

テーマ名

2, 500人を旅行へ招待！

～県内初の商店街間連携販売促進事業実施に向けて～

氏名：村上豊次

勤務先：岡山県中小企業団体中央会

職位：連携支援課 課長補佐

関係する組織名

岡山県商店街振興組合連合会	協同組合連合会岡山市表町商店街連盟
奉還町商店街振興組合	岡山上之町商業協同組合
オランダ通り商店街振興組合	協同組合中之町商店会
岡山表町南部商店街振興組合	協同組合岡山市下之町商店会
岡山千日前商店街振興組合	協同組合岡山市栄町商店街
笠岡本通商店街振興組合	新西大寺町商店街協同組合
笠岡東本町商店街振興組合	協同組合西大寺町商店会
一番街商店街振興組合	(前出) 岡山表町南部商店街振興組合
倉敷えびす通商店街振興組合	(前出) 岡山千日前商店街振興組合
倉敷センター街商店街振興組合	協同組合西奉還町商店会
水島常盤町商店街振興組合	協同組合和気駅前商店会
高梁栄町商店街振興組合	

(要 旨)

「商店街へ行ってこい！とにかく何が何でも何かやれ！」

それは、補助金収入0円の弱小団体の担当となった私に発せられた至上命令。そして中央会離れを起こしている商店街組合を再び中央会に振り向かせること。それは元来何事にもネガティブな私にとっては大変気の重い指令……。そこから始まったのは「自分の足」と「少ない知恵」をフルに活用した、新規販売促進事業の構築と、商店主自らが主人公となる仕組み作り。

自ら企画した事業と情報を片手に商店街を巡った結果、得られたのは「今後、相談はまず中央会へするよ。」との商店街活性化キーパーソンからの声と、中央会総会議案の商店街支援案件の増大。

小さいながらも大きな波紋を起こし始めた私の「商売ツール」。補助金に頼らない「自立化した継続事業」の内容とは。そしてネガティブな私を、あるときは引っ張って、そしてあるときは後ろから押していただいた方々への感謝の心を持ったとき、初めて様々な事象が変革していくのだと教えていただいた、これはそんな方々へのお礼状です。

目 次

①補助金額 0 円！（そのような組合に付加価値を）	28
②商店街「内」連携の状況（2：6：2の原則どころか・・・）	28
③商店街活性化のキーパーソン発掘（「出会いの場」の創生）	29
④商店街「間」連携に向けて（テーマ設定と意識改革）	30
⑤飲み込みやすい事業の企画立案（経費を極限まで削減）	30
⑥イベント実施体制の確立（なんと12商店街の組合員全店が協力？）	31
⑦インターミッション（うれしい出来事）	32
⑧いよいよ事業実施（結果発表！）	32
⑨実施後の商店街と来街者の評価（いろんな方面に「ありがとうございます！」）	33
⑩今後の展望と課題（事業継続の必要性和自立化した事業）	34

①補助金額０円！（そのような組合に付加価値を）

平成２０年４月１日。事務所内の人事異動で新年度より中小小売商業全般の担当を申しつけられ、岡山県中小企業団体中央会の職員として勤続１５年目、また新たな職務をいただくこととなりました。歴史ある商店街の支援を担当することは、点（個店）から線（商店街）へ、更には面（中心市街地）の活性化にまで支援効果が広がるために、今まで以上に中央会職員としての能力が試されることになります。より大きな舞台にデビューできるチャンスなのだからと、ネガティブな自分を叱咤鼓舞させ始めた矢先、上司から発せられた第一の指示は「岡山県商店街振興組合連合会（以降：県振連）の存在価値を示せ！」との至上命令。県振連とは県内の商店街振興組合を会員として組織された連合会であり、県内１４の振興組合が加入、事務局機能は岡山県中央会内にあります。「手始めに一丁やってみるか。」と意気込み、昨年度の事業報告やら取り巻く環境やらをフムフムと再確認していくと、そこには惨憺たる現実が。

まず最も目を覆いたくなる現実。それは岡山県からの県振連に対する補助金が平成１９年度より「０円」になっており、それは全国で岡山県だけであること。事実上、県振連の収入は会員からの会費収入のみとなり、その合計のほとんどが上部団体である全国商店街振興組合連合会（以降：全振連）の会費と税金の均等割りとなり、独自事業は事実上無理ということ。次に悲しい現実は、事業報告に記載されている支援メニューのほとんどが、全振連からの補助事業を消化しているだけに過ぎないこと。

結局、県振連は収益事業を持たないために、補助金に頼り切った会員支援を行っていただけに過ぎず、しかもそれらの事業は商店街組合からのニーズを加味した「組合からの要望実現型事業」ではなく「行政からの提案指示型事業」であること。それは会員サービスとはいえず、至上命令である「県振連の存在価値」を大いに半減させるのではないかと疑問視せざるを得ませんでした。

②商店街「内」連携の状況（２：６：２の原則どころか・・・）

担当の職を本気で行うのであれば、支援対象を知らなければなにも始まりません。まず始めなければならないことは現場廻り、すなわち「巡回訪問」です。とりあえず時間を見つけては商店街に赴きます。一応、元気のありそうな個店や名物店主の情報などは、ある程度記憶にインプットしていたつもりです。が、いざ支援対象という目で商店街を歩くと、次々と細かな疑問が沸いてきます。それはあくまで商品陳列や接客態度などの視覚的なものではありませんが、（申し訳ありませんが）週末には商店街よ

り頻繁に通っている大手大型ショッピングセンターとはかけ離れた「不統一なまちづくり」でした。これはさすがに素人目に見ても、商店街全体のポテンシャルダウンに繋がっていることは明らかです。そこで比較的若く、自分の年代に近い元気な経営者何人かに、商店街の現状及び課題、簡単に言えば「悩み」を聞いてみることにしました。

すると口をそろえて話す内容から判断するに、商店街内の一部の人間だけが活性化に尽力しており、商店街のことを考えて行動している人物の少ないことが実感できました。これが商業関連書籍や研修会等でよく聞く、活性化事業に「賛成派2：どっちつかず派6：反対派2」のいわゆる「2：6：2の原則」であると理解していましたが、私の実感では岡山県内の商店街の現状は「0.5：9：0.5」。すなわち構成する経営者の95%が商店街活性化には無関心であり、活性化のキーパーソンとなり得る人物は5%に満たないのではないかと思わざるを得ない悲しい現実でした。こんな状況では、商店街間が連携した県振連の活性化どころか、それを構成する商店街自体が機能不全を起し崩壊する危機感すら感じ得ずにはいられなかったのです。この5%の人たちが息切れを起し始めれば、それはすなわちその商店街の崩壊なのですから。

③商店街活性化のキーパーソン発掘（「出会いの場」の創生）

このような状況を事務所に持ち帰り、赤裸々に自分の考えを上司であり商業担当の先輩である大野課長に伝えます。すると、担当として感じたままのその考えを商店街にぶつけるのが支援機関としての第一歩であり、その活性化策を提案・実行してこそ自分の実績、財産だと元気づけられました。その言葉を胸に私は現場を歩き、更なるキーパーソンの情報を仕入れます。そうすれば、自分では5%と思っていた数値が6%、7%と増えていきます。また同じような危機意識を持ち活動しているキーパーソンの情報を、私がキーパーソン間に相互伝達することにより、経営者自らも5%と思っていた現状に「実は他にも仲間がいたのだ」と元気づける結果となりました。

このキーパーソンを発掘し、その情報を自分に蓄積して商店街の外に持ち出す。この作業の繰り返し、知らないうちに商店街間連携に繋がっていたのだと今になって思えます。そしてこの作業自体が私の今後の財産になっていったのです。

④商店街「間」連携に向けて（テーマ設定と意識改革）

いくら私が各商店街のキーパーソン情報を持ち歩いたとはいえ、その口先だけの支援活動の効果はあまりにも低く、何かしらの事業を実施して実績を作り、それに伴う「活性化意識の高揚」を促すためには、商店街自らが主人公となり動き出さなければなりません。まずは中央会としてその情報交換のステージを設けることが必要です。

私が目をつけたのは「共同販売促進事業の実施」でした。というのも、巡回訪問を行う中でキーパーソンが最も生き活きとして話されるのが、各商店街で実施している販促イベントの内容だったからです。

販促イベントは売上げの向上に直結するものではありません。しかし来街者や地域住民への感謝の気持ちを持って実施するイベントは、キーパーソン達が最も趣向を凝らした商店街事業として、経営者自らが楽しみながら実施する事業です。やはり「やって楽しいことを連携事業として実施して欲しい」という私の考えは捨てたくありません。その思いを各商店街のキーパーソンや理事長に説明したところ、県振連会員組合から多くの販促担当者・理事長・キーパーソンが会議に出席し、連携事業に参加するとの連絡をいただきました。これから本題が始まる前だというのに、私はうれしくてたまらなかったように記憶しています。

⑤飲み込みやすい事業の企画立案（経費を極限まで削減）

前述の通り、県振連にはお金がありません。販促事業を行うといっても商品券の1枚も買えません。屋台を出すための賃借料もありません。そして「県振連の存在価値」が始まりである以上は複数の商店街間の連携が必要であって、当然その事業規模が巨大になることが前提とされます。この相反する二つの要素をクリアーするためには、発起人である担当の企画力が問われます。そこで私が着眼したのは「共同イベントによる旅行招待イベント」でした。

この旅行招待イベントとは、イベント期間を3週間から1ヶ月に設定し、イベント期間中に商店街内でお買い上げいただいたお客様にスクラッチカードを配布。その場で削っていただき「当たり」が出れば無料で日帰り旅行にご招待！「ハズレ」でも一般価格より割安でご優待するという、ここだけならばよくあるイベント内容です。しかし何度も言うように県振連には事業資金は全くありません。旅行招待費用など1名分もありません。ここからが企画力の見せ所です！

私が7年間担当を勤めた岡山県共同店舗協議会にて、事業費の負担を設けて旅行招

待イベントを行った際、招待したお客様に対して行ったアンケートには、「家族又は友達と一緒に参加したかった」という意見が非常に多かったのです。すなわち、旅行は誰も知らない中に当選者が一人で参加するよりは、気心の知れた仲間も誘いたいという特性を取り入れ、有料にて招待する優待数が多く獲得できれば、無料招待部分の経費を補填できると考えたのです。ここでよくあるカラクリは、旅行招待先の土産物店などからマージンをもらい経費を浮かせるわけですが、これだと旅行招待客は、観光に連れて行ってもらったのか、買い物に連れ回されたのか解らない等のクレームが多く発生するのです。そこで、純粋に観光旅行のみをベースとして企画し、その日帰り旅行の費用 1 名単価を 8,000 円程度と設定。これを補填できるだけの損益分岐点を算出、無料と優待とを合わせた旅行招待数を算定した結果、1 イベントにつき 800 名の参加があればプラスマイナス・ゼロとなりました。しかし 800 名という数字はあくまで招待目標数であり、スクラッチカードに対するリアクション率を加味した結果、必要なスクラッチカードの配布数は 1 イベントにつき 12 万枚というすさまじい数字に及ぶのです。この 12 万枚という数字は、1 イベント期間内に訪れる商店街来街者数（同一人物に何枚も配布しては意味がないので、延べ人数ではいけません。）を大幅に超え、さばききれない現実的な枚数ではありません。しかしそれは単体の商店街では達成不可能な数字であっても、参加表明、というより担当としては事業に協力していただける商店街組合に、イベント期間内での配布可能数を調査した結果、合計で 16 万枚を超える要望をいただきました。事業実施に向けて、2 段階目がクリアできました。

⑥イベント実施体制の確立（なんと 12 商店街の組合員全店が協力？）

総事業経費を「0 円」とし、更に商店街間連携というテーマもクリアしつつある中で、次なる課題は、商店街を構成する組合員の意識改革です。せっかくキーパーソンが集まり、商店街から提案された事業を実行するに至っても、やはりこれを商店街内に広く浸透させて事業に協力してもらわなければ、「どっちつかず派 9 割」を「賛成派 0.5 割」に引き込むことはできません。逆に言うと、この小さいながらも大きな一歩である商店街間連携事業に、できるだけ多くの経営者が取り組むことによって、商店街全体の活性化に対する意識高揚の一助になって欲しいと私は願っていたのです。

その思いは、共同販売促進事業検討委員会の場で、そしてそれ以前からずっと行ってきた商店街巡回訪問にて、極々少数の経営者に対してですが度々伝えてきました。

「皆様方が息切れを起こしたときが、商店街の最後の時です。」と。

しかし私の不安は取り越し苦労で終わりました。事業に協力して下さった商店街組合のほとんどの個店が当事業に協力していただき、まさに商店街全体の事業として取り入れていただけることとなったのです。そして、それはキーパーソンが各商店街内で事業の普及啓蒙に尽力していただいた結果からの実施体制の構築だったのです。これは支援団体側がお仕着せで行う事業よりも、商店街自らが主人公となって検討した「飲み込みやすい事業」の方が事業効果は圧倒的に高いという持論に沿った形が功を奏したと考えています。

⑦インターミッション（うれしい出来事）

ある日事務所に事業実施組合であるオランダ通り商店街振興組合の本地理事長がお越しになり、嬉々として一枚のA3用紙を私に見せます。それは、スクラッチカードに使用されている画像データや企画データを活用し、パソコンで独自にアレンジして作成したイベントポスターでした。よく見れば用紙も一般的なコピー用紙にインクジェット。しかしそのデザインの出来たるやすばらしいもので、来街者に視覚的に訴える効果が高いと、素人の私にも伝わってきました。それを手にした本地理事長は、「ウチの組合で（他団体が企画した事業に）ここまでやる気になったのは初めてだよ！」と大喜びでした。しかしこれだけではありません。独自でポスターを作ったことがキーパーソン同士で繋がり合い、そのポスターを利用または独自で作成する組合が続いたのです。岡山表町南部商店街振興組合の木下理事長からは「商店街内の全店の店先に張るから。」との連絡がありました。

当事業には経費が全くないため、イベントを実施するだけで損益がトントンであり、告知用のポスターなど印刷できる予算はありません。しかし参加していただく組合がここまで事業に興味を示していただき協力していただけることは、担当1年目の私としてはうれしくて仕方がありませんでした。事実、前述の商店街内全店に張り出されたポスターを目の前にしたとき、つい目頭が熱くなったのは今でも誰にも内緒です。

⑧いよいよ事業実施（結果発表！）

この度の事業は県振連の事業であるために、岡山県最大の表町商店街は2振興組合と6協同組合で形成されるため一部の箇所のみの実施ですが、平成18年度商店街77選に選ばれた奉還町商店街、そして岡山県第二の都市である倉敷の中心商店街のほ

とんどが事業参加。そして地域住民との連携事業を最も大切にしている笠岡市の2商店街を合わせた12の商店街組合が事業に参加していただきました。また、この度の事業には私が前担当を勤めた共同店舗組合にも協力を依頼した結果、5組合の参加協力が得られ、商店街と共同店舗の垣根を越えて、事業効果は更に大きなものになると期待されました。

平成20年12月1日より各商店街にて一斉にイベントが開始されました。この度企画した旅行内容は、正月らしく京都の伏見稲荷、北野天満宮、下鴨神社の三社参り。1月8日から2月1日までの期間中に、旅行参加者が希望する日に申し込みが可能です。途中、嵐山で嵯峨湯どうふ御膳を昼食に、自由に散策できる時間を多くとり、ゆっくりと流れる時間を大切にしたい企画としました。

旅行招待数は、商店街1,537名+共同店舗組合929名=2,466名となり、事業自体の損益分岐点である800名を大幅に上回る成果となりました。毎週申込状況を参加していただいた組合に一斉FAXにてご報告していたのですが、さすがに最終の数字を見た組合執行部の方々からは感嘆の声が聞こえてきました。ただ、担当としては旅行自体が成功に終わらなければ、まだ安心はできません。やっと3段階目が終わったかなという感じでした。

⑨実施後の商店街と来街者の評価(いろんな方面に「ありがとうございます!」)

イベント期間中も旅行招待中も、私が常に気にしていたのは「クレーム」でして、商店街からも招待客からもネガティブな要素ばかり注視していました。そのような中、商店街活性化のキーパーソンから続々と事業に対する意見があがってきます。「旅行招待客が京都のお土産を持ってお店に来てくれた。」「(商店街内の)デイサービス店の常連客が団体で申し込んでくれた。」「新規顧客の開拓に繋がった。」「県振連会員の意義があった。」等々、その内容は元来全てにおいて自信が持てない自分への「エール」とも思える内容がほとんどであり、これほど内外から高評価を得られるとは思っていませんでした。そして私の手元に届いた笠岡本通商店街振興組合加藤理事長よりの一通の手紙。事務所で開封し内容を読んだときに「ああ、自分が信じてやってきたことは本当に小さな一歩だったけど、その先の理想とした大きな目標に向かってゆっくりと確実に踏み出せたのだな。」と思い、私が伝えたかったことの本質を理解していただけたことへの感謝の気持ちを、帰宅後、妻に涙ながらに話した記憶があります。

⑩今後の展望と課題（事業継続の必要性と自立化した事業）

今回のイベントが全て終了した直後の２月４日、早速に事業実施組合を集めての反省会と次回の企画検討の会議を開催しました。イベントは継続していくことが大前提であり、その継続性が将来的な売上げに繋がっていきます。その会議の場で、私は恐る恐るある提案をしました。それは当事業を「県下全域の商店街の連携事業にしたい。」という内容です。岡山県内の商店街５０組合の内、振興組合は１９だけで、過半数の３１組合は協同組合であり、県北の商店街はその全てが協同組合なのです。つまり県振連の事業である限り、県南地区の県振連会員１４組合のためだけの事業に留まってしまうのです。この提案は、「県振連に付加価値を」という大前提を超えることとなるため、次なる一步を踏み出すためには、尽力いただいていた皆様方の協力と了承が必要でした。しかしその提案はすんなりと通り、当事業自体の価値を上げるためには大いに行うべきだとの意見をいただきました。

早速に県下全商店街に事業案内を送り、更なる募集を行います。すると新たに７組合の参加申込があり、平成２１年夏に実施したイベントについては１９組合の参加が得られました。特に岡山県最大の商店街である表町商店街を構成する８組合全てが事業に参加していただけることとなり、経費０円の事業を表町商店街全体で行い、更に商店主からの評判が良いのは過去例を見ない事業であるとのことだそうです。

この度の共同抽選旅行招待事業を足がかりとして、商店街の活性化を促す地道な巡回訪問により、中央会の商業担当として徐々に顔を覚えてもらうことができ、商店街の抱える問題や課題について相談をいただけるようになりました。それは、個店診断事業の実施、経営者意識改革のための商人塾の開催、空き店舗を活用した農産品アンテナショップの開設、省エネ対応型アーケード改修計画立案、商店街デジタルサイネージの設置計画、中活計画への商店街活性化ストーリーの構築支援等々多岐にわたり、「相談はまず中央会へ」という雰囲気ができ始めてきました。商店街と中央会の関係が希薄になり、中心市街地活性化については中央会がスキームから外れているなど、商業担当としては多々悔しい思いもして参りましたが、中央会の機能が大きく問われている現状の中で、「商業活性化は岡山県中央会の得意分野にしろ」と栢菅次長に伝えられ、その名誉ある担当としていただいている恩返しをしたい私としては、ほんの小さな一歩から大きく裾野が広がり始めたことをうれしく感じています。前述の相談案件はその一例で、多くの商店街支援事業が平成２１年度の中央会総会議案に記述され、私以外の多くの中央会指導員が商店街活性化に関わり始めました。しかし初めて実施

した共同販売促進事業は総会議案に記載されませんでした。なぜならば補助事業として実施していないからです。確かに大きな事業を行うのであれば補助事業の実施は必要です。しかし事業を継続させるためには、補助金に頼らず自立した事業の立案が不可欠であると私は考えます。それが支援対象の心を動かし、仲間を作り、小さな波紋が徐々に大きくなっていくことに、今更ながら気づきました。

商店街はこれからまだまだ苦難の時代を歩むでしょう。しかし、5%のキーパーソンが息切れを起こさないよう中央会が支援し、その輪を広げていくことが我々の使命です。私たち支援団体はサポーターとしての壁を崩し、プレーヤーの一員になってこそ、初めて「仲間」として認められたのだと、奉還町商店街のイベント時に商店街オリジナルウェアを着させていただき、当然のように手伝わされたときに感じました。私たち支援団体も、様々な方々に助けられて育っていく、そう気づいたことが今後の私の財産となるでしょう。

第1回共同販売促進事業 参加商店街一覧

	組合名称	開催期間
①	奉還町商店街振興組合	12月1日 ~ 12月25日
②	西奉還町商店会	12月1日 ~ 12月30日
③	岡山 オランダ通り商店街振興組合	12月1日 ~ 12月25日
④	岡山表町南部商店街振興組合	12月1日 ~ 12月25日
⑤	岡山千日前商店街振興組合	12月1日 ~ 12月25日
⑥	笠岡 笠岡本通商店街振興組合	12月1日 ~ 12月25日
⑦	笠岡東町商店街振興組合	12月1日 ~ 12月25日
⑧	倉敷 一番街商店街振興組合	12月2日 ~ 12月28日
⑨	倉敷えびす通商店街振興組合	12月1日 ~ 12月31日
⑩	倉敷センター街商店街振興組合	12月1日 ~ 12月28日
⑪	岡山 西大寺町商店会	12月1日 ~ 12月25日
⑫	新西大寺町商店街	12月1日 ~ 12月25日

第2回共同販売促進事業 参加商店街一覧

	組合名称	開催期間
①	奉還町商店街振興組合	7月4日 ~ 7月31日
②	協同組合西奉還町商店会	6月20日 ~ 7月27日
③	オランダ通り商店街振興組合	7月4日 ~ 8月2日
④	岡山表町南部商店街振興組合	7月4日 ~ 8月2日
⑤	岡山千日前商店街振興組合	7月4日 ~ 8月2日
⑥	協同組合西大寺町商店会	7月4日 ~ 8月2日
⑦	新西大寺町商店街協同組合	7月4日 ~ 8月2日
⑧	協同組合中之町商店会	7月4日 ~ 8月2日
⑨	協同組合岡山市栄町商店街	7月4日 ~ 8月2日
⑩	岡山上之町商業協同組合	7月4日 ~ 8月2日
⑪	協同組合岡山市下之町商店会	7月4日 ~ 8月2日
⑫	倉敷一番街商店街振興組合	7月4日 ~ 8月1日
⑬	倉敷えびす通商店街振興組合	7月4日 ~ 8月2日
⑭	倉敷センター街商店街振興組合	6月15日 ~ 7月31日
⑮	水島常盤町商店街振興組合	7月4日 ~ 8月2日
⑯	笠岡 笠岡本通商店街振興組合	6月15日 ~ 7月31日
⑰	笠岡東町商店街振興組合	
⑱	高梁 高梁栄町商店街振興組合	6月14日 ~ 6月27日
⑲	和気 協同組合和気駅前商店会	6月15日 ~ 7月20日

平成21年2月12日

笠岡本通商店街振興組合 理事長 加藤秀雄 様より

村上様

先略

京都三社参りの企画は村上様のお蔭で
大成功に決まることが出来た。
今迄景振連中央会の共同企画がなかった
のが今回村上様の発案で実を結い
誠に感謝致しております。
今年は何に徹し一年になる事と思っております。
力を合せて積極的に取り組んで
行きたいと考えておりますので今後共
に卒直致くお願い申し上げます。
写真と、元氣盛岡推進協議会の広報を
同封致します。福神の姿でリヤカーを
引いているのが私です。マスコットを持って挨拶して
いるのが市長さんです。
此文を筆にて失礼致します。

加藤 秀雄

KOKUYO

2009年6月19日
山陽新聞 地方経済頁

日帰り旅行が当たる

岡山、倉敷、高梁、笠に発案。実施期間は地域
岡市、和気町の岡山県内 ごとに異なり、高梁市の
5市町の商店街は、日帰 栄町商店街（14～27日）
りのバス旅行が抽選で当 を皮切りに、岡山市の西
たる合同キャンペーンを 奉還町（20日～7月27
実施している。県商店街 日）、表町（7月4日～
岡山、倉敷、高梁、笠岡市と和気町の商店街

合同キャンペーン実施

振興組合連合会の主催 8月2日）、倉敷一番街
で、広域連携は県内では （7月4日～8月1日）
珍しいという。

岡山県中小企業団体中

央会（岡山市北区弓町） 参加商店街（一部店舗
が商店街の活性化を狙い を除く）で1回買い物す

るごとに、スクラッチカ
ード1枚を進呈。タオル
美術館、アサヒビール四
国工場など愛媛県内の観
光地を巡る旅行が500
人に当たる。また、旅行
代金が約25%安くなる優
待券も10万人分ある。

同中央会は「キャンペ
ーンが新たな顧客の開拓
につながれば。今後も定
期的に行う」としている。
問い合わせは同中央会
（086-224-222
45）。（小若菜美）