

## 第2回桑名市ブランド推進委員会

日時：平成30年11月7日（水）午後1時00分

場所：照源寺（桑名市東方）

### － 会 議 次 第 －

1. 開 会

2. 市長挨拶

3. ご住職挨拶

4. 報告

- ・桑名ほんばく2018の中間報告について
- ・東京PR事業について

5. 議事

- ・住吉地区の空間資源を活用した社会実験について
- ・住吉地区のまちづくりについて

6. その他

- ・事務局から連絡

次回会議の日程について

平成31年2月 日（ ） 時から

7. 閉 会

（照源寺見学）※希望者のみ

○事務局 定刻となりましたので、ただいまから、平成30年度第2回桑名市ブランド推進委員会を開催させていただきます。

本日は、大変お忙しい中をお集まりいただき、誠にありがとうございます。

本日の委員の出席者は、委員5名、専門委員3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。

また、この会議は公開でございます。メディア等の撮影についても、許可をいたしておりますので、ご了承いただきますようお願い申し上げます。

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

○伊藤委員長 こんにちは。よろしくお願いいたします。今日は、午前中は都市整備部が管轄している都市計画審議会がありまして、桑名にとっての市民一人ひとりが理解できて、これに向かっていくブランドビジョンが必要なんだと痛感しました。総合計画やマスタープランというのは、14万人の市民のうち何人が見たことあるのだろうか。恐らく広報くわなは非常に格好よくなっていますから、ああいうところでビジョンを載せられるか、市役所でできないんだったら違うところでやるか、各部局がオーダーして何か新しい未来をつくらなくてはいけないんだと再認識した次第です。それに向けて軸になってくるのが、このブランド推進委員会だと思います。今日はさすがに市を跨いだブランドビジョンまではいけないとしても、その取っかかりになるような新しい試みはしていきたいなと思っておりますので、皆さんのクリエイティブなご意見をいただきたいと思う次第でございます。

それでは、冒頭に市長からごあいさつをお願いします。

○市長 改めまして皆さん、こんにちは。今日は平成30年度第2回桑名市ブランド推進委員会に大変お忙しいところお集まりいただきましてありがとうございます。日ごろ皆様におかれましては、桑名のブランド推進のためにご尽力いただいておりますことに、改めて御礼申し上げたいと思います。

今日の会場は照源寺といいまして、松平家の菩提寺です。また定信公もこちらのお墓におられるということでございますけれども、大変由緒あるお寺で開催させていただけて、大変光栄だと思っています。私も入ってきて、ここはまず民泊したら1泊10万円ぐらい取れるんじゃないかと思いました。仁和寺で100万円取っておりますので、いろん

な活用の仕方があるのかなと思います。先ほどクリス委員もおっしゃっていましたが、五右衛門風呂があれば海外の方も来るんじゃないかという意見ですので、こういうものもいろいろ考えていけたらいいかと思っています。

先ほど委員長からもありましたけれども、桑名のグランドビジョンをいかに描くのかというのは非常に大きな課題だと認識していますし、恐らく日本中の自治体でうまくいっている場所というのはほとんどないのかなと思っています。それを市民と共有することが、うまくいっていないんじゃないのかなと思っていますが、ここを全員参加でまちづくりをしたいという思いを持っていますので、このあたりをしっかりと受けとめさせていただいて、全体が前に進めるように頑張ってもらいたいと思っています。

今日ここに模型がございますけれども、9月に住吉地区を活用してここを桑名の顔にしていこうということで、ミズベ・バル、ミズベ・マルシェという社会実験をやってみました。あいにく天気が悪くて、私自身が参加できなかったのが非常に残念極まりないんですけども、中止となった9月21日に私も食事だけさせていただきまして、新たな驚きがありました。やはりこの桑名に住んでいると恐らくそうは考えないだろうという視点で料理を提供していただき、またこの木曾三川という川の持つ豊かさというものを、新しい手法で、新しい視点で、新たな道を開いていただいたのかなと大変うれしく思っています。この地域の方が思う桑名と、外の方が見て感じる桑名というのはやはり違うんだなということで、このあたりはしっかりと受けとめながら、外の人から見ても素晴らしい桑名を作っていかななくてはいけないと思っています。

それから、東京PR事務所が今年からポニーキャニオンさんに変更しまして、新たな展開を進めさせていただいているところであります。今月号の「Discover Japan」という雑誌で桑名特集を組んでいただきまして、作家の柏井壽さんがハマグリづくしと朝市の桑名食いだおれ旅へという特集をしていただいています。柏井壽さんは鴨川食堂という小説を書かれた作家さんでして、文章を見ても非常に桑名のものをおいしく書いていただいています大変感激しています。この東京PR事務所で3年間、今回桑名の「魅力みつけびと」というものを設定させていただいて、外の視点から桑名の魅力を探ってもらうことにしています。今年が、柏井壽さんに食というテーマで、いろいろ発信をしていただこうと取り組みをしていますし、来年は歴史というテーマで「ライムスター」というヒップホップグループのMummy-Dさんが、歴史が大好きだということで、歴史を切り口に発信をしてもらうんです。歌を作ってもらえたらいいなと思っているん

ですけれどもね。そして、再来年は白洲信哉さんという白洲次郎さんのお孫さんにあたる方に、祭りを切り口に桑名を発信していただくなど取り組みをさせてもらおうと思っています。10月25日にその発表会を東京で開催させていただいて、多くのメディアの方にお越しをいただいて、桑名をより取材してもらえようような取り組みをしているところでもあります。

様々な形で桑名の発信をしながら、またもう一つは発信をしても中身をやはりブラッシュアップするのは非常に重要ですので、今回住吉エリアを中心としたブランディングをしっかりと力を入れてまいりたいと思っています。

今日は、桑名ほんぱくの報告とPR事業、そして議事につきましては住吉地区についての内容を議論いただくとなっております。本日も委員の皆様にはそれぞれのお立場からさまざまなご意見をいただきまして、桑名のブランド推進が進むことを心からご期待申し上げます、私からの挨拶とさせていただきます。

今日はよろしく願いいたします。

○伊藤委員長        市長、ありがとうございます。

さて、次にこちらの由緒正しきお寺の解説も踏まえて、住職からご挨拶いただければと思います。よろしく願います。

○照源寺住職        ただいまご紹介いただきました、私はこの照源寺の住職をしております井上と申します。今日は桑名ブランド推進委員会が、この照源寺で開催されますことを、本当に心より歓迎申し上げますとともに、本当に私自身、檀信徒を代表いたしまして、御礼申し上げる次第でございます。

ここは、先ほどもありましたように、松平家の菩提でございます。創建された由縁がそこにあります。当時の藩主が何をしていたかと申し上げますと、やはり桑名をどう向かわせていくか。言ったら、政治、まつりごとにあります。

このように桑名の未来を考える会がこのお殿様のお膝元で開催されるということは、檀信徒のみならず、恐らく桑名の歴代の藩主の方々もお喜びいただいているものと思っております。今日は、こういった形で照源寺に一步を踏み入れていただきました。本物力とあったんですけれども、この照源寺にも文化財、そして宝物、天然記念物もございましてけれども、何がこの照源寺の本物力かと申し上げますと、私はこの18本の老松と思っております。東海道はかつて松が街路樹として植えられていたんです。中山道はどうやら杉だったみたいなんですけれども、桑名は残念ながら松がないんですね。やはり

維持が大変。そういうものをなぜかといいますと、徳川幕府が松を植えさせて、その手入れを諸大名にさせて力やお金を持たせなかったということです。それでこの照源寺の山号が東海山と申します。まさに桑名は東海道ともに発展しまして、その冠をいただいたのがこの照源寺でございます。

それで私のこの照源寺の思い入れというのは、これを守っているお檀家さん。昨年度護持会というものをつくりまして、このお寺を維持していかないとやばいぞということで、檀信徒だけなんですけれども、その心意気というか、それが照源寺の本物力かなと思っております。私もここで勉強させていただきまして、有意義な会にさせていただければと思っております。

最後になりましたけれども、この会が本当に未来の子供たちにつながる桑名に、そしてより発展する桑名になることをご祈念申し上げまして、私からの挨拶とさせていただきます。どうもありがとうございます。

○市長 照源寺さんは桑名駅の西側にあり、現状は観光とうまく連携するのが難しい構造にあると思うんですけれども、今回の桑名駅の東西自由通路の整備で、人がここに来やすくなるんじゃないかと思えますね。

○照源寺住職 ここから真っすぐ行くとちょうど住吉地区に突きあたりますね。それが参道なんです。

○市長 なるほど、そこまでが参道なんです。そうやって考えると、今後の連携というのも出てくるのかなと思ってはいますけれども、引き続きよろしくお願ひします。

○伊藤委員長 ありがとうございます。では議事を進めさせていただこうと思ひます。まず、事項書4の報告「桑名ほんぱく2018の中間報告について」、事務局からお願ひします。

○事務局 ブランド推進課の米山と申します。よろしくお願ひいたします。

事項書4「桑名ほんぱく2018の中間報告について」説明させていただきます。お手元の資料をご覧ください。

9月23日から開催しております桑名ほんぱくも半ば過ぎとなりました。12月13日の閉幕まで残り1ヶ月ほどとなりますが、10月31日時点で把握しました状況をまとめましたので報告させていただきます。

「1. 参加パートナー数及びプログラム数」についてです。まず、プログラムを企画するパートナーは、昨年よりも6少ない48団体です。そのうち、16団体が初参加となり

ます。次に、企画されたプログラムは、昨年よりも10少ない53プログラムとなりました。中には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ては、昨年よりも8少ない102回となりました。第1回ブランド推進委員会でもご説明させていただきましたが、今年からエントリー料を徴収したこと、すでに桑名ほんぱく開催時期に予定が入っていたことにより、昨年よりも少ない団体での開催となっております。

「2. 桑名ほんぱく公式ガイドブックの配布状況」について説明させていただきます。昨年に引き続き、ガイドブックを2万部発行いたしまして、市内のみならず、市外や県外へも広く配布しております。アンケート調査から、スーパーなどの商業施設や図書館などで配布したら集客に繋がるとわかりましたので、そういった施設へは積極的にアプローチしてPRにご協力をいただきました。

「3. 桑名ほんぱく会員登録状況」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。会員登録は、桑名ほんぱくのプログラムにウェブから申し込み場合に事前に必要なものです。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は含めております。

10月31日時点での会員数は1,600名となっております。この会員について調べましたところ、75.6%が女性で、年齢層は30代から50代が71.3%と圧倒的な割合を占めております。なお、最も多いのが40代の31.1%でした。

次に、会員の居住地を調べましたところ、55%が市民、市外の三重県民が25%、三重県外が20%となっております。

「4. 桑名ほんぱく申込状況」について説明させていただきます。10月31日時点での申込者は1,210名となっております。昨年度の同時期と比較しまして、申込率は3.8ポイント多い80.6%となっております。

次に、満席となったプログラムは、102回開催のうち53となっております。昨年度の実績と比較しますと満席率は3.5%低くなっておりますが、まだ申込受付中のプログラムもありますので、残り1ヶ月の開催期間中に伸びてくるものと考えております。

最後に「5. インバウンド向けプログラムの取り組みについて」説明させていただきます。以前より、パートナーや参加者の方からインバウンド向けのプログラム開催を考えていないのかという意見をいただいております。今回、パートナーの中で開催してみたいと言っていた方がいましたので、試験的にプログラムを開催してみること

としました。現時点で決まっていることのご報告となりますが、2月17日（日）六華苑にて、着つけと抹茶の体験を行います。当日は六華苑で月釜が開催されておりまして、着つけの後に抹茶の体験をしていただきます。体験の後は、苑内にて記念撮影をしていただくという流れとなります。募集人数は6名で、チラシを作成、配布しての募集を考えております。今年度は1回の開催となりますが、今後はパートナーや開催回数を増やしていけるよう取り組んでいきたいと思っております。

冒頭でもお伝えいたしましたが、12月13日をもって桑名ほんぱくが閉幕します。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させていただきたいと思っております。

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        ありがとうございました。私から気になる点を質問させていただきます。今年からエントリー料として1万円を徴収していますが、これに対してご意見とかはありませんか。次に、参加者の満足度は高そうですね。

○事務局            まず質問の1点目についてですが、1万円のエントリー料につきましては、1万円が厳しいから参加できないというご意見もいただいているんですけども、広告料というふうを考えれば安いものだと言っていた方もありましたので、特に問題はないと思っております。

2点目の満足度につきましては、アンケートの集計途中ではありますが、参加者さんの方からはとてもよかったとか、よかったという高い評価を得ておりますので、今のところ順調に進んでいると思っております。

○伊藤委員長        ありがとうございます。閉幕前なので、終わった後に分析はされればいいと思うんですが、1万円徴収するからといってそんなに支障はないみたいですし、参加率や満席率を見ても遜色ないような状況だと伺っております。皆さんから何かご質問、ご意見がありませんか。

○中澤委員         会員登録はwebで申し込む、これはこの何年間かの会員数なんですか。

○事務局            累積の登録数になります。

○中澤委員         では登録する以外に、会員情報は何か利用されていますか。

○事務局            次年度とかのガイドブックの発送のリストにしています。

○中澤委員         ガイドブックの発送以外に、もっとできることがあるんじゃないですか。

どういうふうにしてもらいたいとか、ああいうふうにしてもらいたい、そういう声をひ

ろったりはできないのですか。

○事務局 会員さんからご意見をいただくということはたまにはあるんですけども、そういった使い方はしておりません。

○市長 アンケートは取っているのですよね。

○事務局 アンケートは取っております。

○黒田委員 アンケートは、プログラムの参加者に対してですよね。

○中澤委員 参加者ではなく、登録された会員に対して、それがビッグデータまでにはならないにしろ、何かに活用されることも考えられたのでしょうか。

○事務局 今のところ会員登録はwebの申し込み用になっておりまして、それをもとに、そこから別の情報を抽出したりということにはなっておりません。それで参加者の方には皆さんアンケートを書いていただいて、それを毎年集計しているというようなことになっております。

○伊藤委員長 よろしかったですか。

○中澤委員 はい。

○伊藤委員長 折角ならもうちょっと会員の人たちから意見を取るとか、次に向けての糧にしたらどうだろうという意図ですね。

○中澤委員 そのとおりで。

○伊藤委員長 済みません。というところで、折角積極的に参加登録している人たちは意識が高いということの現れでもありますから、何かそういう方々の意見をうまく吸い取って反映させていくというのも一つかもしれないですね。以後、何か考えてみてください。

他にはいかがですか。

○クリス委員 インバウンド向けのプログラムをどうやって、どうやって宣伝していきますか。

○事務局 チラシを作っている途中でして、そのチラシを名古屋のゲストハウスや公共施設はもちろんなんですけれども、英会話教室の先生から配っていただいたりして、今年は配布をしていくと考えております。

○クリス委員 わかりました。英語を直したいので、後で話をしましょう。

○事務局 はい、よろしくお願いします。

○伊藤委員長 もちろん、インバウンド向けでしたら英語版のチラシができるんです

よね。

○事務局　　そうですね、英語版で作っております。

○クリス委員　　欧米語のマーケットが一番欲しいんですか。

○事務局　　今年初めての開催ですので、まず英語でやってみようということで進めております。チラシ以外にもウェブサイトでも英語版を作っているところです。

○クリス委員　　SNSとかのプランはありますか。

○事務局　　SNSは、企画者さんから投げただけこうと考えております。

○クリス委員　　わかりました。ウェブサイトにアップすると外国人がそれをサーチしないと見つけれないわけです。ということは、インパクトがゼロになる可能性が高い。残念ながら外国人は桑名市を検索しない。なので、何か別のプランがあるかどうか、多くの作戦があるかと考えたほうがいいかもしれない。

○事務局　　ありがとうございます。

○市長　　これはすごいトライアルだと思っているんですね。そもそも英語で着付と抹茶の説明ができる人は少ないんですよ。ただ海外の人に来てもらって満足してもらうためには、そこがちゃんとできたうえでプログラムを提供できるかといったら、すごく難しいところだと思っています。その中で、いきなりインバウンド向けにやりますと言って来てもらおうとするのではなくて、一度目は知っている海外の方たちに声を掛けて参加してもらい、このやり方はいいとか悪いとかという意見を出してもらおうという仕組みがいいんじゃないのかなと思っています。それが上手くいけば、例えばクリス委員のような発信力のある人に発信することで参加してもらって、満足していただけるようになっていけば、それが一番いいのかなと思っています。順番があるんだろうと私たちも思いながら進めているところですので、ご理解いただけるとありがたいです。

○クリス委員　　はい、ありがとうございました。名古屋市内の大学や三重県の大学でも外国人がいるから、ウェブサイトだけじゃなくて、そういったところにアプローチするのがインパクトあるかと思っています。

○市長　　おっしゃるとおりです。

○風間委員　　京都の動きをシェアさせていただくと、外国人があれだけ来ている京都ですら、ようやく職人さんが、本気でインバウンドの方をおもてなししないといけないという気になっているんですね。それで行政の方も、ようやくそのための政策を一緒につくり始めているんですね。

さらに、2つの取り組みが目立っていて、一つは職人さんなどが自分たちの言葉で英語ができるような英語クラスが始まっているんですよ。それは、ペラペラである必要は全くなくて、ただポイントを自分の言葉で話すだけで伝わり方が違うので、ツアーコーディネートをやっていらっしゃる通訳の方々が一緒になってそういうクラスが始まっているので、桑名でもそういう機会を作っていくとニーズはあるんじゃないかと思えます。

もう一つが、奈良や京都でかなりの高額なお金を払って、本物の体験をされている方々のツーリズムがきています。それは大きな代理店さんとかいらっちゃってプログラムを作っているんですけども、どちらかというとニッチなほうを受けるんですよ。もう団体旅行に飽きられているから、自分たち向けにカスタマイズされている、少人数だけど貴重な体験ができスペシャルな場所でおもてなしされるというプログラムに高額なお金が回っているらしいです。従来型のたくさんの人にマスに向けてやるという形だけではなくて、もしかしたら桑名スタイルを模索していくとよりいいプログラムになり、そういうものを売って行こうとされる企業さんや民間の方と連携事業がもしかしたら作れるのかなと思っています。

○伊藤委員長       ありがとうございます。桑名も第一歩を踏み出して、それが上手くいけば、点をもう少し増やしていくということが要ということですね。

○松尾委員       いいですか。インバウンドの試みとして定員6名の中でトライするのはおもしろいと思うんです。けれども、ほんぱくの会員登録者数の1,600名が、果たしてうまくいっている数字なのかというのがあります。先ほどのまちづくりのグランドビジョンやデザインもしかりなんですけれども、ほんぱく自体がどうなっていくのかを、今年やり終えてどう考えるかだと思うんです。果たしてこれをどう評価すればいいのかというのが僕自身は難しいです。それで、前回もお話があったと思うんですけども、市内以外の方の流入を増やすといったところが、パーセンテージで出ているんですけども、これがどれぐらい増えていて、どういう施策をした上でのこの結果になっているのかというのが、来年に生きる材料だとは思いますが、そこが明らかになっていないので、それを何か見たいと思います。

それとインバウンドというのはツールが全く変わってくると思いますし、チラシというより、先ほどクリス委員がおっしゃったようにウェブ命だと思っています。ここも最終的にどんなビジョンがあって、どういうところにいったらプログラムとして成功した

と言えるのかというのがないとダメだと思います。でないと、ただ年度を重ねるごとにその石をずっと積み上げる作業になってしまっていくと思うので、どういう道を歩んでいくか、どこに向かって進むかを見定めないと、難しいと感じます。

○伊藤委員長       ありがとうございます。そうですね。ビジョンがどこに向かってほんぱくを進めていくかによって、ジャッジのしようがないと思います。

○黒田委員       私も1つのプログラムに参加させていただきました。丁子屋さんで点心をいただいて、遠州流のお茶をいただくという、なかなか丁子屋さんで食べたことがなかったのも、すごくおもしろい体験でした。桑名ほんぱくの場合、ある程度少人数プログラムなので、中身が濃くて適度なボリュームでというところが一つの特徴と思っています。この会員数にしても参加者にしても圧倒的に女性が多い。参加者とお話ししていたら、前にも他のプログラムに参加されていた方がいて、前にもお会いしましたねってお話ししたんです。やはり満足して、リピーターになっていらっしゃる方もいるみたいで、そうすると内容も次はさらにもっと充実したプログラムにするとか、グレードアップを参加者も期待しているところもあると思います。今回のプログラムはなかなかユニークなものも揃っていたと思いますし、運営側も少し慣れてきたというところがあるので、今後ますます、桑名でなくてとはいうか、他ではなかなかないプログラムが増えてくるといいと思います。たくさんの参加者は得られないかもしれないけど、やはり本物力というところのアピールをすると、女性の反応がすごく積極的なのでおもしろいですよ。お食事とかお茶のお点前とか、先生もすごく熱心でいろんなお道具とか見せていただいたので、参加料に対しては非常に中身が濃いなという印象を受けました。

○伊藤委員長       ありがとうございます。意義があるんだなとすごく痛感します。

戸田委員どうですか。

○戸田委員       目標がどの程度なのかというのが気になっていたところで、黒田さんが言われたんですけども、リピーター率が前は10～15%ぐらいだったと記憶があるので、それが一番気になる場所です。このあたりが一つのジャッジとして、目安というのを決めて、10～15%がまあまあじゃないかというようなコメントがあったような気がしたので、これが果たしてそうなのか。近郊の人が増えていないということは、横の広がりと言うんですか、そういうところに数字がどう結びついているのかという点が気になったところなんです。

○伊藤委員長       リピート率10～15%がいいほうということですか。

○戸田委員        その判断がそれぞれによって変わってくると思いますし、その中身です。そこをどの辺に、会員の人も含めまして呼ぶかというところも、一つの達成感という意味においては、第一ステップとしては必要なんじゃないかなと思います。

○伊藤委員長        副委員長お願いします。

○諸戸副委員長        そうですね、難しいと思うのは、プログラムを提供している人たちが、どういう意識でやられているのかというところがあって、我々はこういう議論をしていますけれども、その人たちはこんな話聞いてないと思うので、その中でどう考えて上手くまとめていくかは大変です。けれども、そうしない限り質が上がっていかないので、おっしゃっているリピート率も上がっていかないだろうなと思います。参加者の意識レベルをどうやって上げていくのかというところが、すごいテーマなんだろうなとお話を聞いていて思いました。

○伊藤委員長        ありがとうございます。そうすると、事業採算がとれるようなスキームにしていくのが一つの目標でもあると思います。エントリー料を1万円とってみたけれども、事業性としてはどんな感じだとか。その辺をデータ化して、何が足りないかは、次回ぐらいに検討したほうがいいですね。

○市長        プログラムの回数を増やせばそれで増えていくんだと思うんですよ。例えば、長良川おんぱくが何年か前から先行していて、僕らはそれを目指してやっているんですけども、そこはもっとブラッシュアップされているので、何が違うといたら経験値だけだと思うんですよね。これだと岐阜のほう为本物で溢れているかというところでもないと思うので、やはりあとは経験値と、企画・運営側の人たちの掘り起こしとか、桑名らしいってどんなものなのかをもう少し考えてやるのも必要と思います。あと、一回参加していただくと、黒田委員みたいにファンは増えますよね。例えば、ブランド委員会の前にミニほんぱくとかやったらいいんじゃないですか。こういうメンバーで何か体験するとか。そういうものをしてみると、これはこうしたほうがいいんじゃないかとか、具体的な話になるんじゃないかなと思いますよね。

○伊藤委員長        本当はそれがいいのかな。

今うちの研究室でやっているのは、全国でオンパクをやっている団体に全部ヒアリングを掛けているんです。それで事業の話だとか、実際どういう経緯だとか、どんな発展をしているか。発展しているところもあれば、何年かでなくなってしまったところとかあります。特に、市の支援があったときはよかったけれども、それが打ち切られるとな

くなってしまうという事例が多いので、そのあたりをまとめながら何かいい方策がないか見定めていきたいと思います。

では、次の議案にいきたいと思います。「東京PR事業について」お願いします。

○事務局        ブランド推進課の石神です。説明させていただきます。

お手元にD i g Kと書いてある資料がお手元にあるかと思います。そちらが10月25日に東京PR事業としてメディア向けに行ったトークイベントの資料となっております。東京駅からすぐの新丸ビルの中にありますレストランで開催いたしまして、市長と今回「魅力みつけびと」ということでお三方に就任をいただきました。柏井壽さん、そしてM u m m y - Dさん、白洲信哉さんというお三方に「魅力みつけびと」ということで桑名のPRを担っていただくことになりました。当日、白洲信哉さんはビデオコメントでの出演でございましたけれども、柏井さん、M u m m y - Dさんにトークイベントを開催していただきました。

めくっていただきますとお三方のプロフィールが書いてございまして、2枚目の表に昨日解禁になりましたプレスリリースをつけさせていただいております。ご出席いただいた柏井さん、M u m m y - Dさんと記念撮影していただいたものがあります。

まためくっていただきますと、トークイベントのときの資料になりますが、DiscoverJapanという雑誌の編集長に来ていただきまして、桑名のPRとして地域動画等も作って、その映像を流しました。中段にありますのは、M u m m y - Dさんによる部分ですけれども、今年度は食をテーマとしてやっております、柏井さんに取材していただいているんですが、この取材の成果が、DiscoverJapanに掲載された4ページにわたる取材の記録でございます。

そしてM u m m y - Dさんは来年度のご担当ということで、歴史をテーマにやっていたことになっております。そして3年目が白洲信哉さんに祭りをテーマとして取り組んでいただくということになっております。早速ですけれども12月24日の伊勢大神楽の総舞に白洲信哉さんが来ていただけるというお話もいただいております。

プレスリリースは昨日公開されましたので、今、ウェブで「魅力みつけびと」で検索しますと、各取材に来ていただいた媒体に載せられたものが閲覧できるような状況になっております。どういったメディアかは最後に載っておりますけれども、約20社、24名の方に来ていただいて、トークセッションを聞いていただいております。

そして、当日はレストランでの開催でしたので、実際に桑名のハマグリ等を食べてい

ただいております。食事のメニューとしましては、ハマグリフライやハマグリ蒸し、しぐれ煮の炊き込みご飯、桑名はちみつを使いまして桑名のもち小麦のブリニーでございます。飲み物は、細川酒造さんの上馬ビールと後藤酒造さんの青雲大吟醸を提供させていただきまして、非常に参加者の皆様から好評をいただいております。食事時の風景なども掲げさせていただいておりますが、情報解禁ということで今さまざま出ております。DiscoverJapanの取材ですけれども、取材した時の映像も現在Youtubeに載せておりました、三八市をご覧になっていただいたりしている柏井さんの取材風景が見れるようになっております。

東京PR事業について、以上でございます。

○伊藤委員長       ご意見などありましたらお願いします。

こういうPRをされただけだと、それで終わってしまうんですね。やりながら次どういうところを改善したほうがいいのか、点になっているのをどうやって繋げていけるのかとか、そういうことも考えていただけるといいかと思えます。

では続きまして、5番目の議事のほうに移りたいと思いますが、「住吉地区の空間資源を活用した社会実験について」をお願いします。

○事務局       ブランド推進課の出口です。

議事の一つ目の項目、「住吉地区の空間資源を活用した説明をさせていただきます。

まず(1)の社会実験の成果について報告します。9月21日(金)、22日(土)、23日(日)と3日間にわたって、国営七里の渡し公園で「桑名ほんぱくミズベ・マルシェ」を開催する予定でしたが、21日は雨天のため中止でした。翌22日の午前中は前日からの雨が残りましたが、正午から晴れてきまして、23日も汗ばむような行楽日和となりました。マルシェには市内市外から30以上の店舗が並び、2日間の来場者数は8,000人という結果になりました。また、六華苑では、桑名ほんぱくミズベ・バルの開催に合わせまして、夜間開苑を行うなどして、22日、23日の入苑者数は、前の週、9月15日、16日の土日と比較しまして45.6%の増加となっております。

次に、六華苑の第2駐車場内にあります住吉浦休憩施設で、桑名名物のアイスまんじゅうを販売したところ、前の週と比べて68.5%増の売上げとなりました。また、社会実験を開催することで、事前に柿安コミュニティパークと市民プールの駐車場を利用させていただくよう案内しておりました。その結果、柿安コミュニティパーク駐車場は、前の週の4倍以上もの利用がありました。また市民プール駐車場は、9月は開放されてい

いのですが、社会実験のために特別に開放していただき、24台利用されております。また、21日、22日は夜間も社会実験を開催しましたので、電車で来場される方やアルコールを飲まれる方などのために臨時バスを運行させました。17時30分から20時30分の時間帯で、桑名駅と六華苑の区間を運行し、35人の利用がありました。これは、通常の土曜日で約100人の利用があるのに対して、夜間の3時間だけでその3分の1に当たる方が利用されたという結果になっております。

では、次に社会実験の検証について説明したいと思います。まず、五つのアクションに分けて、そこから得られた検証項目をまとめております。

一つ目のアクション「水辺を楽しむ」について、水辺での活動や遊び、台風や増水に対する安全性を検証しました。水辺での活動や遊びという観点では、桑名ほんぱくミズベ・バル及びミズベ・マルシェを開催し、会場として公園、河川敷、防災栈橋を利用するにあたりまして、各種占用許可を申請しております。こちらの写真にありますように、七里の渡し公園内のせせらぎを親子で楽しんでいる様子がうかがえました。また、来場者の安全対策としまして、一番右の写真にありますように横断歩道や駐車場に警備員を配置して安全対策をしたり、あと荒天、天気が悪い場合の中止の場合の連絡体制を確立したりして、事前対策をしっかりと整えておりました。

22日（土）の午前中は、前日からの雨の影響で水たまりがあちこちにできてしまったという状況でしたが、国交省の皆様が早朝より除水作業に取り組んでいただきました。そういった姿は、来場者の方にもすごく印象に残っていたようで、SNSに上げていただくなど評価していただいております。

次に、二つ目の「証明で夜の水辺と公園を楽しむ」について、夜間に人がめぐる活動や遊ぶという風景を検証しました。夜間は国交省様のご協力をいただき、照明車でバル会場とマルシェ会場を照らしております。写真にあるのが会場となっています。また、写真にありますように、マルシェ会場では音楽を流したり、たき火をしたりして楽しむ来場者もいらっしゃいました。

三つ目の「水辺と公園の誘導・住吉へのアクセス」について、公園と水辺空間の安全な移動と来訪者移動手段を検証しました。住吉へのアクセスについては、来場者の駐車場が足りなくなることを事前に予測し、国交省様に申請しまして、写真にありますように揖斐川河川敷の一部を臨時駐車場として開放していただきました。実際、1時間あたり50台ぐらい利用されていたと確認しております。また、懸念事項でありました会場周

辺での路上駐車に対しては、バリケードを設置して対策したため路上駐車されることは少なかったと見受けられます。しかし、右側の写真をご覧くださいますとおり、マルシェ会場の最寄りとなる駐車場が六華苑第2駐車場でして、本来バスを停める駐車スペースであるとか、駐車スペース以外に車を止められるお客様が多数おりました。

四つ目の「仮設店舗」について、集客状況を検証しました。マルシェへの来場者数は2日間で2,000～3,000人を目標としていたところ、実際8,000人もの方にご来場いただきました。また、右側の写真にありますように、桑名ほんばくのPRブースとして、来場者にプログラムの一部を体験してもらおうという取り組みもしております。こちらの写真は、実際にパートナーさんが来て来場者と貝合わせをする様子です。また、マルシェに数千規模の集客を見込んでいましたので、住吉休憩施設のトイレのほか、公園内にも仮設のトイレを設置しております。

最後の項目「統一されたデザイン」について、水辺の景観、価値、イメージアップについて検証しました。道路から公園内でマルシェを開催していることを周知するために、沿道にのぼりを立てております。こののぼり、桑名市のロゴマークのカラーをイメージして作製しております。また、バル会場では、真ん中の写真にあるように、カラーのボールを用意してもらい、ボールを川に投げるという演出をしたり、料理にブランドカラーの旗を立てたりして、桑名のカラーが意識できるような演出を行っております。

以上で、住吉地区の社会実験についての説明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       この社会実験の検証はマルシェの来場者数ですよね。皆さん混乱されると思うので、ミズベ・マルシェが七里の渡し公園で行われたもので、ミズベ・バルが防災栈橋の横で食を楽しむという、参加申し込みがあった人だけの限られたものですね。ではミズベ・バルの報告もお願いします。

○奥村氏       名古屋工業大学修士1年の奥村が桑名ほんばくミズベ・バルの当日の風景などを説明させていただきます。

まず開催概要としまして、21、22日を予定しておりましたが、21日は雨で中止になりました。22日は18時から20時まで行われました。36名の方が参加されて、市内18名、市外18名の事業者様に参加していただきました。開催場所は住吉防災栈橋の周辺です。今、模型も置いてありますが、開催の当時の夕日などを表現しております。

開催内容は、18時に開催し、開会挨拶、乾杯の挨拶を行い、18時半から食のイベント

を行いました。また、名工大としましては調査協力をしておりまして、当日の社会実験の効果を検証するために、アンケートや写真撮影などを行いました。そちらにつきまして、後半で報告させていただきます。

まず、僕たちで什器を作製しましたので報告させていただきます。ここで使用しましたのがソーホースブラケットというものになりまして、ツーバイフォーの木材をこのソーホースブラケットに差し込んでビスを留めるだけで簡単にテーブルや椅子の足を作ることができる金具となっております。最近ですと、DIYやイベントなどで活用され、写真映えのするようなおしゃれな住居を簡単に作れるということで話題となっております。これらを市役所の一角を借りまして作製しました。これも4、5時間で、2、3人で行って全て完成するような簡単なものです。それで会場に持っていき、このように会場の設営を行いました。

会場設営ですが、三つのブースがありまして、一番上にあるのが食事スペース、そしてドリンクスペース、調理スペースというように分けていました。食事スペースに三つの長テーブルがあると思いますが、これは木曾三川をモチーフに、三脚のガラステーブルを配置しております。その周辺に作製しました腰かけ椅子を配置しております。

ここから食事の説明をします。まず一つ目が木曾三川うなぎのパイボート。こちらは木曾三川のうなぎを使用して、パイを船に見立てて、出航をイメージした料理となっております。

次が山の幸です。季節が秋に近づくということで、栗やイノシシを使用して、ここにブランドコンセプトを映すようなピンチョスに旗が立っています。

次が伊勢赤どりのグジェール。グジェールというのがシュー生地という意味がありまして、シュー生地にチーズのペーストを練り込んで、風味に赤どりが乗ったような料理となっております。

次が川のブイヤベースです。ブイヤベースというのは基本的に海の食材を使うことが多いんですが、今回は川の食材を利用させていただきました。手長エビやオキシジミ、汽水域に生息するスズキ、上流から下流までの食材を利用しています。

次が赤須賀の恵とかかわふぐのパエリアです。直径90センチの大鍋でパエリアを提供しています。かわふぐは桑名ではあまり名前が定着していませんがナマズのことです。上流のほうでは漁が盛んであることから、名前もキャッチーなものということで、こちらを使用させていただきました。

次がもち小麦のチョップサラダです。もち小麦は保田商店さんにご提供いただいております。もち大麦はよく使用されるのですが、もち小麦というのは珍しいようで、普通は粉末にして使うところを今回は粒状でチョップサラダとして提供していただきました。

次が伊勢茶の香り蒸し。乾杯の時に伊勢茶を提供していただいたんですが、こちらの伊勢茶を使用して、せいろの下に熱した石が入ってまして、こちらに伊勢茶をかけることで上の野菜に蒸気が上がって行って、伊勢茶の香りが野菜につくような温野菜となっています。また夜、せいろを開けた時に煙が出るという演出もここで生まれました。

次が野菜のプロシエットです。事前にワークショップが7月にありまして、その場でバーベキュー方式がいいのではないかという意見が多かったので、その意見を踏まえて事前に火を通した野菜を串に刺して、テーブルの上に並べることで写真映えするようなものにまで演出をしております。

続いてメインになりますが、さくらポークのコンフィの炭火焼きです。三重県の銘柄であるさくらポークを炭火で提供しております。ソースが3種類ありまして、桑名海苔を使ったしょうゆ麴のペースト、真ん中が野菜のペースト、ミカンを使ったオニオンポン酢のペーストとなっております。

続いて山嘉牛の鉄板焼きです。こちらは高級な牛を使っていますので、シンプルにステーキとして焼いていただきました。お肉の周りにある野菜が先ほど説明したプロシエットになります。

続いて低温超熟成揚げたて牛筋カレーパンです。こちら山嘉牛のお肉をブロック状に切ってカレーに入れて包んでいただきました。こちら県内産の小麦使うなど地元の食材にこだわっています。

最後、デザートになりますが、ドライアイスで冷やした石の上にアイスとクラッカーを乗せて、食感を楽しむアイスも提供していただきました。こちらのミルクも、四日市乳業さんのミルクを使用するなど地元の食材というものを使っております。

こちらが食事風景となります。パエリアが大きな鍋で出てきた時はすごい歓声が上がっていました。また先ほど説明したような、せいろを開けた瞬間に、このように湯気が出たりするのも、夜のイベントだと効果的なのではないかなと思います。また、僕たちが作製したこの腰かけ椅子も活用していただいていたました。

続いてドリンクスペースの図になります。こちらはバーカウンターを2つ使いまして、ドリンクスペースを設置しております。ここでは「久波奈」や「上馬ビール」といった

地酒や地ビール、デカフェというノンカフェインコーヒーも提供されました。

続いて調理スペースです。この会場でライブ感を出しながら、炭火焼きをしていただきました。また、デザートもこのブースの中で作っていて、皆さん写真を撮っていただいたりしていました。その奥でも、先ほどのデザートに乗せる綿菓子も実際にその場所で作ることで、1つの演出となっていました。

どうやってロゴマークやテーマカラーを会場内で演出できるか、僕たちも一緒に考えさせていただいたところです。僕たちの提案としては、まずこのようなピンチョスのような旗だったり、看板にブランドロゴをつけたり、暖簾や光るボールもカラーを統一しました。今回、照明が一箇所にあったために、光っているものがあまりきれいに見えなかったという反省点もあります。

以上で、社会実験の説明を終わります。続いて調査の報告です。

○森本氏 名古屋工業大学伊藤孝紀研修室学部4年の森本と申します。よろしくお願  
いいたします。私からは当日行いましたアンケート調査について報告をさせていただき  
たいと思います。お手持ちのアンケート調査結果をご覧になりながら聞いていただけれ  
ばなと思います。よろしくお願いいたします。

まず調査結果と調査概要といたしまして、社会実験に参加された36名の方々に対して  
調査を行い、28名の方に回答していただきました。また、アンケートの項目といたしま  
しては、参加者の特性、社会実験に対する評価、社会実験に対する要望の3点について  
お伺いいたしました。

次のページが参加者の特性についてです。今回の社会実験では、市内・市外の双方か  
ら呼びしておりまして、市外の方は57.1%、市内の方は42.9%という形になっており  
まして、市外の方のうち桑名市に来訪経験がある方は81.2%となっております。ここか  
らの項目については、全体での集計と市内の方のみでの集計、市外の方のみでの集計と  
いう3つの円グラフで表現させていただきました。年齢につきましては、40代、50代  
の方が多く見られ、性別については男性の方が多く見られました。お越しいただいた方  
の職業については、市内の方では卸売業、小売業の方、または公務員の方が多く見られ、  
市外の方では情報通信系の業務の方が多くいらっしゃいました。

次のページ、社会実験の評価についてです。まず社会実験の総合的な評価になります。  
こちらは満足度、再来希望度ともに高い結果となっております。満足度に関しまして  
は全体、市内、市外で全て75%以上というポジティブなご意見をいただいております。

次に右側の項目に移りまして、ここからは食と会場という2つのコンテンツに分けて、より細かく評価された項目を見ていきます。まず食についての評価です。食についての満足度、再来希望度で、満足度に関しましては市内、市外の方々と大きく違いが見られる結果となりました。

次のページ、桑名らしさ、ブランドコンセプトの認知に関しましては、高い評価を得ております。しかし、次の水辺との調和という項目に関しては、評価が50%ほどになっておりまして、特に市外のうち半分以上の方々が感じなかったという結果となりました。また、今回の食のテーマの認知については、高い評価を得ることができました。また価格の適切度に関しては、市内・市外で多くの違いが見えておりまして、市外の方々は75%以上の方々が適切であると考えていることに対して、市内の方は半分の方々が適切でないと感じております。また、提供方法の満足度に関しましても高い評価を得ており、次のページに移っていただきまして、料理に関する満足度、食材に関する満足度、こちらに関しては市内・市外の評価が大きく分かれる結果となりました。これら食に関する評価の項目から、桑名らしい食材の満足度という項目では全体評価が高く、それに関しては地域ならではの資源を利用したことや、それに対してしっかりと説明を行ったことが評価の高さに影響しているのではないかと考えられます。また、水辺との調和や水辺での事業性という評価が低く、これは当日の水辺での風の強さや暗さにより、食事の提供の遅れや机の紙皿が飛ぶなどの影響が考えられます。また、市内・市外の方々の評価の比較から、市外の方が食に対する評価が高いことから、市外の方々の桑名市の食に対する新規性が影響しているのではないかと考えられます。また、食と水辺との関係を示す項目では、市内の方からの評価が高く、これは桑名市の食文化や食材と川との関わりに対する理解が影響していると考えられます。また、テーマの認知に関しては、市内・市外で大きな差は見られず、社会実験中に行われた運営者によるテーマやコンセプトの説明が、市内外にかかわらず評価を得ていたと考えられます。続いて、会場に対する評価についてです。会場に対して、満足度、再来希望度はともに高い数値となっております。

次のページ、桑名らしさ、ブランドコンセプトの認知の項目に関しても、6割以上の方が感じた、やや感じたと回答しています。しかし、水辺との調和、水辺での事業性という項目に関しては、市内外の方で評価が分かれております。次に、今回の会場の一つのテーマである写真映えする空間と感じたかということに関しては、市外の方からの評価が低い結果となっております。また、什器の適切度、演出の満足度に関しては、それ

それ6割ほどの方々が評価の高い数字となっております。

次のページ、会場での回遊性、会場の広さの適切度の項目に関しまして、こちらは評価が比較的低い項目となっており、会場での広さや什器などの検討が考えられます。また、これらの会場の評価をまとめまして、水辺との調和や水辺での事業性という評価が高いことから、水辺を利用することの新規性が影響しているのではないかと考えられます。また「写真映えするような空間」「桑名らしさ、ブランドコンセプトの認知」という項目の評価が低く、今後の改善点としては、ブランドカラーをより多くの什器に統一していったり、フォトスポットを設けたりすることなどが考えられます。また、市内外の比較から、市外の方のほうが会場に対する満足度が高く、これは普段からよく知る住吉地区が新たな使われ方をされたことが影響しているのではないかと考えられます。次に、社会実験に対する要望についてです。まず開催内容につきましては、飲食・観光という内容が高い評価を得ております。開催頻度に関しましては、市内の方では1年に1回程度、半年に1回程度という評価が高く、市外の方に関しては半年に1回程度、3カ月に1回程度という要望が高くなっております。また開催場所としましては、船などを用いた水上という要望が高くなっております。

次のページ、水辺以外での開催場所については公園という項目が高く、また今後活用してほしい地域資源に関しては、市内の方は食文化資源が多いという結果となりまして、市外の方は伝統文化資源や歴史景観資源といったものを活用してほしいという要望が高くなりました。これらのことから、水辺以外の場所での開催場所は公園の評価が高く、これは今回の社会実験がマルシェとバルの2つを連動して行ったことが、評価が高い要因として考えられます。また市内外の比較を見ていきますと、活用してほしい地域資源の項目では、市内では食文化資源の項目が高く、市外では伝統文化資源や歴史景観資源の項目が高い結果となっております。これは市内の方の食文化に対する意識の高さや、市内・市外で魅力を感じる部分が異なることが違いとして現れたと考えられます。

以上のアンケートの結果を踏まえまして、来年度以降に向けての課題として4点挙げさせていただきます。まず一つ目といたしましては、水辺との関係性。こちらは食の評価での水辺との調和・水辺との事業性の低さ、また水上での両方の高さ、また事後に行われましたワークショップでの船や栈橋を生かすべきという意見から、コンテンツと水辺とを関係づけるような工夫が必要であると考えられます。また、2つ目の食のコンテンツといたしましては、市内外で大きく評価が分かれる結果となりまして、市内外の双

方の視点から考えることが必要であると考えられます。3点目、会場演出については、会場の演出を意識した設えや照明計画が今後必要になってくると考えられます。4点目といたしましては、水辺ということもあり、雨や風への対策も考えて行く必要があると考えられます。

最後にこういった課題を受けて、次年度以降に向けての提案といたしまして、水辺との関係性では、水辺を向いた什器や動線計画を行うことで、よりコンテンツと空間が水辺と調和した計画ができるのではないかと考えております。また、食のコンテンツについては、市内外の視点を取り入れた運営スキームや、市内事業者、市外事業者の会議などを設けることで、双方の視点を取り入れることが必要ではないかと考えております。会場演出に関しましては、演出を意識した照明計画を行うことで、必要な部分に十分な明るさを提供するだけでなく、演出のための暗さというものを設けることが必要ではないかと考えております。また、雨や風への対策としましては、野外ならではの設えや素材の工夫、例えば今回は紙皿を用いましたが、木材の皿を用いることで風に対する対策を行うなどの対策が考えられます。これら得られた知見が、来年度以降よりよい開催に向けて生かされることを願っております。

以上です。ありがとうございます。

○伊藤委員長 一番わかりやすいのはアンケートの結果でして、被検者は少ないものの、市内と市外の人が明らかに感じていることが違うのが数字からも見てとれました。これらを踏まえて、企画者でもある風間委員からご意見をお願いします。

○風間委員 まず、社会実験の採証ということで多大なるご協力をいただきました、松尾さんをはじめザ・フナツヤのスタッフの方に、この場をお借りしてお礼申し上げます。本当にありがとうございました。ご協力がなかったら、あの食はなかったと思っております。また、諸戸林業さんにスギ材を提供いただきましてありがとうございました。また、名工大の学生さんにはかなり頑張ってください、会場をつくり上げるうえで、皆さんの力がなければ当日の運営も大変な状況でした。社会実験ですので赤字のような事業ではありましたが、やったことで予算規模やこういった場所でやることの継続的な事業をどのように考えていく必要があるのかを、初めて直接関わることができて大変有意義でした。

コンセプトについて補足させていただきます。今回いろんな社会実験ができたと思うんですが、その中で食を選んでみたんですけれども、木曾三川の歴史からして、桑名と

いう場所は人と物が川で交わっていたということが重要で、行政区での桑名市という区切りではなくて、川の上流と下流がつながっていた時代に、物が流域を移動していたであろうということで、外から来る方にはこの流域でエリアを見る。それでその入口となる桑名の住吉地区で、食を堪能できることが伝わるとかなりスペシャルになるのではないかとということで、あえて桑名市外の三重県の食材もシェフに検討いただきました。

○伊藤委員長            ありがとうございます松尾委員いかがですか。

○松尾委員            僕の1つのゴールは、あそこの水辺で何か1つ事を起こすことができたことが大きなことかと思っています。その中で、やったからこそ改めて分かった課題や、次回どういうふうに展開していけばいいのかということも、必然的に分かったかと思っています。

地元の方と県外の方での評価が結構違うというところと、その前提としてアンケートに実名を書かないといけなかったんですね。となると若干甘めの結果になっているのかなという認識があります。実際に地元の方たちからいただいている意見からすると、もう少し厳しい声もあったかと思っています。そこは工夫が必要なのかなと思っています。食に対して市外と桑名市内の方とで意見が違う部分としては、文化的な部分の触れ方というのが、県外の方だとああいう形式の地場産業のもの、フレンチやスパニッシュ系のものが日常生活にあると思うんですよね。桑名はそういったところがそもそも触れづらい場所であって、しかも立食となってくると、これをどうやって食べればいいのか、何を口にしても戸惑うところが多かったんだろうと思います。これどうやって食べていいのかという声をいただいたので、そういったところも反映されてしまっているのかなと思います。

料理に関しては、例えば4名ぐらいの水辺での着席で普通にコース料理とかだったら、シーンとしてはおもしろかっただろうし、食事としてはいいものが出てきたんじゃないかなと思っているので、そういった形式であれば地元の方でも食に携わっている方たちは評価が高かったんじゃないかと思っています。普段そういうところに触れられていない方は、もっとシンプルなものを扱って、こんな食材あるよねといったレベルでメッセージが投げられるだけでも十分響いたんじゃないかと思っています。

あと、マルシェのほうがすごく集客があって、どの時間帯もすごく賑わっていました。当初の予定の倍ぐらいの集客があったということだったんですけれども、なぜそんなにうまくいったのかと、来期もしミズベ・バルをやる場合に使えるツールなんじゃないか

と思います。なぜ倍の集客があったのかは情報共有いただけたらと思います。それと、ミズベ・マルシェですごくよかったのは、灯街道で使用している灯籠が芝生にあったんですよね。こんなのをやっているんだったら、もっとプロモーションして、こんなに灯籠がいっぱいあるんだったら行ってみようかなという動機づけがあると、桑名市に観光に行くという何かフックにはなるんじゃないかなと思いました。

最後に、写真映えやインスタを意識されているところが垣間見えるんですけども、今回ミズベ・バルに参加された方たちの中に、果たしてそこにどれだけ携わっている方たちがいるかという、正直やる前からきついただろうなというのはあって、結果そのとおりだったので、どんな成果をとりたいかといったときに、そこは後づけの部分になったらラッキーだなぐらいで、ここを撮ろうと思うんだったら、全然違うメンツがいないと成立しないのかなと思いました。

○伊藤委員長           ありがとうございます。続きまして諸戸副委員長、よろしいですか。

○諸戸副委員長           私も参加させていただいて、皆さんとやっていることは多分同じで、つけ加えるとすると、場所が桑名の魅力を伝えるのに、この風景でよかったのかなというのがあります。ただ、天候などを考えると、この場所で仕方がないと思うんですけども、次考えるときはもうちょっと水辺の魅力がありそうな場所というところを選定するというのも大事なんだろうなと思いました。

○伊藤委員長           ありがとうございます。

私も参加させていただいているんですが、よかったことはとにかくやったことです。やったことによって、いろんな課題点が見えてきました。思ったより照明が暗いんだなとか、実際やってみると非常に風が舞っていて、照明器具も何か工夫をしていかないといけないんだなと思います。あれだけ暗いと防犯の観点からも歩いて危険だと思いました。防犯面から、照明器具や設えを変えていただけたらいいかと思います。

防災的な観点で、例えばベンチみたいなものがあって、災害時はそれが火をくべれるようなものになるだとかいろんな防災グッズがあります。そういったものがあれば、バーベキューなんていうのは簡単にできますし、防災の時もイベントの時も機能する。この二重構造をうまく使いながら、大きな改革をする必要はないので、それこそ国交省の予算、桑名市の予算の中でできることはあるんじゃないかなと感じました。

ワークショップをして、実際に地元の方や参加していただいた人たちの声も聞いておりますので、そのあたりを次の項目として報告していただければと思います。

では続いて、まちづくりについてですかね。

○事務局           では、ワークショップについて説明させていただきたいと思います。「第2回水辺社会実験ワークショップ」と書いてあるペーパーをご覧ください。

第1回目のワークショップは、前回のブランド推進委員会と同日に開催をしております。今回が2回目となっております。はまぐりプラザで開催しまして、主に市内の方が中心にご出席いただいております。

いろいろとご意見をいただいておりますけれども、まず改善したほうがいい点というところで、料理の部分でやや普段とは違う料理の仕方であったというところで、戸惑ったというご意見をいただいております。他には、水辺ということで船を活用したほうがよかったのではないかというご意見、そしてバルが川側でありまして、道を挟んで反対側でマルシェという形で分断されていまして、一体のイベントでもよかったのではないかというご意見をいただいております。

よかった点ですけれども、ライトの演出として、参加者全員でボールを投げる場面がありましたが、それが非常によかったということです。プレイスブランディングはそこで何を体験したかが大事であるというご意見をいただきました。マルシェをきっかけに、公園の市民への周知となったのではないかという意見をいただいております。

そして、今後に向けてですけれども、集客と営利を実現して、まちを活性化していかないと続けていけないのではないか。ターゲットと目的をしっかりと定めていく必要があるのではないか。そして、来年行う場合にまた社会実験でいいのか、またその場合どういう実施主体でやっていくべきか、というご意見がありました。あと住吉地区を活性化したいという目的に賛同してくれる人であれば、他地域に住んでいる人も加わっていただいてもいいのではないかというご意見をいただいております。

まとめになりますけれども、参加していただいた皆さんの共通認識としては、住吉地区で継続してイベントを開催していけたらいい、そしてそのためには一企業では許可をいただくために難しいところがありますので、住吉地区の公園や河川エリアでイベントを開催するにあたって、許可を受けるための組織の設置を共有認識として得られたというところが、今回のワークショップのまとめということになっております。

○伊藤委員長           こちらのワークショップは、ファシリテーターを風間委員にさせていただいておりますので、風間委員からありましたら。

○風間委員            いろんなご意見をいただきまして、お越しになられた方は、自分たちが

こういうまちのブランドということであれば船を出すとか、通常のビジネスとは違う観点で協力する意思はあることをおっしゃっていただいていたいました。実際やって行こうとしたときに、組織が適切なものがないというところで、今回の社会実験を通して2回目のワークショップに参加いただいた地元の方々というのは、住吉の魅力を自分たちの本業にも生かせるような形で、主体的に立ち上がるという意味を表明してくださいました。そのためにどんな組織がいいのか、これからじっくり話し合っていきたいと前向きな意見を出されていらっしやったので、これはすごく成果なんじゃないかと感じました。今回は、市外のものが手探りでやっていたところを、来年度は自分たちで主体的にやれるためにどうしたらいいのかと相談したい雰囲気があったので、その点については、できれば今年度中に振り返りも兼ねた相談がしていけると、皆さんの満足度というか、折角火がついているので前向きに進められるんじゃないかということを感じました。

○伊藤委員長       ありがとうございます。やったことによっていろんな発見があるものとして社会実験を位置づけておりますので、私もワークショップに出て、地元の方々の手厳しい意見もたくさんあって真摯に受けとめております。新しい食材の使い方は示せたので、次主体としてやっていくのか、年に1回だけだと単なるイベントですから、イベントで終わらせたら全く意味がなくて、まちづくりの一環として取り組んでいかなくてはいけないんだと思っています。ワークショップに参加した皆さんも、いろんな組織に入っていたり、ほかの会議にもいっぱい出ていたりしていると言っていました。それは桑名市が主催して、その委員会に入っているというスタンスなんですね。だから筋書きがあり、目的を持ってその一員になっていると。何が言いたいかというと、まちづくりないしは水辺を何とかしたいという、自分が主人公となってまちづくり団体を作るとか、協議会を作るところには至っていないのです。だから今までのやり方がよくなかったのではないかと感じております。主体となっている地権者の皆さんが、こういったブランド協議会みたいなものを作って社会実験も行いながら、照明を変えていこうよ、まち並みを変えていこうよ、そんな中でこういうお店を誘致していこうよと、大きなブランドビジョンを描いていかないといけないんだろうと感じております。

前回のブランド推進委員会の時でも、協議会を立ち上げたほうがいいだろうという提案に対して皆さん合意をいただいております。その経過がどうなったかを報告いただきたいと思います。中心になっていくのは諸戸副委員長ではないかと思っておりますので、協議会の進捗をご説明、ご報告していただければと思います。

それで、今こんな規約案を作って進めようとしています。

○諸戸副委員長　　ずっと話が出ているんですけども、具体的にある程度動く組織を作らないといけないよねというところは、皆さんも感じているところだと思っています。それで、具体的に誰が、どうするということは、これから決めると言うんですけども、事務局はうちでやりますので、まず仕組み作りのベースを作ればなと思っています。とはいうものの、ある程度期限を区切らないと進まないものだと思うので、年内にはある程度形にして動けるようにして、下地づくりは進めたいと考えています。

○伊藤委員長　　なぜ協議会を作るのかということと、次に何をしなくちゃいけないかということが大事で、ここで何かやりたいとなると、桑名市の管轄や国交省の管轄があると思うんですね。こういう方々を巻き込んでいけないと思っているので、委員会はもちろん、地権者やそこで商売されている方が中心になっていきますが、オブザーバーには桑名市の各部局の人に出ていただきたいんです。都市整備部も産業振興も市長公室それぞれでいろんなビジョンを想定されていると思うんです。実際、プレイヤーである我々が何かここで事を起こしたいとすると許可申請はどこに持っていくんだといったことを協議会の時に聞いていただきながら、一緒に連合体みたいになっていけるといいなと思っています。だから、ある部局で委員会をやるとそこだけでの話で終わってしまうので、そうじゃないんだということをご理解いただければと思います。

○諸戸副委員長　　今回こういう委員会に出させていただいて、今までは桑名市と直接いろいろやりとりすることがあまりなかったんですけども、どこで、誰が、何を考えているのかというのがわからないというのが正直なところで、このブランドづくりを進めていく上で、誰が、何を、どこで考えていて、民間の我々がどう思っているのかというのを共有する場がないと、先に進まないんだろうなというのを感じています。そういった中で、伊藤先生から名古屋市の事例をいただいて、そういったことができるとうり少し前に進むことができるのではないかなと期待しています。

○伊藤委員長　　ありがとうございます。

では始めるにあたって、予算はどうするんだという話になります。それは、地方創生交付金を来年度に向けて取っていこうと思っています。これはあくまでまちづくり協議会として取っていく。ただ、まちづくり協議会がとるためには、桑名市から申請をしていただかなくてはいけないので、その辺はお願いしたいと思っています。

では、交付金をいただいて何をするのかというと、今ないのは何なんだろうと考えた

時にビジョンがない。各部局にしても各機関にしても、どういったビジョンでこのまちづくりをしていくんだという絵を描いていかないと、いわゆるマスタープランがないと、そこに向けて社会実験をしていくとか、規制緩和していくとか、観光戦略を打っていくとかという形が描けないと思うので、交付金がとれて、まちづくり協議会ができて進んでいく状況で最初にやることとしては、各部局で持っているもの、国交省でもっているもの、考えているものをまずテーブルに並べて、それぞれこういうことをやっているんだったら、これとこれは一緒じゃないかとか、こことこうはこうしたほうがいいよねとか、そういう全体を見たことをやらないといけないんだなと感じております。これは庁内だったらできないと思うので、そういった意味では協議会が、自主的にマスタープランを作り、それを市役所、国交省の皆さんに応援いただくという、そんなスキームを考えております。前回、栄や名古屋の例も紹介したのはまさにそういうやり方です。

ということで、諸戸副委員長の会社からも事務局を出していただきまして進んでいる。皆さん、ブランド推進委員会は親機関になりますので、やっていくことに対して承認やアドバイスをいただいきたいと思っています。

そうやって進もうとしています、市長からコメントをいただければと思います。

○市長 コメントというか、幾つか質問をさせていただきます。案なんですけれども、確認になるかもしれませんが、これ別表に掲げるものが委員と書いてありますが、ここに国、市とも入らないですか。

○伊藤委員長 正確に言うと、国、市が委員としてブランド協議会の主たるところに入りません。オブザーバーとして、桑名市の各部局と国交省に入ってもらいます。それに警察、商工会議所などはオブザーバーとして入っていただく。会議は、皆さん一緒になって聞いていただきながら、意見をいただくが、あくまで主は民間団体の協議会です。

○市長 ブランド推進委員会によるまちづくりビジョンの議論に基づいて実施をしていくんだから、ここが何と言うんですか。

○伊藤委員長 親会的なものになります。

○市長 ここはビジョンであるべきことを考えつつ、協議会の中で実施をしていくイメージですか。

○伊藤委員長 実行部隊的な位置付けだとイメージがわきやすいと思います。最初は協議会ですが、次のステップとしては収益事業を確立して法人化していく。その先には都市再生推進法人を持って、水辺空間、道路空間を利用していくイメージでおります。

- 市長　　この協議会が、その都市再生推進法人に移行していくのですか。
- 伊藤委員長　　移行していきます、成長していくというイメージです。
- 市長　　つまり、民間の事業なので、財源はそこで工夫をするんだけど、最初の1歩目のビジョンを立ち上げるために、地方創生交付金に手を挙げるという理解でいいですか。
- 伊藤委員長　　はい。
- 市長　　わかりました。大変すばらしい協議会だと思いますので、しっかりとここで議論したものが具現化できるような組織になれば、我々もありがたいと思います。その中で、縦割り行政で皆さんもご苦労されているものもあると感じていますし、私たちもそこはじくじたる思いをしている部分がありますので、それぞれの部署から担当がたくさん出るようになるように、私から国交省さんに改めてお願いさせていただきます。我々としても協力させていただきながら、この住吉が魅力的なまちとなるように、我々もしっかりと汗をかいていきたいと思います。
- 中澤委員　　これは、住吉のことだけを言っているわけですね。
- 伊藤委員長　　現段階では。
- 中澤委員　　もっと大きくなっていくということなんですね。
- 伊藤委員長　　おっしゃるとおりです。名古屋の都心部でもいろんな地区がありますが、いろいろやりながら栄南という地区をぐっと引き伸ばして成功すると、他の地区も焦ってきて「やれるんだ」と動いてきます。まずはやれるところからやってみて、もしうまくいけばオール桑名のブランドビジョンは描きたいなと思います。
- 他に何かご意見、ご質問がありましたら。
- 風間委員　　冒頭で伊藤先生がおっしゃったように、まちづくりってどうしても住民の方の意識が遠いんですよね。例えば尼崎であるとか下関であるとかの先進的にまちづくりを進めているところは、総合計画みたいなものを漫画にして市民にとってわかりやすくなるように作っていらっしゃるわけですよ。お互い歩み寄る工夫というものがクリエイティブにできるとよりいいんじゃないかと思います。そこで共有できると、次に一緒に総合計画をつくりましょうとかのステップがあると思います。今回、住吉地区でミズベリングをしましたけれども、やはり思いはお持ちで、それを言葉で共有する機会もないとおっしゃっていらっしゃったので、行政の皆さんも頑張っていらっしゃるからこそ、そういった考えていることをより伝わるような工夫に予算をかける必要もあるんじ

やないかと思えます。漫画だと読まれている、ユーチューブの再生回数みたいに、見える形で反応が出てくる。それはお勧めだと思えます。

あと、文化庁が歴史文化基本構想というのを立ち上げられていらっしゃるんですけども、桑名ブランド協議会がプレイスブランディングということで始まっていますけれども、桑名の本物を観光の視点であるとか、文化・教育の視点であるとかに活用されるところに国も予算をかけていますし、そういう民間の方々の動きを応援する制度や補助金を取りにいかないといけないと思えます。協議会の先にいろんなステップがあるということも皆さんと共有できると、ここでやることは他と違うというところの組織のそのあり方か思いというものが伝わるんじゃないかと思えます。歴史文化基本構想は、こんなに歴史があるまちなので、取りに行かれたらよろしいかと思っております。

○伊藤委員長       ありがとうございます。

長時間にわたってありがとうございました。まず社会実験をやれたこと、そしてそれが大きくまちづくりにつながり、未来につながっていくよう精進していきたいと思っております。皆さんの力が大事だと思えますので、引き続きどうぞよろしく願います。今日はありがとうございました。

○事務局       長時間にわたりありがとうございました。次回の会議につきましては、先ほど協議の中で出ておりましたブランド協議会の事務局等も踏まえて、また改めて日程の調整をさせていただきますので、よろしく願います。

それと、今回この会議の場所をお借りいただきました住職様から、大変ありがたいお話をいただいております。この会議の終わった後、本堂や境内の案内をしていただけるということでございます。大変貴重な機会だと思えます。お時間許す限り、ご参加していただきたいと思えます。よろしく願います。

(閉 会)