

グループ① 「鳥取・鹿野のおもてなし」、チーム名「トラベラー」

+



観光しやすいまちづくり


チーム : トラベラー
メンバー : 李 倫志、張 斯維、
朴 何林、松尾 太博

+ 事前学習・ヒアリングを通して
感じた課題

- 課題① 外国人に対するおもてなしについて
- 課題② 鹿野町の知名度（外国人）
- 課題③ 観光地としての知名度

+ 課題①
外国人に対するおもてなしについて

- 改善に向けた政策提言
「おもてなしの改良」



- ①鹿野町マップづくり
- ②身近な総合案内所の整備

+ 鹿野町マップづくり ①ー1


- NPOいんしゅうまちづくり協議会、鳥取大学、明治大学が連携し、マップを作成。
- 鹿野町のマップとICレコーダーの連携。
- 韓国語、中国語、英語など翻訳をお手伝い。

+ 身近な総合案内所の整備 ①ー2

- 各ホテルフロントや童里夢を総合案内所として活用することを目指す。
- 市内の方だけでなく、県内・国外の観光客に来てもらい、満足してもらえる環境を整えることを実現する。

+ 課題②
外国人の鹿野町への知名度不足

- 改善に向けた政策提言
「ホームステイ、インターンシップ受入の実施」



- ①ホームステイの受入
- ②インターンシップの受入

+ ホームステイの受け入れ ②ー1

・少ない費用で日本に短・長期滞在を目的としたもの
ターゲット：日本に関心のある外国人

ホームステイ：短期滞在（1週間程度）
ホームステイプログラムのメリット
城下町をテーマにした「古き良き日本」を体験できる。
安価に日本に滞在し、地域住民と交流できること。

+ インターンシップの受け入れ ②ー2

インターンシップ：長期滞在（一ヶ月以上のもの）
インターンシップ：NPO、農家、企業等の仕事をお手伝いをし、その対価として、安価な宿泊施設や食事の提供を約束するもの。

インターンシップ：長期滞在（一ヶ月以上のもの）
インターンプログラムのメリット
NPOや農家のような方々とまちづくりや農作物の生産・加工・販売等、異国における文化の違いや達成感のある取り組みを実施できる。

+ 課題③ 観光地としての知名度

- 改善にむけた政策提言
- ソーシャルメディアでPR



- ①ソーシャルメディアでPR
- ②facebookを広げるための手段

+ ソーシャルメディアでPR ③ー1

- NPOいんしゅうまちづくり協議会と共同でfacebookページの作成、運営。
- 鹿野町の紹介、写真や動画で魅力を発信、地元の方々の紹介などを行う。

+ 鹿野町FacebookPR手段 ③-2

- ① 明治大学のホームページ内に創設者の紹介ページを作成し、その中で鹿野町のfacebookページを紹介する。
- ② 鳥取市のfacebookとリンクさせることで、鹿野町をより強く発信する。

+ まとめ



グループ② テーマ「福祉政策を考える」、チーム名「マンゴープリン」

買い物弱者対策について考える



マンゴープリン
◎目黒・浅野・前田

はじめに

買い物弱者とは・・・

全国各地で発生している社会的問題！

しかし 解決方法の一つではない・・・！

⇒それぞれの地域に合わせた方法で解決するしかない！

鹿野町はどのような状況か？

- 地域の商店の減少
- 高まる高齢化率
- 車なしにはいきづらい世界
- 去っていく若者たち

買い物弱者問題の原因は？

- 大型商業施設の出現による地域の商業の衰退
 - 進む高齢化
 - 困難な移動
 - 変化する家族のかたち
- ⇒**鹿野でも買い物弱者問題が生じる可能性**

どうすればよいのか？

私たちは考えた・・・

- ネットスーパーの利用
- 買い物バスの運営

⇒鹿野に合っている？

鹿野町と触れ合ってみる

実際に鹿野に住む人々への取材活動

- 鬼入道地区に住む乾さん
- 鹿野温泉病院に通うおばあちゃんたち
- 鹿野でお店を営んでいる方々

今、提言したいこと

ちょっと その前に・・・

- ◆これは単純な問題ではない。
⇒さまざまな社会問題とつながっている！
- ◆店と消費者をつなぐだけでは根本的な解決にはならない。
- ◆買い物弱者予備軍に危機感がない。危険！

完璧な案ではない。

たくさんの問題点・・・

- 取り組みの担い手
 - ・ 公民館での集計
 - ・ バスの運転
 - ・ 運営スタッフ
- Only oneの生産物
- ニーズに応える柔軟性

グループ③ テーマ「四季薫るまち鹿野」のプランニング, チーム名「From Chiba」

誰もが好きになる街♡SHIKANO

From Chiba
阿部、山口、鈴木、木村

街づくりビジョン

四季を通じて鹿野に関わる全ての人に愛される街

現地ヒアリング 熟議

一日目 熟議
→休耕田利用の植栽体験について（総合支所前の土地が利用可能）
→プランター利用の植栽体験について（現行はNPOが実施、リピードにつなげる要素が必要=人とのつながりを強調）
三日目 総合支所ヒアリング
→休耕田利用の植栽体験について（総合支所と観光客で共同手入れ）
→プランター利用の植栽体験について（観光体験としての魅力が少ない）
三日目 熟議
大きなビジョンの共有=長期的なプランで町づくりをする

解決しようとする課題

- 観光客が繰り返し訪れたいくなる町にしたい
- 農業→休耕田問題
- PR→外部へのPRが消極的、ワンストップの情報発信ツールがない

企画案1：植栽、農業体験

- 鹿野 季節が変わるたびに訪れたい街
×
- 観光客 体験して楽しい鹿野
「花のある街鹿野」
2通りの体験が考えられる。
①プランターに植栽し、城下町に設置
②休耕田を再生し、農業体験に活用
→観光客の街づくり参画

	概要	メリット	デメリット
プランターでの植栽	観光客が植栽したプランターを城下町に配置	管理が容易	小規模で目立たない
休耕田を活用した農業体験	休耕田に観光客が種を蒔き、その後は農家によって花を生育	広範囲の栽培になるため、視覚的なインパクトが期待できる	畑の管理が農家にとって大きな負担になる。

継続的に人的交流（人とのつながり）を図る

企画案2-①
～Facebookによるプロモーション(1班、3班共同)～

◆その他のプロモーション手段との比較

Facebook	<ul style="list-style-type: none"> ・メリット：人的、金銭的コストがほとんどかからない ・双方向性あるコミュニケーション ・デメリット：誰でも情報アクセスできない
紙広告	<ul style="list-style-type: none"> ・メリット：誰でもアクセス可能 ・デメリット：コストがかかる、情報更新に不便
HP	<ul style="list-style-type: none"> ・メリット：今の時代の最初の情報アクセスの場所 ・デメリット：インターネットに接続することが必須

企画案2-②

- ◆運営主体 NPOいんしゅうまちづくり協議会
- ◆コンテンツ
鹿野町の紹介(歴史、文化)、写真、イベント、空き家利用状況、今日の鹿野etc

企画案2-③

- ◆情報発信してほしい人
旅行者、NPOまちづくり協議会、地元住民、総合支所
- ◆Facebookの周知活動
私たちが投稿する
QRコードの添付
アンテナショップ、定期的なマルシェでのFacebook宣伝告知
成功モデルを参考にする

まとめ

グループ④ テーマ「空き家活用」、チーム名「空き家と私と鳥取と」

提案企画 交流人口増加に向けた空き家等 遊休施設の活用

4グループ
空き家活用
空き家と私と鹿野と

もくじ

- 課題内容
- 事前準備
- 3日間の成果
- 提案

課題内容

- 人口、雇用の流出により、空き家/空き工場が問題となっている。
- 中山間地域である鹿野に進出するメリットを明確に打ち出し、地域に根差した人口/企業流入の仕組みを構築する。

事前準備

- 出発前は雇用創出を軸に考えていた。
- 小水力発電→木質ペレット
 - 農産品加工場(そばなど)
 - セミナーハウス誘致
 - 高級レストラン誘致
 - 温泉施設(足湯サイズ)
 - 地元FM開業



一日目 9/10 事前準備内容について熟議

- 小水力発電→木質ペレット・・・×
- 農産品加工場(そばなど)・・・×
- セミナーハウス誘致・・・○
- 高級レストラン誘致・・・◎
- 温泉街・・・×
- 地元FM開業・・・△

成果

- 空き工場の企業誘致は事業性の面で、困難。
- 大規模な雇用創造は考えにくい。
- 定住人口増加→交流人口増加
- 城下町の住民はまちづくりに積極的であることがわかった。





2日目 9/11 空き工場、空き施設を視察

見つけた課題

- 行政財産の空き施設は、用途制限により、活用方法に自由がきかない。
- 空き工場は、規模の大きいものもある。
- 需要があればすぐ使用可能のものが多い。

二日目の成果

- 城下町と村との間でまちづくりの参加度、使用される資金に隔たりがある。
- 空き工場、空き施設の活用については事業性の点でやはり困難。

→空き家へのニーズを増やすため、個人が必要とされるまちにする。

成瀬さんへのヒアリング

強み

- イベント目白押し。
- 成瀬さんを訪ねてくる人が多い。
- 空き家は自分で自由に使える。
- まち協が気遣ってくれる。
- よそ者に寛容。

課題

- まち協のボランティアには限界あり。

空き家を使った提案

- 文化祭
- 大学教育の実践の場
- 手作りホテル
- 古民家LIVE



BBQでのヒアリング

得られた情報

- 鹿野内で婚活、街コンも行われている。
- 物々交換による人との関わり方。
- 来る者拒まずだが、礼儀はしっかり。
- 都会よりも個人に与えられる役割が大きく、生きがいを感じられる。

3日目 9/12 高齢者運動会でのヒアリング

強み

- 縦の繋がりが強い。
- 鹿野町民はボランティア精神が豊富。

課題

- 空き家のニーズはある。しかし、供給への対応が追い付いていない。
- 鬼楽庵の稼働率が悪い。

熟議の成果

- 空き家へのニーズ、実はある。
→問題:条件不一致、持ち主との事情、行政との情報共有
- 成瀬さんを訪れる人は面白さを求めてくる。
→面白さの追求
- ボランティアのキャパ
→空き家仲介を事業化する必要

空き家の持ち主は、長期で家を貸すことに抵抗がある。
そのため、受け入れ態勢を整えるためには、短期間での利用を提案し、持ち主の理解を徐々に得ることが有効である。

文化祭

- 中学、高校の文化祭で、1クラス1軒担当し、催しものをする。

↓ ゆくゆくは・・・

- アーティストを巻き込む。
→ 交流人口増加
- 常設ギャラリーを設置する。
→ 長期利用化

大学教育実践の場

概要

- まちづくりの実践の場を学生に提供。

効用

- 遊休施設の活用へ

街・・・フィールドワーク
支所・・・会議
鬼楽庵・・・宿泊

具体案

- 学科ごとに課題を突き詰め、他学科と共有し、実践を積む。
- 他大学と競争する。
- 他大学同学部同士での専門部会を行う。

手作りホテル

概要

- つくる過程を面白くすることによって、交流人口増加を図る。
- 完成後は雇用確保につながる。

具体案

- SNSで情報を発信し、人員募集、募金でボランティア住民と共にみんなでつくる。
- 廃材などを利用。

古民家LIVE

概要

- 見た目は古民家、素顔はサイバーにすることにより、ギャップ萌えを狙う。

具体案

- 初音ミクなどのライブを行う。
- これから

グループ⑥ テーマ「都会で売れる「鹿野ブランド」づくり」、チーム名「鹿野ブランドづくり隊」

鹿野ブランドづくり
~ 鹿野の隠れた「おいしい。」を発信する ~

鹿野ブランドつくり隊
2012年9月13日 成果報告発表会

鹿野町総合支所 産業振興課
鹿野 乾 孝博 主任 清水 保嗣
NPO法人いんしゅつ 鹿野地区のふりかき隊
理事 大谷 誠 事務局 平田 芳子

明治大学
Special Thanks
田中 宣成 佐伯 興 包 展 権村 正之
小林 真典 鹿野町のみなさん

明治大学生涯進プロジェクト 鹿野ブランドつくり隊

初めに目に留まった鹿野町・鳥取県

蕎麦	カレー	温泉	ミュージカル
ずげ笠弁当	ハス(苔玉)	藍染め	梨 ・梨狩り ・梨料理
コナン	鳥肉乳製品	街並み自然	そばの花ウォーク

明治大学生涯進プロジェクト 鹿野ブランドつくり隊 2

アンテナショップ

- **物産販売ショップ**
 - らっきよの種類の多さ。
 - 鹿野町の商品の少なさ。
- **OSTERIA monte-mare TOTORINE (オステリア・モンテマレ・トトリネ)**
 - サラダも含めて全体的にボリュームが多い印象。
 - 味は良いが、鳥取をイメージしにくい。

明治大学生涯進プロジェクト 鹿野ブランドつくり隊 3

鹿野町の商品 - アンテナショップ

- **鹿野純そば**
 - 販売者 株式会社 ふるさと鹿野
鹿野町今市972-1 国民宿舎山菜苑
0857-84-2205
- **ぎやらぶき**
 - 販売者 株式会社 ふるさと鹿野
鹿野町河内827-1
0857-84-3468
- **梅干し**
 - 販売者 株式会社 ふるさと鹿野
鹿野町河内827-1
0857-84-3468

明治大学生涯進プロジェクト 鹿野ブランドつくり隊 4

Wikipediaによる鹿野（鳥取市）の社会認識

古くから因幡国（いなほのくに）西部の中心城市

江戸時代初頭に亀井茲矩（これのり）によって、鹿野城が築かれ城下町として整備

（厳密に言えば、「鹿野城」の築城時期自体は室町時代頃までさかのぼるとされる。）

その当時（約400年前）のインフラが現存しており、城下町らしい丁字路やし字路、道幅と一帯を網の目のように走る水路などは当時のまま

この景観を作家司馬遼太郎が、「えもいえぬ景品」と評す。

鹿野町 = 城下町

明治大学生涯進プロジェクト 鹿野ブランドつくり隊 5

9月11日 隠れ食の調査

- **かりん坊、かりんちゃん**
 - かりん坊の感じは珍しく、そばの味が感じられる。
 - すっきりさっぱり味で、食べ歩きに使える。
- **鹿野ドック** - 心奪
 - 味がおいしい。
- **ジェラート** 橋本牧場 イタリアンジェラートアイス工房
 - 素材の味が活かされ、中でもトマト味がすごい。
 - 量が多く安い。
 - すでに人気があり、味の種類が多い。
 - 果実がのっぺっていた。
 - 店の外の雰囲気が良い。

明治大学生涯進プロジェクト 鹿野ブランドつくり隊 6

とびっきりのおいしさ発見☆

いのしし
BBQ







明治大学生産道プロジェクト 鹿野ブランドつくり隊 7

9月12日 ランチタイムは4回あった！

- ① 鹿野そば道場
・ざるそば
- ② 鹿野往來交流館「童里亭」
・地鶏カレー・究極のとりピヨ丼
- ③ 鹿野おもしろ市 そば処
・地鶏そば・サラダそば
- ④ 喫茶アイカー
・珈琲いぢ矩・どんとろけ醤油焼うどん
- ⑤ 山新苑
・そばアイス



明治大学生産道プロジェクト 鹿野ブランドつくり隊 8

鹿野ブランドつくり

自然

+

歴史

+

生姜

鹿野では
当たり前のおいしさは…

食べなければ
わからなかった！

明治大学生産道プロジェクト 鹿野ブランドつくり隊 9

生姜の由来

From カンボジア

In 鹿野町

亀井茲矩
～朱印船貿易～

その歴史400年



明治大学生産道プロジェクト 鹿野ブランドつくり隊 10

生姜戦略の強みと今後の課題

おすすめ

- ・亀井茲矩に始まる400年の歴史
- ・安心・安全に口にできる無農薬生姜
- ・何にでも合う生姜パウダー

課題焦点

- ・生産量が少ない
- ・傷みやすい

明治大学生産道プロジェクト 鹿野ブランドつくり隊 11

いのしし食材の活用と課題

おすすめ

- ・美味しい!!
- ・原価が低い

課題焦点

- ・食材としての悪いイメージ
- ・安定供給の難しさ

明治大学生産道プロジェクト 鹿野ブランドつくり隊 12

鹿野町☆新たな歴史食

- 生姜パウダー + いのしし = いのししの生姜焼き丼
- 生姜パウダー + いのしし = いのししの生姜から揚げ丼
- 生姜パウダー + いのしし + 蕎麦 = いのしし生姜焼き蕎麦
- 生姜パウダー + 地鶏 + 蕎麦 + カレー = 地鶏生姜焼きカレー蕎麦

明治大学生産道プロジェクト 鹿野ブランドつくり隊 13

販売戦略

明治大学
学食

→

B-1
グランプリ

←

明治大学生産道プロジェクト 鹿野ブランドつくり隊 14

ウマモナド -4つのPR-

雑貨を
ウマモナドの形に

食べ物を
ウマモナドの形に

イベント開催

映像製作



明治大学生産道プロジェクト 鹿野ブランドつくり隊 15

鹿野町のみなさまへ

隠れていたものは、
自然と歴史と生姜…
そして、鹿野町を大切にしたい気持ち。

ありがとうございました。

鹿野ブランドつくり
～鹿野の隠れた“おいしい”を発信する～

明治大学生産道プロジェクト 鹿野ブランドつくり隊 16