

資料：2

平成22年度世田谷区商店街連合会
「加入促進事業」にかかる報告書（抜粋）

平成23年3月

目次

1章	商店街加入調査.....	2
1	商店街サンプル調査.....	2
2	商店街加入・未加入調査.....	5
2章	チェーン店訪問.....	8
1	未加入チェーン店対策の流れ.....	8
2	チェーン店訪問.....	8
3章	フラッグの掲出.....	10
4章	加入促進マニュアル（加入資料セット）の作成.....	11

1章 商店街加入調査

1 商店街サンプル調査

(1) 目的

- ・商店街の加入・未加入の把握状況は商店街の特性によって異なる。
- ・そのため、商店街への「加入」は明確であるが「未加入」の対象とする事業所等が異なっているため、ある程度基準を明確にしないと調査が成立しない。
- ・そこで商店街サンプル調査は、いくつかの商店街にヒアリングを行い、会員の対象をどのように考えているかを整理し、加入・未加入調査の基準を明確にするために行った。

(2) 調査時期

平成 22 年 7 月

(3) 調査対象

- ・調査対象商店街は下記のとおりである。

地 区	商店会名	組織形態	会員数	タイプ
世田谷地区	世田谷駅前商店街振興組合	振興組合	130	沿道
	若林中央商店会	任意	52	住宅地
北沢地区	下高井戸商店街振興組合	進行組合	257	駅周辺
	赤堤商店街振興組合	振興組合	59	住宅地
玉川地区	用賀商店街振興組合	振興組合	243	駅周辺
	中町商店会	任意	81	住宅地
砧地区	祖師谷商店街振興組合	振興組合	163	駅周辺

(4) 調査結果の概要

① 商店街のエリア

- 1) 振興組合 → 定款に基づくエリアを設定 対象範囲外の店舗についても賛助会員として対応している場合がある
- 2) 任意団体 → 商店街としてのエリアが未確定のため、勧誘しにくいことがある。

② 業種ごとの傾向

- 1) 飲食サービス業

- ・商店街によって加入・未加入状況に差がある。必ずしもチェーン店が未加入ということではなく、夫婦だけで営業しているような昔ながらの個人経営の店舗が入らない場合もある。
- 2) 飲食サービス業（スナック、バーなど）
- ・最初から対象外としている商店街はないが、実際には営業時間が商店街の他店舗と異なるためコミュニケーションがとりにくいなどの理由で、ビル内のスナック、バーなどは未加入のままといった課題がある。母数は把握しにくい。
- 3) 不動産業
- ・加入している事業所が多い。一部大手不動産業が未加入という指摘がある。
- 4) 生活関連サービス業（理美容、クリーニング、エステ、レンタル業など）
- ・加入している店が多い。必ずしもチェーン店が未加入ということではない。勧誘すれば入る。
- 5) 娯楽業（パチンコ、ゲームセンター、カラオケ、ゴルフ練習場など）
- ・数は少ないが、加入している店舗が多い。勧誘すれば入ってもらえる可能性が高い。
- 6) 建設業、製造業
- ・店舗ではないが、商店街とのつながりが強く、加入しているという事業所が多い。エリア外でも賛助会員になっているという例もある。
- 7) 医療関係（医院、鍼灸、接骨院など）
- ・加入している、という商店街と半数程度という商店街で差がある。勧誘すれば入る可能性が高い。商店街に加入することの意義を説明する必要がある。接骨院や鍼灸などは医院よりも加入が多い傾向がある。
- 8) 福祉関係（介護事業、民間保育園、老人ホームなど）
- ・数は少ないが、介護事業所などが加入している例がある。民間保育園も含め勧誘してみる必要がある。
- 9) 教育・学習支援（塾、教室など）
- ・学習塾の加入率が低い。塾前の自転車が歩道のじゃまとなっている、夜間に小学生が通行する、といった課題があり、商店街との連携を深めることで両者のメリットにつながる可能性が高い。業界としての対応を求めたい。
- 10) 事務所、事業所
- ・母数が把握できない。個人的なつきあいや事業所側からのアプローチで加入している例が多い。加入対象としたいという商店街が多い。
- 11) 金融・保険業
- ・概ね加入している。ATMのみでも会費を徴収している商店街が多い。保険代理店は個人経営の営業所までは把握しづらい。
- 12) 宗教施設（寺社、教会など）
- ・対象が少なく、ケースバイケースである。

13) その他

- ・コインパーキングを対象としている商店街がある。マンションオーナー（かつて営業していた方）が引き続き会員になっている例がある。

③ 店舗の階数について

- ・2階以上、地下の店舗は、住宅地型の商店街ではほとんど見られない。駅前型でもあえて対象外としている商店街はない（賦課金に反映している場合はある）。加入促進の観点からはあえて、分ける必要はない。

④ 今後の方針

＜きちんと母数、加入・未加入数を把握し、積極的に勧誘する必要があるもの＞

- ・飲食サービス業（スナック、バー以外）
- ・卸売業・小売業
- ・不動産関連
- ・生活関連サービス業（理美容、クリーニング、エステサロン、レンタル業 など）
- ・娯楽業（パチンコ、ゲームセンター、カラオケ、ゴルフ練習場 など）
- ・金融、保険業（個人経営の代理店を除く）

＜できれば母数を把握し、協力関係をつくって加入促進を図ることが望ましいもの＞

- ・建設業、製造業
- ・医療関係（医院、鍼灸、接骨院など）
- ・福祉関係（介護事業、民間保育園、老人ホームなど）
- ・教育・学習支援業（塾、教室など）

＜全体数の把握が困難であり、母数としては対象外としてよいと考えられるもの＞

（加入数としてはカウントするが、対応は商店街によってケースバイケースで考える。）

- ・飲食サービス業（スナック、バー など）
- ・事務所、事業所
- ・宗教施設（寺社、教会など）
- ・店舗オーナー

＜今後の課題として商店街への加入を検討したいもの＞

- ・コインパーキング
- ・自動販売機のみを設置

＜加入促進に対する意見、アイデア等＞

- ・加入のお願いの説明ファイル（下北沢一番街方式）は参考にしたい。ブロックごとの理事が理解することが大切なので、効果はあると思う。
- ・マンション、アパートの管理組合から会費をもらえないか。

- ・新規店舗情報は、店舗工事の段階から早めに把握し、勧誘にそなえる。
- ・プレミアム付き商品券と加入促進を連携させると効果がある。
- ・飲食店の店主は夜の会合には出てこられない。飲食店部会の設置、昼間の会合などの取り組みが必要である。

2 商店街加入・未加入調査

(1) 目的

- ・商店街の加入・未加入数を包括的に把握するために実施する。

(2) 調査対象

- ・区内商店街（商店街連合会加盟団体）を対象とする。

(3) 調査方法

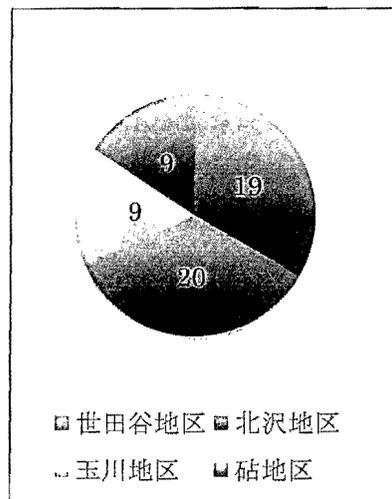
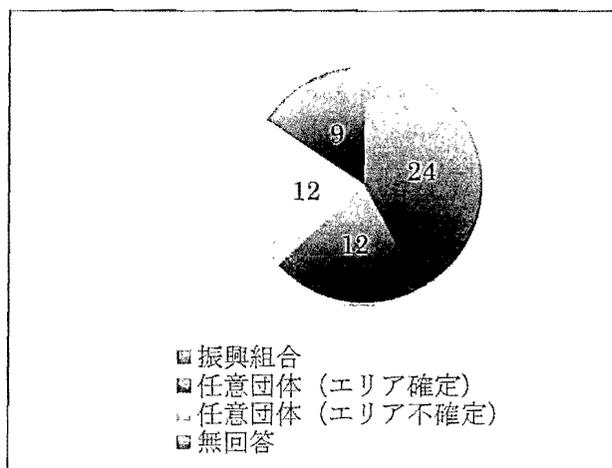
- ・ファクスによる調査票の送付、回収を行った。

(4) 調査時期

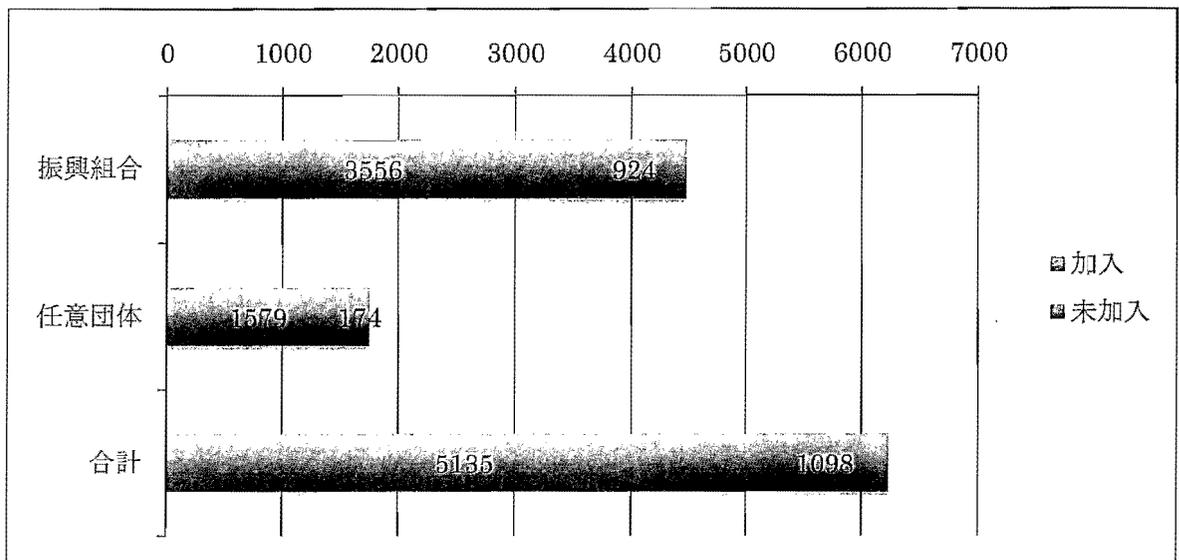
- ・平成 23 年 1 月

(5) 回収数

- ・57 団体（内訳は下記の通り）



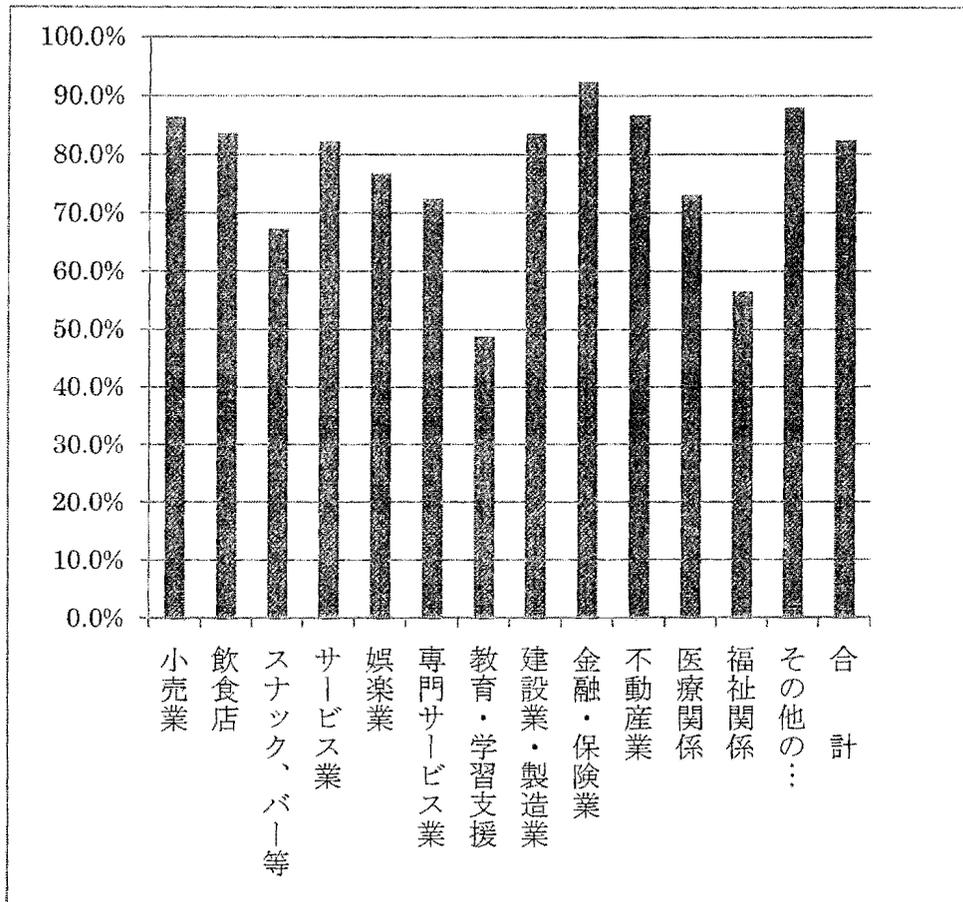
(6) 調査結果



業種別に見た加入未加入の内訳

	加入	未加入	加入率
小売業	1654	260	86.4%
飲食店	1,084	212	83.6%
スナック、バー等	128	62	67.4%
サービス業	717	154	82.3%
娯楽業	63	19	76.8%
専門サービス業	71	27	72.4%
教育・学習支援	62	65	48.8%
建設業・製造業	133	26	83.6%
金融・保険業	122	10	92.4%
不動産業	395	60	86.8%
医療関係	381	140	73.1%
福祉関係	30	23	56.6%
その他の事業所や個人	295	40	88.1%
合計	5,135	1,098	82.4%

業種ごとの加入率



- ・金融、保険業は比較的加入率が高く、商店街との協力関係にあることがわかるが、個別の情報では、ATMの扱いをどうするか、検討する必要があるとの指摘がある。
- ・不動産業、建設業・製造業の加入率が比較的高い。
- ・小売業、飲食業、サービス業は8割を越えているが、飲食業でも、スナック、バーに限定すると加入率は低い。
- ・地域に貢献する商店街としていくためには、幅広い業種の協力が必要であり、今回は、小売り、飲食、サービス業といった従来からの構成員に加え、商店街の活動エリアで活動する事業所を幅広く考えたが、その中で、「教育・学習支援（塾）」「福祉施設」などの加入率が低くなっており、今後の課題である。

2章 チェーン店訪問

1 未加入チェーン店対策の流れ

・未加入チェーン店対策は、以下のように行った。

	作業内容	時期	役割
1	チェーン店の加入、未加入状況リストを完成させる	1月下旬	区商連 コンサルタント
2	未加入のコンビニに委員会名でダイレクトメールを出す	1月下旬	事業委員会 区商連
3	コンビニ本社本部に再訪問（加入、未加入状況を持っていく）	1月下旬～ 3月	事業委員会 単会理事長・会長等 区商連
4	該当する商店街に上記の結果を報告する	2月～	区商連 事業委員
5	商店街からコンビニへの勧誘のお願い文例、添付資料などのマニュアルを示す	2月～	区商連 事業委員会 コンサルタント
6	商店街がコンビニに勧誘しに行く	2月～	各単会
7	活動結果を報告してもらう		各単会

2 チェーン店訪問

・チェーン店訪問は、上記の調査結果を踏まえ

- 1) コンビニエンスストアの中から、比較的未加入が多い会社
- 2) 新たな業種として、塾
- 3) 加入にあたって協力関係が重要となる不動産業で、大手のものの中から選択し、以下の通り行った。

(1) 株式会社栄光（栄光ゼミナール）

- ・平成23年2月8日 午後3時～
- ・本社 総務課長 伊藤氏
- ・栄光としては子どもを育てる観点からも協力したい。
- ・教室（教室長）ごとに権限を委ねているので組織的に加入を指示できない。
- ・事業的に何が商店街とできるか考えたい。

(2) 株式会社ファミリーマート

- ・平成23年2月16日 午後3時～
- ・世田谷営業所 所長 北野氏
- ・ファミリーマートとしては地域と共存していきたいと考えている。
- ・各店舗の責任者は商店街の仕組みや活動をよく理解していないことがあると考えられる。
- ・訪問の趣旨をふまえてスーパーバイザー会議に提案したい。

(3) 株式会社エイブル

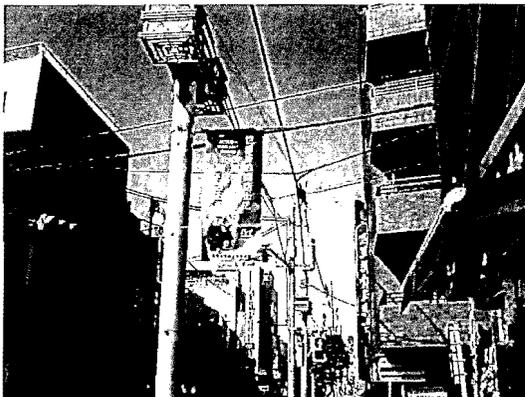
- ・平成23年2月18日 午後3時～
- ・世田谷エリアマネージャー 本田氏
- ・マネージャー個人としては地域に溶け込む方が良いと考えている。
- ・各店舗は独立採算で行っているので強制はできない。
- ・各店舗の責任者は商店街の仕組みや活動をよく理解していないことがあると考えられる。
- ・訪問の趣旨をふまえてエリアマネージャー会議に提案したい。

(4) 訪問後の対応について

各社とも、当連合会の要請を各店舗に伝えたとのことであった。

3章 フラッグの掲出

- ・ 11月第一土曜日の「商店街の日」にあわせ、共通フラッグを掲出した。



4章 加入促進マニュアル（加入資料セット）の作成

- ・各単会が、加入にあたって新規店舗等に持参する資料をあらかじめ用意しておくことで、加入活動を円滑にすすめることができる。
- ・そこで、希望する単会に対して、「加入資料セット」を配布した。



■お渡し資料一覧

1. ○○○○商店街振興組合へようこそ
2. 組合加入兼出資申込書
3. ○○○○商店街振興組合の定款、総会資料、憲章
4. 主なイベントのご案内
5. 商店街に加入するとできること
6. 商店会費について（振込用紙付）
7. 世田谷区商店街加盟店証について
8. ホームページ用原稿（申込書）
9. 変更届、退会届、出資金受領証
10. 商店街組織図、役員名簿
11. 商店街会員名簿
12. （商店街マップ/商店街通信/スタンプやポイントの案内など）

参考資料

- 1) 「地域とともに 地域のために」（パンフレット）
- 2) 世田谷区内共通商品券のご案内（パンフレット、申込用紙）
- 3) 事業系一般廃棄物夜間収集（パンフレット、申込用紙）
- 4) 商店街加入促進キャラクター「がーやん」について
- 5) (財)世田谷区産業振興公社について（パンフレット）
- 6) 中小企業融資あっせんのご案内（パンフレット）
- 7) セラ・サービスの福利厚生のご案内（パンフレット）

■希望商店街 25 商店街

■配付総数 423 冊