

令和元年度第3回立川市第3次観光振興計画協議会 要旨

会議名称	立川市第3次観光振興計画協議会
開催日時	令和元年10月11日（金曜日） 午後7時00分～午後9時00分
開催場所	立川市役所210会議室
次第	<ol style="list-style-type: none"> 1. 開会 2. 立川市第3次観光振興計画（骨子案）の構成の見直しについて 3. 立川市第3次観光振興計画（骨子案）の各構成内容について <ol style="list-style-type: none"> ①立川市の観光振興の必要性 ②観光振興の動向について ③立川市の現状について ④立川市が目指す将来像について ⑤観光振興の基本方針について
配布資料	<ol style="list-style-type: none"> 1. 立川市第3次観光振興計画（骨子案） 2. 観光資源 3. 立川市第4次長期総合計画 後期基本計画 骨子案 4. 第2回協議会議事録
出席者	<p>[構成員]</p> <p>会長 岩崎太郎、副会長 岩下光明、小野和久、及川卓也、嶋津隆文、木嶋雅史、鈴木義嗣、前田千歳、矢ノ口美穂（産業文化スポーツ部長）</p> <p>[事務局]</p> <p>奥野武司（産業観光課長）、津崎政人（観光振興係長）、中澤栞（観光振興係）、岸田知裕（観光振興係）</p>
欠席者	都築諒、中田龍哉、穂積計人
話題提供者	なし
公開及び非公開	公開
傍聴者数	0人
会議結果及び要旨	<ol style="list-style-type: none"> 1. 次回日程は令和元年11月6日（水）午後7時から9時までとする。 2. 次回は、立川市が目指す将来像となるキャッチコピー並びに観光戦略の検討を行う。各委員には、将来像のキャッチコピーの作成及びその理由について課題作成を依頼する。
担当	産業文化スポーツ部産業観光課観光振興係 電話 042-529-8562

1. 開会

2. 議題

(1) 立川市第3次観光振興計画（骨子案）の校正の見直しについて

(事務局)

資料に基づき説明。

(会長)

まずみなさんで、今の説明部分について何か意見があるか。副会長はいかがか。

(副会長)

一番最初に「なぜ観光が重要か」があるのは分かりやすくてよいかと。ただ、「なぜ」という部分が少子高齢化、立て付けだけのような気がする。これからの観光は、我がまちを愛するシビックプライドみたいな、そういったことが必要だとか、自治会の加盟率が落ちているとか、そういった視点も必要かなと思う。

もう1点、イベントによる活性化みたいなイメージになると、ビッグネームのイベントで人を集める。ただ、補助金があってこそできているイベントも市内にはたくさんある。その支出が、行政として継続可能か、民間でのイベント、その辺りの立て付けがどうなるのかは、商店街にいる人間としては関心がある部分。独自財源で回せるようなイベントを創出していかないといけないのかなと。

(C委員)

まず2点。

1点目は、副会長の話とも関連するが、これは誰に向かって発信するのが気になっている。めちゃくちゃ難しい、ぎっしり入っていて、誰が読むのか。観光振興の必要性に尽きるが、自分なんかは、ここで言われている「行きたいまち、住みたいまち」、日常を楽しむのをどう作るのかが大事であって、それなのに「財政状況をなんとかしなきゃ」というのを持ってこられると、違うぞと。

まずは、楽しみというステージをつくることに必要性があり、そこに連動して、活性化してビジネスで儲かればというところ。最初から財政悪化をクリアするために、人口減少に対応するためにというのは。観光を考えるのは、市民に向けた時に「面白いことをやってくれよ」というのがあって、そこが前後すると焦点がぼける。

2点目は、なぜびっしり人口動向、国の動向など・・・これは行政に向けた白書みたいで、こんなに固い文書を誰が見るのだろうと。自分なんかは、3分の1くらいに削ってもいいのではと思う。

とても読むのが大変で・・・みなさん読まれたらどうか？大変だなと思う。役所と議員が楽しむにはいいかもしれないが、市民向けではないなど。誰に向けているのか。「住みたいまち、訪れたいまち」とした上で、必要最低限でいいのかなと。半分、3分の1くらいにするのを提案したい。

(会長)

これは、一般市民向けではないのかなと。立川はよくやるが、概要版とか。おそらく、これは議会にもこういう現状があるというのを説明する資料でもあるし、私たちのような関わっているメンバーが見るものでもあるから、ある程度のは作っておく必要があるのかなと。一般向けは、また考えようということでもいいのかなと。

(C委員)

そういったものが出ている？

(会長)

観光振興計画についてはなかった。

(C委員)

一般市民向けにしちゃうと、バカにしたようなものが出る。軽く、こう太陽がきらきら光って、「明るい立川を作しましょう」というような。何を訴えようとしているのかが、骨太でもいいのだが、人に語り掛ける優しさがあってもいいのかなと。議会とかプロに向けようが、簡単なパンフレット作ればよいというものではないのかなと。みなさんが読んで「分かった」「世界傾向、観光、十分承知した」というくらい、日常会話に楽しめるものであればいいのだが。

(会長)

あくまで立川市の計画なので、そういう方向がいいのかはまた検討してもらおうということで。

(C 委員)

これは、観光振興計画をつくるのを、我々が提案するのか、それとも市がつくるものに我々が入るのか。提言書とかをつくる、やりきれんかは別個に計画を作ることが多いが、提言書は市民サイドのもので、役所はお金のこともあるし、一応こじんまりとなりながらも現実的なものをつくる。この計画は、最初から役所がつくるものに我々が入るということでいいのか。

(会長)

その通り。

(C 委員)

役所の視点から住民に訴えるときに、上から目線でなく、語り掛けるようなことが大事かなと。バーンとやって、フォローするのではなく、この段階から表現の仕方とか目線とかを考える必要もあるのかなと。なにせ読むのが大変だったので、それに耐えきれぬ耐性、能力を持っているのかが気になる。

(会長)

一つの意見として市民向けにつくるべきという意見もあったが、このあたり、A 委員はいかがか。

(A 委員)

確かにその通りだが、とりあえず立川としての観光振興の部分については、しっかりといろんな角度から見て最終的な計画性をつくって、プロモーションとして市民に対する時にどうするか、というのは別のところでいいのかと個人的には感じる。

(会長)

G 委員、いかがか。

(G 委員)

一つは、もちろん市民の説明責任もある。ただ、C 委員の話のように、提言と分けて作るものではなく、直接行政が作るものに対して意見をもらうものになる。行政が叩き台を示したときに、どう実行するか、読みやすさなどの意見をもらってブラッシュアップしていくもの。

(会長)

その部分は、まとまったら少しずつ提供してほしい。内容については、一応この体制で進めることとしたい。必要性について、E 委員はいかがか。

(E 委員)

個人的な希望でいうと、国の動向、東京都の動向とあるので、多摩地域の動向を入れて欲しいなど。都内と全然状況が違う。東京といっても市民にはピンとこないし、同じではないので理解に苦しむところがあるかなと。ちょっと難しいかもしれないが、できる限り、現状把握程度でもいいので、なんとか見える化ができないかなと。

(会長)

多摩地域の動向は、何か資料があるか。

(F 委員)

多摩の市町村が、多摩全体での観光振興をどうしていくかということで、2年間にわたって議論したものがあつた。そのあたりを活用すればできるのかなと。

ただ、如何せん多摩というと非常に広い。5つのブロックでやっているが、全くカラーが違う。同じ多摩でも、西多摩、北多摩でも違うし、同じ北グループでも、立川とは全然違ったりする。それをまとめて書くのは苦勞すると思うが、材料として使うのも一つの手かと。

(会長)

少し検討を。D 委員、いかがか。

(D 委員)

自分はインターネット社会が計画に入ったのはとてもよいなと思った。観光自体のやり方が変わってきているだろうと感じるし、5年前と今と、次の5年後に作る計画と、twitter や Facebook も変わってしまっているかもしれないし、それを追っついていこうとしているスタンスが出ているなど。そこはいいのかと。それを、中身にどう入っていくのか、盛り込むのかがポイントかなと。

(会長)

B 委員、いかがか。

(B 委員)

私は、インターネット社会と観光、物見遊山型観光のところはいいかなと思う。議論かと思うが、インバウンドの捉え方で「インバウンドの方々はどこからどれくらい来ているか」という定量的なものとの質。農水省とか、その裏側に人口減少社会にあって「移動と交流」みたいな、ただの旅行から、もう少し交流人口、関係人口で事業的な連携ができていくような、海外のインバウンド客との質の違いが見えるところを検討・分析して、動向の中に盛り込むのは検討の余地があるのかなと。東京都の分析では、今大きな産業振興プランの記述があるが、TAMASHIMA の、何か取り組みを盛り込むというのは意見としてはいかがか。

(F 委員)

動向で書かれている東京都の今の動きは、エッセンスで書いていると思っているので、どこまで書くかだが・・・立川市がどうするかがメインなので、ここで書きすぎるのもいかがなものかと思う。大きな流れというものが3行くらいで書ければ。そこは全体のバランスを見てかなと。

この中の記載で、エッセンスを書いているといいかなと思うが、立川のこれから出されていく戦略と一致する形がいいのかなと。戦略の出方を見ながら、書きぶりの追加を考えてはどうかと思う。

(会長)

多摩地区の話も出たが、今度いくつかの市で多摩の観光を考える会議がある。

(G 委員)

11 月か。

(事務局)

広域連携サミット。

(会長)

それも多摩地域の動向に入ってくるのかなという気もする。観光だけじゃないのかもしれないが。

(F 委員)

多摩として括ると難しいのは、色々な切り口があること。広域もトピックであり、今後に向けた戦略を打ち出せるなら、それは東京都のプランにも書いてある。あるいは、そうではなくて、観光まちづくりを深めていくなら、その記述をプランから拾って書ける。立川市としての観光振興、多摩の中の立川としての観光振興をどうするかを見せたうえで、どこを記載するかということになるのかなと。

(事務局)

おそらく第1回のゲストのグッドライフ多摩のような、立川のより西側、より自然、都会にとっての新鮮なエリアのゲートシティとしての、多摩の中における立川の役割も出てくるだろうし、住んでいる人、我々住民がシビックプライド、住んでもいい、人を招く、それによって新たな交流が生まれるこの場所がいい、と思ってもらえる表現というのは、この中でまだまだ足りていない部分かと思う。それを踏まえて、後段に繋がる部分が大いにあるかなと。

C 委員からもあったように、メッセージとしてまだ弱い部分、行政側の立場でどうしても「人口減少＝財源不足」みたいな、そちらのストーリーで書いてしまったが、副会長の言うとおりの、自分の住んでいる土地を愛して、暮らしを愛して、そこに人に来てもらって交流することで、より愛着を持ってもらう、みたいな視点が少し欠けているのかなと。

ただ難しいのは、より簡潔にという思いはありつつも、具体的にこういうことをやっていくんだというものを示す前段としての整理、背景にある部分について、多少長くなっても、そういうのがあってこそその具体的な戦略というストーリーが見せられないといきなり「これをやります」と言っても、どういう議論があってそうなったのか、結論だけあっても難しいのかなと。

第3回の趣旨としたいのは、戦略の流れの部分で、今までの議論をエッセンスとして入れてみた中で、インターネットの部分などいくつか評価があったものもありつつ、多摩に関しての記述が足りないのは意見のあったとおり。そこは肉付けをしたり、東京都の動きの中での多摩の動きのようなことも含めて、書き方は工夫していきたいと考えている。

(会長)

必要性が前の方に来ただけでもよくなったかなと。

(C 委員)

今回7章以降は後にするということだったので発言しなかったが、一番のキーワードは多摩、広域だと思っている。そういった意味で、立川は交通ネットワークも産業も多摩のへそ。このポテンシャルを観光に使わない手はない。多摩を捉えた上での立川をきちんと、どう影響力を持つのか、それが前半にあって、それから後半に展開をしていく。そういう話になればなど。

東京都で、多摩に限定したものはあまり出ていないが、市長会がちょっと作ったりしているものを持ってくるとか。全部やるのか、立川を中心に5つとか8つとか、それくらいのエリアで効率よくやっていくか。選択肢は色々あると思うが、色々大学でも多摩に限定した数字を作っているところもあるので、それを使って、多摩のポテンシャルをきちんと言ってから後ろに繋げること。立川はいい位置にあって、使わない手はないと考えている。くどいようだが、伝えておく。

(会長)

そのあたりは、考慮してもらおうということで。

立川市の現状について、事務局から説明を。

(事務局)

資料に基づき説明。

(会長)

議論を呼ぶ項目になると思うが、前回目標としたものを推計値として、これは予測かな、という書き出しになった。今回も見出しをみると、振興計画だが、目標という言葉が出なくなった。それがどうなのかというところ。何か目標となる数字を置くべきか、というところ。また、第6節の4項目など、色々意見があるかと思う。

(F 委員)

早く言わなければと思っていたが、15 ページの推計値、基本的な考え方。前回と変わっていないと思うが、東京都観光客数実態調査について。立川市の統計の中には、百貨店等も入っている統計値とある。そこも加味して都市観光として推計に入れるとあるが、すでに東京都全体の中の実態調査には含まれている。もちろんビジネスも入っており、観光客等と言っているのは、正確には旅行者。ビジネス客も観光客も両方入っている。ここの書きぶりは少し直さないといけないかなと。

加えて、推計するということの難しさ。なぜ東京都で区市町村別の数字が出せないのかというと、国の共通基準に従ってやっているが、この基準に従うとなると、観光施設の1施設あたり1万人以上の客数がある所を入れるように、となっている。多摩地域では限られてくる。さらに、外国人旅行者も、地点を増やしたが、あまりにも少なすぎて推計にならなかった。だから、すごく難しい部分では確かにある。私自身、あまりにも数がわからないのは課題だと思っているので、従来のアンケート型のやり方は、それはそれとして国の共通のやり方なのでやってはいくが、今のモバイルとかITが進んだ時代なので、そういったものを活用しながら、せめて多摩全体だけでも出せないか検討はしている。そういった制約があって、難しいと思う。

そういう中でも、西多摩の行政圏域の中では、圏域の中で数百人しか来ない施設でも、3日間決めて推計で5年に1度やっている。そういった手法もちょっと研究してもよいかなど。

(会長)

振興計画は色々なところで作っているが、目標に掲げる数値はどういったものか。スタンダードなものはあるのか。通常これを使うとか、どう調べるのかとか。

(F 委員)

独自に推計を出されているところもあれば、そうでないところも多い。具体的な目標値が必ずしも書かれている訳ではない。

(C 委員)

目標値で話題になっているのは、東京都が出した出生率。実は4、5年前に静岡県で1.4、5くらいの出生率が、知事の判断で2.02を出生率に上げた。

(F 委員)

長期計画の目標値。

(C 委員)

その通り。普通の積み上げなら絶対あり得ない、でも政治的にこれではまずい、パーッと 2.02 にしようとか、すごいラフで上げる。心ある人はハラハラしちゃうけど、政治家はそれでも明るく描かないとまずいとか、そういうレベルのもの。

観光計画も、何を設定するかはきわめて政治的なものがあると思う。今の韓国、中国も、来年 1 月に中間報告が出るので差し替えたほうがいいと思うが、このトレンドとは違う姿が出てくる気がする。

1 つには、外国人は増やしたが、どれくらいの人たちが東京、立川に来たかの変数がある。また、韓国の観光客を止めた影響が、新聞レベルの話でほとんど数値に出ていない。

もう 1 つ、オリンピックがどれだけになるかわからない。

来年、変数がいっぱいある中で、今までのトレンドでやって数値を出すのはかえってすごく危険。推計値で出すのはよいけれど、将来のものはここで議論して、ここまで出してみようよという、そういう数値であっていいのであって、客観的なものはほとんど意味がないと思えちゃったりする。中国と、韓国と、オリンピックと、外国人枠の拡大のファクターはすごく大きいと思う。

(会長)

簡単に数字がでるものもあるかと。JR の定期外乗降客数、モノレールもそうだが、公園の入場数とか。正確なものもある。

(C 委員)

すごく正確なもの、すごく大雑把なものを足すと、どこが許容範囲かというのもでてくる。こういう表とか、どこまで意味を持つのかなと。もっと世の中動いちゃってるから。

(会長)

目標をどう置くかについて、いかがか。

(A 委員)

確かに今 4,200 万という数値が出る中で、これ以上観光客を増やす理由ってのはどうなの、というのは一つの根本であって、そこが目標値なのかということ、できるかできないか、どうやってやるのか。本来のなら満足度が上がったという指標が出れば一番いいのかなと。どういう手法でやるのかわからないが、そこに舵を切っていく時期なのかなと。数ではなくて。

(会長)

18 ページの 4 項目に「満足度を上げる」というのもあっていいのかなと。何をもちいて満足度とするかというのがあるが。ちなみに、この調査は何名くらいのアンケートか。下に N=613 とあるが、これは多いのか少ないのか。

(D 委員)

来街頻度の次のページの一番上のところ。3 時間以上の 40% が一番多いが、普通立川に遊びに来たら 3 時間以上いるのではないかなと思う。3 時間が最大の仕切りというのは、すごく少ない気がした。6 時間・10 時間があって、それが少なく見えるからそこを上げていこうよ、というようにした方が戦略として変化を見るためにいいのではないかなと思った。

あと、取り上げるべき数字としては、宿泊した人が 1.6% しかいないところもあるのかなと思っていて、西多摩の方のベースキャンプみたいところを目指すなら、もうちょっと目指したい数字ではあるのかなと思った。この 2 点を表から読み取って、目標にしたいなど。

(会長)

色々な項目があるが、アンケートの項目を変えたりして色々目標値ってのはできるかなと。副会長、いかがか

(副会長)

D 委員の言われたものは、成果として分かりやすい指標かなと思う。満足度はなかなか調査しづらいけれども、滞在時間が増えたとか、泊って観光した人が何人かとか、数値として把握しやすいかなとは思う。

(会長)

ほかに何か。

(C 委員)

観光資源に戻るが、歴史遺産とか資源とかいっぱいあるが、全部目に見えるもの。記憶の遺産、立川の飛行場、武蔵村山の少年飛行兵の施設作ろうとか、過去、文化の遺産とか、そういったものってすごく大事。砂川闘争とか苦い思い出だが、観光資源になるかもしれないと考えたとき、うど室とか、立飛の給水塔だけではない。100年かかった軍都としての記憶とかも観光資源とっていて、中央線、甲武鉄道の拠点としての立川というのは、非常に大きい意味を持ったりするものだから、歴史的な遺産を観光資源として位置付けてほしい。

(会長)

これはみなさんからのアンケートまとめたものか。その中に入ってなかったか。

(C 委員)

入れたのだけれど、なくなっていた。

(会長)

他に目標について、いかがか。

(B 委員)

色々ところで数値的目標を見るが、割とそれが、3年計画の目標が達成してるかしていないかって、あまり特に重要にはなかってなくて、易々と達成しましたと言っているけれど、内情はそれほど豊かになっていないとか、という問題もある。推計値ということで今回出すのは、自分はいいかんと思っている。逆に推計値の分析が18ページに一定程度書かれている。方向性として目標を、定量的な目標じゃなくて、ここにある新たな来訪者、リピーターを増やすとか、方向性とか、よりマネジメント力とか観光の体制を強化していくことによって、さらに数値が上がるというか、質の目標を掲げるのはあるのかなと思う。

(会長)

確かに。ただ、来街者のアンケートがすごく重要になってくる。

(事務局)

毎年の形で出来ていけば、5年間の計画の進捗管理もできるし、どう動いたかトレンドを追うこともできるが、自前でやっている調査でなく、5年に1度の計画の見直しのために、違う部署がやったものの中から引っ張ってきている。5年に1度はできるが、本来はもっと滞在時間を延ばしたいという意図があるから、細かくやるべきではないかとあるが・・・ただ、観光の数を目指すより、質、そこは満足度であったり、住んでいる人も誇りに思うというのはなかなか数で上がらないので、アンケートに拠らないと思いつつ、毎年進捗を管理する術がないので、そこをどうするか。逆にそうすべきとか、経済効果として落ちてないなら効果が実感しにくい気がするので、それなりにお金、エネルギーをかけてでもやっていくべきかを、5年間で築いていくというのも一つの目標になるのかな、という認識を事務局として持っている。あくまで推計になってしまうものを目標にするより、あくまで推計だと。本市がどこを目指していくのかとなると、もう数よりも質を目指すべきではというような思いは、事務局としてもある。

(会長)

この現状と今後の方向性というのは、曖昧なのかもしれない。

(B 委員)

ここが目標、質の目標みたいなことになってくるかもしれない。今の話で、調査の方法というのはこれからも進化していく。例えば今口コミとかSNSでプレゼントキャンペーンを打って、そこにアンケートを挟み込むとか、イベントをやるときに口コミを拾っていくとか。様々な、今までのアンケートとかの意見の取り方とは違う方法もあるので、トリップアドバイザーとかがやっているビッグデータを取り込んでいくとかの研究検討。データマーケティングが進化しており、そこをベースに新しいまちづくりも言われているので、そこを強化していくのは少し指針として出していく方向もあるかなと。

(会長)

最近ではtwitterとかも、どれくらい見たか、反応したかとかも分析が出るようになっている。そう

いうもので最新の分析方法はあるか。

(D 委員)

調べてみるか。

(会長)

一番は好評かだったかどうか。ただ投稿を見た、だけではちょっと反応が分からない。

(D 委員)

来街者調査も駅前ですら採った感じか。

(事務局)

MICEの会議で出たとあるDMOは、まさにデータマーケティングをやろうとしていて、今年はtwitterのデータを、NTTと業務提携して、NTTが分析して、街の中のポジティブ、ネガティブの情報を分析し、どういう情報が流れているかを分析し、どうしていくかを始めていると聞いている。各DMOもやりはじめている。

ただ、お金が高いというのがネックかなと正直おっしゃっていたが、もともと組織体にお金の問題があり、ちゃんとやらなきゃいけないという認識が出てきていると把握している。

(F 委員)

マーケティングをしっかりとやらないと、現状がどうで何を指すのかがなかなか定まらなると各地から聞いていて、今年度からマーケティングを活用した観光振興として、観光協会が地域の関係団体と組んだ場合にその調査費、アドバイザー支援含めて、全額財団で見るという事業が始まっている。

渋谷区観光協会が地域の商店街と組んでビーコン置いて外国人の動向をとということでやっている。渋谷区はスクランブル交差点がすごく有名で人は集まるが、渋谷区は消費に結びついてないと。写真を撮ってみんなどっかいつちゃう。奥まで入ってきてほしい。それでも来ている人はどこに行っているのか。それを商店街と一緒に連携して分析している。

もう一つは上野観光連盟。長い歴史を持っている観光連盟だが、旅行者が増えてきて、どういう動きをしているのかよく掴めていなかった。商店街や自治会と一緒に調査をすることをやっている。

そういった意味では、東京都では、先ほどの広域の話もあるが、どこか一つの地域の中で役所や観光協会だけが頑張るのではなく、関連者と連携してそういった調査やるとか、あるいは広域で組んで何か取組をするものができるよう支援策が検討されている。県外、都外の隣接するところと組む発想があってもいいかと。

(会長)

調査会社のマッチングは、観光財団がやってくれるのか。

(F 委員)

コンペで手上げ。どこがいいのかよくわからないというのもあり、観光財団はそのあたり分かっているんで、競ってもらっていいところを紹介する。そういったものをやっている。

(C 委員)

斜めに構えた話ばかりで恐縮だが、マーケティングの大事さは一方であるが、限られた人間でどうしても役人は数字に拘ってやったりするの好きだし、仕事としても目に見えるからいいんだけど、本当は街に出て色々なイベント掘り起こす、一緒にやるとかそのエネルギーも忘れちゃいけないし、マーケティングに割かれて動きが止まらないよう注意しなくては。その怖さ、正しさ、いい加減さを一杯見てきた。実際に動く、限られた人的資源をどうするかも考えたほうがよいと思う。

(会長)

議題の(2)の④について。ここも議論を呼ぶ項目かと思う。事務局で説明を。

(事務局)

資料に基づき説明。

(会長)

確か、前回も最後に、キャッチコピーをつけたほうがいいのか、という形が出てきたかと思う。まず必要なのかどうかと。

(B 委員)

どういうものにするか。思い、フィロソフィー。みなさんの思いを表現するキャッチコピー、ビジョンを言葉にしていくのか。あるいは、外に打ち出していく、立川の特徴を表すようなものにするのかで違ってくるかと。そこも議論のテーマかなと。

例えば、事例でいうと、神戸淡路の4市広域連携では、「島と都市のいいとこどり暮らし」。そういったコピーでこの地域の特徴を表し、それ自体が誘客やプロモーションの一つのコンセプトになっていく、人々が観光振興をする際の一つの指針になっていく。そういった対外的なコンセプトにするのか、自分たちが大事にしたいことを合言葉にして持っていこう、といったことにするのか

あと、SORANO HOTELの発表会、マスコミ向けであったが、「空と大地と人がつながる、ウェルビーイングタウン」と出されていて、こういう方向性で考えているのかなと。

(会長)

キャッチは副会長が得意だと思うが、いかがか。必要かそうでないかも含めて。適当なもの考えるのは、ぱっと出てこないと思うが。

(B委員)

話しながら、出てくるものでもない。

(事務局)

立川では、一つ誰が見ても分かりやすい観光のアイコン、昭和記念公園の強みはあるが、いわゆるテーマパークとは違う位置づけの立川における観光といったものは、ここに書いてあるような、まるっきり非日常を提供できるというよりは、住んでいる人には日常、利便性の高い、自然に触れられる街であるという強みはあるけれども、他の地域、多摩地域から来る方からすると、色々、何でもあるよねとか、駅から歩いて行けるところでのびのびした空間があるよね、というのが、その人たちにすると異日常の魅力に映っているのであれば、そこは住んでる我々にとっても誇らしい。多様なアート、音楽、自然、スポーツとか、色々な要素で、立川に来るとどういった趣味趣向があっても何かしら楽しめる、それを提供できる要素はあるのかなと。その書きぶりについては意見をもらいたい。

(会長)

その辺りは、コンセプトをどう持つかということになってくるかと思う。

(F委員)

本当にここで作るなら、プロに任せた方がよいかと。ただ、何でもよい訳ではなく、ここに何を書くか、それはこのメンバーで決めないと。プロはみなさんの思いを汲み取ろうとするので、そこは決めないと。他の自治体だと、キャッチコピーは公募にするなどある。それも一つのやり方だが、自由に公募で選ぶか、デザイナーの経験のある方に絞るか、そういったことを決めるなら、お金をかけないやり方もある。立川市の中でもプロの方は多いと思うので、相談するのもあり。あまりコピーにこだわらず、むしろ「自分たちの観光はこういうところだ」というのを固めたほうがよいのかなと。

(会長)

「立川をしらせる」の中で必要ならやっていくべきものかな、という気もする。

(E委員)

前回の打合せの中で立川のイメージの話が出ていたが、副会長が言っていた「受け入れてくれる」というイメージを感じる人が、住んでいる人には多いのかなと、今でも思うかなと。訪れたいとなったときには、それだと合わないかもしれないが、そのイメージは割と若い人は立川に対して持っている。そういうところは感じるので、ちょっと考えるところのポイントに入れてほしいなど。

(A委員)

MICEの議論と全く重複している。アピールポイントの話で、キャッチはプロに任せようということまで止まっている。言葉遊びになっちゃって、もうやめよう、いいのが見つければそれでいいし、となった。D委員の話だと、歴史的な寛容性について論議があって、色々調べてもらったが、文献では無いということだった。エビデンスというか、そういったものは見つからなかった。

(事務局)

立川の市史編纂をやっている担当、学芸員の職員にそういうエピソードがないかと振ってみた。市の重要な方向性になりうると思ったが、担当も、エピソードとして聞いたことはあるが、立川はいわゆる城下町として長い歴史のある八王子と比べると、甲武鉄道が通るまでは畑、田んぼが広がって

たまち。そこに鉄道が通って、広い平らな土地があったから飛行場が出来て、全国から技術者、当時の最先端技術を作る人が来て、それを寛容に受け入れて、競輪場やウインズも色々な意見あったが、それをエネルギーにして大きくなっていったと聞いた。

そういう要素は聞くが、学術的に整理されて、エビデンスとして出せるような形にはなっていない、という答えだった。そうすると、ここにも書きづらいかなという思いもありつつ、多様性、受け入れる懐の広さを、社会の傾向が割とそういったものに、そこに新たな出会いが生まれるというのは、面白いのかなと。

(B 委員)

立川はこういった視点で「何でもあるイコール多様性」なり「受け入れてきたからこそ色々ある」といった流れにもっていくことはできないのかなと。これだけ魅力があるのは誇れることだし、他と比べると魅力的な部分でもあるので、うまく表現できないかなと。

(副会長)

人が集まる場所、人が寄ってくる人間には3つあって、楽しい奴か、おしゃれな奴か、うまみがある奴か。うまみというのは「こいつと一緒にやれば、ここに卸せば儲かりそうだ」とか。まちづくり会社のビジョンは、立川にFUNとFANをつくる。楽しさと応援団をつくる。楽しい場所というPRをしないと人は集まってこない。

専門家に当然委ねるべきだと思うけど、インプットを間違えると、ろくなアウトプットが出てこない。どういう目標にするのか明確にしないといけない。

(C 委員)

キャッチコピーはあったほうがいいと思う。いっぱい書くよりは、1つぱっとあれば、インパクトあるし、基本はつくるといってどうか。例のJRの「そうだ、京都へいこう」「おいでませ山口」とか、こじやれたものがあるとすごく場所のイメージが出る。短いものでいいから。

外へ出すと当たり外れがあるから。事務局で少し出してもらって、それでダメなら投げるとか。「何でもあるぜ立川」とか、そういうものでもいい。できるだけコンパクトで。

(事務局)

立川市役所にサーフィン部があって、1時間でサーフィン行ける。また、ジブリに行ける、サンリオに行ける、北に行けばムーミンバレーパークも1時間。いろんな暮らしができるよねって話をしている、最初「私らしく暮らせる街」というのも悪くないと思ったが、豊島区がそんな言葉を使っている、被っていた。これじゃないなと思って、一回入れてみたが、限界を感じて一回削除した。「自分らしいライフスタイルを実現できるまち」というのも入れてみたが、違うなということ削除した。

10個考えるのは、もしかしたら厳しいかなと。ただ、方向性としては、立川は自分の過ごしたい過ごし方がたくさんできるんだろうな、という捉え方を事務局はしていて、だからこそたくさんの人が訪れていて、多摩地域からもたくさん訪れているのかなという見方をしている。そういう表現、インプットが正しければ、プロだったり詳しい方がいいんじゃないかなと思うが、やはり10個は厳しいかなと。

(会長)

だったら、委員からも出してもらって、その中に混ぜて、全部誰が作ったか分からないようにするとか。

(事務局)

事務局が全部考えるよりは、みなさんと考えたほうがいいかと。FUNとFANを作るというのもいい言葉だと思った。

(D 委員)

酒場みたいな街というように言っている。町全体が酒場。「楽しさなくして参加なし、参加なくして未来なし」ということを大事にしようよと言っている。立川無くして楽しさなしとか、そこにフォーカスしているというメッセージとかを、聞いていて思った。

(会長)

うまくまとめて、みなさんから意見が出やすいようにしてもらえれば。

(B 委員)

立川の価値はこういうところにある、というのも必要。

(事務局)

こういう理由だから、というのを入れてもらう。

(C 委員)

余談だが、国立に三角屋根ができるが、今キャッチコピーを議論している最中で、「プレイバック国立」という、百恵ちゃんとか、100年後の復活。赤いポルシェを大学通りにおくとか、そのとき出たのはコンパクトにいこうと。説明つけちゃうより。インパクトのあるものにしようというのがあった。

(会長)

難しい問題。最後、基本戦略について説明を。

(事務局)

資料に基づき説明。

(会長)

難しい部分だが、まずは分けて。活動領域について、いかがか。

もう少し、この視点が欠けてるとか、足りないとか。

(A 委員)

活動領域という意味はどう解釈しているか。何をもって領域という考え方なのか。

(事務局)

第1次の計画から継続しているが、考え方の深いところは正直読み取れていないところ。

(A 委員)

活動だけだと、地域を結ぶ、広域連携があって、ブランド創出がポンと入っていて、領域と書くのに違和感がある。領域の意味だが、観光するためにもっとソフト面を上げていくという意味だと逆にに入れていかないといけないし・・・地域を結ぶなどはハード面。有機的にどうするか、ブランド創出はソフト面を言っているのか、ごっちゃになっているのかなど。ハード面とソフト面を分けたほうがよいかなど。

(会長)

結論を出さなくてもいいので、どんどん意見を。

(D 委員)

事務局の説明を聞いていて、大きな枠は変えなくていいかと思うが、最初に資料を見たときに、A3の資料で評価がついていたものがあったと思うが、そこには「これに取り組もう」という施策が少ない感じがした。なので、もっとやれることがあるかなど。もっと掘り込む、そこに力を使った方がいいのかなど。

(会長)

何をやらなくちゃいけないかを積み上げていく感じか。

(D 委員)

その通り。

(E 委員)

基本的にはいいと思うが、半面、もっと分かりやすい表現、市民にアピールすべきところかなど。もうちょっと考えたほうが。具体的じゃないが、今までに比べると、ちょっと分かりにくいかと。

(C 委員)

2点あって、1点目は、第2次を読むと「みつける」「つなげる」「つくる」「そだてる」とあって、「みつける」も「つなげる」も、「つなげる」も「ひろげる」も、ある意味同じ。とても紛らわしいが、今さら変えるのかというところ…目をつぶって、これで行った方がいいかなど7割は思っている。

もう少し変えようというなら、やっていった方がいいと思うが・・・保守的かもしれないが。

2点目は、この中に50くらいの事業があって、大雑把なものから細かいものもある。50くらいあればいいと思うが、自分としては、5か年計画なので、ポイントはここでやろうというのがあると、アクセントがつくかなど。優先順位をつけることで、この50をベースに付け足すとか。

(会長)

前回は重点施策とかマークを付けた。これはよいかと。

(副会長)

非常に分かりづらいなど。ずっとあるものなら、まあそれはそれでいいかとも思うが、せっかく異日常づくりというキーワードがあるので、イベントによって日常にあるものを観光資源として育てようという領域があつていいのかなというところで、じゃあ行政は何をするのかというのが大事。

どこを使う、ならば行政が規制緩和をする、という行政のアクションとか、民間との共同活動をもっと活発に推進するとか、そういったキーワードが欲しいなという気がする。

(事務局)

第2次の計画にあげているのは、計画を作るときにイメージできたものを取りあえず挙げていたと思うが、5年で環境も大きく変わるし、変化が激しい中で、ここに挙げたものができたかどうか、それなりにやったかどうかを確認して報告したのが最初のA3の資料。それだけ見ると、実施率、実施だけでみると100点満点だが本当にそうかと。

今度の計画は、今なかなか着手できていないが、こういうのができれば賑わい創出になるか、こういうのができればというのを共有して、そこをどう行政がやればいいのか、まちのみなさんはどう考えてやればいいのか。市民はどう参加すればいいのか。規制を今まで通りがんじがらめにかかけられながら賑わいを作ろうというのも厳しいし、経済循環を動かす仕組みづくりを囁ませるのも難しい。

それなら、行政は活動しやすい環境づくりの面で支援するとか、法に触れることはまずいが規制緩和の中で、みなさんの中で経済循環するようなことをやってください、という方が望ましいと思うし、MICE、DMOが運営しているものも、行政が支援しないと成り立たないものもあるし、資金の大半がとるところもあれば、ある程度自分たちで稼げる仕組みづくりをやることで、行政は活動を支援する。

行政でやってはいけないのは、活動を邪魔することで、そこを後方支援とか側面支援で出来るように、それで賑わいが生まれ、経済循環が生まれ、というのが望ましいかなと。

必ずしも今考えられることを書くだけでなく、こういう方向で行くべきではというイメージの中で、まあこういうこともできたらというくらい書く。それが中身としてどれくらい進んだか、どれくらい形になったか、計画で想定していたよりそれが素晴らしい形になれば100%じゃなくて200、300%でもいいのではといった評価ができるような書きぶりであるといいかなと。それは事務局としての勝手な考えだが。

(会長)

今までの意見だと、まあ体系的にはおおむね分かりにくいけどいいのではないかと。ただ戦略の具体的な部分でちょっと考慮が必要かということではいいか。

(B委員)

活動領域ではとしたが、一回目の経過の意味合いがわからないが、もしかしたらと推察すると、逆なんじゃないかと。観光戦略があつて、それぞれの個別の戦略があつて、それに事業者、市民が参加したい、これなら参加できるという活動領域を示す言葉として「地域における活動だったらやりたい」とか、「ブランド推進だったら僕たちはできるかな」と、そういう関係性で戦略をやるために。今は活動領域があつて、じゃあ戦略にというのが、戦略があつて活動する形として活動領域が示されているということではないのかなと。図が逆とか、書き順が逆とか。推測だが。

(事務局)

当時そうだったかはわからないが、それがしっくりくるなら。読み込んでみたが、わからなかった。みなさんが分からなければ、出したときに誰もわからないものになる。ただ、これを変えるのかという悩みがあった。

こういった視点でリライトして、意味はあまり変えず分かりやすく変えるのも、キャッチコピー10個は無理かもしれないが、これならもしかしたらできるかもしれないので、考えてみたい。インターネット、規制緩和の言葉を盛り込んだのも、戦略につながるだろうと見越してストーリーとして組み込んだものであり、みなさんの意見やトレンドも踏まえ、事前に盛り込んでいる形。

(会長)

次回の概要と委員への課題を。

(事務局)

キャッチーな言葉と、簡単な理由がまず一つ。今の戦略の話を踏まえてリライトしたものを提供しながら、紐づいていくものをみなさんに考えてもらうようになるので、こういったことをした方がいいのではというアイデアを出してもらおうかと。

規制緩和も、街場の方が「ここをこう緩和してほしい」というものもあれば「そのアイデアを事前に考えてください」といった宿題になるかと。

(C委員)

取り組み事例、レトロなまちをつくろうとか、そこに類するようなものを出して議論すると。

(事務局)

そう。一方、今の書き方がいいのかどうか。この事業をやるべきというのを、誰がいつという責任を残さずまとめたような感じ。それが正しいのか、という疑問もあるので、そこを同じ書き方をして、絞ってシンプルに書くか。そこも議論になる。

次回、立飛のSORANO HOTELの担当者とGREENSPRINGSのマネジメントをしている方に、こういうところを目指している、こういった方を誘客したいというところを話してもらえればと思っている。