

## 「板橋ユニーク店舗大賞」への取り組み

中村 昌幸

『板橋ユニーク店舗大賞』事業では、企業内診断士フォーラム会員を含めた多くの企業内診断士が事業運営を支えている。本稿では企業内診断士の本事業への取組みについて紹介する。

### ■板橋ユニーク店舗大賞の概要

「板橋ユニーク店舗大賞」は、店のつくりや店舗運営、地域社会との共生などに独自の取り組みを行っている店舗の表彰制度である。

板橋区商店街連合会（以下、商連）と板橋区中小企業診断士会が主催し、板橋区役所（以下、区役所）も協力に名を連ねる取組みとして、ユニークな店舗を消費者に知ってもらうことで、売り上げ向上など受賞店舗の発展を支援するとともに、商店街全体の活性化、振興につなげていこうというものである。2009年度に創設され、2009年度と2010年度で計8店舗への表彰が行われている。今後も毎年の時勢にあったテーマ設定を行うことで様々な視点から調査し、ユニーク店舗を発掘することが期待されている。

### ■本事業への企業内診断士の参加状況

「板橋区ユニーク店舗大賞」事務局メンバーとして、板橋区診断士会所属の中小企業診断士が7名活動しており、うち6名は企業内診断士フォーラムにも所属する企業内診断士である。また、調査員としても多くの企業内診断士が活躍しており、実際に商店に足を運び、多岐に渡る評価項目に沿って調査し報告するという本事業の最も重要な役割を担っている。2009年度の調査員14名のうち13名の企業内診断士が参加し、さらに2010年度には全調査員18名の企業内診断士が参加した。本事業では、限られた予算の中にあっても一定水準の調査を実施するための人材が必要であり、このニーズに対し実務従事者の機会を得たい企業内診断士が対応した格好となっている。企業内診断士にとっても、商店の実際の取組みや商店主へのインタビュー等を通して商店街や個店の実態に触れる貴重な機会となっている。

### ■板橋ユニーク店舗大賞 事務局の取組み

板橋ユニーク店舗大賞は、その名の通りユニークな店舗を表彰するものであるが、テーマ設定を毎年設定し表彰対象を変更することで、同じ店舗が続けて表彰されることなく、継続的に様々なユニーク店舗を発掘する仕組みとしている。毎年の『テーマ設定の検討』については、先ず事務局にて検討を行い、具体化した上で実行委員会に提案を行っている。2009年度は初回とい

うことで、板橋区商店街連合会の加盟全店舗を対象としたが、選定のポイントとなる「5つの視点」を整理し、ユニーク店舗を選出した。2回目の開催となる2010年度は今日的課題である「事業継承」をテーマとして設定し、後継者のいる店舗を対象としてユニーク店舗を選出している。

また、事務局では『評価項目の作成』を行っている。これは、毎年のテーマ設定に合わせて調査員が評価を行う際に基準として使用されるものであり、様々な視点を考慮し多角的な評価を行うと共に、各調査員による評価のバラツキを抑えるため、定量的な点数化を行うための加点基準を設定したものである。2010年度には『事業承継』としたテーマを設定したため、これに該当する『対象店舗の絞込み』と調査員の作業を円滑にするための『事前調査』を新たに実施している。具体的には、各商店街会長から「後継者のいる店舗」の情報を収集し、店舗所在等を取り纏める作業を行った。調査員が実施する商店主へのインタビューをスムーズに行うための事前資料として、当該店舗の先代と後継者の予備情報を記入頂くアンケート作成し、商店会を通して回答の回収を行ったものである。

調査員による店舗調査完了後には、『調査結果の整合』作業を実施している。調査員による評価のバラツキを抑えるために『評価項目』を作成していることを先に述べたが、調査員の人数も多く、調査班が8~9グループあるため、平均点の偏りや評価基準の解釈の相違がどうしても発生することが避けられない。このため調査完了後に調査員に参集してもらい調査員報告を開催した。この場で各班の評価内容のすり合わせすることで評価結果の整合を図り適正化している。

審査委員会に対しての『受賞候補店舗の報告』も事務局にて対応している。審査委員会による審査では、大賞・銀賞・銅賞を決定するが、審査対象全ての店舗を一店毎に審議することは難しい。このため事務局にて受賞候補店舗として10店舗以内を目途に絞込んで報告している。具体的には、調査員報告会での議論をもとに得点調整等のデータの補正をした上で、受賞候補店舗情報を審査資料として、審査委員会に報告を行うものである。

この後、審査委員会では審査会及び、実際に審査委員が受賞候補店舗に赴いて受賞店舗が最終決定され、商連の新年会にて表彰される。事務局ではパブリシティ活動にも対応しており、本事業のパブリシティ原稿を作成し区役所広報やCATV等の地域メディア、新聞各社へ配信し本事業の広報活動を実施している。

## ■板橋ユニーク店舗大賞 調査員取組み

ユニーク店舗大賞の成功には、適正な調査結果に基づいた納得性のある表彰結果が不可欠であり、調査員の活動は本事業の成否を左右する非常に重要なものである。実際に調査員が綿密な調査を行った結果、商連や区役所などの関係者にもあまり注目されていなかったユニークな店舗を発掘するなどの

成果を上げている。

2009年度の調査活動は、板橋区内全域を対象としてユニーク店舗を発掘するため、調査対象は約2500店舗にもなる。調査員を2名1組のグループ分けを行い、主に板商連の支部単位で担当地域を割り当てて調査活動を実施した。ひとつの支部には8～9の加盟商店街があり各商店街の様相も様々である。まずは評価項目に沿って、外観や店舗施設について全商店街を実際に歩いて回り、主に外観を中心に評価を行う。さらに、ここまでの評価項目による得点が高い店舗について、店内に入り店内施設の特徴や商店主へのヒアリングし評価を進めた。

2010年度の調査活動は前年度とは方法が異なり、商店の先代や後継者と面談形式による調査を実施している。事前アンケートにて、先代には創業時期、店舗の理念、後継者育成への取組み等について簡単に記入を頂き、後継者には継承の際の苦勞、後継者としての新たな取組みについて簡単に記入を頂いている。評価対象店舗は「後継者のいる店舗」の中からの応募店舗となるため108店舗と前年度から対象店舗数は大幅絞られているものの、『事業継承』をテーマとしてことで調査方法を店主との面談としたことから、店舗毎にかなり時間をかけた綿密な調査を実施している。

調査員という立場での商店評価は、店舗の長所や短所についてつぶさに観察するという点において商店診断と同様であり、企業内診断士にとって大変参考になる経験となったとの声が多く聞かれた。実際に商連には評価結果とは別に、担当地域の商店街について提言をレポート作成し提出しており、診断活動を実施している。

また、店主との綿密な面談を通して店舗理念の継承の重要性や、業界の慣例にとらわれない後継者のチャレンジ等、有力商店の取組みに触れる事ができた。こうした点も企業内診断士が本企画に参加することにより得られるメリットとの声が多く聞かれた。

## ■最後に

今回は板橋ユニーク店舗大賞での企業内診断士の活動という視点で紹介をさせて頂いた。本事業は、板橋区中小企業診断士会が実施する事業としても、板橋区商店街連合会や板橋区役所と連携した重要な事業と認識している。このような責任のある事業へ企業内診断士への参画機会を与えて頂けることは大変ありがたいことと感じている。

企業内診断士は、週末や平日夜間を主体とした活動が中心とならざるを得ない時間的制約をもつが、これが相手先に迷惑をかける理由であってはならない。企業内診断士が責任ある業務に対して、一定の品質と納期に応じたサービスを提供する実務経験を、少しでも取組み易い形態で得られることは非常に益であると感じている次第である。