

マチづくりはヒトづくり ～“超ヤバイ”から始めよう～

地域特性を活かした「PDCA」から「DCPA」（P=Plan、D=Do、C=Check、A=Action）

狙い

- 10年後を見据えた人材育成
- 次世代(担手世代)へのあこがれ感の醸成
- 既存事業者の意識改革

実感促進

- “祭”や“イベント”等の既存リソースの活用
- 地元と学校／授業／部活との連動
- 多世代が混ざり合う日常／多様性への寛容

計画化

- “Do”を先行させた後に見えてくる効果測定
- 課題の整理と修正
- 当事者(利用者さん)と社会の接触ポイント設計

評価・共有

- メディア露出(地元媒体他)を通じた評価
- 喜びと感謝の交換
- 主体性の喚起

■ケーススタディ① 若年層が年長者に「教えてもらう」場づくり 富士宮プロジェクト（H.25.10.1 - H.26.3.31）



写真提供：国際大学GLOCOM

総務省「ICT超高齢社会づくり推進事業」
「認知症の高齢者を含む多世代の多様な人々が参加する地域コミュニティ醸成モデル形成事業」
（通称「富士宮プロジェクト」）
国際大学GLOCOM、株式会社スマートエイジング、株式会社富士通研究所、プリティッシュ・カウンシル、
ストラテジック・ビジネス・インサイツ社、富士宮市、Nextidevolution
HP: http://www.glocom.ac.jp/2014/04/post_200.html

■ケーススタディ② “驚き”や“憧れ”の喚起とマーケットの顕在化 「2020年、渋谷。超福祉の日常を体験しよう展」（H.26.11.12 - 11.18）



主催：NPO法人ピープルデザイン研究所
共催：渋谷区、川崎市、KMD(慶応義塾大学大学院メディアデザイン研究科)
助成：日本財団
HP: <http://www.peopledesign.or.jp/fukushi/>