

鳥取県をフィールドとしたソリューション実践プログラムに関するカリキュラム開発

Curriculum Development of a Solution-oriented Program in Tottori Prefecture

＜プロジェクト・メンバー＞

苅宿俊文，稲積宏誠，長橋透，宮川裕之

Kariyado Toshibumi, Inazuki Hiroshige, Nagahashi Tooru, Miyagawa Hiroyuki

青山学院大学 社会情報学部

Aoyama Gakuin University School of Social Informatics

キーワード：ソフトシステム方法論，ガストロノミーツーリズム，中山間地域，地域資源

Keywords: Soft Systems Methodology, Gastronomy tourism, Community in Hilly and Mountainous Area, Regional resources

1. 活動について

1—1 活動の概要

2018年3月に結結された鳥取県と青山学院大学による包括連携協定に基づき，昨年に引き続いて青山学院大学社会情報学部附置社会情報学研究センターは鳥取県内でフィールドワーク活動を行った。8月上旬から9月上旬にかけて4つの研究室が鳥取県を訪れ，地域調査活動を行った。地域の実態に関する調査活動として，学生が鳥取県と持続的な関わりを持ち「関係人口」になることを目的として，各研究室が鳥取市内でのアクティビティや調査活動を行った。

1—2 スケジュール

2019年

8月7日－9日	宮川研究室	鳥取訪問
8月27日－29日	苅宿研究室	鳥取訪問
8月29日－31日	長橋研究室	鳥取訪問
9月2日－4日	稲積研究室	鳥取訪問

2. 活動の詳細

2—1 宮川研究室による鳥取訪問

8月7日から9日にかけて，宮川研究室が鳥取県を訪れた。

2—1—1 活動概要

地域活性化を考えるにあたり，少子高齢化や労働人口の減少といった過疎化が進行している地域においても，その地特有の事情や文化，課題を内包していると考えられる。よって，地域活性化を行うためには，過疎化の問題だけではなくその地の問題についても理解することが肝要である。本研究は，鹿野地区をモデルケースとして関係者の共通理解を重視した問題の認識を行うことを目的とする。本研究により得られた要件や課題を他の研究者へ伝達することにより，新たな社会関係資本が生まれ，鹿野地区の持続的な地域活性化に繋がることを期待する。

2—1—2 活動内容

i. 鹿野地域の理解

現地で調査するにあたって、地域住民や鹿野地区で活動している人の想いを理解するために事前調査を行った。ここでは、鹿野地区の人口や地理情報などの基礎データと、地域活性化に関する研究の報告例、人口減少地域に関する政府の基本方針の3つのトピックに関する調査を行なった。

現地調査は、鹿野地区を地理的観点から三つに分割し探索した。その結果、鹿野町の都市構造や文化、目立った問題点を見つけ出した。

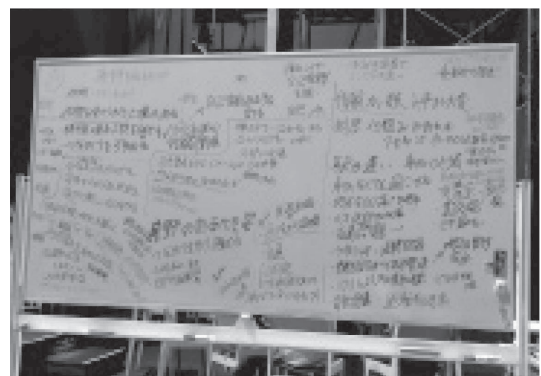
ii. 地域の人たちの想いの把握と共通理解

本研究では、鹿野地区にゆかりのある方々と鹿野地区の現状と各々が感じている課題についてディスカッションを行い、参加者全員が合意できる「鹿野町のあるべき姿」と「鹿野町の現状」とをまとめた。研究ではSoft Systems Methodology(以下SSMと略す)を用いる。SSMとは柔軟にシステム思考を行う方法論である。この方法論はいくつかのステージから成り立つ。ステージ1、2は問題発見のステージである。問題の発見には個人の考えを絵で表すリッチピクチャー(以下RP)を用いた。RPを共有し話し合うことで、各人の想いを表出させ、参加者の考えを深く理解し、問題状況を整理した。ステージ3では各々の考えや想いから参加者の合意形成を行なった。今回、弊研究室が抽出した合意とは「住んでいる人の暮らしを守りつつ、外からの人を抱擁し、今ある伝統・文化をもとに進化していく」というものであった。ステージ4は弊研究室内で行い、共通理解や現状の把握から研究フィールドとしての鹿野地区の魅力を提示した。

SSMを効果的に用いディスカッションのためには様々な背景を持った人々の意見を要する。そのため、協力者は職種、年齢、性別等の要素から多種多様な人々に集まってもらった。また、今回のディスカッションにおいて、弊研究室の学生は、ファシリテーター兼SSMの専門家として、地域の関係者の議論に参加した。



現地での議論の様子



議論中に交わされた内容(一部)

2—1—3 活動の成果

鹿野地区での活動と弊研究室での議論を通じ、鹿野町が現在抱える4つの課題が挙げられた。

1つ目は情報発信と情報共有が効果的に為されていない点である。鹿野町内外に対し、情報伝達が上手くなされておらず、また外部への情報発信の効果を評価できる能力を持つ第三者がいない。

2つ目は高度人材不足である。鹿野町では高等教育を受けられる機関がないため、鹿野町へ就職する若者が少ない。結果、鹿野町から教育を涵養した人材が外部へ流出している。また、リーダーシップを発揮して地域活性化策を講じられる者がいないため、地域の活性化が進みにくい。

3つ目は空き家問題である。鹿野町には空き家があり、そこに移住したいという人は多いが、入居希望者の条件と物件所有者の入居者に対する要望のミスマッチから、実際に移住できた人は少ない。

4つ目は交流スペースの不足である。夜遅くまで飲

食店が営業していないことや、夜遅くに利用できる公共交通機関がないため、交流スペースが不足している。これら現状の課題を洗い出し、他の研究室に展開することで、研究フィールドとしての鹿野地区を示した。

この成果を基に、今後鳥取県や鹿野地区と研究者・研究室との結びつきが生まれることを期待する。

2-2 苅宿研究室による鳥取訪問

8月27日から29日にかけて、苅宿研究室が鳥取県を訪れた。

2-2-1 活動概要

「鳥取県の内側から関係人口を探る」というテーマで活動した。本年度の活動では鳥取県鹿野地区に対して、私たちも「関係人口」の一員となることができた。同時に、映像という切り口を通しての魅力を発見できた。活動としては、広報活動、いんしゅう鹿野まちづくり協議会に対する関係人口についてのインタビュー、米子市での鹿野町の関係人口・知名度を調査するためのインタビュー、県内の他の中山間地域での地域活性化に成功した大江ノ郷自然牧場の聴講等を行った。鹿野に愛着を持ち関係人口増大を目指すNPO、県内からの関係人口の増大の意義やその土地に愛着を持つ人々の重要性、ボトムアップ型の改革を学んだ。

2-2-2 活動内容

i. 広報活動

●鹿野町の映像撮影、編集、動画化

鹿野地域の魅力や鹿野地域で楽しむ姿を伝えようという目的で、苅宿ゼミの専門性を活かし、鹿野地域の映像やインタビュー時の映像を撮影した。興味を惹くような映像を作成するための360°カメラやドローンなどの特殊なカメラや、画質の良い4k映像を撮影出来るようなiPhoneや一眼レフカメラを使用した。



特殊カメラを用いた映像、撮影の様子

●Tシャツによる広報活動

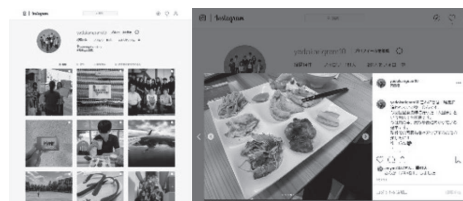
昨年度に引き続き、活動をアピールし興味を持ってもらいコミュニケーションのきっかけづくりとして継続して行った。一人一文字を背中に背負い、全員で背中を向けると文がわかるようにしたデザインや、InstagramのQRコードを印刷しすぐに読み取れるようなデザインを施した。



●SNSによる広報活動

昨年度に引き続き、Instagramを使用して広報活動を行った。活動中の動画や画像をアップロードすることにより、活動のアピールや興味を持ってもらうきっかけづくりとして行った。米子でインタビューさせていただいた方や大江ノ郷自然牧場の副社長にもフォローしていただき、活動をご覧いただいている。

(<https://www.instagram.com/yadokarigram10/>)



SNSでの情報発信

ii. インタビュー

●いんしゅう鹿野まちづくり協議会のインタビュー

本年度は関係人口をテーマに、8月27日にしかの

心にて「関係人口」についてのインタビューを行った。始めにお互いに考える関係人口を提示し、そこから鹿野町の関係人口についての話、まちづくり協議会の起源、鹿野町の特徴について伺った。まちづくり協議会の方の愛着の強さと、関係人口を増大させようとするアプローチを知った。撮影時にはレフ板や照明を使用し、より明るい映像となるようにした。



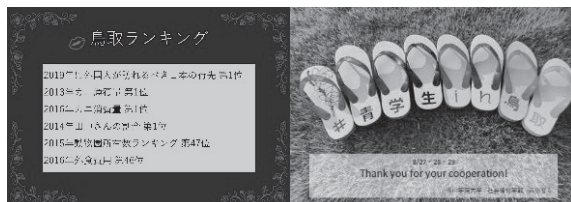
いんしゅう鹿野まちづくり協議会でのインタビューの様子

● 米子市でのインタビュー

鳥取県西部の米子市にてインタビューを行い、鹿野町の知識や各人の鳥取県や地域へのイメージをヒアリングし調査した。フリップを使用し、都道府県別ランキングから鳥取県が上位に来ている項目について、また自身の考える鹿野町の場所について知っているかを問い、意識調査を行った。インタビューの結果、鹿野町の場所を問うものや山中鹿之助についての質問では多くの人が答えることが出来なかった。このことから県外だけでなく、県内でも鹿野町の存在や活動を認知して貰い、関係人口増大のアプローチをする必要があるとの結論に至った。インタビューにご協力いただいたお礼に、L版の特製シールを配布した。



米子市でのインタビューの様子



インタビューで用いたパネル、特製シール

iii. 鹿野の方々との交歓会

まちづくり協議会の方や鳥の劇場の方、県庁の方、鹿野学園に関係する方等、鹿野で活動を行う方々と青学生との交歓会を開催していただいた。鹿野の方々の鹿野に対する愛着を肌で感じ、それが私たちのような血縁ではなく地縁に基づいていることに驚いた。この繋がりが無ければ出会うことのなかった鹿野の方々のように、外からは見えないけれどもその土地に基づいた愛着を持つ人々が関係人口増大のヒントを握っていると考えた。また、アナログ的な良さを持つチェキカメラを使用し撮影させていただいた。



交換会の様子、撮影したチェキフィルム

v. 県内の他の中山間地域での地域活性化に成功した大江ノ郷自然牧場の聴講

8月29日、大江ノ郷自然牧場の副社長兼代表取締役の小原良庸氏に、大江ノ郷自然牧場の歴史と地域貢献・地域創生活動のお話を伺った。

その日に採れた卵しか使わないことや、鶏をできるだけ開放的に飼育し鳥インフルエンザにも負けないように育てるなど、独自のこだわりによって地域産物の卵をブランド化していき、ボトムアップ型での改革を行うことで地域を活性化していくという姿勢を学んだ。



大江ノ郷自然牧場での聴講

2—3 長橋研究室による鳥取訪

8月29日から31日にかけて、長橋研究室が鳥取県を訪れた。

2-3-1 活動概要

鳥取県東部地域は「鳥取西道路」が完成したことで、関西地域からの観光客が増えることが見込まれている。それにあたり温泉や観光施設などの既存の地域資源を有効に活用することが必要である。そこで最近注目されている「ガストロノミーツーリズム」を本視察の目的とし、ガストロノミーツーリズムが鹿野町はじめ、鳥取県の観光を促進するきっかけとなるのかについて検討する。そのために、食文化やアクティビティなどの地域資源の現状・課題を調査する。

2-3-2 活動内容

i. ガストロノミーツーリズムについて

日本観光振興協会ガストロノミーツーリズム in Japan シンポジウムでの定義によると、ガストロノミーツーリズムとは、「その土地の気候風土が生んだ食材・習慣・伝統・歴史などによって育まれた食を楽しむ、その土地の食文化に触れることを目的としたツーリズム」である。

国連世界観光機関 (UNWTO) は、食とツーリズムの結びつきが、文化や地域経済活性化、食文化の継承を伴う持続可能な取り組み、食の体験を広く知らしめるプラットフォームとして機能し、ディスティネーションマーケティングにおけるブランディングや地域の伝統と多様性をも支援できるとしている。また、国連の掲げる持続可能な発展 (SDGs : Sustainable Development Goals) に極めて有効な手段として世界各国で推進している。

観光先進国のヨーロッパでは、ガストロノミーツーリズム観光戦略が意欲的に推進されている。その一方で、日本でのガストロノミーツーリズムという言葉の認知度は非常に低く 18% となっているのが現状である。

ii. 食文化体験

事前に鳥取県の名産物を調べ鳥取和牛、餅しゃぶ、

新甘泉を食べた。ゼミ生はこれらの名産物について、調査を始めるまで何も知らなかった。鳥取和牛は、しゃぶしゃぶの元になったと言われる「すすぎ鍋」という伝統的な食べ方で頂いた。鳥取の和牛は、オリーブオイルの主成分であるオレイン酸を多く含んでおり、脂肪中にオレイン酸が 55% 以上含まれるものは「鳥取和牛 オレイン 55」と呼ばれ、非常に希少価値が高い。オレイン酸のおかげで口溶けがよいといわれており、すすぎ鍋でいただくと口に入れた瞬間、すぐに溶けてしまうかのように柔らかかった。

餅しゃぶは倉吉の老舗「清水庵」にて、味の異なる 12 枚の板状の餅をしゃぶしゃぶで頂いた。餅の見た目はカラフルで、流行りのインスタ映えも期待できた。ニンジン、カボチャ、シタケなどの野菜系の味から、唐辛子や栃の実などの珍しい味もあった。店の歴史は古く、倉吉の白壁土蔵の街並みを感じるのにも最適だった。観光客には倉吉の郷土料理としてまだ認知度が低いと思われるので、知名度向上の余地はあると感じた。

新甘泉は、梨の品種名である。視察前は 20 世紀梨が最も食べられている品種である思っていたが、現地の人に話を聞く中で新甘泉の存在を知り実際に食べることができた。鳥取二十世紀梨記念館「なしっこ館」では、鳥取県で生産される梨の歴史や、複数の品種の食べ比べを行うことができた。鳥取県で開発され生産されている新甘泉は、二十世紀梨に比べて酸味が少なく、強い甘味を感じられた。どの特産品も、鳥取という土地の文化や歴史に触れられるという点で非常に魅力的であると感じた。



名産物である餅しゃぶ、鳥取和牛

iii. アクティビティ

● サンドボード

鳥取といえば砂丘が思いつく。そこでその砂丘が観光という面において、どのように活用されているのかを事前に調査した。その結果、砂丘を活用した観光ア

クティビティとしてサンドボードを知り体験した。

参加者は私たちに加え一般参加者に中華圏の外国人旅行客もいた。またインストラクターの方の話から参加者には親子連れも多いことがわかった。幅広い層に人気のアクティビティであることが伺える。



人気のアクティビティであるサンドボード、そば打ち体験

●そば打ち体験

鹿野町の土地を活かして栽培されたソバの実を使用して、そば打ち体験をした。鹿野町の方にそば粉を捏ねる段階から、実際に蕎麦を打つところまで丁寧に教えて頂いた。学生は各自おいしいそばを作り上げ、打ちたてのそばを頂いた。

iv. 調査

●県庁職員へのインタビュー調査

ゼミ生の各研究テーマから今後の研究に役立つと思われる質問を用意して、事前に県庁側にお伝えした。視察1日目に県庁を実際に訪問し、各部署が用意した多くの資料をもとに職員の方に回答を頂いた。全ての回答に対して疑問が残ることがあれば適宜質問をした。全体を通して印象に残ったのは、「できるだけコストをかけずに」という発言が多くあり、地方都市の観光政策には財政的な問題が多いことが伺えた。

●道の駅「西いなば気楽里」の聴講

視察2日目に道の駅「西いなば気楽里」において、鳥取西いなばまちづくり株式会社代表取締役社長の長尾裕昭様から、鹿野地区をはじめとした西いなばの町づくりをどのように進めてきたのかについてのお話を伺った。

予算も人員も限られている地方では、ディズニーランドのような集客力のあるテーマパークを建てることできない。そのため、今あるものを活かした地域振興が重要であること、またそれを体現したものが道の駅西いなば気楽里であり、西いなばの地域振興の牽引役になっているとのことであった。



県庁職員へのインタビュー調査

v. 提案

●情報発信

上記のように、鳥取県には実際に視察することで発見した観光資源が多くあった。これらの中には、県庁の方々や現地で出会った方々に教わったものが複数あった。つまり、現地の方は知っているが、調べてもわからないという観光資源がいくつもあるということである。これらの情報を発信することが、地方の観光を促進するきっかけとして重要であると感じた。しかしながら、鳥取県の観光振興は財政面に大きな課題があり、予算や運営人数を多くかけられない。そこで、予算をあまりかけず効率的に情報を発信していく方法として、SNSの利用について検討した。

近年、人々の情報収集はSNSを中心として行われている。しかし私たちが訪れた店の中には、そもそも魅力を発信するツールであるホームページをもたない店があった。そのためにメニューの詳細がわからないなど、情報発信力の弱さによる課題があると考えた。

そこで私たちは、鳥取県庁が運営するSNSアカウント（鳥取県食のみやこ推進課「@syokutottori」とは異なる別アカウント）から、県内の様々な店（食のみやこ鳥取県推進三ツ星サポータなど）の情報を提供することを提案する。例えば鳥取県庁にSNSを扱う専門の人員を配置し、各店の基本的な情報を主要なSNSであるTwitter、Instagram、Facebook、LINEを使い発信する。まず、Twitterはリアルタイムな情報を発信しやすいという特性をもつことから、その日の営業状況や待ち時間、天気や渋滞、駐車場の情報などを発信する。またInstagramは若者ユーザーが多いことから、写真を共有することでより多くの若者の目を惹くことができるという特性があるため、商品の写真をメインにしてメニュー紹介や店舗の位置情報を発信する。このとき写真はプロのカメラマンに依

頼して、質の高い写真を用いる。さらに Facebook にはブログとしての側面があるため、メニュー紹介だけでなくイベント情報の発信を行う。

最後に LINE では、登録した人に割引サービスを提供しながら定期的に情報発信することでリピーターの創出を図る。

以上のように、影響力のある SNS を効果的に利用することで、鳥取県民が魅力に感じている観光資源の情報を日本全国または世界に発信し、「鳥取＝砂丘」というイメージから新しい鳥取の観光の形（ガストロノミーツーリズムなど）を探ることができるのではないだろうか。

● 価格差別を活用した経済効果の向上

ここでは、経済学における企業の利潤最大化行動の理論で学んだ需要の価格弾力性の違いによる価格差別の考え方に基づいて、例えばガストロノミーツーリズムを通じて鹿野町により多くの経済効果をもたらす価格戦略について提案したい。

2019 年 5 月 12 日に鳥取西道路が青谷 IC ～鳥取西 IC 間で開通し、鹿野町から比較的近い場所に浜村鹿野温泉 IC が開設された。この鳥取西道路は鳥取 IC で鳥取自動車道と接続しているため、特に関西圏から鹿野町へのアクセスが大幅に改善されたことにより、今まで以上に関西圏からの観光客を鹿野地域に呼び込むことが可能になった。

この関西圏からの観光客は週末や大型連休を利用して鹿野町に来ると考えられるが、移動にかかる時間や費用は大きいはずである。それでも鹿野町に観光に訪れるということは、鹿野町の食文化に触れたり、鹿野町の農産品や加工品あるいは工芸品を購入する際に、鹿野町の近隣から来る観光客に比べると価格以外の要素、例えば「鹿野町ならでは」ということに高い価値（評価）を見出すタイプの観光客であると考えることができる。実際、鹿野そば道場を訪問した際、夢こみちのすげ笠御膳に対して買い手側の評価が売り手側の評価よりも高いという話も伺った。これを経済学の言葉で言えば、遠方から来る週末の観光客は、鹿野町の食文化等に対する需要の価格弾力性が近隣からの観光客よりも相対的に小さい観光客であることを意味する。

さらに企業の利潤極大化の観点からは、需要の価格弾力性が相対的に小さい顧客にはそれが大きい顧客よ

りも相対的にやや高めの価格を設定することが合理的である。それゆえ、例えば西いなば喜楽里で販売される鹿野町ならではの農産品やその加工品、夢こみちで販売されるすげ笠御膳などの料理類に対して、週末や大型連休のときにはやや高めの価格を通常価格としてまず設定し、平日にはそれよりもやや低めの価格を設定するという価格戦略が可能である。高い評価をする顧客にそれに見合った価格を設定することは何も悪いことではない。すなわち、週末も平日も同じ価格で販売するのが当然という考え方から、鹿野町の食文化に相対的に高い評価をもつ観光客が集まる週末には平日とは異なるそれ相応の価格設定をすることで、ガストロノミーツーリズムを通じてより高い経済効果が鹿野町にもたらされる可能性があることを指摘したい。

2-4 稲積研究室による鳥取訪問

9 月 2 日から 4 日にかけて、稲積研究室が鳥取県を訪れた。

2-4-1 活動概要

鹿野が日本の観光地としての知名度が低く、特に若者への認知度が低いのはなぜか、実際に鹿野、および鳥取の観光地を訪れ、魅力を体感することで、アピールすべき魅力はどこなのかを検討する。また、鳥取の観光の指針に携わる方へのインタビュー調査を通して、現状や今後についての施策を伺い、県外の現役学生の視点で分析、今後の提案に繋げていく。

2-4-2 活動内容

i. 地域の方々のお話を伺う

鹿野町への理解を深めるために、地域の方々にお話を伺い現地で情報を集めた。

● 鹿のまちなみ観光ガイド、鹿野往来交流館童里夢（ドリーム）の方に話を伺う

鹿野の観光の現状を聞き改善点を見つけること、鹿

野の広報活動について知ることを目的として話を伺った。解決したい課題として、観光客を増やすためにはマストである SNS の運用を行う上で SNS の更新頻度が少ないという問題が挙げられていた。

● 一般社団法人麒麟のまち観光局（日本 DMO）

鳥取県としてのブランディング戦略について聞くことを目的として伺った。お話の中で、これからは若者や外国人をターゲットとして集客したいこと、そしてそれを実現させるためにはインスタグラムや SEO 対策などに現在力を入れていることを知った。

ii. 鹿野町の魅力を体感する

実際に鹿野町を散策することで地域の持つ魅力を自分たち自身で体感し、鹿野町のアピールするべき魅力はどこなのかを考えた。

● 夢こみちで昼食を取る



盛り付けにすげ笠が使われている夢こみちでの昼食

地元の方が栽培した食材を使った地元の料理を味わうことができた。またお皿のすげ笠やお花など田舎ならではの温かさを感じた。

● 歩きを通して鹿野町の景観を楽しむ

古く立派なおうちが多くどこを歩いても趣深い街並みだった。また家紋や提灯入れが残っているなど大変珍しいお家を見学させていただいた。



鹿野町の景観

iii. 考えられる提案

実際に見て、感じた鹿野の町並みの良さという魅力を活かしつつ活性化を狙う。そのためには、観光客を維持しリピーターを作ることが必要だと考えた。

● 空き家を活用する

課題 泊まれる施設が少ないこと、観光をする場合荷物を預けられる場所がないこと、大きい家に高齢者のみで住んでいるため敷地の活用法に問題があること

提案 空き家の数を把握し、状態を確認する。

例) 空き家は宿泊施設に、居住者がいる家は、手荷物を預けられるようにする。

● SNS の活用する

課題 更新頻度が少ないこと、ターゲティングができていないこと

提案 ターゲットを中高生に絞り、地元の中学生に協力のもと投稿をお願いする。鳥取の魅力をブランディングし、将来旅行をする時の候補に鳥取をいれてもらう。

● 自家用車の活用する

課題 車を運転できない観光客や外国人の移動手段に困る

提案 海外の grab や Uber のようなサービスを導入し自家用車も有料で人を運べるようにする。外国人観光客に対しては、翻訳サービスであるポケットクを用いて、言語の壁に対処する

稲積ゼミは上記のように、活動を通して鹿野町の持つ魅力について理解を深め課題に対し提案を行う。この提案により、鹿野地区の観光業と SNS 利用において討論する機会をができ、現状の把握と課題解決の提案を話し合ったことで地域に還元されることを期待する。