

## にぎわいのある街に向けて頑張っています！！

相模原駅周辺まちづくり推進協議会では、「人が集いにぎわいのある街」をコンセプトに、様々な取組を行っています。

今年度は、協議会のコンセプトの実現に向け、商店街・地域が主体となって取り組む方策を検討しています。

### 目指す「にぎわい」ってなに？

例えば、ニュースでお祭りの様子が放映され、「ものすごくにぎわっている」と思う人もいれば、「ゴミゴミしてさわがしいな」と思う人もいます。「にぎわい」とは、人や立場、生活環境などによって違うもの。協議会が目指す「にぎわい」とは一体どういうものなのか？まずは、みんなで自治会・商店街における「にぎわい」とはどういったものか？をブレインストーミングという手法を使い、会員同士でイメージの洗い出しを行いました。市の職員の方にもファシリテーターとして加わってもらい、会員同士の議論を中立的な立場で支援してもらいました。



▲今年度行う勉強会の方向性を共有



▲勉強会の様子

### ～そもそも相模原駅周辺まちづくり推進連絡協議会って！？～

地域の皆様にも私たちの活動を知って頂きたく、紹介をさせていただきます。

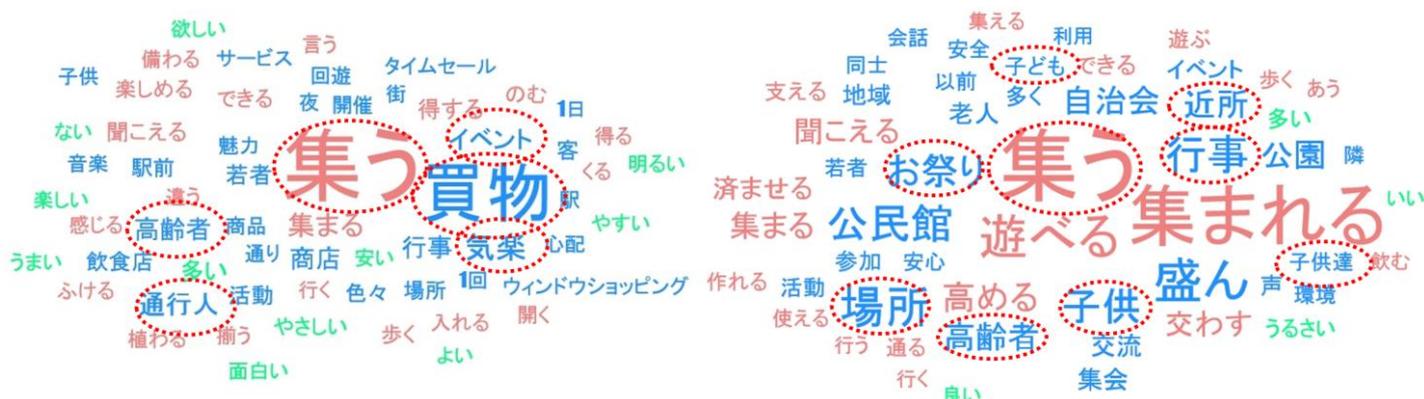
当協議会は、今後、相模原駅北口の開発が進んでいく中で、周辺地域の特性を生かし、良好な都市環境の形成、維持、保全を図るため必要な取組を推進する団体として活動しています。

平成19年に相模原駅周辺にある3自治会連合会（小山・中央・清新）及び5商店街（相模原中央商店街協同組合・相模原西商店街協同組合、相模原東商店会・一般社団法人西門商店街・さがみ夢大通り商店会）で設立し、今年で11年目を迎えます。これまでに市の計画策定への参画や勉強会、先進事例の視察を通じ、市に対しての要望活動等を行っています。

## 商店街と地域では求める「にぎわい」は違う

会員同士でイメージの洗い出しを行った商店街・地域の「にぎわい」をテキストマイニングという分析手法でキーワード化、図化し、それぞれの「にぎわい」を確認しました。

商店街では「集う」、「買い物」、「イベント」、「通行人」、「高齢者」などが挙がり、自治会では「集う」、「場所」、「子供」、「行事」、「お祭り」、「近所」などが挙げられました。共通するキーワードもありますが、ターゲットとなる世代が商店街は「高齢者」が多かったことに対して自治会は「子供」～「高齢者」という違いが見られました。



▲商店街のにぎわいキーワード

▲自治会のにぎわいキーワード

## やっぱり情報発信はユーザー？

商店街・地域の「にぎわい」を共有した後は、商店街チーム、地域（自治会）チームにわかれ、それぞれの課題解決に必要な取組を考えました。商店街は「イベント参加者増加に向けた情報発信に必要なものとは？」を、地域（自治会）は「ふるさとまつりに地域住民・近隣地域住民の参加を増加させるために必要な取組とは？」を議題にして議論しました。



様々な意見がありましたが、商店街では「ユーザーを使って情報発信する」、「商店街で共同アプリを作る」や自治会では「幼稚園のお遊戯をステージイベントに入れる」、「子供から老人まで楽しめる音楽の工夫」等々ここでは書ききれないほど具体的なアイデアが出ました。

今後は、このアイデアをもとに実際に取り組んでいく取組を具体化していきます。

既存発信方法の強化	新しい情報媒体の作成	その他
<ul style="list-style-type: none"> <li>・SNSの活用</li> <li>・J-COM、FMさがみの活用</li> <li>・タウンニュース(各区)へ掲載</li> <li>・公民館、学校等への情報提供</li> <li>・地域情報誌の活用</li> <li>・HP内容を機関誌、記念誌へ情報提供</li> <li>・チラシ作成、ポスター掲示</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ユーザー(YouTubeで多くのフォロワーを抱える投稿者)を利用する</li> <li>・電子掲示板の設置</li> <li>・商店街公式アプリの作成</li> <li>・各商店街の情報が一括で見れる共同アプリ(HP)の作成</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地方商店街と連携</li> <li>・参加者募集の情報発信強化</li> <li>・何か目に留まる媒体が必要</li> <li>・スポンサーとの情報連携</li> <li>・商店街内の企業との連携強化</li> </ul>

▲商店街の情報発信に必要な取組としてでた意見の一覧