

第2期湯河原町観光立町推進計画（素案）に対するパブリックコメントの結果について

1 概要

(1) 意見募集期間

令和2年12月14日（月）～令和3年1月15日（金）

(2) 対象者

湯河原町に在住・在勤・在学の方
湯河原町に事業所や事務所を持っている方

(3) 公表方法

湯河原町ホームページ
湯河原町観光課、駅前観光案内所、湯河原町防災コミュニティセンター、
ここめの湯、ヘルシープラザに素案及び意見記入用紙を配架

(4) 意見の提出方法

持参
郵送
FAX
Eメール

2 町民意見提出状況

(1) 意見提出者数 3名

(2) 意見の提出方法

持参	郵送	FAX	Eメール	合計
—	—	—	3件	3件

(3) 意見及び町の考え方

No.	項目	意見	町の考え方等
1	幕岩公園の活性化と有効活用	<p>現状、幕山公園が活気を得るのは1-2月、梅の宴期間中のみと見受けられます。一年のうちわずか二か月間活性化するのみで、残りの10か月は経済的には何も生みだしません。この残念な状況を打破するためのアイデアを少しお伝えしたいと思います。</p> <p>幕山公園は町民の間では梅林という言うイメージで捉えられていますが、クライミング(登山及び岩登り)愛好家の間ではロッククライミングの重要な拠点という認識です。名称</p>	<p>ご提案ありがとうございます。</p> <p>P26【第4章】の中で、「新たな観光資源の発掘と活用」という部分があり、「○観光資源の発掘とその周知」を位置付け、埋も</p>

	<p>も幕岩と呼ばれ、関東中部地方各所から 11 月～5 月を中心にたくさんのクライマーが訪れる岩登りの聖地ともいえる場所です。おそらく人口 2 万 6, 420 人の町民のうち、この事実を知っているのは数人でしかないと思います。約 60 万人いるといわれる全国のクライミング愛好家にアプローチしないとは、なんとという残念な取りこぼしでしょうか？</p> <p>確かに毎年数件の墜落事故があり、命を落とす方がいらっしゃいます。しかしスキーに目を向けてみると、いったいどれだけの事故があるのでしょうか？ 全国紙で報道されないだけで、実際にはかなりたくさんの事故が報告されているはずです。</p> <p>参 照 : http://skis-hijikata.o.oo7.jp/story_shibou-jiko.htm#death16-17</p> <p>町を歩いていても事故にあう可能性すらあるわけですから、危ないからと排除しては全てが下向きで発展は望めません。</p>	<p>れている観光資源を発掘していく旨を記述しています。幕山公園の活性化と有効活用についても、今後の取り組みの参考にさせていただきます。</p> <p style="text-align: center;">↓</p> <p style="text-align: center;">【参考】</p>
2	<p>・5 か年計画中具体的な目標の可視化 観光立町の目指す指針は理解できるものの、現状と目標を数字で可視化したら分かり易い。年間観光客数やその内訳、客室数と稼働率など。(関係者には共有されていると思いますが。)</p> <p>・町民向けセミナーやイベントの開催 人材育成の一環として、中学校や高校で街の観光事業について知ってもらい、興味を持ってもらえるようなセミナーや講義、イベントの開催をしてはどうか。</p> <p>自分が生まれ育った町の魅力は、その町を出て実感するもので、ずっとその土地にいたら魅力を認識することは難しい。湯河原がいかに観光資源に恵まれた素晴らしい場所であるか、観光業が町の重要な財源となっていることを町人が知ることが大事ではないか。</p> <p>観光業を若い年齢層の人たちが牽引する仕組みを作ってはどうか。</p> <p>・ボランティア＝定年退職後の高齢者というイメージの払拭 「湯河原マイスター」制度をつくり、大人から子供まで湯河原の観光ガイドになれる。場合によってはボランティアではなく報酬も受けられるようなシステムの構築を提案する。町全体で観光誘致に参加する仕組みのひとつにならないか。</p>	<p>本計画は、湯河原町総合計画基本構想に即しており、その達成に向けて、観光立町の実現に資する総合的な指針という位置づけです。なお、実施計画において、個別の事業の数値目標を設定し、運用してまいります。その他、様々なご提案をいただき、ありがとうございます。本計画の中に、ご提案いただいた内容に係る記述も多数ございます。具体的な取り組みは、今後、実施計画を作成して推進してまいります。いただいたご意見は、</p>

	<p>・外国人観光客誘致</p> <p>ターゲットとする国により、提供、販売する商品やサービスの何に重きを置くかが変わるため、外国人誘致専門チームを結成し（既にあるかもしれないが）、リサーチとデータ解析をしたうえで、アウトバウンドに強いエージェントに直接セールス、販促する。例えば、中国人には観光スポット&お土産ホッピング、欧米人にはハイキングやネイチャー体験など。</p> <p>SNS や HP に体験を掲載してもらい、湯河原在住の外国人にブログ的な生活、町紹介に協力してもらいなどもアイデアのひとつ。</p> <p>・新たな観光分野開拓としてのイメージ戦略</p> <p>若い世代の認知度が低い現状からの脱却を目指す、熱海とは違うイメージ作り。例えば「ヨガの町湯河原」、豊富な自然の中で、ヨガ、瞑想をし、オーガニックな地元料理と温泉でカラダの中から癒され美しくなる。宿泊と併せて2~3泊のリトリートなど健康志向、一人参加、リピート率向上などが見込める。</p> <p>まずは町の人にヨガを浸透させてはどうか。</p> <p>または、本当に美味しい地元のもの、例えば「あじの干物」のイメージを覆すような宣伝開発など。</p> <p>・近隣都県以遠からの観光客誘致</p> <p>例えば、東北や北海道の人たちにとって、みかんや干物はある種の憧れであり、みかんの季節に絞ったターゲットへのPRをしてはどうか。JR や旅行会社とのコラボ戦略も面白い。</p> <p>・「湯河原らしさ」「おもてなし」は何か。</p> <p>町の人ひとりひとりが意識することは理想だが、せめて観光業に携わるひとりひとは心得てほしい。</p> <p>勝手ながら思うに、湯河原はそこそこ名の知れた観光地で、取り立てて努力せずとも観光客が来て、客室稼働率もまあまあ高い、という状況が長く続いているためか「おもてなし」企業努力を感じない場面に出くわすことが多々ある。</p> <p>具体的には、検索サイトで真っ先に紹介される日帰り温泉の受付の態度が悪い、初めての利用者に何の説明もない、質問すれば面倒くさそうな応答。別の日帰り温泉でも、やる気が無さそうな館内、駐車場に100円、ロッカーに100円、タオルに100円・・・であれば全部込みの入場料にした方が印象がいい。</p> <p>温泉は素晴らしいのに「場所取り厳禁」の粗末な張り紙が至</p>	<p>その際の参考にさせていただきます。</p> <p style="text-align: center;">↓</p> <p style="text-align: center;">【参考】</p>
--	---	--

		<p>る所に貼ってある・・・など残念に感じる。(実際に他県から来た友人は「もう二度と来ない!」と言っていた)</p> <p>パートやバイトの立場でも、他県の観光施設や観光地への研修制度、交換研修など実施してはどうか。</p> <p>・SNSやHPの充実</p> <p>公式観光サイトに町人の声や写真、事業者の今月のおすすめ!的な情報を掲載、チャット機能を活用するなど常に動いているサイトにする。</p> <p>・海を活かした施設</p> <p>海という観光資源を活かしたスポットが乏しい。ビーチへのアクセスが難しい(有料駐車場、狭い、分かりにくいなど)、海を見渡すレストラン、カフェが少ない。アクセスしにくい。熱海や伊豆へ向かう通過点でもあるので、道の駅のような休憩兼販売、案内所のような施設(そこからビーチへもアクセスできるような)があるといい。</p> <p>・駅周辺ならびに温泉街の活性化</p> <p>閉店スペースが目立つ駅周辺、温泉街を活性化させる。現状の問題を検証し、課題と対策に取り組んだ方がいいのでは。</p> <p>(少なくとも40~30年前の方が賑わっていたように思う)</p> <p>最後に、</p> <p>私は、昨年2月に湯河原に転居して参りました。コロナ渦のため数々のイベントが中止となり、本来の湯河原をまだ知りませんが、この1年で感じたことを勝手ながら意見に組みさせていただきました。</p> <p>私自身が長く旅行業、海外のインバウンド業に携わって参りました経験から、湯河原観光立町プロジェクトを応援させていただきたく、ご意見とさせていただきます。</p> <p>湯河原は海、山、温泉と観光素材が豊富な素晴らしい町だと思います。</p>	
3	犬等ペット	<p>温泉のある町、リゾートはわが国では全国どこにでもあります。万葉集に掲載されている、又歴史的な文豪達の多くが滞在していたという、温泉町は大きな特徴ではあると思います。ただそれだけで大勢の観光客が来るとは考えられません。</p> <p>町全体が他の温泉町とは異なる特徴のある街づくりが必要かと考えます。例えば世界の先進国が進めているようなユニバーサルな社会・街づくりを目標として、若者たちや高齢者、ペット等優しいおもてなしが可能な街づくりを町全体の</p>	<p>P26【第4章】に「新たな観光資源の発掘と活用」という部分があり、「○新しい旅行形態(ニューツーリズム)の提供」を位置付け、新たな客層に魅力ある旅行を提供するとしています。</p>

	<p>テーマとして掲げて頂きたいと思います。</p> <p>今は子供よりペットの数の多い時代で「ペットも家族」という考え方はすでに一般的な価値観として定着しています。それなのに一歩家から出ると、町の商店街では今でも外で飼っていた時代と同じような扱いで、「ペット入店禁止マーク」が掲げられています。</p> <p>湯河原町では、まだまだ同伴できるお店が少なく、「テラスは可」な店舗は時折ありますが、そんなところでも天気に左右されるなど肩身の狭い思いをしています。ペットと一緒に入れるお店を増やし、ペットがいると旅行に行きづらいというイメージがなくなるような街になれば、都心からも近く行きやすい場所にある湯河原町の観光客はもっと増えると思います。</p> <p>もちろんペットアレルギーの方に配慮し、マナーの啓蒙を徹底することは必要だとは思いますが。湯河原海浜公園ドックランのように登録をしたペットなどのように、ある程度制限しても良いかと思えます。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 同伴可能なお店に共通のステッカーを貼る ・ 同伴可能でもリード、カート、キャリー等の制限 ・ 写真撮影スポット・インスタ映えスポットの設置 ・ 通年を通した町外へのアピールとしてのイベントを開催 (例えば、ペットグッズがもらえる(フォト)スタンプラリー、ペット同伴の婚活イベント、動物好きな有名人をゲストにして開催するドッグイベント等) ・ 犬好き湯河原町観光親善大使を利用した広報活動 <p>リニューアル後の万葉公園もペットに優しい施設になることを期待しています。</p>	<p>こうした事業を展開する中で、ペットに焦点をあてた取り組みについて検討してまいります。</p> <p style="text-align: center;">↓</p> <p style="text-align: center;">【参考】</p>
--	--	---