

宇治川商店街の活性化イベントの企画・実施

(社会学科) 田辺 創、LIU XINTIAN、小林 駿斗、松本 一慶、山中 出雲、吉田 大喜

(心理学科) 阿南 未悠、川村 菜摘、山本 結音、木下 亜弥乃、松尾 芽吹

(担当教員) 行木 敬、渡辺 卓也



盆踊りの手伝い (8月9日、10日)

①宇治川商店街

神戸山手キャンパスから徒歩20分。「メルカロード宇治川」。

③考えた対策 (2022年度SL)

転入者は子供がいる若い家族が多い。子供を呼べるイベントを商店街で開催すれば、マンション住民が商店街を知る機会になり、その後も買い物に来るきっかけになるはず。

★10月の宇治川音楽祭に子供向けブースを出展

→集客はあったが、音楽祭の客層を広げられたかは疑問……

⑤改善策 ver.2 (2024年度SL)

次に宣伝方法の検討。縁日の前に山の手小学校を訪問し、ロボットずもうを実演。またチラシを配布。

★7月上旬に小学校での宣伝活動



小学校での宣伝 (7月9日)



配布したチラシ



メルカロード夜市 (7月22日)

⑦結果

メルカロード夜市、および音楽祭のブースに来てくれた家族のうち、41組からアンケートが取れた。(忙しくてアンケートが取れなかった家族も多かった。また無記名なので夜市と音楽祭の両方に来てくれた家族をチェックすることはできなかった)。

結果、普段は商店街に「まったく来ない」「あまり来ない」と答えた23件のうち、18件 (78%) が「**今後は商店街に来てみたい**」と答えていた。私たちの対策が効果をあげていることが確認できた。

②発見された課題 (2021年度SL)

周辺でマンション開発が進み、地域の人口は急増している。しかしその新しい人口が商店街には来てくれない。「古くからの常連客だけが行く場所」と思い込まれている様子。

④改善策 ver.1 (2023年度SL)

このSLがほぼ単独で主催するイベントを立ち上げた：

★7月下旬に縁日「メルカロード夜市」を開催

→しかしお客さんはわずか。内容や宣伝方法に検討の必要。

まず内容の検討。男児向けに「ロボットずもう」、女児向けに「ネイルサロン」を考案・準備。

10月の音楽祭で試行。子供たちの反応はとてもよかった。

⑥改善策 ver.3 (今年度SL)

さらに宣伝方法を強化。バーチャルYouTuber「うじかわメルカ」ちゃんを作成、動画を録り、縁日に向けて1本ずつ公開していった。また商店街のゲームも制作。メルカちゃんによるプレイ動画とともに公開した。

★バーチャルYouTuberによる宣伝活動



宇治川音楽祭の子供向けブース。
ネイルサロンとロボットずもう。
(10月12日)



⑧感想

先輩が発見した地域の問題について、その解決にむけた企画を考え、準備し、実施し、結果を振り返って改善を加え、また実施する……という流れに、今年度の私たちも加わった。ひとつの地域を活性化させるのは簡単な話ではないが、それでも少しずつ成果が出ていることに、確かな手ごたえを感じた。