

令和3年度第2回春日井市観光・にぎわい創出推進会議議事録

1 開催日時 令和3年12月17日(金) 午前10時00分～午後0時5分

2 開催場所 春日井市役所南館4階 第3委員会室

3 出席者

【会長】名古屋国際工科専門職大学工科学部 教授 佐藤 久美

【副会長】中部大学経営情報学部経営情報学科 教授 趙 偉

【委員】中部圏インバウンドセールスプロジェクト 事務局長 赤崎 真紀子

東海旅客鉄道株式会社春日井駅 駅長 藤本 一郎

名鉄観光サービス株式会社商品事業本部商品開発部 副部長 福井 佳代

株式会社新東通信クリエイティブ本部 プロモーションプランナー

水野 香代

春日井商工会議所 副会頭

岡部 清次郎

公募委員

水谷 忠成

公募委員

田本 雅子

【オブザーバー】

愛知県観光コンベンション局 観光振興課長 小島 馨

一般社団法人愛知県観光協会 専務理事兼事務局長 榊原 仁

【事務局】産業部 部長 足立 憲昭

経済振興課 課長 藤井 隆史

課長補佐 鈴木 公博

主査 柴田 知宏

主事 長谷川 裕子

【計画策定支援業務受託事業者】

三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社 (MURC)

政策研究事業本部名古屋本部研究開発部 上席主任研究員 田中 三文

主任研究員 小森 清志

研究員 吉田 夏稀

【傍聴人】 3名

## 4 議題

### (1) 各種調査結果の報告

- ① 市民（来訪者）アンケート結果
- ② Webアンケート結果
- ③ 観光施設等ヒアリング結果
- ④ 春日井市の観光の現状（データ分析）
- ⑤ 調査結果まとめ

### (2) 春日井市観光・にぎわい創出基本計画骨子（案）について

## 5 会議資料

次第・委員一覧・座席表

資料1 市民（来訪者）アンケート結果

資料2 Webアンケート結果

資料3 観光施設等ヒアリング結果

資料4 春日井市の観光の現状（データ分析）

資料5 調査結果まとめ

資料6 春日井市観光・にぎわい創出基本計画骨子（案）

## 6 議事内容

議事に先立ち、配布資料の確認等を行った。

### (1) 各種調査結果の報告

【MURC田中】 (資料1～5に基づき説明)

### (2) 春日井市観光・にぎわい創出基本計画骨子（案）について

【事務局藤井】 (資料6の考え方について説明)

【MURC田中】 (資料6に基づき説明)

### (3) 意見交換

【赤崎委員】 「公園が多いまち」というイメージが強いことや公園が多いことが春日井の特徴と思うが、アグリツーリズムの可能性はあるか。また、春日井市の農業生産額について教えてほしい。物販や飲食施設が少なく消費額が増加しない中、イーアス春日井に対する期待度が高いと感じた。イーアス春日井の概要を教えてほしい。サボテンに関する課題

もまだまだあると感じたので、商業施設とも連携していけると良いのではないか。

【事務局藤井】

農業生産額については今手元に資料がないためわからないが、主な農産物としては桃やブドウが挙げられる。また、イーアス春日井は国道 19 号線沿いに建設されたショッピングモールである。特徴は日本最大の無印良品が入っていること。一般的な商業施設で、全国的に誘客が期待できるような施設ではない。

【田本委員】

イーアス春日井の無印良品に話を聞いたところ、市外からの誘客と言うよりは市内の人との繋がりを重要視しているようだ。住み良いまちを作ることによって人口を増やし、それによって消費も促進されるようなサイクルを見据えて活動されている。店の中央には広い休憩スペースがあり、週末にはイベントを開催したり、サボテンを取り扱っていたりと、地域を繋げていく上で活用できると感じる。

取材の中で様々な方に話を聞くが、何かをしたいと考えている人が多い一方で、そういった地域貢献をしたいという考えを持つ人達が繋がれていないことが課題だと感じる。

「観光」という言葉をどう認識されているかが疑問。アンケートで「知っている春日井の観光資源」等を聞いているが、選択肢を知ってはいるが「観光資源」と捉えていない場合があるのではないか。

後藤サボテンからサボテンの需要が高まっていると聞いた。後藤サボテンに訪れる人も増加し、駐車場を新たに整備している。今後の展開が期待できる。

【佐藤会長】

市民は「観光」という言葉になじまない可能性がある。

資料6の基本コンセプト（キャッチコピーの考え方）があるが、少し硬い印象がある。皆様のご意見を頂きたい。

【田本委員】

「にぎわい」という言葉は良いと思う。「春日井・にぎわい・つくりたい」という隊を作って活動していけると良い。「子はかすがい、子育ては春日井」宣言がなされているように、市の既存施策や既存計画との関連もあると良い。

【小島オブザーバー】

まずは何のために本計画を策定するのかを明確にしたほうが良い。何がしたいか、どんな課題を解決したいのかを明確にすることが重要。次に、「観光」の言葉の定義が必要。

基本コンセプト（キャッチコピーの考え方）にある「まちづくり」という言葉について、何も示されていない。観光がお客さんや市民に来てもらい消費してもらうことであるならば、ビジネスの話になると

思っている。当然だが、マーケティングをしていく必要がある。

【榊原オブザーバー】 基本コンセプト（キャッチコピーの考え方）はもう少し分かりやすく、柔らかい言葉にする必要がある。第6次総合計画を踏まえることも必要ではないか。

アンケートを実施しているが、あくまでコロナ禍の結果であるため、コロナ後の正常に近い状況の結果を踏まえる必要がある。アンケートの設問については、選択肢が用意されているが、マーケティングの視点からはこれだけでは不足している。他の市町からの回遊等も含めていく必要がある。

資料6の「5. 春日井の観光資源整理」は非常に良いと感じる。ここに記載されている様々な内容をしっかりと捉えたうえで、計画を作っていく必要があると感じた。

【佐藤会長】 キャッチコピーについては、いつ頃までに合意形成を図るべきなのか。キャッチコピーは市民に向けたメッセージとなるため、呼びかけるようなものが良い。市民や中部大学の学生さんから意見を聞くようなことはできないか。

【事務局藤井】 来年の5月までに大まかな方向性を決めていきたい。

【赤崎委員】 観光の世界では「住んでよし・訪れてよし」とよく言うが、市民に寄り添ったフレーズが考えられると良い。基本計画骨子（案）については、まだまだブラッシュアップが必要だと思うが、市民との連携を促せるようなキャッチコピーとなると良い。

【趙副会長】 資料は非常に分かりやすくまとまっていると感じた。前回推進会議の資料を基に、ゼミ生と議論をした。大学は社会連携をしており、社会課題に対する取組みが重要である。ただ人に来てもらうのではなく、ビジネスとしていかにお金を落としてもらうかという観点で学生からアイデアを集めた。

【福井委員】 観光事業者として、また、春日井市民としての立場である。昔から、春日井には観光施設と言うと都市緑化植物園（グリーンピア春日井）しかないという認識になっている。生活に根付いた公園が多いため、資料6にある「生活感幸」というワードに寄せていくのが良いのではないか。本日の調査結果から、市民が暮らしやすい「観光」を進めていく必要があると感じた。その目的をしっかりと定める必要があると感じた。

【水野委員】 居住地は春日井市外だが、通勤や通学で春日井に通っている人はどの程度いるのか。春日井市に住んでいるわけではないが、毎日訪れる

第2の市民から何かヒントが得られるのではないかと。

若い人の発信力が非常に大きいと思う。若い人と協力し、SNS等を活用して取り組んでいけると良い。

【佐藤会長】

次の世代への波及力が重要。若い人にとって、スマートフォンからの情報が大部分を占めており、若い人に響く情報発信が大切になる。

【藤本委員】

JR東海事業のさわやかウォーキングを開催するにあたり、市と連携をしている。さわやかウォーキングには4,000人程度の来場を見込んでいる。イベントにはゆるキャラの道風(とうふう)くんや春日井サボテンキャラクター3体、JRのあゆむ君に参加してもらおう。さわやかウォーキングは30~70代の参加者が多いが、イベントは子供連れが多い。イベント時に市内のマップを配布する等している。

【佐藤会長】

デジタル技術を活用して魅力を発信できる仕組みも考えられるのではないかと。

【水谷委員】

落合公園は、日本の都市公園100選に選ばれておりPRしていける。食用サボテンの生産者は2社程度あるが、連携がなされていないように感じる。愛岐トンネルについて、観光資源として活かすには、事業者との連携など長期的な取り組みが必要である。

【佐藤会長】

エリア全体として、どう魅力を向上していくかが鍵となる。

【岡部委員】

31万人の都市の中で、アンケートの回答数が少ないと思う。あい農パーク春日井についてはイベント時以外にもアンケートを取っていただきたい。「感幸」についてだが、幸せを感じるためには安心安全が大前提となる。

計画を策定した後、誰が実行していくのかを考えるとともに、経済団体が連携し、支援していく必要がある。イベントを成功させるためには、「お祭り男」「お祭り女」を育てて、何年も続ける必要がある。観光資源が無いのであれば、作るしかないため、中長期的な視点で連携をしていく必要がある。

【佐藤会長】

ビジネスに絡みたい若い人は多いため、どのようなスタートアップが考えられるかを春日井市が募り、市が支援するような積極的な取り組みも出来るのではないかと。ビジネスの集まるところに人は集まる。

春日井のサボテンのイメージが無い。特色を出すことが出来ないかと。

【水谷委員】

もともとサボテンは見るものと捉えていたが、今、春日井では食べるものとなっている。サボテンは高価であるため他の野菜のように日常的に購入して食べられない。生産量を増やす等して、価格を下げる

ようにしたらどうか。

【佐藤会長】 サボテンを食べるものという認識が少ないため、発信していくことが有効。また、メキシコなどの海外との連携もできると良い。

【榊原オブザーバー】 春日井市観光・にぎわい創出基本計画はサボテンを中心とするのか。サボテンを軸にしていくのは厳しいと感じる。

【趙副会長】 春日井市外の人からすると春日井市にはサボテンのイメージがある。計画でサボテンを軸にするということではないと思うが、サボテンが「食べられる」と言うのは非常にインパクトが強く、活用の可能性は大いにある。

【榊原オブザーバー】 人を呼び込むための手段の一つとしてサボテンを使うのは問題ない。サボテンをメインで観光を推進するのは無理がある。

【小島オブザーバー】 ブランド戦略として、どうやって春日井の観光のイメージを作っていくのかが重要である。サボテンのインパクトが強いのであれば、一つの要素として取り入れることは良い。

【佐藤会長】 サボテンを活用したアイデアが、市民等から出てくることを期待する。

【赤崎委員】 飲食のためのサボテンを売るのであればおいしいことが大前提である。ハンドクリームや化粧品として売っていくのであれば科学的な根拠が必要である。しっかりと時間をかけてサボテンの活かし方を考えていけると良い。

アンケート結果を見て初めて市内の公園を知った。マイクロツーリズムとしては、こういった公園を抑える必要がある。近年、ペットを大切にしている家庭が増加しており、ペット関連で深掘りするのも可能性があると感じる。

県外から人を集めることができるのは愛岐トンネルだと思う。トイレの問題や歩きやすい場所ではないことを事前に周知することが重要である。貴重な観光資源であるため、市として積極的に関わる必要がある。

【田本委員】 サボテンについてはHPに取り上げられている。中部大学や名城大学で研究がされており、体に良い効果があるという結果が出ている。体への効果とおいしさの二つの側面から売り出せる。

都市緑化植物園ではイベントが開催されており活用されていると感じる。施設職員に話を聞いたが、文化施設は市民の文化向上を目的として活動をしているため観光を目的とすることは簡単にはできないとのこと。観光資源にするべきものと市民の文化向上に資するもの

とを区別することが重要ではないか。

【佐藤会長】

目的を明確にする必要があるという発言があったが、春日井市の活力に繋がっていくために観光が重要な産業であると思う。暮らしたいまちから、さらにその先に進めていけると良い。

【事務局鈴木】

サボテンについてとても良い議論がされたと感じる。サボテンを軸にするわけではないが、資源の一つとして活用していきたい。

なお、古いデータではあるが、市外からの流入人口が約5万人、市外に流出する人口が約7万5千人である。

上記のとおり、令和3年度第2回春日井市観光・にぎわい創出推進会議の議事の経過及びその結果を明確にするためにこの議事録を作成し、会長及び出席委員のうち1名が署名する。

令和4年1月14日

会 長 佐藤 久美

署名人 趙 偉