

平成25年度 第5回新宿区産業振興会議 議事要旨

【日 時】 平成25年12月11日(水) 午後6時～8時

【場 所】 BIZ新宿(区立産業会館) 多目的ホール

【出席者】 委 員：植田、河藤、川名、松尾、前田、志村、加藤、富田、酒井各委員

事務局：中川産業振興課長、黒澤産業振興係長、菊地新宿観光振興協会設立準備担当副参事、渡邊主任主事、久野主任主事、後藤産業創造プランナー

【欠席者】 下吹越、益田、北村、坂倉各委員

【傍聴者】 1名

【配布資料】 省略

【内 容】

1 開会

2 議事

(1) 鈴木英雄氏講演「新宿区と観光」

プロフィールおよび講演内容は、本会議の配付資料2を参照。

(2) 講演に対する質疑応答

- ・外国人向けの施策に取り組まれていたが、外国人に対するマーケティング調査など、事前に綿密な調査を実施したのか。⇒ 外国人向けの対策として足りているものや不足しているもの、インターネットの使用状況、来日にあたっての情報収集方法など、ヒアリング調査を実施した。その結果で興味深かったのは、いろいろな方法で情報を収集しているが、最終的にはfacebookなどのSNSで得た情報を重視しているところである。
- ・そのマーケティング調査の結果は、地域の取り組みの一つである、外国人に対する「おもてなしハンドブック」の作成時に反映されたのか。⇒ 残念ながら「おもてなしハンドブック」にマーケティング調査の結果は反映されていない。世界各国の文化や習慣、風習などが書かれたものである。
- ・台東区にある山谷は、以前、日雇い労働者が多く滞在する場所だったが、ここ2～3年で外国人バックパッカーの街に変わってきている。バックパッカーが集まるようになった背景を教えてください。⇒ 最初のきっかけは2002年のFIFAワールドカップ日韓大会を見に来た方々が宿泊して、SNSで発信していったようである。また外国人の宿泊に関することで、同じ台東区の谷中には、旅館の主人で「観光カリスマ」という人材がいる。この旅館は日本旅館で今の時代には全く合っていないので廃業しようと思っていたところ、外国人を宿泊させてみてはどうかという話があり、受け入れのためにSNSなどで発信してみたところ外国人観光客の宿泊施設として人気が出た。東日本大震災後は外国人観光客がかなり減り、半年は回復できないだろうと目算を立てていたが、この旅館は回復までに1か月しか掛らなかった。元気に普段通り生活していることを、数枚の写真をSNSで発信しただけで外国人観光客が戻ってきた。
- ・やる気のある人の見つけ方や、なかなか動かない人に動いてもらい、やる気を出させるポイントやコツ、ノウハウがあれば教えてください。⇒ その気のない人をその気にさせるということほど難しいものはない。上からの目線で伝えてもうまくはいかない。何かに取り組むには、まずは楽しんでもらうことがいいのではないかと。
- ・印刷物にAR(拡張現実：人が知覚する現実環境をコンピュータにより拡張する技術、およびコンピュータにより拡張された現実環境そのもの)がついているものは増えてきているが、観光にARを活かすにはどのような仕組みが良いのか。⇒ ARを使う方法として、スマートフォンなどで風景を撮影すると、その風景に対する情報が自動的に画面に出てくるものがある。ビルフロア案内や売り出し情報がリアルタイムで入ってくる。その情報を発信する側は携帯電話などでどんどん更新できる。これを活用すると、観光案内所に人を置いて案内するよりは効率的で効果的ではないかと思う。新宿区にも観光案内所をつくっていただきたいと思うが、新宿という土地柄、立地は難しいのであれば、ARなどを活用し観光情報を各地で発信していけば、それが観光案内所になるのではないかと。

- ・観光マップと商店街マップを重ねたものをつくりたいと考えている。商店街を訪れた観光客がスマートフォンを見ると、観光情報だけではなく、商店街の特徴や歴史、お土産などの情報が出てくる。そのような方向で考えているが何かご意見はないか。 ⇒ 今までは単一の情報を出して済んでいたが、昨今ではそれだけでは済まなくなっている。いろいろな情報を重ねて出すことによって、相乗効果が期待できる。商店街と観光地が同一画面で表現できると素晴らしい。それを実現できるテクノロジーやツールはあるかと思う。
- ・商店街を訪れる地元のお客様が高齢化し人口も減っていく中、観光客をターゲットにすると扱う商品も変わってくると思うが、今まで観光という視点がなかった商店街の人たちに、どのようなアドバイスをされたのか教えていただきたい。 ⇒ ここをこう変えればこういうふうに売れるというヒントがあった。それは新しくできた観光スポットの名前を商品に入れてみるということで、実際に入れてみたら売れたということがあった。
- ・今はエリアマーケティングの時代だと思う。商店街の活性化には、まちづくりによる顧客誘致や住民との関係性など、コミュニケーションを整えることが必要だと考えている。商店会だけではなく、町会や行政と一緒にまちづくりをして、創造性のあるマーケットをつくるべきだと思うがいかがか。 ⇒ まさにそうあるべきだと思う。何らかの形で一本化する必要がある場合には、旗頭が必要ではないかと思う。
- ・台東区には観光地として上野と浅草があるが、来街者の目的は違うのではないかと思う。それを回遊させることに無理はないのか。新宿区も地域によって様々な特徴があり、来街者の目的も違うので、まず地域ごとに考え、どう発展していくことができるのか、どう支援していくのかを考えなければいけないのではないか。 ⇒ まずは地域自身がまちづくりや人づくりをして力をつけ、盛り上げていくことが基本である。その上で、行政が支援をしていくことになる。ただ、行政は個別の支援が難しく、平等性を考えなければいけないということをご理解いただきたい。
- ・行政に理解してもらいたいこと、行政に反映してもらいたいことなどがあれば、行政とコミュニケーションをとって、一緒に力を結集して取り組んでいくことが大切だと思うがいかがか。 ⇒ 新宿区の職員はコスト意識をしっかりと持っていて、来街者が多いまちの行政として何をすべきかがわかっているようなので、一緒に取り組むことに懸念することはないと思われる。
- ・行政は平等性を考え、限界がある中で支援をしているが、経験された中で行政でしかできないことや、行政が取り組むべきことがあれば教えていただきたい。 ⇒ 行政でなければできないと感じたことは、事業として必要であれば損得勘定抜きでできるということである。将来の利益をカウントできる。それを民間でどう活用するか、コミュニケーションをとって地域としっかり話を煮詰めると、いい結果がいくつか出てくるのではないかと思う。

(3) 専門部会に向けて

資料3、4に基づき、専門部会に向けて事務局より説明した。

3 主な発言内容

○専門部会について

- ・産業振興会議は、産業振興基本条例に基づき、個々の頑張る企業や地域どうやっていくのかを検討する場なので、平等性を意識しすぎる必要はない。平等性の枠を取り払った形での議論を進めていけばよいと思う。
- ・区内全域の回遊性の向上を考える前に、回遊性をどのように考えるのか、回遊性の可能性はどうか、まず回遊性について議論し、もっと広く考えたほうが良いのではないかと思う。
- ・新宿には魅力的な地域がたくさんあり訪れる目的も様々であるから、回遊させる地域も戦略的に考える必要がある。どうグループ化していくのか、そのためにはそれぞれの地域の魅力をどうアップしていくのかを議論していけばよいのではないか。
- ・新宿区をオールラウンドで考えるより、それぞれの地域を個性的なまちに一つずつ作り上げていくということを考えてはどうか。
- ・まず主体的にまちづくりに取り組んでいるエリアをリストアップして、新宿を訪れる目的別に紹介し、来街者がそれをチョイスしていけるということを考えてはどうか。ここで議論する回遊性というのは、一つのモデルコースだけをつくるのではなく、目的別に選択できるということではないかと考えている。

- ・回遊性を考える際、交通手段や移動手段はとても大事なことだと思うので、一つのポイントとしてとらえてもいいのではないかと。
- ・産業振興会議では、来街者の回遊性を高めるためには、どういうことが必要なのか、どういうことを考えなければいけないのかという方向性を議論していきたい。専門部会第2回のテーマは外国人観光客についてだが、当面は東京五輪に向けてどういう形、どういうことを考えていかなければいけないのかという、先出的な議論として位置付けたい。

4 次回日程について（予定）

○産業振興会議…平成26年4月中旬（会場：BIZ 新宿）

○専門部会（側面1）

＜第1回＞…平成26年1月21日（火）午後3時～5時（会場：新宿区立新宿歴史博物館）

＜第2回＞…平成26年3月13日（木）午後6時～8時（会場：BIZ 新宿 研修室C）

5 閉会