

第1回・第2回ひめじ創生深掘りフォロー会議で提案された意見

第1回：令和元年10月17日

第2回：令和元年11月19日

仮想シチュエーション

『市内の架空の商店街における、商店街にぎわいづくり委員総選挙』
での公約づくりを行い、代表者が演説

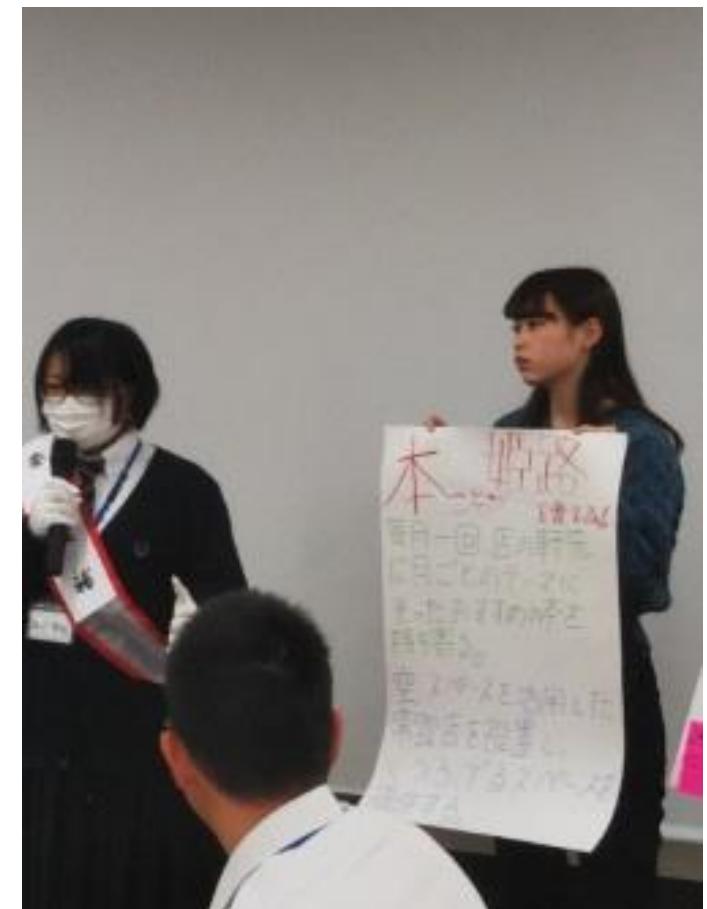
ゆかたまつり
来場者3倍に



名物の『串』手に城
まで食べ歩き

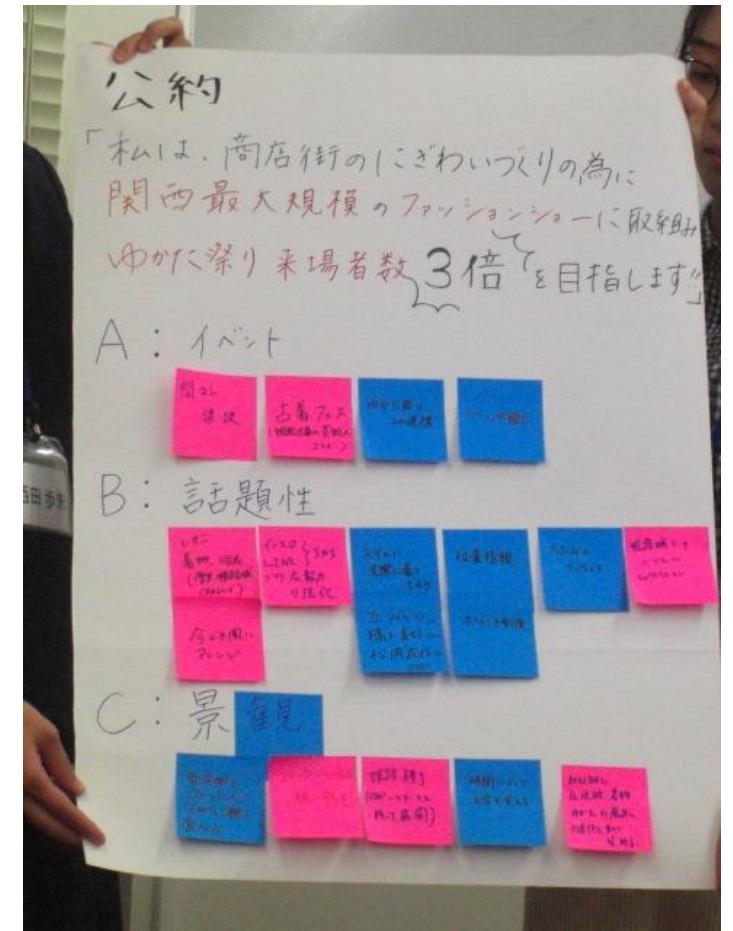


お薦めの本を
切り口に交流



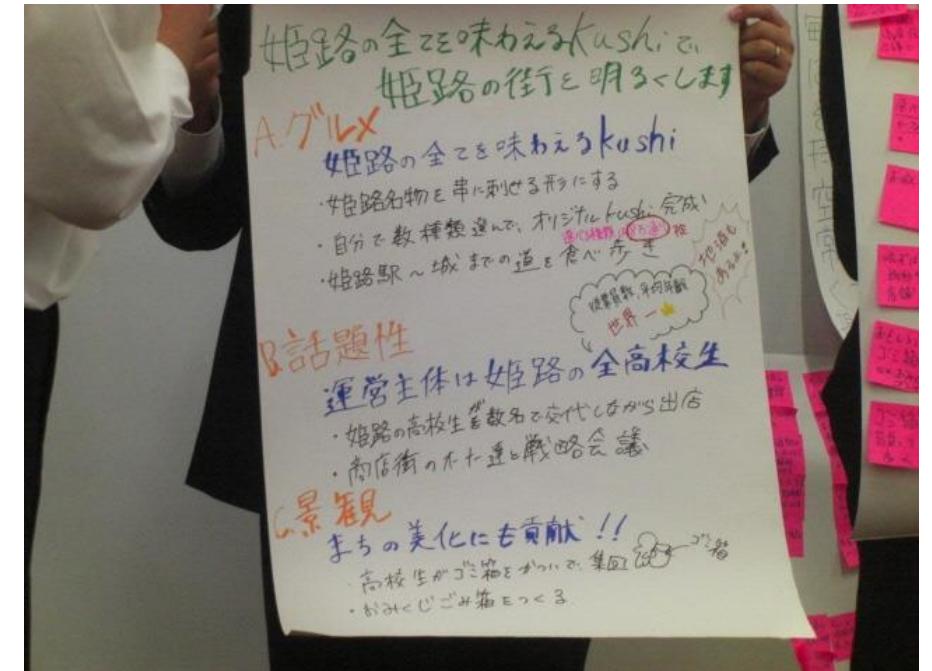
ゆかたまつり来場者3倍を目指します！

- ・商店街のにぎわい作りのために、関西最大規模のファッションショーに取り組んで「ゆかたまつり」の来場者数を3倍にすることを旨す。
- ・具体的には、関西コレクションの誘致や古着フェスを行い、これを「ゆかたまつり」と連携し行い、「ゆかたまつり」の来場者数を3倍にしていくことを旨す。
- ・取り組みの中にゲーム対戦などを入れ、SNSの活用により広報力を強化し、話題性を強化させる。
- ・着物や浴衣等歴史的なものや姫路城も絡め、現代風のアレンジにして話題性を生み出す。
- ・実際にモデルの方に来てもらったり、例えば、姫路出身の丘みどりさんや、有名人の方等いろいろな人とコラボレーションして話題性を生み、姫路のPRをしていければ良い。
- ・「ゆかたまつり」に来た人にどこでイベントを行っているかということを目置情報でわかるようにしてポイント制度にし、そのポイントをためれば、後でピオレ等の買い物券と交換することで、「ゆかたまつり」に興味のなかった人でも行ってみようという気をおこさせる。
- ・姫路の有名な畳を使ってランウェイを組み、話題性を生む。
- ・『商店街を着飾ろう』というアイデアで、既に取り組まれているシャッターにイラストを描くという事等、そこに統一感を持たせ話題性を生みだし、きれいな景観を作る。
- ・姫路の商店街で一つテーマを決めて統一感と合わせて景観を整えていく。
- ・時間によってお店を変える。例えば、夜から営業している居酒屋や土曜・日曜はシャッターを閉めているお店に、時間によって飲食店に経営してもらい、お店を変えて常に開店している状態を商店街で保つ。
- ・伝統的な着物や浴衣を商店街に展示し話題性を生む。
そうすることにより、景観も着物等で統一され、統一感も生まれる。



姫路の全てを味わえるkushiで姫路の街を明るくします！

- ・姫路市の全てを味わえる串「kushi」とは、姫路名物たくさんある中で、それを串に刺せる形式にして販売する。
- ・自分で数種類を組み合わせでオリジナルの串「kushi」をつくり、姫路駅から城までの道を食べ歩く。
- ・食べもの、酒など飲みもの含め、約18万通りある。
- ・話題性として、運営主体は姫路の高校生で行なう。
姫路の高校生数名が交代しながら出店を行うことで、全高校生が参加できる。
- ・商店街のオーナーたちと戦略会議を行い、
高校生と商店街の人たちと話しができ、新たな商品開発ができる。
- ・街の美化への貢献では、高校生がゴミ箱を担いで、商店街などを周回することにより、その高校生の背負っているゴミ箱に投げ入れることができ、美化にも貢献でき、高校生ということで更なる話題性や高校生とゴミを入れる人とのコミュニケーションが生まれることが予想される。
- ・外国人と話すことでコミュニケーション能力だけでなく、英語や他の言語も身につけ、他の人と会話することができると思う。
- ・「おみくじゴミ箱」をつくることで、より話題性を生むことが考えられる。



本こそが姫路を変える！

- ・大きいイベントを開くとなると、すごく大きなお金がかかると思うが、本だと低コストで済む。
- ・例えば商店街に本が置いてあるというだけで小さな疑問が解決されたり、ふらっと立ち寄ってそのままお店に入るということも簡単になる。
- ・毎月1回、店の軒先に月ごとにテーマを決めお薦めの本をいろんな人が持ち寄り、軒先においてある本を自由に見てもらい、その流れでお店に入ってもらおう。
- ・空きスペース＝シャッターが下りているお店等を活用し、常設展を設置しそこにくつろげるスペース、例えばイートイン等、月ごとにテーマで持ちよった本を何冊か置いたりする。
- ・商店街は一店舗だけではないので、何店舗か協力して作った商品等を置くスペースを提供する。
- ・販売方法としては、月ごと・常設展のものもSNSやテレビ、新聞等のマスコミを使った全体への発信と、市内や市外、旅行客など分野を問わず発信していく。
- ・本を持ちよる人を、有名な人、例えばヴィクトリーナ姫路の選手の方や、姫路のグルメをブログで紹介している人たち等に持ちよってもらおうと、その人達の発信もあるので、かなり多くの人に発信できる。
- ・SNSなどのツイッターを使うことで、何人かが一斉に同じハッシュタグでツイートすると、結構少ない人数でも1000人とか1500人くらいでトレンドに乗れる。短い時間でも見ている人は、結構いると思う。それでたくさん的人数に発信ができるのではないかな。
- ・月1回のイベントで常設展のことを発信したり、常設展にイベントのチラシを置き、両方が連携して発信していける。
- ・常設展はシャッターの下りているお店などの空きスペースを活用し、月1回のイベントでは、商店街の見た目＝本が軒先に並ぶというだけで、ガラッと変わる。

