

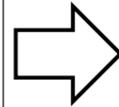
# C 地域と若者とをつなぐ新しいコミュニケーションツール

## 若者にとっての商店街の現状（評価・問題点・課題）

- 商店街が何をしているのか？わからない。
- 商店街に来るメリットを感じない。
- 親しみやすい場所が無い。

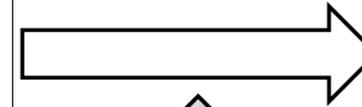


- 商店街に関心が無いし、関心を寄せるコンテンツが無い。また、あるのかもしれないけど、知る術がない。



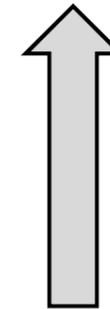
## より良い商店街のために何が必要か？（コンセプト・視点）

- 地域と地域に関心が無い若者とをつなぐ新しいコミュニケーションツールが必要だ。
- 若者の関心を寄せられるコンテンツを見つける。
- 地域が欲している情報を発信する。



## 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！）



## 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）

- 大学生による有料ボランティア活動
- ボランティアサークルとの活動  
書き損じはがき、ペットボトルキャップ
- 無料の車いす点検
- 介護の講座（デモンストレーション）



チラシ・パンフレットにより学生に配布

### ☆市報、新聞に代わる新たな情報交換ツール

- 学生に地域の情報を伝え、地域若者の情報を伝える。
- 上記の取組状況や対外的情報発信のためのツールとして利用する。

### 事業主体

- 商店街 ← 大学・ボランティア団体・商工会

### 運営体制（人材確保）

- チラシ、パンフレットを置く店の確保

### 運営体制（運営費・当初費用、負担割合）

- チラシ、パンフレット、ポスターの作成費

### 実現のための課題

- 地域住民が大学に連絡