

**せと・まるっとミュージアム観光推進アクションプラン 2021-2025（案）**  
**パブリックコメントの実施結果**

1 意見募集期間      令和3年2月1日（月）から令和3年3月1日（月）まで

2 意見提出人数      1人

3 意見件数            10件

4 意見への対応

- |                                 |    |
|---------------------------------|----|
| A 意見を踏まえて、案の修正をするもの             | 0件 |
| B 意見の趣旨や内容を盛り込み済みであり、考え方を説明するもの | 7件 |
| C 今後の事業実施の参考とするもの               | 3件 |
| D その他（意見として受理するもの）              | 0件 |

5 意見及び市の考え方

意見 No.	意見	市の考え方	対応
1	<p>観光の立案としてプロダクトアウト(*1)かマーケットイン(*2)のどちらで行うのかをきちんと決めることが必要である。</p> <p>市民のお勧めと、観光客の見たい・体験したい・食べたいがずれていると良い情報の拡散やリピートに繋がらない。</p>	<p>今回の計画ではマーケットインの発想に立ち、観光戦略を立案しています。市場調査のために、インターネット調査や、瀬戸市が取得した瀬戸市イベントでの来訪者アンケート分析などを実施し、瀬戸市の課題を抽出しました。</p> <p>マーケットインの戦略、戦術を実装するには、時間、コスト、市場の理解などが必要であるため、旅行者のニーズを捉えながら、瀬戸市の魅力を一層アピールできるよう、取り組んでまいります。</p>	B
	<p>*1 プロダクトアウトとは、企業が商品開発や生産を行う上で、作り手の理論や計画を優先させる方法のこと。</p> <p>*2 マーケットインとは、ニーズを優先し、顧客の声や視点を重視して商品の企画・開発を行い、提供していくこと</p>		
2	<p>「平時の賑わい」をどのように向上させるかが問題であるが、道路や看板など行政の連携で取り組んで行って貰いたい。また陶の路のマップと散策絵図など無駄な事例も多いと思う。</p> <p>取りあえず（職員向けアンケートの中で）マイナス評価している30%の職員にヒヤリングをして問題点の洗い出しが先決だと思う。</p>	<p>今回の職員向けアンケートについては、定量調査の他、自由記述による意見も取得し、プロモーション、交通・施設の整備、地域資源の活用についてなど、様々な意見が寄せられました。それらの意見も踏まえ、今回のプランを策定いたしました。</p> <p>ただし、アンケートについては、無記名による実施のため個人の特定はできません。</p> <p>今後も、職員だけでなく観光関連事業者などの意見も踏まえた上で、関連部署との連携を図りつつ、施策を推進してまいります。</p> <p>なお、陶の路マップについては、現在制作しておりません。</p>	B

意見 No.	意見	市の考え方	対応
3	<p>愛・地球博の理念は自然の叡智だったと思う。それがなぜロボットで市民の誇り作りに繋がるのか。</p> <p>陶磁器という他地域が羨むような歴史、文化、産業のコンテンツが有りながら他を勧める理由とそのための行政の余力があるのか疑問に思う。</p>	<p>陶磁器については観光のメインとして考えており、陶磁器を始めとしたものづくり体験の拡充等により、これまで以上に観光資源として活用できるように、戦略を策定しております。</p> <p>愛・地球博での「伝統の技」と「最先端技術」の展示・実演は、多くの方々が未来の可能性を感じられる機会であったと捉えております。</p> <p>愛・地球博を知らない子どもたちに、最先端技術であるロボットを通じて、ものづくりの喜びとチャレンジすることの大切さを伝えることも一つの使命と位置づけ、事業を実施しております。</p>	B
4	<p>瀬戸まちづくり株式会社は設立理念から尾張瀬戸駅中心の振興が役割です。観光アンケートで満足度が高い、まるっと大回遊には何も寄与していない。また近年は大回遊の日に合わせて行政のイベントが行われることもある。</p> <p>行政として古くから窯元が頑張っているイベントに便乗するのはいかなものか？</p>	<p>せと・まるっとミュージアム大回遊については、普段は見ることのできない工房やギャラリーを一斉に開放し、ツクリテの皆さんとお客さまが直接触れ合える瀬戸市ならではのイベントであると認識しており、瀬戸市まるっとミュージアム・観光協会の大切な事業の一つとして積極的にPR等に努めているところです。</p> <p>瀬戸まちづくり株式会社及び行政としては、回遊バスの発着点であるパルティセなどでイベントを実施することで、まち全体としてお客様をお迎えする取り組みを実施しているところです。</p>	C
5	<p>今後の目標の日本一の陶磁器観光のまちっていうのは結果であり目標では無いと思う。</p> <p>キャッチコピーやポスターをつくる事より前に、場の整備をしなければSNSなどで悪評が立つだけである。現状でも「駅を降りて全然陶器の街の感じがしない」「名古屋駅から遠い」「案内看板が無い」「トイレが汚い、無い」「瀬戸焼が買えるお店が無い」などなど様々なマイナスを伝え聞く。</p> <p>また、窯元にとっては観光地では無く今も生産している現場である。休みの日に来られて「どこも休みで残念」と言われて困ってしまう。</p> <p>ITを使った情報共有の仕組みなどを構築し窯元見学の機会の創出などに取り組むべきだと思う。</p>	<p>観光客の受入整備に関しては、当該事業で実施したアンケート調査でもご意見をいただき、市としても課題として捉えております。</p> <p>一方で、市場調査の結果、瀬戸市が「観光地のイメージがない」ことが最大の課題となっております。</p> <p>瀬戸市が観光地として選ばれるまちになるために、窯元を含む事業者との連携は大切であると考えております。「日本一の陶磁器観光のまち」の実現を目指し、改めて目標として掲げたものです。</p>	B

意見 No.	意見	市の考え方	対応
6	<p>ディープなというワードが目立つが行政が公に宣伝したらディープでは無いのではないかと？しかも100選とか意味がわからない。</p> <p>来訪者が自分で発見し楽しむからディープなのだと思う。</p> <p>そのディープな飲食店の器が他産地の陶磁器というのも笑い事ではないと思う。</p>	<p>「ディープ」という言葉については、県の観光戦略の施策の柱である「あいち『ツウ』リズム」と呼応する意味もあり、広域連携の視点で瀬戸市の魅力の一つの表現として用いています。</p> <p>また、「100選」は「たくさんの選択肢がある」という意味合いで使用しています。</p> <p>観光客に魅力を感じてもらうためには、瀬戸焼を使用する飲食店との連携を図ることも大切だと考えておりますので、今後の事業実施の参考とさせていただきます。</p>	B
7	<p>ジブリに便乗するような考えより、ジブリに来た人が「次は、ついでに、どこへ行こう？」という時にネットの検索や SNS での話題にのるような仕組みづくりや瀬戸の受け入れ態勢が最重要課題だと思う。</p> <p>ジブリが有るからといった安易な企画やイベントは長期の視点からマイナスだと思う。期間限定のイベントでは無いので一つの機会としてしっかりとした基盤づくりが大切だと思う。</p>	<p>ジブリパークに便乗するという姿勢ではなく、他地域の強みと瀬戸市の強みを掛け合わせ、広域連携の視点で観光のポテンシャルを高めていくことが重要であると考えます。</p> <p>今回のジブリパーク開業を好機と捉え、周辺地域と連携する効果を図っていく中で、市としても施策に掲げた内容について進めてまいります。</p>	B
8	<p>新たに誘致されるホテルも外観などから陶磁器の街の景観を損なわれることが無いように指導して頂きたいと思う。</p>	<p>ホテルの外観など街の景観に関するご意見は、関係部署と共有し、今後の事業実施の参考とさせていただきます。</p>	C
9	<p>推進体制に様々な組織があるが、基本的に市民である。</p> <p>各種団体などとして顔の見えないモノより市民一人一人が観光振興の重要性を理解して努力していく事が一番大切だと思う。</p>	<p>瀬戸市では、前計画から行政・民間事業者・市民などがそれぞれの役割を担いながら観光振興を推進してまいりました。今後も連携を促進することにより、推進力を強化し、施策の具体化を進めてまいります。</p>	B
10	<p>福井県鯖江の RENEW はその取組の素晴らしさから観光客の増加→関係人口の増加→移住者の増加と産業と観光、街づくりが一体となったとてもいい例だと思う。</p> <p>このように外部から市民と一体となって長く互いに一緒に努力できるような人づくりも大切だと思う。</p>	<p>いただいたご意見は、関係部署と共有し、今後の事業実施の参考とさせていただきます。</p>	C