒に手書きPOPを学び始めましたが、この2人がずば抜けてできる。じゃあ手書きのチラシも作ってみようかとトントン拍子に話が進みました」。その結果、専門家が「プロの目から見ても修正するところがない」と絶賛するほど、質の高いチラシが作れるまでになった。

売りたい商品を明確にした訴求コーナーの設置で 若い人や新規客も立ち寄る店に

派遣された専門家は、全国でPOP研修を行う第



テレビでもおなじみ、手書きPOPで売り上げを伸ばした「飯田屋」のコーナー。POPは女性スタッフが作成する。ここもお客様の注目度が高い。



店の女性たちが作る手書きのPOP。使った体験を想像できるような購買意欲をそその内容。



専門家が太鼓判を押した手書きのチラシ。おすすめの家電製品の紹介をはじめ、訴求コーナーの新商品の入荷情報、スタッフの日常などが書かれている。親しみやすいイラストもすべてスタッフが描いたもの。

一人者。地元密着した電気店の事情にも精通しており、的確なアドバイスが得られたという。

「手書きのPOPやチラシのほうがお客様は読むんだよと提案され驚きました。早速、手書きのブラックボードを店頭に出したところ、すぐにお客様の反応があったんです。プロってすごいと感心しました。町の電気屋さんの魅力についてもよくご存じで、当店のモットーが一番刺さるメッセージだから、前面に出したほうがいいと。自分たちにとっては当たり前のことでしたが、あらためてそれが強みなんだと気付かされました」。

この専門家を通してつながりのできた、手書きPOPで売り上げを伸ばした家庭用品店や、岐阜県飛騨市の直売所の商品販売コーナーを店内に設置し、集客アップも図った。これらのことをきっかけに、新規のお客様や若い人たちも来店するようになったという。

専門家のアドバイスにより 良い方向への変化を実感

このほか、会社のロゴ作成などCI（コーポレートアイデンティティ）の実施、店舗ディスプレイなどについても支援を受けている。公社事業の活用も2年目に入り、今後はイベントの拡充やSNSを利用した情報発信などを手がけたいという。

「若い人は家電を量販店で買うのが当たり前。でも高齢になると、機能の説明がわからないなどで町の電気店を訪ねてくる方が増える。だからこそ、なるべく入りやすく、親しみやすいお店にしたい」という谷口さんの思いは、着実に実現されつつある。

「支援を受け店舗の変化を実感しました。うちの店にドンピシャの専門家からアドバイスをいただけて、非常に満足しています」。

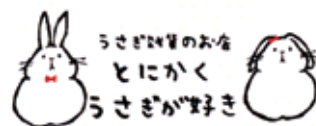
05

業種
小売

「創の実」でのチャレンジをきっかけに あこがれのうさぎ雑貨店を開業

うさぎ雑貨のお店

とにかくうさぎが好き

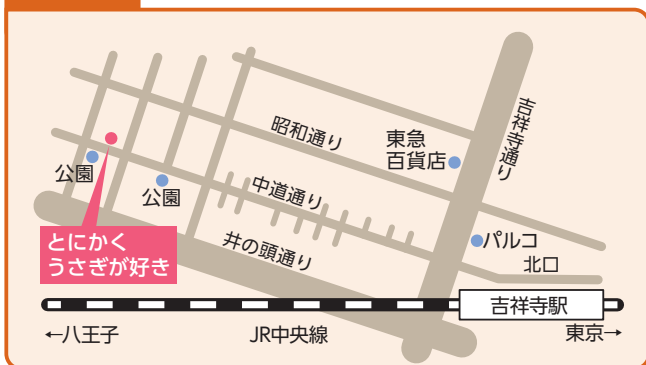


中道通り商店会（武蔵野市）

活用した事業

- ・東京都チャレンジショップ「創の実」吉祥寺出店
- ・商店街起業促進サポート（商店街開業プログラム）
- ・商人大学校 ・店主スキルアップ事業

access



武蔵野市吉祥寺本町 4-14-15 スワンハイツ 101

✉emi.balance@star.ocn.ne.jp

https://tonikakuusagigasuki.com



店主の飯田絵美さんは、うさぎが大好きで自らも3羽のうさぎを飼っている。店内にはおよそ1,100アイテムのうさぎグッズが並ぶ。



キャラクター商品は扱わず、うさぎ好きが共感するグッズがたくさん。

チャレンジショップ「創の実」への応募がすべての始まりだった

吉祥寺のおしゃれな商店街に面した、うさぎモチーフの雑貨店「とにかくうさぎが好き」。店内は足元から天井まで、うさぎグッズでぎっしり。

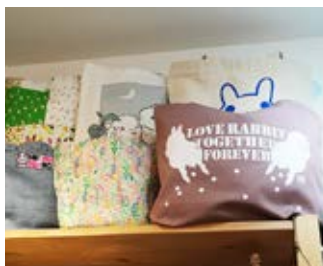
うさぎ好きが高じ、「いつか、生まれ育った吉祥寺で、うさぎ雑貨専門のお店を開きたい」という夢を持っていた店主の飯田絵美さん。ある日、夫の信悟さんから、吉祥寺にある東京都チャレンジショップ「創の実」で出店者の募集をしているので、「やってみたら」と勧められた。思い切って応募したところ見事に店が決まり、開業のきっかけをつかんだ。「本当にいいタイミングでした。雑貨屋で働いた経験はなく知識もなかったのですが、やりたいと思ってても何から手を付けていいのかわからなかった。身ひとつで飛び込んだけれど、周りの方が順序立ててサポートしてくれたので、心強かったです」と絵美さんは語る。

公社の支援事業を活用し 開業・運営のノウハウを取得

絵美さんのチャレンジショップ「創の実」での出店の傍ら、夫の信悟さんは「商店街起業促進サポート事業」を受講、店舗開業に向けてビジネスプランの策定支援を受けた。「開業は未経験。自分の知識



うさぎのぬいぐるみは、ロングセラーの人気商品。もちもちふわふわの触感がたまらない！とファンも多い。



商品を製作する作家とのつながりも重なり、入り口では大きなうさぎの看板がお出迎え。店は作家を応援する場でもある。



や経験とすり合わせながら、店舗経営の全体像を知りたいと思い受講しました」。絵美さんと二人三脚で、開業・運営のノウハウを学び、1年後に「創の実」を卒業、吉祥寺に店舗を開業した。

絵美さんは、「店主スキルアップ事業」を活用して、専門家から主に店舗のディスプレイについて助言を受けた。「什器の選び方や、棚割、商品の並べ方、店内の動線など多くのアドバイスを受けました。『商品のうさぎとお客様の目が合うように並べるとよい』など、購買意欲をかき立てるような仕掛けも教えていただけて、なるほどなと思いました」。細かいところまで行き届いたアドバイスが大きな助けになった。

信悟さんは、「商人大学校」の講座を受講し、小売店の経営に役立つ事柄を実践的なセミナーで学んだ。「インボイス制度など、知らなかったことを学べたのはよかった。講座では他の受講者と話す機会もあるので、自分の考えの整理ができましたし、異なる視点の意見が聞けるのも参考になりました」と言う。

開業1周年を迎え さらなるステップアップを目指す

公社の事業を活用したことで「やらざるを得ない状況になって」（信悟さん）、「船に乗ったからには漕がなきゃいけなかった」（絵美さん）と笑い合うご夫妻。二人で協力して経営する店舗は、無事1周年を迎えた。「チャレンジショップ『創の実』の出店が決まってから、1週間ほどでお店のロゴを考えるなど、期限内にタスクをこなすことで、あれよあれよと夢が叶いました。やりたいことがあるなら公社の支援を活用しない手はないです」と絵美さん。今後は、うさぎ好きが集ってお茶を飲んだり本を読んだり、情報交換ができる憩いの場をつくりたい、と夢は大きく広がっている。



カレー専門店とビストロの二刀流で 集客をはかり、経営を安定化

昼は欧風カレー、夜はビストロ

Bistro ideal & 欧風カレーイナバ

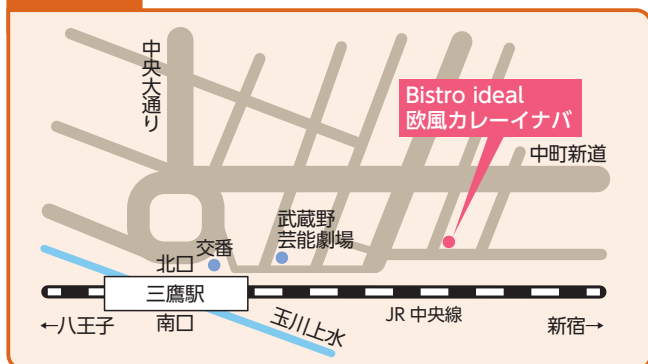
欧風カレー
イナバ **Bistro**
Idéal

武蔵野市中央地区商店連合会 (武蔵野市)

活用した事業

- ・商人大学校
- ・店主スキルアップ事業

access



武蔵野市中町 1-25-10 川鍋ビル 1F

✉ic.inaba@gmail.com

<https://idealcurry.com>



間接照明と木のカウンターが温かく落ち着いた雰囲気を出す店内。
料理人の仕事を間近で眺めながら会話ができるのも楽しみ。



15歳の時、アルバイトで入った欧風カレー専門店が料理人を志した原点。スパイスと旨味の効いた自慢の逸品を求めてお客さんが集まる。

ランチで認知度を上げ、 夜の集客アップにつなげる作戦

JR 三鷹駅からほど近く、昼間はスパイスにこだわった欧風カレー専門店、夜は小皿料理がメインのビストロという二つの顔を持つ飲食店がある。料理のクオリティと有名人のSNSで取り上げられたことなども話題となり、ランチは常に満員の人気ぶりだ。

店主の稲葉雄太さんはこの道20年以上の料理人。30歳代後半に独立し、カレーをメインに据えたビストロをオープンした。そんな人気店もオープン当初は、コロナ禍ということもあって、苦しい滑り出しに。「経営を考えるとカレーだけでは苦しいが、ボリュームゾーン的にはカレーが多い。そこで、ランチのカレーで認知度を上げ、夜もワインと美味しいつまみを楽しめるというコンセプトでとリーチをかけて集客につなげる作戦を立てました」。その結果、昼夜で業態を分ける方法に落ち着いたという。

こうした試行錯誤を重ねる中で、「商人大学校」の飲食店コースを受講。「実はこの講座を受ける前にも、飲食の専門ではない専門家に相談をしましたが、話がうまく通じなかった。この講座では、飲食店に特化したファサードのポイント、メニュー作りのコツなど、ほしい情報がもらえました」。対面の講座では講師と直接話をすることで、「頭の整理ができた」という。



国産チキンや黒毛和牛など、素材にこだわったカレーが常時7〜8種類そろ。写真は「自慢の千葉県産林 SPF ポークカツカレー」。



夜は「心と身体を整える」小皿料理が楽しめるビストロに。メニューは四季折々の食材を活かした繊細な冷菜・温菜から、ガツンとパンチのある肉料理まで、お酒の進むラインナップ。

信頼できる専門家のアドバイスで 経営の立て直しに手ごたえを感じる

この講座では、大きな出会いがあった。講師の話に感銘を受け、「店主スキルアップ事業」を活用して、その講師の派遣を依頼したのだ。経営改善に向けた計数面での分析とともに、集客アップを図るため、ストアコンセプトの見直しなどを行った。「専門家からは個人経営の飲食店を多く見てきた知見をもとに、アドバイスや情報をたくさんいただきました」。

唯一の正社員がやめてしまい、新たに採用すべきかアルバイトを雇うかで悩んでいたときも、「今は正社員を雇用しなくてもいいんじゃないか」と言われて吹っ切れた。「経営者は全部自分で判断しなくてはいけないので、不安なんですよ。そんなとき背中を押してくれる存在は本当に助かります」。価格やメニュー構成の見直しなどについても、客観的な視点からの助言が大いに役立ったという。

多忙で情報が得にくい経営者こそ 公社の事業が役に立つ

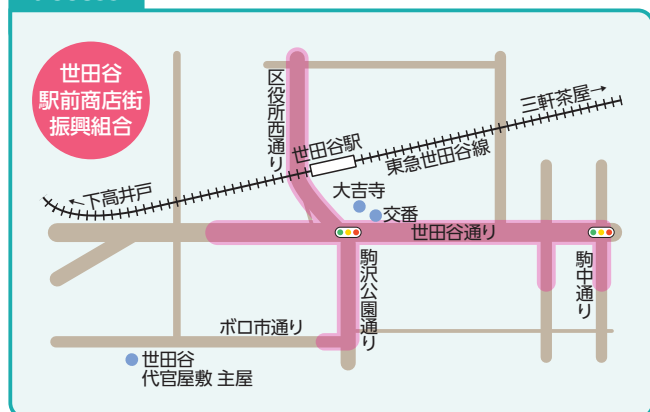
専門家のバックアップを受けたことで「とても心強かった」と稲葉さん。夜業態のビストロの客も増加しつつあり、今後は2業態の店を一つに統合しようかと思案中だ。都内に新店舗を出すという夢も温め、着実にステップアップしている様子うかがえる。「多くの料理人は、美味しいものを作りさえすれば来客があると思っているが、もっと視野を広く持ったほうがいい。多忙で時間がないとは思いますが、公社の事業を活用してさまざまな人と会い、情報を得ることで、新たな気付きが生まれます」。



コロナ禍を機に、組織の若返りを図り
店舗同士のつながりや情報発信を強化

世田谷駅前商店街振興組合（世田谷区）

access



活用した事業

- ・商店街パワーアップ作戦



代官屋敷のイメージに合わせ、街路灯を常夜灯風にリニューアル。歴史情緒に富んだ街並みを演出している。LED ライト搭載で環境にも配慮。

<https://setagayaekimae.com>



次世代の組合活動をけん引する、理事長の竹内まさかずさん。



組合副理事長で青年部部長の二瓶徳久さん。広報やイベントに奔走する。



現在3号まで発行されている「RAKURAKU タイムス」。商店街で働く人にスポットを当てたインタビューや、お祭りの歴史などを掲載し、知られざる商店街の魅力を発掘。

対面活動が難しいコロナ禍で 商店街の広報新聞を発行

世田谷駅前商店街振興組合は、国の重要文化財に指定されている世田谷代官屋敷のお膝元にあり、その観光資源を活かした街並みづくりに取り組んでいる。駅近くから十字に伸びるバス通りを起点に、四方に商店が広がる。

「商店街パワーアップ作戦」を活用し始めたのはコロナ禍のさなかだ。当時、組合青年部のメンバーで現理事長の竹内まさかずさんは、「コロナ禍で何をやっていいのかわからず、商店街がフリーズした」と振り返る。理事会が高齢化していたこともあり、今後の商店街活動の新しいアイデア出しが青年部に託され、そのバックアップに公社の支援を活用した。派遣された専門家は、商店街の広報物作成を提案。それを受けて青年部が動き、「RAKURAKU タイムス」という商店街新聞を発行した。「入ったことのないお店の様子が分かった」と反響があったという。

「街バル」の開催をきっかけに 飲食店同士の対話が生まれる

このほか、青年部では、商店街恒例の「ガラポン」に替えて「せたがや Pay」を活用した PAY ラリーを導入した。また、オンライン会議を提案するなど、新

たな発想でできることを模索し、商店街の活性化に向けた策を打ち出していった。

コロナが終息に向かいつつある頃、前理事長が急逝。新たな理事長に、青年部での活躍が認められた竹内さんが就任することとなった。前理事長から学ぶことができないなかで、「専門家に理事会の活動について客観的な視点から助言をいただいた」という。

令和6年8月には、チケットを購入して参加飲食店の限定メニューを楽しむ「楽市楽座バル」を開催した。4年前にも開催が企画されていたものの、コロナ禍であえなく中止に。初開催となった今回は、14店舗が参加し、盛況のうちに終了した。「街バルが成功したのは専門家のおかげ。助言をいただいたことで、各店舗に対しての説明にも説得力が生まれました」と竹内さん。「個人店が多く、バス通りに分断されているので、店舗同士の横のつながりを構築するのが課題でしたが、このイベントで飲食店同士話しやすい雰囲気生まれ、組合員の意見を吸い上げるきっかけづくりができました」と手応えを感じている。

「目に見えるメリット」の提供と デジタル化による運営の効率化が課題

今後の取組として、組合では「加盟することで、目に見えるメリットが得られることが大事」と考え、世田谷駅の近くに加盟店を記載した商店街マップの掲示板を設置する予定だ。デジタル化による運営の効率化も目標に掲げ、「HP も一新し、インスタグラムや X も始めました。各店舗ともつながりをつくり、発信力を強化したい」という。「公社の支援のおかげで組合事業が着実にパワーアップしている。今後、支援を活用する方は、公社の担当者とはよく相談し自分たちの商店街に合う専門家を紹介してもらいたいと思います」。若手がけん引し、商店街は進化し続ける。



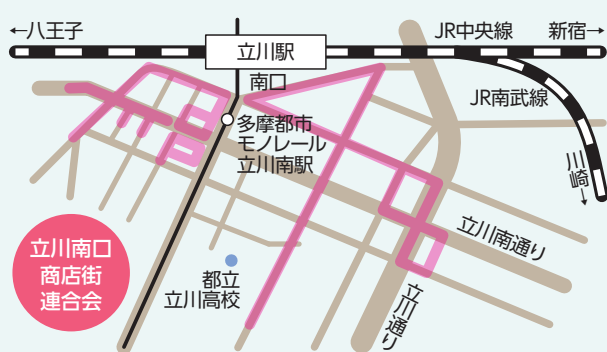
令和6年8月、2日間にわたって初開催された街バル「楽市楽座バル」のチラシ。商店街ならではの個性豊かな飲食店が参加し、それを目当てに大勢の人が集まった。



たちモンカードや「まちゼミ」 回遊性を高めるイベントで街に人を呼び込む 立川南口商店街連合会（立川市）

立川南口西通り西会商店会・立川南口商店街（振）・立川南口中央通り商店会・立川南口いろは通り商店街（振）・錦商店街（振）
立川南口すゞらん通り商店街（振）・錦中央通り商店会・錦一二三商店会・日活大通り商店会・諏訪通り商店街（振）
(順不同)

access



TEL:042-512-5414(事務局:株式会社まちづくり立川)
<https://tachikawa-minami.com>

活用した事業

- ・商店街リーダー実践力向上塾
- ・商店街パワーアップ作戦



立川駅南口のペDESTロリアンデッキからは、放射状に延びる商店街が見渡せる。



商店街の活性化について、リーダー塾で講師を務める長井琢英会長。



オリジナルカード「たちモン」は立川南口の名物に。

錦商店街のキャラクター「ニシキオニ」は名所のオニ公園がモチーフ。



イベントでは商店街カードと店舗カードがゲットできる場所を記した地図が配られる。

10年続く「まちゼミ」を通じて 地元の魅力的な店や人を紹介

JR 立川駅南口一帯に広がる 10 の商店街で構成され、500 以上の店舗・事業所が加盟する立川南口商店街連合会。年間を通して様々なイベントを行い、街の活性化と魅力ある街づくりを推進している。

連合会による公社事業の活用は長い。「商店街リーダー実践力向上塾」への参加は、すでに 10 年以上となる。会長の長井琢英さんは、十数年前にリーダー塾を通じて「まちゼミ」の存在を知った。「商店街にとって、最も重要な課題は回遊性の向上。『ま

ちゼミ』は、街を知ってもらい、来街者を増加させるイベントとして最適と考えた」。そこで毎年恒例のイベント「立川南フェスタ」で 2012 年に「立川南口まちゼミ」を開催。好評を博し、2024 年には約 20 講座を開講した。



商店街にいるさまざまな道の達人に知識や技を教えられる「まちゼミ」。

トレーディングカード「たちモン」で 商店街に賑わいを創出

「商店街パワーアップ作戦」の活用は 10 年以上続く。きっかけは南口で最大のイベント「立川南フェスタ」の立ち上げだった。運営のノウハウや人を呼ぶ仕掛けなど、総合的なアドバイスを求めて専門家派遣を依頼。以後、共に考え構想を練ってきた。

近年の目玉は、商店街オリジナルのトレーディングカード「たちモン」を使用したイベント「たちモンクエスト」だ。カードには商店街や店舗をモチーフにしたモンスターのキャラクターをデザイン。このカードを使って遊ぶこともできる。店舗や商店街を訪ねてカードを集め、ゲームで楽しんでもらうこ

とで、集客アップを図るのが狙いだ。副会長の吉田健洋さんは、「開催 3 回目を迎えた 2024 年は、定員 500 人が満員となった。参加者からは、街の新たな発見があり、楽しかったという声も聞かれ、街の回遊性を高めることができたと思う」と手応えを感じている。

「たちモンの商標登録やロゴなど知的財産に関しては、公社からの多大な助言が役立った」と長井さん。今後は「たちモン」をさらに大きなコンテンツに育て、「新しいカードが出たから、あのお店に行ってみよう、などと興味を持つ人の輪を広げ、商店街の活性化につなげたい」（吉田さん）という。

IT 化や情報発信を強化して 商店街のさらなる進化をめざす

連合会が今後めざすのは、IT 化や情報発信の強化だ。「デジタル回覧板や地域通貨の活用など、情報発信をはじめ IT 化を進めることが必要」と長井さん。引き続き公社事業を活用しつつ、自らもリーダー塾の講師として、全国の商店街の活性化に一役買っている。公社の支援について、「無料でこんな支援が受けられる機会はなかなかない。参考になるかどうかはやってみないとわからないが、専門家に自分の思いを話すだけで、考えが整理できるとともに気づきがある」。多くの情報を得て視野を広げる機会を持つ大切さを熱く語ってくれた。



フェスタ実行委員長の吉田健洋副会長。

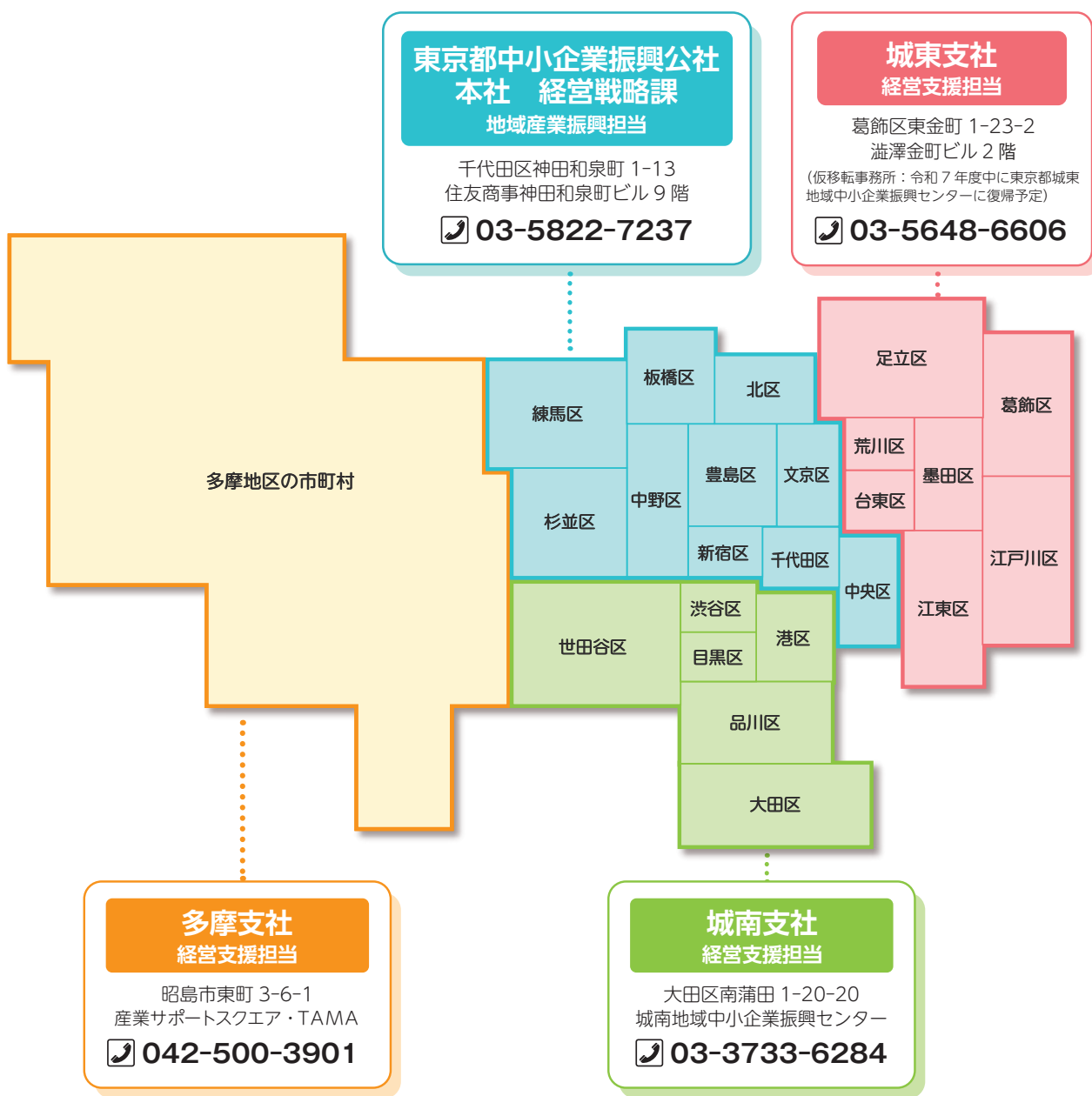


財務担当の並木俊喬副会長。



全体を統括する鈴木宏司副会長。

若手商人育成事業に関するお問い合わせ



令和 6 年度 若手商人育成事業 活用事例集

令和 7 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

