

倉吉市観光ビジョン策定に係るパブリックコメントの結果について

1 パブリックコメントの実施について

倉吉市観光ビジョンの策定に当たり、次のとおり広く一般に意見を募集するため、パブリックコメントを実施しました。

- (1) 募集期間 平成29年4月17日(月)から4月30日(日)まで
- (2) 募集方法 市内公共施設等への専用ポスト設置及び公式ウェブサイトにより周知
- (3) 応募件数 2件(電子メールによるもの1件、ポスト投函によるもの1件)

2 パブリックコメントの内容と対応方針について

No.	意見(要旨)	対応方針(案)
1	<p>02 観光を取り巻く背景</p> <p>2 鳥取県・中部圏域における戦略の体系</p> <p>(2) 鳥取県中部圏域の観光戦略・基本理念</p> <p>4 本市における観光の現状</p> <p>「鳥取中部広域観光ビジョン」(鳥取中部ふるさと広域連合策定)にも本ビジョンにも、目標数値(KPI)として「観光消費額」の記載がされていないが、必要な指標ではないか。地方創生の目的のひとつにはそこに住む人の所得向上という意見もあるなかで、観光で稼いだ金額を正確に把握することは、PDCAサイクルを正しく回していくためには必須である。</p>	<p>「観光消費額」については、観光振興を図る上での指標として非常に重要なものと考えますが、旅行形態(個人旅行、広域周遊)の変化により市町村単位での観光消費額の把握が困難になっており、指標には設定しておりません。市町村単位あるいは中部圏域での「観光消費額」を把握するための調査を行っておらず、把握する術がないというのが実情です。</p> <p>現状では、国や県のデータを参考にしながら消費動向調査などの把握に努めます。また、必要に応じて市内景気動向調査や個別の事業者へ聞き取り調査を行い、消費動向を把握していきたいと考えます。</p>
2	<p>03 基本理念</p> <p>1 基本理念</p> <p>基本理念について。「時空往来」という四字熟語は難しくわかりにくい。「あの日へタイムスリップ」や「昭和へタイムスリップ」のようなものの方が分かりやすいと思う。また、「充(み)ちる」と読めない人もいるのではないか。</p>	<p>基本理念に記載しているビジョンワードにつきましては、本ビジョン策定プロセスにおいて、観光関係団体、市民団体等の皆さまの参加による「倉吉市観光ビジョン策定検討会」で協議し、さまざまな意見をいただきながら決定させていただきました。なお、「あの日」はそれぞれ感じられる時期が異なるとの意見もあり、具体的な時期の表現は避けたものです。</p>
3	<p>03 基本理念</p> <p>3 地区軸：国内／国外</p> <p>日本国内で人口減少が進む今、引き続き拡大を見込めるのはインバウンド客。2020年には東京オリンピックも予定されており、ますますイ</p>	<p>現在、少子化や旅行離れが進む日本の観光業界・市場において海外からの旅行客は、重要な位置づけとなっております。</p> <p>本市におきましても、東京オリンピックで正式種目となるスポーツクライミングのアジア大会や、2021年には関西ワールドマスターズゲーム</p>

	<p>ンバウンド客は増えていくことが予測される。インバウンドの受け入れ体制の取り組みを2019年からとしているが、遅すぎるのではないか。</p>	<p>ズの自転車競技（トラック、ロードレース）の開催が決定しているなど、スポーツコンベンションの分野においても、インバウンドの増加が予想されます。</p> <p>こうした状況の中、山陰インバウンド機構や鳥取中部観光推進機構等との連携を図りながら、大山隠岐国立公園満喫プロジェクト等の近隣のインバウンド施策に沿った誘客展開を意識しておりますが、市内の取り組みとしては、まず受入環境の整備といった課題感をクリアすることが必要と考えています。受入体制整備がまさに今行うべきものにとらえており、こうした取り組みを踏まえて、2019年から積極的なインバウンドの受け入れを展開することを目標とします。</p> <p>なお、インバウンドの受入体制の推進は2017年から取り組むべきものであり、P24の表中の2019年に記載されている「インバウンドの受け入れ体制」は削除し、2017年へ追記します。</p>
4	<p>03 基本理念</p> <p>5 顧客軸：戦略ターゲットの設定</p> <p>ターゲットの表の内、ターゲットとして設定されていない部分はどのようにするのか。特に関西からの来訪も重要と考えるが、関西圏ほどの年齢層もターゲットとされていない。</p>	<p>戦略ターゲットは、調査の結果や、市民が往来する観光地の創造という観点から、初年度に主とすべきエリアや年代を示したものであり、まずはその層をメインターゲットとして策を打っていくことが重要と考えています。</p> <p>関西圏についても、中国圏に次いで来訪者が多い地域であり、非常に重要なターゲットであるため、メインターゲットからエリアや年代を広げていく2018年から、新たにターゲットとして設定し本格的に集客へ向けた取り組みを行っていきます。</p>
5	<p>03 基本理念</p> <p>3 地区軸：国内／国外</p> <p>ターゲットの一つとして、「ひなビタ♪ターゲット」を設定しているが、あまりに絞りすぎではないか。この施策による経済効果はいくらくらいを見込んでいるのか、数字は出しているか。</p>	<p>「ひなビタ♪」とは、(株)コナミデジタルエンタテインメントが展開する、ウェブ連動型キャラクターバンドコンテンツです。架空の町「倉野川市」を舞台に、地域活性化のテーマの下5人の女の子がバンド活動を行い、そのストーリーやその過程でつくられる楽曲を楽しむことができる新たな形のコンテンツとなっています。この「倉野川市」が倉吉市とよく似ていることから、2016年4月にウェブ上の架空の都市と実在の都市としては</p>

		<p>日本初となる姉妹都市提携を締結し、様々な企画やイベントを行っています。</p> <p>姉妹都市提携を記念して2016年4月に開催したイベント「くらよし桜まつり♪」では、2日間でほぼ全都道府県から延べ6,000人の来訪があり、その経済波及効果は1億5千万円と算出しています。(総務省「平成23年産業関連表による経済波及効果簡易計算ツール(統合大分類(37部門) Ver.2)」より算出) また、来訪者へアンケートを行ったところ、全体の約3割が関東からの来訪であり、通常のエリア別観光客の比率(関東からの来訪は全体の1割程度)からすると際立った特徴を持っています。</p> <p>絶対数は多くはないものの、倉吉市における特徴的な素材であることからサイドターゲットとして設定し、倉吉市の持つ本質的な魅力を伝えることで今後の継続的な集客へつなげていきます。</p>
6	<p>04 解決すべき課題・戦略の柱・施策の方向性 (3) 戦略の柱3 受入環境の整備</p> <p>観光客の受け入れ環境整備を進め、「選ばれる観光地」として確立することが必要。具体的には、伝統的建造物群保存地区の無電線化、トイレの温水洗浄便座の整備が必要と考える。前者については、そうなっている観光地と比べると魅力が劣る現状からの脱却を図るため、後者はインバウンドを狙う上では必須のものである。</p>	<p>伝統的建造物群保存地区の無電線化やトイレの温水洗浄便座の整備については、選ばれる観光地を目指す上でも、インバウンドを狙う上でも非常に重要な課題と考えます。</p> <p>倉吉市では、調和のとれたまちなみを形成し、歴史的な建造物等の資源を活かしたまちなみ環境の整備を目的に、「倉吉打吹地区街なみ環境整備事業」を進めています。この中で、伝統的建造物群保存地区における歴史的な景観の整備や災害に強いまちなみの整備をめざし、一部で電線地中化を行う方針を定めています。しかし、実施にあたっては多額の事業費を要することから、現時点で具体の計画はありません。</p> <p>また、トイレの温水洗浄便座の整備については、現段階では具体的な計画はないものの、検討を進めていくべき課題であると認識しています。</p>
7	<p>観光施策全般について</p> <p>投入できるリソース(資金・資源)が限られる中、中長期的な視点からその施策が無駄にならないよう注意が必要。例えば、AI技術の進歩</p>	<p>具体例としていただきましたAI(人口知能)技術を含め、IoT: Internet of Things(モノのインターネット)や生体認証といった最新技術の導入がこれからのインバウンド観光に必要な不可欠であると考えます。本ビジョンのコンテンツ・メ</p>

	<p>により音声認識や自動翻訳は飛躍的に進化している今、インバウンド環境の整備では、このような機器を用いることを前提に行った方がよい。P42 では、案内サインの整備について謳われているが、同じ議論が東京オリンピックに向けてなされている。そのような成果を流用することができればリソースも節約できる。</p>	<p>ニュー案で触れさせていただきます。また、案内サインの整備についても、他地域の状況も参考にしながら、インバウンド対応も見据えた共通のデザインの導入を進めたいと考えます。</p>
8	<p>観光施策全般について</p> <p>観光施策を検討・実施するにあたっては、倉吉市単独では効果が薄いため、他市町との連携が重要である。メディアへの露出が少ないため、認知度も低い。</p>	<p>鳥取県中部においては、中部1市4町及び岡山県蒜山地域の行政や観光関連団体等が一体となり広域観光に取り組むため、平成17年から、「とっとり梨の花温泉郷広域観光協議会」を組織し、広域観光に取り組んできました。また、2016年1月には、この組織を法人化し、旅行業を登録するなど、さらなる圏域への誘客効果を図るため、観光地域づくりを担う法人（日本版DMO）として、（一社）鳥取中部観光推進機構が設立されました。</p> <p>ご意見のとおり、観光振興は山陰、県、周辺自治体などの広域観光圏での取り組みや情報発信が重要です。P35の施策の方針の中で広域観光の推進を定めており、効率的・効果的に国内外に対しての観光宣伝や観光客の誘致、受入環境の整備が行えるよう関係機関と連携を図っていききたいと考えます。</p>
9	<p>観光施策全般について</p> <p>行政だけでこのような計画を策定するのではなく、市民にも集まってもらい意見交換をする場を設ける必要がある。</p>	<p>本ビジョンの策定にあたっては、観光関連団体や市民組織などを対象としたワークショップを3回開催しました（参加者延べ90人）。ワークショップでは、本市における観光の課題や現状、キーワード、地域資源の掘り起し等を行いました。</p> <p>また、ワークショップにて出された意見やアイデアを取りまとめ本ビジョンへ反映させるために、特に経済活動が直結する観光関係団体や、市民組織等で構成するビジョン策定検討会での意見を踏まえて、素案を作成したものであり、行政だけで策定したものではありません。</p>
10	<p>観光施策全般について</p>	<p>本市が描く観光ビジョンを広く市民の皆さんに知っていただき、おもてなし意識を醸成するた</p>

	全体的に文字が多すぎる。43 ページを 10 ページ程度にまとめる工夫がほしい。	めに、本ビジョンの策定に合わせて、A3 サイズ 1 枚ものの概要版も発行することとしています。
--	--	---