

## 第1回（仮称）新大田区観光振興プラン策定委員会 議事要旨

日 時：平成30（2018）年7月31日（火）13：30～15：30

場 所：大田区役所 5階特別会議室

出席者：浅野委員、石坂委員、伊藤委員、大下委員、河野委員、佐々木委員、杉村委員、中條委員、平江委員（五十音順）

### 1. 開会

大田区観光・国際都市部の木田部長から、開会の挨拶が行われた。

### 2. 委員委嘱

委員の委嘱が行われた。その後、委員、事務局および、本策定委員会等の支援を行う三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社の自己紹介が行われた。

### 3. 委員長選出

委員から、帝京大学経済学部教授の大下委員が推薦され、委員長への就任が決定した。

大下委員長から挨拶が行われた後、委員長代行として一般社団法人大田観光協会事務局長の杉村委員が指名され、委員長代行への就任が決定した。

続いて、委員長から会議録取扱要領（案）及び傍聴要領（案）の内容について、委員に対して確認が取られ、配布の通り決定した。

### 4. 今後の会議日程・検討内容（案）について

資料1「今後の会議日程・検討内容（案）」に基づき、今後の会議日程や各回で予定している検討内容について、事務局から説明が行われた。

（委員長）

- ・ 次回は9月21日（金）に開催する予定であるが、会場はどこか。

（事務局）

- ・ できるだけ本庁舎で実施したいと考えているが、まだ未定である。

（委員長）

- ・ それでは、各委員は今後の委員会開催日の予定を確保していただき、場所は後から送付される案内を確認することとしていただきたい。

### 5. 現・大田区観光振興プランの現状について

資料2「大田区観光振興プラン推進のための前期重点計画の実績・成果及び後期重点計画に向けた課題」に基づき、前期重点計画（平成21（2009）年度～平成25（2013）年度）における取組とその成果および、後期重点計画（平成26（2014）年度～平成30（2018）年度）において課題となっていることについて、事務局から説明が行われた。

また、資料3「現在において観光課で取組む観光施策」に基づき、現在、観光課に

において取り組んでいる事業やその概要、実績等について、事務局から説明が行われた。

(委員長)

- ・ 現行プランの 55 頁、56 頁で優先的な取組や重点計画にかかる考え方を示しているが、この重点計画で取り組まれている事業が資料 2 で示されている。
- ・ 私は現行プランの策定にかかる検討委員会のメンバーではないが、東京都からの派遣で品川区・大田区の広域観光まちづくり事業のスーパーバイザーを務めていた関係で、プランの原案作成を行った。その後も、プランに基づいて、観光課や観光協会と共に実施メニューの洗い出しを行った。観光推進連絡協議会では多くの団体にサポート体制を組んでいただき、現在に至っている。おかげさまで大田区全体観光の PR は進んでおり、露出度はかなり高くなっている。

(委員)

- ・ 委員長には、観光協会の一般社団法人化の際に、観光協会のあるべき姿等について指導をいただいた。また、本委員会の多くの委員に観光協会の何らかの事業に関わっていただいております。観光協会が、今後どのように事業の担い手になれるかについても、会議を通して考えてみたい。

(委員長)

- ・ 皆さんの協力によって大田区の観光関連事業が成り立っているということを実感する。観光が元気な地域は、このように皆が何らかの形で関わりを持っている地域だと思う。
- ・ 東京都内の観光を考える際、広域連携が大事だというのは共通認識である。例えば、浅草やスカイツリーがどこの区にあるか、ということ意識しているのは地元民だけであり、観光客は墨田区と台東区といった境界は意識していない。
- ・ 大田区の場合、川崎市や品川区との連携は今後も重要になってくる。また、多摩川つながりで考えると、青梅市や奥多摩町等との連携の可能性もあるかもしれない。
- ・ 今後の方向性等については、最後の議題で新プランの構成案が示された段階で、皆さんの意見をまとめて伺うこととしたい。

## 6. 大田区観光を取り巻く現状について

資料 4 「大田区観光を取り巻く現状について～観光統計・マーケティング調査結果～」に基づき、近年の国や都の動向を含めた大田区の観光が置かれている状況について、事務局から説明が行われた。

(委員長)

- ・ 大田区における観光を考える上では、羽田空港を除いた場合の年間観光入込客数や観光消費額を考えた方が良く、資料 4 にそれが示されている。
- ・ 資料 4 の 2 枚目のクロス SWOT 表の中には「弱み」として「②観光への区民の関心が不十分」とあるが、裏付けるデータはあるのか。

(事務局)

- ・ 資料 4 付属資料 10 頁、11 頁のとおり、日常生活圏調査として区民の方にアンケート

ートを取っている。この結果によれば、区民は大田区への愛着や誇りに関する評価は高いものの、他者への推奨という点はマイナス評価となっており生活場所としての評価は高いが、観光面に対する評価は低いものとして整理されている。

(委員長)

- ・ 控えめな区民が多いということか。どのように対処していけば良いのだろうか。

(委員)

- ・ 区民は関心が低いのか、自信を持って推奨するものがないのか。両者は意味が違うように思える。

(委員長)

- ・ 大田区民の場合は後者ではないだろうか。

(委員)

- ・ 大田区には様々なエリアがあるが、自分の住むエリアへの愛着がかなり強く、区内でも他のエリアのことはあまり知らない人が多い。

(委員)

- ・ 新築中の羽田特別出張所に設ける地域力推進センターの中に地域情報発信コーナーを設置し、区内の様々な地域の情報発信を試みたいと考えている。

(委員長)

- ・ 大田区民は、居住エリアやその周辺にはかなりの愛着や誇りがあるが、他のエリアに対して無関心だということは以前にも挙げられており、区民が地域の魅力を発見し、他者に勧めていく必要があるということは現行プランでも掲げていた。
- ・ 現行プラン策定時、エリア情報誌の発行元では、大田区内の蒲田や大森等といったエリアをテーマにした際は、区外をテーマにした際と比べてかなり売れ行きが良いということを確認できており、区民の愛着や誇りが高いことの裏付けとなっていた。
- ・ 区民は、大田区について他者へ勧めるところが少なく、控えめであるという点は、10年前と比較しても状況がそこまで変わっていない。
- ・ 資料4の2枚目のクロスSWOT表の中には「弱み」として「①代表的な名所旧跡等、従来型の観光資源として認識される資源の少なさ」とあるように、「観光資源」という枠組自体が古くなりつつあるため、見方を変えた方が良い。
- ・ 大田区の場合は、テーマ別にくくれば数多くの見どころが出てくると考えられる。例えば「ものづくり」で言えばオープンファクトリーはかなり人気があり、実際にイベントを体験していてもニーズがあると感じられる。大田区は、プログラムを作る素地はたくさんある。

(委員)

- ・ 個人旅行の時代になっているため、外国人を含め、多くの観光客のニーズが変わってきており、弱みが弱みではなくなっているのではないかと。現在、東京急行電鉄株式会社において「生活名所」プロジェクトが実施されており、日常生活に即

したスポットの紹介が行われているが、このような動きが大事だと感じる。

(委員)

- ・ 大田区にはいろいろな顔があって、「大田」としてひとくくりにできない。「大田」ブランドのブランドではなく、「大田」という会社の商品として、例えば銭湯や羽田、田園調布、池上等のブランドがあると考えべきであり、商品単位で課題の分析が必要だと感じる。

(委員長)

- ・ 今の内容は、次の議題や次回以降で議論していく内容になろう。
- ・ 策定するプランにおいて、全体のプロモーションを行う際は総力を挙げなければならないが、個別のプログラムは個々の分析をもとに行っていくといったような、基本的な考え方だけを示していくことが大事であろう。

(委員)

- ・ 資料4の1頁目で、羽田空港を除いた場合の年間観光入込客数が1,237万人ということは、全体の年間観光入込客数と差し引いた約2,100万人は、羽田空港を経由して大田区内を観光した人であるのか。それとも、単純に空港利用者のみであるのか。

(事務局)

- ・ 後者である。全体の年間観光入込客数から羽田空港における年間観光入込客数を差し引くことで、羽田空港を除いた場合の年間観光入込客数の推計値を算出している。

(委員)

- ・ 資料4の1頁目で、来訪者アンケートでは約4割の来訪者が調査地点である池上本門寺や洗足池公園等が大田区にあることを知らなかったということであるが、大田区にいるということを理解される必要はあるのか。

(事務局)

- ・ 旅行先を検討する際に、大田区が選ばれにくくなるということが考えられる。

(委員)

- ・ 羽田空港から大田区を素通りして区外の他のところに行ってしまうということがあれば、とてももったいない。
- ・ 観光はコンテンツが重要だと思うが、まだその議論に至っていない。コンテンツを新たに作り出すのも難しいため、ターゲットをきちんと定めてからそのターゲットに対して有効なコンテンツは何かという議論をしていかないといけない。
- ・ 観光課では様々な事業を行っているが先ほど紹介があったが、それらにどれくらい効果があるかを考えなければならない。
- ・ 先ほど話の出たエリア情報誌が、もし現在区民に生活便利帳的に使われているのであれば、利用する商店が変わる程度のことしか起こり得ないので、地域全体の消費額増加は見込めない。外から人を呼ぶことを目的とするのであれば、その

ための方法を考えなければならない。

- ・ 先日、高知県で外国人観光客の観光消費額が増加しているというニュースを見た。その理由として、観光客に高知城までの 1.5km の商店街を含むエリアを歩かせており、その間「オセッカイスト」として市民がボランティアで観光案内を行うことで消費を促しているという。
- ・ 大田区でも、京急蒲田駅から J R 蒲田駅の間で消費を促す方法などが検討できると思う。既存のコンテンツを再発見し、消費に結びつけるような手段を作れると良い。

(委員長)

- ・ 地域独自の文化は、今後観光になり得るものがたくさんあると思う。
- ・ 以前、国の事業で、空港にいる人に空港から近い観光地を紹介した際は効果が出たものの、事業を止めるとすぐ効果がなくなったことから、事業を継続させる仕組みを考えることも重要だと感じた。
- ・ 今後は災害発生時の対応が喫緊になってくると考えられる。東京都の「PRIME 観光都市・東京～東京都観光産業振興実行プラン 2018～」においても位置付けられていないが、来年度の実行プランの策定に当たって自分が審議会の会長になり、来年以降何らかの形で位置付けていくことを確認した。
- ・ 大田区でも新プランにおいて災害対応について何らかの考え方を示していけたら良いと思うが、関係部署との調整に時間がかかると予想されるため、行政としてどのような書きぶりができるか等について、事前の調整をお願いしたい。

## 7. (仮称) 新大田区観光振興プランの構成案について

資料5 「(仮称) 新大田区観光振興プランの構成について (案)」に基づき、予定している新プランの構成について、事務局から説明が行われた。

(委員長)

- ・ 提示されたフレームの中では、目標指標の定め方が重要となると思う。観光の分野で成果指標 (K P I) を定めるのはとても難しい。最も頻繁に用いられる観光入込客数については、調査地点を増やすことで数が増えたように見せるということが行われていたり、観光入込客数が増えていても実は平均滞在時間が短くなっていて、観光の経済効果としては落ちていたりといった事例が実際に存在する。基本戦略に紐付くように目標指標を設定するという今の設計だと、無理やりにも目標指標を定めるということにならないかと危惧している。
- ・ コンセプトの下に、全体の目標として目標指標を掲げるのは良いかもしれない。

(委員)

- ・ 経済効果につながる指標にしなければならないと思う。

(委員)

- ・ 現行プランで目標指標は掲げられていないのか。

(委員長)

- ・ 掲げられていない。10年前は、目標指標を掲げるということがあまり浸透してい

なかったが、国から地方創生交付金を受ける際にK P I の設定が必要になったため、設定する計画が多くなってきた。

- ・ 計画期間は、現行プランは10年間としているが、新プランは5年間としたいということが良いか。

(事務局)

- ・ 5年間で考えている。

(委員)

- ・ まだ戦略も立てられていないため、K P I の設定の仕方についての議論はできないと思う。実際に議論が進んでから、基本戦略ごとに目標指標を立てることが難しければ、その段階でコンセプトの下に掲げる形とすれば良いと思う。

(委員長)

- ・ そのように考えている。

(委員)

- ・ この委員会とは別に、シティプロモーションにかかる会議が行われており、委員も重複している中で、両会議の検討領域、違いが分からない。シティプロモーションの会議でも、コンセプトの検討を行っている。

(事務局)

- ・ シティプロモーションの会議では大田区の魅力や価値を打ち出すためのフレーズを考えており、担当課は観光とも一緒になって取り組んでいく必要があると考えている。大田区としての大きなブランド力を担うのがシティプロモーションで、その一翼であり、重要な動力としての部分を担っているのが観光であると認識していただきたい。

(委員)

- ・ シティプロモーションの方では、B to Cでのプロモーションが検討されているのか。

(委員)

- ・ 必ずしもそうとは限らない。

(委員)

- ・ プランに掲げるコンセプトは、内部向けとして、取組の実施主体を取りまとめるためのキャッチフレーズであれば意味がある。
- ・ あまり良いとは思わないが、外向けに発信するフレーズであれば、「大田」ブランドをアピールするために行うのか、商品ごとに行うのかを考える必要がある。これらが曖昧なまま進んでしまうと、内外どちらの人間にとっても分かりづらいものとなる。

(委員)

- ・ 日本人なのか外国人なのか、またはそれ以上に細かくターゲットを明確にしなければならない。ターゲットを明確にしなければ、効果的な施策を立てることは難しい。
- ・ モバイル化が進んでいる中で、旅の前、旅の途中などの切り口ごとにプロモーションをかけていかなければならない。例えば羽田空港において大田区の観光を薦められたとしても、既に行先が決まってしまうとおり行くことができないかもしれない。

(委員)

- ・ 外国人の方には、「大田」よりも「羽田」が知られている。羽田地区では、羽田の食べ物百選を選ぶこと等によって、少しでも空港から足を延ばして訪れてもらおうと試行錯誤を行っている。このような小さな取組が観光に繋がると考えている。

(委員)

- ・ シティプロモーションの会議においてもターゲットについての議論が出ていたが、万人受けするもの考える必要はないと思う。現在SNSによる情報収集が多く行われていることを考えると、SNSに特化した形でプロモーションを行っても良い。

(委員)

- ・ まずは、区で観光プランとシティプロモーションの役割分担を明確にさせていただいたほうが良い。シティプロモーションはいわば企業広告のような部分を担うところで、観光側である本策定委員会は商品広告のような部分を担うところであるというのが今の自分の理解であるが、いかがだろうか。
- ・ およそ半数の委員がシティプロモーションの会議と重なっている中で、方向性・各会議体の目的を共有しておかないとどちらの会議でも同じ議論をしてしまう可能性が高い。整理をお願いしたい。

(委員)

- ・ シティプロモーション側も観光がメインなのか。若者の移住促進や企業誘致等が目的だということであれば、対象が異なるためすみ分けができる。

(委員)

- ・ シティプロモーションの中では、観光はワンオブゼム（多数の中の一つ）の扱いである。

(委員)

- ・ そのような立ち位置であれば、シティプロモーションのいくつかの柱の中で観光が成功事例となり得るよう、全体の方向性とも矛盾しないよう取り組んでいくことができると思われる。

(委員長)

- ・ 大田区では並立しているが、シティプロモーションと観光が表裏一体である自治体は多い。例えば北区では、観光の中にシティプロモーションを含めている。観

光によって区に訪れてもらい、最終的には区に住んでもらおうという狙いがあり、観光の中に全てのシティプロモーションを位置付けている。多摩市では逆に、シティプロモーションの中に観光が位置づけられているが、サンリオピューロランドもある地域で観光に取り組んでいないわけではなく、シティプロモーションの実働部隊として観光があるといったような立て付けである。

- ・ 現行プランのコンセプトである「“知る人ぞ知る魅力”を大切にする世界とつながる生活（イキイキ）観光都市」は引き続き目指していく必要がある。もちろん社会動向に応じて変更すべき部分があり、施策は新たに打ち出す必要があるが、以前検討した誘客マーケットと資源の対応関係等はそのまま生かせるかもしれないと感じている。そう考えるとイメージ論から議論をする必要はなく、シティプロモーション側と重複するリスクも減るのではないか。
- ・ 新プラン策定のやり方には2通りある。1つ目は、まず全体の基本戦略等のフレームを作成した後で施策や事業などの詳細を積み込み、最後に全体フレームで良いかを確認するトップダウン型の方法である。もう1つは、実施する事業などの詳細を積み上げ、それを施策や基本戦略にとりまとめていくボトムアップ型の方法である。
- ・ 資料では、一般的なプラン作成方法であるトップダウン型が提案されているが、ボトムアップ型の進め方も可能であるか。

(事務局)

- ・ 可能である。

(委員長)

- ・ それでは、ボトムアップ型の進め方を基本としていきたい。
- ・ 最後に、今度の計画の計画期間は10年間ではなく5年間であるということと、5年や10年で変わらないような基本的な考え方を記載することについて皆さんの共通した認識として捉えていただきたい。
- ・ ここ10年で外国人観光客数が大幅に伸び、ホテル需要も増加する中で、大田区は全国に先駆けて特区民泊を始め、また映画やドラマ等メディアへの露出も増える等、観光プロモーション力は着実に上がっている。
- ・ 今後どのようなプログラムを作り、どのように売り込み、どのようなアフターフォローを行い、それらをどのような体制で進めていくのかといったところについて、次回以降、活発な議論をお願いしたい。
- ・ 東京都観光事業審議会では、災害対応や多様な主体の関わりによる観光まちづくりの推進、未来を担う子どもへの観光まちづくり教育といったことを掲げていくようお願いしているところであり、2019年版の実行プランには何らかの表現で記載される可能性が高い。大田区の新プランにおいても、都の方向性と整合性を取りつつ進めていきたい。

## 8. 閉会

事務局から事務連絡が行われ、閉会が宣言された。

以上