

<p style="text-align: center;"> 中心市街地活性化セミナー 「まちゼミでファンをつくろう」開催報告 講師 岡崎まちゼミの会 松井 洋一郎氏 </p>	
開催日時	平成24年10月10日(水) 13:30~15:35
開催場所	であえーる岩見沢3階 であえーるホール
主催 共催 後援	岩見沢市中心市街地活性化協議会 中小企業基盤整備機構北海道支部 空知総合振興局、岩見沢市、岩見沢商工会議所、岩見沢商店街振興組合連合会、 一般社団法人ろのじ組
出席者	62名
議事録	<p>基調講演 「『まちゼミ』でファンをつくろう」 岡崎まちゼミの会 松井 洋一郎氏</p> <p>愛知県岡崎市から始まった「まちゼミ」は、店主の講師が受講者に対しこだわりの商品やお店独自の専門知識について、少人数制のゼミ形式でしっかり伝えるという事業で、「まちゼミ」を実施することにより、顧客・個店・地域の三方良しの仕組みが生まれ、商店街の活性化に大きな成果をあげている。講師は、このまちゼミの会代表を務め、本業は中心市街地商店街で化粧品専門店を経営し、今年で90周年を迎える4代目の経営者である。</p> <p>講演内容は、まちゼミ実施による効果やゼミの目的・ルール、実際に商店街活性化に繋がった事例を交えながら次のとおり講演した。</p> <p>まちゼミは、店主が商店街の活性化は絶対に必要であるという前提で、どうすれば商店街活性化に繋がるか紆余曲折を経て行きついたものである。岡崎市も以前は中心市街地に人がたくさん来たが、平成に入った頃、都市計画等と相まって次第に街が拡散し、人が郊外に流れていった。今までなかった大きな店がどんどん出店し、中心市街地の衰退が始まった。中心市街地にある約800あった店舗は、約半分になり商業の売上も当然半分となった。さらに通行量が7分の1になってしまった。この時点で中心市街地にある市外資本は撤退していった。ただ中心市街地の活性化は絶対に必要であることから行政は市内に大きな図書館を作り、各団体がイベントを実施し、街に来てもらう事、歩いてもらう事が商店街活性化、街づくりにつながると考えて様々な事をした。しかし歩行者は減る一方で、商業の売上も厳しくなる一方だった。ここで講師は、商店街活性化は定義を設けないと活性化と言っても実現できないのではないかと考え、2つの定義をあげている。1つ目は商店街にある店が適正な利益を得て、後継者にしっかりと商売を譲り、投資する力をつける事。2つ目は商店街の周囲の市民が、商店街がなければ幸せに暮らせないという人が増える事である。人が多くいる事や、車が通る事、建物が建つ事ではないと気付き活性化の指標にした。ではこの指標を実現するため何が必要か。答えは、商店街の最大の魅力は人にある。人の魅力、お客様を大切にする思いを地域商業者は絶対に持っていることである。</p> <p>まちゼミではお客様の満足、感動を地域の商業者ならではの方法で向上させる事を進め、お客様にとってお店を必要としてくれることである。新たに店のお客様になってくれて、売上が向上し、結果的に来街者ではなく、来店者になってもらう。お客様に来店者として来てもらう為に、商店の様々な手法をゼミ形式で用意して、お客様に喜んでもらうのがまちゼミである。まちゼミは、売上にも貢献するが、新しいお客様を獲得するのに非常に効果があることから「お客様の満足・幸せ」「個店の顧客・売上」「街の発展・活性化」が図られる三方よしの事業である。</p> <p>まちゼミにはルールがあり、まずは自分の街の事を自分達でやるのは当然だということから自費で行う。これはまちゼミへ参加する商業者を見ているだけのお客さんにしない為でもある。次に講師となる店主が受講者を募集し受講料は必ず無料、開講時間は60分から90分、会場は、自分の店で行うこと。また販売についてはゼミの</p>

中では絶対しない。商店主が売りたいと考えると、お客様は売りつけられそうと敏感に感じ取って不満足になる。お客様の満足を第一にして欲しい。これらのルールを踏まえ継続することで効果が出る。他にまちゼミは自分の店のこだわりをどうやれば伝わるかという勉強と、自分の店のPRだけでなく、他の店のPRもするのを条件としている。私は商店街の疲弊の一番の原因は、商店街の人自身が商店街の中で買物をしなくなった事だと思う。隣の店のあれは良いよと言う事すらなくなったのがそもそも問題だと思う。専門店化、商圈を広げる事だけではなく、お客様にとって、それが必要だと感じてもらう事がまちゼミのポイントになる。

最後に講演をまとめとして、商店街の活性化とは個店が様々な店やサービスが光り輝き、お客様に満足を提供するから売上や利益が出て、続けていける事が非常に大事である。まちゼミは単なる売り手、買い手だけの関係ではなく、お客様と信頼関係を築くことが消費者ともっと近い関係に繋がり、1番大切なのは事業承継だと語り終了した。

岩見沢でも中心市街地活性化に取り組み、今年度は旧西友がようやく「であえーる岩見沢」として再生し、集客、通行量は徐々に回復している。しかし中心市街地商店に回遊させているか、どう回遊させると良いのか、その仕掛け作りが必要になる。1人1人が持つどんな小さなスキルでも磨けば魅力になる。通行量も回遊も徐々に増える今が転換期であり、「まちゼミ」は全国50か所ではじまっており、比較的成果が見えやすく岩見沢でも実施できる事業である。核店舗に人を呼び、そこから回遊してもらおう仕掛けをまちゼミから学んで頂きたい。

