

店主に
伺いました

今までとこれから



● **どのような経緯で創業されたのですか？**
 実は私は大宮の出身で、創業するまで大宮にいました。母方の伯父が東京の下町で大学いもの製造販売を行っていました。伯父が事業をやめるときに製造ノウハウを受け継ぐことができた。妻の出身地であったこともあり、川越で開業しました。

● **現在は市内のさつまいもをお使いとお聞きました。**
 創業当時、市内産のさつまいもを手に入れることはできませんでした。売っていたが、市から生産に力を入れる若手生産者を紹介されました。現在では季節限定です。市産のさつまいもが使えるようになりました。

● **商品が多岐に渡りますね。**
 素材特性からさつまいもは秋から冬にかけての商品が多いです。焼きいもなどがそうです。ただ、そういった商品は売上の的に夏枯れしてしまう。

● **それらのお客様の情報発信を狙ってということですか？**
 店に並んでいる商品はほとんど店で作っています。さつまいもは柑橘類と相性が良いので、チーズケーキには様々な味があります。美味しいだけではなく、差別化されたことにはない商品を提供しています。また、インスタグラム等のSNSの写真映えの良い商品というのにも意識しています。

● **それはお客様発の情報発信を狙ってということですか？**
 もともと私が広告制作会社に務めていたこともあって、販売促進のことを考えて店づくりも商品づくりも行っていました。今こそマスメディアに取り上げていただいています。初めからそれを狙えるわけではありませんでした。小さなお店です、お客様にSNS等のパーソナルメディアで情報発信しやすいような工夫を行った結果だと思っています。

● **お店側からの情報発信として、どんなことをしていますか？**
 Facebookに最新の情報を載せているだけです。もちろん、店自体の雰囲気やホームページも大切ですが、また、商店街や地域の1丁活用の勉強会には行くようになっています。

● **最後に、今後のいわたについて教えてください。**
 現在、近隣の他業態のお店と一緒に商品開発を行っています。これからもここにしかない商品を地域とともに開発し続けて、お客様に喜んでいただけるようにしていきたいと思っています。



調査員
から

大学いも川越いわたから学べ！

✓ ここにしかない商品と店舗

驚いたのはお店の商品のほとんどが手づくりということでした。「さつまいも」という素材と「大学いも」という主力商品は変えずに、常に新しい商品の可能性を研究していました。さつまいもを素材に使った大学いも以外の商品ラインナップを展開することで、「川越」「さつまいも」「大学いも専門店」という店舗コンセプトをよりいっそう深めることができています。

✓ 地域に根付く努力

会社員から転身し川越で開業した店主。コミュニケーションと情報交換を通して地元へ溶け込むために、商店街の交流の場にはできるだけ参加するようにしています。

実践 にぎわいの肝はココ！

お客様

地元客と観光客への2WAY接客

- 商店街にある本店と時の鐘の近くにある2号店で、接客と品揃えに変化をつけています。
- 地元客には日常のコミュニケーションを大切に、観光客には試食を通して商品の魅力を伝えています。

商品・サービス

川越産素材 × オリジナルレシピの商品力

- 大学いもからアイスクャンディまで、徹底研究したレシピによるオリジナル商品を提供しています。
- 地元生産農家と提携して、希少な川越産さつまいもを使った商品づくりに取り組んでいます。

商店街・地域

SNS映え→情報拡散

- 「オシャレ」、「かわいい」と評判の商品は、思わずSNSに写真をアップしたくなります。
- お客様のSNSによる口コミがマスメディアからの取材増加につながっています。

結果

地元客に喜んでもらうための飽きさせない品揃えとお客様に合わせた接客が、観光客から人気を得ることにつながりました。

大学いも川越いわた

株式会社いわたコーポレーション

店舗概要

創業 平成22年
 従業員 7名
 業種 製造小売業(菓子)
 代表取締役 花俣 準
 商店街 川越新富町商店街 振興組合(クレアモール)
 住所 川越市新富町1-8-17 (西武新宿線「本川越駅」から徒歩5分 または東武東上線・JR川越線「川越駅」から徒歩15分)
 電話 049-298-5164



店舗の取り組み ここに注目！



● お店からひとつ ●

～ここが大事～

「お客様は人につく」



店主 花俣 準さん