

平成 30 年度 事業計画

昨年は、ビザ緩和や就航路線の増加などを背景に訪日外国人旅行者が 2,869 万人で過去最多となり、特にアジア 4 市場では前年比 21.9%増で、全体の 70%を占めました。また消費に関しても、前年度比 17.8%増となり 4 兆円の台に乗りましたが、買い物よりも宿泊や娯楽サービスの構成比が拡大し、モノ消費からコト消費への転換期となりました。

このような中、当財団は静岡県中部地域 5 市 2 町（静岡市、島田市、焼津市、藤枝市、牧之原市、吉田町、川根本町）の観光まちづくり分野におけるマーケティング、マネジメントのスペシャリストとして、経営理念である「地域の魅力を引き出し、稼ぐ力を高め、選ばれるまちをつくる」ため、行動指針である「Empathy（共感）& Surprise（驚き）」をベースに、市場調査、戦略立案、地域全体のプロモーションを担い、MICE 及びインバウンド、着地型観光につきましても、昨年度策定した中期計画に基づき展開してまいります。

特に当年度においては、今川義元公生誕 500 年やデスティネーションキャンペーン、ラグビーワールドカップなど、次年度のビッグイベントに向けたプレ事業が数多く展開され、また中部横断自動車道全線開通の前年度に当たることから、当財団と致しましても関係機関と情報交換を密にし、連携を図りながら効果的かつ効率的な事業の実施に努めてまいります。

公益目的事業

【DMO 事業】

1. 地域連携 DMO 事業

(1) デスティネーションブランディング事業

- ・時節ごとの生活者ニーズにそって、静岡県中部 5 市 2 町の観光資源、施設をテーマ化し、コミュニケーション、プロモーション、パブリックリレーションを発地、着地の観点で立体的に組み合わせ、ノイズアップと認識転換、来訪促進を図る。個別のキャンペーンごとに、目的と KPI を設定し、PDCA を回しながら、勝ちパターンの把握と知見蓄積を図るとともに、業務の仕組み化を実現する。

(2) 新規価値開発・支援事業

- ・ Learn、Tea、Sea にフォーカスし、デスティネーションの新規価値の開発を地域事業者及び開発パートナーをマネジメントし、推進する。

Learn については、5 市 2 町の地域資源を活用し、ターゲットとなる都心高所得ファミリーの教育ニーズに応える着地型プログラムの開発を推進し、モニターツアー、テストマーケティングを使って事業性の検証を行う。また、宿泊滞在場所の開発に向けた事業戦略の検討を、事業者、行政と連携し推進する。

Tea については、地域の茶プレイヤーと連携し、飲用体験とデザインのイノベーションにつながるイベントブランドを開発、複数回展開する。あわせて、ブランドの発地へのエクスポート、物販への活用などを適宜検討、実行する。

Sea については、地域の素材、製品を使ったグルメの開発及びブランド構築を進める。

※必須 KPI

目標	28 年度(実績)	29 年度	30 年度	31 年度	32 年度
旅行消費額	1,268 億円	1,268 億円	1,346 億円	1,480 億円	1,698 億円
延べ宿泊者数	2,645 千人	2,645 千人	2,800 千人	3,080 千人	3,388 千人
来訪者満足度	36.9%	36.9%	37.0%	37.0%	40.0%
リピーター率	60.4%	61.0%	61.0%	61.0%	65.0%

※独自 KPI

目標	28年度(実績)	29年度	30年度	31年度	32年度
ファクト共有機会	0回	2回	4回	8回	8回
ターゲット認知	0%	0%	10%	20%	30%
支援引き合い件数	0件	2件	8件	20件	40件
着地型商品造成数	2本	2本	2本	2本	2本

【MICE 事業】

1 MICE 情報収集・情報発信事業

- (1) 観光庁・日本政府観光局（JNTO）及び JCCB 主催の会議、静岡県コンベンション推進協議会をはじめ、MICE を中心とした各協議会に積極的に参加することにより情報収集しアプローチをすることで、圏域内での開催可能性を探る。
- (2) 圏域内で開催した MICE の経済波及効果をタイプ別に調査し、年間支援 MICE の経済効果を測定・発表し、誘致・開催意義を広く紹介する。
- (3) 行政やコンベンション施設担当者等で組織する「MICE 連絡会」を定期的で開催し、誘致状況や開催情報を共有することにより、オール静岡で MICE 誘致に取り組む。
- (4) WEB サイト・市政記者クラブ等を通じ、MICE 開催情報・経済効果をタイムリーに提供することにより広報宣伝活動に努める。また、インバウンド誘致のため、海外商談パートナーネットワークを拡大するとともに、定期的にメールを配信し、誘客に繋げる。

2 MICE 誘致事業

- (1) 国内外の見本市出展及び MICE 商談会等への参加
 - ・国内唯一の国際 MICE 見本市である「国際 MICE エキスポ」をはじめ、ビジットジャパントラベルマート（VJTM）や JNTO、静岡県などが主催する国内外の見本市及び商談会に賛助会員や関係者とともに出展し、圏域の PR 及び誘致活動を行う。また、商談会の開催に合わせ、台湾・タイ・中国等の旅行社、マスコミ等を訪問し、誘致セールス及び PR 活動を行う。
- (2) 首都圏等における大会事務局への戸別訪問及び大会調査
 - ・首都圏等の大会事務局を積極的に戸別訪問し、誘致活動を強化する。
 - ・金沢市・高松市・宮崎市・盛岡市と連携し、効率的な大会誘致を行う。
 - ・圏域内及び他都市開催大会の調査を行い、誘致に繋げる。
- (3) 訪日教育旅行団体・受入事業
 - ・静岡県・浜松市・御殿場市と協働し、富士山静岡空港の就航先である韓国などの中高生等の教育旅行誘致のため、教育旅行関係者の招請を行い、誘客に努める。
- (4) 主催者招請事業
 - ・JNTO や静岡県などの関係機関と連携し、国際会議やインセンティブ旅行などの開催に影響力を有するキーパーソンを招請し、誘致に繋げる。
- (5) ランドオペレーター育成事業
 - ・訪日外国人観光客に係る地上手配を行う地元業者（ランドオペレーター）を育成し、誘客に繋げる。

3 MICE 受入支援事業

(1) コンベンション等誘致助成金交付事業

ア 国際会議誘致助成金交付事業

国際会議の誘致を促進するため、主催者に対し助成金を交付する。

イ シャトルバス運行助成金交付事業

コンベンション参加者を最寄りの駅から大会会場などに移送するためのシャトルバスの運行に要する経費の一部を助成し、誘致を促進させる。

(2) コンベンション開催準備資金貸付事業

貸付要件を満たす主催者に対し、開催準備資金の無償貸付を行う。

(3) その他支援事業

ア 歓迎モニュメント設置

・大会名入りのモニュメント設置により、大会参加者に歓迎の意を表す。

イ 観光インフォメーションデスクの設置

・大会開催時に賛助会員企業の協力を得ながら、観光名所や土産品の案内など参加者の利便性を図るため、案内・販売ブースを設置する。
・増加する大型客船入港に対応し、国内外からの乗船客に対する歓迎・案内業務を充実させる。

ウ 観光パンフレット等の作成及び提供

・「今川さん」キャラの入った圏域内の観光施設などの優待割引券付きおもてなしクーポンおよびグルメ&ナイトマップなどを作成・提供し、「今川さん」のイメージアップに貢献する。
・オリジナルコンベンションバッグ、名札を作成し、安価で提供する。

目標	28年度(実績)	29年度	30年度	31年度	32年度
MICE 誘致件数	14 件	15 件	16 件	17 件	10 件
MICE 支援件数	179 件	180 件	181 件	182 件	170 件
商談会商談件数	120 件	150 件	150 件	150 件	150 件
外国人宿泊者数	50,000 人	50,000 人	55,000 人	60,000 人	65,000 人

【着地型観光事業】

1 観光宣伝事業

(1) 観光パンフレット等作成・配布事業

・デザインを統一したパンフレット類を作成する。
・着地型多言語パンフレットについては、東京オリンピック・パラリンピックを見据え、国際水準のピクトグラムを使用して作成する。

(2) 広告宣伝事業

・旅行雑誌、地方紙等に主要観光地や旬な情報等の広告を掲載する。

(3) 情報発信事業

・WEB サイトの更新頻度を高めて内容を充実させ、PV（閲覧数）を上げる。
・今川義元公生誕 500 年祭に向けた PR 動画を作成し、公開する。

(4) 静岡市プロモーション人材事業

当財団主催イベントや依頼団体のイベントに参加し、PR する。

2 観光客誘致事業

(1) 修学旅行等教育旅行誘致事業

静岡市及びしずおか体験教育旅行と連携し、関東圏、中京圏等の小中学校へ体験学習メニューを紹介する等の誘致活動を実施する。

(2) 国内観光客誘致事業

ア 観光キャラバン隊派遣事業

- ・静岡へのアクセス環境の変化等に対応し、旅行会社訪問等効果的なキャラバンを行い、静岡への旅行商品造成を要請する。

イ 観光展出展事業

- ・大都市圏や連携交流都市などで開催される各種観光展やスポーツイベント等に出展し、グルメや特産品等静岡市の魅力を PR し、観光客を誘致する。
- ・オクシズの PR、商品造成を行い、来訪者を増やす。

(3) 旅行商品企画販売事業

- ・第3種旅行業の資格を活かし、主要イベントや「駿河東海道おんぱく」をアレンジした限定プランや今川史跡関連商品の造成、販売を行う。また、職員に国内旅程管理主任者資格を取得させる。
- ・着地型観光に関するプレスリリースを増やし、報道等により商品造成の要望を受けた際には共同開発する。

3 観光客等受入事業

(1) 観光案内所運営事業

- ・静岡市総合観光案内所、静岡駅観光案内所及び清水駅前観光案内所を運営し、静岡市の観光案内や旬な情報を発信することで、観光客その他の利用者の利便性を高める。また、公衆無線 LAN の整備を継続して行い、インバウンド旅行者に対応する。
- ・世界遺産構成資産である三保松原の「はごろも情報ひろば『みほナビ』」において、三保の魅力とともに、他の観光素材を積極的に PR することで、観光客の回遊性を高める。

(2) 船宿「末廣」運営事業

- ・清水港及びその周辺地域の歴史に関する資料展示を行うとともに、「まち歩き観光」の拠点及び観光案内機能を充実させ、静岡市を訪れた観光客の満足度を向上させる。
- ・外国客船の入港時に、日本の文化を体験する機会を提供する。
- ・周辺施設や関連団体と連携し様々な事業を展開し、集客を増やす。

(3) 観光ボランティア活動支援事業

- ・受入環境の整備として、静岡市の歴史や文化、観光などをよりの確にガイドできるよう、ボランティア団体の活動を支援する。

4 イベント等支援事業

地域振興への貢献と情報発信及び相当程度の集客力が見込まれるイベントに対して支援し、他県からの来静者を増やす。

目標	28年度(実績)	29年度	30年度	31年度	32年度
教育旅行誘致件数	38校	40校	40校	40校	40校
WEBサイト閲覧数	824千PV	1,000千PV	1,200千PV	1,400千PV	1,600千PV
観光案内所利用者数	123,418人	125,500人	127,500人	129,500人	131,500人
船宿「末廣」来館者数	12,987人	16,200人	17,800人	19,600人	21,000人

【組織経営】

1 ステークホルダーからの支持獲得

観光まちづくりに関わる多様なステークホルダーからの信頼を獲得し、組織の存在意義を確固たるものとするため、実施する事業のゴール（KGI）と KPI を明確にし、事業の成果と進捗を管理するとともに、成果と得られた知見を適時適切に情報発信する。

目標	28年度(実績)	29年度	30年度	31年度	32年度
支援引き合い件数	0件	2件	8件	20件	40件

2 財務的継続性 –収益体質の強化–

ルーティン業務と紐づく補助金の「運営」体質から、主体的な企画提案からの業務委託料や共同事業収益を獲得する「経営」体質に転換し、役割規模、成長に応じた収益を担保し、財務的継続性を高める。また、賛助会員とは別にパートナーシップ制度の創設を検討する。

目標	28年度(実績)	29年度	30年度	31年度	32年度
当期一般正味財産 増減額	△9,253千円	△15,000千円	△9,000千円	△600千円	400千円

3 人材育成

観光分野における中長期的な成長と組織の継続的な成長を担うDESTINATIONマーケティング、経営のプロフェッショナル人材を採用育成する。

目標	28年度(実績)	29年度	30年度	31年度	32年度
プロパープロ人材数	0人	0人	1人	0人	2人

収益事業

1 観光施設に隣接する駐車場（静岡市登呂駐車場、静岡市駿府城跡観光バス駐車場＝受託）の管理・運営事業

目標	28年度(実績)	29年度	30年度	31年度	32年度
登呂駐車場収益	11,280千円	12,000千円	10,880千円	11,000千円	11,000千円
駿府城跡観光バス 駐車場実績	3,744台	3,750台	2,800台	2,700台	2,700台

2 静岡駅前地下道ショーケース貸付事業

目標	28年度(実績)	29年度	30年度	31年度	32年度
ショーケース収益	6,933千円	7,260千円	5,000千円	5,000千円	5,000千円

3 観光施設等での土産品等販売事業

目標	28年度(実績)	29年度	30年度	31年度	32年度
土産品等販売収益	1,130千円	1,000千円	1,050千円	1,100千円	1,100千円