

練馬区観光案内所の在り方検討会議（第2回）議事録

日 時	令和6年8月30日(金) 午前9時30分から午前11時30分まで
場 所	練馬区役所本庁舎 19階 1901会議室
次 第	<p>1 座長挨拶</p> <p>2 議題</p> <p style="padding-left: 2em;">練馬区の観光案内所での取り組みについて</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事務局説明 ・議論 ・第2回のまとめ <p>3 閉会</p>
配付資料	<p>資料1 次第</p> <p>資料2 練馬区の観光案内所での取り組みについて</p>
出席委員 (名簿記載順 ・敬称略)	<p>玉川大学 観光学部長 大学教授 家長 千恵子</p> <p>OnJapan株式会社 代表取締役 原田 有紀子</p> <p>日本政府観光局 受入対策グループ マネージャー 天野 泉</p> <p>西武鉄道 事業創造部 沿線価値深耕担当 課長 今西 和貴</p> <p>練馬区 産業経済部長 生方 宏昌</p> <p><u>オンライン参加</u></p> <p>東京観光財団 ビジターズインフォメーション課 課長 岩城 眞衣子</p> <p>練馬区産業振興公社 ねりま観光センター長 吉田 法仁</p>
欠席委員 (敬称略)	なし
事務局	<p>練馬区 産業経済部 商工観光課長 星野 健一</p> <p>練馬区 産業経済部 商工観光課 観光係長 瀧 真人</p> <p>練馬区 区長室 広聴広報課長 妻木 里恵</p> <p>練馬区 産業経済部 経済課長 小沼 寛幸</p>

1 座長挨拶

【座長】

本日もよろしくお願ひいたします。
検討会議の議題に入っていきます。
事務局から配付資料について説明をお願いします。

【事務局】

《配布資料説明》

2 練馬区の観光案内所での取り組みについて

【座長】

今日の議題に入っていきたいと思います。
事務局から資料2について説明をお願いします。

【事務局】

《資料2説明》

【座長】

今日の論点①「観光案内所のターゲットの考え方」から議論を進めていきます。
現状のメインターゲットは練馬区民ですが、はじめにここについて議論を深めていきたい
と思います。
まず、今来ている人はリピーターが多いということがアンケート調査の結果から分かりま
した。リピーターを潜在顧客として大切にし、そこから利用者を増やしていくことが重要に
なりそうです。練馬区民でも観光案内所を訪れたことがない、もしくは「ねりコレ」など地
域産品を買ったことがない方もいるかもしれません。こういった練馬区民をターゲットとす
る中で、特に強化していくべき層のアイデアがあれば、ご意見を伺いたいと思います。

【天野委員】

練馬区は今まで物販をメインでやってきたこともあり、観光に一步踏み出すときに区民が
違和感を感じないかと考えていました。そのような意味では、まず区民がターゲットになる
のは順当だと思います。

そして、これから考えるターゲットに区外からの来訪者を挙げていますが、何が最も必要
かというと、「練馬区は何を打ち出していくのか」というブランディングではないかと思
います。

例えば「ねりコレ」と聞いてもイメージが湧かない、「ねりコレ」に何が扱われているの

か分からないという方が多いのではないのでしょうか。しかし、そこに練馬の魅力である農業や生活に関するキャッチコピーが載った商品名などを発信できれば、イメージも湧きやすく、観光案内所に足を運んで買おうとなるでしょうし、それが区のイメージにもなると思います。

区外から来訪者を迎えるにあたって、「ねりコレ」という資産をどのようなイメージや方向性でまとめていくのかを考えるとよいと思います。区外から来る人たちをどこに集めていくのか、人の流れをどうつくるのかということにもつながります。

【座長】

現在のターゲットが練馬区民というのは順当であり、「ねりコレ」や「ねり丸」を知っている人がリピーターとなって、練馬区の観光案内所を支えていると推測されます。区外から練馬へ人を呼ぶ流れを作ることで、区外からの来訪者を期待できるということかと思いません。

区民に練馬区の産品を知っていただく施策を練馬区の観光案内所がやる場合に、効果的なPR方法はどのようなものがあるのでしょうか。

【原田委員】

おそらく今はソーシャルメディアがメインになっていると思います。ただし、大前提として「何を発信するのか」というコンテンツ選びが重要だと思います。コンテンツ＝ブランディングで、食材をどう料理するかに近いと思います。選別されていてきれいな陳列でも、商品に驚きがなかったり、手に取ってみたいと思うディスプレイではなかったりすると、ブランディングができません。今ある商材を使うのであれば、もう少し演出を工夫して、区民の琴線に触れるものができたら、おのずと区民が自分のソーシャルメディアで発信したくなり、わざわざ「ハッシュタグをつけて」と言わなくても、つけて発信されると思います。それを誰が作り出すかについては、半分プロの手を借り、あとの半分はプロではなく、練馬愛のある区民だったらよりよいものが作れそうと思っています。

また、練馬愛が一番重要だと思います。先日テレビで見た情報で、若い時には原宿で遊んでいたギャルの方の特集でしたが、和菓子屋の実家を継ぐことになり、何かキーになる商材をつくらうとして、地元の魅力をソーシャルメディアで発信し、それがテレビの取材を受けて、大きくバズったそうです。それが観光につながると思います。このように、思いの丈や地元愛が強く、また年齢層的にも自分のオウンドメディアでの発信力が強い人たちが関わることによって、おのずと発信ができていくと思います。

【座長】

既存の2つの観光案内所についてですが、もし、区民がターゲットであれば、観光案内所は必要ないのではないかというご意見があれば、それも伺いたいです。委員の皆様が継続し

た方がよいということであれば、ぜひ継続を前提にお話をいただきたいと思います。

そもそも練馬区の観光案内所の在り方について疑問点やご意見がある委員はいらっしゃいますか。

【岩城委員】

我々は、各観光案内所と直接、ヒアリングする機会を設けておりまして、ねりま観光案内所と石神井観光案内所の方とお話できました。そこで、観光案内所が区民に対して、物販だけでなく、よろず相談所のような、区民の相談の場にもなっていることを聞き、うまく機能している案内所だと思いました。今の時点で個人的な意見としては、この2箇所について廃止することはないと思っています。

また、練馬区の観光案内所は魅力的な物販をされていますが、現状区外の方も2～3割いることを考えると、今後は発信の仕方を変えるといいと思います。福岡県八女市のうなぎの寝床さんや、都内のアンテナショップはすてきなしつらえで、ブランディングをととても意識しているので、「ねりコレ」はブランディング感をどう出していくのかを考えていくのがよいと思いました。

また、ヒアリングの際、いくつかパンフレットを見せてもらいました。その中で、石神井公園編・大泉学園編・練馬～中村橋～としまえん編という、手書きのすてきなイラストのパンフレットがありました。こちらは、スタッフのお勧めスポットを、スタッフが自ら訪問し写真を撮って手製したそうです。とても素晴らしいと思いました。このように観光案内について、とてもよいノウハウをお持ちですが、区民だとすでに知っている情報だからなのか、こういったものが埋もれてしまっている気がして、もったいないなと思いました。

基本は物販を大切にしつつ、もう少し「ねりコレ」をバージョンアップすると、他県の方にもPRできるのではないかと思います。また観光案内機能としても、既に素晴らしいノウハウをお持ちなので、それをどのように発信していくかということが、今後のPRにつながると思いました。

練馬区民をターゲットとする点については、改めて練馬区民に対して、練馬区を今後どうしていきたいのかについて、ご意見をいただく時ではないかと思います。豊島園にはスタジオツアー東京を目当てに多くのインバウンドの方が来ていますが、それ以外の練馬区内ではそれほど外国人の方もお見受けしない状況と伺っています。観光案内所の方にお話を聞いても、ほとんど外国の方の来訪はなく、来たとしてもアニメツーリズムで「四月は君の嘘」に付随するものということでした。それではもったいないという思いを区民もお持ちかもしれません。

例えばねりま観光案内所はイベントスペースがすぐ隣にあります。そこに、在日のマイクロインフルエンサーと言われる、ソーシャルメディアでフォロワーが1万から10万までの母国で発信力がある方に集まっていただいて、「ねりコレ」を試していただいたり、練馬の魅力を拡散していただいたり、地元の方とも触れ合っていただいたりすることで、高いお金を

出さなくても、発信拠点として機能するのではないかと感じました。

また、ねりま観光案内所の外に、産品やレストランの紹介が描かれているブラックボードがありますが、あれもスタッフの手製だそうです。実際そのブラックボードの写真を撮影する方が多いというお話がありました。魅力的なものはあるのに、区民や事業者に伝わっていない現状がもったいないと思いました。

【座長】

ターゲットに関しては、練馬区民、区外、共通して同じ戦略でも、両方に認知いただけるという感想を持ちました。

吉田委員にもお伺いしたいと思います。ねりま観光案内所と石神井観光案内所で情報発信をしながら、産品の紹介や観光の魅力を伝えていくサービスが行われていると思いますが、観光案内所の必要性について、いかがでしょうか。

【吉田委員】

極論として究極的なことを申し上げると、観光案内所は最終的になくなってもいいと思っています。

なぜかという、区民が、自分たちの住む練馬の魅力を発信してくれれば、最終的に観光案内所は不要だと思うからです。観光案内所来訪者アンケートにもありましたように、現状は区民の利用がほとんどという結果から、観光案内所は地元の人も観光の方もいらっしゃり、かつ困りごとを相談できる場所とするのもひとつの在り方だと思っています。

観光案内所を区民に開放し過ぎてしまうと、かえって通常のお客様が来にくくなってしまう可能性もあります。

観光センターのアイデアとして、例えば夏休みの間、「ねりコレ」商品子どもたちに知ってもらうイベントや、宿題ができる場の開放もありましたが、実現できていません。理想はフルオープンですが、そのようなイベントにトラブルは付き物なので、利用者にお帰りいただくことができないところは悩ましいところです。

【座長】

誰でも来られるフルオープンにするということは、愛されているという証拠でもあります。来てほしくない人も来てしまう可能性があります。

ここで今西委員にもご意見を伺いたいです。駅周辺でのまちづくりに携わった経験から、ターゲット層に来てほしい一方で、そうでない人が来る可能性について、何か対策はありますか。

【今西委員】

基本的には、フルオープンになってしまうと思います。沿線のまちづくりでも、各自治体

がそれぞれの特徴を活かし、工夫しています。

練馬区の観光においても、まず区民がコアなターゲットで、区民が住み続けたいと思える施策を展開すべきだと思います。それが地域への愛着やシビックプライドを育て、外部にもいい印象を与えることにつながります。特に、インバウンドは東京タワー、富士山、浅草寺などの定番観光地を訪れた後、さらにより日本の下町文化に興味を持つ方が増えていると感じているので、練馬区はそれに合う特徴があると思っています。

ブランディングや今後の方向性の話になったとき、まずはこの施策を運営する人間がコンセプトを作り、共有し、全員が同じ方向に向かって進んでいくことが大事だと思います。既存の観光案内所をさらに質の高いサービスや環境に昇華させるべき時期にきていると思います。

練馬区は、23区内で一番公園が多いです。公園は万国共通で老若男女から親しまれるものですし、緑が多く、都市農業が盛んな点も、練馬区の大きなアピールポイントです。

また、立地についても、23区の中で自然が多いながら、非常に都心に近いという、都市生活が充実しているというところもポイントです。

あともうひとつ際立っているのが、文化が多いということです。数年後に中村橋の美術館と図書館がリニューアルされる予定もありますし、アニメもあります。さらにスタジオツア一東京があり、練馬区は映像と文化が暮らしの中に溶け込んでいます。

これらのエッセンスが練馬区のアピールポイントではないかと思うので、この要素をどのようにブランド化し、魅力を外に発信するかが重要です。

あと、今回の観光案内所来訪者アンケートで非常に興味深いなと思ったのは、「非常に満足」「やや満足」の回答が98%となっている点です。これはすごいことだと思います。満足度も高く、回答者の7割以上は練馬区民であることから、区民から大変愛されていることがわかります。リピーターもとても多いので、この方々を大事にしながら、外部に向けても発信を強化していく必要があります。

またアンケートではまち歩きや散策のニーズが高くなっている所以、スタンプラリーといった企画も、地域を巡る観光の一環として効果的だと思います。タッチポイントを増やすことは大切だと思います。

スタンプラリーは西武線沿線の自治体やまちづくりに携わる方はよくやっています。例えば観光案内所をチェックポイントにするなどして、活用すればよいのではないかと思います。

コアターゲットは区民としても、どのようにそれを広げていくのが大事だと思うので、スタンプラリーなどを回遊性施策として取り入れてはどうかと思います。

魅力的なものにしないと、なかなか若い方々は来ないので、そういったタッチポイントをできるだけ増やせるとよいのではないかと思います。

【座長】

生方委員にもお伺いします。アンケート結果から、まち歩きや散策のニーズが高いということでしたが、過去の取り組みに関して、いかがでしょうか。

【生方委員】

まち歩きの取り組みについては、観光センターで様々な地域資源を紹介するマップを作成し、観光案内所などで配布しています。また、区民や区外からの観光客向けツアーも行っており、これらを通じて練馬区の魅力を発信しています。ツアーは昨年度から実施しており、昨年度は区外から約2,000人来ていただいているので、今年度はもう少し増やせればよいと思っています。観光案内所は、こうしたツアーの案内拠点としても有効だと感じました。

ここまで各委員から現在の取り組みや、存続について、賛成意見を多くいただきました。この2つの観光案内所を存続しつつ、よりよいものにしていくのが私たちの役割になるので、そのヒントをたくさんいただければありがたいです。

【座長】

論点①「観光案内所のターゲットの考え方」をまとめると、委員の皆様から、区民と区外からの来訪者の両方に訴える取り組みが可能との意見がありました。ターゲットは区民と区外来訪者の両方で進めるべきという考えで一致しているようです。

次に、これを引き継いで論点②「観光案内所のサービスの在り方」に移り、地域製品の販売やスタッフ体制について議論したいと思います。現在、練馬区の取り組みにより、区外から2,000人ほど来訪しているということで、魅力を発信すれば人が集まるということがわかりました。ここから区外の人々にさらに訴求することができるのではないかと思います。既存の観光案内所は継続することでよいということでしたが、スタッフに関して、例えば専門的な話ができるようなコンシェルジュを養成した方がいいのか、運営体制を強化した方がいいのかなど、ご意見ありますか。

【天野委員】

現状、少数のスタッフで運営されていますが、今後カフェスペースやイベントなどのサービスを拡充する場合、スタッフの増員が必要になるかもしれません。また、外国人対応もいずれば必要になるでしょうが、まずは現状に必要な部分を強化すればいいと思います。

観光案内所は、情報提供だけでなく、訪れた人々と双方向の交流を行うことが重要な役割です。この点を活かし、観光案内所をブラッシュアップすることが練馬区の財産となると思います。バスの交通ルートなど、最新情報を提供する仕組みも今後必要かもしれません。

また、先ほどの議論に戻りますが、観光案内所はなくさない方がいいと思います。情報を得るだけであれば、ウェブサイトでも十分ですが、いただいた質問に対して回答を出し分けるとするのは、観光案内所の人間にしかできないことです。そして、観光案内所に来た方の

満足度を上げるというのはタッチパネルにはできないことです。今後、魅力発信の方針を決定し実施していく中で、観光案内所はその戦略が合っているかを確認めることのできる場所になると思います。

観光案内所があるということは今後の練馬区の財産になっていくと思いますので、せっかく機能しているすばらしいところをブラッシュアップする形で、しっかり保っていくことが最終的にプラスになるのではないかと思います。

【座長】

各地の観光案内所でも双方向のサービスを提供されていると思いますが、スタッフの教育や研修は行われているのでしょうか。

【岩城委員】

私たちは、東京観光情報センターを東京都からの委託で運営しており、スタッフに対しては、まず接遇の教育を行っています。その後、インバウンド対応の研修を含め多様性への理解や、耳が不自由な方、車椅子利用者、視覚障害者など、オリパラを機にさまざまな障害を持つ方への対応を学ぶアクセシブル・ツーリズムの研修が行われるようになりました。デフリンピックも控えており、こうした対応はますます重要になってきています。研修は基礎編から応用編まであり、新しく入ったスタッフはまず動画で基礎を学び、その後、実践を含めた集合研修に参加します。このように、私たちの研修は近年急速に増えており、現場に負担がかからないよう注意していますが、必要な教育が多くなってきているのも事実です。

また、東京都内の観光案内窓口は500近くあり、その中には兼務で運営されている施設も多いため、各事業者が自前で研修を行うのは難しい場合もあります。そこで、年に2回ほど研修会を開催し、講義を行った後、窓口同士の意見交換会も行っています。この交流を通じて、窓口同士がつながりを持ち、悩みや課題を共有できる場を提供しています。最近、練馬区の観光案内所にもこちらをご説明し、是非他の窓口との連携に活かしていただきたい旨お話をしたところです。

例えば、中央区の観光情報センターでは、商店街やレストランとの連携を強め、AIコンシェルジュを試行で導入するなど新しい取り組みを進めています。もしご要望があれば、他の窓口や自治体と視察や意見交換の機会を設けることもできます。

また、外国人対応については、多くの窓口でiPadを使い、多言語コールセンターに接続するサービスを活用しており、これにより練馬区の観光案内所も言語面の対応を問題なく行っているとのことでした。特に石神井観光案内所では、バスの交通ルートに関する質問が多いため、最新の情報を検索でき、ご案内できる仕組みがあればよいというお話を伺いました。

AIの導入が進んだとしても、現場のコンシェルジュの役割を軽視することはできません。現場のスタッフは、その場の状況や来訪者のニーズを的確に判断し、柔軟に対応できるという強みを持っています。こうした人間的な対応は、AIでは補えない部分が多くあります。観

光案内所がより魅力的な場所となるよう、現場の環境やサービスをバージョンアップし、役割を強化することが重要だと考えます。

【座長】

接遇研修を行い観光案内所同士の意見交換もあることや、スタッフの質を向上させるための仕組みが整っているのだと理解しました。

【岩城委員】

補足ですが、私たちには観光案内窓口向けに専門家派遣という無償制度もあり、ソーシャルメディアの強化や運営改善に専門家を派遣することが可能です。3回まで無料で利用できるので、運営体制を強化したい場合は、ぜひこの制度を活用していただければと思います。

【座長】

専門家派遣も活用でき、体制を強化するためにすぐに取り組める施策があることが分かりました。現在の運営体制について、他の委員のご意見も引き続き伺いたいと思います。

【原田委員】

現行の体制で自走できている部分が多く、非常にいいところもあるため、それらは大切に残していくべきだと思います。その上で、さらに魅力を引き出すためには、何か新しい要素を加えることが有効だと感じます。

例えば、下北沢には、観光案内所がありませんが、古着とカレーの街としてのイメージが定着し、多くの観光客が訪れています。これは、地元の商店街が若い世代に向けて発信し、うまくバズらせた結果です。ですが、観光案内所は対面であるがゆえに重要な場所であり、五感の中でも匂う、触るなど、オンラインやバーチャルでは体験できないことがありますので、五感で楽しむショールームのような、またはハブとして活かすのもいいのではないかと思います。練馬愛が強い方を巻き込んで、練馬に関連する素材や文化を活かしたイベントを定期的で開催すれば、地域内外の人々を引き込むきっかけになり、練馬の魅力がさらに広がるのではないのでしょうか。

例えば、石神井公園周辺では、自然を活かしたイベントや、地域の歴史やトリビアを題材にしたオリエンテーリングなどが考えられます。下北沢でもミステリーツアーなどを実施しています。

また、観光案内所に語り部的な役割を担うコンシェルジュを配置するのもよい案だと思います。ある程度のガイドラインは必要ですが、必ずしもプロでなくても、地域に詳しい人が情熱を持って案内できるようにすれば、多言語対応のデバイスと組み合わせ、訪れる人の多様なニーズに柔軟に応じることができると思います。アメリカのディズニーランドのテーマパークではディズニー大学というものがあります。マクドナルド大学やスターバックス大

学もあり、民間企業がカリキュラムの一部を他社に売ったりもしています。そういったシステムを活用して、体制やスタッフ教育をしていくのもひとつのアイデアです。

ねりま観光案内所には広いスペースがありますので、ギャラリーとして活用するのもよいと思います。ただし、手作り感が出すぎると魅力が半減してしまうので、プロのアドバイスを受けながらクオリティの高い展示を行うことが重要です。

【座長】

このギャラリー化というのは、区民の作品を発表する場と考えてよいのでしょうか。

【原田委員】

区民に限らず、練馬に関連するテーマを持った素材や作品を展示する場にするのがよいと思います。例えば、大学生の卒業発表やインスタレーションの発表会なども、練馬をテーマにすれば非常に面白い展示になると思います。

【座長】

練馬区出身の作家さんの作品展示も考えられますね。

今、ギャラリー化という新しいアイデアもいただきました。

最初はスタッフの教育や人材、体制について議論していましたが、さまざまなアイデアが出てきましたので、このまま進めていきたいと思います。現在のサービスを磨き上げるという点と、ギャラリー化の活用という新しい視点の両方について、引き続きご意見を伺いたいと思います。では、吉田委員からお願いします。観光センターは日々どのような情報交換や習得が行われているか教えていただけますか。

【吉田委員】

皆さんのご意見を受けて感じたのは、区民との連携がますます重要だということです。練馬区には新しい住民も多いですが、特殊なスキルや知識を持った区民が多く住んでいるのも事実です。そうした人々が活躍できる場を提供することが大切だと考えます。

スタッフには高いコミュニケーション能力や判断力が求められますが、すべての役割を一人でこなすのは難しいので、特定の分野で強みを持つ人々とのつながりを外部に発信していけるような場を整備していくべきだと感じます。そのためには、外部のリソースも活用しつつ、観光センターの役割を果たしていくことが重要です。

【座長】

区民の巻き込みについて、新しいアイデアや双方向のやり取り、五感を活用する役割が観光案内所にあるといいと感じました。具体的なサービスの磨き上げについても伺いたいと思います。

今西委員にお聞きしたいのですが、現在の観光案内所のサービスでは、例えば「ねりコレ」や「ねり丸グッズ」、伝統工芸品の販売などがあり、スタッフの教育や専門家派遣の活用によるサービス向上も可能です。加えて、デジタルサイネージやマップなど機械によるサポートもありますが、やはり人が持つ魅力が重要だと思います。練馬区の観光案内所で新たなサービスを取り入れる際に、もし何かアイデアがあればお聞かせください。

【今西委員】

これまでの議論を聞いていて、区民を巻き込むという観点は、私たち西武鉄道でも沿線地域で取り組んでいるものと非常に共通していると感じます。地域の人々をどう巻き込み、共にまちづくりをしていくかが大きな課題です。練馬区には、キーパーソンとなる方々が多くいらっしゃるので、その方々と協力して高架下のイベントや未利用地の活用など、地域とのつながりを強化しています。

ただ、この観光案内所が属人化してしまうと、担当者が頻繁に入れ替わってしまう実態とミスマッチが起こります。地域の人々が主体となって運営できる形になるのが望ましいと考えます。しかし、現状では区と業者が伴走しながら、接遇などの対応力を高めていく必要があると思います。まずゴールを設定し、段階的に地域の人々が主体的に運営していける体制を目指すことが大切です。すぐにすべてを整えることは難しいかもしれませんが、区がハンドリングしつつ、徐々に自走できる形に持っていくことが理想だと感じています。

【座長】

区民が自走するのは急には難しいかもしれませんが、言い換えれば、区民が集まる観光案内所という意味でも取れますでしょうか。

【今西委員】

そうですね。例えば、長野県白馬村の村ガチャは西武線沿線自治体でも広げようと活動している若者がいます。また、ジンが好きだからジンの醸造所をつくってまちを盛り上げたいという自治体職員も一緒になって、まちづくり協議会のような組織を作りました。

練馬でも、地元の人に関わらずまちに思いのある区職員も参加できる器をつくって、今後の観光案内所につなげていくと面白い場ができそうです。リピーターの外国人や若者など新しい層が集まり、こうした取り組みに触発されてくる若者も出てきて、新たな活力が生まれるでしょう。

【座長】

自発的な取り組みに関するアイデアが多く出てきました。

ねりまや石神井観光案内所で特徴あるサービスを展開することについて、生方委員にお伺いします。区民を巻き込む際、まず「ねりコレ」に関係する事業者が中心になるかと思いま

すが、現在、観光案内所と事業者のつながりはどの程度ありますか。

【生方委員】

つながり方は様々ですが、「ねりコレ」に関係する事業者で、観光センターや区と協力している事業者は多くあると思います。ただ、実際に協力を得られるかどうかは別問題です。

前回の議論でも、「ねりコレ」の商品に背景や歴史などの情報を追加する案が出ており、いい提案だと思いました。スタッフについては、長年働いている方もおり、その愛着が案内所にいい影響を与えていると感じます。

また、練馬区には日本大学芸術学部があり、先ほどの意見でも出たギャラリーを活用してもらえれば、練馬区を訪れた人が観光案内所にも立ち寄るのではないのでしょうか。石神井観光案内所についてはスペースが狭いですが、遊具やピクニック用具の貸し出しなど、手ぶらで行っても公園で楽しめるサービスがあれば、石神井観光案内所ならではの魅力が生まれると思います。

【座長】

まず、ねりま観光案内所、石神井観光案内所双方ともメインターゲットが練馬区民で、区内をより多く知っていただきたいということをご納得いただけたかと思います。さらに現在2,000人ほど来ている日常生活圏、数時間以内で来れるような練馬に興味を持っている区外からの来訪者も、観光案内所のターゲットとして考えられます。ただそのターゲット層に対してどのような周知の仕方があるかという点は課題です。

練馬区民の中でお子様向け、若者向け、ファミリー向け、高齢者向けと層を分ける必要はありますか。

【原田委員】

将来的にイベントを行うのか、物販に特化するのかによって、ターゲットは自然に決まってくると思います。つまり、イベントや展示の内容によって、誰に向けたものかが変わるので、その時々でターゲットが明確になります。

【座長】

内容によってターゲット層が決まるということですね。

【原田委員】

そうです。先に「ファミリー向け」と決めるのではなく、展示やイベントの内容に応じて自然にファミリーが集まる、といった形です。

【座長】

では、現在あるものの魅力を強化し、適切に周知していくことが大事ですね。

【原田委員】

そうです。例えば、同じクッキーでも、見せ方を変えるだけでターゲットが変わる可能性があります。クッキーをベースにしたイベントも、ターゲットによって工夫することができます。それが魅力のひとつだと思います。

【天野委員】

あえてターゲットを決めることでメッセージ性が強くなる場合もあります。「ねりコレ」の商品群は非常に魅力的ですが、全体として練馬はこういう場所だという印象を作ること大切だと思います。

【原田委員】

物販で言えばそうだと思います。例えば、「ねりコレ」の商品はラインナップが豊富ですが、どれが特にユニークで推したいものかが一般の人には分かりにくいかもしれません。例えば、今月は調味料だけを集めてみましたとか、季節のスイーツだけを集めてみましたとか、月ごとに特定のテーマで商品を集めるなど抑揚のある展開があるとより魅力的になると思います。

【生方委員】

観光案内所の商品や品ぞろえも、テーマを持たせたほうがいいですね。

【天野委員】

練馬区のイメージとして、先ほども公園が多いことや、文化や都市農業などありましたが、イメージを統一するワーディングやカラーがあると、店のデザインや展示の方向性が決まってきます。たとえば緑を基調にするなど、統一感を持たせると、全体としてブラッシュアップされると思います。プロの方々の力を借りれば、見せ方次第で外部の方々にとても分かりやすくなるはずですよ。

【原田委員】

最近、スーパーマーケットなどで注目されているディスプレイ方法は参考になるのではないかなと思います。プロの力を借りると、魅力が増し、購買意欲が高まると思います。

【生方委員】

石神井観光案内所のような狭いスペースでも可能でしょうか。

【座長】

お子さんの目線や、正面から入った時の視覚的効果などを考えて、棚割を工夫すれば十分対応できると思います。

【原田委員】

そうですね。正面の目線を考えた戦略的なディスプレイで、ターゲット層を変えることができます。

【座長】

その点はプロに任せるといいですね。ターゲット層を特別に分ける必要はなく、テーマや見せ方次第で変わってくると思います。論点①「観光案内所のターゲットの考え方」にも関わる現在の取り組みの継続については、現在も練馬区の観光案内所が愛されているという現実もありますし、皆さんから特段廃止の意見は出ていないので、今後も活かしつつ、観光案内所の在り方をさらに高めていければと思います。

論点②「観光案内所のサービスの在り方」ではサービスの方向性を次回でより具体的に決めていければと思います。本日の時点では、双方向のコミュニケーションが観光案内所の強みであり、特にスタッフの充実を図ることで魅力が高まるという意見がありました。また、ブランディングの観点で、人を打ち出すこと、テーマを決めて区民の巻き込みを行いながら発信していくお話もいただきました。次回は、区民との連携や「ねりコレ」事業者との協力についてさらに具体的なアイデアをいただければと思います。

新しいアイデアとしては、ねりま観光案内所はギャラリー化、石神井観光案内所はレイアウト変更、ディスプレイ方法を活かして新たな魅力を見せる手法が出ましたが、次回具体的に検討していきたいと思います。

最後に吉田委員、岩城委員からもご意見をいただければと思います。現行のサービスを強化するためのアイデアがあれば教えてください。

【吉田委員】

次回は皆さんからの最新の知見をいただきながら、具体的な手法を考えていければと思います。ブランディングのために、情報発信の量や質を高めることが重要で、ツールを活用して進めていきたいと考えています。

また、西武鉄道が沿線の価値を高める取り組みをしているように、観光センターも地域の情報を広げるハブとして機能させたいです。コンテンツの拡大や、欲しい情報を届ける仕組みを作ることが目標です。

区民向けや区外向けのツアーも含めて、事業者を巻き込む必要があります。商店街や個店同士のネットワークが未整備な部分もあるので、最新のツールや手法を活用し、細かい情報を集め、発信する仕組みを作り、観光案内所を訪れば情報が手に入るような頼れる場所に

したいです。

【岩城委員】

「ねりコレ」の商品が区外でもブランドとして認知され、日本全体に通用するような存在になればいいと思います。そのためには、事業者の巻き込み方を整理する必要があると感じました。

石神井観光案内所に関しては、立地的に公園が近いこともあり、ラケットなどの貸し出しができるとういことです。また、季節ごとの花の情報なども提供できれば、さらに魅力的な案内所になると思います。

【座長】

今回は具体的な議論に入りますので、ねりまと石神井それぞれのサービスの在り方を議論できればと思います。事務局のほうで今回の意見を整理していただき、次の会議で具体的に検討しましょう。

3 閉会

【事務局】

次回の検討会議は、10月28日月曜日の午後2時からです。場所は練馬区役所9階の901会議室です。