

## Column4 プラチナ世代を生かす商店・商店街をめざせ

株式会社クリタエイムデリカ  
代表取締役社長 栗田 美和子

4つ目のコラムは、越谷市で食品製造業を営みながら、シニア活躍の場や街のコミュニティを作る場として、新たに飲食店を開業された栗田美和子さんに登場いただきます。シニアの活躍やシニアを含めた店舗や街のコミュニティづくり、さらには商店街の今後について伺いました。

---栗田さんは、食品製造業の社長として活躍される一方で、東武スカイツリーライン越谷駅近所に飲食店「シェアダイニング サルデー」を開業されました。これはどういった考え方から始められたのですか？

サルデーは、当社のビジョン『食から新しいコミュニティを創る』を表現するカフェです。60歳以上の従業員の働き方や新しい商品を提案するアンテナショップとしての役割と、今まで地域になかったコミュニティづくりを目指しています。現在、シニア世代の約 20 名だけで運営しています。もともと当社の製造等の各部門にいたメンバーの異動、退職後の再雇用、外部からの採用といった形で人員が構成されています。



新規事業「シェアダイニング サルデー」店頭と店内

---シニアの活躍の場を作ろうとしたのですか？

そうですね。ただ、シニアという表現も皆さんにも変えてほしいなと思っています。三州製菓の齊之平社長（三州製菓／春日部市にある製菓会社。H27 年渋沢栄一賞受賞）がシニアのことを『プラチナ社員』って呼ぼうとおっしゃっているのに賛成しています。

---シルバーから、シニア、プラチナって、何かどんどん価値が上がっていくイメージですね。



そう。シニア世代は宝の山。体の具合とかいろいろ問題があっても、労働力としても購買力としても、もっと生かすことができるはず。働く場を整備しながら、地域のコミュニティの核になるシニア層やもうすぐシニア層の集える場を作りたいと考えました。

---商店街のお客様もシニア層やもうすぐシニア層といった年齢層が増えています。

実際に商店街の店舗の経営者の年齢も上がっているし、お客様もシニアが多いと思います。シニアが店を運営し、シニアのお客の相手をするのは、間違っていないでしょう？

---むしろ、従業員さんを雇える形であれば、商店街にとっても意味がありますね

そこでシニアスタッフは、見た目をシニアにしないことが大切だと思っています。つまり、若々しくすることですね。見た目や化粧で実年齢よりも20歳は若くしてもらいます（笑）。疲れた格好や統一のイメージがないと、どうしても店が特別なものにならないのです。若いお客にしても、疲れたおじいさん、おばあさんのお店だと入りにくいでしょう。シニアといっても、きちんとしたユニホームと身だしなみ、若々しい応対でお客様をお迎えすることが幅広いお客様を呼ぶことにつながります。そもそも、揃いのユニホームや念の入ったお化粧は、シニアの方にも楽しく働いていただくことにつながっています。働く人が楽しいことは、地域に楽しいコミュニティを創ることもつながるのではないのでしょうか。

---実際のお客様はどのようになっていますか？

幅広いお客様にお越しいただいていますが、40代からシニア層までの女性のお客様が多いですね。あまりこの辺りでは見なかった雰囲気のお客様グループも確実に増えています（笑）。ただし、シニアのみで運営しているので、夜は営業していません。もちろん予約が入れば営業しますが、基本的に夜はキッチンのあるレンタルスペースとしての貸出が中心です。

---どういった方にスペースをお貸ししているのですか？

お料理教室やブリザーブドフラワー教室といったところですね。地域の方が先生になって、地域の方に教える形です。場所代としていただくこともあれば、ランチ代を頂き個室を提供する形をとっている場合もあります。

---今後の展開は？

まず当店の従業員に、先生になってもらって、いろいろな教室を始めて、地域に情報発信してほしいと思っています。当社の本業から、手打ちうどんやら、ぬかどこ作りやらのプロが揃っていますからね。ただ、工場勤務が長かったから、なかなか見ず知らずの多数の方に教えることに



引け目を感じるようで…。コミュニティの核になるために、社員発の情報発信を増やしていきたいと思っています。

---そんな栗田さんは一主婦でもあるわけですが、商店街や地域という観点ではどのようにお考えですか？

商店街って、地域の核であると思います。例えば、越谷は日光街道越ヶ谷宿から商店街が形成されて今に至ります。ただ街並みも含めて、統一感が無い。サルデーテの話にもあったようにユニホームの統一イメージは大切。同じように街並みも含めた統一感はあるといいですね。言い換えれば、街のカラーを出すということです。欧州などに行ったりするとその違いを明確に思います。越谷駅から日光街道の旧道を経て、久伊豆神社までのルートは商店街を核にした観光ルートになるはず。空き店舗や旧道の蔵の移築など、もっと商店街としての整備を行政が仕掛ける余地はあるように思います。

---商店街を核にして観光開発ということですか？

越谷の駅には、観光案内兼越谷アンテナショップがありますけど、ここと越ヶ谷宿をうまく結びつけるようなロードの整備、さらには空き店舗を何らかの形で借り上げるような形で地元農産品の販売など、地産地消につながる商売を広げてほしいと思います。それは、越谷のお店の方々だけではなくてそこに住む住民の皆さんにとっても、特徴のある商店街づくりにつながります。商店主にも、店舗スタッフにも、周辺住民にも誇りを持てる地域づくりをしていただければ、もっと商店街は地域に生きて、活かしていけるのではと思っています。

## 栗田 美和子

株式会社クリタエムデリカ 代表取締役社長  
 大手GMS、コンビニ等向けの製麺・惣菜メーカーを経営  
 2015年9月、ビジョンの実現の場として、越谷駅近くにて飲食店をスタートした  
 シニアの活躍の場であり、また地域のコミュニティの場になる  
 飲食店に成功するべく、日々取り組んでいる



## 株式会社クリタエムデリカ

昭和23年創業の製麺、麺加工品、惣菜のメーカー  
 食から新しいコミュニティを作ることをビジョンに掲げ  
 身近な笑顔あふれる豊かな食卓提供を目指している  
 埼玉県多様な働き方実践認定企業（プラチナ）、  
 さいたま輝き荻野吟子賞いきいき職場部門表彰  
 彩の国経営革新モデル企業  
 HP <http://www.kurita-aim-delica.co.jp>

