

塚口笑店街 (塚口商店街振興組合)

兵庫県尼崎市

若手も意見を出す組織へ改革 個店が舞台の「文化祭」を毎年開催



取組の背景

トップダウンの組織体制 若手も活躍する商店街へ

2000年以降、若手飲食店の出店が相次ぎ、組合員構成に大きな変化が出てきた。具体的には、40歳代が1/4、50歳代以下が過半数の68%と若返りが進み、女性比率が1/3を占めるようになった。しかし組合はトップダウンの体制が続いており、若手理事や女性理事は事業企画立案も出しづらい状況にあった。理事以外の組合員が意見を言える機会もなく、組合員間の意見交換・情報共有は行われていなかった。

また、常連顧客である近隣企業に勤めるサラリーマンや近隣住民に支えられる店が多いことが特徴であるが、その常連顧客は来店頻度が高いものの、特定の店にしか立ち寄っていないことが調査で明らかとなった。また、アーケードがないため「商店街」として意識されていないことも判明した。

よって、商店街運営の方法改善と、常連顧客の新規開拓や共有化、新たな商店街の魅力づくりが課題であった。



「みんなの尼崎大学」の「商学部」としてお魚ゼミを開講

取組の内容

ボトムアップの商店街運営 お店が教室の大学まで設立

組合構成員の変化に対応するため、組合員なら誰でも参加できる「活性化委員会」を2014年に発足させた。月例の「活性化委員会」では、トップダウンや外部への丸投げではなく、若手会員がアイデアを持ち寄り、議論を行っている。具体的には、事業毎にチームを結成

し、企画・運営・予算管理・事業成果の振り返りを行い、事業のブラッシュアップと組合員のスキルアップを図っている。

同委員会で商店街の現状・未来を議論した結果、2つの問題が明らかとなった。それは常連顧客が特定の店にのみ立ち寄っていることと、同商店街が商店街として意識されていないことである。よって、「各店舗の常連顧客が組合員全店の常連顧客になることで『気が付いたらいる』商店街になる」という組合目標を明確化した。また、その想いを込めた商店街キャッチフレーズとロゴマークを作成し、マップやSNS等の情報発信に活用した。更に、個店の常連顧客を相互に共有し、地域住民に一層親しまれる商店街を目指すためには何をすれば良いか、事業アイデアを議論した。

その中で、若手女性理事の「自分の店の中でイベントがしたい」という意見をもとに、2015年2月から「塚口笑店街文化祭」を実施している。委員会発足前であれば「商店街全体を考えるのが組合だ」と一蹴されたであろうこのアイデアは、委員会でのブラッシュアップを経て、組合員全店に参加を募り、個店を舞台に講座やコンサートを開く「文化祭」と命名し、来街誘致と商店街認知を狙う新たな組合イベントとして事業化している。5店舗5講座でスタートした文化祭は、2017年には市内4商店街と協働し、尼崎市が取組む「みんなの尼崎大学」の「商学部」設立に発展した。これは実在する大学ではなくお店が教室となり、プロの技を学ぶ講座を開講している。2018年には組合員の約1/3で講座の開催に至っている。

取組の成果

新たな発想で新規常連獲得 顧客層が似ている店が協力

ボトムアップ型の「活性化委員会」では、三役・古参理事は「意見を否定しない」「過去の実績にとらわれない」の心構えで参加しているため、会議が活性化し、若手の参加率を高めることができた。

若手女性店主が老舗麻雀店に提案した「健康麻雀」

は、毎月定例で実施される看板商品となり、麻雀店に新たな常連層をもたらしている。更に、相互協力の体制が徐々に整い、互いの顧客を紹介する「クリスマススタンプラリー」(2016年～)等、商店街内を回遊してもらう企画の検討・実施が自発的に行われるようになった。スタンプラリーのカードをもとに、顧客の回遊行動を分析し、顧客層別の店のグルーピングと、グループ毎にどんな層の客を来街させることができるのかを分析もしている。このようにして、常連顧客の新規開拓や共有化、新たな商店街の魅力づくりに成果を挙げている。



賭けない! 飲まない! テキスト付の「健康麻雀」で賑わう麻雀店

実施体制

様々な取組の核となる活性化委員会には、構成員33店舗中、業態の関係上会議への出席が不可能な店舗を除く24店舗中、毎回10～15店舗が参加している。2017年からは若手幹部で担うチーム「事業部会」制を導入し、企画・運営・予算管理・事業成果の振り返りまでを実施している。事業の進捗状況に合わせて柔軟な活動が可能なのが利点である。

毎回の議事録や情報の共有、会議に欠席したメンバーとの意見交換は、LINEを活用することで参加意識が高まる仕組みを構築している。また、委員会のファシリテート役や最新情報・他地域情報の提供には専門人材を活用し、多種多様な組合員が積極的に意見を出しやすい場づくりを行っている。

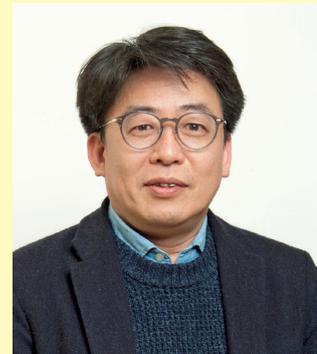
キーパーソンからのコメント

心安らげる商店街に向けた取組

ここで紹介していただいた取組を続けていく中で、33店舗という所帯ではありますが、商店街を盛り上げることが街のステータスを高め、人が集まり、各店がより繁盛するという意識を共通認識できている精鋭に育ってきています。どのお店に入っても、安心して楽しんでもらえる「やっぱりいる」場所になっている本当に心安らげる商店街です。

2018年度からは、やはり組合員

の声から生まれた「塚口うまいもん昼ズひるのみ」という事業を展開。元気のある飲食店の営業時間が夜に集中しており、日中は閑散としているというイメージを払拭するため、毎月第3土曜日は各店に2時から5時というアイドルタイムの営業と特別メニューの提供をしてもらい、新規顧客の獲得に成功しています。



塚口商店街振興組合
副理事長
村上 憲司

商店街の概要

大阪「キタ」の中心地である梅田駅から阪急電車で約10分の「塚口駅」下車すぐという好立地の商店街。近隣企業のサラリーマンや近隣住民の常連顧客が多く、『「おかえり」「ただいま」「いってらっしゃい」やっぱりいる塚口笑店街』をキャッチフレーズに掲げ、若手を積極的に登用した組合活動を展開している。昭和初期からの「塚口南友会」を発祥とし、1978年に現在の振興組合となる。1995年の阪神・淡路大震災や2002年の近隣公設市場の火災消失等によって、ピーク時の55店舗から25店舗まで落ち込んだ。不動産業を営む組合理事の協力で、「空き家の店舗化」と「新規出店希望者へのマッチング」を行い、現在33店舗まで盛り返している。

- 所在地 兵庫県尼崎市塚口本町
- 人口 約11万人(立花地区)
- 電話/ 06-6421-0434
- FAX/ 06-6426-2284

- URL <https://www.facebook.com/塚口笑店街-771574269628025/>
- 会員数 33名
- 店舗数 33店舗(小売業8店、飲食業11店、サービス業12店、不動産業2店)

- 商店街の類型 生活支援型
- 主な客層 サラリーマン、高齢者/30歳代、50歳代