

## 令和元年度 “ふじのくに”<sup>しみん</sup>士民協働 施策レビュー 改善提案への対応状況

### 1 基本情報

議論した施策	国際競争力の高い観光地域づくり 観光客の来訪の促進		
実施日／班名	9月7日（土） 第2班	担当部局名	文化・観光部 観光政策課 観光振興課
目標	<p>○県内各地において、DMOを核とした地域総がかりの観光地域づくりを進める。</p> <p>○観光客の長期滞在や再訪を促進し、国内外の観光交流の拡大を図る。</p>		
主な取組	<p>(1) 国際競争力の高い観光地域づくり</p> <p>① DMOを核とした観光地域づくりの推進</p> <p>② 本県の魅力を活用したツーリズムの推進</p> <p>③ 伊豆半島ジオパークの活用推進</p> <p>(2) 観光客の来訪の促進</p> <p>① 地域資源を活用した誘客促進</p> <p>② 静岡県の魅力の情報発信</p> <p>③ 戦略的なインバウンド施策の推進</p>		

### 2 施策背景

<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 価値観やライフスタイルの変化とともに、日本人の団体旅行の需要が低迷する一方、個人旅行が主流となっており、旅行ニーズの多様化・個性化の傾向が顕著になってきている。</li> <li>■ 訪日外国人旅行者数は、2018年に3,119万人（対前年比8.7%増）まで増加し、ビザ発給の要件緩和などの施策や富士山や和食の世界遺産登録を背景に、2012年以降、大幅な伸びを続けている。</li> <li>■ 県内の各地域において、これまでも誘客活動に取り組んできたが、観光事業者目線によるプロダクトアウト型の旅行企画が多い。</li> <li>■ IT化の発展・普及により、個人レベルであらゆる情報を一斉かつ広範に送受信することが可能な社会に進展しており、旅行者を獲得するためのIT活用は不可欠な手段になってきている。</li> <li>■ 人口減少と少子高齢化の進展により、観光を取り巻く環境や求められる役割が大きく変化しており、観光を通じた地域の持続的な発展を実現するためには、マーケティング調査・分析や観光事業者以外の地域の多様な方々との連携など、地域自らが地域の強みを整理し、魅力向上を図る取組が求められている。</li> </ul>
--

### 3 現状・課題と施策の方向

現状・課題	県の施策の方向
<p>旅行者のニーズの変化を背景に、観光施策は、従来の観光事業者が中心に観光スポットの周遊促進を図る「観光地づくり」から、地域ぐるみ、社会総掛かりで地域全体の魅力を高めていく「観光地域づくり」へ転換した。</p> <p>今後は、“ふじのくに”の真の魅力を活用した観光地域づくりを推進する必要がある。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・多様な関係者との連携による地域の魅力の向上を図る観光地域づくりを推進</li> </ul> <hr/> <p>➡ (1) 国際競争力の高い観光地域づくり ①DMOを核とした観光地域づくりの推進</p>
<p>旅行形態の「モノ消費」から「コト消費」への変化とともに、旅行者ニーズの多様化により、「地域らしさ」や、テーマ性の強い「体験・交流型」の旅行へシフトしてきていることから、旅行者のニーズにマッチする旅行商品の提供等に取り組む必要がある。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・本県の魅力を活用した各種ツーリズムの推進と体験型の観光商品づくりの支援</li> </ul> <hr/> <p>➡ (1) 国際競争力の高い観光地域づくり ②本県の魅力を活用したツーリズムの推進 ③伊豆半島ジオパークの活用推進</p>
<p>マーケットインの考え方にに基づき、付加価値の高い商品やサービスを企画し、流通から販売まで戦略的な誘客を促進していく必要がある。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・本県の食や体験を組み込んだ付加価値の高い旅行商品の造成等により誘客を促進</li> </ul> <hr/> <p>➡ (2) 観光客の来訪の促進 ①地域資源を活用した誘客促進</p>
<p>ICT化が急速に発展・普及し、旅行に関する情報収集の方法が、雑誌やテレビからインターネットへと移り、ICTを活用した情報発信を充実していく必要がある。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・SNSの活用等により、観光客のニーズを踏まえた効果的な情報発信</li> </ul> <hr/> <p>➡ (2) 観光客の来訪の促進 ②静岡県の魅力の情報発信</p>
<p>増加するインバウンド需要を確実に取り込むため、マーケティングなど科学的なアプローチによる戦略的な誘客促進に取り組み、国籍ごとの消費単価や文化、嗜好の違い等を勘案し、新たな市場を開拓としていく必要がある。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・外国人観光客のニーズにあった満足度の高い体験プログラムの充実</li> <li>・商工・農林水産業、交通基盤など庁内の様々な部門と協働した戦略的なインバウンド施策の推進</li> </ul> <hr/> <p>➡ (2) 観光客の来訪の促進 ③戦略的なインバウンド施策の推進</p>

## 4 施策の改善提案とその反映状況

観光地域づくりにあたっては、行政と民間企業、地域住民等との連携強化が必要である。

例えば、企業は、地域貢献の在り方の検討や企業間の連携、個人は、観光客を受け入れる側として外国人への偏見の解消や外国文化等の情報の収集や発信などに、行政やDMOとともに取り組むことが必要である。

DMOがその役割を發揮できるよう、県は、全県一律、平等にこだわらず、地域のトンガリ間を更に發揮するような戦略的不平等という視点で取組を推進すべき。また、幅広い分野で活躍できる専門人材の養成にも取り組むことが重要。

学校における地域学習に観光の切り口も取り入れ、地元が知っている歴史的遺産や地域文化だけではなく、地域が知らないことに改めて気付くことができるような、地域の魅力の認知度向上への取組を推進することも必要である。

これらの取組を実施するにあたっては、平行して情報発信に取り組むことが重要。

- 県は、観光地域づくりの要となるDMOの活動や役割を地域企業・住民に周知を図るとともに、DMOへの地域住民の参画に対する支援など、DMOと地域の多様な主体との連携強化等に向けた取組が必要

観光地域づくりの目的は、観光振興のメリットを観光業者だけでなく農林水産業や商工業、スポーツなど、地域の関連事業者や住民などの多様な関係者に行き渡らせることであり、DMOは観光地域づくりのかじ取り役として、地域の観光振興の実現に向けた戦略を策定するとともに、戦略を着実に実施するための調整機能を果たす組織である。

一方で、総務省の調査によると地域住民の理解を得る取組や事業区域内の住民満足度の把握については、あまり進んでいないという結果もあることから、県は、県内DMOが一堂に集まる静岡県DMO会議を通じて、HPやSNS、住民説明会の開催等によるDMOの活動や役割の周知、または、優良事例等の横展開を図ることで、「共」に観光地域を「創」る「共創」による観光地域づくりへの、地域企業・住民等の多様な関係者の参画・連携の取組を支援していく。

- ターゲットやニーズを分析し、ホームページやSNS、海外の旅行サイトなど様々な手段を用いて、静岡県の魅力の情報発信が必要

事業者が把握している旅行者のデータを、一元的に集約し利活用する観光情報プラットフォームを県が構築・運用し、分析結果を事業者等へフィードバックすることで旅行者の利便性向上やニーズに即した旅行商品の開発を促進し、誘客活動や情報発信に取り組んでいく。

<2020年度新規取組>

- ・観光情報プラットフォーム構築事業

- 教育機関等と連携した観光人材の育成が必要

静岡県立大学及び静岡文化芸術大学等と連携し、今年度新設した「観光マネジメント課程」、「文明観光学コース」のカリキュラムを現場のニーズにあわせて改善を進めるとともに、データサイエンスや地域の文化芸術等の活用による商品開発能力や国際感覚などを兼ね備えた観光地域づくりの中核人材を育成していく。

- 訪日外国人に対して、日本文化やマナー・ルールの周知を図り、地域住民の持つ不安感を解消すべき

国が作成した訪日外国人旅行者向けマナー啓発動画(2020.1.2 観光庁発表)を各地域 DMO 等のホームページで呼びかけることにより、日本独自の文化やルール、習慣の理解促進を図り、地域住民の不安解消に繋げていく。

- 地域住民に対する、訪日外国人を受け入れる多文化共生意識の醸成や、居住地域の資源を知り、魅力を発信できる人材を地域の中で育成することが必要

TSJ と連携し、観光事業者だけでなく、商業施設や交通事業者などの多様な関係者を対象とした destinations・マーケティング講座や、高校生を対象とした国際理解講座により、地域の自然環境や生活文化を見直す機会となる研修会を定期的に開催することにより、多文化共生意識の醸成や地域の魅力を発信することができるような、観光地域づくりを支えることのできる人材育成に取り組む。