

# せたがや スタ研 ニュース

第 **52** 号  
2006.10.20

発行 世田谷区商店街連合会スタンプ研究会  
代表・田中省一  
〒157-0062 世田谷区南烏山6-3-16  
タナカシューズ内  
TEL.3300-4721 FAX.3308-8669  
編集 (有)商店街情報センター  
TEL.3674-7390 FAX.3674-7359  
eメール hhh-6216@mx.mesh.ne.jp

『スタ研ニュース52号』紙面構成

武蔵小山振組のポイントカード事業の現状  
NEWS & REPORT  
8月～11月のイベント一覧  
スタ研の動き&お知らせ

## スタ研7月全体会での講演より

土屋芳人理事長（品川区・武蔵小山商店街振興組合）

# 武蔵小山振組のポイントカード事業の現状 販売促進と顧客情報の収集・活用



講演する土屋理事長



会員が20万人以上という  
パルムポイントカード

### ポイントカード事業概要

#### (1)経緯

1952年にクレジット事業をスタートさせ、クレジット客に対しては買上額等によって様々なサービスを実施してきたが、現金客にもよりよいサービスをという目的で、93年よりポイントカードを開始。

05年には新システムにリニューアル。

#### (2)カード名称・機能

- ・パルムカード 組合員を加盟店としたエリアクレジット付カード。
- ・パルムポイントカード ポイント機能のみ。上記のパルムカードホルダー以外を対象として発行。

#### (3)カードシステム

現金およびパルムカード利用は100円で1ポイント付与。他社クレジットの場合は200円で1ポイント。ポイントは買い物、各種イベント、旅行参加などに利用できる。

加盟店負担 1ポイント1円

加盟店 154店（06年2月現在）

カード発行枚数 20万6031枚（同）

ポイント発行高 8167万7066ポイント（05年実績）

交換ポイント数 7953万2845ポイント（05年実績）

回収率 97%

### 個々の店の捺印カードから 商店街統一ポイントカードへ

ポイントカードを導入するまでは、多くの店が、自店のハンコを押すサービスを採用していた。私の店（ブティック）も同様で、何点たまたたら景品をプレゼントするというサービス。しかし、景品内容を考えるのが大変だった。どんな景品をお客さんが喜ぶのか。お弁当セットや家庭雑貨、しゃれたハンカチ、老舗の陶器などいろいろ探したものだ。

また、お客さんのほうも、たくさんのハウスカードを持たなければいけない。中にはそのため2つの財布を用意している方もいるほどで、自店のカードを探してもらおうのが大変だった。

「何とかしないといけない」と考えたのが、商



今年7月は、東急目黒線地下化完成記念セールを実施  
この時もメインは2倍・5倍のポイントプレゼント

店街としてポイントカードを始め一つのきっかけとなった。  
**ポイントカード開始当初は惨憺たる状況**

ポイントサービスを開始するに当たって、91年度に情報委員会を組織して事業計画づくりから開始した。  
翌年度の理事会で事業計画の承認を受け、加盟店説明会やカードシステム  
のデモを開始。  
93年4月からポイントサービスをスタートさせた。  
カードホルダーは30万人、年間ポイ

ント発行数は3千万を目標とした。

しかし最初の頃はなかなか定着せず、半分ほども達成しない。加盟店も徹底して出さなかったし、お客さんも認知してくれなかった。宣伝もへたくそという惨憺たる状況だった。  
また当初は、従来の福引きも併用していたため、福引き期間中はポイントを出さない店が少なくなかった。そこで福引きサービスをやめ、ポイントサービスに統一した(と言っても、そこにいくまである程度時間もかかったが)。宣伝方法の改善も併行する中で、ポイント発行数は大幅に増えた。

**約10年でシステム劣化  
昨年リニューアル**

最初の導入時、システムは、鳥山と同じものを検討したが、ICカードが高すぎてできない。そこで財団法人流通システム開発センターの指導を受けて、磁気カードで開始した。単価は100円ほど。記憶容量は16文字分しかないがそれでも大丈夫だろうと。  
半永久的に持つかと考えていたが、端末はほりが入るなどで、10年ぐらいで劣化。修理代が年間300万円ほどかかるようになってきた。

公衆回線から独自でLANを敷設して常時接続とした。

データの更新やプリントアウトにかかる時間も驚くほど短縮できた。  
システムリニューアル経費は、総額約1億3000万円。都と区がそれぞれ3分の1補助、残り3分の1は組合負担。加盟店負担としたが、この厳しい景況下では、それならポイントサービスはやめる」という店が続出する危険があるので組合負担とした。  
**個店の顧客情報活用法  
効率的な宣伝方法とは**  
事務局では、顧客情報の中から定期的にデータを出している。  
主なものは、

- そこで、システムのリニューアルを検討。見積もりでは1億から1億5千万ぐらいかかるという。助成金の中でデビットカードが使えるのではと申請したが、「デビットは全国的に実績が上がっていないからだめ」と断られてしまった。
- 最終的に、昨年、カード、加盟店端末機、ホストシステムすべてをリニューアルした。
- 新システムは磁器カードとし、本部のコンピュータで管理することにした。端末もコンピュータもNEC。
- またコストダウンのため、通信は、電話回線は使わず、
- (1)ポイント会員性別・世代別構成比  
来街客が商店街全体、個店別に把握できるため、商店街全体の客層の中で自店がどの客層をターゲットにしているかについて再確認し、品揃えの見直しなどに反映させることができる。
- (2)ポイント会員地区別前年対比表
- (3)ポイント会員分布状況都内23区内のポイントカード会員数および対前年増加率、23区以外の神奈川、埼玉、千葉、その他)
- (2)をさらに細かく23区内を表示内訳を地区別に表示。  
組合から出された個店データの継続利

2006年度 販売促進事業 年間スケジュール

	開催期間	日数	タイトル	内容	
				倍セール	イベント他
1	3/24 ~ 4/2	10	春のポイントまつり	5倍：1日 2倍：4日間	5%キャッシュバックプレゼント 神津島観光物産展
2	4/21 ~ 4/23	3	パルム G M part1	3倍：1日 2倍：2日間	
3	5/3 ~ 5/5	3	パルム G M patr2		パルムファミリー劇場
4	6/3 ~ 6/4	2	むさこ祭り	2倍：2日間	流氷まつり
5	6/23 ~ 7/10	18	サマーセール	5倍：1日 2倍：6日間	5%キャッシュバックプレゼント
6	7/1 ~ 7/2、7/9		地下化完成記念セール	5倍：1日 2倍：6日間	
7	8/4 ~ 8/5	2	第29回納涼市		縁日
8	9/22 ~ 9/24	3	秋のポイントまつり	5倍：1日 2倍：2日間	5%キャッシュバックプレゼント サンパレード
9	10/6 ~ 10/9	4	謝恩セール	3倍：1日 2倍：3日間	岩手県東山町観光物産展
10	11/3 ~ 44/5	3	パルムクレジット祭	3倍：1日 2倍：2日間	第3回駅弁大会 ヒーローショー
11	11/24 ~ 12/24	31	クリスマスセール	5倍：1日 2倍：6日間	5%キャッシュバックプレゼント クリスマスパレード
12	12/28 ~ 12/30	3	サヨナラセール	2倍：3日間	
13	07/1/4 ~ 1/6	3	新春プレゼント	3倍：1日 2倍：2日間	新春和太鼓
	2/10・3/10・4/10 毎月 5/10・6/10・7/10 8/10・9/10・10/10 11/10・12/10・1/10	12	パルムの日	2倍：12日間	風船配布 パル、パム（商店街キャラクター）登場
		計		5倍：4日間 2倍：4日間 2倍：44日間	

用店は40店舗強。やめるといふ店はない。  
**販売促進イベントはほとんどポイントがらみ**  
 毎月10日はパルムの日として、全加盟店がポイント2倍サービス。また、

毎月のように販促イベントを実施しているが、ほとんどが2倍から5倍のポイント倍セール（右表参照）。  
 常時交換も、たくさんメニューを用意している。  
 お買物券、テレフォンカード、パス

顧客データの分析・活用  
 私の店での顧客情報の活用について  
 お話したい。

ネット、音楽ギフト券、フラワールギフト券、ホテル内ギフト券、東京湾ランチクルーズ&ディナークルーズ、北海道物産商品、お菓子の詰め合わせ、季節の詰め合わせ、テーマパークチケット（東京ディズニーリゾート、八景島・サマーランド、豊島園、東武ワールドスクエア、富士サファリパーク、鴨川シーワールド）、観劇チケット（明治座、新宿コマ、新橋演舞場）、宿泊チケット（ホテルニューアカオ、箱根

顧客情報は、お客さんと関係を深めるためのツール。顧客データ活用とは、名簿を整理していかに効率的なDMをするかに尽きる。  
 私は、武蔵小山に店を出す前は豊島区の東長崎にいたが、その当時は600人分の顧客カードを手作りしており、DMを出すのも大変だった。  
 今は、振組のポイントカードシステムからお客さんの住所を把握できるため、上位数百人のデータを出してもらって、機会あることにお客さんに信号を送っている。  
 DMは結構経費がかかるので、うちの店でするのは、過去2年のうちに3回以上来店したお客。また、ポイントを使うお客かどうかでも差をつけるなど、効率よく宣伝費を使っている。  
 商店街として、3〜5倍セールなど年に6、7回はDMを出すので、その際、追い打ちをかけるように自店のDMも出すと効果がある。  
 顧客データは、引越や高齢化、死去などもあるので、随時メンテナンスが必要となる。  
 ・簡素なDMでも十分効果  
 最近、チラシの効果が減っているようなので、個店としてはチラシをやめてDMのみとしている。  
 DM自体を立派なものにする必要はない。出す相手はお得意さん。お得意さんなら店のことはよくわかっている

ので簡素なものでいい。うちの店のDMはすべて私の手作り。あまり豪華にしても効果はそれほど変わらない。簡単なDMでも十分集客効果はある。継続するというのが大事だ。

・靴屋さんと共同DM  
 宣伝経費を圧縮するため、靴屋さんと共同DMをすることもある。うちの店単独でDMする場合は1100通だが、共同だと1700通。共同なら回数多く出すことができる。

### 武蔵小山商店街の概要

東急目黒線(旧目蒲線)武蔵小山駅前からL字型に続く2本の全がアーケード街。今年7月に目黒線の地下化が完成。駅前広場は3年後に完成の予定。

衣料品専門店を中心に、日用雑貨、家電・呉服店など買回品中心の広域型と地域型の中間的商店街。組合設立は1947年。加盟店は現在229店。事務局は19人(うちアルバイト7名)。

#### ・主な事業

#### (1) クレジットカード事業

名称は、パルムクレジットカード。52年、割賦販売事業を開始。71年、こやまクレジットカード発行。73年、こやま信用(株)を設立してキャッシング開始。85年、CAT端末を全店舗に導入した。

現在135店が加盟。クレジットの年間売り上げは6億7100万円、キャッシング扱いは8億3500万円、他社クレジットカード取り扱い高は4億7800万円。

#### (2) ポイントカード事業

#### (3) 販促イベント

年間約16の販促イベントを実施。殆どがポイント数倍セールをからめたイベント。

## 士屋理事長から、ポイントカード以外にも、いろいろ参考になるお話をうかがいました。

事務局体制をスリムに  
 商店街は決して順風満帆というわけではない。

当組合では、総務や販売促進、クレジットに人が必要で、ピーク時には50人もの事務局員がいた。

しかし5年前、商店街が大赤字になった。年間予算5億円に対し人件費だけで1億6千万円かかっていた。このままでは商店街がつぶれると危機感を持った。そこで、駐車場を自動にするな



士屋理事長が講演したスタ研7月全体会  
 (会場は等々力振組事務所)

どして整理した結果、現在、事務局員はアルバイト7名を含め19名。人件費は年間約6500万円に抑えることができ、赤字を脱却できた。

#### 商店会加入促進

昔は商店街の全店が加盟していたが、ビルの上階に出店した店や喫茶店、チェーン店などが加入しなくなってきた。役員も事務局もそれを放置していた結果、一時は、数十店が未加入という状態にまでなった。

新規出店のチェーン店などは勧誘に行ってもなかなか加入しない。「アーケードなどの維持費がかかる」と説明すると、「アーケード維持費は払う」と言う。

しかし、アーケードやカラー舗装の維持費は月に1万5千円。組合の賦課金は月平均約4万円なので、アーケード維持費のほうが安い。

そこで、組合に加入しない店に対しては、アーケード代は徴収せず、店舗前のカラー舗装と統一看板を取ることにした。

店長ではちがあかないので、

本部に書留で連絡。それでも返事がない店には、「日までに返事がない場合は、店の統一看板を取る。また、店の前が汚れようが自転車放置されようが組合としては一切管理しない」という趣旨の内容証明を送った。

こんなふうには、半年ぐらい働きかけた結果、多くの店が加入している。未加入の店を放置してるとどんどん増えていくので、弱気になってはいけない。

チャリティーで貢献・イメージアップ

大災害などがあつた時には、お客さんの関心があるうちに、商店会としてすぐにチャリティーイベントを実施する。それが街のイメージアップにもなる。

例えば、餅つきチャリティーの場合は、まず餅米を1俵買つこれが5万円。餅つき大会を開催して、お客様に1皿最低100円で買っていただく。500円、1000円と出してくれるお客さんも結構いるので、1俵分が20万円から25万円になる。売り上げは全額を福祉施設に寄付する。

## E.C.

環境保護とせたまるを運動  
専用端末を設置、12月まで実験

下高井戸振組は9月4日から12月3日まで、東急電鉄が協力して、「せたまる×しもたか タッチ&エコ大作戦」を実施中。

内容は、  
(1)同商店街の休憩・情報コーナー「しもたかステーション」に、せたまる(東急世田谷線のICカード定期

かICカード回数券)の専用端末を設置。この端末には抽選器となるスロットマシンが接続されている。

(2)同振組加盟店は、ノーレジ袋、ノー包装、ノー割り箸などに協力した消費者に抽選補助券1枚を進呈する。

(3)消費者は、抽選補助券5枚で抽選ができる。抽選は、消費者がしもたかステーションに出向き、自分のせたまるを端末にタッチする

だけ。せたまるがない消費者には、同振組で代わりのカードを貸与する。

(4)景品は、1等しもたかエコバック、2等下高井戸スタンプ20枚、3等下高井戸スタンプ10枚。

現在の利用状況は、多い日は20人ぐらいが抽選、平均で10名強。徐々に浸透しているという。また、自店の販促に活用する店も増えている。

せたまるで抽選ができる専用端末

消費者の生の声伝え、加盟店に刺激  
怒ってやめる店も出たが、効果は大

## 喜多見振組

「一定額買い上げごとにスタンプを進呈する」。スタンプ加盟店としては当然のことだが、なかなか徹底されないのがスタンプ事業担当者共通の悩み。これは全国共通、スタンプ・ポイントカード事業の永遠ともいえる課題である。

この解決策の一つとして喜多見振組では、「調子が悪くなってきたら消費者アンケートを実施、生の声をコピーして全加盟店に配付(同振組スタンプ担当の石井博理事)して

いる。これが効果をあげているという。これまでにアンケートは4回実施している。

方法は、大きなイベントなどの際にスタンプアンケートコーナーを本部テナントの一角に設置。ここで来場者に回答を呼び掛け、回答者全員に同振組のスタンプ10枚、詳しいコメントを書いた人には100枚を進呈する。

消費者の声には、「こんなイベントをやってほしい」、「こういう店が加盟しているとうれしい」といった要望もある。

しかし毎回、「A店は言わないとスタンプを出してくれない」、「B店はスタンプ加盟店なのに出不ましい」といった個店への苦情や批判が少なくない。それも各店の実名入りで。中にはA4用紙の裏表にびっしり書く人もいるほどで、それを見るだけで消費者の思いがひしひしと伝わってくる。

全加盟店に回答結果を配付。成果をあげたのは、これらの声を役員会で報告するだけでなく、回答用紙をコピーしてスタンプ加盟店全店に配付したこと。

名指しで批判された店の多くは、「何も全店に配付することはない

だろう」と感じる。役員への反発もある。

しかし、役員が言っているのではなく消費者の生の声! 誤解もあるかもしれないが、こういう声があるということを真剣に考えてほしい」と説明すると、大体の店は納得し、きちんと出すようになった。

一方で、「そこまで言われたくない」とスタンプをやめる店が10店近く出たのも事実。

だが、最近の年間発行額は800万円弱で、この数年あまり下がっていない。

現在、組合員約110店のうち、スタンプ加盟店は20店強。

スタンプ加盟店数は少ないが徹底して出す店が多いという喜多見商店街



## 売り出し・イベント情報

今年8月から11月のスタ研加盟各商店会のイベント・売り出し情報をまとめました。

紹介したのは、ホームページで発表されたものが大半です。

[結果]=売り出しや抽選の結果などは編集部で担当役員さんや事務局の方にお聞きしました。

商店街名・イベント名 * イベントタイプ番号	日程・イベント内容
中里通り振組 「中里まつり」* 08 & 12	7/23。屋台、大道芸などのほか、富くじ(現金600円で富くじ2本、ホテルディナー券、TDLパスポート、共通商品券5000円分、東京ベルディサイン入りボール、ビールセット等が当たる)
桜新町振組 「2006BIG SUMMER SALE」 * 07	7/27 ~ 7/29。満点カード抽選会(現金10万円、TDLパスポートペアなどが当たる) [結果]本数制限なしで1,513枚回収 <div data-bbox="895 443 1193 864" style="display: inline-block; vertical-align: top;">  </div> <div data-bbox="1203 443 1506 864" style="display: inline-block; vertical-align: top;">  </div>
烏山駅前通り振組 「よさこい踊り&盆踊り大会」 * 12	<div data-bbox="497 674 799 1093" style="display: inline-block; vertical-align: top;">  </div> <p>8月3・4・5日午後4時~9時、烏山区民センター広場にて。FCちびっこサッカー、ラムネ早飲み競争、竹の子会太鼓競技披露、盆踊り大会、ピンゴゲーム大会、ライブオン烏山、よさこい踊りコンテスト、ライブステージ</p>
三軒茶屋振組「第22回・三茶フェスティバル2006」* 12	8/19・20 20日にはサンバパレード(6チームでサンバダンスを競った)
下高井戸振組 「東京急行電鉄と下高井戸商店街のコラボレーション せたまる×しもたか タッチ&エコ大作戦」* 18	9/4 ~ 12/31 下高井戸商店街の店舗でNOレジ袋・NO包装・NO割り箸などエコに協力したお客様に抽選補助券1枚進呈。補助券5枚と世田谷線のせたまる定期券やせたまる回数券を持参。ICカードを端末機にタッチして1回の抽選(景品は、しもたかエコバックや下高井戸スタンプ) * 詳細はニュース欄参照
桜新町振組 「ねぶたまつり」* 12	9/9。第3回の今年は好天に恵まれ最高の人出となった。青森県浪岡地区安田町会の方たちが、当日の早朝バスで桜新町に到着、その夜の運行のため、ねぶたを組み立ててくれた。 <div data-bbox="1203 1420 1506 1839" style="display: inline-block; vertical-align: top;">  </div>
千歳船橋振組 「敬老の日感謝セール」 * 09 & 10	9/10 ~ 18。2倍ポイントセール、800円シールセール(チラシに800円シールを3枚印刷、満点カード使用で800円分の買い物に使える) [結果]741枚回収(昨年同イベント比15%増) <div data-bbox="619 1704 1139 1966" style="display: inline-block; vertical-align: top;">  </div>

\* イベントタイプ番号 01 旅行・遊園地招待 02 観劇・食事会・コンサート・スポーツ招待 03 商品等交換  
04 交通機関・食事等チケット交換 05 クーポン 06 商品券・買い物券交換 07 スタンプ抽選 08 現金福引  
09 倍セール 10 台紙プレミアム 11 ラリー 12 模擬店・祭・芸能等 13 クイズ 14 文化・作品展 15 保健健康  
16 社会貢献(環境・福祉) 17 複合 18 その他

商店街名・イベント名 * イベントタイプ番号	日程・イベント内容	
松陰神社松栄会振組 「秋の日帰りバス旅行」* 01	9/30 午後4時から交換開始（実施日10/15、犬吠埼・地球の丸く見える丘展望台&いけす料理を味わう旅。銚子「醤油工場」見学、銚子での海産物のお買い物も）	
烏山駅前通り振組 「成人病検査」* 15	10/1 受付、満貼台紙15冊で1名、先着20名（実施日11/1、会場・区民センター）	
用賀振組「アンリ・ルソー展 チケット交換」* 04	10/4 受付開始、満貼台紙4冊で1枚（1人2枚まで）	
用賀振組 「スタンプ秋祭り」* 09	10/5・6の2日間、スタンプ加盟店で2～5倍セールなど [結果]2日間とも雨、特に6日は台風並みで散々！	
烏山駅前通り振組「ラックカード発行記念セール」* 09	10/6～10/8。ラックカードでポイント3倍！	
三軒茶屋振組・経堂農大通り振組 「世田谷アートタウン 大道芸出前編」* 12		<p>10/14・15 世田谷文化生活情報センターが97年から毎年秋に開催している世田谷アートタウン「三茶de大道芸」は今年で10周年を迎えるため、出演最多記録を誇るクリスチャン・タゲさん率いるシルク・バロックのメンバーによる本場フランスのミニサーカスが、三軒茶屋の街をとびだし世田谷区内の3つの会場でパフォーマンスを繰り広げる。</p> 
用賀振組 「日帰り旅行招待」* 01	10/22 受付、満貼台紙20冊で1名招待、先着30名（実施日11/8、溪流露天風呂・四万川の湯、りんご狩りなど）	
松陰神社松栄会振組 「第15回萩・世田谷 幕末維新祭り」* 12		<p>10/28・29 萩・会津観光物産展、幕末野外劇、奇兵隊パレード、松陰JAZZ NIGHT、講演会「松陰先生の言葉」</p> 
尾山台商工会振組 「秋のバスツアー招待会」* 01	<p>満点カード14枚または10枚+2,000円、先着35名。電話申し込み。 （実施日11/14、日帰りバスツアー＝磯原温泉とあんこう鍋）</p> 	
用賀振組 「魚沼産こしひかり交換」* 03	10/29 受付、満貼台紙5冊でこしひかり2kgと交換	

\* イベントタイプ番号 01 旅行・遊園地招待 02 観劇・食事会・コンサート・スポーツ招待 03 商品等交換  
04 交通機関・食事等チケット交換 05 クーポン 06 商品券・買い物券交換 07 スタンプ抽選 08 現金福引  
09 倍セール 10 台紙プレミアム 11 ラリー 12 模擬店・祭・芸能等 13 クイズ 14 文化・作品展 15 保健健康  
16 社会貢献（環境・福祉） 17 複合 18 その他

全体会

報告 8月

日時 24日(木)午後8時半  
場所 祖師谷コミュニティセンター  
出席 13名(敬称略) 茂木・徳世夫妻(中里通り)、田中省一(烏山駅前通り)、石井(喜多見)、石川・上田・内海・太田(祖師谷)、小島(祖師谷南)、樋口(スタ研事務局)、藤井(アルフ)、磯貝(GBM)

1. 祖師谷ウルトラマンのまちづくりについて(内海氏ほか祖師谷の方々より説明、詳細は次号)。
2. 祖師谷のスタンプについて  
・祖師谷振組は今年8月末で発行を停止。今後は一商店街にとられず、少数でもスタンプに徹底して取り組む商店で再開を目指し、調整中(石川・上田)。  
・祖師谷南振組では一定額以上のスタンプ買い上げ分については組合から補填があるため、祖師谷地区共通スタンプとなるとそのへんの調整が難しいのではないかと(小島)。
3. 情報交換

報告 9月

日時 19日(火)午後8時半  
場所 烏山駅前通り商店街ダイヤ会館

出席 20名(敬称略) 笠井三軒茶屋銀座)、穴戸三郎・上保(下高井戸)、田中省一・杉田哲也・樋野・山口・田中朝陽・栗山和久(烏山駅前通り)、石井(喜多見)、岩切、樋口(スタ研事務局)、池谷(立川市羽衣振組)、藤井(アルフ)、五十嵐・高橋・生田(NTTコム)、磯貝(GBM)、多田(エコひろば)、奥(東大阪市小阪スタンプ会)

1. 報告(1) スタンプからICポイントカードへ移行5カ月(大阪府東大阪市小阪スタンプ会役員 奥謙二氏)  
スタンプの販売・換金事務を金融機関から断られたことを契機に、クレジットカード会社の協力を得て、今年4月末に独自のICポイントカード開始。負担率・還元内容等も一新。(詳細は次号)。
2. 報告(2) 第三次ICカード化後3カ月余り(烏山駅前通り振組・田中副理事長ほか)  
今年6月10日から、コミュニティポイント(ポランティアやエコなど)もポイントサービスを追加して3カ月余り。システムと報告(詳細は次号)。
3. 情報交換

予定 11月

日時 20日(月)午後8時30分

場所 明大前商店街(会場は未定)  
議題

1. 明大前商店街・ピースメーカーの安全・安心まちづくり事業&同商店街活性化への課題
2. スタンプ・ポイント事業についての情報交換

スタ研日帰りバス旅行は中止に

11月に予定していたスタ研日帰りバス旅行ですが、申込者が少なく、昨年度に続き今年度も中止となりました。募集に努めていただいた会の皆さんにはお詫び申し上げます。

活用しよう!  
スタ研共同チケット

スタ研共同チケットは、電話一本でホテル飲食店や旅行、映画等のチケットやパンフなどを入手でき、支払いは消費者が使った後でよいための無駄がありません。交換する台紙冊数は各会が自由に決められる便利な仕組みです。チケットは、各単会で直接、注文することができ、初めて注文する場合は必ずスタ研事務局へご連絡ください。

\* ホテル食事券は京王プラザ以外は改装などで中断中です。詳細は事務局へ。

Eメールで情報交換  
スタ研MLに参加を

Eメールアドレスをお持ちの方に、スタ研メーリングリスト(ML)への参加をお勧めします。  
入会金や会費などは不要です。  
所属商店会等とお名前を左記へ送信いただければ登録します。  
hhh-6216@mxdmesh.ne.jp

\* MLとは、Eメールによるグループ内の情報交換方法です。共通のアドレスに送信すれば、メンバー全員に同時送信されます。

『スタ研ニュース』バックナンバーはHPで

『スタ研ニュース』1号から最新号までの内容がHPからご覧いただけます。アンケートもここからご回答いただけます。  
http://www2d.biglobe.ne.jp/icc/setagaya/sutaken/sutaken01.html

ご意見・ニュースを

今年度の事業計画は隔月開催の全体会充実を軸としていますが、「こんなテーマで講演会(講習会・調査事業)を実施して欲しい」「こういう人の話を聞きたい」という要望等ありましたら、事務局または田中代表までご連絡ください。日程や予算等を検討のうえ、極力実施するよう努力します。  
連絡先は1頁題字横