

能登旨美オンパクうまみん ～地域におけるプラットフォームのあり方とは～

講師

能登旨美オンパクうまみん実行委員会 事務局長

森山 奈美氏



石川県七尾市生まれ。大学卒業後、都市計画コンサルタントとして、地域振興計画、道路計画等を担当。民間まちづくり会社、株式会社御祓川の設立に携わり、1999年（平成11年）より同社チーフマネージャーを兼務。2007年（平成19年）より代表取締役。川を中心としたまちづくりに取り組む。「能登で生まれ、能登に暮らし、能登を元気にしたい」と奔走中。一般社団法人ジャパン・オンパク公認トレーナー。

1999年（平成11年）、七尾市で有志が出資して立ち上げた民間のまちづくり会社、「株式会社御祓川」。「うまみん」は、2007年（平成19年）の能登半島地震をきっかけに、市民有志が能登地域全体の活性化を目指してスタートした取り組み。事務局を務める同社代表取締役の森山奈美氏より、「うまみん」の現状と課題、将来展望等について学び、地域におけるプラットフォームのあり方について考える。

「見方」を変えれば 「味方」が増える

まず皆さんにお聞きしたいんですが、もうオンパクを開催している、あるいは開催が決まっているので、この講座に参加した方はどれくらいいらっしゃいますか？(数人挙手) では、昨日と今日の講義を聞いて「うちの地域でもちょっとやってみようかな」と思った方は？(10人くらいが挙手) 検討中で、今回の講座に出席したのは勉強のためという人は？(半分くらいが挙手)

ということは、ここにいらっしゃる方の半分以上はオンパクをやっている、あるいは検討中ということですね。昨日からの講義でオンパクについてはだいぶ分かったと思うので、私はオンパク以外のことも含めて、地域づくりについてお話をしたいと思います。

この地図、ご覧になったことはありますか？ 半分くらいいらっしゃいますね。これは「逆さ地図」といって、日本海を囲む北陸や韓国、中国の環日本海エリアを逆さに見たものです。では、これを見て気がついたことを聞いてみましょう。

【会場】 北歐みたい。

【会場】 日本海が湖みたい。

ですよね。私もそう思いました。日本海が琵琶湖みたいな形で、九州と韓国がすごく近い！とか、いろいろ気がつきますよね。いつも見ている日本地図と同じなのに逆さにただけで、いろいろ見え方が変わってくるし、気づくことがいっぱいあります。



私は、地域づくりってそういうことの連続だなと思っていて、オンパクや着地型観光も見方を変えることがとても大事だなと。地域づくりに若者が必要なとよく言われるのも、見方を変えられるからだと思っています。

見方を変えると、「味方」が増えるんですよ。いろんな立場からいろんな見方をする人がまちにいることが地域の活性化の重要な指標の一つだと私は思っていて、とても大事なことだと思います。

では皆さん、左親指をちょっと曲げてみてください。これが石川県です。そして第一関節の内側が七尾市の場所です。もう覚えましたね。これは七尾市の「青柏祭」というお祭りの光景です。5月5日の様子ですね。私は七尾市でまちづくりをしていますが、どうして七尾に戻ってきたんですか、なぜまちづくりをやってるんですかと聞かれると「この祭りをやるため」と答えています。

この祭りは神事として1000年以上の歴史があります。私たちは「でか山」と呼んでいますが、この大きな山車が登場するようになってからは500年以上とされています。この祭りの中に、あらゆる楽しみや生きる意味が凝縮されていると私は思っていて、よく「新しい公共」と言われますが、その仕組みが祭りの中にあるのではという仮説を立てています。

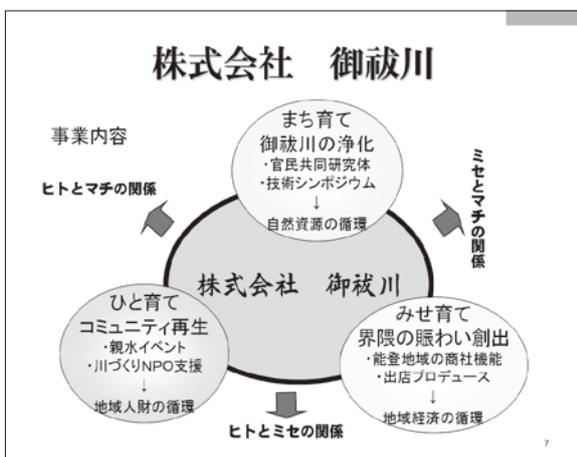
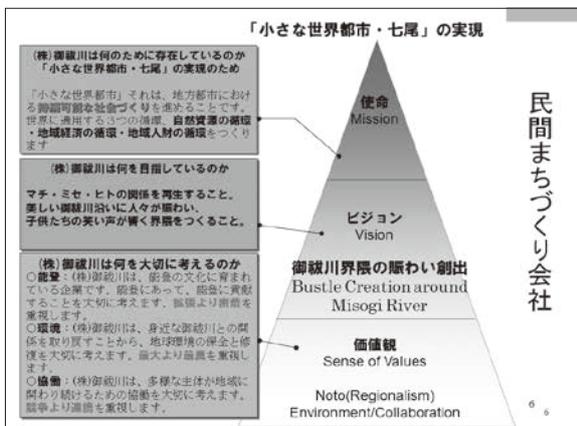
七尾ではこの祭りが何にも増して最優先になるんですね。年に1度、この祭りのときには、祭りのヒエラルキーがまちの中に発生するんです。どんなに社会的地位がある人も、祭りのときにはヒラになってし



まったり、普通のおっちゃんが重要なヒーローになったり、経済もこの祭りによって回りますし、みんなが喜んで競い合い、この祭りのために寄付をします。

まちの真ん中には御祓川^{みそぎがわ}という川が流れていて、私が代表取締役を務める七尾のまちづくり会社もこの川から名前をいただいています。ご覧の通り、どぶ川です。株式会社御祓川はこの川の再生のために作られました。

「小さな世界都市・七尾」の実現というのが、この会社のミッションです。この言葉が打ち出されたのが今から30年ほど前で、会社を作る前身となった「マリンシティ運動」で掲げられた七尾のビジョンです。世界都市とは世界に通用する商品、おもてなし、考え方を生み出せるまちになろうということです。バブルの頃に「小さな」という言葉を使った私の親の世代の人たちの感覚ってすごいな、と今更ながら思います。



マチ・ミセ・ヒトの関係の再生を目指す

株式会社御祓川には「まち」「みせ」「ひと」という3つの柱があります。この会社がやってきたことが、まず「まち育て」です。どぶ川の御祓川をきれいにしようというのがまちの大きな課題で、「御祓川方式浄化システム」というのを作りました。

中央の緑の部分にはクレソンが植えられています。遊歩道にブロック塀を積んで浄化装置を作り、水の汚れをバクテリアに食べさせて、きれいになった水をクレソンのところに通すと、リンや窒素を除去し、下水道でいう高度処理をしてくれます。

もう一つが「みせ育て」です。御祓川沿いにお店を作り、賑わいを生み出すということをやってきました。右の黒い建物が「寄合処 御祓館」といって、私たちのまちづくりの拠点です。元十二銀行の建物を持ち主が壊して駐車場にしようと言っていたのを、まちづくりの拠点にしようということで、2000年(平成12年)に今の形でオープンしました。飲食店と工芸品を売るお店が入っています。

続いて御祓川2号館という建物を造り、1階は飲食店、2階は美容院が入っていて、そのテナント収入が私の会社の収入になっています。この美容院は時にはライブハウスにもなります。七尾には和倉に温泉観光協会があるので、だったら私たちは「音楽感動協会」を作ろうということで、この美容院の空間を使ってライブを始めたところ、音楽の場が広がっ



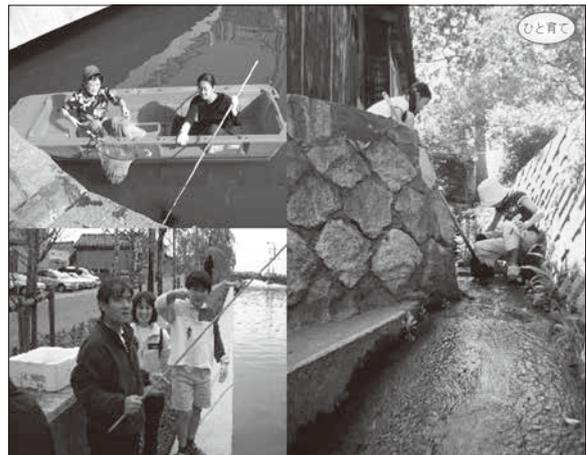


ていき、まちづくりのための管弦楽団という大変珍しいコンセプトの音楽グループが生まれました。

それが「オルビスNOTO」という管弦楽団で、この美容院を拠点に活動しています。週1回のバイオリン教室なども始まり、人が集まって入りきらなくなったので、今は幼稚園の跡地に練習場所を移し、『リトルマエストロ』という映画のエキストラをやったり、七尾市内の小学校の卒業式で演奏したりしています。

そして3つ目が「ひと育て」です。川に関わる市民を育てるということで、「川への祈り実行委員会」を支援してきました。月に1度川の掃除をしたり、子供たちと水質調査をしたりといったNPO活動をバックアップしています。あとはイベントではなく、神事をちゃんとやろうということで、御祓川祭りという伝統的な神事を10年くらい前から復活させました。灯籠流しなどもやっています。

いろいろなことをやっているうちに、イベントのない普通の日にも、川沿いに人が集まってくれるように



なりました。日常の生活の中に、川が少しずつ戻ってきたなと感じます。

最初は川が汚いということから活動がスタートしましたが、やっているうちにただ川をきれいにするのが目的ではないということに気づきました。というのも、汚くなった原因を掘り下げていくと「川と市民の関係」に行き着いたんです。

昔は暮らしの中で川を使っていたので、川が汚いとみんなが困ったんですが、生活様式が変わったので、川が汚くてもかまわない人が増えたんですよ。ならば、誰かが知らないうちにきれいにしてくれた川についても、やはり関心がないのではないかと。

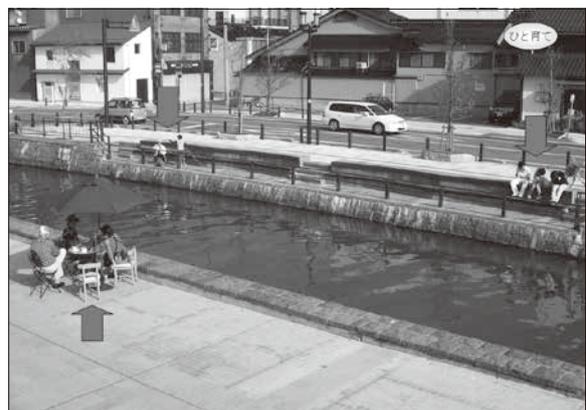
川が汚いままでもいいから、もう一度川と市民の関係を取り戻そうという方向に、少しずつ運動が変わっていきました。年に1度お祭りをしたり、毎日ウォーキングで川沿いを歩いたり、川との関係を重視するようになりました。

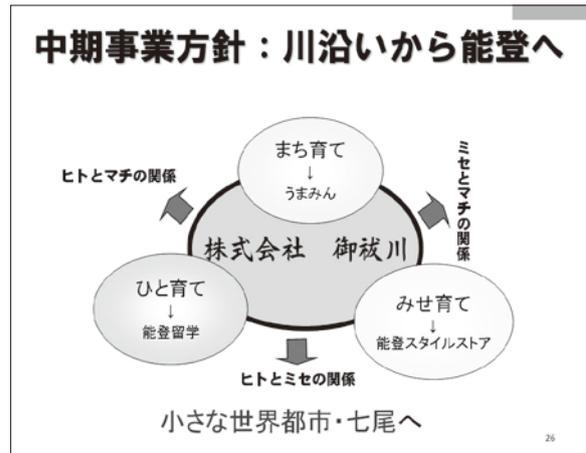
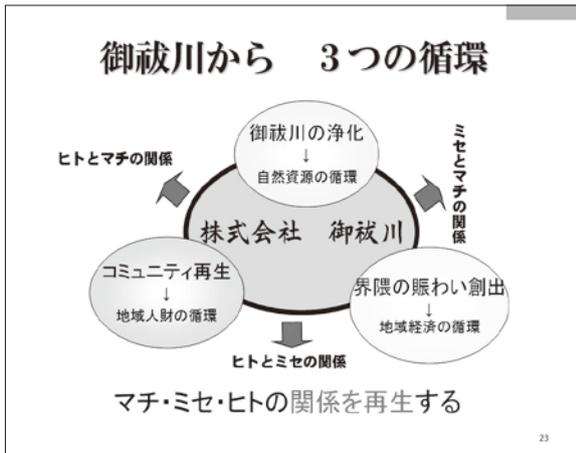
御祓川の浄化というのは、自然資源の循環につな



御祓川2号館

テナント収入
1階: 麺の華(飲食店)
2階: R.H.C YOU
(美容院)





がるわけですね。また、^{かわい}界隈の賑わい創出ということで、川沿いにお店を作ってきましたが、これは地域経済の循環を目指していますし、コミュニティ再生ということでひと育ての事業をやってきたのは、地域人財の循環、自分たちの地域の問題を自分たちで解決していこうとする人たちを育てていくことです。

この3つの循環が、持続可能な地域に必要ななどこれまでの事業を通じて感じました。これらの循環を作ることで、マチ・ミセ・ヒトの再生をしていこうというのが、御祓川という会社が設立からやってきた活動です。

能登半島地震で抱いた危機感がオンパクへとつながる

このようにいろいろな活動をやる中で、行政、民間を問わずいろんな団体とネットワークができてきました。そういう中で起きたのが2007年（平成19年）3月の能登半島地震でした。

高齢化も人口減少もかなり早く進んでおり、地域資源を守るにも担い手がないなど、それまでも決して元気のある地域だったとは言えませんが、「早く何とかしないと」という危機がぐっと目前に迫ってきたのがこの地震だったと思います。

株式会社御祓川では地震があった年から私が社長になりました。「まち育て」「みせ育て」「ひと育て」の3本柱は変えず、それらをベースに3つの新規事業を始めました。

最初に取り組んだのが「みせ育て」の新規事業「能登スタイル」です。能登の情報を全国に発信し、能登の物産を売ろうということでネットストアを運営しています。石川県の復興予算をかなりつぎ込んでいますが、ずっと行政のお金を入れ続けるわけにはいかなないので、最終的には自立してくれと言われていきます。

「ひと育て」の新規事業としては、「能登留学」というインターン事業を始めました。能登には元気な方がいっぱいいますが、二言目には「若いもんがおらん」と言われるんです。じゃあ、若い人を連れてきますということで、地域や企業の課題解決の現場に、他の地域から来た若者が入って一緒にやるという仕組みを作りました。

例えば、マーケティングを勉強していて能登留学をした学生は、地元の和ろうそく屋さんインターンして、企業は場所とのつながりがすごく深いということを実感するのです。

そして、「まち育て」の新規事業が能登オンパクの「うまみん」です。やっとオンパクの話になりますが、能登半島地震が起きた半年後の2007年（平成19年）8月に第1回が開催されました。素早く動けたのは、地震が起きるまでに御祓川の再生を通じてまちの中にさまざまなネットワークができていたことで、すぐに有志が集まったことが大きいです。そして地震が起きたことで、「何とかこの地域資源を守らなければ」という危機感が、オンパクの実施につながったと思います。

これが今までの能登オンパクの変遷です。2013年（平成25年）で12回目になります。第1回目の事務局は市役所でした。開催委員長が七尾市長で副委員長が氷見市長という組織が作られ、それではなかなか動かないので、運営委員会というのを別にして、そこは身軽にすぐに動ける人たちが集まりました。

2回目は街づくりセンターというところが事務局となり、商工会議所と組んでやりました。3回目で事務局が私の会社に来て、今に至っています。3回目までは運営体制をどうするか結構、試行錯誤していました。

また、3回目までは「能登の旨美フェスタ」というタイトルでしたが、「このタイトルってどうよ？」という話になり、4回目からは「うまみん」に改名しました。4、5回目の開催は活性化ファンドという県の事業を使っています。その後は能登半島地震の復興補助金を入れています。この補助金は毎年少しずつ補助額が減っていくタイプで、2014年（平成26年）度で終了

となります。振り返ると、大体3回ごとに何か変化が生まれています。

能登半島地震で、気づくと大事な建物が取り壊され、田んぼで米を作っていたばあちゃんが亡くなりといった状況がありました。能登の地域資源の持続可能性が危ういという事実が目の前に迫った中、残った私たちでいかにこの地域を将来に受け継いでいくか、どんな魅力を伝えたいのか。「うまみん」では、そのことをパートナーの皆さんと一緒に考えています。「あなたが伝えたい能登の魅力を楽しいプログラムに仕立てましょう」ということで、地域の資源を丁寧に探して、磨いて発信してきました。

ガイドブックの表紙は毎年テーマを決めて、地元絵描きさんに描いてもらっています。他のオンパクとは全然雰囲気の違い、「何のパンフレットなのか全然分からん」という批判を受けながらも、このデザインを貫いてきました。

12回目の開催ではうまみんのプログラムとして、表紙の原画展をやりました。そこから発展して、この原画を使った「うまみんノート」という商品も作りました。このノートの売り上げは運営主体の収入になります。うまみんに参加するパートナーだけでなく、運営組織もチャレンジをしていかなければいけないということで、運営体制を検討しながら、振り返って常にチャレンジしています。オリジナルグッズを作って売り、自分たちで稼いでみようというのもチャレンジの一つです。

鶴田さんもおっしゃっていましたが、観光の理念とまちづくり、地域づくりの理念は極めて似ているんですね。観光と地域をつくることはイコールではないかと思えます。その中で、オンパクは地域の中のチャレンジを生み出しやすくする土壌であると。講義2で野上さんが「苗床」という表現をしていましたが、まさにその通りだと思います。

チャレンジの場を生かし、 地域資源を生かす担い手を育てる

私たちが「うまみん」で大事にしているのが、完全



に作り込まずに「まあ、やってみましょう」というスタンスです。まずは試しにやってみようということですね。そうするとフィードバックが来るので、それで少しずつプログラムを調整しながら成功に向かっていくというイメージです。

PDCAサイクルは最初にプラン（計画）が来ますが、「うまみん」ではプランは6〜7割にとどめておいて、後は走っちゃえと言っています。これはTEFCASという手法で、まずTRYから始まり、一步踏み出してから調整していくという考え方です。

1度やっただけでは何が良くて何が悪かったか分からないので、2回をセットとして考えた方がいいという説明をします。私は能登留学でインターンシップのコーディネイトもしていますが、こちらでも「1度だけではなくぜひ2回やってください」と言っています。

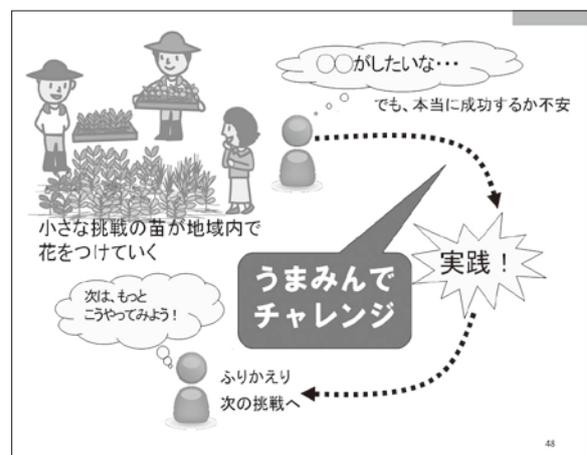
重視しているのが、必ず振り返ることです。まず参加して振り返り、調整してもう一度やってみて経験値が上がり、少しずつやりたいことに近づいていくと。そうするうちに、自分はこういうことがやりたかったんだ、こういう能登の資源を生かしたかったんだと、少しずつ分かってきて、手応えを感じることができると思います。

私にとって「うまみん」は、寄せ植えの花壇を作るイメージです。まず、パートナーの皆さんの思いがないと始まりません。その思いを種だとすれば、うまみんという花壇で、芽が出て花を咲かせます。その花にお客さんがミツバチのように集まってきて、「あの花の蜜がおいしかったよ」と他の人に伝えてくれ

ると。実行委員会は花壇を用意し、必要に応じて栄養をあげたりすることで、少しずつ花が咲いていくイメージです。

何かしたいと思っている人が小さなチャレンジをして、さらに次の挑戦をする場が能登ではうまみんというオンパケです。能登スタイルや能登留学も、基本的な考えは同じです。こんな商品が売りたいけど、ネットの知識もない……みたいな不安があるなら、「能登スタイルストアで売ってみましょう」と。また「こんなことがしたいけど人手が足りない」という場合は、能登留学で来ているインターン生と一緒にやってみませんか？と。こういうことがあちこちで起きてくると、小さな商売の種が地域内で花開いていくのではないかと思います。

うまみんでは、プログラムを作るときに「地域の資源を使っているか」という問いかけを必ず、パートナー事業者に行っています。その資源にはパートナーさん自身も入っています。うまみんを実施することは、



地域の体質改善につながる部分が多いのですが、時には新しい商品やサービスを生み出すテストマーケティングの役割も果たします。うまみんでやってみてうまくいかなかったから、リリースをやめようというのもありだと思います。チャレンジの場を生かして、地域の資源を生かそうとする担い手が育っていくことが大事だと思っています。

新しい公共のために、 一歩踏み出しやすくする場と サービスを提供

最後に、新しい公共について話をしたいと思います。よく「●●のために頑張ろう」という言い方をしますよね。●●には地域の名前が入ります。例えば「七尾のために頑張ろう」みたいな。この●●のために、というのがこの図表の「公」の部分だと思います。

この「公」に対してみんなができることをやっていくし、そこにある資源はみんなが使えるという、広がりのある新しい公共のイメージを私は持っています。これまでは行政がやるのが公だとされてきましたが、住民が個人でもできることもあれば、NPOを作ることができることもあるし、企業もできることがあると。これからはいろんな立場の人たちが公を担う時代であり、その担い手たちをサポートすることが必要だなと。

最初からそう意図していたわけではありませんが、後からこれはそういうことだったんだと思うことがいくつもあります。いろんな立場の人をサポートする

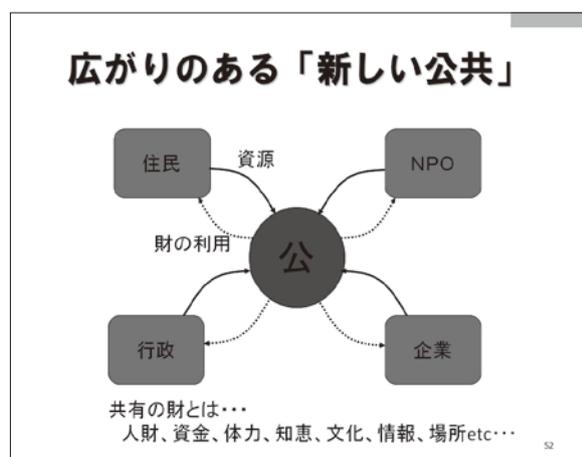
事例として今までうちの会社でやってきたことをご紹介します。

まず、一番緩いところでは、「まちづくりdrinks」というのをやっています。これは月に1度の飲み会です。ただ飲むだけなんですけど、移住してきた人たちにとって出会いがあったり、うまみんのパートナー同士がお互いを知らないということがよくあり、この場で初めて会うというケースも結構多いです。こちらはシナリオは何も書かず、ただ場を用意するだけです。新しい出会いのきっかけとして、来てみませんか？という場を持っています。

高校生を集めて「君が七尾を去る前に」と題し、お酒抜きの「まちづくりsoftdrinks」というのもやりました。能登には大学がなく、優秀な子はみんな大学に行くために七尾を出て行くので、18歳までが勝負なんです。進学校ほど「七尾に帰ってくるな」的な指導がされるわけです。私が出た七尾高校は能登で一番の進学校ですが、「君たち七校生は、こんな七尾なんかにおらんと、世界に向かって羽ばたけ」と言われるんです。世界に羽ばたけはいいけど「こんな七尾とはなんや」という話ですね(笑)。

私も20数年前にそう言われて「けしからん、絶対帰ってくる」と言って実際に帰ってきたんですが、私はたまたま親が七尾のまちづくりの活動をやっていたので、18歳になるまでにその姿を間近に見てたんですね。そういう活動をやっている大人を見て、カッコイイと思っていました。

まちづくり活動が始まった頃、私は中学から高校く

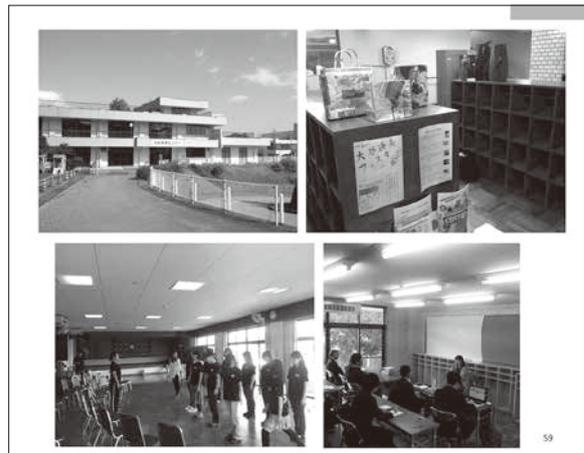


らいでしたが、同じ市民でも「あんなことやったって、どうせ七尾はダメやわ」という人、何でもダメなのは全部七尾のせいになっている人を見てきました。この違いは何なんだろうと。このまちはダメだと言って何もやらない大人はカッコワルイ、自分の手で行動を起こしている大人をカッコイイと思っていたし、まちは自分たちの手で変えられるんだと思いました。

今、自分たちが責任世代になって、今の高校生にカッコイイ大人をたくさん見せられるかどうか勝負だなと思っていて。田舎って、ちょっと周囲から飛び出るようなことをやると、足を引っ張る人が絶対います。でも足を引っ張るより応援した方がカッコイイとか、一歩踏み出した人をけなすのではなく、たたえよう。

こういうことって土壌の部分であり、時間をかけないとなかなか変わらない部分だと思います。「うちのまちはこんなまちやから」とか「県民性や市民性がこうだから」と文句ばかり言って動かないより、一歩でも踏み出す方がカッコイイと若い子たちに思っしてほしいと考え、「君が七尾を去る前に」を企画しました。

実際に何かをやる場合、「資金が足りない」という声はよく聞きます。もう少し簡単に資金調達できるようにFAAVO石川という、インターネットで資金を集め



るクラウドファンディングの仕組みを使い、うちの会社が運営パートナーをやっています。手数料として募集金額の20%をもらっていて、10%はFAAVO石川の運営資金となり、10%はうちの会社の収益になります。例えば80万円を集めたい場合は募集金額を100万円にして、10万円がうちの会社に入るという仕組みです。

もう一つ、よく聞くのが「活動場所がない」「安く借りられるオフィスがほしい」という声です。七尾市には大谷済美センターという幼稚園の跡地を活用した施設があり、公民館と同じくらいの安い料金で借りられます。先ほどお話した管弦楽団のオルビスNOTOもここで練習をしています。研修会を開いたり、ホールがあるので人数が多い集まりや映画の上映会などもできます。ここもうちの会社が管理しています。

後の事業は、先ほどお話した能登留学、能登スタイルストア、うまみんななどです。必要だと思うものを手当たり次第にやってきたように思いますが、こうして並べてみると、新しい公共、つまり七尾や能登のために何かをやりたいと思った人が一歩踏み出しやすくなるような場とサービスを提供している点で共通していると思います。

オンパクとの組み合わせが生む相乗効果

オンパクと他のサービスを組み合わせることによって、相乗効果が生まれる例もいくつか生まれて



います。

能登留学とうまみんを組み合わせた事例を紹介します。「フィットネスガレージななお」というスポーツジムの支配人が、ウォーキング用のスティックを使って歩く「スティフィット」という独自の新しいプログラムを開発しました。野外で行うスティックウォーキングというスポーツがありますが、冬場の七尾は雪が積もるので、室内でできる運動プログラムにアレンジしたものです。このスポーツジムでは地元の病院と組んでスティフィットのメソッドと健康診断を組み合わせた新しい商品を開発しました。

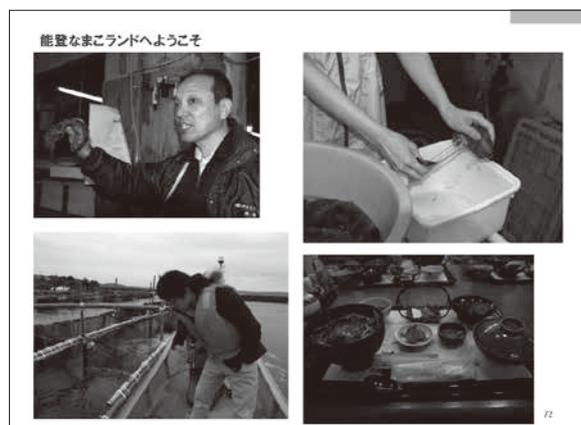
ただ、支配人はとても忙しいんですね。自分でなかなか商品売る時間がないので、能登留学のインターン生が手伝うことになりました。スティックウォーキングというスポーツ自体、市民にあまり知られていませんので、まず、うまみんでこのプログラムを提供してみようと。インターン生がそのプログラムを担当して、うまみんでプログラムを提供することで、

新商品の発信をすることができました。

能登スタイルとうまみんを組み合わせた例もあります。杉原さんという水産加工の仲卸業者がいて、なまこの加工協同組合を作ったり能登ふぐのブランド化など、地域のためにいろんな活動をしています。能登スタイルストアでは、立ち上げのときから杉原さんのところのなまこやこのわたを売らせていただいていた。「もっとなまこのことを知ってもらいたい」ということで、杉原さんは一事業者ではなく能登なまこ加工協同組合として、うまみんで「能登なまこランドへようこそ」というプログラムを実施しました。

船に乗ってなまこの生け簀を見学したり、このわた作りを体験したり、なまこづくしのお昼を食べたりというプログラムでとても好評でした。しかし、それでは終わらず次はなまこの石けんを作りたいということで、「能登の赤なまこ石けん」という商品を開発しました。同じシリーズの化粧品も作り、これらは能登スタイルストアのオリジナル商品として販売しています。

次は能登ふぐを売りたいということで、まずうまみんで能登ふぐのフルコースを食べられるプログラムをやりました。続いて、「能登ふぐ鍋セット」という商品を開発して、能登スタイルストアで今年の冬に発売しました。杉原さんは自社の取り組みだけではなく、組合などを通じた地域活動でうまみんをうまく使っています。



プラットフォームには コーディネーターが必要

地域の課題を解決するためのヒントをいろいろお話してきました。それにはプラットフォームを作るだけではダメだと思っています。ただ場があるだけではダメで、地域の人たちのつながりや関わりを作ってあげるコーディネーターが必要だと思います。コーディネーターに求められるのは、この地域をこうしていくという哲学で、後は地域を編集する技術、哲学と技術だけでは何も動かないので行動ですね。哲学と技術と行動の3つが必要だと思います。

プラットフォーム +コーディネーター

- つながりと関わりをつくり、意識させる存在
- つなぎ、寄り添い、後押しする
- 資源(人・物・金・情報)のやりくり=地域経営

81

経済的豊かさと、幸せ感のギャップを埋めるものは何かを研究した『幸福の政治経済学』という本があります。この中で、経済的豊かさと幸せ感のギャップを埋めるものは、住民自治の充実度であり政治への参加度であるという調査結果について書かれています。つまり、自分の手で自分のまちを作っているという感覚が強ければ強いほど幸せだということです。

私はもともとコンサルタントだったので、この調査結果にすごく衝撃を受けました。「こういうまちを作る」というビジョンやプランが一番大事で、それを実現するためにいかに住民に参加してもらうかという部分はいわば後回しに考えていたんですが、そうではなく、住民にどうやって参加してもらうか、どうやって関わってもらうかをちゃんと考えないと、どんなにいい施策を打っても、幸せ感アップにはつながらないということです。

そこで、ブータンのGNHにならい、地域活性化の指標として「GRC」というのを考えてみました。GはGross、RはRegional、CにはChallengeやCommitmentなどいろいろな言葉を入れることができます。

どれだけ課題解決への挑戦が生まれたか、当事

目的としての自治

- 幸福の経済学
 - » 『幸福の政治経済学』ブルーノ・S・フライ著、アロイス・スタツァー著、沢崎 冬日訳、佐和 隆光監訳
 - 経済的豊かさと幸せ感のギャップを埋めるもの・・・住民自治の充実度

住民自治の制度づくり・・・手段から目的へ

本場の“観光資源”とは？

82

地域活性化の指標 = GRC

- Gross Regional Challenge 課題解決への挑戦
- Gross Regional Commitment 当事者意識
- Gross Regional Connection マチ・ミセ・ヒトの関係
- Gross Regional Change 地域産業の変革
- Gross Regional Contribution 地域社会への貢献
- Gross Regional Confidence 地域と自分への誇り

86



者意識がどれだけ高いかなど、入込客数とは違った、いろいろな指標からオンパクの効果を測っていただければいいと思います。