

第6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8月1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 宍戸部会長、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、濱野委員、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、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6回川崎市観光振興計画検討部会 次第」と記載のある資料がございます。次のページから下の方の真ん中にページ番号の記載がございまして、1枚目から59枚目までございます。

2枚目から21枚目までは、8/22に議会へ報告する「次期川崎市観光振興計画の考え方（案）」です。22枚目から29枚目までは、市民、事業者の皆様と旗印とする「川崎市観光振興プラン2026」案です。30枚目から59枚目までは、前回の第5回の検討部会資料です。今回と前回とでテイストも変わっておりますので、つけさせていただきます。

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。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11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

みなさん、こんにちは。お忙しいところ、お集りいただきまして、ありがとうございます。急に部会長がオンラインで大変申し訳ございません。なるべく問題なく進めたいと思いますが、少し画面が小さい関係で当てたりする際に少し分かりにくいところがあるかもしれません。市の方にサポートをいただきながら、進めたいと思います。

それでは資料に沿って進めさせていただきます。まず各資料について、事務局からまとめて説明をお願いいたします。20分程度を想定しております。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。資料の2ページ目をご覧ください。こちらは、「次期川崎市観光振興計画策定に向けた基本的な考え方（案）」でございます。これまで、お示しをしていたところですが、庁内の会議等を経ました。前回までの資料は、振り返りやこれまでの策定にあたった経過がございました。その部分を庁内等から指摘を受けましたので、今回まとめさせていただきました。

資料をご説明いたします。次のページをご覧ください。目次としましては、1から6ございます。それぞれ分かれております。

次のページをご覧ください。“1 次期「川崎市観光振興計画」の概要”でございます。

(1) 策定趣旨でございます。1 つ目は、本計画は、川崎市における観光まちづくりの新たな推進方策を定めるものであり、令和6年度から、附属機関である川崎市観光振興計画推進委員会において、次期「川崎市観光振興計画」の策定に向けた川崎市観光振興計画検討部会を設置し、検討を進めてきたところでございます。

最後のところですが、策定にあたっては、単に行政が立案する計画に留まらず、市民や事業者との「共創」による、実効性と共感性を兼ね備えた計画となるよう、策定作業を進めてまいります、としています。

(2) 次期「川崎市観光振興計画」の位置づけ、でございます。本計画は、川崎市の上位計画である「川崎市総合計画」との整合性を確保しております。また、経済労働局の「次期川崎市産業振興プラン」等の関連計画とも連携をしているところでございます。今回の観光振興計画は、観光分野における個別計画として、本市の観光振興を総合的かつ計画的に推進するための方向性や考え方を提示し、持続可能な観光まちづくりを推進していく指標となる計画と位置づけております。

次のページをご覧ください。“2 現行の「新・かわさき観光振興プラン」の評価等”についてでございます。こちらは、簡単にご説明をさせていただきます。概要は、3つの目標と12の戦略を立て、全168項目の取組で構成しております。また、こちらは毎年度附属機関での取組評価を導入しているところでございます。複数の指標設定による進捗管理をしております。

次のページをご覧ください。(2) 新・かわさき観光振興プランの主な取組成果についてです。①から④の取組がでございます。①産業観光・工場夜景観光の定着・拡大②海外への魅力発信③観光客の受入環境の充実④戦略的な外国人動態分析調査の実施などの主なところを入れさせていただきました。

次のページをご覧ください。(3) 毎年度の取組評価でございます。毎年、条例に基づく附属機関である親会の「川崎市観光振興計画推進委員会」の方で、やっているか、やっていないかという評価をしております。赤字の部分が、取組の平均値まで達していないというところです。7、8、12が課題となっております。

次のページをご覧ください。③定量的目標の状況でございます。入込観光客数につきましては、新型コロナウイルス感染症の影響に伴い、令和2年以降、大幅に減少し、コロナ禍も回復に至っていない状況です。また、工場夜景・産業観光ツアーの参加者数、宿泊客数、外国人宿泊客数については回復をし、令和6年度に過去最高を更新するなど、目標を

上回り、着実な成果を収めております。

次のページをご覧ください。(4)川崎市観光振興計画推進委員会からの次期観光振興計画に向けた主な意見でございます。現行の計画は、ハード・ソフト事業や、地域事業・大規模事業等が168項目あり、混在しておりました。重要度が見えづらいということもありましたので、シンプルな構成にする必要があります、と指摘を受けました。インバウンドといっても市場が広いため、ターゲティングをする必要があるだろう、というところでした。

次のページをご覧ください。“3 観光を取り巻く社会環境の変化と本市の現状等”でございます。(1)国内外の観光動向でございます。2024年における日本国内の旅行消費額は34.3兆円に達しております。そのうち、訪日外国人旅行消費額は8.1兆円を計上するなど、過去最高の水準を記録しているところでございます。訪日外国旅行者数につきましては、3,687万人と過去最高値を更新しております。

次のページをご覧ください。(2)国の観光の捉え方の変化でございます。観光庁は「新時代インバウンド拡大アクションプラン」において、「外国人観光客を呼び込む」という観点から、さらに視野を広げ、ビジネス分野、教育・研究分野に広げ、少しインバウンドの定義が変わって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。(3)本市の現状でございます。先程の表でもございましたが、令和6年の本市における宿泊客数228万人、そのうち外国宿泊客数30万人と過去最高となった一方で、令和5年度に実施した外国人動態分析調査における消費動向では、複数業種の使用は少ない。例えば、市内に宿泊をした方が、市内の飲食店や小売店での消費行動が少ないという状況になっております。

次のページをご覧ください。3 本市のポテンシャルでございます。本市の強みは、その卓越した地理的優位性にあります。羽田空港から約20分、品川駅や横浜駅から1駅と交通利便性があります。本市は多岐にわたる魅力的な地域資源がございます、というところ です。

次のページをご覧ください。“4 次期「川崎市観光振興計画」策定に向けた課題と計画の方向性”です。(1)評価や環境変化等を踏まえた課題といたしまして、①から④を踏まえ、(2)次期計画の検討にあたっての方向性を5つ定めているところでございます。

ここまでが昨年の4月までの状況になります。

次のページをご覧ください。そういった状況を踏まえ、皆様にご議論をしていただいたところでございます。(1)附属機関における主な意見として、少しまとめさせていただきました。そもそも附属機関というのは、観光振興計画に向けて、検討をするために設置をしたものでございます。附属機関の皆さんのご意見をいただきながら、「次期川崎市観光振興計画」に反映できるように、作業を進めているところでございます。

1<計画の分かりやすさ、誰に伝えるのかに関する意見>でございます。例えば3つ目の、いわゆる行政計画といった、市民が馴染みにくい計画ではなく、皆が手に取りやすく、一緒に観光を作っていけるような計画にしていくべき。また、市民・事業者と共感できる分かりやすいビジョンを掲げる必要がある。どこにでもある文言ではなく、川崎らしい表現にする。となっております。

2<川崎らしさ、ポテンシャルに関する意見>でございます。市内には、昔ながらの飲食店など、個性的なお店も多い。少しディープで雑多なところも川崎の魅力だと思う。昼も夜も楽しい、いつでも楽しめる、作られていないそのままのライフスタイル、肩肘はらずにいられるのも魅力だと思う。というような意見がありました。また2つ目に、プレイヤーを増やしていくことが、まちの魅力につながり、川崎らしい観光の創出になる。プレイヤーを増やす仕組みが重要である。と記載をしております。

次のページをご覧ください。3<ターゲット（どのような人に川崎へ誘客したいかに関する意見>でございます。これまでターゲットを入れていたところに沿って、入れさせていただきました。川崎らしい観光を創造するプレイヤーが少ないので、まずは、プレイヤーを増やすことを優先するべきではないか。新しいものを作って湯客するではなく、そのままの川崎の魅力を感じている人は多くいる。そうした人を誘引することが重要ではないか。4つ目に、まちの活力を継続・拡大するためには、今、来訪していない20代・30代の若者を誘客する必要がある。と記載しております。またインバウンドに関しては、一定程度のターゲティングが必要ではないか。と記載しております。

4<誘客（ターゲット）に向けた取組・体制に関する意見>でございます。最後の方に記載がございますが、産業観光・工場夜景観光は、川崎らしい観光として育ってきており、さらに、定着・拡大していくべき。観光まちづくりを推進していくためには、地域のプレイヤーと継続してつながりながら、取組を進める必要がある。そのためには、長期的な視点をもって、共創する観光推進体制が必要である。観光協会のDMOを見据えた意見でございます。

次のページをご覧ください。“6 次期「川崎市観光推進計画」の基本的な考え方”でございます。(1) 策定の目的でございます。「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つくる」こちらの計画につきましては、市民、事業者、観光協会、行政をはじめとする川崎に関わる全てのステークホルダーが主体を持ち、観光まちづくりを共創していくという、本計画の根幹となる推進原則を表明するものでございます。

(2) コンセプトでございます。「川崎のありのままの魅力に光をあて、住む人・訪れる人が共に楽しい“川崎らしい観光”を目指します」としております。

次のページをご覧ください。ビジョンでございますが、前回2つありましたが、もっと分かりやすく簡潔にということでした。その後、市長へ3回ほど入らせていただき、50案ほど意見が出まして、こちらに決まりました。「ヒルカワ・ヨルカワー川崎の昼と夜。ひとつのまちで、ふたつの旅。」こちら「ヒルカワ・ヨルカワ」というところは、市長からもお話をいただきました。「ヨルカワ」というのは、ナイトタイムエコノミーを始めたときに、「夜も楽しい川崎」ということで「ヨルカワ」という文言をつけさせていただいておりました。この言葉を覚えており、昼も楽しく、夜も楽しいというイメージをもっていらっしゃるのではないかと思います。副題をつけないと、なかなか分からない部分もあると思いますが、現在、我々で副題を検討させていただいており、確定をしていない状況でございます。

(4) 本計画の構成でございます。こちらは、何度もご説明をさせていただきましたが、全体を12年としています。ビジョンについては12年、計画期間を4年ごとに設定し、各

フェーズに分けております。具体的なターゲット設定、取組、推進体制の適時見直しをして、その後の4年に繋げていきたいと考えております。

次のページをご覧ください。(5) フェーズ1の重点ターゲットでございます。まず、設計者・プレイヤーとしましては、「1. 交流を生み出し、観光カルチャーを創造するひと」としております。「2. ありのままの川崎をポジティブに捉える国内外のひと」としております。3つ目は、「3. 川崎に来る“ビジネスパーソン”」としております。4つ目は、「4. 20代～30代の国内外の若者たち」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。(6) エリアごとの魅力でございます。川崎といっても、川崎駅周辺と麻生区では全く異なります。例えば川崎駅周辺では、エンターテインメント、ナイトタイムなどが充実しております。麻生区では、農・アート。多摩区では、自然・文化などが充実しております。また、電鉄もさまざま走っております。どこから誘客をするのか。どういったところから訪れるのか。ということ踏まえ、エリアごとに考えていく必要があると思います。

次のページをご覧ください。(7) 取組の視点と方向性でございます。「川崎の魅力を発信する」というところで、4つ取組を記載しております。①川崎ローカルの発信強化②周辺地域・羽田空港からの誘客促進③市独自の魅力の発信と分析④市内産業の人材確保に資する産業観光の促進を入れております。「川崎を訪れたいと思ってもらう」という視点ですが、⑤若年層・未来層に選ばれるブランディング⑥観光データの収集、分析、活用と入れさせていただきました。

(8) 推進体制等のポイントでございます。①市内各エリアにおける観光まちづくり推進体制の構築というのは、プレイヤーを増やしていく、という取組をイメージしております。②観光促進体制の機能強化です。長期的な視点と戦略をもった地域に根差した観光促進体制を構築します。というところです。

(9) 今後のスケジュールを下に入れさせていただいております。こちらの取組や促進体制のスケジュールに関しては、本編ではもっと詳しく入れる予定でございます。

ここまでの、8月22日に報告をする「基本的な考え方」でございます。

次のページでございます。こちらは、市民・事業者等と掲げる旗印にするような、市民の共感を得ていくような視点で作らせていただきました。

題名といたしまして、「-ヒルカワ・ヨルカワ-」川崎の昼と夜。ひとつのまちで、ふたつの旅。旅というのは、楽しいこと。2つの楽しさ、というところでございます。こちらでは、さまざまな提案をしております。下段でございますが、「これは、観光の力で川崎をもっと楽しくしていくための設計図です。住む人も訪れる人もともに幸せになる川崎の観光カルチャーを目指して。」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。まずは、訴えるようにしています。「川崎で観光——ちょっと意外?」「実はもう、川崎って観光されてます。」実は川崎では、年間1000万人以上の方が観光施設に訪れていることや、年間200万人以上の方が市内に宿泊をしています。さらに「東京でも横浜でもなく川崎を選ぶ人」が、すでに一定程度います。アクセスの良さというところも、“たしかな川崎のポテンシャル”と考えているところでございます。下に、令和6年度の宿泊者数等を記載しております。

「観光」＝まちを楽しむこと、だったら？という形で、「観光」と聞くと引いてしまう部分があると思いますが、「まちを楽しむ」というところになると少しハードルが下がるのではないかと思います。当たり前に暮らしているまちにも、誰かにとっての“非日常”になる景色や文化が散らばっています。といった形で訴えております。遠くの温泉地よりも実は銭湯、リゾート地に行くよりも裏道のカフェに行くなど、写真や図を入れながら訴えていきたいと思っています。「観光って、川崎にも関係があるんだ」そんな風に思ってもらえたら、この計画はすでに少し完成です。としております。

次のページをご覧ください。「このまちには、いくつもの“川崎”がある」というところで、こちらは川崎にはさまざまな文化がありますので、市域のエリアを入れて、北部南部の観光資源を少し入れていきたいと思っています。

「観光は、まちを再発見し、楽しみなおす手段。」というところで、観光は川崎をもっと良いまちにしていけるための、“ひとつの視点”、“ひとつのチャレンジ”です。としています。「観光って誰かにきってもらうことがゴールじゃない。まちの魅力に光をあてて、もっと楽しんでいくこと」と記載しております。

次のページをご覧ください。この辺りは少し計画のようになっているところがございます。「背景と目的」として、10年先、住む人と訪れる人がともに幸せを感じる川崎であるために、としております。

また、「この計画のコンセプト」として、市民・事業者とともに掲げる、観光のまちづくりのシンプルな旗印、としております。

「川崎の観光を盛り上げていくのは？」この計画を読んでもくれたあなたは、もう #川崎観光の仲間です。と訴えているところでございます。

「計画の構成と期間」は、先程ご説明をさせていただいた通りでございます。

次のページをご覧ください。ビジョンとして、「ヒルカワ・ヨルカワ」としております。昼と夜それぞれの違いを記載させていただいております。ターゲットも記載をしております。

次のページをご覧ください。こちらは、取組になります。“「探す・伝える」 #川崎観光プロモーションです”としております。

次のページでは、“データを活かす！ #川崎観光マーケティング”や、“訪れてみたくなる #川崎観光ブランディング”と記載をさせていただいております。もしこちらにどういった数字を目的として入れていくか、というところでは、KPI を入れさせていただこうと思っています。

次のページをご覧ください。体制というところでは、「市民・事業者⇄観光協会・市 それぞれがもっと連携を」というところがございます。 #川崎観光は、みんなで育てるプロジェクトという形で訴えております。

さらに「 #川崎観光を動かし続けるために」というところでは、計画は、動かして、見直して、育てていく。この計画では、毎年「やってみる・振り返る・見直す」を積み重ねて、 #川崎観光を育てていきます。としております。

下の方は、前回のお話しにも出た、観光推進体制の強化やハード面、財源の検討も入れさせていただきました。ここに入れることが適切かどうかは分かりませんが、今回の部会

の中で意見が出たところをなんらかの形で政策に反映ができるようにと考えております。

次のページからは前回資料でございますので、説明については割愛をさせていただきます。説明は以上でございます。ありがとうございます。宋戸先生よろしくお願いいたします。

宋戸部会長

ありがとうございました。今、説明があったと思いますが、主なポイントとしては、まず3点ございました。今回新しく2ページから21ページまでのところで、「基本的な考え方」が追加され、この計画に至った経緯などが説明されました。これについてご確認やご意見をお願いいたします。

2点目については、最後にまとめて説明がありました、22ページから29ページの市民や事業者に向けて掲げる「川崎観光振興プラン2026」の案ですね。この内容の確認や追及すべきものがないかどうか、ということでございます。

3点目としては、「最終的な取り組み体制についてのご議論」について考えていきたいと思っております。

取組の具体例は、51や59など前回の資料に入っていますので、こちらが議論不足というところもありますので、考えていこうということでございます。

まず、あまり時間がないですが、この3点について少し区切ってご意見をいただきたいと思っております。

まず1点目の「基本的な考え方」ですが、少し行政的な流れとして、今回加わった2ページから21ページについて確認いただきまして、その中で何かお気づきの点がないかどうかを今から15分程度で話し合っていこうと思っております。その後、2つ目の論点である、実際に市民に提示をする「川崎観光振興プラン2026」について、16時20分くらいまでの40分程度で時間を取っていききたいと思います。

進捗状況によっては、オンラインの方もいらっしゃると思いますので、5分程度の休憩を取りたいと思っております。最後に3つ目の「最終的な取り組み体制について」いろいろとご意見をいただきながら、16時55分を目途に議論は終了し、事務局よりご連絡をいただきたいと思っております。

では、3つの論点で考えていきたいと思っております。最初の2ページから21ページでございます。既に簡単にご説明がありましたが、何かこの点で質問やお気づきの点があればご遠慮なくお申し付けください。少し私の方ですぐに分からなかったりしますので、手を挙げていただき、オンラインの方は手を挙げたマークなどをお願いできれば幸いです。3名は見えていますが、会場で手が挙がりましたら、市の方もサポートをお願いいたします。どなたかございますでしょうか。

いらっしゃるようでしたら、せっかくですので順番に一言ずついただきたいと思っております。質問やご意見でも構いませんので、村山委員からお願いいたします。最後はオンラインの方をお願いしたいと思います。時間が限られておりますので、短く絞った中での発言をいただきたいと思っております。ではまず村山委員からお気づきの点でございますでしょうか。

村山委員

はい、ありがとうございます。

まず、他の計画との連動性を含めて、わかりやすくまとまっていると思いました。それを踏まえた上で、課題もあったと思います。例えば、インバウンドの観光等に取り組む人材育成は、これに対しての回答を踏まえて、今期はこうなるという関係性などが分かりやすくは伝わってこなかった感じがしました。その辺りはいかがでしょうか。

森担当課長

実はその辺りは、課題と今後の方向性というところが計画の中でまとまりきれていませんので、整理をしていこう思っております。特にインバウンドの人材育成につきましては、昨年度から個人のローカルツアーを作るためのガイドの育成など、試行的に実施させていただいております。今年から、川崎市の委託事業としてもインバウンドビジネスの実践ということで養成をしております。そういったところを広げていくことで、インバウンド対応の人材育成に繋がっていくのではないかと考えております。そうした課題と方向性、今後の計画というところで、うまく繋げるようにしていこうと考えております。

村山委員

ありがとうございます。私からは以上です。

央戸部会長

ありがとうございます。それでは渡辺委員いかがでしょうか。

渡辺委員

はい、お疲れ様でございます。非常に分かりやすくまとめていただき、かなり心に響く資料になっていると思います。私が一番気に入っているのは、13 ページの右下の写真です。みなさんご存じかもしれませんが、川崎市で取れたぶどうで、川崎市内で醸造をし、川崎市内で絞ったワインですね。オール川崎市のワインです。100 周年の 100 本限定で販売しましたが、15 分くらいで売り切れた代物です。私は、まだ一口も飲んでいません。

やはり私は、多摩区や麻生区に偏ってしまっていますが、こういったものも川崎市の強みだと思います。黒川に行くと、「えっ、ここも川崎なの」という田園風景が広がっておりますので、そういった部分も力を入れて進めたいと考えております。以上でございます。

央戸部会長

ありがとうございます。では続きまして、丸山委員お願いいたします。

丸山委員

はい、お疲れ様です。私からは、庁内での様々な調整があったというお話を聞いて、市長の案などを聞いて、というところがあったと思います。前回までの話の方向性があったと思います。それが今回のまとめにおいて、なにか庁内で引っかかる、あるいは方向性をす少し変更した方が良いのではなど、これまで話し合ってきたものが、今のまとめでいうと簡潔にどうなったか、というところはいかがでしょうか。

森担当課長

簡潔に申しますと、最初議会での行政計画のまとめの際に、シンプルに 22 ページか

らのだけにしようと思いました。そうしたところ、行政計画に至るまでの過程をきちんとまとめないと、行政計画とは言えない。それは市民に響くような資料を別途作成するのは良いが、これはこれとしてまとめてほしい。ということがございましたので、そういった意味で、最初の 20 ページまでは、行政っぽい計画になっているところがございます。

しかし方向性など、この部会で議論をした最終的な目指す街や実行すること、ビジョンなどの方向性は変わっていない。ビジョンにつきましては、「わくわく」が良いのではないかなど、もう少しキャッチーな言葉が良いのではないかと、ということがございました。市長まで入り、最初は「わくわく未来工場川崎」はどうかとなっておりましたが、工場は響かないのではないかと、ということもございました。その後、12 案くらい出まして、「未来のわくわく、川崎にぞくぞく」を提案したところ、「そうだ、京都へ行こう」のような、もっとキャッチーにした方が良いのではないかと。その後も、40 案くらい提案をしたところ、結果市長が「ヒルカワ、ヨルカワ」にしましょう。ということになりました。

気持ちは一緒に、シンプルにキャッチーで皆様に惹きつける言葉にしたいと思っております。「ヒルカワ、ヨルカワ」をどのようにイメージをしていくかというところが大事だと思います。

以上のことから結果、方向性としてはあまり変わっていないと思います。

丸山委員

ありがとうございます。個人的に「ヒルカワ、ヨルカワ」は、覚えやすく、浸透しやすいので、とても良いと思いました。今後の取組も整理がしやすいと思います。

前回の最後の方のお話で、資料でいくと最後につけていた資料が前回のものだと思います。例えばフェーズ 1 は、設計者や観光・街づくりのプレイヤーを増やしていこうというのが取組だったと思いますが、こちらは生きているということですね。

森担当課長

今回は「基本的な考え方」を提示します。次回は全体の計画の中では、さらに取組や体制は細かく入れていく予定です。その際は、具体的に文章に入れていこうと思っております。

丸山委員

なるほど。私からは以上です。

央戸部会長

ありがとうございました。経緯のご説明として、分かりやすかったと思います。

では、元沢委員お願いいたします。

元沢委員

はい、ありがとうございます。

1 点質問も含めて確認させてください。18 ページの「ヒルカワ、ヨルカワ」の細かいビジョンですが、一番下に記載してある部分がかなりポイントでしょうか。遠くに出かけなくても、川崎に訪れれば昼も夜も楽しめるよ、という部分がポイントという理解でよろしいでしょうか。

森担当課長

ありのままの川崎、そのままの川崎というのを楽しんでもらいましょう、というところがございました。川崎は昼も夜も楽しめて、遠くに行かなくても川崎の魅力を非日常として感じられるのではないかと、というところでございます。

元沢委員

はい、ありがとうございました。

そうなりますと、私だけがそう感じてしまっているのかもしれませんが、東京や横浜とも、争うつもりはないとは思いますが、本気でという感じでしょうか。

森担当課長

そうですね。争うというよりも、川崎には東京や横浜にない魅力がありますので、そういったところから、川崎って面白いところだよね、と認めていただき、来てもらえるようにしていこうという整理です。

元沢委員

そういうことですよね。そうすると、22 ページの「ヒルカワ、ヨルカワって例えば」みたいなところが、網羅性というよりかは、例えば惹きつけるいくつかの事例が大事になってくるのではないかと思います。

7つの区を総合的にというのは平等性の観点かと思いますが。しかし切り口が、現在のストーリーの例えばというところが、これを見て、渋谷でいいやと思われてしまうかなと思います。

例えば、私は本社が渋谷のため、川崎と渋谷を行き来しています。現在の切り口だけだと、渋谷でいいやと思われてしまいます。この4つの切り口は、例えばだと思いますが、どう魅力的にしていくのかというのはいかがでしょうか。

池田観光・地域活力推進部長

表紙のページなので、ここで掴めないと言えども皆さんがいいねと思ってもらえないと思いますので、重要だと思います。こちらは、まだ仮でしょうか。

元沢委員

仮ですよね。

池田観光・地域活力推進部長

こちらは、ブラッシュアップしていきたいところですよ。ありがとうございます。

元沢委員

はい、ありがとうございます。

央戸部会長

ありがとうございました。恐らく、2 番目の論点は具体的な内容、全体的な流れは 18 ページに記載がありますが、引き続き議論が必要だと思います。

吉岡委員お願いいたします。

吉岡委員

きちんと1つにまとめていただき、ありがとうございました。大きく変わったところは、ビジョンがシンプルになったところだと思います。私もこのビジョンは、とても良いと思います。なんとなく昼と夜というところ、都市と自然など、二面性があるのかな

と思いました。毎回議論をする中で、少しギャップがあり、商店街のような昭和な部分がありつつ、ラゾーナのような近代的な部分があると思います。先程、元沢さんがおっしゃっていた、東京や横浜にない魅力というところも、さらに掘り起こしをしなければいけないかなと感じました。

「ヒルカワ、ヨルカワ」という、この後の川崎の昼と夜というのは、仮というお話しでした。二面性やギャップという言葉が合わないと思いますので、ここの言葉をもう少し深掘りできたらなと思いました。以上です。

央戸部会長

ありがとうございました。これからまだ回っていきますので、同じような内容であれば、ないということでも構いません。2回目はオンラインの方にもお願いしたいと思います。

では、萩原さんお願いいたします。

萩原委員

今までの議論の中で、最後の観光の街づくりの仕組み作りがとても大事だよね、というところが、今回は一般市民向けに作成したパンフレットなのか分かりませんが、ほとんど落ちていると思います。結局今のままでいいじゃん、別に何もしなくても川崎って楽しいよね、と終わってしまっただけは何もならないので、その部分が少し心配です。

昼も夜も楽しい川崎で、いつも何かをやっているよね、と終わってしまっただけはいけないと思います。そこをどう発信をしていくのか、仕掛けていくのか、川崎の観光まちづくりとしてどう実践しているのか、というところをDMOまで踏み込んだようなこともとても大事だと思います。

表向きのパンフレットだけできました、といっても誰に配るのか。そこら中の川崎市民に配って、皆さんも一緒に観光を楽しみましょうという話なのか。となりかねないので、そのあたりが心配です。

一応、とても良くまとまっているとは思いますが、先程お伝えしたコンテンツの入れ方もとても大事だと思います。せっかくであれば川崎に来てほしい。川崎にいる人が楽しむのは当たり前ですが、来てほしいということであれば、そこら中にあるところと同じだよね、ということではないことを示していく。というところが、これからは大事だと思います。気が付いたのは、そのくらいです。よろしくお願いします。

森担当課長

すみません。私の説明不足でしたが、今回「基本的な考え方」の2ページから21ページまでは、取組や体制が入っていないところです。最終的には、取組や体制、DMOなど、取組はこういったことをやっていきましょう、というところはしっかりと計画としてまとめ、さらに概要版を作成していく。22ページ目からは、恐らく市民や事業者の皆様には、もっと入りやすい言葉が必要かなと思っております。

しっかりと計画としては、DMOなど突っ込んだ資料にさせていただいた上で、市民や事業者に向けた資料としては、22ページとなっております。それをさらに、アップデートしていきたいと思っております。

DMOや組織にしていくなど、取組についてはしっかりとまとめていきたいと思ってお

ります。以上でございます。

萩原委員

もしそういった一般的なものを作るのであれば、その中に一般市民からこれ見て、自分もどうしたら観光の街づくりに参加できるのか、入口がわかるようなところまで、入れていただかないと意味がないと思います。よろしくお願いします。

央戸部会長

ありがとうございます。オンラインの方に参ります。佐野先生いかがでしょうか。

佐野委員

はい。すみません。私も今日体調を少し崩してしまい、オンラインの参加ご了承ください。

私も皆さんと同じ感想を持っていて、よくここまでまとめていただいたということで、第一に市の皆さんに感謝です。私の中で、資料の4ページの中で「実効性と共感性」というのが大事だと認識しました。また9ページの「シンプルな計画」というところです。ここがポイントだなと思い、聞いておりました。それをしっかりと反省させた内容になっているのかなと思いました。

私も、少し元沢委員と同じような感想を持っておりまして、コンセプトは皆さんと一緒に議論をして「基本的な考え方」は固まったかなと思います。ビジョンの部分は、結局このキャッチコピーをどういうふうに使用するのか、というところです。川崎の観光事業者や市民の人が日常会話で「ヒルカワ、ヨルカワ」という言葉を使うシーンを想定しているのか。無理矢理短い言葉にする必要があるのかな、ということは少し思いました。

ビジョンなので、その言葉を聞いて、どういった方向性を目指しているのか、ということが伝わらなければ、私としてはあまり意味がないと思っています。方向性は伝わるようなビジョンが良いのかなと思いました。

とても庁内の中でたくさん議論を重ねた結果だと思いますが、私個人の意見として、そういった印象を持ちました。感想です。以上です。

央戸部会長

続きまして、濱野委員お願いします。

濱野委員

資料をまとめていただき、ありがとうございます。私が気になったのは、今後これから10年の振興計画に実施していくにあたって、前回に指摘をされていた評価方法について、この三段階評価を改める事。やったか、やらなかった、だけではなく、実態的な効果が出たのか。あるいは三段階ではなく、より実態を分析できるような評価軸を設定した方が良いのではないかなと思い、その辺りはいかがでしょうか。

森担当課長

まだ今回のところでは、評価指標は定めていない状況です。やった、やらない、という評価については、意味がないのかなと思っております。最終的にどのような結果になったか、何をやったからどうなったのか、というところは今指標にしたいと思っておりますが、現状は結論が出ておりません。

濱野委員

ありがとうございます。

もう1点、今後10年間という長いプランの中で、今のうちからある程度5年後や6年後に、例えば観光による税収や経済効果がうまれたら、例えば大阪府が今回実施を決定した宿泊税など、現在川崎市の観光の財源が全くないということが指摘をされていたので、この計画に基づいて、ある程度の成果が得られた場合に、自らの財源調達をしていきたいなということを最初の段階で少し忍ばせておくと、今後役に立ったりするのかなと思いました。その辺りはいかがでしょうか。

森担当課長

これまでも宿泊税に限らず、さまざまな財源というのは考えていきましょうよ、というところは他の委員の方からもお話しをいただいております。昨今、さまざまなところで宿泊税などを導入しておりますので、何らかの観光の財源を考えていきましょう、というところは我々の中でも捉えているところでございます。どのような表現にするかなど、宿泊税一点でない形で考えているところでございます。

濱野委員

ありがとうございます。以上です。

央戸部会長

では続きまして、久保内さんお願いいたします。

久保内委員

はい、よろしくお願いします。

私も皆さんと同じで「ヒルカワ、ヨルカワ」とても良いと思いました。50個くらい提案されたということで、本当にご苦労様でした。本当に良いと思います。

今回、元々のコンセプトが行政と市民が一緒になって、それぞれが主体的に動く。特に市民の方が主体的に動くというのがコンセプトだと思いますので、そういった意味では非常に分かりやすい体制を示した方が良いかなと思っていました。この「ヒルカワ、ヨルカワ」ってすごく聞くだけで、なんとなくイメージが浮かぶので、非常に良いと思っています。

先程もどなたかがおっしゃっていましたが、計画の実効性や持続性、持続可能な発展というのがコンセプトで重要なポイントだと思います。そういったことを実際に持続可能な発展していくにあたって、やはり市民の巻き込みが非常に重要です。

そうすると、次の議論のポイントになると思いますが、前回の川崎の観光計画が確か12の選択168項目とおっしゃっていたと思います。私は、最初の第一回の委員会の時にもお伝えしましたが、少し多いという印象がありました。色々市民の皆さんを巻き込んでいくためには、発展したという成功体験、皆さんに実感を持ってもらうことが重要だと思います。今後は、こういった項目を絞り、分かりやすいKPIやKGIを設定し、皆さんに進捗が分かりやすいようにしていった方が良いと思いました。以上です。

央戸部会長

ありがとうございます。それでは竹原委員お願いいたします。

竹原委員

はい、ありがとうございます。リモートで失礼します。

すごく資料をまとめていただき、ありがとうございました。こうして見ていくと、こんな話をずっとしてきた、こんな風に絞れていったと改めて感じているところです。

とても印象に残ったのは、やはりビジョンのところで「ヒルカワ、ヨルカワ」です。皆さんと同じ意見ですが、とてもシンプルで川崎の昼と夜、1つの街で2つの旅というのはすごくキャッチーで良いと思いました。ビジョンというよりは、キャッチコピー的な感じもしますが、そもそも最初の議論の時にグローバル人材がいる、ビジネス的な人たちも呼びたいという観点もあったと思います。色々話し合いを重ね、観光に絞った形でビジョンができてきたかなと思います。

「川崎の日常が誰かのためになる」というのは、まさに「ありのままの川崎」を楽しんでいただけたところを目指しているというところで、非常に分かりやすく良いと思いました。以上です。

央戸部会長

ありがとうございました。色々な意見が出ましたが、私も皆さんと同じ意見を感じたところです。2つだけ申し上げると、元沢委員と佐野委員がおっしゃっていたことと共通します。確かに「ヒルカワ、ヨルカワ」というのは、川崎ってこんなところだよ、というところがあると思いますが、あまり堅苦しくする必要はないと思いますので、ビジョンのため、市民を巻き込んで進めていく、新しい観光を作るという部分は非常に大事だと思います。キャッチーさは良いと思います。最初の前半は特に必要で実際に観光を推進していく中で、1つの川崎のイメージ作りとしての「ヒルカワ、ヨルカワ」というのは非常に必要だと思います。

一方で東京や横浜でも、政令指定都市レベルになると、昼も夜も必要だと思います。例えば工場夜景もありますが、他にも川崎らしさみたいなものを、強く打ち出していくことも必要だと思います。萩原委員がおっしゃっていた、今あるものでできるのではないか、皆さん何か気づきましょよ、ということで終わってしまいます。もう少し取り組んでいかなければいけないと思います。

そういった意味では、濱野委員もおっしゃっていましたが、28ページに財源や組織の問題が出てきていると思います。川崎観光の現状ということで、一般的な文章として、現状足りていないという指摘も前に入れていく方が良いのかなと、個人的に感じました。

いずれにしても、今のところを含めて、次に2つ目の議論に入っていきたいと思います。16時20分を目途に、22ページから29ページのプランについて、事業者と市民と一緒にやっていこうという「ヒルカワ、ヨルカワ」ですね。こちらは基本的に作ってきたいただいた資料で、私もキャッチーでとても良いと思いました。

1点だけ、私の大学の大学院生が、オーバーツーリズム問題を研究していく中で、時間分散型観光という研究をやっています。お寺や神社など、朝の利用があったりするので、長ったらしくなるかもしれませんが、24時間観光もありますので、朝も入れても良いのかなと思いました。その中で、昼と夜の「ヒルカワ、ヨルカワ」のような2つのキャッチーさは、とても良いと思いました。時間を長いスパンで考えた時に、その辺りを

どう消化していけば良いかな、ということは個人的には思いました。

他は、すでに皆さんがおっしゃっていた内容に入っております。22 ページから 29 ページまでの中で、先程の 1 回目のご発言にも出ていた内容になりますが、特に「事業者が市民と共有していく部分」です。これから、こちらの議論に移行をしていこうと思います。

今度はオンラインの方々から、先程の内容と関わる部分もあると思いますが、22 ページから 29 ページまでの具体的なプランについて、ご意見等をお願いいたします。

今度はオンラインの方から、佐野先生お願いいたします。

佐野委員

はい、ありがとうございます。

私は、パワーポイントを使用してプレゼンテーションをする学生に口を酸っぱく言っていますが、できるだけ文字情報は少なく、写真や図表をたくさん入れてビジュアルイズをして、一目でパッと分かるようにするのが大事だと、いつも言っております。

そういった意味で、こちらの 22 ページからの資料は本当に分かりやすく、とても良い資料だなと思います。パッと見て伝わるような資料だと思いますが、それがゆえにやはりどのような写真を載せるかというのは非常に大事だと思います。これからだとは思いますが、楽しいイメージを伝えるような写真をぜひ使っていただきたいと思います。

こちらはジャストアイデアですが、やはり映像が欲しいなと思いました。プロモーションビデオで「ヒルカワ、ヨルカワ」を伝えたいものを表現するようなビデオがあるといいなと思いました。私からは、以上です。

央戸部会長

ありがとうございました。続きまして、濱野委員いかがでしょうか。22 ページから 29 ページの具体的な内容についてお願いいたします。

濱野委員

「ヒルカワ、ヨルカワ」は、私は若者目線でとても良いと思いました。年齢層によっても、それぞれ「ヒルカワ、ヨルカワ」で刺さるものが違うと思いました。

先程、元沢委員がおっしゃっていたように、川崎市は交通の便も良く、横に長く広がっており、どういったプランを組もうかというのがあると思います。インフルエンサーの方で、川崎市出身で何名か市の PR に協力をされている方もいると思います。その方達にお願いをして、Vlog や YouTube などの動画で 1 日の過ごし方が模範の形であると、まずファンの人達が聖地巡礼的な感じで参考にする。加えて、交通機関もたくさんあり、特に若者は電車も使います。市内の JR や私鉄について、一律いくら払ったら乗り放題で行き来ができるような、移動の不便さを解消するような政策もあったら良いと思います。若者目線は、それがあったら幅広く、小田急線で新百合ヶ丘に行き、夜に「ヨルカワ」として、川崎駅周辺に戻ってこよう。お財布事情とも相談しながら、そういった楽しみ方がやりやすくなると思います。若者にとっては、そういったものがあると嬉しいなと感じました。

央戸部会長

ありがとうございました。続きまして、久保内委員お願いいたします。

久保内委員

先程の内容と被りますが、繰り返しになりますが持続性を持たせる。計画の実効性を持たせるというのは、非常に大事だと思います。ポイントは、やはり市民の方が主体的に動くことだと思います。そのために、自分の街に誇りを持つこと。仕組みと動機の3点かなと思います。

誇りを持つ、という意味でいうと、川崎市の魅力を改めて市民が認識をし、自分の街に誇りを持つことが重要です。この資料にあるように、川崎ってこんないい所がある、ということをも最初に示すのは、とても良いと思いました。

仕組みは、これから DMO を作っていくにあたり議論が必要だと思います。DMO が主観となり、発信をしていく人、発掘し組織化しコミュニティ化をしていく。発信のしやすい環境にしていくことが仕組みですね。

持続性のためには、動機が必要だと思います。やりがいですね。発信していくとこによって、どういった効果があったのか。皆さんが実感できる仕組みが動機になると思います。

先程も申し上げましたが、KPI は重要だと思います。市民が川崎の観光を進捗しているということを実感できるような分かりやすい KPT や KGI を設定した方が良いのではないかと思います。以上です。

央戸部会長

ありがとうございます。では、竹原委員お願いいたします。

竹原委員

久保内さんのご意見は、私もとても共感をしました。25 ページに「川崎の観光を盛り上げていくのは？」というところで「この計画を読んでもくれたあなたは、もう #川崎観光の仲間です。」と記載があります。これは、もう少しどう自分が関わっていけるのか。これから市民の方が関わっていけるような仕組みを作っていくよ、というようなものがあると良いと思いました。以上です。

央戸部会長

ありがとうございました。続きまして、会場の方に行きたいと思います。では、再び村山委員よりお願いしたいと思います。村山さん、お願いいたします。

村山委員

はい、ありがとうございます。

3 つくらいありますが、まずは最近世の中の雰囲気として、観光にネガティブな方が多いと思います。オーバーツーリズムなど、そもそも観光に対して前向きではない人も日本にはたくさんいて、川崎にもいらっしゃると思います。といったことを踏まえるのであれば、なぜ観光に取組みことが大切なのか、というところを動機の部分に入れても良いのではないかと思います。

人に動いてもらう時には、まずは Why？なぜあなたにとって渋谷なのか、原宿なのか。その上で What？何が目的なのか。その次に具体的な How？どう関われるのか。

Why、What、How という考え方があると思います。Why の部分を最初に入れる。

例えば、川崎市で観光が盛り上がることによって、1 つは経済効果だと思います。経

経済効果が上がることにより、インフラが整備されると思います。世界中に友達ができ、国際交流ができる。それに繋がって、結果的に自分の地域でも交流が持てる。そういった経済的な部分と、もう少し等身大の自分にとってのメリットが最初にあれば良いと思いました。こちらが1つ目です。

2つ目は、Howですね。What というよりかは、この計画で何をやるかということを知りやすくまとめていると思います。28 ページか 29 ページの政策に対して自分たちはどう関われるのか。あるいは市民の方でも観光に興味がある方は、すでに何らかの活動をしている場合があります。しかし、それが市の取組とリンクをしていないというところが実は課題だと思います。そういったすでにやられている取組は吸い上げ、これから関わろうと思っている方はもちろんボランティア的な形で関われる部分もあると思います。How の1つ目や2つ目のところが、選択肢があると良いかなというのが2つ目です。

細かいのですが最後に、DMO や DX などあまり良く分からない部分もあると思いますので、一般市民向けですと専門用語は入れない方が分かりやすいかなと思いました。以上です。

矢戸部会長

ありがとうございます。続きまして、渡辺委員お願いいたします。

渡辺委員

想いがヒシヒシと伝わってくる熱い資料になっていると思います。最初に川崎のポテンシャルにも触れていて、恐らく市民の皆さんはこういったことを知らないと思います。本当は、人がいっぱい来ている。そういったところから入ってもら。24 ページの下に記載がある「まちを再発見し、楽しみなおす手段」はとても良い言葉だと思います。確かに、川崎大師という立派な場所がありますが、もしかすると近所のお寺でもとても綺麗なものがありますよ。こちらにも観光資源になりますよ。というものがきっとあると思います。それを見つけるには、市民の皆様の協力が必要になると思います。

計画的にはまだ10 年先までありますので、その中で色々な人と取組んでいくには、こうしてどんどんやっていかなければいけないという想いが非常に伝わってくる資料だと思っております。以上です。

矢戸部会長

ありがとうございます。では続きまして、丸山委員お願いいたします。

丸山委員

22 ページからの資料は、どのような位置づけでしたか。

森担当課長

全体の計画があり、概要版があり、さらに行政計画を市民や事業者へ向けたのパンフレット、プランとして載せていきたいと思っております。私たちが街に出ていくときには、プランよりもこちらの方が、市民や事業者の方には分かりやすいかなと思っております。私たちが街で説明する際は、こちらの資料を持参しようと思っております。

丸山委員

「基本的な考え方」の市民広報版ということですか。

森担当課長

広報版というか、最終的なこういったことをやっていきましょう、というような資料です。

丸山委員

取組や関わり方などの仕組みもここには掲載していくようなイメージになるか。

森担当課長

どこまで掲載するかというところですが、分かりやすい資料ということですね。現状、市民の方々となかなか関わり合いができていないと思います。興味を持ってもらおうという資料にしたいと思っています。

丸山委員

タイミングは、どの段階でこういった目的で、いつぐらいを想定していますか。

森担当課長

当初の段階で、川崎ってこういうところだよ。本当は観光って日常にあるんだよ。ということをご説明するために、観光を地域の方々が街のイベント等に少し手を伸ばしてみよう。と思えるようなきっかけにしていきたいと思っています。プレイヤーになってもらうための一歩手前のところを意識しているところでございます。

丸山委員

そうすると市内などの市民に向けてですかね。

森担当課長

いろいろな場所でご説明をさせていただきたいと思っています。当然、さまざまな場所でPRをしていきたいと思っています。なかなか今まで、市民や事業者に向けて、こういったことに特化してまとめた部署がないです。こういったものは、特に観光は市民や事業者の方々が一緒になってやっていただくところを訴える必要があると思いますので、しっかりと作っていききたいと思います。

丸山委員

今のこの時間は、こういったことを話せばよいのでしょうか。

森担当課長

もっとこういったものを入れた方が良いのではないかな。こういった要素を入れた方が、より市民の方々に共感を得られるのではないかな。こういった要素が必要なのではないかな。というところをおっしゃっていただけると、もっともっと良いものになっていくと思います。

8 ページというところのこだわりは特にありませんので、これが2 ページや3 ページでも良いと思います。より市民の方々がこれを見て関わりたいと思えような資料にしていきたいと思います。こちらは最終的に出す形です。

丸山委員

分かりました。計画自体の取組やアクションプランの話は、この時間でしょうか。

森担当課長

別になります。最終的な計画は別途定めます。取組や体制については次のところでご議論をいただき、最初の「基本的な考え方」をさらに厚くしたような形の計画をまとめ

たいと思っております。

丸山委員

少し関係はするということですね。

森担当課長

最終的な具体例案で、ニュアンスを伝えるというところはこちら、という形だと思います。

丸山委員

そういうことですね。ここの位置づけが急に出てきたということもあり、整理をしたかったということで、今お聞きしました。分かりました。

少しこのお話しとずれてしまうかもしれませんが、この計画へのプランの提案。今日の会議でのプランというのはこの時間で終わりですか。

森担当課長

プラン提案というのは。

丸山委員

こういう風にしていったらどうか、という提案が少しあります。今お伝えしてよければ、お伝えします。

森担当課長

どうぞ。

池田観光・地域活力推進部長

それは次で、最後ですかね。

森担当課長

それは取組についてでしょうか。

丸山委員

取組です。

池田観光・地域活力推進部長

それは次になります。

丸山委員

それであれば、私はここに関しては特にありません。大丈夫です。

矢戸部会長

よろしいでしょうか。続きまして、元沢委員お願いいたします。

元沢委員

ありがとうございます。色々確認ばかりで、すみません。どちらかという、このビジョンから考えると0か100ではないと思いますが、新しい観光コンテンツを作ろうという働きかけよりは、現在川崎は昼も夜も観光資源がありますので、市民を巻き込み、PRをしていこう。新しいものを作ろうというよりかは、どちらかという0か100ではないと思いますが、PRの方を頑張ろう、みたいな背景ですかね。悪いことではないと思いますが、私はそういうように読み取ったのですがいかがでしょうか。

萩原さんも少し触れていたと思います。今のままでいいじゃん、というのは良くないと思いつつも、基本的にはそういった考えでしょうか。

森担当課長

基本的には、現在の川崎の魅力を市民の方達にも知っていただき、それを広げていく。それをさらに市民の方達が関わって、市民の方達が新しいものを生み出していく。ということをイメージしております。

元沢委員

分かりました。その前提だとすると、やはり広告 PR がとても重要だと思っています。広告は恐らく法人化をすることで、無料で市民を巻き込んで、どれだけ PR できるのか、というところは非常に大事だと思います。

ターゲットを踏まえると、主戦場は SNS だと思っています。恐らく SNS で、どれだけ低コストで市民の方が PR してくれるのか、というところは非常に大事だと思います。その中で 25 ページの「背景と目的」のところですが、村山さんもおっしゃっていましたが、市民の方々が自分達から PR してやろうと思える動機などは、1 ページくらいを使用して、記載しても良いのかなと思いました。そうしないと、あまり PR をしたいと思う人がいないのではないかな。観光、オーバーツーリズムに対して、ネガティブかどうかは置いておいたとしても、自発的に PR していこうと思えるような大きなたよりがあっても良いのではないかなと思います。

「背景と目的」で、「10 年先、住む人と訪れる人がともに幸せを感じる川崎であるために」ところがあると思いますが、もっと具体的になっていくと良いなと思いました。以上です。

森担当課長

ありがとうございました。

丸山委員

やはりこのお話しは、文脈的に少し違和感があると思います。今まで、このような話がありましたっけ。

元沢委員

今までの議論の経緯としてということですかね。

丸山委員

どこかのフェーズでどこかに必要になる話ですかね。今ここで出てきたのが、引っかけました。

設計者やフェーズ 1 の人たちを集めるためのターゲットに向けたものではなく、もっと広く市民にまずは観光を身近に感じてもらう、ということですかね。

森担当課長

プレイヤーに対しては視野に入れていきます。もちろん最初の一番大事なところになると思います。市民の方に関わってもらう。市民の方にプレイヤーになってもらう。そのために知ってもらう資料であると思っています。

丸山委員

一旦分かりました。

央戸部会長

それでは少し続きそうなところもございますが、次に参りたいと思います。続きまし

て、吉岡委員お願いいたします。

吉岡委員

今の村山さんの1つ目の話と少し繋がりますが、構成だと思いますが、23ページのコンテンツ1のところに、今議論になっていた市民の方や地域の事業者の方につかみが必要なと思っています。

資料が出ていないので、申し訳ないのですが、平成28年の観光振興プランを拝見していると、一番初めに「背景と目的」とあります。市民の方が生き生きして生活の向上になる。地域経済の活性で事業者が動く。というメリットが明確に記載されていました。それが25ページに記載されていると思いますが、順番的にそれを最初に持っていないと、観光事業者目線だと大事というのは分かります。しかし、市民目線で見ると、生活がうるおうのかというメリットがあることを示さないといけないのかなと思いました。順番の話にはなるとは思いますが、入口にそこが必要だと思います。

もう1つだけあります。取組1で、「川崎ローカルを発信」ということでした。意味として「ヒルカワ、ヨルカワ」として市民の方がきちんと川崎の魅力をSNSで発信し、市民が見て、「自分の街っていい所があったんだ」という形で、シビックプライドに繋がり、結果的に観光が盛り上がる。そのようなイメージで思っていました。以上です。

央戸部会長

ありがとうございました。では、萩原委員お願いいたします。

萩原委員

私は、先程申し上げたくらいです。プロモーションビデオは賛成です。「ヒルカワ、ヨルカワ」が決まりましたら、代表するような動画は良いと思います。少し「川崎の昼と夜」というのはテンションが低いので、「川崎は昼も夜も！1つの街で2つの旅を」ビックリマークをつけても良いのかなと思いました。

先程、DMOやDXを入れると分からないというお話しがありました。もちろんDMOだけでは分からないと思います。行政と民間と地域が一緒になって、川崎の観光の街づくりを推進する、くらいのことはDMOの後に()書きでも絶対に入れておいてほしいなと思いました。やはり具体的にこれからの取組の道筋まで記載しないと、ただのパンフレットになってしまいます。「川崎って楽しい所で、皆さんも遊びましょうね。」というところで終わってしまうような気がします。これから先変えていくんだ、ということを示すものであってほしいと思います。なんとか取組を入れてほしいと思いました。以上です。

央戸部会長

ありがとうございました。

私の方から最初に申し上げましたが、先程村山さんから出てきたところで、DMOを知らないと言った皆さんはなかなか注目してもらえないので必要だと思います。そういった中で、市民目線で考えるとシビックプライドなど、観光を通じて自分たちの地域を見つめ直していくことで愛着が深まることだと思います。自分たちの地域に誇りをもつ、というのがシビックプライドです。住民に向けた文化的なアプローチも必要だと思います。本来は入っているべきかなと思います。

濱野委員の方から、メッセージが来ています。アプリの活用など、具体的な意見はま

だまだ出てくると思います。

そういった意味では、先程もご質問がありましたが、最初に議論をした計画の背景が最初にある、21 ページまでが前例になっています。そのあとに、ステークホルダーのような市民だけではなく、事業者も含み、「こういった川崎の観光振興をしていくプランなんですよ」ということを示していく。

最後に議論をすると思いますが、前回からパワーポイントベースに色々な話を多方面でしてきました。3つの資料が、それぞれどのように作られたのか。1つにまとまって文章になるのか。別々のパーツでいくのか。それがかなり気になり始めました。

実際に議会に通す、ということも大事だと思いますが、これを市民に発表をしていく中で、それぞれをしっかりと理解していただきたいと思います。一応、皆さんの範囲でよく見るものが、真ん中の部分なのかなとは思いますが。そこの立てつけがどうなるのかな、というところは少し気になりました。

先程のご発言と少し近い部分もありましたが、予定通り 16 時 20 分になりました。続けても良いとは思いますが、かなり疲れているとは思いますが、事務局の方はいかがでしょうか。5 分程度休憩を取っても大丈夫でしょうか。

森担当課長

はい、大丈夫です。

央戸部会長

残り 30 分で最後の部分を含め、全体的な疑問点等も話すと思います。現在、16 時 20 分ですので、5 分ほど休憩をしていただき、16 時 25 分から再開をしたいと思います。よろしくお願いします。

【休憩】

央戸部会長

それでは皆様、短い時間ではありましたが、少し一息していただいたかと思います。これから残りの時間、最後のところに入っていきたいと思います。

すでに先程いたりきたりしていましたが、事務局からは 3 点目として、これからの実効性に関わってきますが、計画本編に記載をする取組や体制について議論をしてほしいという提示がございました。前回の資料 51 ページから、取組 1 から 8 について、それぞれの案もございます。まず、これらについてのご意見をいただければと思います。

また、これまでの議事では計画をどのように評価していくのか、ということも課題に挙げられておりました。取組案 1 から 8 を横断するような話として、「基本的な考え方」の 18 ページ目の PDCA のような観点からも、評価体制についてもご意見をいただければと思っております。

以上 2 点について、51 ページからの取組 1 から 8 の計画本編の取組体制についてのご意見をお願いいたします。また、この計画の評価についても合わせてお願いしたいと思います。

ではフロアの方で順番にしていこうと思います。いつも最後になってしまいますの

で、今度は逆からお願いしたいと思います。まず、萩原委員お願いいたします。

萩原委員

先程も申し上げた通り、ここが具体的にどうしていくのか、というところがポイントだと思っています。今までの観光振興プランだと、細かくたくさんの提案があり、それを調査するのが大変だった。

今回はそこではなく、今回のプランで着実に成果を挙げていくために、どうやってその仕組みを作るのか、というところが一番大事だと思います。こちらに記載がある具体的なことは、だいたい実行していけば良いのではないかと私は思っています。これを前面に出して行ってほしいと思います。少なくとも、関係者概要には出してほしいと思います。一般の市民が見ても、自分もそれに参加できるんだな。例えば、情報のあげる先であったり、観光ボランティアとして参加する先であったり、窓口が具体的に分かるようなものを入れ込み、一般市民にも出してほしいなと今思っています。

今までと同じようにやっていたら、また「何もしなくても良いよね」となってしまうと思います。きちんと実行をしてほしいと思っています。以上です。

央戸部会長

ありがとうございました。今表示の部分をぜひしっかりと、ということでございました。では、吉岡委員ございますか。

吉岡委員

この内容は、先程の市民に向けてというよりは、この議会でつめていくということでしょうか。

森担当課長

そうです。最終的な計画にどう落とし込んでいくのか、というところです。

吉岡委員

特に、全体的な流れについては、異論や違和感、課題などはありません。今、この議会の中でも出ていて、先行事例として 56 ページの宮崎や尼崎などが出ていますが、海外を含め、色んな情報集めながらブラッシュアップできるといいのかなと思っています。そのくらいです。以上です。

央戸部会長

ありがとうございました。では続きまして、元沢委員お願いいたします。

元沢委員

私も、全体的に細かい点はありません。体制的に、やはり先程の PR がとても大事だと思っています。特にターゲットを見ると、若者を巻き込んだ方が良いと思います。川崎は、政令指定都市の中でも平均年齢が一番若いです。市内の若い方々をどう巻き込んでいくのか。善意に頼るというよりは、金銭だけでなくとも良いと思います。協力をしてくれた方に対して、しっかりとしたインセンティブを提供する。やってよかった、仲間もどんどん誘おう、というようなことがあっても良いのではないかと思います。金銭以外にも、スポーツ観戦で招待をするなど、色々インセンティブ提供ができると思います。それが非常に大事ではないかなと思いました。以上です。

央戸部会長

ありがとうございました。では続きまして、丸山委員お願いいたします。

丸山委員

取組の提案にもなりますが、「ヒルカワ、ヨルカワ」というビジョンに沿ったうえで先程の市民向けの1ページ目が大事だね、という話も含めて、ここの戦略を決めていく必要があると思います。その話からになりますが、地方観光と都市観光があると思います。どちらかというと、川崎は都市観光になります。地方の観光戦略ではなく、まず都市観光戦略というところを考えなければいけないと思っています。

先程、近くの東京も色々な都市があり、さらに横浜に挟まれているという都市観光の中でも、激戦区だと思います。東京や横浜にもない、川崎らしい観光戦略とは何かを導かなければいけないと思います。それは、私も色々考えており、なかなか難しいなと思っていました。東京に勝って、横浜にも勝てるものってどうしたら良いのか。色々な切り口やアプローチを考えましたが、なかなか難しいなと思っていました。

その中で1つ参考に良いなと思ったのは、Airbnbです。Airbnbの世界観というのは、とても参考になるのではないかと思います。恐らくAirbnbは、皆さんの浮かぶものは民泊だと思います。世界中の家に泊まれる。ホテルや旅館ではなく、普通の一般の方が空いている部屋を売り出し、そこに泊まることが出来るというのが民泊です。20年くらい前にできたサービスです。世界中で一世風靡しました。日本でもありまして、ここ20年くらいは、OTAで独自のポジションができました。観光という目線でいうと、少し変なポジションではあったと思います。意外と日本の最近の実態は、日本国内でも観光との結び付けがとても強くなっていると思います。さらに極みつけは、今年の5月にリブランニングしました。吉岡さんご存じですか。

吉岡委員

はい。知っています。

丸山委員

「我々は、宿泊提供サービスではない。体験を売る」という風に言っています。それが、世界でも革新的と言われていて。要は宿を探すサービスではない。それはそれで独自のポジションで面白かったですが、さらに宿探しのためのサービスではなく、観光は宿ではない、体験である。宿はもちろんですが、宿プラスサービスや体験というところまでをアプリ上で予約もでき、決済もできる。というところにアップデートしたということが、今年の5月です。業界では話題になっています。というのは、当然ながらAirbnbの世界観でいうと、世界中のいたるところで行っています。都市に限った話ではありませんが、都市観光においても、今回のバージョンアップはインパクトがありました。都市こそ色々な体験やサービス提供者。それこそAirbnbがつちかってきた事業者だけではなく、個人や一般のフリーランスの方のちょっとしたものが価値になる、ということを行っています。

一般的なガイドツアーや旅行で旗振りをして後ろについてきてください、というのではなく、もっとカルチャーのあるような地元ローカルに根付いた体験が気軽に登録や利用ができるというのは、これからの世界の観光である。都市観光戦略として、もしかすると川崎も脈があるかもしれない。というのが1つ参考にあります。

そこから少し導かれた提案として、これまで話してきたことと繋がりますが、観光メディアを作るべきだと思います。観光メディアは、今まで観光協会などがなんとなく作っていたものだと思います。そうではなく、OTA 機能を兼ね備えた Airbnb 的なことです。各プロモーションやホームページなど、メディアとしての機能が合わさったようなものです。実は自治体単位で実施をしているところはなく、それに先駆けて投資をしていくべきではないか、というのが提案です。

それができると、まず市民が楽しめ、求めていること。サービスなどを探すユーザー側だけではなく、Airbnb の参考でいうと、登録者・プレイヤーの方が参加してほしい。さまざまな個人や事業者の方が登録できるもの。ユーザーとして面白いと感じたら、予約ができる。宿泊やグルメ、エステやマッサージ、美容室などがある。そういったことが川崎の観光メディアとして立ち上げることで、OTA（オンライントラベルエージェンツ）になります。要は、事業としてオンライン上の旅行代理店業務を可能にする。

最初は予算が必要かもしれません。しかし、その後は事業として稼げるような形で上げることが出来れば、今まで話していたような「川崎の発信」というところができるのではないかと。市民やプレイヤーを巻き込む。市民への周知や市民が川崎の観光を盛り上げていく。あるいはインバウンド、国内での観光の歓喜や経済効果など、全てが含まれてくるのではないかと思います。

これを民間企業ではできないので、こういった取組で DMO のような組織ができると、DMO が力を入れて取組むことができると良いと思います。といったことが提案です。

少し長くなってしまい、すみません。

央戸部会長

ありがとうございました。大変興味深いご提案だと思います。では、渡辺委員お願いいたします。

渡辺委員

川崎市内でも、いろいろな団体があります。そういったところのネットワークを使う。

私も新百合ヶ丘でエリアマネジメントに参加をしております。普通エリマネはこちらが行いますが、新百合ヶ丘のエリアマネジメントコンソーシアムは、地元の企業が協賛金を集め、活動をしております。企業は 100 社ちかくあり、中には名だたる世界に誇れる企業もあります。そういったところを使ってみるもの良いと思います。今よりもネットワークを構築していくことを進めていく必要があると思います。以上です。

央戸部会長

ありがとうございました。では、村山委員お願いいたします。

村山委員

ありがとうございます。私からは 2 点あります。

1 点目は、アイディアとして申し上げます。先程、スラッシュさんという宿泊施設でコワーキングを使用していました。その際に、欧米の方がとても多かったです。来るときに、吉岡さんにもお話しをお伺いしましたが、欧米が多いのはなぜだろうという話をしました。そうしたところ、現在ジャンプロープの世界大会が開催されていると聞きま

した。先週フジロックが開催され、世界中からたくさんの方が来ていました。今回は山下達郎さんも出演しており、海外からもとても人気で、さらに盛り上がりました。

何が言いたいかというと、かなりカルチャー的なものは国境を越えて人気があります。フェスや世界的なスポーツイベント。私がお手伝いをしている八戸でジュニアスケートの世界大会のイベントがあり、毎年定期的にインバウンドで成功をしています。川崎市を他の地域と差別化するという観点で、もちろん地域の固有のものもあると思いますが、イベントで特徴のある方や世界に名がとどろいている方を呼び込むなど、そういったことが1つのきっかけになると思います。計画のどこにクロスをするのかということはあると思いますが、趣味やスポーツなど、テーマを決めた部分での世界レベルのものを呼んでくるという発想は面白いのではないかなと思っています。

2点目は、お題に沿った話になります。私も他の地域も関わらせていただいている中で感じるのは、やはり計画を実行していくにあたって、誰がこれを実行していくのかという責任の主体を1から8まで見ていくと、少し分かりづらicaかなと思っています。市もあれば、観光協会もあり、DMOもある。さらに民間企業や市民もある。例えば、4つのプレイヤーの層があるとしたときに、一番は誰が主体でやるのかというところですね。やはり関わる方々や責任を持つ方々の誠意があると、非常に具体的に落とし込めると思います。なおかつ、誰が責任をもって進めるのか。さすがに市民は責任を持つというわけではないと思いますが、最終的にはどこが面倒を見るのか、というところが明確になっている方が良いかなと思います。このままだと、市と観光協会がお見合いみたいなことになりかねないと思います。どちらがやるのか、ということもあると思います。その辺りの落とし込みが大切かなと思います。以上です。

央戸部会長

ありがとうございました。では、オンラインの方にお伺いします。竹原さんからお願いしますが、濱野委員は音声難しければチャットに書き込んでいただければ、最後に確認して共有いたします。では、竹原委員お願いいたします。

竹原委員

全体的に先程の資料も含め、やはり市民を巻き込むというところの観点が少し薄いような気がしてきています。具体的にどうやって自分事として関わっていけるのか、というところを分かりやすく書いた方が良いと思います。

例えば、DMOのところも文字ではなく、DMOでどのように自分が絡んでいくのか、事業者が絡んでいくのか、ということが図を見てわかる。自分がこの中にいるんだと感じ、興味を持って次の資料に進んでいく、というような動機づけや自分事をもう少し出した方が良いと思っています。

今年度の事業として、去年に引き続きインバウンド実践講座を行っていますが、その中では、実際に自分でツアーを作る方も、ぼちぼち出てきてくださっています。今年は第二回で、OTAで販売するというのが最終目的になっています。また、グーグルビジネスプロフィールの充実、ということで飲食店を中心に発信力を高めるといったところもやっています。そういったことも観光に参加をしていることになるのかなと思います。

このような取組や具体的な例として、こんなこともありますよ、こんなことに参加を

してみませんか、という自分事として、これだったら自分でもできるかなと感じるようなところを入れていくと良いかなと思います。後半の資料の中にどこまで入れていくというのはあると思いますが、自分事として考えられるようなところをピックアップしていくと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す。では、久保内委員お願いいたします。

久保内委員

まず取組事例については、この通りに進めていけば良いのではないかなと思っています。繰り返しにはなりますが、やはり実効性や持続性を担保するためには、KPI がとても重要だと思っています。KPI は、定量的・定性的なもの、どちらでも良いと思いますが、重要だと思っています。持続性を高めるには、うまくいっているよね、という市民全体で実感できるような成功事例があると良いと思います。低い目標にする必要はなりと思いますが、ある程度、現実味のある目標設定にしておいた方が良いと思いました。

もう1点ですが、あくまでも KPI で KGI を達成するための手段、プロセスだと思っています。この場で話す話ではないと理解していますが、KGI があると思っていますので、観光客数や宿泊者数になると思います。あくまでもそれを達成する手段が KPI だと思っています。

22 ページと 29 ページの話に戻りますが、やはり皆さんから意見があった、こういったことをやることによって、市民に幸せな世界が待っていると示すためにも、まず初めに KGI をおき、これを実行することによって、これくらい経済効果がある。というようなものが示せれば、すんなりと入ってくるのではないかと思います。以上です。

央戸部会長

評価についても、コメントありがとうございます。濱野委員はコメントを書いているので、後ほど共有いたします。では、佐野委員お願いいたします。

佐野委員

組織についてです。先程の資料を拝見していると、私の中ではエリアごとに DMO 的なものが作られるというイメージをしました。丸山委員の観光メディアを作るというのは、とても面白いと思いました。この計画書を素直に読み込むと、DMO 的なものを各地域に作る。前から私もお伝えしていますが、多くの市民の方が関わるというのは、とても喜ばしいことだと思います。

一方で、きちんとクオリティを担保しなければいけない。ただの素人の集団ではいけないので、部会で議論した世界観をきちんと理解している方が中核にいるべきだと思います。できれば、今回の検討部会のメンバーの方が、各エリアの中核になってくれると良いと思っています。DMO 本体の部分とステークホルダーのような応援する人たちというイメージです。市民だからと言って、誰でも観光に同じように関わるというよりは、それぞれの関わり方のグラデーションがあると思います。コアな部分は、しっかりと市などからお墨付きをもらい、予算と権限をもらい、ある程度責任が発生するような体制であるべきだと思います。

先程の Airbnb の世界観もとても大事だと思います。要は、川崎にいる人たち自身が

観光資源になる、ということだと思います。そういった人たちと、いかにそれぞれのエリアで優位的な繋がりを作っていくか。それぞれの専門性をもった人たちを、それぞれのエリアで活かしていくかというプロボノを引き抜いていく、というところが肝かなと思います。そのためには、ある程度中核をしっかりと仕込んでいくべきだと思います。

まずコアな部分を作り、そこからじわじわと周りに広げていくようなイメージです。そのようなことを思っていました。小さく初めて、広げていくというイメージです。以上です。

央戸部会長

ありがとうございました。最後に、濱野委員からです。「川崎 TEKTEK」というアプリのような可視化できて、いろいろと経済効果が出てくれば、他の区で使えるクーポンが発行されるなどの仕組みがあると、市民と一緒に川崎の観光を盛り上げられるのではないかな。という意見が出ております。それについて、また意見をいただきたいということでした。これは恐らく具体的な実効部分だと思います。

先程の観光メディアだけではなく、丸山委員からいろいろ具体的な部分があったと思います。かなり組織体制に関わる部分ではあったと思いますので、こちらは少し位置づけが違うと思いますが、濱野委員の意見も事務局の方で把握をしていただき、今後の参考になればと思っています。

時間も迫ってきましたので、私は皆様のご意見が素晴らしいと思っています。そこをこれから事務局の方で整理をしていただき、次回最後になるかもしれません。もし途中で必要であれば、意見交換ができればと思っています。

2つだけ、私の方からコメントがあります。1つ目は、先程もお伝えしましたが、コアになるのは今まで議論をしてきた最後の部分だと思います。最初に、行政が議会に向けてご提案をいただく部分が、元々の計画から今回の計画に変わっていく総括、課題意識があり、そのことについて今回の計画に繋がっていくのかなと思いました。

真ん中にあったのは、市民向けというだけではなく、いわゆる市や行政側、または観光協会、我々もその中の内部関係者になるのかもしれませんが。そういった方だけではなく、市民や一般の事業者さんにどんどん入っていただきたい、ということを意識する。川崎はこういった方向に進んでいきたい。こういう街にしていきたい。というプランを分かりやすく解説していくものだと思います。

先程の佐野先生の意見も面白いと思いました。例えば、YouTube のショート動画を簡単なところで開設をして、市民の方に広く見ていただけるようにする。紙にして配るのが良いか分かりませんが、広く一般の方々、市民や事業者さんに見ていただく。その際に、先程萩原委員もおっしゃっていましたが、これを見て自分もやってみたいと思ったときに、いきなり市役所に連絡をするのはハードルが高いと思いますので、こういったアクションを取れば良いのかというところが盛り込まれ、考慮されていると非常に良くなると思っています。

もう1つは、先程竹原委員がおっしゃっていましたが、この視点というのは、市民に協力をしてもらいたい、理解してほしいということであれば、村山委員がおっしゃたよ

うに、オーバーツーリズムや観光に対する冷たい市民からの意識も奪いかねません。やはり観光というのは、地域愛を育て、郷土意識を高めるということがあります。この資料を見たときに、この取組の8の中に、小学校や中学校など若い世代にもたくさんの魅力を伝えていく活動をいろいろな自治体でも行っていますので、そこが抜け落ちていると思いました。

現状でどこに入れられるかというところは、いちばん最初のところで取組の1があったと思います。そこでよくある「市民、事業が繋がる」というのは、ビジネスに繋がる意味での仕掛けになっています。ここにうまく入れていただき、まず市民に観光の意義や地域を理解してもらおう。それを通じて、横浜や東京に比べて「川崎が好きだ」という人を増やしていく、というのも観光の大きな魅力だと思います。いわゆる地域ブランドという意味合いでも、観光の貢献というのはとても大きいと思っています。

確かにその辺がほとんど入っていないと思いました。そこを少し工夫していただき、実際に市民を支援する会など、やられていることもあると思いますが、何らかの取組も考えて進めて行けるとと思います。お金があれば、修学旅行や教育旅行の誘致など、若い人達に向けてイメージをあげることもできると思います。その辺の意識は、必要ななと思いました。

時間が限定をされている中で、3つの視点で皆様から色々のご意見をいただきました。一応これを受けて、これから市からも今日のご意見に対して、ご発言があるかもしれません。次回の25日が最後になります。その時は、最後終了した後に率直な意見を交換する場もあると思います。その前やその後でも結構ですが、私ももう少ししっかりと読み込んで、それぞれの委員からご意見を寄せていただければと思います。また必要に応じて、可能かは分かりませんが、意見をラフに話す機会があっても良いかもしれません。

いずれにしても、今回私も含めてオンラインの方も多かったです。会場の方と、うまくやり取りができたかどうか分かりませんが、大変ご迷惑をおかけしました。時間が過ぎましたので、私としては一応ここでこの議事進行を終了し、事務局にお話しを戻していきたいと思います。では、事務局お願いいたします。

森担当課長

宍戸部会長ありがとうございました。本日、さまざまなご意見をいただきました。今後、最終的な計画に反映をさせていただきたいと思います。本当に幅広いご意見ありがとうございます。今回の議論も反映をしていきたいと思いますし、アリーナプロジェクトなど、新しいものができてきたりします。先日、川崎市多摩区のよみうりランドに世界的にインバンドにも有名なポケパーク カントーといった新しいコンテンツもできてきます。そういったものも含め、どうしていけば良いのか、というところも計画に入れていきたいと思います。

次回の8月25日ですが、その前にいろいろな議員の方々から意見をいただきます。それをまた反映していく形もごございます。別で会議の場が設けられれば良いのですが、設けられない場合でも、皆様にメール等でご連絡をさせていただき、その時にご意見をいただければと思います。その後、最終的な案にまとめていきたいと思っておりますの

で、どうぞよろしくお願いいたします。

次回の終了後にも、別途意見交換の場を設けたいと思っておりますので、どうぞよろしくお願いいたします。それでは本日は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