

北九州市小倉城・小倉城庭園指定管理者検討会 会議録

1 開催日時 平成30年10月15日(月) 13:30~17:00

2 場 所 北九州市役所本庁舎 特別会議室A
(北九州市小倉北区城内1-1 北九州市役所5階)

3 出席者 (検討会構成員) 南構成員(座長)、金構成員、松尾構成員、
相浦構成員、松清構成員
(事務局) 産業経済局観光にぎわい部長
観光にぎわい部集客交流担当課長
観光課 観光施設係長及び職員

4 会議内容

- 事務局より当日のスケジュール、審査にあたっての留意点等を説明
- 構成員の互選により座長を選出
- 応募団体(小倉城下町にぎわいづくり共同事業体)による提案概要説明
- 応募団体(小倉城下町にぎわいづくり共同事業体)への構成員によるヒアリング

(構成員) イベント年間予定表において、「歌舞伎」、「薪能」、「忍者体験イベント」、「流鏝馬」、「落語」等、城と庭園について多彩なメニューを提案しているが、小倉城の歴史的な背景などを踏まえた「小倉らしさ」をどのように発信していくのか。

(応募団体) 細川、小笠原のお殿様が治めていた小倉の歴史や、リニューアルされる展示内容を含め、個別のイベントや企画展を開催することで「小倉城らしさ」を発信したいと思う。今回提案した「歌舞伎」や「流鏝馬」も、小倉の目玉にしていきたいと思う。

(構成員) しろテラスのオープンも大きな目玉になると思う。飲食を中心に利用するということだが、多くの方が集まることを考えると、インフォメーション機能が重要になると思う。この点が不明確なので、具体的な考えを教えてほしい。

(応募団体) しろテラスには、市内全域を案内できる観光コーナーを作る予定である。また、飲食・物販スペースについても、エリアを区分して活用したい。

(構成員) 「SNS については、今ある様々なツールを使う」ということだが、どのように使うのか。イベントの度に発信していくのか。

(応募団体) SNS に関しては様々な使い方がある。SNS の中に広告が出る場合や、YouTube で動画を開いた時に PR の動画を流す、GPS を使ってジオターゲットという小倉駅周辺にいる人たちに対して広告を流すなど、内容によって使い分ける。

海外に向けては特に SNS が有効であると思うので、強いコンテンツとして利用していきたい。

(構 成 員) イベントの記載内容の中に「検討します」という言葉があるが、これは「やります」ということでよいか。

(応募団体) 基本的には行う方向である。ただし、歌舞伎等大きなイベントは、我々単独で開催するのではなく、周辺事業者と実行委員会形式で実施したいと思っている。これから相談することでもあり検討とした。市と協議して、検討・調整した上で行うということである。

(構 成 員) 着物の試着とあるが、イベントの時だけではなく、随時、楽しめる方がいいと思う。7月と10月となっているが、どなたが来ても体験できるようにはできないか。

(応募団体) 今回イベントの形で提案しているが、いつ来ても気軽に羽織ってインスタグラム用に撮ることはできるようにしたい。

(構 成 員) 海外向けのエージェントセールスについて言及があったが、具体的にどう行うかが分からない。たとえば、韓国ではエージェントを使わない個人旅行者が7割を超えているが、そういった方々に対して、どのような戦略でプロモーションしていくのか。また、セールスしていくのか。

(応募団体) 海外向けセールスについては、北九州市観光課、北九州観光コンベンション協会と、エージェントセールスを行っている。特にアジア系、韓国、中国、台湾、タイに対しては、福岡を中心としたランドオペレーターに営業をかけていきたい。実際に現地にセールスに赴くことも考えている。また、スペースワールドにいた営業担当も共同事業体にいるので、コネクションはかなりある。ご指摘のあった韓国の FIT については、SNS で個人向けに訴求するような、たとえばインフルエンサーを使うなどして、小倉城や小倉城庭園を発信して営業をかけていきたいと思う。

(構 成 員) 城でプロモーションする所は他にも相当数あると思うが、その差別化についてポイントが知りたい。どこを一番アピールしてセールスしようと考えているのか。

(応募団体) 日本固有の「薪能」や「流鏑馬」のような伝統文化を発信して、小倉城に来てもらえる取組みを考えている。

(構 成 員) 周辺の商業施設等との連携に改善の余地があることから、解決策を記述している。抽象的な部分がある。実際にどのようなことをお考えなのか。現状との差別化も含めて説明して欲しい。

(応募団体) 現状については、松本清張記念館も含めた 3 館の共通利用券が発行されており、商店街の一部と連携していることは知っている。ただ、もう少し広い範

圏で連携することを目的に、たとえば、小倉駅新幹線口の「あるある city」等と連携したスタンプラリー、スマホのアプリを使った施設紹介、近隣の店の紹介、クーポン券での誘導等を考えている。

(構 成 員) 隣のリバーウォークや JR 駅との連携については、今の時点で考えはあるか。

(応募団体) 事業者と相談させていただいてからになるが、たとえば、リバーウォークだと、いろんな角度から小倉城が見えることは面白いと思っている。写真を撮って、「これはどこからでしょう」といったクイズなどを行って、両方の施設に行ってもらえるような連携を行いたいと考えている。

(構 成 員) 小倉城の個人入場者が大人が 130,000 人、中高が 6,000 人、小学生が 16,000 人となっているが、小中高がとても低いと思う。「対象は大人」という判断なのか、今の入場者の推移がそういう流れなので、今後もそういう増加率だという判断なのか。

(応募団体) 外国人観光客が増えているので、大人が主たるターゲットになると判断している。ただし、ご指摘の通り、小中学生が少ないのは問題だと考えているので、チラシ等を学校に送り、授業の一環で施設を利用してもらおうようなセールスは当然行う。ただし、現状の収支は、現状に見合った形がいいと考えた。

(構 成 員) しろテラスの事業実施年数を 3 年として、初期投資をいくらかけるのか。また、3 年で回収しないと赤字になると思うが、具体的な収支計画をどのようにお考えか。

(応募団体) 3 年だと新品を購入すると大変厳しいので、我々が保有している什器類を転用しようと思っている。ただし、実際の場所に合うかどうかもあるので、いくつか自社で持っているものを変容した形でやりたいと思っている。それで十分できると判断して、今回、自主事業については積算している。

(構 成 員) どれくらいかかりそうか。

(応募団体) 経費としては 500 万円くらい積んでいる。その中でやっていこうと思っている。自社で保有している什器については経費に入れていないので、あとは内装にどれくらいかかるか等を今後詰めていこうと考えている。

(構 成 員) しろテラスについて、週末祝前日は酒場にする提案しているが、その主なターゲットをどこに置いているのか。一人あたりの消費単価をどのくらいで考えているのか。また、しろテラスに酒場を設置した時の喫煙所の問題を教えてください。

(応募団体) ターゲットは、週末なのでビジネスマンやインバウンドの観光客である。特に、小倉の夜の町を城や庭園の方に引っ張りたいという意図があり、小倉の夜を楽しめる場所をイメージしている。喫煙所については、石垣側の屋外に設けたいと考えている。敷地外からはあまり目立たないし、しろテラスの中からすぐに行ける。夜についてはお酒も出したいと思っているので、消費

単価は1人あたり3,000~4,000円を考えている。

(構成員) 日中に開催する有料イベントについて、強気な価格設定を行っている印象を持つが、価格設定の考え方を知りたい。この価格を達成できなかった時、収支にどのような影響があるか。

(応募団体) 単価については、いろんなイベントの実績を頭にいれながら設定をしている。我々の採算に合わせなければならないので、今回は高めに設定しているが、指定管理者として選んでもらった後は、どれだけ下げられるかを検討させていただく。

(構成員) これは提案段階の目安で、この価格にしなくても運営は健全に行うことができるという理解でよいか。

(応募団体) イベントは単独で収支を取る形で考えており、全体の事業に影響が出る試算はしていない。どこかに赤字が出たからといって全体が回らなくなることはないし、そういう運営をしていこうと思っている。

(構成員) 小倉城庭園で、池の水質浄化に着目いただいている点がすごくいいと思う。提案のホテイアオイは色々な問題があると思うが、使用して問題がないか教えていただきたい。

(応募団体) ホテイアオイには浄化作用はあるが、増えすぎる等の問題があるのは承知している。増えすぎないように日常的にコントロールを行う。庭園なので、見栄えを考えると、浄化の機械をいくつも置くとか噴水みたいな装置を設置することは違うと思っている。少しでも浄化の手助けになればいいと考え、ホテイアオイを提案させていただいた。ただし、炭を使った浄化等もあるので、1年目は試行し、どれが一番効果があり、美観的にも問題ないのかという判断をしたのち、2年目以降、確定版で進めていきたいと思う。

(構成員) ホテイアオイは南米原産で外来種であり、よくないと言うつもりはないが、小倉城庭園にそれがマッチするかどうかに関しては気になる。適切な管理がされていれば景観上も問題はないという認識でよいか。

(応募団体) いわゆる京都にあるような日本庭園ではなく、あのような雰囲気味わってもらうことが非常に大事だと思っている。一般の方は、外来種とは分らないと思うので、植物の方が機械よりはいいと思い提案させていただいた。

(構成員) 「外国人の喜ぶような日本のおもてなし」ということであるが、「小倉らしさ」というところで、どのように外国の方におもてなしするのか、考えを伺う。

(応募団体) 小倉織のような地場のものを使って飾りつけを行う等、地域性を出せばいいと思っている。

(構成員) 小倉藩でいうと、上野焼等いろいろあるので、今後取り組んでいくということで良いか。

(応募団体) まず知名度のあるものから出して、だんだんマニアックにしていくというよ

うな形で深めていきたい。

- 構成員は、応募団体（小倉城下町にぎわいづくり共同事業体）の提案概要説明と質疑応答を受けて、各自評価レベルを記入。
- 応募団体（北九州まちづくりマネジメントチーム共同事業体）による提案概要説明。
- 応募団体（北九州まちづくりマネジメントチーム共同事業体）への構成員によるヒアリング。

（構成員） 文化的側面のより深い掘り下げで小倉城の幕末期の歴史に着目していくというのは非常に面白いと思う。一般に幕末期の小倉城はマイナスイメージが強いと思うが、どのような形で展開するのか、考え方を教えてほしい。

（応募団体） 今の話は、長州から攻められた際の話だと思うが、多少誤解もあるので、歴史認識に立って整理をして伝えていくことを検討している。

（構成員） 地域の歴史についてのワークショップで講師に郷土史家を提案しているが、学術的な裏付けで言えば、いのちのたび博物館の学芸員なども様々な検討をされている。いくつか資料も残っているので、多角的な観点から学術的な間違いなどが無いよう、十分配慮する方がいい。

（応募団体） 学芸員との交流もある。当然いのちのたび博物館と連携する。

（構成員） 今回の魅力向上事業の整備では、一番の目玉はしろテラスでだと思う。エリア自体で広く北九州市を発信していく上で重要な拠点になると考えている。しろテラスでの観光情報の発信は北九州全般というよりも、小倉藩、小倉城の歴史を深く知る機会を是非作っていただきたいと考えている。この点について、もう少し具体的に教えていただきたい。

（応募団体） 小倉城の歴史を知らないと、来た方への案内もできない。長崎街道小倉城下町の会などの色々な情報も集めているが、それをどのような形で訪日客や子供たちなどの色々な層に伝えていくかということ、100インチ級のモニターがあるとのことなので、そういうツールもうまく使いながら伝えていこうと考えている。

また、庭園の敷居が高いとも言われているので、庭園の情報をもっと柔らかく伝えて、入りやすい形で整えていきたいと思っている。

（構成員） 飲食店として辻利茶舗が出店することについては、具体的にどの辺りまで決定しているのか

（応募団体） 指定管理者の決定前なので確定事項ではないが、元々あの周辺で桜のシーズンに喫茶を出すなど、色々な取組みを行っている。その延長で決して悪い場所ではないのでやってみたいという積極的な意思表示があった。京町店や魚

町店もあるが、やっていることをそのままやるのではなく、城下町、お城の下だからこういうものが欲しいといった要求があると思うので、細かい点についてはそのあたりを整理して調整しながら決めていきたい。

(構成員) 今回、指定管理期間が3年というショートスパンだが、出店費用は回収できるのか、たとえば指定管理者が3年後変わった場合に店を撤収しないといけないというリスクがあると思うがどうか。

(応募団体) 倉庫に色々な資材を持っている。調理や冷蔵やテーブルとか椅子とか全部お持ちなので、大きな設備費はかからないだろうと判断している。

(構成員) 調理して持って行って売ることができればそれが一番いいと思う。あの場で調理するとなると調理器具のインシャルコストが大きいと思う。

(応募団体) 京町店の2階にスイーツの工場がある。そこで調理したものを魚町店に持って行っているし、コレットの地下にも持って行っている。距離的には問題ないので、しろテラスの中で全部調理するというのではなくて、そのネットワークを使うことも考えている。

(構成員) 調理ではなく、ひと手間加えて販売するような感覚で考えたら良いか。

(応募団体) 多分それに近いと思う。

(構成員) 商売云々もさることながら、オペレーションを結構スムーズにやらないと売れないだろうと思ったのだが、キャッシュレスの対策は具体的にどのようなことを行うのか。

(応募団体) 今小倉城庭園で、アリペイとプリンを導入し、みずほ銀行の実証実験に加わっている。その延長線上でしろテラスもキャッシュレス化を目指しているし、今辻利茶舗の方でもそういう方向は取り組んでいるので、そこは問題ないと思っている。

(構成員) それは動向が変われば他のものを入れることも考えるということで良いか。

(応募団体) そこは柔軟に考えている。

(構成員) 人材の育成は非常に重要だと思う。観光案内所の人材を育成すると言及しているが、ハードルは高いと思う。収支計画には手間とかコストとかが盛り込まれているのか。あるいはある程度希望的観測か。

(応募団体) 小倉城天守閣が8月から来年の3月まで休館している。そこで中心となるスタッフに色んな研修を行っている。小倉城の歴史もそうだが、周りの施設を理解するため、見学や人との繋がりを持つことを行っている。そういった研修を行いながら、トップランナーとなる人材を作り上げ、そこから広げていく考えである。ただインバウンドの対応については、費用がある程度かかるとしている。教育するのは時間がかかるし、一気に言葉が喋れるようにはならないので、能力のある人を採用していくことを考えている。

(構成員) 小倉の歴史にこだわっていくという基本的なスタンスはすごくいいと思って

いるが、外国人観光客は端的に申し上げると歴史にはあまり関心がない。そのような中で、どこまでをこだわろうかというニュアンスが知りたい。せめてここぐらいは持って帰ってもらいたいという、その思いを教えてください。

(応募団体) 今回の天守閣リニューアルで細川家のお茶や、武蔵と小次郎など、各階でいろんなメニューが入ってくるので連動性という面で課題がでてくると思う。いきなり天守閣に入っても分からない方に対して、しろテラスで情報をうまく伝えて分かりやすくしたいと考えている。

(構成員) 施設の設置目的の達成に向けた取組みは、事前にヒアリングやアンケートを行ってそこから抽出した、望ましい取組みになっているか。たとえば、「案内人と行く、高くても価値のある夜の食ツアー」は金額が2万円となっているが、これはそれなりにニーズのある企画なのか。

(応募団体) 今回提案をさせていただく中で、アンケート調査や市場調査を行った。特に外国人、20~30代の方は、小倉城に何となく来た、日帰りの旅行者が多い。夜の食事を含め、泊まるという感覚があまりない。街全体で考えた時に、最終ゴールとしての宿泊を考えると、夜の飲食は切り離せないなのでそのニーズをくみ取った上で提案させていただいた。

(構成員) 2万円と4万円は食事代なのか。宿泊も入っているのか

(応募団体) 基本的には食事のみで考えている。

(構成員) 沢山ニーズがあるのか。

(応募団体) 分母としてはまだまだこれからだと思っているが、ニーズとしてこれから広がりを見せるのではないかと考え、提案した。

(構成員) バルウォークはイベントである。小倉城周辺に来た時に、イベント開催日と合わないとならないのが課題だと思うが、このバルウォークはどういうスパンで開催するのか。

(応募団体) 基本的には年間2回実施。イメージは福岡市で行っている西日本最大のバルウォークである。付加価値として、近い将来的にはワークショップも絡めながら、1つのフェスのような考え方をしている。市民を巻き込んだ形で、草の根活動になると思うが、やっていきたいと思っている。

(構成員) 新しいものとして、小倉城とソードアートオンラインとのコラボレーションがあるが、期間はどのくらいで考えているのか

(応募団体) 4月1日にスタートして、GW明けまでをイメージしている。

(構成員) 1回のイベントか。

(応募団体) 歴史的背景や観光資源の刷り込みという点で、アニメのコンテンツを利用して小倉城を訴求しようと考えている。まずメリットとしてインバウンド。全世界の興行収入が43億、海外でも18億ということで、海外に認知されている。

また、アニメの主人公が二刀流で、宮本武蔵と通ずることもあり、企画した。具体的にはオリジナルグッズの開発や商店街との飲食のコラボなどを考えている。単発の打ち上げイベントというよりも1か月半かけて街全体を回遊できるような施策として企画した。

(構成員) そのアニメのイベント費用はどうなっているのか。

(応募団体) アニメコンテンツに一番求められているのはグッズ。ここでしか買えないグッズというのは重要になっている。基本的は来場者の10パーセントの方が客単価千円で購入すれば、事業として成立すると考えている。数十万円の不足分は収支計画の広告宣伝費に落とし込んでいる。

(構成員) 「新・北九州みやげ商品開発」については、中心的な役割を NORTH NINE が果たされて、地元の菓子製造会社等とコラボするとのことだが、これはオーエーセンター(株)ありきの話なのか。それとも他の地場の菓子製造会社も参入する余地があるのか。

(応募団体) オーエーセンターではネジチョコが最大の売りなので、それから派生した形で目玉商品をつくることを考えている。その他に地場企業と大学とのコラボの要望があり、これを立ち上げればいろんな情報も入ってきて活性化できると思っている。

(構成員) ゾーンのブランディングは素晴らしいと思うが、具体的にどうブランディングしていくのかが分かりにくい。

(応募団体) 各施設の目的が違うことが、非常に苦戦している部分である。ただ、相互の場所が近いことが最大の強みと考えた。現在実行委員会等の会議体もないということなので、まず足並みを揃える形で、実行委員会を立ち上げることを考えている。それに伴って各施設が、お互いに情報発信であるとかワークショップをやっていくことで相互の関係性を持ってエリアを作っていこうと考えている。

それを徐々に浸透させながら3年間かけて具体的なワークショップなどを行う。色々な講師を招き、たとえば小倉城の講師に文学館で講師をしていただくとか、まず仕組み作りが必要と考えている。そういう組織づくりをしていきたいと考えている。

(構成員) オプション案として新規大型イベントとあるが、このオプションの意味は。

(応募団体) エリア全体の連携をすることによって、関係性ができ上がった暁には、事業の完成形としてこのエリア全体で大きな一つのイベントをしたいという考えである。

(構成員) 大きなイベントとはどんなイメージか。

(応募団体) 現状、小倉城の前の広場でいろんなことを行っているが、そこで終わってしまう。これから勝山公園を運営管理している岡崎建工(株)などうまく連動して、大きなエリアで活動することを将来的な狙いも含めてイメージしている。

(構 成 員) 3年目の小倉城の入場者数が、25万人から25万人と増減がないのは何故か。
(応募団体) 3年目は小倉城庭園が8月で閉まる。小倉城と庭園の連動企画をかなり入れるようにしているため、立ち上げた後、3年目に休館となると、なかなか結果が出にくいと考え、そのマイナス面もあるので、3年目も横ばいと判断した。

(構 成 員) 小倉城の個人利用者が大人10万人、小学生5万人、中高生2万5千人とあって、小中高生の利用が少ないが、家族利用をイメージして試算していないのか。

(応募団体) 現状がそういう数字だったのでそれに沿っている。当然これからの戦略は、どこを広げていくか考えながら進めていく。

- 構成員は、応募団体（北九州まちづくりマネジメントチーム共同事業体）の提案概要のプレゼンテーションと質疑応答を受けて、各自評価レベルを記入。
- 構成員は、応募2団体の評価レベルを発表し、構成員全員で意見交換。

(構 成 員) 財務的な観点で大きな差異はなかったが、しろテラスの飲食店は気になった。「小倉城下町にぎわいづくり共同事業体」は、自分で調理を行うため、かなりイニシャルコストがかかると思う。一方、「北九州まちづくりマネジメントチーム共同事業体」は外部業者に委託して家賃収入を得る。セントラルキッチンもあるという話なので、そのあたりは違いがある。両方とも長く指定管理をやっている会社が入っているが、小倉をテーマに、小倉城のにぎわいという観点では、「北九州まちづくりマネジメントチーム共同事業体」の方が、コンテンツがいいものが多かった。おみやげ研究所などは面白いと思った。

(構 成 員) それぞれのプレゼンテーションを聞いて、「北九州まちづくりマネジメントチーム共同事業体」の方に、実績に基づく話のリアリティを強く感じた。出来ないことを「出来ない」とはっきり述べていた。希望的観測がここまでないということは、結構現実的に捉えられており、そのリアル感は評価に値する。また、コンセプトのシビックプライドの醸成にすごく共感できる。他の地域の方や外国人を集客するときに、一番大事なことは、市民が誇れる名所にすること。それを謳ったコンセプトは実はあまり聞いたことがないのですごくいいと思った。「小倉城下町にぎわいづくり共同事業体」のような企画は結構あるが、「地元らしさ」がなくてうまく行かない例は幾度となく見てきた。セールスについての質疑応答では、セールスの手段や手法を答えていたが、何を売るのかについて明確な答えがなかった。そこに差をつけた。

(構 成 員) 「小倉城下町にぎわいづくり共同事業体」の意欲的な提案は好意的に受け止め

ている。だが、小倉城らしさへの認識が少し物足りないことや、イベントは単発ものが並んでいる印象が強いこと、それから他の先生方からも指摘があったが、しろテラスの活用が十分に見通せないあたりを課題と感じた。「北九州まちづくりマネジメントチーム共同事業体」の提案は、よく練られていて、実現性が高いと感じた。特に小倉城らしさ、北九州らしさという点に配慮されている企画が加点の対象となった。

(構成員) 私は逆にとらえていて、「小倉城下町にぎわいづくり共同事業体」の方が心動かされる部分が多かった。「北九州まちづくりマネジメントチーム共同事業体」は、地元小倉の熱い思いを持っている方たちが、現在管理を行っている実状もよく分かっている、今の延長で企画を作っているが、もう少しわくわくする目玉企画が欲しいと思った。イベントでなくてもいいが、小倉城にいつ行っても、何かやっているという状況が欲しい。そこがよく分からないと感じた。SNSによる拡散や、一生懸命さや熱意は伝わるが、実際の具体的なイベントには心が動かない。「小倉城下町にぎわいづくり共同事業体」の方は、実際の実施には懸念する部分もあると思うが、あくまで行う前提で、私はこちらを高く評価した。

(構成員) 「小倉城下町にぎわいづくり共同事業体」の方は、しろテラスに関して、飲食店の印象が強く、本来あるべき方向と違うのではないかと思った。イベントに関しては、非常にわくわくする内容で興味を持ったが、私も色々なイベントに関わっていて、人を集めてにぎわいをつくることの難しさを知っているので、そのあたりを考えると、やってみるとうまく行かず、軌道修正せざるを得ないのではないかと感じた。「北九州まちづくりマネジメントチーム共同事業体」に関しては、今までの実績があり、安心して話を聞いた部分があるが、現実を知っているがためにチャレンジがないというか、わくわく感がないというか、もっと攻めて欲しかったと思う。点数の差はついたが、実績をとるか、わくわく感をとるかという中で、「北九州まちづくりマネジメントチーム共同事業体」の方がより現実的な形で管理できると思い評価した。

(構成員) 「小倉城下町にぎわいづくり共同事業体」の方が目を引くイベントを提案している。

(構成員) 確かに現状をより良くするために新たな取り組みを行い、名物をつくっていくという点は評価できる。ただそれが、歌舞伎や薪能とか、あるいは現代的なものでは怪談だとかボディービルダーによるイベントであるとか、もちろん小倉らしさ北九州らしさととらわれたら新しいものはできないだろうが、その中でも、小倉城や小倉城庭園にマッチすることは難しいと感じた。このエリアの歴史的・文化的な特徴にプラスにはなりづらいと思う。

(構成員) 「これは無理だろうな」というのが単刀直入の感想。どこかにあるものを、パッケージにして持ってきている印象で、本当にここのことを考えて、一から立ち上げているように見えない。

(構成員) 一つ一つのイベントは魅力的と思うがどうしても興行としてとらえていて、どっかのものをこっちに持ってきているように感じる。そこに、北九州市だったり、市民だったり、歴史だったりが存在しているかが見えにくい。そこにもう少し厚みや仕掛けがあれば、評価も変わったのではないかと思う。

(構成員) 歌舞伎と小倉の関連は少ないかもしれないが、実施して、継続すれば、名物になっていくと思う。きちんと実現することは、難しいという評価か。

(構成員) 大阪城で吉本興業が似たようなことを行うので、正直、比較してしまう。

(構成員) 歌舞伎は、他県でも沢山行われている。また、小倉らしさにも、そこまでこだわらなくていいと思う。北九州らしさや、北九州の歴史にインバウンドがどれほど関心を持っているか。正直、城を見に来ているだけの人が多い。

(構成員) そういう意味では、この提案は、インバウンド向けにコンスタントに小規模なイベントを回数多く行うというものでもない。一人 8,000 円の料金のものを単発で行う提案である。期待されているものとは違うと思う。年に 1 回、おそらく有名なストーリーのものを行うもので、それがインバウンドに魅力的かどうかは疑問。

(構成員) 問題は「北九州まちづくりマネジメントチーム共同事業体」の方ではないか。もっと冒険して欲しい。

(構成員) それは思う。

(構成員) すごく思う。今の延長で提案している。熱意があり、面白いイベントや、提案からの広がりも期待はできるが、もっと外からの視点で企画を行うべき。市外からも小倉に来るように、もっとフックとなるものがほしい。何か語れるものがほしい。北九州は小さなイベントが多い。もっと広く北九州を知ってもらうためには、大きなイベントが欲しい。年に 1 回でも、毎年行ってブラッシュアップしていく。それが小倉らしさであることをみんなに周知していく。意見としてそれは要望したい。

(構成員) 小倉藩は北九州市だけではない。近隣の市町村には小倉藩に関するものが、

上野焼を含めて色々ある。それらをうまく使ってほしい。指定管理者であるからこそ、行政でないからこそできることがあると思う。長州と下関をうまく活用することもできるだろう。新しいチャレンジは小倉城を通じてできると思う。そうすることが、集客にも、シビックプライドの醸成にもつながる。その枠を超えていないのが残念であり、もったいないと感じる。

- 構成員は審査項目ごとの議論を踏まえ、各自評価レベルを再考し記入。
- 各構成員の評価レベルを再度確認したうえで、検討会としての各審査項目の評価レベルを、
 - 1 指定管理者としての適性のうち、
 - (1) 施設の管理運営に対する理念、基本方針について
小倉城下町にぎわいづくり共同事業体は、3
北九州まちづくりマネジメントチーム共同事業体は、4
 - (2) 安定的な人的基盤や財政基盤について
小倉城下町にぎわいづくり共同事業体は、4
北九州まちづくりマネジメントチーム共同事業体は、4
 - (3) 実績や経験などについて
小倉城下町にぎわいづくり共同事業体は、4
北九州まちづくりマネジメントチーム共同事業体は、4
 - 2 管理運営計画の適確性に関する有効性のうち、
 - (1) 施設の設置目的の達成に向けた取組みについて
小倉城下町にぎわいづくり共同事業体は、3
北九州まちづくりマネジメントチーム共同事業体は、4
 - (2) 利用者の満足度について
小倉城下町にぎわいづくり共同事業体は、3
北九州まちづくりマネジメントチーム共同事業体は、4
 - 効率性のうち、
 - (3) 指定管理業務に係る費用について
小倉城下町にぎわいづくり共同事業体は、3
北九州まちづくりマネジメントチーム共同事業体は、3
 - (4) 収入増加に向けた創意工夫について
小倉城下町にぎわいづくり共同事業体は、3
北九州まちづくりマネジメントチーム共同事業体は、4
 - 適正性のうち、
 - (5) 管理運営体制などについて
小倉城下町にぎわいづくり共同事業体は、3

北九州まちづくりマネジメントチーム共同事業体は、3
(6) 平等利用、安全対策、危機管理体制などについて
小倉城下町にぎわいづくり共同事業体は、3
北九州まちづくりマネジメントチーム共同事業体は、3
が妥当であると決定した。

- 事務局は地元団体に対する優遇措置を反映させたいうでの合計得点を発表。
小倉城下町にぎわいづくり共同事業体は、65点
北九州まちづくりマネジメントチーム共同事業体は、78点

- 検討会としての検討結果（総合的な所見）について
どちらの団体も、特徴のある提案内容だったが、適性、有効性、効率性においては、北九州まちづくりマネジメントチーム共同事業体が優れ、適正性においては双方差がなく、合計得点において、北九州まちづくりマネジメントチーム共同事業体が上回った。小倉城下町にぎわいづくり共同事業体も指定管理者として相応しい提案を行っているが、検討会としては、合計得点や提案内容を総合的に勘案し、北九州まちづくりマネジメントチーム共同事業体が指定管理者として相応しいと判断する。市は、検討会における議論を参考に、最終決定を行われたい。

- また、付帯意見として、以下を付すこととした。
市外からの観光客や、外国人観光客の更なる増加を図るため、集客力がある新たな大型イベントを検討し実施されたい。また、しろテラスの集客にはしっかり対応いただきたい。なお、提案書記載のスタッフ制服の公募については、指定管理者の選定にかかる北九州市議会の議決後に開始するよう見直されたい。

- 意見交換を行った後、最終的な取りまとめを行い、検討会を終了した。