

# 本郷百貨店

## ～人と街を軸とした本郷商店会ブランディング事業～

本郷商店会

東京都文京区

### ポイント

## 大学の街 本郷で、5つの商店街が東大生と連携し、商店街統一ブランド「本郷百貨店」を推進

東大をはじめ多くの大学があり、文人の街としても知られる文京区本郷地区の5商店街。転廃業による会員の減少で運営体制が弱まる中、商店街メンバーと大学生やデザイナー等で組織されたNPO法人と連携してイベント等を運営。統一ブランド「本郷百貨店」を考案して包装紙の統一や、商店街の店主自身を前面に押し出した情報活動を展開している。

**商店街情報**

所在地：東京都文京区本郷4-2-1  
 地域の人口：214,010人、116,569世帯(文京区)  
 商店街の類型：地域型商店街  
 会員数：195名  
 店舗数：180店舗（飲食・喫茶、生鮮品、和洋菓子、書籍、医院・薬局、理美容等）  
 TEL・FAX：03-3816-2410  
 URL：<http://m-hongo.com/>



商店街の風景

### 商店街の概要と近年の環境変化

明治、大正、昭和と著名な文人が数多く住み、数々の文学や映画、ドラマの舞台になった本郷三丁目の交差点を中心に広がる五つの商店街。東大をはじめ多くの大学があるアカデミックな街だが、文豪が住んだ街としても知られ、街歩きの愛好者にも人気がある。

しかし近年は、周辺地域にチェーン店や大型量販店が進出するなど、個店の経営環境は厳しさを増しており、後継者不在による閉店等で商店会の会員が減少し、会の運営にも支障が出ていた。そこで、5商店街が連携して、統一イベントの「いちよう祭り」を開催。しかし、この取り組みも年々参加店が減り、継続が困難な状況となってきた。

一方、商店街の活動に参加したいという学生や町会関係者が出てきており、こうした人々の参画を可能にするために商店街関係者が中心となって「NPO法人街ing(まっちゃんぐ)本郷」を結成。“街に古くから住み働く人々と、新しい住民や学生、識者等が一体となって本郷地区の街づくりを進める”ことをミッションとしており、いわば、商店会のイベント等の企画・運営部門を担う形で活動を続けている。

「本郷商店会」というコンセプトもこうした活動の中で生まれたものであり、それぞれの商店会が実施するイベント活動においても「本郷商店会」の名称を使用し、ブランドの統一を図っている。



文人郷パンフレット

## 助成事業の概要とその成果

かつて「いちよう祭り」を仕掛け、現在、NPOの代表である長谷川氏が、行政等からの情報収集活動の中で助成事業の存在を知り応募に至った。NPOにはブレンとなるスタッフのほか、デザイナーや書類の作成が堪能な人材がおり、“店主の想い”を伝えてお客さんが立ち寄りきっかけづくりのキャンペーンを展開する内容で企画を進めた。

### 【事業名：「本郷百貨店」～人と街を軸とした本郷商店会ブランディング事業】

“商店街の個性溢れる店主こそがブランド”と考え、店主の想いと店の歴史や特徴を中心とした情報誌の作成や統一デザインの包装紙の導入、店主の似顔絵フラッグ等のアイデアを盛り込み、個店の魅力を感じ取ってもらうためのキャンペーンを実施した。

#### ①「本郷百貨店オリジナルカタログ」の作成

東大生やNPOのメンバーが店舗を回り、それぞれの店舗の背景・歴史・特徴などと店主の想いや個人的な横顔を取材してショート・ストーリー化し、店主の素顔(写真)とともに情報誌に掲載した。普段なかなか触れることのない店主の素顔や、店の考え方を紹介し、これがきっかけとなり、情報誌を持って来店してくれるなど新規の顧客が増加した。

情報誌は全3号作成し、会員店舗や大学等に配布したほか、Webサイトにも掲載してより多くの人が見ることができるよう配慮した。



本郷百貨店のオリジナルカタログ

#### ②本郷百貨店の統一包装紙、シール等の作成

本郷百貨店はバーチャル百貨店であり、より具体性を持たせ人々に認識してもらうため、統一デザインによる手提げ袋、包装紙、商品貼り付け用シールを作成し、期間中は全会員が使用することとした。

#### ③商店主の似顔絵フラッグの作成

ユーモアを交えたタッチで作成した店主の似顔絵のフラッグを作成。店主こそがブランドであることを示すとともに、楽しく優しい表情に来街者も注目、店を覗く絶好のきっかけとなった。



本郷百貨店の統一デザイン



商店主の似顔絵フラッグ

### 【事業の成果】

助成事業を実施した結果、情報誌を見て来店される顧客が増加した。固定客かと思いがうほどに親しげに入って来られる新規客もいるという。一方、“恥ずかしいからイヤ”と言っていた会員も、申し込めばよかったと思うようになるなど、事業に対する理解が進んだ。また、この情報誌を見て、非加盟店が新たに入会してくれる等の効果もあった。

さらに、この情報誌のデザインは、公益財団法人日本デザイン振興会が主催する平成27年度のグッドデザイン賞を受賞してマスコミにも取り上げられ、商店街の知名度向上に大いに寄与した。



助成事業以降の商店街活動

商店会がNPO法人の協力を得て実施した「本郷百貨店事業」は、地域の人々に商店街と個店の魅力を伝えることに成功。これらの成果を受けてNPO街ing本郷との密接な連携で、商店街の貴重な資産ともいべき大学生に参加してもらい、地域コミュニティの強化に資する事業を展開している。

(1)ひとつ屋根の下事業

高齢者の住まう住宅に大学生が割安で下宿し、話し相手になったり、生活の困りごとについてお手伝いをしてもらうというプロジェクト。これを推進するために、現在以下のような事業も立ち上げて継続中である。

①ひとつ釜の飯

高齢者と大学生が一緒にご飯を作って食べる食事を開催。食べながらの交流を図ろうというもの。

②おやつのお茶会

高齢者と大学生を中心に、地域住民も気軽に参加しておしゃべりを楽しむ「お茶会」を開催し、より幅広い世代の交流を図っている。

③片づけお手伝い

大学生が高齢者のお宅を訪問し、一つひとつ相談しながら片づけのお手伝いをして交流を図るもの。



地域の関係者相関図

(2)書生生活事業

地域活動への参加を条件に、家賃を減免して地域のアパートへ大学生に住んでもらうプロジェクト。平成23年よりスタートし、大学生から大学院生まで、男女合わせて卒業生6名を含む10名の書生が誕生している。

(3)文人郷事業

本郷地区に住んでいた文人は、その出身地や活動した地域、作品の舞台となった地域等全国に何らかの所縁を持っており、その地域では文人をテーマにまちづくりも行われている。そこで文人を題材にそれぞれの所縁の地と共同で街づくりを進めていこうというもの。



書生生活のパンフレット



説明会風景

自治体等との連携の状況

文京区

本郷商店会の長谷川氏は頻りに区役所を訪れ、補助金を含む支援を受けており、区とは良好な関係を保っている。文京区内には東京大学を始め19の大学があり、商店街と連携したカリキュラムを希望する大学も多く、区が近隣の商店会を紹介するなど、連携促進に努めている。区内の商店街は加盟店の減少が課題だが、東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会を見据え、区では外国人への対応がスムーズになるよう支援策を講じている。

平成29年度において区が講じている主な商店街支援策は下記のようになっている。

①プレミアムお買物券への補助

区では平成23年度から毎年、「プレミアム付買物券」のプレミアム部分を補助している。平成29年度も発行総額を3億3千万円とし、買物券と併用できる「文京区制70周年記念商店街クーポンブック」作成費への補助も行う。

②商店街エリアプロデュース事業

平成28年度から区が開始した事業で、区商店街連合会と受託事業者、区の3者が各々の商店会の希望調査を基に選定した重点エリアにプロデューサー（コンサルタント）を派遣し、インバウンドの取り込みや組織力強化、イベント事業の企画提案や集客方法の是正など、商店会の活性化について指導・助言を行っている。

③文京ウェルカム商店街事業補助金

東京オリンピック・パラリンピックの開催に向け、主に飲食店や小売店などの個店を対象に、店舗のWebサイトや看板など販促ツールの多言語対応に要する費用や、「Bunkyo Free WiFi」に接続するための機器の設置費用について一部の補助を行っている。

## 商店街の今後の戦略

### 〈川又会長〉

若手が行う街づくりへの取り組みについて、最初から否定せず、まず話を聞いていくことが必要と考えている。商店会の他の役員たちを説得し、理解してもらい、若手が動きやすい環境を作っていくことを心掛けており、今後もこうした姿勢で後継者の育成に力を入れていきたい。

### 〈長谷川氏〉

商店街の活動について、「用事をやらされる」「お金だけ取られる」等のマイナスイメージを持っている人が多いが、加入して、事業に参加してメリットが感じられるようにしていきたい。お客さんに対しても、「チェーン店ではここまでやってくれない」など商店街と個店の存在感を高めて、商店街があつてよかったと感じてもらわなければ生き残っていけない。このためにも「本郷商店会」の活動に力を入れていきたい。

また、後継者問題は個店だけでなく商店会自体にもある。できるだけ若手を抜擢して活動の場を与え、育てていく必要がある。さらに、外部人材の活用・育成の受け皿として、NPO法人街ing本郷を運営し、「こういう人たちがやっている商店街なら、空き店舗があれば入りたい」、「本郷は魅力のある街だから家を買って住もうかな」などと思ってもらえるような街づくりを進めていきたい。



～ 仕掛け人 ～  
本郷商店会  
会長 川又 靖則



NPO法人 街ing本郷  
代表理事 長谷川 大

## 取材を通して明らかとなったこと

商店街の活性化は、地域社会の動向と深く結びついており、地域に存在する“社会的な資源”を有効に活用するための連携が必要である。当本郷商店会は、近隣に東大はじめ多くの大学があることから、学生も一つの資源と捉え、学生達にもメリットのある形で参加して貰い、街づくりの貴重な戦力になって貰っていることが大きな特徴である。また、専門的知見を有するNPO法人との連携で、人手不足がちな商店会事業の企画・運営部門を充足させ、斬新なアイデアに溢れる事業を展開して消費者へのアピールに成功している。

さらに、商店会内部の組織運営において、先輩役員等との調整は難しい課題であるが、会長が中心となって調整を進め、若手のユニークなプロジェクトを成功に結び付けていることも、特筆すべき事項である。加えて、長谷川代表の日常的な努力により行政とのパイプが確立されていることも、諸事業を成功に導く要因となっている。オリンピック・パラリンピックの開催に向けて、区も外国からのお客様に対し様々な対応策を講じることとなるが、商店街はその重要な担い手となることが期待されている。