

みんなが幸せを実感できるゴルフ場を実現するためには

地域：さくら市
パートナー：セブンハンドレッドクラブ
一條健司さん

18班 コミュニティデザイン学科 河野未優 小倉きらり
建築都市デザイン学科 大野篤司 齋藤晴人 南館翔
社会基盤デザイン学科 木梨翔太
グループ指導教員 大嶽陽徳

01 背景

このプロジェクトは民間企業であるセブンハンドレッドクラブと行政のさくら市が中心となって行っている。今回のプロジェクト演習では、「みんなが幸せを実感できるゴルフ場」を最終目標としている。具体的には「あらゆる人々・環境に喜びを提供し、健康で持続可能な社会づくりを目指して、地域の活力を共に生み出す場所として進化と変革を続けるゴルフ場」を目指している。

つまり、ゴルフ場が地域の日常においてなくてはならない存在の「地域集会場」になることが必要であり、そのためには地域にとって親しみやすい空間を生み出すことが重要である。

地域プロジェクト演習では、ゴルフ場を地域の人々が集う場にしていくために、ゴルフ場を、ただ「ゴルフを楽しむ場」として使用するのではなく、学生や自治体と連携した取り組みにより新たな価値を与えることで、セブンハンドレッドクラブのゴルフ以外の活用法を地域内外の人々にも知ってもらうとともに、それらの活動を通じたさくら市の活性化への貢献の形を期待されている。

02 目的

テーマである「みんなが幸せを実感できるゴルフ場」とは何なのか、どうすれば「みんな」、すなわち地域の人々が幸せを実感できることが出来るのかを知るために調査を行う。その調査を通して、「さくら市でのニーズを把握し、ゴルフ場が地域に存在することのメリットを知る。そこからさくら市の活性化と魅力づくりや地域の役に立つ方法の提案を行う。

調査結果から、多くの人に参加してもらいたいイベントの企画を行う。またイベントを通してうまくいった点、行かなかった点を踏まえて次年度以降にも継続して開催ができるようなイベントの提案を行う。最終的にはゴルフ場のゴルフ以外の活用法や新たな付加価値を見出し、ゴルフ場が地域の人にとって幸せを実感できる場所になることを目指す。

03 方法

調査①

インタビュー調査

期間：夏祭り(8/11)

対象：来場者、出店者

場所：お丸山ホテル

内容：年齢、どこから来たか、交通手段、一緒に訪れた人、やってほしいイベントなど

調査②

アンケート調査

期間：焼き芋祭り(12/2)

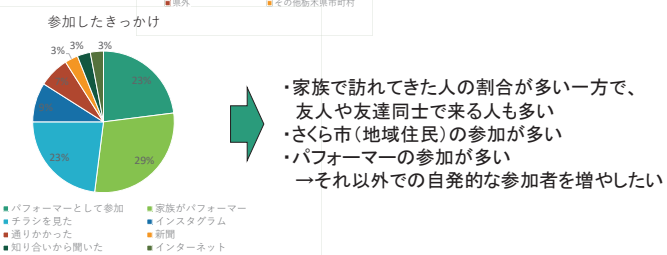
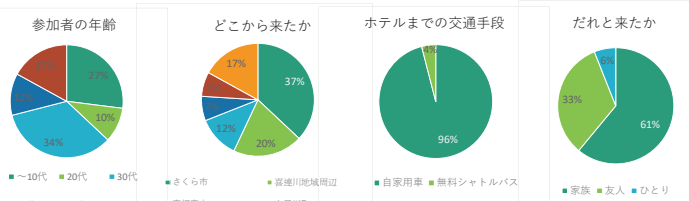
対象：来場者

場所：セブンハンドレッドクラブ

内容：年齢、お祭りに参加したきっかけ、印象に残った事柄、ゴルフ場への工夫など



04 夏祭りでの調査・分析結果



○どのようなイベントがあったら参加したいか(自由記述)
・地域住民で顔を合わせた交流
・子供と一緒に参加できる体験型のもの
・お酒を飲みながら楽しめる
・料理系、水遊び、プール等

・地域住民との関わりを重視
・大人と子供どちらも楽しめるイベント
・子供も参加できる体験型のイベント
・季節型のイベントを求めている

05 提案

アンケート調査より見つけた課題・発見

- ①参加対象を絞らず、大人と子供の両方が楽しめるイベント
- ②開催時期の季節に合ったイベント
- ③SNSなどチラシ以外の宣伝方法の活用

課題・発見を受けての提案

焼き芋イベントの実施

大人と子供の両方が楽しめるイベント、季節に合ったイベントという結果を踏まえ、焼き芋祭りの企画を提案した。

子供対象にはセブンハンドレッドクラブと提携している農家のさつまいも堀り体験、大人向けには焼き芋もアルコールなどの飲料を用意した。宣伝にはInstagramやチラシを利用し、企画に参加していただく人数を増やそうと試みた。



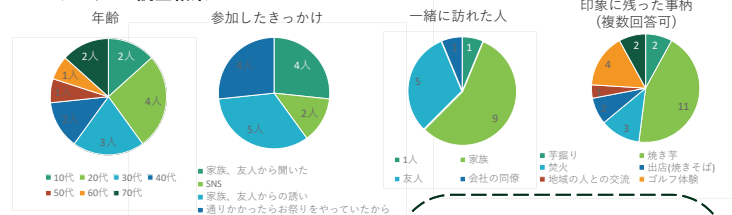
06 焼き芋祭りの実施結果

1. 収支結果 表1 12月2日(土)焼き芋祭り収支表

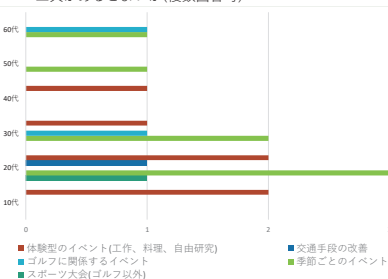
収入		支出		差引収支
項目	金額	項目	金額	
芋堀り体験参加費	1,500	さつまいも	4,500	
焼き芋	8,500	焼きそば材料	452	
焼きそば	2,400	ドリンク	180	
ドリンク	400	消耗品	520	
合計	128,00	合計	5,652	7,148



2. アンケート調査結果



より多くの人が訪れるゴルフ場にするためにはどんな工夫があるといいか(複数回答可)



焼き芋の売れ行きは良く、通りかかる人の目を引くことができていた。
参加のきっかけとして「SNS」という回答があったため、SNS等を通じた宣伝に力を入れていく必要がある。
印象に残った出来事として、「家族写真を撮ってもらったこと」という声があり、思い出作りになる要素も大切であることが分かった。
家族で訪れている人が最も多く、ゴルフのついでに焼き芋祭りに立ち寄りのお客さんは友人や同僚という傾向があった。
季節ごとのイベントは幅広い年代に需要がある。
体験型のイベントに関して「イソの工作」という意見があり、物を作るイベントは特に多くの人の参加を期待できる。

07 焼き芋祭りを終えての課題・発見 次年度以降への提案

発見

・来ていただいた人の満足度が高かった。
→その場で焼いている**インパクト**、**特別感**・冬に焼き芋という**季節感**

・焼き芋も販売に加えて行った、ゴルフ体験が子どもたちに好評。
→**イベントがゴルフ場に足を運ぶきっかけに!**

課題

・イベントだけを求めてくるお客さんが少なかった。
→SNSを中心とした**宣伝規模の拡大**

・芋を焼く際、セブンハンドレッドクラブの方々为主体になっていた。
→方法を見直し、年齢問わず参加できるようにする

焼き芋イベントの継続

イベント自体は好評で、さくら市の農政課の方針(さつまいもの販売数向上)の達成にも期待ができる。宣伝規模をさらに拡大し、より多くの人が参加してくれるような改善を行う。さつまいもを焼く段階から参加できるようにして、ものを「作る」体験を取り入れる。