

# 府中市観光振興プラン検討協議会 第1回 議事録

1 日時：令和2年9月14日（月） 9時30分～11時30分

2 場所：市役所北庁舎第5会議室

3 出席者：＜順不同敬称略＞

公募市民	石川伊智郎	
商工関係団体の推薦する者	井上博正	むさし府中商工会議所
府中観光協会の推薦する者	宇田雅志	府中観光協会
学識経験を有する者	大下茂	帝京大学教授
府中観光協会の推薦する者	大津貞夫	府中観光協会
学識経験を有する者	小野一之	郷土の森学物館館長
商工関係団体の推薦する者	筒井孝敏	府中市商店街連合会
学識経験を有する者	得居泰司	ジェイコム東京 J:COM アナウンサー
商工関係団体の推薦する者	廣瀬健	まちづくり府中
公募市民	深澤廣太郎	
公募市民	横山年子	

4 次第

- (1) 委嘱状の伝達
- (2) 市長あいさつ
- (3) 委員あいさつ（自己紹介）
- (4) 正副会長選出
- (5) 諮問
- (6) 審議事項
  - ①府中市観光振興プラン検討協議会の会議の公開について
  - ②府中市観光振興プラン検討協議会の進め方について
  - ③府中市観光振興プラン策定に係る提案内容について
  - ④府中市の観光に対する意見聴取
- (7) その他

5 議事の内容

- (1) 委嘱状の伝達  
机上に配布にて、委嘱状の伝達

(2) 市長あいさつ

【高野市長】

この度は府中市観光振興プランの委員にご快諾いただき、誠にありがとうございます。ご案内の通り観光振興プランは、市の観光施策の基本理念や、将来の方向性を明確にし、官民一体となった観光振興の推進体系を築くための指針であります。昨年はラグビーワールドカップ 2019 の効果もあり、国内外から多くの方が本市へ来訪し、皆様方のご協力と温かい御指導により、市民の皆様と協働した様々なおもてなしをすることができました。しかしながら、今年に入りまして、世界中で猛威を振っている新型コロナウイルス感染症により、住民生活は当然ながら、産業、観光にも多大な影響が発生しております。これから委員の皆様にご審議いただきますのは令和4年度を初年度とするプランとなりますが、このような状況下にあるからこそ、社会経済情勢等の動向を注視しつつ、観光に関わる行政、団体、事業者、市民の皆様と一体となって、新しい観光振興のプランを作っていきたいと考えております。このため、委員の皆様におかれましては、大変お忙しい中、このプランの策定にあたり、お力添えを賜りますよう、心からお願いを申し上げます。

(3) 委員あいさつ（自己紹介）

各委員より自己紹介（所属・お名前）

(4) 正副会長選出

会長 大津貞夫 氏

副会長 大下茂 氏

【大津会長】

只今、事務局の推薦、そして委員の皆様のご承認によりまして、会長に選出されました大津貞夫でございます。今回の府中市の観光振興プランは令和4年以降の観光の方向性を決める大切な会議でございます。ちょうど来年に延期となりました、東京オリンピック・パラリンピック後のことで、非常に難しい時期を迎えるところだと思います。委員の皆様の積極的かつ忌憚のないご意見をいただきまして、プランの作成に進んでまいりたいと思いますので、どうぞよろしくお願ひいたします。

【大下副会長】

副会長という重責でございますが、会長の補佐を務めさせていただきます。会長からもございましたが、非常に重要な時期に入ってきております。方向性として身近な観光をどう考えるかにも主眼が置かれているので、地域でご活躍の皆様からのご意見を賜りながら、大きなグローバルな視点を併せ持って、観光振興プランを作っていけるように努めたいと思います。ぜひとも皆様からのご協力をいただきながら、会長を支えてまいりたいと思いますので、よろしくお願ひ申し上げます。

(5) 諮問

市長から会長へ諮問書を渡す。

大津会長、諮問書の確認。事務局、諮問書を配布。

## (6) 審議事項

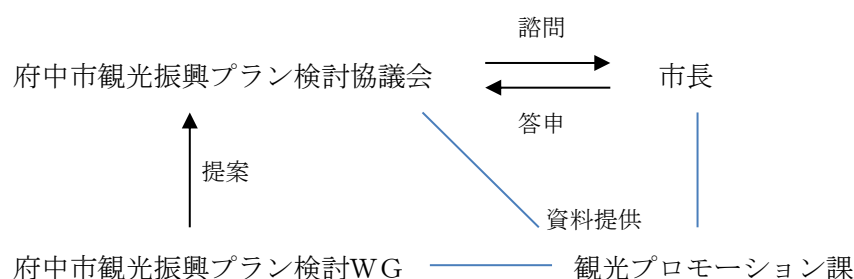
### ①府中市観光振興プラン検討協議会の会議の公開について

別紙資料 1-3 参照

- ・府中市情報公開条例第 32 条第 1 項により、原則公開するものとされており、これを厳守する。
- ・当日の会議資料は、傍聴者にも原則配布し、配布資料が閲覧用の場合は会議後回収する。
- ・傍聴者数は、おおむね 5 人程度とした上で、広さに応じて決定する。
- ・会議開催に際しては、日程や会場等を市報に掲載し事前申込とする。事前申込の際にはマスクの着用、発熱等の症状がある場合は傍聴を見合わせることを伝える。
- ・傍聴希望者は、名簿の記入、諸注意の確認をし、傍聴許可が出た後に入室する。入室の際は検温を実施する。
- ・会議開催後は要点記録の会議録を作成し、協議会で了承がなされた上で公開の手続きを行う。

### ②府中市観光振興プラン検討協議会の進め方について

別紙資料 1-4 参照



年 6 回の協議会、WGは必要に応じて開催とする。答申後、プラン案作成・パブリックコメント準備、実施し、プラン策定・印刷製本する。

#### 【質問・意見】

廣瀬委員：WGの検討された内容が、協議会に提案としてあがってくると思うが、事前に内容を把握する機会があるのでしょうか。それとも違う議題を協議会では進めていくのでしょうか。

事務局：WGは具体的な施策を検討する場とし、協議会では観光振興プランの骨子を作成する組織としています。作成された骨子を協議会のメンバーで審議するという考えています。

### ③府中市観光振興プラン策定に係る提案内容について

#### 【(株) JTB総合研究所より説明】

別紙 第 1 回府中市観光振興プラン検討協議会資料 参照

株式会社 JTB 総合研究所と申します。改めまして今後ともよろしくお願いたします。お手元の資料に沿いまして、提案内容のポイントをご説明させていただきます。

【2 ページ】

先に事業スケジュールにて大枠をご説明させていただきます。

- (1) 協議会については、9月：意見聴取、12月：マーケティング戦略・推進体制、3月：調査結果・プラン骨子の共有・検討。
- (2) 調査・分析については、9月～10月にかけて、デスクリサーチ・WEB調査・ソーシャルリスニング調査の設計・実施、11月頃：、フィールド調査を実施。
- (3) 調査と平行して、骨子案の作成に着手。最終的には、調査がすべて終了後、総合的に分析の上、骨子案をまとめ、第3回目の協議会にて検討。
- (4) WGについては、10月：地域資源の再考、ターゲット設定、コンセプト・スローガン、11月：コンテンツ検討、プロモーションプラン作成・検討、1月：アクションプラン作成・KPIの設定を想定。
- (5) 調査報告書の作成ですが、9月・12月と中間報告書をご提出させていただき、最終的に調査報告書として提出。

#### 【3 ページ目：令和3年度の想定】

- (1) 協議会は5月、7月、9月を予定。主に、プラン案の協議とプラン答申案についての協議を予定。
- (2) WGですが、プランの作り込みに必要なため、何回か検討を想定。
- (3) 平行してプランの作成を進め、12月、1月にパブリックコメント、2月～3月に製本・納品。

#### 【4 ページ：事業の背景・目的】

現行プランの策定後、観光を取り巻く環境は大きく変化しております。具体的には、①各省庁の観光関連施策の展開、②旅行スタイルの変化・多様化、③まちづくり施策の多様化等があげられます。また、新型コロナウイルスの流行により、旅行者の意識や行動はさらに大きく変わっていくことが予想されており、with・after コロナ対策の視点も必要になると考えております。

こうした背景及び府中市の重要資源である歴史・産業・自然・特定テーマを踏まえた上で、府中市観光振興プランの方向性を検討してまいります。

業務を進めるにあたっては、以下の3点をポイントといたします。

ポイントの1つ目はマーケティング視点です。

現行の府中市観光振興プランより、①現状の調査データの乏しさ、②ターゲットの曖昧さが課題としてあげられると思います。本事業で得られる調査データ、府中市資源のポテンシャル等から、ターゲットを明確化し、ターゲットに基づいたコンテンツ造成、プロモーションの方向性をマーケティング視点から導出してまいります。

ポイントの2つ目はコンテンツ造成・ブラッシュアップです。

府中市は大國魂神社などの「歴史文化」、「ラグビー」・「競馬場」・「アニメ」などの特定テーマ資源、公園・都市農業・河川等の自然資源など多様な資源を有しております。マーケティングの視点から各資源のポテンシャルを捉え直し、府中市のストーリーをつくるのが大切と考えております。

ポイントの3つ目は地域推進体制の構築です。

近年の観光のトレンドの大きな変化の中や今回の新型コロナウイルス禍においては、地域内の多

主体連携の重要性がますます高まっております。推進主体の在り方によって計画の遂行は大きく変わってきますので、観光に関連する府中市内の事業者や人材、今後の他産業との連携の在り方なども含め検討が必要と考えております。

以上の3点を踏まえた上で、事業者と市民が共通に理解できるビジョンを持ち、実行性が高く、かつ各担当者が着実にアクションに移れるものとするべく、プランの明確な方向性を示すことを本業務の目的としてまいります。

以降、今までの話しを踏まえた上で、今後の調査等、取組について、資料を基にご説明申し上げます。

#### 【5 ページ：今後の調査について】

ア) をご覧ください。

明らかにすることは、「国・都・府中市における観光の現状・トレンドの把握」です。

調査・分析手法は「デスクリサーチ」「WEB 調査」です。

「デスクリサーチ」では、既存の調査統計資料、及び、弊社独自調査の結果や知見等を含め、現在の国内・インバウンドの観光動向、府中市観光の動向等を総合的に整理いたします。また、観光のシンクタンクとして、多様なデータ・知見を独自で保有しておりますので、活用してまいります。

WEB 調査についてです。

現行プラン含め、今まで詳細に把握されていなかった基本指標について、ターゲット市場である1都3県におけるWEB 調査をご提案いたします。本WEB 調査では、主にターゲット市場の「国内旅行の志向性」「府中市の認知」「府中市の資源・コンテンツの受容性評価」について把握し、分析の上、ターゲット層を明確にしてまいります。

イ) をご覧ください。

明らかにすることは、参考事例の取り組みの把握・整理です。

府中市の観光資源等から想定されるテーマ等や観光推進組織、with・after コロナ対策、コロナ後の観光トレンドの変化等、先進事例・知見を収集し、ポイントを整理してまいります。また、弊社には、様々なテーマでコンサルティングができる内外の有識者が在籍しており、テーマに合わせて意見聴取が可能となっております。

ウ) をご覧ください。

明らかにすることは府中市観光の実態把握です。

調査・分析手法は「モバイル空間統計」「ソーシャルリスニング」です。

「モバイル空間統計」についてご説明いたします。

今回観光ビッグデータとして、モバイル空間統計という、ドコモの携帯電話ネットワークのしくみを使用して作成される人口の統計情報を活用いたします。活用ポイントとしては、「いつ、どんな人が府中市にいるのか」の把握、推計をいたします。

「ソーシャルリスニング」についてご説明いたします。

Twitter等のSNSの書き込みデータの収集を行い、「府中市の観光資源の何が、どのように語られているか」、「現在の府中市がどのような層にどう語られているか」等、地域資源・コンテンツのポテンシャルを分析してまいります。

エ) をご覧ください。

明らかにすることは府中市の現行プランの検証として、観光振興プランに基づくこれまでの取組成果と評価です。

調査分析手法は、「マーケティング視点での検証」と「ターゲット市場WEB調査」です。

現行プランにおいて推進されてきた主要な取り組みの成果、大目的に対する進捗状況・課題を次の5つの視点で整理いたします。評価視点①「観光コンテンツ/資源活用の視点」②「マーケティング視点」③「情報発信・プロモーション・コンセプトの視点」④「旅行者目線での受入環境整備」⑤「多主体連携のための推進体制・組織の視点」を基に、前述した調査・分析結果と現行プランの成果等を照らし合わせ、次年度策定のプランにおける施策展開の方向性を導出いたします。

オ) をご覧ください。

明らかにすることは、府中市へのリピーターの増加やインバウンド拡大などの誘客促進に向けた施策など、府中市観光の方向性検討です。

前述の調査を総合的に分析するのに加え、大学生・留学生によるフィールド調査を合わせてご提案いたします。調査概要としては、弊社、ゼミ生、留学生10名程度でフィールド調査を行い、訪問前後の印象の違いや、改善すべき点のチェック及びスポットごとの魅力を検証いたします。

最後にカ) になりますが、ア～オの調査結果の総合的分析、弊社で設定する検証ポイントから、現在の府中市の観光の現状・課題について整理をしてまいります。

#### 【6 ページ：骨子案の作成について】

6 ページ・7 ページでプランに係る提案及び骨子案の作成についてご説明申し上げます。上位計画における観光の取組の位置づけを明確にした上で、本調査の調査結果の分析から、マーケティング視点でのターゲット設定、ターゲットを想定した具体的な施策展開の方向性について整理し、骨子として協議会に提案いたします。記載の通り、構成案としては6章構成としております。ポイントだけお話いたします。

1 章では、府中市観光振興プランの概要として、観光の位置づけを明確化いたします。

2 章では、府中市の概要と観光の現状として、生活・文化等を含めた面としての資源・コンテンツや、観光の潮流においてポテンシャルの高い資源・コンテンツを整理や after コロナにおける旅行者の意識・旅行行動の変化などの新しい観光の動向について整理いたします。

3 章では、府中市の観光の課題として、調査結果・データ分析等によるターゲット設定・ターゲットに対するコンテンツブラッシュアップ、プロモーションの方向性を整理いたします。

7 ページをご覧ください。

4章では、基本目標と施策の方向性をマーケット視点、シビックプライド、ブランディング・シティプロモーションの基本としてのインターナル・プロモーションの視点を重視し整理いたします。5章では、観光振興へ向けた施策として、各施策の推進主体の明確化と実施期間、KPIの設定を行います。

6章では、プランの推進へ向けて、多主体と連携する推進体制について整理いたします。記載の骨子作成のポイントに沿って、骨子案の作成を進め、WGメンバーと精査しながら、図表・イラストを交え、専門用語の過度な利用は避け、観光振興に関する専門知識がない方でもわかりやすい構成としてまいります。

弊社からの説明は一旦以上となります。

#### 【質疑応答】

<得居委員>

シビックプライドとはどういうことを定義されるのか。

<事務局（JTB 総研）>

地域の方々の郷土愛、誇りを考えている。地域の方々が自分たちの町のことを発信していく中心になるべきと考え、このような表現としております。

<得居委員>

情報収集の観点でお話すると、府中市は3世代4世代あり、上位の2世代はメディアに触れられない人が多いです。台風の災害情報を出すときに詳しくはネットをご覧くださいということに抵抗感を感じる人が多いです。この方たちもオピニオンを持っていると思うが、データ上の整合性・蓄積・分析についてはどのようにお考えでしょうか。

<事務局（JTB 総研）>

市民の方という視点では、今日ご提案している調査の中には含めていないが、ご指摘のSNSに特化しているわけではなく、WEB調査を通して、ターゲット層として想定している首都圏の20～60代までのメディア接触含め把握するのと、年配層を含めた全体の傾向についてはデスクリサーチも踏まえ詳細を整理していきたいと考えています。

<事務局（JTB 総研）>

市民がどのように思っているのかということ踏まえた方がいいのではないかとご指摘だと思いますので、そのあたりはどう調査を取っていくのかというのが入ってなかったが、重要な視点ですので、観光協会の方や、商工会議所、市役所の方と相談して、どのように市民の方々の声、とくにご年配の方、町を大切に思っている方々の声をどう取っていくか検討させていただきたいと思っております。

<廣瀬委員>

一都三県の 20～60 代をターゲットとする前提で調査するのか、それ以外のところも別の方法で抽出してターゲットとなりうると考えているのかお聞かせいただきたいと思います。

<事務局（JTB 総研）>

現状で考えられる首都圏中心一都三県でご提案はしているが、これから進めていく上でコンテンツとの整合性を考え、他のエリアも考えられる場合は調整していきたいと思っております。ぜひ皆さんの意見をいただきたいと思っています。

<井上委員>

既存の観光振興プランを平成 23 年から行って、また一から調査は必要なのか疑問があります。また、この調査手法でいいのか、都会の田舎なので、本来の昔からの観光ではなく、購買との整合性はいかがでしょうか。

<事務局（JTB 総研）>

既存の観光プランも熟読させていただきました。マーケティング視点ということを先ほど述べているが、この中でも特に重要なのが、ターゲティングである。観光振興プラン、観光資源があったときにこのターゲットが明確に設定されてないことが多いです。なぜターゲティングかという 20 年前は送客の時代でありました。情報発信すればある程度の人に来てくれた時代です。しかし今は、様々なものが多様化して、美味しいものがあるよ、と発信してもわざわざ行かない、というのが現状です。だからターゲティングをしっかりとしないといけない。ペルソナの中での人物像まで突き詰め、何をどう楽しんでもらえるのだろうとコンテンツを考え、情報発信をしないと届かないのが現状です。今回一番のポイントとしてはマーケティング、ターゲティングをしっかりと作って行きたいというのが我々のご提案です。

<事務局（JTB 総研）>

既存の観光振興プランをどのように改善すればよいか我々なりに検証するために、データを取りたいと考えております。地方の田舎の観光マーケティングじゃないかというご指摘もありましたが、観光振興の分析には様々な視点・切り口でデータを取らなくてはならないと思っています。例えば、府中市観光振興プラン P32 に施策の内容が書いてあるが、ターゲットに市民・都民および近隣居住者、個人・家族・少人数グループとあり、そのようなターゲット設定ではたして良いのか、もう少し具体的にどういう人たちに対してどういう施策をするのかブレイクダウンする必要があるのではと考えています。そういった意味でマーケティングが重要です。地域にとっては千客万来と言いたいです。政策は、特定のターゲットに絞り込んだほうが、より具体的な施策になって、結果的にターゲット以外の人たちにも訴求するというのが未知マーケティングです。我々としては、少し絞り込んだ調査のご提案をして、ご採択いただいておりますので、ご指摘をいただければ、調査設計含めご相談しながら進めてまいりたいと思います。

<廣瀬委員>



多様化している中でのペルソナの設定は難しいのではないかと思います。どのような手順で設定していく予定でしょうか。

<事務局（JTB 総研）>

誰が戦略的ターゲットなのかということを設定するのは常套手段だと思います。多様化しているからと言って、全方位外交というわけにはいかないと思いますので、絞り込むことによって政策が研ぎ澄まされるのではないかとというのが我々の視点です。

<事務局（JTB 総研）>

ターゲットを絞り込まないとメッセージが届かないと考えております。届いた後は今の時代、拡散していきます。確実に届けることで広がっていくので、ペルソナが導き出されるような調査設計をしていきたいと思っております。

<深澤委員>

既存の観光振興プランとの違いは、調査件数が違うくらいで、前回実施したものがどれだけ活かされるのでしょうか。どれだけのコストをかけて、だれが・いつ・何をやったか、結果はどうなったか、うまくいかなかったプランは何がいけなかったのか、議論をしっかりと行わないと曖昧になってしまうと思うので、分析を含めしっかりと取り組んでいただきたいと思っております。

<事務局（JTB 総研）>

重要なお指摘だと思います。計画を作るときには施策がたくさん並ぶが、結果的に、議会を経て予算が付いていくので、予算が無くてできなかったこともあると思っております。複数年で取り組まなくてはいけない施策が初年度しかできなかった場合は、無駄になることも沢山あります。一つ一つ検証していくと背景も含め複雑な問題であります。どの政策を残して、どの政策を変えていくのか、過去の検証に基づいて実施するのは大事な視点です。議論しながら提案していきたいと思っております。

<深澤委員>

優先順位をつけて実施していかないといけないと思っております。結果として、何がいけなかったのか、様々な理由があると思っておりますが、検証していかないといけないと思っております。

<事務局（JTB 総研）>

優先順位も重要な視点ですが、観光の場合は同時に展開しないといかない場合もあります。お金がついたから実施すること、お金はないけど市民中心にできることもあります。誰が取り組んでいくのかを想定しながらというのがあります。ご指摘の点も踏まえてしっかりと取り組んでまいりたいと思っております。

<深澤委員>

その中でも優先順位をつけて、考慮しながらお願いしたいと思っております。

<石川委員>

令和4年に向けてのプランニングだと思いますが、令和4年にコロナウイルスがどういう状況かというものを想定して、途中で修正がきくのか、いつごろまでに修正がきくのかお伺いしたいと思います。

<事務局（JTB 総研）>

基本的には、感染症が収まっている前提の中で長期的な視点から見ていかないと予測がつかなく、プランが出来ないと考えております。違う感染症が出てくことや、観光地の受け入れ地としては事業者の方々が、感染症予防の施策を取組として入れておく必要があります。また、インバウンドがいつ戻ってくるのか、今までとの変化を踏まえ反映をしていきたいと考えております。感染症が長引くという前提を置きすぎると難しい面もありますので、各機関のシミュレーションを参考にしながら検討していきたいと思っております。

<小野委員>

スマートなプランで名前だけ府中市と入れるだけのプランにならないように、府中らしさ、独自性のあるプランを作りたいと思っています。一つ忘れられないのは、府中市民であった故宮本常一さんが観光について最初に考えた民俗学者ではないかと思っています。重要なことは観光客のための観光地になってはいけないということです。地元の人と一緒に楽しめ、文化を感じることが出来る観光地にすることが大事です。もう一つはダークツーリズム、その視点も宮本さんが観光資源の活用を考えていました。そのあたりも視点として今回考えていけたらと思っています。もう一つは皆さんがおっしゃっているお祭り、くらやみ祭のことで、日本で一番最初に観光化に成功したお祭りと言ってもいいと思います。江戸の近くに、夜中に実施する面白いお祭りがあり、遊歴雑記の中で、このお祭りは都心であればとっくに無くなっているが、程よい田舎、都会の中の田舎、まさにそこだから残り続けてきたと語られています。お祭りも観光資源の中心に入れながら考えていきたいと思っております。

<宇田委員>

立派な冊子を作ることが目的ではなく、観光客がいっぱい府中にきて、いっぱいお金を使ってくれる、そういう目的の楽しい会議にしていいただければと思います。

<大津会長>

意見も出尽くしたようですが、私から一つだけお願いがあります。7ページの一番下、プラン骨子の作成のところにあります「難しい用語は使わない、知識がない人でもわかりやすい骨子にする」ということが大変大事なことだと思います。この点も十分に考慮して作成に臨んでいただきたいと思っております。

<大津会長>

それでは原案通りということではよろしいでしょうか。

<全員>

拍手

<大津会長>

それでは原案通りとさせていただきます。

#### ④府中市の観光に対する意見聴取

<深澤委員>

府中のボランティアをやっているが、府中以外の方もいらっしゃいます。そのためにも府中の売りは何で、自信を持ってお勧めできる場所はどこかを知りたいと思います。15年前に引っ越してきましたが、ケヤキ並木のすごさに驚き、引っ越しを決めました。緑が多く、神社も多く、大國魂神社のお祭りもあります。観光案内をする際にもっと売りを知り、若い社員にも勉強をさせ、お客様を誘導したいと思っております。今後の参考にしていきたいです。

<得居委員>

平成元年からご縁があり、隣の小金井に長く住んでいたが府中の伝統的なお祭りを通じて府中を肌で感じて30年が経ちました。地域のケーブルテレビで商店街の皆さんなどと一緒に歩んできましたが、府中の魅力は「都会の中の田舎、どこか下町な、人と人の垣根が低い、それでいて溶け込むには時間がかかるという昔の首都、武蔵の国的な、封建的なところがある、魅力的な街」と言えると思います。抽象的だが資源は人だと感じています。府中はお年寄りが元気で、責任をもって、世間を府中の社会をうまく切り盛りして、3世代、4世代、若い世代を育てようとする意欲があります。「お年寄りはずっこんでろ」という言葉はあまり聞かない街、それはいい意味で上の人には上なりの責任を持ち、下からは上に対する尊敬があります。それはどこからきたのかと思うと、お祭りを支えた集団からみえています。誰もほっとけなくなるような人情があります。もしかしたら観光資源というのも含め、横丁、路地裏的なところがSNSの世代がなくなっている、人とのつながりをもたらしてくれるのではないかと思います。よさこい祭りは新しい取り組みで、当初はうまくいくのかと思ったが、今やよさこいがない夏はさみしいです。商店街があつて、その商店街の人とのつながりもあります。JTBの皆さんとお互いよかったプランは何だったのかを検証しつつも、未知のアフターコロナ、ビヨンドコロナの中で府中をどう楽しく、みんなが泣き笑いできる街にして、人々に行きたいなと思ってもらえるようにしていきたいです。

<筒井委員>

観光というプランを考えたときに前回のプランには崖線が入っていなかった。よさこい祭りも一生懸命行ってきています。よさこい祭りは都心からバス5台出して観光に来ています。崖線の散策などけっこう人も来ています。いい機会なので提案していきたい。

<宇田委員>

私は日野市だが、府中の魅力は人だと思います。府中が大好きになったのは「人」のおかげです。何よりも素晴らしいのは結集する力です。学芸員の馬場治子先生に府中市内を連れて行ってほしい、こんな知らないところにこんな歴史があるのだと思いました。

それもこれも情報発信にかかっていると昔から思っていて、代表するくらやみ祭を知り合いに教えると、そんな祭りがあるのと未だに驚かれます。

去年も、新宿にラッピングでものすごい宣伝をしても、まだピンときていない。何をすれば一番情報が伝わるのだろうと探しつづけなければならないと思います。来てみてくれたらほんとうに感動します。振興プランを考える際に、いかにヒットする情報発信の仕方を探すことも重要かと思えます。そこをプロの方にも頼り、たくさんの情報発信の仕方を考えたいと思います。

PDCAのようにプランから始まるのでは時代遅れでDCAPのようにまずやってみて検証して修正して計画するのは最後、プランを作っている間に時代が変わってしまいます。でも変わらないのは祭り本体です。今回作るプランでいい知恵をみんなの意見を集めて、何か出来たらなと思います。

#### <廣瀬委員>

まちづくり府中で地域の商店さんと関わらせていただいて、振興をいかにするかを考えてきました。ほかの委員からもありましたが、人と人の接点をいかに作っていくかというところに重点をおいて活動しています。

イベントで人を集めてもなかなかお店に入っていくかということこれまで感じてきたが、商店主の方と市民の方が知り合いになるとそのあと、再訪していただけるというところがあります。これは観光も同じところがあり、ボランティアで活動されている方も含めて、人と人が接点を持つと人に紹介したくなるということに繋がるし、愛着も深まっていきます。

物の資源だけでなく、人とのコミュニケーションを含めた接点を作っていけるようなプランにしていけたらと良いと思います。

#### <小野委員>

府中は国府から始まって歴史が古い都市、宿場町として再生して、そんな歴史の中でも国府のお祭りで始まり、なくなっても宿場町の人たちが支えて今に至る大イベント、くらやみ祭。

歴史、文化、伝統がある街だが決して閉鎖的でないのが府中の特徴かなと30年間つくづく思います。何故かと言ったら一番最初から府中に住んでいたわけではない、作る時に武蔵国中から人が集まって、都市建設をしました。それでできた街が府中であるので最初から開かれた街、歴史はあるが開かれた街である府中。その辺がもっとアピール出来て、観光的な面でも活かせる視点かなと考えています。

#### <大津会長>

まだまだご意見あるかと思いますが、進行のこともあるのでこのあたりで大下副会長からお願いいたします

#### <大下副会長>

4 点ポイントをお話いたします。

1 点目：シビックプライドの話がありましたが、一番早く市民の声を集めることができるのは総合計画を作る時の意識調査です。その中から観光への読みときができる項目があります。

そういった必要なデータを JTB 総研に渡していただければ市民の方が観光に対してどのような意識をお持ちなのかが読み取れる可能性があります。それを使えば先ほどあったようにそのために余計な費用をとることがなくなり解決できると思います。技術的な話として使っていただければと思います。

2 点目：今回の一番の柱になることですが、今回皆さんの議論が上手くかみ合わなかったのは観光振興プランの目指しているところ、軸足はどこにあるというのが議論されていなかったからです。だからお客様はどこの誰かというターゲットなどの話になって枝葉の話になってしまい、森の話ができなかったと思います。また、既存の観光振興プランの話は、ここに問題があつてというのはこれから始まるわけですから、本日は観光振興プランの目的、何のためにやるのかということだけは一応了解をいただいたということで、方法論等はこれから一番効果的なものを選んでいきましょう。一番大切なのは資料の 5 ページに書いてある（カ）の部分に書いてあることで、今まで行ってきたような話がどういったことで、何が足らなかったのかということをも十分に議論いただいたうえで次回以降でその意思決定やプロセスをはっきりさせていきたいと思っています。

3 点目：4 ページのところをみてもらいたいと思います。

ポイントが 4 つありましたが、先ほどの議論で言うと前回の計画は圧倒的にマーケティングの視点が足りないということでしたが、もしかしたら並列で③の視点も足りないのかもしれない。

これから議論していきますが、このポイントはどれも大変大事なので③を取り組んでいくのか、②をもっと掘り下げたほうがいいんじゃないか、など議論をしていきながら、どこに重みを置くか、プライオリティが見えてきます。今はフラットな状態ですので、進めながら議論の中で重みをつけていく、という話にしていきましょう。

このポイントで足りないものが 2 つあるので、ぜひそれも考えていただきたいです。

一つが観光危機管理です。いわゆる地震があつた時に外国人観光客がどうするか、台風があつた時にどうするか、それを東京都の観光基本計画に必ず書くようお願いして作っています。それがないとサイバー攻撃などがあつた時には観光は全滅してしまいます。JTB 総研はそれの一番専門で、観光危機管理のプロがいらっしゃるので、ぜひそのノウハウも提供して欲しいです。

もう一つがすそ野を広げていくという話です。最後に府中市の魅力は「人」という話がありましたが、多様な主体による観光振興事業を加えていただきたいです。それは何なのかというと子供の観光教育です。子供に対して観光、地域の良さ、地域の誇りを今から育てていって 10 年後に活躍する人材を作っていく。観光の部署から地域の誇り、シビックプライドを全面に押し出しながら進めていくのがよろしいかと思います。ぜひこの 2 つをポイントの中に加えてほしいと思います。

4 点目：観光資源の話がありました。一番大切なのは地域の記憶を辿ること、歴史というより地域の記憶、それを辿っていくと先ほどの国府の話、府中の話、そしてそこに生まれてくる人情とか人柄とかそういう話が出てきます。観光の対象はいわゆる五感といわれているものがベースになるのですが、プラス 1 になるものがあり、それが地域の記憶です。他の地域には絶対にできないことは国府です。ここをベースに置いたうえでどのような形で枝葉ができて大きな樹木になってきた

のか捉えることが大事です。

最後に孔子の言葉を紹介します。近きもの喜ばば遠きもの来る、空間論です。外ばかりにお客様来てくださいというより地域の人が喜ぶ観光政策を作ることによって遠くからも人が来てくれる、そういう時代になってきています。マイクロツーリズムなんていうのもそういう話です。

もう一つ、人、遠慮なければ必ず近憂あり。これは遠くへの配慮がないと近いうちに憂いが来るよという話です。観光振興プランが目指しているのは10年後だと思いますがそこを目指して今、何をすべきなのか、コロナウイルスなど、10年先を思い浮かべながらこの中で楽しい議論ができると良いと思います。

## (7) その他

<事務局>

### ① 謝礼の支払いについて

必要書類の提出をお願いします。

### ② 本日の会議録の作成について

資料1-3・6でご説明の通り委員の皆様にご確認をいただいた上で公開の手続きを行います。

### ③ 広報掲載について

10月1日の広報ふちゅうにおいて記事が掲載され、委員の名前と〇〇町まで掲載されます。

### ④ 次回の会議日程について

12月11日9時30分より会場は今回と同じ会場で開催いたします。

### ⑤ 今後の開催通知等について

市長名ではなく大津会長名で発信していきます。

大津会長：本日の会議日程がすべて終わったので終了します。

以上

分類	委員意見	事務局
シビックプライド	シビックプライドはどういうことを定義されるのでしょうか。	地域の方々の郷土愛、誇りを考えています。地域の方々が自分たちの町のことを発信していく中心になるべきと考えています。
シビックプライド	府中市は3世代4世代あり、上位の2世代はメディアに触れられない人たちが多いです。台風の災害情報を出すときに詳しくはネットをご覧くださいということに抵抗感を感じる人が多いです。この方たちもオピニオンを持っていると思うが、データ上の整合性・蓄積・分析についてはどのようにお考えでしょうか。	重要な視点ですので、観光協会の方や、商工会議所、市役所の方と相談して、どのように市民の方々の声、とくにご年配の方、まちを大切に思っている方々の声をどう取っていくか検討させていただきたいと思っています。
ターゲット調査	一都三県の20～60代をターゲットとする前提で調査するのか、それ以外のところも別の方法で抽出してターゲットとなりうるかと考えているのかお聞かせいただきたいと思っています。	現状で考えられる首都圏中心一都三県でご提案はしているが、これから進めていく上でコンテンツとの整合性を考え、他のエリアも考えられる場合は調整していきたいと思っております。ぜひ皆さんの意見をいただきたいと思っています。
ターゲット調査	多様化している中でペルソナの設定は難しいのではないかと思います。すでに分散してしまっているところもあると思いますがそれに関してどのように捉えていくのでしょうか。	<ul style="list-style-type: none"> <li>誰が戦略的ターゲットなのかということを設定するのは常套手段だと思います。多様化しているからと言って、全方位外交というわけにはいかないと思いますので、絞り込むことによって政策が研ぎ澄まされるのではないかとというのが我々の視点です。</li> <li>ターゲットを絞り込まないとメッセージが届かないと考えております。届いた後は今の時代、拡散していきます。確実に届けることで広がっていくので、ペルソナが導き出されるような調査設計をしていきたいと思っています。</li> </ul>
ターゲット調査	既存の観光振興プランを平成23年から行っているが、また一から調査は必要なのか疑問があります。また、この調査手法でいいのか、都会の田舎なので、本来の昔からの観光ではなく、購買との整合性はいかがでしょうか。	<ul style="list-style-type: none"> <li>既存の観光プランも熟読させていただきました。マーケティング視点の中でも特に重要なのが、ターゲティングです。観光振興プラン、観光資源があったときにこのターゲットが明確に設定されていないことが多いです。なぜターゲティングかという20年前は送客の時代でありました。情報発信すればある程度の方が来てくれた時代です。しかし今は、様々なものが多様化して、美味しいものがあるよ、と発信してもわざわざ行かない、というのが現状です。だからターゲティングが重要でペルソナの中での人物像まで突き詰め、何をどう楽しんでもらえるのだらうとコンテンツを考え、情報発信をしないと届かないのが現状です。今回一番のポイントとしてはマーケティング、ターゲティングをしっかりと作って行っていきたいというのが我々のご提案です。</li> <li>既存の観光振興プランをどのように改善すればよいか我々なりに検証するために、データを取りたいと考えております。観光振興の分析には様々な視点・切り口でデータを取らなくてはいけないと思っています。例えば、府中市観光振興プランP32に施策の内容が書いてありますが、ターゲットに市民・都民および近隣居住者、個人・家族・少人数グループとあり、そのようなターゲット設定ではたして良いのか、もう少し具体的にどういう人たちに对してどういう施策をするのかブレイクダウンする必要があるのではと考えています。地域にとっては千客万来と言いたいと思いますが、政策は、特定のターゲットに絞らなければならないが、より具体的な施策になって、結果的にターゲット以外の人たちにも訴求するというのが未知マーケティングです。我々としては、少し絞り込んだ調査のご提案をして、ご採択いただいておりますので、ご指摘をいただければ、調査設計も含めご相談しながら進めてまいりたいと思います。</li> </ul>
既存の観光振興プラン	<ul style="list-style-type: none"> <li>既存の観光振興プランとの違いは、調査件数が違うくらいで、前回実施したものがどれだけ活かされるのでしょうか。どれだけのコストをかけて、それがいつ・何をやったか、結果はどうなったか、うまくいかなかったプランは何がいけなかったのか、議論をしっかりと行わないと曖昧になってしまうので、分析含めしっかり取り組んでいただきたいと思っています。</li> <li>優先順位をつけて実施していかないといけないと思います。結果として、何がいけなかったのか、様々な理由があると思いますが、検証していかないといけないと思います。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>重要な指摘だと思います。計画を作るときには施策がたくさん並ぶが、結果的に、議会を経て予算が付いていくので、予算が無くてできなかつたこともあると思います。複数年で取り組まなくてはいけない施策が初年度しかできなかった場合は、無駄になることも沢山あります。一つ一つ検証していくと背景も含め複雑な問題であります。どの政策を残して、どの政策を変えていくのか、過去の検証に基づいて実施するのは大事な視点です。議論しながら提案していきたいと思っています。</li> <li>優先順位も重要な視点ですが、観光の場合は同時に展開しないといけない場合もあります。お金がついたから実施すること、お金はないけど市民中心にできることもあります。誰が取り組んでいくのかを想定しながらということもあります。ご指摘の点も踏まえてしっかり取り組んでまいりたいと思います。</li> </ul>
コロナウイルス	令和4年に向けてのプランニングだと思いますが、令和4年にコロナウイルスがどういう状況かというものを想定して、途中で修正がきくのか、いつごろまでに修正がきくのかお伺いしたいと思います。	基本的には、感染症が収まっている前提の中で長期的な視点から見ていかないと予測がつかなく、プランが出来ないと考えております。違う感染症が出てくるとか、観光地の受け入れ地としては事業者の方々が、感染症予防の施策を取組として入れておく必要があります。また、インバウンドがいつ戻ってくるのか、今までの変化を踏まえ反映していきたいと考えております。感染症が長引くという前提を置きすぎると難しい面もありますので、各機関のシミュレーションを参考にしながら検討していきたいと思っています。

分類	委員意見
プラン全般	「難しい用語は使わない、知識がない人でもわかりやすい骨子にする」ということが大変大事なことだと思います。この点も十分に考慮して作成に臨んでいただきたいと思います。
観光資源 コンテンツ (歴史・文化) ・ プラン全般	・スマートなプランで名前だけ府中市と入れるだけのプランにならないように、府中らしさ、独自性のあるプランを作りたいと思っています。一つ忘れられないのは、府中市民であった故宮本常一さんが観光について最初に考えた民族学者ではないかと思っております。重要なことは観光客のための観光地になってはいけないということです。地元の人と一緒に楽しみ、文化を感じることが出来る観光地にすることが大事です。もう一つはダークツーリズム、その視点も宮本さんが観光資源の活用を考えていました。そのあたりも視点として今回考えていけたらと思っております。もう一つは皆さんがおっしゃっているお祭り、くらやみ祭のことで。日本で一番最初に観光化に成功したお祭りと言ってもいいと思います。江戸の近くに、夜中に実施する面白いお祭りがあり、遊歴雑記の中で、このお祭りは都心であればとくに無くなっているが、程よい田舎、都会の中の田舎、まさにそこから残り続けてきたと語られています。お祭りも観光資源の中心に入れながら考えていきたいと思っております。 ・立派な冊子を作ることが目的ではなく、観光客がいっぱい府中に来て、いっぱいお金を使ってくれる、そういう目的の楽しい会議にしていければと思います。
観光資源 コンテンツ (自然・歴史・文化) ・ プラン全般	府中のボランティアをやっているが、府中以外の方もいらっしゃいます。そのためにも府中の売りは何で、自信を持ってお勧めできる場所はどこかを知りたいと思います。15年前に引っ越してきましたが、ケヤキ並木のすごさに驚き、引っ越しを決めました。緑が多く、神社も多く、大國魂神社のお祭りもあります。観光案内をする際にもっと売りを知り、若い社員にも勉強をさせ、お客様を誘導したいと思っております。今後の参考にしていきたいです。
観光資源 コンテンツ (自然・歴史・文化)	観光というプランを考えたときに前回のプランには崖線が入っていなかった。よさこい祭りも一生懸命行ってきています。よさこい祭りは都心からバス5台出して観光に来ています。崖線の散策などけっこう人も来ています。いい機会なので提案していきたい。
観光資源 コンテンツ (自然・歴史・文化)	観光資源の話がありました。一番大切なのは地域の記憶を辿ること、歴史というより地域の記憶、それを辿っていくと先ほどの国府の話、府中の話、そしてそこに生まれてくる人情とか人柄とかそういう話が出てきます。観光の対象はいわゆる五感といわれているものがベースになるのですが、プラス1になるものがあり、それが地域の記憶です。他の地域には絶対にできないことは国府です。ここをベースに置いたうえでどのような形で枝葉ができて大きな樹木になってきたのか捉えることが大事です。
観光資源 コンテンツ (人・歴史・文化) ・ プラン全般	府中の魅力は人だと思います。府中が大好きになったのは「人」のおかげです。何よりも素晴らしいのは結集する力です。学芸員の馬場治子先生に府中市内を連れて行ってもらい、こんな知らないところにこんな歴史があるのだと思いました。それもこれも情報発信にかかっていると昔から思っていて、代表するくらやみ祭を知り合いに教えると、そんな祭りがあるのかと未だに驚かれます。去年も、新宿にラッピングでものすごい宣伝をしても、まだピンときていない。何をすれば一番情報が伝わるのだろうかと探しつつなければならぬと思います。来てみてくれたらほんとうに感動します。振興プランを考える際に、いかにヒットする情報発信の仕方を探することも重要かと思っております。そこをプロの方にも頼り、たくさんの情報発信の仕方を考えたいと思っております。PDCAのようにプランから始まるのでは時代遅れでDCAPのようにまずやってみて検証して修正して計画するのは最後、プランを作っている間に時代が変わってしまいます。でも変わらないのは祭り本体です。今回作るプランでみんなの知恵や意見を集めて、何か出来たらと思います。
観光資源 コンテンツ (人) ・ プラン全般	まちづくり府中で地域の商店さんと関わらせていただいて、振興をいかにするかを考えてきました。ほかの委員からもありましたが、人と人との接点をいかに作っていくかというところに重点をおいて活動しています。イベントで人を集めてもなかなかお店に入っていないというところをこれまで感じてきたが、商店主の方と市民の方が知り合いになるとそのあと、再訪していただけるというところがあります。これは観光も同じところがあり、ボランティアで活動されている方も含めて、人と人が接点を持つと人に紹介しやすくなるということに繋がるし、愛着も深まっていきます。物の資源だけでなく、人とのコミュニケーションを含めた接点を作っていくようなプランにしていけたら良いと思います。
観光資源 コンテンツ (人)	平成元年からご縁があり、隣の小金井に長く住んでいたが府中の伝統的なお祭りを通じて府中を肌で感じて30年が経ちました。地域のケーブルテレビで商店街の皆さんと一緒に歩んできましたが、府中の魅力は「都会の中の田舎、どこか下町な、人と人との垣根が低い、それでいて溶け込むには時間がかかるという昔の首都、武蔵の国的な、封建的なところがある、魅力的な街」と言えると思います。抽象的だが資源は人だと感じています。府中はお年寄りが元気で、責任をもって、世間を府中の社会をうまく切り盛りして、3世代、4世代、若い世代を育てようとする意欲があります。「お年寄りはずっこんで」という言葉はあまり聞かない街、それはいい意味で上の人は上りの責任を持ち、下の人は上に対する尊敬があります。それはどこからきたのかと思うと、お祭りを支えた集団からみえています。誰もほっとけなくなるような人情があります。もしかしら観光資源というのも含め、横丁、路地裏のところがSNSの世代がなくなっている、人とのつながりをもたらしてくれるのではないかと思います。よさこい祭りは新しい取り組みで、当初はうまくいくのかと思ったが、今やよさこいがない夏はさみしいです。商店街があって、その商店街の人とのつながりもあります。JTBの皆さんとお互いよかったプランは何だったのかを検証しつつも、未知のアフターコロナ、ビヨンドコロナの中で府中をどう楽しく、みんなが泣き笑いでいる街にして、人々に行きたいなと思ってもらえるようにしていきたいです。
観光資源 コンテンツ (歴史)	府中は国府から始まって歴史が古い都市、宿場町として再生して、そんな歴史の中でも国府のお祭りで始まり、なくなっても宿場町の人たちが支えて今に至る大イベント、くらやみ祭。歴史、文化、伝統がある街だが決して閉鎖的でないのが府中の特徴かなと30年間つくづく思います。何故かと言ったら一番最初から府中に住んでいたわけではない、作る時に武蔵国中から人が集まって、都市建設をしました。それでできた街が府中であるので最初から開かれた街、歴史はあるが開かれた街である府中。その辺がもっとアピール出来て、観光的な面でも活かせる視点かなと考えています。
シビック プライド	一歩早く市民の声を集めることができるのは総合計画を作る時の意識調査です。その中から観光への読みときができる項目があります。そういった必要なデータをJTB総研に渡していただければ市民の方が観光に対してどのような意識をお持ちなのかを読み取れる可能性があります。それを使えば先ほどあったようにそのために余計な費用をとということがなくなり解決できると思います。技術的な話として使っていただければと思います。
観光危機管理	いわゆる地震があった時に外国人観光客がどうするか、台風があった時にどうするか、それを東京都の観光基本計画に必ず書くようお願いして作っています。それがないとサイバー攻撃などがあった時には観光は全滅してしまいます。JTB総研はそれの一番専門で、観光危機管理のプロがいらっしゃるので、ぜひそのノウハウも提供して欲しいです。
観光教育	府中市の魅力は「人」という話がありましたが、多様な主体による観光振興事業を加えていただきたいです。それは何なのかという子供の観光教育です。子供に対して観光、地域の良さ、地域の誇りを今から育てていって10年後に活躍する人材を作っていく。観光の部署から地域の誇り、シビックプライドを全面に押し出しながらか進めていくのがよろしいかと思っております。