

## 【助成事業：わが街－甲南再発見！にぎわい創出事業】

## ポイント

## 地域密着の小売市場がメルマガと宅配サービスで高齢者の買い物を支援

神戸市東灘区で生鮮三品等を中心とする地域密着型小売市場の協同組合。阪神淡路大震災による全壊から立ち直り、組合員8名が専門店としての品揃えを誇り、力を合わせて運営している。大型店との競争等で苦労する中、新鮮な食材に加えて旬のレシピや健康レシピ等の提案を行うほか、買物情報のメルマガと買物困難者のためのネット受注や商品の宅配サービス等を実施して地域の台所としてなくてはならない存在となっている。

## 商店街情報

所在地：神戸市東灘区甲南町3-6-12  
 地域の人口：213,968人 98,401世帯  
 （神戸市東灘区 平成30年3月現在）  
 商店街の類型：近隣型商店街（小売市場）  
 組合員数：8名  
 店舗数：11店舗（主な業種構成：鮮魚、精肉、青果、一般食品、塩干、製麺など）  
 TEL：078-413-3939 FAX：078-413-3950  
 URL：<https://www.eshokusaikan.jp/shop/>



店舗正面入り口

## 商店街の概要と近年の環境変化

北に六甲山、南に大阪湾を臨む神戸市東灘区でJR東海道線の摂津本山駅から徒歩で約10分の商業地域に位置する新甲南協同組合は、「KONAN食彩館」の名称で地域の人々に親しまれている小売市場である。

江戸時代から「灘五郷」として造り酒屋が栄え灘の生一本で知られる銘酒の里に、昭和27年に新甲南市場として発足。その後平成7年の阪神淡路大震災により全壊の被害に見舞われた。しかし、平成8年に市場関係者のみならず一般市民も株主となって再建の主体となる「新甲南市場復興株式会社」を設立し、上層階がマンションとなる8階建ての建物を建設。国・県による高度化資金等の支援を得て、その1階で売り場面積874㎡のセルフスーパー形式の小売市場「KONAN食彩館」として再出発した。

市場の管理・運営は協同組合が担当し、現在11店舗が営業している。組合員の業種は精肉、鮮魚、青果、塩干、一般食品等市民の日常生活に不可欠な業種で構成されており、各売場が独立したプロ集団型のスーパーマーケットである。特に、当市場の強みは、それぞれの店が自らの目利きで仕入れた商品を来店者に提供する、いわば専門家による品揃えと鮮度管理を実施することで多くのお客様から支持されていることにある。



スーパー方式の販売でレジを一括集中

現在、震災で倒壊した酒蔵や建物の跡地には、マンションや商業施設が建設され、若い子育て世代の転入により人口は震災前より増加。全国でも珍しい「多子高齢化」という現象を呈しているが、高齢者も多く住まうことから当市場では「クラブ会員制・シルバー会員制」を設けて顧客との連携を図っている。

また、メルマガでのお買い得商品の情報を随時配信するほか、クックパッドやLINEも活用して情報発信を行っている。さらに、高齢の顧客対応の一環として東灘区の地域在住者に対し、ネット上で商品の注文を受けるネットスーパーの展開や、買い上げた商品を自宅まで配送するサービス等を展開している。

## 助成事業の概要とその成果

当市場では、これまでも落語会やヒーローショー等を開催して集客を図ってきた。こうした成果を踏まえ、助成事業では、以前からの住民に加えて震災後の転入住民に街を再認識してもらうため「わが街-甲南再発見」と題して、以下のような地域密着型のイベント等を実施した。

＜平成26年度事業：わが街-甲南再発見！にぎわい創出事業＞

### ①写真と動画で綴る甲南の歴史展

甲南の歴史に最も大きな影響を与えた阪神淡路大震災の震災前と震災後の二部構成で歴史展を開催。店頭にて特設会場を設けて写真や年表を展示し、大型モニターでナレーション付きの動画を放映。さらに、歴史展の内容を収めたリーフレットを1,000部作成して配布、参加者が帰宅後も甲南の街について語ってもらえるようにした。このリーフレットは大変好評で、「地方に引っ越した元住民の友人や家族に送りたい」「思い出に欲しい」といった声が多く聞かれた。また、写真展に併せて、地区の老人会より紹介を受けた講師により、商店街の始まりや震災時の様子、甲南地区の歴史等をテーマに東灘区の歴史講演会を開催。4日間で1万2千人を超える集客があり、参加者が当時の思い出を語り合う姿も見受けられた。

このイベントを通じて住民の方々に、生活の場である地域の歴史を改めて知ってもらう機会となり、地域コミュニティに役立つ市場を再認識して頂いた。

### ②新甲南大抽選会

当市場では、日頃から地域の人々との密接な関係を築くため「クラブ会員制」を設け、クラブカードを発行している。そこで、会員2万人突破記念と日頃の感謝を兼ねて大抽選会を開催。各店自慢の生鮮食品やカタログギフト等を景品に空くじなしで実施し、店頭には抽選会参加者の長い行列ができた。抽選の参加条件を、クラブ会員のメールアドレスへの登録、開催期間中の3千円以上のお買い物、クラブ会員への新規登録等とした結果、100人の新規会員を獲得することができた。

### ③震災から20年―「温もり」をふるまう会

阪神淡路大震災から20年目の節目となる1月に、当市場の食材を使用した腕利きシェフによる温かい「ブイヤベース」のふるまいを実施。当日は、震災発生時から復興への道筋を動画で上映して震災を乗り越えた思いを新たにするとともに、震災体験を風化させないよう更なる防災意識の涵養に努めた。

＜助成事業による成果等＞

今回の助成事業を通して、これまで東灘区に住まわれている方々や、新たに転入された子育て世代など幅広い世代の方との連携を深め、『わが街甲南』に暮らす意識を共有しつつ市場との結びつきを一層強いものとする事ができた。また二部構成の歴史展は地域を超えて話題となり、遠方の方も大勢足を運んでくれたことにより商圈の拡大にもつながった。



展示会で懐かしい写真や知らなかった風景写真を楽しむ人々。会場に用意したリーフレットはすくになくなり、追加作成の要望もあったほど。



上：抽選会場は長蛇の列

左：会員登録専用ブースを設置したことで登録手続きがスムーズに。



歴史展や市場のプロモーション動画を見ながら振る舞われた「ブイヤベース」を堪能する人々。



## 助成事業以降の商店街活動

### ①クラブ会員制と情報発信

助成事業により増加したクラブ会員のメールアドレスを活用し、旬の買物情報等を掲載したメールマガジンの配信をスタートさせた。このメールマガジンには、本日の特売品のほかこれを使った健康レシピを加えるなどの工夫で、顧客ニーズの掘り起こしを心掛けた。さらに、ホームページ上に120を超えるレシピとその食材の売り場を紹介するなどして、購買意欲の向上と売上増につなげている。また、会員の利用を増やすため、「フリークエント・ショッパーズ・プログラム(FSP\*)」を導入しており、顧客の買物の動向やニーズを分析して仕入れや店舗運営の効率化を図るとともに、大型店との差別化戦略の有効な手立てとしている。

このほか、従来型の紙によるチラシについても、特売商品等に合わせて「税務署からの大事なお知らせ」等を掲載して地域住民の便宜を図るとともに、チラシそのものにより興味を持ってもらうように工夫している。

(\*FSP:カード情報等を基に顧客の購買行動等を分析し、販売促進等の戦略策定を行うためのマーケティングツール)

### ②ネットスーパーと商品のお届けシステム

高齢化等で買物が困難な方のために、ホームページや電話で商品を受注し宅配するサービスを開始した。お肉・お魚・青果などのジャンルから商品を選んで買い物かごに入れてもらい、これを無料配送するもので、当面、東灘区の会員登録者に限定して運用している。当初想定した買物弱者だけでなく高級志向の客からも、目利きが仕入れた「本物」をネットで気軽に買えると好評で、口コミによる利用者が増えつつあるほか、ITに不慣れな高齢者が利用方法をサービスカウンターに問い合わせしてくるなど徐々に広まりつつある。

また、市場で買物された品物を自宅に届ける宅配サービスも併せて実施している。これは、市場で買物された品物を、サービスカウンターに持ち込むと1回200円で自宅まで配送するもので、顔馴染みの顧客から歳を重ねて買い物がしんどい、という声を聞いて始めたもの。高齢化時代を見据えた地域密着型サービスとして注目されている。

### ③地域コミュニティへの貢献

市場の施設等を地域コミュニティの場として利用してもらうための方策として、休憩スペースの設置やトイレの改修を行い、高齢者の利活用に配慮している。



サービスカウンターや今月のおすすめメニューの掲示板などを設置するなど来店者へのサービスも充実

### 特売チラシ



### ネットスーパー



上:パソコンやスマホから市場の商品を購入できる。利用方法はいたって簡単。購入商品を「カートに入れる」と配達可能時間が表示される。その中から希望の日時を選択すれば注文完了、購入商品が登録住所に届く。

下:地域の見守りも兼ね専属ドライバーが商品を配達している。配達先では会話が弾むことも。



## 自治体による活性化支援等

### 神戸市

神戸市では、2017年が神戸港開港150年に当たることから、ライトアップ等様々な記念行事を実施し、内外から多くのお客を迎えて神戸港を中心とする地域の振興を図っている。

商店街・小売市場については、単に商品・サービスの提供の場だけでなく、地域の安全・安心や、地域住民の交流の場など、地域の生活面において様々な役割を期待しており、「地域商業活性化支援事業」等を通じてその取り組みを支援している。ソフト事業では「単年度型」「3年計画型」「地域連携型」があり、いずれも公開プレゼンテーションの場での企画提案と審査により採択している。

新甲南協同組合については、平成26年度に「3年計画型」で採択され、ネットスーパー事業を実施。市では、ホームページの作成やソフトウェアの開発、宅配用備品の整備、立ち上げ期間の人件費等への助成を行っている。当市場については、単にモノを売るだけの店ではなく、市場ならではの商材と商品知識、互いの顔が見える良さを残しつつ今の時代に相応しい地域商業の先駆者としての取り組みを期待している。また、「地域連携型」は、協定に基づいて自治会や婦人会などの地域団体と連携して実施する事業に対して助成しており、一過性のイベントではなく、事業後も継続して連携活動を続けてもらう等息の長い事業となることを期待している。さらに、ハード面に関する支援では、アーケードの改修・撤去、街路灯のLED化、防犯カメラの設置等に対して助成を行っている。

上記のほかに、商店街や小売市場等に専門家を派遣して相談等に応じてもらう「応援隊派遣事業」を実施しており、商店街等が有する課題への対応や助成策等への橋渡しを行っている。

## 商店街の今後の戦略

### 地域に寄り添いともに街をつくる

地域の活性化を担うことが新甲南協同組合の使命であると考えており、様々な施策を企画し実行する場合、長期的なビジョンを意識して取り組んでいる。

震災で倒壊した市場を再建する方法を模索した結果、「セルフ方式のスーパー型市場」という新たな仕組みを考えた。当初、多額の融資を受けるため反対する地権者や店主もいたが、行政の協力を得て、「建設費を無利子20年返済プランで借入」「上層階をマンションにして一部を市の住宅供給公社に売却」等のアイデアで資金を捻出。店主の負担を軽くすることで了承を得ることができたが、こうした官民一体となった復興の経験を次の世代に是非伝えていきたい。

また、薄利多売の大手チェーン店とは価格競争はできないので、“なぜこの価格になるのか”を消費者に納得してもらった上で買い物を楽しんでもらいたいと考えている。そのため、レジ前に大型モニターを設置して商品が加工されるまでの動画を流し、レジ待ちの間に見てもらって「商品の価値」や「安全性」を消費者に伝えるとともに、ここにしかない食材とその調理方法から食べる習慣まで含めた「ご当地」の仕組みを提案するなど、生産者の顔が見える「安心・安全・新鮮」な食品の提供に力を入れていきたい。

今後も、地域の人々の利便性の向上を目指すとともに、いろいろなイベント・特売セールを行い、地域一番店になれる様、常に前進あるのみでガンバっていきたい。



～ 仕掛け人 ～

新甲南協同組合

理事長 松本茂吉

## 取材を通じて明らかになったこと

当組合は、阪神淡路大震災による全壊から知恵と工夫と協同の力で立て直し、地域の台所として、また地域コミュニティの要として重要な役割を果たしている。近年、大型店との競争が激しくなる中で、それぞれの食品部門において「専門家」としての立場で品揃えに工夫を凝らし、安心・安全な食材の提供に力を入れている。また、宅配サービスに代表されるように、地域の人々の利便性を考慮した取り組みを展開しているが、これは個々の店舗では実施が困難なものを協同の力で達成した成果である。女性スタッフの何気ない一言から生まれた、緊急時の赤ちゃん用おむつの無料貸し出しなども地域とともに歩む組合活動だからこそ実現したものといえる。さらに、ホームページやSNSの活用にも積極的であり、幅広い世代にアピールする取り組みと努力は、競争環境の変化等に苦慮する他の商店街や共同店舗にとって大いに参考となるものである。