

東彼杵町×NEXCO西日本 地域共創プロジェクト #1

東のぎリヤカー商店街ワークショップ

令和6年4月19日（木）の大村湾PA④のリニューアルオープンを機に、地元の皆さまにもSA・PAに興味を持ってもらう、高速道路をご利用のお客さまに地元東彼杵町を知ってもらうきっかけとし、東彼杵町と大村湾PAの活用の可能性について探るワークショップを実施しました！東彼杵町とNEXCO西日本、そして、我こそ！と町への熱い愛を抱き、町のために立ち上がった20名の勇士とともに、約5か月間、そのぎ茶のアレンジドリンク開発を行いました

テーマ

東彼杵町の魅力を体現する
そのぎ茶のアレンジドリンクを
開発しよう！



第1回「チームビルディングワークショップ」令和6年7月18日（木）実施



参加者の皆さまとの顔合わせとマインドセットを行いました。約半数が町外から参加の方で、**町外からみた町の魅力など新しい視点**での気づきを共有しました。また、チームで協力しながら合意形成を行うゲームでは、優先順位を決め、チーム全員で乗り越えるためにはどうするかを、真剣に議論しました。**個人プレーではなく、チームで助け合って取り組むことの大切さを楽しみながら学ぶ**ことができました。これからチーム一丸となって、チームの仲を深めながら、メニュー開発に挑みます！



第2回「リヤカーの魅力・使い方」令和6年8月22日（木）実施



「軒先リヤカー研究所」にてリヤカーをデザインされているKUBO DESIGN STUDIOの久保さまより、移動販売の歴史や、軒先から始まったリヤカー事業の成り立ちをご説明いただきました。また、リヤカーの魅力として、コンパクトや低コストであることに加え、**親近感が感じられたり、お客様との距離が近いことやアイキャッチ効果**があることを実際の活用事例を交えながらご講義いただきました。リヤカーの活用方法を考えるワークでは、食べ物だけでなく、植物やアクセサリーの販売、魚の解体ショーや手相占い、ゲーム台や立ち飲み台としての活用等の意見がありました。今まで、リヤカーのイメージがあまり沸いていなかった参加者も、実際に使用するリヤカーを見て触り、コンパクトでかわいいリヤカーのフォルムに盛り上がり、塗装や装飾などのカスタマイズの工夫に色んなアイデアが出ていました。



第3回 ワークショップ「メニュー開発」令和6年9月26日（木）実施



鹿児島県製茶の山迫さまを講師にお迎えして、**ドリンク開発のいろは**を学びました。講義では、お茶の製造に関する取組みと、「大隅茶全」でのドリンク開発の事例紹介をもとに、開発のヒントをお話いただきました。お茶が売れる一商品となるために、**場の雰囲気づくりや、淹れる際の所作**なども魅せるための工夫のポイントとなりうること、独自の特徴や、**シンプルであってもブランドイメージやコンセプトをつくるのが重要**であることを講義の中でお話いただきました。後半は、各チームでアレンジドリンクメニューを考えました。各班、事前に持ち寄ったアイデアをベースに、コスト面や再現性、保健所のルール等に悩みながらも、様々な角度から検討し、約1時間のグループワーク内で、**計8案決定しました**。ワークの最後には、レシピシートも作成し、完成のイメージを班で共有できました。



第4回 ワークショップ「メニュー開発」令和6年11月7日（木）実施



前回各班で考案したお茶のアレンジドリンクの試作を行いました。「お茶の味が弱い」や「レモンの酸味が強い」、「年代や性別によって好みが見えるかも」など色んな観点から、**自分たちが考案したメニューを通して何を一番伝えたいか**等話ながら味を調えました。試作が完成した班から順番に、3名の審査員に、ドリンク試飲と、味の感想と改善のアドバイスをいただきました。牛乳や砂糖でも、使用する材料のメーカーによって、異なる風味になることや、混ぜる順番の違いやちよとした時間の誤差で一気に味わいが変わってしまうことなど、**試作の度に新たな発見**に一喜一憂している様子も見受けられました。中には、グラム単位での味のバランスの調整をする班もあり、前回の講義での学んだ**「トライアンドエラー・試作は永遠の微調整**」ということ、まさに実感しながらのワークショップでした。



第5回 ワークショップ「ブランディング」令和6年12月5日（木）実施



デザインや言葉を用いた「ブランディング」について、東彼杵町内の（一社）ひとこと公の森一峻さまと、内野綾さまを講師にお迎えしました。2人1組になって木製のパズル「each puzzle」を使い、伝えることの難しさ・聴くことの大切さを体感しました。また、事例紹介によって**デザインが持つ力や可能性**について、あえて受け手に意味を想像をさせるデザインにすることで、**対話を生み出す工夫や、心を掴むストーリー性が共感力のポイントであることを**学びました。後半は、言葉が持つ力について、「**あなたにとってパーキングエリアとは？**」をテーマに、マインドマップを使ってリヤカー商店街のコンセプトやロゴ作成につながるキーワード（言葉）を集めていきました。**固定概念を捨て、色んな視点から問いをたててみると**意外なイメージが膨らみ、各班リヤカー商店街の「青写真」を描くことができました。

