

企画理由

- 衰退しかけている祭りを盛り上げたい
- 地元の名産を広めたい
- コロナで祭りができていない人に経験させたい

⑦プロジェクトの協力者	⑤プロジェクトの主要な活動内容	①プロジェクトの具体的内容 (商品・サービス・イベントの内容)	③どのような関係を作るか？	②対象とする人 ・想定利用者
現地の生産者 地元の祭りを やってる人 地元の人 行政 J C 宮川大輔	持続させていくために取り組まなければならない活動/自分たちが自分の知り合いに伝えていく/出店してくれる方との繋がり/地産地消の大切さを伝えていく/祭りの伝統をつないでいき、祭りそのものを継続させる	出店を地産のものに PR SNSの活用	共に地元を思いやれる関係 観光客/姫路産の食べ物が食べられるお店がたくさん リピートしてもらうために、模擬祭りの目的をしっかりとPRする/仕掛け・・・太鼓叩いたり、屋台を担いだりする、廻し体験/一律で観光客から料金をいただき、できるだけ全てのお店のものを購入いただく/一番おいしかった店に投票していただき、上位のお店に賞？を用意する。	地元の人 観光客 地元の生産者
	⑥プロジェクトを形にするために必要になってくるもの、こと		④プロジェクトの届け方	
	お金、祭りをする人、祭りの伝統を良く知っている人/屋台・神輿/観光客へ情報を流すツール/地産地消に詳しい人、同じようなイベントを実施している人、団体から話を聞く		SNS ポスターを作成して、学校に配る 行政に協力を仰ぎ、HPに掲載、ポスターを役所などに掲示してもらう	
⑧このプロジェクトのためにかかる費用			⑨このプロジェクトがもたらす地域経済へのインパクト・価値	
200～300万円 行政、企業の協賛 入場料			地産地消の出店が儲かる プロジェクトにかかる費用 祭りで地産地消の出店が儲かる 祭りが活性化することで、各地の祭りが盛んになり、お金をたくさん使う 祭りが活性化する、地域が盛り上がる、経済が巡る、人が集まるの循環が生まれる	

- プロジェクトを実践を通して実現したい
理想の姿
- ・継続して人があつまる
 - ・継続して出店者が集まる
 - ・模擬祭りがモデルケースとして各地域で採用される