

地域連携DMO事業

# 令和4年度 の 取組状況について

(概要版)

令和5年8月  
公益財団法人するが企画観光局



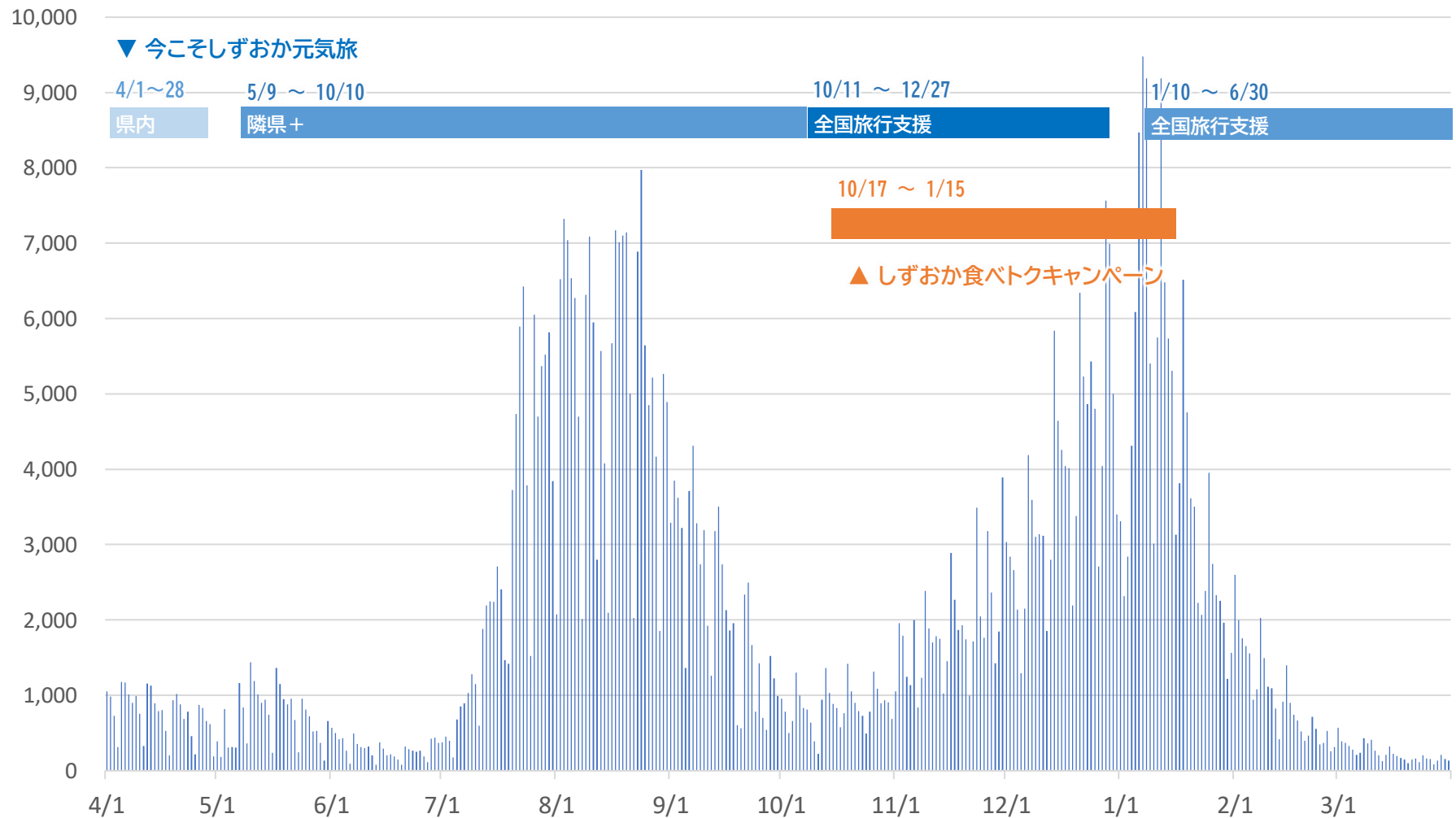
# 目 次

|                         |    |
|-------------------------|----|
| 1 令和4年度／2022年度の概況 ..... | 2  |
| 2 調査分析事業 .....          | 7  |
| 3 ブランディング .....         | 17 |
| 4 Learn、Tea、Sea .....   | 19 |
| 5 ステークホルダーマネジメント .....  | 24 |

# 1 令和4年度／2022年度の概況

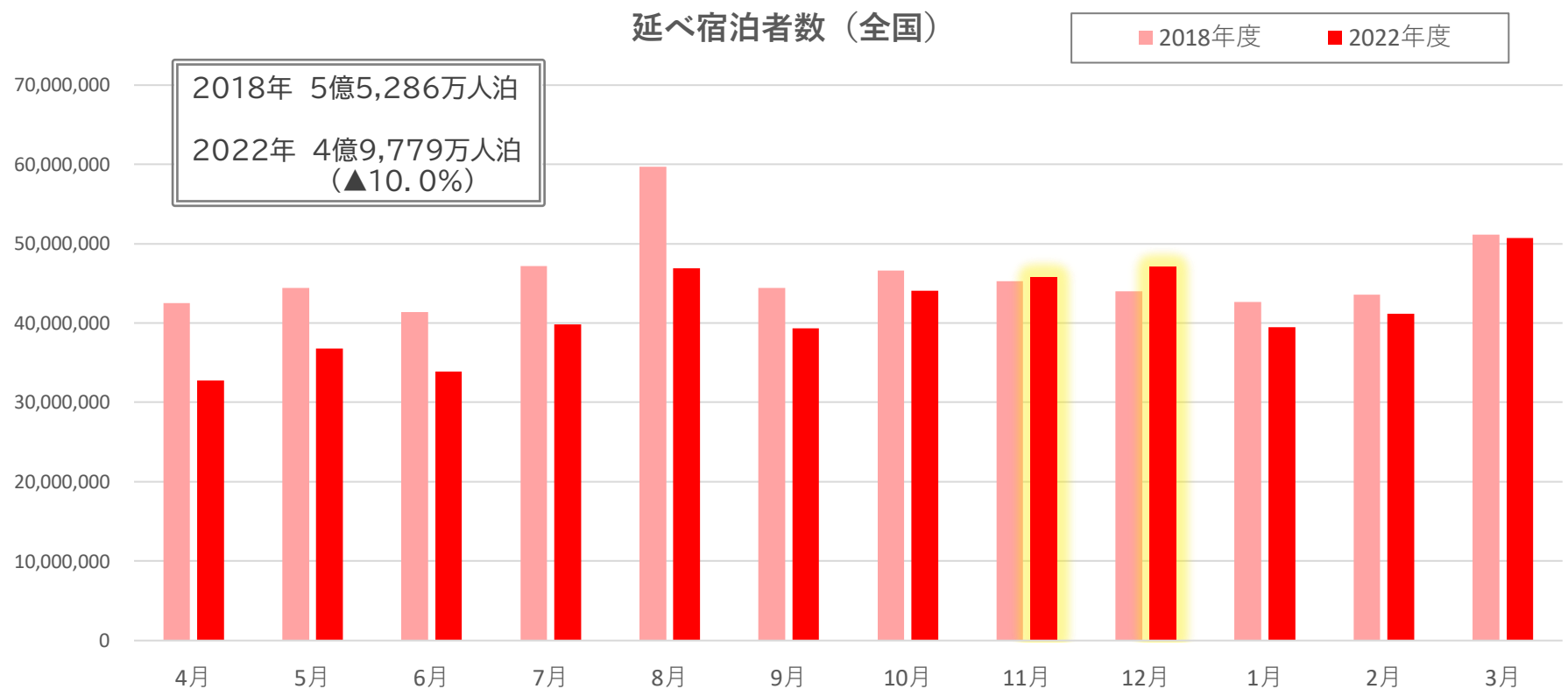
8月と1月に顕著な感染拡大があったが、旅行促進施策も切れ目なく展開される“ウィズコロナ期”となった。年度末の3月にマスク着用の緩和、5月に「5類感染症」への移行と“アフターコロナ期”に向かう年度だった。

新型コロナウイルス新規感染者と関連施策（静岡県）

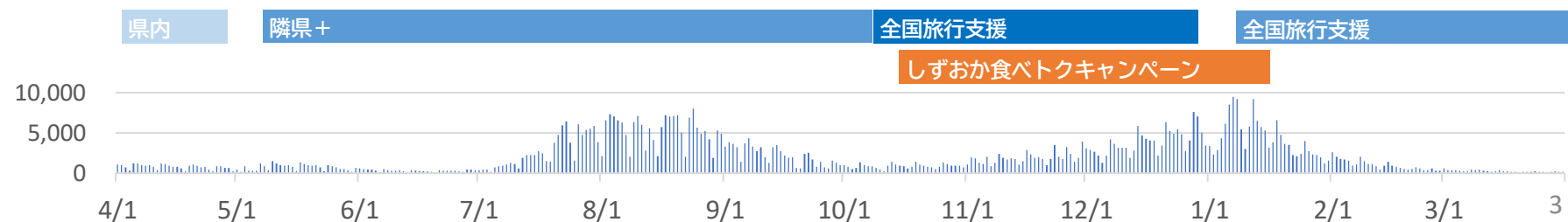


# 1 令和4年度／2022年度の概況

全国の延べ宿泊者数は、**上半期**は2018年度同月比**80%程度**で推移、**下半期**は旅行促進施策等の効果により**同水準**まで回復。特に、**11月、12月**には**コロナ禍以前を上回る水準**となった。

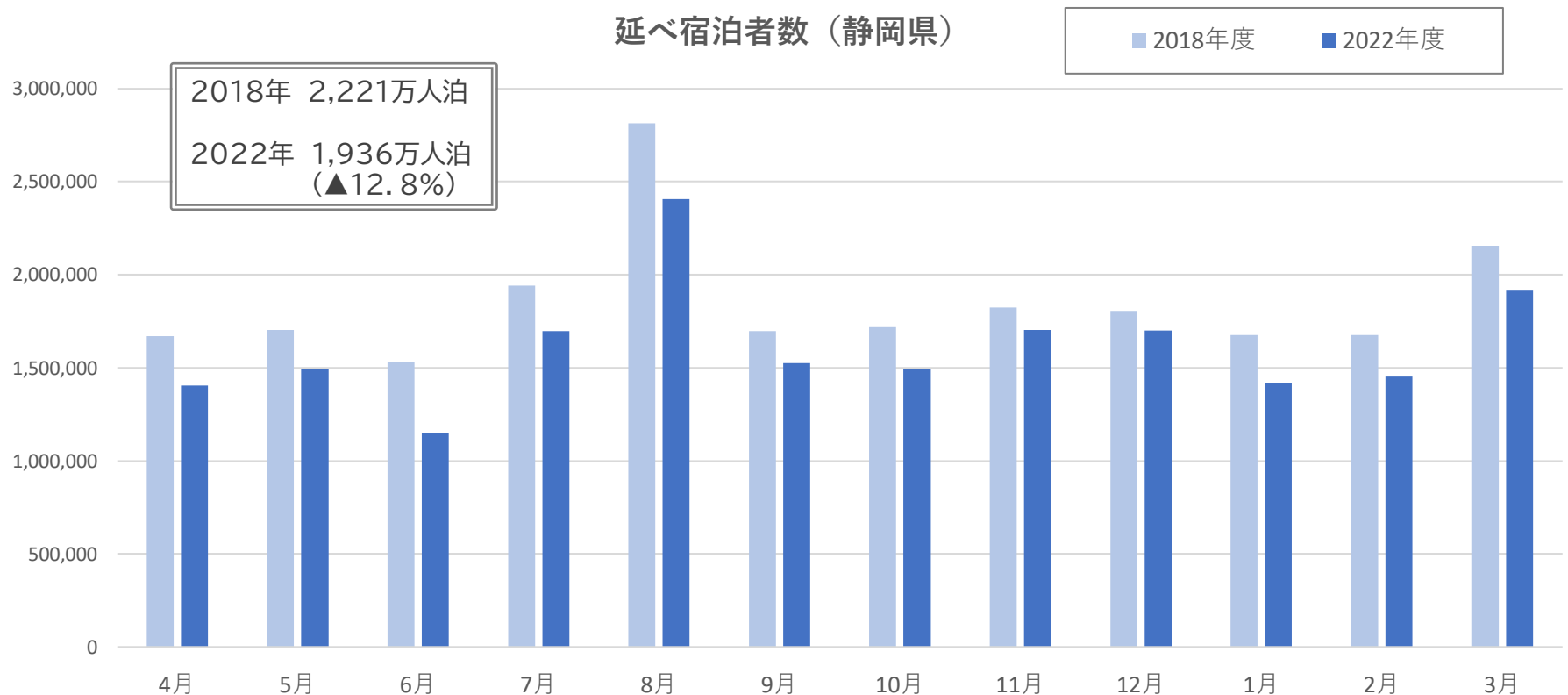


出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」

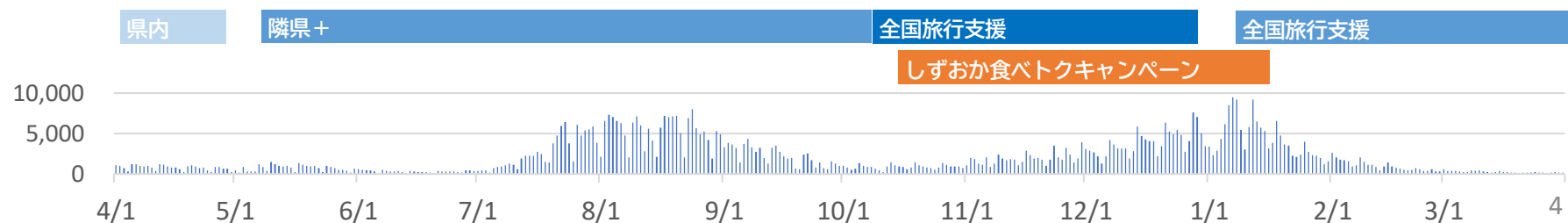


# 1 令和4年度／2022年度の概況

静岡県の延べ宿泊者数は、2018年度同月を上回る月はなかったが、**2018年度比9割前後**で推移した。  
**年間の延べ宿泊者数**では、2018年度と比した回復状況が**全国平均と比べると若干低い水準**となった。



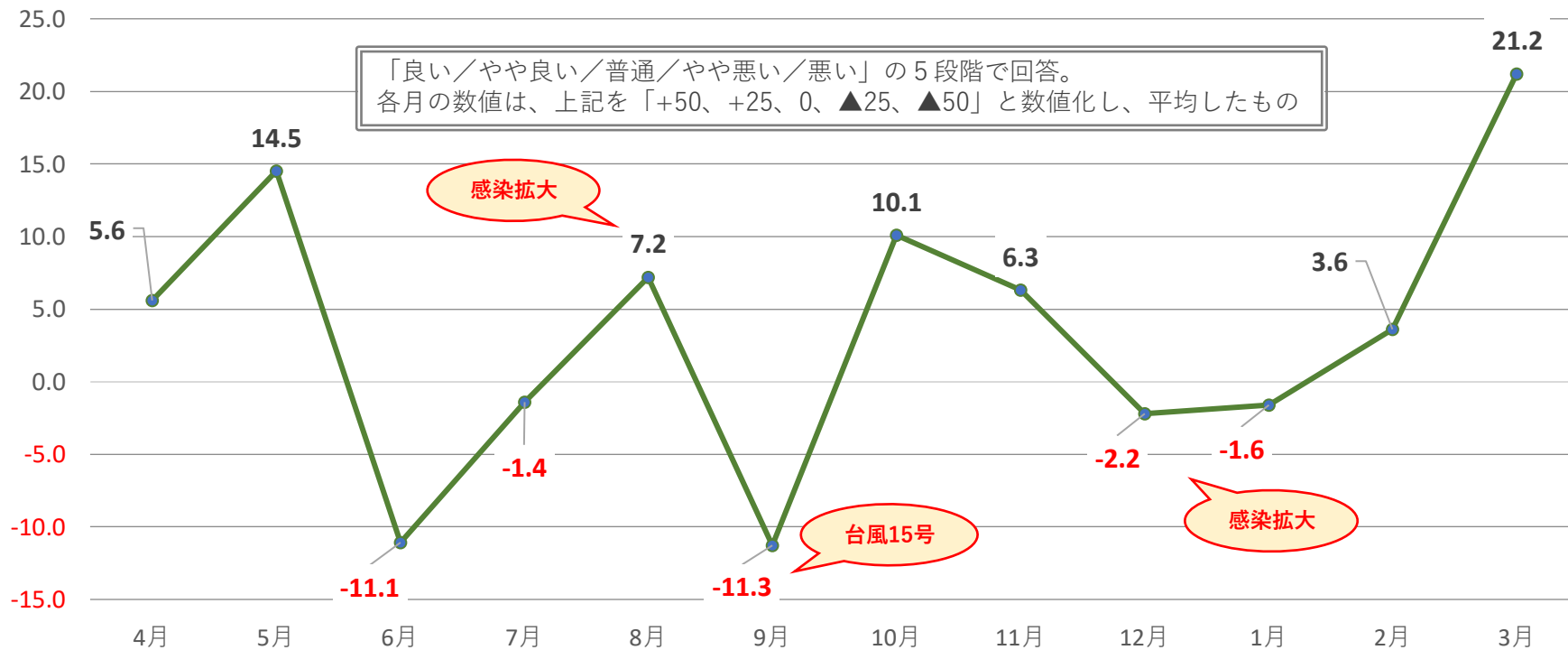
出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」



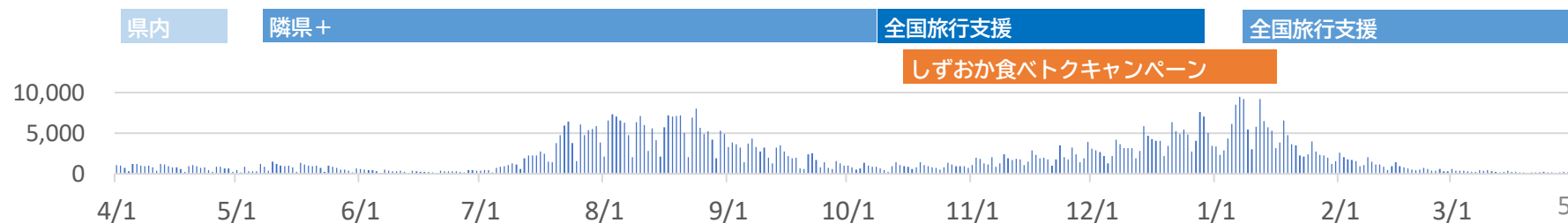
# 1 令和4年度／2022年度の概況

観光関連事業者の景況感は**プラスの月が多く、感染拡大があった8月や1月も旅行促進施策の下支えにより、大幅な下落は見られなかった**。ただし、**9月は台風15号の被害**により令和4年度で最低水準となった。

観光関連事業者の景況感（静岡県中部地域）



出典：するが企画観光局「観光関連事業者景況調査」



# 1 令和4年度／2022年度の概況

台風15号で中部地域の多くの観光施設が甚大な被害を受け、**現在も復旧していない事業者がある。**  
物価高騰の傾向が続き、**事業者の調達コスト上昇**や**消費者の家計圧迫**など懸念される。

## 台風15号 (R4.9.23~24)



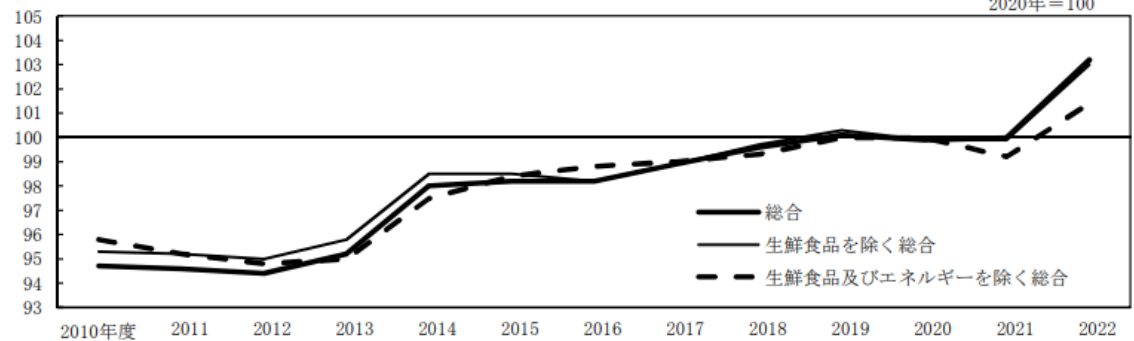
静岡市清水区の被災状況



大井川鐵道の被災状況

## 物価高騰

### 消費者物価指数の年度推移



### 消費者物価指数の月間推移

図1 総合指数の動き

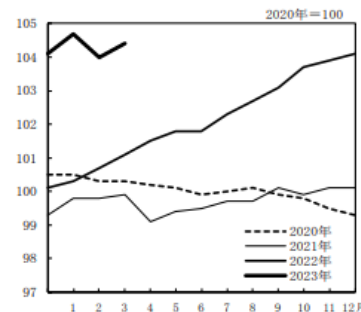


図2 生鮮食品を除く総合指数の動き

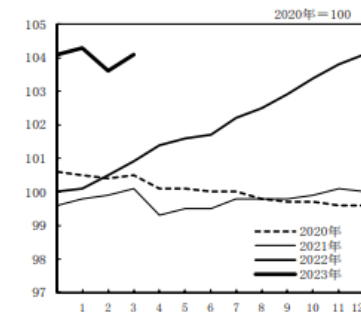
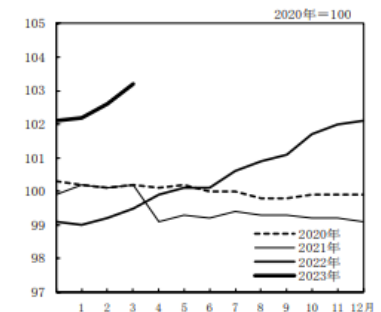


図3 生鮮食品及びエネルギーを除く総合指数の動き



出典:総務省「2020年度基準 消費者物価指数」

## 2 調査分析事業

様々な機関等から公表され  
タイムリーな把握が困難

▶▶ 観光データの一元化

既存

独自調査

観光関連データの整理

<対象エリア>

するが観光レポート

データ性質

|                    | 市 町                         | 中部地域                  | 静岡県                   | 全 国                     |
|--------------------|-----------------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------|
| 旅行者<br>(人数等)       | 観光庁「宿泊旅行統計調査」               |                       |                       |                         |
|                    | JNTO「国際会議統計」 ※MICE          |                       |                       |                         |
|                    | 静岡県「観光交流の動向」                |                       |                       |                         |
|                    | するが「MICE支援件数データ」            |                       | 法務省「入国管理統計(静岡空港・清水港)」 |                         |
|                    | 客船誘致委「客船入港実績データ」            |                       | 静岡県「静岡空港の利用状況」        | JNTO「訪日外客統計」            |
| 旅行者<br>(消費・満足・関心等) | 静岡県「観光の流動性実態と満足度調査」         |                       |                       |                         |
|                    | 各市町「観光案内所来訪者データ」            |                       | 観光庁「旅行・観光消費動向調査」      |                         |
|                    | 各市町「観光HP閲覧データ」              | するが「Visit SURUGA データ」 | 観光庁「訪日外国人消費動向調査」      |                         |
|                    | するが「来訪者調査」※145施設            |                       |                       | 各種エネルギー価格               |
|                    | するが「イベント来場者調査」              |                       |                       | 内閣府「家計消費状況調査」           |
|                    | するが「ブランド力調査(純粹想起率ほか)」       |                       |                       | インターネット検索行動             |
| 地域<br>(事業者等)       | 静岡県「統計年鑑(衛生)」               |                       |                       | 厚生労働省「衛生行政報告例」          |
|                    | するが「観光関連事業者 景況調査」※約 320事業者  |                       |                       | 各種景況調査 ※観光事業者に特化したものはなし |
|                    | するが「観光関連事業者 実態調査」※約1,100事業者 |                       |                       |                         |

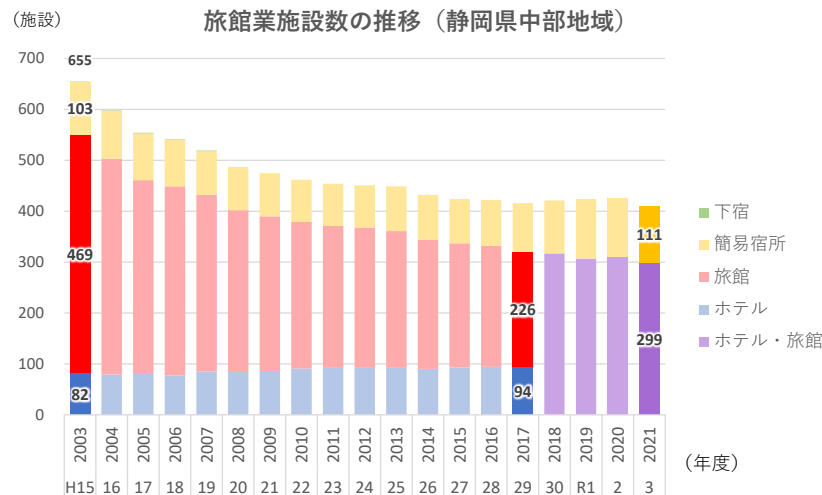
中部地域・市町の  
観光データが不足…

▶▶ 独自調査

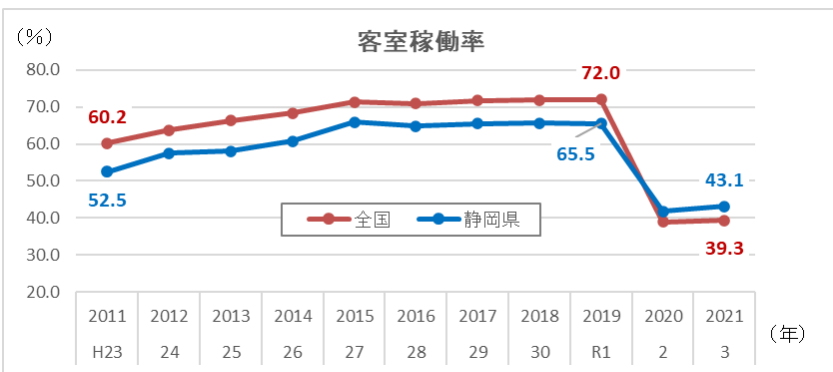


## 2 調査分析事業 ～ するが観光レポート ～

- ✓ 省庁、県、各種団体等が公表する観光関連の様々な統計・データを一元化
- ✓ 全国、静岡県、当地域のそれぞれの傾向を比較し、中部地域の観光をとりまく環境を的確に把握できるよう支援
- ✓ 年間3～4回の更新で最新データを反映。掲載項目は随時充実を図る。

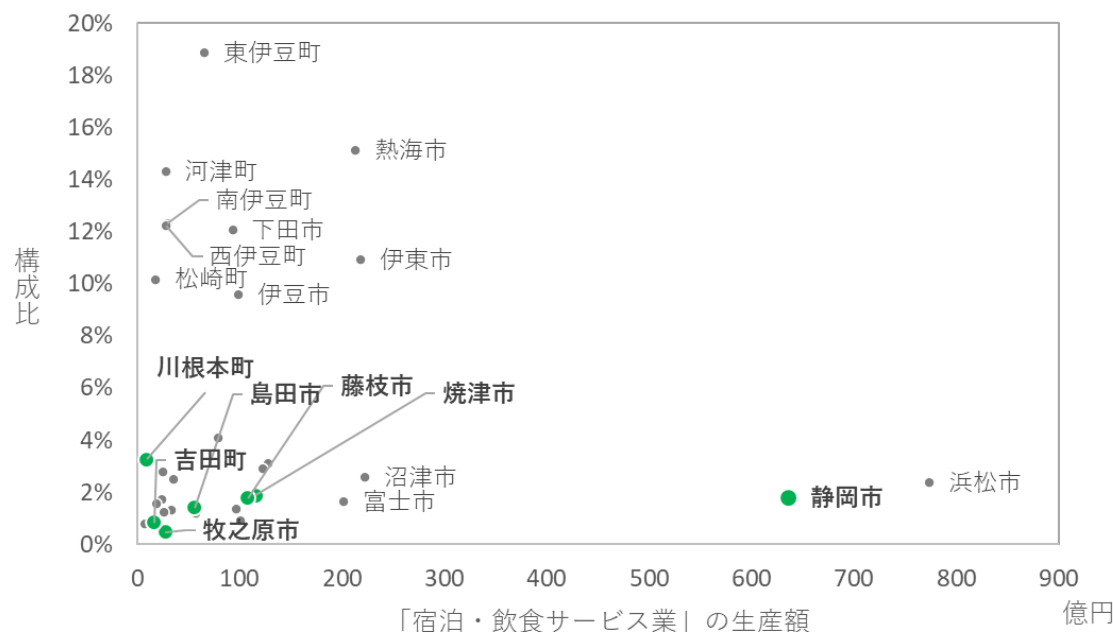


出典: 静岡県「静岡県統計年鑑(衛生)」



出典: 観光庁「宿泊旅行統計調査」

市町別「宿泊・飲食サービス業」の生産額と  
総生産に対する構成比 (2019年度)



出典: 静岡県「しずおかけんの地域経済計算」



R5.6月 更新版

## 2 調査分析事業 ～ 来訪者調査 ～

- ✓ 調査をWEB回答に一本化し、通年実施（実施施設の負担軽減）
- ✓ 約140施設の協力を得て、**13,000件超**の回答を確保
- ✓ **調査施設ごと、希望景品ごとの集計結果をフィードバック**し、事業者のマーケティング支援も実施

### ■ 調査チラシ



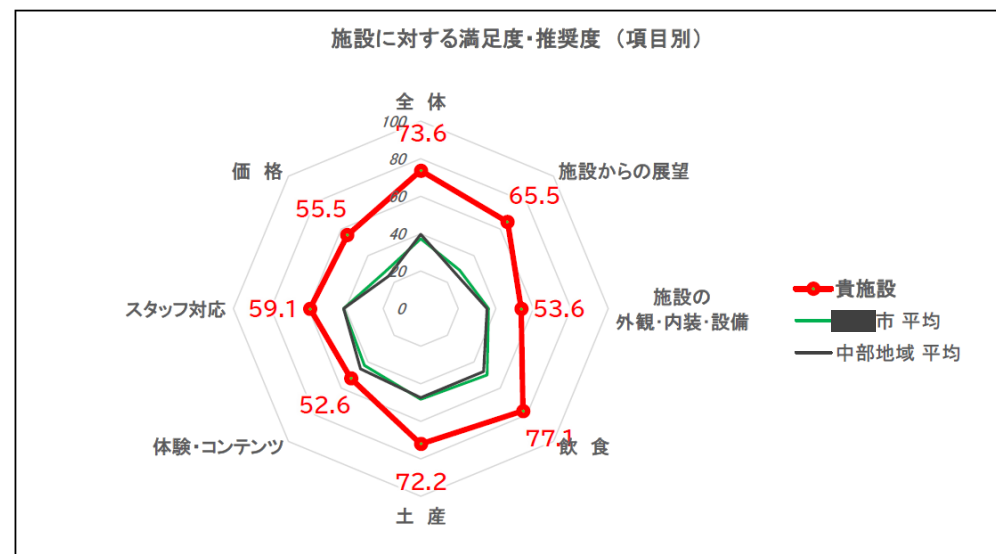
### ■ 回答数

| 期間            | 回答数    | 備考                   |
|---------------|--------|----------------------|
| 4/21 ～ 6/30   | 71 日間  | 3,255 全国旅行支援（県内、隣県+） |
| 7/ 1 ～ 9/30   | 92 日間  | 3,115 全国旅行支援（隣県+）    |
| 10/ 1 ～ 12/28 | 89 日間  | 3,802 全国旅行支援         |
| 12/29 ～ 3/31  | 93 日間  | 3,679 全国旅行支援         |
| 令和4年度 計       | 345 日間 | 13,851               |

### R 4 市町別回答数

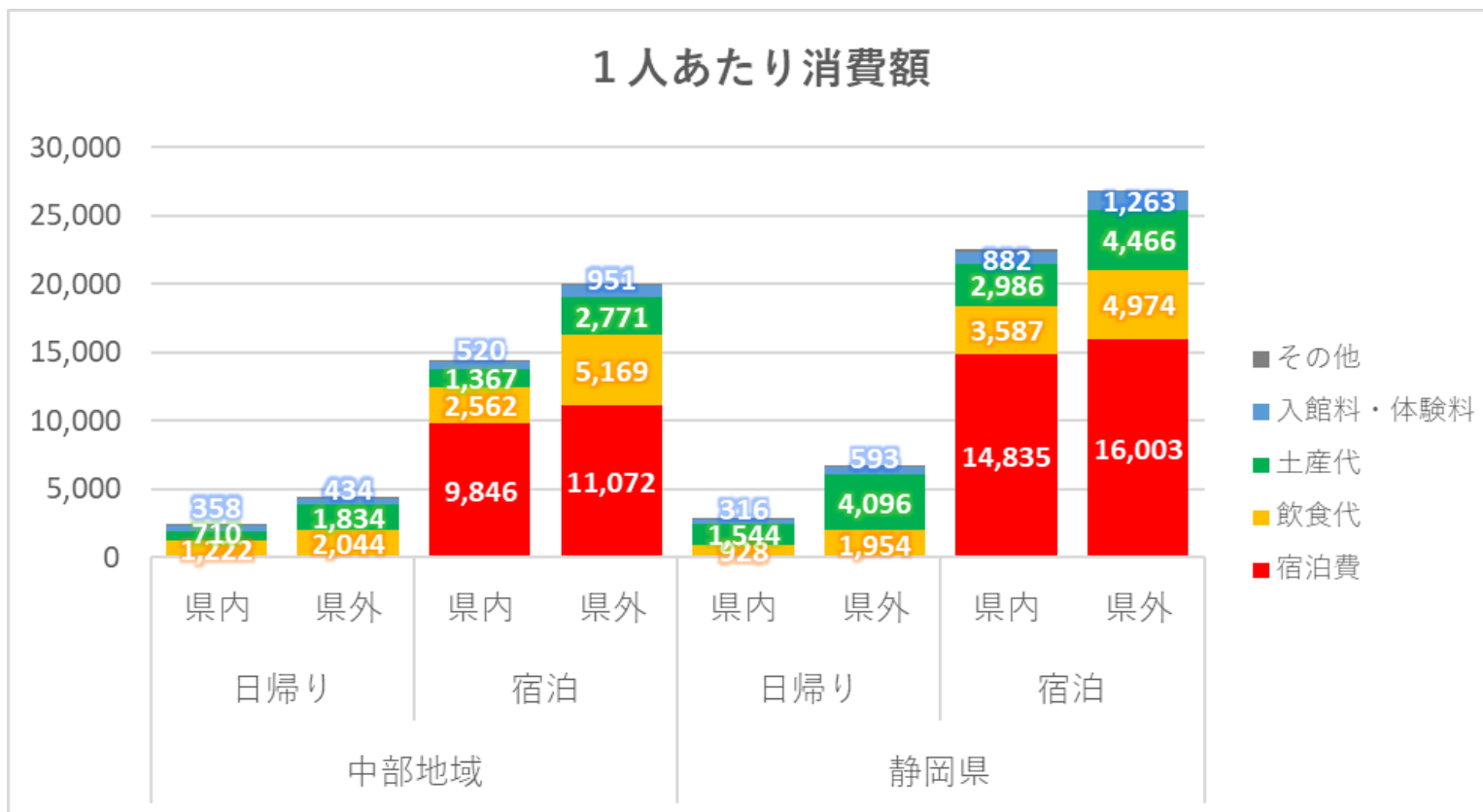
|      |        |
|------|--------|
| 静岡市  | 6,224  |
| 島田市  | 1,301  |
| 焼津市  | 2,508  |
| 藤枝市  | 1,171  |
| 牧之原市 | 996    |
| 吉田町  | 574    |
| 川根本町 | 1,077  |
| 合 計  | 13,851 |

### ■ 施設別集計表（例：項目別満足度）



## 2 調査分析事業 ～ 来訪者調査 ～

- ✓ 中部地域の1人あたり消費額は、**全県平均と比較して低い**。
- ✓ **宿泊費が低い**（ビジネスホテル等リーズナブルな施設が多い一方、高付加価値な温泉旅館等は少ない）
- ✓ **飲食代が高い**（グルメ目的の来訪が多い、ビジネスホテル等での泊食分離が多い可能性）
- ✓ **土産代が低い**（要因が把握できていない。）



出典：中部地域・・・するが企画観光局「来訪者調査」

静岡県・・・静岡県「静岡県統計年鑑(衛生)」

## 2 調査分析事業 ～ 来訪者調査 ～

✓ 来訪者調査で希望者の多い景品には特徴がある。商品開発支援事業との連携の可能性も検討したい。

| 年  | 期  | 市町   | 商品名（簡易表記）   | 回答割合 |
|----|----|------|-------------|------|
| R3 | 3Q | 静岡市  | ティーバッグ      | 6%   |
|    |    | 島田市  | ティーバッグ・焼菓子  | 8%   |
|    |    | 焼津市  | おつな（ビン詰めツナ） | 24%  |
|    |    | 藤枝市  | みかんジュース     | 20%  |
|    |    | 牧之原市 | はちみつ        | 22%  |
|    |    | 吉田町  | かりんとう       | 14%  |
|    |    | 川根本町 | ゆず粉、ゆず味噌    | 5%   |
|    | 4Q | 静岡市  | ティーバッグ      | 6%   |
|    |    | 島田市  | ティーバッグ・焼菓子  | 9%   |
|    |    | 焼津市  | おつな（ビン詰めツナ） | 22%  |
|    |    | 藤枝市  | みかんジュース     | 19%  |
|    |    | 牧之原市 | はちみつ        | 23%  |
|    |    | 吉田町  | かりんとう       | 16%  |
|    |    | 川根本町 | ゆず粉、ゆず味噌    | 5%   |

| 年  | 期  | 市町   | 商品名（簡易表記）     | 回答割合 |
|----|----|------|---------------|------|
| R5 | 1Q | 静岡市  | チョコ           | 5%   |
|    |    | 島田市  | 天然はちみつ        | 28%  |
|    |    | 焼津市  | ドリップコーヒー      | 5%   |
|    |    | 藤枝市  | 紅茶ティーバッグ、クッキー | 5%   |
|    |    | 牧之原市 | 糖質オフジェラート     | 24%  |
|    |    | 吉田町  | 釜揚げしらす        | 26%  |
|    |    | 川根本町 | おさんぽナッツ       | 8%   |

| 年  | 期  | 市町   | 商品名（簡易表記）   | 回答割合 |
|----|----|------|-------------|------|
| R4 | 1Q | 静岡市  | ティーバッグ      | 7%   |
|    |    | 島田市  | アロマスプレー     | 6%   |
|    |    | 焼津市  | さばチキン       | 20%  |
|    |    | 藤枝市  | ななやジェラート    | 26%  |
|    |    | 牧之原市 | 冷凍いちご       | 18%  |
|    |    | 吉田町  | かりんとう       | 13%  |
|    |    | 川根本町 | ゆずジャム・ゆずボン酢 | 12%  |
|    | 2Q | 静岡市  | 清沢ぶっかけレモン   | 9%   |
|    |    | 島田市  | 川根大福        | 21%  |
|    |    | 焼津市  | まぐろ缶詰       | 23%  |
|    |    | 藤枝市  | ティーバッグ      | 4%   |
|    |    | 牧之原市 | 米（ミルククイーン）  | 14%  |
|    |    | 吉田町  | まっくろ黒煮豚     | 20%  |
|    |    | 川根本町 | ゆずボン酢       | 9%   |
|    | 3Q | 静岡市  | チャイシロップ     | 3%   |
|    |    | 島田市  | 抹茶生チョコ      | 9%   |
|    |    | 焼津市  | 温泉の素・タオル    | 5%   |
|    |    | 藤枝市  | 無添加ジャムセット   | 11%  |
|    |    | 牧之原市 | 抹茶プリン       | 19%  |
|    |    | 吉田町  | ハちょう煮豚      | 33%  |
|    |    | 川根本町 | ほしいも        | 19%  |
|    | 4Q | 静岡市  | チャイシロップ     | 4%   |
|    |    | 島田市  | 抹茶生チョコ      | 8%   |
|    |    | 焼津市  | 温泉の素・タオル    | 5%   |
|    |    | 藤枝市  | 無添加ジャムセット   | 13%  |
|    |    | 牧之原市 | 抹茶プリン       | 20%  |
|    |    | 吉田町  | ハちょう煮豚      | 31%  |
|    |    | 川根本町 | ほしいも        | 19%  |



## 2 調査分析事業 ～ 来訪者調査 ～

✓ 来訪者調査で希望者の多い景品には特徴がある。商品開発支援事業との連携の可能性も検討したい。

上質・高級な印象の「デザイン・パッケージ(素材)」



スイーツでは「生菓子」、「濃厚」、「抹茶味」

食べ応えのある「魚・肉」

## 2 調査分析事業 ～ イベント来場者調査 ～

- ✓ イベントの開催効果の拡大に向けて、各市町のイベントにて順次実施中
- ✓ **来場者へのアンケート調査**のほか、**宿泊施設の稼働状況調査**も実施し、様々な角度から分析を実施
- ✓ 調査結果について、**主催者やホテル旅館組合とも意見交換**し、課題の共有や改善事項を共有

【前回コメント】

✓ 調査結果の分析・活用

| No. | イベント名                                                    | 開催日                               | 会場                                   | 来場者数                             | 景品等                                                                   | サンプル                    |
|-----|----------------------------------------------------------|-----------------------------------|--------------------------------------|----------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|-------------------------|
| 1   | 第110回 島田大祭                                               | 2022. 10. 8(土)<br>9(日)<br>10(月祝)  | 島田市本通り<br>及び 周辺                      | 約25万人                            | 2,000円相当（大祭スペシャル<br>セット）×30個、後日抽選                                     | 627                     |
| 2   | NHK大河ドラマ「どうする家康」<br>① 出陣式<br>② しずおかマルシェ<br>③ パブリックビューイング | 2023. 1. 8(日)                     | ① グランシップ<br>② グランシップ広場<br>③ 静岡市民文化会館 | ① 3,300人<br>② 5,200人<br>③ 1,000人 | ①③は2,000円相当（Leaf tea<br>cup）×30個、後日抽選<br>②は100円程度のノベルティ、<br>現地抽選（ガチャ） | ① 575<br>② 615<br>③ 153 |
| 3   | 第67回 静岡まつり                                               | 2023. 3. 31(金)<br>4. 1(土)<br>2(日) | 駿府城公園<br>青葉シンボルロード<br>ほか             | 約93万人                            | 2,000円相当（銘菓「8の字」<br>&まつりグッズ）×100個、<br>後日抽選                            | 777                     |
| 4   | 第40回 藤まつり                                                | 2023. 4. 15(土)<br>～ 5. 5(金)       | 蓮華寺池公園                               | 約12万人                            | 2,000円相当（ティーテラス割引券ほ<br>か）、後日抽選                                        | 357                     |
| 5   | 第45回 さがら草競馬大会                                            | 2023. 4. 29(土)                    | さがらサンビーチ                             | 約1.5万人                           | 600円相当他（お茶つぶダクワ<br>ズ他）、現地抽選（ガチャ）                                      | 306                     |
| 6   | 駿府城夏まつり2023                                              | 2023. 8. 19(土)<br>20(日)           | 駿府城公園                                | (30万人)                           |                                                                       |                         |
| 7   | 大道芸W杯 in 静岡                                              | 2023. 11. 2(木)<br>～ 5(日)          | 駿府城公園 ほか                             | (180万人)                          |                                                                       |                         |
| 8   | 奥大井ふるさと祭り                                                | 2023. 11. 11(土)                   | 奥大井音戯の郷 前                            |                                  |                                                                       |                         |

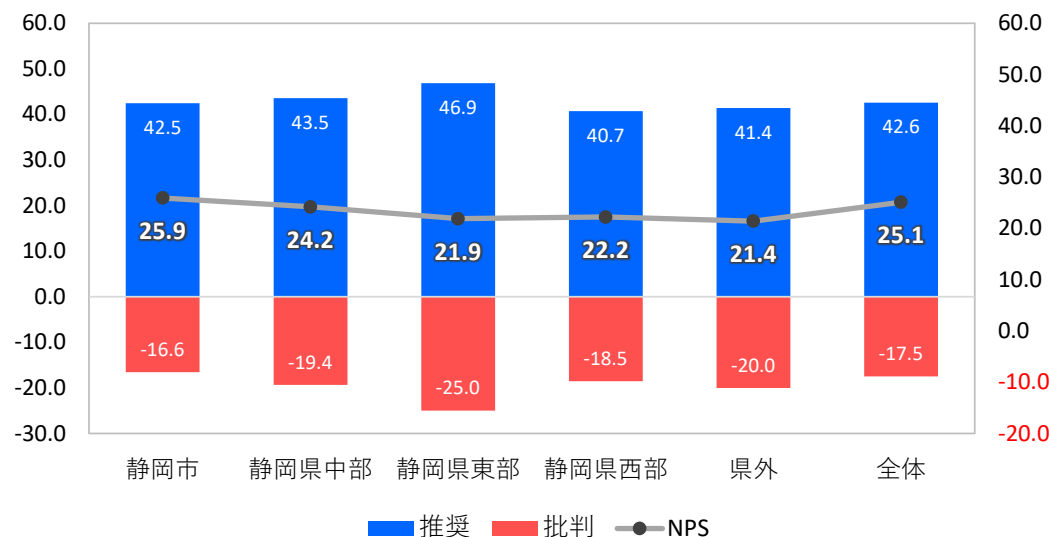
## 2 調査分析事業 ～ イベント来場者調査（例：静岡まつり）～

- ✓ 「第67回 静岡まつり」は天候や桜の開花状況に恵まれ、コロナ禍前と同水準の93万人が来場。
- ✓ 約28億円と推計される消費額の拡大、来場者の満足度向上について**分析し、主催者等と協議を実施した。**

### ■ 静岡まつり来場者 による 消費額（簡易推計）

|                 |    | 全体人数<br>A | 割合<br>B | 人数<br>C=A×B | 単価<br>D | 計<br>E=C×D    |
|-----------------|----|-----------|---------|-------------|---------|---------------|
| 日帰り             | 県内 | 930,000   | 88%     | 813,900     | 2,375   | 1,933,104,201 |
|                 | 県外 |           | 2%      | 16,757      | 4,607   | 77,200,772    |
| 宿泊（市内宿泊施設の利用なし） | 県内 |           | 3%      | 23,938      | 3,408   | 81,589,447    |
|                 | 県外 |           | 3%      | 29,923      | 4,658   | 139,373,659   |
| 宿泊（市内宿泊施設の利用あり） | 県内 |           | 1%      | 8,378       | 3,107   | 26,032,819    |
|                 | 県外 |           | 4%      | 37,104      | 14,215  | 527,438,867   |
| 合計              |    |           |         |             |         | 約28億円         |

### ■ 静岡まつり来場者 の 居住地別満足度(推奨度)



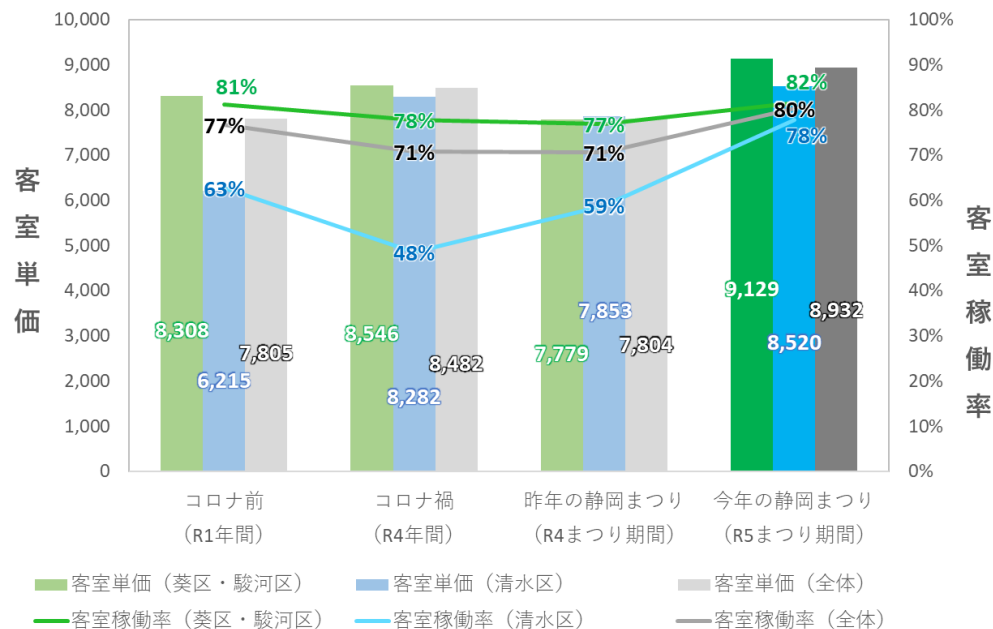
#### 【前回コメント】

✓ 戦略検討につながる要因分析まで出来るとよい。

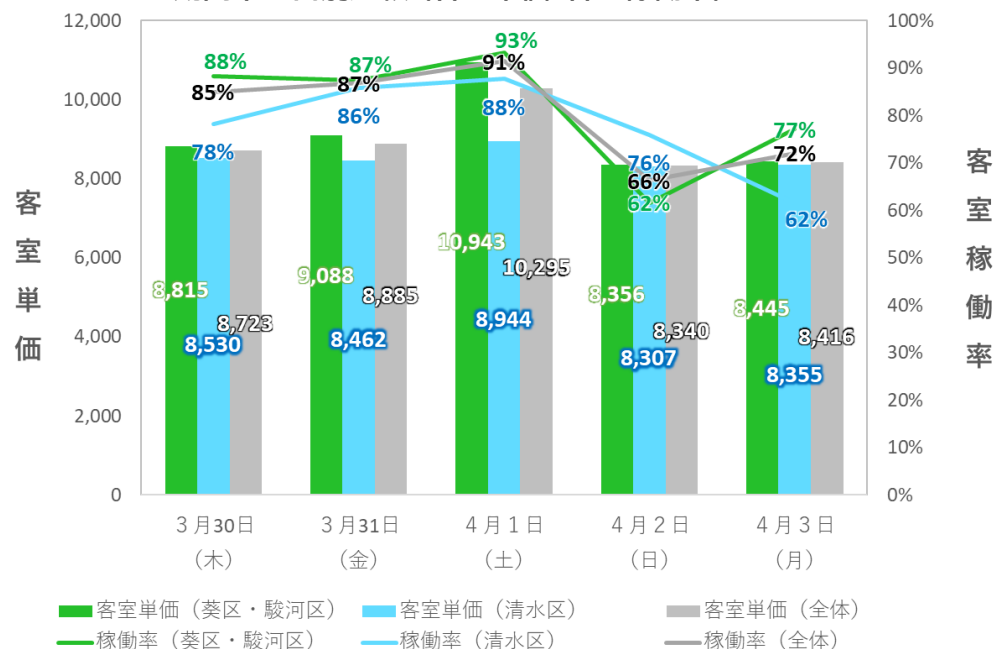
## 2 調査分析事業 ～ イベント来場者調査（例：静岡まつり）～

- ✓ 市内宿泊施設の稼働状況は、前年と比べて、**客室単価、客室稼働率ともに向上した。**
- ✓ 特に、3/31(金)、4/1(土)の客室稼働率は、葵区・駿河区、清水区ともに**9割前後の高水準**となった。**(伸びしろは少ない?)**
- ✓ 葵区・駿河区では、**客室単価も高い水準**で販売された。

■ 通常時 及び 前回まつり との比較（客室単価・客室稼働率）



■ 期間中の日別比較（客室単価・客室稼働率）





## 2 調査分析事業 ～ イベント来場者調査（例：静岡まつり）～

- ✓ 施設ごとの稼働状況では、3/31(金)と4/1(土)で客室単価・客室稼働率が**非常に高い水準**となっている。
- ✓ ただし、**稼働率100%の施設も多く、機会損失**が生じている可能性もあり、**単価の適性化**の検討が必要ではないか。

### ■ 各施設の稼働状況（客室単価・客室稼働率）



- ## ■ 来場者数と推奨度 の関係



## 【前回コメント】

✓ テキストからヒントが得られることも多いので、自由記述の充実を検討してはどうか。

## 2 調査分析事業 ～ イベント来場者調査（例：静岡まつり）～

- ✓ 静岡まつり以外に**散策・周遊しなかった方**は、**推奨度が低い**結果となった。
- ✓ イベントへの来場にとどまらず、それを**契機に市内での観光・お出かけを楽しんでいただく視点**を強化する必要がある。

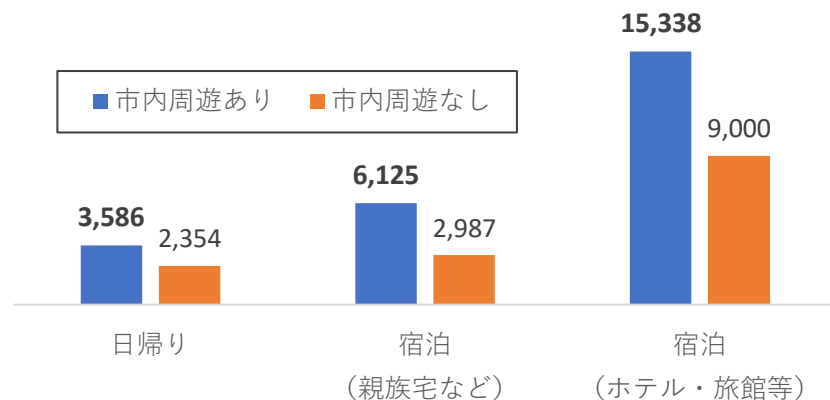
### ■ 静岡まつり来場者 周辺施設の利用状況

|                          | 静岡市 | 静岡県中部 | 静岡県東部 | 静岡県西部 | 県外  | 全体  |
|--------------------------|-----|-------|-------|-------|-----|-----|
| 静岡まつり会場周辺の飲食店や土産店（屋台を除く） | 52% | 58%   | 44%   | 52%   | 69% | 53% |
| 静岡まつり会場の屋台               | 67% | 63%   | 63%   | 59%   | 57% | 65% |
| 静岡浅間神社                   | 25% | 21%   | 25%   | 37%   | 47% | 27% |
| 静岡市歴史博物館                 | 19% | 16%   | 13%   | 15%   | 36% | 20% |
| NHKドラマ館                  | 7%  | 6%    | 6%    | 15%   | 23% | 8%  |
| 久能山東照宮                   | 3%  | 3%    | 0%    | 0%    | 26% | 5%  |
| 日本平                      | 3%  | 3%    | 0%    | 0%    | 17% | 4%  |
| 駿府匠宿                     | 1%  | 2%    | 3%    | 0%    | 0%  | 1%  |
| 登呂遺跡                     | 2%  | 3%    | 0%    | 0%    | 6%  | 2%  |
| エスパルスドリームプラザ             | 2%  | 2%    | 9%    | 0%    | 9%  | 3%  |
| 清水港河岸の市                  | 1%  | 2%    | 3%    | 0%    | 9%  | 2%  |
| 三保松原                     | 1%  | 0%    | 0%    | 0%    | 9%  | 2%  |
| 利用していない（する予定はない）         | 8%  | 16%   | 16%   | 4%    | 1%  | 8%  |

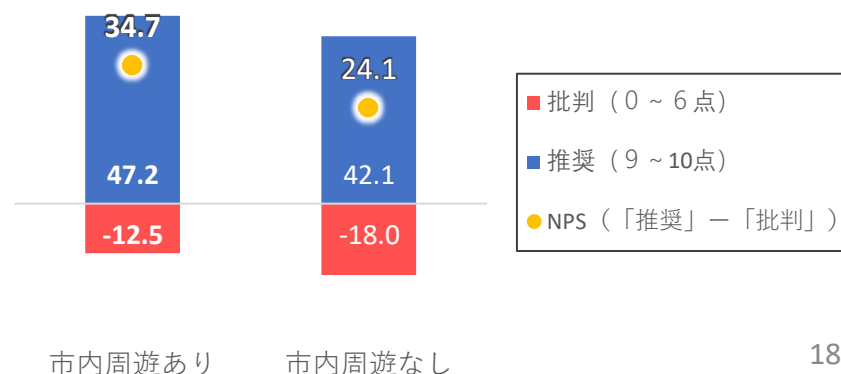
▶ 会場周辺での散策

▶ 市内全域への周遊

市内消費額



推奨度



### 3 ブランディング

- ✓ メディアやインフルエンサー等を活用し、「ブランドイメージの発信」を強化
- ✓ 中部地域の特長である“茶”をテーマにした記事広告等を積極的に展開

#### 【前回コメント】

- ✓ ブレない戦略で継続的なブランド強化を！
- ✓ メディアとの連携も有効

| 事業名            | 種別        | 媒体名・商品名等               | 備考            |
|----------------|-----------|------------------------|---------------|
| メディア<br>ファム等   | WEBサイト    | 生活総合情報サイト「All About」   | 月間利用者 2,000万人 |
|                | WEBサイト    | 旅の情報情報サイト「Risvel」      | 月間PV 10万      |
|                | WEBサイト    | ライフスタイル系サイト「TABIZINE」  | 月間PV 550万     |
|                | 雑誌        | 「大人のおしゃれ手帖」(マガジンハウス)   | 月間発行部数 7万部    |
|                | WEBサイト    | 旅行・観光ビジネスサイト「トラベルボイス」※ | 月間PV 240万     |
|                | 広報紙       | 「広報さっぽろ(東区版)」          | 月間発行部数 107万部  |
| インフルエンサー<br>招請 | Instagram | 佐藤 匠                   | フォロワー 3.9万人   |
|                | Instagram | 鈴木 詩織                  | フォロワー 2.7万人   |

#### ※旅行会社からの視察、テレビ局から出演依頼に発展



「大人のおしゃれ手帖」

#### お茶カクテルと料理のペアリングを楽しむバー



まるでワインだけのお茶カクテル！最新を使ったあずき茶にダークラムとトリュフのスピリッツを合わせたもの  
料理とワインのペアリングは定番ですが、駿河ではこれがお茶カクテルとのペアリングに！静岡  
駅から徒歩10分にある「[「NOVAGE concentré \(ノエイジコンサントレ\)」](#) (静岡市)は、もと  
もとはオーセンティックなバーだった店。バーテンダーの井谷匡伯さんがお茶の可能性に魅せら  
れて、バーという枠にとらわれず、料理とお茶カクテルのペアリングを楽しむレストランへと  
進化させたそう。今回は、前菜2品と魚料理or肉料理とデザートに4種類のカクテルのペアリング  
がつく「暮こころ」コース (1万2100円) を体験すること。

「All About」

#### 茶畑一望のプライベートテラスで至福の一刻を。/ティーテラス市之瀬



絶景テラスは全国に数あれど、2022年4月にオープンした、山あいの茶畑に設けられた「ティ  
ーテラス市之瀬」のインパクトたるや！ 絶大です。まあ、ちょっと見てみてください、この  
景観。標高約450mのテラスの眼下に広がるのは、一面の茶畑とどかな集落。天気によけれ  
ば御前崎方面まで望むことができるのだとか。山に囲まれつつ開けた空間というの、なんとも  
貴重です。

「TABIZINE」



### 3 ブランディング

- ✓ 「抹茶書」、「茶染め体験」、「ティーペアリング(コース料理と静岡茶のマリアージュ)」などの茶関連コンテンツの磨き上げ
- ✓ 茶農家をe-bikeで巡るツアーの造成 ※ R5は観光庁補助金を活用し、5市2町に横展開



抹茶書体験



ティーペアリング



e-bike ツアー



茶染め体験



ティーペアリング



e-bike ツアー

- ✓ 登載プログラムは令和4年度に7件増加し66件となったが、体験人数は目標を下回った
- ✓ 中部地域の学校へのチラシ配架やSNS広告などにより、アカウント登録者は1,500人超に増加

|    | 市町名  | 内 容                                          | 提供事業者        |
|----|------|----------------------------------------------|--------------|
| 1  | 静岡市  | 世界農業遺産・静岡水わさびの伝統栽培ルーツの地で本わさび収穫体験             | 丸一農園         |
| 2  | 焼津市  | 世界に一つだけ イニシャルチャームづくり                         | Violalily代表  |
| 3  |      | 美しい植物標本の世界 ハーバリウム～植物標本を作ろう～                  | Éclat-Clair  |
| 4  | 藤枝市  | 基本を学ぶ！ 初心者対象スケードボード体験教室 ～岡部会場～               | 静岡県スケードボード協会 |
| 5  |      | 芝のグレンデ 大久保グラススキー体験                           | おれっぴ大久保      |
| 6  | 島田市  | 本当に美味しいお味噌づくり お味噌づくり                         | 食育指導士        |
| 7  |      | ありすきらび香でワッフルを作ろう！                            | ありすふぁーむ      |
| 8  | 牧之原市 | レッツ！トライ！ 英語でサーフィンスクール～Try to Wave & English～ | Natty        |
| 9  | 吉田町  | 基本を学ぶ！ 初心者対象スケードボード体験教室 ～吉田町会場～              | 静岡県スケードボード協会 |
| 10 | 川根本町 | 赤ちゃんゆず収穫＆あぶりだし絵体験                            | (株)Agrinos   |



## 【前回コメント】

- ✓ Tea、Seaとの“掛け算”の発想が大切



- | 実績詳細    | R 2<br>(8月～3月) | R 3        | R 4        |
|---------|----------------|------------|------------|
| サイトPV   | 244,438 pv     | 322,789 pv | 212,457 pv |
| 累計アカウント | 595 人          | 1,220 人    | 1,589 人    |
| 予約人数    | 580 人          | 993 人      | 589 人      |
| 体験人数    | 313 人          | 672 人      | 517 人      |
| 売上      | 155 万円         | 287 万円     | 245 万円     |





## 4 Learn、Tea、Sea ～ 茶の間／ティーテラス ～

- ✓ 自走済みの茶の間5施設に加えて、「**ティーテラス市之瀬**(藤枝市)」、「**川根ティーテラス ochanoma** (島田市)」が開業。
- ✓ 茶農家が独自に設置した施設も増え、**ティーテラス文化が拡大・浸透**しつつある。



R4.3～ ティーテラス市之瀬 (藤枝市)



R5.5～ たむら農園 (島田市)



川根茶つちや農園 (川根本町)



足久保ティーワークス (静岡市)

### 【前回コメント】

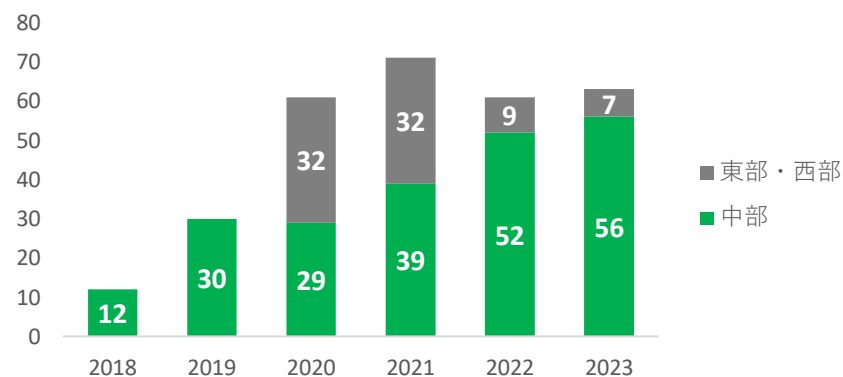
- ✓ ティーテラスはトレンドに合っているので拡張してほしい。
- ✓ ティーツーリズムはポテンシャルが大きい。

## 4 Learn、Tea、Sea ～ 茶水 ～

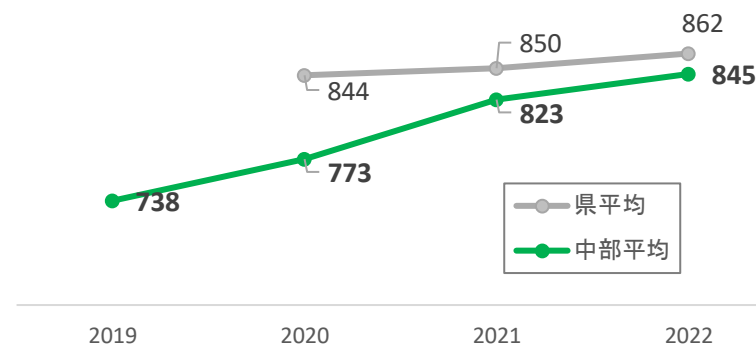


- ✓ 中部地域の参画店舗が**52店舗**に拡大、中部地域の売上杯数は前年度から増加し**3.8万杯**を売り上げた。
- ✓ 各店舗で**高付加価値化**も進み、1,000円超の茶水も増加している。

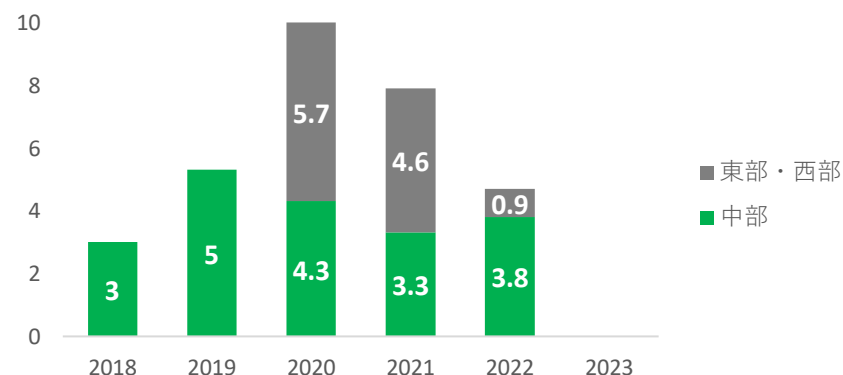
参画店舗数



茶水平均単価



売上杯数 (万杯)



Maruzen Tea Roastery  
「焙煎温度別お茶シロップのかき氷  
とジェラート・お茶セット」

1,760円



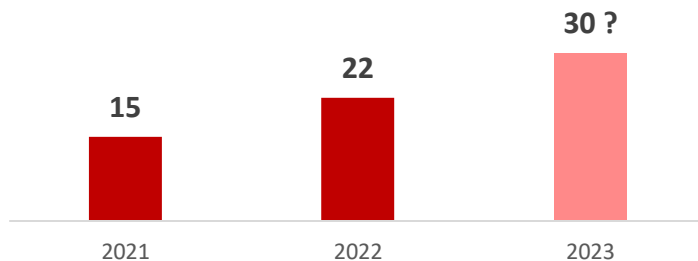
茶町KINZABURO  
「抹茶いちごかき氷」

1,331円

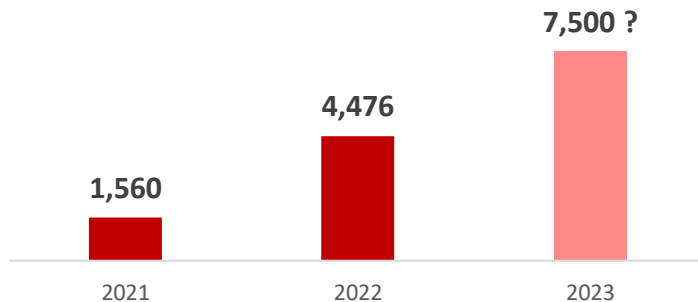
## 4 Learn、Tea、Sea ～ 勝魚かつ ～

- ✓ 令和4年度は、中部地域全体へ参画店舗が拡大し、**22店舗**が参画した。
- ✓ 売上食数(ビュッフェ除く)は、令和3年度の約1,500食から**3倍増の約4,500食**となった。
- ✓ 静岡県立大学 Food Labo と 中島屋グランドホテルが連携し**新メニュー「茶ちゃっと合カツ」**を開発した。

参画店舗数



売上食数



### 【前回コメント】

- ✓ 焼津市外にも拡大し、まずは認知度向上を。
- ✓ 食は非常に重要なので、伸ばして欲しい。



「茶ちゃっと合カツ」

静岡県立大学 Food Labo と 中島屋グランドホテルが共同開発した新メニュー。静岡茶を使用したカツを蒸しパンで挟み、トマト・じゃがいもベースの2種類ソースをかけて食べる1品。

### 【前回コメント】

- ✓ LearnやTeaとの掛け算の発想が大切
- ✓ 消費者に関心を持ってもらえる事業展開の工夫



## 5 ステークホルダーマネジメント ～ 観光DX ～

- ✓ 中部地域の「観光DX」に向けたセミナーの開催、観光庁アドバイザーの受入
- ✓ Googleビジネスプロフィールの活用促進に向けたセミナーを開催
- ✓ 観光庁のアドバイザー派遣事業の採択を受け、梅ヶ島温泉郷の宿泊施設のDX人材育成を支援



**Google ビジネスプロフィール活用セミナー**

**いますぐできる！  
観光DXの第一歩**

観光情報をネット検索するの当たり前の中、「Google ビジネスプロフィール」は、Google 検索や Google マップ上に掲載された店舗情報をオーナーとして管理・編集する無料のサービスです。Google ビジネスプロフィールを活用し、正しい情報を発信して集客につなげましょう！

中小企業、小規模事業者  
個人事業主の方にもおすすめ！

**日程**

令和5年2月21日(火) 14:00～

**会場**

現地会場：レイアップ御幸町ビル5階 CSA貸会議室 5-C 定員50名  
(静岡市中央区御幸町11-8) 駐車場はありませんので近隣の有料駐車場をご利用ください。

オンライン：Google Meet使用 定員200名 申込は別途です。

参加  
無料

**セミナー内容**

▶▶講師：Grow with Google 榎本 真太郎氏 (所属：株式会社エージェント)

「Google ビジネスプロフィール活用術」(14:00～15:00)

- 登録編：Google ビジネスプロフィールとは、登録方法
- 活用編：活用メリット、効果的な活用方法、ユーザー分析

さらに！  
ご自身の登録が不安な方、自信がない方へ 登録までサポート！

Google ビジネスプロフィール登録支援 (15:00～16:00)  
※現地会場参加者のみ、申込順15名。  
※スマホかPCを持参いただきます。

**対象者**

静岡県中部地域5市2町の観光関連事業者  
(観光施設、宿泊施設、飲食店、土産店ほか)

中小企業、小規模事業者、個人事業主の方にもおすすめ！

※新型コロナウイルス感染症拡大状況により、変更または中止となる場合があります。予めご了承ください。  
※ご記入いただいた情報は、本事業の各種連絡、情報提供のみに利用します。※Google、Google ロゴはGoogle LLCの商標です。

**申し込み方法**

右記申込フォームまたは  
別紙申込書 (FAX / メール)

【2/10(金)締め切り】

申込フォーム▶

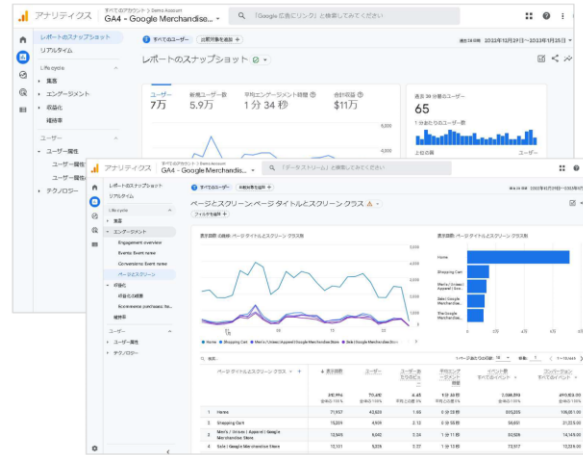
【主催】公益財団法人 するが企画観光局  
静岡市中央区日出町1-2 TOKAI日出町ビル9階 TEL: 054-204-6677 FAX: 054-205-3639

**Google アナリティクスについて**

- Googleが無料で提供するWebページのアクセス解析サービスです
- アクセス解析とは、WEBサイト訪問者の属性や行動を分析することで
- 上場企業のWebサイトの80%以上が、Google アナリティクスを利用しています

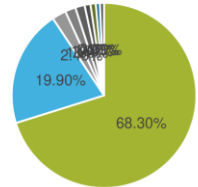


**Googleアナリティクスのレポート画面**



confidential

**アクセス解析ツールのシェア**



- Google アナリティクス(UA)
- Google アナリティクス(GA4)
- Twitter アナリティクス
- User Insight
- Yahoo Analytics
- AD EBI
- New Relic Browser
- インタラクティブトラッカー
- Ptengine

※「上場企業調査レポート 2022年10月度 (教えてURL)」(DataSign)  
[https://oshiete-url.jp/report/listed/2022\\_10/](https://oshiete-url.jp/report/listed/2022_10/)

### 【前回コメント】

- ✓ 今後もステークホルダーとのコミュニケーションに力を入れて欲しい。



## 5 ステークホルダーマネジメント ～ 高付加価値化 ～

- ✓ 観光庁「地域一体となった観光地の再生・観光サービスの高付加価値化事業」への申請とりまとめ
- ✓ 静岡駅周辺“おまち”エリアでの歴史まち歩きをテーマとした地域計画が採択
- ✓ 19事業者、総事業費 8.4億円、補助金額 4.4億円

Before



After



Before



After



### 【前回コメント】

- ✓ 日帰り観光が多い当エリアでどうビジネス化していくかが課題。
- ✓ 今後は事業者とテーマに沿った共同事業の展開まで進めたい。



# 5 ステークホルダーマネジメント ～ 高付加価値化 ～

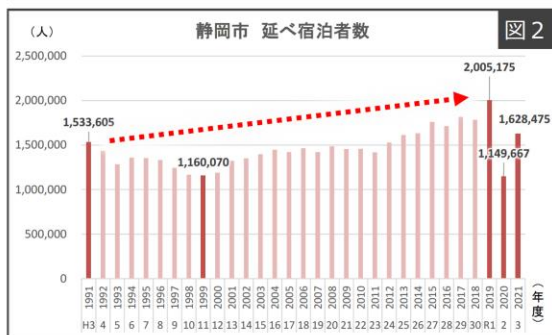
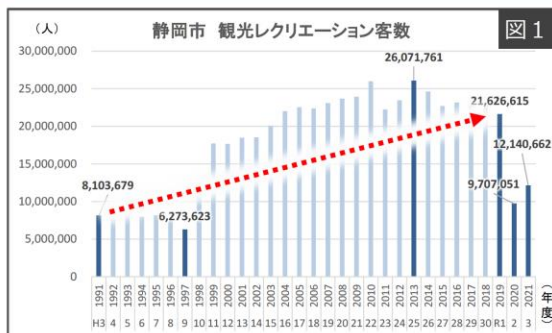
## 1. 地域特性分析

### A. 地域概要・観光の動向

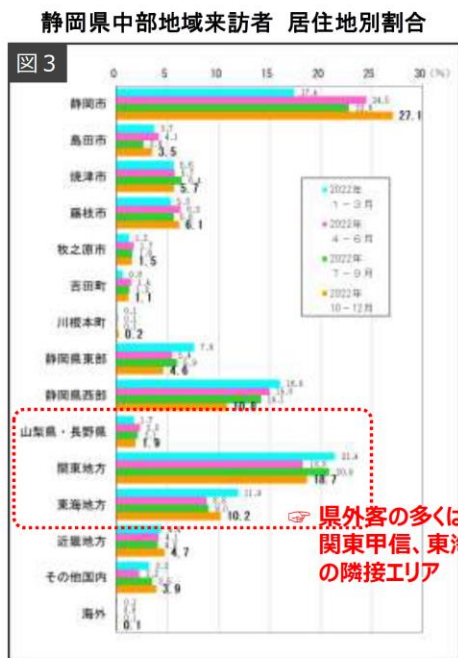
静岡県静岡市エリア（様式1）

#### POINT

- ✓ 静岡市の観光レクリエーション客数・宿泊者数はともに増加傾向。観光レクリエーション客数は富士山が世界文化遺産に登録された2013年に、宿泊者数はコロナ禍以前で直近の2019年度に最高を記録している。◀ 図1 ▶ 図2
- ✓ 来訪者の居住地別割合は、県外客は約4割で、うち関東甲信・東海の隣接するエリアが県外客の約8割を占めている。◀ 図3
- ✓ 来訪者の年代別割合は、50代が約3割で、60代～80代以上と合わせた高年代層が半数以上を占めている。◀ 図4
- ✓ 約半数の宿泊施設でビジネス客の割合が50%以上となるなど、特に宿泊客でビジネス目的の割合が高い。◀ 図5



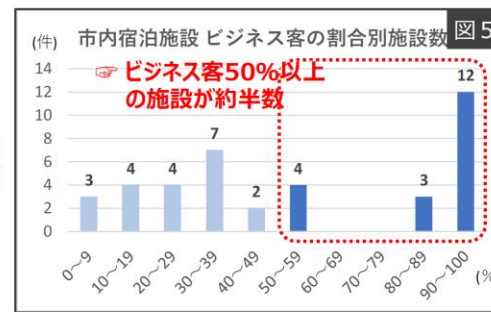
出典：静岡県「静岡県観光交流の動向」



出典：するが企画観光局「来訪者調査」



出典：するが企画観光局「来訪者調査」



出典：するが企画観光局「観光関連事業所実態調査」

#### 【前回コメント】

✓ いかに分析・活用するか検討・工夫されたい。

EOF