

令和5年度

「静岡県観光基本計画」の実施状況

報告書

令和6年6月

静岡県スポーツ・文化観光部

「静岡県観光基本計画」の実施状況について

スポーツ・文化観光部

静岡県観光振興条例第 11 条第 4 項の規定に基づき、令和 4 年 3 月に策定した「静岡県観光基本計画」の令和 5 年度の実施状況を、以下のとおり報告します。

1 3つの基本方針に沿った事業の実施状況

「静岡県観光基本計画」における基本理念「誰もが幸せを感じられる観光地域づくりによる「心の豊かさ」と「持続可能な地域社会」の実現」に向けて、「しずおかの魅力で幸せと感動を呼ぶ観光サービスの創出」、「将来にわたる経済発展に向けた来訪者の受入体制の強化」、「訪れる人と迎える地域の満足度を高める観光DXの促進」の3つの基本方針に沿った事業を実施した。

基本方針 1 しずおかの魅力で幸せと感動を呼ぶ観光サービスの創出

<多彩な観光資源を活用した「しずおかサステナブルツーリズム」の推進>

○ガストロノミーツーリズムの推進

本県の多彩で高品質な食材と、自然や景観、歴史、文化などの観光資源を融合し、来訪者に感動体験を提供するガストロノミーツーリズムの推進を図った。

【事業実績】

区分	内容
ガストロノミー ツーリズム フォーラム	情報共有とツーリズムの推進を図るため、料理人、生産者、事業者等を構成員としたネットワーク体制を構築（会員数 281 人） <ul style="list-style-type: none">・立ち上げ会の開催・会員向け情報提供（7回）
旅行商品造成	各地域の食と食文化を活かした旅行商品を造成 <ul style="list-style-type: none">・静岡の食と食文化に精通したコーディネーターの設置・料理人や生産者等の関係者によるワークショップの開催（8回）・旅行商品の造成・販売（4商品）
情報発信	ブランドコンセプト「美味ららら」に基づく情報発信 <ul style="list-style-type: none">・ランディングページの作成・YouTube や SNS による情報発信・35 市町の統一デザインポスターの作成・国内外のメディア向けファムトリップ（4本）
研究会	歴史、生産、料理など様々な観点から講師を招聘し、講演や意見交換を通じて、ガストロノミーツーリズムに対する考え方の共有や食と食文化の深掘りを図った（開催回数：6回、参加者：485人）

美味ららら ダイニング	有名料理人が地元食材を使ったその日限りの特別な料理を振る舞うダイニングイベントを、富士山本宮浅間神社及びふじのくに茶の都ミュージアムで実施した (日程：令和5年11月29日、令和6年2月15日、参加者：49人)
ふじのくに 食と温泉文化 フォーラム	基調講演、食のプロフェッショナルによるトークセッション、料理人のパネルディスカッションなどを通じ、本県の魅力ある食と温泉文化を国内外に発信した(日程：令和5年11月1日、参加者：387人)
家康の天ぷら コンテスト	徳川家康公ゆかりの地である静岡県への注目が集まっている好機を生かし、「家康のてんぷら」コンテストを開催した(応募点数：38点)

○ジオツーリズムの推進

高い専門性による学術活動や地質遺産の価値を伝えるジオガイドの養成及び活用による教育・普及や、ユネスコ世界ジオパークの指摘事項の改善に係る取組に対して支援した。

【美しい伊豆創造センターの活動実績】

区 分	内 容
ジオガイドの育成 と積極的な活用	<ul style="list-style-type: none"> ・ジオガイド資格更新講習 ・ジオ検定の実施(1級～3級) 合格者 2級 8人、2級 548人 ・学校教育等におけるジオガイド活用の推進 ・次世代ジオガイドリーダー養成事業を実施
ジオカフェの運営	<ul style="list-style-type: none"> ・少人数カフェ方式のトークセッションの開催(6回)
学校教育との連携 事業	<ul style="list-style-type: none"> ・教育部会の開催、教育教材の開発 教育マンガ冊子「伊豆半島のひみつ」を配布 (15市町の5年生5,200人) ・沼津商業高校・松崎高校・静岡大学と地域住民、企業と連携したワークショップを実施
ジオツーリズムの 促進	<ul style="list-style-type: none"> ・沼津市100周年、清水町60周年記念事業としてロゲイニング大会を実施 ・伊豆半島への宿泊者を対象にE-bikeを利用したジオサイトを巡るモニターツアーを実施
調査研究事業	<ul style="list-style-type: none"> ・学会等への参加及び発表、学術部会の開催 ・専門職員による各専門分野の研究関連活動 ・世界ジオパークネットワーク(GGN)及び日本ジオパークネットワーク(JGN)が実施する研修会への参加やフェスタへの出展
改善勧告対応事業 (再認定対応事業)	<ul style="list-style-type: none"> ・市民参画、ガイドツアー(トレイル)の視認性向上、地質・自然・文化遺産の相互連携、運営体制のジェンダーバランス改善、地域生産者とのパートナーシップ事業を推進
国際協力・交流促進	<ul style="list-style-type: none"> ・インドネシア西ジャワ州訪問団の視察対応 ・モロッコ・マラケシュで開催されたジオパーク会合及び年次総会へ参加 ・事業報告書、主要事業の企画書、エコツーリズム推進基本構想などの文書を英語化し、ウェブページ上で公開

○グリーン・ツーリズムの推進

農山漁村地域における交流人口の拡大や地域経済の活性化を図るため、グリーン・ツーリズムや農泊地域づくり、静岡県農林漁家民宿の運営等に係る研修会の開催や専門家派遣を行ったほか、農泊に取り組む地域の裾野の拡大や連携を促進するための組織「静岡県農泊ネットワーク」を設立した。

【研修会の開催・専門家派遣の実績】

区 分	内 容	回 数	参加者数
研修会	農泊先進地の視察、ムスリムの受入環境の整備、グリーン・ツーリズムインストラクター育成等	11回	189人
農泊地域づくり アドバイザー派遣	魅力ある売り場づくり、交流プログラムや地域食材を活かしたメニューの検討	2回	26人

【農林漁家民宿の開業（令和5年度開業3軒、令和6年3月末現在55軒）】

名 称	所在地	開業日	定員
ペット同伴民宿 Earsco アスコ	伊豆市	令和6年2月23日	5人
ひなた	島田市	令和6年3月15日	7人
WAKOHA（わかほ一）	小山町	令和6年3月25日	5人

【静岡県農泊ネットワークの設立】

設 立 日	令和6年1月24日
設 立 趣 旨	農山漁村の所得向上、雇用拡大及び地域の活性化に向け、農泊に取り組む地域の裾野の拡大や連携を促進するために設立
構 成 員	農泊地域(国事業採択)、農泊実施地域、県立農林環境専門職大学、県観光協会、県グリーン・ツーリズム協会、県庁関係課
取 組 内 容	<ul style="list-style-type: none"> ・農泊の推進に向けた地域間の情報共有 ・農泊プロモーションや研修等の取組 ・農泊実施地域の選定

○歴史・文化資源を活用した広域連携事業

2年連続で本県ゆかりの大河ドラマが放送される機会を捉え、県内に点在する「ゆかりの地」や歴史文化資源等を活用し、県と市町が連携して誘客施策を展開した。

【広域連携事業の実績】

区 分	内 容
知る・深める	<ul style="list-style-type: none"> ・無形民俗文化財(田楽、盆踊、祭囃子ほか)の紹介動画作成（9本） ・文化財オータムフェアの開催（10月～11月） （総事業数：77事業）
守る・つなげる	<ul style="list-style-type: none"> ・ふじのくに文化財保存・活用推進団体の認定・表彰 （認定：6団体、表彰：3団体） ・民俗文化財伝承アドバイザーの派遣（9回）

売り込み・誘う	共通	<ul style="list-style-type: none"> ・歴史・文化資源を活用した旅行商品造成支援 バス1台：20,000円/日帰り（実績：1,238台） ・各地域局による誘客、周遊促進の取組 歴史資源等SNS写真コンテスト実施（応募：2,269件）
	インバウンド	<ul style="list-style-type: none"> ・欧米豪市場向けインフルエンサーの招請、情報発信 時期：豪州（10月上旬）、英国（10月下旬）、米国（11月中旬）、 実績：404,485回リーチ（Instagram、Facebook、TikTok、Blog等） ・歴史文化資源を訴求する紹介動画の制作、海外OTAサイト等で情報発信 動画制作本数：8本、発信時期：1月中旬～2月中旬
	鎌倉殿の13人	<ul style="list-style-type: none"> ・観光関係者、学生、企業向けのワークショップ等の実施 実績：ワークショップ4回、セミナー5回、シンポジウム1回 ・伊豆、富士山地域を中心としたデジタルスタンプラリーの実施 参加者数：848人 ・伊豆、富士山地域の歴史文化資源ガイドマップ改訂 実績：1万部制作 ・特設WEBサイト（通年）
	どうする家康	<ul style="list-style-type: none"> ・著名人を起用した誘客プロモーション（交通広告、SNS広告等） 実績：2,599万回リーチ （首都圏ターミナル駅サイネージ・電車内広告、Instagram、YouTube、TikTok） ・本県ゆかりの武将やゆかりの地を紹介した観光パンフレット制作 実績：1.5万部制作 ・旅行雑誌「ひととき」への出稿、掲載 実績：7万部発行 ・歴史・文化資源を巡るデジタルスタンプラリーの実施 参加者数：723人 ・愛知県、岐阜県との連携 武将関連施設等を巡る周遊キャンペーンの実施（参加者数：2,287人）ほか

【広域連絡会の実施】

構 成 員	県（観光振興課、文化財課、地域振興課、各地域局）、 静岡市、浜松市、伊豆の国市、県観光協会、するが企画観光局、 浜松・浜名湖ツーリズムビューロー、美しい伊豆創造センター
開 催 回 数	3回（連絡会：1回、担当者会議：1回、展示会出展：1回）
内 容	各地域の取組状況の共有、大関ヶ原祭2023への出展ほか

○映画・ドラマ等のロケ誘致及び観光資源化の促進

映画やテレビ番組等のロケーション誘致や制作をサポートするフィルムコミッションなどのロケ支援団体の取組を支援するとともに、ロケツーリズムによるロケを活用した地域振興を目指した取組を推進した。

【ロケツーリズム研修会の実施】

時 期	対 象	研修内容	参加者数
令和5年11月22日	<ul style="list-style-type: none"> ・県内市町の観光担当課 ・シティプロモーション担当 ・静岡県フィルムコミッション連絡協議会会員 	ロケツーリズムを活用したシティプロモーションの方法、県内外の事例紹介等	18人
令和6年1月26日		ロケツーリズムを活用したシティプロモーションの方法、西伊豆町の取組紹介（藤崎氏×星野町長トークセッション）等	16人

【ロケツーリズム協議会への参加を通じたネットワーク構築】

開 催 回 数	年5回
会 場	東京渋谷スクランブルスクエア15F「SHIBUYA QWS（渋谷キューズ）」
内 容	地域事例紹介、グループワーキング ほか

○ワーケーションの受入促進

県内の観光地でのワーケーション受入を促進するため、東京で開催された本県への移住・就職を促進するイベントでのブース出展や、情報発信を行った。

区 分	内 容
WEBサイトによる情報発信	ビジネススキルの育成につながる視察や実践研修、地域人材との交流など、ビジネスの可能性を広げる「業務型のワーケーション」のモデルプランを紹介した
静岡まるごと移住フェアへの出展	時期：令和5年8月19日、令和6年2月4日 内容：県内のワーケーションモデルプラン、ワーケーション対応宿泊施設、市町相談窓口等の情報を提供 実績：12人

○教育旅行の推進

訪日教育旅行について、コロナ禍前に交流のあった学校とのつながりを取り戻すとともに、新たな需要の開拓に向けた誘致を進めた。

国内においては、コロナ禍により、近隣県からの教育旅行の誘致を重点的に進めてきたが、行動制限の解除等を踏まえた教育旅行ニーズに対応するため、対象を全国に拡大して誘致を強化した。

【訪日教育旅行の誘致促進】

区 分		内 容
受入体制整備	受入調整窓口の設置	<ul style="list-style-type: none"> ・海外駐在員事務所や海外旅行会社からの問合せ対応 ・学校交流等の受入先の選定
	県内学校の受入支援	<ul style="list-style-type: none"> ・歓迎式等の交流にかかる経費の支援
プロモーション	台湾	<ul style="list-style-type: none"> ・現地個別相談会（令和5年6月12日～13日） ・本県への視察受入 令和5年10月17日～18日 台湾教育関係者8人参加 ・教育関係者及び旅行会社を対象としたファミトリップ 令和6年1月20～23日 台湾教育関係者6人参加 ・現地学校での本県独自セミナー 令和5年12月18日 台湾教育関係者 34人参加
	中国	<ul style="list-style-type: none"> ・教育旅行を扱う旅行会社へ営業訪問 令和5年11月6日～8日 6社訪問
	シンガポール	<ul style="list-style-type: none"> ・教育関係者及び旅行会社を対象としたファミトリップ 令和5年11月6日～8日 シンガポール教育関係者 30人参加

【国内教育旅行の助成制度】

要 件	県内宿泊、又は県内の観光施設等への立ち寄り（1箇所以上）
期 間	令和5年4月17日～令和6年2月18日
支 援 対 象	旅行会社
対 象 地 域	全国
支 援 内 容	生徒1人あたり宿泊の場合 3,000円／日帰りの場合 1,000円
助 成 実 績	39,616千円（17,886人）

【県有施設教育旅行プログラム視察会】

対 象	県内の学校
期 間	令和5年8月4日～8日
会 場	富士山世界遺産センター、地球環境史ミュージアム、地震防災センター、県立美術館
参 加 者 数	23人

○中央日本四県との観光交流促進連携事業（黄金KAIDOプロジェクト）

中部横断自動車道の開通により、中央日本四県（新潟県、長野県、山梨県、静岡県）の観光周遊エリアとしての結びつきがより強くなったことから、佐渡（新潟県）と土肥を結ぶ海路と陸路のルートを新たに「黄金KAIDO」とネーミングし、同エリアの観光誘客を一体的に促進した。

【連携事業の実績】

区 分	内 容
リーズナブルな交通料金の設定	<p>NEXCO中日本と連携した域内周遊の促進「速旅」静岡ドライブプラン</p> <ul style="list-style-type: none"> ・期間：令和5年7月1日～令和6年2月29日 ・内容：高速道路の定額乗り放題プランの実施による域内の周遊促進や域外からの誘客促進 ・実績：5,339台
	<p>フェリー運賃の割引</p> <ul style="list-style-type: none"> ・期間：令和5年7月1日～令和6年2月29日 ・内容：高速道路の定額乗り放題プラン利用者に、駿河湾フェリー（半額割引）、佐渡汽船（最大49%割引）の割引を適用 ・実績：駿河湾フェリー1,402人、佐渡汽船351人
観光資源との連携	<p>周遊イベントの実施「葵の御紋巡礼の旅」</p> <ul style="list-style-type: none"> ・期間：1回目 令和5年7月1日～10月31日 2回目 令和5年12月1日～令和6年2月29日 ・内容：四県の徳川家にゆかりのあるスポットを巡り、御朱印などを収集 ・実績：198人 <p>フォトコンテストの実施「#黄金KAIDO旅フォトコンテスト」</p> <ul style="list-style-type: none"> ・期間：令和5年12月1日～令和6年2月29日 ・内容：四県の観光スポットの写真をInstagramで投稿 ・実績：858人
旅行商品造成	<p>ツアー商品の造成支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ・期間：令和5年12月～令和6年2月 ・内容：バス代支援（1台30千円）、広告代支援（1件300千円） ・実績：バス代支援1件、広告代支援5件
協賛企業・団体の協力	<p>黄金KAIDO協賛企業、団体の募集</p> <ul style="list-style-type: none"> ・期間：令和5年11月～令和6年3月 ・内容：旅行客の受け入れ、商品の販売やサービスを提供する企業・団体を「黄金KAIDO協賛企業」として募集、協賛企業は、HPへ掲載しSNSなどで発信 ・実績：640件（令和6年3月末時点）

プロモーション	<p>黄金K A I D Oのモデルコースの造成、販売、P Rの実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ・期間：令和5年12月～令和6年2月 ・内容：モデルコースの造成、パンフレットの制作（1万部）、B S 12旅番組タイアップ（全4回放送）、W E B広告配信（108万回表示） ・実績：1,473人（旅行商品の申込人数） <p>黄金のフェリーへの船体改修 黄金K A I D Oプロジェクトのシンボルとするため、駿河湾フェリーの船体を黄金色に塗装</p> <ul style="list-style-type: none"> ・運航開始：令和6年3月26日～
---------	---

○本県の魅力を活用した観光商品企画造成支援

（1）高付加価値化商品造成事業

多様化する旅行者ニーズに合わせ、掘り起こした資源をアレンジし、付加価値を高めて商品として提供するため、（公社）静岡県観光協会に配置した、旅行商品づくりの専門人材を活用して商品造成を進めることで、売れる商品づくりを支援した。

【高付加価値化商品造成事業の実績】

実施主体	（公社）静岡県観光協会
対象	DMO、市町、観光協会、一般社団法人、NPO等
助成件数	商品造成事業：13件 販売促進事業：1件
助成内容	<ul style="list-style-type: none"> ・「重要文化財松城家住宅」を活用した宿泊・サイクリングプランの造成 ・SDGs達成に貢献する観光とサステナブルツーリズムに則した旅行商品の造成

（2）誘客の実効性を高める指導・助言

商品企画や広報等の専門的なスキルを持つ「ふじのくに観光振興アドバイザー」（令和5年度末40人）を、誘客事業等を実施する市町や団体に対して派遣を行った。令和5年度は、4団体からの派遣要請があり、延べ80人に対し指導・助言を行った。

（3）旅行商品の企画と販売支援

旅行商品の企画に精通した「しずおかツーリズムコーディネーター」を（公社）静岡県観光協会に設置し、主に大都市圏や富士山静岡空港就航先の旅行会社等に対する本県向けの旅行商品の企画・販売支援を行った。

【しずおかツーリズムコーディネーターの活動実績】

区分	内容
旅行会社等への営業活動	大都市圏及び富士山静岡空港就航先の旅行会社等を訪問し、商品造成・販売の働き掛けや情報提供を実施 実績：延べ1,851件（首都圏493件、中京圏89件、関西圏1,213件、就航先等56件）
メディア向け情報発信	報道・メディア各社へ県内の最新の観光情報を提供 実績：433件（月平均36件）
ワンストップサービス	旅行会社等に対し県内の観光情報を一元的に提供 実績：593件（月平均49件）

○駿河湾フェリーの利用促進

県道 223 号（清水・土肥航路）を活用した環駿河湾地域の周遊観光を促進するため、地域の魅力向上に取り組むとともに、フェリーを活用した県内周遊の促進を行った。

【駿河湾フェリーの利用状況】

旅客数	車両台数					輸送人員
	二輪		乗用車	バス	トラック	
75,688 人	3,563 台	24,161 台	23,149 台	811 台	201 台	99,849 人

【環駿河湾地域の魅力の向上（環駿河湾観光交流活性化協議会）】

区 分	内 容
観光交流促進事業	<p>地域資源と駿河湾フェリーを連携させた誘客の促進</p> <ul style="list-style-type: none"> 駿河湾フェリーを活用した静岡・伊豆周遊スタンプラリー 実 績：参加者 112 人 山梨県・長野県・静岡県の商店や観光関係者が出店するマルシェ 来場者数：2,000 人 来訪者への情報提供（観光施設へのチラシ等の提供） <p>新運賃導入キャンペーン</p> <ul style="list-style-type: none"> 令和 5 年 4 月の駿河湾フェリー新運賃導入に合わせた誘客促進策 キャンペーン期間：令和 5 年 4 月 1 日～9 月 30 日 応募実績：合計 20,229 人 <p>インバウンド旅行者を対象とした誘客促進</p> <ul style="list-style-type: none"> 観光周遊きつぷのキャッシュバックキャンペーン 販売期間：令和 6 年 2 月 15 日～令和 6 年 3 月 10 日 実 績：販売数 43 人
広告宣伝事業	<ul style="list-style-type: none"> インバウンド向け SNS を活用した情報発信 駿河湾フェリー公式ホームページによる 3 市 3 町の観光情報及びイベント情報の発信、同情報ページの多言語化(英・繁・簡・韓) 環駿河湾地域の観光地及びグルメ情報等を掲載した「船旅ツアーガイド」の改訂及び電子版の作成 プロスポーツの試合開催時に、試合会場でのブース出店やパンフレット配架等による、3 市 3 町及びフェリーの PR
周遊活性化事業	<p>利用促進トライアルキャンペーン</p> <ul style="list-style-type: none"> 静岡市内への通院又は 2,000 円以上の買物でフェリー復路運賃無料 対 象：伊豆市・下田市・松崎町・南伊豆町・西伊豆町の住民 事業期間：令和 5 年 5 月 20 日～令和 6 年 2 月 29 日 利用者数：284 人

【西伊豆地域の二次交通改善】

駿河湾フェリー利用者の西伊豆地域における二次交通改善を図るため、無料シャトルバスの運行によるデマンド交通の実証実験を行った。

区 分	内 容
運行期間	令和5年4月1日～令和6年3月31日
運行区間	土肥港フェリーターミナル～松崎バスターミナル
便 数	1日8便（4往復） 駿河湾フェリーの発着に合わせてダイヤを編成
運行車両	小型バス（21人乗り）1台
運 賃	無料
利用実績	乗車人数：3,028人

【駿河湾フェリーを活用した県内周遊促進等】

区 分	内 容
訪日旅行客の誘致	国内ランドオペレーターや海外の旅行会社を訪問し、駿河湾フェリーを活用した商品造成・販売の働きかけを実施
交通事業者と連携した周遊促進	J R 東海静岡支社と連携した西伊豆地域でのウォーキング企画の実施 ・実施期間：令和6年1月27日～3月29日 ・参加者数：84人
SNSを活用した情報発信等	駿河湾フェリー公式LINEアカウントの構築及びLINEを活用した情報発信 ・友達登録者数：326人（令和6年3月29日）
地元メディアを活用した情報発信	コミュニティFMでの発信 ・令和6年2月、3月に計9回 コミュニティ誌への掲載 ・令和6年2月、3月に各1回掲載

○充実した交通インフラを活用した誘客促進

消費拡大や雇用の増加等の経済効果が期待できる団体バス旅行の誘致を促進するため、静岡県を目的地としたグループ旅行商品の造成を支援した。

【グループ旅行商品の造成支援実績】

区 分		助成額	要 件	利用実績
安全・安心な グループ旅行商品造成促進		30,000 円/台	県内に宿泊する 10 人以上 の団体旅行	2,936 台
加 算	富士山静岡空港・ 駿河湾フェリー利用	10,000 円/台		
	県内バス事業者利用	10,000 円/台		
	訪日外国人の団体旅行	20,000 円/台		
歴史・文化資源を活用した グループ旅行商品造成促進		20,000 円/台	日帰り県内 2 箇所以上 (県内歴史施設 1 カ所以上 + 県内観光施設 1 カ所以上) の観光施設等へ立ち寄る 10 人以上の団体旅行	
黄金K A I D Oエリアを周遊する グループ旅行商品造成促進		30,000 円/台	県内宿泊 + 新潟県、長野県、山梨県 の観光施設 1 箇所以上 + ツアー名に黄金K A I D O + 県内の葵の御紋帳スポット 1 箇所以上	
加 算	富士山静岡空港・ 駿河湾フェリー利用	10,000 円/台		
	県内バス事業者利用	10,000 円/台		
	訪日外国人の団体旅行	20,000 円/台		

○観光産業の回復に向けた誘客支援

(1) 「今こそ しずおか 元気旅」による誘客促進

観光産業の早期回復に向けて、観光促進事業「今こそ しずおか 元気旅」により、県内旅行に対する旅行代金割引等を実施し、観光需要の喚起に取り組んだ。

【「今こそ しずおか 元気旅」の実施内容】

時 期	令和 5 年 4 月 1 日～令和 5 年 9 月 30 日
対 象	全国
割 引	宿泊・日帰り：2 割引、地域クーポン：休日 1,000 円、平日 2,000 円
利 用 実 績	利用件数：40 万人 旅行支援額：18.5 億円

(2) 旅行需要の喚起策

国内旅行需要を早期に本格的な回復軌道に乗せるため、県独自の観光促進事業として、県内で実施されている体験型旅行プログラムへの割引を実施した。

【体験旅行プログラム利用促進事業】

割 引 対 象	静岡県内で実施されている体験型旅行プログラム
割 引 額	50% 上限 3,000 円
期 間	令和 5 年 6 月 1 日～7 月 14 日
対 象 者	全国からの旅行者
利 用 実 績	利用人数：8,963 人、割引額：21,848 千円

<静岡県の魅力の効果的な情報・ストーリー発信>

○ふじのくに観光大使・観光公使による本県の魅力発信

本県にゆかりがあり、発信力のある方を「ふじのくに観光大使」、または「ふじのくに観光公使」に委嘱し、国内外へ本県の魅力を発信した。

【設置状況】

区 分	役 割	人 数
ふじのくに観光大使	静岡県のイメージの向上	芸能人等 11人
ふじのくに観光公使	発信力ある方による観光PR	経済界等での活躍者 23人

○観光案内所の運営

観光案内及び本県の新しい魅力や旬の情報を発信するため、(公社)静岡県観光協会内に設置した観光案内所の運営支援を行った。

【案内実績】

案内件数	内 訳			
	電話	メール	来訪	その他
1,934件	1,199件	558件	141件	36件

○静岡県観光情報ホームページ「ハローナビしずおか」による情報発信

本県への旅行需要の増大を図るため、(公社)静岡県観光協会のホームページ「ハローナビしずおか」において、本県の新しい魅力や旬の情報を発信した。

【ハローナビしずおかのアクセス数】

アクセス状況	4,784,335件 (内訳) ・トップページ：219,543件 ・富士山ビュースポット10選：117,527件 ・静岡県民にも人気のおすすめ有名店：85,498件 ・雨の日におすすめの静岡県の観光スポット：78,458件 ・うなぎの名店13選(浜松市編)：75,923件 ・静岡県のモデルコース：57,508件 ・焼津さかなセンター コスパ最高海鮮ランチも大人気～新店続々営業中！：52,653件 ・グルメ・おみやげページ：51,041件 ・富士山五合目の楽しみ方 富士宮口編：50,401件 ・伊豆エリアガイド：48,015件 など
--------	---

<戦略的なインバウンドの施策の推進>

○海外からの誘客促進

(1) 外国人旅行者への商品企画及び販売促進

地域の観光資源の発掘や商品化を支援し、外国人旅行者のニーズに合致した高品質な観光体験プログラムを予約サイト「Explore Shizuoka」に掲載した。

【商品企画及び掲載実績】

区 分	内 容
Explore Shizuoka	123 商品掲載（令和6年3月現在） ・たきや漁、グランピング、サイクリング、お茶体験 ほか

(2) インフルエンサー等による情報発信

インフルエンサーやメディア等を招請し、本県の主要市場への情報発信を実施した。

【市場毎の招請実績】

市 場	内 容	日 程
韓国	韓国で人気のトレッキングツアーの促進に向けて、旅行業界専門誌等に記事を執筆するジャーナリストを1名招請。	令和5年 6月11日～14日
欧米豪	世界で人気となっているアドベンチャーツーリズムの促進に向けて、ジャーナリストを2名招請。	令和5年 9月5日～10日

(3) WEBでのインバウンド向け情報発信

外国人旅行者の情報収集の主要手段であるWEBを活用したプロモーションを実施した。

【情報発信実績】

区 分	内 容
W E B 動 画 広 告 配 信	外国人旅行者の関心が高い、富士山、伝統文化、将軍等をテーマとした動画広告を配信し本県の認知度を向上 【配信先】 香港、台湾、韓国、豪州、米国、英国、シンガポール
S N S 発 信 体 制 強 化	外国人の専門スタッフによる、質の高い投稿を年間通して実施し、本県の魅力発信を強化 県駐在員事務所で運営しているSNSの情報発信素材の収集や広告配信を実施し、SNSでの発信体制を強化 【配信先】 台湾、タイ、シンガポール

(4) ランドオペレーターへの営業体制強化

首都圏・関西圏のランドオペレーターからの問合せ対応や、県内の地域DMC等の営業力を強化するため、国内ランドオペレーターとの商談会等を実施した。

【実施内容】

区 分	内 容
営業・相談件数	・営業回数：42回、相談対応件数：33件
商談会の実施	・ランドオペレーターと県内宿泊施設（7施設）との商談会 ・ランドオペレーターと県内地域DMC等（8社）との商談会
ファムトリップ	・10回実施

(5) 海外旅行会社の商品造成支援

インバウンド需要の早期回復を図るため、静岡県を目的地とするパッケージツアーを催行する海外の旅行会社に対し、支援金を交付した。

【海外の旅行会社に対する支援実績】

対 象 国	中国、香港、韓国、台湾、シンガポール、タイ
支 援 対 象	① 静岡県内に1泊以上宿泊する旅行 ② ツアー行程における感染症対策の徹底
支 援 額 等	静岡県内1泊：1人あたり5,000円 (加算)・静岡県内2泊以上：1人あたり1,000円を加算 ・駿河湾フェリーの利用：1人あたり1,000円を加算
支 援 実 績	9,696人 (内訳) 中 国：1,761人 シンガポール：399人 韓 国：2,937人 タ イ：1,263人 台 湾：3,336人

○静岡ツーリズムビューロー（TSJ）との連携によるマーケティング戦略の推進

(1) TSJによる市場特性に応じた効果的なマーケティング活動

外国人旅行者の本県への誘客を拡大するため、海外旅行会社への旅行商品の企画販売促進、商談会への参加、メディアでの露出拡大、SNSを活用した情報発信等を展開した。

【市場別のプロモーション実績】

市 場		内 容
対象 市場	米 国	<ul style="list-style-type: none"> ・訪日旅行 BtoB 商談会「Japan Showcase」へ参加（1月） ・旅行業界メディア「Travel Market Report」との共同キャンペーン（1～3月） ・BtoC 旅行博「Travel & Adventure Show」へ参加（2月） ・一般向け旅行メディア記者取材受入（2件）
	英 国	<ul style="list-style-type: none"> ・旅行会社6社の県内の視察実施（11月） ・BtoB 国際旅行博「World Travel Market」に JNTO と共同出展（11月） ・PATA（太平洋アジア観光協会）会員向け情報発信（通年）、BtoB 商談会へ参加（2月） ・一般向け旅行メディア記者取材受入（1件）
	豪 州	<ul style="list-style-type: none"> ・訪日旅行 BtoB 商談会「Japan Roadshow」へ参加（8月、2月） ・旅行業界メディアネットワークイベント（IMM）へ参加（2月） ・旅行会社 MW Tours との共同キャンペーン（3月） ・一般向け旅行メディア記者取材受入（3件）
	共 通	<ul style="list-style-type: none"> ・JNTO 主催訪日旅行 BtoB 商談会「VISIT JAPAN トラベル&MICE マーケット」へ参加（10月） ・SNS（Facebook、Instagram、X、YouTube）での情報発信（通年）
連携 市場	台 湾	<ul style="list-style-type: none"> ・サイクリング専門旅行会社によるファミトリップ（7月）、モニターツアー（12月）の実施 ・現地旅行会社と県内観光事業者との「静岡県観光オンライン商談会」を県台湾駐在員事務所と共同開催（1月） ・ゴルフツーリズム推進のため、県台湾駐在員事務所と連携した現地商談会への参加及び現地旅行会社への訪問（1月）、ファミトリップの実施（2月）
	中 国	<ul style="list-style-type: none"> ・富裕層向けゴルフツアー商品の企画促進のため、県内DMCと連携した、現地旅行会社によるファミトリップ（9月）、モニターツアー（11月）の実施、プロモーション用資料制作
	韓 国	<ul style="list-style-type: none"> ・トレッキング専門旅行会社を招請した県内視察を実施（6月）
	県駐在 員事務 所共通	<ul style="list-style-type: none"> ・フェイスブックの有料広告の配信（1～2月） ・SNS発信のための最新観光情報の提供

(2) T S J 評価・意見交換会

県のインバウンドに関する中期目標や、T S J の戦略及び業務状況等について、専門的な立場から助言・提言をいただくため、T S J 評価・意見交換会を開催した。

【開催実績】

日 程	令和6年3月15日
会 場	静岡県庁
委 員	【委員長】大久保 あかね 氏（静岡県立大学経営情報学部教授） 【委員】青島 美奈子 氏（(独)国際観光振興機構マネージャー） 山田 桂一郎 氏（JTIC.SWISS（日本語インフォメーションセンター）代表）
議 題	令和6年度以降のインバウンド戦略に係る説明
意見概要	<ul style="list-style-type: none">・中国市場が戻っていない中で、他市場を含めてこれだけ宿泊客数等の数字が戻ってきているのは評価する。富裕層へのターゲティングや消費額向上に舵を切るなかで、どう施策を展開していくかが課題。・ガイドについては、いろいろなガイドがいるので、実態把握することは大事で、育成から始めるのもよい。地域もガイドへ仕事を用意して、収入を安定させて地域の経済活動に寄与しながら地域を知ってもらうような取組をする必要がある。・市町はいろいろなところと姉妹都市になっていたり、学校が交換留学をしているので、そこをもっと活用してもよい。今既にあるものを掘り起こして、T S J が情報集約できるルートがあるとよい。

基本方針 2 将来にわたる経済発展に向けた来訪者の受入体制の強化

＜将来にわたり安全・安心で快適な観光地域の形成＞

○景観と調和した観光地域づくりの整備促進

県内観光資源の魅力向上に向けて、環境保全やユニバーサルデザインに配慮した県有観光施設の整備や維持管理を行うとともに、市町の中長期的な計画に基づく観光地域づくりに向けた観光施設の整備に対して助成した。

【観光施設整備の実績】

区 分	内 容
市町への助成	魅力ある観光地域づくりに向けた、観光施設の整備を行う市町へ助成（11市町13箇所）
県有観光施設の改修・管理	東海自然歩道、富士山観光施設等の施設整備や適正な維持管理の実施（整備5箇所、補修11箇所）

○安全・安心な観光地域づくりの推進

令和3年度に創設した「ふじのくに安全・安心認証(宿泊施設)制度」は、令和5年5月8日に、新型コロナウイルス感染症が感染症法上5類に位置づけが変更になったことに伴い、国の基本的対処方針及び業種別ガイドライン等が廃止され、各事業者や団体が行う自主的な取組に移行したため、廃止した。

【宿泊施設に対する安全・安心認証制度】

対 象	ホテル・旅館等（旅館業法第3条第1項に規定する許可施設）
認 証 基 準	県策定の対応指針等に沿ったチェックリスト（全115項目：フロント、大浴場、飲食施設など）に適合 *国からマスク着用の考え方を個人に委ねるとの決定があったことから、令和5年3月13日よりマスク着用の項目を外し、全52項目に緩和した
認 証 手 続	・施設からの申請に基づき、現地を確認 ・適合施設には、認証書及び認証ステッカーを交付
認 証 件 数	2,094件（令和5年5月末時点）

<関係者との連携による観光サービス産業の振興>

○地域におけるDMO形成の推進

マーケティングやマネジメントの強化により、戦略的な「観光地域づくり」を担う組織である県内のDMOなど、関係者が一堂に会する「静岡県DMO会議」を開催し、各地域のDMO間の相互理解、連携強化を図った。

【静岡県DMO会議の実施】

日 程	令和6年3月15日
内 容	令和5年度の実績発表、意見交換
参 加 者	県観光協会、するが企画観光局、浜松・浜名湖ツーリズムビューロー、美しい伊豆創造センター、伊豆市産業振興協議会、御殿場市観光協会、島田市観光協会、中央日本総合観光機構、市町及び市町観光協会

【県内の日本版DMO登録状況】

区 分	法人名	マネジメント区域
地域連携 DMO	(公社) 静岡県観光協会 (静岡ツーリズムビューロー)	静岡県
	(公財) するが企画観光局	静岡市、島田市、焼津市、藤枝市、牧之原市、川根本町、吉田町
	(公財) 浜松・浜名湖ツーリズムビューロー	浜松市、湖西市
	(一社) 美しい伊豆創造センター	沼津市、熱海市、三島市、伊東市、下田市、伊豆市、伊豆の国市、東伊豆町、河津町、南伊豆町、松崎町、西伊豆町、函南町
地域DMO	(一社) 伊豆市産業振興協議会	伊豆市
	(一社) 御殿場市観光協会	御殿場市

【新規DMO設置の動き】

団 体 名	区 域	状 況
熱海型DMO(新法人設立予定)	熱海市	令和6年度申請予定
(一社) 島田市観光協会	島田市	令和4年10月28日「候補DMO」として登録

○文化資源等の活用

(1) 日本平夢テラスの管理運営

令和5年度の来館者数は、525,347人となり、平成30年11月の開館以降3,148,402人の来館者となった。令和5年12月には、300万人達成記念セレモニーを開催した。

管理運営については、指定管理者制度を導入しており、外部有識者による令和4年度の管理運営状況の評価は90点(100点満点)であった。

【来館者 300 万人達成記念セレモニー】

日 程	令和 5 年 12 月 9 日
場 所	日本平夢テラス（1 階入口前）
内 容	<ul style="list-style-type: none"> ・「祝 来館者 300 万人達成」のくす玉開き ・花束、記念品（オリジナル名入り富士山グラス、駿河湾フェリー無料乗船券、日本平夢テラスオリジナルグッズ詰め合わせ）の贈呈 ・ふじっぴーによる来館者の歓迎

【指定管理者】

指 定 管 理 者	A S C 日本平グループ
構 成 団 体	アクティオ株式会社（代表団体） 静岡ビル保善株式会社、NPO 法人コンベンション静岡

【外部評価委員会の結果】

日 程	令和 5 年 8 月 31 日
評価対象期間	令和 4 年 4 月 1 日から令和 5 年 3 月 31 日まで
評 価 結 果	90 点（100 点満点）

（2）プラサヴェルデの管理運営

令和 5 年度の利用者数は 276, 421 人で、前年の 204, 974 人を大きく上回ったものの、新型コロナウイルス感染症の感染拡大前の令和元年度（332, 760 人）の 83. 1%にとどまっている。貸出日数（貸出可能日数）は 3, 659 日（4, 872 日）で、稼働率は 75. 1%であった。

管理運営については、指定管理者制度を導入しており、外部有識者による令和 4 年度の管理運営状況の評価は 3. 9 点（5 点満点）であった。

なお、令和 5 年度に第 3 期（令和 6 年度～令和 10 年度）指定管理者を選定した。（第 2 期と同一事業体）

【指定管理者】

指 定 管 理 者	プラサヴェルデ運営共同事業体
構 成 団 体	株式会社コンベンションリンケージ（代表団体） 株式会社サン、鹿島建物総合管理株式会社

【外部評価委員会の結果】

日 程	令和 5 年 7 月 19 日
評価対象期間	令和 4 年 4 月 1 日から令和 5 年 3 月 31 日まで
評 価 結 果	3. 9 点（5 点満点）

<地域を支える観光人材の育成>

○DESTINATIONマーケティング研修の実施

T S Jと連携して、マーケティングやマネジメントに関する知見や経験を有した、観光地域づくりの中核を担うことができる人材の育成に取り組んだ。

【マーケティング研修（オンラインセミナー）】

日 程	内 容	参加者数
令和5年5月～7月	対象：県内DMO、DMOを検討している市町 内容：T S JアドバイザーによるインバウンドDESTINATIONマーケティング研修 回数：6回	8人
令和5年8月28日	対象：県内10市町、観光協会、DMO 内容：域内事業者のGoogleビジネスプロフィール（GBP）登録促進及びGBPデータ分析マーケティング方法の習得を目的とした研修 回数：3回	15人
令和5年9月1日		
令和6年2月9日		
令和6年2月15日	対象：県内ガイド 内容：外国人旅行者に高付加価値なサービスを提供するガイド育成研修 回数：2回	72人
令和6年2月22日		

○おもてなし力の向上

観光客の属性や価値観、ニーズが多様化する中、宿泊施設などを対象に、上質できめ細やかに旅行者を受け入れるためのおもてなし研修や、旅行業者を対象とした資質向上を図る研修を実施するとともに、県内各地で活動している観光ボランティアガイドによる地域の歴史や文化を伝える取組を推進した。

【宿泊事業者を対象とした研修実績】

区 分	内 容	回数	参加者数
経営研修	デジタル活用セミナー、労務管理研修など	19回	413人
おもてなし研修	バリアフリー制度研修、健康食セミナーなど	14回	278人
宿泊者安全対策研修	災害対応力向上、館内の衛生管理など	4回	79人
外国人対応力向上研修	高付加価値化、インバウンドビジネス戦略など	3回	50人

【旅行業者研修会】

日 程	内 容	参加者数
令和5年8月23日	・事例に基づく苦情対応 ・インボイス制度について	76人

【観光ボランティアガイドによるおもてなし体験イベント実績】

イベント	実施団体	参加者数
県民の日（8～9月）	18団体	575人
富士山の日（2月）	12団体	247人

○観光を通じた人材育成

観光に対する興味や理解を教育の早い段階から促し、地域の魅力を発信できる担い手を育成するため、NPO法人子ども未来と協働し、「ふじのくに子ども観光大使認定講座」を開催した。

【ふじのくに子ども観光大使認定講座開催実績】

開催回数	全10回（三島市、焼津市、静岡市、浜松市、牧之原市、静岡市、浜松市、伊豆の国市、富士市、長泉町）※実施順
参加者数	179人
認定状況	子ども観光大使：13人（累計277人） 三ツ星子ども観光大使：7人（累計143人）

○観光人材の確保

（1）人材確保サポートデスク事業

宿泊業を中心とする観光産業は、他産業より従業員の高齢化が進むとともに、離職率が高い状況にあり、若手従業員の確保が課題となっていることから、経済産業部が設置するコーディネーター8人に加え、伊豆地域にコーディネーター1人を配置し、宿泊事業者を中心とする観光事業者の雇用改善に向けた支援を実施した。

【コーディネーターによる雇用確保実績】

目的	中小の宿泊事業者等に対する雇用支援
設置場所	下田総合庁舎
業務内容	・事業者訪問による企業の課題整理や採用アドバイス ・合同企業説明会への参加及び企業と求職者のマッチング 等
採用人数	29人（賀茂地域19人、伊東地域10人）

（2）宿泊業新規雇用支援事業

社会人求職者等と宿泊施設をマッチングの上、宿泊業務実習等を実施することにより、企業側と求職者との相互理解を深め、採用につながるモデルケースの創出に向けた取組を行った。

【マッチング実績】

区分	内容	
事業内容	モデル地域	熱海市、伊東市、下田市、東伊豆町、河津町、南伊豆町、松崎町、西伊豆町、伊豆市、伊豆の国市、沼津市、浜松市西区
	受入企業	県内宿泊施設
	実習生	県内宿泊施設に就職を希望する社会人または学生
	宿泊業務実習	受入企業と実習生をマッチングの上、実習前の座学研修及び宿泊業務実習を実施（期間：2日～10日）
	コーディネーターの配置	・受入企業及び実習生へのサポート ・実習後～入職までのサポート
	成果報告書	アンケート調査、成果報告書作成
実績	受入企業説明会参加数：42社60施設／実習生説明会参加者数：168人（アーカイブ配信含む） 宿泊業務実習：5社9人／採用：2人	

(3) 繁忙期人材確保事業

民間マッチングサイト「おてつたび」を活用し、繁忙期の人材不足に悩む宿泊事業者と、宿泊施設でお手伝い（仕事）しながらその地域を旅行したい人を結びつけ、宿泊事業者等の活性化と売上増加につなげる取組を実施した。

【おてつたびによる人材確保実績】

区分	内容
事業内容	事業者説明会の実施、おてつたびHP内への県特設ページの作成、おてつたびHPに掲載する事業者及び募集ページの代行作成、チラシ作成
仕組み	<p>⑤現地で労働力やスキルの提供</p> <p>※交通費は参加者負担 旅人はお手伝いで得た報酬を交通費や旅費に充てる</p> <p>※宿泊場所は受入先が無償で提供 ※食事は受入先か旅人の負担どちらでも OK</p>
実績	延べ参加者数：376 人／延べ滞在日数：3,100 日

基本方針3 訪れる人と迎える地域の満足度を高める観光DXの促進

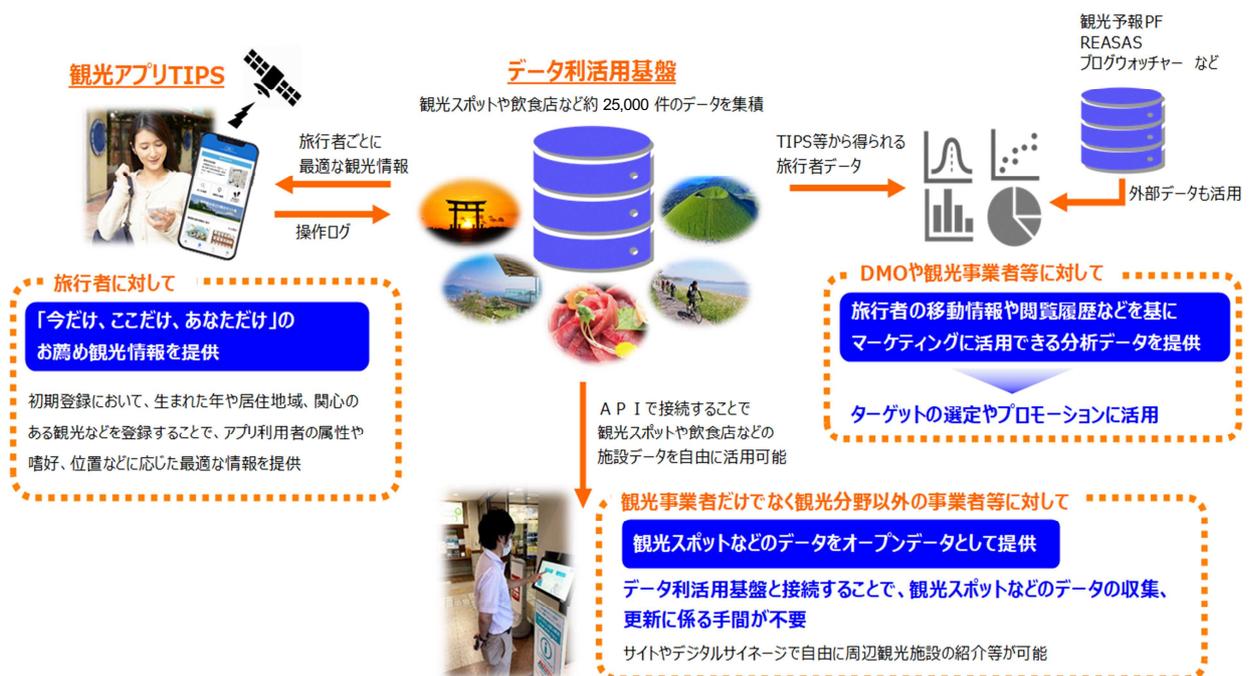
＜観光デジタル情報プラットフォームの利活用＞

○観光に関するデジタルデータの利活用推進

旅行の個人化やインターネットを活用した観光情報の収集が一般的となる中、旅行者の嗜好に合わせた情報を提供するとともに、取得した旅行者データを分析・解析することで、事業者のマーケティングに活用できる観光デジタル情報プラットフォームを構築し、観光分野のDXを推進している。

【観光デジタル情報プラットフォーム】

区 分	機 能
デ ー タ 利 活 用 基 盤	<ul style="list-style-type: none"> ・観光施設等の情報や旅行者データ等を蓄積 ・サイトやデジタルサイネージ等と接続することで、蓄積されている観光施設や飲食店など約 25,000 件の施設データを活用した情報発信が可能となる ・観光アプリや観光情報サイトの操作履歴など、蓄積された旅行者データを分析することで、DMO等のマーケティングなどに活用を図る。
観 光 ア プ リ (T I P S)	<ul style="list-style-type: none"> ・旅ナカにおける効果的な情報発信 本県を旅行中の旅行者に対し、性別や年齢、位置、嗜好等に応じて、「今だけ、ここだけ、あなただけ」の情報を提供する



○観光アプリを活用した県内周遊促進

令和4年度に実施した観光アプリ「TIPS」を活用した県内周遊促進事業実証実験の成果をもとに、県内全域を対象としたデジタルスタンプラリーイベント「しず旅スタンプラリー」を開催した。

また、イベントで得られた旅行者データを分析し、事業者への説明会動画を作成し、県内の観光分野におけるデジタルマーケティングの推進を図った。

【イベント概要】

名 称	しず旅スタンプラリー												
概 要	<ul style="list-style-type: none"> ・ 県内観光スポット(108箇所)を対象としたデジタルスタンプラリーの実施 ・ スタンプ獲得数に応じてTIPSポイントを利用者に付与 ・ 参加加盟店においてTIPSポイントを利用可能(1Pt=1円) 												
実施期間	令和5年9月14日～令和6年2月29日												
ポイント 変換率	<table border="0"> <tr> <td>1箇所</td> <td>3箇所</td> <td>6箇所</td> <td>10箇所</td> <td>20箇所</td> <td rowspan="2">期間中最大獲得ポイント =2,500Pt (予算限度額:3,000万円)</td> </tr> <tr> <td>100Pt</td> <td>+400Pt</td> <td>+500Pt</td> <td>+1,000Pt</td> <td>+500Pt</td> </tr> </table>	1箇所	3箇所	6箇所	10箇所	20箇所	期間中最大獲得ポイント =2,500Pt (予算限度額:3,000万円)	100Pt	+400Pt	+500Pt	+1,000Pt	+500Pt	
1箇所	3箇所	6箇所	10箇所	20箇所	期間中最大獲得ポイント =2,500Pt (予算限度額:3,000万円)								
100Pt	+400Pt	+500Pt	+1,000Pt	+500Pt									
実施状況	アプリダウンロード数(実施期間中)	31,208件											
	参加者数(1箇所以上スタンプを取得したデバイス数)	13,763人											
	総スタンプ取得件数	119,370件											
	ポイント付与金額	18,491,600円											
	決済金額	17,222,906円											
利用拡大 施策	<ul style="list-style-type: none"> ・ ポスター等販促ツールを加盟店、スポット、観光関連施設等へ配布 ・ SNSにイベント写真を投稿した方に抽選でプレゼント ・ じゃらんと連携し、ダウンロードした方へ宿泊クーポンを提供 ・ WEB・SNS広告の配信、駅貼り広告の掲載(静岡駅・浜松駅・熱海駅) 												

【分析データ活用事業】

概 要	スポット及び加盟店に配布する分析レポートの活用を促進するため、読み解き方と活用方法を解説する説明動画を作成
実施時期	令和6年3月27日にYouTube上で公開
対象者	参加加盟店、DMO、市町、市町観光協会など

○観光アプリTIPSの利用促進

TIPSの利用促進と旅行者データの収集のため、スタンプラリー機能の追加等のアプリの改修を実施した。

【ダウンロード数推移】

年 月	令和5年3月	令和5年10月	令和6年3月
累 計	30,385	44,168	65,674

【アプリ改修実績】

機 能	内 容	実施月
スタンプラリー機能追加	河津町スタンプラリーのバナー、特設ページの追加	5月
機能修正	新型コロナウイルス感染症の5類移行に伴い、「安心安全認証」の項目を削除	
イベント情報追加	東アジア文化都市イベントの情報追加	9月
スタンプラリー機能追加	しず旅スタンプラリー機能追加	
データ通信量削減	施設情報をリスト表示へ変更	12月
TIPSポイントページ追加	TIPSポイントキャンペーンボタン及び画面を作成	3月
データ通信量削減	あなたへのおすすめ表示数を100件→25件へ変更	

○専門家による市町・観光協会へのデータ活用伴走支援

市町・観光協会において各種旅行者データを活用した観光施策を推進するため、データサイエンティスト等の専門家によるデータ活用伴走支援を実施した。

【事業実績】

実施主体	公益社団法人静岡県観光協会	
対 象	市町観光関連部署職員、市町観光協会、DMO	
研 修 会	<p>○データ活用（及びカルテ作成）研修会の開催（全3回 オンライン配信） 観光データを用いた各市町の分析カルテを、参加者自身が作成することで分析手法の習得やデータ活用の有効性の理解を促す</p> <p>【データ】 県内宿泊者データ、県内人流データ</p> <p>【内 容】 第1回：静岡県全体の旅行データカルテの作成 第2回：各市町毎の旅行データカルテの作成と旅行傾向分析 第3回：各種観光データとの組合せによる応用分析、活用方法</p> <p>【参加者】 各回50人以上が聴講（アーカイブ動画配信あり）</p>	
伴 走 支 援	<p>○観光マーケティングコンサルタントによる市町伴走支援 支援を希望する市町に対し、専門家によるヒアリング（3～5回）を実施し、具体的な施策提言などを行った</p> <p>【対 象】 熱海市、島田市、焼津市、藤枝市、御殿場市、袋井市、下田市、菊川市、東伊豆町</p> <p>【支援例】・実施施策のデータを使った効果検証 ・アンケートデータの活用方法検討 ・データに基づいたインバウンド施策検討</p>	
成 果 報 告 会	<p>地域のデータ活用に関する取組を共有する報告会を開催した 日程：令和6年2月29日（木） 会場：グランシップ</p>	



(伴走支援の様子)

<デジタル技術の活用による利便性と生産性の向上>

○デジタルサイネージの設置

既存の多言語標記案内板を、利便性や即時性に優れるデジタルサイネージに更新し、観光客の利便性の向上を図った。

【設置概要】

設置箇所	日本平観光施設
設置数	1基
掲載内容	日本平周辺地図、広域地図、観光施設案内、イベント情報 等 (地図及び観光施設案内は6言語に対応)

2 数値目標の達成状況

区分	指標	単位	令和3年度 (2021年度)	令和4年度 (2022年度)	令和5年度 (2023年度)	令和7年度 目標値
成果 指標	県内旅行消費額	億円	5,055	6,803	2024年8月 公表予定	8,000
	本県旅行に対する 総合満足度	%	95.1	95.5	95.0	95.0
	地域への誇り、 愛着を持つ県民の割合	%	87.7	83.3	84.6	90.0
	観光客に来てほしいと 考える県民の割合	%	63.8	64.1	80.2	50.0
	旅行者のリピート率	%	75.5	72.0	73.4	75.0
	観光交流客数	万人	9,606	12,482	2024年8月 公表予定	17,000
	宿泊客数	万人泊	1,309	1,749	2024年8月 公表予定	2,200
	外国人宿泊客数	万人泊	9	17	【速報値】 103	300
活動 指標	本県旅行に関する コンテンツ数	件	1,616	1,676	2,177	2,400
	農林漁家民宿宿泊数	人	1,754	2,991	5,049	5,000
	観光アプリ TIPS の ダウンロード数	件	累計 2,845	累計 30,385	累計 65,674	累計 50,000
	インバウンド向け SNS の エンゲージメントの総数	万件	4.7	1.5	19.3	37
	県内産食材の調達率が 5割以上の宿泊施設の割合	%	50.9	45.6	43.8	50.0
	観光地域づくり整備計画 策定数	計画	累計 36	累計 40	累計 45	累計 70
	DMO 会議開催数	回	2	15	10	毎年度 10
	観光デジタル情報プラッ トフォーム登録情報数	件	11,300	24,376	24,997	(当初) 17,000 (修正) 30,000
	観光人材育成研修会 参加者数	人	累計 11,224	累計 13,756	累計 16,032	累計 20,000

(評価)

○数値目標

「県内旅行消費額」については、本県調査による令和5年度の実績値がまとまっていないが、観光庁の旅行・観光消費動向調査では、令和5年の日本人国内旅行消費額は21兆9,101億円と、前年比27.7%増、令和元年比0.1%減とコロナ禍前の状況まで回復している。

「本県旅行に対する総合満足度」は、95.0%と目標を達成した。項目別では、「観光地の魅力や特徴」「観光地の自然・景観」に対する満足度が高い。

「観光客に来てほしいと考える県民の割合」は、80.2%と目標を達成した。

「観光交流客数」「宿泊客数」については、本県調査による令和5年度の実績値がまとまっていないが、観光庁の宿泊旅行統計調査による令和5年の本県宿泊者数は、約2,070万人泊（速報値）と前年比13.1%増と着実に回復しており、コロナ禍前の令和元年の9割程度まで回復している。

「外国人宿泊客数」については、全国は令和元年と同程度まで回復しているのに対し、本県は103万人泊（速報値）で、令和元年の42.1%と回復が遅れている。主な要因としては、コロナ禍前に約7割を占める中国市場の回復が遅れており、中国人以外の外国人宿泊客数は、令和元年の119.9%と、全国平均を上回っている。

○しずおかの魅力で幸せと感動を呼ぶ観光サービスの創出

本県の多彩で高品質な食材と自然や景観、歴史・文化などの観光資源を融合し、来訪者に感動体験を提供するガストロノミーツーリズムにおいて、料理人、生産者、事業者等を構成員としたフォーラムを設立し、推進体制を構築した。また、国内外向けのファミトリップを4本実施するなど、本県の魅力ある食文化を国内外に情報発信した。

佐渡（新潟県）と土肥を結ぶ海路と陸路のルートを「黄金KAIDO」とネーミングし、中央日本四県（新潟県、長野県、山梨県、静岡県）、NEXCO、フェリー事業者等が連携することで、同地域の観光誘客を一体的に促進した。

駿河湾フェリーにおいては、令和5年4月より運賃を引き下げ、これに合わせたキャンペーンを実施するなど利用促進を図るとともに、西伊豆地域における無料シャトルバスの運行によるデマンド交通の実証実験を行い、環駿河湾地域の周遊観光を促進した。

インバウンドについては、需要回復の見通しが不透明の中、本県を目的地とするパッケージツアーを催行する海外の旅行会社に対する支援や、海外のインフルエンサー、メディアを活用した広報等を行い、県域DMO「静岡ツーリズムビューロー」とも連携しながら、外国人旅行者のニーズに合致した高品質な観光体験プログラムを情報発信した。

○将来にわたる経済発展に向けた来訪者の受入体制の強化

魅力ある観光地域づくりに向けた観光施設整備を行った11市町に対して助成をしたほか、東海道自然歩道、富士山観光施設等の具有施設の整備や適正な維持管理を実施するなど、県内各地の景観と調和した観光地域づくりを促進した。

人材育成については、延べ820人の宿泊事業者に、おもてなし研修を実施し、ホスピタリティスキルの向上を図った。また、宿泊事業者の人手不足対策として、社会人求職者等9名と宿泊事業者5社のマッチングを行い、コーディネーターの支援を受けながら宿泊業務実習等を実施することで、宿泊事業者の人材確保を支援した。

○訪れる人と迎える地域の満足度を高める観光DXの促進

県内の観光分野におけるデジタルマーケティングを促進するため、観光アプリTIPSを活用したスタンプラリーイベント「しず旅スタンプラリー」を実施した。その結果、13,763人がイベントに参加し、実施期間中31,208件のアプリのダウンロードがあったことで、令和5年度末で累計65,674件となり、目標を達成した。

市町や観光協会等を対象とした各種旅行者データの活用研修会の開催や、市町の施策をデータを使って効果検証等するため、観光マーケティングコンサルタントによる伴走支援を実施し、データを活用した観光施策を推進した。

(改善)

コロナ禍を経て、団体旅行から個人旅行へのシフトが加速し、サステナビリティ志向や健康志向等、観光に対するニーズやスタイルは多様化が進む中、観光誘客の「量から質」への転換をしていかなければならない。

このため、本県の多彩で高品質な農林水産物を生かした「食」を中心に、富士山や伊豆半島ジオパークなどの自然景観、さらにはスポーツなどを組み合わせ、魅力ある観光コンテンツを充実させ、国内外からの来訪促進、滞在日数長期化、消費額の拡大につなげていくことが重要である。

令和6年度は、昨年度に引き続き、食と食文化に触れるガストロノミーツーリズムのほか、自転車と観光資源を掛け合わせた体験・滞在型観光コンテンツ等の造成、本県がモデル地となっているアニメの放映を契機とした県内周遊促進など、テーマ性を持ったツーリズムの推進に取り組んでいく。

回復が遅れているインバウンドについては、ボリューム層である東アジア市場の早期回復とともに、長期滞在、消費拡大が見込める欧米豪市場を中心とした高所得者層獲得に向けた取組も強化していく。

富士山静岡空港の開港15周年を契機とした誘客キャンペーン等を実施するとともに、新たに海外の大手宿泊予約サイトに本県の特集ページを設け、個人旅行者の一層の獲得に努めるほか、中央日本4県を周遊する絶景などをテーマとした質の高いモデルルートの開発などを通じて、旅行消費額の拡大や滞在日数長期化につなげていく。

また、宿泊事業者の人手不足の解消を図るため、宿泊予約管理システムやロボットの導入による業務効率化・生産性向上の取組や、社員寮の更新など快適な職場環境の整備に対する支援制度を創設し、市町と連携して、観光産業の成長を支える基盤の強化に向け取り組んでいく。

加えて、観光DXについては、県の観光アプリ「TIPS」を活用して旅行者データを取得するとともに、集積した旅行者データを分析することで、デジタルマーケティングの強化を図っていく。

静岡県観光振興条例

静岡県は、世界文化遺産の富士山や、伊豆半島、南アルプスや浜名湖などに代表される豊かで美しい自然に恵まれ、日本有数の温泉、豊富な食材、日本を代表する景観の茶園、さらには、国宝久能山東照宮等の歴史的建造物など、多彩で魅力ある観光資源を有しています。

私たちは、国内外から訪れる多くのお客様に多彩で高品質な農林水産物や地域の伝統芸能、文化などの魅力を伝える努力を積み重ねるとともに、富士山静岡空港などの基盤整備を推進し、観光の振興に取り組んできました。

観光は裾野の広い総合的な産業であり、その振興は地域経済の活性化、雇用の増大及び交流人口の拡大に寄与するものであることから、活力に満ちた地域社会の実現に向けて、本県の基幹産業の一つである観光の果たす役割はますます重要になっています。

こうした中、世界文化遺産登録を契機に、私たちはあらためて富士山と日本文化のすばらしさに気づき、郷土の誇りとして、これらを後世に継承していかなくてはならないことを再認識しました。

私たちは、恵まれた観光資源の魅力をさらに磨き上げるとともに、観光の振興の意義を理解し、お客様をおもてなしの心をもって温かく迎え入れる意識を育まなくてはなりません。

このような考え方に立ち、県、市町、県民、観光事業者及び観光関係団体が一丸となって地域の魅力を高め、観光の振興に関する施策を総合的に推進することにより、本県の持続的な発展と、真に豊かで活力に満ちた地域社会を実現するため、この条例を制定します。

(目的)

第1条 この条例は、本県の観光の振興についての基本理念及びその実現を図るために必要な事項を定めることにより、観光の振興に関する施策を総合的に推進し、もって本県の持続的な発展及び真に豊かで活力に満ちた地域社会の実現に寄与することを目的とする。

(定義)

第2条 この条例において、次の各号に掲げる用語の意義は、当該各号に定めるところによる。

- (1) 観光事業者 旅行者、宿泊業者、飲食業者、公共交通事業者その他の観光に関する事業を営む者をいう。
- (2) 観光関係団体 観光事業者が組織する団体及び観光の振興を目的として観光事業者、行政機関その他の関係者が組織する団体をいう。

(基本理念)

第3条 観光の振興は、次に掲げる基本理念に基づき行われなければならない。

- (1) 本県の観光資源を有効に活用し、かつ、次の世代に継承すること。
- (2) 地域の住民が愛着と誇りを持つことのできる活力に満ちた地域社会を形成すること。

- (3) 地域における創意工夫を生かした主体的な取組を尊重すること。
- (4) 国内外から本県を訪れる観光旅行者(以下「観光客」という。)の安全が確保され、安心して快適に観光を楽しめる環境を整備すること。
- (5) 観光が本県の主要な産業として発展するよう努めること。

(県の責務)

第4条 県は、前条に規定する基本理念(以下「基本理念」という。)にのっとり、観光の振興に関する施策を策定し、及び実施するものとする。

- 2 県は、観光の振興に関する情報の発信を積極的に行うとともに、県民、観光事業者及び観光関係団体が行う観光の振興に関する取組に対し、必要な支援を行うものとする。
- 3 県は、観光の振興の意義に対する県民の理解を深め、地域における観光の振興に関する取組への参画を促進するため、広報及び啓発を行うものとする。

(市町との連携等)

第5条 県は、市町と連携して観光の振興に関する施策を実施するとともに、市町が連携してそれぞれの地域の特性を生かして行う広域的な観光の振興に関する施策その他の観光の振興を図る取組に対し、必要な支援を行うものとする。

(近隣の県等との連携)

第6条 県は、観光の振興に関する施策を効果的に実施するため、近隣の県等と連携して、広域での観光の振興に関する施策を実施するものとする。

(県民の役割)

- 第7条 県民は、その一人ひとりが、郷土に愛着と誇りを持ち、おもてなしの心を持って、観光客を温かく迎えるよう努めるものとする。
- 2 県民は、その一人ひとりが、基本理念にのっとり、観光の振興の意義に対する理解を深め、地域における観光の振興に関する取組に参画するよう努めるものとする。

(観光事業者の役割)

- 第8条 観光事業者は、基本理念にのっとり、その事業活動を通じて主体的に観光客に対し心のこもったサービスを提供し、満足度を高めることにより、本県への再訪の意欲が高まるよう努めるものとする。
- 2 観光事業者は、基本理念にのっとり、観光客が安全に、安心して、快適に観光ができる環境づくりに努めるものとする。

(観光関係団体の役割)

第9条 観光関係団体は、基本理念にのっとり、観光関係団体相互の連携を図るよう努めるとともに、主体的に観光に関する情報の発信、観光客の誘致、観光の振興に寄与する人材の育成及び観光客の受入れ体制の整備に取り組むよう努めるものとする。

(施策の基本方針)

第10条 県は、次に掲げる基本方針に基づき、観光の振興に関する施策を実施するものとする。

- (1) 国際競争力の高い魅力ある観光地の形成
- (2) 観光産業の振興及び観光の振興に寄与する人材の育成
- (3) 観光客の来訪の促進
- (4) 安全、安心で快適な観光を促進するための環境の整備

(計画の策定と検証結果の報告)

第11条 知事は、観光の振興に関する施策を戦略的かつ積極的に推進するため、前条に規定する基本方針を踏まえ、観光の振興に関する基本的な計画(以下「基本計画」という。)を定めるものとする。

2 基本計画には、次に掲げる事項を定めるものとする。

- (1) 観光の振興に関する方針
- (2) 観光の振興に関する目標
- (3) 観光の振興に関する施策についての基本的な事項
- (4) 前3号に掲げるもののほか、観光の振興に関し必要な事項

3 知事は、基本計画を定めるに当たっては、市町、県民、観光事業者及び観光関係団体の意見を聴くものとする。

4 知事は、毎年度、基本計画の実施状況を検証し、その結果を議会に報告するとともに、公表しなければならない。

(調査及び分析)

第12条 知事は、観光の振興に関する施策を効果的に推進し、もって観光客の満足度及び再訪の意欲を高めるため、統計調査その他の必要な調査及びその分析を行うものとする。

(推進体制の整備等)

第13条 県は、観光の振興に関する施策を推進するための体制を整備するとともに、必要な財政上の措置を講ずるよう努めるものとする。

附 則

1 この条例は、公布の日から施行する。

2 この条例の施行の際現に存する県の基本計画は、第11条1項の規定により定められた基本計画とみなす。