

商業情報満載

あ・き・な・い

商ひょうご

2016.7
vol.134



商店街・市場探訪

大衆演劇場「明石 ほんまち三白館」を起点とするほんまち商店街の復活物語

商売繁盛の裏ワザ

業界らしからぬ、親しみやすいお店づくりと販促で集客 ～仏壇仏具 辻井蓮華堂～(奈良県大和高田市)

トピックス in ひょうご

美味しいうなぎでみんなを元気に ～西村川魚店～

トピックス in 全国版

商店街が推進する助けあい「宮之阪サポーター制度」 ～宮之阪中央商店街～(大阪府枚方市)

お店拝見

「お客さんのために」「地域のために」を大切にする店 ～すてーき食堂 A-CHI-CHI～

公益財団法人ひょうご産業活性化センター

商店街・市場 探訪

明石駅前の商店街と聞くと、多くの方が魚の棚商店街を思い浮かべるのではないのでしょうか。けれどそのすぐ南にもう一つ、とても魅力的な商店街があります。名前は、ほんまち商店街。そこは、かつては市内で有数の賑わいをみせる商店街だったのですが、近年は来街者数が減少するばかりでした。しかし、商店街の中に大衆劇場を作るという意欲的な取り組みで、復活を遂げようとしています。

大衆演劇場

「明石 ほんまち三白館」を 起点とするほんまち商店街の 復活物語



商店街アーケードの中ほどにある「明石 ほんまち三白館」

ほんまち商店街の歴史

元和6年(1621年)に宮本武蔵が町割りを行ったとされる明石は、初代城主小笠原忠政のもとで城下町として発展しました。その城下町の古くから商家が並ぶ地に根付いたのが、ほんまち商店街です。旧浜国道に面しており、東西250mほどの間に57軒のお店が並んでいます。明石駅から南に5分も歩けば着く距離です。

1923年に明石と姫路を結ぶ鉄道(今の山陽電鉄)が開通し、明石駅が商店街の西の端にできたことから、当時は姫路や三木、小野などからたくさんの人々が訪れ、商店街は大いに賑わいました。その頃は寄席や映画館など娯楽施設もたくさんあり、この賑わいは、戦争が終わる頃まで続いたそうです。

しかし、明石駅が現在の場所に移転したことから、人の流れが変わってしまい、ほんまち商店街はだんだん寂れていったのです。

新たな胎動

そうして時は過ぎ、平成の世となりました。ある時、明石市からの勧めで、古くなったアーケードを取り換えるという話が持ち上がりました。理事会で1年程かけて議論した結果「今やらないと、次の世代に負担を残してしまうことになる」という結論となり、前向き

に取り組み始めていました。

しかし、諸々の事情が重なって、アーケードの取り換えは立ち消えとなってしまいました。その結果、商店街では「何かやらないと、このままではだめだ」という気運だけが残りました。

一方、理事の原田貞(ただし)さんが当時、販促業務担当として参加していた「明石市商店街連合会」では、毎年一回、カニバスツアーを催行していました。けれど、マンネリ化な

どの理由から、8年前に新しい企画として、大衆演劇を主催してみてもどうかというプランが持ち上がりました。そこで、手分けしてプロモーターや劇団を調べ



安政3年創業のせんべい店を営む原田さん



現在の三白館も、終演後はお客さんの笑顔でいっぱいです。

るなどの努力を重ね、2010年の販促事業として、初めて連合会主催の大衆演劇を明石駅前の商業施設のホールを借り開きました。期待と不安が入り混じった気持ちで実

行した原田さんたちでしたが、初回からたくさんのお客さんが集まってくれて、舞台終了後はみなこぼれ

んばかりの笑顔を見せてくれました。以来、連合会の販促事業は毎年、大衆演劇が定番となっていました。

手作りの大衆演劇場、ほんとにできるの!?

そんな背景があったことから、ほんまち商店街で「何かやらないと」という気運が出てきたとき、「ほん



館内は160席(収容総数196名)

まち商店街の中に、常設の大衆演劇場が作れないだろうか?」という意見が提案されました。けれど、多くの店主がはじめは雲をつかむような話で、自分たちにはできないと考えたそうです。

しかし、前向きな意見が飛び交う理事会だったので、「とにかく、できるかどうか調べてみよう」ということになりました。

そこで、まず事前調査を行ったところ、大衆演劇場を作れば集客面などで効果が期待できるという良好な結果を得ることができました。

そこから、手作りの大衆演劇場を商店街の中に作るという意欲的な活動が、本格的にスタートしました。

商店街の中ほどには、寂れた成人映画館が残っていました。オーナーと交渉し、改装して使用する許可を得ることができましたが、映画館を演劇場に改装するには、約1億6千万円の資金が必要でした。とても商店街の自己資金だけで賄える額ではありません。そこで、中心市街地活性化法の施設整備補助金を活用することにしました。原田さんたちはしっかりとした事業計画を作成し、経済産業省に出向いてプレゼンテーションし、無事に審査を通過することができました。

劇団やプロモーターとのネットワークはすでにできていたので、あとは演劇場の完成を待つばかりです。

劇場の名前は、かつてほんまち商店街に実在した演芸場「三白亭」にちなんで「三白館(みはくかん)」と名付けました。舞台の袖に花道がついた、椅子席160の立派な劇場です。



華やかな公演チラシ

柿落としから大盛況!

こうして準備万端で迎えた柿落とし公演は、九州の劇団を招いて、2015年12月1日に開かれ大盛況となりました。12月だけで約3,050人の入場者があり、この半年の平均は月間3,500人程度とその後順調に入場者数を伸ばしています。

全国各地の劇団が入れ代わり立ち代わり公演するため、お客さんは毎月新しい公演を楽しむことができます。小野や三木、姫路といった市外エリアからもリピート客が来場し、かつての商圈が復活したかのようです。加えて、各劇団のコアなファンが、全国各地から来てくれます。劇場の運営はNPOに委託しており、原田さんによると、経営はとても安定しているということです。

三白館のすぐそばには、当センターの女性起業家支援の補助金を活用して創業した山寄紀子さんのお店「明石の魚 寄(さき)」があります。同店は、明石港で獲れる新鮮な魚料理を提供する居酒屋ですが、山寄さんも、「三白館ができてから、商店街の人通りが増え明るくなった。お店にも、観劇帰りのお客さんが立ち寄ってくれるようになった」と喜びます。

このように、周辺のお店に徐々に来店客が増え、「劇場のある商店街」として知名度が上がっているという確かな効果が見られます。

原田さんたちは「これから、三白館を使ってどんどん積極的に商店街の販促活動をしていきたい」と意気込みます。



三白館開業を喜ぶ山寄さん

誰もが「雲をつかむような話」と考えた三白館を起点としたほんまち商店街の復活物語が、始まろうとしています。

(OCSコンサルティング 伊藤 康雄)

ほんまち商店街(本町商店街振興組合)

理事長: 中井 敏人

創 立: 1965年 会員数: 50店

URL: <http://www.akashi-honmachi.com/>

明石 ほんまち三白館

住 所: 明石市本町1丁目14-18

電 話: 078-911-0389

URL: <http://www.eonet.ne.jp/~mihakukan/>

業界らしからぬ、親しみやすい
お店づくりと販促で集客
～仏壇仏具 辻井蓮華堂～
(奈良県大和高田市)

商売繁盛

「仏壇仏具 辻井蓮華堂」は奈良県大和高田市、JR高田駅から徒歩5分の本郷通り商店街内にあります。ただ、商店街は他地域と同様シャッター通りとなり、店舗は分散、通りは大部分のアーケードが撤去されたことにより、車の抜け道のようになっています。

辻井蓮華堂の創業は大正10年と古く、今までに約5,000本の仏壇を納めているという老舗仏壇店です。当地は平安時代から栄えた地域で、多くの社寺があるため、近隣には今でも6～7軒の仏壇店があります。

代表の辻井公祐氏は3代目となります。実はかねてから辻井氏は、プロのミュージシャンになることを夢みており、実家を継ぐ気はありませんでした。ところが、大学卒業間近に父親が体調を壊したことから一旦実家に帰ったことがきっかけとなり、そのまま後を継ぐことになったのです。もちろん辻井氏には、業界の知識も小売の経験もありませんでした。

バブルの終わり頃で、徐々に大型の仏壇が売れなくなります。また、ライフスタイルや宗教観の変化により来店客も減少していきます。



手前のみ残してアーケードが撤去された本郷通り商店街

ポイント1 手軽な小物商品の充実と店頭改善

そこで消費財であり、リピート性の高い線香・ろうそく・数珠などの小物商品を充実させることとしました。これは自身に仏壇等に関する深い知識がなかったことと雑貨やカフェが好きだったことが背景としてあります。

まずこれらの小物商品を、入口正面の平台や壁面に集中させ、コーナーづくりを行います。コーナーにはスポット照明を当て、コメントPOPで丁寧な説明を加えました。さらに店内にBGMを流すと店舗の雰囲気は俄然明るくなりました。

店頭もそれに合わせてリニューアルしました。雰囲気づくりと入りやすさを演出するため、ウェルカムボード(黒板ブログ)や植栽を置き、お香を焚きました。そこにはもう、暗くて古めかしい仏壇店のイメージはもうありません。

こういった手法は、多くの小売店では店づくりとして一般的な手法ですが、暗く静かなお店が多い仏壇業界では異例の展開といえます。そのため、当初は先代からの反対もあったそうです。



雑貨屋さんのようなコメントPOPで丁寧な説明がされています。



ウェルカムボードで親しみやすい店頭

ポイント2 集客策の変更と充実

店頭を改善しても店前の通りにはあまり人が歩いていません。そのため、何らかの集客策を講じる必要がありました。まず、辻井氏が行ったことは新聞の折り込みチラシの見直しでした。一般的に折り込みチラシの多くはセールや値引きを強く打ち出しています。

しかし、これらと同様のものを配布しても大きな効果は期待できないと考え、すべての文章を辻井氏自らの手書きにし、写真も手書きのイラストに変更しました。基本的にセールや値引きという言葉はほとんど紙面にはありません。

チラシのタイトルも「辻井蓮華堂通信」とし、商品としての仏壇の説明だけでなく、一般の人があまり知らない正しい仏壇のおまつりの仕方やお手入れの方法、お店や店主をはじめとしたスタッフの紹介などを載せ、とても親近感のある内容にしました。

の裏ワザ

チラシは年4回、定期的に新聞に折り込んでいます。長く続けてきたことにより認知度は確実に高まっており、会合等で店の名前を紹介すると「あのチラシの!!!」と言ってもらえるようになっています。

このような展開により小物商品の売上は着実に増え、売上額は従前の4倍、構成比は3割にもなっています。さらに来店客数の増加も確実な手ごたえが感じられるようになり、店内での滞在時間も長くなりました。

ポイント3 リピーター化への仕掛け

お店を気に入ってもらえた人にはニュースレターを送付しており、こちらも手書きです。発行は年に4回、500部で、店主やスタッフの近況などをより一層丁寧に紹介するなど、とてもフレンドリーな内容となっています。

また、フラワーアレンジ講座や落語会、さらには辻井氏自ら歌って演奏するミニライブなど多彩なイベントも開催しており、顧客との絆づくりに余念がありません。

理にかなった店づくりの流れ

多くの場合、売上が低迷すると集客のための広告宣伝をと考えがちですが、店舗の方針やそれを主眼とした受け入れ体制(店舗づくり)ができていないと、チラシ等の効果は上がりにくく長続きもしません。

また、高単価のもの、利益の取れるものを売ろうとしますが、それが顧客目線や時流に合ったものなのかについては慎重な検討を要します。小物商品は仏壇に比べると単価が低く、利益も少ないですが、同店の場合は、品揃えの充実と提案方法の工夫により客数が増え、来店頻度が増し顧客との関係性が構築できました。また、それを維持していくことで固定客化への流れを作り出すことができました。これは辻井氏が、業界の既成概念に縛られない自由な発想で店づくりをしてきた結果ですが、その流れは理にかなったものといえます。

「基本的に、今後もこの展開を充実させていくことに変わりがないが、世の中は確実に変わっているので、柔軟にそれに対応していきたい」と辻井氏は言います。さまざまな勉強会や研修会、同業者や異業種との情報交換会への参加など店づくりの研究に余念がない辻井氏と同店の今後の展開と進化がますます楽しみです。

(コンサルティング・パートナー“AUBE” 志賀 公治)

手書きで親近感がある「辻井蓮華堂通信」



お助けメニューを見て「あっそうだ」と来店されるお客さんも



お店を気に入ってもらえたお客さんにはニュースレターやイベント情報を送付



辻井氏による蓮華堂でのライブの様子



代表の辻井氏(右)とお店の方々

店 名: 仏壇仏具 辻井蓮華堂
住 所: 奈良県大和高田市本郷町9-26
電 話: 0745-52-2089
代 表: 辻井 公祐
営業時間: 9:30~19:00
定休日: 水曜日(月末のみ火・水曜連休)
U R L: <http://www.rengedo.jp/>

美味しいうなぎでみんなを元気に ～西村川魚店～

JR新長田駅から徒歩5分、アスタくにづか3番館地下1階に持ち帰り専門の西村川魚店があります。店頭立つと香ばしい香りと赤ちょうちんの「うなぎ」の文字がひときわ目立ちます。調理場と店頭とは、仕切りがないので、調理を間近で見ることができます。

素材と味へのこだわりはもちろん、社長とアルバイトの方の顔写真入りのチラシや、地元の有名パン屋さんとのコラボ商品「うなぎパン」など、様々な仕掛けでうなぎの美味しさとお店を知っていただく工夫が特徴です。



調理を間近で見ることができる店頭

美味しいうなぎを知ってもらいたい

西村川魚店は、1962年に代表取締役西村大輔氏の祖父が、現在の店から300mほど離れた「丸五市場」で創業されました。1994年12月に「丸は市場」に支店を出店しましたが、翌年1月の阪神淡路大震災で被災、「丸は市場」の跡地に開発された「アスタくにづか3番館」の現在の地下1階で営業しています。株式会社化をきっかけに、父から事業承継し、西村大輔氏が代表取締役に就任しました。



鰻の蒲焼と白焼きのハーフ&ハーフ丼
1,800円

商品へのこだわりは、創業当時から変わりません。鹿児島県志布志の名水百選に選ばれた水で育てられた、生まれて1年前後のうなぎを調理するその日に捌きます。そして毎朝仕込むあっさりしたタレでうなぎの味を最大限に引き出します。鰻丼のお米は京丹後の特Aこしひかりを使用。

企業の接待や会議用の予約注文が多いことから同店のうなぎの質の高さがわかります。

知っていただくことの大切さ

美味しさは食べていただければわかっていただくことができますが、食べていただくためには、お店を知って購入していただくことが大切です。

祖父の代からバスに広告を出すなどPRの取り組みは行っており、創業以来50年、地域の方にはほとんど知っていただいていると思っていました。しかし、西村社長は百貨店の催事への出店をきっかけに、改めて広告宣伝にコストをかける意味と効果を知ることになりました。百貨店の催事への出店は多くのお客さんに知っていただくきっかけになり、催事後にお店を訪れるお客さんが増えました。百貨店の催事にはコストがかかります。持ち帰り専門店である同店にとって、遠方からの来店も大切ですが頻繁に購入していただく地域のお客さんに知っていただくことも大切です。百貨店の催事の出店にかかるコストやチラシ、DMにかかるコストを計画的に投資することで、多くの方に知っていただき、購入された方には同店を思い出していただくことで、お客さんを増やすことが可能です。



百貨店催事のお知らせDM

西村川魚店の広告宣伝の取り組み

広告の工夫 1

はっぴで宅配、話題になる見た目でアピール

チラシには、はっぴ姿でコミカルなポーズの西村氏とアルバイトの方の写真が掲載されています。「出前」ではなく「宅配」の文字がぴったりで、気軽に頼むことができそうです。「元気になる食材」という共通点から精肉店とのコラボでチラシを配布したこともあります。たくさんあるチラシの中から、読んでいただくことができるチラシをと、常に考えています。



宅配キャンペーンチラシ

広告の工夫 2

ロコミを生むコラボ商品「うなぎパン」

同店はうなぎだけでも多くのマスコミに取り上げられるほどのお店ですが、さらに地元の有名なベーカリーとのコラボで期間限定の「うなぎパン」を開発しました。コラボ商品は商品そのものに話題性があるだけでなく、それぞれの店舗のお客さんにお互いのお店をアピールすることができます。



ベーカリーとのコラボ「うなぎパン」チラシ

広告の工夫 3

顧客管理で費用対効果の高いDM発送

チラシやDMをタイミングよく、購入していただけるお客さんに届けることで費用対効果の高い広告宣伝が可能です。同店では宅配やスタンプカードの履歴を顧客情報として蓄積し、DM発送に活用しています。DMによって売り込んだ後は、その反応率をしっかりと計測することで、「イキている顧客情報」として最新に保っています。

広告の工夫 4

地域イベントの開催

同店は地下1階に立地しているため、立ち寄っていただくためのイベントも企画しています。子どもが仕事を体験できる「こども市場」等のイベントを周りのお店と共に開催し、にぎわいを創出する取り組みも積極的に行っています。



「アスタ夏のこども市場」の風景

どれくらいのコストをかければ、利益として回収することができるのか、正解はありませんが、顧客情報や過去の売上履歴等の分析に加え、時には経営者の経験や勘も駆使しつつ、広告宣伝費の効果を予測した上で投資することが必要です。

地域の方に同店を知っていただくことは、美味しいうなぎで地域の方を元気にするきっかけになります。西村川魚店はこれからも新しい取り組み、話題提供で地域を元気にするお店であり続けることでしょう。

(ADU(株) 宇田 名保美)



店 名: 株式会社 西村川魚店

住 所: 神戸市長田区久保町5-1-1
アスタくにづか3番館内006-2

電話・FAX: 078-612-3980

代表取締役: 西村 大輔

営業時間: 10:00~20:00

定休日: なし

URL: <http://nishimura-unagi.com/>

商店街が推進する助けあい「宮之阪サポーター制度」 ～宮之阪中央商店街～（大阪府枚方市）

大阪府の京阪電車枚方市駅で乗り換えてひと駅、宮之阪駅を降りると、そこからなんと約1,000mの長さで宮之阪中央商店街が伸びています。180軒あまりのお店や事務所を擁する大きな商店街です。

ここでは七夕伝説にちなんだ七夕まつりをはじめ、100円商店街やまちゼミ、夕市など、意欲的に多様な取り組みがなされていましたが、2016年から新たにコミュニティづくりとして地域の人たちが助けあう「みやサポ」事業を開始しました。その経緯や内容について、高瀬理事長と永濱副理事長にお話を伺いました。



枚方市宮之阪から禁野本町にのびる約1,000mの宮之阪中央商店街

必要とされる商店街になるために

この地域では全国チェーンの店や大型商業施設が次々出店してきています。そんな中で商店街が生き残るためには、さらなる取り組みが必要であるという問題意識がありました。

方向性として考えたのは、価格やモノだけでなく、人のつながりによって商売をしていくということでした。ただ「モノ」を売るだけでなく、地域の人が必要とする「コト」を提供して、商店街がなくてはならない場所になるのです。これはとても手がかかるため、短期的な採算を重視する大手にはできません。それが商店街の人間力があってこそできる、生き残る道であると考えました。

そしておおさか地域創造ファンドの認定をうけ、地域の人のニーズに応えられる商店街になるための方法を模索しはじめました。3年のプロジェクトののち、この2月にスタートしたのがみやサポ事業です。



地域のコミュニティを育てる3つのしくみ

みやサポ事業は次の3つをうまく組み合わせることで成り立っています。地域の人の助けあいの輪をつくることを狙った、地域支援事業です。

①宮之阪サポートセンター「チカラのみせ処、宮ノサポ」

みやサポを実行し、コミュニティを育成する場としてつくられたコミュニティスペースです。空き店舗を利用して開設しました。キッチンやテーブルのある1階と、靴を脱いでくつろげる2階のスペースがあり、それぞれレンタルスペースとして安価で借りることができます。またふらりと立ち寄って休憩できる、オープンなコミュニティスペースにもなっています。



チカラのみせ処、宮ノサポ 外観



2階のスペース

②助けあい制度「宮之阪サポーター制度」

買い物の代行や庭の手入れ、商店街のイベント手伝いなど、ちょっと助けて欲しいときに、登録しているサポ

ターにお願いすることができる制度です。あくまで助けあいなので、料金などは一切決まっておらず、感謝の気持ちはふれi(愛)チケットを渡すことで示します。

③感謝の気持ちを伝える商品券「宮之阪ふれi(愛)チケット」

サポートセンターで購入することができ、商店街のお店で使える金券です。金券のため、現金では少し渡しにくいちょっとしたお手伝いのお礼のほか、子どもや学生にイベントを手伝ってもらったお礼などにも使いやすくなっています。



できないことは人に頼む ～地域団体との連携～

実は取り組みをはじめたとき、当初は何をどう進めれば目的が達成できるのか分からず、出口が見えない思いをしました。そこではじめたのが、地域の団体との連携です。行政や商工会議所、社会福祉協議会、地域包括支援センター、市民活動支援センター、関連NPOなど、様々な団体を招いて定期的に会議をし、地域の課題やその解決方法を探っていくことでみやサポ事業の企画が生まれたのです。

みやサポ事業はまだはじまったばかりで一般の利用は多くありませんが、地域の団体の力は運営においても活かされています。サポートセンターは市民活動支援センターが行うボランティアガイド講



「チカラのみせ処、宮ノサポ」の改装にも参加した関西外大ボランティアサークル「ひまわり」のみなさん

座や地域包括支援センターが行う認知症サポートキャラバン、大学生のボランティア団体による母の日イベントなどに活用しながら認知を高め、一般の方の利用を少しずつ増やしています。登録サポーターも、地域の団体が団体登録しているほか、話を聞いた地域の方が登録しはじめています。またサポートセンターは、事務所を探している団体に常駐してもらい、人件費をかけずに運営する体制も作りました。

一般に新しい事業は認知が高まるまでなかなか利用が進まないことが多いものですが、様々な団体と連携

することで活用にはずみをつけ、一般の人に浸透させていく、という方法は秀逸といえるでしょう。

一方的に団体に協力をお願いするのではなく、団体のニーズに応え、相互にメリットのある形で一緒に事業を進めるといった姿勢がこのような体制を実現させました。

既存事業のテコ入れも、 さらなる新規事業も

他にも、夕市やまちゼミなどの既存事業の改善のために、毎月地域の人の意見を聞く会議も開いています。今までのやり方では、地域の人たちに十分に事業の内容や魅力が伝わっていなかったことが分かり、告知方法を工夫したところ、参加者がどんどん増えるようになりました。

また、サポートセンターは日時限定でチャレンジショップとして開業準備中の人々がテスト販売をすることができますが、さらにそれを推し進め、借り上げた空きスペースを区切って開業者にサブリースし、開業を支援することも計画中です。

新たな事業を立ちあげても、既存事業も大切に育て、さらにまた新たな課題に取り組むというエネルギーな宮之阪中央商店街。これも地域の力を上手に集約する手腕のおかげでしょう。今後の展開も楽しみです。

(PLAN-C 箕作 千佐子)



理事長の高瀬 巖さん(左)と副理事長の永濱 旭さん(右)

宮之阪中央商店街振興組合

住 所：大阪府枚方市宮之阪1-20-4

電 話：072-848-4298

理事長：高瀬 巖

U R L:

<http://www.eonet.ne.jp/~miyanosaka/>

お店拜見

「お客さんのために」「地域のために」を大切にする店 ～すてーき食堂 A-CHI-CHI～



アットホームな雰囲気でご気軽に入りやすい入口

阪急清荒神駅から清荒神市場を抜けると、清荒神清澄寺に向かう参道につながります。参道沿いには佃煮店や和菓子店、民芸品店などが建ち並び、天気の良い日は参拝客で賑わいます。一方、清荒神市場はというと、飲食店が多いこともあり昼間はシャッターを閉めたままの店も多く、少し寂しい印象です。

この市場から参道に抜ける一角に、「すてーき食堂A-CHI-CHI」があります。当センターの「商店街新規出店・開業等支援事業」を利用して昨年12月5日にオープンしました。徐々にお客さんが増えてくれればいいな、という店主の期待を大いに裏切り、オープン当初から大勢の人が押し寄せてきています。またその波及効果で、最近では清荒神市場までもが活気を取り戻し始めているそうです。店主の長岡俊大氏にお話を伺いました。



駅前にある清荒神市場

「お客さんのために」がモットー

「ここは、お客さんを楽しませるお店なんです」と長岡さんはおっしゃいます。こだわりのお肉を1枚ずつ鉄板で焼き上げる本格的なステーキハウスですが、敷居の高さを全く感じさせません。その理由は、ガラス張りの店内、あたたかい色合いの内装、遊び心のあ



「お客様に喜んでいただきたいと思います」と店主の長岡さん

るインテリア、「だいちゃん」とニックネームが大きく入ったコック帽など、気軽に入れるアットホームさを演出しているためです。

肩肘張らずにリラックスしてしっかり味わってほしいとの思いからステーキは調理後一口大にカットした状態でお出しし、お箸で食べていただくスタイルを

とっています。それも、ただカットするだけではありません。性別や年齢、その人の様子から察しをつけて、大きめサイズ、小さめサイズなど1人1人に合わせた食べやすさにカットするのだそうです。

カットしたことで大きなお肉の塊がドンと出てくるという見た目の楽しみが減ってしまう分は、迫力満点の大きな木製のプレートに乗せて提供することでしっかりカバーしています。このように、お客さんの「美味しさ」「楽しさ」「食べやすさ」のすべてを追求した長岡さんならではのスタイルは、お客さんにとっても喜ばれています。

お客さんの声に素直に耳を傾ける

「お客さんのために」を追求する長岡さんの取り組みは、提供時のスタイルだけではなく、1人1人が食べている様子を見て「少し大きすぎたかな?」「あの方にとってはこの部位は少し硬かったかな?」などと感じると、ストレートに声をかけるそうです。そこで少し大きいと言われればもう一度切り直すなど、満足して帰って頂くための努力を惜しみません。自分で納得いくものを出したのだからそれでいいというのではなく、常にお客さんの声に耳を傾け、素直に受け入れることでお客さんが一層喜ぶものを提供



特選ステーキランチ110gには、このほか最初に野菜のスープ、最後に珈琲又は紅茶がついて1,380円です。

したいというのが長岡さんの信条です。

また同店は参道沿いにあることから、高齢のお客さんが多いのも特徴の一つです。赤身肉を独自の製法で熟成させているため肉質が柔らかく、味わい深いことから

高齢の方にも好評で、最初は「もう量は食べられないの」「小さくしてもらわないと…」と言っていた方も、食べているうちに「もっとちょうだい」「大きくても食べられるわ」と言うようになるのだとか。「背中をかがめて入ってきたご老人が、帰りにはシャキッとしているように見えるんです」長岡さんがこの仕事をやっていてほんとうに良かったと思う瞬間なのだそうです。

人と人のつながりが開店の力に

A-CHI-CHIを始めるまで、長岡さんは2駅隣の中山観音駅近くにあるパフォーマンスステーキ店に約25年間勤めていました。社長が他界され閉店したのを機に、自分で店をやってみようと考えはしたものの、本当にできるのかどうか迷っていました。その頃、たまたま清荒神のギャラリーに知人を訪ねてやってきた際に、空き物件になっていたこの場所を見つけ「あ、この場所なら自分でやれる!」と直感で感じたそうです。というのも、パフォーマンスの最大の見せ場であるお肉から火がポツと燃え上がる様子と、清荒神という火の神様に向かって登っていくこの場所がリンクしたからとのこと。

話が決まるとすぐに相談にのってくれたのが清荒神市場の八百屋さんでした。人を紹介してくれたり、様々なアドバイスをくれたりと力を貸してくれ、オープン時には市場の皆で大きな花束までプレゼントしてくれました。外から来た自分になぜここまでしてくれるのかと思いましたが、実は前に勤めていたステーキ店の社長がボランティアでこの地域にいろいろな貢献をしており、そのため皆が好意的に迎えてくれたのだと後から知ったそうです。また、オープン時には以前勤めていた店のお客さんたちも大勢押しかけてくれました。「多くの人の助けがあつてこそオープンできました。感謝の気持ちでいっぱいです。次はこちらが恩返しをしなければ」と、長岡さん

は笑顔で語ります。

感謝の気持ちで地域に活気を

A-CHI-CHIができたことで市場の一角に賑わいができ、参道から市場に足を踏み入れる人も増えて市場の中に活気が戻りつつあります。A-CHI-CHIによる地域への恩返し効果は既に生まれているようです。

取材時はオープンしてまだ4ヶ月でしたが、ランチタイムは多い時には3回転するほどの賑わいぶりだそうです。感謝の気持ちを忘れず「お客さんのために」「地域のために」を常に考える長岡さんの姿勢が、人を引き寄せるのでしょうか。今後も清荒神にちなんだ商品開発など周囲を楽しませる取り組みを考えているとのこと、ますます地域に活気を与えてくれそうです。

(reface 中村 佳織)



店 名: **すてーき食堂**
A-CHI-CHI(あちち)

住 所: 宝塚市清荒神1丁目11-1

電 話: 0797-86-1777

店 主: 長岡 俊大

営業時間: 11:00~15:00(L.O.14:00)
17:00~22:00(L.O.21:00)

定 休 日: 水曜日

URL: https://www.facebook.com/すてーき食堂-A-chi-chi-1057062591011639/timeline?ref=page_internal



★ オープンしました ★

(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
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3店舗が開店しましたのでご紹介いたします!

- 店舗名 アトリエ カフェ キャスト
Atelier café CAST
- 商店街・小売市場名 小林活性会(宝塚市光明町)
- 開業日 平成28年3月31日

★お店の自慢ポイント

「彫金という仕事を知ってほしい」との思いから誕生した工房併設のカフェです。
オリジナルのブレンドコーヒーや丹波の農家から卸している有機野菜を使用した
こだわりのカフェメニューの提供と、彫金工房の見学や体験教室、作家達のアク
セサリーを販売しています。



- 店舗名 コモド
マタニティサロン Comodo
- 商店街・小売市場名 萩原台タウンショップ商人会(川西市萩原台西)
- 開業日 平成28年5月6日

★お店の自慢ポイント

妊婦整体や産後骨盤矯正で、産前産後のママの心と体のケアをお手伝いしてい
ます。マタニティ期からはじまり、産後、更年期とステージの変わり目の方やマタ
ニティを目指される段階の方も対象です。
施術中は、コモド専属の保育士による託児サービスがあります。



- 店舗名 そしゅうちゃしょく とつかあん
蘇州茶食 桃花庵
- 商店街・小売市場名 垂水センター街2丁目会(神戸市垂水区)
- 開業日 平成28年5月9日

★お店の自慢ポイント

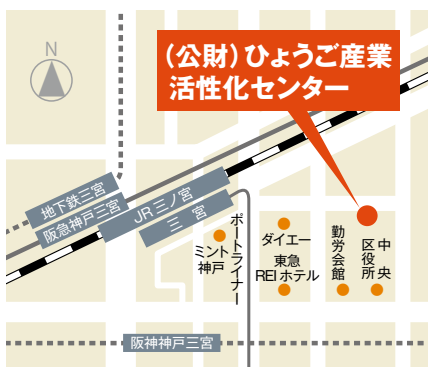
日本では珍しい中国蘇州の本場の点心が楽しめます。焼き小籠包ともいえる「生煎
(センチン)饅頭」とひき肉をパイ生地で包んだ「蘇州肉月餅」が看板メニューです。
現地より調達した中国茶は定期的に入れ替えを行っており、茶器の急須や湯呑み
も中国から取り寄せたものです。



商店街や小売市場の空き店舗で新たに店を出る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

休業日/土・日・祝祭日・年末年始