

なにわ名物 開発研究会 NEWS

<第3号>

1999年5月2日発行

発行
なにわ名物開発研究会

〒542-0075
大阪市中央区難波1-7-2
SENOYAビル3F
TEL・FAX 06-6213-5554



直越のこの道にして押し照るや難波の海と名づけけらしも (万葉集)

「一面光り輝いている難波の海」は今まさに大阪湾のベイエリア開発として、その輝きを増す。

天神橋の商人たちの活躍、中之島公会堂の永久保存、道とん堀は素敵

三年目を迎え、ますます快調

「なにわ名物開発研究会」

界民族芸能祭が開催…。大阪のまちなちで、官民一体となりその魅力づくりがすすんでいる。

なにわ名物開発研究会はまさに、時がその登場を待っていたかのよう

に誕生しました。



代表幹事 野塚育郎

まな視点
でのいつ
ちようか
み、お待
ちしてい
ます。

総務部

この度、藤田部長の後任として「なにわ名物開発研究会」の総務部長を務めることとなりました和田でございます。

「なにわ名物研究会」も三年目を迎えることとなりますが、この三年目と言うのは一番難しい年でもあり、一つの曲り角であるかも知れません。従ってより一層会の活発運営を推進していかなければなりません。

これまで二人の総務部長の後を継いでいく訳ですが、先達の懸命の努力と功績を尊重し、より一層活発な会となりませう様、縁の下のワークを心がけ、親しみやすい会になります様微力ながら精一杯がんばりたいと思っておりますので、皆々様の御協力、宜しくお願い申し上げます。

会員交流部

基本的には前年と同様、講演会、展示会の事業を継承し、さらに良いものにレベルアップを図る予定です。交流部では一緒に活動して頂けるアクティブなメンバーを募集中です。ぜひ我々のパートナーとなつて、楽

商品開発部

商品開発部会・部会長の藤井学（ピシハウス株式会社）です。本年度より、商品開発チームから部会へと、組織変更（格上げ？）となりました。これも「なにわ名物開発考社」のブランドのもと、もっと開発することに力を入れようという研究会に意欲の表れです。現在も「タコグズズチーム」などチーム単位で活動していますが、本年度はもっともっと開発チームが発生し、ブランド設定商品があふれかえると思っています。さあ、皆さん！言い出しつぺを待たせかりでなく、自分で手を上げて、おもしろおかしく新しいモノを作りましょう！

広報部

なにわ名物開発研究会は、大阪を愛する人々できらりと光る活動を行なっている研究会です。昨年第一回「なにわ大賞」の様に民間だからこそできる活動を民間の視点で続けていくべきだと思えます。

広報部としては、今年は会報誌のより一層の充実を図り、対内的にはもちろん、対外的にも当研究会の魅力をいかに発信すべきかを考える年だと考えています。会員皆様からの率直なご意見、ユニークなアイデアをお待ちしています。（中村）

例会月報

「なにわ大賞」受賞者 あんがいさんの素顔に迫る

十一月十九日に第一回「なにわ大賞」受賞者のあんがいおまるさんを講師に迎えて、十一月度の月例会が行われた。出版社の社長、書家、画家等々、様々な肩書きを持ち、その多岐にわたる文化活動の活躍が評価されての受賞となったあんがいさんのマルチな才能と活力の源について語られた。

「私は肩書きが色々ありますが、ただ自分のやりたいことをやりたいようにやって来た結果なんです。今も若い人達と一緒に舞台にたつたりしています。若い人達と一緒にいるとエネルギーを分けてもらってるようで、元気が出ますね。このたび栄えある第一回「なにわ大賞」をいただいたわけですが、ただ自分の好きなことをやっていただけですので、最初は「私なんかがいただいているのか」と思いましたがよくよく聞いてみると「大阪一のイチビリ」を選ぶという事で、ありがたく頂戴しました(笑)。これまで、この様な賞はいただいたことがなく私のやってきたことが少しでも認められたという事は、すごく嬉しかったです。これからも好きなことをやり続けたいです」。

止まることを知らないあんがいさんのパワーに会員はただただ圧倒された。



時代とともに変化する観光産業を 企業努力で乗り切れ

二月度月例会(二月十八日)における(株)朝日エアポートサービス

大阪空港店店長神園靖博さんの、日々販売現場の第一線で活躍する生

の声による体験談、提言に続き、三月二十日に行われた月例会では、全国観光と物産新聞の藤井士郎さんを招き、約三十名の参加者が集まった。「一言で『観光』といっても、なかなか概念化しにくいのが、二十五年の取り組みの中で、日本全国を自分の目で見て確かめながらようやく見えてきました。観光の市場は約二・五兆円と試算され、確立した産業ではあるが、内容が様変わりしつつあります。食品が全体に占める割合が六割に達し、旅行も団体は流行りません。観光地も変化し、OBPに来てても大

なにわのあきんどが大集合

昨年の十一月四、五日の二日間、マイドーム大阪で開催された「いきいきおおさか・中小企業フェスタ'98」に「なにわ名物開発研究会」が出展した。今年の「いきいきフェスタ」への参加は、会員交流部で独自に企画していた「研究会内商談会」の場に当てられ、昨年までの新入会員勧誘を目的としたものとはやや趣きを変えたものとなった。会員十九社が各社自慢の商品をひっさげ

の参加



で、活発な交流が繰り返された。ユニークな会員各社の商品に、フェスタに訪れた一般の方たちも物珍しげに足を止めるシーンも多く見られた。また、マスコミも多数取材に訪れ、当研究会の活動内容、会員各社のユニークな商品群への関心の高さが伺えた。



阪城には来ません。観光が生活の延長となりつつあるんです」。土産品の八割は女性を買っている、等のデータを基にした分析から「これからはメーカーも納入先の開拓を強化し、小売業からもアイデアをださないとイケません」とのアドバイスに参加者一同熱心に聞き入った。

大阪弁探検隊

「大阪弁が標準語だった」ってほんまかいな

日本でこれほど幅をきかせている方言はないであろう大阪弁。大阪人が誇りと愛着を持っている大阪弁をより深く探ろうと、大阪弁探検隊パトロール「昔、大阪弁が標準語だった」が二月二十三日道頓堀ホテルで開催された。

講師を務めた大阪大学文学部の真田信治教授によると「現代の大阪弁が確立されたのは天保のころです。そのころの洒落本には、上方的要素が多く残っており、大阪弁が深く民衆に浸透していたことがわかります。その後、幕末にかけ知識層から徐々に江戸語へ移行していきます。この流れが現在まで続いているのです」。さらに、「江戸語流布の第一の波を明治維新だとすると、第二の波は昭和中期にあります。この時期はテレビが急速に普及した頃で、東京発の電波が日本中に浸透していったんです。

しかし、大阪では大阪弁は、東京の言葉が侵入してきたのではなく、取りこんで太ってきた。ここにも大阪人の並々ならぬエネルギーを感じますね。

歴史的見地から検証された「大阪弁標準語」説に参加した人々は興味深く聴き入った。



成功の秘訣は知恵とタイミング
そしてマスコミをうまく利用せよ

「節分には巻き寿司を食べる」、この習慣はいつからあるかご存じだろうか。実はある人物が仕掛けたイベント

がきっかけだった。昭和五十一年に道頓堀で行われた「節分の日、巻き寿司丸かぶり」がそれ。このイベントを提

案したのが、(株)元祖たこ昌代表取締役社長山路昌彦さんだ。山路社長を講師に迎えた特別講演会「大阪たこやき戦争」がこの足一本でも切ったら血いである」が、四月二十一日行われた。「皆さん、「幸せ」って何だと思えますか。もちろんお金、友人、健康、家庭も大切な要素ですが、私はこれに加えて仕事、生きがいも重要だと思えます。私は二十才の時に五年刻みで人生の目標を立てました。三十才までに結婚、会社を設立し、三十五才までに家を建てる。四十の頃には五億の資産を持つておこう等等など、身近な目標を達成できるように日々心掛けてきました。その甲斐あって二十七で結婚、二十八で「業務用海苔」の会社を興し、三十二才で家も建てるのが出来ました。しかし、人生はそう甘くは無いですね。海苔の販売を拡大するため「自動巻き寿司機」を開発したのですが、あえなく失敗。倒産の危機に陥りました。結局一から出直しになり、自分に何が出来るかを考えた結果、料理が好きでしたから、大阪と料理ということでもタコ焼きを商売にすることに決めました。しかし、人と同じものをしていても芸がない。しかも日本全国の食卓にうまいタコ焼きをお届けしたいと思っていましたから、冷凍のタコ焼きを開発しようと考えたんです。そして研究と数多くの市場調査を重ね、四年の歳月を経て販売にこぎつきました。しかし最初はさっぱり売れず、横山ノックさんにも協力してもらってキャンペーンもはりましたが、売れるのはノックさ

んがいる時だけ。その後東京にも売り込みに行き、物珍しさからマスコミにも取り上げられ、何とか軌道に乗せることができたんです。やっぱりマスコミの力はすごいですね。広告だとすごい金額になる。記事で取り上げられるとタダですから。うまい仕掛けをしてマスコミを呼ぶ、これが大きなポイントです。

オイルショックの頃には、「物価高に挑戦」と、道頓堀のくいだおれの前で海苔を一袋一〇〇円で販売するなど、常に話題を呼ぶイベントを仕掛けてきた山路社長の言葉に野村代表も「胸にずんずんこたえました。我々もがんばります」と謝辞を。

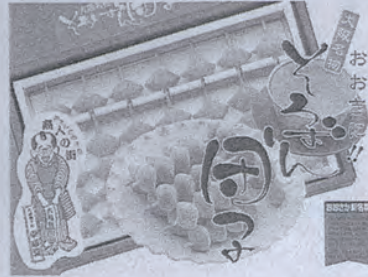


会員紹介 株式会社幸成堂

遊び心いっぱい「そろばん団子」

今回、大阪市が提案する「市民が作る大阪名物事業」に積極的に参加し、そのアイデアを基に当社で商品開発し販売したのが「そろばん団子」。干菓子の技術を応用し日持ちのする和菓子で、商品化しました。

商人の街大阪を、全面にアピールした遊び心いっぱいの商品です。



幸成堂発「そろばん団子」は今出 発したばかり、一〇〇% 手作りの為、大量生産ができませんが、努力を惜しまずひとつひとつ対応させていただきます。

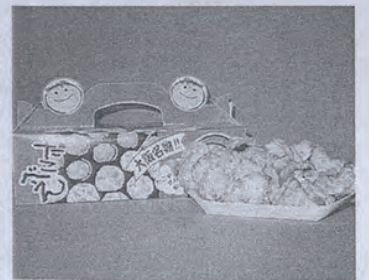
季節を知らせる和菓子を作ることが、天職と考える私にとって、「そろばん団子」はもうひとつの天職として日々取り組んでおります。

株式会社幸成堂本店
大阪市住之区北島3-1-35
TEL 06-66685-5687

会員紹介 (株)長寿堂恵佳

大阪名物「たこべえ」

おみやげにうまいもんなしと言われる今日のごろ。それでは当社が一番おいしいたこ焼きせんべいを作ろうという意気込みで商品開発を始



し、青のり、紅しょうがを入れ、何度もソースの味をためしながら、現在の味ができあがりしました。

次にパッケージは、お客様が一番喜んで頂けるものと、十点のデザインを持ち、アメリカ村などで街頭アンケートを行いました。その結果、手さげ付きのかわいい箱ができあがりました。中に入っている船皿はコストが高くつくので、入れるかどうか議論しましたが、親子関係の断絶と言われる風潮の中、少しでも家族を囲み、「たこべえ」を食べて頂きたいという強い思いで船皿を入れる事を決めました。

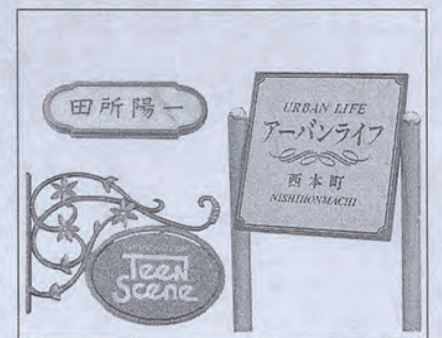
お客様が買いやすいお値段「五〇〇円」で精一杯こだわった「たこべえ」。全国から返り注文が殺到しております。新大阪駅の五〇〇円おみやげの中で売上トップを記録するなど、現在大好評発売中です。

株式会社 長寿堂恵佳
守口市大枝東町2-19
TEL 06-6991-0508

会員紹介 株式会社ダイカン

お店の看板、大切にしまっか?

商売と看板。昔から「看板娘」一



板を背負う」「暖簾分け」などと言われるように、商いには無くてはならない大切なものです。お

店の業種やサービス内容の伝達は勿論のこと、デザイン次第で雰囲気やポリシー、伝統といった物まで伝えることができます。

ダイカンは、「金属と石と木と…」を合言葉に、サイン(看板)の総合メーカーとして、幅広いサイン作りを手掛けております。看板は通常、オーダーメイドになります。シンプルで、安価に物が出ないかという要望にお応えすべく、「イージーオーダー」の発想で、既製品でありながら、オーダーメイドの風格をもったオリジナル商品群をリリース。数あるデザインからお気に入りサインをお選び下さい。

株式会社ダイカン
大阪市大正区三軒家東3-1-7
TEL 06-6551-2020
FAX 06-6551-4588
URL <http://www.daiikan.ne.jp/>

今年度新入会員紹介

十一月度 水上博康 (個人会員)
十二月度 (株)長寿堂恵佳、(株)茜屋、(株)幸

よってらっしゃい、みてらっしゃい
何かオモロイこと一緒にしませんか?
新入会員さん、随時募集中です。
なにわ名物開発研究会

〒542-0076
大阪市中央区難波1-7-2
SENOYAビル3F
TEL・FAX 06-6213-5554
または06-6211-0685
<http://osaka-net.com/naniwa>
E-mail naniwa@osaka-net.com
代表幹事 野杖育郎
(株)せのや

編集後記

暖かくなりました。当会も二年目を迎え、大きく飛躍する年となりました。第二回「なにわ大賞」も目前に控え、また忙しくなりそうです。
(福岡武志)

成堂、(株)ヤマグチ、(株)亀田製菓、辻宣幸 (個人会員)
一月度 高橋企画、北河真一 (個人会員)
二月度 (株)ダイカン、倉田庄司 (個人会員)
四月度 木村アルミ箔(株)、仲井俊治 (個人会員)
平山織維(株)、(有)シャルロットエン「皆さんよろしくおねがいします」