

(文化・観光部)

1 県内外国人宿泊者数の状況

	H26	H27	対前年比
全体	786,310人	1,759,730人	973千人増(224%)
中国	335,870人	1,128,550人	793千人増(336%)
台湾	135,330人	159,190人	24千人増(118%)

2 取組概要

(1) 観光交流の拡大

ア 多彩で魅力あふれる地域資源を活用した誘客促進(インバウンド促進)

本県が有する世界クラスの観光資源等を活用した旅行商品の造成や広報活動

主な取組 <市場別>		<市場共通>
中国 拡充	○ ツアー客を中心とした誘客促進 ・ 訪日ガイドブックへの掲載(6,11月:中部4県合同) ・ 新規就航地現地プロモーション(6月:瀋陽)	○ 外国人個人客の誘致・受入れ ・ オプショナルツアー造成、動態調査、受入体制整備支援、ラグジュアリー市場の開拓(継続的な商談会への参加) ・ 観光展出席
台湾 拡充	○ 個人旅行誘致推進とリピーター獲得 ○ 教育旅行を誘致 ・ ファムトリップ(10月:富士山ゴルフ(山梨県合同))	
韓国 拡充	○ 個人旅行誘致推進とリピーター獲得 ○ 教育旅行を誘致 ・ ファムトリップ(1月:冬期ゴルフ、教育旅行) ・ テレビショッピング(3回:6月~)	
東南アジア 開拓	○ 本県の認知度向上と主要観光資源等基礎的情報発信 ・ 現地旅行社への商品造成促進(タイ観光連絡員活用) ・ ファムトリップ(メディア:マレーシア、タイなど)	
香港 開拓	○ 最大ボリューム層である30-40代女性、家族層の獲得 ・ 現地広告出稿(JNTO香港と連携)	

イ 受入力の強化

- ・ インバウンド対策を行う静岡ツーリズムビューロー(全県DMO)を設置
- ・ 観光地等における無料Wi-Fi環境の整備や多言語対応等の促進

ウ アウトバウンド利用の掘り起こしや拡大

- ① 国際線定期便の需要拡大(主な取組。()内は、強化市場)
グルメや歴史など目的指向型商品造成支援(ソウル線)、ビジネスサポートキャンペーン(キャッシュバック)の実施(上海線)、学校訪問強化による教育利用拡大(台北線)
- ② 交通アクセスの改善
富士山静岡空港の二次交通改善(西部地域及び中東遠地域乗合タクシーの運行等)

(2) 新たな交流の促進 ~スポーツを通じた交流促進~

ラグビーワールドカップ2019や2020年の東京オリンピック・パラリンピック競技大会、イタリアとの交流などスポーツを通じた交流を促進

区分	主な取組
ラグビーワールドカップ2019	○ ラグビーを通じた交流促進 ・ 本県開催準備(公認キャンプ誘致、プロモーション(5月~)など) ・ 海外強豪チーム国際試合の機会を活用した交流事業(7月)
東京オリンピック・パラリンピック	○ オリンピック開催に向けた国際交流の促進 ・ 自転車競技の本県での開催準備(交通量調査、リオ大会視察(8月)) ・ 事前キャンプ誘致(リオ大会でのプロモーション等) ○ 文化プログラムの開催 ・ 推進委員会の発足(5月)、モデルプログラムの実施(7月~)
イタリアとの交流	○ サイクルスポーツを活用した交流促進 ・ イタリアの州との協定に基づくサイクリスト受入れ(10月)

