

第1回鎌ヶ谷市観光ビジョン策定委員会 会議録

- 1 日 時 令和5年7月6日(木) 10時00分～11時45分
- 2 場 所 鎌ヶ谷市役所6階 第1委員会室
- 3 出席者(敬称略)

委員 長	秋山 秀一	元東京成徳大学教授
副委員 長	酒井 学	(株)ジェイコム千葉 東関東局 局長
委 員	荒井 修光	(株)ファイターズスポーツ&エンターテイメント 鎌ヶ谷事業部副部長
委 員	池澤 孝信	東武鉄道(株) 新鎌ヶ谷駅長
委 員	渋谷 直	新京成電鉄(株) 地域政策担当課長
委 員	丸山 剛史	北総鉄道(株) 取締役 企画室長
委 員	川村 誠司	鎌ヶ谷市観光農業組合長
委 員	井手 勝則	鎌ヶ谷市商工会長
委 員	甲斐 貴子	一般社団法人鎌ヶ谷マネジメントラボ代表
委 員	久米 舞子	市民代表
委 員	利重 和彦	市民代表

【事務局】

青木市民生活部長、五月女商工振興課長、岡本係長、平澤主査、川村主事

- 4 傍聴者 2名
- 5 内 容

- (1) 開会
- (2) 市民生活部長あいさつ
- (3) 委員等紹介
- (4) 委員長及び副委員長の選出について

利重委員の推薦により、委員長は秋山委員、副委員長は酒井委員に決定した。

また、会議録署名人は、名簿順に秋山委員、荒井委員に決定した。

- (5) 議題
 - ・鎌ヶ谷市観光ビジョン(案)について
 - ・その他

(事務局)

鎌ヶ谷市観光ビジョン(案)に基づき、第1章「未来像」、第2章「鎌ヶ谷市のいま」、第3章「目指すまちの姿」について説明。

(委員長)

グラフが全部元号表記だが、西暦の方が比較しやすい。現在、国をはじめ、色々な資料で、ほとんど元号と西暦が併記されている。西暦表記だけのところもある。時系列で追いやすくするためである。役所は、元号表記が多いが、西暦だと非常に見る側がわかりやすい。

令和3年度鎌ヶ谷市認知度アンケート、認知というと認知症を連想しやすい。鎌

鎌ケ谷市に令和3年、認知症の人がこんなにかいたのかというような誤解も招きやすい。そこを修正した方が良くもしいない。

観光入込客数調査、市でやったのか県でやったのかなど括弧書きにして、どこがやったかを絶対に入れないといけない。また、何年にやったのかまで入れるといったことも非常に重要である。

観光ビジョンを策定されたら、今後、色々なところへ発信すると思われる。「鎌ケ谷が良いところだよ。」と来てもらうためには、指摘したようなところは、しっかりした方がよい。

案をみると、「観光資源の少ない鎌ケ谷」とある。他市の委員会でも同様のことを言われるが、歩いてみるとそれぞれの町の良さがある。歩いてみたら、良いところは幾らでもあるので、市民が歩きたくなるような良いところを再発見し、観光ビジョンの読み手にも伝えられたらよい。

(荒井委員)

ファイターズが鎌ケ谷に来て20数年、時代の流れに合わせて、色々なことをやってきた。今回の機会を捉えて、これまでの経験を活かしながら、これまでとは違った何か新しい取組というものがファイターズとして、できればよい。

鎌ケ谷スタジアムで、大谷選手、ダルビッシュ選手、中田選手、私とちょっと歳が同じ選手になると小笠原選手といった、色々な選手が鎌ケ谷スタジアムで汗を流して、日本、世界に羽ばたいていった。エスコンフィールドFビレッジという、北海道に、新しい球場ができた。そういったところの情報発信を通して、改めて鎌ケ谷も注目してもらえる機会があると思う。今回の機会を含めて、新しい様々な取組を皆様方と取り組んでいければよいと考えている。

(委員長)

北海道は観光が行政の中で非常に重要となっている。沖縄も同様。ファイターズの球場が北広島市にでき、キャンプ地である沖縄の名護、そして鎌ケ谷。沖縄と鎌ケ谷と北海道が繋がって、繋がりのあるところ同士で連携して、発信していくと、知名度もアップする。そういったことは大事なことである。

(丸山委員)

鎌ケ谷市役所の側に本社を構え、昨年、会社創立50周年を無事迎えることができた。昨年の創立50周年を迎えた年の10月に運賃の値下げというものを行い、沿線利用される方々から好評をいただいた。今後の経営戦略上、連携ということを非常に重視している。具体的には、鎌ケ谷市をはじめとする、沿線の自治体、あるいは企業の皆様ということで、先般も日本ハムファイターズと鎌ケ谷スタジアムで北総鉄道Dayというイベントを実施した。ほかにも様々な取組をしているところだが、連携という意味では、地域の皆様とこれまで以上に、沿線活性化に向けて取り組んでいきたいと思っている。本日の観光ビジョンの策定は、我々も非常に大きな話だと考えている。意見交換をしっかりと、観光ビジョンがよりよいものになるように進めてまいりたい。

(渋谷委員)

鎌ヶ谷市に本社があり、沿線4市の松戸・鎌ヶ谷・船橋・習志野を通っている。鉄道だけだと、収入も限られるため、観光に力を入れており、お客さんをお呼びということで、今一番力を入れているのはハイキングである。沿線4市を回るもので、好評である。最近、期間を定めて、自由に歩いていただいている。あと最近、もう一つやっているのはフルーツラインである。いちごから始まってブルーベリーで今ちょっと桃もやっていて、このあと梨がある。桃狩りが一つだけしか園がなく、それがちょうど鎌ヶ谷市なので、そういうのをもうちょっとアピールできればと思っている。遠くに行かなくても、ちょっと近くで梨やブルーベリー狩りができるといふことなど、力を入れて宣伝している。これから観光にも力を入れていきたい。

(池澤委員)

先ほど渋谷委員からもお話があったが、昨日、北総さんと新京成さんと、我々東武の3社合同で、鎌ヶ谷市にある小金谷ファームさんに赴き、ブルーベリー狩りをしてきた。3社合同でSNSにアップして、もちろん鉄道を利用いただいた上で、農園にも来てくださいという趣旨だが、裏には鎌ヶ谷市を活性化させたい、お客様に来ていただきたいという思いで、取材に行かせていただいた。私は4月に新鎌ヶ谷に赴任して、もちろん農園に行くのも初めてで、梨が有名だというのは従前から承知していたが、ブルーベリー農園、イチゴや桃狩り等、フルーツが盛んに栽培されているというのを初めて知り、正直びっくりした。駅の繁華街、栄えているところしか知らなかったもので、こういうのは売りだなと思う。

また、7月10日及び18日には、新鎌ヶ谷駅と柏駅で、やはり新京成さんと北総さんと3社合同で、鉄道に乗ってくださいというのがメインだが、「新鎌ヶ谷便利ですよ。」というアピールのために、夕方の時間帯、ラッシュ時間帯をねらって、鉄道利用者並びに沿線のお客様に対してアピールしていきたいというところで企画をしている。今後、北総さん新京成さんと鉄道事業として3社合同で鎌ヶ谷を盛り上げていきたい。

(委員長)

皆さん協力して、一緒にやっっていくポテンシャルがある。

(川村委員)

以前、農業プランの会議をやった時に、消費者の方も招いて話をしたが、鎌ヶ谷市になぜお客さんが少ないかというと、まず道路の整備がなっていないということが一つ。あと道の駅がものすごい人気なのに対して、鎌ヶ谷市では、各個人で農産物を売っており、道の駅のようにまとめて駐車場も大きくて、人が集まる、そういう所が少ないということが、一番の問題。

私は12年前に観光農業組合の組合長だったが、その時は、日ハムに斎藤佑樹選手が入団した年で、マスコミがすごく、私の店前の道路なんかも渋滞していたし、多くのメディアからの取材もあった。その翌年に、鎌ヶ谷市の秋月という梨の搬送会をイオンでやった際に、県知事をお呼びしたが、情報発信が少なかつたせいか、マスコミで来たのは千葉テレビさんだけだった。ニュースを見ても千葉テレビさんで少

し出たぐらいで、市としての情報発信が少ないと思う。

今検討しているのはイチゴ栽培で、日本ハムさんと入場券プラス梨狩りということで提携を結んでおり、来年からはいちごをプラスしてやっていこうと思っている。

ビジョンに対して私は、鎌ヶ谷市にともかくお客さんと呼ぶ、人が来てくれるというのは、さっきも言ったように、ある程度の集積した販売場がある、あと道路の整備、その二つが一番必要じゃないかなと思う。

(委員長)

道路整備は、市だけではできないこともあるけど、鉄道が3社乗り入れている。僕はそういう意味では非常に、日ハムさんもいるし、鎌ヶ谷を盛り上げていく価値はあると思う。ほかと比較して、「ほかでやっているのにうちは」ということを言う人は幾らでもいるけれど、そんなこと言ったらきりがない。実際にどういう所があるのか、何があるのか、それを活かすためにはどうするかで、いろいろやっていくことで気づくことと、そうでないことがある。そういう意味では、今あるものが重要。

私は、鎌ヶ谷に住んでそろそろ50年で、私が鎌ヶ谷を選んだのは、やっぱり地盤が強いから。昔は東京の平井にいて、水害が起こると必ず水が溜まる。だから、住む場所は東京から1時間ちょっとで大地の上にある場所。あとは値段と緑。今でも毎朝1時間以上市内を歩いている。森は少なくなったけどある。そうしてみると、「あるもの」を大事にするということが、大事になると思う。それを発信して、発信の仕方も今は行政だけじゃなくて、私もYouTubeを随分やって海外情報の発信を7年やっているけれど、それぞれが持っているものを協力してやって、さらには、市民が、鎌ヶ谷っていいところだとPRできる、そのベースになるがこの観光ビジョンだと思う。何かあった時に、ふるさとに帰るときでも鎌ヶ谷ってこんなところだよって言える、そして来てみたらいいなっていう。なんでもいい。例えば、鎌ヶ谷大仏だって小さいって言うけど、日本3大大仏だって言うて信じる人がいる。奈良大仏駅も鎌倉大仏駅もないけど、新京成線の鎌ヶ谷大仏駅、大仏の名前がついた駅は日本でここしかない。

そういうあるものを一つ一つ追って、特に行政の人も担当だからではなく、市内を歩くことが大事。やっぱり皆さんが、歩いてこんな場所があると知って、それを発信していくっていうことが大事だと思う。

(事務局)

鎌ヶ谷市観光ビジョン(案)に基づき第4章「28のアクション」について説明。

(委員長)

色々なものを入れ込んでいる。例えば、市民との協働、コンシェルジュ。これ一つ実現するだけでも、はっきり言って大変。だから、こういうイメージを作って、できることをしっかりやっていくことが大切。川村委員も言っていたけど、日ハムの球場のそばに農園があったら、そこでフルーツ狩りを楽しむ。また、球場の外野周辺に簡単なジムがある。ほかであんまりないから、すごくいい。そういうものを一つ一つこう繋げていくことが大切。

1点だけ気になったことがあって、18ページ、鎌ヶ谷に住み始めたきっかけで、私はさっき言ったように、まず地盤を重視した。これを見ると、魅力的な物件、家族云々とあるが、地盤とかそういう項目は入っていない。自由に書いてもらっているのか、市の方で用意したものでマルをつけてもらったのか、それによって、回答も違ってくるが、これはどちらか。

(事務局)

こちらは選択肢を設けて、そこにマルをしてもらったものになる。

(委員長)

そうすると、私が設問を作ったら違うなという感じがする。こう書かれると、これだと思って選ぶわけで、ほかの理由の人も沢山いると思う。だから、こういうデータが出るとこれが正しいという思い込みにもなり得るから、アンケートをとる時は、ものすごく考えていかないといけない。

(井手委員)

第4章は、非常によくできると思う。ただ、色々な良いことが点在していて、それらをどうまとめていくかが重要である。10ページの基本方針1とあるが、ここには鎌ヶ谷ブランド館、私が代表理事でやっているが、かまたんカレー、これには梨が入っている。鎌ヶ谷プレミアム梨カレー、これには鎌ヶ谷の梨と名護のアグー豚、島唐辛子が入っている。もうすでに地域間交流は始まっていて、鎌ヶ谷梨サイダーは当然鎌ヶ谷の梨100%である。そして、かまたん梨肉まん、これも、梨の果肉がゴロゴロ入っている。かまたんスナックは、鎌ヶ谷のマスコットキャラクターのかまたん。野菜の妖精だが、梨が入れられない時、どうしたらいいかと考えて、かまたんしかないだろうとのことで、かまたんスナック、かまたん棒、あの銚子電鉄のまぜ棒を作っているニッポーさんが鎌ヶ谷にあり、そこに作ってもらった。茂野製麺さんは、かまたんのそば、うどん、ラーメンを作っている。当社では、かまたんコーヒー、コーヒー牛乳にして飲めますよっていうのも作っている。どんどん鎌ヶ谷を表現していければということで、ポイントofセールス、お客様の接点という部分では、やはり体感型のものと、買い物型のものに分かれる。当然、我々商工会は、サービスを提供する、商品を提供する、という中において、やはり買っていていただいて鎌ヶ谷のものをお土産にしてもらったり、人に差し上げたり、自分が食べたりっていうところの、ポイントofセールスでの購買っていうところで鎌ヶ谷のアピール、大いにしているところである。体感型では、例えば鎌ヶ谷のききょう号がある。さわやかプラザに行って、そこでスタンプを押してもらったり、貝柄山公園行ったりとか、バスを使った体感型ツアーとか。

北海道の人口は530万人だが、150年の歴史の中から屯田兵が入って、いろんなことが始まり、今、新千歳に行ったら、そこでは、毎日産業のお祭りである。工場もある牧場もある、いろんなものがそこにあって、当然コロナが来たら倒れそうになったが、再度復活しているところである。昔、鎌ヶ谷は東京に働きに行けば、大して苦勞しなくて稼げたが、北海道、沖縄は違う。自分たちのところで手前みそで稼がなきゃいけないということで、小豆を生産したり、馬鈴薯を生産したり

いろいろなことをして、今のすごい経済を作っている。

例えば日ハムさんの件を言うと、日ハムさんの市の担当は文化・スポーツ課である。文化・スポーツ課だと、例えばマラソン大会とか、なかなか商売ベースにはいれないが、斎藤佑樹選手引退の際の垂れ幕や、今回のWBCで、大谷選手やダルビッシュ選手が出るときに、市も商工会も垂れ幕ができなかった。そういったところも、情報発信でみんなが個々の状態でバラバラではなく、連携をとっていったらと思う。要は、鎌ヶ谷が送り出した、とかそういう表現も、事前に我々がこのコミュニケーションの中でやっていけると。商工会もなかなか資金的な部分も苦しく、一部鎌ヶ谷ブランド館で、いろんな形で、やらせていただいているが、あとはどのような形で一つまとめていくかだと思う。

一つご提案は、やはり鎌ヶ谷市観光局というものがあればいいと思う。名護市には名護市観光局がある。鎌ヶ谷市観光局を外郭団体として、例えば鎌ヶ谷ブランド館があって隣にあるとか、そこで物も売れる、ご案内もできる、梨の観光も紹介できる、鉄道さんとも連携できる。そういった一つをまとめてやれる組織が将来的にあれば、もっともっとういと思う。それと北千葉道路ができる。これができて、調整区域でも道の駅ができるというところまで、たどり着いている。ただ、農業の部分とか、そういったところがそれに充当できるのかとか、そういったところも含めて、現在JA東葛さんと、松戸との作物も含めて、今後、国会議員さんですとか市議会、県議員さんなどいろんな方にご相談して、どうすれば、例えば道の駅ができて鎌ヶ谷のアピール、鎌ヶ谷への来訪者を増やせるかということも含めて、今進めているので、一つ一つやっていきたいと思っている。

(委員長)

鎌ヶ谷の企業の一つ一つも鎌ヶ谷の文化である。あまり目立たないけれど、おそばを作っているところって量が少ない。茂野製麺さんは確か、全国でも3位ぐらいに入っている。私市醸造さんだって、お寿司屋さんのお酢の中ではトップ。だから、そういう意外と知られてないものを大事にして根づいて、みんな歴史のあるところで連携していくと、今ご意見の中でも、観光協会の話とか、やっぱりそういう時期も出てくると思う。

(甲斐委員)

アクションに関しては本当に全部、必要なことで、やれたらすごいなと思う。

市民との協働ということで、私たち市民活動から始まって、地域活動をしたいなど市民活動をしている方たちが、どうやって運営していくかという苦勞のところ、どう寄り添えるかや、居場所ってみんな大事だよねっていうところで、活動してきた。しかし、このコロナで対面活動が分断されて、改めて、コミュニティの大切さとか、何か人と関わっていたのが当たり前だったけど、できなくなった時に自分が行ける場所がない、自分の居場所がなくなっちゃっていると感じる方も多かったのではと思う。なかなかイベントも開催されなかったし、人との分断が起きてしまい、今、アフターコロナということで、また、イベントやちょっとしたお祭りもすごく増えてきて、今まで対面とかそういうイベント面倒くさいと思っていた人たちも、関わりを求めて出てくる時期だと思う。そんな中、このコンシェルジュの育成って

というのは、いいタイミングではないかと思う。

あとは、SNSの発信とか情報発信が少ないというのは、鎌ケ谷の人って住みやすくて、特にすごい課題があるわけではないので、発信しなくても、何となく自分は心地よく住めてしまうからだと思う。鎌ケ谷で暮らしている中で、やっぱり一歩進んで、「鎌ケ谷ラブ」、愛があると、私が住んでいるところすごくいいよという感じで発信したくなる。だから、観光ビジョンに書いてあったインフルエンサーって、若い人たちはインフルエンサーという言葉の方がぴんとくるし、それだとちょっとやってみようかなと思う人も出てくると思う。逆に、高齢までいかななくても、そういういいところ取材してって発言していく特派員という言葉も、引っかかる層の方がたくさんいると思うので、これから本当に市民との協働というところで、コンシェルジュの育成に力を入れていくのはいいなど。協力できることがあれば存分に協力させていただきたいと思う。

(委員長)

私はもう高齢者ですから、若い人の感覚と相当ずれちゃって、反省している。例えば、私は正式には日本外国特派員協会のメンバーだが、一般的にやっぱり外国人記者クラブって表現がわかりやすい。同じ言葉でもそういうああなるほどそうだなってというのはあって、非常に参考になる。

(久米委員)

私は子供が小学生の子が2人いるので、そういうお母さんの目線からも、お話できたらなと思う。あと、絵を描く活動をしていて、実は以前、「City鎌ケ谷」がなくなったときに、新しく「おしゃらく手帳」というのを作ろうと頑張ったがあと一歩のところまで実現できずということもあった。コロナも終わって、マルシェだったり、たくさんイベントがあると思うので、うまくできたらなと思う。ママ友もマルシェをやりたいと言い始めていて、主婦の力ってすごくて、意外と元気なので活用していただけたら嬉しい。また、私も地盤で鎌ケ谷市に住むことを選んだ。あと、息子が少年野球を最近やり始めて、ファイターズさんが無料チケットを学校経由でくれる。ああいうのもすごく嬉しい。色々な情報をもたらされるけれど、もらえてない情報もいっぱいあったと今お話を聞いていて思った。情報を手に入れるためには検索すればいいが、そこの一歩が踏み出せてないというのを自分でも感じた。主婦になってしまうと電車もあまり乗らなくて、でも駅までは行くので、電車の中だけではなく、東武ストアの周りにポスターとか貼ってあったら絶対見る。電車の中ではなく、外側もぜひ何かやってくれたら、私たち電車を普段使わない主婦もいっぱい見ることができると思う。

(利重委員)

私は、観光業界に籍を置いており、地方創生事業を長くやっているのので、全国の自治体でこういう観光アドバイザーとか政策アドバイザーとか、シティプロモーションアドバイザーとかそういうことを仕事としている。そんな中で今回地元の鎌ケ谷市さんに自分の持っている知見を少しでもお伝えできれば嬉しいと思い、この会議に参加させていただいた。28のアクションは非常にいいと思う。とりわけ、さ

つき甲斐委員が言ったコンシェルジュの育成。これはほかの自治体でも成功例が山ほどある。コンシェルジュという言い方すればアンバサダーって言い方したり、言い方はいろいろだが、そこの地域をPRしてくださいって言ったら喜んでやる人はいっぱいいる。実は、このすぐ近くに住んでいる人で、全然違う山形県の観光推進に一生懸命PRしている人もいる。地域にかかわらずそこの土地が好きだっていう人は一生懸命やってくれるので、これは是非とも進めていただきたいと思います。

ただ、この辺があると良いと思ったのが、今回のこの観光ビジョンが確か令和の令和14年、さっき西暦の併記のこともあったので、令和14年というと2032年で、もうその頃は自動車が空を飛んでいる時代だから、将来像的なものも入れたほうが良いと思う。そんな中で観光産業に身を置いていると、今一番話の主流になっているのが観光DX。例えば、コロナ禍で、オンラインで会議をしたと思うが、観光業界では、今メタバース空間で会議するのが当たり前になっている。実際にその町のメタバース空間を作って、そこに全国から入ってきてもらって、そこで実際のリアルで見られないメタバース空間で体験しながら、その街を知ってもらうということであるとか。あとは、もうポスターとか紙媒体ではなくて、例えば全部デジタルの技術を駆使したもので、私も公開はしていないが、かまたんが鎌ヶ谷市の観光を案内するなんてものも、スマホに入れている。当然かまたん使用許諾が必要なので公開していないが。もうちょっと将来像的なものも組み込んでいったら、さらにこの28のアクションが完璧になっていくと思う。

(酒井委員)

今日は報道の立場ということで参加をさせていただいた。報道といっても、コミュニティチャンネルで、地元のイベントだったり、例えば新しい商品をPRしたりとか、そういったところのニュースで、取材をさせていただいている。また、独自の番組もあり、そこにご出演をいただくというケースも多々あり、企業だったり、こういった観光のPRだったりとかも、お手伝いさせていただいている。

まず3章のところまでで、分析結果のところだが、今は携帯のGPSを使ったビッグデータで、その人流の調査というのが、全国で行われており、これを使うと年代や性別、あとはどこにお住まいの方が鎌ヶ谷を訪れて、またどこへ行かれたかなどそういった流れがわかる。かなり詳細なデータが取れ、あと過去にさかのぼって、例えば3か年を見たときの増減、あるいはファイターズの試合の時に、どこの方が試合を見に来られたかとか、そういった分析もできる。詳細にその辺を知ることにより、今後の対策につなげられるのかと思う。

4章のアクションのところまでいくと、例えば1番目で梨をコンセプトにしたイベントということで、私は知らなかったが梨のお酒があるようで、試飲したことないので、どんな味がするのかちょっと興味を持ったので、そういうお酒が誕生するまでのストーリーも含めて紹介すると良いのではないかと感じた。

あと、2番目の市内を巡る仕掛けづくりでいくと、スタンプラリーとあるが、これも今のデジタル技術で、スマホでスタンプラリーをやってそこを巡るとポイントが入って、そのポイントがたまると、お店で買い物クーポン券が使えるとか、スマホのアプリを使うので、もうデータがどんどん溜まることから、デジタルデータを活用していくことができると感じた。

逆に興味を持ったのが10番目の鎌ケ谷の花火とあるが、これは今までに実施されたのか、どのあたりでやったのか、もし参考にお聞きできたらと思うのですが。

(委員長)

鎌ケ谷の花火っていうのは実行委員が積極的にやっており、今年はないが、去年までは日ハムの球場でやっていた。

(酒井委員)

先ほどこちょっとメタバースみたいなお話があったが、やっぱりこの辺が非常に、各行政さん、これから力を入れてく分野かなと思っている。特にこのデジタル技術の中のAR。皆さんわかりやすいイメージでいくとポケモンGOが流行ったと思う。要は、その場所に行かないと遭遇できないというような、うまく現実の世界と仮想の何かを組み合わせる、そういった取組。先日自治体公共weekに見学に行った時に、新潟市さんがリアルな町並みの中に、Vチューバーというか、バーチャルシンガーの映像を重ねていて、要はその建物にスマホをかざすとアニメーション歌手の方がそこで歌っている映像がそこで見られ、一緒に写真も撮れる。これはいろいろ応用できると思う。例えば、鉄道好きな方向けに、昔走っていた車両がCGで合成されて出てくるとか、ファイターズさんとかも昔の選手とか、いろいろ応用が利くと思うので、そういうこともうまく活用すると、より、特に若い方とかも興味を持っていただけたらと思う。

あと最後に、せっかく成田空港に直接アクセスできるので、やっぱり外国人の方、インバウンド需要も一緒に検討していけると良いと思う。さっきのビッグデータを活用したという点でいうと、例えば外国人の方でどこの国籍の方がよく来ているかということもアプリをインストールしていると調査可能になっている。参考までにお伝えしておきたいと思う。

(委員長)

地域新聞に頼まれて、第2週に旅の記憶ということでエッセイを書いて、そこで自己紹介の最初に鎌ケ谷市在住と書いてもらった。マネジメントスクエアという企業経営者向けの月刊雑誌があって、それも連載13年で、内容は、旅の達人が見た世界観光事情。それも最後のところに鎌ケ谷市在住と書いてくれている。関係したところで、全部出せるわけじゃないが、出せるところはなるべく鎌ケ谷市在住と出す。そうするとみんな、鎌ケ谷で何かあると、どうだったって電話が来る。皆さんがそれぞれのところで、鎌ケ谷をPRしていくこと。

それと、さっきお酒の話が出たが、くず梨の処理に困って、ニッカと一緒にワインを作った。ただ「梨のささやき」という名前ではなく、梨ワインとした方がわかりやすかったとは思う。その後、梨スパークリングワインが出て、自分の本の表紙にその写真だけボンと載せている。あまり市内じゃ話題になってないが、外の人と、うちでパーティーする時には、必ず最初のオープニングでそれを使うようにしている。だから、関わったところでPRするっていうのがすごく大事だと思う。

(井手委員)

この観光ビジョンは誰が対象か。そこを明確にされないと、先ほど言ったインバウンドの人を呼び寄せるのか、例えば、新大久保はネパールの人が増えている。スリランカフェスティバルだったらスリランカの人だとか、例えば市役所さんがやっている、ではそれを共有にするためにどうするかとか、はっきり言って、この観光ビジョンは市内の人なのか市外の人なのか対象がわからない。北海道へ行って、鎌ヶ谷から来たと言うと、みんな知ってくれている。「日ハムさんがあるから、鎌ヶ谷スタジアムは聖地になっています。」と。そのため、北海道で鎌ヶ谷イベントをしたらすごく結果がいい。そういうこともあって、はっきりと、どういった人を対象にしていったら効果が出るのかとか、その辺もぜひ、ご検討いただきたい。

(委員長)

今の井手委員のご意見は、行政に振っても困ると思う。要するに、観光ビジョンを作らなくてはいけないから。だけど今、井手委員が言ったことはものすごく重要である。そのベースを作ったら、そういう海外の人とかに分かるようなものをさらに、わかりやすくやっていけばいいので、これはこれで非常に重要なこと。皆さん、いろんなご意見があると思いますが、今日はこのぐらいにしたいと思う。

(事務局)

次回の会議の日程説明及びアクションに関する意見アイディアを7月20日までに、お願いしたい旨説明。

(委員長)

第2回目に、また皆さんのご意見をいただきたいと思う。これで本日の議事をすべて終了することができたが、この後の作業については本日の会議の結果を踏まえ事務局で対応するというところでよろしいか。

(委員)

異議なし。

(委員長)

異議なしということで、本日の議事録については事務局で作成をお願いする。それではこれをもって、第1回鎌ヶ谷市観光ビジョン策定委員会を閉会する。

(6) 閉会

以上、会議の経過を記録し、相違ないことを証するため次に署名する。

令和5年7月25日

氏名 秋山 秀一 _____

氏名 荒井 修光 _____