

<本日の議題>

# 次期計画の策定

- 懇話会の進め方
- 本県の強み、弱み
- 基本理念
- 基本方針
- 数値目標

# 策定スケジュール

次期観光基本計画の策定に当たっては、県議会をはじめ、外部有識者、県民の皆様の御意見を伺いながら、庁内関係部局と連携して策定作業を進める。

時 期	概 要
5～6月	ふじのくに観光地域づくりトーク（県内5地域） ・観光関係者、市町担当者82人から意見聴取
7月	庁内会議、幹事会（関係部局からなる庁内会議の設置） ・各部局の観光関連施策を整理し、計画に反映
9月3日 〈本日〉	<b>第1回有識者懇話会</b> ・事務局説明（現計画の進捗状況や地域トークの結果等） ・次期計画の骨子案について意見交換
11月	<b>第2回有識者懇話会</b> ・事務局から次期計画の概要提示（第1回懇話会の意見等を反映） ・各委員からより具体的な御意見をいただく
12月	県議会常任委員会（次期計画素案の審議） パブリックコメント（次期計画素案の県民意見聴取）
2月	<b>第3回有識者懇話会</b> ・次期計画案を提示し、最終確認をいただく
3月	県議会常任委員会（次期計画案の審議） 次期計画の決定・公表

# 次期「静岡県観光基本計画」構成（案）

項目	概要
はじめに	<ol style="list-style-type: none"> <li>1 計画策定の趣旨</li> <li>2 計画の位置づけ</li> <li>3 計画期間</li> </ol>
観光を取り巻く環境の変化	<ol style="list-style-type: none"> <li>1 持続可能な観光</li> <li>2 デジタル化の進展</li> <li>3 新型コロナウイルスの影響</li> </ol>
本県の観光を取り巻く現状と課題	<ol style="list-style-type: none"> <li>1 人口減少と少子高齢化</li> <li>2 本県観光の状況</li> <li>3 前計画「静岡県観光躍進基本計画」の取組</li> </ol>
<div style="border: 2px solid red; border-radius: 15px; padding: 5px; display: inline-block;"> <b>今回の懇話会の主なテーマ</b>  <b>本県の観光が目指す姿</b> </div>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1 基本理念</li> <li>2 基本方針</li> <li>3 数値目標</li> </ol>
具体的な施策展開	<ol style="list-style-type: none"> <li>1 来訪者が感動する観光サービスの創出</li> <li>2 県内経済の活性化に向けた受入体制の強化</li> <li>3 情報のデジタル化とデータ共有による観光DXの促進</li> </ol>
地域ごとの観光地域づくり	伊豆半島、東部、中部、西部
参考資料	静岡県観光振興条例

次回（予定）

# 次期「静岡県観光基本計画」の策定に向けて ～本県の強みと弱み～

## 強み

- 世界遺産富士山、伊豆半島ユネスコ世界ジオパーク、南アルプス、浜名湖を代表する豊かな自然
- 茶、ワサビ、マグロなど多彩で高品質な食
- 東海道などの歴史・文化資源
- 温暖で穏やかな気候と暖かい県民性
- 首都圏から近い
- 宿泊施設が多い（2020年全国4位）
- リピート率が高い  
（2019年全国：68.5% 静岡：71.7%）
- 移住希望地 全国第1位

## 弱み

- デジタルマーケティングが不十分
- 情報提供の満足度が低い
- 観光を担う中核人材が不足
- 平均宿泊日数が短い  
（2019年 全国：2.26 中部：1.80 静岡：1.32）
- 全国平均と比べて低い「飲食」「娯楽」「買い物」の消費額  
（2019年 飲食：全国3,658円 静岡3,570円  
娯楽：全国1,599円 静岡1,570円  
買物：全国4,366円 静岡3,800円）

## 機会

- 「新しい生活様式」の定着により、観光の捉え方が変化・拡大  
（ワーケーション、アドベンチャーツーリズム、マイクロツーリズム等）
- ラグビーW杯、東京2020オリ・パラのレガシー
- 中部横断自動車道全線開通（2021.8.29）
- 本県を舞台としたNHK大河ドラマ放映  
（2022年鎌倉殿の13人、2023年どうする家康）
- SDGsの意識の高まり

## 脅威

- 人口減少、少子高齢化、転出超過
- 出口が見えない新型コロナウイルス感染症
- 地震、豪雨等の自然災害

# 観光地域づくりトークの主な意見

- ・ 県内 5 つの地域で、観光関係者や市町担当者82人から意見聴取

区 分	意 見
全般	<ul style="list-style-type: none"><li>・ <u>短期的にはやる気を取り戻す、中長期ではDXやSDGs等の取組を</u></li><li>・ <u>クオリティの高い観光資源で客単価を上げていきたい</u></li><li>・ <u>観光客の行動変容を捉えたマーケットインの考え方が大切</u></li><li>・ 誘客イベントを打つのではなく、来た人をもてなすことが重要</li></ul>
地域づくり	<ul style="list-style-type: none"><li>・ <u>地域の人々が地域の一番いいところを分かることが大事</u></li><li>・ 宿泊、グルメ、お土産など、<u>地域全体のパワーがほしい</u></li><li>・ 空き家も多く景観が損なわれている。宿泊施設などの事業承継が大事</li></ul>
新しい旅のスタイル	<ul style="list-style-type: none"><li>・ スポーツと観光でフォーカスしていけばよい</li><li>・ <u>アウトドアや食など、目的遂行型の旅行にニーズがある</u></li><li>・ ワークেশョンは、地域のアクティビティと組み合わせると良い</li></ul>
デジタル化	<ul style="list-style-type: none"><li>・ <u>観光アプリ等でデータをとることが必須になってくる</u></li></ul>

## 課題

- 客観的なデータ分析に基づくマーケティング機能が不十分
- 新型コロナウイルス感染症の影響に伴う人々の行動変容により、さらに多様化・複雑化する旅行需要の取込
- Covid-19の影響で急激に落ち込んだ観光需要の回復
- 将来も観光立県であり続けるための観光地域づくり



## 対応

- 観光サービス、来訪者データの収集・分析など、観光DXの促進
- 効率的な非接触・非対面サービスと高付加価値を有する接触・対面サービスの嗜好が進む来訪者への対応や安全安心な受入
- ワクチン接種や移動制限の解除など、旅行需要の回復を踏まえた誘客促進
- 持続可能な観光地域づくりの取組と来訪者の取組への関与の促進

## 考慮すべき点

### <新しい観光スタイル>

- ・旅行と日常生活との境界線が曖昧
- ・個人・少人数行動
- ・密を避けたゆとりある空間
- ・効率的な非接触・非対面サービスと高付加価値を有する接触・対面サービスの嗜好
- ・地元民が近場で過ごす



### <観光におけるSDGs>

- ・持続可能な社会（多様な文化の受入等）
- ・持続可能な経済（観光収入や雇用創出等）
- ・持続可能な環境（自然の保全等）



→観光は、17の目標のすべてに関わる分野とされている

方向性

観光を通じて、地域の顕在化した課題を解決し、地域の魅力を最大限に発揮するため、SDGsの達成にもつながる持続可能な観光地域づくりを推進する必要がある。

＜基本理念に落とし込む際の留意点＞

- 新しい生活様式の定着により観光スタイルがますます多様化、複雑化していることへの対応に加えSDGsの意識が高まっている。
- このため、日々の暮らしや自然環境に配慮しながら、本県の強みである世界遺産富士山をはじめとする美しい自然や、お茶やワサビなどの多彩で高品質な食などを活用し、観光サービスの創出、国内外からの誘客促進、観光産業の成長促進等を図る観光地域づくりを進める必要がある。
- 加えて、DXの促進などにより、デジタルとリアルのバランスがとれたマーケティングとマネジメント機能の強化に取り組む。
- こうした取組を通じて、誰もが観光の恩恵を享受できる観光地域づくりを進めることで、「心の豊かさ」と「持続可能な地域社会」を実現する。