

## 長崎市観光・MICE戦略(素案)に関するパブリック・コメント

No.	意見の内容	長崎市の考え方
1	<p>旧県庁跡土地利用の個人的な意見を述べます。おおよそは決定しているようですが。土地名として” 岬の教会跡公園” いかがでしょう。長崎市には公園がとても少ないです。観光客や路行く人が出島や市街地を眺めながら、座って一休み出来るような、そんな癒しのある公園にしてはいかがでしょうか。シーズンのには修学旅行で来た学生さんも達も利用できると思います。一休みして、スペインやポルトガル船が出島に行き来した当時の長崎に少しでも思いを馳せることが出来るような緑豊かな場所になったらいいかと、毎日県庁跡の前を通っております。また日差しが朝夕と、とてもきれいな場所です。そんな長崎の素晴らしい歴史と自然を秘めた場所をよりよく生かして欲しいと思います。</p>	<p>旧県庁舎跡地の活用について、長崎市観光・MICE 戦略に掲載する予定はありませんが、安全安心・快適な滞在環境の整備は、訪問客の満足度向上のために大切であると考えております。</p>
2	<p>1. 全般</p> <p>①市民が日常感じる長崎市の魅力をもっときちんと記載してほしい。そこが観光政策のベースになるはず。</p> <p>②長崎市に MICE 開設の必要性を記載いただきたい。MICE については市民においては不要との見方が多く、今も不信感が強い。その為には本素案を読んだ市民が納得、共感できるように記載をお願いしたい。本素案では MICE ありきで記載されており、MICE 開設の必要性の記載が不十分。</p>	<p>①について 長崎市の魅力につきましては、観光・MICE 振興の意義や SWOT 分析の「強み」で整理しております。</p> <p>②について MICE 開設の必要性につきまして記載しておりませんが、MICE 開催状況に記載のとおり、参加者数が伸び悩んでおります。長崎市の施設ではこれ以上の受け入れが困難であり、参加者数が多い学会・大会等及び一般会議等を受け入れる複数の会議室や、集客力が高い展示機能がなかったことから、今後より多くの人を呼び込むため施設の整備に取り組んでいます。</p>

## 長崎市観光・MICE戦略(素案)に関するパブリック・コメント

No.	意見の内容	長崎市の考え方
	<p>③MICEによる事業が成功する為には、市民としてはどのようなことを期待しているのかを具体的に記載していただきたい。</p> <p>④新型コロナウイルス感染により観光、コンベンション、展示会などの中止も含めて形態が大きく変わっている。これは感染が一段落した後も同様にコロナ前に戻ることはないと言われている。この影響については考えられていない。  (P7～) 観光・MICEを取り巻く情勢  コロナ禍がおさまった後もこれまでのような観光客は元に戻ることはないと思われる。いくらかは回復するが、コロナ前に戻るには時間がかかるはず。開催する会議も開催回数が少なくなり、形態がオンラインなどに変わるはず。このような変化や状況には対策が必要であるが、それについての記載がない。</p> <p>⑤本素案をもとに市民から意見を求めようとしているが、本素案は市民には非常に読みづらい。それは専門用語や記載内容が専門的というのではなく、論理的な構造になっていないからである。例として下記がある。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・これまでの取り組みの結果とそこから得られた課題</li> <li>・今後の様々な取り組みにおいてそのひとつとしてMICEの必要性これらについて論理立てて、これからの取り組みの説明を</li> </ul>	<p>③について  ご意見は、市民に対して期待をすることと理解しますが、市民の皆様に様々な催事に参加していただくとともに、運営ボランティアや通訳などとして参画していただき、まち全体でMICE開催を歓迎する機運を醸成していきたいと考えており、具体的な内容について基本施策D-3-(3)に追記いたします。</p> <p>④について  「重要な視点」の「環境変化への柔軟な対応」や、「基本施策B-1 安全安心な滞在環境をつくる。」で整理しておりますが、加えて、ビジョンの説明文にコロナ禍の影響について追記いたします。</p>

## 長崎市観光・MICE戦略(素案)に関するパブリック・コメント

No.	意見の内容	長崎市の考え方
	<p>記載していただきたい。(本件については各ページ毎の意見に具体的に記載)</p> <p>⑥本素案は市民に理解してもらおう、共感してもらおうという姿勢に欠けていると思う。もう少し、市の政策を市民からの理解や共感を得るような工夫が欲しい。(これは政策自体を言っているのではなく、あくまで章立て、記述の問題)</p> <p>2. 各ページへの意見 (P4) 長崎市の将来像 4項目には異論はないが、「1」にくるのは「3」の「市民が誇りを持ち、住み続けたいと思うまち」ではないか。</p> <p>次の事項については具体的に記載をお願いしたい。 ・「2」の「成長するまち」とは具体的にどのようなイメージなのか？</p> <p>・「事業者が交流で潤う」ことでの税収増をどのように計画しているのか？これについては本素案に見当たらない。</p> <p>(P6) 観光・MICEに関連する長崎市の主な計画 各部の計画はわかるが、これらは相互に調整が必要なものがある。その調整機能を行う上位の部が必要であるが、それが無い。</p>	<p>⑤、⑥、2. 各ページへの意見 (P4) 長崎市の将来像について 観光まちづくりの将来像であるため、番号によって上位、下位というわけではなく、4項目いずれも同等に重要なものであると考えております。</p> <p>「2 事業者が交流で潤い、成長するまち」について 訪問客の増加をきっかけに、事業者が質の高いサービスを提供し、収益力が上がることで、新たな雇用創出と所得向上につながるまちをイメージしております。</p> <p>税収増について 税収増については、当戦略では示しておりませんが、旅行消費額やMICE消費額で目標を設定するよう考えております。</p> <p>(P6) 観光・MICEに関連する長崎市の主な計画について 各部局の計画は、上位計画である長崎市総合計画に基づいて策定しており、相互に調整しながら策定しております。</p>

## 長崎市観光・MICE戦略(素案)に関するパブリック・コメント

No.	意見の内容	長崎市の考え方
	<p>(P35) ビッグデータ等の分析に基づくマーケティングの推進 これらによってどのような発見や課題がわかったのか？ 特にビッグデータによる調査分析では、従来にないものが得られているはずで、それはその後の観光政策に大きな影響を与えるはず。</p> <p>(P38) 観光消費拡大の仕掛けづくり これまでの成果とそこから生まれた課題（目標に達成できていない場合の問題点とその解決策）を具体的に記載してほしい。 それがないと次のアクション（政策）に結びつかない。</p> <p>(P44) SWOT 分析 ① 『100年に一度』のまちの変革は、「機会」でもあるが、「脅威」でもある。 ② 「脅威」としては下記をあげておくべき。 ・用途地域全体見直し ・富貴楼、江崎鼈甲店など伝統ある建物、店舗が消えていく。</p>	<p>(P35) ビッグデータ等の分析に基づくマーケティングの推進 について 様々な科学的データを分析することで、訪問客の属性（国籍や所在地、性別、年齢等）や訪問スポット、長崎市への訪問前後の訪問地や移動ルート等が見えてきております。 例えば、携帯端末位置情報の移動データの分析により、台湾からはこれまで多くの旅行者が長崎へ来ていましたが、宿泊率は高くないという状況が判明したことから、対策として、宿泊を促すプロモーションを実施し、宿泊数の増加に繋げました。 このように継続してデータ分析を行うことで、重点市場や成長市場を見極めることができ、効果的なプロモーション等につなげることができるようになります。</p> <p>(P38) 観光消費拡大の仕掛けづくりについて これまでの取組みの成果としては、KPI（観光消費単価増に向けた評価指標）に掲載しております。また、課題についても、SWOT 分析の下部に記載しております。</p> <p>(P44) SWOT 分析について SWOT 分析については、これまでのデータ等の根拠に基づき、審議会で議論を重ねながら、項目が過剰になりすぎないように、より重要なものをピックアップし、整理しております。</p>

## 長崎市観光・MICE戦略(素案)に関するパブリック・コメント

No.	意見の内容	長崎市の考え方
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・市民に親しまれてきた市場の消滅</li> <li>③「弱み」として               <ul style="list-style-type: none"> <li>・行政組織に横通し、調整機能がない</li> <li>・「観光産業の生産性の低さ」は長崎市の場合は、具体的にどのようなになっているかを示す必要あり。</li> </ul> </li> <li>④「強み」として               <ul style="list-style-type: none"> <li>・市民の意識が高く、まちへの知識が豊富な人が多い。</li> </ul> </li> </ul>	
3	<p>長崎市観光・MICE 戦略(素案)について、素案は1度とりさげ、再度作り直してパブリック・コメントにかけることを求めます。やり直すことは異例だと思いますが、この素案のまま戦略を策定し、世界都市、人間都市としての長崎市の品格を貶めたり、時代の転換点を感じとって思考し行動する機会を逃したり、100年に1度の変化なのに変わったのは建物だけという事態を回避したり、職員の皆さんが戦略とはこういうものだという誤った認識に陥ったりするよりかは、市民にとっても訪問者にとっても行政としての長崎市にとっても良いことであると考えます。審議会やパブリック・コメントが何を言おうと、最終的な決定権を市が持つことは十分理解していますし、多数経験しています。また、パブリック・コメントについても、「取りまとめの上、・・・」によって跡形なく記載される可能性があることも承知しています。それでも今回の素案を看過できないという思いで、上記の意見を以下の理由を添えてお届けします。厳しい物言いかもしれませんが、いたって冷静に考え、お伝えしなければならないことを記しました。よろしく願います。</p>	

## 長崎市観光・MICE戦略(素案)に関するパブリック・コメント

No.	意見の内容	長崎市の考え方
	<p>たします。</p> <p>1. 素案の戦略としての価値について（第1章）                      戦略を、一般的な理解である目的地に到達するに至る道筋だとすると、目的地（目的）、経路（目標）、課題（政策）、方策（施策）、（事業も含むことあり）によって構成されなければなりません。しかし、この素案には、100歩譲っても（p.4の図が仮に目標だとしても）、目的がありません。もしかすると、p.4にある選ばれる21世紀の交流都市というフレーズと長崎市の将来像を目的として記述しているのかもしれませんが、そこには長崎市が市民や訪問者に提供する価値＝目的に全く触れていません。たとえば、1の訪問客がまた来たい・・・については、なぜ訪問客が訪れているのか、つまり価値が全く説明されていません。目的が定まらないと、経路以下を定めることができません。単なる訪問客が訪れている状態をつくるのが目的になれば、何でも良いから誘客策を、ということになるでしょう。もしかすると、2、3、4と合わせればと考えているのかもしれませんが、それらも不十分な記述でしかなく、選ばれる21世紀の交流都市の具体的なイメージを想起させるにはいたりません。具体的なイメージを市や市民が共有しなければ、どんな問題が起こりうるのかは、すでに長崎市も経験済みです。たとえば、市民に稲佐山山頂に来て欲しいという表面的で短絡的な発想のみを指定管理者と共有した結果が、稲佐山山頂での富山が誇る shogun burger の販売であり、指定管理者のセンスや能力の欠如を前提としたとしても、目的を共有しておけ</p>	<p>1. 素案の戦略としての価値について                      価値・目的につきましては、観光・MICE 振興ビジョンにサブコピーとその説明文を追記いたします。</p>

# 長崎市観光・MICE戦略(素案)に関するパブリック・コメント

No.	意見の内容	長崎市の考え方
	<p>ば、そうそう起こる問題ではないと考えます。山頂での起こっている種々の問題は、指定管理者の責任も大ですが、観光客に提供すべき価値を軽視し、本質的な議論を避け、価値の明確化と庁内で共有すること無しに指定管理者を選定し、長崎市の価値を損なう行為を制止できなかった長崎市、ひいては私たち市民の責任です。そこで、無関心だった私たち市民も含めて、長崎市の観光が持つ価値、その共有について考える必要があるにも関わらず、素案策定に至る過程でそのような思考を巡らした形跡はありません。審議会の議論を経たという回答になるのかもしれませんが、今年度1回目のI委員の発言以外は、ほぼ手段に終始しており、第3回に至っては、長崎や地方を敬う気が全くないDXセールスマンが手段について長々と意見を述べる懇談会と化しており、長崎の価値を描き出す作業という意味では貢献ゼロでしょう。</p> <p>2. 交流人口の位置づけについて（第1章）</p> <p>1 と関係しますが、p.2 の図は、単に定住人口不足を交流人口で補うという数合わせであり、訪問者に失礼なものとなっていること、ひいては、私たちが暮らす長崎市の品位を著しく傷つけるものであることから、市民として容認できません。交流の本来の価値をどこに見いだすのか、ひと、それに伴う知識や経験が交わることで何が生まれるのか。特に出島メッセ長崎の開業を控える長崎市においては、経済的な効果はもちろんでしょうが、目に見えない価値の創出を主に据えることが重要だと考えます。また、長崎特有の価値や数字を記入するなら、3 のビ</p>	<p>長崎市の考え方</p> <p>2. 交流人口の位置づけについて</p> <p>交流がもたらす経済的効果のイメージを掲載しておりますが、長崎市観光・MICE 振興審議会の議論を経て、市民に交流の経済的効果を理解・共有いただくため掲載しております。一方で、社会的効果も重要ものであると考えておりますので、観光・MICE 振興の意義に追記いたします。</p>

## 長崎市観光・MICE戦略(素案)に関するパブリック・コメント

No.	意見の内容	長崎市の考え方
	<p>ジョンや将来像の次です。</p> <p>3. 市民生活と観光との分断について（第1章）                  使い古された言葉ですが、地域の光を見るのが観光、は、MICEが強調される今日にあっても変わらない普遍的な考え方を示しています。特に、オーバーツーリズムが問題視され、あらゆる側面で量から質への転換が叫ばれる中では、「訪問客がまた来たいまちをつくる」ことが最上位の将来像に配置されることに違和感があります。観光に関する戦略ですが、市民が誇りを持つまちを上位に、最悪でも同等に配置することが必要ではないかと考えます。また、上述しましたが、これらは具体的に示す必要があります。</p> <p>4. これまで取り組みの評価等について（第2章）                  (11)のSWOTのまとめにつながるよう、アンケート、統計や活動実績などを配置されていますが、評価が全く記されていないので、何の意味もない章となっています。これらを見ても、市は何を考えたのか、どう省みたのかが解りません。長崎市政全般が、今や過去を顧みず盲目的に次の取り組みを起こす傾向にあることは承知していますが、あまりにも酷い章となっていますので、第2章全体の検討、加筆を求めます。たとえば、p.34に長崎独自の歴史・文化等の資源磨きとありますが、江崎べっこう店など歴史的な建物がこの数年間でも何件か失われたことをどう振りかえるのか。市の景観推進室は『「市の象徴的建物がなくなるのは残念」としながらも、個人の財産処分に</p>	<p>3. 市民生活と観光との分断について                  観光まちづくりの将来像であるため、番号によって上位、下位というわけではなく、4項目いずれも同等に重要なものであると考えております。</p> <p>4. これまで取り組みの評価等について                  第2章では、現状分析として長崎市観光振興計画2020の振り返りを行い、主な取り組みや各種指標の成果を記載し、評価につきましてはSWOT分析に集約し、課題を抽出しております。</p>



## 長崎市観光・MICE戦略(素案)に関するパブリック・コメント

No.	意見の内容	長崎市の考え方
	<p>                     ついて「行政として立ち入ることはできない』（長崎新聞2020年6月5日）と述べましたが、象徴的な建物すら護ろうとしない自身をどう評価するのか。幸町の三菱重工跡地などの財産処分について、公共の福祉に関わるという理由で関与できるのに、江崎べっこう店に関わらなかった、関わったとしてもその過程やプロセスを示さなかったことをどう反省するのか。購入者が明らかに景観を乱すマンションを建設しようとしていることをなぜ止められなかったのか。計画、法律や条例に基づいてと市は説明されるかもしれませんが、それは自らで変えられるものです。象徴的な建物を守れなかったことへの総括なしに、次の戦略はあり得ません。ちなみに、景観についていえば、市は自らが保有する施設のライトアップなど、「できること」にしか取り組まないため、まちの景観形成にはほとんど寄与していないというのが一市民としての印象です。市は、風致地区など一部の地域については景観を守っているという発言を繰り返しますが、十八親和銀行の看板が無制限に掲げられる状況がすべてを物語っているでしょう。また、p.43に示された観光施設への市民の訪問や観光客とのコミュニケーションの状態をどのように判断しているのか。なぜそれが重要なのか、なぜそれが実現していないのか等について、十分に検討しなければ、単なる前年比増などのあってもなくても良い目標を設定してしまうことに繋がります。これらは一例ですが、今までの取り組み等について振り返る必要があります。                 </p>	

## 長崎市観光・MICE戦略(素案)に関するパブリック・コメント

No.	意見の内容	長崎市の考え方
	<p>5. 目標値について（第3章）</p> <p>第3章に数字が入ってない理由は何でしょうか、また、その状態でなぜパブリック・コメントをかけたのでしょうか。第1および2章の中身が全くないので、それらを踏まえた3章の数字を導出することができなかつたのか、総合計画を待つのかなど、理由は分かりませんが、説明する必要があるでしょう。この数字は、たかが数字ですが、されど数字です。訪問客数、観光消費額と各種単価は密接に関わり、戦略の態度を示すことに繋がります。観光消費額が訪問客数で上がる場合と各種単価が上がる場合では、市民の受け取り方が全く異なります。つまり、第1と2章で目的や過去の振り返りができなかつたツケが、ここに出てきています。長崎サミットで決めるなどの考え方もあるかもしれませんが、観光のパフォーマンスが量的にも質的にも、短期的にも長期的にも地域経済と関わると考えるなら、観光の目標は市が決めてかまいません。産業界や大学は地域経済について意見できません。彼らはプレイヤーではありませんが、全体を俯瞰する者たちではありません。これまでの議論を見ても、地域経済の議論ではなく産業振興の議論しかしていません。「地域経済」については、公の視点を備えた行政が設定すべきです。以上から、p. 47 以降の施策はメモ書き程度の意味しか持ちません。</p> <p>6. 市民の位置づけについて（第3章）</p> <p>長崎市が取り組む観光まちづくりにかかる市民の位置づけが形式的にも実質的にもこれで良いのか、ぜひ長崎市役所の内部で</p>	<p>5. 目標値について</p> <p>新型コロナウイルス感染拡大の影響もあり、11月時点では目標値はお示しできておりませんでした。今後、感染状況等を注視しながら設定していくよう考えております。</p> <p>6. 市民の位置づけについて</p> <p>長崎市が目指す観光まちづくりは、観光事業者だけでなく農林・水産業者や商工業者、市民など多様な関係者が相互に参画・</p>

## 長崎市観光・MICE戦略(素案)に関するパブリック・コメント

No.	意見の内容	長崎市の考え方
	<p>考えてください。</p>	<p>連携し、その恩恵を地域全体が享受することで、市民・訪問客・事業者が Win-Win となることを目標としております。ただし、地元事業者と市民はイコールではないことから、推進体制を一部変更いたします。</p>
4	<p>始めに、この戦略は今までの計画を統合するものだという記述がありますが、「長崎市観光戦略」と「長崎市アジア・国際観光戦略」の二つの資料を検索したところ、見つけることができませんでした。関連する資料は公開し、過去の取り組みを容易に振り返ることができるようにすべきだと考えます。たとえ全編でなくてもダイジェスト版など提示があれば、今までの観光計画の過程が把握でき、この素案への理解が促されると思います。</p> <p>次に、中盤の P34 より、長崎市観光振興計画 2020 の振り返りと KPI の変化を示した表が記載されていますが、分析が不十分ではないかと考えます。取り組みについては、内容を列挙しているだけだと感じましたが、それぞれの取り組みがどのような成果をもたらしたのか、上手くいかなかった部分も含めて考察すべきだと思います。また、実施した取り組みがどのように KPI の変化に影響を及ぼしたと言えるのかという分析も必要ではないでしょうか。各指標において、達成率が 100%を超えていても、それがなぜなのか、何をしたからなのかは、分析をしなければ不明瞭に思えます。実施してきた取り組みと KPI の変化は結び付けて捉えるものではないでしょうか。</p> <p>そして、p44 に課題について端的にまとめられていますが、振り返りを踏まえた上で課題が何なのか、なぜそれを課題とする</p>	<p>「長崎市観光戦略」と「長崎市アジア・国際観光戦略」につきましては、公開いたします。</p> <p>観光振興計画 2020 の振り返りについて 第 2 章では、現状分析として長崎市観光振興計画 2020 の振り返りを行い、主な取り組みや各種指標の成果を記載し、評価につきましては SWOT 分析に集約し、課題を抽出しております。</p>

## 長崎市観光・MICE戦略(素案)に関するパブリック・コメント

No.	意見の内容	長崎市の考え方
	<p>のか、もっと詳しく書くべきではないでしょうか。どうしてそれを課題としたのかが明確に示されていないければ、戦略の必要性を感じることもできないと思います。</p> <p>さらに、この素案には注釈がありませんでしたが、ユニークベニューなど、市民は初めて聞くのではないかと思われる用語が多々ありました。多くの市民に観光戦略について理解してもらうには、素案の時点で用語の解説を記載した方が良いのではないのでしょうか。今回の素案は、市民に向けて、というよりは、主に、観光の施策を実行したときに影響を受ける事業者へ向けた素案であるように思いました。市が進めていく方針への理解を深めてもらうには、また そもそも関心を持ってもらうには、市民にとって親切で分かりやすい資料であることが必要だと考えます。</p> <p>最後に、内容の面では、p59 にまち MICE プロジェクトの推進について記載されていますが、MICE 開催が市民に対して本当に十分な恩恵をもたらすのかという疑問を持ちました。まち MICE プロジェクトの中に、市民が MICE の参加者あるいはボランティアとして参画できるように仕組みづくりを行うことが記載されていますが、自分には接点がない、無関係だと感じる市民もいるのではないのでしょうか。長崎市第五次総合計画基本構想（素案）では、観光・MICE の施策を通して、「市民や事業者が観光まちづくりに参画し、楽しめる環境づくりをすることで、訪問客と受け入れ側である事業者、市民の 3 者がそれぞれ満足するま</p>	<p style="text-align: center;">長崎市の考え方</p> <p>注釈について 用語解説を追加いたします。</p> <p>まち MICE プロジェクトの推進と市民の関係について MICE と市民の関わりについては、MICE 開催により市民が最先端の情報や技術に触れることができるようになったり、これまで長崎で開催できなかったイベントや市民公開講座などが開催され、楽しんだり学んだり、運営ボランティアや通訳として参画することで世界の人々をつながる機会が増えることなどが考えられます。これらについては、市の広報誌や開業前イベントなどで、周知を行っているところです。引き続き、市民にかかわりを持ってもらえるよう、様々な機会を通じて働きかけを行っていきたいと考えています。</p>

## 長崎市観光・MICE戦略(素案)に関するパブリック・コメント

No.	意見の内容	長崎市の考え方
	<p>ちをめざします。」(p9)と掲げられていますが、MICE開催によって得られる市民の利益は、訪問客や事業者に比べ小さいように感じます。MICE開催が市民にとって自分ごととして感じられるような働きかけをもっとすべきではないでしょうか。例えば、横浜市のMICE戦略では、MICE開催効果を市内に還元するため、行政が会議主催者側に市民向けの公開講座の実施を依頼するという計画を打ち出しているようです。今の計画が、市民をも満足させる観光まちづくりを推進するのに十分かどうか、ぜひ検討していただければと思います。</p>	
5	<p>まず、率直な感想として本題に入る前の現状把握が長いと感じました。この素案は、過去を振り返る報告書ではなく、これから何をするかを記すものだと思います。したがって、現状にある課題を踏まえてどんな戦略を行っていくのかというところに重きを置いて作成するべきなのではないかと思いました。</p> <p>この資料を、読むにあたり関連資料の「長崎市観光戦略」と「長崎市アジア・国際観光戦略」にも目を通そうと思い検索しましたが、出てきませんでした。長崎に移り住んでまだ2年も経っていない私には、この素案だけで戦略を理解することは大変難しい作業でした。新しく移り住んできた人、初めて市の政策を読んでみようとする人など、様々な方々の市の政策への理解を促すためにも公開していただきたいです。</p> <p>内容については3点ほど意見があります。まずは夜景についてです。長崎市立地適正化計画では、コンパクトシティ長崎を目</p>	<p>現状把握について</p> <p>これからの方針を定めるうえで、観光・MICEを取り巻く情勢や長崎市の現状と課題を把握することは重要であるため、必要な情報を記載しております。</p> <p>「長崎市観光戦略」と「長崎市アジア・国際観光戦略」につきましては、公開いたします。</p> <p>斜面地の夜景について</p> <p>すでに空き家の増加等により斜面市街地における住宅の光</p>

## 長崎市観光・MICE戦略(素案)に関するパブリック・コメント

No.	意見の内容	長崎市の考え方
	<p>指していく中の一つとして、斜面地から平坦地への居住誘導を促すことが記されています。そこで疑問に思ったのが、長崎の夜景は、斜面地の住宅の光があつてこそ魅力的な夜景が完成するのであり、住民が平坦地に移り住んでしまうとその光がなくなり、夜景の魅力が薄れてしまうのではないかとことです。斜面地の人口減少で自然（家の光で）に夜景を生み出すことが出来なくなった時、人工的な光（アート / イルミネーションなど）で夜景を作り、それを長崎から世界に誇っていく方針をお考えなのでしょうか。その場合、観光客は魅力を感じてくれるのかという疑問が浮かびました。</p> <p>次に、P52 に掲載されている、コミュニケーションツールについて具体的にどんなツールなのかという所が大変気になりました。こちらについての具体的な内容は、DMO 事業計画に記載されると思っておりますのでそちらを待ちたいと思います。私の気になる点といたしましては、新しくアプリケーションを開発するのか、またはホームページを使うのか。また、そのようなコミュニケーションツールがあることを観光客に周知させる方法は考えているのか、既存のアプリケーションとの差別化などです。</p> <p>最後に、P53 の新規路線バスの運行についてです。現在人口減少により、本数の減少や路線の減少を行うなど業界の規模が縮小傾向にある中で、交通業界の規模復元の見込みがあるのでしょうか。この点については、用途地域全体見直し（容積率緩和</p>	<p>は減少しており、防犯灯や道路照明などが主体となっています。環長崎港夜間景観向上基本計画においても、防犯灯や道路照明、その他のライトアップなどにより斜面市街地の灯りを強化していくこととしております。</p> <p>P52 コミュニケーションツールについて コミュニケーションツールについては、現在検討中ではありますが、具体的な例示を追加いたします。</p> <p>P53 新規バス路線について 新規バス路線については、主たる対象が住民ではなく訪問客であり、例えば、観光施設を結ぶバス路線など、訪問客が利用する路線を想定しております。</p>

## 長崎市観光・MICE戦略(素案)に関するパブリック・コメント

No.	意見の内容	長崎市の考え方
	<p>など)に伴う都市計画変更素案の説明会の際に同様の話があり、業界に頑張ってくれという投げやり感を感じましたので気になりました。これはバス業界に限らず、ここに記載されている関連業界が、この戦略のもと事業を行うにあたり、市の援助が受けられないという事態が回避されるように予算が取られるのかというところも知りたいです。</p>	