# 第3回京橋しゃべり場 資料 一京橋地域活性化一

大京商事株式会社 専務取締役 鷲見

#### 第0回京橋しゃべり場「地域資源分析」

#### 観光資源

大阪城、京街道、太閤園、藤田美術館、大阪市公館造幣局、天神祭、桜の通り抜け、桜宮だんじり

#### 施設資源

グランシャトー、コムズガーデン、ダイエー 商店街、京阪モール、Kぷらっと、KIKI

#### メディア資源

読売TV、京橋経済新聞、京橋TV 大京橋、日日新聞、都島区.com

#### 交通資源

ターミナル駅(京阪電車、JR、地下鉄) アクセス、パーキング豊富、傘要らず **夜の街資源** 歓楽街

#### 飲食関連資源

多種多彩な飲食店、居酒屋、立ち飲み 豊富なバー、センベロ、メディア紹介

#### オフィス資源

OBP(大企業)、中小ビル(中小企業)

#### 音楽関連資源

イズム、ベロニカ、ハイファイブ、セブンデイズ、大阪城ホール、BRAVA、コムズ広場、ダイエー広場、商店街広場、駅前広場、ストリートライブ

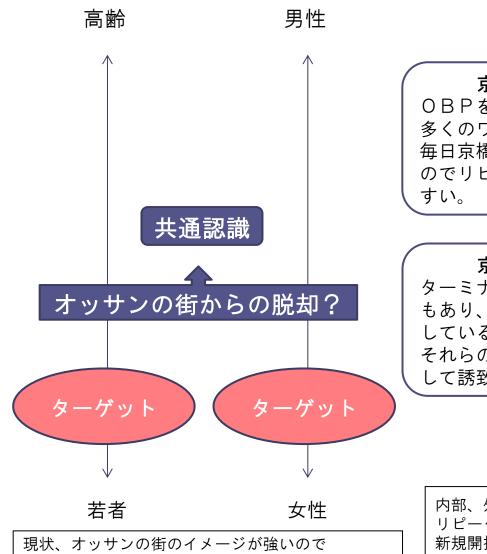
#### 人資源

都島区・城東区住民、サラリーマン 事業主、ミュージシャン、人が多い オヤジ、交流、多国籍、人情、街思い

#### 都市資源

エリア色、レトロとモダンの融合、個性 駅近くに集積、物価が安い、目印多い 下町人情、穴場、路地裏、オシャレ

#### 第1回京橋しゃべり場「ターゲティング」



現状、オッサンの街のイメージが強いので若い女性をターゲットにして新たなイメージを作っていきたいというのが共通認識としてあった。

内部

#### 京橋勤務者

OBPをはじめ京橋には多くのワーカーがいる。 毎日京橋を利用している のでリピーターになりや すい。

#### 京橋乗換客

ターミナル駅ということ もあり、乗換のみで利用 している人は非常に多い。 それらの利用客を顧客と して誘致する。

#### 京橋近隣住民

都島区、城東区をはじめ 京橋近隣には多くの住民 がいる。毎日利用してい るのでリピーターになり やすい。

#### 観光客

円安の影響もあり、キタ やミナミでは観光客が非 常に増えている。京橋で もこの外部環境の機会を 活かし誘致する。

外部

内部、外部のターゲティングについては意見が分かれた。 リピーターになりやすい内部をターゲットにしていくのか 新規開拓として外部をターゲットにしてPRしていくのか。 イベント毎にターゲットを変えていくというのも1つの方法。

#### 第2回京橋しゃべり場「プロジェクト企画1」

地域ブランド戦略の目標設定 (何度でもやり直しOK)

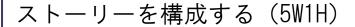


「メディアが何で動くか」を考える

「社会性」+「本能と五感」に響く

「旬」なもの タイムリー性





Who(誰)

When (いつ)

What (何を)

Where (どこで)

Why(なぜ)

How (どのように)



大きく夢見るまち、大阪

## 第3回京橋しゃべり場「プロジェクト企画2」

池ちゃん案

ストーリーを構成する(5W1H)

#### Who (誰)

食事と音楽を楽しむ若者

#### When (いつ)

大阪の陣400年天下一祭を機に

#### What (何を)

流し文化の復活(新京橋流し)

#### Where (どこで)

京橋商店街・京阪エリアで

#### Why (なぜ)

頑張る若者を応援する為に

#### How (どのように)

各参加アーティストが投げ銭を 競う。新文化「京橋流し」

#### 新文化の創造「京橋流し祭り!」

(京橋エリア) SWOT分析

#### 強み (五感と本能に響く)

- · ターミナル駅
- ・ミュージシャン
- ·個人飲食店多
- ・下町風情・エリア性
- ・イズム・ベロニカ

#### 弱み

- ·雑多感
- ・キャッチ
- ・はみ出し店舗
- ·放置自転車

## 機会

(今の時代の旬は)

- ・大坂の陣400年
- ・流し文化の見直し
- ・歌い場を求める若者

#### 脅威

- ・梅田や天満の台頭
- ・客層の高齢化

#### 第3回京橋しゃべり場「プロジェクト企画2」



大阪文化は「京橋」に任せろ!これからはヒガシの時代だ! 大坂の陣400年プロジェクト

# 「京橋流し祭り!」

京橋の地域振興活動を行う団体「京橋しゃべり場」は、グルメも音楽も楽しみたい若者に向けて、大坂の陣400年を機に、京橋流し祭り!を企画しました。 失われつつある流し、投げ銭文化を京橋の美味しいグルメを堪能しながら楽しめます。

主催は京橋の街をもっと良くしたいと若いメンバーで集まった「京橋しゃべり場」。8月の開催に向けて、現在は細かい調整を行っています。将来的にはこの流し祭りを街の風物イベントにしていきたいと考えています。

流しとは、楽器を持って飲食店を周り演奏や歌を歌う事を言います。曲が気に入れば投げ銭をお客様にしていただき、それが歌手のギャラになります。京橋は個人店が多いので流しにも理解があり、今回のイベントが実現しました!各参加アーティストが投げ銭額を競います!

#### 【協議事項】

- ① 開催日時
- ② 開催場所の範囲
- ③ 出演者の範囲
- ④ 新文化「京橋流し」とは

第 2 4 号 亚成 27 年 6 日 2 日

京橋しゃべり場 御中

大坂の陣400年 プロジェクト実行委員会事務局

「大坂の陣400年プロジェクト」参加承認について(通知)

平成27年5月28日付けで申請のありました「京橋流し祭り(仮称)」の「大坂 の陣400年プロジェクト」参加について承認します。







#### 第3回京橋しゃべり場「プロジェクト企画2」

イベント活動資金スキーム We Love 京橋プロジェクト クラウドファンディング https://readyfor.jp/projects/kyobashi-shaberiba

We Love 京橋を広めながら、京橋活性化イベントを行いたい!

+気になるリストに追加

新動情報 0



【\*\* いいね! 「いいね!」と言っている友達はまだいません。

94-1 0

#### このプロジェクトについて

京橋グッズ作成とイベントを開催することで、大好きな京橋を盛り上げたい!

「京橋しゃべり場」代表の鷲見慎一 (写真右) です。京橋しゃべり場とは大阪 京橋地域の事業主、住民、利用者など京橋好きの若者が集まった団体です。 大好きな京橋をみんなで盛り上げていきたい!そういう志をもったメンバーが 毎月1回、意見交換の場を聞き街の活件化について話し合いを行っています。 話し合いだけでなく、小さなことでもみんなで実践していくをモットーにイベ ント企画等も行っています。



京橋しゃべり場 メッセージを送る

大阪京橋地域を盛り上げようと京橋好 きが集まった団体です。We Love 京橋 を合言葉に京橋地域の活性化に注力し

現在の違成金額	<b>0</b> 用
目標金額	300,000 F
スポンサー募集終了まで	<b>30</b> ⊟
支援した人数	<b>0</b> A

このプロジェクトは "X月XX日XX時XX分" の時点で、 300,000円以上集まった場合のみ、決済が完了されます。



¥2.000 の支援で受取る引換券 在庫制限無し

サンクスメール We Love 京橋 ストラップ 1個

0個 瞳入済み



¥5,000 の支援で受取る引換券 在庫制服無し

サンクスメール

We Love 京橋 ストラップ 1個 We Love 京橋 ポロシャツ 1着

0個 購入済み



¥10.000 の支援で要取る引換:

在庫制限無し

サンクスメール

We Love 京橋 ストラップ 1個 We Love 京橋 ポロシャツ 1着 We Love 京橋 バッグ 1 個

0個 購入済み



クラウドファンディングで初期資金 今後はグッズ販売にて活動資金へ 社団法人化により資金調達が容易に

#### 京橋しゃべり場のPR活動



# まち・ひと・しごと創生 主役は、地方のチカラです。





政府広報/地方創生への掲載 http://www.sousei-doga.jp/toko/detail/131

得票率でTV番組への掲載も・・・





#### 取り組み詳細

大阪京橋の街を良くしようと意見交換の場として出来た「京橋 しゃべり場」。メンバーは街の事業主、住民、利用者など街が好きな人かつ40代までの若者で構成されています。

京橋の良いところをシェアし、「京橋にあったらいいな」を小さいことから実現していき、先輩が守ってきてくれた京橋を次世代でも盛り上げていくことを目標としています。

## 開催日程とテーマについて

第0回 3月20日 基礎調査(地域資源分析)

○京橋の地域資源をみんなで考えよう

第1回 4月17日 基礎調査(ターゲティング)

○どんな人が利用してる? どんな人を呼び込むのか?

第2回 5月15日 プロジェクト企画1

○どのような企画をすればターゲットを呼べるのか?

第3回 6月19日 プロジェクト企画2

○京橋流し祭りについての企画を検討

第4回 7月17日

第5回 8月21日

テーマは進行次第で