

タニコーニュース

第3回渋谷飲食店組合主催「We-Love-SHIBUYAキャンペーン」
～タニコーも、マナーやモラル向上を呼びかけ「クリーン隊」に参加～

渋谷飲食組合が中心になり、訪れる人々にマナーやモラルの向上を呼びかけ、渋谷をクリーンで安心してくつろげる街にしようという「We-Love SHIBUYAキャンペーン」が行われるようになって3回目。今年は、5月30日(土)渋谷駅前ハチ公広場の特設会場において「渋谷街角音楽会春の小川コンサート」が歌手のすがはらやすのり氏を迎えて行われた。

晴天に恵まれた当日、渋谷の街は買い物や遊びにきた老若男女でいっぱい。社会派の歌手すがはらやすのり氏の爽やかで力強い歌声が響くと、多くの人が足を止め、美しい日本の歌や懐かしい童謡に熱心に



MN課総動員明るくクリーンな街づくりに貢献

耳を傾け、また唱和するなどの時を過ごした。ステージの合間にはマナーやモラルアップを呼びかけるピラを配ったり、広場の清掃をするクリーン隊が活躍。(タニコー社員もクリーン隊として参加)

このように、飲食店や地域飲食店組合も単に、モノを売ったり、飲食の場を提供するだけではなく、来店して頂ける人々に、よりよい環境で安心して食事をして頂ける

事が必要な時代であるとともに、街の中核をなす飲食店としては地域社会に今後にはなんらかの形で貢献していかなければならないのではないかと。

- 主催：We Love SHIBUYAキャンペーン実行委員会
(東京都飲食業環境衛生同業組合渋谷支部)
- 後援：東京商工会議所渋谷支部/渋谷食品衛生協会/渋谷区教育委員会/大向スポーツ少年団育成会



業界ニュース

医療と生活をつなげる21世紀への保健・医療福祉の展開をテーマに
国際モダンホスピタルショー'98開催!!



ホスピタルカートの片手でスムーズな反転や移動、温冷の一体型の庫内の差を体感して、その差に驚くお客様もいた

ホスピタルカートダムウェータタイプ

7月8日(水)～7月10日(金)有明・東京ビックサイトにおいて「医療機器・材料関連」《環境・設備関連》《医療情報・事務機器関連》《ナース・サポート関連》の各種機器の展示とともに、今回はEU(欧州関連)からトレードミッション企業26社を加え195社が出展。

当社も、ホスピタルカートを中心に、縄帯交換車や機器戸棚や保温食器を出展し、多くの栄養士の方や、病院や高齢者ケア施設・給食施設関係者からの質問を受けた。近年の傾向として特に温冷配膳車(ホスピタルカート)のスペース効率や価格、環境ホルモンなどの関係から保温食器等への安全性への配慮についての質問が多く寄せられた。

新設営業所

ますます広がる
信頼のタニコーネットワーク

■タニコー営業所

- 1 明石営業所(4/17)開設
〒673-0004 兵庫県明石市鳥羽字井財天1267
TEL.078-924-1092(代)
- 2 神戸営業所(4/17)移転
〒658-0046 兵庫県神戸市東灘区御影本町2-4-5
TEL.078-821-8620(代)
- 3 相模原営業所(5/1)開設
〒229-0032 神奈川県相模原市矢部4-21-3
カドヤビル101
TEL.0427-51-5201(代)

Current News No.6

顧客ニーズの把握と、
積極的チャレンジが、
活のある商店街・商店を生む!

長びく景気の低迷、消費の冷え込みや、核店舗であった大型店が本店法の規制緩和により郊外に移転したりと、全国の70%以上の商店街は空店舗を抱え、商店街の空洞化が進んでいる。その中で、来場客層の変化に迅速に対応し、地域生活者のニーズ・ライフスタイルの変化から、柔軟に対応している商店街もある。

地域ニーズが切っ掛けで
レストラン・給食事業展開

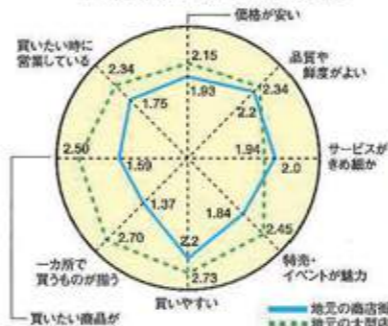
東京都足立区JR常磐線亀有駅北口から歩いて5分のところにある東和銀座商店街は、駅の近くに建設された地域病院で、売店とレストランを運営する事業主を募集されたのをきっかけに、東和銀座商店街振興組合が有志を募り、出資会社「アモールトワ」という会社を設立し、レストラン等を運営。さらに、商店街の鮮魚店が廃業することを避け、この会社が運営を引き継ぎ、空き店舗化を回避した。現在これらが軌道にのり、直営の鮮魚店、パン屋、老人向け宅配弁当、学校給食などを展開している。これは組合設立企業での積極的な多角経営の一例だ。

地域住民を考えた
次世代商店街が出現!

東京・亀戸に誕生した「ランプリングマーケット サンストリート」は、近年あちこちで出現している大型の商店街集積施設とは少し違う。JR亀戸駅から徒歩15分の、2万4千坪のセイコー工場跡地に建てられたサンストリートは、周囲3kmの42万人の隣接住民の使いやすさを第一に考え、遊具やベンチなどが置かれた広場があり、それを囲むように雑貨店、レストラン、スーパ、ビデオレンタル・カフェ、玩具や子供用品のトイザらスなどが軒を並べているため、歩きながら次はどんな店が出てくるか楽しみなショッピングセンターだ。特に、元のショップがテナントとして入りやすいように賃料を安く設定したタイムズアレーやクレープやアイス・たこ焼などの二坪程度のスタンドショップ、広場での住民参加のワゴンセールやフリーマーケット(日曜・祭日開催)が目ざされている。



「地元の商店・商店街」等の評価



関東地区一宮東、横田、江東、豊川、足立、葛飾、江戸川

時代のキーワードと
中小小売商業(商店街)対策

このように、元気で頑張っている商店街の中から、いくつかの活性化のキーワードを探ってみると、安・近・短・楽市という傾向がある。安は「お得感・値頃感・デイスカウト」更には「安心・安全」であり、近とは「地元意識・地域密着型」、短は「短時間・便利性・簡単」、楽は「楽しさ・魅力的な演出」、市は「市場的雰囲気・賑・自由な駆け引き」である。その他、情報発信やネットワーク力、温故知新(古い心・懐かしい気持ち)等もキーワードとして上げられる。

厳しい状況化でも積極的な意識展開やアイデアによっては、成長を遂げる店舗・商店街もある。上の様な成功事例や時代のニーズ(キーワード)をヒントに、更には行政等の補助金も利用し、商店や商店街が自力で活性化を図るといふ意識改革がこの時代を生き残る方法であろう。

※A 右記の傾向としては、飲食店ではデイスカウト・ショップや食べ放題・産地直送・地産の素材による飲食店、無農薬野菜・宅配食、惣菜店、お客さんが選んだ食材をお客様の注文の調理・ソウルフードや外国人調理スタッフの取り分け演出・インターネット・カフェ・駐車券システムがある

※B

年度	補助金	予算額
5	商業基盤整備事業補助金	95億
4	商店街活性化モデル事業補助金	20億
3	商店街駐車対策モデル事業補助金	22億
2	空き店舗対策モデル事業補助金	35.5億
1	情報技術の活性化による競争力の向上事業補助金	22.1億