

第1回川崎市観光振興計画検討部会 会議録

- 1 開催日時：令和6年6月7日（金）15時00分～17時00分
- 2 開催場所：川崎市役所本庁舎9階経済労働局会議室
- 3 出席者：委員 宍戸委員、村山委員、佐野委員、渡辺委員、久保内委員、丸山委員、元沢委員、濱野委員、吉岡委員、萩原委員、竹原委員
事務局 浜口観光・地域活力推進部長、森担当課長、中村担当係長、上仲担当係長、水口職員、坂野職員、渡邊職員、福井職員
- 4 議 事：（1）部会長の互選・職務代理の指名
（2）川崎市観光振興計画検討部会における検討
- 5 傍 聴 者：0人
- 6 会議内容

森担当課長

本日は、お忙しいところ、ご出席をいただき、ありがとうございます。定刻となりましたので、「令和6年度 川崎市観光振興計画検討部会」の開催に先立ち、事務局から事務連絡をさせていただきます。

まず、議事に入る前に、お手元の資料の確認をさせていただきます。資料については事前にお送りしたものと同じものでございます。1枚目に「第1回川崎市観光振興計画検討部会 次第」と記載のあるスライドですが、右下にスライド番号の記載がございまして、51枚目が最後のスライドとなっております。みなさま、不足はございませんでしょうか。

また、本会議については議事録作成のため、録音をさせていただければと存じますが、本会議の公開・非公開の取り扱いについては、のちほど皆様の議事で定めていただければと存じます。

また、本部会は委員11名の過半数である6名が定足数となりますが、現在10名の方が御出席いただいております、会議が成立していることをご報告いたします。なお、元沢委員ものちほどご参加となる予定です。

それでは次に、スライド2枚目「委員紹介」をご覧ください。今回の検討部会では、幅広く、実践的なノウハウ・知見をお持ちの皆様に、ご参画をお願いしました。ご協力をいただき、本当にありがとうございます。

初対面の方も多いと思いますので、皆様から自己紹介をお願いできればと思います。それでは、上から順に宍戸様からお願いできるでしょうか。

【各委員、順次自己紹介】

森担当課長

皆様ありがとうございます。

続きまして、スライド3をご覧ください。議事1「部会長の互選・職務代理の指名」です。条例では、部会長が部会の事務を掌理することとなっておりますが、まだ部会長が

決まっていないので、議事1は事務局により進行いたします。

資料の赤字記載のとおり、部会長は委員の互選で決めることになっています。また、部会長が体調不良などでお休みとなるときは、部会長があらかじめ指名する者が職務を代理するとされています。

この議事では、部会長を皆様に決めていただき、そのあと、部会長に職務代理の指名をお願いできればと思います。まず、部会長の互選ですが、どなたかご意見はございますか？

(意見なし)

事務局としての意見ではございますが、プランの策定時から有識者として携わっていただいていた、本部会の親会にあたる会議にもご参画をいただいている宍戸様にお願いをするということでいかがでしょうか。

(委員拍手)

それでは、宍戸様、部会長として、よろしくお願いいたします。

それでは続きまして、職務代理の指名ですが、どなたを職務代理と指名されますか？

宍戸部会長

今回、事前にご担当とお話した時、割と人文的といいますか文化的な部分で「我々は川崎のまちとしてどうしていくか」、そういった話も出てまいりましたので、今回の委員会の選任にあたってそういう風になるのかと思っております、佐野先生にお力を頂ければと思いますがいかがでしょうか。

(委員拍手)

森担当課長

ありがとうございます。それでは、佐野様、職務代理として、部会長の欠席等に際しては、進行などお力添えをいただきますよう、よろしくお願いいたします。

それでは、次の議事に入ります前に、宍戸部会長からひところ、ごあいさついただければと思います。よろしくお願いいたします。

宍戸部会長

では改めまして宍戸でございます。僭越ではございますがご指名ございましたので部会長を務めてまいります。皆様方の活発なご意見を頂きながら、いいプランができればと思っております。

最初に申し上げました通り、私自身は横浜商科大学に12年いて、日本大学に移って7年目になります。川崎には産業観光振興協議会という団体がございまして、横浜の時からずっと関わってきましたので、もう19年くらいですね。当時、産業観光を頑張り始めたところで、まだ工場夜景は注目されていなかった時代でして、そこで最初の観光振興計画を作成しました。その後、工場夜景などの色々な経緯もあり、非常に注目され

るまちになってきたような認識を持っています。

また、今インバウンドが増えていく中、これだけ立地もよくて人口も多く、経済力的にも大きい、基礎的なものをたくさん持っている成長していけるまちとして、観光の魅力も絶対にあるはずだと思っておりますので、ぜひ今回皆様方のお知恵をお借りしていいプランが出来ればいいなと思っておりますので、何卒よろしくお願いいたします。

森担当課長

ありがとうございました。それでは以降の議事につきましては、部会長に進行をお願いいたします。

宍戸部会長

それでは、これから議事に沿って進めてまいりたいと思います。まずスライドの会議公開について、事務局から説明をお願いします

森担当課長

はい、この会議ですが審議会という位置づけになってございます。川崎市ではこの審議会は条例で原則公開となっています。公開となった会議は議事録や会議資料などが広く公開されまして、会議自体にも傍聴者が入ることがございます。一方で、スライド下の方の下線部にあるとおり、「検討又は協議に関する事項であって、公にすることにより、率直な意見の交換若しくは意思決定の中立性が不当に損なわれるおそれ」がある場合は、非公開とすることができる、となっています。

本部会については、多様な業種の事業者様にご参画をいただいております。議論の中では、例えば、宿泊施設の稼働状況など、各事業者様がお持ちの情報をバックボーンとした意見をいただくことも考えられます。それらの情報をもととした率直な意見交換について、妨げとならないよう、検討の議事を非公開とすることも考えられるかと思えます。

会議の公開非公開については議事ごとに部会で諮ることとなっておりますので、御審議のほどをよろしくお願いいたします。

宍戸部会長

それでは今資料に出ておりますが、4 ページの会議の公開について、検討することとなります。説明では、議事ごとに皆様で決定するということでした。また、皆様のお持ちの情報など率直な意見交換を行っていただくためには非公開ということも選択肢としては考えられるということでございました。

この公開・非公開について、何かご意見ございますでしょうか。

特に、事業者様が参加されておりますので、なるべく色々な御意見を頂きたいと思っておりますので、中々言いにくいってことがあるのかもしれないですし、その辺についてはいかがでしょうか。

竹原委員

そういう話題になるときは、「これはオフレコで」という形で進められればいいんじゃないかと思えますけれど。その部分はなしってことではなく全体としてってことですか。

宍戸部会長

これは議事の全体として公開・非公開ということでしょうか

事務局職員

議事ごとに決めることとなりますので、傍聴が入られている場合に議事途中で「今から退出してください」というのはできないという風になります。「今日の議事は公開」とした場合には、公開して運用していくということになります。

竹原委員

議事によって、ということですね。観光協会は特に秘密はございませんので企業の方々がよろしければ、いかがでしょうか。

宋戸部会長

どうでしょう、率直なご意見いただけると。どちらとも選択できるというのがございますので。

久保内委員

その時はその時なりの発言として、どちらでも大丈夫です

宋戸部会長

それでは公開するという形でよろしいでしょうか。

(意見なし)

それでは公開しても差し支えない、公開した方がよいのではないかとということで、公開ということで議事を進めてまいります。よろしくお願いいたします。

それでは続きまして、スライド5の議事2になります。川崎市観光振興計画における検討ということで資料が多数ございますが、まずは事務局から説明をしていただきます。よろしくお願いいたします。

森担当課長

はい、それでは議事2でございます。

目的といたしましては、令和8年度以降の川崎市の新たな観光行政に立つ検討を行うものでございます。検討の柱として、これまでの川崎の観光振興の柱である工場夜景などの「産業観光」。川崎の立地特性の強みや新型コロナの影響を受けて様変わりする「インバウンド」、ソフト・ハード両面のまちづくりの方針として「観光まちづくり」。この三点を検討の柱としていきたいと考えてございます。

次のページ、会議の回数でございます、会議の回数は令和6年度4回、令和7年度は2～3回でございます。構成案といたしましては4つでございます、①が獲得目標、こちらは観光振興を通じてどのような街を目指していくのか、目指す街の姿を目標として捉えてございます。②がターゲット。どういったターゲットでやっていくか。また③が取組。そのターゲットにどのような取組を行うか。④がどのような体制でやっていくか。その4つで構成していきたいという案でございます。構成の①～④について順次議題として、皆様から御意見を頂こうと考えてございます。

計画期間につきましては、①は少し長めに取らせていただいて12年、②～④につきましては4年程度と考えてございます。こちらは川崎市の全体的な計画、総合計画とい

うものの期間が12年で、実施計画というものが4年となつてございますので、それと連動していくことによって新たな取組を落とし込んでいく想定をしたところでございます。

次のページをご覧ください。議論のスケジュールでございます。詳細につきましては次のページに書いてございます。今年度につきましては4回部会を開催いたしまして、令和8年から計画期間開始と考えてございます。

次のページをご覧ください。第1回目の部会の議事では①獲得目標・②ターゲットを中心に皆様から御意見を頂きたいと考えてございます。また今後の検証に際して色々な情報等についても確認させていただければと考えてございます。

第2回目につきましては8月30日の予定でございます。今回の観光振興計画の分量の確認や、本日の意見の整理・獲得目標やターゲットについて、さらに議論を深掘りしてまいりたいと考えてございます。

次のページをご覧ください。第3回目につきましては11月8日を予定してございまして、③取組や④体制について皆様から御意見を頂こうと考えてございます。その中で「基本的な考え方」への落とし込んでまいりたいと考えてございます。

第4回目につきましては来年の1月31日を予定してございまして、「基本的な考え方」の記載内容の確認や、③取組・④体制の具体的な議論をしてまいりたいと考えてございます。それについて、計画本編への落とし込んでまいりたいと考えてございます。

次のページでは、第一回目の親会議、こちらは部会委員の皆様の御出席はございませんが、今回の部会審議の状況報告をさせていただきたいと考えてございます。第5回目の部会は来年の5月頃でございまして、次のページに参りまして、議会等へ公開をして、来年の8月から9月の親会議では臨時委員の皆様にも御出席をいただいて、計画の最終確認をさせていただき、市役所内の意思決定を11月に行いまして、議会報告と市民等の意見を広く聞くパブリックコメントを経て、令和8年の3月に策定を終えたいと考えてございます。

次のページをご覧ください。新たな計画の策定にあたって、これまでどのような計画があったのか、御説明をさせていただきます。「川崎観光振興プラン」は平成17年からの計画でございまして、こちらが川崎市で初めて観光振興として特化した行政計画でございます。

理念としては、住む人が川崎という町の誇りと地域愛を持ちホスピタリティをもって川崎の良さを広く紹介し、するみたいなシビックプライドに重点を置いているものでございました。

その特徴といたしまして、当時観光協会がまだ任意団体の連合会組織でございましたので、それを一般社団法人化したと同時に、初めて観光協会の職員を公募して民間人登用を行ったところでございます。また、この時、まだ観光として根付いていなかった「産業観光」を柱としており、その中から工場夜景が生まれたところでございます。

次のページをご覧ください。新・かわさき観光振興プランです。こちらは平成28年度からのものになります。理念としては「川崎のまちのゆしみ力の向上 ～住んでよかった 行ってよかったを目指して～」です。観光庁の住んでよし・訪れてよしをなぞる

ような形になってございます。

特徴といたしましては複数の指標を設定して、168 の取組について学識経験者等を交えて毎年度進捗状況を評価いただいております。指標については次のページからご紹介いたします。一つ目の指標は入込観光客数でございます。青い線が目標値で、赤い線が実績値でございます。コロナによって減少し、若干回復傾向に転じておりますが、入込観光客数についてはコロナ前の水準に及んでいない状況です。

次のページをご覧ください。宿泊客数でございます。こちらコロナ禍で落ち込みましたが、コロナ収束と共に回復傾向に転じ、令和5年は目標をクリアしたところでございます。

次のページをご覧ください。3つ目として宿泊客数のうちの外国人でございます。コロナ禍では非常に厳しい状況でしたが、回復傾向に転じました。目標値には届いていない状況でございますが、水際対策が令和5年の4月末ぐらいまでございましたので、それを勘案しますと今後は十分に目標の達成が見込まれる状況でございます。

次のページをご覧ください。工場夜景産業観光ツアーの参加者数でございます。コロナ禍はツアーが出来ないような状況でございましたが収束後に一気に伸び、令和5年に初めて目標をクリアしました。令和四年からは工場夜景レストランバスというのも始まりまして初めて目標をクリアしたものでございます。

次のページをご覧ください。こちらは教育旅行等の受入生徒数でございます。こちらは平成29年度くらいから目標値をすべて超えて、新しい施設が出来たことや、社会科見学や修学旅行だとかの受入施設の協力が多くなったことにより、非常に多くなっております。

次のページをご覧ください。現在本市がどのような観光関係事業を行い、どんな予算があるか、という資料です。全体として今年度は3億2000万円ほど観光予算がございまして、そのうちのインバウンド関係が6,400万円でございます。そのうち観光案内所が4,000万円というような状況です。インバウンド以外で2億5,800万円でございますが、川崎の観光の柱として推進している産業観光については1,200万円ほど、それ以外はイベントとして花火大会・市民祭りなどで3億円のうち2億円程度使っているような状態でございます。他都市に比べても川崎の観光予算というものは非常に少ない状況でございます。

次のページをご覧ください。こちらは新しい観光計画とする場合に、どのような点を気を付けるべきか、我々事務局の方で話した内容でございます。1つ目は、急速な市場変化にも対応できる適正な更新手法が必要だと。現行のプランは、短期の取組と中長期の取組があります。本来であればPDCAで取組を見直す形になってございましたが、コロナの影響から見直す時期がございませんでした。一方で、これから様々な状況が変化する中で、時勢に沿った取組が必要と考えてございますので、適正な更新手法が重要と考えてございます。

2つ目、市民・事業者等とともに掲げることができるシンプルな旗印に、でございます。現行のプランは168項目でございます。観光振興は行政だけがやるのではなく、市民・事業者の皆様と想いを共有できるシンプルなものがよいだろうというものです。

3つ目として、目標達成がどのように寄与したか評価できるような指標、です。入込観光客数や宿泊客数は社会情勢によっても変わってまいります、我々の施策がどのように指標に結びついているかが非常に重要な所でございますが、間接的にしか読み取れませんので、因果関係が明確になるような指標が必要と考えてございます。

4つ目として、ターゲットを明確にしたプロモーションです。ターゲットを絞ることによって、取組の効果が広がっていくのではないかと考えてございますので、明確にして絞り込むこともあろうかと思えます。

次のページをご覧ください。今川崎市としてどのような観光施策の課題があるか、事務局の方で考えたものです。1つ目は、インバウンドの市内誘客の強化です。東京や箱根などではオーバーツーリズムの状況もございますが、川崎はそのような状況もなく、羽田空港にたくさんの方がいらっしゃっていて、そこからどのように誘客するかを考えていく必要がございます。2つ目といたしましては川崎らしさの磨き上げでございます。近隣には大きな観光地があり、どのように差別化を図るかということが重要になると考えてございます。産業観光や工場夜景というところで川崎らしさを出してまいりましたが、それ以外で何か打ち出せるものはないかなども考えていければと思います。3つ目としては、より多くのプレイヤーを生み出すことでございます。はとバスツアーでは市民ガイドが活躍したり、教育旅行ではホテルの皆様が主体的に動いていただいたり、と一定の進捗はありますが、まだまだ取り組んでいく必要があると考えてございます。本日出席の委員の丸山様もノクチラボで事業者の育成といったことも取り組んでいただいております、そういった方々と一緒に観光振興をつなげていくことが重要と考えてございます。4つ目といたしまして、ビジネス客の満足度の向上、です。川崎にはビジネスの方が出張等で来ていらっしゃっていると伺っており、どのように観光情報を届け、飲食につなげていくかが重要と考えてございます。

次のページをご覧ください。ここからはまだ川崎を知らない方もいらっしゃると思いますので、川崎のご説明をさせていただければと思います。

生活都市としての川崎のポテンシャル、として一年を通じて様々な各所でイベントが行われております。写真は左側の来月川崎大師の風鈴市や花火大会など、様々開催されております。

次のページをご覧ください。川崎にはブレイブサンダースやフロンターレなどホームタウンとして活躍しているチームがございます。

次のページをご覧ください。ミュージアムやアートセンターなど様々な文化を感じることができる施設もございます。

次のページをご覧ください。商業環境として、各駅には大型商業施設も多数ございますし、川崎市内に170以上の商店街がございます。写真の真ん中の下側は日本でも有数の活動的な商店街、モトスミ・プレーメン通り商店街でございます。

次のページをご覧ください。そういった商業環境が充実している中で、個性豊かなお店が多数ございます。川崎駅周辺では焼肉屋が多いですし、焼肉を千切りキャベツと食べる文化がございまして、野毛の辺りでは「川崎喰い」とも言われております。昼から飲める大衆の立ち飲み屋などもあり、溝の口西口にはレトロな街並みがございます。

次のページにまいりまして、川崎はつくられた観光地ではなく、生活都市としてホンモノの生活感がある、ということでそのような面を観光客にも魅力を感じていただけるかもしれない、と感じております。

次のページにまいりまして、ここからは産業都市の強みをご紹介しますと思います。川崎は製造品出荷額が1位で研究機関の事業所割合が最も高いなど、産業が盛んなまちでございます。

次のページをご覧ください。世界で唯一のプラスチックケミカルリサイクル施設がございます。レゾナックという企業が廃プラスチックからアンモニアや水素を生成し、水素はパイプラインで川崎のキングスカイフロントの東急 REI ホテルにつながっていて、水素を活用して電気の1/3をまかなっているという世界初の取組もございます。

次のページをご覧ください。新川崎エリアにはアジア初の量子コンピュータが設置され、高度人材が集まっており、さらに今後も集めていきたいというのがございます。

次のページをご覧ください。川崎の臨海部では国内の水素需要の1/10に匹敵する水素の供給・需要のネットワークがございまして、カーボンニュートラルコンビナートの取組も行われております。水素関連だけで年間200件ほどの視察等があるとうかがっておりまして、そういった方々も観光として捉えることができるのではと考えております。

次のページをご覧ください。殿町地区の国際戦略総合特区で最先端の医療などが研究されているエリアです。

次のページのとおり、市内には550以上の研究開発施設が集積しております。

次のページをご覧ください。これまで産業観光に20年間取り組んでまいりまして、工場にも御協力をいただき、教育旅行にも取り組んでまいりました。なかなか他都市で観光協会と工場とがマッチングしている例は少ないのですが、この20年間のネットワークは非常に大きいものと思います。

次のページにまいりまして、このような状況から、市としてどのような観光をしていくべきか、我々の中で考えてみたものでございます。皆様の議論のたたき台として資料をご用意しました。

獲得目標の1つ目といたしましては、「川崎にしかない楽しさあふれるコンテンツが集積し、新たなチャレンジをするまち」です。こちらは生活都市としての川崎そのものを魅力として、インバウンドリピーターのような方にお越しいただく、羽田空港のスキマ時間にお越しいただく、ビジネスの方にナイトタイムを楽しんでいただく、公共空間の活用や新たなチャレンジをする人を応援するようなことが考えられるのではということと記載したものです。

獲得目標の2つ目といたしまして「ビジネスを育み、人材が集まるまち」でございます。取引・会議・工事等で川崎に訪れる方に、どのように情報をお伝えするか。視察受入など、市内企業の需要とどのようにマッチングしていくかなども重要と考えております。工場の方にお聞きすると人材確保が難しいと伺っておりまして、工場側も工業高校・高専などの見学を受け入れて、その先の人材確保につなげたいという話もいただいておりますので、そういったターゲティングもあろうかと考えております。

これらのような獲得目標①・②を観光振興によって相互に作用させることで、より充

実していくのではないかと考えたものです。

次の資料からは参考資料です。市の立地の紹介のほか、現行計画の評価の平均点を出したものでは、インバウンド対応の人材育成ができていないといった課題がございました。次のページにまいりまして、川崎駅北口のかわさききたテラスの訪日外国人の来館者数をとったもので、アメリカが一番多くなっております。また、クレジットカードの動態分析調査では、アメリカの購買意欲が強い状況です。川崎の来訪の前後は羽田空港や成田空港でございました。下の図では外国人の方がその区だけに留まり、ホテルだけ・飲食だけになっていて他の業種の買い回りはしていないといった傾向がございました。

そのほか、RESASの状況では宿泊・飲食事業の生産性という点の資料をお付けしております。また、旅館業法に基づく許可施設の数字がございます。現状の施設数は117で、すべてが必ずしもビジネスホテルなどの宿泊施設ではないかもしれません。次のページをご覧ください。日本人の宿泊者向けに、令和5年3月に市内16のホテルでアンケートを行いまして、神奈川県の方の宿泊が多くて、製造業の方が多い、という傾向でございました。そのほか、最後のページですが、観光庁の新たなインバウンド戦略です。今まではいわゆる観光が進められてきましたが、ビジネスの分野なども新たに取り入れられているものでございます。

資料全体のご説明は以上でございます。

矢戸部会長

ありがとうございました。大変な分量がございますので、かいつまんででした。本日は構成として示された①獲得目標・②ターゲットについてそれぞれ意見を出していくということでした。他都市でも計画策定に関わってまいりましたが、今計画はコンサルなどではなく、市の事務局が頑張るということです。皆様から意見をたくさんいただきながら、最終的にまとめていく必要があると思っております。資料もコンサルが出したものというより、事務局手作りのものでございますので、なにか質問や意識を共有する意味でお気づきの点の確認など、考えを深めていければと思いますが、いかがでしょうか。

久保内委員

よろしいでしょうか。現行プランの168の取組について、具体的な項目を教えてください。

森担当課長

戦略が12個あって、そこから細分化して168の取組となっております。例えば、こういう広報をやっていきましょう、という細かいことも含めて、全て書いてございます。それを1つずつ評価している状況です。

久保内委員

10年間でやっていこうという取組がすべて載っているということでしょうか。

森担当課長

10年間で短期の取組、中長期の取組にわけて、現行プランの管理としております。

久保内委員

イメージがわきました。

矢戸部会長

本日は資料として添付がございませんが、観光振興プランは2回にわたって策定されてきて、今は二次の計画期間にあたっていて、それが12にわかれて細分化して168の取組というものでした。さきほど説明のあったとおり、二次の計画ではしっかり評価しようということで毎年有識者を集めて評価しているもので、参考資料にあるのはその平均点という資料ですね。

久保内委員

その10年間の評価の総括として、どのような取組が評価されているのでしょうか。

森担当課長

評価方法としては、毎年度168の取組をそれぞれA・B・Cで評価をされていて、それを数値化したものがお示しした資料でございます。これでいくと、インバウンド対応がうまくいかなかった、観光の推進体制が厳しかったなどがございます。

村山委員

取組の評価方法についてですが、やった・やらないの評価なのか、定量的なものに基づく評価なのか、それらのコンビネーションなのか。どうでしょうか。

事務局職員

評価としては、ABCの三段階ございまして、A概ね対応・B一部対応・C未実施となっており、やったorやらないで評価しているのが現状でございます。

矢戸部会長

その点、評価が主観的なところは問題としているのですが、まずは評価を行うことをようやくスタートできたという状況ですね。関係する方が集まって議論して評価をしているので、大きくは外れていないかと思うところではありますが、定量的な評価がしっかりできているかという部分は課題であるように思います。

ほかにございましたら、いかがでしょう。川崎でずっと事業をされている萩原委員いかがでしょう。さきほどの説明や事業の関係からお話いただけることがあれば。

萩原委員

そうですね。私も今回評価の場に初めて参加したんですが、ものすごい数のものを見て細かすぎちゃってすごく驚いたところ。でも具体的にこれは結構できたよね、っていうものもわかるので、あれはあれで価値があることだと思うけれども、今回のように次を考える上では短いスパンで取組を検証していけるような提案をいただいている点が改善されたのかなと思っています。具体策としてどう絞り込んでいくのかを皆様とこれから話していければと思います。

矢戸部会長

ありがとうございました。事務局から様々なデータが示されました。クレジットカードのデータや、宿泊事業者様の御協力をいただいたアンケートなどもございました。それぞれ精度の課題はあるかもしれませんが、何かそれぞれの立場からご意見あれば、お願いいたします。

村山委員

今日の議論は意見出しで、次回以降に議論深めるという認識でよろしいでしょうか。

今日のインプットはしつつ、今日の議論をうけて新しい情報が次回出てくるということでよいのでしょうか。それとも一旦今あるもので議論するのでしょうか。

森担当課長

今あるものをベースにご議論をいただき、こういう資料が必要というものがございましたら、取れる情報で用意してまいります。

村山委員

わかりました。そういう観点でいうと、インバウンドの目的、川崎で何をしたか、どういう目的で川崎に泊まったか、観光案内所でアメリカ人が多いという話がありましたが、観光案内所で目的とか行き先の情報は取っていると思うので、それらがあると議論の参考になるかなと思いました。

また、アンケートとか過去に行われているかなと思っていて、今日はその一部が出ていると思うのですが、お客さんの像がもう少し見えると良いと感じました。例えば、工場夜景ツアー参加者のうち、どの程度インバウンドが含まれているのかとかも情報としてあればと思いますがいかがでしょう。

森担当課長

ツアーについて、ほとんどインバウンドは乗っていないのが現状で、英語対応したガイドなどもつけていないということです。その中での内訳も確認できる範囲で聴取したいと思います。

佐野委員

単純に、アメリカからの来訪が一番多い理由はなんなんでしょうね。全国的には韓国が一番多いのですが、川崎はなぜか。

竹原委員

アメリカ人が多いのは、ビジネスという人が多いのでは。目的はわからないわけですね。

事務局職員

観光案内所での相談記録として、そこに来た人に限りというデータにはなりますが、目的を整理してお示しできればと思います。

宋戸部会長

ホテルに泊まられている方はどういう状況なのでしょう。ホテルもいろんな形態があると思いますが、私も想像するに研究施設や企業・工場も多いので、MICEというよりは出張とかのビジネス目的の方が羽田周辺で泊まって、ということが多いのではないかなと予想はしますが、ホテルとしては実際どんな感触でしょうか。外国人の方の層ですとか、ホテルでも色々訊かれるとかもあろうかと思いますがいかがでしょう。

吉岡委員

川崎はビジネスが圧倒的に多いというのはあるんですけども、平日と休日で客層が全く変わります。週末は観光目的の方も一定層いるので、ターゲティングとしては考えられると思います。具体的には土曜や日曜日は、横浜・東京でライブがあって来られる方とかがきっかけでは多いんですが、結果川崎来てみたら色々便利でおもしろいということで滞在される方が国内でもあります。

あとインバウンドの方も、川崎は”バイクの **Kawasaki** しか知らない”から始まりますが、羽田からはめちゃくちゃ近いし、便利で、生活都市としてのディープなお店とか楽しめるまちなのでリピートするっていうのはあるように感じている。一定ビジネスは多いですが、観光目的で来た人も、一度きっかけがあればリピートするという気はしています。

インバウンドはうちが 2 割弱で、市内では 6 割というところが一番多いのですが、東京だと 9 割ということも聞いていますので、インバウンドはまだまだ多摩川を越えていないのではという印象を持っています。

宋戸部会長

ありがとうございました。この内容を加味して意見をいただいて、これから議論につなげられればと思いますが、いかがでしょうか。

吉岡委員

続いて喋っちゃって申し訳ありません。川崎市の観光予算が他の都市より少ないというお話があったと思います。僕も調べたいと思っているんですが、他の都市ではどの程度なのか、わかれば知りたいと思いました。

あと、国内でのベンチマークというか、ここはうまくやっていて成功しているとか。前、尼崎とかが似ているのかなということで調べたことがあったんですが、何か国内のこういうところはうまくできているとかそういうのがあると参考になる。ポートランドとかは昔は工場とかの産業でしたけれども今はエコとかで注目もされている。そんな事例がわかれば参考になるのかなと思いました。私も調べてみたいと思います。

事務局職員

ありがとうございます。他都市との予算比較ですが、トラベルジャーナルさんからの引用ですと、令和 4 年度の川崎は 2.4 億円。政令市・都道府県とならべて、相模原に次いで、下から 2 番目という状況がございます。横浜と川崎を比べますと、横浜が川崎の 20 倍ほどでございます。

元沢委員

ちなみにそれって、なにか理由はあるんでしょうか。取りに行かれなかったのか、取りに行ったけども何かの理由でつかないのか。戦略上、あまり重点におかれていないということだとも思うんですが、いかがでしょう。

森担当課長

観光分野の計画が 20 年前にはじめてできて、それまではイベントくらいしかやっていませんでした。観光案内所が川崎駅の北口に 1 箇所ありますが、それも平成の 29 年くらいにできたということで、観光振興に取り組むのが遅かったということがあると思います。他都市ですと観光案内所が多数あるところもございますし、それだけでも予算はだいぶ違います。川崎でももしかしたら武蔵小杉・溝の口・登戸とかそういったところに案内所が必要という声もあるかもしれませんが、まだまだそういった議論ができていない、また観光案内所をつくるにしてもそこで紹介する場所もまだまだ弱いのではないかな、いう状況もございます。

宋戸部会長

私も重要な視点だと思ってしまして、3億2千万円のうち、半分が花火大会。川崎の花火大会はこの辺では一定の知名度もありますが、極端なことをいうと昔の観光の職員の方は花火大会要員のようになっていて、花火に一年の仕事が懸かっているといったような状況もあったと伺っています。そういう意味ではこれまで予算を獲得できていなかったということもありますし、観光協会の変遷も説明がありましたが、観光協会として機能しはじめたのも割と最近ですので、お金を使ってこないでここまでできてしまったということだと思います。ただ、これは今後市としても力を入れていくという認識でよいですね。

森担当課長

我々は観光振興による誘客がミッションと捉えているので、皆さんの御意見をいただいて、必要なものをしっかりあげていきたいと考えております。

宍戸部会長

いきなりこれを10倍20倍というのはいかないと思いますが、ここで「川崎はこういっただけができるんだ」というプランを出させていただいて、親会で毎年評価をしてということで、取り組んでいただければと思います。

ちなみにさきほどの資料でいくと堺市はどういった規模なのでしょう。イメージでは横浜・神戸・札幌・福岡あたりはまだまだ背中が見えないだろうと思いますが、堺なんかは。

事務局職員

堺は6億円程度。

宍戸部会長

多くはないですね。

村山委員

都市によって積み上げ方が違うので、単純比較はできない気もしますけれどね。

吉岡委員

中身も知りたいですね。

宍戸部会長

そうですね、ひとつの参考として。とはいえ、川崎市はあまり多くはないという状況なんではないかな。

萩原委員

川崎はものづくりで経済成長を遂げてきて、そこに色々と予算をかけてきた経過があると思います。これから観光が経済を引っ張るという視点が定着していけば、それも観光でお金儲けをするだけでなく、住んでいる人にとっても楽しいまち・幸せなまちであるという考えでいくなれば、予算はとれると思うんですね。そこはぜひ言ってほしいと思うんですね。

最近は観光協会の立て直しにも予算が使われていて、一番わかるのがHPの変更が行われました。そこから、英語でのMAP・スポット紹介まで行うようになりました。最近では観光協会が地域限定の旅行業を取得しましたが、まだスタートラインだと思うんですね。

今年は市制 100 周年ということで、花火の予算がものすごくつきました。いままでよりぐっと花火の数を増やしますということ。いままで花火しかやってこなかったというのが、横浜の花火のように経済効果を生み出しているかという、私は個人的には疑問です。本来なら色んなお店が出て、商店街に引っ張ってきて、というのが理想だと思うんですけども、テキ屋さんがたくさん並んでいて、多くのお客さんは見ているだけという状況。横浜は、花火の日は一帯のホテルがものすごい売上になりますが、川崎は全然違っておとなしく座ってみてるだけ、という。そこに 2 億円近い観光予算のほとんどが行ってしまうのがもったいないと思うので、花火自体も見直す一つになるんじゃないかなと思うんですね。どうせやるなら、地域が潤うような花火大会だったらいいんですが、ただ花火だけだともったいないと思ったりはしています。

矢戸部会長

ありがとうございます。そのほか、丸山委員も違う立場から何かあれば。事業も色々されていると思いますが、何かご意見とかお気づきになった点あれば。

丸山委員

ありがとうございます。色々訊いてもいいでしょうか。初めて参加したものでして、基本的なこともお聞きするかもしれませんが、まずは委員の役割に関しては、どういったことを担うとか期待されているのか。戦略の提案でしたり、ご説明の中で検討の柱、会議の回数・構成・今後のパブリックコメントなど、大筋はわかったんですが、毎回の会議の中で、例えば考えをまとめてきて提案していくような場になるのか、温度感や役割などを聞かせていただければと思いますが、いかがでしょう。

森担当課長

この会議で皆様から意見を頂くというスキームになっています。今後、取組・体制とかのご議論をいただきますので、「こういった視点で御意見いただきたいです」と事前に資料などもお送りして、ご覧いただいた上でご議論いただいた方がいいかなと我々としては思っております。事務局で方向性をお示しして、それをもとにご議論いただくという形もあろうかと思えます。

丸山委員

ありがとうございます。とすると、ここで本格的に戦略・プランを練っていく感じですかね。

森担当課長

そうですね。皆様からご意見を頂いて、それを事務局でまとめて、またそれに対してご意見を頂くという形で考えております。そのような進め方についてもご意見いただければありがたいと思っています。

本来であれば、事務局にコンサルがついていてまとめていくのですが、今回我々はそういったコンサルは入れずに、事務局の中でしっかり考えて手作りでやっていこうと考えております。

事務局職員

今回お示した資料についても、議論の叩き台としてのもので、決して事務局案ありきではございません。このような項目を皆さんでご検討いただきたいという提示でござ

います。

丸山委員

獲得目標とかはどの程度の数をつくるのかイメージはあるでしょうか。1個か2個すえて、そこから今の計画のような10個くらいに細分化して、施策に落とし込むみたいな、そんなイメージなんでしょうか。

森担当課長

現行のプランのように戦略を12にわけて細かく管理していくというよりは、こういうものを骨太にやっ払いこう、という形かと。行政だけで進めるわけではなく、市民・事業者の皆様と一緒に進めていくために、獲得目標は理念的なものを作り上げていければと思っています。

体制を考えていく中で市として取り組むべきというのは、しっかりと事業として検討していきたいと考えております。

丸山委員

それでいくと12戦略よりはもう少し絞るというところですかね。まだ具体的には何個ぐらいとかはこれから。

森担当課長

資料では我々から2つ出しておりますが、その辺りは、皆様の意見を伺いながら考えていければと思います。

丸山委員

さきほど予算のお話もありましたが、予算案・予算編成もこのプランから落とし込んでいく調整になるのでしょうか。花火でいくらか決まってるものもあるんでしょうけれども、それ以外にこの議論によって3億でなく5億だしてみようみたいなそういう発展もあるんですか。

森担当課長

この中で、こういう形でこういう取組が必要だ、となったものについては、いつからどれくらい必要かというものを我々としてしっかり予算要求していくという話になるのかなと思います。倍にしよう、とかでなく必要なものをどのように積み上げていくかということになるのかなと思います。既存の花火大会をどうするかという議論もございましたが、新しいものをどう充実させていくかという視点もございます。

丸山委員

ありがとうございます。予算にも少し絡んでいて、種はここで話すということですね。

森担当課長

そうです。その中でどういうものが必要かというところです。

丸山委員

最後に。観光振興計画の大きいK P I、それもこれから決めるということですかね。人数的なところを狙うのか、経済効果を狙うのかとか。何を一番に据えていくか。

森担当課長

現行のプランは入込観光客数や宿泊客数といった、人数をK P Iにしています。た

だ、これは我々が施策をうってもコロナみたいな社会情勢で変わってまいります。人数が少なくなれば消費額も減ってくるというものですので、消費額や人数以外の指標というものも含めて考えていければと思います。人数とかも重要だとは考えておりますが、大きな数字ですと施策との直接の因果関係が捉えにくいものなので、そのあたりも含めて、ご議論いただければと考えております。

丸山委員

そこもそれから決めていくということですね。

事務局職員

獲得目標が、「目指すまちの姿」ですので、どんな風にそのまちの姿に近づいたのかわかるようなK P Iを立てていくようなことが考えられるかと思います。

丸山委員

わかりました。色々基本的な質問から、ありがとうございました。

宍戸部会長

ありがとうございました。今の素朴な疑問は私も大事だと思ってしまして、現在の観光振興プランは 80p もあるんですね。県とか市の大きな計画になると、市がどういう状況におかれているかとか背景の分析から始まって、テーマをわけて具体的に細分化して落とし込んでいくということでかなりの分量になるんですね。だから場合によっては具体的なアクションプランをつくるような事例もあります。

今のお話からするとボリューム感含めたアウトプットのイメージがわかればということでした。アクションプランだと 10 年ではなく 4 年単位で、といったことも考えられますし、全体像としてどのくらいのものを最終的につくるべきか、2 年後のゴールとして、事務局側でイメージがあれば共有してもらえるとありがたいですが、いかがでしょうか。

事務局職員

シンプルな旗印にしたい、という考えがございます。

現在のプラン 80p をしっかり読んでいるのは行政職員くらいなのは、という状況は残念ですので、事業者の皆さんと共有できるようなボリューム感にしていければと思います。分量については次回の議題で皆様にも検討いただければとも思っておりましたが、宍戸先生が策定に関わっておられた三島市の観光戦略アクションプランは分量が 8 ページほどとなっていて、目標・観光資源・取組などシンプルに表現されていて伝わりやすいように感じております。

これらは獲得目標を何にするかによって、皆様と共有すべき項目などは変わってくるかと思っております。

萩原委員

私も散歩ルートとか水辺やアートなどルートがいくつもでてきて面白いなと思って、三島市はまちをあげて取り組んでいる感じがして、見ていて良いと思いました。

宍戸部会長

三島市のものより素晴らしいプランもたくさんあるんですが、三島市では最初の会議で「こんなに長いのを誰が読むのか」という話になりまして、事業者さん側からみんな

で共有して認識できて、みんなでやっていこうと思えるものや、市がこう動いているなら自分たちはこう動こうというプレーヤー意識が持てるものを作ろうということで、策定しました。三島市はコンサルが入っていました。川崎市では事務局の作業が大変になると思いますが、皆さんの意見をどう絵に描くか、意見を落とし込むのは大変なことだろうと思います。そういうこともあるのでさきほどの質問はすごく貴重な質問だったと思います。今回はどれくらいのボリューム感でいくのか、KPI を具体化していくのか、とか聞いていて思いました。

元沢委員

よろしければ次回でもいいですし、その前でもいいですし、各自でということであれば調べても構わないのですが、ファクトデータとして、常時ある施設の年間の来場者数がわかればと思います。さきほどの資料で、認知度はあったと思うんですが、具体的に何人くらい来場しているか、例えば具体的にはラゾーナさんとかいわゆる観光以外の人を一定規模集める施設の来場者数を教えていただきたい。例えば 1,000 万人以上あるのかとか。もしお持ちであれば共有いただければと思います。

あと、常時以外として、イベントで、インバウンドもしくは国内の観光客を一発のイベントでより多く川崎市に呼び込めているものがもしあれば教えていただきたいです。臨海部のお祭りとかで、すごいなと思うものもいくつかあるので、川崎市の施設やイベントがどれくらい人を呼び込めているのかがわかると大変ありがたいと思います。

森担当課長

常設の観光施設については、入込観光客の調査として実際の数字を教えていただいているところがございます。個別の施設名の非公開を前提として伺っているところもあるのですが、川崎で 1,000 万人以上集客している観光施設はないというのが現状です。商業施設でどれくらい集めているか我々の方でもデータを持ち合わせていませんので、別の担当者にも確認をしながら、できる限り調べてみたいと考えております。

イベントについても主催者発表のような数字はわかるかと思いますので、できる限り集めてみたいと思います。

宍戸部会長

濱野委員いかがでしょうか、若い立場から。はじめてのご参加で、関心持たれていることがもしあれば。

濱野委員

さきほど伺って思ったのが、外国人のお客さんがどういう情報で川崎を知って訪れるのか。インスタグラムで **Kawasaki** と調べても本当にバイクしか出てこなくて、どういう風に情報を仕入れて川崎に訪れているのかということと、若者視点としては、僕も友達に川崎出身だ、といってもあまりピンとこないというか、「名前は知ってるけど何があるの」みたいな感じで。例えば遊びに行こうとする時も「川崎こない？」みたいなことを言っても渋がられる。遊びに行っても満足得られるのだろうか、何があるんだろう、って若者に刺さるようなイメージがなくて。例えば川崎夜市みたいなものは僕もワクワクしますし、常にある若者にも楽しめるようなものがあれば。川崎で SNS でバズってるコンテンツは友達やまわりからも聞かないですし、川崎ってワードがバイクやフロンタ

ーレさんやブレイブサンダースさんに引っ張られているので、川崎としてのオリジナリティのあるパンチラインとかワードがあると、広く知ってもらえるんじゃないかなと思います。

森担当課長

インバウンドの方がどのように情報を入手して来られているかは、掴めていないというのが現状で、分析もできていないところ。SNSを見て来られているんだろう、とかはあるんですが、調べられる方法がないか検討してみたいと思います。

萩原委員

このあいだの工場夜景とファイナルファンタジーの取組はすごく良かったですよね。この画像のところがコレか、みたいな分かりやすいものとセットでの取組はすごくバズるような気はするんですよね。それには受入体制、交通網含めて必要だと思うんです。羽田から川崎にくる受付になにか仕掛けをつくとか、交通網を使ってその先も止まらないでシームレスに動けるようにするとか。あとタクシー協会とかバスさんも、ホテル業界も飲食店もふくめて、「さあおもてなしするぞ」みたいに、カフェのレジにも全部ステッカーが貼ってあるとか、それくらいの仕掛けがあればいけるかなというのは感じるんですが、何か仕掛けが必要かと思いますね。

宋戸部会長

予算のところで海外向けSNSの取組がありました。それは産業観光振興協議会の取組かと思いますが、英語版もあるのでしょうか。

森担当課長

もちろん、ございます。

宋戸部会長

そういった部分が、もしかしたら英語圏向けの発信になっている可能性はあるんじゃないかな。国籍や流入数は取れていたりするんじゃないかな。

事務局職員

英語のアカウントと繁体字のアカウントを委託で運営しておりまして、現状SNSの今フォロワー数で一番多いのはインドネシアになっています。理由としては、これまでフォロワー獲得をKPIにしていたので、比較的広告費の安いアジア圏が多くなっているというものです。さきほどのキャッシュレスの分析の中では欧米豪圏に力を入れていくべきではないか、というところも見えてきていまして、SNSのターゲット層がぶれていますので、今年度はもう少しフォロワーを獲得する国を変えていければというところなんです。去年欧米豪に広告をだして反応を見てはいますので、その辺はフィードバックができるかなと思っています。

あとは去年ホテルのカウンターで待ち伏せして、外国人の方に「どういった理由で来ましたか」とアンケートを取ったことがございます。その時は東京の宿泊費が高いので川崎に来ています、みたいなケースが多かったので、現状では皆様のおっしゃるように川崎を認知して来られているというより、東京圏でホテル探した中で価格の安い川崎に来ているのかなというところがあるので、このあたりもう少し詳しく、皆様おっしゃるとおり今後ターゲットを絞るため分析できればと考えております。

萩原委員

外国の方が言うには、東京・横浜が高いから、ちょうどいい川崎に泊まるというのがとっても多いわけですね。そこから「ああ川崎って面白いよね」というところに引っ張ればすごくいいと思うんですよね。そうするとリピートしてくる。川崎は面白くてよかったよ、となるので。

最近、観光協会がホテルにQRコードのPOPを置いて、外国の人たちがそこから川崎の面白い場所を見られるというようなことを始めていて、そういう取組からこれから先につながっていく。それで、元沢さんのアリーナがオープンする時にはそういう流れができていて、というのができればいいですね。

吉岡委員

さきほどの濱野さんの若者の意見というのは本当に課題だと思っていて、特に若い女性が少なくて、いわばおじさんのまちというのが課題かなと。横浜の野毛とかには若い女性が来ている。

川崎にスラッシュというホテルがありまして、そこは20代の女性がめちゃくちゃ多いんですね。部屋のテレビがプロジェクターになっていて、「泊まれる映画館」というキーワードでインフルエンサーが動画をあげたことがキッカケでバズったというのもあって、何かわかりやすいキーワードとしてまとめることが大事だなと。さきほどのファイナルファンタジーもインパクトあるなと思うんですが、何かビジュアル的にバンとわかりやすいものがあると、人の動きもガラリと変えられるのかなという風に思っております。

萩原委員

川崎夜市のポスターもすごくよかったですもんね。ああいうキャッチーなものを作れるといいなと思いますね。

吉岡委員

スラッシュさんはロビーで、1000円でポップコーンが食べ放題とかさらに映画館っぽくしたり、推し活プランとか色々やられたりしているので、新しいターゲット層を取り込んでいращやる。

宋戸部会長

オシャレですね。

吉岡委員

スラッシュの方も、「推しの動画を見て籠っているので、まちに繰り出す動きにつながられていないのがそこは課題だ」とおっしゃっていたので、そういった動きがあるとおもしろいかなと思いました。

宋戸部会長

ありがとうございました。渡辺委員、なにかございましたらぜひ。

渡辺委員

はい。前の観光振興プランを見ながら感じているのですが、やっぱり市北部に目玉が少ないんですよね。私どもは北部の鉄道会社ですので、なんとかこっちの方にも人を呼び込みたいなと思っております。

萩原委員

今度、市民ミュージアムが来ますよね。

宋戸部会長

どうもありがとうございました。まだまだあると思うんですが、次回まで時間もありますので、さきほどのお話をふまえてなにか必要な資料等あれば、また個々に事務局の方にお問い合わせいただければ可能な範囲で資料を集めるとか、これはどこの都市でも同じような状況ですが、そもそもないのであれば、これからそういう統計を取らなければという話もあるかもしれませんので、それぞれ今日の資料や議論を踏まえて資料・データの提供をお申し出ください。

ちょっと残り時間少なくなりましたが、事務局からは、獲得目標として、一つは生活感のある川崎というもの、もう一つはビジネスというたたき台が示されています。さきほどの皆さんのご発言の中にヒントが出てきていると思うんですが、最後に皆さんからご意見をいただければと思います。

川崎ってこんなまちだから、こんな獲得目標がいいんじゃないか、など一言ずついただいて、次回に繋げていきたいと思いますがいかがでしょうか。

佐野委員

基本的には事務局のたたき台の方向に異存はないんですけども、私なりに川崎らしさとか、川崎にしかないというのを考えていたんです。

川崎は一般的な観光にはあんまり当てはまらないかなとか、どこか強力な観光地があって、そこにどーっと観光客が押し寄せるとかじゃなくて、もうちょっとビジネス寄りの方とか、地元の方とかもいるでしょうし、広がりのもった観光なのかな、という印象をうけました。

あと、今日私言いたかったんですけど、リチャード・フロリダという研究者の「クリエイティブ資本論」という世界的にも有名なものがあって、そこでは、これからの資本主義においてはとにかく人材が大事なんだと、優秀な人材をいかに惹きつけるかっていう観点で、人材は世界のどこかに偏在していると彼は言っているんですね。

彼はその優秀な人材を「クリエイティブ人材」って言っていて、以前、国勢調査で日本のクリエイティブ人材がどこにいるのか調べた時ですね、1番が川崎市の幸区だったんですね。2番が東京の文京区。3番が川崎市の中原区でした。何が言いたいかというと、川崎には最先端の人が集まっているんですよ。これまでも水素の話とか、本社がどんどん移転してくる、とかもありますけれども、これはかなり川崎の強みだし、川崎らしさだなと思っています。ある意味、工場夜景というのも当時、最先端な取組だったと思うんですよね。

つまり、あんまり観光・観光していないからこそ、新しい観光が生み出せるみたいな。それが川崎らしさ。スラッシュさんもそうですし、自由度が高い観光を生み出せる、そういうクリエイティブ人材みたいなものも含めたエコシステムみたいなものが作れたらいいな、なんていう妄想をしていました。抽象的ですけどみせんけれども、そんなことを感じました。

宋戸部会長

ありがとうございます。大変貴重な情報もありありがとうございました。なかなか興味深い話でした。ほか、いかがでしょう、どんなことでも結構です。

村山委員

今のお話にも関連するんですけども、「交流」とか「関係人口」とかがひとつのキーワードになるのかなって思います。

私も観光ど真ん中というよりは、もうちょっと裾野を広げて捉えるといいのかなと思っています。その中で、インバウンドでいうと最近日本がビザを発給するようになった「デジタルノマド」というキーワードがあって、その取組が一番進んでいるのが福岡市なんですね。福岡と川崎、私はあながちそんなに違ってないかな、って思っていて、空港が近くて、福岡の人に言わせれば「福岡は何もない」っておっしゃるんですね。そんなこと全然ないと思うんですけど。要は、福岡はハブになっているんですね。基本的に拠点として福岡に泊まって、湯布院に行ったり広島とかほかのところに行ったりとか。デジタルノマドとか長期滞在の人たちを、福岡市は予算をかけてインフルエンサーを呼んでプロモーションして、ってブランディングしているんですけど、福岡を拠点にする、ハブにすることを目的にしているんですね。それと似たような捉え方。さっきの宿の話もそうですね。東京・横浜いっぱい、でも川崎ちょっと安い。アクセスもとてもいい、羽田もそう、新幹線もそう。なので、長期滞在の方に来ていただいて、もうちょっとお金を落としていただくとか、ここを拠点として動いていただく。なので、デジタルノマドってキーワードも見てみると可能性も広がってくるかなって思います。その時に必要なのが、長期滞在しやすい宿ですね。キッチン付きとか、そういう宿が川崎市でどれくらいあるか、とかの状況も見ていただくと、私も調べたいと思いますけれども、可能性としてあるのではないかなと感じました。

それと、デジタルノマドの方は、結構お金持ちなんですね。だいたい年収 1,000 万円以上で、私の知っている方も場所問わず仕事ができるクリエイターの方とか、エンジニアの方とか、なにかこうクリエイティブ人材とキーワードがつながる部分もあると思います。

矢戸部会長

いいですね、観光のハブとして。外国人も長期滞在する方は生活感を求めてなんとなく便利な空間が欲しくなります。そういった長期滞在なんかもいいんじゃないかなと思います。どうでしょうか。

久保内委員

最初、168 の取組があるって聞いた時、感覚的に多いと思ったんですね。こういうのって予算の関係もあると思いますので、選択と集中が非常に重要だと思っています。なので、もうこれって思ったものに全精力・全予算を傾けるっていうのが僕はいって思っています。

実は去年、埼玉のDMO戦略、3 か年戦略の策定の議論に携わらせていただいて、まさにその時も選択していこうという風になりました。その選択というのが、いろんな事業者さんいらっしゃるんで軋轢はあると思うんですけども、そうせざるを得ないよね、という話になりました。そこも、とことん磨いていく。ストーリー化して、あまり

感情をいれなくて学識経験者も入っていただいて発信していく。そういうことをしていくのが必要かなとおもっています。私も川崎には夜の飲み会しか来ないものですから、そこは基本的なところかなという風に思いました。以上です。

矢戸部会長

ありがとうございました。ほか、いかがでしょうか。

元沢委員

生意気なことばかり言ってすみません。ここがすごく大事なんじゃないかなって思っています、ここを徹底的に議論しないと「あれ？なんでこれ議論したんだっけ？」みたいなことになるんじゃないかなと思っています。僕自身もよくあるんですね。

例えば、事務局から示されている”川崎にしかない”を本気で狙いにいくのか。これって、言うが易しじゃないですか。これを本気で狙いにいく、本気で作りにいくんですか、っていう。覚悟をもって予算をつけてやるっていうんだったら、全然僕もいいと思うんですけども、本気なのかっていう。そういうレベルで書いているのかっていう。あと、”楽しさあふれるコンテンツ”って、店舗とサービスでも全然違いますし、川崎の全エリアで仕掛けていくのか、局地的にやっていくのか。”新たなチャレンジ”、チャレンジとはどういうことを指しているのか、とか。あと、「ビジネス」がいきなり出てきたというのが、すみません僕が遅れてきたので前半お話あったかもしれないんですけども、もちろんそういうクリエイティブ層がいるということもあると思うんですが、ビジネスを強調されている背景が何かあるのか。本気でそこを取りに行くのか。観光客や若者が楽しみにくると、ビジネスで来る人を取りに行くって、戦略が全然違うと思うんで、獲得目標は徹底的に議論した方がいいのかなと思いました。僕自身もちろん宿題で考えてきたいと思います。

矢戸部会長

ありがとうございました。どうぞ。

丸山委員

今の元沢委員のご意見に本当に同意見でして、目的・目標とかの設定に全てよるのかなと。観光施策も、そこ次第で全然方向性が変わってくるのかなというのと、あと久保内委員の話もそうですよね、絞るのが重要かなと思っていて、選択と集中という戦略をしっかりと作ることが最初はすごい大事なかなと思います。その前提の上で、目標がどうなるか次第ではあるんですが、おそらく元沢委員がおっしゃるようなビジネスについては、資料で教育旅行というのが資料にありましたけれども、観光とはいっても色々あるんだなと。工場夜景はひとつ、らしさとかあっていいのかな。まずはTHE観光ということで、国内、インバウンドの方に川崎に来てもらうような、教育・ビジネスよりそちらが優先なのかなと思っていて。そうやってきた時の話を今日の時点でするのはどうなのかというのがありますが、川崎が誇るIP・知的財産を生かした観光というのは可能性があるか。取り組めるのかどうか。例えば、ドラえもんですかね。ドラえもんはコロナの時に、じもと応援券で使っていましたけれども、ドラえもんを活用した観光戦略とかは取り組めるものなのかなと。ドラえもんじゃなくても、さきほどのファイナルファンタジー×工場夜景も素晴らしいかなと思っていて、ファイナルファンタジー自体は川崎

とは関係なかったと思うんですけども、川崎が持つ工場夜景との親和性が高いということでのコラボ。その線でいくと、ドラえもんみたいに川崎生まれにこだわらなくても、既存のコンテンツとの親和性というところから、お話が進む可能性があるのかなと。ちなみに、ファイナルファンタジーはここから生まれた施策なんですか。

事務局職員

プランに書いているとかではないですけども、工場夜景の振興をする中で一緒にやりましょう、ということになったものです。

竹原委員

SNSで数年前からファイナルファンタジー7のミッドガルという架空の都市が川崎工場夜景に似ているよね、と話題になっていたんです。で、そういうことが盛り上がっていく中で、メーカーもそれを承知していて、そして旅行会社でものすごいゲーム好きな方がいらして、その方がメーカーにもものすごいアプローチをして実現したというものです。

観光庁の事業という形で製作委員会をつくって、申請して、認められて、インバウンドの方もいらしたって事業で、船が100名ほどしか乗れないんですけども、8便だしまして、抽選になりました。

丸山委員

もったいないですよ。あれだけのことを800人程っていう。

竹原委員

そうなんです。だからこれからシリーズ化できたらいいね、って言っていたんですけども、著作権の問題とか色々あって、粘り強く交渉していかなければならないかなと思っています。

丸山委員

第2・第3とか取り組めば、かなりのインパクトがありますしね。

竹原委員

ミッドガルは川崎だ！っていう風にですね。全国の工場夜景都市がありまして、そこからメーカーさんに「うちも工場夜景あるんですけど」って問合せがあるようで、そっちに流れていってほしくないなとは思っているんですけども。

丸山委員

要はIPを活用、そういう発想はいかがかなと。似たような発想でいうと、新しい時代というトークンでしたりNFTとか、web3とかブロックチェーンとかを絡めた観光とかも取り入れていくべきなのかなと思っていて、まちづくりの方でも同じような話をしていて、まちのトークンとかまちのNFTを作っていこうみたいな話があるんですけども、さっきのIPなんかとも相性がいいので、うまく組み合わせながら話題性とか外との接点っていうのを生んでいくとかもあるのかなと思いました。

すみません、まだ目的が定まっていなくてふんわりしてるんですけども、そんなのもいいかなと。

宋戸部会長

ありがとうございました。時間も迫ってまいりましたので、今日だけは言っておきた

いということがございましたら。時間が限られているので、何かあれば。

吉岡委員

進め方なんですけれども、次回までにそれぞれが揉んでくるような進め方はOKでしょうか。

矢戸部会長

それはもちろん。スケジュール案が8ページ・9ページにありまして、今日は獲得目標とターゲットについてですが、いきなりというのは難しいと思いましたので、質問事項から入ってきて皆さんの意見をいただいた上で、今ここに移ってきたわけですね。

次回の議題として、計画の分量はさっき話しましたが、獲得目標とターゲットの議論深めたいので、それぞれ揉んでいただいて、また今日出された資料についても何か出ると思います。次回は8月30日ですので、何か必要なものがあれば事前にご連絡を頂ければ一定の日時があればご用意いただけると思います。

皆様だいたいよろしいでしょうか。

(意見なし)

ありがとうございます。こういう観光計画というのは市の大きな計画があって、その下の観光というものでして、観光として全体像を描く中でも好みが分かりますし、それぞれ想いもあろうかと思えます。観光庁も計画があって、その下で毎年毎年更新をしていますが、そこまでをこの組織体でできるのかというのもまだ難しいと思いますが、今回行政側も、目標を絞った軽量なものを作って、しっかり実行に移したいという意向もあるようですので、その辺は本日の会議で共有できたと思っています。

川崎を知る・認知度を上げることと、実際多くの方が川崎に来てはいるので、そういう人たちを広げていくことで、経済効果をどうあげていくかとか、もうちょっと足をのばしてもらおうとか。ウェブ系の話もそうですし、クリエイティブ人材、ハブとして滞在しやすいまちとしての売り込みとか、いろんなヒントをいただきましたので、次回まで皆様お考えいただいて、ご意見ですとか何かペーパー出していただくのも大歓迎でございます。それでは、今日は、この辺でよろしいでしょうか。

(意見なし)

これからいただいた意見をもとに、次回に向けて議論を進められればと思いますので、これにて第1回の川崎市観光振興計画検討部会を閉会とさせていただきます。どうもありがとうございました。

以上