

活 動 報 告 書

活 動 名 称	西区×ウェルマル×Ryuka わくわく縁日	
選 択 テ ー マ	テーマ1：ファーマーズマーケットの実施による地産地消の推進	
実 施 期 間	8月20日（火） 10時～14時	
総 参 加 人 数	スタッフ	51 名
	参加者	90 名
活 動 内 容	<p>縁日 ランボラ：モルック・的当てゲーム・バランスゲーム ミルクティ：バンブーダンス体験 →4つのブースに参加した方に野菜釣りを体験してもらった。</p> <p>ウェルアベニューマルシェに出店している「農サイド」の方と提携をし、様々なゲームを親子で一緒に楽しんでもらうと同時に、西区で採れた野菜の魅力を伝える活動を行った。</p> <p>① 「農サイド」・西区地域協働課の方との打ち合わせ 3回打合せを行い、当日の流れや場所の確認、出店するブースの共有などを中心に行った。</p> <p>② 西区役所内の掲示板に案内POPを掲載 自分たちで独自に作成したチラシ案を、区役所内のデジタルサイネージに掲載をし、目につきやすく、1人でも多くの住民の方に知ってもらう為に、PRも兼ねて電光掲示板で魅力を伝える活動を行った。</p>	
活 動 の 効 果 と 今 後 の 展 望	<p>活動の効果</p> <ul style="list-style-type: none"> ・4つのブースに全て参加することで野菜がゲット出来るチャンスを自分たちで設けたことで、満遍なく人を分散することができ、野菜以外のブースの魅力を多くの方に伝えることが出来た。 ・前日や当日にも近辺の方にチラシを配布したことで、多くの方に来てもらい、野菜の魅力や宣伝を伝えることが出来た。 	

今後の展望

今回取り入れたデジタルサイネージの掲載や当日のビラ配りは、多くの方にイベント全体の魅力を伝えることができた。大きな宣伝効果になったと感じるため、来年以降も積極的に取り入れていきたい。しかし、資料作成等も含め、宣伝がイベント間近になってしまっていた。SNSを上手く活用し、宣伝の幅をもう少し広げていくべきだった。反省点もいくつか見られたため、しっかりと情報共有をしていきながら、今後の活動に繋げていくとさらにより良いイベントになることが見込める。