

キャッチコピーを店頭に

ミ生らが、商店街の活性化を目的に企画。喫茶店や帽子店、精肉店など約20店が参加し、先月から始まり、今月15日ごろまで続ける。市条例で屋外広告には規制があるが、市は「公益性がある」として許可した。【大笹久光】

芦屋市の阪神打出駅近くの打出商店街で、店頭のショーケースや壁などにキャッチコピーを書いた紙を貼り、各店を紹介するイベント「ひ・み・つアート企画」が開かれている。関西学院大人間福祉学部社会起業学科の大熊省三・准教授のゼ

関学大・大熊ゼミ生×芦屋・打出商店街 市、活性化目的ならOK

キャッチコピーの文言は、客と店、店同士が会話を始めるきっかけとなるよう、ゼミ生らが各店に取材して考えた。「午前は男性、午後は女性がよく来るよー」「ひみつじゃないけど男物も置いてるよ」など、ユニークな表現が並ぶ。台紙のデザインは、いずれも薄い青色の背景に吹き出し部分を黄色とし、サイズや素材も、A3紙をラミネート加工した。父親の代から商店街ですし店を営む「はもりや」の店主・大本佳克さん(69)

は「学生の皆さんが、地域のために頑張ってくれた、その気持ちがいい」と話す。大本さんの店には、回転ずし店にない魅力をアピールしようと「回らないけどお手頃価格!」とのコピーが掲げられた。



楽しいキャッチコピーに笑顔を見せる、はもりやの店主・大本さん＝芦屋市の打出商店街で

一方、芦屋市では7月1日から屋外広告物条例を施行し、景観を損ねる広告物を店頭に貼ることを禁止。市都市計画課は、今回のケースについて「学生と商店主らが協力して地域活性化のために実施するという公的な意味合いが強いことから、許可した」としている。また、このような広告物を掲示するイベントを実施する際の前提条件として、公益目的で非営利▽事前に市へ相談▽短期間で限定的になどを挙げる。その上で、掲示する広告物については「大きくない」「派手でない」「点滅しない、動画ではない」などの点から可否を判断するという。