

# よこはま市商連

**No.188**  
2020年(令和2年)

5月号

発行 一般社団法人横浜市商店街総連合会  
発行人 石川清貴  
〒231-0048 横浜市中区蓬萊町2-4-1 横浜大通り公園ビル5階  
TEL045-250-6613 FAX045-262-2077  
制作 場所づくり研究所(有)プレイス  
<http://www.yokohama-syoutengai.com>

大日本プロレス  
中之上靖文 選手  
港区・野庭団地  
ショッピングセンター会  
堀部陽介 会長



## 伝えて 見せて ファンを増やそう

## SNSだから出来る 効果的な集客

無視できなくなりました。新たなお客さん呼び込み、いつものお客さんとのコミュニケーションにも役立つSNS、上手に楽しく活用して商店街や個店の集客に繋がらしましょう。

国内のSNS(※1)利用者は2020年末には7,397万人と言われて(ICT総研 2018年度 SNS利用動向調査)、幅広い世代で日常生活に欠かせないツールとなっています。「商品を知る」「店を選ぶ」「お出かけ先を探す」といった日々の消費行動につながるさまざまな場面で当たり前SNSが活用される今、商店街や個店も情報発信や宣伝の手段としてSNSの存在を

(※1~7)の各IT用語の説明をP3下部に記載しています

### 代表的な SNSの特徴(一部)

SNSにはそれぞれ特徴があり、得意とする機能が異なります。目的にあった選択、使い分けをしましょう。



#### Twitter(ツイッター)

国内ユーザー 4,500万人  
(2017.10時点)

メインユーザー層 10代、20代中心の若年層

文章(140文字以内)のみ、またはプラス写真か動画で投稿できる。ビジネスと個人アカウントの区別のない手軽なツール。ツイート(投稿)が自分の「フォロワー(※2)」に「リツイート(※3)」されることで、その「フォロワー」にも共有され、「リツイート」が繰り返されることでの不特定多数への拡散性の高さが最大の特徴。リアルタイムに情報伝達をしたいときに役立つ。



#### Facebook(フェイスブック)

国内ユーザー 2,600万人  
(2019.4時点)

メインユーザー層 20代以上中高年層

文章のみ、またはプラス写真か動画で投稿できる。実名登録が基本のため、情報の信用性が高いとされる。個人アカウントでの開設の他、店(商店街)名で「Facebookページ」を開設することで複数人でのページ管理が可能、かつFacebookのアカウントに登録していないユーザーも閲覧できるようになる。投稿がユーザーに「シェア(※4)」されることでその「友達(※5)」にも投稿が共有、情報が拡散される。



#### Instagram(インスタグラム)

国内ユーザー 3,300万人  
(2019.3現在)

メインユーザー層 20~40代中心、女性が多い

画像や動画投稿がメイン、文章のみでは投稿はできない。視覚に訴える画像や映像の投稿が人気を集めている。個人アカウントから「ビジネスプロフィール」を開設すると、店(商店街)のプロフィールを設定できる。「#ハッシュタグ(※6)」を使って投稿することが重要。「シェア」や「リツイート」のような拡散機能はないが、「#ハッシュタグ検索」されることによってフォロワー以外のユーザーにも投稿をみもらえる。



## なぜSNSを活用すべきか

### その1 費用がかからない

無料でアカウント開設、活用ができるので宣伝広告費のコストが削減できます。紙媒体の宣伝チラシを作成している場合も、SNSにアップする一手間で効果を高められます。

### その2 情報を即時に発信できる

臨時休業や開店時間の変更といった一刻も早くお伝えしたいお知らせ、新商品の入荷や発売日のお知らせなど、タイムリーな情報の一斉発信に大変便利。店頭での張り紙では伝えきれないお客さんへ広く発信できます。

### その3 情報拡散の効果が絶大

一度情報を発信すると、SNSではその情報をキャッチしたお客さんから更にネット上での拡散が見込めます。ネット上のスピードある“口コミ”のような役割を果たします。お客さんが拡散したくなるような投稿を目指し、わかりやすいか、役に立つか、楽しいか、応援したくなるか、などお客さんの目線を持って投稿内容を考えましょう。

### その4 操作が手軽で簡単

特別な技術や知識がなくても、パソコン環境がなくても、スマホの操作のみで始められます。若い世代を中心に日常生活で使いこなしている人はたくさんいるはず、操作方法を聞いてみましょう。

### その5 幅広くファンを増やせる

一方通行の情報発信ではなく、双方向のコミュニケーションが可能。顔見知りのお客さんはもちろん、初めてのお客さんからの投稿にもお答えすることでネット上での交流が生まれます。店主の思いや人柄を伝えることでお客さんとの距離を近づけられます。ご意見や質問にも丁寧に返信することで信用に繋がられます。

### その6 情報源として検索される

若い世代を中心に検索エンジン（googleやYahoo!など）によるWeb検索と同様に、SNSを使った「ハッシュタグ検索」が活用されています。「#ハッシュタグ」を投稿につけ検索性を高めることで、来店や購買につながる不特定多数の人に情報を知ってもらうチャンスが生まれます。

## SNSだから出来ること

- イベントの開催が理事会等で決まった時点で、**速報**のように告知を開始できます。
- 予約状況や空席状況、タイムセールのお知らせなど、日々の**こまめな営業情報の発信**も可能です。
- イベント開催最中にスマホで撮影した動画の**ライブ配信**も可能、臨場感たっぷりに宣伝できます。



- 商品の紹介や商売への思い、日頃の感謝などを**自身のペース**で発信できます。
- SNS同士を連動させるURL(※7)を貼ってホームページ(以降HP)に誘導するなど、**情報拡散の相乗効果**が狙えます。

# 楽しく活用しています!

# 慣れればカンタンです!

## 商店街と個店の活用事例

### 事例1 緑区・長津田商店街協同組合

発信



更新頻度の低いHPの情報発信をカバーしたい、との目的で「無料だからやらない手はない!」と7年前から活用。特徴やユーザー層が異なると聞き、2つのSNSを選択しました。当初担当していた同会の若手が移転してしまい、引き継ぎました。IT関連に苦手意識があったのですが、操作は思いのほか簡単ですね。投稿は商店街のお知らせや季節を感じられる商店街の風景写真なども織り交ぜています。また、まちの魅力もマメに投稿しています。「Facebookページ」上では各店が自店のPRに加え、他店の紹介も。自店が「美味しいです!」と宣伝するより、よく知っている隣の店主の「美味しかったですよ!」というオススメ投稿の方が響くようで、SNSがお客さんの回遊を生んでくれます。回数や内容の決まりごととは作らず、各自のペースで楽しみながら投稿しているので続いているのだと思います。続けるうちに投稿ネタのコツやタイミングもつかめてきます。始めたからといってすぐにお客さんは倍増しませんが、想像以上に読んでいただけていることは実感しています。マイナスなことはありません。



(左より)HP委員会 申田委員長、岸田さん

### 事例2 鶴見区・駒岡商栄会「重寿司」

発信



店主 相澤さん

お客さんと対面でお話することが何より大好き、SNSには苦手意識があったのですが、宣伝費にお金はかけたくないなか「無料でお店を知ってもらえるなら…。」と8年前に「Facebookページ」からスタート、現在は3つを運用しています。お客さんや同業者の仲間といった身近な方に「わからないから教えて!」ってお願いしました。操作のことはもちろん、「店頭の手書きメニューもアップしてほしいな。」とお客さんのリクエストや「いいお酒が入ったら写真を載せるとお客さんが見てくれるよ。」と仲間のアドバイスにも助けられています。仕入れ品の説明や商売への思い、ときには家族の写真もアップ。うちに親しみを持っていただき、お客さんとの距離が近づくような投稿を心掛けています。アップしたメニューの注文を受けると「チェックして来てくれたのかな。」とニンマリ。今年、11年続く子どもたち向け「恵方巻き体験会」を初めてSNSで呼びかけたところ、60人もの申し込みが! SNSの拡散性のスゴさに驚かされました。賄いの合間や休憩中など、ちょっとした時間で週に数回投稿しています。SNSもコミュニケーションのひとつ、初めてみれば面白い。何かが変わりますよ。

SNSは過去には考えられなかった集客の可能性を広げてくれます。手元のスマホ1台で投稿するだけで、自分の商店街や店を無限大にPRできるチャンスなのです。まずは「始めること」、そして「あまり無理はしないこと」ですが、「反応がいまいち」と更新をやめてしまうことはNGです。生きた情報発信がウリのSNSにおいて、古いままの情報の放置はイメージダウンにつながってしまいます。また、「SNSの内容と実際のサービスが違う」などのマイナスの印象や不信感を与えることのないようにも留意しましょう。SNSはご来店いただくためのきっかけづくり、オンライン上での接客かつ営業の一環と捉え、丁寧に継続することが大事であることは日々の商売と同じです。

#### ▶ SNSにまつわるIT用語の説明

- (※1) ソーシャル・ネットワーキング・サービスの略。インターネット上で情報を発信・取得できるツール。個人間のコミュニケーション手段からビジネスシーンまで有効活用されている。
- (※2) 自分の投稿に興味を持ち、以降の投稿も知りたい、とフォローしてくれる人。
- (※3) 興味を持った他人の投稿を自分のフォローに共有すること。
- (※4) 興味を持った他人の投稿を自分の友達に共有すること。ちなみに「いいね!」は共感の意思表示。
- (※5) 双方向のやりとりを承認した相手のこと。
- (※6) 検索用のキーワードのこと。
- (※7) インターネット上のホームページの場所をお知らせする住所のようなもの。

## 『いいモノを安く』の醍醐味

昭和32年、先代が同商店街の将来性を見据え、同地で塩干品の専門店からスタートした「京町屋食品」。時代に合わせて扱い品を拡充、商売を繁盛させていきましたが、過去には経営難に陥った手痛い経験も。再建を成功させた2代目の小池弥生さんと、その姿を見て育った3代目に就任する息子の廣樹さん、また、家族のような店員たちが一丸となつて、現在の乾物・食料品部、菓子部、惣菜部の3部門で営業をしています。『いいモノを安く』を継続するため、仕入れが腕の見せどころ。有名メーカーの在庫処分品を大量に仕入れ、破格の目玉商品に。店頭に並べて道ゆく人の目を釘付けにしています。また、高級な乾物や食材も大箱で仕入れ、店内で小分けして販売することで驚きの低価格を実現しています。「面白い仕入れができる」とPOPに値段や商品説明を書きながら、お客さん驚くかな、喜んでくれるかな、なんて想像してワクワクしちゃうんです。」と弥生さん。

## 『人』が生み出す店の躍動感

同店の魅力は店からあふれ出る『人』のエネルギー。大勢のお客さん、店員の元気な呼び込み、お客さんとのアットホームなやりとり、が京町屋らしさ。店員はパートを含めて永年働いてくれているベテランばかり、みな、商品を熟知する『プロ店員』です。「業務マニュアルは最低限、あとは個人にお任せしています。僕より現場経験値の高い方々がたくさんいますから。商品の陳列の工夫や接客、店の売り上げまで我がごとのように考えて働いてくれています。」と廣樹さん。空の雲行きを見て、値段を下げて売り切ることなども現場で判断していません。乾物や食材の調理法の説明だってお手の



# 横浜の商店街 “いい店”探究



活気あふれる同商店街の核店舗のひとつ。「豊富な品揃え」も「驚きの安さ」も「お客さんを喜ばせたい」という心意気と経営努力の賜物。「モノを売る楽しさ」を追求し続けて60年以上、売り手の情熱がお客さんを惹きつけてきました。「モノを買う楽しさ」が実感できるからまた行きたくなる、まさに“The商店”です。

1 (写真左より)仲良し親子の廣樹さんと弥生さん 2 人の流れがまた人を呼ぶ繁盛店 3 40年愛され続けているここだけの味 4 小分け作業も価格を抑える工夫

保土ヶ谷区  
洪福寺松原  
商店街振興組合  
**京町屋食品**  
宮田町1-5-4 ☎332-3211

物。説明を聞いて調理をしてみた料理を「美味しく出来たから食べてみて!」と店まで持ってきてくれるお客さんもいます。「こないだの美味しかったわよ、また仕入れておいて!」というお客さんからのリクエストも日常的。「コミニケーションの積み重ねが店をよりよくしています。」

## プライベートブランドで 販路を広げたい

廣樹さんが今後力を入れていきたいと考えているのは、京町屋が生み出す『味』で勝負すること。その勝算の根拠は、不景気にも関わらず売り上げを伸ばし続けている惣菜部の存在。40年前にお祖母さまが生み出した無添加のおふくろの味は永年勤務している従業員に引き継がれ、時代を超え、幅広い世代のお客さんの心をつかみ続けています。北海道産のニンニクを大量に仕入れた際に大釜で熟成させた黒ニンニクや、梅の実を土用干しして塩漬にした梅干しも販売してみたいのほかに好評でした。「自慢の仕入れ品に、せつかくの製造技術を生かしたプライベート商品を確立したいです。年末にオリジナルのおせちを作つて売ってみるとか、発送可能なモノは通販で売るのもひとつかもしれません。『安さ』『プラスチックが求められる時代に対応している』かと思っています。」

幼い頃から店の手伝いが大好きで、味噌の袋詰めや一生懸命呼び込みをしていた廣樹さん。従業員やお客さんに褒められ、可愛がられたことが商人を目指した理由。「『立派になつたわね。』なんて言われると、なんだか頭があがらない3代目です(笑)」。

## 老舗の味を守る重みとやりがい

昭和21年創業の惣菜店「はまや高木食品」の若旦那として店を切り盛りする高木貴広さん。学卒時は休みもままならない家業に従事する決心がつかず公務員に。公務員として働いてみるの、働くことの大変さが変わらぬことを痛感し、ならば「自店のために」と先代のもとで「から修行、26年が経ちました。先々代から引き継がれる看板商品の煮豆をはじめ、無添加、自家製の惣菜がウリの同店において、老舗の味を忠実に守ること、そして、新たに自分の味を生み出すことに邁進してきました。早朝の仕込みから閉店までフル稼働の毎日のなか、「対面販売でのちよつとしたおしゃべりが楽しみです。『美味しかった』の言葉で疲れも吹き飛びます。」。

## 個店だからできることを追求

昭和28年創業の「原金物店」の3代目の原年邦さん。学卒後は小さい頃からの夢だった遊園地で働く道を選びました。八景島シーパラダイスに就職し、人気アトラクションのキャストを務めていましたが、お父さまのご病気を機に急遽自店に入ることになりました。以来お母さまと二人三脚で店を守っています。近所に家庭用品も扱う大型店ができましたが「価格で勝負する気はありません。」とキッパリ。同店を重宝がってくれる常連さんの期待に応えられるよう、目利きのプロの気概を持って見本市に足を運び、ご自身の納得がいく商品のみを仕入れ、丁寧な説明をつけて販売しています。

## 実働部隊である宣伝部の結束

高木さんを部長とする同商店街の宣伝部は原さんを含めて4人、みな旧知の仲。中元と年末の福引セール、月3回の特売日の折り込みチラシ

# 商店街自慢の次世代リーダー発見!



商店街の将来を見据えて育てよう

一度は商店街を離れたものの、「家業を継ぐ」という同じ道を選んだ若き3代目のお二人。幼い頃見ていた、人であふれる商店街の風景がご自身たちの原点。変わらず最頂にしてくれているお客さんのため、自分たちの店を守るため、商店街を未来に残すために奮闘中です。浜マーケットに頼もしい第3世代が育っています。



磯子区 磯子商店街商業協同組合
理事・宣伝部長 はまや高木食品 高木貴広 (48歳) 右
理事・宣伝部所属 原金物店 原年邦 (42歳) 左

1 (左より)原さんと高木さん。互いのご兄弟とも幼馴染み  
2 商店街らしさがギョッと詰まった「浜マーケット」



「お酒が大好きな高木さんと酒の場は好きだけど飲まない原さん。人と付き合うことが大好きなお二人、「現実には無理ですが、二人で飲食店をやってみたいですね。僕、原くんをあてにしてお客さんと飲んじやいそうです(笑)」。

「古き良き商店街の魅力を残しつつ、時代の流れを取り入れることは絶対。」というのがお二人の考え。IT化もそのひとつ、昨年はキャッシュレス決済導入を先導しました。「予想以上に年配の方のご利用が多くて驚いています。新しいことはやってみないとわからないですね。」と原さん。また、空き店舗に今風のオシャレな飲食店2店が出店し、老舗物販店が立ち並ぶ同商店街に新たな客層を呼び込んでくれています。「商店街所有の空き店舗もありますので今は浜マーケットらしくない業種も誘致したいですね。新しい店、新しい人を巻き込んで昔からの常連さんにも若い世代にも支持される商店街に進化させていきたいです。」と高木さん。

## 残すことも大事 変わることも大事

シ作成、単発イベントの開催、SNS発信など、すべてを担う実働部隊です。商店街活動は自分たちが生きていくために販売の延長でやらねばならぬもの、と前向きな危機感を持って取り組んでいます。月に一度の理事会はもとより、日頃の立ち話でテンポよく物事が進められるのもチームワークの良さだそう。「今は自分たちができる範囲で決めたことをいいルーティンで継続しています。人手があれば、好評だったピアガールデンなども復活できるのですが。」と高木さん。「この小さな商店街で同士が4人もいることは恵まれていると思っています。」と原さん。



# 最強タッグ 対談!!



Vol.6

## 堀部 陽介

港南区・野庭団地  
ショッピングセンター会会長  
「グッド・フォーチュン」  
身長170cm 体重68kg  
得意技  
シューティング  
スタープレス

## 中之上 靖文

1986生まれ  
大阪府箕面市出身  
身長182cm  
体重110kg  
得意技  
ダイビング・エルボー  
ドロップ

中之上 会長、こんにちは。今日はよろしくお願ひいたします。

堀部 こちらこそ、よろしくお願ひします。2月のイベント「子ども向け餅つき体験」では大変お世話になりました。つき手担当である自治会の方々が早々に戦力外となり(笑)、結局30キロものもち米をほとんどスライサーお一人についていただいちゃいましたね。

中之上 お役に立ててよかったです。たくさん子どもたちと直接触れ合えてとてもいい時間でした。

堀部 おかげさまで子どもたちだけでも120人くらい集まってくれて賑やかなイベントになりました。ここの団地に住んでいる方の多くが高齢で、子育て世代の方も少なく、商店街プロレスのあふれる人出を見て「どこからこんなに？」と毎年驚いています。

中之上 同じようなお話をほかの商店街でも聞くことがあります。商店街プロレスでお邪魔すると、横浜の商店街は元気で賑わっていて、美味しい飲食店も多く、僕たちはいつも楽しませていただいています。ですが、思えば地元大阪の商店街も普段はあまり元気がありませんでした。

堀部 そうですか。全国的にどこの商店街も厳しい状況が続いています。何とか現状を変えていきたい、と僕自身がプロレスファンである前提も白状した上で(笑)、「商店街プロレス、やりましょう!」と当時企画書を作って理事会に提案しました。多世代を商店街に呼べることに確信がありましたから。今ではうちの看板イベントとなり、お客さんはもちろん、商店街関係者もとても喜んでいきます。

中之上 ありがとうございます!野庭の会場は大きな階段を駆け下りて入場するのがカッコいいな、という印象を持っています。

堀部 商店街プロレスは迫力だけではない、

く、お楽しみ要素も織り込まれているので、プロレスを初めて観る子どもたちもすっかり夢中になっていますよ。個人的には商店街を所狭しと暴れてくれる場外乱闘が毎年楽しみです。昨年でしたが、持っていた缶ビールを小林選手に飲まれた店主も「絡んでもらえた!」と大喜びしていました(笑)。フォロワーはこちらでするので今後もどんどん盛り上げてくださ(笑)！中之上 選手からうちの商店街へのリクエストは何かありますか？

中之上 そうですね…、空き時間にピンゴ大会をされている商店街があつて、うちの選手が自腹で参加して、大人気なく本気で勝負しています(笑)。僕もお菓子の詰め合わせをゲットしました。お客さんと一緒にワイワイ楽しめるし、いいと思います。

堀部 なるほど、ありがとうございます。せっかくの集客をもっと活かさないのもったいない、空き時間も商店街に留まってもらいたい、出店している飲食ブースをさらに利用いただけるような工夫も考えていかなければ、と思っていました。ところで、この対談企画恒例の質問をさせていただきます。毎年横浜の商店街で、商店街の美味しいものN.O.1を投票で決めるイベント「ガチシリーズ」があります。今年の「ガチ井」にちなんで好きな井料理ってありますか？

中之上 井ものですか、いいですね！僕のN.O.1は北海道の興行で美味しさを知ってしまった「海鮮井」です。身近なところではサツツと食べられる「牛井」も好きです。白いご飯に納豆をかけた「納豆井」を自分でよく作りますね。あれ、それって納豆ご飯？「納豆井」とは言いませんか(笑)？



堀部 いろいろ、ありがとうございます(笑)。もうひとつ恒例の質問をさせていただきます。中之上 選手がプロレスラーになつていなかったとして、商店街でお店を出すなら何屋さんをやりたいですか？

中之上 昔ながらのスーツショップです。小中高とずっと野球をやっていたので、本気でグローブ職人になりたかったんです。理由はあの皮の匂いが大好きだからなんです(笑)。商店街のお店で、野球少年相手に野球談義をしながらグローブを補修したり、調整したりしてあげたいですね。

堀部 とてもいいですね。駄菓子屋さんのように子どもたちが集まれる店が商店街には必要だと思っています。子どもたちの声が響いている商店街にすることが会長としてのいちばんの目標かもしれません。

中之上 商店街プロレスで聞かえてくる子どもたちの一生懸命な声援はほんとにたまらないですし、何よりチカラになります。僕自身、特別に意識はしていないのですが、子どもたちに人気があるね、って他の選手からよく言われます。本当なら嬉しい限りです。

堀部 子どもって不思議なほど本能で「人」を見抜きますからね。中之上 選手の人柄が伝わり、強くて優しい選手って肌で感じているんですね、納得です。最後に中之上 選手のプロレスラーとしての目標をお聞かせください。

中之上 はい、チャンピオンベルトを持って商店街プロレスに参戦したいです。チャンピオンベルトを子どもたちにさわらせてあげたいですね。あととはデビュー以来10年間ケガなくやってこられているので、ケガをしないよう心掛けます。こればかりは運の部分も大きいのですが…。

堀部 ほんとにケガだけは気をつけてくださいね。今シリーズは9月にうちとお隣の丸山台いちよう坂商店街で2週続けて港南区での商店街プロレスがありからますね、相乗効果でさらに盛り上げようと張り切っています。今からワクワクしています!今日はありがとうございました。

中之上 こちらこそ、ありがとうございました。





「ハピゴラ」

今年度「商店街プロレス2020シリーズ」の開催が決定しました。状況により中止・延期の場合が

フ市 商連 「商店街プロレス2020シリーズ」

新型コロナウイルス感染拡大防止に伴い、同事業は中止となりました。

フ市 商連 シリーズ第10弾「ガチ丼12」中止のお知らせ

フ市 商連 総会のお知らせ

令和2年度第1回通常総会  
日時：6月3日(水) 14時  
会場：横浜酒販会館 5階



も是非ご覧ください。レポート

「商店街をもっと知ってもらいたい」「商店街をもっと好きになってもらいたい」を目的に昨年度から始まった商店街魅力発信事業「ハピゴラ!」。今年度もリポーターとしてアホマイルド坂本さん(よしもと芸人)を中心に商店街を訪問、商店街や個店の魅力をwebで広く発信いたします。「こんなひとがいるよ!」「こんな事業やっています!」「こんなサービスははじめました!」など、情報をお寄せください。レポート

フ市 商連 「ハピゴラ!」情報募集中



情報提供方法

FAX: 募集用紙(前187号に折り込み済み)を市商連(045-262-2077)まで  
メール: 件名「ハピゴラ!の情報」と記載の上、kato@yokohama-syoutengai.comまで

ハピゴラ! 検索 <https://hapigola.com>

NEWS

商店街

NEWS

### “運転卒業者”に商店街がサービス開始

港北区商店街連合会が、昨年末より「運転卒業者おトク事業」を開始しました。運転免許を返納した高齢のお客さまが返納時に受け取る「運転経歴証明書」を商店街の「運転卒業者おトク事業実施店」で掲示すると、総菜屋でのコロッケ2枚プレゼント、洋品店での全商品10%引きなどのサービスが受けられるというもの。「免許返納を機に歩いて地元の商店街にお越しいただき、いろいろなお店をご利用いただければ、と思います。区外のお客さんにもご利用いただけるサービスなので、たくさんの方に足を運んでいただければ嬉しいですね。」と同区商連酒井会長。



運転卒業者おトク事業実施店



店頭ステッカーが目印。現在実施店は24店



【新型コロナウイルス感染症で資金繰りにご不安を感じている事業者の皆様へ】経済産業省

●資金繰り支援全般に関するお問い合わせ先  
 中小企業 金融・給付金相談窓口 TEL 0570-783183(平日・土日・祝日 9:00-17:00)



経済産業省 新型コロナウイルス感染症関連 **検索** [経済産業省HP](#)

【新型コロナウイルス感染症拡大防止協力金について】神奈川県

●お問い合わせ先  
 新型コロナウイルス感染症専用ダイヤル TEL 045-285-0536

[神奈川県HP](#) [神奈川県 新型コロナウイルス感染症拡大防止協力金](#) **検索**

対象経費	加盟店舗数 (令和2年4月1日時点)	限度額
①感染症拡大防止のために店舗が使用する 衛生用品(マスク、アルコール消毒液、非接触 型体温計等)の購入経費【消耗品費】	20店舗未満	20万円
	20~49店舗	30万円
②感染症拡大防止に係る経費(商店街共用部 分の消毒等)【委託費】	50~99店舗	40万円
	100店舗以上	50万円

※限度額に達するまで複数回申請できます。

**お問合せ** 横浜市経済局商業振興課 ☎045-671-3488

【新型コロナウイルス感染症対策で補助の特例がある事業】

事業名	事業概要	新型コロナウイルス感染症対策時	
		限度額	補助率
<令和2年度新規> 商店街社会課題 チャレンジモデル事業	地域・社会における課題について、商業活動の中で 解決していくことで、SDGsの実現につながる取組 を支援します。 (例：食品ロス削減、プラスチックごみ削減)	100万円	3/4 (通常:2/3)
商店街宅配・ 出張販売・送迎支援 モデル事業	宅配・出張販売・送迎により、消費者の利便性を向 上させ、新たな顧客の獲得や商店街の活性化のため の取組を支援します。 (例：商店街による宅配サービス)	300万円 (通常：原則 100万円)	3/4 (通常： 原則1/2)
商店街ソフト 支援事業	商店街の活性化を目的とする、ソフト事業(イベン トを除く)に関する取組を支援します。 (例：マップやHPの作成)	申請内容 により 異なります。	3/4 (通常： 原則1/2)
小規模事業者 設備投資助成金	小規模事業者(個人事業主を含む)が、業務の改善 や生産性の向上に繋がる設備の導入を支援しま す。(例：パソコン、エアコン、キャッシュレス決済対応 タブレット端末の購入)	10万円	2/3 (通常:1/2)

※このほか、商店街に対する新型コロナウイルス感染症対策の支援については、決まり次第お知らせします。

**お問合せ** 横浜市経済局商業振興課 ☎045-671-3488

[経済局商業振興課HP](#)

【ムロ所  
フ市役所】  
商店街新型コロナウイルス感染症  
衛生対策支援事業の新設について

商店街が新型コロナウイルス感染症対策として衛生  
用品を購入する場合などの経費を全額補助する制  
度を新設しました。

【補助対象者】商店会

【補助対象期間】令和2年4月1日～

令和2年6月30日

【申請期限】令和2年6月30日(予算を超過した場  
合、期限前に終了することがあります。)

【補助対象経費及び限度額】表のとおり

【ムロ所  
フ市役所】  
令和2年度商店街支援事業のお知らせ  
新型コロナウイルス感染症対策の  
補助率等を拡充

今年度の商店街支援事業(補助金)のご案内は、商店街あて  
に送付しました資料とともに経済局HPをご覧ください。  
特に新型コロナウイルス感染症対策に関連する取組につい  
て、次に掲げる対象事業の補助率等を引き上げます。



これまで、商店街名が記されたア  
チなどの屋外広告物については、申請  
に基づく許可を必要としていました  
が、4月1日以降は、一部の広告物(※  
1)を除き、申請を不要とする取扱  
いとしました(※2)。

【開始時期】令和2年4月1日

(※1) 商店街街路灯への有料広告物  
掲出に係る横浜市版ガイドラ  
インに基づき掲出するフラッグ  
は、引き続き許可が必要とな  
ります。

(※2) 道路占用などの他法令等に基  
づく手続は、引き続き必要と  
なります。

**お問合せ** 横浜市都市整備局景観調整課  
☎045-671-2648

【ムロ所  
フ市役所】  
商店街が掲出する  
屋外広告物の許可を不要とします

【対象】市内飲食店で、テイクア  
ウトまたはデリバリーを行って  
いる店舗

**お問合せ** 横浜市経済局商業振興課  
☎045-671-3488

[テイクアウト&デリバリーHP](#)

【ムロ所  
フ市役所】  
テイクアウト(持ち帰り)&  
デリバリー(宅配)を行う  
飲食店情報を募集します



編集後記

このたびの新型コロナ問題が1日も早く収束に向かうことを願いながら、皆さまにおかれましては  
どうぞ身体には十分お気をつけの上、お過ごしいただけますようお願い申し上げます。(F) & (N)