

第4期周南市観光ビジョン(素案)に対する意見と市の考え方

番号	頁	項目	意見の全文	市の考え方
1	P7	周南市の観光の現状と課題	「観光客数は回復の兆しを見せているものの、全国や県に比べ回復が遅く、依然コロナ禍前の水準に達していない状況が続いています。」というのであれば、その状況を示すグラフ資料を追加すべきと考えます。	P5で全国、P6で県内の観光客数をそれぞれグラフで示しており、P7の本市の観光客数の数字は、それに比べると回復が遅いことは読み取れるため、原案のとおりといたします。
2	P7	周南市の観光の現状と課題	「全国的にもコロナ禍前の水準を超える外国人観光客が訪れていることから今後も増加が見込まれます。」とのことですが、「対策無しのままでは他に観光客が流れる」のは一般的傾向です。 「全国で増加＝市内でも増加」などという短絡的・無責任な記述がある当該「ビジョン（素案）」は、全面的に再検討すべきと感じます。	ご意見を踏まえ、本文を以下のとおり修正します。 「全国的にもコロナ禍前の水準を超える外国人観光客が訪れていることから今後も外国人観光客の誘客に取り組むことで増加することが見込まれます。」
3	P8	SWOT分析（強み）	「日本酒をはじめ様々な地酒が造られている」というのは表現として適切か再度御確認宜しく御願ひ致します。 （「地酒」という表現は世間一般ではだいたい「日本酒」を指す、と感じます。日本酒・ワイン/果実酒、焼酎諸々を広報するつもりならば「地元のお酒」等々別の表記表現がある、と感じます。）	本市では、「周南市の地酒で乾杯を推進する条例」を制定しており、その条例の中で地酒の定義を「本市の区域内において製造され、又は原材料に本市の区域内において生産された農産物等を使用した日本酒、焼酎、ビール、果実酒、リキュール等」としております。本文の地酒についても同様の定義としていることから原案のとおりといたします。
4	P9	SWOT分析（弱み）	「受け入れ環境整備不足」に、「時期変動ある中での最大宿泊需要量＞市内宿泊供給量」が明示されていないのはなぜでしょうか。 設備閉鎖等続いている中でも、工場が集中する周南市、特定企業の定期修理期間は市内宿泊施設は予約等困難、といった状況を今も耳にします。同時期に当市一般観光を希望した方は、当市観光から「去る」こととなります。何らかの対応必須な当該状況について何の記述も見当たらない当該「観光ビジョン（素案）」は、全面的に再検討すべきと感じます。 少なくとも、「コンビナート操業による宿泊需要の大幅変動」は、「弱点」として認識し、当ビジョンを超えて対策検討が必要と考えます。	ご意見いただきましたように工場の定期修理期間が重なり宿泊施設の予約が取りづらい状況が発生することは認識しておりますが、常時そのような状況にあるわけではなく、また、予約困難状況の発生時期や程度も不明確であるため本ビジョンに明記はいたしません。
5	P9	SWOT分析（弱み）	「市独自の土産物が少ない」とのことですが、当市は「市の資源・特性を活かし、「周南市ならでは」「周南市らしさ」「周南市の良さ」といった個性と魅力を持った産品を「しゅうなんブランド」として認定」しているはずで。数えましたが、約100品目の登録がありました。これらは農業振興課の管轄の模様ですので、市内工業生産品でも「周南市ならではの製品」あるはずで。これらを無視したかの様な、「市独自の土産物が少ない」と言う観光ビジョン（素案）の記述は不適切と感じます。 「市独自の土産物は多数存在している」のに「情報発信、プロモーションが不足している」、というのが現状ではないのでしょうか。 当ページ記述内容の再精査を宜しく御願ひ致します。	しゅうなんブランド認定品の中には、お土産になる商品もありますが、観光客から「市独自の土産物が少ない」とのご指摘をいただくことがあることから、本市の課題として捉え本文に記述しています。

番号	頁	項目	意見の全文	市の考え方
6	P11	基本方針と目標	「周南市の観光が目指す姿と施策展開」で、目標指数は3つのみ設定されております。 そのうち「観光客数」は「目標値150万人（令和11（2029）年度）（年内延べ人数）」、これは、P7資料から見ますに、周南市観光客数「2018年162万人」「2019年165万人」を下回っております。 このような目標設定が適切とは申し訳ありませんが到底思えません。 目標指数3つ、設定根拠も当該ビジョン（素案）に明示必須、と考えます。	目標値は、第3次まちづくり総合計画にも掲げていますが、令和6（2024）年の県観光動態調査の対象施設及び対象イベントにおける観光客の増加見込み等を積み上げ算出したものです。目標値が平成30（2018）年、令和元（2019）年の目標値を下回っているのご指摘ですが、令和2（2020）年に新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受け、本市の観光客数は100万人まで落ち込んだため、それ以降の観光客数の伸びやコロナ禍を経た旅行者の動向を踏まえた適切な人数を設定しています。 3つの目標指標の設定根拠の明示については、同じページに示しております3つの基本方針に対応した目標値であることが明確であるため、原案のとおりといたします。
7	P32	用語解説	P32「用語解説」はありがたいです。資料冒頭/目次に「＊付語句は資料編・用語解説に説明があります。」との記述あればより良いと感じます。 用語解説掲載語句の再精査を宜しく御願い致します。	目次の用語解説に「本文中の＊付語句の解説」を追記しました。 用語解説掲載語句につきましては、原案のままいたします。
8	－	観光ビジョン全般	全ての図表に通し番号を設定すべきと考えます。 御対応宜しく御願い致します。	ご意見としてお伺いします。
9	－	観光ビジョン全般	年代表記は全て「西暦元号併記」となっていると思われませんが、再度御確認宜しく御願い致します。	年代表記は全て「西暦元号併記」としました。
10	－	観光行政全般	当該「ビジョン（素案）」に、「効果的かつ的確な情報発信をすることが必要」との記述ありましたが現状当該対応なされているのか疑問です。 前述のとおり、「しゅうなんブランド」というものが存在しているのに「市独自の土産物が少ない」等と言う他、 ・市共催、市後援の催しが市ホームページのしかるべき所に掲載されない。 ・「市立」の設備の実施催しが市ホームページのしかるべき所に掲載されない。 等々、ホームページ掲載内容も市観光広報適切に実施されているのか疑問です。 今後ますます広報＝ホームページ他web、となっていくと思われます。 適切な対応を宜しく御願い致します。	ご意見としてお伺いします。