

# かながわ 商店街新聞

発行所  
社団法人  
神奈川県商店街連合会  
〒231-0015  
横浜市中区尾上町5-80  
神奈川中小企業センター3F  
Tel. 045(633)5184  
http://www.kenshoren.com/

発行人  
和田 義盛

発行回数  
年4回発行  
(1部:200円/年間:800円)

No.326

1面  
商店街への手厚い支援を求め、正副会長、県商工労働部長と懇談  
[20年度予算への要望書提出]

2面  
大型店・チェーン店・一般店とも商店会加入率は65%を上回る  
一商店街加入状況等のアンケート調査結果  
個店のHP作成研修  
HPを来店・来客にどうつなげるか?

3面  
簡単に毎日変えられる黒板POPの描き方を学ぶ  
[商店街活性化事業研修会]  
21世紀のまち★商店街のいま「葛川秋の大取模範実行委員会」(二宮町)

4面  
個店が元気になれば、商店街も元気になる!  
[中小企業診断士 大場 保男]

## 商店街への手厚い支援を求め、正副会長、県商工労働部長と懇談

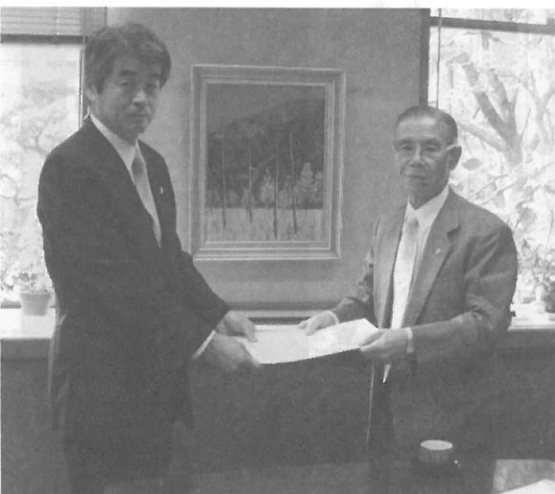
### 20年度予算への要望書提出

県商連正副会長は、十一月八日に県庁を訪れて、松藤静明商工労働部長、菅沼敏文同部副部長、芝山一彦商業観光流通課長に面会し、二十年度の商店街振興にかかる予算・施策への要望を行った。

懇談の中では、次の要望書の内容と、商店会への大型店等の加入促進する県条例の制定など、正副会長から商店街の切実な要望を伝えた。松藤部長は、「商店街活動はまちづくりのポイント、国、県、市の役割分担を確めながら、現場からの声を生かしていききたい。地域をどうデザインするか」というみなさんの考

- 要望書の内容について
- 1 大型店・チェーン店等の未加入店舗の加入促進
  - 2 中心市街地等商業集積活性化対策
  - 3 商店街・個店活性化対策
  - 4 本会に対する支援について

大型店・チェーン店等の未加入店舗の加入促進  
商店会とともに地域の発展に尽くしてきた大型店・ナショナルチェーン・金融



松藤静明商工労働部長に要望書を手渡す和田義盛会長

機関等が、昨今、商店会を脱会したり、あるいは会費の値下げ要求を行う動きがあり、商店街の運営や事業活動に大きな支障をきたし、結果として地域の停滞に繋がっていく状況が見受けられます。

このような状況のなかで、平成十六年四月に全国で初めて、地元商店会への加入・協力を求める条例改正を実施した世田谷区に続いて、東京都内各区で商店会への加入を努力義務とした条例改正や新たな条例制定等が広がりを見せ、成果を挙げています。県内自治体においてもこの四月に、相模原市において条例が施行されその成果に大きな期待が寄せられております。

もとより、商店会への加入促進は、商店会による日頃からの働きかけ等の努力が重要であり、法令による努力義務規定も大きな効果を挙げています。平成十八年には「中心市街地活性化法」が改正されて、国、地方公共団体及び事業者に対して、中心市街地活性化のための責務規定が創設されました。

そこで、この法律改正をより実効あるものとするため、認定は限定されたもの、街づくりや地域商業振興の観点から、事業者の商店会への参加・協力を促進する新たな県条例の制定やガイドラインの策定をお願いしたい。

中心市街地等  
商業集積活性化対策  
改正まちづくり三法の適正な運用について  
商業活性化に加えて、地域コミュニティの再生も目指す、「まちづくり三法」の改正により、人口減少時代に対応したコンパクトなまちづくりの推進が期待されています。

今後は、大規模集客施設の開発には、広域的な見地から、市町村が定める基本計画の整合性の確保など、市町村への適切な支援・助言をお願いしたい。

また、中心市街地には、公共施設等の街なかへの立地とともに、街なか居住の推進が重要ですが、現実には、商店街の一角がマンション建設により寸断される状況も起きており、商店街活性化の観点からマンション一階部分の店舗化促進についても市町村への助言をお願いしたい。

加えて、改正中心市街地活性化法に基づき、国による「選択と集中」の観点から重点的な支援が講じられていますが、市町村が策定する基本計画に対する国のよる認定のハードルは高

く、認定は限定されたものになることが予想されます。このため、地域振興の観点から、認定の対象外になる多くの既存商店街の活性化支援を、市町村と連携して、引き続きお願いしたい。

商店街・個店活性化対策  
1 商店街施設整備事業に対する助成策の充実について  
商店街の現状に配慮し、補助対象の拡大と補助率、補助限度額の拡充をお願いしたい。特に、商店街の街路灯と防犯カメラについては、最近、特に必要性を増している街の安全を担うという観点から、街路灯については、補助対象への復活と、併せて電気料等の維持費に対しても助成対象とするよう、また、防犯カメラ

2 空き店舗対策事業の助成策について  
商店街にとって、空き店舗が生じるとは、重大な問題であります。このため、商店街の地域社会に果たす役割を勘案の上、空き店舗対策事業補助率のアップ及び予算額の拡充をお願いしたい。

3 商店街における情報化に関する支援策について  
インターネット等情報技術の急速な進展により、商店街もその対応を迫られており、商店街の情報機器の整備や商店街の情報化を推進する人材育成のための支援策を継続してお願いしたい。

4 商店街総合相談事業に対する助成策の充実について  
商店街や個店の抱えている種々の問題については、コンサルタント等の専門家を派遣して相談に応じるなどの支援をしてきているところですが、昨今の環境の変化に起因する諸問題がますます増加するものと予想されます。そこで、これら商店街や個店からの相談要請に十分対応できるよう助成策の充実をお願いしたい。

5 商店会強化のための助成策について  
商店街の発展は、商店会の組織・運営の充実が大前提となっていることから、商店会強化に係る支援策として、商店会に「仮称商店街マネージャー」の長期派遣及び事務局運営に係る事務所借上料や事務局職員設置費についての助成策をお願いしたい。

6 個店対策について  
顧客に支持される店づくりを行うための支援策として、個店が連携して行う商品力強化等の経営革新の取り組みやサービスの向上など魅力ある個店を目指した経営改善のためのアドバイザー派遣等商店街振興と一体となった施策の充実をお願いしたい。

7 商店街実態調査事業の継続について  
商業振興を図るうえで、各種の調査研究事業や実態調査は欠くことのできない

ものですが、「商店街実態調査」につきましては、行政資料として商店街振興施策の推進にも活用をいただいているところで、しかしながら、収入減が続く当会の厳しい事業運営のなかでは、県からの助成を受けているにもかかわらず、例年どおりの実施が困難な状況に至っております。つきましては、当該調査事業を県の主体的事業として受け止めていただき、継続して実施ができるようお願いいたします。

本会に対する支援について  
県内中小商業を取り巻く環境は厳しい状況に置かれています。このため、商店経営が成り立たなくなると、空き店舗が増え、商店街そのものが成立せず、市(区)商連から退会するケースや、賛助会員である大型店や金融機関においても、本会からの退会や会費の引下げ要請が続いています。こうした状況の中、会員どうした状況の中、会費の財政状況は逼迫し、当会の会費引下げ要求が相次ぎ、平成二十年度は前年度に引続き、会費の大幅な引下げを行わざるを得ない状況にいたりました。

一方、商店街は基本的な商業機能を担うことはもとより、高齢化社会のインフラ機能として、また、地域の伝統や文化を継承するコミュニティの中核となり街づくりに欠かせない存在として、その役割が高まっています。

本会の果たす使命と実績をご勘案の上、県補助金の増額・拡充等より一層の充実したご支援をいただきますようお願いいたします。

「どうも最近マンネリで……」  
「自分達だけじゃ、なかなか名案が出ないんだよね」

そんな商店街の皆さん、

商店街110番

# 商店街総合相談

をぜひご利用ください!

みなさまの商店街で抱えている商店街運営上の様々な問題や、個店の経営等について専門家を派遣し、**無料で**ご相談に応じ、対応策をアドバイスいたします。

◎派遣を受けることのできる方

- 商店街団体(法人、任意)
- 商店街活動研究グループ等
- 商店街に所属する個店

お申込み・お問い合わせは……  
県商連事務局まで  
(お電話: 045-633-5184)

# 大型店・チェーン店・一般店とも 商店会加入率は65%を上回る

## 商店街加入状況等のアンケート調査結果

県商連では今年七月に、商店会への加入状況等の調査を行った。結果は次の通りである。

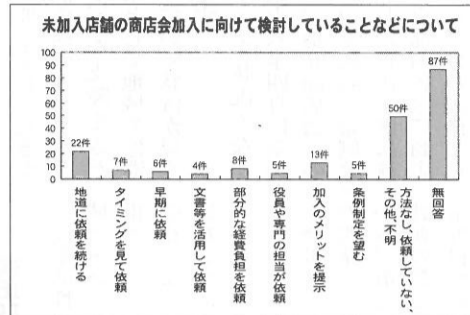
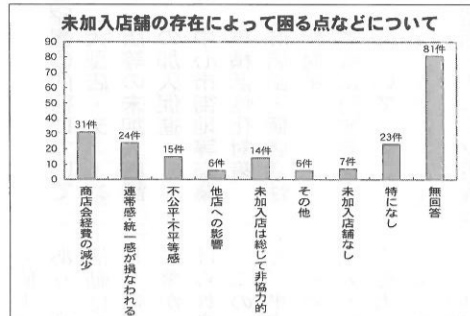
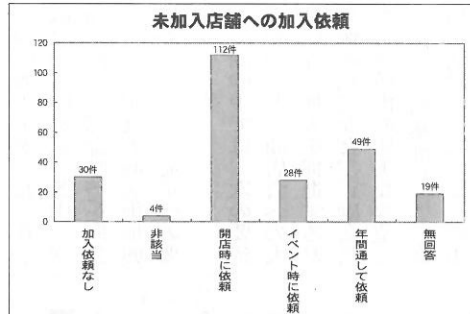
### 調査の概要

- ①調査対象：県商連加盟の会員数三〇以上の商店街(一〇会)
- ②調査方法：郵送またはFAXによる発送、回収
- ③調査時期：平成一九年七月
- ④配布数：四四九商店街(一〇会)
- ⑤回答数：二〇七商店街(一〇会)
- ⑥回収率：四六・一%

### 調査結果のポイント

- ①全体
  - ・大型店、チェーン店、一般店とも加入率は六五%を上回っている。
  - ・大型店は総じて加入率は高いが、一部の市では極めて低い。
  - ・チェーン店の加入率は市町村レベルではかなりバラつきがある。
  - ・一般店はすべての市町で高い加入率(六割以上)を示している。

- ②平均的な会費金額(年)について
  - ・大型店の会費金額は年間十万円以上の場合が多い。(六一・七%)
  - ・チェーン店の会費金額には幅がある。
- ③大型店の会費の算定方法及び会費の区分について
  - ・大型店の会費は定額制が多い。(五八・九%)
  - ・賛助会費や特別会費の名目で払う場合が多い。(七〇・〇%)
- ④未加入店舗の加入依頼の状況について
  - ・未加入店舗への加入依頼については良い方法がなく、困っている商店街が多い。(四一・七%)
  - ・商店会への加入依頼については、いろいろの方法がある。(四一・七%)
- ⑤未加入店舗の加入依頼の理由について
  - ・未加入店舗への加入依頼の理由として、加入依頼が多い。(五〇・二%)
  - ・加入依頼を拒否する理由として、(二・九・〇%)
- ⑥商店会が未加入店舗の存在によって困っている点について
  - ・経費や商店街の連帯感が失われることを心配する意見が多い。(四三・七%)
  - ・加入依頼を拒否する理由として、(二・九・〇%)
- ⑦未加入店舗の加入依頼の理由について
  - ・未加入店舗への加入依頼の理由として、加入依頼が多い。(五〇・二%)
  - ・加入依頼を拒否する理由として、(二・九・〇%)



## 『未加入店舗の存在によって 困る点、主なご意見』

### 『商店会経費が減少するので困る』

- ・アーケード、街路灯の電気代保守管理費等負担増加。イベント(七夕飾り等)の負担。未加入店舗の影響で脱退会員が出てくる事。街具、街路灯、維持管理、電気代等への不公平感。イベント、夜の店頭先利用、協力拒否など。
- ・消費者から未加入店に対する苦情が商店街にくる。売出しなどイベントに統一性がなくなる。
- ・商店会事業を実施するときに未加入の方が多い為、消費者に対して大々的にアピールする力が弱まる。多くの店の参加により活性化を造り出す事ができると思う時は、非常に残念である。
- ・会員加入が強制ではないのでむづかしい。未加入者から店舗前の街路灯を消していと言われ困っている。

### 『既存会員からの不公平・不平等感がある』

- ・会員よりの不公平不満、イベント時等に未加入でありながら恩恵を受けている。
- ・商店会施設の維持費用が不平等となる。既加入店舗が不平等感から脱会する。

### 『未加入店が地域のルールを守らないので困る』

- ・加入店が街区のルールを守っているのに比べ、未加入店はそれを無視し独歩で勝手に営業。(特に店頭看板や商品の陳列など)
- ・大型店の車の出入りで商店会通りが混み合う。

### 『今、現在は困っていない』

- ・特に今現在は困る点はないが未加入店舗が増えれば色々問題が生じてくると思う。
- ・現在は特にイベント等の事業はしていないので、困ることはない。協賛金の徴収などである。

## 個店のHP作成研修 HPを来店・来客に どうつなげるか?

県商連は九月二十八日から十月十九日までの六回、個店のHP作成研修を開催した。今回は有限会社アフロダイレクターズの草間忠宏氏をメイン講師に、松尾昭享コーチングオフィスの松尾昭享氏、デイリー・インフォメーションの池田大介氏、ブログ開設者の渡辺清高氏を招いた。ブログを活用した営業促進・運営のポイントを具体的な事例やブログ開設を通して指導を行った。

十五名の参加者は、最初自分の抱える問題を発表し、具体的にアドバイスをして、最後に今後の方向性を確認した。

結局は決断力と行動力、ホームページを使う目的を明確にし、その目的に向かってしっかりお客を誘導する。店主側がしっかりしたビジョンを持ち、他から差別化した自分の店の存在意義を作り出すことが必要。



「研修ポイント」  
結局は決断力と行動力、ホームページを使う目的を明確にし、その目的に向かってしっかりお客を誘導する。店主側がしっかりしたビジョンを持ち、他から差別化した自分の店の存在意義を作り出すことが必要。

## 簡単に毎日変えられる 黒板POPの描き方を学ぶ

### 『商店街活性化事業研修会』

県商連は、十月、十一月にかけて、県内各地で商店街活性化事業研修会を開催した。茅ヶ崎市商連、横須賀市商連、厚木市商連、伊勢原市商連の協力を頂き、計四回実施した。

内容は、個店経営のための実践的な手法を学ぶものとして、いずれも「黒板POPの描きかた・活かし方」として、参加者は、店頭に出して活用する黒板ボードを活用する方法を、実際にチョークで描きながら学んだ。

講師には、全国でこうした黒板POPの描き方の指導

を行って、販売促進のインサランの金田晃氏を招いた。

金田氏はレジメに個店の外観の写真などを掲載し、それを見比べて黒板POPなどを活用して、お店と、黒板POPを活用しているお店の違いを浮き立たせて説明し、店頭POPの重要性を説いた。それとともに、お客を店内に引き寄せるような黒板POPをうまく描くには、どんなポイントに気をつけたらよいのかなどを具体的に指導した。

研修会の後半では、参加

## お店を譲りたい人、お店をやりたい人をつなぐ サポロビールが、ご紹介の場を提供

「店舗そのままオークション」という仕組みを利用して、サポロビール(株)横浜統括支社は居抜き店舗情報を提供している。すなわち低コストでの出退店の実現を支援しているのである。商店街活性化の新しい手法として注目されつつあるので紹介したい。

### 厚木の事例

本厚木でラーメン店を営んでいたある経営者は、店の譲渡を決め、「店舗そのままオークション」に譲渡会員として登録した。窓口であるサポロビールの担当者と打ち合わせをし、譲渡物件を当サイトに掲載した。

一方、新しくラーメン店を始めたいと考えていた、ある新規出店希望者は、そのサイトで希望物件を見つけ、店舗の内見をした上で入札、成約の運びとなった。これにより譲渡側の元経営者は希望価格で造作を売却でき、また新規出店者も最大限造作を利用することで低コスト出店ができた。

この仕組みの特徴を説明すると以下のようになる。1.会員登録は無料(成約時にレポート料が発生) 2.掲載した譲渡物件は瞬時に全国の会員に見られるため、通常より早くより多くの出店希望者に情報が伝わる 3.退店希望者にとっては原状回復費用がかからないため、退店コストが大幅に軽減でき、環境にもやさしい 4.新規出店者にとっても現造作を利用することで初期投資

が相当程度抑えられる 5.空店舗期間も短く商店街活性化に寄与することができる等々。もちろんこれを進めるにあたっては家主様(または不動産会社)の事前のご了解が必要となる。

空き店舗活用事業の助成と合わせて、店舗の出店・移転・退店時に利用できそうだ。

### 元経営者の声

店舗の造作を譲渡するという結論を出すまでにはいろいろ考えたりもしたが、「店舗そのままオークション」をお願いしたら、早いタイミングで出店希望の方を探してくれて、大変助かりました。次の出店も考えているので、今度は出店側として利用したい。

### 新規出店者の声

ラーメン店にふさわしい物件を探していたところ、「店舗そのままオークション」を扱っているサポロビール社から今回の物件を紹介され、内見したところ、一目で気に入りました。初期投資も抑えられ、お店の経営も順調です。

詳細はサポロビール(株)横浜事務所内「店舗そのままオークション」担当 岡崎氏まで

TEL 045-662-6191 携帯 080-1026-1412

## 県商連 推せん会社



- ナバルティ・記念品 (株)アイエンス 0463-82-7511
- パー・ディスプレイ (株)エフ・ケイ・シー 03-5419-2711
- ディスプレイ・看板 (株)五光 小田原店 0465-24-1255
- 街路灯 (株)サンライト中央 045-332-5301
- アーケード (株)日米アトム 03-3260-5131
- 街路灯 日本街路灯製造(株) 03-3471-6842
- 道路整備 前田道路(株) 03-5487-0031
- 防犯カメラ (株)日立ビルシステム横浜支社 045-651-2712
- 印刷 (株)ポートサイド印刷 045-776-2671 (50音順)

商店街の活性化をお手伝いします!

# 21世紀のまち

## 商店街のいま



### 「葛川秋の大収穫祭 実行委員会」

〈二宮町〉

特色を生かして地域の魅力を作り出し、賑わいを産み出したい。それはどんな商店街でも考えていることである。しかし具体的に商店街という枠にとらわれず実践していくことは非常に難しいのが現状である。

商店街がない地区で特色を生かしたイベントを通して地域の魅力や賑わいを作り出し、それを個店のPRや地域の活性化につなげようと、実践を重ね、連帯組織を模索している若手業者者たちがいる。それが二宮町一色地区の若手業者者を中心とした「葛川秋の大収穫祭実行委員会」の面々である。

JR東海道本線の二宮駅から県道秦野・二宮線を北上したところが一色地区である。「葛川秋の大収穫祭」は、県道の西側にある葛川沿いの散策道約二〇〇メートルに商店の出店一十七店とフリーマーケット四十店が並び、秋の恵みを祝うイベントだ。

「出店者の多くは普段、店で販売している商品ではなく、このイベントならではの商品を販売している。例えば地ビールの季節限定生ビールなど収穫や季節にちなんだ商品である。取れたての農産物、季節の花、焼き立てパン、オーダー家具、レストランのシェフが作った料理、手作り漬物など、新しくはコーヒー、ハーブティ、ドーナツなど。ゲイムや路上ライブ・パフォーマンス、メンコ大会、昔遊びなど催しも開催される。子どもが自分で火にあぶって焼いて食べる「あぶってグルメ」を行う。今までは畳大の鉄板で焼いたパエリアや大なべで煮た収穫なべも行って好評だった。

### 個店有志が手を組んで、特色を生かした地域の魅力づくりを



「今年が目玉は、「ごみゼロに挑戦！」で会場内での飲食物販売に、リユース容器を使ったデポジット方式を行う。販売時に容器代を預かり、容器返却時に料金が戻ってくるという仕組みで、マイ箸、マイ容器では、焼却炉が9月末で操業停止し、ごみ削減は最重要課題で、以前からごみを出さないイベントが念願であった」と語る。

「地域住民が非常に協力的で、手作りイベントに楽しく参加し、来場者は毎年数千人で、二〇〇メートルの道が人で埋め尽くされ、歩さづらくなってしまうほどだ。広報は、新聞の折込チラシを全戸配布、出店者の店頭や町の掲示板にポスター配布、幼稚園や小学校へのちらし配布、ミニコミ誌、タウンニュースなどへの情報掲載などで行う。集客を考え、かかしコンテストなど参加型の催しや巨大パエリアなど話題性のある企画を行ってきた。

「実行委員会は八人程度。主に一色地区で販売を行う若手業者者などで、六月の終わり頃から集まり出し、八回程度の深夜にも及ぶ会合を行い、それぞれの店の個性やノウハウを生かして役割分担を行っている。今までは天候の心配程度で特に問題はなかったが、

「今後は、販売時に容器代を預かり、容器返却時に料金が戻ってくるという仕組みで、マイ箸、マイ容器では、焼却炉が9月末で操業停止し、ごみ削減は最重要課題で、以前からごみを出さないイベントが念願であった」と語る。

「イベント内容」  
■取れたて農産物 農協の直売部会、地元有機農業若手グループ等の農産物販売  
■出店ブース 様々な分野の主に二宮の店が二十七店出店販売。会場内の食べ物販売にリユース容器を使うデポジット方式を採用。  
■フリーマーケット 主に町民が地域活動のPRを行ったり、リサイクル品などを販売。四十店出店  
■路上ライブ&パフォーマンス 二宮漁師唄、剣舞、エレクトーン教室などのコンサート等六グループの発表、テーブルマジック、パルーンアートを随時開催。  
■工作教室 地元有志グループの指導による割り箸鉄砲等の工作  
■昔の遊び 地元有志の指導によるメンコ大会、剣玉、お手玉等  
■チャリティーオークション 葛川の魅力を高める基金として出店者から提供してもらった商品やサービスのオークション。  
■あぶってグルメ 子どもたちに焼き火で稲やフランクフルト、マッシュマロをあぶって焼いて食べるのを楽しんでもらう。

**Data**  
葛川秋の大収穫祭 実行委員会  
URL: [http://www.scn-net.ne.jp/siokaze/shuukakusai\\_jouhou.html](http://www.scn-net.ne.jp/siokaze/shuukakusai_jouhou.html)  
問い合わせ: 実行委員長 鈴木三美  
電話番号: 0463-72-6445

「今後は、販売時に容器代を預かり、容器返却時に料金が戻ってくるという仕組みで、マイ箸、マイ容器では、焼却炉が9月末で操業停止し、ごみ削減は最重要課題で、以前からごみを出さないイベントが念願であった」と語る。



「講演のポイント」  
「POPには分かりやすく、具体的なメッセージを」  
「黒板POPは、書き換えることが基本」

### 将来の働き手に目を向けてみませんか 中高生の職場体験受け入れと、 中高生新卒者・若年フリーター等の雇用について

〔神奈川県教育委員会・神奈川県労働局職業安定部より〕

神奈川県では、学校と企業等がインターンシップの組織的な推進について協議する「地域連絡協議会」を県内10地域に設置し、さらに23名の「キャリアアドバイザー」を配置して、高校生インターンシップの充実・拡大に積極的に取り組んでおります。

「黒板POPは、書き換えることが基本」  
黒板POPは簡単に書き換えられるのだから、いつ

「黒板POPは、書き換えることが基本」  
黒板POPは簡単に書き換えられるのだから、いつ

神奈川県教育委員会教育局  
高校教育課 ● 045-210-8258 子ども教育支援課 ● 045-210-8230  
神奈川県労働局 職業安定部職業安定課 ● 045-650-2646  
神奈川県商工労働部 雇用産業人材課 ● 045-210-5871

- ① 簡潔に書く
- ② 明快に書く
- ③ 具体的に書く
- ④ 自分の店の雰囲気を守って書く
- ⑤ 毎日書き換える

「黒板POPは、書き換えることが基本」  
黒板POPは簡単に書き換えられるのだから、いつ

## 事業資金の調達を信用保証でサポートします!

### 無担保保証の割合が約90%!

無担保

当協会をご利用いただいている  
中小企業のお客さまのうち、  
件数で約90%が無担保保証です。

(注)平成19年3月実績

法人の代表者以外の連帯保証人は  
原則不要!

私たちは親身な対応を心掛けています。お気軽にご相談ください!

**神奈川信用保証協会**  
業務統括課 ☎045-681-7118

ホームページ: <http://www.cgc-kanagawa.or.jp>

# 提言

## 個店が元気になるれば、商店街も元気になる！

「商店街が停滞・衰退から抜け出せないのは、商店街活性化の要である個店に商店街が関与できないからである」

中小企業庁の「がんばる商店街77選」に選ばれている東京・品川区の中延商店街の鶴田副理事長は、商店街衰退の原因について次のように述べている。

「商店街の活性化が進まない理由は何か。それは商店街活性化の基礎単位としての個店活性化を避けてきたからである。今まで商店街はハード整備や中元・歳末売り出し、イベントなどの商店街の共同事業だけをやっていれば良かった。商店街は個店の活性化には一切関与しなかった。これでは商店街の活性化は望めない」。これを裏付けるように、「商店街はソフト事業によって集客をするが、その客を個店の客として呼び込めるかどうかは個店の努力である」ということが言われてきた。個店の経営にまで商店街が踏み込むことはなかった。

中延商店街では、商店街は個店の集合体、個々の店が活性化しなければ商店街の活性化もないという考えにより、

地域住民が消費者の視点から商店街の全店をチェックして、その結果を個店にフィードバックする「個店の通信簿づくり」や商店街として個店の経営改善をバックアップしていく「個店改善モデル店事業」を実施した。これらの事業を通して個店の活性化・魅力アップを図り、これを商店街の活性化につなげていく。

「地域の消費者の視点から商店街の個々の店の良い点、改善点を見直して個店の経営改善につなげる商店街体験ツアー」

中延商店街では、地域住民がモニターとなり、その店にいくつ行かを見せたいかという形で個店のチェックを行う「個店の通信簿」としてフィードバックしている。神奈川県で行っている商店街体験ツアーは、あらかじめモニターが店に行く日時をその店にお知らせし、当日は店主がモニターに対して自店の品揃えやサービスを説明するというやり方をとっている。地域住民による複数のモニター(五名ずつ二組)は、店主からの説明を受けるとともに、

評価シートに基づいてその店をチェックする。個店を巡回したあと個々の店ごとに意見交換を行い、チェック結果と意見交換内容が、その店への提言としてフィードバックされる。

私自身、今までの五ヶ所の商店街体験ツアーのコーディネーターを担当させていたのだが、毎回思うことは、同じ店を見ていながら、店主とモニターとは見方が大きく違っていたことである。売り手と買い手の見方が違うのは当たり前と言われればそれまでだが、お客様に支持される店が買い手の視点に合わせることに基本となる。自分の店を買い手はどのように見ているのかをチェックすることは極めて重要である。このような意味から、商店街体験ツアーは個店の経営改善に有効な情報を提供してくれる大きなチャンスであると言える。

店逸品づくり事業は、全国の商店街に広まっており、神奈川県でも多くの商店街で展開されている。商店街の店が大型店と同じ土俵で勝負しても勝ち目はない。大型店とは違う独自の強みのある商品やサービスを各店が明確にし、オンラインの店づくりをめざして厳しい競争を生き残っていくというのが一店逸品づくり事業の趣旨である。

大型店に客を奪われている商店街が客を取り戻すには、大型店とは違う品揃えやサービス、売り方を商店街全体で取り組んでいくことが必要であり、そのためには、個々の店の品揃えにまで踏み込まざるを得ない。このような趣旨で行う一店逸品づくり事業は、共同売出しのような従来型の商店街の共同ソフト事業とは性格を異にしており、参加する商店街の意識改革が求められるところである。

一店逸品づくり事業を進めると、輪郭がぼんやりした逸品事業になり、インパクトに乏しい自己満足型の事業に終わってしまうかねない。

一店逸品づくり事業で重要なことは、自店のコンセプトや品揃え、サービスを徹底的に見直し、消費者ニーズに合致しているか、他にはない独自性があるかをじっくり検討することである。この過程において、参加店同士の情報交換を行うことによって、互いに啓発されより客観的な視点から自店の商品やサービスを見直すことができる。津久井町商工会の「ついで逸品」事業では、商品だけでなく、整理、整頓、清潔、笑顔対応の「4S」をも基準に含め、これをクリアすることを条件にし、商売の基本の徹底を図った。

一店逸品づくり事業は、奇をてらう商品開発を行うものではない。商店街の各店が品揃えやサービスを見直して自店の「セールスポイント」を明確にし、「元氣な個店づくり」につなげていく第一歩となるものである。

### 事務局からのお知らせ

中小企業神奈川県総決起大会が開催されます

平成二十年、新年賀詞交歓会のお知らせ

商店街幹部指導者講習会のお知らせ

場 所・箱根湯本 ホテルおかだ 参加費・二万円 (宿泊費込み) ※参加者の募集は一月中旬より開始いたします。

### 計報

当連合会相談役の大村富蔵氏(西区商連会長)が、十月二十二日にご逝去されました。ここに謹んでお知らせいたしますとともに、ご冥福を心よりお祈り申し上げます。

商店者の立場から国政へ意見を伝えるための総決起大会です。県商工会議所連合会、県商工会連合会、県中小企業団体中央会、当会等の共催で、県内選出の国會議員を招きます。ぜひご参加ください。

新年を祝う、賀詞交歓会を開催します。日 時・十一月十一日(金) 正午 場 所・ワークピア横浜

商店街活動の実践者と、理論を学ぶ商店街幹部指導者講習会を箱根湯本にて開催いたします。テーマ・メディアを活用して、まちに販売(仮) 講師・神奈川新聞社 報道部記者 秋山理砂氏

日 時・平成二十年二月十四日(木) 午後二時

自分の店を買い手はどのように見ているのかを  
チェックすることはきわめて重要である。



中小企業診断士 大場 保男

## 商店街が取り組む地域貢献活動や地域団体との活動を支援します 平成20年度神奈川県商店街競争力強化 支援事業費補助金の募集について

個性創出のためのブランドづくりや、少子高齢化対応などの地域ニーズに応じた取組を行う商店街に対し、活動経費の一部を補助します。

### ●補助対象となる事業

- (1)商店街等の創意工夫を活かし、個性の創出・発展を図るための商品開発事業
- (2)環境の整備・保全又は資源の再利用の促進を図るための事業
- (3)高齢者や障害者が利用しやすいまちづくりのための事業
- (4)商店街の安全安心なまちづくり推進のための事業
- (5)子育て世帯にやさしいまちづくり推進のための事業
- (6)地域団体との連携による商店街コミュニティ機能強化のための事業
- (7)複数商店街の活性化のための広域的な事業(商工会議所・商工会のみ対象)

### ●補助内容

対象となる経費の1/2以内  
※その他、補助要件がありますのでお問い合わせください

### ●募集期間

平成20年1月4日～平成20年1月31日

問合せ先 神奈川県商工労働部 商業観光流通課(商業振興班)  
Tel 045-210-5609  
http://www.pref.kanagawa.jp/osirase/syokan/syogyo/shisaku.html