学生×商店街
ライブコマース実証実験

学生がまちなかの魅力を発見し、
自分の言葉で届ける。



実施背景

- 金沢学生まちなか回帰検討会議では、学生をはじめとした若者をまちなかに呼び込み、賑わいの創出を図るとともに、まちへの愛着を醸成し、金沢への定着につなげることを目的として、学生のまちなか回帰に向けた具体的な方策を検討している。

- その取組の一つとして、「学生がまちで活躍し、愛着を深める仕組みづくり」を検証するための実証実験を実施する。

- 今回の実証実験では、学生が単にまちなかを訪れる機会をつくるだけではなく、**実際に商店街や店舗を訪問し、店主等とのコミュニケーションを通して店舗の魅力を知り、その魅力を自らの言葉で発信する機会**をつくる。

- これらのプロセスを通じて、**「学生がまちなかの魅力を発見する」「学生自身がまちの魅力発信の担い手となる」「発信を通じて新たな来店・購買等につなげる」**という一連の仕組みの有効性を検証する。

4つの視点から効果を検証

ライブコマースを活用し、学生自身が配信者となって商店街の店舗を紹介します。実証実験を通じ、主に次の点を検証します。

1｜接点づくり

店舗、人、商品・サービスを知ることが、学生とまちなかとの新たな接点になるか。

2｜魅力発見・発信

学生目線の取材・紹介により、新しい魅力を発見し、同世代等へ発信する仕組みが生まれるか。

3｜関心・愛着の醸成

取材、店舗との交流、ライブ配信を通じて、まちなかへの関心や愛着が変化するか。

4｜店舗側への効果

ECサイトへのアクセス、Web予約、来店等の具体的な行動につながるか。

学生と店舗、双方の変化を確かめる

売上や視聴だけでなく、関係性、関心、愛着の変化も成果として確認します。

仮説1｜学生とまちなかの関係

学生が店舗と直接関わり、その魅力を学生自身の視点と言葉で発信する機会をつくることで、学生とまちなかとの新たな関係が生まれ、関心や愛着の向上につながるのではないか。

仮説2｜視聴者と店舗の関係

学生による発信は、同世代をはじめとする視聴者に新しい店舗との接点を生み、店舗への関心、ECサイトへのアクセス・購買、Web予約などの行動につながるのではないか。

実施概要

確定事項と、今後調整する内容を分けて共有します。

使用ツール

ライブコマースサービス

活動期間

2026年11月～2027年１月
約３カ月

配信時期

2027年1月（年末年始繁忙期を避ける）
配信回数：1回
※事前のテスト配信1回あり

参画学生

検討会議・関係大学の学生から募集
参画メンバー確定後、役割分担

紹介店舗・内容

店舗・商品・サービス・人の魅力を紹介
対象店舗は別途調整

効果測定（めざす行動）

EC・Web予約・来店への誘導
まちなかへの愛着醸成との関係性