

### 背景・課題

#### 地域を前向きに変えて、「歩いて楽しい」をつくりたい

- 地元商店街に活動拠点を開いたとき、会合に挨拶に行ったら皆がとてもネガティブ志向だった。皆一丸となりシャッターを開けてもらうことは難しいが、何とかポジティブな雰囲気を変えたかった。
- 賑やかな商店街は「ぶらぶら歩いてみて楽しい」が本来の普遍的な価値。シャッターが全部開いていないことも肯定し、歩くのに「飛び飛び」の状態でもよい。



歩き回るためハードをつなぐソフトコンテンツも編集。ハブになる素泊まり宿泊施設、自転車事業、「エリア全体が美術館(トビチ美術館)」など。

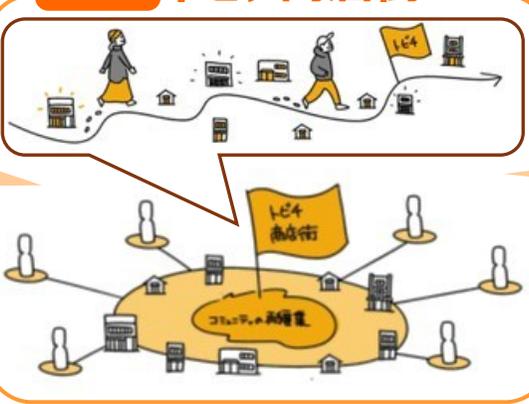
### 主な取組

#### 店主同士が紹介し合えるコミュニティを構築

- 買物の場ではなく、店主同士がオンライン/リアルで繋がり、お互いを紹介し合えるコミュニティストリート「トビチ商店街」を立ち上げ、「旗」を立てた。それをもとにエリアイノベーション。
- 「10年後のトビチ商店街の1日を前借り」をコンセプトに、イベント「トビチmarket」を開催し、普段人のいない商店街に、4千人以上の来場者あり。



#### 注目 トビチ商店街



会費・会則なし、情報共有のみ。トビチ商店街の「旗」の認知度は向上し、5年間で32事業者(18建物)がオープン。

### Expansion・Expand/これから

#### 小さな「やりたい」を育てていく

- 今は地域プレイヤーが主体性を持って、トビチ商店街の繋がりを使って自主的にイベントを企画・開催している。
- 「人を見つける」から「やる気ある人を育てる」フェーズに移行中。R6年度には地元から新規出店者も。地域のマインドがポジティブに変わってきており、今後も色々な「まちの楽しみ方」を見せていきたい。



### メッセージ/想い

#### 誰でも主体になれるまちをつくりたい

- 統一コードデザインを持たず、ブランディングは分散型にて多様性を重視したまちづくりが特長。そのため「全員が主体」になれる。主体的に「まちを使って遊ぶ」人が増えればエリアの価値も高まり、地域・商店街活性化に繋がる。
- 「正しい循環」を生み出すため、閉店しても未来への希望を持って次にバトンタッチ、後進に譲れる状態になればよい。

