

2025 年度 未来を作る個店支援事業実績

支援商店街
支援対象店舗
受託事業者
支援期間

近鉄蟹江駅前通り発展会（蟹江町）

婦人服店、フィットネスジム、高級食パン店、呉服店

株式会社 PATCHWORK

2025 年 7 月～2026 年 2 月

・ 各個店へのヒアリング、取組計画の作成（7～9月）

アドバイザーが店舗を訪問し、現状の把握、課題の洗い出し、希望する取組内容を聞き取り、集客力向上に向けた取組計画を店主とともに作成。

・ 取組計画に基づき、アドバイザーが集客力向上に向けた取組を支援（10～1月）

各店舗を定期的に訪問し、それぞれの個店の課題・方向性に応じた提案を行い、改善活動を実施。

・ 成果報告会（2月）

支援対象となった店舗へのアドバイス内容等を商店街内の他の個店や、他の商店街においても共有し、魅力ある店舗づくりに活かしていただくことを目的として開催。

・ 改善後のアフターフォロー（2月）

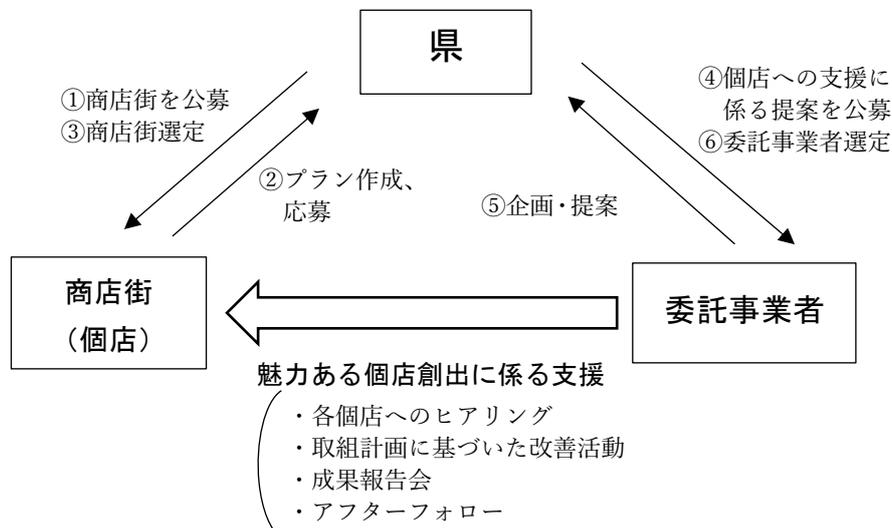
トータルの訪問回数は各店舗 10～15 回程度。

主な取組事例

○店舗改善（店舗改装、オペレーションの改善等）

○新商品の取扱いに係る提案

事業イメージ



<支援事例>

①婦人服店

< 現 状 >

現在は婦人服を展開している。ハイセンスな価格帯だけではなく、値ごろ感のある商品展開も考えているが、なかなか顧客獲得や販路拡大には繋がっていない。

<希望する取組>

現店舗の有効活用や店舗の見せ方など、客観的な視点からアドバイスをいただきたい。

<本事業における目標>

今回の事業をきっかけとして、現在の店舗全体についてあり方（品揃え、ターゲット、取扱いブランド等）を見直していくこととする。またレンタルルームとして女性が利用できる貸しスペース空間を設けて、これを宣伝し客層の若返りを目指したい。

レンタルルーム増設により、新規客にも価値の高い外観の魅力アップとして、駐車場と店舗入口の整理（植栽）、看板のリニューアルと事業名（レンタルルーム）追加、売場と倉庫の整理、照明の入れ替え、保管備品の整理等を進めていく。

< 成 果 内 容 >

- ・レンタルルーム併設による新規利用客の獲得を目指しチラシを作成。
- ・看板デザイン（レンタルルーム増設をPR）をリニューアル。
- ・レンタルルーム側の入口の植栽整理を行い刷新。
- ・アパレルでの商品価値を再度向上させるため照明計画を実施。

②建築会社（当初飲食店→健康づくりジムに変更）

< 現 状 >

古民家再生を得意とする建設会社が手掛ける飲食店。メインは「低温調理」を得意とする専属シェフによる料理とお酒を提供する夜営業。

<希望する取組>

飲食店は、昼営業を行う際の留意点・事業展開を図る上での課題などのアドバイスを希望する。

<本事業における目標>

建設会社の狙いである地元顧客とのつながり強化を目指す上で、ジムの顧客数が思ったより増えていないという課題があり、その課題解決に向けての取り組みを行うように修正した。現在3分の2の会員女性客の拡大に向けて、特に店内外のPRを見直す必要性があることを共通認識として取組むこととした。

対象顧客である女性向けにアンケートを実施する。なぜこの施設を利用しているのか？顧客の狙いについて仮説を立てる。信号に近い通りでもあり、通勤通学道路でもあり、視

認性は高い立地であることから、立地を最大限活かしたメッセージやデザイン案を提案する。上記コンセプトに基づき施設内の機器利用についてのあり方を見直していく。

《 成果内容 》

- ・利用顧客の目的を把握するアンケートを実施。
- ・運動型ジムではなく体幹型のジムであることの言語化を検討。
- ・外観（道路側、歩行者側）へ看板デザイン（ビジュアルと言語）を提案。

③高級食パン店

《 現 状 》

3年前に創業。高級食パンの立ち上げコンサルを受けて独立。コンサルに係る継続費用は小麦粉の購入のみ。開業時から高級食パンブームの終焉が来つつあり、厳しい開業であった。開業当初からは売上が半減している厳しい状況である。

《希望する取組》

外販や総菜パン、菓子パン等の販売を増やしているものの、品揃えと売場スペースの限界、ロス発生等の課題があり、今後の方向性に懸念がある。高級食パン専門店としての存続による戦略を再構築したい。

《本事業における目標》

高級食パン専門店としてのあり方を、プチギフト提案商品と見なして、存続と新規顧客の獲得を目指す。ギフトメッセージや包材等の革新、看板のメッセージ強化等の立て直しパッケージを展開する。

《成果内容》

- ・ギフト利用のメッセージを包材へシール化、ギフト利用客の拡大を図る。
- ・看板の手書きデザインを実施し顧客へのPRを実施。
- ・高級食パンをギフト活用にするイメージ提案をガラス面で実施。

④呉服店

《 現 状 》

一般的な呉服屋とは違い、価格帯が高い“美術着物”と言われる、いわば工芸品としての商品を展開している。

《希望する取組》

次世代へ経営を継承していく上で、ネットでのPR、いわゆる一般的なホームページではなく、価値のあるWEBサイトを構築し、販路拡大を図っていきたいと考えている。

《本事業における目標》

次世代業態への移行段階として、商品の質の高い見せ方、空間の魅力と活かし方からスタ

ート、運営や接客、オペレーションのあり方など大きな転換へ向けての従業員意識改革のため、第一弾の小さな改装を実行する。

商品の魅力を高めた売場の魅せ方（商品陳列）を提案。ディスプレイに必要な既存設備の再利用し、店内奥の在庫置き場、倉庫や休憩室には手を付けない。

《成果内容》

- ・ガラスウィンドウを開放的にして地域内でのイメージチェンジを実現。
- ・商品陳列スペースを拡張して、高級感を高めた MD を実施。

支援を受けた個店の感想

- ・ヒアリングを経てレンタルスペース化の提案を受け、店内の整理、照明、外回り看板などの改善で「新しい風」が入り、再挑戦の意欲が戻った。
- ・入口の見た目の劣化は店内にいると気づきにくく、外からの視点が大きい。
- ・外観から存在が伝わりにくい課題があり、利用者アンケートでニーズを明確化できた。
- ・丁寧なヒアリングでやりたいことが再確認でき、目に見える改善に加えて「次へ進む勇気」が最大の成果。
- ・まずは行動するということの重要性を再認識できた。

成果報告会参加者からの感想

- ・店主の皆さんの自己効力感が高まっている。次の一歩が踏み出せそうであり、それが続くことが期待できそうである。
- ・各店舗の皆さんがやる気になっていらっしゃったのが何より良かったと思いました。
- ・どの店舗の改装もそれぞれの店舗の方々の想いが伝わり、素晴らしいと思う。
- ・個々の店主が課題意識を持っているか持っていないかは非常に重要な要素だと再確認した。
- ・商店街を若い世代に引き継ぐいいきっかけになりそうです。