

令和元年度第4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11月6日(水曜日) 午後7時00分～午後9時30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. 話題提供 <ol style="list-style-type: none"> ① SORANO HOTEL について (株)立飛ホスピタリティマネジメント ② GREEN SPRINGS について (株)立飛ストラテジーラボ 3. 立川市第3次観光振興計画(骨子案)の構成内容について <ol style="list-style-type: none"> ① 立川市が目指す将来像について ② 観光振興の基本方針について ③ 観光振興戦略について
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. 立川市第3次観光振興の戦略と施策 3. 平成30年度 多摩地域が一体で取り組む観光地域づくり-取組報告と今後の取組方針について- 4. 第3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、都築諒、中田龍哉、穂積計人、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	なし
話題提供者	<p>(株)立飛ホスピタリティマネジメント</p> <p>(株)立飛ストラテジーラボ</p>
公開及び非公開	公開
傍聴者数	2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12月18日(水)午後7時から9時までとする。 2. 次回は観光振興の施策と戦略について協議する。施策及び戦略の内容を委員の事前課題とするため、事務局で施策及び戦略について整理したものを作成し事前送付する。
担当	<p>産業文化スポーツ部産業観光課観光振興係</p> <p>電話 042-529-8562</p>

1. 開会

2. 話題提供

(株) 立飛ホスピタリティマネジメント、(株) 立飛ストラテジーラボより説明

3. 立川市第3次観光振興計画（骨子案）の構成内容について

(会長)

まずは、今日の資料について事務局から確認を。

(事務局)

資料に基づき説明。

(会長)

前回、みなさんから色々と意見をもらって、宿題という形でみなさんにかかなりの時間をかけて考えていたものもあるかと思う。ある意味キャッチコピー。ただ、違う部署で全市的なキャッチコピーを考えるという作業が別に作られているという中で、私達の中でまた違うものを考えるというのが、屋上屋を架すような形になるのではないか、というところ。

みなさんの方で色々と考えてもらったが、それを改めて付けるというよりは、全市的なところで考えたものを載せていくと。ただ、これは来年度の事業なので、この計画にそのままそれを書くということができないということがあるが、違うキャッチをここでまた付けるということはいかななものかということ。色々と考えを出していただいたところで、どうしても自前でそういったもの考えたという意見でもいいし、今事務局からあったようなことに賛同するという形でもいい。その辺の今後のサブタイトルといいますか、キャッチコピーについて、意見がある方。

(F委員)

どちらでもいいと言えればいいが、本来市としてのトータルとしてのブランディングの方向と観光とは違う。東京都の例、あまり良くないかもしれないが例えば「マイタウン東京」という形で ALL 東京のイメージを表す。一方で観光については「千客万来東京」というキャッチフレーズ。ターゲットが違うので、出てくる言葉も違うと思う。たまたま今回宿題で出されているのを見ると、「いいものを見つけに行こう」とか、「何でもあるさ、立川」とか、それから「ちょいぶらな街、たちかわ」とか、明らかに観光客、ビジネスを考えて出している。例えば「ちょいぶらな街、たちかわ」とか、「あなたの「いいね！」を見つけに行こう！立川」という話は、多分ブランディングとしての立川とは馴染まないのかなと。ここに出ているのは明らかに観光としてのキャッチフレーズになってきているのであって、上位概念としてのものが出てくるからといって、わざわざ潰すことはないのかなと、私は思うが。なぜそんなよそでやっているところに引っ掻き回されて、うちがやっていることを否定することになるのか。堂々と出していいのかなと私は思うが、みなさんの方でも議論を。

(会長)

その辺、E委員が詳しいかと思うが。

(E委員)

今F委員の言う側面もあるかと思うが、今回の会議で議論されているのは、観光って随分昔と変わってきているよね、いわゆる昔の観光の概念ではなくて、その色々な、もしかしたら暮らしとか、そういうことも含めた立川の魅力を活かしていくこと自体が、新しい観光の誘客に繋がるのかなと。

それはシティプロモーションの方がどういう風な考え方でやっているのか、調整・意見のすり合わせをすることが無意味ではないのかなと。他の地域で見えていって起こりがちなのが、今の行政の縦割りの弊害というか、シティプロモーションはシティプロモーションがあり、あまり横の連携がなくて、観光は観光、移住定住は移住定住。そういうようなことが、今あまりよろしくない状況を生んでいる側面もあるので、政策間連携というか、そういう視点で今の立川市内の動きを情報共有し合って、どういうプロセスで決めた方がいいのかということは、調整をかけた方がいいのかなと思っている。

シティプロモーション側のチームというか、決め方はどういう風に決めるのかなと。コピーライターの方がいるとか、市民とか、様々な人たちの立川の価値の認識だったりとか方向性の確認だったりとか、ここで議論されているようなことが、シティプロモーション側の方で議論されているのかどう

かというのは、それを含めて、どういう価値をそれぞれが、みなさんが感じあって、それをコピーなりキャッチフレーズなりにしていくのが重要かなど。決め方のプロセスを1回整理して、一緒にできることは一緒になっていったほうがいいのかなどという感じがしている。

(会長)

シティプロモーションの担当の方に、その話を聞くことは次回あたりできるか。

(事務局)

傍聴席に来ている。今の話の中で、話せることがあるか。

(シティプロモーション担当)

まだ予算がつくかどうかとも問題があるが、こういった会議体は想定していなかったが、住んでいてまだあまり時間の経っていない住民の方を対象にして、ワークショップをして、立川のライフスタイルみたいなもの、これから自分がしていきたいライフスタイルを出してもらいながら、そういったワークショップを3回ぐらいやって、ブランドメッセージの核となるような考え方を出して、コピーライターに見てもらいながら作っていくというイメージでは考えている。

(E 委員)

決まるのは来年度末か。

(シティプロモーション担当)

その通り。

(F 委員)

来年度の後だから、1年半後？

(シティプロモーション担当)

来年度中にはやりきりたいと思っている。

(会長)

2021年の3月末？

(シティプロモーション担当)

その通り。

(事務局)

市の長期総合計画、10年間の今半分が終わろうとしているところだが、その10年間の将来像としては「にぎわいとやすらぎの交流都市、立川」と謳っており、そこは少なくとも今後5年は変わらない訳だが、その交流都市というのは、目線が市民だけを見ていない。やはり、外から多くの人に来てもらって、そこでの新たな交流などを生むことで、住んでる人にも「やっぱりこの街はいいな」と思ってもらおうとか、外から来る方にも「立川に来て、こういう楽しみ方ができる」と楽しんでもらおうというのは、割とこれまでの議論の中に出ていたところに近いのかな、というイメージがありまして。

それで、当然観光の計画なのでF委員の言う通り、対市民向けのメッセージとまるっきり同じかと言うとそうではないと思うが、方向性が似たような形にならないかなど。似たような形になるのだとしたら、みなさんの意見は意見として、しっかり内部で引き継ぎをするなり、調整をするなり、そういった部分もやはり「にぎわいとやすらぎの交流都市」のイメージの、よりわかりやすいキャッチコピーという形にするのであれば、そこに合流して行ってもいいのかな、というのを感じた。

なかなかこの議論を突き詰めていくと、いつまでたってもこの会議が先に進まないの、まずは一旦これは置いておいてと考えていたが、みなさんの意見をもらったので、そういう動きが出てきたことを事務局が把握したことで、どうすべきかと意見をもらいたい。

(G 委員)

私は、再来年の3月になってしまうと、もったいないかなど。というのは、今のSORANO HOTELとかの開業前に入れたりとか、オリンピックで海外の方が来る時に、立川の観光のメッセージを伝えることができるのに、そこを過ぎてから決まったものを出しても、すごいチャンスがあるのにそれを逃して出すことになってしまうという、タイミングがどうなんだろうなと感じた。

(事務局)

ただ、この計画、協議している計画の中でのキャッチコピーを議論して決めたとしても、おそらく八王子がやっている、こういう形で対外的に「立川の観光はこれで行きましょう」というような大き

なアピールの材料には、ちょっとそこまでの力を入れてキャッチコピーを作っていく考えはない。

(F 委員)

それはなぜか。やる気がないからか。

(事務局)

その旨の予算を今のところ全く考えていない。もし、その計画の中で、それだけ謳っていくんだ、ということであれば、我々もしっかり考えていかなければいけないのかなと思う。

(F 委員)

それであれば、最初から話を出さなければ。お金もなくて、やる気もなくて…

(会長)

気持ちはわかるが、さっきからみなさんにもらったキャッチコピーを見て違和感があったのは、この立川の観光についてキャッチーな言葉を考えるという意味じゃなくて、この計画の内容を一言で表すようなコピーというイメージで考えている。例えば、今回出てきたような「立川の観光ってこう」と一言で表したキャッチコピーになると、多分これを今出しても受け入れられない。市民に対して。

例えば、私も色々な団体に入っているが、出した時に「何これ」という感じになってしまうかと。合意を得る過程になっていない。ここだけで出た話になってしまう気がする。その点で行くと、私はかなり怖い。作った方がいいが、誰も知らない。昔の「E電」みたいに、作ったけれど…といったものにならないかなと心配。もしそういったものを、観光についてのキャッチコピーを考えるなら、この計画の中に「そういうのが必要だから、やってみましょう」というのを、計画に入れていくという方が筋かなという気がする。

(事務局)

第2次の施策の中には、「標語を作りましょう」というものが盛り込まれていて、それについて何かアクションを起こしたというのではないのだが、取組レベルで入れていくのはありかなと。副題も、それについて対外的にバンと出してという形で作っていなかったのも、そういった意識で使い方はされていなかった、というのが今までの観光計画であった。

ちなみに、八王子の先ほどのブランドだが、4案くらいあって、市民の投票した結果一番多かったものを選んで決めていたようだ。過程としては、対市民、対関係者の合意形成はそのように八王子は図ったのかなという認識。参考情報として。

(会長)

前回、「みなさんに考えてきてください」と言っておいて、この対応は何だという気持ちは非常にわかる。私もちょっとおかしいんじゃないのと思ったが、このキャッチについては、今考えなくてもいいかなと。最終段階で、もし入れるなら入れてもいいかなと。このキャッチで時間を取るよりは、内容の方で勝負する議論を深めたいと思うが、少し保留にしたいと思うがよいか。申し訳ないが。

(副会長)

八王子のは、シティプロモーションとしてのものとして出されたものか。観光課が作られたものか。

(事務局)

確か、八王子は戦略室が市の横断的なブランドメッセージを作る目的として作った。今まで色々作ったようだが、それを覆い被さるようなメッセージとして作り、色々な施策をそれに紐付けて、他のものを作らないようにしているようだ。八王子駅のマークもわざわざ足のマークにして、民間事業者もメッセージと一緒に発信する取組をしている。

(会長)

この辺ちょっと不手際だが、今回は内容の方に入らせてもらいたいと思う。

今日は骨子案に入っていきたいと思うが、まずは事務局から前回から変わった部分をみなさんに説明を。

(事務局)

資料に基づき説明。

(会長)

基本理念と方針の部分。この部分については、3つの基本理念を上げている。それに基づいて、中の説明をしてもらっている訳だが、ちょっと今ぱっと見た感じで、みなさん、何か意見があるか。

「ここはおかしいんじゃないか」とか、「もう1つ入れたほうがいいんじゃないか」などあればと思うが、いかがか。長い文章で難しいかもしれないが。また順を追って何かあれば最後にみなさんに、と思う。

それでは、次は戦略について説明を。

(事務局)

資料を元に説明。

(会長)

この資料2のところ、戦略としてこの計画の中に記載されるということか。この書式は？

(事務局)

この書式は、みなさんに見てもらうために一覧にしたもの。現状の骨子案の23ページ以降の、今の形で計画上はこういった形で落とし込まれていくと。それを一覧にまとめて見れるように提供をしたものになる。

(会長)

実際に計画に書かれることを前提として書かれているというか。

(事務局)

右側の2枠以外のものは、第2次の取組内容、事業例と書いていたものと、実際にこういうのがあったという、実施した事業。第1回の会議で配ったものと同様のものを記載した。

1ページ目の右側は、先ほどの説明にもあったが、少しシンプルに削ぎ落として掲載していきたいと思っており、それを考えたときに、この戦略1については、こういった書きぶり、トーン、粒度はどうだろうかと考えて、イメージとして記載している状況。

これをやりたいということではなく、書きぶりとしてこういうトーンで粒度で整えていくのはどうかという案で、例として1ページ目だけを示した。

(会長)

このような基本的な視点と戦略の部分。ちょっと書き方がシンプルになっているが、これについて、このような形で記載するということについて、意見はあるか。「もうちょっと具体的に書いたほうがいいんじゃないか」とか、「これじゃあ立川市が何をやるかわかんないよ」とか。いかがか。

A委員、いかがか。

(A委員)

前回よりずっと議論されている、今やっていることを羅列してもしょうがないというのは、同じ意見で、やはり計画だから将来に向けてどのような形でやっていくかという部分を強調すべきだということを感じます。逆に聞きたいが、骨子案の後に、もう少し具体的な戦略は作られるような感じか。

(事務局)

今日の意見、状況を踏まえて、戦略を少し全体的に書いたものを示しながら、加除をしていくような形で次回以降進めていきたいと思っている。時間が足りず計画を作れないので、次は全体的にこの施策を削るか、これを入れた方がいいとか、具体的に全体を詰めていく作業に進めていきたいと考えている。

現時点で「これはもう絶対いらぬのではないか」とか、「この施策とか視点だったり、こういう取組は必ず入れた方がいい」など意見が全体を通してあるか。

(副会長)

行政としてやっているの、実際現場でやっているものは、各地域でやっているか、商店街でやっているとか、団体であったり、多岐に亘っているもの。それを行政として指針を示すとすると、どういった形でこう、何というか・・・ガバナンスというか、マネジメントとしていくのか、というのをあらましてしっかりと伝え切るような。抽象的な発言ですまないが、そんな書きぶりなのかなと個人的に思う。

(事務局)

今の計画が、市が全く関わっていないものが具体例に盛り込まれているので、そういうものはもう除いてもいいのかなと考えていて、第2次の計画の方にも、推進主体として行政、観光協会、市民と

書いてあるが、主に行政とか観光協会、もしくはDMOができるかもしれないが、DMOが主体となってやるべきことを中心に記載していった方がいいのかなと、思っている。

ただ、施策の視点や方向性について、市民や民間事業者の方から発露があったものについては、そこに記載が無くても、考え方とか方向性が合っていればもちろんそこに取り組んでいく、やっていくのは間違いないので、逆に行政や観光協会が動かないといけないものになるべく絞った方が、そうじゃないと計画をマネジメントツールとして使わないだろうと、そうすべきなんだろう、ということの確認を含めてになる。

(H 委員)

まず、最初の資源を再発見する記載の形として、「観光体験プログラムを発掘し」だから、「既にで観光となっているものを見つけてくる」というイメージに伝わるので。最近面白いと思ったのは、「ごみピットバー」というのがすごく人気らしい。あれは廃棄物処理場の中の様子をガラス張りで見ながら飲食するというような。これはイベントとしてだが、そういったものが人を呼ぶような1つの体験になりえる。

書き方として、街の特性として合うものを観光資源にするというような、あるものを観光資源に変えるというような記載の方がいいのかなと感じた。

(事務局)

取組の粒度、内容ということか。

(副会長)

ここに書いてある「地域特性を活かした・・・観光体験プログラム」としながらも、既にあるものというとらえ方になるので、そうではなくて、今あってないものをそうしていくというような取組をしよう、といった書き方がいいかなと。座禅会などを神社とかお寺でやっていて、それを観光としての資源と捉える、といったこと進めていく形。

(事務局)

前の計画だと、「ごみピットバーをやしましょう」という意見をそのまま取組事例に盛り込むような粒度だったが、ごみピットバーをやるべきなのか、もしくは違う事業をやるべきとか、その粒度まで意見が飛び交っていて、それをまとめきれず基本的に全部羅列していく形だったのかなと想像している。副会長の言う通り、ごみピットバーじゃないかもしれないが、そういったことを見つけてやっていこうよ、という粒度にとどめていくのかなと。

(副会長)

まちにある日常のものを観光資源に変えちゃう、みたいな取組を、とか。

(事務局)

それを例えば来年度、そういった方向性があるので今年度何かないかを探すということを検討したり、アクションを起こしたりするようものになればいいかなと。

(副会長)

探すか「みつける」になっちゃうかもしれないが。

(I 委員)

ごみピットバーは地域実証プログラムとして支援されているが、11月から実施している立川市の商工関係者から提案のあった実証プログラムもある。プログラムとして仕立てるのは地域のみなさん。要は地域資源の中から、観光資源となるようなものを発掘して、それを観光のプログラムとするものなので、書きぶりかな。

新たな観光資源を発掘、発信とか、そういう感じにしてあげれば、全部そういった、今まで観光スポットと言われているところだけではなくて、そういうごみ処理施設とか、いろんな普通の生活、日常すら観光になるよ、と視点を変えるとか、磨き上げをするとか、そういうことだと思う。それが非常に今大切なことではあるので、これは本当に是非入れた方がいいし、あらゆるものが観光資源になるので、書きぶりはこういう感じでいいのではないかなと思う。

(E 委員)

私も粒度としては、質問で、行政の立場として観光振興計画を大きな柱、立川市の方針で市は考えているという中で、具体的な計画の戦略、施策ということでこの書きぶりだが、例えば「市が発掘し

魅力を発信します」と書くのか、それとも「発掘し魅力を発信することを支援します」という書き方がいいのか、民間の力を活用して色々やっていく、実際にやっていることは、民間事業者や団体がやっていることに對して市はどういう関係性でこれに関わるのかということ自体をまるで「市がやります」と言うのもちょっと違和感がある。こういった柱の項目に関しては、市が何らかの予算を取るのか、こういうのがスタッフなのか、先ほどの支援を行うというような書き方にしていくのかな、その方がいいのかなと見ていたが、一般的な行政の書きぶりってどうなっているのか。

(I 委員)

東京都のプランに関しては、東京都がやることを書いてある。地域の取組に対しては、支援をするという言葉。補助金を出すようなものは支援。そこは明確に書き分けている。実際に直営でやることもあるので、それは実施すると、混ざらないように記載している。

(会長)

実は第2次の時でもそういう意見が出て、これは立川市がやるのか、観光協会がやるのか商店街がやるのか、どこがやるのかがちょっと曖昧というところで、最後の計画の推進というところで、立川市と事業者と団体がやることと、ちょこちょこっと役割を書いたということで、お茶を濁しているわけでないが、そういう形で書いてある。これは第2次の時も違和感があるという話が出ていたのが、例えば取組と、もう一個、市は何をするのか、みたいなものを入れるというのはどうか。

例えば、新しい観光資源の開発にあたって、市は何をやるのか。

(F 委員)

こうしたらどうか。基本的に、個別のものが入っていた方が、見る人がすごくリアルにわかる。それを抽象的な表現をしちゃうとしらけちゃうので、できるだけ今までやってることも含めて、行政がやろうが地元がやろうが、全部書くということを前提にして、誰が金を持つんだ、誰がやるんだということにおいては、アンダーラインを引いたところ、これを市が中心にやると。それ以外のところも全部入れて、これは地域で頑張ってもらいましょうとか、そういう話にしたほうがお金を出す場合にいろんなバリエーションがあるので分けづらいと思う。

大雑把に「これは市が中心、あとはみなさんでやってもらう」というくらいに分けて、しかし内容はできるだけ個別の事業をあげないと、抽象的な話は地元の人は全然分からない。それはもったいないなど。

もう1点。これをそのまま残して第3次の取組として出すなら、こここのところになり、第3次からの新しい取組、「これに加えて、これをやっていきます」とか、そういう風にこのところは構成すればいいのかなと。わざわざ個別のことを除いていくと、要するに責任逃れになっちゃうと思う。具体的でなくなればなくなるほど。それは役所にとっては楽だが、やっぱり掲げるべきものは掲げ、その後で腑分けをして、最後に地域がやる、と並べるというその三つの形はどうだろうかと思う。

(会長)

具体的な事業を書く。

(F 委員)

やる事業とかがなくても、例えば備考でこんなものがあるとか、サンプルみたいなものでどこの市ではこういう風にやっているとか。逃げ方としては色々あるが、アイデアとしては具体的に書いてやらないと、副会長の意見にあった、清掃事業でやっていきましょうとか、そう言ったって何もわからないので、個別の名前が入ったほうが、自分は絶対いいと思う。

(会長)

確かに検討段階では、個別の事業を入れておかないと、何のことを言ってるかわからないというのはあるが、ただ事業と言っても、私たちの知らない事業も沢山ある訳で。

まあ、1つの例として入れるという感じか。

(F 委員)

「〇〇など」でもいいと思う。

(会長)

例えば1-1であれば、「この四年間で、観光資源と思わなかったものを観光資源に利用しました」とか、具体的な事業を入れるとか。

(F 委員)

その通りかと。

(I 委員)

観光施設とはとても思っていなかったところを観光のルートとして取り入れて、そういうのも1つ例として載せるのもありだと思う。

(事務局)

ここで書いてある取組は、「どんなものをイメージして、こういう取組をしていきます」ということを示す、という感じか。これを掲載したらこれをやらなきゃいけない、みたいになると、なかなか行政が責任を持ってない。責任逃れという言い方があったが、立川はこれだけ色々な担い手が色々な取組をしているのを、行政が全部コントロールしたり状況を把握したり出来ている訳では全くない訳で。

大いにそれをみなさんご自由に、まちの活性化をどんどんやってもらいたいと思うが、行政の役割としてはそんなところを支援していくと。それをより魅力として発信していく、みたいなそういう位置づけで、今すでに観光資源になっていないものでも、新たなものを今後の計画期間中に発掘して、それを観光資源にしていくようなもの、ということのイメージできるものはこんなもの、ということ、他市の事例でも、今年度動き始めたものでも、くらの書きぶりが、非常にデリケートになるかなど。

(会長)

多分I委員が言われたのは、これからやることを書くということではなく、今までやってきたもので該当する事例を入れるということかと。もう以前の5年間で既に見つけたものを事例として入れる。

(I 委員)

市内から地域資源発掘型実証プログラムに応募する際に立川市として推薦書を出されたと思うが、これでも十分支援だと思う。

(事務局)

先ほどE委員の意見にもあったように、市が全部やる、市が主体となって全部やるという形を、そうじゃない方が本当はいいんだろうと、極端で言うと。市がお金を出して人出もかけて、イベントや何か起きていないと賑やかでない状況は異常な状況で、立川は逆に言うと、地方から見ると非常に恵まれていて、行政がお金を出して大きなイベントとか催し物とか、イベントじゃないものも、人の交流が生まれるものが多々起きている。その状況はやはり維持しなきゃいけないと思っている。

「市がイベントをやりますよ」ではなく、民間事業者がイベントをやりやすくなるような環境だったり、規制なのかもしれないが、そういったものを整備していくといったところに、なるべく落とし込んでいきたい。イベントの実施主体となりうるものはなるべく避けたいと考えている。

なので、例えば情報発信も、市が主体的に情報を発信すると、5年前も「情報発信を頑張ります」と書いてあるが、例えばもしかしたら、これからの時代は個人が発信する時代が多分加速していくので、例えばブロガーだったり、NOTE だったり、そういった個人で発信するような人を発掘する、育成するとか。「スキルを市民が身に付けられるような講座を開いていきます」とか、そういうお金の使い方はありかと思っているが、そういう方向性はなるべく維持したい、というのが今の考え方。

(会長)

それは共通してると思う。市が全部やれ、ということはない。

(事務局)

その方向性を維持しながら、F委員の意見にあったように、例とかで、市民の方が「こういうことをやりたいんだな」とイメージ出来るような書きぶりは、少し工夫していきたいと思う。

(G 委員)

市が戦略として設定をすることに対して、それをどう評価するのかという部分について、一覧の中でどう掲げるのか。

(事務局)

その点も、この戦略の施策レベルで成果指標を置くことも考えたが、細かすぎるなというのが感想。

例えば、そこに「関連する指標」みたいな、リピーターの数とかを関連指標として掲げることは、現時点で考えている部分ではある。具体的に、施策に対してこういう指標を置いた方がいいとか、具体的に現段階で用いるものがない。まさに今委員のみなさんから、こういった施策レベルでこういう指標を置いた方がいいとか、いや戦略レベルで参考指標として置けばいいんじゃないとか、今後意見をもらいたい。

(会長)

ちょっとよくわからなかったが、各事業の評価を入れるということか。

(G 委員)

その通り

(事務局)

例えば、1-1 であると、新たな観光プログラムの数とか。そういうことか。

(会長)

目標として入れるということか？

(G 委員)

最初配布されたとき、全部 100 点だった。あれでは意味がないということ。

(事務局)

1-1 だと、プログラムが新たに何個できたのかというのがある意味アウトプット、アウトカムに繋がると思われるし、2 番目だと、推奨認定品がいくつになって、それが 10 から 15 になったとか、そういったものは示すことができるが、それに紐つけて施策レベルでマネジメントしていくのかというのが 1 つある。

(会長)

かなり大変な作業かなと。推奨認定品をいくつにするのかというのは、ここでは決められない。観光協会で 5 年後にいくつにすると検討をして、ここに持ってくることになるか。

(G 委員)

ただ、計画の時点で、どう評価すればいいのかというのは決めた方がいいのでは、という話。

(会長)

自分のイメージだと、目標値が戦略のところに来るよりも、前回ちょっと検討課題になった推計値と目標をどうするのかというところで、これを達成したら目標の数値が達成できる、例えば・・・あくまで例えばだが、JR の乗降客を 50% 増やす。それが達成できたとか、戦略の結果が最後の目標にくるところかなという気がしていた。

(F 委員)

まさにその通りで、他の所でもやっていて、この 100 あるやつを 100 全部評価して、数字をつけている。ものすごい力がかかる。でも出てきた結果は市役所の中で評価するわけで、オール 5 とか全部 3 とかある意味イージー。その作業をやるエネルギーのもったいなさを考えると、やはりトータルとして、会長の意見のように、例えば 60 億の目標をやると。それがどれだけ達成したか、しなかったか、その原因は何だったかという中で検証するという方がよくて、100 を 100 でやる、ここに目標を書いちゃうと、役人ってそれに目がいっちゃうので、すごく無駄な時間を費やすことになるかなと。

(G 委員)

うまくやった方がいいとは思いますが、当初想定した時は「この位になったらいいな」と思っていたが、実際と大分ズレている。上に行ったり下に行ったり。それがないと、その次の評価や計画を立てるときのネタができないのかなと思っているのだが。できたこと、できなかったことって何なんだろうなと。

(会長)

達成度をどこで測るか、ということか。

(事務局)

目標としてということではなく、例えば観光推奨認定品の数が入ったとすると、目標として何個と掲げているわけではなく、それが施策として入ったら、一年後に来訪者数と消費額と実際出して、さらに施策の現状の数値を繋いで見える化を測った時に「ここが増えている、増えていない」というの

は分かるかなと。

現状を協議会で把握するためとしてはありうるのかなと思うが、目標値としてしまうと観光協会が「ここで勝手に15って言っている」となるので、目安として数を出すのは問題ないと思うが、ただそこに固執すると、数が出せない施策が出てきたときの整合性が今後出てくるかと。

(会長)

事業を全部書かなきゃいけないからでは。

(事務局)

その通り。

(会長)

具体的な例として書きたい方針なので。

(事務局)

次回以降、個別に書くべきなのか、関連数値としてtwitterのフォロワー数など他市でも参考指標として置いているようなものを示しながら、盛り込めるのかどうかの精査については次回以降にしたいと思う。

(会長)

実際に計画に書くかは別として、検討資料としては具体的な例はあったほうがわかりやすいかなと思う。時間も、1つずつやっていくとなくなってしまうので、まずみなさんの方で、この大きな戦略の枠組みについて、これでいいかというところを、まず検討してもらい、それについて「過去5年間で主にやってきた事例というものはこんなものがありますよ」そして「次の5年間、第3次でこういうことをやっていきますよ」という表現を考えてもらうのが課題でよいか。

(事務局)

表現？

(会長)

はい。

(事務局)

今日は1つずつの確認はできないので、粒度を確認したところ。次回以降はこの粒度のレベルで、今日の意見を踏まえて、例を示したいと思っている。この中で、この施策、1-1、1-2というレベルで、「これはもういらぬのでは」というものがもしあれば。

(会長)

枠組みのところか？

(事務局)

その通り。「なくしましょう」とか、「同じようなものなので、これは統合できないか」などあれば、それを参考に少しスリム化を図っていききたいなど。

(会長)

わかりました。それでは、戦略1から6までであるが、この大きな枠の部分で戦略1の「立川をみつける」の部分。そこから1、2、3で「地域の資源を再発見する」「特産品などを開発する」「地域の活動を活性化する」、この部分について。

(H委員)

1-1、1-2というのは、新しく作ろうとしているのであれば、「つくる」に入れた方がよいかと。

(会長)

同じものだと。

(H委員)

今ある特産品をさらに普及させるなら、戦略1・・・1というか5とか6だろうか。

先ほどGREEN SPRINGSの話であったように、ブランディングを作っていくのが結構重要なのかなと。結構立川は見つけている感があるので、見つけているものをつくる、あるものを展開していく、新しく魅力あるものに変えていくイメージなのかなと。つくるというところにこういうのが入れば。ちょっとうまく言えないが。

(会長)

こういうことだろうか。今まで地域資源、観光資源と思われていなかったものを観光資源として考える。すでに観光資源として活用されているものをさらにブラッシュアップしていく。

(H 委員)

それを分けるのかなと。

(会長)

そうすると、この特産品という言葉が良くないか。地域資源をさらに・・・発展、普及させるとか・・・そういう表現か。

(H 委員)

両方に入れてもいいのだけれど、表現の仕方を変えたいかな。今のイメージだと僕は、戦略の考え方の見つけたものを育てるになるのかなと思ったりする。育てるところが人のことばかりだから、どうなのかな。

(会長)

意見は記録して、次回それを参考に。却下でもいいし、さしてそうだと思うところがあれば修正点として。

(事務局)

全体を通すと、これは「そでてる」でもいけるのかなとか。これはどこでもいけるのかな、正直ある。そこを少し統合して、スリムにしないと、数が多いのかなというのがある。

(F 委員)

6つあるけれど、このフレームはそのままではなく、場合によっては統合していいかなという感じか？そうであれば全然燃えちゃうんだけど。そうでなくて、従来からやっているから動かしたくない？

(事務局)

そのフレームは動かすところまではいきたくない、とは考えている。収集がつかないかなと、現段階では、フレームの中で統合するというのをやりたいかなと。

(F 委員)

「つなげる」「ひろげる」とか、どっちに入れるんだというくらい、担当者でさえ迷うものがあるわけで、それ以上、やっぱりこれはなんというか枠組みがすごく曖昧だから、6つも細かく分ける必要もあるのかなと思うが・・・3年、4年やってきてこれでいくのかなということであれば、我慢するかなと。

(I 委員)

大きなフレームで見た時に気になっているのが、基本理念を3つ出しているところで、大分整理されてよくなったと思っはいるが、3つの理念は戦略の中のどこに入っていくのか。

(事務局)

3つの概念は、基本的に通底概念と考えているので、図で示すとすると、全てに関わるというような認識ではいたいなと。

(I 委員)

ただ、ここに書くからには、例えば「誇りを持つ市民を増やす」といった場合の具体的に「どうやってじゃあ増やすのか」という施策がないと、理念が実現しないと思うし、「観光マーケティングに基づいた施策展開」のところは、前回なかなか調査が難しいという話があった中で、これは予算が付いているのかなと思ったりもしたのだが、これを受けるところは具体的にどこに入るのか。それが若干不一致かなと

(事務局)

不一致というのは、施策の中に入っていないということか。

(I 委員)

その通り。全部観光マーケティングという訳でもないかなと。

(事務局)

現時点では、観光協会なりの体制強化、MICE が立ち上がるなら DMO を作るというような方向性は

示されると思っているので、どこかに施策として盛り込まないといけないのが、現状具体的には書いていないが、盛り込まないといけないという認識。愛着とかそういったところのシビックプライドに関しても、具体的に今書いてはないけれども、どこかの施策には入れ込んでいくところ。もしかしたらどこか2つの所に関連する施策を入れ込んでいくというにはなっていくだろうと考えている。

(I 委員)

「みつける」と「つくる」が近いなと思った中で、もしかするとマーケティングみたいなものをするというなら、「みつける」という施策としてやるというのも1つあるかなと。稼ぐというところもこれに近い話があるので、「立川をそだてる」の中に、持続可能な魅力的な観光振興というところで、やはり財源、人手を確保しないと持続的にならないというのは、ここに通じるか。市民を育てるというのもここに入るかもしれないし、その辺をわかるようにしたほうがいいのかなと思う。

(会長)

なんとなく、ここに書かれている理念って「立川市がこれをどうする」じゃなくて、「事業をやっている団体が、念頭においてやれよ」というような気がする。

(E 委員)

そうすると、今日の議論の最初のコンセプトというか、キャッチコピーのところにこういう概念が入ってくるのかなと。

(会長)

各団体に、「これを念頭に入れてやれよ」という発信をすることになる。

(事務局)

例えば、じゃあフィルムコミッションをやっているが、全部受ければいいというふうに、数をこなせばいいとなった時に、それを受けたことによってプロモーションに繋がるとか、市にお金が落ちるようなことを考えながら戦略を進めるのだが、その基本理念がなければ何でも受けちゃうかもしれない。そういうことになるので、例えばイベントでもマラソン系のイベントって、地域によってはお金が落ちないという風に言われていて、人は一杯来るけれども、人とお金をかけた割に地域にお金が落ちないで催されている、という分析もあるらしい。例えばの話だが。

イベントをやって一杯人が来れば本当にいいんだろうか、ということを考えないとイベントをやって疲弊してしまうことにもなるのでは、ということも1つ持ちながらやっていこうよ、ということも含めて基本理念に書いている。

(会長)

実施団体がそれを考える？

(事務局)

観光に関連する、市もそうだし、事業者もそこを意識して取り組んでいこうよと、この協議会もそうだし、関連する、繋がっている人が意識して取り組んでほしい、取り組むべきなんだろうなど。使われる計画として考えるのであれば、そうあるべきだろうなどは思っている。あくまで、個人的な考えなので、市の全体の見解とは思わないでほしいが。

(会長)

確かに観光に携わる各団体は、これを念頭に進めるべきとは書いてもいいかも。

(事務局)

少なくとも推進主体はこれを意識してやらないといけないと思う。現状第2次では行政、観光協会、市民も入っていて、元々計画自体がそういう根底にあるはずではある。そこを、ホテルならクレドとか、働き手が意識しながら主体的に自律分散型で動いている状況を作れるかなと思っている。

(会長)

その部分を直接「これはこの理念に当てはまる」という部分は言えないか。

(事務局)

考えてみる。

(会長)

D 委員、いかがか。

(D 委員)

これは大変だなと思った。理念を施策の一つひとつ照らし合わせて、これはこう、それはそうと整理するのは、非常な作業量かと。それをやるのが自分の中で見えてこなくて。6つの施策を3つの視点で分けてというのも、ここもポイントかなと思った。この3つの視点があって、6つの札があるのかなって。それを支えるのがこの3つの理念なんだろうなと。直接理念が施策をどうのというのは難しいかなと思った。

(事務局)

施策がこの理念に関連する、というのを計画上示した方がいいという意見か？

(会長)

I委員はそういう意見だったが、それは実施団体が考えるべきことかなという気もする。

(事務局)

書きぶりでどう繋げるか。逆にコミュニケーションを取りながら理念の話をしているけれども「理念自体をそもそも入れない方がいいのではないか」とか「その考えは違うんじゃないのか」というところは、逆に確認しておかないと、進むときに問題があるかなと。

(会長)

そこに関しては異論が出てないかと。

(A委員)

これは理念じゃなくて方針では。申し訳ないが、理念というのはもっと「こういう形にしよう」とかというものが理念であって、これは「これをやります、あれをやります」とあるから、これは方針ではないか。その下にあるのが、戦略。1つ下がっている感じなので、これを理念にするからおかしくなるのかなと。理念が1つあって、基本方針で3つの柱があって、その下に戦略が6つあると。そういう作りであれば構成ができるのかなと。

(事務局)

この3つの上に来る、またキャッチというか、枠か。

(F委員)

そういうこと。

(A委員)

理念を達成するために3つの方針があって、その方針を達成するために6つの戦略がある。

(F委員)

理念というか、キャッチフレーズかもしれないが、あった方がいいと思うけれどね。

(会長)

「人々が交流し、様々な価値が生まれる活力ある街を作る」が理念ではないか？

(A委員)

それでいいと思う。

(事務局)

書き方としては、そういった市の将来像、都市像を実現するために、こういう方針でやって行くという書き方もできなくはないかなと。方針という形で進みながら、ポコッと、そこに上位を入れたほうがいいかは、後日様子を見てというところで。

(会長)

ちょっと時間もないので、どうするか。市の方で、ある程度今の流れで具体的事例を入れてもらう。主催団体も入れた方がいいか。そして、この取組という形で、もう一度整理したものを出してもらう。

(事務局)

これも具体的に、羅列した形ではなく、例を示した形で、シンプルに変えていく。その中で、「これは削られちゃったけれど、これは残した方がいい」とか、「理念に通ずるこういう取組、施策を入れたほうがいい」とかの叩き台をつくる。

(会長)

それについて、私たちが加筆修正する。

(事務局)

そういう形をとる。現状、「これは絶対なくしたほうがいい」とか、「施策で絶対これを入れたほう

がいい」というのは、ないということによいか。

(会長)

フレームは残すか？

(事務局)

残す方向。

(会長)

それでは、まず市の方で宿題をやってもらって、私たちがその意見を入れるということ、次回までに。

(事務局)

F委員の資料について説明を。

(F委員)

資料を基に説明。

(会長)

前回の検証が不十分と。

(F委員)

何もやっていない、文章上は。一行もない。

(事務局)

今の話で、63億が27億しか、というのが、そもそも全体の計画において、「63億消費額を増加させる」というのが、そもそも実態の数字を捉えた63億という実数をカウントして出している結果ではない。「27億増えました」というのも全く実数を捕らえているものではない。全く立川と関係がない、名古屋の観光消費額というのを、立川の人数にただ当てはめただけということで、私もこの数字に意味があるものではないという風に思っていて、意味がないものの検証をしようがない、というところが正直あるのかなと。

前回5年前の計画にも、会長として携わっていただいている、会長の前で言うのも難しいが、そういうこともあって、目標値ではなく、今回は推計値というような表現に。ただ、推計値として出すのもどうなのかな、という思いは未だにある状況。

これが本当に目標として、私たちが実数として、目標としてこれを掲げたけれども、実際に及ばなかった数字も実数であるとしたら、その課題の洗い出しをしなきゃいけないと思うが、そっちも実数ではない理論値みたいな机上の数値なので、なかなかそれを検証するというのも正直難しいところではあるのかなと。

ただ、前回の計画の中で目標として定めたものが実際に達していないということで現状報告をするならば「その理由を示しなさい」というのはその通りだなと思う。

(F委員)

実際、色々と腑分けをして分析するのって、なかなか難しい。だから、名古屋をそのまま持ってきたところに少し無理があったとか、東京都の数値をそのまま持ってきたところに少し乖離があったとか、そういうことを言うだけでも、姿勢が違ってくるのかなと。

実際の話は無理だと思う。それは承知している。それだけで1ページ作って、何が増減したかとか、それを力入れて書けば書くほど、虚しいものになっていく。そのところを、この前も伝えたつもり。

まあ、検討を。

(会長)

目標の話が今回できなかったのだが、私はどちらかと言うと数値的な目標は入れたい。前回無理やり考えたものになってしまっているが、目標がないと評価ができないというのは今の意見の通りで。

(F委員)

私は、絶対目標はいると思う。だから、ああでもないこうでもない一杯積み重ねるのではなくて、政治判断でもう60億とか、そういう話の方がずっとすっきりする。政治的にこれで行く、市長の方針なんだとか、我々観光部の方針なんだとか、それ位の方がいい訳で。屁理屈を言うものだから、すごくしらけちゃうと言うか…そんな感じがしちゃう。目標は絶対あったほうがいい。

(会長)

目標は考えてもらうということ。

(事務局)

目標は書いた方がいいか？

(会長)

数値的目標？

(事務局)

その通り。定量的な目標というか。

(会長)

計画に入れた方がいいという方は挙手を。

(事務局)

満場一致ではないけれども・・・入れるとしたら、今の推計値、前回は推計値が目標だったが、例えばそこを目標としてしまう、という可能性が高い。

今のF委員の意見にあったように、なぜ観光消費額が上がっていないかというのは、単純明快で、観光客にあたる数が増えていないから。この表の「その他来訪者数」と、観光客数に入る昭和記念公園や公営事業、イベント等に入っている数が増えているかどうか。その平均消費額が、その他来訪者数よりも倍以上高い。その人数の増え幅が少ないと、単純に消費額が増えない。

消費額を増やすなら、ここに掲げられる観光客にあたる昭和記念公園の来訪者、公営事業者の来場者、イベントなので GREEN SPRINGS などのコンサートなどイベントの利用人数が新規に入ってくるが、その数を増やすという戦略を打たないと増えない、という現状の仕組みだとそうなる。

それ以外の数は持ち得ていないので、その実数というものを実際に今後5年で、お金をかけてやっていくのかということ、まさに施策として打っていくのが、立川市の課題であり、目指すべき方向性なのかもしれない、というのが現在地。

(会長)

把握できるものでいいのでは？

(事務局)

現状カウントできるもので今作っているという状況なので、特に消費額に関しては、独自で調査をしっかりと、先ほどデジタルマーケティングというのも意見にあったが、地域としてやっていくのかどうかというところが、施策の議論になってくるかと。

(会長)

前回は、車で来ている人の数をどうやっていれるか大揉めして、妥協でこういう形になっている訳だが。

(G委員)

札幌市の事例だが、SARD というもので、官と民でオープンデータを持ち合って、そのデータを使って活動をしている人たちがいる。そういうのを調べてもいいのかなと。

(会長)

その目標値とするものを、どうやって持ってくるか。

(事務局)

今挙手いただいたみなさん、今の推測地以外の目標値を別途持ってきた方がいいという方はいるか？

(会長)

推計値が目標でもいい。数値的目標を入れる。

(事務局)

そういう認識でよろしいか？

(会長)

それがいいというわけではなくて、推計値が目標じゃなくて、推計値でもいいのだけれ、それを基にした目標値を入れた方がいいんじゃないかと。

(事務局)

目標を設定することはおそらくそこまで難しいことではないが、その設定した目標を後でどう検証するか。実際の数字の取り方を持ち合わせているものがないので、そこをどうしようかなと。

特にお金の事、経済効果額を目標にするとすると、とりわけそこがない。数のカウントの仕方であれば、それこそ JR モノレール、実際の駐車場なんかも。

(会長)

実証可能な数値でやるっていう事が、僕はいいと思うが。

(事務局)

だとすると、今の時点で持ち合わせていないものは、目標としては設定できない。今の時点でやり方が、例えばカウントの仕方が把握できているような、来訪者数みたいな数字の部分はどうしていきましょうと。ただ一方で、経済効果の実学の部分については、今その手法を持ち合わせていないと。

であれば、その部分については「今後5年間で、把握できるようなやり方を確立していきましょう」というのを1つの目標にしてもいいのかな、というような、その辺りを着地点にしないと、なかなかこう、今回目標で何億円目指しますと言ったところで、誰がどうやって検証するのかというのが、ずっと課題になったままほったらかしになって、私の後任がまた苦勞するのは、ちょっと忍びないという気がしている。これに関してはこういう目標、こっちに関してはこういう目標、みたいな形。二段構えになるかもしれない。そこはみなさんの意見を踏まえて、事務局の方で検討して提案したい。

(会長)

時間が大分過ぎてしまったので、整理をする。

次回この戦略の部分。ここをもう一度事務局の方で整理してもらい、それについてみなさんの方で修正をすると。目標については、次回決めなくてもいいので、それは課題としてみなさんの方でも勉強して、入れていくという方向で行きたいと思う。