

平成30年度 第2回 富士宮市女性応援会議 議事録

日時 平成31年2月7日(木) 午前10時15分～午前11時45分

場所 富士宮市役所6階630会議室

出席者

松浦委員(委員長)、松井委員、芝切委員、加茂委員、渡邊委員、後藤委員、
白井教授(アドバイザー)
企画戦略課 佐野(和) 地域政策推進室長、佐野(卓)主査
伊藤 市民交流課長、
滝川 女性が輝くまちづくり推進室長、秋葉主幹、白井主事

次第

- 1 開会
- 2 挨拶(出席者自己紹介)
- 3 議事
(1) 女性目線を活かしたシティセールスの推進
- 4 閉会

〈議事詳細〉

(1) 女性目線を活かしたシティセールスの推進

松浦：現在、シティセールスを推進しているところであり、前回の女性応援会議では、女性目線を活かしてより活発に取り組むために、どうしたらよいのか意見をいただきました。お手元の議事録をご覧ください。

今回は、その取組みについて地域政策推進室の方から、シティセールスについて現況をお話いただきたいと思います。

佐野(和)：よろしく申し上げます。前回の議事録を拝見しました。シティセールスについて意見を多くいただきありがとうございます。中でも特に、「人が集まる魅力的なまちになるために、受け手のニーズに合わせて効果的に発信すること」とのご意見には、まさにその通りだと思いました。その他いただいたものすべてが、「美守の都ふじのみや」を具現化するためのすばらしいアイデアで、大変ありがとうございます。市としては、シティセールスの戦略指針を平成28年度に策定し、これに基づいて進めているところでございます。

今回は、その具体的な取組と、今後の計画をご紹介したいと思います。

富士宮市のシティセールスのひとつとして、朝霧高原でのキャンプ・レジャー、これらを利用するために既に富士宮市に訪れている首都圏の若いファミリー層に注目し、働きかけることとしました。こういった方たち向けに、ウェブマガジンサイトを運営する企業などとコラボして、更に富士宮を楽しんでもらおうと考えています。提案として、う宮～などで販売されている地元食材や野菜をおすすめしたり、猪之頭の養鱒場で釣ったニジマスキャンプのお夕飯の食材にするプランを提案したり、その様子をウェブマガジンで映像にしたりしました。シティセールスの方法としても、わざわざ首都圏に

出向かなくても、既に来ていただいているというこの事実を有効活用して、そういった方々に発信するほうがより効果的なのではないかと考えています。情報の受け手のニーズという立場で、もっと深く富士宮を楽しむ方法といった提案をしたらどうか、ということで今年度取り組みました。同様に、毎年朝霧高原で行われる音楽フェス「朝霧ジャム」にも、首都圏からたくさんの若者やファミリーが来場されます。その数およそ2万人です。フェスを重ねると同時に参加者年齢もあがり、当時独身だった方が、今はご家族で来場されていたりするんですね。実際会場へ行って、20～30代の方がこれだけ富士宮にきているのかと私は驚きました。そこで、今年はブース出店をさせていただき、富士宮版ことりっぷの配布とふるさと納税返礼品のなかでも体験型のもののPRを行いました。同じく首都圏から多くのファミリー世代が訪れているまかいの牧場では、今年度、入り口に市のパンフレットブースを設置しました。そこはあえて、浅間大社や世界遺産センターや市街地の案内を積極的に行い、市街地の魅力を発信しています。ブース自体に貼り付けている写真も、ミス富士山と浅間大社の写真です。

来年度は、今年の逆の流れである、市街地から朝霧高原への誘導に取り組もうと考えています。こちらも多くの方が訪れている世界遺産センター、浅間大社といった市街地から朝霧へ、という流れをつくりたい。更に今年度、浅間大社横にオープンするレストラン近くに高電動アシスト自転車（イーバイク）を設置します。この自転車は大変高性能で、朝霧高原まで簡単に行けてしまうようなので、これを活用したツアーを組んで、積極的に提案していきたい。今年度は朝霧高原から市街地へ。来年度、市街地から朝霧高原へ。合わせてこのような回遊が生まれたら、富士宮の魅力として新しいものが加わるのではないかと、考えております。

また別件ですが、美しい音楽でのシティセールスにも取り組んでいます。西高出身のピアニストの宮野さんという方に「美守の都富士宮」をテーマにしたオリジナル曲の作曲と、CDの制作を依頼しています。曲は、「水」や「浅間大社」とか、そういった富士宮をイメージしたもので、5曲程度を依頼しております。CDジャケットは絵本作家の方にデザインを依頼しました。富士山の絵ですが、現代風の曼荼羅をイメージして描いたとのこと。このCDの完成披露として、3月に前出のレストランのオープンセレモニーとともに行いたいと考えています。また来年度、首都圏に住む外国人の方を集めて、富士宮の食べものをPRするイベントを、一部やることを考えています。これは、海外から訪れるいわゆる観光客である外国人のプロモーションを行う観光課とは違った視点で、既に首都圏に住んでいる外国人に食で富士宮をPRしたいと思っています。そのイベントの中で、制作した曲と演奏してもらったり、映像を流したりしたいと思っています。

これらは取組みの一部ですが、ご紹介させていただきました。

私自身、「美守（びまもり）」という言葉はとても良い言葉だと感じています。この言葉を活かすには、まさに女性の視点が絶対に欠かせないものだと思います。さらに、「美守」は自分の美しさを守る、という意味以外にも、例えば美しい富士宮の自然環境を守る、美しい心を持った人を育てる、美しいものを愛する人がたくさんいるまち、といったいろいろなアピールの仕方があります。美しいをキーワードにして、美守の言葉の意味を広げていけたらと思っています。

こういった観点から本日委員の皆様には、女性の視点や経営的な視点など、広い視点で自由な意見をいただければと思っています。

松浦：これらのお話の中で、知らなかった部分がたくさんありました。前回に続き、女性目線を活かしたシティセールスの推進について、ご提案や質問など自由に意見交換を行いたいと思います。

芝切：このテーマについて、女性応援会議として考えると、どのように富士宮の女性がどういう風に関わり、どのように女性が輝いていけるかというのを感じています。シティセールスに重きを置いている雰囲気ですが、まずは地域の富士宮の女性をいかにシティセールスに取り込んでいくかを考えることが大事なのか、それとも違う何かが大変なのかと。この女性応援会議が果たす役割を常に考えています。その中で富士宮の女性がシティセールスに関わっていくためにはどうしたらよいのか。外国人は、地方の文化とか歴史とか食とか求めている傾向の中、富士宮の女性が女性の力を活かすといったら、富士宮の食を推していくことが考えられるのかなと。自分の中でまだカタチができていないが、どういう方向で我々は考えていかなきゃいけないか、というのが少しわからなくなっているのかなとも感じています。

伊藤：前回話し合いましたシティセールスについては、委員からもご提案いただいたお話であり、前回こういったテーマに沿って意見交換しました。その中で「美まちラボ」という活動や、民間企業のコラボレーションが始まっております。私自身非常に嬉しくて、市とのコラボが今後もさらに進んで、うまく運びたいと考えています。

渡邊：どういう関連性があるかについてですが、私が考えるのは、「美のまちふじのみや」「美守」について、いろいろな定義がありましたが、この定義がまだ全然市内に浸透していないと思います。まずは市民の方に、ここはきれいになるまち、美のまちという認識を持っていただき、やはり「美しさ」というのは女性に関連付けられるところがあるので、富士宮市の女性が美しく輝いている姿自身がシティセールスになると思います。その点で地域の女性とシティセールスを関連づけられると思うので、富士宮の女性が輝くための様々な施策を市が行って、そういった女性がいるまちなんだ、だから美守なんだという、こういうこともシティセールスの後押しになるのではないのでしょうか。富士宮市の女性が輝く、美のまちとして売り出す、というのでの関連付けができると思います。

美は、いろいろなところに関連付けられます。例えば、弊社では7割が女性社員ですが、女子会（「シャイン(社員→shine)」という名前）を開いていて、月1回程度お昼休みに集まって、どうしたら女性が会社で過ごしやすく、輝くのか、ということをお話合っています。そういう風に取り組む企業を美のまち認定するなどいかがでしょうか。そういうことも含めて美のまちです、ここにきたらきれいになるし、移住したら過ごしやすく、働きやすいところですと。そのように出してやっていけたらいいかと思います。

佐野(卓)：シティセールスの中で、女性がどんな風に活躍できるかを考えていますが、まだまだ十分に展開できていないところがあり、反省しています。配布しました富士宮版ことりっぷについては、作成時に市役所の女性職員からたくさんアイデアや意見をいただきました。男性職員だけでは想像できなかったようなアイデアをぼんっと出してくれる、といった場面が結構あり、そういった女性のアイデアや考えをどんどん取り入れていくということは、シティセールスだけではなくて、市の業務の発展につながるのかな、と感じました。表紙デザインはもちろん、お勧めのお店の情報も教えていただきました。男性側が受け入れる姿勢をつくっていくことが肝心なのかなと。今後は職員だけでなく、地域の女性の意見を多く伺いたいと思います。

松浦：大勢の方、たくさんの企業に関わっていただくことが大切だと思います。また、女性が輝く、

ということについての考え方や認識などについて、富士宮市の底上げをしたいですね。自分が住んでいるまちをすばらしいと思えたり、誇りを持てたりすると変わってくるかもしれませんね。そう感じることができた市民自ら、ひとりひとりが、実感として地元を発信していけばいいと思います。そのためにはどうしていけばいいかと考える必要がありますね。難しい部分もあるかと思いますが。

臼井：市民への周知方法についてですが、市主催の事業のちらしやパンフレットなどに、「美守のまちふじのみや」というワードや、その由来、意味などを入れてはいかがでしょうか。前例では、「さいしょくけんび」や「富士山のあるまち」などがあったと思います。小さくて地道なことですが、目にする機会を増やすことは有効ではないでしょうか。委員さんの務める企業のイベントや講座の際には、それを「美」に関連付けて、美守という言葉を出していただくのはいかがでしょうか。

松浦：どこからどこまでが富士宮なのか、というところがわからないで富士宮市に来ている方が多く、市内で横串が刺さっていないのではないのでしょうか。共通の美守ロゴマークを作って、美守に関する商品や企業などに表示をしてもらうというのもブランディング戦略としてよいと思います。

佐野(卓)：来年度、産業に特化した動画を制作する予定です。富士宮にある多くのすばらしい企業を紹介する内容で考えています。水があつていろいろな産業があるので、そのつながりで紹介していきたいと思います。

伊藤：その中にも美守ということも入れて紹介していくと思います。取り組む中で必要なのが、官民のつながりなどの横展開ですので、それらをうまく活用して周知を図ることもよいかと思いました。

滝川：渡邊委員の取組まれているシャインの取組みが素晴らしいと思いました。企業に限らず、市役所でも学校でも取組めるものだと思うので、今後の女性応援会議の中でも、そのような取組みや良いアイデアをもっと共有して広げていけたらいいと思います。

松浦：実際、女性がアイデアを出すことによって、生産性が向上したり、職場がきれいになったり、離職率が低下したりといった効果がありますので、企業側にとっても大事だと思います。

後藤：富士宮市のホームページに美守というのは載っていないですね。富士宮に興味をもった方は、まずホームページを見ると思うので、これだけ打ち出して活動しているのに、トップページにその言葉がないというのはとても違和感があります。どこまで推しているテーマなのかが伝わってこない。みんなでセールスしていくのであれば、紙媒体だけではなく、ウェブサイトでも露出していったほうがよいのではないのでしょうか。

佐野(和)：「美守」という言葉を発信していくのか、「美守というシティセールス指針、理念」を発信していくのか、という悩みはありました。ただ、記載がないという不足点は事実です。

後藤：言葉だけではなかなか伝わらないですね。映像などで視覚に訴えないとインパクトが難しいと思います。今後そういった面を考えていったらどうでしょうか。

伊藤：既に富士宮市の動画を2つつくりましたが、その紹介ビデオにも言葉として「美守」はたしか入っていなかったと思います。

後藤：何か短い言葉、キャッチフレーズがあると浸透しやすいのかなと思います。

佐野：最近発行された創宮(広報ふじのみや別冊)には美守を載せましたが、これだとすこし押しが弱いですね。

渡邊：わかりやすいキャッチコピーでいうと、JRの「そうだ、京都行こう」とかでしょうか。パツとインパクトのある言葉だといいですね。

滝川：ちらしやパンフなどにも載せていくと、だんだん浸透してくると思います。統一されると良いですね。

芝切：美守は、どうしても富士山や朝霧高原、自然の美しさなどに使われてしまう感じがします。シティセールスという観点からのみで、女性の働く輝きや美しさというのがそこから置き忘れられてしまうと困る。美守という言葉の本当の意味を伝えていく必要があると思います。ふつう美守と聞けば、美しい自然・風景・食のほうを浮かべてしまうと思う。本来の「女性が美しくきれいになる、女性が輝く」といった意味をきちんと広めていくことが大事ではないでしょうか。

佐野：そういった不安は多分にあり、流れるにまず観光的にいつてしまうのは、そこが一番わかりやすく取り組めるところであるためだと思います。本当は、文化だったり女性だったり、ここに根付く思想だったりをもとめて、そこから「美守」を生み出し発信、発展させることが大切だと思います。その部分についてのヒントとして、この会議で意見をいただけ本当にありがたいです。

伊藤：このテーマについては、シティセールスに取り組む地域政策推進室、女性活躍を応援する女性が輝くまちづくり推進室、それぞれの室の特性を活かして一緒に取り組むと良いと考えています。いただいた意見を含めて、どういったかたちでの底上げか、どのようにシティセールスに反映・両立していくかについて整理して、考えていければと思います。このことについては、またお話できる場をいただければと思います。

白井：シティセールスと女性がどういう風にかかわるかは、課題が残ると思いますが、富士宮市の美守を進めるならふるさと納税を利用したらいかがでしょうか。具体的には、返礼品を企業ごとに区切らずに美守セットなどとして、関連品をまとめて出してもよいのではないかと思います。

また、個人的な見解ですが、富士宮は首都圏から行くなら2泊3日のイメージで、1泊や日帰りは、秩父や房総のほうが行きやすく、また2泊になると、長野や那須が候補にあがります。長野や那須では、美術館が豊富にあり、そのほか乗馬、沢遊びなどで、世代問わず2泊を充分楽しめます。そういう意味では、富士宮も、2泊まるまる楽しめるプランや、温泉、乗馬を提案してはいかがでしょうか。ことりっぷの中でも、富士宮訪問プランの提案で、泊まりに来てほしいのか日帰りを勧めているのかがよくわからない。到着から帰る時間まで、「美守」というテーマで楽しめるツアーをつくってもよいと思います。

また、女性応援会議では、本来の目的である「ワークライフバランス、生きやすさ、女性が社会で活躍できるのか」という会議を行ってよいと思います。静岡県のデータベースに富士宮の女性が載っていないという話を前回しましたが、広げて考えると富士宮市独自のデータバンクがあってもよいかと思いました。ひとりひとりの持っている可能性やポテンシャルが見えづらいので、女性のネットワークをつないで、資源を見える化できる仕組みを考えていければよいと思います。

松浦：ありがとうございました。今日出たいろいろな話をすべて網羅してお話しくございました。以上で、事務局にお返しします。

滝川：本日は、いろいろ広いシティセールスについての意見交換をさせていただきました。いただいた意見は、今後市で詰めさせていただきたいと思います。シティセールスに限らず、本来の女性活躍の部分はもっと奥の深い部分にありますので、次回はそちらをさらに掘り下げていきたいと考えています。

伊藤：貴重なご意見ありがとうございました。横連携という非常に大切な部分のお話だったと思いま

す。庁内多くの関係部署を巻き込んで取り組んでいかなければならないと思っています。また次回以降のテーマ設定については考えていきたいと思っています。本日はありがとうございました。