

【様式第5号】

諏訪市観光グランドデザイン（案）パブリックコメントにおけるご意見と市の考え方

整理番号	計画・条例(案)の該当箇所		意見の概要	市の考え方	対応区分
	ページ	項目			
1	7	2 “SUWAらしさ”の発信と戦略的プロモーションの強化 ②デジタルメディアを中心とした効果的な情報発信の強化	諏訪市の観光面で情報発信の強化は一番大切なことと感じています。今までの観光パンフレットや観光協会のHPなどだけに頼らず、市民からの発信も重要です。場所や季節、日時の違いでいろいろな表情の諏訪湖がリアルタイムで見られたらもっと諏訪湖の魅力が伝わります。 霧ヶ峰の花だよりは霧ヶ峰自然保護センターのHPでも見られる。こことリンクさせることも大事。要はリアルな今の諏訪の観光を日々伝える必要があるのではないのでしょうか。それに関してSNSはとて有効なので、市民や民間との連携協力を文章の中に盛り込めるのなら入れてほしいです。	市民や民間との連携については特定の項目に限らず、本グランドデザイン全体の軸となっているため本項目には記載しませんが、SNSを活用した魅力発信を行政だけでなく市民や民間事業者と協働して推進してまいります。	B
2	7	2 “SUWAらしさ”の発信と戦略的プロモーションの強化 ④諏訪湖イベントひろばを中心とした産業観光の活性化	タッチポイントの意味は？カタカナを使わずわかるように書いてほしい。こういう言葉を書いた職員はわかってもこれを読む市民は理解できるのか考えてほしい。	観光分野における専門用語を使用しているため、市民のみさんにも伝わるように用語集を追加いたします。	A
3	8	4 “SUWAらしい”郷土愛とおもてなしの磨き上げ ②観光ブランドの定着によるシビックプライドの醸成	上段と下段は表現は違うが内容は全く同じことが書いてあるように感じます。上段が市の方針で下段がシビックプライドの醸成についてでしょうか。	上段については、②観光ブランド定着によるシビックプライドの醸成についての概要を説明しており、下段についてはその中でSUWAらしさとなる事柄を細かく記載しています。	C
4	8	4 “SUWAらしい”郷土愛とおもてなしの磨き上げ ②観光ブランドの定着によるシビックプライドの醸成	「諏訪の国」の浸透をきっかけに諏訪市に愛着をもつことでおもてなしが磨かれ～とあります。これは市民が・・・ということであれば現実離れしているように思えます。観光に携わらない市民の観光への関心は低く、「諏訪の国」という名称や意味すら認知されていないのが現状ではないでしょうか。また、観光客と地域住民の間に交流がうまれることで～とありますが、観光客と地域住民の交流は何か仕掛けがないとできないものだと思います。 可能ならこのような文にしてみたらまだ現実味が出ます。 「諏訪の国」の浸透をきっかけに諏訪市に愛着を持つことで～ →「諏訪の国」の浸透を図るとともに、市民が諏訪市の魅力や観光資源を再発見して諏訪市に愛着をもつことで～	「諏訪の国」については、諏訪地方観光連盟において「諏訪の国ブランド」として商品認定しており、今後も継続して地域の事業者と連携しながら諏訪の国の浸透と市民との交流を図ってまいります。 スペースの関係上追記はできませんが、本グランドデザインをきっかけに市民のみさんが諏訪市の魅力や観光資源を再発見できるような事業を推進してまいります。	B
5	3	2.観光グランドデザインとは何か	体験プログラムの中での交流など、諏訪市の講座や講演会などをもっと広く公開し他市町村、他の都道府県からも来てもらうことは諏訪市の関係人口を作る上で有効です。	関係人口の創出については、国や県の観光施策に大いに盛り込まれている重要な要素であるため、本グランドデザインにも記載いたします。	A
6	-	全般	新聞でこのグランドデザインは期間や数値目標がないとありましたが進捗はチェックしないのでしょうか。 また、このグランドデザインをもとにした個別の計画などはたてる予定はありますか？	今後、本グランドデザインを基にした施策を進めていく中で、観光客や観光事業者、市民団体などからさまざまなニーズを吸い上げ、観光分野における時代のトレンドも加味しながら観光グランドデザインのブラッシュアップを図りたいと考えております。	C

7	-	全般	<p>地域住民として何をすべきか、特に農村地帯をどう考えるか。P22に記載してある関係団体のワークショップには、農民の代表者やJA(農協)の方は参加していない。市の観光事業にどう貢献すべきか考えます。市の観光デザイン=農村を考えませんか。</p> <p>農産物は米、トマト、いちご、花、りんごなどがあります。すでにいちご栽培は1、2月冬季の閑散期に営業して人を集めて観光に寄与しています。又お米についてもオーナー制度を活用して、都念の家庭と契約して田植え、草取り、稲刈りそして[おいしい諏訪の米]の収穫などに手伝い、諏訪に来て頂ければ客と農家のプラスになるかと考えます。そうすればP8右下に記載されている、地域住民との交流ができます。他の農産物についても方法を考えましょう。</p>	<p>農林水産省では農山魚村に宿泊して食事や体験を楽しむ「農泊」を推進するなど、インバウンドを含む国内外の観光客を呼び込む観光コンテンツとして農業と観光の連携は重要な要素だと考えています。本グランドデザインはビジョンであり特定の施策を記載するものではありませんので追記はしませんが、今後本グランドデザインを基にした施策を講じていく上で、担当課と協議をしながら農作物の活用や農業体験による誘客などによる地域の活性化を検討してまいります。</p>	B
8	-	全般	<p>カタカナ用語が多くありませんか。デジタル化時代の先端を表す用語を活用するのも結構ですが、意味がわからない用語では理解できない。</p> <p>ニューツーリズム、インバウンド、シビックプライド、トレイルコース、ヘルスツーリズム、ユニバーサルツーリズム、ワーケーション、グランピング、デュアルライフ、オーバーツーリズム、アクティビティ、一般の市民がこの用語を全部わかる方がいますか？もっと柔らかな表現に出来ませんか。場合によっては後ページに、用語解説を入れるべきだと思います。</p>	<p>整理番号2と同様</p>	A
9	12	7-1.策定の背景	<p>P12の左下に「SDGsを更に重視」と書かれています。SDGsに関してこんな感じでよいですか。持続可能な開発目標を眺めて見ますと「目標7エネルギーをみんなにそしてクリーンに」「目標11住み続けられるまちづくりを」でそれぞれのターゲットを見ますと、当地に関係するような項目が多くあります。しかし主観とする観光面から見て、このSDGsを表だつて前面に出すことはどうかと思いますので、観光事業の裏方として検討している事もどこかに明記したらどうですか。SDGsはすでに多くの国民に知られ、浸透して来ています。この冊子を見てSDGsも、検討していると感じてくれれば、観光事業に対しても安心感を持ってもらえると思います。</p>	<p>今後本グランドデザインを進めていく上でSDGsは必要不可欠と考えますので追記いたします。</p>	A
10	5	<p>1 地域資源を最大限に生かした「SUWARらしさ」の創出</p> <p>①自然環境(諏訪湖・霧ヶ峰・山岳)を活用した魅力の創出</p>	<p>重要な観光資源である立石公園について言及されていない。現状、県外からも多くの観光客が訪れており、渋滞や駐車場不足で近隣住民が迷惑するケースがある。また、多くの観光客が訪れているにもかかわらず観光収入につながっていないことも課題。</p> <p>ついでに、以下のような施策の検討をお願いしたい。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・駐車場の拡張(有料化)とアクセス道路の整備</li> <li>・カフェや売店、温泉などを整備して訪問目的地となるような施設の整備(ワーケーション機能があるとよい)</li> <li>・周辺トレイルの整備(立石公園～大見山までつなげる)</li> </ul> <p>観光資源として十分に活用されることを期待しています。</p>	<p>本グランドデザインは長期的な目線で諏訪市の将来像を描くビジョンであり、具体的な施策を示すアクションプランではないため特定の取り組みを記載するものではないと考えております。立石公園の観光資源としての活用や課題については認識しておりますので、今後、担当課と協議をしながら本グランドデザインを基にした施策を講じていく中で参考にさせていただきます。</p>	B
11	4~8		<p>「SUWAらしい」「SUWARらしさ」とは市民と行政の共通認識のもとで捉えてほしいと思います。自然環境ということでは、他所にない非常に恵まれた環境にあると思います。</p> <p>市民がその自然の恵みを如何に享受し、また如何に守っていくのか。そして諏訪市民が住み良い町として実感することが出来るまちづくりをしている姿こそ、魅力ある暮らしの中の「SUWARらしさ」が伝わっていくものだと思います。この観光グランドデザインで、数々の誘客アイテムを列挙しても、今までどおりの観光客は期待出来ない時代に来ています。諏訪湖といえば花火大会のように一日一極集中するイベントは限界にきていますし、諏訪湖自体も悲鳴をあげている状態です。あくまで諏訪湖が主役であって、舞台ではないことをそろそろ認識しなければ、「観光グランドデザイン」は日本の高度成長期の発想と同じ繰り返しになってしまいます。観光客が来てくれそうなものを列挙する前に、インフラの整備、(国道、歩道、市内小川川含めた散策路など)歩いていて楽しくなるまちづくり、佇んでいても飽きない水辺。先ず活き活きした市民の暮らし、生活環境が一番の魅力としてあれば、国内外に「SUWARらしさ」をアピール出来るものではないかと考えます。</p>	<p>本グランドデザインは、作成のプロセスとして市若手職員や地域の事業者、市民団体などと協働で作上げたビジョンになります。このグランドデザインを共通認識とし、行政・観光事業者・市民と協働しつつ、インフラ整備やまちづくりなど、都市計画の分野とも連携しながら事業を進めてまいります。</p>	B

12	4~8	4.ビジョンごとのSUWAらしさ	この諏訪市観光グランドデザイン(案)を拝見して、素晴らしい要素が沢山ありますが、芸術・音楽文化面(コンサートホールなど)の要素が乏しいです。自然環境を活かした芸術文化発信の場はこれからの観光地のアイテムとして重要な要素だと思います。どこに向かっていくのか、この観光グランドデザイン策定にあたって、そろそろ行政は具体的なアクションを起こさないと諏訪市はどんどん遅れをとってしまいます。	本グランドデザインの中には項目として明記していませんが、ビジョン1の「地域資源を最大限に生かした“SUWAらしさ”の創出」として、今後の施策を講じていく上で諏訪湖周りに点在する数多くの美術館・博物館や、ワークショップに参加いただいた芸術関係事業者の皆様と連携した魅力創出を検討してまいります。	B
13	-	全般	このグランドデザイン策定を通して、諏訪市はどんな役割を果たすのか明確にすべき。 「諏訪市若手職員も参加して・・・」とあるが、他団体と一緒にアイデア出で終わるのでなく、具体的な施策の展開につながるコンセプトに落とし込むことが果たすべき役割と考えます。具体的に「SUWAらしさ」をしっかりと落とし込むべきと考えます(コンサル業者任せでなく)。	本グランドデザインは、作成のプロセスとして市若手職員や地域の事業者、市民団体などと協働で作上げたビジョンになります。また、長期的な目線で諏訪市の将来像を描くビジョンであり、具体的な施策を示すアクションプランを記載するものではないと考えております。今後事業を進めていく中で、官民連携のプラットフォームを構築していきながら、民間主導で持続可能な観光地を目指してまいります。	B
14	3	2.観光グランドデザインとは何か	グランドデザイン策定の目的を明確化すべき。目的は観光振興か？観光振興だけが目的なのか？私は住民のための目的もあると考えます。市民が心豊かに過ごせることが、諏訪市の持続・維持につながることを考えます。以下のようなスバイラルを回すことも考えるべきと思います。 →まちづくり・観光の目的=地域の価値・眠れる資源の再発見 →地域住民が地域で暮らす意義や価値を感じて心豊かに過ごせる →Uターンやターンの促進につながる	諏訪市観光グランドデザインは、行政・事業者・市民が一体となって観光による地域活性化を目指すことにより、諏訪市を訪れた人だけでなく、諏訪市に住む人にも恩恵をもたらすビジョンだと考えています。市民の皆様が愛着を持てる観光地にすることで、誇りをもって心豊かに過ごせることにより、移住・定住にもつながるような施策を検討してまいります。	B
15	5	1 地域資源を最大限に生かした“SUWAらしさ”の創出 ①自然環境(諏訪湖・霧ヶ峰・山岳)を活用した魅力の創出	自然を活かしたアクティビティは大いに生かすべき、でも、諏訪湖は臭います。汚いです。残念に思います。やはり気になるのは諏訪湖の花火です。諏訪湖の花火は環境に非常によくはないのでは、水質はよくないし、生き物の生態系にもよくない。花火の為に諏訪湖の周辺の木は切られました。花火を楽しみにしている人も沢山いらっしゃいますが、期間がながすぎる、自然と花火の環境のバランスを検討し、自然が残る、生きていける範囲でやって欲しい。	諏訪湖の花火をはじめとした自然環境を生かした観光コンテンツを造成する上で、持続可能な観光地を目指していくためにも環境保全の視点も考慮した取り組みを推進してまいります。	B
16	5	1 地域資源を最大限に生かした“SUWAらしさ”の創出 ②温泉地としての魅力発信と環境整備	温泉がどこでも入れるようになってほしい。温泉を管理する人が高齢化してきて、資金の面でも閉鎖してしまうのは本当に悲しく思います。平湯しかり、市や若い人がサポートして、小さい温泉がどこでも入れて、諏訪の魅力が増すような温泉の仕組みを作って欲しい。	上諏訪温泉は、旅館・ホテルだけでなく共同浴場など地域に根付いた資源である反面、ご指摘の通り、維持管理の観点から閉鎖してしまう浴場もあります。今後、本グランドデザインを進めていく中で温泉旅館組合をはじめとした地域の観光事業者と連携して、温泉地としての魅力発信に努めてまいります。	B
17	6	1 地域資源を最大限に生かした“SUWAらしさ”の創出 ③伝統文化(歴史・ものづくり・食)が根付くまちづくり	伝統文化も自然があつてこそ、自然を壊して便利を求める時代はこれからの諏訪には似合わないと思います。自然を守り、その中で、快適に暮らせる仕組みはシンプルに考えたら出てくる、観光が主な諏訪ですが、諏訪市民が幸せで観光客はその幸せな雰囲気を楽しめる取組がほしい。	伝統文化が根付くまちづくりとして、伝統を受け継いできた人(市民)と協働しながら魅力を創出していくことが重要だと考えています。その中で市民が諏訪市を誇りに感じ、愛着を持っておもてなしができるようなまちづくりを推進してまいります。	B
18	8	4 “SUWAらしい”郷土愛とおもてなしの磨き上げ ①観光振興を支えるキーパーソンの育成	長期滞在する理由は、都心より、アクセスが良く、自然を満喫出来て、生活に困らないという所、それ以上の便利性を求めるときがないので、今ある資源で内容の見直しで十分いいし、今の若者はそういうスキルを持った人がいっぱいいるので、そういう人の力を借りて、人が人を呼ぶ諏訪市になって欲しい	本グランドデザインを実現していく上で、観光分野のキーパーソンと連携して事業を進めていくことが重要だと考えています。	B
19	8	3 官民連携/広域連携による“SUWAらしさ”の強化 ①交通ハード整備による交通利便性を活用した広域誘客の促進	バイパスも10キロトンネルで、観光の一環位は入らない。ましてや活断層、災害があったときに一番につぶれるトンネルになるかもしれない。その不安を是非拭って頂きたい。酒蔵迄の観光巡りもそうだし、現国道の歩道の整備、車いすでも安心して歩ける道をすぐに作って欲しいと思う。	国道20号諏訪バイパスの対する心配の声については、住民要望や市長意見などを通じて、事業主体である国などへ伝え、対策を検討いただくなど官民連携して進めております。現国道などの改良については、各道路管理者で情報共有を図りながら、広域誘客に向けた交通整備を検討してまいります。	B

20	3~7	全般	諏訪市の観光客入込客数と宿泊客数が年々減少して日帰り客が約90%で通過型観光地になっている。その原因は、諏訪地域が地理的な問題で目的観光地への通過地となっていること、温泉、花火、高原という当市が持っている観光資源の魅力が薄れてきているためと思われる。これを押しとどめる温泉と花火の再活性化策を提案する。	本グランドデザインは長期的な目線で諏訪市の将来像を描くビジョンであり、具体的な施策を示すアクションプランではないため特定の取り組みを記載するものではないと考えております。 本グランドデザインにも記載のとおり、温泉や花火は重要な観光コンテンツと認識していますので、今後の取り組みにおいて参考にさせていただきます。	B
----	-----	----	---	--	---

対応区分	対応内容
A	計画案を修正・追加する。
B	計画案は修正しないが、今後の取り組みにおいて参考にする。
C	検討の結果、計画案には反映しない。