

チーム名	関西大学 劉雪雁ゼミ	大学・学部	関西大学社会学部社会学科メディア専攻	大阪ステージ 本選出場
プラン名称	若者呼び込め！ #WATER FALLで #FALL IN LOVE			JTB賞 受賞
リーダー名	富岡 美帆	テーマ	新しい大阪の魅力創造による「観光まちづくりプラン」 ※選択したキーワードに○をつけてください。（複数可） ( ) 「大阪の食」 ( ) 「スポーツツーリズム」 (○) 「水辺」	
指導教職員名	劉 雪雁			
メンバー名	井上摩耶、奥野真央、河上朋未、鈴木悠斗、富岡美帆、菱川祐太、平松正太郎、平見雄也、宮口翔太			

■概要■  
**「縁結び」の話題性と「SNS」の拡散で、若者を呼び込め！**  
 近年、観光の枠に限らず、若者の「自然」離れを懸念している。私たちが目を付けたのは、大阪府箕面市の箕面大滝だ。フィールドワークを重ねる上で、【圧倒的な若者観光客の少なさ】を感じ、問題意識を持った。私たちは、解決策の鍵は「話題性と拡散」にあると考えた。そこで「縁結び」と「SNS」の相乗効果を利用し、箕面大滝の観光現状を変えようと考えている。訪れた若者には西江寺での「懸想文イベント」で箕面の水に思い思いの願いをかけてもらう。また、「LOVE to CLEAN」という縁結びを願いながら環境保全にもつながる企画を提案している。滝までの沿道にフォトスポットを設けて、そこで撮った写真を「#箕面大滝フォトコンテスト」とつけて投稿してもらう。そうすることで多くの若者に見てもらい自然の良さを再確認してもらう。優秀作品には、箕面で使える商品券などをプレゼントし、**地産地消・活性化に繋げ**、周りのお店にも若者を呼び込もうと考えている。

■箕面観光・問題意識■ **『若者観光客が少ない』**  
 フィールドワークの結果、全体的な年齢層が高めであり、若者にはなかなか出会うことはなかった。聞き取り調査で20年程前から健康のためほとんど毎日散歩に来ているおじいさんに話を伺ったところ、学生よりも外国人のほうが多く見るとのこと。大阪・梅田から電車でおよそ30分の距離にある箕面には、都会の喧騒と隔離された、“大自然”があるにも関わらず、若者には“箕面の滝”は観光場所として浸透していないのではないのか？また聞き取り調査において、少し年齢が高めのカップルに話を伺ったところ「滝しかない」という感想だった。メインの観光場所として滝があるが、それ以外の観光ポイントが少ない、あるいは皆に知られていない。若者に興味を持ってもらう企画を行い、実際に箕面の滝に足を運んでもらう。そしてその体験したことを口コミで拡散して、新たな若者の観光場所として定着することを目的としたアイデアが必要。

■期待される効果■  
 『懸想文』で箕面の滝と西江寺を関連させることにより、西江寺の人通り減少傾向を阻止。『CLEAN to LOVE』で誰でも“楽しみながら”環境改善することができる。“縁結び”というターゲットを絞った企画をすることで、より友人同士やカップルにおいて話題性を与えることに期待が高まる。フォトスポットやフォトコンテストを企画することでSNSにあげるきっかけづくりが出来る。かつSNS上で箕面の滝の写真と訪れた感想が拡散され、それを目にした若者が新たな観光場として箕面を選択肢に入れてもらえることが期待できる。

**解決策:「縁結び」の話題性と「SNS」の拡散 2つのイベントと、口コミ戦略**

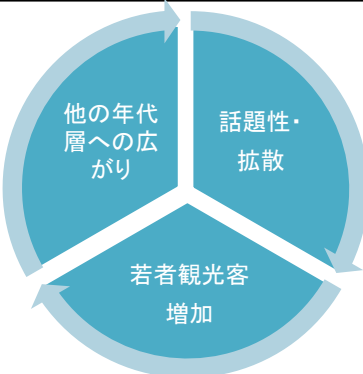
願いを箕面の水に浮かべて...  
**(A) 懸想文イベント開催**  
 良縁祈願の西江寺で有名な懸想文(ラブレター)を水に溶ける紙=水溶紙(シークレットペーパー)で使用する。指定されたポイントで、懸想文を水に浮かべる  
 流れゆく大滝の水のように、永遠ではない1度きりの儚さを味わうことができる！  
 ※国指定公園のため、要検討

**(B) LOVEtoCLEANプロジェクト**  
 縁結びを願いながら箕面の水をもっときれいにしよう！  
 参考) Green to Cleanプロジェクト(株式会社アドバンス)  
 トウモロコシで作ったハート形のボールの中に微生物を入れる。  
 それらが水に沈むとボールが溶け、中の微生物が川をきれいにするという仕組み  
 ハートには水性ペンで願いを書く  
 ◎縁結びに加えて環境の保全もできる  
 一石二鳥のプロジェクト

ベストショット続出!?  
**(C) 箕面フォトフレームスポット**  
 フォトスポットの前にフォトフレームを設置する。箕面のゆるキャラ「滝ノ道ゆずる」を配置したフレームで箕面らしさを演出  
 瀧安寺や箕面大滝の前などに設置(スペースがあるため)

**(D) 箕面大滝フォトコンテストの開催**  
 様々なフォトスポットがある箕面だからこそ出来るコンテスト  
 写真の種類やカメラは問わず、なんでも投稿できるように  
 (ex.人と滝の写真や、風景画でも可能)  
 投稿方法はSNSを利用。ハッシュタグは「#箕面大滝フォトコンテスト」  
 (InstagramやTwitter、Facebook、etc...)  
 優勝景品は箕面周辺の商店街で使える商品券など。**地産地消・活性化に繋げ**、周りのお店にも若者を呼び込む  
 優勝した写真を箕面をPRするためのパンフレットなどで利用

縁結びとSNSの相乗効果で、若者の心を鷲掴みにします！



■課題■  
 ☆国指定公園のため、滝の水にもものを入れることができるか、相談と交渉が必要。  
 ☆若者への話題性をつくるために、運営側からの積極的アプローチが必要。LINE@などを利用し、クーポンなどをつけることによって、「見たい」と思わせる。