

オーダーメイド研修事業

【支援の主旨】

商店街や個店の活性化において成果を上げる鍵の一つが「人材」の育成です。人材育成には研修が効果的ですが、既成の研修がすべての商店街の課題解決に万能とは限りません。より効果的な問題解決のためには、それぞれの地域の商店街にマッチした研修を企画・実施することが必要だと考えました。そこで、商店街の現状やニーズを把握している商店街支援機関や商店街組織等から研修企画を公募する「オーダーメイド研修」を実施しました。

【支援の特徴】

- ・それぞれの商店街の現状・ニーズに合わせた研修を企画し、実施することができます。
- ・解決したい課題に対して、ピンポイントで研修企画の提案をすることが可能です。

【支援の内容と支援までの流れ】

商店街支援機関や商店街組織等から「商店街・個店の活性化」に関するテーマの研修企画を募集し、センターにて審査し採択します。その後、研修を実施していただきます。

	A方式 商店街支援機関企画型(委託方式)	B方式 商店街組織企画型(連携方式)
実施機関	商店街支援機関等 商店街振興組合連合会、商工会議所、 商工会など	商店街組織等 商店街振興組合、事業協同組合など 法人格を有しない任意団体の商店街も 対象となります
運営方法	<p style="text-align: center;">《企画》 研修企画を提案していただきます</p> <p style="text-align: center;">↓</p> <p style="text-align: center;">委託契約締結</p> <p style="text-align: center;">↓</p> <p style="text-align: center;">《運営》 商店街支援機関に運営業務を委託し、 研修を実施します</p> <p style="text-align: center;">↓</p> <p style="text-align: center;">経費精算→委託費支払い</p>	<p style="text-align: center;">《企画》 研修企画を提案していただきます (必要に応じセンターから研修内容を提案します)</p> <p style="text-align: center;">↓</p> <p style="text-align: center;">業務分担について協議・調整</p> <p style="text-align: center;">↓</p> <p style="text-align: center;">《運営》 商店街組織とセンターで連携し、 研修を運営します</p> <p style="text-align: center;">↓</p> <p style="text-align: center;">事後処理 (経費支払い、納品物の受け渡し等)</p>



事業事例レポート 研修事例とその成果について、事例をご紹介します。

北海道小樽市 北海道商店街振興組合連合会女性部

研修テーマ

北海道商店街女性部セミナー「お客様の視点でお店を見たら・・・発見があった！」

その成果の詳細をご覧ください！

研修の目的・コンセプト

商店街の魅力・強みは「人と人の近さ」です。経済合理性だけでなく「楽しさ」や「新しい出会い」が商店街には期待されています。
研修に先立ち、小樽消費者協会の協力により、ミステリーショッパー方式（身分を明かさずに店舗を訪問し調査する方式）で消費者モニター調査を実施しました（調査は北海道商店街振興組合連合会が担当）。実際に買い物をした感想や意見を寄せていただき、良い点も悪い点も含めて評価していただいた上で、専門講師による分析やディスカッションを行い、これからの商店街及び個店の活路を探ることを目的とした研修です。

カリキュラム

第1日目

・小樽市内商店街の現状報告

小樽市商店街振興組合連合会副理事長から、商店街の現状について解説をしていただきました。

・消費者モニター調査のデータ解析及び消費者行動分析

（株）オミセネット代表取締役の紫藤講師による講義では、事前
に実施した消費者モニター調査のデータ解析に基づき、消費者
視点での評価や需要、商店街に期待されている機能について
などの説明がありました。



・現地研修

先ほどの講義での調査結果をふまえて、実際に商店街に行き、調査結果の事例の説明を受けながら研修を行いました。



第2日目

・グループディスカッション

紫藤講師のコーディネートにより、A～Dの4グループに分かれ、前日のレクチャーと現地研修の内容をふまえて、「地域住民の需要に応じた街づくり・店づくり」をテーマにディスカッションを行い、グループごとに発表しました。



講師の総括

調査員として協力いただいた消費者の皆さんが、街なかでの買い物を「楽しかった」と話していらっしゃいました。車で大型店へ出かけていき、安価で画一的なものを買ってくるだけではない「買い物」の需要があるのだと思います。

商店街には長い歴史と独自の価値があります。今回のモニター調査の結果がすべてではありませんが、消費者に喜ばれる街づくり・店づくりに取り組む際のヒントとして、当研修がお役に立てればと思います。

商店街・個店にとって想定外で意外な調査分析結果があったのと同時に、調査員としてのお客様の側にも楽しさや新しい出会いがあり、お客様は大型店にはない商店街ならではの魅力を商店街に感じているようです。

当研修は消費者参加型の商店街活性化の新手法をととも言えそうです。

