

シリーズ

“キラリ企業”

の現場から 第70回

当社の支援サービスをご利用いただいている元気企業を紹介する“キラリ企業”の現場から。第70回目は創業以来90年、独自製法でつくる煮豆が名物の「手作り惣菜 なかむら」をご紹介します。同店の経営力強化から、地域全体の活性化を目指す取り組みまで、3代目店主中村拓代表からお話を伺いました。同店には、「進め!若手商人育成事業」の、商店街リーダー養成研修(注1)や商店街パワーアップ作戦(注2)を利用いただいています。

惣菜店から地域ブランドを創出! スカイツリーのお膝元「曳舟」の活性化へ

手作り惣菜 なかむら

■創業90年の手作り煮豆が商売の原点

墨田区北西部の東向島地域にある「手作り惣菜 なかむら」は、現在、3代目店主の中村拓氏が経営する創業90年の惣菜店である。初代店主は、大正10年、墨田区八広地域にうずら豆の煮豆専門店として同店を創業した。この地域で昭和10年代まで商売をしていたが、太平洋戦争の空襲で店を焼失したため、2代目店主が、昭和22年に東向島地域に新店を開業した。この頃から煮豆以外の商品開発も積極的に行い、品揃えを拡大してきた。

現在のお店は、東武曳舟駅と京成曳舟駅を最寄りとする「曳舟たから通り」に面し、3年前に全面改装を行った真新しいつくりである。また、「お客様が満足の笑顔でお帰りになるお店の集まり」を基本理念とし平成20年に設立されたイーストコア曳舟商店会の加盟店であり、中村氏は、役員として、商店会活動にも積極的に取り組んでいる。

中村氏のほか、2代目店主だった父、5名のパート、合わせて7名で店舗運営を行い、店頭には揚げ物、煮物、天ぷら、漬物などの惣菜が並ぶ。なかでも90年の歴史をもつ煮豆は、北海道産の豆を100%使用し、無添加・保存料なしで甘さを控えた味付けが特徴だ。現在も創業当時と変わらぬ調理法で作られており、同店で一番の売れ筋。王貞治氏の叔母も来店、購入する商品である。同店の主要顧客は女性が7割、40～60代の主婦が中心であり、地域の台所として貢献



現在の「手作り惣菜 なかむら」

している。

■公社事業の活用による新商品の開発

平成15年から開始している曳舟駅前地区の再開発に伴い、同店をとりまく外部環境は大きく変化した。特に平成21年の大型スーパーの新規出店により商店街の来街者が減少し、同店の売上も減少したため、中村氏は非常に強い危機感を持ち、打開策を検討していた。こうした状況で、墨田区役所の職員から紹介されたのが、公社の「商店街リーダー養成研修」である。

中村氏は、平成22年度と平成23年度の同研修に参加した。「他の商店街や個店の具体的事例を中心とした講義や、近隣地域の多くの商人達とのコミュニケーションを通して得た情報や知識、人脈は、その後の活動の大きな原動力になった」と語る。特に、「商店街の活性化のためには、個店の経営力を高めることが、非常に重要である」ことを、改めて認識することができた。

こうして中村氏は、同店の経営理念「食べ物を通して地域のお客様の健康を支える」を基本とした新たな商品開発を行い、地域ブランド化を図ることで、商店街の活性化につなげたいと考えるようになった。そこで、「商店街リーダー養成研修」で新たに知った「商店街パワーアップ作戦」で専門家から商品開発のプロセスや具体的な開発方法のアドバイスを受けて、新商品の開発を始めた。

まず中村氏は看板メニューである煮豆の歴史や製法を改めて分析するところから、新メニューの試作開発を始めた。主要顧客だけでなく、近隣住民等も参加する試食会も開催し、商品開発に必要な様々な意見を聞くことができた。その



中村氏と2代目店主(父)

結果、「大正時代から伝わる庶民の味を現代に伝える」をコンセプトに「なかむらさん家のうずら豆」が完成。三代に渡る歴史を持ちながら、現代の健康志向にもマッチしている点が評価され、墨田区の地域ブランド「すみだモダン2011」のグルメセレクション部門に認定された。今後東京スカイツリータウン内の東京ソラマチにある「産業観光プラザすみだまち処」での販売も予定している。そのため今年度の「商店街パワーアップ作戦」では、東京ソラマチで販売する際の、より効果的な販売方法やパッケージについても専門家のアドバイスを受ける予定である。

■個店力を高める「食」へのこだわり

積極的な新商品開発に加えて個店力を高めるために、中村氏が重点的に取り組んでいる「食」に関する活動が3点ある。

1点目は、フレンチシェフや料理研究者など食に関する異業種のプロたちと立ち上げた料理研究会の活動である。食のプロを交えた最新情報の意見交換や、試食会の開催等の活動は、同店新商品のアイデア創造や既存商品の質の向上に役立っている。

2点目は野菜の販売である。平成23年に、同商店会内にあった食品スーパーが撤退したことに伴い、「野菜を販売してほしい」という要望が増えていた。そこで、中村氏は、近隣の青果協同組合に加盟。青果市場の競りに参加することで、低価格、高鮮度の商品仕入れが可能となり、約15アイテムの販売を開始。合わせて、野菜の品種や特徴、調理方法等の提案を主婦層に行えるようにと、現在は野菜ソムリエの資格取得に向けた勉強を行っている。

3点目は、墨田区内で開催される食育活動である。墨田らしい食育文化が育つまちづくりを目指す「すみだ食育goodネット」へ積極的に参加し、イベントや講習会を開催している。この活動を通して、地域住民の食に対する意識を把握し、地域貢献もすることができる。また、大学生が仕入れや販売、接客等のインターンシップ活動を行い、学生から商品や販売方法に関する提案をもらうなどの効果もあった。

■曳舟地域の活性化へ向けた取り組み

中村氏は、「すみだモダン」の認証を受けて、同店の来店者属性に大きな変化があったと語る。地域内外の一般消

費者はもちろん、メディアや企業の訪問が増加傾向にあり、取材等に関しても、積極的な対応を行っている。今後東京ソラマチでの販売が始まれば、同店はもちろん、曳舟地域への新規来街者を増加させる可能性を持っている。

こうした機会をとらえ、中村氏は、商店会役員としても、幅広い活動を行っている。例えば、曳舟のキャラクター「お舟ちゃん」のデザインや商標取得がある。自費でデザイナーに依頼し、商標登録をしたキャラクターは、当初同店だけでの利用を考えていた。しかし、多くの地域でご当地キャラクターの展開が始まっているため、中村氏は、曳舟地域がキャラクターを持つ必要性を痛感し、商店街の認知度向上を目的に商店街マップ等に掲載することにした。



「お舟ちゃん」イラスト:夜桜おどる ©Nakamura

その他、曳舟地域に戦前から落語家が多いという特性を生かし、寄席イベントを開催したり、地域の若手アーティストと連携し、曳舟のご当地ソングを作るなどの活動を行っている。こうした地域住民が集まり、つながる場を創造する活動に、今後も積極的に取り組むと意気込んでいる。

また、「商店街リーダー養成研修」の講義で感銘をうけた「一店逸品運動(注3)」をテーマとした商店街全体の勉強会も、平成24年度から商店街パワーアップ作戦を活用して、継続的に実施していく予定である。

スカイツリー開業イヤーの今年、惣菜店の煮豆から生まれた地域ブランドが、今後、「曳舟」を代表する地域資源となり、その他の商店街活動と相まって地域活性化の一役を担うことだろう。

(城東支社 米澤昭郎)

(注1)商店街リーダー養成研修:商店街活動を支える中心メンバーである幹部役員の商店街マネジメント能力(リーダーシップ、状況分析力、問題解決能力、企画力等)を講義と事例演習により養成する研修事業。

(注2)商店街パワーアップ作戦:商店街・商店の要望に応じて、実務に精通した専門家チームを派遣し、商店への個別アドバイス、商店街での勉強会、相談会を開催する事業。

(注3)一店逸品運動:中小小売業者が逸品という、一つの商品やサービスの開発・発掘を通して、個店の品揃えを活性化させ、地域の商店街の各店が活性化する運動。

店名:手作り惣菜 なかむら

代表者:中村 拓

資本金:300万円 従業員数:7名

本社所在地:東京都墨田区東向島2-28-3

TEL:03-3611-0428

FAX:03-3611-0428

URL:http://www.east-core.com/41nakamura