

Go To 商店街事業 事例集

Go To 商店街事務局

令和2年10月 ver.5

※随時更新予定

「商店街自らイニシアチブをとり、地域への愛着と信頼と活気を取り戻すことで、地域の暮らしと商店街を活性化する。」

そのために大切なことは、商店街が主役となって、以下それぞれについて、「気づき」、「伝え」、「次につなげる」取組を進めていくことではないか。

① 地域の魅力を深く知る

② 新しい生活様式へシフトする

③ 地域の絆を深める

想定される取組例（いくつかのパーツを組み合わせて実施）

A) 気づく【準備】

B) 伝える【本番】

C) 次につなげる【持続的取組】

1.地域の魅力

→ 顧客の常連化へ

地域の良さを事前に調べる

- ・ 簡易な「道の駅／直売所」を試験的に設置し、地元産品の良さを知る
- ・ 子供の見守り空間を兼ねた住民サロンを提供し、暮らしのニーズを把握する
- ・ QRコード非接触抽選会等を利用したオンラインアンケートの実施する など

地域・商店街の良さを発信する

- ・ 地元産品のフリーマーケット、地元の食材による料理教室、得意の商材の実演販売、一日店長体験などを組み合わせた、リアルイベントの実施
- ・ 地域のエッセンシャルワーカーや、地元アーティストなどによるトークイベント、まちづくり人生ゲーム など

地域・商店街の良さを恒常的に発信する

- ・ Go To 商店街イベントの評価を振り返るオンラインアンケートの実施
- ・ 評価の高かったイベントの常設・定例化。若しくは、共同事業化
- ・ 地域を発信する新たなオンラインメディアや、コミュニティ誌の立ち上げ

2.新しい生活様式

→ 需要の分散・平準化へ

新たな生活様式をよく知る

- ・ 店主のプロのノウハウを伝える「オンライン街ゼミ」などでネットに習熟。
- ・ 外食産業の共同テイクアウト・配送事業やテレワーク弁当デリバリーを実験
- ・ 買い物コンシェルジュの設置、データマーケティングの試行的実施 など

新たな生活様式を実践する

- ・ 店舗ごとのイベントや景品誘導、オフピークスタンプラリー、高齢者専用時間帯の設定などで来客を分散・平準化
- ・ 商店街オープンテラス事業、期間限定の共同宅配サービス、オンライン組合せ型ミニコンサートの実施 など

新しい生活様式を定着する

- ・ オフピークスタンプラリーはじめ、需要の分散・平準化に効果の高かった取組を分析・常設化
- ・ 商店街オープンテラス、共同宅配など、効果の高かった取組の分析・常設化 など

3.地域の絆

→ 取引関係の短縮化へ

地域の絆のハブを準備する

- ・ 地域の一店一商品づくり運動、地元の学生との新商品開発プロジェクト
- ・ オンライン同窓会やオンライン町内会の試行的実施
- ・ 地域の歴史、地域のアート、地域のエッセンシャルワーカーなどの調査 など

地域の絆の核になる

- ・ 地元開発商材の、生産者と消費者の顔が見えるECサイトの立ち上げ・リアルの共同販路開拓
- ・ 子供の見守り空間を兼ねた住民サロンの開設、暮らしのよろず相談窓口の設置など、地域の“たまり場”の設定

地域の絆を太くする

- ・ ECサイト事業など、高評価の取組の事業化、同事業の市民の株主化
- ・ 暮らしのよろず相談窓口、地元を知る熱中小学校、子供達のダンススクールや大人のヨガなど、集客サービスへの常設的な場の提供 など

具体的な取組事例

1. 地域の魅力に A) 気づく

二次元バーコードを使用した非接触型抽選会 (オンラインアンケート) 事業

商店街の店舗で買い物をしたレシートを写真に撮り、チラシの二次元バーコードから応募すると、地域特産品等の景品が当たるイベント。商店街に対するアンケートをとることで消費者のニーズ調査も可能となります。



1. 地域の魅力に A) 気づく

地元の怖〜い お化け屋敷

地域に伝わる民話や七不思議などをテーマに、空き店舗を活用したお化け屋敷を展開。お化け屋敷自体への入場は無料とし、入場するには商店街での買い物や、地域に関する「合言葉」を設けて、その言葉を唱えてもらいます。

怖い体験をしながらも、地域への興味喚起を図ります。



1. 地域の魅力に A) 気づく

商店街の魅力の磨き上げ事業

商店街で販売されている商品やサービスにまつわる、あまり知られていないけれど実は面白いお宝情報を掘り起こして、地域住民へ積極的に伝えていきます。商店街を普段利用している人にも新しい発見となり、商店街をあまり利用していない人には利用のきっかけを創り出すこととなります。



1. 地域の魅力に A) 気づく

買い物コンシェルジュの設置

商店街の店舗や商品・サービスに関することなど、商店街に関するありとあらゆることを紹介してくれる「買い物コンシェルジュ」を配置。いろいろな質問に答えてくれるのはもちろん、事前に予約をすれば、希望の買い物に合わせて商店街の適切な店を案内してくれるなど、商店街での買い物を便利で楽しくしてくれる存在です。



1. 地域の魅力に A) 気づく

New !

商店街ウォーキング

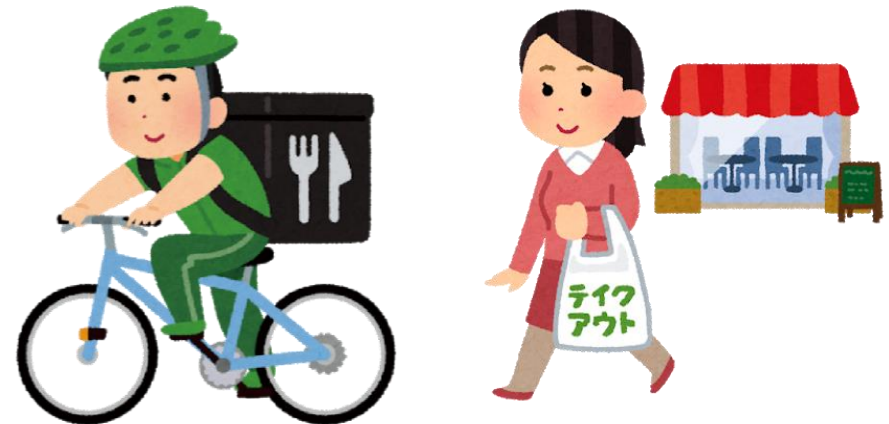
商店街をウォーキングするためのアプリを作成し、商店街の端から端までを毎日楽しく歩いてもらいます。商店街を積極的に歩くことによって、今まで気が付かなかった店舗を発見したり、店舗の軒先に面白い商品を発見したり、商店街の新たな魅力を発見してもらうことができます。



2. 新しい生活様式に A) 気づく

外食産業の共同テイクアウト・配送事業や テレワーク弁当デリバリーを実験

テレワーク＝通勤や職場での密を回避。平日の昼間に商店街の空き事務所を解放。仕事に集中でき、落ち着くことができるスペースにします。商店街のカフェや総菜屋さんでお得なテレワーク弁当などを、テイクアウトやデリバリーで提供。家庭でも昼食の用意がいらなくなります。



2. 新しい生活様式に A) 気づく

オンラインまちゼミ

商店街の店舗経営者たちが一般の方へ向けて、プロの技術をオンライン講座で開講。「お店と街のファンづくり」「店主が講師になる」「仲間との出会いの場」などのコンセプトを設け、商店街の各店舗が自分たちのノウハウの一部を解説します。このような施策を通じて、商店街の方々のオンライン環境への習熟度向上を図ります。



2. 新しい生活様式に A) 気づく

オンライン商店街ツアー

商店街の店舗等を巡って様々な体験を楽しむ商店街ツアーをオンライン上で実施。普段は入ることが出来ない店舗のバックヤードなどにもカメラが入り、リアルでは体験できないオンラインならではのツアーを実施します。いつも見ているのとは別の角度で商店街を知ってもらうことで、新たなファン獲得につながります。



2. 新しい生活様式に A) 気づく

New !

店主の動画チャンネル

店主が主役となって、商店街の魅力を伝えていくオンラインチャンネルを開設。真面目に商店街の魅力を伝えていくだけではなく、店主の商品に対するこだわりなど、個性を活かした動画をアップしていきます。また、店主の人としての魅力もアピールしていくことで、視聴者に商店街への愛着を持ってもらい、人と人とのつながりも構築していきます。



3. 地域の絆に A) 気づく

地域の一店一商品づくりサポート事業

地元の人材や地元産材を活用するなどにより、地域全体の好循環につながる新たな商品メニューやサービス形態の開発をサポートします。これにより、地域の方々も改めて地元産品に注目し、その良さに気づくことで、生産者とのつながりが深まります。



3. 地域の絆に A) 気づく

商店街御朱印

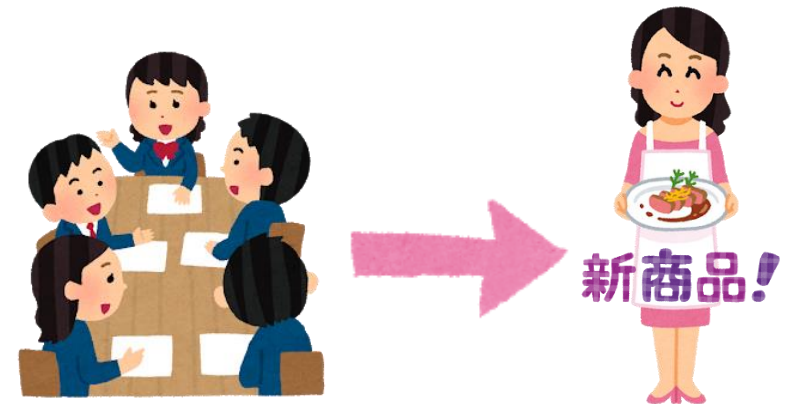
商店街オリジナルデザインの御朱印帳を制作します。店舗ごとの御朱印（スタンプ）を無料配布し、商店街をめぐることで、店主と会話する機会が生まれ、また、普段目にしない取扱い商品を知るきっかけとなり、新たな発見につながります。単なるスタンプラリーより集める楽しみが増し、参加意欲を高めます。



3. 地域の絆に A) 気づく

地元の学生との新商品開発プロジェクト

地元の高校生などの学生と一緒に、商店街の名物となるような新商品を開発。地元の食材や特産品を使って、地元のニーズを踏まえた新商品を考えていきます。商店街のメンバーにはない視点で学生に意見を出してもらうことで、今までの商店街にはない魅力を付加していくことができます。



3. 地域の絆に A) 気づく

地域の魅力調査と情報発信

商店街だけではなく、商店街を取り巻く地域全体の良さを、商店街が中心となって調査をして、その結果を発信していきます。

地域社会の一員として、商店街が地域の新たな魅力を見つけ出すとともに、今の地域の中で商店街がどのように輝けるかを考えるきっかけとなります。



1. 地域の魅力を B) 伝える

New !

高校生と作る商店街放送局

地元の高校の放送部の学生と一緒に、商店街を題材にした放送局を開設。商店街のニュースや面白い出来事などを、楽しく紹介していきます。

商店街のメンバーにはない視点で学生に意見を出してもらうことで、今までの商店街にはない魅力を付加していくことができます。



1. 地域の魅力を B) 伝える

まちあそび人生ゲーム

商店街のお店をマスに見立て、参加者はルーレットで出た目に従ってお店を巡る、商店街を舞台とした街歩きイベントで、ルーレットが生む「偶然の出会い」から、お店の人と「顔の見える関係」につながり、街やお店の魅力の再発見につながることで購買を促します。準備段階で、ゲームを演出するストーリーに「お店らしさ」を込めた内容を考えることを通じて、自店の強みや特徴を再認識するきっかけにもなります。

(注)株式会社タカトミー協力・監修の元、実施しています。



©TOMY



1. 地域の魅力を B) 伝える

地元産品の良さを感じてもらう

リアルイベントの実施

地元の産品販売に特化したフリーマーケットや、地元の食材を使つての料理教室の開催、カリスマ販売員を招いての地元商材の実演販売、一日店長体験などを組み合わせて、リアルイベントを開催し、地元産品の魅力をアピールする場を設けます。



1. 地域の魅力を B) 伝える

まちかど博物館

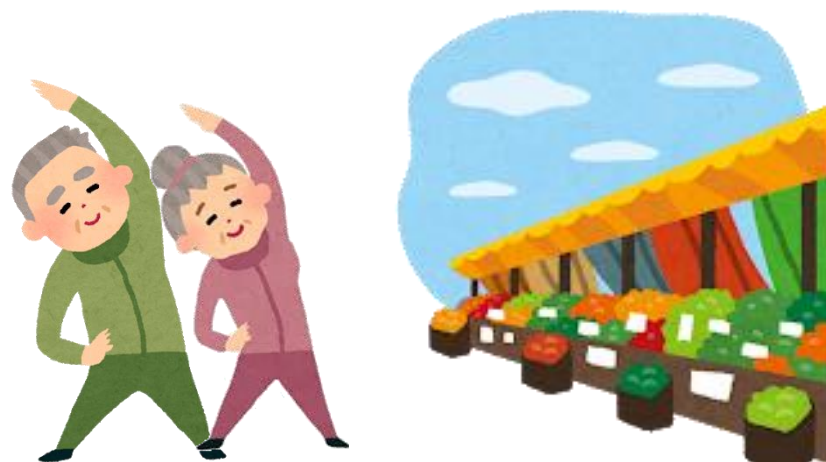
商店街内の空きスペースを活用して、地域の魅力を伝える交流拠点を期間限定で展開します。昔の商店街や周辺地域の懐かしい写真を展示したり、地元園児が描いた絵などを展示したイベントを開催することにより、家族そろって商店街の「温故知新」を楽しめる機会を創出します。



1. 地域の魅力を B) 伝える

地元産品の集まる「商店街の駅」

地元の産品販売やプロモーションに特化した「道の駅」ではなく「街の駅」のようなマーケットを期間限定で展開します。そこでは、商店街店主による商品紹介や高齢者向けの健康教室なども開催し、単なる買物の場ではなく、生活者のコミュニティ広場としても使用し、参加していただきます。



1. 地域の魅力を B) 伝える

商店街の今日イチ情報の発信

商店街から鮮度の良い情報を積極的に発信していくための仕組みを構築。「今日の入荷商品」「今日の特価商品」「今日のサービス」「今日のイベント」など、有益な情報をスピーディに発信していくことで、地元の人達にとって商店街がさらに便利で使いやすい場所になっていきます。



2. 新しい生活様式を B) 伝える

商店街オープンテラス事業

新型コロナウイルス感染症対策における道路占用の許可基準緩和等を利用し、商店街の飲食店などが店舗前の歩道の一部をテラスとして活用することにより、「3密」を回避しながらテラス席で飲食物を提供。そこに集まる方々のつながりの強化や、新しいコミュニケーションスペースを創出します。



2.新しい生活様式を B) 伝える

高齢者優先時間帯の設定

高齢者は商店街の重要な顧客ですが、一方で高齢者は新型コロナウイルス感染症の感染による重症化のリスクが高いとも言われています。

そこで、早朝などを高齢者に優先して商店街を利用してもらう時間帯に設定して、それを告知していくことで、高齢者の方に安心して商店街を利用していただき、商店街利用時間帯の平準化も図ります。



2.新しい生活様式を B) 伝える

New !

オンライン&リアルライブイベント

ライブコンサートなどのイベントを、商店街の会場でリアルに行うだけではなく、オンラインでも同時配信。リアルでのイベントは人数を限定して密を避けながら実施し、多くの人にオンラインで視聴していただくことにより、イベントによる商店街との接点創出効果を高めていきます。



3. 地域の絆を B) 伝える

子供の見守り空間を兼ねた住民サロンを提供し、 暮らしのニーズを把握する

商店街に地域住民の方々が気軽に利用できるサロンのようなスペースを設けて、子供の見守り空間として機能し、子供だけでなくその親世代や高齢者など地域にいるさまざまな人々が集うことで、暮らしのニーズを知るきっかけとします。



3. 地域の絆を B) 伝える

親子で楽しむ 商店街職場体験プログラム

商店街において、一日店主など“職場体験”をメインとする複数のプログラムで構成されるイベントを実施。小学生や中高生とその保護者が中心となり各店舗との交渉、情報発信などに携わることで地域に根ざしたプログラムを展開します。

そのプログラムを通して、保護者は商店街等のつながりや人の温かみを再認識、学生は地域を支える商店街のありがたみを感じる機会となります。



3. 地域の絆を B) 伝える

商店街の魅力を発見する キャッチコピーコンテスト開催

商店街の魅力を再発見、再認識してもらうために、商店街のポスターで使用するキャッチコピーを、地域の住民の皆さんから募集します。

応募されたキャッチコピーの中から優秀な作品を選定し、プロの手で実際のポスターにして掲出し、コンテストに応募しなかった人達にも、商店街の良さを再発見してもらいます。

募集中!



3. 地域の絆を B) 伝える

商店街をキャンパスにした お絵描き体験実施

商店街の道路を歩行者天国にして、地域に住む幼稚園や小学校の子供たちが、道路という大きなキャンパスにお絵描きをしていくイベントを実施。

子供たちが楽しめる商店街となることで、子供やその親との関係が近くなり、日常的な商店街の利用につながっていきます。



3. 地域の絆を B) 伝える

New !

商店街を舞台にしたアート展

地元や地元周辺に住んでいるアーティストの人達に協力してもらい、商店街を題材にしたアート展を実施。店舗で販売している商品をオブジェにしたアート、店舗の窓ガラスに地元の風景を描くアートなど、地元の良さや商店街の良さをアートという形で発信していき、地域住民の人達に楽しんでもらうことで、商店街との絆を深めていきます。



1. 地域の魅力を C) 次につなげる

地元産品のブランド化

地域で作られている銘品（お酒のおつまみ、雑貨、工芸品など）を統一ブランドでつなげることで、ブランドパワーを醸成し、お土産として購入いただける商品群として開発。あわせて地元の有名人を広報大使とし、知名度向上も図ります。



1. 地域の魅力を C) 次につなげる

Go To 商店街イベント開催の アンケート実施

Go To 商店街イベント開催時のイベント来訪者や、イベント開催後の、商店街関係者よりアンケートを実施します。

その集計結果により、地域消費者のニーズや、商店街関係者の希望を把握し、以降の商店街の未来のあり方の参考に活用します。



1. 地域の魅力を C) 次につなげる

オフピーク・ナイトバザール

夕方のピークを過ぎた時間帯に夜市を開催。通常の営業時間には商店街を訪れるのが難しい方も楽しんでいただけるナイトメニューやプロジェクションマッピングなどで、新たな商店街での楽しみ方を提供します。



1. 地域の魅力を C) 次につなげる

地域情報を発信するコミュニティ誌創刊

商店街の情報はもちろん、地域の情報も発信していく、地域住民のお役立ちツールとなるコミュニティ誌を創刊。地域の魅力を紹介していくなかで、地域と商店街の関係という切り口で商店街の魅力を発信していき、普段は商店街を利用していない人達にも、商店街に関心を持ってもらうことができます。



1. 地域の魅力を C) 次につなげる

New !

商店街絶品グルメのレシピブック

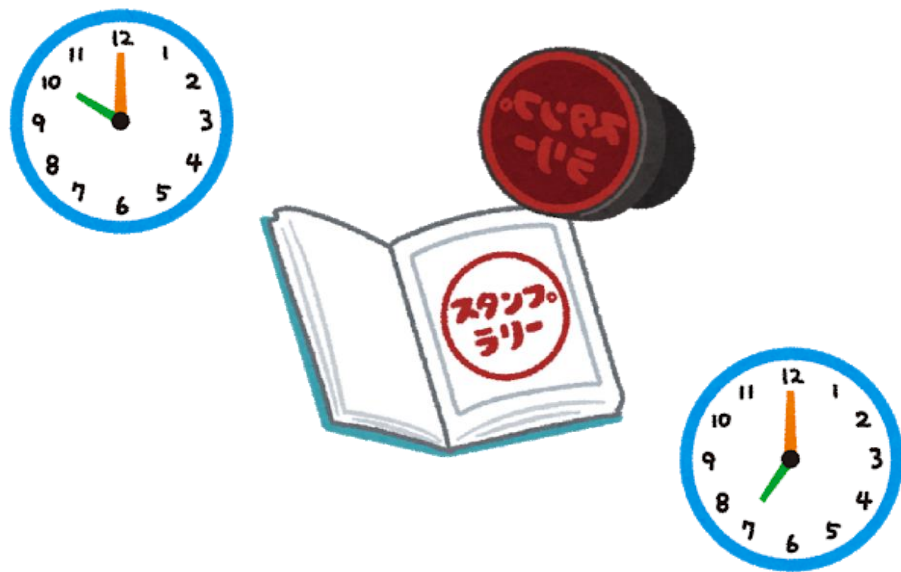
商店街にある飲食店の絶品メニューのレシピを集めた料理本を作成し、地域の人々に配布。そのレシピブックを見ながら商店街おすすめの料理を自宅で作って食べてもらうことで、実際に店で食べてみたくなる気持ちを作り、商店街の新たな利用につなげていきます。



2.新しい生活様式を C) 次につなげる

オフピークスタンプラリー

繁忙時間帯を避けて商店街を訪問してくれた顧客が参加できるスタンプラリー。商店街をオフピーク利用ごとに押印、一定数たまったら地元商品を記念品として贈呈するなどのインセンティブを設定することで、参加意欲を高め需要の分散化を図ります。



2.新しい生活様式を C) 次につなげる

商店街オンライン日曜朝市

人気の日曜朝市をオンラインで実施。ライブコマースを実施するなど、朝市の商品をリアルタイムにオンライン上で販売していきます。購入した商品の引き取りは、商店街の店舗で自分の好きな時間に行うことができ、商店街利用時間帯の平準化にもなります。オンラインなので誰でも気軽に参加することができ、様々な人たちに商店街の良さを発見してもらえます。



3. 地域の絆を C) 次につなげる

既存店の余剰スペースへの Shop in shopの出店

余剰スペースがある既存店と地域産品の生産者で販路を広げたい方をマッチングして、既存店に新規出店を呼び込む。地産の野菜を使った惣菜を、八百屋さんのスペース内で販売するなど、既存店と新規店の相乗効果により、利便性や魅力向上につなげます。



3. 地域の絆を C) 次につなげる

顔の見える関係づくりとE C化支援事業

消費者と事業者の顔が見える関係の構築、地域産品の販路拡大等を目的に、E Cサイトの立ち上げや電子決済システムの導入などといった事業を行います。このような取り組みで地域のつながりを広げていきます。



3. 地域の絆を C) 次につなげる

商店街の地域ハブ化

地域の人々のハブとして商店街を利用していただきます。

地域の方々が、生活で困ったことを持ち寄れる「よろず相談所」機能を持ったり、老若男女がそれぞれ参加できるイベントを開催することで人が集まり、地域全体のつながりが強まります。



3. 地域の絆を C) 次につなげる

商店街でのクラブ活動

商店街の店主が部長となり、地域住民の人達が部員となるクラブ活動を発足。「写真部」「料理部」「手芸部」「サッカー部」「読書部」など、店舗にちなんだ様々な部活動を展開し、多くの参加を促します。クラブというコミュニティを運営していくことで、地域の絆を生み、商店街の常連を創り出していくことにつながります。

部活

