

第2回桑名市ブランド推進委員会

日時：平成29年11月30日（木）午前10時

場所：城東地区複合施設はまぐりプラザ会議室

－ 会 議 次 第 －

1. 開 会

2. 市長あいさつ

3. 議事及び報告

- ・住吉地区のまちづくりに関するデザイン案について
- ・水辺空間利用者等への調査結果及び実証実験について
- ・桑名ほんぱく2017の中間報告について

4. その他

- ・事務局から連絡

次回会議の日程について

平成 年 月 日（ ） 時から

5. 閉 会

○事務局 おはようございます。定刻となりましたので、ただいまから、平成29年度第2回桑名市ブランド推進委員会を開会させていただきます。

本日は、大変お忙しい中お集まりいただき、誠にありがとうございます。

本日の委員出席者は、委員3名、専門委員2名であり、ブランド推進委員会条例第6条第2項の規定により、会議の開催要件を満たしておりますことをご報告申し上げます。なお、本日クリス委員、黒田委員、中澤専門委員が所用のため欠席でございます。また、この会議は公開でございますので、ご了承いただきますようお願い申し上げます。

はじめに、お配りしております資料の確認をお願いいたします。まず1枚目、今回の次第でございます。続きまして、A4横カラーで「桑名ブランディング（建築物デザインマニュアル）」でございます。続きまして、A4縦、「水辺空間の実証実験案について（案）」でございます。続きまして、A3の二つ折りになっております「水辺空間の利活用に向けた社会実験の実施（案）」でございます。続きまして、A4縦の「桑名ほんぱく2017の中間報告について」でございます。続きまして、A4横の「桑名ほんぱく企画者へのヒアリング調査（中間報告）」です。最後に、「合意形成システム・コラグリ」のチラシでございます。本日、お配りしております資料は以上でございます。お手元にすべてございますか。

それでは、ここからの進行を議長の伊藤委員長をお願いしたいと思います。伊藤委員長よろしくをお願いいたします。

○伊藤委員長 おはようございます。今日の議題の多くは、事務局からではなく委員長である私から説明をしなくちゃいけないので、スムーズな進行ができればいいなと思っております。早速ですが、桑名市長からごあいさつをいただきます。

○市長 改めましておはようございます。

今日は大変お忙しい中、第2回のブランド推進委員会にお集まりいただきましてありがとうございます。

第1回が6月だったということで、夏も明け、冬に入るタイミングでの2回目ということでもありますけれども、石取祭がユネスコ無形文化遺産登録されてから初めての開催ということで、2日間で40万人のお客様がお集まりいただいたと伺っています。私も実際に行ってみて、インバウンドの方がかなり多く来られていると感じました。特に、団体客がグループ観光でお祭りを見学に来られる方がかなり増えていると感じました。ジュニア・サミットなどもありまして、海外向けの観光パンフレットも作成させていただ

いたことが少しずつ利いてきているのかなと感じます。

あと、ブランド推進と全然関係ありませんが、今年は夏の甲子園で、三重県からは津田学園が初出場しまして、99回の大会の中で初めて桑名市の学校が勝利を収めました。私も応援でその現場に駆けつけて、大変盛り上がったなと感じています。

今、桑名は非常に元気があるなと感じています。お手元に「マチ工場のオンナ」というNHKのテレビドラマが放映中でありますけれども、約6割が桑名でロケがありました。明日は2話ですので、ぜひ見逃された方もご覧ください。いきなり桑名の駅前からスタートします。

また、お手元に広報くわな12月号を配らせていただきましたけれども、大変斬新な広報となっています。ちょうど熊本復興というものもありまして、今年は熊本をテーマということで、くまモンがイルミネーションの中でたくさん出てきて、大変おもしろくなっています。昨年、ついに1,520万人のお客様がご越しになられたということで、USJを抜きまして日本で2番目になりました。今朝も日経新聞だったと思いますが、ジャズドリームの方のインタビューが載っていましたが、来年はジャズドリームだけで1,000万人を超えるように頑張るとおっしゃっていただいておりますので、また多くの方がお越しいただけるのかなと思っています。そのなかで、しっかりと桑名の魅力を発信すること、またここに住んでいる方が桑名のよさに気づくのはすごく大事だと思っております。

今日議論いただくのは、住吉区のまちづくりに関するデザインと、水辺空間の利用などについてとなっております。ブランド推進委員会を立ち上げさせていただいて、概念的な話や抽象的な話をずっとしてきたものが、住吉地区、また桑名駅も改修しますけれども、そういう形で目に見えてくる段階に入ってきたのかなと思っていますので、しっかりと皆さんからのご意見を伺いながら、桑名市としても力を入れていきたいと思っております。

また、桑名ほんぱくも今年はだいぶ盛り上がってきておりまして、申込者が1,300人、去年より500人ぐらい増えたというふうに伺っています。私自身も、サンジルス醸造さんの味噌づくり体験に行かせていただきましたが、非常に盛り上がっていました。お子さん連れのグループが味噌を自分で作ることを楽しむという方たちもいましたし、明らかにインスタに載せるために、サンジルスさんの敷地内の木でできた樽を撮っている女性グループもいました。ほんぱくは、いろんな世代から喜んでいただけるスタイルかな

と思っています。こういうことを続けることが、桑名のよさに多くの人に気づいてもらってファンになってもらう、こんな取り組みの一つかなというふうに思っています。

今日の委員会でも、皆さんそれぞれの立場から忌憚なきご意見をいただいてブランド推進できればというふうに思います。今日はよろしくお願いします。

○伊藤委員長 市長、ありがとうございます。

早速、議事次第に入っていきたいと思います。まず、住吉地区のまちづくりについて、デザインのガイドラインのようなものがあつた方がいいのではないかとということで、案を作つてまいりました。その案を、ご説明させていただきます。

桑名駅はNHKドラマでも出てきましたが、館ひろしが子役の娘を怒っているシーンから始まります。今は工事をしているので、多くの方々は桑名駅が変わるんだろうなというのはご存じかと思います。自由通路ができて、新しい桑名駅が開発されます。駅、建物でいうと、桑名市が所有している部分が大部分なので、デザインをコントロールしながら、優先的に進める可能性があると思います。市長が掲げている本物力として、桑名が丸ごとブランドだとするならば、ブランド推進委員会では七里の渡しの周辺地区を題材にしておりますが、顔となる桑名駅とリンクとして、住吉地区付近も同じようなデザインで統一すると考えるべきだろうと感じております。同じようなデザインで変わっていくと、周りも必然的にそういったものを投資しなくちゃいけないとか、桑名市で何か建てたり出店したりするときは、こういったデザインのことを考えて、街一体として、盛り上げていくような地区になっていくということを感じられるようなデザインの施策が打てたらなという思いで作っております。

まず、資料1枚目の背景1として、住吉地区を改めて見ていきますと、江戸時代の城下町だった一部分に城址や城壁が残っていたり、明治、大正の六華苑を中心に資産が残っていたりする。寺町商店街を歩いていくと、昭和のいい風情がする。それぞれの時代のいいところが残っている。これを一つの時代に切っていくのではなくて、それぞれの時代のフェードを、ある意味融合していく。そしてそれぞれのフェードをしっかりと打ち立てながら街として表現していく。そういったことは大事だと考えております。

次に背景2です。一の鳥居の木材は非常に神秘的で素晴らしいものだと思います。一方、六華苑を見ていくと、スカイブルーでこれも非常に個性的なものだと思います。こういった桑名の本物を象徴するようなものは、やはり主役として生きるべきだと思います。舞台でも映画でも、主役を惹き立てるために舞台装置があつたり脇役があつたりし

ます。要は、背景が主役を惹き立てるような役割になっていけばいい。そういうことを考えていきますと、街並みも本物を際立たせるような演出装置と言いましょか、そういった役割を担っていったらどうだろうか。京都や高山のように、もともと街並みがちゃんと残っていれば別ですが、新しいものを造ったりして介入してくると、何となく偽物になってしまうので、街の調和を図ってもらって本物を惹き立てることを配慮してもらえればと考える次第です。

背景3としまして、ジョサイア・コンドルの建築思想と書いてありますが、明治時代の日本の木造建築の中には、石積み、レンガ積み建築という考え方がなかったわけです。東京大学の教授として25歳で招聘されたジョサイア・コンドルを中心に、日本建築の中に西洋建築が取り入れられていく。和洋折衷ということで、そもそも日本にあった木造建築の素晴らしさ、それに加え西洋の新しい石積みのあり方が折衷されて、今まさに六華苑の中にも存在しているわけです。こういった素材と色彩とが折衷されてくる。和洋の新しい文化が重なって未来につながっていく。こんなことを、一つの折衷のデザインといったらいいのかわかりませんが、そういう形で方向性を示していったらどうだろうかとまとめています。

次に、裏面では具体的にどうするかというところが書いてあるのですが、時代の折衷ということで、江戸から、明治・大正からと、それぞれの要素をうまく組み合わせてみたらどうだろうと思います。大河ドラマの中でも、本多忠勝が勇みよく出てきまして、迫力ある黒い甲冑を着ております。まさに黒というのは、本多忠勝をはじめとする江戸時代を象徴するような色だろうと思います。

ジョサイア・コンドルはおもしろくて、一つの石やレンガを使っているわけじゃなく、ある程度固有の色を使っています。その固有の色を抽出させていただきまして、少し濃い目の色のパーセンテージを高くしております。全部濃くしますと、非常に重たくなってしまうので、薄い茶色を20%、濃い茶色の2系統を30%というように配色しながら、木と石とを混ぜ合わせていく。

右上には、セットフロントと書いてあるのですが、恐らく皆様から見ると、20世紀の都市計画はセットバックをしていくのが一般的な考え方でした。何が言いたいかと言いますと、開発をする、新しい建物を造る、容積率を緩和してあげるかわりに道路に面したところに広場を造るということで、店になる部分とにぎわいの部分が後ろに下がってしまう。下がってしまうために、歩道を歩いている人に対して、そのにぎわいが感じに

くいと思います。一方、世界で非常に住みやすく素晴らしい街と言われているアメリカのポートランドを見ていきますと、セットバックの時代ではなくてセットフロントの時代だと言われております。何が言いたいかと言いますと、歩道がにぎわってれば、多少距離があっても、皆さん歩きたくなるんですね。そのにぎわいをつくるために、ガラス面に、逆にお店は大きなガラス面を前面に出して歩道に近いところに建物の基盤を持っていくとすることによって、例えばレストランで食べている人、店にディスプレイしているもの、こういったものが歩道に移り込んでくるというか、にじみ出してくる。さらに、最近では車道だとか歩道を活用したパークレットと呼ばれるカフェテラスのようなにぎわいを演出する空間が設置されて、全国的にもたくさん社会実験されています。名古屋市にある栄南の繁華街には、全国で初めての車道を使ったパークレットも実現しております。こういうことを考えていきますと、住吉地区や駅前から人間通も、将来的に10年、20年かけての長期ビジョンを見ていくなれば、歩いて楽しいにぎわいが演出できるような誘導策というのが必要ではないかと考える次第です。

その下の展開例ですが、七里の渡し周辺、桑名駅周辺と、それぞれ建物の規模は違いますが、すごくお金をかけたなら、民間の人たちがやりづらくなってしまいます。例えば、柿安さん、歌行燈さん、日の出さんはちゃんと設えがありますので、これを生かすために、新しく出てくるようなところは少し安価な素材を使ったとしても、歩いている人たちから見れば、素材が見えたり、ガラスの中のにぎわいが見えたりすれば、非常に整った街並みが形成できるのではないかと思います。駅の開発が行われる際にも、同じようなデザインにしておけば、恐らく人間通もつながって行って、そのうち市長が言われるまち全部がブランド化するといいなと、そういった起爆剤となるような政策を出せばいいものと思って作ってきました。

これは案でございますので、委員の皆様から忌憚のないご意見いただければと思います。風間委員、ご意見はありませんか。

○風間委員　はい、ありがとうございます。すごくいいなと感じました。ぜひそんな街並みを見てみたいなと思いました。

先ほどのセットフロントの話や歩きたくなる街の話というのは、去年バルセロナに行ってみて、まさにそのにぎわいがあるんですよ。その街に人がいるだけで、人の表情が見えますし、観光客でも暮らしている人でも同じ空間を楽しめさせてもらっているというのが、すごいよかったです。京都市長が、「歩くまち京都」ということをやってこら

れている成果が経済的にも出ているようで、全然違っているらしいんですよね。その話を大阪市にしに行かれたりされているので、その街を歩くということは文化的な効果もそうですけれども、経済的な効果もあるということは恐らくトレンドだと思います。

○伊藤委員長 松尾委員お願いします。

○松尾委員 僕も総合的な印象はいいと思います。桑名市の駅前周辺と住吉地区との連携ができれば、すごくいい街並みになるんじゃないかなと思いました。実際、住吉地区で商売させていただいている中で危惧していることは、これを進めていく中で、住吉地区の民間さんですとか、居住されている方たちはご高齢の方が多いですね。経済的な負担もしかりですが、今空き家が増えていたり、劣化した建物がそのままになっている状況を、まずどういうふうに変えていきながら新規の店舗さんだったりとか居住者の方を整備していくかが課題になってくるんじゃないかなと思っています。実際に、このエリアの東部商研も高齢の経営者の方が増えて、活動がままならない期間も増えているというのも課題に挙がっています。

○伊藤委員長 確かに懸念するところも多いと思うのです。まちづくりなので、10年、20年を見据えながらやるということと、空き地や継承できないような土地を企業さんとうまく連携しながら、そこに入ってこられる方々にこういった意図を育んでもらいたい。こういったものを縛るもので建築協定や地区計画があるのですが、住民不明のところは解決しなくちゃいけないが、なかなか難しかったりしますね。東京でも海外でも素晴らしい街は、民間で何か思いのある人たちが一つ作り、それが三つになって、三つになるとトライアングルになってメインになるので、それを見てどんどん人が集まってくる。そして、逆にある人たちはリノベーションしてくる。リノベーションの定説として言われるのが、トライアングルができるように3点だけ押さえろと言われています。

安藤委員、お願いします。

○安藤委員 私も、住吉地区は素晴らしく、特に夜に行くと、どこか異空間に来たような感じで非常に魅力があると思うんですね。ただ、寂しいことに、人がほとんど歩いていないという状態です。この辺をもうちょっと何かPRができればいいと思います。このあたりは、歌行燈さんや日の出さんなど魅力ある飲食店がありますので、PR次第では本当にいい街になるんじゃないかと思っています。人がそぞろ歩きするには、非常にいい空間だと私は思っています。

私どものなばなの里は、建築するときに歩経路がありまして、歩経路からちょっとし

た庭があって一步下がっている造りなんですけど、20年が経ち生垣等も非常に高くなってきました。レストランで食事をしている人が見えないようにするんじゃなくて、生垣を半分ぐらいの高さまでぱっきり切って、歩経路から中が見えるようにしました。今の流行は道路から中が見えるような所、テラス席で食事をしたりお茶を飲んだり食事をする、特にヨーロッパの街並みなんかそういう形態が取られています。本当は最初からそういうことがやりたかったんですけども、日本人に20年前は合っていなかったということもありまして、なかなか結びつかなかった。

なばなの里の建築は、和なのか洋なのか、どういうコンセプトで建ててあるのですかと聞かれます。実は、庭も含めて和と洋の混合です。なばなの里は洋の空間と思っておられる方が多いですが、今来ていただくと、紅葉真っ盛りです。イルミネーションを見に来た方はそんなことを想像されていないので、中に入られた時にびっくりされます。非常におこがましいんですけども、「行ってよかった！紅葉名所ランキング2016」で、なばなの里がまさかの9位に入りました。京都の名所がランクインしているんですが、10位が何と金閣寺だったんです。トリップアドバイザーによる調査結果でしたので、外国人の視点から選ばれたと思っています。実際に、外国人客は非常に多くなってまいりました。対前年比で、バスで来た観光客だけで3割ぐらい増となっています。

それから、東京の方からのお客様もこの時期一番多いんですね。香嵐溪となばなの里というツアーが一番多いんです。香嵐溪の一番いいところは、橋を渡った向こう側から眺めると非常にきれいなことです。しかし、時間の制約もあって、なかなか向こう側へ行けないということもあると思います。ですから、なばなの里に来られて、「わ、すごいね」と感動されます。香嵐溪よりもいいんじゃないかと、これは半分冗談でしょうけれども、言われる方もあります。ですから、私どもも香嵐溪に負けないようにしようと、和の空間を意識しています。なばなの里は、和と洋のごちゃまぜという感じなんですけれども、その辺をうまく利用していこうと思っています。そういう取り組みから、少しでもこういうまちづくりにご協力できるかなと思っています。

- 伊藤委員長　　今の話聞いてよくわかりました。長島観光開発さんはどうの昔から、桑名の状況を読んで、和洋折衷のデザインをされていたんですね。だからこそ、そういう功績をあげているということですから、この方向性は間違いないんだと改めて感じた次第です。前半の話の中で、外から見えるからこそにぎわいがにぎわいを呼んでいくという連鎖することは、まさにヨーロッパの街並みを見てもそう感じますし、ヨーロッ

パではテラス席から予約が入って埋まっていく。屋内でも、若者を中心に外に向かった文化というのは定着してきていますから、うまくいくんじゃないかと期待したいです。

諸戸委員どうですか。

○諸戸副委員長　私もこの案は素晴らしいと思います。ある程度統一感があるというのは重要なことだろうと考えています。あと問題点としましては、以前も松尾委員がおっしゃっていましたが、駐車場の問題をどうするか。例えば、車の通りが多いところを人を歩かせるというところを、どうコントロールしていくのか。そういう課題はあるんですけども、いずれにせよ、来たいなという場所がないことには、話が始まらないです。こういう統一感があって、歩いていて楽しいよねという場所をつくり出すというのは、非常に重要なことなのかなと思います。また、主張しないとおっしゃっていただけますけれども、それも結構重要だと思ってしまして、桑名の本物力で本当にすごい建物、後世の文化財になるような建物を建てるのであればいいと思うんですけども、そうじゃないと、何か中途半端なものが出てしまって、逆に何これみたいな話になってしまうかもしれないので、今あるもので引き立てるといような形で、あまり主張しない建物の方が街並みとしてはきれいに見えるんじゃないかなと思います。

○伊藤委員長　ありがとうございます。確かに、フェイクだと廃ってしまうということがありますから、本物を生かすというコンセプトとしても、改めて副委員長の意見を聞きいい方向ではないかと、自画自賛みたいになってしまいました。全体的に、合意いただいたということで、また気づいた点とかありましたら、随時改善していきたいと思っています。

あと、先ほど副委員長の方から駐車場の話も出ましたが、この辺りの駐車場について検討するという話も聞いておりますので、交通の対応やこういったデザイン的な部分、この辺りでのイベントを行っていくような方向性も踏まえて、トータルで考えていければブランド推進委員会としてはいいのかなと考えております。

これで、第1議題は終わらせていただきます。続いて、水辺空間の利用ということで、先ほどの話の延長にもなりますが、事務局より説明をお願いします。

○事務局　A4縦の「水辺空間の実証実験について（案）」をご覧ください。前回のブランド推進委員会の中でもお話をされていたのですが、それを受けまして事務局として案をまとめさせていただきました。

まず目的といたしましては、景観、歴史、文化等を有する住吉地区の魅力を活かし、

水辺空間等を積極的に観光や地域活性化につなげていく。居心地を良くし、賑わい、活気のある空間の創出を行い、憩いやにぎわい創出の新たな取り組みとして、実証実験を行い、その有用性の有無を確認する。実際、六華苑の第2駐車場、住吉休憩施設、揖斐川右岸の堤防、国営七里の渡し公園という所で実証実験が行えないかと事務局として考えております。現状としまして、住吉休憩施設には常駐が1名おまして、営業時間は午前9時から午後5時まで。サービス内容は、レンタサイクル5台、うち電動が2台、観光パンフレット・観光ポスターの設置と掲示、休憩施設の設置、男子トイレ、女子トイレ、多目的トイレという形になっています。あと、Free Wi-Fiが使えるようになっていまして、飲料系の自販機3台とアイスまんじゅうの販売をしております。

六華苑の第2駐車場と国営七里の渡し公園の駐車場の状況ですが、営業時間は9時から5時まで。駐車場は無料となっており、普通車39台、バス5台、障害者用駐車場2台となっております。国営七里の渡し公園は、営業時間が9時から5時まで、夏季は6時まで。月曜休園というのが現状になります。

実証実験の場所としましては、先ほども申し上げましたように、国営七里の渡し公園、六華苑第2駐車場周辺、住吉休憩施設、伊斐川の右岸堤防を考えておまして、実験実証の期間としては、平成30年9月上旬ぐらいの2日から3日ぐらいでと考えております。実験内容としましては、桑名ほんばくのオープニングに合わせて、マルシェや夜市などを開催して、飲食物の販売や物販を行ってはどうか。あと、ワークショップなどの開催をしたらどうか。あと、くつろぎスペースなどですね。ベンチが今のところほとんどありませんし、日よけがある場所もありませんので、そういったものを利用していくことができればいいのではないかと考えております。

○伊藤委員長 ありがとうございます。続いて私から説明します。今、事務局から説明していただいたような内容を、写真入りで作っているのが、このA4の横のペーパーになります。開催時期を9月上旬という話で書いてあるのですが、他のイベントと絡めていくのであれば、桑名フェスティバルが10月下旬にあったり、7月に国交省さんが何かイベントをされたりすると聞いておりますので、そこも候補に挙がるのかなと考えています。今日お越していただいている国交省の飯野所長いかがでしょうか。

○オブザーバー 国土交通省の飯野でございます。この中のコンセプトについては非常にいいと思います。先般、桑名市役所さんの各課長さんに参加していただきました検討会の時に、水辺を活かそうという話もありました。開催時期につきましては、私の意

見としては、桑名市さんからこの時期が桑名のブランド力をブランドシップとして発信するのにいいと逆に決めていただければ、私どもはそれに追従していきますので、私たちの制約条件になりません。ぜひそうした面で皆さん前向きにご準備していただければと思います。

○伊藤委員長 ありがとうございました。どの日程だろうと、桑名のブランドが輝くような日程であれば国交省としても協力していただけるとのことですね。

次のページにいきます。65人の桑名市に在住の方、それ以外の方に、実際にこの水辺に対してどういう印象があるのかを、アンケート調査させていただきました。

水辺空間に対してどんな印象があるかという質問に対して、市内の方、市外の方を合わせると過半以上の方が評価としては非常にいい、水辺に対してよく思っていると答えてくれました。特に、市内の方よりも市外の方のほうが圧倒的に水辺空間に対する評価が高いんですね。意外と、市内の方のほうが魅力に気づいてないという典型かもしれません。

次に、どんなところが魅力を形成しているのかという質問ですが、諸戸氏庭園の雰囲気や七里の渡し跡といったところがあげられました。歴史資源の話をうまく絡めていくと、より効果的なのかなと見てとれます。

また、市民からの要望を見ていきますと、何か食べられるフードカーのようなものや屋台があったらいいとか、地産地消の野菜の販売などがあるといいという意見がありました。こういった水辺でイベントをすることに対して、非常に前向きな意見が多いということ、今一度認識したいなと思います。

それを踏まえて3枚目で案を示しているのですが、水辺を活用するときには何らかの空間をつくっていく。空間をつくるというのはいろんなやり方があると思うんですが、例えば、イベントのテントを持ってくるとか考えられると思いますが、それだとちょっと味気ないかなと思います。こういうブランドデザインでいこうとしているところで、何かリーディングプロジェクトとして何ができるといいなと試案しました。仮設の建物を造ってしまうと、その維持、管理が大変ですし、建築基準法などの規制もクリアしていくのも非常に難しくなっていきます。屋台のようなタイヤをつけて移動できるようなものを造っていくと、比較的メンテナンスも楽で、設置するのも基準が緩くなり、比較的いいデザインのものできるのではないかと思います。

写真に見るように、屋台を幾つか置いて、そこに桑名のスイーツだとか桑名めしを持

ってきていただいて販売していくというような形で、本物力としてのソフトコンテンツを強化する。さらに、水辺でテラスのような格好いいものをうまく提示していく。将来的には、トレーラーのようなものがあるって、それが水辺空間にも演出するようにできたらいいですね。例えば、コンサート会場のイメージをしてもらおうと、大きなトレーラーが入ってきて、イベント空間を再現しています。にぎわいとしてはそういったものを移動しながら、街のいろんなところにつくっていく。さらに、災害の時は、これが災害拠点として機能している。そういう両面で機能していったら、街全体が本物力として発信できるのではないかな。こんなビジョンを持ちまして、本当にうまくいくのか、本当に水辺がうまく機能するのか、実験的に来年やれたらどうだろうという提案でございます。

委員の皆様からご意見をいただければ幸いです。風間委員いかがでしょうか。

○風間委員 こういったものが今トレンドだと思うのでいいなと思っています。ポートランドに行った時に、小さなフードトラックが公園や川沿いに並んでいるんですよね。そこが新しいビジネスを始めたい人のチャレンジスペースになっているんですよ。既存の飲食店をやっている方がそこでもできるし、新しくビジネスを始めたいとかチャレンジしたいとかいう人にとってもフードトラックのいいところだというふうには話されていました。2018年に関しては、イベントとして2、3日かもしれないんですけども、今後継続してやっていく場合は、大型であればフェスや災害時の機能になるかもしれません。それが毎回活用されるわけではないので、小さいサイズのフードトラックというのも選択肢としてあります。よくコーヒーやホットドッグ、おにぎりが販売されていたりしますので、桑名の本物を小さなトラックで実現していくというスタイルになれるといいんじゃないかと思っております。

私たちの話で恐縮なんですけど、今京都でそういった小さなビジネスをやりたい方々が集まって、まさに屋台をつくっているんですよ。素材が大事で、地域材を使うことにしまして、木工職人さんたちにキットを造ってもらっているんですよ。秋田の能代杉とか地域の材料を使ってつくれるように設計図はできているのです。そこに屋根ついたり自分たちでデザインしたりできるようになっているので、私たちが開発しているようなものを使うと、コストも安く抑えられる。桑名により近い素材を使えば、単にコストを安くするために外材を使うというより、いいメッセージになると思うので、コスト面でもチャレンジしやすいもので始めていくといいんじゃないかと思っています。また、桑名らしいテイストにカスタマイズすることもできると思うので、そういった思考はす

ごくいいのかなと感じました。

また、ほんぱくに関しても、水辺の活用に関しても、イベントのプロからアドバイスをもらいながら、地元の民間事業者さんが運営していけるようなノウハウを貯めていく必要があると思うんですね。これをちゃんと継続的に運営していくようなスキーム作りをするのは、初年度から考えていく必要があると思います。我々の知り合いで、全国で地域活性、地方創生に関するイベントのプロたちが力を貸しているケースもあります。民間事業者さんに、もしそういった議論のテーブルがあるようであれば、そこに来ていただいてアドバイスをもらいながら設計していくと、運営に関しても継続的に検討できるのかなと思っています。もし必要があれば私からご紹介もさせていただきます。

○伊藤委員長 ありがとうございました。桑名らしい屋台キットみたいなものがあると、いろいろな所へ派生していくといいですね。松尾委員お願いします。

○松尾委員 桑名ほんぱくのオープニングセレモニーやくわなフェスティバルにあわせるのは一つ手段としていいんですけど、未来のことを考えると、持続的な期間を要するの活動とか、経済活動とかが必須と思うんですね。なので、2日ぐらいで集客するようなものではないのです。1つ目の議案で住吉地区の再開発の話がありましたけど、そこと連携したものをやっていかないといけないかなと思っています。

僕も住吉地区の夜はすごくきれいと思います。今年から始まった灯街道の灯をなぜ常設しないのか。あの辺りを歩く人は結構いるんですね。ただ、どこをどう歩いていいか分からなかったり、暗闇から人がいきなり歩いて来たりすることをよく見るんですよ。まず、そこを整備するだけでもシチュエーションとしてはすごく趣がありますし、風情がより整うのではないかなと思っています。

この案は、いろんなどころの事業所さんに簡易に当日できるものを集めてもらうと、マルシェみたいなものになると思うんですね。この数年、似たようなことをやってきたと思うんですが。これに反して、どういった意図を意味付けてやるかという、結局、わざわざ行きたいと思う理由や動機づけがされない限りは、来てもしようがないなど、なかなか足運ばないと思いますね。

僕たちはくわなフェスティバルの時に、キャラクター事業をやったんですよ。台風の影響で雨がすごかったんですけど、10時にスタートして、12時に全て完売したんです。他の事業者さんはなかなか苦戦していたのですが、キャラクターグッズが欲しいということで、東は東京、北は新潟、富山、西は鳥取からわざわざそのためだけに来たんです。

なので、この事業をイベントとして成功させることが目的なのであれば、多分そんなに難しくないとと思うんです。事業として走らせる魅力をつけた上で、何を効果検証するかといったところが希薄なまま進んでいるんじゃないかと思うので、もしやるとするのだったら、リムジンの屋台を常設して何かをやるというチャレンジをしてみたいと、もったいないなと率直に思いました。以上です。

○伊藤委員長 ありがとうございました。確かに、1年に1回だけでは本当にもったいなくて、一番いいのは週末土曜日行くと必ずやっているから行こうとか、例えば1ヶ月の中の第3木曜日は必ずやっているというのが本当はいいのですね。定期的にやったほうがいいというアドバイスだと思いますので、その辺も踏まえて考えたいと思います。安藤委員、お願いします。

○安藤委員 以前にも申し上げたことがあると思うのですが、市にお願いをしたいのは、あのあたりの公園の整備です。私、横浜の山下公園近くのホテルに泊まって、6時ぐらいに山下公園の方へ散歩に出かけたんですね。そうしましたら、そんな早朝でも人がいっぱいなんですよ。何が魅力かなと思ったら、きちっと公園が整備されているんですね。雨が降る中でも人がいっぱいいて、公園の花壇が非常にきれいに整備されていました。その後夕方に行ったら、多分業者の人なんでしょうけれども、バラをきちっと整備されて手が入っているんですね。これは、私どもも植物を扱っている公園として見習わなきゃいけないと思ったんですけれども、観光客から質問されてもきちっと対応して、丁寧に手を休めて答えていました。こういうことがあるのでこの公園は人がいっぱいいるんだなと思いました。また、公園にシェアサイクルがありまして、色も統一されていて山下公園にマッチしていたんですね。この管理は、公園近くにあるコンビニエンスストアが行っているみたいでした。市と地域のお店とかが手を結んでやられているんですね。

景観というものを考えれば、ケータリングカーの統一感があれば一番いいんですけれども、なかなかそういうのは難しいかもわかりません。イベントのときにはそういったものでそろえることがあれば、桑名のおいしい食材も扱えて、温かいものはその場で温かく召し上がっていただけるようなこともできるんじゃないかなと思います。

私は、まず市にお願いしたいのは、あの辺りをきれいに整備していただいて、くつろげるベンチを設置してほしい。朝、あの辺を走っている人やウォーキングしていたりする人がいますが、ベンチがなくくつろぐことができません。仕方なく通り過ぎるよう

な形になっていますので、そこで滞在できるような空間をつくっていただいたらと思っています。

○伊藤委員長 整備という話では、ハード整備とともに滞在ができるような環境づくり、ミズベリングのようなソフトコンテンツの充実が必要ですね。あと、テントのデザインを統一しているだけでイベント力が変わってくるので、桑名の本物力というからには、きっちりやっていくべきだと思います。

副委員長お願いします。

○諸戸副委員長 松尾委員がおっしゃっていたように、何を最終目標としてやるかはすごく大事だと思います。その上で、いろんな規制があり、できることとできないことがあると思うので、その中でどういう風にしていくかはすごく大事です。

私はこの前、鎌倉でいろんな朝市を見てきたんですけども、鎌倉ではいわゆるマルシェのようなものは、いろんなところでいっぱいやっているんです。しかし、しょぼいところは本当しょぼく、多分2回目はないだろうなというものから、東京や地方からわざわざ来て、買って行かれるというところまであるので、やるときの規模感とか、ある程度の品揃えができるとか、そこまでやらないと「ダメ」を宣伝してしまうようなものになってしまうかもしれないので、そこは考える必要があるのかなと思います。

話が変わるんですけど、私は日本ゴルフ協会というところでお手伝いをしていて、日本オープンですとかトーナメントの運営に携わっているんですね。あそこっていうのは、お客様が大きく二つありまして、一つはその試合を見に来る人と、もう一つはある意味VIPの方がいらっしゃるんです。VIPの方たちが来て、実際トーナメントの前のプロアマも出られて、トーナメントを見ることがあるかという、実はほとんどないんですね。それは、VIPの方たちが食べる場所がないんです。要は、一般のトーナメントでは屋台が建てられて、焼きそばなどといった軽食類は多々あるんですけども、そのVIPの方々たちが食べるような施設が一切ないんですね。一昨年日本オープンになるんですけど、ドンペリニヨンと組んで、特別なブースをつくったんです。1日1人10万円なんですけど即日で売れました。なので、今回実証実験をやる時も、ドンペリニヨンは一つの例ですけども、どういう層をターゲットにするのか、どういう層に来てもらうかというのもあわせて考えないといけない。どこでもやっていらっしゃるの、価格帯は安くして広く集めるというやり方ですけど、それだけで水辺の使い方としてはいいのかというのは、検討の余地はあるのかなと感じました。以上です。

○伊藤委員長 ありがとうございます。確かに、ちゃんとターゲット層を決めていくことが大事ですね。ドンペリの話もありましたが、それぐらい話題性があるって、市民の皆さんが非日常的な体験をする空間ができると、ブランドとして上がるかなと思う次第です。

市長の思いというのはあるのでしょうか。

○市長 今日、非常におもしろい議論になってきていると感じておりますけれども、統一感をもってまちづくりをしようということと、またどのターゲットに、どういうふうに見せるかというのは、桑名をまちごとブランドにするのに非常に大事なことを議論いただいていると思っています。特に、統一的なまちづくりのハードの部分は、ぜひ我々もしっかりと協力をさせてもらいながら、押しつけにならないように、フロンティアとなる人がどんどんいいものをつくっていくことで、みんなが引っ張られていくというような形で進めていくのがいいなと思います。また、駅の整備とつなげていくことを我々もやっていきたいなと思います。それから、この社会実験につきましても、何か建物をつくるのではなくて、移動できるような形で進めるのは、私も非常にいいなと感じています。2020年に向けてこういう形になっていくように、どうやって進めていくのかを皆さんと議論させてもらいながら、我々もしっかりと予算をつけながら進めていけるように頑張っていきたいなと思います。

F1でも1日20万円の席を確か出していたと思いますし、親近感の湧く例でいくと、桑名市の花火大会で有料席をつくらせていただきました。新潟県の長岡の花火大会は非常に有名ですけども、良い席だと3万円もします。料金が公共の利益のために出すものと分かっていただくと、素晴らしいものなんだと感じることもあると思います。ドンペリかどうがちよっと別として、しっかりと考えてブランド化につながるようなターゲット層をうまく巻き込んでいけるようにと思います。

時期については、9月上旬でもできるのではないかなと思いますが、これから委員長中心にしっかり進めていただければと思います。

○伊藤委員長 皆さん、貴重な意見ありがとうございます。概略としては、こういう方向性でやっていくんだということでゴーサインをいただいたと感じております。なので、より中身を詰めながら、要所要所では市役所の他の部署も関わってもらいたいと思います。詳細については、また別途委員の皆様にも相談させていただきながら、事務局主体でまとめていきたいなと思います。

続いて、桑名ほんぱくの中間報告を事務局からお願いします

○事務局 それではお手元の桑名ほんぱく2017の中間報告についての資料をご覧くださいと思います。今年の桑名ほんぱくは、10月2日から2ヶ月間にわたって開催しております。残りわずかとなりまして、来週4日の月曜日を持ちまして閉幕となります。今日の資料につきましては、11月15日時点で把握しました状況をまとめておりますので、ご報告させていただきます。

まず1つ目の項目、参加パートナー数及びプログラム数についてです。ほんぱくのプログラムを企画するパートナーは昨年よりも14多い54団体となっております。そのうち、初参加されたのが25団体。次に、企画されたプログラム数は、昨年よりも20多い63プログラムとなっております。中には、日にちを変えて複数回開催されるプログラムがありますので、開催されるプログラム数としましては、昨年よりも52多い110回となっております。

2つ目の項目、桑名ほんぱくPR応援サポーターについて説明させていただきます。昨年開催した際もアンケート集計しているんですが、桑名ほんぱくの開催をどのように知ったかということを質問したところ、4割以上の方がクチコミで知ったと答えていただいております。そこで、桑名ほんぱくの開催を情報発信する人が増えたらより多くの方に認知され、それが集客につながるのではないかと思います、今年から応援サポーターを募集しております。目的としましては、桑名ほんぱくの開催を広く発信し、認知度を高めることで応援していただく企業さんであるとか、個人、団体などに登録いただくことです。活動内容としましては、ガイドブックを配布していただいたり、ポスターを掲示していただいたり、PR全般にご協力いただく。あと、行政と一緒に開催機運を高めていただくことも期待しております。実際、広報くわなや市のホームページで公募した結果、事務局で把握している限りは、70団体の方にご尽力いただいている状況です。

3つ目の項目、桑名ほんぱく公式ガイドブックの配付状況について説明させていただきます。今年は、ガイドブックを昨年の1万部だったところを2万部発行しました。これらは、市内のみならず、市外や県外へも広く配布しております。昨年のアンケート調査からスーパーなどの商業施設や図書館といったところで配付したら集客につながるということが分かっておりましたので、そういった施設には事務局からアプローチをしてPRにご協力いただいております。

4つ目の項目、桑名ほんぱくの会員登録状況について説明させていただきます。まず、

ここで言う会員登録について説明させていただきます。桑名ほんぱくのプログラムを公式webサイトから申し込む場合は、事前に登録が必要となります。さらに、プログラム開催後にアンケート調査を実施しておりますが、その中でガイドブックの送付を希望される方には、住所などのご記入をお願いしております。そういった方もこの会員に含めております。11月15日時点での会員数は1,029人となっております。

次に、この会員について詳細を調べております。女性の方が75.6%と、あと年齢層でいきますと30代から50代が75.1%と圧倒的な割合を占めております。なお、40代が32.4%と最も高い割合を占めております。次に、会員の居住地を調べております。52%の方が市民で、市外の三重県民の方が25.8%、県外の方が22.2%となっております。

5つ目の項目、桑名ほんぱく申し込み状況について説明させていただきます。昨年と同時期で比較したところ、申込者については582名多い1,302名となっております。次に、満席となったプログラムは企画された63のうち35で、昨年よりも13増加しております。開催されるプログラム110のうち60プログラムが満席となり、昨年の倍となっております。昨年参加された720名のうち、今年も申し込まれた方、参加された方につきましては、74名となっております、割合で言いますと10.3%となっております。

最後に6つ目の項目、桑名ほんぱく公式ガイドブックへの企業広告の掲載について説明させていただきます。今年から桑名ほんぱくにかかる事業費を賄うために、ガイドブックに掲載する広告を募集したところ、14社の企業様からお申し込みをいただき、広告収入で換算しますと108万円となっております。

冒頭でもお伝えしましたが、12月4日をもって桑名ほんぱくを閉幕します。その後、全てのプログラムの満足度などを把握し、次回のブランド推進委員会までに成果報告をまとめ発表させていただきたいと考えております。

以上で報告を終わらせていただきます。ありがとうございました。

○伊藤委員長 そのまま続いて、企画者へのヒアリング調査も行っておりますので、その中間発表をしてください。

○福田氏 私は名古屋工業大学伊藤孝紀研究室の修士1年の福田と申します。よろしく申し上げます。

ヒアリング調査の趣旨としましては、実際にプログラムをやってみた中で見えてきた課題点であったりとか、プログラムを企画する過程であったりとかをお聞きし、意見を反映しながら来年度以降のこのほんぱくに活用していくための調査です。

まずは、企画者の属性からお話していきます。まず、企画者の性別は、2015年はまだ男女の差異はないんですけれども、2016年、2017年と女性の割合が多いということで、女性の方がこういったことに関心があると考えられます。また、年齢を見ていきますと、2015年から共通して、40代、50代が多い傾向にあります。また、職業を見ていきますと、民間企業が2017年では一番多い結果となっているんですけれども、他にもボランティア、自営業といった方が桑名ほんぱくに参加していることが分かります。企画者の居住地を見ていきますと、桑名市に在住の方が圧倒的に多いという結果になっております。

次に、企画者へのヒアリング調査結果について説明します。まず、参加意図としましては、昨年度から継続的に参加しているという意見が多く出ております。2番目の相談会の長所を見ていきますと、他者の話を聞くことでやるが見える、勉強になるという意見が多く、桑名市で活動している人たちの交流の場となっていることがわかります。また、3番目のプログラムについて、顧客層を見ていきますと、新規顧客が多く参加と答えている企画者の方が多くおりました。桑名ほんぱくに参加することで、新規顧客を獲得できているという状況が把握できます。また、4番目の桑名ほんぱくについて、こちらは来年度からエントリー料の徴収を検討している質問したところ、「ぜひ参加したい」「内容を工夫してできたら参加したい」という意見が多いんですけれども、「参加は難しく要相談」といった意見も多く出ております。

実際にヒアリングしてみますと、自営業や民間企業の方は、その企業の宣伝として桑名ほんぱくに参加している方が多いです。一方で、ボランティア、NPO法人の方は、やはりエントリー料がかかってくると参加が難しいという意見をいただいております。以上で報告を終わります。ありがとうございます。

○伊藤委員長 委員の皆さんに、一昨年、昨年とアンケート調査、ヒアリング調査を行い、実際に桑名ほんぱくにはどのような効果があったのかを、うちの大学院生が論文でまとめましたので、ぜひ一読ください。調査にご協力いただいた皆様には本当に深く感謝しております。ありがとうございました。

もう一つだけ、私の勝手な提案をさせてください。こちらのコラグリーと書いた1枚がありますが、これどういうものかと言いますと、インターネット上で、誰でもどこでも議論に参加ができて、ワークショップのようにファシリテーターがいて、何百人で議論をしようとも、一つの合意形成ができるというシステムを開発して実験しております。どうしても、普通のワークショップですと、昼間に開催されて特定の年齢の人たちだけ

の参加になってしまうのが一般的です。24時間、どこでも、自分のアイデアが思いついたときに参加ができるというシステムです。それに対して参加している人たちが意見を言いながら、ポイント制度で自分の意見が「いいね」されるとポイントで上がってきて、最後はファシリテーターとともに一つの合意を行うというようなシステムです。

昨年、名古屋市は主要な都市の中で一番魅力のない都市だと認定されてしまったので、それを払しょくすべく、何とかできないだろうかと、250万人の市民に向けて、ないしは名古屋市出身の人たちも踏まえて、インターネット上で討論会をしようとなりました。我がブランド推進委員のクリス・グレンさんなども入っていただいて、例えば、クリスさんも意見に何かつぶやいてくれたりすることで、普段会話ができない人とインターネット上で一緒に討論ができるといった仕組みです。

これを桑名の本物力を上げるために、何か来年度やれたらどうだろうと思います。これは研究の一環でやっておりますので、別に予算が欲しいというのではないので、うちの研究室で尽力したいと思っております。例えば、実証実験の時にワークショップがあったりしながら、その後も継続的にインターネット上で議論をし続ける。そうすると、一過性ではなくて、継続的に議論しながら来年はどうしようと考えたり、新しい意見が生まれたりもできたらいいなという提案です。

これまでの説明を踏まえて、ブランド推進としてこういうことをやっていったほうがいいなど、全体を通して委員の皆様から一言ずついただきたいと思っております。

風間委員からお願いします。

○風間委員 ありがとうございます。コラグリーはいいなと思いました。今、京都や熊本県水俣市でいろいろ事業をやっているんですが、主婦の方から行きたくても行けないという話があります。働いている男性の方も意見がないわけではないのに、発言する機会がないということをよくおっしゃっているので、こういったテクノロジーを使って、一言でもいいと思うんですけど、声が聞けるのはすごくいいなと思いました。

先ほどの議論の中で、松尾さんや諸戸さんがおっしゃったように、その社会実験をするにしても、何を実験するのが大事なポイントだと思うんですね。例えば、奈良ではシェフェスタというイベントあるんです。シェフェスタは、2016年で25万人の方がくる奈良公園での一大イベントなんですよね。そこに有名なお店のシェフとかが参加されるんです。多分、最初は2、3日のイベントだったのが、だんだん人気が出てきて、今では1週間お店を出されるんですよ。普通であれば高いコース料理を、シェフェスタでは

5,000円と頑張れば出せるような価格で、しかも野外で食べられるというイベントになっているんですね。しかも、シェフェスタでは奈良県のシェフだけではなくて、各地の有名店のシェフの方や料理長の方がお店を出すんですよ。なので、せっかく桑名の本物というコンセプトでやっているのでもちろん桑名のお店の方も出られるし、普段であればなかなか市民の方が行かないようなお店の方、実は有名なんだけれども食べる機会がないお店の方とかが、ある程度価格帯を調整しながら出店していただくと、すごく本物力が上がると思うんです。もし、本物というブランドが浸透すれば、他県からもお客さんが来たりして本物に拍車がかかると思うので、もしよければそのシェフェスタの運営している方々も私たちは知り合いなんで紹介することは可能です。民間の方が地方自治体と組んで盛り上げているので、来年以降の参考になればと思ってお話をしました。

結局は、桑名にとってどういう状況をつくっていきたいという思いが大事だと思うんですね。景観もそうですし、水辺の活用も大事ですけども、そこでどういった関係性を育みたいかとか、コラグリーを使うにしても、来たくても来られないママさんたち、あるいは今までの活動の中ではコンタクトできていなかった層に対して、この機会を使って市が働きかけるという意義付けを今後入れていけると、どんなターゲットに対してイベントなりを実施するのかという意味が出てくると思います。以上です。

○伊藤委員長 ありがとうございました。シェフとフェスタがかかっているんですね。これは奈良のシェフだけじゃなくて、全国の有名シェフが集まるということですね。

○風間委員 多分、最初はその近県のシェフだったと思うんですけどね。シェフェスタは高いメニューもあるんですけど、マルシェコーナーでは高いお店のものを500円で食べられるとか、いろんな設定がコーナーでされているのがいいなと思います。ドンペリを飲めるコーナーもいいですし、桑名のお酒も飲めるといいと思っております。

○伊藤委員長 ありがとうございます。松尾委員お願いします。

○松尾委員 単刀直入になんですけど、桑名市さんが、桑名ほんぱくはうまくいっていますか、うまくいっていませんかと言われたら、どうお答えしますか。

○伊藤委員長 大野課長お願いします。

○事務局 ブランド推進課の大野でございます。単刀直入にということでしたので、我々としては、多くのパートナーの方、多くの市民の方に参加していただきたいと思い、そういったところを目指していますので、昨年から今年に比べてみますと大きく増加しているのでも、そういう観点から成功していると考えております。

○松尾委員 ありがとうございます。僕は考え方が少し違うんですけど、今の意見だと、参加される数がメジャーメントになっているような気がしていて、桑名の本物力を発信していく上で、数というのはもちろん結果そうなたらいいとは思いますが、桑名ほんぱくの大義というのは、市民の方に参加してもらえるコンテンツを増やして事業者さんに参画していただくことかということ、ずれているんじゃないかと思いますね。機会があって、このほんぱくの元となった長良川おんぱくの代表の蒲さんにお会いすることがあって話を聞きました。結構おもしろい方で、長良川流域を活性化したいとか、あその資源をもっと表面化して岐阜、長良川の方に知っていただくとともに、より多くの方に知っていただければいいんじゃないかという、すごくシンプルなんですけど、大義を持っているんですね。では、桑名ほんぱくにおいて何かと言うと、僕の中でぼんやりしている部分です。コンテンツが増えるのはいいんだけど、最終的にどこに持っていきたいのかとか、どういうふうにしていきたいのかということを、行政側でコントロールが必要なものがあるんじゃないかと思います。

実際、僕はエントリー料金を取っていいと思いますし、それを取った上で、民間側が何をどうやって発信して、どんな手段として使うのかということも考えてやるべきだと思っています。結局、全てを行政が整備して発信してくださいねというのは違うと思うんですよね。ある程度事業を続けていくこと、何かにチャレンジするというのに関しては、少なからずリスクはあると思いますし、守られている環境の中でうまくいったとしても、多分それって継続するのも難しいんじゃないかなと思っています。

あと、商工会議所さんがまちゼミを開催することを検討しているみたいですが、ほんぱくと同じようなコンテンツなんですね。そこはしっかりとすみわけが必要ですね。エントリー料を払っての参加が難しいというところのほとんどが、ボランティアさんやNPOの方なので、ここはまちゼミと線を引いた上で、もう一回ほんぱくというものをブランディングしていくとともに、桑名市として発信していきたいものを整理した方がいい。あと、長良川おんぱくとか他の地域でうまくいっているものを、ある程度桑名のコンテンツに変えてできることもあると思います。長良川おんぱくで見たコンテンツで、単純に見ただけでわくわくするようなものがいっぱいあったんですね。飛騨牛1頭をみんなで食べる時に、さばいてくれた部位を紹介されながら食べるというプログラムがありました。そういう分かりやすいコンテンツは集客がうまくいっています。あと、舟に乗って鵜飼をするのに芸子さんがついてくれるとかいうプログラムがあります。今まで

あったものを2つ足しただけで、さらに魅力的になって行きたいなという動機づけになるものは、多分桑名で探せば結構いろいろあるんじゃないかなと思っています。そういったところは、逆に桑名市さんからいろんな事業者さんにプレゼンテーションすれば、今までなかった自身たちの経営の新しい発想が関わりの中で生まれるという部分でプラス材料になるんじゃないかなと思います。現金とかキャッシュの面ではなくて、そういう知的な部分が、経営の一つの指針の参考になるんじゃないかなと、単純におもしろいかなと思いました。

○伊藤委員長 貴重な意見ありがとうございます。確かにコンテンツを参加者だけに任せず、もうちょっと飛躍させるコンテンツを盛り込んだり、長期ビジョンから見たら、ここに事業をやってくれるような人を見据えたりした戦略をしていかななくてはいけないんだと思います。

市長お願いします。

○市長 長良川おんぱくの蒲さんと、今までいろいろ意見交換しながら進めていますけど、桑名ほんぱくはまだつかまり立ちぐらいの状態ですね。最初のパートナーの方たちを集めるところがまず四苦八苦して、恐らく松尾委員から見たときに、「それは桑名の本物なのか」みたいなものが幾つかあるというご指摘だと思うんですけど、立ち上げの時から私も見ていますが、まずプレイヤーがいないと始まらないので、プレイヤーを探してきて、「やりましょう」と誘って入ってきてもらって、その後会議の中でコンテンツをいろいろ意見するじゃないですか。すると、もうシュンっと私たちやめますとされるんですね。そんな人にも、「いや、そんなこと言わずにみんなでやっていきましょうよ」とフォローもしながら、今回でプレ桑名ほんぱくを含めて3年目なんですね。今回、私も参加をしてみて、これはやることにすごく意味があって、プライスレスじゃないですけど、お金がかかるものじゃないし、参加者が埋まっているからいいというようなものでもないですよ。新規顧客が増えてよかったという話もありましたが、実際はそこが目的じゃないんですよ。本来は、どれだけ桑名のファンになってくれるかみたいな、結構深いところでどれだけ掴むかというのが大事なので、その視点をしっかり持ちながら参加していただいているパートナーもいますし、実際、僕らとしてもこういう人が出てもらったら、もっといいのにと思っている人たちはまだ出ていただけでなかったりするわけですよ。はまぐりを獲る場所まで行くという体験はすごく大きいものだと思います。アサクサノリをつくっているところに行って海苔を食べるとかね。そうい

うのもおもしろいですが、なかなか第一次産業の方にパートナーとして入っていただけていないので、いかにそういう方たちに参加してもらうかというのは、逆に言うと、こういう実績があって初めて、参加しようとする動機につながる部分はあると思います。そういう意味で、今のつかまり立ちぐらいの状態からちゃんと歩けるようなタイミングに、来はじめているのかなと僕としては思っているので、しっかりと進めていきたいなと思います。

○伊藤委員長 ありがとうございます。安藤委員お願いします。

○安藤委員 ほんぱくでは、私どもは太極拳のプログラムで関わらせてもらいました。人数もたくさん申し込まれ、やってよかったなと思います。私も見ているだけでなく実際にやってみたんですけれども、太極拳のあんな簡単なものでも結構大変なんだなと思いました。あれだけスローな動きをするのが、我々には日ごろの生活にはないので大変だなと思いました。太極拳はベゴニアガーデンの中でやったんですけれども、よかったなと思ったのは、通りすがりの観光客の方も参加してくれていたことです。フルオープンだったので誰でも参加できる。本当はきちっとお金を払ってやっている人が中心なんですけれども、見ている人が参加してくれていましたので、そういう意味ではよかったかなと思います。

ほんぱくのガイドブックをたくさん持ってきていただいたので、なばなの里に置いたら、あっという間になくなりました。私も家に持って帰って女房に見せたんですけれども、非常に斬新的だよねと言っておりました。とてもきちんと作られていて、長良川おんぱくのガイドブックみたいに見てみたいという気になるものだったので、ようやくここまできたのでよかったなと思います。それと、従業員に見えるところにも置いといたら、みんな休憩時間中に見て、参加してくれた人も結構いるみたいです。きちっとこんな立派なガイドブックを作られただけのことはあるなと思います。私から言わせると、お願いをしたいことは、ほんぱくに関しては、行政さん、手を引かないでねということをお願いしたいです。行政主導では大変でしょうけれども、やっていただけたら一番いいのかなと思っています。

○伊藤委員長 ありがとうございました。諸戸委員お願いします。

○諸戸副委員長 伊藤市長もおっしゃっていましたが、やっぱりイベントをやることが目的ではなくて、本物力を伝えるということが目的なので、だからこそブランド推進課でこれをやっていらっしゃるんだと思います。それってすごく時間がかかることだ

と思うので、今の形態がベストかどうかは置いて、成長させていくのはすごく重要だと思うんですけども、ここからどういう方向に成長させていくかが、ただのイベントになってしまうのか、そうではなくて本物力を伝えていけるイベントになるのかの、分岐点に差しかかってきてよかったなと思っています。

あと、風間さんがおっしゃっているのを聞いて私も思ったんですけども、私の知り合いがチームシェフというものを組織して、伊勢丹さんから依頼を受けて、東京の一流シェフを30人ぐらい集めて、地方の名産品とかをチームシェフの人たちが評価して、いいと思ったものを伊勢丹の食品売り場に置くための組織です。また、逆にその食材をチームシェフに依頼して、地域の特産品をつくってもらえるようにそのシェフ軍団を活用したりするシステムなんですね。私もある方からいろいろ聞かされて、天然うなぎがおいしいんだとか、あそこのあれがすごいんだという話を聞いて知らなかったことは結構あるので、そういったものをまず地元の人たちに知っていただいて、それを発信していく上で、作り方は大事だと思うので、そういうシェフに食べやすい形で作っていただくというチャンスがあってもいいかなと思います。それがある程度、常設的になっていけば、それはそれでいいのかなと思いました。以上です。

○伊藤委員長 いろいろな意見をいただきましたので、これを軸としてさらにブラッシュアップして行きます。キーワードはいろいろあって、イベントで終わらせない、ちゃんと連携していくと。社会実験もそうですが、目的をもう一回明確にしながら戦略をもってやっていく。一つずつのことが全部につながってくると思いますので、つながりを持った中でもう一回考えていきましょう。

長時間にわたってありがとうございました。スムーズかつ非常に実りある時間になったと思います。皆さんに感謝し閉会としたいと思います。ありがとうございました。

○事務局 ありがとうございました。それでは最後に事務局から連絡させていただきます。今、お配りしている資料の中で、ほんぱくでやっております地域資源の掘り起こしというところにもつながるのですが、我々としては、桑名の地域資源を桑名の人にも見つけ出してもらいたい、新たに見つめ直してもらいたい。また、外からの視点ということも踏まえて、絵手紙や写真で、桑名の地域資源というものを募集しております。そういったことも踏まえて、今後の桑名ほんぱくの運営にも役立てていきたいと考えていますので、皆様からご周知またご意見等あればお聞かせいただきたいと思います。

また、ミズベリングの議題でもいろいろご議論いただきました。長期的な展望で取り

組まなければいけないことなどいくつかご意見をいただいております。我々としては、まず揖斐川右岸堤防と公園を民間の方が使えるというのが、もしかするとご存じない方もいるかもしれませんので、こういったミズベリングという実証実験で、公共が絡めば、こういったところを有効に使うことができるんだということをまず分かっていただき、また駐車場問題もクリアしていけば、長期的にこういうところでチャレンジしてみたいという方もお見えになるのではないかなと思いますので、そういったところの第一歩になればと思っておりますので、皆様からのご意見を今後ともよろしく願いたします。

次回の会議ですが、2月20日、22日、26日の午後ということで、日程を調整させていただきたいと思っておりますので、よろしく願いたします。

それでは、長時間にわたりまして、ご議論いただきましてありがとうございました。これをもちまして、第2回ブランド推進委員会を終了させていただきます。ありがとうございました。

(閉 会)