

商店街NEXTリーダー創出事業  
補助金要望書

提出日 令和 年 月 日

1 事業者名	〇〇商店会	
2 事業者所在地	仙台市青葉区本町3丁目8-1	
3 担当者職氏名	宮城 次郎	
4 連絡先	TEL: 022-211-2746 FAX: 022-211-2749 E-mail: syokokins@pref.miyagi.lg.jp	
5 補助事業について		
補助事業の区分	ビギナーコース	<input checked="" type="checkbox"/> トライアル事業 ・ 魅力発信事業
※該当事業を□で囲むこと	エキスパートコース	<input type="checkbox"/> トライアル事業 ・ <input type="checkbox"/> ネットワーク化事業
補助事業の概要・アピールしたい点	<p>〇〇商店街を舞台にフォトコンテストを開催し、コンテストを通じて商店街や個店の魅力を知ってもらう機会とする。日常の客足の確保が課題である〇〇商店街において、商店街まで足を運んでもらい魅力を伝える機会を設けられる本事業は、活性化に特に有効な施策だと考えられる。</p> <p>事業を実施する△△グループには、これまで商店街活動の企画運営には関わりがなかった者も含まれ、本事業を通じて将来の商店街活動の担い手となることが期待される。</p>	
完了予定年月日	令和9年1月31日	
6 その他（特記事項等）		

(※) 別紙1「事業計画書」、別紙2「収支予算書」を添付すること。

別紙1 (ビギナーコース・トライアル事業)

事業計画書

1 事業者の概要

商店街団体 (※)	団体名：〇〇商店会	代表者名：商業 太郎		
	設立年月日：平成元年6月1日	組合員(会員)数：50名		
若手・女性商 業者グループ	グループ名：△△グループ	代表者名：宮城 次郎		
	設立年月日：令和3年6月1日	構成員数：8名		
本補助金(ビギナーコース)利用回数	1回目	過去の利用年度		

(※) 商店街団体が補助事業者となる場合に記載すること

2 事業の内容

事業名	〇〇商店街フォトコンテスト開催事業
実施地域	①対象となる商店街等：〇〇商店街
	②商店街、地域商業の概況 (業種構成、空き店舗状況、来街者の属性、人通り、課題や問題点等を記載) 〇〇商店街は〇〇駅と観光資源でもある△△神社の間にある商店街で、主に飲食店、土産屋、生鮮食品店で構成されている。以前は△△神社への参拝帰りの来街者でにぎわっていたが、近年は車利用の参拝客が多く、また、駅前商業施設への顧客流出等により人通りが減少し、空き店舗も2割弱まで増加するなど、徐々ににぎわいを失っている。
	③これまでの主な取組 (これまで商店街や地域で行われてきた取組を記載) 毎年春に実施する「●●祭り」では、露店や地元ジャズバンドの演奏会を行い、観光客を中心に盛況となっている。また、昨年3回目となった▲▲商店街との合同スタンプラリーは、実施期間中に多くの来街者が訪れている。
	④活性化のために今後必要と考えられる事項 (実施する事業の内容に関わらず、概況とこれまでの取組を踏まえて網羅的に記載) イベントによる集客は期待できる一方、日頃の客足の確保が課題であり、特に参拝客を商店街に誘導することが重要だと考えられる。そのためには、商店街や個店の魅力をこれまで以上に認知してもらえるイベントや、商店街のイメージアップ・PRの強化が必要だと考えられる。

<p>実施内容</p>	<p>(実施する事業について、具体的な内容を記載)</p> <p>〇〇商店街を舞台にフォトコンテストを開催し、コンテストへの参加を通じて商店街や個店の魅力を多くの方に知ってもらう機会とする。</p> <p>SNSでの告知のほか、参拝客を誘導できるように駅や神社周辺で告知を実施する。募集はSNSで受け付け、応募作品を商店会役員、写真店の店主、△△グループ代表者で審査して入賞作品を選定する。入賞者には商店街で買える特産品や割引券を贈呈する。</p> <p>応募作品は、フォトコンテストの実施にあたり作成するSNSのページで公表するほか、商店街内での掲示も行う。</p>
<p>実施体制</p>	<p>(運営体制、企画検討の方法、主導するグループ以外の参加者、外部機関との連携等を記載)</p> <p>これまでの商店街活動の中心となっていた商店会役員のアドバイスのもと、新たに組織した△△グループが事業全般の企画運営を行う。当面は、グループ内で「事務・会計」、「商店会会員への協力要請」、「SNSページ作成」、「チラシ作成」に役割を分担して実施する。</p> <p>また、週1回グループ会議を実施し、内容の企画検討や進捗管理を行う。会議には商店会役員にもオブザーバーとして出席してもらう予定である。</p>
<p>期待される効果・目標</p>	<p>(実施の結果期待される効果や実施に当たっての目標、人材育成への取り組み等を記載)</p> <p>これまで商店街を素通りしていた客層が写真撮影により足を止めることで、商店街の魅力を知ってもらう機会となり、本事業をスタンプラリーなど既存事業と連動させること出来れば、にぎわいの創出に寄与すると考えられる。さらに、各構成員が本事業を通じて企画・運営等のノウハウを習得することで、新たなイベント創出にも期待ができる。</p>

### 3 実施スケジュール

<p>実施項目 (具体的な項目ごとに記載)</p>	<p>スケジュール (各項目の実施月や頻度等を記載)</p>
<p>企画検討会議</p>	<p>9月中旬～10月末まで概ね週1回の頻度で実施</p>
<p>商店会会員への協力要請</p>	<p>10月中旬までに全店舗から了承を得ることを目標とする</p>
<p>SNSページ・チラシ作成</p>	<p>10月上旬までに作成し、チラシは10月中旬から配布</p>
<p>フォトコンテスト</p>	<p>11月の1か月間を募集期間とする</p>
<p>審査会・結果公表</p>	<p>12月上旬に審査会を実施し、12月下旬に結果公表</p>
<p>事業報告会議</p>	<p>1月末に会議を通じて課題や成果を共有する</p>

(※) 必要に応じて行を追加して記載すること

#### 4 添付書類

- (1) 事業の対象となる商店街等の区域が分かる資料（地図等）
- (2) 事業者が商店街団体又は従来から設立されているグループである場合は、概要及び活動内容が分かる資料（定款、構成員名簿、事業報告書等）



## 事業計画書

## 1 事業者の概要

商店街団体	団体名：宮城商店会	代表者名：商業 太郎		
	設立年月日：平成元年6月1日	組合員(会員)数：50名		
本補助金(ビギナーコース)利用回数	1回目	過去の利用年度		

## 2 事業の内容

事業名	〇〇商店街情報発信事業
実施地域	<p>①商店街の概況 (業種構成、空き店舗状況、来街者の属性、人通り、課題や問題点等を記載)</p> <p>〇〇商店街は□□駅と観光資源でもある△△神社の間にある商店街で、主に飲食店、土産屋、生鮮食品店で構成されている。以前は△△神社への参拝帰りの来街者でにぎわっていたが、近年は車利用の参拝客が多く、また、駅前商業施設への顧客流出等により人通りが減少し、空き店舗も2割弱まで増加するなど、徐々ににぎわいを失っている。</p>
	<p>②若手・女性事業者グループを形成することが困難な理由 (商店街の概況を踏まえて具体的な理由を記載)</p> <p>来街者の減少から近年は商店街への新規出店が少なく、あっても商店会に所属しないため、会員の最年少は50代となっている。また、女性経営者も1名のみのため、新たに若手や女性でグループを形成することは困難である。</p>
	<p>③これまでの主な取組(これまで商店街や地域で行われてきた取組を記載)</p> <p>商店街のマップを作成し、市役所や観光協会に配架してもらっていた。また、商店街の公式ホームページを作成し、週1回のペースで商店街のイベントや名物についての発信を行っている。</p>
	<p>④活性化のために今後必要と考えられる事項 (実施する事業の内容に関わらず、概況とこれまでの取組を踏まえて網羅的に記載)</p> <p>情報発信の媒体を増やす必要があると考える。現状、ホームページでしか周知できていない状況であり、ホームページの閲覧者数も1日あたり30～50件程度であるなど、十分な情報発信が出来ているとは言い難い。商店街のことをより多くの人に知ってもらうためにも、新たな広報媒体を開拓する必要があると考える。</p>

実施内容	<p>(実施する事業について、具体的な内容を記載)</p> <p>「〇〇商店街通信」を作成し、商店街や個店の情報等を2か月に1回の頻度で発信する。商店街通信には商店街の歴史、イベント情報、各個店リレー形式のコラム、空き店舗情報などを記載する。併せて、商店街の魅力をわかりやすく伝えるためのPR動画を作成する。</p> <p>これらについては、新たに作成する〇〇商店街のSNSページに掲載するほか、現在地域づくりの中核となっているNPO法人■■のホームページにも掲載していく。</p>	
連携する外部機関	①名称：NPO法人■■	②代表者名：経商 花子
	③所在地：・・・・・・・・	
期待される効果・目標	<p>(実施の結果期待される効果や実施に当たっての目標等を記載)</p> <p>NPO法人■■は県内外に認知度されていることから、■■と連携することにより、これまで以上に対象を広げて情報発信を行うことができる。このため、毎年冬に行う▼▼イベントの集客力向上や、空き店舗を活用した新規出店や創業といった動きが期待される。</p>	

### 3 実施スケジュール

実施項目 (具体的な項目ごとに記載)	スケジュール (各項目の実施月や頻度等を記載)
実行委員会	事業期間中に概ね月2回の頻度で実施
空き店舗情報掲載に向けた調整	9月末までに掲載できる空き店舗一覧を作成(適宜更新)
〇〇商店街通信の発行	10月、12月、2月の上旬に発行
PR動画の作成	11月までに内容を検討し、2月までに作成・公開
事業報告会議	1月末に会議を通じて課題や成果を共有する

(※) 必要に応じて行を追加して記載すること

#### 4 添付書類

- (1) 事業の対象となる商店街の区域が分かる資料（地図等）
- (2) 事業者の概要及び活動内容が分かる資料（定款、構成員名簿、事業報告書等）

別紙1 (エキスパートコース・トライアル事業)

事業計画書

1 事業者の概要

商店街団体 (※)	団体名：宮城商店会	代表者名：商業 太郎		
	設立年月日：平成元年6月1日	組合員(会員)数：50名		
若手・女性商 業者グループ	グループ名：△△グループ	代表者名：商業 花子		
	設立年月日：令和3年6月1日	構成員数：8名		
代表者が修了生の有無	<input checked="" type="checkbox"/> 有 ・ 無	ビギナーコース利用年度	令和〇年度	
本補助金(エキスパートコース)利用回数	1回目	過去の利用年度		

(※) 商店街団体が補助事業者となる場合に記載すること

2 事業の内容

事業名	商店街グルメフェス×「映えグルメ」コンテスト
実施地域	①対象となる商店街等：〇〇商店街
	②商店街、地域商業の概況 (業種構成、空き店舗状況、来街者の属性、人通り、課題や問題点等を記載)  〇〇商店街は〇〇駅と観光資源でもある△△神社の間にある商店街で、主に飲食店、土産屋、生鮮食品店で構成されている。以前は△△神社への参拝帰りの来街者でにぎわっていたが、近年は車利用の参拝客が多く、また、駅前商業施設への顧客流出等により人通りが減少し、空き店舗も2割弱まで増加している。  商店街の人通りも8割以上が地域に住む高齢者であり、若者が歩いている様子が見受けられず、来街者も同様の状況にあり、人通りの減少と併せてにぎわいの減少に拍車がかかっている。
	③これまでの主な取組(これまで商店街や地域で行われてきた取組を記載)  毎年春に実施する「●●祭り」では、露店や地元ジャズバンドの演奏会を行い、観光客を中心に盛況となっている。また、昨年3回目となった▲▲商店街との合同スタンプラリーは、実施期間中に多くの来街者が訪れている。  また、令和〇年度には、商店街NEXTリーダー創出補助金を活用し、商店街フォトコンテストを実施した。フォトコンテストには、1,000件を超える応募があり、開催期間中は若者を含む多くの人々が来訪し、にぎわいの創出につながった。

	<p>④活性化のために今後必要と考えられる事項  (実施する事業の内容に関わらず、概況とこれまでの取組を踏まえて網羅的に記載)</p> <p>参拝客以外の集客、とりわけ若い世代の集客を増やすために、商店街のコンテンツに接する機会を増やす取組が必要である。フォトコンテストの成果もあり、参拝客が立ち寄ることも増え、日頃の客足は増加しているが、一方で商店街への来訪を目的とした客は少ない。フォトコンテストの際、来場者にアンケート調査を行ったが、回答者1,000人のうち、約7割が40歳以上であり、若い世代の来訪者が少ないことから、若い世代の集客を増やすため、SNSでの「映え」を意識したコンテンツを創出する必要があると考える。</p>
<p>実施内容</p>	<p>(実施する事業について、具体的な内容を記載)</p> <p>下記の構成で「映え」とグルメをテーマにしたイベントを実施する。</p> <p>(1) 映えグルメコンテスト</p> <p>商店街の飲食店が「映えグルメ」を考案・販売し、来場者投票およびSNS投稿による投票でグランプリを決定。SNSでも投稿することによって、情報の拡散も併せて狙うほか、優勝メニューを商店街公式の「映えグルメ」とすることによって、商店街の新たなコンテンツの創出につなげる。</p> <p>投票方法：会場投票・SNS投稿（ハッシュタグ #〇〇商店街映えグルメ）  優勝店舗への特典：商店街公式認定、PR動画制作、商店街広告への掲載</p> <p>(2) 食べ歩き&amp;試食イベント</p> <p>(1)の「映えグルメ」をお試し価格で提供するチケット制イベント。  スタンプラリー形式で3店舗以上巡った方に特典をプレゼントする（商店街商品券など）。</p> <p>(3) フォトスポットの設置</p> <p>商店街内に「映える」フォトスポットを設置し、来場者のSNS投稿を促進するとともに、商店街内の回遊を促す。SNSの投稿キャンペーンを実施し、抽選で特典（商店街で使える商品券）をプレゼントする仕掛けとする。</p> <p>(4) ライブクッキング&amp;シェフ対決</p> <p>商店街の料理人による「映えグルメ」対決イベントを実施。  来場者が審査員となり、試食投票を行う。</p> <p>(5) ナイトグルメ&amp;ライトアップ</p> <p>商店街の夜間ライトアップ+ナイトグルメフェスを同時開催。  音楽ライブや屋台ブースを設置し、夜間の賑わい創出。</p>
<p>実施体制</p>	<p>(運営体制、企画検討の方法、主導するグループ以外の参加者、外部機関との連携等を記載)</p> <p>△△グループが事業全般の企画運営を行い、グループのうち、前回のフォトコンテストを実施したメンバーのアドバイスを受けながら、新たに加入した5名のメンバーが中心となって実施する。当面は、グループ内で「統括」、「事務・会計」、「各飲食店・商店会への協力依頼」「広報（SNSページ作成、チラシ作成）」、「会場・駐車場手配」に役割を分担して実施する。</p>

	<p>また、週1回グループ会議を実施し、内容の企画検討や進捗管理を行う。会議には商店会役員にもオブザーバーとして出席してもらう予定である。</p> <p>なお、〇〇市××課には、市広報での周知、会場の貸し出し（公園等）について協力いただけるということでした承を得ている。</p>
期待される効果・目標	<p>(実施の結果期待される効果や実施に当たっての目標、人材育成への取り組み等を記載)</p> <p>「映えグルメ」の創出により、商店街に新たなコンテンツが生まれ、商店街のブランド力、観光資源としての価値向上が見込めるほか、「映えグルメ」を継続的に販売することによって、若者の集客増や、長期的なにぎわいの創出が期待できる。</p> <p>これらの効果が発揮できるよう、5,000人の集客を目標としてイベントを実施する。</p> <p>なお、このような大規模なイベントを若手のメンバーが中心となって実施することにより、企画や関係各所との調整等、イベント実施のノウハウが蓄積されるほか、イベントをやり遂げることによって若手メンバーの自信が生まれ、次世代を担う人材育成に繋がるとともに、ノウハウを代々引き継いでいく仕組みが形成され、より持続可能な活気のある商店街の運営に繋がっていくことが出来ると考える。</p>

### 3 実施スケジュール

実施項目 (具体的な項目ごとに記載)	スケジュール (各項目の実施月や頻度等を記載)
企画検討会議	7月上旬～10月末まで概ね週1回の頻度で実施
商店会会員・出店飲食店への協力要請	8月中を目途に全関係者から了解を得ることを目標とする。
SNSページ・チラシ作成	9月上旬までに作成し、チラシは10月中旬から配布。チラシと併せて市広報での周知を依頼する。
備品準備	10月下旬
当日の運営	11月2日(日)
事業報告会議	1月末に会議を通じて課題や成果を共有する

(※) 必要に応じて行を追加して記載すること

### 4 添付書類

- (1) 事業の対象となる商店街等の区域が分かる資料（地図等）
- (2) 事業者が商店街団体又は従来から設立されているグループである場合は、概要及び活動内容

- が分かる資料（定款、構成員名簿、事業報告書等）
- (3) 市町村連携計画書

5 若手・女性商業者グループの構成員

氏名	店舗等の名称	業種・業態	年齢	性別	所属する商店街団体等の名称	本事業で担当する業務	商店街NEXTリーダーセミナー修了年度 ※該当者のみ記載
宮城 三郎	カフェみやぎ	喫茶店	32	男	〇〇商店会	全体の取りまとめ	R5修了生
宮城 良子	雑貨店みやぎ	雑貨店	35	女	〇〇商店会	広報	R5修了生
〇〇	〇〇	〇〇	33	女	〇〇商店会	渉外	R6修了生
□□	□□	□□	31	女	〇〇商店会	事務・会計	
××	××	××	39	男	〇〇商店会	会場準備	

(※) 必要に応じて行を追加して記載すること

別紙1 (エキスパートコース・ネットワーク化事業)

事業計画書

1 事業者の概要

商店街団体 (代表団体)	団体名：宮城商店会	代表者名：商業太郎		
	設立年月日：平成元年6月1日	組合員(会員)数：50名		
本補助金(エキスパートコース)利用回数	1回目	過去の利用年度		

2 事業の内容

事業名	「〇〇商店街×〇〇商店街」海街」ナイトマーケット
実施地域	<p>① 商店街の概況 (業種構成、空き店舗状況、来街者の属性、人通り、課題や問題点等を記載)</p> <p>〇〇商店街は、××駅前の大通りに面した商店街であり、〇〇市の中心市街地として活気があった。しかし、近年は少子化や、転出する人の増加等の影響で、地域の人口が減少傾向となり、かつてのにぎわいは無くなっている。空き店舗率も30%を超え、担い手も7割が65歳以上と、高齢化が進んでいる状況にある。</p>
	<p>② これまでの主な取組 (これまで商店街や地域で行われてきた取組を記載)</p> <p>毎年秋に「〇〇祭り」を実施し、抽選会や露店の出店を行い、盛況である。また、商店街マップを作成し、スタンプラリーを実施しており、スタンプを集めた方へ商店街で使える商品券を発行することで、商店街へ継続的に集客を呼び込む取組を実施している。</p>
	<p>③ 活性化のために今後必要と考えられる事項 (実施する事業の内容に関わらず、概況とこれまでの取組を踏まえて網羅的に記載)</p> <p>他の地域からの来街者を増やすことが必須である。当該商店街の周辺は高齢化と人口減少が著しく、周辺地域だけで十分な集客が望めない状況にあることから、他地域からの集客、とりわけ若者をターゲットとした取り組みを実施することによってにぎわいの創出を実現したい。</p>
実施内容	<p>(実施する事業について、具体的な内容を記載)</p> <p><b>1 「海街ナイトマーケット」イベントの開催</b></p> <p>〇〇商店街に〇〇商店街の海産物を活用した屋台を設置し、ナイトマーケットを開催。〇〇商店街では、〇〇商店街の文化、歴史を学ぶことが出来る体験型コンテンツ(海街クイズ大会)を開催。優勝者には、双方の商店街で使用できる商品券及び後述のグルメコラボで生まれた新メニューの命名権をプレゼン</p>

トする。昼は□□商店街、夜は〇〇商店街という回遊が作れるよう、シャトルバスで双方の商店街を結び、送客を促進。

## 2 特産品を活用したグルメコラボ

〇〇商店街の強みである飲食店と□□商店街の強みである海産物を生かし、□□商店街の名物を使用したコラボメニューを開発する。コラボメニューは複数開発し、SNSと当日のイベント内の投票で優勝メニューを決める。優勝メニューはコラボ商品として、それぞれの商店街で提供し、新たなコンテンツの創出を目標とする。

## 3 商店街間の共同プロモーション

両商店街のスタンプラリーを実施。どちらかの商店街を巡った人には、巡らなかった方の商店街で使えるクーポンを発行し、双方の商店街に興味・関心を持ってもらえるような仕掛けとする。双方の商店街を巡った人には、双方の商店街で共通で使える商品券を発行し、継続的に双方の商店街を回遊する人が増えるような仕組みを構築する。

①団体名：□□商店街

②代表者名：商業次郎

③所在地：宮城県〇〇市××

④連携する理由（当団体と連携するに至った背景や狙いを記載）

□□商店街は、観光名所である△△海岸沿いの商店街であり、観光地として今でも休日は一定程度集客があるものの、若者の市外流出や高齢化等による地域の人口減少が急速に進んでおり、平日の来街者が減少状況にある。

抱えている課題が共通しており、かつ、それぞれの強み（〇〇商店街は飲食店が多いこと、□□商店街は海産物というコンテンツがあること）をコラボすることで、双方で新たなコンテンツの創出など、相乗効果が期待できるため。

また、〇〇商店街と□□商店街は同じJR〇〇線沿線上にあることから、今回のイベントを通じて新たな回遊ルートを開拓でき、互いに若者を中心とする来街者を増やすことができると考えるため。

⑤実施体制と役割分担

（運営体制、補助事業者と連携する商店街団体との役割分担等を記載）

〇〇商店街の△△グループが「企画統括」、「会計」、「商品開発」を担当し、□□商店街の××グループが「広報」、「イベント会場の手配」、「関係各所」との調整を行う。

各商店会の役員にもオブザーバーとして参加してもらい、全体的なバックアップを行っていただく。

基本的には各商店街で準備を進めつつ、1週間に1回のペースで全体ミーテ

連携する  
商店街団体

	<p>ィングを実施し、双方の商店街の認識のすり合わせ、進捗管理を行う。</p> <p>また、〇〇市からは、当日の円滑な進行のため、シャトルバスの貸し出しについて協力いただける旨了解を得ており、〇〇市からは、イベント会場及び駐車場の貸し出しについて協力を得ている。</p>
期待される効果・目標	<p>(実施の結果期待される効果や実施に当たっての目標等を記載)</p> <p>それぞれの商店街の強みを生かしたコラボレーションにより、新たな来街者を増やすだけでなく、新たな回遊ルートを構築することによって、継続的に双方の商店街を行き来する来街者の増加に繋がることが期待できる。</p> <p>目標としては、継続的な集客が見込めるよう、商店街に対する認知を広げる必要があることから、イベント当日に双方の商店街で1万人の集客を上げることとする。</p> <p>なお、これまで関わりのなかった商店街の若手メンバー同士が協力することにより、互いにとって良い刺激を与えることが期待できるほか、大規模なイベントを多くの立場の人たちと連携しながら実施することによって、イベント実施のための人の動かし方、協力の取り付け方など、必要なノウハウを学ぶ場ともなり、双方の商店街の人材育成に大きく寄与することが期待できる。</p>

※複数の商店街団体と連携する場合は、行を追加して記載すること。

### 3 実施スケジュール

実施項目 (具体的な項目ごとに記載)	スケジュール (各項目の実施月や頻度等を記載)
キックオフミーティング	6月下旬に顔合わせを行う。
企画検討会議	7月上旬～10月末まで概ね週1回の頻度で実施
商店会会員・出店飲食店への協力要請	8月中を目途に全関係者から了解を得ることを目標とする。
SNSページ・チラシ作成	9月上旬までに作成し、チラシは10月中旬から配布。チラシと併せて市広報での周知を依頼する。
備品準備	10月下旬
当日の運営	11月2日(日)
事業報告会議	1月末に会議を通じて課題や成果を共有する

(※) 必要に応じて行を追加して記載すること

#### 4 添付書類

- (1) 事業の対象となる商店街の区域が分かる資料（地図等）
- (2) 事業者の概要及び活動内容が分かる資料（定款、構成員名簿、事業報告書等）
- (3) 市町村連携計画書

5 ネットワーク化事業に関する構成員一覧

氏名	店舗等の名称	業種・業態	年齢	性別	所属する商店街団体等の名称	本事業で担当する業務	商店街 NEXT リーダーセミナー修了年度 ※該当者のみ記載
宮城 三郎	カフェみやぎ	喫茶店	32	男	〇〇商店会	企画統括	R5修了生
宮城 良子	雑貨店みやぎ	雑貨店	35	女	〇〇商店会	会計	R5修了生
〇〇	〇〇	〇〇	33	女	〇〇商店会	商品開発	
□□	□□	□□	31	女	□□商店会	広報	R6修了生
××	××	××	39	男	□□商店会	イベント会場の手配	R6修了生
△△	△△	△△	25	女	□□商店会	関係各所の調整	

(※) 必要に応じて行を追加して記載すること



それぞれ添付すること。