

パブリックコメントで提出された意見の概要及び市の考え方

令和8年1月29日から2月27日までの間、月見の森エリアブランディング戦略(案)について意見等の募集を行った結果、1人の方から3件のご意見をいただきました。お寄せいただいたご意見について適宜要約した上、それに対する市の考え方を次のとおり公表します。

貴重なご意見を賜り、ありがとうございました。

No.	意 見	市の考え方
1	私達が日頃大切にしているプレパークや森のようちえんなどの趣旨を拾っていただけたことはありがたい。しかし、戦略では、外貨獲得や海津市を知ってもらう入り口としての「観光客向けプラン」色を強く感じ、それは現実的な選択と理解できるものの、提供側としてだけでなく利用者側として市民に居心地のいい場所でもあってほしい。	本戦略では、名古屋圏をはじめとする来訪者への発信も視野に入れているため「観光客向け」の印象が強く感じられたものと受け止めております。しかし、本戦略の前提は、月見の森エリアがまず市民にとって居心地のよい場所であり続けることにあります。市民が日常の中で自然に関わり、誇りを持てる場所であることが、結果として来訪者にとっても魅力的な空間につながると考えています。 観光振興は目的そのものではなく、地域資源の価値を再確認し、その魅力を外にも伝えていくための一つの手段です。今後の具体的な取組みにおいては、プレパークや森のようちえんのような活動も含め、市民が主体的に関われる環境を大切にしながら、市民にとって居心地のよい場所であり続けるよう取り組んでまいります。
2	市民との心理的距離を縮めるためにも同エリアに属する城南中学校（や海津明誠高校）の生徒たち、地元の若者が企画から運営まで、当事者として深く関われる体制を作りたい。城南中学校はそういう意味での、エリアを構成する要素の1つであってほしい。	城南中学校や海津明誠高校をはじめとする地域の若者が、企画段階から運営に至るまで主体的に関わる体制づくりについてのご提案は、月見の森エリアの将来像を考えるうえで大変重要な視点であると受け止めております。 本戦略「3-4月見の森エリアブランディング戦略に基づく施策展開」に、 【施策5】地域人材(若者)の参画促進 中学校や高校をはじめとする地域の若者が、企画から運営まで主体的に関わる仕組みを、テストマーケティングを通じて段階的に構築していきます。エリアを単なる利用の場ではなく、関係性を育む場として位置づけていきます。 を追記します。
3	「何もしない体験」のメニュー化。日々多忙で「余白」がすぐ埋まる現代人にその概念を理解してもらうには、高度な仕掛けが必要だと思う。参加者が目の前の森の木を切り、削り、形にする「グリーンウッドワーク」も月見の森らしさを強く打ち出せるコンテンツになりうる。	「何もしない体験」のメニュー化や、その価値を来訪者に伝えるための仕掛けが必要であるのご指摘は、本戦略の方向性を具体化するうえで大変示唆に富むものと受け止めております。地域資源を活かしながら、来訪者が主体的に自然と向き合う機会を創出することは、本エリアのブランド形成とも親和性があります。 ご提案いただきました件につきましては、本戦略「5-1エリアコンセプトに基づく提供価値」の①月見の森の事業イメージに項目として、 ●グリーンウッドワーク 森の資源を活かした体験として、木を伐り、削り、形にするグリーンウッドワークなど、自然と直接関わるプログラムの導入 を追記します。