

パブリックコメントの実施結果及び意見対応

1. 実施概要

(1) 公募期間

令和6年12月27日（金）～令和7年1月28日（火）

(2) 公募場所

- ・大町市ホームページ
- ・大町市役所、八坂支所及び美麻支所の各担当窓口

(3) 意見を提出できる方

- ・市内に住所を有する方
- ・市内に事業所又は事務所を有する方
- ・市内の事業所又は事務所に勤務する方
- ・市内の学校に在学する方

(4) 提出方法

- ・大町市役所の担当窓口を持参・提出
- ・郵送
- ・ファックス
- ・電子メール
- ・ながの電子申請

2. 実施結果

(1) 意見提出者

6名

(2) 意見内容

いただいたご意見は、意見提出者ごとに9ページから18ページに原文のまま掲載しています。

3. 意見対応

いただいたご意見を要約し、要旨と当該意見への対応案（回答）を以下にまとめました。

意見 番号	意見者 番号	意見要旨	回 答
1	1	「水のまち」として、飲料水に加え、水力発電の歴史や日本初のアルミニウム生産地としての価値を活用してみてはどうか。	文化・歴史的資源やアートを活かした体験型プログラムの開発（4章1(1)②）の中で取り組んでまいります。
2	1	高瀬渓谷観光振興に当たり「テプコ館」再開への働きかけや北葛沢駐車スペースの確保をしてみてはどうか。	エリア別の取り組みの中で、既存の観光資源を活用し、その組み合わせや見せ方を工夫するなど、ハード的な要素よりも観光コンテンツの充実や二次交通対策を優先的に進めてまいります。
3	1	信濃大町駅前観光振興のために、アルミニウム発祥の地となる説明看板設置や周辺のスポットを活用し、JR快速列車の停車時間を確保してみてはどうか。	訪日外国人旅行者の増加を踏まえ、信濃大町駅を起点に、他地域にはない魅力的な観光コンテンツとして磨き上げを図り、Webサイト「信濃大町なび」を活用した効果的なプロモーションの展開（4章1(1)⑤）の中で取り組んでまいります。
4	1	社地区の塩の道街道筋に公衆トイレ、駐車場を設置し、恒久的ウォーキングコースとして整備してみてはどうか。	新たな旅のスタイルとして、アクティビティ・自然・異文化体験の要素を2つ以上組み合わせた旅行形態「アドベンチャーツーリズム」の推進を図る観光コンテンツを充実し、低山帯と市街地を繋ぐ着地型旅行商品の開発（4章1(3)②）の中で取り組んでまいります。
5	2	市が目指す観光振興を「住みたくなる観光地 信濃大町」にしてみてはどうか。	訪日外国人が増加する一方で、国内旅行者数は人口減少社会の影響を受けて減少傾向にあります。このような状況の中で、観光振興におきましては、まずリピーターの確保が重要であると捉えております。その先に、リピーターの増加が定住や移住施策へとつながるものと捉えており、提言いただいた内容も踏まえ、市が目指す観光の将来像を「行きたくなる 住みたくなる 信濃大町」として検討してまいります。
6	2	観光客の満足度を上げるべきではないか。	重点施策として「二次交通の整備・再構築」「滞在型コンテンツの集約と効果的な活用」を掲げています。これら観光コンテンツの活用に向け、テストツアー等の実施の際に、満足度を数値化するなどに取り組んでまいります。

意見 番号	意見者 番号	意見要旨	回 答
7	2	デジタルサイネージについて効果があるのか。	ご提言いただきましたデジタルサイネージは、主要駅等で見かけるサイネージと違い、広告料を支払って行っているものではありません。市が独自に所有するモニターを首都圏や関西圏、市内の5カ所に無償で設置し、オンライン上で24時間プログラムした映像を再生できるシステムであり、タイムリーな情報を発信しております。 今後も引き続き同システムを運用してまいります。
8	2	観光を支える「担い手の育成と支援等」について、観光に関する新規事業立ち上げを行う際の支援ができないか。	市では起業に関する補助等支援策があり、観光分野だけでなく、起業支援全体の考え方として、他の施策とも連携して進めてまいります。
9	2	「山岳観光の推進」について、高瀬溪谷の湯俣方面へのアクセスが良くなるものか。	ご提言いただきました場所は東京電力リニューアブルパワー株式会社の管理下にあります。山小屋を含む関係者（4章1(3)①）と継続的に協議を進めてまいります。
10	2	「低山帯トレッキングコースの維持整備」について、鷹狩山の既存トイレ等を冬季でも活用してみてもどうか。	低山帯のトレッキングを活かした着地型旅行商品の開発（4章1(3)②）の中で取り組んでまいります。
11	3	「宿泊施設の魅力再構築」に関して、研修会を実施する際に、多言語のスキルアップや災害時の誘導、海外の習慣等を学ぶ機会を設けてみてはどうか。	宿泊施設従事者等の観光に対する意識の醸成・共有を図る場の充実（4章1(1)③）の中で取り組んでまいります。
12	3	「効果的なプロモーションの展開」に関して、Webチケット機能も取り入れてみてはどうか。	訪日外国人旅行者が快適に滞在できる環境整備として、案内表示の多言語化とITインフラの推進（4章1(2)④）の中で取り組んでまいります。
13	3	「広域連携によるオーバーツーリズム対策の推進」に関して、二次交通の時間帯や便数、ルートについての改善を行ってほしい。	重点プロジェクトの取り組みにおきまして、二次交通の整備・再構築（4章2(1)）の中で取り組んでまいります。
14	3	「利用しやすい滞在環境整備」に関して、レンタルサイクルの活用に加え道路環境の整備、シェアサイクルステーション等を行えないか。	利用しやすい滞在環境整備におきまして、e-バイク等を活用したレンタルサイクルの拡充（4章1(4)②）の中で取り組んでまいります。

意見 番号	意見者 番号	意見要旨	回 答
15	3	施設の適切な維持管理及び整備に関して、大町温泉郷の冬期間における歩道除雪が課題。観光客が安全に歩ける環境にできないか。	大町温泉郷未来検討会議とも連携を図りながら観光コンテンツの充実（４章１(１)③）の中で取り組んでまいります。
16	3	「新たな旅のスタイル」として、Web コンテンツを活用した労働力と観光を提案できないか。	事業者や市民が取り組む観光コンテンツの集約と一元的な情報発信（４章１(１)①※追記）の中で取り組んでまいります。
17	3	訪日外国人だけでなく、在留外国人の人口も増えており、リピート率も高い傾向。外国人旅行者を呼び込む対策が重要ではないか。	ご提言のとおり、訪日外国人等は曜日に関係なくお越しいただけることから、訪日外国人旅行者の増加に向けた取組み（４章１(２)）の中で取り組んでまいります。
18	4	誰のための観光振興計画なのか。民間ではなく、行政が主導する意義は、観光を通して大町市のまちづくりをするためのものであり、大町市民の幸せを目指すものであってほしい。持続可能な観光をしっかり基盤に据えてほしい。	第１章の「２計画の位置づけ」の結びに、「本計画は、市総合計画の個別計画として、行政や観光団体、観光事業者、市民が相互の役割を明確にし、連携を図りつつ、持続可能な観光地を目指す観光振興策の指針とします。」と表記しております。 ３年後の当市観光の将来を見据えた持続可能な観光振興策の具体的な指針として策定します。
19	4	長野県における観光動向について、旅行者と市民の満足度のような評価基準も検討してほしい。	ご提言のとおり、満足度を定量的に測ることが難しい面もあります。今後は民間のアンケートデータの活用なども検討してまいります。
20	4	市の課題について、見づらいので、項目を立てて書いてほしい。	ご提言の「わかりやすい記述」につきまして、項目ごとの表記に変更します。
21	4	「移住定住」も見据え、市が目指す観光の将来像を「住みたくなる」を目指してもよいのでは。	訪日外国人が増加する一方で、国内旅行者数は人口減少社会の影響を受けて減少傾向にあります。このような状況の中で、観光振興におきましては、まずリピーターの確保が重要であると捉えております。その先に、リピーターの増加が定住や移住施策へとつながるものと捉えており、ご提言いただいた内容も踏まえ、市が目指す観光の将来像を「行きたくなる 住みたくなる 信濃大町」として検討してまいります。
22	4	民間の取り組みや人材を掘り起こして活用・連携すべき。	ご提言いただきました内容につきましては、事業者や市民が取り組む観光コンテンツの集約と一元的な情報発信（４章１(１)①）として、市内事業や市民が取り組む事業やおもてなしは、地域性に富み、差別化できるコンテンツであることから、継続的に取組めるよう

意見 番号	意見者 番号	意見要旨	回 答
			支援するとともに、観光コンテンツを一元的にまとめ、効果的な情報発信に取り組むことを追記します。
23	4	発信のコンテンツをつくる人に、商工会議所などとの連携も必要。	重点施策プロジェクトの取り組みにおきまして、滞在型コンテンツの集約と効果的な活用（４章２(２)）の中で、商工会議所や民間事業者らで構成する「観光プロジェクトチーム会議」が事業主体の一つとなるよう進めてまいります。
24	4	外部団体などもっと他にも範囲を広げてほしい。	可能な限り個別の連携先を表記するのではなく、広範囲での表現として表記します。
25	4	市役所の他部署との連携を進めるべき。	23 と同様に、重点施策プロジェクトの取り組みにおきまして、滞在型コンテンツの集約と効果的な活用（４章２(２)）の中で、商工会議所や民間事業者らで構成する「観光プロジェクトチーム会議」には、市役所の他の課も参加しており、事業主体の一つとなるよう進めてまいります。
26	4	広域観光の連携では客の平準化を目指してほしい。	広域観光連携の推進（４章１(１)④）に、おいて追記します。
27	4	信濃大町駅の改善を進めてほしい。	ご提言いただきました内容につきましては、JR 信濃大町駅にお伝えさせていただきます。
28	4	信濃大町駅周辺の基盤整備を進めてほしい。	信濃大町駅周辺の情報発信強化（４章１(１)①）の中で取り組んでまいります。
29	4	市観光協会 Web サイトについて、会員以外でも掲載してほしい。	市観光協会との連携（４章１(４)③）の中で取り組んでまいります。
30	4	デジタルサイネージは、マスに打つ広告として効果が見込まれるのか。多額な広告費の割にコストパフォーマンスが悪いと思う。	ご提言いただきましたデジタルサイネージは、主要駅等で見かけるサイネージと違い、広告料を支払って行っているものではありません。市が独自に所有するモニターを首都圏や関西圏、市内の５カ所に無償で設置し、オンライン上で 24 時間プログラムした映像を再生できるシステムであり、タイムリーな情報を発信しております。 今後も引き続き同システムを運用してまいります。
31	4	扇沢の有料駐車場の値段が高い。無料シャトル、二次交通拡充など交通手段の支援をしてほしい。	繁忙期の七倉エリアや扇沢駅周辺では、駐車場の混雑や沿線道路の渋滞が課題となっており、これらを緩和するため、二次交通の充実や路線バス等を活用したパーク＆ライド方式導入の検討を進めてまいります。 （４章１(３)①山岳観光の推進）

意見 番号	意見者 番号	意見要旨	回 答
			(4章2(1)重点施策プロジェクト、二次交通の整備・再構築)
32	4	駅周辺の飲食店営業が課題（臨時休業・定休日がかぶるなど）	意見番号28と同様に、信濃大町駅周辺の情報発信強化（4章1(1)①）の中で取り組んでまいります。
33	4	観光を支える担い手の人材確保として、移住定住促進事業との連携を図ってほしい。	観光を支える担い手の育成・支援等（4章1(4)④）におきまして、「担い手確保に向けた取組み」の項目を追記させていただく中で、関係機関とも連携して取り組んでまいります。
34	4	「サステイナブルへの貢献」は、観光に関わる全事業者で取り組むべきこと。HAKUBA VALLEY ツーリズム SDGs 小委員会のアクションリストを入れてほしい。	ご提言いただきました内容につきまして、サステイナブル（持続可能）な観光地域づくりの推進（4章1(4)⑤）におきまして、「広域連携による SDGs アクションリストの普及」の項目を追記します。
35	4	KPI 項目の中に、担い手の数を入れてほしい。訪日外国人受け入れ可能な開店日や開店率も入れてほしい。	個々の店舗により開店の周期・時間帯が違い、統計に反映されにくいいため、KPI としての数値化を行うことは困難であることをご理解ください。
36	5	計画策定の目的を第5次総合計画に掲げられた大きな目的をうたっておくことが必要ではないか。	第1章におきまして、観光振興計画がどのような目的で、どのような位置づけにあるかということを主眼に表記させていただいております。
37	5	計画の位置づけについて、「地域が一丸となって」（みんなが観光振興を目指すイメージ）ではなく、「さまざまな分野と連携を図りつつ」（それぞれの分野が互いに協力し合うイメージ）としてはいかがでしょうか。	「計画の位置づけ」（1章2）におきまして、ご提言いただきました内容を参考に反映します。
38	5	市における観光動向の課題について、わかりやすい記述を求めます。	ご提言いただきました「わかりやすい記述」につきまして、項目ごとの表記に変更します。
39	5	観光コンテンツ集約と活用の中に、民間の各事業者・市民が取り組んでいる観光コンテンツの集約と一元的な情報発信」という項目の追加を。	ご提言いただきました内容につきましては、「事業者や市民が取り組む観光コンテンツの集約と一元的な情報発信」（4章1(1)①）の項目を追記します。
40	5	観光コンテンツ集約と活用の中に、第4章全体にわたって、連携	可能な限り個別の連携先を表記するのではなく、広範囲での表現として表記します。

意見 番号	意見者 番号	意見要旨	回 答
		先の固有名詞が出てきますが、その団体に限定するのではない書き方で、広くパートナーシップを求める表現に。	
41	5	「駅前の情報発信強化」という項目の末尾が「観光コンテンツとして磨き上げます」。わかりやすい表現への修正を求めます。	ご提言いただきました、信濃大町駅周辺の情報発信強化（４章１(１)①）につきまして、わかりやすい表現への修正を行います。
42	5	大きな費用をかけたプロモーションではなく、コンテンツ充実と基盤整備に予算を回していただきたい。特にデジタルサイネージによるプロモーションは、効果が見えにくく、大町のファンづくりには結び付きにくい。	ご提言いただきましたデジタルサイネージは、主要駅等で見かけるサイネージと違い、広告料を支払って行っているものではありません。市が独自に所有するモニターを首都圏や関西圏、市内の５カ所に無償で設置し、オンライン上で２４時間プログラムした映像を再生できるシステムであり、タイムリーな情報を発信しております。 今後も引き続き同システムを運用してまいります。
43	5	商工会議所等と連携した飲食店・土産物店の充実、中心市街地への大型バス駐車場の確保を。	利用しやすい滞在環境整備（４章１(４)②）におきまして、「飲食店・土産物店の充実」の項目を追記します。 なお、中心市街地への大型バス駐車場確保につきましては、令和２年より市営五日町バス専用駐車場を設け、最大４台まで駐車できる体制を整えております。 引き続き同駐車場の利用促進に努めてまいります。
44	5	観光業担い手確保のため広域連携で入込数を平準化して、通年雇用を実現が必要では。また、マッチングアプリプラットフォームサイトの使用や働き手確保に向けた項目追加を。	観光を支える担い手の育成・支援等（４章１(４)④）におきまして、「担い手確保に向けた取組み」の項目中で通年雇用の内容を追記します。
45	5	「HAKUBA VALLEY TOURISM の SDGs 小委員会が定めたアクションリスト」実践を呼び掛けるなど追記を。	ご提言いただきました内容につきまして、サステナブル（持続可能）な観光地域づくりの推進（４章１(４)⑤）におきまして、「広域連携による SDGs アクションリストの普及」の項目を追記します。
46	5	KPI は目安となる数値目標ではありますが、簡単に測ることのできない根本的な課題解決に向けた取	KPI のみならず、第４章の「１ 基本施策の具体的取組み」「２ 重点施策プロジェクトの取組み」の各項目が、令和７年から３年間でどのくらい進めることが
意見	意見者	意見要旨	回 答

番号	番号		
		りに組みに予算と労力を割くべき。	できるかが重要であると捉えております。
47	6	観光の将来像について、スローガンとしては漠然としすぎている気がしており、後に続く文章を拾って具体的な表現を。	提言いただいた内容も踏まえ、市が目指す観光の将来像を「行きたくなる 住みたくなる 信濃大町」として検討を進めてまいります。 訪日外国人が増加する一方で、国内旅行者数は人口減少社会の影響を受けて減少傾向にあります。このような状況の中で、観光振興におきましては、まずリピーターの確保が重要であると捉えております。その先に、リピーターの増加が定住や移住施策へとつながるものと捉えております。
48	6	観光客を楽しませるために地域住民を利用するのではなく、地域住民の暮らしとかかわった観光形態を取ってほしい	「地域住民を利用するのではなく」とのご懸念ですが、本計画は地域住民を観光客のための単なる手段として扱うものではありません。地域住民の暮らしや文化を尊重し、それらを大切にしながら観光振興を図ることを目的としています。
49	6	広報には労力を割きすぎず、交通の利便性や地域の魅力を感じられるプログラムの制作に力を入れるべき。	第4章の「2 重点施策プロジェクトの取り組み」におきまして次の取り組みを表記しております。 (1) 二次交通の整備・再構築 (2) 滞在型コンテンツの集約と効果的な活用 (3) 山岳観光の取組み拡充
50	6	HAKUBAVALLEY の中で、一つの市として意思表示をして対等な立場、関係で大町市に人を誘導してほしい。	広域連携におきましては、対等な立場で事業を進めております。

【 参 照 】

○意見提出者 1

1 水のまちを売り出すにあたり飲料水が柱となっている。もう 1 つ、水力発電所開発の歴史とその電力を使つての日本最初のアルミニウム生産地としてその工場跡地(駅前労金店舗当たり)、資料館(レゾナック) 発電所建設の基盤となったしなの鉄道開通と大町駅にスポットを当てた柱建てをすることはどうか。

2 高瀬溪谷観光振興に当たり 1 東電に「テプコ館」の開館を働きかける。 2 紅葉の北葛沢シャッターポイントにバスの駐車スペースを確保する。

3 信濃大町駅前観光振興のために

①現在の駅前観光スポットを充実するためにアルミニウム国産第 1 号工場跡地 (労金大町店当たり)に説明案内板を設置する。

②これにより駅前公園早春賦碑・オルゴールロ吉丸一昌銅像、ジミーリャオ作品、喫茶 店かじか屋根の三角窓(戦前、登山者に伝書鳩を貸出し所の名残)、百瀬慎太郎碑(山 を想えば...)、男清水蛇口、少し足を延ばせば大糸線跨線橋からの北アルプス眺望とポイントが沢山になる。

③そのことにより現在運行されている「JR リゾートビュー号」 停車時間を、隣駅(穂高駅)から分けてもらい 30 分ほど確保し観光案内できるよう JR へ働きかける。

4 塩の道街道筋の社地区山下地区に公衆トイレ、駐車場を設置し、恒久的ウォーキングコースとして整備する。

○意見提出者 2

資料 16 ページの第 3 章志が目指す観光振興その人の一番目指す

観光の将来像の青い枠で囲んだところに「また行きたくなる観光地信濃大町」とありますが、ここは「住みたくなる観光地 信濃大町」にしてはどうでしょうか。僕は定住促進アドバイザーをしており移住に力を入れていますが大町に観光で来た時に感動していただいてここに住みたい となるような大町にしていきたい。そして人口減少の緩和を目指す。

観光地の将来像としたいと思います。

資料 6 ページ 7 ページあたりで長野県内における観光動向現状で 7 ページの観光客の数とか観光消費金額に注目するのもイイのですが、それより大事なものは満足度だと思います。数字に表せないのが多少気になりますけれども、根本的に大事なものは観光客が満足をして大町市の観光関係者が満足して大町市民が満足することだと思います。

資料 20 ページの再デジタルサイネージによるプロモーションの実施ですが、これは屋外の電飾等による広告だと思いますが費用がかかった割に効果が低いのでやめましょう。

資料 25 ページの観光を支える「担い手の育成と支援等」ですが、少しピントがずれるかもしれませんが観光関係で自らの意思でいろいろな事業を立ち上げている人や進めている人にどのような支援があればいいのかを集計したはどうか？ もちろん補助金もいいのですが、それよりも進める上で障害となる法律や規制を緩和できないか。例えばキッチンカーの営業がしたくても保健所の審査とか検査などで費用がかかる。それによって事業が進まないということも聞きます。それで規制を緩和する。全国的にやるのは大変なので大町特区みたいな感じでできないでしょうか？

資料 22 ページの「山岳観光の推進」ですが登山の環境がうまく進んでいないところがあるようです。例えば高瀬溪谷です。東京電力の管理道路のためにタクシーしか入れませんしかも高瀬ダムしか入れません。もしバックウォーターまで車が入ると湯俣へのアクセスが良くなります。もう何十年も前からそのような構想があるにも関わらず全く進まないのはどういうことでしょうか。本腰を入れて対応してもらいたいと思います。東沢から昔の登山道を復活させて人気の燕岳に行くこともできます。湯俣温泉も魅力アップになると思います。

次に「低山帯トレッキングコースの維持 整備」ですが鷹狩山の冬の登山者が増えてきたのに展望台にあるトイレが冬場は使えないようです。昔は汲み取り式だったので真冬も利用できたと思います。

その辺りを今ある施設を有効利用してサービスを向上してはどうでしょうか。

○意見提出者 3

18 ページ

③宿泊施設の魅力再構築

接客スタッフ等を対象に研修会を実施する際に、中国語や英語のスキル向上を計る必要もあると考えます。

研修の際には、通常に対応は勿論ですが、令和 6 年能登半島地震のような災害発生時に、海外からのお客様を誘導する際の訓練も必要と思います。地震国である日本で、災害時にも安心できる観光地というアピールが出来るように。

各国の文化的背景も学べればと思います。例えば私が 22 年間滞在したドイツでは、キリスト教的社会観にもとづき、働く事は罪で休日こそホリディ(聖なる日)。有給休暇は病欠とは別に 30 日あり、病気で病欠を取得させるのは違法。サービス残業は他社に対する不当競争となり法人は罰金。休暇は 2 週間以上連続して取得して初めて効果が出る、という日本とは全く違う一般常識(文化的背景)があり、従い、滞在型観光が普及していました。

19 ページ

⑤効果的なプロモーションの展開

多言語ページの強化を図る際に、立山黒部アルペンルート (<https://www.alpen-route.com/index.php>) のように WEB きっぷの予約や販売機能もあれば、インバウンドや在日外国人が、例えば市内交通パスや、各種イベントのチケットを自国語で購入できるので、とても便利で、安心です。民間と一般社団法人の違いがあるかもしれませんが、リンクするなどしてなんとか実現して欲しいものです。

フランスやドイツで、窓口や電話でチケットを買う苦勞、サイトで英語や日本語でイベントのチケットを買えた安心感からも是非お願いしたいです。

スタッフも、窓口での各国語での対応にアタフタする事はありません。

21 ページ

②広域連携によるオーバーツーリズム対策の推進

二次交通対策「ぐるっと BUS」、夕食シャトルバスですが、もう一便遅いバスの運行もあれば良いと思われます。

理由は、夕食時間が集中し、お店の対応が大変という声がある事、また、欧州で 5 時半や 6 時は夕食時間には早すぎる為です。

ゆっくり滞在したい方向けには信濃大町発 22:08 の大糸線もありますが、今冬の状況では大雪の為に運行できていない日も多々ありました。

また、大町温泉郷の夕食難民の救済の為に、大町温泉郷は降車みでなく、乗車も出来るようにする事を強く希望します。

これは、大町温泉郷に働きながら滞在して観光をする若い人たちにも訴求し、人手不足の解消にもつながります。

24 ページ

②利用しやすい滞在環境整備

e-バイク等を活用したレンタルサイクルですが、大型トラックが通る車道と自転車道や歩道の分離ができていない道が多く、自転車で観光や買い物に行く際に危険を感じる事があります。拡幅工事も含めた環境整備が必要です。

また、レンタルサイクルですが、人が係ると言葉の問題のみならず、レンタル時間の制限が多くなり、使いにくいものとなります。

安曇野市で行っているシェアサイクルステーションのような取組みが有効であると思います。

安曇野市のシェアサイクルステーション

<https://www.hellocycling.jp/station/nagano/%E5%AE%89%E6%9B%87%E9%87%8E%E5%B8%82>

25 ページ

施設の適切な維持管理及び整備に関し、スキーや登山の玄関口である大町温泉郷では、冬季に歩行者が鹿島大橋からの景観を楽しんだり、各バス停まで安全に歩けるように整備が必要です。特に

インバウンドの方は公共交通機関で来日される方も多く、歩道が安全に歩ける環境の維持管理は重要です。

現在は行政が車道を除雪した際に排雪が不十分で、ホテルによっては、雪が駐車場内に捨てられるため、駐車場が狭くなり、その除雪の際に歩道が潰れてしまいうことも多々あります。行政の除雪機では大きすぎて出来ないなら、民間委託なども視野に入れて検討することが喫緊の課題と思われます。

29 ページ

滞在型観光の推進

新たな旅のスタイルとして、また労働力の確保として既存コンテンツである「おてつたび (<https://otetsutabi.com/about>)」型の観光の活用を提案したいと思います。

まだ大町市では取り組んでいる事業所は僅かですが、4 時間働いて後は滞在型観光を満喫するなどの若い人が増えていますし、将来の大町ファンや移住者を増やす為にも有効だと考えます。

3 ページ、および全体

国内における観光動向、他

インバウンドだけではなく、在留外国人の観光客が急増しています。

背景として、在留外国人は、令和6年6月末で358万8,956人（前年末比17万7,964人、5.2%増）となり、過去最高を更新しました。

都道府県別では、在留外国人数は、東京都70万1,955人（前年末比3万8,593人、5.8%増）で全国の19.6%を占め、次いで、愛知県、大阪府、神奈川県、埼玉県と続いています。

円安により、在留外国人自体の数が増え、それに伴い、中国、台湾などアジア系を中心に、国内で遊ぶ事が増えました。彼ら在留外国人が大町市に来るハードルは、海外より低く、リピート率も高い傾向があります。

当館の2024年度の状況でも、これら在留外国人は必ずしも日本語を解すものではなく、多くの方が予約には、母国語を使える海外サイト（主にBooking.com）を利用されます。

円安のみならず、文化的背景から在留外国人もインバウンドの方と同様に滞在日数が長い傾向があり、在留外国人観光客が増えれば、自然と滞在日数が増える傾向があります。

まず実態を調査し、誘客につなげる施策が必要と思いますが、基本的には、我々が言葉も通じず、文字も読めない国で長期滞在をした場合、どのような対応があれば、またリピートで滞在したくなるか？ という「おもてなし」の視点が大切だと思います。

それにより、彼らが母国や在留外国人の同胞（コミュニティ）に対して行うSNSなどの口コミも良くなり、一定期間滞在後に帰国すれば、インバウンドのリピーターとなる可能性もあります。

半面、当館の場合、日本人観光客の動向は、ピークが短期間に集中する傾向が強まりました。例えば連休であれば、連休が始まってから宿泊し、最終日前日には帰宅して仕事に備える。土日であれば日曜日には宿泊せずに帰る方がほとんどとなっています。

そのため、ピーク時には宿泊客が鋭く集中し、労働力やリネンなどの物資、食事場所、運転手などの不足が重なります。その鋭く立ち上がるピークに対する人手が不足する一方で、閑散期には人件

費の高騰と相まって、安定した雇用を確保する事が難しい状況にあり、タイミー等でマッチポンプ的にスキルの十分でない人手を確保し、SNS 評価の重圧もあり、足りない分は深夜まで経営者が働く状況となりました。

富裕層を除き、日本人のライフスタイルが余裕のないものに変わってきている傾向があるように見受けられ、畢竟、インバウンドと在留外国人を呼び込む対策が、より重要になって来ていると思います。

令和 6 年 10 月 18 日 出入国在留管理庁報道発表資料

https://www.moj.go.jp/isa/publications/press/13_00047.html

○意見提出者 4

計画全体について

そもそも論として、誰のための、何のための観光振興計画なのか？

民間ではなく、行政が主導する意義は、観光を通して大町市のまちづくりをするためのものであり、大町市民の幸せを目指すものであってほしい。

観光客がたくさん来てお金が巡っても、受け入れる市民が疲弊してしまっては意味がない。持続可能なまちづくり、持続可能な観光をしっかりと基盤に据えてほしい。

P6～ 長野県における観光動向

評価基準は人数と金額だけでなく、旅行者と市民の「満足度」でも図ってほしい。

人数が多いことでオーバーツーリズムとなって弊害が出ることもあり、多ければよいというものではない。定量的に測ることが難しいが、満足度のような評価基準も検討してほしい。

P15 課題

見づらいので、項目を立てて書いてほしい。

P16 市が目指す観光の将来像

「また行きたくなる」から「住みたくなる」を目指してもよいのでは。

人口減少社会となる中、「移住定住」も見据えた観光を促進することで、観光業の人材確保も含めて大町市が持続可能であることを視野に入れてほしい。

P17～ ①観光コンテンツの集約と活用 ②新たな旅のスタイルの推進 ほか

- ・市内には民間で取り組んでいる人やグループが色々ある。官民それぞれにやるのではなく、既存の取り組みや人材を掘り起こして活用・連携すべきでは。
- ・担い手を集める方法として、例えば発信のコンテンツをつくる人に、起業支援をするなど商工会議所などとの連携も必要。
- ・「ゆう浪漫委員会」「おおまちカフェ」など連携先の名前が具体的に出ているが、もっと他にも範囲を広げてほしい。

- ・市役所の他部署との連携を進めるべき。まちなかの観光はシャッター街の振興と関連しており、商工労政課やみずのわプロジェクトなど連携の必要性、可能性が大きい。
- ・広域観光の連携では、白馬方面の客を大町に誘客するだけでなく、客の平準化を目指してほしい。
- ・JR の利用促進をする以前に、現状では使いづらい信濃大町駅の改善が必要。SUICA を使えるようにする、カードが使える券売機を増やすなど、使いやすさのインフラ整備を優先して進めてほしい。
- ・信濃大町駅は大町観光の玄関口とも言える重要な場所だが、駅前がシャッター街で土産物屋がない、多言語看板もない、飲食店も少ない・休業が多いなど、来てみてガッカリしてしまうポイントが多い。この状況を改善しない限り、誘客しても「もう二度と来ない」という人を増やすだけになってしまう。駅周辺の基盤整備を最優先に進めてほしい。
- ・観光協会の「信濃大町なび」は協会員でないと掲載されないという壁がある。協会員でなくても掲載されるようにしてほしい。
- ・デジタルサイネージは、マスに打つ広告として効果が見込まれるのか？多額な広告費の割にコストパフォーマンスが悪いと思う。他に優先すべきものがあるのでは。

P22 山岳観光の振興

- ・扇沢の有料駐車場の値段が高い。現在は経済的に余裕のある中高年層が多く利用しているが、このままだといずれ登山というレジャーが見向きもされなくなる。10 年後、20 年後に「子どもの頃に山に登った」と登山に来る人を増やすには、無料駐車場をつくってシャトルバスを出すなり、裏銀座バスを平日も出すなり、交通手段の支援をしてほしい。

P24～ 観光地としての基盤づくり

- ・駅周辺の飲食店が少ない、臨時休業が多い、休みが特定の曜日に集中する、などの課題も解決してほしい。毎日店を開けるのが難しくても、どこかしら受け皿があるように。

P25 観光を支える担い手の育成・支援等

- ・人材確保として、移住定住促進事業との連携を図ってほしい。

P25 サステイナブルな観光地域づくりの推進

- ・「サステイナブルへの貢献」は、観光に関わる全事業者で取り組むべきこと。

HAKUBA VALLEY ツーリズム SDGs 小委員会では具体的なアクションリストを作っているのもので、その実践を努力目標に入れてほしい。

水の学校の誘致で意識を熟成させるだけでは、参加事業者しか効果が及ばないし、水の学校の取組そのものでも具体的・実践的な目標がないため、実効性に欠ける。

P32 KPI

- ・項目の中に、担い手の数を入れてほしい。

- ・項目の中に、訪日外国人受け入れ可能な飲食店数だけでなく、開店日や開店率を入れてほしい。店があっても開けている日が少ない店が多いため。

○意見提出者 5

第1章 計画策定の趣旨

P1

1 計画策定の目的

大町市第5次総合計画に位置付けられた「魅力ある観光地づくりの推進」が、計画策定の目的となっていますが、これは本来「未来を育む ひとが輝く 信濃おおまち」という第5次総合計画の将来像を達成するための手段であるはずで、ここに、第5次総合計画に抱えられた大きな目的をうたっておくことが必要ではないでしょうか。

2 計画の位置づけ

この計画が持続可能な観光地を目指すための指針であることは大変良いと思いますが、「観光振興のための計画」にとどまらず、「持続可能な未来の大町市をつくるための計画」であるというような位置づけを、ここでしてほしいと思います。前述しましたが、観光はそのための手段です。

各課横断の連携や、「地域の担い手を育てるひとづくり」は、個別計画にこそ具体的に盛り込まれる必要があります。商店街の活性化や農業振興や社会インフラの維持に、どのように観光分野が関わるのか。そうした視点が必要だと思います。さもないと、入込数と消費額という観光視点のみでのわかりやすいKPIを設定し、それを達成するためのロードマップを掲げただけの計画に見えてしまいます。

せめて、1 頁の最終行は、「地域が一丸となって」(みんなが観光振興を目指すイメージ)ではなく、「さまざまな分野と連携を図りつつ」(それぞれの分野が互いに協力し合うイメージ)としてはいかがでしょうか。

第2章 観光の現状と課題

3 大町市における観光動向

P16

(2) 課題とされていること

一つ一つの段落がバラバラに見え、結論に結びつきません。

○要約――

- ①大町温泉郷・黒部ダムから市内の他のスポットへの誘客がない→依然として通過型観光
- ②体験志向の強まり→平地観光の磨き上げ、誘客促進が課題、担い手の不足が顕著
- ③コロナからの回復を支えているのは外国人観光客
- ④そこで現在グリーン期にアルペンルートに訪れている東南アジアからの客層に加え、冬のオーストラリアからの客層（白馬滞在）からの取り込みを積極的に展開したい
これにより年間を通じて宿泊者数が安定し、滞在型観光への転換となる

⑤人口減少の時代、安定的な入り組み数を確保するにはリピーターを増やすことが重要

「また来たい」と思ってもらえる観光地を目指す

⑥そのためには広域的な取り組みが重要

⑦課題解決にはDX化や基盤整備が肝要であり、財源確保が必要。

⑧地域一丸となって観光戦略に取り組む必要

○意見—————

特に⑤から⑥の展開が唐突で、よくわかりません。

*国内観光客の体験志向に応えることで、リピーターを増やし、入り込み数を確保する

*白馬のオーバーツーリズムの受け皿となることで、冬季のインバウンド需要を底上げし、年間の安定した入り込み数を確保する。そのためにDX化や基盤整備が必要

*この2点を通して、年間雇用できる仕組みを整え、人材を確保する

こういう話であればわかります。

①→②→⑤、③→④→⑥と並べかえてはいかがですか。この課題整理を受けて、次章以降の振興計画が展開されると思いますので、わかりやすい記述を求めます。

第4章 計画実現に向けての取り組み

1 基本施策の具体的取り組み

(1) 通年滞在型観光の推進

P17

① 観光コンテンツ集約と活用

最後に、

「■その他民間の各事業者・市民が取り組んでいる観光コンテンツの集約と一元的な情報発信」という項目を追加してはいかがでしょうか。

民間事業者レベルでも市民レベルでも、大小さまざまな取り組みを目にします。「大町水の学校」の名前だけが出てくることに違和感があります。

また、第5次総合計画の基本構想には「ひとづくり」が高らかにうたわれ、まちづくりのテーマにも次の一文があります。

「なお、各施策に取り組むうえで、将来像に掲げる「地域の担い手を育てるひとづくり」に加え、すべての項目に共通する「市民等とのパートナーシップの構築」、「地域の情報発信力の強化」を重視し、市民が主役のまちづくりに取り組みます。」

観光施策の中でも、挙げておいていただきたい項目です。

第4章全体にわたって、連携先の固有名詞が出てきますが、その団体に限定するのではない書き方で、広くパートナーシップを求める表現にした方がよいと思います。

2つ目の■ですが、文章が長く、何を磨き上げるのかよくわかりません。しかも「駅前の情報発信強化」という項目の末尾が「観光コンテンツとして磨き上げます」となっているのも対応できていません。わかりやすい表現への修正を求めます。

P19

⑤効果的なプロモーションの展開

第3章3(2)の**大町市の観光の課題分析**を見ても、今の**大町市の観光**に最も必要なことは**滞在型の体験コンテンツの充実**と、**観光業を担う人材確保**や**二次交通の充実**、**DX化**を含めた**基盤整備**だと考えます。また、**飲食店**や**土産物店**の不足も問題です。

大きな費用をかけたプロモーションではなく、コンテンツ充実と基盤整備に予算を回していただきたいと思います。

特に**デジタルサイネージ**によるプロモーションは、効果が見えにくく、**大町のファンづくり**には結び付きにくいのではないのでしょうか。

P24

(4) 観光地としての基盤づくり

②利用しやすい滞在環境整備

ここには是非、市の商工労政課や商工会議所等と連携した飲食店・土産物店の充実を挙げていただきたいです。中心市街地の店舗の家賃補助、**チャレンジショップ**の開設など、行政が**テコ入れ**しなければならぬ時期に来ているのではないのでしょうか。

また、中心市街地に大型バスの駐車場を確保することも必要だと思います。

P25

④観光を支える担い手の育成・支援等

ガイド育成と**学校教育**における**人材育成**の項目しかありませんが、本当に必要なのは**観光業を支える働き手**です。ここまでに**広域連携**が何度か出てきていますが、**担い手確保**においても、広域連携で入込数を平準化して、通年雇用を実現することが必要だと思います。

また、ワーキングホリデーのマッチングプラットフォームサイトの利用などは、働き手の確保にも**大町ファン**の拡大にも効果があると思います。

是非働き手確保に向けた項目を追加していただきたいです。

⑤サステイナブルな観光地域づくりの推進

この項目が「**大町水の学校**」頼みでは、世界に通用する観光地とは言えません。

せめて「HAKUBA VALLEY TOURISM のSDGs 小委員会が定めたアクションリスト実践を呼び掛ける」などの追記を求めます。

P28 ~32

KPI は目安となる数値目標ではありますが、結果がすぐに出る表層的な数値しか計測することができません。どうか KPI 達成のみに目を奪われず、簡単に測ることのできない根本的な課題解決に向けた取り組みに**予算**と**労力**を割いてくださいますよう、お願いします。

○意見提出者 6

1. 第3章、1の目指す観光の将来像について、スローガンとしては漠然としすぎている気がしてしまいます。後に続く文章を拾って具体的なスローガンを掲げるともっと良くなると思います。

2. この計画では、大町市を観光地として発展させることが重点に置かれていると感じます。観光客を楽しませるために地域住民を利用するのではなく、地域住民の暮らしとかかわった観光形態を取っていただけると軋轢も生じないような観光地化ができるのではないかと考えました。

3. 全体的に広報に重点を置きすぎているように感じます。大町市に期待を持ってきていただいても、大町市で期待するような体験ができない現状で広報をしても、「大町市には行かない」と思う人が増えてしまうと思います。そのため、まずは広報には労力を割きすぎず、交通の利便性や地域の魅力を感じられるプログラムの制作に力を入れるべきだと感じました。

4. HAKUBAVALLEY と連携して通過型観光からの脱却を図るのもよいと思います。しかし、現状は大町市は HAKUBAVALLEY の中では軽んじられているように感じます。一つの市として意思表示をして対等な立場、関係で大町市に人を誘導してほしいです。