

イベントにおけるサテライト店の出店により地域活性化と地域研究を行った

「東商デパート」サテライト店

活動の目的

「東商デパート」の知識と経験を活かし、表町エリアの空き店舗を活用した販売、イベント等で地域経済の活性化を図り、商店街に賑わいを取り戻す。これらの実学を通じて、実社会で必要とされる主体的に物事を考える能力を持った生徒を育成し、課題解決能力やコミュニケーション能力の育成を図る。

活動の内容及び経過

岡山市を中心とした地元企業と連携して、地域の産業や地域経済の発展につながる特産品を活用した新たな商品の考案やPR販売を行い、岡山市や人通りの少ない地元商店街に人が集まり賑わうための方策を考え、空き店舗を活用した販売や、イベントの企画運営を行う。例年開催しているイベントが、コロナ禍の影響で開催出来ない中で、どうすれば開催することが出来るのかを模索し準備を行った。

- 5月 協力企業の選定
- 6月 岡山市（地域整備課）へ相談
- 7月 オンラインでのモール（販売店舗）設立
- 8月 協力企業の調査研究
- 9月 広報活動（販売促進）の強化
- 10月 オンラインでのモール（販売店舗）開店
- 11月 東商デパート
- 12月 東商デパート分析、検証
- 1月 地元商店街など関係者とのミーティング

活動の成果・効果

コロナ禍の影響でイベントが開催出来ない中で、どうすれば開催することが出来るのか（販売方法を対面方式からドライブスルー方式など）課題解決に取り組み、新型コロナウイルス感染症対策としてオンラインを活用する新方式を採用した。イベント会場となる施設関係者や岡山市（地域整備課）へ相談し、ドライブスルー方式の許可は得られた。しかし、例年のイベント規模から考えて、ドライブスルー方式での販売方法には無理があると判断し、オンラインを活用したモール（販売店舗）を教員と生徒が協力して10月に開店し、事前予約注文を受け付け、11月のイベント当日に、商品を引き渡すという新方式を採用した。広報活動として、協力企業の店舗紹介や商品をアピールする1分程度の動画を作成し、協力企業との打ち合わせを幾度と重ねることで、コミュニケーション能力の育成も図られ、公式SNSで発信するなど、例年以上のPR活動を強化した。オンラインを活用することで、当日店舗に来場できない県外のお客様からの注文にも対応することが可能となった。



オンラインを活用したモール（販売店舗） 入口では生徒が来場者に検温を実施



飛沫防止シートを挟みつつ丁寧に対応



事前予約注文を受けた商品をお渡し

今後の課題と問題点

今年は出来なかったが、空き店舗を活用した販売、イベント等することで、地域に賑わいが生まれ、地域経済の活性化に貢献できた。しかし、イベントという一過性が強く、いつでもできる常設店舗化に向けて取り組みをしてきたが、店舗運営の人員の確保、商品の在庫管理など、運営費を賄うことの厳しさを痛感した。オンラインを活用する新方式を採用したことで、当日イベントには参加できないお客様への要望にも応えられる手段の一つが発見できたことは大きい。

- 代表者：岡田哲朗 ●所在地：岡山市中区東山
- TEL：086-272-1237 ●E-MAIL：higasho@pref.okayama.jp
- URL：http://www.higasho.okayama-c.ed.jp/
- 設立年：2016年 ●メンバー数：10名