

指導教員名	長坂泰之
-------	------

活動区分	高業活性化型	連携先	商店街(平野商店街振興組合)
	IT活用支援型		

## ～ 平野商店街の個店の魅力の情報発信を通じた地域貢献(平野商店街振興組合) ～

### 活動の様子



お店の情報発信の現状とSNSの活用についてインタビューをしている様子。



インタビューした結果をSWOT分析でまとめるゼミ生

### 企画・活動概要

学生の強みであるSNSによる情報発信力を生かして、学生が平野商店街と連携し、店主・店員、そして商店街の魅力をマーケティング4P(商品・価格・流通・プロモーション)の視点から取材・分析し、Instagram等のSNSを活用して発信・運用支援を行った。プロフィール設定やハッシュタグ活用、写真撮影、投稿内容の改善など具体的な実務支援も実施し、各店舗や商店街の強みや人の魅力を可視化するとともに、継続的な情報発信の仕組みづくりを行った。

### 経緯・背景・目的

平野地区はかつて市電終点として賑わいを見せた地域であったが、近年は高齢化の進展や空き店舗の増加により商店街の活力低下が課題となっていた。商店街事務局や各店舗では、ブログ中心の情報発信が行われていたが閲覧数が伸びず十分な効果が得られていなかったり、SNSを開設したもの、継続的な情報発信ができていないなどの理由から閲覧数が伸びていなかった。そのため、学生がサポートしながらSNSを活用して情報発信を充実することにより、認知拡大とイメージ向上を図り、来街者増加と地域活性化につなげることを目的として本活動を実施した。



商品力は高いがSNSなどを活用した情報発信が十分でないために認知度が低いのが現状

### 取り組む課題

前述のとおり、商店街および各店舗において、情報発信力の不足やSNS未活用、運用スキルが必ずしも十分ではないことが課題となっていた。また、そもそも若年層顧客の来店が少なく、SNSなどを通じた認知も低かったことから、若年層に対して店舗の強みや店主・従業員の魅力が十分に伝わっていない状況であった。さらに、SNSなどを開設していても、投稿内容の単調さ、ハッシュタグやプロフィールの未整備や未更新、店内の様子が伝わらない写真など、マーケティング・プロモーションの課題にも対応する必要があった。

### 本学(学生)の役割

学生のSNSに関する知見、ノウハウは、店主たちのそれを上回る。学生は商店街や各店舗を訪問し、店主や従業員、商店街事務局へのヒアリングや観察を通じて魅力や強みを抽出し、それを基に発信内容を企画した。加えて、Instagramのアカウント開設やプロフィール設定、投稿文作成、写真撮影、ハッシュタグ設計、ストーリー機能の活用方法などを具体的に指導・支援した。また、継続的に運用できるよう店舗側にノウハウを共有し、実践的な伴走支援を行った。



インタビューした結果をSWOT分析をすることで、お店を取り巻く外部環境、内部環境を整理

### 活動結果・成果・学生が成長した点・学生が身につけた能力

活動を通じて、各店舗や商店街のSNS運用が改善され、投稿の質向上やフォロワー増加など認知拡大の効果が見られた。商店街全体としても情報発信力の底上げにつながった。学生は地域の実課題に向き合い、マーケティング理論を実務に応用する経験を得るとともに、対人コミュニケーション力や課題発見・解決力を高めた。また、商店街や中小小売店の社会的役割を理解する貴重な学びの機会となった。何よりも学生が自分たちのSNSに関する知識やノウハウを生かして商店街、各店舗の支援ができたことがゼミ生の自信に繋がった。



現状をしっかりと聞き取ることが、コンサルティングの第一歩

### 指導教員および関係者の紹介

#### <指導教員>



商学部  
マーケティング学科  
教授  
長坂泰之(ナガサカ ヤスユキ)  
  
<専門・担当科目等>  
流通政策、教養特講Ⅰ(流通)、  
中小企業経営論  
ベンチャービジネス論、研究演習 他

長坂ゼミは一言で言うと、「地域をつくり、ヒトとコトと場所を育てる実践型マネジメントゼミ」です。ソフトのまちづくり系のゼミです！！長坂ゼミは、2年生後期から始まる半年間に、空き店舗をリノベーション(改装)したカフェ空間「KIKKAKE PLACE」で飲食店に経営にチャレンジする唯一無二のゼミです。平野商店街はこの「KIKKAKE PLACE」のある地域で日ごろからゼミ生がお世話になっています。

#### <関係者・企業等>

平野商店街振興組合  
理事長  
小林和朗(コバヤシ カズアキ)

商店街の歩みは、1948年に前身の「平野商店会」が発足。1963年に「平野商店街振興組合」を結成。組織ができてから80年近い歴史があります。平野商店街のスローガンは「やさしいまち平野」。地元客が多く、高齢の方も多い地域であることもあり個々のお店が「やさしい」サービスに力を入れています。