

第5回川崎市観光振興計画検討部会 会議録

- 1 開催日時：令和7年5月12日（月）15時00分～17時05分
- 2 開催場所：川崎市役所本庁舎2階203会議室
- 3 出席者：委員 宍戸委員、佐野委員、村山委員、渡辺委員、久保内委員、丸山委員、元沢委員、吉岡委員、萩原委員、竹原委員
市側 池田観光・地域活力推進部長、森担当課長、中村担当係長、浅沼担当係長、吉野職員、上中職員、福井職員、矢島職員
- 4 議 事：（1）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 会議結果の概要
 - （1）「基本的な考え方」のビジョンについて、文言を再構成する方向で調整。
 - （2）取組・体制についてはいずれの取組内容についても賛同。
 - （3）次回、正式な計画案とするアウトプットイメージを用いて議論。

7 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、「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。1枚目に「第5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がございます。次のページから下の方の真ん中にスライド番号の記載がございます。1枚目から29枚目までスライドがございます。皆様不足はございませんでしょうか。

次に、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きますので、よろしくお願いいたします。

また、本会議は公開の取り扱いとなっております。現在のところ傍聴者は入っておりません。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。濱野委員からは事前にご欠席の連絡をいただいております。現在オンラインを含め10名の方に御出席を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。

それではこれよりの議事については、宍戸部会長に進行をお願いいたします。よろしくお願いいたします。

宍戸部会長

皆さん、こんにちは。それぞれお忙しい時期を経て、本日第5回目の検討部会でございます。よろしくお願いいたします。後半の部もあると聞いておりますので、5時で終わるというミッションもございますので、ご協力をお願いいたします。

それでは資料に沿って、進行を進めて参りたいと思います。まず各資料について、事務局からまとめて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

それでは資料をご覧ください。

1 ページをめくっていただきまして、(仮称) 川崎市観光振興計画基本的な考え方(案)でございます。基本的な案については、1 ページ目から 17 ページ目までとなります。こちらは前回の議論や庁内で検討を踏まえて、若干の修正がございましたので、こちらを中心に説明をいたします。

まず 1 ページ目は、下のところに令和 7 年 8 月と記載しております。下の部分ですが、当初 5 月としておりました。庁内において、総合計画や個別の計画を発表するタイミングを再検討いたしまして、8 月といたしました。公表は 8 月となりますので、どうぞよろしくお願いいたします。

次のページをご覧ください。こちらは特に修正はございません。策定の目的は、「市民・事業者等とともに掲げる、観光まちづくりのシンプルな旗印を作る」というものでございます。

次のページをご覧ください。こちらは、追加した資料になります。庁内にて既存の計画の振り返りが必要ではないか、ということがございました。一方で、先程の策定の目的である「市民・事業者等にわかりやすく」というのがございましたが、こちらは詳しく記載をしても、あまり意味がないという考えのため、少しわかりやすく表現したものでございます。現行の振り返りとして総括したことを記載しております。産業観光、工場夜景振興の拡大、毎年度の取り組み評価の導入、複数の仕様での進捗管理というものが、現行の総括としたものでございます。

また右側の「さらに取り組むべきこと」は、現行の計画から見えてきた課題や取り組みの方向性でございます。観光に関するプレイヤーのさらなる発掘や誘引したいターゲット層の設定などを記載しております。

次のページをご覧ください。こちらの検討部会委員については変更ございませんので、省略させていただきます。

次のページをご覧ください。検討スケジュールでございます。先程少し説明いたしました基本的な考え方が、5 月から 8 月にきているところでございます。

次のページをご覧ください。こちらは、計画の構成と期間でございます。元々、獲得目標という記載でしたが、前回少しわかりづらいという議論がございましたので、左上のビジョンとさせていただいております。

次のページをご覧ください。こちらは同じように、ビジョンに関する検討部会への議論計画になります。獲得目標からビジョンに変更しております。こちらは議論の経過のため、説明は省略させていただきます。

次のページをご覧ください。こちらは、ターゲットに関する検討部会での議論経過でございます。「目指すまちになるために、誰に来てもらいたいのか」という議論経過でございます。

次のページをご覧ください。検討の中での共通認識でございます。こちらにつきましては、下の部分に「進化を続ける」という部分がございましたが、そちらは削除いたしました。一言でわかりやすいフレーズというのがございましたが、共通認識というところで外させてもらい、「多様な人を包み込む懐の深い生活都市」としての魅力と、「進化を続ける産業都市」の魅力として、川崎が持つポテンシャルを発揮し、都市として認知

され、住む人・訪れる人が共に幸せを感じる“川崎らしい観光”を目指します。こちらを共通認識しているところでございます。

次のページをご覧ください。こちらが、ビジョンと変えたところでございます。ビジョンにつきましては、2つございまして、「多様な人を惹きつけ、楽しさを創造し続けるまち」「観光・ビジネス・交流の結節点となるまち」でございます。

こちら1つ目の「多様な人を惹きつけ、楽しさを創造し続けるまち」というところが変更になっております。元々は、「若者や女性が訪れたいようなクリエイティブな楽しさに溢れるまち」でございました。若者や女性という表現が、ターゲットと重複してしまうことやターゲット以外はいらないと考えられてしまうということもございましたので、「多様な人を惹きつけ」と変えました。また、クリエイティブという表現がございましたが、少しわかりづらいとのことでしたので、このような表現になっております。

次のページをご覧ください。フェーズ1のターゲット1は、特に変更はございません。「交流を生み出し、観光カルチャーを創造するひと」と変わってございません。

次のページをご覧ください。フェーズ1のターゲット2も変わっておりません。「ありのままの川崎をポジティブに捉える国内外のひと」となっております。

次のページをご覧ください。ターゲット3も変更ございません。「ビジネス層」となっております。

次のページをご覧ください。ターゲット4も変更ございません。最終的に獲得したいターゲットとして、「20代・30代の国内外の若者」としているところでございます。

次のページをご覧ください。各フェーズの動きですが、特に変更はございません。各フェーズをそれぞれどのような形でやっていくか、最終的にどのようにビジョンを設定していくかといった動きになっているところでございます。

次のページをご覧ください。こちらは「エリアごとの魅力や誘客導線イメージ」でございます。こちらは若干修正がございまして、先程の「エリアごとの魅力や誘客導線イメージ」というところは、「市内各所のありのままの魅力」という記載でございました。またそれぞれ、小田急線、東急線等々の鉄道を記載しておりますが、それまでは新宿や渋谷となっております。それぞれの都市となっておりますが、導線ということで、鉄道路線等を入れさせていただいたところです。また、各エリアのポテンシャルを活かしながら、ビジョンの達成を目指していくというところでございます。こちらも元々エリアごとの誘客導線をイメージし、各地域の魅力をターゲットに届けるという記載がございました。こちらを少しわかりやすく記載をしたものでございます。

次のページをご覧ください。取組・体制の方向性でございます。こちらは特に変更ございません。取組のポイント、体制のポイントをこの程度で基本的な考え方は留めたいという考えでございます。

ここまでが基本的な考え方の案でございます。

次のページをご覧ください。こちらは前回提示させていただいた、取組・体制の案になります。18ページ、19ページの取組の案を元に、それぞれ皆様にご議論をいただいたところでございます。本日は、20ページ目からそれを詳細にしたものがございますの

で、後ほど成案になった際の表現をしていくかというところで、ご確認いただければと考えております。

20 ページ目をご覧ください。こちららも変更ございませんので、よろしくお願いいたします。

21 ページ目から、それぞれの取組の具体案になってございます。こちらの取組に対する具体的な設計図にイメージしたいものがございまして、本日の議論のたたき台にいただければと考えてございます。

取組1は、「意欲ある市民・事業者が繋がる機械の創出」でございます。こちらは、ターゲット1をイメージしているところでございます。取組の概要といたしましては、市内の各エリアで主体的かつ自律的なネットワークを創出し、住む人と訪れる人の交流により、共に幸せを感じる「川崎らしい観光カルチャー」を創造する土台づくりを行うというものでございます。ネットワークのイメージでございますが、エリアの観光まちづくりを進める場として、多様な主体の参加を呼び掛けて、場のコーディネート等について、市の観光協会を通じた支援を行うというものでございます。将来的には、市観光協会が環境地域づくり法人（DMO）になる場合の各エリアの合意形成の場となることを目指して参りたいと考えております。

ネットワークのイメージにつきましては、下記の図のようになってございます。ネットワークの役割でございます。住む人・訪れる人の交流を生み出すこと、他地域・他業種などの人を繋げることでございます。また交流を通じて、新しいまちの楽しさを創造し続けることでございます。スケジュールのイメージでございます。まず令和8年度から、川崎駅周辺や溝の口周辺で小規模にネットワーク発足を呼び掛けて、令和9年度以降に、他地域に広げていくという形で案として確立したものでございます。

次のページをご覧ください。取組2は、「市民・事業者のチャレンジを後押しする組織体制の整備」でございます。取組の概要でございます。観光地域づくり法人（DMO）への登録を視野に、市観光協会の公共的な機能を強化するとともに、観光協会自らが市内外のプレイヤーと顔の見える関係を構築するものでございます。

現在の観光協会の嘱託職員のみで運営しておりますので、抜本的な業務強化を図りたいと考えてございます。市観光協会の現状と将来像イメージでございますが、DMO化を見据えて公共的な機能を拡大していきたいと考えております。現状から将来像として、将来としては、川崎の観光の中心を担って、事業者・プレイヤーを後押しする団体となっていきたいと考えているところでございます。機能強化に向けた取組案でございます。権限と行動力を備えるトップ人材やマネージャー等の公募をしていきたいと考えております。

スケジュールのイメージといたしましては、令和8年度からトップ人材候補の公募をし、観光協会の戦略等を作成したいと考えているところでございます。

次のページをご覧ください。取組3は、「川崎のひと・まちがもつ魅力を届ける」でございます。こちらは、ターゲット2、3に向けた取組でございます。

取組の概要でございますが、地元の人が交流するお店やローカルイベントの情報、それらに関わる人など、ありのままの川崎の魅力を好む層に届け、交流を促すための地域

の情報集約・編集・発信するものでございます。

例えば、市民等を川崎プロモーターとして、市観光協会が認定をし、プロモーターが SNS 等で中心にタイムリーなローカルな情報発信を行うような形を考えているところでございます。

ローカルな広報の考え方といたしましては、コンセプトとして地元の人が行くお店、イベントなどを通じて、川崎へのローカルへの関心や共感を想起していきたいと考えております。発信方法といたしましては、観光協会等が一方的に発信するのではなく、まちの中の第三者が発信することをキッカケに、訪れた人も発信することを目指していきたいと考えているところでございます。

右が事業の枠組みでございます。まず観光協会による「観光プロモーター」などの募集等を行い、その方々を川崎の観光プロモーターが発掘をしていただき、それぞれの方が SNS 等で発信し、観光協会がそれぞれの媒体で掲載をしていくというイメージでございます。

次のページをご覧ください。取組 4-1 は、「羽田や都心から川崎へ、立地を活かした誘導」でございます。こちらは、インバウンドの関係で先行して取組んでいるものもでございます。

取組の概要といたしましては、羽田空港を利用する訪日外国人や、都心の観光地を訪れる訪日外国人に向けた、川崎の立地や、川崎でしか提供できない内容を活かしたツアーの造成やプロモーションを行うものでございます。

具体的なターゲットイメージといたしましては、まず 7 日以上長期滞在の方が周遊する際の羽田空港の入国初日や出国前の滞在時間を狙っていくものでございます。また 3 つ目の訪日リピーター率が高い、日本での観光経験が多い台湾や香港なども対象としていきたいと考えております。

3 の取組の内容でございます。「体験ツアーの造成と人材育成」と記載がございます。まずは、個人旅行客を対象とした、羽田空港や都心近くの行う催行時間の短い体験ツアーを造成していきたいと考えているところでございます。また、個人で体験ができるローカルツアーなども作っておりますので、そういった人材を育成して、川崎の個人ローカルツアーを多数造成していきたいと考えているところでございます。

また「効果的な情報発信」といたしましては、川崎ならではの職を提供する店、地元のお客と交流できる店、ハラルやヴィーガンに対応した店などの情報発信をしていきたいと考えているところでございます。

次のページをご覧ください。取組 4-2 は、「ホテルからまちへ、ビジネス等の既存来訪者の誘導」でございます。取組の概要でございます。既に川崎に訪れている人が、まちに一步踏み出したくなるよう、宿泊施設との連携により情報発信を行う、ものでございます。宿泊施設とのこれまでの連携状況といたしましては、広報物の配布、客室への QR コードの設置は昨年度より一部宿泊施設と連携をしながら試行的に実施しているものでございます。

また、取組の考え方といたしましては、徒歩 15 分圏内の魅力を発信する、宿泊施設と周辺の店舗が双方メリットを感じるスキームを考えていきたいと思っております。

3 の取組案でございます。例えば、客室のテレビのプロモーション映像の上映やホテルの既存配布物のアレンジ、またショッピングカードのディスプレイや周辺おすすめマップの配置などがございます。

次のページをご覧ください。取組案 5 でございます。「川崎でしか！川崎だからこそ！の発信」でございます。取組の概要は、川崎だからこそその観光資源の情報を届け、観光地としてのプレゼンスを高めるというものでございます。

発信の考え方といたしましては、「広く届けるより、深く刺しこむ」を意識していきたいと考えております。本市の観光資源について、仮設に基づき趣味嗜好に応じたセグメント広告を配信していきたいと考えております。

先行事例として、2 の尼崎市の生成 AI でペルソナ設定をあらかじめ区分し、動画広告を配信して、試聴状況を分析することで、各ペルソナに対して効率的な広告配信をしているものでございます。

事業の流れでございます。まず、観光資源に対して、刺さる層の仮説検討をして、動画作成や素材を準備し、YouTube や Instagram でのセグメント広告を配信していくものでございます。発信する観光資源のイメージでございますが、藤子・F・不二雄ミュージアムや岡本太郎美術館、京濱伏見稲荷、溝の口西口商店街など、既存であるものをどのように広報をしていくかというところでございます。

次のページをご覧ください。取組案 6 は、「市内企業の人材獲得も見据えた産業観光の推進」でございます。取組の概要といたしましては、これまで本市で 20 年間進めてきた産業観光のネットワークを活かし、川崎の来訪を通じて、川崎の企業に就職をする方の人材確保に繋げる産業観光をより一層に強化していくものでございます。

これまでの取組といたしましては、工業高校の修学旅行と臨海部の企業からの人材がなかなか集まらないという課題から、工業高校であれば、ぜひ受け入れたいとのことでしたので、そういったことを始めたところでございます。また、スーパーサイエンスハイスクールの研修旅行や iCONM との提携をしたりしました。こちらは、昨年度もございましたが、島根県益田高校のスーパーサイエンスハイスクールの方々が、川崎の臨海部の最先端医療を学ぶ機会を実施して、将来的に川崎の人材確保に繋げていければよいと考えているところでございます。

具体的なターゲットイメージといたしましては、工業高校、さらに量子人材や GX 人材などの取り組む層にもやっていきたいと考えております。

4 の今後の取組にあたっての考え方でございます。訪れる側、受け入れる側、共に幸せを感じる「川崎らしい観光」を目指していきたいと考えているところでございます。

次のページをご覧ください。取組案 7 の「まずは認知されるために」というところでございます。こちらは、ターゲット 3 の若者や女性、20 代や 30 代の若者でございます。取組の概要といたしましては、「川崎が選択肢に上がるためのプロモーション・ブランディング」や「若者に選ばれる街になるために、データに基づいた広告展開」が必要ではないかと考えております。

改善・拡充すべき項目といたしましては、川崎の魅力を一言で表現できないか、ということもございます。獲得したい層を見据えて一言で表すことも必要ではないかと考え

ているところでございます。

また、メディア別・情報別にターゲットを意識した情報発信や若者の嗜好・特性に応じた発信内容と広告配信が必要と考えているところでございます。また、一方で市のブランドメッセージ「Colors, Future!」との兼ね合いもありますので、そういったところをどのように区分していくかということも課題として考えているところでございます。

取組の内容といたしましては、「川崎で楽しむスタイル“DEEP KAWASAKI”の発信」をどのように発信していくかを考えていきたいと思っております。

次のページをご覧ください。取組案8の「データ分析とマーケティングの徹底」でございます。取組の概要といたしましては、市民・事業者や観光協会が、データに基づいた現状把握、課題設定、仮設検証など、振り返りやすく、改善ができるようなデータの集約と活用を促し展開していくことでございます。また、ステークホルダーと目指すべき方向性を共有し、一体的になって戦略の策定と施策の実施を進めていく必要があります、データ分析やマーケティングを通じて、ステークホルダーマネジメントを行うことを目指しているものでございます。

プロセスのイメージといたしましては、データ収集・データ集約・データ活用、それぞれのものによって、川崎市が行う部分、観光協会が行う部分、市民・事業者などの地域団体が行う部分を分けているところでございます。

市の保存するデータといたしましては、入込観光客数、外国人観光客動態分析調査等の結果がございますので、オープンデータ等を活用しながらやっていく必要があると考えております。

以上、取組8までご説明させていただきました。

本日の議事では、最初のスライド1ページから17ページの基本的な考え方の最終確認、18ページ、19ページのような取組の体制を計画本編にどのように記載をしていくか、21ページから29ページの取組の体制の具体的な事業設計イメージをご議論いただきたいと考えているところでございます。

基本的な考え方の案につきましては、これまで議論を重ねて参りましたので、本日は公開前最終確認とさせていただきたいと考えているところでございます。また、計画の案のアウトプットのイメージとしては、以前ご紹介させていただきました、静岡県三島市の第三次観光戦略アクションプランのような全8ページほど読みやすいものにしていきたいと考えているところでございます。そのため計画本編としての記載は、前回概ねご確認いただいたスライド18ページ、19ページの分量で見込んでおります。また、このあたりの表現について、ご議論いただければと考えております。スライド21ページから29ページは、計画本編に書ききれないものの、それぞれの取組について、皆様からしっかりご意見を頂戴し、事業設計を進めていきたいと考えております。具体的な内容についても、意見をいただければと考えているところでございます。

また、本日のご議論を踏まえまして、次回8月25日までに事務局で計画本編の案を作成したいと考えております。次回の会議で、皆様にご確認いただき、パブリックコメントの手続きを進めていただきたいと考えております。

本日、取組・体制について、重点的にご議論いただきたいと考えております。

またスケジュールですが、基本的な考え方案が出て、成案を次回出します。成案を出して、ご議論いただくとありますが、第6回の1回の議論で大丈夫かどうかというところで、我々事務局としても非常に不安です。もし可能であれば、3月の臨時部会合同部会がございしますが、その部分を1回増やした形で、もう1回取組・検討を議論させていただくという機会を設けることができると考えております。本日の議論の進み具合によって、そのあたりはご調整させていただきたいと考えております。どうぞよろしくお願いいたします。以上でございます。

中央部会長

ありがとうございました。ただ今、事務局の説明と~~して~~重複しますが、ポイントは3つでした。

スライド1ページから17ページは、前回まで十分に議論してまいりましたが、改めて基本的な考え方の最終確認です。

2つ目としては、18ページ、19ページは取組・体制の計画本編に記載することになりますので、この内容の記載状況、記載事項についての検討です。

3番目としては、スライド21ページから29ページの新しい具体的な取組・体制、事業設計、イメージ、概ねこの3つの資料のご提供がございました。

今後の進行としては、議題は分かれています。まず1点目の基本的な考え方の公開前の最終確認を、今から14時40分くらいまで行います。その後、取組・体制についての議論という形で進めていきたいと思っております。

なお、基本的な考え方については、前回の検討部会を受けた修正案が事前に事務局から皆様にお送りされていると思います。最終確認ということですので、皆様この後の議論も含めて、気になる点などがございましたら、ご意見をいただければと思います。

それでは、時間が限られておりますので、まず1点目のスライド1ページから17ページの基本的な考え方について、何か確認やお気づきの点等ございましたら、よろしくお願いしたいと思います。いかがでしょうか。

丸山委員、何かございますか。

丸山委員

では、いろいろと最初の方からの話にはなるかもしれませんが、まず思った点をコメントとしてお伝えします。

9ページ目、10ページ目の今日の話のいちばん軸となる共通認識のお話は、これを軸に今後全て決まる、いちばん大事といっても過言ではないと思います。これまでもここを議論してきた上での今日のこのまとめではありますが、改めてこのビジョンあたりから、コメントをさせていただこうと思います。

今日で最終とのことでしたので、佳境かと思っております。検討できればくらいの話ですが、「多様な人を惹きつけ、楽しさを創造し続けるまち」と「観光・ビジネス・交流の結^へ節点となるまち」というのは、そもそも2つあるというところが、やはり1つの方が良いのかなと思うのが一点です。かつ、どちらかという上「多様な人を惹きつけ、楽しさを創造し続けるまち」がビジョン的なことなのかと思います。そういうまちを作

ることを目指します、という川崎としてのビジョンはこちらかなと思います。では、「観光・ビジネス・交流の結^ノ節点となるまち」どっちかというと、ミッション、手段、手法の1つなのかなと思います。可能であれば、「ビジョン」の方を上にして、「結^ノ節点となる」はミッションにしてみるのはいかがでしょうかという提案です。

その上でビジョンが上の方が良いのではないかと、いうところですが、大枠としては良いのかなと思いますが、できればよりシンプルな方がわかりやすいので、可能であれば誰しもが忘れないような、そういった一文になると良いのかなと思っているところです。コンセプトといいますか、キャッチフレーズにも近い話かもしれません。

ポイントは、「楽しさを」というところが1つ今回重要な表現かなと思います。それを「創造する」ではなく、「創造し続ける」という表現が今回1つ意思を感じる部分なのかなと思います。この辺りは、今ジャストアイデアとしても思いつきませんが、コンセプトのようなわかりやすいところまでいけると、最終的には良いのではないかと思います。皆さんのアイデアも踏まえて、そういった方向性をしていけると良いのではないかと思います。

それに付随して、川崎の提案としてはまとまってはいないのですが、この「ビジョン」というのは、要するに行政主導ではなく、市民や各所が勝手にいろいろな主体が観光にふれて、及びまちづくりにふれて、自発的な、主体的なアイデアや面白いことを起こしていくというような、そのような未来のイメージなのかなと思いました。それが川崎として掲げるあるべき姿としたとき、表現としてどういうものかという創造したところ、いろいろなことに対してわくわくする、シンプルではありますが「わくわく」という言葉で、人やまちをわくわくさせていきたいですね。わくわくしないと、結果大きく掲げたものを実現ができないかなと思いました。わくわくできれば、皆さんがもっともって川崎を好きになったり、そこに参加したいなど、楽しむ人だとしても、主体的に参加したりと、「わくわく」というのが原動力になるのではないかと思います。「楽しさを創造し続ける」という意味では、この「わくわくさせていく」というのは、不可抗力を生み続ける、あるいは増幅していくようなイメージが「ビジョン」には必要なのではないかなと思いました。その方法でご提案をさせていただきました。

央戸部会長

ありがとうございました。他はいかがでしょうか。時間は限られていますので、ご遠慮なくお願いいたします。

元沢委員

まず、丸山委員のお話にも関連します。このページが大事だという認識がありますが、私も2つよりも1つの方が良いのかなと同じことを思っていました。

後半の「結^ノ節点となるまち」のところですが、ここを考えてツートップとして標記をされていると思いますが、もし背景があれば教えていただきたいと思います。丸山さんと同じように、上のところをもう一步踏み込むと、より魅力的になるのではないかなと、聞いていて思いました。「楽しさを創造し続けるまち」というのは、とても良いなと思いつつも、私もスポーツ事業で、常に新しいお客様を惹きつけるための集客をした

りしていますので、よくやっていて、よく失敗もしています。なかなか人を呼ぶというのは難しいな、と思っています。特に 20 代、30 代をターゲットにしていると、「楽しい」だけだとなかなか来ないと思っています。感覚的で申し訳ありませんが、少し切り口を変えないと来ないのではないかという感覚があります。丸山さんがおっしゃっていた「楽しさ」の前にもう一言つけるというのが、ひとつ提案でございます。

下の方の文章のボディコピーの方に入っている、例えば「新しい楽しさ」、ただ単に楽しいだけだと、東京や横浜にある楽しいだから多分来ないと思います。東京側へ行けばよい、となってしまうと思います。少し違う切り口の「新しい楽しさを創造し続けるまち」など、「楽しさ」の前に一言、より際立たせる何かがあると、個人的にはいいのではないかというふうに思いました。ゼロから観光資源を作るのは難しいとは思いますが、工場夜景も工場自体は元々あったと思います。そこを夜景として楽しむという、新しい楽しさを作るというところで、多分人を集客できているのかなと思います。これを「新しい楽しさ」という、あえてチャレンジングな言葉をつけることで、今後関わる人たちにも、同じようなことをしても人は来ないという、より一歩踏み込もうよ、というメッセージや哲学を述べるというよりも、一言あった方が良いのかなという気はしました。すみません。以上です。

森担当課長

ありがとうございました。

丸山委員

さらにかぶせて申し訳ありませんが、「新しい楽しさ」というのは、まさに一緒に考えですが、「新しい楽しさ」も結構広いですよね。忘れないぐらいのワードがあると、例えば「スパイシー」など。そこに来なさそうだけど、でも何か意図を感じるような、そのようなワーディングになると良いですね。

央戸部会長

ほか、いかがでしょうか。

久保内委員

実は、全日空の新しい経営ビジョンが「わくわくで満たされる世界を」というシンプルにそれだけにしています。いろいろ議論があり、おっしゃるようないろいろ書いても、確かに言葉としては少し古めかしい言葉かもしれませんが、キャッチーな言葉「ワクワクで満たされる世界を」としているので、我々社員もわかりやすく、スーッと入ってきた経緯があります。そういうのも 1 つあるのかなと思いました。

丸山委員

最近使いませんでしたが、「わくわく」までいくと、逆に新しいというのはあるかもしれませんね。

央戸部会長

ほか、いかがでしょうか。

竹原委員

「わくわく」は、私も聞いていてわくわくする感じもあります。「わくわく」というのは、馴染みがあり、わかりやすくいいのかなと思いました。「わくわく」賛成で

す。

矢戸部会長

他いかがでしょうか。

丸山委員

何度もかぶせてすみません。「わくわく」が決まったら、とことんいろいろなところに「わくわく」をつけるということになりますよね。プロジェクトの名前やキャッチコピーなど、いろいろなプロモーションにも、すべて「わくわくなんとか」というのを一貫してやっていくことが、取組でもありましたが、必要かなと思いました。

「楽しさを創造し続けるまち」という無難な文章からだ、少しわからないかなと思いました。そういった意味です、良い忘れないワードがあると良いなという感じです。

矢戸部会長

その他いかがでしょうか。オンラインの村山さんも、もしあればお願いしたいと思いますが、いかがでしょうか。

村山委員

ありがとうございます。村山です。まず、今の議論についてはとても賛成です。「ビジョン」に関しても、1つにまとめるというところがいいのかなと思います。最後の「^ノ結節点」部分は手段だと思います。先程丸山さんかもミッション」というお話もありましたが、サブ的で、「ビジョン」が上の方が近いのかなというところで、私も同意です。言葉の部分に関しては、「わくわく」は非常に良いと思います。「楽しさ」など、この辺りは私もすぐに良いコピーライティングが浮かびませんが、ほかではない川崎らしいキャッチコピーというところをしっかりと設定するのが良いと思っています。

まずは大きな方向性としては、今の議論に賛同します。というところと、別の観点から申し上げますと、「^ノ結節点」というところも重要なポイントかなと思いました。どういった手段でそれを実現するのか、それが今回取組・体制とかにも実際組み込まれてやっていくという中で、現在 KPI、目標があると思います。3 ページ目にこれまでの主な指標というところがあると思いますが、この指標と今回新たな計画と作る部分で連動する部分が必要だと思います。

さらに今回新しい計画を作るにあたって、それを測る指標みたいなものを新たに設定しても良いのかなと思っています。そう考えた時に、まずは先程の「^ノ結節点」となるような手段をとり、何か定量的に見る指標があったら良いのかなと思います。

16 ページくらいまで、ターゲットの議論があると思いますが、ターゲットの話と KPI の目標の部分がどう連動していくのか、というところも、わかりやすく整理できると良いかなと思います。

というのも、インバウンドに関して、ターゲット論でいうと、インバウンドは明確ではないと思います。国内外という形になっています。一方で、目標に関しては、インバウンドという形になっているので、そのへんの目標と今回我々がしている言葉の整理というところで、インバウンドでも、どのセグメントみたいなところの方向性もあると思います。そのあたりの整合性の部分を少し深めていけたら、良いかなと感じています。

ということで一旦、「ビジョン」に関してのコメントとそれ以外の部分で少し補足させていただきます。以上です。

央戸部会長

ありがとうございました。非常に重要な部分でございますので、何か他の委員でご発言ある方いらっしゃいましたら、ご遠慮なく、お願いいたします。いかがでしょうか。

佐野委員

時間もないため簡単になりますが、今の議論については、異論はありません。私も聞いていて、事務局の方で苦労してまとめていただいたと思います。「ビジョン」だけを見ると、無難で川崎ではなくても良いのかなという話になってしまうと思います。先程の「わくわく」などのキーワードや尖った言葉を入れることで、川崎らしさを出すというのは、私も賛成です。あとこれを「ビジョン」に入れるには難しいと思いますが、私が皆さんの意見を聞いて思ったのは、行政主導ではなく、自発的に、外国人や多様な人たちが分け隔てなく、みんなが楽しむというイメージでいうと、「コンヴィヴィアリティ」という言葉があります。「ビジョン」には入らないと思いますが、議事録に残しておいてください。以上です。

央戸部会長

ほか、いかがでしょうか。

吉岡委員

お話を伺っていて、「川崎らしさ」をどう出するか、かなりポイントなのかなと思っています。元々の「多様な人を惹きつけ」というところが川崎の多様性を意識されているかと思います。「楽しさを創造」のところを、皆さんの意見を伺いながら、どう変えたら良いのかを考えていました。

今までの議論の中で、観光と言いながら、居酒屋、お祭りやイベントなど、地域の日常を観光資源としているのが、強みなのかなと思いました。あくまで案の1つとしてですが、「川崎スタイルの観光カルチャーを創造し続けるまち」というのを「観光カルチャー」という言い方を事務局も伝えていると思います。「観光カルチャー」という言葉は、新しい言葉だと思います。データベースで「川崎スタイルの観光カルチャーを創造し続けるまち」という案だけ、出させていただきます。以上です。

央戸部会長

他いかがでしょうか。

萩原委員

私も、1つにするのは賛成です。上の方が全面に出るのが良いかなと思います。やはり「わくわく」という言葉は、とても良いと思います。どう使うかですが、「川崎わくわく発信基地」のような「わくわく」と「川崎」がくっついたような良いフレーズができれば、その方が良いかなと思います。

央戸部会長

他いかがでしょうか。よろしいですか。それでは、私もこの議論で良いかと思えます。ただ私もこの計画を見ている中で、1つだけ、どうしても行政が作る計画のため、割と堅くなってしまう。逆に「わくわく」などは目立つのかなと思いました。あま

り従来型のものにこだわるのも、川崎の観光というものが目立っていきませんので、感性といったところで非常に良いなと思いました。

もう1つですが、課題などに向けて、観光振興プランのため、観光といった部分で、川崎の生活感を楽しむといったエンターテインメントの融合性みたいなことを結んで、「生活観光」を掲げながら、生活観光都市が浮かびました。もちろんわくわくするのは、楽しいと思いますが、何にわくわくするか、観光的魅力を持ったまち、というところは大事にしたいなと思っています。1つの方がシンプルだと思います。委員の皆さんのお話を踏まえて、もう少し掘り下げていき、確定するところ、しないところをまとめ、1つのキーワードとして、よりシンプルで、且つ、取組・体制というところで、丸山委員、他委員の皆さんからのご提案を踏まえていければと思っています。ありがとうございました。資料を見ていると、次々と変えていくたびに、いろいろ思うところがあると思いますが、続きまして、取組・体制についての検討に入っていきたいと思います。

計画本編の記載についてと、その裏側の具体的な事業設計などについて、議論していただきたい、というページがございました。本編の記載と具体的なアイディア、皆さんのご意見をいただくことが考えられると思います。

取組の1から8について、今回さまざまな具体的案が出てきております。これをひとつひとつ議論していくと、大変な気がします。しかし、それぞれ非常に重要なポイントで、また「ビジョン」や具体的なターゲットが関係するという意味では、先ほど村山委員がおっしゃった通り、全体としてどういう構造になっているかということもとても重要です。この取組1から8を横断するような点として、「基本的な考え方」のスライド6になります。

PDCAについてもありましたが、実際の6ページの今後の計画・構成と期間の中で、フェーズ1からフェーズ3までという形で、分かれているところもございます。こういった点を含めまして、具体的な取組1から8を含めた取組・体制について、またご自由に議論をいただきたいと思います。

それでは、その他の具体的なご意見、お気づきの点があれば、これから1時間くらいかと思いますが、いろいろなご意見をいただきながら、先程の議論に戻ることではありませんが、先程の課題のキーワードを含め、いかがでしょうか。

ではお願いします。

佐野委員

18ページ以降の具体的な取組ですが、かなり踏み込んだ内容だと思いました。川崎市さんとして、本当にやるのか、本気でいくのか、というところだけ確認したいと思います。私も、これができれば良いなと思っていますが、私がこれを見て思った点は、23ページの取組案3の魅力発信の部分です。

魅力発信をするときのクオリティは、かなり大事だと思っています。ただの素人がやるよりも、きちんとプロっぽくやるのが大事だと思います。

私が知っているのは、熊谷市の観光協会がやっている取組があって、D&DEPARTMENTというところが出している、47都道府県のガイドブックを出しているものがあります。

それは従来の観光ガイドブックとは違い、かなりローカルを目指したものです。まさに異日常みtainなものに着目をして、とても魅力的に人物や資源を見せています。埼玉の d design travel というガイドブックを出した時に、D&DEPARTMENT というガイドブックを出している会社と観光協会が繋がり、ガイドブックのスピンオフ企画として、熊谷市観光協会に着目したガイドを作ろうという話になりました。紙媒体のものです、市民ライターを公募して、D&DEPARTMENT という会社が市民ライターをプロのライターとして、きちんと養成し、その人たちが地元の信頼で取材をし、フリーペーパーのような形で、市の広報として、熊谷市全世帯に配った、という事例があります。きちんとライターとして、クオリティを確保するために養成をして、出していくというやり方が、やはり後々の観光のためにはいいと思います。1つのアイディアとして、参考にさせていただければと思いました。以上です。

矢戸部会長

もし関連があれば、関連でお伺いしたいと思いますが、なければまた次にいきたいと思います。いかがでしょうか。

丸山委員

質問ですが、この取組案とかは今日のお話しで意見が出た場合、そのあとにこれをもうやっていこうという感じに向かっていくくらいの話ですか。

森担当課長

今回の計画の記載としては、こういうことをやってくという大枠な形になろうかと思っています。一方でこの議論を踏まえて、どういうことをやってくか、というところについては、それに基づいて、それぞれの事業ごとに構築していきたいと考えております。観光振興計画には、わかりやすい表現としていくために、18 ページ、19 ページのような大枠の取組をやっていきましょう、という形を考えております。

今後やっていく内容のエッセンスをしっかりと皆さんでご議論いただければと、考えております。

丸山委員

それは、ちなみに取組 1 から 8 で、取組として 8 個あるので、こう見ると並列に見えます。その中でももう少し立体的に、どれが一番重要かなどはいかがですか？

森担当課長

事務局として、重要度を考えているのは、取組 1 と 2 でございます。今回に関しましては、今までなかったプレイヤーを放出していこうというのが第一にあります。それを観光の推進体制としてどうしていくか、という 2 点が非常に大きいと思っております。そこについて、まずやっていきたいと思っております。それに合わせて、今回の計画に基づいての取組を、それぞれやっていこう、という形になっております。特に、1 と 2 は大きなものだと考えております。

丸山委員

8 個もあるので、網羅的になっているのかなと。メインの取組があり、そこから派生をすること、そのためにこういう体制が必要、こういう仕組みづくりが必要、という考え方もあると思います。

今回の取組1・2のような、基本的に必要だという、ベースの部分については、あえて取組に書かないで、別に分けてやる、ということでも良いのではないかと思います。そうすると、「ビジョン」を達成するために必要な取組といった形でまとめられるかなと思いました。

行政あるあるで、網羅的に色々やろうとしてしまうと薄れてしまう、という気がします。そうならないために、最後仕上げていただけると、より良いのではないかなと思います。その上で、取組1と2あたりが、まず今回大事だと思います。そこからさらにこの先のアクションに繋げていくと、非常に良いのかなと思いました。以上です。

央戸部会長

ありがとうございました。非常に貴重なご指摘だと思います。色々やってしまうと、確かにぼやけていく部分もございますので、フェーズ1の部分でどこまでできるかという点もございますので、そういった意味で8つの位置づけは、大変貴重なご意見だと思います。ほか、いかがでしょうか。お願いいたします。

萩原委員

やはり私も、これから具体的に観光のまちづくりをやっていく上でも、ここでしっかり方向性を出した仕組みづくりが、一番大事だと思います。強烈に川崎市の観光を盛り上げていく、という意識があるDMOが、私は素敵だと思います。今の観光協会のスタンスよりもっと踏み込んだ力のあるDMOを作っていく必要があると思います。

散発的にいろいろな地区で、それぞれいろいろなものを見つけて、発信してくださる方もすごく大事ですが、それだけではなく、鉄道事業者の方ですとか本当のプロの知識があって、力のある方もおられます。それがゆくゆくは観光協会になるかもしれませんが、そのくらいまでいろんな広がりがある、初めて全体がまとまってくるのかなと思います。

取組1では、最初に川崎地区や溝の口地区と書いてありますが、散発的にみんなが面白いからやろう、とするのもいいと思います。それを川崎市の観光として、きちんとまとめ上げて、観光事業としておこしていく、力のあるDMOをぜひ作ってほしいなと思います。ここできちんと書いてくださっていて、ありがたいと思います。

吉岡委員

今の話を含めて質問になりますが、20ページのフェーズ1、フェーズ2、フェーズ3とありますが、進め方のイメージとしては、ターゲット1のところで、組織体制の整備とあると思います。

ターゲット1を狙う中で、組織体制を作っていく、そのうちの1つが22ページにあるDMOというイメージで、取組3以降は仮にそのDMOができたとして、DMOで3、4、5、6、7、8をたたきたいという進め方のイメージで良いですか。

森担当課長

当初に関しては、市や観光協会等々で一緒にやっていくことが想定されますが、最終的にそういった観光を進めるDMOのような組織ができた場合については、そこが中心になってやっていくというイメージです。

央戸部会長

その他いかがでしょうか。

竹原委員

観光協会当事者として、ぜひこれはやっていった方が良いと思っております。やはり今の観光協会の体制というのは、古くにできた各区の観光協会をまとめて、イベントに支援を送ったり、助成金をお支払いしたり、情報発信でポスターを貼ったりなど、そういうものから出発をしている観光協会なので、仕事だけ、環境だけが変わっているような状況だと思います。それにアジャストしていく、発展的に変えていく、というのはとても大事なことだと思っております。

その目的として、インバウンドの仕事を2年ほどやってきて、プレイヤーを育てるということは、とても大事な実感としてあります。

例えば、私たちが一生懸命コンテンツを発掘して、作ったところで、それを誰が実施する、というところが大きな課題になってしまっています。

例えば、観光タクシーさんとかでも、タクシーは売りたいけれども、工場夜景タクシーへ行きたいけれども、自分たちでは売れません、といったようなことがあります。なぜかという、外国語のやり取りが失敗すると怖いからです。でも、たくさん翻訳アプリとかがありますよと言っても、怖くてできませんとなっています。そういったところの事業者の背中を押してあげるような、それだったらできるかも、と思ってもらえるようにすることが大事だと思っています。そういった取組をやっていききたいし、プレイヤーを育てないと、いくらコンテンツを作っても、作っただけで終わってしまう、といったようなことになりそうです。きちんと進めていくべきだなと思っています。

OTAで売れば良いとは言いますが、OTAはなかなか売れないです。いろいろな条件が厳しくなっている中で、そういったところも、どうやったら売れるかを事業者が考え、例えば即OKでないと載せられないとかもいろいろあるので、そういったところも主体的に考えてもらえるような、そういった知識を持ったり、やる気を持ってもらったりする、取組が必要かなと思います。

央戸部会長

その他いかがでしょうか。

久保内委員

進め方ですが、6ページのところにスケジュールがあります。多分このスケジュールで進めていくと、フェーズ1が令和8年から令和11年になっています。この中にフェーズ1でやるのが、20ページに全てやると書いてあります。先ほどの丸山委員と同じことにはなりますが、フェーズ1の中でも優先順位や時系列を分けるべきかと思います。

例えば、フェーズ1で一番大切なのは、組織づくりだと思います。取組1、2、3は、フェーズ1の中でも、最初にやります。そのあとに組織ができてから、発信することが固まったあとに、取組7をやっていくとか。フェーズ1の中でも、順番をつけた方が良いのかなと思いました。そうすることによって、全て並行せず、埋もれないようなスケジュールリングをした方が良いのかなと思いました。以上です。

央戸部会長

確かに段階的にやっていくというのは大切だと思います。観光の場合は止まっていないので、いろいろな事業がずっと動いておりますので、やっていないということではなく、難しいところですね。ただ、教えていただきたいところなので、表現の仕方なのか、この辺はいかがでしょうか。

森担当課長

先ほどの取組1と取組2というところは、先行してやっていくべきところだと思っております。既存やっている産業観光は続けていければ良いと思っております。優先順位をつけながらやっていく、というところでは、取組7や取組5というところは、組織ができたあとでも良いのかなと思っております。少しずつやっていくところもあると思いますが、より優先順位としてつけていけるかなとは思っています。

丸山委員

その進め方に関していうと、戦略っぽい話と戦術っぽい話が混ざっていますね。戦術は前提となる取組8などのデータ分析やマーケティングなど、広報やプロモーション戦略はどうであれ、部会の戦術論の話はどこかでまた戦術案の話はしたいなと思っております。戦術アイデアを皆さんで出し合う会とかはあると思います。そういった粒度の話も少しここにある気がしています。取組1・2の組織体制以降は、これもあるよねという話やこれは入れなくてもいいよねという話、この辺のことを考えなければねというのが、また後で出てくるのかなという気はしています。

順番的には「ビジョン」に基づいた戦略設定かなと思っております。戦略がどういった方法の取組になっていくのかくらいは、絞られると思うので先に話されて、そこまでいってようやく具体の戦術になると思います。基本的に、分析評価やマーケティング、プロモーションというのは、それをどうやってやろうか、というための分析であり、プロモーションの手法という話になってくると思います。個人的には、並列した取組ではなく、そういった順番の主要整理ができれば良いかなと思っております。

例えば的な感じで、取組案の4-1の羽田から都心へ、ホテルからまちへ、これは1つのアクションプラン案にすぎないと思います。並列ではないかな、という感じでどうでしょうか。

央戸部会長

その他いかがでしょうか。

事務局職員

今、村山委員より「みえ旅アンバサダー」というURLを共有いただいております。

央戸部会長

URLを開いてみてもよろしいでしょうか。村山委員、何か補足でお願いします。

村山委員

これは少し前の議論になりますが、地域の市民ライター的な取組をという話があったと思いますが、三重県でも観光連盟がこういった取組をやっております。ライターの方々が、50名くらいいらして、その方に対して多少報酬も払ったりしますが、三重県の観光連盟のサイトが日本で一番閲覧されているといった状況になっています。それを支えているのは住んでいる人たちだというように紹介されています。これは実際に、私と

接点のある方も立ち上げからやられていたので、この辺りは参考になるかとは思ったので、リンクを送りました。

まさに今回のコンセプトの「結^ノ節点」で事業者だけではなく、行政だけではなく、市民の方もというのが体制のところにも入っていますので、そういった意味では、やり方はいろいろ考えるとしても、取組としては面白いのかなと感じています。

あとは、すでに議論にあった部分にも重なりますが、やはり取組が8個あるというのは、パッと見て、理解や咀嚼しづらい部分があると思います。

今回の取組は大きく3つあって、それを細分化すると8個あるというような感じでしょうか。おそらく資料の整理としては、18ページ、19ページの青いラインがあり、大きく4つくらいのカテゴリーに分けていると思います。川崎の認知と誘客など、こういったようにまとめているので、4つくらいの中のさらに具体化すると8つなのかなと思います。その辺が、より個々の取組を語るところでも、区分けや整理が見えて理解が進むのかなと感じました。

中身としては、特に取組1と2が重要ということで、まさに体制づくりかなと思います。

まずDMOに関しては、最近横浜もDMOをやっていて、今まさに札幌市もDMO化を進めています。今まさに、人材採用、トップ人材の採用など、そういったところを札幌市がやっているところです。こういったDMO化というのは、まさに時代の流れだと思います。データに基づいてしっかり戦略を立てて、観光政策を進めていくというのは、とても良い動きかなと思います。その時に、おそらくプレイヤーとして観光協会だけではなく、例えば商工会議所など、民間事業者の方々と繋がっている方が、そういったところのすみわけをどうするなど、視点は入ってくるのかなと思います。

8のデータを整えるという取組とまさにDMOの取組は、非常に連動してくるのかなと思います。この中でも、書いていただいている通り、今川崎市でデータ収集をDMOがデータ集約活用のような話にもなっていると思います。

それぞれかなり取組が連動していると思うので、連動しているものを可視化させるための1枚スライドがあると、とてもわかりやすいのかなと思います。

最後に取組1ですが、市民を巻き込むというところが、かなり重要なのかなと思います。ただ単に集まるだけより、目的が明確であった方が集まる方も集まりやすい、繋がりがやすいかなと思います。集まって仲良くなるだけでも、少し打ち手が考えられるようになってくると思います。何かネットワークのイメージの中で、目的且つ参加する方々にとって、こういった意義があるのか、場づくりはとても重要なポイントかなと思います。

特に観光事業者さんや地域の事業者は、やはりビジネスをしっかりと回していくという意味で、まちを良くなることは、とてもプラスだと思います。一方で市民の方々は、観光客が来ると、少し住みづらくなるということが最近そういった風潮もあるので、そういった中で観光にどう前向きに取組んでいただくのか、というのは観光をやることによって、どれだけ地域が潤うのかなど、そのへんの市民に対してのメリットみたいなところも共有していく必要があるのかなと感じています。

関わる動機づけの部分が一般的に住んでいる方と事業者では違う部分があるかなと思います。事業者に関しても、観光に目を向けていない方も多いと思いますので、観光に目を向けていただくためには、市や連盟からの情報提供というところも大切になってくると思います。ネットワークの中にも、働きかけや他の支援などもあると思います。川崎市として、いかに観光の可能性やポテンシャルがあるのか、マーケットの可能性というところも伝えていくような設計も必要かなと思いました。

取組1の細かい部分も含めてですが、少し感想を含めてのコメントでした。以上です。

矢野部会長

ありがとうございました。他いかがでしょうか。ではどうぞ。

萩原委員

今、三重の話が出たので、早速拝見させていただきました。「みえ旅」という言葉もありますが、全て「観光三重」と出ています。これは全国の観光ページになっている、観光協会が作成して、プラットフォームも作成して、すごく成功したということですが、「わくわく観光川崎」とかもいいかなと思いました。少し思いました。すみません。「観光」をつけたいな思いました。良かったら、それもいいかなと思いました。

矢野部会長

はい、ありがとうございました。

観光って言葉自体が少し古く使い回されているような気がしますが、観光振興計画でやることで、また観光都市としてやはり認知を高めていくということは、かなり大事だと思っているところはございます。

一方で、まちづくりという観点で考えると、従来型の狭い観光だけにとらわれないというのも、大きな都市のため、うまく整理されると良いと思います。ありがとうございました。

その他、ございますか。

今のことで、市民の関わりで前回から思っていた中で、私が思う整合性の部分で、住民に対して観光の理解の向上という部分は絶対不可欠だと思います。最近いろいろな観光計画でもシビックプライドの醸成などが挙げられています。先程、村山委員もおっしゃっていたように、観光行動が地元の人にとってどういった価値を持つのか、こういった点は例えば川崎幸高校などと連携したり、産業観光を支援する会といったボランティアの方々であったり、いろいろな形で子供たちや保護者の方、また市民の方にも参加してもらいながら、巻き込んでいく方が良いと思います。

こういった点をもって観光を強化することによって、一方で観光への理解、観光がいかに地域にとって優位な活動であるのかということもあると思います。また、観光が地域のブランド価値を高めるというのも、明らかになっております。

そういった視点も含めていくと、いろいろ入れていくと、先程丸山委員がおっしゃった具体的な戦術や具体的な取組・事例も関係してくるかなと思います。

私が話し始めたので、1つだけ補足させていただくと、体制拠点のところ、前も申し上げましたが、実際に今、川崎の場合はとても行政側がイニシアチブをとっている印象

が、各自治体と比べると強くあります。

一方で観光協会が少し形は変わってはきていますが、前よりは形は変わってきていますが、一生懸命回しているということで、どうしても人手が足りない点があると思います。

一方で私も関わっておりますが、産業観光振興協議会があり、定期的に会議をやっています。また、いろいろな事業や、インバウンド人材育成事業などもやっています。実は、すでにいろいろな取組があるわけですね。そういったものを、どう整理していくのか。商工会議所の話も出ましたが、産業観光振興協議会には商工会の方も参加をしています。そういった意味で、元々既存である公的なオフィシャルなプレイヤー、または公的事業者さんもいると思いますので、そういった中で、もちろん市民の参加もとても重要だとは思いますが、元々大きく企業として、プレイをされているような団体や組織がどうやってまとまっているのかなど、そういった点は体制の中に必要だと思います。

どうですかね。竹原さん。例えば、観光 DMO は何人必要ですかね。おそらくこれだけのことをやろうとすると、前に 3 人とか 4 人とかで話をしていましたが、どうですかね。ちょっとした余談にはなりますけれども、施行するのにどういった体制のイメージとしてありますか。

竹原委員

少なくともデータ分析やマーケティングに精通したプロの方は必須だと思います。そうするには、それなりのトップ人材、それなりの報酬がないと入ってもらえないな、というのはあります。あとは語学に精通された方とか、少なくとも 4、5 名はいた方が良いのかなと思います。

ごめんなさい。私も DMO の現場を見たわけではないので、あまり知識は持ち合わせておりませんが、そういった役割分担を考えた時には、地域の連携をする窓口の方とかを考えると、少なくともそういったことができるような人材は必要だと思います。

央戸部会長

ありがとうございます。

実際の他の DMO でも、相当たくさんありますので、そういったことも研究しながら、もちろん予算もあるとは思いますが。やはりこれだけのことを実行していくには、それなりに体制を整えて、同時に関係するものをどのようにまとめていくのか。先程、丸山委員がおっしゃったように、もしくは全体像のイメージみたいなものを必要だと思います。

最終的にどういった形で今回の計画として示せるのか、また具体的な取組を、今度はどこまで一般公開するものとして、実際自分たちの中で議論をするのか。ただせっかくいろいろな議論がされておりますので、最終的に表に出ず、消えてしまうというのは残念なことです。そのへんの押し出し方みたいなものを、今後検討の余地があるかと思ひながら、お話を聞いておりました。

ではまたテーマに戻りたいと思います。他何かいかがでしょうか。何かあれば、ご質問をお願いいたします。

渡辺委員

すみません。単純に教えていただきたいのですが、神奈川県内で DMO はいくつくらい設立されていますか。

森担当課長

神奈川県や横浜市は DMO になっている、相模原市が候補 DMO になっています。箱根もなっています。鎌倉市は組織されていません。

渡辺委員

実は私も 5 年くらい前に、神奈川県 of 自治体の方に DMO を設立するというので、お手伝いをさせていただいたこともあります。その時には、神奈川県内では確か 3 番目くらいに名乗りを上げて、他は全く名乗りを上げておらず、確か箱根は上げていました。なかなかハードルが高いのかなと。でも、そんな小さい DMO でも立ち上げるにも、専任の方がいらっしゃって、確か 5 人くらいは必要だったと思います。この川崎市の大きさを考えたら、ものすごい重労働になるのではないかと思います。

先程から観光で「わくわく」というお話が出ていて、それを「か・わ・さ・き」の中で繋げられたら面白いのではないかと思います。「か」は「観光」でも良いですし、「わ」は「わくわく」でも良いですし、それを縦に「か・わ・さ・き」とあいうえお作文のような感じでどうでしょうか。「さ」と「き」は、私も全然思い浮かびませんが。そういったことも面白いのかなと思いました。

先程、萩原委員から鉄道のプロという話が出ていましたが、実は鉄道も鹿島田のところに JR さんが大きい車庫を持っていたりしますよね。私の方も、新百合ヶ丘というところになかなかないと思いますが、保線専用の基地があり、小田急線のレールは 25m あります。それを運んできて、溶接して長くするのですが、そのレールを運び入れるところが、今、海老名と新百合ヶ丘しかないです。小田急線で使用しているレールは、海老名か新百合ヶ丘から持っていつています。少しオタクの人たちにウケそうな気がします。そのへんでも協力ができたらなと思っております。最終的にはお客様に乗っていただくというのが、我々の一番の嬉しいところです。もっともっと話が進んでいく中で、観光のフリーパスのような、そういったものが企画できたら、また協力をさせていただきたいと思っております。以上でございます。

央戸部会長

その他にいかがでしょうか。

佐野委員

DMO の話が出てきていますが、もちろん川崎にも DMO があつたらいいなと思います。要するに何のための DMO なのか、というのはきちんと意識をした方が良いと思います。割と今見ていると、名ばかり DMO がかなり多いです。研究をしていないようなところが多いです。

一方で観光庁の縛りで必須 KPI がいくつか設定され、これを目指すという上からの指示もあります。その通りで、先程おっしゃっていた、川崎の「わくわく」をいかに増やすか、「わくわく」というのは、なかなか KPI には馴染まないと思います。しかし、DMO の使命として、「わくわく」をいろいろなところに増やしていく、という使命を持つのは、とても面白いと思います。DMO についても、川崎らしさを追求していく姿勢が大事

なのかなと思いました。以上です。

元沢委員

川崎は、人数の力がかなり強いと思います。我々の事業の話になってしまい恐縮ですが、川崎市内でいいますと、新しいアリーナができます。DeNA と京急さん主体で作りますが、当然それに伴い、おそらく何らかのマネージメント的な組織が組成すると思います。武蔵小杉の方は、すでにとどろきパークさんが今いろいろな新規イベントをやっています。これからとどろきパークが本格的にできた時に、そういった集客イベントやいろいろな賑わいづくりをみんなの力でやっていくと思います。おそらく他のエリアでも、そういった動きがあると思います。DMO などフレーズはいくつかあると思いますが、必ずしも DMO でなくてもいいとは思いますが。そういったものをうまく連携するという、その戦略はとても大事だと思いました。

ネットワークも大事だと思いますが、全市のエリアでチームを組成しなくても良いと思います。逆にそういったエリマネ段階のないエリアに関しては、DMO 的な組織が主体的に小さい組織やチームを組成する。そういった部分で動き始めるところもありなのかなと思いました。既にあるところと、連携をして大きな川崎の観光戦略をまず考えるという役割が一時的にととても大事だと思います。

おそらく皆さんのおっしゃる通り、川崎はイベントをやっているとは思いますが、媒体を含めてなかなか効率よく使えるところがないと思います。たまたま入ったところで、こんなところでこんなイベントをやっていた、ということがかなりあります。そこをうまくメディアを効率よく作り上げるだけでも、だいぶ効果があるのではないかなというのは感覚的にはあると思います。以上です。

央戸部会長

その他にいかがでしょうか。まだお時間ございますので、ご遠慮なくお願いいたします。では、お願いします。

萩原委員

今の点が一番大切で、これまで何回か発言させていただいていますが、川崎市内でやるいろいろなイベントで面白いことの情報をとれる場所がバラバラだと思います。冊子についてもそうです。音楽のまちかわさきは、音楽のまちかわさきの事務局の予算でその関係をやっていると思います。演劇はどうなのかとか、みんなバラバラですね。それはそこでその団体がやりたいというのはあると思いますが、情報を吸い取って発信する場所が絶対必要だと思います。

例えば横浜とかは、本日の横浜市内のイベントというのが HP で全て出てきます。例えば、パシフィコでこの日からこの日までやっているという、自分が見たい日にちを見ればそれも載っています。もちろん行政以外のイベントも含めて載っています。

川崎市内でも必ず観光関係のことができましたら、いちばん大事なのは情報発信の場所を必ず作ることで、そこからいろいろなところに繋がる。

冊子についても、できれば音楽のまちかわさきでやっているものに、スポーツや演劇、お祭りなどを載せたものがほしいところだなと思います。少なくとも、そういった情報がネットからも見られるようにしてほしいなと思っています。以上です。

央戸部会長

その他ありますでしょうか。お願いします。

吉岡委員

プロモーションのところですが、映像のまちかわさきという NPO 法人があると思います。先程の既存の組織との連携という意味では、映像のまちかわさきは強みなのかなと思いました。一度取り上げていただけると一気にプロモーションも高まると思います。こちらは市役所ですと市民文化局でしょうか。違うところが管轄しているのかわからないですが、こういった組織も非常に大事だと思いました。以上です。

央戸部会長

ありがとうございました。その他いかがですか。

今の話で私も実は先程コメントをメモにしておりましたが、ロケツーリズムなどは、他の地域ではフィルムコミッションやアニメツーリズムを含めたやり方をしています。特にうちの大学院生の中国人は、アニメが好きで日本来てしまっている人がかなりたくさんいます。とても映像の力も強いと思います。映像のまちや映画学校というところもあります。行政的にはいろいろな方と繋がっているところもあり、やはりプロモーションの中に映像の力、メディア戦力というのはとても重要だと思います。そういった点も、かなりこれだけの大都市のため、おそらくいろいろなことをやっていくことと思います。

例えば DMO なのか、観光協会なのか、政府の観光立国推進閣僚会議とは違うとは思いますが、効果的に観光を議論できる、または集客や交流を議論できるような行政の仕組み。観光の中心となる市民に繋げる、これをしっかりとイメージしていきたい、または定期的に会議を開くなど、いろいろな仕組みがあります。今のご指摘は、私も非常に重要なことかなと思います。

ついでになりますが、先程の川崎のアリーナ構想などはよく知らなかったもので、今拝見して、とても立派なものができるのですね。エンターテインメントやスポーツなど、そういったものをする感じでしょうか。施設のどのようなものですか。

元沢委員

そうですね。メインアリーナとライブホールがあります。メインアリーナは、最大収容 1.5 万、バスケの試合はもちろんですが、年間でおそらく 200 日くらい興行をやりたいと思っています。バスケは 30 日です。ですので、逆に 170 日は音楽、格闘技、マイス、これというものはなく、あらゆるエンターテインメントをしたいと思っています。

央戸部会長

展示会のようなものもできるのでしょうか。

元沢委員

はい。展示会もできます。

央戸部会長

もう 1 つ気になっていたのは、元々政令都市クラスになるとかなり MICE に力を入れていきますが、残念ながら川崎はそういった大型の MICE 施設がないですね。大型のホテルもないということで、観光協会含めて人員不足もあり、MICE には全くふれてこなか

ったと思います。

札幌、福岡、名古屋は、ビジネストラベルやビジネス枠が多いと思います。MICE にもいろいろなスタイル大中小もありますし、こういった施設ができることによって、羽田からも非常に立地も良いですし、新幹線も品川駅や新横浜駅も近いと思いますので、いろいろな意味で、市民だけではなく、ビジネス客やインセンティブなど、いろいろな人を集客できると良いと思います。インバウンドでは、1つのターゲットになっていくと思いますので、今そのへんが全くふれられていませんので、MICE の要素も入れていく必要があると思いました。

武蔵小杉もずいぶん変わりましたが、川崎もだんだん集客施設やいろいろなところで都市としての規模がかなり多様化していく、エンターテインメント化していく、または人の集いを持てる場所が増えていくとすれば、そういった大きな人々の移動を「結節点」という話がでていましたので、そういった点もぜひ今後取組んでいけると良いと思います。

工業高校が出ていますが、すでにやっていることですが、私が前に申し上げた通り、環境教育・環境問題の観点で海外からこういった日本の環境の取組を学びたいということで、訪日教育旅行もかなりニーズがあると思います。小さいスケールですが、海外の子供たちに川崎に来ていろいろ見学や視察、勉強をしてもらうターゲットになってもらう。将来のインバウンドを育てるというものですが、どんどん入れてしまってもキリがないので、入れることが目的ではなく、今後いろいろな要素が出てくると思います。インバウンドの押し出しが少し弱いかなという印象は全体的にありました。先程、村山委員からもありましたが、台湾や香港はターゲット地域として出ていますが、やはりインバウンドは不可欠な対象だと思いますので、そのへんの押し出しも少し必要かなと全体を通じて感じました。

皆様方がいかがでしょうか。まだ少しお時間がありますので、お一方一発言ずつぐらいできますので、ご意見をお寄せいただきたいと思います。また進め方としては、今日の前半でかなり「ビジョン」については具体的且つ有益なコメントもありました。決めていけないところではありますが、「ビジョン」とその他をつめて、計画段階、そして最終的な取組が少し構成と構造をもう少し構造化した方が良いのではないかと考えています。具体的なコメントでご意見をたくさんいただきましたが、いずれでも結構ですので、それぞれぜひご意見があれば、一言ずついかがでしょうか。

ではお願いいたします。

久保内委員

宍戸部会長もおっしゃっていましたが、今気になっていて4の1ですかね？

インバウンドは、何かやり方を絞ってやらなければ難しいのかなと思っています。これも質問ですが、こういったものにプロモーションや具体的なアイディアがあるのかを教えてくださいたいです。

森担当課長

今現状につきましては、海外でプロモーションをしても、川崎の場合は埋もれてしまうというのが現状かなと思っています。それでしたら、都心には多数の外国人の方がい

らっしゃっていて、都心には宿泊施設等もありますので、そういった方々にどう情報を届けるか、というところをやっていきたいと考えています。

羽田空港もありますが、なかなか難しいというお話もございました。そこにどういったように届けていくかというところをしっかりとやっていかなければならないと思っています。

どちらかというと海外の旅行泊を全くやらないというわけではありませんが、都内や近隣地域からの誘客というところを重視していくべきかと思っています。

久保内委員

最近では地元の三溪園は場所も悪く、海外の人は来ないだろうなと思っていましたが、横浜市が地道に頑張り、かなり海外の人も多いです。先日久しぶりに行きましたが、とても多く、お店でも英語を話せるスタッフにしている、全て英語のメニューにもしていました。確かターゲットを中国に絞って、積極的に旅行雑誌にも出ています。ある程度ターゲットを絞ってやれば、同じく川崎大師などもいけるのではないかと思います。いろいろなところを参考にすれば良いと思います。

央戸部会長

その他いかがでしょうか。丸山委員お願いいたします。

丸山委員

質問ですが、取組案1と2がかなり重要ということで、取組案1はまちづくり的な観点で市民と盛り上げていこう、観光を市民に参加してもらい、そこでいろいろ拡散していくような、そういったイメージかなと思っています。

取組案2に関しては、どちらかというとDMOの話を軸に川崎市としての観光体制の中央的なところの話かなと思っています。

1と2は、関連性や結びつきなどのイメージは何かありますか。

森担当課長

1に関しては、丸山委員がおっしゃっている通り、地域の市民の方々がプレイヤーとなっていくというところでは、2との連動性というところは、1の部分で市民だけが主体的にやるというのは、なかなか難しいと思っています。

今現状、丸山委員は高津区で「まちの企画室」に取り組まれている、今は高津区の職員が入っていると思います。観光協会は地域のネットワークが全くないような状況でございます。当初についてはそういったところに我々も観光協会も入りますが、それらの場にDMOの職員が入り、地域の情報をしっかり組む仕組みにしていきたいと考えています。

丸山委員

どちらかというと2がいちばん最初にある上で、1の順番ではないのかなと思いました。かなり密接ですね。

森担当課長

密接です。

丸山委員

さらに取組案2にあるような官民調整合意形成をしたり、市内の事業者とのネットワ

ークや戦略、マーケティングなどのプロモーションなどがあったりですかね。さらに、下にある具体的な取組アクションも主として重要なアクションプランに関しては、2が直営でやるといったような部分やどこかの事業体と連携して、まちづくりや市民の発案のもとで生まれるものもあるのかなというようなイメージになると思います。

2と1も、同じようにひとまとめの土台としてイメージしているという整理でも良いのかなと思いました。そこから生まれていく、こういったものを考えています、というような整理でも良いかなと思いました。以上です。

央戸部会長

その他いかがでしょうか。

村山委員

1点よろしいですか。

央戸部会長

はい。よろしくお願いします。

村山委員

ありがとうございます。いくつかの議論が聞こえなかった部分がありますので、重複するかもしれません。

全体をもう一度見返して改めて思ったことは、今日の最初の議論ですが、「ビジョン」のところのキーワードとして、「楽しさ」「わくわく」「かわさきスタイル」ですね。いくつか議論はあったと思いますが、10ページの「ビジョン」のところですが、「楽しさ」など、そのあたりの解像度が上がり、イメージが共有できるスライドがあると良いと思いました。

例えば、「川崎には人が生み出す楽しさがある」それはどのような楽しさなのかというところが、いくつかの具体的なイメージ。取組の「ディープかわさき」というキーワードのイメージ。確かに私も「ディープ」なところもあるなど感じています。他の地域の「ディープさ」の違いはなんだ、というところも、もう少し見ていけると面白いかなと思っています。ディープなところが他にもいくつかある中で、川崎のディープさって何だろうというところもあるのかなと思います。そのあたりの具体性やイメージがあると良いかなと思います。

我々が他の方に、今回この計画の「ビジョン」や決め手となる部分を聞かれたときに、一言で答えられるような、何か共通イメージみたいなものがあると良いかなと思っています。

あとは、ベンチマークというか、参考になる他の都市がイメージとして持てれば、そこに視察に行くというのを今後の計画の中に組み込めると良いかなとも思いました。やはりコアとなる、まちづくりの核となるような方々が一緒に同じものを見て、こういったものを川崎は目指したいよね、というような、完全に一致するものはないと思いますが、断片的に参考となるような事例や取組などがあると良いと思います。そこに対して、聞いたりするのではなく、実際に見に行く、みたいなもの、やはりとても重要なかなと思います。そのあたりを含め、検討していけると良いのかなと思います。

まずは観光振興計画の資料作りという観点においては、「楽しさ」「ディープかわさ

き」「わくわく」「かわさきスタイル」そのあたりのイメージを共感できるようなところが作れると良いのではないかなと思いました。いかがでしょうか。

央戸部会長

はい。ありがとうございます。時間も限られてまいりましたので、ぜひ最後言い残しておきたいことがあれば、遠慮なくコメントをいただければと思います。いかがでしょうか。

先程の丸山委員のご意見は私も同感に思っております。取組1と2は、やはり2をしっかりとしていく中で1が生きていく感じがしております。やはり私もずっと思っていて、いろいろな観光スタイルがあると思いますが、川崎の観光がしっかりと機能していくような体制があって、初めてどういった観光のまちにしていこう、ということになると思います。

またこういった取組やキーマン、組織があって、初めていろいろなものが掘り起こされていくと思います。そこがまた軸となり、市民を巻き込んだり、いろいろな取組・体制づくりであったりなど、そのあたりのコンテンツなどですかね。

私も大事だと思ったのは、誰がどんなことをしていくのか、例えばDMOがあったとしても、観光協会のDMOは自主的にやる事業だと思います。かといって全てDMOが観光事業を支えるわけではないと思います。それ以外にも常に既存のイベントやお祭りなど、全部は無理としても、重要なものがあると思います。スポーツ局のようなスポーツ関係の部署との関わりも絶対必要不可欠だと思います。いわゆるネットワーク的に地元の事業者さんがやっていくような、それを育てていけるような、自主事業のようなものとかですね。立ち位置が違うことで、さまざまな取組もあると思うので、そういったものも、いくつか階層的に3つ4つ分けて、川崎の観光を作っていけると、もう少しいろいろな取組がわかりやすくなっていくのかなという気がしました。

さて本当にお時間が無くなってまいりますが、いかがでしょうか。

竹原委員

今までのお話しは全く同感です。当然ですが、やはりDMOだけでいろいろなことができるわけではないと思います。先程のエリアマネジメントのお話しもありましたが、例えば川崎大師では、NPOになっているわけではありませんが、川崎大師地区を盛り上げよう、という市民の団体があります。その団体さんが、川崎大師のDMOみたいなものを目指したいみたいなこともおっしゃっていたりするので、そういったところは他にもあると思います。そういったところが連携、役割分担みたいなものも、とても大事だと思います。そういったところがどこにあるのか、誰がやっている、というところも、きちんと区の観光協会や商工会議所からの情報収集もとても大事だと思いました。たまたま大師は繋がりがありましたので、その方がそうおっしゃっているというのは知っていました。

央戸部会長

他いかがでしょうか。

丸山委員

10ページの「ビジョン」が最初の話ですが、今度11ページからは、フェーズ1のタ

ーゲット①やフェーズ1のターゲット②、ターゲットが15ページくらいまで続くのが、これはこれでよくわからないといいますか。よく読めばもちろんわかりますが、コアな本質をここで捉えられないのではないかと思います。

もしかすると、ターゲットをもう一度この「ビジョン」に「楽しさを創造し続けるまち」や「わくわく観光かわさき」となったときに、それを実現するためのターゲットというのは、やるべきことがもう少しスリムになる気がします。

もしくは先に、この体制の話がきても良いのかなと思いました。それを実現するためには、どういった体制が必要なのか、こういった取組をメインで考えていて、その流れの中でターゲットにしていく。

「ターゲット」はいろいろありますよね。体制的な「ターゲット」を指している場合もあります。エンドユーザー的なユーザーっぽい「ターゲット」いわゆる「ターゲット」の話をしている部分もあり、ごちゃ混ぜになっている気がします。

一緒に作っていきこうという体制的な話は、「ターゲット」とは言わなくても良いのかなと思いました。観光をどのように実現していくという体制の話と、それらを経て、ユーザー的にはどういった対象、お客として、そういった意味での「ターゲット」の方が良いのではないかと思います。できれば、この「ターゲット」のところも整理するか、順番を変えるか、今の意見を整理していただけると、よりこの資料がしっくりする感じがします。

央戸部会長

はい。ありがとうございます。

そうですね。プレイヤーと集客する対象は若干混在しているので、印象の仕組みがあるかもしれないですね。

ありがとうございました。その他いかがでしょうか。だいたいよろしいでしょうか。はい、どうぞ。

竹原委員

すみません。先程インバウンドの押し出しが弱いのではないかと、というご意見があった中で、インバウンドのターゲットが香港と書かれていて、そこだけ、「あれ？」と思いました。そこだけ地域を特定したターゲットの書き方になっているかな、と少し思いました。それに限らずということで、欧米や豪もあるかと思いました。少しそこが気になりました。

央戸部会長

実は私も少し気になりまして、根拠としてはリピーター率が高い、単純にたくさん来ているから川崎も来てくれるのか、という考え方なのか。

先程のご指摘にもあったように、川崎の魅力に関心があるのか。もちろん川崎の何がというところですが、日本の観光に関心を持つのはどういった国の人なのか、もしくはアニメや映画など、そういったところで20代や30代の若い世代なのか。それもきっと本来必要なのかなという気もします。

先ほどの教育旅行は子供たちになりますし、ビジネスは大人になると思います。そうになると、事業所と直接関わりがある国はどこなのか、などになると思います。それも必

要な点だと思います。ありがとうございました。

他いかがでしょうか。よろしいでしょうか。

最後に2つだけ、私の方からお伺いしたいことがあります。先程、丸山委員からもお話しがありましたが、どのように打ち出すかというのは、前に私も申し上げたと思います。私も8ページくらいお見せした部分ですが、アクションプランなのでかなり実効的なプランですね。一応こちらは今回、市の方が頑張ってもらっしやると思いますが、観光振興計画というところで、前回オーソドックスな作り方をしました。

今回こういった形で打ち出すということは、2年ということを書いていくとなかなか難しく、具体的にやっていくというより、どういったまちにしていくかというのが、なかなか難しいと思いました。表現をどうするかというのがかなり重要なので、あと1回では難しいのかなと思います。そのへん、全体的なものがあつた中で、実際にアクション的なものを抽出していくのか、補足的になってくる部分は考え方が違ってくると思います。

実際に、3から6のところは、やはり組織が動くことによって、いろいろな活動に繋がっていくと思います。そのうえで、組織を作るということを今回かなり川崎では重視していると思います。そういった意味では、その辺は共有しながら、書ききれない部分もあると思います。

今回の計画上、12年間というかなり長いスパンでこの計画が、市の計画とも連動するということで作られていくと思います。12年間でフェーズ1からフェーズ2の中に、例えばここで再検討して再設定をしていく。また新しいものをアップデートして作っていく。このへんがどうなるかによって、今回どこまで打ち出すべきか。

2回目、3回目もやっていくということが、ある程度共有できたり、場合によっては市民へのメッセージが送れれば、今回第一弾的に大きなところを打ち出しているということはわかりやすいと思います。

こういったものは、内々の資料だとすると、もしかして抽象的なことしか書いてないと思われるのか、逆に具体的なことしか書いてないと思われるのか。このへんは、市民や民間の事業者など、ミッション的には小さい話ですが、事業者の方にこういった「ビジョン」をしっかりと周知したい、ということは強く思っていました。

逆に我々も知らない、観光協会の方々も、地域で何をやっているかわからない、というのはあると思います。地域の方々も、市が何をやろうとしているのかわからないというのはあると思います。そのへんをうまく繋げるような「ビジョン」や観光計画が本来はあり、それを有効にしていく。

先程のようにわかりやすいキーワードを使っていくとかですね。いろいろなことが出てくると思うので、そのへんはまた改めて議論していきながら、最終的にこういった形で計画を出して、8月ということですね。

最終的なものは少し先だとは思いますが、そこがとても重要な時期に入ってきたなと思います。今までは夢を語ってきたと思いますが、今度テクニカルなところに入ってきているのかなと実感を持っています。

もう1点ですが、財源の問題がかなり大きいと思っています。市の担当の方も希望は

あると思いますが、実際にこれだけのDMOを動かすとなると、本来、DMOは自主財源を稼ぐということを言っています。なかなか稼げていないのが、ほとんどだと思います。実際、市がどれだけ出していけるのか。難しいかもしれませんが、いろいろな地域で宿泊税など財源確保の議論が始まっております。今の段階で宿泊税まで入れる必要はないと思いますが、そういった点も今後議論が必要かなと思いました。

すみません。最後まとめていくつか補足をしてしまいました。

他、何か言い残していることはございますか。よろしいでしょうか。

皆さん、どうもありがとうございました。では、お時間も参りましたので、本日の議事はここで全て終了とします。第5回川崎市観光振興計画検討部会を閉会させていただきます。この後、事務局にお返しいたします。どうも皆様方、ありがとうございました。

森担当課長

宍戸部会長ありがとうございました。事務局から、いくつか補足をさせていただきたいと考えております。

まず検討スケジュールですが、本日さまざまなご意見をいただきましたので、次回が8月25日となっております。一度、本日整理をしたものを正式な案にし、考え方をまとめさせていただきます。可能であれば、7月の下旬から8月上旬くらいで、もう一度部会の設定をしたいと思います。皆様の日程が合えば、オンラインや書面を含めて、調整をさせていただきたいと考えております。そうしなければ、皆様からいただいたご意見を含め、最終的なものが出来上がらないと思います。設定をさせていただければと思いますので、どうぞよろしくお願いいたします。

また「ビジョン」のところで、元沢委員から「観光・ビジネス・交流の結節点となるまち」について質問がございました。元々川崎は、ビジネスで非常に来ていらっしゃる、というところもありますし、羽田空港や都内から近い、「結節点となるまち」であろう、というところもあります。ビジネスや観光に来る方が地域の方々と交流するような「結節点」になればという意味合いで入れていたものでございます。

今いろいろご意見をいただきました中で、2つにこだわっているわけではございません。こういった「結節点となるまち」というのは、非常に重要だと思っております。そういったところを、ミッション、取組に入れていければと思っております。

「ビジョン」については、1つの方向で少し考えていければと思っておりますが、一応、市の内部で上まで上げているところでございますので、少し調整をさせていただきながら、できればと思っております。よろしくお願いいたします。

それでは、事務局からは以上でございます。本日のご意見については、後日議事録等も皆様に確認していただきたいと思いますと思っております。本日は幅広いご議論ありがとうございました。

一同

ありがとうございました。

以上