

【褒賞登録申請書・概要書】

事業名称	平和大通りから生まれる語り合いの輪
申請部門	対外事業部門

申請 LOM	一般社団法人広島青年会議所		
LOM 番号	1 6	LOM の人数	9 7 名
理事長名	林 秀樹		
担当者名	蔵田 勇祐		
担当者携帯番号 (半角)	080-3876-1011	担当者 E-Mail (半角)	kurata.yusuke.1192@gmail.com

本事業の参加者	会員数	延べ	4 5 名	会員参加率	3 7 . 8 %
	関係者数		3 0 名	一般参加数	1 4 1 名
事業実施に至った背景 200～400 文字程度	<p>広島のまちは平和記念都市建設を目指し、戦後の復興を遂げてきました。その中で平和大通りは市民の平和への想いを集め、その想いを世界に伝えるという役割により、まちの発展を支え続けてきました。そして今、行政は平和大通りを市民が平和を実感し、新たな賑わいを生み出す空間にしていくため、魅力や価値を高める整備及び利活用の基本計画を打ち出しています。</p> <p>しかしながら、行政の計画は市民の声を十分に反映した計画とは言えない状況です。行政がまちの活性化を志し、あらゆる市民からの新たな意見を求めるものの、まちづくりに対する敷居の高さから積極的な一部の市民からしか声は発せられていません。行政と様々な立場の市民の想いを具現化するためには、幅広い層の市民にまちのことを考えてもらう契機を与え、意見を聞き取りやすくする仕組みが必要です。</p> <p>具体的な経験を積み重ね、意見の交換を続けていくことで、広島のまちの魅力や価値を高めることにつながり、あらゆる市民が求める国際平和文化都市へと歩みを確実に進めることができます。</p>				
事業の目的 200～400 文字程度	行政と市民が理想の平和都市実現に向けて協働する機運を高めること				
事業の概要 200～400 文字程度	<p>行政と市民が同じ体験を経て、様々な立場からの意見を得ることにより、具体的な話し合いを進め、「語り合い」と「具現化」のサイクルに新たな起点を生み出します。本事業は①「事業説明会」、②「夏夜市」、③「ワークショップ」の3段階で実施します。</p> <p>①平和大通りの利活用に関する注意事項や行政の整備計画を説明し、「夏夜市」と「ワークショップ」の趣旨を周知します。</p> <p>②青年世代へのヒアリングから、ナイトエンターテインメントの開催、</p>				

	<p>子ども達が楽しめる夏祭りの開催、飲食物販ブースの出店、音楽イベント、民間団体等の定期的な事業開催などが挙げられました。平和大通りにて青年世代からヒアリングをした意見を取り入れた、初の民間事業者主体の事業を開催し、同じ体験を得られる場を演出します。</p> <p>③参加者の経験やアンケート結果をもとに、今後の平和大通りの在り方を青年世代が議論します。</p> <p>得られた意見やアンケート結果を広島市に提出し、今後の行政主催の検討会で活用いただきます。</p>	
開催時期・ タイムスケジュール	2024年 8月 2日 (金)	
	15:00～16:00	事業説明会
	2024年 8月 24日 (土)	
	17:00～21:00	夏夜市
	2024年 9月 6日 (金)	
	15:00～17:00	ワークショップ
開催場所	<p>【事業説明会・ワークショップ】 p o r t . C l o u d (広島県広島市中区基町5-44)</p> <p>【夏夜市】 平和大通り緑地帯 (広島県広島市中区小町2～3丁目)</p>	
事業区分 新規・継続	新規	
公益・共益区分	公益事業	
事業総予算・収支 200～400 文字程度	予算上の工夫と、予算の内訳の概算を記述してください。	
	<p>【収入計】 ¥ 1, 9 1 0, 0 0 0</p> <p>(内訳)</p> <p>登録料収入 : ¥ 3 2 0, 0 0 0</p> <p>広告料収入 : ¥ 1, 0 4 0, 0 0 0</p> <p>事業収入 : ¥ 5 5 0, 0 0 0</p>	
	<p>【支出計】 ¥ 1, 8 8 8, 1 7 3</p> <p>(主な内訳)</p> <p>会場設営費 : ¥ 1, 5 2 0, 0 0 0</p> <p>本部団関係費 : ¥ 1 5, 3 2 7</p> <p>広報費 : ¥ 2 7 0, 3 2 5</p> <p>報告書作成費 : ¥ 1 4, 0 0 8</p> <p>保険料 : ¥ 6 6, 1 1 5</p> <p>雑費 : ¥ 2, 3 9 8</p>	
	<p>【収入差額】 ¥ 2 1, 8 2 7</p>	

	広報では、うちわにチラシを印刷して、アンケートを回収する際に、かき氷１杯を無料で配布することで想定以上多くのアンケートを回収することが出来ました。	
協力団体	共催	広島市
	協賛	アサヒビール株式会社、株式会社大野石油店 他２９社
	後援	なし
	その他	事業協力：ＮＰＯ法人セトラひろしま、小町町内会 他１０団体 参加推進：株式会社中国新聞社 他６社 物品協賛等：株式会社やまひろ 他６社
事業対象者	平和大通り緑地帯における利活用について関心のある広島市民 平和大通り緑地帯の基本計画に携わっている行政担当者	
行動 (ACTION TAKEN) 200～400 文字程度	<p>事業の調査、立案、会議の流れ、実施活動について記入</p> <p>広島市の整備計画や平和大通りの活用方針を調査し、行政機関や地域団体へのヒアリングを実施しました。特に、市民が求める平和都市像を明確にするため、青年世代や地域住民の意見を収集し、ナイトエンターテイメントや飲食・物販、音楽イベントの需要を確認し、また、過去にイベントが開催されなかった理由を探り、騒音・ゴミ・被爆樹木の保護といった課題を整理しました。調査結果を踏まえ、「事前説明会」「夏夜市（社会実験的イベント）」「ワークショップ」の３段階で事業を構成し、まちづくりの理解を深める場を提供。地域住民や行政との連携を強化し、持続可能な運営を目指しました。委員会では、事業計画の具体化に向け会議を重ね、運営課題の解決や集客・告知戦略、安全対策を協議しました。「事前説明会」では行政の整備計画を共有し、まちづくり意識を醸成されました。ワークショップでは、理想の平和都市像について議論が交わされ、平和大通りの活用可能性が再認識されました。</p>	
結果 (RESULT) 200～400 文字程度	<p>複数の短い文章になるように下記項目毎に簡潔に記載</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 目的がどのくらい達成できたか 2. 上記の結果の想定外の結果 3. 上記の結果の確認方法 4. 検証結果 <ol style="list-style-type: none"> 1. 事業説明会およびワークショップは、計画人数４０名に対し、実施人数４０名を達成し、夏夜市では、計画２，０００名に対し、４，５４２名が参加しました。 2. 特設サイトの開設により、「夏夜市」の詳細を事前に告知することができ、近隣住民や地域団体、ブース出店者が自身のＳＮＳで情報を発信したことで、大きな参加促進につながったと考えます。 3. 行政、地域住民、出店者、民間事業者とのワークショップを通じた 	

	<p>ヒアリングを実施しました。</p> <p>4. 事業参加者が担当窓口へ直接訪問や連絡を行ったとの報告があり、本事業を通じて行政と市民の継続的な関係性が生まれたことが証明されました。また、その際に今後の事業相談も寄せられ、行政と市民が共に語り合うことで協働の機運が醸成され、新たな協働の場が生まれたと判断できます。このことから、本事業の目的は達成されたものと考えます。</p>
<p>地域社会への影響</p> <p>200～400 文字程度</p>	<p>この事業が与えた地域社会への影響を記入</p> <p>事業説明会およびワークショップは、実施人数 40 名に参加していただき、夏夜市では 1 日で 4, 542 名の動員を達成しました。夜の平和大通りは暗く、人通りが少ないため集客は望めない、という想定が大半の見解でしたが、「ワークショップ」内でも「来場者数が予想以上だった」「ファミリー層が多くマナーが良かった」「事業規模関係なく活用できる会場だと証明できた」との声をいただき、平和大通りを賑わいの拠点とするポテンシャルがあると多くの方が実感されたものと考えます。平和大通り、また平和都市がどのような姿であるべきかについて興味を持っていなかった方も、イベントに対する興味だけでなく、まちづくりの当事者として意識が高まった様子が見られ、私達の事業がこれからの平和都市実現に向けて一石を投じることができたのではないかと考えます。</p>
<p>LOM への影響</p> <p>200～400 文字程度</p>	<p>この事業が LOM に与えた影響を記入</p> <p>本事業を通じ、LOM メンバーは平和都市の在り方を再考し、まちづくりの担い手としての意識を高める貴重な経験を得ました。事業の構築・準備・実施を通じて、想いを形にするためのプロセスや、共感を得るための伝え方を学ぶ機会となりました。特に、「夏夜市」の実施においては、地域住民との対話を重ねながら課題を解決する過程で、丁寧な関係構築の重要性を実感しました。また、ワークショップでは多様な意見が交わされ、平和大通りの未来像について議論を深める中で、まちづくりに主体的に関わる意識が芽生えました。さらに、本事業を通じて、平和都市の実現には市民と行政の継続的な対話が不可欠であることを確信しました。「委員会メンバーが一丸となった」「来場者の笑顔が印象的だった」との声が寄せられ、多くの人々に影響を与えたことを実感するとともに、委員会メンバーにとっても成長の機会となった事業でした。</p>
<p>事業の長期的な影響</p> <p>200～400 文字程度</p>	<p>この事業の期待される長期的な影響を記入</p> <p>本事業は「事前説明会」「夏夜市」「ワークショップ」の 3 段階を通じ、平和大通りを活用した平和都市の具現化を目指しました。「夏夜市」では、民間主導の新たな試みが地域との協力によって実現し、平和大通りの活用可能性が広がりました。騒音・ゴミ問題も事前の地域協力により解決し、持続可能なイベント運営のモデルとなりました。来場者は 4, 542 名、アンケート回収は 557 件に達し、市民の関心の高さが示さ</p>

	<p>れました。「ワークショップ」では、多様な意見交換を通じ、平和大通りの未来像が議論されました。外国人との交流拠点やダイバーシティ空間としての発展、さらには世界平和の象徴となる可能性が示され、まちづくりへの関心が高まりました。これらの成果を踏まえ、本事業は平和大通りの活性化に向けた第一歩となり、地域住民・事業者・行政の連携による持続的なまちづくりの推進が期待されます。</p>
<p>考察や推奨</p> <p>200～400 文字程度</p>	<p>検証を踏まえた次の行動を記入</p> <p>出店者アンケートでは、多くが次回も参加を希望し、新たなアプローチを試みたいとの声もありました。イベント成功には明確な目的と動員戦略が重要であり、平和大通りの多様な活用を検討すべきです。また、近隣住民の調査から、平和大通りは市民に親しまれ、観光地としての可能性も高いことが分かりました。観光客向けのイベントや商業施設の整備により、宿泊者の散策エリアとしての活用が期待されます。ワークショップでは活発な意見交換が行われ、「自由に話し合える雰囲気が良かった」との声も多く、今後も議論を深める場を継続することが重要です。これらの結果を踏まえ、地域の声を反映した具体的な施策を進めることが求められます。</p>
<p>改善点</p> <p>200～400 文字程度</p>	<p>どのような改善点がありますか？</p> <p>〈夏夜市〉</p> <p>縁日など滞在時間の長い店舗前には長蛇の列ができ、出店者や歩行者に迷惑になることがありました。事前に待機時間のヒアリングを行い、待機スペースを用意することで対応ができたと考えます。</p> <p>〈ワークショップ〉</p> <p>多くの意見をいただき場が盛り上がった一方で、参加者ごとの発言回数によって、グループ内での偏りが生じていました。事前に参加者の特性を把握しグループ分けをすることで、より質の高い議論につなげることができたと考えます。</p>
<p>その他</p> <p>200～400 文字程度</p>	<p>その他のアピールや補足があれば記入</p> <p>今までに平和大通りで実施されたことのない、初の民間主導のイベントの計画をすすめていくにあたり、平和大通りでイベントが開催されてこなかった理由を体感しました。そもそも、民間事業者や地域住民の方々は、夜の平和大通りでの興行に否定的でしたが、事前のヒアリングをすすめ、誠意ある対応をとることで、表面化した課題を、少なからず解決することができました。実際にイベントを開催した結果、新たな課題も見つかりましたが、参加していただいた方には、ご好評をいただき、民間事業者や市民から、当事者として、今後の平和大通りの利活用について、前向きな意見を発信する姿を見ることができました。開催するにあたり、否定的な意見が多い中でも、まず、行動を起こし、自らが先駆者となり変化を起こし、後進を促すことはまさに青年会議所の本懐であると考えます。どうせダメだという停滞した思考から、積極的な変化をも</p>

	たらすことができたと確信しています。
当日のストーリー写真 (PDF)	<ul style="list-style-type: none"> ・添付書類は 1 ファイルにつき A4 用紙で 2 枚以内（1 枚につき添付できる写真は 6 枚までとします。）で作成してください。 ・作成後 PDF 形式に変換して提出してください。 ・別途、事業に関する代表的な写真を 2 枚 JPEG データーでも提出してください。（PDF 資料と同じものでもかまいません） ・著作権及び肖像権を侵害する形での画像の使用は禁止します。
メディア掲載写真 (PDF)	
その他参考資料 (PDF)	
著作権及び肖像権	
	権利侵害が無い事を確認したらチェックをしてください。☑

当日のストーリー写真

エリアマップ

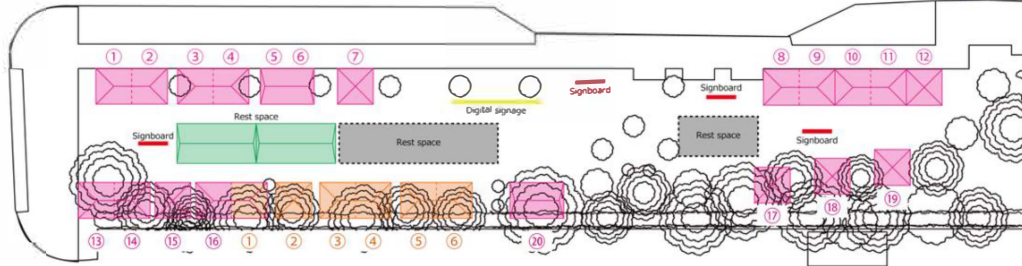


1つ目の区画では飲食、物販関係者が出店し、緑地帯での今後の出店イメージを実感できる「ショップ&グルメエリア」を設けました。

2つ目の区画では、近年減少している子どもたちの遊べるスペースを確保し、夏祭りをイメージして楽しむことができる「アクティビティエリア」を設けました。

「ショップ&グルメエリア」内には、夜間でも視認性が低下しないデジタルサイネージを1台設置しました。デジタルサイネージには、事業名や協賛社名、協賛社CMを掲出し、一般参加者へPRしました。平和大通りの整備後のイメージ動画も合わせて掲出することで一般参加者の整備計画に対する認知と関心を高めることができました。また、出店者や一般参加者、近隣住民には「夏夜市」の開催に伴い以下の方法とタイミングでアンケートに回答いただき、集計したアンケートはワークショップでの活用へとつなげました。

ショップ・グルメエリア



S=1/400



1 わいわい食堂

フルーツ飴
はしまき
串焼き



2 株式会社露乃屋

佐世保バーガー
フライドポテト
肉巻きおにぎり・削り揚げ
レモンスカッシュ&ソー



3 やまうえ農園

アップルパイ
タコス
スムージー



4 ヘニヘニ

レモンスカッシュ
きさいかめ天ぷら



1 ワラマルシエチーム

衣類販売



2 Himmeli Lanka

ヒンメリ販売&ワークショップ
(フィンランドの伝統芸術品)



3 広島郷心會連

風鈴販売&ワークショップ



4 とろろ (さんかくとななめてん)

アクセサリー・布雑貨販売
&ワークショップ



5&6 グルメ番

串焼き
(牛・豚・鶏・タン)
フランクフルト



7 牛肉三番

牛すじ焼きそば
唐揚げ・フライドポテト
串焼き (牛ヒレ)
フランクフルト



8 香門西社農圃

串焼き
フランクフルト



9 カラズマート

唐揚げ (米粉使用)
フライドポテト
ソフトドリンク
かき氷



5 橋古本店

古本 (絵本) 販売



6 touka

スノードーム販売&ワークショップ



10 ホットジャマイカデリ

シェイプアイス
かき氷
スムージー
レモンスカッシュ



11 伊ばた焼しる

串焼き (特大カルビ・タン)
チーズハットク・くわい唐揚げ
あげタコ焼き・肉巻きおにぎり
フライドポテト・フランクフルト



12 株式会社エイコーンズ

スムージー



13 バイオカイア・同席

唐揚げ
太芋いも
レモンスカッシュ



14 一般財団法人
お好み焼アカデミー

お好み焼き
焼きそば
ドリンク各種



15 you-ichi GLUE

かき氷
ドリンク各種



16 浜タロー

にぎり天
焼酎・ハイボール
レモンソー



17 南田森屋株式会社

串焼き (山崎焼)
せんじがら
焼きそば
すり氷



6. 広報宣伝

【ポスターデザイン】



① 参加推進は周辺エリアの地域団体や施設を中心に依頼をしました。また地域の盆踊りや夏祭りなどでもうちわを直接配布することができ多くの来場につながりました。1件ごとの依頼となりますので時間は掛かりますが、地域の方々を巻き込むことで多くの広がりがありますので、事前のお声掛けやつながりを創ることが必要です。

【うちわデザイン】



【デジタルサイネージ】



【ニュースサイト掲載】



広島都心会議



ウォーカープラス



広島ニュース食バタインジャー



いこーよ

【ブース出店者・個人SNS投稿】



重富酒店



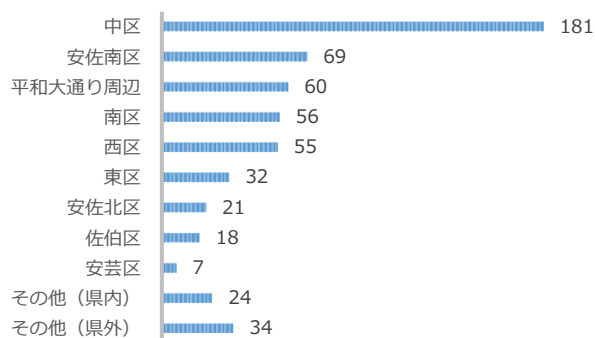
△と△店

特設サイトを開設することによりSNSへの投稿につながり、約8,400件のアクセスを獲得できました。うちわやポスターのリアル告知だけではなくSNSを有効に活用することが必要です。

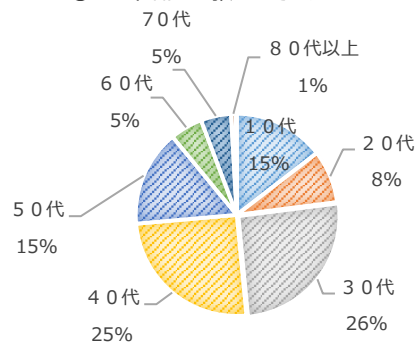
その他参考資料

～一般参加者アンケート回収結果（詳細）～

①お住まいのエリアを教えてください

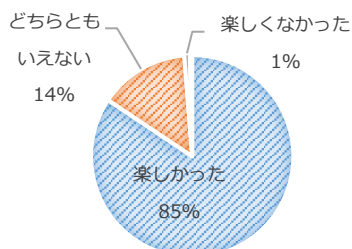


②ご年齢を教えてください



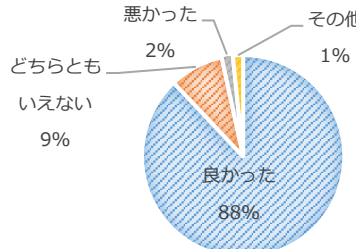
③夏夜市を

楽しんでいただけましたか？



④夏夜市の開催時期を

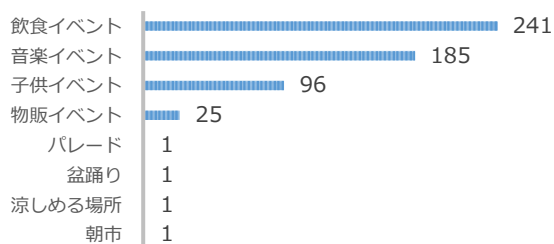
どのように思われますか？



⑤平和大通り緑地帯で今後どのような

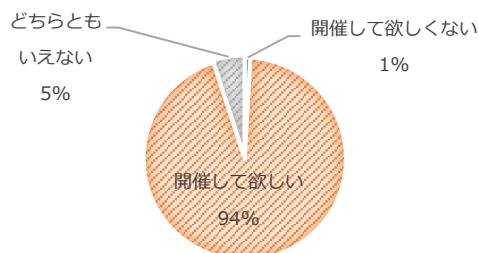
イベントを開催して欲しいですか？

（複数可）



⑥定期的な

イベント開催について



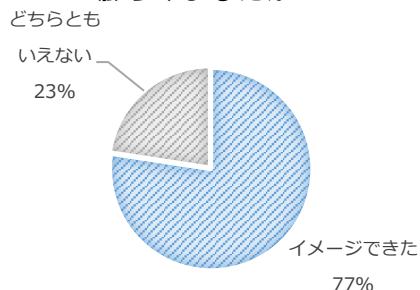
【一般参加者アンケート考察】

多くの参加者から、夏夜市は非常に楽しいイベントだったという声が寄せられました。特に、子供たちが喜ぶブースが多数あり、家族で楽しむことができたことが好評でした。また、夏祭り特有の賑やかさと平和な雰囲気が感じられ、真夏にイベントが少ない地域にとって、賑わいの場が提供されたことが喜ばれ、今後は広島地域活性化や観光客にも楽しんでもらえる企画が期待されています。

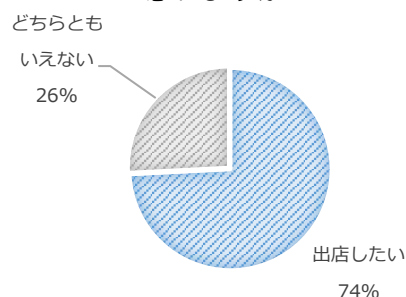
その他参考資料

～ブース出店者アンケート回収結果（詳細）～

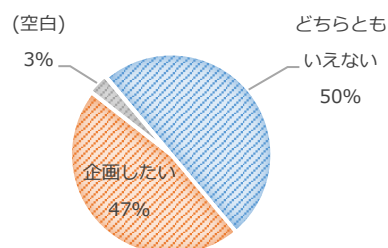
① 緑地帯の利活用イメージが膨らみましたか？



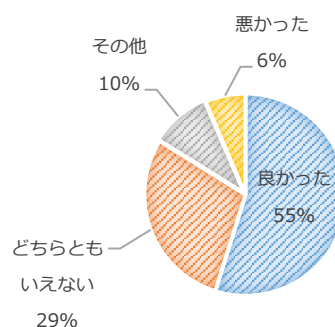
② また次回も出店したいと思いますか？



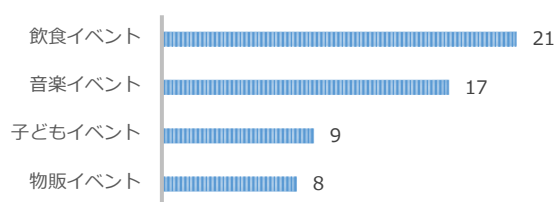
③ 独自にイベントを企画しようと思いますか？



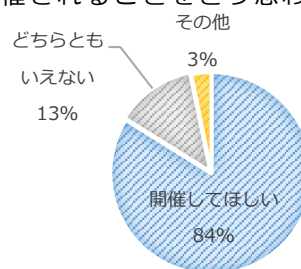
④ 開催時期や時間はどうですか？



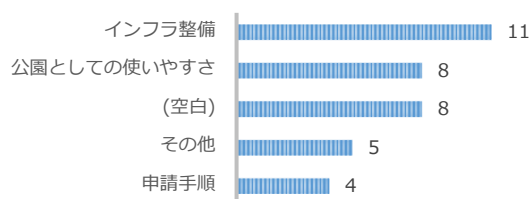
⑤ 平和大通り緑地帯で今後どのようなイベントを開催して欲しいですか？（複数可）



⑥ 定期的にイベントが開催されることをどう思われますか？



⑦ 平和大通り緑地帯の利活用における課題や改善点を教えてください（複数可）



【ブース出店者アンケート考察】

次回も出店を希望する声が多く寄せられました。新たな賑わいが生まれた事業に携わることができたことが出店者にとってのやりがいとなっており、次回は異なるアプローチで関わりたいという意欲的な意見もありました。イベントの成功には、大義名分と動員のための戦略が重要であり、平和大通りを多様に活用できる場として発展させることが課題となっています。