

IKGの旅館経営再生塾

第201回 地域SNSが観光地を変える？

㈱飯島綜研 代表取締役社長 孫田 猛

観光地の活性化や再生の動きが、全国で同時進行している。先般政府から発表された「地方の元気再生事業」においても観光関連の事業が複数採択されている。

地方を元気にしようとする動きは、逆に言うと雇用や財政、経済面において多くの地方・観光地が疲弊している現状がある。

そんななか、多額の補助金が投入され、地域や観光地の活性化にむけて、様々な取り組みがなされるのは結構なことである。

さて、肝心なことは、これらの補助金を使ってどのように活性化していくかである。今までの多くのパターンが、商工会や観光協会、行政が主体となり、地元有識者と学術経験者が入り混じってのメンバーがお決まりの会議を開いて、そのとき思いついた意見を言い合って終わりというのを、ただただ繰り返してきた。

体裁のよい報告書をシンクタンク系のコンサルタントが作成し、表紙を変えればどこにでも通じるかのようなものに、何百万円もかけ、そして結局はイベントとハード整備以外ほとんど行われずに、事務局の書棚に放り込まれるという繰り返しである。

このメンバーでこの発想、そして責任の所在は不明確。これでは何も変わらないのではないか。

そんななか、新しい動きを紹介したい。それはソーシャル・ネットワーク・サービス(地域SNS)と呼ばれる、社会的なネットワークをインターネット上で構築するサービスである。友人・知人間のコミュニケーションを促進する手段や場、あるいは趣味嗜好、居住地域、「友人の友人」といった他人とのつながりを通じて新たな人間関係を構築する場を提供している。

地域SNSサイトの平均参加者数は約千三百人だという。千人を超えたあたりから自立したコミュニケーションの活性が実現したという声が多いようだ。

実体験では、誰かがこんなことをしようとサイトだけで呼びかけたら、それに賛同したボランティア、NPO、学生、一般市民が一挙に組織化される力を持っている。ふだん接することのない人たちから思いもよらぬ活性化のアイデアが出て、あっという間に実現するパワーは特筆したい。

すでに立ち上げられている地域SNSのサイトを是非一度除いてみてほしい。活性化の新しいパターンの可能性があるのではないか。

<http://ik-g.jp>
magota@ik-g.jp