石橋リノベーションⅡ

＃シモツケプロジェクト

地域名　｜下野市
パートナー　｜下野市役所 総合政策課

20班　｜コミュニティデザイン学科　大山月乃　忍田充啓
｜建築都市デザイン学科　工藤裕成　森尻結衣
｜社会基盤デザイン学科　山田翔太

01 背景

■昨年の地域プロジェクト演習の取り組み
石橋地区の空き家活用問題の解決には不動産オーナーのまちづくりの理解を得ることが重要だとわかった。
そのためには市民の地域のまちづくりの興味関心の向上が必要である。その中でも今回は若者の地域参加が弱いことに着目した。

■なぜ若者を「高校生」としたのか
理由01| まちづくりの活動に参加しやすい世代
理由02| 大学生と世代が近く発信しやすい

02 活動の目的

若者の地域参加を促すために
「高校生の地域への興味関心や愛着を生み出すこと」
を目的に活動する。

■活動の方向性
「高校生が思う下野市の魅力を下野市内に共有する」ことで地域の関心を強めてもらう。

03 アンケート調査Ⅰ

■調査の目的
「高校生が下野市のどのようなものに関心があるのかの調査」

■第１回アンケート詳細
形式｜Googleform
内容｜下野市のおすすめスポット

04 結果Ⅰ

■アンケート結果
回答率2%(11件)
「下野市の魅力的なスポットについて高校生はよく知らない」ことが分かった。

■なぜこのような結果になったのか
01| 石橋高校の生徒に下野市在住が少なかったため
02| 電子媒体で調査したことで回答率が上がらなかったため

■新たな活動の方向性
「自分たちが調査したおすすめスポットを発信し高校生に知ってもらうこと」

05 アンケート調査Ⅱ

■調査の目的
「どんなスポットに魅力を感じるのか」

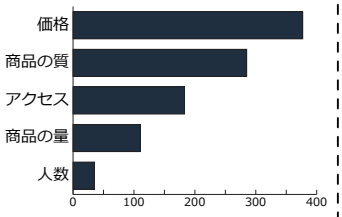
■第２回アンケート詳細
形式｜紙
内容｜飲食店に行くときに意識すること

■方法Ⅰからの改善点
回答率向上のために調査目的をわかりやすくした。
・ポップなデザイン
・アンケート結果の反映され方の提示
・設問の厳選

06 結果Ⅱ

■高校生が飲食店に行くときに意識していること

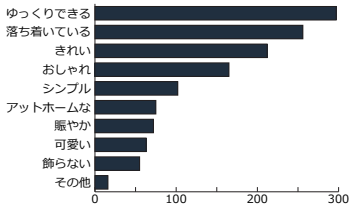
高校生は価格，商品の質，アクセスを特に注目していることが分かった。



その他の意見｜Wi-Fiの有無　入店のしやすさ 評判 etc.

■高校生が思う魅力的な店内の雰囲気

高校生はゆっくりできること，落ち着いた雰囲気であることに魅力を感じていることが分かった。



その他の意見｜明るい　開放的 接客が良い 清潔感がある etc.

07 現地調査

■調査の目的
「飲食店やスポットの魅力やおすすめしたいところの調査」

■調査方法
現地訪問にて店主に企画を説明してスポットを取材。結果は提案にてまとめる。

■ 現地訪問の詳細
対象｜下野市内の飲食店9つ及び施設等8つ
内容｜高校生におすすめするための情報

08 最終的な提案

■高校生に下野市の魅力を知ってもらう機会を創出する提案をする。
さらに行政に対しては若者へ発信する方法として1つの提案となった。

提案01｜Instagramの開設

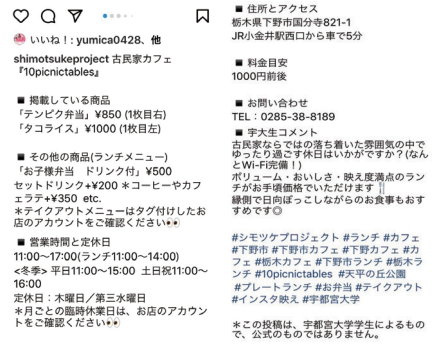
高校生に身近なSNSの中でも写真を魅力的に発信できるInstagramを利用。
下野市の魅力を発信する活動を　＃シモツケプロジェクトと名付けた。た

SHIMOTSUKEPROJECT

提案02｜Instagramでの発信

調査結果をもとに投稿を作成する。現地訪問の取材結果をまとめた。
アンケート結果から高校生の知りたい情報を優先に紹介文を考えた。

アンケートの結果を反映



現地訪問の結果を反映

提案03｜Instagramの紹介

下野市に関わりのある高校生に身近な場所でこのInstagramの紹介をするポスターを掲示する。駅、下野市の公共施設など計13か所に掲示予定。