



商店街活性化 VEプログラム (VEコンサル向け)

公益社団法人
日本バリュー・エンジニアリング協会
CVSフォーラム委員会

CVSフォーラム委員会

～ 商店街活性化VEプログラム（VEコンサル向け）～

2020 年 8 月

目 次

I. はじめに	1
II. 全体の進め方概要	2
III. 進め方（各ステップ毎）	
1. ステップ 0	3
2. ステップ 1	5
3. ステップ 2	7
4. ステップ 3	9
5. ステップ 4	12
6. ステップ 5	15
IV. ワークシート	19
V. 活用技法紹介	
1. 商店街の標準機能系統図	
(1) 目的	32
(2) 特徴	32
(3) 使い方	33
2. アイデア・ホイール	
(1) 目的	36
(2) 特徴	37
(3) 使い方	37
(4) アイデア・ホイールシステム－2	41
VI. 実施例	42
VII. 活動メンバー	62
VIII. おわりに	63

I. はじめに

Value Engineering (VE) の特徴に、「顧客第一」「機能的アプローチ」「チームデザイン」がある。顧客第一とは、顧客（使用者）の立場で考えようとするものであり、顧客からの視点や立場で問題や課題をとらえることにある。そして、その問題や課題に対して機能的アプローチを実施して、価値向上を図ろうとするものである。もちろん取り組むのは、一人ではなく各部門の専門家の情報や知恵を結集するチームデザインが必須である。従ってVEは、価値創造の方法と言える。

このVEは、1947年に米国で開発され、1960年に本格的に日本に導入された。特に量産系の自動車・電機の製造業の調達段階に適用され、設計から開発・企画と上流段階へ、一方製造段階、据え付け段階等の下流段階に拡大して行った。また1997年の政府の「公共工事コスト縮減に関する行動指針」の策定によって、建築・土木の建設業に普及した。現在盛んにVEを活用しているのは、製造業と建設業と言っても過言ではない。

VEを普及させる方法はいくつかあるが、VEの適用範囲を広げることが目的にすると、製造業、建設業以外を対象としてVEを活用していない業種・業態向けのVE事例の構築を考えた。身近なテーマを対象に、誰でもが関心のある具体的課題に取り組むことがVE普及になる。それは、誰でもが顧客の立場で考えることができるテーマで、どこにでもある対象を考えた結果、選定したのが「商店街の活性化」であった。

ある商店街から“この商店街活性化を指導してほしい”という要望があった時どうすればよいだろうか。機能的アプローチを駆使するVEのコンサルとしてどのように指導したら良いのであろうか。このような時、機能的アプローチを実施するための指導手引書があると心強いとの意見があがった。この手引書をスムーズに指導できる参考資料として是非活用いただければ幸いである。

2020年8月 CVSフォーラム委員会
前委員長 服部 哲郎

Ⅱ. 「商店街活性化V Eプログラム」の全体進め方概要

身近な問題、誰でも関心のあるテーマの一つに「商店街の活性化」がある。この活性化の要望があった場合、機能的アプローチを駆使するV Eのコンサルとして指導する推奨ステップを下記する。

ステップ0	【活動の前に事前準備しよう】 Output: クライアントと合意した企画書・契約書・見積書
ステップ1	【問題点・希望点を明らかにしよう】 Output: コンセプト(目指す姿)
ステップ2	【求められること・足りないことを整理しよう】 Output : 当該商店街のオリジナル機能系統図
ステップ3	【活性化のための活動計画を作ろう】 Output : 活動計画書
ステップ4	【その活性化のアイデアを出そう】 Output : 改善可能性のあるアイデア
ステップ5	【自分達のできることにまとめよう】 Output : 実行計画案(代替案)

図Ⅱ-1 「商店街活性化V Eプログラム」全体像

まず初めのステップ0はチーム活動に入る前の事前準備であり、コンサル自身で行いクライアントとの合意を得たうえでチーム活動開始に備える。

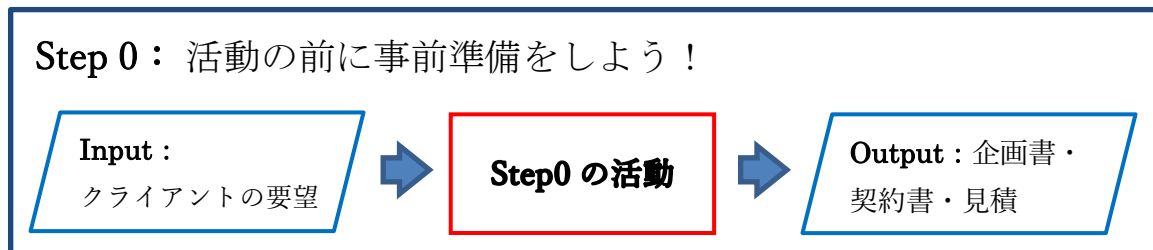
チーム活動は5つのステップで構成され、1～2までのステップが情報収集を徹底し、現状の状態と目指す姿のギャップを把握する。3のステップでは、目指す姿に向け、改善対象や目標、解決方法やメンバー、解決期間などを計画する。

この1～3のステップは、情報収集を十分に実施し、目指す姿とのギャップを明らかにし、改善すべき商店街の必要な機能を抽出する。その必要な機能をどのように達成するか、チームメンバーや活動内容、日程などを計画する。

ステップ4は、対象とした機能(分野)に対して、これを果たす多くの方法や手段を自由奔放に出し合う「アイデア発想」と、個々に発想されたアイデアを粗振るいにかける「概略評価」である。アウトプットが改善の可能性を含んだアイデアとなる。

ステップ5は、粗振るいかけられたアイデアを組合せ、利点・欠点調査と欠点克服及び洗練化の具体化サイクルを繰り返しながら具体化をはかる。アウトプットは、商店街活性化の実行計画案である。

Ⅲ. 「商店街活性化VEプログラム」の進め方



1. 目的

コンサルタントがVEプログラムを企画する。

2. 方法

- ① クライアント（依頼者）の要望（目的、目標）を確認する
- ② スケジュール・日程を確認する
- ③ コンサルタントとしての事前準備を行う

3. 手順

- ① 提案書によるクライアントへの提案

- ② クライアントの関心の獲得

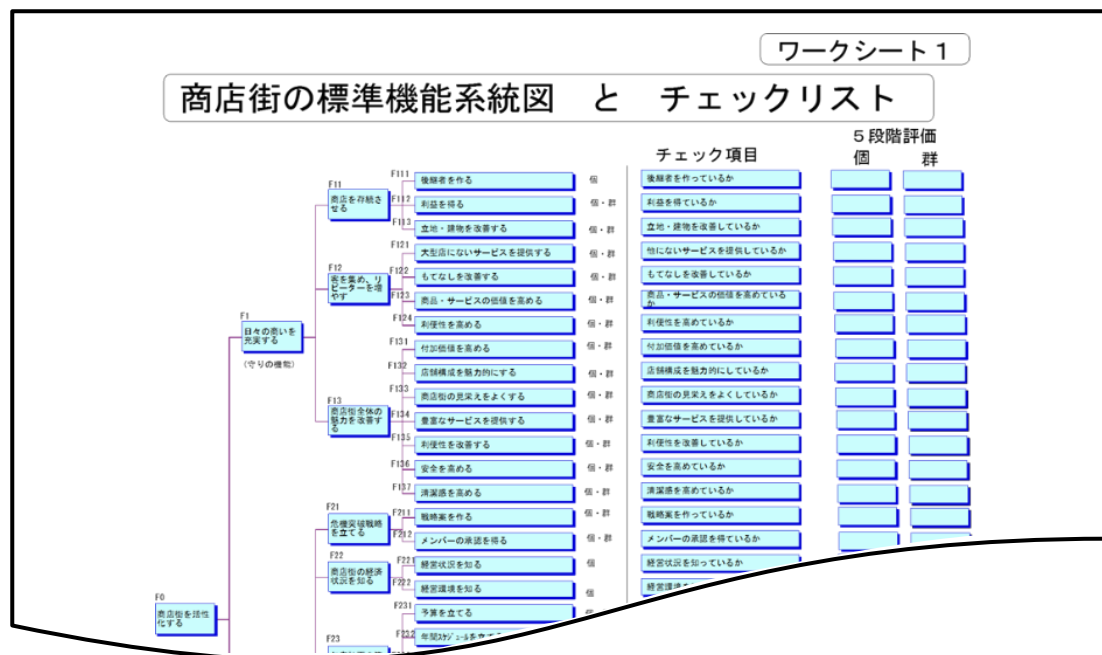
関心が得られなかった場合は提案書をリニューアルし、バージョンアップした提案書で再度提案する。目的はクライアントの関心を得るため、要望をよく聞き粘り強く行う。

- ③ ヒアリング・現地調査による情報の収集

標準機能系統図とチェックリストを使ってチェックする。目的は活動を効率よく進めるため。

- ④ 企画書・契約書・見積書の作成

目的はクライアントの合意を得るため。



4. 留意点

- ① クライアントの要望をよく聞きクライアントの合意を得ることが重要
- ② 活動を効率よく進め成果を出すため、コンサルタントとしての事前準備を行うことも必要

Step 1：問題点・希望点を明らかにしよう！



1. 目的

チームメンバーが現状を把握し、改善コンセプトを描く。

2. 方法

- ① チェックリスト（ワークシート 1）を基にメンバー間で適合する項目を選択・評価する
- ② 三現主義に基づく情報収集を実施し、問題点・希望点を明らかにする

3. 手順

- ① キックオフミーティングを実施する
 - ・活動の概要説明
 - ・ワークシート 1 の説明
- ② メンバーにて現地調査により現状の姿を把握し、5段階評価でワークシート 1 のチェックリストに記入する

ワークシート 1

商店街の標準機能系統図 と チェックリスト

			5 段階評価	
			個	群
F1 日々の商いを 充実する F11 商店を存続さ せる F111 後継者を作る F112 利益を得る F113 立地・建物を改善する				

- ③ 問題点・希望点を問題点・希望点調査シート(ワークシート2)に網羅する

問題点・希望点調査シート		
2016年6月14日(曜日記)		
#	チェック項目	問題点・希望点
1	現地調査にて	近くに小学校があるにもかかわらず、子供への配慮がない(H)
2	〃	子供が多いことを生かす(U)
3	〃	トイレがない・トイレが欲しい(H)
4	〃	駐車場がない(F)
5	〃	連携して良くなろうとしていない(U)

- ④ この時点で出たアイデアは、アイデア集にまとめ改善の方向性を探る参考にする

HJG商店街をより活性化するアイデア		調査日 2016/6/14	ワークシート3
数値目標の改善 きれいなトイレを設置する(N、H) タイムズと提携し駐車場を増やす(N) イベントなどを表示する共通ボードを商店街の出入口に設置する(N) 周辺のコインパーキングと連携する。1000円以上買ったらタダなど(F) 子供預かり所を空店舗スペースに作る(N) 空店舗で民泊する(N)		安全・安心・清潔な環境作り AEDの場所を明示する(H) リサイクルを推進する街。リサイクルショップはその拠点とする(S) 清潔性をアピールする。店の清潔を義務化する。各店で清潔性を競合させる(M) 時節を設ける商店街にする(H)	

- ⑤ 調査対象商店街の現状の姿と改善の姿を描き、改善の方向性を示す

【商店街の現状と改善コンセプト】
 本商店街は、私鉄駅(乗車人数約4万名)から徒歩10分に位置し、……………
 下町情緒が残る商店街である。

活性化改善コンセプトは、『本商店街は、利用者に密着したサービスを商店街全体で提供し、……………近隣住人との共生を目指す。目標活性化度80パーセントとする』である。

4. 留意点

- ① 描く将来像は、実現時期を考慮して1年先や3年先が良い
- ② 現状の姿を十分に把握することが重要

Step 2：求められること・足りないことを整理しよう！



1. 目的

チームメンバーが改善コンセプトから機能系統図を作る。

2. 方法

- ① 商店街標準機能系統図（ワークシート4）を情報収集した内容と比べ機能を削除・追加してその該当商店街に必要な機能を網羅する
- ② その商店街のオリジナル機能系統図により必要機能を明らかにする

3. 手順

- ① 商店街標準機能系統図（ワークシート4）と収集した情報を比較し、機能の追加・削除を行う
- ② 改善コンセプト（ステップ1のアウトプット）や現地調査した問題点などを考慮して、達成する機能が網羅されているかどうかをチェックする
- ③ 全体の機能を目的手段の関係でオリジナル機能系統図を作成する（次頁参照）

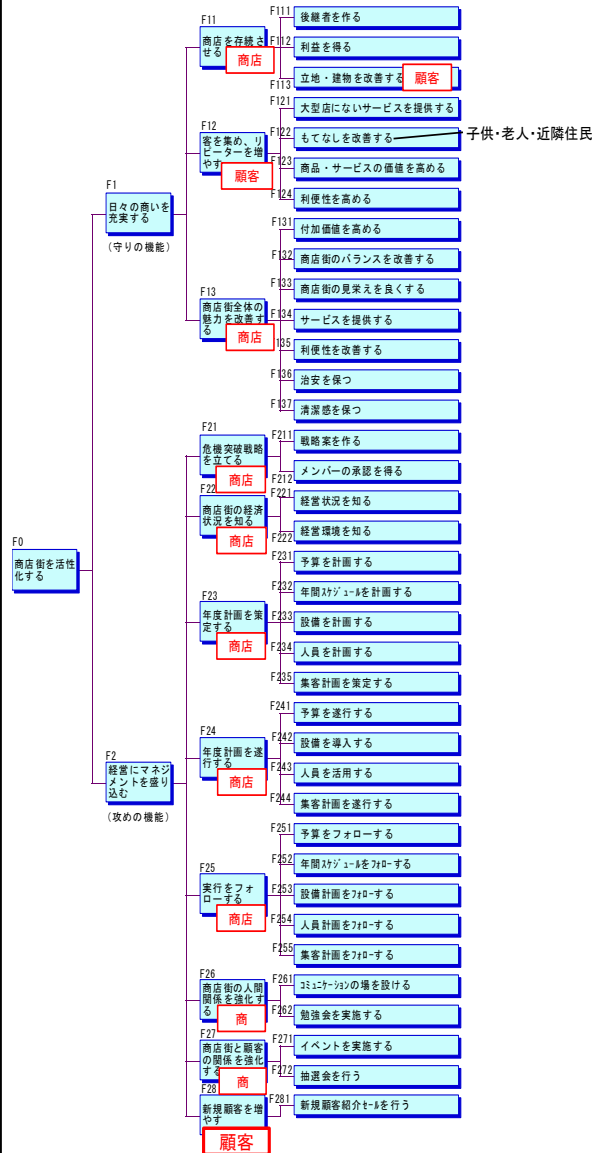
4. 留意点

- ① 改善の方向性から機能を抽出すること
- ② 現状の持っている機能は落とさないこと

顧客視点と商店視点の区分

ワークシート 4-1

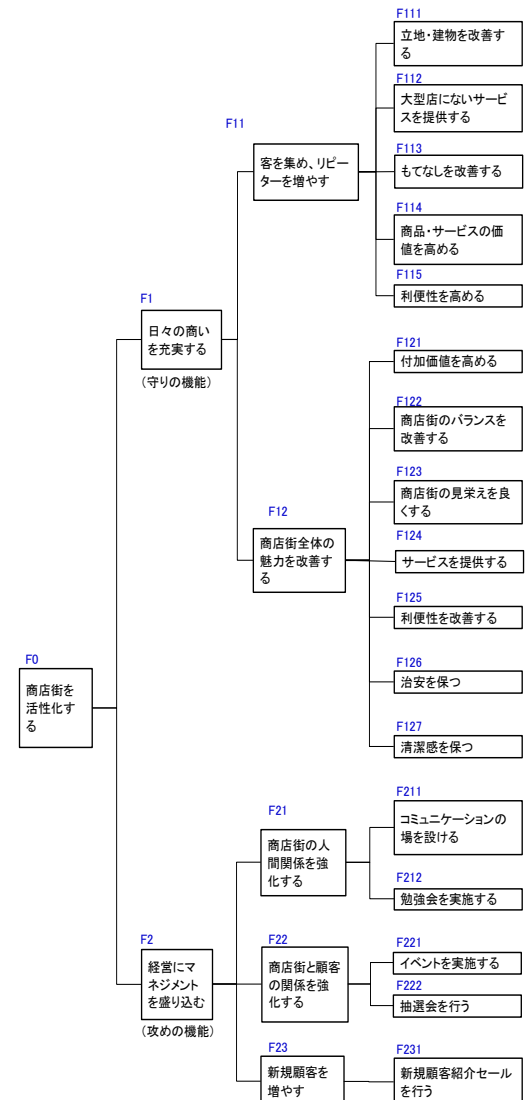
商店街の標準機能系統図

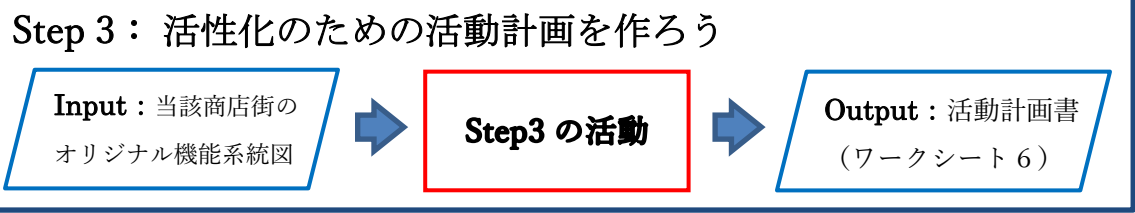


その商店街のオリジナル活性化機能系統図

ワークシート 4-2

商店街の標準機能系統図 (顧客側の機能の)





1. 目的

チームメンバーが改善対象を絞り、活動計画書を作る。

2. 方法

- ① オリジナル機能系統図の対象機能分野をFD法、DARE法等の機能評価法を用いて選定する
- ② これまでの活動に基づき、メンバー間の討議により活動計画書（ワークシート 6）を作成する

3. 手順

- ① オリジナル機能系統図をもとにFD法、DARE法等の機能評価法を用いて対象機能分野を選定する（重みづけと現状レベルの評価）

【FD法による優先順位の決定】

ワークシート 5

ワークシート 5-1

対象の選定

(1)WS3の機能分野ごとの集計値は異なるので、集計値に合わせて重み(得点)を付ける……………(簡単なFD法活用(W全体を1.00とする))
(2)各機能分野ごとの未達成度合い=100-(WS3の機能分野別達成度)をF欄に記入
(3)画線の低い機能分野は、(W×F)値の大きい機能分野となる

1)オリジナル機能系統図の【2次レベル】で評価の場合

機能分野名	F 11	F 12	F 21	F 22	F 23	合計	優先順位
F 11 客を集め、リピーターを増やす		0	1	1	1	3	②
F 12 商店街全体の魅力を改善する	1		1	1	1	4	①
F 21 商店街の人間関係を強化する	0	0		0	0	0	⑤
F 22 商店街と顧客の関係を強化する	0	0	1		1	2	③
F 23 新規顧客を増やす	0	0	1	0		1	④

2)オリジナル機能系統図【F12: 商店街全体の魅力を改善する】の3次レベルで評価の場合

機能分野名	F 121	F 122	F 123	F 124	F 125	F 126	F 127	合計	優先順位
F 121 付加価値を高める		1	1	1	1	1	1	6	①
F 122 商店街のバランスを改善する	0		0	0	0	0	0	0	⑦
F 123 商店街の見栄えを良くする	0	1		0	0	0	0	1	⑥
F 124 サービスを提供する	0	1	1		0	0	0	2	⑤
F 125 利便性を改善する	0	1	1	1		1	1	5	②
F 126 治安を保つ	0	1	1	1	0		1	4	③
F 127 清潔感を保つ	0	1	1	1	0	0		3	④

【DARE法による優先順位の決定】

ワークシート5-2

1)オリジナル機能系統図の【機能の重みづけ】DARE法による

機能分野名	比較回数	1回	2回	3回	4回	仮の重み係数	修正重み係数	重要度係数
F 12	商店街全体の魅力を改善する	2				2.0	16.12	0.488
F 11	客を集め、リピーターを増やす	1	1.6			1.6	8.06	0.244
F 22	商店街と顧客の関係を強化する		1	1.8		1.8	5.04	0.153
F 23	新規顧客を増やす			1	2.8	2.8	2.80	0.085
F 21	商店街の人間関係を強化する				1	1.0	1.00	0.030
							33.02	1.000

2)オリジナル系統図に並び替え

機能分野名(オリジナル)		重要度係数	満点	(80%の時)目標	68×重要度係数	修正目標	現状再評価	差(目標と再評価)	着手順位
F 11	客を集め、リピーターを増やす	0.244	25	20	17	18	14	4	③
F 12	商店街全体の魅力を改善する	0.488	35	28	33	33	15	18	①
F 21	商店街の人間関係を強化する	0.030	10	8	2	2	0	2	⑤
F 22	商店街と顧客の関係を強化する	0.153	10	8	10	10	3	7	②
F 23	新規顧客を増やす	0.085	5	4	6	5	2	3	④
		1	85	68	68	68	34	34	

- ② 目標を設定する（売上高、集客数、投資予算、5段階レベル等）
- ③ 推進組織（リーダー、メンバー含む）の役割を明確にする
- ④ 日程を設定する（期間、活動日）
- ⑤ 進め方を計画する

商店街活性化・活動計画書(その1)

ワークシート6-1

商店街活性化・活動計画書

作成日：2017年08月24日(訂正)

決済印	事務局	リーダー	起案
			服部

プロジェクト名： ○○商店街活性化プロジェクト

プロジェクト対象名(ハード、ソフト)：
○○商店街の魅力の改善

目的：(対象顧客も記述のこと)

活性化改善コンセプトは、「○○商店街を利用者に密着したサービスを商店街全体で提供し、子供や老人も安全でゆっくりと過ごせるなど、近隣住民との共生を目指す」商店街である。その中でまず第一に「商店街全体の魅力を改善する」に取り組む。その手段としての①付加価値を高める、②利便性を改善する、③治安を保つ に具体策を構築する。

目標とする期待効果(定性的効果)

商店街全体の活性化度を80パーセントとするが、今回は商店街全体の魅力を現状再評価した15ポイントから18ポイントupの33ポイントを目指す(ちなみにこの機能の100%満足度は、35ポイントである。
(参考：オリジナル機能系統図【機能の重みづけDARE法による】)

対象の選定理由

【対象の位置づけ・状況、他商店街との比較など】

○○商店街(昭和30年頃設立)は、私鉄駅(乗車人数4万人)から徒歩10分に位置し、40店舗が400メートルにわたり軒を連ねている。来街者は近隣住民9千人で、近隣には、役所・公民館、小学校、総合病院、公園住宅があり、70歳以上の高齢者は多いが、都会への通勤の利便性が良いため若い世代も増えている。ただし、事前の活性化度の調査では47パーセントであった。(商店街組合・行政から「活性化するアイデアはないか」と依頼があった)

目標とする期待効果額①(改善効果額/年など)

商店街の活性化度を上げることにより来客数が増加する。その増加人数が売上高UPにつながる。**集客率前年比1.5倍を目標とする。**

商店街活性化・活動計画書(その2)

スケジュール	活動期間：(予定) 今後9回												発足会開催日：再キックオフ		報告会開催日： 年〇〇月〇〇日	
	第1回	第2回	第3回	第4回	第5回	第6回	第7回	第8回	第9回	第10回	第11回	第12回				
No. 実施ステップ																
1. 問題点・希望点を明らかにしよう	◎	→														
2. 求められること・足りないことを整理しよう		→														
3. 活性化のための活動計画を作ろう			→	◎再												
4. その活性化のアイデアを出そう				→	アイデア出し・評価											
5. 自分達のできることにまとめよう								→	具体化	→	詳細評価					
提案													◎	報告会		

記号：---→ 計画、→ 実績、
成果物(アウトプット)：

プロジェクトメンバー
・専任メンバー(活動時間のみ)(例)
リーダー：当該商店街利用者(代表)
メンバー：商店街利用者(シニア)
メンバー：商店街利用者(40・50代男性)
メンバー：商店街利用者(主婦)
メンバー：商店街利用者(学生)

・ゲストメンバー(要請があった時参加)
(例)商店街組合委員長等
小・中・高校生
行政担当者
・コンサルタント
CVS

目標(売上高、集客数、予算等)設定
日程(期間、活動日等)設定
進め方決定
プロジェクト組織・メンバーの明確化
推進組織の役割の明確化

4. 留意点

- ① 対象分野の選定には9項目程度の機能に絞って機能レベルを決めると良い
- ② メンバーは、商店街の利用者、商店主や商店街組合、行政など多分野が望ましい

Step 4：その活性化のアイデアを出そう！

Input：活動計画書
(ワークシート 6)



Step4 の活動



Output：概略評価した
アイデア (ワークシート 8)

1. 目的

チームメンバーが改善対象の機能分野について、アイデアを発想し、評価する。

2. 方法

- ① アイデア・ホイールシステムを活用しながら、機能からアイデアを発想する
- ② アイデア評価は、設定した評価項目と評価基準に従う

3. 手順

- ① 発想機能の選定 (ステップ 3 を確認)
- ② 選定順に従った機能に対して、アイデアの発想
- ③ 発想したアイデアの書きとめ (ワークシート NO. 7)
- ④ アイデアカード (ワークシート NO. 8) にアイデアのポンチ絵化
- ⑤ アイデアの評価項目と評価基準の決定
- ⑥ アイデアの概略評価
- ⑦ 評価したアイデアの分類・整理

4. 留意点

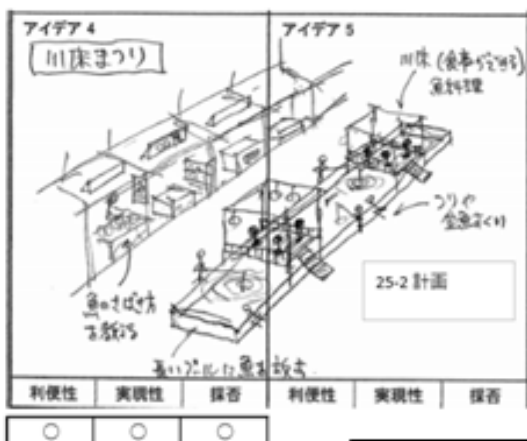
- ① ブレインストーミング技法等を活用してアイデアを発想すること
- ② 評価項目は全員が合意した項目を使用すること

ワークシート No. 7

機能レベル			達成レベル					優先度			評価	
一次	二次	三次	5	4	3	2	1	A	B	C	除外	順位

[illegible]

アイデア№1 川床まつり



描いたポンチ絵について【概略評価】を実施する。

- ②評価項目を、利便性・実現性の二つにする
- ③評価基準・利便性は、集客に効果がある可能性があるかないか
実現性は、出来る可能性があるかないか
○可能性あり、×可能性なし、△情報を収集し直し
- ④採否基準:
- | | | | | | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 利便性 | ○ | ○ | ○ | △ | △ | △ | × | × | × | × |
| 実現性 | ○ | △ | × | × | △ | △ | × | × | △ | × |
| 採否 | ○ | × | × | △ | △ | × | × | × | × | × |

アイデアの概略評価 結果

発想機能分野:商店街全体の魅力を改善する

アイデアNO・アイデア名称	利便性	実現性	採否	WS 7の NO	実施時期
① 川床まつり	○	○	○	25-2	(計画実施)
② 案内スクリーン	○	○	○	1-1	(すぐ実行)
③ 多言語対応看板	○	△	△	1-2	(すぐ実行)
④ 教室開催	○	○	○	5-3	(すぐ実行)
⑤ 八十八店巡り	○	○	○	31-1	(計画実施)
⑥ 改札出口の案内板	○	△	△	12-1	(計画実施)
⑦ 10%オフイベント	○	○	○	31-1	(すぐ実行)
⑧-1 携帯アプリで注文・配達	△	△	△	29-1	(計画実施)
⑧-2 通信機器で注文のみ	○	○	○	29-1	(すぐ実行)
⑨ 自動翻訳	○	○	○	1-2	(計画実施)
⑩ S.L.ラーメン	○	△	△	9-4,7	(計画実施)
⑪ 飾り蒲鉾(鉄ちゃん)	○	△	△		(計画実施)
⑫ 数え歌(技術伝承会)	○	△	△	14-2	(計画実施)
⑬ ギモイ(地元掲示板)	○	○	○	15-1	(計画実施)
⑭ 由来伝説(著)	○	○	○	9-1	(計画実施)
⑮ 子供遊び場コーナ	○	○	○	8-1	(すぐ実行)
⑯ 見上げ花火開催	○	△	△	25-1	(計画実施)
⑰ アドドローン	△	△	△	17	(計画実施)

Step 5：自分たちのできることにまとめよう！



1. 目的

チームメンバーが改善コンセプトに沿った代替案・実行計画案を作る。

2. 方法

アイデアを組み合わせ、欠点を克服する

3. 手順

- ① アイデアの組合せ
- ② アイデアの利点と欠点の分析・組み合わせた案の利点と欠点を明らかにする
- ③ 明らかにした欠点に対して克服するアイデアの発想
- ④ 克服アイデアを元の組合せ案へ追加・修正（洗練化）
- ⑤ 推奨案と実行計画書の提案

4. 留意点

- ① 組み合わせの利点欠点調査は、利点を先に調査する
- ② 具体化サイクル（手順②～④）を欠点が克服できるまで繰り返す

アイデアの組合せ

- ・組合せアイデア(1) : ⑦10%カット + ⑤八十八店巡り
- ・組合せアイデア(2) : ①店番号設置 + ②案内スクリーン
- ・組合せアイデア(3) : ③多言語対応看板 + ⑨自動翻訳
- ・組合せアイデア(4) : ④由来伝説(著) + ④教室開催(持ち回り)
- ・組合せアイデア(5) : ⑤八十八店巡り + ④教室開催 + ⑦10%カット
- ・組合せアイデア(6) : ⑤子供遊び場コーナー + ⑫数え歌(技術伝承ショー)
- ・組合せアイデア(7) : ①川床まつり(足湯) + ⑥改札口の案内板 (両駅に)
- ・組合せアイデア(8) : ⑩通信機器(スマホ)で注文・配達 + ①足湯・川床
- ・組合せアイデア(9) : ⑩SLラーメン

(参考) 組合せ方針: 「老人にやさしい」「子供が喜ぶ」「馴染む(馴染みやすい)」「主婦・主夫が行きやすい商店街」「外国人にやさしい街」

組合せ・具体化(アイデアNo.⑧)



利点・欠点調査&欠点克服

テーマ名

00 ポイントシステム

ステップ5 利点・欠点分析と欠点克服ワークシート

ワークシートB

No.	組み合わせた案 (アイデアの組み合わせ)	利点 (良い所・改善点など)	欠点 (悪い所・問題点など)	欠点克服のアイデア (悪い所・問題点を改善・解決する方法)	評価 (これで良いか)
1	ポイント数は数値的に増える → 購買意欲を促す点  ポイントアップ案 → 立ち寄り客の増加を促す点 (例: 来店回数が増えればポイントアップ) → 来店回数が増えればポイントアップ (その日の来店) 来店回数アップ → 知らない店に立ち寄る点 (例: 来店回数が増えればポイントアップ) → 来店回数が増えればポイントアップ → 立ち寄り客の増加を促す点	1) ポイントを増やすことで 購買意欲が上がる 2) ポイント数が増えれば ポイントが貯まりやすくなる 3) 今まで入ったことがない 店に客が入る	1) ポイントが増えすぎる 可能性がある 2) 儲かっている店でも ポイントを増やせば、儲かっている 店はより利益に なる(顧客が増える) 3) ポイントの増えすぎによる 利益が減少する 4) ポイントの交換の仕 方が分からない客が多い	1) 割引とは参加店提供の優待にする (欠点①②③の解決) 2) 参加店の優待と利益のバランスを考慮する (優待は年度ごとに手直しが必要) 3) MPの設立し、加盟店をホールディングとする 4) ラブちゃん(ロボット)に説明させる	○ ○ ○ ○

利点・欠点調査&欠点克服

テーマ名

足湯、川床、スマホ配信

ステップ5 ②～⑤ 利点・欠点分析と欠点克服ワークシート

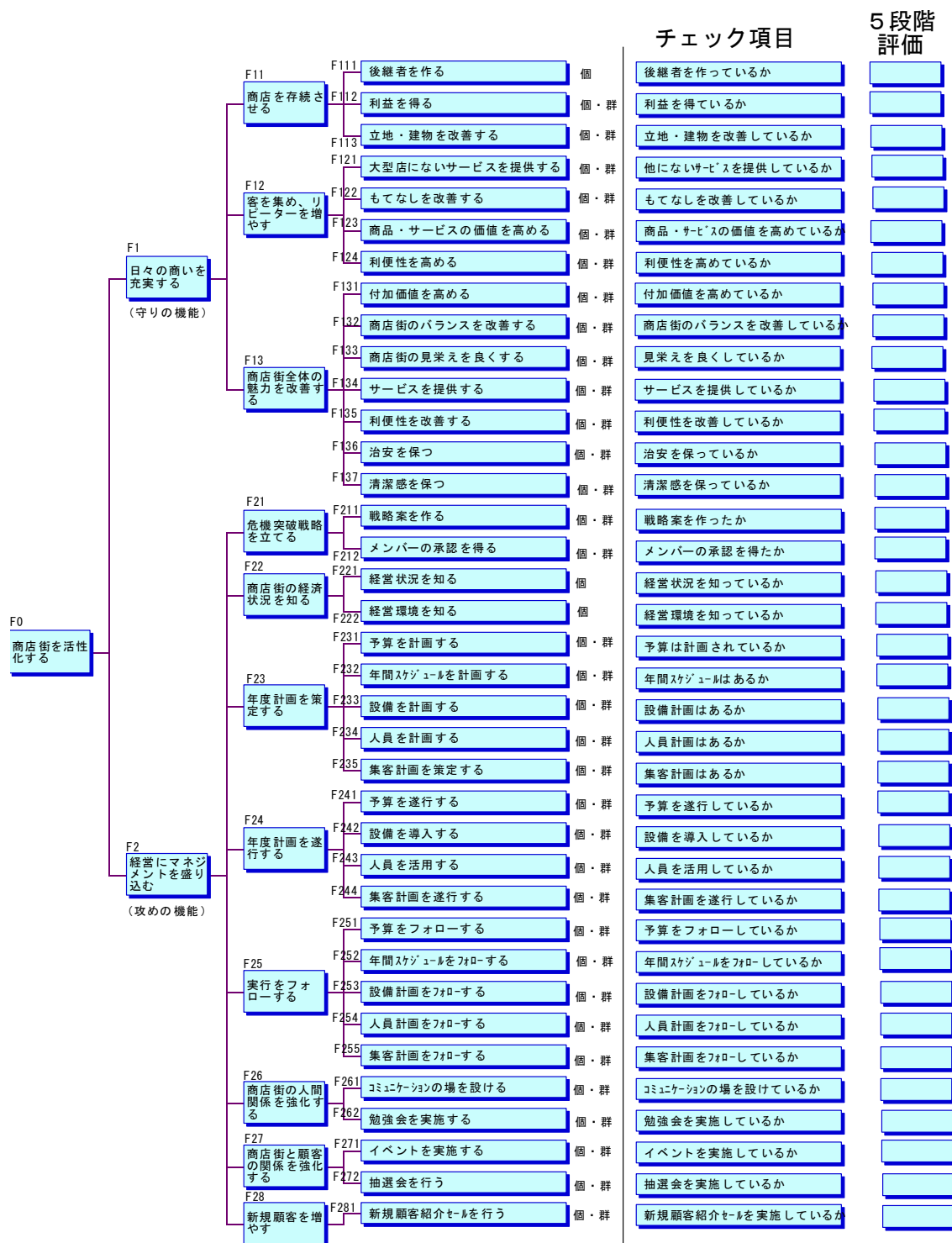
ワークシートB

No.	組み合わせた案 (アイデアの組み合わせ)	利点 (良い所・改善点など)	欠点 (悪い所・問題点など)	欠点克服のアイデア (悪い所・問題点を改善・解決する方法)	評価 (これで良いか)
2	 ・商店街のメイン通りに足湯、釣堀ユニットを置く ・ソフトウェアでつながるデジタルメニューを制作する ・店舗を特性ごとに分類し、競争相手からチームにする → 店舗グループ化(アップアップ)グループ → 買物客もグループ化(買物客)グループ → 持ち帰り客もグループ化	1) 新しい企画が多く 顧客が喜ぶ 2) グループ分けが 簡単 3) レジャー(足湯)しな がら買物できる 4) この商店街の魅力を 発信できる 5) 足湯や釣りコン ができる(気軽に足湯 に立ち寄り、老若男女 の交流が促す) (以下、毎日配信を通 信) 6) JRと地下鉄の間に 人の流れができ、来店 客が増える(客数1.5 倍が目標) 7) 新鮮なデジタルメ ニューの取り組みが地 域活性化 8) 足湯、釣堀のある 商店街としてSNSに 取り上げられる	1) (高齢者はスマホ の操作が難しい) 2) 天候による影響 3) (足湯ユニットは) 管理に場所がある 4) 毎日配信する手 間がかかる (利点/欠点/欠点克服 のアイデアの番号は特 に付記していません)	1) (スマホの代わりに)専用のタブレットを配る 2) (懸念事項として)ワイヤを(周辺方向に)張って ネットをかける 3) 積み重ねることができる構造とする 4) 実施する日を決める(歩行者天国) → 手伝ってくれた人にプレゼント提供  ・外壁は30cm 幅の板を貼る ・内装は10cm 幅の板を貼る ・大きさは 10cm幅の ニッチでいい ・簡単に置 けようとする ・清潔感として エコキュートの 外観を用 いコストを 下げる	○ ○ ○ ○ ○

IV. ワークシート

ワークシート 1

商店街の標準機能系統図 と チェックリスト



ワークシート 2

もしかしたら、各チェック項目に対してさらにブレイクダウンした具体的な質問を用意した方がイイかも？

チェック項目が具体的でないため、素人では答えるのが難しいかもしれない

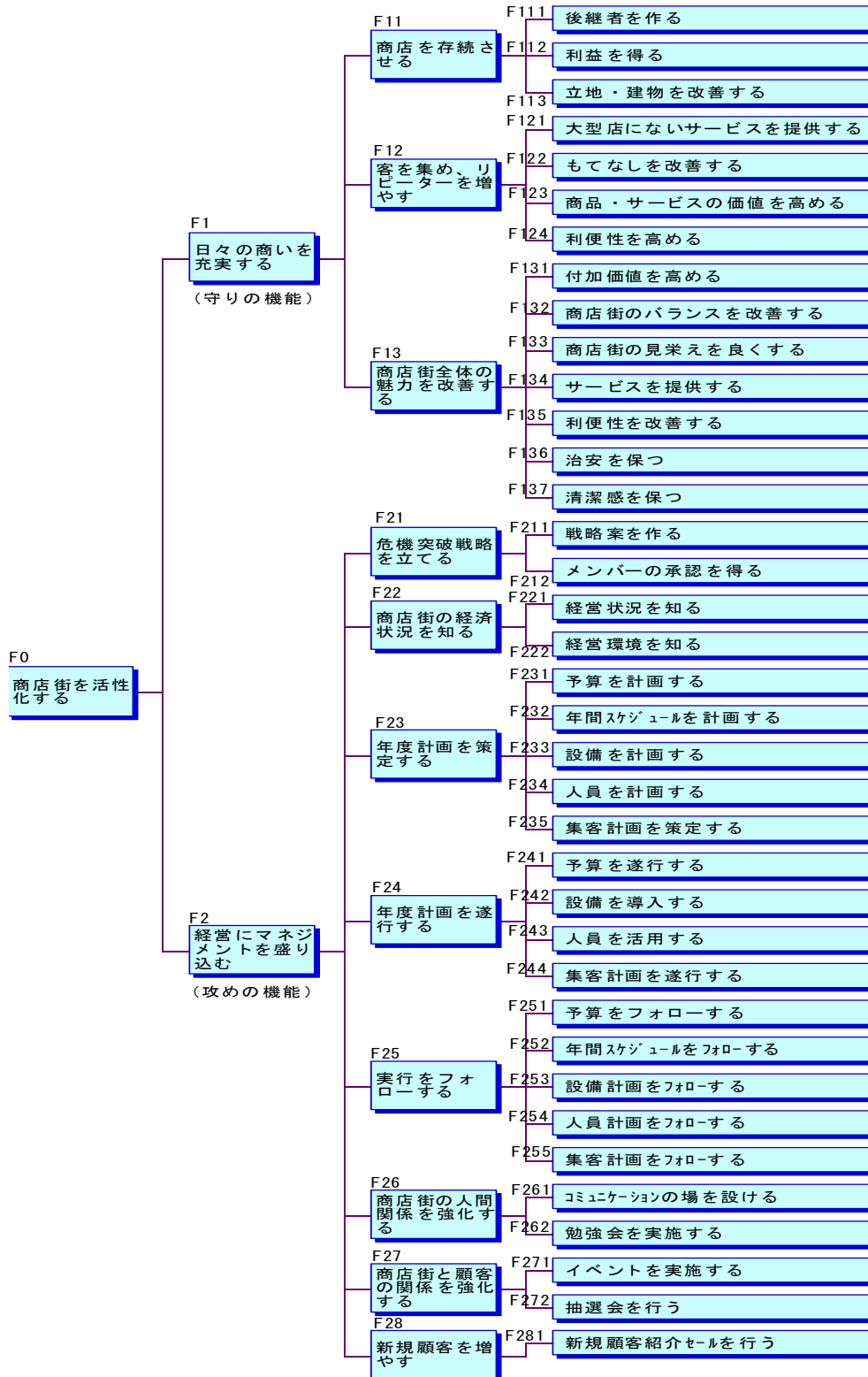
”フォロー”の意味が判るか？

達成度評価

チェックリスト(WS1)に基づいて整理された問題点・希望点調査シート(WS2)を基に究極の姿(目標値)を描き、それを基準に現状値を把握(5段階評価)し、達成度＝(現状値／目標値)を把握する。機能分野別達成度は平均達成度で $\Sigma(\text{達成度})/n$ で表す。

機能分野	(ワークシート2)の問題点(現機能)・希望点(追加機能)を転記する	目標値	現状値	達成度	機能分野別達成度
F11					
F12					
F13					
F21					
F22					
F23					
F24					
F25					
F26					
F27					
F28					

商店街の標準機能系統図



対象分野の選定

- (1) WS3の機能分野ごとの重要度は異なるので、重要度に合わせて重み(得点)を付ける……………(簡単なFD法)を活用(W全体を1.00とする)
- (2) 各機能分野ごとの未達成度合い=100-(WS3の機能分野別達成度)をF欄に記入
- (3) 価値の低い機能分野は、(W×F)値の大きい機能分野となる

	F11	F12	F13		F21	F22	F23	F24	F25	F26	F27	F28		得点	W	V(比率)	F	WF	順位
F11																			
F12																			
F13																			
F21																			
F22																			
F23																			
F24																			
F25																			
F26																			
F27																			
F28																			
															1.00				

ワークシート 6

年 月 日

商店街活性化・活動計画書

決済印	事務局	リーダー	起案者

プロジェクト名:		プロジェクト対象名(ハード、ソフト):		対象の選定理由 [対象の位置づけ・状況、他商店街との比較など]	
目的:(対象顧客も記述のこと)					
目標とする期待効果(定性的効果)		目標とする期待効果額①(改善効果額/年など)			
スケジュール	活動期間:(予定)	発足会開催日:		報告会開催日:	
No. 実施ステップ					
1. 問題点・希望点を明らかにしよう	◎キックオフ				
2. 求められること・足りないことを整理しよう					
3. 活性化のための活動計画を作ろう					
4. その活性化のアイデアを出そう					
5. 自分達のできることにまとめよう					
提案					◎報告会
記号: ----▶ 計画、——▶ 実績、					
成果物(アウトプット):					
プロジェクトメンバー ・専任メンバー(活動時間のみ)	専門	プロジェクト予算(費用)		[添付資料]	
・ゲストメンバー		人件費 調査費 試作費 等			
・コンサルタント		合計 ② 千円			
会議室:		投資倍率=①/②			
活動日:	日/週	=		(目標)	

アイデア発想

機能	キーワード1 (外輪)	キーワード2 (内輪)		アイデア	どうしたらできる？ 何ができる？	すぐやる	計画を立ててやる	長期的に取り組む
		人	1					
			2					
			3					
			4					
			5					
		方法	1					
			2					
			3					
			4					
			5					
		材料	1					
			2					
			3					
			4					
			5					
		お金	1					
			2					
			3					
			4					
			5					

年 月 日

アイデア発想 略図化・概略評価

アイデアを絵にすると？			また実現可能性はどう？			概略評価・具体化		
方式			方式			方式		
アイデア 1			アイデア 2			アイデア 3		
利便性	実現性	採否	利便性	実現性	採否	利便性	実現性	採否
方式			方式			方式		
アイデア 4			アイデア 5			アイデア 6		
利便性	実現性	採否	利便性	実現性	採否	利便性	実現性	採否

※ 改善案への展開の資料としてVE報告書に添付してください。

利点・欠点分析と欠点克服

テーマ名

No.	組み合わせた案 (アイデアの組み合わせ案)	利 点 (良い所・改善点など)	欠 点 (悪い所・問題点など)	欠点克服のアイデア (悪い所・問題点を改善・解決する方法)	評価 (これで良いか)

年 月 日

アイデアの洗練化

テーマ名: _____

チーム名: _____

機能No. _____

No.	洗練化後アイデア	評価

調査・確認・追加検討の計画

No.	項 目	内 容 及 び 方 法	担当	期限

実行提案書

商店街名: _____

問題点・希望点 外部環境要因分析等とともに、整理した商店街の問題点・希望点を示す。	オリジナル機能系統図 商店街の必要機能を明らかにする。
機能分野別達成度 商店街の必要機能の改善の優先順位を明らかにする。	

提案内容 一覧

	No	改善対象	提案内容
サービス改善	①		
	②		
	③		上記の現状分析に適合した提案人もラインナップを示す。
	④		
	⑤		
施設・配置等改善	①		
	②		
	③		
	④		
	⑤		
提案の照会先(所属)		氏名	電話

年 月 日

サービス・プロセス等 提案報告書

商店街名: _____

提案No.		改善対象空間		
提案内容				
現状		提案		
時間 コスト		改善前	改善後	効果
	時 間			
	人 員			
	コスト			
	回数／年			
	年間見込金額			
効果	機能レベル(三次)	達成レベル(現状)	達成レベル(提案)	備考
提案の照会先(所属)			氏名	電話

年 月 日

施設・配置等 提案報告書

商店街名: _____

提案No.			改善対象空間				
提案内容							
現状(現行空間・配置・設備 等)				提案			
経 常 外 コ ス ト			改善事項	直接費 (機・労・材)	諸経費等		計
費 目	時 間	金 額					
			①提案コスト				円
			②経常外コスト				円
			③				
			合計				円
効果	機能レベル(三次)	達成レベル(現状)	達成レベル(提案)	備考			
提案の照会先(所属)				氏名	電話		

V. 活用技法紹介

このプログラムの特徴として商店街の標準機能系統図とアイデア・ホイールの活用があり、以下それについて説明する。

V. 1 商店街の標準機能系統図について

1. 目的

魅力ある商店街を作るためには、他の商店街と差別化した機能を盛り込む必要がある。しかし、商店主に、商店街の機能系統図を書いてと言っても、説明をし、書ける練習をして、アイデア出しなどに使える機能系統図を書けるようになるまでには、お互いに相当な労力が必要となる。そこで、説明の手間や練習などの手間を省く目的で、標準機能系統図を準備することとした。機能系統図の作成に、不慣れな人が、一生懸命に作成しても、完成させるだけでも難しいものである。機能系統図が、思考の原点にするには、非常に役立つものであることを、この様な方にも、分かってもらうために、対象を商店街として、標準的な商店街の機能系統図を作成した。自分たちの商店街がどのような機能で構成され、どのような機能のつながりで、役割を果たしているのか、理解してもらえる働きがある。このように、商店街の方にも、機能で考える VE に親しんで頂き、商店街の働きを機能的に理解してもらうことが、標準機能系統図を作る背景にあった。

2. 特徴

標準機能系統図は、『守りの機能』と『攻めの機能』の大きく2つの機能に分けた。

『守りの機能』は、「日々の商いを充実すること」を目的とし、『攻めの機能』は、「経営にマネジメントを盛り込むこと」を目的とした機能とした。『攻めの機能』は、類似の機能系統図を参考に商店街として使いやすいように見直しを行った。標準機能系統図であるため、他の商店街との差別化のための機能は盛り込まれていない。また、標準機能系統図のチェックリストには、個と群が記されている。各々の機能が、個人（個）に関するものか、商店街（群）に関するもので、分類したものである。更に、その右には、個、群毎に、チェックをするための欄を設けている。このチェック欄を利用して、各商店街で、自分たちの商店街が、チェックする機能の達成度を5段階などでチェックし、定量的なデータを残すことができる。活動後に再度、チェックすれば、活動前後での機能の達成度の変化を見ることができる。本シナリオの検討により、差別化の機能を追加していきます。

3. その使い方

(1) 標準機能系統図

商店街が備えるべき、標準的な機能を抽出し、機能系統図にまとめたものです。機能系統図の役割、働きなどを理解してもらうためにも、役立ちます。

図 5・1 に標準化機能系統図の例をします。

(2) 標準機能系統図とチェックリスト

自分たちの商店街が、各チェック項目に対して、現在どのような状況になっているか、自分たちで評価できるようにしたものです。

現状を評価し、将来的には、どのようなレベルに持って行きたいのかを描いてもらいます。その差の改善のために、アイデアを発想していくために、活用できます。図 5・2 に、この例を示します。

商店街の標準機能系統図

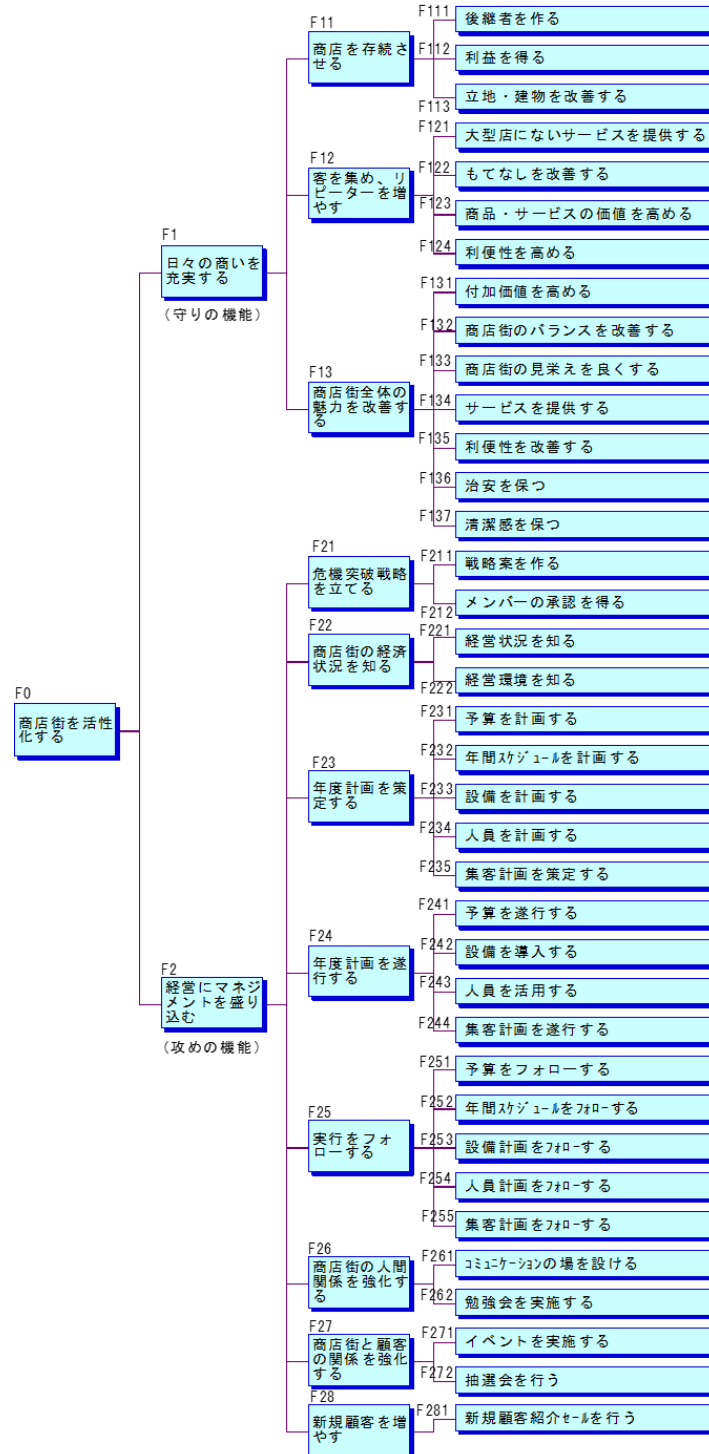


図 V-1 標準機能系統図の例

商店街の標準機能系統図 と チェックリスト

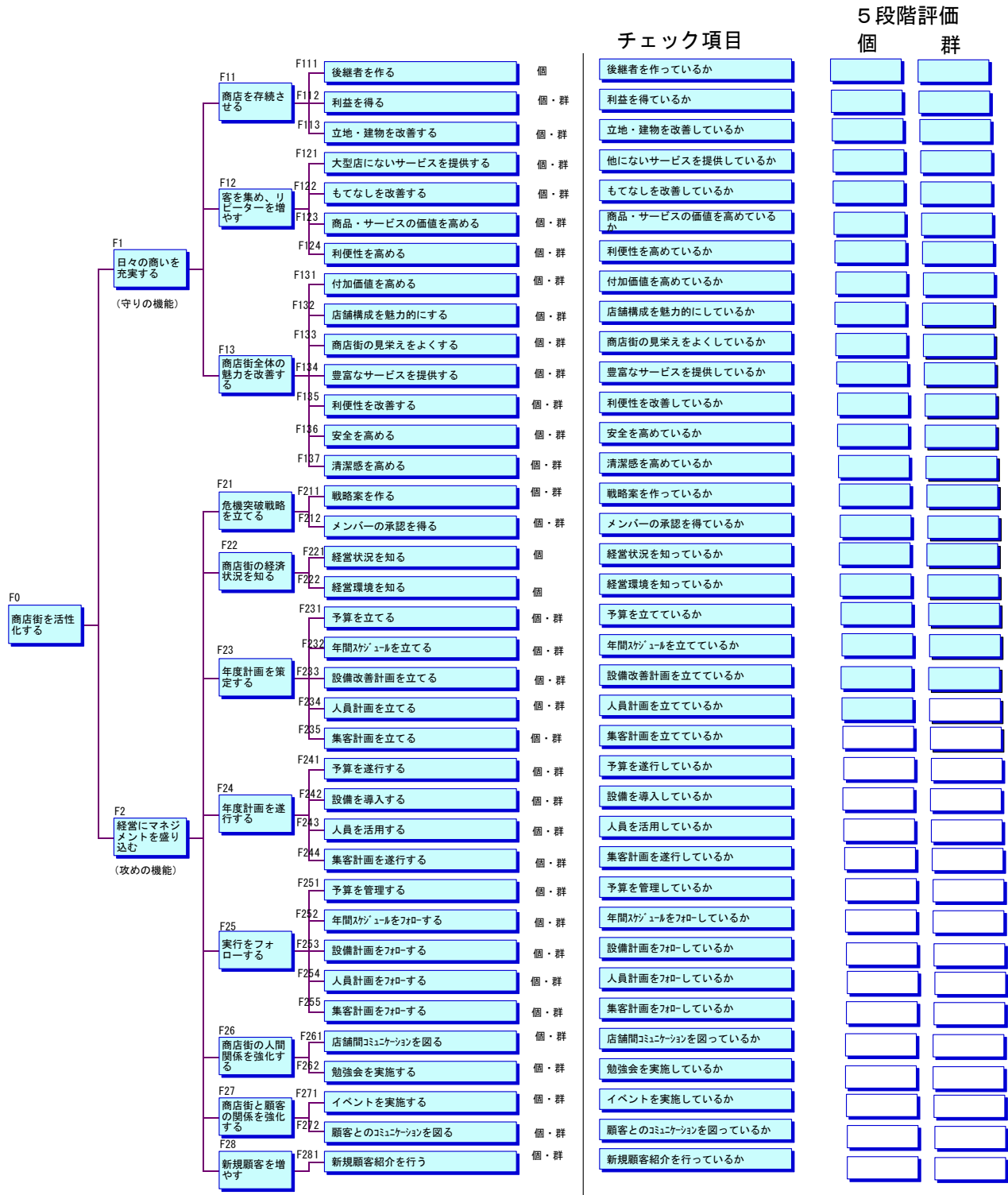


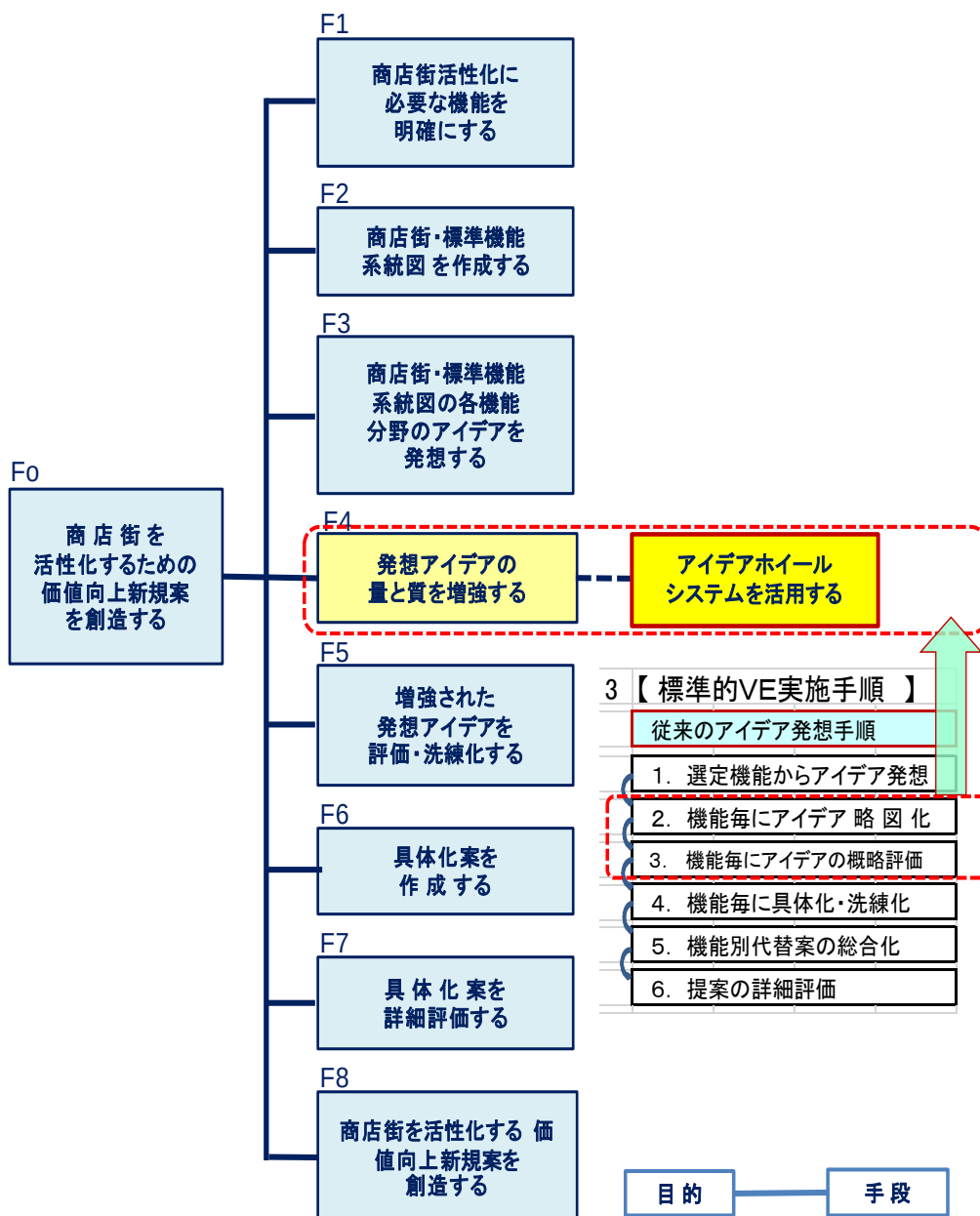
図 V-2 標準機能系統図とチェックリスト

V. 2 アイデア・ホイールについて

1. 目的

アイデアを発想する場合は、色々な視点で行う必要があります。しかしながら、そのようにすると、視点によって数多く発想できたり、ほんのわずかしかな発想できなかったりというようにアイデア数の偏る場面が多くみられます。そのため今回は、この偏りを防ぎながらアイデアの量を増やす一つの方法として、“アイデアホイールシステム図の活用”を提案します。

【 VE実施手順時のアイデアホイールの位置付け 】



2. 特徴

アイデアの偏りを“見える化”し、アイデアの分布状態と中央の円盤（ホイール）を回して“人、お金、材料、方法”の各項目を見ながらアイデアを発想して増強していきます。アイデアの発想のよりどころを明確にしたということです。中央の円盤の項目は必要に応じて変えて、アイデアを発想してみてください。

3. 使い方

アイデア発想時は、視点を変えて行うようにします。今回は図のようにアイデアに求められている色々な要素をヒントに行いました。

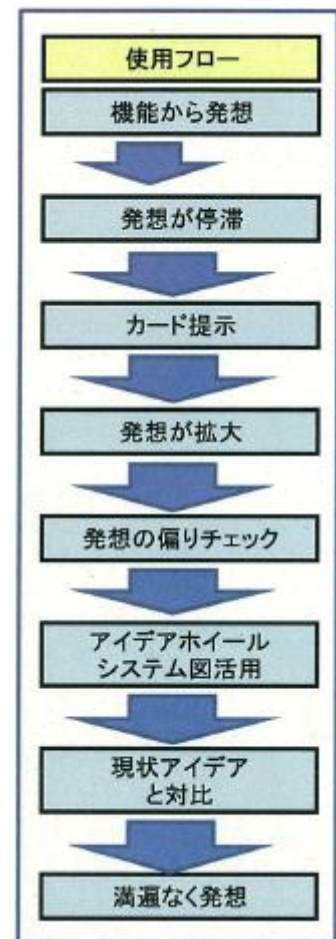
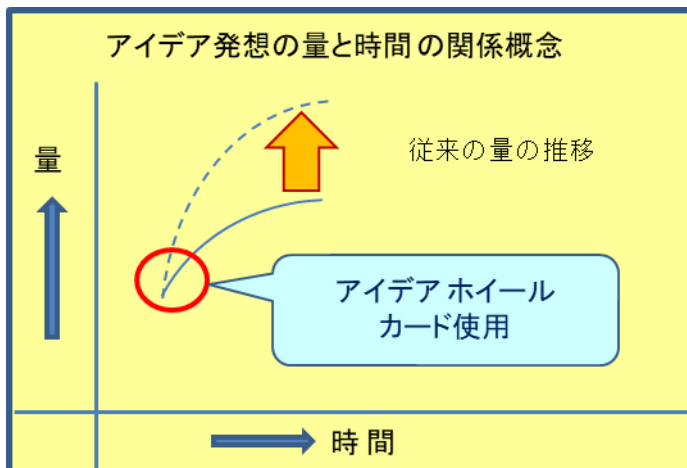
その後、その要素をヒントにアイデアの偏りを“見える化”します。そしてアイデアの発想分布状態を整理してみます。次に、その状態をアイデア・ホイールシステム図に表します。

（１）アイデアホイールカードの目的

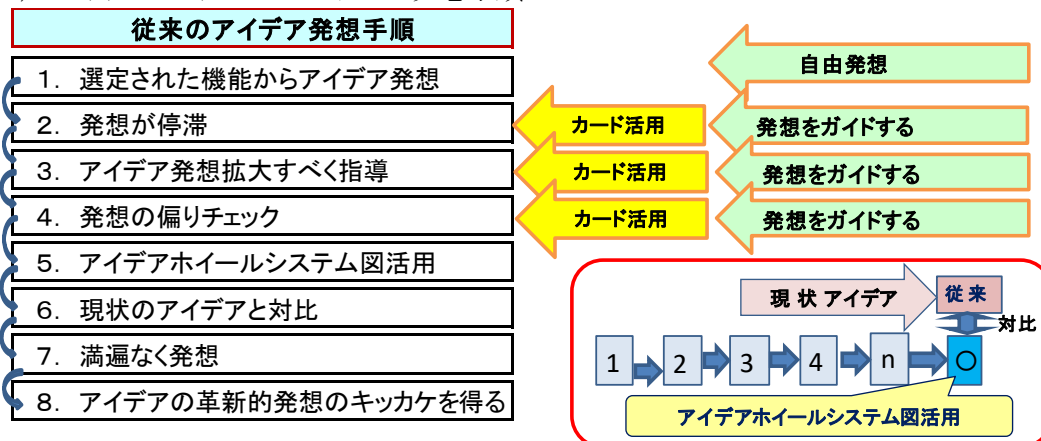
- ① アイデア発想の量を増やす
- ② アイデア発想の偏りを防ぐ
- ③ アイデアの革新的な発想のキッカケとする

（２）アイデアホイールカードの使い方

- ① ブレインストーミング時にアイデアが出なくなった時
- ② ブレインストーミング時にアイデアが偏った時
- ③ アイデアの量は出たが質が伴わない時
- ④ 発想パターンに応じて出せるようにする

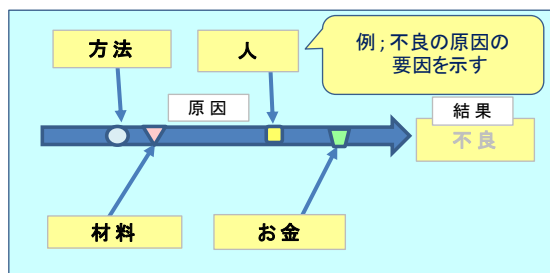


(3) アイデアホイールカードでの発想手順



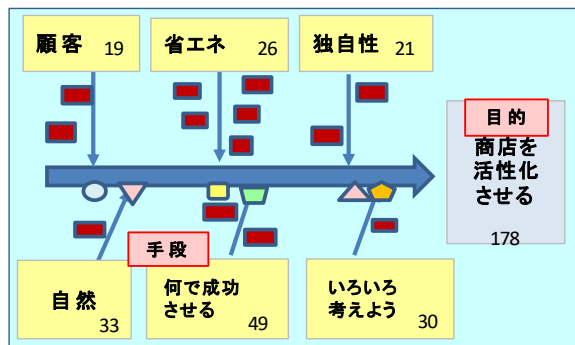
(4) アイデア・ホイールシステム思考原点

① QC の特性要因図をヒントにアイデアの偏りを見える化する



■ アイデアの質を上げ、アイデアの量を更に増加させるためには、まずアイデアに求められている要素を決める。
(例：人、方法、材料、お金等)

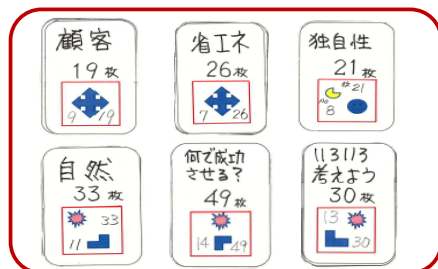
② アイデアの発想分布状態を整理する



アイデア ホイール分布状態図

■ 特性要因図の枝の項目をキーワードから選定する。キーワードはアイデア発想機能が選定されたあと決める。

■ アイデア ホイール分布状態図を参考に、アイデアを満遍なくだすように導く。



アイデアホイールカード 計 178 枚

■ アイデアホイールカードの枚数を評価基準としてアイデアの発想の仕方を工夫する。

ワークシート No. 7
『アイデア発想シート』

2020/ 7/ 01 現在
令和 年 月 日実施

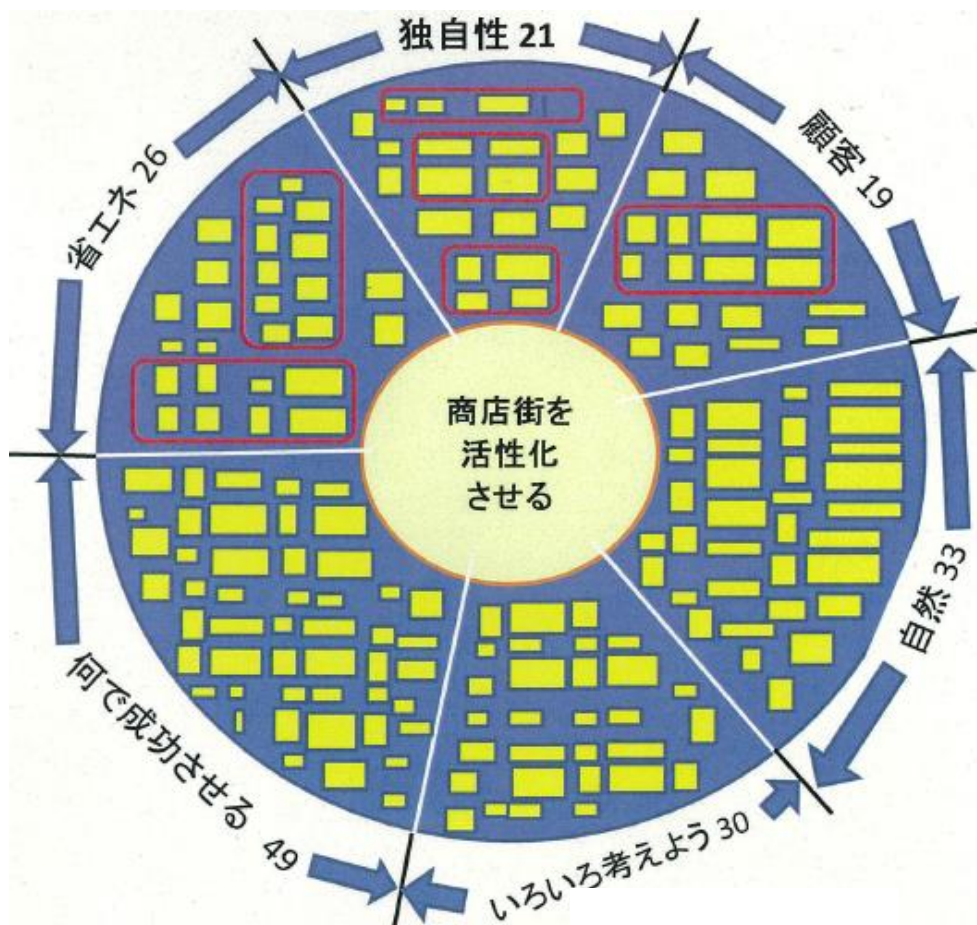
アイデア発想イメージシート

対象機能	No	向上目標値	1 / 6
WS 7	他に同じ働きをするものはないか?		アイデア発想
(ブレインストーミング4つの規則: 批判厳禁、自由奔放、量を求む、結合改善)			
	外輪	キーワード	アイデア数
	顧客	お客を喜ばそう	19
	省エネ	省エネを考えよう	26
	独自性	オンリーワンを目指そう	21
	自然	自然を使おう	33
	何で成功させる	強み弱みを活かそう	49
	いろいろ考えよう	目線を変えよう	30

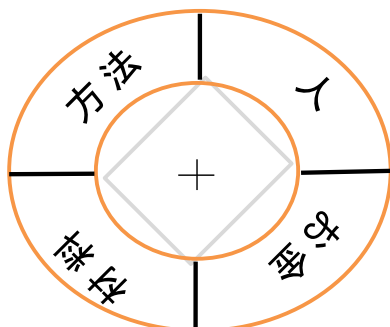
No	外輪	人	お金	材料	方法	備考
1	顧客					
2						
3						
4						
5						
6						
7						
8						
9						
10						

※ 改善案への展開の資料としてVTR報告書に添付してください。

(5) アイデア・ホイールシステム図

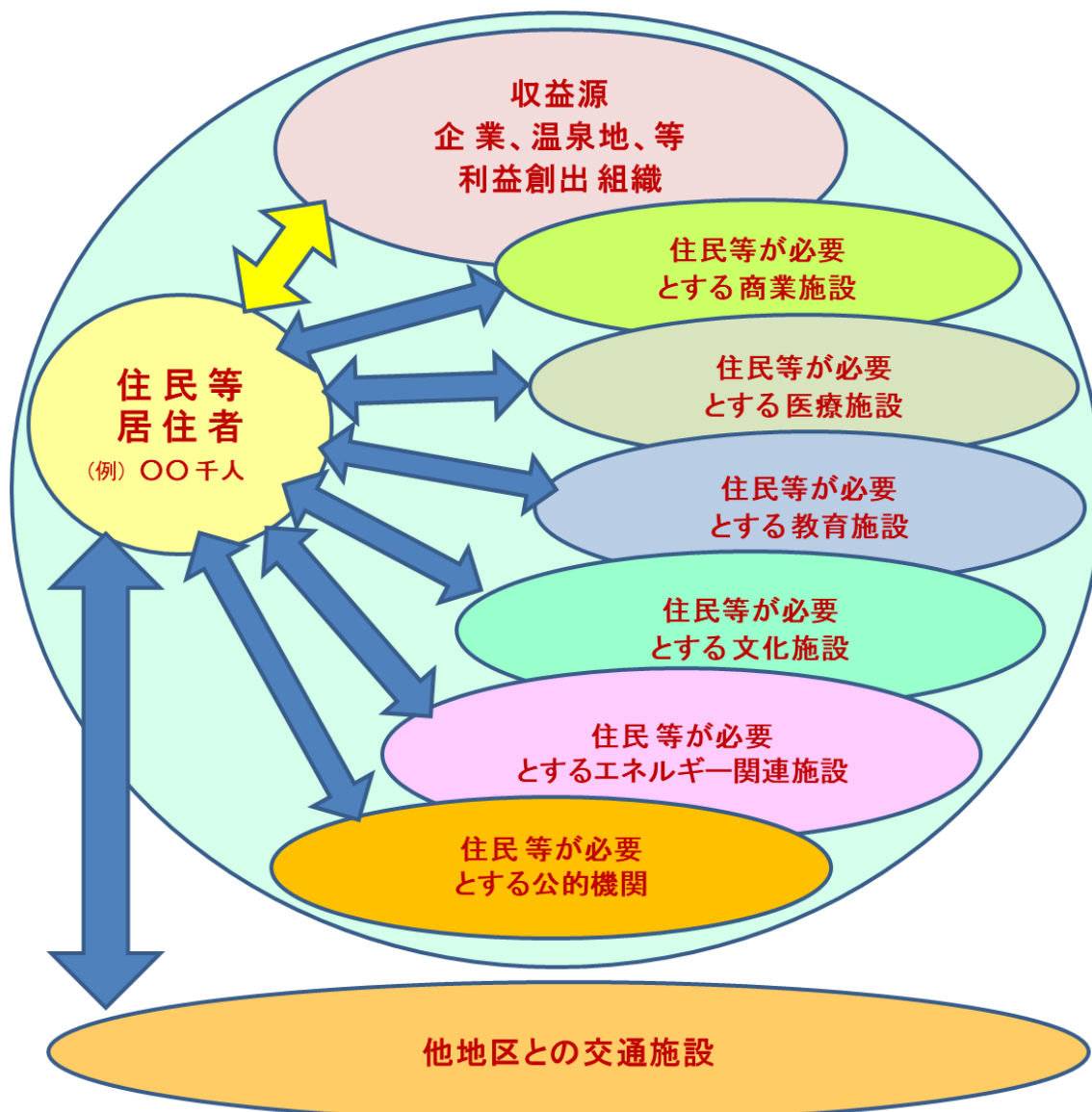


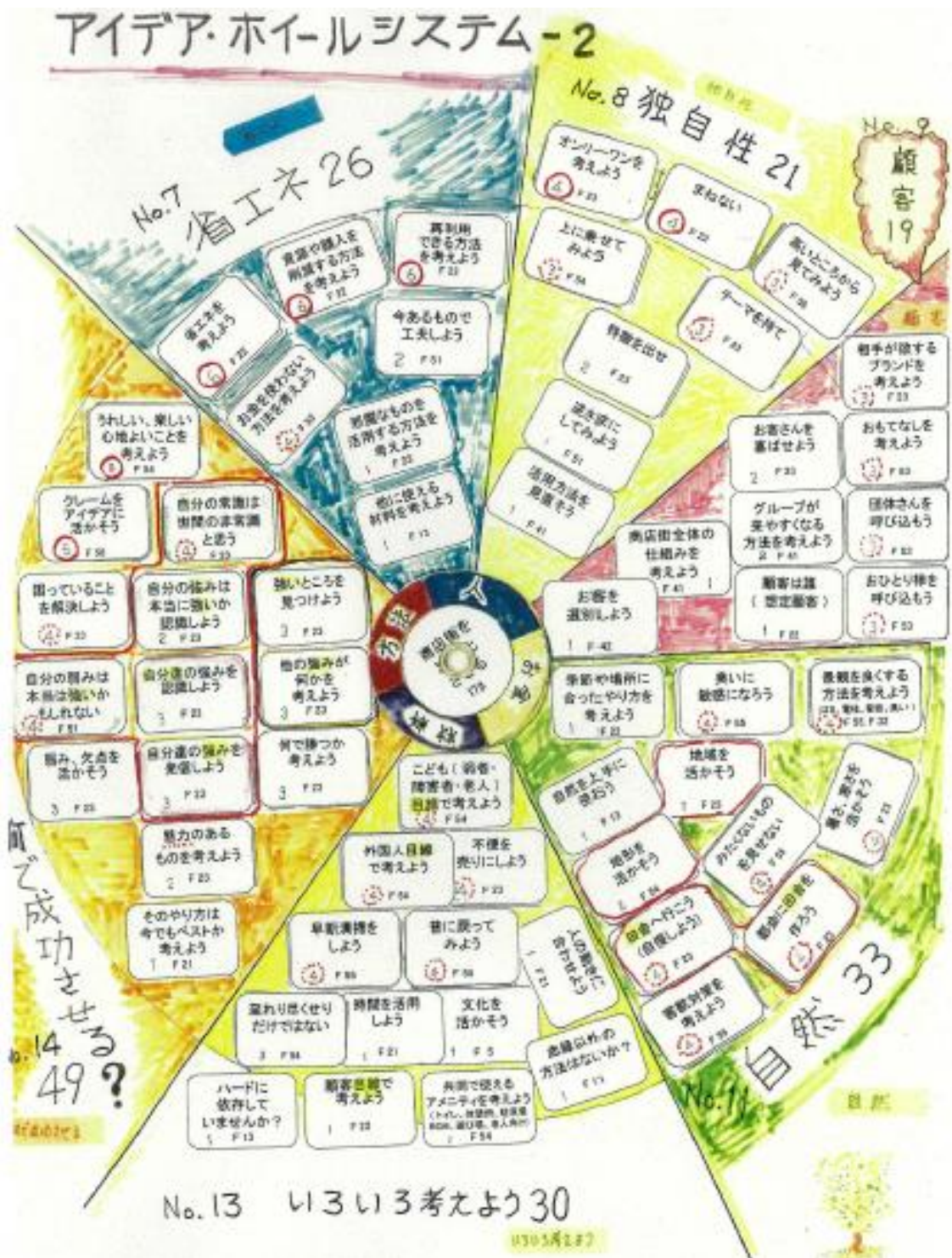
① アイデア・ホイールシステム センター評価欄



- ※ 左の、『人、お金、材料、方法』の4つの視点から、アイデアホイール図の各カテゴリーごとのアイデアをチェックし、不足と思われるアイデアを発想していく。
- ※ アイデアはBSの4つの規則に従い、多数発想する。
- ※ この中央評価ポイントは自由に回るようにしてあり、発想の動機付けとする。

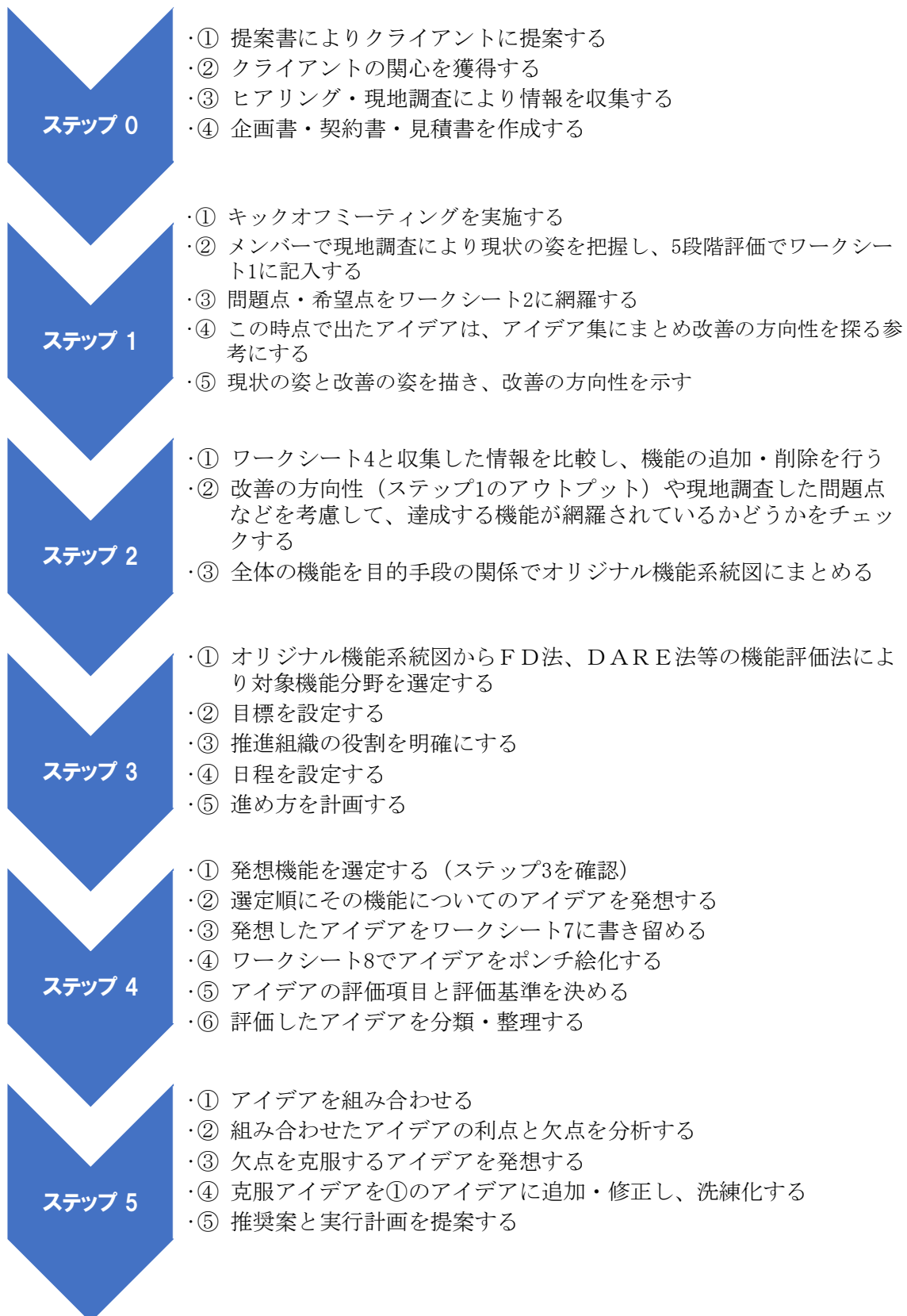
(6) 検討する視点を変える

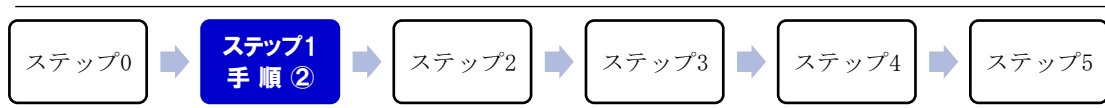




図V-3 アイデア・ホイールシステム図

VI. 実施例

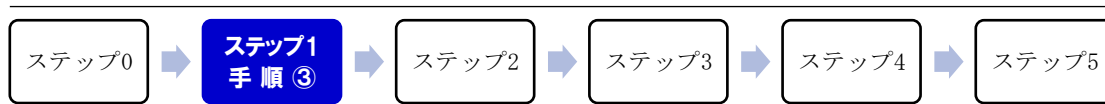




商店街の活性化再チェック(現状再評価)(商店街を継続するため)
商店街活性化5段階再評価

作成 2017年5月

商店街活性化5段階再評価			調査日 2016/6/14					調査日 2017/5/24							
No.	分類	チェック項目	大 ←活性化度→ 小					No.	大 ←活性化度→ 小						
			5	4	3	2	1	評価点		5	4	3	2	1	評価点
1	F11:客を集め、リピーターを増やす	F111 立地・建物を改善しているか				○		2	1				○		2
2		F112 他にないサービスを提供しているか			○			3	2			○			3
3		F113 もてなしを改善しているか		○				4	3		○				4
4		F114 商品・サービスの価値を高めているか				○		2	4				○		2
5		F115 利便性(駐車場、案内表示等)を高めているか				○			3	5			○		
		差別化を図っているか			○			3	評価未対象						
6	F12:商店街全体の魅力を改善する	F121 付加価値を高めているか				○		2	6				○		2
7		F122 商店街のバランスを改善しているか					○	1	7					○	1
8		F123 見栄えを良くしているか			○			3	8			○			3
			清潔感を保っているか		○				3	評価未対象					
9		F124 サービスを提供しているか				○		2	9				○		2
10		F125 利便性を改善しているか				○		2	10				○		2
11		F126 治安を保っているか			○			3	11			○			3
12		F127 清潔感を保っているか				○		2	12				○		2
13	F21:人間関係強化	F211 コミュニケーションの場を設けているか	評価未対象						13						0
14	関係強化	F212 勉強会を実施しているか	評価未対象						14						0
15	F22:顧客関係強化	F221 イベントを実施しているか				○		2	15				○		2
16	関係強化	F222 抽選会を実施しているか					○	1	16					○	1
17	F23:新規顧客増	F231 新規顧客紹介セールを実施しているか				○		2	17				○		2
顧客の視点での評価40/85=0.47			全体値		85	合計点		40	全体値		85	合計点		34	

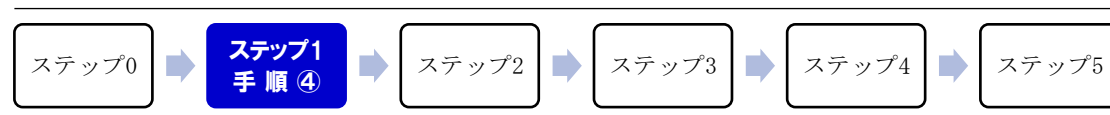


問題点・希望点調査シート

ワークシート2

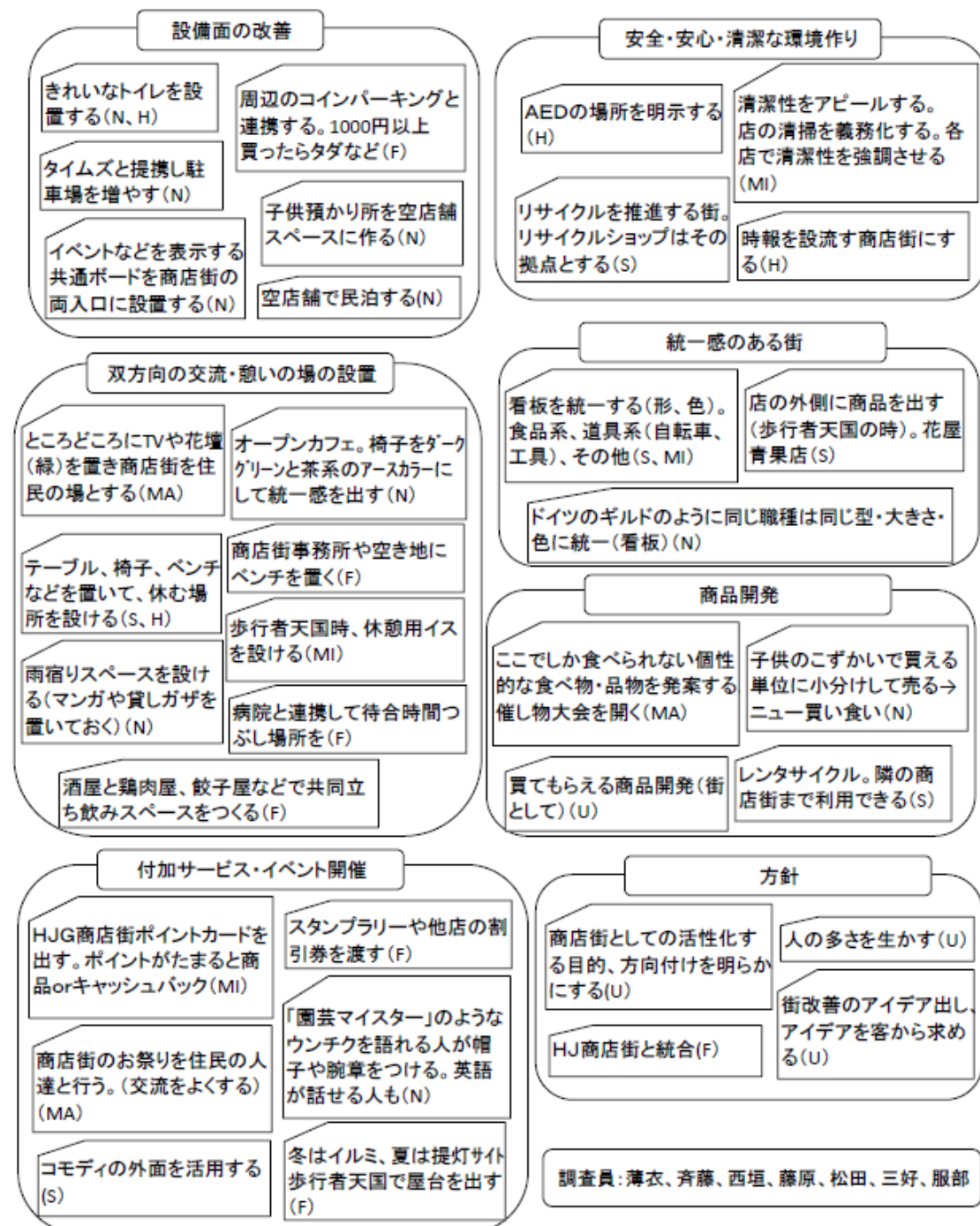
2016年6月14日（服部記）

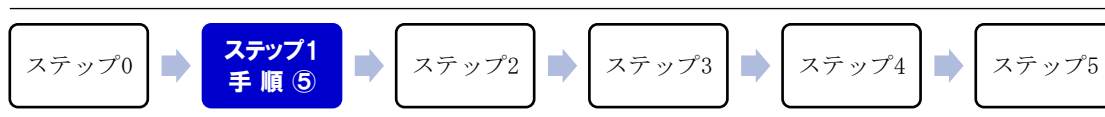
[illegible]



HJG商店街をより活性化するアイデア

調査日 2016/6/14





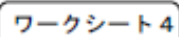
【商店街の現状と改善コンセプト】

本商店街は、私鉄駅（乗車人数約 4 万名）から徒歩 10 分に位置し、40 店舗が 400 メートルにわたり軒を連ねている下町情緒が残る商店街である。商店の構成は、食品・食材店がスーパー1 店を含む 11、飲食店が 3、理容・美容室が 3、酒屋が 2、和菓子屋が 2、花屋が 2、クリーニング店が 2、その他歯科医、靴屋、薬屋、不動産屋、リサイクルショップ、自転車屋が各 1 で、閉店時間は 19 時台が 18 店と多く、22 時以降も 5 店ある。

商店街の設立は昭和 30 年頃で、来街者の半数は町内に在住している近隣住民（約 9 千人）である。近隣には、役所や公民館、小学校、総合病院、公団住宅があり、70 歳以上の高齢者の増加が増えてきてはいるが、都会への通勤の利便性が良いため若い世代も増えてきている。商店街の北と東には、国道が走る。西には、定休日が別の商店街（約 50 店舗）がある。事前の活性化度の調査では、47 パーセントであった。

活性化改善コンセプトは、『本商店街は、利用者に密着したサービスを商店街全体で提供し、子供や老人も安全でゆっくりと過ごせるなど、近隣住民との共生を目指す。目標活性化度 80 パーセントとする。』である。

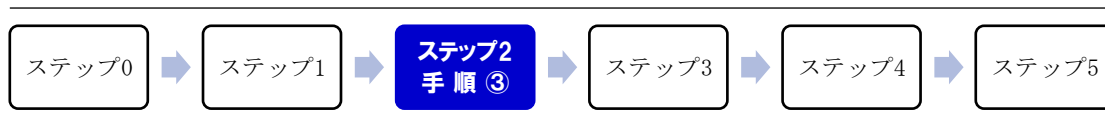
※本「商店街の現状と改善のコンセプト」は、商店街を利用する「顧客の視点」から述べたものである。



The diagram illustrates a multi-level business strategy framework:

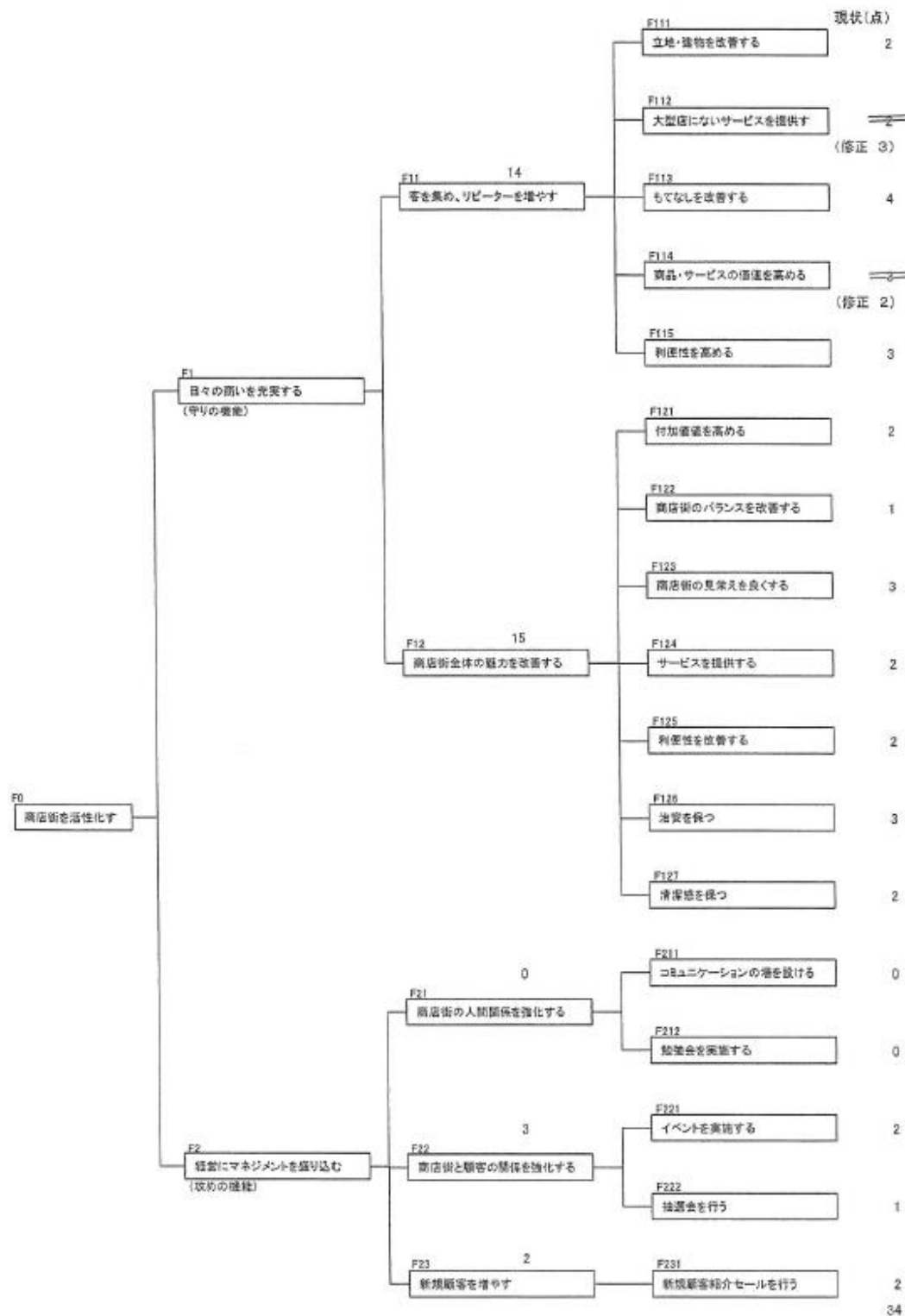
- F1: 日々の売上げを完遂する** (守りの機能)
 - F11: 後継者を作る**
 - F111: 後継者を作る
 - F112: 利権を得る
 - F113: 立地・建物を改善する
 - F12: 客を集め、リピーターを増やす**
 - F121: 大型店にないサービスを提供する
 - F122: もてなしを改善する
 - F123: 商品・サービスの価値を高める
 - F124: 利便性を高める
 - F131: 付加価値を高める
 - F132: 商店街のバランスを改善する
 - F133: 商店街の見栄えを良くする
 - F13: 商店街全体の魅力を高める**
 - F134: サービスを提供する
 - F135: 利便性を改善する
 - F136: 治安を保つ
 - F137: 清潔感を保つ
- F2: 経営にマネジメントを盛り込む** (攻めの機能)
 - F21: 危機突破戦略を立てる**
 - F211: 戦略案を作る
 - F212: メンバーの承認を得る
 - F22: 商店街の経済状況を知る**
 - F221: 経営状況を知る
 - F222: 経営環境を知る
 - F223: 予算を計画する
 - F224: 年間スケジュールを計画する
 - F225: 設備を計画する
 - F226: 人員を計画する
 - F227: 集客計画を策定する
 - F228: 予算を実行する
 - F229: 設備を導入する
 - F230: 人員を活用する
 - F231: 集客計画を実行する
 - F23: 年度計画を策定する**
 - F231: 予算をフォローする
 - F232: 年間スケジュールをフォローする
 - F233: 設備計画をフォローする
 - F234: 人員計画をフォローする
 - F235: 集客計画をフォローする
 - F24: 年度計画を実行する**
 - F241: 予算をフォローする
 - F242: 年間スケジュールをフォローする
 - F243: 設備計画をフォローする
 - F244: 人員計画をフォローする
 - F245: 集客計画をフォローする
 - F25: 実行をフォローする**
 - F251: コミュニケーションの場を設ける
 - F252: 勉強会を実施する
 - F253: イベントを実施する
 - F254: 抽選会を行う
 - F26: 商店街の人間関係を強化する**
 - F261: 新規顧客紹介メールを行う
 - F27: 商店街と顧客の関係を強化する**
 - F28: 新規顧客を増やす**

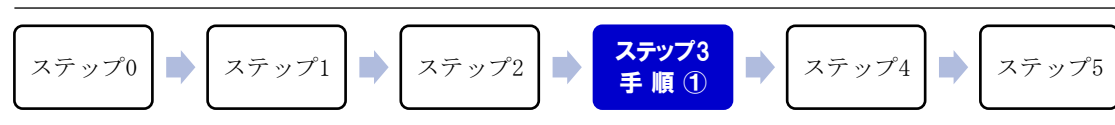
Additional labels in the original image include "子供・老人・近隣住民" near F122 and "顧客" near F113.



商店街・標準機能系統図(オリジナル)

修正: 2017年5月24日 & 31日





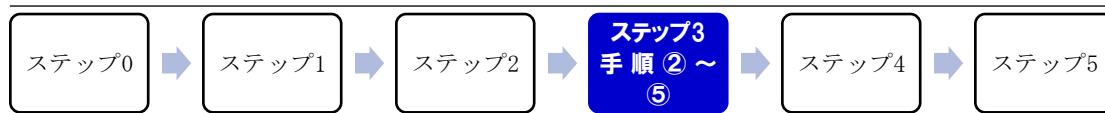
対 象 の 選 定	ワークシート 5
(1) WS3の機能分野ごとの重要度は異なるので、重要度に合わせて重み(得点)を付ける …(簡単なFD法)を活用(W全体を1.00とする) (2) 各機能分野ごとの未達成度合い=100-(WS3の機能分野別達成度)をF欄に記入 (3) 価値の低い機能分野は、(W×F)値の大きい機能分野となる	

1)オリジナル機能系統図の【機能の重みづけ】DARE法による

機能分野名		比較回数	1回	2回	3回	4回	仮の重み 係数	修正重み 係数	重要度 係数
F 12	商店街全体の魅力を改善する	2					2.0	16.12	0.488
F 11	客を集め、リピーターを増やす	1	1.6				1.6	8.06	0.244
F 22	商店街と顧客の関係を強化する		1	1.8			1.8	5.04	0.153
F 23	新規顧客を増やす			1	2.8		2.8	2.80	0.085
F 21	商店街の人間関係を強化する				1		1.0	1.00	0.030
								33.02	1.000

2)オリジナル系統図に並び替え

機能分野名(オリジナル)		重要度 係数	満点	(80%の時) 目標	68×重要 度係数	修正目標	現状 再評価	差(目標と 再評価)	着手順位
F 11	客を集め、リピーターを増やす	0.244	25	20	17	18	14	4	③
F 12	商店街全体の魅力を改善する	0.488	35	28	33	33	15	18	①
F 21	商店街の人間関係を強化する	0.030	10	8	2	2	0	2	⑤
F 22	商店街と顧客の関係を強化する	0.153	10	8	10	10	3	7	②
F 23	新規顧客を増やす	0.085	5	4	6	5	2	3	④
		1	85	68	68	68	34	34	



ワークシートNo.6
作成日: 2017年08月24日(訂正)

商店街活性化・活動計画書												
プロジェクト名: ○○商店街活性化プロジェクト					決済印 事務局 リーダー 起案 服部 対象の選定理由 [対象の位置づけ・状況、他商店街との比較など] ○○商店街(昭和30年頃設立)は、私鉄駅(乗車人数4万人)から徒歩10分に位置し、40店舗が400メートルにわたり軒を並べている。来街者は近隣住民9千人で、近隣には、役所・公民館、小学校、総合病院、公園住宅があり、70歳以上の高齢者は多いが、都会への通勤の利便性が良いため若い世代も増えている。ただし、事前の活性化度の調査では47パーセントであった。(商店街組合・行政から「活性化するアイデアはないか」と依頼があった)							
プロジェクト対象名(ハード、ソフト): ○○商店街の魅力の改善					目的:(対象顧客も記述のこと) 活性化改善コンセプトは、「○○商店街を利用者に密着したサービスを商店街全体で提供し、子供や老人も安全でゆっくりと過ごせるなど、近隣住民との共生を目指す」商店街である。その中でまず第一に「商店街全体の魅力を改善する」に取り組む。その手段としての①付加価値を高める、②利便性を改善する、③治安を保つに具体策を構築する。							
目標とする期待効果(定性的効果) 商店街全体の活性化度を80パーセントとするが、今回は商店街全体の魅力を現状再評価した15ポイントから18ポイントupの33ポイントを目指す(ちなみにこの機能の100%満足度は、35ポイントである。 参考:オリジナル機能系統図【機能の重みづけDARE法による】					目標とする期待効果額①(改善効果額/年など) 商店街の活性化度を上げることにより来客数が増加する。その増加人数が売上高UPにつながる。 <u>集客率前年比1.5倍を目標とする。</u> ↑ 追加							
スケジュール		活動期間:(予定) 今後9回				発足会開催日:再キックオフ				報告会開催日: 年○○月○○日		
No. 実施ステップ	第1回	第2回	第3回	第4回	第5回	第6回	第7回	第8回	第9回	第10回	第11回	第12回
1. 問題点・希望点を明らかにしよう	◎キックオフ											
2. 求められること・足りないことを整理しよう		→										
3. 活性化のための活動計画を作ろう			→									
4. その活性化のアイデアを出そう				◎再キックオフ								
5. 自分達のできることにまとめよう												
提案												
記号: ---→ 計画、→ 実績、 成果物(アウトプット):												
プロジェクトメンバー ・専任メンバー(活動時間のみ)(例) リーダー:当該商店街利用者(代表) メンバー:商店街利用者(シニア) メンバー:商店街利用者(40・50代男性) メンバー:商店街利用者(主婦) メンバー:商店街利用者(学生) ・ゲストメンバー(要請があった時参加) (例)商店街組合委員等 小・中・高校生 行政担当者 ・コンサルタント CVS				専門 人件費 調査費 試作費 等				プロジェクト予算(費用) 合計 ② 千円				
会議室:商店街会議室				投資倍率=①/②				追加資料 ⑩オリジナル系統図現状値(再) ⑪商店街活性化再評価 ⑫対象の選定(DARE法) ⑬【ステップ3】の内容				
活動日: 2 時間 / 会合				=				(目標)				

ステップ0

ステップ1

ステップ2

ステップ3

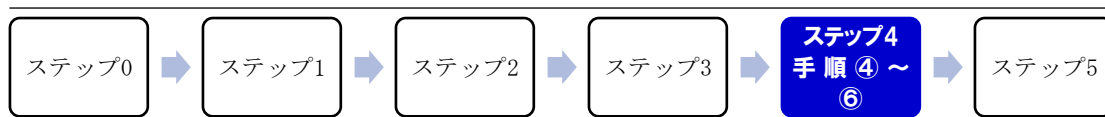
ステップ4
手順③

ステップ5

商店街活性化プログラム「アイデア発想・ワークシートA」(事例)

配布 2017年9月28日

種別	キーワード1 (人物)	キーワード2 (内容)	アイデア	どうしたらできる? 何が必要?	すぐやる	計画を立ててやる	長期計画に 取り込む
商店街全体の 魅力を改善する	人		1 多量紙を貼せる人に来てもらう(街にいたボランティア)	多量紙を貼せる人に来てもらう	☐	☐	☐
			2 一画に書けた人(街にいたボランティア)	多量紙を貼せる人に来てもらう	☐	☐	☐
			3 マスターを配置する	マスターを配置する	☐	☐	☐
			4 地元マスターを配置する	地元マスターを配置する	☐	☐	☐
			5 店・学・官のコラボ	店・学・官のコラボ	☐	☐	☐
		方法	6 「世界に一つだけの花」を渡し続ける	「世界に一つだけの花」を渡し続ける	☐	☐	☐
			7 壁面に店主の顔を描く	壁面に店主の顔を描く	☐	☐	☐
			8 子供が楽しめる場所を設ける	子供が楽しめる場所を設ける	☐	☐	☐
			9 地域の特産物を活かす	地域の特産物を活かす	☐	☐	☐
			10 子供だけで営業する日を作る	子供だけで営業する日を作る	☐	☐	☐
			11 商品販促で使えるカードを作る	商品販促で使えるカードを作る	☐	☐	☐
			12 地下鉄の駅から直接入れる入口を作る	地下鉄の駅から直接入れる入口を作る	☐	☐	☐
			13 夏休み期間だけの物販をたてあげる	夏休み期間だけの物販をたてあげる	☐	☐	☐
			14 子供食堂	子供食堂	☐	☐	☐
			15 使わなくなったものを安く提供する(スマホのサイト)	使わなくなったものを安く提供する(スマホのサイト)	☐	☐	☐
			16 ご当地キャラを作る	ご当地キャラを作る	☐	☐	☐
			17 ドローン宅配、忍者宅配、ワンちゃん宅配、宅配ロボット	ドローン宅配、忍者宅配、ワンちゃん宅配、宅配ロボット	☐	☐	☐
			18 心を持ったロボット	心を持ったロボット	☐	☐	☐
			19 東十条ペッパーくん	東十条ペッパーくん	☐	☐	☐
			20 マイクロファイナンス + 地方銀行の活性化	マイクロファイナンス + 地方銀行の活性化	☐	☐	☐
	材料		21 物では作れない物を作る	物では作れない物を作る	☐	☐	☐
			22 東十条産の鮎	東十条産の鮎	☐	☐	☐
			23 鮎	鮎	☐	☐	☐
			24 ノダカ	ノダカ	☐	☐	☐
			25 夏祭船	夏祭船	☐	☐	☐
			26 お菓子の家	お菓子の家	☐	☐	☐
	お金		27 店舗運営を助ける	店舗運営を助ける	☐	☐	☐
			28 スマホアプリでの登録で割引	スマホアプリでの登録で割引	☐	☐	☐
			29 店舗スマホ	店舗スマホ	☐	☐	☐
			30 店頭割引券	店頭割引券	☐	☐	☐
			31 スタンプカード	スタンプカード	☐	☐	☐

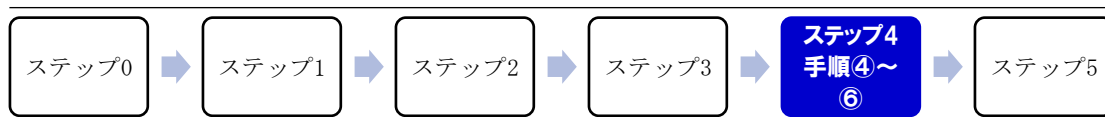


アイデアNo.1 川床まつり

アイデア 4 川床まつり			アイデア 5			アイデア 6		
利便性	実現性	採否	利便性	実現性	採否	利便性	実現性	採否
○	○	○						

アイデアNo.2 案内スクリーン アイデアNo.3 多言語対応看板 アイデアNo.4 教室開催案内

アイデア 1 1-1 & 12-1			アイデア 2			5-3すぐやる			方式
利便性	実現性	採否	利便性	実現性	採否	利便性	実現性	採否	
○	○	○	○	△	△	○	○	○	



アイデアNo.5 八十八店巡り

車＋各1ヶ所店巡り

31-1 計画

○スタンフォーリー
○買物なごみ押しこめる。
○感じがよい対応を以て
くねたお店に
“よいね”シールを貼って
あやう

“よいね”シールが多い店

利便性	実現性	採否
○	○	○

アイデアNo.6 改札出口に案内板 アイデアNo.7 ポイントカード アイデアNo.8-1 携帯で注文・配達(買
 プリペイドカード い物に来られない人向け)
 (スタンプを含む) アイデアNo.8-2 携帯で注文し
 て取りに行く)

アイデア4

12-1 計画

31-1 すぐやる

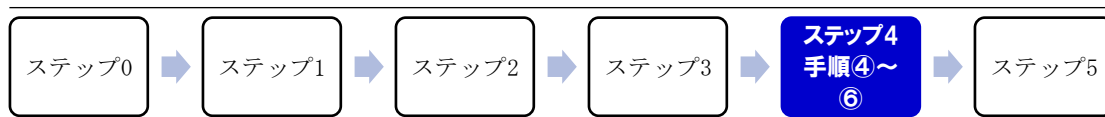
アイデア5

7.7%ポイント可能

アイデア6

29-1 すぐやる

利便性	実現性	採否	利便性	実現性	採否	利便性	実現性	採否
○	△	△	○	○	○	○	△	△
						○	○	○



アイデアNo.9 自動翻訳

アイデアNo.10 SLラーメン

アイデアNo.11 飾りかまぼこ

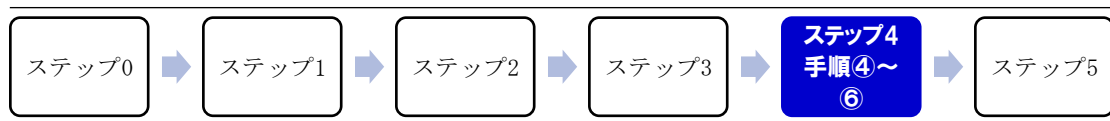
アイデア4 自動翻訳 (9言語への対応) 各店に一台設置 1-2 計画			アイデア5 “SLラーメン” 9-4 & 9-7 計画 (SLを改造したラーメンShop)			アイデア6 今日出たアイデア計画		
利便性	実現性	採否	利便性	実現性	採否	利便性	実現性	採否
○	△	△	○	△	△	△	△	△

アイデアNo.12 かぞえ歌
(技の伝承、ショー)

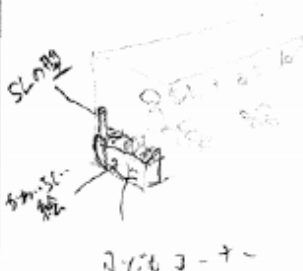
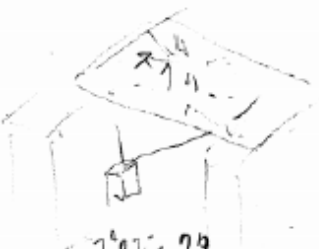
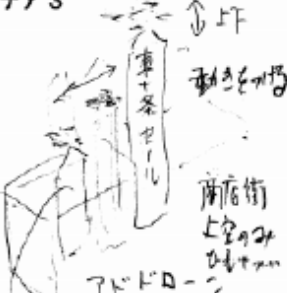
アイデアNo.13 ジモティ

アイデアNo.14 由来伝説(箸)

かぞえうた 方式 アイデア1 駅前でセロリをとり ちびくからいせセロリをとり せろり 駅前にてセロリをとり いちくからいせセロリをとり 腹から包丁前向き 工務を聞いて駐をおとし 肉 筋 きれいにし しゃぶしゃぶ アジサバキのうた のおぼえももて伝承			ジモティ 方式 アイデア2 リサイクル品 展示 指定の時間に 運んでくるもの 人口増加を 心配 事務所が管理			由来 方式 アイデア3 平田和器が お箸を地面に 落したら木片になつて レバワ-フォ-ル 箸供養 箸や食品も自然に		
利便性	実現性	採否	利便性	実現性	採否	利便性	実現性	採否
○	△	△	○	○	○	○	○	○
14-2 計画			15-1 計画			9-2 計画		



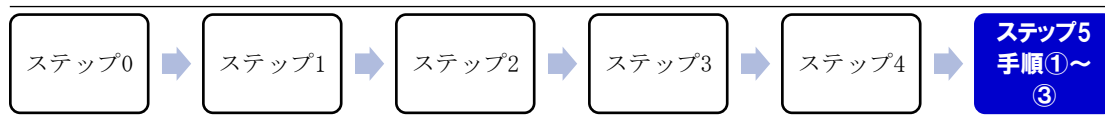
アイデアNo15 子供(立読み)コー アイデアNo16 見上げ花火開催 アイデアNo16 アドドローン
ナー設置

立ち読み 方式			みあげ花火 方式			アドドローン 方式		
アイデア1			アイデア2			アイデア3		
 立ち読みコーナー 本を置く			 702エタ マルビナで花火を 上に映す 花火			 ドローンを油圧 シリンダー (ポンプ)で 動かす アドドローン 商店街 上空で 飛行 移動する 作業 (野球場の)		
利便性	実現性	採否	利便性	実現性	採否	利便性	実現性	採否
○	○	○	○	△	△	△	△	△

8-1 すぐやる

24-1 計画

17 計画



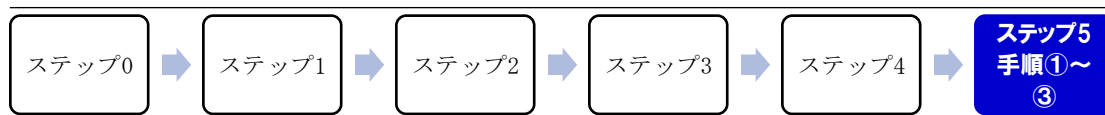
テーマ名

88ポイントシステム

ステップ5 利点・欠点分析と欠点克服ワークシート

ワークシート9

No.	組み合わせた案 (アイデアの組み合わせ案)	利 点 (良い所・改善点など)	欠 点 (悪い所・問題点など)	欠点克服のアイデア (悪い所・問題点を改善・解決する方法)	評価 (これで良いか)
1	・ポイント率は段階的に増える → 通う回数を増やす仕組み ・ポイントアップ券 → 立ち寄る店の種類を増やす仕組み (例) 魚屋で買い物(アップ券) → 他店で買い物するとポイント2倍 (その日に限定) ・他店情報チラシ → 知らない店に立ち寄る仕組み (例) 他店のお得な情報(通替り) → 和菓子が一割引き → 焼鳥5本買うと一本おまけ → 立ち寄るだけで半額券ゲット	1) ポイントを増やそうとする動機付けになる 2) ポイント数・ポイント率でポイントが自然に増える 3) 今まで入ったことがない店に客が入る	1) ポイントが増えすぎる可能性が大きい 2) 儲かっている店でポイントを貯められ、儲かっている店はより危機に陥る(経営が危なくなる) 3) ポイントの会計上の処理が複雑である 4) ポイントの交換の仕方が分らない買い物客がいる	1) 割引きは参加店提供の景品にする (欠点①②③④の解決) 2) 景品の費用と利益のバランスを取る。 (景品は年度ごとに予算取りができる) 3) NPOを設立し、商店街をホールディングとする 4) ラブちゃん(ロボット)に説明させる	○ ○ ○ ○



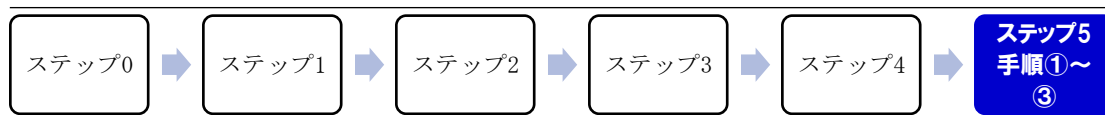
テーマ名

店番号設置と案内スクリーン

ステップ5 ②～⑤ 利点・欠点分析と欠点克服ワークシート

ワークシート9

No.	組み合わせた案 (アイデアの組み合わせ案)	利点 (良い所・改善点など)	欠点 (悪い所・問題点など)	欠点克服のアイデア (悪い所・問題点を改善・解決する方法)	評価 (これで良いか)
2	下の商店一覧の店番号を押すと 上の商店街の商店が光る	1) 店名だけでなく業種や商品名も擇せる 2) 簡単に表示内容を変えられる 物語(ストーリー)や特売日も表示できる 3) お客様にあった案内ができる(例:JRの自動販売機) 下記追加 4) 通行している人を商店街に誘導できる 5) 商店街全体がデジタルに一目でわかる 6) 効率的に買い物ができる 7) お買い得情報が入手できる	1) 実際にできる? 2) コンテンツ設計が大変 3) メンテナンスが難しい 4) 設置場所・箇所が決定しづらい 5) 設置費用がかかる 6) コストがかかる 下記追加 7) 各商店の情報が知りたい 8) 今日のお買い得商品を知りたい	1) ためてみる 2) 全体構成は企画委員を設けて企画。各店のコンテンツは各店主が企画。ソフトは業者に依頼する 3) 全体は企画委員会でメンテ、各店は各店主がメンテ。 4) 各店主合意の下で場所を探し決定 5) できるだけ汎用品を使う。必要なところのみ業者に依頼などして費用削減する また、相見積もりを取り安いところを探す 6) 同上 7) 商店一覧のボタンを押すと位置が分かる。衣類、食品などのジャンルを押すとそれらのお店が光る 8) さらに商店ボタンを押すと各商店の写真や商品、価格情報、お買い得商品などが表示される 商店ボタンを押すと 各商店の画面に変わ お買い得商品 商品/価格情報 商店の写真	△ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○

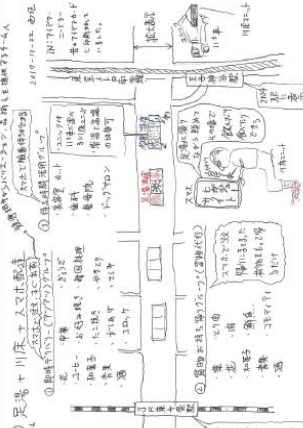
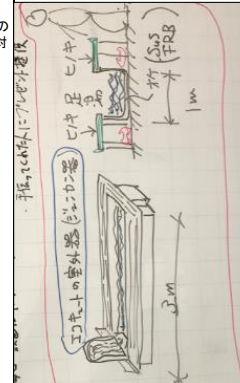


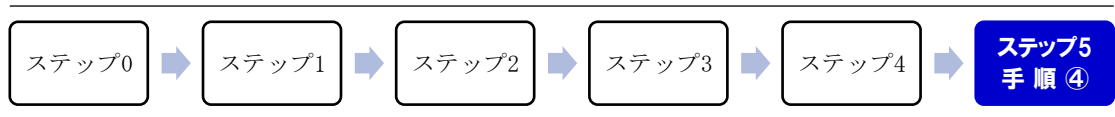
テーマ名

足湯、川床、スマホ配信

ステップ5 ②～⑤ 利点・欠点分析と欠点克服ワークシート

ワークシート9

No.	組み合わせた案 (アイデアの組み合わせ案)	利点 (良い所・改善点など)	欠点 (悪い所・問題点など)	欠点克服のアイデア (悪い所・問題点を改善・解決する方法)	評価 (これで良いか)
8	 ④ 足湯 + 川床 + スマホ配信 ⑤ 商店街のメイン通路に足湯/釣堀ユニットを置く ・ソフトウェアでつながるヒガジュウモールを形成する ・店舗を特性ごとに分類し、競争相手からチームにする →即時デリバリー(アツアツ)グループ →買物お持ち帰りグループ(買物代行) →待ち時間活用グループ	1) 新しい企画が多く来客者が喜ぶ 2) グループ分けが斬新 3) レジャー(足湯)しながら買物できる 4) この商店街の魅力を発揮できる 5) 足湯でマチコン! ができる(気軽に足湯に立ち寄り、老若男女の交流が進む) (以下、当日記憶を追記) 6) JRと地下鉄の間に人の流れができ、来店客が増加する(客数1.5倍が目標) 7) 新たなデリバリーメニューの取り組みが始まり活性化される 8) 足湯/釣堀のある商店街としてマスコミに取り上げられる	1) (高齢者はスマホの) 操作が難しい 2) 天候に左右される 3) (足湯ユニットは) 保管時に場所がいる 4) 毎日設置する手間がかかる (利点/欠点/欠点克服のアイデアの番号は特に対応していません)	1) (スマホの代わりに) 専用のタブレットを設ける 2) (簡易雨除けとして) ワイヤを(短辺方向に) 張って TENT をかける 3) 積み重ね置きできる構造とする 4) 実施する日を決める(歩行者天国) ・手伝ってくれた人にプレゼント提供 5) 外枠は SUS か FRP とし強度を確保する ・内貼りにヒノキを貼り高級感を出す ・大きさは 1m × 3m でユニックで抜いやすく積み重ねがきくようにする ・循環器としてエコキュートの室外機を用いコストを下げる 	○ ○ ○ ○ ○



ワークシート NO. 10

商店街活性化プログラム

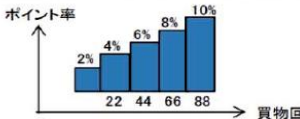
2018年 2月 23日

アイデアの洗練化

テーマ名: 88ポイントシステム

チーム名: CVSフォーラム委員会

機能 No. _____

No.	洗練化後アイデア	評価												
1	■ポイントの仕組み お買物のたびにポイントがたまる。使える。 登録無料・年会費無料  ポイント率は段階的に増える → 通う回数を増やす仕組み <table border="1"><thead><tr><th>買物回数</th><th>ポイント率</th></tr></thead><tbody><tr><td>22</td><td>2%</td></tr><tr><td>44</td><td>4%</td></tr><tr><td>66</td><td>6%</td></tr><tr><td>88</td><td>8%</td></tr><tr><td>110</td><td>10%</td></tr></tbody></table> ポイントアップ券 → 立ち寄る店の種類を増やす仕組み (例) 魚屋で買い物(アップ券) ⇒ 他店で買い物するとポイント2倍 (その日に限定) イメージ 1) 商店街をホールディングスにする 食材店 飲食店 美容室 HJG商店街 ホールディングス 医療系 生活用品店 衣料店 2) ポイント景品を予算化 (費用と利益のバランス)  3) ポイントは景品と交換  4) ポイントの仕組みはラブちゃん (ロボット)に説明させる ポイントの仕組みや交換の方法は僕に聞いてね  イメージ	買物回数	ポイント率	22	2%	44	4%	66	6%	88	8%	110	10%	
買物回数	ポイント率													
22	2%													
44	4%													
66	6%													
88	8%													
110	10%													
調査・確認・追加検討の計画														
No.	項 目	内 容 及 び 方 法	担 当	期 限										

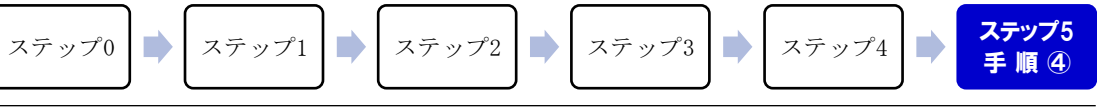


テーマ名：店番号設置と案内スクリーン

子一名:

機能No.

60



ワークシート NO.10

商店街活性化プログラム

2018年 1月 26日

アイデアの洗練化

テーマ名: 足湯、川床、スマホ配信

チーム名: CVSフォーラム委員会

機能No. _____

No.	洗練化後アイデア	評価
8	① スマホの代わりの専用タブレット ② 雨よけ簡易アーケード ③ 保管スペースを取らない足湯ユニット ④ 実施は日を決めて歩行者天国で ⑤ 「スマート足湯ユニット」 ・外枠はSUSかFRPとし強度を確保する ・内貼りにビニルを貼り高級感を出す ・大きさは1m×3mでユニックで扱いやすく積み重ねがきくようにする ・循環器としてエコキュートの室外機を用いコストを下げる	

調査・確認・追加検討の計画				
No.	項目	内容及び方法	担当	期限

VII. 活動メンバー

前委員長	服部 哲郎	T E Dバリュー・コンサルティング
委員長	三好 達夫	T Mバリューコンサルティング
委員	薄衣 光明	(一社) 日本ファインセラミックス協会
委員	神戸 正志	学産業能率大学
委員	斉藤 浩治	Mind・J
委員	関田 力	CHIKARIZE
委員	関谷 則夫	NS－Value Support
委員	高橋 均	ライフバリュー・クリエイト(株)
委員	西垣 晃志	MOTIVENT
委員	平本 将雄	Mコンサルティングファーム
委員	藤原 裕輔	三菱ロジスネクスト(株)
委員	松田 節夫	(株)フジタ

VIII. おわりに

VEは、開発当初には製造業の調達段階に適用され、さらには開発設計・企画段階へと適用段階の上流化が進み、また一方で建築・土木業などへと適用範囲の拡大により大きな成果を上げてきています。

CVSフォーラム委員会では、VEのさらなる普及拡大と成果拡大を目指し、服部前委員長をリーダーとして新たな適用対象である商店街を対象とした商店街活性化へのVE適用に取り組みました。まず、その第一段階として商店街活性化に対してVEコンサルが指導するための手引書作成に手がけ内容を作り上げました。2019年度より三好が委員長を引き継ぎ資料化完成に至りました。

CVSフォーラム委員の知識と経験に基づいた審議により作成することにより使いやすく新規性豊かな内容になっています。特徴の一つは標準機能系統図からオリジナル機能系統図に展開する機能的アプローチであり、スムーズかつ独自性豊かな機能系統図が作成できます。特徴のもう一つはアイデア・ホイールを活用したアイデア発想であり、新たな次元・感覚でアイデア発想が可能です。

ぜひ、このようなテーマなどにこの手引書をスムーズに指導するための参考資料として活用していただくとともに、今後さらなる多様性への対応などによるVE進化の一助となれば幸いです。

また、この資料作成にあたっては、事務局：鈴木さんにご尽力いただきましたことを感謝します。

2020年8月 CVSフォーラム委員会
委員長 三好 達夫