

あきない

商業情報満載

# 商ひようご

vol.

144

2019.1



商店街・市場探訪

きよもの商店街 ～平野商店街振興組合～

商売繁盛の裏ワザ

とことん高鮮度の天然物にこだわり「コト提案」する鮮魚店  
～魚利(うおとし)～

トピックス in ひようご

若手との融合で活性化の取り組みを進める  
～明石市大久保商盛会～

トピックス in 全国版

若い人が思うままに活動できる懐の深い街  
～ゆりの木通り商店街～

お店拝見

本格的な窯焼きナポリピッツアをご家族で  
～Pizzeria RICCA(ピッツェリア リッカ)～

商店街  
市場

探訪

きよもの商店街

～平野商店街振興組合～

有馬街道の入口付近、祇園神社も近く、バス道沿いのT字路に広がる「きよもの商店街」が、今回紹介する平野商店街振興組合です。周囲には、平清盛の別邸である雪見御所旧跡、祇園神社、湯屋跡（湊山温泉）、荒田八幡神社等多くの史跡と、平野展望公園、神戸市水の科学博物館などの施設が点在しています。清盛と強い繋がりのある平野商店街には、2体の清盛像が建立されており、地域のイベントにも清盛をモデルにしたキャラクターの「きよもん」が登場し、地域住民にも慕われています。今回は、歴史とやさしい人の街、平野商店街の活動の一部を紹介させていただきます。



■商店街の歩みと地域性を考えた活動

商店街組織としての基盤が出来たのは、昭和23年に設立された平野商店会からです。当時、平野には市電の終着駅があり、港湾の工業地帯で働く人々のベットタウンとして発展しており、昭和38年には商店街振興組合（約130組合員）となり、さらなる発展を遂げてきました。しかし、昭和43年には市電が廃線となり、平成22年には平野市場が閉鎖した上に、周辺への大型商業施設の林立、景気の衰退、地域住民と経営者の高齢化（60歳以上が40%・70歳以上が30%）等々、他の商店街同様に衰退への道を辿りました。そういった状況を打開するため、平野商店街では様々な取り組みを行っています。「餅つき」、「いちきんセール」、季節ごとの「売出しセール」、「ひらの清盛祭り（行灯祭り）」、「秋祭り」など、商店街独自あるいは地



平清盛像前で行われた神楽舞

域と協働したイベントを数多く実行することで交流を深めています。その結果、5年前の平清盛像の建立にあたり、地域住民の

協力を得ることができました。それは、平成24年の大河ドラマ「平清盛」も起爆剤となりました。地域を見直し、地域について学び、各自が互いに再認識することで、進むべき方向性を、地域全体で共有できたことが、一番の収穫だったと小林理事長は言います。

■第三者との協働

商店街では最近、2つの新たな活動を行っています。一つは、組合員の獲得、もう一つは商店街の認知度の向上です。もちろん、この2つの活動は、他の商店街でも行われていますが、違いはその方法で



夏祭りの様子

それは、第三者の協力を積極的に取り入れることです。組合員の獲得には、神戸市の商店街・市場応援隊の協力を得ています。それぞれの役割分担を明確にし、第三者の視線や考えを取り入れ、決して従来のように任せきりにしないことです。また、柔軟な思考のもと定款の変更も行い、商店街街区の拡大を実施した結果、新たな組合加入者5店舗の

内3店舗は拡大した街区からの参加となりました。また、応援隊が各個店へ個別訪問を行いアンケート等を実施することで、日頃直接聞けなかった意見を聞けるようになり、組合活動にフィードバックされています。



ぶらり平野の様子

また、2012年に地域を回遊する神戸商工会議所のイベントに平清盛の史跡を巡るツアーを組み入れてもらったのをきっかけに、その後商店街独自でも実施することとなりました。宣伝に新聞広告やフリーペーパーを利用しましたが、良い効果が出ず、様々な試行錯誤の結果、「神戸市水の科学博物館」のイベントクリップ\*に無料で掲載してもらい神戸市全域に「ぶらり平野」を広く告知し、参加者を募集することが出来る事となりました。奥平野浄水場大容量送水管立坑、博物館、商店街、史跡等のバリエーションに富んだ見学要素を参加者に提供することで、集客力の向上に繋がりました。ツアー当日は、商店街でも参加者へのおもてなしを考えました。1000円の参加費で500円の金券の提供、回遊する店舗でのミニまちゼミ（バックヤード・作業等の見学）、そして試食やお土産等、各店舗も店の特徴を生かしたイベントを考え実行しました。2回目は10月27日に実施し、次回は来年の2月に予定されており、良い感触を得られているそうです。

\*神戸市水の博物館のイベント情報のチラシ

## ■新たな仲間とビジョン

当地域では平野小学校跡地の再開発、平野市場跡地のマンション建設等、居住者の増加が見込める開発が予定されており、様々な変化が起こりつつあります。この様な変化を取り込み、現状の問題をどう解決するかが、今後の課題でありビジョンであると、理事長をはじめ各組合員は考えておられます。近くの大学の学生達の足を留めるにはどうすればいいのか、新たな住民が増えても現状の商店街で対



ぶらり散策マップ

応できるのか、経営者の高齢化により空き店舗が増えないか、外部へ顧客が流失しないだろうかなど、多くの商店街が抱えている問題を平

野商店街でも抱えています。小林理事長は、「平野のファンを作りたい」「認知度を上げたい」「若い人にも来てくれる街にしたい」「物販店を増やしたい」等、商店街活性化に向けて多くの事を考えておられます。その様な商環境のなか、新たな動きが見られるようになりました。それは、周辺の空き家に新たに住み始めている人が増えていることです。彼らはアーティストやライター等の専門技能を持った人々で、平野の町の雰囲気魅了され、他の地域から移って来たのです。彼らは地域に溶け込もうと、様々な活動を始めています。例えば、シェアハウスやアトリエを開いたり、自ら写したお気に入りの写真のスライドショーを行い旧住民から街の歴史の話を聞いたり自身の思いを話したり、互いにコミュニケーションを取り合い交流を深めています。最近では、昨今の異常気象なども考慮し、神戸の大洪水をテーマに交流会を開かれたそうです。もちろん、この様な活動にも商店街は支援をしており、歴史的史跡や芸術文化を核に魅力ある商店街を創出することで、住みやすく魅力のある街づくりを目指しています。若い商業者の入居や育成、商店の再編成などの長期ビジョンについても、地域の不動産業者等と垣根を超えた協力を得て進めようとしています。これから「住みたい、行きたい平野商店街」を創出する大切な時期だと考えて、小林理事長をはじめ組合員全員で頑張っています。一度、「きよもの商店街」へ街散策に出かけられてはいかがでしょうか。

(環境デザイン研究所 久保 通彦)



小林和朗理事長

## 平野商店街振興組合

住 所：神戸市兵庫区下三条町 9-20

電 話：078-511-7703

F A X：078-511-8835

理事長：小林 和朗

U R L：https://www.kiyomon.biz/

# 商売繁盛の(裏)ワザ

とことん高鮮度の天然物にこだわり  
「コト提案」する鮮魚店

## 魚利(うおとし)

阪急芦屋川駅北側の線路沿いの商店街(芦屋山手サンモール商店会)を西へ徒歩5分、飲食店のようなお洒落な黒板A看板が目印の小さなお店が「魚利」です。当店は県内商店街に立地する個性あふれる優良店舗として、第3回「ひょうごいいね!お店表彰」を受賞され、ここ高級住宅地芦屋でも大人気のお店です。今回は、創業35年の鮮魚小売店主が、若い頃から家業を手伝い、2代目を継承して、魚屋という「モノ売り」からお客さまの「お役立ち」を考える「コト提案」という新たな視点で、スーパーやショッピングモールでは得られない味と地域密着型サービスに取り組み、地域住民をファンにして繁盛している裏ワザに迫ります。



### ポイント1

#### この地で先代から事業承継する中で大切なことを学ぶ

当店は1983年(昭和58年)に先代の大橋利男氏が当地で昔ながらの鮮魚小売店として開業したのが始まりです。現店主の進氏は都ホテル系列の調理部門で5年間従事し、1998年(平成5年)23歳の時に実家に戻り家業を手伝っていましたが、2005年、先代の逝去に伴い、2代目店主として事業承継しました。小学生の頃から家業を継ぐと決めていた進氏は「このお客様はどのようなコトを望んでいるのか」を感じ取れるようにお客様の声に耳を傾けている父の姿を見て、「お届け文化」が主流だった芦屋ならではの鮮魚店だからこそ、お客様との会話が対面販売には大切だということ学びました。その先代の姿が「モノ売り」からお客さまの「お役立ち」を考える「コト提案」という取り組みの原点になっています。

### ポイント2

#### 新商品の開発のコツ

魚利では毎月10日を「おととの日」として新しい商品を次々と企画して販売しています。その中の2つの商品が兵庫県産の「5つ星ひょうご(平成28年・平成29年)」にも選ばれました。

まず1つ目は魚屋では珍しいオリジナルコロック惣菜「ととっけ」です。当店では魚を身近に感じて貰うため、地域の保育園と連携し園児の給食食材の提供を行ったり、魚の卸し方や包丁の使い方などミ



#### ととっけ

ニ教室を開催しています。そのような中で近年の子供たちの魚離れの解消や、栄養豊富な魚をもっと手軽に食べて欲しいという思いから、通常のコロックで使用するミンチ肉の代わりに、鯛、サワラ、ちりめんじゃこなどの地魚を使った魚のコロックを開発しました。「ととっけ」は魚の苦手な子供たちも食べやすいと芦屋の主婦層からの根強い支持を得ています。「魚を売る」前に「魚の良さを知ってもらう」ことから始まった当店を代表する商品です。

2つ目の商品は「芽出鯛 芦屋 鯛めし(めでたいあしや たいめし)」です。兵庫県近海の厳選された天然物の鯛を丁寧に骨なしに加工し、アラから旨みを摂るために鍋に付きっきりで灰汁を取り、化学調味料や添加物を使わない合わせ出汁と一緒にパッケージングした商品で家庭で簡単にプロの味を楽しめるようになっています。このこだわりの鯛めしも、単に「魚を売る」から「美味しく家庭で魚料理を食べてもらいたい」という思いから生まれたもので、約2時間のインタビュー中も大橋さんはずっと鍋に付きっきりでした。



芽出鯛（ホームページより）

### ポイント3 魚屋だからできるサービスと 新たな品揃えの工夫

当店ではお客さんが釣って持ち込んできた魚を下ろすサービスも行っています（有料）。また、要望があれば、下処理や調理方法のアドバイスをしたり、実際に味付け調理のサービスを行ったりするなど、ここにも「魚を売る」よりも「美味しく魚を食べて貰う」ということを重視し、地元の学校との繋がりや、お客さんとの会話や地域との連携を大事にしようとする姿勢が表れています。また、調理技術を活かした新たな鮮魚店の展開として、魚をベースとした惣菜だけでなく、食卓を彩る副菜となるポテトサラダや切り干し大根などのおかずを店頭に並べ、「ついで買い」を促す品揃えの工夫をし、お客さまの「お役立ち」を考えるお店づくりに取り組んでいます。



鳥肉屋さんと牛肉屋さんの協力のできた街弁（まちべん）

### ポイント4 職人から商売人へ： 新しいアプローチへの取り組み

先代は根っから魚屋の職人でしたが、進氏は「職人」から「商売人」としての新しい顧客へのアプローチに取り組んでいます。1つは日々の販売や調理データを取り、何が売上や利益に貢献しているのかを把握するとともに、同じような料理が続かないように、

魚の鮮度だけでなく「店の鮮度」を管理することにも積極的に取り組んでいます。また、自慢の食材を活用してお客様のニーズに合ったお弁当づくりにも力を入れており、Facebook を駆使して自店で作ったお弁当や惣菜だけでなく、日々の商店街や地域の仲間の取組みを紹介し、お客さんの反応を見ながら埋もれていた潜在ニーズや新たなニーズを探る取り組みをされています。

### 芦屋の名物商品を目指して

大橋氏は芦屋山手サンモール商店会の会長を務めており、商店会として地域のイベントに積極的に参加するとともに、商店街の垣根を越えて芦屋市全体での活性化活動にも取り組んでいます。芦屋には有名な店もありますが、市そのもののお土産となるような名物商品は何かと聞かれて即答できるものがないと思ったことがきっかけとなり、精肉店など市内の店舗と連携し、選りすぐりの食材を持ち寄った弁当「街弁 芦屋」の販売を企画するなど、有志で新たな芦屋名物開発にも取り組んでいます。

進氏の商売の原点は先代から受け継がれた「お客様の声を真摯に受け止めることが商売には大切だ」という信念にあります。そしてその信念が「モノ売り」から「コト提案」というお店のコンセプトにつながっています。これからも、魚利はその信念とコンセプトを守り、ますます地域の人々に愛され、親しまれるお店となっていくに違いありません。

（中小企業診断士 南山 豊）



店主の大橋 進さん

### 店名 魚利（うおとし）

代 表：大橋 進  
住 所：兵庫県芦屋市西山町 3-10  
電 話：0797-31-8215  
営業時間：8:00～19:00  
定 休 日：日曜・祝日  
U R L：http://www.ashiya-people.com/shops/uotoshi/

## 若手との融合で活性化の取り組みを進める ～明石市大久保商盛会～（兵庫県明石市）

大久保商盛会は、JR山陽本線大久保駅から国道2号線周辺の北側エリアを中心に明石市大久保町一帯に広がる商店会組織です。4キロ四方に面的に多彩な店舗が点在し、にぎわっているというイメージから「パレットおおくぼ」と愛称を付け、活動しています。

2017年度の兵庫県「商店街次代の担い手支援事業」に採択され、近年活動を活発化させていることからお話をお聞きました。



「パレットおおくぼ」タウンマップ2014より

### ■商店街のこれまでの取り組み

大久保商盛会の歴史は古く、結成は1951年になります。青年部も1969年に結成されています。1975年には第1回駅前盆踊り大会を、1986年には第1回駅前まつりを実施し、地域を盛り上げてきました。



商店街としての大きなターニングポイントは1996年のJR大久保駅橋上化、1997年のマイカル明石（現イオン明石ショッピングセンター）の開業、1998年の大久保駅北広場開設とそれに併せた北側エリアの区画整理です。

これにより街の景色は一変しました。区画整理とともに近隣の宅地開発が進んだことにより、大久保地区の人口は過去10年で6.7%増加し、82,414人（平成29年4月現在）となっています。

商店街の街並みも近代化され、きれいに整備されましたが、駅南側に巨大な商業施設が開発されただけでなく、人口増加とともに郊外に多くの量販店等が出店したことにより競争は激しくなっています。

そのため、商店街・会員店舗を知ってもらおうと、さまざまなイベント等に取り組み、継続させてきました。その代表的なものが、4月の「富士通春まつり」、8月の「大久保駅前夏まつり」、11月の「パレットおおくぼ祭り」と12月にかけての「駅前広場イルミネーション」です。富士通春まつりでは、明石工場で行われるイベントに商盛会がブース出店、大久保駅前夏まつりは自治会と共催するなどし、地元との連携を図っています。

もう一つの代表的な取り組みが「花いっぱい運動」です。これは地元の高校生が駅前に花を植えていたことがきっかけで2012年に地元自治会がメインとなり始まった取り組みで、商盛会も協力して、商店街のプランターや道路側道の花壇に花を植えています。

このような商店街と自治会との連携した取り組みが比較的スムーズに進むのは、商盛会の役員や会員が地元自治会でも役や会員を兼ねているからであり、ローカル的な地域にある都市・街ならではの特征といえるようです。



2014年に発行したタウンマップ

## ■青年部の参画により活動が活発化

しかし、これらのイベントを維持・継続させるのは簡単ではありません。富士通春まつりへのブース出店は負担の大きから一時中止が検討されました。また、イルミネーションは3年前に一度中止となりました。これらの継続、復活を支えたのが青年部の活動です。



今年度のイルミネーションのポスター

商店街活動は、一般的には親会である役員会で決定されます。それが青年部へ上意下達のように伝えられ、活動していくこととなります。大久保商盛会でもそのように進めてきましたが、役員の高齢化や活動のマンネリ化等で組織が旧態依然としていました。

そのような状況の中、5年ほど前に若返りを図ろうと親会と青年部の交流を進めることとしました。具体的には親会の副会長3名の内2名が、また会計も青年部から選出しています。さらに役員会には青年部から3名が出席しています。他方、青年部の部会には親会の役員がオブザーバーとして出席しています。

これにより情報交流が円滑となり、意思決定が早くなりました。活動もお互いが全体を広い視野で客観的に見ることができるようになり、取り組みを進めやすくなりました。また、会合の出席率も上がり、一体感も生まれました。これにより、青年部がイベント等の準備段階から関われるようになりました。それが、イベントの継続、復活に結びついたわけです。イベントへの会員の参加率も増えています。

この背景があったことから兵庫県「商店街次代の担い手支援事業」に手を挙げることができました。この事業で取り組ん



イベント当日の様子

だことは、商盛会が主催している「パレットおおくぼ祭り」の強化・充実です。メインとしたのは講師を招き開催した体験型イベントの「バルーンアート教室」です。

当日はあいにくの雨となりましたが、地域の子どもや家族連れが行列を作って参加しました。

## ■現状の課題と今後に向けて

商盛会の会員数は約70名（平成30年現在）で、電気工事業、自動車整備業、不動産業、デザイン事務所、貸しビル業等と幅広い業種にわたっていますが、いわゆる物販小売業は少なくなりつつあります。会員数は大きく減っているわけではありませんが、長期的にパレットおおくぼプレス減少傾向にあり、高齢化も徐々に進んでいます。



その危機感から地域の人にもっと知ってもらおうとイベント等に取り組んできましたが、まだまだ認知度が高まったとはいえません。

多くの商店街の悩みがイベントには人が来るが、なかなか個店の売上につながらないという課題です。そのため、青年部が中心となり、ホームページの充実や元気な商店主を紹介する「パレットおおくぼプレス」という情報誌を発行するなどしています。

ただ、ホームページの更新がままならない、情報誌が有効に活用できていないという課題も抱えています。そのため、この課題解決に向けての議論を青年部で進めているところです。具体的には、幅広い業種が会員という（異業種交流的）商盛会の特徴を再認識した会員勧誘の促進、SNSの活用、情報誌のポスティング配布等の検討です。

ここ数年、組織の風通しの良さを実感しているとのことで、今後のさらなる活動の盛り上がりが期待されます。

（中小企業診断士 志賀 公治）



右から木村 幸男会長・藤田 教夫青年部代表

## 大久保商盛会

住所：明石市大久保町駅前2丁目1-5  
電話：078-935-0151  
会長：木村 幸男  
URL：<http://p-ookubo.com/>

## 若い人が思うままに活動できる懐の深い街 ～ゆりの木通り商店街～（静岡県浜松市）

JR 浜松駅から北へ徒歩 10 分程度、東海道沿いに東西に長く伸びるのが、ゆりの木通り商店街です。正確には、ゆりの木通りにある協同組合浜松ショッピングセンター、田町東部繁栄会、神明町繁栄会の 3 つの商店街を総称してゆりの木通り商店街と呼ばれています。

2013 年に空き店舗対策をスタートして以来、今までに 46 店舗が新規出店し、67 店舗が 92 店舗になったという驚くべき成果を出しています。この商店街で何が起きているのか、街の世話役であり、田町東部繁栄会の会長でもある鈴木基生さんと街に関わる若い方々にお話を伺いました。



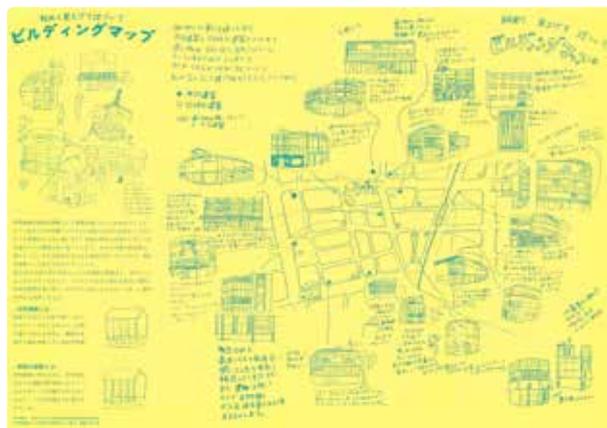
### クリエイターが集まる商店街

ゆりの木通り商店街は、大通りを歩いても高感度なメンズウェアなどの専門店が目につくのですが、小さなロゴの表示を頼りにビルの上階に入り込んでいくと、こだわり抜かれた魅力的なお店がたくさん隠れているのに驚かされます。扱う商品は、服や器、帽子など店主がこだわり抜いたもの。セレクトショップであったり、アトリエ兼店舗だったり、とクリエイティブな業態が多いのが特徴です。実はこの界限は、クリエイターが集まるカルチャースポットとして全国的にも有名なのです。



ゆりの木通りMAP（ホームページより）

2013 年に空き店舗対策をはじめるとき、「こだわりのある物販店を誘致する」という方針を掲げました。当時もすでにセレクトショップなどが多かったため、それを軸に商店街の魅力を高めていこうという考えでした。不動産業者、行政、金融機関など



ビルディングマップ

にも協力を求め、それぞれが情報発信をしていったそうです。

結果として多数の出店が得られたわけですが、なぜこんなに出店者が集まったのかわからない、と鈴木さんは言います。しかし最近開業した若い店主さんたちのお店をまわってお話を伺ううちに、その魅力が少しずつ見えてきました。

出店場所を決めた理由を詳しくお聞きしていくと、「自分が好きなお店の近くだから、自分の商品とも合う」「自分のやりたいようにやってもぴったりのお客さんが来る」という風に、「街が自分の感性に合っている」ということに収束されました。つまりゆりの木通りのお店に魅力を感じる人たちが集積し、さらに魅力を強化していているということなのでしょう。物販店を誘致するという商店街の方針はそれを加速したものと思われま。

物販店の店主だけでなく、建築家や写真家、イラストレーターなどのクリエイターも、街づくりに参画

しています。古いビルの一室が斬新でおしゃれな空間に生まれ変わったり、個性的なマップや冊子等で情報発信をしたりなど、街の魅力向上に大きく貢献しています。

## イベントが自然発生していく

モノだけでなく、コトもどんどん生まれていっています。

商店街主催で最大のイベントは、200もの出店がある大規模な「手作り品バザール」です。年に2回の開催で、これもクリエイターが集まる機会となっています。



ゆりの木通りイベントカレンダー

それだけではありません。この商店街の魅力を日々支えているのは、若い店主や外部のクリエイターや大学生など、様々な人が自主的に開催しているイベントです。なんと年間100以上のイベントが開催されています。内容はワークショップや展示、劇団公演、トークイベントなど多種多様です。

イベントは、空き店舗を格安や無料で借りて開催することもあります。その物件のイメージが伝わる機会となるのでしょうか、その後すぐに入居が決まることも多いそうです。

これらのイベントも、街全体の魅力を高め、来街者や出店者を増やしています。

## 「合意がいかない」懐の深さ

この商店街では、こんな風にお店もイベントも若い人たちが思うままに活動しています。若い人たちが心からいいと思うことをやるからこそ、人を引きつける店やイベントが生まれるのでしょうか。

この自由さを支えているのは、まずは場所の存在です。誰でも立ち寄れて打ち合わせもできる「黒板とキッチン」というコミュニティスペースなど、使える場所、貸してもらえる場所が豊富です。

もうひとつは、つないでくれる人の存在です。鈴木さんをはじめとして、必要な人を紹介するなど様々なサポートをしてくれる人がいます。補助金なども、

必要であれば商店街の事業として協力してもらえることもあります。ネイバーズデイという、新しく入居した店主たちと旧来からの店主たちとが気軽に交流できる朝食会も時折開かれています。

そしてなにより一貫して感じられるのは、この街の懐の深さです。若い人たちの自由に任せながらも、必要なサポートは惜しまない空気を感じます。

他の商店街では、空き店舗のオーナーは協力するどころか騒がしいなどと拒否されると聞くこともありますが、ここでは多くのオーナーが協力してくれます。鈴木さんいわく、「ここでは合意を必要としていない」そうで、自分がやろうと思ったらやればいいというスタンスです。鈴木さんが「こんなことをしたいな」と言って若い人たちに実行してもらったら、「思ったものとは違うものが出てきたけど、ずっとよくなった」と面白い度量もあります。

イベント等のお手伝いをしている学生さんたちにもお話を伺いましたが、「そんなことまで?」と思うようなことも任せてくれるそうで、とてもよい経験になっているようです。

必要なところだけゆるくサポートしながら、自由に動いてもらって各自のエネルギーを最大限に発揮して、全体としてはゆりの木通りらしさが生きる方向に進んでいく、そんなスタイルが確立されているように感じられました。商店街に限らず、これからの時代の組織運営の手法としても参考になるのではないのでしょうか。

(中小企業診断士 箕作(きさく)千佐子)



右から鈴木会長、黒板とキッチンスタッフの久保田さん、静岡文化芸術大学学生の石川さん・塚本さん、イラストレーターの友野さん(記事中の3点のイラストはすべて友野さん作) 黒板とキッチンにて

## ゆりの木通り商店街 田町東部繁栄会

住 所：静岡県浜松市中区田町 327-24  
電 話：053-452-3845  
会 長：鈴木 基生  
U R L：<https://yurinoki-st.com/>

# お 店 拜 見

本格的な窯焼きナポリピッツアをご家族で

# Pizzeria RICCA

(ピッツェリア リッカ)



阪急神戸線王子公園駅東口から南へ徒歩1分、駅前商店街の一角にピッツア専門イタリア料理店「Pizzeria RICCA」があります。イタリアの国旗と手描き風のイラストの看板、カフェボードで彩られた本格的なピッツア専門店、小さなお子様連れのご家族にも入りやすい雰囲気です。

## ありそうでなかったピッツア専門店

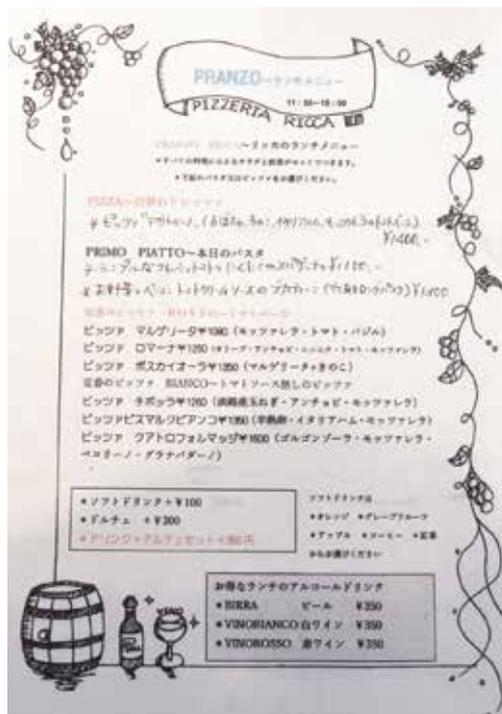
店主の松本浩輔氏は、イタリア人シェフが料理を提供する本格的なイタリア料理店で料理や接客、原価管理、メニュー開発等を行い、大阪や神戸のホテルで総料理長を経験するなど、20年間イタリア料理店で経験を積み、2018年5月に若いファミリー層が増加している阪急王子公園駅エリアに本格的なピッツア専門店 Pizzeria RICCA を開業しました。

店内にはイタリアのラジオが流れ、使っている食器もイタリア製で、店内のポスターや内装もイタリアを意識したものです。可愛いイラストのメニューは松本氏がイラストを描いています。

当店の売りであるナポリピッツアは店内の窯で焼いています。食材は神戸市内を中心とした兵庫県産にこだわっています。野菜は珍しい野菜を生産している丹波の農園から定期的に仕入れています。



ランチには日替わりの前菜とサラダ。ピッツアやパスタは日替わりと定番を選ぶことができる。ドリンクとドルチェはプラス料金。



ある日のランチメニュー  
日替わりパスタとピッツアに定番ピッツアを加え8~9種類

ピッツアには辛さに酸っぱさを加えてしまうタバスコではなく、イタリアでピッツアを食べるときに使われているという唐辛子入りオイルを提供しています。

ランチは前菜とサラダ付でピッツアやパスタが選べます（1,080円～）。ディナーはアラカルト中心ですが、3日前までに要予約のパーティープラン 4,000円（飲み放題込み）もあります。

開業から半年ほどですが、週4回も来店されるお客様がいらっしゃるほど味と雰囲気が評価されています。王子動物園や陸上競技場に来られる方の中にはInstagramをご覧になって来店されるお客様もいらっしゃいます。

### プチサプライズプレゼントでお客様を笑顔に

オープンキッチンで調理している松本氏は、お客様との会話を大切にしています。また、お客様同士の会話を聞き、お客様へのサービスを考えます。お客様の会話やその様子から時には特製のデザートを提供するなど、プチサプライズを提供しています。

飲食店紹介サイトでクーポンも提供していますが、あまり種類は多くありません。クーポン割引を目的に来店し、リピートしていただくことも顧客獲得方法のひとつですが、当店では、同じように割引するのであれば、来店していただいたお客様一人ひとりが喜んでいただけるサービスを無理のない範囲で提供したいと考えています。

例えば、台風で近隣のお客様が外食が困難な日には、手頃な価格でテイクアウトできるピッツアを店頭で販売したところ、口コミで多くのお客様にご利用いただき、大変喜ばれました。

### 本格的なナポリピッツアを知っていただくために

当店は、王子公園駅のすぐ近くですが、店舗の正面は駅とは反対側にあり、駅の利用客からは気づかれにくい位置にあります。そのため地元の方でも、まだ当店をご存じない方が多くいらっしゃいます。高いリピート率が示すように味やお店の雰囲気の良さは一度来店いただければ必ず満足していただけるお店だと思われま

す。しかし実際には、一度来店され、満足されたお客様も他の様々なお店に行かれます。そこで多くのお店の中から、もう一度当店に来店していただくために、ダイレクトメールで様々な企画を伝えています。当店では顧客リストを作成し、生ハム食べ放題やワイン飲み放題、年末年始のローストビーフ予約等の催しの案内をすることで、来店していただくきっかけ



マルゲリータ



前菜

けをつくっています。

また、外食が多くなる時期には、近隣にポスティングでチラシを配布し、当店を知っていただくとともに、遠方から王子動物園や陸上競技場等に来られる方にも、食べログやホームページ、Facebook、Instagramを活用して当店の雰囲気を知っていただけるように投稿を続けています。

お客様の満足度を高めるアイデア満載の当店は、本格的なピッツアやパスタを気軽に食べることができる専門店としてますます多くのお客様からの支持を得続けることでしょう。

（中小企業診断士 宇田 奈保美）



松本 浩輔さんと松本 倫子さん

#### 店名 Pizzeria RICCA (ピッツェリア リッカ)

住所：兵庫県神戸市灘区王子町1-3-23  
レインボープラザ102

代表：松本 浩輔

電話：078-262-1292

URL：<http://pizzeria-ricca.jp/>

営業時間：11:30～15:00

(料理・ドリンク ラストオーダー 14:00)  
17:30～21:30

(料理・ドリンク ラストオーダー 20:30)

定休日：水曜日

# 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、店舗賃借料や改装工事費等を助成しています。  
今回、新たに下記の2店舗が開店しましたのでご紹介いたします。



## 店舗名 **piatto match** 飲食店



- 商店街・小売市場名 甲子園口駅前商店街
- 住 所 西宮市甲子園口2丁目6-21
- 電 話 0798-31-6763
- 開 業 日 平成30年8月21日

### お店の自慢

イタリアシチリア料理を意識した11席しかない小さな料理屋。食材は近海から厳選した塩水ウニ・生めかじき・鰯。ワインは南イタリア主体のクオリティが高いものを取り揃えています。気の合う仲間 夫婦 デートにワイワイガヤガヤ アラカルトで取り分けた食べるカジュアルな食堂です。

## 店舗名 **パン工房 幸福堂** パン製造小売



- 商店街・小売市場名 駅前振興会
- 住 所 神崎郡福崎町福田299-5
- 電 話 0790-35-8843
- 開 業 日 平成30年11月5日

### お店の自慢

白神こだま酵母、てんさい糖、北海道よつ葉バターなどこだわりの原材料を使用した、長時間熟成の食パンや、湯種生地を使用した1番人気のもっちもち塩パン、バター・卵たっぷりのブリオッシュメロン、全粒粉を使用したハード系パンなど約30種類のパンをご用意しております。

## ～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 (ウ) 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か月単位で按分 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](mailto:center@staff.hyogo-iic.ne.jp)  
休業日/土・日・祝祭日・年末年始