

新宿商人

vol.18

[2021年3月号]

発行:新宿区文化観光産業部
産業振興課

☎03-3344-0701

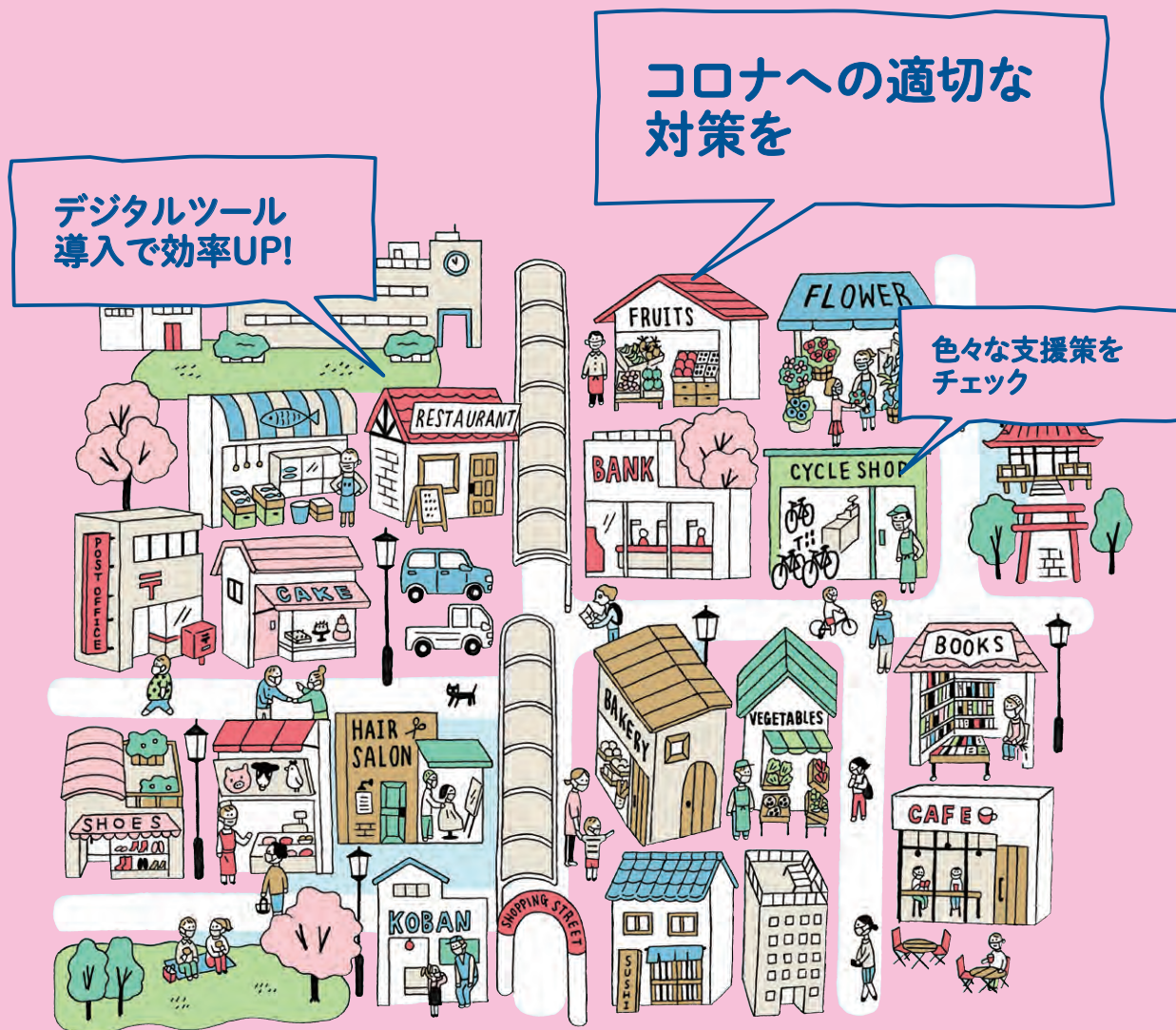
FAX:03-3344-0221

✉shoten-rece

@city.shinjuku.lg.jp

新宿区商店会情報誌

[しんじゅくあきんど]



[特集]

お店でいま、 できること。

専門家による

新型コロナウイルス 感染拡大防止のための 基礎知識

感染拡大防止対策について、巷に多くの情報が出回っているが、感染症対策のスペシャリストである国立感染症研究所の砂川富正先生に、どのようなアクションが望ましいのか、具体的な指標とともに伺った。

INTRODUCTION



店同士やお客様と意識を共有し対策徹底を

コロナ禍において、砂川先生は最前線の現場でウイルス対策や感染拡大防止の指導を行うスペシャリストだ。国立感染症研究所には、毎日全国の感染情報が寄せられる。砂川先生は情報を分析し、クラスターが発生した病院や高齢者施設など日本中に赴いて原因を調べ、再発防止対策や指導を行っている。いわば、「感染の現場」を最も見てきた人物でもある。

そんな砂川先生は、現在、新宿区の新型コロナウイルス感染症対策アドバイザーでもある。実際に「思い出横丁」を訪れ、感染予防のアド

Contents

【しんじゅくあきんど】
新宿商人
vol.18

【特集】

お店でいま、できること。

コロナ禍が続く中、今号では“お店でいま、できること”をまとめました。適切なコロナ対策を取り、必要に応じて区の支援策を検討し、今後のためにデジタル活用を進める。できることから、一つずつ。苦境を乗り切るヒントとして、ぜひ活用ください。

- 01 新型コロナウイルス感染拡大防止のための **基礎知識**
- 02 店舗に役立つ **感染拡大防止策 Q&A**
- 04 **困ったときの相談、受け付けてます。**
新宿区専門家活用支援事業／ビジネスアシスト新宿
商工相談／行政書士無料相談会
- 06 **デジタル活用のススメ**
【実践編①】商店会の新コミュニケーション術
【実践編②】「Webゼミ」で新規顧客を開拓
【知識編】目的別！デジタルツールガイド

- 08 新宿商人物語「つなぐ」
裏表紙 商店街News [知っておきたい今春のトピックス]

大切なのは基本原則 マスク・消毒・換気を徹底！



国立感染症研究所
感染症疫学センター
第2室室長
砂川富正先生
1964年沖縄県生まれ。
大阪大学医学部小児科、
国立感染症研究所実地
疫学専門家養成コース、
同研究所感染症情報セ
ンター主任研究官など
を経て、現職。医学博士

バイスを行った。その成果は、思い出横丁62店舗の感染拡大防止策「新宿西口 思い出横丁 安心情報マップ」にまとまっている。



砂川先生が店舗の感染予防策を示した「新宿西口 思い出横丁 安心情報マップ」

また、感染予防だけではなく、万が一感染してしまった時のこともあらかじめ考えておきたい。特に従業員がいる店舗では、体調不良時の行動をルール化して共有しておくことが大切だ。「体調が悪いのに無理をして出てき

てしまったり、コロナウイルスに感染しても黙っていたりといった行為が、大きな被害につながります。体調不良の基準や連絡体系などを整理しておく、従業員も安心できるようにしよう」

その一方で気をつけたいのが、不確かな情報だ。「コロナ禍に乗じて、不安を煽るような営業文句でコロナウイルスに対して効果の認められていない製品を売っているケースが見られます。基本的に、行政や公的機関が発信している情報以外は鵜呑みにしないことが大切です」(砂川さん)

コロナ禍において、「絶対大丈夫！」という解決策は、残念ながらまだない。だからこそ、科学的に信用できるアクションを一つずつ積み上げ、精度を高めていくことが、今できることになりそう。

感染対策で最も心がけるべきポイントとは？

Answer

マスクの着用、手指消毒、そして換気。基本はこの3つ！
大原則は、マスク・消毒・換気です。この3つを適切なやり方で、適切な薬品や製品を用いて行えば、感染対策はほぼできていると考えていいでしょう。さらに、店舗とお客様、店舗同士で協力して実践し、商店街全体でその精度を上げていくことも、とても大切です。

Q.10

Q.9

美容院や床屋、マッサージ店など、サービス業の店舗での感染対策のポイントとは？

Answer

店側もお客様もマスクの着用は必須。おしゃべりは極力少なめに

基本的には、マスクを着用してあまり会話をしないように注意すれば問題ありません。美容院や床屋で髪の毛をカットするためにマスクを外していただく場合は、会話は極力少なめに。たとえば、理容バサミに飛沫が付着する恐れがあれば、ハサミを交換する必要はありません。



Answer

常連のお客様には積極的に感染対策に協力していただくなど、日頃からのコミュニケーションを最大限に生かしましょう
感染対策は、店舗とお客様双方が実践して成立します。接客時にさりげなく協力を求めたり、適切な感染対策の情報を共有するなど、コミュニケーションが濃密な商店街の強みを生かして周知徹底を図りましょう。

来店するお客様に快く感染対策をしてもらうには？

Q.8

Q.3

換気はどのぐらいの頻度で行えばいい？

Answer

1時間に1回を目安に、室内の空気が入れ替わる程度に行いましょう

換気はコロナウイルスの感染予防にとっても有効です。目安は1時間に1回程度、店舗内の空気を入れ替えるように行ってください。換気がしづらいお店は、換気扇やサーキュレーターを活用して、店内の空気を循環させ、外へ流れるよう対策しましょう。



Answer

アルコール度数60%以上か、次亜塩素酸ナトリウムを含む製品が確実です
除菌・消毒薬を購入する時は成分表示やパッケージをチェック。アルコール度数60%以上（できれば70%以上）か、次亜塩素酸ナトリウムの記載があるものを選びましょう。コロナ禍に乗じて怪しい製品を売りつける業者も多いので、正しい知識で適切な製品を選びましょう。

除菌・消毒薬はどっちが選べばいい？

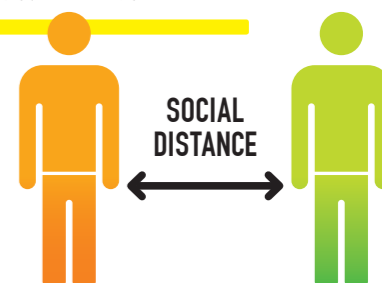
Q.1

Q.2

ソーシャルディスタンスの距離ってどれくらい？

Answer

一般的には1.5~2メートルと言われてます
お互いにマスクを着用した状態で、2メートル距離を取るのが理想です。2メートルが難しい場合は1.5メートルでもOK。飲食店でのテーブル配置や、レジなどでの接客の距離も1.5~2メートルを目安にしましょう。



店舗に役立つ感染拡大防止策

店舗経営と感染対策を両立させるために、押さえてほしいポイントとは？
店舗が知りたい感染対策のクエスチョンに、砂川先生が回答！
これで自信を持って適切な感染拡大防止策が実践できるはず！

Q&A

Answer

会話が早い状況が感染を生みやすいため、会話はできるだけ控えて接客を
むやみに商品に触らない、触らせないことも大切ですが、感染が起きる原因で多いのは会話。接客はできるだけ短時間にとどめる、ソーシャルディスタンスを意識する、レジにアクリル板を置くなど、会話が発生する場所での感染対策を徹底すると良いでしょう。

物販店舗での感染対策のポイントとは？

Q.11

Q.12

ウレタン、不織布、布……。安全なマスクはどれ？

Answer

不織布マスクがもっとも確実です
一般的にお互いに不織布マスクを着用していれば、最大約90%ウイルスがカットできると言われています。ウレタンマスクや布マスクも効果はありますが、カットできる比率は下がります。

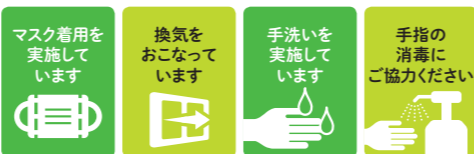
Q.13

マスクを着けていないお客様が来た！どう対応すべき？

Answer

着用をお願いし、店でもマスクを用意。商店会全体で対応のルール作りも

お客様が持っていない場合に備え、可能であればお店側でスペアのマスクを用意しておくといいでしょう。また、注意をしたら逆ギレされてトラブルに……といった事態を避けるためにも、商店街全体でマスク着用をお願いしているなどのルール策定が有効です。



Answer

飲食時以外はマスクを着用！これだけでもかなりの感染予防に

ソーシャルディスタンスを取ることが基本ですが、それが難しい飲食店であればお客様には食事をする時以外はマスクを着用してもらうのが一番の対策に。正しくマスクをしていれば会話はしても構わないでしょう。

飲食店での感染対策のポイントとは？

Q.6

従業員に感染者が出た時、どうすればいい？

Answer

まずは従業員を休ませ、濃厚接触者をリストアップしましょう

まず、感染者には自宅待機してもらい、体調によっては検査を受けてもらいましょう。また、一般的に症状が出る2日前ぐらいから人に感染させる可能性があると考えられているため、感染者とマスクなしで会話をした人がいるか調べ、疑わしい場合は管轄の保健所などに相談しましょう。

Q.5

従業員に対する感染対策のポイントとは？

Answer

体調が悪い従業員は、出勤前に必ず連絡を入れるなど、お店単位でルール作りを
勤務中に体調の変化を感じた時など、考えられる緊急事態とその対策を「ルール」として定めて周知徹底しておきましょう。決まり事があると従業員の行動管理がしやすくなります。

Q.7

入店前の検温が「37.2度」。お客様の発熱の基準は？

Answer

「平熱よりも高い場合は入店をご遠慮ください」などの注意喚起を

体温測定は、使用している検温器の性能・精度にも左右されるので、お客様自身の平熱と比べて検温した体温が高いか、低いかを判断していただくのが確実です。ポスターなどで注意喚起するのも良いでしょう。

商工相談

コロナ禍での資金繰りの相談も

- ☑ 融資をはじめ、経営全般をサポート
- ☑ 相談に乗るのは、中小企業診断士の資格を持つ区の相談員
- ☑ 融資の仕組みから金融機関との話の進め方まで丁寧に教えてくれるので初めての融資でも安心
- ☑ 相談は事前予約で、一回一時間。もちろん無料!
- ☑ 平日、BIZ新宿で実施中!

詳しくはこちらをチェック!



行政書士無料相談会

お気軽にご相談ください!

- ☑ 行政向けの書類作成の相談ならばまずはここ
- ☑ 補助金申請や経営計画策定、事業承継などの相談に行政書士が無料で応える
- ☑ 制度全体の仕組みから説明し、理解が進む
- ☑ 毎月第3水曜に、BIZ新宿で実施中!

詳しくはこちらをチェック!



ビジネスアシスト新宿

専門家が悩みの現場に出向き対応!

- ☑ 中小企業診断士や社会保険労務士などが無料で経営相談!
- ☑ コロナ禍からの再生計画や販路開拓など幅広い内容に対応
- ☑ 無料で何回でも相談可能
- ☑ 都合の良い時間に合わせて店舗や会社で相談
- ☑ 専門家は総勢28人! ホームページで確認を
- ☑ 区内中小企業・個人事業主が対象

詳しくはこちらをチェック!



悩み別!

困ったときの相談、受け付けてます。

新宿区には、個店の抱える悩みに応える支援策があります。ポイントごとにまとめました。

新宿区専門家活用支援事業

専門家の力を借りて経営力向上

- ☑ 専門家に相談した際にかかる費用を最大10万円補助(補助対象経費の10/10)
- ☑ 事業計画策定や補助金申請などの相談に活用可能
- ☑ 専門家は行政書士や、社会保険労務士、コンサルティング会社など
- ☑ 区内中小企業・個人事業主が対象

詳しくはこちらをチェック!



活用してよかった!

実際に本制度を活用したのが、西早稲田で印刷業を営む株式会社コーエー代表の滝吉道信さん。「以前から、今後の経営計画を検討したいと思っていましたが、なかなか手がつかなくて……。そんな中、区の商店会サポーターからこの制度について聞いて、縁があって行政書士兼中小企業診断士の先生に相談できました。その結果、活用できる補助金の情報を教えてもらい、今後の戦略も見えました。自分だけでは絶対に無理だったことが負担なしでできたので、本当に助かります」と専門家に頼む意義と当制度のメリットを語る。気になる方は担当のサポーターに聞いてみよう。



相談者
株式会社コーエー
滝吉道信さん

経営に関する
さまざまなことを
相談したい!

経営にまつわる
書類作成などの
相談をしたい!

主に融資について
相談したい!

士業などの専門家
に相談したい!

目的別! デジタルツールガイド

一口に「デジタルツール」と言っても、種類はさまざま。用途によって使い分けが必要がある。業務上の課題や展望を踏まえて、取捨選択を。

発信

顧客世代や業種の特徴を踏まえて SNSを上手に活用



Instagram

若い世代を中心に人気の、写真投稿SNS。料理や花など、いわゆる“インスタ映え”するものは積極的に撮影し投稿すると新たな来客にも。



Facebook

原則実名で、30代以上の利用者が多い。Facebookページという機能を使い、基本情報などを載せることでホームページ代わりに。



Twitter

140文字以内で情報を投稿できるSNS。セール情報や臨時のお休みなど、即時性の高い情報発信に役立つ。面白い情報は拡散されることも。



YouTube

発信に慣れていけばトライしたいのがYouTube。店や商品紹介を動画で行うことで、より理解促進が進む。ただしある程度の編集能力が必要。

コミュニケーション

相談もセミナーもZoomでできる! 情報共有にはLINEがおすすめ



LINE

前ページで見たようにLINE公式アカウントを開設することで、社内や商店会内、あるいは常連客とのコミュニケーションに役立つ。



Zoom

無料で、最大100人とビデオ通話が可能。資料を画面で共有できるので、細かい説明をしたい時にも向く。セミナーにも◎。

ネットショップ

モール型か独自ショップ型か 最適なネットショップで販路を拡大

コロナ禍によりインターネットショッピングの活況が伝えられている。自社サイト以外でインターネット上にお店を開設する方法は大きく分けて2種類。

1つめが「楽天市場」や「Amazon」をはじめとする「モール型」。開店までのサポートが手厚くデジタルが苦手な方でも出店しやすい。また、モール自体に集客力があるのも初心者には嬉しい。ただし、手数料などの固定費がかかる。

2つめが、「BASE」・「STORES」のような「独自ショップ型」。開設は無料で、販売時に手数料がかかるシステムだが、ランニングコストも比較的低いので、始めやすく、続けやすいのが特徴だ。ただし、モールのように自然と人が訪れるわけではないので、SNSの発信を活用した集客は必須。

デジタルツール導入でお悩みの場合は、「ビジネスアシスト新宿」や「専門家活用支援事業」の活用をご検討ください。

詳しくは ▶ P4-5

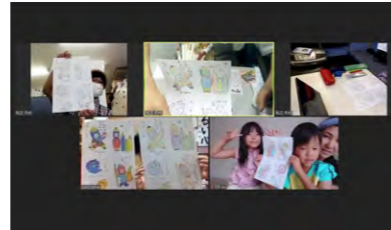
全国

実践編 2

[ACTION]

店主の知恵をオンラインで!

「Webゼミ」で新規顧客を開拓



身体を動かすプログラムや座学系の講座は、Webゼミ向きだという

68%が「次回もWeb開催で」の声 全国に街をアピールするチャンスに

愛知県岡崎市から全国に広まった「まちゼミ」とは、商店街の店舗が講師となって、プロならではの専門的な知識や情報を受講者（お客様）に伝える少人数制のゼミ。受講者が店舗や街のファンになるきっかけづくりができるとして、各地の商店街が知恵を絞ってさまざまな講座を開講してきた。

しかし、対面での接客が憚られるコロナ禍では、まちゼミの開講も難しい。それに代わるものとして開講されたのが、Zoomを使った「W

「回覧板よりも、今はこっち」。そう言ってスマホを見せてくれたのは、新宿区商店会連合会（以下、区商連）副会長の安井潤一郎さん。区商連では「商店会のデジタル化」を担当し、昨年、区商連戸塚ブロックとしてのLINE公式アカウントを開設した。事前に公式アカウントへの登録方法を所属ブロックの1022店舗すべてに知らせたところ、130店舗超が登録したという。これは、従来の会合の集まり具合などから鑑みても「非常に多い数字」と安井さんは驚く。

「LINEを当たり前に使いこなしている若い世代の方が多い印象です。商店会の会合では役員を務めるベテランの方が多く出席し、若い人たちは、その後情報の流れがいくので、うまく伝わっていないことも多い。その点、LINEだと直接に

重要な情報を共有できるのが大きいですね」
実際、店主向けの事業承継セミナーの開催や、令和3年4月からはじまる消費税総額表示の義務化、中小企業庁の金融サポートなど、今は安井さんの目線で店主に必要なと感じる情報を適宜選定して流している。将来的にはオンライン上で店主同士が気軽に発言し、「こんな取り組みをして集客に効果があった」「地域でこんな問題が起きている」などの情報共有を行えるサロンのようにしていきたいとのこと。

「人を集めることが商売の一番の肝。課題も知恵も集まってくるのが商店会だったけど、コロナ禍でそれが難しくなった。でも、オンライン上だと違った商店会のかたちができるんじゃないか。考えるとワクワクしますよ」
新しいツールで大きな可能性が広がっている一方、高齢者などデジタルに不慣れた人々にはどう目をつけるべきか。

実践編 1

[ACTION]

区内

LINEグループで情報共有 商店会の新コミュニケーション術

新宿区商店会連合会 副会長 安井潤一郎さん

LINE公式アカウントを開設すれば、登録はスマホでQRコードを読み込むだけで、誰でも簡単にできる。会合などが難しいコロナ禍でのコミュニケーションに最適な

新しい可能性が生まれる!

「難しそう」と敬遠している方も、いざ取り入れてみるとこれまでの業務の効率が格段に向上するかも!? できることから始めてみよう。

デジタル活用のススメ

今からでも始められる!

つなぐ

新宿七丁目商和会 髪床村田

東新宿で、地域の人々だけでなく
遠方からの客人にも愛される理容室がある。
理容業界において最古参といえる店では
母、店主、娘の3人が腕を奮っていた。
3世代にわたる、心温まる「街の床屋さん」の
人気の秘密を垣間見た。



店内に流れる柔らかな空気は、和也さんの軽妙なトークとミヨ子さんの優しい人柄の賜物。一度革張りの椅子に身を委ねれば、熟練の技による調髪を享受でき、その心地良さに誰もが酔いしれてしまう



店主
村田和也さん

娘
西巻実穂さん

母
村田ミヨ子さん

明治から続く看板を守る 異業種コラボ

創業は明治8（1875）年。未だ和服姿の人々が街を行き交う時代に、理容室として『村田』の歴史は幕を開けた。

「文明開化の足音が聞こえ始めた時分にスーツ姿の職人が髪を整えていたわけですから、そりやモダンですよ」

こう話す村田和也さんは4代目にして現在の店主。「いつの時代も安住することなく変化しながら、お客さまと向き合うのが村田家の信条です」と語るように、146年の歴史を持つ髪床村田は、老舗らしからぬコンクリート打ちっ放しの洒落な店構え。そこで4代目の話に耳を傾けながら、懐かしそうに笑みを浮かべるのは母のミヨ子さんだ。実に御年90歳、未だ現役だ。

「髪結いに端を発する美容と違い、理容はハサミとカミソリを扱い、お客様の髪と肌へ直接手を入れま

という屋号を加えたんです」ミヨ子さんは、まさに理容業界の生き字引。国際理容協会の理事を務め、エステが日本に定着する遙か以前から協会のエステ部門長として理容室ならではのフェイシャルエステを究め、後進を育成してきた。そんなミヨ子さんから最も影響を受けたのが孫にあたる実穂さんだ。

「おばあちゃん、フェイシャルエステや爪のお手入れ、マニキュアなどすべてをマスターしているプロ中のプロ。幼い私はマニキュアに興味を持ち、よくおばあちゃんに塗ってもらっていました。それが嬉しくて、ワクワクして……その体験があるからこそ、ネイリストを目指すようになったんです」

学生時代に理容を学んだ後、ネイリストの道を歩んだ実穂さんは、3年に実家である髪床村田内にブリスを設け『mihijoinails（ミイホネイル）』を開業させた。床屋とネイルサロン、ターゲットが異なるこの組み合わせは一見奇異に映るが……

「ある意味、異業種コラボですね」



髪床村田
新宿区新宿7-11-7 03-3202-7346
9:00~18:00(予約制)
休：月曜・火曜



「ハッピーになるネイル」でリピーターに支持される実穂さんは、ご主人が大將を務める原宿の人気ラーメン店[Noodle Stand Tokyo]の女将という顔も持つ

「笑。でも、老舗だからといって安穩としていたら、看板を守ることとはできません。母と私が支える床屋という太い幹に、娘のネイルサロンという枝が伸びる。次の時代に向けてのチャレンジです。もちろん、私も母のように、ずっと元気に生涯この場所ではサミを持ち続けたいと思っています」



ミヨ子さん愛用の耳まわりを整える道具たち。耳の穴のうぶ毛を剃るカミソリ(右)は、刀のよう

2021
Spring

商店街 News

知っておきたい今春のトピックス

令和3年度も、支援策を継続します!



おもてなし店舗支援

(感染症拡大防止・業態転換・販売促進事業)

対象 区内で飲食業・小売業・サービス業の店舗を営む中小企業者・個人事業主

内容 以下のような経費を区が補助
・感染症拡大の防止対策にかかる費用
・新たに宅配・テイクアウト等を始めるためにかかる費用
・販売促進等にかかる経費

補助対象期間 令和3年4月1日～9月30日

お問い合わせ 産業振興課
03-3344-0701

拡充! 補助上限額

5万円
(10/10補助)

補助対象経費

感染症拡大防止や
宅配・テイクアウト等を
始めるための経費

これまで

10万円
(10/10補助)

これから

上記に加え
**販売促進
等にかかる
経費を追加**

チラシ作成、
キャッシュレス導入、
飲食・ECサイトの
登録に係る費用等に
使えます

[詳しくはこちらから]



新宿区店舗等家賃減額助成

対象 店舗等の家賃を減額しているオーナー

内容 テナントの家賃を減額した際に減額分の一部を助成

助成対象月 令和3年4月分から
令和3年9月分までの家賃

[詳しくはこちらから]



拡充!

オーナー要件

小規模企業者、
個人事業主

助成額

減額した金額の2分の1
(1物件、1ヶ月当たり
上限5万円)

テナント数

1オーナー当たり、
月5物件まで

これまで

中小企業者、
個人事業主

これから

減額した
金額の
4分の3
(1物件、1ヶ月当たり
上限7万5千円)

テナント数の
上限を撤廃

お問い合わせ 店舗等家賃減額助成担当
03-5273-3554



専門家活用支援事業

対象 中小事業者・個人事業主

内容 コロナウイルス感染症の影響から、事業再興に向けた事業計画の策定やコロナに関連する各種補助金申請において、専門家を活用した際の経費を補助(10/10補助・上限額10万円)

補助対象期間 令和3年4月1日～
令和4年3月31日

[詳しくはこちらから]



複数回
申請も
OK!

お問い合わせ 産業振興課
03-3344-0701