

## 平成28年度岡崎市観光基本計画推進委員会 第3回議事録

日時： 平成28年9月5日（月） 15時00分～17時00分

場所： 岡崎市役所東庁舎2階 大会議室

出席委員： 10名

高橋一夫（委員長）、B河原一夫、C堀田大祐、D竹内博剛、E西尾孝志、  
F天野裕、G野村顕宏、H神谷知秀、I齋藤眞澄、J長尾晴香

欠席委員： 佐野幸弘、嶋村光世、五反田智美

オブザーバー： 志賀爲宏（岡崎市観光協会会長）

石原嘉明（岡崎活性化本部観光推進プロデューサー）

事務局： 8名（神尾経済振興部長、観光課職員4名、(株)JTB総合研究所3名）

傍聴者： 0名

### 1 開会

### 2 委員挨拶、資料確認

### 3 議題

#### （1）岡崎市観光基本計画アクションプランの構成（案）、個別アクションプラン（案） について

（委員長）

- 岡崎市観光基本計画アクションプラン案は総論としてまとめたもので、具体案としては個別アクションプランの重点プロジェクトに示されていた通りである。また、重点プロジェクトについては優先順位を付けて早速にでも取り組みたいとお考えを頂いた。これについて皆様のご意見質問を頂きたい。

（C委員）

- 名古屋鉄道グループとしては、「演出する」「招く」というところで、主業務に絡んでくると考える。ある程度実現性の高いプランもあると思われる。直近だとグルメのフェスティバルみたいなものも、場合によっては年に1度というのではなく、季節開催やシリーズ化することも可能かと思われる。「招く」のところでは、インバウンドと連携して、より広域でテーマを組めれば流動が始まると思う。

（委員長）

- 岡崎市の考えに合致する広域連携できるようなものをご紹介いただき、それを名鉄様に繋いで頂くことなどのお話を聞かせてもらえればと思う。E委員、いかがか。

（E委員）

- 観光というものを主体にやらせてもらったが、弊社だけでずっと同じような形で同じ

ような人数を集めることは難しい。岡崎市を中心に周辺の地域との連携を取ることは大事だと思う。

- ・ イベントを色々な地域で行い、2日間のイベントにもだいぶお客様が集まったということで、今後は常設の場所が欲しい。地域を活性化するということは市役所の皆様のお力と岡崎信用金庫様のお手伝いを頂きながら、民間の観光施設もイベント等で活躍されているので、そういった方が集まれる常設のものがあればよい。
- ・ 活性化本部の石原様のお力をお借りしながら、皆で個別に懇親会をやっているようなので、お話を個々で詰めて頂くことも一つの方法ではないかと考える。

(委員長)

- ・ 今のお話は E 委員のところだけではなく、地域全体で人を呼ぶことだと思うが、観光を産業化していくということは、地域で競争力のあるものが集積しているということだ。集積していかないと産業都市化には向かっていかないと考える。
- ・ E 委員がおっしゃったことがきっかけとなり展開が始まっていくとありがたい。そうになると金融機関の役割も大きくなってくる。

(B 委員)

- ・ E 委員のお話が出たが、弊社は支店長・部長がフリーな立場で街の中を回っていて、様々なお話が入ってくる。全てが観光事業ではなく、「町を良くしていこう」という思いをもった人間が、数名で仕事から離れている形でやっているという効果があるのではないと考える。まだ半年くらいだが、様々な情報が入ってきており、提案も上がってきている。
- ・ イベントを常態でやって行くことや、一つのスポットでイベントをやっていくことは必要だが、具体的に場所をどうするかという問題もあると思う。それを具体的にできる場所が浮かんできている状態ではある。
- ・ フリーな立場で話し合いを持てる、情報交換できる場が特に必要だと考える。

(委員長)

- ・ イベントの常態化という話だが、この場合の主催者になれるような、フリーで回っているような方々を見つけ出しているということか。

(B 委員)

- ・ 基本的に行政に任せている。現在「プロジェクト 100」を様々なところで行っているので、そういうものを一緒にお手伝いしながら進めるということもある。
- ・ 我々も助成金頼みではなく、自立型でできないかということと一緒に提案させて頂いている。そのような形でできれば、次の年に自由に取り組んでいけると思う。
- ・ プロジェクトをやるにあたり助成金を頂いているのであっても、具体的な効果や売上につながったという形で、一つひとつ「プロジェクト 100」の様々な部分が出ている。その効果を実際に検証していくことも必要だと考える。

(委員長)

- ・ 今年あったことを検証した上で、参加いただいた企業からイベントを自立的に展開できるのか。そうすると残るのは場所の問題だけということか。

(B 委員)

- ・ 主体的に動くことが大切だ。企業より街の人の方が動いていることを話に聞く。

(委員長)

- ・ 周辺から人が集まるような仕掛けが、そういう街の皆様方にできるとよい。F 委員はいかがか。資料に書いてあることなどを中心に、気づいたことをおっしゃって頂ければ。

(F 委員)

- ・ これまでの計画と何が違うのかが疑問だ。民間を稼ぐように誘導していくにあたり、民間を動かすためのトリガーになることを行政がアクションしていくことが肝だと考える。
- ・ 資料を拝見した中で「これだったら民間が動きそうだな」と思えるものがあまり無い。例えばアクションプランの国の施策として、3 ページのところにある「明日の日本を支える観光ビジョン」の 10 の改革のうち、「魅力ある公的施設」を、広く国民、そして世界に開放」と書いてあるが、公園内で事業者が 20 年 30 年という期間で営業できるようになると、それなりの設備投資をし、自らサービスを向上させ、お客様を呼び込み公園の利用も上がるという win - win の関係を作っていくことを、国では進めていると思うが、そういう民間をワクワクさせるようなトリガーになるような重点プロジェクトがどれに当たるのかが疑問だ。
- ・ 民間が「参入してみたい」、「投資をしてでも稼ぐというところに貢献していきたい」というような道筋を描く場所があるとすると、どのあたりなのか。本当に稼ぐというところにシフトしていけるのか。ただ行政の施策を粛々と行っていくだけのようにも見える。

(委員長)

- ・ 今の質問は、3 ページの「魅力ある公的施設を」というところに重ねて、たまたま公園の事例があるが、それに匹敵するようなものはどれにあたるのかという質問なのか。

(F 委員)

- ・ その通り。稼ぐポイントになる基礎のところはどこなのか。

(委員長)

- ・ それはアクションプランの中でということか。

(F 委員)

- ・ そうである。行政のアクションが民間の稼ぐにつながっているというところの接点が見出しにくいということだ。

(委員長)

- ・ これは次の議題の「民間活力の活用について」というところで、事務局より説明する際に、今の質問の回答につながるということでもよろしいか。それとも個別に回答するのか。

(事務局)

- ・ 岡崎公園を拠点とした観光地化の推進というところでは、そういった意識はあるかと

思うし、民間の方の活力を活用するというところで、議題3で議論したい。

(委員長)

- ・ F委員の質問は、議題3の説明時に回答する。それではJ委員はいかがか。

(J委員)

- ・ 民間に期待するということところが行政のアクションプランだが、民間を巻き込んでいくということに、もう少し仕組みや仕掛けが見えるとよい。例えば、「岡崎が進化する」の重点施策の2-1-2「乙川リバーフロント」は岡崎市としても進めていきたいというところで、民間に期待するが「ふるさと納税の制度による寄付」となると、積極的に参加してほしいというよりは、市民ではなくてもできることであるとする。
- ・ もう少し岡崎市民が参加していけるような仕組みであるとか、そういったことがあると民間の力・ノウハウを活かした表現がだいぶ出ていると思うので、岡崎市民が参加できる仕組みがあるとF委員がおっしゃったような意見でも、どのように巻き込んでいくのかが見えてくるかと思う。
- ・ 目標指数・KPIでも、現状出ている指標名でみると「市民満足度」をどういう満足度で見ていくのか。「観光客が増えて良かった」というもので見ていくのか、「市民参加ができた」で見ていくのか。「参加」をしっかりと測ることができる指標があるとアクションプランが生きてくるかと思う。

(委員長)

- ・ 事務局で、今の意見への応答はあるか。

(事務局)

- ・ 「リバーフロント地区の整備の推進」というところの、「民間に期待すること」だけでは弱いと感じる。
- ・ 市民満足度は重点指標に移しているのので、個別アクションプランの中の指標にも取り入れたい。

(委員長)

- ・ 「岡崎が進化する」の「リバーフロント」の関係は、インフラ整備の話なので、市民の皆さんには3-2-1「岡崎を演出する」の「リバーフロント」施策でいかに関わっていけるかと読み込んで頂いた方がよろしいのではないかと。それともインフラ関係でも市民の皆様に参加頂く機会があるのか。

(事務局)

- ・ インフラ整備なので整備進捗の方で話が出る。市民満足度の方は「演出する」や「招く」で指標として出していきたいと考えている。
- ・ どこで満足度を得られるのかを、いくつかの視点をもって指標で表せるようにして、「岡崎が進化する」のところや「岡崎を演出する」のところで適切な指標になるように検討する。

(委員長)

- ・ それではH委員、どうぞ。

## (H 委員)

- ・ 飲食店がやれることで考えると、岡崎という町に食を通して盛り上げていく中で、2つの方法があると考えている。1つは外から内へという、市外・県外から岡崎市へ来て頂きご当地グルメなどの岡崎らしい食事を楽しんで頂いて岡崎を満喫してもらう方法。もう1つは内から外へというPR方法で、我々が市外に出張販売に行き、岡崎のご当地グルメや名産品等を販売しつつ、岡崎の食の楽しさや良さを知って頂くという方法だ。
- ・ 前者については、3、4年前から「岡崎ませめん会」や「家康プロジェクト」といった場で岡崎八丁味噌や農産物を使い、各店舗でご当地グルメの提供をしている。しかし、飲食店の力では外から内へ来てもらうパワーが無いのが実情だ。
- ・ 今年度、「岡崎おもてなしキャラバン隊」という外で岡崎をPRしていこうとする活動を始めている。その中で「岡崎うまいもんや」という名で移動販売・PRを行っているが、岡崎の周知が徐々に広がると感じている。今後「移動販売」が力を発揮する時代になると考えている。イベントも市内市外で行っているが、今までは的屋が食べ物を売っているものだったが、現在は、移動販売車のオシャレさ・クオリティ・求めやすさがお客様のニーズとなっている。
- ・ 飲食店の集客力は弱いので、様々な連携が必要だ。メディア（テレビ等）の朝夕の情報番組では集客につながらないので、ゴールデンタイムの反響が多い番組に収録に来て頂くといった攻めの方法もあると考える。
- ・ フードコートでの販売は、満足するような集客が得られなかった。しかし、その時に24時間テレビとのタイアップとして収録するといったつながりができていれば、そこに有名人が来ていたかもしれない。また、販売時に行われていた「竹水鉄砲」の全国大会に有名人が来ていたことが事前にわかっていたら、もっと集客ができていたかもしれない。どこかで連携が取れていないと、バランスが崩れてしまうのを感じる。

## (委員長)

- ・ グループウェアの構築とペイドパブのあり方（の問題）である。個々の活動を連携しようということを、行政に求めても難しい話だ。例えば観光関連の事業者がグループウェアを構成し伝えていくという作業と、それに反応する心がけをもたないと上手くいかない。連携のできなさを解消するには、スマホなどの活用でグループウェアをつくることになるが、誰が主体となるのかが問題となる。個別アクションプランにはDMOのデザインについても記述されているが、主体に対する注文として受けとめた方が良いのではないか。
- ・ 番組ディレクターに企画を差し込んでいくということはペイドパブの問題であり、お金を払いパブリシティ化していくことになる。これを岡崎市で行うとなると、観光プロモーションをプロに展開させていくという指摘と受けとめた方が次の発展になる。
- ・ 移動販売には何らかの規制があるかと思われるが、どんな規制が一番辛いのか。

(H 委員)

- ・ 保健所との関係が一番辛い。具体的には移動販売にはテントと車があり、テントは「露天」に分類される。これは販売品目がかなり規制される。車販売は「飲食許可」があり普通の飲食店と同じ扱いになる。もう1つ、販売時にプレハブ等で三方を囲み、その日だけの臨時許可を得る方法もある。この方法では何でも出せる。この中で一番合理的なものは車で飲食業許可を取ってしまうことだ。
- ・ こちらが保健所に様々な要望をしても、保健所側は「いいよ」とは言わないので、お互いに勉強会や話し合いの場をつくるといった体制を築き、接点を持つ機会を増やすことが求められる。本町のアーケード街を築地のような路上にテーブルを並べて飲食するといったことも実現できる話だと考えている。

(委員長)

- ・ 駐車スペースの確保が難しいように感じるが、いかがか。例えば移動販売車と販売場所近くの類似飲食店との諍いや、どこでも移動販売ができるのかといった問題はあるのではないか。

(H 委員)

- ・ 道路上では問題が出るので、知り合いの家の駐車場を利用したり、企業の駐車場を使わせて頂いたり、集客できるところで出していくべきだ。ただ単体で出しても集客が見込めない、広いスペースで連ねて出すのが一番良い。

(委員長)

- ・ 民間は金を稼ぐことに集中し、行政はインフラ整備に注力するぐらいの方が、官民の関係からすると良いように思える。具体的なアイデアを出して頂けると、4回目の議論につなげられて良い。次はG委員。いかがか。

(G 委員)

- ・ 寺社仏閣は観光資源となっているが、私見だと「岡崎を演出する」の部分で四百年祭の時までは、バス観光も個人観光もお年寄りが多い印象だ。四百年祭以降、60歳までの方が真剣にご覧になっている。20代の方や若い夫婦が子供連れで来ているが、子どもにもわかりやすくしていかなければならないと感じている。現在、お寺や寺社仏閣の役割が変化している中で、観光的に考えると20代から60代までの新しい層が、仕掛けをすると乗ってくる。大樹寺でも、どんな中学生にでも分かるよう毎月1・3土曜日に法話を行い、拝観の際のガイドもしている。重点項目の「歴史文化遺産を活用したストーリー性ある演出」という部分では、法話から拝観までの流れでリピーターを増やそうとしている。「よいお話を聞ける」ということを仏教徒にかかわらず増やしていき、様々な方の講演もできるようお寺を使って頂くことが必要だと考える。
- ・ 徳島市の民間を巻き込んだアニメフェスタを見学していると、商店街も声優のサイン会を行ったりと、町全体が活性化している感じを受ける。お遍路もアニメフェスタに組み込まれ、若い人も関心をもっている。
- ・ お寺離れが進む中で、こういった仕掛けを次々に打ち出し、興味や親しみをもって

もらおうと動いている。

- ・ 各地区で総代が中心となり、ガイドブックの様なものを作成している。それから重点を絞り、組み入れていくのも一つの手だと思う。

(委員長)

- ・ お寺でのアンケートは取れるのか。

(G 委員)

- ・ お客様に対するアンケートは、今なら取れる。

(委員長)

- ・ 続いて D 委員、どうぞ。

(D 委員)

- ・ 「岡崎を発信する」とあるが、SNS や個別で発信するものは、発信者がものを知り興味を持ち、外に発信したいと思う形だと思われるので、まだ岡崎全体として素晴らしい企画やクリエイティブな企画を知っている人が少ないと感じる。参画する側として民間とのタイアップが、どのように協力していくのかがわからない部分がある。もっと全面的にアピールし、知らない人へのとっかかりを作らないといけない。岡崎市民が誇りを持って市の内外の方に発信できるように、プロの広告と同時進行で行かないといけない。まず知らないということがもったいないので、その部分が変わると良い。

(委員長)

- ・ 誰に対して情報発信するのかということ一度、議論したい。
- ・ 岡崎市内のホテルにとってのシーズンが、月や曜日ごとにはっきり表れるのか。

(D 委員)

- ・ 表れる。岡崎市だと桜の時期が一番多い。四百年祭から、観光で週末に宿泊する個人の方が少し増えた印象だ。

(委員長)

- ・ まだまだお客様を増やしてくれたらありがたいという感じなのか。

(D 委員)

- ・ そうだ。

(委員長)

- ・ I 委員はいかがか。

(I 委員)

- ・ 「岡崎が進化する」において、「天守への眺望確保のための樹木除去の推進」とあるが、岡崎城の眺望確保のためのということなのか。

(事務局)

- ・ その通りである。木は成長するので一時期切ったが、1、2 年経つとまた伸びてきて眺望が損なわれる。

(I 委員)

- ・ その程度であるならば、周りにある松の木を全部切ってしまうということではない

のか。

(事務局)

- ・ そういうことではない。竹千代像と家康公の石像のベンチ付近に、バックに岡崎城が見える場所があり、公園内どこからでも撮影するスポットは確保しようということだ。

(I 委員)

- ・ シェアリングエコノミーの部分で、例示に「民泊等」とあるが、民泊をする前に旅館を上手く活用する方法を考えた上で、なおかつ足りないので民泊を使うという順序にした方がよいのではないか。

(委員長)

- ・ 観光協会にとって DMO の関係は、今後の議論となるのか。

(事務局)

- ・ 観光協会の法人化については宿題を頂いているので、法人化にあたりしっかり DMO をやっていけるようにということでは考えている。しかし、それがそのまま DMO に繋がっていくかは宿題である。

(委員長)

- ・ ターゲットが違うということはあるが、民泊と旅館の話は今後の議論である。

(事務局)

- ・ 民泊については空き店舗といった資源の活用となる民泊も一つの選択肢として出てくると考えている。

(委員長)

- ・ 民泊は国で議論が進み、一定の条件整備があれば新しい法律をつくるような状況にあるが、車のシェアリングエコノミーは全く議論が進んでいない。「戦略的方向性 2」において自家用車の利用まで書かれているが、どうされるかは事務局の方で整理した方がよいかもしれない。シェアリングエコノミーに関しては、目配りをしておかななくてはいけない。
- ・ 個別アクションプランと観光基本計画のアクションプランの構成は、今回のご意見を踏まえながら整備をし、この方向でまとめていくことでよろしいでしょうか。

(B 委員)

- ・ 28 ページの「目標指標」は具体的にどういった数字が入るのか。例えば「観光消費額」はどうやって算出するのか。

(事務局)

- ・ 「観光入込客数」は岡崎市がデータを取っているのので、それを落とし込むことになる。

(B 委員)

- ・ 岡崎城でチケットを買った人、といった人しかカウントできないのか。

(事務局)

- ・ そういうことになる。



(B 委員)

- ・ RESAS などを使って、来た人を全部カウントするといったことはできないのか。

(事務局)

- ・ 入場者数が分かっているものはその数で報告を頂いているので、それをカウントしている。各観光施設の方々から頂いた数字を検査し、公表数字を入れ込んでいる。

(委員長)

- ・ 今、岡崎市内には何か所くらい（観光施設が）あるのか。岡崎市内のものだけではないということか。
- ・ アクションプランのところにどのような数字が載るのかをまとめて頂いたり、前のところでリクルートライフスタイルの統計調査のグラフについても、調査対象者や母数も書き込みをした方がよい。次回に向けて整理をし、B 委員の質問にお答えして頂きたい。

(F 委員)

- ・ 5 つの戦略的方向性について、主語が微妙に感じる。特に「岡崎が進化する」の戦略では「岡崎」が主語になっており、市の公共政策が主なものだが、それが観光アクションなのかという疑問と、それが民間の稼ぐにどうつながるかを意識して書いて欲しい。
- ・ 2-1-②「リバーフロント地区整備」について、整備のことではなくて、整備を通じた民間投資の誘発や出店といったアクションをしていくものと捉えているので、整備の先まで書かれていることが大事だと思う。
- ・ 上記のことが、「岡崎が進化する」という受動的に進化していくという括り方ではなく、岡崎を「目的をもって」進化させるというように、アクションの位置づけが違うように感じる。

(委員長)

- ・ 観光はプロモーションだけではなく、インフラ整備や規制緩和があって次へ進むので、経済振興部自身が他の部のセクションの話を巻き込み、観光に係わる部分について意見を申し上げるのは非常に進んだ自治体であることは認識して頂きたい。

### (3) 民間活力の活用について

(F 委員)

- ・ 岡崎まち育てセンターりたでは、乙川リバーフロント地区のまちづくりデザインとして、このエリアのどういう整備をどういう理念でもって、あるいはどういう事業者、どういう行政との協働関係を構築して、民間が今後このエリアの活性化に寄与していけるかということ行政の関連課や専門家の皆様や民間の事業者様と一緒に考えている。資料は過程で出ている回遊動線の設定ということを紹介する。
- ・ 「くるわ」とネーミングされているが、点線で書かれている部分がリバーフロント地区である。
- ・ このエリアで 2-1 の人道橋やその上の中央緑道や蒲田公園、5 番にある乙川河川

緑地等は具体的に公的の投資によって整備されている。このエリアに公共空間の整備がどのように波及していくかを考えた時に、行政が整備できるところは全て同じようにお金を費やせるわけではなく、なるべく重点的に点や線で集中させて有効に機能させていくことが大事と考えている。その場合、実際に面の中でどこを回遊させるのかということが現状一番の議論である。

- 駅から来る人や駐車場、民間公共交通機関等と色々あるが、様々な行き方ができた時に、どこをどういう風に動いて、どこに行くのかということ、まず主要回遊動線として明示をし、公共の整備や民間の整備を集中させるというところで「くるわ」が設定されている。
- だからといってここから外れたところがどうでもよいというわけではなく、第一段階としてこの整備を集中させることで、次なる周辺のところにも波及させていくという、そういう順番で設定している。赤い線も伊賀川のところで切れているが、ここから西の八丁の方まで含め、または北側の松本や北東の六供など、周辺への波及というものも考えていかなければならないという指摘を頂いている。
- 「くるわ」は岡崎城下の中にあるエリアでもあり、駅から円を描く形が Q の字にも見えることで、「QURUWA」というネーミングが仮称で付けられている。それぞれ番号で分かれているのは、1 番は「駅前エリア」、2 番はこれから整備をされていく人道橋から中央緑道、そして蒲田公園まで、3 番が「旧東海道エリア」で、3—1、3—2 というのはバス通りの東と西で、それぞれのまとまりで利害関係が一致しそうなところを一つのまとまりとしている。それぞれでエリアマネジメント的な組織体、民間の団体ができてきて、このエリアをどうしていくかを話し合いながら実際に推進していくマネジメント組織ができていったらよいのではないかという議論がなされている。
- 動線上でどのように民間の参入を呼び水にしていくかというところは、おとがワ!ンダーランドという川街づくりの事業をする中で、規制緩和で殿橋の橋詰のところオープンカフェを作っている。それは橋の高欄がバーカウンターになっていて、川の斜面に足場を組んでそこにお店エリアをつくって、道路のところをパーテーションで仕切って、そこがお店のバーカウンタースペースというような形で、通行人とそこに滞留する人を分けて、通常では考えられないような橋のところにカフェバーがあるというような状態ができています。
- それも規制緩和でできたもので、現在お客様も大分入っている。本来であれば、それがおとがワ!ンダーランドの期間の最初からあり、ゲートの機能を果たして川に落とすというために作られるものだった。許可の関係で最近でき、あくまで社会実験という形でそこに設置をさせてもらうが、現在通行客も含め、SNS 等にその写真をアップすると、かなり反響がある。そういったものを一つ規制緩和で置くことで集客ポイントが一つできる。
- ただそれだけでは難しいので、先ほど H 委員からあったように、道路の幅が広いところで、出店をしても通行人に支障が無いようなところを社会実験という形で線を

作り、そこにお店の出店を期間限定でやってみるなどができる。そういうことを動線上で実験的にやっていくということで、今はまだ点でしかないものを、次はここからここに動かすために、こういう線を結んで行こうというのを意図的に繋いでいって頂けるようにしたい。僕らだけではこの点しか打てないが、H委員と組むことでその先の線が生まれるなど、民間の方あるいは行政の中でもそれぞれ施策をこのエリアの中で持っているの、その施策の中で導線が上手く繋がっていくような官民の動きを作っていくための回遊動線という設定である。

- ここに直接関係のない事業者様もいらっしゃるかもしれないが、皆様もまずはここを盛り上げつつ、枝分かれさせたい。そのレイヤーが深ければ深いほど、外れたところから面白いものが出ると思うので、そういった形でまずはこの主要なところとその裏側を上手く作っていければよいと思っている。
- あともう1つ、プロモーションをする上で、岡崎ではどこに行ったらよいのかというモデルルートを作っていくための仮の設定だが、「まずは「くるわ」を周ればいいらしいよ」とか、「どどこエリアにはこういうお店があるよ」という、そういう境界の特徴みたいなものが今まだ認識がされていない。岡崎城や八丁味噌蔵はあるかもしれないが、その他のエリアはなかなかエリアとして認識されていないので、ここをまずは最初にプロモーションをしていくエリアとし、それぞれの細かく分かれたゾーンの中で、「こういう飲食行くならここだよ」とか「お土産物だったらこのあたりだよ」とか、若者向けのエリア、歴史が感じられるエリアなど、エリアの性格付けなども仮のエリア設定をすることで、議論を積み上げていけると考えている。
- そのきっかけとして今回の提案をさせていただいた。まだ「くるわ」は決定ではないので皆様のご意見を頂きながら、どんどんブラッシュアップさせていければと考えている。

(委員長)

- くるわ (QURUWA) 戦略は「りた」の方が主体となり、行政の方が連携でかかわっている事業なのか。

(事務局)

- 「リバーフロント地区整備」の中で、戦略をどう考えていくか、専門家と主要関係課と話し合った中で出てきた戦略であり、「リバーフロント地区」の流れとして、専門家側からの提案である。

(委員長)

- 岡崎市も公認しながら動いているという認識でよいか。

(F委員)

- その通りである。

(委員長)

- 私たちが議論する際の活性化の意味を統一して議論を進めた方が良いように思われるが、人・モノ・カネが活発に動いている状態が「活性化」としているように感じる。F委員、このような意味で活性化を捉えてよいか。

(F 委員)

- ・ その通りである。

(委員長)

- ・ ご意見ある方から発言頂ければと思う。H 委員は関わりが強そうに思うが、ご意見はいかがか。

(H 委員)

- ・ 飲食店が新たなチャレンジができる大きな事業だと感じている。移動販売についても、エリアの中で出店できる場所を探し、メンバーや日程を調整して、定期的にできるようになるとよい。来春3月をめどに、カクキュー様の中にフードコートを作り、観光の飲食の拠点として位置づけていけたらよい。フードコートは「リバーフロント地区」に入っていないので、何かつなげていければよいと考える。

(委員長)

- ・ H 委員のところで飲食をし、D 委員のところで宿泊する流れができればよい。その他のご意見はいかがか。

(D 委員)

- ・ 宿泊なので、夜遅いイベントなどで帰らずに宿泊する流れができると、人・モノ・カネのエリア全体の広がりができるかと思う。宿泊という責任を実感した。

(委員長)

- ・ くるわ (QURUWA) 戦略には、ニューグランドホテルに宿泊する方々の発言の機会はあるのか。

(D 委員)

- ・ それはまだ話し合っていない。お話させて頂ければと思う。個別では F 委員とお話している。

(委員長)

- ・ C 委員、沢山人を運んでもらいたいのだが。

(C 委員)

- ・ 目新しさなど、これといったものがあればよい。もしくはあるものをもってくるといった戦略もよい。皆が吸い込まれるような仕掛けを絶え間なく作ることが第一歩だと思う。

(委員長)

- ・ 名鉄は業務枠を地域のために空けてくれることはあるのか。

(C 委員)

- ・ 広告という意味では、空けないことはない。あくまでも業務枠の部分があるので、有料枠は不足しつつある。違う形で足していく必要がある。

(F 委員)

- ・ おとがワ！ンダーランドは今回集客に苦戦したが、しかしその中に粒ぞろいのコンテンツがあった。フライフィッシングの全国大会が開かれたことで、ロケーションや宿泊の可能性を新たに発見できた。そういったコンテンツを育てていきたい。

(委員長)

- ・ ごみ処理などのルールが必要だ。B委員、いかがか。

(B委員)

- ・ 決めたらここでやってしまうということがよいのではないかと感じる。加えて市役所をお願いしたいが、とある事業をこのように拡大したいなど、そのような提案がある時に、一番困るのはワンストップではないことだ。
- ・ リバーフロントでも、周回するようなコースを既成事実で作ってしまって、民間を誘導できるような仕組みづくりをしていくことが大事と考える。

(委員長)

- ・ 観光客が訪れるようになったとしても、通過型の観光地で活性化しない例も多い。活性化するという流れにつなげたい。商工会議所の立場としてもご意見があるのではないか。

(I委員)

- ・ 回遊性のエリアを持たせることは非常に重要だと思う。ここには二十七曲がりも入っていて、そういう人たちが周らなくても入ってくることで新たに周って頂けることがある。駅から人道橋までの導線はこれから考える必要がある。

(委員長)

- ・ 観光資源との結びつきだけではなく、観光消費に向けた連携や流通・供給といった視点から見直すことも必要かと思われる。それが活性化につながりやすくなると感じた。いかがか。

(E委員)

- ・ H委員が発言された形でやるというのは、観光客をすべて誘致するという意味ではなく、この一帯をお客様に周ってほしいということである。地域で決めてやっていった方が分かりやすいし、早いと思う。

(委員長)

- ・ 山梨の事例では、ワイン民宿が中核となりレストランに行く・タクシーを利用する・ワイナリーを使用する、という流通と供給の流れができ上がっている。
- ・ 岡崎全体で観光振興を図るが、一つのモデル地域みたいなものがあり、観光消費の流通や供給、人の流れお金の流れができ上がっていくというのがはっきり見えることは、分かりやすく良いと思う。政策がきちんと連携できれば官民共同で具体化し、民がやるのが官の政策にはまるモデルになる可能性があると思う。
- ・ E委員の発言をもって、個々の焦点を当てることがあってもよいのではないか。J委員、いかがか。

(J委員)

- ・ 重点的なエリアがある中で、外国人やインバウンドの視点も入ってくると活性化が図られるのではないかとと思う。外国人への一番のネックは情報がどれだけ届くのかということだ。総合防災訓練の時にも、外国人に対するチラシには日本語しかない、市のホームページからその情報にたどりつくのが難しいという現状がある。このイベント

は面白いと思うので、日時と場所、どういう行き方ができるのかを見ることができたりなど、内容について一文だけでもよいから書いた方がよい。岡崎市のホームページの中でインフォメーションという形で、外国人の方でもぱっと見てイベントを把握できる形にできればと思う。

(委員長)

- ・ G 委員はいかがか。

(G 委員)

- ・ 市民の方の受け入れ態勢の統一感が必要だと感じる。該当のエリアでバーベキューをしている人がいるが、酔っぱらうと非常にうるさい。そういった部分も考えながら調節できれば良いと思う。

(委員長)

- ・ 事務局から伝えておかなければならないことはあるか。

(事務局)

- ・ 現在の案は個別アクションプランの中から実現可能なものをピックアップしたもので、それ以外で他の施策が必要であったり、行政の支援が必要なものがあればおっしゃっていただければと思う。

「リバーフロント」ということで書いてはいるが、重点プロジェクトに書いてある「額田地区」ともつながりがある。「岡崎ブランド確立」の中心となる家康が生まれたところも「リバーフロント地区」にある。そういうつながりがあることも意識して欲しい。

(委員長)

- ・ アクションプランの中では、「リバーフロント」が他の地区にかかることをご指摘頂いた。では、事務局へお返ししたい。

(事務局)

- ・ アドバイザーの方から何か御意見あるか。

(オブザーバー)

- ・ アクションプランの数値目標であるが、基準年が平成 26 年で中間年が 31 年でアクションプランを出した翌年の平成 29 年の数値がないのはいかがなものか。重点政策について協力者は誰で、ターゲットは誰で、民間に期待できることは何なのかということを入れると民間が入りやすくなる気がする。

(事務局)

- ・ 26 年度が基準値で、それで 31 年、33 年となる。

(オブザーバー)

- ・ 平成 30 年に出すことはどうか。29 年の 2 年後の 31 年が目標数値じゃなくて、目の前の目標数値があって、中間があって、目標なのではないか。

(事務局)

- ・ 基準値があって、現況値があるから目標が見えてくるのではないかということか。

(オブザーバー)

- ・その通り。2年経たないと達成が評価できないのではないか。

(事務局)

- ・27年は四百年祭があって突出している。そこから下がるとはいえ、100周年というイベントの中でも、その効果があるだろうという部分を見るか見ないかということが大切だと考える。参考にさせて頂く。

#### 4 その他

(1) 今後のスケジュールの確認について

(2) 第4回岡崎市観光基本計画推進委員会の日程について

#### 5 閉会

以上