

中野区 食の逸品グランプリ開催

中野区にて、『食の逸品グランプリ2011』（<http://www.nakano-no-ippin.com/>）が10月からスタートした。第一次審査（推薦された店舗から200店を選考）を経て、12月10日から1月14日までの第二次審査（200店から10店を選考）、2月6日の実食審査（二次審査の上位10店のメニューを審査員が評価）を完了し、グランプリの発表を待っているところである。

新たな試みとして、実食カードを用いた投票とラリーが実施され、例年になく盛り上がりを見せた。『食いしんぼ部門』と『おみやげ部門』に分けてエントリーがなされるなど、店舗間の不公平感が生じない工夫も行われている。中野区中小企業診断士会では、商店街と中小企業診断士がタッグを組んで活性化を図る『スクラム事業』に取り組んでおり、訪店の少ない店に食事に行くなどの側面支援を行った。活動エリアの中でも知らない店がエントリーされていたり、逸品を切り口に店主との会話を楽しんだり、側面支援を行ったメンバーの気づきや発見に繋がった。

ラリーで30店を回った体験から、個店のイベント活用状況をレポートしたい。

個店にとっては、多忙な中のイベント開催であるため、積極的にイベントを活用する意識のある店舗は多くない。店舗によっては、イベント参加の告知すらしていなかった。

例を挙げると、「ポスター等の掲示をしない」「店員がイベントの存在をしらない」「エントリー商品を販売していない」「エントリー商品をメニューに掲載していない」など、消費者へのアピールが不足していた。

一方で、上位に入賞した店舗の殆どは熱心にイベントを活用しているか、お店のこだわりを大切にしている。原則として、第一次審査で消費者から推薦のあった商品が第二次審査でエントリーされるが、第二次審査でおみやげ4位になったお茶屋さん、「うちはお茶屋だから」というこだわりで、推薦されたお菓子ではなく、お茶をエントリーしたそうである。おみやげ部門で1位・3位になったお店は、中野区中小企業診断士会が行っている『こだわりの逸品コンテスト』で入賞したお店であった。個店の取り組み姿勢が顕著に表れている例であろう。

あまり積極的に活用していなかったあるお店に「エントリー品の値札にグランプリへのエントリーを示すシールの貼り付け」をお勧めした。第二次審査では上位に入らなかったが、ラリー参加者以外でもシールを見て購入して下さるお客様が増加したそうである。

イベントの機を捉えて、少しでも集客や買い上げに繋がる「何か」を考えて「行動」する店舗にはやはりお客様が来店しているという感触がある。

中野区中小企業診断士会では、イベントの側面支援を行ったメンバーからイベントの運営会社に対してのフィードバックと提案を行う予定にしている。中小企業診断士からの提言が商店街を活性化させる一助となれば幸いである。

中野区中小企業診断士会 鈴木佳文