

地域で生きる人が喜ぶ観光プロジェクト

くまモンに興味があっという間に調べているうちにこの小山薫堂氏の著書に出会いました。とってもいい本ですよ。経営者・ビジネスマンにお勧めです。心がほっとします！

参考著書「小山薫堂 幸せの仕事術」NHK 出版

僕は、2010年から、出身地・熊本県の「くまもとサプライズ」という地域振興キャンペーンにも取り組んでいます。2011年3月の九州新幹線全線開業を契機に、大々的にキャンペーンを行うにあたり、熊本県と市民団体で組織した「新幹線元年委員会」のアドバイザーとして呼ばれたのです。この打診があった当時、まず県庁の職員に言ったことがあります。

それは、「**県民の意識改革のためのキャンペーンをやりたい。それを許してくれるなら僕はやりま**す」ということでした。

金谷ホテルもそうですが、特に、地方の観光キャンペーンというのは、離れた人間がやるより、やはりそこで暮らしている人たちみんなで行うのがいいと思うんです。

そのためには、地域の人々の気持ちを変えるということが、最大の使命ではないかと思ったのです。地域の人を第1に考えた背景には、こんな思いがあるんです。観光客が増えれば、観光業に携わる人たちには直接的なメリットがあるからわかりやすいのですが、いくら「外」からお金が入ってきたとしても、経済効果が地元へ還元されるまでには、相当な時間がかかるわけですよ。それも遠回りな気がする。さらに、観光業に携わっていない普通に暮らしている人にとっては、人が大勢押し寄せることで町が汚れたり不便になったり、むしろ迷惑になることも多々ある。

そもそも、僕は最近、観光客誘致というものにやや懐疑的なんです。

あらゆる地域が、とにかく外から人を呼べば幸せになるだろうと「うちはいいところだから、おいでおいで」と言っている。その割に、地元の人たちは、その「いいもの」をさほど満喫していないような印象を受けます。

僕は高校生まで熊本県の天草に住んでいました。当時はどうしても「熊本って田舎だな」と思ってしまい、都会が輝いて見えたものです。

しかし、いざ東京に出てみて、「いままでなんていいところに住んでいたんだろう」とはじめて地元の良さに気付いたんです。時々田舎へ帰ると、「水がこんなにおいしかったんだ」「こんなに豊かな自然があったんだ」と再発見するんです。

この自分の驚きを、まずは、いま熊本に住んでいる人たちに教えてあげたいなと思いました。つまり、観光をひとつの理由にして、みんなが自分の地元を好きになれるようなキャンペーンを展開するのが、一番幸せなことではないかと思ったんです。

日常の価値の再発見が観光資源に

くまもとサプライズでまず最初に取り組んだのは「くまもとサプライズ大賞」という県民からアイデアを募集するコンテストです。そのコンセプトは、自分たちが日常を見回した時に、「これは県外にいる人もびっくりするだろうな」「熊本のこれ、すごいだろう！」とみんなを驚かせ、幸せな気持ちにさせるものを発見し、自慢しようというもの。

日常の中にある価値の再発見によって、ひとつの観光資源が生まれるのではないかと思います。ホームページで募集をかけたところ、合計1000通異常もの応募がありました。

大賞を取ったのは、「熊本駅で赤帽を復活させよう」という主婦らのグループからのアイデアです。昔、列車の駅には赤帽というサービスがあり、到着した人の荷物を改札まで運んでくれる人がいたんです。それで、主婦の方たちが中心となって、現代版「赤帽」となり、熊本駅に到着したお客様の荷物を運んだり、観光案内をする、おもてなしのサービスをつくるというものです。

その他に、いいなと思ったのは「日本一挨拶のできる小学校がある県」という、子供たちから届いたアイデア。熊本の小学生は、登校途中にすれ違うと「おはようございます」と必ず挨拶するんですよ。そういう教育をしている学校がたくさんあるんです。

僕が好きだったのは、樺島熊本県知事が「天才バカボン」のパパに扮装し、町を歩きながら「熊本はいいのだ」と熊本をPRするというアイデア。

バカボンのパパは、漫画で熊本出身という設定なんです。知事って、ちょっとバカボンのパパに似ているんです（笑い）。

70幾つの方ですよ、それを考えたのは。すばらしいな、と思って小山薫堂賞をあげました。

知事も「やる、やる」と言っていたのですが（笑）、残念ながらそれは実現しませんでした。

僕はいまだにやったほうがいいと思っているんですけども。

みんなの「くまもとで、まってる。」

「くまもとで、まってる。」は、キャンペーンの集大成としてつくった16分54秒の観光PRフィルムです。九州新幹線の開通によって戦略室が解散することになり、最後に残っていた予算の300万円で作りました。

普通、観光フィルムというと、観光地を紹介するものが多いですね。

でもこれには観光地はほとんど出てこないし、新幹線も出てきません。

この映像で紹介したのは、球磨村ただ一人残る渡し船の船頭さん、阿蘇の写真を撮り続けるカメラマン親子、山鹿市にある101年の歴史を持った芝居小屋「八千代座」で踊る101歳のおばあちゃん、熊本の風景を切り絵にする切り絵師、天草市で漁をする漁師とその孫、の五組。熊本県で普通に暮らしている人たちに焦点をあてた、ドキュメンタリー映像なんです。

まずは熊本県の人が見ることで、「ああ、俺、いいところに住んでいるな」と、改めて熊本のよさに気づいてもらえるものにしたかった。ですから、予算は限られていますが、作るからには多くの県民に見てもらわなければならないのです。

そこで、僕はこのフィルムをつくるにあたり、制作段階からNHKを含む5局のテレビ局を巻き込んで県民にPRしてもらおう作戦を考えました。

周囲の人のつてを辿って、各局から一人ずつ現場の若手ディレクターを探し当て、その人たちに個別にお願いをしていったんですね。彼らに伝えたのは、もう本当に正直な気持ちだけです。

「僕一人ではできないのでお願いします!」「熊本のためにあなたと一緒にやりたいんです!」と。

そして、我々がそれぞれの場所でロケをしていると、各局が取材してくれて、その模様を逐一、

「今日はこの部分の制作をしています」とニュースなどで報道してくれました。

さらに、映像が完成すると、3局が16分54秒ものコンテンツをフルで流してくれて、NHKは特番までつくってくれたんです。

その結果、「くまもとで、まってる。」は多くの県民の目に触れることとなり、みなさん、本当にこれを好きになってくれました。

「わあ、いいところに住んでるな、俺たち」

「こんなにいいところがあったのか」と思ってくれたんですね。

また、その映像をYouTubeにアップしたことで、大勢の人が「この動画を見て!」という人々に発信し、全国へと広まっていったのです。

この夏、「くまもとで、まってる」が国際短編映画祭「ショートショートフィルムフェスティバル & アジア」で観光映像大賞を受賞するという、うれしいサプライズがありました。

これはまさに、自分たちの町をいいなと思う気持ちが広まって、それが外から評価されたということ。何より熊本県の人たちが本当に喜んでくれたのが、僕もうれしかったですね。

コメント

くまもとサプライズ! 「くまもとで、まってる」いいですよ。心が温かくなり、泣けます。

熊本城や阿蘇山などの観光地という「モノ」を売るか?

黒川温泉や球磨川下りなどの体験という「コト」を売るのか?

そこに住んでいる人たちの想いや文化を通しての「ストーリー」を紹介するのか?

ストーリーの大切さを痛感します!

誰かを「まってる」

誰かに「よろこんでくれるとうれしい!」

そんな幸せを感じます。

くまもと 行きたくなりました~!

下記、ショートフィルム「くまもとで、まってる。」

是非一度、見てみて下さい。

あなたの心があつたかくなりますよ~。

[kumamoto surprise film ? くまもとで? まってる?? - YouTube](#)

www.youtube.com/watch?v=gl02kvwAKFE