■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■

■ 北九州コミュニティビジネス通信　第15号 ■

■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■

こらむ　第１５話　ビジネスチャンスⅡ　『コンシェルジュサービス』

コミュニティビジネスにおけるビジネスチャンスについて、本日は「コンシェルジュサービス」を取り上げます。コンシェルジュの本来の意味は、「お客様の様々な要望に応える高度な知識や技能を有する専門職」のことです。ホテルでしたら、レストランの予約や観光の手配、交通案内などを行います。最近、このようなサービスが街なかでも行われています。

島田晴雄＋NTTデータ経営研究所著の「成功する！地域発ビジネスの進め方」では、事例として、中延商店街を取り上げています。中延商店街では、NPOと商店街が共同で「街のコンシェルジュ」と呼ばれるサービスを行っています。具体的なサービスとしては、電球の交換、犬の散歩、庭木の手入れ、買物の手伝いなど、高齢者が自分ではやりづらくなったことを有償で行っているそうです。このサービスを受けるには、利用者は年会費 1,000 円を払って事前登録し、サービスを受ける際は 1 時間あたり 800 円のクーポンを支払う仕組みです。800 円のクーポンのうち、500 円はサービスを提供したボランティアが商店街で利用できる商品券として受け取り、残りの 300 円は街のコンシェルジュが事務手数料として受け取ります。コンシェルジュ事務局は利用者とボランティアのマッチングを行うのですが、活動参加者がみな地元の人であり、身元も人柄もわかるためお客様の中心である高齢者とマッチングさせやすいそうです。

この事例から、いろいろな可能性が見えてきます。地域の人々が望むニーズを一番知っているのは地域の人です。また、知っている人であれば頼みやすいうえに、無料であれば「申し訳ない」という感覚が働きますが、有償であれば頼みやすいというのもあるのではないでしょうか。巷にはインターネットや雑誌などによる情報があふれていますが、最も信用できるのは信頼がおける人が発する口コミです。既に構築されている地域のネットワークを最大限に活かすところに、コミュニティビジネス創出のビジネスチャンスが存在しているものと考えます。