

15班 班長 大堀楓華



事業案

1. スーパー・コンビニを作る
2. 使われていないシャッター街を改装する
3. Twitterを使った宣伝
4. 体験Activity



1. スーパー・コンビニを作る



吉野に住む人々にとってのメリット

- 買い物が便利になる
- 買いだめをしなくても良くなる



生活がしやすくなる

→暮らしがより豊かになり、住む人が増える!!



坪岡林業も協力して作った時のメリット

- 地元の人々の意見を組み込んだデザイン
- 近場に建設するので、木材の運搬が比較的楽に済む。
- 坪岡林業の宣伝になる

外国人観光客が増えれば日本だけでなく、
世界中の人に知ってもらえる!!

Point!





京都”祇園”



京都”東山三条”



京都”寺院風”



岐阜”飛騨高山”

上の写真のように、景観を崩さず、吉野の町並みに合ったものを作る



2. 使われていないシャッター街のお店の改装をする

→ 地元の事業者さんが、”地元の”デザインをするほうが、他の人が設計するよりも吉野の雰囲気にあった 景観・設計をすることができる。

→ 表の方などに看板等を立てて設立元を書くと、坪岡林業宣伝にもなる。



~どんなお店にするのか~

①食べ歩きのできる（お店の中で食べられる）カフェ

- 店：**
- ・柿の葉すし、くず餅のような特産品、特産品を使った新しい商品などが食べられる。
 - ・食べた後にお土産として買えるように、持ち帰り用のものも販売。
 - ・感染対策はしつつも、試食できるようにする。
 - ・虫が入って来ないように対策（網戸）、換気ができる窓。



<聖山の良かったところ>

- ・写真を取りたくなるような雰囲気
- ・イス、テーブルは木の温かみを感じられる。
- ・いくつかの種類の座席があった。
- ・縦鏡で写真が取れそうで良かった。

<プラスα>

- ・川沿いの景色が見えると良い
- ・丸形テーブルの数を増やすと、対面で食べられる。

②空き家、古民家改装

- 使われていない古民家の改装を行い、カフェをオープンする
& Instagram , Twitterでの宣伝活動



Instagramの#投稿 ※2023年01月11日 時点

目的：カフェ店舗を増やすことで、吉野町へ出入りする人を増やし、来た人たちに広めてもらって、吉野町の存在を知ってもらう。

SNS：若者向けの広報活動

新しく建物を作るよりも、骨組みができていない古民家を改装するほうが、

①職人の手による希少な建築を保存できる

②地域の活性化につながる (https://www.mitsui-reform.com/column/old_house/)



3.



twitter

を使った宣伝

Twitterの便利な機能

ビジネス・企業向けの
便利機能



ロケーション

スポットライト機能

- 所在地 (Google Map と連携)
- 営業時間の表示

クイックプロモート機能

- 簡単に広告を投稿できる

↳ 広告立ち上げ画面が**必要ない**

- 広告出稿は1000円から可能
- AIが自動で最適化したユーザーに発信される

広告を見る



ユーザー



やりとり



企業



ニーズに

応えら
れる!



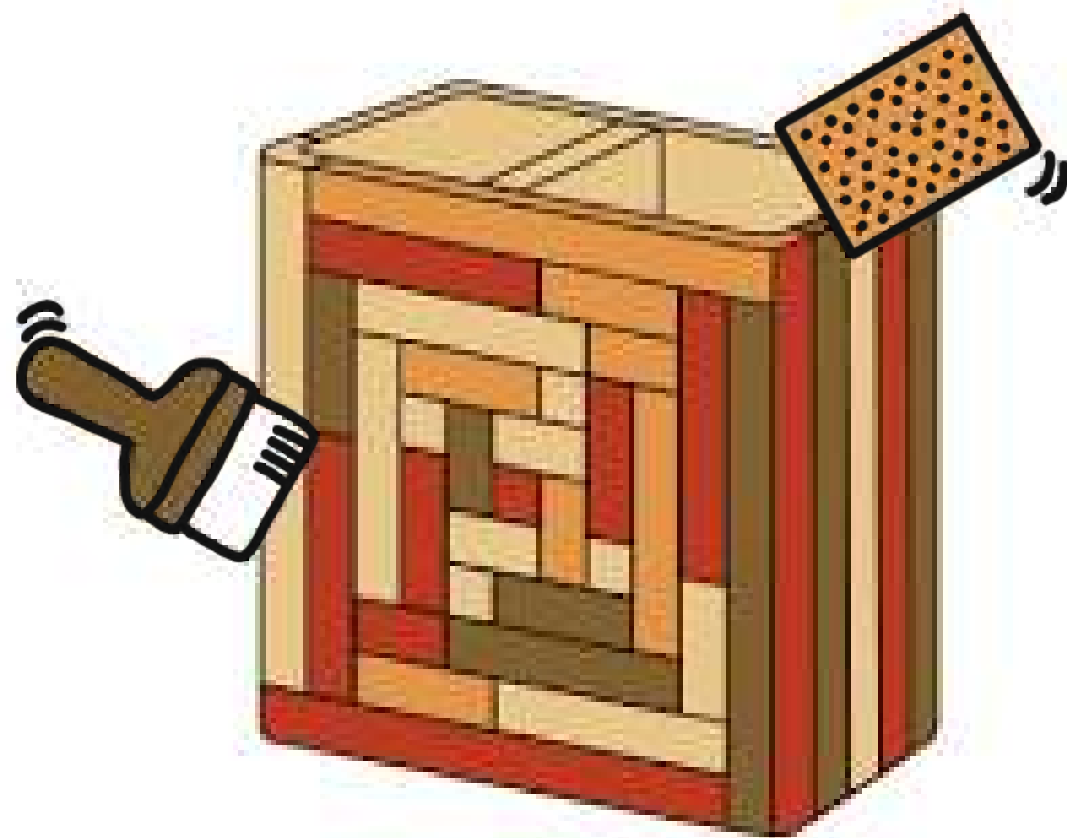
4

体験Activity



吉野の木をつかった

寄せ木アートキット

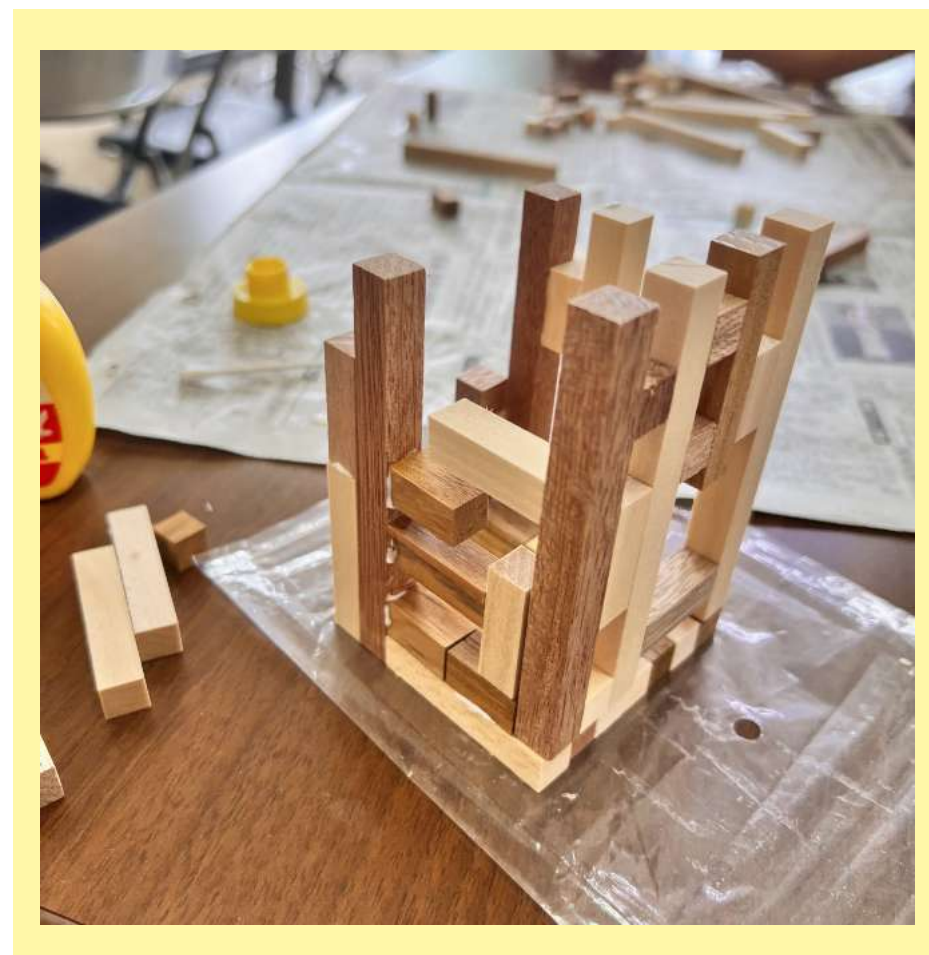


寄せ木アートのいいところ



- 色々な種類の木に触れられる！
- 自由に組み合わせて作れる！

↳ (体験者の自由な発想を大事にできる
個人のニーズに合わせられる



キットを作ること...



☆吉野に行けない人でも、キットがあれば吉野の木に触れてもらえる！

☆キットのパッケージに「吉野の木」を使っていると書けば吉野の宣伝にもなる！

☆木の端を使えばいいので、無駄にならない！
(形は正方形でも長方形でもOK！)



細工



1. スーパー・コンビニを作る
(景観重視のデザイン設計で)
2. 空き家、古民家改装のカフェを作る
(若い世代をターゲットに)
3. Twitterでの宣伝活動
(SNSを活用して知名度UP & ニーズへの対応)
4. 見るだけでなく、体験型の観光地に～

以上