



COMMON

コモン株式会社 / COMMON CO.,LTD.

公民連携による
地域創生のための
イベント企画

PUBLIC × **REPUBLIC**

RIBULIC is the engine that transports the city and its people to wellness.

1. まちおこしは人興し、地域創生に繋がるイベントの企画

これまでの実績をベースに企画から手配・設置・運営までを委託

2. 大小規模を問わず「楽しい」「遊び」「学び」「うまい」 価値あるイベントの企画

地域の小規模イベントからフラッグシップとなる大規模イベントまで

3. 地域プロモーションにつながる地域の アイコンカー創生企画

地域のアイコンとなる地域創成プロモーションカーのご提案

街おこしは人興し、地域創生に繋がるイベントの企画

これまでの実績をベースに企画から手配・設置・運営までを委託

公民連携で取り組む街づくりの推進

公
共

- 公共機関としての信用力
- 地域でのネットワーク力・広報力
- 公共空間やデータなどの様々な資源

民
間

- 独自のノウハウ
- 専門的な技術・知見
- スピード感
- 企業ブランド

質の高い行政サービスの提供



行政だけでは提供が困難な
きめ細かい区民サービスの実現

地域の活性化



公民の役割分担による
新たなビジネス機会や雇用の創出

地域課題の解決



公民の相乗効果による
大田区ならではの取り組みを展開

行政の財政的・人的負担の軽減につながるメリット

街おこしは人興し、地域創生に繋がるイベントの企画

公民連携で取り組む街づくりの推進

公民連携の取り組み(実証実験等)

2 地方自治体

- ・実証実験フィールドの提供
- ・保有データ提供
- ・実証実験に関する協力

●地方自治体が抱える行政課題
課題の抽出・明確化

1

2 企業等

- ・先端技術やアイデアの提供
- ・設備・人的資源等の活用
- ・既存の商品・サービス、システムの活用

3
協定等による
事業実施

3

企業等による
ソリューションビジネス
の展開

行政課題
の解決

4

まちおこしは人興し、地域創生に繋がるイベントの企画

公民連携における全体フローチャート(行政と5ヶ年フローイメージ)

2024	課題の明確化	▶▶ ヒアリング現状の把握
2025	課題解決の為の案の作成	▶▶ 意見交換・企画立案・コンテンツ
2026	「まずやってみる。」から ヒントを見つけ、案の再考	▶▶ 繰り返し3年程度 社会実験⇔振り返り
2027	持続可能性の仕組み化	▶▶ エリアにリーダー設置
2028	手離れ	▶▶ 5年後自走

全体フローを進めていく上でのチェック項目

- ① 計画に無理はないか
- ② 地域住民の生活の幸福度が上がるか
(市民レベルまでの落とし込みが可能か)
- ③ 本質的な(形式的だけではなく)解決策になっているか
- ④ 仕組み化できているか
- ⑤ 実際の有事の際に稼働が現実的に可能か
- ⑥ 誰でも出来るまでに落とし込んでいるか
- ⑦ 他の地域の実績ではなく、この地域に合った内容か
- ⑧ 行動の明確化と、責任の分担はできているか(行政・民間・市民)

まちおこしは人興し、地域創生に繋がるイベントの企画

様々な問題を解決するためのイベント展開

「イベント＝機会創出」「イベント×≠催事」

イベントとは「機会創出」であり、きっかけづくりのためにあります。

弊社では「イベント＝機会創出の為のきっかけ作り」と捉えています。つまりあらゆる課題を解決するためには必ずしも人と人が結びつくことが必須であり、その為の機会創出の為のきっかけが必要となります。

あらゆる地域課題を解決をどう進めるべきか？専門家が策を講じたところで「実行・行動」が伴わないと意味がありません。また課題は実際にその課題を抱える人が関わらないと解決には結びつきません。

人はポジティブで楽しさや喜びが含まれない物事とは向き合いません。「問題」や「課題」に含まれるネガティブなキーワードで人は関心を持ったとしても行動に移すでしょうか。

弊社はこれまで数多くのイベントの企画・開催に携わって参りました。それらで蓄積してきました実績・集客・収益以上に多くの機会創出と関係人口を増大させたことに価値がある実績と捉えています。

弊社のイベント企画は公民連携により多くの課題解決の機会を創出し解決に向かう内容になっています。

まちおこしは人興し、地域創生に繋がるイベントの企画

大小規模を問わず「楽しい」「遊び」「学び」「うまい」価値あるイベントの企画

機会創出のための独自ブランドのご紹介



大規模 世界の食まつり



大規模 日本の食まつり



小規模 ジャパンキッズフェス

これまで開催してきたイベントと掛け合わせることで、より効率的・効果的にイベントを実施頂けます。
さらに小規模なイベントや企業対象の交流型イベントなど様々なスタイルでのイベント開催が可能です。



まちおこしは人興し、地域創生に繋がるイベントの企画

大規模

日本の食まつり

大規模な
防災シュミレーション
に最適!



イベント趣旨:

大阪関西万博機運醸成・大阪産生産物地産地消・防災イベントなど

準備期間:

4ヶ月～

集客規模:

10,000～15,000人程度

予算:

300万円～(協賛含む) 行政負担金300～500万円

開催実績:

30市町村以上 (大阪府・万博協会とも連携)

主な内容キッチンカー出店 約60～80店舗ほど

- ① 大阪産(もん)食材のPRキッチンカー・テント15店舗
- ② 全国キッチンカーグルメ15店舗
- ③ 行政関係ブース5店舗
- ④ 行政より紹介頂いた企業ブース5～10店舗

⑤ 万博関係ブース5店舗

⑥ キッズパーク・縁日関係5店舗

⑦ 防災車両展示・体験

(警察・消防・自衛隊・起震車など)5店舗

⑧ その他関係者ブース(本部・控室など)5店舗



まちおこしは人興し、地域創生に繋がるイベントの企画

大規模

世界の食まつり

日本の食×世界の食
大阪もん食材で世界のグルメを

SWEET TIME
世界中で愛される美食大国フランスのスイーツ。味はもちろん見た目から楽しめるスイーツメニューの数々をお楽しみください。

SHOW TIME
鎖国時代に中国から長崎へと伝わったといわれる「豚の角煮」。甘いタレで煮込んだトロトロの豚の食感と旨味。白米と共にお楽しみください。

CHEFDELL
ベトナムサンドパイイン！甘さ、辛さ、酸味、苦み、爽やかなお味をお楽しみください。



屋台まる
アメリカ
両手でないと持てないサイズのバーガーを提供し、一口食べた客に「なんてバーガーだ!」と言わせたい創業者の思いから出来た American burger です。

Daikichi kitchen
アメリカ
NYで定番の屋台メシのチキンオーパライス!3種の定番ソースで召し上がれ。

華麗なるスパイスカレー
台湾
大阪産ブランド豚なにわポークを使用した魯肉飯。独自に配合し



日本のわんぱく小僧 (テント)
イギリス×日本
生産者のこだわりしかない赤穂の杜鰍にイギリス発祥で世界に愛されるカクテルソースを合わせた究極の焼き杜鰍。大阪もん旭ボーズとの食べ比べも是非!

日本酒BAR (テント)
日本
スッキリとした口当たりの中にも、厚みのある“旨み”を感じられる、大阪ならではの地酒を各種用意しておりますので、ぜひこの機会にご賞味ください!

世界のビールBAR (テント)
世界のグルメに合わせて、世界のビールはいかがですか。世界旅行気分をより一層味わえること間違いなし!この機会にぜひご賞



イベント趣旨:

大阪関西万博機運醸成・インバウンド誘致・海外交流など

準備期間:

4ヶ月～

集客規模:

10,000～15,000人程度

予算:

300万円～(協賛含む) 行政負担金300～400万円

開催実績:

3会場 (大阪府・万博協会とも連携)

主な内容キッチンカー出店 約50～60店舗ほど

- ① 世界の全国キッチンカー・テントグルメ20店舗
- ② 行政関係ブース5店舗
- ③ 行政より紹介頂いた企業ブース5～10店舗
- ④ キッズパーク・縁日関係5～16店舗
- ⑤ 世界の文化体験ブース5店舗
- ⑥ キッズパーク・縁日関係5店舗
- ⑦ その他関係者ブース(本部・控室など)5店舗





まちおこしは人興し、地域創生に繋がるイベントの企画

小規模

JAPANKIDS FESTA

地域振興
地域健康促進
に最適



イベント趣旨：

いのち健康促進・スポーツ振興・食育など

準備期間：

3ヶ月～

集客規模：

1,000～1,500人程度

予算：

100万円～(協賛含む) 行政負担金100～150万円

開催実績：

:芦屋市、京都市、門真市、その他

主な内容キッチンカー出店 約20店舗ほど

- ① キッチンカー・テントグルメ 5 店舗
- ② 行政関係ブース 2 店舗
- ③ 地域ブース 5 店舗
- ④ キッズパーク・縁日関係 5 店舗
- ⑤ その他関係者ブース(本部・控室など) 2 店舗



まちおこしは人興し、地域創生に繋がるイベントの企画

地域コミュニティの再編
地域防災
シュミレーションに最適

小規模

地域の校区まつり



既存のイベントをアップデート。多くの社会課題解決の鍵は学区などの地域コミュニティの再編が握ります。

イベント趣旨：

地域コミュニティ形成・防災イベントなど

準備期間：

3ヶ月～

集客規模：

1,000～1,500人程度

予算：

100万円～(協賛含む) 行政負担金100～150万円

開催実績：

2024年7月より開始予定

主な内容キッチンカー出店 約20店舗ほど

- ① キッチンカー・テントグルメ 5 店舗
- ② 行政関係ブース 2 店舗
- ③ 地域ブース 5 店舗
- ④ キッズパーク・縁日関係 5 店舗
- ⑤ その他関係者ブース(本部・控室など) 2 店舗



まちおこしは人興し、地域創生に繋がるイベントの企画

小規模

企業交流会

地元企業との関係創り
地域防災協定の具体化
関係人口増加



公民連携のためのきっかけ創りとして様々な企業交流の目的やイベントを企画し実施致します。

イベント趣旨：

公民連携のための自治体主体による企業交流会

準備期間：

3ヶ月～

集客規模：

10名～100名(内容により異なる)

予算：

50万円～(参加費含む) 行政負担金10万円～(会場費・講師費用等)

開催実績：

これまで多数のセミナー・講習会、イベントを実施してまいりました。
※具体的な実施内容については弊社ホームページをご参照下さい。

主な活動目的

- ① 企業版ふるさと納税説明会
- ② 他エリア企業との交流会
- ③ 地域創成のための講習
- ④ 健康増進のための交流会
- ⑤ 地域経済循環のための交流及び勉強会
- ⑥ 地域貢献活動のチャリティー

地域プロモーションにつながる地域のアイコンカー創生企画 「万博に向けての地域の食・魅力発信アンテナショップ事業」 地域のアイコンとなる地域創成プロモーションカー提案



完全ワンパッケージで実現する、地域プロモーションのあらゆる場面で活用可能な汎用性に優れた実践的モデル

地域プロモーションにつながる地域のアイコンカー創生企画 「万博に向けての地域の食・魅力発信アンテナショップ事業」

移動型の地域アンテナショップのご提案

完全ワンパッケージで実現する、地域プロモーションのあらゆる場面で活用可能な汎用性に優れた実践的モデル。

弊社がこれまで多岐にわたる各団体・各企業と連携し実績・実践を重ね積み上げてきた移動販売型車両キッチンカーの企画・製造・運用・管理などに必要なノウハウ、またそこで販売する商品の企画・立案・製造・商品提供に至るまで、キッチンカー運営に必要な全ての要素を一つのパッケージにしたモデルの提供開始致します。ここで提供される一台は地域のアイコンとして、また地域の媒体・サテライトとして他エリアで強力なプロモーションを担ってくれます。



特徴

ワンパッケージに含まれた汎用性、様々な場面で活躍してくれます！



機能

多様な地域プロモーションをまとめて一台で行えます！



効果

他エリアでのマーケティングが行え、地域のブランディングに繋がります！

イベントに出店することで効率的に地域をPR・マーケティングを行えます

地域プロモーションにつながる地域のアイコンカー創生企画 「万博に向けての地域の食・魅力発信アンテナショップ事業」

当地の魅力を伝える新しいアイコンを創出



キッチンカーとして、移動物産展しても機能します。

プロが創るキッチンカー

大切な地域プロモーションを担うキッチンカーの創生は、
キッチンカーのプロの手で。

弊社はこれまで2,000台以上のキッチンカーをプロデュースし、現在5,000台以上のキッチンカーの登録がある団体の運営にも関わり、「食まつり」をはじめ大規模から小規模まで数多くのイベントの主催・運営・プロデュースを行って参りました。

またキッチンカーの機能・優位性を最大限に活かし、2024年の1月に震災に見舞われた北陸の被災地への炊き出し支援を実施しました。それら経験により蓄積されたノウハウを活かしキッチンカー1台1台ごとに車両と提供商品両軸の企画・製造・運営・管理を行います。

地域の魅力が沢山詰まった、本当に「おいしいもの」を「継続的」に提供出来ることの出来るキッチンカーの提供をお約束します。

地域プロモーションにつながる地域のアイコンカー創生企画
「万博に向けての地域の食・魅力発信アンテナショップ事業」

効果的な地域プロモーションをワンパッケージで

② のぼり

② のぼり



③ 物産ワゴン

QRコードで（ふるさと納税サイト
又は、行政PR動画）サイトへ誘導

② のぼり



④ パンフレット



キッチンカーと合わせテントブースの
企画・デザイン運用・管理全てを行います。

地域プロモーションにつながる地域のアイコンカー創生企画 「万博に向けての地域の食・魅力発信アンテナショップ事業」 地域のアイコンとなる地域創成プロモーションカー提案背景 1

1. キッチンカーを活用した事業展開の現状

- ・ コロナ禍によるテイクアウト需要の高まりなどもあり、キッチンカーは右肩上がり増加
- ・ 他自治体でもキッチンカーを活用した外商展開が多数(山口県、徳島県、愛媛県)
- ・ キッチンカーによる外商展開は、集客力・投資効率・収益性の観点から有効
- ・ 関西圏外商強化対策協議会において、キッチンカーで地域商材を提供し、味にシビアな関西の方々を地元のファンにすべきとの意見

2. 県産品の関西圏への外商拡大に向けた課題

- ・ 関西圏での県産品の十分な周知、PRに至っていない
- ・ 関西在住者に対して、県産品を見て、知って、「本物の味」を食べてもらう機会の創出が必要
- ・ 通常のアンテナショップでは提供できない「現地調理による食」を発信する手法が求められる

地域プロモーションにつながる地域のアイコンカー創生企画 「万博に向けての地域の食・魅力発信アンテナショップ事業」 地域のアイコンとなる地域創成プロモーションカー提案背景 2

3. 事業目的

関西圏において、アンテナショップを補完する「動く外商・情報発信拠点」として、キッチンカーにて地域の魅力を発信する機会を提供し、関西の多くの方々を味覚と視覚で魅了することにより、ファンになってもらうことを目指す。

期待出来る効果： ① 認知度の向上 ② 購買への誘導や誘客効果

4. 事業内容

1) 関西圏で出来立ての美味しさを提供

多くの来客が見込まれる ▶ 関西圏のイベント等においてキッチンカーを月1回程度(年間12回以上)出店

2) 都道府県の情報のPR

▶ 地域の食の提供に合わせて、**県産品の販売・プロモーションや観光情報等のPRを実施**

地域プロモーションにつながる地域のアイコンカー創生企画 「万博に向けての地域の食・魅力発信アンテナショップ事業」

1. 事業予算

- 12回出店予算:9,000,000円 6回出店予算:4,500,000円

※実費弁償方式による以内契約⇒契約時点では限度額のみを定め、委託業務の完了時に委託料の額を確定する形式

2. 委託事業内容

- ・ 関西圏で開催されるイベント等において、キッチンカーで指定頂いた食材を調理し提供する。(期間中に12回以上)
- ・ 車両及び厨房設備は、COMMONまたは連携する企業が所有(リース等含む)するものを使用する
- ・ 車両には一目で契約した都道府県または市町村とわかるような装飾を施す
- ・ イベント出店に際して、行政機関(出張所など)と連携し、プロモーション活動を実施する

※プロモーション活動の内容、都道府県または市町村の関連施策との連携については、提案を踏まえて協議する

3. 受託に必要な要件

- ・ 調理担当者については事前の研修等を十分実施し、本格的な調理ができる者を確保する