



ヨーロッパアンティークで楽しむ中国茶講座の様子

❖取組を開始したきっかけ

商店街活性化・三種の神器の一つといわれ、今や全国で行われている「まちゼミ」は、平成15年、岡崎市の中心市街地である康生地区で生まれた。

それまでこのエリアの商店街では、賑わい創出のために積極的にまつり等のイベントを行っていた。しかし、いくらイベントで人を集めても個店の売上は伸びず、商店街の活気は失われていくばかりで、店舗数も減少の一途を辿っていた。企画側としてイベントに携わってきた店主たちの中にも自店の経営に苦しむ人が出始め、このままではいけないと、実施される事になったのが「まちゼミ」である。

商店街が抱える最も大きな問題の一つに、売上げ減少による後継者不足がある。経営が芳しくない商売を子どもに継がせることができないのは当然の事だ。事業承継をしない、またはできない、つまり自分の代で店を閉めてしまうという商店が、岡崎にとどまらず全国の商店街にかなり多くの割合

で存在していると言える。

空き店舗対策や創業支援ももちろん重要であるが、それ以前に「個店が残っていける商店街」にしなければ、商店街は維持できない。この先商店街が生き残るためには、個店の固定客を増やし、売上げにつながるような取組をする必要がある。それが、長きにわたり様々な活性化策を行ってきた店主たちが達した結論であった。



▲商店街の様子

そうした中、商工会議所で商店街を担当していた女性職員の一人がこう口にした。「商店街の店舗は入りづらい。でも、入れば店主の人となりや深い知識などの魅力がわかる。なにより、店に入って店主とコミュニケーションをとることで、心を動かされ、入る前と入った後では自分の気持ちが全然違う。店舗の中に隠れてしまっているこの魅力を、どうにかして表に出せないだろうか？」

この考えは、「店主が店の中で行う文化教室をやってはどうか」というアイデアになり、「得する街のゼミナール」いわゆる「まちゼミ」が始まった。

今から11年前、平成15年1月に行われた第1回のまちゼミは、賛同する10の商店街で行われた。受講者は199人とそれほど多くはなかったが、評判が良かったことから継続して行われる事業となった。数年は商工会議所が事務局を努めたが、その後店主主体の組織・事業に変革し

ていき、平成20年4月に「岡崎まちゼミの会」の設立に至った。

そして、まちゼミは今では参加店80店、講座数110以上、受講者数は約1,500名(平成25年の第22回開催時)にまでなり、その規模は破竹の勢いで拡大している。



▲まちゼミの様子(眼鏡店にて)

取組

まちゼミ



取組の概要 >>>>

◎「まちゼミ」とは

「まちゼミ」は、商店街の店舗の中で、店主が講師となってプロならではの専門知識や技術を提供するゼミナール形式の講座だ。講座は通常約1時間で、受講者は無料で自分の興味のある分野について知識を得ることができる(材料費が必要な場合を除く)。現在岡崎では年間ほぼ2回、1ヶ月から1ヶ月半程度にわたってまちゼミを開催しており、康生地区以外にも市内の2つのエリアで行っている。

まちゼミは、店主と受講者のコミュニケーションにより信頼関係を築くことを目的としているため、受講者は2~10名程度と少人数制を旨とする。新聞折り込みや店頭でのチラシ配布、ブログにより広報を行い、開催日の約1週間前から予約を受け付けている。

ゼミは主に「きれい・健康・つくる・まなぶ・たべる」の5種類のテーマから構成され、健康、飲食、サービス、金融等多種多様な業種の店舗が参加している。ゆえに受講者は、メイクアップレッスンやセルフエステ等の美容関係から、料理教室、犬のしつけ方、掃除のコツ、ラッピング術、フラワーアレンジメントの体験教室にいたるまで、非常に幅広い講座の中から自分の好きなものを選んで受講することができる。



▲プロが教えるメイククチャー(化粧品店にて)

◎まちゼミの精神“三方よし”

まちゼミの精神の根底には、近江商人の哲学「三方よし」がある。「三方よし」とは、「売り手よし、買い手よし、世間よし」。すなわち、商売とは、売り手だけでなく、買い手も満足し、更に世の中にとってもいいものでなければならないという理念である。まちゼミでは、この言葉の順序を変えて「買い手よし、売り手よし、世間よし」という言葉を使っている。頭に置いた「買い手よし」を何よりも重視し、買い手の喜び・感動・満足を徹底的に追求しているのだ。そのためのルールとして、最も重要なものの一つが「絶対に商品を売りつけない・勧誘しない」ことである。