

あきない

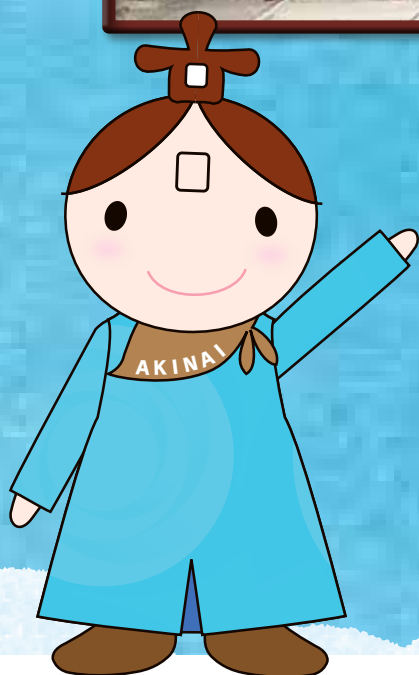
商業情報満載

商ひょうご

vol.

146

2019.7



商店街・市場探訪

一度解散した組織を復活、若手で盛り上がる商店街
～寺前駅前銀座商店会～

商売繁盛の裏ワザ

「お客様本位の行動」で変化し続ける
～HANDS KOTERA(ハンズコテラ)～

トピックス in ひょうご

商店街で大変身! 店主たちのアイデアで生まれたファッションイベント
～ミラクルチェンジin神戸元町三丁目～

トピックス in 全国版

伏見稲荷大社に来られる方をおもてなし
～稲荷繁栄会～

お店拝見

南イタリア料理でお客様と一体となる
～piatto match～

一度解散した組織を復活、若手で盛り上がる商店街

かみかわちよう

～神河町寺前駅前銀座商店街～(兵庫県神河町)

寺前駅前銀座商店街は、JR播但線寺前駅前にあります。播但線は、生野銀山があったことから1895（明治28）年に播但鉄道として飾磨～生野間で開通し、それにともない駅が開設*、駅前が拓けたことから商店街が形成されました。

最盛期には商店街内に牛を売り買いする家畜市場があり、料理旅館が4～5軒並ぶなどにぎわいました。現在でもマンションが立地するなど寺前地区は神河町の中心地となっています。しかし、他地域同様、モータリゼーションの進展、人口減少、少子高齢化などにより商店街は衰退し、商店街組合は解散してしまいました。そのような中、6年前に若手が中心となり商店街組織を復活し、活性化に取り組んでいます。その活動の一部は、平成28年度「地域商業自立促進事業モデル事例集～全国商店街の挑戦～」(中小企業庁)にも取り上げられています。

*正確には1894年に姫路～寺前間が開通、翌95年に飾磨と生野へ延伸される。



(神河町観光マップより)

■再活動のきっかけは補助メニュー活用

神河町は、兵庫県のほぼ中央に位置しています。町の面積の9割弱を山林・原野が占めていることから、山林を利用した農林業を基幹産業として発展してきました。他方、地域は自然環境に恵まれおり、ススキで著名な砥峰高原や峰山高原などの高原地帯があり、映画やTVドラマのロケ地にもなっています。また、まちの地形がハート型をしていることからマスコットキャラクター「カーミン」を誕生させ、まちのにぎわいづくりに活用しています。

しかし上記のとおり一時期、駅前商店街は衰退しました。復活のきっかけとなったのは、商店街を支援する国の補助メニューの活用でした。その補助事業の受け皿として任意団体である「寺前駅前銀座商店会」が設立されたのです。荒木正嗣氏は、大学進学で一旦地元を離れ20年ほど前に帰郷しお店を継いでいましたが、会長にと商工会から声をかけられた時「このまま商店街が廃れるのは忍びない。やるのは自分しかない」と迷いはなかったとのこと。商工会青年部で活動していた仲間4人が中心となり各商店に声がけし、商店会は22店の加盟で立ち上がりました。

初めに取り組んだものは、商店街の通称を「カーミンストリート」と銘打ち、ゆるキャラ「カーミン」の商店街入口などへのウエルカムボード設置やイラスト入りマップ作成によるイメージづくり（ブランド

化）です。また、街路灯の整備なども行いました。

これらの活動を通して、若手と従来の商業者との交流が進み、コミュニケーションが円滑になったとのこと。ここではイベント後の反省会（懇親会）も一役買っているようです。

■さらなる取り組みの充実

商店街の中に10年以上使われていない空き屋がありました。その土地を地権者が町に寄付したことから商店街に活用の提案がありました。そこから町と商工会との検討が始まり、商店街でカフェやアンテナショップなどの機能を備えたコミュニティカフェを整備することとしました。

これは、寺前地区にマンションがあるなどで子育て世代が比較的多いことと地域に高原などの著名観光地があり観光客の



コミュニティカフェ

利用が見込めること、さらに峰山高原に（平成29年開設は日本で一番新しい）スキー場ができることで観光客の増加が見込めることからです。

事業は、中小企業庁の地域・まちなか商業活性化支援事業の補助を受けてニーズ調査を行い内容



ペットボトルツリー

を固めた後、店舗施設を整備、平成 29 年 3 月にオープンしました。運営を担う店長は公募により地元の主婦を迎えました（応募は 6～7 名あった）。

事業スキームは、商店街が家主として施設を保持し、店長に低廉な家賃でテナント貸しするという形としています。そのこともあり、商店街組織を一般社団法人「寺前駅前銀座商店会」として法人化しました。

コミュニティカフェ事業と同時並行的に取り組んだのがイルミネーション事業です。この事業は、夏にホテルが観賞できることから「冬のホテル」と銘打ち、平成 21 年に神河町が立ち上げ主催してきたのですが、現在は商店街が引き継ぎ事業を充実させています。

具体的には、ペットボトルツリーの設置、電球の LED 化、商店街へのイルミネーションライト延長、点灯式イベントの杵つき餅・ぜんざい等のふるまい、飲食等のブース出店などの実施です。ペットボトルツリーは地元幼稚園・小学校の児童の協力を得たペインティングによるものです。

さらなるにぎわいづくりをと、平成 28 年から取り組んだのが軽トラ市です。この取り組みは、昨年から「真夏の青空市」に衣替えしました。これは神河町を舞台にした自転車レース「神河ヒルクライム」が開催されることになったためです。レース当日は出場者や観戦者など多くの来街があるため、これらの人と地元の交流を図ることも勘案し、景品が当たる「カモレース」や 12 m の流しそめん、飲食等のブース出店などを行いました。

これらのイベントで特に好評を得、手応えを感じているのが「カーミンベビーカステラ焼き」です。ゆるキャラ



「カーミン」をかたどった形がかわいく SNS 映えすることと味が素朴なことが評判のようです。現在は、近隣他地域のイベントにもブース出店するようになっています。

■今後に向けて

これらの取り組みは、基本的に「子供へのおもてなし」を意識したものとし、会長を中心とした若手メンバーの 4 人で発案・企画しています。それを商店会の会議で諮り、実施していますが、総じて好意的に受け入れられているようです。杵つき餅・ぜんざい等のふるまいや飲食等のブース出店なども商業者や地元ボランティア等の協力があるできているとのことです。

他方、課題もあります。それはコミュニティカフェが地域・商店街活性化に有効活用できていないことです。そのため、人が集まり交流できるよ



うオリンピックに向 けたスポーツバーや主婦等の体験教室、貸しスペースなどの活用を検討しています。

地域は人口が少なく、高齢化も進んでいますが、荒木会長は「自店の繁栄は地域・商店街のにぎわいがあってこそ」と取り組みに前向きなことから、さらなる盛り上がりが期待できます。

(中小企業診断士 志賀公治)



荒木正嗣会長

一般社団法人 寺前駅前銀座商店会

住 所：兵庫県神崎郡神河町寺前 218-1
電 話：0790-34-0641
F A X：0790-34-0771
会 長：荒木 正嗣

商売繁盛の裏ワザ

「お客様本位の行動」で変化し続ける

HANDS KOTERA (ハンズコテラ)

ハンズコテラ(株式会社こてら商店)は多可町近隣の建設業・製造業・農林業で働く人々をターゲットに、プロ向けの工具や機械を販売しています。品揃えは約8万点、営業時間は早朝7時から夜7時。モノづくりのコンビニとして地域に支持され成長を続けています。

限られた市場の中で、ハンズコテラはどのような工夫で成長しているのか、商売繁盛の秘訣を2代目小寺博史さんと3代目小寺祥之さんにうかがいました。



■ポイント1■

お客様のために変化し続ける

ハンズコテラは1946年に金物の行商としてスタートしました。創業当時はモノのない時代で、家庭用金物や工具をミゼットにのせて地域をまわりました。1967年に店舗を構え高度成長とともに発展し、取り扱い商品も増加していきました。90年代に入りホームセンターで一般のお客さんのニーズが満たされる



本店横にあるレンタルコテラ

ようになると、プロ向けの商品に特化することを決め、1本のビスから機械まで揃う職人さんのための専門店となりました。その後1996年には最新設備等を地域の事業者が導入しやすくなるようにレンタル事業を立ち上げ、2015年には廃業する事業者のために古物商許可を取得し中古機械の買取販売をはじめました。金物の行商からはじまったハンズコテラは、「お客様本位の行動」で変化し続けることで成長してきました。

■ポイント2■

仕事の効率化をはかる

ハンズコテラは業界ではいち早くPOSレジを導入

しました。導入にはデータ入力の特任社員をおき1年かけて基礎データを入力したそうです。POSレジの導入によって作業効率は上がり、売れ筋商品の把握も即座にできるようになりました。しかしPOSの数値だけで品揃えを決めているわけではありません。たとえ、1年に1個か2個しか売れなくても、お客さんにとって必要なものであれば品揃えしておくのがハンズコテラの方針です。注文を受けてから取り寄せることもできますが、その部品ひとつがないことでお客さんの仕事が止まってしまう可能性があるのなら、たとえめったに売れない商品でも在庫をしておくというのがハンズコテラの「お客様本位の品揃え」なのです。新しさを取り入れても、お客様本位の行動は変わりません。

■ポイント3■

価格競争に背を向けない

ハンズコテラの扱っている商品はメーカーから仕入れたものがほとんどですので、他のお店でも買うことができます。この時、比較されるのは価格です。お客さんはより安い価格を求めます。ハンズコテラはどう対応しているのでしょうか。「価格もお客さんにとっての魅力のひとつであるならば、できるかぎり対



店舗内



応していく」というのがハンズコテラの姿勢です。しかし価格競争だけでは勝ち続けることはできません。だからこそ、価格以外の理由で選んでもらえるよう「お客様本位の行動」でお客さんとの信頼関係を築くことを大切にしています。

■ポイント4■ 修理ができる営業マン

工具や機械を購入されるお客様の一番の困りごとは何か。それは故障により作業が止まってしまうことです。そこでハンズコテラはお客様の作業が止まってしまうように「即対応」を心がけています。「即対応」できるように在庫を揃える。そして「即対応」できるように営業マンは修理の技術を習得しています。小型エンジンや工具の修理など、他社にはできない技術対応でお客様の困りごとを即座に解決し、価格以外の理由で選んでもらえる関係性を築いています。



油圧ホースの製作のようす

■ポイント5■ お役立ちのヒントは現場にある

ハンズコテラは営業マンがお客様のところに向くことを大切にしています。なぜならお客様の作業現場を見ることで、お客さんがどんな機械の使い方をしているのか、何が故障したら困るのが観察でき、新たなサービスの開発につながるからです。そのひとつが油圧ホースの破れ等のトラブル対応です。油圧ホースが破れるとメーカーに新たに発注しなければならず数日かかっています。その間、機械が止まってしまう仕事も止まっています。ハンズコテラでは油圧ホースと継手を加締める修理機械を購入し即日対応できるようにしました。他社にはできないハンズコテラならではのサービスとしてお客さんに役立っています。

■ポイント6■ 相談できるオンラインショップ

ハンズコテラはオンラインショップがあります。オ

ンラインショップは全国から注文がありますが、ただ注文を受けて発送するだけのオンラインショップではありません。オンラインショップには電話番号をわかりやすく掲示し、お客様の困りごとに電話で丁寧に対応しています。電話対応は時間もおかかり、対応する従業員にはストレスがかかることもありますが、オンラインショップにおいても「お客様本位の行動」という姿勢は変わりません。



オンラインショップのある加東店

ハンズコテラは令和元年5月末日に2代目小寺博史さんから3代目小寺祥之さんに事業承継しました。3代目の小寺祥之さんは、「いままでやってきたことをしっかりつなげていくことが新たな変化に挑戦することになると思います」とおっしゃっていました。

これからも「お客様本位の行動」と「変化」で地域のものづくりの頼れる存在として、従業員とともに成長されていくことと思います。

(中小企業診断士 芳田京美)



2代目小寺博史さんと3代目小寺祥之さん

店名 HANDS KOTERA

代表取締役：小寺 祥之
住 所：多可郡多可町加美区寺内117-1
T E L：0795-35-0298
F A X：0795-35-0299
E-mail info@handskotera.net
営業時間：7:00～19:00
7:00～17:00（土・祝日）
定休日：日曜日
H P：http://handskotera.net/index.html

商店街で大変身！店主たちのアイデアで生まれたファッションイベント 「ミラクルチェンジ」 (兵庫県神戸市 / 元町三丁目商店街振興組合)

JR 元町駅西口から南西へ徒歩 3 分にある神戸元町三丁目商店街。ここでは昨年から「ミラクルチェンジ」というファッションイベントを開催しています。参加者が洋服のスタイリングやヘアメイクで変身して撮影するというユニークなイベントです。

ファッション関連の若手店主たちの発案で生まれたもので、参加できる定員数は少ないながら、波及効果により商店街の活性化につながっています。

1 大人の女性が喜ぶファッションイベントを

「ミラクルチェンジ」は、数人の若い女性店主たちの思いから始まりました。神戸はファッションの街と言われており、元町三丁目商店街にもたくさんのファッション関連のお店があります。でも、商店街で今まで実施してきたイベントは、子ども向けやワインに関するものなどで、ファッションに特化したものはありませんでした。

また、商店街を利用される方は、比較的高齢の方が多いたのですが、大人の女性をはじめとするもっと幅広い年齢層の方にお店や商店街を利用していただきたいという思いもありました。

そこで企画したのが「ミラクルチェンジ」です。せっかくなら他のお店も巻き込んで商店街全体で実施したいと会議で話したところ快諾され、商店街主催のイベントとして実行することになりました。

2 「ミラクルチェンジ」の流れ

「ミラクルチェンジ」当日は、事前に応募いただいた参加者（5 名程度）がイベント会場に集まり、カウンセリングから始まります。そしてスタイリングとヘアメイクを交代で受けていきます。



ランチタイムの様子

スタイリングでは、会場に協賛店舗から借り受け

た服や小物を並べ、アパレル店舗の店主であるスタイリストのアドバイスを受けながら次々と試着をします。協賛店舗は現在 5 店舗になっており、幅広いテイストから選べます。いくつかスタイリングの中から、撮影するためのスタイルを選びます。気に入ったアイテムは後で購入することもできます。

ヘアメイクでは、プロのメイクアップアーティストによってヘアセットとメイクが受けられます。同時に自分でメイクをするときなどのアドバイスをしてもらるのが喜ばれているポイントです。

変身後はプロカメラマンによる撮影タイムです。初めは緊張気味の参加者たちも、カメラマンやスタッフたちの声掛けでノリノリになってポーズを決めるそうです。写真はデータなら無料でもらうことができます。

ランチタイムには商店街内の協賛店舗から提供された軽食やスイーツを参加者同士でおしゃべりしながら楽しめます。初対面の方ばかりですが大変盛り上がるそうです。

3 当初は集客の苦労も

当初は認知度も低く、参加者は関係者の知人などがほとんどだったそうです。

特に 2 回目の開催では、1 日目の女性向けイベントに加え、2 日目は男性向けのイベントとしたところ、男性参加者を集めるのに苦労することになりました。やはり男性は普段それほどファッションに関心が高い人が多く、照れもあるのでしょうか。しかし「ミラクルチェンジ」で、大きく変化するのは男性の方なのです。そのため参加した男性たちの満足度は非常に高く、潜在的なニーズが感じられました。

第 3 回は 6 月の父の日にあわせて開催されましたが、今度は男性たちの背中を押しやすいようにと工夫し、2 日目の募集対象を男女ペアにしたところ、



応募が増えたそうです。

このように当初は苦心した集客も、次第に口コミや SNS で知名度が上がって人気が高まり、中には東京など遠方からわざわざ参加する人も現れています。特に女性向けの枠はすぐに埋まってしまう状況です。

4 定員5名でも大きな波及効果

このイベントの特殊なところは、参加者の定員は5名程度であること。イベントというだけでなくたくさんの人に参加してもらうことを目指しがちですが、ミラクルチェンジでは少人数なのに成果をあげています。

その理由のひとつは、SNSなどを上手に活用していること。ブログや Facebook、最近ではInstagramも始め、情報発信を積極的に行っています。

もうひとつは、拡散してくれる人たちの存在です。このイベントは参加者にとっては大きな体験となるため、愛着が強く、SNSでのシェアや「いいね」

変身中



変身後



をしてくれるのです。このイベントは見るだけで純粋に面白いので、参加者以外の方の拡散もあることでしょう。

イベントがはじまって1年ですが、商店街の他のイベントの認知も高まるなど、すでに全体としての波及効果が感じられる状況になっています。

5 ファッション関連店舗も企画次第でイベントに

商店街のお店を活性化させるには、イベントで気軽にそのお店を利用する機会をつくり、魅力を知ってもらうという方法がよく行われます。しかし、飲食店や単価の安い商材を扱っているお店なら、バルイベントや百円商店街などで比較的取り組みやすいのですが、ファッション関係のお店が参画しやすい企画はあまりありません。

この「ミラクルチェンジ」は、アパレルショップだけでなく、靴などの小物、ヘアメイク、スイーツ店まで巻き込んで、お客様がお店や商店街の魅力に気づくしくみに仕立てた秀逸な企画です。

店主たちからの前例のないイベント提案を歓迎した商店街の柔軟な姿勢も、成功の一因ではないでしょうか。

第4回のミラクルチェンジ(参加料5000円)は、11月開催予定です。申込締切は通常通りなら2週間前くらいとのことですが、早めのお申込がおすすめです。

(中小企業診断士 箕作(きさく)千佐子)



(左から)橋本友宏さん、杉原純子さん、木谷めぐみさん、福谷佳衣子さん。

ミラクルチェンジ in 神戸元町三丁目 事務局

住 所：神戸市中央区元町通3-9-8

パルパローレルビル3F

(株) be love company 内

電 話：078-599-7601

U R L：https://peraichi.com/landing_pages/view/miraclechange

伏見稲荷大社に来られる方をおもてなし 稲荷繁栄会 (京都府京都市)

京阪本線伏見稲荷駅と JR 稲荷駅前にある稲荷繁栄会は、平成9年には店舗数が3分の1以下に減少しましたが、2014年から5年連続でトリップアドバイザーが行っている外国人に人気の観光スポットランキングで「伏見稲荷大社」が1位になったことから、外国人観光客が増加し、賑わいを取り戻しました。伏見稲荷大社を訪れる方に飲食店や商店を利用していただく取組みについて会長の久安氏と広報を担当されている南部氏にお話を伺いました。

伏見稲荷大社を訪れる方をおもてなしする 様々な店舗

稲荷繁栄会には、カフェなどの飲食店、茶などの小売店、宿泊施設などのサービス業など29店舗あり、老舗店舗や新規開業の店舗など経営歴も様々です。来街客は9割が外国人観光客です。

伏見稲荷大社から京阪本線伏見稲荷駅までは、伏見稲荷大社を目的とした観光客が多く通り、食べ歩きができる豆乳スイーツや鯛焼き、焼き芋などのお店が並んでいます。

多くの店舗は観光客をターゲットにしていますが、地域住民の方をメインターゲットとした店舗もあります。それぞれの店舗がメインターゲットを明確にしながら、来街される観光客向けのお土産品なども扱っています。

様々なツールを使った情報発信

観光地としての強みを活かす3ヶ国語のホームペー



伏見稲荷大社裏参道

ジでの観光情報発信、無料 Wi-fi の設置、タブレット有効活用等の ICT 活用と訪れた方をおもてなしするツーリストセンター (i-station) の設置、3ヶ国語対応のマップ配布などでリアルに情報発信することで、観光客に地元での飲食やお土産の購入に繋がる取組みをされています。

○伏見稲荷ヴィレッジ(ホームページ)

ホームページは、主に観光客にご覧いただけるように、日本語、英語、中国語(繁体字・簡体字)ページがあり、店舗と観光ルートを紹介しています。5種類のおすすめ観光ルートは、所用時間と地図、写真が掲載されて



伏見稲荷ヴィレッジ(ホームページ)



Facebookページ(伏見稲荷i-station)

おり、観光客が訪れる前に計画しやすく、旅行会社なども立ち寄り場所として検討しやすいページ構成になっています。オリジナル商品などのネットショップも設置していますが、ネットからの購入だけでなく、商品を知っていただくことで、来街時に購入していただくことを目的としています。

また、Facebook ページ(伏見稲荷 i-station) では、ツーリストセンター i-station が観光情報や手荷物預かりサービスについて投稿しています。



稲荷繁栄会(地図)

たい焼き屋 焼き芋屋



佃煮屋

稲荷繁栄会の様々な情報発信(コミュニケーション)

	ツール	名称	稲荷繁栄会の特徴
稲荷繁栄会の取組み	ホームページ	伏見稲荷ヴィレッジ	日本語・英語・中国語(繁体字・簡体字)、ネットショップ
	Facebookページ	伏見稲荷i-station	地域・店舗案内、観光ルート案内
	フリーWi-fi	Wi-fi「Inari-village」	観光客、店舗ともに利用可能なフリー(無料)wi-fi
	案内所	i-station	手荷物預かり所、観光案内所、両替機
	チラシ	京都駅や清水寺へのルート地図	地図(車通行可否を表示)、各店舗のホームページにリンクするQRコード
	フライヤー	Wi-fi利用案内	日本語・英語・中国語、ポストカードサイズのWi-fi利用案内
個店	各店舗	店舗ごとの取組	iPadを利用したコミュニケーション 英語等での接客 店舗内外の多言語POP

〇個店が情報発信

i-stationなどで配布しているA3サイズのマップには、地域の観光地と個店の場所、観光ルートが掲載されています。マップには個店の場所とQRコードがあり、スマートフォンなどで詳細情報を閲覧することができます。日替わりメニューや季節がわりメニューがある店舗、取り扱い商品やサービスが変わらない店舗など個店にとって発信したい情報をそれぞれのターゲット顧客に対して個店のホームページで有効なタイミングで発信することで、集客が可能です。



マップに掲載されている個店QRコード
ホームページがない店舗にはイラストが掲載されている

辺情報のマップやパンフレットを配布し、地域情報を案内するツーリストセンターを設置することで、初めて来街された方が観光だけでなく店舗を利用しやすくなります。

今後も伏見稲荷大社を訪れる観光客は増加すると思われます。文化が異なる外国人が増えることで新たな課題が増えることも考えられます。しかし、伏見稲荷大社がご縁で来ていただけるお客様がいらっしゃることを強みとして、外国人観光客、日本人観光客のそれぞれの困りごとを理解した上で、商店街全体が良い雰囲気の商品・サービス・メニューを提供することで、観光スポットでの思い出を増やし、口コミやリピートしていただくことができる地域を目指すことが期待されます。



稲荷繁栄会の街灯とフラッグ
レトロな雰囲気のある街灯とキツネのイラストが描かれた稲荷繁栄会のフラッグは、Instagram(写真投稿SNS)に掲載したくなるデザインのものを設置しています。

(中小企業診断士 宇田名保美)

インフラ整備で個店の工夫をサポート

2014年のトリップアドバイザー掲載がきっかけで急増した外国人観光客に対応するために、商店街では、個店をサポートするインフラ整備を行いました。

〇タブレット端末の活用

個店にタブレット端末を配布し、タブレット端末の利用研修を実施しました。店舗で気軽に利用できるタブレット端末は、ソーシャルメディアや翻訳機能を利用するなど個店にあった利用が可能です。

〇フリーWi-fiの設置

通信容量を気にせず、スマートフォンやタブレットを利用することができるようにフリーWi-fiを設置しました。フリーWi-fiを設置することで観光客がマップから個店情報を閲覧したり、個店が店頭でタブレット端末を利用してインターネットに接続することが可能です。



〇ツーリストセンターi-stationの開設

外国人観光客のための両替機や手荷物預かり、周



(右から)久安会長、大谷さん、南部さん

稲荷繁栄会

住 所：京都市伏見区深草御前町 70 番地
電 話 / FAX：075-204-7153
会 長：久安 康雄
U R L：<http://inari-village.com/>
(伏見稲荷ヴィレッジ)

お 店 拝 見

南イタリア料理でお客様と一体となる

piatto match

piatto match は、JR甲子園口駅から南に歩いて2, 3分で甲子園口駅前商店街の中にあります。カウンターに座る11名のお客様に、店主の杉町晃さんが1人で南イタリア料理を提供しています。最も注目すべきは、“ランチもディナーも、お客様で11席がいっぱいになる”という点です。まずはいっぱいになる理由から、探ってみましょう。



理由その1：

南イタリア料理の piatto match

やはり、主役はお料理です。いわゆる『イタリアン』ではない南イタリア料理にはどんな特徴があるのでしょうか。杉町さんによれば、「シチリア島内外の南イタリアは決して豊かとは言えないものの、色々な国に支配されてきた歴史から、アフリカのクスクス料理など多文化の影響を受け、鰯やウニ、オレンジにナッツなどの多様な食材に、フェンネルやミントを効かせて」とのことです。部分的に日本のお客様へ



piatto matchで味わえるシチリア料理

のアレンジも忘れることはありません。ディナーの場合、南イタリア産のワインも含めてお一人4～8千円というお客様からは、「シチリア料理って何?」に始まり、「初めて食べた」「中味に比べて安い」といった声が聞こえてきます。これらの評価は、杉町さんが当店開業迄の間に、大阪や神戸のイタリア料理店などで、キッチンを中心にお客様との接し方を含め幅広い経験を重ねる中、南イタリア料理に着目しつつ、現在の仕入れ先との関係づくりなど、piatto match の原動力を整えてきた結果とも言うことができます。なお、野菜は宝塚市西谷や篠山地域、お魚の仕入は鮮度重視で高知県の宿毛から木曜日午前中に届くルートが主とのことですが、月曜日だった当記事の取材中に、追加仕入れのために近隣の漁師さんがとれとれの魚の納品に登場しました。さらに、お皿を意味する piatto を店名に盛り込んだ狙いのもとに、「メニューはすべて1.5～2人前のボリュームで、一皿をお客様が分け合う楽しさ」も提供しています。

理由その2：

お客様と一体となる piatto match

平成30年8月に開業され、「お店は、お客様が入店されてはじめて完成するもの」というのは、開業準備の段階でイメージしておくべきポイントの一つかもしれませんが、オープンして1年が経たない段階ながら、店内では次のような現象が生まれています。



店内の様子

・ランチ後にカウンターに1500円が並ぶ

お昼の食事メニューは1500円のランチのみで、女性客が多めです。11名のお客様に懸命に料理を作り続ける杉町さんを目の当たりにしたお客様は、美味しかった料理が乗っていたお皿が空になると、代金をおいてお店を後にするのです。常連さんと杉町さんの間の日常的なコミュニケーションの一つです。

・杉町さんフル稼働時の、お客様の行動

料理づくりに没頭している杉町さんの姿は、凄まじいと感じられるようです。「お客様自らの気遣いで、じっと料理を待ったり」、という事態も珍しいことではありません。

なお、お店で定めたグランドメニューはあるのですが、3日に一度ご来店頂くようなお客様までが増えたことから、本日のおすすめ等を記した黒板メニューの方が大活躍しています。お客様との信頼関係の証とも言えましょう。

理由その3：

描いたプランが実現できている piatto match

開業時のプランと現状が一致できている点がほとんどで、杉町さんから出た言葉は次の通りです。「甲子園口のお客様層を見据え、出店場所が的確だった」、「気楽な店主といった杉町自身の個性をお客様に見てもらい、それを受け入れ魅力に感じてもらえている」、「シチリアにこだわって良かった」、「お昼は11名の来店で打ち切る半面、パンは店内で自らが焼くなど、1人で対応できる範囲の見定めが適切だった」、「かしこまった高級店ではないが、行き届いた品を」等々。

出店に際して、ひょうご産業活性化センターの商店街新規出店・開業等支援事業が活用されていま

す。このように順調に事業を進めておられる杉町さんではありますが、「借入負担が大きい中での開業だったが、支援のおかげで資金面中心に、欲しい物が調達できたり、資金不足による妥協に至らなかった点、及び、心理的な余裕が持てたことなど」



定番メニューと本日の黒板メニュー

を活用の成果と認識されています。また、これから開業される飲食業の皆様には、「活用した方が良いと思う、使える場合は使わない理由は見当たらない」とのことです。最後に、今38歳の杉町さんとおおよそ満1歳の piatto match の、「まずはこれからの10年間に、益々期待したいところです。

(中小企業診断士 投石満雄)



店主の杉町さん

店名 piatto match (ピアットマッチ)

代 表：杉町 晃
住 所：兵庫県西宮市甲子園口2丁目6-21
電 話：0798-31-6763
営業時間：11:30～14:30
17:00～20:00 最終入店
定 休 日：水曜日（木曜はディナーのみ）

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、新たに下記の店舗が開店しましたのでご紹介いたします。

店舗名 Hair Salon W [美容室]



- 商店街・小売市場名 苦楽園ストアーズミーティング
- 住 所 西宮市久ヶ谷町 10-54
ステイタス夙川B 1
- 電 話 0798-20-9014
- 開 業 日 平成 31 年 4 月 3 日

お店の自慢

日常の忙しさを忘れさせてくれるリゾート風の落ち着いた空間のサロンです。キッズルームもあるのでお子様連れでも大丈夫です。

店舗名 CS BURGER [飲食店]



- 商店街・小売市場名 阪急夙川サンらいふ
- 住 所 西宮市西田町 5-1
- 電 話 0798-77-2951
- 開 業 日 平成 31 年 3 月 11 日

お店の自慢

約20年間焼肉屋の経験を活かした「ミンチを使わないパティ」と、パンズも野菜も地元のお店のご協力で美味しいバーガーが出来上がりました。オールドアメリカンを基調とした店内とソウルミュージック。お客様も私達も「楽しいお店」を目指しています!

～2019(平成31)年度 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
対象事業	商店街の空き店舗への新規出店 ※「一般枠」とは別に、「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。	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、市町、まちづくり会社等
期 間	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(店舗、住居)、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)、居住者引越料 ※新たに店舗併用住宅の住居部分改修、居住者の引越料を対象経費に加えました。
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、3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75万円) ※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。

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

〒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