



# DESIGN CAMP OKUYAMATO 2022

Team Ohashi Chaya

Matsumura/Xiu Mei/Lijing



現状／Currently

## 遙拝所 大橋茶屋 大峰山

大橋茶屋は洞川財産区が所有しており、現在小屋さんが運営権利を借りている。（3年間は確定。3年×3回の9年間は携わりたいと考えている）

Ohashi Chaya is owned by Dorogawa Property Ward , and Koya-san is currently subcontracted to manage the property. (3 years x 3 times, planned for a total of 9 years)

小屋さんは大峰山登拝客の減少による参道の荒廃と、大峰山・修験道の歴史が途絶える事を危惧している。

He is afraid that the decline in the number of visitors to Mount Omine may cease the history of Shugendo and Mount Omine.





体験

Experience



# Day 1 @ Ohashi Chaya

## 小屋さんによる天川村ツアー Tenkawa Tour by Koya-san

・大塔との村境まで行き、塩野地区などの限界集落も見せていただいた。洞川温泉地区は栄えているが、天川全体ではほとんど人が住んでいない場所も存在している。

Went to the village border with Ohotoh Village. Visited a marginal settlement such as Shiono area: The Dorogawa hot spring area is prosperous, but there are settlements where almost no one lives in Tenkawa.

・栃尾 Tochio settlement 円空仏 Enku Buddha statue 弁財天 Benzaiten

・大橋茶屋の存在を知らない人も多い。洞川温泉街に来る一般客の多くは大峯山のこともあまり知らず、綺麗な川とレトロな温泉街がある場所という認識で止まってしまっている。

Many visitors to Dorogawa Onsen do not know about Ohashi Chaya. Most of the people who come to Dorogawa Onsen do not know much about Mount Omine. They recognize this area as a place with beautiful river and the onsen district with a retro atmosphere.

・洞川温泉センター:洞川の宿の歴史はとても長いですが、温泉自体はあまり歴史がない。数十年前に掘り当てた。The history of the inn in Dorogawa is very long, but the hot spring itself doesn't have much history. drugged up decades ago.

・大橋茶屋でのチームMTで、大峯山から下山してきた方から色々な話を聞くことができた。自分のために登るのではなく、自分の村の平穏を祈るために登る習慣が昔はあったことを知ることができた。At the team MT at Ohashi Chaya, we were able to hear various stories from people who came down from Mount Omine. We learnt that there was a custom of climbing not for himself, but to pray for the peace of his village / town.



## Day 2 @ Ohashi Chaya

### 大峯山登拝 Mt. Omine climbing

- ・合計6時間の道のり。山頂に近づくにつれて靄がかかった。

6 hours walk. Got foggy as we got closer to the peak.

- ・行場は鐘掛岩 含め命の危険を感じるレベル。迂回可能なので行場で修行はせずに登頂も可能

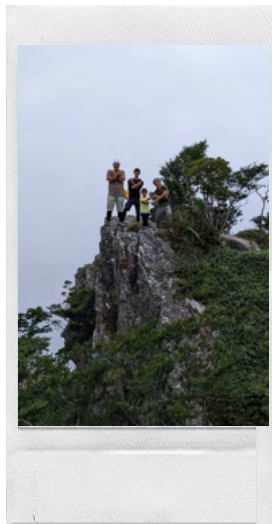
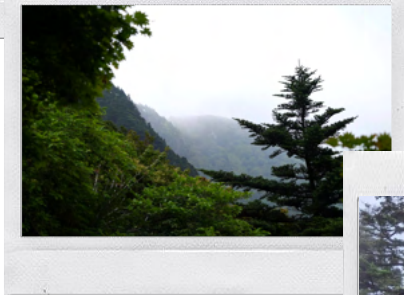
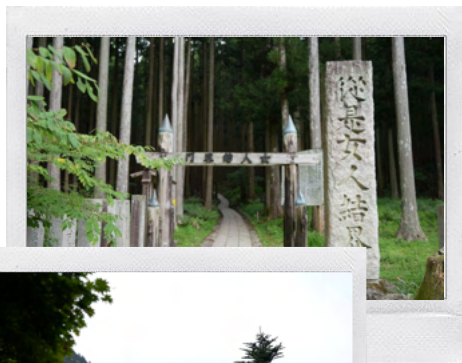
Training spots are as dangerous as we feel a risk of death including Kanekake iwa. Since it is possible to detour, it is possible to climb the mountain without training.

- ・小屋さんは4歳の息子の和奏くんを連れてこられた。一緒に登り、鐘掛岩も小屋さんのサポート付きで登り切った。多くの場面で手を繋いでおり、息子は父を頼り、父も息子のためしっかりする必要があり、父子の絆、信頼を深められる。

Koya-san brought his 4 year old son, Kanade kun. We climbed together and he even climbed Kanekake iwa with Koya san's support. They hold hands most of the time, and the son trusts the father, and the father needs to be strong for his son, so it seems that the bond and trust between the father and son can be deepened. There was another couple of father and son climbing.

- ・最近では九重守というお守りがテレビで取り上げられ、そのお守りを買いに來る若い人も増えている。

Recently, a charm called Kokonoemori was featured on TV, and young people are coming to buy it.



# Day 3 @ Ohashi Chaya

## 意見交換の日 Discussed our thoughts

・午前中に各々のアイデアを纏め午後からミーティング Summarized ideas in the morning and had a meeting in the afternoon.

・天川には様々な才能を持った移住者がたくさんいる。小屋さんと繋がりのある移住者のヨガの先生の鈴木伸江さんが途中からMTに参加。大橋茶屋でやる意義を明確化して、何をやるにしても最終的に人が山に登るというところに帰着させるべきで、大峯山だけにとどまらず、稲村ヶ岳など含めて山に登るイベントは定期的にやった方がいいという意見をもらった。

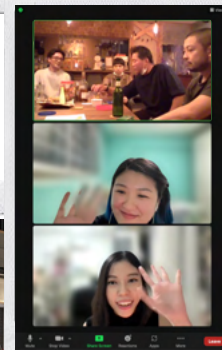
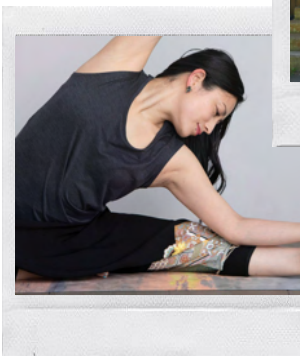
There are many immigrants with various talents in Tenkawa Ms. .Nobue Suzuki, an immigrant yoga teacher who has a connection with Koya-san, joined the MT. She suggested to think about the meaning of doing it here and the meaning of coming this far. Also, no matter what we do, that should lead people to climb the mountain , and we should hold mountain climbing events on a regular basis.

・LijingさんとXiu Meiさんもいつか天川村に来たいと言っている。小屋さんとしては、今回のプロジェクトを通して山のことを知る人が数人増えただけでも嬉しいし、やってよかったと思っていると言ってくださった。

Lijing and Xiu Mei also want to come to Tenkawa Village someday. Koya-san said that he was happy just by increasing the number of people who knew about the mountain even though it's few through this project, and that he was glad that he had joined this project.

・小屋さんは大峯山だけでなく、大峯奥駈道も含めて人が歩く文化と歴史を守りたいと考えている。

Koya-san wants to preserve the culture and history of people walking not only on Mount Omine but also on the Omine Okugakemichi.





## 課題／Challenges

1. 修験者の減少に伴い、売り上げは下がっている。運営費の捻出で精一杯。

Sales has been declining as the number of practitioners has. It barely covers the expense.

2. 近くの洞川温泉は、温泉で集客に成功しているが、大橋茶屋まで行く観光客は少ない。

⇒大峯山の事を知らない。山を歩く「良さ」を伝えられていない。他に魅力的なコンテンツがない。

Dorogawa Onsen, which is also in Tenkawa, has succeeded in attracting customers by promoting hot springs, but few tourists go to Ohashi Chaya.

⇒They don't know about Mount Omine and the “merit” of Shugendo. Less attractive.

3. 修験道の歴史や女人禁制の理由を、観光客に一言で伝えるのは難しい。理解されにくい。

It is difficult to tell tourists in a few words the long history of Shugendo and the reason why women are not allowed to enter. Topic is hard to understand.

4. 地域内での連携はあまりとれていない。

Relationship with other local businesses are not so good. Working together is difficult.

## 考えるべきこと／Food for thoughts

### 1. 費用をあまりかけずにできる施策が望ましい

Measures that can be taken without much expense are desirable.

### 2. 男性向けのみの解決策を探すか

Are we proposing men-only solutions?

### 3. 女性や家族層に対してのアプローチも考えるか

Or is there a neutral approach -> something to do for women as well?

### 4. この山について、ネットやSNSを利用して身近に感じてもらうにはどうすればいいか

How can we make the travel information on the mountain more accessible on the net?

### 5. 茶屋まで足を運んでもらうにはどうすればいいか

How do we get people to travel further up to the chaya?



## 強み / Positive points

1. **大峯山に登る人は、ほぼ大橋茶屋の前を通る。**

People who walk Mount Omine almost certainly pass through Ohashi Chaya.

2. **ここに来れば行者さんが居る。話を聞かせてくれる。  
行者さんのアイテムがたくさんあり、興味を引く。**

If people come here. They can hear stories from practitioners. There are a lot of items related to Shugendo, and it attracts people.

3. **小屋さんの人柄。個性のある移住者を迎え入れ、仲間にする力。**

The personality of Koya-san. Ability to welcome unique immigrants and involve them.



# 目標

Our goals



STEP

1

大橋茶屋に来る  
人が増える

Increase number of visitors  
to Ohashi Chaya

STEP

2

大橋茶屋と大峯山  
の歴史を  
知ってもらう  
(歴史と理念)

Create awareness in Shugendo religion and  
Mount Omine  
(The history and philosophy)

STEP

3

大峯山に登る  
人が増える  
(山伏が増える)

Get more people to  
climb Mount Omine

STEP

1

## 大橋茶屋に来る 人が増える

Increase number of visitors  
to Ohashi Chaya

大橋茶屋の活動やプロジェクトに付けることができる  
#タグライン（キャッチコピー）を提案します。

#タグラインがついたモノやコトが増え、シェアされてゆくごとに  
大橋茶屋の物語とコミュニティが形成されていく。

大峯山の存在、修験道1300年の歴史、小屋さんの人柄を表すような包括的な言葉。  
人々の気持ちをここへと駆り立てる言葉。

Design a #tagline (catch phrase) for the activities and projects of Ohashi Chaya.

The number of things with the tagline increases, and as they are shared,  
the story and community of Ohashi Chaya will be formed.

A comprehensive word that expresses the existence of Mt. Omine, the 1300-year history of Shugendo,  
and the personality of Koya-san.

A word that drive people's feelings to come here.





# デザインコンセプト

Design concept

# キャッチフレーズのコンセプト

Tagline Concept



3 日間の体験を通して見つけた要素

## 歴史

History

1300年 1300 Year  
修験道 Shugendo  
最後の女人規制の山  
The Last Mountain  
inaccessible to woman

## 絆

Bond

家族 Family  
仲間 Comrade  
魂 Soul

## 精神

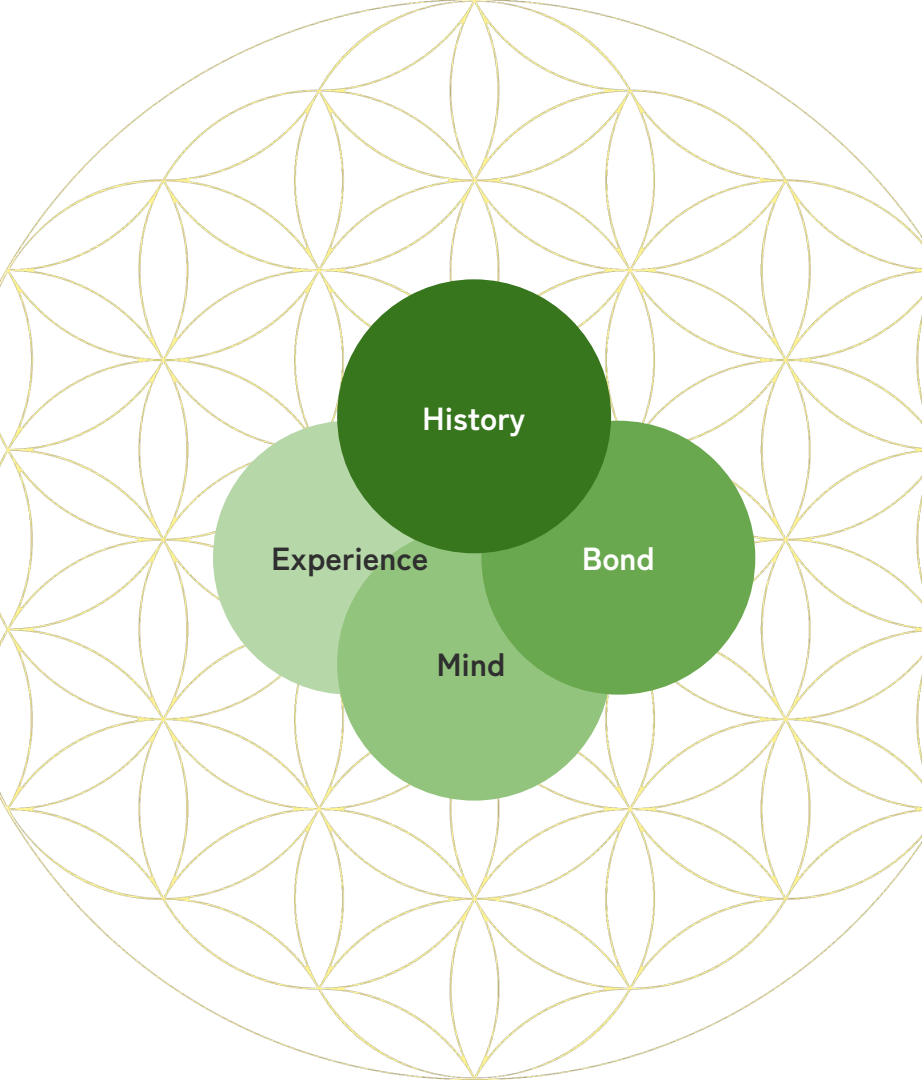
Mind

共感 Sympathy  
誓い Promise  
愛 Love  
きれい Beautiful  
楽しい Fun  
つらい/怖い Tiring/Scary  
迷い Hesitation

## 体験

Experience

知る Know  
登る Climb  
聞く/話す Listen/Talk  
叫ぶ Shout  
祈る Pray  
挑む Challenge



ここには1300年分の祈りや願いや愛が落ちている。

歴史があるからあなた・私がいる。

1300年分全ての人に家族がいて、  
仲間がいるから共感できる。

1300年分の全ての人に迷いや願いがある。  
だから...

1300 years of prayers, their wishes and love have fallen here.

You and I exist because of history.

1300 years of family relationships,  
and by having comrades we can have sympathy.

1300 years of all the people have had hesitation and wishes.  
So...



# #いつ来てもええすよ

#ComeAnytime

大峯山と歴史と小屋さんの包容力。  
小屋さんの言葉で、いつ来てもいいよ。というメッセージを伝えます。

Omine, history, and the inclusiveness of Koya-san.

In Koya-san's words “come anytime”



**1,300年の美しさ**

1,300 years of beauty

**1,300年の繋がり**

1,300 years of connection

**1,300年の瞬間**

1,300 years of moments

**1,300年の物語**

1,300 years of stories

**1,300の理由**

1,300 reasons to come



# #WhatAreYouWaitingFor?

#逆になんでこないの？

人々が大橋茶屋に来て、人生に対してゆとりを持ち、1,300年の物語の一部になってもらうためのアイデアです。  
この場所に来ない理由を探す方が難しいという逆転の発想。

The idea is to drive people to come to Ohashi Chaya to enjoy the slow life and be part of the 1,300 years of stories.  
There's no reason not to come.

# ビジュアル タイポグラフィ

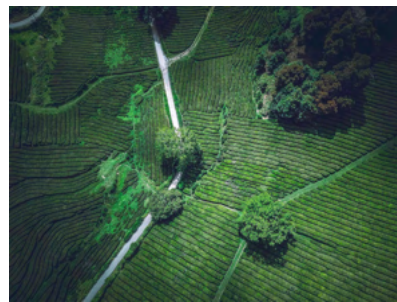
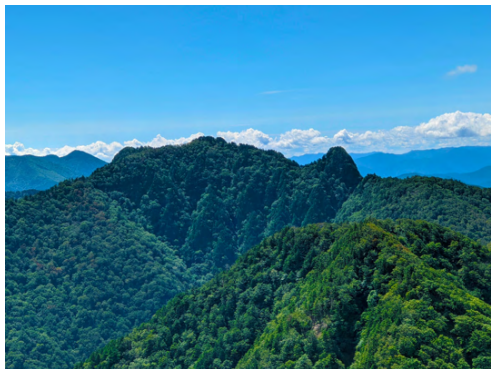
Visuals Typography



## 写真 - ポートレート、風景、瞬間 Photography - Portraits, landscapes, moments

より多くの人が大橋茶屋に来てコミュニティを形成することが目的。人々の写真や茶屋での活動を発信する。

As the objective is to get more people to come to Ohashi Chaya to form a community, we could show more portraits of people and activities.



## タイポグラフィ - 手書き、いたずら書き感、ポップな色彩 Typography - Handwriting, doodles, and a pop of colour

手書きの文字で暖かさと親しみを感じさせ、ポップな色使いで若者を惹きつける。

The use of handwriting helps to elevate the feeling of warmth and friendliness. The pop of colour elevates the youthfulness.





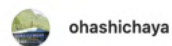
いつ来ても  
ええすよ

What are you  
waiting for?



# SNSでのタグライン運用

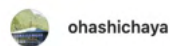
Tagline application on SNS



大峯山を眺めながらコーヒー

#いつ来てもええすよ  
#WhatAreYouWaitingFor  
#1300年の物語

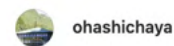
Coffee with a view



自然との学び

#いつ来てもええすよ  
#WhatAreYouWaitingFor  
#1300年の美しさ

A lesson with nature



父と息子の絆の時間

#いつ来てもええすよ  
#WhatAreYouWaitingFor  
#1300年の愛

Father-Son bonding time

STEP

2

気づき・認知

Awareness

# 大橋茶屋と大峯山の歴史 ・修験道の認知を高める

Create awareness to Ohashi Chaya and the history of Mount Omine / Shugendo

# 大橋茶屋 プロモーションビデオ Ohashi Chaya - Promo MV

茶屋のコミュニティと、大橋茶屋のストーリーを伝えるためのプロモーションビデオを作成します。山の美しい景色や、山に登る映像で、山に登るきっかけ作り。

To tell the story of the community and Ohashi Chaya, we can express it through a promotional music video. The video can feature the beautiful landscape views from the mountains and even moments spent climbing up the mountains.

BGMはインストゥルメンタルと組み合わせる。

As for the background music, it can be paired with instrumental music.



[Full MV here](#)



# 大橋茶屋 道案内↗ Ohashi Chaya Wayfinding

洞川温泉街だけでなく、大橋茶屋や大峯山など、さらに奥へ進むための道しるべとして、ポスターやペイントなどで導線をつくる。

We can have these wayfinding posters/paints to direct people to go explore further up the road to Ohashi Chaya and Mount Omine, instead of stopping only at the onsen areas.





# 大橋茶屋グッズ Ohashi Chaya Goods

タグラインの入った温泉タオル・大橋茶屋で商品を買ったときに使うエコバッグ・Tシャツなど、コミュニティに参加した人がこれらのアイテムを自分の家や国に持ち帰り、周りの人にメッセージを伝えるアイテム。

Onsen towels(Sentou towels) with taglines, eco-bags and t-shirts for use when purchasing products at Ohashi Chaya, and other items that allow community members to take these items back to their own homes and countries to send messages to those around them.



## エンゲージメント

Engagement

人、歴史、自然とつながるコミュニティをつくろう。  
大橋茶屋に集い、新たな物語を紡ごう。

物語が増えることで、歴史を守り、  
後世に伝えていくことができるはず。

Let's create a community to connect with people, history and the nature.  
Come gather at Ohashi Chaya to create more stories.

With more stories, we can preserve the history and pass on to future generations.

# 物語は瞬間で構成されています

Stories are made up of moments.

仲間との楽しい時間 Good times with our friends



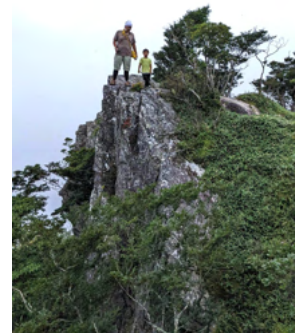
一緒に過ごす  
シンプルな時間  
Simple time  
together



ハイキングをしている時間 Hiking moments



親子の絆 Father & son bonding



家族の絆 Family bonding



# あなたの瞬間を共有し、 歴史の一部になろう。 Share your moments, be part of the history

大橋茶屋と大峯山にまつわるひと時を楽しもう。大橋茶屋は、人の繋がり、愛、家族の絆、仲間との友情の驚くような瞬間で満たさる。1,300...2,000...3,000年の歴史の一部になろう。そしてずっと続けていこう。誰もが歴史を守る役割を果たすために。

Come and share your moments related to Ohashi Chaya and Mount Omine. The teahouse will be filled with amazing moments of human connection, love, family bond and friendship. Let's be part of the history, 1,300...2,000...3,000 years. Let's keep it going on and on. Everyone plays a part in preserving history.

ハッシュタグをつけてSNSでシェアしてもらおう。

#WhatAreYouWaitingFor #いつ来てもええすよ

Share your moments on SNS using the hashtag #WhatAreYouWaitingFor #いつ来てもええすよ

お気に入りの瞬間をポストカードに書いて、茶室のボードに貼ります。登山者の幸運のお守りにもなります。

Write a postcard of your favourite moments and it will be put up on a board in the teahouse. It can also be good luck charms for the climber.

これらのポストカードをInstagramに投稿できます - コンテンツの作成が認知を作り出す

We can post these postcards on Instagram - content creation = creating awareness





茶屋の外に展示し、登山客や訪問者を惹きつけ、彼らにも歴史の一部になってもらう。

The board can be display outside the teahouse to attract climbers or visitors to be part of the history.



# 大橋茶屋でのコミュニティ活動

## Community Activities @ Ohashi Chaya

大橋茶屋でのコミュニティ活動を通して、修験道の文化をより多くの人に広めることができ、さらに多くの人に来てもらうきっかけを作ることができる。大峯山や修験道の哲学に触れ、コミュニティ活動を通じて、茶屋での思い出が増えていく。心を落ち着けて生きてゆけるコミュニティ。

Ohashi Chaya can attract more people by having community activities, promoting and exposing the culture of Shugendo to more people. People can create memories through these activities that are related to the philosophy of Mount Omine and Shugendo. A community to live calmly.

茶屋を訪れた人は、マインドフルネスを学び、体験することができる。

例えば:

Guests who visits the teahouse can participate in these activities:

- 茶道 Tea making
- 書道 Calligraphy
- アート&クラフト Art and craft
- 瞑想 Meditation
- 修験道にまつわる哲学を学ぶ Learn about philosophy related to Shugendo
- 禅の音や、山の中の音で瞑想 Meditate with zen music or the sound of Mount Omine
- みんな大好き修験道カレー Have a taste of everyone's favourite – Shugendo's Curry

この提案相手は女性も含むものであり、老若男女すべての人を迎える場所に生まれ変わることを目指す。

This solution is women inclusive, making the area welcoming to both men and women, young and old.



## 茶屋でのコミュニティ活動のイメージ

Illustration of the community experience at Ohashi Chaya

素晴らしい景色と落ち着いた音楽・自然の音でマインドフルネス瞑想

Mindfulness meditation with the scenery and calm music / sound of nature

絵画や書道体験

Painting and Japanese calligraphy

自然の中でのヨガ

Yoga in the nature

思い出の写真・ことば、物語、作品の展示

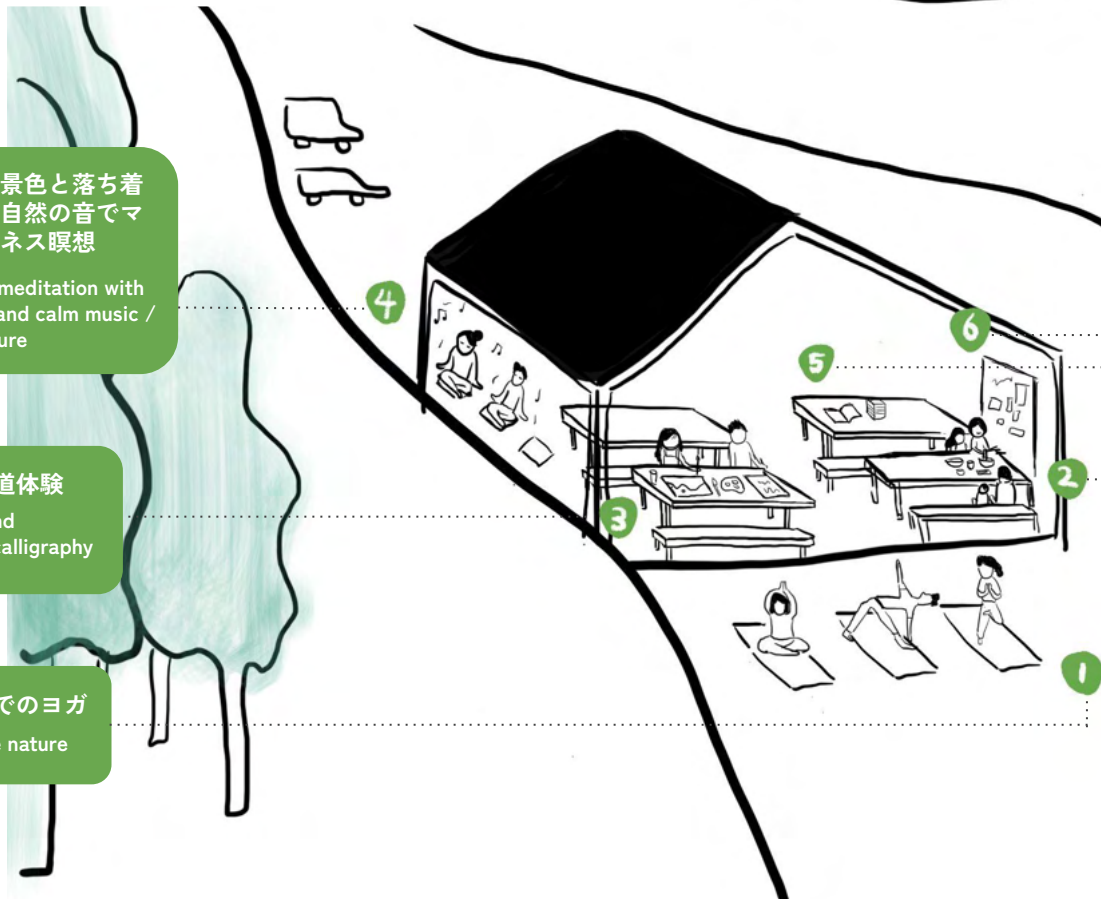
Display of photo/written memories, stories, artworks

修験道にまつわる哲学を学ぶ

Learn about Shugendo philosophy

お茶・お食事

Tea making / Dining



STEP

3

# 大峯山に登る人が増える (山伏になる)

Get more people to climb Mount Omine



いつ来ても  
ええすお

What are you  
waiting for?







**Thank you for listening !**