

あきない

商ひようご

2018.1
vol.
140



商店街・市場探訪

観光資源を生かし、地域とともに
盛り上がりをもせる商店街

～山崎町連合商店街(宍粟市)～

商売繁盛の裏ワザ

商品開発とプロモーションで和菓子需要を創る

～御菓子司 開進堂～

トピックス in ひようご

大規模イベントの成功で街を活性化

～春日野道商店街～

トピックス in 全国版

“しあわせ創造笑店街”ができるまで!

～京都・宇治橋通り商店街～

お店拝見

120年を超える老舗鮮魚店の新たな挑戦

～活魚なみき～

商店街・市場

探訪

観光資源を生かし、地域とともに
盛り上がりをもせる商店街

～山崎町連合商店街(宍粟市)～

宍粟(しろう)市は兵庫県の中西部に位置し、北は鳥取県、西は岡山県に接しています。市南部に位置する山崎町は、山陽と山陰を結ぶ街道の結節点として古くから発展してきました。黒田官兵衛が宍粟郡を与えられ山崎城主になったことに始まり、江戸時代には本多家山崎藩の城下町としてより一層の発展を遂げました。また、揖保川が流れていることから水運が栄え、商都として発展したことにより商店街が形成されてきました。

しかし他地域同様、人口減少と少子高齢化が進んだことと、ショッピングセンターや量販店の出店により、商店街は沈滞していました。そのような中、若手が始めた活性化の取り組みが成果を上げつつあります。



きっかけは観光客の取り込み

山崎町には環境省の「かおり風景100選」に選ばれた大歳神社の千年藤や最上山のもみじなどがあります。藤まつりは5月の連休に、もみじ祭りは11月の後半に行われ、毎年それぞれ3万人弱の人が訪れています。しかし、観光客は駐車場と目的地を往復するだけでした。

山崎町には6つの商店街がありますが、日曜日は定休日として大半のお店が休業していました。歳末大売り出し等のイベントはすでに行われておらず組合は形骸化し、隣の商店街の役員が誰かもわからないような状況にありました。

これを憂えたのが、6商店街のうちの1つ山田商店街の坂口雅彦会長です。シーズンには多くの観光客が来訪するものの、潤っているのは駐車場と目的地の道沿いにあるごく一部の店舗のみで、その通りか



現在のもみじ祭りのチラシには、同時開催のイベントがたくさん掲載されています。

ら外れている商店街にはほとんど人が訪れなかったのです。

そこで坂口氏は、人の流れを商店街に取り込もうと“軒先市”を観光協会に企画提案し、もみじ祭りの協賛イベントとしてチラシに掲載してもらい、観光客に配布したのです。参加店はすべて坂口氏が声がけして募り2014年に25店舗でスタートした取り組みです。



商店街の様子

ワンコインフェスタに発展させ、定例化

この取り組みを継続させようと2015年に6つの商店街組織をひとつにまとめて、会員数が100店舗近い山崎町連合商店街を立ち上げました。

これは1商店街では店舗も若手も少ない



地図と店舗が掲載されているワンコインフェスタのチラシ



ワンコインフェスタ当日の様子

が、まとめれば店舗数が増え、企画運営の核となる若手も7~8人になると考えたからです。これにより、若手による実行委員会を組織し、軒先市を“ワンコインフェスタ”に発展させました。

ワンコインフェスタは100円商店街のアレンジ版で、各店舗や逸品を知ってもらおうと100円、500円のワンコインで商品やサービスを提供するものです。店舗を回ってもらおうとスタンプラリーを同時に行っていますが、そこでのアンケートによると「まち歩きができた」「商店街があることを知った」などの声が集まっています。また、参加店のアンケートでも「人通りはだいぶ増えてきた」「全商店街に人が流れだしている」「ワンコイン商品が売れ始めた」等の声があり、商業者も効果を実感しているようです。

さらに中心市街地活性化委員会創設にも参画

山崎町は城下町として形成されたことから商店街の通りは広くなく、路地も多い町割りとなっています。また、古い町家が多く残っています。そのことから、同様の取り組みで著名な篠山市から専門家を招き、勉強会を行いました。

そこでのアドバイスにより、2016年4月に実行委員会のメンバーを核とした山崎中心市街地活性化委員会を設立しました。現在は、30~40歳代を中心に商店街内外のボランティア60名が参加しています。具体的には、地酒部会、町家再生部会、歴史観光部会、食の部会、イベント部会と5つの部会を立ち上げ、取り組みを進めています。

これにより、もみじ祭りに合わせた酒蔵・町家あるきイベント“ハイカラ通りフェスタ”や神戸の元町4丁目商店街でのマルシェイベントを実施、また中断していた“土曜夜店”も、有志により10年ぶりに復活させています。また、これらの活動に呼応するように着物



ハイカラ通りフェスタのチラシ

専門店がショッピングセンターから商店街に拠点を戻したり、食堂が常時営業を再開させたりするなどの動きが出ています。

ワンコインフェスタ開催期間中、空き店舗を活用したチャレンジショップに出店してもらうことから、期間終了後に5~10件の出店問い合わせがあります。中心市街地活性化委員会では、この流れから空き店舗への新規出店につながるための体制の整備も積極的に進めています。



商店街内の空き店舗でチャレンジショップを開いている様子

今後の課題と展望

今後は、イベントの盛り上がりを平日に拡大する方法と資金面での自立が課題となっています。そのため、歴史観光部会によるまち歩きイベントの開催頻度を高めることを検討しています。

一般的に考えるとアクセスが良くなく、中山間地域に取り残されたという印象が強い地域ですが、かえて開発があまり進まず、地域の宝ともいえる多くの観光資源が残っています。地域と商店街のさらなる活性化のためにもその活用が期待がかかります。

(コンサルティング・パートナー“AUBE” 志賀 公治)



山田商店街の会長で山崎町連合商店街副理事長の坂口 雅彦氏(53才)

山崎町連合商店街

本町通商店街・中央通商店街・山田町商店街東組・山田町商店街西組・東和通商店街・山田商店街

住 所：宍粟市山崎町山崎205

(宍粟市商工会内)

電 話：0790-62-2365

理事長：大前 一夫

商品開発とプロモーションで 和菓子需要を創る

～御菓子司 開進堂～

中国自動車道東条インターチェンジから車で5分、天神商店街にある「御菓子司 開進堂」は1916年から続く老舗和菓子店です。

開進堂は、「感動を与える」「地域と歩む」「和の心」をモットーに代表取締役で3代目の藤原常隆氏が主に和菓子職人として、4代目の藤原史弥氏が主に新商品開発と営業を担当しています。朝から製造する生菓子は、和菓子のお客様のプロである茶道教室にも採用されています。

商売繁盛



「御菓子司 開進堂」

ポイント1

素材と顧客ニーズ、ネーミングにこだわる商品開発

地元農家のぶどうを使った『水まんじゅう』や山の芋を100%使用した『上用まんじゅう』、山田錦を使用した『酒まんじゅう』等、地域の異業種と連携した地元食材を素材にしています。また、沖縄産黒砂糖等の身体にいい砂糖を用い、天然色素を利用している無添加の和菓子です。

素材にこだわるだけでなく、お客様ニーズを重視した商品開発を心がけています。洋菓子に慣れているお客様に対して、まず、洋菓子に近いスイーツ和菓子から和菓子を知っていただけるように、チョコをコーティングした苺大福や小麦アレルギー等をお持ちのお客様向けにケーキ風の和菓子を提供する等の新商品開発も行っています。

また、お客様に同店の和菓子であることを知っていただくために、『どらやき』や『田舎饅頭』といった一般名称ではなく、『べっちょない』『ほのぼの』『斗竜』等の方言や食べた時の気持ち、地域の名所等を商品名にしています。



チョコレートをコーティングした苺大福

商品名の工夫(例)				
べっちょない…120円 (播州弁で「問題ない」を意味する)	ほのぼの…120円	斗竜…108円	いっぶく…85円	よろしく…120円
切り刻んだ栗の入った甘さ控えめのどら焼き	クッキー生地の和菓子	加東市の闘竜灘をイメージした焼き菓子	田舎饅頭	甘味のあるおせんべいに餡をはさんだお菓子



ポイント2

プロモーションでお店と和菓子のファンづくり

和菓子に興味を持ってもらうことを目的として、普段は和菓子を選ぶことの少ないお子様や外国人の方を対象にショッピングセンターや地域の公民館等で和菓子教室を定期的に行っています。クリスマス時期にはサンタクロースやツリーの形の生菓子づくりにチャレンジする等、遊び感覚で和菓子づくりを体験することで様々な色や形のお菓子ができることに感動していただいています。

また今年1月、2号店をショッピングセンターに出店し、県内各所の道の駅等でも日和団子(北播磨の地しろうゆを使用したみたらし団子・1本100円)を販売する計画です。

これまでのようにお店で待っているだけの商売ではなく、お店を飛び出しさらに多くの方に同店と和菓子の魅力を知ってもらうための工夫をしています。



和菓子づくり教室の参加により、楽しく和菓子に親しめます。

ポイント3

こだわりと地域情報を発信するインターネット活用

同店ではホームページとソーシャルメディアを利用して、和菓子へのこだわりと地域情報を発信しています。ソーシャルメディアとは、特別なソフトウェアを用意せずに、情報発信することができるインターネット上のサービスです。お客様とのコミュニケーションが可能で基本的に無料で利用可能です。

Facebook、Twitter、Instagramを利用しており、FacebookページやInstagramはコンテンツをホームページに表示することで、ホームページの更新作業に手間をかけずに季節の和菓子や地域情報等のリアルタイムな情報発信が可能です。

ソーシャルメディアを利用することにより、規模の大きくないお店でも、その魅力を発信しお店のファンを増やすことができます。

御菓子司 開進堂のソーシャルメディア活用事例

●Facebookページ

Facebookアカウントは規約により、個人名での登録が必要ですが、個人が管理する事業や法人、商品等のFacebookページを作成することが可能です。

御菓子司開進堂のFacebookページは
<https://www.facebook.com/wagasiya/>
 商品紹介やイベントについて投稿しています。



●Twitter

投稿は140文字以内、写真等も投稿可能です。リアルタイムな情報を発信することが多いWEBサイト(ツール)です。

御菓子司開進堂のTwitterアカウントは@hyogo_wagasi
 「お店の情報、商品紹介、加東市付近の宣伝」をツイート(投稿)しています。



●Instagram

写真や動画を共有するWEBサイト(ツール)です。

御菓子司開進堂のアカウントはokashitukasa.kaishindo
 「ホッとできるような」和菓子の写真を投稿しています。



このように「御菓子司 開進堂」は、顧客ニーズを重視した新商品の開発と様々なプロモーション手法により、従来のお客さんにも新しいお客さんにも親しまれるお店を志しています。

(ADU(株) 宇田 名保美)



(左から)3代目の藤原常隆氏と4代目の史弥氏

店名：御菓子司 開進堂

住所：兵庫県加東市天神355

電話/FAX：079-547-0027

代表：藤原 常隆

設立：1916年6月

営業時間：8:00～19:00

定休日：不定休

URL:<http://www.wa-kaishindo.com/>

大規模イベントの成功で街を活性化 ～春日野道商店街～

神戸の中心街である神戸三宮駅から東へ一駅、阪急春日野道駅と阪神春日野道駅をまっすぐ南北につないでいるのが、春日野道商店街です。アーケードもあって雨の日も便利です。

好立地ともいえる商店街ですが、近隣の大手工場の移転や、店主の高齢化でイベントもマンネリ化するなど、活気が失われているという問題がありました。そんな中、若手の有志メンバーが一発発起して大規模イベントに取り組み、多くのお客さんを集めることに成功しました。成果を認められ、今年度から理事長に就任した松井文隆氏と、副理事長かつ事業部長である立川(たつかわ)泰三氏にお話をお伺いしました。



活を取り戻した
「春日野道商店街」

若手有志による活性化会議

はじめは、神戸市の「商店街・市場『応援隊』事業」での支援が受けられることを知った松井氏が、2014年に応援隊とともに発足した活性化会議でした。公募で集まったメンバーは、若手有志7名でした。ここでは、新たなイベントとして、飲食店の中で音楽を演奏する「春日野道ふれあいサウンドフェスタ」が企画されました。参加者は飲食代のみ



春日野道商店街と隣接する三番街は、アーケードで続いており共催でイベントをしています。

で様々な演者の演奏を楽しむことができます。すでに7回開催されており、2017年5月に開催された第7回サウンドフェスタでは、出演者は20グループ以上にもなりました。
※すべてのイベントは隣接の春日野道商店街三番街協同組合との共催となっています。

子育て応援イベントに1万人を動員

次に企画されたのが、「子育て応援! かすがのみち わくわくメッセ」です。近隣には保育所が多く、有名な産婦人科

もあり、子育て中の世帯が増えてきていると松井氏が感じていたことがきっかけです。松井氏は保育所を経営しているということもあり、保育所スタッフの力を借り、ノウハウを生かしながらイベントを運営しました。

わくわくメッセは、食べ歩きができる食品の屋台やスーパーボールすくいなどの縁日、布小物やスライムなどの手作り体験などを子供と一緒に楽しむことができるイベントで、なんと1万人もの人が参加する人気イベントとなりました。

縁日などでガラポン抽選券を配布し、商店街で使える期間限定の金券を高確率で当たるようにしました。この金券の回収率が9割以上であったことから、来街者数を増やす効果があったことが明らかです。さらにわくわくメッセを初めて開催してからわずか1年のうちに、商店街に新たに



わくわくメッセでは、子供も大人も楽しめます。

7軒もの出店者があったという効果もありました。

そのような活動が評価され、今年度の理事改選を機に、松井氏や立川氏を含む若手4名が理事長と副理事長を務めることになりました。

男女それぞれ100名が参加した街コン

2017年10月1日には新たなイベントとして、「街コン」を開催しました。街で男女が健全に出会うことができるイベントです。参加者は事前申し込みをして、男性6,000円、女性4,000円の参加費用を支払います。貸し切りにした飲食店13軒にくじで分かれて入り、飲食をしながら男女2対



2017年10月1日(日)に行われたKasugano Meets(カスガノミーツ) vol.1には、男女とも100人以上の参加があり、大盛況でした。

2のテーブルで会話を楽します。一定時間で席やお店をシャッフルすることで、様々な相手と話す機会がもてるという仕組みになっています。

このイベントでは、立川氏が今まで個人的に友人などを中心に婚活支援をしてきた経験を生かすことができました。結果、当初目標であった男女それぞれ100名を超える参加者を集めることができ、大盛況に終わりました。参加者や参加店舗からも、ぜひまたやりたいというアンケート結果が返ってきています。

すでに街コンを運営している阪急伊丹駅前ひがし商店街と連絡を密にとり、アドバイスを受けたことも、成功のひとつの要因であったものと思われます。

商店主どうしの温度差を乗り越えて

次々とイベントを成功させてきた若手メンバーですが、道のりは必ずしも平坦とはいえませんでした。中でも、商店街活動に関する店主間の温度差が大きいことには苦戦を強いられました。一部の店主の中には商店街活動にはあまり前向きではない人もいるようで、騒がしいなどの理由でイベントに反対する声も聞こえたそうです。またイベントの運営には多大な労力が必要ですが、みな忙しいため足並みがそろわず、特定のメンバーに極端に負担がかかってしまうという状況も大きな課題となっています。

ただそれだけの負担をしても、自分の強みを生かしながら商店街に貢献しようとするメンバーがいることは、春日野道商店街の大きな財産であるといえます。今後は、もっと人間関係を深めていき、みんなで盛り上げられる商店街を作っていきたくと語っていただきました。このような若手メンバーの熱心さが周囲の心を動かし、一丸となって活性化に取り組める日も近いのではないのでしょうか。

(PLAN-C 箕作(きさく) 千佐子)



(左から)副理事長でKasugano Meetsを企画した立川泰三氏(33才)、保育所を経営している理事長の松井文隆氏(44才)、副理事長の岡西俊明氏(52才)

春日野道商店街振興組合

住 所：神戸市中央区脇浜町3丁目5-19

電 話：078-221-5458

理事長：松井 文隆

設 立：1963年

組合員：75店舗

U R L：<http://kasuganomichi.com/>

“しあわせ創造笑店街”ができるまで！ ～京都・宇治橋通り商店街～

多くの商店街では、まずたくさんのお客さんに来てもらうことに着目し、そのための様々な集客方法を考えていると思います。しかし、宇治橋通り商店街の場合は少し違ったアプローチからスタートしました。それは、最初に商店街のコンセプトを決めたことです。コンセプトとは、いわば「基幹となる考え方」のこと。宇治橋通り商店街は、そのコンセプトを「笑顔あふれる、しあわせ創造笑店街」としました。そんな“笑店街”ができるまでを見てみましょう。



宇治橋通り商店街の風景

宇治橋通り商店街 加盟店マップ



商店街を取り巻く状況

宇治橋通り商店街は、JR宇治駅のやや西から宇治川にかかる宇治橋のたもとまでの約750mの間に、およそ90店舗を擁しています。

近くには世界遺産の平等院があることから、近年ではインバウンド客も増えています。

そんな商店街の歴史は、室町時代までさかのぼることができます。その頃から、この地には茶商がたくさん集まっていたのです。おそらく、それがきっかけとなって他の品々を扱う商店も軒を連ねるようになっていったのでしょう。さらに高度経済成長の時代には大きな工場が近くにできたため、周辺に若い労働者がたくさん住むようになりました。その結果、商店街にも多くの人が集まるようになり、1960年代頃には2軒の映画館を含めて約130店舗が集まっていたそうです。

現理事長の自社での取り組み

現理事長の佐脇至さんが経営する「家具のサワキ」は、今年で創業71年となる家具店です。昭和の頃には工場で働く人をはじめとする多くのお客さんが、家族の成長に合わせて机やベッドなどの家具を買って来ていまし

た。しかし、高度経済成長の終焉とともに工場の操業度が低下して、労働者の数が激減しました。加えて、少子高齢化が進み家具店は窮地に陥りました。そんな中、2003年に事業承継した佐脇さんは、どのように売上を伸ばしていくかを真剣に考えました。その時に会ったのが、マーケティング・コンサルタントである小阪裕司氏の著書「惚れるしくみがお店を変える」でした。早速、同氏の考え方を店づくりに取り入れた佐脇さんはその後、何年もかけて、先代社長の時とは全く違う形の家具店を作り上げました。店頭にある一枚の不思議な看板がその一例です。「こんな看板ひとつにも、誘客のための大切なメッセージを込めているんです」と、佐脇さん。

努力の甲斐あって売上が伸びたことはもちろん、その取り組みが新聞やテレビで取り上げられるようになっていきました。

“CanVas” (キャンバス) と商店街の連携

そんな佐脇さんに組合の理事長就任の打診があったのが、2013年のことでした。自社の店づくりに取り組む過程でポジティブ思考が身についていた佐脇さんはすぐにこれを受諾し、活動をスタートさせます。そして「しあわせ創造笑店街」というコンセプトを掲げ、笑顔が溢れる商店街、ワクワクする商店街づくりを目指し始めます。

そのために取り組んだことのひとつが、京都文教大学の学生との連携強化です。実は2004年から観光地域デザ



店頭に立つ佐脇さん(54歳)



“CanVas”メンバーの打合せ風景

インコースの学生たちと商店街のイベント開催などで交流があったのですが、佐脇さんが就任する頃には活動が下火になりかけていました。けれど、類は友を呼ぶといべきか、佐脇さんが理事長に

就任して間もなくある学生が「もっと商店街と真剣に向き合いたい」という声を上げてくれました。そうして出来たのが「商店街活性化隊 しあわせ工房“CanVas”（キャンパス）」です。“CanVas”は、同大学の“地域連携学生プロジェクト”に正式に認可された団体として、2014年2月に8人のメンバーでスタートしました。そこから佐脇さんたち商店街と“CanVas”との共同で、数多くの企画が生み出されるようになります。

例えば、「クラフトビール夜市」は、毎年8月の土曜日に、一部を歩行者天国にした商店街をビアホールに見立て、日本各地のクラフトビールを楽しんでもらおうというイベント。“CanVas”のメンバーは、親がビールを飲んでいる間、その子供たち向けのお店を企画運営したりしています。



クラフトビール夜市のチラシ

また、中でもユニークなのは、“CanVas”が発案して始まった「宇治ロゲイニング」です。このイベントは、あらかじめ商店街の中の風景や人物を幾つかチェックポイントとして決めておき、それらを写真に撮って小さな冊子にまとめておきます。参加者は、商店街の中を探索しながらチェックポイントを見つけて同じものをケータイで撮影すると、ポイント獲得です。商店街の中をくまなく歩いたり店の中にどんどん入っていったりするので、商店街のことがよくわかるようになります。その結果、店主との会話が増えた、リピート客となって戻ってきてもらった、といった効果がありました。



宇治ロゲイニングの様子

コンセプトが生んだ関係

このように、斬新な企画を提案してくれたり、現場で一緒に笑顔を振りまきながら汗を流してくれたりする“CanVas”の存在は、佐脇さんと商店街にとって今や欠かせないものになっています。

一方、学生たちにとっても、宇治橋通り商店街での体験は何物にも代えがたいものになっているようです。

“CanVas”代表の兼井茜さんは「地域の人達とのつながりができたことが嬉しいです。そして何より、大学の授業で学習したことをすぐに実践できるし、それがうまくいったときの達成感というものを学ぶことができました!」と、目を輝かせて話してくれました。

その言葉を受けて佐脇さんも「商店街というフィールドを生かしてもっともっと彼らに成長してほしいと思っているし、それが間違いなく私たち店主たちの成長にもつながっているんです」と語ってくれました。

8人のメンバーでスタートした“CanVas”は、今や47人にまで増えています。それと比例するように、宇治橋通り商店街には賑わいが増えていきました。

「笑顔あふれる、しあわせ創造笑店街」というコンセプトを掲げたことがそのすべての始まりだったのですが、宇治橋通り商店街や“CanVas”のメンバーたちは、これからもその旗を高く掲げて進み続けてくれるでしょう。

(OCSコンサルティング 伊藤 康雄)



インタビューに答える兼井さん



商店街で活動する時の“CanVas”のはっぴを着た兼井さんと宇治橋通り商店街の佐脇理事長

宇治橋通り商店街振興組合

住 所：京都府宇治市宇治壱番 65-5

電話番号：0774-21-2285

理事長：佐脇 至

組合員：61 店舗

URL：http://www.ujibashi.jp/

商店街活性化隊 しあわせ工房 CanVas (京都文教大学 地域連携学生プロジェクト)

代 表：兼井 茜 (20 才)

URL：https://www.facebook.com/ujicanvas/

お店拜見

120年を超える老舗鮮魚店の新たな挑戦 ～活魚なみき～

「活魚なみき」は、創業120年以上の歴史を持つ老舗鮮魚店です。2016年9月10日、4代目店主の並木栄二さんは、元町6丁目商店街に当センターの「商店街新規出店・開業等支援事業」を利用して出店しました。140年を超える元町商店街の歴史の中で、記録に残る範囲では初めての鮮魚店です。

外観は落ち着いた和風の佇まいで、店主を含め総勢10人で鮮魚と総菜の対面販売の店舗として、新たな地で新たな挑戦を始めています。



商店街からも水槽が見える店頭

なぜ、元町商店街に鮮魚店？

「活魚なみき」は神戸市兵庫区の稲荷市場で商いを行って来ました。市場の衰退により多くの店舗が撤退していく中、周囲からの要望で青果を扱うようになりましたが、専門外のため思い通りにいかず試行錯誤していました。そんな時、パートの女性から神戸市北



アンテナショップ「北播磨おいしんぼ館」と隣接しています。

区の淡河(おうご)の農家を紹介され、さらに、三木の農家とのつながりもできるなど、各農家の方々との親交が深まる中、元町6丁目商店街にある「北播磨おいしんぼ館」を紹介されました。そして、店長さんとの話の中で隣の空店舗で開業したらと誘われました。ちょうどこの時期、稲荷市場の再開発計画が進み、新たな開業地を探しているところでした。元町商店街の周辺環境は、以前に比べ近隣に高層マンションが数棟建ち、居住人口も増加傾向にあります。新規出店に関しては、自身が組合の役員をしていることから、周囲に

鮮魚店のある地域では開業出来ないとの考えもあり熟慮しました。また、卸業務に関しても、以前の店舗からそれ程離れていないため影響は少ないと判断し、元町への出店を決意しました。

もし青果を扱わず、農家の方々や「北播磨おいしんぼ館」の店長さん達との出会いがなければ、今に至っていなかったのかもしれませんが。そして、空き店舗の大家さんとの出会いもそうです。「活魚なみき」以外にも入店希望者があったようですが、直接会って自身の考えを率直に話した結果、同店に決まったそうです。この様に見ていくと、並木さんと多くの人との良好な出会いと強いつながりを感じます。

こだわりの商品と新たなコラボで

「活魚なみき」では、“まえもん”と呼ばれる瀬戸内海の朝網や昼網で上がったばかりの旬の鮮魚を経験豊富な目利きで選び提供しています。また、鮮魚を使用した自家製の総菜も販売しています。魚屋が片手間に作るものではなく、以前にイタリアンや和食店で料理人として働いていた従業員が本格的な味付けと調理方法で作っています。もちろん、料理人の独りよがりの総菜ではありません。お店に出す前に必ず、従業員が試食し意見を出し合い、改善しなければならない商品は即時改善していく体制を取っています。また、このようにして自分たちが提供する商品の味を自ら知るにより、お客さんに自信を持って提供することができるのです。



本格的な味付けの総菜が並びます。

来店される方は、以前からのお客さんと近隣の新たなお客さんがいます。新たなお客さんは若い人も多く、魚に対する知識が少ない方もいらっしゃいます。そういったお客さんに商品の情報や調理方法等を伝え提案することで、魚離れが進む若い人にも魚に興味を持っていただくように働きかけています。

また、魚を美味しく食べていただくための調味料などにもこだわっています。例えば、お刺身を食えるときに必要な醤油、塩(岩塩等)、ゆず等も全国から厳選し提供しています。出汁等も同じで、自身が確かめて納得した商品を提供することを心がけています。さらに、仕入れた鮮魚や店で作った総菜だけではなく、期間限定で中央市場の塩干店の厳選商品を販売するなど、常にコラボレーションできる商品が



魚を美味しく食べていただくため、厳選した調味料(かつお節・さわらだしたまり醤油・ぼん酢など)も提供しています。

ないか、魚を美味しく食べるための商品はないかと全国へ目を向け探しています。そこには、お客さんに魚を美味しく食べて

いという並木さんの思いが込められています。

お客さんへの感謝

大手のスーパーと同じようなサービスはできないものの、同店ならではの感謝の気持ちを込めて、毎月3と7の日を「なみきの日」として刺し身3パックを900円(税別)で提供しお客さんに喜ばれています。また、毎月10日の「神戸とと(魚)の日」(魚屋が選んだその日仕入れた新鮮な魚を当日限定の特別価格で販売)に積極的に参加し、品質と鮮度にこだわった最高の魚を安く提供しています。お客さんも良いものはよく知っているようで「なみきの日」の商品はあっという間に完売するそうです。また並木さんは、「中央市場親子クッキング」や「大阪ガスクッキングスクール」等

の講師の経験もあり、その経験を生かし、ただ鮮魚や総菜を売るだけではなく、商品に関する情報や調理方法をお客さんに分かりやすく伝え、魚を美味しく食べていただけるよう心掛けています。さらに、お客さんへの感謝の一端として、今年初めて行われた商店街のイベント「モトログ市」(10月28~29日開催)にも商店街の一員として積極的に参加しました。



目指す店づくり

魚が好きでお客さんとのふれあいが好きな並木さんが目指すのは、「対面販売の良さを生かし、笑顔で帰ってもらえるお店」です。そのために必要なことには積極的に取り組みます。

多くの人に良い魚を安く提供し、美味しい魚を食べていただきたいとの思いが強く「お客様との信頼関係を築くための努力を行う」「従業員教育」「新たな商品の発掘とコラボ」「今は、多店舗化は考えず全力で当店を充実させる」など、今回の取材で多くの熱い思いを語ってくれました。この情熱がある限り、未永く多くのお客さんに愛され、必要とされる鮮魚店になっていくでしょう。

(環境デザイン研究所 久保 通彦)



商売が好きで「お客様に安くて良い魚を提供するために生きている」と並木さん。

店 名: **活魚なみき**
 住 所: 神戸市中央区元町通6丁目3-18
 電 話: 078-341-3378
 店 主: 並木 栄二(49歳)
 営業時間: 10:00~19:00
 定 休 日: 水曜日・第3日曜日
 U R L: <https://ameblo.jp/ikeuonamiki/>



★ 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(現在、女性及び40歳未満の男性の開業者を重点的に支援しております)を支援するために、店舗賃借料や改装工事費等を助成しています。

今回、女性の方が開業された店舗をご紹介します!

- 店舗名 **古書 みつづみ書房** 古本小売
喫茶店
- 商店街・小売市場名 **宮ノ前商店会**
- 住 所 **伊丹市宮ノ前3丁目1番3号
浅岡ビル1階**
- 電 話 **090-8197-9930**
- 開業日 **平成29年9月23日**

★お店の自慢ポイント.....
「自分の書棚」と思ってもらえるような気安さで、ゆったりとくつろぎながら本を選べる場所です。読書スペースと喫茶スペースを設け、読書会やトークイベント、ワークショップを開催しています。新しい『本』や『人』との出会いを楽しめる古書店です。



商店街の空き店舗等活用助成金のご案内

事業名	新規出店・開業支援事業		商店街空き店舗再生支援事業
	新規出店支援事業	地域交流促進等施設設置・運営支援事業	
対象事業	商店街の空き店舗への新規出店 ※「若者・女性チャレンジ枠」として、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。	子育て・高齢者支援など地域交流や生活支援のための施設を設置し、商店街のコミュニティ機能の強化を図る事業	商店街等が空き店舗を借り上げ、以下の出店者を誘致する取組 (ア)商店街に必要な業務等の魅力ある出店者 (イ)短期・週末など柔軟な形態の出店者 (チャレンジ出店)
対象者	開業希望者	商店街・小売市場、商工会議所・商工会、まちづくり会社等	
期間	2年		3年
対象経費	店舗賃借料 内装工事費 ファサード整備費	店舗賃借料 内装工事費 ファサード整備費 広告宣伝費等運営費	店舗賃借料、内装工事費、ファサード整備費、広告宣伝費等運営費、コンサル委託料(複数の空き店舗をまとめて出店誘致するための経費) ※チャレンジ出店は、専門家派遣経費も対象
助成額	対象経費の3分の1以内 上限(1年目150万円、2年目50万円)		対象経費の2分の1以内 上限(1年目200万円、2年目75万円、3年目35万円) ※チャレンジ出店で1年未満の場合は3ヵ月単位で按分 コンサル委託料 上限100万円(1年目のみ)

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



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

〒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