

「百点屋」と「血圧屋」をはじめました！

「百点屋」は、誰でも全問正解、100点を取れる簡単な問題のテストを出す店。

弊社の事務所は、事務所といっても、商店街の中の空き店舗を借りたもので、買い物客が誰でも気軽に入ってこれる。テストを受けるのは、こうしたお客さんである。

例えば、算数のテストでは、下記のような問題を、ミスコピーの裏紙にプリントして渡し、事務所内の会議机で解答してもらう。その場で採点するが、100点になるまで何度も答えを書き直してもよいので、最終的に全員100点になる。100点もらうのは、誰でも嬉しい。

簡単な暗算を繰り返し練習することは、脳の活性化にもよいそうだ。それは、自分で問題を作ってみて、実感した。・・・ $374 + 297 =$ ・・・何秒で計算できました？

足し算・引き算の問題の例

$$1) \quad 4 + 10 = (\quad)$$

$$2) (\quad) - 3 = 5$$

$$3) (\quad) + (\quad) = 12$$

文章問題の例

今日は、商店街の2割引セールの日です。定価4000円の夏物の洋服を買いました。2割引ですから、実際には、いくら払えばよいですか。

「血圧屋」は、血圧測定器（デジタルの手首血圧計）を、勝手に使ってもいいですよ、というもの。血圧が高いとか低いとか、そういうことは一切言わない。言えば、医療行為になるので責任を持たない。測定器と場所を、自己責任で使ってもらうサービスである。

自分で測定するので、気に入った数値に近づくまで何度でも測れるのがよい。実際にやってみると、血圧は結構変動していることが分かる。これまでは、定期健康診断で、年に1回だけ計測していたが、それではダメだと思った。

いったい何で、こんな儲かりもしないことをするのか？

それは、コミュニケーションに尽きる。私のようなコンサルが、商店街活性化計画などを作る場合、お客さんや商店主からの情報収集が不可欠である。お茶を飲みながら（血圧を測りながら）日常会話ができる間柄になってから得られる情報は、単発のヒアリングやアンケートで得られるそれとは、根本的に質が違う。情報の質が提案の質に直結する。

お客さん（消費者）からは、家計のことや季節ごとの消費動向、商店街の各個店に関する評価などを聞きたい。個店への経営アドバイスをするには、消費者のニーズを深く知る必要がある。個々の店の台所事情も知らずに、一般論で商店街活性化策の提案をしても意味がない。

消費者教育もしていきたい。薬のリスクや、クーリング・オフの実際などを教える教育プログラムを開発するには、その前に、対象である消費者と十分知り合う必要がある。