

商業  
Commerce

人口減少社会の中で、多様化する個人ニーズやネット消費など大分市の商業を取り巻く環境は大きな変革期にある。生き残りを懸けて挑戦を続ける企業、中心市街地の活性化を担う商店街組合、新設されたホテルなど、さまざまな立場で大分の商業を支える若手リーダーが、活性化に向けて議論を交わした。



大分市中心市街地全景

## 感動が一つの切り口に

## どう商い活性化するか

**吉良** 商業をテーマに、大分市の商いをどう活性化するかをざっくばらんにお話できたらと思います。2年前から経済を担当しており、いろんな方に会うのですが、皆さん大分の活性化に知恵を絞って頑張っておられて、元気をもらっています。

**安部** 大分市役所商工労政課の安部です。商業、工業、労働担当を担う課で、最近ではプレミアム付き商品券や商業の振興を主に担当しています。

**高山** 高山活版社の高山です。下部で印刷業をしています。市内ではおそらく一番長く150年続いています。6代目の社長になり、1年目です。

**斉藤** 出身は竹田市萩町。大分ベンチャーキャピタルは大分銀行と関係の深い会社で、大分銀行の本部でビジネスマッチングなどを担当し、昨年夏から出向しています。ベンチャー企業へ投資と一緒に大きくしていくという仕事で、最近では農業分野に投資する例も増えています。

**河内** 大分大学経済学部の出身です。以前は湯布院の旅館に勤めており、まちづくりに携わる機会もありました。JR九州ホテルブラスサム大分の開業に伴い、支配人として勤めさせていただいています。

**安達** 府内五番街商店街の理事長をしています。本業は飲食業です。商店街も変革の時期で、私も勉強をしているところです。よろしく願いします。

## 技術の文化を継承する

**吉良** いろんな立場から商業の活性化について話していきます。企業の経営者である高山さん、取り組まれている事業について教えてください。

**高山** メーンの事業は事務用印刷物で、結婚式の招待状や席次表などの印刷物もしています。昨年、県の中小企業経営革新計画に承認され、活版印刷という技術の文化を広げ、継承する自社ブランドを立ち上げました。現在は、大分と福岡の5カ所で販売しています。

**吉良** 活版印刷をよみがえらせるということですが、具体的に。

**高山** 活版印刷で使う活字や機械を置いて紹介する「活版室」をつくっています。ブランドとして作っているのは、デザイン性の高いポストカードなど。人の手で組んでいるので、時間やお金はかかりますが、活版印刷を知らない世代のデザイナーさんから「自分の作品を活版印刷でつくりたい」と言ってもらえることもあります。

**吉良** JR九州ホテルブラスサム大分の河内さん、開業後の反応はどうか。

**河内** 驚いたのは地元の方の利用が多いことです。福岡が一番多いのですが、次が大分。うれしい反応です。

**吉良** その理由は。

**河内** 気分を変えたいときに気軽に来ているのかなと思います。ビジネスの面でも、飲み会などでこれまでは帰られていた地域の方が泊まっていられるようになります。

**吉良** いい景色の温泉もありますね。

**河内** 温泉といえば別府や湯布院ですが、大分市でも温泉の印象を持っていたことができたのではないかと思います。街なかにあるホテルなので、地元のお店を積極的に紹介するようにしています。

## 僕は好きだけどう?

**吉良** 安達さんは街なかで飲食店を4店舗さ

れています。

**安達** お酒がメインで、主に地元の方を基本に見ています。うちが目指すのは「使い勝手がいい店」。ダラダラいてくれていいんです。お客さんがいてくれると次の人が入りやすいので。もうかっているように見えるでしょ(笑)。そのためには居心地がよくて、お値段も手ごろというのがいい。ここだわらないけど手を抜かない、ということ意識しています。

**吉良** 商店街の中にも飲食店がどんどん進出してきていますが、競争が激化しているのでは。

**安達** マスを大きくしていくと、業態として居酒屋が多くなってしまふ。自分にできるところで、と考えてお酒の世界に入っていくんです。かつていいたくなるべく言われないけど、実はあまりこだわってなくて。僕はこれが好きだけどう?というくらいの感じですよ。

**吉良** 自然体、ですね。

**安達** 商売とやりたいところが両輪だと思っています。デザインとか居心地の良さは一つありますが、もう一つは団体感を取る。20人から30人が入れる店と大きな店と近くにあるようにして、小さなお店はスタッフの顔が見えるので、自分たちがしたいことをやって好きになってもえたら、大きな店を使っていたかというように。どこで勝負するかという、使いやすさです。

## まとまりが出た商店街

**吉良** アイデアがどんどん出てきますね。行政マの目から見て、安部さんは大分の中心部の変化について成長を感じますか。

**安部** 駅ビルもできましたし、商店街も一緒にイベントをしたりと、まとまりが出てまし

た。消費者にとってもいい変化だと思います。数字としては歩行者数が増え、空き店舗数も減っていたのですが、最近では少しずつ空き店舗が増えて少し心配しているところです。

**吉良** どういう形で活性化を後押ししていると考えられていますか。

**安部** プレミアム付き商品券はまあまあの評価をいただいたと思います。事業者にも効果が見られました。ちなみに、今回のプレミアム付き商品券は発行総額36億円、最終の換金率は99.76%でした。

**吉良** 私も買いました。

**安達** よく動いていたと思います。うちは思った以上に商品券のお客さまが来しました。1000円券と500円券が功を奏したと思います。「1500円券を使う場所がない」というのは「魅力がない」ということを言われているんだと思いました。

**吉良** お客さんを掘り起こす効果はありましたか。

**安達** 詳しくは分かりませんが…。商工会議所がプレミアムランチクーポンをセットでしていたので、あれで相動きしました。魅力がないと結局使わないので、使う先がしっかりしていないと。

**安部** 約36億円の効果があったとはいえ、大分の商業全体からすると小さい。広げてもらう事業者の方が重要です。

## 生み出せば生き残れる

**吉良** どの商店街もある程度のビジョンがないといけないですね。

**高山** 商品券、印刷業などに「使える」と出しましたが、1件もなかったです(苦笑)。サラリーマンが買える時間帯に販売されなかったのが、僕自身も買えなかったんですよ。

**吉良** 大分のマーケットが小さくなる中で、ど

う生き残るかという部分ですが。斉藤さん、地場企業の良い例があれば教えてください。例えば、佐藤防水店さんは帆布バッグに進出されて、常に新しいことを生み出していますが。

**斉藤** 市場が縮小する中、誰でも作れるようなものは競争が難しくなっているのですが、歴史や技術があつて何か生み出せる企業体は生き残っていると思います。高山さんの会社は、まさにそうですね。佐藤防水店の社長さんが「マスを相手にせず、ターゲットを絞る」「自分の考えと合致するところで売る」と言われていたのも印象に残っています。

**高山** うちも価値を見いだせる方を持っていたら、地域でそれなりの知名度があつて嗜好が合うセレクトショップを選んで販売しています。それはブランディング、というか…。「狭く深く」という感じをしています。

**吉良** 補助金という話がありましたが、それはどの？

**高山** 県です。事業のための補助金ですが、社員教育のためにも使えればもっといいと思います。

## ちょっとプラスの設定

**吉良** 行政の支援は大きいですね。先ほどのお話で、ターゲットを絞るというのがありましたが、安達さんはどうですか。

**安達** ターゲットについて考えると、高山さんや佐藤さんは商品がエリア関係なく広がっていくものだと思うんですね。飲食の場合は、エリアというか、近くの人にきてもらうものなので、僕は世代を区切っていないです。なるべくたくさんの人に共感してもらえようというか、より多くの人が「なんとなくいいな」というものを目指しています。

**吉良** ブラスサム大分のターゲットはありますか。

**河内** 当ホテルでは、平日はビジネス、休日は観光のお客さまというふうには、お客さまの層がガラッと変わるんですね。

**高山** シングルの部屋があるんですか?

**河内** 実はシングルはないんです。ダブルとツインで。

**吉良** 高級感もありますね。

**河内** 高級ホテルではないので、ちょっといい気分というか、設定もちょっとプラスの部分で想定しています。

**吉良** 大分市の商業的なポテンシャルを感じる部分をお聞きたいのですか。

**安部** ちょうどいいことだと思います。うまく言えないんですが、ちょうどいいサイズ感なんです。駅から街の距離が近いので、ビジネスでもいいのではないかと思います。

## まだ気付いてない良さ

**吉良** 郊外にある企業さんにとってはどうですか。

**安部** 東九州道とか、港も整備されているので流通環境としては悪くないと思うけど…。うーん、どうだろう。

**高山** 全国的に都市部から事業の安売りやチェーン店が増えてきているのは仕方ないことだとは思いますが。

**吉良** 企業誘致や「ターンを考えたときに売りになるようなことはありますか。

**高山** 杵築市山香町で暮らすデザイナーさんがいるのですが、理由を尋ねると、「好きだから」と。僕も、大分で暮らしていてワクワクするネタが

あるので、単純にみんなに来てもらいたいと思います。

**斉藤** 大分市は住む人にとってはとてもいいと思います。商業の都市としてはどうかというと、突出した地場企業体がないので、逆に新規で頑張る人が出れば、大きくなりやすい、創業しやすい素地があるのではないかと思います。特に、人が優しく、治安がいい。ビジネスをする場合に、クレームが多かったり、だまされたりすることが多いとやはり難しい。安心して取り組める。ビジネス上の治安がいいという部分があると思います。

**吉良** 先日もIT関係の企業進出があつたのですが、「人間がいて」と。新規創業と一緒にやっていく風土があるとされています。

**斉藤** 突出した存在はないですが、新日鉄住金やキヤノンなど、世界的な企業もあるので、きちんと消費する人もいます。何十年もかけてつくってきた商業都市としてのバックボーンがあると思います。

**河内** 福岡、大分の宿泊が多いと申しましたが、次は首都圏からのお客さまが多いですね。よく、「意外といいね」と言われる。私も気がついていない良さとかがまだまだあるのではないかと思います。コンパクトな街だし、食事もいいしいろんな使い方ができるのかなと。

**安達** 対県内の商業なのか、全国から見た商業なのか、見るところによって違うと思いますが、いろんなものの真ん中にあるから居心地がいいのかな。当たり前になっていて気付かないので、あまり大分市を好きだといえない。いいところはいいと、外の人が言ってくれるといいですね。

## ちょうどいいソフトを

**吉良** そろそろキーワードを決めていこうと思います。人口が減っていく中で、製造業ではブランディングで外へ活路を広げて生き残る道がある。一方で地元根を張る飲食、宿泊では、使い勝手のいいように工夫するという二つの道がありました。

**安達** ブランディングは大切で、僕たちは「その間」をブランディングしたいんですね。幅広い世代に受けとってもらわないうい、でも、「ちょうどいい」をブランディングしないと相手に響かないんです。明確じゃないと伝えられないので、大分市ははっきりしたものをつくっていかないといけないかと思っています。

**斉藤** ハードはだいぶそろっているんで、これからはソフトをどうするかだと思うんですね。それがブランディングとか、ちょうどいい感じをつくるということなのでしょうね。

**高山** ブランディングしよう、というのは人々するのではなく、自分の中にあるものなので、それを見つめる、探し出すことが難しく。人にもさっと表現できることがブランディングできたということになるのではないかと。

**河内** ハードは確かにできているので、どうしていくかがテーマです。普通のところだけでなく感動がないとまた来ようとならないので、感動はどうつくるのか。一つ一つは大ききでないので、それを見つめる、探し出すことが難しく。人にもさっと表現できることがブランディングできたということになるのではないかと。

**吉良** 感動が一つの切り口になりそうですね。

**高山** ストーリー性があるというか。

**吉良** 感動、ブランディング、ストーリー性…。製造や活版でも感じるところがありますね。飲食でもお客さんが選ぶには感動というのがあるかな。ミライキーワード「人」が実践していくこと。

**全員** いいですね。

**吉良** ではこれでいこうと思います。ありがとうございました。

分煙の悩みはそれぞれ。  
あなたも、JTの分煙コンサルタントにご相談を。

オフィスや飲食店、ホテルや商業施設など、さまざまな分煙の相談にお応えしてきた、わたしたちJT。その数は、全国で約15,000件にのぼります。おかげさまで、多くの方からうれしい声をいただいているこのコンサルティング活動。分煙に関することなら、ぜひお気軽にお声掛け下さい。アドバイスは無償ですから。

吸う人も 吸わない人も ここちよい世の中へ。

ひとの  
ときを、  
想う。

JT