



福岡銀行

「健康なくらしのお手伝い」で

地域の人々の健康への願いを実現する。

株式会社
新生堂薬局

しんせいどうやっきやく

代表取締役社長

兼CEO 兼COO 兼CHO

水田 怜氏

みずた さとし

取引店／福岡銀行 大橋支店

■会社概要

創業:1978年／設立:1981年／所在地:福岡市南区／資本金:5,000万円／従業員:1,400名／事業内容:ドラッグストア・調剤薬局のチェーン展開／グループ企業:株式会社ライフネス、株式会社ヘルスサポート、株式会社新生堂薬品、株式会社SHIP、有限会社夜宮調剤薬局、株式会社Newromics

会社ホームページは
こちらからどうぞ!





「新生堂薬局・ドラッグ新生堂 中尾店」前(左から水田社長、柴戸頭取)

「医薬分業」の時代を見据え 調剤薬局、そしてドラッグストアへ

「これからは医薬分業の時代になる」。創業者であり、現会長の父・水田雅幸まさゆきは、製薬会社のMR（医薬情報担当）だった時に、ある医師からこの言葉を掛けられ、創業を決意しました。そうして1978年、新生堂薬局の1号店が福岡市南区大橋に誕生しました。主に調剤薬局で一部一般用医薬品を取り扱うという小さな店舗でした。当社と薬のつながりは、それだけではありません。父の実家は長崎県南島原市で、私の祖母が新生堂薬品という店を営んでいました。祖母の姿を身近で見ていたことも、父が創業に至るきっかけになったと思います。

その後、父がアメリカのドラッグストアを視察してヒントを得て、1990年に化粧品や日用品までも扱うドラッグストア経営に進出します。まだ、福岡にはそのような業態の店舗がなかった時代です。「地域に貢献できる店舗をつくりたい」と、福岡県内を中心に、2005年ぐらいまでドラッグストアを次々と出店していきました。ところが2008年、ちょうど私が取締役就任した年に、日本の人口がピークになると同時にドラッグストアがオーバーストア状態になったのです。そこで、創業時の調剤薬局という

原点に立ち返り、調剤薬局中心の店舗展開に、大きく舵を切りました。

当社の目標は、これからの超高齢社会を見据えた、健康な暮らしをお手伝いする「地域一番のヘルスケアソリューションにすること」です。価格のな安さを追い求めるのではなく、他店にはない品揃えの豊富さ、楽しんでお買い物できる店舗であることを重視しています。店舗は現在、福岡を中心に熊本、長崎、鹿児島、沖縄、東京にまで広がっています。郊外の大型店ではなく、あくまで生活道路に面した住宅地などを選び、買い物したいときに、ふらっと徒歩で行けるようなところへの出店にこだわってきました。国内の出店は今のエリアを維持し、より集客力を高める戦略を続けていきます。

最新のテクノロジーで くらしをより便利に

お客さまからお預かりしたデータの管理や運用、より良いサービスを図るために必要なDX（デジタルトランスフォーメーション）に、私たちは積極的に取り組んでいます。スマホの公式アプリでは、お得なクーポンや貯まったポイントの商品と交換できるサービスのほか、薬がスムーズに受け取れる処方せんのネット予約も



5



3 1



6



4 2





水田 裕社長

可能になっています。

2021年7月1日には、最新テクノロジーを活用した待ち時間のない調剤薬局「新生堂 薬局 地下鉄筑紫口改札前店」を福岡市営地下鉄博多駅筑紫口改札前に開局しました。ここでは、ロボットが自動で薬の入庫と払出を行います。また、受診された病院から直接処方せんをFAXやアプリで送信していただく、あるいは営業時間外であっても「処方せん受付ポスト」に処方せんを投函していただければ、待ち時間なくスムーズに薬を受け取ることが可能になっています。また、営業時間外でも、お薬を受け取れる「お薬受取ロッカー」も設置しています。

オンライン服薬指導も導入していますので、お昼休みに会社のパソコンからオンラインで服薬指導を受けて、帰りに薬を受け取るといった

ことも可能です。薬局内の混雑防止や滞在時間の短縮を可能にし、博多駅周辺の忙しいビジネスパーソンのお役に立てることを願った、画期的な薬局になっています。

また、検証実験の段階ですが、本社横にあるドラッグ新生堂中尾店ではスマホ型セルフレジプラットフォーム「ショピモレジ」を活用したセルフレジアプリ「ショピモレジ for 新生堂」を、2021年3月に導入しています。コロナ禍で、非接触・非対面での接客サービスをさらに実現したいと思います。

新しいことに挑戦することで、その先に見える世界があります。ただし、流行を追いかけるのではなく、流行はつくるもの。波に乗ろうとするから乗り遅れるのであって、自分たちが波をつくり出せばいい。つまりは、お客さまの変化に対応するのではなく、お客さまの生活をより良く変化させるために何が必要なのかを考えることを、社員に伝えています。DXの推進は、テクノロジーの導入が目的ではなく、お客さまの生活をより良くすること、社員がより働きやすくなること、この二つが目的でなければなりませんと考えています。

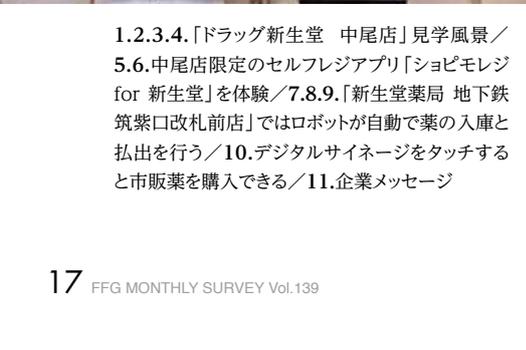
今後は、これまでのビジネスモデルを、高齢化が進む中国で展開したいと思っています。すでに、2021年7月に中国の海南島にドラッグ



11 9



7



8

1.2.3.4.「ドラッグ新生堂 中尾店」見学風景／
5.6.中尾店限定のセルフレジアプリ「ショピモレジ for 新生堂」を体験／7.8.9.「新生堂薬局 地下鉄筑紫口改札前店」ではロボットが自動で薬の入庫と払出を行う／10.デジタルサイネージをタッチすると市販薬を購入できる／11.企業メッセージ



前列左3人目から水田怜社長、水田雅幸会長、柴戸頭取、白石支店長(福岡銀行)

ストアをオープンさせました。越境ECの準備も始めています。新型コロナウイルス感染症が落ち着いて海外からの観光客が戻ってくるのは、まだ先のことでしょう。これまでインバウンドで日本の商品の良さを知った中国の方たちが、自分たちの国で購入できる仕組みをつくっていければと思います。

子育てママや高齢者にやさしい企業でありたい

「優れたテクノロジー」を取り入れると同時に、「温もりあるコミュニケーション」も大切にしています。オンライン服薬指導を推進する一方で、薬剤師がご自宅までお薬を配達する「在宅訪問管理指導」も、全店舗のうちの半分で実施しています。高齢の方に向けては、「シニアご優待デー」を設けていますが、この日は毎回本当に多くの方がお見えになり、スタッフも一日中、さまざまな相談に応じています。

また、子育てママをサポートするためのママ支援コミュニティ「Mom's Style」^{ママズスタイル}と「新生堂薬局アンバサダー」と呼ばれるプロジェクトを立ち上げています。約200名が登録していますが、忙しくてゆつくり買い物ができない子育てママの悩みを共有したり、商品情報を提供



水田雅幸会長

2020年4月の新型コロナ第1波の際には、ほとんどの店頭からマスクがなくなりまして、私たちは店頭に、「マスクありません」と掲げることは絶対にしませんでした。マスクがなくても、「アルコール消毒液はありますよ」「最近の研究で乳酸菌が免疫力を上げることがわかったので、この商品がおすすめてです」と、マスク以外での情報をお伝えし、少しでもお役に

行政と連携協定 有事にこそ役に立つ企業に

したりするなど、ビデオ会議を通じて行っています。数日前にお子さんを出産されたばかりのお母さんが病室から参加されることも多く、子育て世代の心の拠りどころになればと思います。

立つことを心掛けました。また、なんとか入荷したマスクの一部について、福岡市などを通じ、医療や介護の現場に寄付させていただきました。

振り返って2016年の熊本地震の際には、地震が起きた翌日から店を開け、たとえ赤字となろうとも、どの商品も100円や1,000円などお釣りがいらぬ価格を設定。被災してお財布がない方には後日払いにするなど、一人でも多くの方に、必要な商品をお届けすることに専念しました。

新型コロナにしても災害にしても、私たちは有事の時にこそ役に立つ企業でありたいと思っています。最近では福岡県飯塚市と健康や災害支援で連携協定を結びました。健康イベントでの協力、災害時の生活物資の優先的な提供を行うためのもので、市民の健康維持や予防につながるべく取り組みだと思っています。この取り組みは、他の自治体にも広げていく予定です。

地域の皆さまが、週に何度も足を運ぶドラッグストアだからこそ可能な健康づくり、配送ルートを持っているからこそ有事にも迅速に対応できるといったドラッグストアの持つ強みを、健康な街づくりに今後も生かしていきたいと思っています。

■ インタビューを終えて

福岡銀行 取締役頭取 柴戸 隆成

「健康なくらしのお手伝い」を掲げ、地域の方に寄り添った店舗展開を続けておられます。最近では、公式アプリ、セルフレジアプリ、オンライン服薬指導、最新テクノロジーを駆使した待ち時間のない店舗など、DXを取り入れた戦略で時代を牽引しておられます。

一方で、お客さまの声を聞き、ニーズを的確にとらえた取り組みを実践されています。来るべき超高齢社会の中で、これまで以上に地域の皆さまの健康な暮らしに貢献していただけることを期待しています。





 熊本銀行

匠の技とこだわりで、
メイドインジャパンの高品質を、
人吉から発信する。

HひIとTよOよYしOしSしHしI 株式会社

代表取締役社長
よよししくくに

たたけけし
武氏

取引店／熊本銀行 人吉支店

■会社概要

設立:2009年／所在地:熊本県人吉市／資本金:
2,450万円／従業員:110名／事業内容:シャツ
およびオリジナルブランド商品の企画・製造・販売

会社ホームページは
こちらからどうぞ!





本社前(左から吉國社長、野村頭取)

工場閉鎖の危機を回避するため 新会社を設立

熊本県人吉市の高台に立つ当社は、以前は大
手アパレルメーカーの生産工場でした。2009
年、そのアパレルメーカーがリーマンショックの
影響で破綻し、全国に11ヶ所あった生産工場の一
つであったこの工場も閉鎖が決まっていたので
す。その時、私はそのアパレルメーカーの取締役
を務めており、この工場の持つ技術力を無くし
てしまうのは惜しいと考え、工場長たちと生き
残りの方法を探っていました。この工場は当時、
百貨店で扱うドレスシャツの生産に対応してお
り、高水準の要求に応えるための最先端機器と
熟練の職人が生む技術があったからです。

結果的に、事業再生で実績を有する九州の
投資ファンド、株式会社ドーガンからの支援を
受け、MBO(マネジメントバイアウト)の手法
で新しく会社を設立して再スタートを切りま
した。私たち自身はほとんど資金を持たない状
況でしたが、支援を決めてくれたドーガンの森
社長から「あなたの目が火の玉のように燃えて
ギラギラしていた。その目つきが担保のような
ものだ」と言われたのを今でも覚えています。
何度もドーガンを訪ねるうちに、私たちの必死
の思いに関心を抱いてくれたようで、どうやって

この会社を再建するか、世の中にどういう価値
を提供していくべきかを、会社に残った全員と
繰り返し真剣に話し合ったことが道を拓く結
果につながったのだらうと思います。

当初はOEM生産に注力して 会社の経営基盤を形成

何とか船出に成功はしたものの、会社には商
品を生み出すための生地を買う資金もない状態
でしたから、まずはOEM生産だけで事業を開
始しました。他社のブランド品の受注生産は、細
かい仕様書と厳密なルールに従って製造を行わ
なければならぬ難しさがありますが、大量生
産でなく小ロット・多品種の仕事を多く手掛けて
蓄積された確かな技術力があつたおかげで、あら
ゆる注文に柔軟に対応でき、その評判もあつて業
界内での信頼を徐々に積み重ねていきました。

さらに、OEM生産を主力にした結果、自社
で原材料を仕入れずに済むだけでなく、製品在
庫を抱えなくていいメリットにも助けられまし
た。長年この業界に携わってきて、品物の売れ行
きが思わしくなかった場合に発生してしまう不
良在庫のリスクは熟知していますから。

OEM先からの受注生産を続ける一方で、
「いずれは自社ブランドを立ち上げたい」という





吉國社長

日本人が得意とする丁寧な仕事で 世界基準のシャツ作りに挑む

夢はずっと抱き続けていました。当社の技術に目をつけた得意先から「うちの子会社にならな
いか」といった誘いもありましたが、首を縦に振
ることは決してしませんでした。その結果、折り
合いが悪くなつて、もともとあった大口の仕事
を手放すはめになり、工場長から「明日からどう
するのですか」と嘆かれたこともありました。
そんなこんなで当初の数年間、私自身に関し
ては休日もなく事業を軌道に乗せるのに全力で
取り組む毎日。その甲斐あつてか、会社設立か
ら2年で黒字に転換させました。

経営状態がある程度安定したところで、付き
合ひのある百貨店から新商品の共同企画を提案

されたのを機に、高級シャツのオリジナルブラン
ド商品の企画・製造をスタートさせました。

私たちの強みとセールスポイントは、シャツの
着心地と美しさのために手間を惜しまない、
メーカーとしての揺るぎない姿勢です。オリジ
ナルシャツの製造では、日本人の体型に合った型
紙を使用しますが、幾度となく作っては着用を
繰り返し、数ミリ単位で調整しながらオリジナ
ルの型紙を作り上げていきます。そこから、美
しいシルエットと着心地のよさを両立させるた
めに立体裁断、縫製へ。すべての工程は自社工場
で行い、職人の匠の技で二針一針、丁寧に縫い上
げますが、こだわりは細部にまで及びます。腕の
付け根にあたるアームホールと呼ばれる部分ひ
とつとつても、大きくカーブを描いて作ることで
着用時に脇の下でもたつかず、動きやすくな
る。曲線部をきれいに縫うには、高い技術と熟
練の技が求められるのです。

襟部分も、首に沿ってカーブする円筒形にな
るよう、外側と内側の生地を長さを揃えていま
す。そうすることで、ノータイの時にも襟がきれ
いに立ち上がって見える美しいラインとなりま
す。平面の布を立体的な人の身体に合わせるた
めにサイズが微妙に異なる二枚の生地を縫い合
わせる工程では、ミシンを操る絶妙な力加減と
高度な技が必要です。



1.対談風景／2.3.工場見学風景／4.5.6.工場風景
／7.美しいシルエットと着心地の良さを両立させた
シャツ／8.ジャージー素材のシャツ／9.東京オフィ
スのスタッフたち／10.東京での展示会／11.企業
メッセージ



後列左2人目から竹長工場長、吉國社長、野村頭取、富永支店長(熊本銀行)

欧米には、優れた職人たちが自らブランドを掲げて名品を生み出す「ファクトリーブランド」という文化があります。そうした世界基準のものづくりを日本から発信したいという思いから、オリジナルブランド名に「HITOYOSHI MADE IN JAPAN」と、あえて地名を入れませんでした。工場と職人発信のブランドとして、シャツの本場イタリアやアメリカ、そしてアジアでも注目されるようになり、ファン層を拡げつつあります。

シャツをデザインする技と感性で マーケットのデザインへ

紳士用シャツの市場では、海外の大量生産拠点の台頭によって国内生産は年々減少しています。大量生産・大量消費の土俵に載っているうちは価格競争に巻き込まれて疲弊してしまうのは目に見えています。

そこで当社が注力しているのは、市況を分析しトレンドの推移を肌で感じながら、お客様の声を聞き、それを次のデザインに活かして、新たなマーケットを創出する取り組みです。重要なのは、お客様の声を製造現場に落とし込んで求められるものを供給する「マーケットイン」と、自分たちのこだわりを商品に込めて発信する



竹長工場長

「プロダクトアウト」のバランスの見極めです。さらには、自社のブランド価値を高める自社オンライン販売の強化や自社ブランドを展開できる出店計画も今後注力すべき点と捉えています。オンライン販売に関しては、大手通販サイトが手軽で効率的なのは理解していますが、ブランドイメージが正確に伝わらない危惧があると、私たちは考えます。むしろそのリスクのほうが恐い。商品がお客様へ届くまでに流通の過程で他企業が介入する「B to B」「B to C」から「D to C」へと、ビジネススタイルの移行を目指しています。

自社のブランド価値を高く保ち続けるといふ点では、世界中の生産拠点に対する徹底した品質管理などによって市場をコントロールするブランド「ナイキ」が目指すべき存在であり、その手法は当社のお手本としています。

豪雨災害の経験から学んだこと

地域に根ざし、社員の親族にも認められて親しまれる企業になれるようにと、地名を社名にした当社ですが、令和2年7月豪雨災害では自宅が被災した社員もおり、つらい出来事でしたが、絆のありがたさを実感すると同時に、この地で私たちが活動することの意味を知る経験でもありました。

高台にあつて運よく被災を免れた当社は、支援助資の預かり場所として敷地を開放。さらには、オンラインで支援を募り、集まった寄付金と商品売上の一部を人吉市へ寄付。また、報道を見た多くの取引先や仕入れ先からは激励の連絡をもらい、勇気づけられました。

「最大の地域貢献は地元の人々の雇用である」という信念から、当社は毎年地元の高校から新卒者を採用しています。また社員が働きやすく将来の夢を描きやすくなる環境の整備は、社会における「ファクトリー」の地位向上にもつながるものと考えて、継続的に取り組んでいます。

当社はこれからも人吉の名前を冠する企業としてその名に恥じぬよう、地域への貢献を忘れることなく、デザインと着心地に優れたシャツを作り続けてまいります。

■ インタビューを終えて

熊本銀行 取締役頭取 野村 俊巳



大手アパレルメーカーの生産拠点の中でもとくに優れた技術を持ったこの工場と職人を廃業から見事に独立させ、今や世界の有名ブランドの商品をも手掛けられるドレスシャツメーカーへと成長されました。

昨年人吉地方で甚大な被害を招いた令和2年7月豪雨災害の際には、地域のために全社を挙げて復興支援に従事して貢献されました。「HITOYOSHI」の名をさらに広めるべく、引き続き高品質なものづくりに励まれるよう祈念しています。



十八親和銀行

「人と人が出会うまち」

多彩な催事とおもてなしの心で

佐世保に賑わいと笑顔を。

させぼ四ヶ町商店街
協同組合

理事長
川尻 章稔 氏

取引店／十八親和銀行佐世保本店営業部

■組合概要

設立:1958年／所在地:長崎県佐世保市／組合員:89店舗／活動内容:街路灯・アーケード等共同設備の設置・保守による環境整備、商店街のまちづくり推進など

ホームページは
こちらからどうぞ!





させぼ四ヶ町

Nail Salon
ネイルサロン

全身自由に
脱毛できる!
セルフ脱毛サロン
TEL.0956-37-8823

TAVORO

させぼ四ヶ町アーケード入口(左から川尻理事長、森頭取)

アーケードの完成で 一体となった商店街

直線距離では日本一を誇るアーケードのなか
にある、させば四ヶ町商店街の歴史を遡ると、こ
の辺りは昭和の初期にはすでに佐世保の繁華
街として栄えていたようです。商店街として組
織的な活動を始めたのは、1952年の年末売
り出しからであったという記録があります。戦
後の復興が進み始めた頃は、朝鮮動乱の特需も
重なってかなり景気がよく、商店街のお店はど
こも商品が飛ぶように売れたそうです。

私が現在店主を務める布団店もこの商店街
の一員であり、私が生まれて二年後の1958
年に「させば四ヶ町商店街協同組合」が設立さ
れました。

子供の頃の記憶でもっとも印象に残っている
のは、正月の初売りの賑わいです。正月二日の
初売りには前夜から買い物客が行列をなし、早
朝五時頃に店を開けると並んでいた人たちが
どっと店内に押し寄せるほどでした。大みそかも
元日も毎年、初売りの準備に追われて親も従業
員たちも慌ただしくしており、当時は、一般的
な家庭のようにお正月を家族でゆったり過ごす
ことなどありませんでした。それでも、あの頃の

商店街の賑わいは、子供心にわくわくするよう
な活気に満ちていたように思います。

1966年にアーケードが完成したのは、
四ヶ町商店街にとって大きな節目でした。私は
まだ小学生でしたが、500m近くにおよぶ商
店街がアーケードによって一つにつながったよう
な印象でした。聞くところによると、アーケード
建設は、準備段階からできあがるまで十年もの
歳月を要したらしく、完成した時の関係者の歓
びはひとしおだったのではないのでしょうか。記録
写真として残されている阿波踊りのパレードの
様子からは、地域の人たちの歓声が聞こえてく
るようです。

人脈を育み信頼関係を築いて 身に付けた心掛け 「利己心を捨てて利他を考える」

大学進学でいったん佐世保を離れた私が家
業を継ぐ決意をしたのは、就職時期にさしか
かつてからのことです。若かっただけに親に反発
したいような気分が湧いてくる一方で、長男と
して家の将来を考えざるを得ませんでした。卒
業後は名古屋の繊維卸問屋に就職。当時、家業
を継ぐ者はすぐに実家に戻らず、同業の商店で





川尻理事長

数年間の修業に励むのが通例でした。佐世保に帰郷したのは27歳の時。1980年代半ばに向かう時代で、私の子供だった頃にくらべて世の中の消費動向も人々の生活スタイルも、ずいぶん変化していました。親が娘に、嫁入り道具として布団や家具を持たせるような習慣は過去のものになりつつあり、実家の布団店では商品の売れ筋が布団から衣料品に移っていききました。

私は、いづれ経営を引き継ぐべく家業を手伝いながら、商店街の青年組織である「四葉会」に所属して商店街の振興活動に加わりました。同世代の人たちと活発に意見を交わしながら新しい催事企画を練るのは、とても楽しかったです。自分たちの考えを形にしていくのは、苦勞もありますが達成感や充実感を味わえます。当時は、縁台麻雀やミス浴衣コンテストなどを

仲間と一緒に催しました。

四葉会の活動を通じて、地域の人脈を得てお互いの信頼関係を築き、協調性の大切さを知ることができました。商店街は個々の商店の集まりですが、それぞれが自らの利益だけにこだわっているのは成り立たない。むしろ自らの利益を顧みず利他的に行動することで、集団の、地域の未来が開け、結果的に自身のためにもなります。二年前から商店街協同組合の理事長を務めさせてもらっていますが、あの頃の学びが今の活動の支えになっているのは間違いありません。

地域の特色を反映した催しで 佐世保のイメージアップに貢献

平成以降の当商店街が関わるおもな出来事というところ、1990年に新アーケードが完成。1996年に「きらきらフェスティバル in SASEBO」、1998年に「YOSAKOIさせば祭り」がスタート。この二大イベントは当商店街だけでなく佐世保を代表する恒例行事に発展しています。通称「きらフェス」は11月中旬からクリスマスまでの約40日間、おとなりの三ヶ町商店街と繋げて合計約1kmのアーケードにテールを並べ、約4,000名の市民が集う「きら



商店街から
元気な佐世保を
全国に発信中!



11 9 つのパワーを原動力に、街と心を動かしていく。



2016年12月の開催風景



2016年10月の開催風景



2015年12月の開催風景

- 1.させば四ヶ町アーケード完成記念イベント(阿波踊り)
- 2.昭和の初売りの様子
- 3.対談風景
- 4.5.6.させば四ヶ町商店街を見学
- 7.きらきらチャリティ大パーティ
- 8.YOSAKOIさせば祭り
- 9.SASEBO CORE 6
- 10.GC1グランプリ
- 11.させば四ヶ町商店街メッセージ



最前列左3人目から川尻理事、森頭取、岩崎佐世保本店営業部長(十八親和銀行)

さらチャリティ大パーティーを始め、さまざまなイベントが開催され、100万個のイルミネーションが地域を彩ります。もう一方の「YOSA KOIさせぼ祭り」は、今や170チームが参加し、アーケードでは5千人の総踊りが繰り広げられ、その光景は圧巻。西日本最大級の祭りとして賑わいます。

近年では、同じく四ヶ町商店街だけでなく地域全体の活性化にもつながる催しに力を入れています。佐世保の街の風景の一つになっている海上自衛隊の護衛艦をモチーフにした「GC(護衛艦カレー)1グランプリ」も、地域のカラーを色濃く反映させたイベントです。

海上自衛隊の護衛艦では金曜日にカレーを隊員が食するのですが、各艦には自慢の味があります。そこで、イベントでは市民に試食と投票をしてもらい、毎年グランプリを選出します。海上自衛隊佐世保地方隊と当商店街がともに六十周年を迎えたのを記念して2013年に初開催され、2018年まで毎年開催。全国から大勢のカレーファン、自衛隊ファンが集まり、大きな話題になりました。海上自衛隊監修のもとにグランプリを獲得した歴代のカレーを再現してレトルト食品を発売したところ、こちらも好評を得ています。

6 団体が連携して 顧客の回遊性を生み出す

JR佐世保駅周辺には当商店街のほかにも、えきマチー丁目、させぼ五番街、戸尾商店街、京町商店街、三ヶ町商店街と、個性豊かな商店街・商業施設があります。6団体が連携してチームを組み、地域の活気のもちどころとなるよう、「SASEBO CORE 6」を結成しました。各商店が力を合わせて商店街をパワーアップさせるのと同様に、多様な商業形態のシナジー効果で佐世保全体の賑わいを創出するのがねらいです。

共同販促事業第一弾として本年2月に「一店逸品」コンテストを開催しました。6団体から約40商品をエントリーして公募でランキングを決定し、反響を呼びました。3月には「佐世保まちなかスタンプラリー」を実施。総額50万円のお買い物券を景品としてお買い物スタンプを集めながら6つのエリアを巡ってもらおうという企画です。地域の人たちに、いつも買い物をする場所以外の、利用したことのない商店街や施設の魅力を知ってもらうことで、回遊性のある消費行動を生み出したいと考えています。

さらに6団体の事業で、人材育成セミナーも

開催。「地域のために何かしたい」という人のためのコミュニティビジネス講座を通じて、地域の将来を担える次世代を育てていけたらと取り組んでいます。

コロナ禍に打ち勝つ秘策は 連帯感の醸成と利用者の利便性追求

コロナ禍の影響で人々の消費行動は変化しています。生活者の消費に関わる商店街側も意識をアップデートしながら、その時々で求められるサービスを考えていかななくてはなりません。理事長となつて以来、私が力を注いだできたのは、各商店が足並みを揃えられる連帯感の醸成。手作りの理事会通信や、組合員向けの公式アカウトで情報共有を徹底し、組合員だれもが声をあげやすい雰囲気づくりに努めてきました。

そしてまた、商店街が元気であることがまち全体の活気を示すものであるという認識のもと、まちなかの賑わい、楽しさを常に提供することが最大のミッション（使命）だと捉えています。当商店街は、これからも「人と人が出会うまち」として、交流を促し、賑わいを演出して、活気あふれる安全・安心のまちづくりに貢献してまいります。

■ インタビューを終えて

十八親和銀行 取締役頭取 森 拓二郎

数多くの専門店が軒を連ねる佐世保の目抜き通りで、長きにわたって住民の生活を支え続けてきた四ヶ町商店街。大規模イベントや海上自衛隊とのコラボレーションなど様々な賑わいをみせ、つい足を運びたくなる場所として生活に浸透しています。

また、近隣商店街との共同販促促進事業など組織に関わらず、地域全体をみんなで元気づける活動にも注力されています。

これからも、商店街の特性を活かしたイベントで人の出会いを促し、地元佐世保の発展に寄与されることを期待しています。

