

地域経済の活性化

歴史・文化資源のネットワークの構築によるブランディング

歴史・文化資源の磨き上げと「稼げる資源」への発展

- ア 拠点としての優位性**
大都市へのハブとなり得る位置にあり、交通インフラが充実している。さらに、中部横断自動車道の開通、清水港への外国客船の入港増加など、国内外の交通アクセスが向上する。
- イ 多種多様な資源と回遊しやすい環境**
神社や遺跡、博物館、美術館、動物園、食の資源など、多種多様な資源がそろっており、幅広い対象が楽しめる。また、静岡市街地などの一つのエリア内に資源が集まっており、回遊しやすい環境である。
- ウ 富士山の景観**
日本平や三保松原、薩埵峠など、富士山の優れた展望地点として名所になっている場所が市内に数多く存在する。

特徴を活かした戦略

- ア 拠点性のPR**
静岡市の拠点性、国内外とのアクセスの良さ、利便性をアピールし、市外からの誘客、静岡市を拠点とした回遊を促す。
- イ 多種多様な資源と回遊性を活かす取組**
多種多様な資源を活かし、多世代に訴求するプランを提案していく。また、各エリア内の回遊しやすさを活かすとともに、市全体への回遊性を高めるため、交通アクセス、案内表示等を充実させる。
- ウ 富士山の景観の活用**
海外に対しても訴求力のある富士山を活かし、季節や時間によって異なる表情を持つ富士山と、多種多様な資源と組み合わせたプランを提案する。

(1) 歴史・文化資源によるブランディングと資源の磨き上げ

(2) 誘客・回遊のための情報発信・資源へのアクセス

① ブランディングにつながる歴史・文化資源ネットワークの構築

ア ブランディングのテーマ

「歴史文化のまち」としてのブランディングにつなげるため、テーマを設定し、関連する資源を結びつけることによりネットワークを構築する。また特別感のある資源をネットワークに組み込む。

【例】首都駿府と富士山、2峠6宿などのテーマによるブランディング

イ ネットワークの周知と誘導

構築したネットワークを機能させるため、観光客にブランディングやネットワークの魅力を知るとともに、ネットワークに誘導する仕組みを構築する。

【例】ブランディングのテーマに沿った観光プランの作成、歴史文化施設のビジターセンターエリアへのコンシェルジュ機能の設置による観光プランの提案

② 「誘客」、「宿泊」、「リピーター」を増やす

構築したネットワーク、作成した観光プランをより多くの人に利用してもらうとともに地域経済の活性化につなげるため、市外からの「誘客」、本市への「宿泊」、「リピーター」を増やしていく。

【例】本市の拠点性のPRによるインバウンド観光客の「誘客」
駿府城公園周辺でのライトアップイベント、朝市の開催等による「宿泊」の促進

③ 歴史・文化資源の磨き上げにより価値を高める

静岡市の歴史・文化資源の価値に気付いてもらい、価値を発揮させるとともに、特別感の演出などにより「資源の磨き上げ」につなげ、価値を高める。

【例】天守台周辺でのVR・AR等の技術を活用した演出
葵舟の結婚式・記念日等の写真撮影での活用

① 市外から人を呼び込むための情報の発信

市外への情報発信を効果的に行うため、費用対効果を考慮して媒体を選択するとともに、発信力のある人や効果的なコンテンツを活用する。

【例】そこで得られる体験、感動が伝わる内容を動画で配信する。
観光大使やインフルエンサー、メディアなどを歴史・文化資源ネットワークのモデルコースに招待し、魅力を市内外に発信してもらう。

② 訪れた観光客へのアクセス情報の発信

ア 観光マップ

観光客に求められる情報ツールである観光マップを、外国人や静岡市に初めて来る方でも分かりやすい表記で作成する。また、作成に当たり、民間との連携を検討する。

【例】電車、バス等の路線、道路、施設について、現地での表示と同じ番号、記号等で表示した観光マップを作成

イ 現地での案内表示

現地での案内表示について、観光マップとの対応や足元の案内表示等の分かりやすい工夫を行う。

【例】駅やバスの停留所から施設に向かう歩道に、観光マップと統一したデザインの案内表示を設置して、施設に誘導する。

③ 歴史・文化資源を回遊するための交通の利便性向上

市内の歴史・文化資源への回遊を考慮し、各エリア間の交通とエリア内での交通を併せて整備する。

【例】レンタサイクル、シェアサイクルの拠点を静岡駅、歴史文化施設及び史跡、施設に設置する。

目指す姿

本市の特徴

具体的取組