

第3回文京区アカデミー推進協議会分科会(観光分野) 議事要旨

日 時	平成27年7月13日(月) 18:30～20:30
会 場	文京シビックセンター5階 区民会議室5A
委 員	会 長 野口 洋平 (杏林大学外国部学部英語学科准教授) 委 員 白井 圭子 (文京区観光協会 副会長) 委 員 荒木 時雄 (公益財団法人 東京観光財団 常務理事) 委 員 金輪 精梧 (文京区町会連合会副会長) 委 員 上田 武司 (文京区商店街連合会副会長) 委 員 春田 孝二郎 (文京区高齢者クラブ連合会副会長)
事務局	矢島 孝幸 (アカデミー推進部観光・国際担当課長) 熱田 直道 (アカデミー推進部オリンピック・パラリンピック推進担当課長) 諸 久子(アカデミー推進部アカデミー推進課 観光担当) 支援事業者 株式会社創建 氏原・山崎
資 料	「次第」及び「第3回分科会の進め方について」 施策体系(案)

議 事

1. 開 会

2. 議題

①分野別計画の新しい体系案について、基本目標・基本的な方向を検討

(支援事業者より前回までの分科会のふり返りについての説明を行った。)

事務局より、「施策体系(案)」を用いて、前回までの分科会での意見を踏まえた、新たな分野別の目標、基本的な方向の案について説明を行った。

野口会長:1-(3)は少し観光らしくなく、治安向上のようなイメージがする。もちろん、今議論となっているカジノもそうだが、観光における治安はよく言われることであり、どのように伝えるかが重要である。

上田委員:商店街連合会では「まちゼミ」の取組を行っている。各商店が自分の商売となるべく関係しないような地元の歴史やまちの成り立ち等のゼミナールを行っており、最終的には自分の店のファンになってもらうという試みである。それは観光とビジネスをうまくマッチングしていくということが趣旨である。観光やまちの歴史がまったく商売につながらないということはない。

荒木委員:安全・安心の視点は観光の中に入っていてよいと思う。大震災であれだけインバウンドが減ったということは、地震がない国からすると相当な恐怖ということである。特に言葉が通じない国で何か緊急事態があったときに事前に対応策が考えられていれば安心である。もう1つはバリアフリーの視点で、障害を持った方々が、車いす等で安心して観光地を回れるようなことは必要ではないか。

野口会長:来訪者にとっての安全・安心というニュアンスだと思う。ホスピタリティは弱者への

配慮が原則であり、どんなに社会的地位がある人でも旅行中は弱者である。そのような観点から、観光客に対して地震や災害に備えていることを見える化することは重要である。

上田委員：品川や杉並の商店街はインフラづくりに力を入れている。空き店舗を活用した品川区交流館ではトイレや休憩所を設置し、地域の方がお茶の提供を行ったり、地元の名産品を販売している。文京区でもやりたいが、なかなか予算がない。

野口会長：そういったスペースがあると、災害時も一時の休息場所として利用することができる。

上田委員：MICEは5年前の計画策定時の議論から全然取組が進んでいない印象がある。

野口会長：MICEについて、我々はどうしてもモーターショーやサミットを思い浮かべてしまうが、そこまで大きくなくても同好会が集まる機会や学会等も含むことができる。文京区は大学も多く利便性も高いので、最も学会が多いのではないかと。5年前の議論はそのような学会や展示会等の機会に来訪者へ文京区の資料を自動的に配る仕組みをつくろうということだったと思う。文京区の中でどのような集まりが行われているのかを把握し、文京区の飲食店情報を届けられるようなホットラインがあると、パンフレットも使い道が広がり、商店街の方々もますます協力してくれるのではないだろうか。

春田委員：区内には医療系の大学も多く、医学関係の集まりの話は結構聞いたことがある。

野口会長：学会は全国、国外からも来訪者があり、波及効果が大きいのと思う。会議が終わった後の楽しみ、ついでに観光ができるということは重要である。

白井委員：1-(2)について「名物はない」という意見があるが、観光協会では観光協会推奨品という取組を行っている。ただ、情報発信がうまくいっておらずほとんどの方が知らないと思うので、告知を工夫していきたい。文京区の観光地に行っても何も土産品を売っていないところが多く、女性はそこで何か記念のものを買いたいという思いがすごくある。観光地としてお客様を迎えたいということは、それぐらいの発信を構築していくべきではないか。護国寺でのイベントに行ったらお客さんがまばらで、なぜ告知がうまくできなかったのかと聞いたら、区の刊行物に掲載してもらえなかったということである。経緯はわからないが、それぞればらばらに取り組みのではなく、もう少しみんながまとまってできる方法があればと思う。

金輪委員：その意味では、ほおずき市は30回も続いている。花の5大祭りもさらに長く続いているが、続いている根本は経済性だと思う。経済性が一定程度ないと続けていくことはできない。

野口会長：B級グルメやゆるキャラを売り出しているまちは、元々は有名な歴史的なものがある。ただ、多くの人の理解、知識ということを考えると、伝統的なものよりもそちらの方が理解しやすい。名物とは本物性、江戸時代から続いているという意味の名物なのか、現代のつくられたものなのか。その辺を検討しなければならない。名物があるかないかは決められるものではなく、探せばあるはずである。いちご大福、天むすは本当は三重県発祥だが、県民は奥ゆかしい、経済的なものを求めない部分があり、いつのまにか名古屋名物になってし

まった。実は自らの地域が発祥と後から言っても手遅れなので、今何かよいものがあるならば、早く打ち出した方がよい。もう少し商売っ気があってもよいかもしれない。

春田委員:文京区はどこが核になる盛り場なのかよく分からない。

野口会長:「文の京」も私が普段若い学生と接している感覚からすると、あまり伝わらない。文の京というブランドにこだわると平均年齢が高く、教養があるイメージに限られてしまい、厳しい部分もある。

事務局(支援事業者):他の分科会でも文の京に対するご意見は出ていた。生涯学習の分野で、アカデミーというからには総合大学をイメージするが、文の京というと人文系のイメージがあり、理系や芸術系はそこに入っていないようなイメージを持ってしまうということであった。

野口会長:いい意味でも悪い意味でも色が付いてしまう。文の京なのに金稼ぎの話をするのかという意見もある。区民が旅行に出かけることもこの中で議論すべきであり、区から特定の場所に行く際は補助を出してもよいくらいである。区民の観光を促進する、また受け入れることも必要である。区の中で遊ぶという視点も重要である。アカデミーで「学ぶ」となると、観光の「遊び」と違うのではないかという感覚もある。ただ、遊びは人間の最も高尚な学びと言われている。

事務局:文の京は区の自治基本条例の中で、文京区を表すものとして位置付けられている。必ずそれを使わなければならないというよりも、そういったものがあるのご理解をいただきたい。その中で、例えば1-(1)の「文の京の誇りとなるまちなかの魅力発掘と磨き上げ」となると、すごく狭めているところはある。もっと広く魅力を発掘して磨きあげるといってもよいとあるが、必ずしも文の京を使わないといけないわけではない。

野口会長:ある時点では文京区を分解して「文の京」として読み込んだのだと思う。それでじっくりくる部分もあるが、現代の文京区はどうなのか。現代的な魅力とは何なのか。その辺を打ち出さないといけない。

上田委員:文京区は確かに核となるようなものはない。様々なものが集合して、形成されているまちである。以前に始めたのが、お弁当屋の弁当の上に載せる紙に近所の有名人を載せるという取組である。ただ、なぜ石川啄木かというとなかなかつながらない。自分のお店と歴史の環境をどう評価するかということは難しくなっている。

野口会長:それもかなり高尚である。もっと分かりやすい方がよいかもしれない。極端なことを言うと「下町文化が残る」というのは一番分かりやすい。谷根千は江戸時代からの下町文化が残っているといわれているから分かりやすい。本当はまちは複雑で一言で語れない方が楽しいが、文京区は敢えて言うなら下町なのか山手なのか、そういった分かりやすい説明の方が今の人たちは受け入れるのではないか。吉祥寺が現在人気があるのは、やはりカラーがついているからだと思う。

事務局:文京区という単位で全て括っても地域差もあり、なかなか難しい。谷根千や東京ドームシティ、谷根千、区が力を入れている新江戸川公園の周辺などがある。ブランドの構築も各地域で進めることも重要ではないかと思う。やはり地元が

盛り上がらないと区だけでは力が及ばない。様々な補助金があるので、一緒に使わせていただきながら取り組んでいきたい。

野口会長:「後樂園」のように、文京区のそれぞれの地名の方が知られているのではないかと。各所のブランド力は元々あると思うが、これまでそれをあまり売り出してこなかっただけで、各地域にふさわしい取組を行えばよいのではないかと。また、東京都、隣接区との関係の中で、文京区の観光における役割、キャラクターは何なのか。例えば杉並の高円寺ではサブカルチャーや演劇が盛んである。

事務局:観光財団の方で紹介されているのは、谷根千、東京ドーム、後樂園等のスポットである。例えば金沢市は兼六園と密に関わっているが、文京区は六義園、後樂園だけでやっていけるわけではない。

白井委員:区の商店連合会でB級グルメをつくってコンテストを開催するということはないのか。

上田委員:区内のお肉屋がつくったコロッケを即売する「コロッケサミット」を開催し、何年か続いた。

野口会長:文京区がB級グルメに走るのか、それともA級グルメ、本物志向で昔ながらの洋食屋があるという方向なのか。シティーセールスの視点、「本物に出会えるまち、文京」のようなものがよいのか。

上田委員:文京区は東京都の中の一エリアである。エリアの中に浅草やお台場、スカイツリーといったポイントがある。そのようなポイントを文京区もつくっていかないとはいけないのではないかと。旧態依然のものもある。例えば小石川植物園、それにまつわる徳川家綱、小川笙船等、発掘や脚色をして物語をつくる。核ではなく様々なエリアの中で様々な話があるので、それをうまく使っていけばまちの活性化、にぎわいにつながるのではないかと。

野口会長:今までそういったものを活かしてお金を稼ごうという話にならなかったのはどうしてか。

上田委員:文京区は上品なまちだからではないかと。

荒木委員:庭園が区内にはたくさんあると言われるが、あまり文京区の中ではそういうイメージはないのか。ヨーロッパの方は庭園が好きで、よくカメラを下げて歩いている。

野口会長:現在、観光で最も重要なキーワードは持続可能性である。一つは環境の共生という意味での持続可能性で自然資源を使い続けられるか、二つ目は仕組みとしての持続可能性、次の代の人達がそれを続けられるかどうか。多くのまちで恐れているのがオリンピックが終わったらお客さんが来なくなるのではということであり、東京でホテルが理由が増えない理由もまさにそこにある。その意味では経済的な持続可能性もあると思う。例えば、まちの食堂がこれまでは地元の人が食事をしていて場所だったが、これからは観光客も受け入れる方向に踏み出せるかどうかということである。

私の政策体系(案)だが、一つ目は「観光資源の開発と保護」、そこにはイベントも含まれる。二つ目は「マーケティング」である。どのようにお金を儲ける仕組みをつくるか、どうブランドをつくっていくか、お客のニーズを知る、情

報を発信するという意味でのマーケティングである。最後が、「観光と環境」で、地域住民が受け入れやすい環境をつくる、観光振興を続けられるように諸団体と連携をしていく仕組みづくり、継続的に人材が出てくるような人材育成としての環境がある。事務局(案)は5年前の計画の目標1と2を合わせたものとなっている。私の案は1は独立したままで、2を半分に分けてそれぞれ1と4に半分ずつ振り分け、3にもう少しビジネスモデルを付与する。情報発信だけでなく、情報を集める。もしくは観光全体の仕組みづくりである。そういったまとめ方もあるのではないか。ただマーケティングというとアカデミー推進とマッチしないかもしれない。情報発信だけ取り出して柱を一本立てるとなると情報収集も必要である。試しに京都や大阪で文京区の物産展を開催するとどのような反応があるのといったことも考えられる。

上田委員:品川区のイトーヨーカドーでは地元の商店街と連携して品川区の物産の場所を提供している。それは運営するための職員を1人雇用している。確かにマーケティングは観光において重要であり、BtoCの中で業者と顧客の双方がwin-winで動かないと、定着していくことは難しい。

野口会長:仕組みとしての商売や地元のつながりと、観光資源を開発、守るということは本来は分けて考えないといけない。文京区は外からどう見られているかについての調査やそれを体験することは重要である。JRの駅がないのであれば、人々の導線はどうなっているのか、調べた方がよい。スカイツリーの前後どちらに文京区に来るのか。また、文京区には夜に期待して来るのか、昼のランチがおいしいのか。

上田委員:最近小石川や本郷ではシェアハウスができており、外国人が長期で滞在している。月7, 8万かかるが、アクセスが非常によく乗り換えなしで有名な観光地に行ける。したがって実際には地べたの下で人が動いている。

事務局(支援事業者):文京区のイメージの打出しというのが、あまり安易にいかない方がよいのではという話をしていた。B級グルメやゆるキャラは分かりやすいが、それは少し違うのではないかと思うところもある。B級にいかないことがまちの核、品格なのではないか。文化芸術分野で話されていたこととして、文京区は例えば、金沢や京都と連携していく部分があってもよいのではないかといいところがあった。国際交流では日本国内の都市間交流として出てきたが、その背景には歴史があり、品があり、文化が根付いているまちという認識があるからこそ、金沢や京都という名前が出てくるのではないか。一方で、そろそろコンテンツがマンネリ化しており、なにか掘りだせるものがあればという話がアンケート調査時にあった。しかしアンケート結果でも、湯島天神や後楽園がほぼ占めていた。そうなる切り口を変えていくこともあるのではないか。また、自分のまちがどう見られているか、イメージ調査を行っている自治体は多く、外からどう見られていて、自分の気付かない長所を外の目から把握してそれを伸ばすという視点があり、今回の議論でも有効であると思う。

野口会長:情報発信だけでは一方通行となり、キャッチボールがあつて本当に必要な情報が発信できる。イメージ調査や観光客の導線等、観光施策を検討する際のデータ集めをしないと、いつまでも思い込みで進めてしまうことにもなる。ビジョ

ン策定時に調査を行ったと思うが、それから新しい地下鉄もでき、羽田空港も国際化が進んでおり、人の導線は違ってきているはずである。

事務局:区としても情報収集の重要性は認識しているところである。今回、計画を改定するにあたってのポイントはオリンピック・パラリンピックということだと思うが、バリアフリーの進展や実際に競技会場付近となると、近辺のまちの顔色は本当に変わってくると思う。また、お金の落ち方も変わってくる。その中で、旧態依然のかたちではなく、そういったことを踏まえて調査をしていかなければならないと思っている。文京区の各スポットごとにあった観光施策を検討するためのニーズ調査は必要であると考えている。

野口会長:観光客は外から誰が連れて来るかを考えると鉄道やバス会社、旅行会社となる。業者から文京区はどう見えるかという視点も重要である。また、メイドイン文京区のお菓子やお酒が関東エリアのなかでどういったブランド力があるのか、外の人の意見は知りたいところである。

事務局:「文の京の観光促進タウンガイドミーティング」をつくったきっかけの一つが文京区はこれまであまり観光に対して依存してこなかったが、社会時勢やオリンピック・パラリンピックも見据えて、宿泊との連携、旅行会社との連携が途絶えてきていたのを見直そうということがあった。今回の地方創生交付金では単年度だが宿泊業との連携を考えている。

野口会長:「文の京の誇り」はもう少し議論するか、括弧に括っておかないと、新しいものが出てこない。また、オリンピック・パラリンピックに向けて思い切ってお金をかけた事業を行うのもよいかもかもしれない。杉並には演劇の劇場があり、そういったものがあると人が集まる拠点になる。大きなイベントを行うのもよいかもかもしれない。

上田委員:文京区は季節ごとの花といったポイントごとの観光しかなく、1年を通じて訪れたい観光地がない。それをつくっていかないといけない。

白井委員:文化芸術に関してはシビックホールの大ホールがあり、様々な催しがあり、文化の高度な香りがする。

事務局(支援事業者):文化芸術の柱の一本として、「地域文化を守る、活用する」という言葉も出てきており、観光資源は多くの場合文化資源でもあると思う。

野口会長:観光の場合は必ずしも古くなくても人が集まれば何でもいいじゃないかという考え方もある。古いものを守るのも大事だが、オリンピック・パラリンピックを機会にお金をかけて大きなイベント等をすることも考えられる。

白井委員:シビックホールの大ホールで行事があると観光協会への来訪者が非常に多い。

野口会長:事務局(案)と私をご提案したもう少し情報発信に踏み込んでビジネスモデルやブランドづくりの言葉を強くしたものとの間ぐらいを目指して調整させていただきたい。また、本日議論した中で、いいものはあるがそこまで売り出していないものがあり、もう一步踏み出してそれを活かして知らせていくような積極的な姿勢を示す言葉に変えることで、まとめさせていただきたい。

3. 開 会

以上