



ゼミ活動紹介 智頭の森ブランディング(磯野ゼミ)

鳥取県東部には、砂丘以外にも訪れるに素晴らしいところは数多くあります。その一つが智頭町です。智頭町は、鳥取県の南東部に位置し、その深い森、起伏のある地形、そして砂丘側にまでつながる清流千代川から形成される景観と、かつて「智頭宿」として栄えた歴史の面影を持つまちで、観光地としての可能性を大いに秘めています。

その智頭町を、いかに人に知ってもらい、その魅力を体験してもらうかを旨として、私たちマーケティングを学ぶ磯野ゼミは、「智頭の森ブランディング」プロジェクトを立ち上げ、2017年度後期から活動しています。このプロジェクトは、智頭町の活性化を主体的に担う智頭町役場、私たちと同様に智頭町の活性化に取り組むJVCケンウッドデザインと協力して推進するものです。

このプロジェクトに取り組むにあたり、まず智頭町のことを知ってもらい、その魅力を体験してもらいたい対象(ターゲット)として、私たち自身のような学生と設定しました。鳥取県内の学生はかなりの数が県外出身であるため、鳥取にいる間に智頭町の良さを知れば、その学生がまた別の県外の人に智頭町のこと伝え、その県外の人に関心を持ち来てくれることが想定されるからです。

その上で、本学の学生の智頭町の認知度と理解度を知るべく、アンケート調査を行ったところ、予想通り砂丘の認知度は90%を超えるものの、智頭町については20%未満にとどまるという結果でした。ただし智頭町のことを知っている一部の学生にとっては、智頭町はかなり魅力のあるところとして認識されていることも分かりました。すなわち、行ってみればその良さが分かるが、それ以前に知られていないという状態であることが明らかになりました。

そのような学生に向けた、智頭町のブランドとしての訴求イメージとして、智頭森林セラピーの訴求イメージを応用し、「森は包み込む、森は響く、森は伝える」と設定しました(図1)。そして智頭町の認知向上策の第一弾として、智頭町役場の方々にご協力頂き、学内で1月に「智頭式餅つき大会」を開催。大盛況に終えました。



▲ 図1 智頭の森ブランド訴求イメージ



▲ 学内での智頭式もちつき大会

今年度は、学生が智頭町に行って楽しみたくなるような智頭観光プログラムを企画・実施し、今年度中に、実際に数十人が智頭町に自ら来るようになることを目標として掲げました。そのために、あらためて智頭町の魅力を私たちが再認識した上で、学生向け観光プログラムのアイデアを探すべく、4日間に渡る智頭フィールドワークを行いました。現在の智頭町の主要なプログラムである智頭森林セラピーの体験をはじめ、智頭宿の面影を残す智頭往来、芦津溪谷、板井原集落の散策と食事体験、智頭町に点在するカフェ巡り、旧山形小学校での各団体の活動視察、智頭の森サウンドスケープ体験等を行いました。



▲ 智頭の森フィールドワークの様子

フィールドワークを振り返り、現在の智頭町の観光資源は学生にとってどこに魅力があり、また課題があるのか、そしてどのような仕掛けであれば学生は来なくなるのかを、ゼミ内で議論しているところです。その議論から出てきた観光プログラムのアイデアのひとつとして「智頭の森ピクニック」があります。これは学生たちが車に弁当やハンモック、チェアなどを積んで出かけ、芦津溪谷の広場等でピクニックを楽しむというものです。ただしこのアイデアも、まず車を持っている学生がいること、またピクニックができるような広場の整備、森を汚さないためのルールづくりが必要となります。またこれから考えなければならないことやクリアしなければならないことは沢山ありますが、それもすべて私たち自身の学びであり、智頭町が鳥取県の素晴らしい観光地として皆に知られるようになるための過程です。

この「智頭の森ブランディング」プロジェクトのように、私たちのゼミは、私たち自身の学びのためだけでなく、その学びを通して実践的に地域や社会に貢献することを目指して活動を行なっています。