

「市川市観光振興ビジョン（案）」についてのパブリックコメント実施結果

市川市 観光部 観光政策課

1. 募集期間

令和4年2月1日(火)～令和4年3月2日(水)

2. ご意見を提出していただいた方の人数及び件数

① インターネット	3名	16件
② ファクシミリ	0名	0件
③ 観光政策課への提出（持参）	0名	0件
④ その他公表場所への提出（持参）	0名	0件
⑤ 郵送	0名	0件

3. ご意見への市の対応

① ご意見を踏まえて、案の修正をするもの	4件
② 今後の参考にするもの	2件
③ ご意見の趣旨や内容について、考え方を盛り込み済みであるもの	6件
④ その他（本案そのものに対するご意見でないもの等）	4件

4. ご意見の概要と市の考え方

No.	概要	市の考え方	対応
1	現状分析から実行に繋がる観光振興ビジョンを策定するためには、マーケティング手法でのアプローチは有効である。戦略策定においても、デスティネーション・マーケティング＝観光地マーケティングの視点が有効である。	本ビジョンは、現状把握調査において、SWOT分析を行うなど、マーケティングの手法を採り入れて策定いたしました。また、施策の設定においても、各観光資源の位置付けやターゲティング、地域と市民・来訪者が価値を共有するストーリー作りなど、マーケティングに通ずる視点を反映しております。	③
2	キャッチフレーズとの関連で、観光資源の掘り起しでは、市外の人の方が意外な視点や想いを持っているかもしれない。特にインバウンドにおいては、若者や市外在住者にもヒアリングすべき。	本ビジョンの策定に向けて実施したアンケートでは、首都圏在住で本市への来訪経験が無い方も対象とし、様々なご意見を伺いました。インバウンドについても、外国人学生（外国人ヒアリング）や、市外在住のインバウンドアドバイザー（訪日メディアライター調査）へのヒアリングを実施しました。	③
3	キャッチフレーズの「気づいて市川」については、市川市の方から機会提供を	観光は裾野が広い分野であるため、今後も関連部署と連携して観光施策を推進する旨、施策	①

	すべきであり、市役所内の関連部署を横断した相互連携が望ましい。	11へ記述いたします。	
4	様々なアピールツールを活用し、本市独自のイメージの定着を図るべきである。	独自のイメージ定着については、基本方針1「地域ごとの魅力磨き上げと市川ブランドの確立」にて、方向性を定めています。また、情報発信を強化するために、基本方針4「ターゲットを見据えた的確な情報発信」及びその施策を設定し、観光資源やそのターゲットに合った的確なアピールツールを選定していきます。	②
5	アイ・リンクタウン展望施設は本市のランドマークであり、同施設の活性化は有効と考える。かつてのランドマークである国分寺七十塔跡から眺められたであろう景色を彷彿したCGを入れて欲しい。	アイ・リンクタウン展望施設以外にも、眺望スポットと呼べる場所が本市にはあることから、CG作成などを通じた情報発信や見せ方の工夫を凝らしていきます。	②
6	誤字・脱字と思われる箇所に対するご指摘。	ご指摘の箇所を全て確認し、必要と思われる箇所について、修正いたしました。	①
7	P.22～24へ、第1～3回ワークショップの参加者を記載すべき。	パブリックコメント実施中にワークショップの参加者から承諾を得られましたので、巻末資料に掲載いたします。	③
8	千葉県は2019年に「第3次観光立県ちば推進基本計画」を策定しており、県としての観光戦略や推進体制、また市川市をバイエリア地域と位置付けた分析や課題を掲げている。P.7の「千葉県の観光政策」について記述すべきではないか。	千葉県が策定した計画や課題は、本市の観光政策にも関係することから、第2章の2-1(4)「千葉県の観光政策」として記述いたします。	①
9	新型コロナウイルスに言及した国の「観光ビジョン実現プログラム2020」について記述すべきではないか。	直近で国が示した計画として、新型コロナウイルスへの対応については、第2章の2-1(3)「国の観光政策」にて記述いたします。	①
10	キャッチフレーズ「気づいて市川 築いて ICHIKAWA」は、観光振興のこととは分からず建築のことと思われてしまうのではないか。市民等に観光推進を訴求するのなら、「気づいて 築こう観光市川」あるいは「気づこう 築こう観光市川」が良いのではないか。	「キャッチフレーズに込めた思い」については、第3章の3-2「キャッチフレーズ」にて言及しております。多くの方にこの内容についてご理解いただき、地域が一体となって観光を推進できるように努めてまいります。	④

11	予算や委託など、本ビジョン案策定の因果関係として必要な事項を、巻末資料に残すべきではないか。	予算やプロポーザルに関する情報は、本市公式 web サイト等に掲載されており、適切な媒体で周知しております。	④
12	抽象的な文言に終始し、アイ・リンクタウン展望施設以外に具体的な施設やイベントに関する調査、分析、施策が無い。内容をより具体的にするために再検討すべきではないか。	本ビジョンは、個別具体的な実施計画ではなく、観光に関連する市民・団体・事業者らと共有する中長期的な将来像となっています。策定後も、本ビジョンが広く浸透していくよう、周知してまいります。	④
13	発行元、年、連絡先、担当者等は必須事項なので、巻末に記載すべき。	パブリックコメントを経た策定時に掲載する予定でありましたので、巻末に発行元、発行年月、担当部署及びその連絡先等は記載いたします。	③
14	基本方針 4 で「情報の発信力アップ」とあるが、市川市観光協会のホームページはすぐに改善すべきであり、本ビジョン案中にも観光協会の HP を情報発信の核とすると明記すべきではないか。	基本方針 4 の施策 12 にて、「市川市観光協会やその他の関係団体との連携を強化し～（中略）、市全体としての発信力アップを図ります。」としていることから、同協会を含めた的確な情報発信に言及しております。	③
15	本ビジョンは、「令和 2 年度当初予算（2,000 万円）、令和 3 年度当初予算（1,000 万円）本市の魅力を活かした都市型観光を推進するため、観光振興ビジョンを策定します」とある。よって、本ビジョン完成の暁には、3000 万円掛けた成果として、キャッチフレーズも含めて「広報いちかわ」で広く市民等に知らせるべき。	本ビジョンの周知については、内容を分かりやすくまとめた概要版の公表・周知を通じて行ってまいります。なお、本ビジョンに係る予算については、令和 2 年度当初予算を減額補正して執行せず、令和 3 年度当初予算のみを執行しています。	④
16	とても良いビジョンや意見が多くあり嬉しく思う。大町地区に居住している者として、地域の魅力を市内外の方々へもっと伝えてほしい。梨街道含むレクリエーションゾーンの集客には、とにかく歩道の整備に尽き、それにより自ずと来訪者増加に繋がると思う。	基本方針 1 にて、地域ごとの魅力磨き上げや周遊性の向上について掲げております。	③