

会議録

1 附属機関の名称

犬山市観光戦略会議専門部会（第8回）

2 開催日時

令和3年10月29日（金）午前10時から正午まで

3 開催場所

犬山市役所4階 401会議室

4 出席した者の氏名

- (1) 構成員 服部敦、梅川智也、片岸秀和、奥村好樹、片山義博
(順不同・敬称略)
- (2) 執行機関 永井経済環境部長、新原観光課長、小池観光課課長補佐、
小澤観光課主査補
- (3) 関係課 企画広報課

5 議題

- (1) あいさつ
- (2) 報告事項
 - 1. 観光戦略の策定スケジュール (資料1)
- (3) 協議事項
 - 犬山市観光戦略（案）について
 - 1. 戦略の構成について (資料2)
 - 2. 観光戦略の体系について (資料3)
 - 3. 観光構想図について (資料4)
 - 4. 目標設定について (資料5)
 - 5. 重点プロジェクトについて (資料6)
 - 6. 方針別の施策について (資料7)
 - 7. コロナ禍からの回復プログラムについて (資料8)
 - 8. 戦略の評価と見直しについて (資料9)

6 傍聴人

1名

【資料】

- (資料1) 令和3年度観光戦略 策定スケジュール
- (資料2) 戦略の構成について
- (資料3) 観光戦略の体系について
- (資料4) 観光構想図について
- (資料5) 目標設定について
- (資料6) 重点プロジェクトについて
- (資料7) 方針別の施策について
- (資料8) コロナ禍からの回復プログラムについて
- (資料9) 戦略の評価と見直しについて

7 内容
事務局

おはようございます。

本日はお忙しい中、ご出席いただきありがとうございます。

ただいまから第8回の犬山市観光戦略会議専門部会を始めたいと思います。

緊急事態宣言も明け、10月以降、城下町についても観光客が戻ってきているという状況です。全国的にもこのコロナの感染者数は減ってきているという中で、停止していたGoToトラベルやGoToイートというような声もちらほら聞こえてきている中、この戦略策定についてもいよいよ大詰めのところまで来ております。この流れで策定まで走り抜け、さらにはその後、持続できるように頑張っていきたいというふうに思っていますので、今後ともよろしくお願ひします。

それでは、本日の会議ですが、お手元の次第に沿って進めます。長くて2時間、お昼の12時までには終了させていただきたいと考えておりますので、ご協力のほどよろしくお願ひします。

それでは、まず初めに服部部会長にご挨拶させていただきたいと思ひます。お願ひします。

服部部会長

皆さん、こんにちは。

ラス前の会議ということでございますので、実質的な議論、協議はかなり重要なポイントになるかと思ひますが、計画策定に向けて集中的なご審議をいただきまして、ラストスパートにつなげられるようにしていきたいと思ひます。どうぞご協力をよろしくお願ひします。

事務局

ありがとうございます。

本日、事務局に観光戦略策定支援業務委託の受託者であります株式会社国際開発コンサルタンツが参加をさせていただいております。よろしくお願ひします。

それでは、本日、総数5名全員の出席をいただいておりますので、会議は成立しているということでご報告させていただきます。

なお、本日の会議については公開で開催し、この様子を犬山市役所2階206会議室にてモニター公開させていただいております。

傍聴の方については会議中お静かにお願ひしますとともに、モニター撮影は自席からの撮影を認めます。録音については、個人のメモとしての利用に限り認め、切り取って公開することはやめていただくというような扱いになっているのでよろしくお願ひします。

また、この会議の内容につきましては、後日、資料と会議録をホームページ

で公開する予定となっておりますので、あらかじめご了承ください。

次に、会議録につきましては、2人の委員が署名するという事になっていきます。前回、梅川委員、それから片岸委員にお願いいたしましたので、今回は奥村委員、それから片山委員にご署名いただきたいと思っておりますので、よろしくお願いいたします。

それでは、事前に配付させていただいた資料の確認をさせていただきます。

(資料確認)

事務局

不足はないですね。

(問題なし)

事務局

それでは議題に入らせていただきます。

以降の進行については、会議規則に従い、服部部会長に取り回しをお願いしたいと思います。

服部部会長

それでは、初めに報告事項として、観光戦略策定スケジュールということで報告事項を行いまして、今日は、資料は最後でたくさんありますので、たくさんの資料を一括して説明いただきたいと思っておりますので、報告事項、議事併せて説明をよろしくお願いいたします。

(事務局説明)

服部部会長

ありがとうございました。

それでは、議題に入りたいと思っておりますが、大変多岐にわたっている色々な項目がございまして議論しにくいところではありますが、こんな進め方を提案したいと思います。

まず最初に、資料全体を見渡していただいて、各委員からそれぞれお話しいただければというふうに思います。片岸委員のほうから始まって、こうぐるっと回るような形で私まで戻していただければというふうに思っております、全体にわたる指摘事項でも結構ですし、どこか気になる資料に入り込んでの指摘事項でも結構ですので、まず一通り各委員からお話をいただきたいなと思っております。

その上で、今日は親委員会に向けて少し資料を確定していくという要素もありますので、各資料をもう一度立ち戻って資料番号ごとに確認していったら最後

に至るといって形で進めさせていただきたいと思っておりますので、よろしくお願ひいたします。

まず最初に全体を見渡していただき、思いつかれたこと、気になっていることをお話しいただければと思っておりますので、片岸委員さんからお願ひいたします。

片岸委員

では、私の方から話をさせていただきます。

全体資料を拝見させていただきまして、大変体系立った形で構築をしていただいておりますので、大変わかりやすく受け止めております。今までのお話から何か大きく外れるところもないものですので、基本的なところとしては全く問題ないのではないかとこのように思っております。

それで、私自身が名古屋鉄道の人間ということですので、先般、インディゴの予約が11月1日からスタートで3月1日オープンということで、プレスリリースもさせていただきまして、私どもの方もいよいよこれのきっかけになっている部分もあるかなと思っておりますけれども、インディゴがいよいよ開くというふうなところで、一般向けの、ちょっとすみません、細かい話なんですけれども、一般向けは11月1日から予約オープンなんですけれども、実は運営をお願いしているIHGの方で会員向けのサイトで予約の方を先行してスタートしている状況で、今の時点で予約の状況は、コロナ禍であるにも関わらず順調というふうなことで話を聞いております。IHGから総支配人も、思った以上に反応がいいというふうなことで話をされています。

ただ、IHGとしては、最初はできるだけスロースタートでいこうと、いきなり満館にして、もうフルでがらがら回すというよりは、どちらかというところをセーブして進めていこうというふうな方針があるということですので、3月、じゃあ開いたからどんと宿泊人員がぐっと上がるというのは、ちょっとそういうふうな方針ではなさそうだとこのことは聞き及んでおりますので、その点は、ちょっとこの場でお伝えをさせていただければなというふうに思っております。

あと、名古屋鉄道としても最近マイクロツーリズム、コロナ禍からの回復の段階のところの話にも近いかもしれませんが、「ジモ旅」という表現でちょっと地域、地元を見直して、地元の観光からまずやっていきたいと思いますというふうな、ぜひ地元を愛していただき、地元の新たな魅力に気づいてくださいというふうなことのアプローチもやっていきます。

インディゴに関しても、せっかくの機会ですので犬山のPRということ、我々の沿線以外のところでもできるだけ積極的にやっていきたいなというふうな考えてはいるんですけれども、この辺りはまだちょっと社内的なオーソライズが取れているわけではないんですけれども、やはり宿泊型の観光地にシフト

させていきたい、我々もホテルが2つ開きましたので、そうなる、やっぱりこの我々の沿線内だけの告知・宣伝というところではなくて、それ以外のところ、関西地区であったりですとか関東であったりとか、我々が持っている媒体、中身を使って、宿泊のターゲットとなるエリアに対して、ホテルということではなくて犬山の魅力の発信といったことをやっていきたいと思っておりますので、戦略会議の方向性とも我々とも合うような形で状況が進んでいるかなというふうに思っておりますので、今日の資料も拝見させていただいて、その辺りで合致しているなと思った状況でございます。

私からは以上でございます。

服部部会長

基本的な方向性が合っていると。よかったです。

服部部会長

それでは、片山委員、お願いいたします。

片山委員

おはようございます。

今、片山委員も言われましたように、私も観光協会の立場から、今、日帰り観光客が多い中で、ミュージスタイルと3月にインディゴがオープンするにあたって、日帰りは日帰りを取り込みながら宿泊観光に大シフトをしていかないといけないと思っております、これは観光協会の中でもずっと僕が言い続けていることなんですけど、とはいえども、コロナで今、立ち上げもスロースタートとか厳しいことも結構お聞きしております。3月1日にインディゴもオープンするということで、実際、先週かな、ちょっと皆さんに先立って、やっぱり集客・送客をしていただけるコアな首都圏等の企画担当の方にも実際もう見ていただいて、いろいろアンケートもいただきました。まだ皆さん、まとまっていないからオープンもしていませんけど、相当ポテンシャルが高いというお話をいただいている、ぜひ3月に、値段次第だけだと言われてきたけど、相当期待をしているということもひしひしと感じています。

もちろん今、こういう時代でありますのでインバウンドもありませんけど、インバウンド関係のオペレーターの方もちょっとお話しさせていただく時において、5月、6月ぐらいからは徐々に、国によってはもう回復するということもありますけど、なかなか日本の渡航制限、10日間が解けないですから厳しいんですけど、インバウンドも徐々に進んでいくし、インディゴを中心に、開けばミュージスタイルも含めて送客したいということですので、もうまさに宿泊観光シフトということを強めた、もちろん2つのホテルだけじゃなくて、市内には12か所のホテルがありますけど、インディゴ、ミュージスタイルで駄目ならば違うホテルも、松竹梅じゃないですけど、そういうふうにご選択

いただけるような形で、2つの新しいホテルばかりというわけにもいかないですから、取り込んでいきたいなと思っています。

ということも考えますと、やはり名古屋圏のみならず、首都圏・関西圏に対しても、やはり最終的に新幹線を使った商品とか、そういった新幹線使いをいただけるようなエージェント等とも親密に商品化をしていく必要もあるのかなと思っています。

あと、ここの中にK P Iというところが結構どうやって判断、例えば観光協会が取る統計であれば人数でわかるんですけど、各カテゴリー的にどうやってこういうK P Iというのは取っていくのかなというのちょっと1点聞きたいところではありますけど、全体的にそういうシフトというところにも入っていますし、あとコロナですから、日帰りはもちろんいろんな手法でやっていければ。

あと、M I C Eと言われる子ども、収入が取れないという話もこの前いただきましたけど、やっぱり学校団体とか遠足だとか校外学習で来た方は、子どもの思い出というのは何十年後かに家族を連れてくるという、僕もそういう思い出がありましたので、そういう学校の教育旅行なんかも誘致して、できましたら結構いろんな土地でやられていますけど、学校誘致だとか、そういったM I C E誘致するためのインセンティブというか、そういうのをかけられている自治体が多いもんですから、かけていった方がいいのかなというところはありません。以上です。

服部部会長

ありがとうございます。具体的な提案がありましたので、よろしくお願ひします。それでは、奥村委員、お願ひします。

奥村委員

商工会議所の立場で話をさせていただきます。桃太郎プロジェクト事業の推進です。コロナ禍で今止まっている推進の方法、方策と、これも約5年計画で立てようということで計画を進めてきたところなんですけれども、これをやるにも桃太郎ですと伝説が犬山にあり、この伝説は犬山市だけではありませんので、坂祝とか可児とか、そこの連携が必要ということで組織も立ち上げて、その会議所、観光協会さんとも推進の中でいろんなご意見を聞きながら、伝説に向けた観光地の遊覧整備を進めるというものも当然必要になってきます。そういったことで計画も、なかなかコロナ禍で今止まってできていません。委員の方も思いつきで言われたのか、どうしても遊覧の面なんかは当然後になってしまいます。具体的な計画がなかなか出ませんので、一旦これはその組織を解散しようということで、先だって会頭とも話をして、解散に向けて各委員の方に説明しながらと思っています。

もともと国の経済産業省でありましたが、そういった補助事業を使いながらと思ったんですが、会議所は申請団体にはできないということになっていて、費用面にもかなり足りませんですけども、ちょっと残念でした。

ただ、その代わり、今、国と県で様々な団体ができているということで、各務原、可児、美濃加茂、犬山、江南、扶桑、坂祝ですかね、ここで木曾川中流域かわまちづくり協議会が立ち上がったと。これもかわまちづくり支援制度があって、近隣の市町でもそういう活動をしてみえる、そういったものをぜひ中に入って話をしていきながらと思ったりしています。

それからもう一つ、岐阜県が中心になって木曾川中流域観光振興協議会ですか、これがまさしく私どもが桃太郎伝説絡みで、可児、美濃加茂、坂祝、犬山、あと各務原もこの中に入ってみえるということで、ここでそれぞれの思いも話ししながら中に入って、いろんな知恵を出しながら、遊覧も含めてやっていきたいということを思っています。これはほかの会議所も、各務原もそう思っていますし、美濃加茂も当然そう思っていると思います。ぜひ入りたいというのが会議所の意見です。

観光戦略の中に、連携が必要になってくるんじゃないかと思えます。近隣市町との連携という表現を入れていただきたいなと思ったところです。

それから、もう一つは資料5の目標設定の目標指数がありまして、ここで日帰りの消費額がありまして、1人あたりは3,846円となっています。下には宿泊の消費額で1人あたり1万5,130円。宿泊はわかるんですけど、1人あたりの日帰りの消費額が、そこの調査された方によって違うと思うんですけど、この3,846円という数字ですね、どうしても会議所は消費額1人あたりどれだけ使っておるかということがよく聞かれまして、以前、犬山市が平成25年ですね、観光消費額の調査をされたことがあったんですけど、その時は1人あたりの消費額が2,259円だったのが1,600円ほど増えている。いまだに私どもは2,259円と言う、それだけかと、いまだに役員さんは言ってみえますので。

その時とこの3,800円の数字は比較していいのかなと思ったりもしまして、これはかなり上がっていると思いますけど。ですから、この数字を書かれると、もうこれを独り歩きしていきますので、いいのかなと思っただけですね。

あと、この人たちは1人あたりの消費額は何人を基本にしているのかなと。当時の平成25年に562万人という年間で日帰りの来訪者数が記載してありました。それが非常に分かりやすく思いました。

服部部会長

桃太郎プロジェクトについては、何かそういう方向性を書いていますかというところでよくわかりました。

数字の話は少しコメントされますか。

事務局

はい、ありがとうございます。

消費額につきましては、今 2,259 円と言っていたのは、確か平成 25 年の時に観光関係の基礎調査というのを行いまして、アンケートによるもので導き出しております。3,846 円というのは、令和元年度の観光戦略策定となった時に行った、やはり同じようにアンケートを行いまして、同規模でアンケートを行って、聞き取りをしたら 1,600 円ぐらい上がって、やったという感じなんですけど、ただ実感としては平成 25 年と令和でいきますと、やはり店舗の数だとか、手前みそですが、滞在だとかを勧めるための公共駐車場の整備が進んだりとか店舗数が増えたりとかで、魅力は多少なりとも上がったのかなというところもありまして、アンケートがうまい具合に出たなというところになります。

今後、消費額を一つのベースとしていくんですが、やはり取り方としてはアンケートを取るしかないのかなと思っているので、アンケートで一つ決めながらですけど、定点観測していきたいなというふうに思っております。よろしくをお願いします。

服部部会長

よろしいですか。

では、梅川委員、お願いいたします。

梅川委員

多分率直な意見を言えるのは今日しかないと思いますので、あえて厳しめにちょっと申し上げたいと思います。

まず一つは、片岸さんと片山さんがおっしゃられたように、今回のこの計画ビジョンで大きく変えようというのは、これまでの城を中心とした日帰り観光客が中心の犬山観光を大きく宿泊型、あるいは体験型に変えていくんだと。そうすると、例えば今までだったら名古屋圏だとか近隣の方々が日帰りであるという犬山観光を、インバウンドを含めてより広域的に、要するに泊まってくれるお客さんですから、そういった広域にアプローチしていくんだという大きく戦略を変えるんだというのが今回のプランで一番重要なところだと思うんですね。じゃあ、それが果たしてきちっと表現されているかというところを多分問われるんじゃないかと思うんですね。そこは一つ、やっぱり私もその策定の主体として考える時に、その質問をされたらちょっとやばいなというのは思ったところが一つあります。

それと、もう一個は、私も計画屋なので、計画というのは説得の科学と言われてるように、それぞれのところで納得して、ああそうだね、ああそうだねというふうな形で納得していかなきゃいけないですね。そういう意味でいく

と、それぞれの章でちょっとぶち切れ感があって、流れとして非常にわかりづらくなっている部分があるんですね。私は、提案の中身については何の異論はないんですけども、やっぱり流れをよくしないと腑に落ちてこないんですよ。

例えばですけど、2章で犬山のこの観光の歴史を随分深掘りされて、言ってみれば犬山らしさ、いわゆる犬山の個性というのをきちんと抽出しているわけですね。そこで終わっちゃって、次に3章で全国の観光の動向みたいな話になっちゃうわけなんですね。でも、これって、この2章からつながっているのは、犬山の個性というのはいろいろ考えたところ、やっぱり3つの景に集約されるよねというのが多分流れだと思うんですよ。そうすると、例えば2章と4章のこの犬山らしさと基本構想というのがつながっていくと腑に落ちていくんですけども、3章が入ってくるんで、またぶち切れちゃうんですね。その後もそうなんですけれども、4章でいろいろ体系が整備されるんだけど、いきなり重点プロジェクトになるんですね。これが、あれっ、何でこんな重点プロジェクトになるかなあってちょっとまた疑問が出てくるんです。でも、7章に行くと、ちゃんと3つの理念に結びついた、それを基にした方向性が示されていて、そうすると、例えば6章と7章を入れ替えてみるとすごく流れがよくなるんじゃないかなとかというんですね。

そのような計画をつくる場合の読んでもらう人が納得していく、そのプロセスというのがあるので、その辺を少しまくやっていくと流れもずっとつながっていくのかなという気がするんですね。これは、ぶち切るのはちょっともったいないなという、思考がこう切れちゃう、それでいきなりSDGsが入ってきたり、ちょっと突如感があるんで、その辺の流れをうまくやっていくと、いい計画になっていくんじゃないかなというふうに思います。

それで、個別な話については、また議論が一個一個資料を見ていかれるという話だったので、そこでお話ししたいと思います。

一応最初の段階としては、そんな形を一番強く感じました。

服部部会長

ありがとうございます。

2章、3章の順番は入れ替えてもいいですね、そんな気がします。それで、6章、7章の話は、これは結構すったもんだしていて、前回これは反対だったんですね。重点プロジェクトと一緒に見ていたんですけど、いろんな説明の流れからして、こっちの方がいいんじゃないかという議論があってこうなっているところもあって、その辺ちょっとまたいろんな方の意見を聞いて、私の経験上、計画のつくり方としては、これは両方あり得る。

梅川委員

両方あり得るんですよ。

服部部会長

重点プロジェクトを前に出すというのはインパクト重視なんですね。インパクト重視で、どうしても7章が総花的になりがちなので、総花を前に出すよりインパクトを前に出した方がいいだろうというのと、でも7章を前に出したほうが流れがいいということは両方あると思いますので、そこはちょっとまた皆さんの意見を聞いて、親会議の意見も聞いて最終的に決めていければなというふうに思います。

一通り皆さんの意見を聞いていきまして、ちょっと私が気になっているものが親会議で毎回出てくる話で、靄山委員なんかもおっしゃっていたんですけども、ターゲットが総花的で優先順位がついていないという話が出るんですよ。そこがなかなか改善されていないというんですね。どういう方向性でやっっていこうとしているのかというところの優先順位がちょっと見えずに、ターゲットがばあっと広がっているというところをどう折り合いをつけるかというのをもう少し考えないといけないなあということを申し上げます。

長い目で見た観光戦略ですので、最終的には犬山が観光地として成熟していったら、様々なターゲットを取り込んでいくというところまでたどり着けば一番いいわけですけども、そういうことで、そこは目指していくんだけど、今回大きくシフトする時に、何に重点を置いてシフトしようとしているのかというところは、やっぱり当面この辺に優先順位をつけてやりつつ、将来的に拡大して全体にわたっていくんだというような構成は、やっぱり示した方がいいんじゃないかと。

その中の一つ、コロナ禍からの回復プロジェクトというのがあるんですけども、これはあくまでもコロナということを想定した時の回復プロジェクトとしての優先順位で、犬山としての観光施策の優先順位というのは、またこれとはちょっと別に、今回の舵切りとして何に重点を置いているのかということをはっきり主張するのかというところが大事なあと。その辺、多分、梅川先生がおっしゃっていることと共通するんじゃないかと思うんですけども、宿泊シフトというならば、その時に、まず重点的に今、意識しているターゲットというのがこれなんだというようなことをしっかり主張するか、その先にこういうものがありますかというふうに、やっぱり書いていく必要があるんじゃないかと。そこを、あと最後、全体をまとめる時にうまく工夫できればというふうに思います。

ということで、一通り皆様から全体というか方向性についてのご意見が出たところで、一つ一つ資料を見ながら行きたいと思います。

まず資料2で、全体の構成について。

今、梅川委員から構成についてご意見が出たところですが、今のご意見と合わせて皆様の方で何か、全体構成、目次立てのところでは何か気になっているところはございますでしょうか。

資料の2のところはよろしいでしょうか。

(意見なし)

服部部会長

その次の資料3で、観光戦略の体系というところで、犬山らしさの犬山三景というところで、ちょっと複数案が出ているところの範囲でもう一度ご説明したいと思うんですが、前回の親委員会でこういう説明をしたんですね。犬山らしさの基本コンセプトと書いてあるところは、これは対外的なキャッチフレーズですという話をして、その後の基本理念、将来像という8ページにあるところが対内的な合い言葉ですと、犬山内部での合い言葉ですということで、1ページ目は対外的なキャッチフレーズで、8ページ目が犬山市の中で推進していく側の合い言葉というような説明をしていたんですけれども、対外的なキャッチフレーズだという説明が「犬山三景 水景・城景・緑景」という言葉そのもので、これがそのままキャッチフレーズになって対外的な広報戦略の時に使われるという捉え方をされたらなど、逆にそういうふうに思いました。

当然、本当のキャッチフレーズ、いろんな広報媒体とかPRで使うキャッチフレーズは、この原則的なコンセプトに基づいて、それぞれの主体がさらにそれをブラッシュアップしていろんな言葉を使ってつくっていく、いわゆるキャッチコピーなんかをつくっていくべきであって、これをそのまま使ってくれというわけではない、その辺の説明が少し伝わっていなかったかなあという気がしました。

そういう意味で、このタイトル自体を「犬山らしさの基本コンセプト」というふうに変えて、犬山らしさをどう捉えるのかというところで基本コンセプトという言い方をします。ここに立ち返っていろんなキャッチフレーズとか戦略を考えていきましょうね、これを忘れないでいきましょうねという、犬山らしさをどう簡潔に表現するかというので、この3つがあるんじゃないかということです。

もう一つ、親会議で指摘されたのが、「景」という言葉について少しご意見がありまして、いわゆる景観を重視するのか、見え方かと、風景かというようなご意見が結構ありまして、観光というのはもちろん風景観光とかあるんだけど、風景観光だけじゃなくて様々なものというのはあるでしょうといった時に、その「景」と出しちゃうと、何か景観観光を重視していくように見えるというご意見が少しあったというふうに記憶してしまっていて、そういう意味で

「景」を入れるべきかなくすべきかというのを少し議論しておいた方がいいかなというので、3ページ、4ページ、5ページのところに、3ページが今の犬山三景で「水景」「城景」「緑景」と書いてあって、それがそれぞれ色に落とせるんじゃないかということで、水が水色、お城はちょっと言葉遊びですけど白で、あと里山は緑ということで3つの色というふうに落として、犬山の基本的な資源というのがこの3色で表せるんじゃないかということで、景を少し後退させるという言葉に代えたらどうかというのが4ページで、市役所のほうは景に何か思い入れがあるみたいで、その折衷案はどうですかというので5ページが出ているということでございまして、景にこだわるかどうか。

景があっても見えているものが最初にあって、そこからいろんな商品とかサービスとかがつくり込まれるということですので、別に景観観光ではなくて、それが資源の基になっているんだよという説明があれば十分かなという気がしますので、3ページを取るか4ページを取るか5ページを取るかということについて、まずはこの専門部会の皆さんのご意見をお聞きして親会議につなげていきたいなと思っておりますが、この3つについて何かご意見ございますでしょうか。

いかがでしょう。梅川先生、どうですか。

梅川委員

景の意味を丁寧に説明したほうがいいかなと思っているんですね、その景色だとか景観だとか、見たものだけではなくて、その裏にはちゃんとした市民の暮らしだとか営みだとか、そういったものも含めた、あるいは文化みたいなものも含めたものが景なんです。要するに景観ってそうですよね、やっぱりそれぞれの暮らしが景観に表れるわけで、単に見た目だけではないよというのをきちんと説明してあげるとするのは多分ポイントの一つだと思います。

それともう一個、私思ったのは、もう少し説明してあげるとわかりやすいかな、「犬山三景 水景・城景・緑景」、これをどうするんだというのが入ってくると将来像になっていくのかなと思うんですね。そうすると、例えばこの3つの景を市民と共に育むとか、何かそういった表現にすると、ああ、なるほど、将来そういうふうにこの3つを大切に観光に活かしていくんだなというのが分かるわけですね。これは体言で止めているので、これは単に犬山の3つの特徴的な景色を表現しているだけじゃないかというふうに思われてしまう。だけど、そうじゃなくて、それを大切にもっと市民と一緒に、例えば観光客も含めて育てていくんだと、もっとブラッシュアップしていくんだという話になっていくと、また違った理解もされると思うので、ちょっと工夫が必要なのかなと思いました。

服部部長	先生のご意見は、もう景があってもいいじゃないかと。
梅川委員	ああ、もちろんもちろん。
服部部長	景を残して、それでもいいんじゃないかというご意見ですね。
梅川委員	丁寧に説明すればすぐわかると思うんですよ。
服部部長	<p>今の先生がおっしゃられた景の考え方というのは、まさに文化的景観というものの考え方なんですよ。目に見えているものというのは単に風光明媚な景観ということではなくて、歴史的・文化的につくり上げられてきた生活となりわいの景観、それが見えているものということで、生活そのもの、文化そのもの、そこで行われている活動そのものがこの地域の資源なんだというふうに捉えていくというのがまさに文化的景観ということで、文化的景観でよく言われる保全整備活用ということですよ、文化的景観を保全し整備し活用するという考え方に基づくと、今先生がおっしゃったことにつながるんじゃないかと思うんですね。</p> <p>文化的景観というのはこれまで受け継がれてきたもので、しっかりそれを継承して守るんだと。守って、かつそれが失われていかないようにきっちり整理をして、さらにそれをただ大事にしていっていただけじゃなくて次の世代に向けて活用していくんだというところをはっきり出していく。だから、景観というのはただ愛でるものではなくて、いかに受け継いでいって整備し活用していくこと、それが市の努めであり市民の務めであるというふうに、しっかり説明をするというふうにしていけば、「景」があってもいいんじゃないかというご意見かなというふうに解釈をしております。</p> <p>皆様方、いかがでしょうか。しっかり説明して、「景」というところを受け継いで書いていくという形でよろしいですかね。</p>
梅川委員	1ということ。
服部部長	はい、1ですね。
梅川委員	そうですね。いいと思います。
梅川委員	すみません、1つ、それぞれに案の2と3の上に「犬山の観光（景観・資源）のみなもと」と書いてあります。これはこっちには入れない方がいいというこ

とですか。

服部部会長

犬山の景観・資源のみなもとというのが一番最初にあるらしさの基本コンセプトということの意味なので、これも説明の中に加えていくということ。

梅川委員

ああ、そうですか。

服部部会長

では、基本的にはそういう方向で整理をしたいと思います。ありがとうございます。

あと、資料3の関係でいかがでしょうか。この中に書かれているところで何かよろしいでしょうか。お願いします。

梅川委員

8ページの観光まちづくりの将来像というところなんですけれども、この関係性がなかなかわかりづらいと思うんですね。ここは観光地の将来像って、犬山観光の将来像というのは、さっきの僕はこの三景を大切にしていこうというようなことが犬山観光の目指すべき姿なのかなあと思っていて、観光まちづくりの将来像というのは、これは進め方の話をしているんじゃないかなと思うんですね。対外的と先生はおっしゃられたけど、これは市民の皆さんと一緒に頑張って犬山らしさを磨いてというような話だと思うんで、将来像というよりも進め方と言ったほうがわかりやすいのかなという気がするんですね。これはちょっと議論かもしれません。ここの説明として、2つ目、「今だけ、ここだけ、あなただけ」「暮らすように旅する」というのがあるんですけど、これとこの将来像との関係性がちょっとどうもわかりづらいというか、ちょっと浮いちゃっているなというように感じまして、もう少し工夫した方がいいかなと思いました。

すみません、もう一個ですけど、マーケット、ターゲットの話と3つの理念の話、3つの理念ごとにターゲットを整理し、9ページなんですけれども、理念とこのターゲットがこういうふうに整理されるというのは、ちょっとわかりづらいところがあって、理念ごとに分ける意味があるのかなというのがちょっと難しいですね。

服部先生がおっしゃられたように、ターゲットがちょっと細か過ぎるのではないか、それから次元が違う、例えば責任ある旅行者というのと名古屋圏の人とか首都圏の人とかインバウンドってどこから来るかって、あっちの話とはまた次元が違いますよね。それが並列に置かれているので、余計わかりづらくなってきていると思うんですね。

そして、僕はこのターゲットというのはいくつかなあ、もう少し整理をして、

近隣の名古屋圏を含めた近隣の方々、それからもう少し広域の、近隣の方々があって、それからSITみたいな特定の目的で来るの方々、あるいはMICEだとかワーケーションだとかというマーケット、それから国内の広域の方々、それからインバウンドというぐらいの、そのぐらいの分け方でいいんじゃないかなというふうに思うんですね。それは資料8のコロナ禍からの回復プログラムというところもあまりに細かく分け過ぎておられて、もう少しざくっとしたほうがいいんじゃないかなという気がします。

しかも、資料8の話になっちゃうんですけど、多分今の状況を見ていくと、多分コロナ禍からの回復って3年ぐらいでまた元に戻るんじゃないかなという感じもしていて、だけど考えておかなきゃいけないのは、確実に消費者が変わったのは、例えば自然志向が強くなったとか、あるいは清潔感だとか、こういう安心・安全みたいなことが重視されるだとか、あるいは非接触というかな、こういう3密を防ぐみたいなのは多分変わらずに続いていくんだと思うんだけど、今見ても、かなりもうお客さんも戻ってきているので、改めてこの回復プログラムって必要なのかなという感じもちょっとしているんだけど、そういったマーケットが大きく変わったというのは全てのところに関係してくる話なので、それも配慮していく必要があるのかなと思いました。

元に戻すと、ちょっとこのターゲットが細か過ぎるかなという、この3つの理念と分けて整理するのがちょっとわかりづらいなという感じがしました。以上です。

服部部会長

今のご意見で、コンセプトと理念と将来像の関係は常に難しいので、ここをもう一回再整理ということだと思います。

今の3つの基本理念と将来像というのは、3つの基本理念があって、それをただコンパクトな言葉に直したのが将来像なので、磨くといたくなるとつくるというのがその前の3つに該当しているという関係になっていて、その将来像というのは基本理念のまとめの言葉ということなんですよね。それと、先ほど言われたさっきの犬山らしき基本コンセプトをどう生かしていくのかというところのちょっと書き込みをしながら、そこのもう一回概念整理をしていく必要があるかなというふうに思います。

9ページのこれは難しいですよ、基本理念に合わせて書くのはちょっと難しいだろうなあと思います。多分、基本的施策の方向性とターゲットとの関係を整理したほうがいいだろうなあというふうには考えますね。

この時にちょっと10ページの整理の仕方がなくて、8つの基本的方向で、せつかくさっき2つに分けたのに、ここで分かれていないですね。最初の5つが方向性で、下の3つがベースづくりだというふうになっているのに、ここで分

かれていないのはおかしいですよ。下の3つのベースづくりの話とした、その下にある体制構築の考え方とこれはダブっているので、ちょっと書き方を整理しないと、ここで言っていることが訳分からなくなります。だから、ここをもう一回整理してください。

資料3については、皆さんいかがでしょうか。以上でよろしいですか。

(意見なし)

服部部会長

ありがとうございます。

資料4、やっとな空間的なことが出てまいりましたが、その空間的なものについて、何かご意見がございましたら。まだ途中だということですが。

梅川委員

言い方の話なんですけど、観光構想図って面白い言い方だなと思ったんですが、普通じゃあまり言わないというか、エリア別の観光推進の方針とか構成だとかということだと思んですが、観光構想図という言葉を出すというのが。

服部部会長

将来構想図ですよ、普通の言い方は。

事務局

はい、こういう姿にしていきたいという将来の。

服部部会長

将来構想図という言い方が多いですよ。

事務局

そうですね。

梅川委員

これは観光構想図って、もっとコンセプトを概念化してあげるというようなことだと思うので、むしろ資料3のこの犬山三景の話を少し何かパターン図にしてあげるとするのが観光構想図なんじゃないかなという感じはしましたね。これはやっぱりエリア別にどう推進していくかというようなことなので、あくまで感想というか。

服部部会長

他に気になるところはないですか。

梅川委員

これが出てくると本当に分かりやすいですね、どこをどういうふうに進めていこうとして出されているのかというのが分かるから。

服部部会長

基本のところでは構造化しているということなので、構造図とか、その言い方

のほうがいいのかもしれないので、いかに空間的に構造化して説明するかということなんじゃないかと。

細かいところですけど、資料4で犬山モンキーセンターと書いてあるところは、これは寂光院も含めているわけですよね。寂光院も明示しておいた方がいいですね、モンキーセンターだけじゃないという、明示しておきたいです。

事務局

はい。

服部部会長

あと裏側のほうで気になったのは、旧湊と書いてある2つって、今の鵜飼の乗船場があるところを「旧湊」と書いてあるんですが、これはもう「鵜飼乗船場」でいいんじゃないかなと、船着場という意味で、現代的なもので。こっちは本当に旧湊でもう使われていないので、それでいいかなと思います。

あと、このメインストリートの通りって、これはわざとぼかしてあるのかな、あまり生臭くならないように書いた。何かこれはどこだろうと思う。これは水色のところが駅前通りと大本町ですよね。

事務局

はい。

服部部会長

駅前通りの下の線って、これは何、名栗？名栗とすると何か変だよな。

事務局

本当ですね。

メインストリートが駅前通りと本町通りになりまして、この青色の線というのは、白帝保育園の通りからずうっと東に抜けて。

服部部会長

これは寺内町なんですね。

事務局

そうです、はい。

服部部会長

寺内、大本町。

事務局

寺内、大本町に行って、坂下に行って。

服部部会長

寺内、大本町で、坂下に抜けて、これは駅前通りね。

事務局

そうです。

服部部会長 わかりました。 あと魚新だもんね。

事務局 はい、そうです。生々しくならないように。

服部部会長 生々しくならないんだったら、もう少し何か回遊性とかね、何かそういう通りを指定しないような、メインストリートは書いたとして、あとは回遊性を確保するみたいな、そういう記号の方が、もっと生々しくならないかと。

事務局 はい。

服部部会長 あと木ノ下城のほうに真っすぐ行く通りって、これは何。

事務局 これはすみません。

服部部会長 こんな通りないね。

事務局 ないですね。概念的につなげてしまっているの。

服部部会長 これはちょっと違うよね。

事務局 色なり何か変えなければ。

服部部会長 そうですね。何か変だなと思いました。

事務局 ありがとうございます。

服部部会長 あとよろしいでしょうか。こんな図が出てきますということです。

(意見なし)

服部部会長 では次、ちょっと難しいところですが、目標設定について。梅川先生より注文がございましたが、質的なものかという注文がありました。

梅川委員 いや、これだけ絞ってね、絞るのはいいと思うんですよ。本当にこれは多くなっていったらもう大変な話で、現実的じゃなくなってくるんですよ。もう

データを取るだけでも四苦八苦してしまうということなんで、もう絞りに絞るのはいいんですけども。

1個だけ入れてもらいたいのは、この間の親会議の中でもちょっと発言させてもらったんだけど、今やっぱり住民の皆さんの観光に対する理解度みたいな話がすごく重要になっているんですよね。やっぱりお祭りの問題が出てきたりという時に、やっぱり市民の皆さんに観光の重要性みたいなやつを理解してもらえていない。

だから、今、新しく京都市なんか新しいビジョンをつくられているんですけども、がちりこの住民の理解というのが入っているんですよね。確か金沢もまた新しいビジョンをつくっているんですけど、そこがやっぱり、金沢はいつも京都を見てやられているので参考にされたのかなと思うんだけど、犬山もまさにそうだと思うんです。だから、住民の満足度というところとちょっと大き過ぎるんだけど、住民の観光に対する理解度だとか、リテラシーの問題なんですけど、その辺をやっぱり入れられた方が今的、非常に今的。

例えばハワイ州なんかは、もうずっと昔から、やっぱり州がやる観光政策に対して住民がどう考えているかというのは、物すごくナーバスに行政当局は見ているんです。確かにそれはそうなんです。やっぱり税金をどう使うかというところに関係してくるので、やっぱり市民の皆さんの理解というのは重要ですよ。そんなような指標が入ってくるといいのかなというのは思います。基本理念のどこに入れてもいいんですけど。

服部部会長

いや、3つ目じゃないですかね。

梅川委員

3つ目ですかね。

梅川委員

おもてなし、そうですね。

服部部会長

理解度というのは何ですかね。何に対する理解なのか。金沢と京都はどういうアンケートを取ったんですかね。

梅川委員

多分観光に対してどう思っているかというところの指標なんです。その迷惑だとか、自分たちの生活を脅かしているかというような、どう指標にするのかね、見ればわかると思います。

服部部会長

その聞き方は難しいですよ。理解度といっても、マイナスがあっても我慢して、それなりに折り合いをつけてやっていこうみたいなところまで理解が進

んでいるとか、そういう感じですかね。

梅川委員 いくつか項目はあると思うんですよ。その観光の地域の波及効果に対して理解しているかどうかとか、経済的な問題だとか、それから交流によってどんどん市民の文化が高まるとか、いろんな軸があると思うんですけれども、少し精査というか考えてやればいいかなと思います。

服部部会長 いくつかの質問をして、それに対する理解のポイントが高いとか、そういうような内容ですかね。

梅川委員 多分その辺ついてくると思うんですよね。

服部部会長 私もホスピタリティーのところでも2つあるんですけど、これはどちらもユーザー側の指標になっていて、やっぱりこういう項目であれば、もてなし側の指標というのが必要なんじゃないかと。アウトプットのいえば、市民の観光まちづくりへの参加人数とか、そういうアウトプットのなものかもしれないし、アウトカムでいえば、今、梅川先生がおっしゃったようなところかもしれないので、その辺で、やっぱり市民側の指標が1つあってユーザー側の指標があるという形にした方がいいんじゃないかなというのがあります。

梅川委員 さらに言えば、いわゆるESという、観光産業に従事されている方々の満足度というのもあるんですけど、ESは取るのが難しいんですよ、これ。片岸さんなんかは多分ご存じかと思うんですけど、やっぱり産業に従事されている方々の満足度って、結局サラリーの問題だとか、いろんなことが入ってくるので。

服部部会長 それは雇用者側と雇用される側と両側面。

梅川委員 そうなんです。すごく取るのを嫌がる、取られるのも嫌がる宿泊経営者の方もいらっしゃるし、難しいんですけど、本当はやっぱりいい人材が観光産業に入ってくるということを考えないといけないので、ESを高めていくというのは本来重要なことなんですけど、なかなかこれは難しい現実問題です。

服部部会長 働きがい指標みたいなやつですよ。結構大事なんですよ。離職率高いとかその辺がね。

梅川委員	すぐに辞めちゃうとかですね、本当にそこが課題なんですけどね。
服部部会長	目標設定について、他にご意見はいかがでしょうか。
片山委員	<p>この表にある中に、よく観光協会とか私は、今回は犬山市全体の内容だから抜いてあるかもしれないんですけど、やっぱり犬山の象徴というのは犬山城がランドマークと考えていまして、犬山城の入場者数というのは大きい指標になるんじゃないかなと僕は思っていますけど、ただ全域ということで、何で犬山城だけ入れるんだということになるから抜かれたのかなとか思ったりするけど、犬山城は入れておいてもいいんじゃないかなと思いますけど、いかがでしょうか。</p>
事務局	<p>ありがとうございます。</p> <p>確かに今現在、観光のこの動向とか盛り上がり方を述べるのに、真っ先に説明資料として使うのは登閣者数です。これまでの観光の歴史もV字回復をしたというグラフもやっぱり登閣者数で説明をしています。コロナで落ちたというのも同様です。</p> <p>今回、ただ1つ、その目標設定で考えたのが、いわゆる入込客といったような分野というんですかね、犬山城の登閣者数も含めテーマパーク、あと数字がほとんどわからない花火大会とか、あと祭り、成田山の初詣、そういった数は、大目標として捉えるのはちょっと避けた方がいいのかなというふうに考えました。入り込みは当然取りますし、中目標か小目標とか、あるいは事務局側で数字は常に持っていて説明はしていくんですが、大目標は、大きなこの基本理念3つを考えた時に、当然ながらゆっくりと安心して、さらに地域も潤うという1番目でいいますと、経済的な成長という部分も見ていく必要がありますので、入り込みという誘客数というよりは、実質その方々が幾らの消費をしてくださったのかとか、ちょっと今検討中なんですけど、ではその消費した中で、実際に地元、地域内の地産地消が達成されたものはどれぐらいなのかとか、経済に対する数字の伸びというのを非常に今苦心していますが、何とか掴みたいということで、金額などというところを考えました。</p> <p>あと、オリジナリティー・ホスピタリティーもそうですが、いかに満足していただけるか、いかに再来訪していただけるかといったような形で、あと、ちょっと体験メニューの部分は、まだちょっと粒が細か過ぎるかなとも思いましたので再精査が必要だと思いますが、数を追うよりは、何か金額ですとか満足度といったようなもので示しているのかなと思って大目標からは外しているというところになります。以上です。</p>

服部部会長

それぞれの観光施設の入込客数というのは、メルクマールには当然なと思いますけれども、市の目標設定としてはちょっと適当ではないんじゃないかな。市が犬山城の入込客数を設定するというのは、少し何かおかしな感じがしますよね。その運営主体がどういう目標を立てるかというのがあって、あれは市を立てるんですかね、お城の入込客数の目標って。例えば、鶯飼の乗船者数を木曽川観光さんが立てるのか、名鉄さんがテーマパークの入込客数の目標を立てるとかというのはいいんですけど、それを市を立てるというのは少し、行政計画としては馴染まないかなという気がしますけれど、いかがでしょうか。

もちろん進捗状況を見ていく時の重要なメルクマール指標として犬山の城郭も登場するとかね、そういう定点観測をするべきメルクマールというのはいくつか設定しておいて、だからちゃんとデータでフォローして公表していくみたいなことは必要だということではないかなと思います。その辺、またご検討ください。

事務局

了解しました。

服部部会長

他にご意見いかがでしょうか。

梅川委員

消費額はやっぱり先生がおっしゃったように実はすごく重要なんですよ。やっぱり犬山経済の中にどれだけこの観光が役割を果たしているのかというのが明確になるから、この消費額がどうなっているかというのはとても重要ですけども、地元調達率が結構大変難しいと思うんですよ、これ。実際やってみると、これはアンケートでやるんですかね。確かにこれは幾らお金が落ちても、全部名古屋に利益が行ったら全然意味ないわけですからね。

事務局

それはいいですね、それは議員から一般質問で出まして、産業連関表ですとかで多分コンサルさんがつくったということで、何か公式化をオリジナルとしてしていきたいなという思いはあるんですよ、今、梅川先生がおっしゃるように、じゃあ定点観測できるようなモニター制度をしっかりと導入して、ちゃんとした形の中で定点観測ができれば、ちゃんとしたバックデータにはなると思うんですけど、それがちょっと変化しちゃうと、結局比較ができないと、全くデータ化の意味がないなというところで、ちょっと悩みどころだなあと、そういうことをございます。

梅川委員	<p>ここがやっぱり調達率が低ければ意味がないって話になっちゃうし、だけどこれを高める目標をどう設定するのかというのも難しいですよね。現状の把握と目標の設定という、地元調達率を高める政策というのかなあ、それもじゃあどうすればいいのかというのものもあるし。</p>
服部部会長	<p>政策はいろいろあるとは思いますがね、教育ネットワークみたいなサプライチェーンみたいなものを構築するための支援とかいう政策はあり得ると思うんですけどね。</p> <p>大変難しく重要なことで、チャレンジしなきゃいけないと思いますが、頑張ってください。</p>
梅川委員	<p>でも、単純に言えば、要するに例えばインディゴさんのいろいろ調達していますよね。調達の中で、どのぐらい比率が地元から調達されているのかというのを聞くというのが実は一番簡単なやり方。多分人件費については、どうでしょうね、犬山市民の方々が働いている比率というのは大体わかつていますので、あとは名古屋とかいろんなところから通勤されているので、その辺で少し整理してみると、簡易な方法でざくっと掴むということかなあ。</p>
服部部会長	<p>研究成果はあるんですかね、調べてもらっても。</p>
梅川委員	<p>いや、これはやり始めると、もうすごい深い話になっていって。</p>
服部部会長	<p>どこかに限界値があるんですよね。限界値を超えて目標設定すると難しいと思うんですけど、どうしてもマーケットチェーンの中に調達しなきゃいけないものというのがあって、その適切な割合の中で目標値を設定していくみたいなことは本当は必要だと思うんですけど、研究成果はあるのかな。よく知らないです。</p>
梅川委員	<p>観光の経済波及効果研究という分野があるんですよ。これを深くやり始めるとむちゃくちゃ大変なんです。</p>
事務局	<p>よろしいですかね。</p> <p>これも前、愛知県さんがやっていたらしゃったやつで見ると、犬山市に対して想定以上の経済波及効果が出てしまって、こんなに本当にあるのかなあという、そういうデータが出てしまいますので、あまりやり過ぎると、じゃあその成果に対して、じゃあどう今度行政がそれをうまく使って次につなげて</p>

いくかという、ちょっとまた面白議論展開になるもんですから、非常に怖い。しかしながら、外の方は、それを見える化しろというところなもんですから、今は答えはないということでございますけど、何らか努力しないかなということだと思えます。

梅川委員

産業連関表も県レベルではつくっていらっしゃるから、それを使っちゃうと、ちょっとやっぱり言いたいことと全く違う数字になっちゃうのじゃないですか。

服部部会長

よろしいでしょうか。

(意見なし)

服部部会長

資料6、重点プロジェクト、これはもう前回から出てきているものなんですけれども、ざあっと見ていただいて何か気になるところは。

指標が入っています。指標が要るのかなという気がします。私はあまり指標がたくさん出るという計画は好きではなくて、これは好みなんですけど、大変なんで、アウトカムとアウトプットというのがあるので、この全体的な目標でアウトカムを絞って設定して、個別の施策が共通にならないようにアウトプットを置いておくというのはいいんですけど、何でもかんでも目標を置くというのはいいことではないですよ。何か最近、国のSDGs未来都市とかという政策があって、やたらと目標が設定される計画を作れとかいうのがありますけど、あれはやめたほうがいいと思いますね。

梅川委員

賛成。

服部部会長

P D C Aサイクルで今度は回らなくなるんですよ。回せとか言われて、目標を設定してサイクルが回らない。

梅川委員

最後の総括表の中で、いきなりこれはSDGsが入ってきて、ちょっとこれに違和感があって、どこでSDGsの話をしたかなというのは。前半でもされていないのに、ここにいきなり出てきちゃって、説明感がないなというのがあったのと、それからこれは書けるかどうか分かりませんが、若干気になるのは、じゃあこの重点プロジェクトは誰が責任を持ってやるんだという推進主体なんです。これがはっきりしない限りは、みんなこれは他人事だと、誰がやってくれるんだろうなと思うわけですよ。その推進主体を明示、明示までは

いかないけれども、これは行政が主体でやるのか、あるいは民間が主体でやるのか、あるいは観光協会さんがやるのかみたいなぐらいは少し整理した方がいいのと、あと年次ですよ。多分これは10年間の計画ということであれば、どのぐらいのスケジュール感でやっていかれるのかという年次、何計画？

事務局

ロードマップ。

梅川委員

ロードマップですよ、その辺のところを少し固めておいてあげると後々楽になるということはあるかもしれないなと思いました。

服部部会長

資料6と資料7の問題は、まさに根幹がそこにあって、主体とプログラムですよ、タイムプログラムだと今回書き切れるのかというのがあって、別に書くのがちょっと出ずに、少なくとも方向性みたいな、重点プロジェクトというのは少なくとも何年以内に着手だとか、その重点性というのをどうアピールするかと、あとやっぱり60でしたっけ、たくさんある施策がどんなふうスピード感を持ってやれるのかという、年次が書けるのか、短期・中期・長期ぐらいで書き表せるのか、計画手法ですけど。

梅川委員

短・中・長ぐらいなんですけどね。

服部部会長

そうそう、そうやつね。

あと主体の話は、まず関係各所で、あと各種主体、関係主体で、ここに星取表をつけるわけです。事務局、重々わかっていると思いますけど。

梅川委員

あえて言います。

事務局

まさしく仰るとおりで、誰がいるんだというのを書かないと、大体絵に描いた餅になるということも承知しております。

実は、この専門部会を行う前に庁内の調整会議というのを常に行っておりまして、庁内調整会議には、すみません、正直に言いますと、この総括表の隣に誰がやるんだという担当ですね、担い手という列がございます。そこに関係する課、それから観光協会さんだったり一般民間の事業者さんというのが書いてありますが、やはりそこでかなりのハレーションというか、正直に申し上げると、庁内の中だけでもかなりちょっと書いてあると、これはちょっと違うんじゃないかみたいなところもあります。

それで、最終的に載せられるかどうかというのは今のところ自信がなくて、

今すぐお答えはできませんが、ただ、その庁内調整会議で言っているのは、最終的に掲載するしないは別として、事務局としてはその担い手の列というのは常に持ち続けて、かつ、それは庁内で共有しますと、内部的に共有すると。さらに観光まちづくりの推進体制で、将来の推進体制も計画をつくって大体この庁内会議って解散しちゃうんですけど、引き続きやりますよという話をさせてもらっています。それに賛同してくれる課もありましたので、やっぱり観光を切り口にそれぞれが持っている課題というのを、ちゃんと定期的集まって、じゃあどうするんだというのを庁内の中でもすり合わせしないと、結局観光部局だけがやりたいやりたいと言って、他がついてこないというのを打破するには、やっぱり庁内でもまちづくり会議をやりましょうと、観光を切り口にした推進会議をやりましょうというのは、そこは一応約束というか、道が開けばいいという話なので、やるというところは考えています。

すみません、担当を載せるかどうかの答えになっていませんが、実質そういういった動きをしようとしております。

事務局 すみません、よろしいですかね。

服部部会長 はい。

事務局 今ちょっと担当の小池が申した、非常に観光という切り口は、これは現実問題、都市計画だ、ごみが出れば環境だ、いろんところが手を挙げてやりますと言ってくれないんですね、難しい話でございますけど。ただ、何らかではイニシアチブを取っていくところが必要でございます。

今、総合計画も今年と来年で作っていく中で、やはり先生方がおっしゃられるように、明確にやっぱり担当部局を変えていかないと、じゃあそこから200%やれということではなくて、やはりイニシアチブを取るところは当然やらなきゃいけない。それをコーディネートするのは、今小池が言ったような連携会議をやっていくということになると思っていますので、まだちょっと思いつきではございませんけど、また持ち帰らせていただきまして、やはり絵に描いた餅だと先ほど指摘がございましたように、何らかでやっぱり責任を、今義務と責任と言うんですかね、何と言うんですかね、そういうものがやっぱりプロットしていかんということを思っていますので、ちょっとこれもまた意見を参考に、何らかできるような方向で、また書き方の問題もございますけど、検討させてください。

服部部会長 今2つ主体の話があって、庁内の話もありましたね。庁内だけではなくて、

やっぱり各主体に意識を持ってもらうという意味では、行政で関係団体で事業者、市民、少なくとも4つのカテゴリーがあって、それぞれ全部に関わっているのか、主に行政なのかって、その辺の星取表はできれば書いた方がいいです。

庁内の担当課まで書くかどうかは、いろいろと調整いただく。それから時期についても短・中・長ぐらいのところで優先順位づけみたいなのは少しご検討いただいたほうがいいのかなと。

それから、SDGsのご指摘がありましたけれども、私もちょっと気にしていて、これからつくる計画は、みんなSDGsゴールとの関係はある程度整理したほうが当然よくて、一番最初の体系整理の辺りでSDGsと基本理念との関係とか、その辺は整理しておく必要があるのかなというふうには思います。

資料6はよろしいでしょうか。

(意見なし)

服部部会長

資料7、たくさん施策がございまして、施策の入り方と、あと整理の仕方について、何か気になるところは。

こっちの成果指標がちょっとアウト感ばいんじゃないかな。アウトプットでいいんじゃないかな。もっと事業成果として図るようなものが、代表的なオペレーターというのが多分フォローアップしやすいです。前の方の指標とのメリハリがついていない。アウトプットもありますけどね。

私が個別の施策で気になっているというか、1つは情報発信のところ、ちょっとどこでしっかり書いてあるかなと見ていて、何かしっかり書いていないような気がするんですね。どこで書いていましたっけ。例えばSNSの活用とかね、何かこういう多様な媒体をしっかり使って情報発信していきますみたいな話って、7-6とかになるのかな。

事務局

データを活用したプロモーションの展開のところがあるかと思えますけど。

服部部会長

まだ書き切れていないの。

事務局

はい。

服部部会長

7-6から7-8は、まだ書き方がすごく薄いし、その施策が入っていないし、ここも多分成果指標もあるだろうし、もうちょっと書かなきゃいけない、その中でやっぱり今時の話として、メディアをどう生かしていくのかみたいな話は重要な役目としてあるんだろうなと思うんですけど。

事務局 はい。

服部部会長 それから親会議との関係でいえば、映画の話をどこかに書いた方がいいんじゃないかと。

事務局 ごめんなさい、フィルムコミッション。

服部部会長 書いていないですよ。

事務局 はい、すみません、抜けております。

服部部会長 せっかく今まで頑張ってきた話があるので、それはしっかり書いておいてください。

事務局 はい、承知しました。

服部部会長 私がいろいろ関わっているというだけではなくて、映画の話は犬山にとっては結構いい話だと思いますね。フィルムコミッションとか、その辺は絶対ある、よろしくをお願いします。

事務局 はい、承知しました。

梅川委員 それもやっぱり主体といつどのぐらいの優先順位でやるかというのは、ちょっとやっぱり気になる場所ですね。10年の計画ですよ。

事務局 はい。

梅川委員 20年を見詰めて10年でやるということですよ。どこから、数が多いので、どれから優先順位をつけていくのか。

服部部会長 実施に向けていくのと、まずは調査・研究からとか、その濃淡があると思うんですね、その辺の濃淡のつけ方みたいなのをいくつか、大雑把なクラスをちゃんと分けて濃淡をつけるというのがいいかもしれないですね。
皆さんよろしいですか。お願いします。

奥村委員	4 ページ、特産品開発、うちがいろいろ考える。これは東京で売れる特産品と書いてあるやつって、東京とかですか。
事務局	ちょっと象徴的に書かせていただいた部分がありまして、都市部でも売れていくというか、メジャー商品にしていきたいという思いがあります。全国的な有名なブランドに、今治タオルじゃないですけど。
服部部会長	全国ブランド化する。
事務局	そうですね。ありがとうございます。
服部部会長	他にいかがでしょうか。
梅川委員	これを何らかの形でSDGsとの関係性は何か謳うんですか、ここは。アイコンだけが入っていますけど。
事務局	すみません、SDGsについては、親会議でも石田委員もかなり意識すべきだというご意見を、ほかの方もいただいているので、ちょっとどこかにひもづけとか意味づけしなきゃなと思っているんですが、今まだこのロゴを入れただけで、取りあえず置いてみたという状況になりますので、最初の基本的なコンセプトの部分になるのか、さっき言っていただいたような基本理念に乗っけていくのか、ちょっとまとめ方を考えなきゃいけないとは思っていますが。
梅川委員	いきなりこのプロジェクトレベルのところに出てくるよりも、ちょっと前の段階で、多分。
事務局	はい、前段で。
梅川委員	入って行って、やっぱりこれからは踏み込んでいかないとなというところで説明しておいてから入っていくと腑に落ちる。
事務局	ありがとうございます。理念とくっつけておけばいいのかな。
服部部会長	基本的には体系整理のところでは理念との関係をまず整理した上で、あと目標設定のところでは、それぞれの目標設定がどのゴール、どのターゲットに関係しているかということを書く、一般的なやり方ですよ。やっぱり書くからには

ゴールじゃなくてターゲットで書かないと、17 じゃ大雑把過ぎますので、まずはどのターゲットまで絞り込んで書かないと。

事務局 ありがとうございます。

服部部会長 よろしいですか。

(意見なし)

服部部会長 資料8のコロナ禍からの回復プログラム、あくまで大雑把なものだということですね。

梅川委員 これは何年ぐらいのイメージなんですか。

事務局 まさに時々刻々とコロナの状況が変わりまして、これが8月の段階で聞かれたら3から5年かなと言っています。今、この大分収まっている状況だと、あれ、もっと短いのかなって思うので、冒頭の説明の中で少しだけ触れましたが、やはりこれは大枠だけ決めておいて、実際に来年度以降策定して動き出す中で、関係者が集まって議論する場がありますので、そこで一つずつ決めていくのかなという感じをイメージしています。

ただ、期間はさておき、重複するかもしれないですけど、順番としてはこういった相手先という意味でこんなようなイメージかなというところでは関係者で共有できるといいのかなというように考えております。

梅川委員 これの要諦というかポイントというのは、まずステージを4つに分けましょうということと、それぞれのターゲットに応じて、どの層をどの段階でやるかという、そこですね。ちょっと何か細か過ぎるかな。例えばレスポンシブルツーリズムなんていうのはね、これはもう最初からやるべきですよ。やっぱりきちんとルールに基づいて、マスクしてくれよとかね、そういうマスクもしないような人間は来てもらいたくない、そこまでは言えないけれども、やっぱりこういったことというのは、もう最初から日帰りのお客さんでもそうですね。そうすると、やっぱり3期から始めるというのはちょっと遅過ぎるという感じもあるし、単純に言えば、さっきちょっとお話ししたけど、近隣の方々から始まって、それから特定の目的(SIT)だとか、あるいはMICEだとかワーケーションだとか、そういった方々が次に来て、その後に広域が来て、インバウンドをどこについているかというのは、これはちょっと議論だと思うん

ですけど、そのぐらいなのかなと思うんですけどね。

服部部会長

ターゲットの整理との関係でもあると思うんですけど、ターゲットの視点が入り乱れているとさっきご指摘もあって、いわゆるターゲットの特性みたいので、年代層プラスビジネスみたいなのがその特性ですよ。あと圏域みたいなところを捉えていくのと、あとすごくテーマ的な特定目的とか、レスポンスブルツールズとか、特定の話と、やっぱりまず3つぐらいに大きく分けられて、それぞれのところを整理しなきゃいけない。

ロードマップで市内から広域化していくというのは圏域の話であって、この圏域の話は圏域で整理したターゲットにしか効かなくて、それ以外の整理とは関係ないですよ。だから、それをもう一回整理しなきゃいけないくて、特定目的とかレスポンスブルツールズというのは、やっぱりまさにコロナを意識して、なかなか回復しない段階でもこういう人たちにまず光を当ててやりましょうというのは最初に来る話なので、ちょっとその辺のまだ趣旨が十分に整理されていないかなという感じがします。その辺、ちょっと改めて整理をしてみてください。

事務局

はい。

服部部会長

親会議までに直すのか、次への課題にするのか、こちらも整理をして。

事務局

そうですね。

服部部会長

直せるところは直せるというふうにして、直せなかったらこういう意見が出ていますというのを併記しておいて、次への課題にちょっと送りつつ、親会議にかけるということをししないと、ちょっと親会議までに全部整理するのは無理だと思いますので、その辺ちょっと課題を仕分けてお願いします。

事務局

ありがとうございます。

服部部会長

最後、資料9、PDCAですが。

梅川委員

推進体制はとても重要だと思っています。というのは、せっかく作ったこういった戦略がちゃんと市でマネジメントしていくというのはやっぱり重要で、つくりっ放しというのは一番駄目なんですよ。一番僕はPDCAの中で難しいなと思ったのはCなんですよ、チェック。プランをつくる人、アクションする

人、ドゥーする人、それぞれ違ったりするので、その中で評価・検証・チェックというのがすごく難しい、みんな、全て分かっている人はあまりいないんですよ。だからチェックをどうするかというのを工夫された方がいいし、この戦略会議にその機能を持たせるかという。あるところでは、その戦略会議が結構チェックしているところもあるんですね。これって、さっき言ったように全体がわかっているわけではないので、あくまで感覚の中でしかやらないんだけど、でも行政の評価、それから民間の評価、それから第三者評価という形で、これは市民評価というのは入れられれば4つの軸でやるのが一番いいと思うんですけど、なかなかそこまでやり切れないかなとは思いますが、このCをどうするかというのと、この戦略会議（年1回程度）と書いてありますが、ここの役割をどうするかというのが結構ポイントかなと思います。

その次の評価と見直しのところなんですけれども、犬山市観光戦略は5年ごとの評価・見直しにしているんですが、5年たっちゃうと、物すごく変わりますよ。3年ぐらいで、評価は毎年やらなきゃいけないとは思っているんですが、見直しも間隔をもう少し短くしないと、ひょっとするともうこれは使えないやとって棚の中にしまわれてしまう可能性が高いので、2年、3年ぐらいでやっぱり見直していかないと、やっぱり時代の変化ってすごく大きいので、5年経っちゃうと、もう全然違うなということがあり得ますよね。作業が増えるような話ばかりなんですけれども、現実問題はそんな感じかな。

服部部会長

チェック体制という意味でいえば、審議会とか、そういう会議体で大きくチェックするというのと、もうちょっと恒常的に専門家のアドバイスを受けるみたいなやつと、それを両方併せてやるみたいなのはよくありますよね。例えば景観審議会と景観アドバイザーとかね、何かそういう感じでチェック体制を構築していくということはよくあって、ちょっとその辺を考えられたらどうかなという感じがします。

3年、4年、5年、10年というのは、計画の見直しサイクルにしてはいろいろ議論があるところですが、行政のいろんな機関感覚とどう合わせるか。特にほかの計画との関係もあるので難しいところはあると思うんですけど、観光のスピード感というのは、ちょっとほかの計画と違うところはどういうふうにするかね、この辺についてはご検討いただければと思います。

他いかがでしょうか。

(意見なし)

服部部会長

今日はかなり丁寧にやってきました、もうあつという間に時間が最後の 10

分ぐらいのところまで来ておりますが、いかがでしょうか。

全体的に何か言い残したことがありましたら。率直な意見が言えるのは今日です。

梅川委員

資料2の江戸期が立ち寄り型観光で、明治・大正・昭和前期が宿泊慰楽型観光でというようなタイプに分けているんですけど、これはちょっと大胆過ぎるなとか、分かりやすいけど。相手側になって見ると思っちゃうんですけど、こういう言い方もなかなか。SNS拡散型観光というのもあまり言わないかな。でも分かりやすいですけど。

服部部会長

分かりやすいですね。新しくて面白いですね。よろしいですか。

(意見なし)

服部部会長

では、事務局の方にお返ししたいと思います。

事務局

服部部会長、それから委員の皆様、貴重な議論ありがとうございます。

議論の中で市民の理解度というところでは、私も観光でずっと地元の人との話を聞く中で人が多く来ることはどうかというような声を非常に多く聞くので、それが何か観光客をウェルカムというような、そういうふうに思っていますし、そういうことが見られるようなふうにつなげていきたいなと思っていますので、市民との対話というのをもっと使っていきたいと思っています。

それから見直しについても、やはりインスタ映えだとかT i k T o kだとか、ここ何年かで急激な変化でしたので、そういったものも含めて見直しについては、もう一度きっちり議論したいと思っています。

ありがとうございました。

それでは、最後ですが、次回の日程について、口頭で説明はありましたが、担当からまた説明します。

(事務局説明)

事務局

それでは、次回が戦略策定に向けた最後の専門部会の形になりますので、いろいろ修正案を今日はいただきましたので、直していきたいと思います。

それでは、これもちまして第8回犬山市観光戦略会議専門部会を閉じさせていただきます。ありがとうございました。

