

特集

加入促進の 大切さを改めて考える

～会員数の減少を食い止めよう～

皆様の商店街ではどのように加入促進活動を進めていますか。

開店に合わせてお祝いの花を届けたり、タイミングを計って何度も足を運んだり、と日頃よりご尽力されていることと思います。

積極的に加入促進を進めることが強固な商店街組織づくりの基本になることは周知の通りです。慢性的な会員数の減少は財政面を直撃、足並みの揃った商店街運営に支障をきたし、商店街の弱体化に直結します。

今号では、加入促進活動に熱心に取り組んでいる商店街をさまざまな角度から紹介します。



専務理事 松永克己さん

参加資格という条件だけじゃありません。街バルの賑わいを感じ、飲食業店のネットワークが広がる中、開催

京王線千歳烏山駅前には広がる同商店街、商店街組織には加入促進委員会が設けられ、日頃から7、8人の担当理事が新規店舗に声をかける仕組みがしっかりと出来ています。昨年より、近隣4商店街を誘い、イベント「ちとからまちバル」を仕掛けており、表面上の開催目的は「地域活性化」、「飲食店の集客支援」ですが、真の目的は「飲食業店の加入促進」と明確に位置づけています。街バル実行委員を5商店街から10人の飲食業オーナーや店長で構成し企画と運営、同時に実行委員自らイベント参加のお誘いと商店街加入活動に回ります。「とりあえず街バルに参加して加入を考える。」という店は参加を断り、商店街会員だけの

参加資格と条件だけじゃありません。街バルの賑わいを感じ、飲食業店のネットワークが広がる中、開催

「忙しい中でも商店街活動に汗をかいている同業種の店主から一緒に頑張ろう」、「街バルいいぞ」という声掛けはとても響くみたいだね。また声を掛けたからには、実行委員サイドも何としても成功させようという気概につながっているようです。街バルをきっかけに飲食業会員が増え、商店街を超えてお店の行き来をしたり、情報交換をしたりしていますね。商店街に加入した方がイベントに参加できて仲間もできる、自分の商売に還元されていくから加入しないと損する、そんな雰囲気醸成していくことが大事なんです。」と同商店街の松永専務理事。

横浜市商連機関紙(年3回発行)

よこはま 市商連

No.180 2017年(平成29年) 9月号

発行 一般社団法人 横浜市商店街連合会
発行人 石川清貴
〒231-0048 横浜市中区磯原町2-4-1 横浜大通り公園ビル5階
TEL045-250-6613 FAX045-252-2077

制作 協賛づくり研究所(株)プレス
<http://www.yokohama-syoutengai.com/>

第15回 横浜F・マリノス
吉尾海夏 選手 & 青葉区商店街連合会会長 青葉区・桜台商店会会長 目黒 測 会長

その1

鳥山駅前通り商店街振興組合 (東京都世田谷区)

イベントを機に

同業者から勧誘



街バル開催を加入促進につなげる

その2

青年部のフットワークを活かす

長原商店街振興組合

(東京都大田区)

東急池上線長原駅前に広がる同商店街、1軒が小さい店舗が立ち並び、空き店舗はすぐ埋まるものの、店舗の入れ替わりが激しく、最近では外国人が経営するお店も増えています。そこで活躍しているのが、30〜40代中心の3年前に発足した同商店街青年部のメンバーです。店舗の変化にアンテナを張り、内装工事段階からちよく顔を出し、開店の時には顔見知りになってしまおうという、こまめな声かけを展開しています。物販業のメンバーが中心になって自店近くのエリアを手分けし、配達や空き時間を使って加入促進活動にあたっています。月に1度の青年部会合では、新規店舗の出店状況や加入の進捗状況、様子を共有



青年部 田中一茂さん

し、うまくいかなければ担当を変えてみるなど、作戦を練っている。今年3月に作った

消費者向けのショッピングガイド(冊子)を利用して商店街の概況を説明し、新聞折込チラシへの広告掲載という特典なども話します。向メンバー田中さん(3代目酒屋店主)曰く、「自ら加入を申し出てくれるのは2〜3割、残りの7〜8割はこちらから出向きます。商店街育ちの僕には驚きなのですが、若い店主の中には「商店街に加入すること」ということ自体にまったく意識がない方もいます。また、福われ店長で「異動があるから次の店長は加入するかわからない」という方もいて、「その時はリセットして構わないからとりあえず入ってみてよ」と気軽に考えてもらいます。入ってよかった、と実感してくれたテナント店主が、入っていない店主を誘ってくれるケースも増えていきます。僕らより役員さんが回ってくれた方が重みがあるので、なんて思いつながら、同年代だからこそできるサークル活動のような(笑)勧誘をしています。今までの成功体験をフィードバックし、ノ



こまめな加入活動が賑わいある商店街を維持する

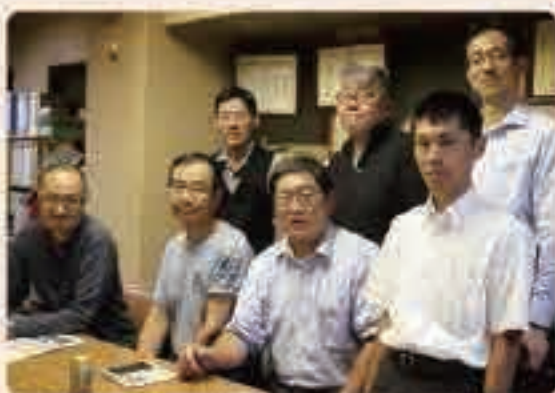
ウハウをまとめて加入促進チームのような人材を養成できたらいいですね。

その3

加入促進活動を助ける ツールづくり

野方商店街振興組合

(東京都中野区)



調査研修部の皆さん(前列右から2番目 榎本雅樹代表理事 後列中央 鈴木英司さん)

平成6年に西武池袋線野方駅の5つの商店会がまとまり、同商店街に法人化されました。当時から後継者不足などで閉店し、その空き店舗がテナント貸しされるという状況が急激に増えていきました。今後ますますその傾向が増えることが予見され、テナント店舗への加入促進が急務、と同商店街の組織「調査研修部(通称オンリーワン)」のメ



「入会のご案内」で訪問、説明がスムーズになる

ンパーが立ち上がりました。もとは別の商店街組織であったこともあり、口頭での加入説明にバラツキが出てしまい、せっかく加入してもらっても、後でトラブルになってしまいうケースもありました。また、読んでさえもらえれば理解できるものを作ることで、会員の誰もが加入の勧誘をしやすくなる、というコンセプトで、中小企業診断士のアドバイスを受けながら「入会のご案内」を製作。一昨年には内容をもっとわかりやすくするため、メンバーで項目(加入のメリット、各種サポートの案内、商店街について、加入の流れ等)を分担し内容を詰め、さらに、月に1度の編集会議を重ね、今夏リニューアル版を発行しました。「持参する以上、可能な限り正確な情報を掲載していかないとカッコ悪いですから(笑)。会費があるからこそ、こんな商店街活動が展開できています、ということを具体的に伝えることが大事です。」と同部メンバーの鈴木さん。また同商店街榎本代表理事は、「オンリーワンのメン

バーが主体となり、冊子製作を通じてそれぞれのエリアで加入促進を牽引してくれているので、加入促進活動が人任せにならない風土があります。練あつて、うちの商店街に来てくれた方には、まず「入会のご案内」のページをめくって商店街を知って、好きになって、そして根付いてもらいたいです。加入促進活動は商店街愛を伝承する大事な活動でもあります。」と加入促進を重視、自らも「入会のご案内」の編集に携わっています。

その4

地権者（オーナー）協力の
仕組みをつくる
静岡県静岡市
（静岡県静岡市）

JR静岡駅から徒歩10分の同商店街は、観光名所や公共施設が並び市内有数の商店街です。そんな同商店街でも、家賃優先で貸してしまおうオーナーの姿勢や加入をしないテナントの増加に悩まされてきました。「このままでは商店街がおかしくなってしまう、まずはオーナーの意識改革が必要である」と、14年前に地権者による「ランドオーナー会議」を設立、商店街傘下の組織として位置づけました。「まちづくり協定書」を定め、テナント



前理事長 川辺 善さん

に賃貸をする場合、商店街への入会を前提条件にすることを義務付け、万が一、テナントが加入をしない場合は代わりにオーナーが会費を支払う、という徹底したルールも制定しました。テナントが大手チェーンの場合もその例外ではありません。「ランドオーナー会議」として年に3〜4回の勉強会や先進地視察研修を実施、商店街運営や、まちづくりに関心を持つてもらうことを継続しています。

「以前、それぞれのオーナーが無計画にテナント誘致を進めることで業種のバツテイングが起り、過当競争を生み、早々に撤退してしまおう、という悪循環が発生しました。商店街の価値を下げてしまうことは、お客さまや商店街、そしてオーナー自身も困るはず、ということを理解いただける



テナントも商店街会合になることで足並み揃った商店街がつけられる

「商店街に加入するメリットってなんですか。」、加入のお誘いに行つた先の店主に、問いかけられることも少なくありません。本増え、その価値が伝わりづらく来、先人が永きに亘り培ってきた商業環境の中で商売をすること自体がメリットそのものであり、また街路灯やさまざまハード整備、イベントなどによる賑わい創出を維持していくために応分の負担をいただくことが必要なの

は言うまでもありません。ただ、盤石なものになります。

ようになりました。オーナー同士、オーナーと商店街、顔が見える関係づくりをすることで、皆が無責任ではいられなくなり、また「同商店街川辺前理事長。今年度より「ランドオーナー会議」の担当理事として、さらなる理解と周知を進めるそうです。仕組みづくりとその定着が成功し、今は新しいテナントに商店街がお願いに向くことはなく、安定した会費収入が安定した商店街運営を支えています。

加入促進をスムーズにするためのポイント

取材先から得た

できるだけ早い時期に訪問する。

開店する前の内装工事段階から顔見知りになります。

わかりやすいツールを作成する。

口頭での説明はばらつきや誤解が生じてしまいがちです。冊子などのツールがあることで誰でも訪問しやすくなります。

店舗の情報を共有する。

もう少し商売が軌道に乗ってから、〇〇時くらいなら時間がありそうだな、タイミングを見計らった訪問も良質な入会へとつながります。

不動産屋、オーナーの理解を得る。

日頃から入居店調情報をもらえる、賃貸条件に商店街加入を入れてもらえるような関係づくりをしましょう。

同年代や同業種会員から勧誘する。

「いっしょに商売を頑張りたい」というスタンスと熱意こそが仲間を広げます。

その他

飲食店は、まず理事などで食事に出向いてコミュニケーションを図ろう。

広告掲載やイベント参加など、自店の宣伝につながるような取組みは魅力を感じてもらえる。

区商連会長による うちの区紹介します!

Vol.8



戸塚区商店街連合会会長
(前) 東京ショッピングセンター理事長
三枝木 鉄朗
酒類販売「林屋三枝木商店」

戸塚ならではの商店街づくり

分区分が繰り返され、現在の戸塚区になつてからまだ31年。新住民も多く、昔ながらの路面店が並ぶ商店街のイメージを持つている区民は少ないかもしれないね。それなら商業ビルの立ち並ぶ戸塚駅周辺を新しい商店街モデルとして確立できたら、と頑張っています。昨年度から開催している「商店街プロレス」の盛況ぶりを見ていると、風景は新しくても、人が集まり、活気あふれる場を地域に提供できるのはやっぱり商店街組織があるからこそなんだよね。

人のつながりを大事に

僕自身親父の影響が、地域のために働くことは全く苦にならないんです。商売のかたわら、民生委員や横浜市PTA連絡協議会副会長など、さまざまな経験をしてきました。すべては人と人のつながり、情のあるお付き合いこそが大事なんですよ。商人だつてそう、たとえば値段や品揃えで勝てなくても、

「人」で買ってもらえるのがお店なんだから挨拶や会話を大事に、「顔見知り」から「なじみ」になつてもらう努力をしなきゃいけないよね。

区商連会長として

戸塚区の商店街は「商店街プロレス」「戸塚遊山箱」は「酒ライブ」など新しいことを仕掛け、定着させていこうという機運が高まっています。イベントに取り組みことで会員同士の輪も広がりと、和気あいあいや「ている様子で嬉しいですね。僕はこういう性格だから(笑)、行政にもざつとばらんに話し、提案もし、助けも借り、そのぶん商店街もできることは手伝う。地域のために話がつながる土台づくりが僕の二番の役割だと思っています。

若い客層を増やすために

酒屋としての全盛期は、まさにサザエさんの三河屋のサブちゃん、御用聞きでした。お客さんの台所事情もよく知っていて、足りなくなった調味料にも気づく(笑)、いい時代でしたよ。その顧客層が高齢になつて注文は減り、配達も玄関越しが当たり前になりました。酒販業は規制緩和が一番の打撃ですが、若いお客さんを取り込めなかつたんだよね。僕は魅力ある商店街イベントをどんどん開催して、若い人たちに商店街へ足を運んでもらうきっかけづくりをしなければいけないと思う。効果は後からついてくるもの、長い目で見て商店街イベントを応援していきます。

会長一押しのお店!

ホビー&雑貨 **キタヤダנק** (戸塚駅東口ラピス商店会)
戸塚区戸塚町8 ラピス戸塚1ビル2F TEL 864-2580

ぬいぐるみやギフト雑貨、ジグソーパズル、鉄道模型など、バラエティ豊かな商品が出迎えます。開放的な店構えで通りがかりの人の足を止めています。



サラリーマン経験が生きる
初代が昭和34年に戸塚駅西口に創業。戸塚駅の再開発に伴いモティに移転、現在のラピスに店舗を構えて10年を迎えます。3代目の北島昌洋さんは学卒後、転勤の多いサラリーマンをしていました。東日本大震災を機に自分の生き方を見つめ直し、せっかくある祖父のお店を継ぐことを決意、父の元で経理や仕入れ、接客を身につけました。営業職で培ったコミュニケーション力、そして当時の上司から学んだ「スピード感をもつ」「二手三手先を読む」を信条に日々店頭立ちます。

お客さまのための商売

「何をもちてお客さんの役に立てる商売と言えるのだろうか。」「昌洋さんは自問自答しているそうです。限られたスペースの店内に、定番品に限らずギフトに選びたいような雑貨も取り揃え、幅広い層に興味を持ってもらえるよう心掛けています。「贈り物をしたのですが...」とお客さんから声をかけられたら腕の見せどころです。会話の中から送り主が望まれ、かつ相手に喜んでいただけそんなものを提案します。「商売つて気持ちや人柄が伝わりやすさから真剣です。」と昌洋さん。

商店街は地域のために

お父さまは同商店会会長の北島洋一さん、昌洋さんも昨年の商店会30周年イベントの実行委員のメンバーとして地域団体のステージ出演の交渉に奔走しました。華やかなステージはお客さんを笑顔にし、発表の場を求めた地域出演者さんにもとても感謝されました。「商店街だから地域をつなげるんだ。」と、あらためて実感、商店街活動にやりがいを感じたそうです。

横浜Fマリノスサポーターの北島さん。自店にもサポーターのような気持ちで応援してくれるお客さまを広げていくことが目標です。

