

橋本市タウンミーティング参考

高取町の観光

交流とまちづくり

奈良学園大学特別客員教授

奈良地域づくり支援機構理事 野口隆

2022. 5. 29

はじめに1 自前の地域づくり

国や大都市にたよれない・・・地方創生

- 地域が自分で考えて、自力で、地域づくりすることが必要になった。むしろ頼らない方が・・・
- 村田武一郎:「エコロジカルデベロップメント」
- 木下斉:「地方創生大全」・・・自分で稼ぐ
- 藻谷浩介「里山資本主義」
- 拙稿:「手作りの観光地域づくりと共生社会

(福留・武谷「共生社会論の展開」所収)

はじめに2 地域資源の活用

地域資源

あるものにとらわれない

さがす

発見する

創造する

高取町 野村さん 町屋の雛めぐり

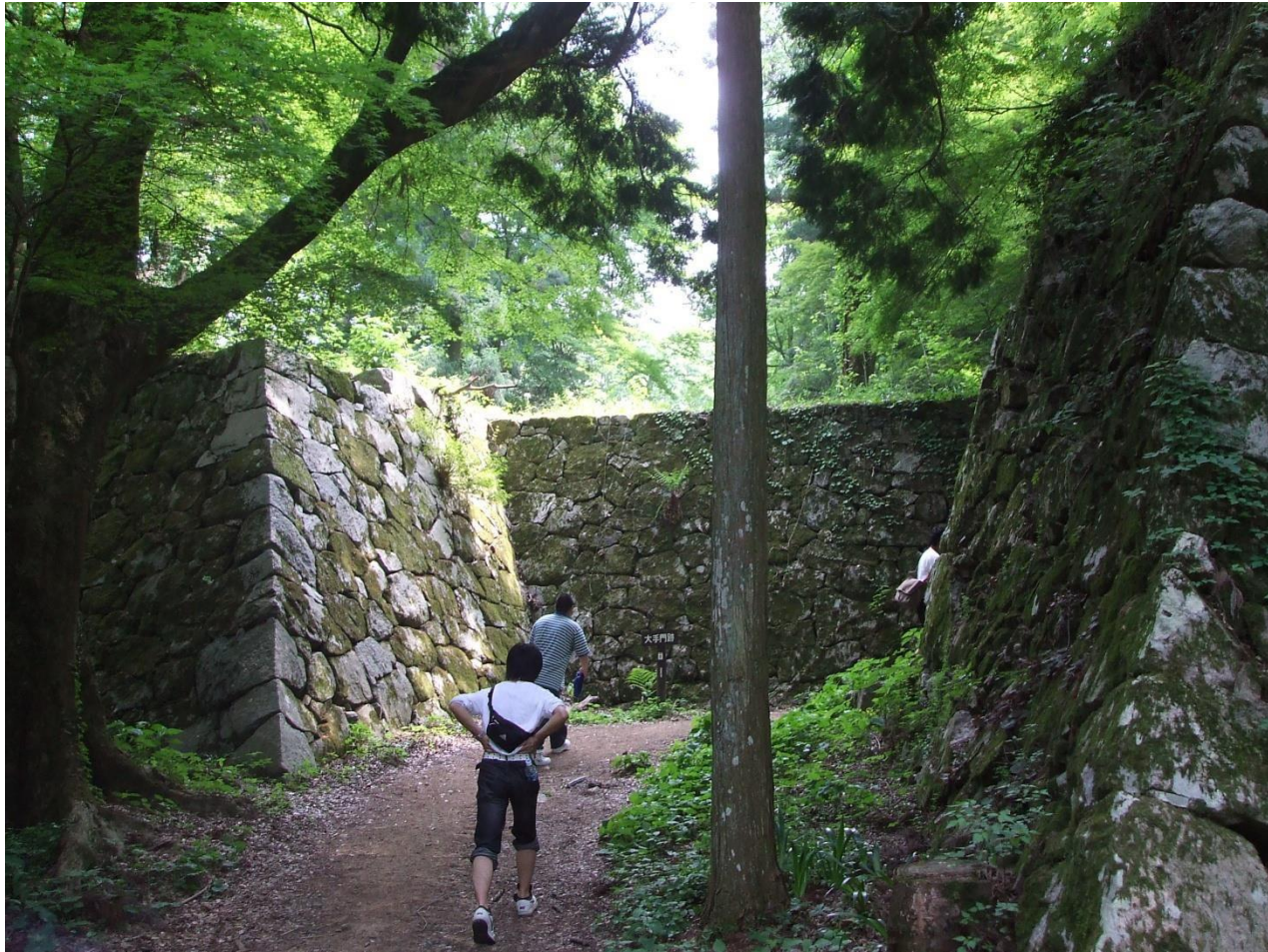
野村さんの戦略

- 町家の雛めぐりとは
- 域資源：城下町の景観と住民のもてなしをいかしたシニア住民による街づくりの取り組み
- 目的は、2つの活性化を図る：観光交流人口の増大によって、町の経済、老年人口を…。
- ターゲットは都会の熟年女性

奈良県高取町

- 奈良県の平野部の南端、明日香村の南
- 近鉄吉野線沿線壺阪寺駅：橋本市との位置
- 土佐街道：古代に土佐から連れてこられて・・・
- 越智氏の山城、本田氏城づくり、植村氏の入城、城下町形成、殿様も降りてきた。2万5千石、明治、薬のまち、
- 人口：7800人、壺阪寺の門前町、飛鳥の遺跡・・・。

山城



観光ボランティアの会

- ・ 野村さん・・・元野村証券勤務
- ・ 定年後：故郷に戻ってびっくり、かつて、300軒のお店、いまかぞえるほど。
- ・ 野村さん動き始める。強み弱み分析：古びた街並み、老人ばかり
- ・ 観光ボランティアの会発足、老人、いきばがなかった、仲間、

高取土佐街並み天の川計画

- 住民のもてなしをブランド化
- ターゲットは都会の熟年女性
- 城、城下町、薬資料館、ふれあい体験空間、もてなし処、
- ここへ、何かをプラス・・・おひな様、かかし、他、大事なものは、「もてなし」
- みんなで輝くから天の川
- 人が元気、町が元気、経済的にも元気
- 夢想館を作った。古い呉服屋さんのあと
土産、休憩、情報発信、みなのためりば

高取城CGにより再現

- 標高583m、場内周囲3km、城郭内30km
- 明治20年にはまだあった。誰かが材木に
- 実物の再現は無理
- CGによる再建を目指した

野村さん、あちこち相談、電機メーカー：無理。

奈良産業(現学園)大学に情報学部ができたときいて...訪問...K先生がOK:協力

町家のひな巡り

- お城は・・・一般観光の対象には無理

- そこで、毎年3月

各家に50年以上前に娘が生まれたとき、実家のおばちゃんからもらったおひな様を・・・蔵、押し入れから出し、久し振りに表の間に飾ってもらった。1ヶ月間

- 訪れる人にお茶など・・・話の花が咲く



他県からもお雛様が集まって



客数

来訪者 2007年 8150人、2008年 25700人
「昨年も来た」が15%・・・この数字の意味することとは？

それ以降、毎年40000人前後（ピークは、2010年：49000人）2020年：コロナで中止。2021年：11400人、2022年：12300人：団体バス来訪者がなくなった。

ボランティア参加者、当初：420人 その後毎年
のべ3500人、最近高齢化で減少、
おひなさまをかざる家は最初60軒、ピーク110軒、
その後少し減少。 2021年～規模縮小

感想

- ・ 来訪者感想：

住む人のやさしさと歴史を感じました。ボランティアの方々の楽しくて素敵なお話が一番印象に残っています。

- ・ 参加者の感想

3月は楽しい1か月だった、ずっとこれが続いたら良いのにと考えた。家に来られたお客さんの中で、昔のことを思い出されて、泣かれた方が...

野村さんの基本的な考え方1

- ・ 目標：明確に
- ・ みんなが参加、動くことで、参加することで、元気になる、町が元気、人が元気、商業が・・・
- ・ 時代をよむ、自己を知る：強み弱み分析
- ・ 数字の把握：数字はその時取らないと消えてしまう。客数、天候、気温

基本的な考え方その2

- ・ アンケート
- ・ 天候と客数、リピーター、ファン
- ・ 広報
ミニコミから・・・大手マスコミ、テレビまで
広報の3つの効果
- ・ 経済効果・・・消費額 × 客数 + アルファ

展開と課題

- 来訪の通年化
- 滞在時間の延長
- おひな様以外、かかしまつり(10月)
健康相談
- 食事の場の充実・・・通年化にもプラス
- じわりと効果・・・新しくできた店18軒

新しい観光振興をめざして

1. 地域資源とは

- 発見、発掘、創る、持ってくる
- もともとありながら見逃している
扇状地の水路、八幡堀、宇治川流派、……
つぶされ(ようとす)ることも多い

2. 地域おこし

- 見つけたら: 企画・取り組み、再生、新しい価値
- きっかけは…人の思い、危機感
- 必要なもの…眼、続ける、革新
- 各地に共通するものはなにか

地域資源、地域おこしの意義

これまでの日本と地域

- 高度成長期：工場の地方進出（企業誘致）
- 低成長期：公共事業により、地域を支える（ばらまき）
- その後、この両方とも無理（企業は海外へ、政府は財政危機）、さらに停滞の40年
- 地域独自の成長戦略が必要、
- アベノミクスの成果・・・？？？
- 地域も自分で考えて地域経済を維持しなければならない時代が来た。国もそう言う

事例に見る手作り型観光の特色

- 理念、なによりも、思い、危機感
- 目標
- 戦略
現状分析、強み弱み、資源、将来像
ターゲット、基本手段
- 実行計画：柔軟さ
- プラン、ドゥー、シー、データをとる、観察する

ターゲット、戦略

- 強み弱み分析

高取：弱みを強みに

まず、自分たちが地元の良さに気が付く

- 活用する資源

- ねらうのはだれ、動機

- 提供方法・手段、広報

目的をはっきり

- 目的がはっきりしているからぶれない
なぜ、するのか？：地域愛、自己実現、協働
の面白さ
客数が目的か？客単価、滞在時間か、??
老人が元気に
- 目的変更もはっきりわかるように：なし崩しは
× 量の追及から質への変更
- 目的と手段のとりちがえ、単なる客集め、金も
うけ

PDCA

- やってみて
- 協力者の意見
- お客様の意見
- 参加しなかった人の意見
- 新しいプラン作成・・・DOへ

- これをしないのは行政:exグリーンピア000

広報、マスコミ、SNSの活用

- 3つの効果

直接効果、家族、周りの人、行政

- 身近なところから ex ミニコミ誌

- わかりやすく紹介定期的に報告

記事文を作る

- SNSの活用

新しい視点

- 一人でも始める、仲間を募る、危機感の共有
- 外の眼、よそもの、都会帰り、外国人・・・多様性ということ
- やってみる・・・かみきたの部活、マルシェ
- 外国人、他地域との連携、外部の力

フェニックス大学、地域づくり支援機構

官製DMOの発想との同一性と違い

手づくり観光・地域おこしと将来社会

- 地域の住民の自発的な町おこし、地域おこし観光地づくり、農業の5次産業化
- 地域の活力向上・・・生き生きと活動、経済活性化
- 地域における新しい活動の担い手の登場
- 活動の中での多様な人々の協力、対等な関係づくり
- 地域における、企業や行政との協力と対立

町家の雛巡り

第16回 TAKATORI HINAMEGURI 奈良県・高取町

町家の雛めぐり

壺阪寺大雛曼荼羅

期間 令和4年3月1日～31日

アクセスは近鉄高取駅 徒歩10分
壺阪寺 敷下集客センター

高取町の伝統的町家、街並みに大雛曼荼羅を展示しています。



天授の鐘 大雛曼荼羅の歴史を伝える

壺阪寺 大雛曼荼羅公開

00764-52-1150

本年10月かかしまつり

