

平成29年度文京区アカデミー推進協議会第1回分科会(観光・国際交流)概要記録

日 時	平成29年6月15日(木) 18:30～20:30
会 場	文京シビックセンター地下1階 多目的室
出 席 委 員	座長 久松 佳彰 (東洋大学教授) 白井 圭子 荒木 時雄 佃 吉一 町田 菊男
欠 席 委 員	(なし)
事 務 局	鈴木観光・国際担当課長 横山オリンピック・パラリンピック推進担当課長 小野寺観光担当主査 増田国際交流担当主査
資 料	次第・文京区アカデミー推進協議会分科会別名簿・事業パンフレット
(議事) 1 開 会	(1)分科会の進め方について (2)概要説明 (3)委員より質問・意見等
2 アカデミー推進 計画の観光・国際 交流分野における 平成28年度の事業 実施状況の点検及 び評価について ・ 委員意見 ◎事務局補足説明	(1)観光・国際交流分野は、分野別目標が大きく3つに分かれている。第1回協議会で配布された事業調査結果の表を確認しながら、付箋で評価(緑)・対応(黄)・その他(ピンク)に分けて模造紙に貼っていく。 (2)事業概要説明(鈴木観光・国際担当課長) 「文京区アカデミー推進事業調査結果」(資料4)P.30～P.37までの観光分野について、事業概要・課題等について説明。 (3)委員・事務局より質問、意見 ◎外国人おもてなし隊育成事業について、参加者は女性の方が多く、年齢層は50～60代が多い。20～30代がチラホラいるが、若い男性が少ない。 ・一通りの事業はやっているが1つ1つが弱い、機能していない。 ◎訪日外国人は右肩上がりで増えているが、まだまだお金を落としてもらえない文京区にはなっていない。 ・区民のための観光プロジェクトと非区民のための観光プロジェクトの両方がある。意識してやっているのであれば良い。 ・メーリングリストで区在住の人に情報提供をしていることについて、範囲は限られるが、区民に区のことを知ってもらうという目的ではよいと思う。しかし、もったいない気もする。 ・情報発信で苦労している。(特に外国人に向けた情報発信) ・どういう目的で、誰に対してやっているのかを整理して、それに対して考え直す必要がある。 ◎特別区の財政の考え方は、他の地方自治体とは違い、歳入(収入)は区内の事業者(観光を含め)の事業税が直接入ってくるわけではなく、一度東京都で集約されてから再分配される。もともと区内の産業が活性化することと、区の財政が豊かになることがイコールではない。

◎産業や観光に関して、区がどういう方向に持っていくのかがあやふや。

- ・できることとできないことを見分け、やるべきかやるべきでないかの判断ではなく、できるかできないかの判断で行っている事業が多い。
- ・使えるメディアを最大限に使う。しっかりと使い切れていない。
- ・対象者をどう捉えるのか。区在住者と観光客は、全く違う分野のため、分けた形で対応策を考え、整合性をとっていく必要がある。
- ・在日外国人と日本人がどう接していくのかを考える時期。
- ・どこに焦点を置くのか。行事が多すぎる。緩急が必要。
- ・オリンピックを契機に、3年間は外国人に完全に的を絞った観光に特化すべき。その後は、その反省を活かして日本人に向けるべきか、そのまま外国人に向けた発信をしていくか決めていけばよい。
- ・文京区が他に誇れるものは文化と教育。近代日本の象徴。
- ・文京区特有の文化の発信を外国人に向けてするという形の観光もある。
- ・スマホの普及で、お金をかけなくても情報発信が可能。
- ・年配の方には、知的好奇心の強い人が多くいるが、それ以上に若者、子どもたちに広い意味での観光教育も必要。(博物館、美術館、花の5大まつりetc) 子どものころから意識づけをしていく。
- ・子供のころから意識づけをしていく。
- ・事業参加者も高齢化していくため、若い人が入りにくくなる。
- ・若い人に向けた事業も入れなければならない。そのためには、何かをやめなければならない。
- ・外国の雑誌に取り上げてもらうよう試みる。(Ex.実際にイギリスの学術誌(Nature)に掲載された場所が大人気になった。)
- ・体験型の観光の促進。
- ・試験的にお茶とまちあるきのセットのツアーを外国人に向けてSNSで発信している方がいる。
- ・新聞の折り込みと一緒に入れるなどの工夫が必要。区報のあり方も考えるべき。
- ・行政の縦割りを越えた連携の仕方があってもよい。

◎文京区では、20年ぐらい前までは観光業は地域産業の1つだった。本郷の旅館街は修学旅行で利用されており、観光担当が産業振興の部署にあった時期が長かった。後継者不足などで旅館の数、旅館の利用者が減り、修学旅行での利用も激減している。観光のどっちつかずの部分、方針の迷いの要因は、もともとは産業の分野だったが、「観光資源」の視点から捉えなおす中で、意識の変化に行政がついていけないこともある。

- ・文化財・文化施設として考えていたものが、観光地化している。それに対して、良くも悪くもオープンになってもらえない。(Ex.東京大学)
- ・訪問者の興味関心、捉え方が以前と変わってきているということを行政が伝えていかなければならない。

	<ul style="list-style-type: none"> ・オンラインゲームとのコラボレーションはSNS、グループ内の情報発信、情報共有で大成功。 ・スクラップ&ビルド(やめる勇気) ・タイ語の日本観光サイトがあり、そこにどんどん書き込みがされる。いい写真があると、その写真を撮りに観光に行く。文京区内のそういったスポットをピックアップして、留学生や観光客の人に写真をあげてもらい、情報発信、情報共有をしてもらう。 ・できるだけ手間をかけず、お金をかけず、楽しそうにやっていく。 ・在日外国人(英語がそこまで得意ではない人たち)に対して、簡単な日本語、わかりやすい日本語を伝えていくことが必要。 ・若い人の楽しさに文京区が寄り添っていく。 ・おいしゅうございまっぷに関連して、若者は食事の写真を撮るので、その写真を投稿してもらう。ex)文京区これが一番美味しかった写真コンテスト ・スタンプラリーだけでなく、写真を投稿してもらっていいねを押すシステム。いいねが多かった人を表彰。 ・小学生が選んだ〇〇、大学生が選んだ〇〇100選 ・文京区の名物をなるべく観光コースに入れる、このコースを行くと、なにが食べられるのか、なにが見られるのか、どんな休憩所があるのか明示されてるとよい。 ・「文京区さいこう」というFacebookのグループ。新しい発見等を情報共有して、年齢に関わらず交流している。 ・若い人は自分が楽しいと思うもの、好きなものしかやらないので、若者が楽しいと思うところに文京区が寄り添う必要がある。自然に集まってくるので、文京区が集客する必要もない。そういうものをどれだけ増やしていくかが大切。そのためにスクラップが必要。
3 まとめ	次回:国際について30分程度で概要説明→付箋はり→今日の話のまとめ