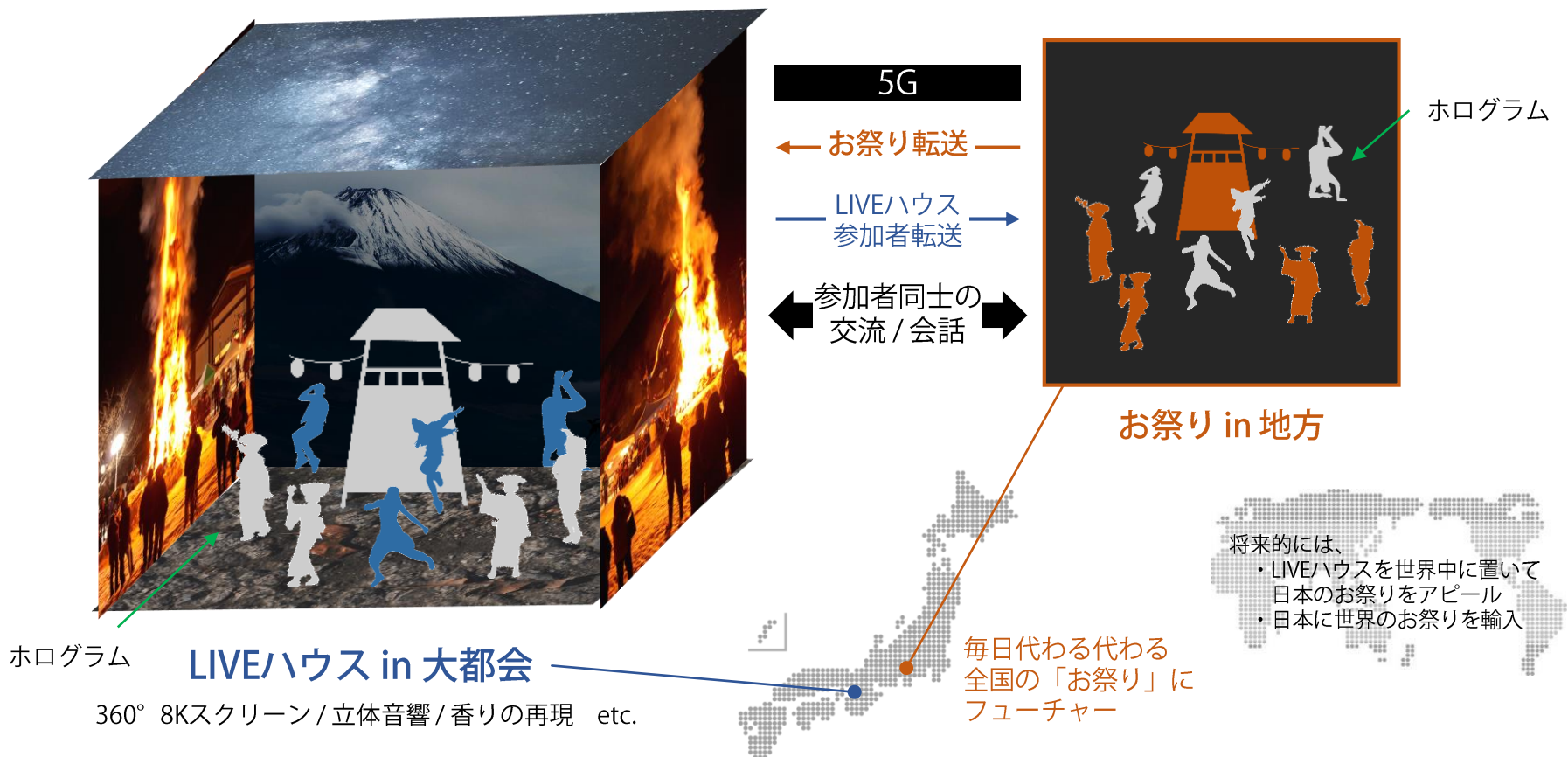


デイリーお祭りLIVE

対象分野：ウェルネス/生活/産業・経済

全国で毎日行われている「お祭り」を空間転送し、毎日代わる代わる、お祭りの超高画質/リアルタイム体験と、大都会と地方の人同士の交流が可能なLIVEハウスを大都会に開設。



効果

地方の魅力を凝縮したお祭りをフックに、地方創生の端緒になる“地方に関与する人”が増加する。

1. ネット社会において、行った気分が横行する中で、地方の象徴を実体験する。見向きもしなかった魅力に出会う。
2. 観光や関係人口の、ひいては移住者の増加を促進。LIVEハウスに地方出身者が集まり、Uターンも。
3. 継承が危ぶまれている無形文化遺産の担い手を増やし、価値保存を促進する。

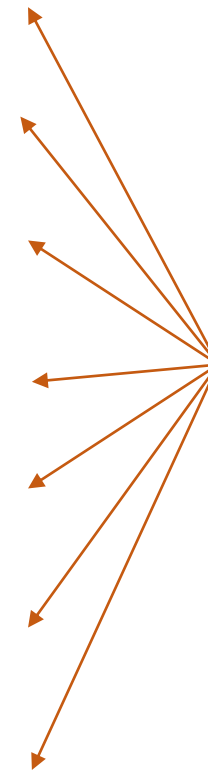
ポイント

お祭りを起爆剤に、各分野の課題解決へ

お祭りは、日頃の想いを爆発させる機会であり、日本人なら誰もが興味を抱きやすいもの。その特性をフックに地方関与人口を増加させることが、他の深刻で複雑な問題に立ち向かう契機になる。

いずれの課題も、各地方で十分な担い手が必須

ウェルネス (健康・医療・介護)	<ul style="list-style-type: none">・中核病院が近隣にない・医師が都市部に偏在・住民の健康管理、高齢者の見守りケアが不十分 等
モビリティ (移動・交通)	<ul style="list-style-type: none">・公共交通手段の縮小・高齢者に係る交通事故の割合増加・自動運転車による地方再生 等
セキュリティ (安心・安全) 防災・減災	<ul style="list-style-type: none">・防災情報が地域住民に十分に伝達できていない・インフラの予防保全／維持管理コストの縮減・災害に強い森林づくり 等
教育・学び	<ul style="list-style-type: none">・学校の統廃合・教育の情報化 (ICTの活用)・リカレント教育 (学び直し) の推進 等
生活・暮らし (買い物、働き方等)	<ul style="list-style-type: none">・買い物困難者の増加・地域の若年労働力の都市部への流出・自然環境や地域文化等の維持 等
産業・経済 (地場産業、産業／雇用創出、観光等)	<ul style="list-style-type: none">・地場産業 (農林水産業等) 従事者の高齢化、生産力低下・新産業誘致、若者の雇用機会の創出・インバウンド対策 等
環境・エネルギー	<ul style="list-style-type: none">・自然環境の保全・森林・里地里山の荒廃、野生鳥獣被害・再生可能エネルギー関連人材 (ノウハウや経験の不足) 等



地方関与人口増加
by お祭り