

令和4～5年度 第3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5月15日（月）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>石川 徹委員長 小牧市 地域活性化営業部 部長</p> <p>池田 洋子副委員長 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>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>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>松井 真二 名鉄小牧ホテル 営業統括支配人</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 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>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>【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 主査</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 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2 次期計画期間における小牧市観光重点プランの体系（案）</p> <p>資料3 次期計画期間における観光推進施策毎の取組例</p> <p>資料4 次期計画期間と次期計画期間における評価指標の設定及び進捗管理（案）について</p> <p>資料5 小牧市観光振興基本計画改定スケジュール（修正案）</p>	

主な内容

1 開会

【事務局】

お忙しい中、第3回委員会にご出席をいただき、誠にありがとうございます。本日、池本委員は欠席の連絡をいただいています。FDAの上野委員におかれましては、オンラインの出席の連絡をいただいています。委員の地域活性化営業部長の小林が今年の3月をもって退職し、後任として、地域活性化営業部長の石川が就任しましたので、ご報告をさせていただきます。委員長職については、要綱により互選となっています。事務局案として、前任の小林委員の職を石川委員が引き継いで本委員会を進めていきたいと思っておりますが、いかがでしょうか。

【委員】

異議なし

【事務局】

では石川委員に委員長をお願いします。石川委員は、席の移動をお願いします。副委員長は引き続き、池田委員をお願いします。それでは、第3回小牧市観光振興基本計画改定委員会を開催します。本日、傍聴の希望者はいません。では、石川委員長よりご挨拶をいただきたいと思います。

【委員長】

4月から小牧市地域活性化営業部長になった石川です。よろしくをお願いします。お忙しい中、第3回小牧市観光振興基本計画改定委員会にご出席ありがとうございます。皆さんにご協力いただき、よりよい計画にしたいと考えています。今回は、各種実態調査の結果報告、調査から見えてきた課題、計画の方向性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す。また、観光振興施策についてもご提案を頂きありがとうございます。今回は、皆様からの提案を踏まえ、次期計画期間における、観光振興推進施策の立案、成果指標を議題としています。前回に引き続き計画の要となる重要な内容となりますので、委員から活発なご議論をお願いします。

【事務局】

ありがとうございました。

なお、シティプロモーション課の本計画の担当職員の異動はございませんでした。では、引き続きよろしくお願いします。

以降の進行は委員長よりお願いします。

2 議題（1）

【委員長】

では、次第2の議題に入りたいと思います。それではまず、(1)各種実態調査結果から見えてきた課題の修正について事務局より説明をお願いします。

【事務局】

資料1は前回の委員会でお配りして説明いたしました資料でございますが、その後、委員会で各委員の皆様より、ご意見をいただきましたので、それを踏まえて、赤字の部分の修正させていただきました。

まず課題1の観光スポットとしてのイメージ向上に関して、赤字部分の補足をしています。

前回の委員会で八木委員の方からガイドに対しての市民の興味が低いということで、ご意見をいただきまして、それを踏まえた補足であります。

事業者ヒアリングの結果からは、宿泊事業者の多くがビジネスでの来訪者をメインターゲットにしていることがわかりました。さらに、市民アンケート調査、LINE調査の結果からは、市民が観光振興への取り組みに参加したいと考える割合は3割となっております。観光スポットとしてのイメージを向上させるためには、宿泊事業者を含めた事業者や市民の方の観光振興の参加を促し地域全体で観光スポット化を推進していくことが必要です。

次に課題の2、魅力的な地域資源の育成に関してです。こちらは、名古屋コーチンに関する事業展開について、ご意見をいただきましたので、それを受けた補足となっております。市民アンケート調査、LINE調査の結果を見ると、市民の他者への（名古屋コーチンの）紹介の意向が低い結果となっております。それから、事業者ヒアリング結果からは、名古屋コーチンの市民への普及や日常的な消費拡大という観点での事業に展開に関しては、限界があり、ターゲットを明確にした商品化など、これまでとは違った観点による事業展開が必要とのことでした。

以上のことから篠岡の桃や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や、名古屋コーチンのような全国的な知名度を有している特産品についてはターゲットを絞った商品化戦略や事業展開が必要です。

次に課題3で、こちらは、池田副委員長や池本委員からご意見をいただきました。小牧市には県営名古屋空港や高速道路のインターチェンジがあり、広域アクセスは優れているものの、小牧市への来訪者は近隣の自家用車を使用する人が多く、広域アクセスの優位性があまり活かされていないことが指摘されています。市内には、小牧市中央図書館や市民四季の森、小牧こども未来館など、女性や子育て世代の興味を引きそうな施設があるものの、来街者アンケート調査の結果を見ると認知度はそこまで高くありません。

以上のことから、今回の各種実態調査結果で導かれた小牧市への来訪者の特徴と小牧市のポテンシャルのある地域資源を掛け合わせて、各施設の利用が促進されるサービスを設定し、効果的なPRを行うなど、ターゲットを意識した戦略の展開が必要であると考えます。

課題4、5については表現の修正です。課題6に関してはSNSという言葉が半角になっていたため修正しております。

【事務局】

ありがとうございました。

ここからはFDAの上野委員にもご参加いただいています。よろしく申し上げます。

今の説明について、ご意見はありますか。よろしいですか。では、次の議題に進みます。

3 議題（2）

【委員長】

続いて、（2）の次期計画期間における観光推進施策の取組事例について、説明をお願いします。

【事務局】

資料2をご覧ください。

前回の委員会の中で、各種実態調査から見えてきた課題から基本施策に紐づく具体的な方策として6つの『観光戦略』を新たに設定し、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ることでお認めいただきました。

今回、委員の皆様からご提案いただきました観光推進施策も踏まえまして、6つの『観光戦略』から派生する観光推進施策を設定し、次期計画期間における重点プランの体系案を作成しました。この観光推進施策は、観光戦略に対する具体的な方策として示してあります。

次に資料3をご覧ください。こちらは、観光推進施策毎のより具体的な取組例を記載しております。なお、委員の皆様からご提案いただきました観光推進施策のうち、具体的な事業内容のご提案につきましては、取組例として組み入れさせていただきましたので、その点ご了承ください。

それでは、資料3をご覧くださいながら、1つ目の観光戦略である『特産品を含む地域資源の育成・魅力向上』に紐づく観光推進施策と取組例からご説明させていただきます。観光推進施策としては2つ設定しました。1つ目の観光推進施策は、「潜在的な地域資源の発掘・育成」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を念頭に設定しました。しかしながら、工業製品といった小牧市特有の資源なども該当してくるものと思われまます。また、前回の委員会でご意見をいただきましたが、観光資源である名古屋コーチンに対しては、市民への普及や日常的な消費拡大といったこれまでの観点とは違った観点、例えば、観光客向けのご当地ブランド食材としての活用などへのシフトなどが考えられ、観光資源としてブラッシュアップを図るために、新たな商品メニューの開発を含む「地域資源を活用した商品開発・販売」を取組例として挙げています。また、三菱重工業によるスペースジェットの開発は残念ながら中止となりましたが、食品を含む工場見学等の産業観光プログラムの実施に向けた情報収集や情報発信を含めた「産業観光プログラムの導入」も取組例として挙げています。2つ目の観光推進施策は、『市内における地域資源の啓蒙普及』です。これは、今回の実態調査で、小牧市に愛着や誇りを感じる市民の割合が高いことがわかりましたが、地域の資源を知り、さらには、来訪者へのおもてなし人材となり得る市民を増やせるよう、「市内イベント・店舗等でのPR」や「地域資源を取り入れた給食メニューの提供」を取組例として挙げています。

次に、2つ目の観光戦略である『おもてなし人材育成強化』に紐づく観光推進施策は、「観光ガイドボランティア・観光サポーターの拡充」です。これは、今回の実態調査で、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明らかになっています。小牧市への再来訪者を増やす要因のひとつである観光ガイドボランティアや観光サポーターなどのおもてなし人材を引き続き育成するため、より多くの来訪者に対し、おもてなしする機会を増やすことを目的とした、「観光ガイドボランティア・観光サポーターの活動事業の拡大」を取組例として挙げました。また、観光ガイドボランティアと観光サポーターが交流等行い、互いの知識を深め、より良いおもてなしにつなげてもらうための「観光ガイドボランティア育成のための研修・勉強会実施」や「観光ガイドボランティア・観光サポーター同士の交流」も取組例として挙げました。

3つ目の観光戦略である『情報発信力強化』に紐づく観光推進施策は、3つ設定しました。1つ目の観光推進施策は、「各種媒体を活用した情報発信力の強化」です。今回の実態調査で、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必要があることがわかりました。チラシやポスターなど従来の手段に依存する情報発信ではなく、それぞれの特性

を研究したうえで、ニーズや市場にマッチしたSNSやデジタルサイネージなどを含めた多様な情報発信に取り組むため、「媒体の特性を生かした情報発信」を取組例として挙げました。

2つ目の観光推進施策は、「小牧山の歴史やロケーションを活用したイベントの開催等」です。観光資源である小牧山をPRするために現計画から継続して実施する施策になります。“信長の過ごした秋の夜を現代に再現”をコンセプトに例年小牧山で開催しているこまき信長夢夜会を含む「武将関連イベントの開催」や事業者主催のイベントなどの「小牧山を会場とするイベントの開催」を取組例として挙げました。

3つ目の観光推進施策は、「業者や企業等との共創による情報発信」です。共創とは、多様な立場の人たちと対話しながら新しい価値を共に創りあげていくことを意味します。今回の実態調査で、小牧市は、県営名古屋空港や高速道路のインターチェンジ、名鉄小牧線があり、広域からのアクセスに優れているものの、その優位性が活かされていないことがわかっています。例えば、こうした課題に対し、共通認識を持ちながらも、異なる視点をもつ様々なステークホルダーと、互いに補完しながら、各々が持つ媒体やコネクションを活用することで解決へ近づくことができるという考えのもと、「空港・鉄道・道路事業者をはじめとする企業や大学等との共創による情報発信」を取組例として挙げています。

4つ目の観光戦略である『広域連携強化』に紐づく観光推進施策は、2つ設定しました。1つ目の観光推進施策は、「周遊観光ルート形成を目的とした広域連携」です。今回の実態調査で、観光資源である小牧山への来訪者は、犬山城や名古屋城など近隣の城郭と合わせて来訪する傾向が見られること、また、全国的な知名度が高くない城・城跡にも併せて訪問する傾向がみられることがわかりました。こうしたことから、小牧市の観光振興に有効な施策・事業として積極的に取り組んでいくためにも「近隣自治体と連携したスタンプラリー・入館割引等の実施」や「鉄道・高速道路事業者を想定した周遊ルートの造成」を取組例として挙げました。2つ目の観光推進施策は、「他自治体と連携した協議会の参画」です。小牧市は、県を主体とする愛知のお城観光推進協議会、武将観光推進会議、愛知名古屋観光誘客協議会のほか、信長公居城連携協議会、観光協会を主体とする愛知県尾張広域観光協議会など様々な協議会に参画しています。こういった協議会を通じた活動は、広域事業がほとんどであり、小牧市への誘客に直結することから、「愛知県主体の協議会への参画」及び「近隣自治体等と連携した協議会への参画」を取組例として挙げました。

5つ目の観光戦略である『事業者支援（育成）強化』に紐づく観光推進施策は、「新規参入事業者への支援」です。今回の実態調査で、小牧市を観光スポットとしてイメージを向上させるには、宿泊事業者を始めとする事業者等の観光振興への参画を促すことが必要なことがわかりました。そのためには、一足飛びに観光事業者を増やすということではなく、観光に取り組む、もしくは、参画する事業者を増やしていくことが、現在の小牧市にとって必要な取組であると考えられることから、「新規参入事業者への補助金制度の継続・拡充」や事業者に対し、国や愛知県の補助金制度等施策の情報提供を行い、参画を支援する「国・愛知県等の施策への事業者の参画支援」、ふるさと納税のような自治体が費用負担し、事業者にとって観光振興に参画しやすい機会を設ける「事業者へのトライアル機会の場の提供」を取組例として挙げました。

6つ目の観光戦略である「観光スポットとしての環境強化」に紐づく観光推進施策は、「観光スポットとしての環境整備」です。来訪者にわかりやすい観光案内サイン等の設置やサイン等の多言語対応は、一部実施しているものの、インバウンド対応など不足しているものも多いため、「観光案内サイン等の設置・多言語対応」を取組例として挙げました。また、今年の4月末からスマー

トデバイスのGPS機能を活用し、現在地が小牧山の復元想定図上でわかり、小牧山の遺構紹介やキャラクターと記念撮影ができる機能が備わったコンテンツを実施しています。スマートデバイスを活用し、現地で楽しめるコンテンツもこれからの時代有効であることから、「スマートデバイスを活用したコンテンツの活用」を取組例として挙げました。最後に「観光客の受け入れ体制の拡充」を取組例として挙げました。これは、一例として旅行事業者等が市内に大型バスを停めておくことができる駐車場の確保などです。市内での宿泊を伴うツアーに対応できるような駐車場等が不足しているため、訪問の機会を失っているという声も聞かれることから、ニーズに対し、不足しているものについて、環境を整え、観光客への受け入れ体制をより充実させる取組を今回の例に限らず、行う必要があるためです。

説明としては、以上となります。

【委員長】

ありがとうございます。ただいま説明がありましたが、先日コロナが5類になったことありますので、各事業者のなかで現状報告していただき、それを踏まえて、次の展開にいきいたいと考えています。

まず、鶴飼委員から状況についてご報告をお願いします。

【鶴飼委員】

驚くほどは、観光客は増えていません。

【委員長】

ツアーバスとかはどうですか。

【鶴飼委員】

大手（ツアー会社のツアー客）はまだ小牧には来ません。儲かりそうなところに行っています。北海道とか沖縄とかに力が入っており、お城ツアーでも姫路城、彦根城ツアーとかはあるが、小牧山城はランク的にA級でもないの、これから募集をかける段階だと思います。観光客は来るには来るが、人数が来るかどうかは問題です。人数が集まらず中止となったツアーもあります。コロナが明けつつあるので、これからどうなるかです。

クラブツーリズムのツアー客などがもし来ても、時間が決められているので、のんびりしてられない。山頂（小牧山歴史館）で映像を流しているが、観るだけで30分かかかるらしい。30分はとても取れない。歴史館に行って、百名城スタンプを押して帰っていくのがほとんどです。ゆっくり時間をかけて、せっかくお金を出した映像などは見ず、スルーするツアー客がほとんどだと思う。個人客や家族旅行はゆっくりボタンを押して見学していきます。

【委員長】

急激に入場者が増えたとは感じられないですか。

【鶴飼委員】

団体客はほとんど増えていません。近隣からは来るが、東京とか大阪からは団体ではきていません。残念ながら。

【委員長】

観光協会の八木委員は、状況についてはどうですか。

【八木委員】

コロナ明けは第一級の観光地（への訪問客が）が多くなっています。小牧山を含むツアーは、テーマ旅行をPRしているが、それほど熱がきていないなと感じます。旅行会社からは（大河ド

ラマの) 放映前はなかなか集まらないという話で聞いています。これから小牧山城の放映がされると観光客が出てくると期待しています。

【委員長】

名古屋鉄道さんは今どのような感じですか。

【木下委員】

団体、個人といろいろアプローチしていますが、団体についてはコロナで貸し切りバスの運行は減っていると聞いています。小牧までのツアーも少ないです。一方、岡崎とか浜松とかはツアーは人気と聞いています。岡崎のドラマ館は好調に推移していると聞いています。しかし、岡崎まで来ても、その他の地域までの動きは少ないと推測しています。

鉄道の動きは、GWはコロナ禍前には戻っていない状況となっており、空港線もまだまだ弱いです。中部空港の国際線の便数が(コロナ禍前の) 3分の1くらいなので、まだ戻ってきていないというところではありますが、中国便も運航を再開し始めているので、インバウンドもそろそろ動き始めるかと思います。

【委員長】

FDAの状況はどうですか？

【上野委員】

状況としては、3月は非常に好調でした。通常、4月は予約が増えて、5月GWがピークでその後落ち込みますが、今年は5月のGW後も予約が入っている状況です。我々としては、順調に回復してきています。ただし、ビジネス旅客は8割程度(の回復)です。観光での回復が顕著となっています。

【委員長】

徐々に戻っているとのことですが、JTBさんはどうですか。

【小泉委員】

募集型の団体ツアーは動き出しが今年に入ってからなので、4月以降に入ってもその動きは続いています。GWの観光施設のチケットの販売状況は19年実績を超えていると聞いているので、個人の動きは活性化しています。

【委員長】

インバウンドの関係はどうですか。

【松井委員】

先月は台湾(からの観光客)が多くて、4月後半は、1日あたり30~40名の宿泊客が多かったですが、名古屋市内に泊まれず、小牧で宿泊するという状況でした。しかし小牧ホテルには泊まるだけで、次の日に高山方面などに向かうといったケースが多いです。

【委員長】

ありがとうございます。交通機関の状況はどうですか。

【松浦委員】

たいぶ戻ってきたが、旅行は個人で動くようなので、団体で動くのは減ってきたと思います。行動が変わってきて、結婚式や葬式も規模が小さく行う方向になりつつあります。

バスでは、コロナ禍で職を離れたドライバーが戻ってきていないとか、飛行機でもランディングのスタッフがいないとか、観光客が戻ってきてても人不足で(業界側の)対応ができていません。

観光客は戻ってきたけどこれまでとは状況が違うので、それに対応できていないという（業界側の）状況があります。

【委員長】

ニュースでも観ますが、実態はそうなのですね。

【松浦委員】

タクシーについてはドライバーがいません。そういうことが問題になっています。

【委員長】

業界全体の情報が一番入ってくる商工会議所さんは、今どのような状況ですか？

【三輪委員】

鵜飼委員やJTBさん、名鉄ホテルさんの話ともつながるのですが、小牧市内の飲食店のうち、バスが立ち寄れる中規模店は、GWでも代理店からの予約で、100～200人単位で、凄い数の予約を受けています。しかし、小牧は通過地点であって目的地には、なっていないというのが、（委員の）皆さんのお話と飲食店さんの状況が一致するところです。

【委員長】

せっかくなので、JTBの田中さんも今どのような状況ですか。

【田中委員】

皆さんの言われる通りだと思いました。プロモーション関連では、団体をターゲットとするよりも、個人のお客さんを「旅前」でどう捕まえるかの相談をしましょうというお話をよくいただきます。JTBグループでも個人客をどう捕まえるかの相談が多いです。観光客の動向として、今まで我慢していた、行きたいところに行くのですが、ついでに寄ってほしいという相談を受けます。そのような方向性にあるとは思っています。

【委員長】

各業界の意見をいただいた中で、小牧市としては、小牧山、名古屋コーチンといったポテンシャルの高いもの、小牧山のPRをもう少しこうしたら良いとか、アイデアなどがあれば、計画に落とし込みたいのですが、先生いかがですか。

【副委員長】

歴史館で歴史上の問題に絡めてイベントをしたり、ルーティンとして毎月何日に、信長関係だと楽市楽座を開くとか、いつも何日に小牧山に来ると何かがあるようにすると、いいのではないのでしょうか。毎月ルーティンで開催するのは結構事例があるので、キッチンカーとか、いろいろなものに出てもらって、個人が出すとかも流行っているんで、人を集めるといいと思います。とりあえず、やってみるのが大事です。

あと、小牧市内は小牧山しかないという言い方になってしまいますが、それ以外にも、名古屋より北のこの辺りには、たくさんのお寺があります。室町時代からのお寺もあつたりします。しかし、檀家が少なくなっているお寺は、何年かしたらなくなってしまう恐れもあります。古いお寺ほど危ない。掛川市とか浜松市のように、紫陽花の寺、牡丹の寺などとして人を集めてはどうでしょうか。お寺と小牧ホテルがコラボしてもいいと思います。お寺は朝が早いので、ホテルに泊まって、朝お寺を見て次のところに行くといった流れをつくれればいいと思います。小牧に行けばこんな花があつたとかがあればいいです。そうした名所を小牧市内につくっていったら、歴史とくつつけるのであれば、そうしたものも良いかと思います。

【委員長】

今日、出されたアイデアも含めて計画に落とし込めるといいと思います。では次に移ります。

4 議題（3）

【委員長】

続きまして議題（3）、次期計画期間における評価指標の設定・進捗管理についてです。事務局より説明をお願いします。

【事務局】

資料4をご覧ください。

まず、次期計画期間につきましては、現計画と同様の5年間とし、令和6年4月から令和11年3月までで事務局案として設定させていただきました。

次に次期計画期間における評価指標の設定についてご説明させていただきます。現計画の指標は、主要なイベント及び地域資源への来訪者数（交流人口）のみの設定であり、資料4にあります施設・イベントの来訪者数を合算した数を毎年度確認し、数値目標と比較することで現計画の進捗管理と事業の改善等行ってきました。しかし、進捗管理等行う中で、対象となる施設の登録基準が人数要件しかないため、観光に直接関係のない施設が含まれること、また、各施設のオープン状況やイベントの開催状況により来訪者数が大きく変動すること、さらにイベントについては、開催時の天候や開催期間により、来訪者数が大きく変動するため、計画の進捗や施策の効果を確認することが難しく、PDCAサイクルが機能しづらいことがこれまでの課題でもありました。

そこで、次期計画期間においては、PDCAサイクルが機能しやすいよう、新たな評価指標として5つ、事務局案として設定しました。

1つ目は、『来訪者数』です。現計画の指標と違い、計画の進捗や施策の効果が確認できる施設のみに絞ることとし、観光資源である小牧山にある小牧山歴史館及び小牧山城史跡情報館の来館者数で設定しました。

2つ目は、『本市への愛着・誇りを感じる割合』です。計画の基本理念にもあります「住民の愛着と誇りの醸成」についての評価指標として、今回新たに設定するものです。市民意識調査で市民の本市への愛着・誇りを感じる割合を確認するとともに小牧山歴史館及び小牧山城史跡情報館での利用者アンケートで本市への来訪者に対する紹介意向を確認する予定です。また、本市の観光振興に携わる個人・団体の人数として、小牧市観光協会の会員数や観光ボランティアガイド・観光サポーターの人数についても確認し、計画の進捗や施策の効果の確認を行う予定です。

3つ目は、『来訪者の満足度』です。これは、今回の実態調査においても確認しましたが、小牧山歴史館及び小牧山城史跡情報館での利用者アンケートで本市への来訪者に対する再来訪意向の確認を行うことで来訪者の満足度の確認を行う予定です。

4つ目は、『市内での消費額』です。こちらも、今回の実態調査で確認しましたが、計画の基本理念にもあります「地域産業の振興への貢献」についての評価指標として、市内事業者に対する施策の効果等確認を行う必要があるため、今回新たに設定しました。小牧山歴史館及び小牧山城史跡情報館での利用者アンケートで本市への来訪者に対する市内での消費額の確認を行う予定です。

5つ目は、『観光情報アクセス数』です。情報発信に関する施策等の効果を確認するため、設定しました。小牧市観光協会のホームページアクセス数及び小牧市観光協会のSNSアカウントの投稿数や「いいね!」の数、視聴回数について確認を行います。

なお、次期計画期間における計画の進捗管理につきましては、毎年度指標の状況を確認し、計画上設定している施策の当該年度の実施状況の報告と共有のため、観光白書として取りまとめる予定です。各指標の数値目標につきましては、設けることはせず、今年度中に5つの評価指標の数値等の調査・確認を行い、基準値とし、次年度以降は、観光白書で増減傾向を取りまとめ、PDCAサイクルにより計画の進捗管理と事業の改善を行います。

説明としては、以上となります。

【委員長】

ありがとうございます。今の指標は、主要なイベント及び地域資源への来訪者数ですが、コロナにより足元から前提が崩れたので、実務的に考えたのが、新しい指標になります。これらを指標として設定するとして、満足度が一番重要だと思いますが、FDAさんでは、満足度はどのように確認していますか。

【上野委員】

当社ではやっていませんが、JALやANAなどは、実際に搭乗されたお客様にメールを送って満足度を教えてほしいとか、他人に勧めますかというアンケートをしています。そういった調査の方法もあると思います。私どもでは、直近ではやっていません。

【委員長】

お客様に直接メールで確認されているということでした。JTBさんでは、どのようにニーズを確認していますか。

【小泉委員】

お客様調査はちょっとよく分かりませんが、旅行後に満足度のデータは収集して、蓄積していると思います。

【委員長】

単純な満足度ではなく、「もう一回行きたい」という項目があるといいのですが。

【田中委員】

来訪者に向けてでは、数か所（の観光地）でとって、その中でどこからきたか、次にどこに行くかといった調査があります。過去、直近で初めてか、何回目か、何年以内に来たか、何年以内に再訪したいか、次にどこ行きたいか、情報はどう得たか、あったらいい情報、困ったこと、不足したこと、ごはんを食べるところが少ない、買い物するところがないとか、名産品を買うところがないとか、一緒に来ている人はどんな人か、他人に勧めたいと思うかなどを聞いています。

【委員長】

計画なので、大枠を落とし込むことにはなりますが、新たな指標については、指標を細かくする場合も含めて、今日ある程度大枠は決めたいです。アフターコロナとなる中、新たな指標を事務局が提示しましたが、もう少しこうした方がいいとか、ここが足りないなど、各団体の中で、もう少し入れた方がいいものなどがあれば、ご意見をうかがいたいです。

【三輪委員】

把握できるのであれば、来訪者向けの満足度に加え、観光産業に関わる事業者がどれくらい増えるか。お客さんと共に、事業者も増えないと、環境が整わないと、見るコンテンツやポテンシ

ヤルは変わらないので、どれくらい滞在時間を増やすか、買う・食べる時間を増やすかは事業者の参画が必須で、ここが来訪者とともには増えないと全体のバランスが取れないと思います。

【委員長】

ご指摘の通りだと思います。案には反映できていませんが。

【三輪委員】

満足度とも違うので、指標に入れなくても把握は必要だと思います。

【委員長】

ご意見として承っておきます。

【事務局】

事業者の参画に関する指標としては、4つ目の市内消費額で見れないか、というところはこちらでも期待しているのですが、もっと直接的な数値、指標などのアイデアがあればお聞きしたいです。

【小泉委員】

来訪者数を2施設に絞った理由は何ですか。

【事務局】

小牧市を代表する資源として、小牧山にある施設に絞った方がいいと考えて、2施設に絞りました。

【小泉委員】

歴史好きの方は測れるが、他の方の来訪状況がどうか分かりづらいのではないかと思います。来訪者数を他の施設でとっていたのであれば、そこの来訪者を足してもいいのではないですか。市外の方も把握するという意味では、特定の日にアンケートをとって把握することも考えられます。(2施設だけでは、)歴史好き以外の方の来訪者数が把握できないと思いました。

【松浦委員】

小牧山では、観光以外、例えばスポーツ、健康づくりで来る人もいます。小牧山に何しに何人来たかはわからないですよ。センサーとかで把握できるのではないのでしょうか。あまり正確な数字は得られないかもしれませんが、小牧山の入り口にセンサーを付けて、2施設だけではなくて、小牧山に出入りした人がどれくらいいるのかを調べてもいいと思います。高齢者の方などジョギングしている人も多く、歴史館まで行かない人も多いと聞きます。例えば、そのような指標は見たことがないが、「小牧山にどのくらいの人がかきているのか」や、1か月にどのくらいきたのかとか、12か月での動きがわかるとか、小牧山に100万人目の来訪者に何か差し上げるとか、この2つの施設に限らず、IT的なものを使って何か指標がとれたらいいなと思います。

【委員長】

スマホのビッグデータでは相当(多くの人)が来ているとは聞いています。

【鶴飼委員】

施設を利用せずに山頂に行く人だけで、毎朝大体40人はいます。大体同じ顔触れです。10人くらいで固まって登って降りてくるグループが、3~4グループいます。お城には入らず、ベンチで喋って帰る人はいます。

【松浦委員】

中国では太極拳などを公園でやっています。小牧の巡回バスは、65歳以上は無料ですし、そうすると毎年、乗る人は増えてきますよね。高齢者とか健康といったものも観光と関係ないと捉

えず、小牧山にいい喫茶店があれば、帰りに他に行くのではなく、コーヒー飲んでから帰るとい
うような。

【三輪委員】

コロナ禍前にトレイルランイベントを小牧山でやりましたが、一番多くて、600人か800
人くらいの参加者でしたが、7割くらいは市外・県外からの来訪者でした。歴史的価値のある小
牧山ですが、街中で山のロケーションを使ってマラソンイベントができるのはいいと思ってい
るので、また企画ができればやっていきたいと思います。

【松浦委員】

道路とかだと認可を取るのは大変ですが、小牧山だといいですね。徳川家康の格言は、「重
き荷を負うて遠き道を行くがごとし」というのがあるので、リュックに重いものをいれてリレー
するというのも良いと思います。

【委員長】

指標として、事業者のアプローチがあると良いとの意見、小牧山歴史館の来訪者のみの満足度
でいいのかという意見もあったので、事務局で承って検討していきたいと思います。

【鶴飼委員】

提案ですが、苦戦している名古屋コーチンについて、ココイチさんがカレーで「名古屋コーチ
ンつくねカレー」を展開しており、何かプッシュできないかと思います。

若鶏のさんわさんについて、市役所の前に鳥居があり、そこに伊藤和四五郎とあるので、一見
の価値があると思います。さんわさんのパッケージの裏側に、創業者は小牧生まれと書いてあり
ます。せっかく、さんわさんが小牧生まれと書いてくれているので、取り込んでもいいと思いま
す。

【委員長】

地域資源の開発も含めて、計画のなかで網羅されているのでしょうか。

【三輪委員】

会議所の方でもココイチさんから、新たな商品開発に向けての相談を受けました。

さんわさんも、現社長の古川さんにその話はしました。歴史ある会社なので、伊藤和四五郎さ
んの縁などの情報を集めているとのことだったので、展示の一つとして取り組んでも良さそうな
ので、また、さんわさんに言っておきます。

【鶴飼委員】

さんわさんのパッケージの後ろにはっきりと小牧のことが印刷されています。

それからお寺のことを言われたが、小牧には山車のお祭りがあります。尾張独特の山車が小牧
にも4つあります。知多半島から縦のライン、岩倉に3つ、小牧4つ、犬山に12~3あって、
高山には山車祭があります。高山、犬山には何十万人もくるので、その少しでもいいので小牧に
一割でも来てもらえるといいと思っています。

【田中委員】

そのお祭りには外部の人も参加できますか。

【鶴飼委員】

フリーで参加していただけます。

【田中委員】

PR活動はしていますか。

【鶴飼委員】

これが今までなかなかできていません。市の広報で、「山車の綱を引ませんか」などの募集をしているが、なかなか集まりません。人材不足ですし、お金もありません。よろしければ、本格的に観光のメインとしてもらえるとうれしいです。

【副委員長】

山車が収納できる場所は見学できますか。

【鶴飼委員】

シャッターを開ければ見られます。毎年、市内の小学校に行って祭の話をすることもあります。

【副委員長】

山車を維持するのは、大変ですし、見てもらって応援してもらえると良いと思います。

【委員長】

ありがとうございます。

【松浦委員】

吉五郎神社が小牧山にあります。吉五郎は尾張小牧を牛耳っていたキツネの親分ですが、最近では吉五郎伝説があまり言われなくなりました。

【鶴飼委員】

吉五郎太鼓もあります。

【松浦委員】

吉五郎伝説もいいです。

【委員長】

それら地域資源があるので、それが観光振興に繋がるといいですね。

指標については、ご意見をいただきましたが、事業者の部分についてと、歴史館・れきしるこまきの2施設だけに限定するのはどうか、といったことについては、検討します。

大枠については5項目、指標については、来訪者数、愛着を感じる割合、満足度、消費額、情報アクセス数でいくということでご異議はないか、もう少しこれが必要というのがあれば意見をください。

5 議題（4）

【委員長】

では議題（4）小牧市観光振興基本計画改定スケジュールの修正についてです。事務局より説明をお願いします。

【事務局】

当初のスケジュールでは、全6回の委員会開催で予定しておりましたが、計画改定作業等が予定より進んでいるため、委員会開催のスケジュールを見直し、資料5のとおり、修正させていただきました。

今後のスケジュールとしましては、今年の10月に第4回目の委員会を開催し、計画素案を作成します。委員の皆様のご意見等踏まえまして、計画素案を修正し、来年の1月から2月までの間にパブリックコメントを実施、3月には、第5回目の委員会を開催し、パブリックコメント等により修正した計画案を作成した後、3月末には次期計画の策定で予定しております。

なお、次回、第4回の委員会につきましては、日程調整の結果、10月12日（木）15時から小牧市役所6階601会議室でハイブリッド会議形式での開催を予定しておりますので、ご承知おきください。詳細については、別途ご案内させていただきます。

【委員長】

今回は、10月12日（木）午後3時からですが、大丈夫ですか。その他について何かありますか。

【事務局】

特にありません。

【委員長】

小牧山山頂の「小牧山歴史館について、4月1日にリニューアルし、多くの来訪者で、非常にぎわっていると感じています。

「どうする家康」で小牧が舞台となるのが8～9月頃と聞いており、そこで盛り上げていきたいと思っていますので、皆様のご協力をよろしくお願いします。

以上