

「茅ヶ崎市観光振興ビジョン（素案）」についての パブリックコメント実施結果

—ご協力ありがとうございました。—

- 1 募集期間 平成26年 9月 1日（月）～ 平成26年 9月30日（火）
- 2 意見の件数 25件
- 3 意見提出者数 17人
- 4 内容別の意見件数

分類	項目	件数
1	ビジョンの推進に関する意見	9
2	本市のハード施設に関する意見	4
3	ホノルル市との姉妹都市締結（活用方法含む）に関する意見	3
4	ビジョンの表記の仕方に関する意見	3
5	ビジョンの目指す方向性に関する意見	2
6	パブリックコメントに関する意見	2
7	ビジョン全体に関する意見	1
8	その他の意見	1
合計		25

 =一部修正を加えた項目

茅ヶ崎市 経済部 産業振興課観光担当
☎0467-82-1111（代表）
e-mail: @city.chigasaki.kanagawa.jp

(意見及び市の考え方) 案

※いただいたご意見については、内容に関わらない部分及び提案者が特定される部分を除き、原文のまま掲載しております。

■ビジョンの推進に関する意見 (9 件)

(ご意見 No1)

茅ヶ崎は海の幸・山の幸・気候・風景・環境等、恵まれていると思いますが、その割には観光客が来ておりません。それは何故だろうか？まだ観光客が観光に来る程の観光の力・魅力が足りないのであろうか？ではどうすれば良いか？

自然で観光の魅力が足りないのであれば、その魅力を作らなくてはなりません。そしてその魅力を広く宣伝・PRしていかないとはいけません。茅ヶ崎は今でも観光になる要素があります。まず現在の観光状況を分析して足りないものを見付け、それを観光に結び付ける事だと思えます。そのためには市民及び行政・商店と全員が協力・助け合い、観光の育成・充実して行く方法を提案し合い、行政はそれを充分検討して観光を育成・充実して行かなくてはなりません。ただパブリックコメントだけで市民に呼びかけるだけでなく、もっと広く市民の意見を聞く事が必要なのではないでしょうか？観光を強めていく事は茅ヶ崎の発展及び市民サービス向上にもつながるものと思えます。観光を強めるためには素養にもあります。下記の事が必要だと思えます。

①関連産業の取り組みによる推進

②イベントの充実による推進

③観光振興拠点化の推進

④現在の茅ヶ崎の「観光資源」を分析・検討し、足りないものを見付けそれを観光に結びつける。

⑤広く市民に観光について伝え、市民に参加してもらい、行政に於いても観光課だけでなく全体で観光に取り組む。

⑥他の地域の観光地の有利点を参考にする。

具体的なもの

①現在の「観光資源」による観光地図(異色)を作り、巡回コースを設定(スタンプを押す。)

②加山雄三の「湘南の若大将館」と桑田佳祐の「サザンオールスターズ館」の合同館を作り、イベントを行い全国にPRする。

③市民から観光に対する提案の募集と学校において学生から茅ヶ崎観光について意見を聞く。

以上、私の気付いた点を書きました。参考にして下されば幸いです。

次に『ちがさき丸ごと博物館』の主旨に「市内全域を屋根も壁もない博物館と見立て、地域の文化・歴史・自然等を“都市資源”として活用し、まち全体を生き生きとさせ、まちを愛する人々を増やして行きたい」と有りますが、観光においても茅ヶ崎全域の「観光資源」を広くPRし、観光を育成・充実させ観光客が多く来る様にして行かなくてはならないと思えます。又、辻堂も共に茅ヶ崎の観光地として考えるのが良いと思えます。

(ご意見 No2)

元来、観光地である茅ヶ崎を観光の場所としてPRすることは大変結構なことだと思います。また、それを推し進めることは地場の産業等もまた活性化することにもつながると思料されます。但し、PRには資本を投下することになりますが、これも最小限におさえ、誇大広告にならないよう地道な方法で茅ヶ崎らしいやり方で実施しては如何でしょうか？

夏の海水浴だけでなく通年で利用できる観光施設を活用して駅から徒歩コース・バスコース等、いくつかのコースを設定して、見学料とバス料金を格安で設定しては如何でしょうか？

バスはコミュニティバスの利用が適当かと思われれます。

(ご意見 No3)

このたびの「茅ヶ崎市観光振興ビジョン」策定の趣旨として、私たちの住むまちの魅力発見の活動を「ちがさき力発信」と位置付け、その担い手を観光業者のみならず、魅力ある地域づくりに関心のある、すべての市民やグループの換発を求められることに賛同しての意見具申と致します。

1.ちがさき力「発信」への期待

私は京都出身でもあり各地に転居して、観光地や名所とされる施設での付き合いから想起されることは、夫々の魅力発現の努力もさることながら、名づけ(品名)、おいでやす(方言)、かまい所(宿泊)、伝言ルートなど歴代の招来風習があるほか、他方では現在でもパーキング客向け便りを届ける“ふるさと発見倶楽部(飛越)”があり、地域力発信の尊さを痛感しております。

参考文献・ふるさと飛越倶楽部協議会 ・京都ブランド創生講座 2009

2.やってみよう「ちがさき力発掘」

ちがさきブランドの発掘に関しては、既に各界にて実施されておられることと拝しますが、私も近所の「菓子本舗富士見」を訪れ、折角の本社・製造工場を活用しての、ブランド品開発、工場見学、商工会連携などの観光振興企業への参加を伺っており、これらブランド品や業界並びに来訪者との駅周辺の“ふれあいゾーン”づくりが期待されます。

また、観光ビューポイントの発掘に関しては、京都駅のスカイウォーキングロビーの参考に、更には、空と海で“体一杯やってみよう”の設備充実を目指したいものです。

・ちがさきビーチ空中散歩 ・柳島公園空中散歩ブリッジ 姥島海中公園など

3.ふるさと湘南力づくりへ

茅ヶ崎市、藤沢市、寒川町で組織される“湘南広域都市行政”を活用しての湘南観光ゾーンは、いずれ具体化されるものと期待しておりますが、その場合の“ちがさきビューポイント”は柳島空中散歩…ほか、保健・健康フロンティアとして、歴史的には相州水郷ゾーンなども併せて振興ビジョン実現を目指したいと思えます。

(ご意見 No.4)

〔常に周辺の市町とは違うものを訴えてゆきたい。〕

- 市内の見学会をいくつか企画実行してきましたが、事例を挙げてみます。
 - ・松下政経塾とアルバック
 - ・古武道と西洋スポーツ(弓道場とピストン堀口)
 - ・サンセットウォーク…サザンビーチから柳島へ夕日に向かって、しらす漁の話聞きながら食事
 - ・えぼし岩上陸と漁師さんの話 (共通するのはゆっくりとお話を聞きながら)
- 茅ヶ崎検定を主催して欲しい。(どこよりも易しく、どこよりも個性的)
- 気が再生できるまち…ヘッドランドで日がなぼんやりして帰る人もいます。
(萬鉄五郎の画風が変わったように)

(ご意見 No.5)

- P6-2-(6) 既にご存知とは思いますが、熱海市観光経済課で「1年365日24時間対応で…」山田久貴さんの活動をTVで見ました。同様の展開を検討しては如何でしょうか。
- P8-3-(1)-イ 「居心地のよさや地元の誇りなど」について、兵庫県神戸須磨海岸周辺での一部海水浴客のマナーの悪さが問題となったニュースが報道されていました。観光振興を優先するあまり、これまでの本市の良さが損なわれることのないよう留意していただきたい。

(ご意見 No.6)

4年半、長野県に住んでいました。(単身赴任)茅ヶ崎市の知名度は近隣市町に比べずば抜けて高かった。

- ① 近隣市町とのネットワーク作り
 - ・藤沢市…江の島
 - ・寒川市…寒川神社
 - ・鎌倉市…鎌倉八幡宮ほか
- ② 市内の交通網
 - ・駐車場の充実…民間駐車場と契約
 - ・貸し自転車…サイクリングマップの充実
 - ・えぼし号観光スポット巡回号…何所でも乗り降り自由。(長野県 諏訪湖周遊バス)
- ③ 観光ガイドの養成
- ④ 歴史の掘り起こし
 - ・下寺尾遺跡群…本遺跡・寒川神社・大岡越前墓・里山公園 (観光ルート)
 - ・浜降祭・大岡祭…全国版に盛り上げる。(諏訪大社の御柱のように)
- ⑤ 高齢者をターゲットに
 - ・小津安二郎・原節子をセットで…茅ヶ崎館を大々的に PR する。
 - ・市川団十郎・川上音二郎
- ⑥ リピーターの構築
 - ・サザンビーチでのイベントを増す。
 - …市外、県外から客を呼べるのはサザンです。
 - …中央公園からサザンビーチへ
 - …西浜駐車場の有効活用

(ご意見 No.7)

素案の「基本方針」について、国から予算を割り当ててもらうために、行政特有の美辞麗句が並べられている文章と見たが、それはご担当に任せるとして、「脚下照顧」を指摘しておきたい。

具体的には、「①観光資源の価値検証」の内容であるが、ご担当は「イメージなどの現状把握」に含められていると主張すると思うが、それでは弱い、「既存のイベントの市外からの観光客誘引力を検証する」を明記して項目建てしておきたい、そしてその結果を市外からの集客力向上策につなげたいところである。

その一例として「浜降祭」がある。「浜降祭」は茅ヶ崎市の四大祭りに位置づけられているが、本当にそうだろうか？自分は南湖で育った人間なので、素直に同意するが、茅ヶ崎市の人口の多くを占める地域の方々にとってもそうだろうか？神社の無い地域、浜見平団地、鶴が台団地、一中通りから東の地域に移り住んでこられたの方々にとっては「おらが祭り」ではないと思う市、浜での神事が終わると神輿はさっさとそれぞれの神社に戻ってしまい、市をあげての盛り上がりには欠ける。また、早朝のイベントであるが故に、市外から来ていただくための動機づけに欠けるのも「集客力」という観点では苦しい

今の時代に好まれる市外からの観光客誘引の要素を踏まえてみると、次のような整理も考えられる。(市内在住者向けがメインのイベントを除く)

春 大岡祭、湘南祭

夏 花火大会、浜降祭プラス湘南茅ヶ崎「観光」朝市…この観光朝市は、浜降祭に来られた方々を「漁港通り」での朝市に引っ張り、かつ市内に引っ張ってくる狙い。

秋 湘南茅ヶ崎グルメ祭り（ラーメンまつりの発展形）プラス湘南茅ヶ崎「健康」朝市…この健康朝市は、農協ビルの前の通りからエメロードでの開催が一案。

冬 サイ클ラー集合…湘南茅ヶ崎独自のスポーツ・イベントとして「サイクリング」を取り上げたい。先行例としては、「しまなみ海道での自由参加のサイクリング」がある。ただし茅ヶ崎では、一日だけのイベントならざるを得ないと思うが、寒川の体育館をスタート・ポイントに、茅ヶ崎北部、行谷、芹沢、小出、里山地域、下寺尾、などを巡って、寒川に帰るコースなどが考えられる。

以上です。

(ご意見 No.8)

資料拝読しました。観光への期待が膨らむビジョンと思います。

- ① 担い手の育成：まず人材の育成（発掘を含めて）が必要であると思います。
- ② 市民の共感を協力：観光客に対する茅ヶ崎市民らしい“おもてなし”の心が大切です。
- ③ 記載されてますが、ギフトセット etc. 地域特産の開発が必要です。
- ④ 観光資源：もっとある様に思います。体験型ツアーの開発とか？

(ご意見 No.9)

茅ヶ崎市の観光

茅ヶ崎市は特出した観光名所が無いので、循環型の観光は如何でしょうか。

茅ヶ崎駅を中心として南側と北側に分け、南側を「しおさいコース」仮称、北側を「さとやまコース」仮称とし、コミュニティーバスで循環し、一日乗車券を発売し、乗り降り自由で一日 1,000 円で市内観光が出来ればと思います。(土曜・日曜・休日のみ運転)バスが休日に都合出来るか、一日 1,000 円で採算性の問題等で課題はあります。コミュニティーバスには茅ヶ崎ナンバーのプレートを付けて、ご当地ナンバーの PR をする。

「しおさいコース」

美術館、松籟庵、開高健、茅ヶ崎ゆかりの人記念館、えぼし岩、サザンビーチ、氷室椿庭園、文化資料館、南湖院、浜降祭(椿、花火、祭等は季節に合わせて実施)

「さとやまコース」

中央公園、旧和田家、三橋家、浄見寺(大岡家菩提所)、市民の森、下寺尾官衛跡群、小出川流域散策一部里山公園等(季節によりコース変更あり)

(市の考え方)

ご指摘のとおり、本市の観光振興の推進にあたっては、様々な課題があると認識しています。

そのため、本ビジョンでは、本市の観光振興を推進するための7つの基本方針を定めるとともに、基本方針を土台として、本市を取り巻く社会状況の変化を観光振興の契機と捉え実施する重点施策を定めています。

重点施策では、魅力発信重点プロジェクト「ちがさき力、発信」を定め、本市独自のシティセールス・シティプロモーションを実施することにより、プロジェクトのコンセプトである、『100万人が1回だけ訪れるのではなく、1万人が100回訪れるまち』『「住んでよし、訪れてよし」の地域づくり・観光魅力づくり』の実現を目指していくこととしております。

なお、皆さまからいただいたそれぞれのご意見・ご提案については、今後の観光振興の推進にあたっての参考とさせていただきます。

■駐車場・駐輪場・道路・宿泊施設等本市のハード施設に関する意見（ 4件）

(ご意見 No.10)

資料拝見しました。一筆下記にしたためます。

東京と横浜の友人が、茅ヶ崎に遊びに来ました。レンタサイクル等を使い、茅ヶ崎を散策するが、海を眺める椅子やベンチもまともになく、また、松林の散策道は荒れ放題であった。

また、別な年に大岡祭に八王子から家族で来たが、駐車場に苦戦をしなかなか見つからなかった。

それぞれ意見を聞いたが、「また来たい」という意見は出てこない。

なぜか？茅ヶ崎の名前は知られているが、明治大正昭和と著名人が「居た」だけで、残っているものはほとんどなく、観光資源は海だが、海岸線は藤沢と比べて整備もされておらず見劣りする。海と言ってもえぼし岩周遊船があるだけ。それ以外の楽しみの整備もない。釣り専用場所もない。「えぼし岩近くはスキューバダイビング出来るの？」誰も出来るのか出来ないのか考えていない。相模川もあるが、平塚側はかなり整備されているも、茅ヶ崎側が河川敷ボールパークとボートの係留場所以外は未整備。茅産茅消を促進するにも、沿線道路には「道の駅」もない。

茅ヶ崎を観光だけでなく、若い定住希望者を増やすことが大事と思う。紙面に限界があるので、以降は提案（ランダム）のみ。

海岸線の整備（松林の散歩道）と産品販売所設置（134号線）サイクリングロードにもベンチ設置、休憩のための東屋とトイレ設置。

- 里山公園の定期的整備（森林キャンプ場を設置）他緑地や公園も定期的に整備。
- 市民病院の365日営業。（特に小児科の充実＝これが若い人たちへの将来の贈り物）
- 駅前に安心して子供を預けられる保育園の設置。（パチンコ屋は郊外でもいいのでは。）実際に逗子を見てきたが、駅前にはなかった。（市の条例か？）
- 地下自転車置き場、もしくは高層自転車置き場の設置（北口・特に南口）
- 魅力ある茅ヶ崎建国プロジェクトチームの設置

「民間の知恵を使いましょう。」

- 茅ヶ崎産品即売所（野菜）の設置。既存設備の活用を図る。
神社仏閣、企業の建物・敷地、余剰地。
- 相模川沿いの整備により、大規模アウトレット誘致（小型電動シャトルバス利用、もしくはカーシェアリング）
若い人が興味を持って活動出来る場所・建物の提供（音楽・ダンス・イベント）
- イベントの創造（茅ヶ崎に行くと常に何かやっている！）文化を定着させる。それこそコンペをやるのも案。骨董市、グルメ市、フリマ市、アートフェスタ。
- 野球場も高校野球の公式戦県大会が出来るように。プロも呼びたいところです。
- マリンアクティビティの誘致。
- 相模川を使ってレガッタが出来ないか？

茅ヶ崎の人口はたしか23万人。若い人たちが住みたいという市にしたい。それには楽しい街、明るい街、きれいな街、文化のある街、市民が活躍出来る街。安心して子供が育てられる街。市民の意見が実現出来る街でなければならない。

(ご意見 No.11)

「さがみ縦貫道路」が隣の市まで伸び、近々には当市に直接乗り入れが可能となり、茅ヶ崎の海に足が運びやすくなってきているのに、一方、その車をどこに駐車するというのか？海岸に気軽に車、バスを駐車するスペースは公的にも、私的に見てもお寒い現状があります。まずは車で来てもらい、一日安い費用で家族、友人と湘南気分を満喫できる事を目指す方向が最優先課題と考えます。海岸線に市営の格安で駐車場を設置して、そこからレンタサイクル（ミヤタ電動自転車）や、現行のコミュニティーバスで街中へ入ってもらう事を考えると予算もあろうが、現状売りに出されている「茅ヶ崎ゴルフ場」「シーサイドゴルフ場」を市で買い取り、あそこを大型バスも駐車可能な多機能駐車場の建設を考えるべきと思う。

第2は、江の島水族館に対抗出来るレジャー施設として、「えぼし岩海中遊歩道」を作り、エスカレーターで海岸から一周出来るトンネル式遊歩道を作って、お客様を誘致するか、えぼし岩にホテルを建設して一大レジャーリゾートとしたらいいんじゃないですか。

・資金は市民から投資債を募り、後々に還元するようにはいかがか。一口 10 万円とか。

(ご意見 No12)

- 茅ヶ崎は生活するにも、子育てするにもとてもよい土地風土です。____に子供3人持ち家庭の多いこと、保育園の送迎の親の逞しいことに感心してます。
- しかし、観光となるとこれと言う“シンボル”がない、富士山・江の島と海岸の眺めはよいが、いずれも他市のもの。茅ヶ崎にはこれがあるというものが欲しい。“えぼし岩”をもっとアピールするのはどうかな。
- また茅ヶ崎駅南口(海側)を開発して、大型店があったらいいのと思う。

(ご意見 No.13)

市に在住するようになった外来一世の市民から感じる市の観光第一は、浜降祭と大岡祭である。歴史的遺産の下寺尾官衛遺跡や居村遺跡はもっと知られてよいと思うが、調査過程にあるせいか、紹介・解説される機会が少ないし、特に後者の名を知っている人が少ない状況である。

一方「サザン通り」、「雄三通り」は名前はあってもたいして実体がない。「ラチエン通り」「鉄砲道」もしかり。「鉄砲道」はもっと歴史的に調べて、解説すべきである。

(藤沢市民の話では、基点は向う側にある。)

私は鉄砲道（平和学園一駅前通り）を利用する市民であるので提案してみたいのだが、鉄砲道は本市の中でも代表する通りであるだけに、もう少し考えるべきだと思う。

- ① 車道はよいが、歩道の並木や花壇が樹種の問題や、草ぼうぼうであったり、あまりきれいな道でない。このため、今の鉄砲道にあった樹種を考え、花壇も統一させたり、もっと美しい道にすることである。
- ② 道から入ると「開高記念館」や「氷室椿庭園」等があるが、どの通りから入ればよいか、簡素な案内板みたいなものが出来ないかと思う。
- ③ イベントの開催

外来市民一世の多数は市外勤務者が多いと考える。またこれらの多くが退職者になりつつあり、市のことを知ろうとしても、コミュニティを持たず、健康のため周辺をウォーキングしているケースが多い。市でもウォーキングマップを出しておられるが、これらの人を愛市民化し、活性化するためにも観光ニュースのウォーキングをイベント化し、市のいろいろな場所を知る機会を増やすことが必要である。初めは市が指導しなければならないかもしれないが、そのうちにボランティアが出てくると思う。

以上、商業的観光の前に、茅ヶ崎らしい景観をもつ街並みと住民の活性化により、住んでみたい街にすることが前提であると考えます。

茅ヶ崎らしさを作り育てていくことが肝心である。

(市の考え方)

ハード施設整備については、本ビジョンの6ページ 2、観光振興の基本方針(7)観光基盤の構築にありますとおり、今後、市内の主要な観光資源周辺において、観光の情報発信や交流の場となる拠点の整備を目指してまいります。

なお、皆さまからいただいたそれぞれのご意見や、具体的にご提案いただいた案については、今後本ビジョンを推進していくにあたってのご意見として活用させていただきます。

■ホノルル市との姉妹都市締結（活用方法含む）に関する意見（ 3件）

(ご意見 No.14)

ホノルルと姉妹都市を謳うが目的と目標がよく分からない。
ホノルルとの姉妹都市＝若い人の交流。中学生から高校生まで、交換留学制度の創設
（フラダンスとアロハシャツでは無意味）

(ご意見 No.15)

その為には個性を強く打ち出すことである。幸い、ホノルル市と姉妹都市締結をするこのチャンスを大いに生かし、一例として思い切ったハワイアン化はどうだろう。江の島・鎌倉にはない「垢抜け」した海の魅力。海岸に椰子の並木を作る。フラのメッカを作る。ハワイの植物園を作る。白砂を彩る、_____思い切って目に訴える工夫が必要だろう。「洒落た海辺だ!!」がコンセプトとなろう。また思い切りバーベキューが出来るエリアや、撤退するゴルフ場跡地も一体的に活用する。言葉だけの施策を羅列するのではなく、具体的な施策を期待したい。

(ご意見 No.16)

資料拝読しました。観光への期待が膨らむビジョンと思います。

- ① 海外からの客：ホノルルとの姉妹都市を契機に、海外からの客の増加、オリンピックを契機に同様の視点での準備は？

どうぞ頑張ってください。

(市の考え方)

本ビジョンでは、ホノルル市との姉妹都市締結や2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会の開催等について今後、本市の観光振興を推進していく上で大きな好機であり、これらに関連する取り組みについても、本市が持つ観光振興の素材の力（ちがさき力）の一つと考えており、本ビジョンの重点施策である本市独自のシティセールス、シティプロモーションの中で、活用を図っていくこととしています。

■ビジョンの表記の仕方に関する意見（ 3件）

(ご意見 No.17)

- ④ 当パブコメでビジョンと表現した意味は？「あり方」で統一したら。それともどちらかに？

(市の考え方)

本ビジョンについては、本市の観光振興の基本方針とともに、重点施策とその取り組みによる本市観光の将来像を示しているため、全体は「ビジョン」と表現しています。

また、ビジョンの構成を、整理や説明を重視した第1部と、イメージを重視した第2部の2部構成としたため、第1部については「観光振興のあり方」と表現しています。

(ご意見 No.18)

- まずサブタイトルの表現について意見を申し上げます。

1-1 表紙に「地域活性化・郷土愛・消費力向上に向けた…」とありますが、この文章は「地域の活性・郷土愛の醸成・消費の向上を目指した…」ではないのか。簡略すると「地域活性・郷土愛・消費の向上を目指した(に向けた)…」と思います。

「…に向けた…」に係るのであれば、“地域活性化”と“郷土愛”の言葉を並列に扱うのは適当でないし、このビジョンの場合、“地域活性”と“郷土愛”は市民側の課題であるのに対して、“消費”は訪れる人に対する期待であるので、同列に「…に向けた…」にかけるのは適切でないと思います。また、“地域活性化の向上”ではなく“地域活性の向上”が狙いではないでしょうか。

1-2 第2部の表紙に補足的に(8pにも)「…広い意味での物語性を…」とありますが、“広い意味での”といった広義の意味づけは「物語性」を曖昧にし、受け取る人の気分流れやすく言葉の力を弱めるので、削除される方が良いと思います。

- ビジョン(素案)の展開構成、内容は概ね理解しやすいが、細かい点について私見を申し上げます。

2-1 「ちがさき力」という表現が8p以降に出てきます。後段を読めば何を言おうとされているかはわかりますが、あちこちに分散しています。「ちがさき力」とは何を具体的な事例や事象、環境、活動等をまとめた特化ページがあれば、よりわかりやすいと思います。

(市の考え方)

サブタイトルの表記、またp8、p12、p13の表記の仕方については、ご意見を踏まえ、文章を変更するとともに、分かりにくい表記については、前後関係を整理し、次のように修正いたします。

◆修正部分の対照表

修正後	修正前
<p>タイトル 茅ヶ崎、動く <u>地域活性・郷土愛・消費の向上を目指した</u> 観光振興のあり方と魅力発信重点プロジェクト</p>	<p>タイトル 茅ヶ崎、動く <u>地域活性化・郷土愛・消費力向上に向けた</u> 観光振興のあり方と魅力発信重点プロジェクト</p>

修正後	修正前
<p>p 8 イ. 重点施策としてのシティセールス・シ ティプロモーション</p> <p>本市に現存する真の魅力、深さ、奥行き、<u>歴史に裏づけられた物語性</u>、すなわち訪れる人も住む人をも惹きつけるそうした力を、「ちがさき力」と据えてみます。</p>	<p>p 8 イ. 重点施策としてのシティセールス・シ ティプロモーション</p> <p>本市に現存する真の魅力、深さ、奥行き、<u>広い意味での物語性</u>、すなわち訪れる人も住む人をも惹きつけるそうした力を、「ちがさき力」と据えてみます。</p>

修正後	修正前
<p>p 1 2 そのため、第2部においては、こうした皆さまに本市に現存する真の魅力、深さ、奥行き、さらには<u>歴史に裏づけられた物語性</u>を再発見し、再認識してもらうために、本プロジェクトの基本的考え方をイメージしやすい表現、よりわかりやすい形で提示します。</p>	<p>p 1 2 そのため、第2部においては、こうした皆さまに本市に現存する真の魅力、深さ、奥行き、さらには_____物語性を再発見し、再認識してもらうために、本プロジェクトの基本的考え方をイメージしやすい表現、よりわかりやすい形で提示します。</p>

修正後	修正前
<p>p 1 3 第 2 部 茅ヶ崎に現存する真の魅力、深さ、奥行き、<u>歴史に裏づけられた物語性</u>を再発見し、再認識してもらうために</p>	<p>p 1 3 第 2 部 茅ヶ崎に現存する真の魅力、深さ、奥行き、<u>広い意味での物語性</u>を再発見し、再認識してもらうために</p>

(ご意見 No.19)

- 素案冊子の製本について、頁数が多いためか、縦横のずれとホチキス止めが中途半端(危険)です。作成職員の方への基本指導を上司の方をお願いします。(職員を育てて下さい。)
- P4-2-(2) 市職員がまず茅ヶ崎市を愛する心を持つことが大前提ではないでしょう。素案に明記すべきと思います。
- P8-3-(1)-ア 4行目「訴求の構築」について、分かりやすい表現をしては如何でしょうか。
- P9 「施策の担い手」に「市職員一人ひとり」を加えてはいかがでしょうか。
- P16 最下段に「綿密な市場調査…求められます。」とありますが、茅ヶ崎独自の光「ちがさき力」を抽出し、大きな力へと展開させる(P15)理念とは反すると思いますが如何ですか。国土交通省の「地域観光マーケティング促進マニュアル」に地域としての明確なビジョン・目的が不可欠であるとともに、地域側の都合だけの発想では限界がある。一過性の取り組みに終わることのないよう、継続的な事業目的を地域の皆が共有するよう明記されています。地域コーディネーターを発掘し、本市に相応しい観光振興のあるべき姿を作っていただきたい。
- 次の4点、具体的にどういうことですか。
 - ① P33 最下段「学術的…制作」
 - ② P33 6行目～7行目「茅ヶ崎…いえます。」
 - ③ P34 3行目「あの茅ヶ崎…発信です。」
 - ④ P35 10行目「知的なかつこよさ」
- P37 調査報告の中で、「茅ヶ崎」の表記が数箇所ありますが、「茅ヶ崎」とすべきではないでしょうか。郷土愛を深めるためにもよろしくをお願いします。

(市の考え方)

ご指摘いただいたとおり、市職員一人一人がまず市を愛する心を持つことについては、観光振興の推進にあたって、大切なことであると認識しております。そのため、本ビジョンでは、施策の担い手に市を位置付けておりますので、そのことを意識し今後各施策を推進してまいります。

また、ご指摘のとおり p 8 - 3 - (1) - ア 4行目「訴求の構築」について、今後の観光振興において何が必要とされているかについて、修正いたします。

◆修正部分の対照表

修正後	修正前
<p>p 8 この結果が示すように、近隣市に比べ観光誘客力が低いことが本市の現状であることは、認めざるを得ません。昼間人口の増加・インフラの充実といった「観光振興のチャンス」はいわば近隣市にとっても等しい条件です。その中で本市が独自の誘引力の向上を目指していくには、今後の観光振興において<u>新しい打ち出し方が必要と考えられます。</u></p>	<p>p 8 この結果が示すように、近隣市に比べ観光誘客力が低いことが本市の現状であることは、認めざるを得ません。昼間人口の増加・インフラの充実といった「観光振興のチャンス」はいわば近隣市にとっても等しい条件です。その中で本市が独自の誘引力の向上を目指していくには、今後の観光振興における<u>強い訴求の構築が求められていると認識します。</u></p>

さらには、次の4点についての具体的にはどのような事かについてのご指摘について

① p 33 最下段「学術的…制作」

「茅ヶ崎の歴史的な背景についての、学術的というよりもエンターテインメント性を考慮した体系的な“ちがさき物語”の制作」については、茅ヶ崎の歴史的な背景や風土について語る、楽しみながら読み進めていただくものとしての“ちがさき物語”の制作との意味です。

② p 33 6行目～7行目「茅ヶ崎…いえます。」

特化したものに委ねるものとは異なり、「茅ヶ崎で過ごすことの意義(世界)の明確化」を図っていくことといえますについては、特化したものに委ねるというより、それらすべてを含んだ茅ヶ崎全体の魅力を訴えていくことといえます。

③ p 34 3行目「あの茅ヶ崎…発信です。」

「あの茅ヶ崎が何かを始めた」という発信です、については、茅ヶ崎がユニークなプロモーションを展開している、という発信という意味です。

④ p 35 10行目「知的なかつこよさ」

知的なかつこよさについては、p 32に記述のように、茅ヶ崎人の住むまちのかつこよさに魅力を感じ、訪れ、時間を過ごすという意味です。

さらには、ご指摘いただいたように、p 37以降の観光資源に関する調査報告については、以下のページにおいて、茅ヶ崎を茅ヶ崎に修正いたします。

◆修正部分の対照表

修正後	修正前
<p>p 42</p> <p>1 湘南というよりも茅ヶ崎の魅力は、「生活感」</p> <ul style="list-style-type: none"> ・茅ヶ崎も湘南も訪問経験/ ・茅ヶ崎が湘南よりも勝っているイメージ ・茅ヶ崎のイメージは生活感があり、 <p>*魚が美味しいエリア 茅ヶ崎29.9%</p> <p>*住みやすそうなエリア 茅ヶ崎27.0%</p>	<p>p 42</p> <p>1 湘南というよりも茅ヶ崎の魅力は、「生活感」</p> <ul style="list-style-type: none"> ・茅ヶ崎も湘南も訪問経験/ ・茅ヶ崎が湘南よりも勝っているイメージ ・茅ヶ崎のイメージは生活感があり、 <p>*魚が美味しいエリア 茅ヶ崎29.9%</p> <p>*住みやすそうなエリア 茅ヶ崎27.0%</p>

修正後	修正前
<p>p 43</p> <p>2 茅ヶ崎でしか得られない魅力を打ち出せる生活に密着する観光資源がある</p> <ul style="list-style-type: none"> ・茅ヶ崎訪問経験者の訪問意向は全体より高くなる傾向がみられ、もう一度行ってみたい場所が茅ヶ崎には多いと判断できる。 <p>茅ヶ崎居住者 茅ヶ崎訪問経験者 N=207 N=417</p>	<p>p 43</p> <p>2 茅ヶ崎でしか得られない魅力を打ち出せる生活に密着する観光資源がある</p> <ul style="list-style-type: none"> ・茅ヶ崎訪問経験者の訪問意向は全体より高くなる傾向がみられ、もう一度行ってみたい場所が茅ヶ崎には多いと判断できる。 <p>茅ヶ崎居住者 茅ヶ崎訪問経験者 N=207 N=417</p>

修正後	修正前
<p>p 55</p> <p>問2 茅ヶ崎のイメージを教えてください。(FA) /問3 湘南のイメージを教えてください (FA)</p> <p>茅ヶ崎イメージの気になる発言： 茅ヶ崎市居住者</p>	<p>p 55</p> <p>問2 茅ヶ崎のイメージを教えてください。(FA) /問3 湘南のイメージを教えてください (FA)</p> <p>茅ヶ崎イメージの気になる発言： 茅ヶ崎市居住者</p>

■ビジョンの目指す方向性に関する意見（ 2件）

（ご意見 No.20）

全体的に総花的であり、胸に落ちてこない。絵としては成り立つが、もっと焦点を絞り、具体的に訴求力を高める工夫が必要である。

私自身、つい最近まで東京に住んでいたが、茅ヶ崎のイメージは「湘南」「海」「江の島・藤沢の先」であった。キャッチフレーズも「海と太陽と…」として、「海」を打出している。このことから総花的な施策も良しとしても、当面は「海」を主題とした取組みに特化するべきだろう。勿論、祭や周辺の魅力を発信し、訴求力を高めることを否定はしないが、メリハリをしっかりとつけてみてはどうかということである。

茅ヶ崎の「海」は、今のところ江の島・鎌倉に大きく差をつけられている。「海」の資産だけに頼っているのは、この先も期待は薄い。江の島・鎌倉にはない、海の魅力作りが急務である。

なお「祭」の発信力は極めて弱い。例えば東京において「浜降祭」など聞いたこともなかった。実際に見てみるとちょっとお粗末なものだった。神輿が全部海の中に入るのかと思っていたら数基のみ。真相は事故防止ではなく、神輿の修繕の負担軽減とも聞く。しかも早朝なので、ここ「みずき」からでもやっと間に合う。これでは観光というよりは自前の祭りに終わってしまっている。伝統も大事だが、もっと観光の視点から見直す必要はないのだろうか。

越前祭の浄見寺。観光どころか「田舎の祭り」に終わっていないのか。

（市の考え方）

本ビジョンにおいては、特に 3. 施策の展開（1）重点施策（平成27年度～平成32年度）をあげて記述をしており、イ、重点施策としてのシティセールス・シティプロモーションにあるように、本市に存在する真の魅力等を「ちがさき力」と据え、人とモノを主役としたまちのブランド世界を醸成し、茅ヶ崎観光の骨格・観光PRのシナリオ（原作）を創り上げていくこととしております。

また、ご指摘をいただいた「祭」につきましては、「祭」の持つ伝統的な文化を尊重し、後世に継承していくとともに、観光的要素をしっかりと伝えることにより、誘客を促進してまいります。

さらには、いただいたご意見につきましては、今後、地域経済の活性化に繋がる情報発信の仕方を具体的に検討するにあたり、参考とさせていただきます。

(ご意見 No.21)

2-2 14p3行目に「まちに「昼間のおとな」がいよいよ増える時代…」とありますが、「まちに「昼間のおとな」が、しかも「高齢なおとな」がいよいよ増える時代…」ということだと思います。“観光・ちがさき”を考えると、「高齢のおとな」の増加をどう見るのか、どのような役割が期待されるのかの視点が無いのは残念。

2-3 一方、居住者としての高齢市民の観点からは、気候が穏やかで、騒音や混雑がなく、日常生活が充足するまちと諸施設が望ましい。“観光・ちがさき”のステータスに対して、市政や商業面での期待はともかく、高齢市民がどれほど求めているのかには疑問を感じます。

(市の考え方)

今後も増加する高齢者の皆さまには、本市を楽しんでいただく観光客として、また、観光客をもてなす側の観光施策の担い手として、その両面から本市観光の活性化を推進する役割を期待しています。

そのことを踏まえ高齢化の進展に係る考え方については、第2部魅力発信重点プロジェクト「ちがさき力、発信」いまこそ、ちがさき力を、において、以下の内容を追記します。

◆修正部分の対照表

修正後	修正前
目次 いまこそ、ちがさき力を 独自性に富む観光資源/茅ヶ崎ならではの 発信スタイル/新たなインフラの充実さが み縦貫道路/ホノルル市との姉妹都市締結/ 2020年東京オリンピック・パラリンピ ック競技大会開催に向けて/超高齢社会に ふさわしい落ち着いたきのある豊かさを目指し て/滞留型観光の茅ヶ崎	目次 いまこそ、ちがさき力を 独自性に富む観光資源/茅ヶ崎ならではの 発信スタイル/新たなインフラの充実さが み縦貫道路/ホノルル市との姉妹都市締結/ 2020年東京オリンピック・パラリンピ ック競技大会開催に向けて/_____ /滞留型観光の茅ヶ崎

修正後	修正前
<p>p 1 7</p> <p>2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会開催に向けて</p> <p>東京で開催が決定した2020年オリンピック・パラリンピック競技大会。世界最大のスポーツの祭典に、国内外の膨大な数の人びとが動きます。東京から近いリゾート地・茅ヶ崎の価値も高まります。</p> <p><u>超高齢社会にふさわしい</u> <u>落ち着いたある豊かさを目指して</u></p> <p><u>団塊の世代がほぼ65歳を越える年齢に</u> <u>差しかかり、本格的な超高齢社会の到来と</u> <u>いわれます。当然のことながら茅ヶ崎に住</u> <u>む人びと、茅ヶ崎を訪ねてくる人々にもそ</u> <u>の傾向がいつそう高まってきます。「まち</u> <u>のあり方」もその傾向をきわめて重要な要</u> <u>素のひとつと受け止めなければなりません</u> <u>。華やぎを求めるばかりに騒々しい演出を</u> <u>するのではなく、落ち着いたある豊かさを</u> <u>「まちの魅力」の中心のひとつとして「ち</u> <u>がさき力」に据えていきたいと考えます。</u></p>	<p>p 1 7</p> <p>2020年東京オリンピック・パラリンピック協議大会開催に向けて</p> <p>東京で開催が決定した2020年オリンピック・パラリンピック競技大会。世界最大のスポーツの祭典に、国内外の膨大な数の人びとが動きます。東京から近いリゾート地・茅ヶ崎の価値も高まります。</p>

■パブリックコメントに関する意見（ 2件）

(ご意見 No.22)

- ① 当ビジョン・パブコに当たり、説明会等を行われないのですか？他のパブコでは実施している件もあります。
- ② 今年も今のところ、8月9月10月にパブコメが集中していますが、工夫出来ないでしょうか？
- ③ 当市パブコメ全予定を年度当初に発表出来ないでしょうか？

(ご意見 No.23)

- パブコメの基本型について、企画経営課としての考え方があれば教えてください。(庁内手続き等、今後のスケジュール及びパブコメ実施に関する主旨の明記等)

(市の考え方)

市民意見交換会については、6月17日（火）18時からと6月23日（月）13時30分からの2回実施いたしました。

また、パブリックコメントの手続きの目的は、計画等の案を事前に明らかにし、その案に対するご意見をいただき、ご意見を考慮して最終案を決定していくことと、ご意見に対する市の考え方も公表することで、市政への市民参加の機会を提供するとともに、市民の皆さまに対する説明責任を果たし、以って市政運営の公正の確保と透明性の向上を図ることにあります。パブリックコメント手続きは、それを実施すること自体が目的ではなく、計画等の策定等に係る必要な手続きであることから、パブリックコメント手続きの実施状況を踏まえて（立案の時期を勘案して）計画等を立案することは、本来の目的にそぐわないものと考えます。ご指摘のように、パブリックコメント手続きの実施時期が結果的に重複している状況が生じていますが、実施に当たっては、ご意見のご提出に支障のないよう、十分配慮して行っております。

■ビジョン全体に関する意見（ 1 件）

（ご意見 No.24）

- ⑤ 財政のことが一切触れていないがどうなっていますか？
- ⑥ P7(1)重点施策、ア. 施策のポイントで憂慮すべき現状の内容を分析することが全てではないでしょうか。近隣市当市に比べ非常に多く当市は少ないこと。
- ⑦ P63、再び訪れたくない理由「…男性より女性がもう一度行くきっかけがない…」と回答する率が高い。⑥と同様、施策をスローガン（標語）だけで終わらせることなく、当回答をはじめ、すべてのアンケート内容を分析して、施策を立案する必要があると思う。
- ⑧ 近隣市は姉妹都市（国内）2・3市と締結。また海外との姉妹都市は既に締結しているところもあります。当市はどうして人気がないのですか。それとも何かの理由があるのでしょうか。「ゆかりの市があることは知っています。」
- ⑨ 市の木についても、市民の認知度も低いし、市としても「市の木」についてもっと明確位置づけ PR すべき。
- ⑩ サザンビーチにしても、自然破壊が進み、下水道臭するのでは名前倒れではと思う。
- ⑪ 観光資源は当市は沢山あると思っている。訪れる人が少ないのは、上記内容も含め、これまでの行政の結果ではないでしょうか。
追加例 1.公園が少ない 2.親水性がない 3.文化施設が少ない 4.自然破壊が進んでいる 5.芸能文化資源が活かされていない 6.歴史も活かされていない…近隣市に比べて
- ⑫ 第1部 当観光振興のあり方、第2部…「ちがさき力・発信」は、上記⑥⑦⑧⑨⑩⑪の裏付けがあってこそと思う。

（市の考え方）

本ビジョンについては、今後シティセールスを推進していくには、ご指摘のようにアンケート結果を十分に検証したうえで、今後の観光資源活用の仕方や、情報発信の方法および内容について、十分検討してまいります。

また、今後の観光振興の推進にあたっては、様々な観光施策の担い手と市が相互に連携・協力するとともに、市民や事業者の皆さまの新たな発想や知恵を最大限に取り入れることにより、本市を取り巻く社会状況の変化を地域経済活性化のチャンスとして活かすことが重要であると考えており、市としましては、行政と民間の適切な役割分担や限られた財源の有効活用を図り、「ちがさき力」を核とした観光施策を効果的に推進してまいります。

■その他の意見（ 1 件）