

君津駅周辺商店街活性化対策として、市の強力な支援を頂き、駅前3商店会（中野、久保、坂田）のモデルとして、坂田機関車公園跡地で『にぎわい市』が開かれております。

この『にぎわい市』はまさに「商店街のセールス・コンクール」そのものであります。

店の特徴、個性がはっきり現れます。

店主、リーダーが店頭に立って大声で客を呼び込み、身振り手振りでお客に愛嬌を振りまく店、店の奥の椅子に座って眺めている店主・・・。

親父が外へ出て客を呼ぶなんてみっともない・・・。

かつてこの地方では、客の来るのを待って、店にきたら売ってやる・・・と言う時代がありました。

実際にこの地方には、まだまだいたるところでこの傾向が残っています。

「不易流行」変えなければならぬもの、変えてはならぬもの、経済のプライドは店を繁栄させる事で、お客様に低姿勢になることは決してプライドを失うことではありません。

一方この『にぎわい市』への出店をチャンスとしてとらえ、「精一杯頑張ればお客さんが今度はきっと店へ来てくれる・・・と思い、一生懸命やっています！」と頑張る店主。

凡そ3時間の商いで「焼き鳥を750本売りました！」と寒風に汗を光らせていた親・娘。

きっとモノが売れたことよりも、一生懸命親子で努力したことをお客さんが評価してくれた事が、商いの喜びにつながり、更に生甲斐を感じたことでしょう。きっとこの娘は、これから大きく成長するのではないかと思ひながら後姿を見送りました。

また、隣の豆腐屋さんも社長が店頭で豆腐ドーナツを汗だくの鉢巻姿で500個も売上げ、豆腐もみごと完売しました。私も手伝い、「安売りするな！」ときつく注意されてしまいましたが、その姿を見てお客様達は皆、大笑いしながらも買上げてくれました。

「中華包」を売ったホテルも社長と支配人が専ら売り子で店員はつくる役でした。

今の時代は店員だけがモノを売る時代ではないと教えられた想いです。

店主、家族が店頭に立ってトップセールスしなければ客はリピートしないでしょう。

「活性化、にぎわい市、〇〇まつりは他人のために行うものではなく、自分達の商店街にお客様が来ていただくためにさせてもらう」という事をよく理解して行わないと逆効果を互いに生んでしまいます。

そこでひとつ提案ですが、各商店街が「祭り行事」の日程を調整し、その日はお互い応援、賛助出店するなどして行事を盛り上げ、商いのやり方を互いに競い、学びあう機会を創ってみてはいかがでしょうか。