

あ・き・な・い

商ひょうご

2015.1
vol.128



[商店街・市場探訪]
笑顔あふれる通りが戻った! ~元町 6 丁目商店街振興組合~

[経営 GOOD アドバイス]
店舗改善ビフォーアフター 「キモノボード」 ビフォー編

[トピックス in ひょうご]
ローカルチェーンの底力 姫路木綿で姫路の風景を変える ~わたや 棉屋~

[トピックス in 全国版]
一店逸品運動の神髄はオリジナル商品開発 ~いなげえん 稲毛園~

お店拝見 品ぞろえ日本一の日本茶専門カフェ ~神戸チャイハーネ~

商店街・市場探訪

笑顔あふれる通りが戻った! 元町6丁目商店街振興組合の 取り組み

JRと阪神電鉄の元町駅の南から、西へ伸びる神戸元町商店街。その距離は約1.2キロに及び、350ほどの店舗が軒を並べます。この商店街は5つの組合から成り立っているのですが、その中で最近特に元町6丁目商店街振興組合が元気に活動しています。その背景と現状を探ってみました。



元町6丁目商店街を取り巻く歴史の流れ

神戸元町商店街をぶらりと歩くと、誰でも気づくことが一つあります。それは、大丸百貨店や旧居留地に近いエリアは賑やかなのに対し、西へ進むにつれて通行量がどんどん減ってしまうことです。最も東に位置する元町一番街商店街では一日の通行量がおよそ3万人あるのに対し、西端の元町6丁目商店街では6千人ほどしかないのです。

しかし、かつて人の流れはまったく逆だったといえます。

時代は戦前まで遡ります。その頃、神戸市役所はJR神戸駅の北側、今の神戸地方裁判所あたりにありました。近くには一大繁華街である新開地があり、さらにJR(当時は国鉄)神戸駅は東海道線走る特急の終着駅でした。必然的に、多くの人々が神戸駅周辺に集まっていました。そのため、神戸駅にほど近い元町6丁目商店街はとても栄えていたのです。ある人は、その賑わいを「向かいのお店に行こうにも人の流れに阻まれて往生するほどやった」と表現したほどです。

しかし、時代は大きく変わりました。昭和32年に市役所が移転し、神戸の市政とビジネスの中心は三宮に移りました。その結果、元町6丁目商店街は人通りが大きく減少し、空き店舗が増えていったのです。

親子二人三脚の取り組みがスタート

長い間こうした状況が続いていましたが、これを憂いていた人がいます。13年間理事長を務めている片山泰造さんです。片山さんは靴店を経営する傍ら、商店街をより活気ある場所にするために空き店舗対策に乗り出しました。店を他人に貸すことに不安を感じている空き店舗の高齢のオーナーに店を若い人に貸すなどして再開してもらおうよう、地道で粘り強い働きかけを行いました。その成果が7,8年ほど前から、少しずつ表れつつありました。

そんな努力を続けていた折、力強い援軍が現れました。会社勤めをしていた息子の喜市郎さんが店を手伝ってくれることになったのです。



昨年秋の開催で7回目となった「神戸クラフツアーケード」。毎回多くの人で賑わう。

家業を手伝っている間、喜市郎さんは、自分が幼かったころはもっと賑やかだった商店街がいつの間にか活気が失われてしまっていると実感しました。そして理事長でもある泰造さんの空き店舗対策の取り組みに応えるように、平成24年に家業である靴店の隣の空き店舗に、レザークラフト店「STUDIO KIICHI (スタジオ キイチ)」を開店しました。

そして開店後、店で知り合った革職人や様々なクリエイターたちと話すうち、彼らにここで1日だけでも店を開いてもらって商店街のことをもっとよく知ってもらいたいという思いがふつふつと湧いてきました。その思いを形にしたのが、「神戸クラフツアーケード」です。第1回が開かれたのが、平成24年2月11日・12日の両日。元町6丁目商店街の通りの中央にたくさんのクリエイターや職人が軒を連ねて、それぞれ自慢の作品を展示・販売するイベントです。

このイベントはその後、毎年春と秋に2回開かれますが、回を追うごとに好評を博しており、昨年10月開催時には、約70人の職人・クリエイターが参加したうえ、音楽イベントや地元の大学生たちによるファッションショーも開かれました。



大好評だった地元大学生によるファッションショー。

若い仲間力が集結!

昨年は、もう一つ素敵なイベントが実現しました。「モトロクワインアベニュー2014」です。

元町商店街では、以前から夜市を開いていました。これを大人が楽しめる夜のイベントで商店街を盛り上げたいと思ったのがきっかけです。「神戸クラフツアーケード」を企画した時はほとんど一人で作り上げた喜市郎さんでしたが、今回は違っていました。空き店舗対策を進めてきた結果、若いやる気のある店主が増えていたのです。彼らと共に昨年は組合に青年部も作り、共に企画を練り上げたのです。そして迎えた10月31日。夕刻になると、いずこからともなく三々五々、たくさんの方が集まってきてくれました。

それまで、商店街は夜になると閑散とするのが常だったのですが、イベント当日は見違えるような風景

が広がりました。通りの中央には赤いじゅうたんが敷かれ、その上にいくつものフードブースが並びます。きらびやかではあるけれども決して華美ではない照明が辺りを優しく包み、聞こえてくるのは神戸に相応しい静かなジャズの音色。そんな素敵な空間がたくさんのお客さん



モトロクワインアベニュー2014の様子

で埋め尽くされ、大小合わせて90のテーブルの周りには席を待つ人の列があちこちに出来るほどでした。

2日間にわたって開かれたこのイベントに参加してくれたのは若いカップル、家族連れ、年配の方など様々です。そんな人たちの声を聞いてみると、「こんなイベントを待っていました」、「楽しくてワクワクします」、「毎月やってほしい」といったものばかり。これらの声に力を得た喜市郎さんたちは、早くも第2回を計画中です。

これら2つのイベントは、元町6丁目商店街振興組合のチャレンジの序章にすぎないでしょう。常々思うのですが、商店街に活気を取り戻すには、知恵と熱意と行動力のあるリーダー人材の存在が不可欠です。逆に言えば、その3拍子が揃った人材がいれば、商店街は途端に息を吹き返します。元町6丁目商店街はその好事例といえるでしょう。

(OCSコンサルティング 伊藤 康雄)



「全国的に集客ある店だけでなく、神戸クラフツアーケードをきっかけに個性ある店を商店街に呼び、元町6丁目商店街を個性のある商店街にしたい。」と語る理事長の片山泰造さん(左)と理事の片山喜市郎さん(右)。

元町6丁目商店街振興組合

住所：神戸市中央区元町通6-7-10

電話：078-341-3457

理事長：片山 泰造

創立：1971年11月

店舗数：44店舗



経営 GOOD アドバイス

ビフォーアフター

「キモノボード」ビフォー編

このコーナーでは、お店の課題改善を店主さんに実践してもらい、悩みを解決していく過程をビフォーとアフターの2回にわけて紹介していきます。



今回のお店は神戸市西区前開南町にある「キモノボード」です。ビフォー編では、店主の濱田敦子さんにお店の現状と悩みを伺いました。



キモノボードって何?

お店は神戸市営地下鉄伊川谷駅から徒歩5分ほどのところにあります。店主であり作家でもある濱田さんが2014年4月に開いた工房兼お店です。

キモノボードというのは着物の生地をつかった和風インテリアです。

濱田さんが京都、神戸、大阪をはじめ、全国津々浦々を探し歩いて見つけてきた着物の生地を板に加工したものです。JAS規格の軽量のベニヤ板にシックハウス処理されたテープや糊で生地を貼り付け、抗ダニ・抗カビ・防虫シートを施し、安心して飾れるこだわり仕様の和風インテリアとして仕上げています。

明治、大正、昭和…時代を駆け抜けてきた着物をキモノボードとして再生し、その時代を生きた職人さんたちの思いも引き継いでいきたいと濱田さんが一つ一つ心をこめて製作しています。

作家「濱田敦子」

濱田さんは、着物に囲まれて育ちました。一緒に暮らしていたお祖母さんが着物の仕立ての仕事をしており、着物のハギレをたくさん集めていたのです。色とりどりの着物のハギレを見るたび「なんてきれいなんだろう」と思っていました。

着物でインテリアを作ろうと思ったきっかけは、建築業界で働いていた時です。和室に飾る手頃なインテリアがないものかと考えていた時にふと着物のハギレのことを思い出しました。

幼い頃の着物への憧れは、大人になって「着物の柄を芸術として伝えたい、この美しさを気軽に楽しんでもらいたい」という思いに変わり、キモノボードが誕生しました。



ひとつとして同じ柄はありません。
価格は1,800円~(税抜)



眠っていた着物もこんな素敵なインテリアに生まれ変わります。

倉庫を改装して工房兼お店に

伊川谷にある「キモノボード」は、もとは倉庫として使われていました。ここを濱田さんが借り受け、ご主人と一緒にリフォームして工房兼お店を作りました。

5坪ほどの空間に、作業台と展示スペースとオフィス機能がコンパクトに収まっています。

お店の中央にある大きなテーブルでは、オリジナルオーダーも承っています。お客さんがたくさんのハギレの中から好きな生地を選び、お好みの大きさをオリジナルのキモノボードを製作しています。海外の友達へのプレゼントや新築祝い、お礼の品などとして、このテーブルの上からたくさんのオリジナルのキモノボードが生まれていきました。



お客さんが入ってこない

この工房で作品づくりをしながら販売もしていきたいと考えている濱田さんですが、4月にオープンして以来、ここを訪れてくれたお客さんは知り合いばかりで新規のお客さんはほとんどいません。お店の前まで来て中をのぞいて、そのまま引き返してしまう人や、店内に入って来ても、商品を見てすぐに出て行ってしまう人もしばしばです。

濱田さんや知り合いにとっては心地よい空間なのですが、お客さんにとっては「お店なのか事務所なのかわからない、入って良いものかどうか悩む場所」となっているようです。

濱田さんは、お客さんにお店に入って作品を見てもらい、お茶を出して一緒に楽しい時間を過ごしたいと思っているのですが、どうもうまくいきません。



作業場

実は接客が苦手

どうしたらお店に入ってきてもらえるのか、濱田さんはずっと悩んでいます。お店の外に看板を出し、ひとこと「どうぞ、お気軽に中にお入りください」と書こうかとも考えましたが、なかなか踏み切れていません。

なぜ、踏み切れていないかというと、実は濱田さん、お客さんが入ってきてもしっかりと対応できる自信がないのです。「狭い店内で話しかけないのは失礼だし、でも何を話せばいいのだろう、お客さんの立場になると話しかけられるのは迷惑なのではないか…」こういうことを考えはじめると、看板を出して積極的にお客さんを誘うことができませんでした。

でも、「このままではいけない、もっと気軽に入って来られるお店にしないと通りに面したこの場所にお店を構えた意味がない」という気持ちもあります。

わかってはいるけれど、どっちにも進むことができず、いっそのこと接客上手なアルバイトを雇った方がよいのではと思うほどです。

気軽に遊びに来られるお店を目指して

今回のビフォーアフターでは、接客が苦手な濱田さんが一歩踏み出します。濱田さんが、自らの工房兼お店を「はじめてのお客さんでも気軽に遊びに来られる店」に変えることに取り組みます。

お客さんが入りやすいお店にするにはどうすればよいか、そして入ってきてくれたお客さんにゆっくりと店内で過ごしてもらうためにどんな工夫を施すのか、次回アフターで紹介します。

(ヨシダ・プランニングファクトリー 芳田 京美)



「たくさんの人にキモノの柄のすばらしさをもっと身近に感じてもらいたいです。」と店主の濱田さん。

キモノボード

代表：濱田 敦子

住所：神戸市西区前開南町2丁目10番

メールアドレス：info@kimonoboard.com

HP：http://www.kimonoboard.com

営業時間：11:00～17:00

定休日：日曜、祝日

姫路木綿で姫路の風景を変える ～ 棉屋 ～



姫路駅からバスで15分、国道2号線沿いに藍染布・藍染雑貨の店「棉屋」があります。大正10年に建てられた民家を利用した店舗には、昔ながらの土間があり、なつかしさと新しさが混在する藍染の洋服や雑貨が陳列され、作業場には糸車、店舗の中央には藍染用の大きな甕(かめ)が置かれています。

天然木綿の藍染商品に人気がある棉屋は、国産の綿への強い思いから姫路産の無農薬栽培、100%生産者の顔が見える綿「姫路木綿」の復刻に取り組んでいます。

大正時代に建てられた古民家を改築した店内は高い吹き抜けが気持ちいい。

創り手の顔が見える
現代の「姫路木綿」を目指して

江戸時代中期、木綿は庶民の衣服として一般的でした。姫路は温暖な気候だったため、木綿は姫路藩の名産品「姫路木綿」として江戸を中心に広く知られていました。

しかし、明治時代に輸入された紡績の機械には、国産の綿が短くすぎてあわなかったため、紡績に利用される綿は輸入された原材料が主となり、国内での綿の生産が減少しました。機械化に伴い、減少した国産の木綿ですが、近年、生産者の顔が見える無農薬野菜等のように食の安全・安心が注目されるようになりました。それと同様に、身に着けるもの、雑貨にもホンモノ志向が求められる時代になりました。店主である澤田氏は生産者の顔が見える無農薬栽培の綿を「姫路木綿」として復刻する活動を行っています。



澤田氏が育てている綿畑

綿を生かす藍染のプロに

澤田氏の曾祖父が明治13年に綿花業を創業。倉庫にあった綿の上で子どもの頃から遊んでいた澤田氏にとって綿は身近なものであり、綿に関する知識が自然に身に付きました。

時代の変化にあわせて、父親の時代に営んでいた綿花業ではポリエステル繊維の吸音材やフィルター事業に参入しました。澤田氏は大阪芸術大学でデザインを学んだ後、兄と一緒にポリエステル繊維の事業を営んでいました。しかし、子どもの頃から当たり前のように身近にあった綿の存在価値が薄れていく中で、もっと綿の良さを知ってもらうための事業がしたいと思い、平成15年3月、綿を自然の藍で染めた藍染布、藍染雑貨の店「棉屋」を開業しました。

天然の綿を利用した製品はそのままでは白色であり、商品化のためには染色する必要がありました。天然の綿は天然素材で染めたいとの思いから、ジャバンプルーと言われ、天然の染料を利用する藍染に挑戦することにしました。藍染の経験がなかった澤田氏は、徳島の藍染工場に行き、一から勉強しました。「藍は季節、温度、湿度等で状態が変わり、思い通りになかなか染められず難しかったです。」と澤田氏。時には、染料をなめて、その感覚を身体で学びました。わからないところは何度も工場へ電話して教えてもらい、繰り返すことでその技術を取得し、美しい藍染布をつくれるようになりま



半袖Tシャツ(6,800円~)、作務衣(上)(13,000円~)、作務衣(下)(8,400円~)等の藍染の衣類の他、茜やウコンなどの全て天然素材で染めたカラフルな綿ガーゼストール(1,000円~)等の雑貨があります(価格は全て税別)。

した。今では、各地の学校等で藍染を教える立場です。

棉屋の商品づくりは、姫路産の無農薬の綿の種から繊維をとり、糸車を使って手で糸を紡ぐところから始まります。ほとんどがオリジナル商品で、二人の息子さんと一緒に染色、デザイン、企画、営業を行っています。商品は手づくり、天然素材なので、染柄にはひとつとして同じものはありません。

「姫路木綿」の認知度アップを目指して

また、棉屋では姫路木綿復刻のために出張教室を実施しています。学校のように栽培場所があるところでは、綿を栽培するところから体験することが可能です。生徒だけでなく、企業や一般の人を対象とした出張糸紡ぎ体験教室や染色教室も行っています。

今後、現在の店舗は染色教室を主とした染め工房に改装する予定です。染め工房内には教室で使用する水場を設置し、現店舗にある染料を使って当店の木綿だけでなく持ち込みの衣類等にも染色ができる教室を開設し、テーマパークのような空間の中で、多くの人に気軽に天然の藍染を体験してもらい、姫路木綿の認知度を上げていきたいと澤田氏は考えています。

また、昨年5月には「姫路木綿」が商標登録されました。当面は澤田氏が綿から生産し、商品化する計画で

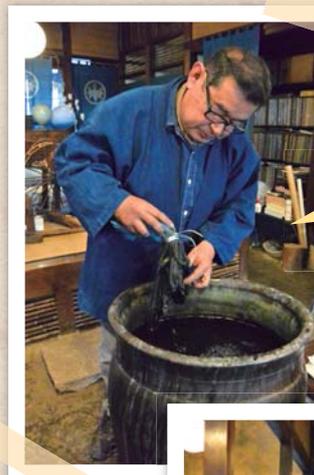


「多くの人に綿や姫路木綿のことを知ってもらいたい。特に子どもには小さい頃から綿を身近に感じてもらいたいです。」と澤田社長(右)と奥様と息子さん。

すが、将来は休耕田等を利用し、姫路に綿畑が広がる風景を目指しています。

棉屋は江戸時代の姫路藩名産品の一つ姫路木綿を、平成の世に復刻することを目標にこれからも活動していくことでしょう。

(宇田マネジメント(株) 宇田 名保美)



取材当日、澤田氏に綿のストールを染めてもらいました。

甕(かめ)にストールをゆっくり沈め、絞って空気にさらす。これを何度か繰り返します。

天然の温かい色合いの素敵なストールが出来上がりました。



店名/日本の暮らし 棉屋
(株式会社 棉屋)

代表取締役/澤田 善弘 (55歳)

営業時間/10:00 ~ 19:00

定休日/毎週水曜日・第一日曜日

住所/姫路市船丘町 296 番地

電話/079-294-5555

F A X/079-294-5535

U R L/http://e-wataya.jp/

一店逸品運動の真髄は オリジナル商品開発

いなげえん
～稲毛園～

商店街の活性化策として全国の多くの地で取り組まれている「一店逸品運動」。今回は、第1回全国逸品セレクションのフード部門でグランプリを受賞したお茶店「稲毛園（いなげえん）」の海宝（かいほう）氏にお話を伺いました。

一店逸品運動とは

それぞれの店が自信を持って薦める商品やサービスを逸品として自分たちで発掘・開発。店一番のおすすめ商品として積極的にアピールすることで、店のイメージアップを図り、お店のファンを増やす取り組みです。さらに、魅力、個性ある店舗が増えることにより、商店街等の活性化につながるものです。

一 店逸品運動に取り組む経緯



稲毛園は、千葉県千葉市稲毛区のせんげん通り商店街にあります。千葉市内で一番古い商店街としてピーク時には100以上の店舗が軒を連ねていた商店街も大型店の出店、交通網の変化とともに人通りが減少しはじめました。

稲毛園の海宝周一氏ら5名が中心となり街おこしを模索している時に、市の担当者から「一店逸品運動」を紹介されました。お客さんとの会話によりコミュニケーションを図りながら信頼関係のなかで商売をしてきた稲毛のまちに合っていると「一店逸品運動」に取り組むことにしました。

一 店逸品運動を軌道に乗せるまで

海宝氏は、「一店逸品運動」へより多くの店舗に参加してもらおうと、組合加盟の有無を問わず商店街全店に参加を募り、当初は37店舗が参加しました。しかし、月1回の勉強会、相互店舗診断を進めていくうちに1店舗1店舗と欠け、1年経つと参加者は6人にまで減少。事業の継続が難しい状況となりましたが「取り組みは勉強になった」、「6人でもチラシを発行しよう」との声があがり、取り組みを継続することとなりました。

その取り組みを形にしたものが、今年で9回目を迎えた「いなげ逸品フェア」です。「稲毛街めぐりツアー」や全国逸品セレクション出場商品を決める「いなげ逸品セレクション」を行っています。



商品開発の苦勞がオリジナリティを生む ～稲毛園の逸品～

稲毛の一店逸品運動の中心なお店「稲毛園」は、2012年に行われた第1回全国逸品セレクションのフード部門でグランプリを受賞した「泡立つ宇治抹茶オーレ」をはじめ、これまでに「抹茶生クリーム大福」「粉末煎茶ベにふうき」「茶アロマ線香」「緑茶ペースト」「濃茶生ロールケーキ」「フレーバーティーハッカほうじ茶」などを開発してきました。



甘すぎず味わい深い「泡立つ宇治抹茶オーレ」(130g 648円)

逸品開発のスタンスはズバリ“お茶を飲む習慣のない人”を取り込むことです。

最近では急須のない家庭が多く、お茶はペットボトルやティーバッグで飲まれていることがわかりました。これではいくらお茶を薦めても売れません。

そこで、お茶を飲まない人をターゲットに商品開発を行いました。お茶で煮た佃煮やお茶を使った大福、ロールケーキは新規顧客を呼ぶための逸品として大成功でした。しかし、海宝氏はお茶で勝負がしたいと考え、既存客、新規客ともに親んでもらえる抹茶オーレやフレーバーティなど、お茶で逸品の開発を続けています。

アイデアを商品化することは簡単ではありません。「泡立つ宇治抹茶オーレ」は京都のカフェでヒントを得たものですが、原材料や製造方法の入手は一筋縄では進みませんでした。取引先だけでなくいろいろなネットワークを駆使することと、粘り強く交渉を続けることで開発にたどり着けました。それが勉強会でさらに揉まれ、最終的に商品化されるのです。

この苦勞を経ているからこそ、全国逸品セレクションに推奨され続け、グランプリの受賞にも至ったといえます。

一店逸品運動の真価の発揮と今後の展望

逸品は「自分で決めて、自分で作って、自分で売る」ことが求められます。ここでは、商品説明力が必須です。なぜなら、初めて商品を知るお客さんにいかに短時間で商品の良さを知ってもらい買ってもらえるかがポイントだからです。勉強会を繰り返すことでこの説明力が養われるのです。それが、お客さんとの接客や会話を大切にしてきた地域の商店街や個店にマッチしているということでしょう。

「お客さんには『普段の買い物』ではなく『特別な買い物』をしてもらうことで非日常を体験してもらい次の来店につなげなければいけません。逸品運動で得た説明力、つまり、おもてなし能力はそれだけで非日常を作り出す効果があるのです。『商店街の普通の店舗を特別な場所にする』それが一店逸品運動の大きな効果です。」と海宝氏は語ってくれました。

稲毛では一店逸品運動を核として新たな取り組みが始まっています。それがまち歩きツアーです。昨年10月には地元ボランティアや千葉大学の学生の協力を得てマップを作成しました。これが逸品運動のお店巡りツアーとリンクするというので、さらなる効果をあげることでしょう。

(コンサルティング・パートナー“AUBE” 志賀 公治)



「一番大切なことは毎月の勉強会です。ここでの真剣な意見交換でお店を見直すことができ、商品をブラッシュアップ(能力や技術をさらに磨くこと)できます。また、それにより説明(プレゼン)力がつきます。」と海宝氏。

一店逸品運動について海宝氏からのアドバイス

1. 逸品運動では結果より過程が大事。どれだけ自店をバージョンアップできるかが問われる。
2. 売れる、売れないばかりを考えるのであれば運動ではない。売れなければ、なぜ売れなかったのかを考え、次年度良くすればよい。
3. 自身のモチベーション維持が重要。産みの苦しみがあからこそ、お客さんが知らない商品を衝動買いさせる力となる。



お店拝見



品ぞろえ日本一の 日本茶専門カフェ

～神戸チャイハーネ～



六甲アイランドを縦断する六甲ライナーのアイランドセンター駅改札を出てすぐ、神戸ファッションマートの2階に、日本茶専門カフェの「神戸チャイハーネ」があります。カフェバーのようなおしゃれな内装で、さわやかな空間が目を引きまます。2014年9月に、当センターの「商店街新規出店・開業等支援事業」を利用して開業したばかりです。

店名の「チャイハーネ」とはトルコ語で喫茶店という意味。

日本茶の美味しさに衝撃を受け 独立開業

創業者である植木佑平氏は、2011年に転職した日本茶専門店で本物の日本茶に出会い、衝撃を受けました。それまでお茶に興味を持つことはなかったのですが、芳醇な旨味とさわやかな香りは、心身を満たしてくれる素晴らしい飲物であると感じたのです。しかし現代の日本ではペットボトルのお茶ばかり普及が進み、本物のお茶は市場が縮むばかりです。これは本当の日本茶の美味しさや面白さを知る機会がなくなっているからではないかと考え、本物の日本茶に出会う感動体験を多くの人にしたいとの思いを強くもちました。その後認定資格「日本茶インストラクター」を取得し、2年間勤務した後、開業準備のため退職に至りました。



植木さん一番おススメの「八女津媛(やめつひめ)」(648円)。甘みがあり香り豊かなこのお茶は飲んだ後も鼻から喉にしばらく芳醇な香りが続きます。

退職後はまず、1年をかけて全国の茶農家を巡りました。茶農家を訪れ、畑を見て、茶を味わい、自分が気に入った茶葉だけを仕入れるというこだわりようです。取引のある産地は全国各地の25箇所にのぼります。

72種類のお茶とお茶を取り入れた ヘルシーランチ



お店に入るとすぐ正面には茶箱がずらりと並んでいます。

店舗の場所は、外国人が多く、高齢者と若い人のバランスがいい六甲アイランドに決めました。当センターの経営相談も利用しながら準備を進め、2014年9月15日に開業に至りました。

メインメニューは72種類もの日本茶です。国内には、他にも日本茶専門カフェがありますが、多くても30種類程度の扱いです。当店の長いカウンターの前には、特注の小さい茶箱に入った茶葉が整然と並んでおり、なかなか壮観です。日本茶の中心価格帯は400円～600円ですが、中には2500円のものもあり、意外と人気

あるそうです。

メニューからお茶の種類を選ぶと、お茶ごとに植木氏が設定した茶葉の量、湯の温度、湯の量、抽出時間を守って丁寧に一杯ずつ淹れてくれます。日本で生まれ育った日本人でも、はじめて出会う日本茶の美味しさに感動を覚える人は多いことでしょう。お茶は湯を足して2煎、3煎と楽しむことができます。その後は種類によっては、茶葉も美味しく食べることができます。そのまま食べたり、ポン酢をつけて食べたり、これも珍しい体験として喜ばれています。お茶に合うお茶菓子も100円から提供しています。

40代以上の主婦が友人とゆっくり楽しむ店として利用することがもっとも多く、すでにリピーターも獲得しているそうです。



優しい甘さの「茶飯とトマトのあっさりチキンカレー」(540円)。手づくりピクルスも添えられています。

他に、近隣のオフィスの勤務者をターゲットに、お手軽なランチも提供しています。平日は茶飯とトマトのあっさりチキンカレー(540円)を提供しています。これは、カレールウも小麦粉も使わず、トマトと玉ねぎとチキンとスパイスのみでできた低カロリーでヘルシーなメニューです。テイクアウトでも京番茶つきで提供しています。土日は、カレーに加え、同じ値段で茶がゆと茶そばを提供しており、お散歩中の高齢者などに人気です。

また、茶葉の販売もしており、近隣の住民が茶葉だけ買っていたり、中には、故郷のお茶を見つけて購入する人もいます。

お茶を通して幅広い価値提供を

お話を伺ったのはオープンから2カ月後。オープン当初ははじめての店舗運営に戸惑い、試行錯誤もありましたが、現在はスムーズな運営を実現しつつあります。

現在取り組んでいるのは、今後さらにより多くのお客さんに楽しんでもらうための3つの企画です。まずはお茶を詰めあわせたギフト商品の開発です。外国人にも購入してもらえるものと期待しています。次にぜんざい



日本茶の本当の美味しさをより多くの人に広めたいと植木さん。お客さんの好みのお茶をそのお茶に合った煎れ方で最高のお茶を提供してくれます。

や抹茶を使ったフレンチトーストなどの新スイーツも検討中で、これからの季節の人気メニューになりそうです。さらに温かいお茶のテイクアウトを目指し、時間がたっても美味しく飲めるお茶の試作にも取り組んでいます。

オープンからの期間が短く、認知度が低いことが大きな課題ですが、これからは周辺でのチラシ配布やマスコミへの情報提供など、積極的にプロモーションも進めていく予定です。プロモーションはまだ全く手つかずであるにも拘わらず、すでにファンを獲得しているのは、人の心をつかむ魅力があることの証拠でしょう。

さらに将来的には、産地の開拓を進め、100種類以上のお茶を扱うことを目指しています。ほかにもお茶の講習や、生産者が来店してのお茶の販売会、お茶の量り売り、お茶詰め放題のイベントなどなど、やりたいプランが盛りだくさんの様子です。

六甲アイランドという客数が限定された立地ではありますが、日本一の品揃えとこだわりをアピールすることで、遠方からわざわざ来てもらえる店になることも期待できます。隣接する高級ホテルの宿泊客なども取り込みながら、神戸チャイハーネは多くの人に日本茶の魅力と感動を伝えていってほしいことでしょう。

(PLAN-C 箕作 千佐子)

店名：神戸チャイハーネ
住所：神戸市東灘区向洋町中6丁目9番地
電話：078-858-6710
代表：植木 佑平
営業時間：10:00~19:00
定休日：水曜日

★オープン しました★

(公財)ひょうご産業活性化センターでは、商店街や小売市場の空き店舗に新たに
出店される方を支援するために、店舗賃借料や店舗改装工事費等を助成しています。
今回、新たに下記の5店舗が開店しましたのでご紹介いたします！



店 舗 名	しあわせ島ごはん まどみ
商店街(小売市場名)	本町五六商店街(洲本市本町)
開 業 日	平成26年10月4日
●お店の自慢ポイント 淡路産の新鮮な食材にこだわった一汁三菜の昔ながらの バランスの良い家庭料理が味わえる。パティシエの作る 身体に優しい「和スイーツ」も好評。	



店 舗 名	怪獣ショップたんちゃん
商店街(小売市場名)	協同組合三和市場(尼崎市)
開 業 日	平成26年11月8日
●お店の自慢ポイント 怪獣ファン待望のお店がオープン。ゴジラ、ガメラ、ウル トラマン、仮面ライダー、エイリアン、スターウォーズなど のフィギュアから映画のパンフレット・ポスターなど、豊富 な品揃えが自慢。	

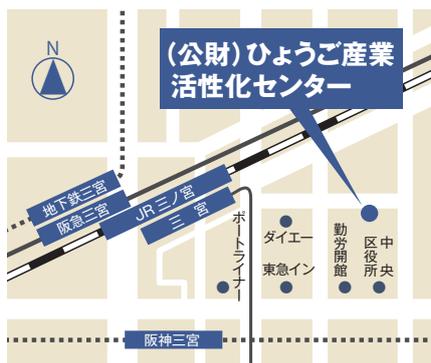


店 舗 名	Café&bar とらのあな / tora
商店街(小売市場名)	協同組合三和市場(尼崎市)
開 業 日	平成26年11月2日
●お店の自慢ポイント 昭和レトロなポスターが並び懐かしい音楽が流れる店内 で一杯ずつ丁寧に淹れたコーヒーが自慢。ライブ会場も 併設しています。	



店 舗 名	PIC gallery
商店街(小売市場名)	協同組合三和市場(尼崎市)
開 業 日	平成26年11月16日
●お店の自慢ポイント 作家の作品や小物、アクセサリを展示販売している ギャラリーショップ。気に入った作品を気軽に「あなたのモ ノ」にできるギャラリー。	

商店街や小売市場の空き店舗で新たに出店をお考えの方は当センターまでご相談ください。



公益財団法人 ひょうご産業活性化センター
経営推進部 経営・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 078-291-8190
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