

廃校



1. はじめに

1-1. 背景と目的

◇背景

阿部研究室学生の卒業研究より、東栄町を知ると、廃校活用施設「のき山学校」は耐震化と活用が期待される。廃校木造校舎は、過疎地に散見され、まちおこしの一環として活用されているものもある。東栄町を訪れてみると、人と人との関りが深い温かい町だと感じた。魅力あふれる東栄町のまちおこしに力になりたいと考えた。

◇目的

本研究では、廃校木造校舎の活用の実態を把握し、地域活性化に寄与する事例を抽出し、事例から得た知見を用い、のき山学校の広報活動への提案することを目的とする。また、提案を一部実現し検証も行った。

1-2. 研究方法

廃校木造校舎の事例、分析・考察

活用と広報の関係についての検討

のき山学校への広報活動の提案

広報提案①

広報提案②

広報提案③

—論文構成—

- はじめに
 - 1-1. 背景
 - 1-2. 目的
 - 1-3. 研究方法
- 既往研究
- 廃校木造校舎活用事例の分析
 - 3-1. 事例抽出方法
 - 3-2. 事例の内訳
 - 3-3. 事例の詳細
 - 3-4. 活用と広報の関係
 - 3-5. 考察
- のき山学校への広報活動の提案
 - 4-1. のき山学校の概要
 - 4-2. のき山学校耐震化
 - 4-3. 広報活動
 - 4-3-1. SNSの活用(町外向け広報)
 - 4-3-2. のき山耐震活用新聞の活用(町内向け広報)
 - 4-3-3. のき山市での広報活動(町内外向け広報)
 - 4-4. 広報効果の検証
- おわりに

4. のき山学校への広報活動の提案

◇のき山学校の概要

- ・正式名称：「東栄町体験交流館のき山学校」
- ・場所：愛知県北設楽郡東栄町
- ・H22 廃校「旧東栄町立東部小学校」を利活用した木造2階建て
- ・主な用途：「のき山文庫」、「Cafe のつきい」、体験イベント
- ・指定管理者：NPO 法人てほへ

◇のき山耐震化

のき山学校は、耐震化や用途変更をしないまま使用されていて、今後、耐震改修実施設計、耐震改修工事が行われる予定。耐震化をすすめることにより、災害時にも避難所として安心して利用できる施設、そして観光・交流の拠点となる施設を目指している。

木造校舎における広報活動と地 ～東栄町のき山学校への提案～

2. 既往研究

論文検索サイト CiNii で以下のワードを組み合わせで検索した：「廃校」、「地域再生」、「活性化」、「利活用」

「木造校舎」 既往研究から、低コストでの廃校木造校舎の利活用に関する研究は検出されなかった。

3. 廃校木造校舎活用事例の分析

3-1. 事例の内訳

全国の廃校木造校舎事例

- ①「のき山学校」に類似する用途の事例
- ②広報活動を行う事例
- ③年間利用者数増加施設の事例

- ①体験・飲食・スペース貸しなどの主な用途がのき山学校と似ている施設。
- ②Instagram・Twitter・Facebook・YouTubeのSNSを活用している施設。
- ③ホームページ・ヒアリングより、年間利用者が増加している施設。

No.	施設名称	所在地	用途	特徴	備考
001
002
003
004
005
006
007
008
009
010
011
012
013
014
015
016
017
018
019
020
021
022
023
024
025
026
027
028
029
030

【図 3-1-1】 ①「のき山学校」に類似する用途の事例

施設名称	所在地	用途	特徴	Instagram	Twitter	Facebook	YouTube
001	○	○	○	○
002	○	○	○	○
003	○	○	○	○
004	○	○	○	○
005	○	○	○	○
006	○	○	○	○
007	○	○	○	○
008	○	○	○	○
009	○	○	○	○
010	○	○	○	○
011	○	○	○	○
012	○	○	○	○
013	○	○	○	○
014	○	○	○	○
015	○	○	○	○
016	○	○	○	○
017	○	○	○	○
018	○	○	○	○
019	○	○	○	○
020	○	○	○	○
021	○	○	○	○
022	○	○	○	○
023	○	○	○	○
024	○	○	○	○
025	○	○	○	○
026	○	○	○	○
027	○	○	○	○
028	○	○	○	○
029	○	○	○	○
030	○	○	○	○

【図 3-1-3】 ③年間利用者数増加施設の事例

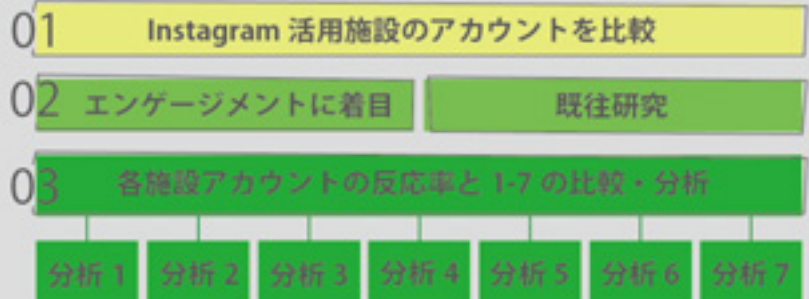
No.	施設名称	所在地	用途	特徴	Instagram	Twitter	Facebook	YouTube
001	○	○	○	○
002	○	○	○	○
003	○	○	○	○
004	○	○	○	○
005	○	○	○	○
006	○	○	○	○
007	○	○	○	○
008	○	○	○	○
009	○	○	○	○
010	○	○	○	○
011	○	○	○	○
012	○	○	○	○
013	○	○	○	○
014	○	○	○	○
015	○	○	○	○
016	○	○	○	○
017	○	○	○	○
018	○	○	○	○
019	○	○	○	○
020	○	○	○	○
021	○	○	○	○
022	○	○	○	○
023	○	○	○	○
024	○	○	○	○
025	○	○	○	○
026	○	○	○	○
027	○	○	○	○
028	○	○	○	○
029	○	○	○	○
030	○	○	○	○

【図 3-1-2】 ②広報活動を行う事例

4-2. SNS の活用 (町外向け広報)

目的

・現在 Instagram を使用している廃校木造校舎のアカウントを比較し分析することで、「のき山学校」が Instagram を設立する際に参考にしてもらう



域活性化

3-2. 活用と広報の関係

調査 1

調査方法：3-1. 事例の内訳より、②と③ともに名前がある施設の割合を調査。

結果：利用者が上がっている施設／SNS をしている施設は、10/15 となる。

→SNS の利用が利用者数の UP に繋がっている。

調査 2

調査方法：②と SNS を全く行っていない施設の決算報告（2017 年～2019 年）を元に比較。

結果：SNS を利用している施設の利用者数は大幅に伸びているのに対し、全く SNS を利用していない施設の利用者数は変化がなかった。

調査 3

調査方法：②の施設に SNS と集客の関係性についてヒアリング調査。

結果：SNS のみの集客の実感は少ない。SNS の他、HP やブログ、町内新聞やメディアに力を入れており、全体的に集客率が上がった。

調査 4

調査方法：SNS と施設利用者数の関係の参考文献

結果：「SNS で人を集める！やさしい SNS マーケティングの教科書」、「Instagram でビジネスを変える最強の思考法」より、SNS は双方向的なコミュニケーション取ることによって顧客を掴み、集客 UP に繋がる。

3-3. 考察

【調査 1】【調査 2】 から、SNS を利用する施設は年間利用者数が徐々に伸びており、廃校活用施設に SNS は欠かせないものと証明できた。

また【調査 3】 から、多方面に広報しつつも【調査 4】から SNS の特化が重要になると分かった。

4-3. のき山市での広報活動（町内外向け広報）

目的

- ・東栄町内外の方にのき山学校を知ってもらう
- ・よりのき山学校を好きになってもらう

研究の流れ

- 01 イベント考案・実施
- 02 アンケート調査
奥三河イベントの比較
- 03 企画の改善

01. イベントの考案・実施

- 企画① 「かぼちゃの重さ当てゲーム」
- ・ピタリ賞、ニアピン賞（誤差 50g）、参加賞あり
 - ・料金：1 回 100 円
- 企画② 「東栄町の大好きなところ教えて」
- ・付箋に東栄町の魅力を書く、参加賞あり
 - ・料金：0 円

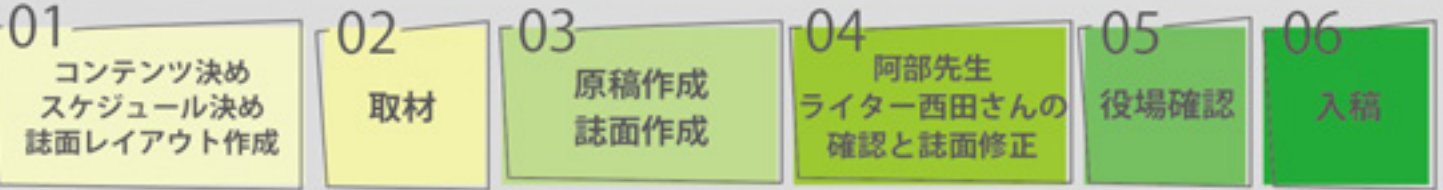
4-1. のき山耐震活用新聞の活用 (町内向け広報)

新聞配布の目的

- ・ 建物の耐震化の重要性
- ・ のき山学校の改修の必要性を理解してもらう
- ・ 活用計画策定へ町民に関心を持ってもらう
- ・ 改修内容(耐震・防火設備)を知ってもらう
- ・ 改修後、利用者の確保・増加目的で広く存在を知ってもらう

- ・ A3 両面カラー
- ・ 月に一回(9-12月)を全戸(1400戸)配布
- ・ 新聞作成時の使用ソフトは、illustrator・InDesign
- ・ できるだけ多く町民の方にご登場いただき、親しみを持ちやすいコンテンツとした
- ・ のき山学校でのイベントの様子・他の廃校活用施設を掲載し、のき山学校の今後について考えて頂けるような新聞
- ・ 見出しは、印象に残る新聞っぽさのあるロゴとした

毎月(9-12月)の新聞入稿までの流れ



9月号表面



9月号裏面

01. Instagram 活用施設のアカウントを比較

【図 3-1-2】②広報を行う事例より、No.1-5 の施設をピックアップし、Instagram の各アカウントを比較した。（【図 4-2-1】参照）

→「西会津国際芸術村」と「泊まれる学校さる小」のフォロワー数は 1,000 人を超えているが反応率が低く、反対に「シラハマ校舎」と「星ふる学校くまの木」はフォロワー数が少ないが反応率が他と比較して高いことが分かった。Instagram のアカウントを比較する際にフォロワー数だけで判別できないため、この反応率で比較する。

アカウント名	フォロワー数	ポスト数	投稿数	反応率（平均）
西会津国際芸術村	1,000	90	100	0.7
泊まれる学校 さる小	971	36	25	0.6
シラハマ校舎	1,000	9	11	0.7
星ふる学校 くまの木	88	103	36	0.8
西会津町 広報	68	6	27	0.7

【図 4-2-1】 Instagram の各アカウントの比較

02. エンゲージメント（反応率）について

- ・エンゲージメント＝投稿に反応したユーザー
- ・エンゲージメント率＝投稿に反応したユーザーの割合

02. 既往研究

◇坂田 利康「Instagram・マーケティング戦略：ユーザーのエンゲージメント獲得に向けた広告コミュニケーション」（2016）▶エンゲージメントが高いほど実際集客に繋がっていることが示されていた。

03. 各施設アカウントの反応率と 1-7 の比較・分析

1. 施設の用途、2. 都心からの距離、3. 各施設の関係者数、4. 投稿タイプ、5. 投稿文字、6. 投稿時間、7. 投稿写真の以上 7 つと、各施設アカウントの反応率を比較・分析する。

エンゲージメントが高いものには、以下の共通点があった。

→①施設の用途に宿泊が含まれている、②都心に近い施設、③投稿タイプがカテゴリー（複数枚の投稿）、④投稿文字数が 200 以上 500 未満の投稿、⑤一目で投稿内容が伝わる写真の投稿

①②は施設によって変えられないが、③④⑤は Instagram アカウントを設立する上で参考になればと思う。



のき山市イベントの様子

新聞取材の様子



10月号表面



10月号裏面



11月号表面

02. アンケート調査

アンケートの質問項目と結果

- どこから来たか→親子連れ多い、10~20代少ない
- のき山学校にはよく来るか→町外の来訪者多数
- 何を見て来たか(チラシ等)
→チラシを見て、家族と毎年来ている
- どんなイベントがあったら「のき山市」に來たいか
→親子で楽しめるイベント、体験系イベント
- 「のき山市」の印象はどうか
→良い印象、たまたまた来た人の意見「体験イベントの当日予約ができないから残念」など…

02. 奥三河イベントの比較

比較により分かったこと

- 体験イベントが多い
- 大半が夏から秋にかけて開催されている
- 地域の特性を活かしたイベントが多い
- 非日常的な時間を過ごせる

03. 企画の改善

企画案1:「かぼちゃあつめ」
 ・日時:2022年のき山市@のき山学校 10:00-15:00
 ・概要:のき山のあらゆるところに隠れているかぼちゃを全て見つけたらお菓子がもらえる。のき山全体を巡ることでよりのき山学校のことが詳しく知ってもらえる。また、親子でも楽しめる。

・収支表:【図4-3-1】参照

項目	単価	個数	金額
収入(見込み)	¥50	50	¥2,500
支出			
かぼちゃ	-¥110	4	-¥440
おかし	-¥10	100	-¥1,000
収支			¥1,060

【図4-3-1】「かぼちゃあつめ」収支表

企画案2:「UV レジンでインシャルキーホルダーを作ろう」
 ・概要:参加費 500 円、奥三河では開催していないイベント。地域の方には新たな体験となると予測。

項目	単価	個数	金額
支出			
UVレジン	-¥110	3	-¥330
シラロンボード	-¥115	16	-¥1,840
UVライト	-¥330	1	-¥330
ラメ(6個セット)	-¥110	3	-¥330
ストラップ(10個)	-¥198	5	-¥990
ピンバイス	-¥110	1	-¥110
クランクホーターン(100個)	-¥110	1	-¥110
Cカン(100個)	-¥110	1	-¥110
ゴム手袋	-¥110	2	-¥220
ハサキ	-¥110	1	-¥110
収入			
参加費	¥500	50	¥25,000
収支			¥20,520

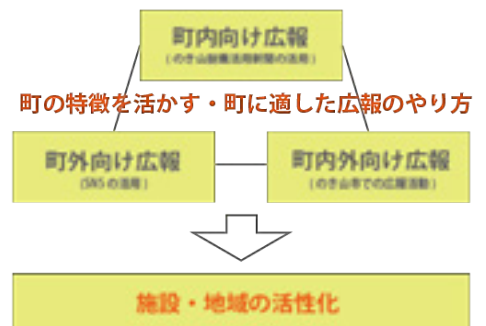
【図4-3-2】「UVレジン」収支表

5. おわりに

廃校木造校舎活用事例の分析では、広報活動を行う施設は年間利用者数が徐々に伸びているということ、SNSは今後顧客をつかむコンテンツになっていくことから、廃校活用における広報の重要性を認識することができた。

現在の廃校木造校舎活用施設は広報活動を行っているところが少数であるため、町の特徴を活かし、各々の町に適した方法で、様々な広報活動を行うことで地域・施設の活性化に繋がると感じた。

今後のき山学校が、宣伝や観光促進を行うにあたって本研究が参考になれば幸いである。



11月号裏面



12月号表面



12月号裏面