

株式会社 全国商店街支援センター

平成27年度 商人塾支援事業

(事業報告書概要版)

実施機関名

高岡市商工会福岡支部(富山県高岡市)

参加商店街： 福岡町商業協同組合 福岡商店会

コーディネーター： 丸亀 徹 (有クリエーション 代表取締役)

・地域商店街コミュニティの活性化と、商店の見える化・コミュニケーションツール構築
・ビジネスモデル研究に向けた意識醸成、組合加盟店指導によるモチベーションの向上に繋げられる人材と商店街リーダーの育成を図る。

サブテーマ1: 個店としてまた、商店街のリーダーに求められるものは

サブテーマ 2: 商店街活性化への集客方法・情報発信について



カリキュラム

第1回

【商店街の構成員ひとりひとりがリーダーとして自覚する意義とは】
丸亀 徹氏 (有クリエイション 代表取締役)



第2回

【個性ある店づくりを目指すには】
明石あおい氏 (株ワールドリー・デザイン代表取締役)



第3回

【個性を生かした商店街活性化への取組は】
明石あおい氏 (株ワールドリー・デザイン代表取締役)



第4回

【個店の魅力を発信する商店街活性化として取り組みは】
丸亀 徹氏 (有クリエイション 代表取締役)



第5回

【意見交換会・卒業論文を作成 (まとめ)】
丸亀 徹氏 (有クリエイション 代表取締役)



第6回

【卒業論文発表 (決意表明) およびコーディネーターによる総括】
丸亀 徹氏 (有クリエイション 代表取締役)

想い (なぜ、商人塾を実施しようとおもいましたか?)

平成27年は商店街支援向け補助金がなくなり、2年間実施した事業も自主財源では実現できず、商店街を活性化したい想いがある熱い反面、プロジェクト委員のモチベーションも低下するばかりであった。そんな中、支援センターの商人塾支援事業を紹介いただいた。プロジェクトで得た知識や商店街の横のつながりを基に、モチベーションの向上や組合員の連携強化を目指し、個々が商店街活動に取り組むためにはリーダー意識の醸成が不可欠であることから「商人とは何か」の原点に立ち向かって考える必要性があり、商人塾の実施へ至った。

ねらい (どういふポイントで塾をすすめましたか?)

※現地調査がある場合はそのねらい・写真も入れてください

商店街の集客・来店機会の低下は、現状の各個店が扱う商品、サービスでは消費者のニーズに100%対応できてない事が原因ではないかと考えられ、地域の消費者に福岡地域の商業者の強み（顔が見える信頼性・確かな品質を持った商品・サービス）について周知するための方策を構築する必要がある。

その準備段階として組合員の横のつながりによって自店の商品、サービスを地域の消費者に提供する際に、他の組合員の商品・サービスを消費者のニーズに応じて提案できるようにしたい想いがあった。その為には、組合員が他組合員の経営資源について理解している事が望まれ、まちゼミ等の手法を持ち込み、組合員自らが講師となって、消費者や他の組合員に対し商品、サービスの歴史、品質等の知識を教授する必要がある。

それに向け、商人塾の塾生として、これからは商店街同士が連携し情報を共有、活性化へ向けた地盤作りが不可欠であり、マネジメント力のある人材育成ともう一步踏み込んだ連携体制の構築、先進的な商店街組織を引率するリーダー決断力や行動力を学べるよう商人塾を実施した。

コーディネーターから

(できたこと・できなかったこと)



㈱クリエイション
代表取締役 丸亀 徹

当商人塾は、全6回であったが、1回目、2回目は先進事例を学び、3回目～5回目までは、地域情報誌を一つの題材として学び、最終回は学んだことの発表という形式で進めた。

先進事例では、全国の事例を学んでいくことと、富山県内の事例も学び両面から学び広い視点にたつことに留意した。地域情報誌の作成を検討するうえで、地域の課題は何なのか？各塾生の課題は何なのか？どのような地域の強みを、どのように顧客に伝えていくか？ターゲットは誰なのか？などを重点的に議論してきた。学ぶ内容においても、より身近な内容、取り組んでいくこともより現実的な内容にすることに留意して、今後行動していきやすい商人塾になることに心がけた。

当商人塾においては、各塾生が、再度地域の課題、各塾生の課題を検討し整理したことにより、理解を深めることができた。これまでも様々な事業を企画し、取り組んできたことで改善したこともありながらも、効果が薄かったことや問題点も多数あり、現実に向き合い今後の行動を考えていくようになった。

また、地域情報誌を題材にすることにより、地域としての課題を検討する絶好の機会であったため、地域としての強みと各塾生としての強みを、真剣に議論することができた。

また、各々がPRしていくときの手法や、他の商店街振興組合等が実施してきた様々な事例を学ぶことにより、事業実施の運営方法についても理解を深めることができた。

当商人塾において残念ながらできなかったことは、今後取り組んでいく事業の詳細までは進めなかったことや、各塾生単位での改善（繁盛店づくり）の内容にまでは踏み込めなかったことがある。

今後に向けて

(商人塾を受けて変わったこと・起きたことは？)

商人塾の成果を今後どのように活かしていきますか？)

一部の塾生だけでなく、全体が意識を持って商店街活動に取り組む為にも時代のニーズに対応し、お互いの魅力を向上させる事が必要である。接客対応ではおもてなしの意識強化、差別化された独自の店づくりや商品作りなど「个性的な個店が商店街に数多くある事」が望ましいと認識し、塾生相互間の意見交換の必要性や情報を共有できる関係性など連携強化の意識を強く持ち始めた。

今後は塾生がリーダーとなり、個々の商店主が商店の魅力・逸品商品を持つなどといった「ビジョンと戦略を明確に」し、情報を発信するにしても、発信者（商店）は内容を充実させるために魅力ある商品（逸品商品）や、お得感があるなどの工夫が必要である。受信者（消費者）が必要としている情報か？ニーズとミスマッチが発生していないか等も意識しなければならない。

今回の商人塾を通して塾生自らが新たな視点や気づきを喚起し、商店街の牽引力となることで、組合員同士が切磋琢磨して成長に繋がる情報を共有できる関係を構築および継続するよう活かしていきたい。

卒塾生代表

(商人塾で得たことは？)



福岡町商業協同組合
代表理事 木村英二

今回の商人塾を通じて、先進的な商店街の成功要因やツボを学び、今後の活路・ビジョンを塾生自らが考察する事や、組合員同士が交流し意見の共感や刺激を受けると共に、商店街組織の枠組みを超えて意思疎通を図る必要がある事がわかりました。

今までは変りゆく環境、利便性が向上する中で時代の流れやニーズに反応・対応せず目を背けてきたが、塾生一人一人がビジョンを持ちお互いの意見を交わし合う事で、商店街のお店にしか対応できない潜在ニーズがあるのではないかと感じました。様々な事例を学べたことや、一つの題材について真剣に意見を交わしあえた事は、お互いを理解し刺激しあえたのではないかと思います。

今回の商人塾では、塾生自らが商業活性化の実践者であり、リーダーとなるべきことを改めて自覚させられました。