

## 1. 「天の川七夕まつり」の企画、運営、今後の展開について

<まつりの内容>

7月7日の夜、天の川堤1.5キロに約1000基の竹灯籠と約550個の紙灯籠、私市水辺プラザを中心に約3000個の紙灯籠を並べ、灯籠の灯が、夜の天の川の清い流れと美しい自然に溶けるロマンティックで幻想的な雰囲気のみまつり。ハープ、二胡、フルートの音がいっそう雰囲気を盛りあげる。

<来場者増加と地区夏祭りの盛会>

2005年：7500名、2006年：11000名、2007年：22000名。毎年、倍々と増えて、もうこれ以上になると危険な状態。参加地区の夏祭りは、灯籠を飾るなどして年々盛会になっている。

<増加要因の分析>

企画 a.七夕と七夕伝説という交野の歴史・文化、天の川という自然を生かした。b.笹飾りでなく、光のみまつり（銀河）とした点が新機軸だった。c.竹を切って里山を守る環境のみまつりという面を強調した。

伝統の上に立って、新しいものを加えた。感動や癒しを与え、参加型の確かな企画なら人は集まる。

場所 「企画」にふさわしい場所の選定。「場所」にふさわしい「企画」が秘訣。

運営 a.星田7区と私市、私市山手、天野が原町、松塚など行政区が推進 b.2007年より小学校、ボーイスカウトなど諸団体を加えた。c.主催者側運営は観光ボランティアなど個人個人の寄せ集め。d.出店は、すべて交野で営業の業者の方。（いわゆるテキヤさんは不可、地元へ貢献意識）

推進の核は、不特定多数の浮動票でなく、組織票を大きく動かすことが秘訣。動かしやすい所だけではダメ。

有効パートナー 京阪電鉄（車内広告、KプレスなどPR面、効果大）

今後 a.点から線、面への展開 b.地元および協会への収入増の結びつけ。

## 2. 「星のまち七夕まつり」（仮称）の企画、運営について

<基本の考え> 弱者の戦略：一転集中型、小さく生み、枝葉をつけて大きく育てる。

同じ戦略の応用：「七夕」をイメージした「企画」。組織票を大きく動かす「運営」。

<一例> テープレコーダー VTR DVD メモリーカード応用機器（記録容量の向上）

<まつりの内容>

・「天の川七夕まつり」を点とするなら、線的な展開として「星のまち七夕まつり」（仮称）を開催する。  
・7月1日から7月7日の間、機物神社から京阪電車交野市駅まで、星田妙見宮からJR河内磐船駅まで笹飾りを立てる。・その間、夜7時から10時まで道をライトアップ。・打ち水、風鈴など涼を演出。・その時間帯、商店街では大売出し、交野市民の露天商・空き店舗利用（農作物、交野産物など）。ストリートダンス、ストリートライブを許可。スタンプラリー（機物神社、京阪交野駅、JR河内磐船駅、星田妙見宮）など。

<実施内容分析>

企画 a.七夕と七夕伝説という歴史文化に新しいまつり要素を加える。b.笹飾りはすべて広告紙を活用し（星田地区方式）環境にやさしいまつりを演出。c.区間ごとの特長出しと核づくり（たとえば「交野まつり」との連携による出店のストリート展開など）。d.昼間は、市内観光ウォークと結びつける。

運営 a.商店街と地区・町内・個人宅が中心になって推進。b.そこへ個人や団体などを絡ませる。

有効パートナー 京阪電鉄、JR西日本、京阪バス。

目標 3年で、来場者1日2000人（計14000人）～1日5000人（計35000人）

次は、これを面展開し、年間で行事を展開する。

<面展開の例> a.秋祭り（私部、森・私市、星田） 蛍の里、ヤマリエなど） b.「道の駅」と観光バス。