

# 商ひょうご



## 商店街・市場探訪

若手店主たちのチャレンジ～JR甲子園口ほんわか商店街～

## 商売繁盛の裏ワザ

ストアコンセプトを明確にしたお店作りでイメージアップ～陶磁館・イマジンハウス～

## トピックス in ひょうご

あなたを笑顔にすることが当店の使命です!～グリルピラミッド～

## トピックス in 全国版

「空き店舗」を「活き店舗」へ!一歩進める仕組みづくり～八王子市中心市街地～

## お店拜見

みんなの力を借りて運営～うどん屋 <sup>パン</sup> 麦～



# 若手店主たちのチャレンジ ～JR甲子園口ほんわか商店街～

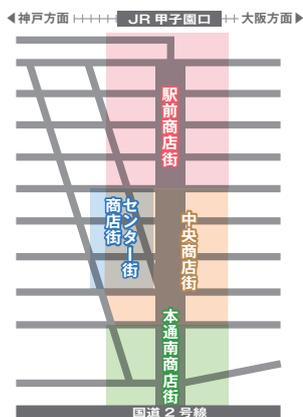
JR甲子園口ほんわか商店街は、その名のとおり、JR甲子園口駅のすぐ南に立地しています。商店街の入り口の様子は、駅に止まった電車の車窓からも、とてもよく見えます。けれど、多くの人は商店街の中の様子まで知ることなく、通り過ぎていてはないでしょうか。そんなほんわか商店街の、若手店主たちの熱い取り組みをご紹介します。



4つの商店街からなる「JR甲子園口ほんわか商店街」

## “ほんわか商店街”になる前は…

ほんわか商店街は、駅前商店街、中央商店街、センター街商店街、本通南商店街の4つの商店街で構成されています。最も北にあるのが駅前商店街で、JR甲子園口駅に接しています。駅前商店街の南には、中央商店街とセンター街商店街が並んで位置し、さら



ほんわか商店街の位置図

に南に本通南商店街があります。本通南商店街の南端は、国道2号線に接します。4つの商店街を合わせると、約200店舗となり、西宮市内で最大級の商店街として知られています。

このように規模の大きなほんわか商店街にも、やはり他の商店街と同様、いくつかの

問題がありました。後継者不足や近隣の大型ショッピングモールとの競合などです。こうした問題を解消しようとする動きが、過去に幾度かあったものの、いずれも単発的なものに終わっていました。そもそも、理事会自体の高齢化が進んでいたことから、新しいことにチャレンジするという気風が薄く、沈滞ムードさえ漂っていたということです。

その頃はJR甲子園口ほんわか商店街という名前ではなく、単にJR甲子園口商店街と呼ばれていました。

## きっかけは、一人の行動力

しかしあるとき、大きな変化が起きました。

読売テレビの人気番組「大阪ほんわかテレビ」の中で、仮想商店街の中の喫茶店に近隣の人たちが集まって、語り合うコーナーがありました。番組では、それをリアルな商店街の中で展開しようとしていて、実際に取り組んでくれる商店街を募集していました。その募集に、本通南商店街のくわはら 栗原 恵さんが応募したのです。

その頃、栗原さんは、ご両親が営む飲食店を手伝う毎日を送りながら、大きな危機感を抱いていました。JR甲子園口駅に近い北のエリア、つまり駅前商店街方面は来街者が多い一方で、南の本通南商店街はお客さんが少なかったからです。人通りが少ないと、当然、お店の売上に直結します。そこで、この状況をどうにか改善したいという思いで、応募したのです。

その思いが通じたのか、やがてテレビ局から他のいくつかの商店街と共に候補地として残ったこと、これから最終的に一つに絞り込むという連絡が、栗原さんに届きました。

## 若手の熱意が生んだ、大きな変化

ここから、商店街全体を巻き込んだ、大きな動きが起こります。2013年春のことです。

栗原さんは早速、商店街の幹部に報告・相談します。そこで、理事会はすぐに話し合いを始めますが、



当初は「テレビは一過性のものに過ぎない」「番組が

「ほんわか商店街プロジェクト」終了した後は、どうなるのか」など、否定的な意見がいくつも出されました。アーケードの看板をかけ替えないといけないこともネックでした。一方で、若手を中心に、ぜひチャレンジしたいという声も聞こえます。そこで、理事会が主体となって「ほんわか実行委員会」を設立して、議論を本格化させることになりました。

委員会には、各商店街からやる気のある若手に積極的に参加してもらいました。会議では毎回、それまで見られなかった熱い議論が交わされました。そうした経緯を経て、商店街として前向きにチャレンジすることが決まったのが5月です。

6月には、番組のロケ隊が初めて商店街を訪れました。そして、若い人を中心としたやる気や熱意が評価されたことなどから、30以上の応募商店街の中から、9月に正式に「ほんわか商店街」に選出されました。

## 選出後の動き



除幕式の様子

この決定を受けて、商店街の名前を「JR甲子園口ほんわか商店街」に改めました。そして、12月にアーケードの看板をかけ替えました。看板

をお披露目する記念イベントとして、当日は商店街を歩行者天国にして、看板の除幕式も行いました。

他にも、新しい動きが始まっています。

まず、ハロウィーン・イベントの再開です。これは2010年まで毎年の恒例行事として行っていた人気イベントですが、2011年は開催を見送っていました。地元自治会からの再開要請も強かったのですが、費用負担が大きかったためです。しかし、ほんわか商店街に選ばれたことや、実行委員会で話しあったことでみんなの意識が前向きになり、再開を決定しました。

10月31日のハロウィーンの日午後3時から5時の間、スタンプラリー形式で子供たちがお店を訪問すると、お店のスタッフからお菓子がもらえるという内容です。当日は、子供を中心に

多数の方が商店街を訪れ、大盛況となりました。さらに、若手メンバーからは「ナイトハロウィーン」の提案もありました。これ



ハロウィーンの様子

は、その日の夜間に、商店街の中の飲食店を巡るイベントです。

他にも、7月開催の歩行者天国や11月に開催するまちゼミなどへの取り組みが、以前より活発化するようになりました。

こうした動きの背景には、商店街 **まちゼミのチラシ** 活動に若い人たちの参加が増えたことがあります。それまでの理事会は比較的、年配の人たちで構成されていて、なかなか新しい意見やアイデアが出にくい状態が続いていました。

しかし今は、「ほんわか実行委員会」などにやる気のある若手が参加してきたことで、組織活動が活発になったのです。その結果、イベントの集客力が大きく伸びたり、若い店主が新しい店を出店してくれるケースが増えたりしています。

## ほんわか商店街の「知恵と勇気と行動力」

実行委員会の運営から参加して、こうした動きを間近で見えてきた広報担当理事の神田洋一さんは、「昔から、頑張ってきてくれた人たちがいるおかげで、今日の商店街があることを忘れずに、そんな方々と若い人たちが混ざり合って、みんなでほんわかしながら、新しい商店街を作っていきたい」と語っていただきました。

商店街の活性化には、「知恵と勇気と行動力」が大切です。ほんわか商店街の場合、まず栗原さんの「行動力」が最初のうねりを作り



広報担当の神田洋一さん

出しました。その後、みんなの議論を経て、商店街の名前を変え看板をかけ替えるという「勇気」を持つことが

できました。今後は、神田さんの仰るように昔から支えてくれた人と若い人との融合による「知恵」で、新たなうねりを生み出してくれるでしょう。

ほんわか商店街の取り組みは、これからが楽しみです。(OCSコンサルティング 伊藤 康雄)

### JR甲子園口ほんわか商店街

住 所：兵庫県西宮市甲子園口2丁目5-22  
電 話：0798-67-1494  
会 長：山脇 久雄  
URL：http://koshienguchi.net/

## ストアコンセプトを明確にした お店作りでイメージアップ ～陶磁館・ イマジンハウス～

奈良県生駒市の「陶磁館・イマジンハウス」は、陶磁器を専門に扱う、いわゆる陶器屋さんですが、有田焼陶土の成分に着目した「陶泡石けん」などの化粧品を開発・販売していました。

店頭では洗面台を設け石鹸の使用体験を行っていたものの、専門が陶磁器であることから化粧品をどのように販売すればよいのか戸惑っていた部分もありました。そのため、石鹸を含めた化粧品の販売コーナーは売場の2割程度のスペースであり、大半は陶磁器が占めていました。しかし、改めて売上を整理すると陶磁器と化粧品の売上はほぼ半々となっており、利益率から考えると化粧品の貢献度の方が大きかったです。そこで売場展開の方向性を大きく変更することとしました。



2階エスカレーターのスグ横にある陶磁館・イマジンハウス

### ポイント1 ストアコンセプトの明確化

売場展開の方向性を変更する前に整理したのがストアコンセプトです。整理したのは、誰がお客様なのかと、何を提供（「売り：セリングポイント」）にするのかということです。化粧品の購入者は立地の関係もあり、高齢の女性を中心となっていました。実はこの購入者と陶磁器の購入者はある程度リンクしていました。

これは陶磁器を有田から直接仕入れたり、作家ものを揃えていたりしたことが背景にあります。陶磁器は一般的な陶器屋からすると比較的高価格帯でした。また、これらは自家用であり、自らの生活を楽しむ、豊かにするための消費だったのです。

販売方法は専門店ですので、これまでも接客を中心に行ってきましたが、それをより丁寧にし、ゆとりのある空間スペースで提供することとしました。

### ポイント2 推奨商品を明確に打ち出す

これまでの化粧品コーナーはこぢんまりしたもので、知る人ぞ知るというような展開となっていました。しかし、打ち出すものを化粧品と決めたことにより、それを通りからでもはっきりわかるようにすることとしました。

行ったことはコーナーの明確化です。つまり、化粧品のスペースを売上や利益貢献度に見合ったものとしてスペースを広げ、それに合わせたPOPボード等を設置しました。



奥の洗面所で石けんの説明

化粧品スペースを広げ、コーナーを明確に



垂れ幕で見えにくかった店内

一目でわかる陶泡石けん（視認性の改善）



併せて視認性の改善を行いました。これは通りから（店内に入らなくても）何を売っているお店かをわかるようにするためです。これにより、意識していない人にもこのPOPボードが目にとまるようになりました。

多くの人からかけられた声は「化粧品を売っていたの」「陶泡石けんってなに」です。この声は既存客の人からも多くありました。

### ポイント3 ゾーニングを明確に

これまでは売場の大半が陶磁器売場となっていました。その中で、店頭左のショーウィンドーに化粧品、その奥に陶磁器を、店頭右のショーウィンドーに陶磁器、その奥に化粧品（洗面台）を展開しており、化粧品と陶磁器が混在したような形となっていました。



店の左側は店内もショーウィンドーも陶磁器に



# 裏ワザ

今回は、お店の特徴を明確にした店舗レイアウトを紹介します。

これを売場の右側が化粧品、左側が陶磁器とゾーニングを明確にわけました。これにより化粧品の商品の存在を知らしめ、化粧品取り扱いの認知度を高めることができました。



店の右側は店内も店頭ディスプレイも化粧品に



## ポイント4 できたイメージアップ



ゆったりとした机を置き、高級感を演出した化粧品コーナー

この改善を行ったことにより店舗全体のイメージがアップすることとなりました。当初は化粧品コーナーを広げたことにより右側壁面が、いわゆる化粧品として的高级感を演出することになりました。それが陶磁器の展開に影響を与えたのです。

つまり、陶器においても雑然とした売場をよりすっきりさせるために商品量を減らすことと、それぞれのコーナーにテーマを持たせた展開をより明確に行うことが求められたのです。これは売場を常に見ているスタッフとして展開に違和感を覚えたことにより。

これにより、陶磁器売場は在庫を増やすことなく(現実には減少)、売上が増加することとなったのです。

## リーフレットの改訂

これらの取り組みは最終的に化粧品のリーフレットの改訂につながりました。従前のものは開発者(男性)の視点からのものとなっており、機能性や使用方法を中心としていましたが、これを使用する消費者(女性)を想定したものとしました。また、開発秘話等を盛り込み、ストーリー性を持たせたものに改訂しました。

今後はこの展開の延長線上としてホームページを改訂し、オリジナル商品である「陶泡石けん」を核としてイマジンハウスのさらなるイメージアップを図ることを考えています。

(コンサルティング・パートナー“AUBE” 志賀 公治)



B4のリーフレットで説明はわかりやすいのですが...



雰囲気やストーリー性もあり、女性客が手に取りやすいA6の大きさに。

店名: **陶磁館・イマジンハウス**

住所: 奈良県生駒市元町1丁目13-1  
グリーンヒルいこま2階

電話: 0743-73-2021

代表: 澤村 章男

営業時間: 10:00 ~ 19:00

定休日: 木曜日

URL: <http://www.eonet.ne.jp/~imgine-house/>



陶泡石けんの魅力を丁寧にご説明下さった、澤村章男さん(右)と香奈子さん(左)。

## あなたを笑顔にすることが当店の使命です! ～グリルピラミッド～

三宮さんプラザの飲食街の一角にあるカレーショップ「グリルピラミッド」。なぜか店頭には等身大の男の人の写真と金色の大きな置物。店内に入ると券売機には謎のメニューがズラリ。一風変わった不思議なお店です。

実はこのお店、広告宣伝にほぼお金をかけずに新規顧客や熱烈なファンを次々と増やしています。なぜお客さんが集まるのか、オーナーの杉山元章さんにその秘策をお伺いしました。



エジプトの装飾品が飾られた店内

### 体と心の健康をコンセプトに開業

杉山さんが「グリルピラミッド」をオープンしたのは約5年前の2010年です。小学生の頃から自分で料理を作っていたというほど食に関心が高かったこともあり、大学卒業後は食品関連の会社に就職しました。定年退職したら店を持とうと考えていましたが、47歳の時に人生を一転させる出来事が起こります。自分と年齢も近く仕事も家庭も順調に見えた親族が、心の病から自ら命を絶ってしまったのです。このとき杉山さんは「自分もこの先どうなるかわからない。できるうちに好きなことをしよう」と定年を待たずに退職し、カレーショップをオープンさせました。

お店を始めるにあたって杉山さんが最も重視したのは「健康」。親族の死を受けて、体の健康だけでなく心の健康もお客さんに提供できる店にしようと考えました。

体の健康の面では、アメリカの国立癌研究所が提唱している「デザイナーフーズ・ピラミッド」という考え方を取り入れました。簡単に言うと、癌予防効果の高い約40種の食材を積極的に摂りましょう、というものなのですが、この40種のうちの大半を摂取できる料理がカレーなのだそうです。カレーショップを選んだのはご自身がカレー好きであることはもちろんですが、実はこのような理由もあるそうです。



ガン抑制効果のある食品群

同店が立地するのは三ノ宮

駅近くのさんプラザ。周囲にはたくさんの飲食店が集まる激戦区です。その中で、杉山さんはオープン以来チラシを配ったりクーポン誌に掲載したりといった広告宣伝をほとんど行わずにお客さんを増やしてきました。毎週のように来店する熱烈なファンも多くいらっしゃいます。いったいなぜ、「グリルピラミッド」にはお客さんが集まってくるのでしょうか?

### 思わず近寄ってみたいくなる店頭演出

栄養価の高い玄米を使用し「デザイナーフーズ・ピラミッド」の考えを取り入れ脂肪分もおさえた薬膳カレー。しかしこの打ち出しでは前を通る人には全く響かなかったそうです。健康や薬膳といった言葉が、味が劣るといったイメージを持たせてしまったのです。

そこで店頭にしたのはほぼ等身大の杉山さんご自身の看板と、店名にちなんだ大きなエジプトの置物。そしてご飯がピラミッド型に盛られた形のカレーの写真。何かおもしろそう、と思わせる演出です。ストレートに「健康」を打ち出して



等身大の看板で、マスターやお店のこだわりについて紹介。

伝わらないなら、まず何かしらでお店自体に興味を持ってもらい立ち止まらせ、そのうえで健康に関するお店のこだわりを看板で伝えるという形に変えたのです。これが功を奏し、飲食店がひしめきあう中で異色な雰囲気を醸し出している同店は、新規で来店されるお客さんも多いそうです。

## お客さんとの距離を縮めるサイドメニュー

同店の券売機には、カレー以外の変わったサイドメニューがあります「ジョーク100円」「ひき語り100円」「恋愛相談100円」「人生相談630円」。

「ジョーク」を注文するとカウンターの中で杉山さんが話しはじめます「ある釣り人が氷に穴を開けて釣りをしていました。するとどこからか声が聞こえてき

ます。『おーい、そこに魚はいないぞー』そこで釣り人が場所を変えて氷に穴を開けて釣りをしていると、また声が聞こえてきます。『そこにも魚はいないぞー』釣り人は大きな声で聞きました。

『お詳しいのですね。もし券売機では、  
やあなたは神様ですか?』通常メニューと共に「ジョーク」「人生相談」「ひき語り」などのサイドメニューも販売しています。  
『いや、私はこのスケートリンクの管理人だ』。

持ちネタは大人向けのものも含めて全部で50個。かつては1ネタ20円の設定でしたがあまりに注文が多くすぐにネタ切れするので100円に値上げしたのだそうです。

「ひき語り」を注文すると、杉山さんはギターを取り出し、カウンター内で炊飯ジャーをバックにスタンドマイクで歌い始めます。学生時代はミュージシャンを目指していたこともあるという本格派です。

「恋愛相談」や「人生相談」も、数は多くはありませんが注文が入ります。軽い内容から「癌を患ってしまったけどどうしよう」といった深い悩みの相談までさまざまだそうです。杉山さんは真剣にお客さんの悩みに向き合うため心理カウンセラーの資格も取得されました。

こうやって「笑って」「歌って」「悩みを話して」元気になったお客さんは、また元気になりたくてお店に何度も足を運んでくださるそうです。

## 友人を連れてきたくなる仕掛け

「グリルピラミッド」では、月に1度杉山さんのひき語りライブを開催しています。カレーを食べに来店するお客さんは1人客が多いのですが、イベントではお客さんが新たなお客さんを連れてくるということが起こり15席のカウンターはいつも予約でいっぱいになります。演奏を聴いてもらうだけでなく、お客さん

も一緒に2時間歌って飲んで、そんな楽しい時間を共有することで店長と顧客という関係性を超えた深い絆が生まれていきます。月1回のライブはいつも予約でいっぱい。



かつては婚活パーティーを毎月開催していたこともあり、券売機で前売りすると毎回30名ほどが参加してくれたそうです。こういった場をきっかけに「グリルピラミッド」を知りファンになってくれるお客さんが増えていくのです。

## すべてはお客様の笑顔と元気のために

これらの取り組みは単に奇をてらってやっているのではありません。杉山さんが最も大切にしている「心と体の健康」の提供なのです。体によく美味しいカレーの提供はもちろん、笑って元気になって頂きたい! この考え方がお店運営のベースになっており、その使命の実現のためにジョークを販売したり、ライブを開催したりしているのです。

そんな杉山さんのブレない思いにお客さんは惹きつけられファンになっていきます。年末になると「お店を借り切って忘年会したいんだけど」という依頼もあるそうです。カレーショップで忘年会とは通常では考えづらいことですが、つまり杉山さんのお店で元気になる忘年会をしたい、という要望なのです。もちろん喜んで引き受け、さまざまな料理や飲み放題を用意し対応しています。



「お客様の心と体の健康のために」と店主の杉山さん。(reface 中村 佳織)

### 店名: グリルピラミッド

住所: 神戸市中央区三宮町1-8-1さんプラザ B1F  
電話: 090-8216-1006  
店主: 杉山 元章  
営業時間: 11:30 ~ 20:00 (土曜日 16:00 閉店)  
定休日: 不定休  
URL: [http://www.geocities.jp/grill\\_pyramid/](http://www.geocities.jp/grill_pyramid/)

## 「空き店舗」を「生き店舗」へ!一歩進める仕組みづくり ～八王子市中心市街地～

八王子市は新宿から電車で約40分のところにあり、面積は約190km<sup>2</sup>、人口56万人です。市内西部にある高尾山の年間登山者数は260万人です。また、21の大学があり11万人の学生がいる学園都市です。

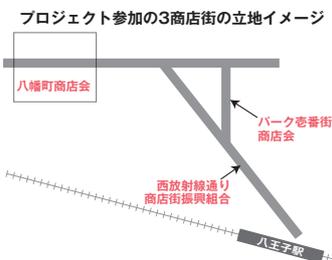
一般社団法人まちづくり八王子は2012年に商店街の出資で設立されました。2014年に発足した「空き店舗撲滅プロジェクト」は、まちづくり八王子が八王子駅前の西放射線通り商店街振興組合、パーク壱番街商店会、八幡町商店会と八王子市、八王子商工会議所、不動産事業者と連携して実施したプロジェクトです。



まちづくり八王子事務所がある西放射線通り商店街

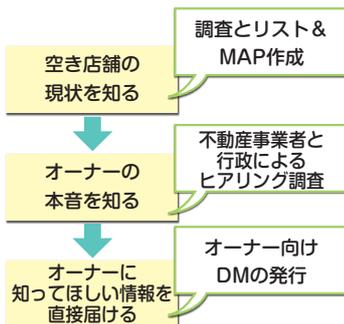
### 借りやすい店舗を増やし空き店舗を減らす

西放射線通り商店街はJR八王子駅から西に向けて斜めに通る商店街で中心市街地の商店街で最も通行量が多く、様々なイベントが行われています。パーク壱番街商店会は、西放射線通り商店街に隣接し、八王子駅から徒歩約3分、飲食店が中心となっている商店会であり、チャレンジショップ「はちチャレ1号店」があります。八幡町商店会は八王子駅から徒歩15分、核となる店舗がなく、空き店舗が目立っています。



まちづくり八王子の空き店舗対策の特徴は、オーナーと出店者、双方のニーズを把握することで、空き店舗を「活着している店舗」にすることで、出店者が出店しやすい仕組みを構築することです。

八王子市が2015年に実施した調査によると中心市街地の空き店舗は138店舗であり、そのうち出店者を募集していたのは26店舗でした。募集されている全ての店舗に入居が決まったとしても8割が空き店舗のままでは、地域活



性化につながりません。

オーナーには地域活性化の取組への提案、出店者には店を継続するために必要なビジネスプラン等を学ぶ創業スクール、実践の場としてチャレンジショップ「はちチャレ」を提供しています。

### 空き店舗オーナーの本音を知る

空き店舗オーナーがなぜ出店者を募集しないのかを明確にし、借りやすい店舗を増やすことで空き店舗撲滅を目指しています。

#### ① 空き店舗の現状を知る

街を歩いて、現在の空き店舗だけでなく、空きスペース、空き家等のにぎわい創出の可能性のある場所を調査しました。地元の大学生を活用するこ



オーナー目線で役立つ情報を提供するDM

とで、調査を通じて八王子に愛着を感じてもらうことができ、地域活動に参加するきっかけになりました。2013年のこの調査の結果、空き店舗363店舗のうちの65%が出店者を募集していないことがわかりました。

#### ② 空き店舗オーナーの本音を探る

「なぜ出店者募集しないのか」「どのような業種に入居してほしいのか」について、直接オーナーにヒアリングを行いました。不動産状況を熟知している不

動産事業者と信用力がある行政職員がオーナー訪問に同行することで、ざっくばらんな話をお伺いすることができました。その結果、賃料減額が困難であること、古い店舗であるため改装に費用がかかること、商用目的では貸したくない、等のオーナーの本音を聞くことができました。同時に空き店舗の新しい活用方法等をご存じない方がいらっしゃるようになりました。

### ③ オーナーに知ってほしい情報を直接届ける

空き店舗をどのように活用すれば、「活き店舗」になるのか、事例紹介や提案を行うオーナー向けDMを発行しました。DMはプロジェクトに参加している3商店街と周辺地域の全オーナーに1,000部送付しました。

DMには、イベント開催のために空き店舗を無償提供した事例やチャレンジショップ、DIY改装事例等のオーナー目線で役立つ情報を掲載し、連絡先、相談窓口としてまちづくり八王子の電話番号を大きく記載しています。



「八王子市魅力づくり支援補助金」事業を利用した古民家

このような取り組みにより、オーナーが商用利用に消極的で長期間空き家だった古民家が、「八王子市魅力づくり支援補助金」を利用し、外装や内装工事を実施。イベントスペースとして活用し、今年4月にはカフェを開業するといった事例ができています。

## 出店者を地域ぐるみで応援するセミナーやチャレンジショップ

空き店舗対策では出店者が事業を継続することが大切です。実際の店舗を想定活用した創業セミナーを実施し、セミナー終了後は当該店舗で実際に開業する等、出店前から出店後まで地域ぐるみで出店者を支援しています。

出店前に事業計画書策定等の知識を商人塾で学びます。創業に関するセミナーは、「サイバーシルクロード八王子(八王子商工会議所や八王子市、八王子商工会議所、多摩信用金庫が支援する任意団体)」が年4回実施しています。



八王子創業スクールの様子

その中でも6日間開催される「飲食店向

け!八王子創業スクール」では、実際の空き店舗での事業計画書策定を学び、セミナーの最後にはビジネスプランコンテストが実施され、優秀者はその店舗で開業します。出店準備や出店後に発生する様々な課題についてはサイバーシルクロード八王子に登録されたボランティア専門家集団「ビジネスお助け隊」等が継続的に支援します。

パーク壱番街商店会にある空き店舗を活用したチャレンジショップ「はちチャレ」は中心市街地の真ん中に立地し、1日単位で1坪弱のお店を利用したテストマーケティングや既存企業のPRが可能



はちチャレ

です。1日1,000円で気軽に利用することができ、はちチャレでお客様の反応を確認して商店街に出店していただくことが可能になるとともに、様々なお店がはちチャレに出店することで地域のにぎわいにつながります。昨年3月から12月までに手づくりお菓子と雑貨やあんこ天然培養酵母パンの即売会等の小



八王子中心市街地の活性化に取り組む皆さん

売業の他に農業者やマッサージ等のサービス業等の20店舗がはちチャレを利用されました。複数の商店街が独自性を維持しながら、回遊性を高めた魅力的なまちづくりを進めるまちづくり八王子では、不動産業者と行政の連携で、オーナーの課題解決をし、借りやすい店舗を増やしています。空き店舗を利用し、チャレンジショップやイベントでお客様のニーズを知っていただいた出店者を地域ぐるみで支援することで、地域活性化を図っています。商店街、不動産オーナー、行政、支援機関等の共通の思いは「八王子が好きで元気になってもらいたいこと」です。今後もこれらの思いを核として、まちづくり八王子は地域活性化支援を続けることでしょう。

(宇田マネジメント(株) 宇田 名保美)

### 一般社団法人まちづくり八王子

住所：東京都八王子市旭町7-11前野ビル3F  
電話：042-634-8582  
理事長：青木 訓行  
URL：<http://hachioji-town.jimdo.com/>

# お店拝見

## みんなの力を借りて運営 ～うどん屋 <sup>バク</sup> 麦～



姫路城のリニューアルで賑わう姫路駅近辺。姫路城から北東に10分ほど歩くと「うどん屋 麦」があります。城下町の雰囲気を残す街並みが魅力的な野里商店街に、2015年3月に開業したお店です。開業にあたっては当センターの「商店街新規出店・開業等支援事業」を利用されました。

開業から間もないながら、「奥さま手帳」に掲載されたり、関西テレビ「よ〜いドン!」という番組で、「となりの人間国宝さん」に認定されたりと、話題のお店となっています。

## 大学時代からうどんに魅せられて

店主の横田圭祐氏に開業の動機を聞くと、「とにかくうどんが好きだから」と言います。大学生の時に四国に行って以来、食べるだけでなくうどんづくりの魅力に目覚め、日々自宅でうどんを打っていたそうです。社会人になってからも、仕事から帰ってはうどんを打ち、家族にふるまうという生活をしていました。

3年ほど前、知人を通してイベント出店の機会を得たのをきっかけに、次々とイベントへの出店の声がかかるようになりました。声がかかれば遠方であっても行くと決め、会社員をしながらも毎月のように各地への出店をこなしてきました。あわせて、出張形式でのうどん教室も実施しました。

活動するうちに、こだわりのうどんと店主のキャラクターに魅入られた熱烈なファンや応援してくれる人が増え、かねてからの夢であった店舗の開業に至りました。

## 野宿しながらうどん修行。こだわりのうどんを実現

開業を決意した後に退職し、「あごだし」を学びに長崎県の五島列島に行きました。そこで、「五島うどん」

の中でももっとも歴史があると言われる船崎のうどんに出会いました。すでに手延べのできる職人が3人しかいない状況で、  
メニュー裏には船崎うどんについて書かれています。



と思った横田氏は、ねばり強く頼み込み、うどんづくりの工程を見せてもらうところから修行を始めました。退職後で無職であったため、野宿や居候をして節約しながら、修行は4ヶ月に及びました。

同店の主なメニューは、そうやって学んだ細麺の五島うどんと、温度管理を工夫して通常より長く熟成させたための手打ちうどん。それぞれ、あごだしのかけうどんと、あごだし醤油の醤油うどんから選べます。そして調理師免許をお持ちの横田氏の奥さんが作る各種の天ぷらなどをトッピングできるというスタイルです。



素材へのこだ

4種の天ぷらうどん(手打ち麺950円)

わりも徹底しています。醤油は以前から機会があるごとに各地のものを試していましたが、毎朝3種類を飲み比べ、50種類の中から大分の蔵元のものを選びました。かけうどんのだし用の醤油と、だし醤油に使う醤油は別々の蔵元から仕入れています。手打ちうどん用の小麦粉は海外産も含めて試した結果、日清製粉の赤丸金魚を選択。関西では購入ができないため、岡山の港まで取りに行っています。

横田氏が渾身の力を込めてつくりあげたうどんが、いかにファンの心をつかんでいるかということは、お客様のほとんどがリピーターとその紹介者であるということからも分かります。

## みんなで作り上げるお店

赤穂市出身の横田氏は、自分が開業するには姫路市は都会すぎると思っていたそうです。また商店街への出店も、堅苦しい習慣などがあるのではないかと少し抵抗を感じていたとか。しかしたまたま紹介されて野里商店街を見に来たとき、直感的に「ここでやろう」と感じたそうです。商店街の会長さんをはじめ、近隣の



色々な人が手伝ってくれて出来た店内

の人々にも温かく応援してもらっているそうです。

開業のための店舗改装は、資金があまりかけられなかったため、ほとんど手作りで

やりました。なんと、知人やファン、近所の人々が100人近くもボランティアで手伝いに来てくれ、みんなで作り上げたのです。人が人を呼び、足りない材料や借りたい道具、技術はほとんど知人の紹介で調達することができました。たとえばうどんの生地を一定温度に温める熟成庫は、市販のものは高価なのですが、知人の高等専門学校の先生が、もらいものの冷蔵庫を改造して安価に制作してくれました。

ホームページやfacebookページも、気が付くと友人が自主的に制作してくれていました。

開業後も、忙しい時は常連さんが注文をとったり、



食器を洗ったり、自然に助けてくれるそうです。

先生手作りの熟成庫は、温度が上がり過ぎると冷蔵庫機能が働き、一定の温度を保つことができます。

## 新たなチャレンジを応援する店に

店内は古民家風のゆったりとくつろげる空間に、カウンターと大きなテーブルが配置され、自然にお客さん同士の会話がはずみます。作家や事業者のお客さんも多いため、コラボレーションが発生することも。昨年末にはお客さん同士で勝手に忘年会が開催されました。



また、同店では新しいことをはじめたい人を積極的に応援しています。取材日には、店頭には野菜が、店内にはジャムが販売されていました。店内にはいたるところに他店のショップカードやチラシが置いてあります。これらはすべて無償で行っているそうです。

店頭では野菜販売。店内にはショップカードがいっぱい。

ユニークなエピソードが印象的な同店ですが、横田氏の真摯にひとつのことを追求する姿勢と、人とのつながりを大切にする裏表のない人柄が、人を強く惹きつけるのでしょう。今後も自分ができることは人に助けてもらい、自分ができることで他の人を応援していくという循環をつくり、地域に活気をもたらしてくれることでしょう。

(PLAN-C 箕作 千佐子)



横田氏のうどんと人柄に、多くのファンが惹きつけられます。

店名：**うどん屋** バク **麦**

住所：姫路市鍛冶町2

電話：079-227-7997

店主：横田 圭祐

営業時間：11:30 ~ 14:00 (L.O.13:30)

18:00 ~ 21:00 (L.O.20:30)

定休日：火曜日

URL：<http://udonbu.com/>

facebook：<https://www.facebook.com/udonbu.baku/>



(公財)ひよ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开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3店舗が开店しましたのでご紹介いたします!

●店舗名 **すてーき食堂 A-CHI-CHI**

●商店街・小売市場名 清荒神市場(宝塚市清荒神)

●開業日 平成27年12月5日

●お店の自慢ポイント

目の前の鉄板で焼き上げる熟成肉&赤身肉が絶品です。ランチタイムはリーズナブルな値段で牛肉を中心にしたステーキランチやハンバーグランチを提供しています。ディナーではお酒とともにステーキを中心とした料理を楽しんでいただけます。



●店舗名 **ムナール**

●商店街・小売市場名 やしろ商店街(加東市社)

●開業日 平成27年12月10日

●お店の自慢ポイント

出身地ネパールの料理を中心とした中央アジアの本格的エスニックメニューを提供しています。26種類のカレーやタンドールで焼き上げたナン、タンドリーチキンなどの一品料理も豊富にご用意しており、すべての料理が持ち帰り可能です。



●店舗名 **漬物茶屋たけちょう**

●商店街・小売市場名 灘中央市場(神戸市灘区水道筋)

●開業日 平成27年12月26日

●お店の自慢ポイント

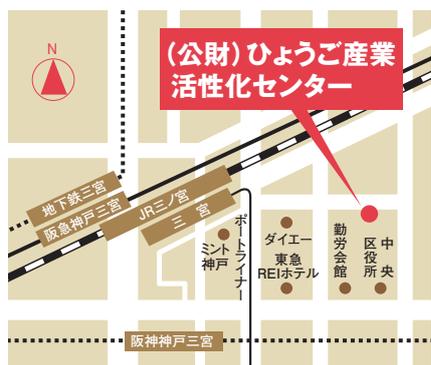
日本の伝統食である漬物・味噌・酒などの発酵食品のお店です。漬物や味噌、日本酒は県内産を中心とした無添加で手作りのものを。ご飯は毎朝自家精米した兵庫県産の無農薬米をガス釜で炊いています。自然栽培野菜の煮物や味噌汁、漬物の定食等を店内でお召し上がりください。



商店街や小売市場の空き店舗で新たに开店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 **商ひようご**

検索



公益財団法人 ひよ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](mailto:center@staff.hyogo-iic.ne.jp)

休業日/土・日・祝祭日・年末年始