

第1回 福島市花観光振興計画策定懇談会 意見一覧表

1. 花観光全体		
No.	意見(見出し)	意見の内容
①スポットのネットワーク化		
1	連携の重要性	各スポット・施設及び異業種の方との連携が重要である。単独では力が出ない。
2	花見山と他のスポットの関係の明確化	花見山が「主」で他のスポットが「従」なのか、すべて同列なのか。それによって今後の施策が変わってくる。
3	ネットワーク化の方法	開花時期の違いやアクセス確保の困難性を克服し、ネットワーク化する方法は。
②周遊の仕組みづくり		
4	花見山ライトアップの実施	花見山をライトアップできれば最高だと思う。必然的に泊まることになる。
5	周遊の仕組みづくり	同時期であれば周遊できるようにするべき。
6	路線バスの必要性	飯坂・土湯・高湯温泉ほか、あづま運動公園等を結ぶバス路線が必要である。
7	市内で観光してもらう工夫	市内から出さない。エリア分布化×観光テーマ作成。
8	大型観光施設の整備	福島市に大型観光施設をつくる。例として新潟・秋田ふるさと村。
9	宿泊してもらう仕組みづくり	日帰り客が多いが、市内で宿泊してもらう仕組みが必要。外国人はJRバスをもっているため、花見山を見たら東京に帰ってしまう。
10	温泉との組み合わせ	「見る」以外の花観光として、温泉との組み合わせが最適。花見山客の優待、温泉客に開花情報の提供(市外の花スポットでも市内のスポットを紹介してもらう)、花見山プラン(花を飾った客室、花弁の浮いた風呂、花をイメージした食事)など。
11	リピーターの創出	楽しんで花見をして、美味しいものを食べてお土産をたくさん買ってリピーターになってほしい。
12	温泉とバスのパック商品	市内の温泉地やビジネスホテルとシャトルバスのパックで宿泊の創出につなげる。
13	花観光ルートの作成	花街道で観光ルートを示す。花見山から西へ。
③市民来訪の増加		
14	小学生の学びの場としての活用	地元小学生の学びの場とする。子どもたちが楽しめる・学べる場になると良い。
15	目標値の設定	花観光については入込数増を目標とすべきではない。地元や市民のための花観光地というように、考え方を考える時期に来ているのではないかと。
16	市民にとっての誇りの場	市民や地元の方々への誇りになるような取り組みが必要。
17	生活の場としての花観光スポット	各花観光スポットは観光地ではなく生活の場である。
④PR・情報発信の工夫等		
18	基本的な情報の整理・発信	咲く時期ごとの観光コースの設定や目安時間などの一覧があると、花メインの観光がしやすくなるのではないかと。
19	ターゲットを意識した情報発信	世代、ファミリー、女子旅など、ターゲットを明確にしたPR方法。
20	報道機関の協力の必要性	テレビ等の報道機関の協力を得る。他県も含むテレビ局。
21	情報の一元化	そこにいけば、花の情報が全てわかるという単独のHPがあると良い。ごちゃごちゃしすぎると情報までたどり着けない。
22	”洗い”イメージの払しょく	”洗い”イメージの払しょく。ロゴやHPのデザインの作り方。
23	市民へのPR	花観光の特別な市政だより。市民にPRする。
24	ドローン映像によるPR	上空からの映像の作成。
25	周辺施設と絡めた情報発信	各見頃のPRをする。特徴や周辺の案内。
26	インスタグラムの活用	#wakufukuやその他ハッシュタグを活用して拡散を狙う。
27	ドローンによる動画撮影	外国人も動画を撮る。ドローンなど活用できないか。
28	花案内人によるPR	ミスピーチではなく、時には現場で花の良さを見ている花案内人さんの活用を。その方が伝わる。
29	花見山での情報発信	花見山で他のスポットの情報発信をする。
30	旅館からの情報発信	温泉を目的に来た方に花の情報が伝わるよう、旅館で花の見頃等の情報発信をしてはどうか。
31	見頃時期の情報共有	各花観光スポットの花の見頃を共有する。どこが見頃かを互いに共有できれば、お互いに案内できる。
32	目的を持ったPR	各花観光スポットのいちおしの”花”や”時期”をまとめてみる。ただPRするのではなく、目的やターゲットを持ってPRをする。
33	周辺地域との情報共有	どこで何が咲いているのか、市内でお勧めできる場所はないかなど、周辺地域との情報の連携を図る。
34	他市町村からの誘客	三春の滝桜等、近隣の花スポットを訪れた方に福島市の花スポットの情報が伝わるようにすれば人が流れてくるのではないかと。
35	ターゲットを意識した情報発信	花観光スポットの情報発信の方法(パンフレットの掲載方法)をターゲットごとに区別して行う。例として、ファミリー向け、カップル向けなどに工夫する。一目見て、自分の目的合った花観光地に行けるようにする。
36	情報の一元化	福島市内の花観光の情報が一か所で見られるように、情報案内の総合サイトを整備する。各花観光地で更新できると良い。
⑤飲食・土産品・体験型の充実等		
37	体験型の充実(花を活用)	花・実・紅葉・果樹の花など、花を使った作品を作れる。
38	体験型の充実(和菓子づくり・お茶立て)	お花見しながら和菓子のねりきり体験・お茶立て体験ができることと楽しい。(浄楽園をイメージ)
39	体験型の充実(カクテルづくり)	福島の果物を使ったフルーツカクテル作りを体験。
40	体験型の充実(地酒の飲み比べ)	福島の酒の飲み比べができる。(浄楽園をイメージ)
41	体験型の充実(もちつき)	浄楽園で福島の米を使ったもちつきをやってはどうか。
42	体験型の充実(生け花)	生け花体験。
43	体験型の充実(蛍・星空)	夜の蛍・星空を浴衣で鑑賞。ライトアップなど
44	体験型の充実(花を活用)	「花」は日本全国どこにでもある。「福島の花」を使った体験ができると良い。例えば、ハーバリウム、花びらを閉じ込めたレジンアクセサリーなど。
⑥おもてなしの向上		
45	おもてなしの充実	来訪者へ心のこもったおもてなし。
46	住民の協力	観光スポット近郊の住民の協力が重要。観光客への寛大なおもてなし。
47	市民の意識向上	福島市民のおもてなし意識の向上を図る。
48	福島らしい飲食物の提供	福島らしい飲食物でおもてなし。ひらたで売っているが、来訪者に満足していただける。また、平田ではお茶の先生2名を呼んで体験をやっている。子供たちに大好評である。
49	おもてなしの考え	おもてなしは”人”である。その場所を好きになることが大切。人との出会いがお客様を招く。誇りを持ってその場所を案内できると良い。
⑦アクセス・案内の向上		
50	イベント時のみの二次交通	各スポットでイベントを実施し、その期間は二次交通を走らせる。
51	二次交通の組み合わせ	バス停からタクシーに乗り換えて便利にスポットに行ける。
⑧花観光全体の底上げ		
52	各スポットのレベルアップ	各花スポットが将来のネットワーク化に向けて質の向上を図る(行政も支援)。
53	花をテーマにしたコンテスト	花をテーマに、フォト、動画、絵、インスタのコンテストの実施。年間を通じて、市全体で何かできれば。

第1回 福島市花観光振興計画策定懇談会
意見一覧表

No.	意見(見出し)	意見の内容
⑨その他		
54	イメージの重要性	花観光に力を入れていることをアピールする。イメージで表現することも大切。
55	福島市の花の魅力の分析	どのあたりが、他の県や市と違う福島の花の魅力なのか。

第1回 福島市花観光振興計画策定懇談会 意見一覧表

No.	意見(見出し)	意見の内容
2. 花見山		
No.	意見(見出し)	意見の内容
①市内小中学生による活用		
56	小中学生の育成の場として活用	子どもたち(小中学生)の育成の場となるが良い。
57	小学生の学びの場として活用	子どもたちの利用(学校の校外学習に組み込む)。市の名物であると小さいころから印象付ける。
②PR・情報発信の工夫等		
58	市民向けPRの必要性	意外と福島市民が行ったことがない。市民に対するPRも必要である。
59	春以外の魅力の発信	春以外の見どころの発信が必要。秋のもみじなど、花見山は春以外にも見所がある。
60	花見山の広報	花見山の広報(県外・世界へ)
61	現状と拡大	現状と拡大(ガイドマップの構成)
62	報道機関の活用	報道機関の活用した情報発信も大切。
63	動画でPR	YouTubelにもっと動画をアップしてアピール。花やしきはロコミや投稿したものの効果で広がっている。自分たちでやるのではなく、来た人にやってもらうのがよい。
64	インスタグラムの利用	インスタスポットを利用する(ハートの菜の花など)。ここで撮るといい写真が撮れるというスポットを作る。
65	Wi-Fiの整備	Wi-Fiの整備によりインスタ映えするスポットが拡散される
66	花とイベントのコラボ	花の観光地で結婚式をし、通りがかりの人も参列できる催しを見たことがある。参加者がSNSなどで拡散したくなる工夫もあり、お金をかけずに宣伝になる。
67	見頃時期を事前に情報発信	見頃を迎えてから情報発信するのではなく、見頃の1週間前などに、事前に情報発信できないか。
68	インスタグラマーによる情報発信	発信力のインスタグラマーにSNSで情報発信してもらえば良いPRになる。
69	花の情報収集	昔はライブカメラがあったが、今はないため、リアルな情報が手に入れにくい。他の花観光地の情報もほしい。
70	インスタ映えスポットの表示	インスタ映えする場所の分かりやすい表示があると良い。せっかくきれいな風景があっても、どこの場所か分からないのはもったいない。
③飲食の充実		
71	食の充実	花見山周辺で「食」のおもてなし。
72	昼食の充実	現地で昼食をとれるものが軽食しかない。駅で食べたり帰って来てから食べたり調整が必要。
73	花見山弁当の販売	花見山弁当があると良い。花見山はいろいろな色があるので、花見山をイメージしたお弁当もできるのではないか。
74	花見山周辺での飲食充実	花見山周辺に食べ物の種類が少ない。
④土産品・体験型の充実等		
75	花見山限定の土産品・記念品の販売	花見山ならではのお土産がほしい。
76	花見山限定の土産品・記念品の販売	花見山でしか手に入らない土産や記念品があるとよい。訪れた人が、帰ってからこういう場所に行ってきたよ、と周りに伝えることができるように。「花見山」という冠を使ったお土産がない。
77	着物による花見山観光	着物の貸出を行い、若者や外国人が着物を着て花を楽しむことができれば面白いし、思い出に残ると思う。
78	物産ひろばの出店条件の緩和	物産ひろばに新規参入しにくい現状がある。体験型を増やしたいのであれば、物産ひろばへ参入しやすい状況を作ることが大切。
⑤お体の不自由な方や高齢者、家族連れへの対応		
79	写真パネルの設置(お体の不自由な方のため)	花見山公園まで行けない方も、多目的グラウンドあたりで花見山を楽しめるように、写真パネルを設置してはどうか。
80	アクセスの向上	花見山へのアクセスをもっと楽にしてほしい。身体が不自由な方はおっくうに感じる。当日でも利用可能な駐車場と安全な誘導をどうしたらできるようになるか考える必要がある。
81	バリアフリー対応	身体の不自由な方にはつらい。(花やしきは道路沿いに花があるので、車のまま見られる。)
82	バリアフリー対応	歩く場所のバリアフリー(車いす対応など)対策
83	高齢者・障がい者の駐車場整備	高齢者と障がい者の駐車場を花見山公園の近くに設けることができると良い。
84	休憩スペースの設置	ファミリーや高齢者のために、花見山公園に行く途中に休憩スペースがあると良い。
85	古民家を活用したカフェスペース	古民家のカフェスペースを設置し、そこに子どもを預けることができるようにできれば、ファミリーでも安心して花見山に来ることができるのではないか
⑥インバウンドへの対応		
86	英語看板の整備	花見山号(バス)の英語看板の整備。帰りのバスの乗り間違えがあるため。
87	花木の英名と学名の表記	外国人観光客のために英語表記が必要(自分で準備中)。桜にもいろいろ種類があることや桜と梅の違いがわかると、外国人も楽しくなる。
88	英語による案内の必要性	外国人も来ている。英語の時刻表は作っているが、行先は「花見山号」だけ。
89	定額タクシーの英語表記	英語の案内というと、園内の表示やタクシーの表示などもある。特にタクシーは料金がわからずトラブルになっている。定額タクシーがあったが、直行だと定額だがどこかに立ち寄ると変動する。そこが外国人にはわからない。
90	食事メニューの英語表記	食事メニューなどの英語表示
91	インバウンド対策	インバウンド対策
92	インバウンド対応可能スタッフ	外国人観光客が多いので、外国人に対応できるスタッフが必要。
⑦周辺観光素材の活用		
93	ウォーキングトレイルの活用	せっかく、ウォーキングトレイルがあるので活かしてほしい。春以外もウォーキングを楽しめると思う。
94	花以外の散策テーマの作成	花だけでなく昆虫や鳥などの散策ができたらよいのでは。
95	年間を通した誘客	4月の1か月だけではなく、年間を通して観光客を呼べるようにしてほしい。
96	十万劫山の活用	花見山に付随するハイキングやトレッキングコースとして十万劫山(丹治様所有)を活かせないか。行政が入っていないので、登山道の入り口の標柱も倒れ掛かっているが、勝手に直すわけにもいかずそのままになっている。

第1回 福島市花観光振興計画策定懇談会 意見一覧表

No.	意見(見出し)	意見の内容
⑧アクセス・案内の工夫・向上等		
97	ウォーキング客向けのマップの作成	ウォーキング客へのマップ作成を作成してはどうか。実際に駅から花見山まで歩く人もいる。
98	花卉農家の育成	花卉農家の育成・指導も重要。
99	アクセスの向上	自家用車利用時の駐車場所と移動が不便。
100	利便性の改善	体の不自由な方しか公園の側までいけない。交通・駐車場の便が悪い。
101	花の名前の表示	花の名前を全部でなくていいので書いてあるとうれしい。
102	分かりやすい地図の作成	地図はあるが、現在地が把握しにくい。
103	駐車場整備	駐車場の整備(足りていない)
104	バスの料金設定	バスの公共交通料金が少し高く感じる。
⑨安全性の向上等		
105	コースの安全対策	見学コース(特に下山)に砂利などで滑りやすく危ないところがある。(一方で、良くなったという意見も)
⑩市内周遊の仕組みづくり		
106	宿泊による消費の仕組みづくり	市内に泊まってもらいお金をおとしてもらう仕組みを考えることが大切。
107	個人客向けの周遊の仕組みづくり	客別の対応が必要。観光バスは花見山を見て次の観光地に行ってしまう。個人来訪者は、花見山に加えて食べ物や宿泊など、周遊の可能性がある。個人お客様に、+αで何を売り出していくかが大切。花見山にプラスで何を付けるかが大切。
108	周遊の仕組みづくり	花見山の後、市内の他のスポットや飲食店利用の促進が大切。
109	温泉とのコラボした花観光	温泉地とのコラボ企画。温泉地の意識啓蒙。
110	果物の花観光ツアーの企画	果物の花を見るツアーを企画してほしい。
111	市内周遊バスの運行	花見山の帰りに、市内を周遊できるバスがあると良い。
112	福島市の食の情報発信	花見山本部の案内所で、食などに関する周辺施設の情報を発信する。
113	二次交通の充実	二次交通の充実しないと、花見山から他の花観光スポットには行けない。
114	市内周遊バスの運行	周辺(東回り・西回り)へのバスがあると良い。
⑪原風景の維持		
115	高齢化・後継者不足対策	原風景を構成する花卉栽培農家の高齢化・後継者不足対策
116	休耕地への植栽	休耕地を活用し、季節の花を植える。
117	写真パネルの設置(天気が悪い日のため)	雨の時に来訪した方も、一番良い時の風景を知っていただけるように、写真パネルを設置してはどうか。
118	ボランティアによる周辺環境の整備	周辺環境の整備。ボランティアなどで市民に協力をお願いできれば。
⑫花見山への感想・花見山での実体験		
119	花見山の知名度の高さ	花見山は福島県を代表する観光スポット。全国区であると思う。
120	花見山の混雑	春は混雑するので行きづらい。
121	住民の意識改革	花見山に行ったときに、途中にある家の住民が(庭や畑に入らせまいと嫌がらせに)鶏糞をまいておりひどい臭いで帰ってきたことがある。
122	シャトルバスの大切さ	シャトルバスはうれしい
123	平田地区の現状	花見山から平田に人が流れてきている現状はある。花見山が混雑していて見に行きづらいため、平田に来ている人もいる。(特に市民)
124	花見山の混雑	花見山は人が多すぎて歩くのがやっという意見を聞いた事がある。
125	花見山に行けない	花見山と平田は見頃時期が同じのため、平田で活動していると花見山に行けない。
126	花見山の混雑	花見山は大混雑しているイメージがある。
127	市民にとって身近であった花見山	昔は花見山は市民にとって身近な場所だった。
128	市民の来訪の少なさ	福島市民はあまり花見山には行かない。
⑬その他		
129	ネーミングの確認	花見山なのか、それとも花見山公園なのか。
130	ネーミングの変更	ネーミングの変更。
131	花見山ライトアップの実施	花見山ライトアップ。
132	見頃時期に来れば満足度100%	見頃時期に見に来ていただければ満足度は100%になる。
133	荷物預かりの実施	荷物預かり(公園の近くで)

第1回 福島市花観光振興計画策定懇談会 意見一覧表

No.	意見(見出し)	意見の内容
3. 各花観光スポット		
No.	意見(見出し)	意見の内容
①基本的なデータの整理		
134	基本データの集約と発信	規模がよく分からない。駐車場の有無など、基本的データが必要。
②ターゲットの整理		
135	花観光のターゲットの検討	花観光の各スポットのターゲットを考えなければならない。(観光客?市民?)
136	成熟度の判断	成熟していない(地域が受け入れる体制になっていない)スポットには人を呼べない。
③各スポットのネットワーク化		
137	連携に必要なものは何か	単独で実施している取り組みを連携させていくためには何が必要か。
138	交通事業者の賛同の有無	ネットワーク化による採算が不透明の中、交通事業者の賛同を得られるかわからない。
139	ネットワーク化の可否	各スポットのネットワーク化に各団体等が賛同するか否か。各スポットがそれを望んでいるのかをまず確認するべき。スポットによっては地元の人だけに見てもらえれば十分という意見もあるかも。
140	ネットワーク化の可否	各スポットがネットワーク化に堪える観光素材となっているか(受入体制が整っていないのに呼び込もうとしているのか)。
141	ネットワークの考え方	開花時期が異なるスポットをどうやってネットワーク化(周遊できるように)するのか。1人のお客さんが同じ時期にまわれるのがネットワーク。
142	観光素材の成熟度の差	観光素材の成熟度に差があるのに、ネットワーク化したら自信を持ってPRできるのか。(成熟していないところはPRに堪えないのでは。)
143	各花観光スポット同士の情報共有	それぞれの花観光スポットの取り組みを共有する場があるとより良い取り組みになっていくのではないかと。
④各スポットの周遊		
144	各スポットの周遊プランの作成	各スポットを回るプラン。観光客は時間を有効に使って周遊したいので、タクシーの定額プランがあると良い。県の企画を春の時期に合わせて実施してもらおう。
145	周遊バスの運行	土地柄、花やしきは車でのお客さんばかりだが、マイカーを持たないお客さんのためにも、各スポットをつなぐ周遊バスの運行があるとありがたい。
146	定額タクシープランの整備	花観光スポットをつなぐ定額タクシープランをつくる。
147	バスクーポンの発行	花観光スポットのスタンプラリーを実施し、スタンプを集めるとバスクーポンなどを発行するのはどうか。
⑤市民来訪の増加		
148	市民ための花観光スポット	市民が行きたくなるようなスポットになると良い。市民が集まる場所には外からも人が集まってくるようになる。
⑥飲食・土産品の充実等		
149	花の苗の販売	花のスポットには花が好きなお客さんが行くので、花の苗を売ってはどうか。持って帰って苗が育てば、それを写真に撮り、拡散されるかもしれない。
150	土産、食事の充実	観光スポットは土産、食事等が充実していることが望ましい。
⑦インバウンドへの対応		
151	外国人向けのルート案内	外国人向けのルート案内
152	開花・見頃時期の英語案内	各スポットの開花時期、ピークの時期を英語で案内できれば。
153	外国語の交通情報	福島駅から花見山と信夫山はバスで行ける。他の場所は案内が難しい。もっと外国人向けにまとめられればと思っ
⑧PR・情報発信の工夫等		
154	インスタグラムによる情報発信	インスタグラム等で共通のハッシュタグを付けて、皆で開花情報を発信する。
155	情報発信における写真の大切さ	1枚の写真が持つ力。魅力的な写真を撮って発信することは大切。良い写真を使ってPRを仕掛けていくことが大切。
156	口コミやSNSの活用	口コミやSNSの活用。
157	花と施設のセットでPR	花と施設案内。例として、浄楽園と民家園のように、花観光スポットと観光施設をセットでPRしてはどうか。
158	行政による支援の必要性	行政としての応援姿勢が必要。各スポットを知る機会がない。花と歴史のように他の魅力と組み合わせることも必要。
159	花以外の要素との組み合わせたPR	花+αで各地域全体の魅力づくりと発信。
160	各スポット同士で連携した情報発信	各地への情報提供協力。
161	行政による支援の必要性	民間施設はPRに限界があり、行政の応援が必要。
162	各スポットのストーリーの発信	各スポットの背景やストーリーを伝えることが大切。
163	二本松からの誘客	花やしきは二本松と近いため、意識している。合戦場の桜を見に来た客が途中で気づいて立ち寄ることが多い。二本松も色々な桜スポットで誘客している。
164	パンフレットのわかりやすさ	花観光ガイドマップなどは、誰が見ても一目でわかる案内になるよう努力が必要。
165	スポット同士の協力	二本松では桜協定を結んだスポット同士で相互のパンフレットを置いている。
166	ガイドマップの改善	花観光ガイドマップに載せるのは観光向けのスポットに絞るべき。現在のパンフレットは地元の人が見るのには良いが、観光客向けに駐車場があって、トイレがあって…という受入体制のあるものだけのパンフレットが必要では。
167	情報発信が少ない	県外から来る方は必ず花見山に来ると思われるため、花見山で他のスポットの発信をするのもよいのではと思った。
168	情報発信の重要性	今回初めて知ったスポットもあるため、情報発信は重要と思う。
169	宣伝対象の選定	「観光」に堪えるものだけを載せる判断も大切。
170	インスタグラムの活用	インスタグラムを活用してまずは知名度を上げる。
171	スポット情報の集約・発信(HP・SNSの活用)	観光コンベンション協会等で各スポットの情報を集約し、画像や紹介文とあわせて情報発信する。そのためには、各スポットから情報をいただきたい。
172	開花情報の発信	観光コンベンション協会等で各スポットの開花情報を集約し、花見山の開花状況とあわせて情報発信する。
173	魅力の発信	それぞれの花観光スポットの魅力を発信する必要がある。
174	開花状況の発信	それぞれの花観光スポットの開花情報を発信する必要がある。
175	写真を活用した情報発信	広域(市)観光マップにも花の写真を入れる。
176	見頃がずれたときの補完関係	花見山の見頃が終わってから来訪された方を他の花観光スポットに案内する。
177	各花観光スポットの情報発信	花の見頃やアクセス方法などをしっかりと発信する必要がある。
178	駅でのPR	駅などのポスターで各花観光スポットをPRする。花見山の見頃にずれて来訪された方もがっかりしないように。
179	花観光ルートの作成	2、3カ所の花観光地を巡るルートを作成して発信する。

第1回 福島市花観光振興計画策定懇談会 意見一覧表

No.	意見(見出し)	意見の内容
⑨ 受入環境の整備		
180	駐車場とトイレの整備	駐車場とトイレの整備。
181	各スポットの担い手への指導	花観光で売っていくのであれば、担い手を育成するための指導も大切である。
182	駐車場・トイレの整備	来訪者を受け入れるためには、駐車場とトイレを整備する必要がある。(ひらた)現状、観光バスは来ていないが、マイクロバスは来ている。
⑩ アクセス・案内の向上		
183	分かりやすいマップの作成	どこにあるのか分からない。Google Mapなど、近くにあるのが分かれば周遊するかもしれない。
184	二次交通の整備	花見山以外の場所は二次交通がない。花見山に来た人をターゲットとし、他のスポットに運ぶとなると、必ず二次交通の問題が出てくる。ガイドマップに「路線バスの停留所から何十分」とあるが、徒歩圏内の考え方が必要。
185	停留所から遠い	県外からの車のないお客さんにはバスしかないが、停留所からスポットまでが遠い。
186	案内者のスキルアップ	花の名前なども説明できるように、事前にしっかり覚えておくことが大切。
187	充実した案内	ひらた花まつりは2日間だけの開催なので、充実した案内をできるようにする。
188	花の名所での案内の向上	各スポットでの案内をスキルアップする。心に寄り添った案内ができるようにする。
189	アクセス方法	どのように行くのかが分からない。アクセス方法を分かりやすく伝える必要がある。
190	スポットをつなぐ二次交通の整備	近隣の花観光スポットをつなぐ二次交通を整備する。
191	二次交通の問題	各花観光スポットに行ってみたいと思うが、車がない人からすると遠いと感じる。
⑪ その他		
192	ガーデニングのPR	最近ではガーデニングや花卉の手入れなどプロ顔負けの方もいるので、案内しても可能な方の情報をシティ情報などで広報するのはどうか。
193	入込調査対象スポットの変更	今までの観光スポットだけでなく、花ももの里、花やしき…などに訪れた方のカウントも可能ならもっと入込数が(実数に近い形で)アップするのでは。
194	春以外の素材が必要	春だけでなく年間通して見られる植栽があるといい。宮下町PICK-UP前のストリートガーデン、毎週日曜日にFUKUHANA。
195	他県の事例	長野県小布施町で取り組んでいるイングリッシュガーデンは市内全体で協力している。
196	花が咲く順番に合わせた企画	花が咲く順番は異なるので、咲く順番に沿った案内や企画を考えではどうか。花は桜だけではないということを知ってほしい。(案内例:今は浄楽園、来週は花ももの里…)