



市観光協会事務局長
小野木邦治さん

「魅力の再確認とPRが観光活性化の鍵」

「夕陽がかなえるバレンタイン」は、まちの観光を何とかしたいという島田さんから観光協会会員の、御前崎に対する愛が形になったものだった。まちの観光を活性化するにはどうしたらいいか。私たちには何ができるのか。市観光協会小野木邦治事務局長に話を聞いた。

地域資源を最大限生かす

このまちに住む誰もが、御前崎は自然豊かで、観光には持つてこいと感じていると思います。私もそう思います。魅力ある観光資源がとて多いですからね。その一方で、観光は著しく衰退しています。合併前の平成元年は、両町合わせて約413万人もの観光客がこの地を訪れていました。それが平成21年度には約211万人に減少。20年間で観光客が半減しています。20年度と比べても約一割減。何とかこの現状を打破しなくてはなりません。どうしたら観光客を呼び込めるか。その鍵はやはり地域資源の活用だと思えます。このまちにしかない唯一無二の魅力を生かすのです。

都会は何でもそろっていて便利です。交通の利便性も御前崎よりはるかにいい。御前崎を訪れてもらうには、このまちにしかないもの。このまちだからこぞできることを売りにするしかありません。それがこのまちのセールスポイントなのです。

夕陽がかなえるバレンタインイベント時に実施したアンケートには「とてもすてきなイベン

トでした。また来たいです」「御前崎にこんなに素晴らしい場所があるとは知らなかった」「こぢんまりしているけど、そこがとても良い」などと記されています。夕日と恋人の聖地という御前崎ならではのコラボレーションが参加者の心をつかんだのです。

全員でPR作戦

魅力ある場所でも、観光客が知らなくては訪れることはありません。御前崎の良さを体感してもらうこともできません。以前、観光客が「御前崎ケーブパークへ行きたいんですけど、地元の人もどこか分からないみたいで」と本協会を訪ねてきました。そんな状態で観光が活性化するはずがありません。みんなこのまちが大好きで、観光が盛り上がりつつほしいと感じていると思います。私たちも市内外へ積極的に御前崎をPRしていきます。住民の皆さんには案内人になってほしいのです。

イベントへ訪れた人の中には、お土産屋でイベントを聞きつけて、参加してくれた人もいます。待っている観光客は訪れません。御前崎市民全員でPR

していければ、もつとまちの観光は活性化すると思います。キーワードは魅力の再確認と積極的なPRですね。



直筆アンケート

