

第2次三次市観光戦略（案）に対するパブリック・コメントの結果（意見と考え方）

部署名：産業振興部商工観光課

第2次三次市観光戦略（案）について、令和6年2月15日から3月6日まで、三次市ホームページ等を通じて意見を募集したところ、6通（延べ11件）の意見がありましたので、意見に対する三次市の考え方を報告します。

なお、いただいた意見は、内容を要約し、パブリック・コメントの対象になる事項についてのみ考え方を示しています。

今回、意見をお送りいただきました方々のご協力に厚くお礼申し上げます。

番号	関連項目	意見の要約	三次市の考え方
1	観光戦略の方向性と目標	インバウンド需要などの対策も必要だが、市民自らが三次の魅力に気づくことも必要だ。観光鵜飼は市民でもまだ乗ったことのない人が多いようである。乗ってもらいその魅力を知ってもらうために、「三次市民鵜飼乗船キャンペーン」を企画してはどうか。市民は半額にする特典を設け、鵜飼へ誘う。また回数券を作り、割安な価格設定とすることでリピーターを増やす。	P.37の施策①地域資源を活かした新たな観光の魅力創出の取組例における具体的な事業提案として参考にします。
2	観光戦略の方向性と目標	三次の観光の目玉は、430年の歴史を持つ「三次鵜飼」である。この三次鵜飼乗船場近くの河川敷にオートキャンプ場を作って、鵜飼の集客にもつなげたらよい。西城川、馬洗川、可愛川3本の川が交わる巴橋付近は、市内外の人から見ると最高の観光資源である。	P.37の施策①地域資源を活かした新たな観光の魅力創出における取組例の具体的な事業提案として参考にします。
3	観光戦略の方向性と目標	体験型の候補地として、黄梅院を推薦する。幽谷に佇む静かな「お寺」という環境を活かして、心落ち着く癒しの場を提供している。	P.37の施策①地域資源を活かした新たな観光の魅力創出の取組例における具体的な事業提案として参考にします。

4	観光戦略の方向性と目標	君田温泉が再開するため、市民の関心も高い同施設について戦略内で言及するのがよい。	P.37 の施策①地域資源を活かした新たな観光の魅力創出における取組例の具体的な事業提案として参考にします。
5	観光戦略の方向性と目標	三次もののけミュージアムは、平日は閑散としており、土日祝も午前中も少なく、午後から詰めかける傾向がある。他の施設も同じ傾向があると考ええる。 三次全体として、午前中の営業時間を後ろ倒しにして、土日祝はもう少し遅い時間まで空けるようにした方がよいのではないか。	P.38 の施策②周遊・滞在を促すコンテンツ等の造成の取組例における具体的な事業提案として参考にします。
6	観光戦略の方向性と目標	Youtube を使用したインフルエンサーの講習会を開催する。 監視カメラを利用したライブカメラを設置する。 QRコード付けた観光名所パネルを設置する。 グーグルマップ 投稿 講習会を開催する。	P.39 の施策③DX を活用した観光体制の強化の取組例における具体的な事業提案として参考にします。
7	観光戦略の方向性と目標	イベントがない時の SNS の更新頻度が三次もののけミュージアム以外は少ない。SNS に係る勉強会の企画運営も必要だが、毎週 1 回更新をめざして発信することを期待する。	P.40 の施策④戦略的な情報収集と情報発信の取組例における具体的な事業提案として参考にします。
8	観光戦略の方向性と目標	全市を対象とした観光写真コンテストを企画してはどうか。写真というツールは観光促進に大いに寄与できる。	P.40 の施策④戦略的な情報収集と情報発信の取組例における具体的な事業提案として参考にします。

9	観光戦略の方向性と目標	<p>観光客の呼び込みについて，呼び込むターゲット層の検討が明確化できていない。明確化をこれから行うのであれば，そのように記載があった方がよい。</p> <p>全方位的な呼び込みではなく，地域，同行者，旅行形態，三次への訪問経験といった要素からターゲットを絞らないと難しいか。</p>	<p>本戦略をもとに，みよし DMO が観光客を呼び込む対象地域や対象とする客層などを事業計画等の中で明確にしていきます。</p>
10	観光戦略の方向性と目標	<p>指標として「入込率」を用いることには下記の理由から反対である。</p> <p>①観光庁「観光入込客統計に関する共通基準」にも「入込率」なる概念は存在しない。他市町も使用していない本市独自の指標を設けても客観性に欠け，判断材料にならない。</p> <p>②観光消費額（稼ぐ力）との相関に乏しい，数値が乱高下し指標として不適。</p>	<p>入込率は，県内他市町では指標にされていないものの，観光者数の内訳が公表されていることから容易に算出できます。</p> <p>また，本市の観光消費額は，観光客の出発地（市内，市外県内，県外）ごとの消費額単価に出発地の人数を乗じて集計したものです。</p> <p>消費額単価は市内観光客，市外県内観光客，県外観光客の順に高くなっていくことから，出発地の構成によって消費額の増減に直接関係しています。</p> <p>入込率は，インバウンドを含めた市外からの観光客を誘客した成果を明らかにする重要な指標だと考えています。</p>
11	全般	<p>観光客数が多い東酒屋地区は，さらに消費額が伸ばせる余地がある。施設は既に充実しているのでソフト面での再投資を行い「稼ぐ力」をより一層高める必要がある。同地区での観光消費をさらに促進し，市全域へのトリクルダウン効果をめざす方が成功確率・期待される観光消費額の上積みもはるかに高く現実的と考える。統計の実態や事業の実現性などを鑑みると三次町への評価が過剰，東酒屋への評価が過少だ。</p>	<p>東酒屋地区では，観光コンテンツをさらに磨き上げることで，今後も観光消費額を増大できると考えていますが，滞在時間の延伸や宿泊者数の増加を図るためには，同地区に続く市内観光スポットを育成し，つなぎ合わせることで市域内での周遊を促進することも同様に重要だと考えています。</p>

【連絡先】

部署名：産業振興部商工観光課

住 所：広島県三次市十日市中二丁目 8 番 1 号

電 話：0824-64-0066 FAX：0824-64-0172

電子メール：kankou@city.miyoshi.hiroshima.jp