2023年 第2回 都市環境デザインセミナー 記録

テーマ:「まち歩きツアーによる都市の魅力の発掘・発信・定着」



#### <日時>

2023年2月20日(月曜日)18:30~20:30

#### <場所>

会場:都市魅力室(大阪市北区大深町3番1号グランフロント大阪北館 TowerC7階)+Zoom配信

#### <参加者>

29名 会場:8名(JUDI 会員5名、一般3名)

Zoom 参加 : 21名 (JUDI 会員7名、一般13名、一般学生1名)

#### <話題提供者>

以倉 敬之(まいまい京都 代表)

#### <趣旨>

近年、京都・大阪など関西の都市では「まち歩きツアー」が定着し、様々な団体による多様な切り口のツアーが数多く開催されるようになりました。その活動により、地域の埋もれた魅力が発掘・発信され、新たな魅力として定着してきており、都市環境デザインの点からも注目すべき動きであると考えます。

今回はその代表的な実施団体であり、京都を中心に年間 900 回を超えるツアーを開催されている「まいまい京都」の以倉代表にご登壇いただきます。2011 年から現在までの活動の変遷、以倉代表の活動に込めた思いや「最大の魅力はガイドさん!」という言葉の意味、これからの展望などを語っていただきたいと思います。奮ってご参加ください。

セミナー世話人 篠原祥

#### <講師紹介>

#### 以倉 敬之 様(いくら・たかゆき)

「まいまい京都」代表。御用庭師や考古学者など、600人を超える各分野のスペシャリストとともに、年間約900のまち歩きツアーを開催。2018年には「まいまい東京」、2021年には「まいまい東海」もスタート。「京都モダン建築祭」の事務局も務める。NHK「ブラタモリ」清水編・御所編・鴨川編に出演。

#### <主催>

都市環境デザイン会議・関西ブロック

以上

#### 概要

#### 第1部 まいまい京都のおもて側

- ・はじめに
- 「まいまい」という京ことば
- 2~3 時間のミニツアー
- ツアーの魅力は「ヒト」にあり
- 見方が変わると、世界が変わる
- 「愛情の伝播」を事業化する

#### ■まいまい京都のツアー紹介

- 仕事への愛情をガイドする
- 趣味への愛情をガイドする
- 地元への愛情をガイドする
- 行政との共同企画ツアー
- 京都の会社探検ツアー
- 「ダークツーリズム」と呼ばれるツアー

#### ■重要なのはコンテンツ企画とファンづくり

- 「まち歩き」は旅行なのか
- ひとり参加が、ゆるいコミュニティをつくる
- タモリさんをご案内
- 「御土居」がTwitterトレンド2位に
- タモリさんへの「手紙」

#### ■オンラインツアーは二条城から

- お茶屋さんからお座敷遊びのライブ配信
- 本邦初の修理現場に潜入
- オンラインサロンのはじまり

#### 第2部 まいまい京都の舞台裏

- まいまい京都の売上
- 人件費以外は徹底的に節約する
- コロナ禍で減るも V 字回復
- 参加者の多くは地元近隣から

- 馴染みのまちを歩くのが面白い
- 満足度80%超、リピーターの多いまいまい 京都
- 同行スタッフがツアーを支える
- アンケートをデータベース化
- 「人」ありきで企画が生まれる
- リスクがあっても「この人ちゃうと出来へん」コースを
- 内容より先にタイトルを決める
- タイトルを決める5つのポイント
- 広報は「何でもする」
- 広報効果は掛け合わせ
- 集客を握るのは「予告編」

#### 第3部 まいまい京都の新たな取り組み

- コロナ禍の緊急クラウドファンデング
- ファンから届いた応援メッセージ
- 京都でモダン建築祭を
- 「まいまい京都」以外にも取り組みは広がる

#### 質疑応答

#### 第1部 まいまい京都のおもて側

#### ●はじめに

#### まいまい京都とは



#### まいまい京都とは

地形や地質、際立つ街の個性 多様な建築文化、サブカル5 町グルメから魑魅魍魎まで。









Copyright © 2011-2023 まいまい京都 All Rights R

まいまい京都代表の以倉敬之です。今日は、ま ち歩きツアーによって、都市の魅力をどう発掘 し、発信し、さらに定着させていくのかという内 容についてお話しさせていただきます。

まち歩きツアーというと、多くは行政が主体で あったり、行政からの補助金を使って開催してい ます。ですが、私たちは公的資金に頼らずに運営 しています。日本交通公社さんからは、以前「自 立して運営しているのはまいまい京都くらいじゃ ないか」と言われたことがあるほどです。

今日は第1部にまいまい京都のツアーにはどん なものがあるのか紹介して、第2部に資金面も含 めた「舞台裏」をお話しします。第3部は、ツア 一以外の取り組みについてもお伝えし、質疑応答 の時間へと移りたいと思います。

#### ●まいまいという京ことば



# まいまい京都の舞台裏

まち歩きツアーによる 都市の魅力の発掘・発信・定着

2023年2月20日

みなさんは、「まいまい」という言葉を聞いた ことがあるでしょうか。年配の方に聞くと、小さ いころ「学校の帰り道、まいまいしてくんなや」 と言われたことがあると。

「まいまい」とは「道草を食う」という意味で す。あまりポジティブな意味で使われていたわけ ではなさそうなんですが、響きがかわいらしいの と、大人になっておおいに道草を食おうじゃない かと思い「まいまい京都」と名付けました。旅の 醍醐味は、目的地に到着する道すがらを楽しむこ と。つまり「道草の楽しみ方」にあるんです。

まいまい京都では、600名を超える分野のスペ シャリストがそれぞれ独自の視点でガイドする京 都のミニツアーを提供しています。「知的な刺激 があるから人生は面白い。まちへの愛や教養を身 に着けられれば、目の前の世界はもっと楽しくな る」。私たちはそう考えています。

まいまい京都のツアーは「観光ツアー」ととら えられることもあるのですが、私たちがとてもう れしいのは「まいまい京都のツアーに参加して、 ツアーで気づいた新たな目線で地元を歩きたくな った」という声です。ツアーに参加したことが楽 しいのはもちろん、それに終わらずに、参加者さ んの視野が広がって、見える世界が変わり、まち や他者への興味・関心のもち方も変わって、人生 がより豊かになっていってほしい。そんな思い

で、ツアーを開催しています。

#### ●2~3 時間のミニツアー

では、どんなツアーを開催しているのか、ざっ くりとご紹介します。

#### まいまい京都とは



ひとつの特徴は、「非常にコンパクトなツア 一」だということです。「ミニツアー」と紹介す ることもあります。参加費は4000円から4500円 ほど。時間にしては、2~3時間のツアーがほと んどです。距離でいえば、1.5km から 3km です。 これはふつうに歩くと、だいたい20分、30分で 歩ける距離です。それを2、3時間かけて歩くん です。つまり、かなりゆっくり歩くということ。 参加した人は「まいまい京都のツアーは、すぐに 足を止めますね」と驚きます。そう、ほんとうに すぐ止まるんです。そして些細なものを愛でま す。そんなツアーです。

#### ●ツアーの魅力は「ヒト」にあり

#### まいまい京都のガイドさん





ガイドさんは累計600人以上 まちの最大の魅力は「モノ」や「コト」ではなく「ヒト」

まいまい京都のいちばんの魅力は、ガイドさん です。これまでに累計600名以上、ひょっとした ら700名、800名近い方々が、ガイドさんとして ツアーを担ってくださいました。メンバーはとに かく多様。面白い人がいっぱいいます。

たとえば、NHKの『ブラタモリ』によく出演され ている京都高低差崖会の梅林秀行さんという方。 僧侶の方、林業女子、パン好きライターさんから 大工の棟梁まで、とにかくさまざまな方がいま

#### ●見方が変わると、世界が変わる

#### まいまい京都の理念



# 旅を変え 人生を変え 世界を変えていく

世界の見方を変え 日常や人生を豊かにし 他者への関心や関係性を変えていく

事業として考えると、これほどたくさんの人に ツアーを依頼するのは効率的ではありません。で も、まちの面白さは、見方の多様性にあると思う のです。多様な分野に関心をもち、それぞれの分 野に愛情が溢れているスペシャリストとともに歩 くことで、参加者さんはまちの見方を変えてい く。すると、日々の過ごし方が変わる。その変化 が、ひいては、人生を豊かにしていくと考えてい ます。

見方が変わると、世界は大きく変わるんですよね。他者との関わり方も変わり、他者への関心も変わってくる。まいまいツアーに参加すると、一人ひとりが見ている世界が変わり、他者との関わり方が変わり、というこの変化の連続がおきます。このことが、それぞれが生きるまちや世界を変えていくんじゃないかと思っています。

#### ●「愛情の伝播」を事業化する

まいまい京都の事業

Copyright © 2011-2023 まいまい言都 All Rights Reserved



## 「愛情の伝播」を事業化する

→みんな何かを好きになりたい。 学びたい。驚きたい。感動したい。 →その需要に対価を付け、 持続可能な事業として普及させていく

私たちがおこなっていることは「愛情の伝播を 事業化している」と言い換えられます。「何かを 好きになりたい」「学びたい」「驚きたい」「感動 したい」という方はとても多いんです。でも、大 人になるとなかなか、新しいことを好きになった り、それに感動したりする機会は減っていきます よね。

何かを好きになるときにとても有効な手段は、 それを強烈に好きな人といっしょに時間を共有す ることだと思うんです。「これを好きだな」とい う感情や見方って、他の人にも伝わるんですよ ね。うつっていくんです。これが「愛情の伝播」 です。

私たちは、このように「愛情の伝播」を事業と しておこなっています。何かを好きになりたいと 思っても、誰かから影響を受けたいと思っても、なかなかそういう人に出会いにいくのは難しい。そこで、私たちは「何かを好きになりたい」という需要を受けとめて、ツアーというかたちでみなさんに「何かを好きになる場」「人に会いに行ける場」を提供しています。

#### ■まいまい京都のツアー紹介

#### ●仕事への愛情をガイドする

具体的にどんなツアーがあるのか、ご紹介します。たとえばこのように、仕事への愛をガイドするツアーがあります。

#### コース例 仕事への愛情をガイド



【無鄰菴】御用庭師のお仕事拝見!名庭の美を紡ぐ、技と心に迫る ~庭師七つ道具、見方・表情・愛し方、南禅寺方丈から野花咲く春の無鄰菴へ~





Copyright © 2011-2023 まいまい京都 All Rights Reserve

京都には「名庭」と呼ばれる素晴らしい庭園がたくさんあります。ただ、どこへ行っても「小堀遠州がつくった」とか「夢窓疎石が手がけた」とか由緒は書いてありますが、実際にいまの庭が美しいのは、日々お庭を管理している「庭師」の方々がいるからなんですね。

庭の世界では「作庭四分、管理六分」という言葉があります。つまり、庭の美しさを生み出すためには、日々のメンテナンスのウエイトが高いということです。でも、庭の管理に日夜携わっておられる方々とともに、庭をめぐる機会はあまりありません。ですから、ツアーでは、「庭師の七つ道具」を見せていただいたり、庭師さんならではの庭の見方をお聞きしたりします。そうすると、そのお庭への愛着がひとしお湧いてくる。そんなツアーです。

まいまい京都のガイドさんとしては、御用庭師さんの他にも、建築家、菓子職人、考古学者、お坊さん、ホテルマンなどなどたくさんおられます。愛を持って仕事に打ち込む人は格好いいし、その姿自体がコンテンツになります。仕事の裏側を覗き、技や心に触れられるのは、当事者がガイドするツアーならではの面白さです。

缶コーヒーの CM で「世界は誰かの仕事でできている」というキャッチコピーがありますよね。まさにこの言葉のとおりです。いつもの景色は、さまざまな"仕事"によるもの。それを知ると、まちがよりいっそう愛おしくなってきます。

#### ●趣味への愛情をガイドする

ほかにも、ディープな趣味への愛情をガイドするというツアーも非常に人気があります。こちらは、さきほどもちらっと申しあげた、NHK 番組『ブラタモリ』に10回ほど出演された梅林さんという方がガイドするツアーです。

#### コース例 趣味への愛情をガイド



【御土居】タモリさんを案内したガイドと、御土居でOh!京都を囲む巨大土塁 ~京都高低差崖会凸凹ツアー!巨大城壁がつらぬく鷹ヶ峰台地へ~



Copyright © 2011-2023 まいまい京都 All Rights Reserve





梅林さんは「京都高低差崖会」の「崖長」。高低差とは、文字どおり、高い所と低い所の差のことです。私も最初はなにが面白いのか分からなかったのですが、半日ほどいっしょに歩くと不思議なことに、まちの起伏が気になって仕方なくなるんです。いつの間にか、「愛情が伝播していた」わけです。

このツアーは「御土居(おどい)」を歩くものでした。京都には、かつて、まちをぐるっと囲む

土塁があり、それが「御土居」と呼ばれています。ちなみに、スライドの左下にあるのは「おどいくん」という梅林さんがつくったゆるキャラです(笑)。愛情がわきすぎて、ゆるキャラまでつくってしまったんです。最近のゆるキャラ、全然緩くない本格的なのが多いですけど、こちらは本当に緩い『おどいくん』です。

こういう愛あふれる方といっしょに歩くと、ぜんぜん興味のなかったことが、いつの間にかすごく面白く見えてくるんです。みなさんも、そういう経験をなさったことがあるんじゃないでしょうか。

まちって、そうやって見ていくと、面白いものの宝庫なんです。ちょっとした起伏やちょっとしたカーブ、植栽やマンホールの蓋、建築などなど、私たちが暮らしているまちは、面白いものがあふれているんです。

わざわざ海外に行って、世界遺産を見に行ったりしなくても、なにかに愛を注いでいる方といっしょに歩くだけで、まちは宝の山になります。まいまいツアーは、それを体感するツアーです。『ブラタモリ』という番組もそうですよね。絶景もグルメもほとんど出てこない。タモリさんとアナウンサーの方が、まちの趣味人といっしょに歩くという、いっけん地味な番組です。でも、みなさんご存知のとおり、それが非常に人気になっているわけです。この理由も「愛情の伝播」にあるのではないかと思います。なにかに熱を注いでいる人の話って面白いし、その話をきっかけに好きなものを増やしたい。そういう人がたくさんいるんじゃないかなと。

#### ●地元への愛情をガイドする

ディープな趣味へ誘うツアーもあれば、地元を案 内するツアーもあります。

#### コース例 地元への愛情をガイド



【本願寺門前町】表具屋主人と、門前町の老舗をたずねて 〜御用菓子、御茶司、京仏具、香老舗…本願寺の御用達めぐり〜





Copyright © 2011-2023 まいまい京都 All Rights Reserved.

「京都の老舗」というと、敷居が高いといいますか、入っていいのだろうかと躊躇しますよね。でも、地元の人にとっては、老舗のご当主も幼馴染や飲み友だちだったりします。そういうつながりのある人とお店に入ると、「何々ちゃん、よう来たね」と肩肘張らないやりとりが生まれます。そうすると、一気に親近感が湧きますよね。地元の人を通じて、人々の関係性や京都の日常を体験するようなコースです。

お店の人にとっても、こういう出会いは新鮮なものです。たんなる観光客だと対応が難しいけれど、知り合いが連れてきたとなれば、お店の人も関係をつくりやすい。お店にうかがうほうも、出会うまえは「お高くとまった老舗の当主」をイメージしていたのが、会ってお話しすると「親しみやすい誰々さん」という認識へと変わるんですね。地元への愛あふれるガイドさんが媒介となることで、まちの人と訪問者の関係ががらっと変わる。そんなツアーもあります。

#### ●行政との共同企画ツアー

さきほども申したとおり、私たちは補助金を受け とるとか、行政からの委託を受けるといったこと はありません。けれども、共同で企画するツアー はいくつかあります。たとえば、京都市の水道局 さんと開催したこのようなツアーがあります。

#### コース例 行政との共同企画ツアー



【塩小路幹線】地下30m、雨水をためる巨大トンネルを探検しよう ~京都の地下に"宇宙船"!?普段は立ち入り禁止の工事現場へ~







© 2011-2023 まいまい京都 All Rights Reserved.

京都市に河原町通という目抜き通りがあります。 その地下には大雨が降ったときに水を流す巨大ト ンネルがあるんです。とうぜん、そんなところは 勝手に立ち入ることができません。

京都市さんとしては税金をいれてつくった巨大トンネルなので、いろいろな人にアピールしたい。けれども、なかなか水道局さんだけでツアーを開催するのも難しい。かりに頑張ってツアーを開催しても、広報媒体が限られて、多様な参加者を集めにくいという状況でした。そこで、私たちまいまい京都が共同企画することになりました。

すると、定員の数倍、とても多くの人たちに申 し込みいただきました。私たちがツアーの運営や 広報をして、ガイドは京都市の水道局さんにして いただく。「餅は餅屋」ですね。共同企画するこ とで、双方の強みをいかすツアーをつくることが できます。

#### ●京都の会社探検ツアー

このようなコラボレーションはたくさんおこなっています。たとえば、交通局さんといっしょに「真夜中の地下鉄探検」といったツアーを企画したり、動物園や美術館、植物園など、さまざまな組織と組んだりもしています。そのひとつとして「会社探検ツアー」というのも、人気です。

たとえば、月桂冠という京都でもかなり大きな 酒造メーカーを訪れるツアーです。



【月桂冠】醸造研究員といく、月桂冠の工場探検 ~酒造りの不思議!バイオサイエンスの現場へ~





Copyright © 2011-2023 まいまい京都 All Rights Reserved.

月桂冠は、みなさんもご存知でしょう。でも、お酒を飲んだことはあっても、どんな人が、どんな思いでそのお酒をつくっているのか、なかなか知ることはなかったりします。

観光というと、お寺や神社を思い浮かべがちですが、まちの魅力って会社やお店が担っている部分が大きいんですよね。とはいえ、なかなかそういう会社の人に接する機会は少ない。そこでこのようなツアーを企画しました。

京都には、京セラや堀場製作所などいくつも有 名企業がありますが、「名前は知ってるけど、何 をどんな人がつくっているのかは知らない」とい う人も多いんです。でも、実際に働いている方の お話を聞くと、やっぱりすごく面白いんですね。

「こんな世界的にインパクトのある会社があった んだ!」と知ることも、まちの魅力を体感するひ とつのアプローチです。

有名企業だけでなく、まちの鉄鋼所を訪ねたり するツアーなど、京都商工会議所さんとコラボレ ーションしたりすることもあります。大人の社会 科見学として、とても人気を呼んでいます。

#### ●「ダークツーリズム」と呼ばれるツアーその1

あまり意識はしていませんでしたが、「ダーク ツーリズム」と呼ばれるようなツアーも開催して います。 【東七条】部落史研究者と歩く、首切り又次郎の生きた時代 ~崇仁地区から六条河原刑場跡まで、本当の所で差別と向きあう~





Copyright © 2011-2023 まいまい京都 All Rights Reserved.

左の写真、右側におられる方がガイドさんなんですが、木刀を持っていますね。写真中央にはうなだれる人と、背中を押さえる人がいます。おわかりでしょうか。鴨川の河原にツアーー行が着いたとき、参加者が「首切られ役」や「介添役」になりまして、その木刀で死刑執行が再現されたんです。

じつは、このあたりの部落の方々がかつて、ここで首切りの仕事に携わっておられたんですね。 もちろん、観光ガイドブックにはまったく載らないような内容です。でも、実際に京都に住んでいると、こういうまちも暮らしの地続きにあります。

このエリアで長年活動されてきたガイドさん日く、「タブーとしてフタをすることも、逆に必要以上に持ち上げることもしなくていい。あるがままのまちを歩いてほしい」とのことでした。私たちも同じ思いで、長く続けていきたいコースです。

#### ●「ダークツーリズム」と呼ばれるツアーその2

#### コース例 ダークツーリズムと呼ばれるツアーも



【東九条】在日コリアンが多く暮らす東九条、オモニを訪ねて ~「堤防」と呼ばれた町、映画「パッチギ」の舞台を歩く~



Copyright © 2011-2023 まいまい京都 All Rights Reserved

ほかにも、東七条のすぐ南側は、在日コリアンの方がたくさん暮らす「東九条」という地域があります。ここでは、オモニの話を実際にお聞きするというツアーを開催しています。こちらも人気です。

#### ■重要なのはコンテンツ企画とファンづくり

このように、まいまい京都ではまちの多様性を 体現する沢山のツアーを企画しています。そこで 大事にしていることを2つご紹介します。

# ■コンテンツ企画力

観光客を相手にするのではなく、 そのコンテンツ自体で人を呼ぶ

# ■ファンを作る力

モノやコトではなく、ヒトにこそファンがつく ひとり参加

Copyright © 2011-2023 まいまい京都 All Rights Reserved

まず重要なのは、コンテンツの企画力です。いままでの観光は、「お土産物屋」のように、そのまちに来た人、観光客に対して何を売るかという視点でものを考えていました。

でも、これからは「そのコンテンツ自体で人を 呼ぶ」ことが肝心だろうと考えています。私たち の例でいうと、まずまいまい京都のツアーに申し 込んで、当選して予約ができたから、宿泊や交通 機関を手配するという順番の人が増えています。

#### ●「まち歩き」は旅行なのか

手前味噌になりますが、これからの「観光」や 「旅行」は、そうあるべきじゃないかなと思って います。

いまは「観光」というと、宿泊業や交通事業者、その代理業である旅行会社などが主要プレイヤーだと認識されることがあります。けれど、宿泊や交通というのは、旅の手段です。旅の一番の目的は、そのまちをどう楽しむかだと私は考えます。けれど、その「まちをどう楽しむか」ということをサービスとして提供している事業者はほとんどいません。

旅行会社は「どこどこへ行くツアー」を企画・販売していますよね。そのような旅行ツアーを扱うためには、旅行業登録というライセンスが必要となります。いぜん、観光庁に対して、私たちが「まち歩きツアー」を開催するのにもこのライセンスが必要なのかと問い合わせたことがあります。すると「それはイベントですから、登録はいりません」と言われました。

観光庁としては、「まち歩きツアー」は旅行業ではなくイベントと位置づけているわけです。旅行会社は、まち歩きツアーなんてほとんどしません。旅行会社は、宿泊や交通の代理業だからです。たくさんの人数を運んで、たくさんの人数を泊めることがもうかるわけですから、それに注力するのは当然なんですが。でも私は、これから日本の旅や観光が豊かになっていくためには、私たちのような「まちの楽しみ方」を提供する事業者がもっと増えていく必要があると思っています。

#### ●ひとり参加が、ゆるいコミュニティをつくる

もうひとつ大事なのは、「ファンをつくる力」 です。まいまい京都のツアーは、お一人での参加 が8割を占めます。欧米ではもともと一人旅が多 かったのですが、日本でもその傾向は高まってきています。例えば私たちのツアーでも、最初は夫婦で参加されて、次は奥さんだけ参加された。と思ったら、旦那さんが今度は一人で、別のコースに参加された。もしかして仲が悪くなったのかと思って聞いてみると、趣味や予定をあわせるのが面倒で、と。どれほど仲の良い夫婦や友だちでも、たしかに好みやスケジュール、予算感などをあわせるのは手間がかかり面倒です。どこへ行くかは自分ひとりで選びたい、でも、行った先ではわいわいと楽しみたい。そんな方が増えているように感じています。

ひとりでも行きたいとその人に選んでもらうためには、やはり「ファン」になってもらう必要があります。アーティストやエンターテイメントに対しては、ファンがつきますよね。同じです。夫婦や友達同士、団体での旅なら、夫婦や仲間での時間が大事なので、快適さや利便性で選んでもらうことができます。でも、ひとりで楽しむ人に選んでもらうには、根源的な面白さや世界が変わっていくような感動や体験が必要だと思います。

ひとり参加の人がたくさん来るからこそ、参加 者同士で仲良くなることも多くあります。「ひと り旅」というと、ひとりで黙々と喋らない静かな 旅、というイメージがいまだにありますが、全く 違います。じつは「ひとり旅」こそ、旅先で出会 う人との交流が盛んなんですね。

「まいまい京都のツアーで出会って結婚しました」という人もおられます。結婚式の披露宴に呼んでいただくこともあり、嬉しくて SNS に書いたら「じつはうちの旦那とも、まいまい京都で出会ったんです」なんて別の人からコメントがついたこともありました(笑)。もちろん、出会いを目的にしているわけではありません。けれど、参加者同士の交流が自然と生まれるようです。参加者さんたちはツアー終わりに女子会をしたり、飲み友だちになったり。あるいは、遠方から来ている人が、京都の参加者さんと仲良くなって、京都に

来るときにはいつもその人に連絡するようになった、なんていうこともあるようです。コミュニティづくりが目的ではないけれど、ゆるいネットワークが生まれていくのは素敵だなと思っています

#### ●タモリさんをご案内

#### NHK「ブラタモリ」に企画協力







NHKの人気番組「ブラタモリ」にはパイロット版を始め、 京都編・大阪編・神戸編に企画協力。 まいまい京都のガイドさんがタモリさんをご案内。視聴率は平均15%。 全国でまち歩きブームを巻き起こしている。

Copyright © 2011-2023 まいまい京都 All Rights Reserved

さきほども紹介しましたが、NHKの『ブラタモリ』という番組の全国編が始まったときから、まいまい京都は企画協力をしています。まいまいのガイドさんも。いままで20名以上が出演しました。視聴率は15%前後で、年によっては大河ドラマよりも高いことがあるといいます。

かかっている予算は桁が違うと思うんですが、些 細な痕跡からまちの壮大な物語を読み解く、そう いうことこそ面白いんだ、みんな求めていたとい うことを証明したのではないかと感じています。

『ブラタモリ』全国編が始まったのは、「笑っていいとも」が終了して、タモリさんが全国ロケに出られるようになったからです。2014年4月から、ブラタモリが復活しました。パイロット版の最初に選ばれたのが京都だったんです。NHKのディレクターからまいまい京都に連絡があり「京都のことわからないから協力してほしい」と言われて、関わるようになりました。

#### ●「御土居」が Twitter トレンド 2 位に

そのパイロット版でタモリさんを案内したのが、まいまいの人気ガイド梅林さんです。

私が梅林さんと出会ったのは『ブラタモリ』が 東京だけをぶらぶらしている、深夜番組のころで した。番組を梅林さんが見ていて、Twitterで「 これは京都でやったらぜったい面白い」「京都な ら、僕はここを案内する」ようなことを、ものす ごい熱量でつぶやいていたんです。私はその投稿 をみて「この人ぜったいおもしろいな」と確信し て「京都でブラタモリをやりましょう」と声をか けました。そうして最初に開催したのが、さきほ ど紹介した御土居のツアーだったわけです。

ですから、NHKのディレクターから話があったとき、まっさきに紹介したのが梅林さんでした。 御土居のツアーをいっしょに歩いてみると「これは面白い」とディレクターとも盛り上がり、パイロット版の舞台は御土居になったわけです。

放送後、Twitterのトレンド1位が「ブラタモリ」。そして2位がなんと「御土居」だったんです。御土居って京都の人でもなかなか知らない人が多いと思います。全国が空前の御土居ブームがまきおこり、私たちも湧きました。タモリさんにも視聴者にも、ちゃんと愛情が伝播したんだなと思いました。

そこから年に一回のペースで『ブラタモリ』は 京都に来ることになりました。まいまい京都のガ イドさんは20名以上出演し、私も3回ほど出演 しています。

絶景もグルメもほとんどない、まちを歩くだけのいつけん地味な番組ですが、知的な刺激があり、愛情の伝播があり、世界の見方がぐっと広がる。こういう体験を多くの人が求めていることが証明されました。全国でまち歩きブームが起こっています。

#### ●タモリさんへの「手紙」の反響

それから 2020 年を迎えます。コロナ禍の始まりでした。4月に緊急事態宣言が発令されると、私たちのツアーもすべて中止となりました。私たちのツアーは、半年以上前から予定を組んでいます。4月、5月分のツアーが中止になっても、「じゃあしばらく休んで、落ち着いたら再開すればいい」ということにはなりません。先の見通しが立たず、開催できるかわからないけれど、半年先の企画をし続けなければいけない。そんな厳しい状況でした。



『ブラタモリ』も新たにロケができないので、2017年4月に放送された「京都・清水寺」の回が、2020年5月にもアンコール放送されることとなりました。私が出演した回でした。NHKから、タモリさんに宛ててメッセージを書いてと連絡をもらったので、こんな手紙を書きました。

「タモリさん、浅野さん、こんにちは。まいまい京都代表の以倉です。社会全体が大変な状況のなか、京都の街もまた、かつてない危機に直面しています。タモリさんたちと一緒に歩いた清水寺の参道も、今はひっそりと静まり返っています。私たちが開催してるまち歩きツアーも、4月・5月は全面中止となりました。皆さんを京都に歓迎したくてもできない、そんな状況が続いています。

でも、みんなの大好きな京都の街は、決してへこたれません。私たちが、ブラタモリに出演した

専門家たちとともに、オンラインツアー・オンライン講座を立ち上げたところ、全国から大きな反響がありました。どんな状況であっても、ブラタモリが伝えてきたような探究心や好奇心、感動を、多くの方が必要としていることを、改めて感じています。

京都の街は、必ずこの困難を乗り越えます。タ モリさん、みなさん、晴れわたる空の下で、きっ とまた一緒にブラブラしましょう。」

このとき「まいまい京都」という名前が NHK に大きく出たんです。NHK は企業名をほとんど出さないので、今まで団体名はエンドロールにちらっと出ていただけなのですが、このときは手紙なのでしっかりと名前が出たんですね。そのときの反響はとてつもなく大きくて、うちのウェブサイトもサーバーがダウンしてしまったほどでした。

このころは「不要不急」という言葉が連呼されていた時期でした。生活に必要なこと以外は、やってはいけないという空気がありました。けれど手紙に書いたように、生きていくうえで、探究心や好奇心、そして感動って必要不可欠なものだと思うのです。それらが人生を豊かにしてくれます。この手紙を読み上げてもらったあと、反響が大きかったのは、そんなことに共感する方が多かったからかなと想像しています。

#### ●オンラインツアーは二条城から

コロナ禍、京都のまちはひっそりと静まり返っていました。なんとかせねばと思って始めたのがオンラインツアーです。最初の配信は、二条城という世界遺産のお城でおこないました。このときは観光客も入れずに閉城していましたが、オンライン配信では国宝の唐門のまえに長机をちょんと置いて配信しました。

#### オンラインツアー



20.5.17 【ライフ配信】二条城、史上初!非公開エリアに徹底潜入オンラインツアー ~東大手門・東南隅櫓・香雲亭...将軍目線で大広間!所長&各専門家が総力結集~





Copyright © 2011-2023 まいまい京都 All Rights Reserv

「閉城している今しか、できひんことをしよう」ということで、学芸員さんから所長まで総出で関わってくださいました。

内容としてはたとえば、将軍が座っている場所など、普段は絶対に行けない所にカメラを入れて、様々な専門家が案内するというライブ配信です。「この柱とこの柱の音が違うんですよ、ほら叩くとわかるでしょ」なんていう感じでガイドしていきました。これが非常に人気を博しまして、700人を超える方が参加してくれました。

#### ●お茶屋さんからお座敷遊びのライブ配信

#### オンラインツアー



20.6.27

20.6.27 【ライブ配信】史上初、輪達屋オンラインお座敷!太夫さんと「観覧謝絶」の世界へ ~太夫道中・かしの式・胡弓・舞...幕末の空間が残る、花街・島原唯一のお茶屋~







参加者数:459名

Copyright © 2011-2023 束い束い京都 All Rights Reserved

そのあと、一見さんお断りのお茶屋さんからお 座敷遊びのライブ配信をおこないました。会場と なったのは、日本でただ1軒、いまでも太夫さん を抱えるお茶屋さんである「輪違屋」。ふだんな らもちろん一見さんは入れませんし、もし紹介が あっても20人も入ればぎゅうぎゅうの場所。で も、オンラインなら定員の上限がありません。こ のときは450人の参加があり、参加者からの質問 にも太夫さんが直接答えてくれ、おおいに盛り上 がりました。

#### ●本邦初の修理現場に潜入

さらに二条城で、磯田道史先生というテレビに もよく出演されている歴史学者とともに、禁断エ リアに潜入するというオンラインツアーもおこな いました。

#### オンラインツアー



20.7.19 【ライブ配信】磯田先生と二条城へ!本邦初、禁断エリア徹底潜入オンラインツアー ~本丸御殿の修理現場へ!西門・番所・幻の行幸御殿…浮かび上がる数々の新事実~





pyright © 2011-2023 まいまい京都 All Rights Res

このときはなんと本邦初公開となる「本丸御殿 の修理現場」にもヘルメットを着用して入りまし た。このときは900人の参加がありました。

#### ●オンラインサロンのはじまり

オンラインツアーの企画で意識したのは、ふだ んやっているツアーをたんにオンライン化するの でなく、「オンラインでしかできないことをやろ う」ということです。

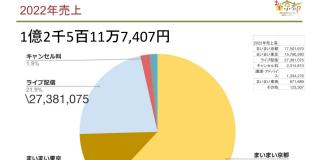


オンラインツアーの経験値も高まってきた 2021年には、オンラインとリアルをかけあわせ た取り組みを始めました。月1回や2回、座学的 な内容をオンラインで配信し、メンバー限定で現 地のツアーを行うというサロン活動です。たとえ ば、建築のオンラインサロンであれば、座学では 世界の建築史など流れを体系的に学び、現地では 実際の名建築のディテールを深く愛でるという感 じです。

#### 第2部 まいまい京都の舞台裏

#### ●まいまい京都 売上報告

まいまい京都のツアーについてみなさんに知っ ていただいたところで、もうすこし運営に関わる お話をします。今日はこんな数字ももってきまし た。売上についてです。まち歩きツアーを事業と して民間で運営している企業がほとんどないので 、参考になればと思いまして。



\15,790,280

\77.501.970

売上全体の 61%は、まいまい京都という京都のまち歩きツアーの事業です。7700 万円ほど。12%が、まいまい東京の売上が 12%、1500 万円ほど。さきほどご紹介したライブ配信が 20%で2700 万円ほどという構成です。

ライブ配信は、定員の上限がないのが大きいです。リアルのツアーには定員があります。定員 15 名のところに 500 名の申込みがあったことも あるのですが、どうしても定員分しかご参加いただけません。スペシャリストに特別な時間を案内してもらっているので「500 名申し込みあったから 50 回開催しよう」とはできないのが、私たちのツアーなんです。売上の天井が決まっているツアーに対して、オンラインは上限がないというのが特徴です。

#### ●人件費以外は徹底的に節約する



経費については、売上の大体4割がガイド料です。1割強が拝観料や食事代などのツアー経費。ですので、粗利益は残り半分で、これが販売管理費になっています。販管費のほとんどは人件費です。なかなか利益が出しにくいまち歩きツアー事業で、大事なのは、「人件費以外は徹底的にケチる」というところかなと思います。

たとえば、私たちは事務所をもっていません。いま事務局には8名のスタッフがいますが、1週間に1回、カフェの2階を借りて集まるくらいで、ふだんは自宅で仕事をしています。コロナ禍以前からその働き方だったので、あの時期も対応しやすかったのは思わぬメリットでした。コロナ禍を経て、「みんなうちみたいな働き方になったな」と思いました。

ちなみに去年までは会社ではなく、個人事業主でした。事務局メンバーは雇用せずに、みんな業務委託として契約していました。業務委託ではあるけれど、みんなで財務もいっしょに見ながら、全員で数字を共有して運営していました。

#### ●コロナ禍で減るも V 字回復

参加者数の推移についてご紹介します。

# 参加者数の推移





Copyright © 2011-2023 まいまい京都 All Rights Reserved.

2011 年から事業を初めて、2019 年までは右肩上がりでどんどん増えていきました。2020 年にコロナ禍でどーんと減って、2022 年にはまた伸びてきました。昨年 2022 年はまだ稼働率が低か

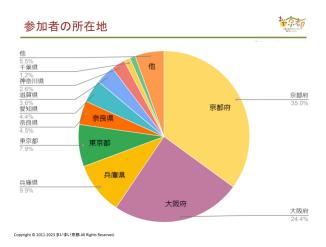
ったんですが、2019 年までは定員に対して 80%、90%を超えていました。

まだまだ潜在的な需要はたくさんあるので、その需要に応えるべく面白いツアーをつくっていこうと思っています。そうはいっても「大量生産」にはなりません。ひとつのツアーでバスチャーターして100人乗せよう、みたいなことはしません。そうすると面白くなくなってしまいます。なので、非常に非効率なんですが、「面白いツアーを、たくさん開催する」ということを事務局一同愚直に取り組んでいます。

#### ●参加者はほとんど地元近隣から

まいまい京都の活動に対して、「まち歩きの事業ができるのは、歴史都市で観光都市の京都だからでしょう」とよく言われます。

ですが私は、京都でなくてもまち歩き事業はも ちろん成り立つと考えています。私たちの事業ス タイルは、都市観光の方法論なので、農村などだ と違うやり方が求められますが、大都市であれば どこでもできると思っています。



というのも、参加者はじつは地元や近隣から来ている方がほとんどだからです。このグラフを見ていただくとわかりますが、京都の方は35%、大阪が25%、兵庫や近畿圏をあわせると75%。そのあと東京や愛知の方が続いていきます。

まいまい京都のツアーは、地元や近隣参加者が 楽しめるものなんです。これもひとつの特徴です 。観光といえば、これまで「よその人」に寄りす ぎるきらいがありました。たとえば、「京風うど ん」なんて名前がつけられても、それは京都の人 が食べているものではありません。「よそ向け」 のものをわざわざつくっているんですね。

大事なのは、内容が濃くて地元や近隣の人も楽 しめるもの。かつ、遠くの人がわざわざ来ても楽 しいもの。本当に面白いツアーというのは、地域 差や前提知識のあるなしを超えていくものだと考 えています。

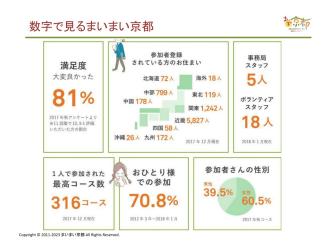
#### ●馴染みのあるまちを歩くのが面白い

参加者からの感想として、「馴染みがあるまちをあらためて歩いてみると、見え方が変わってとても面白かった」という声をよく聞きます。かつてよく通ったとか、昔住んでいたとか知っているはずのまちであっても、スペシャリストとともに異なる視点で歩くことで、ぜんぜん違う姿が浮かび上がってくるんです。

ですから、「どういうツアーがおすすめですか」と聞かれたときには、「すこしでも馴染みのあるまちのツアーに」とお答えしています。観光というと、行ったことのないところへ行こうと考えることが多いと思いますが、じつは馴染みのあるまちをこれまでとは違った視点で歩くのはとても面白いんです。そのことは、まいまい京都のツアーに地元や近隣の方が多く参加していることが証明していると思います。

また、まいまい京都の参加者は、30~60代の現役世代の参加が多いのが特徴です。私たちは、できるだけ多様な世代がいっしょに楽しめるものでありたいと考えています。趣味は多様化していて、年代ごとにさまざまなものがあります。けれど、まいまいでは「まちを歩く」というひじょうにシンプルな営みを通して、世代の違いを超えて楽しめる場でありたいと思っています。

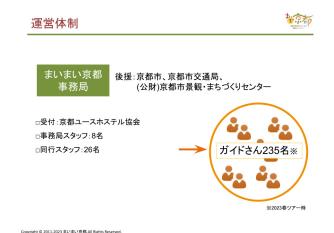
# ●満足度 80%超、リピーターの多いまいまい京 都



満足度もおかげさまで、ひじょうに高いです。 100回以上のツアーに参加するなど、ヘビーリピーターになる方も多いのが特徴です。1人で最高 300コース参加された方がおられます。このデータは2017年のものなので、いまは400、500コースとなっています。地元や近隣の方多く満足度が高いので、結果ハマられる方が多いです。

参加者さんの性別は、おおよそ女性6割、男性4割です。ずっと変わらずこの割合です。女性の場合は多くの世代がおられます。男性の場合は、若い方は少なめですね。

#### ●同行スタッフがツアーを支える



運営については、キャンセル対応や問い合わせ 対応などの窓口業務は、京都ユースホステル協会 にお願いしています。これまでお話ししたように 、まいまい京都の事務局スタッフは、

ツアーの企画や広報を一手に引き受けています。 8名の事務局スタッフが、ガイドさんとのやりと りを担っています。それに加えて、京都の場合、 ツアーに同行する「同行スタッフ」が26名いま す。

2023 年春の場合、ガイドにお願いしたのは 235 名。ツアー数はのべ 300 程度。つまり「1 人 1 コース」というガイドさんがほとんどです。私たちは「人こそが面白い」「まちの面白さは多様性にある」と思っているので、効率が悪くとも、たくさんのガイドさんにお願いするという形をとっています。すべてのツアーは、ガイドさんだけでなく、スタッフがかならず同行します。

#### ツアーの品質管理



ツアー企画から当日同行まで事務局スタッフが関わることで、品質を保ちます



Copyright © 2011-2023 まいまい京都 All Rights Reserved.

行政がやっているまち歩きツアーですと、ガイドさんがスタッフを兼ねることも多く見かけますが、私たちはそうしていません。ガイドさんにはできるだけ自然体で、自由に、予定調和的ではなく臨機応変にガイドしてもらえたらと思っていますが、片方でそれをプロデュースする視点を忘れてはいけません。まいまいのツアーはガイドさんの面白さが価値の根源にあるからこそ、しっかりとしたマネジメントが必須です。

たとえば基本的なところでいえば、「時間を守る」とか「みんなに声が聞こえるように話す」な

ど。でも、ガイドさんは、「ガイドなんていままでやったことがない」という人がけっこう多いんです。ですから、基本的なことはスタッフがフォローするという体制をとっています。

まいまいの場合、ガイドさんは初めてで、でも 参加者さんはヘビー・リピーターということがよ くあります。それでもツアーが成り立つのは、ス タッフや参加者にノウハウが蓄積されていて、み んなで一緒につくっていけるからだと思います。

よく、視察にこられた方から「ガイドさんをどうやって研修しているんですか」と聞かれます。が、私たちは一切研修をおこなっていません。一日二日研修して身につく、付き焼き場の知識で面白くなったりしないんですね。ガイドさんが、常日頃から仕事や趣味や暮らしを通じて考え体験してきたことだから面白い。「面白い人」にガイドを頼み、あとはその人に自然に話してもらうことが大事だと考えています。そのために必要なフォローは、ガイドさんとは別にスタッフがするべきだと思っています。

#### ●アンケートをデータベース化

# 

Copyright © 2011-2023 まいまい京都 All Rights Reserved.

参加者にはアンケートも実施しています。いまは、スマホでウェブアンケートに答えていただいています。結果は全部数値化して、スタッフで共有しています。満足度を測るのは、「本日はいか

がでしたか。11 段階で教えてください」という 質問。NPS (ネットプロモータースコア)という 指標を使っています。

とはいえ、数字だけで見るわけではありません。たとえば、雨が降るだけでも満足度は下がったりするんです。ですので、同行したスタッフのコメントも重要です。そうすると、「数字は良くなかったけれど、ここをこうすればぐっと良くなると思う」とか逆に「数字は良かったけれど、こういう理由で私はあまり面白いとは思わなかった」といった評価も見えてきます。これらの評価はデータベース化して、次のツアーの企画をするときやスタッフが同行するときに確認、次のツアーをさらによくしていくために活用しています。

#### ●「人」ありきで企画が生まれる

ツアーをどのように企画しているのか、その裏側についてもご紹介します。最初にも言いましたが、私たちが大事にしているのはなによりも「面白い人」を見つけることです。

#### ツアーの企画



面白いガイドさん、訪問先を探す

- □ まずは人づて
- □ 書籍、論文、ブログ等から
- □ 面白くない人を育てようとしない
- □ 公募はしない

Copyright © 2011-2023 まいまい京都 All Rights Reserve

行政系のまち歩きツアーでは、まず「ルート」を先に決めることが多いです。どこをめぐるかルートを決めて、そのあとまち歩きマップを作って、タイトルをつけ、それについて話せる人を公募するという順番です。

うちは、その真逆です。まず人を探します。な によりもまず、面白いガイドさんを探すことから 始まります。どうやって人を探すのか。あらゆる 手段を使います。人づてもあれば、本や論文、ブログ等を読んで手紙を送ることもあります。

さきほども「研修はしない」とお話しましたが 、面白くない人を育てようとしない、というのも 大事なことです。1週間の研修をしたところで、 それはしょせん1週間分の知識でしかありません

面白い人って、仕事や暮らしや趣味などで、年 がら年中考えたり愛を注いだりしているから面白 いんですよね。付け焼き刃の知識を話したとして も、それは面白くなりません。同じ理由で、ガイ ドの公募もしていません。たとえば「京都検定1 級もっているからなんでも喋れます」と、ガイド 志望の連絡がくることもありますが、何でもしゃ べれるというのは何もしゃべられへんのと同じだ と思います。

# ●リスクがあっても「この人ちゃうと出来へん」 コースを

# プイドさんならではのコース設定 「この人ちゃうと出来へん」が大事! 自分の仕事と絡めてエ房巡り この趣味愛をもとに、偏愛ツアー 取材で気に入ったお店を紹介したい 地元店主 趣味人 地元本ライター

rright © 2011-2023 まいまい京都 All Rights Reserve

面白い人が見つかったら、つぎは「この人に何をしてもらったら、いちばん面白いか」を考えます。「この人でないとできないツアー」を企画するのが重要です。「ガイドさんが体調不良になったらどうしよう」「誰でもできるツアーにしておかないと」と考えてしまいがちですが、それでは

面白いツアーは生まれません。

もちろんリスクがあります。コロナ禍では、ガイドさんが熱を出したり、濃厚接触になったりして、ツアーが中止することもありました。でも、この人でないとできないことに価値があるんです。ガイドさんの愛情が参加者に伝播する、それが最高のツアーですから。

#### ●内容よりも先に、タイトルを決める

#### ツアーの企画



#### 方向性と案内する場所が決まれば 「コースタイトル」を考える



タイトルで 内容も集客 も 決まる

Copyright © 2011-2023 まいまい京都 All Rights Reserved

つぎに大事なのは、ツアーのタイトルです。ツアーの方向性と案内する場所が決まったら、タイトルを考えていきます。これがひじょうに重要なのは、タイトルで、内容も集客も決まるからです。一般的には、内容をしっかりかためてから、最後にタイトルをつける場合も多いかもしれません。でも、私たちは「まず、タイトルを考える」ということが大事だと考えています。

#### ●タイトルを決める5つのポイント

#### ツアーの企画



#### 「コースタイトル」を考えるポイント



1コースのタイトルを考えるのに、 数時間かけることも

2011-2023 まいまい京都 All Rights Reserved.

ツアーのタイトルは、ガイド、主催者、参加者をマッチングさせるものです。コンセプトであり、もっとも短い企画書ともいえるでしょう。ツアーの魅力とガイドさんの思いを凝縮しつつ、参加者の期待を最大限高めるのがタイトルの役割です。ですから、まいまい京都のツアータイトルとしては「御用庭師といく」「仏師のお仕事拝見」など、「誰と行くか」を全面に出すことが多いです。人が何より、重要ですから。

また、「ひと目見てわかりやすいタイトル」に するのが重要です。いまの WEB 時代、タイトルだ けを見て面白そうと思わないとクリックしてもら えません。表現をひねるより「わかりやすい」こ とが重要です。「かたい言葉を避けて、楽しい言 葉」に言い換えることも大事です。

とはいえ、語弊がないように注意も必要です。 参加者さんの期待を最大限高めながら、でも実際 の内容と齟齬がないように考えます。ツアーを開 催するという私たちの仕事は、言ってみれば日々 「タイトル」を考えること、と言ってもよいかも しれません。ひとつのコースのタイトルを付ける のに、長いときには数時間かかります。それほど 、ツアータイトルを重視しています。

## ●タイトルを変えて満員御礼「ミステリー桜クル ーズ」

#### ツアーの企画



貸切クルーズでキャプテンとお花見クルーズ! 水面に映る桜/宮、貸切でしか行けない大阪城...ぜいたくな船旅を楽しもう!

【ミステリー桜クルーズ】キャプテンといく、桜の絶景プライベートクルーズ ~ 水都を知り尽くす男が案内! 船でしか辿り着けない桜景色へ~

#### 【聚楽第】聚楽第、伝承の地を歩き学びそして楽しむ

**7 V V** 

【聚楽第】天下人が京都のど真ん中に建てた城!聚楽第・北回廊編 ~堀跡の大落差に石垣遺構!?町名、伝承、絵図…甦れ、幻の城!~

Copyright © 2011-2023 まいまい京都 All Rights Reserved

黒字が、担当者がもってきたタイトル。赤字が 、最終的なタイトルです。まずは「お花見クルー ズ」について紹介します。

担当者は、「大阪城周辺でクルーズをして、水面に映る桜ノ宮や貸し切りでしかいけない大阪城へ行こう」というツアータイトルをもってきたわけです。ですが、どのへんが「ぜいたく」なのかよくわからない。それで、担当者にいろいろヒアリングしました。すると、面白さが見えてきたんです。

どうやらそのクルーズは、キャプテンと7名限定の参加者がちいさい船に乗って、定期船のような決められたルートを進むのではなくて、キャプテンが「あっち今ちょうどキレイやし、ちょっと寄ってみよか」みたいに臨機応変に動くようなのです。

だとすると、自分の船をもっているかのような感覚ですよね。そこから「プライベートクルーズ」という言葉が出てきました。もし、行き先がその場その場で変わるならば、行き先も書かないほうがいいんじゃないかと考えて「ミステリー桜クルーズ」となったわけです。そこに「どんな人と行くのか」という要素を追加して、「水都を知り尽くす男がご案内」というフレーズが出てきました。このタイトルは、桜ノ宮とか大阪城といった

固有名詞をぜんぶ省いてしまいました。どこへ行 くのかわからない。でも逆にそれが好奇心を刺激 したようで、満員の人気ツアーになりました。

# ●タイトルを変えて集客がアップした「聚楽第」 ツアー

スライド下部には、もうひとつの例があります

「聚楽第(じゅらくだい)」をめぐるツアーです。最初に提案されたタイトルは、ちょっとかたいものでした。これを変えていきました。まずは、 聚楽第ってなに?というところです。イメージがつかない方もいると思うので、聚楽第を一言でいうと考えて「天下人が京都のど真ん中に建てた城」と加えました。

また、いまその城郭建築が残っているわけではないのですが、このツアーに行くと現地の痕跡からあたかも城が蘇ってみえる…という表現を考えました。

私たちは、ツアーを開催して、面白いし満足度も高い、でも集客がうまくいかなかった場合、タイトルを練り直していきます。集客を高めるいちばん効果的な策は「タイトルを考える」ことなんです。たとえばこちらの例を紹介します。

#### ●訴求ポイントを変えた天ヶ瀬ダムツアー

最初に開催したときのツアータイトルはこうでした。

【天ヶ瀬ダム】京阪王国、宇治にかけた夢!ダム湖に沈んだ「おとぎ電車」の痕跡 ~宇治線着工前の大転換、起死回生の遊覧鉄道、 運命を決した天ヶ瀬ダムまで~

天ヶ瀬ダムという京都の宇治にあるダムへ行くというツアーです。これは最初、集客がうまくいかず、当面は休止していました。でも、一度私が現地に行ったときに、このタイトルでは書かれていない面白さがあると感じたんです。そして、こ

うなりました。



Copyright © 2011-2023 まいまい京都 All Rights Reserved.

【天ヶ瀬ダム】歩いていける絶景ダムへ!ダム湖に沈んだ「おとぎ電車」をたどって ~京阪王国・宇治にかけた夢!旧陸軍火薬庫への 巨大築場、名古屋を狙う野望の痕跡~

行ったらわかったんです。天ヶ瀬ダムって、街なかから歩いていけるんです。黒部ダムなど、有名な絶景ダムはやはり行きにくいところがほとんどです。けれど、天ヶ瀬ダムは宇治駅という有名な駅から30分くらい歩くと行けてしまう。それが魅力だなと思って、リード文にもそんな紹介を冒頭に書きました。

タイトルを変えると、一気に人気が出ました。 最近は半年に1回の開催でも、いつも満員という 人気ツアーです。打ち出し方ひとつで、集客がま ったく変わってくるわけです。

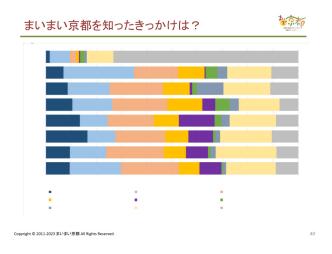
#### ●広報のモットーは「何でもする」



私たちは満員のツアーが多く、稼働率が高いので、「どうやって広報しているんですか」とよく聞かれます。ひとことでいえば「何でもする」です。

#### ●広報効果は掛け合わせ

「まいまい京都を知ったきっかけ」をアンケートで聞いてみると、その理由はまさに多様なことがわかります。グラフの青が Facebook、水色は Twitter、オレンジは検索エンジン、ほかにも知人からの紹介やテレビ、雑誌からの流入もあります。



実際に参加してくれた人に話を聞くと、複合的な要因だということがわかります。「Twitterで見てからずっとフォローしていて、最近知り合いが参加して面白いと聞いたから来ました」とか、

「テレビで見てから知ってましたが、最近 Facebookで見かけて面白そうだったから」とか 。広報効果というのは掛け合わせなんですね。

ですから、広報はできるかぎりすべてやっていくのが大事だと考えています。SNS みたいな自分たちで運営できるものはもちろん、マスメディアにも出続けたほうがいい。それにもちろん、ツアー自体が面白く、口コミで広がることは欠かせません。

#### ●集客を握るのは「予告編」

そしてやはり、「魅力的なタイトル」が大きな 集客効果をもっていると考えています。

広報



# まいまい京都で、 一番集客に効果があるのは 魅力的なタイトル

Copyright © 2011-2023 まいまい京都 All Rights Reserved.

ツアーって、映画みたいなものなんです。映画って2時間の内容を知ってから見に行くわけじゃないですよね。予告編や出演者を見て、観にいくわけです。ツアーに参加してもらうためには、ツアーに行く前、タイトルを見た段階から「面白そう」と思ってもらわないといけない。初めてツアーに参加する人にも、言葉で魅力を伝えることが大事だと考えています。

最近は Twitter 広告も出していますが、短い言葉で紹介しているので Twitter とは相性がいいと感じています。

# 第3部 まいまい京都の新たな取り組み ●コロナ禍の緊急クラウドファンデング

まいまい京都の最近の取り組みについても紹介 します。2020年4月、コロナ禍でクラウドファ ンディングを立ち上げました。

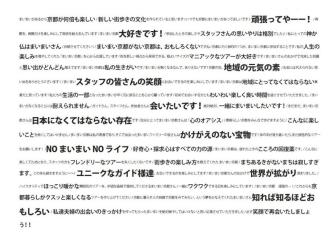


コロナ禍でツアーがぜんぶ中止になってしまい、まいまい京都という団体がつぶれるかもしれないという時期がありました。そこで「SAVE THE まいまい京都 まいまい京都存続のための緊急支援プロジェクト」をすぐに立ち上げたところ、1000名を超える方々から支援をいただきました。応援してくれた皆さまのおかげで、活動を続けることができました。

私たちのツアーは、半年前から準備を始めています。ある意味では、開催日の1ヶ月前には、企画者としての仕事のほとんどは終わっているんです。2020年4月の段階では、2020年10月の企画をしないといけない。コロナ禍で先の見通しが立たないときに、多大な支援をいただいたことで、さきほど紹介したようなオンラインツアーを行ったり、秋ごろから少しずつツアーを開催できたりするようになりました。

#### ●ファンから届いた応援メッセージ

クラウドファンディングでは、たくさんのメッ セージをいただきました。



いま見てもグッときてしまいます。「NO まいまい NO ライフ」とか「日本にはなくてはならない存在です」とか、「かけがえのない宝物」とか、過分な言葉をいただきましたが、これって企業への支援というより、アーティストへのラブコールに近いと感じました。まいまい京都のファンになってくださった方がこんなにたくさんいたんだと、あらためて実感する瞬間でした。

観光業はコロナで大打撃を受けました。そんななかでも私たちが活動を続けられたのは、ファンの方々のおかげだと思っています。すでにファンになってくださった方がたくさんいたから、現地に行くツアーが開催できなくても、1000 名近い方がオンラインツアーに参加するなど、応援を続けてくれました。何が起きるかわからない世の中、ファンの方々との関係をつないでいくことが重要だと改めて感じています。

#### ●京都でモダン建築祭を

昨年2022年には、「京都モダン建築祭」を開 催しました。



Copyright © 2011-2023 まいまい京都 All Rights Reserved

これは、11月の3日間、京都で大切に守られ てきたモダン建築がいっせいに扉をひらくという 建築の公開イベントです。イケフェス大阪(生き た建築ミュージアムフェスティバル大阪)という イベントも参考にしながら立ち上げたものです。

#### ●運営は民間で

開催するからには、持続可能なものにしたいと いうことで、公的資金に頼らずに、民間で運営す ることを目指しました。実行委員会には京都市さ んも参画。クラウドファンディングで 500 名を超 える方々から支援をいただき、それを元手に開催 しました。21件の建築を特別公開することにな りました。

#### 特別公開 21件

京都市役所未斤金、元成権中学校、京都国際マンガミュージアム(元雄池小学校)、京都協幸前飲金、カリック周原前飲金、革島展院、加納洋租店、日寺 江政社宅店舗施以主選、八村県(旧川衛社社)、フォーランガーデン京都(鳥美教作所已用原町末社) 京都房庁旧本組、京都市も古資料館(旧西海塘物館)、平安女学院大学(明治館、室町館)、裏でガスス会会 京都市地で支援和原(京都市英州館)、京都市武者センター(高京機動)、京都市立田富雅、京都加立近代美術館、平安神宮(社務所大玄院)、ウェスティン





right © 2011-2023 まいまい京都 All Rights Reserved

#### ●倍率8倍、建築を楽しむ特別ツアー

まいまい京都が関わるからには、公開するだけ ではなく、その建築を最大限楽しめるようにと様 々な仕掛けを考えました。そのひとつがツアーで す。建築史家などと多彩なスペシャリストいっし ょにまわる特別ツアーを、16 コース 27 回開催し ました。総定員数は約500人のところ、4000人 近い申し込みがありました。

#### 特別ツアー 16コース27回



Copyright © 2011-2023 まいまい京都 All Rights Reserved

#### ●3万人に届ける建築祭のオーディオガイド

京都モダン建築祭には、3日間でのべ3万人が 来場されました。もちろん全ての方を一人ひとり 案内することは不可能なので、オーディオガイド を用意しました。23件の建築それぞれに対して 、建築のみどころや特徴を、実行委員の建築史家 らが熱く語り、それをアプリにして楽しめるよう にしました。

#### オーディオガイド 23建築



rright © 2011-2023 まいまい言都 All Rights Res

建築というのは、まちを構成する大きな要素で すよね。建築が面白くなると、まちは格段に面白 くなる。それをあらためて感じました。

この動きはさらに広まり、今年は神戸でもモダン建築祭を開催しようと動き出したところです。 イケフェス大阪、京都モダン建築際、神戸モダン 建築際が連携して発展していけたらと思っていま す。 、人の面白さをダイレクトに感じられるようなツ アーをつくっていきたいと考えています。以上で 終わります。ありがとうございました。

#### ●「まいまい京都」以外にも取り組みは広がる

このように京都モダン建築祭など、新たな取り 組みも近年では増えてきました。

#### 新たな取り組み



- まいまい東京 18年3月~

・まいまいポケット 19年7月~

ライブ配信 20年4月~

・オンラインサロン 21年1月~

- 京都モダン建築祭 22年~

初の海外ツアー 23年4月

2018年からは「まいまい東京」を始めています。また、「まいまいポケット」というオーディオガイドのアプリもリリースしました。ここまでお話ししたように、ライブ配信もオンラインサロンもおこなうようになりました。2023年4月には初めての海外ツアーも行ったところです。台湾に「日式建築」を見に行くツアーでした。

大型バスで施設に乗り付ければよかったハードウェア型「モノ」の観光から、ガイドブックを片手に物語をなぞるソフトウェア型「コト」の観光へ。更に、ガイドの案内や地元の人との交流を通じてまちを体感するヒューマンウェア型「ヒト」の観光へ。それは旅のニーズが深化してきたことに他なりません。コロナ禍を経てあらためて感じるのは、まちの最大の魅力は「モノ」や「コト」ではなく「ヒト」だということです。これからも

#### ■質疑応答

藤本 (JUDI 会員);京都市立芸大の藤本です。たいへんワクワクするお話をありがとうございました。いま、まいまい京都さんは大阪、東京と地域を広げて展開しておられるとお聞きしましたが、将来的には47都道府県での開催を目指すのでしょうか。

以倉;ご質問ありがとうございます。私としては、「まちを楽しむ」という手段として、まち歩きツアーを日本全国に定着させたいという思いをもっています。ただ、われわれのやっているツアーは属人的、属地的なものなんですね。ですから、まいまいが全国津々浦々に出かけてツアーを主催するというのは現実的ではないかなと思います。私としては、ぜひいろいろな地域で、まいまいの取り組みを真似してもらえたらと思っています。こうして運営の裏側をすべてお話しているのも、それが理由です。

われわれとしては、関西圏、関東圏でもっともっと面白いツアーを増やしていきたいと考えています。最後にお伝えしたように、建築祭という新たな取り組みも始めています。まちの魅力はまだまだありますから、今後ともまちの面白さをお伝えしていければなと。いなと思ってます。

山納;今日は、従来型のハード型のまち歩きではなく、ソフト型、コミュニケーション型のまち歩きという新たなモデルを示していただきました。これからの観光はこう変わっていってほしいという道筋も見せていただいたように思います。例えば、「長崎さるく」や「大阪あそ歩」のような、ホームページ作り込んで、ガイドさんが案内していくようなまちあるきは、新しい取り組みであったと思いますが、それを超えていく取り組みの可能性を今日話していただいたのかと思います。従来のものを否定するというわけではありませんが、これからの「まち歩き」に求めるものはなに

かおありでしょうか。

以倉;とても鋭いパスを投げてくださいました。 全国のまち歩きイベントに対して思うのは、民間 でやったほうがいい、ということです。私たち は、マーケットと向かい合ってきました。商売と してはごくごくあたりまえのことなんですが、ど うしてもまち歩きツアーというのは役所が主導し てしまったり、助成金を入れてしまったりして、 マーケットと向き合わずにきてしまったところが 多いんです。でも、やはり、参加者さんにとって 何がいちばん面白いのかということにしっかりと 向き合うことが重要だと考えています。

山納さんが指摘くださったように、われわれも「観光をアップデートしたい」とか「社会にインパクトを与えたい」ということはもちろん考えますが、それはあくまで副次的なものです。まずは、参加者さんの満足があってこそ。まいまいのツアーを参加者さんが楽しみ、さらに日々の見方や視野が広がって、人生が豊かになるということがもっとも重要です。社会をどう良くしていくか、というのはその先にあるものなんです。

質問者 A; 大阪でまち歩きの案内をしています。 まち歩きツアーを売り出しているわけですが、コースをつくる側からすると、コースを作っている 途中がめちゃめちゃ面白いんですよね。「こんな ものがあった!」って見つけたときの高揚感がす ごいのです。このような感覚をお客さんにも提供 したいと考えています。

以倉; その感覚、よくわかります。下見やリハーサルって、めっちゃ面白いですよね。でも実は、うちのまち歩きツアーでは本番でも「これいま初めて気がついたわ」ってことがけっこうあるんです。そのような発見も、ライブですから大歓迎。そういうライブ感が面白いですよね。

あとツアーでは、人との出会いもありますよ

ね。さきほど紹介した御土居のツアーでは、こんなことがありました。歩いているとおばあちゃんがいはって「こんなところに、何しにきはったん」で話しかけられて。「じつは御土居を探して歩いているんです」って答えると、「うちの庭にあんで。入ってくか?」みたいな展開が生まれたり(笑)。ライブの魅力は、こういうハプニングにあるかもしれませんね。

篠原(JUDI会員);まず、コロナでいったん厳しい状況になって、下がったけども、それの回復のスピードがすごく速いなとお話を聞いていて思いました。私、今回の案内文を作るときに、コロナ前の状況で年間700回のガイドツアーを企画されてると書いたところ、以倉さんから訂正が入って、「900件です」と。つまり、コロナ前よりも去年のほうが数が増えてるということなんですね。収益的にも1億2000万の収益が上がって、利益が出ているというお話で、すごいことやなと思いました。

いったんクラウドファンディングで資金的な支援を求めたという状況であった思うのですが、まだ世の中がコロナ前に戻ってるとは決して言えない状況で、コロナ前を上回るような実績になってるのですね。それは、一つはオンラインツアーなどで新たな収益を獲得できたということがあると思うのですが、何か秘訣というか、想定どおりなのか、こうなるとは思わなかったのか、そのあたりをもう少し詳しくお話しいただけないでしょうか。

**以倉**;私たちはとてもラッキーだったということもあります。まいまいの参加者さんは、地元近隣の人が多かったんです。コロナ禍のとき「マイクロツーリズム」という考え方を、星野リゾートの星野社長が広められましたね。そのとき、われわれは以前からマイクロツーリズムをしていたんだなって気づいたんです。遠くから参加者を招く業

態であれば、結果はずいぶん変わったと思いま す。近隣からの参加者さんが多かったから、ダメ ージが少なかったと考えています。

篠原 (JUDI 会員); もう一つお聞きしたいのです が、「タイトルが大事」というお話ありましたよ ね。おっしゃるとおりだと思うんですけど、今回 の案内をするときに、以倉さんに「こんな話をし てほしい」ということを伝えるために、まずはタ イトル決めないといけない、自分なりのタイトル 決めないといけないと思い、今回の「まち歩きツ アーによる都市の魅力の発掘、発信、定着」とい う仮のタイトルを設定しました。僕らはこういう ことを聞きたいんですということを以倉さんに伝 えようと思って、仮のタイトルつくって送りまし た。それで、いくつか案内文とかの修正は入った んですけど、タイトルは特に修正なく通ってしま ったという感じがしていました。その辺はどうで すか。タイトルに込めた思いという話から推察す ると、今回のそれほどひねってないようなタイト ルでよかったのかなと思ったのですが。

**以倉**; 先ほどお話ししたように、私たちは普段、 主催者としてタイトルを付ける立場にいます。打 ち明けていうと、そうやって考えて考えて考えた タイトルを修正されるのは、私とても嫌いなんで す。もちろん間違いは訂正しないといけません が、表現の部分は集客に責任を負っている主催者 に任せてほしいと。

なので、こうやって講演を依頼される時は、主 催者、今回だと都市環境デザイン会議の皆さんが 決めたタイトルには意見しませんでした。

前田(JUDI会員);合同会社になられたとのことですが、雇用関係はどうされましたか?

**以倉**;特に変化なく、一緒です。メンバーは業務

委託契約のチームです。

**前田**;お一人で合同会社をつくられ、スタッフの 方は今までどおり雇用ではなく業務委託というこ とですか?

以倉; そうですね。

**前田**;業務委託は雇われている方としては不安な ところもあると思いますが、その辺りはどうなん でしょうか?

以倉;一度メンバーとそのことについて話したことがあります。雇用に切り替えるか、このまま業務委託か。どちらがいいか聞いたら、みんな業務委託がいいと。縛られず、自由に働いています。私も個人事業のほうがよかったのですが、売上的にそう言ってられなくなり、法人化しました。

前田;むずかしいですよね。税務署対応。

**以倉**; そうなんです。今までは例えば、私が仕事用のパソコン買ったら経費としていたのですが、 組織的にはよろしくないと。そろそろ個人とは切り離したほうがいいだろうということで、切り分けました。

**前田**;一方、スタッフの方はどれだけ儲かかっていて、どんだけスタッフに還元されていて、最後にどれだけ利益が残ってるかってあたりに興味を持たれていますか。

**宮田(まいまい大阪チーフプロデューサー)**;経 営の全体、売り上げがどれぐらいかなど、全部ク リアになってます。すごくやりがいもあります し、いいところかなというふうに感じてます。

藤川 (JUDI 会員); 竹中工務店の藤川と申しま

す。どうもありがとうございました。冒頭でいろんなメニューをご紹介いただいてたので、私が聞き漏らしてるのかもしれないんですけども。何キロぐらいの距離を何分で、基本的にはパッケージがおありだと思うんです。例えば、すごくロングバージョンでやったりとか、お昼のランチを挟んでやるとか、晩ご飯を誰々さんと一緒に行くツアー。こういうのもやってらっしゃるんでしょうか。ニーズとかも聞かしていただければ。

以倉;あります。ツアー時間はけっこうさまざまです。1日のツアーもありますし、お昼をはさむこともあります。食事については、その必然性があればツアーに組み込むこともしています。日数的にいちばん長いツアーでは、海外で3泊4日というものがありました。最後にお伝えした台湾でのツアーですね。

ツアーについての私たちの基本的な考え方は「現地集合」ということです。いまは自分で交通手段も宿も予約できる時代ですし、趣味も多様化しています。ツアーのメインではないものに関しては、参加者が個別に手配するということになっています。たとえば、沖縄ツアーを開催したことがありますが、現地集合です。いろいろな地域から来られるので、自然とそうなりました。宿泊についても、決めていただくのは参加者のみなさん。宿泊場所に求めるものなどは、参加者さんによって異なりますからね。

藤川 (JUDI 会員);個人的には、例えば、誰々さんツアー。単価もすごく高いから行きたい人、自分らでなかなか行けない名店のバーを、とかあったりすると、それはものすごく参加費高くても行きたいなと思う人もいるんじゃないかなとか、そんなことを思ったんで聞いたんです。

以倉;いいですね。花街の達人とお座敷遊び入門

ツアーなどは開催したりしています。

質問者B:大学、大学院で日本の古民家の研究をしておりました。その上で考えていたのが、若い人たちっていうのは建築の知識がそもそもなくって、感覚的なところでしか捉えられない。深いところまで理解できないっていうところがあるなと。さきほど参加するかたがたの年齢分布を拝見させていただくと、20代の方が4.5%、30代が17%と結構高いなと思ったんですよ。こういう人たちって、それこそオンラインサロンでスタートしているのか、現地で参加しているのかっていうのが知りたいのと、こういう人たちに向けたツアーを事業的にはやるべきだと思うんですけど、いかがでしょうか?

**以倉**;「京都モダン建築祭」では、今年はアンダー29、20代以下は半額となる割引パスポートを販売します。ツアーに関しては、ガイド料を割合でお支払いしてることもあり、そこまで大胆な施策はできていませんが。

質問者B:若い方を集客するの、結構これからの 人たちが関わるんじゃないかなと思って。人との つながりっていうのは大事だと。そこを付加価値 としていくっていうふうに考えると、SNS とか若 者が多くいるプラットフォームで顧客を集客をし ていってっていうような方法もあるかと思いま す。

**以倉**; インスタとか TikTok とかは、あまり上手 に使えていないので、頑張らねばなとは思ってい ます。

前田(JUDI会員);ガイドさんは年齢やっぱり上がってきてます? ある程度若返りを意識されてます?

**以倉**;ガイドさんは登録制ではないので、年齢の 分布や推移は分かっていません。多様性を大事に したいと思っていて、年配の方だけ、若い方だけ ということは避けています。

前田(JUDI会員);ガイドさんの年齢と来る方の 年齢には相関はあんまりない?年寄りだと年寄り が、若い人がガイドしてるから若い人がとか、あ んまりない?

以倉: それほどないかと思います。

質問者 C; こんばんは、まいまいの魅力にずっと引かれて結構ヘビーユーザーではあるかなと思いながら。まいまい京都の講演も行きましたので、昨日と、だからきょうで復習みたいな感じで聞いてます。私も企画とかもしてるので、そういう面からでも楽しませていただきました。

今聞いていて、「まいまい」のことを私のほうがしゃべれるなと思うぐらい。自由な感じが一番魅力じゃないかなと思ってるんです。企画側、企画ってガイドさんに自由な発想でガイドさんの魅力を全部100パーセント以上出させていらっしゃるっていうところとか。あと参加者にも自由な感じを与えてくださってるなっていうことを参加者の側からも感じています。スタッフの方も多分、以倉さんも自由になさってるんじゃないかなというようなのがあるので、全体に自由な感じなので、枠にはまらないところが魅力だと思います。

さっき年齢の話出ましたけど、それはみんな年取っていくので、やるほうも参加するほうも年取っていくから当たり前だと思うし、ガイドさん自身も成長していかれると30代から40代、50代と魅力どんどん広がっていくので年齢は関係ない。ジェンダーも関係ないし年齢もないかなと、ツアーは、もちろん若い人参加してくれたらそれに越したことはないけど、そこに何もおもねかなくても勝手にツアーが人を呼ぶんじゃないかな

と、一応援団として思いますし、きょうのお話を 昨日とまた違った角度で聞かせていただいたので 面白かったです。ありがとうございました。

**篠原**;これでお開きとさせていただきます。最後に、まいまい京都代表の以倉さんに大きな拍手で締めたいと思います。どうもありがとうございました。

以上