

第二期武蔵野市観光推進計画 第6回策定委員会 議事要録

【会議概要】

日 時	平成 29 年 2 月 23 日（木）午後 6 時～ 8 時
場 所	武蔵野商工会館 3 階 講座室
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結果について (2) 第二期武蔵野市観光推進計画（案）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 5 回策定委員会会議録 資料 2 パブリックコメント結果 資料 3 第二期武蔵野市観光推進計画（案）

【議事】

- 1 開会
- 2 議事

(1) パブリックコメントの結果について

事務局	～資料 1 説明～
委員	前回ご提示のものを修正いただいたものであれば、問題はないと思う。
事務局	修正したものである。お気づきの点があれば、3/3 までにご連絡いただきたい。

(2) 第二期武蔵野市観光推進計画（案）について

事務局	～資料 2 説明～
委員	P46 の観光機構の役割に、「観光に関する調査」とあるが観光資源開発は入らないのか。調査と資源開発は異なるものだと思う。
委員長	観光に関する調査は来街者に対するものであろう。
事務局	開発とは具体的には記載していないが、観光全般に関するコンサルティングやプロデュース、プロモーションというところで、そのようにも読めるかと思っている。資源開発について明文化したほうが良いか。
委員	観光資源の開発として、明文化したほうが良い。
委員	SWOT 分析の強みに「芸術・文化の香りがする」とあるが今までの経験を踏まえてもこの部分に違和感がある。客観的に評価基準が書かれるべきであり、香りがするというのはどのように評価されるべきなのか。例えば「芸術文化に係るイベントを数多く実施している」等、市民が客観的に理解できる表現にすべきである。これであればコンサート等も多く開催されており、強みであり評価されるものであると思う。
委員	イベントが多いだけでなく、文化人が多く住んでいることも含まれている。
委員	そのような方が多く住んでいるまち等としないと、表現が非常に曖昧である。ここからどのような戦略が打ち出されるのか、SWOT 分析のツールの使い方としてもいいか

		がなのか。
委 員		武蔵野市を観光する上でのブランド力として重要なものだと思う。文化度が高いという表現を変更してこのようになった経緯がある。
委 員		皆さんが武蔵野市の強みと感じているのであればそれはそれで良いが、SWOT 分析としては不適切な表現である。分かりやすく評価ができるような言い方にすべき。
委 員		「緑の風景が美しい」と同様で、緑が多くても美しいか美しくないかは分からない。
委 員		緑が多いというのは緑化運動に取り組めばより美しいものができる。「芸術・文化の香りがする」の趣旨は良く分かるが表現がよろしくない。通常定量的なものが出てくるべきである。具体的にイメージができない。文化人が多く住んでいる、コンサートが多く開かれているなどと理解する人もいるだろう。
委 員		総合的に見ていただければと思う。全てを定量的に見ると本質を見逃してしまう。
委 員		大事なことはコントロールができるかどうかである。香りを高めるとはどのようなことなのか。イベントの開催数や文化人在住者数など、少し噛み砕いた方が良い。
委 員		在住者数では一概に言えない。
委 員		誘致努力の積み重ねで文化人在住者が多いのならともかく、自然発生的に多いのであれば今後努力をしない限り維持発展はできない。強みは努力の結果であり、今後さらに強みを増していくと判断でき、戦術を具体的に描けるものをデータとして取り上げていくべき。
委 員 長		一度委員長預かりとさせていただき、事務局と検討する。その他ご意見いただきたい。
委 員		前回重点プロジェクトに事業者による自助努力の項目がないと申し上げたが、変更されていない。まず市民や学生の前に事業者が支える重点プロジェクトがあるべきだと思う。変更されていないが、どのようにお考えになったのか。
事 務 局		重点プロジェクト 2 においては「市民や学生が」という表現になっているが、決して市民や学生ばかりではない。これまで商業者も含め観光に関わる事業やイベント等を実施してきたという経緯がある。今後は事業者に加え、さらに市民や学生がまちづくりの推進にご協力を願いたいという思いで、このようなプロジェクトを優先的に進めていきたいとの考えである。事業者を特出ししての書き込みはしていないが、これまでの経過も踏まえ、今後継続のみならず時代の変化を捉えながら、観光に資する事業については、まちづくりの視点を持って進めていくことも考えている。当然ながら事業者にもメリットがあり、書き込まずともそのような活動については実施していただけるものと考えている。
委 員		理解しにくい。「事業者に加え、市民や学生が武蔵野市を案内する…」と入れるべきではないか。全ての商店が老舗旅館の女将のようにまちの情報を知っている。それはまちのブランド力アップになると思う。まちの商店が他のすばらしい店や文化人が居ることを知らない。
委 員 長		それらのことを反映させるために、P40 の施策の 3 つ目に「商業者等への観光情報の提供」というのがあるのではないかと。
委 員		観光情報の提供は市からなされるものか。
事 務 局		計画は市が策定するが、実行は必ずしも市ということではない。例えば観光機構や商店会などであり、市では方向性を示すことになる。
委 員		「事業者に加え、市民や学生が武蔵野市を案内する観光まちづくりの推進」で良いのではないかと。商店が他の店舗のことや、吉祥寺の強みをあまりにも知らない。主体となる商業者がまち案内をできるようになることは、重点プロジェクトになるものと考えている。外部の方のファーストコンタクトは商店であり、重要度は高いと思う。

委員	飲食店の方々に伺うと、皆さん経営が大変で時代の変化に合わせた変更など内部の切り盛りで手一杯だと聞く。商業者が主体的に動くことはもちろん大事だが、そこにお客様を誘導するような雰囲気作りは大事。来街者の増員を盛り上げていくということで、私は原案どおりで良いと思う。
委員	商店会の事情をお伝えしたい。自店に文化人や有名人がお見えになったこともあるが、公言するものではない。確かに宣伝にはなるが、お客様の個人情報であり公言されることで、お客様が嫌な思いをされることもあるだろう。知り合いの店舗にも有名人が見えているようだが、商店主たちは誰が来ているといったことは言わない。その辺も考えるべきである。 また、吉祥寺における商店の9割が大型店やチェーン店のテナントであり、地元商店主は1割である。店員のほとんどがアルバイトで固まっている。三鷹や武蔵境は個人店が多いが、徐々に大型店やチェーン店が入り込んできている。
委員	店側としては当然の対応だろう。芥川賞作品の「火花」が現在ドラマ化され、舞台は吉祥寺である。そのようなものであれば構わないだろう。
委員	現在、観光機構でPRを行なっている。
委員	商業者に知ってもらって相乗効果的にまちの魅力を上げられたらと思う。
委員	伝えるのが店側でなく、お客様が言うのであれば良いと思う。店側が言うのはよろしくないケースがある。
委員	案内するのは、市民や学生よりもまずは事業者が行うべき。
委員長	そもそも事業者の方が、店舗に立っている店のほうが少ない。
委員	吉祥寺においてはほとんど立っていない。商店にはまちの様々な仕事がある。特に駅前の商店会の理事や会長は日々様々な会合に関わっている。留守の際は家族が店に出て対応していることもある。
委員	店員であれ家族であれ、皆がまちを知っているとまちの高級感が出ると思う。
委員	むしろ商店会から情報を流していく形でない、なかなか難しい。そのためには武蔵野市の名所旧跡や様々な情報を商店会のほうから情報提供していく形になるだろう。働いている人の立場に立つと、日々の仕事に追われ情報を掴むことは難しい。
委員	市や観光機構からニュースレターとして年に数回でも流したら良いと思う。市民や学生も余裕もない。武蔵野市の案内はまずはまちの商店の方が行ない、それを見た市民らが協力したいと思うことが自然だと思う。
委員長	情報提供や様々な企画を実施して下さっている事業者さんもいる。
委員	イベント的ではなく日常において提供してくれることが格の高いまちと思う。
委員	個店が対応するのは難しい。お客様が入りづらいところもある。観光機構や、公的な市報や季刊むさしのなどで情報を提供して知ってもらうことが必要だと思う。メジャーな情報である「火花」や三鷹の太幸治関連などは既に知られている。既存の情報で行き渡ると思う。 事業者も市民も学生も皆忙しいが、住んでいる市民や武蔵野市に来ている学生たちに応援・支援していただいてまちづくりをしていくのが大切だと思う。事業者に特定せず、これでいいと思う。
委員	「事業者に加えて・・・」とすると事業主体と捉えられる。店のことで手一杯というのが事業者側の本音であろう。事業者にしてみれば押し付けがましく感じる。そうではなく、ボランティアで市民や学生がこの街を盛り上げていこうというのが自然の流れで、経営を頑張ろうという事業者の後押しになるだろう。エンジンをかける際には外力が必要である。
委員	観光でメリットを受けるのはまず事業者であろう。当の事業者がまず案内できるようになるべきと考える。
委員	今回の計画は、観光推進で盛り上げていこうというものである。市民やボランティ

	アが、一生懸命まちの発展のために応援しようではないかという趣旨で私は良いと思う。とても素直だと思う
委員	まず事業者が頑張ってからだと思う。
委員	やはり市民である。事業者も市民である。既に「市民や学生をはじめとした多様な主体」となっている。事業者をあえて加えることもない。2 つ目の施策でも「事業者、市民、教育機関・・・」となっている。
委員	観光推進施策であり、経済発展や商業発展などの商工団体が主体となっていくものとは異なる。市民目線でいいと思う。
委員	来街者のファーストコンタクトは店舗である場合が多い。
委員	ファーストコンタクトは、まち案内所や駅の案内所・観光機構・ホテル等であり、そこで紹介されて次に足を運んでいると思う。ましてや今はスマートフォンがファーストコンタクトである。
委員	偶然立ち寄った店での情報提供が、まちの魅力を上げると思う。
委員	事業者押しになると逆にイメージを落とす。SWOT 分析の欠点はそこにある。市民目線で書かれた方がやっている感もある。このままで良いと思う。「市民や学生をはじめとした多様な主体」とある。多様な主体の中に含まれている。
委員長	「事業者のみならず」であれば違和感がないか。
委員	事業者がそのようなことに努力するのは当たり前のことであり、あえて記述するのは押し付けがましい。
委員	市民の私から見たら、事業者がまちのことを知らずに、直接利益を得るわけでない市民が案内すると記述されるのは、押し付けがましいように思える。
委員	まちを知っている、知らないはお店のポリシーによるものだと思う。美味しいものを提供する、味一本で勝負している店主も居るだろう。高い意識のウエイトを置くところは事業者によって異なるだろう。お客さんとのインターフェースを市民や学生が取り持てれば良いと思う。それが三者共存になる。事業者にこだわる意味が分かりかねる。
委員	観光施策によるメリットを事業者が多く受けるからである。
委員	そのようなことはない。この観光推進計画のねらいは「住み続けたいまち」である。一番メリットを受けるのは市民だと思う。
委員	3 つの重点プロジェクトは、今までの集約ではなく一部分である。重点プロジェクト 2 の推進に関しては誰が音頭を取るのか等、様々出てくると思う。3 つの重点プロジェクトが従来から進めてきたものときちんと当てはまらない。
事務局	P36 に記載させていただいたが、当計画は 10 年計画であり東京オリンピック・パラリンピックを含めた前半の 5 年間で、特に優先的・重点的に取り組むものとして挙げている。全ての施策をこの 3 プロジェクトに詰め込んだ訳ではなく、早めに着手し力を入れて取り組むべき施策を切り取ったものである。今までの経緯を踏まえて継続していくもの、新たに取組む必要性のあるものをご理解いただければと思う。
委員	誰がどのようにして取組んでいくのかとなると、観光機構が中心となって進めていくのだろう。重点プロジェクトの 1・3 は良いと思う。重点プロジェクトの 2 にある市民や学生を巻き込むことは大変な事業である。
事務局	重点プロジェクトの 2 については、施策にもあるように観光機構が取組んでいる観光ボランティアガイドによるまち歩き事業はもちろん、P40 の記載にあるように、来街者にも市民にも新たな魅力を再発見してもらうために、既存の市民活動団体等が実施している取組みをいれていく。既存の団体の取組みも観光まちづくりの切り口で取り込んでいけるものが様々あるのではないかと考えている。市民が参加し、人に案内することにより、新たな発見をすることもできる。また、おもてなし面からも、多くの市民や学生が来街者と接する機会を増やしていきたいと考えている。

	組織的に進めるイメージではなく、今までの活動の延長線上や活動に関わりたいたいと考えながらもなかなか機会のなかった市民等を取り込めるような仕組みづくりも含めて推進していければと考えている。
委員	三鷹の商店会など、既に学生を巻き込んでいるケースがある。緑町一番街の空き店舗の活用では学生を主体として事業なども行っている。しかし、個々の事情があり、一部では市民・学生を巻き込むことはできても、それを市全体でとなると無理があり難しいだろう。おそらく今までの取組みがこのような表現になったと捉えている。
委員	私は違うと思う。それは商店会の活性化であり観光の視点として捉えると当てはまるのか疑問である。観光まちづくりとは異なると思う。
委員	緑町の事業は、観光といえば観光だろう。
委員	その事業により、他から集まってきてまち自体の活性化に繋がっているのか。
委員	その状況を目指して、現在実証実験を行なっている。
事務局	中央地区では商店会でのイベントなどに学生に関わっている。決して観光のために、地域活性化のためにと銘打って行なっている訳ではない。武蔵野美術大学の学生が緑町一番街の一角を利用し、まちの皆さんと協力して一緒に行なっている。また、まちの案内をしているのは、まち案内所の方、観光ボランティアの方だけではない。まちのことをご存知の市民の方、例えば緑のこと、水のことなど様々なテーマでの市民活動団体がある。そのような方々に普段自分が好きで行なっていることを話していただく、それだけでまちのガイドの役割を果たしていただける方がたくさんいらっしゃる。そのような方々の活動を横に繋げ、楽しく活躍できる場を観光の枠組みの中で用意していくことができると考えている。
委員	非常に良い話だが、横の組織を作ると相当大きな枠組みで動かないといけない。観光機構としてもボランティアガイドに活躍していただいているが、20 数名をまとめるだけでも月数回の打合せなどを実施している。これを全体でまとめるとなると相当大きな組織が必要である。重点プロジェクトに据えるのであれば、誰がどのように行うのか決めなければ曖昧な計画となってしまう。
委員	今の観光機構の組織で、まとめるのは無理だろう。
委員	無理だとは思いますが、行うべき重点プロジェクトであるなら行政も巻き込んで行なっていかなければならない。アドバイスはできるが、現状で組織を束ねることは無理だろう。組織の体制を整えた上での、計画にすべき。
委員	重点プロジェクトの 1・3 については問題ない。2 については誰がどのように進めるのかは大事なことである。無理があるのではないかと。
委員	このような取組みをしたいとの話は観光機構にも持ち込まれるが、それは「点」であり、「線」となるような継続事業とするには運営組織が必要だと思う。
委員	重点プロジェクトとするならば、観光機構も一生懸命やらなければならないと思うが、大変な仕事になるだろう。予算も必要となる。
事務局	旧来どおり様々な組織を横に繋げ、事務局があり、一堂に会してとなると無理なイメージがあるかもしれないが、そこまで固い繋がりではなく連絡は SNS やメールを利用するなど少し緩いつながりイメージしている。例えば、「今回このようなことを行ないます。ご協力できる方、手を挙げてください。」といった呼びかけを行う。テーマごとプロジェクトごとに進めていくイメージである。情報発信に関しては観光機構等に行なっていくことにはなろうかと思う。どのような形でできるのか皆さんとご相談の上進めていきたい。大きな組織を作って進めていくのは厳しいだろう。様々なことをご存知の市民や団体の方が連携して、新しい何かが見い出せたらと思う。見い出して広くお伝えすることにより観光資源となり得るものも多いだろう。それらのものを市民や来街者の方々に楽しんでいただけるように紹介していけ

	たらと考えている。
委員	そうであるならば、「案内する」という文言は削除した方が良い。
委員長	案内するというよりも、「市民や学生が参画しやすい観光まちづくりの推進」が相応しい。
委員	良いと思う。
委員	P40 に「多様な主体が武蔵野市の観光に参加できる観光まちづくり体制を整える。」とある。こちらではないか。
委員	それが良いと思う。「案内する」ではガイドになってしまう。
委員	参加するであれば、事業者が主体になっているので違和感がない。前提が見える。
委員長	ある程度実績があるというニュアンスも書き加えた方が良い。
委員	多様な意見があるだろう、無理やりまとめるのではなく従来の活動は活かした方が良い。
委員長	では、そのように表現の変更をお願いしたい。
委員	ベジタリアンやハラール対応について、事業者への情報提供も行なっていくべきではないか。
委員	3月3日に商工会議所主催でのセミナーも予定されており、今後吉祥寺で何らかの取り組みも考えている。まだまだ日本で浸透はしていないが、5年もすれば対応せざるを得ない状況になるだろう。
委員	多言語マップに掲載される飲食店等は、情報提供もしていく必要があるだろう。
委員長	P38の「商店街のインバウンド対応の強化」に含まれるであろう。
委員	6人に1人はベジタリアンと聞く。また牛由来、豚由来でも異なる。
委員	厳格なムスリムの方もそうではない方もいらっしゃる。あまり固くならない方が良いかもしれない。アレルギー対応と同様、様々な対応が求められる。
委員	そのような方が観光に来られる場合、ある程度気をつけて来られるだろう。
委員	国によって豚だけ抜いてと言われる。ハラールとなると包丁にいたるまでで、普通の事業者では無理。その対応は無理と分かってもらった上で来てもらうという形もある。完璧な対応は無理である。
委員	商工会議所で、「商店街のインバウンド対応の強化」としてセミナーやハラール対応のセミナーも実施している。全てこの「商店街のインバウンド対応の強化」に含有される。料理の中身にまであえて触れない方が良い。まだそこまで至っていない。
委員	外国語対応のマップに載せてもらいたいと考えている飲食店は、そこまで覚悟を決めないといけないということを伝えなかった。
委員長	料理の中身にまであえて触れない方が良いだろう。
委員	重点プロジェクトは今後具体化されていこう。市民文化会館がリニューアルされる。とても良い施設であり、コンサートの後は飲食をといった、コンサートと観光の楽しみをコラボレートした企画をお願いしたい。
委員	商工会議所のサービス業部会が進めているが、そのような企画も良いと思う。今年9月に国際オルガンコンクールもある。商店会に様々なことをお願いすることになるだろう。
委員	継続されるイベントがあると定着もするし、世界に発信できる。そのような資源は上手く使ってほしい。
委員	P46に各主体の役割が記載されている。様々な施策がある中で、どの主体がどの事業を担っていくのか指針がないと進められない。もう少し役割を計画に落とし込む必要がある。
委員長	具体的な提案はあるか。
委員	重点プロジェクトの施策を見ても、様々な組織が関わりあっていくものがある。誰が行うのか、どこが行うのか明確にならないと着手できないのではないかと。かなり

	の部分推進機構が担うことになると思う。そのためにはきちんとした線引きが必要である。
委員	重点プロジェクトの3、イベントも大事だが普段の取組みが重要でもあり、そのようなことも盛り込んでもらえればと思う。秋祭りの時など身動きが取れないほどになる。そうではなく、平準化させていつも来てもらう方が良いと思う。
委員	祭りの時は商売にとってはマイナスであるが、お客さんに楽しんでもらうのが目的であり、商売目的ではない。買物を強要するとお客さんは逃げていく。様々なイベントを仕掛けることで、目を向けてもらう、足を向けてもらうことに繋がる。平準化よりもいかに足を向けてもらうかが大事である。
委員	計画案の構成に関し、一番主張したいところを前に出す方法もある。
委員	現行計画はどのようなになっているのか。
事務局	現行計画も本計画案と同様の構成になっている。おっしゃるように重点プロジェクトを前に出す手法もあり、構成に関して再考の余地はあると考える。
委員長	難しいようであれば、無理をされることはない。 以上をもって終了とさせていただきます。ありがとうございました。

3 その他

- ・ 次回の会議日程は3月30日（木）18時から、場所は商工会館4階の市民会議室とする。
- ・ 最終回となるため、資料は事前にお送りする。事前にご確認もお願いしたい。
- ・ 本日の資料1・2についてご意見があれば、3/3までにご連絡をお願いしたい。

以上