

銀河通り商店街活気UPプロジェクト

丑若美羽 齋藤愛莉 堀込一葉

概要

本別高校から道の駅ステラ☆ほんべつまでの道にある『銀河通り商店街』の活性化を図ること、さらに、高校生目線での解決策を探る。

1. はじめに

『銀河通り商店街活気UPプロジェクト～町の高校生が集える商店街～』は、総合的な探究の時間「とち創生学」によって始められたプロジェクトである。普段、本別高校生がよく通る銀河通り商店街だが、なかなか店舗の中まで入ることがない。たくさんの魅力が詰まっている商店街をもっと高校生が気軽に入れるようにし、活気をアップさせたいと考え、このプロジェクトを始めた。

2. 課題について

課題設定として、①商店街の活気が少し足りないように感じた、②高校生が放課後集える場所が少ないという2つの理由から設定した。

実際、私たち高校生が放課後、行くところがなく、気軽集えるような場所ができるといいと感じていたこともある。高校生が集まるようになれば、自然と商店街の活気アップにも繋がると考えた。

話し合っていくうち、私たちが解決したいのは課題の2つ目の理由である、高校生が放課後、集える場所がないということに重点を置いて活動を進めることとした。

3. 現状分析について

ロジックツリーをもとに、商店街の活がないということを課題として置いたところ、『交通のアクセス』『気軽に入れる店が少ない』『知名度が低い』の3つの課題が見つかった。そこから課題を分岐させて探究していったところ、『気軽に入れる店が少ない』『知名度が低い』が主な原因だと考えた。

「気軽に入れる店が少ない」ということについて現状把握するため、銀河通り商店街の飲食店にアンケート調査を行った。飲食店だけに絞った理由としては、今回、ターゲットを放課後の中高生に絞ったため、下校途中に寄る店として多い飲食店にアンケートを行った。

アンケートを行った結果、『気軽に入れる店が少ない』のではなく、『高校生が入りにくいという思い込みがあるだけ』だということが分かった。

次に、『知名度が低い』というものについての現状分析として、銀河通り商店街に行く頻度、各店舗で使う金額、銀河通り商店街に行かない理由、あったらよいと思うもの、以上4つの内容について高校生を対象としてアンケート調査を行った。結果をまとめ分析すると、値段をできるだけ500円以内に抑えた『学生割引』、商店街で買ったものを持ち寄って食べられるような『フードコート』、行く理由がないという声が多かったので値段、営業時間帯、お得情報などを載せた『メニューブック』を実行したらいいのではないかという、具体的な解決策が絞られた。

具体的な解決策が絞られたため、この3つの案は、店を経営する方々にとって現実的であるかについて、再度、聞き込み調査を行った。

【①学生割引について】

〈メリット〉

- ・各店舗での調整が可能
- ・本別町商工会で発行されているゆうゆうカードを利用し、ポイントを多く付けるなどして街に還元することなども可能

〈デメリット〉

- ・商工会と連携しないといけない
- ・学生証の提示がうやむやになる

以上のことから、学生とわかるものを発行すれば解決するのではないかという案もあったが、誰が管理するのかという問題もあり、学割は難しいと考えた。

【②フードコートについて】

〈メリット〉

- ・気兼ねなく利用できる
- ・各店舗の商品を持ち寄れる

〈デメリット〉

- ・設置場所や設置費用、管理者などが必要

- ・食べたゴミの管理が必要

以上のことにより、この案も難しいと考えた。

【③メニューブックについて】

〈メリット〉

- ・手軽にみられる
- ・広い世代に使ってもらえるように紙だけでなく SNS を活用することで利用しやすくなる
- ・高校生目線で発信するので、ターゲットの高校生が行きつけかけにもなりやすい

以上のことから、メニューブックについてはメリットが多くあり、先の2つの案と比べると、高校生でも取り組めることができる最善策と考えた。

4. 仮説について

メニューブックを実際に様々な媒体で作成し、高校生へのアンケート調査を行った。作成した媒体は、紙のメニューブック、Instagram、TikTok の3種類とした。

紙のメニューブックはどの世代でも気軽に見ることができること、Instagram は高校生の利用率が高く写真やコメントがあるのでわかりやすいこと、TikTok は高校生の利用率が高く、動画なので店の雰囲気などわかりやすいこと、これらの理由から、この3つの媒体で作成することとした。

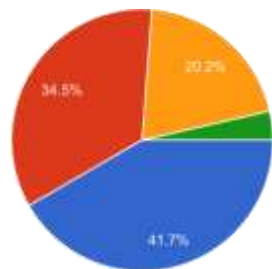
どの媒体がよかったかについて、その理由も含めてアンケート調査を行った。

アンケート結果は、紙のメニューブック(41.7%)、Instagram(34.5%)、TikTok(20.2%)の順となった。

Instagram、TikTok は利用しやすく写真や動画で伝わりやすいという意見が多くあったが、検索をして調べないといけないため手間がかかるという点で、デメリットが多い訳ではないが、見たいという意思がないと自主的に見る人は少ないと考えた。紙のメニューブックは、手軽さや手に取りやすいという意見が圧倒的に多く、イラストやデザインが素敵、という意見も多くあった。

持ち運びにくいという意見もあったが、メリットが多く、アンケート

結果から高校生の評価も高いため、紙のメニューブックが、最も店の魅力を発信でき、店に訪れるきっかけに繋がると考え



【グラフ：作成媒体】

た。

5. 解決策について

最終的な解決策として、紙のメニューブックの作成とした。A4サイズ程のメニューブックをリングなどに通して一つにまとめ、各教室の壁にかけ、休み時間や放課後など暇なときに、手軽に見られるようなものを作成する。気になるときにすぐに見られることや、見やすくわかりやすいことから、高校生が商店街に行ってみたいという意識へ繋がり、商店街へ行く高校生の増加、放課後に行く場所に困っている高校生の居場所を提供をすることができ、商店街への活気アップに繋がると考えた。

SNSにもメリットが多くあることがわかったため、紙のメニューブックにSNSのQRコードを掲載することや、QRコードを掲載した名刺サイズの紙を配布するなど、SNSの有効活用もしていけると良いだろう。

6. 成果と課題

【成果】

銀河通り商店街の活気UPへとつながる解決策の考察ができた。高校生の目線で考えたため、ターゲットの高校生に寄り添い、さらに高校生でも実行できる解決策となった。

【課題】

仮説構築から解決策への提案までの時間が足りず、十分なメニューブックの作成ができなかった。メニューブックに対してのアンケート調査を行ったので、その際に集まった意見を反映させたメニューブックができると良い。

7. まとめ

今回の活動は、とても貴重な体験だった。普段何気なく生活している地元について自らが考え、よりよい解決策の提案ができるようたくさんの話し合いを重ねた。その中で物事を客観的、多面的に捉えて考える力が身に付いた。

この活動が円滑に進み解決策の提案まで終わることができたのは、包括ケア研究所 藤井さん、コーチの皆様、アンケート調査にご協力いただいた銀河通り商店街の皆様、本別高校の生徒のご協力があつたからです。ありがとうございました。

銀河通り商店街活気UPプロジェクト

堀込一葉 丑若美羽 斎藤愛莉

概要

銀河通り商店街の魅力を本別町、町外に伝え高校生目線で人を呼び込む。

1. はじめに

普段、バス登校であまり商店街に行く機会はないが、放課後、バスの時間までの時間に立ち寄れる場所があればよいと思っていた。準備中だったり、店が休みのため開いていないこともあったため、商店街がもっと活気UPすれば中高生が集まるのではないかと興味が湧き、さらに、1年生からの総合的な探究の時間「とち創生学」において、町の課題について、町外の私も関わり、正解のない課題にメンバー全員で取り組みたいと考えた。

2. 課題について

町の課題として、高校生から見て商店街に活気が少し足りないように感じたこと、集える場所が少ないと考えた。放課後、気軽に集える場所あれば高校生の居場所提供になり、おのずと本別町から町外へと発展していき商店街の活気UPに繋がると考えた。話し合いの中で、主に、高校生が放課後、集える場所づくりを課題の重点を置き考えた。

3. 現状分析について

ロジックツリーを利用して、商店街の活気がないのはなぜかについて考え、交通のアクセス、気軽に入れるお店が少ない、知名度が低いなどの課題が浮かび上がった。高校生目線で考えると自転車で行くことが多いことや、外見、雰囲気、どのような店があるのか分からない。

4. 仮説について

どうしたら店に気軽に入れるのか、知名度は上げられるのかを考えた。アンケートを行い「メニューブック」を作成したらいいのではないかと考えた。利用する媒体として、紙のメニューブックは誰でも利用でき、世代を問わず気軽に見られることができる。Instagramは高校生の利用率が高く、写真やコメント、場所を調べられるので分かりやすく、意見の拡散がしやすい。高校生のアンケートからは、媒体としては、紙のメニューブックが多かったことから、目につきやすさ、気軽さだと考え、紙のメニ

ューブックが店に訪れるきっかけに繋がると結論づけた。

5. 解決策について

紙のメニューブックがあげられたが、他にもInstagramやTikTokという意見もありメリット、デメリットはあつが、SNSにもメリットがあることがアンケート結果で分かったため、紙のメニューブックにQRコードを掲載することや、名刺サイズにし持ちやすくしたりするなど、SNSを活用していけるのではないかと考えた。

6. 成果と課題

〔成果〕

正解のない課題に取り組み、この後、どのような活動を行えばよいかを何度も悩み、藤井さんやコーチの方々に意見を貰いながら、深く考え意見を出し合った。課題の解決は大変難しく、正解のない課題というのは沢山あり、今回の活動で大変だったことや続けて行こうと思ったことが多くあったので、このような活動は将来に生かしていけると考える。

〔課題〕

アンケートを行う際、アンケート内容とは別に質問を沢山用意しておいたり、話を広げられなかったその場の対応力も必要である。

行事も重なり忙しく時間を話し合いや十分なアンケートが取れなかったことから、班員が協力して活動し、ゆとりを持って行動する必要がある。

7. まとめ

探究活動を通し、一年前の自分と比べると、考え方などいろいろな部分で成長したと実感した。

次年度に持ち越しとなるメニューブックは、作成したが、一例で挙げているため、もっと深掘して商店街だけでなく、町全体を巻き込む形で町の魅力を伝えられると町外にもアピールできると考える。

銀河通り商店街活気UPプロジェクト

齋藤愛莉 丑若美羽 堀込一葉

概要

私たちの班が考えたタイトルは「商店街の活気UPプロジェクト」～町の高校生が集える商店街～です。

1. はじめに

商店街に活気がないように見えたこと、さらに、高校生が放課後、集える場所が少ないという課題をもとに、探究活動を開始した。

2. 課題について

高校生が放課後、行くところがなく、気軽に集えるような場所ができるといいと感じていた。高校生が集まれば、商店街の活気UPにも繋がるはずだ。

3. 現状分析について

商店街の『知名度が低い』ことの現状分析では、高校生へアンケートを実施した。各店舗で使う金額、あったらいいものを質問項目とした。結果として、500円以内の買い物、商店街で買ったものを持ち寄って食べられるような場所との回答があった。よって、値段をできるだけ500円以内に抑えた学生割引や、購入したものを外で座って食べられるための施設やベンチ、フードコートなど、『行かない理由』ことの現状分析では、アンケートでは、店の場所がわからない、行く理由がないという声が多かったため、『値段』『営業時間帯』『お得な情報』などを載せたメニューブックを作成したらいいのではないかという具体的な解決策が絞られた。

4. 仮説について

学生割引は、①各店舗での調整が可能、②町商工会で発行されているゆうゆうカードを利用し、ポイントを多くつけるなどして街に還元することなども可能というメリットがある一方で、③商工会と連携する必要性、④学生証の提示があいまい、というデメリットがある。学生と分かるものを発行すれば解決するのではとの案もあったが、管理の問題もあり、学生割引は難しいと考えた。

5. 解決策について

仮説を設定したところで、メニューブックを実際に様々な媒体で作成し、高校生へのアンケートを取った。作成した媒体は、紙、Instagram、TikTok

である。紙のメニューブックはどの世代でも気軽に見ることができることInstagramは高校生の利用率が高く写真やコメントがあるのでわかりやすいこと。TikTokは高校生の利用率が高く、動画でお店の雰囲気などわかりやすいこと。以上の理由から、この3つの媒体で作成した。アンケートはどの媒体が1番よかったかとの問いに、紙は、手軽さや手に取りやすいという意見が圧倒的に多く、イラストやデザインが素敵、という回答が多くあった。

6. 成果と課題

【成果】

Instagram、TikTokは利用しやすく写真や動画で伝わりやすいという意見が多くあった。

【課題】

紙は、持ち運びにくいという意見もあったが、メリットが多く、アンケート結果から高校生の評価も高いので紙のメニューブックが最も商店街を訪れるきっかけにつながると考えた。

7. まとめ

活動を踏まえて、最終的な考察は、紙のメニューブックの作成だと考えた。A4サイズ程のメニューブックをリングなどに通して一つにまとめ、教室の壁にかけ、暇な時などに見られるものを作成する。見たいときにすぐに見られることから、「こんな店があるんだ！ 気になる！ 行ってみたい！」という意識につながり、商店街へ行く高校生の増加、放課後、行く場所に困っている高校生への居場所を提供することができ、私たちが考えた課題「商店街の活気UP」につながると考えた。この活動は、ターゲットを高校生に絞りメニューブックの作成を最終的な解決策と考えたが、高校生だけにとどまらず、町にある施設に置くなどにより、将来、地域全体で商店街を活性化できたらと思う。