

## 第2次亀山市観光振興ビジョン（最終案）に対する意見への回答

産業環境部商工観光課

### 【個別意見】

該当ページ	項目	意見	回答
全体	全体	亀山市の知名度アップ、観光・ビジネスでの集客、「亀山ブランド」を中心に購買意欲を向上させる施策が重要と考えるため、関連する記載がないので、記載すべきである。	基本方針にも掲げる「まちづくり観光」を推進することで、ご意見のような成果を得られるよう、本ビジョンの22ページに示すような好循環を創り上げていくことを目標としています。この目標を達成するため、3つの基本戦略と11の施策を掲げており、知名度向上や集客なども含めた取組を行うこととしています。
8	第2章 亀山市の観光を取り巻く現況 3 亀山市の観光に関する現況 1. 第2次亀山市総合計画における位置づけ	成果指標として「まちづくり観光」に関わる団体数の記載があるが、大半が観光と関係ないグループ・団体であるとする。「まちづくり」と「観光」を切り離して目標を記載すべきである。	「まちづくり観光」とは、地域と住民が主体となって、地域資源と定住環境、来訪者満足度の三者が調和する総合的なまちづくりとしての取組を意味するもので、その取組の結果が観光振興につながっていくという考え方です。本ビジョンでは、「観光まちづくり」とせず、あえて「まちづくり観光」としている背景には、「素晴らしいまちづくり」こそが結果として多くの来訪者をひきつけ、地域観光につながるという考えがあることから、一見観光とは直接関係のないグループや団体も、まちづくりの観点から含んでいます。

該当ページ	項目	意見	回答
8	<p>第2章 亀山市の観光を取り巻く現況</p> <p>3 亀山市の観光に関する現況</p> <p>1. 第2次亀山市総合計画における位置づけ</p>	<p>施策の方向性に「観光プロモーションの強化」とあるが、その方向性をうかがえる文言がビジョンのすべてにおいて記載されていない。</p> <p>観光振興ビジョンの最優先のテーマとして方向性を示すべきである。</p>	<p>観光プロモーションの重要性については、まず17ページの(3)まちづくり観光の推進の中で課題として捉えています。そして、本市の観光振興において、これまでの「まちづくり観光」の考え方を継承し、基本方針にも推進していくことを掲げています。このことから、この基本方針の実現のためには、観光プロモーションは重要な施策の一つであり、具体的には、基本戦略2の中にあるように観光統計データの収集や分析により効率的・効果的なプロモーションを展開していきます。</p>
33	<p>第4章観光振興に向けた方策</p> <p>2 観光振興のための施策</p> <p>基本戦略1 観光資源のクオリティアップ</p> <p>1-1 新たな観光資源の創出</p> <p>施策1 地域資源の創出</p> <p>具体的な取り組み事業の方向性</p>	<p>「市内には、まだまだ知られていない地域資源が多くあり、その時々地域資源や人材に注視し、地域の魅力再発見に努め、情報発信に努めます。」とあるが、既存の地域資源、歴史遺産を活かせていないと考えるため、新たな取組よりも、既存の観光資源に対し詳細で的確な情報発信や紹介を検討すべきである。</p>	<p>ご意見のとおり、既存の観光資源に対して、詳細で的確な情報発信や紹介を行うため、「まちづくり観光」の考えの下で、市民や関係団体と協働しながら、地域の魅力再発見に努めるとともに、ブラッシュアップ（魅力向上）を図っていきます。このように、既存の観光資源をもう一度見つめ直すことで、これまで伝え切れなかった魅力が地域内外の人に伝わる情報発信や紹介ができると考えます。</p>

該 当 ページ	項 目	意 見	回 答
37	<p>第4章観光振興に向けた方策 2 観光振興のための施策 基本戦略1 観光資源のクオリティアップ 1-3 観光資源の磨き上げによる魅力度の向上 施策3 自然観光の磨き上げ 具体的な取り組み事業の方向性</p>	<p>亀山ブランドとして認定した17品目に対して、行政として具体的に販売戦略や販路の拡大など、知名度向上に向けた対応、今後の展開を記載すべきである。</p>	<p>亀山ブランドについては、ブランド認定事業とステップアップ支援事業、コミュニケーション戦略9の3つの柱で取り組んでいます。これらの考え方は、観光プロモーションとも連携しており、ご意見の具体的な販売戦略や販路拡大などの取組もこの事業の中に含まれています。</p>
39	<p>基本施戦略1 観光資源のクオリティアップ 観光資源の磨き上げによる魅力度の向上 施策7 観光施設の再整備と組織力強化</p>	<p>様々な取組により、観光資源の充実化が図られてきているが、さらに活かしていくために、観光協会との連携だけでは十分な効果が得られない。観光施設の再整備も当然必要であるが、組織再編を機に亀山ブランドや亀山7座トレイルの展開などを充実させ、亀山市の観光資源全体に厚みを出すためにも、市の人員体制の見直しを図るべきである。 また、法人化された観光協会の更なる強化のため、市の職員などの出向なども検討すべきである。</p>	<p>組織・機構の改革により、観光振興と亀山ブランドを含む物産振興が一つになったことで、より連携した展開が図られるようになりました。また、エコツーリズムについても部内で連携し、体制の充実を図ったところです。 観光協会についても、観光と物産の両側面からこれまで以上の連携を図り、また「まちづくり観光」の考えのもと、地域や市民との協働や三重県観光連盟をはじめ関係機関との連携も強化しながら取り組んでいきます。</p>

該当ページ	項目	意見	回答
40	第4章観光振興に向けた方策 2 観光振興のための施策 基本戦略1 観光資源のクオリティアップ 2-1 効果的な情報発信と観光DXの推進 施策8 効果的な情報発信と観光DXの推進	情報発信と観光DXは別テーマで設定すべき。DXに関する取り組み内容が記載の内容だけでは不十分である。情報発信のための観光DXではなく、リアルな観光の体験価値を高めて新たな観光需要を生み出すためにデジタル技術を活用すべきである。具体的にはNFT（偽造不可能なデジタルデータ）サービスの展開など検討すべきである。	本市の観光振興に当たって、本ビジョンの基本的な考え方である「まちづくり観光」の実現を図ることが重要です。まちの魅力を市内外の人に知ってもらうためには、まずは情報発信が不可欠であり、DXを活用して広くPRする必要があります。一方で、40ページの基本戦略2の施策8の考え方にもあるように、ウィズコロナやポストコロナにおいて、観光業におけるDXの導入が欠かせないフェーズに入っていることから、既に取り組んでいる「東海道のおひなさま 亀山宿・関宿」でのデジタルスタンプラリーなど、様々な場面でDXの導入を検討していきます。
46	第5章ビジョンの進行管理 1 ビジョンの進行管理	さまざまな部にまたがる内容であり、観光を担う部署としてどのように実行するのか。観光から関係部署等へ意見する仕組みがあるのか。D○[実施]の部分がどのようにされるのか見えてこないので進行管理が理解しづらい。具体的、横断的に検討する会議などがあるならば、その名称等を記述すべきである。	本ビジョンに示す施策を着実に推進するためには、組織横断的に取り組む必要があります。D○[実施]の部分については、毎年度当初に関係部署において基本戦略、施策、具体的な取組事業の方向に沿った計画を立て、年度終了後の実績報告により評価を行います。ご意見のとおり、関係部署との連携の部分が分かるよう修正します。

該当 ページ	項目	意見	回答
50	資料編 1 関宿来訪者アンケート 2. アンケート調査の結果（抜粋）	観光客からのアンケート結果をビジョンに活かしていないように思える。お金をかけずにできる施策はすぐにでも実施すべきである。	本ビジョンについては、関宿来訪者アンケートや第2次総合計画後期基本計画策定時の市民アンケートなどから、来訪者の住居地や年代、満足度や重要度などから課題を抽出し、施策へとつなげています。アンケートや問い合わせなどから頂いている予算を伴わない意見や要望の中で、対応できるものについては、速やかに実施していきます。