

# かいけエリアデザイン

ver1.0

皆生温泉エリア経営実行委員会

2022.03

# 目次

<b>1 エリアデザインの考え方</b>	<b>2</b>
1-1 エリアデザインとは何か	3
1-2 対象とするエリア	4
1-3 エリアデザインの策定・推進体制	5
1-4 エリアデザインの構成	6
1-5 エリアデザインに期待する効果	7
<b>2 エリアデザイン本編</b>	<b>8</b>
2-1 かいけのアイデンティティ	9
2-2 かいけのビジョン	10
2-3 アクションのアイデア	12
2-4 選択のための戦略	13
2-5 リーディングプロジェクト	15
2-6 ロードマップ	49
2-7 目安とする指標	50
<b>3 かいけに関するデータ</b>	<b>51</b>
3-1 皆生エリアの人口構成	52
3-2 皆生温泉の宿泊客数	53
3-3 米子市における宿泊・飲食サービス業	54
3-4 皆生温泉の人気	55

# 1

## エリアデザインの考え方

1-1 エリアデザインとは何か

1-2 対象とするエリア

1-3 エリアデザインの構成

1-4 エリアデザインの推進体制

1-5 エリアデザインに期待する効果

## 変わる皆生の「過程」から学び、「これからの道標」を示すもの

1978年にノーベル経済学賞を受賞したハーバート・サイモンは「現在の状態をより好ましいものに変えるべく行為の道筋を考案するものは、誰でもデザイン活動をしている」と記しています。

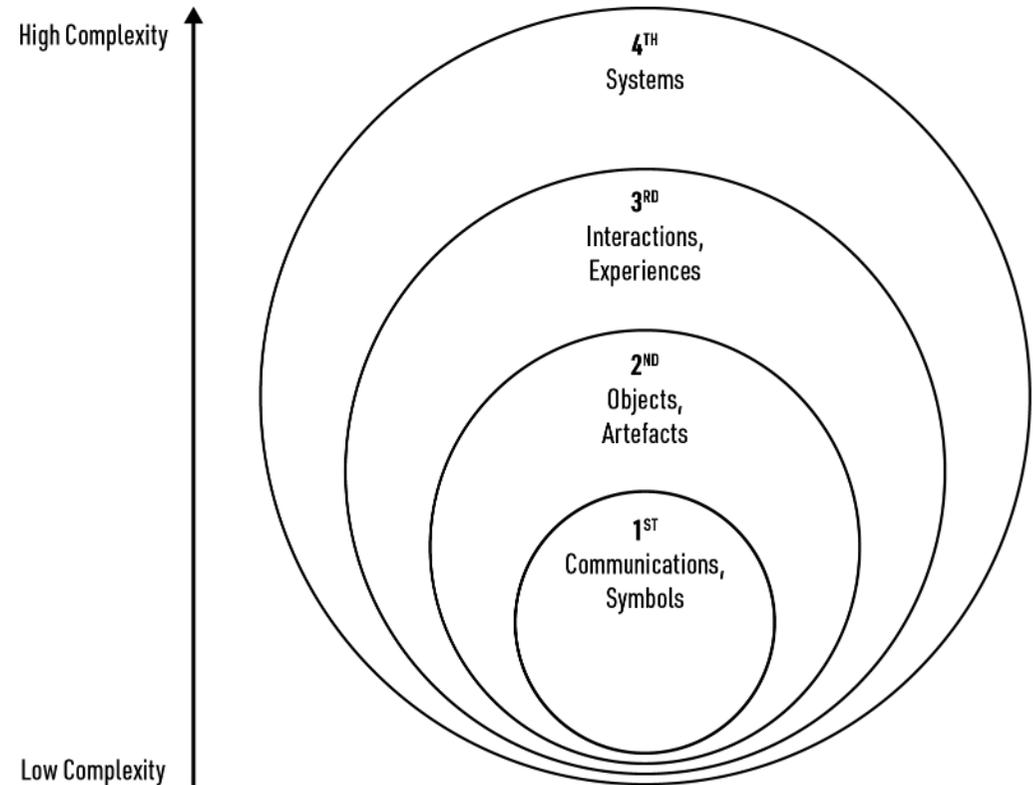
皆生温泉は102年前「ユートピア」を目指して計画・開発されて以降、変化する自然環境や社会状況に対応し「より好ましいものに変え」続けてきたまちです。

私たちは今、新型コロナウイルス感染症をはじめ、先行きの見えない予測不可能な時代にいます。この状況だからこそ、改めて皆生のアイデンティティを見つめ直し、このまちの「より好ましい」姿を想像し、「行為の道筋を考案」し、動き続けたいと思います。

「エリアデザイン」は、現在進行形で動きのある皆生のプロセスに現れた、ありたい未来の姿を学びとり、これからの道標を共有するものとしてとりまとめます。

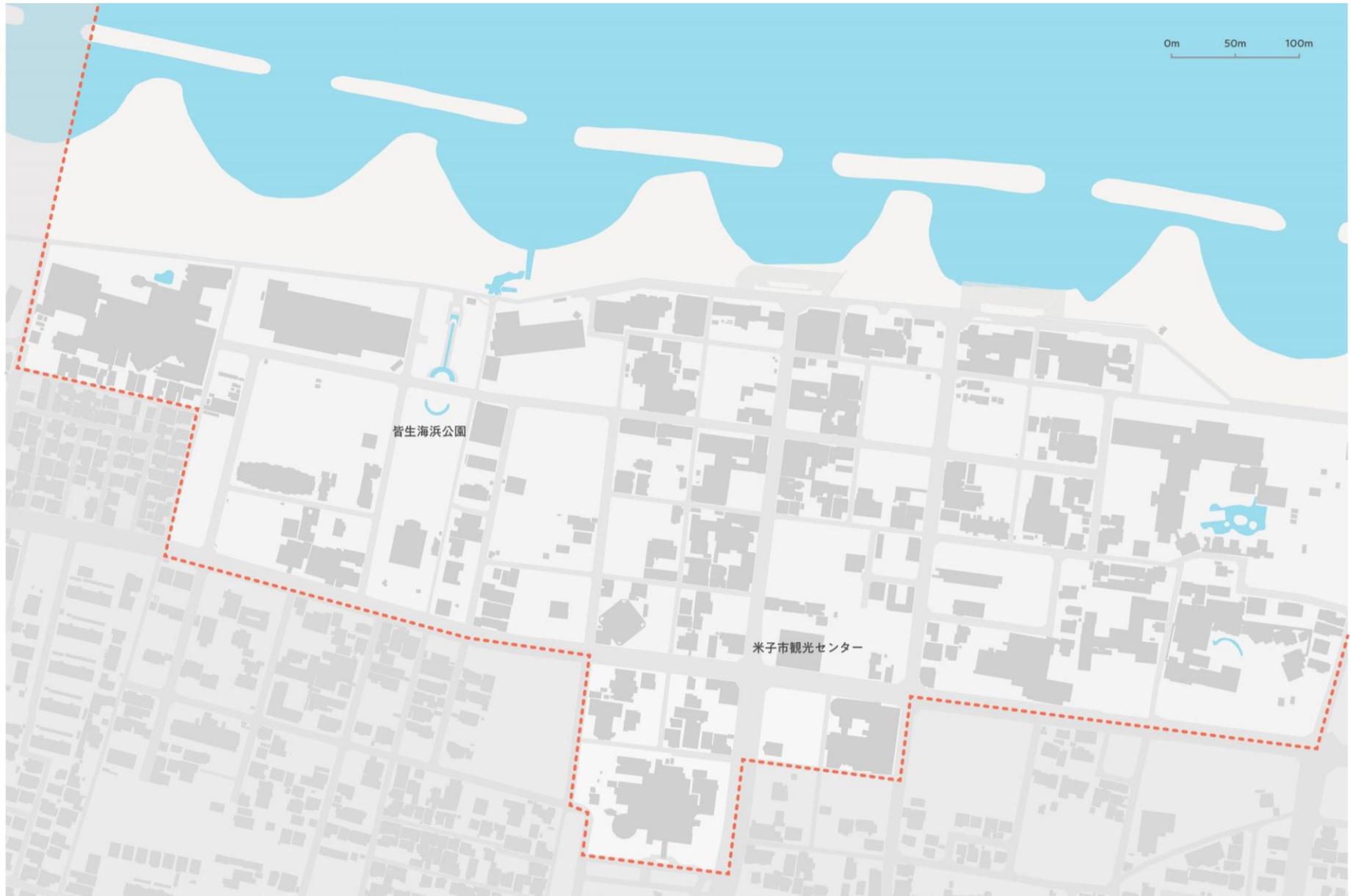
20世紀最後の巨匠と称される建築家ルイス・I・カーンは「都市とは、その通りを歩いているひとりの少年が、彼がいつの日かなりたいと思うものを感じ取れる場所でなくてはならない」と残しています。

皆生のまちなかでそんな出会いが生まれ、生まれ続けるよう、このエリアデザインを更新し続けます。



モノ・意匠だけではない「デザイン」の対象  
出典：Richard Buchanan 'Four Orders of Design'

弓ヶ浜半島の東端、日本海的美保湾に面する、南北約400m東西約1kmの範囲



## 民間が主体となり、官民連携を推進

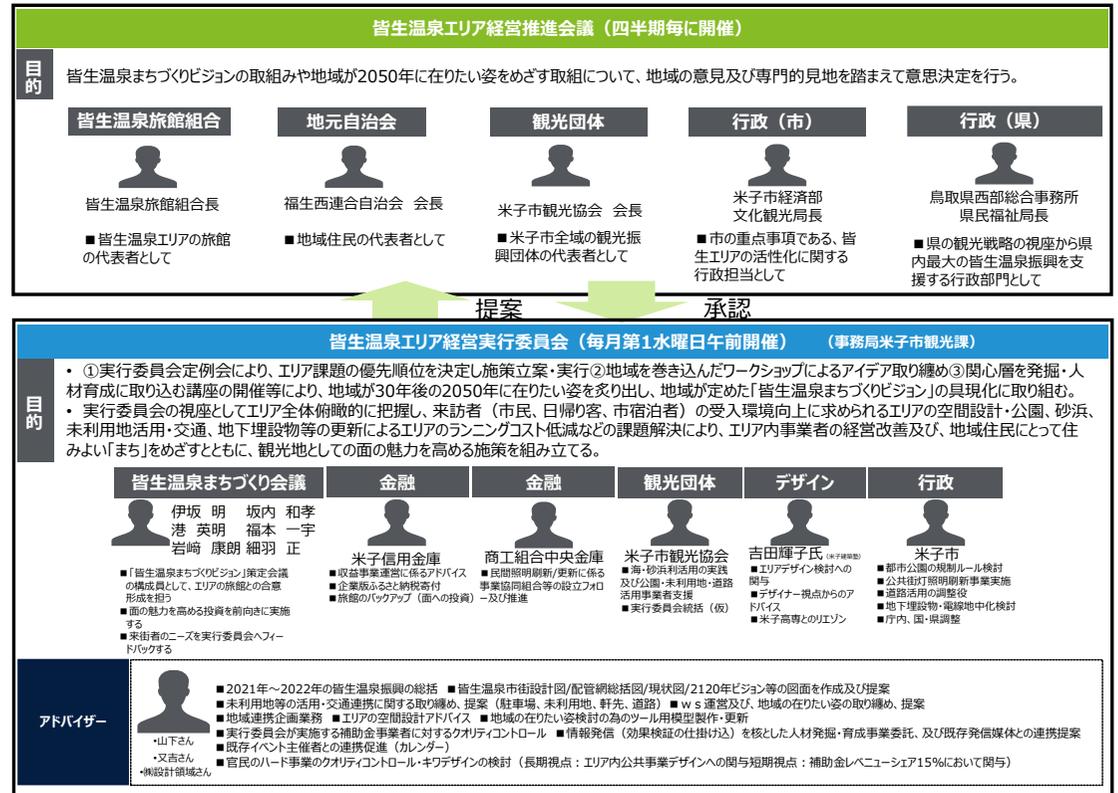
皆生エリアでは、旅館経営者等による「皆生温泉まちづくり会議」が30年後も選ばれる温泉地を目指して、2019年に「皆生温泉まちづくりビジョン」を策定しています。

このまちづくりビジョンにもとづき、より具体的な事業の推進を目指し、旅館組合や金融機関、観光団体、行政などがフラットな立場で参画する「皆生温泉エリア経営実行委員会」を2021年8月に設立しました。

本エリアデザインは、官民連携・協働によるエリアの面的な魅力の向上をはかる「皆生温泉エリア経営実行委員会」が策定するものであり、今後観光分野だけでなく民間事業者や関係団体、そして市民と連携をとりながら取り組みを進めていきます。

### 皆生温泉エリアでのこれまでの動き

- 2017.04 若手旅館経営者を中心の「皆生温泉まちづくり会議」設立
- 2019.03 皆生温泉まちづくり会議が『皆生まちづくりビジョン』を策定、市長へ提出
- 2021.08 温泉関係者だけでなく、地元金融機関、建築デザイナー、観光振興団体、米子市で構成する「皆生温泉エリア経営実行委員会」設立



皆生温泉エリア経営実行委員会、皆生温泉エリア経営推進会議の体制図

## まちのアイデンティティからリーディングプロジェクトまで

「皆生温泉まちづくりビジョン」では、「健康」をキーワードとしたビジョンや、ビジョンに向けた28のアクションが記載されています。

本エリアデザインは、「皆生温泉まちづくりビジョン」に掲載されたビジョンやアクションをふまえたうえで、より具体的な動きをつくるため、「選択のための戦略」「リーディングプロジェクト」を整理しています。

また、リーディングプロジェクトの実践から、評価の視点や大事にしたい考え方を取り出し、次年度には「ガイドライン」としてとりまとめる予定です。

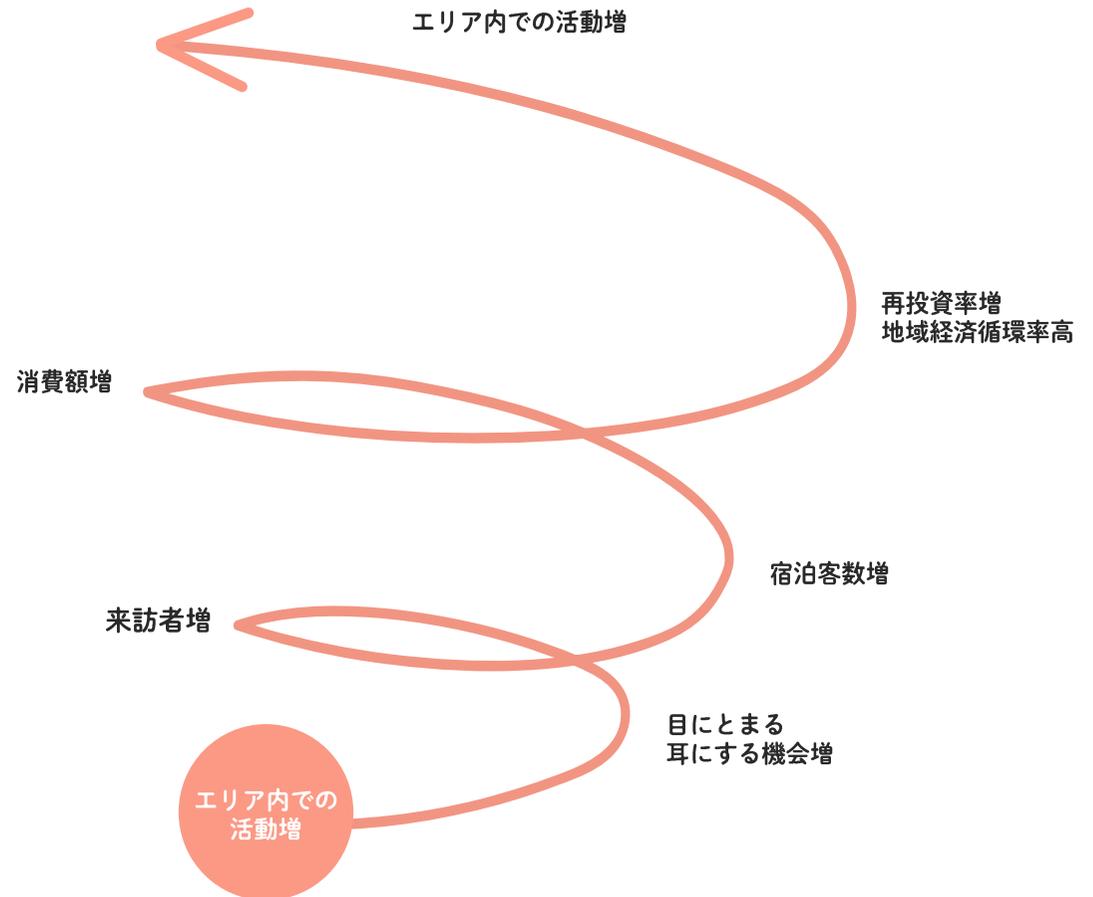


## 「動き」からはじまる好循環

「エリアデザイン」は、皆生での動き・活動から未来の種を見つけ、育てていくものです。

まず私たちはエリア内での「活動」が増えることから始めます。これにより、様々な手段で「皆生」を目にする、耳にする機会を増やし、興味・関心層の拡大を図ります。さらに、足を運んでもらう方、宿泊する方が増え、消費額が拡大することを期待しています。

加えて、地域経済循環率を高めエリア内での再投資を進めることで、さらに魅力的な「動き」をつくっていく。スパイラルアップの好循環を目指します。



# 2

## エリアデザイン本編

2-1 かいけのアイデンティティ

2-2 かいけのビジョン

2-3 アクションのアイデア

2-4 選択のための戦略

2-5 リーディングプロジェクト

01. 道路

02. 遊歩道

03. 砂浜

04. 未利用地

05. 公園

06. 灯り

07. 移動性

08. 駐車場

09. 主体・参画者

10. 発信

2-6 ロードマップ

2-7 目安とする指標

## 共生の道を探り、住まい続ける

皆生温泉のまちは、有本松太郎が構想し、1921年、折下吉延により「皆生温泉市街地区画設計図」が描かれ入植・開発されたまちです。

計画当初はユートピアとして、戦中は傷病者の療養場所として、経済成長期には団体旅行の受け皿として、時代の変化に合わせてまちの色を変えながら住まわれてきました。

また、皆生は幾度の海岸侵食にも耐え住み続けられたまちでもあります。

皆生温泉が位置する美保湾の弓ヶ浜は日本最大級の砂州で、水はけの良い砂地を活かして木綿の栽培などが盛んに行われていました。しかし、日野川上流での「たたら製鉄」が廃れて以降は波浪のたびに浜が削られ、300mも海岸線が変化しています。

その後様々な手立てを試行し、昭和45年（1970年）に、沖と平行の「離岸堤」を造ることで、現在の皆生の海岸線の特徴である波型の砂州が形成され海岸侵食が止まりました。

「住みついて暮らす」という意味だけでなく、「抵抗する、張り合う」という意味から「相撲」の語源とも言われる古語「すまふ」。

この「すまふ」は、自然や社会状況の変化に影響を受けながらも、共生の道を探り、住み続けられた皆生のアイデンティティを表すものだと考えます。



大正時代の皆生温泉  
出典：「皆生温泉観光」HP

## WELL-BEING AREA

山陰の中心に位置し、各種交通インフラが集積する人口15万人都市、米子。このまちには自然の営みと悠久の歴史が培ってきたエネルギーが眠っている。大山の豊富な水。城山のふもとに広がる城下町。そして、白砂青松、日本海を目前に眺める塩泉の温泉。融合しあい、新しいものを生み出してきた人々。日本海に開かれた豊かな交流の歩み。皆生温泉には、新しい時代への可能性が眠っている。

そんな豊かな可能性は、従来の大規模なインフラを整備する発想でも、外資を誘致する発想でもなく、地域固有の力を呼び覚まし、多様で多層的なつながりのなかから時代が求める本質的な価値を創造・発信し続け、求められる「山陰観光の拠点」を生み出してゆく。

私たちは皆生に住む人、訪れた人、関わる人が、肉体的にも精神的にも社会的にも満たされた「WELL-BEING」な状態になるエリアを目指します。

皆生が、海・砂浜を最大限活かした癒やしを提供し、健康・長寿・スポーツをキーワードとした新たな温泉地となると、それはきっと実現されるはずです。

“

Health is a state of complete physical, mental and social well-being  
and not merely the absence of disease or infirmity.

健康とは、病気ではないとか、弱っていないということではなく、

肉体的にも、精神的にも、そして社会的にも、

すべてが満たされた状態にあることをいいます。

「健康」の定義  
出典：WHO憲章 前文



皆生温泉エリアのビジョンイラスト  
イラスト：にしまたひろし

## 4つの柱と28のアクション

「皆生温泉まちづくりビジョン」では、ビジョンに向けて右図で示すとおり、4つの柱と28のアクションを掲載しています。

2020年度には皆生温泉エリア経営実行委員会の主催でワークショップを開催し、アクションのアイデアはさらに広がりました。

これらのアイデアのなかから、優先順位をつけて具体の動きにつなげるため、次項では「選択のための戦略」を示します。

皆生温泉まちづくりビジョンでの  
28のアクション

## I ブランド向上

- 01.統一イメージの創出（まちなみ）
- 02.統一イメージの創出（デザイン）
- 03.統一イメージの創出（ハード）
- 04.灯りによる温泉情緒の創出
- 05.象徴づくり
- 06.『T』ライン便益施設の整備

## II ネットワーク強化

- 07.カーシェアリング
- 08.共用駐車場整備
- 09.二次交通の拡充
- 10.皆生温泉エリア内の交通利便性向上
- 11.訪日客への対応強化
- 12.皆生温泉内外の飲食店との連携
- 13.米子市観光センター機能強化

## III コンテンツ創出

- 14.四条通りのまちなみ形成・活用
- 15.皆生温泉神社の活用
- 16.皆生横丁きないやの強化
- 17.マリンアクティビティによる誘客
- 18.砂浜清掃
- 19.皆生海浜公園の賑わい創出拠点化
- 20.白扇東側「三角地帯」の活用
- 21.皆生浄化センターの活用検討
- 22.皆生プレイパークとの連携
- 23.砂浜のさらなる活用
- 24.遊歩道の活用
- 25.老人憩いの家跡地の活用検討

## IV インフラ構築

- 26.温泉供給管再敷設
- 27.地域熱供給
- 28.5Gの整備

2021年度ワークショップで出た  
アイデア（一部）

## 観光センター

- ・貸事務所としての有効活用
- ・パンフレットの更新
- ・プロジェクションマッピング
- ・がらくた市の開催

## 海岸遊歩道

- ・小さなイベントの開催
- ・写真映えスポットの創出
- ・滞留できる場所の創出
- ・朝市（地元野菜・魚の販売）の開催

## 海浜公園

- ・シンボリックなモノの設置
- ・サウナの設置
- ・マルシェの開催

## 四条通り

- ・照明などの設置
- ・マルシェの定期開催
- ・空き店舗の活用

## 三条通り

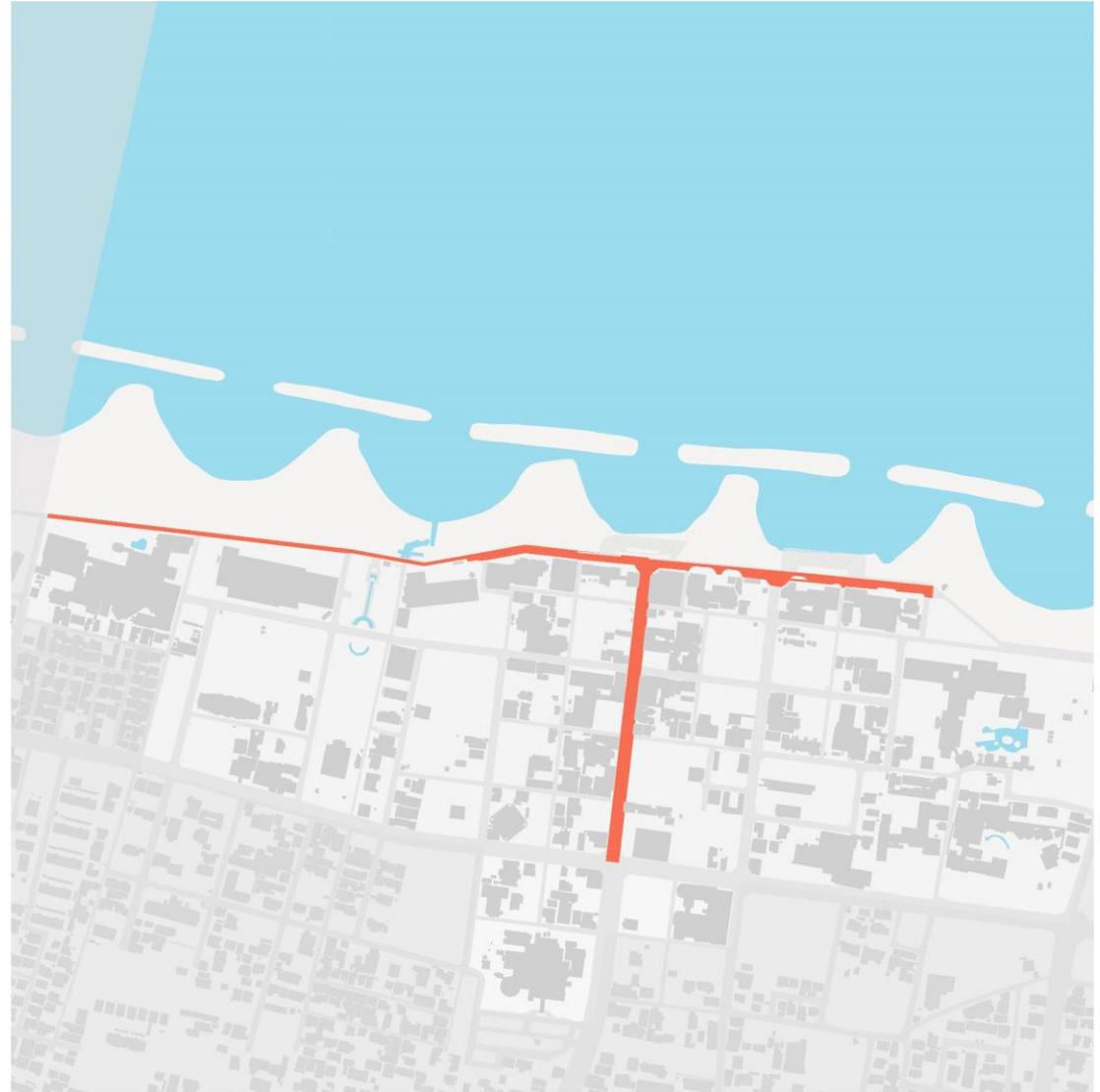
- ・風俗店との共存
- ・空き店舗対策
- ・空地を活用した農業
- ・空地を活用したマルシェの開催
- ・屋台村の創出

## Tラインからの先行投資

皆生温泉まちづくりビジョンでは、海・砂浜・遊歩道と、米子市観光センターから海岸線までの四条通りを「Tライン」と設定し、先行してまちづくりを進めると定めています。

エリア全体で均質に取り組みを進めるのではなく、まず「目鼻立ちをつける」。この意味でTラインの設定は重要なものでした。

本エリアデザインでもこの考えを踏襲し、まずはTラインから優先的に資源投入を行い、事業効果の最大化とTライン周辺への波及効果をねらいます。



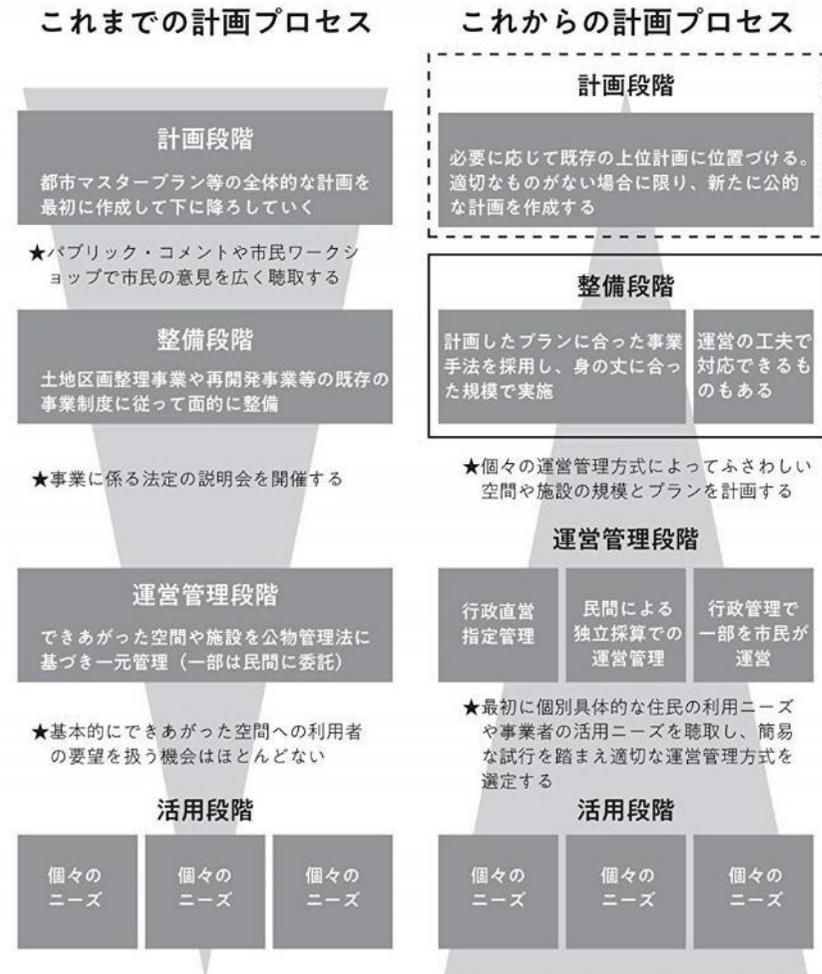
海・砂浜・遊歩道と四条通りによる「Tライン」

## 小さなアクションから大きな変化へ

「1-1 エリアデザインとは何か」で述べたように、私たちは先行きの見えない予測不可能な時代にいます。このような状況において、様々な分野で、「まず綿密に計画を練り上げ、それをもとに実践する」という従前の手法だけでなく、「低リスク・低コストの小さなアクションを試し、実践の結果をふまえ改善する」という手法が取り入れられています。

例えば都市計画の分野では「タクティカル・アーバニズム」と呼ばれる、小さなアクションから長期的な変化を引き起こすことを目指した手法が注目され、道路などの公共空間を暫定的に歩行者天国化するなどの「社会実験」が全国でみられるようになりました。

私たちも、ビジョンに向けて（小さな動きであろうとも）アクションを重ね、目の前に現れた事実から、未来への可能性を見つけ育てていきたいと思います。



「活用」から考えるこれからの計画プロセス  
出典：園田聡『プレイスメイキングアクティビティ・ファーストの都市デザイン』，2019

## 5つの場所と5つの取り組み

前項の「選択のための戦略」をふまえ、2020年度までに実際に動きのみられたアクションから、右に示す10項目を「リーディングプロジェクト」として整理します。



### 5つの場所

01. 道路
02. 遊歩道
03. 砂浜
04. 未利用地
05. 公園



### 5つの取り組み

06. 灯り
07. 移動性
08. 駐車場
09. 主体・参画者
10. 発信

## 01. 道路

---

こ  
れ  
ま  
で

### 通過のための場にとどまる

皆生温泉は100年前描かれた町割りが今に残っています。約60mごとの碁盤目状の街区は、歩きながら次々と景観が変わるため、歩行者の視点で楽しめる構造になっています。

しかし、現在では目的地まで移動するための通過の場にとどまっています。



## Park(ing) Day

2021年10月、四条通りの一部を一時的に歩行者天国化し、人が出会い、滞在できる場に変える試みが有志のメンバー6人により、行われました。

この試みは「Park(ing)Day」と呼ばれ、2005年にサンフランシスコではじまった社会実験です。日本でも全国各地で同様の試みが行われており、道路空間を車ではなく人のための場にしていこうとのアクションが拡がりつつあります。

皆生温泉で開催されたPark(ing)Dayは、企画や準備の期間は3ヶ月、予算は12万円と、低コストかつスピーディーに実現され、当日は天候が優れなかったにもかかわらず、近隣に住む親子など約300人の参加があり、「居場所」としての道路空間の可能性を感じられる時間となりました。

### Park(ing)Day結果概要

- ・実施日：2021年9月17日（金）
- ・来場者数：約300人
- ・平均滞在時間：1時間



四条通りで行われたPark(ing) Day

## 狭窄部の設置

四条通りの交差点（野口商店前）から米子市観光センター前は北から南へは車両進入ができない一方通行ですが、逆走が多く安全性が問題となっています。

2022年3月12日、13日のイベントに合わせて、四条通り交差点の車道を狭め、歩道を拡げる「狭窄部」を設ける社会実験を行いました。

道路管理局や警察との協議を経て、皆生温泉エリア経営実行委員が白線を引きベンチやプランターを設置し狭窄部を実現しました。

設置前に比べ、「飲食をしている」「居眠りをしている」など滞在者の多様な行動がみられただけでなく、歩行者数は2.8倍、特に65歳以上の高齢者は6.7倍、さらに「笑顔がみられる」通行者は3.1倍という結果が得られました。

### 狭窄部における行動観察調査

- ・狭窄部設置前及び狭窄部設置中において、目視により通行者、滞在者を調査
- ・調査日：2022年3月6日（日）9時-10時  
2022年3月13日（日）9時-10時



四条通り交差点で歩道幅を拡げた社会実験

## 歩きたくなる道路へ

もともと日本で道路は公共的な活動や商業、交流の場でした。今再び道路を「自動車中心」から「人中心」の空間へ取り戻すという考えは、「ウォーカブルなまちづくり」と呼ばれ、全国的に取り組みが進められています。

愛媛県松山市の花園町通りでは、道路全体における歩道幅の割合を拡幅するとともに、沿道にベンチなどを配置するなどの統一的なデザインにより「居心地がよく歩きたくなる」道路空間へ改変しています。

これにより歩行者数が増加するだけでなく、不動産価値の上昇にもつながっています。

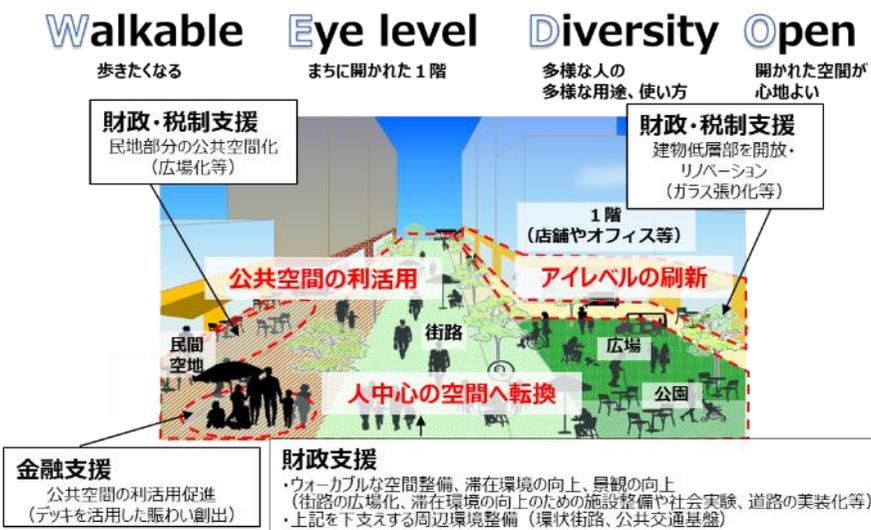
その他にも、歩きたくなる「人中心」の道路にすることで、歩行者負傷者数が減少する、災害時の一時避難場所や避難経路として有効に機能するなどの効果が期待されています。

皆生温泉エリアにおいても、「歩きたくなる居心地の良い」道路空間を目指します。

「ウォーカブル」

2019年6月「都市の多様性とイノベーションの創出に関する懇談会」においてこれからのまちづくりの方向性として「WEDO」というキーワードが示され、まちなかにウォーカブルな公共空間を創造することが、新たな都市政策の重要課題であるとされている。

○「居心地が良く歩きたくなる」空間のイメージ



これからの都市のキーワードとして示された「WEDO」のイメージ  
出典：国土交通省報道発表資料、2019年12月20日



空間改変後の花園町通り  
出典：「土木学会デザイン賞」HP

## 02. 遊歩道

---

これまで

### 「居」場所にはなっていない空間

皆生温泉は、海に面した温泉街であり、温泉街と海までの間に一般車両が通行できない遊歩道があります。

朝の散歩やマラソン、サイクリングなどの活動が見られる皆生温泉の特徴的な場所ですが、座る、留まる、眺める、交流するといった活動はあまり目にするがありません。



## 官民境界線をまたぎ居場所をつくる

2021年度、情緒ある景観の創出・統一を目的とし、宿泊施設の軒下における壁面・塀等の美観向上に資する費用を補助するための「旅館ファサード整備支援補助事業」により、3件の改修が行われました。

いずれも、官民境界線をまたぎ、心地の良い「居場所」をつくることが目指されたもので、夕日を眺める、おしゃべりをする、一杯飲むなど、これから遊歩道で多様な活動が起こることが期待されます。



外壁の一部をパブリックファニチャー化したグランドホテル天水



オープンなウッドデッキを整備した皆生シーサイドホテル海の四季



カウンターテーブルを遊歩道側に開いた湯喜望白扇

## 多様な居かたができる場所へ

生産的、効率的な空間ではなく、人のための居場所。まちなかにそのような「居場所」をつくる試みも世界中で進んでいます。

愛知県豊田市の「豊田市駅」西口にあるペデストリアンデッキ（高架上の歩行者専用通路）では、人の往来はあるものの通過するのみでした。

そこで社会実験として、テーブル・イスの設置や市民活動団体による音楽演奏などを行うことで、通過だけでない多くの活動がデッキ上で行われることとなり、飲食事業者が出店するまでとなりました。

「良い場所」とは、できるだけ多く（10以上）の活動や行為が行われる場所であると言われています。

おしゃべりをする、偶然出会う、音楽を聴く、海を眺める、読書をする、打ち合わせをする、飲む、食べる。

皆生の遊歩道は、そのような多様な居かたができる場所づくりに民間と公共が連携し取り組みます。

### 「Power of 10+」

公共空間の計画設計、活用の支援を行うニューヨークの非営利団体が提唱した「どのような規模の都市も、最低10か所の目的地が連続的に近接しているべきであり、各目的地はより小さな10の場所によって構成されるべきである。そして、各場所は人びとが携わる事ができる活動や行為を最低10個は提供すべきである。」という考え方。



多様な活動が見られるようになった豊田市駅ペデストリアンデッキ  
出典：「全国まちなか広場研究会」HP



多様な居かたを許容する川べり  
出典：「長門湯本温泉」HP

## 03. 砂浜

---

これまで

### 限られた季節での楽しみの場所

「トンボロ現象」による波型の海岸線が特徴的な皆生のビーチ。夏場には多くの方が海水浴に訪れる皆生の重要な観光資源です。

この重要な観光資源を十分に活用し、年間を通じた誘客につなげていくことが求められています。



## BEACH RESORT KAIKE

2021年、皆生温泉開発100周年を記念してビーチの名称を「皆生温泉海遊ビーチ」とし、ライフセーバーの拠点や遊具等のレンタル基地、飲食提供などを行うキューブ型のコンテナを設置するなど海浜施設とサービスを一新しました。

コンテナは海水浴シーズンだけでなく秋のイベントでも使用され、新たなビーチリゾートの可能性を探っています。

### 2021年度の利用実績

- ・開設期間：  
2021年7月16日（金）～8月22日（日）  
※計38日間の内、悪天候により6日間が遊泳禁止
- ・利用団体：4団体  
エシカル&和カフェ  
NAGACHACafe1801inKAIKE  
KAIKEKAJYU  
CORCOVADO+  
海浜事務所
- ・利用者数 約24,000人



飲食提供や体験コンテンツの受付機能を果たす「BEACH RESORT KAIKE」

## カイケジャンボリー

海水浴シーズン以外でも皆生の海を楽しむようにとはじまったカイケジャンボリー。

半透明のテント内でこたつに入る「UMICOTA」や、海風にのった巨大な凧、コンテンポラリーダンスや屋外レストランなど、様々なアクティビティや飲食メニューが用意され、観光客だけでなく地元米子の方も多く訪れました。

### 2021年度カイケジャンボリーの概要

- ・開催期間：  
2021年11月5日(金)~12月5日(日)の  
毎週金・土・日、及び11月23日(火・祝)  
計16日間
- ・プログラム/利用者数  
空の水族館/約15,000人  
ミニカイト体験/110人  
AQUA BALL 体験/282人  
Beach Live・Feel the dance/約4,000人  
UMICOTA/133組  
野外レストラン利用者数/約200名



非日常の風景が広がるカイケジャンボリー

## 多様な人が楽しめる場所へ

皆生のビーチは通年利用という視点だけでなく、男性も女性も、子どももお年寄りも、障がいのある人もない人も、観光客も地域の人も、様々な方が楽しめる場所を目指します。

例えば、車イスでも海を楽しむことができるよう「ユニバーサルビーチ」化する取り組みが全国で見られます。

兵庫県神戸市の須磨海岸では、車椅子利用者、ライフセーバー、看護師、行政職員などが有志で集まり、日本で初めて遊歩道から海までをつなぐ「ビーチマット」を導入しました。水陸両用の車イスも常備し、障がいを持つ人でも海に入ることができるようなビーチとなっています。

皆生の大きな魅力である海。その魅力を誰もが感じてもらえるよう、ユニバーサルなビーチづくりに取り組みます。



砂浜に敷かれたビーチマット  
出典：「須磨ユニバーサルビーチプロジェクト」HP



水陸両用アウトドア車いす社会実験前の様子  
出典：「須磨ユニバーサルビーチプロジェクト」HP

## 04. 未利用地

---

これまで

### 寂しい印象を与える空地

皆生温泉エリアには、普段は入ることができない松林や、空き地、空き不動産など未利用地が点在し、エリア全体として寂しい印象を与えています。



## イベントでの暫定的な利用

皆生温泉エリア経営実行委員会では、エリア内の松林の新たな利活用方法創出にかかる取り組みを支援するため、補助金を交付しました。

この補助金を受けて、2022年3月12日、13日に、四条通り沿い松林と遊歩道東側の三角地帯などを活用したマルシェイベントが開催されました。

普段は一般客の立ち入りが禁止されている四条通り沿いの松林では、このイベントで実験的に開放し、ハンモックやベンチなどを配置したことで多くの人がたたずみ、休憩する姿を見ることができました。

遊歩道東側の三角地帯では、足湯やテントサウナ、薪ストーブなどが体験できるスペースとして子ども連れの家族などで賑わいました。

一般開放することによるゴミ廃棄の問題なども懸念されますが、松林をはじめとした遊休地を開き利用する可能性を十分に感じる事ができた2日間でした。



憩い様子が見られた松林

## 戦略的に活用し価値を高める

全国的にまちなかの空洞化が進むなか、各地で賑わいを取り戻すための試みが動いています。

佐賀県佐賀市の中心市街地では、まちなかの空き地を「原っぱ」化し、「空き地リビング」というコンセプトで芝生の広場と図書館として利用する輸送用コンテナを設置しました。8ヶ月の実証実験を経てコンテナは常設され、徒歩圏内に新たな広場や交流スペース、チャレンジショップなどを展開しています。

新潟県の月岡温泉では、宿泊客を囲い込むのではなくまち全体で楽しんでもらえるよう、地区の若手経営者が共同出資し合同会社を設立。1年に1店舗、空き家・空き店舗をリノベーションしコンセプトショップをオープンさせ続けています。

皆生温泉エリアでも、点在する未利用地・空き不動産を戦略的に活用し、エリアの価値向上をはかります。



わいわい!!コンテナ1  
出典：「ワークヴィジョンズ」HP



遊休不動産を再生したコンセプトショップ  
出典：「月岡温泉」HP

## 05. 公園

これまで

### 行政主導の管理で活動に制限がある

かつてチンチン電車に乗って多くの人を訪れた競馬場は、現在の海浜公園となり、保育園児が松ぼっくりを拾いに訪れ、ある人は腕立て伏せをし、ある人は足湯を楽しむなど、市民の憩いの場となっています。

個人レベルでは様々な活動が見られるものの、公園利用申請をみると、固定的な利用にとどまっています。また、多くの禁止項目が掲げられ、そのポテンシャルを最大限に引き出しているとは言えない状況です。



## イベント利用

2022年3月12日、13日に開催されたイベントでは、海浜公園も会場の一つとして利用されています。

コーヒーやスイーツなどの飲食だけでなく、子どもでも楽しめる体験型のワークショップが多く出店され、賑わいある空間になりました。

会場内でのアンケートでは、イベントではなく『普段の』皆生温泉でまち歩きしたくなると思うモノ・コトとして、カフェ・飲食店が62.3%と最も多く、食べ歩きスポットが61%で続く結果となり、飲食店のニーズが高いことが把握できました。

また、アンケートでは、19.7%（15件）が屋台をつかって出店してみたいと回答があり、今後の関係人口拡大の可能性をみることもできました。

一方、飲食提供に伴う電源を「どこから、どのように確保するか」は今後の課題としてあげられます。

### イベント来訪者へのアンケート調査

- ・調査日：  
2022年3月12日（土）-13日（日）
- ・会場でのアンケート用紙配布・改修及びQRコードでのWEBアンケート
- ・回答数：78件



賑わいの生まれた海浜公園

## 多様な活動の受け皿となる公園へ

地域の特性に合わせ、地域の魅力を高める公園とはどのようなものか。また、その運営はどうするべきか。全国的に「これからの公園」のあり方について模索が続いています。

富山市にあるまちなか賑わい広場（グランドプラザ）は、自由な使い方ができるよう、ほとんど禁止事項のない条例を整備し、「稼働率100%の公共空間」として知られています。年間通じて市民団体や企業、行政などが主催する様々なイベントが開催されるだけでなく、子ども連れの親子や近隣の高齢者など老若男女が思い思いに過ごす場として日常的に使われています。

広島市内の中心部を流れる太田川では、民間による「RiverDo!基町川辺コンソーシアム」が占有許可を受け、公的な占有者として公共空間である「川辺」を運営・管理しています。HPでは、「できること・できないこと」「利用までの流れ」が細かく整理され、利用したい人が利用しやすいような窓口を設けています。

皆生温泉海浜公園においても、多くの人が憩い、安心して過ごすことのできる公園のあり方について検討していきます。



稼働率100%の富山市まちなか賑わい広場  
出典：山下裕子さん



民間団体が占有者として運営・管理される太田川護岸  
出典：「River Do How」HP

## 06. 灯り

---

これまで

### 夜の魅力を感じにくい照明

水木しげるロードが公共照明を刷新し、エンターテインメント性の高い夜間景観を演出したことで高い経済波及効果をあげたように、観光地において「灯り」の整備は非常に重要です。

現状、温泉街らしくない灯りの色や、照明器具の劣化などがみられ、皆生の大きな資源である海の魅力も夜には十分活かしきれていません。



## KAIKE AKARI PARK

皆生温泉エリアでは、照明デザイナーの株式会社LEM空間工房とともに「皆生みらいの灯りコンセプト」を策定し、2021年3月、皆生海浜公園を中心として遊歩道や四条通りの一部で、灯りの検証を行う実証実験を行いました。

天候不良により1日間のみで開催でしたが、来場者は700人に達し、アンケートでは「今後もこの夜景が必要」との回答が80%ありました。

この結果をふまえ、イベント後には「皆生みらいの灯りコンセプト」を策定し、民間事業者による事業協同組合が設立され、官民連携による夜間景観のリニューアルが進められています。

皆生みらいの灯りコンセプト=海に開く

コンセプトは以下の5要素で成り立つ。

①Vista

- ・海側から見える砂浜・海岸線・旅館の奥行きある景観へ改善する

②View

- ・海の眺望を活用する

③Eat

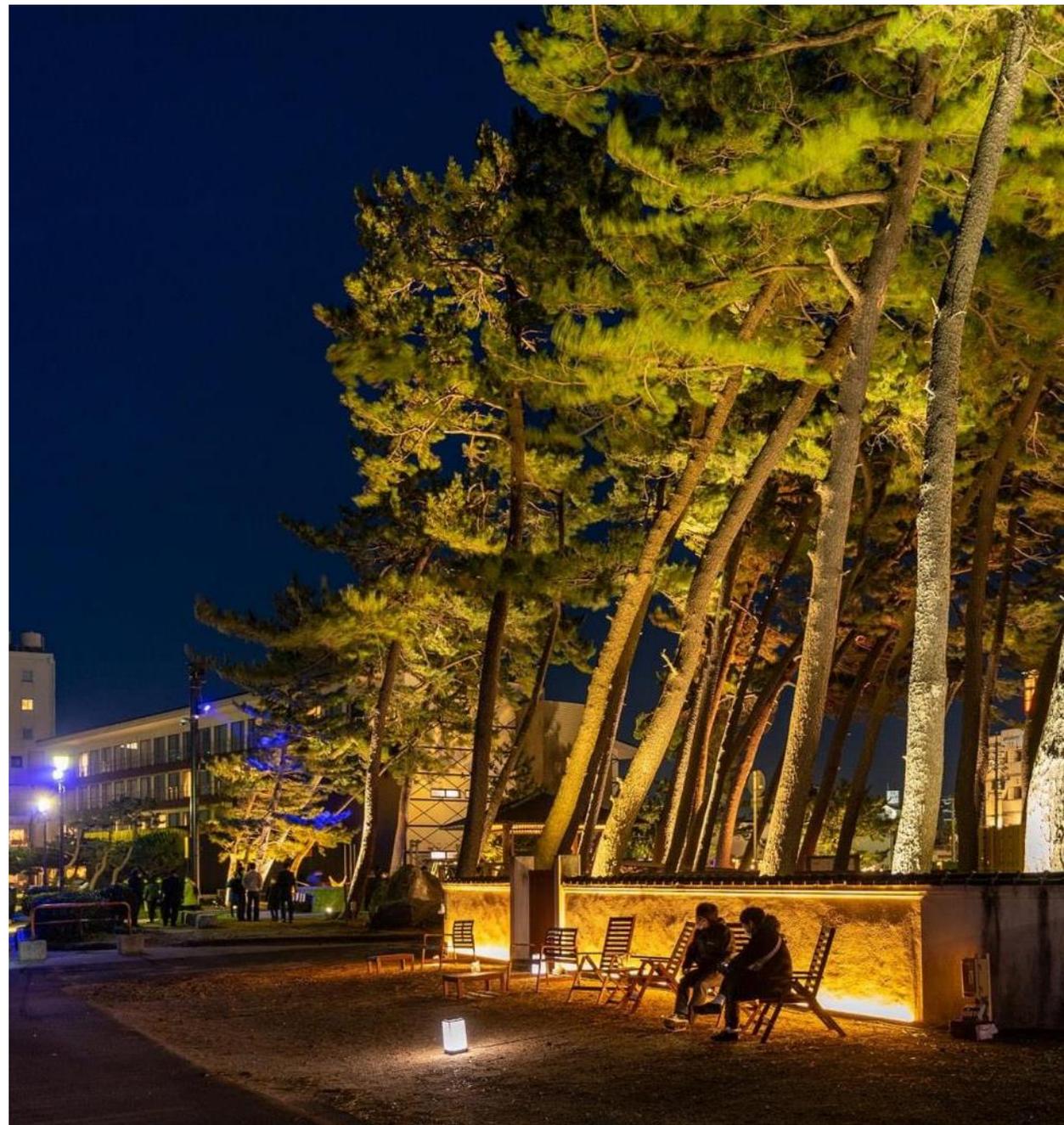
- ・海側からの飲食アクセスを創出する

④Activity

- ・海を背景にした撮影スポット・海浜アクティビティを支える電源を整備する

⑤Walk

- ・路面が明るく歩く楽しさのある遊歩道を整備する



温泉街らしい灯りがともった実証実験

## 夜も歩きたくなるまちへ

公共照明だけでなく、各旅館の海側の地上階が海に開かれ光が滲み出すことで、夜間の安心感と景観の魅力が高まることから、「皆生みらいの灯りコンセプト」では、「海に開く」をキーワードとしています。

夜の海を活かし、海に開かれた取り組みは、京都府北部の天橋立でもみられます。天橋立では観光庁の「最先端観光コンテンツ インキュベーター事業」を受け、砂浜のライトアップに合わせた飲食提供やクルージングを実施し誘客につなげています。

山口県の長門湯本温泉では、川沿いの夜間景観改善の取り組みとして、共通の「提灯」を軒先に設置する試みを行っています。旅館だけでなく民家も含め、エリア全体での取り組みがまちの夜の魅力を高めています。

皆生温泉においても、砂浜、海岸線、旅館が一体となって形成した、皆生温泉ならではの「海に開く」景観づくりを官民が連携して進めていきます。



海から夜景を楽しめるナイトクルーズ  
出典：「海の京都DMO」HP



商店、民家、郵便局、旅館などの軒先に下げられた統一の提灯  
出典：「長門湯本みらいプロジェクト」HP

## 07. 移動性

これまで

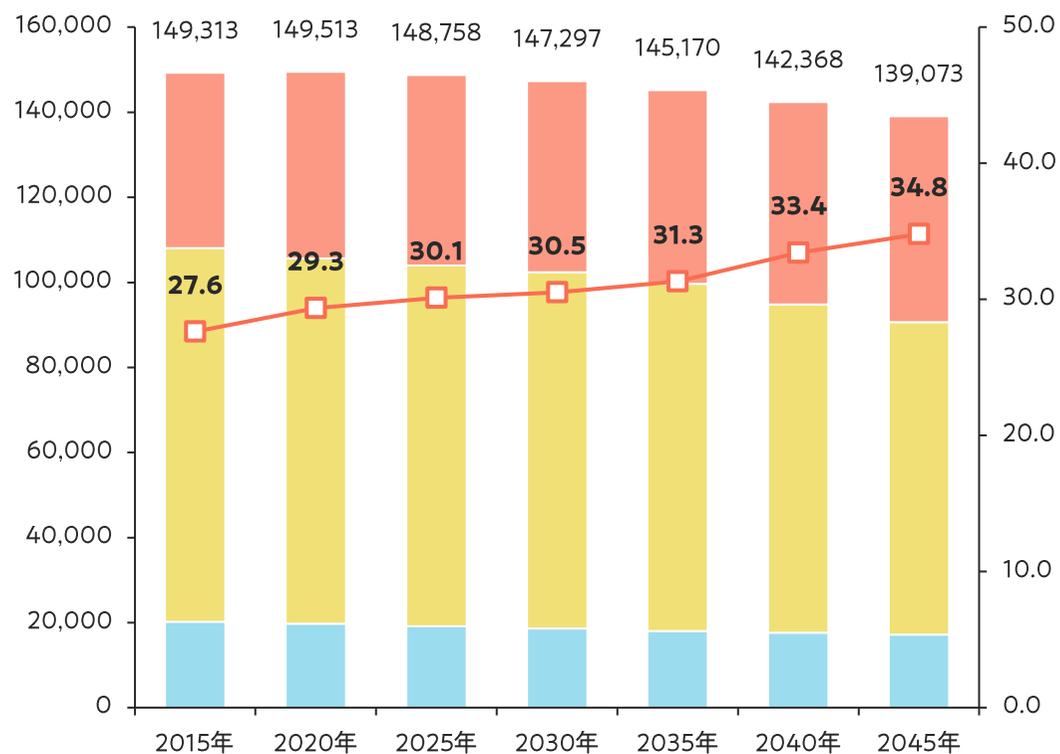
### 限定的な移動手段

南北約400m、東西約1kmの皆生温泉エリア。

高齢者の一般的な徒歩圏は半径500mと言われており、米子市全体で高齢化が進むなか、地域内での移動手段確保は今後重要な課題となります。

また、脱炭素社会の実現に向けても環境負荷の少ないモビリティ（移動手段）の導入が求められます。

年少人口（0～14歳）  
生産年齢人口（15～64歳）  
老年人口（65歳以上）  
高齢化率



米子市全体の将来人口推計（人口：人/高齢化率：%）  
出典：国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計（平成30年推計）」

## グリーンスローモビリティの試走

皆生温泉エリア経営実行委員会が2021年度に交付した「旅館の新規ビジネス実証実験補助事業」を活用し、2022年3月、皆生温泉エリアにおける高齢者の移動支援や観光地としての魅力向上のためグリーンスローモビリティを運行する実証実験が行われました。

グリーンスローモビリティとは時速20km未満で公道を走ることができる電動車を活用した小さな移動サービス及びその車両も含めた総称で、地域が抱える様々な交通の課題の解決や低炭素型交通の確立が期待されている新たな移動手段です。

電話予約により自宅から病院、スーパーへの送迎を行う福祉的な移動支援だけでなく、周遊ルートを定め自由に乗り降りできる観光目的での運行も試行し、多くの方に乗車いただきました。

### 社会実験の概要

- ・実施期間：  
2022年3月2日（水）～15日（火）
- ・利用者数：  
3/12-13を除く移動支援71名  
3/12-13での観光利用100名



遊歩道を走るグリーンスローモビリティ

## アクセス・接続が良く、歩行者と共存したモビリティが走るまちへ

広島県福山市では、全国で初めてグリーンスローモビリティによるタクシー運行がはじまっています。

運営は地場のタクシー会社で、日本遺産に登録された鞆の浦からはじまり、福山駅前のまちなかでも社会実験を実施しています。

運営事業者へのヒアリングからは、観光コンテンツ、地域内での移動支援という側面だけでなく、高齢者の就労機会という面でも優れた取り組みであると把握できました。

エリア内だけではなく、市内や市域を越えた広域的な地域間交通の連携も今後求められます。

特に、2023年に駅舎・自由通路の共用が開始される米子駅は、米子の陸の玄関口として生まれ変わることが期待されており、あわせて米子駅と皆生温泉をつなぐ移動手段の充実も求められるところです。



福山駅前の商店街を走るグリーンスローモビリティ  
出典：「福山市」twitter



1925年から1938年まで米子ー皆生間を走ったチンチン電車  
出典：「山陰いいもの探偵隊」HP

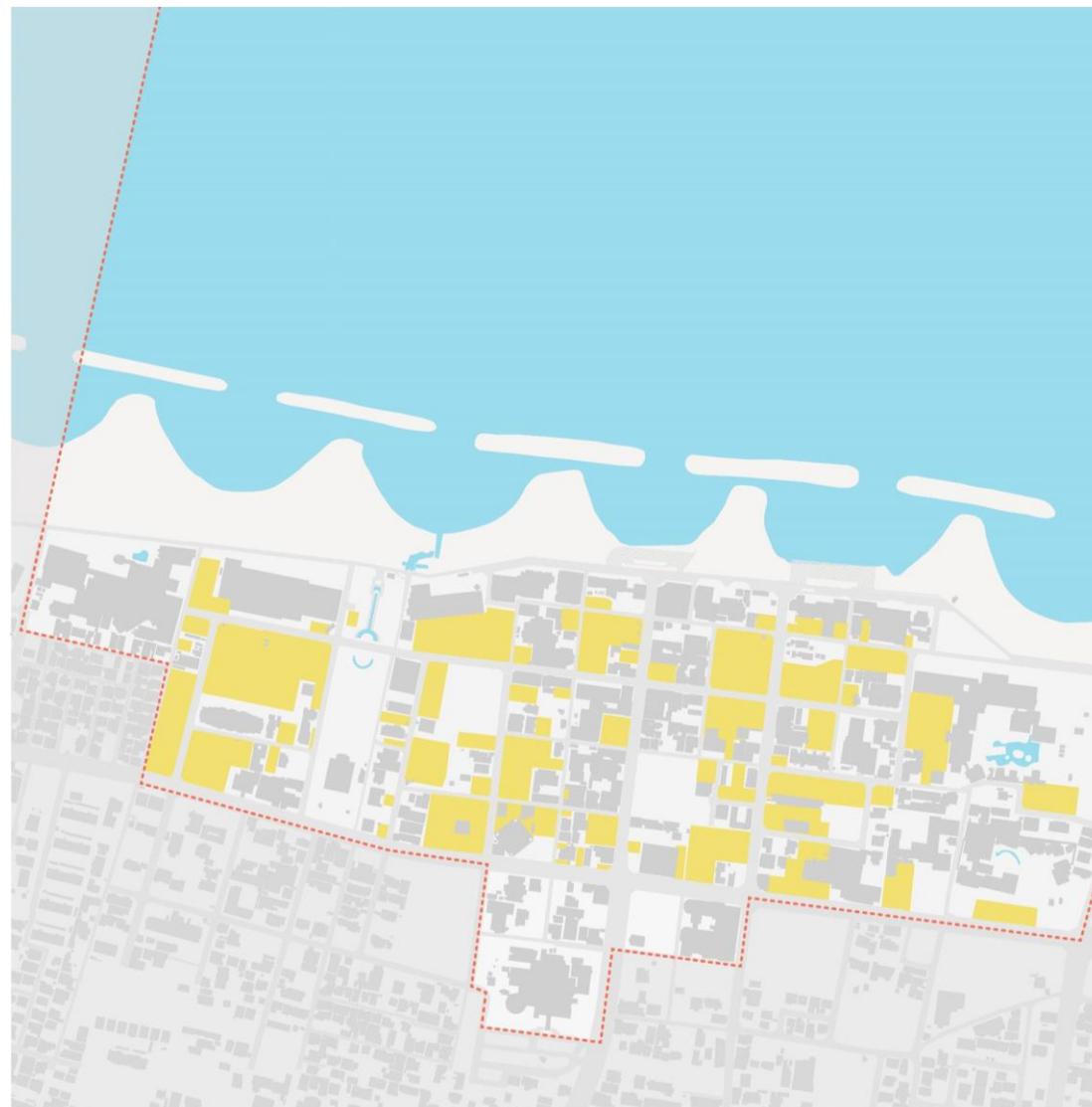
## 08. 駐車場

これまで

### 日帰りでの利用がしにくい環境

皆生温泉エリアではエリア内の約26%が駐車スペース（右図の黄色部分）となっています。

地域住民・日帰り客は将来の宿泊客となりえる「潜在顧客」であり、安心して滞在できる環境づくりが必要です。現状日帰り利用の駐車場が十分ではなく、違法駐車も多くみられます。



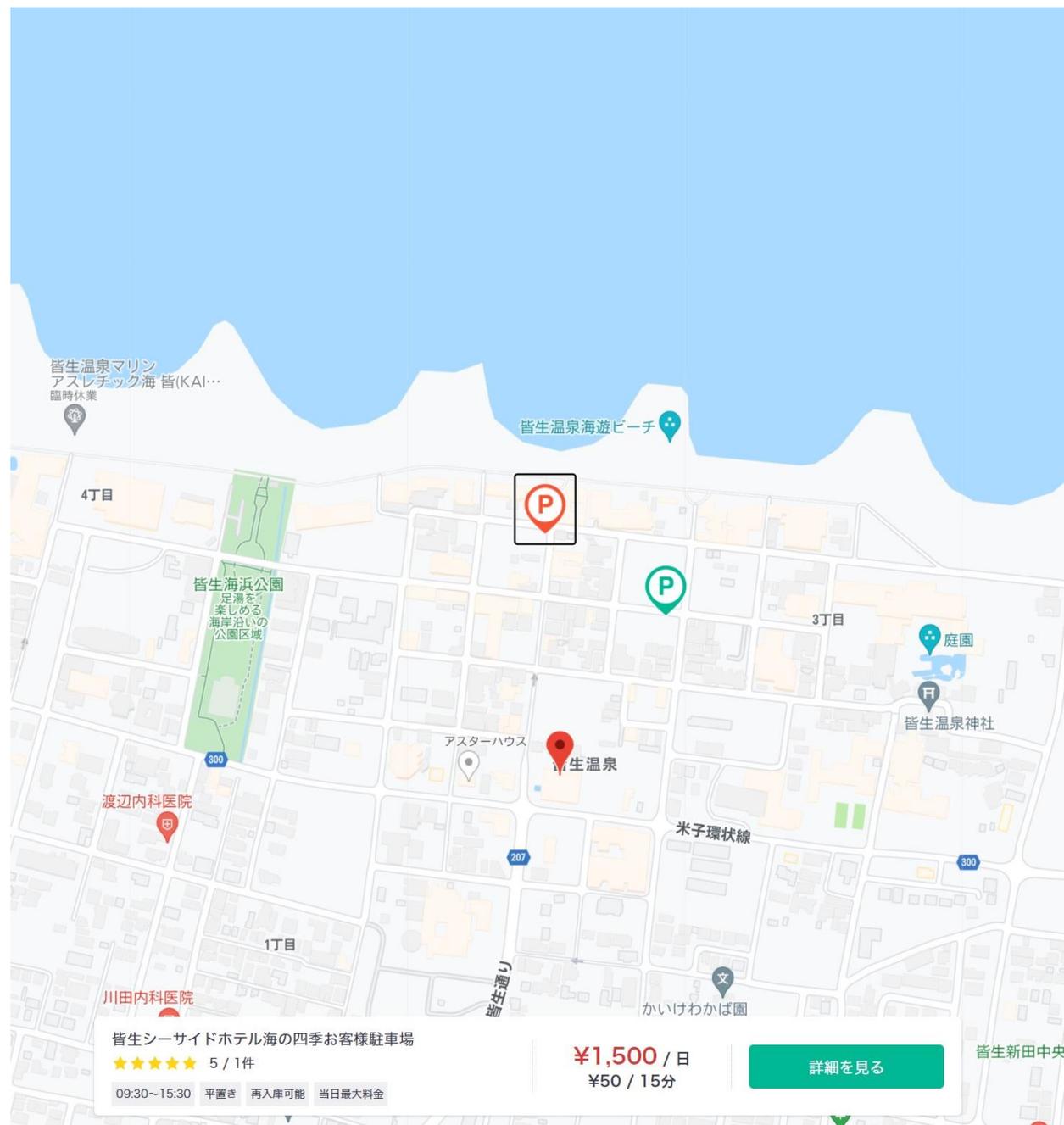
## 旅館駐車場のシェア

大規模な整備費をかけるのではなく、低コスト・低リスクで駐車場整備を進めるため、シェアリングサービスを導入し、旅館の駐車場を宿泊客だけでなく一般利用も受け入れる試みをはじめています。

既存の駐車場シェアリングサービスはスマートフォンのアプリで空き状況が確認でき、キャッシュレス決済にも対応していることから、一定数の駐車スペースが確保できれば、利用者にとってメリットが大きいと期待しています。

### シェアリングサービス導入状況

- ・導入サービス：akippa
- ・エリア内での参画事業者数：2事業者
- ・エリア内での駐車台数：35台

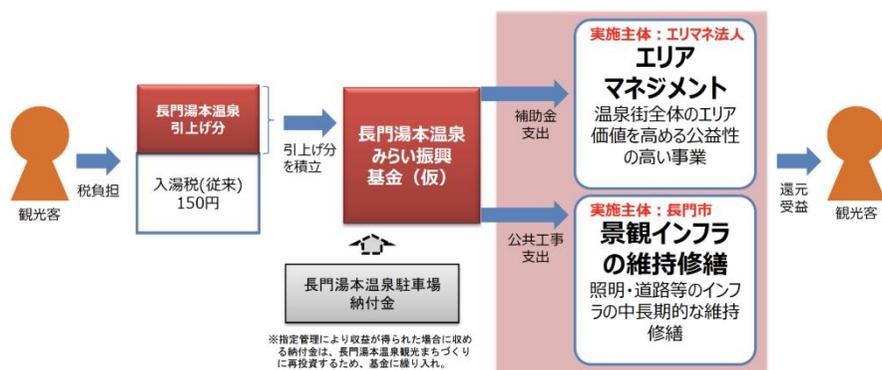


アプリやWEBで空き状況等が確認できる駐車スペース

## 「共」の資源の活用

公共政策を専門にする広井良典は「共」について「「私」とも「公」とも異なる、いわば「新しいコミュニティ」とも呼ぶようなもの」としています。この公共publicでも私性privateでもない共同性commonは環境、福祉、経済など様々な分野でその重要性が謳われています。

長門湯本温泉では、エリア全体での価値を高めるため、「共」の視点をもった組織「長門湯本温泉まち株式会社」を設立しています。ここでは駐車場を共用化し、その収入や入湯税の引き上げ分を基金として積み立て、公益性の高い事業やインフラの維持・修繕に再投資しています。



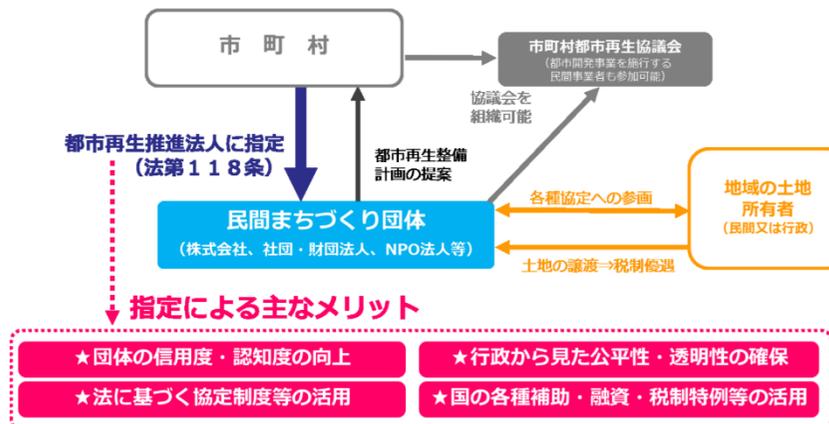
北海道札幌市では、商店街などにより設立された「共」の組織「札幌大通まちづくり株式会社」が「都市再生推進法人」の指定を受け、多目的に使用できるコンテナを公共空間(駅前歩道)に設置し、飲食事業や物販などの事業で収益をあげ、まちの魅力を高める事業費に充てています。

皆生温泉においても、「共」の視点で資源を活用し、エリア全体の魅力を高める循環をつくっていきます。

### 「都市再生推進法人」

一定の条件を満たし、市町村の指定を受けることで、道路・公園などの公共空間を特例的に占有することやまちの魅力を高める施設の設置などを行うことができるようになる法人格。

都市再生推進法人に土地を譲渡すると、土地所有者は譲渡所得の特例措置があるなど、不動産流通も期待される。



長門湯本温泉まち株式会社によるエリア内での財源確保と再投資の仕組み  
出典：「長門湯本みらいプロジェクト」HP

都市再生法人の関係フロー  
出典：国土交通省

## 09. 主体・参画者

---

これまで

### エリア全体での取り組みを担う主体の成長が求められる

米子市全体の宿泊飲食サービスの約3割を占める皆生温泉エリア。

2019年に策定した「皆生温泉まちづくりビジョン」の実行を担う組織としてエリア経営実行委員会を設置しました。

しかし、エリア全体の振興を目指すうえでは、今後も継続的に参画者の拡大をはかる必要があります。

## ワークショップ

2021年度に、皆生温泉エリア実行委員会の主催でワークショップを開催しました。

自治会関係者、民間事業者、行政関係者などがフラットな立場で同じテーブルを囲み、皆生温泉のありたい姿について意見を出し合い、それに向けたアクションのアイデアを描いていくことで、皆生に対する当事者意識が高まるとともに、参加者間の関係構築の機会となりました。

---

### 2021年度ワークショップ概要

#### 第1回：2021年10月15日（金）

- ・皆生温泉に「あったらいい」「できたらいい」「私がやりたい」モノやコト
- ・参加者57名

#### 第2回：2022年1月14日（金）

- ・各スポットで「やってみたい」企画の検討会議
- ・参加者45名

#### 第3回：2022年2月25日（金）

- ・公共空間の活用について、ゲスト事例から学ぶセミナー
- ・参加者36名



エリア模型を囲んで意見を交わす参加者

## 関わりしろのあるまちへ

「関係人口」という言葉が生まれたように、多様なまちへの関わり方をデザインし、様々な人・団体・企業などの力を集め魅力を高めていく地域が増えていきます。

東京都多摩地区にある「学園坂タウンキッチン」は、1日オーナー制のチャレンジショップとして運営されているシェアキッチンです。自分の料理を提供したいという「やってみたい」思いをもった人が集まり、ここでの経験をふまえ自身の店舗を構え巣立っていく。まちの賑わいと、まちに関わる人の発掘・育成が両立した取り組みです。

神奈川県鎌倉市では、まちを良くするためのアイデアをプロジェクト化し続ける「カマコンバレー」という取り組みが続いています。毎月1,000円の会費で定例会を開催。定例会では発表者数名がまちを良くするアイデアを出し合い、みんなで実現に向けて支援しあう。参加の条件は「鎌倉を熱くしたい人」。反対する人がいなければ、全員の賛成を待たずに動き出すというスピード感で、地域の実践者を増やし続けています。

皆生温泉においても、生きがい・やりがいをもって皆生に関わる人が増える、関わりしろのあるまちを目指します。



1日オーナー制のチャレンジショップ  
出典：「タウンキッチン」HP



まちを良くするアイデアをプロジェクト化する定例会  
出典：「カマコンバレー」HP

## 10. 発信

---

これまで

### 変わる過程を届けられていない

皆生についての情報は、各旅館による発信が積極的になされているものの、イベントや宿泊、観光情報が主であり、普段のまちの顔、暮らしに根づいたまちの情報を発信することはできていません。

地域に開かれたエリアとして、地元の方にも届けていけるような仕組みや、変わりつつあるまちのプロセスを共有しファンを増やす取り組みが求められています。

## 定期的な情報発信

米子市では信金中央金庫創立70周年記念事業として企業版ふるさと納税制度を活用した寄附をいただき、皆生温泉振興を目的とした事業を行うこととなりました。このなかで、定期的な情報発信を行っています。

日本海新聞の協力により、皆生温泉周辺のエリアへの新聞折り込みが実現したことで、皆生温泉の情報を毎月フリーペーパーとして発行、発信することが可能になりました。

2022年度には、ポータルサイトの整備や、SNS発信、実証実験を前提とした人材育成研修を行う予定です。

皆生温泉のこれからを伝えるメディア

第1号/令和4年3月17日発行

# KAIKE・PRESS #01

2022/MAR



### 「資源を活かす」視点

2021年8月、皆生温泉エリアの魅力を高めるため、民間も行政も連携した組織「皆生温泉エリア経営実行委員会」が設立されました。皆生温泉「エリア」全体を「経営」的な視点で考える。そんな想いのこもった名前です。

まちづくりの分野では、実は10年以上前から「地域を経営する」という言葉が使われています。持続的に地域が発展するためには、伝統産業、自然資源、景観、歴史、生活文化など地域固有の資源を再評価し、向上させていかななくてはならない。

そんな「資源を活かす」視点で皆生温泉街を見つめ直し、未来へ投資していくことが、エリア経営実行委員会1の役割です。



米子の巨大模型を囲んで開催したワークショップ

## 【特集】 エリア経営ってなんだ？



エリア経営実行委員会の主催で、皆生のこれからを自由に意見交換するワークショップも開催されました。全3回の開催でのべ150名以上(?)が参加し、「屏台村があると良いね」や「テラポッドのオブジェをつくらんスタ映えしそ」など様々なアイデアが出てきました。皆生のまちについて意見を交わすワークショップはこれからも継続して開催される予定。次回の日時などは、KAIKE PRESSでもご案内します。

### 「居場所」をつくる

8月の設立から、毎月会議を重ねてきた実行委員会。歩いて楽しむまちにするべく、道筋と建物の関係を考えたり、まちなかの空き地の情報を集めたり、駐車場のあり方を考えたり。

大事にしているのは、観光客だけでなく、地元の人にとっても、子どもにとっても、障がいのある人にとっても、居心地の良い「居場所」であること。

散歩をしても良いし、一人で夕日を眺めても良い。道端であいさつが交わされ、ぼったりと知り合いに出会い、店先で立ち話をする。多様な人がそれぞれ居場所を見つけ、なんだか元気になる。さらには、皆生を歩いた少年が「将来こんな人になりたい」と夢を持つような場所になる。そんなまちに皆生が変わる。

KAIKE PRESSは、皆生温泉のこれからを伝えるメディアとして、皆生の動き・変化を定期的にお届けしていきます。

イベント

### 「皆生温泉の未来を考えるシンポジウム」 ～起き始めた小さな変化～



参加申込フォーム

日時/3/26(土) 13:00～15:00

場所/皆生グランドホテル天水

主催/皆生温泉エリア経営実行委員会  
皆生温泉開発100周年記念事業実行委員会

※新型コロナウイルス感染症の感染状況により開催形態が変更となる場合があります。

<申し込み・問合せ先> 皆生温泉エリア経営実行委員会事務局(米子市振興課)  
電話:0859-23-5211 FAX:0859-23-5598 MAIL:kanko@city.yonago.lg.jp

◆基調講演

「100年前から最先端! まち歩きしやすい皆生温泉」  
株式会社設計領域 代表取締役 吉谷 崇

◆パネルディスカッション

「開発100周年から100年に向けて」

伊坂 明 皆生温泉エリア経営実行委員会委員(株式会社皆生グランドホテル)  
山下 裕子 まちなか広場研究所 主宰  
吉谷 崇 株式会社設計領域 代表取締役  
坂内 和孝 皆生温泉エリア経営実行委員会副会長(皆生温泉観光株式会社)  
吉田 輝子 キミトデザインスタジオ  
伊木 隆司 米子市長

発行/かいけラボ 協力/日本海新聞民生専売部

本紙に関するお問い合わせは、KAIKE PRESS編集部(tray47501ty@gmail.com)まで

2022年3月から毎月地域へ発行されるフリーペーパー

## 皆生に関わる機会としての情報発信

変わりつつあるまちの変化を発信することは、関心層を拡大し、まちに関わる人を増やすことにつながります。

愛知県岡崎市では、中心市街地の乙川を中心としたエリアを「QRUWA」と名付け都市整備を進めています。この過程の社会実験の様子やエリアの紹介をデザインされた小冊子で発行するほか、エリアに関連する情報をFacebookの公開グループで共有しています。

また、一方的な情報提供だけでなく、ソーシャルリスニングなどを取り入れ、的確にニーズをとらえ取り組みを改善する仕組みも今後は求められます。

変わりつつある皆生温泉でも、エリア内の動きを集約し発信する、発信した情報のフィードバックをふまえ改善していくことで、皆生に関わる人の輪を広げていきます。

### 「ソーシャルリスニング」

SNSなどのソーシャルメディアで発信された個人の情報を収集・分析し、ブランド向上やリスクマネジメントとして活用する手法。

### QRUWA通信

2017年の社会実験「MeguruQuruwa」の内容や、2018年のかわまちづくり、通りの社会実験、龍田公園の内容が写真を中心に紹介されています。どんな公園なのか？どんな橋なのか？イラストでわかりやすく解説されています。



QRUWA通信 vol.1  
2018年3月発行

ダウンロード↓



QRUWA通信 vol.2  
2019年3月発行

ダウンロード↓



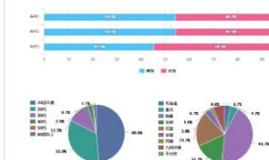
QRUWA通信 vol.3  
2019年3月発行

ダウンロード↓

変化の過程を共有する刊行物  
出典：「QRUWA」HP



クチコミ件数



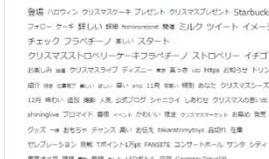
属性(性別・年代・地域)



クチコミ本文



リツイートランキング



関連語ワードクラウド

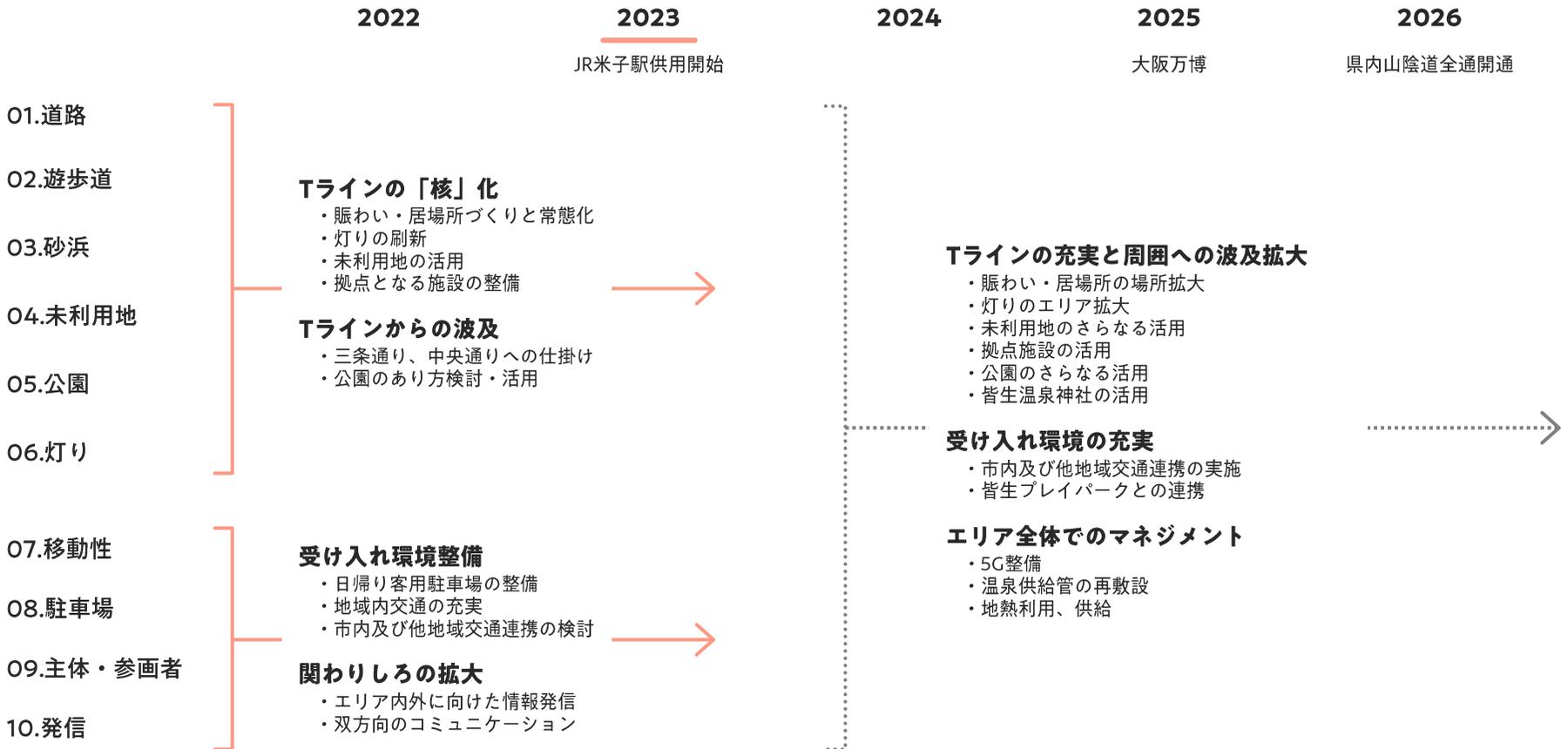


プロフィール情報

ソーシャルメディア分析の一例  
出典：「Boom Research」HP

### これからの目標

2023年度を当面の目標として、Tラインの「核」化、受け入れ環境の整備、関係人口の拡大、エリア全体でのマネジメントなどを進めていきます。



取り組みに合わせて各年度でエリアデザインおよびガイドラインを更新

## 4つの評価ポイント

まちなかに居場所をつくっていく。その試みを先進的に行うアメリカの非営利活動団体が、世界中の公共空間の分析を行い、「成功するパブリックスペース」に共通するポイントを整理しています。

### ①アクセスと接続

- ・訪問や通過が容易か
- ・遠くからでも近くでも視認しやすいか
- ・特別な配慮を必要とする人に対応しているか
- ・公共交通の利便性が高いか など

### ②快適さとイメージ

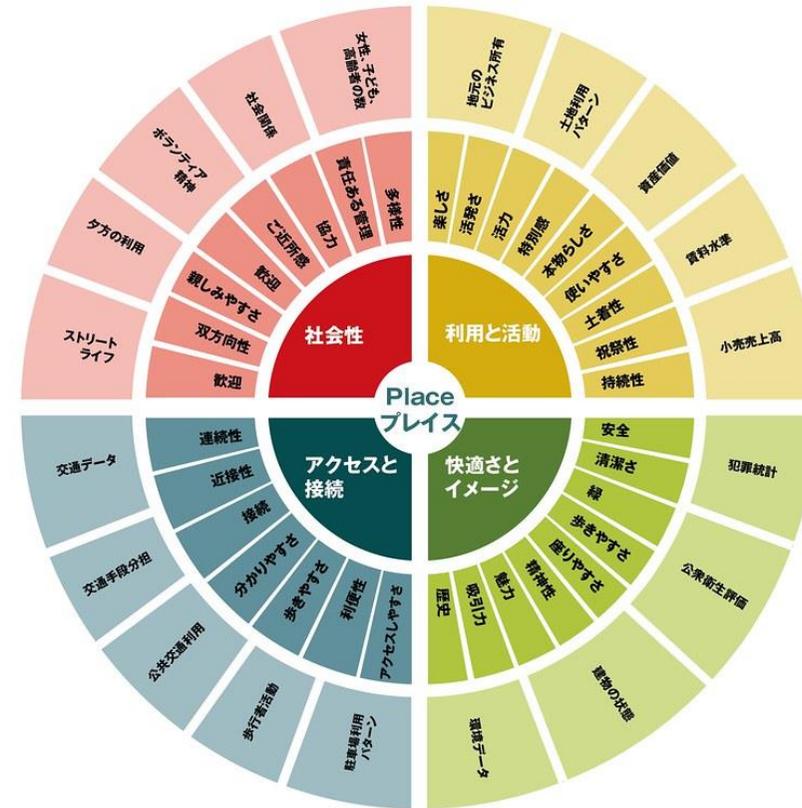
- ・よい第一印象を与えているか
- ・安全と感じられるか
- ・清潔でごみはないか
- ・車が歩行者を妨げていないか
- ・座る場所があるか、使い勝手よい配置か
- ・写真を撮っている人はいるか など

### ③利用と活動

- ・一日を通して利用されているか
- ・多くの活動があり、参加できる機会があるか
- ・異なる年代・性別の人が利用しているか
- ・単独とグループの利用者のどちらもいるか
- ・管理者がだれか分かるか など

### ④社会性

- ・友人と会うために選びたい場所か
- ・たまたま友人に出くわすか
- ・その場を見に友人や親類を連れてこれるか
- ・場の特徴を誇りをもって伝えられるか
- ・利用者はほぼ笑んでいるか
- ・利用者はごみを見つけたら拾うか など



本エリアデザインにおいても、上記4つのポイントを念頭に居心地の良いまちをつくっていきます。

パブリックスペースの分析のための4つの属性と具体的な指標  
出典：「ソトノバ」HP

# 3

## かいけに関するデータ

3-1 皆生エリアの人口構成

3-2 皆生温泉の宿泊客数

3-3 米子市における宿泊・飲食サービス業

3-4 皆生温泉の人気

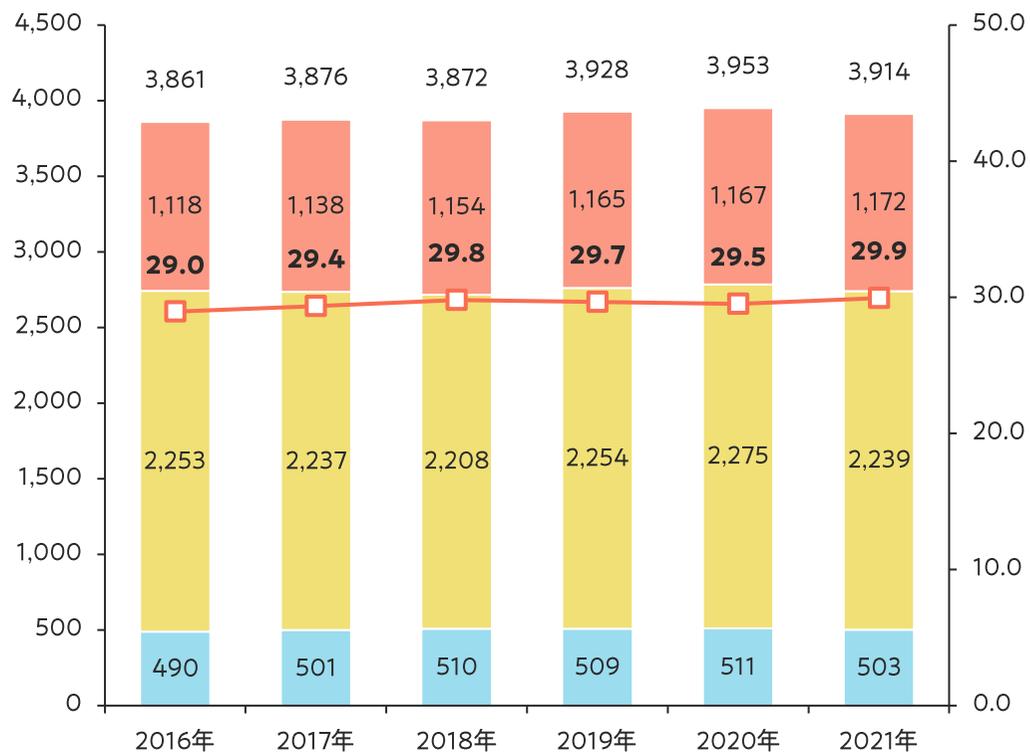
皆生エリアの人口は2021年3月31日時点で3,914人（皆生温泉1-4丁目、上福原5-7丁目）です。

0歳-14歳の年少人口は1,172人、15歳-64歳の生産年齢人口は2,239人、65歳以上の高齢者は503人です。

総人口は微増で推移していますが、高齢化率は上昇し、市全体と同程度の割合となっています。

人口を算出したエリアについて

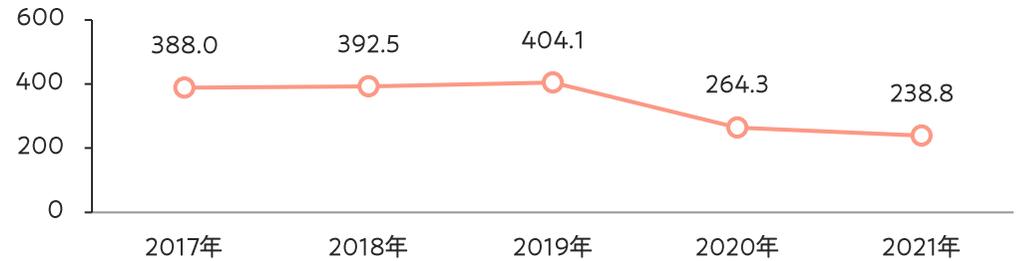
- ・このページでは、住民基本台帳により人口を算出している。
- ・本エリアデザインでは「皆生温泉1区-3区、福生西5-6区」の自治会を対象エリアと設定しているが、住民基本台帳の集計は町名区分であり、対象エリアと完全には一致しない。
- ・自治会区分に近づけるよう本ページでは「皆生温泉1-4丁目」「上福原5-7丁目」の人口を用いている。



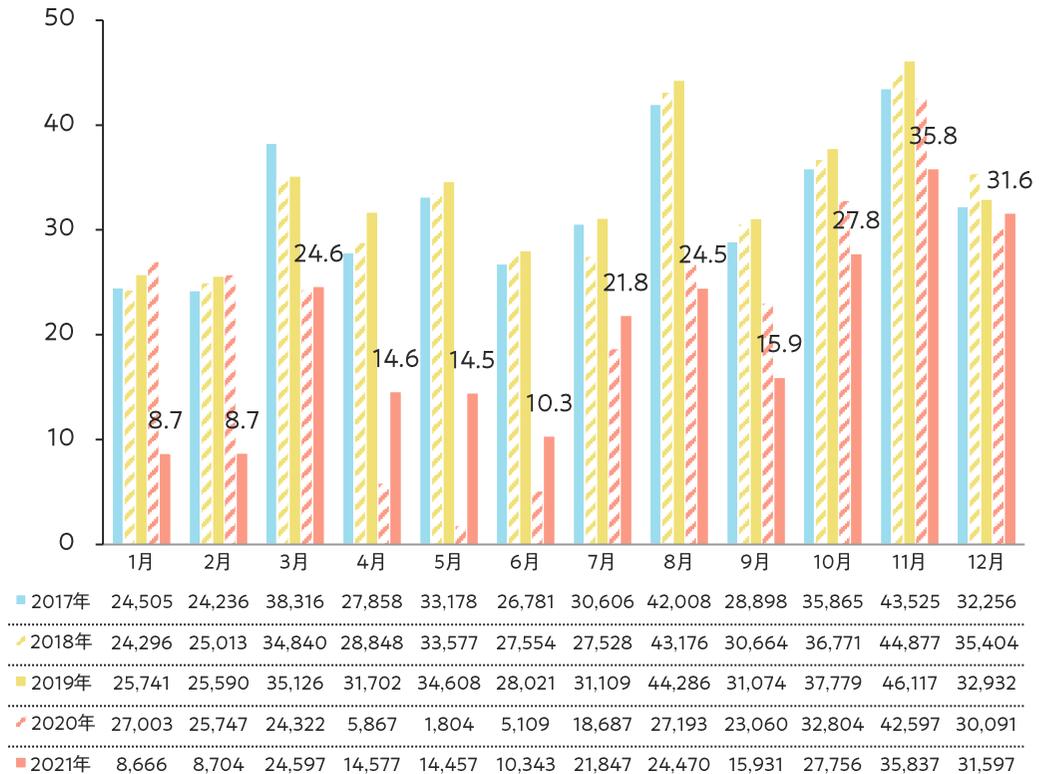
皆生エリアの人口推移（人口：人/高齢化率：%）  
出典：住民基本台帳

新型コロナウイルス感染症の影響を受け、2021年の宿泊者数は238,782人でした。

月別の宿泊者数を見ても、全国的に緊急事態宣言が出された1-2月は大きく例年を下回っていますが、12月にはほぼ例年並みとなっています。



皆生温泉の年間入湯客数の推移 (千人)  
出典：観光入込動態調査 (鳥取県)



皆生温泉の月別入湯客数の推移 (千人)  
出典：観光入込動態調査 (鳥取県)

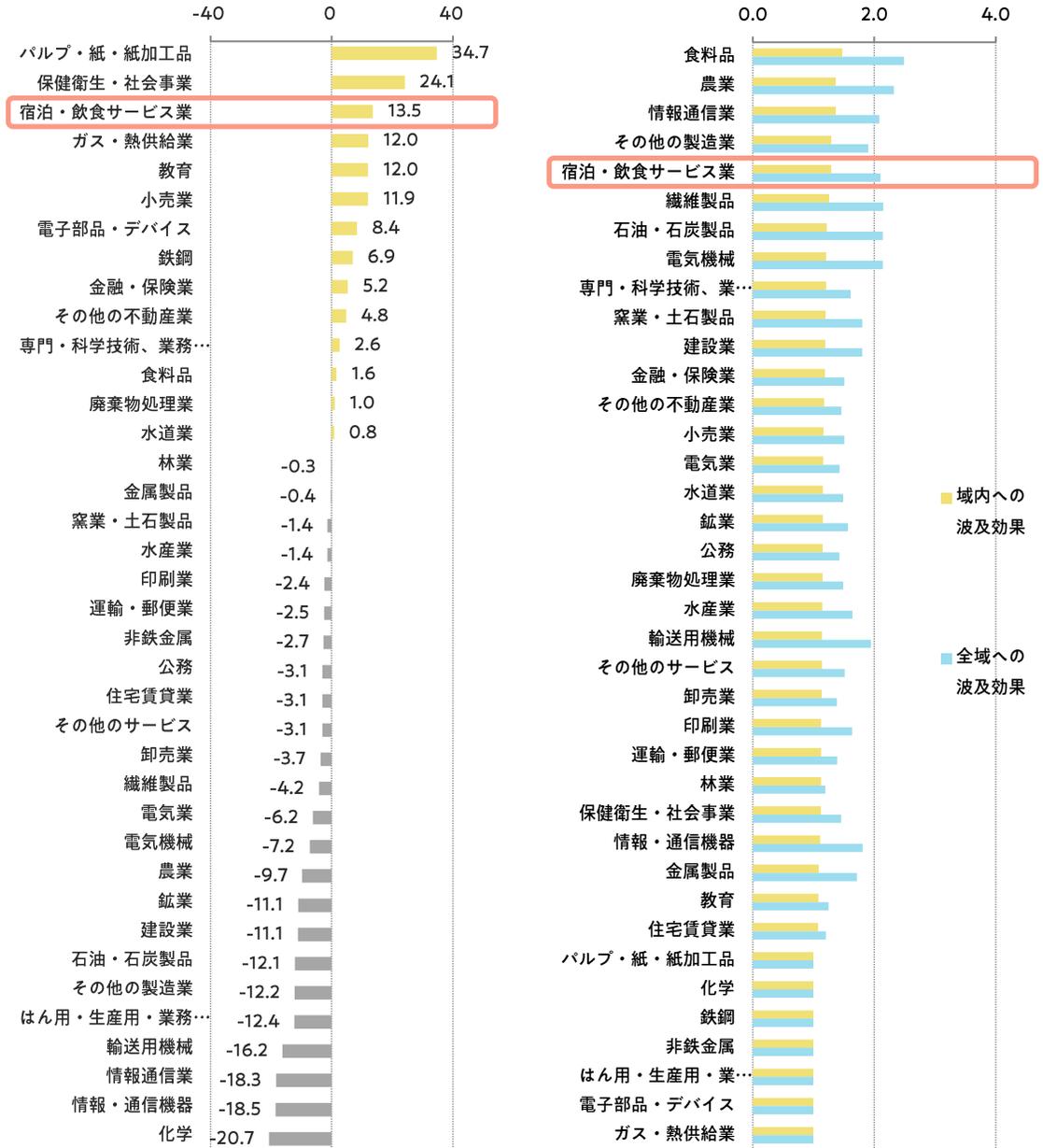
宿泊者数について

- ・入湯税課税対象者が「12歳以上の宿泊者」であることから、本エリアデザインにおいては「入湯客数=宿泊者数」としてカウントしている。

米子市における宿泊・飲食サービス業

市内の各産業を「稼ぐ力」の指標である産業別純移輸出額から見ると、「宿泊・飲食サービス業」は全産業のなかで第3位（135億円）となっており、域外から所得を稼ぐ産業であることが分かります。

また、米子市において宿泊・飲食サービス業は域内への生産誘発効果が高く、域内への波及効果が高い産業です。その生産額は377億円であり、当産業との主な関係産業は、卸売業484億円、食料品業492億円となっています。

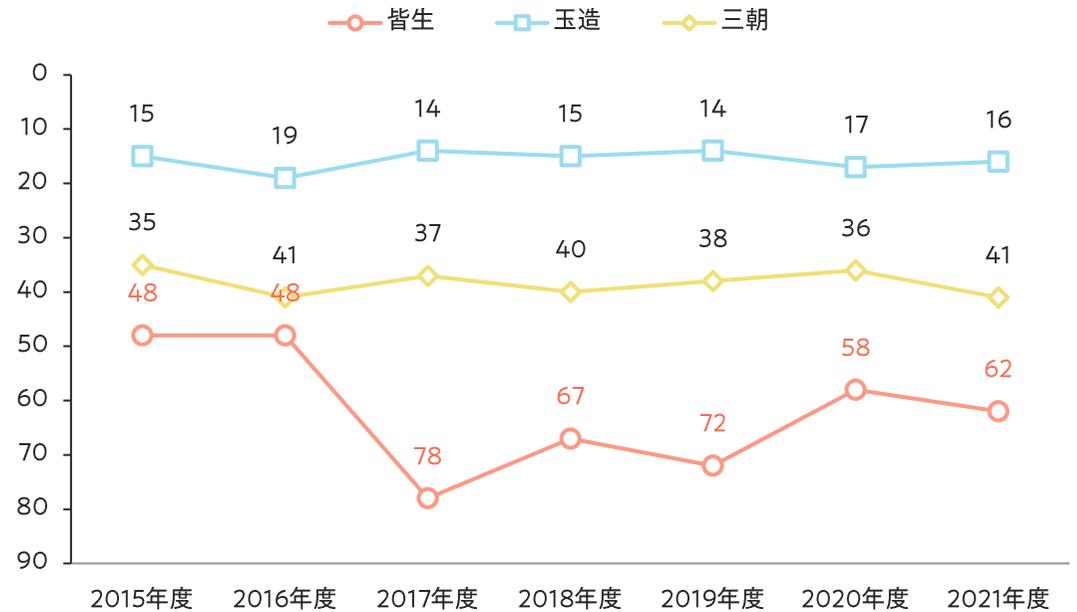


【左】 産業別純移輸出額 (十億円) / 【右】 生産波及効果 (百万円)  
 出典：地域経済循環分析ツール2015 (環境省)

観光経済新聞社が主催する日本の温泉地ランキング「にっぽんの温泉100選」によると、2021年度の皆生温泉は全国で第62位でした。

にっぽんの温泉100選について

・観光経済新聞社の主催のもと、JTBやHIS、日本旅行などの旅行代理店や運輸機関、観光関連機関などに投票用ハガキを配布し、「雰囲気」「見所・体験の充実」「泉質」「郷土の食文化」の理由付けとともに最大5カ所の推薦を募り、それをもとに日本旅館協会、全国旅館ホテル生活衛生同業組合連合会、日本温泉協会、日本旅行業協会、全国旅行業協会、日本観光振興協会、日本政府観光局、日本交通公社で構成される審査委員会が認定する、日本の温泉地のランキング。



にっぽんの温泉100選におけるランキング推移  
出典：観光経済新聞社

---

## かいけエリアデザイン

2022年3月

皆生温泉エリア経営実行委員会

### 委員

伊坂明（株式会社皆生ランドホテル）  
坂内和孝（皆生温泉観光株式会社）  
港英明（有限会社皆生シーサイドホテル）  
福本一字（有限会社白扇）  
岩崎康朗（米子市議会議員）  
細羽正（皆生温泉旅館組合）  
國須多加志（米子信用金庫）  
宮里隆志（商工組合中央金庫）  
吉田輝子（キミトデザインスタジオ）  
石倉准次郎（米子市観光協会）

### アドバイザー

山下裕子（まちなか広場研究所）  
吉谷崇（株式会社設計領域）  
又吉重太（おお企画室）

### 事務局

奥田晃巳（米子市経済部文化観光局）  
石田晃（米子市経済部文化観光局観光課）  
田仲祐（米子市経済部文化観光局観光課）  
諏訪創（米子市経済部文化観光局観光課）  
中村怜示（米子市経済部文化観光局観光課）  
山口拡志（米子市経済部文化観光局観光課）