

地域人材ネット

マスコミも来訪者もファンになる街づくり

今村 まゆみ (いまむら まゆみ)

観光まちづくりカウンセラー



○ 登録者情報

所在地

東京都世田谷区

略歴

- ・1988年3月 早稲田大学教育学部卒業
- ・1988年4月 株式会社リクルート入社。1989年より14年間にわたり、国内旅行情報誌「じゃらん」編集部
に所属。うち6年間は、「じゃらんガイドブック」編集長を務める。
- ・2003年10月 同社を退職し、フリーランスで「街づくりカウンセラー」として活動し、地域アドバイザーや講演・
ワークショップを行っている。

○マスコミも来訪者もファンになる街づくり

取組の内容

<アドバイザー・講演・専門委員歴など>

①青梅・奥多摩広域観光まちづくり事業(東京都派遣スーパーバイザー)

2006年から3年間に渡り、年60日間現地に赴き、行政担当者、観光協会、地元商業者の皆さんと共に地域資源を見直し、青梅・奥多摩地区を「東京都の意外なヒーリングスポット」と位置づけ、旅行会社やマスコミの方々に向けたPR活動を行いました。ターゲットはアラサー(30歳前後)・アラフォー(40代前後)世代の女性達。町のニュースと、紅葉や梅など季節の見所と、アート体験・パワースポットめぐり・森林セラピーウォーク・レトロ商店街めぐりなどをからめ、季節を変えて、旅行会社やマスコミ関係者の方々に、地域の魅力を1泊2日で体験していただき、メディアへの露出アップを狙いました。

②愛知県 渥美商工会「渥美の貝づくし事業」アドバイザー

支援形態は年7回の会議でのアドバイス。大あさりをはじめ、平貝、アオヤギ、ミル貝、ナガラミなど1年を通して豊富に獲れる貝を地元の地域資源とし、飲食店や宿泊施設の皆さんが「貝づくしの店」として連携しました。その活動のなかで、昔からハレの日の家庭料理として登場していた「あさりの押し寿司」を作る家庭が少なくなってきたことに気づき、その味を地元を受け継ぎ、全国にも広げたいという野望を持って「あさりの押し寿司」の商品開発にも取り組みました。



「あさりの押し寿司」

実績

上記取り組みにおける実績・成果

①青梅・奥多摩広域観光まちづくり事業

・旅行会社およびマスコミ関係者へのPRツアー実施は全3回。参加者は約100名。約1年でメディアへの掲載は54回(広告費に換算すると約8000万円相当)。支援期間終了後、現在もメディアへの露出効果は続いています。

・この事業をきっかけに、各行政や商工会議所などの若手メンバーが、「攻め」の姿勢で街づくりに取り組み、頼もしい存在になっています。

②愛知県渥美商工会 渥美の貝づくし事業

・支援期間後も、地元の皆さんが継続的に事業を推進し、「貝づくしの店」は現在31軒が加盟。2010年には4月8日を「貝の日」と決め、1ヶ月半の間、飲食店や宿泊施設で割引などのキャンペーンを実施。

・「あさりの押し寿司」は、菜の花などのフラワーシーズンにあて、1月16日～5月30日の土日祝日・1日100本限定で町内8ヶ所で販売。

工夫した点や苦労した点

新しいことに取り組む時に、よくでる言葉が「忙しくて時間がない」「前例がない」「・・・だからできない」。そんな場面では「こうすればできる」「ここまでならできるのでは？」という視点で、粘り強くアイデアを出すようにしています。口数の少ない人や、若いメンバーの方が意外と素晴らしい発想も持っていることもしばしば。そんな一言を見逃さずに拾うようにしています。



雅楽の演奏 tour

ひとことPR

国内旅行情報誌「じゃらん」では、常に消費者視点・マスコミ視点で地域の魅力を捉えることを叩き込まれました。私がこれまで訪問した場所で、何ひとつ魅力が見当たらないエリアなど、ひとつもありません。小さな町のキラリと光る資源や人材を見つけ出し、メディアにつなげて来訪者を増やし、この国をすみずみまで元気にしたいと思っています。

○ 参考

取組の分類

地域人材ネットでは、登録者の取組を11の政策分野に分類しています(複数の分野に該当するものもあります)。

	1	地域経営改革		7	まちなか再生
○	2	地場産品発掘・ブランド化		8	若者自立支援
	3	少子化対策		9	安心・安全なまちづくり
	4	企業立地促進		10	環境保全
	5	定住促進		11	その他(
○	6	観光振興・交流			

連絡先

メールアドレス	mayu39gift[アットマーク]yahoo.co.jp	その他	
---------	-------------------------------	-----	--

※メールを送る際には[アットマーク]を『@』に変えてください。

戻る