

意見、質問一覧

委員一覧順に各者の意見を示す。

1. 学識者

(1) 趙 偉 (中部大学 経営情報学部経営情報学科 教授)

	ページ	項目	意見、質問
①	P2	(3)現状 ②ア	観光延入込客数減少についてイベント中止が原因とのことだが、的にどのようなイベントか？ ⇒ 形を変えてでもイベントを実施出来ないか？ 定期的なイベントで外から来訪してもらう必要がある。現在コロナ禍ではあるが、2～3年後、また5年後の社会を見据え人と人とのつながりを大事にしたい。
②	P9	③つながる	○資源がつながる ⇒ 組合せイベントだけでなく、積極的に他の資源を宣伝するなど相互連携することが重要。
③	-	その他	春日井市主催のイベントは、ロゴなども書道を活かしたデザインにするなど、観光資源にこだわりをもって、徹底的にアピールしてみるのはいかがか？

2. 事業者

(1) 赤崎 真紀子（中部圏インバウンドセールスプロジェクト 事務局長）

ページ	項目	意見、質問
①	-	<p>(1) 「観光」と無縁のまち・春日井市</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ アンケート調査の結果、市民は春日井市を「観光のまちじゃない」と思っていることが明白になった。大変面白い結果が出たと感じた。 ○ そして、「観光」という言葉の定義づけは特にないままのアンケートであり、会議であったため、「観光」という言葉について、市民も委員もイメージがバラバラなのだという事も認識した。多くの場合「観光」は、華々しい観光資源があり、それが既に認知されている状態がイメージされているのだと思う。しかしながら、春日井市はそうではない。 ○ 今回の委員会名称が「観光・にぎわい」となっていることも、上記のような市の現状、市民意識が背景にあるために「観光」が単独の文言として使用されなかったのだろうと想像する。 ○ 他方で、これでよかったのだろうか？その回答を出すには時間がないが、一般に「観光」と無縁のように思われる地域が新たに「観光」「集客」「交流」「にぎわい」等の創出を考える時には、言葉の定義づけや、主体である自治体が創出したい状態は何かをきちんと整理・提示することが大事だったと思う。 ○ 「観光」や「にぎわい」の一般的な意味を明示したうえで、春日井市として市民と目指すゴールが一致しているのか、一致していない場合はさらに新しい意味を含むのか、「集客」や「交流」とはどのように関連付けられるのかなども考えたかった。 ○ 今このようなことを言っても不毛のため、これから「観光」や「にぎわい」創出に本格的に春日井市が取り組むということであれば、2つの方向性があるのではないか。1つは「市民&近隣市民のためのにぎわい&交流の創出」。もう1つがいわゆる「観光集客へのチャレンジ」である。
②	-	<p>(2) 市民&近隣市民のための「にぎわい・交流」創出</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ アンケートでは、春日井市民が結構「うちのまちは住みやすい」と感じていることもうかがえた。公園が大好きということも。 ○ 今回事業を通して、「春日井市の公園」にちょっと関心を持った（行けていないが）。他にないから「公園」が頻出しているのかもしれないが、リラックスできて健康的な公園が複数あるのは確かに良い環境である。ここをさらに深掘りして、市民の在住満足度を高め、小規模事業者にもプラスとなり、経済効果も少

			<p>し出る以下のような方策があるのではないかと思った。</p> <p>①楽しいイベントが絶えず開催されている。</p> <p>②①では食品や近隣農家の無農薬野菜、雑貨などが販売。</p> <p>③また、キッチンカーもあり、スケジュールも周知されている。</p>
③	-	-	<p>(3) いわゆる「観光」への新たなアプローチ</p> <p>○ 私見だが、遠隔地からも集客できる資源としてはやはり「愛岐トンネル群」が筆頭と考えている。NPO とのコミュニケーションをとり、市の境をまたいだ複数自治体の連携体制をつくり、JR 東海とも連携して、広く集客できる観光スポットとして育てていただく道はいくらでもありそう。地域にとっても大きなプラス効果が生まれるのではないか。</p> <p>○ 「書」について、背後に歴史と文化があるのは重要な要素。中国渡来だから中国の然るべき都市と「書」をテーマとした国際交流も一手かと思った。何代か前の中国総領事だった張立国氏は遼寧省鉄嶺市（りょうねいしょうてつれいし）の出身で、現地には立派な書の博物館（？）があったのを思い出した。</p>
④	-	-	<p>(4) サボテンについて</p> <p>○ 春日井市の目玉商品としてのサボテンにどのようなポテンシャルがあるのかよく分かっていない。せつかく何年にも亘って「サボテン推し」を続けているのであれば開花すると良いと思っている。</p> <p>○ 判断できない一番の理由は、食べたことがないため。こういう委員会の委員になったら、個人的にでも「サボテン食べてみる体験」はするべきとも思っているが、事務方も少し熱意に欠けていたのではないか。会議の都度、ひとかけらでもいいからサボテン食べさせて欲しいと思っていた（発言もした）。</p> <p>○ よそ事であるが、大学で「ものづくり経済論」を教えている。ゲスト講師には岡崎の八丁味噌蔵の社長もお招きしている。八丁味噌&小さなスプーンを抱えて来てくれる。授業中に私がそれを学生に配って試食してもらっており大反響。経営哲学も素晴らしいが、味わって感じてもらおうという、八丁味噌に対する深い愛情が学生達にストレートに伝わっている。</p> <p>○ 「味覚」は強力な資源だからこそ、それを舌で実感して欲しい。その上で率直な意見をたくさん聞かせて欲しい。そういう思いがピンピン伝わるような、そんな委員会を希望する。また、外部委員はたいてい春日井市のことをよく知らないはずである。日程調整は面倒でも論じる対象となるエリア・スポット・食文化ツアーを1日でも実施して、委員をくたくたにさせても良いのではないか。</p>

(2) 水野 香代 (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)

	ページ	項目	意見、質問
①	P4	現状と課題	<p>◆「今ある地域資源が十分に活用されていない。」</p> <p>○ 地域資源の素材を活かした時間や空間の楽しみ方・過ごし方を創作とあるが、同じく、地域資源の素材とは、何を指すのか？ → サボテンや書を指しているのか？</p>
②	P6	計画推進の キャッチコ ピー	<p>◆キャッチコピー (仮)『すごしやすいまち・訪れたいまち すぐそばにある憩い 春日井』</p> <p>○ 春日井市ならではの (他にはない、差別化ポイント) をキャッチコピーに加えてはいかがか。</p> <p>○ 春日井を他の市町村に置き換えることができないコピーが良いのではないか。</p>

3. オブザーバー

(1) 小島 馨 (愛知県 観光コンベンション局 観光振興課長)

	ページ	項目	意見、質問
①	P1	(1) 計画策定の目的	<p>◆「本計画は、こうした今後懸念される人口や経済の流出を食い止め、流入への流れを創造するために、「観光」の力によってまちの魅力を磨き上げ、交流人口を増加させることで新たなにぎわいを創出することを目的として策定するものです。」</p> <p>○ 「にぎわいの創出」は目的というより、手段だと感じます。にぎわいを創出することで何がしたいのか、何を目指すのか、もう一段階、掘り下げたところに目的があると思う。</p> <p>○ なぜ「人口や経済の流出を食い止め、流入への流れを創造する」ことを目指すのか。(3) 現状の中に「将来にわたる持続可能な地域づくり」という記述があり、これは目的ではないか。将来にわたる持続可能な社会経済の実現が本質的な目的だと思う。</p> <p>○ 「交流人口を増加させることで新たなにぎわいを創出する」という表現について。「交流人口」とは、一般的に、外部からその地域を訪れる人のことを意味するが、そうだとすれば春日井市民が外れる。前段に記述がある「マイクロツーリズム」は地域住民も対象となるはずであり、「にぎわいの創出」を目指すなら市民も対象であると思う。「市民が余暇時間を外で過ごす」ことが、「経済の流出」につながっているという問題意識があるなら、外部からの交流人口の増加だけでなく市民も対象であることがわかるようにしたほうが良い。また、市民自身が市内で「観光」を楽しむことが、市民に「市に対する『誇り』や『魅力』」を持ってもらうことにつながり、それが人口の転出超過の抑制につながると思う。もちろん人口減少の流れがある中で、外部からの流入は最重要だが、市民も対象として位置付けた方が、バランスのとれた内容になるのではないかと。</p>
②	P5	(5) 体系図	<p>◆「① 目指すべき姿 (基本理念)」</p> <p>基本理念「交流人口の増加により新たなにぎわいがあふれるまち」</p> <p>○ 「目指すべき姿」＝「基本理念」と言っても良いのか気になる。現在の記述は「目指すべき姿」には当てはまると思うが。それを「理念」と言うことに違和感がある。「理念」とは何かと的確に答えられないが、「基本理念」という部分は削除し、「目指すべき姿」とするだけで良いのではないかと。</p> <p>○ 少なくとも今のままでは、目的として記載している「交流人口を増加させることで新たなにぎわいを創出すること」と「目指すべき姿」がほぼ同じになってしまい苦しい。</p>

③	P5	(5) 体系 図	<p>◆「② 基本方針」</p> <p>春日井における「観光」の定義 (仮)『余暇・趣味を楽しむ「コト」と「トキ」』</p> <p>○ 「春日井らしい新たな観光を創造する」のであれば、その内容を明確に示す必要がある。その意味で「観光」の定義は非常に重要であり、春日井が新たに提唱する「観光」とは何か、もう少し説明がほしい。「コト」、「トキ」とは何を意味するのか、「」で括りあえてカタカナで表現した真意は何か。少なくとも「定義」を示すのであれば、具体的に説明しなければならない。</p> <p>○ 「余暇・趣味を楽しむ」という方向性は非常に良い。「(4) 現状のまとめと方向性 イ.効果的な情報発信 【課題】にあるとおり、春日井市の観光のイメージが低い。観光資源の認知度が低い」という状況を前提に考えれば、従来の「観光」とは違った切り口で攻めるのは面白いし、身近なところから始めるのも現実的だと思う。</p> <p>○ 「余暇・趣味を楽しむ」という言葉で思ったのが、「サードプレイス」。特に新しい概念ではありませんが、コロナ禍でテレワークが当たり前となり、自宅で過ごす時間が増える中、自宅以外で過ごせる場所（職場へは行けない）へのニーズが高まっていると思う。②基本方針にも「身近に余暇・趣味時間を充実させることのできる憩いの場…を創出」とあり、「サードプレイス」の考え方と通じるものがある。「観光」の定義の説明は、「サードプレイス」を意識して考えると良いかもしれない。</p>
④	P5	(5) 体系 図	<p>◆(6) アクションプランの考え方 I.重点テーマ</p> <p>◇もてなす「もの」「こと」の磨き上げ 「○地域資源の磨き上げ、○観光商品・コンテンツの造成」</p> <p>○ 「磨き上げ」という言葉が気になる。観光振興を語る際に盛んに使われているが、「まちづくり」や「地域づくり」と同様に定義が曖昧である。一方で、それらしく聞こえるため便利な反面、ほとんど何も語っていない言葉である。県では、「地域資源の磨き上げ」という場合、「観光コンテンツとして付加価値を高める」という意味で捉えている。県の観光戦略では、観光関連産業の振興を図ることを目的とし、観光消費額の増加を目標値として掲げていることから、「旅行者のニーズに沿って相応の対価を払ってもらえる商品・サービスとして造成すること」という意味を「磨き上げ」に込めている。春日井市の場合の「磨き上げ」とは何をすることなのか、明確にしておきたい。</p>
⑤	資料2	アクション プランの提	<p>○ サボテンについては、価値を理解してもらい、価値に見合った対価を支払ってもらうこと、そのために何をするのかが「伝わ</p>

	案について	<p>る」取組の方向であると思う。例えば、産業観光として、手間暇かけて質の高いサボテンを造っている、その工程を実際に見せて、しっかりと説明し、体感してもらうイベントの開催や、生産現場の見学や体験学習のようなプログラムを組むこともあり得る。商品の価値を理解して相応の対価を払ってもらうことが付加価値を付けるということであり、価値を理解してもらうことは、ブランドイメージの向上にもつながる。そうした見学等に参加した旅行者をリスト化し、事業者が継続してアプローチしていくことで関係性を築いていく「つながる」取組も考えられる。</p>
--	-------	---