

目指す姿に向かうための方向性

A ターゲットの設定

- ・ファミリー、多世代
- ・シニア
- ・インバウンド
- ・特定のカテゴリー層

B 歴史・文化資源を活用したブランディング

- ・「本物の歴史・文化資源」を活用したブランディング
- ・「歴史文化施設」のテーマに沿ったブランディング
- ・富士山と他の資源の連携によるブランディング
- ・特定のテーマ設定によるブランディング

具体的取組

**I 歴史・文化資源のネットワーク化による
ブランドイメージの構築とビジネスチャンスの創出**

1 歴史・文化資源ネットワークの構成要素

- ・ブランディングの構成要素
- ・市外の資源との連携

2 歴史・文化資源ネットワークの構築

- ・各拠点への観光案内機能、ガイド機能、コンシェルジュ機能の設置
- ・掲示板を使った各施設同士等でのイベント情報発信
- ・回遊を促す観光プランの提案 等

3 「市外からの誘客」「滞在」「宿泊」「リピーター」につなげる

- ・拠点性を活かした滞在・宿泊促進
- ・夜や朝のイベント、ガイドによる宿泊促進
- ・宿泊プランの提案による宿泊促進 等

4 歴史・文化資源の価値を高め、稼げる資源に変える

- ・特別感による資源の価値、収益の向上
- ・イベントによる資源の活用
- ・テーマに関する商品の販売 等

**II 誘客促進のための情報発信
・交通アクセスの強化**

5 市外から人を呼び込むための情報の発信

- ・発信力のある人を活用した情報発信
- ・SNSを活用した情報発信
- ・効果的なコンテンツへの絞り込み

6 市に訪れた方へのアクセス情報の発信

- ・分かりやすいマップの作成
- ・官民連携による観光案内マップ作成
- ・静岡駅での分かりやすいルート案内
- ・最新の技術を活用した情報発信
- ・歩道への案内表示の設置
- ・Ma a Sの観光への活用

7 回遊しやすい交通アクセス

- ・レンタサイクル、シェアサイクルの活用
- ・多彩な交通手段の提供
- ・大型客船の乗客の交通手段の確保
- ・離れたエリアへの回遊のための交通手段
- ・乗用車駐車場の確保
- ・観光バス駐車場の確保

ネットワーク化による歴史・文化資源のブランド化

歴史・文化資源を「稼げる資源」へ

「歴史・文化資源の連携と活用」による地域経済の活性化

今回の議論のポイント

議論の前提として

- ・前回までのターゲット、ブランディング、ネットワークの議論を踏まえた上で、情報発信や交通アクセスについて考えたい。
- ・「官民連携」「民間参入」が期待できるもの、そのために必要な環境整備についてのご意見をいただきたい。

議論のポイント1

5 市外から人を呼び込むための情報の発信

本市に観光客を呼び込むため、「市外」への情報発信を行う上での工夫や効果的な媒体、手法等は何か。（例：ホームページ、SNS、CM等）

議論のポイント2

6 市に訪れた方へのアクセス情報の発信

本市を訪れた観光客に、歴史・文化資源や施設へのアクセスや交通情報を提供する上での工夫や効果的な場所、媒体、手法等は何か。（例：駅のサイネージや施設の掲示板で当日のイベント情報と併せて提供、駿府城公園までの経路に案内看板を設置、観光案内所にコンシェルジュを配置し観光プランと併せて提案等）

議論のポイント3

7 回遊しやすい交通アクセス

各歴史・文化資源の点在エリアへの回遊を意識した、必要とされる交通アクセスは何か。（例：静岡市街地エリア→レンタサイクル・シェアサイクル、周遊バス等、清水・三保エリア→電車・路線バス+レンタサイクル・シェアサイクル・タクシー等）