

新得町観光振興ビジョン(案)パブリックコメントにおける提出意見と対応

別紙

No	項目	御意見(概要)	対 応
1		(6ページなどの数字の表記について) 役場仕様の書き方なのかもしれないが、「729千人」などの数字表記の仕方が読みづらく感じる。「72万9千人」か「729,000人」のような表記だと一般人には読みやすい。	図表における数字の表現は根拠資料の表現の仕方等との関係もあるため修正できませんが、本文中における表現は修正します。 (例) 729千人 → 72万9千人
2	観光入込の状況	30ページの現状値を見ると、平成27年度の観光入込客数1,152,000人÷365日=1日当たり3,156人の方が新得町を訪れていて、観光宿泊客数185,000人÷365日=1日当たり約506人の方が新得町に宿泊している計算になる。新得に暮らしてそんなに観光客が来ているように感じないが、どのように人数をカウントしてデータを出しているのか。	観光客数及び宿泊客数は平成28年8月に北海道経済部観光局が公表した「北海道観光入込客数調査報告書(平成27年度)」に基づく数値となっています。 観光入込客数は、経営者や管理者が常駐している観光施設については聞き取りによる数値、狩勝峠などの管理者が常駐していない箇所については実測に基づく推計値となっており、その合計となっています。一部推計であることと、延べ数であることから、実態との乖離がある可能性は否定できませんが、成果指標等の年度間比較のための数値として利用することは問題ないと考えます。 観光宿泊客数は宿泊施設からの聞き取りによる数値の合計となっています。
3	ビジョンの位置付け	到達目標像が明確でなく、取組内容を見ても現在の問題改善にしかなっていない。 総合計画のメインテーマ「人が集い 賑わいと笑顔が広がり 未来につながるまち」を叶えるために観光計画があるのならば、例えば、 「アウトドアに特化した町であり、その関連者が集う」、 「福祉をメインにした町であり、その関連者が集う」、 「酪農に特化してチーズやミルクの製品や体験が出来る町であり、その関連者が集う」、 「無添加食品、無農薬野菜等に特化した町であり、ナチュラルリストが集う」 等、具体的で明確な到達目標像を掲げてほしかった。	ビジョンは将来の展望や理想として描く像であり、指針として存在するもので、個別施策(事業)を具体的にどう進めるかはその施策ごとに考えて実施するものです。その考えのもと、「観光地域づくり」という大きな方針を立て、総合的な観光の方向性を描きました。 「観光地域づくり」の定義の中で、「全体最適を目指し持続可能な地域を創生する」としており、特定の何かに特化したり、現状の自然な延長線上にない未来像を描くことは避けています。 4ページにはビジョンの点検・見直しについて記載しており、現在は記載はなくても新たに実施すべきことが生じた際は、その対応について検討することとしています。
4		中長期的なビジョンが必要で観光振興ビジョンを策定することのだが、全体的に今の事業やその延長にある事業の練り直し、要望に対応する事業がメインで、長期ビジョンとは程遠いと思う。	
5		旅行者側の視点が欠けており、役場や町民が望むものばかりで観光者のニーズを無視しているとも考えられる。実施計画もあれやこれもでまとまりがなく、「向上をはかります」や「PRします」といったスローガンばかりで具体性がないためビジョンが見えない。	

## 新得町観光振興ビジョン(案)パブリックコメントにおける提出意見と対応

別紙

No	項目	御意見(概要)	対 応
6	現状と課題	SWOT分析について、客観的な分析による目標の具体化は初めて。本町は温泉、山岳、河川の自然と景観、鉄道遺産などの多くの観光資源に恵まれており、うらやましい町村といえる。しかし、その魅力が積極的にまちづくりに活かされていない。外国人旅行者の増加など、環境が大きく変化している今、この分析によるビジョンづくりを評価する。	46ページから観光振興推進組織のあるべき姿として「日本版DMO」について触れていますが、観光庁はその候補法人として申請する際に地域の強みと弱みを把握するためにSWOT分析を実施することを求めています。 環境の変化に対応した戦略の策定に有効であるため、適宜更新しながら有効活用していきます。
7	方向性の柱	30ページの観光地域づくりの方向性の柱について。 大雪山国立公園の有効活用は登山客誘致には不可欠。国の観光推進施策にある「国立公園満喫プロジェクト」の選定に向けた活動などについて記載してはどうか。	2020年までに外国人国立公園利用者数を年間1,000万人に増やすことを目指して開始した「国立公園満喫プロジェクト」は、現在先行的に取組を進める公園として選定された8つの国立公園ごとに、「ステップアッププログラム2020」に基づき取組が実施されています。今後この取組により得られた成果を他の公園へ水平展開していくこととされていますが、プロジェクトの展開の方向性と、各公園の関係団体の意向が深く関わるため、新得町が単独でこのプロジェクトに参画していく旨を明言することは難しい状況です。 32ページの「重点施策1 景観の魅力向上」の課題についての記載の中で、大雪山国立公園等の魅力の有効活用について触れ、強みを生かした戦略的な観光客誘致が有効であると整理しており、今後の取組の中には当然含まれてくるものと考えています。
8		「狩勝園地再整備(ガーデン)」は長期ビジョンの核となる、新得町のイメージを固定する重要な要素。「ガーデン」は核となる要素なので、そこからの戦略の立て方が重要。類似施設における旅行者の動向を調査する必要がある。	狩勝高原園地再整備事業については、狩勝高原園地活性化プロジェクトや町民とのワークショップなどで出された意見を具体化させ、「狩勝高原園地再整備事業計画案」を作成し、パブリックコメントを実施するなど、正式な手続きを経た検討が進められています。ビジョンへの反映については、その進捗に応じて今後検討します。
9	狩勝高原園地再整備	観光地域保護のため景観条例の制定が必要と考える。特に工業施設は景観を大きく左右するため配慮が必要。メガソーラーは利益としては良いのかもしれないが、周辺環境を悪化させる要因となると思われる。観光地周辺では工業化の抑止、(ガーデンと関連する)色彩の統一などの計画がガーデンの効果をより一層強めると思う。	景観条例の意義について認識することは重要ですが、新得町においてその必要性についての認識の素地ができていないといえませんが、新得町に特徴的な特定の守らなければならない景観についての町民の共有意識がない現状では、条例の制定は難しい状況です。 なお、メガソーラーの設置に関しては、北海道では景観法に基づく届出制度を行っており、さらに「北海道太陽電池・風力発電設備景観形成ガイドライン」を策定し、事業者に対し配慮を求めています。 条例の必要性については、狩勝高原園地再整備の進捗等とともに検討されていくべきものと考えられます。

新得町観光振興ビジョン(案)パブリックコメントにおける提出意見と対応

別紙

No	項目	御意見(概要)	対 応
10	狩勝高原園地再整備	ガーデンの誘因力を生かし、新規参入事業を多く誘致することにより新しい顧客獲得を目指すほうが、クラブメッドの観光客を誘引するよりも建設的。そのため、移住情報と合わせて、いつ、どのような、どの規模のものを、どう展開していくか、明確な情報公開が必要。共有イメージを持てる移住者による新規個人事業の数を増やし、旅行者の消費行動を分散させる必要がある。	ビジョンにおいては、39ページの個別施策(事業)の「(40)意欲的な事業者への支援」を掲げ、自発的な事業推進を促すこととしています。 また、役場では移住促進事業や起業支援事業を実施しています。
11		32ページに「駅前再開発」を望む声が多い結果となっています。」とあったが、観光する旅行者は、その町の商店街を目指してくる事はないと思う。ショッピングなら東京札幌などに太刀打ちできない。観光場所と町民の生活圏は切り離して計画を考えた方が良く考えるので、駅前再開発については、町民のためなのか、観光客のためなのか、両方などと中途半端な事はしないで、計画を練ってほしいと思う。	
12	JR新得駅前周辺整備	駅前には観光も関係しているが、結論を出すには現状の資料ではデータ不足。まず旅行者が商店街で買い物しているか、ただの通過点に過ぎないのかを調査し、何割の旅行者が商店街を歩き、買い物は何を買っているかも調べる必要がある。駅に求められる旅行者のニーズも重要。それは町民のニーズと合致するとは限らない。以上を調べた上で駅は誰のために整備していくかを考える必要がある。 夏場の移動手段の多くが自動車、冬場に関しても自動車が多く、観光バスや貸し切りバスが多くを占め、今後二次交通を強化するとなると、より駅前周辺は通過点でしかなくなると考えられる。多くの戦力を駅前に割くよりも他所に回すほうが賢明な判断ではないか。	現在、新得駅前周辺の再整備の検討は商工会を中心に行われており、観光客のためのもではありませんが、JRを利用する観光客にとって、駅及びその周辺は玄関口として、特に短期滞在の観光客にとっては町のイメージを決定づける可能性があるため、観光客にも配慮する必要があります。
13		駅周辺のWi-Fi環境の整備について、海外からの旅行者の唯一の情報源がインターネット。災害などの生命線にかかわると同時に、翻訳などの様々なアプリケーションがネット回線に接続するのが前提に作られている以上早急な対応が必要。	新得駅においてはすでに無料Wi-Fiサービスが利用可能となっています。 駅周辺のWi-Fi環境の整備については、37ページの個別施策(事業)の「(25)駅周辺の公衆無線LAN(Wi-Fi)環境の整備」を掲げ充実を図ることとしていますが、平成30年度中に整備されるよう、計画を進めています。

新得町観光振興ビジョン(案)パブリックコメントにおける提出意見と対応

別紙

No	項目	御意見(概要)	対 応
14	外国人 観光客 対応	10ページに「繁体字、簡体字、英語でのパンフレット等の案内に配慮する必要」とあったが、英語だけの表記で良いと思う。理由は、ごちゃごちゃして分かりづらくなることと、デザイン性も悪くなるから。	御意見を踏まえ、次のとおり修正します。 (10ページ) 「繁体字、簡体字、英語でのパンフレット等の案内に配慮する必要があります」 →「英語を中心に、繁体字や簡体字での案内にも配慮する必要があります」
15		観光協会ホームページの外国語表記について、今後英語表記のみで十分だと考える。日本人に比べて外国人の多くが英語をある程度喋れるうえ、現在ではウェブ上でのリアルタイム翻訳などが充実しており、誤表記の可能性のあるサイトを作る必要性を感じられない。翻訳しにくい複雑な日本語を排除し、必要な情報や金額などの情報を端的に伝え、画像など言葉に頼らない表現に移行していくべき。	(34ページ) 「多言語化への対応や～、外国人観光客の受入体制の整備が課題となっています」 →「英語を中心に可能な範囲で多言語化への対応や～、外国人観光客の受入体制の整備が課題となっています」
16		外国語表記サインなど、日本語、英語の2種で十分。日本人以上に海外旅行者は英語に精通していることと、多くの言語を表記しようとするあまり、デザインが狂い余計に見づらくなる恐れがある。	「多言語化」「多言語対応」の文言は残している箇所はありますが、これは英語を基本としつつも、食事における素材の説明や文化・歴史の説明など、簡単な英語では説明しきれない、かつ、確実な理解が必要な場合などはその他の言語にも配慮する必要があるからです。
17		イスラム教や、ヒンドゥ教などの様々な宗教を信仰する人々が今後日本を訪れることを考慮しなくてはならない。特に食事問題はデリケートで重要。宗教に限らずベジタリアンも含め素材に何を使っているかを明記しないと我々が思う以上に問題は大きくなると考えられる。	また、多言語対応によりデザイン性等の問題が生じるとの意見については、ホームページ等の電子デバイスにより言語を選べるシステムであればその問題は生じません。 予算等、限られたリソースを有効に使うことが重要で、ターゲットとするマーケットと顧客を考慮した判断が必要です。
18	観光産 業	新得町では「アクティビティ」と表記しているが、一般的には「アウトドア」とどちらが使用頻度が高いのか？ ニュアンスは若干違いますがPRする上で受け手が分かりやすい方を選択すべき。PR活動をどこに向けて行うかによっても変わると思うが、相手が理解できないと独りよがりの広報になりかねないので再考が必要。	「アクティビティ」はアウトドア活動を含む幅広い活動の意味で使っています。現在において、誤解が生じる表現であるとは考えていません。他市町村の観光計画でも使い分けていることが多く、使用頻度は場合によります。

新得町観光振興ビジョン(案)パブリックコメントにおける提出意見と対応

別紙

No	項目	御意見(概要)	対 応
19	観光産業	新得のおみやげに関して、観光客のニーズを把握必要があると思う。新得の箱菓子だけならば、新得物産でも販売しており、あえて作る必要がなく、旅行者からすれば白い恋人でも北海道みやげとして成立するのではないか。	御意見を踏まえ、次のとおり修正します。 (37ページ) 「配るものとしてちょうどいいおみやげ品が新得にはないため、開発します」 →「配るものとしてちょうどいい新得らしいおみやげ品が少ないため、開発します」  おみやげ品に関しての不満をよく耳にすることに加え、「名産品、土産物」の満足度が総合的な満足度との相関が高いとの分析結果もあります。  新得町の観光客は道内客が圧倒的に多く、北海道みやげではなく、新得町みやげを用意する必要があります。
20	個別施策(事業)	個別施策(事業)の実施計画について、成果指標において計画最終年度を2027年度(10年間)としている中での短期、中期、長期区分と思うが、一応の年次を示した方がよい。	環境の変化等もあり、具体的なスケジュールを決めて行動を縛るのは適切ではなく、ある程度の裁量が必要と考え、大まかな区分で示しています。 ただし、その区分がどの程度のものかイメージが難しいと考えられますので、35ページに「短期は1～3年、中期は4～6年、長期は7～10年程度として整理しています。」という記述を追加します。
21		体験型観光について、自然活用は当然と思うが、農業や工場見学など産業活動に目を向けてもよいのでは。旧狩勝牧場も資源の一つ。	新得物産やさほろ酒造の工場見学、また、農業体験、酪農体験、果実摘み体験等は、規模は大きくはないですが現在も行われています。 ビジョンにおいては、37ページの個別施策(事業)の「(21)食観光の推進」、38ページの「(30)観光ルートの作成・提案」の中でこれらの体験観光の活性化については含んでいます。 これらの拡大には受入団体の協力が不可欠ですが、本業で多忙であることや、酪農関係は病害への対応が必要であるため、拡大が難しい状況ではあります。
22		外国人を意識してレンタルサイクル・レンタカーの充実が急がれるが、観光ルートの作成・提案は同時限ではないか。現在でも迷っている観光客を見かける。	観光ルートの作成・提案は事前調整や調査などある程度の時間が必要なものもあるため「中期」としておりました。 御意見を踏まえ、短期で実現可能なものもあるため、できることからやっていくという意味で「短期」に修正します。
23		ハード面の環境整備も急がれるが、事業者間の情報共有と連携による魅力づくりが重要。	38ページで個別施策(事業)「(35)観光事業者の定期的な意見交換の場の形成」を掲げ、事業者間での意見交換の場を設けることとしています。

新得町観光振興ビジョン(案)パブリックコメントにおける提出意見と対応

別紙

No	項目	御意見(概要)	対 応
24	個別施策(事業)	機友会の解散により、D51の清掃はどうなるのか。町民による清掃体験などの事業化はどうか。鉄道少年団(札幌、旭川)や標津の転車台保存会などの事例がある。	新得山スキー場前の蒸気機関車(D51)の清掃については、対応が可能な町内の事業者へ委託します。 「町民による清掃体験」は「観光」が主体の考え方ではないので、本ビジョンとは別に検討されるべきものと考えます。
25		滞在型観光を推進するためにも民泊は有効。市街地内の空き屋の活用、宿泊施設の充実に役立てたい。	39ページで個別施策(事業)「(42)民泊の推進」を掲げています。 民泊は法律・条例上の制限が多く、既存事業者に与える影響もあるため、慎重に進める必要があります。
26		(39ページ個別施策(43)の)「観光資源の整理」の「整理」という文言は違和感がある。良い文言はないか。	情報としてまとめ直すという意味で「整理」という言葉を使っており、観光資源をモノ扱いしているというわけではないので、ご理解をいただければと思います。
27	観光協会のあり方	50ページの観光協会法人化後の収益事業について。収益事業として新得観光振興公社との関わりを記載してはどうか(人事交流、東大雪荘との営業連携等)。	観光協会と観光振興公社が連携して収益事業を行う可能性はありますが、現状ではまだ実施できるだけの体制が整っていないため、今後の検討課題となります。
28		観光協会の独立については、観光協会内で話し合う事案ではないか。なぜ観光協会会長もいない他所の検討会議で独立の計画を立てて、観光協会にもっていくのが理解できない。	検討会議で観光振興の実施体制を検討する中で、観光協会の法人化が必要だと結論に達したため、一つのあるべき姿として記載しているもので、もちろん決定は観光協会で行うものです。 「新得町観光協会を法人化します」と断定的な記述のために誤解を受ける可能性があることから、注釈として48ページに「※法人化決定の権限は観光協会総会にあります」という文言を追加します。

新得町観光振興ビジョン(案)パブリックコメントにおける提出意見と対応

別紙

No	項目	御意見(概要)	対 応
29	観光協会のあり方	観光協会の独立について、「独立」という言葉だけが先行しているように感じる。運営スケジュールと組織ばかりが存在して、採算のめどが立っていない。行政と協会の役割という表はあるがスローガンばかりで具体的な仕事内容も決まっていない。観光協会を独立させたことで具体的に何がメリットなのかも分からない。一つの企業になるわけなので、利益を得て初めて成立する。建設もされていないガーデンや道の駅の業務委託も入っているが、運営実績のない協会に何億もの施設を任せていいものか、役場の責任が問われる。観光協会というよりも完全に観光事業者として活動しなければならないと思う。	現状の観光協会の課題とその法人化の必要性については46～48ページに整理しているとおりです。 観光協会の法人化については、新得町において以前からの検討課題であったことから、最初の一步としてまず法人化するということにご理解をいただきたいと考えています。 財政的課題については、現在全国的に、自治体から独立した観光振興団体が財政的にも完全な独立採算でやっている事例はなく、50ページにも記述しているとおり、一定の公的サポートは必要です。
30		役割の拡大と多様化に伴い体制の充実が必要。行政と協会の役割分担も理解できるが、財政的独立は困難。一法人の努力は不可欠だが、29年4月に設立された「サポートしんとく」の動向(連合町内会関係事務委託)にも注視している。 「一般社団法人」としての法人化は手続き的には簡単、定款による事業活動、組織運営となるが、監督機関がないなど甘くなりやすい一面があるので留意したい。 事業の産業化、職員の福利厚生と定着化のためには法人化は一手法と考える。	法人化といっても株式会社ではなく一般社団法人を目指すこととしているので、営利目的の団体ではありません。 50ページに記載している収益事業は、先行する他自治体の事例などを参考に例として記載しているものです。狩勝高原園地(ガーデン)や道の駅の整備については計画があることから、その管理業務の受託については将来的に有力な収益事業の候補として記載しています。現観光協会にはその管理についてのノウハウ等はないので、受託することとなった際には体制を構築します。 法人化後の組織に監事は置かれますが、内部統制の構築には十分な配慮が必要だと考えています。
31		収益事業として現時点で狩勝高原園地(ガーデン)や道の駅の管理業務の受託について明言することはどうか。ノウハウ等あるのか。	
32		土日祝日対応は観光客には不可欠。店舗の開店についても検討されたい。	個人事業者にとっては毎日の営業は負担が大きく、観光客の需要も含めた経営判断となります。観光地域づくりを進める上での今後の一つの課題であると考えます。

## 新得町観光振興ビジョン(案)パブリックコメントにおける提出意見と対応

別紙

No	項目	御意見(概要)	対 応
33	町民・事業者の役割	町民観光意識の向上について、町民の観光意識を高めるとの旨だが、町民にその意識があるのか。観光産業そのものが町民の生活に直接与える影響はほとんどない。あえて町民を観光計画に組み込むことが良いとは思えない。町民が意識を持つことは良いことだが、わざわざそれに合わせて仕事を増やす必要はない。やる気のある事業者や能力のある観光関係者に投資してけん引していく形をとるべきではないか。	29ページで観光振興の方針として「観光地域づくり」を掲げていますが、これには、町民に観光振興についての意識が必ずしも高くないことから、観光振興に町民にとって身近なまちづくりの視点を加え、生活と観光の調和を図ることで、無理なく継続的に進めていこうという発想があります。観光客を受け入れる体制を整えるには住民の理解が不可欠であり、町民に対して特別な活動を求めるのではなく、観光意識を高めてもらおうという考えのもとビジョンを作成しています。

### 【注意事項】

- ・提出者の具体の意見に至る前提の発想や考え方は省略している部分があります。
- ・ビジョンについての具体的な意見ではなく、観光についての個人的な考え方を記述している箇所については、意見としては承りますが、対応はしません。