

論壇 ●まちづくり●



# 手づくり・継続・まち歩き

～当世観光イベント事情～

プロデューサー  
(観光／イベント／マーケティング)

茶谷 幸治



## ■ イベントって？

社会的な生活や個人的な暮らしのなかで生起する「できごと」を、いまでは一般にイベントと呼んでいます。歌手のコンサートもスポーツの競技会も、家族の誕生会も卒業式もみんなイベントです。イベントはその社会のトレンドを表現するものであるし、人生を演出するものでもありますから、イベントの存在しない社会は無味乾燥で面白くないし、イベントの不足している人生はさびしいものです。適度なイベントが人間生活を豊かなものにしてくれるのは間違いないでしょう。しかし、なんでもかんでもイベントが派手にあればよいというものではありません。画一的にイベント参加を強制するのは全体主義社会です。内容の乏しさを隠ぺいするためにイベントで目くらましするのは「ごまかし」というものです。近頃は、イベントによる「ごまかし」もかなり目立つようになってきて、心のこもった社会や人生に必要な本物のイベントが隅に追いやられているように思えます。

## ■ 日常性のイベント

自宅で家族そろって食卓を囲むのは、無理して豪華なレストランに出かける

よりもすばらしいイベントになり得ます。ダイヤモンドの指輪より缶ジュースのリングでプロポーズするほうが、彼女のこころをときめかせるのと同じでしょう。現代社会は政治経済から趣味風俗まで、とかくイベント化される風潮があります。しかしそのことへの反動でしょうか、とつてつけたような非日常のイベントよりも、日常の生活感覚を大切にするイベントが評価されるようになってきました。



大都市でも盛んなまち歩き (大阪夕陽丘)



旭山動物園は手づくり

横浜の開港150年祭が、期待したほど集客できなかったそうです。一方で、手づくりの運営に徹した旭山動物園（旭川市）が、一時は年間20万人までに落ち込んだ入場者数を200万人を超えるまでに回復させました。長崎で実施された「まち歩き」の博覧会（長崎さるく博）が、低迷していた長崎への観光客数を劇的に回復させました。昔からあるそのままのまちをガイドさんに案内されて歩くだけというイベントに、延べ700万人以上の人々が歩いて、その中から強烈な長崎ファンも増えていきました。

考えてみれば、自由の女神が気に入ったから、もう一度ニューヨークに行きたいという人はまずいないけれど、グリニッジビレッジの街並みとそのジャズがたまらなくよかったから、もう一度行ってみたいという人はうんというで

しょう。名所旧跡なんてこの程度のもので、そのまちを好きにさせるのは、まちそのものなんですね。

### ■ 観光集客と継続性 ■

観光イベントもこのとおりで、有名歌手を東京から呼び寄せて集客するというような貧しい企画力では、いつまでたっても地域の魅力が形成されないでしょう。そこに暮らしている人々の笑顔が素敵で、地産の食べものがおいしければ、人々はおのずとそこへ集まります。そして、花火大会には必ず大勢のひとが集まりますが、終わるとすぐにどこかへ消えていつてしまします。

伝統的な祭りは、一夜の花火大会ではありません。半年も前から気分を昂らせ、その日のために生きてきたと思われる人々のエネルギーが結集される。それを毎年繰り返すことで次の世代へその土地の息吹が受けつがれていく。このような祭りこそ、日本人が誇るべきイベントであり、祭りへの集中力を地域全体で高めることで、まちに生きる文化が磨かれていく。イベントの継続性とは、単に毎年繰り返せばいいというものではなく、そこに結集する市民のエネルギーの高度な質が継続されなければならないのです。



伝統的な祭りは理想のイベント（新居浜）

### ■ 「まち歩き」の流行 ■

いま、「まち歩き」が全国的に流行しています。それは名所旧跡をたどるウォーキングではなく、まちの日常を楽しむ「まち歩き」です。そこに地域のお祭りがあれば、特別版まち歩きができます。住民の吐息がはつきりと聞こえるからです。その土地の人々に案内してもらうと、来訪者とそのまちとの濃密な交流が生まれます。これからの観光はこれです。そのうえで名所旧跡が光っていれば申し分ありません。