

トリクミ

会社概要

- ・鳥取県八頭郡隼地域にてカフェ「HOME8823」とゲストハウス「BASE8823」の運営を行う。店舗名に含まれる「8823」は「隼地域」より由来している。
- ・訪れた人が笑顔になれる場、地域の人が集まることが出来る場作りを目指す。
- ・平成24年に地元の同級生とともに、“鳥取革命協同組合”、通称「トリクミ」という団体を結成。地元農家との商品企画や地域に根ざしたプロジェクトを実施していたが、地域に密着した活動で、地域の課題を解決したいという想いのもと、株式会社トリクミを設立し、平成26年に「HOME8823」、平成28年に「BASE8823」を開設。
- ・「実践とクリエイティブを通して誇れる田舎の未来をつくる」をテーマに、常に周囲の人々を巻き込みながら、事業を展開。
- ・リノベーションやワークショップなど、地域において先駆的な取組を行っており、メディアからの注目度は非常に高い。

ハヤブサ

HOME 8823

- ・鳥取県八頭郡隼地域内で行うカフェレストラン。
- ・地元産の食材を活かしたメニューを提供。「ちいきの台所」として、若い人から高齢者の方々まで幅広い年代の地域の人々が気軽に集まることが出来る場を創出。
- ・人口700人程度の地域でありながら、活気と笑顔に溢れる店員の対応もあり、リピーターが非常に多く、毎月1,000人以上の客を引き寄せる魅力あるカフェ。
- ・2階はイベントスペースとなっており、定期的にイベントを開催。

戦略一覧

戦略1 地域の人を巻き込む

- ・店舗開設の準備の際に、リノベーションやワークショップを地域の人々と実施。
- ・周辺農家から食材を調達し、地産地消のメニューを提供。
- ・定期的にイベントを開催し、地域の人々が集まることが出来る場を提供。
(例:隣接する蔵をBARIにして歓談会を開催。
2階のイベントスペースでは音楽イベントや着付会などを実施)

戦略2 事前のリサーチを徹底的に

- ・地域の経済のみで循環する仕組みを作ることを心がけ、ターゲットを地域の人に限定。
- ・店舗開設前に地域の人々を対象に、事前説明会を行い、地域住民のニーズを調査した上で、メニューを考案。
- ・「ちいきの台所」と銘打つことで、地域の人々が来店しやすい環境を創出。

戦略3 目標設定を明確に

- ・店の売上目標を月ごとに設定し、月次目標を達成するために、週ごとに何をすべきかを考えながら、計画を策定するよう従業員に徹底。
- ・原価も厳格に管理し、決してどんぶり勘定にならないように運営。

戦略4 地域基準で考えない

- ・社長自ら東京にも拠点を構えることにより、都会での情報を敏感に察知。都会の流行を店舗にも伝え、店舗にてローカライズ出来るものは積極的に取り入れ、地域において先駆的な取組を実施。
- ・地域での固定観念にとらわれることなく、夜営業も実施し(周辺店舗の夜営業は少ない)、夜の顧客層を確保。



1Fカフェレストラン



2Fイベントスペース

BASE8823

- ・鳥取県八頭郡隼地域内で運営するゲストハウス。
- ・バイクライダーの宿泊地として特化された設備が揃う施設。オリジナルツーリングイベントも実施するなど、バイク乗りにとってソフト・ハード面でも恵まれた環境を提供。
- ・従業員の発案により平成28年に事業化。客足は途絶えず、黒字推移。

隼地域とは……国の登録有形文化財に指定された隼駅がある地域。隼駅は「聖地 隼」と呼ばれ、バイク「隼」に乗ったライダーに愛され、全国各地から年間数千人のライダーが訪れる。

戦略一覧

戦略1 地域の人を巻き込む

- ・事業実施に際し、クラウドファンディングによる資金集めや、ワークショップ実施など、地域の人とともに、ゲストハウスを設営。
- ・ゲストハウス内に昼間はカフェ、夜はバーとなる店舗を開設。広い庭ではBBQを行うなど、地域の人々も気軽に訪れる環境を創出。ライダーと地域の人々が交流出来る場づくりへ。
- 場に来るのではなく、人に会いに行く「田舎」へ

戦略2 ライダーをターゲットにした環境を整備

- ・鍵つきバイクガレージ・メンテナンス工具などライダーにとって充実した環境を整備。
- ・ベッドやシャワー設備等、従来のライダーズハウス(雑魚寝、シャワー設備なし)にはない快適な宿泊環境を提供。



事業の特徴・ポイント

- ・常に地域の人を巻き込むことを考え、事業を展開。訪れた人が笑顔になれる、地域の人々が集まることが出来る場作りを目指す。
- ・事業検討の際は、ターゲットを明確にし、入念なマーケティングを実施。売上目標や原価管理は厳格に行い、数字にこだわる経営を実施。
- ・田舎で利益を生み出すビジネスモデルを確立し、チャレンジングな人材が増えることで、切磋琢磨する環境の創出を目指す。

産業経済研究員からの一言

地域内外の多様な人々が、世代を超えて交流し主体的に行動することで、従来にない新たな賑わいや社会的・経済的価値を生み出している。顧客ターゲットを地元住民に限定し、地域経済の循環モデルを構築した「HOME 8823」と、聖地・隼駅を訪れる全国のライダーをもてなすゲストハウス「BASE 8823」が、ウチとソトのニーズを的確に捉えている。成功の秘訣として、東京と鳥取を行き来する社長が、俯瞰的な視点と斬新な発想を持ち、地域内外の人々の交流を「媒介」する役割を担っていることや、事業の計画段階からワークショップ等で地元住民を巻き込み、住民主体の事業として取り組んでいること等が挙げられる。

トリクミの想い

田舎で働く上での課題

田舎に住む人

チャレンジしたい
でも周りに同じような志
を持つ人がいない



田舎での労働を 検討している人

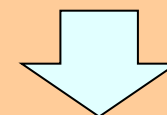
田舎で働きたい
でもずっとその仕事が
続けられるだろうか



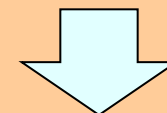
トリクミの理念

従業員のチャレンジをどんどん後押し。

利益を生み出す田舎でのビジネスモデルを確立。



- ・チャレンジングな人材の回帰・確保
- ・切磋琢磨する環境の創出



「ずっと住み続けたい」と思える町づくりへ

©トリクミについては、<http://torikumi.co.jp/>