

第二期武蔵野市観光推進計画 第3回策定委員会 議事要録

【会議概要】

日 時	平成28年10月4日(火) 午後6時～8時
場 所	武蔵野商工会館 4階市民会議室
出席委員	小田宏信委員長、稲垣英夫委員、花俣延博委員、 麻生日佐子委員、井柳南進委員、中村光治郎委員、福島和仁委員、 松倉晋委員、八尾明美委員、武藤毅委員、小島祐一委員
事務局	西川生活経済課長、平塚課長補佐、大久保主任 パシフィックコンサルタンツ株式会社 3名
傍聴者	0名
会議次第	1 開会 2 議事 ・計画の目標及び方針について 3 その他
配布資料	第二期武蔵野市観光推進計画 第2回策定委員会 次第 資料1 第二期武蔵野市観光推進計画 第2回策定委員会会議録 資料2 第二期武蔵野市観光推進計画 第3回策定委員会 資料3 武蔵野市の観光に関するWEBアンケート

【議事】

1 開会

2 議事

(1) 計画の目標及び方針について

事務局	～資料3資料説明～
委員長	WEBアンケート結果についてご意見・ご質問等はあるか。
委員	このアンケートは一般的なインターネットリサーチ会社を利用したものか。回答することにより、数円相当のポイントをもたらえるシステムになっているものではないか？
事務局	楽天リサーチの登録会員から抽出して、ご回答いただいている。
委員	登録の際に基本情報を入れ、該当者を抽出し行われていると思う。楽天リサーチは、約10分の回答1回につき、約3円相当のポイントをもたらえる仕組みになっている。このアンケートの回答者は、世帯収入は回答者の自己申告であるものの、約3円のポイントをもらうために約10分を費やす消費者の層がメインだと理解した方がよい。 また、特に高齢者についてはインターネットを使えない方も多い。そのような中で複雑な手続きをして、サイト登録、回答によりポイントを稼ぐのは、一般的な70代ではないということを前提として捉えていた方がよい。 またこの種のアンケートでは、回答者が、効率的にポイントを稼ぐために、事実を正確に記述するよりも、できるだけアンケート回答を短時間で終わらせるように適当に雰囲気回答するということが言われている。 このようなアンケートを元に、ポイント稼ぎのために約10分を費やす消費者の層に、来訪を促すことに成功したとして、街の散策をする人数は増えても、武蔵野市の経済活性化につながる活発な消費行動を期待するのは難しいと思う。 市民委員として、市民の立場から考えると、タダでさえ、休日は駅に向かうのでさえ、混雑して歩きづらい吉祥寺の中心街などが一層混雑するだけで、市の経済活性化につながらないなら、メリットよりデメリットの方が大きい。 また、真剣に買い物をしたい人々が、混雑のひどい吉祥寺を避けて、立川や都心

	<p>に行くという話もここ数年よく聞く。また、商店の人達から、吉祥寺は家族で一日ぶらぶらして、ソフトクリームでも少し食べて帰るような層が増えて、その方々は買い物をしてくれないとの話も聞く。今回の計画によって、ただ歩いているだけで楽しい層を更に取り込んで、真剣に買い物したい層を逃したら、事態は悪くなると思う。</p> <p>インターネットのアンケートが安価で済むので採用したのは理解できるが、来訪を願ってアンケートに答えてもらう消費者の層とは、アンケートのターゲットが違っているのではないか。あくまでも、ほんの少しだけ参考にする程度にしないと、観光推進による経済活性化につながる、活発な消費行動を期待できる層を逃がしてしまうリスクが大きくなる。</p> <p>真面目に観光推進計画を練るのなら、安価で安易なアンケートより、もっと地道にいろいろ調べた方がよいと思う。</p>
委員長	インターネット利用環境状況により、特に年代別では差というものは出てしまう可能性はあるが、そのような中でも地域属性による差というものははっきり出ている。
委員	駅名の認知度割合は年代別による差はない。6頁の武蔵野市の認知度は年代により差がある。これは、名前は知っているが場所は知らないと理解してよいものか。また、情報入手方法で武蔵野市観光機構のホームページの値が低い。インターネットで情報入手した方から抜き出した値か。
事務局	名前は知っているが場所は知らないと理解してよいものと思う。また、情報入手方法は複数回答になっており、両方に回答している方もいる。インターネット利用者のうち武蔵野市観光機構のホームページ利用者を抜きだした値ではない。
委員	武蔵野市観光機構のホームページが、どれだけ利用されているかももう少しわかると良かった。
委員	各世代同数抽出しているが、高齢者では母数が少ないのではないかとと思われる。
事務局	登録されている人数にばらつきはあり一律ではない。母数については次回お示しする。
委員	何故 WEB アンケートだったのか。以前実施したアンケートは郵送だったと思う。時代にマッチした方法かも知れないが、ネットを使える人使えない人がいる中での結果であると、見させていただくことになる。
委員長	無作為抽出して広域に郵送配布して行うのは、非常に大変である。
事務局	<p>今回は WEB アンケートの手法で行ったとご理解いただきたい。今回、年代別・地区別で 900 人から回答を得ている。郵送配布の場合 3 割程度の回収率で、900 人の回答を得るには 3000 通程度必要となる。市内であれば無作為抽出も可能だが、他自治体・地方の方の回答を得るには時間とコストが非常にかかる。地区別・年代別のデータを取る場合、今回の手法は時間的にも非常に実施しやすく採用した。</p> <p>ご指摘のような危惧はあるかもしれないが、900 人の回答を得ておりそれなりの信頼度を持った結果だと認識している。</p> <p>市の認知度で「名前も場所も知っている」が 30 代と 40 代で 10%以上もの開きがある。30 代と 40 代に谷間があるといった傾向も見えてくると思う。</p>
委員	今回の調査の特性や統計的文言を記載したらよいのではないか。〇〇リサーチ会社利用等の条件を示しておけばよいと思う。
委員長	楽天リサーチ利用などと、記載してよいものか。その条件での結果であるとすれば受け入れられるのではないか。この結果は公表されるものか。報告書に入ってくるものか。
事務局	最終的には報告書および計画書に参考資料として記載され、市のホームページ等で公表することになる。
委員	今後、この結果を使わせてもらって構わないか。
事務局	市公表後であれば、誰もが閲覧できるものであり問題はない。出典元を入れていただいてご利用いただくことになると思う。

委員	来年、再来年と経年経過を見るアンケートは実施されるのか。
事務局	計画の見直し等に合わせ実施することになると考えている。次回実施の際には継続性を加味したもの、時代に沿った設問になると思われる。
委員	設問は変えない方がよい。データの比較ができなくなる。経年変化が重要な情報となる。
委員	観光推進による経済活性化を真剣に考えるのであれば、WEB アンケート以外の他の手法のアンケートや調査も必要だと思う。
委員長	このアンケート結果から読み取れることも多い。その議論もしていきたい。 神奈川県の方は武蔵野市を漠然と捉えており、埼玉県の方は具体的にイメージを持たれている。面白い傾向が見えている。
委員	1 頁の市の観光資源で、商店街や井の頭公園は知っている方が多いが、三鷹や武蔵境については知らないのが現状と思う。 また、吉祥寺では多くのイベントが行われているが、結果を見るに誰も知らないに近い状況である。やっているのに発信ができていない。 属性で 23 区外の方というのは中央線沿いもしくは近隣の方であろうと推測される。問 9 の訪れたいと思わない理由として全体では交通のアクセスが悪いが 32.6% となっているが、23 区外の方には当てはまっていない。そうすると近隣の方もイベントを知らないということになる。色々な良いものがある。もう少し情報発信に力を入れた方がよいのではないか。知らないという吉祥寺の現状から、情報発信に資金を投入し外に向けて発信する。観光機構のホームページ以外の発信方法を考える等、具体的な指針があった方がよい。それにより、新しい集客に繋がるのではないか。
委員	吉祥寺秋祭り等立ち上げた一人であるが、以前からマスコミの使い方が下手であった。高円寺の阿波踊りや阿佐ヶ谷の七夕まつりなど中央線沿線の有名となった祭りとは規模的にも遜色ないが、マスコミによる取材すらない。ネットやホームページの利用もひとつだが、マスコミとのつながりが弱いことを常々感じている。ひとつだけの手法に頼っては駄目であろう。様々な手法を組み合わせることにより相乗効果が出てくる。薪能もあるが、イベント終了後に日程の問い合わせが入ったりもする。ポスターや市報に頼っていて、テレビ等を活用することに慣れていない。テレビ報道により集客も伸びると考える。
委員	プレスリリースの重要性は感じる。人間模様などを含めて情報提供すると、記事としてマスコミに取り上げてもらえる。イベント前にそのようなものを用意されると良いと思う。
委員長	ありがとうございました。では資料 2 の議論に移りたい。
事務局	～資料 3 資料説明～
委員長	時間が限られている。資料 5 頁までと 6 頁以降に分けて議論していきたい。
委員	前回の委員会で長い時間を掛け議論したが、10 年前の計画では「市民生活の質の向上」であったところが、「愛着や誇りの醸成」に変わっている。市民代表の市民委員として、「市民生活の質の向上」が目的になれば、観光推進が住民にとってのメリットと感じられず、観光による経済活動に協力する強い気持ちが持てない。 「愛着や誇りの醸成」などという住民側の精神のあり方を目標にするのは、住民に対して失礼でもある。バリアフリー対応や生垣の整備など、堅実な施策につながる「市民生活の質の向上」に戻していただきたい。施策では触れていても、大きな目的の図から、今回の計画では外されてしまっている。 また、SWOT 分析においても文化的イメージがあることも強みではないかと申しあげたが、賛同が多かったのにもかかわらず、反映されていないのはおかしい。是非入れていただきたい。
委員長	前回委員会の議論も含め、市民生活の向上が上位レベルではないかのご指摘だがいかがか。地域活性化と併記して市民生活の質の向上としてはどうか。文言も、市

	民生活の質の向上と活力ある武蔵野市の維持・発展を図りますとする案はいかがか。
委員	観光推進の目的の文末に「市民生活の質が高まります」とある。観光計画であり、最終的に市民生活の質が高まるということで違和感ない。
委員	市民生活の質だけが高まるわけではない。「市民生活の質も高まります」が相応しいと思う。
委員	私も委員の意見に賛成だ。
委員	観光推進の目的は、この通りで良いと思う。しかし、目指す姿・方向性でこだわりという言葉が出てきている。こだわりという言葉は計画書としての適切な言葉とは思えない。また現行計画にも使われていない。例えば魅力ある武蔵野の観光資源を守り育てる、惹きつける、親しみやすくするなど、もう少し考えてほしい。
委員長	戻るが、目的のチャート図はこのままで良いか。
委員	委員がお持ちの違和感を、愛着や誇りの醸成に感じている。こだわりのあるまちも含め精神的な表現は避けたほうが良い。
委員長	場所愛という意味合いではないか。
委員	策定委員会としてお出しする計画であり、こだわりという言葉は適切でないとし上げた。こだわりがあるから訪れたいまち、住みたいまちとあるが、一体何にこだわっているのか。
委員	こだわりとすると限定されてしまう。出来る限り多くの方に来てほしい、こだわりに共感する人だけが来るのでは門戸が狭くなってしまう。
委員	愛着や誇りの醸成もこだわりも同様に感じる。計画書の文言として適切でないと思う。地域経済の振興等と同レベルで並ぶような文言としてほしい。
委員	こだわりはネガティブなイメージがするが、愛着に関しては問題ないと思う。
委員	愛着は現行計画でも使用している。問題ないと思う。
委員長	基幹をなす言葉であり、どのようにするか。相応しいご提案はあるか。
委員	伝統や地域のブランド力、市民目線であればライフスタイルという言葉もある。
委員長	以前はこだわりという言葉はネガティブイメージであったが、現在の若者たちはむしろポジティブイメージとして使っている。
委員	本文中で使用するには問題ない。目指す姿・方向性としての言葉としては適切ではない。
委員	自然や文化、買物等、他の町では一度に楽しむことができないということもある。こだわりを多様性に変えても良いと思う。
委員	こだわりとした、事務局の意図をお伺いしたい。
事務局	どのような言葉が相応しいか事務局も悩んだところであり、委員の皆さんのお知恵もお借りしたい。様々なものを求めて吉祥寺のまちに来ていただいている。様々な目的を持った人を受け入れているといった顔があると思う。それは市民の生活スタイルにも言え、スタイルを持った方々が暮らしているから魅力的な街であると考えた。来られる方も住んでいる方もスタイルを持っていることが、吉祥寺を代表する武蔵野市の特徴と捉えた。そのライフスタイルという言葉日本語に置き換えると、という検討の中でこだわりとさせていただいた。
委員	伝えたいことは十分に分かり、中身についての異議はない。この言葉、語源のみが適切でないを考える。
委員	多くのメニューがあり、そのひとつひとつはこだわりがあるから訪れたいまちと解釈すると分かりやすい。
委員	多様なニーズを満たすからではどうか。
委員	魅力があるからということだと思う。魅力があるから来る、来たい。
委員長	こだわりとは、個人が持っているこだわりなのか、まちが持っているこだわりなのか。どちらに掛かるものか。

事務局	来る方も、まち、吉祥寺にある店舗、住んでいる方も持っていると思う。
委員	十分に理解できる。言葉だけ、皆も考え次回事務局案を提示してほしい。
委員	多様化しているからこそその、個性的としてはどうか。店も資源も個性的。先ほど祭りの話が出たが、吉祥寺の祭りは個性的でない。地域性やユニークさ、ニュース性がないとマスコミにも取り上げられない。今動き出しているはな子の像の件は、ニュースでも取り上げられている。個性的でないとは今後は生き残れないと思う。
委員長	浅草に行くような大衆的な観光ではない。個性が輝くということか。
委員	都市だから個性も多様性も皆含まれている、それが魅力なのだろう。
委員	個人的には吉祥寺は、誰が来ても受け入れてもらえるまちだと思っている。何があるから行くではなく、とりあえず行ってみようというフランクなまちというイメージがある。老若男女行けば何かしらあるまちと感じている。こだわりとすると限定され、そのこだわりは何となってしまう。こだわりは持たなければいけないと思うが、この中で使う必要はないと思う。
委員長	多様な個性が輝くといった言葉はどうか。
委員	とりあえず来るという方と目的を持って来るという方の両者を表す、多彩な魅力があるから訪れたいまちとしてはどうか。
委員	30・40年前からまちを作ってきた側として、吉祥寺は中央線沿線のまちや調布や府中といった近隣で開発が進むたび常に危機感を持って対応してきた。その危機を打破するために、音楽祭やウェルカムキャンペーン、アニメなど打ち出し必死にやってきた結果が今の吉祥寺である。その中で現在商売できず人に貸さざるを得ない状況に陥っている。このような様々な要素が含まれているのが今の吉祥寺である。 吉祥寺で生まれ育ち、数十年前までは高齢者が商店街に出向き買物する姿を見て、嬉しい気持ちになっていた。最近の吉祥寺はこのような方が徐々に少なくなり、外国人も増えまちも変わってきている。多様性というのは様々なことに取り組んできた中で出来た結果である。昭和47・48年の首都圏の再開発により、吉祥寺の基ができ、育って今のまちとなっている。これがこだわりと言われればこだわりかもしれないが、これだけではない。色々な要素を作ってきた、上手く言葉で表現してほしい。
委員	多彩な魅力ではいかがか。
委員	今までやってきたことが結果としてこだわりに繋がっていた。一生懸命やってきたことがこだわりであったと、後で気がついた。言葉が後をついてきたのだと思う。こだわりがあるからでなく、結果であり微妙にニュアンスが異なる。
委員	次回までに検討していただいて、事務局案をご提示いただきたい。
委員長	では、そのようにお願いしたい。3頁のSWOT分析では文化的イメージが強いということを追記していただく、その他はよろしいか。
委員	強みの部分は吉祥寺地区が中心だが、武蔵境地区は武蔵野プレイスにより集客力が高まった。線路も高架となりそれも強みと感じている。
委員長	具体的にというよりは、先進的なまちづくりが進んでいると表現すべきか。
委員	質の高い文化施設としてはどうか。
委員	武蔵野プレイスは確かに文化施設だが、商業的にも駅周辺の整備開発によりインフラが充実してきている。武蔵境についても加えていただきたい。
委員	武蔵野市は武蔵境・三鷹・吉祥寺の3駅を有していながら、異なる顔を持っている。三鷹駅は多くの通勤者が利用しており、朝の風景は吉祥寺に負けないくらいである。武蔵境は駅前広場が整備され近代的に変身し、すきっぷ通りを中心に駅周辺にコンパクトに集約されている。その反面、駅から離れた商店街は皆厳しい状況である。それぞれのまちの違いを表現してほしい。 三鷹駅は南口と北口で行政が異なる。三鷹駅は1つだが行政区が分かれていることでイベント等も別々に行われてきた。両者が手を結び1つのイベントをしてはどうかと提案している。客の立場から見た三鷹のまちをつくりあげようと、動きだし

	たところである。これから新しい三鷹ができてくる。中央特快停車駅であり、総武線・東西線の始発駅でもある。住んで便利なまちだと思う。住みたいまち吉祥寺というのは、むしろ三鷹ではないかと思うくらいである。
委員	三鷹駅北口へは1時間あたり、30～50本のバスが運行されていると思う。西武池袋線からも20分程度で三鷹へ来られる。潜在的魅力は高いと思う。市内には3つの駅があり、それぞれが個性的である。
委員	強みに個性的だということも入れていただきたい。機会に外郭環状道路の開通に触れているが、まだ5年10年はかかるようだ。掲載しても構わないのか。
事務局	東京都では2020年のオリンピックに開通させるとしている。武蔵野市内は通過地点だが、青梅街道等からのアクセスが良くなる。時期については再確認する。当観光推進計画は5年で見直しをかける予定にしているが10年間の計画であり、その間には開通するものと捉えている。
委員	何故、それが機会になるのか分かりかねる。
事務局	青梅街道にはインターチェンジができ、東八道路付近にはジャンクションとインターチェンジができる。アクセスが良くなることに間違いはない。
委員	しかし、駐車場がないので意味がないのではないか。
委員	駐車場は施設の問題であり、アンケート結果を見るに電車でしか来ていない。今までは、神奈川・千葉・埼玉から来ていない。そこに新たな可能性、車で来てもらえる機会が増える。そこをどのように受け入れるかという話である。 現在は、観光バスを駐車できる場所がなく、駐車場があれば、新たなお客様や地方の方が来られるといった可能性がある。機会があるからこそ駐車場がないのは弱みでもある。
委員	観光機構にもバス駐車場の問い合わせは多い。観光バスが停められないまちは、観光のまちではないと思う。それは弱みである。
委員	以前、北町でパークアンドライドの場があったが、無くなってしまった。今後、都市計画でパークアンドライドを推進するような形にしてほしい。
委員	外郭環状道路が開通することにより、茨城や千葉からの日帰り観光客が増えてくる可能性もある。
委員	駐車場、特にバス駐車場がないことを弱みに追加していただきたい。
委員	これは三鷹や武蔵境にも言えることである。各駅に駐車場が整備されれば各駅に観光客が訪れると思う。
委員長	大型バスの駐車場について弱みに追加することとし、4-5頁の課題についてはいかがか。
委員	武蔵野市の観光資源について、三鷹の工場見学や農業体験、NTT技術史料館などもう少し掘り下げて追加してほしい。
委員	5頁の観光機構の役割を明確にするという項目で、自由度をあげる必要があるとなっているが、自由度が問題なのか。財産を渡さないと中々安定した経営ができない。地方の観光協会のなかには、駅前に駐車場を与えられてその収益で運営費を賄っているところもある。そのような手法、考え方も必要であるという提言をすべきではないか。 交流・連携の仕組みの項目では、情報の共有・発信の場が必要とあるが、シティプロモーション委員会があり、委員会加入により情報の共有は可能である。それを踏まえた文言にしてほしい。
委員長	では、6頁以降についてご意見いただきたい。
委員	来街者誘致の数値目標について、アンケート結果から緻密な計算をされているが、半分の5割とするなど、もう少しインパクトのある値にしてはどうか。高い数値目標を掲げないとやる気にならない。
委員	委員会で数値目標を決めてはどうか。
委員長	WEBアンケートの属性にあたる、1都3県の方と条件を加えるべきである。

委員	WEB アンケートでは判断基準が人により異なる。目標値としては難しい数値の方が良いと思う。
委員	訪れたいですかと聞いたら、半分の人が行きたいと思ってもらえるくらいが良い。
委員	では 50%を提言する。
委員	根拠がない数字を目標にするのはいかがなものか。
委員	努力目標を入れて 30%というのはいかがなか。
委員一同	異議なし。
委員長	MICE の施策についてはいかがなか。
委員	海外、アジアやイギリスの方は大学や高校と交流したいが、窓口がないと言っている。大学や高校に受け入れる土壌があれば交流が可能である。この方々が吉祥寺やあちこちに行く。武蔵野市には大学も多くある、市民を巻き込んで面白い取り組みができると思う。そのような考え方、やり方が武蔵野市には相応しいと思う。
委員長	学校との連携によって会議を受け入れるということか。
委員	MICE の I(Incentive)を外して Meeting、Convention、Exhibition/Event ならできると思う。小規模なものなら可能だと思う。
委員	その通り、大規模なものは無理だが小規模なものならできると思う。都心なら企業が主体だが、武蔵野市は横の連携が図れる強みを持ったまちである。
委員長	浜松市や富山市など地方都市では、コンベンションシティという形で窓口を 1 本化している。
委員	都内では唯一町田市が、町田市観光コンベンション協会という組織となっている。私の中で誘致できるものとしては、4 年に 1 度行っている国際オルガンコンクールがある。これは正に MICE である。文化会館にあるオルガンも世界的に有名なものである。
委員	とにかく横の連携をつくれればできるはずである。
委員	オルガンコンクールもまちと一緒に、大学とも連携していけばもっと膨らませることができると思う。
委員長	もっと一緒に大学でイベントができれば大学の PR にもなる。補助金やアフターコンベンションも重要になってくる。
委員	武蔵野文化事業団は観光機構の 1 つのディビジョンなのか。
委員	異なるが、観光機構を通してもっと PR をし交流できたらと思う。
委員	吉祥寺周辺で小規模な室内楽コンサート会場を探している方も多い。先般、米八さんの蔵を使わせていただいた。音楽家の卵たちが演奏会場を探している。全体をアレンジして多様な場で音楽ができ、まちを楽しむ。そのような MICE が実現できたら面白いと思う。
委員	4 頁の観光資源に、オルガンコンクールも追記していただきたい。
委員長	現在文化会館は改修工事中だが、平成 29 年 4 月にリニューアルオープンとのことだ。以上で終了とさせていただきます。長時間にわたりご議論ありがとうございました。

3 その他

- ・議事録の修正および資料 2 についてご意見等があれば、10/18 までにご連絡いただきたい。
- ・次回の会議日程は 11 月 10 日（木）午後 6 時からとする。
- ・場所は決定次第、連絡する。

以上