

## 「長瀬町観光振興計画（素案）」への意見公募（パブリックコメント）実施結果

長瀬町観光振興計画（素案）への意見公募（パブリックコメント）を実施しましたところ、貴重なご意見等をお寄せいただきありがとうございました。

お寄せいただいたご意見等の概要と町の考え方をまとめましたので公表します。

### 1 パブリックコメント実施概要

(1) パブリックコメント実施期間（意見募集期間）

令和2年1月15日（水）～1月24日（金）

(2) 意見を提出できる方

本町に住所を有する方、本町に事務所または事業所を有する方、本町の事務所または事業所に勤務する方、本件に利害関係を有する方

(3) 閲覧場所

長瀬町産業観光課窓口及びホームページ

(4) 意見の提出方法

持参又は郵送、FAX、電子メール

### 2 パブリックコメント実施結果

(1) 提出者数 1人

(2) 項目数 18件

(3) 寄せられた意見等と町の考え方 別紙のとおり

別紙

章	番号	頁	意見	長瀬町の考え方
1	1	1	「ただし、観光を…それなくして観光振興…」→「そして重要なのは、町民の理解と協力無くして観光振興は成り立たないということです。」「ただし、観光振興を進める上では、町民の理解や協力が必要不可欠です。」などは？	「ただし、観光を進める上で町民の理解もまた大切な視点であり、それなくして観光振興は成り立ちません。」を「ただし、観光施策を展開する上では、町民の理解や協力が必要不可欠であり、それなくして観光振興は成り立ちません。」に修正いたしました。
1	2	2	「町民、観光関連団体及び行政などが協働し…」とありますが、商工会も観光関連団体としていますか？というのも、長瀬町は商工会の中に観光部がある珍しい所ですが、他の商工会や商工会議所では観光業も商工業の1つなので、商工業の活性化や産業振興の1つとしての観光業という部分も皆さんに理解していただく必要を感じております。 また、「長瀬町観光魅力アップ計画」との整合性を図りますとあるが、入込客数からみると効果があったといえるか？	長瀬町商工会も観光施策を実施するための担い手であり観光関連団体であると考えております。 また、商工会役員を長瀬町観光振興計画策定委員会の委員へ委嘱し協力していただいております。  観光入込客数は年々増えてきており、長瀬町観光魅力アップ計画に基づく事業の実施により、誘客効果はあったと考えております。
1	6	3	インバウンド観光の対策に莫大な整備費用とありますが、何にどの程度を見込んでいるのか。 「インバウンド観光市場に期待をしつつ」とあるが、人任せのように聞こえてしまう。現在も2020オリンピックから、その後の外国人観光客をどうしたら地方に来てもらえるかなどを様々な自治体で進めているのに、待ちの姿勢ではおかしいのではないか。	インバウンド対策の整備費用には、案内板、道路標識、言語、キャッシュレス決済等がありますが、現段階で費用は見込んでおりません。また、「莫大な」は強調する必要がありませんでしたので削除いたしました。 「インバウンド観光市場に期待をしつつ」は削除し、近隣自治体や民間事業者との連携強化によりインバウンド観光を推進すると修正いたしました。

2	2 (1)	5	「■国内宿泊旅行延べ人数及び日帰り旅行延べ人」←「人数」ではないか？	「■国内宿泊旅行延べ人数及び日帰り旅行延べ人数」に訂正いたしました。
2	2 (2)	6	(2) 埼玉県観光入込客数の状況の中に、「公表している39都道県中、」とあるが、その下のグラフのことであれば8番目に京都府があるので、「都道府県中、」ではないか。 ※グラフ下の資料：…の部分も都道府県	「都道県」を「都道府県」に訂正いたしました。
2	3 (2)	8	名所や観光関連施設の中には、桜並木（桜100選?）、長瀬駅（駅〇〇選?）やロウバイ、ジオパーク関連などは入らないのか。食の所の「豚みそ丼」は、「豚味噌漬け」の方がよいかもです。 祭り・イベントの夏に、長瀬八坂祭（6区会）はどうか。	(2) 観光資源は、長瀬町において代表的なものや一般的なものを記載し、各地域及び公共施設の祭りや催物は記載しておりません。 「豚みそ丼」は「豚味噌漬け」に修正いたしました。
2	3 (4)	10	一番下のグラフの年齢に、男女を付けた方が分かりやすい。	「男性」・「女性」を記入いたしました。
2	3 (4) ①	11	同じ「発地者数・構成比」グラフだと思うが、上が「本町の来訪者数」「来訪者数」、下が「本町来訪者数」「来往者数」になっている。	「長瀬町来訪者数」に修正いたしました。
2	3 (4) ③	17	そもそもB・Dの方は、外国人ではなくても交流などに興味や関心がないのではないか。	訪日外国人旅行客受入れについてのアンケート結果をA～Dに分類したもので、これ以上の分析はしておりません。
2	3 (4) ④	19	秋の時期にも長瀬駅周辺は閑散としていても、秩父のまつりの湯は混雑していた。これらからも、店が閉まっているから客も帰り、客も少ないから店を閉めるなどとなっていることが要因ではないか。	事業展開の際にご指摘の点を踏まえ検討してまいります。

			<p>関東圏の観光客が多いのは、関西圏で長瀨町を知っている方がほとんどいないので当たりまえである。全国でも長瀨でしか見られない岩畳を中心に、長瀨の良さを全国にPRすることが必要。</p> <p>冬季の観光資源もだが、天候に大きく左右されずに雨でもできる「AR宝探し」は進めるべき。</p>	
2	4 (1)	2 1	<p>課題解決の為に、天候や季節に左右されず「安定した観光客を見込めるアクティビティ（遊び・体験・施設）の増加」、「自然の博物館など既存の施設の魅力向上」、「温泉採掘で宿泊観光者の増加」、「宝のルートを使い健康増進にもなる宝探しゲームの開催」</p>	<p>事業展開の際にご指摘の点を踏まえ検討してまいります。</p>
2	4 (2)	2 2	<p>新たなターゲットを、近隣～関東圏内としてあるが、新たなターゲットにはならないのでは。関東圏域外を目標とすべきである。また、八高線や、湘南新宿ラインなどを考えれば、JR沿線、新幹線本庄駅からレンタカーで富岡製糸場・長瀨・秩父・川越などの観光もできるので、北陸や信越圏をターゲットにすることが、新たなターゲットの設定ではないか。</p>	<p>「新たなターゲット」を「ターゲット」に修正いたしました。また、ターゲットのエリアを近隣～関東甲信越地域とし、JR沿線を追加いたしました。</p> <p>これは、観光関連団体とのヒアリングの際、まだまだ近隣への周知不足があるため、PRの強化を図りたい意向があることや群馬県の自治体との連携といった新たな展開を視野に入れているとのことから設定いたしました。</p>
3	1	2 3	<p>総人口や生産年齢人口は減っている中でも長瀨町は観光客を伸ばしてきました。11年の目標値の設定が300万人の理由は？311万人を記録しているなかで、それよりも少ない目標設定はいかがか。</p>	<p>人口減少の影響を踏まえ「300万人」としましたが、過去10年間の増加傾向を踏まえ、インバウンドや事業効果による期待値を見込み「377万人」に修正いたしました。</p>

			人口は10年で約5%減少見込みであるが、インバウンドや施策の効果を考えたらどうなのか。また、日本全体で人口が減少したとしても、そもそも大半が関東圏内の観光客なので、関東圏域の人口で試算が必要ではないか。	
3	2	24	「地酒」は、長瀬蔵の独占販売であり、酒屋から飲食店が購入することが出来ない。秩父錦や武甲やその他のワイン、かき氷の氷などは購入ができる。1民間事業者だけが売れる物をPRするのはいかがか。	目指す姿とコンセプトの文章中の「地酒」は、これまでの観光のキラーコンテンツではなかったことから削除いたしました。 また、ブランド化を図りたいとの方針から長瀬蔵のみで地酒を販売されていましたが、現在は、問屋や小売店にも卸せるようにしているようです。
4	(1) ②	27	外国語を覚えるのは大変なので、74言語対応のポケットトーク購入補助金など。(観光関連業務、ガイド、民泊受け入れ住民など)	事業展開の際にご指摘の点を踏まえ検討してまいります。
4	(1) ③	28	長瀬たまりBARは、先ず使える空き店舗がない。あれば借りたい方は多いので。実際に事業をしている方がお店を離れてトークというのはなかなか難しいので… 観光客(外国人含む)と交流したい方を回覧で周知し、LINE等に登録。各事業者へ交流希望者(観光客が自腹で飲食等)を受け入れるかの確認。お店のガイドを作り、観光客は予約をしてお店へ向かう。お店はその間に、グループLINE等を通して登録地元人に情報発信。交流したい地元人も集まりワイワイ。	事業展開の際にご指摘の点を踏まえ検討してまいります。

4	(4) ④	3 1	<p>プロジェクションマッピングは出来れば川に、古秩父湾の様子や生き物を投影するのが良いかと思えます。ジオパークのPRにもなり、協力も得られるのでは。</p> <p>あわせて、山の木を使った世界最大のクリスマスツリーとイルミネーションも開催。山の枯れない緑の木を、遠方から見てクリスマスツリーの形に伐採し、紅葉ライトアップが終わったライトをツリーの装飾に併用。</p>	<p>事業展開の際にご指摘の点を踏まえ検討してまいります。</p>
		その他 意見等	<p>調査の結果からも、関東圏域はもちろんのこと、東海、信越、東北、関西などにもPRをすることで、新たな客層や、宿泊客数が増える。</p> <p>訪れる方多い「岩畳」や「神社」など、そこに繋がるルートをさらに磨きをかけて、リピーターを増やす。</p> <p>イメージで「自然が美しい」、「ゆったり」のイメージがあるので、そのイメージを移住定住PRに活用。住んでみるとアクセスがそれほど不便でなく、そのアクセスの時間を楽しめるようにする。</p> <p>観光客でも地元の方と話がしてみたい方は多い。飲食店などで交流協力店を募り、長瀬の良さをPR。</p> <p>深谷市のアウトレットと連携した観光客の誘客と観光振興。</p> <p>ジオパークの昔は海だったを活用して、もっと楽しく岩畳周辺の観光を出来るようにする。</p>	<p>事業展開の際にご指摘の点を踏まえ検討してまいります。</p>