

新宿商人

vol.25

[2022年12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]

Fashion

[世界に一つだけのシャツ]



理由がある！
ヒットするだけの、



Event

[参加者も店も幸せになる
商店会イベント]

大ヒット商品 解剖！

「特集」

Gourmet

[ワインと相性
パツグンのソース]



Contents

【しんじゅくあきんど】
新宿商人
vol.25

ヒット商品
大解剖!
The Reasons for Popularity

02

「オーダーメイドシャツ」

by 東京堂シャツ (西早稲田商店会)

HIT 1



世の中のヒット商品には、ヒットする理由があります。ヒット商品は圧倒的な技術力や、独創的なアイデアから生まれると思われがちですが、ちょっとした発想の転換や、既存の技術の応用がヒットにつながるケースも少なくありません。今号では、新宿区の店舗や商店会のヒット商品を分析し、開発の背景や発信、連携の仕方など、どの業態でも活用可能な「ヒットの理由」を取材しました。読者の皆様の新たなヒット商品のきっかけになれば幸いです。

HIT 3

06

「独立採算型イベント」

by 荒木町商店会



08 新宿商人物語「つなぐ」
cafe KADO (やまぶき商店会)

裏表紙 商店街 News
[知っておきたい今冬のトピックス]



HIT 2

「瓶詰めソース」

by グットドレザン (新宿御苑前本通り商店会)



洋菓子店シュマーレのヒット商品

「シュークリーム」(税込270円)

大好きなシュークリームを自分の手で作り、多くの人に届けたい――。

そんな思いから、34歳で高校教師を辞めて一念発起。

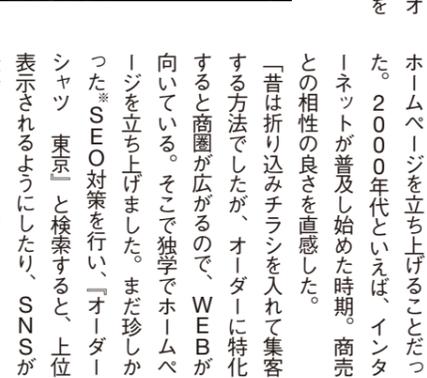
9年間の修業を経て、洋菓子店「シュマーレ」をオープンさせた元山進吾さん。

お店の代名詞であるシュークリームは、

濃厚なカスタードと甘みをおさえた生クリームのバランスが絶妙。

口コミでおいしさが伝わり、いまや電話予約が必須の大ヒット商品だ。

洋菓子店シュマーレ：新宿区西落合2-22-15 / ☎03-3954-1337 / 12:00~19:00(土日祝は~18:00) / 月曜・火曜休み(祝日は営業)



これまでに作ったシャツの写真を定期的にSNSで紹介。いずれも神澤さんがスマートフォンで撮影したもので、更新作業も自ら行う。手間暇を惜しまず、何事も自分でやってみることでコストを削減。新たな気づきも多いという

洒落にこだわる人たちが気になる情報を発信。興味喚起から受注につなげている。オーダーメイドならではの高い技術力や細やかなサービスはもちろんのこと、ターゲットを明確にしたマーケティング活動がヒットの要因であると言えそうだ。

The Reasons for Popularity

シャツの選択肢はほぼ無限!

襟の高さをミリ単位で調整したり、袖の長さを左右で微妙に変えたりできるのはフルオーダーならでは。生地、材質、色、柄のバリエーションが豊富な上、ボタンの色や形、ホルの糸の色、ポケットの有無など、細部にわたって好みのものが選べるため、シャツ1枚に個性を発揮できる

既製品の取り扱いをやめ、オーダーに一本化。JR高田馬場駅から徒歩で約10分。早稲田通り沿いに「東京堂シャツ」がオープンしたのは1956年のこと。当時は、既製品のワイシャツとオーダーメイドシャツの両方を販売する小売店だった。高度経済成長期の真っ只中、スーツ需要が高まり店は繁盛したが、量販店が相次いで近隣に進出。その影響は大きく、

バブル崩壊後はコスト競争に晒され既製品は頭打ちになった。そんな逆境のなか、父の跡を継いで二代目店主となった神澤大一人は、2002年、大きな決断をした。既製品の取り扱いをやめ、オーダーメイドシャツに特化。さらに、顧客ターゲットを明確に絞ったのだ。「父は『安いものを数売って儲けよう』という考え方だったんですが、僕は逆に『高くても良いものを売って客単価を上げよう』という発想。だから、インポートの高級生地を多く扱うなど、オーダーメイドの方向性を180度変えました」

WEBに力を入れ、情報発信を継続。最初に神澤さんが取り組んだのは、ホームページを立ち上げることだった。2000年代といえば、インターネットが普及し始めた時期。販売との相性の良さを直感した。「昔は折り込みチラシを入れて集客する方法でしたが、オーダーに特化するとならぬので、WEBが向いている。そこで独学でホームページを立ち上げました。まだ珍しかった*SEO対策を行い、「オーダーシャツ 東京」と検索すると、上位表示されるようにしたり、SNSが登場するとすぐに店のアカウントを作ったり。顧客開拓のための仕掛け

づくりに力を入れました。一方で、映画やドラマ、ミュージカルなどの衣裳製作にも積極的に取り組むように。もともとレンタル衣裳会社とは取引があったのだが、ある大ヒット映画の衣裳製作に関わった際、店名がエンドロールに流れたことで問い合わせが殺到。「映画で使われたシャツが欲しい」「あの俳優さんが着ていたシャツを作れないか」など、オーダーメイドシャツの専門店として広く認知され、WEBの強みもあいまって、メディアでも取り上げられるようになった。おかげで新規顧客獲得に成功し、今や北は北海道から南は沖縄まで全国各地にピーターがいる。

現在もSNSは週に2回更新し、新着の生地で作ったシャツの写真をはじめ、映画や舞台などで衣裳製作したニュースなど、シャツ愛好家やお洒落にこだわる人たちが気になる情報を発信。興味喚起から受注につなげている。オーダーメイドならではの



店主の神澤大一人さん。店を継ぐ前に、3年間サラリーマンを経験し、営業のノウハウを学ぶ。現在、店は一人で切り盛りし、シャツの仕立ては長年付き合のある縫製工場に委託。客層が幅広いため、決済方法も多彩に用意

Category Fashion

オーダーメイドに特化した熱烈なファンを獲得

東京堂シャツ

Shop

新宿区西早稲田3-15-5 2F ☎03-3209-9684
9:30~19:00(要予約) 日曜・祝日休み
<https://www.tokyodo-shirt.co.jp>

シャツ好き界隈で知る人ぞ知る存在の東京堂シャツ。量販店の登場によって苦境に立たされた後に取った、起死回生の仕掛けとは?



ジャストフィットするシャツに、リピーター続出!

Item
オーダーメイドシャツ

体型や身体のクセなどを丁寧に採寸した後、生地の種類からディテールまであらゆる要望を聞くフルオーダーシャツ。熟練の職人が手がけるため、シャツの柄合わせもびったり。価格は生地の値段によって変わるが、1枚あたり1万2,000円台が中心

ヒット商品大解剖!
The Reasons for Popularity

コロナ禍を機に 新たなチャレンジへ 商店会ネットワーク をフル活用

ヒット商品
大解剖!
The Reasons for Popularity

自宅にいながら
専門店の味を
楽しめる!

グットドレザン

Shop_ 新宿区新宿1-9-11クサマビルB1 ☎03-6273-1721
火曜～土曜17:00～23:00(L.O.) 日曜・祝日17:00～21:00(L.O.) 月曜休み

コロナ禍で業績不振に陥った飲食店は数知れず。ワインバーのグットドレザンも然り。試行錯誤するなかで評判を呼んだのが、店の味を再現した瓶詰めソース。商品化のきっかけは商店会の仲間たちだった。



Item
瓶詰めソース2種

右は「ワインに合う カルパッチョソース」860円(税込)。刺身にかけたり、マヨネーズと合わせてタルタルソースとしても使える。左は「ワインに合う セミドライトマト」1,200円(税込)。そのままでも、ガーリックトーストやモッツアレラチーズと合わせても美味

コロナ禍で試行錯誤 贈答品にもなる新商品

90年代のワインバーブームの火付け役として、四谷三丁目や恵比寿で人気店を経営していた杉本ひろしさんが、心機一転新宿御苑近くに「グットドレザン」をオープンしたのは2015年のこと。豊富なワインのラインナップとひと手間かけたメニューで近隣の食通の話題を呼び、すぐに人気店となった。だが2020年、コロナ禍によって客足が途絶えてしまう。「店を存続させるためにできることは何でもやっ

てみた」と言うように、テイクアウトメニューの導入や野菜・酒類の販売など、試行錯誤を重ねたなかで特に評判を呼んだのが、店で提供しているソースの瓶詰め商品だ。その名も「ワインに合うカルパッチョソース」。さまざまな料理に合う使い勝手の良さで、手軽にレストランの味を楽しめると大好評。さらに常連の要望を受け、半年後には第二弾の「ワインに合うセミドライトマト」を開発。2つの味が揃ったことで、贈

り物にも使えると人気を博し、現在も定番商品として販売を続けている。支え合い、助け合う商店会の意義

瓶詰めソースの誕生には、「新宿御苑前本通り商店会」に属する飲食店の仲間たちの存在が大きかった。かねてより杉本さんは「巣ごもり生活での自炊は大変」という声を耳にし、料理人として何かできることはないかと考えていた。そんな折、交流のある商店会の飲食店で、瓶詰め商品を目にする。汎用性の高いソースを保存の利く瓶詰めにすれば、食事づくりの負担軽減にはもちろん、店の味を届けることで宣伝にもなる。「これだ!」と膝を打ち、開発に着手。商店会の仲間から小ロットで対応可能な製造業者も紹介してもらい、試作に試作を重ね、1年以上かけて納得できる味を完成させた。出来上がった商品のラベルにはQRコードを付けてソースに合うレシピを複数紹介し、店のホームページに飛べるようにした。これも「贈り物でもらった人が店の存在を知り、来店のきっかけになれば」という集客の工夫の表れだ。

瓶詰めソース誕生のきっかけになった商店会の仲間たちに杉本さんは感謝の言葉を口にした上で、商店会の意義を説く。「近隣の飲食店とはライバルとして競争するよりも、仲良くしたほうがメリットは多いんです。今回の瓶詰めソースのように色々なヒントや情報をいただけるし、お客さんを紹介し合うこともできる。街もにぎわって良いことばかり。横のつながりは大事です」

実は、新宿御苑前本通り商店会は2020年に誕生した新進の組織だ。地域柄、飲食店が多く、気の合う仲間が集まって交流を深めているうちに、はしご酒のイベントなどを企画し、大盛況。仲間内の機運が高まり、ついには近年珍しい新商店会立ち上げにまで至った。

「今、商店会で共同のECショップ開設も検討しています。そこで瓶詰めソースも販売して、販路拡大につなげたいですね」

ヒット商品の背景に、チャレンジあり。そして何よりも、心強い仲間支えが、そこにはあった。



自分の目の届く範囲で、お客と向き合いたいと立ち上げたグットドレザン。「葡萄の雫」を意味する店名通り、ワインのクオリティと品揃えには定評がある。温度管理が徹底されており、グラスワインはフランスを中心に常時15種類、ボトルワインは100種類以上(①)を用意



オーナーシェフの杉本ひろしさん。出身地の長野県中川村で獲れる鹿や、現地で有機栽培を手がける「大島農園」から新鮮なオーガニック野菜を調達し、店のメニューに生かしている



瓶詰めソースのラベルにあるQRコードを読み込むと、左記のようなレシピページが現れる。手軽に作れるものが5種ほど紹介されており、どんなワインと合わせたらよいか、アドバイス付きなのもうれしい



上) 毎年8月の最終土曜日に盆踊りを実施。これに合わせて、3年前から花街をルーツにもつことを生かした「浴衣ナイト」を開催。荒木町界隈は浴衣を着た人でにぎわう。右) 美人画風のデザインで団扇を製作



「カレーフェス」といっても食べ歩きが2018年に開催した「荒木町カレーフェスティバル」だ。

「街のにぎわいづくりにイベントを行うことが大事。だからこそ、通常の仕事に支障が出てしまうのは本意ではありません。私たちがイベントを実施するのは、お客さんのためでもあります。店舗の皆さんにこの街で商売している意味を見出して繁盛してもらいたいから。できるだけ参加店舗の負担を減らし、街の特性を生かしたイベントを続けていけば、街は自ずと盛り上がるのではないのでしょうか」

大解

The Reasons for Popularity



荒木町商店会会長を務める石田太郎さん。若手ながら日本酒バーを営み、商店会運営にも積極的に参加



荒木町エリアには、川の字のごとく、車力門通り、柳新道通り、杉大門通りと名付けられた細い路地があり、こぢんまりとした個店がぎっしり。ぶらり街歩きしてはしご酒するにはもってこいの場所だ

The Reasons for Popularity

イベントの在り方を変えたカレーフェスティバル

かつては料亭などがひしめく街として活況を呈していた荒木町。しかし15年ほど前から近隣にあったメディア各社の転出などによって、徐々に活気が失われていく。商店会は、なんとかして街のにぎわいを取り戻したいと思案し、補助金も活用して来街者が1000人を超えるような大規模イベントを開催した。だが、当日は大いに盛り上がるものの、参加店舗の負担は大きく、集客もその場限りで終わることが多かった。

「自分たちでイベントを運営する場合は、管理できる参加人数に限度があると思っています。多すぎるとコントロールできなくなる。カレーフェスでは約30店舗が参加してくれましたが、僕の経験上、その店舗数だと300〜400名が管理できる規模感。そこで、各店舗には常連客に

声をかけてもらい集客しました」30店舗が各々常連客5名に声をかけ、その人たちに友達を2名連れてきてもらえば成立する計算だ。各店舗の集客の甲斐あってイベントは大成功。カレーフェスは今に続く商店会行事に発展している。

街のにぎわい、個店も潤う継続性のあるイベントを

「街のにぎわいづくりにイベントを行うことが大事。だからこそ、通常の仕事に支障が出てしまうのは本意ではありません。私たちがイベントを実施するのは、お客さんのためでもあります。店舗の皆さんにこの街で商売している意味を見出して繁盛してもらいたいから。できるだけ参加店舗の負担を減らし、街の特性を生かしたイベントを続けていけば、街は自ずと盛り上がるのではないのでしょうか」

Category Event



ヒットの理由

ヒットイベント大解剖!

補助金に頼らず収益を高める経営的視点

荒木町商店会

Shopping Center

街のにぎわいづくりのためにイベントを企画する商店会が多い。だが、一部の店に負担が偏り、集客面でも苦勞しているケースもある。そうしたリスクを減らし、参加店も来街者も楽しめるイベントを開催しようと、経営的視点で取り組んでいるのが荒木町商店会だ。

Event

独立採算型イベント

本業の商売に支障を来すことなく、個店が参加でき、来街者も楽しめるイベントを企画。個店の売上アップとともに、街のにぎわいがねらい。荒木町商店会では、一年を通じて継続性のあるさまざまな独自イベントを実施。



つなぐ

やまぶき商店会
cafe KADO

オープンして60年余り。
純喫茶からカラオケスナック、
そして昼間はレストランへ。
業態はいろいろ変わっても
親子で営むcafe KADOの
居心地の良さは変わらない。



昨年、床材や壁材を一新した店内はシンプルですっきりとした印象。防音効果が高いため、カラオケでは音漏れを気にすることなく心ゆくまで歌うことができる



母
吉澤美紀子さん

息子
吉澤一貴さん

親子三代で築いた 地域コミュニティーの場

早大通りと江戸川橋通りに囲まれた角地に建つ、その名も「KADO」。

「義母が付けたらしいですけど、そのまんまですよね(笑)」とこやかに話すのは吉澤美紀子さん。18歳でこの店のアルバイトを始めて、マスターを務めていた夫と出会った結婚。以来、義母から引き継いだ店を守り、現在は息子の一貴さんとともに店に立つ。

「開店したのは東京オリピックの前年の1963年。一軒家のそばにあった庭を潰して義母が店をつくったそう、当時はコーヒードロップの純喫茶。『冷暖房付、テレビ放映しています』と書かれた看板を出していたこともありまして」と当時を振り返る。近隣には

出版社や印刷所が多いせいか、打ち合わせや商談のために利用するお客さんも多かった。

やがて義母が引退して美紀子さんと夫が店を運営するようになる。純喫茶は次第に様変わり。カレーライスなどの食事メニューを追加したり、いち早くカラオケを導入したり。歌うたびに1曲100円をコインボックスに入れるカラオケは連日大人気。ついにはお金がいっぱいでボックスに入らなくなつたこともあつたとか。昼間は喫茶店、夜はカラオケスナックという今につながる二刀流の業態

はこの頃から形作られた。そんなにぎやかな店の様子を、息子の一貴さんは今でもよく覚えていると話す。

「昼間は常連さんが多くて、たいがい近所の父の友達。肉屋さんや映画館の店主とかみんな跡継ぎばかりで、毎日店に顔を出している。決まった席に座るんです。そして夜になるとカラオケが始まる。うさかつたけど、楽しそうだなと思って見ていました(笑)」

まさに地域コミュニティーの場である「カド」を一貴さんが引き継ぐことになったのは自然な流れだったという。今から26年前、角地一帯をマンションに建て替える話が持ち上がり、その1階に店が入ることになった。ちょうどその頃、料理人として別の会社で働いていた一貴さんは、父から店の内装などを相談されるうちに、いつしか一緒に店をやるとういう話に。父と子の事業承継は実に自然な流

れだったと美紀子さんは懐かしむ。

店がリニューアルすると、親子3人での新たなスタートを期に、店名をアルファベット表記の「KADO」に改めた。そして、昼間には一貴さんがこしらえるランチセットを提供することに。肉まちは魚のメインディッシュに野菜をたっぷり添えて、サラダ、ライス、自家製ヨーグルト付きのお得なランチメニューは近隣に勤める女性たちに大人気。いまや

昼間はレストランとして女性客が9割を占める。そして夜はカラオケスナックとして、長年通うご近所の常連さんがマイクを握る。

純喫茶の「カド」から多様な業態の「KADO」へ。表記も業態も変わったが、三世代にわたり地域に愛される店であり続けている。

cafe KADO

新宿区山吹町291 ☎03-3260-7435
11:30~14:00 18:00~23:00
土曜・日曜・祝日は完全予約制 不定休



毎朝スクーターに乗って、住まいのある要町から出勤する美紀子さん。そんなタフな母を一貴さんは労わりつつも、現役でいることが健康の秘訣と考え、一緒に働けることに幸せを感じている

逸品を「なぐ」



代が変わるごとに業態も変わってきた「KADO」だが、ただ一つ変わらないのがコーヒーの味。「60年以上前に義母が考えたブレンドですが、珈琲豆屋さんも今も変わらずにあって、長年の付き合い合っています」と美紀子さん。創業当時は1杯40円程度で提供していたという。学生時代に通っていた常連客が久しぶりに店を訪れて、昔と変わらないコーヒーの味に感激するケースも。この一杯が、KADOのアイデンティティであり、街の歴史を彩る景色なのだ。

2022
Winter

商店街 News

知っておきたい今冬のトピックス

いま活用したい補助金や支援策



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 感染拡大防止対策、業態転換、販売促進にかかる費用を補助

助成額 **最大10万円** (補助対象経費の10/10以内)

補助対象期間 令和4年4月1日～令和5年3月31日

産業振興課

お問い合わせ **03-3344-0701**

[詳しくはこちらから]



商工業緊急資金(特例)

対象 新型コロナウイルス感染症の流行及び原油・原材料の価格高騰等により、事業活動に影響を受ける区内中小企業者

内容 商工業緊急資金(特例)をあっせんし、利子と信用保証料を区が全額補助

貸付限度額 **2,000万円**

貸付期間 10年以内(据置期間24ヶ月以内)

産業振興課

お問い合わせ **03-3344-0702**

[詳しくはこちらから]



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等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

助成額 **最大10万円** (10/10補助)

補助対象期間 令和4年4月1日～令和5年3月31日

産業振興課

お問い合わせ **03-3344-0701**

[詳しくはこちらから]



複数回
申請も
OK!

行政書士無料相談会

補助金申請
での
お悩みごとは
こちらへ!

内容 事業者向けの補助金申請、経営計画策定、事業承継などに関する相談

日時 毎月第3水曜日(祝日・休日の場合は翌営業日)
13:00～16:00
※相談時間は1事業者につき1時間程度

会場 区立産業会館(BIZ新宿)

申込方法 毎月20日(土日祝の場合は翌営業日)より、翌月分の予約を電話で受け付け ※先着順

予約・お問い合わせ 産業振興課
03-3344-0702

[詳しくはこちらから]

