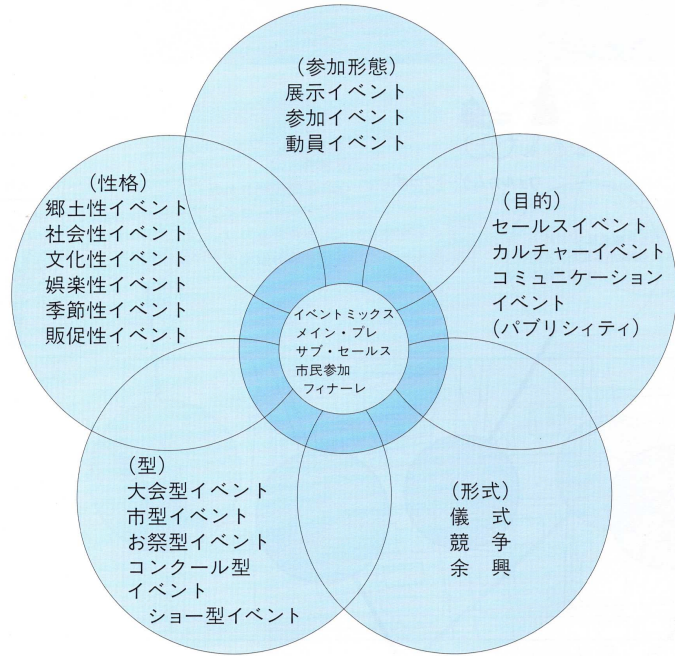


イベント展開図



★フラワーキャンプ…プロ野球球団の宮崎キャンプを花で迎え、印象を強くのこします。また、紅白戦などにはフラワー賞を設定。★

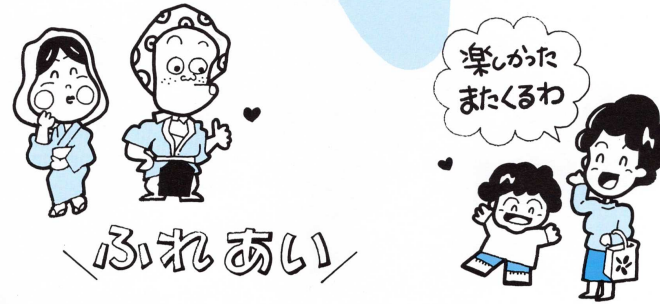
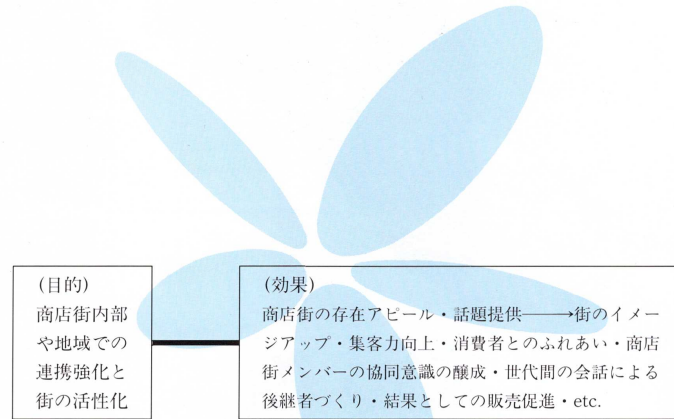
★花の日運動…毎月15日は、橘通全商店街そろうての花の日です。花は「はな」8と7」、一つにすれば15ですから。この日は店先を必ず「華やか」にディスプレイします。★

★花マラソン…季節の花を冠タイトルにつけた、市民マラソン大会。スピード順位ではなく。自己申告タイムに近ければ優勝。優勝者多数の場合もあり。★

★月刊花娘…バトンタッチで毎月の花娘を次々に指名リレーする。花娘は花の日の販促行事に参加。★

個々の商店の売上は、商店独自の、あるいは商店街全体の売上はイベント行事を通じて生まれ、た生活者とのふれあいをいかに顧客として取り込んで行くにかかっています。ここでは、イベントのいくつかの事例をあげておきますので、イベント実施の参考にしてください。また、花のイメージづくりの一貫として積極的に、テーマとしての「花のイベント」を計画実施することは、CI事業としても重要なイメージづくりになるはず。

商店街イベントの目的と効果



花が映えるまちづくり、ヒューマンタウン橘通づくり。そのための行事は、商店街からすれば集客の手段としての意味をもっています。確かにそんな側面もあるのですが、その基本は「花のまちづくり」と「お客様に対するサービス」であることを忘れてはいけません。まちづくりに対する心地良いイメージと顧客へのサービス精神のあるところに、初めて人は集まってくるのです。行事イベントは、このように顧客サービスとして行うものから、即、売上アップにつながるものはありません。また、花のイメージづくりの一貫として積極的に、テーマとしての「花のイベント」を計画実施することは、CI事業としても重要なイメージづくりになるはず。