まちの視点

お客に寄り添うまちゼミ

全国およそ300カ所に広がる個店・商店街・地域活性化事業「得する街のゼミナール（まちゼミ）」の中でも、日本最北端で行われているのが紋別だ。

「創業の店である酒と米を扱う宮川商店とは別に、介護ショップと生花店を営んでいるのですが、あるとき介護ショップのお客さまに、『宮川商店……、知らないわねぇ』とつぶやかれたことがあります。そのとき、改めて店や商店街の存在意義を考えさせられました」

こう語るのは、紋別まちゼミを主催する「紋別まちおこし塾」の前会長、宮川法親さんだ。

彼が考えさせられるのも無理もない。宮川商店は100年以上にわたって地元で米と酒を扱ってきた老舗なのだ。てっきり、誰もが知っている存在だと彼は思っていた。

「こんなまちに帰って来るもんか」

札幌の大学を卒業後、大阪で就職。宮川さんが紋別に帰ったのは26歳の時のこと。都会での生活にあこがれ、「こんなまちに帰って来るもんか！」とたんかを切って出ていったものの、市議である父の代わりに家業を切り盛りする母の苦労を思い、事業を継ぐ決意をした。

まちは、離れていたわずか7年のうちにも活力を失っていた。少子高齢化、人口減少が進み、昭和40年代には4万人を数えた人口も、現在は2万3000人。将来は1万5000人程度になるという予測もある。

宮川さんは家業経営の傍ら、青年会議所の活動を通じて地域振興に取り組んだ。まちを何とかしたい――そんなヒリヒリするような使命感と義務感に駆られる毎日だった。

まちゼミに出合ったのは、そんな最中の2014年のことだった。まちづくり推進室の担当から、あるセミナーへ〝数合わせ〟として参加を求められ、しぶしぶ足を運んだ。

売り上げを急いで求めない

第1回紋別まちゼミが開かれた。受講者数は目標としていた200人に届かず177人にとどまったものの、満足度は99%。しかも、その内訳は「大満足」が75%と前回よりも7ポイントも上回ることができた。

宮川さんにまちゼミの真価を確信させた出来事があった。生花店が「初心者のためのフラワーアレンジ教室」を開催した時のことだ。

いつも女性が多い講座の中に、ひとり初老の男性が参加していた。聞くと、長く教職に就いた後、定年退職、子どもたちも独立したので、何か新しいことにチャレンジしようと参加したという。「花に触るのも初めて」という男性は、笑顔で受講してくれた。

「単に商売上の顧客ニーズを探ったり、売り上げを短兵急に求めたりするのではなく、お客さんの思いに寄り添い、同じまちに共に暮らす人間として付き合う、そこにまちゼミの素晴らしさがあるんですね」（宮川さん）

「いまは商店街が好きになったし、このまちが改めて好きになった」と語る宮川さんの表情には、かつて義務感、使命感だけに突き動かされていた以前には見られなかった穏やかな笑顔にあふれていた。

（笹井清範・『商業界』編集長）

家族で店を営む宮川商店の皆さん

「ビジネス会合」であいさつする安倍首相（中央奥）と三村会頭
写真提供：日本貿易振興機構（JETRO）

には、三村会頭をはじめ日豪経済委員会やイノベーション・ベンチャー、観光産業に関わる企業経営者ら22人が参加。1月14日にシドニーで開催された政府主催の「ビジネス会合」「観光セミナー」「ビジネス代表者と両国首相との懇談」などに出席し、イノベーションの連携、両国相互の観光客の増加策などについて両国首相を交えて官民で議論を深めた。

三村会頭は両国首相との懇談で、日豪経済委員会による設立以来55年にわたる両国間の

を強調。豪州企業の日本でのビジネス投資や中小企業の豪州への進

幅を積極的に広げていく考えを表明し、両国経済のさらなる拡大・

成」との意向を表明した。しかし、企業においては、取引慣行や業

けることなどが考えられる。一律ではない柔軟なやり方があれば要

動くことは必要」と一定の理解を示した。また、「より柔軟な、長

とを引き続き要望していくこととしかない」と語った。

最優秀賞を受賞した日向商工会議所の三輪純司会頭（前列右から2人目）

キャリア教育表彰

日向が最優秀賞に

経産省
文科省

経済産業省と文部科学省による第6回「キャリア教育推進連携表彰」において、最優秀賞を受賞した日向商工会議所（宮崎県）の表彰式が1月17日に行われた。表彰式は「平成28年度キャリア教育推進連携シンポジウム」の中で実施された。

同所では、「日向の大人はみな子どもたちの先生」を合言葉に、日向で働く大人たちが市内の小・中・高等学校に出向き、子どもたちに「働く喜び」と苦労」について本音で語りかける「よのなか教室」を実施。学ぶ意味や将来の夢について考えさせる授業を行い、好評を博している。

「よのなか教室」の教壇に立つ「よのなか先生」の登録数は約100人。職種も看護師や栄養管理士、新聞記者、自動車販売業、建設業など多岐に渡っている。講師にも、モデル授業や交流会などの研修を行い、大人にも役に立つ事業へと成長している。

また、シンポジウムでは、経済産業省による第7回「キャリア教育アワード」において、奨励賞を受賞した東京商工会議所の表彰式も併せて実施した。同所では、中小企業の魅力発信と大学初年次からの職業観の醸成を目的に、中小企業の会社ツアーや仕事観察などを会員企業で体験するプログラムを提供。企業と学生の橋渡し役を担っている。

「明日の日本を支える観光ビジョン」でも踏襲された。訪日外国人客2000万人目標を達成した現在、さらなる高みを目指すために「観光資源の魅力を極め地方創生の礎にする」ために、2020年までに赤坂や京都迎賓館などの文化財の大胆な公開・開放とともに、日本遺産を全国で100カ所程度認定するという方針が示されている▼では、なぜ今「物語」なのか。観光はまさに「物語」や「経験」を消費する行為だからである。物語がなければ、国内外の人々を魅了し惹きつけることはできない。これは、地域（シティー）プロモーションや地域ブランドでも同じである。顧客の信頼を得るには、顧客の感動や共感を呼び起こす物語が不可欠なのである▼日本遺産は、すでに全国で37件が認定された。日本遺産で最も重要なのは地域の歴史・文化を俯瞰（ふかん）する物語を描き、その上で地域の未来へのビジョンとこれを実現するための事業や体制を整備していくことである。単なる歴史物語の回顧ではなく、地域の未来をどう描くかが問われているのである。（公益社団法人日本観光振興協会総合調査研究所特別研究員・丁野朗）

観光の時代のビジネス情報は

週刊トラベルジャーナル
www.tjnet.co.jp
見本誌進呈：03-6685-0010