

特集 チャンスは逃さない!

「いわてDC」を機に 盛岡を全国に発信しよう!

1月20日(金) 同会議所主催「ブレいわてDC
がんばりミネーション」の点灯式が行われました。
幻想的な灯りは、道行く人の心を和ませます。



観光・国際経済文化交流委員長・阿部正樹さん。

いわてデスティネーションキャンペーン(以下いわてDC)開催まで約2カ月。盛岡商工会議所では、観光・国際経済文化交流委員会が中心となり、「いわてDC」受け入れにおける「地域商工業者等の対応」について提言をまとめました。今回は、その概要と提言の背景にある考え方について、観光・国際経済文化交流委員会の阿部正樹委員長にお話を伺いました。

DCに主体的に参加しよう

震災によって開催が危ぶまれた「いわてDC」は、取り組みスタートが遅れたものの無事実施することになり、具体的な取り組み準備に入っています。もともとJ R 6社が始めたキャンペーンですが、DCは岩手県を全国にPRできる絶好の機会。ビジネス面から見ても大いにメリットがあります。

岩手県でも「いわてDC推進協議会」を立ち上げていますが、その主な役割は指針を出すこと。観光関係者や宿泊業者は当然ながら、われわれ地元商工業者が実働部隊としてパワーを発揮しないとDCは成功しないのです。

温泉地、観光施設などではそれぞれで取り組みを考えていますが、震災の影響

もあり県が統一テーマを掲げて全国に打って出ようというところまでは難しい。だから岩手をどうアピールするのかわからないという課題もあります。「おもてなしを大切に」とはいつても、岩手に限らず全国各地が同じようにおもてなし実践に力を注いでいますから、盛岡らしさを訴えるためにはどうしたらいいか、大きなテーマになってきます。

会議所の中に観光・国際経済文化交流委員会があります。ですから会議所がこのDCを見逃す手はない。そこで個々の商工業者の考えや活動の方向性を合わせ、実働性を高めるため、作ったのが「いわてデスティネーションキャンペーン」への地域商工業者等の対応」という提言書です。

岩手県にお客様を呼ぼうと上げた狼煙。その掛け声に続き具体的に誰がどんなことをやるのか。地域商工業者ができることは何かという論議の中で、動きだす目印となる旗にしようと提言書を作りました。

商工業者に必要なこと

今回の提言は、商工業者の皆さんがDCを機に新たなビジネスチャンスを生むため、観光客への取り組みを例として提

案したものです。7つの項目に分け、34の事例を示すことで、各商工業者が何をどう取り組めばいいかイメージできればと思います。

まだ地域によって「DC」という言葉の認識度も違いますが、県都である盛岡がもともと熱くならなくてはならない。商工会議所では広報用のノボリ2000本を作って県内各地に配布しました。「ノボリの数が少ない」との声もありますが、しっかりと自分の店の前にノボリ1本を掲げることも立派な取り組みの実践です。小さなことでも積極的に関われば、DCが終わってからも継続していくと思っています。

先頃、提言に基づいて実働するための

「いわてDCプロモーション会議」を立ち上げました。会議所が事務局となって、行政、観光団体、観光業者や商工業者、マスコミなどで構成。さらに分科会を作り具体的な盛り上げ策やイベント等の具体的な取り組みが今まさに進んでいるところです。

JRの積極的な働きかけもあり、イベント運営自体に会議所が関わらなくとも問題はないのですが、それぞれが一生懸命盛り上げ策を進めて横のつながりを作り、行政や各団体、商工業者の連携役を会議所が担っていければと思います。

県都・盛岡の役割

盛岡は、青森、秋田、北海道へと続く



緑萌える春、盛岡の街から望む雪どけの岩手山は、全国に自慢できる風景です。

岩手以北の交通の要所。しかし残念ながら移動のポイントになり得ても、盛岡に滞在するケースは多くないのかもしれない。それをどう止まらせて経済効果をもたらすか。世界遺産登録で平泉を訪れた人をできるだけ盛岡に呼び、さらに沿岸方面にも足を運ばせたいものです。

正直なところ、震災により見送りの話もありました。無事32年ぶりの開催となったいわてDCですから、この機会にしかできないことをどんどん進めていきたい。「全国からたくさんの人を岩手に呼びよう」と、皆が心にキャッチフレーズを持たせ、とんでもない経済的なメリツトがあるはず。東日本大震災を風化させないために、一人でも多くの人に被災地を訪れてもらう、それも今回のDC



LEDのイルミネーションは大通商店街にも設置され、2月24日金まで点灯しています。

が抱える一つの役割だと感じています。観光庁の試算データを見ると、定住人口1人の減少を経済で補うため、国内宿泊旅行者が24人必要だといえます。盛岡には約30万人の人口がありますが、単純計算して1人あたり3人の観光客を呼べば、なんと100万人を呼ぶことになる。期間中に県外のあらゆる知人や親せきに声をかけるだけで、実は予想以上の効果があるのではないのでしょうか。

単純なことでも一つのムーブメントになって全県が動き出したら、岩手は変わるのかもしれない。

取材／「SANSAN」企画編集委員会