

第3期四谷地区協議会会議録

分科会名	第1分科会	開催回	第9回
開催日	平成22年1月19日(火)		
出席者	区民 13名	職員	東京都観光まちづくりアドバイザー1名 東京都職員 1名 出張所職員2名
主な協議 と決定に ついて	1 観光まちづくりに関する意見交換とアドバイス		
	2 テーマ別活動の報告と意見交換		
<p>1、第2回観光まちづくりに関するアドバイス 講師 東京都観光まちづくりアドバイザー高橋 一夫先生 【アドバイス概要】 観光まちづくり計画を決定していく際にマーケティングに当てはめて考えるとわかりやすい場合がある。（注：便宜上の当てはめであり、必ずしも一致はしない） マーケティング=売れ続けるための（戦略）しくみ 表1</p>			
プランニングアドバイス		考えられることから	
コンセプト（活動理念） 地域にどのような貢献をしたいのか？		歴史と文化の香るまち「四谷」に暮らす喜びを訪れていただいた方に紹介することであらためて自分たちも地域を見直し連携できる。 地域（商店会を含め）の賑わいにもつながる。	
ビジョンを描く ありたい絵姿を描く。（1年後2年後・・・）		近い将来、どうありたいのか？	
ポジショニング=位置づけ 例1「使い捨てカメラ」の位置づけ 「カメラ」では、カメラ屋で販売されるが、レンズ着きフィルムとして販売経路にのせるとコンビニ・スーパーで販売でき、売り上げが大きく伸びた。 例2「カップヌードル」の位置づけ 即席麺としてではなく、具入りスープとして販売したことにより、スープコーナーにも置かれ売り上げ上昇につながった。		観光をどのように提示するか？ ・好奇心の向上・商店街の活性・ <u>四谷と他の地域のちがいをあきらかにする。</u>	
ターゲット どのような人たちに自分の町に溶け込んでもらいたいか？		遠くから宿泊して来られるのではなく23区内もしくは近郊の日帰り可能な方 若い人より歴史好きの方（熟年世代） 若い世代にも訪れて欲しい	

マーケティング戦略 4P	観光まちづくりプラン (例) 案内ボランティア 報酬(感謝の形 意欲と責任) どんなやり方 どのように素晴らしさを紹介するのか
・プロダクト(形)(Product)・・・製品	—————>
・プライス(Price)・・・価格	—————>
・プレイス(Place)・・・流通	—————>
・プロモーション(Promotion)・・・広告、広報	—————>

表1の空白.....の検討課題の部分埋めていけば計画ができます。
 計画のポイント = 議論し形づくりを行なう = 何のためにどんな形にしたいか

【計画をすすめるにあたるアドバイス質疑応答形式】

質問1

では、具体的に.....をどのように考えていけばよいか？

アドバイス

「SWOT分析を取り入れることもひとつです」

計画の全体的な評価の分析	分類	観光まちづくりにあてはめた説明
強み(Strength)	内部環境 分析	観光まちづくりの計画・方針の成功する要因が自分達の計画内部にあるかどうかを強み、弱みとして評価する。
弱み(Weakness)		
機会(Opportunity)	外部環境 分析	観光まちづくりの計画・方針に影響を与える経済、法規制、社会、文化、対象者(観光客)等の変化を観察し、関連する機会と脅威を見極めること
脅威(Threat)		

「ボランティアガイド」による観光案内であれば、このような社会調査(外部環境分析)をしていく必要はない。(時間もかかります)以下のことを考えていけばよいと思います。

- 1 「強み」を何にするのか？.....
- 2 「弱み」をどのようにカバーするのか？.....

質問2

プロモーション(宣伝・広告)をどのようにすればよいか？
 たとえば、従来のように公共施設にチラシ・ポスターを置くだけでは効果がないと思います。

アドバイス

中間支援組織の活用を提案します。例えば新宿区の観光ビューロー計画(別紙資料)の活用は今回多いに利用すべきだと考えます。大きな計画を推進・継続するためには、労力の分散が必要です。そして、中間支援組織に(この場合は新宿区観光ビューロー計画)その役割りに徹してもらい、こちらの活動のサポートをしっかりとってもらいましょう。そうすると皆さんは地域の何をどのように紹介したいかに力を入れていけばよいのです。

質問3

今後、意見の抽出をしていくために5W1Hの考え方でKJ法を利用するとよいのではないかと考えますが、いかがでしょうか？

アドバイス

そのような手法で考え、分類するとはっきりしてくるかと思えます。5W1Hは文章を構成する際に使われますがマーケティングにおいてはなぜ(Why)、何を(What)、誰が(Who)、どこで(Where)、いつ(When)、どのようにして(How)といった意味で考え、マーケティング戦略策定、計画立案に有効な考え方につなげます。また、この5W1Hに、「いくらで(How much)」といった金銭的要素を加え、5W2Hとして用いると、さらに実践的な考え方がまとまると思えます。

注釈 KJ法：文化人類学者川喜田二郎東京工業大学名誉教授がデータをまとめるために考案した手法。データをカードに記述し、カードをグループごとにまとめて、アイデアの抽出や問題の解決の糸口を探っていく。

質問4

告知などについて有効手段のアドバイスはないでしょうか？

アドバイス

告知：プレスリリース方法がよいと思う。新聞広告は費用も高い。話題性のある活動を情報提供し記者に出向いてもらい記事を作ってもらえば無料である。地方版で連載し続けてもらえれば効果は絶大になる。キーワードは「見出しがたつ」です。見出しがたつように工夫してリリースするとよいと思えます。新聞雑誌の効果は期待できます。

インターネット：更新をこまめにして、検索したら見出しが(一覧の)上に出るようにする。多くの人にも紹介してもらえるような内容のHP(ホームページ)にすることも大切。

マップ配布：駅に置くだけでは無作為に持っていかれる。誰にでも渡せればよいというものではなく、有効に利用してくださる人に渡したいならHPからダウンロードできるような仕組みもよいと思う。

口コミ：地域の人への周知は、地道な作業ですが口コミが意識向上にもつながります。

イベント：弾みをつけたい時に有効。

質問5

わくわくマップに関してアドバイスは？

アドバイス(デザイナーではないので気づいたこととお話します。)

- ・ポケットに入る大きさにした方がよいと思う。
- ・ある程度大きな文字がありがたい。
- ・実際にマップを使いモニタリングツアーを企画してアンケートしてはいかがか？
外部の人のまなざしを知ることが大切。利用者のニーズ把握が大切。
- ・もらって欲しい(知って欲しい)人のターゲットを絞ることがやはりここでも大切。

質問 6

戦略を考えるにあたり「四谷の活性化を考えるために」何をすべきか絞る方法は？

アドバイス

アイデンティティである「江戸から続く・・・」に満足してもらえるアイデアに優先順位を付けることが大切。

観光客が日頃とちがう雰囲気にはいたり、何かを購入し、満足してもらえるしくみ作り。それが、四谷の経済効果につながると思う。

観光ガイドにより四谷の魅力を紹介し、自分達の熱意を伝えるために・・・
考えなくてはいけないこと

- ・最終的に心を動かされるものは何か、どうやって伝えるか？
- ・（知識を得ることができる）向上心より心を伝えたいのか？

次回の来会要請日の決定

3月16日（火）18：30～

来月の分科会で本日のアドバイスに従い学んだこと活かし、案を持ち寄り目標づくりから検討していくこととした。（参照）

参考意見（委員案）

「歴女の小旅行」

歴史好きの女性に訪れ楽しんでもらう。

- ・美味しい食事所の紹介、甘味所、お土産（今後商品開発しても）
- ・わくわくマップを使い実際にガイドしてみる。

他

地域バス・・・2月9日新たに動き出す。

玉川上水・・・2月1日検討会議に協議会より2名出席依頼があり、代表を2名選出した。

自治基本条例について・・・12月15号広報新宿参照

中間報告会平成22年1月30日 新宿コズミックセンター

訃報

第1回地域勉強会で講話してくださったK氏の訃報に際し心よりお悔やみ申しあげます。貴重なお話を感謝しつつご冥福をお祈り申しあげます。

次回日程	お宝実行委員会 平成22年2月2日(火)18:30～19:30 四谷特別出張所会議室 鑑定会終了後概ね 19:30～より 賞名の決定 第1分科会 平成22年2月16日(火)18:30～ 四谷特別出張所会議室
------	---