

# 第2回

# 観光基本計画策定懇話会

<本日の議題>

## 次期計画の概要

# 策定スケジュール

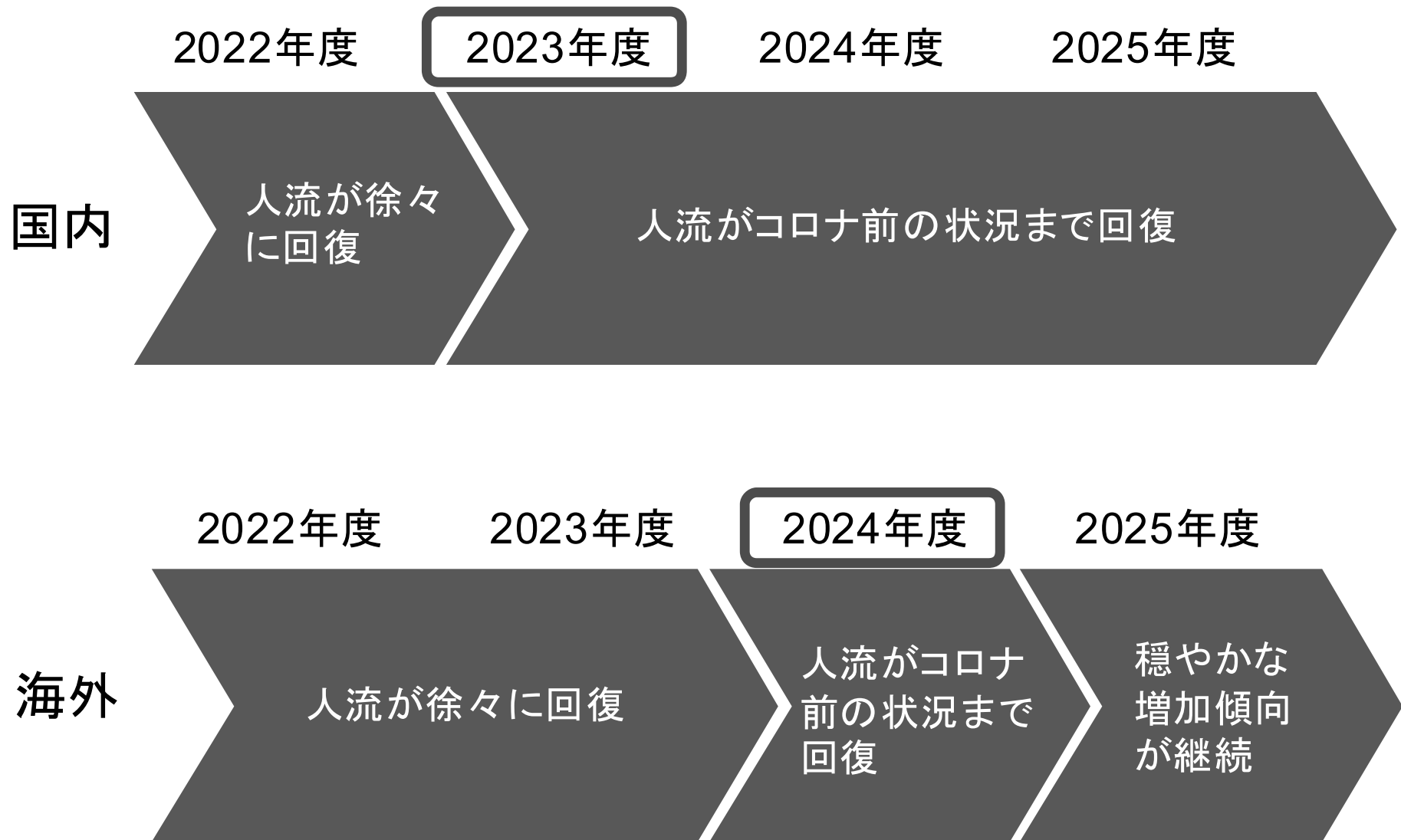
次期観光基本計画の策定に当たっては、県議会をはじめ、外部有識者、県民の皆様の御意見を伺いながら、庁内関係部局と連携して策定作業を進める。

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	第1回有識者懇話会 ・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15日 <本日>	第2回有識者懇話会 ・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	第3回有識者懇話会 ・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

項目	概要
はじめに	1 計画策定の趣旨
	2 計画の位置づけ
	3 計画期間
観光を取り巻く 環境の変化	1 SDGsへの貢献
	2 デジタル化の進展
	3 新型コロナウイルスの影響
<div style="background-color: #333; color: white; padding: 2px; text-align: center; font-weight: bold;">前回の懇話会の主なテーマ</div> 本県の観光を取り巻く 現状と課題	1 人口減少と少子高齢化
	2 本県観光の状況
	3 前計画「静岡県観光躍進基本計画」の取組
	4 次期計画の取組の方向性
本県の観光が目指す姿	1 基本理念
	2 基本方針
	3 数値目標
	4 施策体系
	5 それぞれの役割
具体的な施策展開	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
	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
	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
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（ほか）

今回の懇話会の主なテーマ



## 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

新しい生活様式が定着し、観光スタイルがますます多様化・複雑化していることに加え、旅行者の意識が変容し、SDGsを体感できることが旅の楽しみとなっている。

SDGsのモデル県を目指す本県は、日々の暮らしや自然環境に配慮しながら、県土に広がる美しい自然や多彩で高品質な「和の食」などを観光に活用するとともに、DXなどによりマーケティングとマネジメントを強化することで、変容する旅行者のニーズに十分に応えられる魅力的な観光地域で有り続けることができる。

こうしたことから、地域住民、観光事業者、訪れる人の誰もが幸せを感じられる観光地域づくりを進め、「心の豊かさ」と「持続可能な地域社会」を実現する。

## 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
- 静岡県の魅力の効果的な情報・ストーリー発信
- 戦略的なインバウンド施策の推進

## 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
- 関係者との連携による観光サービス産業の振興
- 地域を支える観光人材の育成

## 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
- デジタル技術の活用による利便性と生産性の向上

## 短期的な取組

### 新型コロナウイルス感染症からの観光産業の回復

# 成果指標の方向性

方向性：「心の豊かさ」と「持続可能な地域社会」の実現に向け、**質に主眼を置き目標を設定**

区分	成果指標案	方向性
質の指標	<b>本県旅行に対する総合満足度</b>	旅行全体の満足度から、8つの項目※それぞれの満足度の平均を総合満足度と見直し、現状の満足度を更に向上させることを目指す
	<b>地域への誇り、愛着を持つ県民の割合</b>	持続可能な観光地域づくりの推進の指標として、現状値よりも愛着を持つ県民の割合を増やすことを目指す
	<b><u>観光客に来てほしいと考える県民の割合</u></b>	観光と地域社会との境界が曖昧になる中、観光に対する地域住民の理解を深めるため新たに目標設定し、現状値よりも観光客に来てほしいと考える県民の割合を増やすことを目指す
	<b><u>旅行者のリピート率</u></b>	本県の来訪者の特性を伸ばし、現状の同一地域の旅行回数2回目以上の旅行者割合を更に向上させることを目指す
	<b>県内旅行消費額</b>	経済的な発展を示す指標として、旅行消費単価を上げ、リピーターを増やすことで、現計画の数値目標以上の旅行消費額拡大を目指す
量の指標	<b>観光交流客数</b>	<国内> 今後、人口減少が予測され、国内旅行が縮小していく恐れがある中、滞在日数や立寄施設数を増やすことで目標値の達成を目指す  <海外> 渡航制限の解除などを踏まえ、目標値の達成を目指す
	<b>宿泊客数</b>	
	<b>外国人宿泊客数</b>	

※ ①観光地の魅力や特徴 ②観光地の自然・景観 ③宿泊施設のサービス ④旅行前の情報収集のしやすさ ⑤滞在中の観光情報・案内  
⑥旅行中の移動 ⑦食の魅力 ⑧お土産の魅力

# 成果指標の説明

区分	成果指標案	説明
質の指標	<b>本県旅行に対する総合満足度</b>	『静岡県における観光の流動実態と満足度調査（静岡県）』における、「旅行者の満足度」の質問に対して、「大変満足」「ほぼ満足」と回答した割合
	<b>地域への誇り、愛着を持つ県民の割合</b>	『インターネットモニターアンケート（静岡県）』における、「あなたの住む地域に対して誇りや愛着を持っているか」の質問に対して、「非常に持っている」「ある程度は持っている」と回答した割合
	<b><u>観光客に来てほしいと考える県民の割合</u></b>	『インターネットモニターアンケート（静岡県）』における、「観光客の受入について、どのように考えるのか」の質問に対して、「ぜひ来てほしい」「できれば来てほしい」と回答した割合
	<b><u>旅行者のリピート率</u></b>	『静岡県における観光の流動実態と満足度調査（静岡県）』における、「今いる地域への旅行回数」の質問に対して、「2回以上」と回答した割合
	<b>県内旅行消費額</b>	『静岡県における観光の流動実態と満足度調査（静岡県）』における、「県内旅行消費単価」に、『静岡県観光交流の動向（静岡県）』における、「旅行客数（実人数）」を乗じて推計
量の指標	<b>観光交流客数</b>	『静岡県観光交流の動向（静岡県）』における、「県内延べ宿泊客数」と「観光レクリエーション客数」を合算した数
	<b>宿泊客数</b>	『静岡県観光交流の動向（静岡県）』における、「県内延べ宿泊客数」
	<b>外国人宿泊客数</b>	宿泊旅行統計調査（観光庁）における、「外国人延べ宿泊者数」



# 成果指標の目標値設定

成果指標	単位	現目標	2018	2019	2020	次期目標 2025	目標値設定の考え方
本県旅行に対する総合満足度	%	—	92.9	94.2	93.5	<b>95.0</b>	各施策の取組が満足度の向上に反映できるように、8項目の満足度の平均値で算出し、すべての項目で1%不満から満足に向上させ、95.0%の満足度を目指す
地域への誇り、愛着を持つ県民の割合	%	90.0	83.5	81.9	86.6	<b>90.0</b>	現計画目標同様に、県民の割合を90%に向上させることを目指す
観光客に来てほしいと考える県民の割合	%	—	—	—	44.7	<b>50.0</b>	2人に1人は観光客に来てほしいと考えることを目指す
旅行者のリピート率	%	—	70.7	74.0	71.3	<b>75.0</b>	4人に3人はリピーターを目指す
県内旅行消費額	億円	7,500	7,350	7,057	4,336	<b>8,000</b>	旅行単価を5%引上げ、旅行消費額8,000億円を目指す
観光交流客数	万人	17,000	15,342	14,716	8,348	<b>17,000</b>	2023年度に観光レクリエーション客数をコロナ前の水準に回復させ、現計画の目標値同様に17,000万人を目指す
宿泊客数	万人泊	2,200	1,997	1,960	1,083	<b>2,200</b>	2023年度にコロナ前の水準に回復させ、現計画の目標値同様に2,200万人を目指す
外国人宿泊客数	万人泊	300	179	249	27	<b>300</b>	2024年度にコロナ前の水準に回復させ、現計画の目標値同様に300万人を目指す

# 活動指標の目標値設定

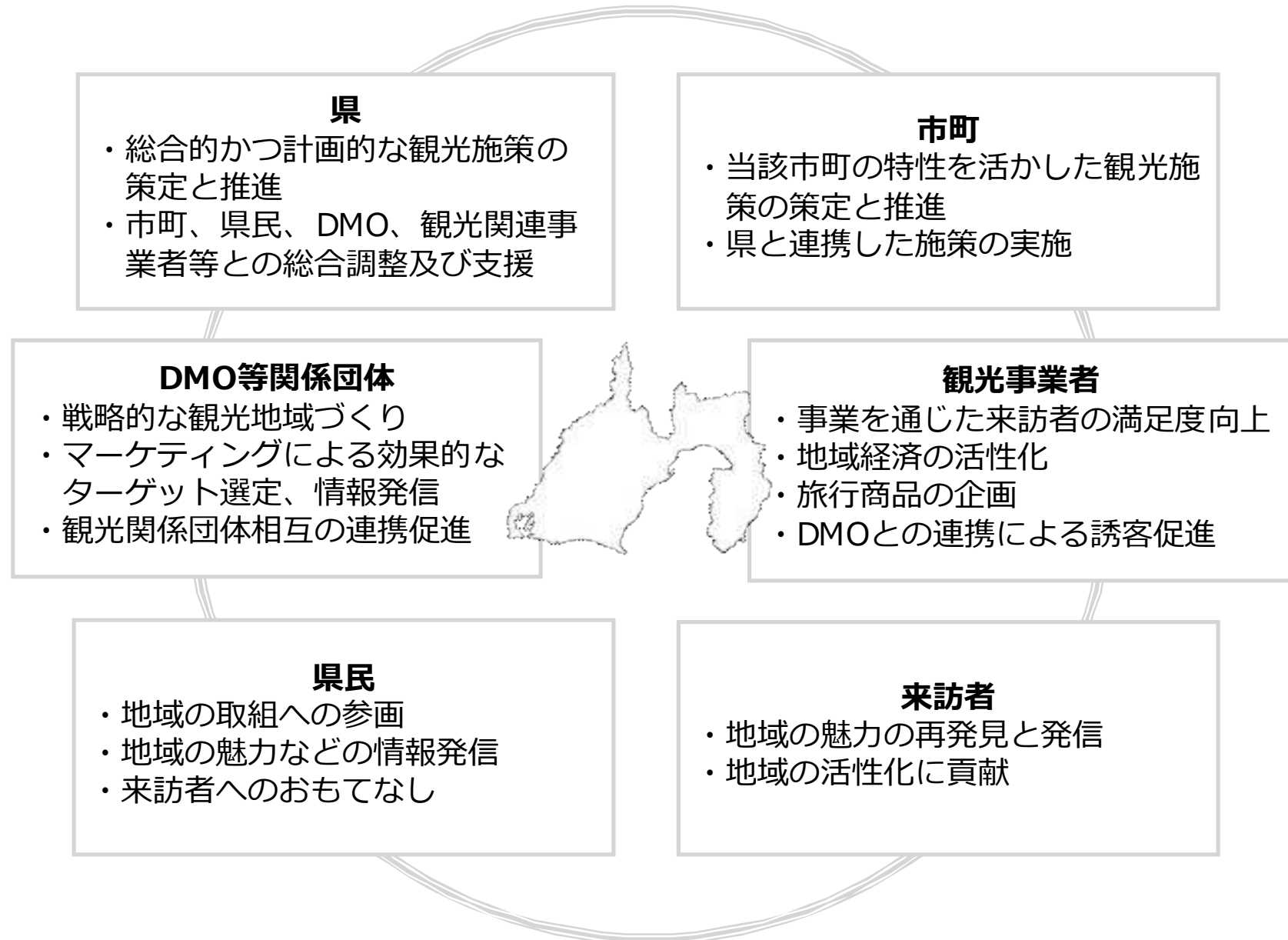
基本方針	活動指標	単位	現目標	2018	2019	2020	次期目標 2025	目標値設定の考え方
しずおかの魅力で幸せと感動を呼ぶ観光サービスの創出	<u>本県旅行に関するコンテンツ数</u>	件	—	—	—	1,732	<b>2,400</b>	毎年170件（基準値の1割）の増加を目指す
	農林漁家民宿宿泊数	人	3,500	3,071	4,363	1,842	<b>5,000</b>	農林漁家民宿 48軒→60軒の開業を目指す
	観光アプリTIPSのダウンロード数	件	—	—	—	1,000	<b>50,000</b>	年間1万ダウンロードを目指す
	<u>インバウンド向けSNSのエンゲージメントの総数</u>	万件	—	—	—	18	<b>37</b>	現状の2倍を目指す
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	県内産食材の調達率が5割以上の宿泊施設の割合	%	50.0	44.7	46.9	49.2	<b>50.0</b>	宿泊施設の割合を半数以上にすることを旨とする
	観光地域づくり整備計画策定数	計画	50	17	24	33	<b>70</b>	毎年度10計画程度の作成を目指す
	DMO会議開催数	回	—	2	4	2	<b>10</b>	毎年度10回の開催を目指す
	観光デジタル情報プラットフォーム登録情報数	件	—	—	—	8,500	<b>17,000</b>	現状の2倍を目指す
	観光人材育成研修会参加者数	人	10,000	8,377	9,596	10,618	<b>20,000</b>	研修計画により2,150人の研修会参加を目指す
訪れる人と迎える地域の満足度を高める観光DXの促進	観光アプリTIPSのダウンロード数【再掲】	件	—	—	—	1,000	<b>50,000</b>	【再掲】
	観光デジタル情報プラットフォーム登録情報数【再掲】	件	—	—	—	8,500	<b>17,000</b>	【再掲】

# 施策体系

基本方針	施策	主な取組内容
<p>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</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○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</li> <li>○静岡県の魅力の効果的な情報・ストーリー発信</li> <li>○戦略的なインバウンド施策の推進</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ガストロノミー（食文化）ツーリズム等の推進</li> <li>・伊豆半島ジオパークや温泉の活用</li> <li>・ワーケーション、マイクロツーリズムなど新しい生活様式に対応した新たな需要の獲得</li> <li>・観光によるフジノミクスの推進</li> </ul>
<p>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</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○将来にわたり安全・安心で快適な観光地域の形成</li> <li>○関係者との連携による観光サービス産業の振興</li> <li>○地域を支える観光人材の育成</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・SDGsに貢献できる観光地域の形成</li> <li>・DMOを核とした地域の連携強化</li> <li>・静岡県立大学、静岡文化芸術大学等と連携した、将来を担う観光人材、中核人材の育成</li> </ul>
<p>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</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○観光デジタル情報プラットフォームの利活用</li> <li>○デジタル技術の活用による利便性と生産性の向上</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・来訪者データ等の収集・分析・活用</li> <li>・来訪者の嗜好に合わせた情報とサービスの提供</li> <li>・デジタルマーケティングに基づく新たなサービスの提供</li> </ul>

# それぞれの役割

共創による観光地域づくりを進めるにあたり、県、市町、観光事業者などそれぞれの役割を明確にして、各施策に取り組む。

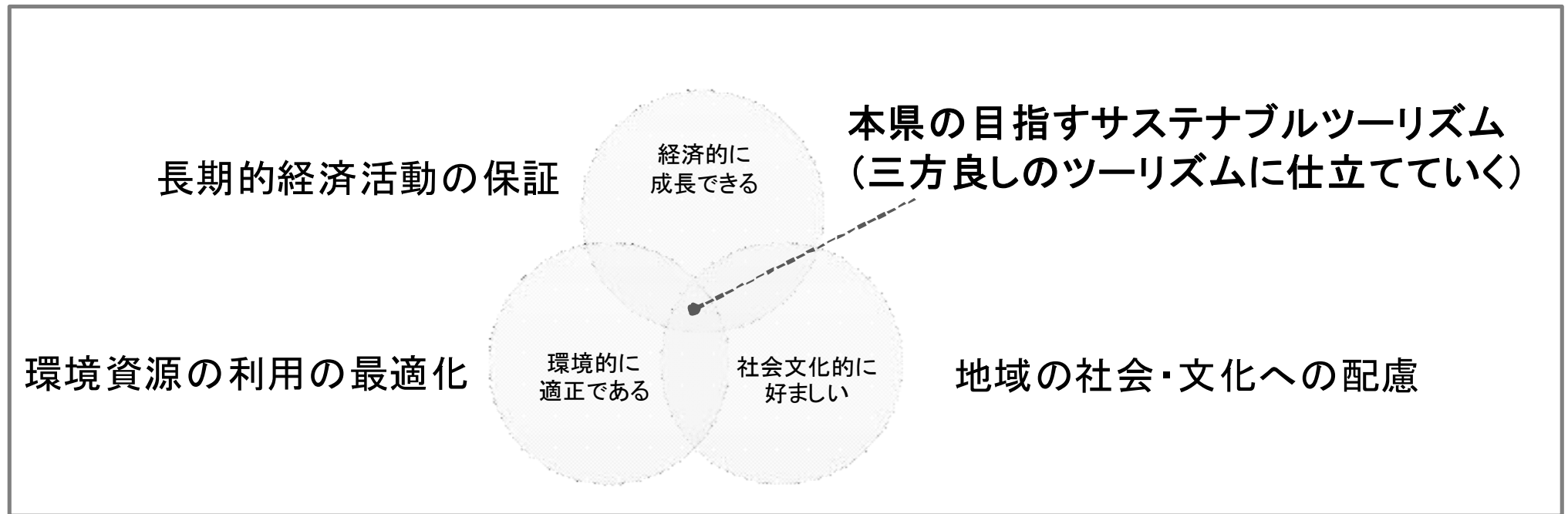


# 1 しずおかの魅力で幸せと感動を呼ぶ観光サービスの創出

## (1) 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

日々の暮らしや自然環境に配慮しながら、自然、食、歴史・文化、スポーツ、温泉など本物の静岡ブランドを通じ、将来にわたり住民と来訪者が相互に満足するツーリズムを推進する。

### <しずおかサステナブルツーリズム>



# 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

## (1) 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

### ① テーマ性を持ったツーリズムの推進

本県の強みを活かした魅力ある観光資源を磨き上げ、来訪者にまた訪れたいと思わせるような地域の実現を目指す。

- ・ ガストロノミー（食文化）ツーリズム
- ・ アドベンチャーツーリズム
- ・ ジオツーリズム
- ・ グリーン・ツーリズム
- ・ 歴史・文化ツーリズム
- ・ サイクルツーリズム
- ・ ロケツーリズム

※それぞれのテーマを組み合わせることで、満足度の向上や滞在日数、リピーターの増加を図る

# 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

## (1) 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

### ② 新たな需要獲得

「新しい生活様式」として、旅行者のライフスタイルや行動変容に対応するため、新たな需要獲得を目指す。

- ・ワーケーション
- ・ICOIプロジェクト（**Izu Health Care Onsen Innovation Project**）  
伊豆地域の温泉を活用した新しい産業を生み出して行く取組
- ・マイクロツーリズム
- ・教育旅行
- ・観光によるフジノミクス  
ポストコロナ時代を見据えた地域主導型の経済施策であり、近隣県と連携した新たな広域経済圏の形成により地域経済の活性化を図る)

### ③ 誘客の促進

本県の魅力を活用した持続可能な観光地域の形成に向け来訪促進を図る。

- ・観光商品企画造成支援
- ・駿河湾フェリーの活用
- ・交通インフラの活用

#### 【短期的な取組】観光産業の回復に向けた誘客支援

観光産業の早期回復に向けて、感染症の状況を踏まえた観光需要喚起策を実施する。

# 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

## (2) 静岡県の魅力の効果的な情報発信

本県の魅力を届けていくために、デジタルマーケティングを推進し、多様な媒体を活用した情報・ストーリー提供をしていく。

### ① デジタルマーケティングの推進

単なる画一的な情報から、「今だけ、ここだけ、あなただけの情報」や「静岡県の魅力を伝えるストーリーの発信」が重要となってくるため、デジタルマーケティングを強化する。

### ② 戦略的なメディアクロス

観光情報の発信先や発信内容、発信時期に応じて、観光アプリTIPSやSNSなど適切な情報発信の媒体の選択や組み合わせを行う。



# 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

## (3) 戦略的なインバウンド施策の推進

ワクチン接種や諸外国からの入国制限の解除などの状況を踏まえながら、一人当たりの旅行消費額が高い欧米豪からの旅行者やアジアの高所得者層の獲得を目指し、T S J や県海外駐在員事務所による情報発信、(一社)中央日本総合観光機構等の自治体間の広域的枠組みの活用等により誘客を促進する。

### ① T S J によるマーケティング戦略の推進

本県の魅力の海外市場への発信、海外向け旅行商品の企画を行う県内事業者や国内ランドオペレーターへの商品提案など施策を戦略的展開するT S J と目標を共有した上で、ポストコロナ時代に向けたマーケティングを強化し、戦略的なインバウンド施策を推進する。

### ② 空・海の玄関口の活用

空の玄関口である富士山静岡空港、海の玄関口である清水港を活用し、誘客を促進する。

## 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 (1) 将来にわたり安全・安心で快適な観光地域の形成

国籍や年齢、性別、障害の有無などに関係のない環境を提供することが重要であり、全国で初めて導入したユニバーサルデザインの理念のもと、誰もが気兼ねなく旅行ができる観光地域を形成していく。

### ① 持続可能な観光地域づくりの推進

観光は単なる観光資源を消費していくものから、観光資源の付加価値を高め、継続して活用していくことへ変容しているため、地域一体となった観光地域づくりを推進していく。

- ・ 持続可能な観光モデル事業の実施
- ・ 食のSDGsの取組推進
- ・ 既存の建物を活かした施設整備
- ・ 富士山・南アルプスの環境保全の取組

### ② 周囲の景観と調和した施設整備

施設単体の整備ではなく、景観との調和を図る地域の中長期的な計画に基づく、観光地域づくりに向けた整備を支援する。

## 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 (1) 将来にわたり安全・安心で快適な観光地域の形成

### ④災害への対応

災害などの危機発生時においても来訪者の安全が図られるよう、迅速で分かりやすい情報提供等を行う。

また、県有施設等の速やかな被災対応を行っていく。

### ⑤二次交通の充実

旅行者の利便性を高めるため、観光MaaS等、交通事業者等の取組に対して支援するなど、交通ルートの利便性を高めるとともに新たな移動手段の確保を進める。

### 【短期的な取組】安全・安心認証制度の推進

県内の宿泊施設等の安全で安心な受入体制を強化し、旅行者の安心感を醸成するため、国際的な信頼も得られるよう認証制度の運用を継続するとともに、HP等で認証施設の情報を発信していく。

## 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 (2) 関係者との連携による観光サービス産業の振興

新たな観光需要を確実に取り込み、地域経済の活性化を図るため、地域内の多様な事業者等との連携を促進し、来訪者の受入機能の向上を図る。

### ①観光地域づくり法人（DMO）との連携強化

デジタルマーケティングに基づく観光地域づくりに取り組んでいるDMOの支援や県域DMOである県観光協会のサポート、DMO会議を通じた関係団体との連携強化を図る。

- ・DMO会議の推進

### ②域内消費の拡大につながる仕組み作り

観光で来訪した人にいかに静岡県でお金を落としてもらえるかという視点が、地域経済の発展成長には不可欠であり、域内消費を活性化する仕組みを構築することが重要であるため、観光アプリTIPSでのお薦め情報の提供やスタンプラリーなどで立寄施設数を増やす取組のほか、地域通貨の導入を検討する。

### ③旅行目的地としての魅力を高める事業者等との連携促進

地域資源を活用した観光地域づくりを進めて行くため、地域内の多様な事業者や団体等との連携を促進していく。

- ・スポーツの聖地づくり
- ・文化資源等の活用
- ・地域産業との連携

## 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 (3) 地域を支える観光人材の育成

将来の観光地域づくりを担う人材を育成するとともに、観光人材の確保に向けた取組を進めていく。

### ①階層ごとに応じた人材育成

地域の誇りや愛着を持つことを意図的に育むための学童期からの地域教育、来訪者のおもてなし、観光地域づくりの中核人材育成といった目的に応じた人材育成を進めていき、観光に携わることが憧れとなることを目指す。

- ・ 観光地域づくりの中核人材育成
- ・ おもてなし力の向上
- ・ 静岡県立大学、静岡文化芸術大学との連携
- ・ 伊豆半島ジオパークでの地域学の推進
- ・ 子ども観光大使

### ②観光人材の確保

各事業者間の雇用課題の整理や雇用に向けたアドバイス等、人材確保・育成に向けた事業者支援や事業承継、デジタル化による快適な職場環境づくりを促進していく。

### 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 (1) 観光デジタル情報プラットフォームの利活用

個人旅行化の進展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元に分析・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活用して、観光分野のDXを促進していく。



### 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 (1) 観光デジタル情報プラットフォームの利活用

#### ①データの収集促進

施設情報の静的データと旅行者の動的データといった、両方のデータの質と量の充実が必要であるため、県が地域のマーケティングデータを集める仕組みを構築することの合理性やメリットを分かりやすく説明するとともに、マーケティングの活用事例の発信等を行う。

#### ②旅行者の嗜好に合わせた情報提供

収集・蓄積した旅行者データを分析し、観光アプリTIPS等を通じて旅行者の嗜好に合わせた観光情報を提供していく。

#### ③デジタルマーケティングの強化

収集・蓄積したデータを、データサイエンティストの活用等により分析するとともに、データ分析モデルをオープンデータとして提供することで、DMOや観光関連事業者等によるマーケティングに基づく新たなサービス開発等を支援する。

### 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 (2) デジタル技術の活用による利便性と生産性の向上

観光分野は、観光事業者等の経済基盤が脆弱なことや、従業員の高齢化などからデジタル技術の導入や対応が他業種よりも遅れており、デジタル化を進めていく必要がある。

#### ① デジタル技術の導入促進

宿泊施設や観光事業者等に対してデジタル技術の導入を支援し、新たな観光サービスの創出や事業者の生産性と来訪者の利便性向上を図る。

#### ② デジタル技術の活用

デジタル技術を活用した基盤整備や新しい旅行スタイルの創出を図っていく。

- ・ デジタルサイネージの整備
- ・ デジタル技術を活用した誘客促進