商業情報満載

あ・き・な・い

商ひょうご

2017.3
vol.137

商店街・市場探訪
自前の寄席「七福座」で、お客さまを笑顔に! ～西二階町商店街～

商売繁盛の裏ワザ
お客さん目線とスタッフの働きやすさを追求する ～パソコンのお医者さん～

トピックス in ひょうご
但馬の企業が世界を目指します ～PATISSERIE CAFE KATASHIMA～

トピックス in 全国版
個性的な空き店舗対策で商店街を活性化 ～御田町商店街(長野県下諏訪町)～

お店拝見
佐用町のソウルフード ホルモン焼きうどんを全国に ～ふじ～

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

自前の寄席「七福座」で、お客さまを笑顔に!

～西二階町商店街～

かつて、参勤交代の行列が通る道の周りに、二階建ての建物はご法度だったそうです。しかし、そんな道沿いにあって、姫路城下でそこだけ、特別に二階建ての建物を作ることを許されていた場所があります。それが、今の西二階町商店街があるエリア。そんな古い歴史に由来する名前がついた商店街で、自前の寄席を使ったユニークな取り組みによる活性化へのチャレンジが始まっています。

西二階町商店街の歴史

JR姫路駅から北西へ徒歩約10分の場所にある西二階町商店街。元々は、1515年に開かれた本徳寺という由緒あるお寺の門前通りとして栄えてきました。

江戸時代の初めの頃、西二階町商店街の一本北の筋に西国街道が通っていました。それが、姫路城のお堀の改修工事が始まることとなり、その影響で、西国街道が一本南の筋、つまり現在の西二階町商店街があるところに付け替えられることになりました。

西国街道といえば、姫路以西の諸大名の多くが参勤交代の際に必ず通る大通りです。当然、大名が宿泊する本陣をはじめたくさんの商家が立ち並ぶようになり、大いに賑わうようになりました。

商店街の特徴と時代の流れ

西二階町商店街の特徴は、日本の古き時代からの商品を扱うお店が多いことです。例えば、呉服屋、履物屋、和菓子屋、染物屋などが昔から数多く軒を連ねています。また、古き良き日本の風習に関するお店もたくさんあります。例えば、結納用品を扱うお店や人形店などです。逆に、鮮魚店や惣菜屋といった日用使いのお店はほとんどありません。

これは、武家屋敷などが立ち並んだ城下町に寄り添う商店街という背景からだったのでしょう。こうした店を目当てに、昭和の初めから高度経済成長期にかけて、商店街は買い物客で溢れていました。

けれど、核家族化が進み、周辺にマンションが立ち並ぶようになると人々のライフスタイルも変わってゆきました。その結果、西二階町商店街は年配の人にはよく知られているが若い人には知名度が低い商店街になってゆき、だんだん人通りが少なくなっていきました。

商店街の様子

商店街の中に寄席を作ろう!

そんな状況を何とか改善しようと、商店街ではこれまで数多くの取り組みに注力してきました。

まず始めたのが勉強会です。これはもう25年ほど続いていて、年に2回、外部から講師を招くなどして「どうしたらかつての賑わいを取り戻せるだろうか」といった議論を続けていました。

そんなある時、姫路市から中心市街地活性化法を活用して商店街の中に集客施設を作りませんかという話がありました。2009年のことです。ちょうど、理事会や勉強会でもホールのような施設が欲しいという意見が度々出ていたことから、すぐにこの話を進めることになりました。

まず考えなければいけないことは、どのような集客施設にするかですが、この点はすぐに意見がまとまりました。3代目桂米朝さんが姫路市出身であることなどから、かねてより落語をテーマにした取り組みが何かできないか、という声が多くあったためです。

こうして「商店街の中に寄席を作ろう!」という大きな目標ができました。

動き出した建設計画と、たくさんの笑顔

その活動を中心になって進めたのが、垣内睦彦理事長(当時は専務理事)です。他の理事と一緒に国の補助金申請や大阪の「天満天神繁昌亭」への視察、上方落語協会への協力要請など、精力的な活動を続け「七福座」が商店街の中に出来上がりました。

場所は、箪笥屋の跡地を利用しました。また「七福座」という名前は、明治時代に西二階町には七人の有志の出資により作られた「七福座」という演芸場があった事に由来します。上方落語協会の全面的な支援のもと、毎月一回、同協会に所属する一流の噺家さんに来演してもらえることも決まりました。

そうして迎えた柿落しは、2009年11月18日。当初、50席を用意していたのですが、事前広報の甲斐あって70人ほどのお客さんが入ってくださいました。さらに、翌年1月の第3回公演では定員数を大きく超える132人が詰めかけてくださったのです。

今では、一流の噺家さんの公演の際には毎回200人以上のお客さんが詰めかけてくださいます。これまでに、桂文福さん、桂あやめさん、笑福亭枝鶴さんなどの著名な方も来演しています。少しでも多くの人に楽しんでもらえるように、午前と午後の2部制にしているのですが、チケットは寄席当日の早い時間にいつも完売します。

七福座の外観

満員御礼となった七福座

開設当初の「1万人のお客さんに笑いをお届けしたい」という思いは、2014年9月の公演で達成されました。

他の日にも頻繁に、プロの落語家の自主開催による寄席やアマチュアの落語会が開催されています。また落語だけでなく、さまざまな楽しいイベントが日替わりのように開催されていて、七福座は姫路の新しい名所になりつつあります。

新しい商店街を夢見て

こうした取り組みのおかげで、現在はいつもなにか賑やかなことがある商店街というイメージに変わりつつあります。

絵本館での読み聞かせの様子

また、七福寄席の入場券の提示で特典をうけられる協賛店をお知らせすることで、お店へのお客さんも増えてきています。

キャンドル・ナイト

垣内さんに、今後の抱負をお尋ねしたところ、「今は落語がすべてなので、これからは新しい活動や展開を考えて、もっとたくさんの人に訪ねてもらえる商店街にしたい」という言葉をいただきました。

そして少しずつ、そうした活動を形にした子供向けイベントである「夢市七福座」や、子供向けの絵本1,000冊をそろえた「七福座絵本館」、冬の夜を様々な美しいキャンドルで彩る「キャンドル・ナイト」など様々なイベントが開催されてきています。

こうした新しいチャレンジが、さらなるお客さんを呼び、商店街の発展につながっていくのではないでしょうか。

(OCSコンサルティング　伊藤 康雄)

右から垣内理事長、北野さん、水鳥さん、田村さん。

西二階町商店街振興組合

住　所:姫路市西二階町85番地(七福座)
電　話:079-224-6341
理事長:垣内 睦彦
創　立:1985年
組合員:71店舗
ＵＲＬ:https://www.nishinikaimachi.com/

お客さん目線とスタッフの働きやすさを追求する ～パソコンのお医者さん～

商売繁盛

高砂市の山陽曽根駅から徒歩5分、ごく普通の住宅地に「パソコンのお医者さん」はあります。オフィス街でもないこの場所で集客ができるのだろうか?と思いながらお店を訪れると、そんな疑問はよそに次から次へと相談のお客さんが来られ、あっという間にお店はいっぱいになってしまいました。社長の稲澤康博氏に、商売繁盛の秘訣を伺ってきました。

国道250号線沿いの古民家を改装して開業したパソコンのお医者さん

すべては「お客さん目線」から

同店が住宅地ながら十分な集客ができている理由は「徹底したお客さん目線」にあります。

ポイント1 改善に改善を重ねお客さんに響くチラシを追求

稲澤氏が18年前に出張専門のパソコン修理サービスを開始した際、まず新聞折り込みチラシで宣伝をしました。しかし5,000枚配布して、お客さんはたった3人だったそうです。反応率が低いと、チラシという手段ではダメなのか?と考えがちですが、稲澤氏は「チラシの内容が悪くお客さんに伝わらなかったんだな」と考えます。そして、表現を変えてみよう、色を変えてみよう、と次々新しいチラシを作っては配り、作っては配り、を繰り返します。その数は30パターン近くにも及びます。お客さんの反応を計測しながら改良を続けた結果、1年目に13人だったお客さんの数は3年目には130人にまで増えました。

「①文字を少なくする②相手の困っていることに触れる③写真を使う」などが反応率を上げるコツだそうです。

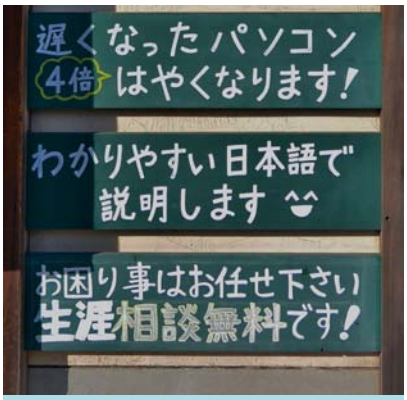
チラシ内容の変化

手書きイラスト⇒文字情報がたくさん⇒サービスの流れを図式化⇒気になるポイントを解りやすく解説

ポイント2 お客さんが安心して入れるお店づくり

お客さんの数が300人を超えた頃、現在の店舗を構えました。パソコンの冷たいイメージを払拭するために、木造の古い民家を選んで改装し、格子のガラス窓からは中の様子をうかがうことができるようにしました。入り口には暖簾をかけてまるでお茶屋さんのようなあたたかい雰囲気を醸し出して、気軽に入りやすくしています。

店頭の黒板の表記は「そのパソコン、直せばまだまだ使えますよ」「遅くなったパソコン4倍はやくなります」などだれが見てもわかる内容で、難しいパソコン用語は一切でてきません。これならパソコンに詳しくないお客さんも安心できます。その成果あって、お客さんの約9割が個人客で、70代以上の高齢者も多く訪れています。



看板はわかりやすい言葉で書かれています。

お店の外観だけでなく、接客においても同様です。稲澤氏は、パソコン専門店などの店員が専門用語で当たり前のように説明することにずっと違和感を感じていました。そこで「わかりやすい日本語で説明する」をモットーに接客をしようと、接客担当をすべてパソコン知識の豊富なサービスエンジニアからパソコンに決して詳しくはない主婦に切り

替えました。これにより、お客さんと同じ目線、同じ言葉で会話ができるようになりました。「お客様に必要なものは知識ではなく安心」なのだそうです。

事務的でなく相談しやすい雰囲気があります。

吹き抜けで開放感のある店内

売れる仕組みは社長がつくる

同店で接客をする主婦たちは、過去に営業経験があるわけでもなく、パソコンに詳しいわけでもありませんが、「速度が速くなる記憶装置」などパソコン内部に取り付ける商品などをどんどん販売してくれています。

ポイント1 誰もが売れる仕組みをつくる

スタッフの販売力の高さは、稲澤氏のつくる「売れる仕組み」にあります。数あるパソコン関連品の中から、稲澤さんは単に自分の目利きで商品を選ぶだけではありません。実際にお客さんに色々紹介してみたうえで、8割ほどの人が欲しいという商品のみを選定します。そして、どういう言葉で、どんな内容で、どういう順番で説明するとお客さんは理解し興味を持つのかを試しながら、「売れるセールストーク」を組み立てます。そして完成した商品説明をわかりやすいパンフレットに落とし込み、スタッフに説明の仕方を教えるのです。こうすることで、販売経験のないスタッフでもどんどん商品を売ることができるのです。スタッフは売る楽しさに目覚め、ノルマなどなくても積極的に商品を販売するようになっていくそうです。

ポイント2 スタッフの働きやすさを重視

稲澤氏はスタッフにしっかり成果を出してもらうには、楽しく働いてもらうことが一番であり、そのためには働きやすい環境づくりが重要と考えています。

同店のスタッフは7名いますが、1名の男性技術者を除き、全員が子育て中もしくは家族を介護中の女性です。かつて稲澤氏の奥様が、まだ幼い子供が熱を出した時にはいつも勤務先に謝りながら電話しているのを聞き、これではいけない、女性が子育てしながらも働きやすい環境を作らねばと思い、「女性のワークライフバランス」を一層重視するようになりました。

そのため、出勤時間は午前中だけ、2時間だけ、など自由に選べるようにし、子供や介護中の両親に何かあった時は仕事よりもそちらを優先してもらっています。半年前に入社したある女性は、祖母の介護のためまだ30日しか出勤できていませんが、できるだけ自宅で仕事ができるような環境を整えています。

とはいえ勤務時間が短いと仕事を覚えるのに時間がかかるという問題も出てきますが、仕事に必要な情報を整理し、システム上で全員がいつでも見られるようにすることでカバーしています。

稲澤氏は「利益を追求するだけではなく、働きたい意欲のあるお母さんたちが輝ける場を作る」ことをご自身の使命の一つとして考えています。2店舗目の出店計画も進んでおり、ますます主婦が輝ける場が広がっていきそうです。

（株式会社リフェイス　中村 佳織）

コミュニケーションを大事にしていますと社長の稲澤氏。

店　名：**パソコンのお医者さん**
住　所：高砂市曽根町2239-7
電　話：079-448-8855
代表取締役：稲澤 康博
営業時間：9:30～18:00
定休日：土・日曜日・祝日
ＵＲＬ：http://www.soramimist.com/

トピックス in ひょうご

但馬の企業が世界を目指します
～ PATISSERIE CAFE KATASHIMA ～

兵庫県北部、京都府北部にケーキ店4店舗とレストラン1店を持つ「PATISSERIE　CAFE　KATASHIMA」の養父本店は、国道312号線（山陰道）と国道9号線（八鹿バイパス）入口の三叉路角地にあります。斬新なデザインの建物は、玄関周りはガラススクリーンで、洋菓子売場と併設しているカフェも見通しが良く明るく解放感があるお洒落なお店で、この地域のランドマークとなっています。

今回は、但馬という一地方の洋菓子店が日本を代表する企業として世界を目指す、職人コンビの取り組みを紹介いたします。

三叉路にある養父本店は、この地域のランドマークです。

お客様から愛される地域一番店として基盤をしっかり築く

1960年菓子製造販売業として「片島成好堂」を開設し、1970年に現在地に喫茶併設洋菓子店の1号店「洋菓子・喫茶カタシマ」をオープンしました。そして3代目に当たる現社長の廣氏氏がフランス料理の職人として、常務の津崎氏が洋菓子の職人として入社してからは、「我々は技術（接客・製菓・調理）の向上に励み、お客様から愛される地域一番店をめざし、社会の食文化に貢献します。」という経営理念に基づき、店舗展開や人材育成、商品開発に取り組んできました。

カタシマ全店の地図（カタシマHPより）

例えば、店舗展開では1988年に豊岡店、1991年に福知山店、1992年レストラン&ウェディングの店「ラ・リビエール」を出店し、2000年の八鹿バイパス開設後は現在の養父本店となる「PATISSERIE　CAFE　KATASHIMA　本店」のリニューアルオープン、「本社菓子工房」移転を経て、丹波店出店と次々と店舗をオープンしました。また出店戦略をみると、各店舗は商圏が被らないように、しかし地域に根差すため、本社から車での移動時間1時間以内に限定して店舗展開を行ってきました。その結果、但馬丹波地区では認知度№1の洋菓子店となっています。さらに、都会的なセンスあふれる店舗デザインにより、この地域でひときわ目を引く存在となっています。

プロフェッショナル組織を目指して

同社は商品製造技術力の裏付けとなる業界資格取得に前向きに取り組むことで、プロフェッショナル組織を目指しており、製菓衛生師、調理師、西洋料理専門調理師などの国家資格だけでなく、菓子の販売員資格ヴァンドゥーズ、ソムリエ、西洋料理テーブルマナー講師、コーヒーインストラクター、ラッピングコーディネーターなど洋菓子の製造販売や喫茶飲食に関連する資格を持った従業員が在籍しています。彼らは知識や技術を習得する

「菓子・料理食べ歩き研修会」の様子

だけでなく、資格を持つことで食材や商品開発、サービスの提供に対する責任を持つプロフェッショナルへと成長しています。年に1回の研修旅行では、その地域の有名店を1日巡る「菓子・料理食べ歩き研修会」を行うなど、「田舎にありながらも、どこにでも通用するものを」という思いで、プロならではの商品開発や素材選びを実践しています。

地域と企業と職人のコラボによる商品開発

同社では、様々な地域食材・地域資源を活用した商品が数多く製造販売されています。地域の店ごとのオリジナル商品は以前から販売はしていましたが、売上に大きく貢献するようになったのは6年ほど前からです。そのきっかけとなったのは、ヨーロッパ伝統のXmas菓子シュトーレンを、天然の熟成庫といわれる生野銀山の坑道で熟成させたらどんな味わいに変化するだろうと考えたことです。生野銀山の協力を得て、坑道内熟成にチャレンジし生まれたのが『生野銀山蔵出しシュトーレン』です。しっとりとした出来上がりで、以前は100本売れるかどうかであったシュトーレンが、600本販売のヒット商品となり、今では「蔵出し式」として生野地域のイベントにもなっています。この成功が地域資源を活用したヒット商品の開発販売の始まりだそうです。

生野銀山の坑道にて3ヶ月間熟成させた『生野銀山蔵出しシュトーレン』

氷ノ山どぶろくのジェラート『どぶロック』

さらに翌年には、養父市がどぶろく特区の認定を受けていたことから、菓子職人とレストラン職人がコンビを組み、〈どぶろく〉を使用した子供でも食べられるノンアルコールのジェラート『どぶロック』を開発しました。また【ひょうご農商工連携ファンド】(平成26年認定)を活用し、地域ブランド山椒の〈朝倉山椒〉を使った『朝倉山椒タプナード』、但馬のブランド米〈コウノトリ育むお米〉の米粉100%を使用したグルテンフリーのカステラ『メシテラ』の開発販売に次々と成功しました。各お店の季節限定ものも含め、今では20種類以上の地域資源を活用した独創的な菓子類が製造販売されています。

コウノトリ育むお米でつくった『メシテラ』

メイドイン日本の田舎力を海外へ

2015年には「カタシマ豊岡店」店内にカタシマの地域資源活用商品を集めたアンテナショップ『ロカヴォール』*をオープンさせ、魅力あふれるオリジナルスイーツを販売しています。また海外への販路拡大に向け、「ミラノ万博国際博覧会」やロンドンで行われた「スペシャリティ&ファインフードフェア」に日本の伝統工芸〈豊岡の柳行李〉など地域資源を使ったカタシマオリジナル商品を出展し、高い評価を受けました。特に欧米では「グルテンフリー」「ベジタリアン」などに対応する付加価値の高い商品需要が高いことから、今年3月には小麦粉の微粉などが一切混入しない菓子工場を稼働させ、本物のグルテンフリー商品での海外展開を目指しています。

ロンドンやミラノで出展の様子

『メシテラ』を豊岡の柳行李を使った器で出展

*注釈:『ロカヴォール』とは「地元産のものを食べる人」の意味を持つ造語。

(ユタカ経営　南山 豊)

代表取締役の
廣氏 良致氏(左)と
常務取締役の
津崎 泰男氏(右)

店　名:**PATISSERIE CAFE KATASHIMA**
(カタシマ株式会社)
住　所:(養父本店)養父市上野1156-1
電　話:079-664-0351
代表取締役:廣氏 良致
営業時間:9:00～20:00
定休日:不定休
U R L:http://www.katashima.co.jp/

トピックス in 全国版

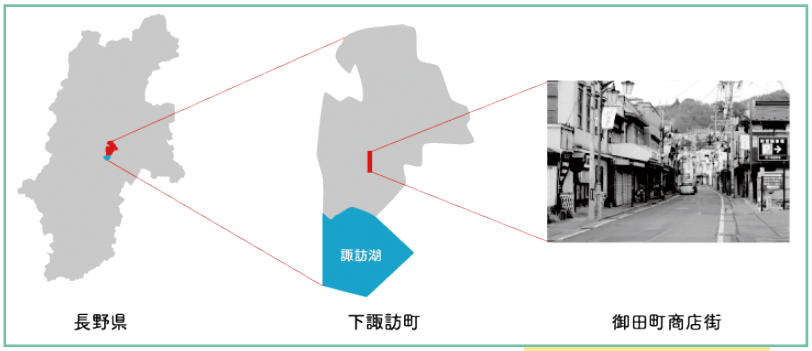
個性的な空き店舗対策で商店街を活性化
～御田町商店街（長野県下諏訪町）～

御田町（みたまち）商店街は長野県のほぼ中央にある諏訪湖の北岸にある人口約2万人の下諏訪町にある商店街です。近くには御柱祭りで著名な諏訪大社下社があります。JR下諏訪駅からは徒歩5～6分、店舗数は30軒余りの近隣型商店街です。

下諏訪町は明治の製糸業、戦後の精密機械工業の発展により栄え、それとともに商店街も繁栄しました。しかし近年、人口減少や工場の移転、消費者の購買行動の変化等により商店街に空き店舗が目立つようになっていました。

そのような中、商店街のおかみさんと住民が商業活性化グループを立ち上げ、個性的な空き店舗対策の取り組みで成果を挙げました。

この取り組みは、平成25年の経済産業省「がんばる商店街30選」にも選ばれています。



御田町商店街のHPより

取り組みの経緯

ことの始まりは2002年に当時の町長が立ち上げた「下諏訪町はってん100人委員会」です。委員会のメンバー募集は公募であり、誰でも参加できるものでした。そこに手を挙げたのが、その後の活動の中心的な役割を担うこととなる原雅廣氏でした。

専務理事の原雅廣氏

多くのグループがある中で、原氏が参加したのが商業活性化グループでした。グループは5人ほどのメンバーでしたが、ここに「みたまちおかみさん会」の人が2名いたのです。また、「商業者だけの集まりではマンネリでいいアイデアがでてこない」と製造業のメーカーに勤める一般人の原氏にリーダーを依頼したのです。初めの頃、会合では口頭での意見交換を行うだけで、整理があまり行われていませんでした。ここに原氏が企業などで取り組まれている業務管理のための書式や手法（議事録や5W1Hなど）を持ち込んだのです。それにより話の方向づけができるようになりました。

当時の商店街の課題は空き店舗でした。この解決策として出てきたのが、「空き店舗への工房誘致」です。これは、同地の儀象堂という時計博物館の体験型の工房に、リピーターが多く訪れていることがヒントになりました。

併せて、活動を整理するためにコンセプトを以下のようにまとめました。また、それをグループ名として具現化することとし、「匠の町しもすわあきないプロジェクト（2005年にNPO化）」と改名しました。それにより活動の方向性を共有できるようになりました。

下諏訪の20世紀は製造業が産業の中心と言っても過言ではありませんでした。

先の50年間においては製糸業、その後の50年間は時計・カメラ・オルゴールといった精密機械工業で栄えてきました。

（中略）

当プロジェクトは、私たちが50年近く精密で培ったこの〔『匠』=オンリーワン技術〕をベースに、ヨーロッパのような職人、マイスターが集う工房街をつくることを目指します。そして私たちは、本当の意味でのブランドづくりを通じて、工業ばかりでなく、様々な業種の『匠』を育て、住まうことで、将来的に本当の賑やかな街を

取り戻せればと考えています。
「匠の町しもすわあきないプロジェクト」HPより

小さな取り組みから始まった空き店舗対策

最初はカメラ屋さんのお客さんが機織りを紹介する場所（お店）を探しているという話から始まりました。しかしすぐさま、場所とお金（改装費）の問題にぶつかったのです。会合を重ねるなかで出てきた結論は「あるものを使う」ということです。

そこで、元々おかみさん会が使っていたお店を日曜大工好きのパン屋さんの力を借りて、手作りで改装しました。素人作業でしたが、実際に新しいお店ができたことで周りの空気が変わりました。ここで学んだことは「形で見せることの大切さ」です。

すみれ洋裁店の看板と内装

続いて県の補助金活用の話が舞い込み、より規模の大きな店舗で拠点づくりも兼ねようと店舗兼事務所として家具屋さん跡を改造、「匠ぷらっとSHOP」としてオープンしました。さらに日本装飾美術学校との連携・協力から企画が始まり、より大きな施設に26の工房が集まっての2日間のイベントへとつながりました。

この頃から商店街への工房の誘致が本格化します。1軒目は「すみれ洋裁店」です。お店を探しているとの情報がおかみさん会からのネットワークで入ってきました。店舗の改装は補助制度を活用しつつも基本的には、あるものを使いながらの手作りです。また、レトロモダンの風情を活かすために屋号までも旧店舗のものを活用するというユニークな手法をとっています。

2軒目は日本装飾美術学校の卒業生などによるガラス工房店です。このお店は学校の先生のサポートを受けたもので、ある意味実験的なものでした。一方で、商店街が起業者を支援するという機能を認識させるものともなりました。

このような取り組みが次第に話題となり、2011年には空き店舗がゼロになります。結果的に2014年までの間で延べ35店が開業しました（うち13店は移転・廃業）。

この取り組みから、首都圏にパイロット形式のショップを出店し各工房の作品の展示と販売を行う「御田町スタイル」へと発展しました。店舗（工房）だけでなく町（地域）もブランド化しようというものであり、御田町であることの価値を広めようというものです。

御田町スタイルの会場風景

御田町スタイルは2011年の秋葉原から始まり、吉祥寺、六本木と続き、現在もBiDA展と形態を変え、「作り手」と「使い手」をつなげる場を作っています。

御田町の活動のポイント

- **受容性**・・・商業に工業という違う視点・発想（他者）を入れ、それを商店街が受け入れた。
- **ネットワークは口コミ**・・・募集は広報ではなく口コミでの紹介を基本とした。「良い人はまた、良い人を紹介してくれる」というスタンス。
- **おかみさん会の力**・・・開業者の大きな不安は受け入れてもらえるかということ。これをおかみさん会が支えた。
- **空き店舗対策はプロセス**・・・持続性をどう維持するかが課題。事業はあくまでも手段。

さらなる発展

匠の町しもすわあきないプロジェクトはプラットホームとして、NPO事業やまちづくり事業、イベント事業、観光事業、コミュニティ事業などの取り組みを支え、つないでいます。ここでのスタンスは自律分散とこの指とまれ方式です。

その後もさまざまな人たちが関わり、新たな事業が生まれています。「あるものを活かして、できることをできる人から始める」という精神が、これらの活動の根底に息づいているようです。

（コンサルティング・パートナー“AUBE”　志賀 公治）

NPO 法人　匠の町
しもすわあきないプロジェクト
住　　所：長野県諏訪郡下諏訪町御田町
専務理事：原 雅廣
U　R　L：http://mitamachi.com/

お店拝見

佐用町のソウルフード
ホルモン焼きうどんを全国に ～ふじ～

学生にも人気の「ふじ」

JR姫新線佐用駅から徒歩10分、179号線（出雲街道）の西側、佐用川の近くに「ホルモンうどん・鉄板焼　ふじ」があります。

ローマ字で書かれた「Horumon」、「Teppanyaki」の間に「ふじ」ロゴマークの看板は、カフェのような外観で地元の高校生が学校帰りに立ち寄るホルモン焼きうどんのお店です。

居心地のいいホルモン焼きうどん店づくり

経営者である北村広樹氏は、佐用駅前の焼き鳥「時代屋」を1994年に創業しました。2009年の台風9号の豪雨による洪水の影響で廃業する店舗が増加したことから、2012年、若者が創業するお手本となる店舗を目指し、ホルモン焼きうどんの店「ふじ」を開店しました（当センターの「商店街新規出店・開業等支援事業助成金」を利用）。全国の方に佐用町のホルモン焼きうどんを知っていただくために、ホームページや

経営者の北村氏（左）と店長の藤木氏（右）

Facebookページ（@34horumonudon）で情報発信しています。店名の「ふじ」の由来である店長の藤木章生氏を中心にスタッフは「ホスピタリティ・フレンドリー」をモットーに居心地のいい接客を心がけています。

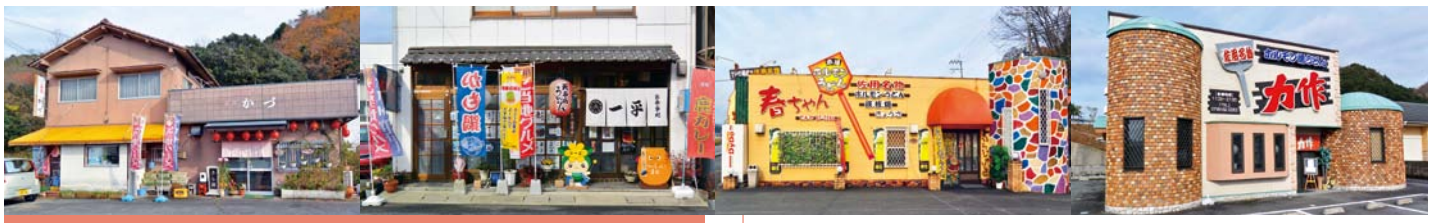
多くのホルモン焼きうどん店がある佐用町内で、適量で適正な価格のホルモン焼きうどんを気持ちのいい接客と落ち着ける空間で提供する同店には、地元や町外のリピート客の他にインターネットを通じて来られる新規のお客さんが多く来店されます。ホルモン焼きうどん店としてはめずらしい個室では、小さなお子さま連れのお客さんも安心してご利用いただくことができます。休日にはお待ちいただくことが多いのですが、30～40台が駐車可能な駐車場の車内でお待ちいただき、お席の準備が整ったら車までお知らせに行くようにしています。

子ども連れでも安心の個室テーブル席

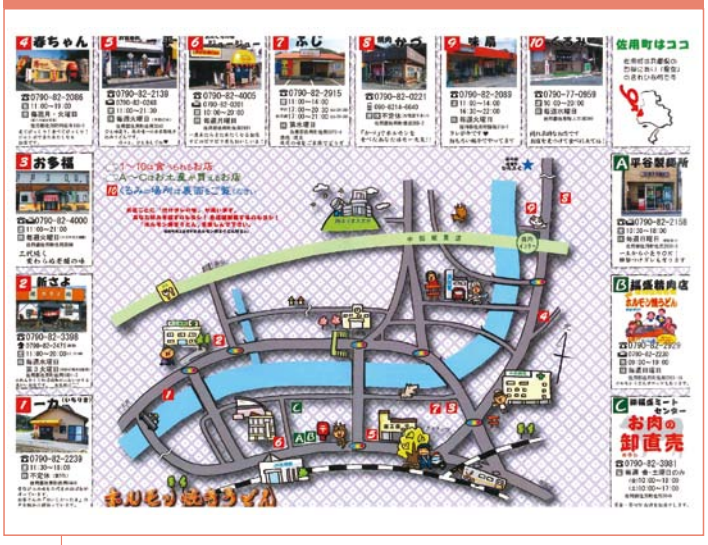
地元の方にも観光客にも満足していただける店に

戦後、佐用町内に牛せり市場と食肉解体所があり、食料難の時に内臓肉（ホルモン）をうどんと野菜を一緒に焼いて食べたのがホルモン焼きうどんの始まりです。数種のホルモンと野菜、うどんにだし汁を加えて焼き、付けダレで食べます。佐用町で育った方にとって、ホルモン焼きうどんはソウルフードであり、北村氏自身も子どもの頃から通ったお店の味は今でも食べたくなるそうです。地元の製麺所のうどんと精肉店のホルモンを利用するため素材はほとんどのお店で共通です。そのため、各店独自のだし汁と付けダレで味が決まります。ほとんどのお店で付けダレは2種類用意

付けダレは2種類。ふじでは、甘口の味噌と醤油です。にんにくと柚子はお好みで。



近隣のホルモン焼うどん店の店舗写真とマップ



されており、お客さんの好みで1種類のみ、または2種類をブレンドし、自分の味でいただきます。

「ふじ」のホルモン焼きうどんは、観光客にも地元の方にも満足していただくことができる味です。地元の方はホルモン焼うどんをお酒のアテとして食べられる方が多く、にんにくがタレに含まれている場合が多いのですが、ふじでは観光客向けにはにんにくはタレとは別に提供し、お客さんの好みにあわせて食べていただくことができるようにしています。

ホルモン焼きうどんの他に「日替わりランチ(750円)」や「エビフライランチ(980円)」などのランチメニューも充実しているため、地元の方がホルモン焼きうどん以外の昼食を食べたい時やホルモンが苦手な方がいるグループにも好評です。

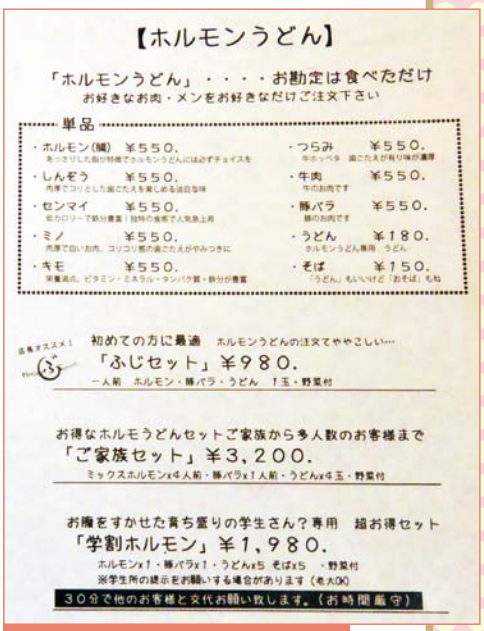
ホルモン焼きうどん

日替わりランチ 750円

「学割ホルモン」で ファストフードホルモン焼きうどん

初めての方に最適と記載されている「ふじセット(980円)」「ご家族セット(3,200円)」などのセットメニューの他に「ホルモン(腸)550円」「しんぞう550円」「うどん180円」「そば150円」など単品でホルモンやうどんの量を選ぶことができるメニューがあります。それぞれのホルモンの特徴が説明されており、初めての観光客も、こだわりがある地元のお客さんも好みのホルモン焼きうどんを注文することができます。

さらに学生専用メニュー「学割ホルモン」は、ホルモン、豚バラが1人前にうどんとそばが各5玉ずつ、野菜付です。1玉を1人前と計算すると10名分。一人200円程度でホルモン焼きうどんをおやつとして食べることができます。30分の時間制限はありますが、お腹をすかせた学生が友達と一緒に立ち寄るファストフード店としての利用も多いそうです。



【ホルモンうどん】

「ホルモンうどん」・・・・お勘定は食べただけ
お好きなお肉・メンをお好きなだけご注文下さい

単品

・ホルモン(腸)	¥550.	・つらみ	¥550.
・しんぞう	¥550.	・牛肉	¥550.
・センマイ	¥550.	・豚バラ	¥550.
・ミノ	¥550.	・うどん	¥180.
・キモ	¥550.	・そば	¥150.

初めての方に最適　ホルモンうどんの注文でややこしい…
「ふじセット」¥980.
一人前　ホルモン・豚バラ・うどん　1玉・野菜付

お得なホルモうどんセットご家族から多人数のお客様まで
「ご家族セット」¥3,200.
ミックスホルモンx4人前・豚バラx1人前・うどんx4玉・野菜付

お腹をすかせた育ち盛りの学生さん？専用　超お得セット
「学割ホルモン」¥1,980.
ホルモンx1・豚バラx1・うどんx5　そばx5　・野菜付
※学生所の提示をお願いする場合があります(老大OK)

30分で他のお客様と交代お願い致します。(お時間厳守)

ホルモンうどんのメニュー表

交通アクセスは便利とは言えませんが、「ホルモン焼きうどん」や「南光ひまわり畑」、「しか肉料理」など観光目的で来られるお客さんが増加している佐用町。多くのホルモン焼きうどんのお店の中でも素材や味だけではなく、接客や居心地の良さ等、常にお客さんの立場にたって工夫し続ける同店は、地元の味、観光客がリピートしたくなるお店として今後もお客さんを増やすことでしょう。

(ADU(株)　宇田 名保美)

店　　名：**ホルモンうどん・鉄板焼 ふじ**
住　　所：佐用郡佐用町佐用3073-4
電話/FAX：0790-82-2915
代表取締役：北村 広樹
営業時間：11:00～14:00
　　17:00～20:30(L.O.20:00)
定 休 日：水曜日
U　R　L：http://horumon-udon.com/

★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。
現在、女性及び40歳未満の男性の開業者を特に支援しております。
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　**Ratuna(ラトゥーナ)** 美容室
●商店街・小売市場名　塚口商店街振興組合
●住　所　尼崎市塚口本町1丁目16番15号マルヒメビル1階
●電　話　06-7713-0597
●開業日　平成29年1月5日

★お店の自慢ポイント
丁寧なカウンセリングから仕上げまで、お客様にリラックスして頂ける空間作りを心がけています。お客様の笑顔のために、髪や頭皮、体のことも考え選び抜いた優しい薬剤を豊富に揃え、ナチュラルな美を引き出します。

●店舗名　**Walz(ワルツ)** 革・帆布製品の製造小売店
●商店街・小売市場名　元町6丁目商店街振興組合
●住　所　神戸市中央区元町通6丁目5−12
●電　話　078-381-6919
●開業日　平成29年1月20日

★お店の自慢ポイント
神戸のライフスタイルに合ったものづくりをコンセプトに、サイクリングシューズやショルダーバッグなど、「自転車」に特化した革・帆布製品を取り扱う。素材から縫製まで国産にこだわり、神戸らしい商品を企画する。当店の向かいには、革小物(財布・名刺入れ等)を製造販売する「STUDIO KIICHI(ｽﾀｼﾞｵｷｲﾁ)」も営業している。

●店舗名　**Ailes Ballet School(エイル バレエ スクール)** バレエ教室
●商店街・小売市場名　小林商栄会
●住　所　宝塚市小林2丁目12−22−2階
●電　話　080-4019-0320
●開業日　平成29年2月1日

★お店の自慢ポイント
バレエを通して美しい心と身体、豊かな人間性を育みます。初心者から経験者までレベルに合わせて丁寧に指導いたします。クラシックバレエの経済的・労力的な保護者の負担を減らし、幅広い家庭の子どもが続けられる教室を目指します。

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。

▶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

●移転のため、平成29年3月21日から連絡先が変更になります。
【新住所】〒650-0044 神戸市中央区東川崎町1丁目8番4号
神戸市産業振興センター2階
TEL 078-977-9116　FAX 078-977-9119

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

発行／公益財団法人ひょうご産業活性化センター　２０１７年３月発行