

第6回稲沢市観光基本計画推進委員会 会議録

【日 時】令和4年7月27日（水）午後2時～午後3時50分

【場 所】稲沢市産業会館1階 大会議室

【出席者】稲沢市観光基本計画推進委員会委員（敬称略）

委員長	大澤 健	和歌山大学経済学部教授
委員	西村哲治	公益社団法人日本観光振興協会中部支部事務局長
	古川正美	稲沢市観光協会事務局長
	阿部一洋	稲沢商工会議所事務局長
	桜木三喜夫	祖父江町商工会事務局長
	南谷一夫	平和町商工会事務局長
	木下正章	名古屋鉄道株式会社 地域活性化推進本部地域連携部ツーリズム担当課長
	河村宏一	愛知西農業協同組合常務理事（経済担当）
	鈴木康仁	尾張大國霊神社権禰宜
	林 和伸	善光寺東海別院住職
	水上俊貴	愛知県観光コンベンション局観光振興課長
	吉田恵子	公募市民

【事務局】	足立和繁	稲沢市経済環境部長
	内藤邦将	稲沢市経済環境部商工観光課長
	加藤敦史	稲沢市経済環境部商工観光課主幹
	梶浦英雄	稲沢市経済環境部商工観光課主査
	酒井仁志	稲沢市観光協会観光コーディネーター兼事務局次長
	櫻木 彰	稲沢市観光協会事務局次長
	川村英二	稲沢市観光協会事務局主幹
	石井好美	稲沢市観光協会事務局

【傍聴者】 なし

【会議次第】

- 1 委員長あいさつ
- 2 委嘱状交付
- 3 自己紹介
- 4 協議事項
 - (1) 稲沢市観光まちづくりビジョン（第2次稲沢市観光基本計画）の進捗状況について
 - (2) 次年度の取組方針について
 - (3) 計画の中間見直しについて

(4) その他

5 その他

【会議の概要】

[事務局]

皆様こんにちは。ただ今から稲沢市観光基本計画推進委員会を始めさせていただきます。

本日はお忙しい中、ご出席いただきまして、ありがとうございます。本日の進行を務めます稲沢市経済環境部商工観光課長の内藤邦将です。どうぞよろしくお願ひいたします。

はじめに、会議の開催に当たり、大澤委員長からごあいさつを頂戴したいと思ひます。

1 委員長あいさつ

[委員長]

皆さんこんにちは。そろそろ終わるかなと思ひながらもなかなか終わらず、最近また拡大しつつあり、いつまで続くのだろうという状況が続いております。私の受け持つゼミ生の中でも感染したという報告が入っていますので、皆さんもぜひ気をつけてお過ごしください。

稲沢市の観光に関しては、前々から、今は休止期間でしょうか、それとも準備期間でしょうかという問いかけをしておりました。今日、また報告があると思うんですけども、このコロナの期間であっても、稲沢市の観光に取り組む方、または参加しようという方がますます増えておられ、様々な制約がある中で、積極的な取組をされています。そろそろ終わると思ひますので、終わった時にまた飛躍の時期を迎えられるのではないかと私は個人的には期待をしております。それに向けて、今日もまた皆さんから活発なご意見等をいただければと思っております。多岐にわたる話ではありますが、皆さんから有益なご意見をいただきながら稲沢市の観光の発展に資するような会議になればと考えておりますので、2時間という時間の中で活発なご意見をよろしくお願ひいたします。

2 委嘱状交付

[事務局]

次に、本日の委員会より、新しく委員に就任されました2名の方をご紹介します。

一人目は、愛知県観光コンベンション局観光振興課長の水上 俊貴 委員です。続いて二人目は、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の馬場 浩彰 委員です。このうち、馬場委員については職務の都合により、欠席の連絡をいただいております。前任委員の異動に伴いまして、各所属団体から新たに選任いただき、本日7月27日付けで委員を委嘱させていただきましたものです。任期につきましては、本委員会の設置要綱の規定に基づき前任委員の任期を引き継ぎ、令和5年2月28日までとなりますので、よろしくお願ひします。なお、水上委員のお手元に委嘱状をお配りしております。本来であれば、委嘱状を直接交付させていただくところですが、このような形に替えさせていただきましたことをご了承ください。

3 自己紹介

[事務局]

それでは、新たに就任されました水上委員から自己紹介をお願いできればと存じますので、よろしく願いいたします。

<水上委員より自己紹介>

[事務局]

続きまして、事務局においても異動がありましたので自己紹介をさせていただきます。

<事務局新任者 自己紹介>

議事に入ります前に3点、ご報告とお願いをさせていただきます。

はじめに、本日の会議につきまして、副委員長で愛知県観光協会専務理事の榊原 仁 委員、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の栗林 芳彦 委員、先ほど新任委員でご紹介しました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の馬場 浩彰 委員及び公募委員の大野 芳樹 委員から、職務の都合等により欠席される旨ご連絡をいただいております。

2点目としまして、この会議は、「稲沢市観光基本計画推進委員会の運営に関する確認事項」に基づき、公開となっております。事務局で会議録を作成し、ホームページ等で公開させていただきますのでお願いいたします。

最後に3点目としまして、本日は会場が広くなっておりますので、恐れ入りますが、ご発言いただく際はマイクをお使いいただきますようお願いいたします。なお、新型コロナウイルスの感染防止対策として、担当者がマイクを消毒の上お持ちしますので、ご協力をお願いいたします。

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、お手元のレジュメに記載のとおり、「稲沢市観光まちづくりビジョン（第2次稲沢市観光基本計画）の中間見直しについて」、「観光関係事業者ヒアリング調査について」、「その他」の3点になります。委員の皆様から多様なご意見をいただき、その内容を今後の計画の推進に反映していきたいと考えております。限られた時間ではございますが、ご審議賜りますようお願いいたします。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、大澤委員長をお願いいたします。

5 協議事項

(1) 稲沢市観光まちづくりビジョン（第2次稲沢市観光基本計画）の進捗状況について

(2) 次年度の取組方針について

[委員長]

それでは、議事に入りたいと思います。

最初に協議事項（1）稲沢市観光まちづくりビジョン（第2次稲沢市観光基本計画）の中間見直しについて 及び 協議事項（2）観光関係事業者ヒアリング調査について、事務局から一括し

て説明をお願いします。

[事務局]

【資料1「稲沢市観光まちづくりビジョン(第2次稲沢市観光基本計画)の進捗状況(2021年度年次報告書)」及び資料2「稲沢市観光まちづくりビジョン(第2次稲沢市観光基本計画)アクションプラン進捗状況(2021年度実績)」に基づき説明】

[委員長]

事務局からの説明が終了しました。委員の皆さんからご意見をいただければと思います。

いかがでしょうか、と突然言われても意見を言いづらいかもしれません。

この機会なので、どんな思いでこの計画を作ったのだったかと過去を振り返りながら説明を聞いていたんですけども、私はこの観光基本計画を作る時から関わりました。その時以来、市の担当者の方と基本的な方針として色々なことを確認しながら進めてきましたが、改めてこの計画を見て、よくできた計画だと思っております。

私はほかにも市町村の計画づくりをお手伝いすることがありますが、その時には稲沢市の観光基本計画を参考にしてくださいと言うようなこともあります。稲沢市の観光基本計画が他所にお勧めできるくらいのクオリティを維持できている理由というのは、作る段階で2つの基本的な部分を意識しながら作るようにしたからです。

1つは観光まちづくりを進めることが大方針で、「人が来れば良い」「お金が落ちれば良い」というような観光が目的ではないということでした。目的は観光自体ではなく、あくまでまちづくりであり、稲沢市が魅力のあるまちになっていくということなのに対して、観光をそのための手段としてどう使うのかという視点から取り組む計画づくりをしたということです。人をいっぱい呼びたいイベントをたくさんやっていけばいいのですが、それでまちが良くなるかという点と必ずしもそうではない訳で、それよりも、稲沢市が現在持っている魅力をもう一回磨き直していくのであるとか、市民が本当にこのまちに住んで良かったと言えるような、そういうまちづくりをやっていくために、観光を手段として使うということ、これが一番大きな基本的な柱になっています。もう少し言うと、観光を手段として使った時の、観光の様々な効果を引き出せるような体制づくりをしていくということが大きな方針でした。例えば、農業観光をやる時に農業をネタにして人を呼ぶという発想でやるのではなくて、農業のために観光をどのように活用できるか、農業をこれからも持続的に続けていくために観光が持っている力をどうやって引き出していけるだろうか、といった視点から計画づくりをしたということです。

もう一つの大きな柱は、誰がやるのかを意識したという点です。これは観光計画を作るときに必ず言う点ですが、観光は他の行政の仕事と違って、行政はプレイヤーにはなれません。福祉やインフラ整備、教育というのは、行政がプレイヤーになることができます。最後まで行政がプレイヤーになって完結させられるので、行政が計画を作るということに意味がありますが、観光では行政はプレイヤーになれないので、そもそも計画を作ることに意味があるのかという点から問われなければならないというのが観光の計画が難しい点です。そういう訳で、行政はプレイヤー

にならない又はなれないという前提で計画を作らなければいけない。では誰がやるのかとなれば、それはもちろん市民であるとか事業者の方々にやっていただかないといけないので、最終的に何をやるのかということを決めるのも彼らでなければならない。行政で何をやるかを決めて、お願いしたり、やらせたりはできなくて、彼らがやりたいこと・目指すことを聞き出して、それを事業として整理していくということです。ただ、そうは言っても、事業者の方たちに勝手にやってくださいという訳にはいかないのです、市の立ち位置についてすごく注意深く計画を作りました。

市の役割というのは、市民が観光を使ってもっともっとまちを魅力的にしていきたいという方向性をまずきちんと理解してもらおうということと、それに取り組むための場づくりをしていくということです。実際に活動をしたい人や、もっとまちを魅力的にしたい、もっと稲沢を楽しみたいという人たちのために場づくりをきちんとやっていくことが市のスタンスだということを押さえながら計画を作ったというのがこれまでの経過です。今述べた点で言うと、10年間という期間の計画を作りましたが、5年経った時点で様々な魅力とともに、その魅力を活かしてもっとこういうことをやりたいという提案の掘り起こしをある程度5年間で進めてきました。その意味ではちゃんと準備ができてきた5年間だったのではないかと思いますので、あとはこれをどういう方向で残りの5年間に繋げていくのか、というのがこの計画の主旨だと思います。色々なやり方がありますが、行政がやることを全部決めていく訳にはいきませんし、なるべくならキャンペーン・PRについては行政はやらないという方向が望ましいというのが正直なところです。寧ろ、もっとPRしたい・もっとこういう風に宣伝したら良いと思うというような人をサポートして活発になっていただくのが行政の立場で、今言った2つの基本的な点がしっかり守られているという点で、稲沢市の観光基本計画はよくできていると思います。

なかなか市の立ち位置としてここまで踏み込んで作るというのは難しいですが、せつかく5年やってきたものをこの後どう進めていくかということで、今全国的に国がやっている方針としては、DMO (Destination Management and Marketing Organization) を積極的に設立していくというのが国の施策の柱になっています。DMOというのは、日本版観光まちづくり組織ともいわれるものです。国は何をやれと言っているかということ、各地に資源があり、稲沢にも魅力はたくさんありますが、そうした資源・魅力を掘り起こす、これを商品化して最終的には誘客に繋げるということです。言ってしまうと普通の製品の生産工程と同じで、素材があり、それを売れる状態にしたうえで、最終的には適切に「販売」する。これを観光に当てはめると「誘客」となります。この中で、資源・魅力の掘り起こしから商品化に至る部分がマネジメント、商品化から販売・誘客に繋げる部分がマーケティングに当たります。こうした一連の工程を自分たちの地域でやれるようにしてほしい、というのが国の言っていることになります。

この魅力というのは素材であり、稲沢にも色々な素材がありますが、一番大きなものはプレイヤーということになります。プレイヤーをどのように掘り起こすかというのが問題で、それを今度は商品化するときには、受入体制や提供体制、つまりきちんとお客さんが楽しめる状態にして、お金を落としてもらえる場所を作っていく。誘客についてはプロモーションを含めて、いわゆる4P (Product、Price、Place、Promotion) を考え、作りあげた製品・商品を流通路に載せてお客さんに繋げていくことになります。

国が改めてこういうことを言ってきた理由というのは、日本の環境だと素材や地域の魅力を活

かしきれておらず、また販売・誘客という部分を圧倒的に旅行会社に依存してきて、それ以外の販売ルートを開発できていないということが挙げられます。地域の観光振興なのに、マーケティングの部分を誰も意識していないという状況です。まず自分たちの地域をきちんとマネジメントして掘り起こし、商品化できるようにすること、また自分たちの地域に合ったマーケティングの手法を開発することが、国が要求していることということになります。

稲沢市の場合もこのフレームを使って計画を作っています。ですから、すごく多岐に渡って色々なことをやっているように見えますけれども、稲沢市の本当の魅力や素材を掘り起こしてきて、いかにそれをお客さんまで提供できるように持っていかということと、なかなか難しいんですが、きちんと商品に合った適切な誘客をしていくかということが重要です。例えば20人くらいのツアーだと旅行会社を通じて集客できないので、どうやってこれをしていくのかということや、色々な立ち寄り拠点でも、どのようなプロモーションをかけるとどれくらいの成果があるかをきちんと検証しながら効果的なマネジメントをすることを考える必要があります。これはSTPという考え方ですが、どういう客層に向けて (Segmentation)、狙いを定めて (Targeting)、ポジションを取るか (Positioning) ということです。このPositioningというのは、お客さんからどう見えるか、つまり稲沢をどういうまちとして位置付けてほしいかということになります。これを意識してマーケティングをやることが必要で、最終的には5年後にこれをしっかりできる体制に持っていくことが目標になります。

ヒアリング調査を行うということをお話されていたんですが、それぞれの事業者が、自分がどこを担っているかを分からない状態で色々やっていることが多いので、または観光協会の方でもどこからどこまでを協会で作るのかを模索中だと思います。ですから、これをもっと限定しながら、例えばグルメに関しては商工会で掘り起こしを行い、商品化を商工会と観光協会と一緒にやって、誘客については観光協会と市で担う、というような合意が得られるともっとやりやすくなるのではないかという気がします。

今後の5年間の方針についても、先ほどの2つの基本的な方針と、行程としてはこのようになっているということをお互いに共有できると話がしやすいという気がします。どうでしょうか。その上で、これから1年かけて、これからの5年間でどういうことをやっていけばよいのかということをお互いからご意見をいただきたいと思っています。

先ほどのDMO化を進めるという国の施策は5年くらい前から盛んにやっているんですが、正直に言えばうまくできているところはほとんどありません。例えば素材の掘り起こしをするといっても、これを誰がやるかということが見えないので、観光協会や市の職員が色々な素材を見つけてきてこれを提供する体制までとれない、あるいは市の職員が提供しているので持続しない、またはせっかくツアーを作るなどの商品化に至っても誘客に結び付けられないといったように様々なハードルがあっとうまくいかない現状が見られます。ただ、最近は少しずつ体制も整ってきて、実績はともかくとして向かうべき方向はある程度明確になってきているところが増えていると思います。稲沢市の場合も、こういったところを強化してお互いに担っていきましょうということが計画には書かれています。

先ほど言いましたように、このように市の立ち位置は難しいんですが、観光とは最後はビジネスなので、市が計画をしてビジネスをするというのは、本来はあり得ないと思います。例えばト

ヨタ自動車の生産計画を豊田市が作るということはありませんのと同じように、観光の計画も、主体となるのは市民なので、市が勝手に作って「こういうことをやります」という訳にはいかないところが難しい点です。普通の産業育成策と同じようにプレイヤーをいかにして育てていくか、プレイヤーにいかに生き活きと活動してもらうか、ということを目指した計画である必要があるということです。

ここまでで計画の枠組みについて思い出していただけたでしょうか。もう少しだけお話しておくと、先ほどのプレイヤーを探してきて、やってくれる人たちを主役にした場づくりをするのが市の役目だと言いましたが、皆をやる気にするためにはどうしたらいいのかというと、やる気に溢れて、皆を引っ張ってくれるような人を見つけてくるのが一つと、もう一つはプレイヤーを横に繋いでネットワーク化していくことが考えられます。そのための重点項目として作ったのが「観光まちづくりラボ」ということになります。稲沢市にも色々な人がいて色々な想いを持って様々に活動していますが、その人たちが主役になって一緒に何かできる場があると、もっと活動が活発化していくだろうという仮説のもとにラボを立ち上げました。ラボではプロジェクトごとに色々な人たちに関わってもらって、市が誘導することをせずに、市民のやりたい方向に進んでもらうという作りになっています。なかなかこれは難しく、普通は市の仕事としては誘導したくなる所を、それをやらずに、市民の皆さんが考える稲沢の魅力を市民の方々が主体的に活かせるような場づくりに徹して、ラボの運営に関わってもらっています。その結果として、今では15のプロジェクトができあがって活動しているという状況です。各事業の進捗状況の中でも、ラボの活動があるからできていることも幾つもあって、この動きをもっと活発化させていきたいと思えます。そして、より具体的な形ということで今回グルメ開発も一つの大きなテーマとして挙がっているところだと思えます。

[委員①]

今、委員長からラボについての言及がありましたので、観光まちづくりラボの事務局という立場から運営状況を説明させていただきます。まちづくりの主体として活動していただく市民の方たちについて、当初立ち上げる時には、本当にたくさん集まっていたかということに心配していました。現在はラボの活動としては皆さんにある程度支持していただき、また活動内容の情報発信についても各方面からしていただいていますので、大分広がってきたということを実感として感じております。というのは、市内に限らず色々な職種や立場の方に参加していただいていますので、その参加のしかたは人それぞれです。

最近では医師の方も参加されました。この方は地域医療・在宅医療に興味を持っていて、観光協会で社会教育士のための研修をしたいと申し出をされて観光協会に足を運ばれました。社会教育士の資格を取ってこれを活用して、地域医療に繋げていきたい、地域に入って色々な立場の方と連携して医療を進めていきたいということをきっかけに観光まちづくりラボにも参加されています。他にはイラストレーターの方にも参加していただきました。その方は岐阜県のある自治体でイラストを活用したまちのPR活動をしている方で、市内でもイラスト教室を開いています。稲沢市でも、イラストを使って地域の活性化に協力していきたいということでラボに参加されるようになりました。

このように色々な職種、立場の方が、既に参加している方から紹介されたり、SNSでの情報を目にしたたりして参加いただき、活動も盛り上がってきていると感じています。最近ではコロナ禍で具体的な活動ができない状況ではありますが、多種多様な方がそれぞれの立場、考えの中で参加していただいているところです。そうした方に更に働きかけたり、情報交換等の場を持ったりして、観光まちづくりのアクションプランを推進していけるようにと思っております。

[委員②]

今日これまでの説明の中で、ご当地グルメ開発に関する基本方針というものがある、非常に良いことだと思いました。稲沢の名産を考えたときに、農産物についても近隣の一宮市と大きくは変わらないという中で、強いて挙げれば祖父江の銀杏は少し有名か、というような状況と思います。銀杏の時期になるとまちを黄金色に染めて綺麗だということで、テレビ局も祖父江の風景や芸能人が料理店で食事するという映像を放送するのを見たことがあります。やはりマスコミを通じて目にするので、見た人も行きたいという意欲が増すと思います。自分も実際に食べたときにはかなりボリュームがあつて、訪れた芸能人の方は美味しいと盛んに言っている自分には少し合わないと思った記憶があります。その料理店の店主の方に、料理に使っている銀杏は何かと尋ねてみたところ、“栄神”だということでした。祖父江町で生産される銀杏が主に4種類という中で、“栄神”はたくさん取れる品種ではないため、聞いたときには「これが“栄神”か」と思ったものです。

基本方針を見ているとご当地グルメの定義決定ということで、食材の掘り起こしや磨き上げと書いてありますが、イタリア料理やB級グルメ、和懐石、フランス料理など色々な料理があるうちから、どのように進んでいくのか興味深く感じています。やはり食べるということ、子どもから老人まで広く興味があると思うので、ぜひ良いものを開発していただきたいと思います。

[委員長]

今、いくつかの話題があったと思いますが、PRに関してはマスコミの利用をもう少し計画した方が良いというのは感じているところです。また稲沢らしいグルメについては積極的に進めてほしいと思います。このように観光で事業をやるときに常にぶれないようにするために考えないといけないのは、誰がやるのかということです。そして誰がやるのかを考えるときに、もう一つ裏側に必要なことは、何のためにやるのかという点です。色々なプレイヤーに参加してもらえないとできないというときに、この人たちが主体的に参加したいと思ってくれる理由がきちんとならなければ、その人たちの主体性を引き出せないということになります。

先ほど話したような稲沢をもっと魅力的にしたい、稲沢をもっと楽しいまちにしたいということは綺麗事の話ではなくて、住民の参加を促すためには必ず必要になってくると思います。グルメ開発について、これをやって何のためになるのか、プレイヤーが参加するときに共有できるような目的は何になるのか、プレイヤーに参加してみたいと思わせる理由は何かということは、事業を進める上での大きなポイントになります。

先行事例で挙がることが多いカレーうどんは、私も時々行くまちなので、目にする機会は多いのですが、なかなか気が進まない。メニューを作って人を呼べれば良いのか、ということを考えて

しまって、まちの魅力としてこれがあることによって何かが伝わってくるということがあまりないような気がします。参加を呼びかけることで例えばノリの良い人が参加してくれて、地域にも提供する店は幾つもありますが、そこから広がりを感じないのは、そこで皆が共有する目的や将来像がないのかもしれないという気がしています。きちんと調べればあるかもしれないですが、私には感じられなくて、それよりも野菜やちくわを取り上げる方がそのまちらしいのに、どうしてカレーうどんなのかということを考えてしまいます。そういう意味では、色々なところで取ってつけたような名物グルメがありますが、やはり広がってこないように思われます。何のためにやっているかが分からないと参加者は増えてこないし、決して広がってこないの、その辺りがきちんと伝わるようなストーリー性が見えてくると良いのだろうと思います。

あとは差別化がとても大事で、別の言葉で言うとブランドということになりますが、周りと同じようなものだから差別化が難しいということはないと私は思います。モノとしては同じでも、人の想い、まちの歴史、つまり人やまちの魅力によって差別化を図るということです。例えば稲沢の植木についても、植木の産地は全国ほかにもある中で、なぜ稲沢で植木が盛んに行われているかといえば、砂地が多いという地域の特性や昔から想いを込めて植木を作ってきた人たちがいるというような、地域の歴史や人の想いを使って差別化するということになります。グルメに関してもそういったことを感じられるようなものになると良いと思います。先ほどの発言の中にあつたように、銀杏に4つも種類があることを知っているのは稲沢市民以外には多くなくて、銀杏の種類ごとに食べ分けるといことは他所の人からすると大変な驚きをもって受け取られるようです。ですから、わざわざ少ない方の品種を使って、そこに想いを込めてラーメンを作っている人がいるのなら、その辺りが伝わることで差別化ができるのではないかと思いついて聞いていました。

[事務局]

委員長の話聞いていて、それぞれもっともだと感じています。地域のプレイヤーについて考えたときに、自分の旅行会社時代の経験から、地域資源の魅力の商品化して誘客するということがビジネスとしてやってきて、その時の地域の人と旅行会社との関わりは、例えば宿泊事業者や観光事業者が商品化することによって事業者も潤うので、その人たちの仕事ということで旅行会社と連携して誘客まで繋げてきました。現在観光に取り組んでいて、まちづくりということについては十分理解できますが、そこに“観光”がついて地域資源を商品化して誘客するとなったときに、プレイヤーという観点から見て、稲沢市では観光でビジネスをしている人というのはかなり少ないと思います。委員として来ていただいている善光寺と国府宮神社を観光と言って良いかという問題は別として、他には稲沢市内だと荻須記念美術館が入場料のある施設として挙げられるくらいで、宿泊事業者もそれほどありません。一般市民の多くはサラリーマン、敢えていえば飲食事業者で、その人たちにプレイヤーとして商品化してほしいということについて、現在はかなりギャップを感じているのが正直なところです。

その人たちがまちづくりとして自分の地域の魅力を誇りに思って色々イベントをやるといったことはできていると思いますが、観光を通じた商品化をするとすると、本当の意味でのプレイヤー（宿泊施設や観光スポットの関係者）でない市民の方をどうやって巻き込んでいくのかをす

ごく悩みながらやっているもので、その辺りのアドバイスをいただければありがたいと思います。

[委員長]

そこが「何のために」という部分になると思います。例えば美濃路に関して活動している人も業者の方ではない訳で、逆に業者なら分かりやすくお客さんが来れば儲かるから努力してほしいということが言えます。私が愛知県で仕事をしていて健全だと思うのは、お金にならないことに一生懸命取り組む人もたくさんいるという点です。儲かるからやるのではなくて、地域をもっとよくしたいという想いでやれる人がたくさんいるところが良いと思っています。結局そういう人たちがたくさん来てくれれば嬉しいし、自分たちのまちをもっと楽しみたいという部分もより達せられることになります。お金はできれば落ちた方が良いでしょうけども、人が来ることによってまちが元気になっていくという効果を引き出せば、そういう人たちというのは十分商品化に乗り出してくれるのではないかと思います。

例えば歴史をやっている人からすると自分たちで歴史を学んで楽しむこともできますが、お客さんを呼んで、自分たちのまちの歴史を知ってもらうことに意味があると考えて、稲沢の歴史を広めたいと思うのならツアーとして商品にしてくださいということになります。つまり、やる人たちがそのケースごとにどういう効果を期待して何のためにやるのかというところで合意できれば、商品化には進んでいくのだと思います。

[事務局]

商品化をする主体となるところがないと、部分・部分ではそういう人の手助けが必要になるけれども、では実際に商品化を誰がやるのかとなった時に、その窓口というか取りまとめるところをしっかりと決めないとなかなか具体的には進まないというのも現実かと思っています。

[委員長]

そういったところを観光協会にやってほしいというのも思うところではあります。きちんと商品化して、お客さんが来るような誘客をすれば素材がもっと魅力的になっていくという地域への逆向きの効果を発生させられるのは、地域で商品化を担う人たちです。お客さんにとっても魅力的だし、地域にとっても魅力になるような、そういう商品づくりをしてくれる主体があったら良いと思います。それについては、これから話し合っ、観光協会の組織強化というのも計画の中で重要な事項として挙がっているので、最終的には稲沢市版のDMOみたいな形にしないといけないだろう、そして5年間でDMO化までいくという筋道は、できればつけたいという風には思っています。今後5年間の話をする中で、もう少し詰めた観光協会の組織強化の話をしたと考えます。これまでの状況で言うと、5年前にはなかなか観光協会の絵が描けなくて、最終的にはこのDMOに近い組織にしたいという想いはあっても、当時の観光協会の現状を鑑みながら、というところがありました。今でもその状況はあるんですが、イベントが大きな仕事として観光協会に担っている部分があるので、そこを即座にDMOにします、という訳にはいきませんでした。5年経った今の段階で、イベントについても見直すところは見直していかないといけないでしょうし、その上で機能強化として今言ったような、きちんとした誘客ができるとか要素を取りまと

めて商品化の窓口になれるという部分を明確化していく必要があるだろうと思います。

今の話に関して、直接的にお金にならなくてもやってくれる人は増えてきていますが、もっと明確にメリットがあるのは、やはり事業者ということになります。それは観光事業者も含めてになりますが、稲沢市にある様々な飲食業、製造業、農家といった人たちにもっと使ってほしいと思っています。これについては絵が描きやすく、観光というのはPR手段としてすごく有効です。つまり、モノというのは出してしまえばモノでしかありませんが、観光は現地に来て、モノの裏側にある歴史・風景・人の想いを伝える場を作り出せるというのが大きなメリットなので、それをもっと広めることで稲沢の産業を元気にできるだろうという予測があって、現在の計画にも様々な産業の連携という項目が入っています。

観光とは差別化をする上で本当に有益な手段であって、よく例に出すのは八丁味噌なんですけど、愛知の人はあの味噌を食べる人が多いイメージですけども、実際は岡崎城から八丁のエリアのものを八丁味噌というのであって、他は八丁味噌ではないというのをご存じかと思います。でも外から見ると愛知の赤味噌全体が八丁味噌という名前での認識になっている。どうして八丁味噌がブランド化されているかという、私は蔵を見せているからだと思います。実際にお城から八丁という距離で、お城を見た後に味噌蔵を見て、整然とピラミッドのように石が積み上がっているところでどんな想いで味噌を作っているのかを聞いたら、その味噌の差別化・ブランド化というのはすごく明確にできると思います。味噌はスーパーで並んでいるとただの味噌ですが、やっぱり現地に行って工場を見たり作っている人の想いを伝えたりすると、きちんと差別化されたブランドを作れるという点で、もっとそういった使い方をすれば良いのにと感じます。

最近ではそういう事例は増えていると感じていて、西尾の抹茶や一色の鰻のように、外に出すのでなくて来てもらって食べてもらうというところから、ブランド化できている例が愛知にはあります。稲沢もこれをやったら産業振興に観光をもっと使うことができると考えていて、銀杏はそうなっているとも思います。銀杏は外に出すとただの銀杏ですが、祖父江に来て色づいている姿を見ると、やっぱりここの銀杏は違うと思うし、地元の人から4種類食べ比べてほしいみたいと言われると、祖父江の銀杏ってすごいということになると思います。こういう例はもっと増やしてほしいし、今度取り組むグルメもそういう流れの一環としてやってほしいと思います。それに向けた意見も、商工会から出していただけたらと期待しています。

[委員③]

銀杏については、たくさんある品種のうち祖父江で生育しているのは主に4品種ということで、先にご紹介いただいたとおりです。消費量でいうと“藤九郎”が一番多くて、先ほどの“栄神”は饅頭やラーメンに使われて、成分や味が良いという評価の中で好んで使っていただいていると思います。ただ、やはり流通が少ないので、ラーメンを出す飲食店に渡すときにも苦労するような場合もあります。銀杏の中でも樹種・品種によってブランド化されていますので、そこに蘊蓄をつけてPRできれば、もう少し関心度が高まるかなというようなアイデアをいただいたように思います。

[委員長]

事業者の方との連携、事業者のプラスになるような観光のあり方については、商工会と一緒にできないと思いますので、今後5年間、それを重点項目にしても良いくらいかと思います。

本当であれば委員の皆さんに一言ずついただきたいということもと思いますが、3月までの時間をかけてやっていくということなので、改めてこの計画の方向性というものを確認させていただきました。これをさらに進めていくために、皆さんにもご意見をいただきたいという風に思います。

それでは、協議事項1「稲沢市観光まちづくりビジョンの中間見直しについて」及び協議事項2「観光関係事業者ヒアリング調査について」は、ただ今皆さんから出た意見等を踏まえて進めていただくということによろしいでしょうか。

<意義等の発言なし>

ご異議ないようですので、事務局には今回の意見等を方向性として、計画の改定を進めていただければと思います。

続いて協議事項3に移ります。先ほどの協議内容に限らず、委員の皆さんから稲沢市の観光について広くご意見・ご質問等があればご発言ください。もしくはご自身の所属団体の活動紹介を含め、この機会に意見交換や情報共有ができればと思いますのでよろしくお願いします。

[事務局]

せっかくの機会なので、本日お配りした資料について、ご説明させていただきたいと思います。お手元のクリアファイルの絵柄は、稲沢市と一部を愛西市にまたがるところに勝幡城という織田信長が生まれたとされる城が存在したということで、当時の勝幡城の絵を蓬左文庫所蔵の資料から作成して、お城関連のイベントでノベルティとして配布しているものになります。当初は有料販売も検討していましたが、蓬左文庫の方からなかなか承諾が得られずに無料配布としている経緯があります。

中に挟んだ冊子として「稲沢のカフェ」があります。委員長の話にもあったプレイヤーの一つとしてカフェがあって、24施設を選んで冊子にしています。今までの観光協会のやり方としては、既に会員になっている事業者の紹介はやってきていましたが、今回はお客さんの視点に立って、行ってみたいお店は会員・非会員の区別なく、という考えで進めました。結果としては観光協会の会員になってもらうことを条件に掲載となった訳ですが、当初の流れでは市場での人気がどうかということで、インスタグラムで「いいね」が多い順に並べて、人気のお店に会員になってもらうことも併せて取り組んでいて、これは結構好評をいただいていると思います。当初印刷した20,000部の在庫がかなり減ってきたということで、現在増刷を発注したところです。今後こうした若い女性をターゲットにするという部分が不十分だったところを補ったり、稲沢市外からこうしたカフェを目当てに稲沢へ来て、ついでにどこかで観光もしていただきたいという狙いでこの冊子を作りました。

もう一つのチラシについては、バスツアーになります。こちらは歴史好きの仲間と稲沢市内だけでなく周辺の市町村も回ろうということで、委員長が座長を務めている愛知県の「愛知観光

まちづくりゼミ」の中で織田信長にスポットを当てて、信長ゆかりの地を巡るツアーとして設定しました。去年やる予定だったのがコロナで延期をして今年催行したのになります。歴史関係でそれほど有名でないところに行こうと思うと、ターゲットはやはり歴史好きということになるので、3月に常滑の会場であったお城イベントでチラシを配布することによって、満席で実施することができました。課題としてはお金が落ちる先を食事場所等の関係で愛西市にってしまったので、稲沢にどうやってお金を落とすかということを探しているところです。

他には稲沢は木曾川でウインドサーフィンやSUPができるということで、いわゆるリゾート地として名古屋から近いんですが、市民でもそういうアクティビティができることを知らない人もいるので、初心者向けの商品化をすることで少しハードルを下げようと企画したチラシになります。これは正にプレイヤーがいて、観光協会が商品化のお手伝いをして誘客に努めている一例として紹介させていただきます。

それから、地域の魅力を商品化する一つの例として、稲沢は植木のまちということで、盆栽や苔玉づくりをしているプレイヤーはいますが、こうした方は商品化をして積極的に誘客するという流れはなかったもので、色々とヒアリングをした結果商品化したというケースです。裏面では国府宮神社が載っていますが、神社で参拝する方は多くても、奥深いところまで中に入って色々な説明を聞くということは一般の方は機会をもたないのでツアーとして企画をしてみたら結構な人気となりました。

今後もそういった魅力を感じられるものをいかに商品化して誘客に繋げるかということで、先生が仰っていたようなプレイヤーを発掘していきたいと考えています。

[委員長]

その他にご意見やご質問等がありますでしょうか。

<意見、質問等無し>

[委員長]

他に無いようですので、以上で本日の議事を終了したいと思います。たくさんのご意見をいただき、ありがとうございました。

3 その他

[事務局]

ありがとうございました。今後も委員の皆さんからご意見をいただきながら、「稲沢市観光まちづくりビジョン」改定の取組を進めてまいります。

それでは最後に、事務局から3点事務連絡をさせていただきます。

はじめに次回の会議についてですが、先ほど担当からご説明しましたとおり、本年度は、この後行います観光関係事業者へのヒアリング調査の結果を受けて改定案に関する検討、審議をお願いしたいと考えております。会議の日程等につきましては、文書で改めてご案内いたしますので、よろしく願いいたします。

2点目としまして、8月27日（土）にサリオパーク祖父江で稲沢夏まつり 2022 が開催されます。打ち上げ花火と 173.0m を目指して行うナイアガラ花火のほか、盆踊りなど夏らしい催しも行われますので、お時間がございましたらお出かけいただけますと幸いです。なお、今年は感染防止対策の一環として、バスの乗車時間を短くするために往復バスの発着は会場と森上駅のみとなりますのでご注意ください。

最後に3点目としまして、本日の会議への出席に伴う謝礼につきましては、指定の口座へ振り込ませていただきますのでよろしく申し上げます。

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

以上