

2024 年度福岡ブロックアワードエントリーシート

LOM 名	一般社団法人つくし青年会議所	
事業名	市民事業者の強みを伸ばすまちづくりの提案 ～あなたのまちをみんなで作る～ (ARTiVERS つくし 2023 発展事業)	
事業担当者	児嶋秀晃	
事業担当者連絡先	Tel: 08017420671	Mail: hideaki8888888@me.com
実施に至った背景	<p>大野城市では 2022 年に西日本鉄道大牟田線の高架化が完了し交通渋滞が解消されましたが、新型コロナウイルス感染症の影響で市民や事業者には多大な影響が及び、地域のニーズと市民事業者の活動に乖離が生じていました。高架化 1 周年の祝賀行事を地域と連携して行おうとした大野城市行政は、高架下オープンスペースの企業誘致に取り組んでいましたが、ステークホルダーとの連携がうまく進まない状況でした。また、筑紫中央高等学校は校舎改修を行い、地域に開かれた学校を目指し地元の子どもの入学を促進したいと考えていました。この背景を踏まえ、つくし青年会議所は 50 周年運動方針「新しい地域をデザインする」を掲げ、アートを起点に地域経済の活性化を図る取り組みを行ってきました。これを基に「ARTiVERS つくし 2023」を企画し、市民、行政、事業者、各種団体の連携を深め、新たな可能性を提供し、地域経済のさらなる活性化と協力関係の強化を目指しました。</p>	
事業の目的	<p>この事業の目的は、地域住民や事業者が一体となり、大野城市の活性化と新たな地域経済の創出を目指すことです。具体的には、西鉄沿線の高架下を有効活用し、地域事業を通じて地域の魅力を発信することを目指しています。ヒアリングを重ねる中で、西鉄高架化 1 周年を契機に、それぞれ独立していたステークホルダーが一堂に会するワーキンググループを設立する必要があると考えました。行政、交通インフラ企業、地域の団体、学校、JCI つくしによるスタッフミーティングを 54 回開催し、大野城市の様々な人々から協力を得て、おやじの会から運営ノウハウのアドバイスを受けながら企画を練り上げ、「ARTiVERS つくし 2023」などの事業を実施しました。事業では、書道パフォーマンス、高架下マルシェ、キッチンカーチャレンジなどを行い、地域住民と事業者が協力してまちづ</p>	

	<p>くりを進めました。これにより、地域経済の活性化、郷土愛の醸成、そして地域コミュニティの強化を図ります。さらに、地域住民と事業者が継続的に連携し、まちづくりに積極的に参加する仕組みを推進し、持続可能な地域発展を目指します。</p>
<p>事業の概要</p>	<p>この事業は、地域の市民や事業者の活躍を通じて大野城市の活性化と新たな地域経済の創出を目指しています。西鉄沿線の高架下を有効活用し、「ARTIVERS つくし 2023」を実施しました。具体的には、書道パフォーマンスや高架下マルシェ、キッチンカーチャレンジなどを通じて地域住民と事業者が一体となり、協力してまちづくりを進めました。この取り組みにより、地域の魅力を発信し、地域経済の活性化と郷土愛の醸成を図りました。</p> <p>つくし青年会議所が旗振り役となり、西鉄春日原駅、筑紫中央高等学校、西鉄白木原駅などの各所で、それぞれの団体が西鉄高架化 1 周年を祝う事業を開催しました。これにより、地域のさまざまなステークホルダーが一堂に会し、地域の魅力を引き出すことができました。今後も、地域住民と事業者が連携し、まちづくりに積極的に参加する仕組みを継続して推進していきます。</p>
<p>広報戦略</p>	<p>JCI つくしが運営するメディア（HP、SNS）を活用すると同時に、テレビ、ラジオ、新聞など多くのメディアに露出することで、事業および JCI つくしの認知度向上を図る必要があります。そのために、プレスリリースを市民参加段階、事業実施段階と段階を分けて行います。また、メディアへの直接問い合わせを含む広報戦略を計画的に実施します。多くの市民が乗り降りする下大利駅と白木原駅で、チラシの手配り配布を行います。チラシには事業内容に加え、JCI つくしの運動も紹介し、認知度向上につなげます。</p> <p>中期ビジョン連携会議の大きな目的は、「行政・まちづくり団体、市民、地元企業」などの関係者に対して、JCI つくしの運動や各事業の意図や目的を正しく広く発信・浸透させることです。ストーリー広報として、SNS を用いた情報発信を徹底し、対象者を絞ってアプローチできる SNS と、そこから誘導するランディングページを運用します。これにより、JCI つくしの意図を理解し、共にまちづくり運動に参加する人々が増加することを目指します。</p> <p><u>広報戦略</u></p>

		実施する手法		実施時期	
		1	ランディングページ公開	8月1日	
		2	大野城市、西鉄、大野城市にぎわいづくり協議会、キッチンカー出店者による情報発信	8月1日	
		3	これまでヒアリングを行った市民事業者へチラシ郵送	8月上旬	
		4	<u>プレスリリース</u>	8月16日	
		5	大野小大利小下大利小学校全世帯へのポスティング	8月17日から18日	
		6	駅前でのチラシ配布（白木原駅、下大利駅）	8月21日から26日	
実施による工夫		<p>西鉄沿線の高架下を有効活用し、地域の象徴的な空間でアートイベントを開催することで、普段は通過点として利用される場所を新たな交流拠点としました。また、書道パフォーマンスやキッチンカーチャレンジなど、地元の文化や食を融合させた企画を実施し、幅広い世代が楽しめる場を提供。さらに、地域住民や事業者、行政が協力して事業を進めることで、地域全体の一体感を生み出し、参加者同士の交流を深める機会を創出しました。ワーキンググループを活用し、各ステークホルダーの意見を反映した柔軟な企画作りも、事業の成功に寄与しました。これらの工夫により、地域経済の活性化と郷土愛の醸成に貢献する斬新な事業となりました。</p>			
事業の参加者		会員数	102名	参加率	61%
		対外目標	32,000名 (16,000世帯)	達成率	28% (9,000名)
事業対象者		事業に参画する市民・事業者			
開催期間日時		<p>2023年5月～9月スタッフミーティング、全体ミーティング</p> <p>2023年8月20日（日）ARTiVERS つくし 2023 書道パフォーマンス 白木原駅 15時 下大利駅 17時</p>			

	<p>2023年8月27日（日）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ARTiVERS つくし 2023 書道パフォーマンス、高架下マルシェ、キッチンカーチャレンジ ・高架開通1周年記念イベント（高架下ウォーク体験、筑紫中央高等学校文科系部活動による公演、マルシェ出店、こども電車体験、EV/FCV 展示） ・西鉄春日原駅 BAL MARCHE vol.2 <p>2023年9月9日（土）新たな街の姿を提唱する中期ビジョン発信事業</p> <p>2023年12月22日（金）協力団体に報告書を送付</p>
開催場所	西鉄下大利駅前広場、西鉄白木原駅前広場、西鉄下大利駅～春日原駅高架下、筑紫中央高等学校
事業区分	<input type="checkbox"/> 新規 <input checked="" type="checkbox"/> 継続
結果	<p>1. 目的がどのくらい達成できたか</p> <p>「ARTiVERS つくし 2023」は、大野城市の活性化と地域経済の創出に成功しました。西鉄沿線の高架下を有効活用し、書道パフォーマンスやマルシェ、キッチンカーチャレンジなどの事業を実施。地域住民と事業者が協力して地域の魅力を発信することができ、経済の活性化と郷土愛の醸成が実現しました。</p> <p>2. 上記の結果の確認方法</p> <p>結果は、参加者からのアンケート、事業の集客データ、売上データを基に確認しました。さらに、関係者との会議を通じて成果と課題の詳細な分析を行いました。</p> <p>3. 検証結果</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 参加者数: 地域住民 9,000 人を集客しました。 ● 経済効果: 出店者からは過去最高の売上であったことや、地域貢献や販売実績の向上への意欲が示され、大野城市でのさらなる出店意欲が高まったことが確認されました。これは、地域事業者にとって新たなビジネスチャンスとなり、経済効果を生み出す可能性を示唆しています。 ● メディア露出: インスタグラムリール動画を4つ作成し、1,000以上の閲覧数を記録しました。キッチンカーを紹介する投稿は出店者と協力してシェアし、閲覧数が増加。当日のメディア囲み取材の後、西日本新聞からも取材を受け、理

	<p>事長のメッセージを発信することができました。</p> <p>● アンケート結果: 来場者アンケートでは、高架下が地域の魅力になるという意見が多く寄せられました。アンケートを集約すると、「天候に左右されないイベント空間としての活用」「地域住民の交流促進と地域経済活性化」「多世代が楽しめるイベント空間」という3つの考察が得られ、事業が地域住民の意識変化に貢献したと考えています。</p>
<p>LOM や地域社会への影響</p>	<p>まず、地域の文化とアートへの認識が高まり、地元アーティストやクリエイターの活動が広く知られるようになりました。また、事業を通じて地域住民の交流が促進され、地域コミュニティの結束が強化されました。さらに、地域外からの参加者や観光客が増加し、地域経済の活性化に寄与しました。これにより、地域の魅力が再発見され、地域振興への意識が高まるとともに、次回事業への期待も高まる結果となりました。</p> <p>書道家と筑紫中央高等学校書道部で作成した書道作品は、9月に実施したつくし青年会議所の中期ビジョン発信事業で披露され、その後、西日本鉄道株式会社に寄贈されました。作品は2024年2月まで白木原駅コンコースで展示されました。</p> <p>つくし青年会議所にも多方面で影響を与えました。まず、地域社会との関わりを深めることで、メンバーは地域のニーズや課題を理解し、対応力を養いました。ARTを用いた地域活性化への挑戦を通じて、メンバーの創造力や企画力が向上し、LOMの活動の質が高まりました。また、新型コロナウイルス感染症の影響で入会した多くのメンバーにとって、大規模な来場者を迎える実践の場となり、今後の事業構築に役立つ事例を積み上げることができました。この経験を通じて、事業運営のノウハウやリーダーシップを学び、組織全体のスキル向上にも寄与しました。さらに、地域経済の活性化とともに会議所の認知度や信頼性が向上し、地域における存在感が強まりました。これにより、今後の活動においても効果的なチームワークが期待されます。</p>
<p>事業の長期的な影響</p>	<p>まず、地域社会におけるアートや文化への関心が高まり、地域の文化振興が進むことで、地域の魅力がさらに増し、観光や交流の機会が拡大するでしょう。また、参加者や地域住民の創造性やコミュニティ意識が育まれ、持続可能な地域社</p>

	<p>会の形成に寄与することが期待されます。さらに、事業を通じて得られたノウハウや経験が今後のプロジェクトに活かされることで、他の地域や団体にも波及効果をもたらし、広範な文化活動の推進につながると考えます。</p>
<p>考察や推奨</p>	<p>事業を通して、高架下は天候に左右されずに事業を開催できる有効な空間であること、地域住民の交流促進や地域経済活性化に貢献できる可能性があること、さらに多様な世代が楽しめる事業空間として活用できることなど、多くの肯定的な考察が得られました。</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 高架下は、天候に左右されずに事業を開催できる有効な空間として認識されました。出店者アンケートでは、雨天時でも事業開催が可能という利便性が高く評価されています。また、来場者アンケートでも、高架下が地域の魅力になると回答した人が大半を占めました。 ● 地域住民の交流促進と地域経済活性化に貢献できる可能性が示唆されました。事業参加者や関係者からは、高架下を活用した事業が地域住民の交流を促進し、地域経済を活性化させることに期待する声が多数寄せられています。 ● 高架下は、多様な世代が楽しめる事業空間として活用できる可能性が見出されました。アンケート結果からは、子供から大人まで楽しめる事業や夜間イベント、学生の成果発表の場など、高架下を多様な用途で活用できる可能性が示唆されています。 <p>今後の課題としては、以下の点が挙げられます。</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 経済効果を測定するための具体的な指標を設定し、その結果を分析することで、より効果的な経済活性化策を検討していく必要があります。 ● 当日従事者からは、商品の価格設定が高すぎるという意見もありました。低価格帯の商品を増やすなど、価格設定を見直すことで、さらなる集客と売上増加につながる可能性があります。 ● 来場者アンケートでは、おやじの会や地域の商店会への参加意欲について「思わなかった」という意見も見られました。地域住民がより積極的に参加できるような工夫が必要です。 <p>これらの課題を解決し、高架下という新たな空間を最大限に活用することで、地域活性化と新たな地域経済の創出につながることが期待されます。</p>

事業風景(写真)



書道パフォーマンス写真



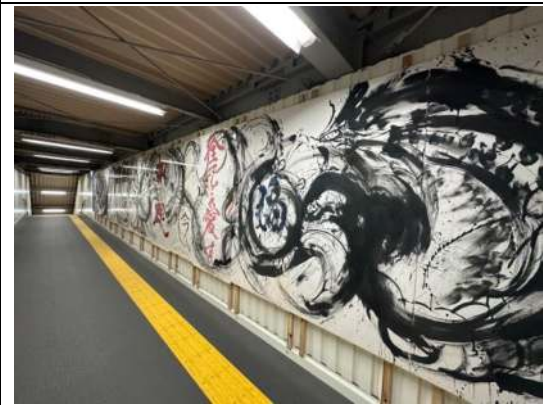
8/20 書道パフォーマンス@白木原駅



筑紫中央高校書道部へ事業説明



中期ビジョン発信事業書道作品展示の様子



白木原駅展示の様子



高架下マルシェの様子



高架下マルシェの様子



キッチンカーチャレンジ写真



チラシ



SNS 投稿



一般社団法人つくし青年会議所の仲間たち



一般社団法人つくし青年会議所の仲間たち