

「ひと」の魅力は地域の大切な資源

東京都目黒区 都立大学商店街連合会・とりつじん実行委員会

■背景・課題

東京都目黒区の東急東横線・都立大学駅周辺の6つの商店街の長年の課題は、①次世代へのバトンタッチ、②知名度が低く特色がないこと、このままではこの街の将来はないと危機感を抱いていた。そこで志の高い若手商店主を集めて実行委員会を結成、「あえて商店街らしくない事業」の発想を始めた。

■活動内容と特色

街に賑わいをもたらすには何が必要か議論を重ねる中で、この街にはこだわりを持った個人店が多く商店街の魅力になりうる唯一無二のものは「店主Ⅱひと」であることに気づ

いた。そしてこの街の資源は「ひと」であるとの結論に至った。そこから店主の魅力を前面に出した「とりつじんプロジェクト」がスタートする。

そのプロジェクトは、①とりつじん(冊子)Ⅱ地域資源「ひと」の発掘・活用を中心に、②とりつ大学(ミニ講座・PR)と、③とりつイベント(集客)Ⅱ地域に根差した取り組みの三位一体の仕組みである。

具体的には：

①とりつじん(冊子)

個性豊かなイラストレーターが、都立大のお店で働く人の魅力をイラスト作品で紹介する新しいタイプのガイドブックである。このガイドブックのユニークさは、親しみのある

イラストがメインで、1人の登場人物に対し1人のイラストレーターが担当し、全てのイラスト作品が異なる点である。また登場人物の「人となり」をメインに取材し読み物としても楽しめるよう工夫している。2014年から現在まで7冊発行され、毎号8000〜10000部がすぐに無くなる人気となっている。また、アート性の高いイラスト作品を取り入れたことが、とりつじんの人気と可能性をさらに向上させた。

②とりつ大学(ミニ講座・PR)

登場人物(とりつじん)が、先生となり長年培ってきたプロの技やコツ・知識や経験などを教えるワークショップである。商店街全体をキャンパスに自分のお店の良さをPRし、新たなファンを獲得して販売につなげる試





とりつじんお披露目

み。例えば、美味しいローストビーフの作り方・香り高いコーヒーの淹れ方・簡単にできるフラワーアレンジメントなど、とりつ大学の時間割のもと10以上の講座が期間中開講され、地元を中心に幅広い層の人々が参加している。また、とりつ大学のロゴは地元のトキワ松学園の生徒が作成、A.L.L都立大をモチーフに地域との連携を深めている。

③とりつイベント(集客)

都立大の街で楽しいことをテーマに街中でわくわくドキドキを体感できる集客イベント。登場人物のお店やその人物に実際に会えることをコンセプトに実施した「とりつ巡り」は1000人以上が参加した。また、お寺の本堂で開催される「とりつの写経」は、とりつじんの副住職、和菓子屋・お茶屋・床屋がコラボレーションする写経イベントで、毎回定員を超え人気である。

この三位一体のプロジェクトは、地域資源の発掘・活用(とりつじん)と地域に根差した取り組み(とりつ大学&とりつイベント)の二本柱で持続可能な地域の活性化を実現している。

● 活動の成果

① 商店と顧客の交流増加

絵本のようなイラストと分かりやすい紹介

文により、商店主に親近感が湧き新規客や既存客との交流の輪が広がった。また、イラストをきっかけとした地域の人々との交流が自店の販促につながることから、店主たちがこの活動に積極的に携わる自主性の育成にもなっている。

② 関連イベント開催によるお店のファンづくり
「とりつじん」を軸とした関連イベントを開くことで地元住民と店主の関係性が深まり、お店のファンづくりとPRにつながっている。特に、店主が開くミニ講座「とりつ大学」は、知的好奇心溢れる地元住民への訴求度が高く、熱烈的なファンを増やしている。

③ 商店街の垣根を越えた交流促進

商店街連合会の事業とすることで、商店街内はもとより各商店街の垣根を越えた交流に役立った。交流の例としては、お互いに顧客を紹介し合う、自発的コラボイベントの開催などが挙げられ、商店街および連合内の仲間意識の育成、目的や情報の共有にもつながっている。

④ 次世代へのバトンタッチ、青年部の発足や女性メンバーの参加

若手の立案に任されているこの取り組みは、若手のやる気と責任感の育成に役立っている。また若手同士の連携も活発になり、青年部が発足するなど新たなコミュニケーションが生まれた。さらに当初は男性のみであった実行



委員が今では全体の1/3が女性で構成され、頼もしい戦力となっている。

⑤地域の安全安心への寄与

とりつじんの絵本のようなスタイルは、特に子どもに好評である。下校時に「あ、○○屋さんの○○ちゃんだ」と声をかけられるなど、子どもがあいさつできる店が以前より増加した。商店街が地域の安全安心に寄与することは、商店街の大きな存在意義であるといえる。

⑥街・商店街の知名度向上

本活動に対するメディアからの取材依頼や行政・学校からの問い合わせが増えた。またメディアへの露出が増えることでさらなる街・商店街の知名度向上や本取り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。

■活動の広がりこれから

2014年にスタートしたこのプロジェクトは、近年様々な活動の広がりをみせている。地道な活動は、2018年度・東京都主催

の第14回東京商店街グランプリで最優秀賞を受賞、2019年度・経済産業省/中小企業庁主催のはばたく商店街30選で全国の30選に入選するなど客観的な評価を得た。

また、とりつじんは8年かけて「1000人の登場人物×1000人のイラストレーター」を達成し、地域にとってなくてはならない存在となった。

さらに1000人達成を記念してバーチャル（仮想空間）を活用した「バーチャルとりつじん1000人展」に挑戦、とりつじん1000人をVRゴーグルやスマホで体験が出来る世界を



とりつじん交流と実行委員

構築した。今後はバーチャルの世界でも様々な情報の発信や集客イベント、商品の販売など様々な機能を加えて街・商店街の活性化の新たな発信チャネルとして活用幅を広げていく予定である。

またコロナが続く中で、慶応義塾大学商学部の方々と商店街が出来ることを考え、とりつ大学(ミニ講座)をオンライン化した。これにより商店街は、オンラインのノウハウを学んだ。

コロナ禍でオンラインとバーチャルを手に入れたことで「リアル・オンライン・バーチャル」の3つのチャネルを備え、様々な方法での情報発信・販売促進が可能になった。

現在とりつじんプロジェクトは、「三位一体の3本柱」に「3つのチャネル」を備えるプラットフォームへと進化している。

これからも進化するとりつじんプロジェクトは、「ひと」を地域資源として持続可能な「にぎわい」と新たな「コミュニティ」を創造し、街や商店街を未来につなげることを目指し続ける。

(注記)

- ・「とりつじん」は、とりつ(都立)+じん(人・ZINE)から生まれる。
- ・ZINEとは、自由なアイデアと手法でつくる冊子・アートブック。
- (都立大学商店街連合会理事、とりつじん実行委員会広報・経理 三室茂)