

第3回稲沢市観光基本計画策定委員会 会議録

【日 時】平成29年7月5日（水）午後1時30分～午後3時35分

【場 所】稲沢市役所本庁舎2階 政策審議室

【出席者】稲沢市観光基本計画策定委員会委員（敬称略）

大澤 健	和歌山大学経済学部教授
栗林芳彦	名古屋文理大学情報メディア学部情報メディア学科教授 ・地域連携センター長
鈴木 隆	一般社団法人愛知県観光協会専務理事兼事務局長
古川正美	稲沢市観光協会事務局長
服部正見	稲沢商工会議所理事兼事務局長
山田 洋	祖父江町商工会事務局長
野村 修	平和町商工会事務局長
松田雅之	尾張大國霊神社権禰宜
塩冶康人	国土交通省中部地方整備局木曾川上流河川事務所河川公園課長
岩間福幸	稲沢市経済環境部長
遠藤秀樹	稲沢市教育委員会教育部長
大野邦子	稲沢市観光協会ボランティア会・稲沢市ふるさとガイドの会
橋本昌博	株式会社国分農園代表取締役
高村宗克	特定非営利活動法人ネイヴル 理事長
水谷光宏	株式会社水谷建設代表取締役（平和町商工会副会長）

【事務局】 渡會竜二 経済環境部調整監
澤田雄一 商工観光課長
久留宮庸和 商工観光課主幹
大屋 将 商工観光課主任

【議事次第】

- 1 委員長あいさつ
- 2 新委員の委嘱
- 3 自己紹介
- 4 協議事項
 - (1) 各種調査の結果（中間報告）について
 - (2) その他
- 5 その他

【会議の概要】

[事務局]

間もなく定刻になりますので、ただ今から稲沢市観光基本計画策定委員会を始めさせていただきます

きます。本日はお忙しい中、ご出席を賜りまして誠にありがとうございます。

私はこの会議の進行を務めます稲沢市経済環境部商工観光課長の澤田雄一です。よろしく願いします。はじめに、会議の開催にあたり大澤委員長よりご挨拶いただきます。

1 委員長あいさつ

[委員長]

皆様こんにちは。本日の午前中にアクションプラン検討会議が開催されました。当日参加の方も含め各分野から 30 名近くの多士済々、素晴らしい方々に集まっていたいただいて、いよいよアクションプランの企画検討も始まろうとしております。

余談ですが、江南市で長く勤めてみえて今回アクションプラン検討会議に飛び入り参加したという方が、「稲沢市はすごいですね」と拍手をして感慨深そうに最後に感想を言っておられました。私も見ていて、何かが始まりそうな予感を感じるような会議でしたので、こちらの会議でも刺激を受けながら、また刺激を与えながら進めていきたいと思っておりますので、よろしくお願いいたします。

2 新委員の委嘱

[事務局]

続いて、新委員の委嘱をさせていただきます。本日新たに委員に就任されます一般社団法人愛知県観光協会専務理事兼事務局長の鈴木 隆様に委嘱状を交付させていただきます。

委嘱状の交付につきましては、本来であれば市長より交付させていただくところですが、本日は他の公務の関係上、出席が叶いませんでしたので、大変恐縮ですが、席上での交付とさせていただきます。よろしくお願いいたします。

3 自己紹介

[事務局]

ただ今委嘱をさせていただきました鈴木 隆委員から自己紹介をお願いしたいと存じます。

<鈴木委員による自己紹介>

[事務局]

ありがとうございました。次に2点ご報告をいたします。初めに本日の会議ですが、安藤之一委員、林 和伸委員、伊藤哲浩委員からそれぞれ欠席のご連絡を、また栗林芳彦委員からは大学講義のため、会議後半からの出席となる旨のご連絡をいただいておりますことをご報告いたします。

2点目として、本日の会議には、観光基本計画の策定に当たり業務支援をいただいております株式会社ジャパンインターナショナル総合研究所様にも、引き続き事務局の補助として同席いただいておりますので、よろしくお願いいたします。

それでは、これより議事に移らせていただきます。本日の協議事項は、お手元のレジメに記載のとおり、「各種調査の実施結果（中間報告）について」、「その他」の2点でございます。

会議の議事進行につきましては、本委員会の設置要綱の規定により委員長が務めることになっておりますので、以後の会議の取り回しにつきましては、大澤委員長にお願いいたします。

4 協議事項

(1) 各種調査の結果（中間報告）について

[大澤委員長]

これより議事に入りたいと思います。

最初に協議事項（1）各種調査の結果（中間報告）について、事務局から説明をお願いします。

= [事務局] =

【資料1「稲沢市における観光入込客数の推移」、資料2「稲沢市公式ホームページ（観光関連ページ）アクセス数の月別推移」、資料3「稲沢市の観光に関する市民意識調査（集計速報）」、資料4「稲沢市の観光に関するインターネット調査（集計速報）」及び資料5「稲沢市の観光に関する市民意識調査及び稲沢市の観光に関するインターネット調査まとめ（速報値）」について説明】

[委員長]

事務局からの説明が終わりました。ご意見、ご質問等がある委員は挙手をし、指名されましたらご発言いただくようお願いします。

特に具体的な議題ではないので、調査結果を受けて皆さんからざっくばらんにご意見を伺うというのが今日の会議の趣旨です。自由にご感想でも構いませんし、ご指摘でも構いませんので、ご発言いただけたらと思います。

[委員]

国府宮が認知度・関心度共に高いという調査結果に対して、大変ありがたく思います。稲沢市を知ってもらおうキッカケとして、国府宮も含めた「歴史と伝統」の活用が今後の課題とし挙がっていますが、私どもとしては単純に神社へお越しいただいた方が「何を知りたいか」、「どういった情報が欲しいのか」ということが具体的に見えてくれば、例えば簡単なパンフレットを準備したり、もう少し歴史文化的な稲沢市の情報も交えたパンフレットを作ったりということも可能になってくると思います。追々そうした具体的なことも知りたいと思っておりますので、よろしくお願いします。

[委員長]

「国府宮が稲沢市を知る入口になる」というご指摘に対して、どういった情報が神社として必要で、逆にどういった情報を発信したいのかも重要かもしれません。来訪される皆さんが「欲しいもの」とこちらが「知ってほしいこと」のマッチングを行う場所として国府宮を考えていくという大変ありがたいご意見をいただきました。

因みに、稲沢市観光協会では現在どのような観光PRを行っているのでしょうか。やはり国府宮中心なのでしょうか。

[副委員長]

稲沢市観光協会の事務局長の立場から申し上げますと、やはり一番大きなメインの観光スポットは国府宮、イベントとしては国府宮はだか祭になります。特に国府宮はだか祭は愛知県内でも

屈指の大きなイベントですし、周辺近隣市からもたくさんの観光客がお越しになりますので、稲沢市の観光をPRする上で外せないものです。また、国府宮では、はだか祭以外にも年間を通じてお祭りやイベントなど様々な行事があり、それに対する問合せ等も多くございますので、観光協会としても大きく取り扱っているのが現状です。

[委員長]

調査結果の中で「友人・知人に案内したい観光地」として、「三菱エレベーター試験塔」の割合が高いですが、試験塔の中には入れるのですか。

[事務局]

三菱エレベーターの試験塔は、見学施設として一般開放はされていません。ただし、公開される機会も年に何回かあります。それは三菱電機稲沢製作所の夏祭り、あとは周辺の小学校による工場見学の際に公開されています。年間を通じて一般の方に案内がある訳ではありません。

[副委員長]

あくまでも試験棟ですので、施設が観光的な造りにはなっていません。そのため、不特定多数の方々にお越しいただいても安全面などで十分な対策が取られていないので、もし何かあった場合は困るということがあると思います。その一方で、施設を管理している担当部署の方にお問い合わせいただければ見せていただけるという話も聞いています。積極的にこちらからお願いすれば、ある程度は見学させていただけると思います。

[委員長]

その割には「友人・知人に案内したい観光地」としての数値が高い傾向にあります。しかも10歳代と50歳代の数字が高いのはなぜでしょうか。

[委員]

委員の皆様の中で実際に試験棟へ上がったことがある方はいらっしゃいますか。行ったことがないと感覚が湧かないと思います。先ほどの安全面の問題ももちろんあるのですが、企業秘密がたくさんある所なので、我々が訪れた時にもその部分が黒い幕で覆ってあったりして、観光施設という雰囲気は全くありませんでした。機会があれば、皆で実際に行ってみるのも良いかと思えます。先ほど話に出た三菱電機稲沢製作所の夏祭りが8月の第1金曜日にあり、その日は整理券が配布されて試験棟に昇ることができるそうです。

[委員]

ここは夜景がすごくきれいです。満月の日に名鉄本線の線路越しに見ると、名古屋文理大学文化フォーラムのライトアップも含めて非常に良い光景で、カップル層などに人気が出るのではないかと思います。よく夜景スポットが観光地として活用されることがありますが、もしかするとそういう可能性もあるのかと思いました。

[委員長]

夜景は試験棟の上から見るのですか。

[委員]

いいえ、下からです。線路越しに見ると、周りが田んぼで他に遮蔽物がありません。稲沢で見える月は青いので、青い光に照らされた試験棟の雰囲気はすごく良いものです。

[委員長]

今話を聞いて、稲沢市には隠れた魅力がまだある気がしました。

[委員]

現状をお聞きしたいのですが、調査結果の中で「充実してほしいこと」として、「観光パンフレット・マップの充実」も比較的高い割合になっていますが、現在どういう状況なのでしょう。例えばどこに配付しているのでしょうか。

[副委員長]

稲沢市観光ガイドブックやマップ、「美し稲沢」という市内の景観地を50選したパンフレットなどは、もちろん観光協会や市役所にも置いてありますし、市内それぞれの支所・市民センターでも配布しています。また、イベントの時にはご希望の方に配布したりしています。市外からの問合せに際しては、要望があれば直接郵送したり、愛知県観光協会に置かせていただいたりして、皆さんのお手元に届くようにしています。

[委員]

国府宮が「稲沢市の窓口」のような感じにもなっていますので、観光パンフレットを国府宮にお願いして置かせていただくとか、市内の主要駅に置かせていただくとか、そういったことも必要ではないかと思います。

[委員長]

「観光パンフレット・マップの充実」は調査結果から要望として出ているので、置き場所も含めて考えていかないといけないと思います。

[委員]

この調査結果を見ると、本当に情報発信が重要だということが分かります。作っている成果物が広く市外、あるいは県外に認知されていないことが問題になっていて、「情報発信不足」が一つのキーワードになっています。食であれ、お土産であれ、そういうものについてはパンフレットやチラシなどにまとめてPRに努めています。しかし、市民の方にはある程度認知されていますが、市外の方には情報として届いていないのだらうと思います。銀杏を使った加工品等を地域の特産品として売り出していますが、どんなツールで情報発信していくかということが課題として浮き彫りになっていると思います。

[委員長]

基本計画を作る段階で何らかのターゲティングをしないといけないと思います。「稲沢市で観光をやる」といった時に「誰に来てほしいのか」ということを決めないと、情報の届け方という話は出てきません。先ほどのチラシ置く場所という話も、「誰に見てほしいか」ということが重要です。確認ですが、ターゲットなどは計画の中で決めていくのでしょうか。

[事務局]

お配りしております参考資料「稲沢市観光基本計画骨子イメージ」をご覧ください。資料の詳細は後ほど協議事項の「その他」の中で説明をさせていただく予定ですが、ターゲットについては、この計画骨子案の第三章の中で挙げていきたいと考えております。今後の策定委員会での議論の中で表現が絞り込めるようであれば、検討していきたいと思います。

[委員長]

この委員会で話し合うということですか。

[事務局]

大いに参考にさせていただき、固めていければと思います。

[委員長]

今回の調査は、ターゲティングに向けた一つの調査で「STP」というものです。「セグメントを切って、ターゲティングをして、ポジショニングを定める」という意味です。「どういったセグメントに対してターゲティングをして、その人たちからどう思われる観光地になるか」ということを決めるのがマーケティングの最初のステップになります。今までは「観光」と言えば、「情報を広く発信すれば良い」ということもありました。恐らくそれを「やれる地域」と「やれない地域」、「やれるネタ」と「やれないネタ」があって、ある程度ピンポイントで当てていけないといけないところもあると思います。例えば「植木」の話になったら、広く浅く植木の情報を出してもなかなか人は集まりません。植木に興味がある人に情報を届けることができる仕組みを作っていないといけません。そういう意味で、ここでいうターゲットの絞り方はどういったイメージなのでしょう。例えば「名古屋圏」というようにエリアで絞るのか、テーマごとにターゲットを決めるのか、どのように考えていますか。

[事務局]

ターゲットに関しては、ご指摘のとおりエリアや年齢、性別、国など様々な絞り方があると思います。こういった計画を立てる時に民間企業ですと、「20代でどこそこに住んでいて、このような趣向を持つ女性」といった具合に、詳細にターゲットを定めると思います。インターネット調査の結果を基に年齢、性別、エリアの3つの視点から分析をかけ、目星を付けていきたいと思っていますが、「行政の計画としてどこまで書くのか」という点は今後協議しながら決めていきたいと考えています。

[委員長]

計画段階でターゲットを絞り込みすぎると、それに乗れない民間の業者さんも出てくると思います。また、売り込むモノが決まっている場合にはターゲティングは可能ですが、これからいろいろとネタを掘り起こしていく段階での設定になるので、今の時点ではそんなにはっきりと決めないほうがいいのかもかもしれません。

[委員]

午前中、アクションプラン検討会議に参加させていただきました。メンバーとして、稲沢市内で活躍されているプレーヤーの方々が多く参加されていました。その方々にスポットを当てることも重要かと思えます。先ほどプロモーションのツール、パンフレットの話もありましたが、個人的にはターゲットをどうすべきかよりも、発信するツールについての議論のほうが重要ではないかと感じています。ターゲットを絞っていくことはなかなか難しいですし、受け止める側で判断いただければいい部分も多いと思います。何よりもまず稲沢市に不足しているのは、共通意見として「広報力」だと思えますので、そのツールについてまず議論したほうが早いと思います。

[委員長]

ツールとは具体的に何ですか。

[委員]

先ほど話に出たパンフレットもそうですし、Web^{ウェブ}もそうですし、「一つ特別に何か挙げろ」と言われたら、今ならYouTube^{ユーチューブ}での動画配信が効果的だと考えます。

[委員長]

動画の配信はしたほうが良いということですか。

[委員]

動画配信はしたほうが良いと考えます。地域で活躍されているプレーヤーが今回多く揃いましたが、その多くの方々が悩んでいるのがセルフプロモーションのやり方です。私自身は得意とするところですが、そうした手法を持ち合わせていない方が多いので、スポットを当てていただくとありがたいです。例えばYouTube^{ユーチューブ}に様々な方の動画をアップした場合、アクセス閲覧数のベンチマークが取れます。そこからターゲット分析、アクセス解析のデータも出すことができますので、それらの情報を蓄積していくことで、一つか二つ何らかの指針が取れると思います。

[委員長]

先ほどパンフレットの話が出た時に思ったのですが、「アクションプラン検討会議のメンバーでパンフレットを作る」というのも一つの手法ではないかと思えます。観光協会が作って置き場所を考えるよりも、市民に作ってもらって、同時に置き場所まで考えてもらった方がいろいろなアイデアが出る気がします。今話に出た動画も、市役所で作って配信するケースが多くありますが、外部の業者に頼んでプロっぽく作り込んであるものの、あまり市民の顔が見えなかったりします

ので、市民に自ら作ってもらうことも良いのではないかと思います。

[委員]

テレビでグルメロケや旅番組が人気ですが、あのようなプロが作っている番組でも、ハンディカメラを持ってあるがままの姿を撮影しているケースが多いです。編集の問題とか、あまりそういう体裁を気にせずに、もう少し敷居の低いところでプレーヤーの皆さんが自らどんどん表現を伝えることができる方法を検討しても良いのかもしれない。

[委員長]

資料5の10ページ「観光まちづくりへの参加意欲」についてですが、年齢別に見ますと、10歳代で「イベントや事業への参加など、機会があれば参加したい」という人の割合がすごく高いです。そのため、何とかして10代を巻き込む、そういう情報発信が使えたらもっと達人なことができるのではないかと思います。今の10代はデジタルネイティブなので、私たちが全然知らないことをやってくれます。スマートフォンのアプリでLINE^{ライン}があります。私はLINE^{ライン}をやらないようにしていましたが、学生に「やってくれ」と言われます。その時に学生へスマートフォンを渡すと設定を全部して返してくれるという、とても便利な時代になっています。そういう若い市民を巻き込み、なおかつ情報発信も出来る仕組みを考えていったら良いのかもしれない。

[委員]

10代の話ですと、小学生のなりたい職業に「YouTuber^{ユーチューバー}」があります。親御さんを巻き込むのであれば、いろいろなモラルの話が付きまとう可能性はありますが、参加の窓口や裾野を広げるという意味ではデジタルサイネージというスタイルもかなり有効だと思います。

[委員長]

他の委員のご意見はいかがですか。

[委員]

情報発信と言っても、誰に対して情報を発信するかによって内容が精査されなくてはなりませんし、その手法にも検討が必要です。パンフレット等ですと、どうしても配布という問題があり、どこに置けるかによって、当然手に届くか、届かないかという結果に分かれてしまいます。また、ネット上の情報は確かに便利ですが、その情報を取得したいと思うかどうかは個人個人で違います。例えば「稲沢市に興味がある人たちが情報収集する」ということを前提に考えた場合と、全く興味がない人たちに対して「稲沢市というまちがあるよ」、「稲沢市ってちょっと面白い所だよ」ということを知ってもらう場合とではアプローチの方法が変わってきます。その辺りを踏まえた上で、例えば稲沢市に興味がある人たちに対して、市民が「ここにおいでよ」、「こんなことをしてごらんよ」といった形で情報発信を行う「市民参加型の情報発信」は可能性として面白いと思います。先ほどYouTube^{ユーチューブ}の話が出ましたが、動画コンテンツというツールは魅力を伝える上ではかなり有力な手法だと思います。それこそスマートフォンでもかなりクオリティの高い動画が作れます。その作成をデジタルに強い10代の市民にやってもらうとか、本学の学生と連携するなど、

若い世代を活用したアプローチができれば面白いと思います。

[委員長]

その言葉をお聞きしたかったです。せっかく市内に大学が、しかも情報メディア学部という素晴らしい学部がありますので、学生さんの勉強の一貫として「稲沢市の情報発信を皆でやってみよう」という話になったら面白いと思います。

[委員]

問題なのは、学生が全く稲沢市に興味が無いことです。

[委員長]

稲沢市に興味を持ってもらうためのキッカケづくりとして活用することも考えられます。

[委員]

実は今、商工観光課や稲沢青年会議所などと協力して、「いろいろな所で学生に稲沢市の魅力を掘り起こさせてみよう」という話で動いているのですが、如何せん今の学生は忙しくて、授業が終わるとすぐ帰ってしまい、国府宮駅と大学の間以外のことはほとんど何も知りません。せっかく稲沢市に4年間学びに来ているのに、稲沢市のことを何も知らない。卒業したら二度と稲沢市に戻って来てくれないというような状況にもなっています。ですので、市外、県外から稲沢市に学びに来た人たちに対して、「稲沢市の魅力を伝える」という努力から始めていくことがまず必要だと考えます。彼ら自身が「これ面白いよね」、「これ伝える価値があるよね」と思ってくれないといけません。

[委員]

「YouTube^{ユーチューブ}などで動画を配信してはどうか」という意見に賛成です。私は稲沢市の子育て講座やセミナーも担当しているのですが、大変人気が高く、いつも応募者多数で参加者の抽選を行ってきました。しかし、去年あたりから参加者が急に減ってしまって、抽選どころか定員にも満たないという状況が起こっています。「あんなに人気だった講座なのに、どうして参加者が急に減ってしまったのか」、私たちボランティアと市の担当者の方で話している中で出たのが、一番の問題は「申込方法が往復はがきであった」ということです。往復はがきそのものを若い方は知らなくて、書き方もどちらが表でどちらが裏かも分からず、よく間違っていて書かれた状態ではがきが届いたりしていました。このままでは若い方々は関心を示してくれない、やはりインターネットによる申込環境が必要だと感じています。若い方々はスマートフォンで申し込むことに抵抗はありませんが、往復はがきとなると面倒に感じるのではないのでしょうか。そういったデジタルツールを活用することが情報発信の手法としては望ましいと思います。

[委員]

今回の調査結果を見ると、「自然の豊かさ」に関する評価が高くなっています。そうした中で、私どもが管理しているサリオパーク祖父江のワイルドネイチャープラザでは、もう一歩進んで「そ

のまま放置しておくのが自然ではない」ということをキーワードにして取り組んでいきたいと思っています。「参加」、「体験」という部分にも繋がってくると思いますが、前回の会議でもお話ししたように、ワイルドネイチャープラザには日本に3つしかない河畔砂丘があって、その中で唯一川の中で砂丘が残っている場所です。何故そのように残っているかと言うと、砂地の周りを自転車で走る大会が開催されたり、近くの小中学生、高校生が砂丘でランニングをして活用してくれることで砂が守られていたり、また、ここは多くの野鳥が観察できる場所なので、自然を愛する人たちが野鳥の希少種を守るためにそのエリアの雑草を取っていただいているとか、もちろんサンドフェスタという大きなイベントを毎年開催していることもありますが、そうやって「人が入り込むことによって、実は自然が守られている」という実態があります。私どもでワイルドネイチャープラザに関する管理プログラムを昨年作ったのですが、その中では単なる「イベント参加者の増加」ではなく、「河畔砂丘の保全」を目的として、「人々が参加することによって自然が守られる」という道筋にしていきたいと考えています。

また、サリオパーク祖父江のパンフレットについてですが、これまでは「何月何日にこういうイベントがあります」という中身のものばかり作っていましたが、それだけではなくて、「ここに来ればこういう体験ができます」、「ここに来ればバーベキューができます」といった情報を全面に出したパンフレットに改めた結果、爆発的とは言いませんが、5月の連休中はバーベキューエリアの駐車場が満杯になり、満杯過ぎることによる苦情が来たくらいでした。

情報の発信に際しては、「こういうものがあります」ではなく、「こういうことができます」という仕方をすべきだと思います。それからパンフレットもただ置いておくだけではいけません。サリオパーク祖父江の来場者は30代の子ども連れの人たちが一番多いと思っていますので、私どもでは一宮市や稲沢市などの周辺市町村の小学校と保育園と幼稚園にパンフレットを配布しています。また、イベントに参加いただいた若い世代の方々にSNSで投稿いただくことで、情報の拡散にも繋がります。

[委員長]

ネタによってターゲットも違いますし、情報発信の仕方も変わってくると思いますので、どこまで計画の中で決めていくかは迷うところではありますが、なるべく自由度の高い情報発信の仕方が良いのではないかと思います。いろいろな人たちがいろいろな情報を発信できる場、多くの人に加わって情報を発信したり、拡散できる仕組みを作っていくことが大事だと思います。その中で正解が出たり、次の方向性が見えてくる気がします。情報発信に関しては、あまり自分でやらないことが大事かと最近思っています。皆が発信したくなるような方向に持っていったほうが良いのではないかと思います。情報をコントロールしたり、発信の仕方を決め打ちすることは非常に難しいので、「やっていただく」とか「皆さんやってください」としたほうが上手くいくのではないかと思います。その辺りについて、名古屋文理大学で専門的な話を聞くことはできるのでしょうか。例えば、市民講座を開催して「皆で情報発信しましょう」という取組を大学でやっていただくことは可能なのでしょうか。

[委員]

物理的には可能ですが、「情報発信したくなる」もしくは「情報発信に対するモチベーションを

どうやって高めていくか」という問題も併せて考えていかなければいけません。例えば「Twitter^{ツイッター}だったらこうやってつぶやけばいいんです」とか、「Facebook^{フェイスブック}だったらこのように投稿すればいいんです」とか、「YouTube^{ユーチューブ}に動画を上げるにはこうするんです」ということを教えることはできますが、教えられた側が「このネタを上げたい」、「この情報を皆に伝えたい」と思わなければ何も始まりません。そのため、「発信したくなるようなコンテンツをいかに用意するか」もしくは「発信に対するモチベーションをどうやって上げるか」がとても重要です。皆が「すごい」と反応してくれることが情報発信のモチベーションとして一番大きいと思いますが、じゃあ「何を観たら皆が『すごい』と言ってくれるか」ということです。要するに、そうしたコンテンツを市としてどのようにセッティングするのが大事だと思います。また、最近若い人たちで「Instagram^{インスタグラム}」という写真を中心としたSNSが流行していますが、「写真映りの良いフォトジェニックなコンテンツがいかに用意されているか」ということも大事だと思います。方法論だけでなく、そうした点も併せて教えないと、おそらく十分な効果は上がらないと思います。

[委員長]

今日、稲沢駅経由で市役所まで来ましたが、稲沢駅前に設置されている「いなっピー」の立体看板は良いですね。写真を撮りたくなりました。あれはポイントが高いと思いました。ちゃんとご当地キャラを活用している場所も珍しいのですが、稲沢市ではしっかり活用できていると感じました。

[事務局]

国府宮駅にも同じ「いなっピー」の立体看板がありますので、よろしければお帰りの際にご覧になってください。

先ほどSNSの話が出ましたが、実は今年度私どもで試験運用的に「稲沢あじさいまつり実行委員会」のFacebook^{フェイスブック}ページを立ち上げました。アジサイの開花状況や祭り期間中のイベント内容などをリアルタイムに発信していくため、新たな魅力発信の手法として今回初めて試みました。割と反響もあり、「花」はキラーコンテンツの一つということもあって、「Facebook^{フェイスブック}の写真を見て、あじさいまつりに来ました」という声も来場者の方から数々いただきました。また、「Instagram^{インスタグラム}」ですが、市では未だ導入していないため、個人的にハッシュタグから「稲沢あじさいまつり」を検索してみたところ、美しく素晴らしい写真が一杯上がっており、私の知らないところで「性海寺のあじさい」の魅力が広く拡散されているという事実を目の当たりにしました。SNSが有効な情報発信の手法として活用すべきものであることは、市としても認識しているところです。

[委員長]

先ほど他の委員がおっしゃられたように、皆が発信したくなるような仕掛けを作っていくことが大事だと思います。

[委員]

仕掛けという部分になるかは分かりませんが、サリオパーク祖父江ではシクロクロスの大会が盛んに開催されており、全国大会も行われる状況になっています。その主催者のホームページに

「会場であるこの公園を管理している人はとても協力的で、他とは比較できないくらい良い所です」という記事が掲載されたところ、その情報が一気に拡散していきました。また、バーベキュー会場としてどうやって広めるかを考えた時に、バーベキュー専用サイトがあるので、そこに「サリオパーク祖父江は良い所です」と載せたところ、その情報が爆発的に拡散したという事例もあります。「どこに、どのように情報を載せていくのか」という議論も重要だと考えます。

[委員長]

今の時代、すごくネタが細分化されていますので、情報発信の技をしっかりと身に着けないと、狙ったところに当たらないと思います。ある山裾のまちの話ですが、自転車でひたすら登り坂を登る「ヒルクライム」という競技があり、この競技にはマニアがいるらしいです。「気絶するぐらいの漕ぎ方をしたい」という人もいるらしくて、そういうコミュニティに対して情報を発信すると即座に人が集まるという話がありました。情報発信を継続的に、また、しっかりと変化に合わせて行っていけるような組織体を考えなければいけないと思います。

[委員]

私は名古屋市の東側にある日進市に住んでいます。資料1「稲沢市における観光入込客数の推移」の中で主な観光施設・イベント等が書かれており、年間10万人以上のものもいくつかありますが、この中で「国府宮はだか祭」と「稲沢まつり」以外は全て何度か訪れています。

一方で、資料3の4ページにある「稲沢市の魅力について」の項目の中で、「あなたが市外の人に自慢したい稲沢市の魅力はなんですか」という問いに対し、「自然の豊かさ」が49.1%と、ほぼ半分の人が魅力だと思っているという調査結果があります。先ほど「稲沢市内にはプレーヤーが多い」、「ターゲットをどう絞るか」、「情報発信の仕方はどうするか」という話もありましたが、主観的に申し上げると、名古屋周辺の人たちは「自然が見たい」と思った時に、海が見たければ知多半島へ、川が見たければ犬山へ、山が見たければ稲武や豊根へ向かい、稲沢に行こうとは考えないと思います。そうした意味で、市民が外に対して自慢できるとしている魅力と、名古屋市やその周辺都市の人たちが県内の各地域に対して感じている魅力とではズレがあると感じます。それを踏まえて資料1の話に戻りますが、稲沢市の観光施設・イベントは、その一つ一つが「自然の豊かさ」ではなく、非常に色濃くセールスポイントを持っていると感じています。例えば、名古屋の大須観音には何気なく行きますが、矢合観音には体に患いがあったり、何らかの後遺症があったりして、「どうにかして治したい」という具体的な目的を持ってお参りに行きます。また、祖父江イチョウ黄葉まつりで言えば、「黄金色の葉っぱを見ながら銀杏を買う」とか、植木まつりで言えば、「植木を買う」という具体的な意思を持って訪れます。ただ漠然と海や川や山が見たいから来るのではなく、稲沢市の観光施設・イベントには具体的な特定の魅力があって、周辺から訪れる人々はその魅力に対する明確な意思を持って訪れているのではないのでしょうか。あくまで主観的な立場での発言になりますが、稲沢市民が魅力と感じている「自然の豊かさ」だけを目的とした来訪は少ないように感じます。

[委員長]

明確な目標、目的、意思を持って来訪される方も多いので、その人たちを狙っていくことも必

要だと思えますし、稲沢市の場合、特にそれが大きな課題であると思えます。技術が求められる部分でもあるので、しっかりとそれが出来る体制だったり、漠然とした情報発信ではなく、稲沢市のネタに合った人を引っ張り込めるような情報発信の仕掛けだったりを計画段階で真剣に考えていく必要があると考えます。

もう一つ事務局の説明の中で大きな課題として挙げられていたのが「土産」、「飲食」、「宿泊」でした。一番観光でお金が落ちる部分です。これから計画づくりを進めていく中で、何かその辺りの具体策も考えていく必要があると考えますが、この点について皆さんいかがでしょうか。

稲沢市観光協会として何か取り組んでいることはありますか。

[副委員長]

土産関係については、稲沢商工会議所を中心とした特産品の認定制度があります。各事業者から品物を募り、審査を経て認定された「稲沢特産品」を市外へ売り出したり、PRしたりしています。

[委員]

宿泊施設について、今「民泊」が大流行していますが、稲沢市では難しい気がします。

[委員長]

名古屋駅から電車で10分の距離なので、やってみたら意外と上手くいく可能性もあると思えます。実際にやる人がいることが前提にはなりますが。

[委員]

ビジネスホテルの代わりに泊まるというケースではあまり期待できないと思えます。やはり「何かすること」や「何かできること」とのセットでないと見向きもされないと。何かをするために稲沢市へ来て、そのついでに泊まるという形でないと、単に宿泊目的で稲沢市へ来ることはまず無いと思えます。隣の一宮市へ行けば、いくらでも宿泊施設がありますので、アクティビティと宿泊と飲食をセットで考えないと、単独では難しいと思えます。個人的には「思い出に勝る土産はない」と思っていますので、「どんな思い出を作って持ち帰ってもらうか」ということを先に考えたほうが良いのではないかと思います。私は大学教員になる前、広告会社でマーケティングに携わっていたのですが、消費者には基本的に創造力がありません。そのため、「ここに何かがあります」と提示しても意味がありません。「ここにこういう商品があります」と提示しても、「この商品をこのように使ったら面白い」とか、「こういうことに使えるのではないかと」とはまず考えません。「この商品はこう使うと良いです」、「こう使うと面白いです」、「こんなことにも使えます」といった具合にいくつか提示をしないと、消費者は動きません。おそらく観光も同じで、「こういう施設があります」ではなく、「ここに来たらあなたはこんなことが出来ます」、「こんな気持ちになれます」、「こんな体験ができます」ということを具体的に伝えないと人は動きません。そこを一つのコンテンツとして掘り起こすことが必要ですし、宿泊も体験の一つとして、民家に泊まる等、ある程度パッケージ化しないと、宿泊だけ単独というのは個人的に難しいと思えます。

[委員長]

「泊まったらこれができます」といったイメージですか。

[委員]

そうです。泊まることも体験の一部として、例えば「泊まって地元の料理を食べる」等、そういう形で一本に繋がると良いと思います。

[委員]

サリオパーク祖父江では全国大会のように宿泊を伴うイベントも開催されますので、そうした際に何をしているかと言えば、「稲沢市の宿泊施設に泊まってください」ということを最初の主催者打合せの段階から言うようにしています。外部から来られる方々に対し、「それが地元と仲良くやっていく一番良い方法です」と紹介しています。そうは言っても、残念ながら稲沢市には宿泊施設があまりありませんが。このように情報発信の考え方を切り替えていく必要もあると思います。ただ誘致するのではなく、誘致した人たちに「地元で根付いてもらう」、「地元を意識してもらう」ことがすごく大事だと思います。

[委員長]

民泊をやるのであれば、「一晩中日本庭園を見られます」とか、「立派な庭のある家に泊まれます」とかは稲沢らしくていいかもしれませんね。

[委員]

宿泊に関する意見をお聞きする中で、経済効果の話は別として、仮に車中泊できる場所があったら面白いと思いました。弊害も多い気はしますが、道の駅などで車中泊している方もいますし、木曽川周辺はアウトドアが非常に盛んなエリアでもあります。

[委員長]

木曽川周辺で車中泊はできるのですか。

[委員]

できます。ある意味、何でもオープンです。

[委員長]

キャンピングカーでの宿泊は可能ですか。

[委員]

サリオパーク祖父江のワイルドネイチャープラザ内ではできませんが、もう少し下流にある愛西市の東海広場では可能です。そうした意見も出していただければ、今後検討していきたいと思っています。

[委員]

私は自ら会社を経営し、事業やっていますので、モノを売るという時には「何を」、「誰に」、「いくらで」、「どうやって売なのか」をトータルで考えて進めていくようにしています。先ほどから話に出ているターゲットが決まらないと、事業が進んでいきません。そのため、これまでの議論を聞いていて、何となくもどかしく感じています。今回実施した市民意識調査から「市民はこういった要素だったり、コンテンツを売りにしたい」という結果が出ていますので、その結果を取り上げて今後どう進めていくことができるかを考えていくのが、この策定委員会だったり、午前中に開催されたアクションプラン検討会議の役割ではないかと自分は捉えています。第1次の観光基本計画の計画期間は10年で、今回作る第2次計画も10年という話ですが、民間では10年計画で事業を進めては遅すぎます。一刻も早く、できる限りプランどおりに決めて進めていきたいという意識がありますので、行政ももっとテンポよくならないものかと思います。

宿泊に関しても、「どこのエリアから人を呼びたい」から、「こういうことを体験してもらいたい」から「宿泊施設が必要である」という話だと思います。名古屋市内から何らかの要素で稲沢市に来てもらって宿泊してもらうことは、あつという間に帰れる距離なので難しいと思います。例えば東海三県ではなくて、関東や関西から来てもらえれば、当然宿泊も考えられます。ターゲットがある程度定まっていないと、誰も泊まりに来てくれません。その辺りをトータルで考えないと、前に進んでいかないと思います。なお、はだか祭の時にはお酒を飲むことが多いので、「泊まってから祭りに参加する」、あるいは「祭りに参加し、宿泊して翌日帰る」というケースはあると思います。

[委員長]

10年間の計画ですので、逆に言うと10年かけて取り組まなくてはいけないようなことをこの会議で決めていくという形になります。行政はそれくらいの時間軸で動かないといけない組織ですので、「誰をターゲットにするか」を「10年間の計画で決めるべきか」という所から決めないといけません。そのため、「民間や市民の方々にどこまで任せて、行政としてどこまで決めるのか」ということも、この会議の場で併せて議論していただくと大変ありがたいです。「やりたい人が自分でターゲットを決めることができるようにしていく」とか、大きな動きの部分で「インバウンドに関しては行政がターゲットを決めて取り組んでいく」といった決め方をしていく必要があると思います。ただし、ビジネスに関する部分を行政の10年計画で決めても実効性は得られません。10年間の計画を作らないといけないので、その辺りは考えどころだと思います。

他にご意見があれば、お願いします。

[委員]

平和町のことで言いますと、イベントは春に「へいわさくらまつり」、8月には「サマーフェスタへいわ」、秋には「平和まつり」がありますが、どのイベントも市から補助金をいただいて何とか盛り上がっている状況です。こういった会議がある種祭りの絞り込みのためなのか、どういう意味合いなのかが分かりませんので、市の考え方を教えていただくとありがたいと思います。

[事務局]

絞り込むための会議ではありません。一つ一つのイベントに関しては、予算の段階ですとか、個別に協議する場があると思います。今回の調査では幅広く市内のイベントの状況を集計させていただきました。この結果は真摯に受け止めることが必要だと思いますが、この会議の場で祭りの再編成を行うといった考えは持っておりません。

[委員長]

皆様から闊達なご意見をいただきました。課題も多く出されましたが、あくまでも中間の会議ですので、今後順次整理していければと思います。

(2) その他について

[委員長]

それでは次の協議事項に移ります。協議事項(2)その他について、事務局から説明をお願いします。

= [事務局] =

【参考資料「稲沢市観光基本計画骨子イメージ」について説明】

[委員長]

事務局からの説明が終わりました。ご意見、ご質問がある方はお願いいたします。

実際に具体案が出てこないと言えないと思いますが、このようなイメージで計画書を書き進めていきたいという事務局からの提案です。

[委員]

資料裏面の「アクションプラン紙面イメージ図」について、「分かりやすい」と思って見ていました。本日午前中にアクションプラン検討会議が開催されましたが、当初は参加メンバーからいくつかアイデアが上がるのではないかと思います。「へいわさくらまつり」や「祖父江イチョウ黄葉まつり」や「稲沢あじさいまつり」など既存のイベントを活用したアイデアも出てくれば、ターゲットをはっきり定めた商工業寄りのプランも出てくるのではないかと思います。計画書には出てきたアイデアを並列的に記載していくことになるのでしょうか。

[委員]

同じような話になりますが、午前中にアクションプラン検討会議に出席して大澤委員長の基調講演を聞き、「観光まちづくり」について初めて勉強させていただきました。地域の方々が中心となって事業のプランニングを行い、プレーヤーが集まって実施していく。それを観光基本計画の中に取り込むということですが、この策定委員会とアクションプラン検討会議がどのようにリンクしていくのかが、まだイメージできていません。

[委員長]

もちろんリンクしないといけないので、最終的にはリンクさせますが、基本的には「皆さんがやりたいと思うことをやってもらうしかない」と思っています。アクションプランが実際の行動計画になる訳ですので、「何をするか」はアクションプラン検討会議のメンバーに決めていただくのですが、だからと言って皆さんに「バラバラに好きなようにやってください」とは言えません。ですので、先ほど申し上げたとおり「市としてどこまで整えていくか」は今後の協議が必要です。基調講演でお話しした内容で言いますと、「北極星は市が決めるべきか」、「市が勝手に決めるものではなく、皆さんの意見を集約して決めていくべきか」ということです。先ほどのターゲットの話も具体的に決める必要はありませんが、『ターゲットを決める』ということを決めることはできます。漠然としたターゲットに向けて実施するのではなく、「稲沢市の観光は必ずターゲットを明確にして取り組みます」ということは言うことができます。これを言えるだけでも観光としては進化です。今までの観光は、漠然とした情報発信をやっていたのですが、それを「しっかりと裏付けを持ったターゲティングをして成果検証します」と言うだけでも、一つの大きな方針として定めることができますので、その辺りの調整を策定委員会とアクションプラン検討会議を繋ぐ立場として市と行っていただきたいと思えます。

[委員]

稲沢市は本当にコンテンツが多いので、それを表現したいと思う方はものすごく多いと感じています。「表現したい方に表現させてあげる」、それを稲沢市というブランドの中でやっていくことが必要だと思います。もちろん稲沢市のブランドを必要とせず、勝手に表現したい方もいますので、そうした方々をどのように取り込むかについても考える必要があります。今後の計画づくりの中でプレーヤーをいかに取りまとめていくかが課題だと感じています。

[委員長]

ある程度フォーマットを決めてやることは可能だと思います。その中で、皆さんで「かみ合わせられる部分のかみ合わせていく」ということはできると思えます。

[委員]

「フォーマットを決める」と逆に自由度が無くなる気もします。

[委員長]

フォーマットというのは、「1年後に何をするか」、「3年後に何をするか」、「5年後に何をするか」というように年次を区切って取り組むことを決めたり、「ターゲットを誰にするか決めてください」というフォーマットです。

計画の中身の話に戻りますが、大枠を決めていくしかないと思います。10年間の計画なので、「YouTubeユーチューブを使って情報発信する」とは書けません。10年経った時にYouTubeユーチューブがまだあるのでしょうか。今から10年前だったら「mixiミクシィを使って積極的に発信する」という記載があったかもしれませんが、現在mixiミクシィを使っている人はほとんどいません。そうしたこともあるので、「ターゲットをきちんと決める」、「成果検証をしっかりやる」というレベルの内容しか書けないと思います。市

として一つのターゲットを決めることは非常に難しいことです。例えば、インバウンドのレベルであれば、市として「積極的に稲沢市の魅力を外国人に知ってもらおう」と決めることはできると思いますが、それ以外の場合はテーマ別で決めていくしかないと思いますし、個々のネタ毎に決めていくしかないと思います。バーベキューをやりたい人と植木を買いたい人に同じターゲットイングはできません。エリアであればある程度決めることができるかも知れませんが、その辺りは一度事務局で検討していただき、また提示していただきたいと思います。

その他に何かありますか。他にご意見もないようですので、以上を持ちまして、本日の協議事項については終了したいと思います。それでは事務局にお返しします。

5 その他

[事務局]

ありがとうございました。本日委員の皆様からいただきました貴重なご意見を踏まえまして、今後の事務を進めてまいりますので、よろしくお願いいたします。

最後に事務局から事務連絡をいたします。次回の会議についてですが、8月22日(火)午後2時から、会場はこの庁舎1階にあります大会議室で開催させていただきますので、よろしくお願いいたします。会議の内容としましては、本日中間報告させていただきました各種調査の最終結果報告、また、本日午前中に立ち上がりましたアクションプラン検討会議の進捗状況の報告、さらに、先ほど骨子イメージとして計画の構成案を参考提示いたしましたが、次回の会議ではこの骨子案における総論部分の内容を具体的にお示しできればと考えております。詳細につきましては、文書で改めてご案内いたします。また、第5回以降の開催日程につきましても、調整ができ次第、出来る限り早くお示ししたいと考えておりますので、よろしくお願いいたします。

以上をもちまして、会議を閉会させていただきます。本日は長時間にわたり慎重審議を賜り、誠にありがとうございました。

以上