

新宿商人

vol.30

[2024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 〕

Communication
Event
Information
Collaboration



商店会会会会員を 増やそう！

魅力ある商店街への第二步

商店会に
求められる役割、
加入してもらう
ためのノウハウ、
活発化している商店会の声、
適正な組織運営まで。
これからの商店会活動の
ヒント集！

[Introduction]

商店会の意義を深め
これからの組織を

近年、商店会を取り巻く環境が変わろうとしている。もともと、業者の互助的組織である商店会は協働による販促といった商業活動を主としながら、地域におけるコミュニティの担い手としての役割も務めてきた。しかし、店主の引退や新規店舗とのコミュニケーション不足などもあり、近年では商店会加入店舗は減る傾向にある。会員が少なくなるという体的な活動はできなくなり、商店街としてのブランドは失われつつある。それは地域の活力低下にもつながっていくだろう。

本来、商店会は「個店」と「商店街」、「地域」の三者に相乗効果



を生むものだ。個店に対しては、大売出しやイベント、情報共有などを通して販売力を強化。商店街にとっては、街路灯や防犯カメラなどのインフラを整備し、街の魅力を高める。そして高齢者の見守りや防犯パトロールなどを通して、安心安全な地域づくりに貢献する。これらがリンクすることで、店は繁盛し街にはにぎわいが生まれ、地域は住みやすくなる。こうした好循環を生み出す母体が、商店会なのだ。時代は変われど、こうした商店会の意義は不変と言える。

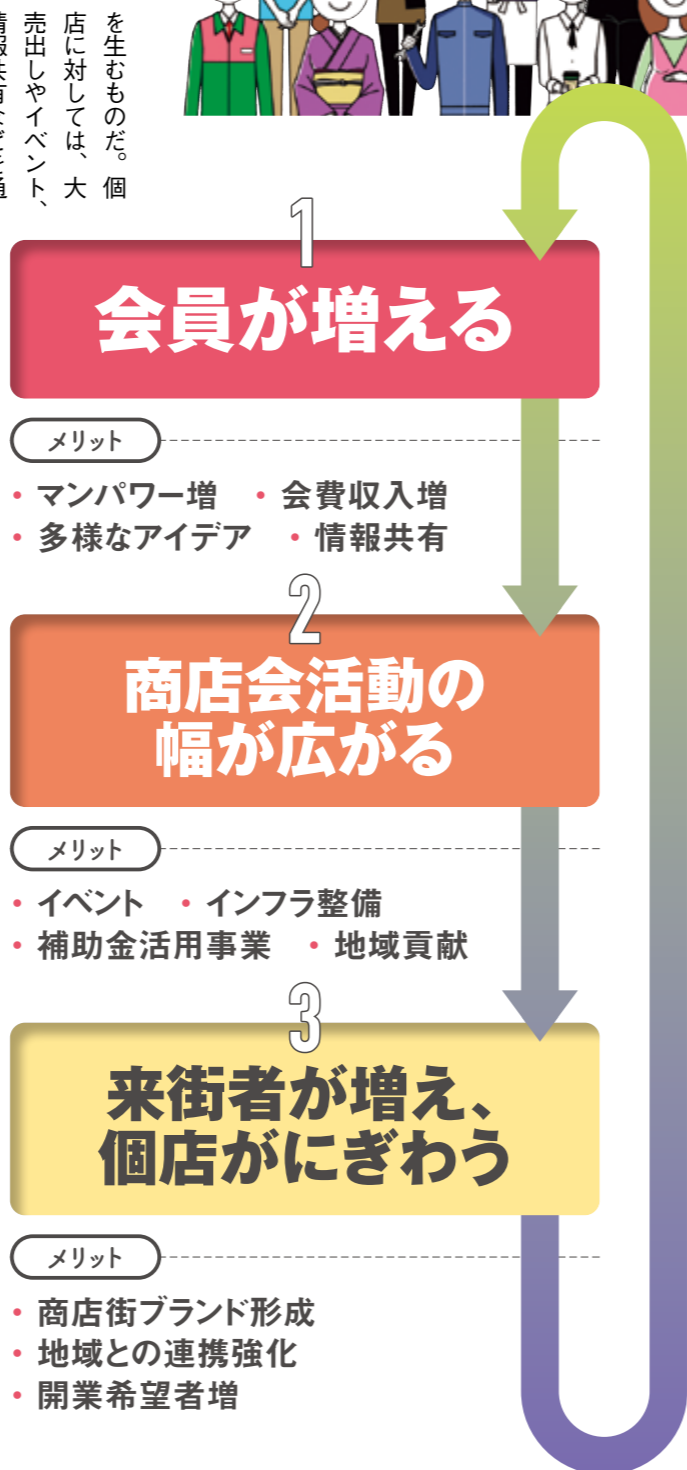
一方で、旧来型の商店会活動では限界を迎えている部分もある。「商売に忙しくて商店会活動の時間が取れない」「イベントをして

も疲弊するだけ」など、その多くは会員に加入メリットが感じられない点に起因している。だからこそ、商店会に所属するメリットをこれまで以上に追求し、それを実感してもらう取り組みが求められる。

てい。そのためには、商店街や地域を想い、行動力のあるプレイヤーの存在が不可欠だ。これからの商店会のあり方を、ぜひ会員のみなさんで議論し導き出してほしい。

商店会の好循環を生み出そう

みんなで活動し、みんながにぎわおう！



※参照：新宿区商店会連合会「加入促進マニュアル」

Contents

【しんじゅくあきんど】
新宿商人
vol.30

※本誌の掲載内容は令和6年3月現在のものです。

【特集】

魅力ある商店街への第一歩 商店会会員を増やそう!

にぎわいある商店街の共通点は、商店会の活動がさかんであること。イベントやセール、地域活動など、さまざまな取り組みを通して来街者が増え、個店の繁盛にもつながっていきます。では、どのようにして会員を増やし、意義のある活動を行っていくか。今号では、新時代の商店会活動のヒントを取り上げます。

Introduction 商店会の好循環を生み出そう

02 3年で会員数が1.8倍! 拡大の秘訣を聞きました

四谷駅前新道会

会員増がもたらす商店会のメリット

04 ① イベントの多様化 左門町振興会

05 ② 発信力強化 中井商友会

06 ③ 地域貢献 上落合発展会

07 Column 加入したくなる商店会の共通点とは?

08 新宿商人物語「つなぐ」 コスガ薬局 (オレンジコートショッピングセンター会)

裏表紙 商店街 News
[知っておきたい今春のトピックス]

2023年入会!

新会員の声

2



四ツ谷バルカン

2023年9月のオープンと同時にしんみち会に加盟した同店。「この地域にお世話になるから」という想いから、積極的に商店会に加わった。早々にSDGsキャンペーンにも参加し、「街全体で盛り上がりとうい機運を感じるので、ともに私たちが成長していきたい」(吉川さん)と意気込みを語ってくれた。

The Voice of a Newcomer

泉さんは非会員店舗から引きの存在を相談され、すぐに警察と連携して防犯パトロールを実施。店



役員会を改め、誰でも参加できる「しんみち会ミーティング」を月に一度開催。議題はあらかじめ決めておきつつ、自由な意見を交わす場に

2023年入会!

新会員の声

1



博多とりかわ 長政

10年、しんみち通りで2店舗を運営する同店は2023年入会。それまで商店会と関わりは少なかったというが、小泉さんの営む豆腐店の商品を仕入れるようになり付き合いが生まれました」と馬場店長。「今後自分たちのやれることで地域に貢献していきたい」と想いを新たにす。

The Voice of a Newcomer

「お店にとっては、元手もかからず負担も少なく、お客様が喜んでくれる。そうすると、商店会加盟のメリットを感じてくれるよ。うです」

「SDGsキャンペーン」でノベルティの携帯カイロを手渡す一幕。カイロには「しんみち会」と大きくデザインされ、商店会の存在をアピールする意義も



New Action for Local

私たちは既存店はもちろん、新規店舗もオープン前から挨拶に行っています。またビルのオーナーを巻き込んで、新しいテナントさんにあらかじめ声をかけておいていただくことも効果的です」

「声かけの際に大切にしているのは、「街のため」という想いを伝えることだという。」「みんなで一緒に商店会の活動をするので、店が盛り上がり、地域も活性化します。そのための活動

「お店にとっては、元手もかからず負担も少なく、お客様が喜んでくれる。そうすると、商店会加盟のメリットを感じてくれるよ。うです」

会員を増やす3つのポイント

Point 3

みんなが喜ぶイベントを

Point 2

地道なコミュニケーション

Point 1

すべては「街のため」

四ツ谷駅からほど近く、全長150メートルの「しんみち通り」に70以上の個性豊かな店が軒を連ねる飲食店街。コロナ禍が収束し、再び活況を呈している



3年で会員数が1.8倍! 拡大の秘訣を聞きました

四谷駅前新道会

立ち上がりました」そう振り返るのは、同会の会長補佐を務める小泉雅紀さん。しかし、当時の商店会はほぼ機能しておらず、ゼロから会員獲得に動くことに。会員・非会員の別なく広くコミュニケーションを取り、補助金を活用してコロナ

「会員を増やすには、くまなく声をかけ続けることが大事です。私

自分の得意分野を商店会活動に活かしたい



右から2人目が、会長補佐の小泉雅紀さん。同4人目は会長の小泉耕祐さん。老若男女で構成された多彩な会員たちとの活動は「刺激があり楽しい」と話す

メリット

2



発信力強化

中井商友会

コロナ禍をきっかけに「商店街の仲間で助け合おう！」という意識が芽生えた中井商友会。情報共有だけでなく情報発信でも協力しようと、2022年に冊子タイプの商店街マップを制作した。

「自分たちの店は何が「売り」なのかを見直し、それをみんなで宣伝していこうと考えたのです」と話すのは、会長の五十嵐功さん。商品やサービスの紹介はもちろんのこと、どんな人が働いているのかを発信すべく、店主やスタッフも写真で掲載したことで話題となり、お客さんとの間に会話が生まれるようになった。

翌23年にイラストで街の魅力を楽しく紹介した商店街マッ

プを制作するとさらに評判を呼び、その発信力に期待して中井商友会に入会する事業者も増加。そして今年は、商店街で買い物したレシートを貼り付けると特製トートバッグがもらえる特典付きマップを企画した。マップが年々進化するにつれ話題性が高まり、商店街としての発信力もアップ。それに呼応するように会員数も増えている。個性あふれるお店が加わることで、商店街の魅力も高まると五十嵐さんらは喜ぶ。

「個店での販促活動には限界がありますが、商店街が一体となって宣伝していけば大きな力になります。いまやマップは販促ツールであり、会員を増やす営業ツールにもなっています」

「中国料理 菜来軒」の店主で中井商友会会長の五十嵐功さん。50代の五十嵐さんが80代の会長からバトンを受け継いだことで、若い世代の入会が促進。商店街マップの効果もあって、この3年で会員数が約1.5倍に増えた。



会員増がもたらす商店会のメリット

商店会員が増えると、商店会にはどんなメリットが生まれるのか？
会員増とともに、さまざまな効果を実感している
3つの商店会に話を聞いた。

メリット

1



イベントの多様化

左門町振興会

ここ数年、順調に会員数を伸ばしている左門町振興会。その秘訣は、この街でビジネスを行う事業者にあまねく声を掛け続けたことにある。結果として、チェーン店のコンビニエンスストアから不動産店、美容室、医療専門学校まで会員の業種はバラエティに富む。

「営業時間や休日が異なるため、顔を合わせて会合を行うことは難しいので、商店会活動を行う際にはアンケートを取るようになっています。会員数が増えるほど、多様な意見が上がってくるようになりました」と話すのは、会長の勝川行雄さん。例えば、お歳暮セールで実施するくじ引きの景品もその一つ。毎年同じような景品ではお客さんにとって

魅力的ではない。そこで会員から景品を募り、商店会が買い取ることにした。美容室はシャンプーとリンスを、蕎麦店は蕎麦焼酎を、医療専門学校はお灸セットなどの景品を提供。不動産店などの事業者は景品提供の代わりにお歳暮セールのポスターに協賛として名を連ねた。バラエティ豊かなラインナップはお客さんからも評判が良く、商店会としての一体感がいっそう高まる結果になったという。

副会長の奥脇嘉人さんは「事業者は孤独なもの。仲間が増えることで、困った時に助け合えるような共助の関係が広がる」と、さらなる会員増に向けて活動を続けている。

精肉店「兵庫屋」を営む左門町振興会会長の勝川行雄さん(右)。「セブンイレブン新宿左門町店」オーナーで副会長の奥脇嘉人さん(中央)。「新宿医療専門学校」校長で、若手会員の小倉芳裕さん(左)



Open

開かれた組織運営

[Point]

商 店会活動には前向きでも、閉鎖的な体制に嫌気が差し、離れていく事業者は少なくない。逆に、誰でも参加しやすく、議論が自由にできる組織は活発化する傾向にある。定期的に顔を合わせる機会があると、会員同士の関係性も深まる。月一度の定例会を開き、会合後は会員の飲食店で親睦を深める工夫をしている商店会もある。オンライン会議やLINEグループなど、デジタルツールの活用も参加しやすさを高める。



Fresh

若手や女性が活躍できる組織

[Point]

新 しい価値観やアイデアを持っている若手や女性は、硬直化した商店会活動に新風を吹き込んでくれる存在だ。そんな彼らがやりたいことをできるような仕組みが今後の商店会運営に求められる。活発な商店会では、長老格の役員が若手たちの活動を温かく見守り、サポートに徹する風土がある。会員が多い商店会は青年部をつくり活動しているところも。若い力の可能性を信じて任せてみるのが商店会の未来をつくる一歩になる。



加入したくなる商店会の共通点とは？

Sales

商売上のメリットがある

[Point]

商 店会加入に消極的な理由の多くは、「自分の商売にメリットがない」というもの。商店会員だからこそ得られるメリットを示すことが求められる。たとえば集客につながるイベントや、補助金の情報共有、また発信力など、個店ではカバーできないことを活動の主眼に置くと良さそう。また、商店会活動での負担を忌避する傾向も強い。それぞれの負担を軽減しながら、「みんなで繁盛する」という視点で活動を行おう。



Vision

商店会のビジョンがある

[Point]

商 店会が作りみたい未来=ビジョンがあると、商店会活動に強い意義が生まれ、会員が同じ方向を向いて進むことができる。新規会員にとっても、ビジョンのある商店会であれば安心して、入りやすくなるだろう。活動の少ない商店会にとっては、再始動のきっかけとしてみんなでビジョンづくりを行うのも手だ。ビジョンの策定が難しければ、四谷駅前新道会 (P2参照) の「SDGs」のようなキーワードでも良い。



会員増がもたらす商店会のメリット

メリット

3



地域貢献

上落合発展会



3つの商店会が合併して誕生した上落合発展会。点在する個店を一つにまとめるのに一役買っているのが「納涼盆踊り大会」だ。

「毎年8月の第一金曜・土曜の2日間、落合第二小学校の校庭を会場にして盛大に行っています」と話すのは、会長の志村浩一さん。かつては地元の公園で開催していたが、今から16年ほど前、町会与連携して運営するようになり、開催場所を小学校に移したことで規模が拡大した。

「昨年は2日間で約7,000人が来場しました」と副会長の岡戸義光さん。商店会のメンバーと町会の青壮年部に加え、PTAの保護者や地元消防団、学校の先

生方も全面的に協力。校庭にはやぐらが建てられ、周囲には商店会のブースや町会による屋台が並ぶ。当日は老若男女でにぎわい、いまや地域を代表するイベントに発展している。

「ここは私たちの母校であり、二人とも町会の役員。さらに、学校の運営に参画する協議会委員でもあることが大きい」と志村さん。生まれ育った街にしっかりと根を下ろし何人もの会員たちが商売を営んでいるからこそ信頼を得て、町会や学校との連携につながった。

「納涼盆踊り大会」をきっかけに、新たに入会する会員も少なくない。商店会の価値を広く知らしめるイベントでもあるのだ。

和菓子店「甲州屋」の店主で上落合発展会会長の志村浩一さん(右)と、食品卸業を営む副会長の岡戸義光さん(左)。二人とも生まれ育った街で商売を営む三代目。「納涼盆踊り大会は地域貢献の一つ」と声を揃える



More members, more activities.

つなぐ

オレンジコート
ショッピングセンター会
コスガ薬局

ちょっとした体の不調から調剤まで
気軽に相談できるコスガ薬局。
長年、町の薬屋さんとして慕われる
父を見て育った息子は同じ薬剤師の道へ。
地域に貢献する思いも受け継ぎ、二人は店に立つ。

父
小菅孝太郎さん

子
小菅秀和さん



「地域の人々に寄り添い 健康を守る町の薬屋さん」

世代交代が進んでも 変わらぬ地域への思い

高田馬場と大久保のちょうど真ん中、緑豊かな戸山公園のそばに建つオレンジコートショッピングセンター。その一角に、薬剤師歴50余年の小菅孝太郎さんが営むコスガ薬局がある。

「1961年に両親が諏訪通り沿いに小さな化粧品店を開店したのがそもそもの始まりです。その後、1981年に東京都の市街地再開発事業によってオレンジコートショッピングセンターが完成すると、店はそちらへ移転。薬剤師として調剤薬局に勤めていた私が後を継ぎ、両親と妻の4人でコスガ薬局を開局しました」

開局当初から調剤室を用意していたが、当時はまだ処方箋調剤が一般的ではなかったため、市販薬

や化粧品、ベビー用品、雑貨などを取り扱う店として商売を行っていたという。だが、90年代に入り医薬分業が進むと、処方箋を持って訪れるお客さんが急増。以来、処方箋と市販薬を扱う、いわゆる「町の薬屋さん」として地域に根付いた。

「お客さんの大半は、買い物にやってくる奥さんたち。スーパーに行く前に処方箋を置いていき、帰りに薬を取りに来る。「風邪をひいたんだけど……」とか「赤ちゃんだが下痢をしてしまつて……」とか、なげない会話のついでに相談に乗ったりアドバイスしたり。お医者さんに聞けなかったこともここなら相談しやすいという声をいただけていました」と孝太郎さん。だからこそ、店を訪れた人たちが再び元気になって、笑顔を取り戻してくれるのが何よりもうれしいと話す。

長男の秀和さんだ。幼い頃から家族みんなで働く店はもうひとつのわが家。学校が終わればここに来て、宿題をしたり、時には店の手伝いをしたり。父と同じ薬剤師の道へ進んだのも自然な流れだったといえるだろう。

「調剤薬局や病院の薬剤部で一通りの経験を積んだら、いずれは後を継ごうと考えていました」と秀和さん。その言葉通り、2021年にコスガ薬局へ。そのタイミングで、親子は薬局のIT化に踏み切った。クラウド型電子薬歴やLINEを介しての処方箋受付を導入するなど、次世代を見据えたインフラを構築。率先して取り組んだのは秀和さんだ。

「今までは紙の情報しかなかったので、問い合わせがあった時に薬歴を探すのに時間がかかっていました。クラウド型電子薬歴なら、

クリックひとつですぐに情報を取り出せますし、在宅医療の患者さんのところに向いた時も薬歴情報をその場で確認できるので便利なんです」

「息子の代へ世代交代していくなかで、若いお客さんが増えてきました。一方で、父母の代から来店される方々もいて、四世代で利用して下さっているお客さんもいます。両親がこの地で築いてくれた信用があればこそ、私たちは商売を続けられるのだと実感しています」と孝太郎さん。いつでも気軽に相談できる町の薬屋さんとして、「これからもこの地にあり続けていきたい」と語る秀和さん。親から子へ、そして孫へ。地域の人々に寄り添う思いはしっかりと受け継がれている。

もともとコンピュータを扱うのが好きだった秀和さんは、経営の合理化を図るためにIT化に着手。今後もより良い経営のためにブラッシュアップを重ねていく考えだ

逸品を“つなぐ”



一人ひとりに向き合う健康相談

コスガ薬局では、病気になるにくい体づくりをサポートするために、お客さん一人ひとりに向き合った「健康相談」を実施している。「医学の専門知識をそのまま伝えても難しいので、小学3年生の子どものように、かみ砕いた表現でアドバイスをしています」と孝太郎さん。そのやりとりをそばで聞くことで、秀和さんもコミュニケーション術を学び、自らの接客に活かしている。

「心身ともに健やかに日常生活を送れるようになる。その手助けができることがこの仕事の醍醐味です。その方の健康のために何ができるかを一番に考えています」



秀和さんが入局したことで、仕事面でも精神面でも楽になったと笑顔で話す孝太郎さん。「今までは調剤も接客もすべて一人でやっていたからね。その時々で役割分担しながら一緒に働けることに喜びを感じる二人だ

コスガ薬局

新宿区大久保3-10-1オレンジコートショッピングセンター内
☎03-3200-3642
営業 9:00~19:00
(土曜は~14:00)
休み/日曜、祝日



2024
Spring

商店街 News

知っておきたい今春のトピックス

全業種を対象に、経営力強化に取り組む 中小企業者・個人事業主を支援します

令和6年度から、区内中小企業者・個人事業主の人手不足への対応として
「人材確保・定着支援」を新たに追加します。

経営力強化支援事業補助金

対象者 中小企業基本法(昭和38年法律第154号) 第2条に
規定する区内の中小企業者・個人事業主

お問い合わせ

産業振興課

03-5273-3554

内容 経営力強化につながる
取り組みに対して、補助を行います。

新宿区 経営力強化支援事業補助金

検索

補助対象	補助額	補助率
<p>1 経営計画等策定支援 専門家による経営計画や販路拡大計画等の策定及びコンサルティングに係る経費 具体例 「コロナ禍や物価高騰の影響を受けた事業の立て直しについての相談がしたい」</p>	合計 30万円 まで	10/10
<p>2 補助金申請手続き支援 専門家による各種補助金及び給付金等の申請に係る経費 具体例 「補助金の申請に必要な事業計画書の作成を支援してほしい」</p>		
<p>3 販売促進・業態転換支援 広告費等の販売促進及び新分野への業態転換に係る経費 具体例 「新商品を宣伝するためのチラシ作成を外注したい」</p>		
<p>4 インバウンド対応支援 多言語化対応及び和式トイレの洋式化に係る経費 具体例 「外国人の方に分かるように、メニューや看板を多言語表示にしたい」</p>		
<p>New! 5 人材確保・定着支援 求人媒体の作成及び人材の確保と定着に向けたコンサルティングに係る経費</p>	合計 80万円 まで	4/5
<p>6 IT・デジタル対応支援 業務効率化等のためのITの導入やデジタル化に係る経費 具体例 「POSレジを導入して、購買データを管理したい」</p>		
<p>7 設備等購入支援 生産性向上及び省エネ等に資する設備等の購入に係る経費 具体例 「食器洗浄機を導入して、業務を効率化したい」</p>	30万円まで	
<p>8 展示会等出展支援 販路拡大のための展示会・見本市等への出展に係る経費 具体例 「販路拡大のため展示会に出展したい」</p>		

※「IT・デジタル対応支援」
「設備等購入支援」の補助上限額は、
令和5年度補助額との合計で80万円