

新宿商人

vol.35

[2025年6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」
「商店街ハッピー商品券」が
にぎわいを生む！

VOICE
商店街活性化！

VOICE
新規顧客獲得！

VOICE
売上増！



まずは押さえておきたい！

商店街ハッピー商品券

3つのポイント

新宿区商店会連合会が今年度からスタートする「商店街ハッピー商品券」。
これまでの商品券事業と何が異なり、商店会や加盟店にどんなメリットがあるのか？
知っておきたい3つのポイントをご紹介します。

POINT 1

商店街の活性化に！

商店会加盟店のみ利用可能

新 宿区商店会連合会が企画した事業だけに、商店会や加盟店に特化した施策になっている「商店街ハッピー商品券」。区が実施した商品券事業と最も異なる点は“商店

会加盟店でのみ商品券を利用できる”ということ。商店会に加盟しているメリットになり、新規の商店会加盟店が増える可能性を秘めている。



POINT 2

中小企業や個人店での利用増！

共通券と応援券の2種類を用意

商 品券は、すべての店舗で使える「共通券」と中小企業や個人店のみで使える「応援券」の2種類。前年度の商品券事業に比べ応援券で使える金額が増加し、さらなる消費喚起が期待できそうだ。

共通券

- 4,500円分
- すべての店舗で利用可

応援券

- 7,500円分
- 中小企業かつ店舗面積1,000㎡未満の店舗で利用可



POINT 3

新規顧客獲得のチャンス拡大！

新宿区在勤者・在学者も対象に

以 前の商品券事業では新宿区民のみを対象とされていたが、今回は新宿区在勤者や在学者も販売対象になる予定だ（申込超過の場合は区民優先販売）。利用者の幅が広が

ることで新たな顧客獲得が見込める。特にオフィスビルや大学が近隣にある商店会は、効果が期待できそうだ。積極的に参加店登録をし、商店会一体で盛り上げたい。



Contents

【しんじゅくあきんど】
新宿商人
vol.35

※本誌の掲載内容は、令和7年6月現在の情報です。

【特集】

「商店街ハッピー商品券」がにぎわいを生む！

商店街の活性化を後押しする商品券事業。
今年、新たな商品券事業として「商店街ハッピー商品券」がスタートします。
これまでの商品券と比べ、商店会加盟店に多くのメリットがある本事業を
今号では徹底解説します。
商品券事業に参加経験のある方も、はじめての方も、ぜひご一読ください！

01 商店街ハッピー商品券 3つのポイント

02 INTERVIEW

新宿区商店会連合会会長・松川英夫さん

「商店街ハッピー商品券」は消費者を笑顔にし
店と街を元気にする

04 アンケート結果大公開

商品券事業の参加メリットを聞きました

05 CASE STUDY 1

ポイントカード導入で新規顧客を常連客に
魚繁/北新宿四丁目友友会

06 CASE STUDY 2

地元住民の来店増 物価高騰時の助けに
オステリア・クワトロヴァッリ/四谷三丁目商店街振興組合

07 CASE STUDY 3

支払いの工夫で駆け込み需要に応える
ヘアサロンダイカイ/オレンジコートショッピングセンター会

08 新宿商人物語「つなぐ」 遠山建装（中井商友会）

裏表紙 商店街 News
「知っておきたい今夏のトピックス」

「商店街ハッピー商品券」の事業を企画・推進するのは新宿区商店会連合会（以下、区商連）
どのような想いと目的でこの事業を実施するのか、区商連の松川会長に話を聞いた。

商店会が一体となって

盛り上げていきましょう！



Interview

地元の商店会の力で
地域を盛り上げよう

「商店街ハッピー商品券」は区商連による事業です。どのような経緯で企画されたのでしょうか？

松川 もともと、区が中心となって「新宿区プレミアム付商品券」という事業が行われていました。商店会のメンバーからも好評で、継続を希望する声が寄せられていました。そこで、より商店会に寄り添った企画をつくりたいという想いで、区商連が主体となって区とともに考えました。

企画するうえで、どのような点に重点を置きましたか？

松川 物価高をはじめ、消費者も事業者も厳しい状況が続いています。地域経済を少しでも活性化させるべく、「地元」の力で地域を盛



り上げる」という構造を意識しました。商店会加盟店でのみ利用できるようにしたのも、そうした目的からです。

松川 さらに、中小企業や個人店を手厚くサポートできるよう、商品券を2つの券種に分けました。すべてのお店で使える「共通券」を4500円分に、中小企業や個

人店で使える「応援券」を7500円分にし、より商店会で使ってもらえる仕組みにしました。

負担少なく効果は大
まずは参加を

松川 商店会の加盟店にとっては、どんな効果が期待できますか？
松川 もちろん、売上が上がることを望ましい。ただ、それ以上に「お店や商店会を広く知ってもら

える」ということが大きいと考えています。小さなお店はなかなか宣伝の機会が持てず「知っている人だけが来ている」ケースも少なくない。でも、区と商店会、さらに消費者を巻き込んだこの事業であれば、お店を見つけてもらう絶好のチャンスになります。商品券がきっかけで、新しいお客様との出会いが生まれると考えています。

つまり、宣伝ツール「のよう」な役割もあると。

松川 そのとおりです。また、私は町会の会長も務めており、消費者の切実な声を聞く機会が多いのですが、1万円で1万2000円分の買い物ができるというプレミアム感、消費者の動きを確実に後押しするでしょう。さらに、区民優先ですが区内在勤者や在学者なども対象なので、商圏も広がると期待しています。これだけの効果

が見込めて、店側は特別なコスト負担はありません。これまで商品券事業に無縁だったお店も、「まずはやってみる」という気持ちで参加していただきたいですね。

「やって良かった」と
誰もが考える企画に

松川 商店会の存在感も高まりそうです。

松川 今回は、商店会に加入している店舗のみ利用可。店舗が商店会に加入する大きなメリットになるでしょう。また、「商店会です」とまってるという連帯感を生むきっかけにもなります。損得勘定ではなく、ともに盛り上げる、という仲間意識がこれからの時代はとても大切だと思います。単なる一過性の経済施策ではないということです。

松川 継続性が何よりも大事です。

初年度は認知も含めて課題が多いかもしれませんが、毎年少しずつ改善を重ね、10年後に誰もが「やって良かった」と言える事業に育てたいと思っています。商店街全体が明るく元気にハッピーになれば、それが一番の成功です。

最後に、この事業をおして松川さんが伝えたいことを教えてください。

松川 屈指の大都市・新宿で商いを営めることは、とても幸運なことだと感じています。商店会に対する区のサポートも非常に手厚い。だからこそ、私たち商売人は、地域に貢献し新宿という街に恩返しをしなければならぬと考えています。この商品券が、その契機となればうれしいですね。

Profile

松川英夫さん

商店会や町会での活動に加え、全日本あるた協会の会長にして永世名人でもあるなど、多様な顔を持つ松川さん。強い新宿愛から、「商店街ハッピー商品券」の企画も誕生

松川さんは「杉大門通り商店街人気会」の会長も兼任。祭りがコミュニティの結束に大きな役割を果たすと実感しているからこそ、ハッピー商品券でもたくさんの参加を期待している



愛する地元を盛り上げ

ハッピーにするのは、私たち

商店会の使命！



CASE STUDY 1

魚繁

北新宿四丁目商友会

創業55年超。豊洲市場で厳選している魚は珍しい種類も多く、近隣エリアの料理人を多数顧客に抱えている。店前を飾る見事な草花も道行く人の癒しに

北新宿4-21-8 ☎03-3368-5721
営業/13:00~19:00
休み/日曜、祝日



魚繁ポイントカードは外注せずに自作。「サービスでポイントをつけてあげて、それがまたコミュニケーションのタネになる」と佐藤さん。いまや常連客の必携品だ

語ってくれたのは…

佐藤繁己さん



商品券事業に独自の企画をかけ合わせ、
効果を高めた佐藤さん。
商店会組織にも思わぬ成果が
生まれたという。

ポイントカード導入で

新規顧客を常連客に

商品券事業が立ち上がった当初から、積極的に継続参加していた佐藤さんは、その効果について「明確にあります」と断言する。
「うちは鮮魚店なので、基本は常連客が多いんです。でも、商品券の期間内には、新しいお客さんにたくさん来店いただきました。特に、商品券の有効期限が迫ると駆け込み需要が増えましたね」

佐藤さんはこの機を逃さず、独自の施策も始めた。「せっかく来ていただいたのでリピーターになってほしい」という想いから「魚繁ポイントカード」を制作。700円で1ポイントが付与され、14ポイント貯まったら300円の値引きが行われるもので、これまで数枚は配布しているという。商品券事業を入口に、独自

の取り組みで新たなファンを囲い込んだかたちだ。
また、北新宿四丁目商友会の会長を務める佐藤さんにとっては、商店会としても良いPRになったのがうれしい点だったという。
「商品券事業の参加条件として『商店会加入』が必須だったため、これを機に商店会に加入した店舗が複数ありました。会員数が伸び悩んでいるところは、このタイミングで声がけすると良いかもしれませんね」

「小売業」

今回の「商店街ハッピー商品券」はこれまでの商品券事業と比べ、「入金スピードが早くなったのが嬉しい」と佐藤さん。以前よりも早い入金仕組みを構築し、個店の資金繰りの不安を極力解消できる方向だ。
「もちろん、今年もやりますよー」と力強く佐藤さんは語ってくれた。

アンケート結果 大公開!

商品券事業の参加メリットを聞きました

令和6年度まで区が実施してきた「商品券事業」。実際に利用可能店として登録した事業者はどのようなメリットを感じたのか? アンケート結果を公開します!

令和6年度「新宿区プレミアム付商品券事業」のアンケートより

Q.1

売上が増えたと感じたのは…

[Answer]

約 **78%**

最 も大切な売上について、「少し貢献した」が約51%、「大いに貢献した」が約27%と、実に8割近くの事業者が売上の増加を実感する結果に。参加理由としても売上増や新規顧客獲得、また来店者数増加に期待する声が多く、その成果を得られた事業者がほとんどのようだ。今回の商品券事業でも、売上増が期待できそうだ。

Q.2

商品券事業と合わせて独自の販促活動を行ったのは…

[Answer]

約 **60%**

商 品券事業にあわせてセールやクーポン配布など販促活動を行うことで相乗効果が生まれやすい。実際、6割の事業者が独自の販促活動を実施。SNS、チラシ、顧客へのDMなど、身近なツールを活用した周知が多く見られた。商品券の利用促進や新規顧客の囲い込みにつなげたい。

Q.3

継続参加の意思は…

[Answer]

約 **90%**

昨 年の事業を踏まえ、9割が継続参加に肯定的という圧倒的な数字。逆に、参加したくないと答えた事業者は0で、多くの方が参加メリットを感じた模様だ。前述したように今年の「商店街ハッピー商品券」事業は昨年よりも商店会加盟店に利益をもたらす制度設計になっている。より多くの商店会加盟店が参加することで、商店街と加盟店のいっそうのにぎわいが得られそうだ。

他にもこんな声が…

- 「導入費・手数料が無料なのが嬉しい!」
- 「紙の商品券は準備も楽」
- 「お客様が喜んでくれた」
- 「ポスターなど販促品の提供が助かる」



現在は大海さんご夫婦と社員1名で、乳幼児から高齢者まで幅広く対応。カットの技術はもちろん、その温かな人柄も人気の秘密だ

CASE STUDY 3

ヘアーサロン ダイカイ オレンジコート ショッピングセンター会

大久保3-10-1-24
☎03-3200-8851
営業/9:00~19:00
休み/月曜、火曜

「昨年の商品券事業では、ありがたいことに新規顧客が増えました。『商品券使えるの?』と電話でお問い合わせいただくことも多く、認知度の高さを実感しました」
そう商品券事業の参加経験を語ってくれたのは、オレンジコートショッピングセンターの一角で理髪店を営む大海亘さん。

「商品券をきっかけに来店されたお客様の大半が、カット後に次回予約を取ってくれました」と、理髪店ならではの特性を活かして、継続的な顧客確保につなげた。さらに、支払い方法にちょっとした工夫を施した。

「予約時に、商品券で次の利用の先払いをできるようにしたんです。すると、利用期間終盤での駆け込み需要にも応えることができ、売上もあがる。ワイン・ワインの結果となりました」
商品券は小売店や飲食店で活用するイメージが強いが、サービス業でも工夫次第で十分に効果を上げられることを実証した。



語ってくれたのは…
だい かい
大海 亘 さん

昭和24年創業の理髪店「ヘアーサロンダイカイ」。
80歳を超えた今も「地域のため」を思い、商品券など新たな試みにも全力で取り組む。

「サービス業」

「お客様をお待たせしてはならない」との想いから、今では当たり前となっている予約制を40年以上前から採用するなど、常に顧客視線を忘れない大海さん。商品券事業にかける期待も大きい。

駆け込み需要に応える

支払いの工夫で

商品券事業で気になる点は区に提言。「区は意見を汲み取って改善してくれるため、年々良いものになってきています」と今年の商品券にも期待



物価高騰時の助けに

地元住民の来店増

「飲食業」

「ビジネスでのニーズが減るならば、地元のお客様にもっと来ていただきたいと考えていました。きっと、区民が使える商品券は効果があるだろうと」
狙いは当たり、商品券事業が始まると、地元客が次々来店。もちろん、支払いは商品券だ。また、常連客でも普段は控えるワンランク上のワインをオーダーするなど、商品券のお得感が客単価向上に寄

社会情勢に影響を受けやすい飲食店。商品券事業に参加することで苦境を乗り越えた事例を見てみよう。



語ってくれたのは…
酒井 誉仁 さん

人気イタリアン「オステリア・クワトロヴァッリ」が商品券事業に参加したきっかけは、コロナ禍だった。
「夜のお客様はビジネスユースで接待に使われることが多かった。ただ、コロナ禍により、一気に客足が減ってしまい…。コロナ禍が明けてもなかなか数字が戻らないタイミングで商品券事業の話を知り、すぐに参加を決断しました」とオーナーシェフの酒井さん。

与した。
「心がけたのは、商品券が使える店だと周知すること。路上の看板にも掲示して、道行く方々にも伝わるようにしました」
商品券事業のホームページでも利用可能店は掲載されるが、やはり店舗独自のPRが大切なようだ。

の、物価高騰など飲食店には厳しい状況が続いている。だからこそ、酒井さんは「商店街ハッピー商品券」に大きな期待を寄せる。
「今回は、区内在勤者や在学者も対象となることで、ビジネスパーソンが多い土地ではチャンス。この機会をしっかりと活かしたいと思います」と、力を込めて語ってくれた。

CASE STUDY 2

オステリア・ クワトロヴァッリ 四谷三丁目商店街 振興組合



四谷三丁目という飲食激戦区で、17年。お得なランチや本格的なコースを楽しめるディナーで、地域住民からビジネスユースまで幅広く支持を集める

四谷3-9-11 3F ☎03-3341-0396
営業/ランチ火~金曜11:40~13:45(L.O.)、
日曜・祝日12:00~13:45(L.O.)
ディナー17:30~21:00(フードL.O.)
休み/月曜(貸切は営業)

通好みのワインラインナップは同店の強みのひとつ。商品券があると、ワインをはじめとした嗜好品の消費も増える傾向にある。「新しい銘柄を試そうという気になりやすいのかも」と酒井さん





家族と暮らす街への想い

照雄さんにとって、この街は第二のふるさと。街への愛着があり、町会活動にも積極的。夏祭りには趣味で飼っているメダカを使ってメダカすくいの屋台を出したり、地元の小学校にメダカを寄付したり。真人さんも盆踊りの手伝いをするほか、放課後に開放される校庭の見守り活動にも参加。人と人とのつながりを大切に、住み良い街づくりに貢献する二人だ。



上) 一人前になった真人さんを見て「まあ、一生懸命やってるからいいんじゃない」と照雄さん。素っ気ない口調にもやさしさがにじむ。下) 塗料も道具も時代とともに進化し、高機能化が進む

マイペースで仕事は続けているものの、「昔の三分の一も動けないよ」と苦笑する。ただ、真人さんは「昔より仕事が遅くなったかもしれないけど、父には現場に出ていてもらいたい」。照雄さんは父であり、今なお尊敬できる親方なのだ。

家族との時間を大切にするためにも、地元での仕事をもっと増やしたいと、昨年、遠山建装は商店会に加入した。その効果はすぐに表れ、今年2月に発行された中井商友会の商店会マップに名前が掲載されると、早速仕事の依頼が来たという。「昔のお客さんが覚えていてくれて、電話がかかってくるんですよ」と真人さんはにっこり。地域のつながりをうれしく思う二人は、「親父」「マサト」と呼び合いながら、今日も肩を並べて現場へと向かう。1日でも長く一緒に働けることを願って――。

遠山建装

新宿区上落合3-14-5
☎03-5389-8704
営業 8:00～18:00
休み／日曜



つなぐ

中井商友会 遠山建装

“染の街”として知られる落合・中井。
昔ながらのご近所付き合いが今も残る街で

塗装業を営む職人親子。
お互いを思いやる二人の絆とは――。

この街に根付いて 生涯現役を貫く 職人親子の物語

変化する業界のなかで 変わらぬ親子の絆

その昔、染色業で栄えた落合・中井界隈は、今でも伝統の技術や文化が息づき、人情味あふれるご近所付き合いが残っている。商店会や町会の活動も活発で、三世代同居が多いのもこの街の特徴だ。塗装業を営む遠山さん親子も然り。7歳になる孫娘を中心ににぎやかな毎日を送る。

父の照雄さんが塗装業を始めたのは26歳の時だ。「人に使われるのではなく、自分の手で稼きたい」と一念発起。脱サラして、塗装職



「昔は工務店がっぱいあったので、そこから仕事をもらったり、個人客から直接依頼が来たりして、このあたりなら100軒ぐらいいは塗ってるよ。次から次へと仕事があつて、日が昇ってから暮れるまで働いたよ」と照雄さん。そんな父の姿を見て育った真人さんは、幼い頃から掃除を手伝ったりしていたが、当初は家業を継ぐ気はなかったという。決心したのは今から15年前のこと。

「その頃、アルバイトで腰を痛めて手術したんです。手術後、この先どうしようと思いつつながらフラフラしていたら、父が『じゃあ、ウチで働け』って声を掛けてくれて」

普段はあれこれ言わない父だが、息子の行く末を案じていたのかも知れない。その愛ある言葉に真人さんは素直に従い、父の元で働くことに。

「でも、手取り足取り教えてくれるわけじゃない（笑）。父のやり方を見て、真似て、仕事を覚ええました」

近年、建築・建設業界は技術革新が進み、塗装業界も大きく変わってきている。以前は職人の腕がものをいうモルタル壁の家が多かったが、最近はサイディングと呼ばれるパネルを貼り付ける外壁が主流だ。

それゆえ、遠山さんたちの仕事も新築物件より改修の塗り替えが大半を占めるようになった。職人として一抹の寂しさはあるが、改修だからこそ得られる喜びもある。新築のような美しさを取り戻した家を前にして、「ありがとう」と依頼主から感謝されるたびに仕事のやりがいを感じるという。

3年前、照雄さんが大病をしてからは、真人さんがより多くの仕事をを受け持つようになった。幸い、照雄さんの手術後の経過も良く、

「天気が崩れると仕事ができないので、梅雨時は特にスケジュール管理が難しい」と真人さん。いかに早く、美しく仕上げるかが問われる。黙々と作業に打ち込むその姿は、まさに古き良き職人のあり方だ



2025
Summer

商店街 News

8月開始!

知っておきたい今夏のトピックス

経営サポート事業【新宿ビジネスステーション】始動!

中小企業者等の経営課題の把握から改善までを一体的に支援する
「経営サポート事業—新宿ビジネスステーション—」が
令和7年8月から始まります。



内容

区内中小企業者・個人事業主の方や区内で創業を予定している方に対し、
伴走型経営サポートを行います。

経営創業相談

中小企業診断士の資格を有する相談員
(コーディネーター)が、経営や創業等について
アドバイスします(オンライン相談可)。

経営サポートセミナー

(詳細は下記)

専門家派遣

ご希望に応じて各分野の専門家が
事務所を訪問し、経営に関して
アドバイスします(オンライン相談可)。

産業情報の発信など

お問い合わせ

産業振興課

BIZ新宿(西新宿6-8-2)4階

☎ **03-3344-0702**

新宿ビジネスステーション で検索

※HPIは7/15(火)にOPEN

経営サポートセミナーのご案内

新宿ビジネスステーションでは、8月から月1回、区内中小企業者等の経営をサポートするセミナーを開催します。

第1回

8/20(水) 18:00~20:00

強みを活かした ビジネスモデル再構築

ジャイロ総合コンサルティング(株)
代表 渋谷雄大氏

第2回

9/24(水) 18:00~20:00

生成AIを活用した マーケティング入門

(株)GLOCAL GUNSHI
代表 吉井慎人氏

第3回

10/28(火) 14:00~15:30

Instagramを活用した パーソナルブランディング

(株)PR NET
代表 上村菜穂氏

対象

区内中小企業者や新宿区で
創業を目指す方等、先着40名程度

申込

各回とも、7/15(火)から
同ステーションHPより予約受付開始

費用

無料

場所

BIZ新宿
(西新宿6-8-2)

新しい「新宿逸品(土産部門)」を募集します!

内容

区内の優れた商品を新たに「新宿逸品(土産部門)」として認定します。
認定された商品には5年間様々な媒体でのPRやビジネスチャンス
を創出する支援等を行います。

申請期間

令和7年6月30日(月)~
令和7年9月19日(金)

申請方法

HPからお申込み、または所定の
申込書(HPからダウンロード可)に
必要事項を記入しご提出ください。

対象者

区内に本店及び本店登記があり、
引き続き1年以上営業している方。

対象商品

持ち帰りが可能であり、
飲食品の場合は賞味期限が概ね
2週間以上であること。

認定期間

認定の日から5年間

認定方法

選定評価を経て
区で認定を行います。



詳しくは
こちらから