

商店街の魅力を“明日”につなげ!

新宿区商店会情報誌

新宿商人

あきんど

第14号
2020年3月号

大学等との連携による
商店街支援事業

牛込神楽坂の
魅力発信事業

東京理科大学&牛込中央通り商店会

若い力の熱い挑戦!
これぞ笑店街

塚口商店街振興組合
(兵庫県尼崎市)



3 【連載】商店会ちよこつと散歩
第14回 **四谷一栄会**

4 【特集】大学等との連携による商店街支援事業

牛込神楽坂の 魅力発信事業

東京理科大学&牛込中央通り商店会

6 【連載】「つなぐ」
私たちはこうして店舗を引き継ぎました
第14回 **「豊島屋」**

7 **新宿区おもてなし店舗支援事業
補助金のご案内**

8 【全国特集】活気と魅力がある全国の商店街紹介
**若い力の熱い挑戦！
これぞ笑店街**
塚口商店街振興組合(兵庫県尼崎市)

11 【連載】売上アップ講座
専門家が直接指導
もっと売れる店になる！手書きPOP講座
第13回 **「簡単！POPを
もっと目立たせるテクニック」**

11 **新宿区商店会イベントカレンダー**

12 【連載】こだわりの逸品
第13回 **神楽坂 穂の花の「箸」**

12 **区からのお知らせ**

「新宿商人」第15号は、2020年6月発行予定です
商店会の情報を募集します

商店会の皆様からの情報を募集しています。区内の商店会に向けて発信したい情報、クローズアップしてほしい取り組み等ありましたら、下記までお寄せください。

※「表紙」「ちよこつと散歩」「つなぐ」に登場してくださる商店会、商店も募集中です。

※「商店会イベントカレンダー」の次号15号掲載分は、2020年7月～9月の商店会主催のものに限ります。情報の締切は2020年4月10日(必着)です。

新宿区文化観光産業部産業振興課

☎03-3344-0701 ☎03-3344-0221

✉メール:shoten-rece@city.shinjuku.lg.jp

※ご提供いただいた情報のすべてを掲載できない場合もありますのでご了承ください。

表紙の商店会

信濃町商店振興会



国立競技場オープニング祝賀イベントに参加した信濃町商店振興会の皆さん

TOPICS

2019年12月21日、国立競技場オープニング祝賀イベントとして行われた「3,000人で〈ライトニング・ボルト〉ポーズでギネス記録にチャレンジ！」に商店会から約50名が参加し、ギネス記録を達成。



ギネス認定証を受ける松本会長

商店会Profile

設立:昭和49年(1974)
会員数:70店舗
会長:松本 洋

特徴:外苑東通り沿いに広がる商店会。周辺には国立競技場、神宮外苑やオフィスなどがあり、多くの人で賑わう。売り出しやイベントには、ほとんどの店舗が参加するほど結束力が強い。

新宿区商店会情報誌 新宿商人

第14号 2020年3月号 (季刊)

※本誌のデータは令和2年2月現在のものです。発行後に料金、営業時間、定休日、メニューなどの営業内容が変更になることや、臨時休業等で利用できない場合があります。※本誌は、新宿区内の商店会、商店主向けに発行しています。

発行/新宿区文化観光産業部産業振興課

〒160-0023 新宿区西新宿6-8-2 BIZ新宿 ☎03-3344-0701

制作/株式会社JTBパブリッシング

©新宿区文化観光産業部産業振興課

「期間限定の瀬戸内海産の生海苔佃煮(60g390円)もおすすめです」と、店主の米久保洋介さん

A 有明家

ありあけや

☎03-3351-1802

ご飯やおつまみにも
ピッタリな佃煮の数々

創業150年を超える老舗。昔ながらの製法で作られた佃煮を常時約20種類取り揃えている。1番人気はあさり(100g450円)。

- 📍新宿区四谷1-9
- 🚶JR・東京メトロ丸ノ内線・南北線 四ツ谷駅赤坂口から徒歩2分
- 🕒10時～19時(土曜は～17時)
- 📅第3土曜、日曜、祝日



季節毎に旬の食材を使用した佃煮が並ぶ



かすてらは8斤の大きさで、1日に13～15回焼く

B 坂本屋

さかもとや

☎03-3351-0195

売り切れ必至
和菓子屋のカステラ

明治30年(1897)創業。名物のかすてら(1斤1,150円～)は大正5年(1916)から販売。無添加で手造りにこだわり、食感はしっとり、ふっくら。底のザラメが懐かしさを感じさせる。

- 📍新宿区四谷1-18
- 🚶JR・東京メトロ丸ノ内線・南北線 四ツ谷駅赤坂口から徒歩3分
- 🕒9時30分～18時(土曜は～17時)
- 📅日曜、祝日



店内には月替わりの生菓子が並ぶ



商店会 ちょこっと散歩

【連載】第14回 四谷一栄会

いつもは通り過ぎる商店街も、ちょこっと散歩で新たな発見。
四ツ谷駅周辺に広がる歴史ある商店街で
どこか懐かしい味を堪能しよう。

昭和42年(1967)創業のジャズ喫茶いーぐる。選りすぐりのジャズの名曲が聴ける



四ツ谷駅周辺は、映画『君の名は。』の舞台。聖地巡礼をする、国内外のファンも多い

C コーヒーロン

こーひーろん

☎03-3341-1091

作家・井上ひさしも絶賛した
温かいサンドウィッチ

昭和43年(1968)の趣のある喫茶店。約50年前に考案したタマゴサンド(700円)には、たっぷりのバターと絶妙な半熟具合で調理されたオムレツを挟む。

- 📍新宿区四谷1-2
- 🚶JR・東京メトロ丸ノ内線・南北線 四ツ谷駅赤坂口から徒歩1分
- 🕒11時～19時15分ラストオーダー
- 📅土・日曜、祝日



昭和にタイムスリップしたようなレトロな空間

こだわりのアンティーク食器でコーヒーを楽しめる



「ブレンド(600円)のほか、昔懐かしいクリームソーダ(750円)も人気です」と店主の小倉洋明さん



大学等との連携による商店街支援事業

牛込神楽坂の 魅力発信事業

東京理科大学 & 牛込中央通り商店会

地域独自の魅力を掘り起こし、地域ブランドの構築を進めている

東京理科大学と牛込中央通り商店会。

3年間にわたる事業を振り返るとともに、

今後の展望を生越教授と大西会長に伺った。



クーデンホーフ・光子をアイコン化したミツコちゃん

事業1年目

地域活性化に向けた第一歩

大西会長

商店街の活性化は常々考えていましたが、この地域以外から通って商売される飲食店が多く、なかなか、みんなで一緒に活動することが難しい状況でした。そのような中で、大学と連携して商店街を活性化させるといふ事業の話を受け、何か新しいことができるのではないかと思ひ、この事業に参加することにしました。

生越教授 かつてシャッター通りだった商店街でも劇的に変化した例があります。商店街も何らかの契機があれば変われると感じました。そこで私の専門とする「ブラ

ンド戦略」をテーマに、牛込中央通り商店会の起爆剤となる事業ができればと思ひ、参加させていたできました。

商店街の活性化のためには、地域の人に地域の良さを知っていたり、より地域を愛してもらったりが必要と考えました。そこで、眠っている地域資源を掘り起こし、地域の魅力を発信する事業を提案しました。

一般的に地域資源とは、農作物や工業製品などが当てはまりますが、この地域では歴史や文化に着目しました。商店会の皆さんにも、この地にある魅力的な地域資源を再発見してもらうため、勉強会を開催することにしました。

地域資源の掘り起こし

生越教授

勉強会の開催にあたり、地域ブランドを確立するのに重要な「ここにしか存在しないもの」や「ここに行かなければ味わえないもの」などの「地域の独自性」を見出すため、地域の古い資料や古地図などから調査を行いました。

勉強会では、地域資源の候補となる、「牛込」や「笹荷」といった地名から、歴史的な建造物、人物などを挙げながら、商店会の皆さんと意見を交わしました。

大西会長 これまでも商店会では、様々な活性化策を話し合ってきましたが、地域資源を活かすと

いう視点はありませんでした。今回、大学連携事業を通じて、新たな視点をいただいたことが商店会にとって重要な一歩となりました。

商店会役員との話し合いでは、地域にゆかりのある人物として、尾崎紅葉や夏目漱石、近藤勇などの名前も挙がりましたが、「地域の独自性」から見ると、どれも決めに手に欠けるようでした。

生越教授 その後も商店会の皆さんと議論を深めていき、最終的に「クーデンホーフ・光子」を軸とした、地域の魅力発信事業を行うことで決定しました。

クーデンホーフ・光子は、1874年に納戸町で生まれ、オーストリアのハインリヒ・クーデンホーフ・カレルギー伯爵と結婚して、22歳で渡欧するまでこの

事業2年目

事業が芽生える仕掛け作り

生越教授 事業の2年目は、クーデンホーフ・光子と商店会の魅力を地域の皆さんに広く発信することが重要だと考え、研究室で発行するニュースレター（おごせ研便り）を地域センターや図書館などで配布しました。併せて、商店会のイメージキャラクターとしての「ミツコちゃん」をアイコン化し、商店会イベントなどで活用していただけるよう、**1** トートバッグや

2 クリアファイルを作成しました。



③『武士の家計簿』などで知られる磯田道史先生の講演会。牛込中央商店会の持つ江戸の魅力を講演した



④イップ常子さんを招いての勉強会は、平日にも関わらず会場は満員となった

大西会長 歴史学者で小説家でもある磯田道史先生の③講演会も企画していただきました。これを好機と捉え、商店会イベントとのコラボレーションができないか考えました。そこで、街ゼミに参加した方やスタンプラリーで3店舗を廻り各500円以上の買い物をして



②クリアファイル

東京理科大学のキャラクターとのコラボ。裏面は牛込中央通り商店会の案内図になっている



①トートバッグ

講演会や中町図書館での読書会などを通じて、地域の方に配布した

そして2020年2月には、ミツコちゃんを主人公にした⑤絵本『あおいおそら』を作りました。絵本にはクーデンホーフ・光子の生涯を解説するページも

生越教授 3年目は、クーデンホーフ・光子の生涯や魅力をさらに広めるため、オーストリア公認国家ガイドのイップ常子さんを講師に招き、④勉強会を開催しました。

事業3年目 幅広い世代に魅力を伝える

た方に、講演会のチケットをプレゼントすることにしました。その結果、商店会イベントも例年以上に盛り上がり、講演会当日は400人を超す来場があるなど、相乗効果が生まれました。

クーデンホーフ・光子を知る



おごせ研便り

おごせ研便りでは、クーデンホーフ・光子の情報も紹介。地域センターや図書館などで配布し、地域の方に事業の紹介や活動報告をしている。



居住地

現在、区立納戸町公園には、クーデンホーフ・光子居住地の解説板が設置されている。



⑤ミツコちゃんのご主人、7人の子どもたちを通じて、クーデンホーフ・光子の生涯を紹介する

あり、大人の方にも興味を持って読んでいただける内容になっています。地元の小学校に配布し、区内の図書館にも置いてもらう予定

今後の展望

です。

大西会長 東京理科大学との連携事業を通じて、ミツコちゃんが生まれました。これからは商店会が主体となり、これまでの事業で形になったものを上手に活用しながら、商店会の情報や魅力を発信していく必要があります。

会員からは、商品やドリンクカップにプリントしたいという意見もありますので、積極的に活用していきたいですね。

お話しをお伺いしました



牛込中央通り商店会
大西一郎会長



東京理科大学大学院経営学専攻
技術経営専攻
おごせ
生越由美教授

生越教授 商店街の活性化というと、すぐに売れるもの、商売につながるものと考えがちですが、実際には長期的な視点で取り組む必要があります。妖怪で街おこしに成功した、鳥取県境港市でも15年ばかりです。

この地域に住んでいる方や働く方が、愛着や誇りを持てる街にするためには、商店会が一体となり魅力を発信することが重要です。ミツコちゃんをはじめ、地域資源が少しずつ広がり、街がさらに活性化していくことを期待しています。

一番人気の唐揚げ弁当490円。唐揚げは胸肉を使っているのも柔らかい。焼き鳥はもも、つくね各120円等



笑顔あふれる接客も人気の秘訣



宮崎地鶏を中心に国産鶏肉にこだわる



第14回 「豊島屋」さん

店が居場所だったから家業を継ぐことが当たり前だった

家族3人が力を合わせて店を切り盛りしている。写真左は母の高柳光子さん



両親が培ってきた技と経験を活かし、娘の感性が加わって、若いお客様も取り込む

歴史

- 1950年：先代が豊島区雑司が谷で鶏肉専門店「豊島屋」を創業
- 1957年：新宿区余丁町に出店
- 1966年：高柳三朗さんが店主となる
- 1988年：高橋都さんが店を手伝うようになる
- 2009年：区画整理により現在地に移転



豊島屋

●としまや

☎03-3341-7859

📍新宿区市谷台町2-1

🚶都営新宿線曙橋駅A2出口から徒歩2分

🕒10時～19時 📅土・日曜・祝日

父

高柳三朗さん

創業以来、鶏肉専門で営業してきましたが、昭和40年代になるとスーパーが増え、精肉だけでは厳しくなりました。そこで、焼き鳥や唐揚げなど、鶏肉料理を中心とした惣菜を取り扱い始めました。その後、弁当や鶏肉以外の惣菜も販売するようになり、現在は売上の大半を占めています。

うちは一人娘だったので、娘が跡を継いでくれなにかと思っていました。口にはしませんでした。そんな私の思いを察知したのか、次第に娘が店を手伝ってくれるようになりました。

娘は、子どもの頃からずっと私たちの仕事を見て育ってきたので、手伝い始めた当初から、安心して店を任せられました。

仕事に関しては、私は経験してきたことを伝え、娘も自分の考えを提案します。親子だからこそ口うるさく言う時もありますが、お互いに言いたいことは言うようにしています。時代とともに好みも変わるので、今では私が娘に教わっているほどです。娘のおかげで最近では若いお客様も増えました。

子

高橋都さん

学生時代から華道を習っていたので、その道に進もうと考えた時期もあり、店を継ぐ気はそこまでありませんでした。一方で、忙しい両親の背中を見ていたので、少しでも力になりたいとも考えていました。そのため、将来、店を手伝うようになってからも困らないように、短大を卒業後、栄養士の資格を取りました。

その後しばらくは店に入らなかったのですが、人手不足などもあり、少しずつ店を手伝うようになりました。小さい頃からずっと両親の仕事を見ていて、学校から帰ってきて店で遊ぶことが多かったため、自然と商品知識が身に付いていました。

惣菜や弁当のメニューは母と相談しながら決めています。すべて手作りで、注文を受けてから調理するので大忙しですが、そんな中でも、お客様と会話しながら接することが楽しいです。今後両親から、鶏肉に関する専門知識をさらに学び、また、商売に対する真摯な姿勢も見習っていきたくと考えています。

新宿区おもてなし店舗支援事業 補助金のご案内

新宿区では、東京2020オリンピック・パラリンピックを契機に、来街者の利便性の向上や受け入れ態勢を強化をするため、区内の飲食業・小売業・サービス業を営む中小企業・個人事業主に対し、おもてなし店舗支援事業の助成を行っています。補助対象となる事業は、「多言語事業」と「トイレの洋式化事業」の2種類。詳しくは産業振興課までお問合せ下さい！

	対象となる事業内容	補助対象経費（例）	補助率	補助限度額
 多言語事業	<ul style="list-style-type: none"> ●音声自動翻訳機の購入 ●メニュー表示の多言語化（デジタルメニュー化も含む） ●多言語パンフレットの作成 ●多言語ホームページの作成 ●店舗内外の多言語表示に係る看板・案内板表示等の作成 など 	<ul style="list-style-type: none"> ●音声自動翻訳機の購入費 ●翻訳に係る費用 ●メニュー・パンフレットの印刷費 ●ホームページ制作費 ●看板等の製作や設置取付費 など 	2/3	10万円
 トイレの洋式化事業	<ul style="list-style-type: none"> ●和式トイレの洋式化（既存トイレの撤去含む） ●上記に伴う、手すり等の器具設置 など ※店舗の利用者だけでなく、来街者にも貸し出すことが条件です。	<ul style="list-style-type: none"> ●洋式トイレの設置工事費 ●既存の和式トイレの撤去工事費 ●手すり等の取付費 ●コンセント増設等の電気設備工事費 など 	2/3	30万円

受付

令和2年4月1日受付開始予定

※予算額に達し次第、受付終了

必要書類

交付申請書、経費別明細、見積書、納税証明書など

問合せ先

新宿区文化観光産業部産業振興課 ☎03-3344-0701

http://www.city.shinjuku.lg.jp/jigyosangyo01_002209.html



多言語事業

補助金を活用した方の声を聞きました

トイレの洋式化事業

料理の細かな説明も音声自動翻訳機で簡単に

私は補助金を利用して、音声自動翻訳機を購入しました。神楽坂という土地柄、外国人のお客も増え、毎日1回程度は音声自動翻訳機を使用しています。私が話した言葉が、外国語の音声に翻訳され、同時に外国語と日本語で画面に表示されるので、誤った翻訳になっていないかも確認できます。コンパクトで軽く誰でも簡単に利用できるのも良いですね。

素材の名前や料理の細かなニュアンスも翻訳してくれるので、大変助かっています。

和食ダイニング 花かぐら
本多横丁商店会



中根恒雄さん

洋式トイレの導入は来街者のおもてなしの一環

早稲田大学のすぐ近くなので、お客様には女性や留学生も多く、洋式に変更してから使用頻度が増えました。使いやすくなったと皆さんから好評です。

来街者が利用できるように、入口のガラス扉にトイレをお貸しする旨を掲げ、商店街を訪れる人たちへのおもてなしの準備を整えました。これをきっかけに、来街者が増えて欲しいと思います。他の会員にもぜひ勧めたいですね。

三品食堂
早大西門体育館通り商店会



北上昌夫さん



若い力の熱い挑戦！

これぞ笑店街

塚口商店街振興組合（兵庫県尼崎市）

兵庫県尼崎市の塚口商店街振興組合は、若手会員を中心とした自由闊達な風土から新たな取組みを生み出している。無限の可能性を秘める笑店街を、現地取材した。



(左)「やっばりいる」キャッチフレーズの商店会フラッグ
(右) 商店会会員店主の似顔絵が描かれた商店会マップ

商店会の活性化問題

大阪の中心地・梅田から阪急神戸本線で約10分、塚口駅近くにある塚口商店街振興組合。周辺には会社や工場などが点在する地域密着型の商店会だ。最近では、飲食店の若手店主が増え、会員の平均年齢が45歳、そのうち3分の1が女性と活気にあふれている。そんな商店街も現在に至るまで「様々な課題を抱えています」と語る理事長の村上憲司さん。「どここの商店会からも聞かれるような課題ですが、高齢化や会員数の減少による商店会の停滞に危機感を覚えています。当時、商店会の活動といえば、前理事長のトップダウンで、年に一度イベントを行うだけでした。これではあかんと思ったんです」と当時を振り返る。

そこで、県の商店会活動へのアドバイザー派遣を活用し、活性化に向けた助言を仰いだ。「以前は、理事会を年に数回開く程度でしたが、アドバイザーから『商店街の活性化を目指すには、会員が意見交換できる場をもっと作るべき』という意見をもらいました。そこで会員なら誰でも参加できる活性化委員会（以下、委員会）を2014年に発足しました」。理事の梅澤さんは「委員会が発足する以前は、理事会で様々なことを検討していましたが、そもそも店の営業時間と重なって開催されていたり、内容が難しく感じ参加していませんでした。その点、委員会になってからは、同世代の若手会員が多く、風通しの良い、気軽に意見交換ができる環境になりました」と変化を口にする。



商店街Profile

塚口商店街振興組合

設立:1978年

会員数:32店舗

理事:12名 平均年齢45歳

こんなイベントを開催しました



塚口笑店街文化祭

着物の着付けやおいしい焼き鳥の焼き方など、会員からプロの技術や知識を学べる。昨年では市内5商店街が協力し、54講座を開催。

塚口うまいもん屋ズひるのみ



毎月第3土曜の日中に開催。参加店舗で「ひるのみパスポート(300円)」を提示すれば、イベント限定のメニューやサービスがリーズナブルに楽しめる。



「立場が人を育てる」をモットーに、会員の主体性を磨き、商店会の底上げを図る

村上憲司理事長

認知度UPに向けて動き出す

委員会発足後、商店会の課題の洗い出しに取り掛かった。村上理事長は「会員や来街者への聞き取りを行った結果、真っ先に商店会の認知度の低さが挙がりました。飲食店が多いこともあり、商店会を利用しているのは近隣のサラリーマンが多く、そのほとんどは常連客でした。また、アーケードがないため近隣住民に商店街として認識されていないようでした」と分析する。

委員会では、まず商店会の認知度向上への取組みを議論した。

新たな取組みで効果実感

活発な議論の中から、商店会を身近に感じてもらうよう『やっばりいてる塚口笑店街』のキャッチフレーズや、商店会のロゴマークが生まれた。さらに、会員店舗の個性をアピールしたいとの意見から、以前作成した商店会員の似顔絵を活用して、一段と情報発信を進めることが決まった。

次に、常連客以外の来街者を増やすため、議論を重ねた結果、『塚口笑店街文化祭』と銘打ったワークショップを開催することになった。2015年の初開催以降、年々講座数や参加者も増え、今では市内の他の商店会を巻き込んだ一大イベントに成長している。

2018年から開催している『塚口うまいもん屋ズひるのみ』は、委員会をきっかけに生まれたイベントの代表格である。企画した副理事の吉井さんは「このイベントは、雑談の中で軽い気持ちから提案したものが、とんとん拍子に進み採用されました。第1回目開催までの準備は本当に大変でしたが、続ければ続けるほど、商店会とイベントの認知度が上がり、新しい来街者が増え、効果を実感しています。毎月開催するため、会員同士やりくりしながら、ゆる

く取組むのが長続きする秘訣です」と話す。

村上理事長は「飲食店が多いため、夕方以降、来街者でにぎわっていました。このイベント後、『昼にも来街者が増えた』と好評です。また、初来店のお客さんも多く、商店会の活性化が着実に進んでいると感じます」と手応えを話す。

売り上げUPで活動促進

イベントの多くは行政の補助金を活用するが、あえて補助金に頼らないイベントも実施している。各会員からイベント参加費を集めることで、会員に責任感を芽生えさせることが狙いだ。「自腹やったら、みんな必死に考えるやろ」と村上理事長は笑う。

委員会の設立以降、活発な議論を通して商店会の課題解決に取組んできたが、当初、一部の会員からは「飲食店のイベントに偏っている」と疑問の声が挙がったという。村上理事長は、「私はイベントの中でも、特に飲食のイベントは、間違いなく人が集まると考えています。しかし、サービスや小売業の会員もいるため、一部の会員からは、飲食店だけのイベントに対し、消極的な意見も聞かれました。しかし、『来街者が増えれ

ば結果として飲食店以外にも人が流れる」と結構な熱量で説明し、納得してもらいました」と話す。実際に『ひるのみ』イベントでは、飲食店以外の会員もサービスを提供するなど、商店会全体の活性化に繋がっている。

また、「いくら商店会をにぎやかにするためとはいえ、会員にとつても利益がなければ、続けていくことはできません。実際、イベント実施によりお客さんが増え、売上も伸びていることが、会員のモチベーションになっていました」と村上理事長は話す。

会員みんなが主人公

一方で、活性化への取組みが活発になるに従って、村上理事長は懸念することがあった。「イベントを数多く実施していくと、いつの間にか、誰かに頼る雰囲気になっていくことに気が付きました。せっかくの新規事業も慣例化するといつしかトップダウンになっていきました。なので、イベントリーダーを立てて年度ごとに持ち回ること、責任者の役割や苦勞を理解できるよう経験を積んでもらっています」。

専務理事の田中さんは「イベント開催は、会長におんぶに抱っこになっていました。今では、役割



分担をしっかりと決め、担当者が責任を持って対応しています。また、会員の間では、それぞれができることをやろうという、互いに協力し合う雰囲気があります。イベントが数多く開催されていますが、全てのイベントに全力で取り組まなくて良いというのが、無理なく継続的に取り組んでいる要因ですね」と語る。

最後に村上理事長は「商店会内の物件数には限りがあるので、会員数の急増はなかなか難しいからこそ、1人1人の会員をどれだけ育てていけるかがこれからの課題です。理想ではありますが、一人の会員が、会長職に居続けるのではなく、全ての会員が、会長経験者でもよいと考えています。主体的に動けるような会員を増やしていきたいです」と将来を見据える。

活性化への取り組みを語る

アリクイ食堂



もともと近隣でバーを経営。7年ほど前に現在の場所に食堂をオープン。昼は子ども連れのお母さんたち、夜は食事やお酒を楽しむ人たちが賑わっている。

村上理事長からの勧めもあって、副理事長に就任しました。理事長からは、役職はいずれ回って来るもの、「副理事長」はニックネームみたいなものだと言われています。以前は、「嫌」や「無理」が私の口癖でしたが、副理事長になってからは、そういった言葉を意識的に言わないようにしています。

若い人には、「商店会」は「固い」「しがらみが多い」というイメージもあるようですが、これを払拭し、気張らずに活動できる雰囲気作りを心掛けています。とにかく続けることが大切で、互いにやり繰りして長く続けて行きたいです。

会員もお客さんも
親戚のような
開放的な雰囲気



●副理事長 吉井佳子さん

憩酒 だい九



土地勘のあったこの地で、14年前に脱サラし開店。店名は、店主が年末の第九コンサートに参加していることが由来。

『ひるのみ』イベントのおかげで増えた昼間のお客さんを、夜の営業にも繋げたいと思っていました。新しいイベントの言い出しっべは大変だと思っていましたが、活性化委員会の、意見を言いやすい雰囲気に後押しされ、夜に開催する飲食イベントを提案しました。

活性化委員会によって、会員同士の横のつながりが強くなりました。同じ業種の会員でも、互いの店をお客さんに紹介し合うほど、仲が良いです。ここ数年の様々な取組みに対し、常連さんからも「街の雰囲気が変わったね」と言われ、手応えを感じています。

途中下車してでも、
立ち寄りたくなる
商店街にしたい



●専務理事 田中淳二さん

和食や 雑っ草



商店街の近くに住んでいたことから、15年前に開店。店主は、開店当時に比べ、来街者が増えていることを実感している。

『ひるのみ』イベントでは、毎月テーマを決め、イベント限定の料理やお酒を提供しています。リサーチやレシピ作りなど、かなり大変ですが、自分にとっても勉強になっています。また、お客様の反応が回を重ねる毎に良くなっていくので、続けて行きたいですね。

昨年は、夜の飲食イベントのリーダーを経験しました。他の会員が、嫌な顔せずにサポートしてくれたので、なかなかやってリーダーだったかもしれないですね。この経験を活かし、別のイベントの時には、率先してリーダーをフォローしています。

イベントリーダー
を経験し、新たな
責任感が生まれた



●理事 梅澤和央さん



中村 心●なかむら こころ
株式会社店頭販促コンサルティング代表取締役。
お店の店頭改善コンサルティングで数多くの実績を挙げている。
<https://www.chanchacopoo.com/>

相談者



hana-fusa ●はなふさ

フラワーキーパー（冷蔵庫）を使わずに、新鮮な季節の花のみを扱う。生産地や生産者にもこだわった切り花は地元の人にも好評。誕生日や記念日など目的に合わせたフラワーアレンジメントも人気。

☎03-6304-0619

📍新宿区上落合 1-1-15
落合パークファミリア店舗 2
📍西武新宿線下落合駅から徒歩すぐ
🕒11時～19時 🕒火曜不定休



専門家が直接指導
もっと売れる店になる!

手書きPOP講座

ちょっとした工夫で効果テキメン！
専門家による直接アドバイスで、
お店の魅力をさらにアピールしてみては

た上で、目立つPOPにするべく、合わせたPOPにしてみました。

2つ目は配色。現在のPOPは、台紙の段ボールと文字色の一部が同色化してしまっています。台紙が明るい色の場合は、黒・赤・青・紫・深緑・茶といった濃い色で書くのがルール。相談者は花屋であり、色鮮やかな花々の中にPOPを置くことになるので、周囲に埋没しないようにするという点も考慮し、「紫×黒」の組み合わせが良いと感じました。

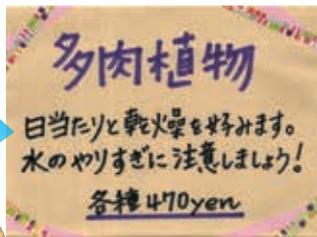
さて、レイアウトと配色を改善して、目立つPOPにするべく、ア

簡単！
POPをもっと目立たせる
テクニク

hanaifusaの店主・小笠原英智さんから「商品POPなどを、もっと目立つように変えたい」とのご相談です。

目立たない原因は大きく2つ。1つ目はレイアウト。「伝えたいことを大きく太く、それ以外は小さく細く」といった具合に、文字に大きさ・太さのメリハリを付けて書き分けた方が読みやすくなります。

POP例



文字色は抑え目に！花が色鮮やかなので、文字もカラフルにしまうと、ゴチャゴチャと見づらくなりますのでご注意ください。

店頭ボード例



店頭に置き歩行者にアピールするボードは、文字装飾より、大きな文字でしっかり書いた方が目立ちます。色は3色程度にするとGOOD!

レンジを施します。最も簡単な方法としては、「マスキングテープ」。貼るだけで、一瞬で目を引くPOPが作れます。季節毎にテープの柄を変えたりと、工夫次第で様々なPOPが作れます。ぜひ、見本を参考にチャレンジしてみてください！

新宿区商店会 イベントカレンダー

※開催日程は今後変更する場合もあります。



4月 April

開催日程	イベント名	主催	電話番号
19日	新宿花園ゴールデン街 桜まつり2020	新宿三光商店街振興組合・他1商店会	☎03-3209-6418

5月 May

9日	末広通り商店会 初夏の商店会プロレス	末広通り商店会	☎03-5363-6901
13日	土と苗のサービスデー	四谷二丁目発展会	☎03-3351-5360
23日～24日	かなめ通りふれあいまつり	新宿要通り共栄会	☎03-3351-3219
24日・6月27日	クリーン&交通安全キャンペーン	早稲田商店会	☎03-3203-2262

6月 June

7日	ブラリズム	荒木町商店会・他1商店会	☎03-3351-4709
----	-------	--------------	---------------

【連載】
こだわりの逸品

地元で愛される名品、
話題の品をご紹介します



「和食はユネスコ無形文化遺産に登録されていますので、箸の文化を大切にしたいです」と話す大墨さん



手の大きさにあった箸の長さを計れる、手作りのスケール

印に指を添えると正しく持てる

「箸上手」三点支持箸
880円～

持ち手は八角、挟む部分は四角、先端は細め。握りやすく、柔らかいものがつかみやすい工夫がなされている。

匠枝 八角先角先細箸
2,200円

第13回 神楽坂 穂の花の「箸」

神楽坂 穂の花

かぐらざか ほのか

☎03-6265-0344

📍 東京都新宿区神楽坂 6-58-3

🚶 東京メトロ東西線神楽坂駅1番出口から徒歩1分

🕒 11時～20時

🌞 水曜



オーナーの大墨仁さんは、食器を取り扱う会社に30年ほど勤めた後、自分の店を持ちたいという夢を叶え、2016年2月に箸専門店をオープンした。
店には、シンプルな江戸唐木箸をはじめ、輪島塗や時絵を施した箸まで、約500種類が並び、お手頃価格なものから、贈答用の品まで、様々な価格帯やテイストのものを選んで品揃えしている。
なかでも、箸の持ち方が綺麗に見える「箸上手」、料理がつかみやすい「八角先角先細箸」など、機能性を重視した箸を揃えているのが特徴。
箸選びで大切なのは、手に持った時のなじみの良さで使いやすい、そして日常使いできる丈夫さ。使う人の手に合った長さの箸を提案できるように、オーナー自らが作ったスケールを用意するなど、専門店としてのこだわりがあらわれている。



美しい箸が並ぶ店内は、まるで工芸品の展示場のような

ご存知ですか？ 令和2年7月からレジ袋の有料化がスタート！

全ての小売店が対象

プラスチック製レジ袋の有料化が令和2年7月1日から義務化されます。
スムーズな対応に向けて、いち早く準備を始めましょう。

詳しくはこちら

経済産業省 プラスチック製買物袋有料化スタート

https://www.meti.go.jp/policy/recycle/plasticbag/plasticbag_top.html



ポイント

☑ 袋1枚につき1円以上で販売してください。
→商品価格とセットで実質0円はできません

対象外となるもの

- ☑ 一定以上の厚さのあるプラスチック袋
- ☑ 自然由来のバイオマス素材が一定以上配合されたレジ袋
- ☑ 試供品や景品等、お客様が購入していない物を入れる袋

問合せ先：【経済産業省】プラスチック製買物袋の有料化に関する相談窓口（事業者向け）

☎0570-000930 [受付時間] 平日10時～18時