

令和4年度 第2回小牧市観光振興基本計画改定委員会 会議録

日 時	令和5年3月14日（火）15時00分～16時30分
場 所	小牧市役所 本庁舎 601会議室
出 席 者	<p>【委員】（委員長・副委員長を除き、あいうえお順）</p> <p>小林 直浩委員 小牧市 地域活性化営業部 部長 長</p> <p>池田 洋子副委 学校法人同朋学園 名古屋造形大学 特任教授/史跡小牧山整備 員長 計画審議会 会長/小牧市文化財保護審議会 会長</p> <p>池本 美和 尾張農業農業協同組合 相談部 ふれあい課 課長</p> <p>上野 文男 株式会社フジドリームエアラインズ 営業本部 営業部 担当部 長</p> <p>鵜飼 公俊 小牧観光ボランティアガイドの会 会長</p> <p>木下 正章 名古屋鉄道株式会社 地域活性化推進本部 地域連携部 /ツー リズム担当課長</p> <p>井村 寿宏 名鉄小牧ホテル 営業担当支配人（代理出席）</p> <p>松浦 秀則 一般社団法人小牧市観光協会 会長 あおい交通株式会社 代表取締役社長</p> <p>三輪 洋一郎 小牧商工会議所 名古屋コーチンプロジェクト/中小企業相談所 次長</p> <p>八木 祐介 一般社団法人小牧市観光協会 事務局長</p> <p>【WEB 参加】</p> <p>小泉 学 株式会社 JTB コミュニケーションデザイン コーポレートソリュ ーション部 コミュニケーションプランニング局 局長/(ツー リズム担当)</p> <p>田中 千奈代 株式会社 JTB コミュニケーションデザイン コーポレートソリュ ーション部 コミュニケーションプランニング局 /(地域振興担 当)</p> <p>【事務局】</p> <p>三品 克二 小牧市 地域活性化営業部 次長</p> <p>村田 吉隆 小牧市 シティプロモーション課 課長</p> <p>長谷川 愛 小牧市 シティプロモーション課 係長</p> <p>兼松 秀伍 小牧市 シティプロモーション課 主任</p> <p>松波 克登史 ランドブレイン株式会社</p> <p>久世 晋一郎 ランドブレイン株式会社</p>
傍聴者	0名
配布資料	<p>資料1 小牧市観光振興基本計画改定に向けた各種実態調査報告書</p> <p>資料2 各種実態調査結果から見えてきた課題について</p> <p>資料3 小牧市観光振興基本計画・小牧市観光重点プランの概略（平成28～32年度）</p> <p>資料4 計画改定後の小牧市観光重点プランの体系（案）</p> <p>資料5 観光推進施策提案シート</p>

主な内容

1 開会

【事務局】

本日は、お忙しいところ、小牧市観光振興基本計画改定委員会にご出席を賜り、まことにありがとうございます。

本日、FDA の上野委員におかれましては、欠席のご連絡をいただいておりますので、追ってお見えになると思います。なお、上野委員におきましては、前任の黒川委員が12月末で退職されましたので、改めて、FDA（株式会社フジドリームエアラインズ）さまよりご紹介をいただき、上野文男（うへのふみお）様にご就任いただきましたので、報告させていただきます。

会に先立ちまして、本日オンラインでご出席される場合の注意事項について、ご説明させていただきます。事前にお渡しした次第にも記載しましたが、

基本的にカメラとミュートは、オンをお願いします。

ご意見がある場合は、「手を挙げる」ボタンをクリックしてください。事務局から指名しますので、指名されましたら、ミュートをオフにして発言してください。

それでは、第2回小牧市観光振興基本計画改定委員会を開催させていただきます。

なお、本日傍聴希望者はありません。

初めに、小林委員長よりご挨拶をいただきます。

【委員長】

本日は、お忙しい中、第2回小牧市観光振興基本計画改定委員会にご出席いただきましてありがとうございます。コロナも5月8日に5類になるということで、これまでご負担もあったかと思いますが、ようやく次の新しい時を迎えられることと存じます。

第1回の委員会では、現計画の改定に向けた方針や各種実態調査の内容について、議論や情報提供をいただきありがとうございました。今回は、第1回の委員会後に実施いたしました各種実態調査の結果報告、そして調査から見えてきた本市の課題、また、計画改定の方向性を議題としており、計画改定の要となる内容となります。委員の皆様には、前回に引き続きそれぞれのお立場から活発なご意見をいただきたいと思っております。どうか皆様よろしく願いいたします。

【事務局】

ありがとうございます。では、この後の進行については、小林委員長をお願いします。

【委員長】

それでは、議題に入ります。

議題1、各種実態調査の結果報告についてです。ランドブレイン株式会社より説明をお願いします。

2 議題

【ランドブレイン】

ランドブレイン株式会社の久世と申します。

では、資料の1、「小牧市観光振興基本計画改定に向けた各種実態調査報告書」に沿いましてご説明させていただきます。

目次をご覧ください。

今回の実態調査におきましては、5種類の調査を実施しました。

1つ目は、ビッグデータを活用した実態調査です。ここでは、スマートフォンアプリの位置情報を利用して、対象地域を訪れる観光客の実態について調査しています。

2つ目は、インターネットモニターを利用した来街者アンケート調査です。この調査では、小牧市の観光地としての認知度や、興味度などを調査しています。回答者は関東、中部、関西からそれぞれ150人ずつ、450人の方を対象としています。

3つ目は、実際に小牧市を観光で訪れた方に対するアンケート調査です。昨年10月末から11月初旬にかけて、れきしるこまき及び小牧市歴史館の2か所におきまして、4日間で304人に回答をもらいました。ここでは、実際に小牧市を訪れての感想や、満足度などを調査しました。

4つ目は、市内の観光事業者を対象にしたヒアリング調査です。小牧市観光協会、小牧商工会議所及び市内6か所の宿泊事業者の皆様からご回答を頂きました。

5つ目は、市役所にて実施した、LINEによるアンケートです。これは844名の市民の方からご回答を頂いています。

それでは、それぞれの調査結果について見てまいります。時間の都合もございますので、個々の結果については、報告書をご覧ください。本日はそれぞれのまとめについて見ていきます。

資料16ページをご覧ください。まずビッグデータを活用した調査では、

来訪者の総数について、コロナ禍の前後を比較しました。コロナ禍の前年2019年(4~6月)と昨年の2022年(4~6月)の観光客の流動を対比したところ、コロナ禍によって25%程度ダウンしていますが、小牧山城については近隣の他の観光スポットほどの落ち込みではないことが分かりました。これには、れきしるこまきのオープンなども少なからず効果が出ているものと思われれます。

来訪者については、近隣からの日帰り客が圧倒的で、性別では男性比率がやや高く、特に40代がトップとなっています。一方、2022年では20代女性の比率も増えました。

周遊形態や、滞在時間から見る傾向としては、小牧山城は周辺の城郭、犬山城や名古屋城とセットで訪問されている傾向があり、滞在時間は犬山城よりやや長くなっています。これも、れきしるこまきとのセットで訪問されていることが推測されます。

次に、2つ目のネット調査からわかった結果についてです。報告書43ページをご覧ください。

まず、本市の認知度から見る傾向ですが、中部は8割、関東2割、関西4割の方が知っており、西高東低の傾向にあります。ただし、「名前くらいは聞いたことがある」という回答は一定程度あり、この層に対してさらに情報提供を行っていくことが有効と思われれます。

来訪経験から見る傾向としては、一人で車で他都市に行く途中で通過する人が多く、観光目的での来訪は少ない結果です。訪れたことがない理由として、「旅行先としてのイメージが浮かばない」といった回答が多く、小牧市は観光する場所として認識されていないということが分かりました。

特産品、観光スポットの傾向としては、認知度・興味度ともに高いものとして「名古屋コー

チン」と「小牧山」、認知度は低いに興味度が高いものとして「篠岡の桃とブドウ」があがっており、これらは、今後のプロモーション次第では、売りになる可能性も期待できそうです。しかし一方で、「小牧市へ行ってみたい」と思う来訪意向は高くなく、まずは観光地として認識されることが先決であることが読みとれる結果となりました。

次に施設来場者アンケートからわかった結果を申し上げます。報告書 89 ページをご覧ください。

来訪者の属性としては、50 歳以上の中高年が半数を占め、愛知県内からの来訪者が多いことが分かりました。また手段としては自家用車が圧倒的に多く、中には、一人で宿泊旅行として来訪する人もいました。

来訪者の行動としては、小牧市歴史館とれきしるこまきはセットで訪問する人が 1/3 以上となっている一方、市内の他の観光施設との周遊はさほど見られませんでした。そのため、今後はより広域に回遊してもらうための仕掛けが必要かと思われれます。

訪問目的の 1 位は「歴史・城巡り」であり、周辺のお城とセットで回っている人も一定程度見られました。そのため、周辺のお城との広域連携は、観光振興に有効な手段と考えられます。

消費金額の面では、市内で支払ったお金の額は少なく、半数が 500 円以内となっています。これは、小牧山周辺で食事をしたりお土産を買ったりといった施設や場所が少ないことが大きな要因と思われれます。

施設に対しての満足度は高く、特にれきしるこまきの映像資料や展示物に満足している傾向が見られました。

観光スポットや特産品に関する意識としては、「小牧山」「県営名古屋空港」「田県神社」などを思いつくものとして挙げた方が多い一方で、名古屋コーチンについては小牧市の特産品としての認識は薄いことが分かりました。

市内の環境（特に、小牧駅～小牧山の移動経路に沿ったエリア）については、きれいで清潔な街と評価する方が多い結果となりました。

再訪の意思としては、8 割の方が肯定的な回答をしており、多くの方がまた来たいと考えていることが分かりました。このうち、「ぜひ来たい」と強く望む人は、「おもてなしの心」が小牧市に十分備わっていると回答する傾向にあり、受け入れ態勢をさらに充実させることがリピーター増加につながると期待されます。

次に事業者ヒアリングからわかったことについて見ていきます。108 ページをご覧ください。

まず宿泊事業者における経営状況ですが、宿泊事業者はいずれもビジネス客がメインターゲットであり、今後もそれを継続していく意向がうかがえました。コロナ禍によりいったんは客数が落ち込みましたが、2022 年は回復傾向にある事業者が多くなっています。なかには、コロナ禍以前よりも多くの宿泊があったという事業者もありました。

宿泊客がよく訪問している場所や、購入している商品についてですが、訪問先としては、小牧山のほか、近隣の犬山城や明治村に行かれる方が多いようです。一方、市内の飲食店や名産品などについての問い合わせはそれほど多くないようです。

なお、観光とは少し異なりますが、周辺でのイベントやスポーツの大会などに参加する方の宿泊が一定程度あることが、複数の事業者において確認されました。このニーズについては、

観光客よりも多いものと思われます。

今後狙いたい客層としては、引き続きビジネス客をターゲットとしたいという声が大半でした。また、積極的に売り出していきたい商品・サービスについては、事業者によって答えが様々で、観光に関連するものとしては、ビジネス客以外を意識した利用プランの設定（例えばダイユースなど）が挙げられました。

従って、今後、事業者支援を適切に行っていくことで、宿泊事業者（民間事業者）とも連携した観光振興が重要になってくるかと思えます。

小牧市の行政に対する期待としては、コンサートやスポーツ大会の誘致を複数の事業者が期待しており、また、観光に関連するものとしては、小牧山周辺で多くの来訪者が集まり、滞在時間を増やせるような環境スポットとしての環境整備などが期待されています。

その他、小牧市の観光振興に関する意見としては、子育て支援や産業振興など、観光以外の施策との連携による相乗効果や、大河ドラマの放映による広域連携を含めた誘客効果への期待などがあげられました。

最後に、市民アンケート調査からわかった結果です。142 ページをご覧ください。

まず、市民の皆さんの小牧市への愛着度は高く、8 割の方が愛着・誇りを感じると回答しています。とくに愛着を感じるポイントとしては、「まちの環境」「子育てのしやすさ」といったところです。また誇りを感じるポイントには「住みやすさ」「自然」「歴史」もあがっています。

市の特産品や観光スポットに対する意向としては、「小牧山」「田県神社」「篠岡の桃」を市の名物として認識しているという回答が多くなりました。一方で名古屋コーチンについては、約 3 割のかたが小牧の特産品として認識しているにとどまり、市民においてもなお、一部にしか浸透していない実態が分かりました。地域資源の魅力向上が全体的に必要なかと思えます。

友人に紹介したくない特産品としては、名古屋コーチン、篠岡のブドウ、桃があがりました。これには、「売っている店舗がわからない」「小牧市の特産品としてのイメージがない」ということが影響しているようです。

観光ボランティア等に関する意向としては、小牧市の観光振興の取り組みに自ら参加したいと思う人は 3 割にとどまり、8 割以上の方が愛着・誇りを持っている一方で、少ない結果となりました。観光客の再訪のキーワードの一つに「おもてなしの心が上がっている」のに対し、おもてなしを行う人材をどう育成していくか、この検討が必要かと思えます。

その他自由意見からは、小牧市の観光地としての魅力やPRの不足を指摘する声が多く集まりました。今後は小牧山を中心とした更なる周辺の魅力向上と、PRが求められています。

以上で報告を終わります。

【事務局】

ありがとうございました。

今、ランドブレイン株式会社より説明がありました内容について、ご意見がございましたらお伺いします。なお、課題につきましては、このあと引き続き、説明がありますので、ここまでのところでのご質問がありましたらお願いします。

（挙手なし）

では、続きまして、議題 2、各種実態調査結果から見えてきた課題についてです。ランドブレイン株式会社より説明をお願いします。

【ランドブレイン】

では、各種実態調査結果から見えてきた課題について、ご説明します。資料2になります。

先ほどご説明した各種実態調査結果を踏まえ、小牧市の観光振興に向けた課題として、6つに整理しました。

1つめ。観光スポットとしてのイメージ向上です。

インターネットで実施した来街者アンケート調査結果からは、小牧市は、「名前くらいは聞いたこと」があり、一定の知名度は有しています。しかし、実際に小牧市に来たことのある人はその半数以下となっており、来訪経験のない理由は「旅行先としてイメージが浮かばない」との回答が多くなっています。また、「ぜひ来訪したい」と思っている人は1割以下となっており、小牧市の観光スポットとしての認知度は低い状況となっています。その一方で、施設来場者調査からは、複数回、小牧市を訪れている来訪者も多く、再来訪意向も高いことから、来訪してもらえれば、リピーターとなってもらえる可能性は、十分にあると考えます。そこで、まずは、観光の訪問先として小牧市が候補に挙がることを目指し、そのために、既存の観光資源やそのポテンシャルが十分にある地域資源に集中してプロモーションを行い、観光スポットとしての認知度をあげていくことが必要と考えます。

続いて、課題の2つめ。魅力的な地域資源の育成です。

インターネットで実施した来街者アンケート調査結果をみると、現行計画で重点テーマとして取り組んできた「名古屋コーチン」は、ブランドとしては、全国的な知名度を有しており、全国に誇るブランドとなっています。しかし、事業者ヒアリング調査結果からは、名古屋コーチンに関する事業展開について、限界を迎えつつあることに加え、市民アンケート調査結果をみると、市民の他者への紹介意向が低くなっています。一方で、来街者アンケートや市民アンケート調査結果からは、今後の有力な特産品として成長が期待できそうな資源として、篠岡の桃や篠岡のぶどうがあることがわかりました。このような篠岡の桃や篠岡のぶどうといった今後の成長が期待できる特産品をブラッシュアップし、小牧市の特産品として育成していくこと、これが必要と考えています。

続いて、課題の3つめ ターゲティングの実施です。

ビッグデータを活用した調査結果からは、小牧市への来訪者は、東海3県を中心とした日帰りが圧倒的に多いことがわかりました。また、施設来場者アンケート調査結果からは、小牧山に来訪している人は、男性で、車、自家用車で来訪が多く、宿泊せずに日帰りという傾向があること、来訪者の訪問目的の1位は「歴史・城巡り」と小牧山に歴史的な魅力を感じている人が来訪することがわかりました。観光振興にむけて、今回の各種実態調査結果から導かれる来訪者の特徴、ポテンシャルのある地域資源、これらを掛け合わせて、万人向けではなく、ターゲットを絞った戦略を組み立てることが必要と考えます。

続いて、課題の4つめ 他都市との連携強化です。

ビッグデータや施設来場者アンケート結果をみると、犬山城や名古屋城といった近隣のお城とセットで来訪する傾向が見られました。また、施設来場者結果をみると、全国的な知名度がそれほど高くないと思われる城・城跡もセットで訪問する傾向がみられます。このことから、小牧山城を生かし他都市の城郭との周遊ルートや、他都市と連携したイベントの開催など、周辺や似た観光資源を有する他都市との連携をさらに強化し、相互に観光振興を行っていくことが本市の観光振興に有効です。

続いて、課題の5つめ 来訪者へのおもてなしの強化です。

施設来場者アンケート結果をみると、再来訪意向の高い人は、おもてなしの心に満足していることがわかります。リピーターを増やしていくためには、おもてなし人材を育成し、来訪者をもてなし、満足度を上げることが有効であると考えられます。一方、おもてなし人材の候補となる市民の皆さんの意向をみると、「市に愛着や誇りを感じる」といった市民は9割近く、その理由として自然や歴史・文化を挙げる人も多くなっています。さらに、観光ボランティアガイドやサポーターに興味がある人も3割程度います。このことから、誇りや愛着がある市民をおもてなし人材として、観光ボランティアガイドやサポーターとして育成し、来訪者へのおもてなしを強化していくことが求められます。

続いて、課題の6つめ 情報発信力の強化です。

来街者アンケート調査結果をみると、小牧山やメナード美術館は、関東圏の居住者や女性の方で認知度と興味度のギャップが大きい、つまり、知らないけど興味がとてもある方が多くいることがわかりました。また、田縣神社でも、関東圏や関西圏、女性の方で、認知度と興味度のギャップが大きい、知らないけど興味がとてもある方が多い、という結果がえられました。つまり、これらの施設では、今よりも誘客が期待できることがわかりました。また、施設来場者アンケート調査結果から、女性は人から聞いて施設に来訪している人も多いことがわかりました。全国的にみると、SNSなど個人で情報発信した内容から来訪者が増加する観光地も多々あり、個人が発信する情報は、誘客にとっても効果的であると考えられます。他にも来街者アンケート調査（ネット調査）及び施設来場者アンケート調査結果からは、「名古屋コーチン」というブランドは、知っていても小牧市の特産品として認知されていないこともわかりました。今回の各種実態調査結果から、情報発信量だけでなく、ターゲットに最適な手段を選択し、効果的な情報発信を展開する、情報発信力の強化が必要です。

課題としては以上です。

【事務局】

ありがとうございました。

今、ランドブレイン株式会社より説明がありました内容について、ご意見ご質問がございましたらお伺いします。

【八木委員】

課題についてです。観光協会として課題5は、観光協会がメインとなるなかで、やはり観光ガイドの充実が必要と考えています。コロナ禍で利用者は減っていましたが、大河ドラマの「どうする家康」の放送が始まるとともに旅行会社からの申し込みが増えてきており、今のガイドだけで賄うのは難しいと感じています。（小牧山城が）本登場していない中でこの

状況なので、ドラマが終わった後のリピーター増を視野に強化しなければいけないと思います。市民のアンケートから3割の方がガイドに興味があるということがわかったので、この層にどのようにアピールしていくか、喫緊の施策にしたい課題だと思いました。

【池田副委員長】

課題2の「特産品をブラッシュアップして育成すること」とありますが、どのようにブラッシュアップすればいいとお考えでしょうか。

【ランドブレイン】

ポテンシャルの高い地域資源には、「知らないけど興味がある」というものを挙げています。よって、受け入れ態勢を確認しながらではありますが、認知度を上げていくことが大切であると考えます。事業者等受け入れ態勢に問題があれば、そこをサポートしていくことも必要です。具体的な施策には踏み込めていないが、こうしたブラッシュアップできる資源があるということが把握できたという状況です。

【松浦委員】

観光協会の松浦です。課題としてあがっていないが、スポーツ施設は、充実していると思っています。こども未来館やパークアリーナでは、サッカーをはじめいろいろなスポーツができるし、野球場もあります。今後、オアシス小牧ができ、スケートボードやボルタリングなどもできるようになり、世界大会もやろうとしています。小牧には歴史もありますが、四季の森のほか、ここ10年で充実したスポーツ施設、レジャー施設があります。ハイウェイオアシス完成後は、そのような競技、バスケットボールやバレーボールなどスポーツをする人をターゲットにいていくことがいいのではないかと思います。こうしたものを観光資源として付け加えてほしいと思います。

実は、昨日高知へ行ったのですが、小牧というと、皆さん、「名古屋空港がある所」と言われました。スポーツ施設ではないが、かつては小牧空港ともいわれ充実しているからだと思います。小牧空港にいけば、FDAで8つの都市にいけるし、また小牧には、中央道も名神も東名も通っています。そうしたことも観光資源としてみていければいいと思います。

【三輪委員】

商工会議所の三輪です。課題2の地域資源の育成について、池田副委員長からは、コーチン以外のブラッシュアップという話がありましたが、わたしからは、上段のコーチンの部分についてお話をさせていただきます。

コーチンについての「事業展開、事業者の拡大として限界を迎えつつある」というのは、私が事業者アンケートで答えたコメントだと思いますが、これは、市民や一般人への普及啓蒙と日常的な消費拡大という観点から、日常的な食ではコーチンは厳しいということです。今後、観光面で環境が変わったり、新しいプロジェクトが進むなかでの商品化や、ブラッシュアップ、ターゲットを絞ったりすることで、拡大の可能性はあると思っています。

【委員長】

三輪さんのご意見としては、少し表記を変えてほしいということですね。

【三輪委員】

はい。ニュアンス的にです。これは完全に無理だということではなく、目先を変えたり、今までの活動とは違ったところでやっていかなければならないというような表現がいいかと思っています。

【委員長】

そうですね。観光でのポテンシャルはあるよ、という下りにしてもらったほうが良いですね。まったく0ではなく、その辺りが課題ということで、修正してもらえればと思います。

【八木委員】

コーチンについてですが、観光協会が、旅行会社と商談会をするなかで、小牧山を見て昼食を小牧市内で食べたいとなると、コーチンが発祥ということがあるとメニューに組み込みやすいと言われます。旅行会社関係になると、どうしても、バスが止められる、名鉄小牧ホテルさんやルートインさん、かな和さんなど大きな店舗に限られるが、「そこは行ったので他にはないか」という意見が上がってきます。個人店など小規模なお店に誘客することが課題かなと思います。

【木下委員】

名古屋鉄道の木下と申します。調査結果に対し、そもそも論ですが、ラピオにくる人が観光客かというところとちょっと違うのではないかと、単純にお出かけや買い物だと思う。そんななか、この地域の外からお客さんを引っ張ってこられる力や資源開発を目指す必要があると思います。とはいえ簡単ではないと思うので、課題4の他都市との連携とか、さきほどから出ている、すでに近隣で人をたくさん集めているもの、例えば言い方は悪いが、スポーツや大型イベントなどでこの地域にくるお客様に、ついでに小牧市を観光してもらおうというのが、直近でやれることではないかと思います。名古屋コーチンとか桃やぶどうもありますが、お越しいただいたお客さまに、なるべく小牧由来、小牧周辺の地域由来のものにお金をおとしてもらおう仕掛けをしないと、「かけるお金が500円以内」がほとんどでは、何のために観光施策をやっているのかわからなくなるので、そこにしっかりつなげることが課題だと思います。

【池本委員】

木下さんが言われたように、小牧は、県営空港もありインターもありと、アクセスがよいのに、それがいまいち活かされていないように思います。観光客が降りて、ここでお金を落としてもらうためには、駐車場や施設の規模という面で、観光客をターゲットとするのは現状では難しいですが、条件的に、飛行機、鉄道、車と、とても来やすいところなので、そこからの動線を考えるべき。県営名古屋空港から小牧へお客さんを誘導するためのアクセスがない。車がないと不便。私自身も、空港へ行くときにバスがあるといいかなと思ったりします。バスがあれば、小牧駅まで来て、その商店街でPRしているものがあれば、お金を落としてもらえたり立ち寄ってもらえたりするのではないかと思います。仕事の関係上、行ったり来たりしているのに、すごく勿体ないと思います。

【委員長】

アクセスの関係は書いていないので、課題として、どうとらえるかよろしくお願ひします。

【副委員長】

アンケート調査では記載があった子育てについて、こちらのほうには記載はないが、子どもが外で思い切り遊べる場所があつて、そのそばに食事ができる場所があると、子育て世代に響くと思います。例えば、四季の森のなかに、そういった場所を造って仕掛けていくようなこともしていくべきではないでしょうか。今の子育て世代は、すごくアクティブ。

しっかり働いて、土日、どこかへお出かけするなど動きまわっています。そういう世代の人たちに小牧に来てもらえれば、年を取ってから、小牧山に行くとか、次のステップにつながると思います。

まず、若い人たちに訴求することが大切ではないでしょうか。桃やコーチンもいいが、小牧に来たら遊べるものがある、子どもを連れて行こう、ということから、その次のステップ＝観光へとつながるのではないか。大きな遊具等、子育て向けの案件がないが、高齢者をターゲットにするだけでなく、もっと若い人たちをターゲットにするのも必要だと思います。また、メーカーと協業して、子どもが遊べるものがあるといいと思います。

【委員長】

このあと、議題3では戦略をどうするかに進みます。推進施策としていろんな案を提案いただいたほうがいいので、今後こうした課題も、ということがあれば、修正や訂正などをお願いします。

【小泉委員】

JTB コミュニケーションズの小泉と申します。今の話ともつながってきますが、わたしも、ファミリー層の観点が必要だと思います。名古屋コーチンなどは、食材としてBBQで使るとかになると、若者は、高級なものには、少しお金かけてもいいという人がいるので、そういう人につながるでしょう。教育旅行などのコンテンツの充実もよいのではないのでしょうか。例えば、JR 東海の研究所があるのなら、その部分で教育プログラムなどをしっかりつくって、外側に発信していくと、そこに来る学生もいると思います。そして、その後、また小牧市に来てもらえることも期待できると思います。そのあたりを付け加えていただければと思います。

【委員長】

JTB さんのほうから、今後の施策展開についてということで、ご意見を頂きました。ほかに、課題や施策展開を絡めてでも結構です。いかがでしょうか。委員長の私が言うのも僭越なのですが、施策展開に向けては、「どうする家康」で、市が来年度に向けてすでに考えていることもあります。どのようなことを進めるのかイメージしながら議論してもらったほうがいいと思うので、アドリブで申し訳ないですが、事務局から説明できればお願いします。

【事務局】

はい。「どうする家康」の関係で予定しているものは、まずは、まちの景観で「どうする家康」をイメージできるよう駅前線に、のぼりやペナントをつけ、小牧山にもパッと見ていただいてわかるように「どうする家康」小牧・長久手の合戦をイメージできるようにすでに設置しています。併せて、4月1日に、小牧市歴史館が小牧山歴史館としてリニューアルされます。加えて、市役所前の土塁の整備も完了し、歴史館の周りの石垣の整備もある程度進んできます。「どうする家康」を迎えるにあたっての環境整備が3月末に向けて劇的に進みます。「どうする家康」にからめて宿泊者に対しての補助を考えています。また、まだ交渉中ですが、出演者のトークショーなども案として上がっています。また、歴史館のオープンに合わせて、歴史館のお土産物屋さんもオープンさせようと試みています。そのお土産につきましては、すでに動画で配信していますが、NHKのチョコちゃんをつくったアニメーターが小牧出身なのでご協力頂き、小牧山城天下とり隊の武将キャラクターを作ってもらい、観光協会で積極的にグッズの販売や、アニメによる小牧山の情報発信をやっています。また、小

牧山に来ていただいた方向けに散策アプリを用意していくので、早い段階でお見せできればと考えています。情報発信では、2014年度の小牧に移住される方の4位は、関東圏なので、新宿のアルタビジョンで「どうする家康」に絡めた情報発信のPR動画を流す、電車の広告、ドア横のポスター、名古屋市営地下鉄のドアにも掲示していこうというようなことを考えています。

【委員長】

資料もないなかでアドリブで話してもらいました。その辺りの共通認識をもっていたら、次の施策の展開に進んでもらいたいと思い、独断でしたが、お願いしました。独断でいえば、もう一点、桃の関係もあります。こまきゴールドという新しい桃が、つい先日、農水省より認可をうけました。農協さんや会議所さんもあわせて、商品開発をして、小牧ブランドとして育てていこうと地域一体となって動き始めたところです。

こういった動きもあるが、やはり課題もあるのかなので、議題3として、小牧市観光基本計画の改定の方針について進めてまいりたいと思います。改定方針について、事務局から説明をお願いします。

【事務局】

前回の計画改定委員会の中で、現計画の見直しポイントにも上げておりますように、現計画の重点プランに設定されたキーワードによっては、十分に施策展開がされているものとされていないものがあります。また、キーワード毎に施策が設定されていることにより、キーワードとキーワードを繋いだ施策が展開しにくく、施策の効果も限定的になってしまうという問題があります。そのため、施策の効果を高め、本市の課題を解決するためには、キーワード毎に施策を設定する手法から、キーワードをかけ併せ、または、キーワードをつなぎ合わせ、施策を設定し、点ではなく面での展開を図るべきだと考えています。資料④をご覧ください。今回の計画改定では重点プランをより効果の高い計画となるよう見直すこととさせていただきたいと考えています。現計画に示す「育てる」「磨く」「つなぐ」「伝える」の4つの基本施策の具体的な方策を新たに観光戦略として設定し、その観光戦略を具体化した手段として、観光推進施策を展開していきたいと考えております。こうした考えのもと、実態調査から洗い出した本市の課題を解決するための観光戦略を、6つ、事務局案として設定させていただきました。

1つ目に、特産品を含む地域資源の育成と魅力向上です。これは、今回の実態調査で、新たにポテンシャルが高いことが分かった桃やぶどうといった地域資源を特産品や観光資源として育てること、また既に観光資源である小牧山や名古屋コーチンについても、誘客要因となる資源として更なるブラッシュアップを図り、本市への誘客の要因となる強い資源をつくっていききたいと考えています。

2つ目は、おもてなし人材育成強化です。これは、実態調査の結果でも、本市へのリピーターを増やすために必要な要素として示されたおもてなしの強化を図るための戦略です。また、市民への観光に対する関与を促し、愛着や誇りの醸成にもつなげていきたいと考えています。

3つ目には、情報発信力強化です。観光スポットとしてのイメージ向上という課題解決のためには、観光資源や地域資源の認知度を上げる必要があります。そのためにやみくもに

情報発信するのではなく、ターゲティングを行い、様々な手段により、より効果の高い情報発信を実施する必要があると考えています。

4つ目は、広域連携強化です。これは、課題でも説明させていただきましたが、本市がもつ資源と他市町との資源をつなぎ合わせたり、組み合わせたりすることにより、本市から広げたエリアの中での資源の力を高め、エリア内への誘客に繋げるためのものです。本市の来訪者の増加につながっていくと考えております。

5つ目は、事業者支援・育成強化です。これは、現計画の課題としても、事業者の観光関心度が低いことを挙げていますが、未だ、この課題解決はされておられません。観光スポットとして十分な要素を満たすためには、地域の事業者を巻き込んだ環境づくり、受け入れ態勢の構築が必要であり、そのためには、観光関連事業者の拡大は必要不可欠であると考えています。こうしたことから、事業者への支援や育成を強化し、観光事業への参入を促すためのものです。

6つ目は、観光スポットとしての環境強化です。観光スポットとしての雰囲気作りや来訪者目線での観光に適した環境づくりは、観光スポットとしての必要不可欠な要素であり、これらを強化するためのものです。

以上、今回の観光振興基本計画の改定「重点プラン」について、6つの観光戦略に紐づく具体的な方策として新たに設定し、6つの観光戦略から派生する観光推進施策を設定する体系に改めたいと思います。

【井村委員（代理）】

名鉄小牧ホテルの井村です。今日は松井が所用で欠席しておりますので、代わりに出席させていただきます。広域連携強化についてですが、資料によると、小牧山城がメジャーなところではなくマニア向けということであります。では、メジャーなお城といかにタグを組むか。例えば、名古屋城。名古屋城と小牧山城とは、高速を利用すれば車で20分くらいで来られるので、名古屋城や犬山城とうまいことできないだろうか。名古屋高速を利用して車で20分、電車でも、平安通、上飯田を經由して小牧駅まで来られます。こんなに近いんですよ、というイメージで、こちらから持ち掛けて、向こうに来た人を拾うことはできないだろうかと思えます。先ほどスポーツ団体の話もありましたが、実際に私どもは、コロナ禍になって宿泊客がどっと減りました。一番早く動いたのが、スポーツ団体。特にプロのスポーツでした。小牧市がパークアリーナをもっていて、うちのホテルからは、愛知県体育館も、春日井の総合体育館も近い。正直、名古屋市にある愛知県体育館が近いというイメージはなかったが、お客さまのほうから「高速乗るからすぐだよ」という声を頂きました。「バスが駐車できない名古屋市内より、こちらに泊まるほうがいい。」という声も聞きました。（このように名古屋とは近いという認識をもって）名古屋城と組んで地域連携ができれば、もっと小牧山城に来る人は増えるのではないかと思います。

【池田委員】

名古屋城を訪れる人の数は全国一という記録があります。他と比べて、なぜか名古屋城だけたくさんの方が来ています。名古屋城とセットでなにかできるといいですね。そのためには、小牧山に魅力がないといけない。名古屋市は、名古屋城だけで終わらせようとしています。小牧山まで来てくれれば、両市が栄えていいかなと思います。名古屋城は、江戸時代のもの。江戸の土地整備の典型として名古屋があるが、小牧山はその前の時代のもの。その頃の市街地

があればよかった。信長はこうゆうふうの小牧市街地を造った、家康は、名古屋にこうゆうふうに市街地を造ったという企画ができるの良いのではないのでしょうか。実際にはないが、小牧山に登ると、なんとかビューで、見えるなどの仕掛けができれば説得力をもつことができるのではないかと考えています。ずっとそう提案しているが、諸々の都合でできないようです。今後は、名古屋城とタッグを組みたいですね。

【委員長】

連携の話ができましたが、こういうことは旅行会社さんや交通系の方が得意だと思っので、意見等があれば伺いたいと思います。いかがでしょうか。

【松浦委員】

前回、キーワードを、小牧山、名古屋コーチン、空港宇宙産業として、これでいいかな、と思っていましたが、ともかく、今年是小牧山ですね。来年はわからないので、今年是小牧山に集中して、徳川家康とともにPRする。名古屋コーチンも、観光施設ではないが、3月22日に種鶏場がオープンしますから、このままでいいだろうし、航空宇宙産業も、MRJはストップしてしまっただが、ニュースによると、東田中の名誘は3倍くらいするとのこと。従業員も200人くらいプラスするというような状況にあります。その辺がまだまだ活用できるのではないかと思っます。集中的にやらないといけなっと思っます。とにかく小牧山です。小牧山には、市も予算をつけているし、NHKの大河ドラマもあります。それこそ周りとの連携という点では、「関ヶ原ではなく、小牧・長久手の戦いが、天下分け目であっただ」という方向も、強引にでも結びつけることによって、今年は、小牧山城を活用することを、観光協会として、全力を挙げてやっていきたいと思っています。それと、FDAさんが全国から呼んでくれる（お客さまを）どう小牧山へ誘導するか、そのことにも力を入れていきたいとおもっています。ただ、足の点になると、なかなか…。

先日、ライオンズクラブの周年事業があり、そこで、各地区のライオンズの人から「小牧市は小牧山があるからいいよね」とよく言われたんです。我々も小牧山をいかに活かすかという取り組みをしてきたので、その点で、他の都市の方からうらやましがられたが、うらやましがられただけで、もう一つでした。もっとやっていかなくてはいけなっと思っています。とにかく今年是小牧山を推し、そして順番に取り組むことによって少しずつでも発展的にやっていきたい。方向性さえみつけれれば、FDAさんもいるので空港までの足はある。その次を考えなければいけなっと思っます。

【委員長】

他に戦略に関してどうでしょうか。観光推進施策は、本日の議題ではないが、イメージをもってお話ししないとわからないところもありますので…。

【田中委員】

JTBコミュニケーションズの田中と申します。とりとめのない話になってしまうかもしれませんが、先ほどの表を拝見し、また課題や皆さまのお話を伺いました。小牧は、個人旅行の方がすごく多い。車で40分だし、鉄道も使われたりと様々。来られる方が決まっっているわけではない。先ほど男性が多いとは聞いたし、20、30代女性も増えていると資料を拝見しましたが、ファミリーが多いとか若い人が多いとか決まっっているわけではありませぬ。一方で、施設も多岐にわたっっています。小牧山も特徴のある施設ですし、他のスポーツ施設もそう。各施設、各年代層、各ライフイベントによって楽しみ方が人によって違っう、施設に対

し求めるものも違うのだらうと考えています。小牧山は非常に貴重な城郭でありながら、なぜ人が殺到しないかと私も思っているのですが、前提として知識があると、より楽しめる。

「実は、名古屋城や犬山城が見えるんだよ」と、友人に話すと、「そうなんだ！じゃあ次、行ってみるよ」と言ってくれたりすることがあります。先ほど申したように、年代層によって求める情報、楽しみ方が違うので、施設から発信する楽しみ方などの情報も、一元的ではなく、各ターゲットにあわせた情報発信が必要だと考えています。地元の業者の皆さんについて言えば、先ほどの名古屋コーチンやお土産などの話で、観光消費をしてもらう場所がないという話がありましたが、そういうところで、小さいイベントなど、各施設さんで、年代にあわせた催しを定期的にやっていったら良いのではと思います。その際、各事業者さんにもトライ&エラーの場をたくさんもっていただき、そのなかから、グルメやお土産などの開発につなげていただく、というトライ&エラーの場を次年度、もっていただくのはどうかと思いました。広域連携としては、各年代、各施設で求める情報を見極め、来てもらって何を体験してもらえるのか、どんな思い出を持ち帰ってもらうのか、次にどうしたら来てもらえるのかなどをしっかりと考えたうえで、体験コンテンツといえば大げさですが、体験できるメニューを各年代にあわせてしっかりと考えて、それにあわせ、情報発信のテイストを整えていく。それができたうえで、広域連携をした方がいいかなと考えます。広域連携のやり方としては、スタンプラリーやパンフレットを置かせてもらうなどいろいろありますが、地域の特色をしっかりと感じてもらって、家康さんのドラマが終わった後にも、繰り返し通ってもらえるような地域になる、提供できるものをある程度固めて、提供できるおもてなしの準備をしっかりと整えてから、広域連携した方が地元の良さが引き立つのかなと思いました。

【鶴飼委員】

ガイドの鶴飼です。「どうする家康」で、話題になるとのことですが、あまり話題になりすぎても困ってしまうんです。今日もわたし、ひとつグループのガイドをやってきました。そのグループは、福岡から阪九フェリーでやってきます。なぜ飛行機を使わないのかと思うのですが、阪九フェリーで大阪へ着いて、袋井、可睡斎、駿府へ行って、3日目に、浜松、岡崎城へ行って、名鉄小牧ホテルに1泊されます。そして、翌朝、小牧山に来て、徳川美術館、本丸御殿へ行って、また、大阪からフェリーで帰るという、たった1時間ずつの弾丸コースです。1時間でやってくれと言われるんです。詰め込みすぎると、こうゆう結果になります。「家康だから、上には行かないでほしい。土塁だけで結構です。」ということで、土塁の見学です。公共のバスの駐車場に降ろして、そこから歩くだけでも15分くらい。そして市役所の前から土塁に入る。土塁の断面図は山の北です。芝生広場を歩き、小牧山の反対側まで行き、また戻ってくる。それで1時間経つ。何もすることなく1時間費やす。トイレ休憩だけへ行って、れきしるこまきに入ることもなく、そのまま帰っていかれた。こうしたグループがもう1回来ます。福岡県の第一観光です。計3回の企画で、初回が30名ほどで、今回が20名ちょっと。あまり詰め込みすぎると、こういうことになり、たった1時間で、何もやることなく、ただただ芝生広場を歩くだけで終わってしまうということになってしまうのです。小牧に来て、何もなかったというような結果になってしまうのが非常にもったいないと思う。旅行会社さんには、コース設定をもう少しちゃんとやってほしいと思います。

「どうする家康」に期待したいが、過度な期待は、もたないほうがよい気がします。今日そういうことがあったばかりだったので。

【委員長】

ちなみに、そのお客さまたちの評判はどうでしたか？

【鵜飼委員】

評判を聞く間もなく、バスに乗って行かれた。添乗員も必死でした。全員が70代以上の人たち。杖をついた方も多く、「時間ですから、気持ち走ってね」という感じで、バスに乗せました。大変なこの状況がもう一回来ます。

【三輪委員】

観光戦略ということで情報発信力の強化は、デジタル化やSNS活用は、マストな方向性になるかと思います。コーチンのHPも、市役所、商工会議所、観光協会とバラバラでそれぞれがPRしていたが、今は、市役所が費用を負担し、観光協会に集約してもらって一つのページになっていますが、今後、情報発信するにしても、なるべく集約した発信元があった方がいいと思います。団体や企業の特徴あるものは別として、例えば、小牧山を検索したときに、情報が多岐にわたっているより、発信はシンプルな方がいい気がします。宣伝になるかもしれませんが、写真で観光スポットをみてもらうカードがあります。僕のほうでは名刺にしているが、QRコードを読みとると、インスタグラムのようなフォーマットの写真がずらっと並んでいて、GOOGLEの情報とつながっているので、常に最新のスポット、関連情報になっています。例えば、農協さんのほうで、こまきゴールドなどのブランドができたのであれば、桃畑にスポットをあてる、美味しそうな桃の写真を載せるなどし、場所と商品の宣伝ができます。名鉄小牧ホテルさんでも、小牧のスポットを案内していただくとともに、名刺サイズのこちらは裏側にお土産を買うサイトがついているので、それを、ルームキーと一緒に渡してもらおう。FDAさんは、各就航先で、小牧に帰ってくる人もいるのでその兼ね合いはあると思いますが、小牧に来て頂ける搭乗者には、このようなカードと機体の写真を載せたものを併せると、機体の色が違うので、カードを集める人も出てくると思う。このカード1枚で、いろいろな展開ができる。こういうことに取組み始めているので、これは商工会議所の事業としてやっていますが、全体の観光振興基本計画のなかに組み込んでいただいてもいいですし、継続して商工会議所でやっていってもいいですし、ご協力いただきながら、一緒に相談してやれたらと思いますので宜しくお願いいたします。

【委員長】

お伝えしている終了時間も近づいてまいりましたので、FDAの上野さん、急で恐縮ですが、ご発言がありましたらどうぞ。

【上野委員】

FDAで営業担当しております上野です。今日は遅れて申し訳ございません。さきほど松浦さんも仰っていましたが、たくさん人を運んでこなければいけないと思いました。おかげさまで、コロナが明けてきて、徐々にお客さまが増えつつあるなかで、小牧—北海道の路線をひくことができました。これで、沖縄を除く全路線の展開につながったので、オールマイティにどこからでもひっばってこれる状況が整いましたので、ぜひ皆さまからのご協力をさらに得られればと思っているなか、3月4、5日で、熊本で全国の武将隊を集めたイベントがあって、名古屋のコンベンション協会さんと一緒に参加しましたが、2日間で1万人ほどの来場がありました。武将隊の追っかけには、コアで熱い人がたくさんいる。「どうする家康」のパネルを並べたら、ひっきりなしにお客さまが来てくれて、愛知県への関心の高さを肌で感

じることができました。松浦さんが、今年は「どうする家康」と仰っていましたが、わたしも、全く同じ感想です。これだけの有名コンテンツがいま、日本全国から注目を浴びているので、今年は、このコンテンツを使わない手はないと思いました。わたし共で協力できることがあれば協力していきたいと思います。

【委員長】

いただいた意見については、事務局にて課題として改めて修正・加筆等を行い、次の改定委員会で結果を報告させていただきます。次は、具体的な施策の議論になると思います。今までで一番、皆さまがご意見を持っているところだと思うので、活発な議論をお願いしたいと思います。今日の議題は、全て終わりましたので、他にもご意見があるかもしれませんが、あれば事務局に提出いただくということで、本日の議論は、これで終了させていただきます。進行を事務局にお返しします。

3 その他

【事務局】

皆さま、お疲れさまでした。また、大変貴重なご意見をお聞かせいただきありがとうございます。最後に、その他の事項として、2点ご連絡させていただきます。

1点目について、資料5をご覧ください。次回、第3回の委員会にて施策の立案の協議を行う予定ですが、6つの観光戦略の具体的な手段となる観光推進施策を委員の皆様にもご提案いただきたく存じます。4月14日までにメール、または、郵送にて事務局に頂ければ、ぜひ参考にさせていただきたいと考えています。1枚で足りない方は2枚でも3枚でもご記入頂き、宜しくお願いいたします。

【三輪委員】

この観光推進施策名は、1テーマについて1内容で1枚ということですか？

【事務局】

わかれば、大丈夫です。

2点目についてですが、次回、第3回の委員会の日時ですが、5月15日(月)15時から、場所は、こちらの場所にて開催を予定しています。宜しくお願いいたします。その時には、会場でのご出席、またはリモートにて、どちらでも用意させていただきますので、宜しくお願いいたします。

その他の事項を含め、全ての会議の内容は終了となりますが、全体を通して何かご意見はございますでしょうか。

(特になし)

以上で、第2回小牧市観光振興基本計画改定委員会を終了とさせていただきます。

長時間にわたり、ありがとうございました。お気をつけてお帰りいただきますようお願いいたします。

以上