

「歴史・文化資源の連携と活用」による 地域経済の活性化

～「歴史文化施設」を中心とした歴史・文化資源のネットワーク～

答 申 書



令和2年3月

静岡市行財政改革推進審議会



令和2年3月24日

静岡市長 田 辺 信 宏 様

第8期静岡市行財政改革推進審議会
会 長 田 形 和 幸

「歴史・文化資源の連携と活用」による地域経済の活性化
～「歴史文化施設」を中心とした歴史・文化資源のネットワーク～（答申）

令和元年9月10日付け31静総総第1597号をもって諮問のありました『歴史・文化資源の連携と活用』による地域経済の活性化～『歴史文化施設』を中心とした歴史・文化資源のネットワーク～について、本審議会として慎重に審議し、意見を取りまとめましたので、答申します。

はじめに

本審議会は、昨年度「歴史・文化資源の活用及びその周辺地域との連携による地域活性化」について、田辺信宏市長から諮問を受けました。「登呂エリア」をモデルケースとして取り上げ、その活用方策の審議を行い、目指す姿を「稼げる施設（文化力を経済力へ）」「市民が誇りを持てる施設（シビックプライドの醸成）」の実現による「地域活性化」と定め、その具体的取組を提言しました。

そして本年度は、その対象エリアを市域全体に広げた「『歴史・文化資源の連携と活用』による地域経済の活性化」について諮問を受けました。令和4年度（2022年度）に「歴史文化のまち」の拠点としてオープンする予定である「(仮称)静岡市歴史文化施設」を中心とした歴史・文化資源のネットワークを構築し、歴史・文化資源の連携と活用を図るものです。

静岡市内には、世界文化遺産構成資産である三保松原、国宝である久能山東照宮など、貴重な歴史・文化資源が数多く存在しています。さらに近年、駿府城跡の2つの天守台や、戦国末期の道と石垣の遺構などの歴史的な発見があったことから、静岡市の「歴史文化のまち」としてのポテンシャルはさらに高まっています。

こうした状況を踏まえれば、今回の諮問は正に時宜を得たものであり、歴史・文化資源の連携及び活用は、「地域経済の活性化」を実現する上で非常に重要な課題であるとの共通認識のもと、審議会において検討を行いました。

昨年度の答申において、「観光客の誘致を図るための歴史・文化施設のネットワーク構築の必要性」について触れたところですが、本年度の審議に当たっては、その前提となる「目指す姿」や「それに向かうための戦略」を明確にした上で、具体的な取組について検討を行いました。

各委員が経営者、学識経験者、市民といった様々な視点から、知見と経験を活かして意見を出し合い、自由闊達な議論を行ったことで、多様かつ有用なアイデアを提言に盛り込めたと考えています。

本答申の提言により、地域経済の活性化が進展し、静岡市が第3次総合計画の都市像として掲げる「市民の郷土の文化に対する誇りを育み、文化力が地域の活力、経済力に転換する歴史文化のまち」の実現の一助となることを期待します。

令和2年3月24日

静岡市行財政改革推進審議会

会長 田形和幸

目次

I 背景	1
II 答申に向けての現状整理	2
III 目指す姿に向けた提言	6
IV 最後に	20
参考資料	23
第8期 静岡市行財政改革推進審議会委員名簿	58
諮問事項に係る審議経緯	58
諮問書（写）	59

I 背景

第3次静岡市総合計画では、目指す都市像として「歴史文化のまち」の実現を掲げ、「歴史や文化を地域資源としてとらえ、みがきあげ、新たな経済的な価値を創造していくことで、市民の皆さんの郷土の歴史や文化に対する誇りを育み、文化力を地域の活力、経済力に転換することにより、「都市の発展」を目指していく」としている。

静岡市内には、世界文化遺産構成資産である三保松原をはじめ、国宝である久能山東照宮、重要文化財である登呂遺跡、静岡浅間神社など、貴重な歴史・文化資源が数多く存在している。

そして、駿府城跡天守台発掘調査では、慶長期に大御所家康が築造した日本一の大きさの天守台と、天正期に秀吉が関与して築かせたと考えられる天守台といった非常に貴重な遺構が発見されて大きな話題となった。また、駿府城公園に隣接した(仮称)静岡市歴史文化施設(以下「歴史文化施設」という。)の建設予定地からは、全国的に見ても極めて貴重な戦国末期の道と石垣の遺構が発見された。さらに、今川義元公生誕五百年祭が盛大に開催されるなど街全体で「歴史文化のまちづくり」の機運が高まっている。その「歴史文化施設」は、「歴史文化のまち」の拠点の核施設として令和4年度(2022年度)にオープンし、静岡市の歴史・文化資源の価値及び魅力を市の内外に積極的に発信していく予定である。

また、静岡市を取り巻く状況としては、中部横断自動車道の開通、静岡空港ターミナルビル拡充、日本平・久能山スマートインターチェンジの新設などによる更なる利便性の向上、さらに今後は東京オリンピック・パラリンピックや大阪・関西万博などの開催があり、国内外からの更なる大きな集客が期待される。

この好機に、「歴史文化施設」を中心として歴史・文化資源を活用し、地域経済の活性化につなげていくことが求められている。

II 答申に向けての現状整理

答申を作成するに当たり、静岡市内の歴史・文化資源の現状について整理すると、次の特徴が見受けられる。目指す姿の実現に向けた提言に当たっては、これらを踏まえ検討を行うものとする。

<市内の歴史・文化資源の分布>

静岡市内には、国宝や重要文化財に指定されている神社や遺跡など貴重な歴史・文化資源のほか、博物館、美術館、動物園などの施設、桜えびなどの食の資源など、多種多様な資源を持った特徴的なエリア（地区）が数多く存在している。（図1）

【図1 静岡市内の主な歴史・文化資源のエリア別分布】



※エリアの分類は「静岡市観光ガイド」での分類に登呂エリアを加えたもの

<各エリアの特徴>

静岡市街地エリア

文化・町名・ものづくりの江戸の風情漂う家康公ゆかりの城下町と、見る・知る・食べる・ショッピングするといった旅の醍醐味をすべて詰め込んだ、まち歩きを楽しめるエリアである。

【主な見所】駿府城公園、静岡浅間神社、臨濟寺、静岡ホビースクエア、おでん街、駿府楽市など

丸子・宇津ノ谷エリア

弥次喜多も訪れた江戸時代の宿場の風情を楽しむ東海道、戦国時代創建の古刹と匠に出会う丸子路、丸子宿・岡部宿を結ぶ東海道屈指の難所であり鳶の細道など古代から平成まで6つの道が通る宇津ノ谷峠などがあるエリアである。

【主な見所】吐月峰柴屋寺、駿府匠宿、とろろ汁、宇津ノ谷の家並みなど

登呂・日本平エリア

日本で初めて弥生時代の農耕文化が明らかになった登呂遺跡、駿河湾から伊豆半島・富士山、南アルプスまで360度のパノラマビューを楽しむことができる日本平、静岡市が誇るパワースポットである家康公を祀る国宝久能山東照宮などが点在するエリアである。

【主な見所】登呂遺跡、芹沢銈介美術館、日本平夢テラス、お茶畑、日本平ロープウェイ、久能山東照宮など

清水市街地・清水港エリア

貿易港の風情を楽しめる埠頭から湾岸をたどれば、活気あふれる魚市場エリアがあり、海辺を離れると、風格ある名刹があちらこちらに存在する。現在は、地元の人や観光客でにぎわう異国情緒あふれたベイサイドエリアである。

【主な見所】清水港日の出埠頭、河岸の市、エスパルスドリームプラザ、フェルケール美術館、清水港船宿記念館「末廣」、梅蔭禅寺など

三保エリア

約7kmの海岸線に3万本余の松並木が連なる白砂青松の三保松原は、平成25年6月「富士山信仰の対象と芸術の源泉」として世界文化遺産構成資産に登録された。風光明媚な景色を楽しめるエリアである。

【主な見所】三保松原、羽衣の松、神の道、御穂神社、三保松原文化創造センター（みほしるべ）など

興津・由比・蒲原エリア

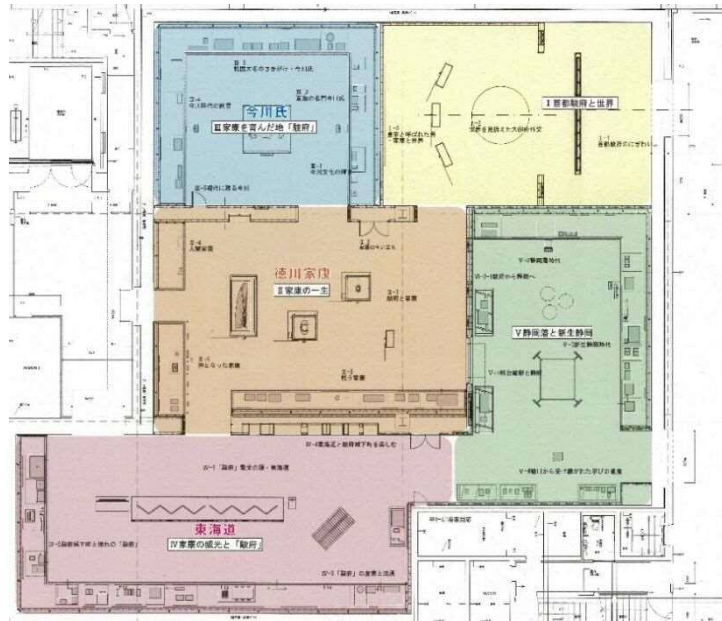
旧東海道の面影が残るレトロな街並みの蒲原、桜えびのまち由比、徳川家ゆかりの寺もあり、昔ながらの雰囲気醸し出す興津など、東海道の宿場を巡るエリアである。

【主な見所】旧五十嵐歯科医院、志田邸、桜えびの干場、由比本陣公園、東海道広重美術館、薩埵峠、清見寺、興津坐漁荘など

<「歴史文化施設」と各歴史・文化資源との関連>

「歴史文化のまち」の拠点となる「歴史文化施設」では、「首都駿府と世界」、「徳川家康」、「今川氏」、「東海道」などのテーマで展示を行う予定である。市内にはそのテーマに関連する歴史・文化資源が多く、「歴史文化施設」と各資源を各テーマで結び付けることが可能である。(図2、3)

【図2 歴史文化施設の展示室イメージと展示テーマ】



※2019年6月策定の(仮称)静岡市歴史文化施設展示基本設計より



【図3 「歴史文化施設」の展示テーマとの関連資源の一例】

<エリア別観光交流客数の推移>

直近の静岡市における観光交流客数の推移を見ると、エリア（地区）によって差はあるものの、全体としてはおおむね横ばいとなっている。（表1）

なお、今後は観光客を経済活動につなげるため、市域全体への回遊が促されているかを測定する指標を設けることも求められている。

【表1 静岡市内のエリア別観光交流客数】

	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
								(単位:人)
静岡駅周辺	3,869,593	4,852,887	5,138,493	4,960,770	5,324,717	5,739,993	5,182,376	4,626,388
東静岡駅周辺	1,644,236	1,473,002	1,607,048	1,288,974	1,278,701	1,438,827	1,377,868	1,198,822
井川	93,173	95,619	107,798	123,048	105,718	116,181	108,348	106,442
梅ヶ島	66,418	67,772	69,344	56,927	63,645	60,015	64,332	54,909
丸子・宇津ノ谷	424,504	434,368	303,839	384,437	389,042	376,935	369,075	310,122
日本平・登呂	4,787,560	5,084,147	5,290,764	4,944,246	5,059,502	4,808,358	5,085,120	5,668,637
三保・折戸	916,910	907,491	1,893,979	1,333,993	1,066,343	1,112,683	994,973	887,558
江尻・日の出	5,730,480	6,214,245	6,331,863	6,574,950	6,716,120	6,856,570	6,840,480	6,843,062
興津	515,020	508,233	502,776	469,722	500,708	486,669	505,848	489,337
両河内	67,135	69,105	145,223	115,227	100,051	96,433	101,597	82,503
蒲原	61,492	120,196	68,240	108,948	80,726	104,345	85,417	100,225
由比	192,390	253,037	243,242	189,898	261,816	250,121	267,969	218,136
その他市内	971,247	826,568	1,301,960	1,286,418	1,326,458	1,307,577	1,318,899	1,310,494
エリア別観光交流客数合計(A)	19,340,158	20,906,670	23,004,569	21,837,558	22,273,547	22,754,707	22,302,302	21,896,635
宿泊者数(B)	1,417,908	1,526,489	1,613,466	1,632,445	1,760,409	1,713,437	1,816,020	1,784,316
観光交流客数 総合計(A+B)	20,758,066	22,433,159	24,618,035	23,470,003	24,033,956	24,468,144	24,118,322	23,680,951

Ⅲ 目指す姿の実現に向けた提言

1 目指す姿

「歴史・文化資源の連携と活用」による地域経済の活性化

2 目指す姿の実現に向けた基本的な考え方

「地域経済の活性化」を実現するために最も必要なことは、消費が行われる「場」が存在することであり、そこに人が集まることである。そして、人を集めるためには「その場の魅力」が必要である。近隣の、又は遠方の地域だったとしても、そこにより魅力的な「場」が存在した場合、人はそちらに流れてしまう。

このような競合の中で、差別化を打ち出し、優位性を得て人々に選択されるようになるために必要な取組が「ブランディング」である。そのためには、他にはない、又は他より優れた魅力を際立たせるとともに、そこに情緒的、実質的な価値を付加し差別化を図ることが必要である。静岡市においては、ブランディングの核となるものが「歴史・文化資源の魅力」である。「Ⅱ 答申に向けての現状整理」で示したとおりこの地域には様々な「歴史・文化資源」が豊富にあり、これを活用しない手はない。

しかし、一つひとつの資源は魅力的であるが、他都市の資源に比べ優位性を持っているかと言えば、現状では、必ずしもそうとは言えない。そこで、考えられるのが、弥生の時代から戦国時代を経て、徳川家康公が活躍し今日まで発展を遂げたこの地域の「歴史・文化資源」を「ネットワーク化」して一体的なものとし、全体としてその魅力と価値を高め、差別化を図ることである。

また、来静する、又はこの地域に住む人々に、各資源を経済活動の「場」として提供することを考えた場合、単独の資源では一定規模の継続的な消費を生み出すことが難しい。このため、「歴史・文化資源」に飲食、買い物、宿泊等の消費につながる資源もネットワークで結び付け、経済波及効果を生み出すことが重要である。そして、その効果をより高め、持続させるためには、イベント等の開催、誘客のための情報発信、交通アクセス等の環境整備なども必要となる。

以上から、本審議会では、静岡市の豊富な「歴史・文化資源」を活かした「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」と「歴史・文化資源を経済効果につなげる」ことにより、目指す姿を実現するための戦略や具体的な取組について検討を行うこととした。

3 目指す姿に向かうための戦略

(1) 静岡市の特徴

静岡市の地理的、環境的な特徴としては、以下の3点が挙げられる。

ア 拠点としての優位性

東京、京都などの大都市へのハブとなり得る位置にあり、鉄道、高速道路、港などの交通インフラが充実している。さらに、日本平・久能山スマートインターチェンジの新設、中部横断自動車道の令和2年内の全線開通、国際拠点港湾清水港で進められる港湾整備など、国内外の交通アクセスがさらに向上する。

イ 多種多様な資源を持つエリアの存在

静岡市内には、国宝や重要文化財に指定されている神社や遺跡など貴重な歴史・文化資源のほか、博物館、美術館、動物園などの施設、食の資源など、多種多様な資源を持った特徴的なエリアが市内に点在している。

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となっている場所が市内に数多く存在する。

(2) 特徴を活かした戦略

静岡市の特徴を活かし、以下の点を具体的取組に取り入れていく。

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の活用

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、多種多様な資源とを組み合わせたプランを提案していく。

4 具体的な取組

(1) 歴史・文化資源のネットワークと資源の磨き上げ

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 ネットワークのテーマ設定

ブランディングにつながるネットワークを構築するためには、歴史・文化資源についてテーマを設定し、テーマに関連する資源を結び付けてネットワークを構築することが有効であると考えられる。

さらに、他にはない静岡市ならではの特別感や、「これだけは全国一」といった特に目玉となる資源や食などをネットワークに組み込むことにより、訴求力

が高まるとともに経済効果につなげることができる。

<「歴史文化施設」の展示テーマ>

ネットワークの中心となる「歴史文化施設」の展示のテーマとなっている「首都駿府」、「徳川家康」、「今川氏」、「東海道」などの要素は、ネットワークのテーマを設定するに当たっては必須のものであると考えられる。「歴史文化施設」の展示を見て興味を持っていただき、そのストーリーに沿って実物の歴史・文化資源を巡ってもらうようなネットワークが有効であると考えられる。

<実物の歴史・文化資源>

駿府城の天守台や石垣など調査、発掘の途中段階の「実物の歴史・文化資源」は他にはないものであり、ネットワークのテーマとして魅力的である。さらに、特別感を出すような演出ができればより効果的である。例えば、VR、AR等の技術を活用し、天守閣を再現したり、家康が見ていた天守閣からの富士山の眺めを見せることなどは有効である。さらに、家康が当時食べていた料理を再現して食べられるようにするなど食の要素を組み込むことにより、家康の時代を感じられるようなネットワークになると考えられる。



【写真1】
刻印のある石垣



【写真2】
発掘現場の公開

<富士山の景観>

日本のシンボルであり、国内だけでなく、世界的にも知名度が高いコンテンツである「富士山」は、国内外へ発信していくためにはネットワークのテーマとして欠かせないものである。「富士山」の景観ポイントが市内に数多くあることを活かし、季節や時間によって異なる表情を持つ富士山と歴史・文化資源をうまく組み合わせることで、訪日外国人観光客など海外に訴求できるネットワークになる。なお、富士山が見えないことの多い春から夏にかけての時期は、富士山に変わるコンテンツをネットワークのテーマとして設定していく必要があると考えられる。



【写真3】
日本平からの富士山の景観



【写真4】
三保松原からの富士山の景観

<その他訴求力がある歴史・文化資源に関するテーマ>

特定のテーマ設定によるネットワーク、例えば武将や刀剣などマニアなどに受けるテーマや資源は話題性や発信力があり、SNSなどでの情報発信を促すなどの相乗効果が狙えると考えられる。また、駿河竹千筋細工や駿河漆器など静岡の伝統工芸等も訴求力のある資源であり、ネットワークに組み込む価値があると考えられる。加えて、民間の美術館・博物館との連携も視野に入れ、ネットワークを検討すべきである。

<市外の資源との連携>

市内の資源だけでなく、例えば「城」をテーマに家康にまつわる城や日本100名城など、市外の関連する城と連携したり、駿府城公園のお堀の「葵舟」の運行事業と他市で行われている水郷めぐりなどの事業との連携、三保松原と白糸ノ滝など「世界文化遺産富士山の構成資産」というテーマで連携するなど、市外の関連する資源を利用することで、ネットワークの幅が広がるとともに、市外からの誘客が期待できると考えられる。

<ネットワークを充実させる要素>

ネットワークを充実させ、経済効果につなげる要素として、食の要素は必須である。市内には桜えび、とろろ、しらす、静岡おでんのほか、しずまえ、オクシズの自然を活かした魅力的な食の要素が数多くある。また、全国的にも有名な飲食店もあるので、それら「静岡の食」の要素をネットワークに組み込み、さらにお土産などの要素を加えることで、より経済効果が高まると考えられる。



【写真5】
静岡の食：桜えび



【写真6】
静岡の食：とろろ



【写真7】
静岡の食：しらす

イ ネットワークの周知と誘導

ネットワークは構築するだけでなく、いかに観光客をそこに誘導するかが重要であり、そのためにはネットワークの魅力を周知し、誘導していく仕組みが必要である。

<観光プランの作成>

ネットワークの魅力を周知し、誘導するための方策として、アで挙げたテーマやネットワークを観光客のニーズに合う形にプラン化することが有効であると考えられる。

例として、2時間で観光したい、1日過ごしたいなどの「滞在時間別のプラン」や、2千円で周遊できるなど「金額別のプラン」の提案などは、個人旅行の観光客のニーズがあると考えられる。例えば、歴史文化施設の周辺には全国的にも有名な飲食店や民間の美術館などがいくつもあるため、それらを回っていただき、散策しながら浅間神社の方まで歩いていただくコースは半日から1日楽しめるプランである。

また、夜のイベントや食等を取り入れた「夜の観光コース」などのプランは、「長時間の滞在」や「宿泊」を促し、経済効果が高いプランであると考えられる。

<コンシェルジュ機能による観光プランの提案>

観光客などをネットワークに誘導するためには、観光客のニーズを把握し、求めている場所に誘導するなど人を介在させることが効果的である。そのための方策としては、現在、市が駅などに設置している観光案内機能、観光ボランティアによるガイド機能に加え、観光客のニーズに合った提案ができる「コンシェルジュ機能」を付加し、歴史文化施設や駿府城公園や駅などの人の集まる拠点において観光プランを提案することが有効であると考えられる。

なお、「コンシェルジュ機能」の構築に当たっては、市が養成している「観光ボランティアガイド」や「文化財サポーター」などの活躍の場としていくことが考えられる。市が養成した観光ボランティアガイド等については、観光ボランティアガイドの団体が受入れやその後のガイド技術の向上を担っており、それ以外にも地域で活動する数多くの団体でも受入れは可能と考える。このように、「コンシェルジュ機能」の構築には、これらの団体との協力が欠かせないため、さらに連携を深めていくべきである。



【写真8】
静岡駅総合観光案内所



【写真9】
観光ボランティアガイド

<その他ネットワークへ誘導する仕掛け>

ネットワークへ誘導するためには、いろいろな資源を回れば回るほど楽しくなるような仕掛けも有効であると考えられる。例えば、たくさん集めたいと考えるコレクション欲求やすべてそろえたいと考えるコンプリート欲求を刺激するような「スタンプラリー」や「フォトロゲイニング（※1）」などのイベントが効果的であると考えられる。

※1 フォトロゲイニング：地図上にあらかじめ設定されたチェックポイントを制限時間内で多く巡り、獲得した合計得点を競うスポーツ。チェックポイント通過の証明に目印を撮影した写真を用いる。

<官民連携によるネットワークへの誘導>

ネットワークに誘導し、回遊を促す取組は、民間との連携も考えられる。例えば、静岡駅地下道にある「喫茶一茶」においてお茶のアンテナショップ機能に加えて観光プランの情報発信も担っていただく、観光ボランティアガイド団体や市内ホテルにおいてホームページで観光プランを発信してもらう、地元で活動するまちづくり協議会などに現地で歴史・文化資源の説明をしてもらうなどの連携が考えられる。

また、企業の協力を得ることが前提となるが、鉄道の日乗車券や、鉄道と施設の共通券の導入などは、目的とする歴史・文化資源を訪れた後、周辺の資源について立ち寄ることで、滞在時間延長や収益の向上を促す効果が期待できるため、ネットワークへの誘導に非常に有効であると考えられる。

併せて、官民を問わず各施設間においても、当日のイベント情報の共有、簡単な掲示板などで相互に紹介することや、共通券や相互の割引クーポンを発行するなど、施設同士が連携することも回遊を促す取組として効果的である。



【写真 10】
静岡駅北口地下道（喫茶一茶）

【写真 11】
施設の共通券
（登呂博物館・芹沢銈介美術館）

② 歴史・文化資源の磨き上げによる価値の向上

歴史・文化資源を活かして静岡市に来てもらうためには、「歴史・文化資源の磨き上げ」により価値や魅力を高めることが必要である。そのための課題として、静岡市には貴重で価値の高い歴史・文化資源が数多くあるが、その魅力を活かしきれていないことや観光客などがその価値に気付いていないことが挙げられる。それぞれの歴史・文化資源の本来持っている魅力を発揮させ、観光客にその価値に気付いてもらうことが「資源の磨き上げ」の第一歩となると考えられる。

そして、①のアで示したストーリーやテーマ設定によるネットワークに組み込んでいくことにより、各資源において他の資源との比較、競争が行われることで、「より良くしよう」という意識が生まれ、さらなる「資源の磨き上げ」につながっていくと考えられる。

それらにより、集客を実現し、訪れた人を飲食や宿泊などの民間活動に誘導することで経済効果につなげていくべきである。

<特別感による磨き上げ>

資源の価値や魅力を高める工夫としては、ここでしか体験できない、今しか見られないなどの特別感の演出が有効である。「ネットワークのテーマ設定（P8）」でも記載したが、例えば、VR、AR等の技術を駿府城の天守台や石垣などの「実物の歴史・文化資源」と組み合わせて活用し、天守閣を再現したり、家康が見ていた天守閣からの富士山の眺めを見せたりするなど、実物と重ね合わせた空間体験の提供などは大きな目玉となるのではないかと考えられる。そこに、貴重な歴史・文化資源に直接触れられる場所を設置すれば、さらに資源の魅力が高まると考えられる。その他、臨濟寺などのように、普段見られない箇所を期間限定で公開することは、特別感を高める取組として有効である。

また、資源の魅力により訪れた人を経済効果につなげるための方策としては、その周辺に飲食など収益を生み出す施設を併設すること等が、消費を促すとともに更なる集客にもつながるため効果的であると考えられる。

<イベント等での活用による磨き上げ>

歴史・文化資源をイベント等で活用することは、資源の価値に気付いてもらうこと、さらに資源を活用して収益を上げることにつながる有効な取組であると考えられる。例えば、駿府城公園のお堀を利用して行っている「葵舟」において、結婚式や記念日等の記念撮影に活用するなど付加価値を高めることにより、その知名度と収益の向上が期待できる。



<SNSでの発信を意識した資源の磨き上げ>

資源の価値に気付いてもらう工夫としては、SNSで発信したくなるような写真が撮れるスポットを紹介することも有効である。観光客にとって、ここに来たことを示すような、場所と名前が分かり、雰囲気のある所で写真を撮りたいというニーズは高いと思われる。

③ 「誘客」、「宿泊」、「リピーター」を増やすための方策

構築したネットワークを活かし、作成した観光プランをより多くの人に利用してもらうためには、まず静岡に行ってみたいと思わせるという視点での「誘客」、静岡に来てくれた方にもっと居たいと思ってもらうという視点での「宿泊」、さらにもう一度来たいと思ってもらうという視点での「リピーター」の3段階に分け、それぞれのターゲットを明確にし、アプローチすることが重要である。

<誘客促進のための方策>

観光客を「誘客」するためには、静岡市に行ってみたいと思わせる必要がある。そのための方策として、例えば「特徴を活かした戦略（P7）」でも触れたが、「国内外からアクセスが容易で、1～2時間で東京や京都に行ける便利な立地である」、「交通インフラが充実している」といった静岡市の拠点性をPRしていくことが有効であると考えられる。この際の主なターゲットとしては、特に訪日外国人観光客等が想定され、静岡市を拠点として宿泊してもらい、全国を旅行してもらうという提案も考えられる。

また、静岡駅や東静岡駅の周辺に夜行バスや新幹線を待つ観光客が過ごせる場所がないという課題がある。夜遅くに出発する場合でも安心して安全な待合場所が

あることで、静岡を拠点とした旅を提案できるのではないかと考えられる。

また、観光バスを呼び込むことも効果的である。そのためには昼食会場や観光バスの待機場所が必要とされるため、民間に働きかけていく必要があると考えられる。

「誘客」を促すためには、観光客の利便性を向上させることも重要である。例えば、コインロッカーやトイレなどが駅や資源の周辺に用意されていることが望ましいと考えられる。トイレについては、全てを市が用意するのではなく、例えば市が認定した協力店にトイレを提供してもらうなど、官民連携による対応も可能であると考えられる。また、コインロッカーについては、長期滞在に対応するためには大型のスーツケースが入ることを意識して用意する必要がある。

<宿泊促進のための方策>

「宿泊」を促進するためには、観光客に静岡市に滞在したいと思わせることが必要である。そのためには、夜や朝に市内に滞在している必然性をつくることが有効と考えられる。例えば、駿府城公園周辺でライトアップやプロジェクションマッピング等の夜のイベント、朝市などの朝のイベントを開催するなど、宿泊しなければ体験できない仕掛けが有効であると考えられる。以前、徳川家康公顕彰四百年記念事業として駿府城公園で行われた夜のイベントなどは多くの人々が訪れており、そのような期間限定のイベントを定期的に誘致することができれば効果的である。



【写真 12】
Timescape2019
演出・照明：高橋匡太
撮影：村上美都



【写真 13】
朝市（写真：平塚市 HP より引用）

また、観光客への夜の観光の情報提供も「宿泊」を促進するために必要である。官民連携のアイデアとしては、例えばホテル等宿泊施設を対象としたインフォメーション機能に関する認定制度を導入すれば、夜の観光ガイドの役割として観光案内所の機能を担ってもらうことができると考えられる。

そのほか、1日目は街中で、2日目はオクシズなどの郊外で過ごすなど、「宿泊」を前提とした具体的な観光プランを提案することも有効である。

また、「宿泊」の選択肢として特色のあるホテルが増えれば、観光客のニーズを満たせるのではないかと考えられる。

<リピーターを増やすための方策>

「リピーター」を増やすためには、もう一度静岡市に来たいと思ってもらう必要がある。「リピーター」となる一因として、お世話になったり、魅力的だった人に会うために再訪することが挙げられる。人との触れ合いは、「リピーター」となる動機としては重要であると考えられるため、また会いたいと思われるような「おもてなしの心」をもった魅力的な人材を歴史・文化施設などに配置するとともに、育成していくことが求められる。

また、新たな魅力を付加していくことも必要である。例えば、資源に対して新しい要素を加えるための追加投資を行い、さらに磨き上げなければ「また行ってみたい」と思わせることはできないと考えられる。

併せて、その時々で違う魅力をアピールすることも有効である。例えば、季節ごとのイベントを盛り込んだプランなどは、「また違う季節に来てみよう」という「リピーター」につながる可能性がある。

(2) 誘客・回遊のための情報発信と資源へのアクセス

① 人を呼び込むための情報の発信

観光客を呼び込むためには、これまで触れたように静岡市に行ってみたいと思わせる工夫が必要であるが、実際の誘客につなげるためには、想定されるターゲットに対し、その情報を効果的に発信していくことが重要である。その際は、費用対効果を考慮した上で、どの資源を、どのような媒体で、誰から発信するかを意識して行う必要がある。

また、これらの情報については、市外からの観光客などだけでなく、市民にも十分に伝わりきれていない場合がある。静岡市内及びその周辺自治体から訪れる人による経済効果も非常に大きいと考えられるため、情報発信する際は、市内や周辺の自治体に対しても力を入れて打ち出していくべきである。

<「歴史文化施設」のPRの実施>

令和4年度にオープンが予定されている「歴史文化施設」は、静岡市の歴史資源の価値及び魅力を市の内外に発信する機能を持った「歴史文化のまち」の拠点となる施設であり、オープンは誘客の大きな好機となる。このため、「歴史文化施設」のPRについては、特に力を入れて取り組む必要がある。

<動画を利用した情報発信>

情報媒体としては、SNSなどによる動画を利用した発信は、短期間放映されるテレビコマーシャルなどと比べ、繰り返し再生されるなど長期的な効果が期待できるとともに費用対効果の高い媒体であると考えられる。また、きれいなイメージ動画だけでなく、例えば観光客などが静岡の茶農家を訪問して交流するなど、

どのような場所で体験、学びや感動が得られるかが伝わる動画も効果があると考えられる。

<発信力のある人、コンテンツを利用した情報発信>

発信した情報を多くの人に見てもらうためには、強い発信力を持たせることが必要である。例えば、観光親善大使やインフルエンサー、首都圏メディアなど、発信力のある人を観光プランのモデルコースに招待し、その魅力を発信してもらうことで多くの人に伝えることができる。また、若者のネットワークや口コミなども影響力が大きいいため、情報発信の手法としてうまく活用できれば有効であると考えられる。

また、知名度のあるコンテンツと組み合わせることにより、情報に興味を持ってもらうことも有効である。例えば、静岡市の知名度のあるコンテンツとしては「さくらももこ」さんのオリジナルイラストなどがあり、情報発信の手法とうまく組み合わせれば効果的であると考えられる。



【写真 16】
名刺での活用例



【写真 17】
フラッグでの活用例

② 訪れた観光客へのアクセス情報の発信

静岡市に訪れた観光客に歴史・文化資源を回遊していただくためには、資源の場所や資源への交通手段などのアクセス情報をより正確に、またニーズに応じて観光客に伝えるための方法確立する必要がある。

ア 分かりやすい観光マップの作成

観光客に歴史・文化資源へのアクセス情報を発信する上で、観光案内所などで求められる情報ツールとしては、観光マップが挙げられる。観光マップを作成する上では、外国人や静岡市に初めて来た人にも分かりやすいものとする配慮が必要である。

例えば、施設や歴史・文化資源のほか、電車やバスの駅や路線、通りなどを記号や数字でマップ上に表示するとともに、マップと同じ表記が現地に表示されていると、日本語が読めない外国人にも、静岡市に初めて来た人にも分かりやすいと考えられる。また、駅から歴史文化施設まで誘導するために、観光マップ上のルートを色分けするなど、観光客が迷わず目的地に行けるような工夫が必要である。

現在、歴史・文化資源についての観光マップでは、市の観光・国際交流課、歴史文化課、文化財課などがそれぞれ独自に作成しており、表記等も統一されていない。同じ歴史文化というテーマで、色や表記方法について統一したり、一つに集約することも効果的であると考えられる。

また、市や観光協会などが作成する観光マップには公平性が求められるため、特定の店舗などを取り上げたり、ランキングを付けたりすることが難しいという側面がある。観光客が求めるそのような情報を観光マップに掲載するには、例えば観光ボランティアガイドに独自に作成してもらうことや、市が観光マップのベースを飲食店や観光業者など民間事業者提供し、情報を追加して作成してもらうといった方法も考えられる。

観光マップの配置場所については、観光客の目に付く場所に配架することが望ましいため、市の施設や観光案内所だけでなく、駅やバスターミナルなどの目立つ場所に置いてもらえるよう事業者にも要請することも必要であると考えられる。



イ 現地での案内表示の工夫

初めて来静した観光客でも不自由なく回遊してもらうためには、観光マップでのアクセス情報の発信と併せて、現地での案内表示も重要である。その上で、上記アでも触れたとおり、観光マップ上の表記と現地の表記を対応させることで、より分かりやすくなると考えられる。

現地での案内表示としては一般的には看板が使われるが、現状、すでに市内には多種多様な看板が設置されており、新たに設置してもあまり目立たず、利用者に認識されないおそれがある。

この対応策としては、新たに設置する看板をある程度統一したルールで設置していくことが挙げられる。例えば、歴史文化に関するものは色や表示を統一することにより、見やすくなるとともに、そこに歴史・文化資源があることが伝わりやすくなるのではないかと考えられる。

また、歩道上に案内表示をすることは、特に他市との差別化ができて効果的であると考えられる。路面への表示としては、静岡市が行っている旧東海道の

歩道上の表示は、デザイン的にも東海道をイメージできて分かりやすいので、参考になる。

また、歩道上の表示ができないような駿府城公園内などは可動式の看板を活用し、案内看板を随所に設置して効率的に回れるようにすることなども有効である。



【写真 18】
路面シートによる旧東海道の歩道上の表示



【写真 19】
可動式の案内表示

③ 歴史・文化資源を回遊するための交通の利便性向上

歴史・文化資源への回遊を促進するためには、観光客の利便性を考慮し、ニーズに合うよう交通手段を組み合わせる提供することが効果的である。

<レンタサイクル（※2）・シェアサイクル（※3）>

レンタサイクルやシェアサイクルなどの自転車は、一定のエリア内の交通手段として活用でき、静岡市の特徴であるエリア内の回遊しやすさを活かせる交通手段であると考えられる。静岡市では、レンタサイクルについてはすでに実施しており、シェアサイクルについても来年度から静岡駅周辺と草薙駅周辺、清水駅周辺から三保にかけての3つのエリアを先行的に導入していく方針であるとのことだが、それぞれのメリットを活かし、利用者のニーズを踏まえ、普及を進めていくことが有効であると考えられる。

※2 レンタサイクル：貸出、返却を同じ場所で行う自転車

※3 シェアサイクル：複数のサイクルポートのどこでも貸出、返却が可能な自転車



【写真 20】
レンタサイクル

<タクシーの活用>

既存の主な交通手段としては電車や路線バスなどがあるが、静岡市で実証実験を始めた「相乗りタクシー」等の新たなサービスを観光面でも活用することが考えら

れる。この他、駅やバス停、「歴史文化施設」などの人が集まる施設周辺にライドシェアが可能なタクシーの乗り場を設置することも有効である。タクシーは、「特徴を活かした戦略（P 7）」に記載し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の交通手段として有効である。

<観光型M a a S（※4）の活用>

伊豆半島や新潟市などでは、今年度、観光型M a a Sの実証実験が行われており、全国的にも観光型M a a Sの導入の動きがある。観光エリアまでの複数の移動手段や施設などの情報検索、予約、料金の決済等のサービスをセットで提供する観光型M a a Sは、今後、新しい観光のインフラとして整備されていくと考えられる。静岡市としても、観光型M a a Sの導入を視野に検討を行う必要がある。

※4 M a a S（Mobility as a Service）：情報通信技術や先端技術の活用により公共交通の利用を促進するサービス

<駐車場の確保>

日本平久能山スマートインターチェンジの新設や中部横断自動車道の開通等を考慮すると、静岡市への観光の手段としての乗用車や観光バスの利用は今後も増加することが予想されるため、駐車場や観光バスの待機場所の確保が必要であると考えられる。その方策として、例えば、休日に使用されていない民間企業の駐車場を、駐車場や観光バスの待機場所として活用することが考えられる。

<楽しめる移動手段>

民間の協力が必要となるが、鉄道などは楽しさやワクワク感があれば、単なる移動手段ではなく観光客などに移動自体を楽しんでもらうことができる魅力を秘めている。例えば、静鉄電車の外観を地域の特色を活かしてデコレーションすれば、観光客に楽しんでもらえるのではないか。そのような電車に乗っての移動が組み込まれた観光プランもさらに魅力的なものになり、集客にもつながると考えられる。

IV 最後に ～目指す姿の実現に向けて～

1 資源の更なる磨き上げ ～日本一と言える「とがった」ものをつくる～

「静岡市の特徴（P6）」で挙げた多種多様な資源がそろっているという点は、幅広い対象を引き付ける静岡市の魅力である反面、「静岡市といえばこれだ」といった資源を明確にできていないという課題の裏返しでもある。

そこで、多種多様な資源の中から、「日本一」と言えるものを創っていく必要がある。例えば、駿府城公園の「石垣」や「葵舟」などの資源は、磨き上げることで日本一の資源となる可能性がある。ただし、それは短期間で実現できるものではなく、長い期間、例えば10年間くらいの時間をかけて集中的な投資を行っていくなど戦略が必要である。全国のどこにも負けない、これを見たり、体験したりするために静岡市に行ってみたいと思わせる資源に磨き上げてほしい。

2 ターゲットを絞った観光客のニーズの把握と施策への反映

誘客を促進し、消費につなげるためには、常に観光客が何を求めているのかを把握し、その欲求を満たすために静岡市の歴史・文化資源をどう活用すればいいかを追求していく必要がある。特に、今後さらに呼び込みたい訪日外国人観光客、購買力のある人々などのニーズ調査を行うことにより、民間活動の活性化を図り、消費につなげていくことが効果的である。

また、これまでの事業の成果について検証することも、観光客のニーズを把握する上で重要である。例えば、平成30年から実施したデスティネーションキャンペーンを振り返り、フォローアップすることは、今後の施策のヒントを得られる可能性がある。

3 「歴史文化施設」のオープンを機とした効果的な施策の実施

今後、令和4年度の「歴史文化施設」のオープンが契機となり、観光客が増加することが見込まれる。本提言には、すぐに着手できる取組や、長期的に取り組んでいく取組などそれぞれ時機を踏まえて行うべきものがあり、最も効果的なタイミングでそれぞれの取組を実施することが肝要である。特に、「歴史文化施設」のオープンのタイミングは、「歴史文化施設」を核として歴史・文化資源をネットワーク化する静岡市の新しい観光施策を打ち出す大きなチャンスといえ、これを契機に歴史・文化資源によるブランディングを推進することが効果的といえる。

また、「歴史文化施設」はネットワークの中心として位置づけられていることから、当然、その魅力を高め続けていくことも重要である。

4 官民連携の推進

本答申の中で提案している各種施策・事業を実施するに当たり必要となるのが、「官民連携」である。「歴史文化施設」を核として、歴史・文化資源、観光案内施設、観光ボランティアガイド、飲食・物販、宿泊、交通などに関わる様々な団体が参画し、個々の強みを活かしつつ、認識の共有化を図り、相互に協力し、課題を解決しながら事業を進めていくこととなる。

その際必要となるのが、官と民、民と民との間で、意思疎通の円滑化と相互理解の醸成を図るための意見交換・情報交換の機会の確保、同じく、互いの強みを活かし、各々が主体性を持って取り組むための役割分担の明確化である。

また、官においては、例えば、新たな事業の導入等において民主体による推進を側面から支援したり、必要とされる規制緩和について想定される効果を検証した上で積極的に対応したりするなど、民間の柔軟な発想や機動性を最大限活かして成果の創出につなげていく取組が求められる。

こうした取組を進めることにより官民連携が推進され、各種施策・事業が安定的に実施されるようになれば、民の主導による経済活動がさらに活性化し、経済効果の最大化を図ることも可能となると考えられ、『「歴史・文化資源の連携と活用」による地域経済の活性化』が、より高次のレベルで実現されることが期待される。

參考資料

参考資料目次

参考資料 1	諮問事項説明資料	25
参考資料 2	審議会資料	26
参考資料 3	委員から提出された意見	48

参考資料 1 諮問事項説明資料

第8期（令和元年度）行財政改革推進審議会 諮問事項
「歴史・文化資源の連携と活用」による地域経済の活性化 ～「歴史文化施設」を中心とした歴史・文化資源のネットワーク～

1. 諮問の背景

- 平成30年度は「登呂エリアをモデルとした歴史・文化資源の活用方策」をテーマに諮問を行い、「稼げる施設」「市民が誇りを持てる施設」を目指す姿とし、具体的な取組の提言を受けた。
- 国際拠点港湾・清水港への大型外国客船の寄港の増加、中部横断自動車道の開通、静岡空港ターミナルビル拡充、東名スマートインターの新設などによる更なる利便性の向上、今後は東京オリンピック・パラリンピックや大阪万博などの開催があり、国内外からの更なる大きな集客を呼び込める好機である。
- この好機に、「歴史文化施設」を中心として歴史・文化資源を連携させ、活用していくことが求められている。
- 構築するネットワークを活かし、**地域経済の活性化**につなげるために、行政だけではなく「**経営者目線**」などによる議論を委員にお願いしたい。

2. 議論の視点

効果的な歴史・文化資源ネットワークの構築	ネットワーク化された歴史・文化資源への誘客促進
<ul style="list-style-type: none"> ○「回遊性向上」「滞在時間延長」に結びつくネットワークの構築 <ul style="list-style-type: none"> ・誘客の促進、宿泊や滞在時間延長に結びつくネットワークの構築のための具体的方策 ・来訪者の滞在、回遊の時間別、金額別などのニーズの検討（2時間で回れる、3000円で回れる等） ○ネットワーク事業を効果的、継続的にするためのアイデア <ul style="list-style-type: none"> ・「歴史文化施設」と連携する資源が、相乗効果を生み出すために必要とされる取組 ・ネットワークを組織的にマネジメントできる体制の構築（ネットワーク会議、情報交換、外部委員等） ○歴史・文化資源を利用したブランディング <ul style="list-style-type: none"> ・市内に点在する資源を活かした効果的なブランディング ○付加価値を高めるソフト事業 <ul style="list-style-type: none"> ・各資源を利用した、静岡での滞在時間延長につながる「くつろげる場」「サードプレイスづくり」 ・市と民間の双方にメリットのある連携事業の提案（鉄道会社と連携した静岡歴史探訪プラン等） 	<p>情報発信</p> <ul style="list-style-type: none"> ○市内外への効果的な情報発信 <ul style="list-style-type: none"> ・SNS、ICT等、最新の情報ツールを利用した効率的、効果的な情報発信、演出の手法 ・民間企業等との連携による情報発信事業の提案 ・静岡市のおもてなしマインドの市外への情報発信 ・市民のおもてなしマインドを育む市内への情報発信 <p>交通アクセス</p> <ul style="list-style-type: none"> ○誘客・回遊を促すアイデア、交通アクセス <ul style="list-style-type: none"> ・幅広い一日乗車券や施設との共通券、交通機関との連携企画などの誘客・回遊につながる効果的な事業の提案 ・資源への回遊につながる、実現可能な交通アクセスのアイデア ○回遊ルートや移動手段の情報発信 <ul style="list-style-type: none"> ・最適な交通手段を選択するための情報提供（Ma a Sの活用等） ・ネットワーク化された資源への全体的な誘導サインの提案

関係局：観光交流文化局、総務局、都市局 等

3. 答申のイメージ

<p>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</p> <p>「歴史文化施設」を中心に歴史・文化資源を有機的に結び付け、ブランドイメージを構築することにより、魅力を向上させ、活発な回遊、更なる誘客を促す。</p>	<p>ブランドイメージの構築、誘客によるビジネスチャンスの創出</p> <p>ブランドイメージの構築、情報発信や交通アクセスによる誘客促進により、ビジネスチャンスが創出され、民間企業の自発的な参入を促す。</p>
--	---

4. 目指す姿

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

第8期（令和元年度）行財政改革推進審議会 諮問事項
「歴史・文化資源の連携と活用」による地域経済の活性化 ～「歴史文化施設」を中心とした歴史・文化資源のネットワーク～

5. ネットワークのイメージ

「博物館」「美術館」等 でつながる資源	「徳川・今川」で つながる資源	「富士山」で つながる資源	関連する「駿府の食」 の資源	「東海道」で つながる資源
 久能山東照宮 ・徳川家康・国宝	 静岡浅間神社 ・徳川家康・今川家・重要文化財	 臨濟寺 ・徳川家康・今川家	 わさび	 とろろ
 日本平 夢テラス ・名勝・富士山・展示施設	 三保松原 みほしるべ ・世界遺産・富士山・ガイダンス施設	 (仮称) 歴史文化施設 ・徳川家康・今川家・東海道・博物館相当施設	 清見寺 ・徳川家康・今川家・東海道	 蒲原宿など6宿 ・東海道
 フルケール博物館 ・清水港・博物館	 登呂遺跡 登呂博物館 ・特別史跡・重要文化財・博物館	 芹沢桂介美術館 ・美術館	 静岡市美術館 ・美術館	 東海道広重美術館 ・東海道・美術館

参考資料 2 審議会資料

第8期（令和元年度） 行財政改革推進審議会

静岡市内の主な歴史・文化資源等の点在エリア

静岡市街地エリア
歴史・文化資源

- 歴史文化施設（R4開館予定）
- 駿府城公園（東御門等）
- 静岡浅間神社
- 臨濟寺
- 浮月楼
- 静岡市美術館
- 静岡科学館
- 静岡音楽館

その他の資源

- 静岡おでん

丸子エリア
歴史・文化資源

- 丸子宿
- 吐月峰柴屋寺
- 大須不動尊
- 駿府匠宿
- 宇津ノ谷の家並み
- 真の細道

その他の資源

- とろろ

登呂エリア
歴史・文化資源

- 登呂遺跡
- 登呂博物館
- 芹沢銈介美術館
- 旧マッケンジー住宅
- 駿府博物館

日本平エリア
歴史・文化資源

- 久能山東照宮
- 日本平
- 日本平夢テラス
- 県立美術館
- 旧エンバーソン住宅
- 日本平動物園
- 龍華寺・鉄舟寺

興津・由比・蒲原エリア
歴史・文化資源

- 東海道広重美術館
- 清見寺
- 由比本陣
- 興津坐漁荘
- 旧五十嵐歯科医院
- 小池邸
- お休み処

その他の資源

- 桜えび

三保エリア
歴史・文化資源

- 三保松原
- みほしるべ
- 御穂神社

その他の資源

- 折戸なす

清水市街地・清水港エリア
歴史・文化資源

- フェルケール博物館
- 次郎長生家
- 清水港船宿記念館
- 海洋文化施設

その他の資源

- 河岸の市

出典：国土地理院

第8期（令和元年度） 行財政改革推進審議会

「歴史・文化資源の連携と活用」による地域経済の活性化 ～「歴史文化施設」を中心とした歴史・文化資源のネットワーク～

前回までの議論によるネットワークのイメージ

テーマ1：
首都駿府と富士山
（一富士・二鷹・三茄子）

（仮称）歴史文化施設
（東康・今川・東海道・歴史学学芸）

テーマ2：
2峠6宿

（仮称）歴史文化施設
（東康・今川・東海道・歴史学学芸）

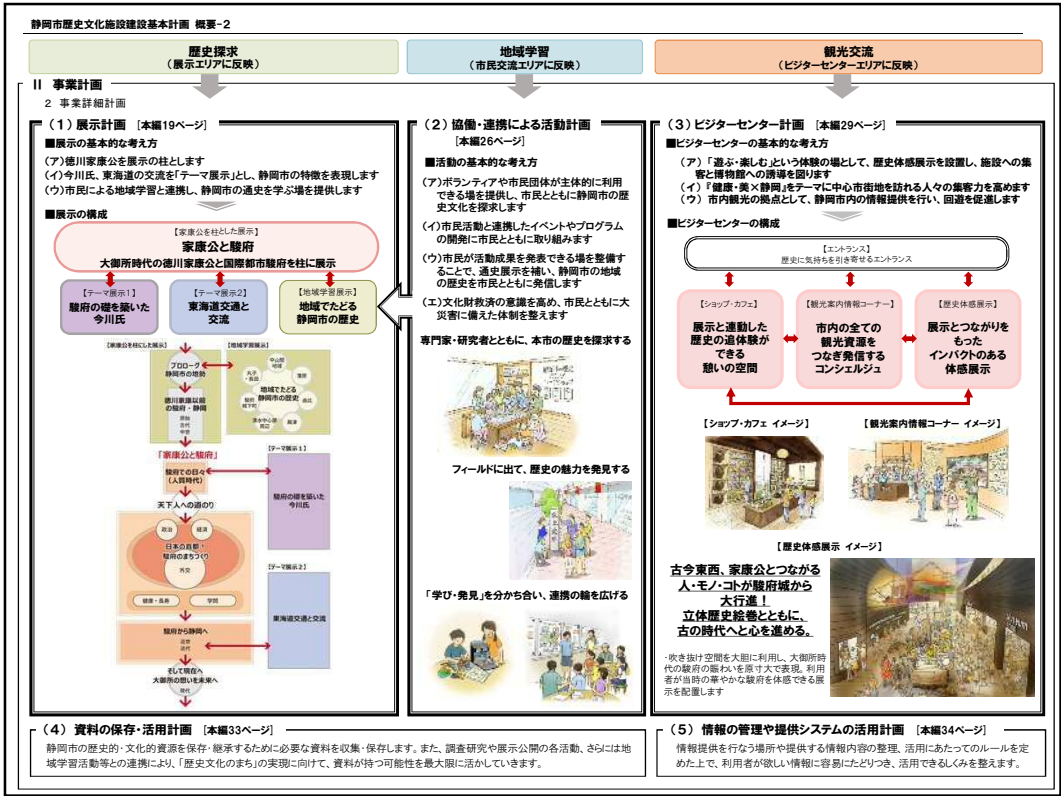
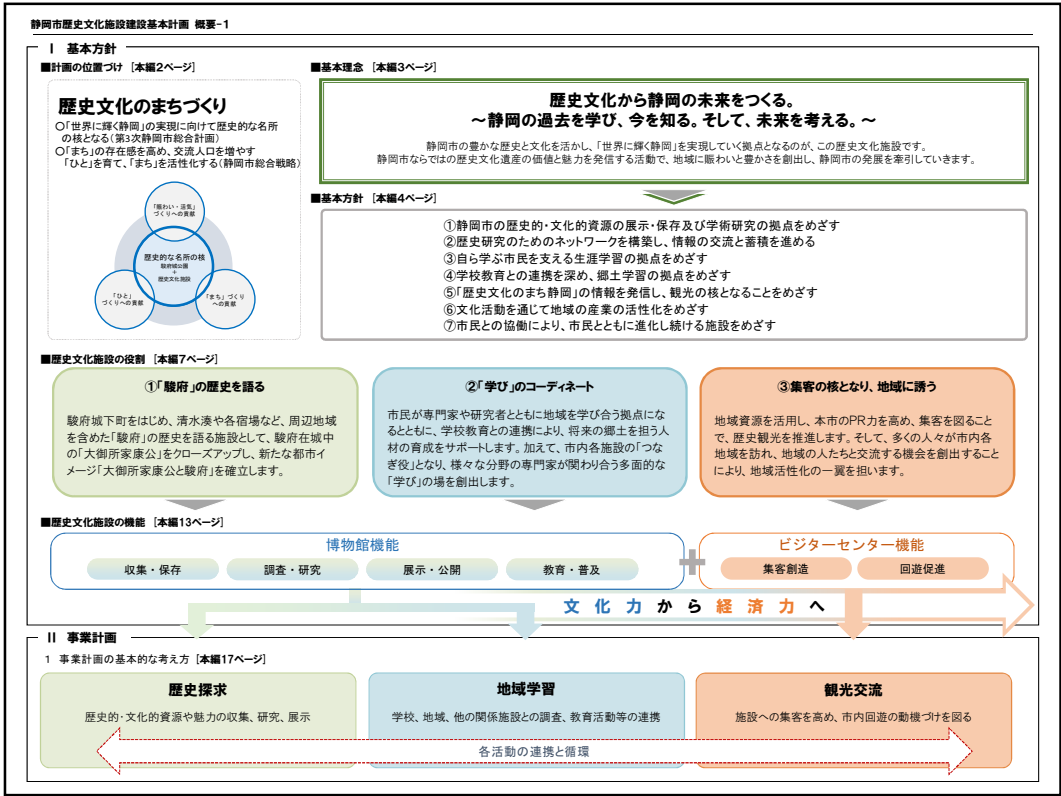
テーマ3：
家康ゆかりの城を巡る
（市外の資源との連携）

- 駿府城
- 浜松城
- 岡崎城 など

テーマ4：
オクスとしまえの自然と食

・初日に歴史・文化資源を巡り、一泊して2日目にオクス、しまえの自然と食を体験する。

市内宿泊： 日本平、三保松原、みほしるべ、静岡の食：折戸なす、静岡の食：静岡おでん、静岡の食：静岡でん



まちからつながる一施設体験ストーリー

『現在の静岡の町と人』が、『大御所時代の町と人』とつながる、『歴史』という時間の旅。

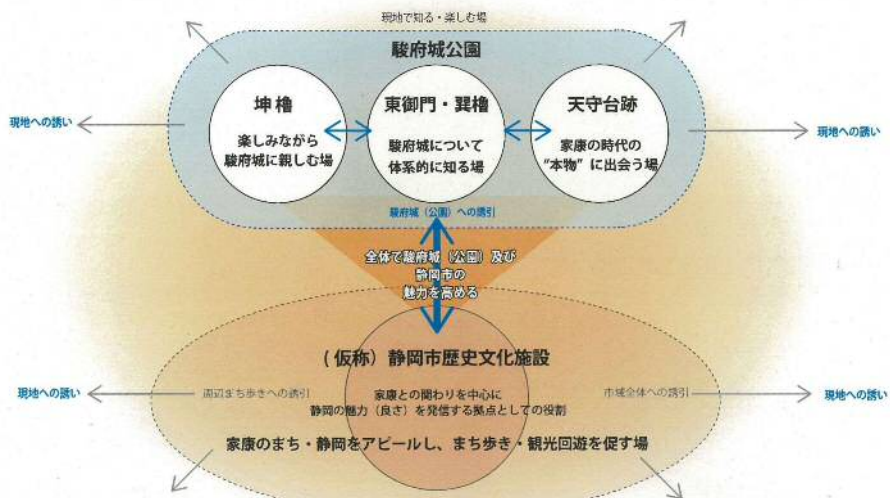
(仮称)静岡市歴史文化施設までの静岡のまち歩きが、現代から過去へのタイムトリップにつながり、展示室がその目的地となります。

発展する静岡の街並みを通り抜けると眼前に現れる、約400年前の創建時の姿を複製とさせる駿府城東御門・轟櫓。その櫓を垣見に眺えながら、スロープを上り展示室へと向かう――。この道のりは、まさに現在から過去へのタイムトンネルとなり、来館者を『歴史』の扉へ導きます。その目的地となる展示室は、400年前の家康と出会う場となります。



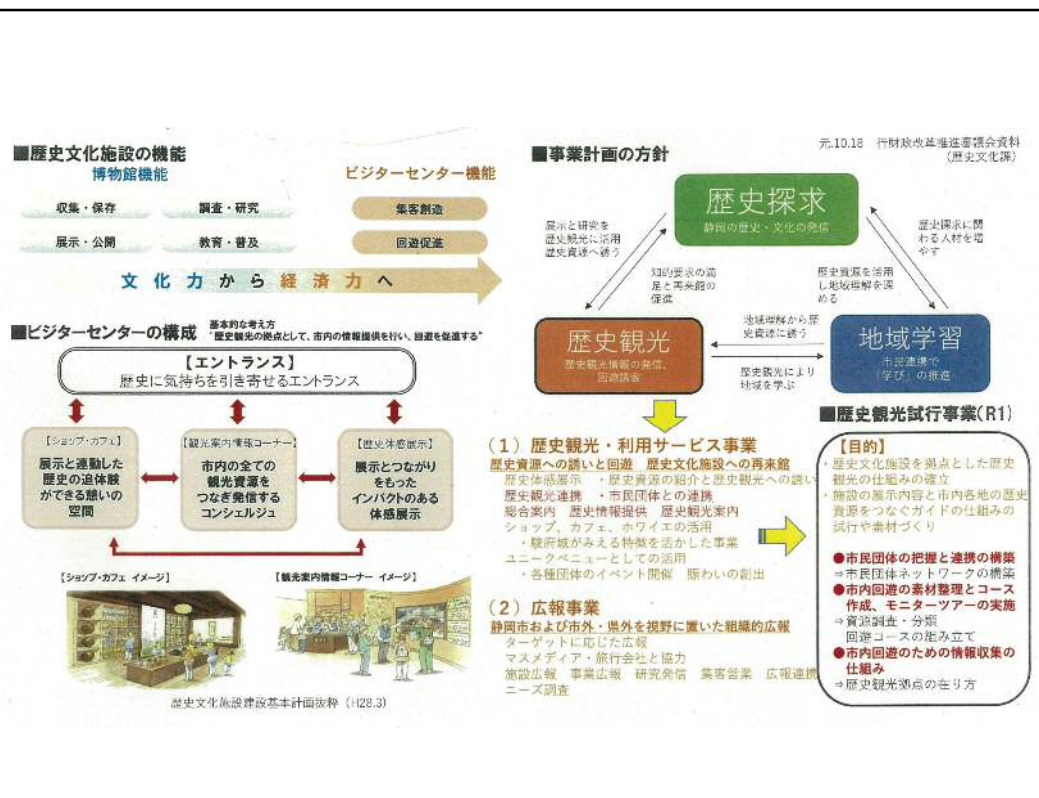
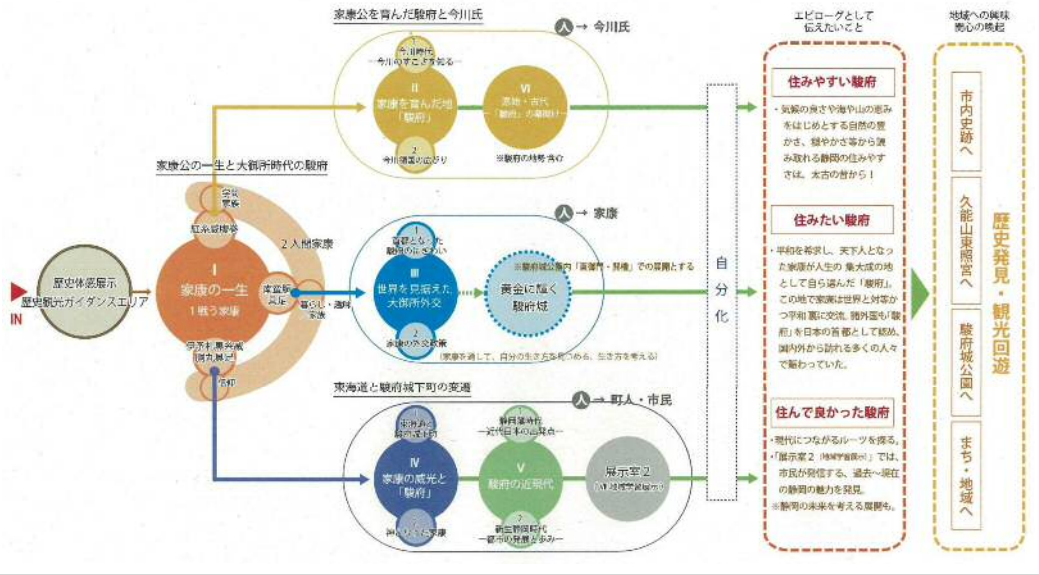
歴史文化施設と駿府城公園との役割分担と連携

「(仮称)静岡市歴史文化施設」では、「家康と駿府(静岡)」との深いつながりを示すことで「大御所家康公のまち・駿府(静岡)」としてのイメージを確立するとともに、駿府(静岡)の歴史の全体像を通して、静岡の魅力発信し、まち歩きや市内各所への回遊(観光交流)を促すことを目的としています。その第一歩として、家康と駿府の関わりを象徴する駿府城(駿府城公園)内施設である東御門・轟櫓や沖櫓、発掘調査により家康時代の石垣が発見された天守台跡等、それぞれの特性を活かしながら、お互いに相乗効果を発揮し、駿府城公園そのもののポテンシャル(魅力)を高め、加えて「(仮称)静岡市歴史文化施設」の展示と一体化することで、駿府城公園はじめ静岡市域全体の魅力向上につなげていきます。



展示室1 / 展示室2の構成

展示室1では、「家康と静岡」との関わりからのもとき展示を構成していくことで「静岡の良さ」を知ってもらうことを目的に、家康の一生に「戦う家康」（甲冑3棟）をプロローグ（入口）として明確に位置づけ、各甲冑から今川氏、大森所外伝、東海道と駿府城下町をテーマにした3つのゾーンへと続きます。展示全体としては「家康」に焦点を当てるとともに、それぞれのゾーンにおいては「人」にフォーカスした展開とすることで、来場者が、歴史上の人物の生き生きに自分を重ね合わせて考えたり、感じたりできる、「歴史の自分化」を促し、展示に対する興味・関心を高める工夫とします。また、展示室2は、「駿府の近現代」のスペースと共用とし、随時展示替えできるスペースとして位置づけられます。



静岡市の観光政策

第3次静岡市総合計画【① 観光・交流分野】※全10分野

国内外から多くの人々が訪れ、活発な交流が行われるまちを実現します

政策

施策

1 静岡のブランド力ある地域資源を活用した観光を推進します

観光レクリエーション客数
※市内の観光地、観光交流施設、交流イベント入込客数の合計
現状値：24,946千人(2015-17平均)
目標値：25,694千人(2022)

2 国内外からの誘客と交流を推進します

市内宿泊者数
現状値：1,763千人(2015-17平均)
目標値：2,027千人(2022)

3 来訪者が再び訪れたいと思う受入態勢づくりを推進します

ぜひまた訪れたいと思う来訪者の割合
現状値：53.9%(2018)
目標値：59.9%(2022)

4 まちなかの魅力向上により賑わい創出を推進します

①静岡地区：歩行者通行量
②清水地区：観光客数
※静岡市中心市街地活性化基本計画指標
現状値：①6,520人 ②675万人(2017)
目標値：①7,123人 ②686万人(2022)

1 模型の世界首都・静岡を活かした魅力づくり

2 世界に認められた地域資源のみがきあげ

3 徳川家康公をはじめとした歴史に触れ親しむ観光振興

4 お茶、しずまえブランドなど食の魅力のみがきあげ

5 オクシズの魅力を活かす交流促進



6 スポーツを通じた魅力づくりの推進

「歴史に触れ親しむ観光振興」の観光・国際交流課事業

- 東海道歴史街道二峠六宿まち歩き観光の推進
- 静岡デスティネーションキャンペーン
- 駿府浪漫バス

静岡市内観光案内所一覧



1、静岡市総合観光案内所

所在地	静岡市葵区黒金町49-1（JR静岡駅北口）		
営業時間	9：00～17：45（定休日：12/29～1/1）		
電話番号	054-253-1170		
勤務体制	常時2人体制（うち1名以上英語対応可）		
主な案内対象	外国人を含む本市への来訪者全般。バスターミナル利用者。		
特徴	英語を話せる職員が常駐しており、日本政府観光局より「外国人観光案内所（カテゴリー2）」の認定を受けている。		
外観図		配置図	

2、静岡駅観光案内所

所在地	静岡市葵区黒金町50（JR静岡駅南口）		
営業時間	9：00～17：45（定休日：12/29～1/1）		
電話番号	054-252-4247		
勤務体制	常時2人体制		
主な案内対象	新幹線利用者、南口の施設（ホビースクエア等）利用者及びホテル宿泊客		
特徴	パンフレット保管庫、キャンペーンの際の更衣室等に活用できるバックヤードを有しているのが最大の特徴。北口繁忙時の補助機能も担っている。		
外観図		配置図	

3、清水駅前観光案内所

所在地	静岡市清水区辻一丁目1-30-103 アトラス清水駅前1階		
営業時間	9：00～17：45（定休日：12/29～1/1）		
電話番号	054-367-9613		
勤務体制			
主な案内対象	清水駅を利用客。清水区内イベント（清水七夕まつり等）に訪れた観光客。		
特徴	（公財）するが企画観光局の清水事務所を併設している。		
外観図		配置図	

概要

JR6社、旅行会社、地方自治体・観光関係団体等が協力して実施する国内最大級の大型観光キャンペーンであり、開催地について集中的なPRを期間限定(4~6月)で実施し、全国からの誘客を図り、地域を活性化させることを目的に開催される。平成28年度にオール静岡県でエントリー申請を行い、開催が決定した。

スケジュール



静岡DCについて

静岡県内5エリアにおいて、「アッパレしずおか元気旅」をキャッチフレーズに6つのテーマによる観光企画・商品を紹介。



するがエリアにおけるH31・R1静岡市の取組み

DC開催を契機として観光商品の継続と定着化に向け広く宣伝を行う。

新緑企画	絶景	夜間
<p>浅間神社で 大拝殿と本殿特別拝観</p> <p>普段は立ち入ることのできない大拝殿や本殿の参拝を説明しながら実施。</p> <p>期間 ①4/27~5/6 ②4/14,20,21 5/11,19,25,26 6/7,8,14,22,23 時間 ①13:00~14:00~15:00~ ②15:00~ 定員 100人まで 参加費 1,500円</p>	<p>今川家の菩提寺極楽寺で 坐禅・写経体験</p> <p>連続1年の5月2日しか開催しない徳富寺で、特別公開による観覧・写経・坐禅体験を実施。※夜間はライトアップ実施</p> <p>期間 5/1~4/25~28 時間 ①14:00~15:30 ②18:30~20:00 定員 ①② 30人まで 参加費 1,000円</p>	<p>夜間特別拝観 「天下茶屋の竹あかり」</p> <p>様々な竹灯籠と境内のライトアップ、様々な音楽による幻想的な雰囲気の中で参拝を奨励する企画。</p> <p>期間 ①東御堂博物館特別展 4/1~6/30 ②夜間特別拝観4/27~6/30 (土日祝のみ) 参加費 当日券・前売券の販売あり。</p>

1. 駿府浪漫バスとは

【沿革】

静岡奨励の開催を契機に、静岡中心市街地における観光客の回遊性向上と賑わい創出を目的に、平成12年4月より運行。当初は、一般公募により愛称を付けたボンネット型レトロバス3台を使用し、駿府城公園、浅間神社ほか17か所に停留所を設けた7kmのコースで運行をスタートした。「駿府浪漫バス」という総称も、当時公募により決定したものである。運行開始から20年目となる本年度まで所要の変更を行い、現在は次のような形態で運行している。

【運行形態】

業務形態	自主運行バス(観光路線)
運行事業者	しずてつジャストライン株式会社
料金形態	1回乗車あたり 大人 200円/小人100円
運行ルート等	別添チラシを参照
車両	事業者所有小型車両2台(右図参照)



バス車両



今川さんフロントマスク

《令和元年度運行実績》(R1.8月末現在)

時間帯	JR静岡駅 10時00分発~16時00分発	
利用者数	12,348人 (1便あたり9.1人)	
便数	平日 7本 (JR静岡駅 00分発) 土日祝 13本 (JR静岡駅 00分、30分発)	★ 8月末まで運行便数 1,365便
距離	7.9km (土日祝日ルートは7.6km)	★ 8月末まで運行距離 10,592.4km
経費	※年間契約額: 20,629,080円 8,595,450円 (R1年度契約額 8月分まで) 2,315,387円 (R1年度収入額 8月分まで) 6,280,063円 (R1年度支払額 8月分まで)	1人あたり経費 509円

駿府浪漫バスの運営状況について

令和元年10月18日

2. 令和元年度変更点

観光交流文化局 観光・国際交流課

【令和元年度からの具体的変更点】

1 運行ルートの変更

JR静岡駅→新静岡→(伝馬町通り) 華陽院→(つづじ通り) →(北街道) →(市道 駿府城蔵匠町線) →市民文化会館→東御門→ひつじさる櫓→中央体育館前→アイセル21→(長谷通り) 長谷通り→静岡高校入口→(麻機街道) 浅間神社→赤鳥居→(浅間通り) 浅間通り二番街→浅間通り→(井川湖御幸線) →(藤枝静岡線) →中町→

<平日> (呉服町通り) 呉服町一丁目→呉服町二丁目
<土日祝> 本通三丁目→(昭和通り) 七間町→相屋町

→(江川町通り) 御幸町→(井川湖御幸線) JR静岡駅前

1周 50分～55分



JR静岡駅→新静岡→(北街道) 市民文化会館入口→(市道 駿府城蔵匠町線) →東御門→ひつじさる櫓→中央体育館前→アイセル21→(長谷通り) →城東福祉エリア→(市道 太田町大岩線) 西千代田→岩成不動→大岩一丁目→(麻機街道) 臨濟寺前→大岩本町(富春院) →丸山町→浅間神社→赤鳥居 浅間神社入口→(浅間通り) 浅間通り二番街→浅間通り→(井川湖御幸線) →

<平日> (藤枝静岡線) →中町→(呉服町通り) 呉服町一丁目→呉服町二丁目→御幸町→(井川湖御幸線)

<土日祝> 中町→県庁・静岡市役所委区役所→

→JR静岡駅前

1周 55分～57分



2 運賃設定の変更

一乗車あたり
大人(中学生以上) 100円
小人(小学生) 50円

一乗車あたり
大人(中学生以上) 200円
小人(小学生) 100円

※ただし、
ICカード利用の場合
大人 190円
小人 100円

3 使用車両の変更

レトロ調バス車両



姜小町号



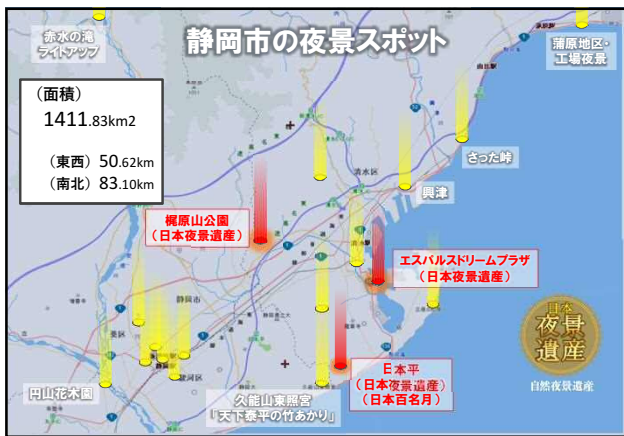
竹千代号



家康公号

事業者所有の小型車両に
今川義元公生誕五百年祭事業
関連のフロントマスクを設置



















夜景遺産
自然夜景遺産

Upper Lounge
6F アッパーラウンジ

『日本平』夜景遺産認定記念カクテル

45:55 『Frothy & Fizzy』
ソーフトレンドリフト/スーパースイッチ

日本平ホテル

するが企画観光局「宵茶」

宵茶 YOICHA

YOICHA MAP





MaaSとは

Mobility as a Service (モビリティ アズ ア サービス)

直訳：移動のサービス化



移動手段を

「**モノ**」の所有という「**モノ**」で提供するのではなく
「**サービス**」として提供する（してもらう）

という概念

自動車業界でも注目！！

- 自動車業界は **新技術の導入により**
100年に一度の大変革の時代！！



週刊エコノミスト (H30.11.6) より抜粋

【自動車に対するニーズ】
所有から利用へシフト

- 自動車という**モノ**を販売するのではなく、自動車による**移動サービス**を提供する環境を整えなければ、長期的に収益を高められない！！



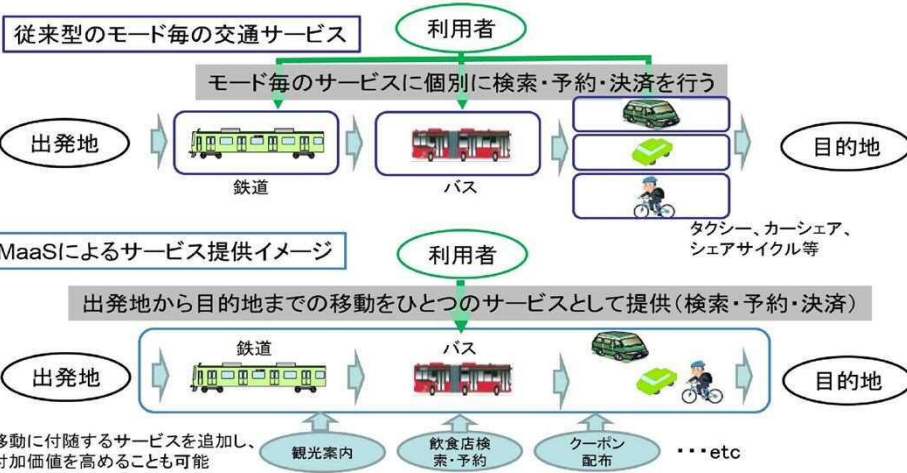
MaaSの定義

○出発地から目的地までの移動ニーズに対して最適な移動手段をシームレスに提供するなど、
**移動全体を1つのサービスとして捉え、
 利用者にとっての一元的なサービスとして
 提供する概念・考え方**

※様々な定義があり、定まったものはない。

具体的には・・・

- ① **スマホアプリを活用し**
 - ② **出発地から目的地までを最適な移動手段でシームレスにつなぎ**
 - ③ **移動手段の検索・予約・決済を一括で行う**
- ことにより、一元的なサービスを提供するものが典型的。



追手町音羽町線等にぎわい空間創出事業

都市計画課作成

整備テーマ

歴史文化の誘い道 ～今と昔が交差する、レトロモダンな名脇道～

「セノバをはじめとした商業・業務エリアから歴史文化拠点を繋ぐ魅力的な道筋」となるよう、歴史的な景観に配慮しながら安全で快適なひと中心の道路空間を形成し、歩いて楽しいまちづくりを推進する。

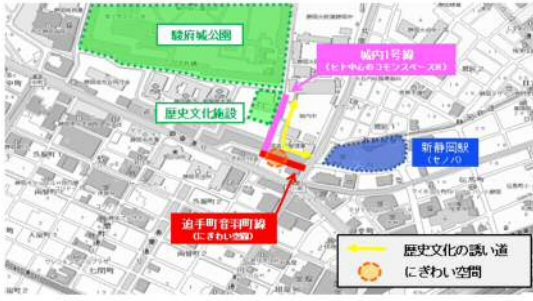
経過

- ・商店が進んだり来街者が訪れる賑わいのある「道」
- ・地元商店街・自治会・まちづくり団体からの要望
- ・都市再生特別措置法により道路の空間活用が可能に

改善点

- 改善1 歴史を活かす**
- ・石垣・お堀の水辺・桜等の歴史資源と調和した歴史を阻害させない景観デザイン
 - ・石垣、橋などの歴史資源を見ながら歴史を感じさせる空間を形成
- 改善2 賑わいを創る**
- ・来街者の安全・快適なひと中心の道路空間を形成(歩道拡幅)
 - ・来街者の憩いや交流に供するオープンカフェを設置(官民連携)
- 改善3 来街者を惹き付ける**
- ・水上デッキや石畳み風の舗装などにより期待感を醸成させる空間を演出
 - ・歴史文化施設までの統一された意匠により歴史文化の拠点へ誘う

位置付け



効果

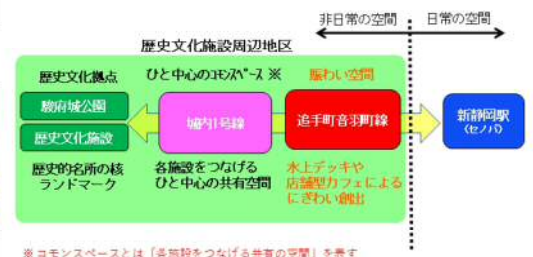
- ・賑わい創出
- ・安全性の向上
- ⇒ 大宮副都心「歴史文化の拠点づくり」「まちおこし」の推進
- ・歴史資源のみがきあげ
- ・民間活力導入

景観形成の方針



景観形成の方針

お堀や石垣、水辺、緑が醸し出す歴史文化や風格を優先し、整備する施設類は空間の中で主張せず、かつ駿府城跡という場所にふさわしいデザイン、色彩とする



※ コモンスペースとは「各施設をつなげる共有の空間」を表す

2 目指す姿に向かうための戦略（ターゲットの設定）

ファミリー・多世代（子どもと親、祖父母、若者+他の世代）

- ・歴史文化施設は教育的要素があり、子どもの教育に熱心な人達への対応はひとつ必要。
- ・子どもが歴史の勉強をする時に、登呂遺跡や東照宮に行って歴史の勉強をしながらご家族が来る。
- ・ファミリーに加えて祖父母と一緒に来ることを想定し、高齢者も移動しやすく休憩しやすく、子どもも遊ばせられるような、共存、両立している施設。
- ・お金を持っていて支払いをするのは祖父母だ。子どものため、孫のためにお金を使う。
- ・若い人、30代位の子育て中の夫婦が集まる街というのは3世代に渡って呼び込める。
- ・若い世代を狙い、上の年齢層の方々も一緒に来てもらうというのがいい。

シニア

- ・超高齢化社会の中で、シニアがターゲットの中心になるのは間違いない。
- ・現在の駿府ウェイブの企画ウォークの申込者の年齢は50代から70代が多い。

インバウンド

- ・インバウンドを含めて観光客が来ないと厳しい。
- ・街の中を欧米人が歩いているだけで街の風景がだいぶ変わる。
- ・データを見てみると、日本で使う金額が多い国は、中国の他、英語圏の欧米諸国。そこをターゲットに、それに即したサービスが重要。

特定のカテゴリー層

テーマに興味を持った層

- ・刀剣やネット上のゲームや武将など、ストーリーの中に入り込めるようなテーマ設定により、これを目掛けて来ていただける人を作れば、新たな層を呼べる、年齢にかかわらず来てもらえる。
- ・色々なマニアが来ていただけるようなカテゴリーを複数作るのいいのではないか。

発信力のある人

- ・どういう人たちに刺さるかが分からない状況では、発信力のある人にターゲットを絞って、そういう人たちが静岡の魅力をどう紹介し、発信するかというのをリサーチする中で新しいニーズや顧客像が出てくる可能性がある。

質のいい客（上品、マナー、収益が見込める）

- ・来てもらいたいのは上品でマナーが良く、お金を落としてくれる旅行者だと思う。

3 (1) ①ア ブランディングにつながるネットワークのテーマ設定

「本物の歴史・文化資源」を活用したブランディング

- ・石垣などの調査、発掘の途中段階の「本物の歴史・文化資源」の売り出し、見せる工夫
- ・天守台周辺での、VR、AR等の技術を活用した演出、回廊や橋等の設置による、歴史・文化資源に触れられる場所、写真スポット作り。
- ・臨済寺などの普段見ることができない、又体験することができない資源の特別拝観、公開

「歴史文化施設」のテーマに沿ったブランディング

- ・家康（駿府城、浅間神社、臨済寺、浮月楼、久能山東照宮のセット）（一富士、二鷹、三茄子の物語）などのテーマの設定
- ・歴史文化施設の展示のテーマにもなっている「首都の駿府」、日本のシンボルである富士山をセットにした打ち出し方はどうか。

富士山と他の資源の連携によるブランディング

- ・静岡の他にはないコンテンツは、海と一緒に富士山を見せること。
- ・夕方の赤富士、朝にしか見えない富士山などいろいろな見せ方がある。
- ・駿府城から見た富士山、うまく家康にくっつけて物語を作り、ブランディングする。
- ・NHKで駿府城の天守台、家康と秀吉との関係などをやっていたから、それを利用して売り込む。
- ・富士山がきれいに見えるのは11月から3月までなので、見えない時期の代替案が必要。

特定のテーマ設定によるブランディング

静岡の食（しずまえ、オクシズ、お茶等）

- ・しずまえ、オクシズなど、静岡の特徴的な食を活かしたらどうか。
- ・静岡はお茶所で、すごくいい小規模茶農家がある。世界に広く発信することで誘致することができる。
- ・静岡といえば静岡おでん。
- ・サクラエビのために由比に立ち寄りが多い。
- ・外国人の方はわさび、わさびのキットカットは外国人受けする。お茶だと清水のお茶クッキー。

静岡の自然・体験・食の組み合わせ

- ・オクシズの自然やトレッキングやハイキングの体験、オクシズの在来種の野菜や蕎麦、蕎麦打ちなど、静岡ならではの体験を提供する。

静岡の伝統文化（竹細工等）

- ・家康の頃は日本のルネサンス期であり、静岡が日本の文化の中心地になっており、全国の竹細工や蒔絵の専門家が集まり、磨かれた場所でもある。外国人に魅力を伝えるため、今駿河の竹細工という伝統文化として残っているということを利用する。

マニアや通に受けるテーマと資源

- ・歴史のテーマや静岡にしかない資源を活用し、マニアが集まり、聖地になればそれを目掛けて来る。食事や土産などもそろえる。
- ・和紅茶の発祥地（丸子）や足久保まつり、護国神社の蚕の市などの通な情報や、サウナなど全国的に注目されているものを利用するのもよい。

市が開発したお土産

- ・静岡市で静岡おみやプロジェクトを毎年やっている。連携して情報を発信していくといい。

人材によるブランディング

- ・発信力、動員力がある、歴史を語る人材、歴史の権威ある人材の確保や育成を行う

全国一を目指せるものを磨く

- ・何か一つ磨いて、葵舟だけでも全国で1番になるような戦略を考えるというのもある。

ブランディングの構成要素

- ・本物の歴史・文化資源（石垣、天守台、東御門等）
- ・「歴史文化施設」のテーマに沿った資源（家康、今川、東海道、浅間神社、久能山東照宮等）
- ・富士山、また富士山と関連付けできる資源
- ・ブランディングのテーマ設定要素（静岡の食、自然、体験、伝統文化等）

市外の資源との連携

- ・今川氏の企画展で、この後岡崎城へ行くとか、小田原城からここに来たとか、市内をどうネットワークするかというのを突き出た行動をしている。
- ・浜松城や掛川城、山中城などは大体セットにして一日で回るらしい。
- ・歴史好きな方、百名城を追っかけているような方、そういう方の動きをよく見ていかないと、市中だけ見ていると乗り遅れてしまう。
- ・三保などでは、観光客は富士宮の白糸の滝に行くことが多い。三保にとっては、富士宮の白糸の滝が自分の所の観光資源なのだ。

3 (1) ①イ ネットワークの周知と誘導

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

(歴史文化施設)

- ・施設整備の段階にビジターセンターエリアへ観光案内機能とガイド機能を一体的に確保
- ・雑談ができるようなスペース、休憩場所などで、雑談しながら現地へ誘うのがいい。
- ・歴史文化施設であれば入り口に近い無料スペースの一角にそうした場所があればいい。

(駿府城公園)

- ・静岡の歴史の中心である駿府城内に拠点を作り、市内各所のサブステーションをサポート

(駅に設置)

- ・静岡駅から歴史文化施設までの案内のため、駅等へサブの案内所を設置
- ・東静岡駅の長距離バス利用者へ観光情報等を提供
- ・インバウンド対応を意識した、新幹線改札口でのサイネージ、QRコードによる案内

(街中に設置)

- ・街中(呉服町等)の通りへ案内スペースを設置

各施設同士等の連携

- ・静岡駅や、それぞれの施設にて、他の施設の当日のイベントや施設までの案内を、簡単な掲示板などでそれぞれお互いにアピールし合う。
- ・美術館や博物館で、相互に割引クーポンを一緒に発行し、同じ興味を持って来る人の回遊を促す。

回遊を促す観光プランの提案

(テーマ・目的・滞在時間別にコースを提案)

- ・駅から1時間以内、3時間以内、1日など滞在時間別のプランの提案
- ・夜の観光コースの提案
- ・来訪の目的、テーマ別、季節ごとのイベントに応じたプランの提案
- ・駿府浪漫バスで、観光ガイドが案内するコースの開発
- ・昼を食べる場所の案内
- ・特別な情報、専門的な情報をパッケージで提供し、お金を払ってもらう商品にできる。
- ・女子旅をテーマに、ランチや静岡茶や静岡のフルーツを使ったデザートやケーキなどのプランをオンライン上で情報発信したり、アプリで少しずつ周遊して全部踏破していく形も面白い。
- ・同じ地図の上に食、土産、イベント、ストーリーをプロットしたレイヤーを用意し、組み合わせにより全体で新しい価値や魅力を見つけ出すことができる。
- ・フォトロゲイニング(チェックポイントに行って写真を撮り、決められた時間内でたくさんの写真を撮ってきた人が勝ちというイベント)は、多くの資源を活かせる一つのアイデアではないか。

官民連携による観光プランの提案：官民連携

- ・静岡駅地下道の一茶と連携し、お茶を飲みながらインストラクターに観光案内や、お茶についての情報を提供してもらう。隣のしずちカ情報ポケットも活用する。
- ・丸子地区の丸子まちづくり協議会、浅間通りの歴史部会など地域で活動する団体が地域の案内役をやっているが、地域にこだわりを持っているから非常に丁寧に説明してくれる。
- ・回遊ルートモデルコースでツアーを企画して旅行会社が発売する。
- ・各ホテルのホームページ上で、半日、3日間など時間、期間別の観光プラン情報を発信する。
- ・ついで観光を促すため、静岡鉄道の1日乗車券に施設の入場料を加算したサブスクリプション化や1日乗車券提示による入場料割引を行う。
- ・宿泊客が欲しい情報がホテルの方にあるといい。

市が育成した人材の活用：官民連携

- ・市が養成した観光ガイド、文化財サポーター、おもてなしサポーター、英語でおもてなしサポーターなどの人たちを、観光案内や観光ガイドとして活用し、活躍する場所を提供する。

3 (1) ② 歴史・文化資源の磨き上げによる価値の向上

特別感による資源の価値・収益の向上

- ・天守台周辺での、VR、AR等の技術を活用した演出、回廊や橋等の設置により、歴史・文化資源に触れられる場所、写真スポットを作り、その横にお金を落としてもらえる施設を設置する。
- ・臨濟寺などの普段見ることができない、又体験することができない資源の特別拝観、公開

イベントによる資源の活用

- ・駿府城のお堀を利用した葵舟を観光回遊だけでなく、花嫁舟として結婚式のパレード、記念日のパレード（金婚式、還暦、喜寿、米寿等）または記念撮影に利用して付加価値を高める。更に結婚式場へ花嫁と花婿を人力車で送迎するにも利用する。

テーマに関する商品の販売

- ・血盟書をデザインしたバッグやイヤリングを販売している所もある。

各資源での観光ガイドの実施

- ・街中にある史跡・町名碑等にQRコードを設置し、それを読み取るにより簡単なガイドをする取組みも、単独で行動する来訪者に有効（日本平の赤い靴の女の子の像）。

市の施設を活用した収入の確保

- ・市がハードを整備し、アイデアのある事業者に貸し出して家賃収入を得るのが有効
- ・トイレの有料化による収入の確保

3 (1) ③ 「誘客」「宿泊」「リピーター」を増やすための方策

拠点性を活かした「誘客」「宿泊」の促進

- ・静岡は東京や京都に行く人の拠点となる、インバウンドにとってのハブの街になり得る。そういう位置関係などの便利さ、滞在すると見られるものなどを情報発信し、静岡への滞在を促す。
- ・スマート・インターチェンジの開通により利便性が向上したことの情報発信。

「宿泊」につながる夜や朝のイベント等：官民連携

- ・お堀の周りなどのライトアップ、プロジェクションマッピングにより夜の滞在、宿泊を促す。
- ・夜店のようなキッチンカーでの飲食と映像をセットで提供する。
- ・夜に活動する観光ガイドを設置
- ・夜の観光のため、ホテルと情報提供の連携を行う
- ・認定試験により、ホテルのフロントを市公認のインフォメーションとし、夜のガイドの実施する
- ・朝市など、朝の企画により、朝にいる必然性を作る。
- ・青葉公園の食のイベント等と歴史文化施設との連携

「宿泊」につながる観光プランの提案：官民連携

- ・民泊の一つの「農家泊」が最近流行っており、清水の両河内の方でできる。
- ・滞在中のうちの1、2日は静岡の郊外で、残りは街中で過ごすプランの提案。
- ・富士山が見えない間は静岡のどこかを周遊してもらい、静岡に泊ってもらうプランの提案。
- ・宿泊させるため、関連する静岡以外の周辺の資源も活用したプランの提案。
- ・交通機関の24時間券は、1日乗車券と違い、午後から観光しても翌日同時間まで使え、宿泊に有効。また、他のコンテンツや、ナイトタイムまで遊べる企画と連携するとよい。

「リピーター」につながる観光プランの提案

- ・日本平の桜やオクシズの秋の紅葉などとイベントを絡めた宿泊プランの提案。

「誘客」につながる取組

- ・昼食会場、観光バス駐車場のプロモーションにより観光バス、観光コースを呼び込む
- ・聖地化すれば、そこまで興味はない人も行ってみようと言う人がだんだん増えていく。
- ・歴史文化にあまり興味のない人に対し、デザインや遊び心、歴史に親しみながら楽しめる工夫などにより興味を持たせる方策が重要

観光客の利便性の向上による「誘客」：官民連携

- ・静岡駅構内およびその周辺でのコインロッカーの確保
- ・観光トイレの老朽化対応
- ・公衆トイレの代わりに、市が認定した協力店に費用を払って店のトイレを使えるようにする。
- ・外国人観光客を案内できる店も市が認定し、マークやサインを貼り出す。
- ・公衆トイレ、外国人への案内の役割を民間のお店に担ってもらう。

3 (2) ① 人を呼び込むための情報の発信

発信力のある人を利用した情報発信

- ・高校生、大学生あるいは若いネットワークを持っている人達による、静岡の魅力の友人、知人、世界の人々への発信
- ・口コミを活用した情報発信、歴史文化施設に関わりのある人を増やす取組
- ・観光大使、有名俳優、有名タレント、大学生など影響力のある方や観光事業者、メディアなどへのモデルコースへ招待するなどによる市内外への情報発信

動画、SNS等を活用した情報発信

- ・広報として長期的に効いているのは動画だ。動画は繰り返しいつでも観ることができる。
- ・きれいな動画より、静岡の茶農家を外国人が訪問し、交流しているビデオなど、そこに行ってもどのような体験、学び、感動が得られるかが分かると、行ってみたいという動機付けになる。
- ・首都圏からの利用者を獲得するための、SNS等の電子媒体の活用

知名度のあるコンテンツの活用

- ・ちびまるこちゃんやさくらももこさんは非常にいいテーマ。もっとお金をかけてやってもいい。
- ・ちびまるこちゃんの影響はアジアだけでなく中東まで広がっており、世界的に認知度が高い。来るお客様が想像できるような形で、著作権にあまり関係なくできるような形にするといい。
- ・清水のさくら先生が住んでいたエリアを、散策することを楽しめる街にしていければいいのでは。
- ・情報発信するコンテンツをターゲットに合わせて絞り込む。
- ・一点突破の情報コンテンツが有効。

民間による情報発信：官民連携

- ・イベント情報をネット上であくまでも載せた人が責任を取る形で告知するものがあるといい。市が作らなくてもいいから、観光案内サイトにうまく誘導する仕組みがあるといい。

情報を簡単に検索しやすくする工夫

- ・情報はとにかく一元化しないと、というのが現状だと思う。
- ・「静岡市」「イベント」のキーワードで検索した時に見てほしいサイト情報、PR用のポスターに行けるといい。

外国人や富裕層のニーズ調査

- ・外国人と都会の富裕層をに注目し、外国人はどこに興味があるのか、東京のお金のある人たちは何に関心があるのかを調査する。
- ・静岡市のカンヌなど姉妹都市とのネットワークをうまく活用し、観光客を呼び込むにはどこを磨けばいいのか、何が足りないのかを調査する。

3 (2) ② 訪れた観光客へのアクセス情報の発信

観光マップの工夫

- ・観光案内所で、共通して求められるのは観光マップ。歩いて行ける範囲を一枚に書いたものが経費も掛からないし、わかりやすい。
- ・パンフレットタワーを駅に置かせていただくとか、何かやはり目に付くようなことも必要。
- ・鳥瞰図と散策マップを用意すると、全体がわかりやすく便利。
- ・駅から地下道、道路等に色分けして表示し、その色を歩いて行くと目的地に行ける工夫をする。
- ・首都圏のメトロマップのように色分けしてありデジタル化してあると行きやすい。
- ・移動時間や移動方法も併せて記載する。

地図と現地表示との連動

- ・地図と現地の路面など、実際の場所のデザインと記号などの表示が呼応しているとわかりやすい。
- ・スマホアプリや紙面と連動する形でサイン計画がなされると分かりやすい。

マップ・看板の統一

- ・マップも看板も多種多様に作っているのだから、ある程度統一する。
歴史文化資源というテーマで、文化財課、歴史文化課等が色々な表示をしているが、歴史文化についてはこの色、この表示という風に統一され、マップが連動されるとよい。

表示の記号化

- ・バス、電車の路線や駅、停留所の表示を記号化すれば、日本人でも外国人でもわかりやすい。
- ・海外の方は色や記号や数字であれば、文字が読めなくてもそこに行くことができる。
- ・呉服町通り、両替町通りなどの通りも番号化するとわかりやすい。

歩道への案内表示の設置

- ・静岡市は道路や路面、歩道等足もとの案内表示に徹底的に力を入れて、特色を出すのも面白い。
- ・旧東海道を案内する表示で、草薙周辺は非常にうまくできている。歩道そのものに貼り付けてあり、東海道の松をイメージしていてデザイン的にもわかりやすい。統一デザインでうまく案内していけるといい。

静岡駅でのルート案内

- ・観光案内所への観光客の誘導、新幹線の利用客（インバウンド）に、英語の案内ができる観光案内所へのわかりやすい誘導を行う。
- ・JR静岡駅に降りた方が、駿府城公園まで初めてでも簡単に行けるような表示が必要。
- ・駅前の観光案内所の機能強化により、回遊ルートや移動手段を説明。
- ・無人でも24時間AI等が対応する案内所を設置

官民連携による観光案内マップ作成：官民連携

- ・市や観光協会ではなく、観光ボランティアガイドに独自に観光マップを作ってもらうことで、公平性ではなく、観光客にとって有益な情報を載せられる。有料で売って、そのお金で観光客のニーズに応じてマップを改良していく。
- ・歴史文化施設に観光ボランティアガイドのための資料を置くブースを提供し、その代わりに観光案内をしてもらう。
- ・観光マップの原板を市が提供し、飲食店や観光業者が情報を付け足し、自分たちのお金でマップを作ってもらう。

3 (2) ③ 歴史・文化資源を回遊するための交通の利便性の向上

レンタサイクル、シェアサイクルの活用

- ・ 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、史跡・施設に設ける。

タクシーの活用

- ・ 最近実験をやっているタクシーの相乗りをうまく使う。特に観光施設であれば、駅から観光施設、他の場所に移動したいお客さんはいる。実際に人が多く集まるエリア、駅やバス停にシェアライドが可能なタクシーのスタンドがあるともっと広がっていくと思う。
- ・ 観光地でタクシーを1日頼むといくらかになるのかが分かれば安心。事前にわかるといい。
- ・ 観光客のニーズをタクシーの運転手に聞くのが一番いいのではないかと。金額も分かる。

離れたエリアへの回遊のための交通手段

- ・ 資源が点在しているエリアまで行く公共交通手段と、エリア内を回る交通手段を別で考える。
- ・ レンタサイクル、サイクルステーションの設置を、回遊する場所とセットで考える。
- ・ 目的地周辺の回遊にはロッカーと自転車の設置が必要。

多彩な交通手段の提供

- ・ 徒歩、バス、貸し自転車、タクシー、人力車、葵舟、車等の移動手段を組み合わせ提供
- ・ MaaSの観光への活用による最適な交通アクセスの提供

大型客船の乗客の交通手段の確保

- ・ 清水港の大型客船の乗客が回遊するための交通手段の確保。
- ・ 大型客船のため、観光バスの降ろす場所、待機場所を考える必要がある。

観光バス駐車場の確保

- ・ 民間施設との連携による観光バス駐車場の確保
- ・ 歴史文化施設周辺での観光バス駐車場の確保

乗用車駐車場の確保

- ・ 車で来た観光客が渋滞しない駐車場の確保、駐車場から歴史文化施設へのアクセス確保

民間企業の駐車場の活用

- ・ 土日は企業の駐車場が空いていて、それを駐輪場等に利用することは可能だと思う。
- ・ 首都圏などで軒先パーキングという自宅の駐車場の空き時間に時間貸しするものがある。

MaaSの観光への活用

- ・ MaaSの観光への活用による最適な交通アクセスの提供。
- ・ 観光マースは国内でも実験ベースで始まっているので、検討していくことも必要。

第8期 静岡市行財政改革推進審議会

委員名簿等

第8期 静岡市行財政改革推進審議会委員名簿

[任期 平成30年9月18日～令和2年3月31日]

(五十音順)

会 長	田形 和幸	しずおか焼津信用金庫 理事長
職務代理者	小泉祐一郎	静岡産業大学 情報学部 教授
委 員	岩井泰次郎	日本レーベル印刷株式会社 代表取締役社長
	植田 眞	市民委員
	内山 和俊	行政経験者
	小島 孝仁	株式会社CSA不動産 代表取締役社長
	坂野 真帆	株式会社そふと研究室 代表取締役
	杉山 茂之	あいネットグループ 代表取締役
	鈴木 貴子	市民委員
	西尾 真治	三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社 公共経営・地域政策部 主任研究員

※委員の所属等は令和2年3月時点のものです。

諮問事項に係る審議経緯

第1回審議会	令和元年9月10日	市長から諮問 市長との意見交換
第2回審議会	令和元年10月18日	現地視察（歴史文化施設建設現場、駿府城公園等） 意見交換・論点整理
第3回審議会	令和元年11月19日	「歴史・文化資源の連携と活用」による地域経済の活性化の実現に向けた議論
第4回審議会	令和元年12月13日	「歴史・文化資源の連携と活用」による地域経済の活性化の実現に向けた議論
第5回審議会	令和2年1月14日	答申書骨子案の検討
第6回審議会	令和2年3月24日	答申（審議結果の報告）



31 静総総第 1597 号

令和元年 9 月 10 日

静岡市行財政改革推進審議会

会 長 田 形 和 幸 様

静岡市長 田 辺 信 宏

(総 務 局 総 務 課)

「歴史・文化資源の連携と活用」による地域経済の活性化
～「歴史文化施設」を中心とした歴史・文化資源のネットワーク～ (諮問)

静岡市附属機関設置条例別表第 1 の規定に基づき、下記のとおり諮問します。

記

本市では、第 3 次静岡市総合計画において、市内に点在する数々の歴史や文化といった地域資源をみがきあげ、文化力を経済力へと転換させることで、地域を活性化させる「歴史文化のまち」の実現を目指しています。

また、現在本市を取り巻く環境として、国際拠点港湾・清水港への大型外国客船の寄港の増加、中部横断自動車道の開通、静岡空港ターミナルビルの拡充、東名スマートインターの新設などによる更なる利便性の向上のほか、今後は東京オリンピック・パラリンピックや大阪・関西万博などの開催があり、国内外から更なる大きな集客を呼び込める好機であるとともに、数年後には「歴史文化のまち」の拠点として「(仮称)静岡市歴史文化施設」の開館を予定しています。

そこで、今回は、「(仮称)静岡市歴史文化施設」を中心に市内に点在する歴史・文化資源を効果的にネットワーク化し、誘客を促進することにより、地域経済の活性化に繋げる方策について、諮問します。

「歴史・文化資源の連携と活用」による地域経済
の活性化について
～「歴史文化施設」を中心とした歴史・文化資源
のネットワーク～

令和2年3月
静岡市行財政改革推進審議会