

平成24年度

「商店街の次世代リーダー育成事業」

(商人塾) **ノウハウブック**

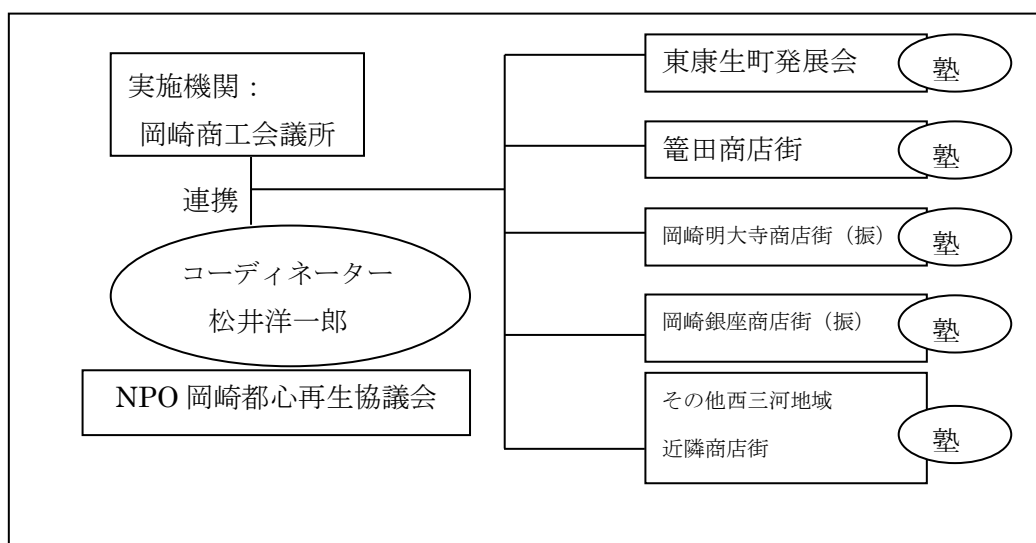


平成25年3月

株式会社 全国商店街支援センター

(委託先：岡崎商工会議所)

1. 実施機関と事業実施商店街の名称等



2. 地域の商店街の状況と問題点

・ 西三河は、愛知県を構成する3地域のうち、尾張、東三河に挟まれた県中央部に位置する地域です。岡崎市、刈谷市、豊田市、安城市等9市1町で構成されている。

・ 本事業の中心エリアとなる岡崎市の人口は378千人（H24年6月現在）、近年は増加傾向（H2年316千人、H12年345千人）にある。

・ 岡崎は徳川家康公生誕の地であり、わが国の東西の要衝として、また、岡崎城を中心とする城下町、宿場町として商業の発展と共に伝統産業等も発展してきた。また、自動車産業が基幹産業である第2次産業中心の産業構造となっている。

・ 岡崎市の商工振興計画では、市街地の商業活性化とにぎわいある地域の拠点づくりを基本戦略としており、活性化には商業者主体の個店の魅力向上、組織化を背景としたタウンマネジメントが必要とする重点プログラムを掲げている。

・ 本市では、商工会議所と商業者有志で構成される「岡崎まちゼミの会」が、「得するまちのゼミナール（まちゼミ）」約10年間取り組んでいる。参加店は、本事業を通して商店主としての生業を見直すことやお客様との信頼関係構築に励み、着実に顧客増、売上増などの成果を積み上げ、それぞれのモチベーションアップにつながっていく。



3. 地域の課題

・ 岡崎市では、H12年に中心市街地の近郊に大型S Cの出店後、買い物客が流れ、市街

地にあった百貨店も閉店（H22年1月）。これらの影響も相まって商店街への客足が減少している。

・隣接地にてH20.3月にタワーマンション（215戸）が完成、その後も大型の集合住宅の建設計画が多数あるが、新住民を商店街に誘客するような商店街マネジメントを計画的に進めるための戦略が確立されておらず、推進組織・体制（人材・資金含む）の確保も課題として挙げられていた。

・近年では、まちゼミ以外の活性化事業（バル、商人塾等）において、まちゼミメンバーからリーダー役が輩出されており、まさに商店街のリーダー人材候補育成において重要な時期を迎えている。次の段階として、個々の事業の効果を街の評価へとつなげるために、事業単独でなく地域全体の視点で商店街を牽引していくリーダー人材が必要となっていた。

・さらに、まちゼミ等の取り組みを通じて近隣市の商店街や商工会議所等との交流が活発化しており、これらのネットワークを強化することで県内西三河地域全体のボトムアップや各人材のブラッシュアップが期待されることから、「チャレンジ商人塾 in 三河」を実施することとした。

4. 事業の目的

当事業は、商店街の若手・後継者等の内部人材を商店街の次世代リーダーとして発掘・育成し、次世代のネットワークづくりを進めて多様な主体との連携を促し、外部資源等を活用して課題解決や活性化を図ることを目的とした。

4-2. 事業の具体的目標

事業の目的を踏まえた具体的な事業の目標は以下の通りです。

- 事業目標1 個店からの商店街活性化の機運を自ら作り出す人材の育成
- 事業目標2 経営力のある商店街活動を推進する人材の育成
- 事業目標3 市民とともに地域・商店街の活性化に取り組む人材の育成
- 事業目標4 西三河地域の商業者ネットワークの創出

5. 塾生の発掘

市内各商店街理事長にPRを実施するとともに、松井コーディネーターから直接声がけを行った。また実施範囲を“三河”としたため、各地区の商工会議所を通じて各地商店街へのPRを依頼した。

6. 事業実施体制

コーディネーター選定理由・役割

次世代リーダー育成塾（チャレンジ商人塾）の運営について、実施機関及び支援セン

ターと連携して活動するコーディネーターを選定した。コーディネーターは商人塾における内容の具体的企画・運営の他、指定地域連絡会議に参加。また、成果物（報告書等）の作成の補助を行った。

当市のコーディネーター松井氏は、自身も岡崎の商業者の一員として「岡崎まちゼミの会」をはじめとする事業を通じて、強いリーダーシップで市内の商業者を牽引してきた。また、近隣地域の商業者や支援機関等との交流のみならず、まちゼミの活動が全国的に広がるにつれ、各地で先進的な取り組みを行うキーマンと出会い、広い人脈を有している。商人としての心得を伝える人材として適任であり、塾生同士をつなげ、塾生と全国のキーマンをつなげていく役割として適任であることから、コーディネーターとして選定した。

7. 事業内容

(1) プログラムの構築

標準カリキュラムの選定

主軸は標準カリキュラムA 商人道型。

一方で、当該地域は店主の高齢化や従業員を雇わず店主や家族のみで経営する店舗も少なくなく、担い手となる人材が不足していた。そのため、今後市民を巻き込み地域コミュニティと一体となった商店街を目指すためのノウハウもあわせて取得していくことを考え、塾生の多くは商業者としたが、商店街支援者などの参加も一部認めた。

(2) 実施内容『チャレンジ商人塾 in 三河』 [平成 24 年 8 月～11 月]

プログラム 1（開講式、商人道①講話） 場所：岡崎市図書館交流プラザりぶら

※公開講座

実施日時：平成 24 年 8 月 27 日 19 時～21 時

参加者数：24 名（うち塾生 10 名）

テーマ：個店活性化からの商店街再生のススメ
まちゼミ

講師：松井 洋一郎氏（コーディネーター）

内容：塾生の自己紹介、コーディネーターによる
講演、塾生との意見交換会



プログラム 2（商店街活性化手法及び事例研究①） 場所：みどりや 2 階

実施日時：平成 24 年 9 月 19 日 19 時～21 時

参加者数：16 名（うち塾生 9 名）

テーマ：商店街のマネジメント手法

講師：小口 英二氏（多治見まちづくり(株)）

内容：講師による講演、塾生との意見交換会

プログラム 3 現地視察研修

実施日時：平成 24 年 9 月 20 日 10 時～17 時

参加者数：13 名（うち塾生 8 名）



視察先：岐阜県多治見市 駅前商店街・ながせ商店街・広小路商店街・銀座商店街・多治見まちづくり株式会社

講師：井奈波 文治氏、小口 英二氏
(多治見まちづくり㈱)

内容：プログラム2で学んだ多治見の事例を視察（空き店舗を活用したコミュニティスペース、情報拠点となるカフェ、クラフトショップ等の運営手法を学ぶ）及び多治見の事業者との意見交換会

プログラム4（商人道②実践）場所：岡崎市竜美丘会館 ※公開講座

実施日時：平成24年10月24日19時～21時

参加者数：28名（うち塾生11名）

テーマ：地域住民と共につくる商店街事業

講師：・河村 啓太郎氏「こどもっちゃ！商店街」
(株式会社オーバス/㈱まちあい徳山 代表取締役社長)
・入江 真一氏「黒崎ちびっこ商店街」
(まちづくり黒崎㈱、副都心黒崎開発推進会議黒崎活性化委員長)
・浅井 朋親氏「おかざきマーブルタウン」
(㈱岡崎青年会議所副理事長)
・中根 信也氏「おかざきマーブルタウン」
(㈱岡崎青年会議所元常任理事)

内容：パネルディスカッション形式による事例講演、塾生との意見交換会

プログラム5（商店街活性化事例研究②及びプラン作成）場所：みどりや2階

実施日時：平成24年11月21日19時～21時

参加者数：14名（うち塾生9名）

テーマ：商店街事業計画立案から実践へ

講師：本川 祐治郎氏（氷見町商店街振興組合 副理事長/㈱Plan.Com 経営士
・ファシリテーター・協働コーディネーター）

内容：商店街事業計画の立案の方法を氷見の事例を交えてレクチャー、事業計画立案のワークショップ

プログラム6（商店街活性化プランのプレゼンテーション）場所：みどりや2階

実施日時：平成24年11月22日10時～12時

参加者数：8名（うち塾生4名）

テーマ：商店街事業計画立案から実践へ

内容：塾生による活性化プランのプレゼンテーション、本川氏およびコーディネーターからの講評・アドバイス



8. 事業の成果と課題

<成 果>

事業目標 1 個店からの商店街活性化の機運を自ら作り出す人材の育成

【成果】

第1回で「得するまちのゼミナール」の取り組みを学ぶことから、塾生は次のことが習得できた。

・商店街活性化の根幹は、自らのお店が魅力的であるようにすること、それらをお客さまにきちんと伝えていくことである、ということへの再認識。

・一方で、個店の魅力発信を「皆（商店街）でやる」ことで、その効果が上がるという“商店街事業の意義”への理解。

以上から、個店それぞれが力をつけることと、商店街として連携しながら面的な事業を行うことを両輪で行うことが活性化への道であるという意識を共有できた。特に、商業者の動機として、「まずはなにより自店の売り上げ向上」を願うのは当然のことだが、「自分だけがよければいい」と考えるのではなく「皆でやった方が自分にとってもいい。仲間と一緒にできないことがある」という気づき、内なる意識改革を喚起したといえる。

結果として、「まちゼミ」の運営を参加店の有志が担う組織「世話人会」に、塾生から新たに1名が加わることとなった。1参加店から、商店街全体の活性化を考えたプレイヤー（運営側）となることは、少人数で商売を営みながら、時間をつくり参加する覚悟がなければできないことであり、大きな成果であるといえる。

また、3年前より岡崎市が主催し立ち上げた「おかざき商人塾の会」も、今年度で市の事業としては終了するが、チャレンジ商人塾の塾生が会長を務める「自主フォローの会」が昨年より設立、市の補助がなくとも自主運営での勉強会を継続していくことが現段階で決定している。

岡崎市外においても、豊田、刈谷等、過去に「まちゼミ」を実施した経験があるが、問題点を感じていた地域から参加している塾生が、改めて「まちゼミ」の表面的でないノウハウ（注意点、ツボ、テクニックなど）を学び、もう一度やり直そう、再チャレンジしようという声がかかっている。

事業目標 2 経営力のある商店街活動を推進する人材の育成

【成果】

個店から商店街へ意識が高まった上で、より戦略性と経営力の高い商店街活動を推進していくために必要な考え方を「多治見まちづくり会社」の事例から学んだ。（第2回・3回）

人口37万人の岡崎市の中心エリアでさえ、既に単組としての商店街の力は弱体化しているため（会員数の減少→組合が解散傾向）、一商店街で事業を運営していくことは困難な状況にある。そのような課題の解決策の一つとして得たのが、複数の商店街が株主となり、行政や商工会議所等と連携をとりながら全面的に商店街を支援するまちづくり会社を設立する手法である。今回の事例から、まちづくり会社を軸とした業務集約による効率化、若い力による時代や社会環境に即した新しい発想での事業立案や運営方法などを具体的に学ぶことができた。収益を上げて継続性のある商店街活動ができると確信できたこと、それを同世代のまちづくり会社のマネージャーと商業者たちが実践している事例に触れ、塾生各々、「自分の地

域では、これからは自分たちが行っただ」ということを強く意識したと思われる。

本市においては、チャレンジ商人塾終了後もまちづくり会社についての研究会を重ね、現在、まちづくり会社設立の動きが本格化している。実働の中心メンバーには本塾生からも多く参画しており、現在の商店街理事長世代からも大きな期待をされている。

事業目標3 市民とともに地域・商店街の活性化に取り組む人材の育成

【成果】

第4回「徳山こどもっちゃ商店街」「黒崎ちびっこ商店街」、そして「岡崎マーブルタウン」の実践者から得た学びは、コミュニティとしての商店街の意義をさらに掘り下げ、まちに住む人のアイデンティティを担うという、商店街の本質的な可能性を見たことである。

個店の売上げ向上、街のにぎわい等とは違うベクトルでの商店街活性化、ひいては地域活性化に欠かせないキーワードが、「愛郷心」や「コミュニティアイデンティティ」といえる。

商店主自身がまちの歴史とともに商売を営んできたように、街に住む子供たちの思い出や原風景に商店街があり、故郷への思いや誇りがある人間として成長している。そして親となった時、子供と共に商店街を訪れることで故郷への思いを継承していくであろう。また故郷を愛するということを《豊かさ》と捉え、それを大切に想う価値観を持てる層であり、他にはない商店街の魅力を受け止めることが可能な層でもある。

昔は当たり前にあった光景だが、時代や環境が変わってしまった今、商店街から離れてしまった市民に、もう一度商店街に参画してもらう機会は、商店主自らが意図して作らねばならない。自店への来客を増やすことは（売上げにつながるということはもちろん）、お店に来てくれたお客様と顔を見て接し、会話をし、販売活動を行う機会を増やすということである。「商店街での営みが、故郷を、そして豊かな地域社会を守ることである」という使命感や誇りを自覚した塾生もあり、次のアクション（後述）が生まれた。

これまでに各塾生のなかで醸成された思いを一度まとめアウトプットする作業ができたのが、第5回、6回に氷見の事例から学んだ「商店街活性化プランの作成、プレゼンテーション」であった。

思いを形にすること、自分（個）のアイデアを商店街（面）の課題解決につなげたものとする、これまでの経験を振り返り発展させていくことなどを段階的に整理する手順を学び、それぞれが描いたプランは多様なものとなった。

個店としての改善目標、商人塾の発展、商店街の場を市民に開放する企画、こども商店街の実現など、まさに全てのプログラムを通じて現状の自分に合うテーマを引き寄せ、「実践していく」プランとして発表された。

特に本市では、新年度に向け各自が案として出したプランを事業化するため、まちづくり会社設立の動きとあわせ、コーディネーター松井氏を中心に具体的な検討を重ねている。

事業目標4 西三河地域の商業者ネットワークの創出

【成果】

今回の塾生は、コーディネーター松井氏のネットワークから集まった塾生が大半である。その中で、各回での意見交換、現地視察、夜なべ談義などを通じて、塾生同士が語り合い、

仲間意識を持てたことは大きな変化であった。

具体的には、各地域のイベント（おかぎバル、カリアンナイト）に、塾生が客として参加したり、おかぎバルの実行委員会に先進地域であった刈谷の塾生がアドバイスをしに來たりするなど、松井氏を介さずとも以前より円滑に交流が行えるようになった。facebook 等を通じてつながり、共有する情報量も格段に増えているようである。また、直接会話する際の情報交換の内容自体も、より踏み込んだ悩みや協力的な意見を交換できるようになり、参加地域にとって次につながるネットワークが強化された。

★ 事業を通して気づいたこと、得られたこと

（1）コーディネーターの重要性

今回、事業目標に対する一定の成果を得られた大きな要因として、コーディネーターの存在がある。

当地域のコーディネーター松井氏は、「若い商業者を育成しよう」という上からの立場ではなく、コーディネーターが知り得る先進的事例やキーマンを仲間に紹介し、塾生からの興味や意欲を引き出すことで個々の考えを深めてもらうというスタンスに徹底していた。講義中はもちろん、夜なべ談義など交流の場で、講師と塾生、塾生と塾生の距離を縮めることで、自発的に商売やまちに対する思いを言葉にしていこうとこそが、意識向上につながる。意識の高まった塾生は次回のプログラムにおいても意欲や集中力を高くして臨むことになる。そこに適切な内容のプログラムを提供することで、効果的にレベルアップしていくといった好循環が生まれた。もちろん、そこには単調に写らないようなテーマ、実施形式などプログラムの工夫も必要である。一回一回を充実したコンテンツとすることの重要性は、プログラム5で本川氏から学んだ。

コーディネーターに求められる力

- 塾生から信頼され、惹きつけることのできる人柄を含めた魅力
- その地域において必要なプログラムを段階的に設定できるセンス
- プログラムに適した講師を呼ぶことのできる人脈

塾生の共感を呼び、惹きつけることのできる人柄を含めた魅力、その地域において必要とされるプログラムを段階的に設定できるセンス、プログラムに適した講師を呼ぶことのできる人脈、これら3つをバランスよくマッチングできる人材こそがコーディネーターとなり得る。

特に一つ目を実現するには、最初から意欲ある商業者が何人もいる地域であればよいが、実際には、「この人に誘われるならば行こう」と信頼された人物であることも大きく影響する。当地域の場合は、以前からつながりもあり、当事者意識を持てる同じ立場の商業者であったことが成果につながった。

なお、前段で記したとおり、今回学んだ塾生の一人ひとりが、次はコーディネーターの役割を担い、さらなる広がりを見せることが期待されている。

（2）「商店街」の単位、エリアの設定基準

今回、一つの条件として一商店街より2~4名の塾生に受講してもらうことがあったが、どのような基準で一つの商店街と考えるのかは各地域の実情に合わせていく必要がある。

例えば、本市では、振興組合よりも小さな発展会が多いため、そのなかの若手人材（後継者世代）と限定すると一つの発展会から複数名の候補人材を出すことが大変厳しいハードルとなる。また、もともと商店街組織が存在しない地域において任意の若手グループを立ち上げた商業者や、商店街エリアで会員として加盟していなくとも日頃からイベント事業などに主体的に参加している若手商業者も少なくない。

このような場合においては、「商店街」の単位の基準は、組織でなくエリアの範囲と考えるべきではないだろうか。例えば本市の中心市街地では、当該市内等自治体・住民に認識されているコミュニティエリア区分に倣うか、「一緒にイベント事業を行える程度＝お客様にとって歩いて回遊することに抵抗のない範囲内」と考えている。ただし多少エリアから外れていたとしても参画意識と実行力のある人材は、積極的に関わりを持ち疎外することのないようにしている。組織や歴史的背景など既存の括りに捉われず、目的や思いの共有を基準軸に、ゆるやかなつながりを作り共に行動していくことが現状に適した商店街イメージと考える。

（3）事業意義の再確認～共感できる仲間づくりへの第一歩～

今回の塾生の受講の契機として、商売や商店街活動に励みながらも、反面で常に閉塞感を抱え、それを払おうと自らを奮い立たせようとする気持ちが根底にあったと思われる。さらに、親や先祖が守り続けてきた土地や店への誇りと次代への承継に対するプレッシャーもある。店主は店の社長であるために避けられないある種の孤独感のなかで日々経営しているといえる。

そのなかで、店から地域へ出ることで同じ立場で分かり合える他店の経営者と出会い、「この場では皆と一緒に作っていける」、「仲間がいる」ことを実感できる。各店の経営の目的や目標はそれぞれ個々のものだが、「街がにぎわうといいよね」「地域の人に知ってもらいたいよね」といった共通目的で一体となれる。そして、商店街や地域での活動から得た達成感やつながりの意識が、再び自分の店へ帰った時にも、商売をがんばろう！という気持ちを奮い起こす原動力につながると思われる。

このような気持ちを日々積み重ねることが、次に向けての行動を生み出す。ノウハウの習得をしているだけではできない第一歩を踏み出すためには、不可欠な要素であると改めて感じられた。

<課題>

大きな課題は、なにより**塾生の確保**であった。塾生の候補者に選定される人材は、そもそも各店や地域活動、商店街事業のなかで何かしらの重要な役割を与えられている方である。日頃、自店の営業があり、既存事業の準備や会議などの合間を見つけてのプログラム参加は、月1回が限界であった。

また、1人のコーディネーターのネットワークに依る塾生確保は、意識が高い人材が集められるため、各プログラムへの理解度は一定の水準が保たれるメリットがあるが、反面、量的な広がりには限界がある。

その対策について、いくつかの観点から反省を踏まえた提案をする。

(1) 開催時間帯の設定

本プログラムでは、個店の営業終了後の夜間を主体とし、講師の都合や経済性を考慮し2回ほど昼間に講座を設定した。(第3回、第6回)

結果的には、夜間の参加者数が多くなり、(塾生の店舗ごとの事情にもよるが)「自分がお店にいないければ営業できない」という商店主に合わせるのであれば、夜間開催のみで実施した方が塾生の参加率は上がると思われる。

(2) 開催場所の設定

今回は会場の殆どを岡崎市内としたが、広域的な範囲で塾生を募る場合は、毎回の会場を変えることも、各市での塾生を増やすことにつながると思われる。コーディネーターや支援機関が事前に各商店街をまわるという手法も考えられるが、説明を受けるよりも、各地域内において実際に行われているプログラムを1回試して聴講できるような機会を持つことができれば、興味を持った人材が全プログラムに参加する「塾生」となる可能性も広がると思われる。

(3) 塾生の段階的増加

前項に関連し、塾生の入塾をスタート時のみにおくと、以降に興味を持った人がいてもオブザーバー参加となる。また、受講側の負担感を考えると、「聞きたいテーマの回に、行けたら行く」というスタンスの受講者も少なくない。

事業実施期間の前半は「単発セミナー受講生からの塾生発掘」と設定し、受講生同士の勧誘(口コミ)までを期待し、意識の高い塾生を十分に確保した上で、後半で本講を実施するような余裕が持てることが望ましいと思われる。

(4) 塾生のモチベーションを上げるプログラム設定

そもそも「塾生」の定義が通して出席する人材なのであれば、強制力でなく自発的に参加したくなるプログラムづくりへのハードルが高くなることは否めない。

商業者を対象とした塾の場合、まずは「個店の売り上げ増加につながる」という要素は必須である。それ以外の要素は、育成側として学んでほしいテーマがあったとしても、「商店街活性化」や「まちづくり」を過去に学んだ事がある、実践した経験がある等の素地がある人材でなければ、いくら優秀な講師を招聘しても講義についていけず、モチベーションを下げる恐れがあるため注意が必要である。若手の商業者には、専門家よりも、共感できる同世代の実践者であった方が結果として理解度向上・モチベーション向上につながると思われる。

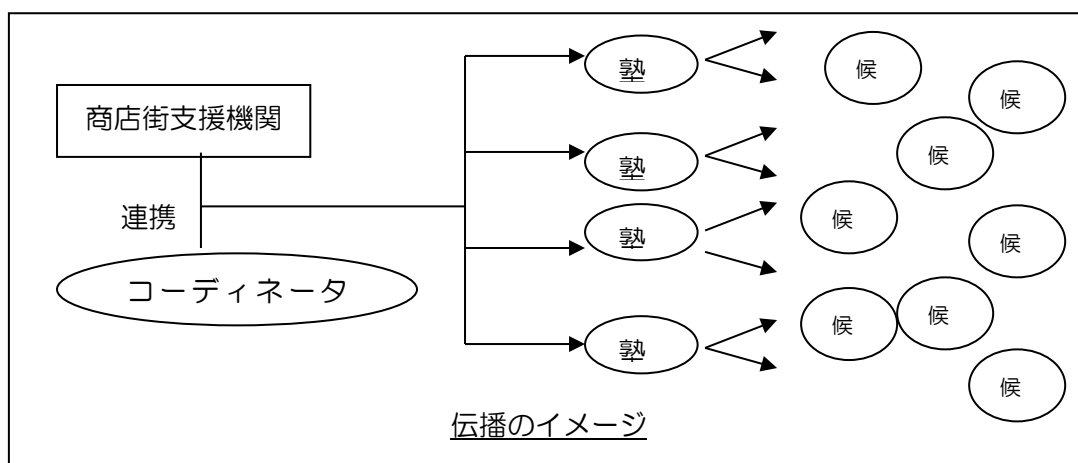
なにより塾生同士が仲間意識を持てる関係づくりを進めていくことが肝要である。事業目的を次世代リーダー人材の育成とし、またその短期的成果を、各地域でリーダー候補達が何らか新しい動きを起こすことまでを期待するのであれば、なおのこと仲間づくりは重要である。

近隣の商店街だけでなく、やや広域的な(複数自治体を跨いだ)商店街ネットワーク強化を意識するのであれば、(2)でふれたように相互の商店街を訪問し講義の前にまち歩きを組み合わせてみるのも一案。講習も座学のみではなく、各商店街の悩みを聞き意

見交換する時間を設けることが繋がりづくりには効果的かと思われる。

(5) 塾生による伝播

本事業と同様の事業を継続する場合、塾生候補の発掘＝仲間づくりと考えるならば、今回受講した塾生（修了生）が、知人など次の候補生を勧誘することが一番確実であり、広がりのある手段であるといえる。一人のコーディネーターだけでも今回のような成果が得られるのであれば、修了生ひとりひとりが次のコーディネーターの役割を果たし、声をかけ合うことで効率よく伝播することが望める。



<その他の課題>

(1) 事業目的のウエイトの置き方（ノウハウ習得か？仲間づくりか？）

チャレンジ商人塾の目的は、「商店街の若手・後継者等の内部人材を商店街の次世代リーダーして発掘・育成し、次世代のネットワークづくりを進めて多様な主体との連携を促し、外部資源等を活用して課題解決や活性化を図ること」であるが、一回の取り組みだけで革新的な成果を得るのは難しいことである。各回、塾生それぞれのモチベーションにも差があるため、地域ごとに当初想定した目的に対する目標を、実施しながら必要に応じて軌道修正が必要なこともあるだろう。

優れたノウハウを知ることが優先とするか、交流や意見交換などを通じた仲間づくりを優先するかでプログラムは違うものとなる。地域の実情とその時の塾生候補者の状況をある程度把握した上でプログラムを組み立てなくてはならない。

(2) コーディネーターの選定

本事業におけるコーディネーターの重要性は、先に述べたとおりだが、実際に選定する際には、コーディネーターへ求める条件（実施機関では行えないことができるなど）を整理し、優先順位を決めてから選定にあたった方がよいだろう。

一つの考え方として、「塾生から信頼され惹きつける魅力ある人材」であることを優先するならば、塾生と同じ商店街の内部人材であることは有利な条件として働く。

日頃から率先してセミナーへの参加や情報収集などを行い、商店街活性化に関するある程度の基礎知識を有しており、地域で行う事業の運営側に積極的に参画している人材が商店街内にいるのであれば、候補としての可能性が十分考えられる。

年間を通じて回を重ねていく事業であるので、塾生との距離感が重要なポイントとなる。たとえ専門家であっても、地域や塾生とのつながりがない人材がコーディネーターを担うと、優れた講師を招きノウハウを学ぶことは可能であっても、塾生同士をつなげる方でのコーディネートに苦慮するかもしれない。

先述の条件をすべて満たすコーディネーター候補者がいない時には、商工会議所や行政、商店街支援センター等の協力により、プログラム構築や講師選定については補える部分もある。

9. 今後の展開

- ・本事業をきっかけとしたネットワークを活かし、Facebook 等を活用しながら塾生同士での情報交換やイベント参加等の相互交流を継続する。
- ・引き続き、岡崎商工会議所、NPO 岡崎都心再生協議会からの、セミナーや活性化事業の情報提供を行なっていく。