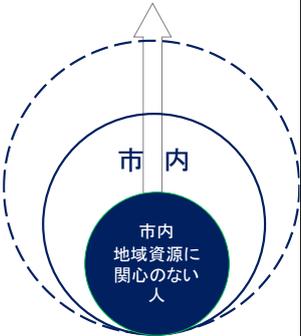
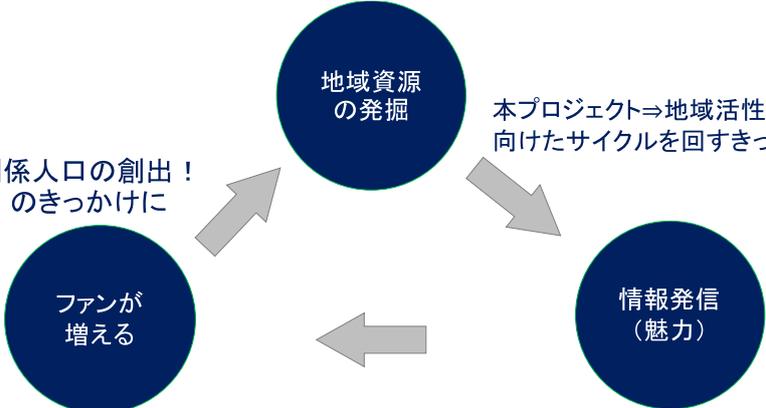


プロジェクトリーダー：愛知工業大学 経営学部 羽田裕教授

事業実績調書

(1) プロジェクト名	高齢者，大学生，子どもが協働で行う地域資源の発掘・創出
(2) プロジェクトの成果（※そのような成果が得られたかについて具体的に記載）	
<p>今回，コロナ禍にありプロジェクト内容そのものの見直しを迫られることになったが，コロナ禍でできることは何かという発想の逆転を行い，新たな視点でのプロジェクトの実行が可能となった。新たな視点は，①地域資源の代表格である商店街に再注目，②市内でこれまで地域資源に関心のなかった人をターゲットにする，である。つまりこの新たな視点によって，これまでの「外」から人を呼び込みではなく，「内」の人に地元に対する思い，関心を持ってもらう機会を創出していくというプロジェクトへの変更が可能となった（図1）。</p> <p>そこで本プロジェクトの目的は，瀬戸市に対する関係人口の創出に向けて，市内の地域資源を発掘し，市内の人に向けて情報発信を行っていくことである。つまり図2で示すとおり，本プロジェクトをきっかけに瀬戸市に対する市内ファンを育成し，関係人口の創出へとつながっていくサイクルを作り出していくことが可能となる。また市内ファンが地元の魅力を「外」へ情報発信していくという流れを作り出すことも狙いとなる。</p> <p>具体的な取り組みは，次のとおりである。まずせと末広町商店街，銀座通り商店街を中心とした瀬戸市商店街を対象地域とした。次に商店街近隣に住んでいるが商店街に関心のない人，特に20～30代の女性をターゲットをした。このターゲットに対して，ちょっとした空き時間（1時間ぐらい）で，商店街を楽しめるプランを作成し，この魅力を伝えるためのチラシ，ポスターを作成した（別添資料）。銀座通り商店街は「人のぬくもりを実感」プラン，せと末広町商店街は「自分の時間を大事に」プランとし，1時間程度で商店街を楽しむためのお店，ポイントを紹介している。</p> <p>上記のとおり，大学生の視点から瀬戸市商店街を調査し，お店を発掘し，楽しめる形へとそれぞれの地域資源（商店街のお店）を組み替えていくことによって，新たな瀬戸市地域資源としての可能性を広げていったのである。</p> <div style="text-align: right;">  <p>図1 「内」からの視点</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>図2 地域活性化サイクル</p> </div>	

(3) プロジェクト実施内容 (※事業の実施方法、時期、場所、回数、市民への周知方法、参加人員等を含め、その内容を具体的に記載)

プロジェクトの実施内容は、下記のとおりである。

まず学内プロジェクトチームにおいて、資料収集、実態調査(3回)を行い、週1~2回のペースでプロジェクト内容およびスケジュールの検討、瀬戸市内および他地域の地域資源に対する取り組み動向について整理、分析を行ってきた(5月~6月)。次にこの結果を踏まえて、学内プロジェクトチーム、まちづくり協働課協働第2係および大学コンソーシアムせと事務局の三機関において、プロジェクト内容、スケジュール等の確認に関する打ち合わせを行い、本内容でプロジェクトの実施を合意した(7月12日:オンライン)。

しかしながらコロナ禍において、十分な活動を展開することができず、この期間中は、調査および発掘の課外活動の自粛が求められる中で、学内プロジェクトチームを中心に対象地域およびターゲットの検討、プランの企画等に取り組んできた。再度、三機関で打ち合わせを行い、残されたプロジェクト実施期間において限られた条件下でプロジェクトを実施していくことを再確認し(10月18日:オンライン)、10月28日に三機関において瀬戸市商店街の調査および発掘活動を実施した。この時は、中央通商店街、銀座通り商店街、せと末広町商店街を対象とした。その後、瀬戸蔵において、本調査・発掘活動に関する整理、今後の進め方、スケジュールの確認を三機関で行った。この10月28日の調査・発掘活動の成果を踏まえて、学内プロジェクトチームにおいてプランの企画、お店の選定を行った。11月~12月にかけて、まちづくり協働課協働第2係を通じて選定したお店へのヒアリング調査の依頼、実施を行い、同時にチラシ、ポスターのデザイン、構成等について検討を重ねてきた。本プロジェクトの実施にあたり一貫して「大学生だからこそ可能であった」を重視しながら、プランの企画、お店の選定、チラシ、ポスターの作成に取り組んできた。

そしてプロジェクト最終局面として、ヒアリング先のお店への内容確認等を行い、2月下旬のチラシ、ポスター完成に至っている。

(4) プロジェクトの今後の課題と展望

本プロジェクトの今後の展開は、次の3点である。第1は、今回作成したチラシの配布、ポスターの掲示を通じて、商店街の魅力発信の実践へ取り組んでいくことである。具体的に商店街近隣の幼稚園、保育園および小学校を通じて、子どもからターゲットとなる保護者に伝わる形となる仕掛け作りを行っていくことを検討している。第2は、チラシの配布、ポスター掲示にとどまらず、今回検討した2つのプラン(「人のぬくもりを実感」プラン、「自分の時間を大事に」プラン)を企画、実行し、実際に商店街のファンを増やしていく取り組みを展開していくことである。第3は、舞台は商店街とし、ターゲットをシニアと子どもに変更し、シニアと子どもがつながる「場」に関するマップを完成させていくことである。この本プロジェクトにおけるチラシ、ポスター、そして今後のプロジェクトであるマップを併せて活用していくことで、将来的には商店街がこれまでの「商業」機能にとどまらず、「つながる場」として発展していく仕掛けづくりを行っていくことが長期的な方向性である。