



あなたに似合うまゆ描きは…と、ていねいに講義するサチ化粧品店の和田娟子さん。「まちゼミ」には普通の商売とは違う魅力があると、他店に参画を呼び掛けている。



「お悔」と書く場合はどんな時？黄色の水引ののし袋はどんな時に使う？知っているようで知らない冠婚葬祭時のマナーや基礎知識について講義する三村さん。(9月11日/和菓子屋もみじや)



アンケートに答える受講者の皆さん。満足度や感想、商店街の利用度、交通手段などについて生の声を聞いて、次回のまちゼミ開催への参考にした。

講師は190人から3800人に増えたという。こうした効果と可能性に着目した阿南商工会議所の野村千寿子さんは、商店街の活性化につなげようと、市内の商店主に参画を呼び掛けた。「商店街にはお客様のニーズに応えようと、日々努力を重ねている商店がまだまだたくさんあります。『まちゼミ』は、そうした商店とお客をつなぐきっかけになると思いました。時代の流れで品揃えや価格、利便性を求めがちですが、『買物の楽しさ』はそれだけではないと思います。『まちゼミ』は店主とのコミュニケーションの場として、『楽しさ』を教えてくれる原点なのかもしれません」と期待している。

受講者の7割が大満足！「まちゼミ」効果に期待
阿南市で「まちゼミ」が行われるのは今回で2回目。新たに8店舗が加わり、25店舗で延べ49回講座が開かれた。いずれも工夫を凝らした内容ばかりで、「きれい」「健康」「体験」「学ぶ」の4つのジャンルに分け、キーワードから選べるようにした。
くすり化粧品専門店の有限会社大津薬局が開いた「50代からの若返りメイク」では、4人の女性が受講。鏡の前に座り、店員から1対1でメイクの指導を受けた。肌の悩みや化粧品の選び方に会話を弾ませながら、2人でベス

トメイクを作り上げていく。メイクは見た目だけでなく、モチベーションを高める効果がある。今まで自己流だったという原真理さん(51歳・領家町)は、「潜在する女性の美意識をくすぐられた気がします。自分に合ったメイクや化粧品選びをいねいに教えていただき、とても参考になりました。店員とのコミュニケーションも楽しめるのが専門店のいいところです。敷居が高く、入りにくいという印象がなくなりまし」と満足そうに話した。
創業100年を超える老舗の店主による「日本の伝統文化」についての講義も行われた。和菓子屋を営む有限会社紅葉屋の岡澤孝浩さん(45

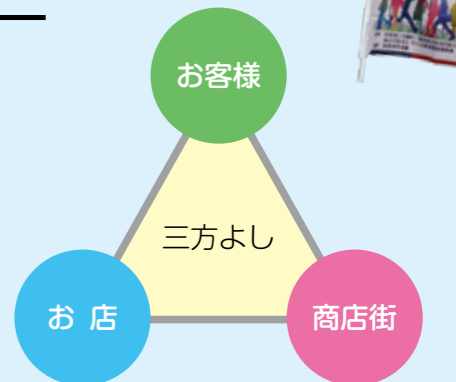
歳・富岡町)と、文具・結納のし販売店を営む有限会社三村草切屋商店の三村治さん(40歳・富岡町)は、年中行事で赤飯やかしわもちが配られるゆえんや、祝儀袋の使い分けなどについて、事例を挙げながら解説。慶事に出す和菓子やお茶のおもてなしもあつた。年中行事やしきたりは、日本人が長い歴史の中で培ってきた、まさに生活の知恵であり、そこに込められた心遣いや伝統を再認識するいい機会になったように、夫婦で受講した宮崎 茂さん(67歳・那賀川町)は、「文化やしきたりは時代や地域によって異なるので関心がありました。こうして店に足を運ぶことで店主の人柄や店の雰囲気を知ることができそうです。店の負担にならない程度でもっと回数を増やせば、ファンも増え、街を活性化できるのでは」と期待を込めた。
ほかにも、デジカメで子どもをかわいらしく撮るコツや生ビールのおいしい飲み方、手早くお札を勘定するテクニックを教えられるユニークな講座などもあり、いずれも好評だった。受講者から意見や感想を聞くアンケートでは、32%の人が満足、68%の人が大満足と答え、「商店主」からも、「自店のことを知っていただくいい機会になった」とか「人と人とのつながりが生まれた」といった声が多く寄せられた。さっそく「まちゼミ」効果が現れ始めているようだ。

【特集】 商店街活性化プロジェクト

つながる、広がる、にぎわう！

三方よしで得する「まちゼミ」

情報を得られる



自店の商品を紹介できる

にぎわいができる



お客とお店と商店街の「三方よし」の仕掛け
商業活性化の切り札として期待されている「まちゼミ」が、8月20日～9月20日に富岡商店街一帯で開かれた。ゼミを開く商店主などで組織する「阿南まちゼミ世話人会」が中心となって、商店のファンづくりや商店街の活性化に取り組んでいる。
「まちゼミ」とは、商店の人が講師となり、長年培った豊富な知識や技術を来店者に無料で教える「街中のゼミナール」をいう。「健康」や「生活」などの各分野にわたって自らの得意分野を受講者に講義する。店になじんでもらうため、講座は店舗内で開く。1講座の受講者は数人程度。材料費以外に受講料を取らず、商品の販売や勧誘をしないことをルールとする。2003年1月に愛知県岡崎市で始まり、ゼミを通じて地道に店のファンづくりに取り組む、その発想が注目され、今や全国150カ所近くで実施されている。来店者のきっかけづくりや商店の魅力を伝えて商店街全体の活性化につなげるのがねらいで、「お客」は店の商品情報や専門知識が得られ、「お店」側は自店のサービスやこだわりを伝えることができ、「商店街」ににぎわいを呼び込める。「三方よし」の仕掛けに特長がある。岡崎市では、10店舗だった参加店舗数は10年で70店舗を超え、受



720本の竹を組み合わせて巨大なサッカーボールに見立てた竹のオブジェに制作に取り組む実行委員の皆さん（牛岐城趾公園）

商店街の魅力を高める取組はほかにある。空き店舗を利用して、多彩なジャンルのアーティストや学生に制作スペースや作品発表の場を提供する「阿南富岡まちなみ芸術祭トミナーレ」がそれである。商店街の未来を担う若者たちが集い、独自の商店街振興策を立ち上げようと今夏、富岡商店街協同組合が初めて企画した。

実行委員長の阿井慶太さん（45歳・富岡町）は、「空き店舗は芸術作品の発表の場になりえる。イベントを通じて若者たちが豊かな発想力を育み、まちづくりのアイデアをフィードバックしてもらえたら。商店街活性化の一翼を担うイベントに成長させたいですね」と夢を膨らませている。

アートの力で 商店街の魅力アップ



昭和30年頃の富岡町内町商店街のようす

富岡商店街の変遷

JR阿南駅前から西へ延びる富岡商店街の歴史は、明治末期に始まる。かつて戦国時代に築かれた牛岐城の城下町として発達した古い歴史をもつ東・西新町を中心に200余りが軒を連ね、県南最大の新興商店街の様相を呈していた。1936年（昭和11年）に国鉄牟岐線（羽ノ浦―桑野間）が開業すると、駅に向かって急速に延伸。工業

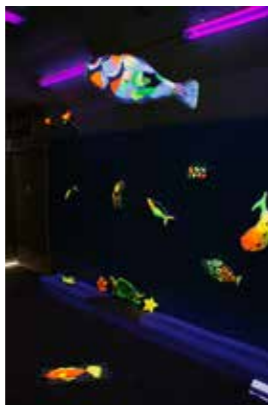
開発の進展や市役所の移転などもあり、商業の重心は内町以東に移っていった。戦後の混乱期を経て経済が安定を取り戻すと、新旧商店の入れ替わりが活発化する。1978年（昭和53年）頃には一番街商店街の道路を歩行者天国として終日開放するほどにぎわった。しかし、近郊への大型ショッピングセンターやディスカウント店の台頭に加え、車社会に対応する駐車場の問題や経営者の高齢化、後継者不足といったさまざまな要因が重なり、空き店舗が増えていった。富岡商店街協同組合理事長の兼松功さん（57歳・富岡町）は、「さまざまな活性化策に取り組んできましたが、イベント事業は商店街の集客になっても店の売り上げにはつながりませんでした。それだけに、お客様も店側もハッピー＆ハッピーな関係になれる『まちゼミ』への期待は大きい」と話している。

チャレンジする意欲を共有し 一歩を踏み出す

個々の集合体である商店街は、多様な価値観が入り混じり、最初から共有できるビジョンや目標をつくることは難しいといわれている。中心となる数人で目標を立て、小さな成功を重ねながら思いを周囲の人々に波及させ、活動を広げていくことが重要であり、店と客が出合い、店と店のつながりを生



阿南から笑顔を届ける「エールfromあなんproject」のポスター作りを助む武蔵野美術大学3年生の鈴木友唯さん（キモト写真場）



空き店舗が遊び心あふれる水族館に变身。幻想的な空間が広がった。

空き店舗には学生が手掛けた個性豊かな美術作品が展示され、日本を代表する漫画家・蛭子能収さんによるワークショップや、特殊な蛍光塗料を使って描いた魚の絵をブラックライトで浮かび上がらせる「子供幻想水族館」といった体験型イベントもあり、街中は芸術であふれた。このイベントが呼び水となって、空き店舗に入居するテナントが現れたという。失われつつある商店街の魅力とにぎわいを取り戻す商店街をアートの発信拠点にという発想が相乗効果を生み、商店街のさらなる魅力アップにつながっている。



第2回阿南まちゼミ参加店事前説明会であいさつする岡澤さん（8月1日）

む「まちゼミ」の役割は大きいと考える。全国を飛び回って「まちゼミ」開催のノウハウを伝授している「岡崎まちゼミの会」代表の松井洋一郎さん（45歳）は、「地域に根差した商店には、もともと秘めたポテンシャルがあります。品揃えや価格、利便性がかりではない商店の魅力を見つめ直し、それを生かせば生き残る道があるのでではないでしょうか」と背中を押す。「阿南まちゼミ世話人会」代表の岡澤孝浩さんは「個店のモチベーションが上がらなければ、結果として商店街全体の活性化には結びつかない。チャレンジする意欲を共有し、一歩を踏み出すことが大事だと思います」と、店主に広く参画を呼び掛けている。

商店街の魅力づくりは 継続してこそ意味がある

盛況に終わった第2回「阿南まちゼミ」から1カ月後の10月23日、阿南商工会議所で事業報告会が開かれた。これまでの取組を継承しつつ次への行動につなげていこうと、講師の松井さんが熱っぽくアドバイスした。

「ゼミのテーマやタイトルを考えることは店にとって大事なことです。参加者が喜ぶテーマの設定は、客のニーズや店の売りを見つめ直す機会になるからです。分からないときは、遠回しにお客様に聞いてみるのもいいかも。案外、お客様の方が店の良さを知っていたりします。まちは絶えず変わりゆくものですから、まちづくりに終着点はありません。商店の魅力づくりだけなく、商店街としての連携を深め、知恵を出し合ってほしい」と。

受講者のほとんどが大満足と答えた「まちゼミ」。来年1月に第3回「阿南まちゼミ」が開催されることが決まった。起こしたアクションの成果が出るまでには時間がかかる。成果がどのような形で返ってくるのかも見えづらい部分がある。うまくいくかどうかかわからなくても継続することが大事。そのプロセスの中で、相互の信頼感や小さな達成感が育まれ、少しずつ目標に近づいていくのではないだろうか。商店街の挑戦はまだ始まったばかり。



目印はこのほり



第3回
「阿南まちゼミ」開催決定！
2015年1月20日(火)～2月20日(金)

1月13日(火)から申込みを受け付けます。お申し込みは各店舗へお願いします。講座内容等くわしくは、1月13日付け新聞朝刊の折り込みをご覧ください。次のところへお問い合わせください。
團「阿南まちゼミ世話会」事務局（阿南商工会議所内 ☎ 22-2301）へ



（上）第2回「阿南まちゼミ」2014事業報告会で店主たちにアドバイスする松井さん（右）第1回「阿南まちゼミ」2013参加店事前説明会で、「まちゼミ」の運営方法などについて学ぶようす（平成25年9月1日）

