

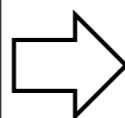
B イベントに絡めた新しいソフト事業活動

今野・深谷

平成27年12月11日

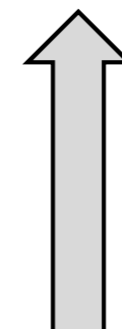
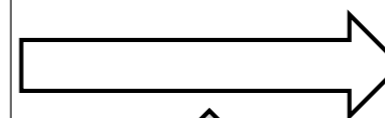
若者にとっての商店街の現状（評価・問題点・課題）

- 若者が街に向かう目的が無い。
- 商店街だけでなく地域の情報が伝わってこない。
- この地域だけの交流を意識しているだけで、他の地域への対外的な情報発信が少なすぎる。
- 地域と若者との情報交換ツールが無い。
市報は新聞折込で若者には届かない。
学校とアパートの往復だけで、街に関心が無い。



より良い商店街のために何が必要か？（コンセプト・視点）

- この地域を代表するようなコンセプトを明確にする。
- コンセプトを決めたら、街中でそれに取り組む。
- 取組や活動状況を対外的に発信する。



魅力ある商店街への提案とその効果想定（こうやったら、こう変わる!）

- 内向きではなく、外向きな情報発信が充実し、新たな交流人口増が望まれる。
- 学生も含めて新たな居住地を求める若者に、この地域のポテンシャルを高めることができる。

魅力ある商店街のための具体的提案

具体的提案内容（事業内容、スケジュール）

- 水鉄砲
- 鬼ごっこ
- 缶けり
- チャンバラ
- 地域イベントと組み合わせて、スポーツイベントを実施。
※景品あり（特産品や飲食割引券など）

☆日本中？

いやいや世界にアピールできるソフトを考えよう！

事業主体

- 商店街
- アルバイトもしくはボランティア
- 行政

運営体制（人材確保）

- アルバイトもしくはボランティア
- 医療メンバー（けが、熱中症対策）
-

運営体制（運営費・当初費用、負担割合）

- 不明

実現のための課題