

2班 国際競争力の高い観光地域づくり  
観光客の来訪の促進

課題	県が何をする	誰が	何をする	誰が	何をする	
<b>DMOへの支援等</b>						
DMOの役割、具体的に行う活動の明確化	行政のため、限界はあると思うが、観光地域づくりのためにあるべきDMOの姿を描き、その姿になるように支えていく(独立組織)					
	DMOの概要を外へ発信する	市町	他の団体と交流を増やす			
	DMOを理解し、必要があれば助言助成をする	DMO	観光地における課題を理解する			
	県とDMOとの責任と権限を明確にすることで、それぞれの機能が活性する 県としてのKPIを明確にすべき					
	県内のDMOの活動をPR 静岡県観光協会、市町観光協会、DMOの連携強化を支援	個人	DMOの活動、役割を理解し広める 自分の住む地域の観光地域づくりを促進する			
	DMOの活動や役割を、県から地域住民に発信し、県民にDMOを身近な存在として認識してもらうべき	市町	各市町から地域DMOの役割を広報する			
		地域	伊豆としての地域連携			
		DMO	「他地域と比較したデータを示し地域の強みをさらに伸ばすようなコンサル」や、「金銭の補助」、「戦略の樹立」、「地元住民が「やりたい!」といったことをまとめ、形にするのか」など、どのような活動をするのかを明確に周知する			
DMOの必要性を地域意識が高い方々へ理解させること	中東遠の人々に理解して頂くための工夫が必要					
DMOの知名度向上	地域事業者等にアピール					
DMOを知ってもらう		DMO 教育 機関	インターンシップを開催			
DMOへの支援	DMOの存在の周知	県民	DMOの存在、活動を理解し、ともに地域を作り上げる	DMO	地域住民に寄り添うこと	
	補助金の出し方を工夫し事業の縛りをなくす	DMO	補助金の受け皿ではなく、幅広く事業展開できる財源を持つ	市町	DMOを利用する意識を持つ 情報を流す	
DMOとの連携	DMOとの連携を強化 サポートするため、職員を派遣	DMO	県以外とのコラボ企画を実施			
DMO立案者と実行者の溝をなくす	DMOと展望や具体的戦略等について、緊密に打合せをし情報共有をする	DMO	県と共有した戦略等を実行に移し、結果を共有 一過性のものとししない	教育 機関	人材を育成し、県、DMO双方の専門人材不足という課題を解決する	
<b>観光地域づくりへの連携、参画</b>						
県・市町・DMO(民間事業者)の連携	宣伝活動として、海外の人が、日本を何で調べてから来るのか、検索ワードは何なのかなどを調査・分析し効果的な宣伝とする	市町	宣伝活動として、海外の人が、日本を何で調べてから来るのか、検索ワードは何なのかなどを調査・分析し効果的な宣伝とする	DMO	接客指導、国際性のアドバイスなどの講習をする	
	民間事業者と連携し、様々な方法や解決方法を見つける 宣伝やサービスなどの改善					
	オリンピック・パラリンピックで使われているような、スポーツピクトグラムなどを活用し、海外の方に使用の仕方や注意を促すような案内看板を統一	市町 企業	オリンピック・パラリンピックで使われているような、スポーツピクトグラムなどを活用し、海外の方に使用の仕方や注意を促すような案内看板を統一			
	事業継承のハブとなる組織を設置する	企業	承継者を募り、経営を支援する			

2班 国際競争力の高い観光地域づくり  
観光客の来訪の促進

課題	県が何をする	誰が	何を	誰が	何を
観光地域づくりにおける多様な主体との連携	接客業等、直接外国人と接する人の意識改革と接遇の向上 県民全体意識の改革(多文化共生)	個人	受入れ側として、柔軟な対応ができるよう、外国人に優しい、語学力の向上などに取り組む	企業	大企業が海外へ進出 企業との連携で静岡の魅力を発信し訪日してもらう
他県、DMOとの連携	他県の観光地域との連携をDMOを介して促進する				
観光地域づくりにおける地元住民との連携	県民への観光資源の情報発信 県民が地元観光資源の理解や愛着を持つことが重要 学校教育、広報、メディア等により情報を入手 外部のエキスパートを呼び、草の根の活動をしている人達の情報を市町と共有する 地域住民の意識改革に取り組む	市町	県へと情報共有する	個人	地域の広報へ県の情報ページを増やす
観光地域づくり	観光地域とは何かという定義の設定、目的の共有、手段の多様化など、個々ではなく総力戦として考える	DMO 個人	観光地域とは何かという定義の設定、目的の共有、手段の多様化など、個々ではなく総力戦として考える		
	DMOと連携しシオ限定のお菓子を一般から募集	市町	特産のカキやイチゴを使うなど、地元の菓子屋に協力し製品をつくってもらう 広報などに載せる		
	評価者認定マーク等	その他	DMOに企画を持ち込む		
観光地域づくりと観光資源の情報発信	市町・DMOに情報発信の働きかけ	市町	地域内の歴史的資産の発掘		
観光地域づくり サイクルブーム終わらせないよう	DMOと連携してイベントや大会等を行う シールやのぼり旗により周知を図る	市町	ボランティアの募集や講習を行う 広報に掲載	地元 住民	多言語に対応した飲食店や温泉の手作りマップ
静岡県の魅力の情報発信					
観光資源の情報発信	DMOと連携し地図や切符の買い方の多言語マニュアルを作成	駅等	日本語を多言語に変換できる機械等を設置		
	あまり知られていない観光地を知ってもらうよう、冊子やSNSによる情報発信が必要 「静岡」ではなく静岡の「ここ」という個別地域を発信	市町 個人	多言語でのおもてなしができるようにする 言葉を学んで話せるようにする		
効果的な情報発信	わかり易い観光地紹介のHP 多すぎない情報量	市町 DMO	わかり易い観光地紹介のHP 多すぎない情報量		
情報発信の方法の多様化	SNSだけではなく、県外のアンテナショップの増設や、道の駅での広告を増やすことで、静岡県観光を周知				
静岡県の魅力を伝える	大都市圏で宣伝 アンテナショップの活用				
観光のマーケティング	ニーズをとりまとめる	DMO	ニーズに対する提案	地域	提案に対する供給
観光の窓口を広げる 観光資源を認知してもらう	各観光地の紹介ではなく、一元的、広域なチャンネルを立ち上げ、飲食・宿泊・交通手段まで紹介する	市町	各市町個別のチャンネルではなく、ひとつのチャンネルとするために利害関係を整理する	個人	観光と観光客の重要性を理解するとともに、多文化共生社会の実現に努力する
「世界水準の静岡県」の地域に根ざした観光資源の再認識と情報発信方法	静岡空港から遠州方面や伊豆方面など、観光客のニーズにあった有効な情報発信				
地域観光資源の地元における認知度向上	地元の魅力発掘的な授業の強化 子どもから発信するような仕組み	DMO	地元魅力を再発見してもらうような取組	地域	子ども会等において地元の魅力を気付いてもらうイベントをする ワークショップ的な地域の良いところ探しなど
認知度の向上 地元の人々が地域を知るためには	すでに実施している情報発信に加え、地域の人達にも観光情報等を発信し、口コミで広げる	市町 DMO	観光地域内にどのような観光資源があるか、地域に発信し理解してもらう		

2班 国際競争力の高い観光地域づくり  
観光客の来訪の促進

課題	県が何をする	誰が	何を	誰が	何を
認知度の向上 地元の人が地域を知るためには	県の観光情報を統括するポータルサイトを作成	個人	SNSで県民が参加する、参加できる		
	各自治体やDMOなどと連携を強化	教育機関	地域の歴史・文化を学習する機会を設ける	市町	シティープロモーションの推進
		教育機関	児童・生徒に課外授業で地域や地元を理解させる		
地域の人々が地域の観光資源を知らない		商業施設等	地域の観光資源を、インフォメーションセンター等で閲覧できたり、割引券、資料等を配布する		
地域の価値は十分あるが、もっとが必要		市町 個人	人の役割を考える 人材不足		
<b>観光人材の育成等</b>					
観光環境の向上 マナー、会話力	問題点を把握し、改善を指導する	市町 観光産業	人材の育成 観光案内企業等のガイドの育成		
観光人材の育成	社会人向けに観光大学等を開催 セミナーを行う	DMO	社会人を副業で雇用		
	DMOを活用し、県と市町で定例の話し合いを持つ ファシリテーターを派遣 細く長く続けられる組織作り	市町	DMOを活用し、県と市町で定例の話し合いを持つ ファシリテーターを県から派遣 細く長く続けられる組織作り	個人	静岡県人の気質が外の方の受け入れを難しくしているため、国際的に成長しなければいけない
個から複数人へのつながりをつくる	人材育成のノウハウを各地域に反映させる	市町 他	コミュニティ作り为本腰を入れ、問題点を洗い出し、活性化へとつなげるセミナー等開催		
<b>訪日外国人への日本文化等の発信</b>					
訪日外国人増加によるトラブルの増加	日本文化やルールの広報、wi-fiの整備 異文化対応の整備、ニーズや文化の理解	市町	看板や広報等の整備 異文化交流・教育の促進	個人	海外メディア、情報に触れる機会を増加
訪日外国人に対する相互理解	外国人観光客に向けたマナー・ルールの呼びかけ マニュアルを配布	DMO 等	事業者や地域住民に対して、外国人文化の紹介や 対応についての講習会を開催		
インバウンドへの対応	海外拠点や国等から、各地域の人間性や生活習慣、文化の情報収集を行い周知する	市町	海外の人達と触れ合う場を多く設置	個人 企業	地域のイベントに外国籍の人を受け入れる
	文化の違いからトラブルが発生するため、ルールを理解してもらうアピールが必要	市町 企業	インバウンド対応への対策をとる		
訪日外国人のマナー問題点	日本のルール等を映像やポスターなどで周知	企業	日本のルール等を映像やポスターなどで周知		
訪日外国人の増大に伴うマナー悪化 認知度の向上にもかかわる	観光情報発信のときに日本(静岡)の文化やマナーも同時に発信	地域	おもてなしで受け入れるとともにあわせてマナーも発信		
文化の違いによる問題	駅、空港などで日本文化の説明やパンフレットを配布	企業	キャッシュレス決済に対応する		
訪日外国人の増加による問題		DMO 観光協会 等	良い悪いではなく、文化の違いはあるため、受け入れの際に日本文化を伝える		
<b>地域住民の多文化共生意識の醸成等</b>					
インバウンドを推進する中で他国の基準等を知ることが必要	各国別のガイドラインを作成し、対応方法等を周知	個人	ガイドラインに基づき実践し、不具合項目をフィードバックする		
外国人に対する見方	外国人を受け入れることを周知				
異なる文化の外国人を受け入れる方法	DMOと連携し、地域住民に海外の文化や習慣などを周知	教育機関	異文化について、学生時代から触れたり交流をしたりする企画や機会を設ける		

2班 国際競争力の高い観光地域づくり  
観光客の来訪の促進

課題	県が何をする	誰が	何をする	誰が	何をする
訪日外国人への対応	外国人のニーズを把握し、事業者、地域の人に周知することで、観光に対する意識を高める				
	外国人受入れ体制の整備	個人	困っている外国人には話しかけ助け合う意識を持つ 翻訳アプリ等の活用	宿泊施設	多言語で対応できる人材の育成 翻訳アプリ等の活用
	外国人観光客におもてなしのサービスを提供すべき	個人	外国人観光客の静岡県に対する見方に良い影響を与えるよう、外国人観光客に対して、積極的に話しかける		
観光地域づくりに必要な教育 多文化共生のため	学校などで「思いやり」や「真心」を育む教育	市町 地域	地域それぞれの違い(歴史や文化など)を分かり合える教育		
個人がオープンマインドで接客する	おもてなしの基本づくり	個人	相手を知る、自分を知る、そして自分の心を開くために何が必要か提案する		
地域住民等との連携	訪日外国人旅行者の悪いところばかりではなく、良いところをもっとアピールして、地域の人に訪日外国人の良さを伝えて興味を持ってもらう	個人	外国人観光客が増えていることを認識して、それぞれの国の文化などを「知ろう」という意識を持つ		
	市町・観光関連企業向けに、他県の成功事例等をテーマとしたセミナーなどの開催	企業	観光振興マインドを育てる社員教育	個人	相手を理解する 自分の文化、やり方を押し付けない ある程度、あきらめることも必要と考える
	観光に関するセミナーの開催	市町	地域の住民の理解を深めることと、老人の方に協力をお願いする		
	観光地に関する情報発信 観光地の文化を伝える	企業 個人	観光地、観光客への理解 受け入れ体制をつくる		
	海外事業者等へ、静岡の旅行の案内と募集をしてもらう	飲食店 宿泊施設	多言語のメニュー等を用意 言葉の不便さを解消する 観光地のパンフレットや注意事項を多言語化		
	来訪者へ日本の文化、マナーの周知 受入れ側や県民には異文化に対する教育	個人	偏見を直し、良い面、文化の理解を深める		
	教育機関を活用し、学校→子ども達→親→祖父母という、観光地域づくりへ参画できる流れを作る	DMO	教育機関を活用し、学校→子ども達→親→祖父母という、観光地域づくりへ参画できる流れを作る	個人等	DMOに企画を持ち込む
地域住民との連携 観光客の増加による地域住民とのトラブル	国ごとの文化・習慣の違いを紹介する仕組みづくりや、事例集の発行 県民、事業者への啓発	個人	異文化の違いを認める 挨拶など、会話ができるようにする		
地域住民との連携 人口減少、観光人材が不足	担い手確保のため、学生インターンの受入れ等、人材育成を支援する 高校・大学のカリキュラムに観光やボランティアの授業を取り入れる	教育機関	担い手確保のため、学生インターンの受入れ等、人材育成を支援する 高校・大学のカリキュラムに観光やボランティアの授業を取り入れる		
その他					
DMOの有無、地域差	すべての市町を観光資源とする必要はない(戦略的不平等) 市町のよさを見出し、人気の観光地により力を入れる	DMO 市町	すべての市町を観光資源とする必要はない(戦略的不平等) 市町のよさを見出し、人気の観光地により力を入れる		

2班 国際競争力の高い観光地域づくり  
観光客の来訪の促進

課題	県が何をする	誰が	何をする	誰が	何をする
観光における地域格差	詳細な情報収集と分析	市町	県との連携		
	各地域に最適化した対応策の提案		地域を考えた上での現実的な施策の実施		
	伊豆地域でも季節ごとなど内容を細分化して調査	企業	ブランド化		
	観光人材の育成				
県と市町の方針の違い(観光業への重心差)	各市町が観光業にどの程度力を入れているか確認	市町	方針を明確にする	個人	自分の生活している地域に感心を持つ
観光地域づくりの推進		企業	そこにいかなければ購入できない地域特産等の限定品の販売	市町	ここでしか見られない美しい景観の維持 不要物の撤去
観光地域について	開発するのではなく、人口減少社会であることを利用して、廃校活用のような地元の気持ちを生かした地域づくりをする 一味違う観光資源にアレンジ				
観光周辺産業の包括的な支援	自然を守ることを踏まえて支援をしていく (グレートバリアリーフのようになると結果として人は来なくなる)				
景観の保全	MaaSを特定地域に整備する	企業	MaaSを特定地域に整備する		
	花の種や苗を配布する	市町 個人	花を植えたり活けたりする 花などを植えてあって、道路などがきれいだと事故・犯罪が減るなど安全な街となる		
		その他	遠州灘、伊豆の風力発電事業は、景観に悪い		
観光商品	売りたい商品ではなく、観光者が求める価値観やサービスを提供するため、ニーズの分析と生産力を向上させる	DMO 企業	売りたい商品ではなく、観光者が求める価値観やサービスを提供するため、ニーズの分析と生産力を向上させる		
旅行者のニーズに合わせた商品造成	県内各市町の観光客のニーズを把握し、データ化	市町	訪問する観光客のニーズを探るアンケートを実施	企業	ニーズに合わせて自社にフィットするモノ・コトを考え、商品化する
地域と連携した商品の開発	空港、港、新幹線等を利用したツアーの宣伝	DMO 企業	広域的な地域連携をしたツアーの提案		
地域と連携した食	場の提供	市町	場の提供	その他	しいたけ原木を山林で育て、菌打ちをしてしいたけを育てて食べる
地場産業を観光的に楽しみながら売り込む	広報	企業 他	浜松の織維、下駄、楽器を活用した観光 観光客が浴衣や下駄を着用し、盆踊りや市内観光を楽しみ、日本の文化に触れ、買っていただく		
優良な外国人旅行者の確保	大型客船を呼び込む	市町	品質の良い観光体験を提供し、旅行者の満足度の向上を図る		
国際競争力	資金、情報、コントロール等、国を活用する	市町	資源の発信等、県を活用する	個人	意識改革
海外資本の観光産業への係わり方	管理や指導体制の構築 問題点的確な把握				
その他		個人	県だけに任せず県民自らが動き出すことが重要 県民自らが動き出すことがあれば、県も積極的にサポートしていただきたい		