

(様式1)

## ながのまちづくり活動公開審査申込書

申込年月日	平成 25 年 1 月 28 日	受付番号	1
活動部門・コース	1 企画・研究部門	2 実践活動部門	① ホップコース(スタート枠) ② ホップコース ③ <span style="border: 1px solid black;">ステップコース</span> ④ ジャンプコース
団体の名称	(フリガナ) シノノ井エントーン シヤカ 篠ノ井の応援団 篠～しなやか		
団体の所在地			
代表者	(フリガナ) 黒岩 利彦 氏名 黒岩 利彦		
連絡先 (連絡責任者)			
団体の設立年月日	2008 年 3 月		
団体の 設立目的	構造改革のしわ寄せと世界的な不景気の影響で、地方が疲弊し、衰退著しい篠ノ井の商店街や周辺農地を憂う、既存の枠組みにとらわれない 20 代～40 代の若い有志が集結し、街のお祭りやイベントへの協力などを通じ、地域の人々が楽しんで参加できる街おこし活動を「しなやかな発想」で創造し、不況に強い地域経済の建直しに、微力ながら貢献するため。		
団体の 活動実績	○しの駅バルの開催 (2012 年 5 月～現在) : 「バル」という飲み歩きツアーを実施。1 開催当たり延べ 600 以上の集客に成功。商店街への集客力向上を支援。 ○エコキャップ子供広場の開催 (2008 年 11 月～現在) : イベント時の商店街への集客に貢献、加えて約 33 万個のキャップ回収、約 407 人分のポリオワクチンを贈り、社会にも貢献。 ○懸賞付き宝探しゲームの開催 (2011 年 5 月～現在) 商店街各店に約 100 人の集客に成功 ○よこまちガレージマーケット (フリーマーケット) の開催 (2009 年 7 月～現在) ○当会作成のご当地キャラクター「おしのさん」が篠ノ井イヤーのイメージキャラクターに決定。		
構成員 (会員) 数	12 名		

<p>応募する活動のタイトル</p>	<p>篠ノ井ミッケ・プロジェクト</p>
<p>応募する活動の目的及び達成目標</p>	<p>&lt;現在の地域や社会の問題・課題と応募する活動の目的&gt;          郊外の大型量販店や全国チェーン店に押されて、衰退傾向が続く篠ノ井の駅前商店街を、昨年度からスタートした「しの駅バル」（街バル形式の食べ歩き&amp;飲み歩きイベント）や、オリエンテーリング形式の「宝探しゲーム」等を継続的に開催することで、意欲的な個店への集客を直接的・継続的に支援する。また、5年間開催し定着しつつある「エコキャップ子供広場」や「よこまちガレージマーケット」を継続して開催し、昨年度実写化を試みたご当地キャラクター“おしのさん”を使って幅広い広報活動をする事で、<b>篠ノ井ならではの“オンリーワンの魅力”を再認識してもらい、停滞傾向の商店街への集客増加に貢献する。</b></p> <p>&lt;応募年度の達成目標&gt;</p> <p>①しの駅バルの開催</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 飲食店組合等と連携を深め、1開催につき15～20店舗に参加してもらう。</li> <li>・ 1開催あたり参加者延べ600～800人を目標に、年間で3回開催する。</li> <li>・ 小規模でも参加者の満足度が高く、リピーターにつながりやすい企画を工夫し、篠ノ井らしいイベントとしての熟度を高める。</li> </ul> <p>②懸賞付き宝探しゲームの企画・開催</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 篠ノ井中心市街地の各商店会等と連携し、イベントの相乗効果を図る。</li> <li>・ 年間で2回開催し、1開催につき参加者200人以上を集める。</li> </ul> <p>③エコキャップ子供広場の開催</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ エコキャップ子供広場は、地元のお祭りや、ながの軽トラ市の会場で年7回程開催、集客を支援。篠ノ井のイメージアップを図る。</li> </ul>
<p>応募する活動の具体的内容</p>	<p>①しの駅バル：数軒の飲食店を飲み歩き、食べ歩いて楽しむ企画。参加したお客様は、篠ノ井の各飲食店に新たな魅力を見つけることが出来、飲食店側は、宣伝効果とリピーターを期待できる。</p> <p>【手順】地元飲食店から15～20店を募集→専用メニューを選定→ガイドマップを作成→開催告知とチケット販売→参加者の評価検証→次回企画へ反映</p> <p>②懸賞付き宝探しゲーム：商店街全体が舞台のオリエンテーリング。1回の開催期間20日程度の持続的な“まちなか活性化イベント”。</p> <p>【手順】商店街から協賛店を募集→各協賛店にチェックポイント設置→宝探しマップを作成しチラシ等で開催告知→参加者がチェックポイント各店を宝探し感覚で回遊→全チェックポイントを回った参加者には抽選で賞品を進呈。</p> <p>③エコキャップ子供広場：地元のお祭りや軽トラ市の会場で、子供や家族連れを主な対象に、ボトルキャップやプルタブを参加料としたゲームを開催。参加者はエコリサイクル運動に協力し、なおかつ、景品を得ることができる。景品は地元商店の商品やサービス券等で、篠ノ井商店街の活性化に資する。</p> <p>④よこまちGM（ガレージマーケット）：地元のお祭り会場で開催するフリーマーケット。相乗効果で街を賑わす。WEBのフリマ専用サイトで出店募集、安価な出店料で、バラエティー豊かな品揃えの約30店が並ぶ。収入は、主にエコキャップ子供広場の運営費に充てる。</p> <p>⑤ご当地キャラクターとしての「おしのさん」の活用：本年度着手したコスプレ衣装の装飾品を制作、お祭りや軽トラ市に完成度の高いコスプレで出演させる。協力的な店に全天候型の懸垂幕と回収箱を設置、キャップ回収拠点にする。</p>

年 間 計 画	4月	1回目 エコキャップ子供広場：篠ノ井病院あいまつり（4/28）で「おみくじゲーム」開催
	5月	※ 篠ノ井病院あいまつりが病棟改修工事で中止の場合に限り 振替開催 エコキャップ子供広場：軽トラ市（5/26）で「おみくじゲーム」
	6月	2回目 エコキャップ子供広場：軽トラ市（6/23）で「おみくじゲーム」開催 1回目 しの駅バル：15～20軒の飲食店を食べ歩きでオリエンテーリング（2日間）
	7月	3回目 エコキャップ子供広場：合戦祭（7/27・28）で「おみくじゲーム」開催 1回目 よこまちガレージマーケット：合戦祭（7/27・28）でフリーマーケット開催
	8月	4回目 エコキャップ子供広場：軽トラ市（8/25）で「おみくじゲーム」開催 1回目 懸賞付き宝探しゲーム：約20日の期間内で商店街をオリエンテーリング
	9月	5回目 エコキャップ子供広場：軽トラ市（9/22）で「おみくじゲーム」開催
	10月	6回目 エコキャップ子供広場：軽トラ市（10/27）で「おみくじゲーム」開催 2回目 しの駅バル：15～20軒の飲食店を食べ歩きでオリエンテーリング（2日間）
	11月	7回目 エコキャップ子供広場：軽トラ市（11/24）で「おみくじゲーム」開催 2回目 よこまちガレージマーケット：恵比寿講（11/2・3）でフリーマーケット開催 ※ 10月までの開催が雨天中止の場合、恵比寿講にてエコキャップ子供広場を振替開催
	12月	
	1月	
	2月	3回目 しの駅バル：15～20軒の飲食店を食べ歩きでオリエンテーリング（2日間）
	3月	2回目 懸賞付き宝探しゲーム：約20日の期間内で商店街をオリエンテーリング
	活動することで期待される地域や社会への具体的な効果・成果  ※「公益性」の視点	<p><b>有志のグループという特性を生かし、地元の各商店会や各種組合の垣根を越えた企画で街を活性化。</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 篠ノ井の商店会や飲食店組合はいくつかに分かれていて、別組織に属する個店同士が統一した企画に参加しづらく、活性化の妨げとなっている。何のしがらみもない当会が橋渡しする事で、より多くの店が自由に参加できるようになる。</li> <li>・ やる気のある、多くの個店が企画に参加することで、企画自体の魅力も増し、集客効果が高まり、街の活性化につながる。</li> </ul> <p><b>まちおこしにエコ活動をコラボレートしたユニークな取り組みで、楽しくて、得する商店街を演出。</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 「エコキャップ子供広場」のようなエコリサイクル運動をまちおこしに組み込むことで、本来、人間が持っている「人の役に立ちたい」という欲求を喚起し、商店街に訪れた人たちが、楽しくて、得した気持ちになれる魅力的な街づくりに貢献できる。</li> </ul> <p><b>継続性のある街づくり活動を展開し、より直接的な個店への集客を図る。</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ お祭りなどの集客力は高いが一過性のイベントと比較し、宝探しゲーム等の開催期間が長く継続性のある企画は、直接的な集客数こそ少ないが、何度も街へ足を運んで買い物をする機会を増やせる。街に来るが店を訪れないという既存イベントの課題を克服し、個店の将来のファン、商店街の長期的な集客力につなげることが期待できる。</li> </ul>

<p>活動を継続するための取り組み（資金面、人材等）</p> <p>※「自立性」の視点</p>	<p>①しの駅バル：参加店負担金などの仕組みを取り入れ、運営資金の一部に充てる。運営ボランティアの公募、やる気のある飲食店の企画運営への参画等により、人的な充実とノウハウの蓄積を図り、将来的には自立した事業を目指す。</p> <p>②懸賞付き宝探しゲーム：開催回数を重ねて定着を図り、しの駅バルと同時期に開催するなど調整して、折込チラシの回数を減らし広告費削減に繋げる。低価格の参加料の徴収や加盟店負担金などで、広告宣伝費や賞品代を全て賄えるよう、受益者負担の仕組みを確率すべく交渉を進める。</p> <p>③エコキャップ子供広場：運営費用は、よこまちGM（ガレージマーケット）の事業収入を全額充てる。不足分は、住民自治協議会、篠ノ井の各商店会、ながの軽トラ市実行委員会等と、資金・運営両面で連携協力し、継続性のある自立した事業を目指す。</p> <p>④よこまちGM：既に自立した事業で、他の企画の収入源となっている。</p> <p>⑤ご当地キャラクター“おしのさん”：地元の高校や中学と交流し、おしのさんのコスプレを学生のボランティアに委託することで、出演料や経費を削減する。地元篠ノ井出身の有名なアニメーションディレクターの力を借り、全国に情報発信する事で、ブランド価値を高める。将来的には、意匠登録や商標登録を取得し、キャラクター関連商品の販売を目指す。</p>
<p>翌年度以降の活動内容の概要</p>	<p>翌年度</p> <p>①しの駅バル：空き店舗を活用したイベントを同時開催するなどして、実験的に新規出店希望者をサポートする。地産地消をコンセプトに、地元の食材を使用したメニューのアピール等により、地元農業にもメリットをもたらすよう発展させる。</p> <p>②懸賞付き宝探しゲーム：篠ノ井商店街が栄えていた時代のエピソードを盛り込む等、ストーリー性のある内容にする。参加者の“地域愛”を芽生えさせ、育むよう心に訴えることで、子供達を中心とした近隣住民に、篠ノ井商店街に愛着を持ってもらえるような企画にする。</p> <p>③エコキャップ子供広場：中心市街地に、ご当地キャラクター“おしのさん”を御本尊とした“超コンパクトな神社”を設置。ボトルキャップやプルタブを御賽銭代わりに祈願できるような、集積所を兼ねた街のランドマークとする。翌年度では、御本尊や賽銭箱を可能な限り安価で制作する方策を検討する。</p> <p>④よこまちGM：地産地消を心がけ、地元の農業高校や農家と連携協力する等、地場産品の出品を拡大させて、篠ノ井ならではのフリーマーケットにする。</p> <p>⑤ご当地キャラ“おしのさん”：非日常的なキャラクターが、“街のために働く”ギャップのある日常的な姿を映像で記録し、WEBで全国に情報発信する等、篠ノ井が注目されるようなPRに努める。</p>
<p>事業の最終目標</p>	<p>①しの駅バル・宝探しゲームの主催をそれぞれ加盟店中心の実行委員会に移す事で、また、エコキャップ子供広場をエコサイクルとご当地キャラクターを利用した“神社”のようなランドマークの創設に進化させる事によって、それぞれ自立した事業とし継続させ、日常的に商店街を活性化する。</p> <p>②よこまちガレージマーケットを継続して開催し、また、ながの軽トラも支援することで“地産地消のマーケット”として確実に定着させる。これにより篠ノ井商店街を元気にし、循環型の地産地消をテーマにした街づくりの基礎を作り上げ、周辺農業の活性化に繋がる準備段階とする。</p>

