

<テルプラザ専門店会：守口市>

バラエティに富んだ 「てるてる寄席」！

～来館者に親しみをもたらす手作り PR 作戦！～

取組みの効果

- ◆ 空き店舗への出店（3店舗）
- ◆ 「てるてる寄席」来場者の増加（述べ350人/日）
- ◆ 「てるてる寄席」参加問合せの増加
- ◆ マスコミ等の露出度アップ

取組みの内容

- ◆ てるてる寄席の開催
- ◆ 近隣大学や中学校との連携
- ◆ 地域 FM 放送局との相互協力
- ◆ ラジオパーソナリティーの写真展開催

取組みの背景

テルプラザ専門店会は、京阪本線守口市駅東口を出るとすぐのビルの2階に、大きくテルプラザの看板が見える専門店会である。同専門店会は、二十数年前に市の駅前再開発に伴ってビルが建設され、その1・2階部分が分譲され専門店として入居し、任意団体として結成された。

店舗構成は、飲食店が1～2割で、その他はパン屋や婦人服等の物販、歯科、美容院、携帯電話ショップ、ネイルサロンなど業種は多様である。また、パン屋は早朝から開店し、歯科医は土日も営業するなど特

〈商店街データ〉

- 所在地 守口市河原町 10-15
- 立地 京阪本線 守口市駅から徒歩
- 店舗数 31店
- 問合せ テルプラザ専門店会
会長 上田 大八郎
TEL 06-6997-1731
FAX 06-7493-9603
<http://www.tl-plaza.jp/>



徴ある店舗もある。同専門店会の入居するビルは、1階部分の約4割にスーパーが入居し、2階の一部、3階及び5階から上の階は有料老人ホームとなっている。

同専門店会は、近年周辺地域に大規模店舗が進出し、駅前にも関わらず顧客の分散によって買い物客の減少に歯止めがかからない状況にある。また、駅の乗降客を上手く専門店会へ誘導できていない状況でもある。さらに、専門店会ゆえそれぞれの個店の客層が大きく異なり回遊性が乏しい状況にある。





取組みのきっかけ

これまで様々なタイトルを付けて大売出しをするなどの販売促進活動を実施してきたが、費用をかけた割に集客や売上げ増加の効果が見えなかった。また、店舗数や会費収入も多くはないことから、大掛かりな販売イベント等も実施することが困難であった。

このような現状から、いかに費用をかけずに、減少する専門店館内の来店者が増加するように改善するかが課題となっていた。また、館内の来場者数の減少により、空き店舗も発生するなど、館内がさらに閑散としてきていたので、少しでも賑わいを作り出したいと思案していたところ、府の専門家派遣事業があることを知り、申し込んだことが、活性化取組みへの第一歩となった。

活性化の要因

- ◆ 空き店舗の活用
- ◆ てるてる寄席の定期的な開催とバラエティー豊富なメニュー（落語、手品、音楽等）
- ◆ 地元中学校との連携
- ◆ 地域 FM パーソナリティとの連携
- ◆ 店主の顔が見える館内案内図の作成

事業の仕組み

テルプラザの館内店舗は分譲店舗形式を取っており、空き店舗を所有者が貸し店舗としているところがある。そこを日借り

することで、会場経費を抑えると共に、空き店舗を活用することで館内の賑わいを創出することができるのではないかと専門家に相談したところ、専門家のアドバイスにより「てるてる寄席」を実施することとなった。当初は近隣大学生の落語サークルによる落語の実施を考えていたが、落語だけでは短時間で終わってしまうため、にぎやかとしては十分とは言えず、ライブやマジック、近隣中学校の演劇部の劇を取り入れることで開催時間を充分とれるようにした。

エフエムもりぐち（通称 FM-HANAKO）は、西日本で最初のコミュニティーFM放送局で、テルプラザ近くの文化センター内に設置されていることから、専門店会の会員もよく取材を受けていた。また、このFM-HANAKOのパーソナリティである三宅奈緒子さんが、以前尼崎市で写真展を開催し、好評を得ていたことを会員が憶えていたことが発端で、三宅さんに専門店会の空き店舗を活用した写真展の開催を持ちかけ「もりかどてくてく写真展」が実現した。



この写真展では、三宅さんが番組の中で、守口・門真で出会った風景をエピソードと共に紹介するコーナー「もりかどよか風



景」の取材で撮り続けた写真を展示することとなった。

また、テルプラザの館内案内地図は、手書きの店舗地図に各店主の写真とコメントをつけることで、来館者に店舗への親しみやすさをもたらしている。



テルプラザの館内案内地図 1F(左写真下)、2F(左写真上)、イベント状況写真(写真右上)



取組み上の工夫や苦労

「てるてる寄席」では、演劇で、大阪で1位に選ばれるほどの実力校である近隣中学校の演劇部に依頼し、短編の劇を上演してもらうことで、保護者や同級生、地域住民の来館を誘発できるよう工夫している。

FM-HANAKO の三宅パーソナリティの写真展を開催することにより、三宅さんのファンをはじめ、来館者の増加が期待できる。また、守口・門真が写真のテーマとなっていることから地域の方に興味を持ってもらえている。

「てるてる寄席」の開催案内や館内案内地図、商店街カレンダーなどは手書きで、優しい絵柄となっており、一般的な写真を活用したポスターと差別化することで、よ

り注目されやすいものとなっている。

また、「てるてる寄席」のチラシには、空き店舗使用者募集の告知もあわせて掲載し、空き店舗活用促進にも努めている。

さらに、「てるてる寄席」で使用する音響設備やテーブル・イスなどの備品は、レンタルするよりも中古品を購入する方が、長い目で見た場合には経費がおさえられるとの考えから購入し、経費節減にも努めている。

現在、「てるてる寄席」は落語家の澄川白舟さんに当日の企画から運営までほぼすべてを取り仕切っていただいております。出演者の謝礼もほとんどない状態なので、出演者の営業活動を認めることで、出演者にもメリットがあるようにしている。



めざす商店街像（今後の展望）

各種販売等のスペシャリストが集まっているのが専門店街であると会長は言われる。各店舗の顧客は、その店舗を目的に来館されることはあるが、その他の店舗への波及効果がこれまであまりなかったそうである。

経費をかけたイベントなどの集客手法は取れないが、「てるてる寄席」をはじめ、地域と一体となった取組みを進めること



で、守口市駅前という好立地も活かし、大型店にない“ほっこり”した雰囲気味わってもらえるようにしたいとのことであった。

また、「てるてる寄席」の検討と同時に、地元と密着した取組みとして、守口市の地元商品を空き店舗で販売することを検討したことがあるそうだ。その時に守口市には、大徳のポン酢や山岡金属のたこ焼器をはじめ、多くの名産品があることを知ったそうだ。当時は仕入れや店当番など課題が多く断念したが、今後、課題をひとつずつ解決して空き店舗を活用したアンテナショップを開設したいとのことである。

そのためにも、イベントなどでの実演販売も手がけながら足がかりを作っていく、少しでも館内の賑わいをもたらし、スペシャリストである専門店街会員の顧客獲得へとつなげていきたいとのことであった。

こぼれ話

「てるてる寄席」を始めた当初は、見学料は無料で、カンパ制を採っていたそうである。しかし、カンパ制にすると、見に来られている人が遠めから見学し、イスを用意してもなかなか座ってもらえなかったそうだ。また、いくらカンパすればいいのか迷われている様子で、このままでは心から楽しんでももらえないのではないかと考え、気兼ねなく楽しんでもらうため、専門店会が出演者に定額の運営費を支払うことで完全無料化したそうである。完全無料化により見学者の方々も席に腰をおろしてゆっくり楽しめるようになったと

のことであった。

取材を通して

今回の取材は、上田会長をはじめ5人の役員の方々からお話を伺った。

経費をかけないで、いかにして人を呼び込むかという課題は、多くの商店街が抱えている課題である。

その課題に、5人の役員さんが、同じ思いで取り組まれているチームワークのよさを感じた。また、各役員さんたちが個々の役割を認識し、個人と地域との結びつきを作り、専門店会へ結びつけることでつながりを広げられているように感じた。

テルプラザ専門店会は、チラシに描かれた太陽のように、来館者を照らし、来館者のところをポカポカ温めることを心がけるやさしい専門店会であった。



チラシに描かれている「太陽」