



森下 正 先生による

組合活性化

アドバイス

明治大学政治経済学 教授

森下 正 氏

組合主催のイベントの有効活用法

商店街振興組合や商業協同組合では、永年、商店街の賑わい創出や集客増加などを目的とした各種イベント事業を展開してきたことは、多くの組合関係者が知るところである。近年では、組合単独でのイベント実施のみならず、同一地域内の隣接組合が合同イベントを実施することも、珍しいことではなくなりつつある。

例えば、埼玉県では、2014年度にオール埼玉で商店街振興組合が協力し、同一日程で県内すべての組合が同時にイベントを開催した。この取組は、マスコミや地方自治体への注目を引き出すことにつながり、結果的に県民へのPR効果を高め、今まで一度も商店街に足を運んだことの無い一般市民の誘客に成功した。

あるいは、斬新なアイデアで昔ながらの盆踊り大会を改革した事例もある。愛知県東海市のジャンプアップおた協同組合では、騒音とゴミ問題のため、駅前ではなく、駅から離れた会場で夏祭り事業を行っていた。そこで、こうした問題を解決するために組合と地域コミュニティが共同して検討を行い、2009年から盆踊りを無音で行っている。具体的には、参加者はスマートフォンやFMラジオを持参し、イヤフォンで曲を聴きながら盆踊りを踊る企画とした。また、割り箸や紙皿なども持参してもらうことにした。アイデアが非常に斬新なため、ネット、マスコミにて取り上げられることが増え、「無音盆踊り」で有名な街として認知されるようになった。結果的に、組合員をはじめとする店舗や商業施設への来店客が増え、地域商業の活性化に繋がっている。

さらに、横浜市資源リサイクル事業協同組合では、2000年から今日に至るまで毎年夏休みに地元の小学生を対象とした「環境絵日記（同組合の登録商標）」というイベント事業を行っている。この事業は、子供達が家族とともに環境問題について考えることによって、子供達が環境に対する正しい知識や意識を身につけることを目的としている。と同時に、この取組を通じて、地域住民に、同組合と組合員の本業が地域にとってなくてはならない重要な事業であることの理解を深めることにも繋がっている。言い換えれば、リサイクル業界の地位向上に貢献する取組なのである。ちなみ

に、同組合の取組は、北は北海道から南は沖縄、一部、海外へも広がりを見せている。なお、同組合は、「組合員の職員がその能力を発揮し、仕事と生活の調和を図り働きやすい雇用環境の整備を行う行動計画」を定め、インターンシップ、出前講師（出張講義）、教員実務研修（教員のリサイクル実務体験）も展開している。そして、上述した「環境絵日記」は2017年も実施され、横浜市内の全小学生の約13%に当たる23,057人からの応募があった。

こうしたイベントは、工業団地、卸売団地、物流団地などの集団化組合でも、地域貢献と組合員の福利厚生など目的として、長年、実施されてきた経緯がある。しかし、自分たちの業界は、B to Cの消費者向け事業では無いので、部外者を巻き込んだイベント事業は効果が無いと思っている組合関係者は多い。あるいは、組合員の本業に直接関係があるとは思われないイベント事業の実施に対して、懐疑的な組合関係者も少なくない。とはいえ、B to Bの事業者向け事業の業界であっても、イベント事業が不要かといえばそうではない。例えば、中小企業が単独で大規模な展示会に出展する、あるいは大手リクルート会社が主催する合同就職説明会に参加するなどの取組を行おうとしても、資金的、人材的な制約から難しいことも多い。また、1社だけではPR不足で集客が見込めない場合もある。だからこそ、イベント事業として、合同内博覧会、合同就職説明会やインターンシップの受け入れ、自分たちの事業を地域住民に理解促進するための組合祭り（工場、施設等の見学会や産業観光ツアー）などを、単組あるいは複数組合が合同で実施することの必要性は無くならない。

このように組合主催のイベント事業は、直接的に組合と組合員の事業に関連する成果を生むものもあれば、間接的に組合と組合員の事業に影響を及ぼすものに分けることができる。成果や影響が出てくるまでには時間差があるが、必ず組合と組合員にとって、プラスの結果を生むイベント事業を甘くみではならないのである。