



中町を活性化させたい！～組織づくり編～

齋藤尽成、佐藤瑛心

背景・目的

- ・中町商店街を通るたびシャッターが閉じている店があり、人の少なさに寂しさを感じていた。
- ・中町商店街を盛り上げたい！

すでに分かっていること

- ・商店街の活性化に成功している事例は全国に複数個ある。

仮説

他の地域の商店街活性化の例や実際に行われている地域興しの取り組みの成功要因を抽出することで私達から活性化のための企画を提案できるのではないか？

研究の方法

1. 酒田と似た条件のある商店街から活性化の要因を抽出する。
2. 実際に町興しに参加する。

今後の展望

- ・有識者に「提案」の話をして、自分たちの問題点を洗い出す。
- ・企画をまとめたら中町の人や青年会議所の人に企画を提案する。
- ・それぞれのSNSの利点と不利な点を調べたり、実際にSNSで発信をしている人に聞く。

結果

1. 集客や売上の向上に成功している商店街の多くはSNSを有効に活用している。
 - ▶ SNSを活用した事例
例：Googleマップ、LINE、ネットショップ
2. 庄内オープンイノベーションでの取り組み
企画：庄内大祭の夜祭りを実施する
話し合い→準備→実施→アンケート
 - ・参加者へのアンケートの結果
→ SNSなどの宣伝をみて「なんか面白そうだから参加した」と回答した人が8割を越えていた。
→ 感想の多くは「今までにないイベントで楽しかった」だった。

考察

- ・集客や宣伝のためにSNSをただ使うのではなく、目的にあった使い方ができるのが大事。
 - ・新規性があるとより多くの人を惹きつけられる。
 - ▲ 多様な年齢や立場の人が集まることで上に書いてあることが活かせる。
- 例：SNSでの集客をよくやっているDJの方。

提案

多様な人が参加できる組織を作り、そのメンバーで中町を盛り上げるための新しいイベントを定期的に行う。

参考文献

- <https://www.syoutengai-shien.com/case/> 12/27
https://www.city.sakata.lg.jp/shisei/shisakukeikaku/kikaku/shinkeikaku/singi_hitomachi01.files/03machihito_genjo.pdf 9/13
<https://resas.go.jp/data-analysis-support/#/top/6/06204/-/-> 12/20
- 謝辞
 東京都市大学 教授 佐藤真久 様、古川柳蔵 様、東日本旅客鉄道株式会社 高安英子 様、商工会議所 齋藤知明 様
 庄内オープンイノベーション様