

第2回未来ビジョン会議 要点記録

- 1 日 時 平成29年9月4日（月）午後7時から午後8時30分
- 2 場 所 伊東市役所8階大会議室
- 3 出席者
 - (1) 伊東市未来ビジョン会議委員16人（欠席2人）
 - (2) 伊東市長、伊東市副市長、伊東市教育長、伊東市市長戦略監、伊東市企画部長
事務局（行政経営課長、行政経営課長補佐、行政経営課主査）
- 4 意見交換 内容は以下のとおり

（行政経営課長）

こんばんは。定刻になりましたので、ただいまから、平成29年度第2回未来ビジョン会議を開催いたします。

本日は、ご多用の中ご出席いただきまして、誠にありがとうございます。

本日、皆様の机の上に、市制施行70周年記念事業の一環といたしまして、伊東高校城ヶ崎分校美術部の生徒さんがデザインいたしました、市制施行70周年のロゴマークを形取ったピンバッチを2種類配付させていただきました。ぜひ積極的に活用していただければと思いますのでよろしくお願いたします。

それでは、小野市長からご挨拶申し上げます。

（市長）

みなさんこんばんは。お疲れのところお集まりいただきましてありがとうございます。

前回、8月18日に第1回を開催しまして、私は、大変有意義な時間になったのではないかなと思っております。第1回目ということで、私を含め皆さんも緊張気味だったんですけど、今日は第2回目ということでございますので、ぜひ、もう少し和やかに進めたいなと思っております。

また、今日はシティプロモーションの展開をどのようにしていくべきかというご意見をいただくものでございますがより具体的な意見が出てくればありがたいなと思っております。

それから、みなさんは、さまざまな立場でここに出席していただいておりますけども、やはり若い世代の時代に合ったものを伺いたいということ、そして、私の公約を実現していくために、ともにつくっていくための会議としたいということを重ねてお願い申し上げ、簡単でありますけれども、開会の挨拶とさせていただきます。

よろしくお願いたします。

（前回欠席委員から挨拶） 省略

（行政経営課長）

ありがとうございました。

それでは意見交換に入りますが、会議の公開について及び本日のテーマについて、改めて説明をいたします。

会議及び会議の内容につきましては、基本的に公開とさせていただきますが、委員の名前を伏せる形で公開させていただきます。

次に、本日のテーマにつきまして、杉本市長戦略監から説明いたしますので、よろしくお願いいたします。

(市長戦略監)

改めまして、みなさんこんばんは。

会議のテーマでございます。一応、先週もご提案申し上げたんですけれど、再度ご提案させていただきますと思います。

伊東市は、今年度からふるさと納税を始めていまして、ふるさと納税の取り扱いで協力していただいている業者の方から、伊東市はネームバリューが少し低いのではないかと、シティプロモーションのPRが不足しているんじゃないかということで、ついては、先週ご覧いただいた大分県の温泉県というプロモーションビデオ、また小林市のプロモーションビデオ、そういうものを使って全国的に伊東市のネームバリューをもっと上げれないかという意見がありました。国内外を問わず、伊東市という街はこういうところだよということを発信するため、地元の若い皆様方からどういうものがいいかということをご提案いただき、それを参考に、今後、私どもでいろいろ検討していきたいということで、今回のテーマにさせていただきます。

先ほど市長が言われましたとおり、前はちょっと緊張気味だったようなんですけれど、今日は、良いことも悪いことも提案でも何でも構いません。ただ、本筋から外れてしまうとちょっと困りますが、シティプロモーション用の動画を作るとしたらどういう形がいいのか、また、それに載せるのはどういうもので、それによりPRする伊東の良いところや、今現在は悪いけれど、ここを直したらもっと良くなるといったような、そういうことの提案をお願いしたいと思います。

そういう関係がございまして、本日、伊東市観光課の小澤課長と伊東観光協会専務理事の村田充康さんに出席していただいております。もし何か質問があれば、お答えすることもできますので、ぜひ忌憚のないご意見をお願いしたいと思います。

以上でございます。よろしくお願いいたします。

(行政経営課長)

ありがとうございました。

それでは、早速意見交換に入りたいと思います。

要綱に基づきまして、小野市長が座長を務めることとされておりますので、小野市長、よろしくお願いいたします。

(市長)

それでは、座長を務めさせていただきますのでご協力をお願いいたします。

第2回未来ビジョン会議の意見交換を開始します。テーマは、今話がありましたとおり、シティプロモーションの展開についてでございます。前回、他の自治体のPR動画をご覧いただきましたけれども、本市のPR動画を作成するに当たりまして、皆さんからご意見を頂戴できればと思っております。会議は、前回と同様に8時半をめぐりに終了ということで、お

1人当たり大体5分程度ということで、今回も同じように進めさせていただきたいと思いません。

それでは、左回りで進めさせていただきたいと思しますので、よろしくお願いします。

(委員A)

本日もよろしくお願いします。

今回はPR動画ということですが、私が実際に訪れたことのない場所に行くとき、どうふうを選んでいるかを考えたときに、やはりネットで口コミを見たり写真を見たり、あとは、雑誌から探したりするんですけども、いいことや悪いことがいろいろ書いてあったりして、なかなか決め手に欠けるなど。そのときに最終的な判断材料としてわかりやすいものは、数字が一番わかりやすいのかなと。ランキング何位であるとか評価が何点であるとか、そういったことが決め手になるのではないかと考えたときに、PR動画の中にも伊東市のいろいろなランキングですとか数字を盛り込んでいけたらいいのではないかと思います。

前回の会議で話題になりましたけれども、恥ずかしながら、伊東市の温泉湧出量が全国で第3位であるとかということも知らなかったですし、あと身近なところで言うと、私の職場にスキューバが好きで都内から移住してきた方がいらっしゃいますが、最初は関心がなかったんですけども、伊東の八幡野とか富戸は、沖縄に次ぐ第2位の人気スポットだという話を聞いて、そうなんだということで、私もライセンスを取ったり、はまっていくような形になったので、そういう数字とかランキングとかという分かりやすいところで、まず興味を持っていただければいいのかなと思います。それであれば、一緒に行くような人にも話題にしやすいですし、他のところで話もしやすいのかなと思いますので、そういったところを盛り込んでいけたらいいのかなと思います。

以上です。

(市長)

ありがとうございました。他に何かおもしろい数字というのは思いつきますか。

(委員A)

いろいろな数字があると思うんですけども、本当に関係ないことでも、少し観光から外れたものですが、例えば、稲葉さんがいる1位伊東市であるとか、そういったことでも全国の稲葉さんに興味を持ってもらえるのかなとも思ったりしますし、いろいろなことを入れていければいいのかなと思います。

(市長)

ありがとうございました。

(委員B)

前回の会議が終わってから、どんなものがいいかということを考えてきましたが、僕は、アピールする内容についてよりも、どう配信してどう見てもらうかということが大切であると考えたので、その方向での話をさせていただきます。

動画を作るということなので、多分インターネットの動画サイトなんかに上げたりとかいろいろな配信方法があると思うんですけども、僕ら小さい頃からケータイを見てインター

ネットを見ていた世代からだ、やっぱりSNSとかインターネットの動画配信サイトとかで見てもらうことはもちろんなんですけれども、いろいろな宣伝方法があると思うんです。

どういものがすごくいいんだろうということですが、自分がテレビを見ていてCMがぱっと流れたときに、ドラマ性があるようなCMとかを見ていると、そのCMの伝えたい宣伝内容よりも、そのドラマのほうがすごく気になって、また次の新しいCMが流れたら、またやっているだなんて家族で話題になったりするんですけど、そういった、宣伝のようなアピールしていくような内容だけにこだわらず、ちょっとゆるいような、ドラマ性を持たせたような面白く気を引けるような内容になっていると、見ての方がすごく楽しく、興味を持ってくれるのかなというふうに考えました。

自分が気になっているテレビのCMだと、多分宝くじのCMなんですけれども、ロト6でしたっけ、妻夫木さんなどの俳優が出ており、宝くじのCMの内容よりも俳優たちの演じているドラマ性の方が見ていて楽しいので、そういうものを真似できると、例えば3分くらいの動画に詰め込むよりも、伊東市ってどんな所だろうって興味を持っていただき、再生回数とかが増えて拡散されていくのではないかなというふうに考えました。

あとはそうですね、伊東は海とか山とか色々あって、もちろん東京からという立場なのでぜひ農業のほうの面で、伊東は柑橘みかんの栽培が盛んなんだよっていうところをアピールしてもらえればということも思ったのと、あとマリンスポーツで私はサーフィンをやっているんですけども、伊東がサーフィンのポイントとしてまだまだ知られてないというか、サーフィンをやっている人たちは知っていると思うんですけども、なかなか広まっていないので、宣伝を考えているのであれば、ぜひマリンスポーツの面で、スキューバダイビングだけではなくサーフィンなんかも入れてもらえると、伊東の宇佐美海岸なんかすごくいい場所なので、発展していくんじゃないのかなというふうに思いました。

以上です。

(市長)

ありがとうございました。

要するに、プロモーションビデオを1種類じゃなくて、何種類かやっていってもいいだろうということになると思うんですけど、この間、私、秋田県と勘違いしましたけれど、宮城県の壇蜜が出演しているやつは、ちょっと見方によっては何かものすごくふざけているやつとか、ああいうのも印象に残ると思うんですよね。

それをやろうと思っているわけじゃないんだけど、例えば、伊東には海もあって農産品もあると。それでいろいろな楽しみ方ができるというので、基本的には徐々に興味を持たせるということだと思ってしまうんですけど、1回目は何をやってらいいでしょうかということになると、どうですかね。

(委員B)

そうですね、自分も具体的にこういう動画にしたいなっていうところを考えていたんですけど、ここでしっかりと伝えられるような感じにうまくまとまっていないんですよ。すみません。

まだ自分の中でまとまっていないので、うまくお話しできないんですが、長い動画を撮影するのではなくて、その動画をコマ切りにして、15秒とか30秒とかのもので、内容をち

よっと気を引けるような感じに仕上げていけるとすごく楽しいんだろうなっていうふうに自分の中では考えていました。

その中身のストーリーとか、こういうものをどういうふうにアピールしていけばいいのかなというところの中身のほうについては、すみません、まだ考え中です。

(市長)

ありがとうございました。

色々な考えがあると思うんですけど、伊東っていろいろな時代の歴史が残っていますよね。だから、その時代に合わせたもの、例えば、源頼朝や伊東祐親だったり東郷平八郎がここに足繁く通っていて、家まで建てたということとかね。

そういう時代、時代の歴史が今ちょっとブームになっているかなと思うんですね。歴女とかも言われているので。

前から考えていたんですけど、そういうものも含めまして、色々な形で、第1段、第2段、第3段というか、そういうものもまた考えていきたいなと思います。ありがとうございました。

(委員C)

皆さんの話を聞いていて、自分の考えてきたことのクオリティの低さにちょっと恥ずかしくなってもきたのですが、前回もここで発言するのに大変緊張したので、ちょっとすみません、シティプロモーションについてを議題とするということで、自分なりに紙にまとめてきたので、それを読みながら発言させていただいてよろしいでしょうか。

私がシティプロモーションのことを考えたときに、まず、自分があまり伊東のことをわかっていないなっていうふうに感じました。そこで、周りの友人や親戚などに質問してみたのですが、「伊東の良さって何」とか「観光客にどこをおすすめする」とか「何か自慢できることある」って聞いたんですけども、即答できる人が少なく、ほとんどの方が悩んでから答えてくれることが多かったんです。

これでは、どんなに観光客を呼ぼうとしても、今住んでいる人たちが伊東のことを知らないとか自慢できないというのではいかなものかなと思いました。同じ質問を息子にしたんですが、ちょうど夏休みの宿題で、あなたの街の良いところと問題点を写真に撮りましょうというのがあるんだよと聞き、そのときに思ったのが、中学生を巻き込むのはどうなのかということでした。

まず、中学生に同じように伊東についていろいろ質問してみて、我こそはと発表してくれる子供たちを集めて「新党伊党」を結成してもらおう。伊東の伊に政党の党ですね。それで市長に意見を直接ぶつけてもらおう。ニュースでも、今、新党結成などということをよく耳にするんですけども、その流れに乗ってといいますか、市長対中学生で作る新党伊党で意見を交わす動画を作ってみても面白いのかなというふうに思いました。

中学生によっては、現状に不満を持つ中学生がいたりして、それに対して喝を入れてくれる市長というパターンであるとか、逆に、伊東のこんなところがいいんだよ、いいところがたくさんあるじゃないですかPRしてくれる中学生に対して、市長が他の都市と比べてここがダメなんだよというような、前回のときに、熱海と比較するような意見がありましたけれども、ここが負けているんだよっていうふうな感じでマイナス思考の市長みたいなどこ

ろがあったりとか、そういうことで真剣に取り組んでくれる中学生がいれば、市議会の場をお借りするなどして動画が撮れないかなと思いました。

このPR動画で伊東の良さを知ってもらいたいのももちろんなんですけれど、市議会などという偉い人たちが集まって大事なことを決めていく場なんだなって考えている子供たちが多い中で、自分たちがそこに加わって市長に話を聞いていただいたりとか、真剣に考えた意見が少しでも取り入れてもらえたら自分たちにもできることがあるっていうふうに、変えることができるという喜びを子供たちにも感じてもらえてやる気にもつながるのではないかなと思いました。

また、この経験を通して、今の伊東の現状を子供たちにも勉強してもらえたり、これからの伊東のことにも興味を持ってもらって、どうにかしなければとか、どうにかしたいなっていうふうな気持ちを持ってもらえるかもしれないなって思いました。そうすれば、楽しいところがないから伊東から出て行こうではなく、伊東に住み続けたいですとか、また、一度進学で外に出ても戻ってきたいとか、就職してもやっぱり伊東に帰らなきゃって思ったりとかしてもらえることがあるかもしれないですし、自分たちが楽しいことを自ら発信していこうという子供が育てられる取り組みにもなるのかなと思いました。ちょっと甘いかもしれませんが。

あと、新しいものを作るとかというのではなく、今できるPRは何かなって考えたときにアニメの「あまんちゅ」を活用しない手はないかなと思います。引き続き連載もされていますし、たしか、先月の30日の新聞にも掲載されていましたが、聖地巡礼で外国人のお客様の誘致をというのがありました。これは伊東の観光地だけの紹介ではなくて、伊東のお祭りや湯川のお祭りのことも取り上げていただいています。表紙にも舞姫さんの絵が書いてありましたし、お神輿さんが海に入るシーンとか浦安の舞の舞姫さんが舞を披露するシーンとかも、とてもきれいに細かく描かれています。昨年のお祭りでは、マンガ本を片手に同じシーンを撮ろうとカメラを持っている方をたくさん見かけました。

けれども、これも昨年、街中でポスターをよく見かけたんですけれど、「あまんちゅ」という名前だけは知っているという人は多いようなのですが、内容まではよくわからないという人も多いようです。これでは「あまんちゅ」のファンの方が来てくださっても「聖地はどこですか」って聞かれて、「え、何の話」っていうふうになってしまい、とてもさみしいなと思います。我が家には息子と娘、2人の子供がいて、アニメがとても大好きで、いろいろなジャンルのものを見ています。「あまんちゅ」も高校生の温かい成長の話で安心して読ませることができず、マンガ本を読みながら、「このシーンあの場所じゃない」とか「ここはあの店だね」って見つけるのもとても楽しくて、子供たちとの会話もとても増えました。去年の夏には、家族で聖地巡礼をして、写真を撮りに行ったり限定メニューを食べに行ったりもしました。

そして、子供たちにももっと知ってもらえる方法はないかなと考えたときに、市の図書館や学校の図書室に置いてあればいいのになというふうに思ったんですね。それで図書館に問い合わせをしたら、伊東のことが書いてあるものなので、今はまだ置いてないんですが検討中ですっていうふうに答えていただきました。昨日ちょっと学校に行く用があったので、北中の先生に伺いましたら、学校の図書室に置く本は、学校単位で購入するので選定も学校でできるっていうふうに言われて、伊東が舞台の物語で内容がふさわしいものであれば、POPなどを添えてぜひ子どもたちにも読んでもらいたいですねって言ってくださったんですね。ただ、予算があるかどうかまではわからないってことだったんです。

こういうふうに、学校ですとか図書館に漫画を置くと購入する方が出るのではないのかなっていうふうなことも言われたりしたのですが、まずは手に取ってもらってストーリーを知ってもらうこと。それで好きだと思えば「ファンになれば自分の棚に並べたくなるよ」って言うアニメ好きの息子の言葉があったので、こんなふうに提案させていただきました。

ご検討いただけたらうれしいです。

(市長)

とってもユニークな意見でした。

息子さんはどこを写真に撮りましたか。

(委員C)

一碧湖にも行きました。あと、湯川に住んでいるのですが、自分で自転車に乗って伊東高校前のバス停に行ったり、川奈のいるか浜にも行きましたし、熱海市のほうまでもいろいろ行っています。

(市長)

本当に伊東の良さっていうものは、これっていうものがいっぱいありすぎて、どれっていう話でいつも終わってしまうんですけど、中学生を巻き込んでいくということは、大変おもしろい企画ではないかなと思いました。ありがとうございました。

(委員D)

こんばんは。前はちょっと緊張したので、今回は、しゃべる時間をなるべく少なくしようと思ひまして、企画案を皆様のお手元に用意させていただきました。

伊東の本当の自然の美しさは、ドローンを使った空撮ですとか美しい映像で、また別のプロモーションビデオをゆっくり作られて、それをじっくり見ていただくっていうこともとても大切だと思うんですけども、短い時間でキャッチに伊東の良さというのをどうやって伝えていったらいいのかということも前回の未来ビジョン会議の後にずっと考えてみました。

そのときを同じくして壇蜜さんの炎上騒動で、テレビでかなり取り上げられていたことが奇しくもそれがPRになって、みんなの認知度が非常にアップしたということもあったのでタレントを使ってプロモーションをする方法を考え、提案をさせていただきました。

コンセプトは、尺が大体5分ぐらいの短いストーリーで、放蕩息子の帰還というテーマで都会で疲れた青年が伊東に帰ってきて、そこでリフレッシュするというストーリーなんですけれども、伊東の良さは、まるでおもちゃ箱をひっくり返したように、本当にいろいろな要素があって、いろいろなニーズにも対応できる。それをどういうふうにPRしていったらいいのかというと、疲れた青年がいろいろな伊東の良さを体験することによって、リフレッシュしていくというのを短いカットで表現できたらいいなど。

それと今現在、旅行の質が変わってきていて、長期滞在型の旅行のニーズっていうのは、都会に住んでいる友達とかからよく聞く話なんですけど、1泊当たりのコストを少し下げても、5日間とか1週間滞在できる場所を探していると聞いても、その提案がなかなかできない事例もあるので、今、観光の新しい切り口の一つとして、長期滞在の観光のプランニングを考えて、それもまた癒しとリフレッシュというテーマでアピールしていくのはどうかなというふうに思ひて提案をさせていただきました。

具体的な内容は企画書に書いてあるので、ぜひ目を通していただきたいと思うんですけども、このお父さん役でお名前を挙げさせていただいた志茂田景樹さんは伊東市宇佐美の出身ということで、実は奥様とはちょっとした知り合いなので、今回の企画についていろいろと話をしたら、「いいんじゃない」ってことでお墨付きをいただきました。

実は、今年もお忍びで湯治にいらしていただんですけども、伊東をとっても愛していらっしゃるので、PRとか、そういうことでは常に協力的に力を貸してくださると私は確信しております。

以上です。

(市長)

ありがとうございました。

かなり具体的な企画をいただきましてありがとうございます。

志茂田景樹さんは伊東市宇佐美の留田の出身なんですね。それで個性的じゃないですか。だから、なかなか伊東に貢献をしにくかったという部分があったと思うんですけど、このシティプロモーションに対してお力を借りられることになれば、ありがたいと思います。

このストーリーもとても面白いなと思いました。ありがとうございました。

(委員E)

私自身が移住者ですので、移住者に向けたPR動画を考えたいなと思っています。

それで、ターゲットのプロファイリングとかしたんですけど、35歳の久美子さんを想定しています。趣味は家庭菜園で、自営業、お店とかペンションを開きたいと考えている人です。そして、旦那さんがおりバイクが趣味です。

その方に向けてのPR動画なんですけど、私自身が料理チャンネルですが、ユーチューブのチャンネルを3年ぐらいやっています、去年ネクストアップというものがあまして、それに参加させてもらって、ユーチューブのスペース東京で勉強させていただいたんですけど、そのときに学んだことというのが、まず開始3秒で心を掴まなきゃいけないということです。それは、やっぱりインパクトのある動画なんですね。それをどうしようかなと具体的に考えたので発表させていただきます。

主役は、タイムスリップしたサムライです。甲冑を着ているので顔が見えません。顔が見えないというのは、伊東市以外の外部の人であるということの象徴という感じで、海外の人でも甲冑には興味があるので、それでちょっと着させてみようかなと思ったんですけども、その人が伊東市の人にいろいろな仕事を紹介してもらって、マリンタウンの交通誘導だとかダイビングの店員だとか、カピバラの世話をしたり、いろいろな仕事をするんですけども最終的にはペンションの経営をするという設定です。

そして、甲冑のままずっとやることで、ギャップで面白さを演出しようかなと考えています。それから、彼もだんだん慣れてきて、パソコンもできるようになって、移住のブログを運営したりして、旧江戸まで車で1本で行けるだとか、そういうブログを書いたりすることで、何か面白くできるといいなと思いました。

それで、私が移住者の目線で見ると、伊東市の強みというのは、伊豆高原や伊東から東京まで電車で1本で行けるといところ、また、別荘とかペンションが多いので、ピンチをチャンスに変えられるというか、それをどんどん移住者に活用してもらい、それでどんどん活性化できればいいなと思っています。

どのような動画を作るにしても、ワン動画ワンメッセージとして何を言いたいのかははっきりさせることが大切で、そのためには、まずキャッチコピーが必要だと思っています。イメージは言葉なので、言葉が決まってくれば、どういう動画がいいか具体的に決まると考えるので、それをやりたいと思います。

以上です。

(市長)

ありがとうございました。

甲冑の中身は久美子さんの旦那さんということでしょうか。

(委員E)

はい。それでもいいと思います。

(市長)

そんな感じですね。ありがとうございました。

(委員F)

今回、シティプロモーションということで、こんな動画はどうでしょうかみたいなことで2つほど提案をさせていただければと思います。

1つ目は、動画のテイストの一つとして、体験型を入れてみるのはどうか。要は、見た人にやってみたいと思わせるような動画です。

これをヒントとしたのは、あのグーグルのCMなんですよ。例えば、水圧でばあっと飛んでいるCMですとか、日本のマチュピチュみたいなことで検索してすぐ行けるよといった動画なんですけど、あれを見た私個人の思いとしては、「ああ、そこへ行ってみたい、それやってみたい」というような思いを抱いたのがきっかけで、シティプロモーションの動画を見た人が、伊東のPRだと、例えば、伊東といえば温泉だ、湯めぐりをしているような動画を作って、「こんなことできるんだ、やってみたいな」とか、あとはイルカと一緒に泳げるところがあるから、「ああ、こんなこともできるんだ」とか、そういう体験型の要素を入れるのはどうか。

前回、私はバレーボールをやっている市民の立場から、合宿をしてみたいというふうな話をさせていただいたんですけども、その合宿をする人向けのものであれば、例えばの話で私で言えばバレーボールの合宿ですけど、体育館でやるバレーボールの練習以外にも、合宿をしたら、例えば、松原神社の階段で坂ダッシュのトレーニングができるよとか、海岸の砂浜でタイヤを引きながら走って足腰を鍛えられるトレーニングができるよなんて、私はやってみたいとは思わないですが、そんなこともできるんだみたいな、そういう体験型の要素を入れるのもいいのかなと思います。

今、ちょうど昨日ぐらいまで、日大理工学部の学生たちが街角で交通量調査やったりとか4月にはガリバーさんの新入社員が大変な人数で研修合宿のようなことをやられていたんですけども、そういう、既に合宿をやられている団体向けにも、例えば、こんなリフレッシュもできるんだよみたいな切り口もあるのかなというところで、今、やっているかわからないですけど、大室山でパラグライダーができるよなんていう、そんな体験型の要素を入れてみたらどうかというのが1つ目の提案のテイストです。

もう1つのテイストとしては、これはちょっと麻薬的なものなんですけれども、キャラクターを使うというところで、先日の大盛況に終わった市制施行70周年の記念のパレード。ミッキーが来ることであれだけの人が集まるんだなっていうことに、私もつくづく驚いたんですけれども、先ほどの話とは全然違うのだけれども、その動画の中にミッキーを登場させちゃうみたいな感じで、ミッキーがパレードした後、暑いから温泉につかるんだなんてやると、ああ、ミッキーが温泉につかるんだとか。檀蜜が温泉つかってどうこうするというならば、ミッキーを温泉に入れちゃえというような発想です。

それから、ミッキー的なキャラクターといえ、今、ミニオンズという、ちっちゃい黄色いやつが日本以外でも結構流行っているんで、あいつらが、街中の観光名所をてくてく歩いていて観光案内をするような感じで、そういう、ずば抜けて人気のあるキャラクターを街に織り込むような形のプロモーションというのも1つの切り口としていかがかということで、2つほどご提案をさせていただければと思います

(市長)

とても面白いと思います。

ディズニーは、使用する際に、また使用料がかかってしまうかと思います。例えばですけど、伊東のゆるキャラのようなものも、メジャーにしていくために活用できるのかと思います。ありがとうございました。

(委員G)

私は、これを考えるときに、事前に資料をいただいたのですが、書いてある要素が全部当てはまるんですね。どういう人を狙っていくのかとか優劣をつけがたく、また、その強みとか、何で動画なのかとか考え始めると、今一つ考え方がよくわからなくなってしまったんです。

それで、今まで伊東市で作った動画を、ダイジェストにしたりとかして、そこから何か見られるようなものが出てくるんじゃないかと考えました。多分、今までのいろいろな古いものや歴史とかがあると思うので、そういう歴史を見ながら、今の伊東はこうなんだというようなアピールはどうなのかなと思っています。

そして、その素材とするのは市民であって、市民が働いていたり、海から始まると漁業をやっている姿だったり、逆に、山のほうで観光客がいろいろ盛んに観光されている姿だったり、その街の人間が頑張っているところでみんなが遊んでいてみたいな、何かそういう、全体が1つになるようなものを動画として作ることがいいのかなと思っていますが、どこに向けてつくるのがいいのかっていうことは、僕はよくわかりません。

あの何ですかね、僕自身が伊東市ということではなく、伊東市に住んでいるということであって、PRではないんですけれど、観光について皆さんがいろいろと考えているものについて、僕らにはその一部分しか見えていない気がするんです。

ですから、考え方が何か凝り固まったものになってしまうので、今、皆さんが提案されたような具体的な話をする前に、そもそもこの伊東市ってどういうふうになっているんだみたいな、僕らの住んでいる所は十分わかっているんですけれども、市全体としてはよく見えていないので、何かそういうお話をさせていただいて、その上で、こんなものも面白いよねっていうような具体的な話をさせてもらったほうが、同じ方向に向けるのかなと思っています。

今、皆さんから提案してもらったこともすごくいい意見だったけれど、そして、それを全部作るんだったらいいんですけど、その一つ一つを議論するよりも、まず大前提になるものについて、皆さんはお分かりなのかもしれないですが私はもう少しよくわかっていない。

観光課の方も来られていますので、その辺の、要は、そもそも花火って何でやるのとか、何で伊東の街中でたくさんやって、伊豆高原の南部の方は1回ずつみたいなことや、ディズニーパレードも伊東の街中でやったじゃないですか。伊豆高原にも市民は住んでいるんですよみたいな、そういうような、伊東市はどういうことを考え、そして、僕らからどういうような意見がほしいというようなことがちょっと伝わってこないような気がするので、まず、その辺を教えていただきたいなと思います。

以上です。

(市長)

ありがとうございます。

全体的なそのものっていうと、なかなか掴みにくいと思います。それで、これから、インバウンドのお客様が2020年には、おそらく4,000万人を超えてくると言われています。その中から幾らでも伊東に誘客したいと、それは皆さん同じように思っていると思います。それから、移住される方も増やしたい。それによって経済のパイを増やしていく。今、少子化になってきましたが、既存の学校は残していきたい。そういう気持ちもみんな持っていますけれど、それには何といても人がいなければできないということで、移住者に向けたものもそうですし、今はもう全国総観光地ですから、従来の観光のお客様にどうやって新しく伊東をアピールするかというようなことも含めて、そういう中で、このシティプロモーションを進めていくことについて、今日はそれぞれの立場で言っていただければ結構です。

それから、例えばですけど、私も長らくお祭りのお神輿をやっていたのでビデオとかDVDとかが山ほどあるんですね。例えば、箸祭りとか秋祭りとかその団体の記録的なものですけど、皆さんも各家庭にいっぱい持っているじゃないですか。もしくは、今はスマホに移しています。

要するに、そういうものを募集して、みんなのものを集めてプロモーションビデオを作りますみたいなこともですね、改めて、いい提案じゃないかなということも感じました。

それから、何で花火を伊東市内でやることが多いかということや、なぜ、ディズニーパレードを伊東市内で実施したかということについては、過去の歴史も含めて前の観光経済部長に答えてもらいます。

(市長戦略監)

昔の歴史から見ますと、伊東という街はどうしても温泉旅館が街中に多かったですよね。ですから、その宿泊客を増やすために、当時の旅館組合が中心となって花火大会を始めたというような経緯があったと思います。また、多くの方が見ることのできる場所となると、やはり伊東市内にあるオレンジビーチが一番いいのかなと思っています。

そして、先ほど委員が言われたとおり、八幡野のやんもの里や川奈でも1回ですけど花火大会をやっているのに対して市も助成をしています。また、赤沢もお祭りのときにやっていると思います。宇佐美も宇佐美まつりのときにやっています。そういう地域の祭りでの花火大会にも助成をしているところでございますが、どうしても伊東の街中がメインになってしまうのが実情です。

あと、伊豆高原地区と伊東の街中との違いについてですが、私の個人的な意見になるかもしれないですけど、伊東の街中というのは昔ながらの温泉場、騒々しいと言うとちょっと語弊がありますが、賑やかなところでいいのかなと。ただ、伊豆高原のほうは、同じ伊東市内でもがらっと変わったもの、例えば、東京のほうで仕事に疲れて癒しに来て、「ああ伊豆高原できれいな空気を吸って、何もしないでボーっとしていたいなあ」という方が、2泊、3泊していくようなところ、そういうまちづくりをしていくのがいいのかなと考えています。

伊豆高原を考える会という伊豆高原に住んでいる方たちもいらっしゃいまして、その方たちも独自に考えておりますので、またそこら辺は、住んでいる方のご意見とかを伺いながら進めていきたいと思っています。

次に、ディズニーパレードの関係ですが、あれだけの人数が集まるので、安全確保の面から、どうしてもバイパスを通行止めにする必要がありそこで実施をさせていただきました。伊豆高原地区に会場があったとしても、あれだけの人数が集まって街中がどういうふうになるかわかりませんが、ちょっと似合わないのかなと思います。

申し訳ございませんけれど、当初から街中でやるという考えでございました。

花火大会の実施については、観光協会の村田専務からも説明をいたします。

(観光協会専務理事)

観光協会の村田です。

花火大会を伊東の街中で行うことが多いというご意見だったと思いますけれども、今、伊東市内の宿泊施設のキャパシティが大体2万4、5千人でございまして、その中で伊東の街中の旅館の占める割合が大体70%から75%ぐらいですね。

ほとんどが伊東の街中の周辺に泊まっているということも含めてですね、どうしても、人が多いところを中心に花火大会を行っているというようなことをご理解いただければと思います。

(委員G)

伊東市という地名は皆さん知っていると思うんですけど、伊東温泉という言葉と伊豆高原という言葉は、もしかしたら伊豆高原という言葉のほうが世の中に知れ渡っているのではと思います。そのぐらい伊豆高原というのは名前が売れているんじゃないかって思います。たまに若い子が「イズタカハラ」とか言いますが、伊豆高原はみんな「ああいいよね」という気持ちを持っていると思います。ただ、何がどのようにっていうのはよくわかりません。伊東のほうも、来ると、みんな「いいよね」と言うんですね。伊東の場合は、今言われたように、賑やかだからっていうことでわかります。

伊豆高原もぼくらは住んでいるのでよく分からないんですけど、何か特徴があるのかなと思います。ただ、軽井沢、伊豆高原って感じで名前を覚えられているのだとしたら、移住のためにというサブタイトルではなく、伊東市としてメインに出すような、メリハリをつけていただくことがいいのかなと思うんですね。

ぜひ、ご検討をお願いします。

(市長)

ありがとうございました。

伊豆高原というネームバリューはかなりあると思います。

伊豆高原が伊東市だということを知らない人がたくさんいて、伊豆高原という自治体というような感じに思っている方が多いようです。例えば、川奈ホテルでフジサンケイレディースをやっていますよね。あの川奈が伊東市だということを知らない人がいっぱいいます。

やはり、固有名詞みたいになっていて、明らかに伊豆高原という名前のブランド力というのは相当高いと思いますので、今言われたようなことも含めまして、これを制作する際にはいろいろと検討したいと思います。

(委員H)

こんばんは。

私は、観光で伊東にいらっしゃるお客様、特に、新規のお客様の関係についてです。

というのは、以前、他の会議で少し話が出たんですけども、リピーターというのは、特にPRをしなくても伊東市が好きなのであって、勝手に来る人なんだよということでした。そして、初めて伊東に来た人を捕まえなければ何の意味もないよということで、初めて伊東に来た人とか、何回かしか来たことのないような人たちが、伊東の観光スポットなんかを回って、動画を撮ったり写真を撮ったりしますよね。それをコンテストみたいな形で募集をしたらどうか。その中で、初めて伊東に来た人がすごく楽しんでいて、楽しいところなんだっというところを、そのままPR動画にもって行けないかなと考えました。

それと、そのPR動画の内容を検討する、例えば、こういう会議みたいなところで、伊東に住んでいる人が、「おお」とか「そんなのあったんだ」みたいな驚きや「伊東の市民も知らなかったことを伊東に来た人が見つけてくれたんだよ、あなたも見つけてみませんか。」というような、公募型のような形で作ったら面白いんじゃないかなと思いました。

私はずっと伊東に住んでいるので、いいところはいいんですが、それがマンネリ化してしまっているんで、例えば、前回、他の委員が言われたような、銭湯のことを市外から来た人がすごく喜んでいたというような話ですが、僕らは毎日行く所なので生活の一部になってしまっていますが、そんなところもいいものだよというように見られるような外部からの視点が必要かなと思いました。

以上です。

(市長)

ありがとうございます。

動画コンテストの考え方はすごくいいと思います。リピーターでもいいと思いますが、初めて伊東に来た方が伊東と検索したら、すぐそういうものが出てきたなんていうことを想像してみると、すごくいい提案ではないかなと思います。ありがとうございます。

(委員I)

こんばんは。よろしくお願ひします。

私は、皆様のような立派な考えというか、真剣にと言いますか、ちょっと甘い考えで来てしましまして申しわけありません。

自分が思うことは、伊東は夜が寂しい街だなということで、どうすればうまく伝えられるかなということを考えました。夜、おいしいお店も結構あるし、楽しいお店もあるので、そういうことをどうしたらうまく伝えられるかなということを考えたんですけど、結局浮か

ばないままここまで来てしまいました。他の委員さんのドラマの形にしたらどうかという意見はすごくいいなと思いました。

例えば、有名人を出演させてドラマにして、ただ、特定の店をアピールするのではなく、有名人が来たってというだけで店そのものについては余り触れないように、ドラマの形にして夜の食事処や飲み屋とかを宣伝してアピールできたら、伊東の夜がもっと賑わうのではないのかなと思います。

以上です。

(市長)

ありがとうございました。

確かに夜の街が寂しいと思います。例えば、アーケードですが、日曜日なんかは休んでしまっている店もあったり、夕方は、もう6時頃になると飲食店以外は全部シャッターを降ろしています。ですので、そういうものを含めて言いますと、いいところを発信して行って、なおかつ、商いをしている人たちもお客さんが来ることを期待しなくても店を開けているような、そういう賑わいを出すということが必要だと思っていましたので参考になりました。ありがとうございました。

(委員J)

よろしくお願いします。

まず初めに、なぜ、ネットの動画を使ってPRをするのか、その理由をお聞きしたいのですが、よろしいですか。

(市長戦略監)

なぜ、動画を使いたいかということですが、前回見ていただいた、小林市とか大分県とかの動画がありましたよね。ああいうものを見て、今まで全然知らなかった人たちに名前を知っていただいた。そして、伊東については、ネームバリューがまだまだ低いと思います。必ずしも動画でなくてもいいんですけど、まずは身近なものでということで、伊東の動画を作るとしたらどのようなものができるのか、そして、どういうものであったら伊東のPRができるのかということについて、皆さんの考えはそれぞれ違うと思うんですよ。

そういうものを参考にさせていただいて、まずは、動画を作るとしたらどういうものを作ったらいのかということをお願いをしています。ただ、できればあのようなイメージで動画を作っていきたいなという思いは持っておりますけれども、必ず作るとか、動画でなければダメであるとか、まだまだそういう段階ではありません。

以上です。

(委員J)

ありがとうございました。

最近、ネット動画というのは、見ている方がかなりいらっしゃるのととてもいいと思うんですけども、性差まんべんなく皆さんが見ているかということ、若い世代から僕らの世代ぐらいいまではかなり見ているのかと思いますが、見ていない世代もあろうと思いますので、少し質問させていただきました。

昔、ハトヤのCMが流行ったと思うんですけど、やっぱりハトヤのCMというのは、ハトヤの歌があって、かなりインパクトがあって「伊東に行くならハトヤ」という感覚で、多くの人に伊東のことを覚えていただいたと思っているんですけど、ネット動画やCMを作るにしても、やっぱりインパクトがないようなものだと何も意味がないのかなと思います。ただ単に、伊東の良さだったりとか、伊東ってこういうところだよというものを動画で配信したとしても、頭には何も残らないと思うんですね。ハトヤのCMって、本当にあの歌だけでもかなり頭に残って、ハトヤに泊まるわけではないけれど、何か風呂場で口ずさんじやったりしてしまうんですよ。本当に、そういう頭に残るものっていうものが必要なのかなと思います。ふざけていてもいいですし、珍しいものとかでも、何でもいいんですけど、本当に私たちの印象に残らないと、関東や都内の方、あるいは、関西の方とかが見て、「ああ伊東に行こうかな」とは思わないのではないのかなと思います。

今回、皆様が個々にすごくいいことを言われたので、それを動画にしていけばいいんですけど、本当に、頭に残るものということが一番いいのかなと思います。シティプロモーションの動画をいろいろと作って、多くのお客様を呼ぼうということはすごくわかるんですけど、ターゲット層に合ったパターンを作っていくことができないのかなと思います。

例えば、先ほども意見で出ましたけれど、家族連れであったりとか夫婦とか恋人とか、また、企業の団体のお客様だったりというのは、それぞれ目的が違うので、その目的に合ったプレゼンテーションをしていかなければいけないのかなと思います。

やはり、中途半端であると、そのイメージというのがなかなか湧かないと思いますので、ここは、どういう方々をターゲットにして、ふるさと納税をしていただくためのシティプロモーションなのか、伊東に観光客を呼び込むためのシティプロモーションなのかということを確認した上で、皆さんで意見交換していただいたほうが、よりよい議論ができるのかなと思いました。

以上です。

(市長)

ありがとうございました。

ハトヤのCMも、もうしばらくやっていないと思いますが、ハトヤと言うと伊東というのは、私も含めてですが、確かにいろいろなところで、ほとんどの方が、伊東と言うとハトヤのですねと言われます。思わず風呂で歌いたくなるようなイメージがあるんだと思います。

先ほどの話にもありましたが、3秒で心を掴むという話、また、ロト6とかグーグルのCMなんかもそうだと思いますけれど、センセーショナルなイメージというか、あの衝撃というかですね、やはり、まず、そういうものが必要だなということですね。大変参考になりました。

あと、ターゲットについて、これは伊東の良さを考えたときに、どこがなのか、また、何が目的なのかということをはっきり打ち出せてこなかったのが現状で、これは、以前から今までずっと課題であったと思うんですね。そこを皆さんと一緒に考えていきたいということでございまして、今日、全部決めてしまうわけではないので、また何かアイデアが浮かびましたらお願いしたいと思います。ありがとうございました。

(委員K)

前回の雰囲気を全く知らなくて、ここまで聞いていて、皆さんがこんなにいい意見を考えていると思っていなかったの、申し訳ありません。

僕の考えなんです、まず、事前にいただいた資料の中で、シティープロモーションについてということでしたが、僕は、まず「伊東って何」っていうことを強く思いました。伊東で強く押し出せるところがどこなのかということがわからないし、僕はサッカーをやっておりますので、県内外からいろいろなチームが訪れてくれるんですけど、そこで、伊東に来たからこういうことをやってみたらとか、こういうことができるよっていうものが、今一つ強く押し出せないなっていうことが、考えとして一つあります。

先ほど、夜の街についての話がありましたけれど、夜はどこの店がすごくいいからそこへ行ってみてくださいとか、伊東としての強みというのが、地元の方も今一つわかっていないでしょうし、県外の人でも伊東に来たら何ができるのかなっていうことを、伊東市が強く押し出していないところも多分あると思うので、まず、その伝え切れていないところを明確にしていってほしいのかなということを感じています。

あと、ターゲットを絞るという話がありましたけれど、地元の人でも共感できるような何かがあったほうが、伊東市がそういう動画を作ったということになれば地元の方も見ると思うので、地元の人が共感できるようなもので、そこからいろいろなことが口コミで多くの人に伝わっていくっていうような動画がいいのかなという漠然とした考えですけど、そういうことを考えていました。

以上です。

(小野市長)

ありがとうございました。

またいろいろと知恵を拝借したいと思いますので、よろしくお願いします。

(委員L)

私は、シティープロモーションの展開について考えたとき、動画の内容ではなくて、ターゲットや目的、それと配信先について考えさせていただきました。

まず、目的なんですけれども、1つ目にインバウンドで外国人を対象にした動画、多言語化した動画を作成することで、外国人の方々もそれを見て一目で伊東について知っていたのではないかと思います。2つ目に観光客増加を目的として新規の観光客を対象にしたもの。伊東は、季節ごとにさまざまなイベントやお祭りをやっているの、そういったものにスポットを当てたらいいのではないかと思います。3つ目に移住定住促進ですね。子育て世代や団塊世代等を対象にしたらいのではないかと思います。4つ目なんですけれども、市民が知らない伊東市の魅力としまして、対象を伊東市民としました。ターゲットを外部の人のみにするのではなくて、伊東市民も知らない伊東市の良いところをインタビューしたり、先ほども出ましたけれど、学生なんか为主导で作成するのも面白いのではないかと思います。

あと、昨年度末に危機対策課でドローンを購入させていただきました、市制施行70周年の関係の写真を撮るときに使っていただいたんですけども、そういったものを使用して私たちの目線からでは普段見ることができないような映像を使っている伊東市の紹介とかも面白

いのではないかと思います。市民に向けて行うプロモーション動画が先ほど挙げた移住・定住をしたい方に響く可能性も十分に考えられるのではないかと思います。

配信先として考えられるのは、事前に配付された資料にもありましたけれども、ユーチューブやフェイスブック、インスタグラムやツイッターですとか、あとは、外国人の方々にわかりやすいように、各国で一番よく使われているサイトですね。日本ならヤフーとかグーグルとか、韓国とかだとネイバーとかっていうんですけれども、そういったところでブログとかを国際交流協会などに協力していただきながら作成して、検索にヒットしやすくすることで、さらに外国人観光客を見込めるのではないかと思います。

最後になりますが、動画はきっかけ作りになりますので、それに付随して情報を取得しやすくする方法を考えなければいけないと思いました。ですから、動画の最後に検索ワードを載せて、それで検索すると、それに関連した情報が一挙に取得できるようにするなどして、動画からその特化した情報を取得しやすくすることにもつなげていくことが必要なのではないかと思います。

以上です。

(小野市長)

ありがとうございました。

今、いろいろとお話があった中で、ドローンの映像について、按針祭の花火大会で、ドローンを飛ばして結構危ないところまで入って行って撮影をしたんですけど、ものすごいインパクトがあって、ああいう角度で、誰も見たことがないというような映像が撮れる所までカメラが行きました。

そういうことで、ドローンは、今まで余り想像できなかったものを見つける鳥瞰図というか、そういうものを感じることができる最新の機械だなということを思いましたので、参考にさせていただきたいと思います。ありがとうございました。

(委員M)

会議に遅れましてすみません。

第1回目の会議に参加しておりませんでしたので流れが分かりませんが、今までの皆さんのお話を聞いていた中で、ターゲットを絞らなければ、先ほどもお話が出た動画のダイジェストは汎用性が高くていいかと思います。

あとは、ファミリー層や子供層なんかだと、我々が子供の頃は、子供番組と結構タイアップしていたりして、ヒーローなんかがよく伊東でロケをしていたりもしたんですけど、最近だと、何か2時間ドラマでしか伊東を見ないんですけども、そういうのもいいかと思うんですね。

あとは、逆に老人等の方々に対して、老後で移住される方向けでしたら、介護の関係とかで伊東にあるものをまとめて動画にしてみるとかというものも、逆にいいかなと思います。

あと、体験型ですと、私は海の仕事をやっておりまして、先ほども伊東で何ができるか分からないというような意見がありましたけれども、例えば、釣りの体験とか、あと、ダイビングマリンロードともちょっと絡みがありまして、イルカのドルフィンセラピーとかドルフィンタッチとか、そういうイルカとの触れ合いとか、あと、遊覧船とかそんなものも体験できます。また、マリンスポーツ系ですと、宇佐美でサーフィンが結構盛り上がっているかと思うんですけども、そういったことに触れていけばいいかなと思います。

以上です。

(市長)

ありがとうございました。

この間、伊東に昔のヒーローの仮面ライダーV3とキカイダーが来ていました。それで、伊東の宣伝をしていただいて、一応、ビデオにまとめていただきました。

ちょっと余談になりますけれど、来週の月曜日にTBS系で午後8時から十津川警部シリーズの踊り子号殺人迷路だったかと思いましたが、そういう番組があり、伊東の方も結構出ていただきましたので、時間があつたらぜひ見ていただきたいと思います。

また、釣りとカイルカとの触れ合い、あとは、サーフィンも伊東の長所の一つでありますので参考になりました。ありがとうございました。

(委員N)

私も皆さんの意見を聞いていて、すごくいい意見が出てきたなと思うんですけども、私も先ほどの意見と同じように、CMを見てですね、やはりストーリー性というのが大事なかなと思います。

先ほど、ロト6の話がありました。ほかにはauのCMですね、おもちゃんとかと言われているやつです。それから缶コーヒーのCMなんかもやはり見て面白いなって、頭に残るCMってすごいなと思うんですよ。ですので、そんなに長い動画を作らずに、まあ15秒から30秒程度で、しかもそれをストーリーにして、ドラマだと、大体1編で10話から11、12話くらいだと思うのですが、そういう形で、1クール版で作っていくほうがいいのではないかなと思います。例えば、第1話目は花火とか、そういったものに着目しながらストーリー性を持ったPR動画がいいのではないかなと個人的には思いました。

それから、シティプロモーションの動画を作って、それをどういうふうに発信、配信していくのか、私はそこが一番重要なかなって思ったんですけども、例えば、市のフェイスブックとかツイッターに上げました。でも、それだけだと見る人は限られてしまうと思うんですよ。ですから、いかに人を使って配信してもらうか。多分、皆様、若い方だとフェイスブックやインスタグラムなど、いろいろやっているといます。そこで、やはり人を使って配信していかないとうまくないのかな、自発的な発信だけでは限度があると思います。

それで、人を使うに当たって、例えばですね、我々が今回作った動画をシェアしていただいた方がいたら、例えば、その人が伊東市を訪れた場合に宿泊料が1,000円安くなるとか、お金で人を釣るわけじゃないんですけども、やはり、人による発信の効果ってすごく大きいと思うんですよ。特に、フェイスブックとか、1人がシェアしたら、それがその友達全員に行き渡り、1人が2人に、2人が4人に、4人が8人にという形で、ねずみ講ではないんですけども、人を使ってやるべきなのかなと思います。

そして、人を使うためには、「お願い、ちょっとシェアしてくれよ」って頼んでも、なかなか難しいと思いますので、例えば、宿泊してもらった方には1,000円割引、もしくは、無料におまけするとか、中には市民の方とかがシェアしてくれた場合、市の職員としての立場で言う話ではないんですけど、すみません、例えば、住民税を少し安くするとか、面白くやっていくべきなのかなと思います。発信については、市外の方にも恩恵があり、当然、市民の方にも恩恵があるような、そういう方法で、まずは幅広く知ってもらうことが第一の課題ではないかと思いました。

すみません。職員の立場でこんなこと言って申し訳ないんですけども、以上です。

(市長)

ありがとうございました。

私も市長に就任して、若手の職員に対し、思っていることを何でも言ってくれと言いました。今、まさに言っていたと思います。例えば、皆さんも、移住を促進するのであれば、何かのインセンティブをつけないと来ないよというようなことを結構思っていると思います。

それで、今、お話がありましたので、参考にさせていただきたいと思いますし、CMなんかも、大体、15秒で完結するストーリーですから、その中でどうやって印象を残すかっていうことですね。今回も同じように1クール単位で幾つか作っていくっていう方法もすごくいいことだなと思いました。ありがとうございました。

(委員〇)

皆さんがすばらしい意見をたくさんおっしゃられてびっくりしています。

私も、今回、結果としてこの動画を配信することになったとしても、ターゲットであるとか、動画を流すことによって目標となる指標だとかを設定してから動画を作ったほうがいいかなと思ったんですけど、自分の中で、まだ考えがちょっとそこまでまとまっておりませんが、とりあえず、みんなに見てほしいということで試験的にやるのであれば、話題性を先行させた内容で、画像だとか音だとかを使って作ってもいいかと思いました。

あと、具体的な案はないんですけども、伊東市の弱みといいますか、前回の会議でも、何かの二番煎じだとかといった話も出ていたと思うんですけど、そういった弱みを逆に強みとしてアピールしてもいいのかなと思いました。結局、二番煎じというのは、他市の良いところを取り入れるのが上手ということで、そういったところで、他市の良いところ、また他の自治体の有名なPR動画からも良いところをちょっと取り入れさせてもらって、こちらで作って発信するだとか、そういったこともいいかなと思いました。

素材としては、伊東市は、海一つ取ってもサーフィンができたりダイビングができたり、また、観光スポットとしても、伊豆高原だとか街中だとかで、もう、いろいろなことが何でもできるので、伊豆高原中心の旅行なら旅行、街中中心であれば街中中心の旅行っていうことで、「こんな旅もできる、こんなこともできる」という強みを提案するのもいいかと思います。

あとは、ちょっと個人的にですが、前回にPR動画を見てから、その後、たくさんの自治体のPR動画を見たんですけど、コスト面だとかで、そこまで経費をかけられないということであれば、本当に自治体で作っているところもあって、ちょっと市の名前を忘れてしまいましたが、副市長が自らラップを歌っているという動画があって、私は、そういった方法で、市だけで低コストで作ることもありかなと思いました。

以上です。

(市長)

市長でなくて、副市長でいいんですか。

ラップはできないと思いますが、ちょっとした芸は持っていますので、コストを考えたときには頑張りたいと思います。

伊東の弱みを逆に強みに変えるっていうのは、まさしく、これからの伊東が抱えていく課題でもあるし、突破口だと思っていますので、参考にさせていただきたいと思います。ありがとうございました。

(委員P)

今回のテーマを考えるに当たりまして、私自身が伊東ではなく、よそから来た人間でありますので、そういう視点から考えたときに、改めて伊東は本当に広い街だなと思いました。

エリアごとに全然顔が違いまして、大きく分けますと、宇佐美は宇佐美、伊東の街中、あとは、伊豆高原・赤沢エリアになるかと思うんですが、例えば、宇佐美であればちょっと静かな港町、そして、海がきれいでサーフィンとかマリンスポーツを楽しまれる方とかもいらっしやいます。また、伊東の街中ですと、本当にひなびた温泉街で、決しておしゃれではないけれども歩きやすくてくつろげる街というイメージがあります。それから伊豆高原になりますとがらっと変わって、ちょっと小洒落たカフェがあったり、自然が豊かで大室山とか城ヶ崎海岸とか、皆さんご存知かと思うんですが、そういった豊かなエリアです。

こういったように、それぞれの顔が違うからこそ、エリアごとの違いを際立たせて、伊東にはそれぞれこういう魅力があるということをPRするっていうのが、魅力をPRするとしてはすごくいいんじゃないのかなと思います。ただ、そのときに、単に観光的なPRではなくて、それぞれのエリアで暮らしている人の顔や本当の日常風景みたいなものに、私はいつもすごく魅力を感じています。

例えば、個人的には、宇佐美であるならば、とても元気なシラス屋さんがあったりとか、面白いおじさんがいるみかん狩り農園があったりとか、そういうものが思い浮かびます。そして、そういった方々は、すごく魅力的だなんていつも思っています。

また、伊東の街中だったらやはり温泉街で、伊東は首都圏から見える方が多いと思いますが、決して伊東には余りお洒落なものを求めていると思います。何かゆるさというか、ひなびた感じ、そしてそこで暮らす元気な魚屋さんとか、そういったものは、いつもキラキラ輝いており、すごく魅力的だなんて思います。

伊豆高原になりますと、今度はがらっと変わって、重岡さんみたいな芸術家ですね、そういった方が数多く暮らしていらっしやいます。やはりよそから、特に都会から移住されて暮らしている方たちもたくさんいらっしやっています。そういった方たちの日常風景や暮らしている方たちの顔が見える、そういうものを見たときにすごく街に魅力を感じるので、こういったPR動画を作るときにも、そこで暮らす人々の顔や日常生活とか日常風景など、決して気取らず、よそ行きではないような、観光PRだけではない本当の日常風景みたいなものこそ、その街にしかないものだといつも思っているもので、そういったものを映像として取り上げていけたら、まちの魅力としてすごく発信できるのではないかなというふうに思います。

以上です。

(市長)

ありがとうございました。

まさしくそのとおりで、伊東はエリアごとに特徴があって、街中はひなびた感じっていうふうに言われましたが、全部が当てはまらないかもしれないけれど、言われていることは、よくわかります。

それから、伊豆高原もですね、豊かなエリアで文化芸術の香りが十分します。本当に同じ伊東市なのかなっていうぐらい違うなという表現だと思いますけれど、そんな中で、先ほどダイジェスト版というか、そういう市民の暮らしそのものみたいなことをとというような発言がありましたので、同じ趣旨だと思いますけれど、それをいかにぎゅっと凝縮するかという作業が難しいところだと思いますが、大変参考になったと思います。ありがとうございました。

まだ、若干時間が残っております、先ほどの持ち時間で足りなかった方、もしくは、何か思いついたという方がいらっしゃれば、挙手いただき、発言をお願いします。

よろしいですか。まだ緊張感があるかもしれませんが、だんだん打ち解けてくるといいますので、今日は早めにですね、このシティプロモーションの展開については閉じさせていただきたいと思います。

続きまして、次回のテーマに向けた説明を私からさせていただきます。

次回のテーマにつきましては、私の重点政策であります「子育てしやすいまちづくり」に焦点を当てたいと思っております。

シティプロモーションとは、地域再生や観光振興、住民協働など、さまざまな概念が含まれているものと考えていますけれども、地域に住む人々の愛、それから郷土の形成があってこそでございます。それを育てたその先にあるのが伊東市の売り込み、プロモーションでございます。

そのための第1回の会議で皆さんから意見が出ました、伊東市の未来を担う子供たちを育てるための環境、これについて協議をさせていただきたいと思います。そして、今の私たちの世代がそういった環境を整えること、それが子供たちに伊東への愛着を持っていただける子供たちが成長した後にもまた伊東に戻って来ていただけることであると確信をしておりますので、そういったまちづくりを進めていきたいと思っております。

そして伊東市として、現在、平成30年度の予算編成を進めています。前回、委員の皆さんからお話がありました部活動への補助、これについても子育てしやすいまちづくりの一環であると考えておりますので、平成30年度に予算計上して進めていく覚悟でございます。さらに就学前1年間、ちょうど6歳になる年齢であります、その1年間の保育料、教育費の無償化、これも同じく私が肝煎りで政策に掲げておまして、平成30年度から確実に実施していきたいと思っております。しかしながら、限りある財源でもあります、人材でもあります。その中で英知を結集して皆様の要望に応えていきたいというふうに思っておりますので、次回はずいぶん、皆さんが思うところの子育てしやすいまちづくりという観点で意見交換をできればと思っております。

それでは、次回の日程とその他として事務局から連絡事項を申し上げます。

(市長戦略監)

すみません。先に言えばよかったのですが、今回いただいた意見については今後集約してできれば新年度に動画を作りたいと考えております。皆様から、ドラマのような形であるとか、シリーズ化したらどうかなど、たくさんの意見が出ました。そういう意見を踏ま

えて作っていきたいと考えておりますので、何回か先のこの未来ビジョン会議で、もう少し具体的に提案をさせていただき、皆様のご意見を反映させていきたいと思います。

そういう意味で、本日は誠にありがとうございました。

(事務局)

それでは、事務局の方から連絡事項をさせていただきたいと思います。

次回の会議の開催日程でございますけれども、9月26日火曜日、時間は午後7時から午後8時30分まででお願いしたいと思います。また、次回から、開催通知につきましては、基本的にはメールでの通知とさせていただきたいと思います。ただ、郵送での通知を希望されている方もおられますのでそこは希望された方法にて開催通知を送付したいと思います。

以上でございます。

(市長)

ただいまの説明について、質問はありませんか。大丈夫ですか。

それでは、次回は、9月26日火曜日、午後7時から開催させていただきます。

長時間に渡りましたけれど、本日は、これにて終了させていただきます。

ご協力いただきまして、誠にありがとうございました。

以上