

(結果公表様式)

第2次東御市観光ビジョン中間見直し(案)に対するパブリックコメント結果について

1 募集の概要

件名	第2次東御市観光ビジョン中間見直し(案)について
意見の募集期間	令和元年10月1日(火)～10月25日(金)
意見の受付方法	電子メール、ファックス、郵送、担当窓口へ直接
意見の周知場所	市ホームページ、市報とうみ、市役所本館、市民ラウンジ、総合福祉センター、中央公民館、北御牧公民館、滋野コミュニティーセンター、祢津公民館、和コミュニティーセンター
結果の公表場所	市ホームページ
提出状況	(1) 提出者数 3人 (2) 提出意見数 12件(延べ数)
実施機関	東御市産業経済部商工観光課観光係 電話：0268-64-5895 ファックス：0268-64-5881 電子メール：kanko@city.tomi.nagano.jp

2 ご意見の提出状況と対応区分

区分	内容	提出者数	意見数
A	ご意見の趣旨が既に反映されているもの。	1	2
B	ご意見を反映させるもの(または修正したもの)。	1	5
C	ご意見を反映することはできないが、今後の参考とするもの。	2	2
D	ご意見を反映できないもの。 ・法令等で規定されており、市として実施できないもの。 ・実施主体が市以外のもの。 ・市の方針に合わないもの。など	0	0
E	その他のご意見(質問、感想等)。	1	3
計			12

※表中の提出者数は、一人で複数の意見を提出している場合があるため、提出者数と意見数は一致しません。

### 3 ご意見の内容と市の考え方について

番号	意見の内容	市の考え方	反映区分
1	<p>「地域の魅力再発見（歴史文化の有効活用）」フットパスツーリズム開発 観光や旅行のニーズが「モノ（行く、見る）」から「コト（体験、参加）」に変化している。 東信地域で連携して軽井沢方面から観光客を呼び込むことや、地域の団体との連携を強化し、地域資源を活用したフットパスツーリズムで誘客を図ることが必要。 （その他「歴史文化の有効活用」、「点と点を線で結びそして面へと広げる誘客」として具体的な市内の観光資源を列挙していただきました。）</p>	<p>様々なご提言をいただき、誠にありがとうございます。今後のアクションプランの展開に役立たせていただきます。 観光地域づくりが盛り上がっていくためには、ご提案いただいたような内容が地域から多数寄せられることが肝要です。今後の参考とさせていただきます。</p>	E
2	<p>「ビジョンの基本的な考え方」では、「所要の見直し」を行うとしているが、「所要の見直し」を具体的に記載するべきである。何をどう見直すのか。</p>	<p>「第2章 観光の現状と課題」に記述されています。</p>	A
3	<p>「観光の現状と課題」「①KPI（重要業績評価指標）の設置」では、一般的に実現可能な数値が設定されやすいことが散見される。また希望的数値が設定されるもする。すなわち H31 年の目標値と中間値（H30）からどのように目標値（R6）を設定したのかの解説を求めたい。</p>	<p>「第2章観光の現状と課題」の「（5）観光ビジョン見直しにあたっての視点」の記述を修正します。</p>	B
4	<p>「②観光集客核拠点の整備」では、湯の丸高原・海野宿・芸術むら公園が位置付けられているが、「観光施策の展開」のアクションプランの中にも、海野宿及び芸術むら公園に関する位置づけが求められる。</p>	<p>「湯の丸高原」は、観光素材としての要素が豊富であるため、第2次観光ビジョンのスタート時から1つの項目として特記しているものです。 なお、「アクションプランの展開」の中では、他の観光集客核拠点（海野宿、芸術むら公園、田中駅など）を含めて施策が記述されています。</p>	A

5	<p>「観光の現状と課題」「③食・物産のブランド力を活かした観光ルートの形成」は「新たな課題として掲載」というよりも「【施策2】地域資源を活かした体験型滞在観光の形成」に包摂される。【施策2】の変更として提案するのであれば、変更の意味を明確に記載するべきだ。</p>	<p>「第4章 観光施策の柱と展開」に記述します。</p>	B
6	<p>「観光の現状と課題」「④観光推進体制の充実」について、施策の4と施策5と施策7を統合したと明確に記載するべきだ。その判断において同様に記載するべきである。</p> <p>「観光の現状と課題」「④観光推進体制の充実」は時代にあった組織づくりであり、観光ビジョン及びその中間見直し(案)は「DMOを核とした観光地域づくりの推進」という現実を後から追いかけることとなった。DMOは国のrecommendationであり、観光地域づくりを担う人材の育成がより重要である。</p> <p>「観光の現状と課題」「①KPI(重要業績評価指標)の設置」については上述したが、特に(一社)信州とうみ観光協会の自主事業及び共催キャンペーン等数のKPI(重要業績評価指標)の目標値について、Actに関わるため、Do及びCheckにかかわるため説明がなされるべきである。</p>	<p>施策の7項目から4項目への再編成の理由については、「第4章 観光施策の柱と展開」の記述を修正します。</p> <p>この他のご意見については、今後の参考とさせていただきます。</p>	B
7	<p>「観光の現状と課題」「⑤インバウンド観光の推進」は「(4)訪日外国人旅行者の受入環境の整備と誘客促進」とされているが、「インバウンド観光の推進」という表記の方が理解しやすい。また、「【施策1】観光集客各拠点の整備」に位置付けられているが、イメージがないのかKPI(重要業績評価指標)の目標値が設定されていない。目標値の設定が求められる。</p>	<p>「訪日外国人旅行者」という標記を、「インバウンド」に統一します。</p> <p>なお、インバウンドは急速に注目されている項目であることから記述を加えたものですが、KPIについては、既設の目標値「来訪者数」、「観光消費額」等に内包されています。</p> <p>今後はインバウンド独自の指標設定も必要であると認識しています。</p>	B

8	<p>「観光ビジョンの基本方針」の見直しを計画後半の5年間に目指す姿について基本方針を見直すというのであるが、基本方針の見直しはActに関わるため、Do及びcheckを整理して、見直しの基本的な指針を明記するべきである。</p>	<p>基本方針の見直しは行っておりません。</p>	E
9	<p>①観光施策の体系について、「施策」を4項目に統合する変更の説明及び「施策」とアクションプランの関連の説明を示すべきである。</p> <p>②「民泊・農泊」及び「関係人口の創出」等のアクションプランの追加理由の説明、アクションプランと施策の体系との関連を説明すべきである。</p>	<p>①施策の7項目から4項目への再編成の理由については、「第4章 観光施策の柱と展開」の記述を修正します。</p> <p>②「民泊・農泊」及び「関係人口の創出」を追加する理由については、同章「2 観光施策の展開」の「【施策2】地域資源を活かした体験型滞在観光の形成」に記述します。</p>	B
10	<p>「観光地域づくりを担う“おもてなし”人材の育成」が重要であり、同時進行している「第2期東御市まち・ひと・しごと創生総合戦略」の策定と統合性を持たせ、人口急減と超高齢化、東御市の産業構造の変化を見据え地域経済の巡回をどう実現するかという視点が求められる。「おもてなし人材の育成」では「市民や団体、事業者などが主体的に進める観光振興活動」をどう支援するのか。「地域づくり担当部署」とどう「連携」を図るのかするのか。「学習機会の確保」「新たな人材の確保」についても具体的な提案を求めたい。また高齢化社会におけるcivil minimumを基本として、観光拠点を含む地域別方面と循環のネットワーク型移送を思考すべきである。</p> <p>上田市は2018年度に「立地適正化計画」を策定した。当該計画を策定しなければ国のrecommendationはないというのであるが、しかし上田市の担当職員は上田の独自性を持たせた計画であると釈明したのである。</p> <p>東御市には「第2次東御市観光ビジョン中間見直</p>	<p>ご意見として承ります。</p>	E

	<p>し」にあたっては、ひな形の焼き直しやコンサル丸投げではなく、市民とともに東御市独自の計画を策定するとの矜持を期待したい。「第2次東御市観光ビジョンの見直し」にあたっては、市民議論の場を設けるなど、市民の観光ビジョンの中間見直しに市民の参画の機会を設けてほしい。</p>		
11	<p>本パブリックコメントは「第2次東御市観光ビジョンの中間見直しのため、骨格的な変更は想定されていないであろう。基本方針は変えられない。しかしながら第2次東御市観光ビジョン計画と東御市の観光施策の実際の乖離が課題とされているのは明らかである。課題の中間見直し(案)への反映は「中間見直し(案)概要」では、市民にとって不明確である。体系だった「第2次東御市観光ビジョン中間見直し(案)概要」及び「第2次東御市観光ビジョン中間見直し(案)」の提案が求められる。</p>	<p>ご意見として承ります。</p>	E
12	<p>どんな情報発信が効果的であり魅力的であるかについて、マーケティング調査に重きをおくより、東御市が「うり」にしたいものを自信をもって情熱的にアピールすることが大切。例えば、100人中50人が「まあまあいいね」と感じるよりも5人が「超イケてる！」と感動したほうがリピート率、口コミ伝播率、訪れる人アップにつながるのでは。</p> <p>スマホで何でも調べられる時代だが、紙媒体は印象に残りやすく見やすい。</p> <p>一冊に多くの情報を盛り込んだパンフレットも必要だが、地域の人々も対象にした、個々の興味にあわせたパンフレットをぜひ作ってほしい。</p>	<p>マーケティング調査は、効果的なプロモーションを行うために実施しています。</p> <p>添付していただいたパンフレットについては、今後の参考として活用させていただきます。</p>	C