

【助成事業：牡丹町 まちの教室】

ポイント

逸品を集めた商店街アンテナショップとまちゼミで新たな客層を開拓

江東区の富岡八幡宮にほど近く、下町情緒の残る商店街。生鮮三品がないなど商店街の機能が変化中、周辺マンションの住民など新たな顧客層に対し、来店機会の拡大と個店の魅力を知ってもらおうとまちゼミをアレンジした「まちの教室」を開催。また、各店の逸品を集めた商店街アンテナショップと無農薬野菜の朝市の実施や、地域のSNSを活用した情報発信に努め、商店と顧客の交流を深めて新たな客層を開拓している。

商店街情報

所在地：東京都江東区牡丹町3-6-5 牡丹町商店街
会館2F

地域の人口：513,315人 263,030世帯
(江東区 平成30年3月現在)

商店街の種類：近隣型商店街

組合員数：48名

店舗数：48店舗(主な業種構成：飲食・喫茶・飲・食料品、家電製品、医療・薬局、サービスなど)

TEL:03-3643-4690 FAX:03-3641-8791

URL: <http://botancho.com/>



商店街の風景

商店街の概要と近年の環境変化

江戸三大祭りの一つ「深川八幡まつり」で知られる富岡八幡宮にほど近く、東京メトロ「門前仲町駅」から南方に徒歩10分、約150mの街区を有する近隣型商店街。この地域は江戸時代に埋め立てられ、牡丹が栽培されたことが地名の由来で、江東区木場にある洲崎神社の門前町として栄えた。

商店街振興組合が設立された昭和40年当時は生鮮三品を含めて100軒を超える店が軒を並べ、近隣の東陽町周辺の住民も来街して肩と肩がぶつかる程の賑わいだったという。その後、江東区の助成による歩道のカラー舗装や街路灯のLED化を行うなどハード面の整備を行ってきたが、平成に入ってから近隣への大型店の進出や駅前商店街等への顧客の流出により生鮮等の物販店が減少。近年は、OLやサラリーマン等の昼食需要に対応する飲食が中心となっているが、チェーン店志向の消費者には従来型の個人商店は敬遠されがちで、店主の高齢化とも相俟って閉店が増加し、現在の店舗数は最盛期の半数以下となっている。

一方、江東区は全国でも数少ない人口増加地帯であり、当商店街の近隣にもマンションが建設され、新たな若い世代が増加している。こうした状況を捉えて、平成26年に30代～40代の店主5人が「新しい人が商店街を訪れるキッカケをつくりたい」と考え、まず「まちゼミ」について勉強を重ね、「まちの教室」という事業名で助成事業を行うことになった。



上 富岡八幡宮
下 深川八幡まつり
沿道から水を浴びる神輿の担ぎ手ら

左 古石場親水公園内にある牡丹園
右 大横川の両岸に続く桜並木



助成事業の概要とその成果

当商店街では、これまで「牡丹町納涼まつり」や「歳末感謝祭」を主催するほか、隅田川沿いの「さくら祭り」や「もちつき大会」に協賛し、地域住民との関係強化に努めてきた。しかし恒例行事の継続だけでは、大型店志向で離れて行った顧客を呼び戻すことは難しい状況にある。さらにオーナー店は自分の代で店を閉めるつもの店主が多く、新規事業には消極的であった。そこで、新たな顧客の開拓と店主のモチベーションを高めるために以下の事業を実施した。

<平成26年度事業：牡丹町 まちの教室>

①牡丹町 まちの教室

10月から12月までの3ヶ月間、店主が講師となり「そば打ち教室」や「魚の選び方・さばき方」「餃子の包み方・焼き方」「コーヒーの淹れ方・選び方」等26種類の講座を開催した。参加者には、個店の魅力や特徴を体験してもらえる良い機会になったほか、商店主同士も改めて交流を深めるきっかけとなり、自店の顧客を他店に紹介するケースも生まれた。また、この事業に参加したワイナリーのワインを蕎麦店が顧客に提供するなどのコラボも生まれた。



②牡丹町笑栄会タペストリ作成

これまで商店街をPRするシンボリックなものがなかったため、商店街をPRすると同時に「まちの教室」開催の周知を狙い、商店街のロゴと名称の入ったタペストリを作成し、街区全域の街路灯に掲示した。

③牡丹町笑栄会HP作成

組合員であるデザイン事務所にHP作成を依頼。「まちの教室」の開催情報や掲載希望店舗の最新情報を紹介、閲覧した消費者が買い物しやすい仕掛け作りを行った。また組合員には「ワイナリー」や「セレクトショップ」「手づくりパン屋」など個性豊かな店舗も含まれることから、インターネットの特質を生かし、遠隔地の消費者にも来街を促すような内容とした。



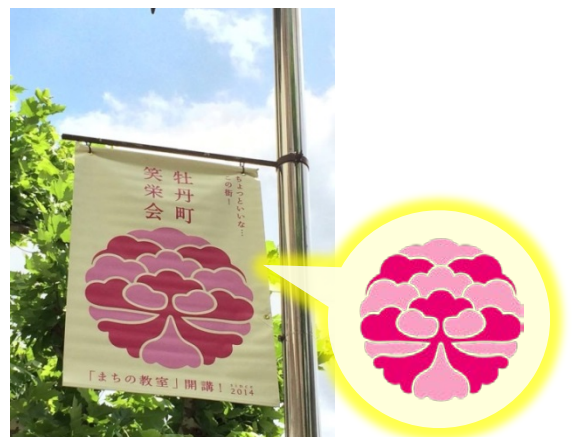
平成26年10～12月「牡丹町まちの教室」そば打ち教室やコーヒーの淹れ方・選び方講座等の様子

④チラシ・ポスターの作成

開催月ごとにチラシを作成、区内の深川・城西・湾岸エリアの新聞に折込配布した。また注目度を高めるため、区役所等の公的機関へポスターやチラシの掲示・配布を依頼したほか、区の情報誌でも告知してもらった。

<助成事業による成果等>

「まちの教室」など新たな取り組みをしたことにより、地域住民に商店街の存在や個店の魅力を伝えることができた。参加者からも、今まで買い物に行ったことのない店を知ることができてとても良いイベントだったという感想が届いた。また、事業を行う過程で古くからの商店と新規加入店との交流によって相互理解が深まり、互いに協力して「同じ商店街」の仲間として団結、街の活性化に向けて活動することができるようになった。



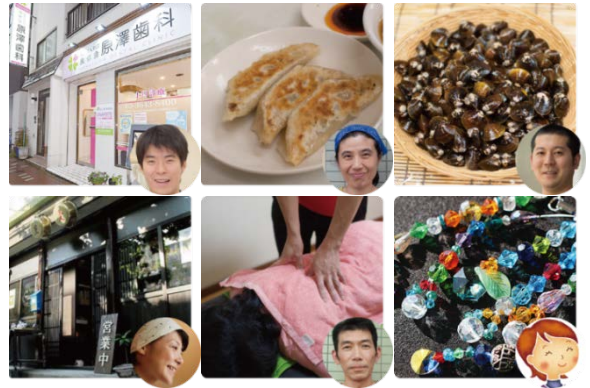
牡丹町笑栄会のシンボルマークとタペストリ
伝統的な牡丹紋をモチーフに「笑」の文字を形作っている

助成事業以降の商店街活動

当商店街では、助成事業で得たノウハウや成果を踏まえ、その後も「まちの教室」等の主要な事業を継続して実施している。さらに、従来の季節ごとの催しのほかに近隣町内会と合同でイベントを開催するなど、積極的な取り組みにより新しい顧客ニーズに応える街づくりと地域の活性化に取り組んでいる。

①「まちの教室」

当初は他の商店街のまちゼミを参考に「まちの教室」として開催。参加者から「とても良かった」「まちの教室がきっかけで店を知ることができた」等、好評であったので改めてまちゼミの講師を招き、2日間に渡り講習会を行った。ここで学んだ知識をもとに、より商店街にマッチするイベントとして成長させ、毎年秋に継続して開催している。参加者からはプロの技を直接学べて普段の生活に活かせるといった声や、商店街への親近感が湧き再度来街・来店したいとの声が上がリ、活性化と集客の促進につながっている。



②「牡丹町アンテナショップ」・「牡丹町朝市」

平成27年度には、商店街会館の1階を利用して各店の逸品や当日限りの限定商品を集めた「牡丹町アンテナショップ」を実施。

平成28年度には近隣町内会が毎春開催している「桜まつり」に合わせて街区を歩行者天国とし、群馬県の若手農家の会と提携して、産直無農薬野菜や加工品を販売する「牡丹町朝市」と「アンテナショップ」を同時に開催。新たにこの地域へ移り住んでくる方々などに商店街を知って頂く絶好の機会となっており、今後も継続して開催していく予定である。



平成27～29年「牡丹町まちの教室」
初回より継続の講座から新規の講座まで種類は多岐に渡る



平成27年11月「牡丹町アンテナショップ」
商店街加盟店10店舗の商品をはじめそれぞれがコラボした
限定商品も販売された



平成28年3月「牡丹町朝市」
前年は朝採れキャベツ300個が1個100円で販売され2時間で
完売したという

自治体による活性化支援等

江東区

江東区は人口の伸びが23区内で1位。新たな住民に加えて観光客や学生、オフィス人口も増えていることから、大型商業施設の新規参入やコンビニ等が増加している。一方、商店街の商業機能は相対的に低下しており大型店との格差が開きつつある。特に、土地の高度利用のしやすさから、業務ビル化や高層マンション化の傾向が強く、これが商店街分断の原因となっている。

区が実施した消費者へのアンケートからは、買い物行動は大型店志向が強い反面、地域の活気には商店街が必要と考えるなど、地域の一員としての意識も窺えることから、頑張る商店街と個店のモチベーションの持続、店舗の個性と魅力のPR等についての支援策が必要と考えている。

このため区では、「商店街活性化総合支援事業(設備等の支援)」や「魅力ある商店街創出事業(イベント等への支援)」などでハード・ソフト両面にわたる支援を行っている。また「江東お店の魅力発掘発信事業(ことみせ)」では、専門のスタッフがお店を直接取材してその店ならではの魅力を発掘し、情報誌(ことみせ)やホームページを通じてそれを発信しており、掲載されたクーポンの利用で登録店舗から特典が受けられるようになっている。

また江東区は、2020年の東京オリンピック・パラリンピックの競技会場が23区内で一番多いため、インバウンド対策にも力を入れており、情報誌「ことみせ」に区の国際交流員がお薦めの店や場所を英語で紹介するページを設け、訪日外国人に江東区の魅力を知ってもらうための取り組みも積極的に行っている。

商店街の今後の戦略

まずは人と地域をつなぐことから

住民だからといって来街してもらえないとは限らない。交流を通じて店主の人柄を知ってもらい、ファンをつくる必要があると強く感じている。そのため「まちの教室」でも店主に参加者と話す時間を長く取るようにしてもらっている。

また来街者を増やすには、より多くの人に商店街を知ってもらう必要がある、それこそが活性化につながる道だと考えている。このため商店街独自のイベントだけではなく、近隣の町内会や深川地区をつなげる目的のイベント「深川ヒトナリ」等に積極的に参加し、近隣地区の情報発信サイト「清澄白河ガイド」とも連携し商店街のPRに力を入れている。

またHPやFacebook等ネットでのPRも重要であると考えており、今後は組合員を対象としたSNSの勉強会も予定している。当商店街だけでなく近隣商店街や地域団体と連携することによって地域に溶け込み、下町の良さを活かしながら商店街を活性化していきたい。



～ 仕掛け人 ～

牡丹町笑栄会商店街振興組合

中 理事長 高須良忠
左 副理事長 永野雅子
右 組合員 織間はるみ



取材を通じて明らかになったこと

当商店街の活性化のポイントは、かつての街の活気を取り戻そうと、若手の店主らが中心となって商店街の活性化に必要な知識を学び、新規事業を展開したことにある。一方、こうした動きは年配の店主達には伝わりにくい面があるが、事業の企画と運営を若手や女性に任せ、自らはオーナー店との調整役に回り、またテナント店の革新的な経営姿勢を商店街活動に取り込もうと努めた理事長の運営手腕によるところも大きい。実際、「まちの教室」「アンテナショップ」等の事業の企画・運営や、地域団体等との連携、情報発信活動等に女性の理事が大活躍しており、街と個店の訴求力を高めている。

また、商店街会館を所有していることも活動を支える大きな要素となっている。日頃から顔を合わせる場所として、活動の原資を生む場所として重要な役割を果たしていることも見逃せない。