

第二期武蔵野市観光推進計画 第5回策定委員会 議事要録

【会議概要】

日 時	平成 29 年 1 月 27 日（金）午後 6 時～ 8 時 30 分
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、林聖子副委員長、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、八尾明美委員、武藤毅委員、小島祐一委員
事務局	生活経済課 西川課長、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 （1）パブリックコメントの実施について （2）中間のまとめ 委員からの指摘事項について （3）先進地視察（台東デザイナーズビレッジ）の実施結果について （4）重点プロジェクトの設定について 3 その他
配布資料	資料 1 第二期武蔵野市観光推進計画 第 4 回策定委員会会議録 資料 2 中間のまとめ 委員指摘事項・事務局修正事項 ①第 4 回策定委員会での指摘事項 ②委員会後の委員指摘事項 ③事務局修正事項 資料 3 第二期武蔵野市観光推進計画（中間のまとめ） 資料 4 パブリックコメント結果 資料 5 先進地視察（台東デザイナーズビレッジ）実施結果 資料 6 第二期武蔵野市観光推進計画 重点プロジェクト（案）

【議事】

- 1 開会
- 2 議事

- (1) パブリックコメントの実施について
- (2) 中間まとめ委員からの指摘事項について

事務局	～資料 2・4 説明～
委員長	パブリックコメントの対応案はこのような形で回答されるのか。
事務局	最終的には頂いたご意見と回答を市 HP にて回答することとなり、その公開用の案であり、計画にも掲載させていただくことになる。
委員	資料 4 の No6 の回答に「武蔵野市観光機構へは本計画に基づいた観光業務を委託します。」とあるが完全委託ではない。表現として相応しくないのではないか。「本計画に基づいた観光業務を実施し、観光機構の理事会やプロジェクト等において業務の進捗を共有していきます。」といった表現なら分かる。「進捗を管理する」となっているが、どこが管理していくのか。
委員	補助金がつけられないので、予算上では委託という表現になる。財援団体ではないということである。
事務局	市の立場で記載したものであり、市の観光業務の大部分を観光機構に業務委託している。表現については検討させていただく。

委員長	全体の表現が委員会としての回答というより、市の立場からの回答という印象を受ける。
事務局	対応案として市の立場で作成させていただいた。中間まとめは委員会として公表しており、委員会としてこのような回答案で良いかご審議願いたい。業務の進捗の管理については、市から委託した業務は観光機構の業務として実施していただく。その進捗については観光機構の理事会やプロジェクトで管理をしていただきたいと思いますという思いである。決して市が管理するものではない。
委員	観光機構の組織で管理するというのであれば納得がいく。委託という表現についてはどうか。
委員	現在委託という形でお願いしている。
委員	この計画に基づいて行うが、決して完全委託業務ではない。検討してほしい。
委員	観光機構へ丸投げの感がある。
事務局	市の立場からの表現であり、委員会としての回答として再検討させていただく。
委員長	委員会としての表現にして改めていただきたい。
委員	資料4のNo8・9の回答では「効果検証を行っていきます。」とあるが、効果検証実施が義務付けられてしまう。もう少しソフトな表現の方が良いのではないかな。
委員	効果検証については以前からの課題である。例えば5月に実施されるウェルカムキャンペーンの効果はどのように測るのかと議会からの指摘が従来からある。JRの乗降客数や吉祥くじの売上枚数で見るなどあるが、どれが一番有効なのか非常に難しい。
委員	この効果検証は、市は資料としてほしいのか。
委員	ほしいと思っている。資料があれば補助金も出しやすい。
委員	効果検証しますとこの委員会で断言して良いのか。
事務局	計画は当委員会で策定し、市に答申していただいて市の計画としてお出しする。その中で、効果検証は市の責務であり市が実施していくことになると思う。市が実施すべきことが委員会で実施するような表現となっている。修正する。
委員	補助金に対する費用対効果は疑問なところもある。
委員	現実的には、イベントの実施により売上がどのようになったかなどのデータを取るのには非常に難しい。イベント実施により、街のどこかが潤っているという形にしかもっていけない。
委員長	これは計画に対するパブリックコメントであり、計画に盛り込めるか盛り込めないか回答すべきであろう。公表はいつを予定しているのか。
事務局	期限は設けていない。
委員	計画の中で、効果検証の仕組みが必要であるといった表現が相応しいだろう。
委員	経済指標として、JRの乗降客数だけで効果検証をするのは危険である。無料イベントというのも危険だ。
委員	私も同意見である。経済効果は観光客数×消費単価が本来の観光経済指標である。
委員長	来街者の行動を調べることも必要である。では次回修正したものをご提示いただきたい。
事務局	次回、もしくは事前に委員の皆さんには修正の上ご提示させていただく。
委員長	資料2、資料3の中間まとめの修正事項についてはいかがか。
委員	資料3のP12に「6) 武蔵野市の多彩な魅力を磨くための情報分析」とある。情報分析は様々な事業のベースになるものである。情報分析のみで終わらせるのではなく、「情報分析と戦略検討など」とするべきではないか。
委員長	情報分析とそれに基づく戦略構築などだろうか。
委員	情報分析とフィードバック、情報の分析と活用ではいかがか。
委員長	6)の施策例に、先程の来街者の行動調査を入れても良いかもしれない。行動調査は

	商工会議所さんがやられているのか。
委員	武蔵野開発公社さん、グランドデザイン計画策定時など、色々行なわれている。
委員	観光機構でも外国人の来街者調査を実施している。
委員長	各主体による来街者調査と加えると、パブリックコメントへの回答としても報告できる。
委員	P11 の 3) 情報発信の強化について、前回の委員会以降、街の商店に尋ねたところ商店会に加盟していないため、まち案内所で「糸モノまつり」のパンフレットを置いてもらえなかったそうだ。市のプロジェクトに関連するイベントであれば、商店会に加盟していなくても情報発信は実施したほうが良いのではないか。
委員	観光機構では発信しているが、そもそも情報提供がなかった。「糸モノまつり」のパンフレットについては置けるものであり、まち案内所さんでも拒んではないと思う。来街者の増加に繋がり地域に貢献するイベントであれば商店会の加盟店であるかないかは関係ないと思う。
委員	駅ビル内の案内所とサンロード商店街の吉祥寺まち案内所は根本的に異なる。吉祥寺まち案内所は各商店街が金銭的な負担をした上で運営されている。まち案内所という名称ではあるが実態としては異なるものである。吉祥寺活性化協議会の幹事会が月に一度開催されており、そこで説明してパンフレットの配置の要望をしていただければまち案内所でも対応してもらえる。いきなりまち案内所に行かれても、コンシェルジュが個別対応するのは難しい。それらの手続きを踏んだ上であれば設置も可能である。
委員	まち案内所という名称が誤解を招く。
委員	サンロード商店街から始まり、ダイヤ街・元町通り商店街に広がったものである。
委員	商店会に加盟していなくても、情報発信の強化の対象になるべきではないか。
事務局	特に商店会加盟店に限っているわけではない。基本的にはこのような表現で問題ないと思う。まち案内所は今までの長年の経験の中で十分対応できていると感じている。街の情報に関するものについては広く取り上げてもらえればと考えている。
委員	市のプロジェクトとしては商店会加盟の有無にかかわらず情報発信してもらえるということか。
事務局	市の方での仕切りはない。
委員	サンロード商店街にある吉祥寺まち案内所は会員のための発信基地であり、基本商店会加盟店だけになる。JR 駅ビル内の案内所であれば市の委託であり、広く取り扱えると思う。
委員	商店街の発信基地ではあるが、お問い合わせ、ご質問があれば分かる範囲で全てお答えしている。商店街だけでなくまちの案内をしている。
委員	観光機構では、限られたスペースの中でプライオリティをつけて取捨選択し、パンフレットを置いている。何でも置けると思われると困るが、来街者の増加や地域の振興のためのイベントであれば積極的に PR する。
委員長	情報発信の強化には、情報収集の強化も含めるということで良いかと思う。

(3) 先進地視察（台東デザイナーズビレッジ）実施結果について

事務局	～資料 5 説明～
委員長	参加した委員さんから感想等あればお願いしたい。
委員	創業支援施設のようなのだが、新たに創業した方が多くいるところなのか。
委員	インキュベーション施設で、これから創業しようとする向けの施設である。
委員	施設を見学したということか。街を歩いたのか。
事務局	今回訪問したのは、台東デザイナーズビレッジというインキュベーション施設で、「モノマチ」というイベントが年 2 回の実施で、時期が異なりイベントの見学はで

	きていない。イベントの拠点が台東デザイナーズビレッジであり、「モノマチ」というイベントがどのように始まり、どのように運営をしているのか、区は都市観光としてどのような扱いをしているのかなどお伺いした。
委員	創業者はどのように集まっているのか。
事務局	公募で倍率は高いようだ。創業間もない方が3年という期間中に地域の方とのコミュニティを広げたり、技術を磨いてコンペに出展したりしているようだ。
委員長	卒業企業が春日通り沿いにかかなり集積するようになった。年2回のイベントだけでなく普段も観光客を呼び込める地域になってきている。
事務局	通常、台東デザイナーズビレッジは非公開だが、イベント期間中は一般の方に開放し、自分の作品を見ていただき、作品を説明する機会にもなっている。それに合わせ周辺の町工場や卒業生が開業した店も一緒になりイベントを作っている。
委員長	新たな観光地域になっている。JR 都市開発さんが秋葉原-御徒町間の高架下をクラフト系テナント(2k540)に改装した、こちらも起爆剤となっている。
委員	私はこの「モノマチ」というイベントを知らなかったのが刺激になった。視察終了後、頂いた地図を見ながら歩いてみたが、思いがけないところにしゃれた店もあった。平日の夕方でありお客さんは少なかったが、週末やイベント期間中は多くの方がやってくる。吉祥寺ではどうかと思うが、三鷹中央や武蔵境であれば、このような形で街おこしをしていくことも良いと思った。元々は区が企画しているが、民間、特にデザイナーズビレッジの鈴木村長が主導してここまでのイベントになっている。行政にお願いする前には民間で動き、実績を作るというのもありかと思う。
委員	まちづくり会社とは違うのか。
委員	小学校の跡地で区が運営している。元々は小学校跡地にクリエイターを入れ支援する施設であったが、そこでまちづくりも進んでいる。私たちも要望するばかりでなく、ある程度形にしていけないといけない部分もあるのではないかと思った。
委員	それらを企画したのは区なのか。
委員長	区が計画した。
委員	インキュベーションマネージャーの役割をされている鈴木さんは、以前からそこで活動されていたのか、区の方が何らかの形で発掘されたのか。
委員	公募だそうだ。最初は上手くいかず区との衝突もあったようだ。最初は彼のような中心人物が引っ張って回数を重ね、現在は実行委員のメンバーが世代交代し、30代・40代の若手を中心になっているようだ。
委員	武蔵野市にも是非お願いしたい。
委員	武蔵野市も創業支援施設について今年度から動き出している。人通りのない少ない商店街、グリーンパーク商店街と境南町の商店街の2つにキッチン付きの創業支援施設を造る。飲食関係でこのようなものができればと思っている。空き店舗も多く、お客さんが付いたら商店会の空き店舗で起業していただけるよう誘導していきたい。
委員	モノマチについては情報発信が上手くいっていると感じた。クリエイター自らが情報発信をしている。
委員長	イベントポスターも毎回オシャレなものを制作している。様々なヒントがあると思う。イベントの開催で、今まで疎遠だった人との新しいつながりもできている。
委員	例えば香港に、警察宿舎跡地がデザイナーやクリエイターたちの情報発信スポットとして新しく生まれ変わったPMQという人気の施設がある。レストランは大変賑っているが、ショップを見ると皆関心はあるが、購入には至っていないようであった。類似施設等を比較して、武蔵野市に最もふさわしいものを見つけてみるのも良いのではないか。この施設が通常非公開なのはなぜか。

委員	女性が多く、セキュリティー上の問題と聞いている。
----	--------------------------

(4) 重点プロジェクトの設定について

事務局	～資料6説明～
委員長	ご意見があればお願いしたい。
委員	重点プロジェクト1で、「国際的スポーツイベントを契機とした観光推進」とあるが、オリンピック自体の経費が膨らみ赤字になりそうである。費用対効果の面から見て、つぎ込む予算に対してリターンが見込めるのか。
委員	旅行者が武蔵野市に来るのかという話か。
委員	今までの例を見るとオリンピック開催都市が、その後疲弊してしまっている。最終的に利益を生むものなのか。重点プロジェクト1として相応しいのか。地道に人を招く仕組みを考えた方が良いのではないか。
委員	そんなに予算が掛かるような施策は書かれていない。オリンピックがあるかないかに限らず、どの都市も人を招くためには行なっていかなければならないような内容である。
委員	10年間という長期的な観光推進計画である。その中でのプライオリティの1番に値するものか。
事務局	2019年・2020年はそんなに遠くない。想定される外国人の増加や観光客に来ていただきたいと観光推進計画を策定している。その中でインフラ整備や受入態勢の整備など優先的に取組み、プライオリティを高めるという思いで書かせていただいた。施策は将来的に実施していかなければならないことであり、新しいものというより今までのものを横断的に書き出し優先的に取り組もうと列記した。国際的スポーツイベントを絡め進めることが、必要性も含めて市民にも一番理解していただけるのではないかと考えた。
委員	この機を逃したらやってももらえないのではないか。足りない部分は色々あるので国際的スポーツイベントはチャンスでもある。オリンピック後に人が来なくなるのではないかと危惧はあると思うが、それはPR等努力次第だと思う。経済的インパクトも必ずあると思う。是非行なっていただきたい。 我々も2010年からオリンピックに向け動き出している。外国人観光客は必ずやってくる。その方々が武蔵野市に来てお金を落としてくれるかは、我々次第だと思う。2020年以降の外国人観光客が増えるのか減るのかについては様々な憶測がある。しかしイベントで受け入れがきちんとできれば最終手的にはMICEの話にも発展していくと思う。
委員	訪日外国人目標を2020年4000万人、2030年に6000万人と政府は掲げている。本当にそうであるならば、我々が取組んでいかないといけない。
委員長	オリンピックの精神は、スポーツイベントだけでなく文化イベントでもあることがオリンピック憲章にも謳われている。これを契機に文化力を高めていくことは重要であろう。
委員	その意味では重点プロジェクト3の「イベントサポーター制度など、市民と一緒に支える体制づくり」というのはプロジェクト1に入っても良いのではないか。あわせてプロジェクト1の「多言語対応ガイドの育成」は、プロジェクトの位置づけの「多様な市民や学生が参加しやすい仕組み…」にも当てはまると思う。
委員長	その辺りは事務局にご検討願いたい。
委員	イベントに関しては、魅力アップとともに既存イベントの見直しは難しい。皆さん自分の商売を置いて参加して下さっている。既存イベントの効果が無いからやめるというのは皆さんの納得が得られない。新たなイベントサポーターによって変えていくことで既存イベントの見直しができるのではないかと考える。そのような流れ

	があると良い。
委員	その通りである。
委員長	認知されていないイベントもある。
委員	マーケティングなしに、色々な人の意見でイベントをどんどん作っていくと收拾がつかなくなる。
委員	前からやっているからという理由で実施するという方も多い。整理が必要であり観光機構と一緒に進めていきたい。
委員	目的、マーケットの価値の共通認識を持たないと收拾がつかなくなる。
委員	伝統的なイベントもあり一概には言えないが、見直しは必要だ。
委員	重点プロジェクトに物足りなさを感じる。市民や学生頼りではなく商店街主導のプロジェクトが必要ではないか。重点プロジェクトの3つのうちの1つが市民や学生のボランティア頼みというのもどうかと思う。
委員	市では「新・元気を出せ商店街補助金」という制度で支援してきたが、元気になるどころか先細りになっている。商店街の方たちに頑張れというのは現実性がない。非常にきついビジネスである。過去にコミュニティスタジオ事業で境南町の商店街に亜細亜大学の学生がコミュニティカフェを開いたことがある。その方々は就職にも活かしていた。そのようなことも考えられると思う。
委員長	大学としては、街の中で学生を育てていただきたいという思いもある。
委員	もし書き加えるのであれば、商店街も巻き込んでという表現になると思う。
委員	商店街が主体となって市民を巻き込むものだと思う。
委員	それは現状無理である。商店街は商店街で頑張っており、手一杯な状況である。商店街単独では無理な話である。商店街が入っていないというのであれば、商店街を巻き込んでという文言もどこか加えていただければ良いと思う。
委員	サラリーマンも同様ではないか。ボランティアによって収入が上がる訳ではない。
委員	収入が上がる訳ではないが、自分が住んでいる地域が活性化する。
委員	回りまわって還ってくるものもあるだろう。街を楽しんでいただくことにもなる。
事務局	プロジェクト3の既存イベント自体、そもそも商店街が実施しているイベントを指している。商店街さんには今までも精一杯実施していただいているが、魅力アップを図るためにも、今まで参加したくても参加できなかった市民や学生たちにも門戸を開き一緒に実施していく体制づくりなども進めていきたい。 プロジェクト1の「商店街のインバウンド対応の強化」については商店街に頑張ってもらい、外国の方も受け入れていただく。プロジェクト1の最終目標は大会後のリピーター獲得につなげていくことであり、武蔵野市は歩きやすい、買物もしやすいと印象付けて大会後も来ていただけるような環境整備が重要と考えている。 新規イベントを増やしていくという考えはない。必要なものを皆で育てていく。
委員	商店街の取組みがイベント中心ということになってしまう。普段からの努力が抜けていると思う。
委員長	あまり踏み込んでしまうと商業振興の計画になってしまう。
事務局	おもてなしという意味では、商店街の皆さんも市民も同じ意識を持ってということかと思う。
委員	過去の事例を見るとオリンピック後のリピーターというのは、あまり期待しない方が良い。
委員	訪日外国人の増加要因は、決してオリンピック景気によるものではない。経済感度が良くなり、各国で日本が紹介され始めているからだ。オリンピックを契機にインフラを整備し受入態勢を強化していこうということにポイントがある。オリンピック後の話でなく、今体制を整えないといけない。一度来た旅行者がもう一度来たくなるようなまちづくりをするのが大事だと思う。新規の数を増やすのではなく、リ

	ピーターを獲得していくことが大事だ。そのために受け入れの準備をしていくという意味で、この位置づけは重要であると思う。これから間違いなく、外国人旅行者は増えてくると思う。
委員	近隣沿線住民から見放されないような街であることが重要だと思う。イベントではなく普段からの取組みがキーとなると思う。入れていただけるとありがたい。
委員長	日常の生活圏の中心としての吉祥寺の魅力は高めていくべきだろう。
委員	市民側の気持ちも分からないではないが、観光のメリットをいかに出していくか話し合う場であり、観光推進計画を話し合う場である。
委員	ただ人が増えるだけで混雑しているのは、市民にメリットがない。
委員	そのようにさせないためのプロジェクトであると思う。
委員	近隣にお住まいの方がリピーターとなってくれるような重点プロジェクトがない。一番中心が抜けていると思う。
委員	重点プロジェクト2や3はどのような意味で特出したのか。
事務局	重点プロジェクトの2は、愛着や誇りの醸成に関する課題で、市民が楽しみなおかつ市民が招きたい観光まちづくりを展開していこうという中で、早めに着手して進めていこうというものである。
委員	優先順位のようなものか。
事務局	その通りだ。訪日外国人のためだけというものでは全くない。国内の方、もちろん近隣沿線住民の方も念頭に置いて取り組んでいく。
委員	近隣沿線住民の件、商店街の方の努力についても何らか示してほしい。
委員	商店街の自助努力をこの計画に盛り込むことは難しい。
委員	プロジェクト3の「来街者を呼び込むための既存イベントの魅力アップ」は商圏の魅力アップにもなる。中央線沿線の方々に来ていただくことも方策の1つである。もう少し分かりやすく「沿線住民の商圏を広げる」などと書き込めば解決するではないか。
委員	商店街の自助努力については、産業振興計画に関わるのではないか。
委員	産業振興計画で謳っている。
委員	商店街の方が、街の情報・街に関わる人のことを知らないことが街の魅力を下げているのではないか。
委員	それは、重点プロジェクト2の「武蔵野市のディープな魅力を紹介するわかりやすい情報誌の発行」に当てはまると思う。
委員	主体は市民や学生ではなく、まずは商店街であるべきではないか。
委員	商店街も市民という概念でいけば良いと思う。
委員長	市の施策としては、商業者を支援するという書き方になると思う。
事務局	観光推進計画なので、商業者だけでなくもう少し膨らませて事業者などの表現を検討させていただく。もっと活躍していただける市民は多いと私どもは思っている。そのような方々が活躍できるフィールドを紹介していきたいと思っている。
委員長	市民に愛着を持ってもらえれば、市内の消費も活性化すると思う。 以上、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

- ・ 次回の会議日程は2月23日（木）18時から、場所は追って連絡する。
- ・ 3月の日程は早めに調整する。

以上