

Vol.4

地域の特色を  
まちづくりへ

開講

# 初黄日

は つ こ ひ

# セミナー

まちづくり  
×  
店主・アーティスト

by 黄金町ゼミ

参加者募集!!

「得する街のゼミナール(通称:まちゼミ)」10月実施に向けて  
具体的にゼミナールの内容について一緒に考える。

ver.2

## 講師：松井洋一郎氏

1968年生まれ。岡崎まちゼミの会代表、NPO法人岡崎都心再生協議会副理事長、(株)みどりや専務取締役、岡崎青年会議所OB、中小機構の中心市街地商業活性化アドバイザー(協議会・商店街)

専門学校卒業後、OA機器販売会社にて5年間勤務。その後、家業である化粧品店・(株)みどりやに入社。得する街のゼミナール「まちゼミ」を中心に様々なまちづくり施策に取り組む。

また全国各地のまちづくりのアドバイザーとして講演活動や事業実践に関わっている。

7/12(日)14時~15時30分  
高架下スタジオSite-C工房

横浜市中区黄金町1-4 高架下スタジオSite-C

参加・申し込み

TELまたはFAXにてお申し込みください。

初黄日  
商店会 宛 TEL:045-261-5467  
事務局 FAX:045-325-7222

参加無料  
終了後、有志にて懇親会を予定

第3回

# 初黄日 セミナ

は つ こ ひ

まちづくり  
×  
店主アーティスト  
by 黄金町ゼミ  
to be continued..

地域の特色を  
まちづくりに  
活かす

## 報告

実施日 2015年5月10日(日) 14:00~15:30

場所 高架下スタジオ Site-C 工房

講師 松井洋一郎

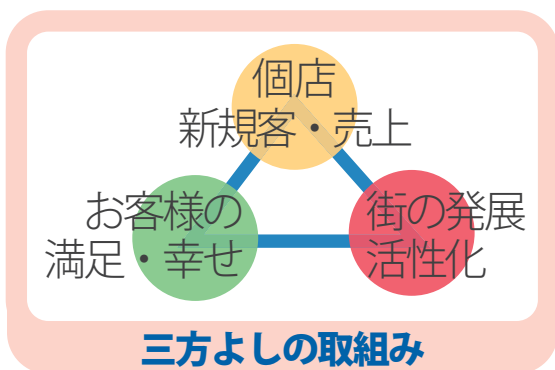
1968年生まれ。岡崎まちゼミの会代表、NPO法人岡崎都心再生協議会副理事長、(株)みどりや専務取締役、岡崎青年会議所OB、中小機構の中心市街地商業活性化アドバイザー(協議会・商店街)。

得する街のゼミナール「まちゼミ」を中心に様々なまちづくり施策に取り組む。また全国各地のまちづくりのアドバイザーとして講演活動や事業実践に関わっている。

テーマ 「得する街のゼミナール(通称:まちゼミ)」10月実施に向けて具体的にゼミナールの内容について一緒に考える

## まちゼミとは

各店舗が講師となり、予約制で各店の専門知識を受講者(お客様)に無料で講義、実技体験を提供する。少人数(約2人~10人位)のゼミナールを開講するもの。



まちゼミは全国約180か所にて実践  
全国平均 10人来たたら2.5人は顧客化  
40%が知り合いを連れてくる

## 発祥の地、岡崎では

始めた当初	— 12年 —	現在
参加店舗 10店舗	→	13倍 参加店舗 130店舗
参加者 190人	→	20倍 参加者 3,800人

## まちゼミの具体的な内容

- 期間は1ヶ月半・受付開始は1週間前くらいから
- 受講料は無料 場合によっては材料費は真いても良い
- 開講時間は60分~90分内、店主の話は20分程度。その他の時間は、来店者とのコミュニケーションを大事にする
- 会場は自店が望ましい 各講座2名~10名程度
- 販売はしない ファンづくりに徹する

黄金町バザール2015に併せて10月~11月に実施  
最低3日間は開催する 逆に毎日開催する必要はない  
対象を良く考えて日時を設定する

# 目指せ参加者 20店舗!!

## まちゼミでどんなことを教えるの?

自分が商売を始めて最初の一週間で身に付けたもの ← 何年にも渡って磨いた特技を教えるのではない

- ・新たなビジネスを探るチャンスとしても活用OK
- ・日曜大工でできること
- ・自分は普段から知っていることでも実はみんなは知らないこと
- ・どうしても講座内容・タイトルが浮かばない場合、〇〇相談会、体験会でもOK
- ・自らが悩んでいることを講座にしても良い「メニューを考えてください!」講座など

## 消費の意味から考える豊かなまち

化粧品がほしいから  
化粧品を買う **ではなく**  
きれいになりたいから  
化粧品を買う

それを叶えるために商品やサービスはある。それらは人を幸せにするためのもの。

生まれていきなり趣味趣向が備わるわけではない。どこかで影響を受けて趣味趣向が構築される。

そういう影響をうけることができる場を商店街が提供できるとまちが豊かになる。

## 徹底的に顧客目線でゼミの内容を考える

- ・来店回数の多い上位3名~5名の顔を浮かべる
- ・なぜその人が来るのかを考える

## その人達は店の魅力や売りを分かっている

## 実施する季節を想像する

秋(10月~11月に実施)ならではの聞かれること。そこにはお客様が思う「生活の課題」が隠れている。その「生活の課題」を解決する取組みを「ゼミ」内容にすることで、来店者の共感を得ることができる。