

平成30年度 第10回未来ビジョン会議 要点記録

- 1 開催日時 平成31年1月29日（火）午後7時から午後8時30分
- 2 開催場所 伊東市役所8階大会議室
- 3 出席者 伊東市未来ビジョン会議委員14人（欠席4人）
市長、副市長、教育長、市長戦略監、企画部長、観光課長、事務局（行政経営課長、行政経営課主査、行政経営課主事）
- 4 会議次第
 - (1) 開会
 - (2) 市長挨拶
 - (3) 進行説明等
 - (4) 発表
 - (5) 閉会
- 5 会議概要
 - (1) 開会

【行政経営課長から開会】

（欠席者報告）

(2) 市長挨拶

皆さんこんばんは。本日で10回目になります。未来ビジョン会議にお集まりいただきありがとうございます。皆様には前回、前々回とグループに分かれ、本市に必要なフットスポット事業についてご提案をいただくために協議を行っていただきました。

私の公約を改めて申しますと、3本の柱がございます。その一つに「みんなが楽しい伊東市」として、賑わいを創出するための集客スポット整備を掲げております。

今回皆様から発表いただき、良い提案につきましては実現に向けて取り組んでまいりたいと思っております。

本会議での皆様のご意見は、すでに本市の市政運営の一翼を担っております。前年度にいただいたご提案についても事業化いたしましたし、皆様からどのような提案をいただけるかとても期待をしております。

ぜひ前例や固定観念に捉われることなく、発表をしていただきたいと思いますので、よろしく願い致します。

(3) 進行説明等

【市長戦略監】

こんばんは。私から2点ほど説明させていただきたいと思います。

まず1点目は、皆様からご提案いただいております、図書館・文化ホール建設の方向性の検討の進捗状況についてです。

現在、図書館・文化ホールの建設場所などを選定するための検討会を設置しており、その検討会へ、皆様からいただいたご意見を提言しております。その点も踏まえ、建設場所などの検討を行っています。

今後、有識者を交えた図書館・文化ホール建設の基本構想を策定する協議会にも参考意見として提言をします。

また、最終的には市長が場所などを決定しますが、その判断をする材料にも皆様からいただいたご提案・ご意見を反映させていきたいと考えておりますので、注目していただければと思います。

もう一点目は、本日皆様からいただく提案についてになります。

初めに、このテーマを説明する際に、投票を行い事業化する提案の一つに選定するというを私から提案させていただいたのですが、事前に検討資料を見させていただく中で、良い提案がたくさんありますので、一つに絞るのではなく、次年度以降に観光協会や旅館組合、商工会議所等の関係団体と皆様からいただいた提案の内容を精査し、新年度の事業として取り組めるよう進めてまいりたいと思います。

つきましては、本日は質疑までとし、どれか一つに選定する事はしませんので、ご了承をいただきたいと思います。以上です。

【行政経営課長から発表内容の整理について説明】

(4) 発表

【市長】

それでは発表を行っていただきます。

要綱第4条第2項に基づき、私がこの会の座長を務めることとされておりますのでよろしく申し上げます。

本日の発表に対し他のグループからも、代表で意見などがありましたら発言をお願いしたいと考えております。それでは発表をAグループからお願いします。

ア Aグループ発表

<事業名：東海館！過去の世界にいざいかん>

【Aグループ】

今からAグループの発表をさせていただきます。

私達グループは東海館を過去の世界にタイムスリップさせるといった場所を作りたいと思って考えました。

この提案の実施者は、東海館を運営している伊東市や伊東観光協会及び、市内宿泊施設の方たちに実施してもらいます。

実施場所は東海館の周辺及び伊東駅を考えています。

対象者は全人類で、国内外問わず老若男女が対象者となっています。

まず東海館のフォトスポット計画として、現状は浴衣を着ても写真を撮る場所が少なく、松川の遊歩道とかで写真を撮ることで少しはインスタ映えになるのかなと思いますが、逆に源泉などを使った写真は撮り難いと考えています。

そこで私たちが考えたフォトスポット計画として、「ゆかたび」に加えて以下のコンテンツも追加しようと思いました。テーマは和装コスプレで花魁や殿様、忍者、武者姿、ウェディングドレスなどに着替えてもらいます。また、その衣装にあった部屋を東海館の一室に用意するために部屋を改装します。

その後、衣装で街歩きをしてもらい、特典を用意します。イメージとして資料の写真のような感じで街歩きをしてもらい、非日常を演出してSNSに投稿してもらい話題性を発信できればと考えます。

次に歓送迎計画になります。背景として伊東駅に降りた時に伊東温泉に来たという実感がわかず、風景が寂しいというのが現状だと思います。

そこで私たちが企画したのは、駅を利用する観光客の歓送迎として、仲居さん達にお出迎えされることで、伊東温泉に来たということを実感してもらえないかなと考えました。

仲居さん達にお出迎え、お見送りされることで印象にも残り、また来たいと思わせることができると思います。

理想の人数は50人以上にお出迎えしてもらい、そこでも非日常を演出するのが狙いです。

次に各事業のメリットと懸念事項です。東海館のフォトスポット計画のメリットとしては東海館で撮影し、衣装のままで街歩きに出発する。このサービスを有料化することで運営費を賄い、飲食店等で食事や休憩をすることで市内の景気向上に繋がり、写真をSNSに掲載してもらうことで市内各所の宣伝効果が期待されるのではないかなと思います。

懸念事項ですが、継続的なコストが掛かること、備品にコストが掛かることが考えられます。ゆかたび事業に付随することでコストを抑えたり、サービスを有料化することで運営費を継続的に確保したいと思います。備品等に関しては各家庭で不要になった家具などを廃品回収として再利用すれば、コストが抑えられると思います。

伊東駅での歓送迎計画のメリットとしては、大人数でのお出迎えとお見送り、パンフレット・チラシの配布です。そうすることで、伊東駅の賑わいとインパクトを与え、リピーターを確保できるのではないかと思います。またパンフレットやチラシの配布をすることによって市内各所の宣伝が出来るのではないかと思います。観光客によっては写真を撮影してSNSでの情報発信に繋がると思います。

その非日常がインスタ映えになり、写真撮影するスポットが出来るのではないかと思います。

懸念事項ですが、前提としてお金は掛からないよう市内のホテルや旅館から歓送迎に向かわせる人員の確保ができるかということです。市役所や観光協会からの要請によりホテルや旅館、各関係団体に対し主体的な考えを持ってもらうよう説得することで意識改革を行い、みんなで協力してもらえるような雰囲気ができればいいかなと思います。

駅前が資料のような感じで賑わうというのが理想です。

最後に予算の概要とスケジュールです。予算の概要として、東海館の改装、衣装、装飾等の備品代及び配送料、こちらは廃材の運送の費用です。また東海館や伊東駅で配布するチラシなどの広告宣伝費が掛かります。スケジュールは7月から8月の夏本番を見据え、2つの事業がスタートするために3月くらいから準備を開始すれば、夏に間に合うのではないかなと思っています。以上でAグループの発表を終わります。

【市長】

ありがとうございました。

まず、ホテルや旅館の意識改革として、仲居さんなどがお出迎え、お見送りをすることがやれるかどうかを考えることも、意識改革に繋がるのではないかと思います。

今は時代に合っていないかもしれませんが、昔は伊東駅で男性の番頭さんといって、旅館の旗を持ち、例えば「東海館でお泊まりの方はこちらへどうぞ」みたいな案内をしていました。そういう時代があって、今では数件となってしまいましたが、そのような番頭さんが大勢いました。その中からお客様が自分の宿泊するホテルなどを見つける。それも1つのおもてなしの第一歩だったと思います。今は余剰人員がいないということだと思いますが、一日中ずっと立っているのではなく、ある程度観光客が大勢乗車してくる電車を予測し、お出迎えすることをやってみるという気持ちにさせるものがあつたなと思います。

具体的に予算まで心配していただきましてありがとうございます。スケジュールとしては最短ですが、可能かどうかは別として行うことができればと思います。

【若山副市長】

東海館の提案については、ある程度費用を掛け、また使っていないものを集めて行うというアイデアですので、市としてあるいは観光協会としてその気になれば行える可能性はあるのかなと思っています。

仲居さんが50人以上でお出迎え、お見送りをすることはすごいインパクトがあると思います。できたらすごいことだと思いますが、発表していただいた通りの意識改革が必要だと思いますし、行政がお願いしてもなかなか動いてもらえないので、皆さんからの提案をうまく活かせるような形で、旅館やホテルがやる気になってもらうことができればすばらしいと思っています。ありがとうございました。

【小野市長】

他のグループからも意見を聞きたいと思います。なにか意見等ありますでしょうか。

【Bグループ】

お出迎え、お見送りはどのように行うのでしょうか。

【Aグループ】

現状での考えですが、1日中立って待つことは現実味がないと思います。

例えば、土曜日、日曜日の数本の電車を目処に集まってもらうことがいいのかなと思っています。

【Cグループ】

既存のものを利用してすばらしい提案だと思います。

【小野市長】

ではAグループの皆さんありがとうございました。

続きましてBグループの皆さんお願いします。

イ Bグループ発表

<事業名：①YOU、叫んじゃいなよ、②君もタイムトラベラーに>

【Bグループ】

お手元の資料にて説明します。Bグループですが、事業名としてYOU叫んじゃいなよです。どこか聞き覚えがある言葉かもしれませんが、タイトル通りですね。

背景は温泉に入りに来る観光客が本市は多いと思いますので、他市と差別化を図っていく中で、伊東温泉のイメージをさらに向上させていく必要があるのかなというところでグループにて協議しました。面白い発想に視点を換え、ストレス発散の方法として、温泉にゆっくり浸かりストレス発散しようという方がいらっしゃると思いますので、それを手段としまして、癒しだけではなく叫びによるストレスの発散を提案してみたいと思いました。

実施者としましては市、観光協会にお願いしたいと考えております。

場所は按針メモリアルパーク、ターゲットは日常に多くのストレスを抱えた幅広い年代層、誰でもいいということです。

企画コンセプトにつきましては、按針メモリアルパークにおいて、海に向かって大声で叫べるスポットを作り出す。写真または動画撮影用に携帯を置く台をセットし、一人で来られる方もいらっしゃいますので、その方が自分で撮影できるようにという配慮です。具体的な内容は按針メモリアルパークに吹き出しのだまし絵を設け、その吹き出しに自分ならではの文字を書き込めるようにして、写真撮影を行えるスポットとします。日中だけですともったいないので、夜でもうまく撮れるように蛍光塗料などでだまし絵や吹き出しが書ければ面白いんじゃないかなと思います。また、発信力、影響力のある方に来ていただいてSNSに投稿してもらうことで、あまり見たことがないフォトスポットとして注目を集めるのではないかと考えております。

平成31年度については、このような事業で展開していければと思いますが、今後は本当に大声で叫べるようなマイクを置いて、面白い企画をどんどん積み上げていくことも大事なかなと思います。単年度で終わらせるのではなく、年度年度でステップアップしていくような仕組みが出来ればと、さらには今後マイクが設置され、大声で叫んで、一定の音量に達しなければ下から水が出てくるようなバラエティに富んだものも面白いのではないかと考えております。

メリットは、日頃のストレスの発散や非日常の体験というところがあります。

懸念事項と対応策ということで、場所が海沿いですので塩害と天候によっては使用できないことがあります。さらには設備の維持管理として、例えば路面の汚れや文字を書く際の塗料の補充、逆にいたずらに使われてしまうというような懸念事項があると思っております。

スケジュールにつきましては、観光客が一番多く訪れる夏季までには整備したく、またタライ乗り競走に合わせ、例えば優勝した方はそこに行ってもらって何か自分なりのコメントで写真を撮ってもらうということを企画していければと思います。

予算概要につきましては、だまし絵等々を整備するに当たってのペイント代、出来れば地元の学生を巻き込んで作品として手掛ければと思います。その人工代やペイン

トにかかる塗料代で70万ぐらい、その他として携帯を置く台などの資機材等、当初に事務局が説明した通り100万円という予算規模で予算を作りました。

もう一つの提案ですが、こちらはもしもあつたら、できたらいいなということで提案ではないですが、「君もタイムトラベラーに」として街中の移り変わりを見る事は非常に楽しい機会だと思います。では何をするのかというのですが、だまし絵などを撮影するのではなく、高度な技術を使って、例えば最近流行しているVRとかを使い、カメラ越しに今昔の映像が見れたら面白いのではないかなと思います。平成29年度伊東市施行70周年記念事業で今昔写真展をやったと思います。その際は何十年前の場所と現在の場所ということで比較検討ができて、間違い探しをしながら見れたと思います。

その中で、キネマ通り商店街にすごく人通りが多い写真があり、とても印象に残りました。今の商店街も閑散としているわけではないですが、このような場所で、昔はこうだったとか自分が昔の写真に写り込み、それをインスタグラム等に掲載し発信すると「こんな写真どこで取れんの」と、それも話題性の1つになるのかなと思います。

また、目新しさということで、おそらくどこの自治体も行っていないと思いますので、その点では注目を集めるのかなと思います。しかし、予算として高精度な機械等を使うことになり、かなり費用が掛ると思いますので、もしもできたらいいなという視点で提案しました。駆け足で2点ほど説明させていただきましたが、以上がBグループの提案となります。

【小野市長】

ありがとうございます。最初に佐野副市長からコメントをいただきます。

【佐野副市長】

叫びをテーマにしたということは、Bグループの方が普段ストレスを感じていらっしやるのかなと思ったところです。やはり観光地に行ってストレス発散をすることは非常に有効な手段ではないかなと思います。そういう中に、叫びというテーマでのイベントなど、いくつか面白い発想がコンセプトの中にあり、参考になるなと思いました。今、本市はトリックアートみたいなことを行っているのですが、そういうものに吹き出しをつけて、自分で書き込めて、自分だけのトリックアートができるというのは面白い発想でして、これは取り入れることが可能であると思いました。誰が消すのか、どうやって消すのかという懸念事項はありますが面白い発想だなと思いました。

また、将来的に一定の音量に達しなかったら水が飛んでくるというのは、水がお客様にとってどうかということはあると思いますが、他のもので代用して粉などであれば非常に面白く、お客様に受けるような素材かなと思ったところです。

伊東市民がここの場所で叫んだ場合、様々な影響が出てしまうので、叫べないなと懸念しました。ありがとうございました。

【小野市長】

私は2つ目の提案であるVRなどの活用ということで、今昔の様子として、私も古い写真を見て、こういう風になっていたんだということを思いました。

これによって古い伊東ファンの方、それから今の若い世代の方にもいろんな意味で繋がっていくのではないかなと思います。

これから技術の発達で可能になるのではないかなと思います。いずれまた考えていきたいなと思います。

それではAグループ、Cグループの方から質問等あればお願いします。

【Aグループ】

ありがとうございました。私が思ったのは、叫びをテーマにストレス発散ということに焦点を当てたと思うのですが、果たしてわざわざ温泉地に来て叫びたいのかなというのが疑問に思いました。例えば、山に行って山びこを体験するための叫びであったり、身近であればカラオケでも叫びて出来ます。そう考えた時に、わざわざ来てくれるのかなというのが素朴な疑問として思いました。以上です。

【Cグループ】

海外などで叫びをテーマにしているイベントは見たことはありますが、大声大会みたいな、お祭り気分なしにそういうことがやれる人っているのかなと疑問に思いました。

【小野市長】

私から1つ質問します。無料で体験をするイメージでしょうか。

【Bグループ】

無料で体験することを想定しています。例えば、このような場所を提供することによって様々な使い方ができると思います。

面白動画や結婚式でこの場に行って愛を叫ぶとか、活用方法は人それぞれになってくると思いますので、特に限定せずに面白く使っていただく場所を提供するというイメージですので、やはり無料がいいのかなと思っております。

【小野市長】

ありがとうございました。ではCグループの皆さんお願いします。

ウ Cグループ発表

<事業名：プロトラベラー（インスタグラマー）が見る伊東市>

【グループC】

まず現状の把握となぜこのような検討が必要なのか改めて補助資料を使いながら説明をさせてください。

温泉地のランキングをネットで検索しまして、楽天トラベルランキングを1位から10位まで記載しました。伊東市は8位にランキングされておりまして、平成29年度の観光客数で見ると664万人が来られているようです。年間観光入込客数の順位

としては日光鬼怒川、別府に次いで熱海よりも多い3位ということで非常に温泉地の中では人が来ているということを数字が表しています。

しかし、伊東に住んでいて、私もそうなのですが何か寂れているとか、人がいないなど、閑散しているなって思ってしまうのはなぜだろうかと思いました。そこで各市の平均の所得を見た時に、このデータは総務省のデータを基に年収ガイドというサイトに掲載されているものになりますが、伊東市の場合、一人当たりの所得は260万2,035円、熱海市は303万4,027円ということで所得に非常に大きな差がありました。このことを考慮しますと、観光でいくら人が来ても市内経済活性に繋がっていかなければ、私たちの所得も上がっていきませんし、所得が上がらなければ、市が目指すべき豊かな暮らしの実現にも繋がっていかないということが問題の一つとして挙げられると思います。

また、一人当たりの観光客がどれくらいお金を使っているかということで、資料の一番右側となりますが、伊東市と熱海市を記載しており、伊東市が一人当たり平均1万4,079円支出しているのに対して熱海市は1万6,423円と1,500円程差があります。

これはご飯一食分以上の差があるということですので、これが一人一人積み重なっていくことで、市内経済に大きく影響が出ているのではないかとということが挙げられると思います。参考までに、パブリックコメントが1月の中旬で終わった第3次伊東市観光基本計画（案）を拝見しました。伊東市が目指すべき次の目標点をしっかりと掲げられておりました。その中で観光経済新聞ランキングというものがあるようですが、今75位を30位まで上げようということです。観光客数も720万人まで上げる。平均消費の単価も1万4,979円を2万円に上げていきたいと思いますということが明記されて、今後議会で承認されていくことだと思います。この計画に基づいて観光政策が進んでいく中で、具体的な基本目標として伊東らしさの明確化とか観光交流により市内消費の拡大とか情報発信の強化ということがしっかりと明記されていますので、今回のフォトスポット事業を考えるに当たってもこの点は決して外すことができないのではないかとことを考えてグループで話し合いを行ってまいりました。この市内消費の拡大が非常に重要なポイントになってくるのではないかとことでありまして、市の調査にはなりますが、旅先を伊東にした理由ということで温泉の効用、食事、自然景観が上位3つになっています。逆に力を入れた方がいいのではないかとするのは街中の活性化、食事、食事を旅先として決めた理由にしているにも関わらず食事はもうちょっと頑張れと言っています。アクセス向上についてはどうしても無理な部分があるのではないかとことはあります。こうした事実を見ていくと、市民の人から見ると温泉や食事、自然景観というものは日常でして、日常そのものが市の外、旅行で来る方にとってみると非日常であり、そこが魅力だということで来ていただいている事になります。であれば、新たに何か景観にそぐわないものを作るのではなく、日常そのものを感じてもらい、新しい目標に掲げたとおり情報発信の強化ということで、日常を発信することにもっと注力を注ぐべきではないかと私たちは考えました。フォトスポットを作れば一過性で盛り上がるかと思いますが、やはりそこは作られた物になりますので、すぐに飽きられてしまいます。設備を作るのにも費用が掛りますし、メンテナンスにも費用が掛るといことで、課題も多いです。

フォトスポットを市民の日常そのものに当てることによって、初期投資をせずに情報発信をすることができると思います。例えば、商店街が寂れてる寂れてると言われていますが、好きなお店が何軒もありますし、昭和レトロを感じる店構えのお店、猪戸通りにもあったりします。

そういうお店を旅行者の方が写真を撮り、SNSで紹介することによってそれが拡散し、それを買い求めに多くの人が来るということで、私は大福が好きなので例に出しますと、その大福が売れて、市内経済の活性化に少しずつですけど繋がり、100円、200円かもしれませんがそういった積み重ねを行い、市民の日常を切り取って発信することで、商品の購買に繋げるという作業になり、今の熱海市との1,500円の差であったり、4年後の5,000円アップするということにも繋がっていくのではないかと考えてみました。

具体的にどうするんだという話ですが、特に新しいことをする必要はありません。

既存の戦力で十分お客さんに来ていただいていますし、伊東市が作成している観光経済白書を見ますと、リピーターの方がほとんどです。魅力としてはもう十分ですがお金を落としてくれていないという課題を解決していくことで、まだまだ知られていない伊東市民にとっての日常をもっともっと切り取ってもらい、広めてもらうということをしてもらう必要があるのではないかと、そこは私たち市民の目では当たり前になりすぎて気がつかないので新たな目や新鮮な目、客観的な目を持ち、かつ影響力、発信力のある方が必要となると私達グループで考えまして、世の中には餅は餅屋で適した職業の方がいました。プロトラベラーという職業の方がいらっしゃいます。世界各地を旅して、そこでの日常を撮影し発信することによって観光活性化、経済活性化に繋げていこうということを目標にプロの旅行者がいたり、インスタグラムでも多くのフォロワーを持っている方はたった1つの投稿でその後莫大な経済効果を生むということだってありえます。

私たちは何かを新たに作るのではなく、逆に日常を切り取ってもらい発信してもらええるツールを活性化しましょうということで、発信力の高さとプロデュース力を持ったインスタグラマー、プロトラベラーの方に実際に伊東に来てもらい、市内を旅行してもらい、日常を切り取り、投稿してもらいたいと思います。参考として、パワーポイントの檜枝岐村役場企画観光課のPRになりまして、これを見ると日常ですよ、雪だるまを作る事でしたり、食の部分を発信することによって私も追体験したいと思う。これが日常であれば簡単に追体験するために来ることができますので、こういった形で発信をすることが可能です。

先日インスタグラマーの方を呼び、旅をしてもらうということが熱海市で行われました。伊豆新聞にも掲載されましたが、熱海市にインスタグラマーの方3名を招き、旅をしてもらい、SNSにアップしてもらうということを行いました。近隣市町ですと小山町にて公認インスタグラマーの募集を行い、今年に入って2名の方が任命されました。その方々が何をするのかと言いますと、年に3、4回小山町に旅行をしてもらい、好きに写真を撮りSNSに掲載してもらうという仕事です。報酬は旅費込みで20万円を上限とし、実費で精算しております。ハード面に大きな予算をかけなくても、今ある日常を肩肘張らずに、普通に生活しているだけで来た方々が日常を非日常と捉え、切り取って、発信する。それが経済活性化に繋がっていく。また来たいと思える魅力に繋がっていくということを重視した結果、ハード面を整備するのではなく、

公認インスタグラマー、プロトラベラーの方に旅をしてもらうという私たちの提案につながる結論になりました。

プロトラベラーなどの方に来ていただき、ターゲットとしてはインスタグラマーの多くが20代、30代の女性になりますので、その年代の女性に魅力を知ってもらうことで伊東に来てお金を使い、リピーターとなってもらおう。30代ですと生涯80歳まではありますので50年も60年も来ていただけるような人になってもらうことで、未来に繋がり、未来に向かって市民と観光客が二人三脚で国際観光温泉文化都市伊東を作り上げていくことができると考えます。

実施時期としては、予算化されてすぐに動くということが人事の関係もあり大変だと思しますので、大体夏頃になるのではないかと考え夏と書きました。また1番市民の方の日常を写すイベントとして、湯のまちバルに合わせて旅行に来てもらい、掲載していただくということも良いと思います。限られた予算になりますので、多くの費用を支出することができないので、節約できるところは節約をしていこうという観点から、募集はWEB上で行い、成果物は写真集を出すと費用がかなり掛かりますのでデジタル写真集という形で、ホームページで公開することにより予算の削減を図ることができ、それを見た方が魅力的だなと思い、同じ写真を撮りに伊東の日常に来ていただくという流れもできるのではないかとということが挙げられます。

懸念事項として、1回で終わってしまうのではなく、継続して行なっていただき、追従する方をどんどん増やしていくことが重要になると思いますので、単年度企画ではなく2年3年と複数年通じた企画として行えれば、効果が必ず出るのではないかと思います。

最後ですが、長崎市が伊東市の状況に似ておりまして、長崎市は平成26年は631万人の観光客でしたが平成29年は707万人となり、まさに伊東市が目指すべき姿そのものの目標を達成しております。長崎市は観光計画2020を策定し、28年度から既存資源の活用、情報発信、観光消費拡大という、大きな柱のもとに政策をやってきた結果、短期間で目標達成をすることができました。伊東市もぜひ長崎市に習いながら、良いところは真似しつつ限られた予算の中で行っていければと思います。以上となります。ありがとうございました。

【小野市長】

ありがとうございました。

今の時代にあった発表ではないかと思えます。また日常の発信というのは、オレンジビーチマラソンやどどん焼きのようなイベントをもっと発信できるのかなと思いました。

検討シートの中にロングテーブルパーティーの記載がありますが、そのイベントにインフルエンサーを6人呼びました。その彼女たちを見た際に、どう見ても普通の女性達でした。浴衣を着てもらい、パーティーでも普通に食事をしていただき、その中で彼女達と話をしても別にこれとって何か変わっているなども感じませんでした。やはりこういう能力に長けている方々だったのだなと思えます。実績として29万回ものいいね、再生数となり、この企画は観光課長の提案でしたので実績だと思えますが、今の時代にあった情報発信として前年度からインスタグラムを始めた程度ですから、まさしく本市が欠けている点だと思いますし、資料にもありますとおり、数

値を見ると明らであるなと思います。こういう点を踏まえながら、観光課を中心に進めていきたいと思いますので、観光課長から一言お願いします。

【観光課長】

素晴らしい提案ありがとうございます。色々な視点から解析し企画をしていただいたと思います。提案していることもまさにその通りであると思います。実際に伊東市もインスタグラムを行っておりまして、フォロワー数は今現在で1,698名になります。自治体と言っても市民の方達も一緒にアカウントを持っていただいて投稿しておりますが、なかなかフォロワー数を伸ばすということが難しい点であるということと、インフルエンサーを活用する中で気をつけなければいけないのが、投稿に「いいね」がされて、その中身を見ると、〇〇ちゃん浴衣が似合っているねというようなコメントが掲載されています。これは投稿者を評価しているだけで、伊東市を「いいね」しているわけではありません。先ほど市長に提案をしたと言ってもいい自慢になるのかなと思いつつも、実はこのいいね等の実数が伊東の評価ではないと、冷静に分析をしています。このことも踏まえ、情報発信というものを有効的にしていかなければいけないのかなという点があり、現場サイドでは考えております。

提案としてはすごい素晴らしい提案だと思います。ありがとうございました。

【小野市長】

グループA・Bから何か質疑等ありますか。

【グループA】

プロトラベラーなどは期間的にはどのくらい活動するのですか。

【グループC】

まずは予算の都合もあると思いますので、1年目で継続事業として2年、3年と続くものとして考えています。

【グループA】

以前、ITO48として、市役所の女性などに情報を発信してもらうことを提案しましたが、やはりプロトラベラーにお願いしたほうがいいのでしょうか。

【グループC】

小山町の場合ですと、移住促進も同時に行っております。町民の方2名、町民外の方2名で募集をかけております。やはりプロの方に行ってもらうことで、最短で効果が出ますのでインフルエンサーやプロトラベラーの方にまずはお願いをして、基礎を固めて、それから技を盗み、今度は市民の方がプロの方が変わって、市外に情報を発信していくというスタイルでも十分効果が出るのではないかと思いますので、まずは専門の方をお願いしたいです。

【市長戦略監】

非日常をテーマに今ある資源を使うという提案ですが、市役所職員で青森だったと思いますが、地吹雪を体験しに行くというツアーに行った方がいます。地元は費用が掛らずに人が結構来るといことでツアーが成立していますので、これを例にしても今ある資源を活用することが大事だと思います。市民では何が非日常なのかかわからないと思いますので、プロトラベラーやインスタグラマーに来てもらい情報を発信していただくと同時に、何が伊東の魅力なのかというのも私も含め謙虚に聞くことが大事だと思います。非常に参考になりました。ありがとうございます。

【小野市長】

ありがとうございます。侮っていたと言うか、ここまでSNSが発信力を持つということはわかりませんでした。特に行政などがどこまでSNSを活用するかっていうところですが、何か緊急性があったときには考えていたとは思いますが。

今後、伊東で各地にお祭りがあると思いますが、子供が少なくなってきており困っている地域も多いと思います。例えばお祭り体験やお神輿を担ぐ体験とか行ったことあるかと思いますが、そういうものも含めて、発信のネタというのはたくさんあったんだなと思います。

小山町のようなパターンですと、費用がどうしても掛かってしまいますが、市民の方やリピーターの方に協力を求めていくことによってもっと飛躍することができるのではないかと思います。大変貴重なご意見ありがとうございました。

(5) 閉会

【小野市長】

すべてのグループの発表が終わりました。

本提案につきましては、実現に向け担当課や関係団体と検討してまいりたいと思います。やはり、世代の差を感じるというか、皆さんの柔軟な発想、それから今の時代を掴んでいるなという点でこの未来ビジョン会議の意見というのはとても刺激になっております。ありがとうございました。

【事務局】

以下について、事務局から説明を行った。

ア 次回未来ビジョン会議日程のお知らせ

イ 平成31年度未来ビジョン会議委員推薦書の提出について

<質疑なし>

以 上

フотスポット 検討シート グループ (B)

①進行

②書記

③発表者

④

⑤

⑥

事業名

君もタイムトラベラーに

背景
(Why)

- ・温泉を目当てに来る観光客が多い中、他の温泉地と差別化を図り、伊東温泉の更なるイメージ向上をしていく必要がある
- ・街の移り変わりをみることは、楽しめる機会である

実施者
(Who)

外部の事業者へ委託

実施場所
(Where)

市街地

ターゲット
属性(Whom)

歴史や街歩きが好きな幅広い年代層

企画コンセプト
実施内容
どのように
周知方法など
(What)
(How)

- ・スマホを用いたVR、AR機能で、街を見ることができる（スマホのカメラ越しに見ると、今昔映像などが見えて、違った景色を見ることができる。）
- ・VR、AR機能に、さらに観光情報や温泉、食事等の情報を含ませることで拡張性を持たせる

メリット・効果

- ・目新しさ
- ・新たな視点で、伊東の街の再発見

懸念事項と対応策

- ・システムの製作や運用管理が高額になると考えられる

スケジュール
(When)

- ・年間通じて

予算概要
(How much)

100万円以上はかかると思います。。。
(予算編成でご検討のほどお願いします。)

