

平成 29 年度 第 1 回 海老名市にぎわい振興審議会 会議録

日時等	平成 29 年 5 月 15 日（月） 13：30～15：25 政策審議室		
議題	<ul style="list-style-type: none"> ・「えびな元気にぎわい振興計画」の進行管理について ・平成 28 年度 にぎわい振興事業について ・平成 29 年度 にぎわい振興事業について 		
出席委員	羽田会長、並木委員、尾崎委員、澤地委員、門脇委員、長委員、伊藤委員、遠藤委員 計 8 名		
公開の可否	公開	傍聴者数	0 名
幹事	経済環境部長 清田 経済環境部次長 谷澤 商工課長 中込		
事務局・説明者等	にぎわい振興係：係長 佐藤、主査 立花		

案 件

(1) 「えびな元気にぎわい振興計画」の進行管理について

委員了承

(2) 平成 28 年度 にぎわい振興事業について

- ・実証実験ツアーについて
- ・名店・名製品の選定事業について
- ・ブックカバー広告による PR 事業について

委 員：参加者の居住地や年代は。成立したカップルのその後は確認しているのか。

事 務 局：参加者は、半数が市外の方で、20 代～40 代であった。30 代後半～40 代前半が中心であった。成立したカップルのその後については、追跡はしていない。

委 員：抽象的な参加者の感想ではなく、実施事業の成果の評価方法をどのようにするのか考える必要がある。評価基準が重要である。

ブックカバー広告の事業について、50,000 部配布し、市内店舗で特典の引換があったのが 2 件という数値結果をどのようにとらえるのか。また、実施後のサポートやフォローが大切である。名店・名製品についても、選定で終了ではなく、その後の支援が重要となってくる。バスツアーも認知できれば、応募者数も増えていくので、「前回比 110%」などの数値目標も考えられる。今後、事業の評価方法や効果の捉え方について、考えていく必要がある。

事 務 局：次回、目標も含めて実施結果を報告できるようにしていきたい。

(3) 平成29年度 にぎわい振興事業について

・実証実験ツアーについて

委員：名店や名産品を巡るツアーは素晴らしい。名店や名産品の選定委員会は、時間をかけてしっかりと行う方がよい。安全性の部分は、選定委員が審査できない部分もあり、整理する必要がある。海老名市は、転入者が多いので、新しく市民となった方に認知してもらうことが大切である。日常の中で地元のものを知ってもらうために、大型店や駅の自由通路のサイネージを活用することなどもある。

委員：前回と比べ、参加対象者を広げた理由は。

事務局：実証実験であるので、ツアー参加者にアンケートを実施する。より広い対象からの意見を集約したいと考えている。

委員：参加した方の同行者の意見も整理をした方がよい。

委員：リピーターはいるのか。初めて申し込んだ方を優先しているのか。

事務局：抽選は全員、公平に実施した。今回落選した方には、次回のツアーでの配慮を検討している。前回参加した方も今回のツアーに申し込んでいただいております。繰り返し応募いただいている。春のツアーは人気が高いため、複数回開催するなど、検討が必要だと考えている。

委員：旅行業者の立場で考えると、ツアーの商品化についてどう考えるか。

委員：現状のツアーを商品化する場合、まず市の負担額を全額、参加者の負担にする。今回の内容では、参加費は一人10,000円以上になるだろう。バスのツアーの場合、回数を多く開催し、さらに1台のバスにたくさんの人を乗せるとバス代は安くなる。はとバスでは、45人乗りのバスで30～35人乗車しないと採算がとれない。

委員：各施設での受け入れができるか別として、参加者を多く集めることが重要。また、市内の企業に協力をお願いし、参加費を検討すべきだろう。

委員：バスツアーは、バスの駐車場とトイレで、立ち寄る場所が決まる。この事業は、目的がわかりにくく、今の内容では、行政が旅行会社を目指すようなものになっている。名店などのサポートとしてのバスツアーなら全部を巡れるよう複数回開催するのもよいのではないかと。市民対象で、名店などを周知するためなら、人数の少ないバスツアーでなく、別の仕掛けもある。事業の成果として、どのような結果がでるのか、どう活かすのか、判断が難しい。

事務局：本事業は、ツアーの商品化を目的に実施している。

委員：商品化ならツアー行程を考えるべきで、買い物は行程の最後が売れる。最後に立ち寄ることで、店によっては参加者へのプレゼントを用意することもある。商品化を目指すなら行程等の作り方の工夫が必要である。

・名店・名産品事業について

事務局：昨年度、初めて実施し、「自薦のみ」で候補店舗を募集したが、「他薦」という声もあったが、この方法についてどうか。

委員：候補になりたくない店舗もあることから、他薦の場合、迷惑になる場合も考えられる。他薦を行う場合は、辞退できるようにするべきだろう。

委員：候補となる店の意志を確認することが大事。今回の選定は、3年間とあるが、今まである「吟味豚」などは、どのような扱いになるのか。

事務局：自薦・他薦については、事務局としてしっかり検討していきたい。

商工会議所の下部組織である各種開発委員会が開発したものは、選定期間はない。今回選定してもものとは別のものとして、PR等の支援は、一緒に進めていく。

委員：取り扱う店舗としては、以前のもの今回のもとの違いを知っておく必要がある。

委員：以前のもの今回のもを一緒に進めていく方が分かりやすいので、商工会議所と一緒に進めていくのがいいだろう。

事務局：会議所とも一緒に考えていきたい。

・景観写真コンテスト事業について

・キャッチコピー公募・選定事業について

委員：昨年度のブックカバー広告によるPR事業は、海老名市を知ってもらう事業として、良いと思う。ポスターや写真などは簡単だが、キャッチコピーという「言葉・文字」で表すというのは難しいと思う。えび〜にゃの例もあるので、市外も含めて集める方法は良い。「いちご」など、ある程度テーマを絞って募集しないと、難しいだろう。専門誌への掲載は、マニアックな方からの応募が多くなる可能性がある。

委員：テーマとして「海老名のにぎわい振興」では難しい。イメージやキーワードを示しながら公募した方がよいだろう。

委員：広く市に来てもらえる。成功事例を調べることも有効だと思う。

委員：観光的なものではなく「住みたい 住み続けたいまち 海老名」という市のキャッチコピーもあるが。

事務局：市の全体的なものではなく、あくまで「にぎわい」、どちらかというと商業的なイメージで、遊びに来てもらうことを想定している。他の事例や枠を検討したい。

委員：1,000件近く集まることが予想されるので、審査も考えて、どう決めるのか方向性を決めておく必要がある。

事務局：基準等方向性を示していきたい。

委員：計画にもある程度の方向性が記載されているので、そこもふまえ、他自治体の事例も確認をして進めるとよい。

・にぎわい看板設置事業について

委員：メインとなるものやコンセプトが大切。案内の内容を分かりやすく掲載するように。

事務局：次回の審議会でコンセプトをお示ししたい。

委員：外国語表記は多すぎると見づらくなってしまうので、英語のみでよいと思う。

事務局：英語以外の言語は、市公式アプリで対応をしているので、そちらを案内したい。

以 上