慶應義塾大学学術情報リポジトリ
Keio Associated Repository of Academic resouces

Title	イベントを利用した街の活性化に関する研究
Sub Title	A research for town activation by using an event
Author	後藤, 寿美(Goto, Sumi) 稲蔭, 正彦(Inakage, Masahiko)
Publisher	慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科
Publication year	2010
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	本論文では、筆者在住の地方都市である愛知県名古屋市中区内の一部である、「栄ミナミ」をイベントの利用により活性化することを目的として2007年から2010年にかけて4回開催した「栄ミナミ音楽祭」について述べ、その効果について考察するものである。 本論文内において、街を活性化するということとは、地域住民が一体となり現状を認識し抱える問題を解決し、恒常的に行わなければならない取り組みであると考えた。栄ミナミは、住民の不況に対する認識不足と、地理的条件の悪さという二つの大きな問題から、不況による影響が着実に深刻化していた。 栄ミナミは古くからの繁華街として大きな商圏を有していたが、名古屋駅周辺の再開発や近年の不況の影響により、以前の勢いを失っているのが現状である。住民も従来からの名古屋の習慣である倹約によって時が過ぎるのを待つ傾向にあり、積極的な対応はなされていなかった。また栄ミナミは地理的に大通りに囲まれているため、外部からの消費者が流入しにくい面があった。 このような状況で、筆者は外部に栄ミナミを知らしめるイベントを開催することにより、栄ミナミの認知度を向上させるとともに、イベント運営を通じた住民同士の繋がりの復活を目指した。「栄ミナミ音楽祭」を通じ、街が活性化し、栄ミナミの経済的な回復も期待することができると考えた。 筆者を含む栄ミナミ音楽祭実行委員会は、本音楽祭を2007年～2010年まで合計4回開催し、イベント来客数、インタビュー、メディア掲載数、住民交流の実績を通した考察をし、その有用性を確認した。結果、2010年に4回目を終えた音楽祭の来場者数が、初回の2倍を記録した。また、インタビューからは、栄ミナミへ再度足を運びたい、住民の人の働く姿に一体感を感じ感動した、などの意見が得られた。 これらのことから本イベントが、栄ミナミの認知度の向上、外来者流入に対して有効であることを確認した。また本イベントの運営を通して、住民同士の交流は飛躍的に増加し、コミュニティの再構築に対する有効性も確認することができた。そして、栄ミナミへの日常的な利用者が増加したことも確認された。
Notes	修士学位論文. 2010年度メディアデザイン学 第64号
Genre	Thesis or Dissertation
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40001001-00002010-0064

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the KeiO Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

2010 年度　　修士論文

イベントを利用した街の活性化に関する研究

KEIO MEDIA DESIGN

慶應義塾大学大学院
メディアデザイン研究科

後藤 寿美

本論文は慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科に
修士 (メディアデザイン学) 授与の要件として提出した修士論文である。

後藤 寿美

指導教員：

稲蔭 正彦 教授　（主指導教員）

加藤 朗 教授　（副指導教員）

審査委員：

稲蔭 正彦 教授　（主査）

加藤 朗 教授　（副査）

大川 恵子 教授　（副査）

イベントを利用した街の活性化に関する研究

内容梗概

本論文では、筆者在住の地方都市である愛知県名古屋市中区内の一部である、「栄ミナミ」をイベントの利用により活性化することを目的として 2007 年から 2010 年にかけて 4 回開催した「栄ミナミ音楽祭」について述べ、その効果について考察するものである。

本論文内において、街を活性化するということとは、地域住民が一体となり現状を認識し抱える問題を解決し、恒常的に行わなければならない取り組みであると考えた。栄ミナミは、住民の不況に対する認識不足と、地理的条件の悪さという二つの大きな問題から、不況による影響が着実に深刻化していた。

栄ミナミは古くからの繁華街として大きな商圏を有していたが、名古屋駅周辺の再開発や近年の不況の影響により、以前の勢いを失っているのが現状である。住民も従来からの名古屋の習慣である倹約によって時が過ぎるのを待つ傾向にあり、積極的な対応はなされていなかった。また栄ミナミは地理的に大通りに囲まれているため、外部からの消費者が流入しにくい面があった。

このような状況で、筆者は外部に栄ミナミを知らしめるイベントを開催することにより、栄ミナミの認知度を向上させるとともに、イベント運営を通じた住民同士の繋がりの復活を目指した。「栄ミナミ音楽祭」を通じ、街が活性化し、栄ミナミの経済的な回復も期待することができると考えた。

筆者を含む栄ミナミ音楽祭実行委員会は、本音楽祭を 2007 年〜2010 年まで合計 4 回開催し、イベント来客数、インタビュー、メディア掲載数、住民交流の実績を通した考察をし、その有用性を確認した。結果、2010 年に 4 回目を終えた音楽祭の来場者数が、初回の 2 倍を記録した。また、インタビューからは、栄ミナミへ再度足を運びたい、住民の人の働く姿に一体感を感じ感動した、などの意見が得られた。

これらのことから本イベントが、栄ミナミの認知度の向上、外来者流入に対して有効であることを確認した。また本イベントの運営を通して、住民同士の交流

は飛躍的に増加し、コミュニティの再構築に対する有効性も確認することができた。そして、栄ミナミへの日常的な利用者が増加したことも確認された。

キーワード

イベント, コミュニティビルディング, ブランド化, 街づくり

慶應義塾大学大学院　メディアデザイン研究科

後藤 寿美

A Research for Town Activation by Using an Event

Abstract

This thesis describes about Sakae Minami Music Festival, which has been annually held since 2007 to revitalize an area called Sakae Minami, in the center of Nagoya Metropolitan city.

Sakae Minami is a traditional trading area as busy shopping street, but it is on the wane by redevelopment of around Nagoya station and recently recession. The inhabitants of Nagoya are waiting a sign of an economic up turn, having the habit of save money normally, so it has not a movement toward positive cooperation.

As Sakae Minami is surrounded by 4 big boulevards, it is sess attractive for consumers to access. In this circumstances the author aspires to gain recognition and to deepen exchanges of the inhabitants of Nagoya by using the event that is attractive design for outlander. It is expected that the event also contributes for economical activation of Sakae Minami.

After the event has been held four times, the planning committee of Sakae Minami Music Festival including the author that has confirmed its positive effect by the number of the event visitors, interviews, the number of media publications . The number of visitors has increased double in the four years. The committee received positive feedbacks from the visitors through the survey.

By using the event, the author confirmed to improve the recognition degree of Sakae Minami, and advantageous for outlanders. Through the management of the event, interchange of inhabitants was deepened and effect of the event was confirmed. As a result, day to day customers were increased to visit to Sakae Minami.

Keywords:

Event, Town Activation, Branding, Community Buiding

Graduate School of Media Design, Keio University

Sumi Goto