

グループ① 「鳥取・鹿野のおもてなし」、チーム名「トラベラー」



・ビジョン

- ◎住民参加型の観光都市づくりを目指す！

・プロセス

- ◎観光しやすい街づくりを実施。
- ◎鹿野町を外部に発信していく。
- ◎鹿野ファンを増やし、リピーターになってもらう。

鹿野町への企画案

- ①おもてなしの向上
- ②外国人への知名度向上策
- ③観光地としての知名度向上策

テーマ①おもてなしについて

- ◎改善に向けた政策提言
- ①鹿野町マップづくり



テーマ① 鹿野町マップづくり

- ◎NPOと鳥取大学、明治大学の学生が、鹿野町のマップを作成。
- ◎携帯型メディアプレイヤーと鹿野マップを活用し、オーディオツアーで町歩きを楽しんでもらう。



①鹿野町マップ作り

- ◎ メリット
町にこめられた想いを伝えることができる。
より深い鑑賞ができる。
案内員としてのNPOの方々の仕事が減る。
- デメリット
初期コストがかかる。

②外国人への知名度向上策

- ◎改善に向けた政策提言

インターンシップ受け入れ



②インターンシップの受け入れ

インターンシップ：NPO、企業、農家のお手伝いをする代わりに宿泊施設と食事の提供。



インターンプログラムのメリット
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。

②運用までの流れ

- ①受け入れ先の調査
NPOや企業、農家の方々の協力
- ②受け入れる方々の募集
広報するために、公的機関の協力
- ③運用
現地の方々のご理解

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



2012/12/15

11

③ソーシャルメディアでPR

- 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。

メリット

- ・料金がからない。
- ・口コミで鹿野町を広めることができる。

2012/12/15

12



鹿野町FacebookページPR手段 ③-2

- ①明治大学ホームページにURLを記載し、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、より多くの人に見てもらおう。

2012/12/15

13

Facebookにおける企画案

- 鹿野名物を作ろう！
- 鹿野の方々をインタビュー！
- 鹿野の2泊3日宿泊券をプレゼント！

2012/12/15

14

まとめ



2012/12/15

15

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」

買い物バス ～「出かけやすくしよう」～

グループ②福祉政策を考える
★前田真穂、★浅野水花、自見五月
(★発表者)

どうして買い物に困るのか。



若者の流出



少し離れたところに
大型商業施設の登場



お客が減っていく
商店

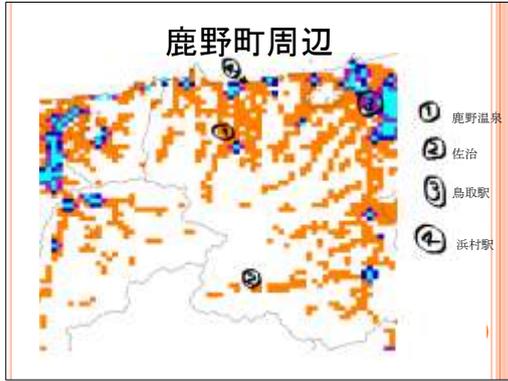
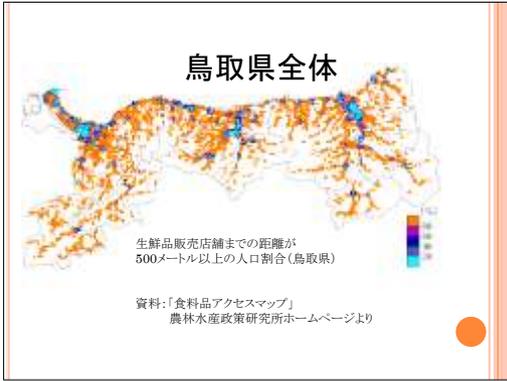


持続可能な買い物弱者対策

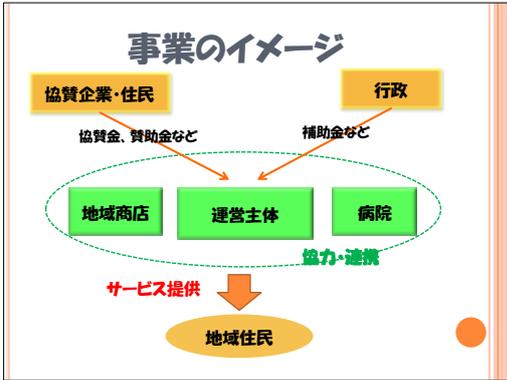
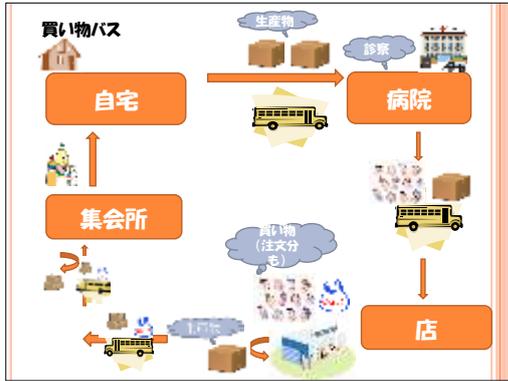
買い物バス

買い物弱者

買い物弱者予備軍



- ### 買い物バスとは…
- 地元商店をつなぐ
 - 地域の中のつながり強化
 - 地域同士のつながりを生む



- ### 鹿野の人たちとともに考えていくこと
- 主体、ボランティア、施設の利用
 - 公民館、病院、地元商店との連携 → 生産物の販売に関して
 - 運転手、車両、料金形態、ルート、頻度などバスの運営に関する事
 - 様々な場合に対する対応の方法 → 注文が少ない場合は？

- ### 将来の展望
- モデル地区の成功 → 実施地区の増加
 - ⇒ よりたくさんの方々の地域に住む方々の利用
 - ⇒ 鹿野町の地域間における結びつき強化
 - 買い物バスのビジネスとしての成功
 - ⇒ 鹿野町だけでなく、近隣の町へルート拡張
 - ⇒ 鹿野町周辺地域の活性化、発展

ご静聴ありがとうございました。

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」

最終報告プレゼンテーション

四季薫るまちづくり班
阿部、山口、鈴木、木村

ビジョン

～鹿野はどう変わる？～

いつ訪れても人が温かくて、彩りある街

提案内容

1. 植栽体験
2. ナチュラルガーデン構想
3. Facebook導入による鹿野のプロモーション

手法1 大規模な植栽体験

目的

- ◆今後増えうるであろう休耕地の有効利用
- ◆彩り豊かな町の形成

企画前

- 協力してくれる農家を募集、土地確保

企画実施

- 企画を観光客へ宣伝
- 地元の方とともに植栽体験

企画後

- 成長の様子を各参加者にメールでお知らせ
- 植栽した花の種を参加者に送付

提案1 植栽体験

～鹿野の景観を共に創ろう～

目的

- ◆観光客と地元住民の人的交流
- ◆鹿野の景観を共に創る喜びを味わってもらう

ターゲット

- ◆ガーデニングに興味がある層
- ◆鹿野の旅行に+αな思い出を残したい人

手法

- ◆休耕地を活用した大規模な植栽体験→手法1
- ◆城下町の軒先などに置くプランターを使った小規模な植栽体験→手法2

手法2 小規模な植栽体験

目的

- ◆城下町の景観向上
- ◆気楽な思い出作り

受け入れ

- イベントにおいて植栽体験ブースの設置

体験

- プランターを置いてもらう方とともに植栽体験
- 城下町に住んでる方の庭や軒先に設置

体験後

- 花の成長に応じて、手紙やメールなどで連絡をとる
- 記念撮影

提案2 鹿野ナチュラルガーデン

～プロによるナチュラルガーデン制作で全国からガーデニング愛好家を集めよう～

目的

- ◆鹿野を訪れる新たなきっかけを与え、「新たな」交流人口を増やす
- ◆ナチュラルガーデンを楽しんでもらうと同時に、同時に鹿野の町の魅力も伝える
- ◆より活気のある鮮やかな景観を作る

イベント内容

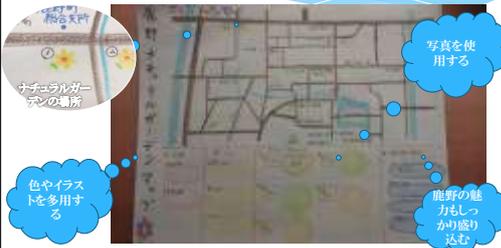
①参加型
植栽体験

③ガーデニ
ング講演会

②プロの手
によるナ
チュラル
ガーデン

観光客も参加できるイベント内容も組み込みながら、継続的に行う

土地利用について



提案3 FacebookをつかったPR

～魅力ある情報発信から観光へ～

目的 鹿野についてより多くの人に知ってもらうこと

Facebookのメリット

- ◆情報発信媒体の作り易さ
→作成および維持運営コスト
- ◆情報の伝達能力の高さ
→情報更新の容易さ、情報拡散能力

掲載コンテンツ

- ◆城下町、花、自然豊かな風景、ご当地の食べ物
- ◆動画
- ◆イベント紹介
- ◆鹿野の人の紹介
- ◆現地を訪問した学生による鹿野の紹介

Facebookページの周知

～リアルな世界と繋げる～

手法

- ◆QRコードを使った現実世界で情報を欲している人を繋げる場所

- ◆食のみやこ鳥取プラザ 東京都新橋駅近く

A4サイズを店内掲載





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」

空き家班 最終報告
創業者出身地学生派遣プログラム@鳥取県鹿野町

グループ4 空き家班
 柴田研三郎・穂坂彩乃・本橋勇次郎

KEYWORD

「需要」

対応する

- ✓ 文化祭

生み出す

- ✓ ゲストハウス
- ✓ まちづくり

➤「需要」を活かすことで、鹿野の知名度向上へ

2012/12/15 空き家班 最終報告 2

提案

**空き家を活用した
「地域ぐるみの文化祭」**

地元の小中学生、保護者のみならず、
地域住民が参加し、
町全体を会場として行う文化祭。

➤中長期的な貸し出しに向けて

2012/12/15 空き家班 最終報告 3

問題

- 貸し出す家が無い。
- しかし、外から鹿野町での暮らしを希望する人と、鹿野町の空き家は存在する。

理由

- 空き家の持ち主は、長期で家を貸すことに抵抗がある。

解決策

- 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。

2012/12/15 空き家班 最終報告 4

メリット

- I.文化祭で空き家を貸し出す経験をする。
- II.空き家を利用した文化祭が町の魅力を増す。
- III.子供たちが地域を学べる。

2012/12/15 空き家班 最終報告 5

さらなる発展

- 外から来た人が参加する。→他人への貸し出し。
- 子どもの作品の常設展もできる。→長期化

懸念されること

- 町全体の住民の理解を得なければならないこと

解決策

- 鹿野町の小中学校を卒業したOB・OG・ボランティアの人たち・町の出身者にも多く手伝ってもらう。→ロングスパンの大プロジェクト

2012/12/15 空き家班 最終報告 6

提案

みんなでつくるゲストハウスin鹿野町

設備は整っているが使用されていない事業所・工場・病院等を
活用するため、
「みんなでつくれる」仕組みにする。

➤「面白そう」を求める層に宣伝効果大
➤交流人口増、雇用創出へ…

2012/12/18 空き家班 最終報告 7

メリットとターゲット

メリット

- 改装費用・人件費を抑えることが可能
- リビングでの人と人との交流が盛ん

ターゲット

- バイカーやバックパッカーなど、身軽かつ人との出会いを重視する人々

2012/12/18 空き家班 最終報告 8

鹿野町の魅力

- ①町全体が一体となって活性化に取り組む姿勢
- ②外の人に対する寛容さ、親切さ
- ③美しい、自然城下町、農作物

Etc...

2012/12/15 空き家班 最終報告 9

宣伝方法

2012/12/15 空き家班 最終報告 10

提案

「まちづくり」を実践する場

大学生を中心とした参加者により、
鹿野の「まちづくり」を
コンセプト起案から視覚化まで行う。

▶類を見ない試みより、全国的な知名度向上
 ▶交流人口増、全国的知名度獲得へ...

2012/12/15 空き家班 最終報告 11

内容

交流人口増加に向け...

- 「まちづくり」のコンセプト起案から視覚化(事業化)までを行える、という貴重な体験を提供する。
- 公務員志望の学生・地元志向の学生などの参加が見込まれる。

遊休資源の更なる活用

- 空き家をコンセプトに沿った形で改築・活用。

2012/12/15 空き家班 最終報告 12

懸念材料

資金面

- 中長期的にはコンペティション形式が望ましい。
- 参加費を募ることで事業自体の存続可能性を高める。
- 参加費内で採算が取れるような規模で行うことが不可欠。

「まちづくり」自体に制限を設けるようにも見えるが...

- まち自体の雰囲気を壊さないことが重要であるため、この制限は合理的であると考える。

2012/12/15 空き家班 最終報告 13

以上より

交流人口増加

- ・参加者を募ることによって

遊休資源の更なる活用

- 「まちづくり」の視覚化によって

全国的知名度の向上

- このような新しい取り組みを成功させることによって

2012/12/15 空き家班 最終報告 14

結びに

- **鹿野の気持ちを大切に。**
 - 他地方・地域との一番の違いであり財産。
 - この気持ちが受け継がれていくという点において、空き家というその土地に染みついた「財産」はアドバンテージを持つ。

鹿野町の益々のご発展をお祈りいたしております。
空き家班一同

2012/12/15 空き家班 最終報告 15

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～

鹿野ブランドつくろう隊

明治大学 創立者出身地への学生派遣プロジェクト 鳥取県 最終成果報告発表会
2012年12月15日(土) 鹿野町

<p>鹿野町総合支所 産業建設課 隊長 乾 孝幸 主任 清水 保朝 NPO法人 いのししのしょうが焼き協議会 理事 大石 進 副理事 大石 孝一 コーディネーター 平野 智</p>	<p>明治大学 Leader 田中 重成 佐伯 真 包 辰 榎 正之 Special Thanks 平田 芳子 小林 真帆 鹿野町のみなさん</p>
---	--

2012/12/15 2

いのししのしょうが焼き

2012/12/15 2

試食会 ● いのししのしょうが焼き
—サロン燦（明治大学 3階 展望ロフト）—

2012/12/15

公式ブログ掲載
—株式会社永谷園 生姜部ブログ—

記事「鳥取県鹿野町の茲矩生姜と猪肉」2012年11月15日 08:34

実感。サクサク
旨味 生姜チキン 新登場

日本ケンタッキー・フライド・チキン株式会社 H.Pより抜粋・加工

2012/12/15

鹿野ブランドづくり

2012/12/15

鹿野町のみなさま
ありがとうございました*、

鹿野ブランドづくり
～鹿野の聴れた“おいしい。”を発信する～

2012/12/15

生姜の歴史
From 東南アジア

In 鹿野

無農薬

亀井茲矩
400年

登録商標「茲矩しょうが」
—原田 晏年さん—

生姜を用いたジャム
生姜を主原料とする粉末状の加工食品
生姜を原料とする加工野菜
生姜の漬物
おろししょうが
しょうが粉
生姜入り菓子

2012/12/15

活性化への始まり

茲矩しょうがを中心とする、鹿野ブランド

- 希少資源ジビエである猪と、組合せによる高付加価値
- ターゲットを絞り、鹿野ブランドの固定ファンを拡大
- 明治大学 サロン燦にて期間限定販売

2012/12/15

歴史食の鹿野

城下町の鹿野

2012/12/15