

新宿商人

vol. 32

[2024年9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 〕

最新テクノロジーに親しみ
スキルをビジネスに活かす

北新宿四丁目商友会・

北新宿四丁目親交会

×

東京国際工科専門職大学

町の認知度を高め
新たな息吹を注入

さかえ通り商店会

×

高田馬場宮田商店会

×

東京富士大学

商店街のファンを増やし
子育てにやさしい街を

本渡中央商店街振興組合

×

NPO法人

×

地域団体

特集

商店会が変わる第一歩!

ウィンウィンの 連携術

TECHNOLOGY

テクノロジー

VISION

ビジョン

COMMUNITY

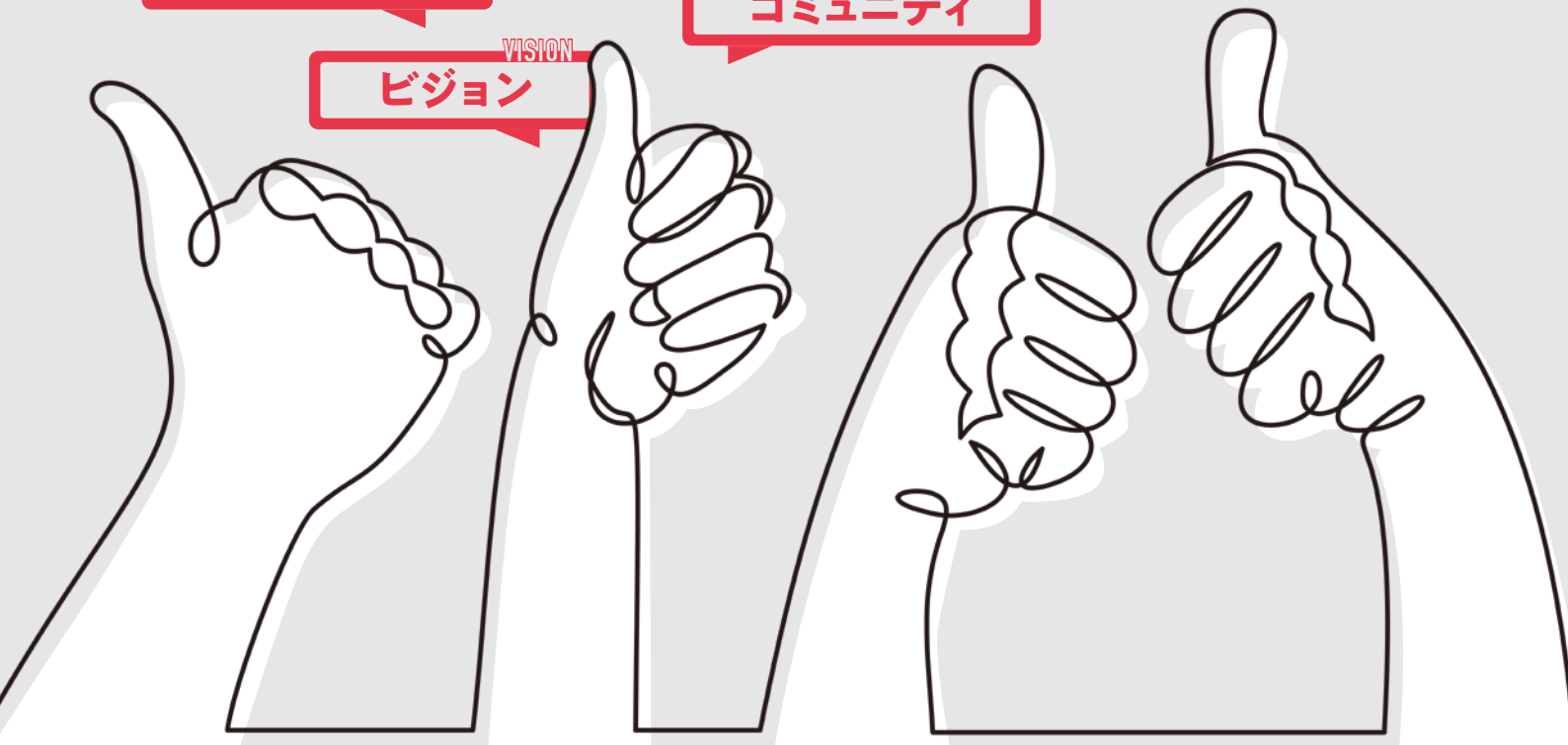
コミュニティ

EVENT

イベント

IDEA

アイデア



WIN × WIN!

Contents

【しんじゅくあきんど】
新宿商人
vol.32

※本誌の掲載内容は令和6年9月現在のものです。

【特集】

商店会が変わる第一歩！ ウィンウィンの 連携術

商店会活動を加速させる手段として、有効なのが「連携」です。
教育機関や地域団体、企業など、異なる団体との連携は
商店会や加盟店に新たな気付きやチャレンジをもたらします。
今号では、連携の成功例を通して
お互いが高め合う連携のかたちを掘り下げます。

01 Introduction ウィンウィンの商店会連携を叶えよう！ 早稲田大学講師 家入祐也さん

02 Case.1【テクノロジー】 最新テクノロジーに親しみ、スキルをビジネスに活かす 北新宿四丁目友友会・北新宿四丁目親交会×東京国際工科専門職大学

04 Case.2【地域】 街の認知度を高め、新たな息吹を注入 さかえ通り商店会×高田馬場宮田商店会×東京富士大学

05 Case.3【子育て】 商店街のファンを増やし、子育てにやさしい街を 本渡中央商店街振興組合×NPO法人×地域団体

08 新宿商人物語「つなぐ」 龍公亭（神楽坂通り商店会）

裏表紙 商店街 News 「知っておきたい今秋のトピックス」

Introduction

連携が商店会に
“動き”をもたらす

「商店会にとってさまざまな団体との連携は、抱えている課題解決のきっかけになるでしょう」

これまで商店会活性化に取り組んできた家入さんは、商店会の行う連携の意義についてそう話す。

「連携がもたらすものは、これまでにないアイデアやイベント、ネットワークの強化など多様です。しかし何よりも重要なのは、商店会に新しい“動き”が生まれること。

加盟店も新たな活力を感じられ、組織としての未来を描けるようになるでしょう」

とりわけ、商店会活動が停滞している場合には、連携が何よりのカンフル剤となりそう。もちろん、効果的な連携のためには、商店会の抱える課題を明確にし、適切な連携相手と手を組む必要がある。ただ、そこあまり考えすぎないほうがいい、と家入さん。

「まずは気軽に商店会サポーターに相談すると良いでしょう。実際に、私たちも新宿区からお声がけした

だけ、区の商店会と産官学連携事業プロジェクトを行っています。大事なのはアクションです」

中長期的視点で
続けることが大事

他団体と連携して何かに取り組む際、大切なのは中長期的な視点だと、家入さんは言う。

「加盟店の売上が上がり、来街者が増えるなどのメリットを実感できるようになるには、時間がかかります。また、連携相手が商店会の課題や要望をしっかりと理解するためには、コミュニケーションを重ねていく必要があります。だからこそ、中長期的に関係性を

つくり、成果を着実にあげていくことが大切でしょう。商店会側も、無理をせずに楽しんで取り組むことが持続する連携のポイントです」

その結果として、ウィンウィンの連携につながっていく。

「私の経験から言えるのは、学生側にとっても学んだスキルや知識を商店街のようなビジネスの場で実践できるのは貴重な機会だということ。また、商店街に対する愛着も深まり、長期的な付き合いにもつながっていきます」

街に新しい風を吹き込み、変化とチャレンジを生み出していく商店会連携。ぜひ自分たちらしいかたちで取り組んでみてほしい。

早稲田大学 理工学術院
情報生産システム研究科
講師

【Profile】

家入 祐也さん

2017年、早稲田大学
創造理工学部 経営シ
ステム工学科卒業。専
門は情報通信技術。テ
クノロジーを活用して
商店街の課題解決を図
る研究に携わる。これ
までに4つの商店会と
連携事業を経験。



ウィンウィンの 商店会連携を 叶えよう！

商店街活性化の手段の一つ、「連携」。
商店会同士、商店会と学校、商店会とNPOなど
さまざまな組み合わせがある中で
良い結果を生む連携のありかたとは――。
商店会連携に取り組む家入祐也さんに聞いた。

イラストマップのアプリ化で 新たな街歩き体験を提供

現在、家入さんたちは高田馬場西商店街振興組合と連携事業を実施中。学生たちが実際に店舗をインタビューして、“魅力再発見”のイラストマップを作り、中国語版も作成予定。これをアプリ化し、新たな商店街散策体験を提供するとともに、その効果の可視化にも成功。留学生の来街者獲得にもつなげている。



Case Study



東京国際工科専門職大学 情報工学科教授の駒井章治さん。「連携事業で大切なのはコミュニケーション。対話を重ねた上で丁寧に進めていくことが大事です」

盛り上げていたが、これからは商店会同士が協力し合ったほうがよいと考え、数年前から共催で販促事業を行う仲だ。

「学生さんが街の活性化のために手伝ってくれるというけど、最初は何をどうしたらいいのかわからなくて。大学との連携は初めてのことだったから」と大内さんは当時を振り返るが、「ただ、自分たちだけではなかなか新しいアイデアが浮かばないから、若い人たちから意見が聞けるのはありがたいと思います」と話すのは商友会会長の佐藤繁己さん。期待と不安が入り交じる中、連携プロジェクト

はスタートした。

連携の第一歩は 相手を知るヒアリングから

商店会とタッグを組むにあたり、駒井さんらが最初に行ったのは商店会メンバーとの関係性づくりだ。どんな想いで商売に取り組み、街にどんなことを期待しているのか。まずはコミュニケーションをとり信頼関係を構築。その上で提案したのが、北新宿四丁目というエリア

アを一つにまとめる街のテーマづくりだ。例えば、渋谷なら若者文化、築地なら魚といった具合に、北新宿四丁目ならではのブランドをつくることで、商店街の価値を高めようという狙いだ。これまで、商店会内ではそうした議論をしたことはなかったが、大学側が率先して提案を行っていった。

「エリア内にある淀橋市場から『野菜』を連想し、続いてより汎用性の高い『グリーン』のイメージに至り、昨今のトレンドである『地球にやさしい・サステナブル』といったキーワードにつなげて提案させていただきました」



商店会メンバーも同意し、続いて学生たちが考案したのがテーマのビジュアル化だ。講義で学ぶクリエイティブスキルを活かし、赤カブの「レッドカブ子ちゃん」と「北4仮

面くん」のキャラクターを創作。Tシャツやシールなどのグッズも制作し、商店会や来店者に配るなどして一体感の醸成に役立てている。そして、今年からは、各店舗の新品開発サポートにもチャレンジ。カギを握るのはAだ。

「学生さんたちが店舗を回って、そのやりとりからAに新商品のアイデアを出してもらうんです。我々も最先端の技術についていかないと（笑）」と大内さんが言えば、「若い人たちと話をすること自体が刺激的。いずれ自分もAに挑戦してみたいね」と佐藤さん。大学との連携は、商店会の面々にとって新しいテクノロジーに触れる機会にもなっている。一方、学生たちにとっても学んだスキルを実際のビジネスに活かす成長の場になっており、メリットが大きい。まさにウィンウィンの連携がここに生まれている。



学生たちが実際に街に出て、店舗へヒアリング。課題を解決するためにAIを利用することも。また、SNS用の動画を撮影し、店舗の宣伝にも貢献

商店会

大学

最新テクノロジーに親しみ スキルをビジネスに活かす

Case 1
テーマ「テクノロジー」

北新宿四丁目商友会・北新宿四丁目親交会

× 東京国際工科専門職大学



北新宿四丁目親交会 大内健嗣 会長
北新宿四丁目商友会 佐藤繁己 会長

東京国際工科専門職大学 駒井章治 教授

東京国際工科専門職大学 学生のみなさん

2つの商店会と大学。一見、接点の少なそうな両者だが、新宿区が窓口となって両者を引き合わせ、2022年に産官学の連携がスタート。今、店主と大学生の間には交流が深まり、新たなアクションが生まれている。

連携の具体的なプロセスを掘り下げた。

商店会内に誕生
大学の「研究室」

毎週水曜日の午後3時過ぎ。東京国際工科専門職大学の学生たちが三々五々、進栄燃料の店に集まってくる。同店は北新宿四丁目親交会（以下、親交会）会長の大内健嗣さんの店であり、同大学情報工学科教授の駒井章治さんによる「地域共創デザイン実習」の授業の場でもある。店の一角を間借りして授業を行い、月に一度、学生たちと店主たちが顔を合わせてミーティングを行う。いわば産官学連携の拠点だ。

「私たちの大学は、AIやIoT、ロボット、ゲーム、CGなど情報系を専門にした大学で、新宿区内に2020年に開学しました。これまでの大学では、ある特定の分野に特化した専門家を育成する教育体系でしたが、当大学では企業や社会の実際の課題を解決できる人材を輩出することを目的としています。それゆえ、商店会との連携は地域のひとと一緒に課題解決に取り組む実践教育として願っていません。企画でした」と駒井さん。

新宿区から提案された連携先は北新宿四丁目。ここには、先述の親交会と北新宿四丁目商友会（以下、商友会）の二つの商店会がある。かつては互いに切磋琢磨して街を



東京富士大学
二上映子 理事長

高田馬場
宮田商店会
菊地省三 会長

さかえ通り商店会
大田雅博 会長

Case 2 テーマ「地域」

上) ペットボトルのラベルに描かれたカミサカエリアのイラストマップ。下) 商店街の各店舗で無料配布する水のペットボトルと携帯用除菌ウェットティッシュ。ペットボトルはエリア内の小学校でも配布。子どもたちが家に持ち帰ることで、保護者に2つの商店会を知ってもらうのがねらい



商店街ファンの子どもたちを増やす

熊本県天草市の本渡中央商店街は、地域唯一のアーケード商店街「銀天街」として親しまれ、1970年代には島内外から人を集めにぎわっていた。だが、交通インフラの変化や郊外型大型店の台頭、近年では担い手の高齢化や後継者不足により、商店街は空き店舗が目立つように。危機感を覚えた本渡中央商店街振興組合は2018年にニーズ調査を実施。すると、子育て世代の商店街離れが明確になった。

「私たち地元の人間にとって、商店街は子どもの頃から近い存在でした。映画を観たり、当時行われていた夜市に遊びに行ったりと、たくさん思い出がここにあるから、今ここで事業を行っている。今の子どもたちにも商店街に愛着を持ってもらうことが、将来的な商店街の状況につながると思います」

そう話すのは、同組合の専務理事を務める山田忠男さん。子育て世代に向け有効な施策を模索する中で、「NPO法人子育てネットワークわ・わ・わ」（以下わ・わ・わ）と知り合う。子育て支援や情

本渡中央商店街振興組合（熊本県天草市）

商店街のファンを増やし

NPO法人・地域団体

子育てにやさしい街を

Case 3 テーマ「子育て」



Win-Win

報共有・発信を行っていた同団体は、これまで行っていた子育てイベントをコロナ禍によって開催できない状況にあり、イベントの場を探していた。開放的な商店街であれば感染リスクも低く、また幅広く子育て世代にアプローチできる。商店街としても、子育て世代に向けたコンテンツの精度を高められる。双方の思惑が一致し、有志を加えて「天草AsoViva

区外事例に学ぶ。

熊本県南西部、120以上の島々からなる天草地域。この島の中心市街地で、独自の連携事業が進んでいる。月に一度、商店街を舞台に多様な団体が集い、ファミリーの憩いの場をつくりあげているのだ。キーワードは、「子育て」と「継続」。連携事業を成功させるうえで必要なことを、彼らの取り組みから見ていきたい。

本渡中央商店街振興組合
× NPO法人 × 地域団体



たくさんの仲間と
やっています

Win-Win

さかえ通り商店会

街の認知度を高め

高田馬場宮田商店会

新たな息吹を注入

街の発展のために大学と手を取り合い、さまざまな連携事業に取り組んできた2つの商店会。大学にとっても、その存在を広く知らしめるには絶好の機会。三者の想いが合致し、地域一帯での取り組みを進めてきた。



学生の力で 地域ににぎわい

カミサカエリアで行われるコスプレイベントでは、校舎や庭園を場所として提供。地域の魅力を発信する機会として商店会も全面協力



新たなエリア形成で 地域一帯の活性化を

JR高田馬場駅から北西に延びるさかえ通り。両脇には多くの店が建ち並び、さかえ通り商店会を形づくっている。そこから1本通りを入ったところにあるのが高田馬場宮田商店会だ。もともと両商店会間にはさほど交流はなかったが、さかえ通り商店会の一員でもある東京富士大学の強みを活かすかたちで、地域一帯での取り組み

みがはじまる。

「商店会の一員として日々お世話になっている。なにか恩返ししがしたかった」

と話すのは、同大学理事長の二上映子さん。「商店会に新しい動きが生まれれば」と高田馬場宮田商店会会長の菊地省三さんは前向きにとらえ、さかえ通り商店会会長の太田雅博さんも「大学と組めば何か面白いことができる」と、みんなノリノリで参加しました（笑）と、プロジェクトがスタートした。以降、両商店会をまとめ

歌詞には、このエリアにちなんだ場所やシーンが登場する。その後も両商店会をまたがるスタンプラリーを開催したり、アート作品を展示したり。最近では、販促事業の一環として、カミサカエリアのマップを描いたミネラルウォーターのペットボトルをつくり、商店街や大学のオープンキャンパスで配布している。

「より多くの人に高田馬場を知ってもらい、街を盛り上げたい」と声を揃える3人。施策を通して、それぞれの関係性も深まっている。

助けが必要で、そのためには今の段階から長期的な戦略を練っておく必要がある。このプロジェクトがその第一手になれば」

ファンづくり、収益化、ネットワーク……。天草の連携事業は、さまざまなかみをもたらし、商店街の未来を変えようとしている。



広場にある木製の遊具は、観光協会が所有していたものをプロジェクトが譲り受けて管理・活用。極力コストをかけずにコンテンツをつくる工夫がここにも。子どもたちにも大人気だ

な波及効果を期待している。

「商店街のイメージを高め、ここで事業を行いたいと思える方々を増やし、空き店舗を埋めていきたい。また、私たちにとって長年の懸案事項は、この大きなアーケードの維持です。補修するにしても建て替えるにしても大きな予算や

継続は力なり
見据える商店街の未来

本イベントの特筆すべき点は、今（2024年8月現在）に至

プロジェクト」を発足。そして2020年12月に、商店街を遊び場として子どもたちに提供するイベント「まちはみんなの遊園地」を行った。アーケードに飲食や物販ブースが並び、広場には遊具を設営。「わ・わ・わ」による子育て相談所も出店したこのイベントは、商店街から足が離れていたファミリー層を呼び戻し、大いにぎわう結果となった。

「子育ての悩みは人に言いづらいもの。でも、イベントを楽しみながらであればフランクに話をしやすい。商店街を舞台にすることで、幅広い層に子育ての情報を周知できていると感じています」

と「わ・わ・わ」代表の澤田福美さんは、商店街との連携の意義を感じている。



商店街内の「靴のやまだ」店主であり、本プロジェクトの中心メンバーである山田志男さん。デザインスキルをイベントでも活かす。多様なメンバーをまとめあげる頼れる存在

るまで毎月欠かさず行われている「継続性」だ。

「当初から、長期的なイベント運営を志していました。一回きりのイベントではなく定期的に行うことで来街者の記憶にすり込まれる。そのために、開催日は毎月第三日曜日に固定。運営資金も、スタート時以外は補助金に頼らずに出店料などで補うことで、持続性を確保。宣伝もメンバーのマンパワーとネットワークを活かして、イベントの存在を広めました（山田さん）」

実際、チラシは山田さん自ら作成。近隣の幼稚園・小学校に約4000部配布し、子どもたちと親世代への普及を図ってきた。その結果、いまでは多くの常連が訪れる地域の名物イベントへと進化。PTA関連団体や地域企業、近隣の高校など、イベントの理念に共鳴した人々の参加も増え、連携の輪が拡大している。

「大事なのは、子どものためのイ

イベントの連携ポイント



Point 2 中高生が 運営ボランティア

中高生にもアプローチし、運営ボランティアとして協力を得ている。取材当日は、天草高校の生徒が受付を担当。学校でボランティア募集の掲示を見て応募したと言う2人は、「『みんなの遊園地』というコンセプトが楽しそうで参加してみたくなった」。着実に商店街ファンの裾野を広げている。



Point 1 子育てNPOの 休憩所ブース

「NPO 法人子育てネットワークわ・わ・わ」とは、イベントスタート時から連携。空き店舗内に休憩スペースや遊び場を開設し、くつろぎながら保護者と子育てに関する対話ができる環境だ。子どもが見守られ、授乳・オムツ替えも安心してできる点も、親には嬉しいポイントだ。



Point 4 飲食・物販店の 出店

出店する店については「子どもが楽しめるか」の視点で選定を行っており、酒類販売はNG。取材日はゲーム・映像関連の企業がミニ四駆ブースを出店。「本業とは関係ないのですが（笑）、地域の方に喜んでほしくて」と担当者。イベントをPRの場として活用する動きも生まれている。



Point 3 地域子育て団体の 参加

イベントではかき氷や飲食品などを販売していた「天草おやじの会」は、男親からなる子育て支援団体。普段は本の読み聞かせなどの活動を行っている。イベントには定期的に参加し、活動費の捻出の場ともなっている。彼らの手による「お化け屋敷」は夏のイベントの目玉だ。

ベント」という軸をブラさないこと。最近では天草の建築会社が子ども向けに家づくりワークショップを行ったら大盛況でした。イベントの軸を明確にし継続していくことで良質につながりが増え、情

報も集まり、新たなコンテンツが生まれる。そんな好循環が出てきています（山田さん）

イベントの運営が軌道に乗った今、山田さんは商店街への定量的

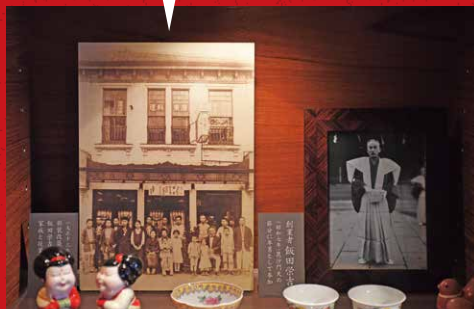


「子育て」という軸
を持つことで
連携が広がり、
選択肢が増える

イベントの告知はSNSやお手製のチラシ・ポスターで行う。ママ目線の商店街マップもプロジェクト内で制作し、好評を得ている



“想い”をつなぐ



より良い店づくりを実現する行動力

竜一さんが尊敬するのは同じく料理人だった初代。1階が寿司、2階が本格中華料理のユニークな業態の店を開いたという当時の写真は今も龍公亭に大切に残されている。「身一つで上京して、神楽坂に人気店をつくったなんて本当にすごい」と竜一さん。より良い店づくりを実現する行動力を受け継ぎ、料理人として常に先を見据え、お客さまに喜ばれる味を日々追求している。

母から跡継ぎの話をされたことはなかったが、幼い頃から従業員たちに可愛がってもらったことから、料理人の世界は身近だったと竜一さん。庶民派の店から高級中華料理店までさまざまな店で修業を積んだ



母の苦難を救った夫婦の二人三脚

明治22年創業、素材の味を活かした広東料理が評判の龍公亭。厨房を仕切るのは、四代目の飯田竜一さんだ。妻の花さんは店のマネジメントを担い、母であり三代目の公子さんがレジに立つ。

創業時は寿司店だったが、当時珍しかった中華料理店を並行してオープン。公子さんの祖父である初代は、人脈を活かして中国人の料理長を迎え、その本場の味は重宝された。戦後、焼け野原になった神楽坂で中華料理専門店として再度店を立上げたのは二代目である公子さんの父だ。10軒を超える



竜一さんが継いでから、メニューを見直し、食材の選定から仕入れ先、仕込みの仕方まですべてを刷新し、美味しさに磨きをかけた。奥)創業当時から大人気の「カニ玉」3,000円。手前)自家製麺の「海鮮入り焼きそば」1,800円

龍公亭

新宿区神楽坂3-5

☎03-3260-4848

営業/11:00~15:00(L.O.14:30)

17:00~22:00(L.O.21:30)

休み/日曜、第1・第3月曜



伝統を守ること は変わり続けること

暖簾分けを果たすなど、地域を代表する人気店になった。その後、公子さんが三代目を継ぐことになり、奮闘の日々がはじまった。

「私は料理人ではないので、信用できるスタッフとともに店を運営していました。ただ、バブルが終る頃、腕の良かった料理長が亡くなり、後任もまだ育っていないという状況に直面したんです」

そんな公子さんの前に現れたのが、竜一さんと花さんの夫婦だ。18歳で料理人の道に進んだ竜一さんは、修業を経て「自分たちが店

を立て直す」と生家に戻ってきたのだ。早速、培った技術と経験を活かし、メニューの見直しから食材の変更、調理技法など、あらゆる面で食の改革を行った。一方で花さんは「龍公亭らしさ」という視点から発信やサービスの強化に注力。店内もモダンな空間に生まれ変わり、新たな顧客を獲得するなど、夫婦二人三脚で伝統の店に新たな魅力をもたらした。

「初代の時代から、先端を行く店だった。だから、ブラッシュアップをし続けることが伝統を守ると

いうこと。まだまだ、やるべきことは尽きません」

竜一さんと花さんという強力な後継者に対して、公子さんは「安心して任せています」と顔をほころばせる。神楽坂が誇る老舗は、何度も生まれ変わり、そのたびに魅力を深めていっているようだ。

新宿商人物語

つなぐ

神楽坂通り商店会

龍公亭

にぎわう神楽坂通りにある老舗の中華料理店には130余年の歴史を次代につなぐために挑戦し続ける家族がいた。

母(三代目)

飯田公子さん

四代目

飯田竜一さん

妻

飯田花さん

商店街 News

知っておきたい今秋のトピックス

経営力強化支援事業補助金

申請期限

令和7年3月31日▶令和7年1月31日までに変更

※概算払いは令和6年12月27日まで。お早めのご申請をお願いします。

お問い合わせ

産業振興課

03-5273-3554

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・個人事業主申請方法や申請書類など
詳しくはこちらから

補助内容		補助額	補助率
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	合計 30万円 まで	10/10
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		
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		
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		
New!	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	合計 80万円 まで	4/5
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		
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		
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	30万円 まで	

商店会共同販促支援事業

内容

区内商店会等が、新型コロナウイルス感染症や
物価高騰に対する取組として、会員店の
売上拡大に繋がるデリバリー事業の実施や共同での
販売促進事業の実施等、売上拡大に繋がる継続的な
取組を行った際にかかる費用の補助を行います。

主な補助対象経費

- ①周知にかかる経費…「チラシ・ポスター等のデザイン・印刷費」
「のぼり作成費」など
- ②実施にかかる経費…「Tシャツ作成費用」「保険料」など
- ③人件費…「アルバイト費用」「謝礼」など
- ④その他…「クーポン原資」など

対象者

区内商店会または商店街振興組合

補助上限額

1商店会等あたり、1ヶ年度で最大200万円まで
(補助率10/10)

申請期限

令和6年12月27日(金)まで

※1商店会等あたり、
1ヶ年度に最大2回まで詳しくは
こちらから

お問い合わせ

産業振興課

03-3344-0701