

第6回 Report

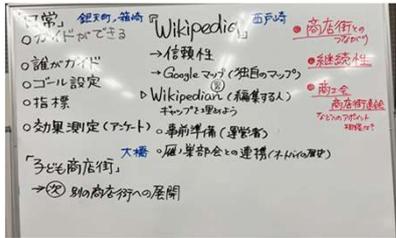
2024.1.11(木) 18:00~20:00 福岡商工会議所2階 第2研修室

参加者 / 18名
 チャレンジャー 9名
 他 オブザーバー 1名
 アドバイザー 1名
 事業実施者 3名
 市職員 4名

今回のテーマ

企画内容をディスカッションし、ブラッシュアップする

第6回は、各チームで議論を重ねた企画案のブラッシュアップを行うため、チームごとに対面で細かい内容のディスカッションを行いました。



まずは、コーディネーターの木藤亮太さん（(株)ホーホウ 代表取締役）より、チャレンジ企画支援事業の目的について再度確認を行いました。「企画実施のための準備期間は、企画をどのように進めていかに集中してしまうけど、商店街という場所を応援する仕組みを今回実証してみても、どんな仕組みが本当に必要だったのかを知ることが大事だと思います。企画を実施した結果、こんなものが得られたんだっていうところをしっかりと明確にしていきたいですね。チャレンジャーの皆さんのサポートについて我々も全力で取り組みます。」

プログラム

- ① オープニング
 チャレンジ企画支援事業について再度説明
- ② それぞれのチームの企画内容ヒアリング
 1、子ども商店街チーム@リーダー渡邊さん
 2、日常チーム@リーダー山本さん
 3、ウィキペディアチーム@リーダー伊藤さん
- ③ クロージング
 飛田先生のアドバイス
 まとめ

子ども商店街チーム



日常（商店街ガイド）チーム



ウィキペディアチーム



飛田先生 |
 企画を作るとき、やっている側は盛り上がるけど、大事なことはお客さんにどう刺さるのか。



お客さんが来てくれないと皆さんが企画しているようなイベントなどは成立しない。具体的にどういう人が来てほしいかという像が決まっているのであれば、その釣り堀がある場所を目掛けて餌を投げてほしい。それは地域によっては、チラシなのかもしれないし、ポスターなのかもしれないし、インスタグラムなのかもしれないし、テレビに出演することなのかもしれないし、新聞なのかもしれない。もっと大事なことは、来てもらいたいと思ってるお客さんに対して、どうやって行きたいって風にも思ってもらえるようにするかっていう仕掛けで、どのグループのお話を聞いていても、なんかぼやっとしてるなっていう感じがしている。肝心のその来てほしい方が来てくれないと、全くイベントが成立しないので、ぜひターゲット層に来てもらえるような仕掛けにチャレンジしていただきたい。1つポイントになるのは、仕掛けをしたんだけど、ターゲット層と違う人が来た場合。それはそれでいいと思う。なぜなら、ターゲット層とは違うニーズがあったんだってことに気づけるから。予想と違って構わないので、まず自分たちが考えた仕掛けをちゃんと仕掛けるってことが大事。

