

前述したとおり、まちゼミは店主と受講者のコミュニケーションを通じて信頼関係を築き、店のファンになってもらうことが目的だ。売りつけられてしまったら、受講者はもう来なくなる。「沢山あるテーマの中から好きなものを選ぶことができ、無料で専門的な知識を授けてもらえる、しかも決して売りつけられない。」まちゼミの受講者が増え続けている理由は、そこにメリットしかないからだ。



▲補聴器講座の様子

とはいえ、買い手の喜びの先に、もちろん売り手にも良いことが沢山ある。一度まちゼミを受講した人がその後リピーターとして何度も参加したり、店に買い物に訪れるケースが少なくないのだ。まちゼミで培った信頼関係は、将来の固定客を生み、売上げの増加につながる。そのために、講座修了後に特別優待券「まちゼミクーポン」を渡したり、後日お礼状を

書いたりして、「特別なお店」と思ってもらえるような工夫を凝らしている店も多い。

また、まちゼミによって店の質が向上するというメリットもある。講座を行うことで店主自身のスキルが上がったり、店によってはスタッフの教育にもなる。さらに直接消費者の声を聞き、品揃えや販売方法、時には業種・業態を見直すこともできる。まちゼミで勉強し、成長するのは、買い手だけではないということだ。

ちなみに、まちゼミのそれぞれの参加店では、自店だけでなく他店のまちゼミについてのPRも積極的に行っている。これもまた、まちゼミの受講者を増やすために重要なことの一つである。受講者として来てくれた人に、「あの店ではこんな面白い講座をやってるよ。」とおすすめることは、例えば自店の品揃えや品質について一生懸命PRすることは明らかに印象を異にする。それは、他店のPRを行うことが、相手を思う純粋な親切心からきていて、誰の目にもわかるからだ。その思いは受講者を一層嬉しくさせ、安心感を与える。

そもそも商店街は、自店と他店との「持ちつ持たれつ」の関係でもって維持されてきた。周りの店があるから自分の店がある。そうしたマインドはいつしか希薄になってしまったが、実はそれこそが商店街活性化には不可欠な要素だ、というのがまちゼミの考え方である。自店の魅力だけでなく、エリアの魅力を高めることで、商店街全体の集客を増やす。商店街の複数の店で買い物をする、いわゆる買い回り客を増やすことは、商店主たちの使命と言っても過言ではないのだ。

こだわりポイント! まちゼミ実施のポイント

まちゼミを実施するにあたっては、そのルールや仕組みをしっかりと理解してから始めることが何よりも重要だ。岡崎まちゼミの会は、(株)全国商店街支援センターや中小機構と協力し、まちゼミ公式実施に向けての研修プログラムを設けている。この研修で、まちゼミの何たるかを徹底的に学んでもらい、「まちゼミ魂」の共有をはかる。そして蓄積されたノウハウを余さず提供し、事業を成功に導くのである。もしまちゼミについて十分に理解することなく、うわべだけをなぞって中途半端に実施してしまったり、それは効果を生まないばかりか、まちゼミを実施している全国の商店街にダメージを与えかねない。例えば、前述したとおり「まちゼ

ミで商品売りつけること」はタブーとされているが、ひとつどこかでそれを行ってしまうと、まちゼミそのものの評判は失墜し、受講者も来なくなるだろう。それは、まちゼミ事業の存亡の危機である。まちゼミがここまで成功している理由には、参加する店主たちがまちゼミについて十分に理解し、ルールをしっかりと守ってきたことも大きな要因の一つとして挙げられる。



▲研修の様子

◎進化し続けるまちゼミ

まちゼミは、11年前に始まって以降、回を重ねるごとに進化している。開催の都度反省会や報告会を行い、より成果を出すための試行錯誤を繰り返しながらブラッシュアップしてきたのだ。まちゼミの事業は今や全国に広がり、各地の好事例が「まちゼミネットワーク」を通じて岡崎まちゼミの会に入ってくる。それが一層のノウハウの蓄積につながり、更なる好事例や仕組みが全国のまちゼミ実施地域に広がる仕組みをとっている。

こだわりポイント! まちゼミが人々にもたらすもの

まちゼミには、対面販売の強みが活かされている。それはひとえに、人と人の触れあいが生み出す喜び、感動、満足、そして気づきである。まちゼミに来る受講者には、「成長したい、自分の生活の質を向上させたい」という思いがある。近年では、物質的な豊かさよりも、人と人のつながりを大切にしたり、趣味を持ったりすることで心の豊かさを求める人が増えてきた。まちゼミに参加することによって、受講者は、これまで知らなかった、そして知らなければそのまま知らずに過ぎてしまった喜びや楽しみを見つけることができる。これは、自分の生活を豊かにするための「気づき」である。

誰にでも「好きなもの」と「好きではないもの」がある。だが、好きなものは、生まれた時からずっと好きというわけではない。これまでどこかで、楽しい、面白い経験をしたから好き



▲まちゼミを通じて中心市街地、商店街の活性化を語り合う「全国まちゼミサミット」の様子

になったのだ。もしかしら、今自分が好きではないと思っているものも、やってみれば好きになるかもしれない。自分の選択肢にのぼらないもの、意識の外にあるもの、「知らないこと」すら知らないものの中に、生活を豊かに、幸せにしてくれるものがきっと沢山ある。そして、それは人から人へしか与えられないものだ。まちゼミの「魂」は言う。モノの売り買いだけでなく、人と人とのつきあいの中で自分の知らなかったことを知り、気づき、感情を動かされる。それは、中小小売店てしかない。これまでもどこかで、楽しい、面白い経験をしたから好き



▲文房具店の万年筆講座にて

❖取組の効果・課題等

まちゼミの効果はと言えば、実のところ岡崎の商店街の来街者は減ってしまっているのが現状だ。しかし、この数年間で、ともにまちゼミを行ってきた商店は一つも閉店していない。全国的に商店街が厳しい状況におかれ、商店が減り続けている中で、これは得がたい効果と言えるのではないだろうか。全国の商店街が苦しむ事業承継の問題については上で触れたが、跡継ぎがいない店が多いということは、言い換えれば今後数年から十数年後には多くの店がなくなってしまうということだ。まちゼミを継続していくことで、個店が残っていける商店街づくりを実現できれば、それを止められる。岡崎まちゼミの会では、全国から集まる好事例を活かし、今後も改善・ノウハウの蓄積を行うことにより、本家本元である岡崎のまちゼミと公式まちゼミ実施地域をますます発展させていくつもりだ。



▲まちゼミフラッグ

商店街DATA

「岡崎まちゼミの会」

<http://machizemi.org/>

所在地 ● 岡崎市康生通東1-21

アクセス ● 名鉄東岡崎駅 徒歩10分
(岡崎市中心市街地)

設立年月日 ● 平成20年4月

会員数 ● 74名

代表者 ● 松井 洋一郎

TEL ● (0564) 21-0985

Mail ● you.matsui@e-midoriya.co.jp

