



# Tokyo2020に向けた観光戦略

令和2年1月27日

文化・観光部観光交流局

## RWC 2019大会における成果と課題

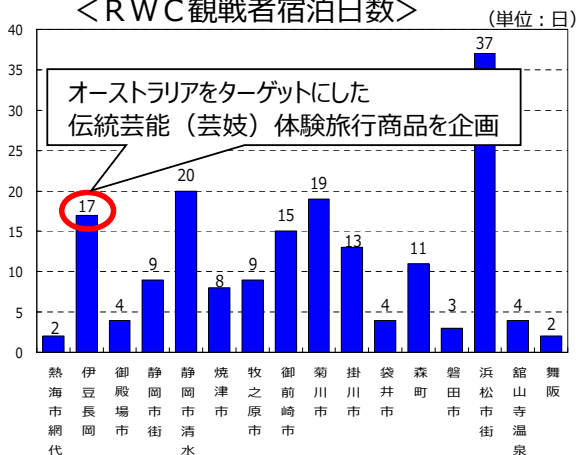
### 【外国人宿泊客数の大幅増】

9月、10月の合計外国人宿泊客数（速報値）は、約40万人  
 （対前年比：静岡県143.3%、全国105.6%）

### 【地域によって誘客効果に格差】

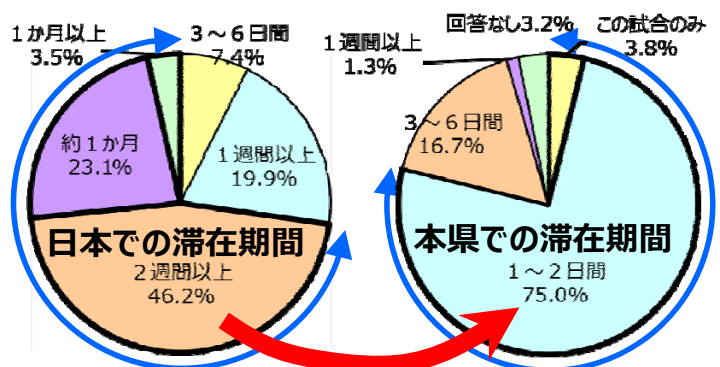
宿泊予約調査において、  
**エコパスタジアムから遠方の  
 伊豆長岡でも17日間の予約**

＜RWC観戦者宿泊日数＞



### 【本県での滞在期間の短さ】

県立大学と外国人観戦者へのアンケートを実施  
 ・エコパでの試合開催日4日間に実施  
 （9/28、10/4、10/9、10/11）  
 ・有効回答数312名



# 東京2020オリンピック・パラリンピックに向けて

## RWCと東京オリ・パラとの違い

項目	RWC2019	TOKYO2020
開催期間	44日間（試合間の隙間時間が長い）	<b>30日間</b> （試合間の隙間時間がない）
開催場所	全国12都市（東海道沿線が多い）	<b>東京中心</b> （43会場中36会場が首都圏）
参加国	ヨーロッパやオセアニア地域が多い	<b>世界各国</b> （米国や中国の選手が多い）

## 本県の強みを活かした取組

- ・自転車競技が本県で開催
  - ・東京から1.5時間以内は、宿泊・観光可能範囲
- ▶ **オリンピック・ブランドを活用したサイクルツーリズムの推進**  
▶ **東京近郊で本物の日本の自然・文化・食等を体験できる目的地として誘客を推進**

**県内各地での受け入れ体制づくりが重要**  
**首都圏から、いかに呼び込むかがポイント**

## これまでの取組 ①旅行商品企画

### 【世界的ブランドと連携したサイクルツーリズムの推進】

T S Jの海外営業を通じて、県内地域のサイクルツーリズムの商品化を推進



### 【大会期間中だけでなく、大会終了後も視野に旅行商品を企画・販売】

オリ・パラ期間中だけでなく、大会終了後も視野に、海外の旅行会社と連携し、本県の本物の魅力を体験できる高単価・高品質な旅行商品を企画・販売

台湾市場向け「伊豆文学を巡る旅」  
5泊6日 約50万円



欧州市場向けゴルフツーリズム商品  
15泊16日 約110万円（航空運賃別途）

## これまでの取組 ②情報発信

### 【欧州サイクル専門誌への掲載】

海外ジャーナリストの招聘を通じ、欧州サイクル専門紙へ掲載（広告換算価値：約530万円）



欧州ロードバイクマガジン  
「Rennrad」（4万4千部）



欧州トライアスロン雑誌  
「Tritime」（2万6千部）



### 【海外メディアの取材支援】

T S Jの海外事務所を通じて現地メディアに働き掛け、  
本県への取材を誘致

- ・米国Forbes誌への掲載（広告換算価値：約3億円）
- ・英国最大の民間放送で紹介（視聴者数:360万人/日）

#### Forbes

These Gorgeous Photos Will Make You Want To Book A Trip To Japan ASAP



It's been a gloomy, wet and overall mucky week here in New York City so far, a fate far worse than the stifling heat everyone (this writer included) seemed to complain about just a few short weeks ago. However as I write that I take stock of the fact that rain is something we tend to take for granted, especially here as the fires continue to blaze out west and heartbreak continues for so many in California. Rain or shine, wherever you find yourself in the world today, it's as good a time as any to turn your attention to a place so majestic and beautiful it can't help but bring a smile to your face in the way that only really beautiful travel photography can.

Roughly half way between Tokyo and Kyoto, the prefecture (or state) of Shizuoka, Japan may not be as well known as its aforementioned counterparts – odd, considering it's the home of Japan's iconic Mt. Fuji – however it's only a matter of time before this under the radar locale becomes a more permanent fixture along the tourist circuit. This summer, Shizuoka will play host to some of the 2020 Summer Olympic cycling events thanks to its epic mountain passes and idyllic rolling hills making it an ideal spot for such a sport. Due to its moderate year round climate, this area is also the largest producer of green tea as well as a number of wasabi farms and a thriving food and drink scene.

### 【Webやパンフレットを活用した情報発信】

## これまでの取組 ③地域との連携強化

### 【観光関係者向け説明会の開催】

県全域で観光客の取込みに向けた協力体制を強化するためのキックオフイベント

日時	令和元年12月24日 13時から16時30分まで
場所	レイアップ御幸町ビル6階（静岡市内）
参加者	約70名（市町担当者、市町観光協会など）



大会の最新情報  
オリ・パラ組織委員会



プロモーションの方法  
日本政府観光局



商品企画のノウハウ  
静岡ツーリズムビューロー



RWCメディアファーム実績  
浜松DMO、御殿場市

### 【県内4地域において説明会の開催】

2月から3月にかけて、県内4地域において、地域の観光事業者向けに説明会を開催  
地域全体の受入体制の強化

# 東京2020オリンピック・パラリンピックに向けた観光戦略

## 【早期準備と首都圏からの誘客】

早い時期から、誘客のための営業や情報発信、受入環境整備に取り組み、多くの来訪者を受入れ

項目	令和元年度		令和2年度			
	～12月	3月	4月	7月	9月	
誘客のための営業や情報発信	海外でのマーケティング	海外営業代行によるセールス (英・仏・独・米・豪) 海外商談会への出展	自転車ファン層が多い欧州・米国市場での営業 商品動画・カタログ作成	都内ホテルでのカタログ配架	商品の販促による定着	
	観光商品づくり	Mt.FujiTravel掲載 地域資源の商品化	東京発旅行商品の開発	商品づくり、受入れ機能の強化		
	海外メディアへのプロモーション	海外メディア受入 HP等で発信	SNSを活用した情報発信	メディアセンターへの対応	サイクリング専門旅行会社の招聘	SNSを活用した情報発信
受入環境整備	市町等への説明	12/24●市町説明会	地域説明会			
	都内での情報発信			都内ライブサイト等での発信		
	受入強化や県内での情報発信	多言語化対応やバリアフリー促進		多言語対応やバリアフリー促進	ライブサイト等での情報発信	

## 県中・西部にこそ、誘客のチャンスあり

地域と情報を共有し、地域ごとの受入体制を早期に構築して、多くの観戦客の県内周遊・滞在を促進してまいります

