鳥取県伯耆町

台風の目計画

(株)上代学校の集客率アップを目指して

明治大学　B 班（青の了解）

政治経済学部　２年　三宅 麻祐

情報コミュニケーション学部　２年　桐ケ谷 剛

理工学部　３年　宮野 朋浩

文学部　４年　木内 はるか

台風の目計画-目次-

1. 概要
2. イメージチェンジ
3. 2020 台風の目計画
4. 地元アンケート
5. アットホームな雰囲気
6. 他団体・他協定との連携
7. 紙芝居活用について
8. そば丸ごと体験
9. パンフレット・看板の活用
10. 蛸舞式神事への露店の新規出店
11. 皆生温泉へのアンケート
12. さいごに

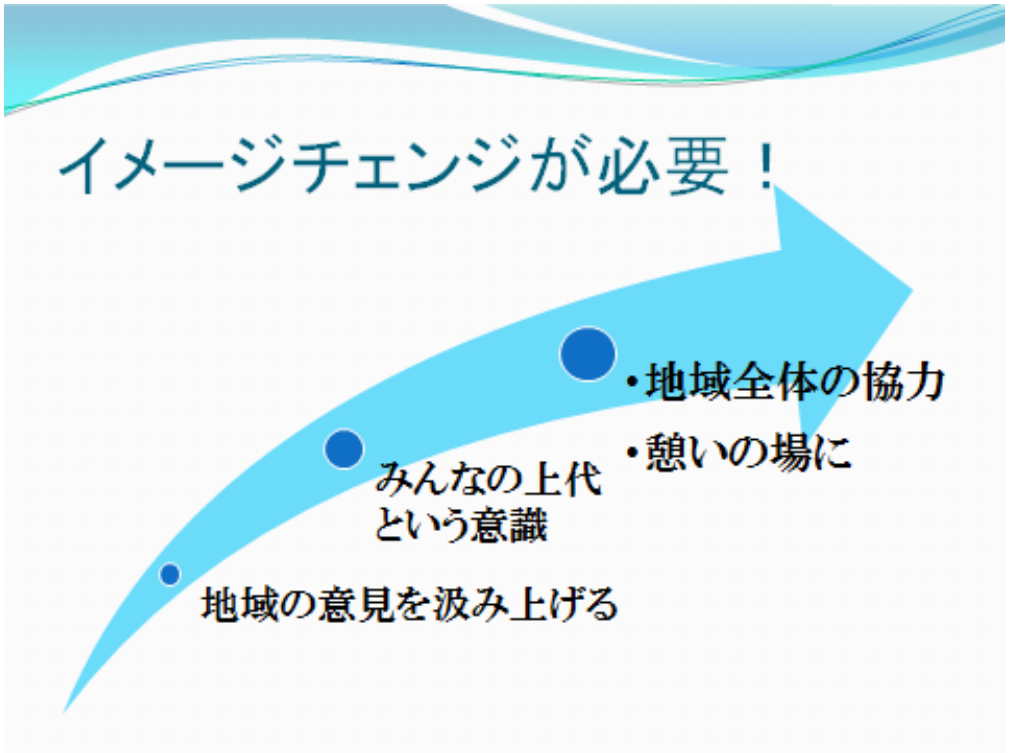
1. 概要

2015年9月1日～4日までの4日間､鳥取県伯耆町二部地区にて現地調査を実施した。私たちの班は「株式会社上代学校の集客率アップを目指して」というテーマのもと、現地でのフィールドワークに取り組んだ。4日間という短い期間ではあったが、地元の方々の温かいご支援、ご協力のおかげで実のある調査をすることができた。お忙しい中、熟議の時間を作っていただき私たちのどんなに些細な質問にも丁寧に答えてくださった二部地区の皆さま、私たちの希望を最大限叶えてくださった後藤さんをはじめとする多くの担当者の皆様に感謝の気持ちを伝えたいと思う。

さて、この報告書では中間発表でお話したことに加え、私たちが独自で行ったアンケートの結果を報告する。アンケートは皆生温泉の宿泊客、観光客を対象に実施し、181枚の回答を得ることができた。私たちの提言と併せて、このアンケート結果も参考にしていただけたら幸いである。

上代学校の来客数増加、延いては伯耆町二部地区のさらなる発展に少しでも私たちのアイデアが貢献できればと願っている。

2. イメージチェンジ



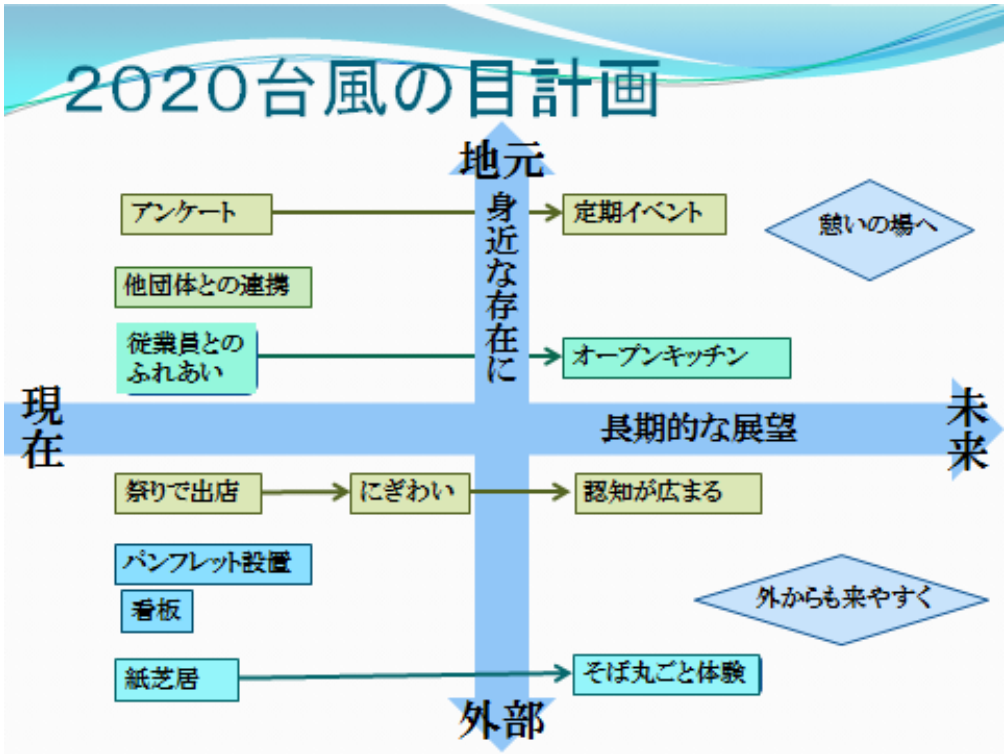
＜課題＞

上代学校の方々に話を聞いたところ、「上代学校を地域住民の憩いの場にしたい」とか「地域全体で上代学校を盛り上げたい」という思いを知ることができた。しかし、地域住民の方々に調査したところ、実際は、上代学校が地域に根付いておらず、地域住民の身近な存在ではない問題点が上がった。こうした上代学校の地域におけるイメージを払拭し、より身近な存在にすることが課題である。

＜課題解決のために＞

こうした課題を解決するために、①地域住民の意見を汲み上げる、②「みんなの上代学校」という意識を芽生えさせる、③地域全体の協力を得られるようになる、という 3 ステップのイメージチェンジを提案する。まず、アンケートなどの方法で、地域住民の意見を汲み上げる機会を増やす。こうして上代学校が住民の意見を取り入れる姿勢を示すことで、地域住民に「みんなの上代学校」、「私たちの上代学校」といった意識を持たせることができる。このような意識が地域全体に広まることで、地域全体の協力が得られ、地域住民の足が上代学校に向かうようになり、憩いの場となると考える。

3. 2020 台風の目計画



上代学校の来客数を増加させ、延いては上代学校をより盛り上げるために「2020 台風の目計画」を提案する。今から 5 年後の 2020 年を目安に、上代学校が台風の目のように二部地区の活性化の中心になるようにという意味を込めてこの名前をつけた。上は、計画の内容を図で示したものである。

この図のポイントは二つある。一つは、伯耆町二部地区の内側と外側両方からアプローチすること、もう一つは、5 年後やそれ以降を見据えた長期的な計画であることだ。

＜内外両面からのアプローチ＞

画面上部が伯耆町二部地区内部へのアプローチを、下部が外部へのアプローチを示した。内部へのアプローチは、前述した通り、地域住民にとって身近な存在になることを軸としている。

＜長期的計画＞

画面左が現在、右が未来を示しており、左側に示した事項は、今すぐ、明日からでも取り組めるもので、その未来を右側に示した。最終的には、「地域の憩いの場になること」を目的としている。各事項の具体的な内容については、以下の項目で説明をする。

4. 地元アンケート

引用<http://plaza.rakuten.co.jp/bbschool/diary/201110110000/>アクセス 2015/09/4

ここでは「地元住民の協力を得るための環境作り」についてまとめていく。

この目的を達成するまでの仮定で課題となってくる点は「地元住民の理解を得られていない」という事である。まず，彼らの理解が生む利益について考察する。その後に解決策をいくつか紹介する。

利益に繋がると考える理由は 4 つある。:

① 新たな企画・商品案の開発

② 従業員の増加

③ リピーター客の増加

④ 推薦される店

①については，凝り固まった考えの脱却に繋がると考える。そして，それらの情報収集を効率的に行う事が出来るのが「地元アンケート」である。収集する情報としては，企画・商品案の他に「店への意見」を聞くことにより，「みんなの店」という考えを生み，住民の店への「熱」を集めることに貢献するだろう。この「熱」はここでは「好感」と同じような意味を持たせている。②で言う「従業員」は「パート」「アルバイト」としてではなく，「無償」で働いてくれる「従業員」である。柔らかい表現としては「手助け」をしてくれる「従業員」と言える。つまり，住民の「熱」が一定量店に集まった時，それは「無償の支援」という形で具体化されると考えている。もし，従業員の費用を節約することが出来れば，商品の値下げにも繋がるだろう。これは地域外の方々の集客率向上に影響を与える。また，次の項目で店の内装及び雰囲気作成について述べるが，良い

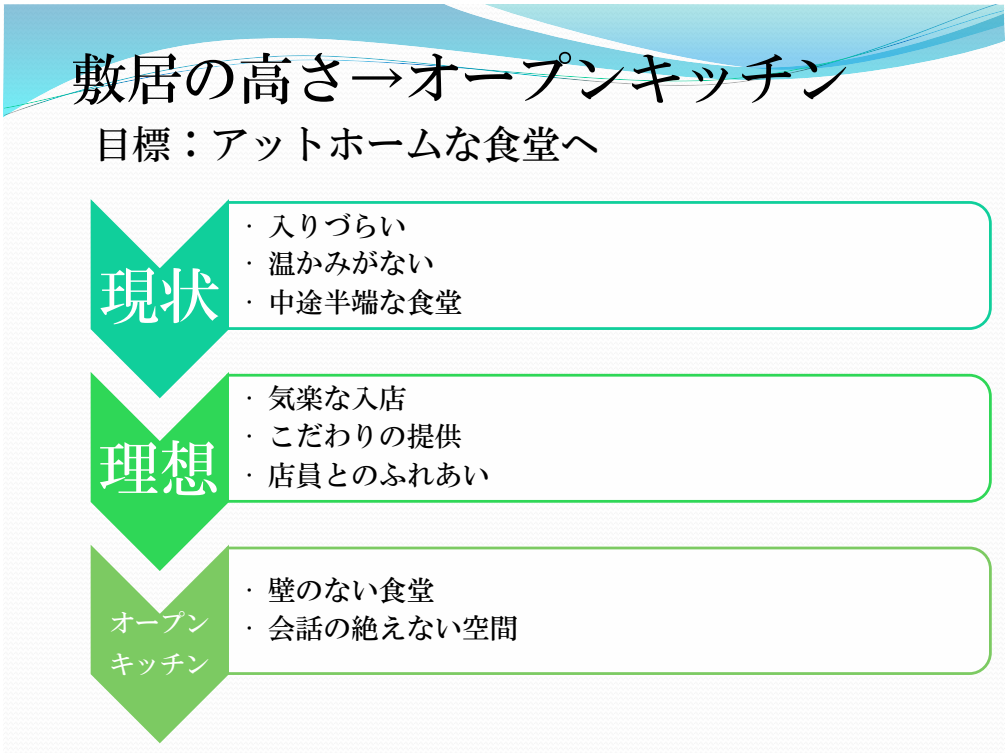
雰囲気作りに従業員の増加も絡んでくる。詳細についてはその項目で述べる。③のリピーター客として狙うのは，初めは「地元の方々」である。一般的に店の収益の安定を図る上で重要となってくるのがリピーターの存在である。そして，リピーターとなる可能性が一番高いのは，近くに住んでいる方々である。④では地域住民の方々の紹介によって，上代学校の存在を親戚，知り合い，そして他県の人に広めることが出来る。また，紹介を積極的に行ってもらうためには，彼らの店に対する「熱」が大きく関係する。そして，地域外から来てくれた客をリピーターにすることが出来れば，最も良いシナリオとなるだろう。この利益は全て「住民」が絡んでいることに注目してもらいたい。また，ここで述べた 4 つの利益はあくまでも「店」としての利益であるが，私は地域住民が用事や理由もなく集まり，情報共有が出来る場所の存在が，その地域の活性化に繋がるのだと信じている。

次に，地元住民の理解を得るための案を提案する。

今回，現地調査をして分かったことは，地域の方々が上代学校を「株式会社」として見ていることだった。もちろん，それは事実であるから仕方のないことであるが，上代学校を「株式会社」として見られることを薄めることは可能であると考えている。そこで鍵となってくるのが「地元アンケート」である。つまり，得られた地元住民の意見を尊重し，積極的に取り入れていくことにより，住民の意見が統合して「みんなの店」という印象を与えることが出来る。また，アンケートに割引券の様な機能を持たせるなどして，地域住民に対して割引サービスを行うことにより，リピーターになってくれる可能性を上げられると考える。他にも，期間を設けてその期間中に集まった案の中から，最も優れた案を提案して下さった方にプレゼントを用意する。などの企画はアンケートの収集率向上に繋がると考える。そういった行ってみたい企画，イベントをアンケートで聞いてみるというのも住民の理解を得る事になるだろう。

地域の方々がもたらす利益は計り知れないというのは事実である。故に，彼らの「理解」を得ることは重要である。よって，初めは現在の印象を脱却するためにも地域へ寄付・貢献をし，まずは地域住民の理解を得て，そして彼らの協力を得られるような店を目指すことが，集客率向上への重要な土台になる。また，「店を地域住民に愛してもらいたい」と言う気持ちで行動に移すことが重要だと考える。

5. アットホームな雰囲気



ここでは「アットホームで，いつも入りやすく長居できる店」を目指す方法をまとめていく。また，地域住民の関心・熱を集めることが店の利益に繋がることを踏まえ，地域住民にとって入りやすい店にするための工夫を考察していく。

今回，現地調査を行い分かったことは，地域住民の方々が上代学校に対して，「入りづらい」，「温かみがない」，「中途半端な食堂」と言う様な印象を持っていることだ。ところで，ここでは「上代を運営している方々」は地域住民の中から除いている。また，「中途半端な食堂」は次の様に解釈をしている。

「中途半端な店」:「高級感があり，質が高い店」と「アットホームで，いつも入りやく長居できる店」の中間に値する店

ここで目的を達成するための目標を 4 つ掲げる。

① 入りやすい入口と構造
② 店ならではの商品
③ 料金の値上げ
④ 会話のある温かさ

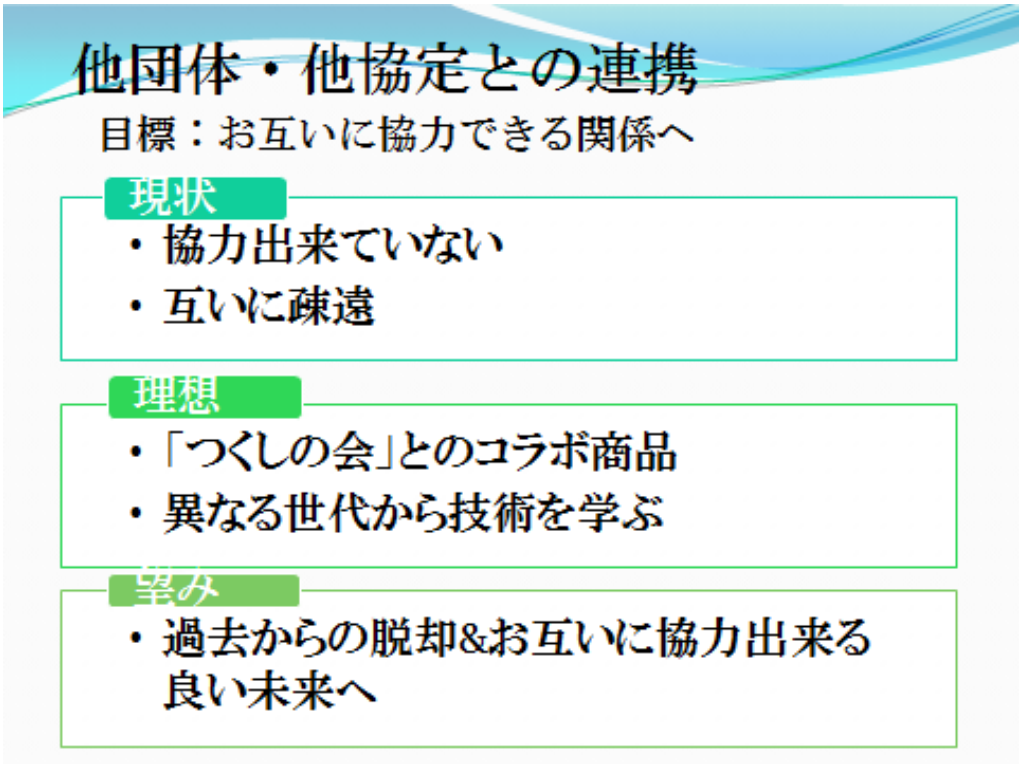
①では外装及び内装に注目した。まず，外装について述べると，入り口が薄暗いのが左の図から分かる。これでは客は入りづらいと感じる。「外から見て玄関や廊下が見える」程度のライトアップは昼間でも行うと良い。玄関だけではなく，明るい空間は居やすい印象を与えるから廊下や教室なども明るくするのが良い。自然光で演出が出来ればアットホームな印象を与えられる。また，「営業中」「OPEN」など営業をしていることを示す目印は同じような効果をもたらす。次に内装について述べると，調査により食事をする部屋までの廊下が狭いことに気付いた。これも入りづらく寂しい印象を与える。廊下に置かれた物は移動し広くシンプルに見せる工夫が必要だ。②と③では料理に注目した。まず，郷土料理などは都会の方々は興味を持つが，一方でその地域の方はあまり興味がないのが事実だ。よって，今回の目的を考慮すると，郷土料理・伝統料理と言うよりは「店でしか食べられない，作れない」料理を提供するのが重要だと考える。例えば，毎週変わる丼物（天丼，ねぎとろ丼，鉄火丼，とろろ丼など）は，飽きさせない効果を与える。また，丼物であれば，「弁当」として売ることも可能になり，急いで食べたい人や外で食べたい人を狙う事も出来る。③は客がリピーターとして隔週来てくれるか鍵となる目標である。出来れば「ワンコイン」を目指したい。④は，上代学校に温かみがない理由として，会話がない，会話が出来る環境がないことが原因だと考えたため目標に設定した。客は調理者の方との会話があることにより，店に温かみを感じることが出来ると考えている。また，「会話が出来る環境がない」というのは下の図より，食堂と調理場が壁で完全に分けられており，客は待っている間に会話ができないことが分かる。１人客を狙うためには，「１人で来ても会話が出来る空間」を提供するのが良いと考える。よって，調理者は出来る限りキッチンの外に出て，客と会話をすることが必要だ。

ここで④を達成するための案として，キッチンをオープンキッチンにすることを提案する。つまり，キッチンと食堂の壁を最小限にする方法だ。

オープンキッチンにすることにより，調理者はキッチンの外に出なくても客と話しをすることが出来る。つまり，これは１人でも入りやすい空間を提供するだろう。また，そのために従業員を増やさなくて良いので人件費の節約に繋がる。また，ここで私がこ

の案を提案した理由はもう１つある。それは，この地区と明治大学の関係をこれからも維持するためだ。つまり，明治大学と鳥取県の連携を活かして，明治大学建築学科と共同でリフォームを行うことにより，この地区と明治大学の繋がりをより強くすることが出来ると考えている。

6. 他団体・他協定との連携



＜課題＞

伯耆町でのフィールドワークを通し、伯耆町や二部地区を盛り上げたいと思い、活動している団体が多く存在することを知った。伯耆町の特産物を使った商品開発・販売を行う「つくしの会」や、若者を主体とした「だんだんプロジェクト」や「二部梁山泊」といった団体である。しかし、現状では上代学校はどの団体とも十分に連携しているとは言えない。お互いに遠慮をし、疎遠な状態では、団体同士の相乗効果が望めない。

＜他団体との連携による効果＞

他団体との連携として、具体的には、①「つくしの会」とのコラボ商品の開発・販売、②若者主体団体からの情報技術の吸収といった二つを提案する。

特に、②は、イベントや商品の宣伝ポスター作りだけではなく、上代学校の情報をHP やブログ、Facebook や twitter などといった SNS で発信していく上で、とても効果を発揮する。

このように、他団体と協力し、知識や技術、情報を交換することによって、お互いの団体が活気づくだけではなく、二部地区全体の風通しがよくなる。そして、他団体と連携しようという姿勢が、上代学校を地域に根付かせるためのイメージチェンジにつながると考えられる。

7. 紙芝居の活用について

上代学校での熟議の際に、紙芝居の存在を知った。お店の奥深くから出てきた蛸の伝説にまつわる紙芝居、これこそが伯耆町とその周辺地域の人々、そして町外の人たちへの福岡地区の蛸舞式神事のアピールに一役買ってくれるに違いない！と大きな期待を持って紙芝居の活用を提案することにした。

私たちが二部地区を回っているときに出会った、上代学校や伯耆町周辺で様々な活動をしている「みちくさ」の子供たちが、米子などの市街地から「自然と触れ合わせたい」との親御さんの希望で集まってきているということを聞いてヒントを得た。この子供たちの例のように、自分の子供たちを自然と触れ合わせたい、都会ではできないことを体験させたいと願う幼稚園に通うお子さん・小学生のお子さんを持つ親御さんは多くいることだろう。そこで、この紙芝居を市街地の子供たちに読み聞かせることで、蛸舞式神事について知ってもらう→併せて、上代学校で出来る様々な体験プログラムを宣伝する→市街地の子供たちが二部地区に興味を持って訪れてくれる！ということが期待できるのではないかと考えた。

絵柄も大変可愛らしく、話もわかりやすくまとまっている印象を受けたが、改善点を挙げるならば、ずばり、「セリフや効果音が少ない」という点である。もっとセリフや効果音が多い紙芝居であったら、聞いている子供たちはきっとどんどん話に引き込まれ、

実際に蛸さんの町に行ってみたい！と思ってくれることだろう。例えば、「ざぶーん」という波の音であったり、「ありがとう！蛸さん！」というような子供たちが日ごろ耳にしている身近な話し言葉を取り入れていったりするのが良いのではないだろうか。あとは、話に入るまでの前置きが長い印象を受けたので、歴史に詳しい人と話し合って要点を絞ったストーリーにすることを提案する。外部への働きかけの手段の一つとして、ぜひとも活用してほしい。

8. そば丸ごと体験

（株）上代が経営している上代学校の利用に関して、食事の提供やどぶろく上代の物販以外の有効活用手段として「そば丸ごと体験」を提案する。

実際、現在でも（株）上代によって「そば打ち体験教室」が行われており、土曜日、日曜日などの休日に開かれているため、遠い地域からの観光客も参加しやすい環境だと分かる。また、参加人数も 10 名程度まで体験できるため、家族連れの客も望める。

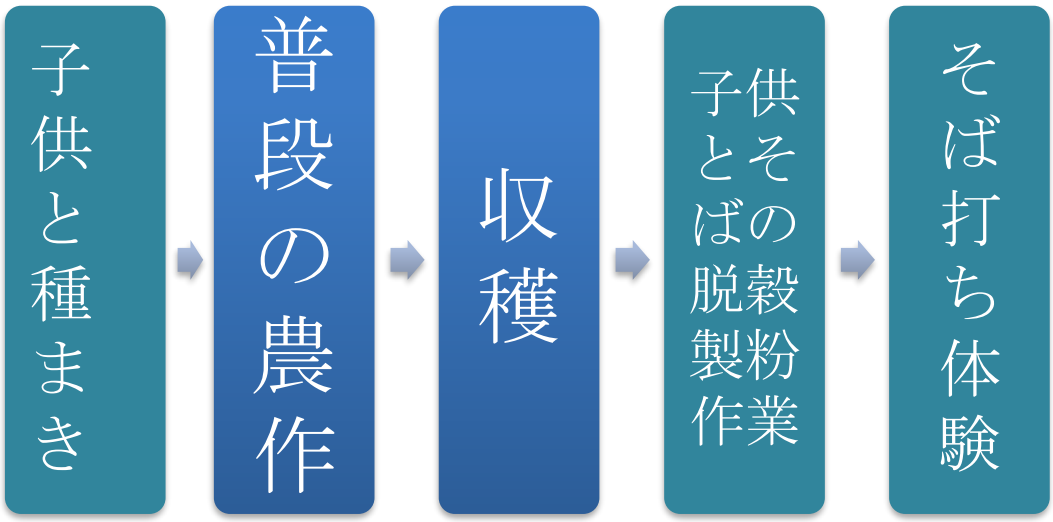
しかし、私達、明治大学学生派遣プログラム（株）上代担当班からの提案である「そば丸ごと体験（仮名）」は前述の「そば打ち体験教室」に更なる要素を加えたものになる。

まず、この企画に目的については、やはり、上代学校の集客率及び、リピーターの増加が主になる。そして、企画の対象として市街地に住んでいる子供達及び、その家族が適していると思われる。

現在、大山を中心に行われている活動で「大山森のようちえん」というものがあり、内容としては自然を体験しながら幼稚園としての機能も果たすという活動である。その活動の引率者に伺った話によると、参加している子供達の多くは米子といった市街地や大山から少し離れた地域に住んでいる子供達で、バスなどでわざわざ通っている。そして、それは親の意向が大きいという話であった。つまり、地理的に距離が遠くても子供に自然を触れさせたいという親のニーズが十分にあることが分かる。

この流れを汲み、主な対象を前述のように市街地の子供とした。

では、活動内容についてだが、主に 5 つの工程に分けられる。まず初めに、稲の苗植えの際、地元の内外から子供達を募り、地元のそば農家の方と一緒に作業を行っていただき、後に各農家の方々には普段の農作業していただく形となる。そして、収穫の頃に再び、参加している子供達を呼んで、乾かした稲を一緒に脱穀、加工、最後に上代学校にてそば作りをする、という形で全体的な流れはこのようになる。（以下チャート図）



メリットとしては前述にもあるが、家族連れでの上代学校への来店が見込めるのと、

また、苗植えとそば作りの工程で最低でも参加者は 2 回来ることになるためリピーターになりやすいという点などが挙げられる。

他にも実際の参加率で言えば、子供 5 工程中 3 つだけで一見少なく見えるが、そば作りを丸ごと体験できたような感覚が味わえるため、上代への思い入れも恐らく強くなりやすく、長期的なリピーターになる可能性が高いと思われる。

全体的に上代の地域の方に参加していただく必要性があるが、その分、その地域内での交流もより盛んになっていくと思われ、「そば丸ごと体験」の効果は波及的に広がりやすいと期待できる。

以上の内容を以て「そば丸ごと体験」を提案する。

9.　パンフレット・看板の活用

ここからは町外の人たちへの働きかけとして、パンフレットの有効利用、看板の設置を提案する。

私たちが二部地区周辺の施設を回っているとき、一度も上代学校のパンフレットを目にすることがなかった。せっかく地図入りのパンフレットを作っているのにそれを活用出来ていないのがもったいないなと感じた。そこで、みるくの里や、大山ガーデンプレイス、皆生温泉など、地元の人や観光客など人が集まるところに置いてもらって、積極的に上代学校の存在を発信していくことを提案したい。車で来ている観光客がほとんどで、さらに飲食店が二部地区周辺にはあまり無い印象を受けたので、パンフレットでお店の存在を知ってもらうことは大きなチャンスになるのではないだろうか。

さらに、二部地区の近くに出来た広島方面へ通ずるトンネルを利用する人たちへ向けて、「上代学校というものがここにありますよ！」ということをわかりやすく伝える看板を設置するのも良策だと思う。私たちが作った看板を一例として載せてみる。

毎日目にする看板のお店の名前をいつの間にか憶えてしまうような経験は誰にでもあるだろう。今度休みの日に家族と行ってみようかな、と思ってもらえたらこちらのものである。カーナビに登録されていないことは確かにマイナスではあるが、『近くに来た人だけが偶然たどり着ける店』という風に口コミが広がることもあるかもしれない。まずは看板の設置で、お店が開いている時間などをわかりやすく示してみることを勧めたい。

10. 蛸舞式神事への露店の新規出店

福岡神社において毎年 10 月に行われる「蛸舞式神事」に関して、我々（株）上代担当班は、その祭りに関連して福岡地域を中心として「露店」を出すことを提案する。

この「露店」に関しての提案は長期的な展望を前提としている。

流れとしては、三段階に別れており、第一段階としてまず、たこ焼き、リンゴ飴といった、所謂一般的な露店を出店し、地域全体に対して、「蛸舞式神事」の際に露店が出店するという認知を広める。恐らく初めの内は地元の人と情報を共有してもらう必要があると思われた。

次に第二段階として、その認知が広まり始めたら、そこの特産や有名な食材を使った料理を売る独自の露店を企画し、出店していき地元の個性に繋がっていく土台を作る。これによって「蛸舞式神事」との関連性もより強まり、固有の文化として根付いていくと思われる。そして、何よりもそこでしか食べられない、見られないものが生まれることで他の地域からの集客も見込める。

最終段階としては、それら独自の露店が当たり前のように存在し、県外のようなより広い地域に対しての強みになっていくと思われる。また、結果として上代学校の認知も並行して広がっていく効果も期待出来る。

前述の出店の運営や収益は主に（株）上代が責任を持っていただく形になるが、（株）上代を中心により地域活性化が行われるようになるため、現地の方々の企画参加率や手伝いなどもより積極的になると考えられ、地元地域の団体としての意識がより上代学校に向かっていく予想出来る。

以上の内容を以て「露店」の新規出店を提案する。

集まれる場

- **福岡神社の「蛸舞式神事」が中心**
- **出店などによる集客**
- **とりあえず、続けてみる**

地域に根付く

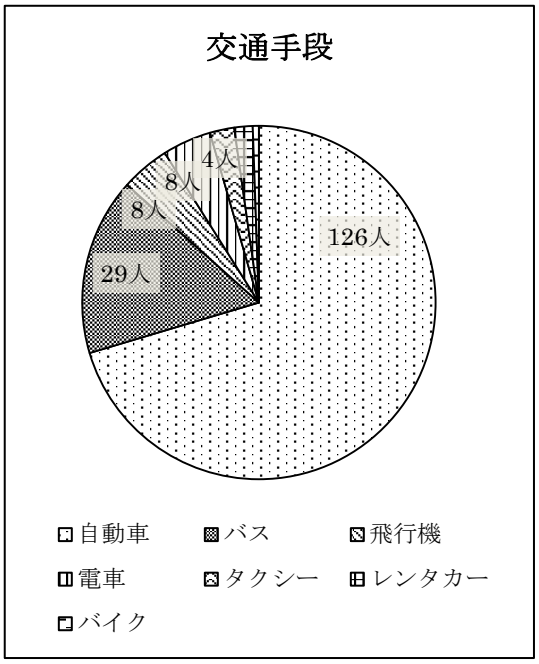
- **恒例化し始める**
- **徐々にそこの地域性が強まる**
- **そこでしか体験できない独自性へ　　例：特産品を使った食べ物など**

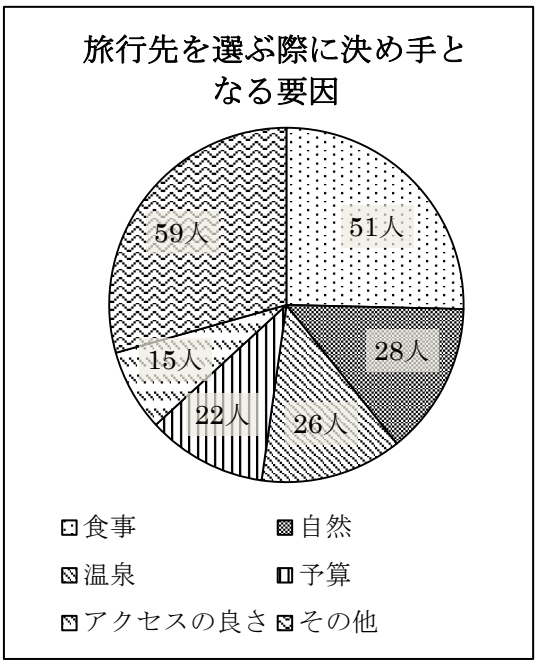
いずれは

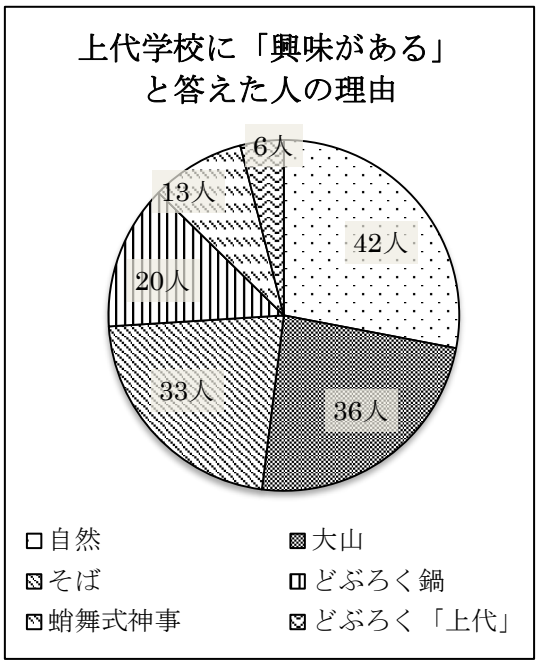
- **県レベルでの認識が生まれる**
- **祭り以外の魅力が認知されていく**

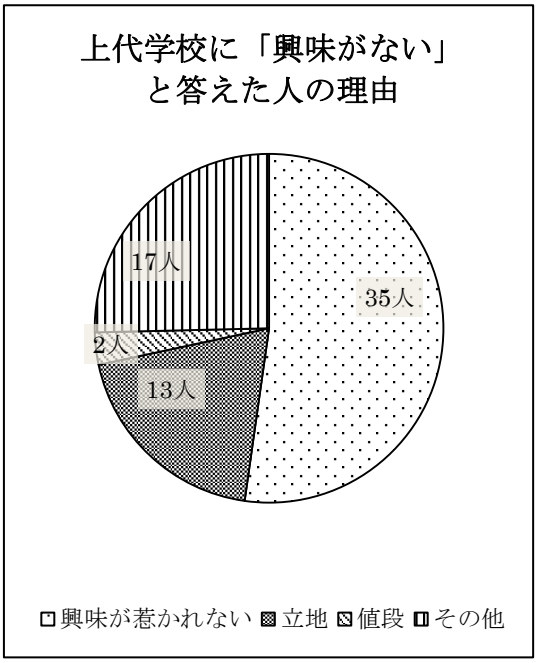
11. 皆生温泉へのアンケート

9月26日から10月15日の期間で皆生温泉及びその周辺施設でアンケートを実施した。結果として 181 人の回答を得ることができた。ここでは，アンケートで得られた意見を参考に考察をする。









グラフより車で来ている人が圧倒的に多いことが分かる。よって，車で来ている人を呼び込むための看板やパンフレットの活用はやはり効果的だと考える。

「自然」を上代学校へ行きたいと感じた理由に挙げている人が 42 名おり、また、旅先を決める際に重視するものとして「自然」（28 人）を挙げる人も多かった。もっと自然を押し出すような文言を HP やパンフレットに加えることも一つの手ではないだろうか。また，「温泉」を目当てに旅に出る人が 26 人いた。そういうお客さんを引き込むためにも、もっと皆生温泉とのネットワークを強めていくのが良いのではと思われる。

子供も楽しめる所が欲しいという意見も多々あり、そば打ち体験や熟議で挙がった上代学校のプールの再利用などをすることにより、さらなる集客が期待できる。

12. さいごに

貴重なお時間を割いて頂きありがとうございました。話し合いの際失礼な意見を言ってしまい申し訳ありませんでした。広島につながるトンネルが近くにあることや校舎の前に広がる自然を含め、上代学校の立地条件は良いと思います。上代学校が地域の中心の場になることを信じております。必ずまた蕎麦を食べに行かせていただきます。お忙しい中ありがとうございました。

理工学部　３年　宮野　朋浩（のっち）

鳥取へ行く前に私が立てた目標は、「地元の方々に喜んでいただけるような提言をすること」と、「鳥取を第二の故郷にする！」というものでした。不安と期待を胸に鳥取へ向かった私を二部地区の方々は本当に温かく迎えてくださり、まるで何年もここに住んでいたのではないかと錯覚してしまうほどのびのびと楽しく過ごさせていただきました。食べ物が美味しくて自然もいっぱいで、住んでいる人たちもとっても魅力的。そんな伯耆町という町が大好きになり、すっかり私にとっての第二の故郷と言えるぐらい愛着のある町になりました。笑顔がキラキラしていて可愛らしい元気な子供たち、二部地区を良くしようと一生懸命活動なさっている熱い心を持ったユニークな２０～４０代の皆さん、そして熟議でたくさん貴重なご意見を聞かせてくださった人生の大先輩の世代の皆さん方に会いに、また必ず鳥取県へ遊びに行きたいと思っています。特に、蛸舞式神事と二部地区の運動会には是非参加させていただきたいです！！ちゃんとジャージと運動靴をもって行きますね！楽しみにしています！

上代学校の美味しいお蕎麦がもっと多くの人に知ってもらえますように、伯耆町がもっともっとぬくもりに満ちた素敵な場所になりますようにと願っております。

またお会いできる日を楽しみにしています。ありがとうございました！

政治経済学部　２年　三宅　麻祐（みやまゆ）

今回報告書をまとめるにあたり、中間発表の内容に加え、アンケート調査を実施しました。回答者への配慮と調査する側の意図とのバランスをとることが困難であることや、回答する側に立ち設問を考え、文面を作成することは、現地でのヒアリングとも共通するものだと感じました。

伯耆町住民の方々へのヒアリングは、時間が限られており、その中で私たちが聞きたいことを聞き、住民の方々の話したいことを聞き出すというのは、非常に難しいことでした。そうした制約があるなかで、多くの方に多くの協力をしていただき、中間発表や報告書を完成させることができました。とても感謝しております。

調査という目的を抜きにしても、伯耆町へ伺った 4 日間は非常に楽しいものでした。急にやって来た私たちを温かく迎えてくださり、楽しくお話してくださった方々のために、提案を考えました。

今回の提案が、伯耆町をより盛り上げるために役立てばと思います。

文学部　4 年　木内　はるか（きうちゃん）

学生派遣プログラムを通じ一番感じられたことはやはり地域活性化の難しさでした。

具体的な案や対策を考えてみても将来の明確な予想図が見えなくて、中間発表もどうなるのか心配でした。

ですが、後藤さんの援助や伯耆町、上代学校の全面的な協力のおかげで何とか期日までに発表資料をまとめることが出来ました。本当にありがとうございました。

前述から感じられたのは、「結果」を求める以前に「手段」をより明確にさせないと地域活性化は難しいのではないか、ということです。いくら大きな「目的」を持っても、行動や反省といった「手段」がなければ全く達成されるわけがなく、また、周りの協力も得られなくなってしまうのではないでしょうか。

それを踏まえ、現代では地域活性化が難しくなってしまい、あやふやな意識になってしまいます。そして、学生派遣プログラムは何よりもその「手段」を得るための方法を知るいい機会だったと感じています。

情報コミュニケーション学部　２年　桐ヶ谷　剛（きりぽん）