

NEWS

近鉄長野線OnlyOne魅力発信プロジェクト

「地域のために何かできることはないやろか?」を合言葉に若手職員を中心に発足したTeamちほめん。

大阪府南河内地域に位置する富田林市で、**ちほめん×富田林市×近隣市町村のコラボ企画「近鉄長野線OnlyOne魅力発信プロジェクト」**が始動しました。

今回は平成29年8月29日(火)、10月12日 (木)に開催したワークショップの模様をお伝えします。

富田林市は、大阪市中心地から東南へ約20kmに位置し、 名所スポットとして、市の中心にある富田林寺内町(とん だばやしじないまち)があります。

富田林寺内町 (とんだばやしじないまち) は、戦国時代末期に整備されたもので、600軒の町屋のうち250軒ほどが伝統的な町屋造りで残存し、江戸時代から昭和初期のノスタルジックな街並みが残る、知る人ぞ知る名所となっており、大阪府で唯一、1997年に国の重要伝統的建造物群保存地区に選定されています。

また歴史遺産だけでなく、**自然豊かな環境を活かした大** 規模公園「府営錦織公園」や農業体験型公園「市立サバー ファーム」などが観光資源として整備されているほか、海 老芋という隠れた市内の名産品もあります。



富田林市の見どころ・名産品



※国の重要伝統的建造物群保存地区に選定



海老芋

※市観光協会HP、市きらめきミュージアムHPより参考引用

また富田林市は、昭和の高度経済成長期以降、大阪中心部まで電車で約30分という立地 条件を活かしベットタウンとして開発されていましたが、ここ数年は毎年1千人前後の人口 が減少しており、地域の賑わいを向上させるためにも、交流人口の増加が現在の課題となっ ています。

~プロジェクト始動のきっかけ~

平成29年3月7日に近畿財務局がグランフロント大阪ナレッジサロンとコラボして連続開催している地方創生セミナー(第7弾)の場で、当セミナーに参加していた富田林市都市魅力創生課の納さんから、「富田林市でも若者有志で地方創生の会議の場をもっているため、過去に近畿財務局と美浜町との間で実施した職員同士の意見交換会のような場を作っていただきたい」とのお声がけをしていただきました。

そこから「近鉄長野線OnlyOne魅力発信プロジェクト」へ繋がった経緯をお伝えします。

~企画案の検討~

最初の段階では、地域の課題を若手職員同士で話し合う意見交換会を検討していましたが、 企画担当者としては、**さらに踏み込んで、地域のため、自治体が直に直面している事業の支** 援ができないかという思いを持っていました。

そういったお話も交えながら改めて富田林市の納さんと企画の検討を 進めていたところ、より具体的に進めている事業のお話をいただきました。

富田林市では、継続的な人口減少を背景に、交流人口の増加も課題のひとつと考えており、昨年度から"OnlyOne魅力発信事業(観光プロモーション媒体(冊子・動画)の作成等)"にチャレンジしているとのこと。この事業は20~30代の若い女子や外国人をターゲットとして交流人口の

増加を狙った事業であり、効果を高めるために富田林市の若手職員が集まってアイデアを出し合う検討会議があったそうですが、会議を進めていく中、市職員だけでなく、外部の人の声も参考にしていければより事業に効果的なアイデアが出るのではないかと考えられたそうです。

そのような中、富田林市の納さんから、「特にちほめんは若手有志メンバーと聞いており、 この事業のターゲットの同世代でもあるので、いいアイデアが出ると思う。

この検討会議にちほめんも参加していただいて、一緒に OnlyOne魅力発信事業を盛り上げて頂けないか」という 嬉しい話をいただきました。

こうして、本検討会議へのちほめんの参加が決まり、

私達ちほめんの意見が、形式的な意見交換会の枠を超えて、

富田林市の事業推進に直接役に立つ可能性を持つ企画の土

台が出来上がりました。企画担当としては、嬉しい思いと同時にしつかりとメンバーを揃え て構成していかないとという身の引き締まる思いとなりました。

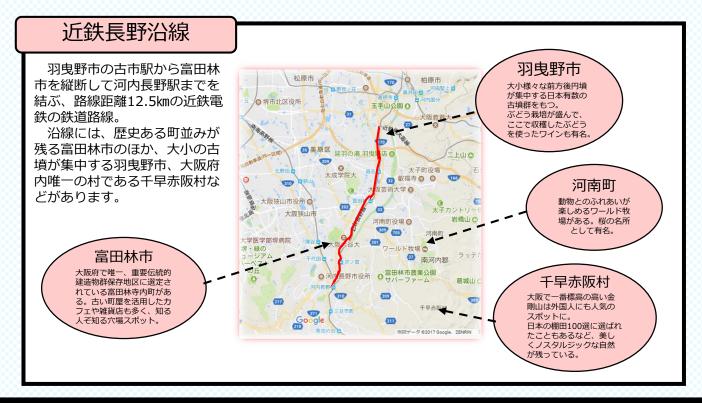
~OnlyOne魅力発信事業とは~

富田林市版地方創生総合戦略に掲げる基本目標のひとつに"多くの人が訪れるまちの魅力を 創出する"を掲げ、豊富な歴史的資源や豊かな自然環境を活かして、多くの交流人口を呼び込 み、にぎわいのある魅力的なまちを形づくることを目指すとしています。

富田林市を通っている近鉄長野線を軸に、南河内地域を面として地域に点在する様々な観光資源などを他所とは異なる富田林の「OnlyOne」の魅力としてPRし、知名度の向上、交流人口を獲得するとともに地域経済の活性化を図ることを目的として、"OnlyOne魅力発信事業"がスタートしました。

2017年度は高速オフセットとJ:COMが共同で、ターゲットである若い女子や外国人観光客らが興味を引くプロモーションビデオを作成しYouTube等で公開したり、 J:COMの強みであるケーブルテレビを使ってCMを放送したり、観光冊子(ガイドブック)を作製し主要な箇所へ配布することが計画されています。

「れきし おいし とんだばやし」をキャッチフレーズに、大阪主要都市で留まっている観光客を富田林市や近隣市町村を含む近鉄長野沿線まで呼びこむ計画となっています。



~より実効性のある企画内容を~

富田林市 納さんと事前相談を重ね、以下の通り、実効性を高める企画作りに努めました。

ポイント1 ちほめんメンバーの選出

ちほめんの出身地やゆかりの地を登録している、「ちほめんふるさとリスト」を片手に居住地や出身地、**富田林市に馴染みがあり魅力創出のアイデアをたくさん持ってそうなメンバーをピックアップ**。

みなさん「富田林市のPR事業に力添えできるなら」と二つ返事でOKをしてもらいました。 また、今回のプロジェクトのターゲットには外国人も含まれることから、2回目のワーク ショップからは、関西国際空港に出向経験のあるちほめんにも協力してもらいました。

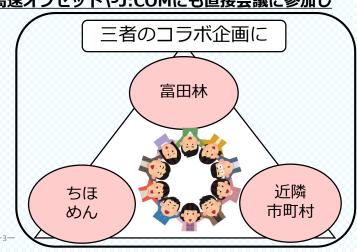
ポイント2 事業の請負業者が直接会議に参加

検討会議で出た生の声を反映してもらうほか、アドバイスをその場で頂戴することで会議の 実効性を高めるために、**同事業を手掛ける高速オフセットやJ:COMにも直接会議に参加し**

ていただくことにしました。

ポイント3 富田林市だけでなく周辺自治体 も巻き込んだプロジェクトに

この事業は近鉄長野線を軸として交流人口の増加を目的としたPR事業です。富田林市を中心とした近隣市町村もPRの対象地域となっていることから、近隣市町村ならではの意見を取り入れるためにも、富田林市近隣市町村(羽曳野市、河南町、千早赤阪村)にも参加していただき、「富田林市×近隣市町村×ちほめんのコラボ企画」という内容で決定しました。



~ワークショップの始まり<u>~</u>



~プログラム~

- 1. 富田林市都市魅力創生課 渡邊課長 挨拶
- 2. 近畿財務局の地方創生に係る取組の紹介
- 3. Оп І у Оп е 魅力発信事業の概要と取組
- 4. 委託事業者からの事業説明
- 5. ワークショップ(2回に分けて実施)

富田林市(13名)、羽曳野市(2名)、河南町(1名)、千早赤阪村(3名)、ちほめん(10名)、委託事業者(4名)【J:COM、高速オフセット】の計33名が参加しました。

富田林市都市魅力創生課 渡邊課長 挨拶

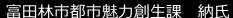
富田林市には、寺内町や収穫体験ができる農業公園サバーファームなど他市にはない魅力がある。

このあたりを活用して外国人含め多くの観光客に魅力を伝えていきたい。 また、昨年度から実施しているOnlyOne魅力発信事業では、大阪府では めずらしい近鉄長野線の単線を逆に強みにし、この沿線を軸として魅力を 発信していきたい。

今回のワークショップの成果を魅力発信事業に反映していただいて、最終的に南河内地域全体を面として魅力発信につなげていければと思う。



「OnlyOne魅力発信事業」の概要と取組





富田林市だけでなく近隣市町村を含め面でとらえて、交流人口増加に向けた取組であり、主なターゲットは20~30代女性及び外国人。 このワークショップを通じて様々な意見、アイデアを富田林市職員だけでなく外からの意見を取り入れて、よりよい事業になればいい。

事業提案の内容説明

株式会社J:COM 中村地域プロデューサー

地域プロデューサーということで、近畿財務局と同じく「あなたの地域の活性化をお手伝いいたします」のスタンスのもと、地域のイベントやお祭りを取材したり放送したりしている。

また、ターゲットを若い女性や外国人に絞り、若い女性が好きそうなインスタ映えするようなお店を紹介したりフォトコンテストなどを開催する予定にしている。

J:COMとしてもこのようなお手伝いを通じて富田林、またその周辺市町村が元気になれればという思いで頑張らせていただく。



~第1回ワークショップの内容

平成29年8月29日(火)実施~

YouTube等で公開する動画について、班別でアイデア出しを実施しました。

テーマ1 外国人や若い女子が見たときに、**ウケのいい動画とは?** (観たい動画、見たくない動画)

テーマ2 YouTubeにアップした動画を、**どのように拡散させるか?**

テーマ3 富田林市や、南河内地域がこうなれば魅力的だな



テーマ1. ウケのいい動画

- 「台詞や説明文が長い動画はウケないだろう。 ぱっと目が引くような動画がいい。」
 - ⇒「台詞がなくても映像だけで内容が分かる ようなPR動画のほうがウケるのでは」 「最初の5秒でインパクトのある オープニングをつけたらどうか」 「頭出しにテーマ静止画はどうか」

テーマ2. どのように拡散させるか

- 「発信するタイミングも重要ではないか」
 - ⇒「イベントに合わせての発信はどうか」 「それなら告知冊子にリンクを掲載」



テーマ1. ウケのいい動画

○「"謎を残す"というのはどうだろう。

見ている人からすると、行って答えを探し たいという興味を喚起できるのでは」

- ⇒「それなら"続きは○○で"といった 現地名を入れたフレーズで動画を 締めるのもいいのでは!
- 「外国人や女性に人気の被写体が映って いれば良いのでは」
 - ⇒「外国人に人気のアニメの作家や声優を出演させるのはどうか」 「地元の著名芸能人はどうか」



テーマ1. ウケのいい動画

- ○「"日本らしさ"を全面的なイメージとして 出せれば、外国人にウケがいいのでは」
 - ⇒「あえてモノクロの動画はどうか」 「浴衣の女子を映してはどうか」 「"和"を感じつつ、耳に残る音楽が 効果的だと思う」

テーマ2. どのように拡散させるか

- 「口コミで広げられないか」
 - ⇒「まずは地元から拡散できれば」 「観光協会にお願いできないか」



テーマ1. ウケのいい動画

- 「地元の観光資産を、絵になる見せ方で 上映できたら、何度も見たくなるのでは」 ⇒「世界の車窓になぞらえて、近鉄長野 線の車窓からの風景はどうか」 「金剛山の空撮も絵になるのでは」 「BGMにこだわるとさらに効果が」
- テーマ3. 南河内地域がこうなれば魅力的だな
 「親しんでイメージできるツールがあれば」
 ⇒「イメージソングを作ってはどうか」

白熱した意見交換の後、班別で発表を行った結果、主に以下のアイデアが提示されました。







テーマ1. 外国人や若い女子が見たときに、ウケのいい動画

- 台詞や説明文を少なくし映像メインの動画
- 最初の5秒間で、食いつきの良いオープニングが効果的
- "謎を残す"ことで、富田林や南河内に行ってみたい興味を喚起
- "日本らしさ"の雰囲気が全面的に出る動画(モノクロ・浴衣女子)
- 外国人にウケの良いアニメの作家や声優が出演する動画
- 近鉄長野線の車窓など、絵になる風景を撮影(和を感じるBGM)

テーマ2. YouTubeにアップした動画を、どのように拡散させるか?

- イベント前に、告知と連動させるタイミングで発信
- 観光冊子や、観光協会を始めとする多くのHPにリンクを貼ってもらう
- タグ名を工夫して、検索に引っかかりやすいようにする

テーマ3. 富田林市や、南河内地域がこうなれば魅力的だな

- 富田林市を中心に、南河内地域のイメージソングを作成
- 人の優しさで、南河内地域全域につながりが広がれば魅力的

~第2回ワークショップの内容

平成29年10月12日(木)実施~

広く一般に配布する観光冊子について、班別でアイデア出しを実施しました。

テーマ1 製作冊子の配布方法・配布場所

外国人や20~30歳代女性へ配布できる場所・機会

テーマ2 製作冊子の内容

外国人や20~30歳代女性が興味を持つ企画や、冊子の魅せ方



テーマ1. 製作冊子の配布方法・配布場所

- 「関西の訪日外国人の玄関口は、ほとんど が関西空港 |
 - ⇒「関空の到着口から鉄道切符売り場までの間で配布することで、行き先を決める前の観光の選択肢として効果的」「レンタカー利用客も増えているので、窓口や阪神高速のPAでの配布は」「USJへ行く訪日客も増えているので、最寄り駅での配布はどうか」

テーマ2. 製作冊子の企画・冊子の魅せ方

- 「訪日外国人の傾向としては、体験を主体とした着地型観光と、SNS発信」
 - ⇒「南河内地域には大阪には少ない味覚狩り体験が多い。城山オレンジ園には人気の店主も」 「SNS向けのフォトスポット特集を設け、プロが撮影した写真だけでなく、観光客が撮影した 写真も提示し、これは観光客がSNSで発信したものです」と明示してはどうか。

なお、今回A班に参加した企画係の西津係長は、事前に外国人の興味を引く冊子の一例として、関西空港出向時の経験をもとに、訪日外国人の最近の傾向(著名でない観光地のSNS発信)に合わせた冊子のイメージ案を事前に作成の上、持参しており、ワークショップの参考に使用しました。



※イメージ案の内部の写真は市観光協会HPより参考引用

ポイント1.

外国人が発音したくなる"日本語"を見出しに 1 単語で地元をイメージできる単語で

☞ "GION祇園"や"ARASHIYAMA嵐山"といった 外国人が発音したくなる名所の単語同様、 "JINAIMACHI寺内町"という単語は、富田林市 の街並みを一言でイメージさせる可能性

ポイント2.

富田林市の寺内町が"大阪で唯一"の重要伝統的 建造物群保存地区であるウリを明示

☞ In Osaka-fu, the only という表現で、
「大阪で行くなら本物のココ」というイメージ

ポイント3.

関空からのアクセスが、乗り継ぎ1回最短60分であることを、分かりやすいイメージ図で明示

愛 数多い観光地のパンフレットの中から、

「関空から近い」というイメージを

分かりやすく明示



テーマ1. 製作冊子の配布方法・配布場所

- 「若い女子に思わず手に取ってもらえる 場所で配布することが必要」
 - ⇒「昨年、千早赤阪村でも同じように 冊子を作って配布したが、大阪市内 の美容室やカフェに配架すると好評 ですぐに配り終えた。(千早赤阪村職員)」 「女子大や外大、芸大など大学生は 時間はあるため大学などで冊子を配 布すると"行って見よう"と思ってくれ るかも。」

テーマ2. 製作冊子の企画・冊子の魅せ方

- ○「大前提で共通していることはインスタ映え、フォトスポット、フォトジェニックだと思う。」
 - ⇒「地酒は最近若い女子に人気。瓶やパッケージが可愛いのでインスタ映えすると思う。」 「女子は珍しいものに食いつく。富田林にある恋愛成就のお堂は不定期にしか開いてない ので、いつでもいけないことを逆に強みにPRしていけば興味を持ってもらえるのでは。」

第1回同様に意見交換は白熱し、班別で発表を行った結果、主に以下のアイデアが提示されました。



テーマ1 製作冊子の配布方法・配布場所

- 訪日外国人の玄関口である関西国際空港、特に電車の切符売り場より前の動線で配布
- レンタカー利用の外国人が増加しているため、借受窓口や阪神高速 P A 等で配布
- 外国人がよく利用するホテル・宿で配布(観光案内チラシラックに掲示依頼)
- 本屋のガイドブックコーナー近くに配布 有料のガイドブックと違い無料という強み
- 大阪市内中心街のカフェや美容室など女子が集まる場所に配布。〔千早赤阪村の先例〕

テーマ2 製作冊子の内容

- 訪日外国人の目を引く、移動時間の短さ、特に空港からの移動経路図(単純化)を明示
- 寺内町の特集を行い、"大阪で唯一"の重要伝統的建造物群保存地区である売りを英語表記
- 大阪府に少ない味覚狩りや、地場産品を使った工芸体験、スーパー銭湯など体験型観光プラン
- SNSフォトスポットやインスタ映え特集のような"写真"をメインにした内容
- 恋愛祈願やパワースポットに絡めた市内・近隣の名所を紹介

~ワークショップを終えて~

参加者の声

- ●地元のことなので何でも分かっていたつもりだったが、今回は外部のちほめんの方が参加して意見交換したことで、富田林について改めて考える機会が持て、勉強になった。
- ●ちほめんの方も同世代ということで、班全員が意欲的に意見交換に参加していたので、 活発な意見交換ができた。
- ●実際に動画や冊子を作成する事業者の方も参加していただき、単なる意見交換だけでなく、 私達の意見が直接事業につながるということで、みんな真剣に考えることができた。
- ●外の方との交流の場はとても刺激になるので、ぜひ続けてやってほしい
- ●他市町村の方がどう思っているのかなどがわかって新鮮だった。南河内頑張りましょう!
- ●何か作るときは作るだけで終わらず、作ったものを活かせるようにしていきたいという 想いは市役所の方も財務局(ちほめん)の方も事業者の方も一緒だと感じた。

ワークショップ終了後は、名刺交換をしたりお互いの仕事の内容を話たりと、交流を深めていました。

2時間のワークショップを通じて、私たちちほめんと複数の自治体との若手職員同士の繋がりができました。

今後も継続してお付き合いをさせていただくことで、 私たちちほめんが地方創生の支援を進める上で、いろいろと 地域の視点からのアドバイスを頂戴することもあるでしょう し、逆に自治体の皆さまが業務上お困りの場合は、いつでも 相談していただければ幸いです。

今後、各々の仕事をしていく上で、大きな財産になった のではと感じています。



委託事業関係者の感想

- ●芸能人などが出演してもらえればヒットするかもしれないが予算がかかる。 今回はいかに"アイデア勝負"でできたらいいと思っている。 世界の車窓からというアイデアは「おっ!」と思った。近鉄電車がどこまで協力して もらえるかによるが、そういうものができればいいなと思う。(J:COM 中村氏)
- ●"ローカル電車でいくスポットめぐり"のような特集なんかは面白いと思った。 今回出た意見を参考に、ぜひ紙面の中で反映していければと思う。 冊子の効果を高めるために、お店のクーポン券を入れ込むことで、クーポン目当てに人が 集まるといった仕掛けも考えているので、期待していただきたい。(高速オフセット津守氏)

最後に

今回のプロジェクトは富田林市の事業に我々ちほめんが参加させていただくという、図々しいプロジェクトでしたが、担当課の都市魅力創生課だけでなく、人事課など様々な方が快く受け入れていただいた結果、このようなプロジェクトを始動させることができました。ありがとうございました。

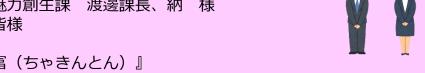
富田林市や近隣市町村の職員の方と一つの事業に向かって意見を出し合うといった経験は、 我々ちほめんにとっても、大変貴重な経験となりました。

この事業のターゲットである20~30代と同世代のちほめん。我々外部の人の意見が少しでもお役に立てれば嬉しく思います。

このプロジェクトは29年度を通して参加させていただく予定にしておりますので、引続きご協力できることがあれば一緒にOnlyOne魅力発信事業を盛り上げていきたいなと考えております。

今回の企画でお世話になった方々、本当にありがとうございました。

富田林市市長公室都市魅力創生課 渡邊課長、納 様 ワークショップ参加の皆様



T (チーム) 『チャ近富 (ちゃきんとん) 』 向日、狩野、高橋、金子、西津、谷口、河野、對中、神谷、黒木