

令和2年度

「静岡県観光躍進基本計画」の実施状況

報告書

令和3年6月

静岡県スポーツ・文化観光部

「静岡県観光躍進基本計画」の実施状況について

スポーツ・文化観光部

静岡県観光振興条例第11条第4項の規定に基づき、平成30年3月に策定した「静岡県観光躍進基本計画」の令和2年度の実施状況を、以下のとおり報告します。

1 3つの基本方針に沿った事業の実施状況

「静岡観光躍進基本計画」における基本理念「住んでよし」と「訪れてよし」の好循環を生む観光地域づくりによる「心の豊かさ」と「経済的な豊かさ」の実現に向けて、「国際競争力の高い観光地域づくり」、「観光客の来訪の促進」、「観光人材の育成と来訪者の受入環境の整備」の3つの基本方針に沿った事業を実施した。

基本方針1 国際競争力の高い観光地域づくり

○ ウィズコロナにおける安全安心な観光地域づくりの推進

旅行者の価値観は、衛生面やソーシャルディスタンスへの取組を重視する傾向に変容しており、誘客の前提として安全安心な観光地であることが必要となっていることから、県は感染防止対策指針を策定し、宿泊施設や観光施設等が指針に基づいた感染防止対策を実践し、発信・拡散することで、本県への旅行の安心感を提供し、県内の感染状況に配慮しながら、観光需要の喚起を図った。

【指針の策定】

概 要	宿泊施設や観光施設等の感染防止対応指針の策定
公表日	令和2年5月26日（第2版 令和2年6月30日）
指針の内容	<ul style="list-style-type: none">・感染拡大防止対策の基本方針・新型コロナウイルス感染症の特性・感染予防対策（日頃の安全対策）・旅行者に感染が疑われる場合の対応・従業員やその家族に感染が疑われる場合の対応・風評被害の防止・参考資料（主な相談窓口、チェックリスト）
主な配布先	<ul style="list-style-type: none">・県ホームページ（各事業者においてダウンロードを依頼）・各市町内宿泊施設（約3,000施設）、観光施設（約700施設）・（公社）静岡県観光協会（市町観光協会（70団体）及び各会員）

【指針を踏まえた実践促進】

概 要	宿泊施設や観光施設等における感染防止対策の実践を促進するため、指針の内容を端的に説明する研修動画5編を作成し、動画サイトに公開 ほか
内 容	1 PR動画「静岡県 安全安心おもてなし宣言」 (本県への旅の安心感を伝えるダイジェスト動画)
	2 指針のポイントの概要説明 座学編 (指針第1～第3)
	3 指針のポイントの概要説明 座学編 (指針第4～第5)
	4 指針のポイントの概要説明 座学編 (指針第6～第7)
	5 県内事業者による感染防止対策 実践編 (3箇所程度の施設の感染防止対策の紹介)

【地域や関係団体での発信】

概 要	本県観光への安心感を県内外に発信し観光需要を喚起するため、感染拡大防止指針に基づく観光施設等の取組についての情報発信を支援
対象事業者	地域連携DMO、観光関係団体 (36団体、約23,000事業者)
取 組	地域独自認証制度策定、認証ステッカー、ポスター作成 事業者向け感染防止セミナーの開催 ほか
補助合計	36件 33,575千円

○ ホテル・旅館や観光施設への県等の個別訪問の実施

県内でのクラスター発生等を踏まえた今後の対応方針に基づき、県内宿泊施設の個別訪問を行った。

【県職員による個別訪問】

内 容	感染防止対策状況等の聞き取り
実施期間	夏季：令和2年8月26日～9月18日、冬季：令和3年1月12日～2月3日
実施箇所	夏季：50施設、冬季：20施設 計70施設
実施体制	観光交流局職員2名 ※地域局職員が適宜同行

【経営コンサルタント（中小企業診断士等）による個別訪問】

内 容	県内宿泊施設等の状況調査、感染症対策や経営に関する助言
実施期間	令和2年10月21日～3月31日
実施箇所	24施設
実施体制	アドバイザー3名、調査員6名

<DMOを核とした観光地域づくりの推進>

○ 地域におけるDMO形成の推進

マーケティングやマネジメントの強化により、戦略的な「観光地域づくり」を担う組織である県内のDMOなど、関係者が一堂に会する「静岡県DMO会議」を令和3年3月にオンラインにて開催し、各地域のDMO間の相互理解、連携強化を促進した。

会議では、各DMOのコロナ禍における取組報告や、東京2020オリンピック・パラリンピックの開催などを契機とした今後の国内外からの効果的な誘客促進に向けた意見交換などを行った。

【静岡県DMO会議の開催実績】

日 程	内 容
令和3年3月12日	各DMOの取組発表(令和2年度事業総括、令和3年度取組)、意見交換

【県内の日本版DMO登録状況】

	法人名	マネジメント区域
地域連携 DMO	(公社)静岡県観光協会 (静岡ツーリズムビューロー)	静岡県
	(公財)するが企画観光局	静岡市、島田市、焼津市、藤枝市、 牧之原市、川根本町、吉田町
	(公財)浜松・浜名湖 ツーリズムビューロー	浜松市、湖西市
	(一社)美しい伊豆 創造センター	沼津市、熱海市、三島市、伊東市、下田市、 伊豆市、伊豆の国市、東伊豆町、河津町、 南伊豆町、松崎町、西伊豆町、函南町
地域 DMO	(一社)伊豆市産業振興協議会	伊豆市

○ ワークेशनモデル事業の実施

観光地におけるワークেশンの導入を促進するため、利用者ニーズ等に関するアンケート調査を実施した。

県内4地域におけるモデル事業や必要な課題等の整理については、新型コロナウイルス感染症の状況も勘案し、令和2年度予算を繰り越して実施している。

項 目	期 間	内 容
アンケート調査 による類型整理	令和2年11月～ 令和3年1月	1,100者(首都圏及び中京圏居住者)を対象に アンケート調査を実施
モデル事業	令和3年3月～ 令和3年6月	市町の意向、特色を踏まえ、伊豆、富士山、 中部、西部の4地域(11市町)において、ワ ークेशन希望者を受け入れ、結果を検証 (合計300人泊)

○ 観光に関するデジタルデータの利活用の推進

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基に分析・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構築した。観光デジタル情報プラットフォームは、旅行者や観光施設等のデータを集積する「データ利活用基盤」と、そのデータを活用し、旅行者への情報発信等を行う「観光情報サイト」「観光アプリ」で構成する。

項目	機能
データ利活用基盤	<ul style="list-style-type: none"> 観光施設や旅行者データ等の蓄積（文化や食など、他分野のデータ蓄積も可能） ウェブサイトやアプリ等によるデータの活用
観光情報サイト	<ul style="list-style-type: none"> 閲覧者の嗜好に応じたお薦めスポット等の表示 閲覧者の周遊希望先をAIが分析し、モデルコースを作成 全県共通フォーマットによるスタンプラリーの作成・実施
観光アプリ	<ul style="list-style-type: none"> 旅行者データを参考に、各々のニーズに合わせた情報の提供 時期や周遊地域に合わせたお薦め情報のお知らせ機能（プッシュ通知）

(イメージ図)



○ 顔認証実証事業の実施

顔認証による非接触決済を導入した新たな「おもてなし」としての実証事業を実施し、ウイズコロナ時代におけるストレスフリーな旅行形態としての可能性について調査するとともに、県が開発している観光アプリの試行を実施した。

主催	静岡県
共催	公益財団法人浜松・浜名湖ツーリズムビューロー
時期	令和3年3月12日～3月29日
場所	浜名湖周辺 15 施設 (宿泊施設 2、飲食店 7、土産物店 1、観光施設 1)

○ 商品企画定着促進事業の実施

多様化する旅行者ニーズに合わせ、掘り起こした資源をアレンジし、付加価値を高めて商品として提供するため、県観光協会商品企画課に旅行商品づくりの専門人材を配置し、専門人材を介して商品造成を進めることで、売れる商品づくりを支援した。

【高付加価値化商品造成事業の実績】

団体名	事業名	内容
函南町観光協会	「見て楽しい・食べて美味しい・もらって嬉しいかなみチケット」の開発による誘客事業	町内周遊チケットの造成及び旅行会社等を通じた販売促進
(一社)伊豆市産業振興協議会	土肥桜を活用した新商品の開発による誘客事業	E-Bikeで土肥桜を周遊する商品の造成及びモニターによる実証、旅行会社等を通じた販売促進
かけがわ粟ヶ岳山麓農泊推進協議会	2大地域資源を活用した里山体験交流型ツアー造成事業	地域の2大資源(茶草場農法・東海道)を活用した宿泊商品の造成及び販売促進、モニターツアーの実施
(一社)河津町観光協会	河津町大鍋地区のわさび田を活用した新商品の開発による誘客事業	わさび農家とのわさび収穫体験・わさび試食ツアーの商品造成及びモニターツアー実施、販売促進
(公社)富士宮市観光協会	富士山トレッキングガイド商品造成事業	富士山周辺の観光資源をトレッキングガイドと回る旅行商品の造成、販売促進及びモニターツアーの実施
サバーソニック&アジロックフェスティバル実行委員会	海洋資源に感謝!ビーチクリーンで海の幸も美味しさ倍増!SDGsを学ぶスタディーツアー	ビーチクリーン・地元の海の幸を活用したSDGsを学ぶスタディーツアー造成、SNS・Web等による販売促進
(一社)CCCプロジェクト	国外向け教育文化体験商品開発及び教育文化機関へのPR事業	静岡の職人で行うそば打ち体験・畳づくり体験等の商品造成及び動画・Web等による販売促進

団体名	事業名	内容
(公財) するが 企画観光局	旅行商品「ふじのくに料理 屋キッチン」体験プランの 造成・情報発信	地域の食材・食の都づくり仕事人等 を活用した料理体験の商品化及び Web・旅行業者による販売促進
富土地域観光振 興協議会	新たに発掘した観光資源 を活用した商品造成	調査により発掘した観光資源を活用 した商品造成、モニターツアー実施、 ガイドトレーニング及び販売促進
NPO法人東海道 吉原宿	吉原宿をまるごと楽しむ ローカルアクティビティ 造成事業	吉原商店街の職人と行う握り寿司、 フレーバー緑茶づくり体験の商品 化、SNSを活用した販売促進
清水町ゆうすい 未来機構	柿田川公園を核とした新 商品造成による誘客事業	柿田川公園を活用したピクニック商 品造成、モニターツアー・アンケー ト調査の実施及び販売促進
舘山寺温泉観光 協会	「季節ごと世界各地ゆかりの植物と出 会えるトレッキング」商品の宣伝強化に よる浜名湖かんざんじ温泉の誘客事業	舘山寺温泉エリアマップを活用した トレッキング商品の販売促進
東伊豆町観光協 会	東伊豆まち温泉郷を彩る “色と香りの限定御朱印”	年間を通じた限定御朱印企画による 旅行商品造成及びパンフレット・旅 行業者による販売促進
熱海市	熱海における「温泉文化」 を体感できるコンテンツ 開発	ニーズ調査、温泉を活用した新商品 造成、モニターツアー実施及びSNS・ Web・旅行業者等による販売促進
(一社) エコロ ジック	新規プライベートグラン ピングを活用したSDGsを 学べる商品造成・販売促進	SDGsが可視化されたグランピングサ イトを活用した宿泊商品の造成、Web 等による販売促進
静岡県グリーン・ツ ーリズム協会志太 榛原支部	グリーン・ツーリズム宿泊 商品の販売促進	グリーン・ツーリズム体験の動画・ Webを活用した販売促進
西伊豆町観光協 会	伝説の「海の道」を歩く“堂 ヶ島トンボロ”体験ガイド ツアー！の商品化・販売事業	駿河湾フェリーや宿泊者を対象とし た堂ヶ島トンボロ現象のガイドツア ー造成及びWeb等による販売促進

○ グリーン・ツーリズムの推進

農山漁村地域における交流人口の拡大や地域経済の活性化を図るため、グリーン・ツーリズムや農泊地域づくり、静岡県農林漁家民宿の開業促進等に係る研修会の開催や専門家派遣を行ったほか、各農林事務所にて個別相談等を実施した。

【研修会の開催・専門家派遣の実績】

区分	内容	回数	参加人数
研修会	都市との交流促進、農家民宿の運営 コロナ禍に対応した取組 ほか	17回	324人
専門家派遣	SNSの情報発信、 農泊、施設連携による教育旅行等の誘致	2回	30人

【農林漁家民宿の開業（令和2年度開業5軒、令和3年3月末現在47軒）】

名称	所在地	開業日	定員
Farm House コウ	富士宮市	令和2年5月6日	4人
農家民宿 coco-rin	浜松市	令和2年6月1日	6人
うわの空	静岡市	令和2年7月1日	7人
大間のオッチャン家	静岡市	令和2年8月9日	9人
いつか	島田市	令和2年9月1日	5人

○ 映画・ドラマ等のロケ誘致及び観光資源化の促進

映画やテレビ番組等のロケーション誘致や制作をサポートするフィルムコミッションなどのロケ支援団体の取組を支援するとともに、ロケツーリズムによるロケを活用した地域振興を目指した取組を推進した。

【ロケツーリズム協議会】

実施日	会場	内容
令和2年8月6日	リーガロイヤルホテル東京	<ul style="list-style-type: none"> ロケツーリズムとは ロケ地 MAP の展開方法 ロケ対応の「三種の神器」について
令和2年9月24日	リーガロイヤルホテル東京 (オンライン)	<ul style="list-style-type: none"> ウィズコロナにおけるロケツーリズム ロケツーリズム事例発表
令和2年11月12日	リーガロイヤルホテル東京 (オンライン)	<ul style="list-style-type: none"> コロナ下におけるロケツーリズム
令和3年1月20日	リーガロイヤルホテル東京 (オンライン)	<ul style="list-style-type: none"> 本年度ロケツーリズム協議会を通しての成功事例の発表

<伊豆半島ジオパークの活用推進>

○ ユネスコ世界ジオパークの再認定に向けた取組

令和3年度の再認定に向けて、伊豆半島ジオパーク推進協議会への支援を通じ、世界に認められた伊豆半島の価値を保全するとともに、観光資源として活用することで、交流人口の拡大を通じた地域活性化を促進した。

令和2年8月には令和3年度のユネスコの審査に先駆け、日本ジオパークネットワークによる現地調査が行われ、「ユネスコから指摘された課題には、概ね応えている」と評価された。

【日本ジオネットワークによる現地調査】

調査日	令和2年8月17日～21日
調査員	2名（日本ジオパーク委員会委員長、糸魚川フォッサマグナミュージアム学芸員）
4年間の活動で評価される点	<ul style="list-style-type: none"> ・法人化に向けて、（一社）美しい伊豆創造センターと合併し、ジオパーク活動を展開する構想が進んでおり、行政レベルではすでに大筋の合意ができています。 ・ジオガイドがツーリズムだけでなく、教育現場や施設の運営、地域におけるジオパーク活動の主な推進役になっている。 ・予約なしでも参加できるジオツアーが石廊崎、浄蓮の滝などで展開されており、前知識のない観光客もジオパークに馴染める企画となっている。

○ 普及啓発と利活用の促進

高い専門性による学術活動や地質遺産の価値を伝えるジオガイドの養成及びジオツーリズムを通じた利活用による教育・普及に係る取組に対して支援した。

【伊豆半島ジオパーク推進協議会の活動実績】

調査研究と学術事業	学会等への参加及び発表、学術部会の開催 専門職員による各専門分野の研究活動の実施
ジオガイドの育成と積極的な活用	ジオガイド養成講座の開催 学校教育等におけるジオガイド活用の推進
学校教育との連携事業	小中高校の学校教育と連携し、授業や部活動等を支援
パートナーシップ戦略の促進	宿泊や交通事業者等が取り扱うガイドツアーや体験プログラム等の予約可能サイトの構築 静岡ガス株と地域振興等に係る連携協定締結（9月3日）
エコツーリズムの推進	エコツーリズム推進法に基づく推進全体構想の策定推進
国際交流の促進	チレトゥージオパークと地域振興等の協力覚書に基づく交流促進
国内再審査への対応	JGNによる国内再審査（現地調査等）の対応

基本方針2 観光客の来訪の促進

<地域資源を活用した誘客促進>

○ 「今こそ！しずおか!!元気旅!!!」による誘客促進

新型コロナウイルス感染症が拡大し、県内観光産業が大きな打撃を受けている中、観光産業の早期回復のため、感染状況に応じ対象者を限定した観光促進キャンペーン「今こそ！しずおか!!元気旅!!!」を実施した。

【インターネット予約サイトを活用した宿泊割引】

割引対象期間	対象者	利用実績(枚)
令和2年6月16日～8月2日	県民	12,785
令和2年7月22日～8月31日	中央日本四県民 (静岡、山梨、長野、新潟県)	13,984
令和2年10月6日～11月30日	全国	39,992
令和3年3月22日～5月5日	県民	3,349 (令和3年3月分)
計		70,110

【県内旅行者店舗における宿泊割引】

割引対象期間	対象者	利用実績(人泊)
令和2年6月22日～8月31日	県民	17,506
令和2年10月1日～令和3年1月8日		14,762
令和3年3月8日～5月21日		7,707 (令和3年3月分)
計		39,975

○ 観光施設等の周遊促進

観光施設等の周遊促進のため、対象観光施設でスマートフォンアプリLINE画面を見せると特典がもらえるデジタルカードラリーを実施した。

【デジタルカードラリー”ぐるっと”しずおかラリー】

実施時期	対象者	参加施設数	参加者数
令和2年7月10日 ～8月31日	静岡県民 山梨県民	135 施設	9,346 人 (うち応募者 2,870 人)

○ **新しい生活様式に対応する地域や団体の取組に対する助成**

静岡県内において、地域や団体等が独自に実施する、ウィズコロナ時代に対応した観光地域づくりの促進を目的とした広域的な取組を支援した。

補助金名	新しい生活様式に対応した観光地域づくり・誘客促進事業費補助金
補助率	2 / 3 (上限 10,000 千円)
補助金	20,429 千円 (9 団体)
補助対象者	(1) 地域連携DMO (2) 2以上の市町と地域観光関係団体が組織する団体 (3) 2以上の市町の区域において事業を行う全県的な観光関係団体 (例：県旅館組合、県観光協会等)

○ **交通事業者による誘客・周遊促進事業費補助金**

静岡県内において、交通事業者が市町や地域観光関係団体等と連携する取組を支援し、観光客の誘致・周遊促進を図った。

補助金名	交通事業者による誘客・周遊促進事業費補助金
補助率	1 / 2 (下限 1,000 千円、上限 50,000 千円) ※うち運賃割引に係る経費は 10/10、上限 3,000 千円
補助金	23,187 千円 (9 交通事業者)
エリア	2 市町以上
補助対象者	(1) 鉄道事業法による鉄道事業者 (2) 道路交通法による運送事業者 (3) 海上運送法による一般旅客定期航路事業者 (4) 航空法による国内定期航空運送事業者

○ **駿河湾フェリーの利用促進**

県道 223 号 (清水・土肥航路) を活用した環駿河湾地域の周遊観光を促進するため、地域の魅力向上に取り組むとともに、フェリーを活用した県内周遊の促進を行った。

また、令和 3 年 2 月、新型コロナウイルス感染症の影響による大変厳しい経営環境の中、(一社)ふじさん駿河湾フェリーと静岡県、環駿河湾地域の 3 市 3 町は、安定的な事業継続に向け、経営改善戦略を策定した。

【駿河湾フェリーの利用状況】

(単位：人、台)

区分	旅客数		車両台数				輸送人員
		二輪		乗用車	バス	トラック	
令和 2 年度	56,234	3,177	23,787	23,213	460	114	80,021

【環駿河湾地域の魅力の向上（環駿河湾観光交流活性化協議会）】

項目	内容
観光交流促進事業	<p>環駿河湾地域3市3町の観光施設等と駿河湾フェリーを組み合わせたモデルコースを造成し、関連リーフレット、ノベルティの製作及びホームページへの掲載を行った。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・モデルコース：日帰りコース4本、宿泊コース2本 ・リーフレット：4,000部発行 ・ノベルティ：4,000個製作
広告宣伝事業	<ul style="list-style-type: none"> ・インスタグラム及びツイッターを活用したフォトコンテスト「駿河湾フェリーと絶景の静岡・伊豆フォトコンテスト」を開催し、地域の魅力を発信した。（応募件数538件、受賞作品42点） ・域内観光地及びグルメ情報等を掲載したガイドブック「船旅ツアーガイド」の発行（40,000部） ・環駿河湾地域3市3町及び駿河湾フェリーの魅力を伝える、360°VR動画の制作、発信（動画本数13本）

【県内周遊促進のための運賃半額キャンペーン】

実施期間	対象	利用条件	利用実績（人）
令和2年7月1日～ 8月31日	中央日本四県民 (静岡、山梨、長野、新潟※)	—	20,868
令和2年10月1日～ 令和3年1月31日	全国	県内宿泊または観光施設 2ヶ所以上の立ち寄り	32,764
令和3年3月10日～ 5月16日	県民	県内宿泊または観光施設 2ヶ所以上の立ち寄り	4,413 (令和3年3月分)
計			58,045

※長野県、新潟県は7月22日から対象に追加

○ 誘客の実効性を高める指導・助言

商品企画や広報等の専門的なスキルを持つ「ふじのくに観光振興アドバイザー」を登録（令和2年度末40人）し、観光客を誘客するための事業を実施する市町や団体に対し、アドバイザーの派遣を行っている。（ただし、令和2年度は、派遣依頼のあったアドバイザーが首都圏在住であったため新型コロナウイルス感染症の感染状況を考慮し、派遣を見合わせた。）

○ 旅行商品の企画と販売支援

旅行商品の企画に精通した「しずおかツーリズムコーディネーター」を公益社団法人静岡県観光協会に設置し、主に大都市圏や富士山静岡空港就航先の旅行業者に対する本県向けの旅行商品の企画・販売支援を行った。

【しずおかツーリズムコーディネーターの活動実績】

項目	概要
旅行会社への営業活動	大都市圏及び富士山静岡空港就航先の旅行業者を訪問し、商品造成・販売の働き掛けや情報提供を実施 延べ634件（首都圏153件、中京圏32件、関西圏277件、北海道69件、福岡58件、出雲2件、熊本2件、沖縄3件、長崎1件、その他37件（いずれも延べ数））
ワンストップサービス	旅行会社に対し県内の現地情報を一元的に提供 (483件（月平均40.3件）)
旅行商品の企画・販売支援	延べ338件 <ul style="list-style-type: none"> ・ 富士山静岡空港（国内線）を利用し、県内宿泊を含む旅行商品に対する貸切バス代助成（5件） ・ 国内各地を発地とした県内宿泊2泊以上の滞在型旅行商品に対する貸切バス代助成（12件） ・ 富士山静岡空港を利用する個人旅行者を対象とした県内宿泊・周遊促進（319件） ・ 上記取組の周知活用に係るパンフレット・チラシ等広報宣伝物の制作、上記助成制度を活用した旅行商品等の販売促進にかかる観光展への参加等（2件）
県内観光関係者への助言	着地型旅行商品の販売・受入れに取り組む団体等への助言 (511件)

○ 教育旅行の誘致

感染症の影響により、教育旅行の行き先を首都圏や関西圏から県内や近隣県等へ変更する動きがある中、県内観光産業の活性化を図るため、感染の落ち着いている近隣県（山梨県・長野県）の学校関係者や旅行業者等を対象とした教育旅行説明会を開催した。

地区	日程	参加者数
長野県（松本市内）	令和2年12月17日	15名
山梨県（甲府市内）	令和2年12月18日	36名

<静岡県の魅力の情報発信>

○ 広域観光キャンペーンの推進

県や市町、観光協会等で構成する大型観光キャンペーン推進協議会が、感染拡大防止のためオンラインでの商談会の実施を通じて誘客プロモーション活動を行った。

【ふじのくにしずおか観光大商談会】

地 区	日 程	団体及び参加者数
首都圏（東京都千代田区）	令和2年10月14日	110団体、111人 （うち首都圏34団体、35人）
中京圏（愛知県名古屋市）	令和2年10月27日	80団体、81人 （うち中京圏12団体、13人）
関西圏（大阪府大阪市）	令和2年10月27日	84団体、84人 （うち関西圏16団体、16人）

○ ふじのくに観光大使・観光公使による本県の魅力発信

本県ゆかりの芸能人等、発信力のある方を「ふじのくに観光大使」、又は「ふじのくに観光公使」に委嘱し、国内外への本県の魅力発信を図った。

【「ふじのくに観光大使」及び「ふじのくに観光公使」の設置状況】

区 分	役 割	設置人数
ふじのくに観光大使	静岡県のイメージの向上	芸能人等 9人
ふじのくに観光公使	発信力ある方による観光PR	経済界等での活躍者 26人

○ 観光案内所の運営

観光案内所（県観光協会本部、東京、名古屋、大阪案内所）の運営を（公社）静岡県観光協会へ委託し、観光案内及び本県観光魅力の情報発信を行った。

令和2年度にインターネットの普及による旅行者の情報収集手段の変化に伴い、観光案内所の対面案内サービスの見直しを行い、一般客への観光案内機能を本部に集約するとともに、営業拠点機能の強化を図るため、東京、大阪に、新たに観光営業所を設置した。

【各案内所における案内実績】

区 分	本部	東京	名古屋	大阪	合 計
訪問者数（人）	1,558	5,763	1,862	149	9,332
案内件数（件）	762	5,234	1,762	101	7,859
電話問合せ数（件）	6,074	706	410	64	7,254

○ 静岡県観光情報ホームページ「ハローナビしずおか」による情報発信

本県への旅行需要の増大を図るため、(公社)静岡県観光協会のホームページ「ハローナビしずおか」において、本県の新しい魅力や旬の情報を発信した。

また、観光デジタル情報プラットフォームと連携し、スタンプラリー機能やAIによるモデルルートの作成機能を実装した。

【「ハローナビしずおか」の掲載内容とアクセス数】

言語	日本語、英語、韓国語、中国語（簡体字、繁体字）	
掲載内容	日本語	イベント 926 件、宿泊施設 1,142 件、観光施設 1,646 件など
	外国語	イベント 0 件、宿泊施設 212 件、観光施設 304 件など
アクセス状況	令和2年度：4,014,739 件（1日平均 10,999 件） しずおか元気旅宿泊割引（349,483 件）、富士山ビュー（62,686 件） モデルコース（41,100 件）、観光スポット（39,603 件） など	

○ SNSを活用した情報発信

新型コロナウイルス感染症拡大により、大きな打撃を受けている県内観光産業を支援するため、県内観光への動機付けとして、県民向けに「バイ・しずおか ～今こそ！しずおか！！元気旅!!!～静岡の魅力・再発見☆フォトキャンペーン」を開催した。

【Instagramを活用したフォトコンテストの実施状況】

応募期間	投稿作品数
令和2年6月12日～8月31日	2,760 件

○ プラサヴェルデの管理運営

新型コロナウイルス感染症の影響により、特措法に基づく緊急事態措置に係る休業要請があり、令和2年4月21日から令和2年5月24日まで利用を一時停止した。再開に当たっては、チェックシート配布し、催事の衛生対策の確認を行った。

なお、令和2年度の貸出日数（貸出可能日数）は2,667日（4,660日）となっており、新型コロナウイルス感染症等の影響により941件のキャンセルがあった。また、外部有識者による令和元年度の管理運営状況の評価は2.8点（5点満点）であった。

【主な感染防止対策】

区分	内容
3密対策	<ul style="list-style-type: none"> ・催事主催者による窓開放等による換気の実施 ・各施設の収容人数の制限 ・共用スペース等の利用を停止
その他の衛生対策	<ul style="list-style-type: none"> ・来館者の手が触れる箇所の消毒や清掃の強化 ・チェックシート配布による催事の衛生対策確認

【管理運営状況の評価】

評価日	令和2年12月24日
評価対象期間	平成31年4月1日から令和2年3月31日まで
評価結果	2.8点（5点満点）

○ 日本平夢テラスの管理運営

新型コロナウイルス感染症の影響により、特措法に基づく緊急事態措置に係る休業要請があり、4月18日から5月18日まで利用を一時停止した。閉館中はスタッフの接客マナーの向上や各マニュアル見直しなどを実施し、再開後により質の高い接客ができるよう準備を整えた。

なお、日本平夢テラスの令和2年度の来館者数は、334,377人となっており、平成30年11月の開館以降1,850,318人の来館者があった。外部有識者による令和元年度の管理運営状況の評価は90点（100点満点）であった。

また、駐車場からのアクセスは一部が急な坂道となっており、来館者の移動支援に係る検討のため、カートの試乗走行実験を行い、令和3年度からの導入に向けた検討を行っている。

【主な感染防止対策】

区分	内容
3密対策	<ul style="list-style-type: none">・ 出入口の常時開放による換気の実施・ 館内への入館人数制限の実施・ 館内を一方通行とし来館者同士の接触を避ける
その他の衛生対策	<ul style="list-style-type: none">・ 手指消毒液の設置とカフェ客席の除菌消毒・ サーモグラフィーの設置・ 来館者の手が触れる箇所の消毒や清掃の強化

【日本平夢テラス外部評価委員会の結果】

評価日	令和2年12月22日
評価対象期間	平成31年4月1日から令和2年3月31日まで
評価結果	90点（100点満点）

【令和2年度電動カートの運行実証実験結果】

目的	夏秋冬、各30日間程度、実際に料金徴収を含む運行実証実験を行い、季節、気候、天候、曜日等及び料金徴収が及ぼす影響や、幅広い客層からのニーズを確認する
実施時期	令和2年8月8日～26日、11月3日～12月7日、 令和3年3月8日～15日
走行区間	日本平駐車場 ⇄ 日本平夢テラス正面入口（片道約200m区間）
結果概要	<ul style="list-style-type: none">・ 獲得票数:4,762名（カート利用者3,432名、周辺歩行者1,330名）・ カート運行の是非：利用者の99.0%、歩行者の98.1%が肯定意見・ 利用者の72%が100円妥当／22%が安く感じる（もっと高くても可）

<戦略的なインバウンド施策の推進>

○ 静岡ツーリズムビューローによる市場特性に応じた効果的なマーケティング活動

外国人観光客誘致の中核を担う県域DMO「静岡ツーリズムビューロー」による各市場特性に応じたメディアや旅行会社の活用、JNTO（日本政府観光局）との連携など、外国人観光客のニーズを踏まえたプロモーション活動等を支援した。

「県内外国人宿泊者数」は、入国制限の影響で令和2年において、総数約25万人（対前年比9.9%）（速報値）であり、大幅に減少した。

【市場別のプロモーション実績】

市場		プロモーション内容
重点市場	香港	・ JNTO 香港と連携し、オウンドメディアを通して本県の情報を発信（8月）
	タイ	・ 高所得者層を対象として現地旅行会社へ、ドライブ・グルメなどテーマ性のある旅行を提案（3月）
	豪州	・ JNTO 主催旅行会社向けウェビナーに参加（9月・10月・11月） ・ オーストラリアテレビ局料理番組「エブリディグルメ」にて本県の食材を活用したテレビ番組の制作支援（1月）
開拓市場	カナダ	・ オンラインイベント（Japan Festival CANADA）への参加（8月） ・ 静岡のお茶がテーマのオンラインバーチャルツアーを提供（8月）
	米国	・ JNTO 主催ウェビナー登壇、オンライン商談会参加（6月・10月・11月・3月） ・ 「TOKAIDO」をテーマとしたウェビナーを実施（6月）
	フランス	・ お茶をテーマとした旅行会社向けウェビナー実施（3月）
	ドイツ	・ オンライン国際旅行博「ITB Berlin in NOW」に出展（3月） ・ 世界最大の日本映画祭「ニッポン・コネクション」に参加（6月）
	英国	・ 富士山三島東急ホテル開業オンラインイベント参加（7月） ・ 旅行会社対象ウェビナー実施（8月）
保持市場	中国	・ 上海高島屋で実施された「ちびまる子ちゃん展」での「静岡デー」実施（9月）
	韓国	・ 「富士山絶景トレッキング」をテーマにウェビナーの実施（7月）
	台湾	・ 市場マーケティングレポート作成（5月）

○ T S J 評価・意見交換会

県のインバウンドに関する中期目標や、T S J の戦略及び業務状況等について、専門的な立場から助言・提言をいただくため、T S J 評価・意見交換会を開催した。

【T S J 評価・意見交換会の開催実績】

評価日	令和2年10月14日
場 所	県庁別館9階 特別第二会議室
委 員	【委員長】小堀 守 氏（独立行政法人国際観光振興機構参与） 【委 員】大久保 あかね 氏（静岡県立大学経営情報学部観光マネジメントメジャー教授） 大石 人士 氏（一般財団法人静岡経済研究所シニアチーフアドバイザー） 山田 桂一郎 氏（JTIC.SWISS（日本語インフォメーションセンター）代表）
議 題	・数値目標の進捗状況、T S J の事業説明 ・次期T S J 戦略の策定に向けたインバウンド施策
意 見 概 要	・組織や予算、限られたリソースの制約の中、非常によくやっている。 ・この予算規模と人員でよくこの成果が出せるというのが正直な感想。 3年間通してみると、100%、100点というよりは、それ以上の点をつけても差し支えないのではないかと考えている。

○ 外国人旅行者への商品企画及び販売促進

地域の観光資源の発掘や商品化を支援し、外国人旅行者のニーズに合致した高質な観光体験プログラムを予約サイト「Mount Fuji Travel」に掲載した。

【商品企画及び掲載実績】

区 分	内 容
Mount Fuji Travel	86 商品掲載（令和3年3月現在） ・朝霧パラグライダー体験、下田サーフィン講座 ほか

○ 訪日教育旅行誘致及び受入支援

誘致とともに県教育委員会等と連携しながら、学校交流の調整等を行うが、令和2年度については新型コロナウイルス感染症拡大の影響により受入実績はなかった。

○ 多言語コールセンターの設置

本県への訪日外国人旅行者の取り込みを図るため、「静岡県インバウンド多言語コールセンター」を開設し、受入施設の外国語対応を支援した。

項 目	内 容
時 期	令和2年4月1日～令和3年3月31日
サービス内容	電話通訳、翻訳（10言語）
利用料金	無料
令和2年度 利用実績	登録事業者数：974件 利用実績：349件（うち通訳：37件、翻訳：312件）

基本方針3 観光人材の育成と来訪者の受入環境の整備

＜観光人材の育成＞

○ デスティネーションマーケティング研修の実施

TSJと連携し、マーケティングやマネジメントに関する知見や経験を有し、観光地域づくりの中核を担うことができる人材育成に取り組んだ。

【マーケティング研修（オンラインセミナー）】

開催日	テーマ	参加者数
令和2年4月28日	旅行停滞期におけるTSJの考え方と取組	100人
令和2年5月12日		63人
令和2年6月16日	新しい旅行市場潮流を見据えたTSJのマーケティング戦略	82人
令和2年6月25日	Sustainableな地域発展、これからのResponsible travel	64人
令和2年6月30日	今こそ情報発信ー地域と旅行者を結びつける広報ー	57人
計		366人

【ライフツーリズムフォーラム（オンライン収録・youtube配信）】

開催日	テーマ地域	内容	参加者数
令和3年2月22日	伊豆	地域を取り巻く自然環境やそこに暮らす人々の生活文化の価値を見直す機会として、識者の基調講演とパネルディスカッションを実施	214人
令和3年3月2日	浜松		227人
令和3年3月8日	富士山周辺		437人
令和3年3月17日	全域（総括）		275人
計			1,153人

○ ホスピタリティスキルの向上

訪日外国人旅行者の増加など観光客の属性や価値観、ニーズが多様化する中、宿泊施設などを対象に、上質できめ細やかに旅行者を受け入れるため、ホスピタリティスキルの向上を図るおもてなし研修などを実施するとともに、県内各地で活動している観光ボランティアガイドによる地域の歴史や文化を伝える取組を推進した。

【宿泊事業者を対象とした研修実績】

区分	内容	参加者数
おもてなし研修	接客マナー向上、情報発信とSNSの活用など	15回 350人
外国人対応力向上研修	接客英会話WEBセミナー	11回 33人
経営研修	旅館の新しい生活様式、OTAからの脱却など	10回 194人

【観光ボランティアガイドによるおもてなし体験イベント実績】

イベント	実施団体	参加者数
県民の日（8月）	14 団体	369 人
富士山の日（2月）	10 団体	531 人

※県内に登録する全国通訳案内士及び地域通訳案内士への研修は、令和2年度から登録研修機関による研修が行われるようになったことから、県が実施する研修会は開催しなかった。

○ 観光を通じた人材育成

観光に対する興味や理解を教育の早い段階から促し、地域の魅力を発信できる担い手を育成するため、NPO法人子ども未来と協働し、「ふじのくに子ども観光大使認定講座」を開催した。

【令和2年度ふじのくに子ども観光大使認定講座開催実績】

開催回数	全9回（袋井市、掛川市、富士宮市、沼津市、焼津市、静岡市、三島市、浜松市、浜松市） ※11回予定（2回中止）
認定者数	29人（延べ370人）
認定状況	子ども観光大使：7人（延べ235人） 三ツ星子ども観光大使：22人（延べ135人）

○ 観光人材の確保

宿泊業を中心とする観光業は、他産業より従業員の高齢化が進むとともに、離職率が高い状況にあり、若手従業員の確保が課題となっていることから、経済産業部が設置するコーディネーター8人に加え、伊豆地域にコーディネーター1人を配置し、宿泊事業者を中心とする観光事業者の雇用改善に向けた支援を実施するとともに、若手従業員等の定着促進に向け、同世代間の人脈づくりや地域産業の担い手としての意識醸成を図るための研修会の開催を支援した。

【コーディネーターによる雇用確保実績】

目的	中小の宿泊事業者等に対する雇用支援（設置場所：下田総合庁舎）
業務内容	・事業者訪問による企業の課題整理や勤務条件等の明確化 ・合同企業説明会への参加等、採用活動の代行 等
採用人数	71人（賀茂地域69人、伊東地域2人）

【研修会等の開催支援実績】

実施団体	実施日	受講者数
熱海商工会議所	令和2年9月24日、令和3年3月1日	34人
修善寺温泉旅館協同組合	令和2年10月6日～7日	20人

<ユニバーサルツーリズムの推進>

○ ユニバーサルツーリズムの推進

あらゆる観光客が安心して旅行することができる環境の整備を促進するため、宿泊施設等バリアフリー化推進事業費補助金を活用し、宿泊施設や観光施設のバリアフリー化を支援した。

なお、新型コロナウイルス感染症の拡大防止のため、研修会は実施しなかった。

【令和2年度宿泊施設等バリアフリー化推進事業費補助金の実績】

補助施設数	4 施設
補助額	1,893 千円
補助内容	食事会場への机や高座椅子等の導入

<安全、安心で快適な観光地域の整備>

○ 景観と調和した観光地域づくりの整備促進

県内観光資源の魅力向上に向けて、県有観光施設において環境の保全やユニバーサルデザインに配慮した整備や維持管理を行うとともに、市町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事業に対して助成した。

【観光施設整備の実績】

項目	内容
市町への助成	県内観光地域の魅力を高めるため、観光施設の整備を行う市町へ助成（12市町 18箇所）
多言語表記観光案内看板の更新など	県内の主要な観光地等を広域的に紹介する「多言語表記観光案内看板」を整備（更新:90基）
県有観光施設の改修・管理	南伊豆歩道、伊豆山稜線歩道等の施設整備や適正な維持管理の実施（整備 11 箇所、補修 6 箇所）

○ 3次元点群データの利活用促進

交通基盤部が主体となり全庁横断的に取り組んでいるスマートガーデンカントリー“ふじのくに”モデル事業の一部として、ジオサイトの3次元点群データ測量を実施し、取得したデータを活用したVR空間を構築した。

区分	箇所数	ジオサイト名
3次元点群測量	10 箇所	鮎壺の滝、丹那断層公園、大室山、浄蓮の滝、河津七滝ループ橋 ほか
VR構築、運用	12 箇所	橋立大淀・小淀、竜宮窟、鮎壺の滝、丹那断層公園、大室山、浄蓮の滝 ほか

○ 安全、安心で快適な観光地域づくりの推進

宿泊事業者に対し、新型コロナウイルス感染症予防対策について研修会を実施した。

また、外国人観光客に対して災害情報提供アプリの利用促進などに取り組むとともに、多文化共生課が災害時に庁内に設置する県災害時多言語支援センターにおいて、外国人県民や外国人旅行者からの問合せに対応できる相談員を配置した。

【宿泊客安全対策研修の開催実績】

実施日	会場	受講者数
令和2年7月15日	静岡	19人
令和2年7月28日	浜松	25人
令和2年8月26日	沼津	35人

【外国人観光客の安全確保に関する取組】

項目	内容
訪日外国人旅行者向け 災害情報提供アプリ Safety tips の利用促進	観光協会の英語版ホームページへの掲載により、災害時において、外国人観光客が常にダウンロードできる体制を確保
災害対策計画の策定	市町担当者説明会等の機会を活用し、観光客の災害対策計画等を策定

【災害時多言語支援センターの設置】

名称	県災害時多言語支援センター
相談内容	災害に関する情報、交通情報、避難所情報 等
相談員	多言語で相談対応できる外国人県民
対応言語	ポルトガル語、フィリピン語、英語、中国語、ベトナム語、韓国語、スペイン語、インドネシア語、日本語

2 数値目標の達成状況

項目		平成30年度 (2018年度)	令和元年度 (2019年度)	令和2年度 (2020年度)	令和3年度 (2021年度)		
総合計画 指標	8	県内旅行消費額	7,350億円	7,057億円	2021年8月 公表予定	7,500億円	
	-	宿泊客数	1,997万人泊	1,960万人泊	2021年8月 公表予定	2,200万人泊	
	1	外国人宿泊者数	179万人泊	249万人泊	【速報値】 25万人泊	300万人泊	
	-	本県の旅行に 大変満足した旅行者の割合	34.2%	37.4%	41.5%	50.0%	
	8	DMOを核とした観光地域 づくりを推進する市町数	22市町	22市町	22市町	全市町 (35市町)	
	-	旅行中のレジャー活動に 占める体験型観光の割合	31.1%	34.4%	33.8%	40.0%	
	(1)	伊豆半島ジオパークの ジオツアー参加者数	36,568人	35,621人	11,070人	10,000人	
	8	県の支援により造成された 本県宿泊旅行商品数	3,459商品	7,200商品	2,629商品	3,500商品	
	-	静岡県観光情報HP 「ハローナビしずおか」訪問数	325万PV	345万PV	401万PV	670万PV	
	(2)	静岡ツーリズムビューロー が取り扱う旅行商品成約額	3,169万円	3,192万円	19万円	1億6,000万円	
	8	観光人材育成研修会 参加者数	8,377人	9,596人	10,618人	10,000人	
	-	ユニバーサルツーリズムに 関する研修会参加者数	99人	165人	165人	400人	
	(3)	観光地域づくり整備計画 策定数	17計画	累計24計画	累計33計画	50計画	
	管理 指標		観光交流客数	1億5,342万人	1億4,716万人	2021年8月 公表予定	1億7,000万人
			地域への誇り、愛着を持つ 県民の割合	83.5%	81.9%	86.6%	90.0%
		県内産食材の調達率が 5割以上の宿泊施設の割合	44.7%	46.9%	49.2%	50.0%	
		農林漁家民宿宿泊数	3,071人	4,363人	1,842人	3,000人	
		「ぜひもう一度訪れたい」 旅行者の割合	60.9%	63.5%	63.3%	70.0%	
		地域の魅力を 紹介できる人の割合	74.6%	72.3%	75.2%	90.0%	

(評価)

○ 数値目標

「県内旅行消費額」「宿泊客数」については、令和2年度（2020年度）の実績値がまとまっていないが、新型コロナウイルス感染症の影響により宿泊者数が大きく落ち込んでおり、かつてない厳しい状況にある。

「外国人延べ宿泊者数」については、平成31年度（2019年度）までは、静岡ツーリズムビューロー（TSJ）による、ラグビーワールドカップ2019日本大会開催に伴うプロモーション等の取組により順調に推移していたが、令和2年度は新型コロナウイルス感染症の影響で海外からの入国が制限されたため、前年比90.1%減（速報値）と平成19年の調査開始以来最低の数値となった。

○ 国際競争力の高い観光地域づくり

新型コロナウイルス感染症の影響により旅行需要が大きく低下する中、感染防止対応指針を策定して、宿泊施設や観光施設等が指針に基づいた感染防止対策を実践し、発信・拡散したことで、県内外に対して本県への旅行の安心感を提供でき、その後の誘客事業を効果的に実施することができた。

また、旅行者の行動変容等を踏まえたビジネスモデルの見直しや、新たな旅行スタイルの導入、デジタル化の推進などについて、「静岡県DMO会議」などを通じて県内の観光関連団体等と共有するとともに、ワーケーションの受入促進に向けたモデル事業の実施や、デジタルマーケティングの導入に向けた観光デジタル情報プラットフォームの構築など、アフターコロナ時代における観光産業の持続的な発展に向けた取組が推進できた。

伊豆半島ユネスコ世界ジオパークについては、令和3年度の再認定に先立ち、日本ジオパークネットワークの事前調査を受けた結果、認定時の課題は概ね応えているとの評価であり、再認定に向けた取組は順調に進んでいる。

○ 観光客の来訪の促進

令和2年5月の本県の宿泊客数は対前年比18.6%（速報値）まで落ち込んだが、感染防止対策を実践する観光関係者等への支援を実施した上で、令和2年6月以降、県民や近隣県の県民などを対象とした観光促進キャンペーン「今こそ！しずおか!!元気旅!!!」を順次展開し、延べ約11万件の利用があった。

また、県内観光施設を巡り周遊を促進するデジタルカードラリーでは9,300人を超える参加があるなど、市町や観光関係団体等と連携し、感染防止対策を踏まえた上での需要回復に取り組んだことで、（第3波が到来する直前の）令和2年11月には、全国の宿泊客数が対前年比69.5%（速報値）である中、本県の宿泊客数は対前年比79.5%（速報値）まで、全国よりも10ポイント以上回復させるなど、大きな成果があった。

さらに、駿河湾フェリーにおいては、県の誘客促進事業と呼応し、半額キャンペーンなどの乗船促進を実施することで、令和2年8月の乗船者数は、対前年比167%を達成するとともに、船の魅力や利便性の向上を目指した経営改善計画を策定し、3市3町と連携した利活用促進に取り組んでいる。

○ 観光人材の育成と来訪者の受入環境の整備

新型コロナウイルス感染症の影響により、県内の観光関連事業者等に先の見えない不安感が広がる中、静岡ツーリズムビューロー（T S J）は、いち早くオンライン研修を導入し、延べ366人の県内観光関連事業者等に対して、旅行停滞期における準備やマーケティングスキルの向上などを図った。

また、県内観光地域の魅力を高めるための観光施設整備を行った12市町に対して助成を行ったとともに、県内の主要な観光地等を広域的に紹介する多言語表記観光案内看板の更新を90基行ったことで、県内各地の景観と調和した観光地域づくりの整備を促進した。

（改善）

本県の観光産業の持続的な発展に向けては、安全安心な観光地域づくりとともに、コロナ禍による社会環境の変化や旅行者の行動変容に対応した新たな観光需要の創出や、観光サービス等の高付加価値化による旅行消費額の増大を図っていくことが重要である。

このため、まずは、県内の観光関連事業者の感染防止対策の実践状況を発信するなど、県内外に本県への旅行に対する安心感の醸成を図っていく必要がある。

また、新たな観光需要の創出として、観光地におけるワーケーションの受入促進など、週休日や年末年始等に偏っている宿泊施設の稼働率の平準化を図っていく。

さらに、旅行者が、少人数による行動や非接触によるサービスを選択する傾向に変容しているため、個人向けの高品質なコンテンツや、豊かな自然を楽しむ開放感のある周遊型商品など、県観光協会の専門人材と連携して、高付加価値を有した地域の旅行商品づくりを支援していく。

加えて、感染状況やG o T oトラベルの実施状況を踏まえて、本県独自の観光促進事業を展開することで、確実に旅行需要を取り込み、県内の観光産業を支援する。

こうした取組を進めるためには、多様化する旅行者ニーズに沿った旅行商品の提供を行うためのマーケティングの強化が重要であることから、観光デジタル情報プラットフォームを活用し、旅行者の性別や年齢区分に応じた嗜好等を分析し、観光事業者等に提供するなど、デジタルマーケティングを推進していく。

なお、訪日外国人旅行者の本県への受け入れについては、静岡ツーリズムビューロー（T S J）が構築してきた国内外のパートナーシップやDESTINATIONマーケティングにより培った顧客との関係を強化するとともに、海外の営業代行等による新たな顧客獲得に取り組んでいく。

静岡県観光振興条例

静岡県は、世界文化遺産の富士山や、伊豆半島、南アルプスや浜名湖などに代表される豊かで美しい自然に恵まれ、日本有数の温泉、豊富な食材、日本を代表する景観の茶園、さらには、国宝久能山東照宮等の歴史的建造物など、多彩で魅力ある観光資源を有しています。

私たちは、国内外から訪れる多くのお客様に多彩で高品質な農林水産物や地域の伝統芸能、文化などの魅力を伝える努力を積み重ねるとともに、富士山静岡空港などの基盤整備を推進し、観光の振興に取り組んできました。

観光は裾野の広い総合的な産業であり、その振興は地域経済の活性化、雇用の増大及び交流人口の拡大に寄与するものであることから、活力に満ちた地域社会の実現に向けて、本県の基幹産業の一つである観光の果たす役割はますます重要になっています。

こうした中、世界文化遺産登録を契機に、私たちはあらためて富士山と日本文化のすばらしさに気づき、郷土の誇りとして、これらを後世に継承していかなくてはならないことを再認識しました。

私たちは、恵まれた観光資源の魅力をさらに磨き上げるとともに、観光の振興の意義を理解し、お客様をおもてなしの心をもって温かく迎え入れる意識を育まなくてはなりません。

このような考え方に立ち、県、市町、県民、観光事業者及び観光関係団体が一丸となって地域の魅力を高め、観光の振興に関する施策を総合的に推進することにより、本県の持続的な発展と、真に豊かで活力に満ちた地域社会を実現するため、この条例を制定します。

(目的)

第1条 この条例は、本県の観光の振興についての基本理念及びその実現を図るために必要な事項を定めることにより、観光の振興に関する施策を総合的に推進し、もって本県の持続的な発展及び真に豊かで活力に満ちた地域社会の実現に寄与することを目的とする。

(定義)

第2条 この条例において、次の各号に掲げる用語の意義は、当該各号に定めるところによる。

- (1) 観光事業者 旅行者、宿泊業者、飲食業者、公共交通事業者その他の観光に関する事業を営む者をいう。
- (2) 観光関係団体 観光事業者が組織する団体及び観光の振興を目的として観光事業者、行政機関その他の関係者が組織する団体をいう。

(基本理念)

第3条 観光の振興は、次に掲げる基本理念に基づき行われなければならない。

- (1) 本県の観光資源を有効に活用し、かつ、次の世代に継承すること。
- (2) 地域の住民が愛着と誇りを持つことのできる活力に満ちた地域社会を形成すること。

- (3) 地域における創意工夫を生かした主体的な取組を尊重すること。
- (4) 国内外から本県を訪れる観光旅行者(以下「観光客」という。)の安全が確保され、安心して快適に観光を楽しめる環境を整備すること。
- (5) 観光が本県の主要な産業として発展するよう努めること。

(県の責務)

第4条 県は、前条に規定する基本理念(以下「基本理念」という。)にのっとり、観光の振興に関する施策を策定し、及び実施するものとする。

- 2 県は、観光の振興に関する情報の発信を積極的に行うとともに、県民、観光事業者及び観光関係団体が行う観光の振興に関する取組に対し、必要な支援を行うものとする。
- 3 県は、観光の振興の意義に対する県民の理解を深め、地域における観光の振興に関する取組への参画を促進するため、広報及び啓発を行うものとする。

(市町との連携等)

第5条 県は、市町と連携して観光の振興に関する施策を実施するとともに、市町が連携してそれぞれの地域の特性を生かして行う広域的な観光の振興に関する施策その他の観光の振興を図る取組に対し、必要な支援を行うものとする。

(近隣の県等との連携)

第6条 県は、観光の振興に関する施策を効果的に実施するため、近隣の県等と連携して、広域での観光の振興に関する施策を実施するものとする。

(県民の役割)

- 第7条 県民は、その一人ひとりが、郷土に愛着と誇りを持ち、おもてなしの心を持って、観光客を温かく迎えるよう努めるものとする。
- 2 県民は、その一人ひとりが、基本理念にのっとり、観光の振興の意義に対する理解を深め、地域における観光の振興に関する取組に参画するよう努めるものとする。

(観光事業者の役割)

- 第8条 観光事業者は、基本理念にのっとり、その事業活動を通じて主体的に観光客に対し心のこもったサービスを提供し、満足度を高めることにより、本県への再訪の意欲が高まるよう努めるものとする。
- 2 観光事業者は、基本理念にのっとり、観光客が安全に、安心して、快適に観光ができる環境づくりに努めるものとする。

(観光関係団体の役割)

第9条 観光関係団体は、基本理念にのっとり、観光関係団体相互の連携を図るよう努めるとともに、主体的に観光に関する情報の発信、観光客の誘致、観光の振興に寄与する人材の育成及び観光客の受入れ体制の整備に取り組むよう努めるものとする。

(施策の基本方針)

第10条 県は、次に掲げる基本方針に基づき、観光の振興に関する施策を実施するものとする。

- (1) 国際競争力の高い魅力ある観光地の形成
- (2) 観光産業の振興及び観光の振興に寄与する人材の育成
- (3) 観光客の来訪の促進
- (4) 安全、安心で快適な観光を促進するための環境の整備

(計画の策定と検証結果の報告)

第11条 知事は、観光の振興に関する施策を戦略的かつ積極的に推進するため、前条に規定する基本方針を踏まえ、観光の振興に関する基本的な計画(以下「基本計画」という。)を定めるものとする。

2 基本計画には、次に掲げる事項を定めるものとする。

- (1) 観光の振興に関する方針
- (2) 観光の振興に関する目標
- (3) 観光の振興に関する施策についての基本的な事項
- (4) 前3号に掲げるもののほか、観光の振興に関し必要な事項

3 知事は、基本計画を定めるに当たっては、市町、県民、観光事業者及び観光関係団体の意見を聴くものとする。

4 知事は、毎年度、基本計画の実施状況を検証し、その結果を議会に報告するとともに、公表しなければならない。

(調査及び分析)

第12条 知事は、観光の振興に関する施策を効果的に推進し、もって観光客の満足度及び再訪の意欲を高めるため、統計調査その他の必要な調査及びその分析を行うものとする。

(推進体制の整備等)

第13条 県は、観光の振興に関する施策を推進するための体制を整備するとともに、必要な財政上の措置を講ずるよう努めるものとする。

附 則

1 この条例は、公布の日から施行する。

2 この条例の施行の際現に存する県の基本計画は、第11条1項の規定により定められた基本計画とみなす。