

「1日5分のまちづくり」

05:00

Are you ready?

鳥取県B班 「ぷらっと鹿野」

国際日本学部 4年 山口将邦
文学部 4年 吉田みのり
商学部 3年 池本卓麻
政治経済学部 2年 菊地亮太

目次

1	はじめに	2～5
	(1) テーマ.	2
	(2) 事前調査.	4
	(3) 現地調査にて.	4
	(4) 現地調査を終えて.	5
	-鹿野町の現状と課題-.	6
2	企画提言.	8～11
	(1) 企画コンセプト.	8
	(2) しかのアカデミー.	9
	(3) 鹿野親善大使.	10
	(4) 親善大使普及・発展ビジョン.	11
3	おわりに.	12

1、はじめに

私たちは明治大学創立者である岸本辰雄先生の出身地、鳥取県に派遣され、鳥取市の西に位置し、人口約4,000人の城下町、鹿野町で調査を行った。

この町を調査地を選んだのは、前年度の派遣者の提言「宿泊型体験プログラム」が採用され、今年度のテーマである「鳥取の発信」という面で、より発展の余地があると考えたためである。事前調査の段階で、鹿野町の方から「様々な提言がなされるが、全てその年限りになってしまう」、「人が来ている感じがしないし、また来てくれる人も少ない」という声が集まった。そこで、私たちは前年の成果をただ受け継ぐだけでなく、さらに発展させ、持続可能な仕組みを作ることに決めた。具体的には、前年度提言を基にしてできた、NPO法人「いんしゅう鹿野まちづくり協議会」が主催する体験型イベント「しかのちゃれっじ」を改善しながら鳥取の発信方法を中心に提言を行うことにした。

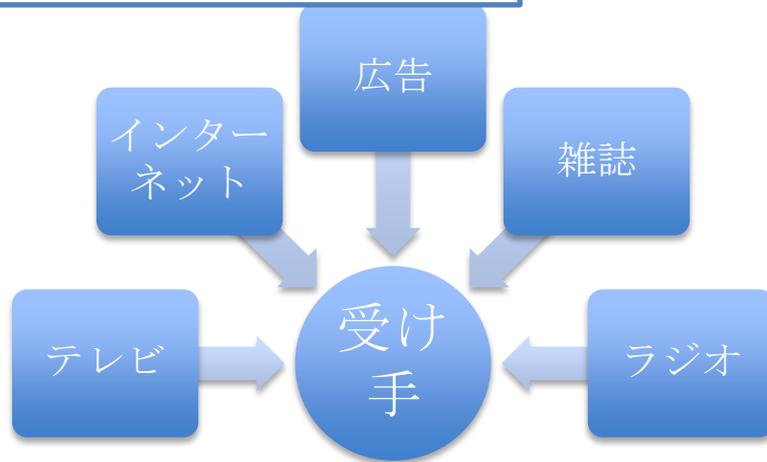
(1) テーマ

今回の鳥取班共通の目的は「鳥取の発信」であり、鳥取県の情報により多くの人々に届けようということである。私たちは鹿野町に対して、この目的と今の時代にあった形で、どのように発信することが良いのか考えた。

従来は企業や自治体が一方向的に情報を発信していたが、インターネットの発達により、今まで情報の受け手だった人たちが、自ら情報を発信するようになり、その効果は薄れてきている。近年では、特に「口コミ」という手段が有効であるとされており、人から人へ評判が伝わっていくことが、より興味関心を生むとされている。この効果は、口コミグルメサイト「食べログ」（カカクコムグループ）が店側だけの情報発信だけでなく、実際に店を利用した人の意見や感想を集めて共有することで、多数の利用者を獲得していることから明らかである。また、Facebook上で友人が「いいね」されたイベントに、自分も行ってみたいと思ったと感じる人も多いのではないだろうか。

以上のような時代性を踏まえた上で、私たちは「口コミ」による手段をもとに、「人」を利用することで鹿野町の発信力を強化し、情報を拡散することを狙った。

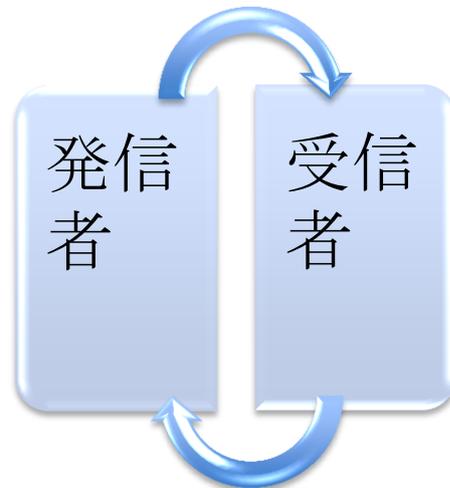
媒体による一方的な情報提示



口コミによる情報の連鎖

特徴

- ① 情報が発信者の信頼性に依拠
- ② リアルな声を聞くことができる
- ③ 発信者が受信者になりうる



(2) 事前調査

現地調査までに「鹿野町総合支所」、NPO 法人「いんしゅう鹿野まちづくり協議会」の両 HP などから情報収集を行った。鹿野町では、年を通じて「鹿野祭り」などの魅力的なイベントが開催されるだけでなく、鹿野温泉や城下町の名残が残っていることから、足を運ぶ観光客も年間約2万人と多い。また、それらの観光資源を活かし、「鹿野祭り」の似合う町というテーマのもと、町の景観保全に力を入れるなど、まちおこしに対して、とても積極的な町であることを感じた。また、「神山・尾道・鹿野 連携プロジェクト」のもと、徳島県の神山町や広島県の尾道市との連携や、まちづくりにおける専門家を呼んでの勉強会も行うなど、鳥取県内でもまちおこしの先進地区であるとも感じさせた。この膨大な努力があるにも関わらず、「なぜこの町の訪問者数は年々減少しているのか」、「どのように発信すれば、鹿野町に足を運んでもらえるのか」に対して書類・ネット媒体では、不十分な推測しか立てられないため、現地では自治体やまちづくりに携わる方、住人の「生の声」を得るため、聞き込み力を入れることにした。

(3) 現地調査にて

現地調査ではまず、NPO 法人「いんしゅう鹿野まちづくり協議会」の小林清さん、「鹿野町総合支所」の浜田英治さんから、イベントの詳細や取り組み、鹿野町でのまちづくりの現状を教えて頂いた。翌日からは様々な視点からの意見を集めるべく商工会議所、鹿野町のガイドの方、住人や移住者など、それぞれ異なる立場の方からお話を聞くことに注力した。また、先述した「しかのちゃれっじ」の1つである「鳥の劇場」の演劇プログラムも体験させていただいた。情報を集める上で、インターネット上で種々の文献を読んだにもかかわらず、事前調査で自分たちが現状を把握できていなかったことを反省すると同時に、ネット媒体での情報提供の限界を感じた調査であった。

(4) 現地調査を終えて

短い期間であったが鹿野町での調査を終え、多種多様なイベント、司馬遼太郎が絶賛した城下町の町並みの美しさもさることながら、住人へのヒアリングの際、初対面であるにもかかわらず、親身に答えて頂いたことや、まちづくり協議会の方々がまちづくりに真摯に取り組む姿勢から、鹿野町の一番の魅力は「人」であると今回の調査で確信した。この町に愛着をもち、まちおこしを図るその熱意こそが鹿野町の売り出すべきポイントであると考えた。そこで、鹿野町の「人」と関わるプログラムを作成、またインターネットなどの情報発信に代わる、「人」の口コミを活用した提言をすることにした。

事前研修と現地調査を踏まえての課題を以下にまとめる

— 鹿野町の現状と課題 —

(1) 訪問者の減少

鹿野町全体の訪問者は年々減少傾向にある。例えば、鹿野温泉では平成 20 年の訪問者は 23,266 人だったが、平成 25 年には 17,370 人と 6,000 人近くも減少している。それだけでなく、下記に挙げた主要 6 施設すべて減少傾向であり、危機的な状態にある。

観光地名	H20 年	H21 年	H22 年	H23 年	H24 年	H25 年	
鹿野温泉	23,266	21,369	19,900	18,123	17,275	17,370	
鹿野往来交流館 「童里夢」	—	—	13,132	17,557	21,564	14,824	平成 22 年 4 月オープン
しかの温泉館(ホ ットピア鹿野)	96,050	98,192	95,500	88,746	90,502	91,031	
鹿野そば道場	22,433	22,550	21,901	19,731	20,167	20,358	
ゆめこみち	8,289	8,696	7,675	7,175	6,174	7,046	
ゆめ本陣	12,966	10,436	11,325	10,886	10,140	7,490	

※鳥取市 HP から抜粋し作成

(2) 高齢化と地域の過疎化、進行する人口減少

鳥取市西部の中山間地域に位置する鹿野町は、人口約 4,000 人の町で平成 26 年 6 月時点で高齢化率は約 30%となっている。

日本の多くの地方自治体と同様に、鹿野町においても都市部への人口流出が進行しており、20～39 歳の若年層の割合は町全体人口の約 2 割に留まっている。現状では雇用の多くは都市圏、あるいは鳥取市中心部に集中しているため、大半の若者が都市部へ流れていってしまうという状況が続いている。これには、鹿野町からの企業撤退や、鳥取市街地から車で 30 分、最寄駅から車で 15 分と公共交通機関等の便の悪さが関係していると考えられる。こうした若者人口の減少は、さらなる課題を町に招いている。

(3) 地域の担い手の高齢化

鹿野町では現在、主にまちづくり協議会が中心となって地域活性化のための様々な取り組みやイベントを行っている。定期的に行われているものとしては、蓮ウォークや盆踊り、わ

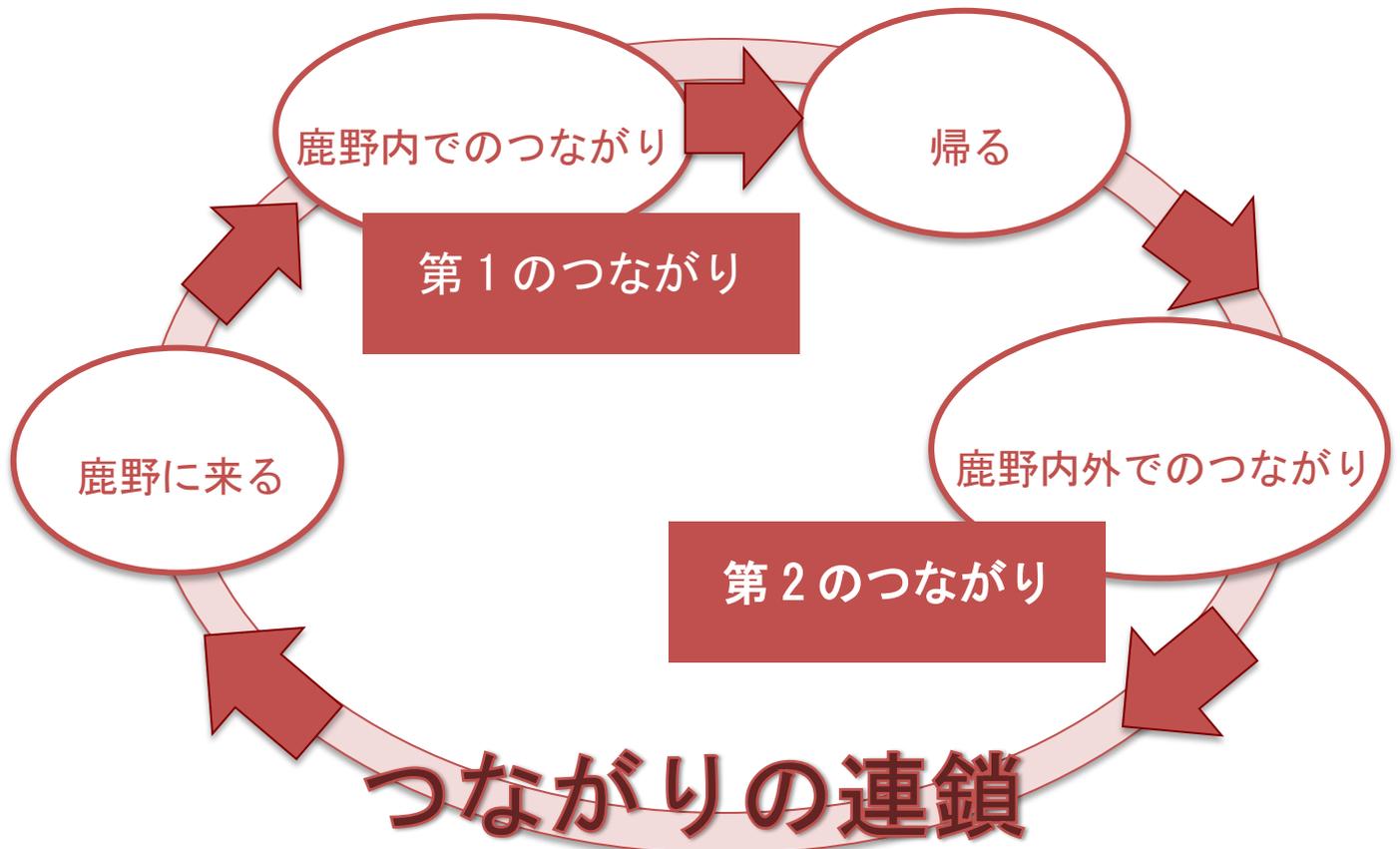
ったいな祭り、さらに廃校を活用した鳥の演劇祭等がある。これら多くのイベントは、中高年・高齢者の担い手によって支えられているのが現状であり、町に若者人口が増えない限り、担い手の高齢化・固定化は避けられない。

2、企画提言

(1) 企画コンセプト

私たちが考えた鹿野の将来像は「“人”との交流を通じて鹿野町とつながる」かつ、その「つながりが連鎖していく」というものである。短期でも長期でも訪れた人と交流する仕組みを作り、人間関係を構築することで、来訪者それぞれに「会いに行きたい人」を作り出し、継続的なつながりを創出する。さらに、その来訪者がまた鹿野の良さを周囲に伝えていき、その人がまた違う人に鹿野を紹介していく・・・という“つながりの連鎖”を起こすことが、今回の提言の目指すところである。また、まちづくり協議会の小林さんがおっしゃっていたように「生活のリズムを崩すような消費型大規模観光ではなく、人と人との結びつきや信頼関係の上に成り立つ持続可能な観光」こそ鹿野町に適していると考えた。

私たちは2つのつながりに着目した。



(2) しかのアカデミー

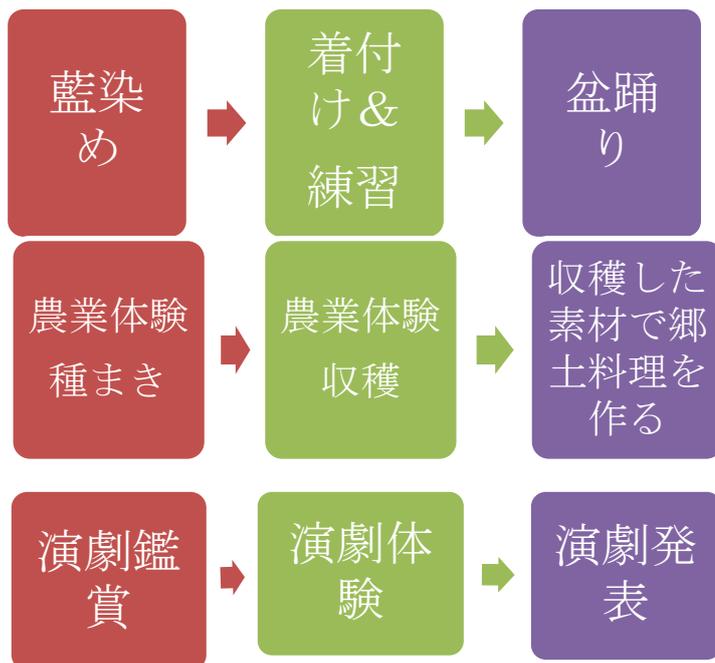
第1のつながりを作るものとして、我々は「しかのアカデミー」を提案する。

「しかのアカデミー」とは現行のイベントをシリーズ化し、外部から訪れる人の学び直しを助ける事を目的としたものである。対象は鳥取県内の市町村、もしくは周辺県に住む、時間・金銭に余裕があるシニア層を中心とする。

イベント案は図に表した通りである。パック I “藍染め” を例にとって説明すると、参加者はまず手ぬぐいや巾着など、着物姿に付随する小物を自らの手で染める。

日をおいて、今度は着物の着付けを習いに鹿野町を訪れる。このとき地元の方から盆踊りの手ほどきをうける。そして8月の盆踊りに着物を着、自分で染めた小物を携え、地元の方に混ざって踊る。このシリーズでは、自身が作ったもの(第1回藍染)を使用する場面(第3回)まで用意することでリピート率の増加が見込まれ、来訪者は段階的に物事を完成させる楽しみを味わうことができる。また何回も鹿野を訪れることで愛着も生まれるだろう。

ポイントとなるのは地元住民との交流である。イベントを教える側はもちろん、地元住民も共にイベントに参加することで参加者との間につながりが生まれる。地元住民と観光客の距離を縮めることで、参加者に更なる鹿野の一番の魅力である人の温かみを感じてもらい、リピーターを増やせるのではないかと考えた。会いに行く人がいる、お世話してくれる人がいる、というのはその町を訪ねる大きな理由となる。



(3) 鹿野親善大使

第2の継続的なつながりをもたせるものとして、「鹿野親善大使制度」を提案する。親善大使は周囲に鹿野町の情報を発信し、名を広めていく役目を負う。自分は単なる観光客ではなく、自らがまちづくりの一役を担うことで、スペシャリティを感じるようになる。

・任命方法・期間

基本的にしかのアカデミーに参加した人が任命される。

親善大使は課長・部長・大臣と3段階に階級が分かれている。

課長 無制限（アカデミー1回参加）

部長 5年（アカデミー2回参加）

大臣 5年（アカデミー3回参加）

降級後は、アカデミー1回参加で1つ上のランクへ戻れる。

・役割

(1) 周囲の人に鹿野町の魅力を伝える。

- ・鹿野町特産品のギフトカタログをお中元、お歳暮時などの際に利用してもらうことで、周囲に鹿野町の認知度を高めてもらう。
- ・親善大使特典制度を活用して、友人、知人と共に鹿野町に来てもらう。

(2) 年に1度、鹿野町で開催されるサミットに参加し、鹿野町の発信方法を考える。

・鹿野サミット

親善大使の発信方法・まちおこしの議論をし、親善大使同士のつながりをつくる場。

期日はわったいな祭り（10月）と同時開催とする。

主な企画は2点

- ・クイズ大会（成績優良者は1段階昇級）
- ・鹿野マニフェスト作成（例）親善大使改善案、アカデミー改善案等

・特典

鹿野町特産品のギフトカタログ

課長 例 しかの心・コーヒー 1 杯無料 4 人以上で宿泊割引
部長 例 橋本牧場・ジェラート 1 個無料 3 人以上で温泉割引
大臣 例 夢こみち「すげ笠御膳」1 食無料、鹿野祭り特等席で鹿野祭観覧 鹿野温泉割引

※鹿野町から親善大使への発信方法

鹿野町から親善大使へ向け、年 12 回（うち 4 回は和紙葉書かポストカード、残り 8 回はメールリングリストを通じたメール）、情報を発信する。内容は次の月のイベントや季節の移り変わり、鹿野の歴史・小噺など。また毎回文末に鹿野町に関するクイズを掲載し、全 12 回送り返してくれる人には昇級などの特典あり。

（４）親善大使普及・発展ビジョン

初めに地元住民、帰省者、連携している徳島県神山町、広島県尾道市の方々、また既に鹿野町を複数回訪れている周辺市町村の老人クラブや婦人会が、アカデミーに参加し親善大使になる。また「創立者出身地への学生派遣プログラム」で連携を結ぶ明治大学や県内の鳥取大学、鳥取環境大学の学生が親善大使になることで、次世代にも鹿野町を発信すると共に、幅広い地域で鹿野町の魅力を伝えることができる。

新たに鹿野町を訪れる人を取り込むことには、宣伝費用や時間がかかるため、限りがある。そこで私たちは「リピーターの獲得」に着目し、「しかのアカデミー」を提言する。しかし、時が経つと私たちの提言は、その時代性や鹿野町の情勢に合わなくなる部分が出て来てしまう。そこで、定期的な制度や企画のリニューアル、また訪問者の不満解消のための継続的努力を鹿野親善大使に任せ、日々新たな発想を鹿野町に吹き込むのである。

鹿野町全体の訪問者は年々減少傾向にある。私たちの提言の目的はこの減少傾向を食い止めることにある。そして鹿野大使制度や鹿野アカデミーによってリピーターを獲得し、当面の間は前年と同水準を維持することを目標とする。

3、おわりに

私たちは、まちづくりはたとえ町の外にいても参加でき、また気軽にできるものであると考えている。鹿野町の魅力を人に伝える、それは家族や友人のような身近な人でもいいのである。1日5分でも人に伝えようとするれば、それは鹿野町の情報を発信しているという、立派なまちづくりになりえる。このような思いからタイトルを「1日5分のまちづくり」とした。

このプログラムの運営主体は、現在の鹿野町でほぼ全てのイベントを主催している「まちづくり協議会」が適すると思った。

しかし同時に、一番大切なのは地元の方の協力である。これはこのプログラムの核であり、住民とふれあうことで、参加者は普通の観光では味わえない地元の生活、鹿野の人の温かみを感じ、この町に愛着も生まれてくる。また地元の方もアカデミーに参加することで鹿野を再発見する、または鹿野の新たな一面を知ることができ、よりこの町への愛着が増すと考えた。

地元の方々への理解、協力を得るために、行政、まちづくり協議会から総合支所便りへの掲載、街中でのポスター掲示、説明会の開催といった訴えかけが必要である。

また、アカデミーのイベントシリーズ化のために、イベント受け入れ先同士の連携も重要となってくる。例えば藍染めでは藍染め工房の方、着物着付け師の方・町並みガイドの方は意見を摺りあわせながらシリーズを作成し、イベント開催時は「どういう人が参加して、どういうことを望んでいるのか」を共有し、シリーズに一貫性を持たせる。

親善大使への継続的な連絡は、メールの場合メーリングリストを活用し、葉書の場合は、参加者が直接関わった人が書くことが理想的であるが、負担が大きい場合ボランティアを募り作成する。また、葉書作成やメール作成に最適な人材を募集し、空き家に住んでもらうことで移住に繋がる可能性もあるだろう。

このプログラムを実施するには、まちづくり協議会だけの力でなく、行政、他機関、地元住民の方々足並みを揃え、町の課題解決に向け、協力していくことが大切である。

本報告書を作成するにあたり、鳥取県関係者には大変お世話になりました。特に、私たちの活動を全面的に支え、尽力してくださったNPO法人「いんしゅう鹿野まちづくり協議会」の小林様、「鹿野町総合支所」の浜田様には、メンバー一同、大変感謝しています。ありがとうございました。