

閑散期に行う小さな催し

多様な交流が文化を育む



地域課題

人口減少、高齢化
核家族化による高齢者の自立
(買い物が困難、交通手段がない)
何かやりたいけれど場所がない

企業課題

働き手不足
閑散期の集客が弱い
地域住民とのふれあいの減少

自社の強み

大きな箱(施設)がある
複合施設である
(北里バラン、博士の湯)
町外の方が多く集まる

事業計画

概要

12月～2月の閑散期に人が集まる仕掛けの
考案、実行(隔週日曜日)
初年度は財団主体で行い、地域住民の協力を仰ぐ

ターゲット

ファミリー層のキャンパー
地域住民

告知

キャンプ検索予約サイト「なっぷ」にて告知
財団SNSなどで情報発信

展望

欲張らずに小さなイベントから！
小さなイベントを複合イベントに！
木魂館〇〇〇という
冬の一大イベントを目指す！

イベント案

「昔のことを知ろう」in おぐに ～高齢者から昔の遊びを学ぶ～
高齢者に交流の場を設け、いつまでも
元気でいて欲しいという思いで企画

北里柴三郎生誕の地で青空ヨガ ～免疫力を高めよう～
人手不足解消のため、講師の方を中心に
イベントを企画立案してゆく

効果

1

閑散期の集客による売上UP

イベントの参加料は、講師等の謝金が賄える程度で考える
施設への集客を通して、キャンプ場・レストラン・温泉の利用にて売上UPを期待する

2

さまざまな交流が広がる

財団一町内一町外と関係人口が増え、コミュニティ形成の場が増える
地域に根付いた「木魂館」を目指す
年配の方も繋げる事で、外に出て楽しむきっかけをつくれる

3

『木魂館』のブランド力を上げる

体験型キャンプを提供することで、「話題性の発信」「知名度の向上」につながる
町民からの注目度が上がる事で、
「一緒に盛り上げたい」「こういうのやりたい」という声が増えていく