

兵庫県内の商業情報満載

あ・き・な・い

商ひょうご

2012.10
vol.119



- 「一期一会」を大切に、どんどんチャレンジ！ 受け継がれるDNA
～須磨寺前商友会～
- ソーシャルメディアでお店のファンをつくろう ～Facebook（初級編）～
- 市場の歩き方、「お味見ツアー」で市場の魅力を体験 ～杭瀬中市場～
- 住み良いまちをつくるために！注目されることが“次”を生み出すきっかけに…
～株式会社みらいもりやま21～
- 人との豊かな繋がりで集客を！～DEVON PORT（デボン ポート）～

公益財団法人 ひょうご産業活性化センター



「一期一会」を大切に、どんどんチャレンジ！ 受け継がれるDNA

～須磨寺前商友会～

山陽電鉄須磨寺駅をおりと、北に弘法大師ゆかりの須磨寺と、南に菅原道真公を祀る綱敷天満宮があります。この二つを結ぶ「須磨智慧の道」沿いの中間に67店舗が軒を連ねる須磨寺前商店街はあります。風光明媚で歴史的なトピックも多いこの地域は、俳句の題材に取り上げられることも多く、毎年たくさんの観光客が訪れます。昨年末には、商店街の広場に弘法大師と天神さんの両方を祀るお社「弘天さん」が完成し、「お二人の智慧にあやかりたい」と多くの受験生が訪れるパワースポットが誕生しました。

須磨寺商友会は、観光地という恵まれた環境にあるものの、「それに甘えていてはダメになる」と、新しいことにチャレンジし続けています。その元気の源はどこにあるのでしょうか？



五角形は“合格”につながり、「弘天さん」の名前には、物事が“好転”するという意味も。



弘法大師と菅原道真。二人が仲良く並ぶ“弘天さん”のご本尊。

◆ 商店街は「出会いの場」であるべき ～血の通った地道な付き合い～

この商店街では、地元の方や来街者との血の通った付き合いを、当たり前のように行ってきました。



須磨の地名が入った歌を読み込んだ灯籠。年末のイベント時には、商店街の一本道に並べて幻想的な雰囲気をつくります。

お年寄りには気軽に商品を配達し、外国の方には言葉が通じなくても身ぶり手ぶりを交え一生懸命説明します。「真摯な気持ちが伝われば、必ずお客様はまた来て下さいます。」と会長の吉川さん。神戸女子大学

とは、須磨寺商友会のイベントの運営協力パートナーとして、10年以上連携を深めております。

地元の小学校が社会勉強のために企画した、商店街探訪にも協力しており、喜ばれています。地元中学のクラブの全国大会の出場時には、横断幕をはり、応援しています。

こうした活動は、すぐに収益につながるわけではありません。しかし、「直接儲けにはならなくても、商店街は『出会いの場』であるべき」と考え、地道に活動が続いています。イベントに来てもらったり、商店街の人と話をしたり、休んでもらったりして、「楽しかった」と思ってもらうことが何より大切です。そうした小さな気持ちの積み重ねが、やがて「あ、あれ買おうかな」「あの店、行ってみようかな」につながるのです。

来街者の途切れない商店街として栄え続けている秘訣は、商売の基本である「一期一会」を大切に守り続けていることにあるようです。



七夕まつり。地域の方とのふれあいを大切にしています。

◆ インターネットやFacebookなど 新しいツールを活用した情報発信 ～バーチャルなつながりから 現実のふれあいへ～

最近特に力を入れているのは、新しいツールを活用した情報発信です。近隣の方のブログを見て来られたお客さんもいます。会長自身がFacebookで知り合った方と、直接会い、七夕でライブをしてもらったこともあります。少ない予算の中、気持ちよく協力してもらえる関係づくりはとても大切です。こうした経験からインターネットを活用した情報発信の重要性を実感し、パソコンの苦手な店主もセミナーに積極的に参加するなど、街全体がITスキルのレベルアップに尽力しています。

また、神戸商工会議所のポータルサイト「神戸ビジコレ」(※1)にも参加しています。商店街や一部の店のホームページは既にあったため、今更意味がないとの意見もありましたが、会議所の信用度にメリットを感じ参加しました。実際にやってみると、扱いが簡単で、タイムリーな話題もブログ感覚で発信できることが解りました。始めるまでは抵抗があっても、やってみると「できそうだ」と思え、さらに、お客さんからの反響があるとうれしくて、自信につながります。今後、パソコンの苦手な店主にも積極的に薦め、参加店を増やしていきたいとのこと。

◆ 金メダルはとれなくても、そこ そこやる選手をたくさん育てよう ～1店1店の元気が 街全体の元気につながる～

どんなことでも新たに始めるのはたいへんです。店主各自がそれを乗り越えることで、自分の能力に気づき自信をもってもらいたい。そんな思いから、様々な勉強会にも積極的に参加を促し、新たな取り組みを模索し続けています。

3月には、須磨観光協会主催のおもてなし講座の受講を終えた24店が、「須磨楽店おもてなし100店」第1回の認定を受けました。「最初はしんどいと思ったけど、思い切って参加して良かった」「お客様の目線が分かった」など、店主たちも大満足でした。また、集まってみると意外と若い店主が多いことが分かり、「彼らが後に続いてくれる」と高齢の店主のモチベーションが上がる効果もありました。そして、「人生の先輩としての知恵を若い人と共有したい」「高いポテンシャルをもった若い店主を大きく育てたい」との思いから、店同士の横のつながりもより親密になったそうです。これからも、血の通ったface to faceの付き合いの大切さを若手に教えていきたいとのこと。

「1店1店が元気になれば、商店街が盛り上がる。そうなれば人も集まる。金メダルはとれなくても、そこそこやる選手が集まれば67店分以上の力を発揮できる。今は、将来そういう商店街になるための通り道。変化を恐れず前向きになるDNAがあれば、どんな時代でも生き抜いていける」と熱く語る吉川会長。ビジコレ、おもてなし100店、勉強会、学校との連携、どれをとっても最初は大変ですが、どんどんチャレンジすることで、小さな成功体験が各店主の自信につながり、将来につながっていくのです。須磨寺前商店街のDNAは、今後も若い世代に受け継がれ続けていくことでしょう。

(ポラリス経営研究所 佐藤 真理)

※1 神戸ビジコレとは。

神戸商工会議所の会員事業所が自社のホームページとして利用できるポータルサイト。各社のホームページとして情報発信でき、書き込みや更新が容易にできます。



様々なことに挑戦したいと語る
吉川 幸三 会長

名 称：須磨寺前商友会
所 在 地：神戸市須磨区須磨寺町1丁目8-24
電 話 番 号：078-731-1487
代 表 者：会長 吉川 幸三
会 員 数：67店舗
設立年月日：昭和24年4月1日

ソーシャルメディアでお店のファンをつくろう ～第2回 Facebookを活用しよう～(初級編)

前号からはじまったソーシャルメディア入門講座。今回は、文字数制限はあるものの、比較的簡単にはじめられるTwitterを紹介しました。今回は、映画「ソーシャル・ネットワーク (2010年アメリカ)」の題材となったFacebookを活用してみましょう。

◆ Facebookとは？

「Facebook(フェイスブック)」は、誰でも無料で利用できる世界最大のソーシャルネットワーキングサービス(SNS)です。インターネット白書によると、2011年調査で対象者全体の8.3%だった利用者が1年後には、24.5%に急増しています。

SNSとは、「情報共有(シェア)」を目的としたインターネット上のサービスです。Facebookでは「実名登録」「本人写真の掲載」が原則です。すでにホームページを開設している場合は、Facebookと連動させて、情報を発信できます。店や商品、地域へのこだわりなどの情報を共有することで、Facebookをきっかけとして、店を知ってもらえる上に、ホームページやブログのアクセス数アップにも役立ちます。また、友人や顧客が店舗や商品の写真を紹介する際に「タグ付け(リンク)」が可能で、口コミを効果的に広げることができます。様々な可能性があるFacebook、まず、利用してみましょう。

① Twitterとの違いは？

・Twitterと似た機能が多いが、大きな違いは、実名登録であるため、知り合いとのコミュニケーションが取りやすいこと。文字数制限もない。

② Facebookの魅力は？

・文字数の多さや、写真、動画の掲載。現在地の情報、関心があるウェブページなど、情報や活動が表示され、それについて反応できる。また、「ファンページ」などの機能を利用して情報を広く公開することも可能。

Facebookを経営に活かす

<メリット>

- ・こだわり(店・商品・地域等)を写真、図付きで顧客と共有できる。
- ・顧客のニーズ、想い、クレームを共有できる。
- ・ホームページと異なり、携帯電話やスマートフォンから簡単に情報発信できる。
- ・友達になった方が店や商品について「いいね」や「シェア」した情報は、その友達グループのネットワーク上の情報となり、口コミとして広がりやすくなる。

<留意点>

- ・「コメント」、「いいね」等のコミュニケーション機能を利用する際には、直接自店の宣伝に利用するのではなく、あくまでも「情報共有(シェア)」であることを心がける。
- ・全世界に発信してもよい情報なのか、限られた友人に知らせたい情報なのかを明確にして発信する。

実名登録・プロフィール写真登録のメリット・デメリット

メリット	デメリット
顧客・友人にみつけてもらえる	プライバシーを公開することになる (設定により公開範囲を制限することも可能)
共有する情報の信用度が高まる	

Facebookでの目的は情報を共有することです。下図の「近況アップデート」に情報を入力することで、情報を共有し、反応を確認できます。



③ Facebookとのつきあい方は？

・Facebookで何をしたら良いのか？と迷ってしまいます。機能が多くのこともその理由の一つですが、とりあえず、仕事上の知り合いとの連絡網と考え、まずは親しい人と写真共有サービスを利用してみましょう。

④ TwitterとFacebookとの連携

Twitterでツイートした内容を自動的にFacebookに送信することが可能です。Twitterに登録した「アカウント」で「設定」→「プロフィール」で「facebookと連携する」を設定します。Facebookで発信した情報をTwitterに送信することも可能です。

◆ チャレンジしたいFacebookページ

商店のウェブ上の販促としてホームページ作成がありますが、お金がかかったり、更新する時間がなく、同じ内容のままというものもあります。Facebookの特徴として、経営者個人としてのアカウントではなく、店や会社のページをつくることができます。作りかたはFacebook登録の際と同じように質問に答えるだけです。Facebookページでは、「友達」ではなく「ファン(いいね)」で顧客とつながることもできます。

◆ Facebookを使ってみよう

スマートフォンや携帯電話からも利用できますが、機能に制限があるため、パソコンの画面でご説明します。

① 登録する

「facebook (http://www.facebook.com/)」にアクセスし、必要事項を登録します。

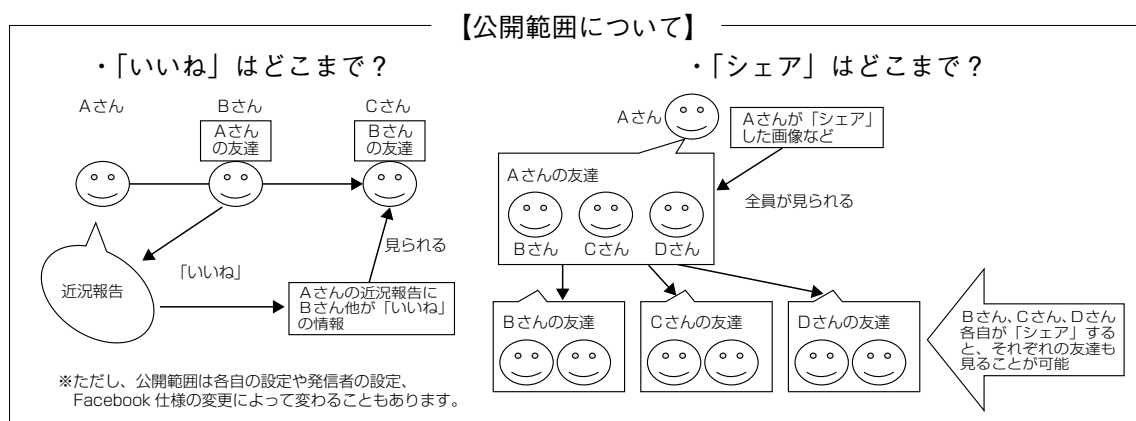


② 友達を探す

「友達、スポットを検索」又は画面で表示される「友達ではないですか?」の中から友達を探し、友達申請ボタンを押します。Facebookでの「友達」は数を増やすことを目的とするのではなく、実際に知っている方、顧客等を友達申請することがマナーです。

③ 「いいね」「コメント」を利用する

Facebookの特徴は、友達が発信した情報にわざわざコメントしなくても、「読みました」「素敵ですね」の意味で「いいね」ボタンを押すことで、友達のネットワーク上に情報が流れます。



④ カバー写真を追加する

自分の名前をクリックすると、右記のようなページが表示されます。これは自分が情報共有した内容がまとめられたページで、ブログやホームページのように利用することもできます。横のカバー写真は、店や商品を掲載することで、顧客と情報共有することが可能です。



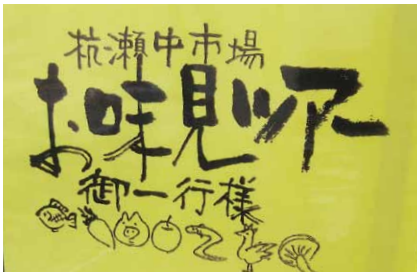
Twitter、Facebookと情報発信、情報共有に慣れてきたところで、次号では、ブログ（ココログ・アメブロ）とTwitter、Facebookの連携による顧客とのコミュニケーションづくりについて紹介したいと思います。

〈商業アドバイザー 宇田 名保美〉



市場の歩き方、「お味見ツアー」で 市場の魅力を体験

くいせ なかいちば
～杭瀬中市場～



阪神杭瀬駅から徒歩5分のところに杭瀬中市場があります。近隣にはマンションが建設され、住民は増えていますが、市場の利用者は減少しています。そこで、若手の店主が中心となり、勉強会を通じて市場の活性化に取り組んでいます。今年6月には、理事長の坂和昭さん（的場商店）が中心となって、「親子で学ぶ市場の『食育』～市場お味見ツアー～」をはじめました。6月から8月までの限定企画でしたが、多くの参加希望者とお店の協力により、9月以降も継続して毎週土曜日に開催することとなりました。

◆ 市場に対するイメージが変わる

若手店主を中心とした勉強会では、顧客の声を直接聞くために、昨年12月、20歳代から30歳代の女性を中心としたモニター会議を企画しました。モニターとして参加したのは、市場の常連顧客と市場をあまり利用しない方7名です。モニター会議では、「対面販売が苦手」といった意見や常連客からの「安くて品質がいい」等の市場の魅力を聞き、市場を利用してもらえる方策を検討しました。その結果、気軽に市場体験のできる「お味見ツアー」を開催することになりました。このツアーは、各店自慢の食材を地元ガイドと一緒に味見しながら市場内を巡るもので、モニター会議に参加した常連客は、より市場を知ることさらにファンになり、あまり市場を利用していなかった方も、今ではツアーのボランティアガイドを務めています。

◆ 「市場お味見ツアー」を体験

開催日ごとに変わるボランティアガイドが「お味見ツアー」の旗を持ち、参加者とともに協力店舗を訪問すると、各店舗は、オススメ商品を味見メニューとして提供しながら、吟味された食材等について参加者と語り合います。親子連れで参加している子供には退屈しないように、坂理事長が風船を作ってプレゼントするなどの心配りも。また参加者は、1000円で1200円分のプレミアムチケット（ツアー当日から11月末まで有効）を購入でき、市場をお得に利用できると好評です。

店舗側はツアー参加者とのコミュニケーションから顧客ニーズを知ることができ、品揃えや販売方法の工夫のヒントにすることができます。

市場の通路は狭く、お味見ツアーの参加者が店舗を訪れると他の利用者の迷惑になることもあります。そんな時、ガイドは参加者を、さりげなく誘導し、ツアー以外の利用者への気配りも欠かしません。

8月上旬に取材したツアーでは、やまもと酒店の山本正和さんがガイドとなり、参加者は主婦、親子連れ、専門学校生など10名でした。焼き鳥店、漬物店、鮮魚店等の12店を訪問し、各店自慢の品を味見しました。「お昼ごはんは控えめに」の注意書きどおり、ボリュームのある味見（試食品）となっています。

ツアー中には、参加者が店の人に積極的に質問するなど、大型スーパーでは、なかなか出来ない体験をしていました。また、終了後は、市場で買い物をする参加者の姿も見られました。

終了後のアンケートには、「参加してみて市場の良さが分かった」、「安い」、「楽しい」等の意見があり、市場の魅力を実感してもらえたようです。

◆ 今後のお味見ツアー

今までは、マスコミ等によるパブリシティの効果で伊丹や川西、宝塚等からも集客できました。一方、反省点としては、近隣住民からの参加が少なく、リピーター率が弱かったことです。今後は、リピーターを増やしていく為に、メールのみの参加受付に加えて、電話でも受付する等、幅広い客層からの参加を増やすほか、市場ファン候補であるモニターの増加、お味見ツアーのPRの工夫、チラシ等の配布の改善を行なう予定です。

また、TwitterやFacebook、ブログ等のソーシャルメディアでの紹介も市場を知ってもらうきっかけになるかもしれません。

利用者の減少を景気低迷や高齢化など外部環境のせいにするのではなく、自分たちでできることから行動することで、市場の活性化を図り、その結果を検証し、改善する。こんな前向きな取り組みを続ける杭瀬中市場は、地域の方に愛される懐かしくて新しい市場になることでしょう。

<商業アドバイザー 宇田 名保美>



やまもと酒店は
市場内ではなく隣の商店
街にありますが、「一緒に
杭瀬を盛り上げたい!」と
いう想いでガイドを
しています。

本日のガイド
「やまもと酒店」の
山本正和さん

ツアー内容 (8月4日)

13:00 坂理事長のあいさつ
ガイドの山本さんのあいさつ
13:10 「お味見ツアー」スタート!

店主の話を聞きながら、
みなさん試食です。



「市場の良さをたくさんの人に知って
いただきたい」と
理事長の坂和昭さん (37歳)

杭瀬中市場「お味見ツアー」
毎週土曜日13:00～14:30開催
定員6名 参加費無料

「お味見ツアー」についての問い合わせ
杭瀬中市場協同組合事務局
尼崎市杭瀬本町1-19-14
TEL(FAX): 06-6488-1340
理事長 坂 和昭 氏



住み良いまちをつくるために！ 注目されることが“次”を生み出すきっかけに… ～株式会社みらいもりやま21～

守山市は琵琶湖に面し、滋賀県のほぼ中央に位置する、山がないのに市名に「山」がつく“まち”である。かつては中山道の守山宿として栄え、現在は京都・大阪のベッドタウンとして、人口が年々増え続けている。市民の自慢はいろいろあるが、中でも駅前を中心に広がる市街地では、放置自転車が全くないことと、住みやすさランキング（東洋経済新報社：2010年調査）で近畿ブロック第1位、全国で10位になったことである。人口77,857人（平成24年7月1日現在）の守山市のまちづくりが、ここ数年注目されている。

◆ 全国のまちづくり関係者の中で 名高い牽引役



石上僚さん、33歳。平成20年11月に設立された株式会社みらいもりやま21（MM21）のマネージャーとして、中心市街地活性化事業を担っている守山の若きホープである。MM21は、もともと守山市と市民・事業者が協力して、守山市を住み良く活気のある「まち」にするために生まれた会社である。

市民が住み良い暮らしを実現するための事業活動として、①中心市街地の活気づくり ②イベント企画 ③市外からの店舗誘致 ④市民への情報発信を行っており、市民からの期待も大きく膨らんでいる。

石上さんは公募によりMM21に入社した第1号社員である。不動産業やカラオケチェーンの店長など、これまでは「まちづくり」とは全く異なる業務経験をもつ。

石上さんは当初、商店街の「空き店舗」への入居あっせん業務の担当で、各関係先を訪問していく中、持ち前の人懐っこさと話し好きが幸いして、多くの人たちとの交流が始まった。その中で、従来商店街組織には参加していなかった若手商業者たちとのネットワークが形成できたことは、地元出身ではない彼の守山における地歩を固める礎となった。彼の

株式会社みらいもりやま21 マネージャー石上僚さんへのQ&A

- Q. もともとは、京都出身の石上さん。どうやって守山市に溶け込んだのか？
- A. 外から来たことで意見が言いやすく、徹底的に話すことで多くの方々との絆が生まれた。
- Q. イベントを行う際に心がけていることは？
- A. 事前にしっかりとした分析をすること。また、過程と結果（成果）のイメージをしっかりと持つこと。
- Q. 企画する際のポイントは？
- A. 企画にストックはない。人と人をつないでいくことで、次のアイデアが生まれる。
- Q. 「まちづくり」や「イベント」に、市民を巻き込むためのポイントは？
- A. テーマや対象者を明確にすること。
- Q. 今後どのような点に気を付けて、まちの活性化をしていきたいか？
- A. 守山にとって相応しいものかを常に念頭に置き、かつ、守山のタイミングに合っているかどうかを見極めて策を練っていきたい。

活動は守山を中心としながら、近畿圏や全国のまちづくり関係者との交流へと広がりを見せている。

◆ “守山”を変えたイベント事業

石上さんは、守山を変えるターニングポイントとなった事業として、22年6月に実施した「ほたる探検紀行」を挙げた。これは例年行われてきた「ほたるパーク&ウォーク」に、飲食店などを巡る「バル」を加えたもので、「何か結果を残したい、守山市観光マップ作りをしたい」という思いが実を結んだものである。このイベントをきっかけに、地元とのつながりが深まるとともに、協力者や支援者の増加、商業者との信頼を築くことができた振り返る。人と人のつながりが次のアイデアを生み出す土壌に

なと考えている石上さんの企画は、他と同じイベントであっても、一味違う面白味のあるものになる。例えば、毎年7月に行われる「もりやま夏まつり」は、県下最大級の800mの歩行者天国が有名であるが、今年、守山小学校で行った総勢200名によるストリートダンスは、住民からも、「守山で、こんなことができるなんて感動した」という声上がるほどの盛況ぶりだった。

また最近話題の「街コン」では、石上さんは、「合コン」を「とりあえず」「レボリューション(革命)」する⇒「GTR」と名付け、完全民間主導で行っている。行政が関わるイベントは野暮ったくなりがちなことから、民間の自主財源だけでできるイベントをやりたいと発案したものである。ボランティアのイベントスタッフとして参加することで、守山に対して愛着がわくという声もある。回を重ねるごとに参加者の申し込みスピードは増しており、第2回は定員の300名が2週間で受付終了するほどの人気となった。石上さんは、参加者だけでなく参加店も、たくさんの新しい出会いや繋がりを見つけてほしいと考えている。



100円商店街やまちゼミも実施している。
写真は、大行列ができた100円商店街の様子。

取材中、ずっと一種の清々しさを感じていた。これは、石上さん自身が強烈な信念と今後の未来図をしっかりと持っていることから来ているのだろう。

今年の7月には、MM21が入った守山市中心市街地活性化交流プラザ「あまが池プラザ」がオープンした。石上さんはここの施設長でもある。ここから守山をさらに盛り上げるアイデアが生まれていくことだろう。

(フィールド・ハーツ研究所 山本 敬二)

株式会社みらいもりやま21
〒524-0022
滋賀県守山市守山1丁目8番7号
TEL 077-514-8321



ほたるパーク&ウォークのマップ(拡大図)



ほたる探検紀行のマップ(拡大図)
参加者は、ほたるを鑑賞しながら、バル参加店を巡って行く



街コン「GTR」

参加者は参加費を払い、GTR参加店を巡る。制限時間内に、店と相手を変えるのがルールで、参加店は、GTR限定メニューを提供する。今年9月開催で5回目となる。



(株)みらいもりやま21が管理者となっている「あまが池プラザ」。文化芸術祭や子育て広場、ライブなど市民活動の場として活用され、お洒落なカフェも併設されている。



人との豊かな繋がりで集客を！

～DEVON PORT (デボン ポート)～

今回紹介するお店は、JR明石駅から南に420m（徒歩7分）、淡路ジェノバライン乗り場の近くに立地する「Steak & Seafood DEVON PORT」です。この店は、オーナーシェフの平野哲也さんが2年前にオープンした、ゆったりとした時間の流れる大人のお店です。観光客にも人気の魚の棚商店街からさらに南に位置する閑静な場所ですが、海が近いので昼網の時間には業者が集まりセリが行われるなど、活気のある地区にあります。

◆ 隠れ家レストラン

平野さんは、調理師学校を卒業後、鮎店、鮮魚店、海外のステーキハウス、さらに神奈川や東京のステーキハウスで修業を重ね、ひょうご産業活性化センターの「商店街新規出店・開業等支援事業」を活用して、平成22年8月にこの店をオープンしました。

明石港にある店舗の外装はレンガを用いたシンプルなデザインです。店内は、鉄板カウンターが8席と、4人掛けテーブル席が1つと、余裕のある配置で、内装も落ち着いた雰囲気です。

料理は、地元の食材を厳選し、明石の魚介類、野菜のほか、淡路島産のタマネギや淡路ビーフも使用しています。自慢の鉄板で丁寧に調理し、ゆったりとした空間の中で美味しい料理を味わえる、至福の時間を提供しています。「こんなお店が、こんな場所にあるとは。」、この発見をしつつ、友人や知人に教えたくなるお店です。



海が目にある、レンガ造りの洒落たお店です。



会話やパフォーマンスを織り交ぜながら、目の前で調理されるので、待っている時間も楽しく過ごせます。

◆ 真摯な姿勢とサービスで

一般的に、店舗経営では、良い立地環境でいかに回転率を上げるかに懸命になりますが、平野さんは、「明石の良さを知ってもらい、お客様にゆっくりして頂けるような居心地の良いサービスの提供」を目指しています。そのため、中心部から少し離れた隠れ家風の店で日々頑張っています。また、一人ひとりの



地元食材を積極的に使用し、「安心」と「安全」も同時に提供しています。

お客様と真摯に向き合い、満足して帰ってもらえるよう誠心誠意のサービスを心掛けています。そのためか、リピーターが多く、それぞれのお客様の口コミで来店される方も多いそうです。

◆ 商店街とお店

平野さんは、地元の明淡商店街に加盟しています。近年、新たに開店する店舗が商店街に加盟しない傾向がある中、「地元を元気にしたい。地域に入って一緒に盛り上げていきたい。」との思いから、進んで加盟したそうです。商店街に加盟したことで、商店街の人達が気にかけて声を掛けてくれたり、アドバイスしてくれることもあり、また、個人では得られない情報収集や、イベントへの参加が出来ることもメリットだと感じています。「商店街があるから人が来てくれる。今後も、店の経営と共に商店街活動も出来るだけ参加していきたい。」と平野さん。お話を伺って、商店街や地元の方々と良好な関係を構築できていると確信しました。



ランチはチキンと魚から選べます。
色どり鮮やかな野菜は、全て兵庫県産です。

◆ これまで、そしてこれからの店づくり

「この2年間でむしろにやってくる、長かったような短かったような感じだ。勤めていたときとは違い、全てを自分で行ない、休日も仕事のような時があり、責任も大きくなった。しかし、お客様に喜んでもらえると嬉しくなり、それがやりがいとなる。経営者となり数字での実績をあげることで、大切にしていくお客様との繋がりを断ち切ることはしたくない。お客様一人ひとりとの繋がりを大切にし、ワインが樽の中で熟成し芳醇なワインとなるのと同じように時間はかかるが、今後も地道にやっていきます。」と話してくれました。

オープン当初からのお客様に、「真面目に、手抜きをしないでやっていけば大丈夫」と言われたことが励みになっているそうです。今回のインタビューでは、優しく温厚な平野さんから、しっかりした信念を聞くことができ、嬉しくなりました。

このようなお店が沢山出来ると、私たちの人生も楽しくなると思います。ちなみに、インタビュー前に私もランチを頂きました。美味しい料理をゆったりとした空間で味わい、豊かな時間を過ごせました。今後も、さらに素敵なお店になってもらいたいものです。

〈商業アドバイザー 久保 通彦〉



オーナーシェフの平野 哲也 さん
より質の高い店作りを目指しています。

店 名：DEVON PORT (デボン ポート)
住 所：明石市本町1-19-2
代 表：平野 哲也
電 話：078-914-7729
営 業 時 間：Lunch 12:00～15:00 (LO14:00)
Dinner 17:30～23:00 (LO21:00)
定 休 日：月曜日 第3火曜日

進化が続く『姫路得とくゼミナール』

「商店街でイベントをやると大勢の人が来街してくれるが、個店の売上に結びつかない。」商業者たちのそんな声に、姫路商工会議所はイベントの事業効果を精査し、「何のために」をテーマに職員で議論した。

商店街のイベントは、商店街への集客やイメージアップを目的に実施されるが、多くのイベントが一過性の賑わいに終わってしまう。こんな検討を重ねているとき、愛知県岡崎市の商店街で生まれ、いまや多くの商店街で繰り広げられている「まちゼミ」が話題になった。

来店のキッカケづくり。そして店主の人柄や専門店ならではの知識を通してお店のファンづくりに結びつける。そんな目的で開催する「まちゼミ」を、中心市街地の商店街で『姫路得とくゼミナール(ひめじゼミ)』として一昨年から始めた。

お店や取扱商品の魅力、さらに商品にまつわる様々な知識や知恵を伝える商店街のゼミナール。受講料は原則無料、それぞれの店舗内で実施するため少人数制で、時間は90～120分。店主たちが講師を務め、プロならではの専門的な知識やノウハウを参加者に伝授する。

8月に行った4回目の参加店は28店とまだまだ少ないが、回を重ねるごとに受講者は増えている。参加店では「新規顧客の獲得に結びついた」という声も多く聞かれる。でも未だ発展途上との自己評価。物事がうまくいかない場合、受け身で参加すると「不満」に終わるが、「何のために」の問題意識を持って主体的に取り組めば「反省」につながる。

この反省を糧に、商業者と商工会議所がタッグを組んで『ひめじゼミ』の進化をめざしている。

(中多商業企画研究所 中多 英二)



「珈琲の品種や焙煎でこんなに味が変わるんですよ」と講師役の浜本卓弥さん。受講者は、いろんなコーヒーを試飲しながら浜本さんが軽妙に語るウンチクに耳を傾けます。(はまもとコーヒー)



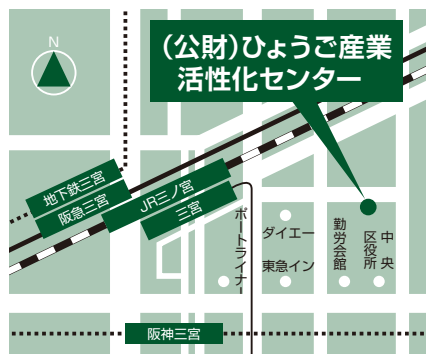
抹茶の点て方だけでなく、茶碗や茶筌など幅広い道具の話にも興味シンシンの受講者。講師役の小林健太郎さんの飾らないトークに引き込まれていきます。(こばやし茶店)



“買い物弱者問題”への取り組みを紹介した冊子。ご活用下さい!

昨今クローズアップされている買い物弱者問題。各地で取り組まれる8つの事例について、事業内容や成果、成功要因をまとめています。

今後避けて通れないこの問題。商店街で、地域で、行政で取り組まれる際の参考にご活用下さい。必要部数を連絡いただければ、無料で差し上げます。



公益財団法人 ひようご産業活性化センター
事業推進部 商業支援課

〒651-0096

神戸市中央区雲井通5丁目3番1号 サンパル6階

TEL 078-291-8171 FAX 078-230-8391

URL <http://web.hyogo-iic.ne.jp/>

E-mail center@staff.hyogo-iic.ne.jp/

休業日／土・日・祝祭日・年末年始