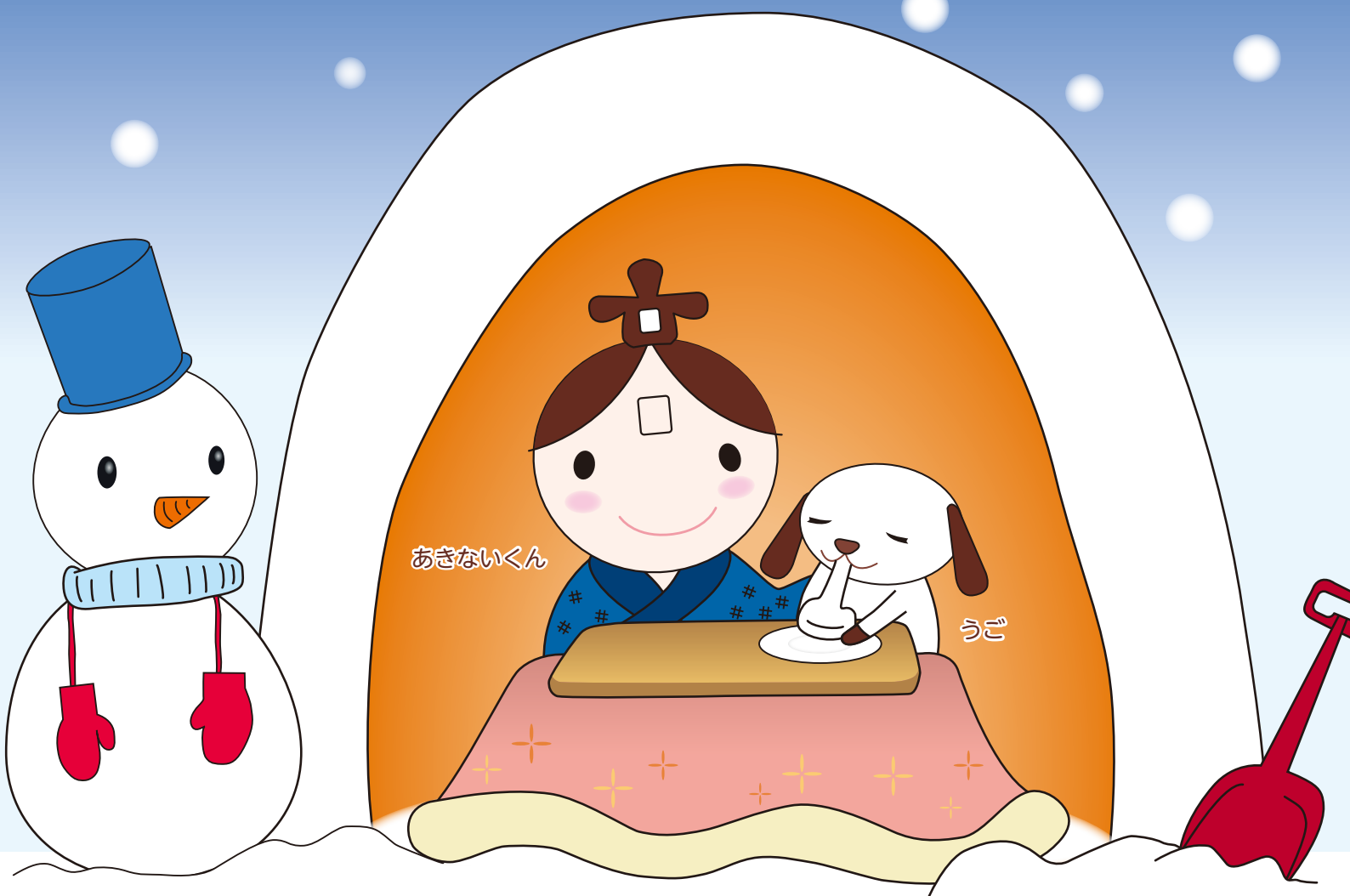


兵庫県内の商業情報満載

あ・き・な・い

商ひょうご

2013.1
vol.120



- 100円笑店街で街に笑顔と賑わいを！ ～柏原町商店街連合会～
- ソーシャルメディアでお店のファンをつくろう
～ブログを活用しよう～
- 歩いて、触れて、街の魅力を再発見！回遊型博覧会による街の活性化
～西宮・まちを旅する博覧会～
- がんばるお店を応援する ～大阪市住之江区粉浜商店街～
- 日本初の鹿肉料理店 ～丹波の野菜と鹿料理【無鹿】～

公益財団法人 ひょうご産業活性化センター



100円笑店街で街に笑顔と賑わいを!

～柏原町商店街連合会～

柏原町商店街がひとつの
100円ショップ! **11月10日(土)**
朝10時スタート!!

この街が参加店の
目印です。

100 笑店街
えん

第7回
がいばら

同時開催!
TAMBA HAPPINESS MARKET

100円笑店街
5店舗スタンプラリーで
ガラポン抽選!

百種特賞・黒毛和牛肉
スポンサー賞抽選くじなし!

※抽選券は必ずご用意ください!
100円商品以外を指定する商品・抽選券を1枚用意していただく必要あり
抽選券のスタンプを5店舗集めると1回抽選券です。(抽選券は1枚限り)
抽選券の抽選日: 11月10日(土) 抽選時間: 11:00～15:00

主催: 柏原町商店街連合会 協賛: 丹波市商工会柏原支部 (お問い合わせ先: 0795-72-0433 庶務)

商店街に客を呼び込む「三種の神器」ってご存知ですか? ドリンクと一品をセットにしたお手軽メニューをハシゴしながら楽しむ「バル」、店主が商品知識やノウハウを客に講義する「まちゼミ」、そして「100円商店街」の三つです。いずれも大きな費用をかけることなくでき、新規顧客やリピーターの獲得につながることから、全国的に取り組む商店街が増えてきています。とりわけ、100円商店街は爆発的な集客力があり、仕組みもシンプルなことから、最も多くの地域で実施されている取り組みです。とはいえ、ちゃんと準備をしないと事業を継続していくことは出来ません。今回は平成23年3月から100円商店街に取り組み、先頃7回目を開催した丹波市の柏原町商店街連合会の活動をご紹介します。

◆ 100円商店街=ただの100円ショップではありません

100円商店街は、「100円の商品を集めて並べたらできるやん」と一見簡単そうなのですが、実はそうではありません。その精神というか真髓を理解しないと、なかなか継続できない事業なのです。事前の勉強会も欠かせません。

まずは商品。売れ残りを100円で売るというものではありません。それぞれのお店が創意工夫して価値ある100円商品を作り出し、または探し出して提供する。これは基本中の基本です。

その上で、3つの原則があります。

100円商店街3ヶ条

- ・商品は客の目に触れる店頭に陳列する。
- ・商品には人をつけ、客と会話する。
- ・客に店内に入ってもらい精算する。

店の前に100円商品を置いて、その場で精算してはダメなのです。100円商品はあくまでも、店内に客を呼び込む手段です。店の中に入ってもらって、店内の様子や商品を見てもらう、話をする、そこが大事なのです。そして、魅力ある100円商品を求めて商店街を回遊してもらう。100円商品は、そのためのツールなのです。

100円商品以外のものもついで買いしてもらうこと。店や店主を知ってもらいリピーターになってもらうこと。ここに狙いがあるのです。

◆ 柏原を笑顔あふれる街に!

今回お邪魔した柏原の商店街では、これまでも商店街のすぐ北東にある八幡神社の厄除大祭(2月17・18日)や、年末の売出しなどを行ってきましたが、昔の商店街のにぎわいを取り戻すため、もっとたくさんの人に街を回遊してもらいたいという思いから、100円商店街に取り組むことを決めました。

JR福知山線の柏原駅前にある7つの商店街が集まった柏原町商店街連合会が主体となって平成23



朝10時スタートの100円笑店街
お目当ての店を巡る人達が商店街は賑わった。





商品を購入して5店舗分のスタンプを集めるとガラポン抽選ができる。空くじなしで、11月10日の抽選会の特賞は黒毛和牛肉だった。

年3月にスタート。商店主もお客さんも地元の人も喜んでニコニコしてもらいたいという願いを込めて、「100円笑店街」と名付けました。

100円商店街発案者である山形県新庄市の齋藤一成さん（NPO法人アンプ理事長）にも来てもらい、勉強会を4回実施したそうです。関西で初めて100円商店街に取り組んだ奈良県生駒の商店街にも視察に行きました。

概ね3ヶ月に1回のペースで行われてきた100円笑店街は去る11月10日の開催で7回目となり、地元のイベントとして根付きつつあります。35店舗でスタートした参加店も少しずつ増えてきました。

また、100円笑店街当日はレシート5店舗分を集めると粗品がもらえるレシートラリーやスタンプラリーによるガラポン抽選会を組み合わせるなど、当初の目的である柏原の街を回遊してもらう工夫も忘れてはいません。

毎回違った商品を出してお客さんに楽しんでもらいたいと、役員会では、参加店同士いろんな案を持ち寄って知恵を出し合っています。変わりダネでは、丹波新聞社の「新聞1ヶ月お試し購読」や、美容院の「前髪カット」、写真館の「親子で記念撮影」などがあり、サービス業の店も積極的に参加しています。

商店街連合会の松井茂久会長のお店はクリーニング店ですが、親戚のパン屋のラスクと菓子パンを販売。とっても好評だったとか。本業とは関係ありませんが、こんなことも可能なのが100円笑店街の良さなのでしょう。

◆ みんながもっと楽しめるイベントに

「参加者全員が100円笑店街の意義と原則を理解することが重要ですが、気心の知れた店主同士で、

その点での難しさはそれほどなかった。これからは、お店のファンづくりや、オーナーの意識改革に力を入れていきたい。100円笑店街は、お客さんと参加店、両方に楽しんでもらいたい。」と松井会長。

今後、さらにお客さんに楽しんでもらおうと、地元の小中高生とコラボしたお店を出すことや、柏原のまちの魅力を発信するようなマップづくりも考えています。

多くのお客さんが訪れ、参加店舗が減ることなく継続できているのは、イベントとして成功していると言えますが、課題もあります。

お金をあまりかけずにできるとはいえ、広告代やのぼり製作費は必要です。市や商工会から助成をもらっていますが、今後は補助金に頼らなくても運営できるような財源確保策を考えていかなければなりません。

各店の売上げが伸び、「こんなに効果があるなら、いくら負担金を出してでも開催していきたい。」と店主たちが思えるイベントに育つまで。

今回、お話を伺う前に街を歩いてみましたが、ひと回りするのに30分しかかからないこぢんまりとした柏原のまちは、八幡神社の門前町として、織田家柏原藩の城下町として、古民家が点在する歴史あるまちです。

ゆったりと落ち着いたまちで、買い物を楽しみ、豊かな丹波の食を愉しむ。100円笑店街がそんな柏原のまちの活性化に一役も二役も買うことを期待しています。

〈関西大学 准教授 三谷 真〉

商品一例



地元産の新米300g 100円、キウイ袋いっぱい分が100円などお得な商品が並びます。手づくりされたアイデア商品も。好きな字を一文字色紙に書いてくれるサービスもあります！



「100円笑店街で柏原の街をもっと元気にしたい」と松井茂久会長

名 称：柏原町商店街連合会

所 在 地：丹波市柏原町柏原3610-1（丹波市商工会柏原支所内）

電 話 番 号：0795-72-0433

代 表 者：会長 松井 茂久

会 員 数：66店舗

ソーシャルメディアでお店のファンをつくろう ～第3回 ブログを活用しよう～

第1回、第2回では「Twitter」「Facebook」の基本的な利用法をご紹介しました。Twitterのフォロワー数、Facebookの友達の数や「いいね!」の数が増えても店の売上が上がるとは限りません。フォロワー数や友達数は、あなた（店）のファンの数であり信頼度を表す数なのですが、もっと詳しく店の情報を発信していかないと、実際の来店や、売上の増加にはつながりません。そこで今回は、ブログを利用して売上アップを目指す方法を説明します。

◆ 情報をまとめるためのブログ活用

情報を探す側の立場で考えてみましょう。

TwitterやFacebookのどこかで見つけた「Aカフェの旬のメニュー情報」を詳しく知りたい時、どうしますか？ TwitterやFacebookは情報共有のための仕組みであり、検索機能は使いにくいので、GoogleやYahoo!などの検索エンジンで、Aカフェのホームページを探します。店名で検索すれば、ホームページは見つけられるでしょう。でも、そこに目当ての情報がなければ、「なんだ。ないのか」となってしまいます。

ホームページのリアルタイムな更新は手間もかかり難しいですが、ブログでの情報更新は、比較的簡単に行うことができるのです。

Facebook記事を書く際に、あなたが撮影した写真や文章を加工して、適切なタイトル、カテゴリーをつけて、ブログに整理すると、ホームページと同じ様に情報を収集しやすくなります。ソーシャルメディアをバラバラに利用するよりも、ブログやホームページ、TwitterやFacebookを連携させれば、顧客がどのメディアからでも入ってきやすくなりコミュニケーション力が向上する可能性もあります。

ブログとは？

簡単に言うとインターネット上で公開している“個人の日記”のことです。ホームページほどの情報は載せられないものの携帯電話などのモバイル端末からも更新することができ、TwitterやFacebookと連携（相互リンク）して利用できます。ただし、ブログは主に個人利用が想定されているので、商用利用については制限を受ける場合があります。利用規約を確認し、発信したい情報に合ったサービスを選びましょう。

ブログは必要？

TwitterやFacebookは「今」の情報を共有するツールであり、過去の情報を検索するのは苦手です。そこを補うため、ブログやメルマガなどの整理ツールを利用することで顧客は情報を探しやすくなり、来店や販促につながる可能性が高まります。

◆ ブログを使ってみよう

既にブログを利用されている方は、②以降を参考にしてください。

① 登録する

日本で初めてブログサービスを開始した会社@niftyが提供する「ココログ」はアクセス解析機能が充実しており、商用利用が可能です。他にも、2012年10月末現在、商用利用が可能なのは、「FC2」や「Seesaa」※1ブログ等の民間サービスや、商工会議所が会員向けに提供するブログサービス（例えば、神戸商工会議所の「こうべブログ」）があります。どのサービスを利用するかは、「商用利用が可能」「他社の広告を非表示にできる」「どのようなキーワードでブログが閲覧されているのか解析できる（キーワード解析）」を最低限の条件として、自分の好みのデザイン※2や信頼度を基準にブログサービスを選びます。

広告の非表示について

ブログの画面上に他社の広告が表示されると、ページが見つらなくなる場合があります。有料でこの広告を非表示にすることができます。方法はブログを提供している会社によって異なりますので、各社に確認しましょう。

※1 「FC2」「Seesaa」共に無料サイト

※2 デザインはスタイルシート（ホームページをデザインする仕組み）を利用することで、サービス会社指定のデザイン以外も使えます。

② 顧客に親切なブログにする

ブログの記事は日付順に表示されます。店の情報を発信する場合は、「店の特徴」や「メニューのこだわり」、「商品ストーリー」など記事の内容ごとにカテゴリー分類の方が見やすくなります。投稿する記事に「カテゴリー」を設定しておけば、カテゴリーごとに記事を表示することが可能になります。

③ 記事を書く

興味をひきつける内容を、インパクトのある言葉で表現し、わかりやすい「タイトル」、「カテゴリー」をつけます。顧客からの「コメント」や「トラックバック（顧客のブログへのリンク）」を受け入れるかどうかを選択することが可能です。コミュニケーションを重視するなら、これらの機能を活用すべきですが、当初は「受け入れない」を設定しておき、管理体制を構築し、慣れてきた頃に「受け入れる」を選択しましょう。



◆ TwitterのつぶやきやFacebookアカウントを表示させる

Twitterでつぶやいた内容やFacebookアカウントを表示させることができます。またブログ記事を更新したことをTwitterでフォロワーに伝えたり、Facebookにブログ記事と同じ内容を投稿することもできます。ブログサービスによって、設定や利用方法は異なりますので、各サービス提供会社に確認してください。

最終回の次号では、Twitter、Facebook、ブログ、ホームページ、それぞれの特徴を生かした情報発信や顧客とのコミュニケーション方法、これらを全て連携させることで、顧客をファンにするインターネット活用について紹介したいと思います。

〈宇田マネジメント株式会社 宇田 名保美〉



歩いて、触れて、街の魅力を再発見！ 回遊型博覧会による街の活性化

～西宮・まちを旅する博覧会～



西宮市には年間1,200万人の来訪者がありますが、甲子園球場と西宮神社でその半数を占めます。市内には、他にも食・自然・歴史・伝統産業など多くの観光資源が存在するのですが、点在していることもあり、なかなか広く知ってもらうことができません。

そこで、これらの点と点をつなぎ合わせて回遊してもらうことで、より西宮の魅力を知ってもらいたいとの思いから始まったのが「西宮まちたび博」です。

9月から2月までの期間中、酒蔵巡りや味の名店ツアーなどのまちあるきプログラム、伝統の和ろうそくづくりやガラス細工教室などの体験型プログラムを街のあちこちで開催し、参加者にゆっくりと西宮の魅力を堪能してもらおうというイベントです。

このプロジェクトを活用して、新規顧客の開拓や商店街の賑わいアップにつなげようと頑張る商店主たちもたくさん・そんな「西宮まちたび博」をご紹介します。

◆ 回遊・体験型博覧会とは？ ～街の資源を見直し、本物感や人のぬくもりを伝える～

西宮まちたび博のコンセプトは、「ちょっと出かけて、ゆっくり見つけて」。ローヒールをモチーフとしたシンボルマークには、軽い気持ちでぶらりと来てもらいたいという思いが込められています。

博覧会と称していても、固定会場を設けているわけではありません。街全体が会場であり、参加者は街の随所で開催されるプログラムを楽しみながら、一日ゆっくり過ごすのです。

主催は西宮まち旅博覧会実行委員会。西宮市、商工会議所、観光協会などで構成されています。

昨年のプレイベントが好評だったこともあり、チャレンジ精神旺盛な店主や地域を盛り上げようとする事業者・団体が数多く集まり、プログラムも100を超えました。

◆ 事業者や商店街の自発的なアイデアを形に！

プログラムの一部は、運営主体となる事業者や商店街、地域団体などが企画・実施しました。

例えば、西宮の地場産業「日本酒」の酒蔵地域を

イルミネーションで飾ったオープニングイベントは、創業350周年を迎える蔵元が中心となって企画・実施し大盛況でした。

有名パティシエがスウィーツづくりを伝授する講習会、フードライターと歩く西宮のスウィーツ店巡り、はしご酒シリーズも人気の高いプログラムです。他にも、おしゃれなカフェのオリジナルブレンドティーづくり、実力派シェフとともに旬の野菜を学んで味わうプチ・ゼミ形式のスペシャルランチなど、バラエティに富んだメニューが揃っています。

また、苦楽園の商店街では、「ストアーズワーク ショップウィーク」と銘打って、各店舗がキャンドルやお菓子など自店のものづくりノウハウを教える教室型プログラムで参加しています。

いずれも、「利益は得ずとも損はしない」というスタンスで料金設定をしており、あまり無理せず継続開催できるように考えています。

◆ 行政とのパートナーシップ ～民の企画・実施を行政がサポート～

こうした広域回遊型のイベントでは、各地域の事業者同士の横のつながりが不可欠です。集客のための広報も重要です。そこは市役所・商工会議所・観光協会が中心となって、各分野の団体間の調整、ガ

イドブックの作製、広報活動を進めました。また手軽に参加申し込みができるようにローソンでのチケット販売方式も取り入れました。

今後は、民が企画・実施し、行政等がサポートするという協働の形がより進んでいくことが望まれます。そうなることで、さらに自由で楽しいプログラムがどんどん出てくるでしょう。



好きな時に行けるスタンプラリーを実施。集めたスタンプに応じて西宮ならではの景品が当たります。

◆「また行きたい!」「また実施したい!」が活性化の原動力

昨年のプレイベントから足かけ2年、西宮の新たな魅力を発見してファンになってくれた参加者の口コミで、その良さを広めてもらえるまでになりました。

商店街でも、店舗の認知度が高まったことで、新たな顧客、リピーターが急激ではないものの着実に増えつつあります。

また、地域の人に街の魅力を再発見してもらえたのも心強いポイントです。自分の街の良さを知り、誇りを持った人たちは、今後、街の活性化の大きな原動力となることでしょう。

これからも、各店舗や事業者が知恵を絞って魅力あるプログラムを企画し、わくわく感を西宮から発信し続けていくことが大切になってきます。

事業者・商業者・地域住民、そしてお客さんと、参加者全員が楽しめるイベントとして定着していくことを期待しています。

(ポラリス経営研究所 佐藤 真理)

「西宮・まちを旅する博覧会」についての問い合わせ

西宮まち旅博覧会実行委員会事務局

西宮市六湛寺町10番3号

TEL 0798-26-2438



「酒蔵通り 光の宴」

酒蔵のまち、西宮の魅力を発信するためのプログラム。日本とフランスのデザイナーのコラボレーションにより酒蔵が美しい光に彩られました。



「夙川の人気カフェ&ショップone's+1de体験する!」

各ブースではオリジナルブレンドティー作り、フラワーアレンジメント教室、かな実用書道教室、似顔絵(写真左の手前)、カラーセラピー(写真右)などバラエティ豊かに開催されました。



1 地元和紙を使って紙すきに挑戦

2 和樽で貯金箱づくり。親子で参加できるコースもあります。

3 乗馬クラブで乗馬体験



がんばるお店を応援する

こはま ～大阪市住之江区粉浜～

「個店が積極的に関わることができるイベントが一番」と語るのは、52才の若き理事長、富永高文さん。100円商店街、まちゼミ、ゲリラオークションなど、様々な活性化事業をいち早く取り入れて注目を集める、こはま粉浜商店街の仕掛け人に話を伺った。

大阪市住之江区粉浜。「住吉っさん」と呼ばれ親しまれる住吉大社のほど近く、アーケード街に123のお店が並ぶ。「神社の力を借りなくても人が通っていた」というほど賑やかな近隣型商店街だったが、1980年頃から徐々に通行量が減ってきた。専門家を招き対策を考える中、「1回きりのイベントではなく、ずっと続けていける仕掛けを」と大阪市のイベントサポート事業の支援を受け1990年に始めた事業が「はったつ市」だ。



境内で参拝者にチラシを配布し、商店街内で買物券が当たるスタンプラリー抽選会を開催しています。

住吉大社には、毎月最初の辰の日（初辰）に、4年間（48回）通うと「四十八辰」つまり「始終発達」

が成就するという信仰があり、商店街の通行量を調べてみると、初辰の日はいつもより人通りが多かったという。これに目を付け、初辰参りの日にスタンプラリーを開催するようになり、以来20年以上続く定番イベントになっている。



◆ 頑張るお店を応援する仕掛けを

「お客さんに喜んでもらうのも大切だが、商店街として取り組むべき事業は何だろう?」。6年前に理事長に就任し、商店街理事の若返りを図った富永さんが行き着いたテーマは「がんばるお店を応援する」こと。

就任後、はじめの仕掛けはサマーセールと歳末大売出しのチラシの裏面を使った、各店の逸品カタログ。1枠2000円で掲載店を募ったところ、約半数の60店が名乗りをあげた。「高齢の店主が細々と営む店から、30代でやる気旺盛な若手店主の店まで、商店街のお店の事情は様々。みんなが取り組める事業も大切だが、頑張れる店が街を引っ張っていかないと、全体が廃れてしまう」。富永さんを中心に20～40代の若き商店街理事らは新たな仕掛けを展開していくことになった。



一つは「100円商店街」。街全体で各店がその日限定の100円商品を販売し、お店に興味を持ってもらう。全国各地で取り組まれるヒット企画だ。「きっかけは大阪商工会議所からの紹介。最初は半信半疑でしたが、あきんど塾という逸品活動に長く取り組んできたので、その延長として考えてみました」。

2010年秋から年に2回の開催で、今秋5回目を迎えた。

情報発信にも力を入れる。年4回発行する商店街新聞『あなろぐ焦点』では、粉浜界隈の年越し事情やラジオ体操事情など地域情報を満載。地域に密着したメディアとして活用しようという試みだ。



お客さんにより楽しんでもらうため、一店舗で複数の100円商品を用意したり、人気商品は午前中だけでなく午後からも時間指定して販売する工夫をこらしている。

◆お客さんとの信頼関係を作る

昨秋には大阪初となる「まちゼミ」を開催した。愛知県岡崎市の商店街で生まれた「得する街のゼミナール」。商店主が商品知識やノウハウをお客に提供する仕掛けで、こちらも全国各地で広がりを見せている。「商店街のお店にとって一番の財産はお客さ



店側は宣伝になり、お客さんは楽しみながら格安で商品を手入れできる、どちらにもメリットのあるイベントです。入札価格が上限に達すると最後はジャンケン。

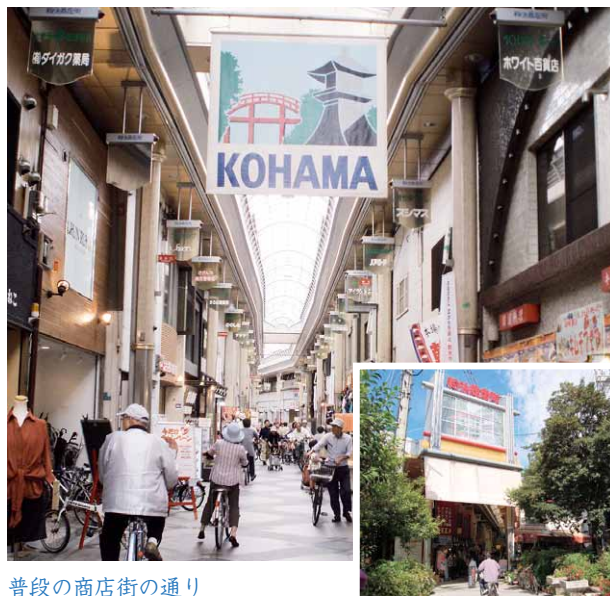


「次の目標？まちゼミを定着させることですね」と語る富永理事長

んとの信頼関係です。このシステムなら商店とお客さんとのコミュニケーションの場から信頼関係が築け、個店が自店のファンを増やしていけると直感しました。」と1年がかりで準備を進めた。

もう一つ、ユニークな取り組みがある。店頭で突然始まる「ゲリラオークション」だ。商店街の各店頭でプロの司会者がオークションを突如開催する、まさにゲリライベント。粉浜商店街全体がオークション会場となり、あちこちの店で次々にオークションが始まり、大勢の人で賑わう。来街者は誰でも参加できるがメールで会員登録（無料）することで、当日スケジュールや今後の開催情報などが届き、よりオークションを楽しめるようになっている。中小企業診断士から提案を受けたこのイベントもまた「お客に自店の魅力を伝えたいやる気のある店にぴったり」と、粉浜の名物イベントになりつつある。

次々と事業を展開しているが、いずれのイベントも資金面の自立性、事業の発展性などを慎重に考えた末に生まれている。「街のイベントの効果は、続けていかないと見えてきません。地域に定着するのは時間がかかるものです」。22年前に始まった「はったつ市」のように、粉浜の次の定番イベントが静かに育ちつつある。



普段の商店街の通り

〈株地域環境計画研究所 若狭 健作〉

名 称：粉浜商店街振興組合
所 在 地：大阪市住之江区粉浜3-10-4
電 話 番 号：06-6671-5324
代 表 者：理事長 富永 高文
会 員 数：123店舗



日本初の鹿肉料理店

～丹波の野菜と鹿料理【無鹿】～



店は築120年の町家をお洒落に改装した建物。
週末には阪神間など遠くからのお客で予約が埋まる。

猟師さんが狩ってきたときだけ食べられる特別のご馳走「鹿肉」。ヨーロッパでは、古くから最高のジビエ料理として、高級レストランで親しまれてきました。

その鹿肉が、いま優れたヘルシー食材として注目を集めています。高タンパク・低カロリー、そしてミネラル豊富と、まさに健康志向にピッタリ。牛肉に比べ、タンパク質は約1.5倍、カロリーは1/3。ダイエットや高齢者の栄養食品としても大注目の食材です。

首都圏のレストランでも次々と鹿肉を扱う店が増えてきました。この動きに先駆けて、日本初の鹿肉料理専門店として2年前にオープンしたのが、今回ご紹介する「^{むしか}無鹿」です。

◆ 鹿肉の可能性

お店は、JR福知山線 柏原駅から商店街を抜けて徒歩7分、旧柏原藩陣屋跡のすぐ近くにあります。「丹波市中心市街地活性化基本計画」の補助金を活用して築120年の町家をお洒落に改装し、2010年4月にオープンしました。趣のある店内では、地元丹波産の野菜とともに鹿肉料理が楽しめます。お店の名付け親は『鹿肉食のすすめ』を書いたC.W.ニコルさん。理想郷をテーマにした遠藤周作さんの「無鹿」という小説から採ったとのこと。

「鹿肉には無限の可能性がある」と言う、オーナーシェフの^{こうたによしひこ}鴻谷佳彦さんの想いも込められています。

鹿肉はバンビや奈良の鹿のイメージが強すぎて、「そんな可哀想で食べられへんわー」と言われそうです。でも、待ってください。羊は平気で食べますよね。しかも子羊なんて絶品です。羊は鹿と比べて可愛くないから食べていいのでしょうか？猪は可

愛くもなく獐猛だから食べてもいいのでしょうか？いやいや、そういう問題ではありません。

では、日本では昔から一般には食べられていなかった鹿をなぜ食べるのか？答えは、鹿が増えすぎて困っているからです。

過疎化が進んだ農村では、山に人が入らなくなり荒れてきます。荒れた里山は、そこに住む動物の楽園になります。ところが、次第に数が増え餌がなくなり、山から下りてきて田畑を荒らすようになってきます。猪や鹿、地域によれば熊もそうした行動をとります。そうすると、私たちの生活に害を及ぼす「害獣」扱いされて、駆除の対象となります。

猪だと、^{むしか}猟→解体加工→販売という流れ（＝ビジネス）がすでに出来ているので、^{むしか}猟による駆除も進みます。鹿の場合もようやくその流れが出来つつありますが、まだ猪ほどではありません。また、動きが俊敏で捕獲が困難なうえ、上手く血抜き処理をしないと臭くて硬くなってしまうなど、取り扱いの難しさも流通しにくい理由の一つでした。値段も当然高くなってしまいます。増えすぎた鹿の駆除をビジネスにつなげるには、鹿肉の消費拡大が不可欠なのです。



鮮度が命の鹿肉。昔は、猟師が狩ってきてすぐに料理する最高の「おもてなし料理」とされていました。ヨーロッパでは「最上」の肉とされ、高級レストランの看板メニューとなっています。
ランチコース¥1,680～ ディナーコース¥3,500～
(写真は、ディナーの無鹿満喫コース¥5,800)

取材の日にいただいたのは、野菜ソムリエでもある鴻谷シェフが選んだ地元野菜を使った前菜9種盛付きのお昼のコース。メインには鹿肉ロースの蒸し焼きか、ももの味噌焼きが選べます。どちらもクセがなく、とても柔らかくておいしかったです。低脂肪・低カロリーでありながらタンパク質が豊富なので、ダイエットにも最適。

夜のコースには、鹿肉をたっぷり味わえる三つのコース（3500円・4800円・5800円）があります。ワインや丹波の地酒も楽しめます。



やさしい光が入る店内は、落ち着いてゆっくりと食事が楽しめます。
最大20名まで入れる座敷もあり、団体客にも対応できます。

◆ 鹿肉に挑戦する鴻谷さん

鴻谷さんが鹿肉料理に本腰を入れ始めたのは6年前。当時、丹波市青垣町にある宿泊施設「もみじの里」の調理人として鹿肉料理も提供していましたが、客からの評判はいまひとつ。そんな時、県森林動物研究センターから鹿肉加工研究への協力を依頼されたのをきっかけに、鹿肉の本当の美味しさをもっと多くの人たちに知ってほしいと一念発起しました。

来る日も来る日も、鹿肉を使った様々な料理を作っては食べ続けること半年、体を張った研究によって1000種類の料理レシピを考案しました（「もみじの里」のホームページ<http://hayama.main.jp/shikamenu.html>で公開中）。この努力の賜物が、日本初の鹿肉料理専門店「無鹿」のオープンなのです。

「鹿肉は、まぐろのように繊細で旨味の多いお肉。脂分が少ないので、水分管理をするために低温で料理する必要があります」と鴻谷さん。捕獲直後に生で食べるのが一番おいしいのですが、残念ながら現在は、牛レバーと同じく生食は禁止されています。低脂肪なのにタンパク質が豊富で栄養的にも優れ、乳幼児や高齢者には是非食して欲しい食材なんだそうです。

今後は味付けなど加工した鹿肉を多くの飲食店で利用いただき、鹿肉を広めていこうと模索中です。

デザートには鹿の骨粉を使った「しかくい」（四角い・鹿食い）クッキーがあります。これも鴻谷さんがパティシエと一緒に考案し、お土産として販売しています。

今や店の評判はFacebookやブログ、口コミでも広がっています。「Facebookに店のことを載せま



「しかくい鍋」
四角い南部鉄鍋を使った冬季限定の鹿肉のしゃぶしゃぶ。
遠くからわざわざ食べに来る人も。

す！」と宣言した人にはデザートを一品追加するなど、おもしろいサービスも。

鴻谷さんは「鹿肉の職人」として店を切り盛りするだけでなく、「鹿肉の伝道師」として鹿料理の出張講義や高校での実習講義に飛び回っています。高校の講義では、鹿肉を使った「食育」だけではなく、「自然の命をいただくことの意味」を生徒と一緒に考えているそうです。3年前に野菜ソムリエの資格を取得し、さらに農林水産省の「地産地消の仕事人」としての活躍も期待されています。

『「鹿肉研究者といえば鴻谷さん」、「丹波といえば鹿肉」と言われるようになりたい』と語ってくれた鴻谷さんからは、とても強い意志が伝わってきました。

みなさんも、ぜひ、鹿肉の美味しさを味わってください。そして、人間の食欲が鹿問題を解決するキーワードだということを噛みしめましょう。



その名の通り「しかくい」クッキー。鹿の骨粉が使用されており、ギフトセットとしても好評です。

〈関西大学 准教授 三谷 真〉



「鹿肉をお洒落な食べ物にしたい。鹿肉流通の道づくりをしていきたい」と語るオーナーシェフの鴻谷さん。

店 名：丹波の野菜と鹿料理【無鹿】

住 所：丹波市柏原町柏原659

代 表 者：鴻谷 佳彦（35才）

電 話 番 号：0795-73-0200

HPアドレス：<http://hayama.main.jp/musica.html>

営 業 時 間：ランチ 11:30～15:00 ディナー 18:00～22:00

定 休 日：水曜日

「丹波ハピネスマーケット」へ行ってきました!



11月10日(土)、秋深まる丹波市柏原の自治会館駐車場で開かれた「丹波ハピネスマーケット」に行ってきました。

地元産のお米や天然酵母のパン、木工品、ハンドメイド雑貨など40のお店が集まったマーケットです。

会場は家族連れなどたくさんの人で賑わっており、テントからはお店の人達の元気な声が聞こえていました。

紅葉をバックに尺八ライブでうっとりし、大鍋で豪快に炊きあげた丹波野菜たっぷりのハピネスちゃんこで温まり、心もお腹もハッピーになりました。

こだわりの一品と人のぬくもりに出逢えるマーケットは、毎月第2土曜に開催されています。ほっこりしたい時、訪れてみてはいかがでしょうか?



空き店舗を利用した開業支援制度をご活用下さい!

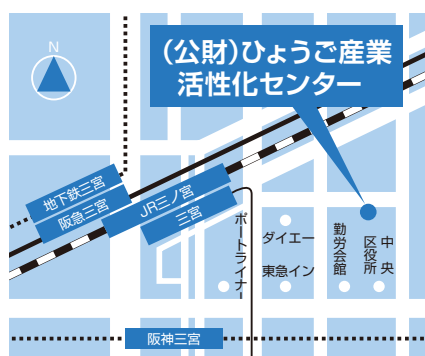
商店街新規出店・開業等支援事業は、商店街・小売市場の空き店舗を利用し新たに開業される方を対象とした助成制度です。店舗賃借料と内装工事費の一部を助成します。新規店の誘致にこの制度を活用してみませんか? 詳しくは、お近くの商工会議所・商工会又は当センターへご相談下さい。

対象経費: 店舗賃借料・内装工事費 **助成率:** 1/3 **助成期間:** 2年間
助成限度額: 1年目 150万円 2年目 50万円 (市町等の補助金とも併用可能です。)

- 条件1** 店舗契約や内装工事の着手をしていないこと
 ※店舗所有者と申請者が親子、兄弟等の関係でないこと
- 2** 開業予定までに2~3ヶ月以上の余裕があること
- 3** 小売・飲食(昼営業は必須)・サービス業であること
 (対象外の業種もあるのでお問い合わせ下さい)
- 4** 大手チェーン店やフランチャイズ店ではないこと
- 5** 出店後は商店街の組合員となり商店街活動に参加すること

詳しくは当センターHPをご覧ください!

http://web.hyogo-iic.ne.jp/jigyo/page_7446.html



公益財団法人 ひょ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