

平成26年4月1日から消費税率引き上げ 5%⇒8%!

全振連の指導助言のもと、消費税の適正・円滑な転嫁を促し商店街の振興を図ることを目的とした消費税転嫁対策事業（相談・指導事業および普及啓発・情報提供事業）を石川県内各地で開催

平成25年11月から1月にわたり消費税の適正・円滑な転嫁を促進するため、石川県内の4会場において、改正消費税の普及・啓発に講習会を、また全振連から委嘱された税理士による消費税転嫁対策相談会がおこなわれました。

会場の設営からアンケート調査等にいたるまで何かと多大なご協力をいただきました会員の皆様には感謝を申し上げます。

消費税転嫁対策講習会、相談会の実施状況は次のとおりです。

Ⅰ 普及・啓発・情報提供事業（講習会の開催）

- ① 日時 平成25年12月9日（月）
平成26年1月20日（月）
- ② 場所 小松、輪島の各商工会議所
- ③ 概要
 - ・消費税転嫁対策特別措置法について
消費税の転嫁拒否対策、消費税転嫁を阻害する表示、価格表示について、消費税の転嫁および表示の方法について
 - ・消費税について
消費税とは、消費税の課税・非課税取引、免税事業者、消費税の簡易課税制度、消費税の任意中間申告制度、転嫁カルテル・表示カルテルの届出
- ④ アンケート調査
- ⑤ テキスト 消費税の手引き、消費税転嫁対策テキスト



Ⅱ 相談・指導事業

- ① 日時 平成25年11月～平成26年1月
- ② 場所 金沢2か所、小松、輪島
- ③ 回数 20回
- ④ 相談員 全振連から委嘱承諾のあった税理士4人
- ⑤ 概要
 - ・電話による相談会 16回（商店街組合員・会員45人から相談）
 - ・現地個別相談会 4回（商店街組合員・会員73人から相談）
- ⑥ 主な相談内容は次のとおり。
 - ・転嫁拒否に関する相談 トラブル時の相談窓口
 - ・その他転嫁に関する相談 免税事業者の消費税相当分の価格転嫁について
 - ・価格表示に関する相談 値札の付け替えが間に合わなかったときの対応策



- ・転嫁・表示カルテルに関する相談 商店街が共同カルテルを定めることについて
- ・消費税転嫁対策特別措置法の適用期限について
- ・消費税制度に関する相談 基準期間、請負・リースなどの消費税の取扱いについて
- ・消費税引き上げに伴う経営相談 売れ筋商品と一般商品のメリハリ販売時の注意点
価格の見直しの時期は？レジの対応は？

(参考) 2014年度税制改正大綱（平成24年12月12日）の概要（抄）について

- 1 民間投資の活性化
生産性の向上につながる設備投資を促進するための税制措置を新設
- 2 中小企業対策
中小企業が機械等を取得した場合の特別償却または税額控除制度を3年延長する。また、パソコンやソフトウェアなど30万円未満の少額資産の投資促進を図るため、全額を即時損金算入として認める特例を28年3月31日まで延長する。
- 3 法人課税
 - ① 復興特別法人税の1年前倒し廃止
 - ② 交際費等の損金不算入制度を見直す。交際費のうち飲食のために支出する費用の50%を損金に算入する。選択適用とした上で適用期限を2年延長する。
 - ③ 地方法人課税の偏在是正
 - ・法人住民税法人税割の税率の改正（14年10月1日以後開始事業年度から適用する。減額分は地方交付税として配分される。消費税率10%時には増額）
 - ・地方法人税（国税）の創設（基準法人税額に4.4%の乗率を乗じて計算した金額とする。規模を3分の2に縮小する。消費税率10%時に廃止）
 - ・地方法人特別税の税率の改正（14年10月1日以後開始事業年度から適用する。）
 - ・法人事業税の税率の改正（14年10月1日以後開始事業年度から適用する。）
 - ④ その他
 - ・消費税の簡易課税制度のみなし仕入れ率を金融・保険業は現行の60%から50%に、不動産業は50%から40%にする。15年4月から適用

(その他)

- 1 都市再生特別措置法の改正（案）
町の中心部（都市機能誘導区域・鉄道駅やバスターミナルを中心に半径数百メートルの範囲設定）に都市機能を集める「コンパクトシティ」づくり促進支援策
 - ・企業が郊外にある施設を売却して得た譲渡益は8割まで課税を繰り延べる。
 - ・中心部に移った施設が立体歩道などを備えている場合、その部分の固定資産税を当初5年間2割減額する。
 - ・提供した地権者が新複合施設などに住む場合、譲渡益にかかる所得税を全額繰り延べる。他の場所に移り住む場合も所得税を15%から10%に、住民税を5%から4%に減額する。
- 2 法人実税率の引き下げ検討
- 3 欠損金繰越控除制度の縮小検討
- 4 消費税の軽減税率制度について 税率10%時に導入する（時期は未定）。

金沢市商店街連盟青年部長太田有彦氏による「金沢市の若手商業者の思い」と題した講演があり、次代を担う商店街若手の地域への熱い想いを語る。

武蔵の地で家業を継ぎ営むことから、へたな景気指標より自分たちの判断の方が確！まちはこういふことで成り立っているのだ！を実感。

大型店は売ることのみ専念しており脅威としない。歴史文化を担っていること、まちなか専門店には決して立ち打ちはできない、などまだまだできることがある。ひととひとの楽しい会話がある。これも大型店にはない。おしゃべりしたいだけでお店に来てくれる。会話を求めている。ひととの会話をつくり出し、つなげていくこと、これが商店街の一番の役目。なすべきことは！地域の担い手（商店街は町会の一部であったことをすっかり忘れていないか!!）として果たすべき役割はもっともつとある。そのなかで商いを追求していくは大切。大型店にはない色々な切り口がある。

- ・ぜひ、自分のまちを大好きになって欲しい。そのとっかかりを探して欲しい。
- ・自分の代で終わるのではなく、先輩として提示し、次世代に伝えていく。
- ・“ひとはさみしい” コミュニティをもう一度見直してみよう。
- ・いちいちお金を掛けなくてもできることはある。
- ・できないことの原因探しはせず、できることを探してみよう。
- ・我々おとなもよ！バリッと！くたびれたサラリーマンが、アッ！かっこよいなあ！と言われる個々でありたい。
- ・そうすれば、ひとはおのずと集まってくる。

(結句)

あなたの笑顔は

ひとに伝染する。

まちを、ひとを元気にする“モト”となる。

平成23年度中小小売商業活性化フォーラム

「身近な存在として、頼られる商店・商店街をつくる」

3.11東北大地震を機にお客さまとお店とのつながり・「絆」の大切さ、必要性が再認識されてきており、これからの小売商業のあり方について、ヒントが隠されているのではないかと。お客目線に徹底的にこだわり、お客さまとの“きずな”を大切に、厳しい商環境をもとめせずに活躍している好事例を紹介。(平成23年11月17日東京都秋葉原ダイビルにて)

(東京都・東京都中小企業振興公社主催)

パネルディスカッション……「お客さまとの絆を活かす商店経営」

コーディネーター……小林憲一郎氏 流通経済大学流通情報学部教授

パネリスト……市野澤利明氏 合資会社亀太商店(墨田区)

荻原 利尚氏 株式会社京橋堂 ベスト電器中野川島店(中野区)

神野みゆき氏 ワイン居酒屋メルカート(世田谷区)



I お店の紹介

1 合資会社亀太商店(墨田区)

当店は、JR総武線両国駅から徒歩15分、コメ販売に特化、孤軍奮闘している老舗のお米屋さん。95年新食糧法の施行によりコメ流通への参入規制が緩和され、「守られ」から一転競争のまっただ中に。スーパーやコンビニ、ディスカウント店でもコメの販売が始まり、強い危機感をもつ。

注文が激減するなか、大型店との価格競争では勝ち目がないことから、逆に少量をその場で販売しておいさを売りにするやり方で、ほかのお店にはない特色を出している。少量からの量り売りや精米にこだわることに加え、味にも用途にもお客さまのリクエストに応える、こだわり特色あるお米屋を目指し需要創造への挑戦が続く。買いて来るお客も20代30代の女性が多く、クチコミ、ネットなどによりお客がお客を呼び効果も出ている。

- ・店頭精米 生鮮食品としておいしいを味わってもらえる。
- ・分づき米 40種×7段階=280種のコメを味わってもらえる。
- ・500グラム(3合)単位の量り売り 産地による様々な味を味わってもらえる。
- ・産地、品種の異なるコメ40種余りを品揃え作付け面積の少ないめずらしい種類も店頭におき、それぞれ異なる甘み、粘り、香りをレクチャーする。
- ・産地農家との交流 ミントの香りで虫を寄せ付けないで栽培する「ミント米」を共同開発する。
- ・リサイクル活動 繰り返し利用する米袋をポイント代わりに活用。買い物の際に米を入れる袋(購入の際お米の名前シール貼付。お客の好みのお米を紹介するためのツールとしても活用)持参すると、1回につき1個「感謝COM BAG」スタンプ。5個でお米1合サービスされる。
- ・ギフト市場(ネット販売)引き出物「幸せ重ね重ね縁起米」、「飯とったり百戦百勝」商品開発
- ・農業高校で作った「学校米」(試作米)を「熱血青春米」として商品化する。
- ・「食育」に貢献

11の小学校に、教師が伝えられないこと—お米はどうやってできるのか、種籾からご飯になるまで、実際に触って体験。感想文出してもらって—手間暇掛かることを実感してもらえる。そんなところを教えてもらえるのが専門店の役目かなと思う。

- ・中高生をお店で開く実施研修「亀太塾」に受け入れる。
- ・プロモーション強化 商品に対するこだわり、想いをPOPに掲示する。

2 株式会社京橋堂 ベスト電器中野川島店(中野区)

「地域の明るく元気な暮らしに貢献」を合い言葉に、大型量販店と競合すべくフランチャイズシステムを利用した、ニュー家電製品を中心に、豊富な品揃えと激安価格で人気の家電販売、修理に、さらには、

信頼できる専門業者と提携した安心、格安の住宅のリフォーム、バリフリー増改築や介護用品の販売・レンタル、白アリ・ネズミ駆除や補聴器の出張無料精密検査もおこなうなど様々な地域密着サービスを提供している。また、店舗2、3階では、カルチャーセンターを開設。音楽教室(ローランドミュージックスタジオ)や貸会議室として、40年にわたり幅広い世代のお客さまに親しまれている。

3 ワイン居酒屋メルカート(世田谷区)

当店は、ヴェネチアのパールの雰囲気再現に想いを込めて平成18年にオープン。仕事帰りに1人で立ち寄る地元客も多い地域密着型ワイン居酒屋。

毎月4回のペースでボサノバやジャズを中心に、様々なジャンルのミュージシャンによる「生ライブ」があり、「地元のワイン&音楽好きで賑わう“駒沢の社交場”」となっている。また、近隣の児童養護施設でボランティアスタッフとしてメルカート主催のジャムセッション(即興演奏)を開催するなど、積極的な地域交流活動を行っている。知らないまちでどうして成功したのか。それは、地域のひとが来店してくれたことが、今につながってきたと思う。

II パネルディスカッション

1 お店と「絆」をつくるためには

- ・誠心誠意(1)
- ・信頼(0)
- ・業務以外のことでも地元の“困りごと”を言ってもらえる雰囲気づくりとその解決につながる他業種とのネットワークづくり
- ・感謝(K)

お客さまとは持ちつ持たれつの関係

2 「絆」を深めていくための策

- ・初回のお客は最も大事にしている(“お米屋さんでこんな話聞いたの初めて！お米のストーリーを語る、コメ袋持参でリユース。(1)
- ・そこに行って聞いてみよう、の雰囲気をつくるのが大事。いつでも相談に乗ってくださいと言われる様な会話を。それが高じてくると深い話ができるようになってくる。(0)
- ・お客との距離が非常に近い商売であることから、お客とお店以外でも一緒に楽しむことで「絆」を深めることにつながる。(K)

3 「絆」づくりに失敗することも(深い付き合いになると困ることも?)

- ・余計なお世話にならないように。お客として何が必要なのか常に認識する。(1)
- ・気に入らなかつたことも言ってもらえるように持っていくことは大切。(0)

4 川島商店街振興組合の副理事長のOさんから

組合員のひとが商店街で買い物をしてくれれば何百人もお客となる。またいずれかは、自分に跳ね返ってくる。お客の紹介を仕合う—つながる—絶対無視してはいけないと思う。

平成25年度第1回全国商店街青年部指導者研修会から

(商店街ニュースNo99から続く)

小松中心商店街振興組合連合会アドバイザー村中雅彦氏による講演から「小松中心商店街活性化の取り組み 鉄道模型工房『つく〜る』」をとし小松中心商店街のあるべき姿の一面を語る。

商店街では、自分が好きなこと、趣味的なことをしてみよう。そうすることで、個性的で地元以外からひとが集まる商店街になる。

(1) 小松商店街鉄道

子どもも大人も夢中になる鉄道模型でまちづくりを目指す「小松商店街鉄道」が平成17年10月、三日市商店街にオープン。レイアウト制作販売に加え、オリジナル紙製鉄道模型の制作販売もおこない、県内外から多くの鉄道ファンが訪れる。建物の老朽化により閉鎖されるも、後継施設として平成23年3月、模型の走行だけを楽しむことができた前者とは異なり、「ものづくり」を堪能体験できるようにした「まちなか鉄道博物館」として再開する。

(2) 「集まれ！次世代商店街つ子 冬の1000人巨大ジオラマ制作プロジェクト」ペーパークラフトを介させることで、イベントの有無に左右されない日常の来街促進を目指す。

入り込み数9,811人、材料を取りに来た人5,108人、作って持ってきた人2,804人、写真展・クイズラリー参加者135人、その他1,767人にその成果がみて取れる。

- ・巨大ジオラマ（小松まちや）制作
- ・運転体験、鉄道関連放映
- ・休日店長
- ・鉄道写真パネル展、まち巡り・クイズラリー

(3) 集まれ趣味人！こだわりのハンドメイド&ソーシャル商店街創造事業

「春の国際食 作ってみよう簡単レシピ」と「秋の作品展」を開催し、その間にこだわりを持つ趣味人と商店街の連携を確立し、「こだわりの食」を求める人々の賑わい促進を図るとともに、「趣味人と共に歩む商店街」行動計画を作成、実施への道筋をつけることで長期的商店街活性化につなげる。

- ・「こだわりの逸品開発」調査
- ・こだわりハンドメイド「分科会」の組織と小規模「作品展」
- ・「ソーシャルネットワーク」を利用した経過情報発信
- ・「春の国際食 作ってみよう簡単レシピ」の開催
- ・小規模企画実行とPDCAの繰り返し
- ・「秋の作品展」の開催
- ・アンケート分析と“趣味人と共に歩む商店街”行動計画作成



平成25年度第2回全国商店街青年部指導者研修会に参加して

先日、東京都中野で開催された全国青年部指導者研修会。東京で開催される時は座学が中心となります。今回もそれに従い、商店街の活性化についての講演を聞きました。もちろん、継続された商店街活性化補助金など、重要な部分も多かったのですが、今回特筆すべきは板橋区の斉藤部長のお声掛けで設けられた、いわば「座談会」です。先に述べたとおり、今までの研修会は文字通り、「聞く」のが中心で、それぞれの地域の商店街が意見を述べたり、問題点を提示することはありませんでした。

それが今回は、「お集まりの皆さんの声を聞く」という考えで、時間枠が

設けられていました。初めてということもあり、参加者も戸惑いがちで、多くの意見が出されたとは言い難いものでしたが、とても貴重な時間でした。こうした時間を有効に活用し、全国の商店街が色んなことを「共有する」。それによって、今まで何の繋がりもなかった地域が連携していくことができるのです。今後、この「座談会」という時間が大きな可能性を感じさせてくれた、そんな指導者研修会でした。

武蔵商店街振興組合 副理事長 太田有彦

平成25年度全国商店街女性部セミナーに参加して

平成25年度全国商店街女性部セミナーに参加してきました。開会のあと、来年4月より施行「消費税転嫁対策について」公認会計士・税理士の金子尚貴氏による講演がありました。価格表示を明確にすることなど説明がありました。4月以降の景気の不安を持ちながら聞いてきました。

次は木暮経営企画研究所の木暮衣里氏による「商店街の「おもてなし」」の講演です。

「おもてなし」とは

お客様とのあらゆる「接点」に関わるもの。
素晴らしい「おもてなし」は幸せな体験・思い出につながる。

〈日米の違い〉

アメリカ型「ヒーロー（英雄）」	日本型「バトラー（執事）」
◇攻め…インパクトがある	◇守り…じわじわ効く
○サプライズ	○控え目
・ハブニングに強い	・常に準備しつつ待機
○エンターテイメント	○細やか
・気分を盛り上げる	・言葉で表わせない
・楽しませる	・ニーズをくみ取る

具体例として

日本代表「帝国ホテル」

- ①バーでは、一杯目は標準の位置にグラスを置く。二杯目からは、お代りをされた時の位置にグラスを置く。
- ②パーティーや宴会では、次にスピーチする方にコップ1杯の水をご用意する。
- ③釣銭は常に新札を用意する。
- ④コーヒーカップの傾きで、お代りのタイミングを読む。中身が少なくなると、口とカップの角度が垂直に近づく。
- ⑤お客様のお名前を知っていても、あえてお名前を呼ばないでご挨拶することもある。

アメリカ代表「ノードストローム」

- ①「どんな商品でも返品を受け付ける」という方針を試そうと、ある人がノードストロームでは販売していないタイヤの返品を求めた。販売員はこの顧客にタイヤの価格をたずね、快く返金した。
- ②顧客が売り場のカウンターに飛行機のチケットを置き忘れた。販売員が空港に電話を入れ、その顧客にチケットを再発行してくれるように頼んだが、返事はノー。そこでタクシーで空港に駆けつけ、顧客にチケットを手渡した。

エンターテイメントで細やかな「おもてなし」の代表は「東京デイズニード」です。

以下は各地商店街の発表内容です。ヒーロー型とバトラー型に区別してみました。

○ヒーロー（英雄）型

- ①ゆるキャラ「ピカちゃん」を通じ宣伝アピールをしています。子供を主とした（ピカちゃんのゆかいなオリンピック祭り）大人を主とした（よさこいinかみいた）鮎、エコバック、ノートetcピカちゃんグッズを製作・販売し年2回イベントをしています。（上板橋北口商店街）
- ②商店街の「映画」を製作しました。出演者監督はすべて商店街のメンバーです。（富山市千石町通り商店街）
- ③「リボンスタンプ」事業をしています。毎日買い物に来てくれるお客様を大切にしています。だからイベントもスタンプがないと参加できません。京都の土地柄で観光客がイベントに参加するために、商店街で買い物をしてくれます。魅力あるイベントです。（京都三条会商店街）
- ④午後4時にラジオ体操をしています。店主が高齢化しているので、健康のために始めました。TVで取り上げられてから、街の名物になりました。（那覇市平和通り商店街）
- ⑤フラッグアートを募集して街を美術館にしています。（岐阜市商店街）

○バトラー型

- ①ランチクラブ（高齢者の食事会）を行って社会貢献しています。「とれたて村」で地方の野菜を売ること交流しています。（ハッピーロード大山商店街）
- ②地産地消 枝豆、ほうれん草の地物を高齢者世帯へ宅配サービスしています。（岐阜市商店街）
- ③毎日、オレンジの法被を着て掃除しています。（青森市新町商店街）

以上の発表がありました。

どの商店街の方も郊外の大型店に若い人達が行ってしまっ街の中は静かだと話していました。「おもてなし」が伝わるように努力していかなければならないと思いました。

“ヒーロー”であり“バトラー”であることが必要なのです。何が出るのか？問いかけながら帰路につきました。皆さんの「おもてなし」がお客様に伝わりますように。

片町商店街振興組合 理事 一ノ谷典子



I 講演 「人を呼ぶ街づくり」

西條允俊氏 株式会社街づくりまんぼう代表取締役

石巻市は、北上川河口に位置し商業、交通、業務施設などが集積した地域として江戸時代から栄えたまちであったが、モータリゼーションの進展、大型店の郊外立地などから「まちの顔」としての中心市街地の空洞化が顕著となった。平成11年3月「石巻市中心市街地活性化基本計画」策定。平成13年2月企画調整・事業実施型（自ら収益を上げる）のTMO、株式会社街づくりまんぼう設立。同年7月「石ノ森萬画館」のオープン。管理運営を受託し、中心市街地の「元気な賑わいのある街づくり」を推進することになった。平成22年11月来街者200万人突破。

平成23年3月、上がり勾配の矢先東日本大震災があったものの復興のシンボルの起爆剤としていち早く再開し、仮設商店街「石巻まちなか復興マルシェ」（デパート跡地、石巻しみん市場、直営食堂、など6店舗）とあわせまちの元気に取り組む。

目に見える復興のほか、ひととひととのみえないつながりをつくり、「希望をもって冒険する」街づくりまんぼうの取り組みは続く。

- 平成23年 5月 まちなか復興会議（住民主体の石巻復興の方向性・未来図を描く）、復興イベント開催
- 平成23年12月 コンパクトシティいしのまき・街なか創生協議会（街並み部会、事業推進部会、ライフスタイルブランド化部会の3部会からなる。）（旧まちなか復興会議）発足、石巻市震災復興基本計画・石巻街なか復興ビジョン*（まちづくり懇話会）
- 平成24年 3月 石巻市中心市街地復興特区の認定
- 平成24年 6月 石巻まちなか復興マルシェ運営協議会「石巻まちなか復興マルシェ」（水辺での日常の買い物の場・中心市街地の集客拠点として）オープン（仮設施設整備事業）
- 平成24年10月 「みやぎ生協文化会館アイトピアホール」（定期映画上映イベント、地域の文化活動をおこなうコミュニティスペース）として再生
- 平成25年 2月 地域交流サイト「巻.com」（マキコム）稼働（ライフスタイルブランド化部会発案による）
- 平成25年 3月 「石ノ森萬画館」リニューアルオープン

*（石巻街なか復興ビジョン～豊かな人と資源が掛け合わせり、川湊の街が息づく復興へ向けて～）

1 街なかの資源（既に集積している）

観光・歴史資源の集積、日用品店の集積、飲食店の集積、公共公益施設の集積

2 街なか復興まちづくりの担い手

ピースポート災害ボランティアセンター、ISHINOMAKI2.0（復興民泊）、石巻千石船の会、商店街・町内会など

3 街なか復興ビジョンの方向性

- ① 誰もが助かる安全安心な川湊 “石巻”
- ② “石巻人” のつながりが賑わいを生むまち
- ③ “石巻人” の挑戦が新たな産業を生むまち

4 テーマごとのプロジェクト

- ① 一人一人がつくる安全安心プロジェクト（防災）
- ② 商店街にぎわい創出プロジェクト（にぎわい・商店街経営）
- ③ 石巻の食 発信プロジェクト（食）
- ④ 身近にアートプロジェクト（アート）
- ⑤ 支え合いプロジェクト（生活・衣料・福祉）
- ⑥ 巻.comプロジェクト（街なかの情報発信）
- ⑦ 便利で快適なアクセスプロジェクト（アクセス）

5 プロジェクト展開のイメージ

プロジェクト同士のつながりをつくりながらソフト、ハード一体となったまちづくりをすすめる。

6 街なかでの過ごし方

プロジェクトを進めることで、様々な世代が住み・働き・楽しめる街なかを目指す。

7 実現に向けた体制とスケジュール

- ・ 実現に向けた体制づくり
- ・ 様々な担い手が参加するオープンな検討体制
- ・ 復興計画アクションプラン

① STEP1（今後1～2年程度）

既存の取り組みを深める・広げる・新たな取り組みを実験的に挑戦

地元のまとまりづくり・具体的な施設等の検討

② STEP2（今後3～4年程度）

ソフトプロジェクトを継続し、具体的に建ちあがる街を活用する

順次ハード整備

II 講演 「これからの商店街の在り方」

鈴木泰爾氏 クリスロード商店街振興組合理事長

仙台市中心アーケード街は、中央通り名掛丁商店街、クリスロード商店街、おおまち商店街、東一番丁通りサンモール一番町商店街、一番町一番街、一番町四丁目商店街の6商店街からなる。

当商店街は、400年のいにしえに形成され、昭和38年77組員を構成員として法人化発足。アーケード設置。中央2丁目時代に幕。平成4年は、クリスロード商店街としてデビュー（クリエイティブ・ライフ・イン・ショッピングロード）。翌年都市景観大賞を受賞（幅、高さとも11メートル。黄金分割）する。9月末の組員数は143人（右肩上がり）。組合加入率100パーセント。役員年齢56歳（青年部14人、後継勉強中。銀行員・サラリーマン2人の計16人で執行）。チーム力があり中心商店街を引っ張っている。



商店街内のダイエイ（震災後10日間で30万人来店）による社会貢献、中心部や周辺の老舗店舗の活躍と昔からの「絆」でまちなかに買い物の来街集客が促進。

しかし、社会情勢や消費形態の変化により、100年老舗店舗も10店舗になるなど、空き店舗はないものの、個性と街並みが失われ、次世代を担う組織力の低下が危惧される。それに対処するためには、魅力ある個店づくりと多彩な専門店の連携を深め、更なる集客を図ることが求められていることから、当商店街の取り組みを複数の中心商店街が協力して地域全体の取り組みとして拡げていく取り組み（「クリスロードスタンダード」）をおこなっていく。中心市街地の活性化は、問題意識を共有する商店街が協力して取り組んでいくことが不可欠であり、共同事業を行った意義は大きい。

- ① まちなかにごみを置かない（毎朝3時から3時30分の間に組員が一斉にアイドリングした収集車へごみ搬出）（平成5年から）
- ② アーケード清掃（中心部商店街は市民の誇り）（平成7年から）
- ③ 街ナビプレス中心部6商店街の情報発信、「街ナビ仙台」（携帯QRコードの読み取り機能活用）と連動し、イベント情報や祭りなど仙台の新しい魅力紹介。全商店街で編集。
- ④ 公募型はがきによる大売り出しプレゼント（各店の売り出しとりやめ）
- ⑤ まち歩きマップ
- ⑥ 仙台エンターテイメント（にぎわい合同企画）（商店街活性化事業）

これからの商店街のあり方・活動は、

- ・ 消費者や市民から求められることを目的として努力すること
- ・ やり方は色々あるが、ひとまねしないやり方で
- ・ 次世代を担う小学生にまちなか体験（エチケット）をとおし育成すること

