

enocoのそうだん [eno so done!]

## 相談シート09 観光施策は具体的にイメージできる目標設定から

[トップ](#) >> [enocoのそうだん \[eno so done!\]](#) >> [相談シート09](#)

### アドバイザー

茶谷 幸治（ツーリズムプロデューサー／一般社団法人 大阪あそ歩委員会 代表理事）

イベントとツーリズムのプロデューサーとして「アーバンリゾートフェア神戸'93」のチーフプロデューサーを皮切りに「世界リゾート博」の催事プロデューサー、「南紀熊野体験博」「しまなみ海道'99」の総合プロデューサーを務め、一貫して地域・住民主体の地域活性化イベントを主導してきた。その集大成が「長崎さるく博'06」で、日本ではじめてのまち歩き博覧会を市民主体で成功させた。その後も、大阪コミュニティ・ツーリズム推進連絡協議会「大阪あそ歩」、「名古屋やっとかめ文化祭」総合プロデューサーとして地域主体を推し進めている。1946年大阪生まれ。著書に『まち歩きが観光を変える』（学芸出版社）『イベント化社会』（関西学院大学出版会）『「まち歩き」をしかける』（学芸出版社）ほかがある。



### 相談者

熊取町 シティプロモーション推進課

### 相談分野（キーワード）

地域活性

市民協働

観光

まちづくり

文化

広報・PR

その他

## 主な相談内容

**観光資源のない場所に人を誘致するにはどうしたらよいか。**

**どのようにして地域のブランドをつくってあげばよいか。**

### Q 1

今年から新しくできたシティプロモーション課の目的のひとつが観光収入の増加。

観光力を高めるためには、何から手を付ければよいでしょうか。

### A 1

熊取を有名にするにはどうしたらよいかという視点に、まずは絞って考えてみましょう。そのためには、まず何人呼び込めるかの想定をすること。大阪市の観光キャパシティは4万人です。例えば4万人を100%と考えて、どれくらいの人 cameたら活性化といえるか？それを熊取町規模で考えてみる。

熊取の人口は45000人弱。年間45000人来てもらえれば活性化として、一日123名。ちなみに奈良の大仏は年間100万人。USJで800～1000万人。といった風に、イメージできる具体的な想定を設定することがまず第一歩。そして一カ所を考えるのではなく、複数の場所を組み合わせることを考えましょう。

### Q 2

自然資源の有効な活用方法について教えてください。

### A 2

蛭はありますか？→答）います。

関西は蛭の活用が下手です。明るいうちに移動する仕組みをつくれれば、すぐにも観光資源になります。

花はありますか？→答）桜があります。

桜は20年で生育できるから、それを想定して準備をすることを考えましょう。熊取の桜。資源をつくっていく視点が必要です。金をかけるのではなく、道でつ

なげていくことを考えればいい。例えば、京都の5000万人の観光客のうち、半分は桜と紅葉なのです。

また、山は車が必要。駐車場があるかどうか、停める場所のアナウンスが大切になります。大阪湾や関空を見渡せるスポットは、大きなPRポイントになるのではないのでしょうか。

実は、観光とイベントはあまり関連性がありません。京都はなぜ観光客を呼べるのか？金閣寺はイベントじゃない。まず在ることが大事なのです。

### Q 3

文化財の有効な活用方法について教えてください。

### A 3

歴史レンガ館と中家住宅（重要文化財）が並んでいるようなので、ここを拠点化することを考えましょう。イベントを企画するなら、文化財にふさわしい何かをしかける。例えば、著名な落語家を呼ぶなど。町民全員でお迎えするような、特色のある仕掛けをプロデュースすることが大事。1回だけでは駄目で、口コミで広げて回数を増やしていくことが重要です。ゲストは学生やアマチュアでは駄目で、それなりの誰かを呼ぶ必要がありますが、最初から大きなイベントを仕掛ける必要はない。小さく始めて大きく育てることを考えましょう。

## 相談者の声

この相談で、何をすべきなのかが少しずつ見えてきた気がします。一方、町としては観光を単なる地域活性化ではなく、転入促進につながるシティプロモーションのための一つの武器と捉えているので、観光以外のことについても相談できれば良かった。

サイトポリシー・ プライバシーポリシー	> enocoについて	> お知らせ・プレスリリース	ツイート	^
指定管理者	> 事業紹介	> メルマガ登録		
バナー広告募集	> フロアガイド	> ニュースレター		
	> レンタルスペース	> お問い合わせ		
		> アクセス		