

# 都立大学5商店街

(都立大学商店街連合会(とりつじん実行委員会))

東京都目黒区

## 個性的な「とりつじん」による 「次世代への円滑なバトンタッチ」



### 取組の背景

### 店主の高齢化と山積する課題

地域の特性として、都立大学駅の周辺住民は、学問芸術に対する関心が高く、教育施設が多く集まる文教地区である。

商店街の課題は、①商店主(初代・二代目)の高齢化が進んだことにより、スムーズな若手への事業継承が必要である。商店街の運営も同様に承継が必要となっている。②都立大学駅は急行が停車せず、隣接する急行停車駅(自由が丘駅、学芸大学駅や中目黒駅など)と比較すると、知名度が低い。③現状、チェーン店比率はまだ低く「個性的な魅力のある店」が多く存在するものの、顧客の多くが目的買いの特定店舗への買い物にどまっていて、「店舗間の回遊」や「街全体としての個性」の訴求力に乏しい。④多目的文化施設の区民キャンパスには、コンサートなど開催時に外部から多くの人が訪れるが、外部顧客の商店街へ誘引は、上手に行っておらず、商機を逸している状態が続いている。

### 取組の内容

### 個性的でこだわりを持った 多くの個人店に着目

長年の課題である「次世代へのバトンタッチ」を円滑に行うため、30~40歳代の若手を集めて実行委員会を結成し、「あえて商店街らしくない商店街事業」を発想するよう都立大学商店街連合会会长が実行委員会に要請し、一定規模の予算と権限を与えた。

実行委はまず住人の意見を収集、目指すべき事業のヒントとなる貴重な意見を多数得た。議論を重ねた結果、この商店街はまだチェーン店比率が低く、個性的でこだわりを持った個人店が多いという長所に着目し、『バラエティー溢れるお店の人(=とりつじん)』が、この商店街の資産であるとの結論に到り、新しいタイプのガイドブックを制作する事業をスタートさせた。具体的には、「ひとの魅力を伝える」ために、写真ではなくイラストを採用、さらに作画は1人1人異なるイラストレー

ターが担当し、多彩なバリエーションがあるよう工夫した。また紹介文は、子どもたちが読んでも面白く、実際に会って話をしてみたいと思わせる文章を心掛けた。店舗の宣伝ではなく、店主の個人的なエピソードを中心に紹介し、読み物としても読みごたえのある冊子とした。

独創的なアイデアを企画することで、地域住人が商店主等に対し親近感が湧き、新規顧客が増えるなど予想をはるかに超えた反応と効果を得ることができた。さらに、顧客と店舗及び商店街の交流をより発展させるため「とりつ大学」(ミニ講座)、集客を目的に店舗同士が協力した企画「とりついイベント」(回遊イベントなど)をスタートさせた。

現在は「とりつじん/冊子」(告知)・「とりつ大学」(PR)・「とりついイベント」(集客)の3本柱でプロジェクトを確立し、継続的な運営を実施している。また、この冊子を手掛けたことで、商店街加入の勧誘や実行委メンバー参加、青年部復活など、若手の積極的な参加と商店街内部の活性化にも役立っている。さらに若手ならではの特徴として、SNSを活用した情報の共有やコミュニケーションが図られるようになった。

今では、若手を中心に「顧客の相互紹介や共有」、「垣根を越えた協力体制」など、次世代へのバトンタッチが確実に進みはじめた。また、運営の中で芽生えた「商店街の未来をつくる」理念が、当事者意識を持ち、やる気と自主性を持った商店街運営へと進化している。



とりつじん冊子

とりつじん実行委員会

### 取組の成果

### 若手の活躍で、進む次世代 へのバトンタッチ

①プロジェクトの3本柱である「とりつじん(冊子)」(告

知)・「とりつイベント」(集客)・「とりつ大学(講座)」(PR)を継続的に実施している。

#### <顧客の囲い込み効果>

- 冊子発行合計30,000部、回遊イベント1,000人参加、企画イベント80名(好評で毎回定員オーバーになる)、ミニ講座162名参加(4店舗の集計数)

#### <改善策の計画>

・規模拡大による実行委員の新規メンバーの確保による運営力の向上、組織内の担当専門部門を明確にし組織力の向上、プロジェクト理解を向上するための定期的な報告会や説明会の実施など改善策に着手中である。

②5つの商店街が連合会で1つの事業を共同で実施することで、商店街内はもとより各商店街の垣根を越えた交流が行われている。

#### <組織的な効果>

- 1つの商店街でこの取組がきっかけで青年部が再結成された。

③若手を中心とした実行委員に企画立案から運営ま

で任せることで、若手のやる気と責任感が育成されていく。

#### <新陳代謝効果>

- ・プロジェクトを継続的に遂行することで次世代へのバトンタッチが確実に進んでいる。

④メディアで紹介されることで、知名度向上や本取組みへの商店街内への理解が深まり好循環が生まれている。

#### <知名度向上効果>

- ・日経新聞、朝日新聞、読売新聞、全国商店街支援センター、東京都商店街振興組合連合会、中小企業振興公社、他多数掲載。

### 実施体制

実行委員会は、都立大学商店街連合会を母体として各商店街から1名以上の若手リーダーが参加し月2回以上の定例会を開催している。

### キーパーソンからのコメント

#### 「とりつじん」プロジェクトによる若手へのバトンタッチ

都立大学商店街連合会は、「次世代への円滑なバトンタッチ」を目的とし、子育て世代の若手商店主と地元の外部アドバイザーを招集し、「とりつじん実行委員会」を組織しました。そして、若手の創造的なアイデアを軸に、あえて「商店街らしくない事業」を志向し、「人(個店)と人(お客様・住民)を繋ぐ」という商店街本来の役割をプロジェクト化しました。また、商店街の諸先輩方が、企画内容に口出しそれず見守り続けることで、若

手メンバーに自覚と責任が芽生え、幾度も議論を重ねながら、商店街の未来として「持続可能なプロジェクト・とりつじん」を描きました。それまでは「〇〇屋の誰々」だけであった商店主同士の関係が、今ではお互いの得意分野を把握し協力しあう関係になり、志を同じくする新たな仲間が、実行委員に續々と参加するようになりました。今では、若手のやる気と自覚が、商店街全体の活気となっています。



都立大学商店街連合会  
会長 島田 健吾(左)

都立大学商店街連合会  
副会長 坂本 義明(右)

#### 商店街 概要

東急東横線都立大学駅を中心とした5商店街(柿の木坂商和会・都立大学本通り親和会・八雲通り共栄会・トリツフードセンター・平町商店街振興組合)で構成される商店街連合。地域特性として、都立の中高一貫校や著名女子校2校の最寄駅で多くの教育施設が集まる文教地区、学問芸術への関心が高い住民の多い閑静な住宅街である。かつては、旧・東京都立大学があり、その跡地にめぐろ区民キャンパス(コンサートホールなど)が建てられ、地域の中心的な多目的文化施設として支持されている。また同連合会は、区民キャンパスで行われる「はたる祭り」や氷川神社例大祭における連合渡御など地域密着型イベントに参加し、地域に根差した親しみある商店街を目指している。

- 所在地 東京都目黒区柿の木坂・八雲・平町・中根
- 人口 27.9万人(目黒区)
- 電話／ 03-3723-4347
- FAX／

- URL toritsuzine.tokyo/
- 会員数 218名
- 店舗数 218店舗(小売業60店、飲食業54店、サービス業33店、金融業2店、不動産業34店、医療サービス業30店、その他店)

- 商店街の類型 生活支援型
- 主な客層 高齢者、主婦／40歳代、70歳代