

子飼商店街活性化 プロジェクト



By チーム子飼

この写真を見てください



子飼商店街の3つの課題

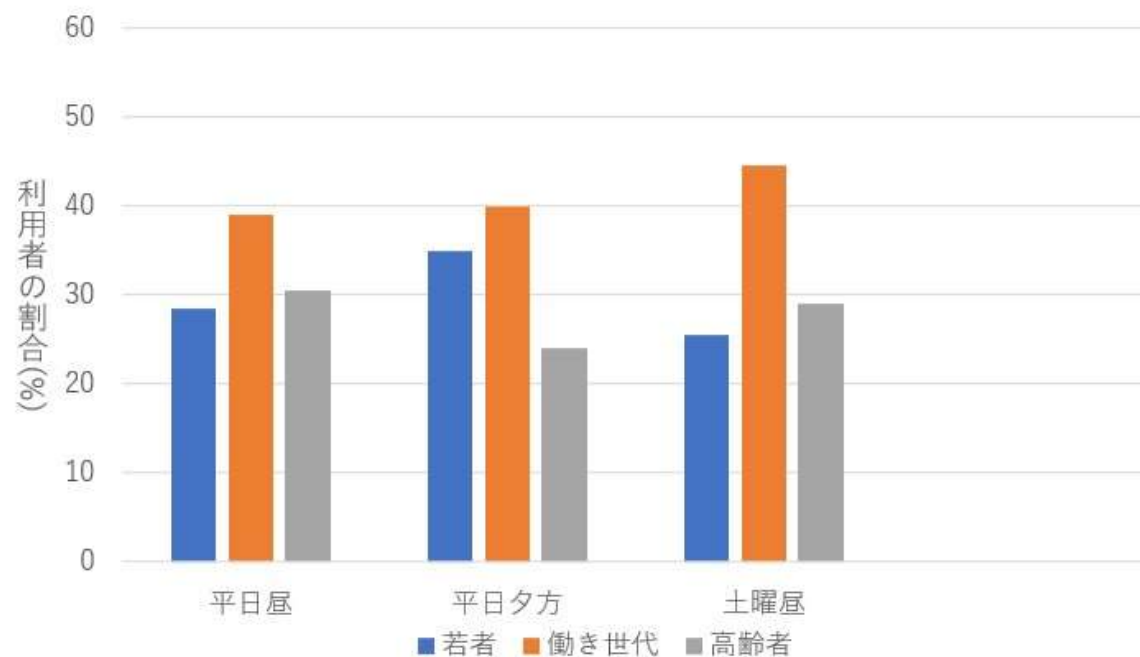
1、商店街に訪れる若者（高校生以下）が少ない

2、そもそもの商店街の認知度が低い

3、興味を引くようなイベントが少ない

・商店街利用者の現状

独自に行った計五回の交通量調査の結果



世代区分

若者：おおよそ20代前半まで

働き世代：おおよそ20代後半～50代

高齢者：おおよそ60代～

若者の通行者は30%前後と少なくはないが、ほとんどが大学生で高校生以下はほとんどいなかった

5つの提言

- 1 子飼商店街マップ作成
- 2 SNSでの宣伝について
- 3 子飼商店街での夜市の実施
- 4 子飼のみんなで作る看板
- 5 子飼商店街と教育機関との連携

1. 子飼商店街マップ作成

現在使われている マップの例

10 **大湖**
大きな紙に大きな文字を書いてみよう! (雨天時は別途)

12 **らめめん産地**
魚介の旨味たっぷり
産地特製ミニらめめん

13 **マルショク子飼店**
マルタイ皿うどん

14 **から王の唐揚げ**
唐揚げ 1cup (お一人様2cupまで)

17 **(有)下村青果**
目玉品有り

21 **松本青果**
まかせて♪な野菜と果物

24 **フリースクール地球子屋**
チャレンジゲーム大会 (1回)

25 **新美鮎伊店**
赤卵6個入

26 **松原氏助**
生心の串きなこ

27 **サンヨウ商事**
特選有機質
農家が選ぶ肥料 増量

28 **田口かまぼこ**
イモ天、イモ万十

29 **藤田青果**
当日のお楽しみ♪
いっぱいあります

30 **GOOFY STANCE**
当日のお楽しみ

31 **下川衣料店**
タオルハンカチ、タオル、くつ下、
パンツハンガーと洋服ハンガーセットで10巻組

32 **小迫青果**
当日のお楽しみ

33 **徳光茶舗**
大人気 抹茶ソフトクリームちよっと小さめ!
・最高級抹茶 魚旗一軒分

1 **マッサマンカレー**

2 **よってこがい!**
手作り小物
健康チェックコーナー

3 **細郷米穀店**
国産匠御寄300g
北海道産大納言小豆100g

4 **ふとんの千羽鶴**
当日、店頭にて
お知らせいたします

5 **まんぷく亭**
ホットドッグ 1本

6 **花のセラム**
季節の花

7 **丸小屋**
国産おしぼり

8 **ほんごう**
カップだんご汁、
たかなごはん、ひじきごはん

9 **中島農園**
季節の花

11 **上妻食品店**
朝鮮漬、昆布味大根

15 **Bananan**
チョコバナナ
(チョコかけ放題)

16 **紫藤商店**
毎日食べよう
ピーナッツ

18 **リビング タカミツ**
いろいろ掘出し物いっぱい!!

19 **シモカワ子飼店**
沖縄黒飴

20 **スエナガ衣料**
カラータオル、婦人ソックス

22 **肉の部一**
コロック(2個)、から揚げ(150g)
風毛和牛特上カルビ(1枚)

23 **石持商店**
雑穀・乾物コーナー新設

※印は、くまモンのICカードがご利用いただけます。
©2019 株式会社 くまモン

・ マップを作る目的

- ・ 子飼商店街の**周知度**を上げる
- ・ 場所や各店舗の開店時間、おすすめ商品などを記載することで**広告としての効果**も狙える
- ・ 高校生、大学生の情報発信能力の高い若い世代を対象に制作することで**若者の商店街利用者の増加**と、それによる**情報拡散**を狙える

マップの内容 (高校生向け)

課題点

商店街を訪れる人が少ない

- 子飼商店街の場所(周辺も含む)を記載
- アンケートを基におすすめ店舗を数店ピックアップし、おすすめ商品や開店時間を記載
- 自転車を止められる場所を記載

商店街に足を運んでもらえる工夫をする

マップの内容 (大学生向け)

課題点

主にマルシヨク、から王を訪れる人が多く、それ以外のお店に行く人は少ない

- 二つの店の周辺にあるおすすめのお店を記載
- 商店街をより楽しめるおすすめルートを記載

いろいろなお店に目を向けてもらえる工夫をする

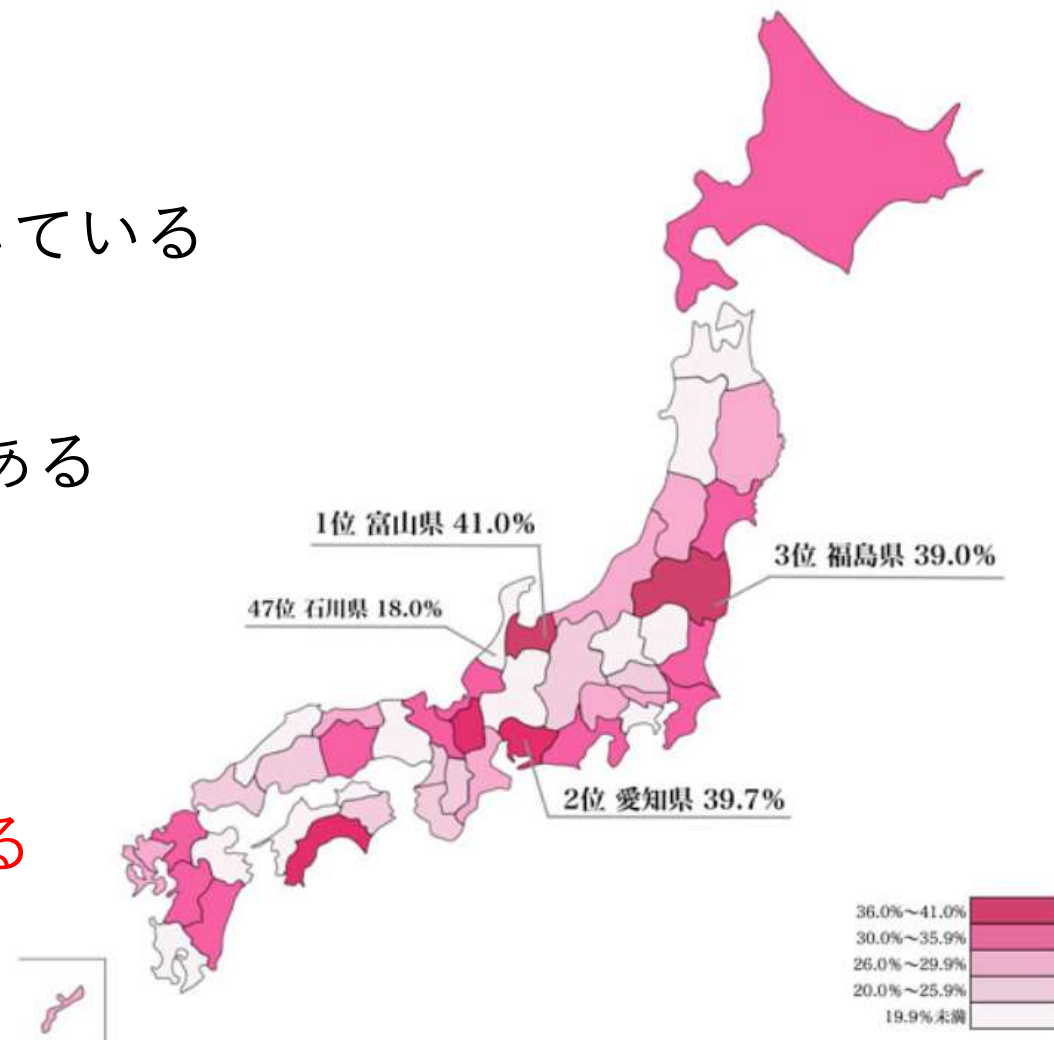
2. SNSでの宣伝について

全国のインスタ利用率

- ・ 熊本県は30.0～39.9%の人が利用している
(20～40代)
- ・ 全国的に見ても利用率は高い方である
- ・ その他のSNSよりも利用率が高い

↓
インスタが集客に適していると言える

Instagramの利用率



全国都道府県20～40代の男女（均等割付）
n=2830 株式会社モニタス

モニタス

<https://markezone.jp/article/detail/28365> 「モニタス調査」より

現在独自でインスタグラムを利用している店舗

	投稿数	フォロワー数
まんぷく亭	1 8 3 1 枚	7 6 1 人
Discover Balloon	1 2 5 3 枚	6 7 8 人
バンザイ	1 0 0 枚	7 8 0 人
Bananan	5 0 枚	8 2 9 人

上記より、投稿数が多いほどフォロワーも多いことがわかる。
Banananさんは若者向けのため投稿数が少なくてもフォロワーが多いことがわかる。

考察

閲覧者を増やすためには

- ・ 投稿頻度を上げる
 - インスタ利用者の目に留まりやすくなる
- ・ 見やすい画像を使う
 - ひと目で伝えたいことが分かる

閲覧者が増えないお店の共通点

- ・ 店員に閲覧者を増やす意思がない
- ・ 投稿内容が若者向けではない(インスタ利用者は若年層が多いため)

まとめ

- インスタは若年層の集客に有利である
- 閲覧者を増やすために頻度の高いわかりやすい投稿が好ましい
- お店の前やチラシにQRコードの掲示、インスタ利用での割引等を実施するなどして認知度上昇を図る

3. 子飼商店街での夜市の実施 ～子飼で熊本を「繋ぐ」夜市～



具体的な計画①

- 子飼商店街の店舗 + 熊本市内の店舗から出店
（「この店良いな」と思った時足を運べるように）
- パンフレットとSNSによる店舗、商店街の互いの宣伝
- 授業で商品開発をしている高校生や、部活動としてお菓子や小物作っている高校生等の学生も出店可能に

具体的な計画②

- ・ 若者がSNSにアップしたくなる夜間景観づくり
(シャッターアートやチャレンジショップを利用)
- ・ 空き店舗を使った、弾き語り等の音楽パフォーマンス
(希望する高校生や大学生も出演出来るように)



4. 子飼のみんなで作る看板

～子飼商店街の暖かさを体感～



目的

- 子飼商店街に足を運んでくれた人たちと、お店の人たちとの交流を深めるため。
- お店同士の仲の良さを知ってもらうため。

活動

イベント（夜市など）の前に、看板（下書き）を置き、子飼商店街に来た人たちと一緒に完成させる（みんなで折り紙を貼るなど）。
できた看板を置いて宣伝する。



効果

- 子飼商店街の暖かい雰囲気を知ってもらおうきっかけになる。
- 子飼商店街の人との交流がより活発になる。
- イベント（夜市など）の宣伝になる。
- 看板を子飼にいる人みんなで作成させるため、看板の制作自体にイベント性がでる。
- コロナ渦でイベントが少なくなっている今、学生などたくさんの方がイベントに興味をもつ傾向にあるため、子飼商店街に足を運ぶきっかけになる。

5.子飼商店街と教育機関 との連携

～中高生を取り込むための取り組み～

PRCM作成

- 中学校の技術の時間のPowerPointでCMを作る
- まずは、子飼商店街に足を運び店の調査を行う
- 発表会を行う

Englishスピーチ大会

- 高校の英語の時間で行う
- 子飼商店街に足を運び、課題を発見する
- 原稿を書いて熊大、学園大の留学生と発表会

今、求められている能力

- グループワーク
- アクティブラーニング
- 社会体験
- 課題解決能力
- ICTの活用etc

**これらの子飼に
詰まってる！**

5つの提言 **実施に向けて計画中**

- 1 子飼商店街マップ作成
- 2 SNSでの宣伝について
- 3 子飼商店街での夜市の実施
- 4 子飼のみんなで作る看板
- 5 子飼商店街と
教育機関との連携



