

分科会 I 部・II 部

②地域支援者が見たまちゼミとは

■行徳和弘氏【久留米商工会議所（福岡県久留米市）】

久留米まちゼミの特徴は「フォーメーション型まちゼミ」。事業にかかわる全ての人の役割分担を明確にし、みんなが主役となって運営していくスタイルとなっている。サポートする側の支援者は“久留米方式”と言われるプランニングとマネージメントを、商業者は“最良のまちゼミ”をお客様のために実践していくことに専念。

具体的には、まちゼミキッズの実践、図書館との連携、留学生向けのまちゼミインターナショナル開催等、新たなアイデアを次々と展開。高い受講者満足度や地域への話題の拡散により、新たなまちゼミファンの掘り起こしに成功している。

まちゼミ開始以来、街なかに様々な関係性が生まれ、郊外の量販店等では 100%展開できないコミュニケーション事業となっている。

参加店が互いに販促しあうというお店とお店の関係性、まちゼミをきっかけにお客様同士が知り合いになる関係性、そして、新規参加者の70%が久しぶりに来街するという地域との関係性。それぞれの関係性が相乗効果を生み出し、商業の活性化はもとよりオール久留米による街づくり事業へと発展している。



■平井賢吾氏【野田商工会議所（千葉県野田市）】



「自ら改善してよくなるのが理想、意見を求められない限り働きかけない」というスタンスで経営指導員として支援に徹している。具体的にはアンケート分析や経営指導、事務的部分のバックアップでまちゼミを支えている。

これまでの各店舗での成功事例は、アフターフォローとしてまちゼミ受講者限定でメイク教室を数回開催し、そこから固定客獲得に成功した化粧品店や、アンケートの分析結果を活用してパソコン講座を開講した自動車販売店などがある。この自動車販売店ではアフターフォローでお宅を訪問したことがきっかけとなり、本業である車の営業につなげることに成功した。B to B から B to C の営業活動強化になり、実際に売上げに繋がった例だ。さらに初心者限定とすることでお客様のハードルを下げ、生徒を獲得し

て新クラスを設置し、集客効果を上げたフラダンス教室や、3種類違うジャンルの講座を開催し入り口を広げ、3回会う（3講座受講してもらう）ことでお客様との関係を構築してリフォーム受注に繋がった工務店などがある。自動車販売店、工務店などはなかなか成果がでない業種だが、まちゼミブランドの即効性を実感した。

商工会議所としても創業支援の講座を設置している。また、今後はまちづくりに向かって第二段階に入りたいと考えている。

■進行役：宇野哲安氏【岡崎まちゼミの会】

それぞれ支援の仕方は違っている。岡崎では、完全に自立した形で実施しており、支援団体が協賛して広

報をしてもらうという形をとっている。久留米の例は支援組織がしっかり同じ方向を見てまちゼミを支えている。まち全体の活動としてこのまま続けていけるやり方だと思う。

意見交換は以下のとおり

Q. アンケートを活用する際に気をつけている点は何ですか？

・個店、商店街全体ともに、支援者として客観的に見るのが大事。情を入れずに改善に繋がる数字を見つけていくように心がける。そして理論づけられるところを抽出する。（平井）

Q. マンネリ化への対処（7割以上がリピーター、高齢者が多い）。新規より同じ講座をやったほうがいいのか？リピート客以外の新しい客層を獲得するには？これから何を目指していけばいいのか？

・ターゲットを明確にする。お客さんになってほしい層に楽しんでもらえるメニューから講座を構築、アンケート結果から日程や時間を決定する。（平井）

・講座名を変えずに続けていて毎回即満席になる講座がある（元老舗ホテル料理長による料理教室）。追加ゼミでも対応できない参加者を会員制料理教室（会費無料・会員100人超・料理代売価）受け入れるといったニュービジネスがまちゼミを通して生まれている。もちろん三方良しの関係性は変わらない。（行徳）

Q. 参加店舗が増加しない（受講者は増えている）場合の対応は？

・参加店側にまちに情熱を持ったゼミ伝道者をいかにつくるかがポイント。久留米ではこれを「ニコニコ笑顔で仲間づくり運動」と言っている。（行徳）

・受講者アンケートの中に受講した講座以外にあったらいい講座、具体的にどこの店の何の講座かを書いてもらい、お客さんから望まれているのだからやったらどうだと勧誘する。（平井）

Q. 参加者を選ぶ、引っ張るコツは？

・何度かやっているうちに積極的に参加している人が中心になるように運営幹部と支援者で仕向けていく。（平井氏）

・まちゼミを通じた具体的な成功体験の積み重ねが大事。まちゼミの店主を主役にした個店ポスター展など街中にまちゼミの「出来事」を露出していくことも重要。（行徳）

・その気がある人が動かなくてはいけない。初めはハードルが高いがすこずつ参加していくうちに一人ひとりがそういう気持ちになっていくのでは。最初は商工会議所と一緒にやっていたが今は全て自分達でやっている。（宇野）

Q. 図書館との連携はどのようにしたか？

・働きかけ、根回しではなく、まちゼミを通じた組織関係とスタッフとの人間関係を築いていく。お互いに事業パートナーとしてのwin-winの構図を描いていくことが重要。（行徳）

Q. 店主・商店街と商工会議所の温度差がある場合はどうすればよいか？

・期間限定で自立してもらう、というのは必要。しかし、何かあったら支援してくれるという場があるということには意味がある。まちゼミをやることでまち全体が盛り上がるというメリットを理解してもらえれば支援者側ももっと

第4回 全国まちゼミサミット (2017.2.2.)

盛り上がっていくのでは。(宇野)

まちゼミ開催にはリーダー的に動く人が多いかどうかが必要。支援する側からはそういう人を見つけ育てて中心になってもらうことに重点をおく必要がある。(宇野)