

繁盛店に学ぶ 小売・飲食の 魅力発信手法

回答 ADVICE



中小企業診断士
静岡商工会議所 専門指導員

たまおき ひさみち
玉置久倫 さん

Q 静岡市の小売店・飲食店で繁盛している店は、どのような手法で店の魅力を発信し、お客様のハートをつかんでいるのでしょうか？

「静岡の魅力」って、何だろう？

富士山や駿河湾などの大自然、温暖な気候、そこで育まれたお茶、桜えびなどの農林水産物、それらを活用した加工食品やグルメなど。県外からの移住者は、でもやっぱり人かな。〃という方が多いように思う。にもかかわらず静岡市では若い人材の流出、人口減少が深刻化。アイラブしずおかによる静岡おまちの活性化など民間が連携してまちづくりに取り組む中、新たに注目されるOMACHI創造計画の店舗を通じて「魅力の発信手法」を紹介する。

そもそも「OMACHI創造計画」とは、アトサキセブンエリア（入宿町、七間町、駿河町、梅屋町）を中心に、こだわりを持つ個人オーナー兼店主が出店しやすい小さな店舗として既存建物をリノベーション・新築、個店の力を結集して歴史ある街に食とアートを通じた新エリアを誕生させるプロジェクト。

デザイン経営とインスタ映えのすずとら

「猫の国から届いたおいしい楽しいお菓子」を提供するチーズケーキ専門店「すずとら」。地元農産物に

こだわるスイーツのうまさは当然として、カラフルなチーズケーキやポーズしたくなるキャットサブレは、インスタ映え抜群。各種イベントに積極的に参加して随時Facebookで発信するとともに、メルマガ限定発信されるオーナーの思いや内緒話は、常連客のハートをがっちりつかむ。当店を象徴する猫のイラスト（オーナー似？）で統一された店舗や装飾物、販促物は「デザイン経営」を実践。猫好きスイーツ女子のお店と思いきや、実は自分へのご褒美やギフト用にスイーツ男子やサラリーマンの中年男性も集まり、ワンコ派の私もついついぶらりんぽ。

前オーナーの思いと店舗と常連客を引き継ぐヒトヤ堂

昭和レトロな純喫茶と宿泊施設を兼ね備えるゲストハウス「ヒトヤ堂」。東京から移住

者で美大卒の女性2名が、37年の歴史を終えて廃業を決めていた喫茶店を居抜き。前オーナーから引き継いだサイフォン式コーヒーの淹れ方で、店内に昭和の香りを漂わせ



チーズケーキ&焼き菓子「すずとら」



ポーズしたくなるキャット！サブレ

る。また、クラウドファンディングを通じて店舗改装資金を調達し、作業ボランティアも募集。作業を体験したお一人さまやご家族親子がFacebookやInstagramで作業の様子を発信することで、オープン前からファンづくりや口コミ効果につながり、常連客が入れ替わりカウンターを占拠するお店に。

個店同士で魅力を発信するアトサキセブンエリア

ヒトヤ堂には、すずとらのチーズケーキや雷神堂（母・娘2人で切り盛りする煎餅店）の手焼きせんべいの持ち込み可能。アトサキセブンではFacebookで各店舗の情報を発信。なお、同エリアでは平成30年9月28日（金）に飲食店や芝居小屋などが入居するEZAKI SOZ OSYAKINEMAGANがオープン予定。