

第2期うきは市観光振興計画 パブリックコメント結果

No.	ページ	章節等	ご意見(要旨)	市の考え方
1	-	-	世界に誇る、うきは市内の文化財を観光振興に活かす。	うきは市内の魅力ある文化財を含めた様々な地域資源を活かした観光振興に取り組みます。
2	-	-	うきはテロワールを観光振興に結び、郷土の食材に、ひと工夫して食の観光振興結ぶ。	P37の戦略の一つとしても掲げておりますように、今後もうきは特有の食の魅力を活かした観光振興に取り組んで参ります。
3	-	-	観光振興を思う人を大事に育てて、市民と共に観光のまちづくりを進める。	行動指針で示す「価値をつなげる(共感)」の通りまちづくりを進めます。
4	1	第1章	観光庁「観光地域づくり法人(以下、DMO)→DMOをわかりやすく説明・解説が必要(市民の多くが理解できるように)	注釈を追記。
5	4	第2章	「インバウンド回復」→インバウンドの日本語表記も()で表記を。	(訪日外国人旅行)を追加。
6	4	第2章	～有効活用などによる高付加価値化を図るの「高」を付けた理由は?	ご指摘の箇所は国土交通省の定める観光立国推進基本計画の説明文となります。国土交通省で高付加価値化と付加価値化について公に言及されてはいませんが、価値や質をより高めたい意味合いが込められているものと思われる。
7	4	第2章	サステナブルツーリズムの推進→サステナブルの日本語表記も()で表記を。	(持続可能な)を追加。
8	4	第2章	仕組みとなるコンテンツ造成や→コンテンツの日本語表記も()で表記を。	(内容)を追加。
9	4	第2章	ワーケーションやデュアルライフ(二地域居住)→ワーケーションの日本語表記も()で表記を。	(仕事「ワーク」と休暇「バケーション」を組み合わせた造語)を追加。
10	4	第2章	誰もが旅行しやすいユニバーサルツーリズム→ユニバーサルツーリズムの日本語表記も()で表記を。	「ユニバーサルツーリズム(すべての人が楽しめるようつくられた旅行)」に変更。
11	6	第2章	DMOは事業推進のなかで民間事業者と連携することにより、～新たなチャレンジの機会を得ることができます。→このところは分かりにくい。分かりやすい説明が必要。	(「八ヶ岳ツーリズムマネジメント」のように)を追加。
12	10	第2章	デジタルマーケティングの推進→この項は分かりにくい。分かりやすい説明を。	福岡県の「第二次福岡県観光振興指針」より参考資料として文章はそのまま掲載させていただいております。ご了承ください。
13	10	第2章	オーバーツーリズムによる県内の～→オーバーツーリズムの分かりやすい説明を。	福岡県の「第二次福岡県観光振興指針」より参考資料として文章はそのまま掲載させていただいております。ご了承ください。
14	15	第2章	ビッグデータとは何かの説明が必要。	(多種多様なデータ群)を追加。
15	17	第2章	近距離への旅行である「マイクロツーリズム」→マイクロツーリズムの説明が必要。	マイクロツーリズムと同意である「近距離への旅行である」と前段に記載しております。ご了承ください。
16	17	第2章	本市の年間来訪者は～コロナ禍前よりも約20万人も多く、～→この事実はとても感心させられた。	ご意見ありがとうございます。
17	19	第2章	～オーバーツーリズムの懸念があることや、数字を追い求めない観光のあり方を考えるべきといった意見には深く同調する。	ご意見ありがとうございます。
18	19	第2章	「市民への配慮」を意識した観光の取組が～関心を持ってもらえるのではないかという意見には深く同調する。	ご意見ありがとうございます。市民に観光への関心をもっといただくための重要なご意見と捉えております。

19	22	第2章	「オーガニックビレッジ」を宣言する等、→オーガニックビレッジの分かりやすい説明が必要。	注釈を追記。
20	24	第3章	(戦略3-③施策17)うきは観光みらいづくり公社のDMO本登録、機能強化→その意義を市民に伝えているか、理解されているか?はなはだ疑問である。	ご意見ありがとうございます。今後もうきは観光みらいづくり公社とともにDMO本登録、機能強化についての情報発信に努めます。
21	26	第3章	(施策9)体験コンテンツの磨き上げ、→分かりにくい、分かりやすく説明を。	第1期計画の概要は施策体系図のみを掲載させていただいております。詳細は第1期計画をご覧ください。
22	26	第3章	(施策10)温泉街のブランディング→分かりにくい、分かりやすく説明を。	第1期計画の概要は施策体系図のみを掲載させていただいております。詳細は第1期計画をご覧ください。
23	27	第3章	商品開発とECサイトの活用→ECサイトの説明が必要。	注釈を追記。
24	28	第3章	(施策12)歩きたくなるウォーカブルな観光地づくり→ウォーカブルの文言が必要か、必要ならば説明を。	第1期計画の概要は施策体系図のみを掲載させていただいております。詳細は第1期計画をご覧ください。
25	30	第4章	(成果4)地域DMOとして本登録されたうきは観光みらいづくり公社を中心に→だから、どうなの?DMOに本登録された意義がわからない市民には、この項の意味・意義が良く理解されないのでは。因みに市職員の8割以上がDMOについて説明できるのでしょうか。	ご意見ありがとうございます。今後もうきは観光みらいづくり公社とともにDMO本登録、機能強化についての情報発信に努めます。
26	31	第4章	課題1～課題3まで、この計画案に同調します。大切なことが書かれていると思います。ただし、課題4は、うきは観光みらいづくり公社の役割について書かれているが、その人員体制から、任務、ミッションが重すぎると思われる。	新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い開催されなくなった「オールうきは会議」に代わる観光事業者などのつながりの場は必要かつ重要であると考えます。また、公社の人員体制へのサポートも市として取組みます。
27	32	第4章	(横断戦略の設定)～オーバーツーリズムへの懸念、「持続可能な観光地域づくり」→このポイントはとても重要だと思う。賛同する。	ご意見ありがとうございます。
28	33	第5章	イメージ図によると、観光振興の中核として、市全体の観光の推進を行う、「行政」と「うきは観光みらいづくり公社など」と記載されている。→しかし、中核は行政であるべきだと思う。この計画も市がまとめているから。	行政と観光地域づくりの司令塔となるうきは観光公社の両輪で観光振興を進めていく必要があると考えます。
29	36	第7章	DMOの本登録を受けてから～公社の機能強化に取り組めます。→機能強化は市が取り組むのか?市と公社の関係を明確にして欲しい。機能強化の主体は公社なのは。	仰るとおり機能強化に取り組む主体は公社と考えますが、市としても情報共有や人材育成支援、補助金提供などサポートできる取組を行います。
30	42	第7章	オーバーツーリズム(環境公害)→なぜ、環境公害なのか、説明を。	観光公害の誤りでしたので訂正しました。
31	42	第7章	GSTC認証に向けてTOP100選→分かりにくい、説明を。	P5で説明した通りとなりますのでご覧ください。

32	43	第8章	推進体制のイメージ図→分かりやすい。その中の公社の「KGI状況確認」とは何か、説明を。イメージ図では公社の仕事が多すぎると思える。何人体制でこの業務をするのか、説明が必要。	KGIの進捗状況確認に変更しました。市としても公社の人員体制や組織体制も含めたサポートに取り組めます。
33	全体	-	第1期うきは市観光振興計画へのパブリックコメント（3年前）も提出したのだが、その時は全体を通じた意見で、内容や計画の作りこみについて好評価をしていた。今回、そんな第1期計画と比較しながらパブリックコメントを作成したが、前期に比べてかなり内容が薄っぺらいものになっていて大変残念に思った。詳細は後述するが、戦略がすべて抽象的で、今回はKGIに向けたKPIすら明示されていない。このような具体性のない計画案をこれまでの3年スパンではなく5年もの長期スパンで基本計画に据えることに大変不安を感じる。各戦略の具体的な取り組みとKPIを明確に示してほしい。	戦略の数は、第1期の19に対し、第2期では35の戦略を示しています。第1期の戦略を踏襲し、引き継いでいくものも多くあります。今回の計画書策定にあたっての委員の主な意見として、市民との観光に対する意識の差があるため、数字を追い求めない観光のあり方を模索すべきという意見をいただきました。計画書には明記しておりませんが、当然ながらKGIの進捗管理は毎年行っていくものであり、1期目のKGIで掲げた項目についても併せて数値の観測と観光動向の参考指標としての活用を行います。また、本計画で位置付けた大きな方向性を踏まえつつ、民間事業者様と連携しながら、必要な施策等を柔軟に支援・実施していきたいと考えています。そのため本計画では、詳細の方策やKPIは現段階で確定させず、理念や行動指針など「中長期的に不変の考え方」や、戦略など「取組の方針」、5年間を通じて到達したい「KGI」を重視した構成としてとりまとめています。
34	全体	-	第1期の中にある「うきは市観光振興計画の施策体系」のような、分かりやすく具体的な一覧表を添付してほしい。	本計画で位置づけるのは戦略までのため、P35の計画の全体像が一覧表となります。
35	15	第2章	第1期から言えることだが、本市の集客の大多数が道の駅うきはとJAにじの耳納の里に集中していることを「観光客」ではなく「買い物客」とみなすことが一定必要なのではないか？ その買い物客にいか「観光地」に足を運んでもらえるか（回遊してもらえるか・真の観光客になってもらえるか）の具体策を考えて取り組めば来訪者の少ない「観光地」の集客が見込めるのではないか。本計画ではその具体策が示されていない。	買い物だけを目的に両施設を訪れる方が一定おられることは承知しています。うきは市民や近くにお住まいの方が買い物に訪れる割合が比較的多いのは、道の駅うきはよりもJAにじの耳納の里であり、市外からの来訪者が買い物に訪れる割合が比較的多いのは道の駅うきはであることが調査の結果から明らかになっています。したがって買い物客の回遊策について検討する場合は、道の駅うきはを中心にすべきと考えます。道の駅うきはは敷地内には公社が管理するウキハコもあり、公社ではツアーの企画販売も実施しています。ご指摘いただいた趣旨は戦略2-①「観光農園をはじめ、道の駅うきはやJAにじの耳納の里などで地域の人々が来訪者と触れ合って交流や周遊を促進する取組を継続します。」と記載したとおりです。観光農園などで地域の方々との交流が進むことで回遊してもらい取組を進めてまいります。また、戦略3-①で示すように来訪前から来訪者に訴求する観光情報を発信し、来訪中には戦略2-②のとおり環境整備の取組を進めてまいります。
36	15	第2章	アンケート分析のリピート率が高いのは「観光的要素の魅力」というよりは「新鮮な果菜が都市圏より安価に買えるお得感」によるもの。この数値を大きく評価して本市は観光客に満足されていると捉えることは今後の本市の観光振興を誤った方向に導く恐れが大きい。16頁下の満足度調査の数値をしっかり分析し、具体的な戦略を提示すべき。 （観光資源である史跡名勝の満足度が43.5ポイント、観光施設の対応は33.4ポイント、本市自慢の観光資源である温泉が29.4ポイント、宿泊施設や公共交通にいたっては10ポイント台、これに対する具体的な戦略や目標がこのあとも全く示されていない。漠然とした「自然」という項目とフルーツを買いに来た人に聞いた「特産品」の評価（当然高評価）に底上げされた「総合的な満足度」という平均評価を指標にすること自体おかしい。）	16ページの来訪者アンケート調査は、8年間にわたり実施しているもので、数値の相対的な変化を把握するために利用しています。ご指摘のとおり分析を掘り下げることには大変重要であると考えますが、この調査の設問設定でさらに詳細な分析をすることは困難であり、それぞれの観光資源の関係者とともに今後の検討課題と受け止めます。

37	17	第2章	<p>・ ㉑ コロナ禍のR4年の来訪者増をマイクロツーリズムの勝ち組観光地として評価しているが果たしてそうか？</p> <p>外出自粛や人が多い場所を避ける中、自宅で楽しむ嗜好品（フルーツや新鮮食材）を求めに買い物に来た人が増えた「巣ごもり需要の増加」のトレンドにのった結果ではなかったのか？</p> <p>また、野外コンテンツの創出を「成果」と分析しているが、表記のイベントの集客数はどれだけで、本市の当年の来訪者数に占める割合はどの程度だったのか？ 本当のそれだけの効果があったものなのか？</p>	<p>九州経済調査協会がまとめた2023年版の九州経済白書で、新型コロナウイルス禍のなかでも健闘した九州の観光地としてうきは市や朝倉市が取り上げられました。このことを日本経済新聞が記事にし「コロナ下の勝ち組観光地福岡・うきは市」と報道されたことから、第2章でうきは市の動向として記述した次第です。詳細は九州経済調査協会の2023年版九州経済白書「九州地域の観光復興に向けて～スマホデータにみる観光行動の変容と観光地の対応をお読み取りください。」</p> <p>また、野外コンテンツに対するご意見につきましては拝聴し、以下のように改訂いたします。</p> <p>「これは、近隣からの買い物での来訪のほか、コロナ禍でマイクロツーリズムが見直されたことも要因と言えます。」</p>
38	18	第2章	<p>・ 市民アンケートの本市に対するイメージ（魅力的と思うか？ひとにすすめたいか？）の数値を高評価しているが、地元愛の気持ちからこの数値が一定大きくなるのは当然のことで、観光振興が市民生活にプラスと答えながらも暮らしの中でプラスに感じない（22.4ポイント）という意見やマイナスの影響で挙げられている課題について真摯に具体策を掲げて取り組むべきではないか？（市民の関心が薄いことは「計画の方向性」のPOINTには入っているが、それに基づく戦略や具体的対策には全く入っていない。19頁の観光関連事業者へのヒアリングにも市民への配慮を意識することの重要性が書かれているが戦略や具体策に反映されていない）</p>	<p>観光が市民生活の向上に寄与できることは、地域資源の保全（戦略1-②）、インフラ整備（戦略2-②）、次世代の誇り醸成（3-②）と捉え、計画に位置付けています。さらに市民の観光への関心を高めることが今回の計画の重要な部分であることから、横断戦略4を設定したのですが、ご指摘を反映させ、横断戦略4の具体的な対策1を以下のように改めます。「持続可能な観光の推進に向けてオーバーツーリズム（観光公害）対策や抑制に取り組むとともに、市民の関心と理解を深めていきます。」</p>
39	20	第2章	<p>・ ㉒のページの前述までに本市の観光戦略が一定の成果をあげていることや高評価であることを述べているが、それに対してインスタグラムのフォロー数が少なくないか？投稿の頻度も少なすぎる。</p> <p>フォロー属性の分析までされている（第1期も）が、分析に基づく施策は打っているのか？今や世の中における影響力が半端なく強力になっているSNSを有効に活用できていないのは致命的ではないか？（後述の戦略にその活用具体策も全くない）</p>	<p>両アカウントともに第1計画からフォロワー数は増加しておりますが、今後も数を伸ばす必要があると考えます。「うきはブランド」のアカウントが地域おこし協力隊が運営しており、今後の運営方針も含めて見直しを検討します。</p> <p>「スイーツ案内課」については、写真の見栄えの質やタグのつけ方を重視しています。ただし、30代や40代中心のフォロワーに向けた投稿頻度も増やす必要があると考えますので、人手不足などの解消も含めた改善策を模索する必要があります。なお、ご指摘を受けて表現を追加し、戦略3-①の表記を以下のとおり一部修正します</p> <p>「SNSを含むデジタルを活用し、うきはの観光情報を発信するとともに、来訪者自らがうきはの情報をデジタルで発信してもらえる機会の増大に取り組みます。」</p>
40	29	第3章	<p>・ ㉓とんどの項目で「成果あり」となっているが、具体的な成果が示されておらず分かりにくい。そんな雑駁な評価と検証で第2期の戦略を立てているので後述の第2期の具体策の内容が乏しいのではないか？</p>	<p>第1期計画の評価につきましては策定委員会において議論しましたが、第2期計画では紙面の都合により全てを掲載することはできないことから、24ページから31ページでまとめたものです。第2期の戦略については、質問33の通りです。</p>
41	27	第3章	<p>・ 27頁の新たな観光コンテンツの創出だが、記載のイベントは次年度以降持続的に開催されているのか？第2期の横断戦略には「持続可能な観光地域づくり」を掲げている。単発的なイベントの創出ばかりではサステナブルな取り組みにならないのではないか？</p>	<p>イベントは様々な条件が揃わなければ開催できないことはご承知のとおりで、P27に記載のイベントは諸事情により今年度は開催できておりません。必ずしも継続的なイベントを創出することが、サステナブルな取組であるとは考えていませんが、新規イベント実施は予測がつきにくい部分もありますので、既存の取組の見直しも含めイベントの創出に取り組めます。また、イベントは継続することが目的ではなく、手段であり来訪者の増加や市民との交流で、まちの魅力が高まるように官民で連携して今後も取り組んでまいります。</p>
42	31	第4章	<p>・ ㉔頁の課題2に「観光のためだけではなく、市民の利便性や暮らしの質の向上にもつながるという観点を持つことが求められています」と課題認識している。これは大変重要なことで有効な評価と思うが、この大事な評価は、第2期計画の戦略や具体策のどこに活かされているのか？素案を熟読したつもりだが全く見えなかった。無いのなら必ずこれに係る戦略や具体策は入れるべき。</p>	<p>上記33. のとおりです。</p>

43	34	第5章	<p>・「観光」に対する市民満足度は「おすすめ意向」なのか？</p> <p>上述してきたように、「観光」が「市民が関心を持つこと」や「市民生活につながることで市民の満足につながると考えるのであれば、KGIの指標が市民満足度調査のおすすめ意向の数値であることはおかしい。同じアンケートの数値を用いるのであれば、アンケートの回答率（現状2割）を3割に上げるとか、「観光振興に向けた取り組みによるプラスの効果を感じない」と答えた市民（22.4ポイント）を20ポイント以下に減らす（効果を実感する人が増えたと解釈できる）などのように、関心を持つ市民が増えたと判断できる数値を用いたほうが良いのではないのか？</p>	<p>アンケート回答率を上げることや「観光振興に向けた取り組みによるプラスの効果を感じない」の項目も、市民満足度に高い関連性を持つと考えます。その中で今回「おすすめ意向」を選んだ理由として、「おすすめ意向」という言葉には、市民が自市の良い部分への理解を深め、さらに本市の良いと思う部分を他者や外部へ伝えることにつながるといった、ポジティブな意味だけで構成されている項目と考えたからです。</p>
44	34	第5章	<p>・PIが設定されていないのはなぜか？設定すべきではないか？</p>	<p>上記33.のとおりです。</p>
45	35～	第6～7章	<p>・内容的に抽象的すぎないか？第1期の反省を踏まえたものや前述の分析で課題ととらえたものについてはもう少し具体的な取り組みや目標値を示すべきではないか？</p>	<p>上記33.のとおりです。</p>
46	37	第7章	<p>・温泉街と大石放水路のブランディングを継続とあるが、第1期の期間中どのような取り組みをしてきたのか？ビッグデータ分析やその他の検証等でも温泉街のブランディングについて成果が見えない。それを「継続」して取り組むとはどのような認識なのか分からない。</p>	<p>うきは市の筑後川温泉と吉井温泉の一番の魅力は泉質であると考えます。そこで筑後川温泉組合では温泉総選挙に「うる肌部門」でエントリーして、市や公社は後方支援を行いました。また、各旅館が高付加価値のある客室整備やワーケーションなど新しいニーズに適した旅館整備を進める中で、観光庁の補助制度を活用する際に市や公社も協力することで採択に向けた支援も行っています。直近ではマリオット系列のホテルと温泉関係者を交えた協議や情報共有の場を設置しました。さらに、大石放水路では国土交通省が進める「かわまちづくり」に大石地区が登録され、筑後川を観光資源の一つとして活用・保全しながら、温泉等の地域資源も生かした賑わいのあるまちづくりに取り組んでいます。引き続き同地域のブランディングに継続して取り組みます。</p>
47	38	第7章	<p>・88頁のつながる戦略。「関係者」ばかりとつながっているが、課題として認識のある「市民」とはどのようにつながるのか記載もなければ具体策もない。前述の分析が全く生かされていないのではないのか？</p>	<p>ご指摘のとおり市民の関心を高めることは重要であり、戦略2-①「市内関係者による情報共有の場づくりに取り組みます。」を以下のとおり修正します。 「市内関係者による情報共有の場づくりに取り組むとともに、うきは観光みらいづくり公社とともに市民への情報提供や啓発を進めて関心を高めます。」</p>
48	39	第7章	<p>2次交通の検討とあるが、そもそもの1次交通はどのように考えているのか？本市への観光入込の1次交通は「車」という認識か？であるならば、マイカーは駐車場さえ整備すれば目的地に直接乗り入れることができるモビリティなので2次交通の整備導入の検討は必要ない。現状本市に乗り入れている公共交通機関（久大線、西鉄バス）を1次交通と考え2次交通の必要性を説いているのであれば、観光客の利用が低迷している1次交通（市外との公共交通機関）への振興策や活用案もしっかり提起すべきではないか？</p>	<p>うきは市はJRの鉄道や西鉄バスなどそれぞれの公共交通事業者と、年間を通じて連携して取組を継続して行っています。令和6年度春には全国的なイベントであるJRのディスティネーションキャンペーンが福岡県と大分県で展開されることから、福岡県と連携して事業を実施する予定です。戦略2-①のとおり取り組みます。</p>
49	42	第7章	<p>地球温暖化防止対策として環境に配慮した観光地づくりとは？本市の観光入込の大多数はマイカー利用。本気で環境配慮を唱えるのであれば、前述の1次交通の話も含めモダリティシフト（モビリティシフト）などの具体策を併せて示すべきではないか。</p>	<p>全ての来訪者の移動手段を自家用車から公共交通機関に一気にシフトさせることは困難であると理解しています。現実的な対策として小さな取組から始めることが肝要で、レンタサイクルを増設させて推進したり、道の駅うきはにグリーンスローモビリティの導入を図るなど環境に配慮した観光地づくりを進めます。また、タクシーなどの交通事業者などと連携し、協議を継続しながら地球温暖化防止に資する方策を検討してまいります。</p>

50	42	第7章	<p>・ GSTC認証エントリーをめざすとあるが、今次の振興計画では前期の成果と課題に基づく足元の課題解決や地域に根差した取り組みにもっと注力（特化）すべきではないか？観光振興への理解度が低い多くの市民や本市観光入込の主体であるマイクロツーリズム客（近隣客）に国際認証は必要なのか？</p>	<p>GSTC認証エントリーの検討と記載させていただいておりますが、認証の基準自体が足元の課題解決に向けた取り組みに関連するものや、市民等へ観光振興への関心を持ってもらうことへつながる項目が設定されています。あくまで国際認証を取ることが目的ではなく、世界規模での大きな流れの持続可能な目線を持つための手段の選択肢の一つと考えます。</p>
51	32	第4章	<p>P.32「第2期うきは市観光振興計画の方向性」～P.34「うきは市らしい観光地域づくりの理念」までを別紙にてご提案します。ご提案した内容についてですが、「我がこと」という表現が市民に役割を押しつける印象を与えるのではないかと懸念と、全体的に「何のために観光地域づくりが必要なのか」という観点からの内容が抜けていると感じましたので、その点を含めて文章を全体的に書き変える形で作成しています。ご査収のほどよろしくお願いたします。</p> <p>Point（1段目） 「地域の良さに目を向け、その良さを実感し、受け継ぐための計画（観光地域づくりの理念）」</p> <p>もともと観光資源の乏しかった本市に近年観光客が増えてきているのは、果樹をはじめとする新鮮な農作物が豊富な環境や、古来より人間と自然が共存し造り上げてきたこの地特有の景観や歴史、また個性豊かでこだわりを持つ「なりわい」を営む事業者が多く存在し、そういった自然豊かな環境やこだわりのライフスタイルに価値を感じる人々が増えてきているという事が考えられます。</p> <p>第2期の計画においては、観光産業の振興だけを目的とした観光振興ではなく、より豊かな地域を創っていくために必要な観光振興のあり方を「理念」として位置づけ、市民にとってより魅力ある地域づくりや幸福度の高まる日々の暮らしにつながるような観光振興を目指します。」</p> <p>Point（2段目） 「市民一人ひとりが地域に誇りもち、主体的に行動していくための計画（行動指針の共有）」</p> <p>筑後吉井の伝建地区をはじめ、市内のいたるところに新規の店舗や宿泊施設が増えている一方で、観光に関連する事業者と観光とは直接関わりが少ない市民との間に、観光に対する意識の違いが見受けられます。</p> <p>本市の観光振興の目的は、観光に対する需要が増えてくる事により期待できる、市内の経済活動の活性化や観光客をはじめとする交流人口の増加により、基幹産業である農業の担い手不足や少子高齢化などの地域課題の解決につなげていくためであり、そういった目的意識をしっかりと持って観光振興に取り組んでいく必要があります。</p> <p>また、そういった目的意識を持った活動を通して、地域に対しての誇りや愛情を深めていく事が地域づくりのための原動力であると考え、第2期の計画では市民一人ひとりがうきは市の観光振興の意義を理解し、より豊かな地域を創るために主体的に行動するための指針を定めます。」</p>	<p>Pointへのご意見ありがとうございます。ご意見を踏まえ文章の一部を修正させていただきました。また、Point（2）にご意見いただいた、本市の観光振興の目的のご意見については、Point（1）に地域課題の解決という文言を追加させていただく形で修正いたします。</p>

52	33	第5章	<p>P. 32「第2期うきは市観光振興計画の方向性」～P. 34「うきは市らしい観光地域づくりの理念」までを別紙にてご提案します。ご提案した内容についてですが、「我がこと」という表現が市民に役割を押しつける印象を与えるのではないかと懸念と、全体的に「何のために観光地域づくりが必要なのか」という観点からの内容が抜けていると感じましたので、その点を含めて文章を全体的に書き変える形で作成しています。ご査収のほどよろしくお願ひいたします。</p> <p>第5章 観光地域づくりの理念・行動指針  (1) 市民が関わる観光地域づくりのあり方  観光地域づくりとは観光推進のみを目的とするものではなく、観光を通してより生き生きとした豊かな地域づくりを、市民自らの視点で考えて実現していく事です。少子高齢化により基幹産業である農業の担い手不足や、それに伴う耕作放棄地の増加で景観が損なわれつつあるなど、うきは市には様々な地域課題がありますが、浮揚の機運が高まる「観光」を生かして、それらの地域課題を解決していく事が期待されます。観光地域づくりを進めていくためには市内の観光に関わる事業者のみならず、市民一人ひとりができる事を考え関わっていく事が大切です。先人たちが残してくれた、この豊かな古里を後世に残していくために、みんなで観光地域づくりを進めていきます。  ※イメージ図については【市民の観光との関わりのイメージ】では観光地域づくり全体のイメージが湧かないので、前の素案に採用されていた観光庁出典の【観光地を核とした地域活性化の好循環】の図を参考にイメージ図を作成したほうが分かりやすいのではないかと思います。</p>	<p>ご意見ありがとうございます。Pointとの部分と併せてですが「我がこと」に関する表記についての部分を修正させていただきます。イメージ図についても、観光庁出典の【観光地を核とした地域活性化の好循環】をご提示いただきありがとうございます。今回掲載させていただいている【観光と市内外との関わりのイメージ図】については、あくまで参考として、本計画書の課題の一つとして掲載させていただいております市民との観光に対する意識の温度差への解消するためのイメージとして、本計画書が課題解決の一助となることを願ひ掲載させていただいておりますのでご理解願ひします。</p>
----	----	-----	---	--

53	34	第5章	<p>P. 32「第2期うきは市観光振興計画の方向性」～P. 34「うきは市らしい観光地域づくりの理念」までを別紙にてご提案します。ご提案した内容についてですが、「我がこと」という表現が市民に役割を押しつける印象を与えるのではないかと懸念と、全体的に「何のために観光地域づくりが必要なのか」という観点からの内容が抜けていると感じましたので、その点を含めて文章を全体的に書き変える形で作成しています。ご査収のほどよろしくお願いたします。</p> <p>(2) うきはらしい観光地域づくりの理念について うきは市ならではの豊かさや価値などの魅力の根源を市民自らが再認識し「うきはらしさ」を核とした観光地域づくりを進めていくために、市民や事業者と共有できる観光地域づくりの理念を次のとおり位置づけます。</p> <p>〈理念〉 うきは市は、訪れる人々の心の中に郷愁を呼び起こす、日本の原風景といわれるような素晴らしい景観が至る所に満ち溢れています。その懐かしさや安堵感を生む要因は景観だけではなく、悠久の歴史の中で繰り返されてきた先人達のいとなみや文化を受け継いで来た、住民の温厚で思いやりに満ちた気質から醸し出されるホスピタリティから生まれてくるものとだと思えます。これらの資源を守り遺していくためには、その価値を市民自らが理解した上で保全・活用を進めていく必要があり、その原動力となるのが観光地域づくりあると考えます。私たちはこの豊かな地域資源を後世に残し、これからの地域の発展のために、うきは市らしい観光地域づくりを進めていきます。</p> <p>(3) 観光地域づくり行動指針 (共有) 地域の価値や課題について理解し、共有しあう (共感) 価値や課題を共有できる人々との輪を広げ、地域への愛着を育む (共創) 価値や課題を共有できる人々と一緒に創造的なとりくみをしていく ※三つの指針のタイトルを分かりやすくシンプルにするために「共有・共感・共創」のみにしています。</p>	<p>ご意見ありがとうございます。理念、行動指針の部分については本計画書の核となる部分であり、第2期観光振興計画策定委員会の中での議論をもとに作成され、次ページ以降の全体像や、戦略の全てに関わりますので、貴重なご意見として拝聴させていただきます。</p>
54	41	第7章	<p>P. 41「次世代がうきはを受け継ぐ土台をつくる」の2段目を変更</p> <p>○うきはの地域資源である農村や自然環境の保全と農業従事者の支援に取り組みます。 ↓※観光地域づくりという観点から ○道の駅うきはや耳納の里に代表されるような観光と農業の好循環を持続・拡大させていながら農業従事者の確保や自然環境の保全につなげます。</p>	<p>ご意見の主旨を尊重し、以下のとおり一部改訂させていただきました。「観光と農業の好循環を持続させるため、うきはの地域資源である農村や自然環境の保全と農業従事者の支援に取り組みます。」</p>



55	-	-	<p>子育て世代や観光客の方々、そして市民にもインパクトがあつて、うきは市の中心になるような… 本物の水車が回る公園を作って頂けたらと思います。</p> <p>以前、吉井町の古い歴史地図を白壁交流館？で見せてもらったことがあり、昔々、吉井町の産業は清流に回る水車の力で栄えたと教えてもらいました。</p> <p>現役三連水車は田んぼに水を入れるだけの役割ですが、今のうきは市なら『うきは産小麦』を水車小屋で製粉したり、地粉を使った麺でもスイーツでも音の風景でも、歴史とSDGsを意識することで付加価値が上がるのではないのでしょうか。</p> <p>東京からうきは市に移住して結婚し、子供3人を産み育て中ですが、環境の良さと歴史的な街並み、もしくは広々とした風景をもっとアピールできるのではといつも考えています。</p> <p>小さな子や若者、中年お年寄り、観光客の皆さんがゆっくりと遊んだり泊まったり、健康の為に長期滞在したくなる…そんな未来のうきは市を願っております。</p>	<p>本物の水車が回る公園についてのご提案、ありがとうございます。「うきは産小麦」との組み合わせることで、歴史とSDGsを意識した付加価値の高まる貴重なご意見として、今後の観光振興への施策を検討する際の参考とさせていただきます。</p>
----	---	---	---	--