

第3回三島駅インバウンド誘客検討会 議事録

日 時 令和7年12月2日(火)
10時から11時50分まで
会 場 プラサヴェルデ4階402会議室
出席者 委員名簿のとおり

1 次第

- (1) 議題
 - ・課題の再確認
 - ・課題への方策
 - ・今後に向けて
- (2) 情報提供 (Expedia 社)
- (3) フリートーク

2 会議の内容

【1 課題の再確認】

事務局より資料の説明

【2 課題への方策】

事務局より資料の説明 → 委員、了承。

【3 今後に向けて～活動の伴奏支援】

委員より今後の取組方針の説明

(宇佐美委員代理)

- 県としては、「東京からの近さ」と「富士箱根」のネームバリューを活用した施策が大事だと考えている。
- 滞在満足度向上のため、静岡県観光協会と連携しガイド育成講座に力を入れている。街中ガイドとネイチャーガイドのそれぞれを育成し、「上質なおもてなし」と「地域での交流」の2点に力を入れている。

(埜村委員)

- 自治体、観光協会、DMO単体で戦っていくことは難しい。そのため、「インバウンド観光推進ネットワーク」という組織を立ち上げ、連携して機運醸成や商品造成に取り組んでいく方針。
- 2月にキックオフの場を設定する予定。その後、ディスカッションやセミナーを行っていきたいと考えている。興味のある方々に、ぜひ加わっていただきたい。

(植松委員)

- 美伊豆でしかできない伊豆半島全体を網羅した情報発信をしていく。具体的には、SNSやインフルエンサーを活用したプロモーション。
- JR東海、東海バスと連携し、東海バスのフリーパスをJREXで販売した。中国のSNS媒体「レッドブック」でプロモーション展開したことで、多くの中国人観光客

の利用につながった。

○若手ジオガイド養成に取り組んでいる。

(宮崎委員)

○広域的な観光協会・民間企業の連携組織を立ち上げる準備をしている。三島が中心となり、駿東・北駿・箱根・山中湖エリアの観光協会と民間企業が参画。

○行政が入ると動きが鈍くなるため民間だけの組織にした。観光はスピード勝負なのでスピーディーに動いていきたい。

○これまでの話に出た「J R E X」や「東京都の連携」は非常に重要なキーワードだと思う。

【4 情報提供 (Expedia 社)】

Expedia 社から情報提供 → 資料参照

【5 フリートーク】

①データ活用

(笹野委員長)

○データの活用は非常に重要。こういったデータが必要で、こういったデータの取り方をしていくべきなのか、みなさんの意見を伺いたい。

(遠藤委員)

○伊豆半島は範囲が広いため、エリアごとの流入や観光消費額の傾向をつかむことが大事。また、日によって数字のバラつきがでると思うので、その要因を解析することも重要。

(塩澤委員)

○地域の声を聞いていると、宿泊予約状況をつかみたいという要望が多い。

○昨年、ホテルPMSを導入している城崎温泉を視察した。地域の宿泊予約状況を飲食店や物販店、ガイドと共有することで、客のニーズに応じたアプローチができるという利点がある。ただ、コストがかかるため、なかなか導入に踏み込んでいけない。

(森委員)

○修善寺温泉ではホテルPMSを導入している。ただ、一部の施設のみのデータ解析のため、インバウンドに強い施設と弱い施設との差が大きい。

○現段階では、既存データの活用で十分だと思っている。既存のデータを元に、スムーズスタートで施策展開していけばいいと思う。

(宇佐美委員代理)

○県としてもデジタルマーケティングが重要だと考えており、静岡県観光協会と連携して取り組んでいる。

○市町向けにデータ活用の伴走支援を展開

(委員長まとめ)

○A I を使ってWEB上の公開データを拾い傾向分析する動きも出ている。低コストで確実にデータをつかみ、対策検討に生かせるとよい。

②認知の向上

(笹野委員長)

- 「認知の向上」は大きな課題。しかし、簡単に解決する問題ではなく、お金をかけたからといって認知が向上するわけではない。こういったアプローチが必要か意見を伺いたい。

(Tony 委員)

- 箱根は、明治時代から長らくインバウンドマーケティングを行ってきた。認知の向上には時間がかかるため、スモールスタートでできることからやるしかない。
- 日本と海外では効果的なメディアも大きく違う。
- 「静岡」ではなく「箱根」というワードを使うべき

(森委員)

- インバウンドは東京に大きな荷物を置いて、小さなバックパックだけを持って伊豆にやってくる。Expedia 社の発表の中で挙げた「ホテルホッピング」の流れを伊豆半島で作っていききたい。
- Google でも A I 検索が主流になりつつある。今後は「A I 戦略」が重要になる。静岡県の情報を A I に載せていかなければならない。

(植松委員)

- 「わさび」や「大室山」など、既に世界ブランド化しているものを使って伊豆半島を PR していくことも重要。

(宮崎委員)

- 三島駅の観光案内所では、パンフレット類のタブレット化を進めている。1 台で複数の言語に対応できる。案内所の職員も英語が話せないといけないと感じる。

(埜村委員)

- 観光事業者だけでなく、地域のお店の協力も不可欠。

(委員長まとめ)

- 東京との連携や富士箱根伊豆の枠組み活用のほか、WEB 対策を着実に進める必要がある。

③機運醸成

(笹野委員長)

- 様々なインバウンド対策を議論しても、地域の人がやる気にならないと意味がない。地域の機運醸成について、みなさんの意見を伺いたい。

(遠藤委員)

- キャッシュレス対応については地域のお店の理解が進んでいない。手数料の問題がネックになっている。

(Tony 委員)

- 現金社会は治安の良さの表れ。アピール材料に使うことも出来る。
- お客さんの教育も必要。「このお店はなぜ現金しか使えないのか」ということを説明してあげれば、納得してくれると思う。

(塩澤委員)

- ある程度の規模の施設はインバウンド受入の重要性を認識しているが、個人事業主さんはそうではない。

(植松委員)

○アクティビティ系の体験は、観光客と地域の人交流できるツールになるのではないかな。

(委員長まとめ)

○観光事業者単体だけでなく、交通事業者の方々も含め、地域を挙げて滞在の満足度を上げていく必要がある。

④その他

(塩澤委員)

○町を訪れた海外の方に挨拶をしよう、ということ呼びかけたい。地域挙げて歓迎してくれているように感じるはずで、居心地の良さにつながる。

○ジオガイド協会に属していないガイドさんもいて、連携があまり取れていないと感じる。「ガイド＝エンターテインメント」という意識付けをしてほしい。

(宇佐美委員代理)

○ガイド養成講座の中で、ガイドの質は「語学力」でも「知識力」でもなく「コミュニケーション能力」だと強く感じた。

○地域の人観光客と一緒に豊かな暮らしができる観光地であってほしい。ガイドが、地域と観光客をつなぐ存在になってほしい。

(埜村委員)

○ガイド養成講座には、事業者の方や個人ガイド、観光協会に務めている方、学生など、様々な方が参加している。様々な背景をもった方が交流できるような講座にしていきたい。

(宮崎委員)

○みなさんから三島への要望を出していただきたい。

(遠藤委員)

○他の県でやっていないような取組を三島からスタートさせるのも面白いと思う。

○信金として、スタートアップと連携した地域活性化に取り組んでいる。観光面でもそういった支援ができればと思っている。

(笹野委員長)

○今回の検討成果を受け、当地域の関係者が課題を共有し、取組として進めていただければと思う。

○今回で本検討会は終了となる。委員の皆様をはじめ、ヒアリングや調査に対応してくださった方々に多大なる御協力をいただいた。感謝申し上げます。