

商ひょうご



商店街・市場探訪

「五七五大賞」でこたばを通して地域の人との交流を深める ～阪急伊丹駅前ひがし商店街～

商売繁盛の裏ワザ

～店舗と催事、ネットショップを連携し繁盛店へ「神戸グラノラ専門店 グラノラジャーニー」

～今日から始める繁盛店への道、ネットショップをはじめよう「33+珈琲」

トピックス in ひょうご

「無理なく見えるメガネ」を探索し「視力測定」にこだわるメガネ屋 ～ツチャ～

トピックス in 全国版

地域住民を巻き込み情報発信する「1000ピースプロジェクト」～大阪市千林商店街～

お店拝見

地域の女性が集まるコミュニティカフェ ～麦舎ヒンメリワークス～



「五七五大賞」でことばを通して 地域の人との交流を深める ～阪急伊丹駅前ひがし商店街～

阪急伊丹駅前ひがし商店街はその名の通り、阪急伊丹駅のすぐ東に延びる100メートルほどの通りに、35店舗が軒を連ねる商店街です。ちょうどJR伊丹駅に向かうのに便利なこともあって、常に人通りが絶えません。ただ、つい最近まで、地域の人たちに商店街のことを知ってもらう取り組みは、ほとんどできていませんでした。けれど、今は違います。商店街とお客さんを川柳や俳句で結ぶ五七五大賞、毎回250名以上の男女が集まる街コンなどの賑やかなイベントが次々に開催され、地域の人たちと密接な関係を築いているのです。そんな変化の理由を探ってみました。



最初の一步 「商店会の明日を語る会」

阪急伊丹駅前ひがし商店街(以下、ひがし商店街)の特徴は、全体の半分以上を飲食店が占めていることです。中でも多いのが居酒屋(10軒)と立ち飲み屋(4軒)です。だから、ひがし商店街は夜のとぼりが降りても、いつもたくさんの人で賑わっています。次に多いのが美容院(6軒)。現在、商店会の会長を熱心に務める吉川光治さんも美容院のオーナー兼美容師です。

しかし、そんな吉川さんも以前は商店会活動にほとんど参加していませんでした。ところが、たまたま出席した総会で理事に選出されたことがきっかけで、変化が起きました。影響を与えた一人が、当時の副会長だった福田充男さんです。総会後に二人が話し



冊子は各店舗にあり、お客さんにも自由に見ていただけます。

合い、新たな活動の第一歩として、ざっくばらんに商店会のことを語る場を作ろうということになりました。「商店会の明日を語る会」

(以下、「明日を語る会」と名付けた定例会を毎月一回開くことにしたのです。2011年のことでした。

はじめのうちは愚痴のような話しか出てきませんでしたが、会合の後にいつも一緒に飲みに行くなどしてお互いを知るように努めたおかげで、間もなく最初の成果が出ました。商店街の各店を紹介する手作りの冊子を作成して、全店舗に配置したのです。これはお客さんへの販促効果とともに、店同士が互いのことをよく知る効果がありました。

衆知を集めて開いた「伊丹街コン いたミーツ」

徐々に前向きな意見が出るようになった「明日を語る会」では、商店会のメンバーだけでなく、地域の行政機関などの外部の人たちにも積極的に参加してもらい、広く意見を求めました。そんな中からヒントを得て実現したのが「伊丹街コン いたミーツ」です。

街コンを教えてもらってから、調べてみると、街コンは街中のお店に多数の男女が集まって合同でコンパを開くイベントで、各地で開催され人気となっていたことがわかりました。まさに飲食店が多いひがし商店街にぴったりのイベントです。もちろん、やらない



街コン いたミーツの開催直後の様子

理由はありません。
そうして初めて開催されたのが、ちょうど七夕の2012年7月7日の土曜日。夜6時から9時、ひがし商店街に250人

以上の男女が集まりました。チケットを買ってもらい、商店街の中の参加飲食店で同席した異性と楽しく語ってもらいます。1時間毎に全員が別のお店に移動するシャッフルタイムを設けるといった、より多くの異性と出会ってもらうためのきめ細かな配慮をするなどの努力の結果、その日は大盛況で終了しました。

その後も街コンは毎年、七夕前後の週末に開催されており、毎回盛況が続いています。2年目以降は、時間を午後2時からに変えたことで、お店にとってはお客さんが少ない時間を満席にできる、自分の店をよく知ってもらえるといった大きなメリットがありました。さらに、これまで3組以上のカップルがめでたくゴールインしたという嬉しい報告も届いています。

店主と顧客の心をつなぐ「五七五大賞」

同じ年、お客さんとの距離をぐっと近づけるもう一つのイベントが生まれました。それが「五七五大賞」です。発案者は、当時副会長だった福田さんです。もともと新しいことを始めるのが得意だった福田さんは、伊丹市が2006年に「ことば文化都市」を宣言したのを受けて、文学をテーマにして商店街のプロモーションに活かせないかと考えていました。そこで浮かんだアイデアが、ひがし商店街をテーマにした五七五句を募集し、コンテスト形式にして発表することでした。

早速、インターネットや商店街に置いた「投句箱」を通じて五七五句の投稿を呼びかけたところ、1,866句もの応募がありました。

このイベントは、特に選考方法がユニークです。選考方法は二通りあり、初回は市内在住の著名な川柳作家、第2回からは伊丹にゆかりの深い著名な俳人が、まず大賞(市長賞)・優秀賞などを審査しています。昨年度の大賞に選ばれた句をご紹介します



清酒発祥の地らしく、酒蔵を模した五七五大賞の投句箱

う。これは、商店街の中の婦人服店をテーマに詠んだものです。

バーゲンのセーター私にすぐなじむ

もう一方は店主自らが審査します。投稿する際に、どのお店をテーマにした句か必ず明記してもらうので、それぞれの店主が自分



五七五大賞表彰式にて、大賞(市長賞)の授与

の店を詠んでくれた句を自ら選ぶのです。どれもその店への個人的な愛着や思いが感じられる句ばかりです。

楊がる串テンションいっしょに上がる時間
(串かつ串まる賞)

ペイントに乙女をのせるネイリスト
(シンネイル賞)

くせになるちんぐ自慢の旨いたれ
(焼肉・ホルモンちんぐ賞)

ひがし商店街の取り組みのポイント

取り組みのポイントは、二つあるといえるでしょう。一つは、自分たちの強みや特徴を存分に活かしたことです。「伊丹街コン いたミーツ」は飲食店が多い商店街という特徴を、「五七五大賞」は「ことば文化都市」という伊丹の土地柄を活かしたものでした。



左から福田理事、江本副会長、吉川会長 ※福田理事は副会長だった福田充男さんのご子息

もう一つは、それらを自分たちの知恵でユニークなイベントにまとめたことです。それができたのは、最初にしっかりとみんなで語り合い、意識を共有したからに他なりません。その意味で「商店会の明日を語る会」の果たした役割

は非常に大きいといえるでしょう。

他にも清酒発祥の地・伊丹ならではの「SAKEストリート」など、魅力的なイベントがまだまだあります。4、5年前まではプロモーションらしい活動がほとんどできていなかったとは、にわかに信じられないくらい、今後がますます楽しみなひがし商店街です。

(OCSコンサルティング 伊藤 康雄)

店舗と催事、ネットショップを
連携し繁盛店へ
～神戸グラノラ専門店
グラノラジャーニー～

2013年10月、神戸市東灘区魚崎北町に神戸のグラノラ専門店として、グラノラジャーニーが開業しました。「大人の女性に贈る、おしゃれで贅沢なグラノラ」をコンセプトに、常時20種類、1ヶ月半に1回は新商品を販売する日本最大の品揃えです。オリジナルグラノラは、本店で製造販売しています。



常時
20種類を
販売

「グラノラ」とは、シリアル的一种でオーツ麦やナッツ類に、植物性油脂やはちみつなどの甘味料、ドライフルーツ、ココナッツなどをブレンドしたものです。牛乳やヨーグルトと一緒に食べる他、そのまま食べることもできます。当店では、スープ用グラノラ等新しい食べ方の提案も行っています。

今は大手メーカーからも「グラノラ」が販売されていますが、開業当時グラノラ専門店は珍しく、開業後すぐに新聞に掲載されました。

ポイント1 積極的な情報発信と営業力で知名度アップを目指す

店舗は住宅街の真ん中で、主に製造場所としての役割がありました。創業時には関西では専門店がほとんど無く、グラノラジャーニーを知る人もいませんでした。そこで、社長である西村啓太郎氏は、プレスリリースを実施し多くのマスコミの取材をうけることになりました。グラノラという珍しい商品であること、神戸で製造していること、等の新規性や強みをお客さんに知っていただくことで多くのマスコミにとりあげてもらうことができました。



西村社長

メディア掲載

2013/10/16の読売新聞
2013/12/27の日経MJ(日経流通新聞)
2014/1/4発売の「Richer」2月号
(京阪神エルマガジン社)
2014/1/22放送のフジテレビ『めざましテレビ』
2014年発売の「anan」1/29号
2014/3/25発売の『関西ウォーカー』500号
2014/3/26発売の「MORE」5月号
2014/4/19放送のMBS『せやねん』
2014/5/27放送の朝日放送『ココイロ』

プレスリリース紙面には限りがあるため、興味を持っていただいた記者に詳細を知っていただくためのホームページを作成しています。

2013年度「神戸セレクション」に認定されたことで、大丸京都店等の百貨店の催事に出席することができ、関西だけでなく日本全国の百貨店・駅ナカに出店するようになりました。催事での実績から、創業1年で大丸神戸店に2号店を出店しました。

このような成果は、西村氏自身が「世界中のおいしい素材を活かした自家製グラノラを知っていただきたい」との想いで、積極的に営業活動を行った結果です。

このような成果は、西村氏自身が「世界中のおいしい素材を活かした自家製グラノラを知っていただきたい」との想いで、積極的に営業活動を行った結果です。



2号店のグラノラジャーニー神戸大丸店



阪急うめだ本店での催事

ポイント2 リピート購入しやすい仕組みづくり

グラノラは一般的に朝食にされる方が多いため、催事で購入され気に入っていただいたお客さんのリピート購入が期待できます。本店は住宅街の中にあるため、遠方のお客さんにわざわざ来店していただくことは難しいので、営業時間や定休日を気にせずに購入していただけるネットショップを開設しています。ネットショップは楽天市場と独自サイトがあり、お客さんに安心して購入していただけるサイトを選んでいただくことができます。



楽天市場



独自サイト

ポイント3 経営者自らが考え行動する

11名の従業員がいますが、催事の準備、ホームページやネットショップの制作・更新は西村氏が自ら行っています。ホームページ制作等は苦手でしたが、資金の使途を検討した際に商品パッケージデザインやホームページ等の写真に資金を投入することにしました。

ホームページ制作はデザイン性を重視し外注される場合もありますが、ホームページやネットショップの目的と事業計画に基づいた投資回収を検討し、自社で制作するかどうかを決める必要があります。ホームページもネットショップも今ではソフトウェアを購入しなくても開設することが可能です。

独自性のあるグラノラジャーニーの商品ですが、催事でグラノラジャーニーを知ったお客さんがリピート購入するツールとしてネットショップを利用されています。知名度が低くても、お店の商品のファンであるお客さんに便利な購入方法を提供するとともに、口コミしやすくするためのネットショップを開設することから繁盛店への道に挑戦してみましょう。

今日から始める繁盛店への道、
ネットショップを始めよう
~33+珈琲~



神戸三ノ宮駅から北側フラワーロード沿いを10分歩いたところに「33+珈琲」があります。33年間喫茶業界で働いた経営者がオリジナル熟成豆をサイフォンで

淹れる珈琲と銅板焼のホットケーキが人気の喫茶店です。2013年6月に創業してから、当店を訪れた観光客等からオリジナル熟成豆の販売を求める声が増えてきましたので、ネットショップを開業することにしました。

ポイント 目的にあったサイト・モールを選ぶ

ネットショップ開設の際にも事業計画は必要です。初期投資や運転資金をどれくらいにするのか、競合他社はどのような店舗を運営しているのか、ターゲット顧客は誰なのか等を明確にした上で開設します。

33+珈琲では、第一段階として、当店の珈琲のファンであるお客さんにオリジナル熟成豆を購入していただくことを目的としたネットショップを開設しました。今後はこのネットショップをもとに更に新規顧客開拓に役立つネットショップを計画しています。



開設したネットショップ
(<http://33coffee.theshop.jp>)

ホームページもネットショップも開設しただけでは、効果はありません。訪問していただくための努力が必要

利用したサービス(無料)

「BASE」<https://thebase.in/>
:無料でショッピングカート(買い物かご)付のネットショップを構築することができます。カード決済を利用する場合は手数料が必要。
「Jimdo」<http://jp.jimdo.com/>
:無料でホームページを開設することができる
「Facebookページ」<http://www.facebook.com/>
:facebookでお店のページをつくることできる

です。SEO対策等に資金を投入するよりも経営者でなければ発信できない情報、想いをお客さんに伝える努力が必要です。「よくわからないから外注する」では、資金の無駄です。専門業者のノウハウを活用するには、IT技術ではなく、何がお客さんに発信することができていない情報(コンテンツ)なのかを経営者自身が理解する必要があります。(宇田マネジメント(株) 宇田 名保美)

店名: 株式会社グラノラジャーニー

住 所: 神戸市東灘区魚崎北町6丁目5-10
キャッスル魚崎1階
電 話: 078-451-3277
経営者: 西村 啓太郎
営業時間: 10:00~18:00
定休日: 日曜日(臨時営業あり) Facebook にて告知
URL: <http://granolajourney.jp/>

店名: 33+ サーティーサード珈琲

住 所: 神戸市中央区布引町2丁目2-10
モンラヴィ新神戸1F
電 話: 078-242-5560
営業時間: 平 日: 9:00~21:00
土曜日: 8:00~21:00
日曜日: 8:00~20:00
定休日: 日曜日(臨時営業あり) Facebook にて告知
URL: <http://33thirty-thirdcoffee.jimdo.com/>

「無理なく見えるメガネ」を探求し「視力測定」にこだわるメガネ屋 ～ツチャ～



篠山市のバザールタウン篠山にあるメガネの「ツチャ」。店主は土屋徳純さん。お祖父さんの代から続く時計・メガネ・補聴器の店の三代目です。土屋さんがバザールタウン篠山の1階に店を設けて約20年になります。

取材に訪問したのは5月初旬でした。この時期、篠山では田植えや黒豆の土壌作りがはじまる農繁期です。農業を営んでいるお客さんが多い「ツチャ」にとっては、お店の閑散期となりますが、お店にはいつもお客さんが訪れていました。

「無理なく見えるメガネ」を提供したいと店主の土屋徳純さん

顧客名簿数は1万人以上

「ツチャ」のお客さんは60歳以上の方が中心です。以前は各年代まんべんなくいたそうですが、篠山にもメガネの量販店ができ、若いお客さんが流れていきました。

それでも、顧客名簿の数は1万人以上。「ツチャ」では、既存顧客へのダイレクトメールを年4回（1回あたり1,000通）発送し、新規顧客開拓のための新聞への折り込みを年4～6回、さらにメガネをお買い上げいただいたお客さんへの定期的なご挨拶の葉書を月平均150以上枚発送するなど、アナログな発信をこまめに行っています。

メガネの平均的な買い替え期間は3年といわれています。「ツチャ」ではこまめな情報発信でお客さんとのつながりを保ち、そしてその時が来た時に「ツチャへ行こう」と思わせる強い魅力があります。それは店主の土屋さんの「見えること」への探求心が生んだ丁寧な視力測定です。

土屋さんは中学生のころ、目が悪くなりはじめました。その時思ったそうです。「なぜ目は悪くなるのだろうか。どこまで悪くなるのだろうか。このまま見えなくなってしまうこともあるのだろうか」と。そして「見えなくなったらどうしよう」と不安を感じました。

家業のメガネ屋を継いで店主となった今、目が悪くなりはじめたころに感じた不安感は「無理なく見えるメガネを提供したい」という強い思いになりました。

目にも性格がある

「ツチャ」では、じっくり時間をかけて無料で視力測定を行っています。1時間から1時間半かけて測定をします。割安なメガネセットのお客さんでも、視力



お店の一角に設けられた視力測定スペース。ここでじっくり時間をかけ目の性格を測ります。

測定だけのお客さんでも、丁寧に視力測定を行います。

なぜ、こんなに時間をかけて視力の測定を無料で行うのか。土屋さんは言います。「目にも性格がある」と。例えば、外交的な目と内向的な目。これは土屋さんならではの表現ですが、内向的な目は遠くを見ている時でも近くを見ているような動きをしています。外交的な目は、まっすぐ前をみても周囲でおこっていることまで見えています。

度数検査だけではわからないこのような目の性格まで把握することで無理なく見えるメガネを提案することができます。度数をはかって度数にあわせたメガネをつくるだけでは、「しんどい」負担をかけ続けるメガネが出来上がってしまいます。時間をかけていろいろな測定をすることで、目の性格を把握し、お客さんが無理なく見えるメガネを提供しています。

驚きのDMへの反応



大切にしている思いを綴ったダイレクトメール

ずっと視力測定にこだわってきた土屋さんですが、なぜ視力測定が必要なのか、そこに秘められた思いをお客さんに語ったことはありませんでした。けれど、量販店の進出もあり、「うちの店もうちの店ならではの色をだしたほうがいいのでは」と思い始め、「無理なく見えることへの思い」「時間をかけて視力測定をする理由」を文章としてまとめました。A4の紙に、土屋さんの「見えること」へのこだわりをそのまま綴りました。

文章を書くことが苦手だという土屋さんは、書き上げるのに3日くらいかかり、パソコンの前でうなり、書き上げたものを家族に読んでもらい、修正をくりかえして、自分の思いを書き上げました。

そして、この文章をDMとして顧客に送りました。1,000人の既存のお客さんに送ったところ、なんと54人もの人が視力測定に訪れ、そのうち48人の方がメガネを購入されました。メーカーチラシを新聞折り

込みしてもほとんど反応がなかったことに比べると驚きの反応でした。

大切にしていることを言葉にしてきちんと伝えることで、お客さんの役に立つことができるということに気づいた瞬間でした。

量販店にはできないことをやる

今、「ツチャ」では、年に4回ニュースレターをお客さんに送っています。ニュースレターには、季節の話題や土屋さんの家族のほほえましい出来事が添えられています。高齢者のお客さんが多い「ツチャ」にとって、お客さんとお店をつなぐ大切なツールとなっています。

土屋さんの今後の課題は「気づく能力を高めていくこと」です。それは、同じ機器を使って同じ検査をしても、細かいところに気づく能力がなければ見過ごしてしまうからです。これからも「無理なく見えること」そして「視力測定」にこだわり、気づく能力を高めて、量販店にはできないことをやっていきたいとのことでした。

(ヨシダ・プランニングファクトリー 芳田 京美)



年4回のニュースレター

店名: **時計 メガネ 補聴器 ツチャ**

住 所: 兵庫県篠山市杉 265-1

バザールタウン篠山・NEWS館

電 話: 079-594-3334

代 表: 土屋 徳純

営 業: 年中無休・9:00~20:00

地域住民を巻き込み情報発信する「1000ピースプロジェクト」 ～大阪市千林商店街～

商店街の活性化を商業者だけではなく地域に住む人たちと一緒に取り組み、まちを元気にすることで商店街の活性化につなげる「1000ピースプロジェクト」が着目されています。今回はその取り組みで全国的に注目されつつある千林商店街を訪ねました。

取り組みの経緯

千林商店街は、天神橋筋商店街、駒川商店街とともに大阪市の三大商店街の1つに数えられる規模を誇り、千林エリアにはさらに複数の商店街が広がっています。



出典:全国商店街支援センター「平成24年度商店街活性化モデル創出事業」

しかし、他地域の商店街と同様、高齢化や業種構成の偏りなどの悩みを抱えていました。そのような中、千林商店街振興組合において全国商店街支援センターの「商店街活性化モデル創出事業」に応募しようとの話が持ち上がりました。

商店街としては、志の高い若手の商業者がいて、単独のイベントを独自開催するチャレンジ精神と人材がありましたが、これらのイベントは「売る」ことや「集客」が目的となっており、商店街活性化の取り組みに限界を感じていました。

1000ピースプロジェクトとは

1000ピースプロジェクトは、地域の魅力を自らが発掘、地域全体をPR(情報発信)し、千林界隈のファンづくりを目的とした活動です。つまり、千林の魅力を知ってもらうことで千林に「行きたい、住みたい、お店を出したい」という人を増やそうという取り組みです。1000は千林の「千」、ピースはパズルの「ピース」で、たくさんのピースが集まってパズルが完成するように、たくさんの人や情報、まちの魅力をつなげて、今より素敵な千林のまちをつくっていく活動を目

指して名付けられました。

これまで商店街はマスメディアにより「ヒョウ柄のおばちゃん」「安売りの薬局」など、誇張された情報で取り上げられていました。しかし1000ピースプロジェクトでは、千林の魅力はもっと別のところにあると感じ、取材活動を通して等身大のまちの魅力発掘、発信を進めることにしました。

具体的な方法としては、千林商店街の魅力を知ってもらうフリーペーパー「みてみて1000ピース!」の月1回の発行(現在休刊中)やHPでの情報発信、商店街を舞台に、新たな人を商店街に招いたり、新たな買い物のキッカケをつくることを目的としたイベント「きてきて1000ピース!」などに取り組んでいます。

「きてきて1000ピース!」においては、商店街内店舗をプチ改装する「Before→After」や空き店舗を活用したチャレンジショップ事業である「Open the シャッター」、蚤の市等の「1000ピースバザール」など、様々な取り組みを行っています。

1000ピースプロジェクトの最大の特徴は、「千林商店街」単体ではなく「千林界隈・地域全体」を盛り上げることで「千林商店街」の活性化を目指したところ です。



千林界隈の暮らしを楽しむフリーペーパー

実施体制と活動内容

地域全体の情報発信を行うためには商店街の枠にとらわれないこと、また魅力発掘では生活者の視点が求められることとなります。まず、商店街振興組合の理事長から前リーダーの吉田さんに一任され、商店街店主10名がドリームメンバーとして集められました。

そしてレポーターメンバー(地域住民)は、チラシ



月1回のミーティング風景

て人材を見つけてきました。それにより第一期目は、14名集まりました。

活動はメンバーでワークショップによる意見交換を行い、地域の魅力や課題を整理し、“将来の夢”なども話し合いました。また、レポーターとしての基礎知識である写真の撮り方、取材の仕方、デジタルツールの使い方などを学ぶ講座も開催しました。

会議は半年にわたり多いときは週2回、レポーターの年齢や職種が多様なため、昼に夜にと時間を重ねることで、ひとつのチームとしての意識が生まれました。活動のキーワードは「このまちが好き」「千林をより良くしたい」です。



レポーターによる取材の様子

ここで発掘された魅力は、食・暮らし・サークル活動などにテーマ分けし、チームごとで特集記事にすることとしました。商店街メンバーも記事作成のための取材を行いました。

当初は、不慣れな取材活動に戸惑いもあったそうですが、結果的には皆で協力しながら進めることが出来ました。取り上げたお店などは商店街内とは限りませんでしたが、そこから商業者と生活者の相互交流が生まれ、人とのつながりを生んだのです。

取り組みの成果・効果

取り組みは4年目を迎えます。売上げや顧客数などの数値的な成果としては、商店街規模からするとまだまだ小さいと言わざるをえません。しかし個店レベルではメンバー間での口コミが確実に広がっており、売上げ増加に繋がっている店もみられます。

従来の一時的なイベントは、安さなどの特典で人が集まります。しかし、1000ピースでは、人のつながりで新たな人が集まります。“想い”が元となっていることから、お店や商品の価値がより伝わりやすく、継続的な関係性を築きやすいというのが特徴です。商

配布と個別の声がけで募集しました。プロジェクトの趣旨や求めるレポーター像、活動メリットなどを丁寧に説明したり、地域で活動しているグループに聞き込みをしたりして



1000ピースにちなんで“ピース”サインをして下さっているメンバーの(左から)東西田(としだ)さん 山本さん 吉田さん

店街振興組合としてもそこに「何かが生まれそう」と可能性を感じています。

課題と今後の展望

常に新しい動きを見出していくために、レポーターは1年ごとに新たなメンバーを募集します。入れ替え時期に卒業する人と継続する人に分かります。取り組みを続けてきたこ

とにより、3年目の募集時にはフリーペーパーの読者や、フェイスブックを見たという人から応募がありました。その意味では、取り組みの認知は着実に進んだといえます。

今後の課題のひとつは活動資金です。これまでの活動資金の大部分は、補助金や商店街からの協賛金でまかなってきましたが、継続的に活動していくには、自立した事業性が必要となってきました。そのため、本年度から商店街のフリースペース(千林ふれあい館)のリノベーションを行い運営を担うという収益事業に取り組みははじめました。メンバーからは多くのアイデアが出され、すでに改装工事に着手しています。

また、発足当初より活動を陰で支えるコーディネーターは外部人材に頼っていましたが、メンバー内からコーディネーターの代わりになる人材が現れ、新たな体制へと変わりつつあります。

昨年イベント「ほんわかヨガ」では地域の大学や交通機関との連携が生まれるなど、新たな展開が次々と起こっています。これからもメンバーのアイデアにより活動は広がることでしょう。1000ピースプロジェクトが、商店街や地域の人たちを巻き込みながら、「売り手」と「買い手」の関係を越え、共に良くしたいという「まちの担い手」に発展、定着することが期待されています。

(コンサルティング・パートナー“AUBE” 志賀 公治)

1000ピースプロジェクト

住 所：大阪市旭区千林1-7-9

(千林商店街振興組合事務所内)

メールアドレス：info@1000ppj.jp

URL：http://1000ppj.jp/

Facebook：https://www.facebook.com/1000ppj

お店拝見

地域の女性が集まるコミュニティカフェ ～麦舎ヒンメリワークス～



加東市にある社^{やしろ}のバス停から徒歩5分、商店街の中にコミュニティカフェ「麦舎ヒンメリワークス」があります。町家風の店内に入ると、フィンランドの手工芸品であるヒンメリの作品をはじめ、独特でセンスのいい小物で彩られており、モダンで居心地のよい空間が広がっています。2015年1月に、当センターの「商店街新規出店・開業等支援事業」を利用して開業されました。

青い扉が目を引く町屋カフェ

2人の強みを活かして開業

当店は植田真由子氏と五十嵐美紀子氏の共同事業です。ももとは、植田氏が母子家庭の方を中心とした女性支援をしたいという思いが事業のきっかけだったそうですが、話し合ううちに構想が広がっていき、今の形になったそうです。

百貨店での接客経験があり行政書士でもある植田氏が数値の管理や接客を担当し、美術に造詣が深く料理教室も開いてきた五十嵐氏が空間プロデュースや調理を担当するという形で、2人の強みを絶妙に組み合わせ開業・運営しています。

開業時は、限られた資金で納得のいく空間づくりをするために、ネットオークションで家具を調達したり、自分たちで壁を塗ったりなど、コストはかけずイメージに合ったものを自分たちのセンスで選び抜きました。お店のシンボルとなっている手作りのヒンメリ作品もア



壁紙のサンプルを額に入れて飾ったり、ヒンメリをランプシェードにしたりと工夫された雰囲気のある店内

クセントとなり、個性的な雰囲気を際立たせています。

自家製のこだわり食品

当店のもうひとつの魅力が、こだわりの食品です。パンや焼き菓子はもちろん、グラノーラやベーコン、コーヒーマイルクまでもが自家製で、早朝や休日の時間を使って手間ひまかけて作られています。材料にもこだわり、地元産の野菜や肉、フランスの塩など、試作を重ねて厳選しています。



その日のメニューは表と店内の黒板に。



現在店頭では、自家製グラノーラやスモークソルトなどを販売しています。

人気のメニューは5種のオードブルや自家製グラノーラが入ったヨーグルトがついた「スーパランチセット(1,200円)」です。ほかにも、サラダや薬膳粥などの

軽くてヘルシーな「軽めランチセット(800円)」や、男性にも人気の「カレーセット(1,100円)」があります。ケーキやクッキーなどのカフェメニューももちろん自家製です。

近隣には女性向けの飲食店がほとんどなかったことで、美味しく安全な食事とくつろげる空間を楽しむ新たなスポットとして、主婦を中心とした女性のお客さんに喜ばれています。

広告宣伝はほとんどしていないにも関わらず、リピーターやクチコミでのお客さんが来店しているのは、お店に魅力がある証拠だと言えるでしょう。

また、グラノーラやソルトは店頭で販売しており、近々ネットショップも立ちあげて全国に向けて販売する予定です。

地元ブランドを目指すヒンメリ事業

店名にもなっているヒンメリも、加東市で生産されている小麦の麦わらを6月の収穫後に調達し、本格的に事業として展開していく予定です。ヒンメリとは、フィンランドの伝統的な手工芸品で、長さを揃えた麦わらを1本1本多



ワークショップでは、このサイズのもを1時間ぐらいでつくれます。

角的につなげて作るモデルです。幾何学模様が美しく、素朴ながら幻想的な雰囲気も醸し出します。フィンランドでは、ヒンメリを飾った下には精霊が宿ると言われ、幸せを呼ぶ装飾品として食卓などにつるされているそうです。

ヒンメリ事業では、ヒンメリづくりを体験するワークショップの実施を始めとして、オリジナルヒンメリ作品の販売、ヒンメリキットのネットショップ販売が計画されています。

国内で販売されているヒンメリの材料は、無着色のものが中心で、カラーのものはプラスチックのストローが一部扱われているのみですが、当店では、地域の特産物である播州織で使われている天然素材で染色し、他社にない自然なカラーのヒンメリキットも販売する予定です。また、播州の糸の房飾りや小野市特産のそろばん玉などをヒンメリの装飾として組み合わせ、新たな北播磨ブランド品として育てていくことも目指しています。

女性起業家のための拠点として

ヒンメリのワークショップは、当店の2階で開催される予定です。ここでは、ゆったりした和室となっており、地域で小さな起業を目指す女性たちが開催する小さなセミナーなどでも使用されています。今までにも、小規模ながらおかげセミナーやアイシングクッキー教室、自力整体などが開催されました。



さらにこの6月からは、店の休日を使い、女性起業家が集まって、女性向けのイベントを開催しています。様々な事業をしている女性が、起業相談や適職探しなど様々なサービスを提供し、自分の仕事のあり方を模索する女性たちに自分らしい働き方を発見してもらうことが目的のイベントです。また起業家同士のつながりを作る場としての役割も期待しています。

植田氏によると、今後もより多くの女性にスペースを活用して、事業などに役立てて欲しいとのこと。このような形で女性起業家の支援をすることで、幅広い形で、もともとの思いであった女性支援にもつながっていくことでしょう。

(PLAN-C 眞作 千佐子)



共同経営者の(左)
五十嵐美紀子さんと
(右)植田真由子さん

店名: **麦舎 HIMMELI WORKS**
(むぎやヒンメリワークス)

住 所: 兵庫県加東市社736-2

電 話: 0795-42-4130

代 表: 植田 真由子

営業時間: 11:00~17:00

営業日: 火曜日~土曜日 (日・月定休)

URL: <http://ameblo.jp/soap-g/>



(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店出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3店舗が開店しましたのでご紹介いたします!

- 店 舗 名 **うどん屋 麦 バク**
- 商店街・小売市場名 鍛冶町商栄会(姫路市鍛冶町)
- 開 業 日 平成27年3月9日
- お店の自慢ポイント

昔懐かしい趣を残す古民家にて、「麺・出汁・醤油」にこだわった「手打ちうどん」と、姫路地域では珍しいトビウオ(アゴ)の出汁で食する日本三大うどんのひとつ「五島うどん」の提供をしています。



- 店 舗 名 **淡路 八百屋番長**
- 商店街・小売市場名 元町5丁目商店街(神戸市中央区元町通)
- 開 業 日 平成27年4月21日
- お店の自慢ポイント

店主の父が作る「成井さんちの完熟たまねぎ」をはじめとした淡路島の玉ねぎを中心に、淡路産の野菜や果物・水産加工物・調味料・その他玉ねぎスープやカレーなどを取り扱っています。



- 店 舗 名 **MEISEI 夢SHOP**
- 商店街・小売市場名 明盛商店会(三木市本町)
- 開 業 日 平成27年5月20日
- お店の自慢ポイント

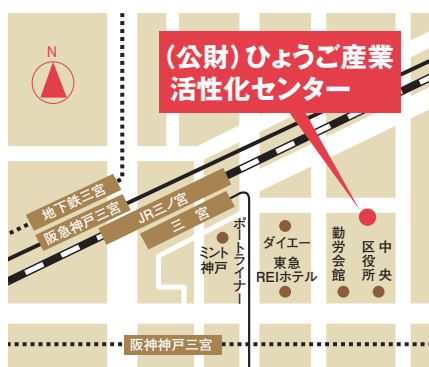
地元人気店の手作り惣菜や食料品をはじめ、地元住民の手作りの品の展示・販売や彼岸の仏花などの季節商品、近隣農家の野菜、三木市の特産品など、地域性や季節性のある商品が揃っています。婦人服も取り扱っています。



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

バックナンバーの閲覧は **商ひょうご**

検索



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