

平成31年度事業計画

2018年の訪日外国人旅行者数は前年比8.7%増の3,119万で過去最多を記録しました。背景には、LCC（格安航空会社）の新規就航やFIT（個人旅行）市場の拡大、訪日クルーズやスポーツ・アクティビティ需要の増加等が上げられ、自然災害の影響が懸念されましたが堅調な伸びを示しました。

このような中、当財団としましては、静岡県中部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、2018年度立ち上げたデスティネーションブランド戦略「Learn, Tea, Sea」の商品開発を更に進め、2019年度は商品の拡充等を図り、県外・海外に対しての情報流通を強化します。MICE及び外国人観光客誘致につきましては、国や県、市など関係機関との連携を密にし、誘致・支援など現在の取組の強化、拡充を行ってまいります。着地型観光につきましては、「コト」を楽しむ観光への変化に伴い、当地域が有する多様な観光資源を結びつけた商品を造成し、滞在時間の延長・満足度の向上を目指します。

また、2019年度は数々の大規模イベントが本番を迎えます。今川義元公生誕500年祭、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等が開催される他、東京オリンピック・パラリンピックが来年開催され、インバウンド関連事業の重要性は益々高まっています。

このようなことから2019年度は当地域をPRし賑わいを創出する絶好の機会と捉え、効果的な事業を積極的に展開してまいります。

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、専用のサイトを用意し、5市2町地域資源の商品としての認定と格納を進めるとともに、当財団が企画主体となった宿泊観光商品の開発、プロモーション等のマーケティングを進めるとともに、他の組織とのアライアンスも含め、団体誘客の営業等も実施し、経済循環創出に向けた事業のフィジビリティスタディを進める。

Teaについては、コンテンツ・ブランド（茶氷、茶事変）の体験の幅と規模の拡大と県外に向けた情報流通施策に投資を強化し、ティーツーリズムの概念および、デスティネーションとしての認知、浸透をはかる。

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

目標	29年度(実績)	30年度	31年度	32年度	33年度
目的地想起率	0.050%	0.050%	0.055%	0.061%	0.070%
宿泊客数	1,980千人	1,800千人	1,980千人	2,178千人	2,504千人
宿泊消費単価	30,643円	23,000円	23,000円	24,000円	27,000円
宿泊観光経済	60,684百万円	41,400百万円	45,540百万円	52,272百万円	67,627百万円

※目標の達成にあたっては、投資（予算）の連動が必須であり、予算に応じて目標は修正されるものである。

【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席し、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、中国をはじめとするアジア、欧米諸国等の旅行社等を訪問し、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（5都市会議）、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。
 - ・MICE 誘致におけるセールスツールとしての動画を作成し、戸別訪問時での活用及び YouTube にもアップロードし、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、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、MICE 説明会を開催する。
- (5) ファムトリップ事業
 - ・公益社団法人静岡県観光協会内にある、インバウンド市場に特化した地域連携 DMO で

ある「静岡ツーリズムビューロー (Tourism Shizuoka Japan/通称 TSJ)」で実施するプロモーション事業に参画、連携し、海外メディア・雑誌・ブロガー等を対象とした、ファミトリップ事業を実施する。

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。

ウ 観光パンフレット等の作成及び提供

・今川義元公生誕五百年を迎えるにあたり、「今川さん (甲冑バージョン)」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。また、グルメ&ナイトマップについては WEB 版を新規作成し、利便性の向上を図る。

・オリジナルコンベンションバッグ、名札を作成し提供する。

目標	29 年度(実績)	30 年度	31 年度	32 年度	33 年度
セールス件数	191 件	200 件	200 件	200 件	200 件
新規 MICE 開催件数	91 件	90 件	90 件	80 件	80 件
MICE 支援件数	173 件	180 件	180 件	170 件	170 件
外国人宿泊者数	50,000 人	60,000 人	65,000 人	70,000 人	75,000 人

※客船は含めず

【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、外国客船の乗船客を含め外国人観光客への案内に適した内容を掲載する。

(2) 広告宣伝事業

・新たに開通する「中部横断道」を踏まえ、沿線エリアの地域を意識した旅行雑誌、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

- ・静岡市や静岡県観光協会、静岡商工会議所等、関係各所と協力し WEB サイトの更新頻度を高め内容を充実させ、PV（閲覧数）を上げる。

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静岡デスティネーションキャンペーンのプログラム、今川史跡関連商品（臨濟寺坐禅体験）の造成、販売を行う。また、職員に国内旅程管理資格のほか「国内旅行業務取扱管理者」の取得に努める。
- ・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。今年度はその一環としてオクシズの旅行商品の企画販売を共同で実施する。財団HPに旅行業PRのサイトを新規作成する

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に新設される「三保松原文化創造センター」において、三保松原の魅力とともに他の観光資源を積極的に 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積極的に提供する。
- ・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	29年度(実績)	30年度	31年度	32年度	33年度
教育旅行誘致件数	39校	40校	40校	40校	40校
WEBサイト閲覧数	998千PV	1,200千PV	1,400千PV	1,600千PV	1,500千PV
観光案内所利用者数	125,874人	127,500人	129,500人	131,500人	130,000人
船宿「末廣」来館者数	13,159人	17,800人	21,000人	21,000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（顧客）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	29年度(実績)	30年度	31年度	32年度	33年度
支援引き合い件数	5件	8件	20件	40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、公益性を伴う収益モデルの構築を実現することにより、収益を担保し、財務的継続性を高める。また、賛助会員制度と並行してパートナーシップ制度の創設を引き続き検討する。

目標	29年度(実績)	30年度	31年度	32年度	33年度
当期一般正味財産増減額	△104千円	△9,000千円	△600千円	400千円	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。

また、職員がその能力を十分発揮できる環境の整備、仕事に対するモチベーションを高める仕組みの制度化を目指す。

目標	29年度(実績)	30年度	31年度	32年度	33年度
プロパー人材採用数	0人	1人	0人	2人	0人

収益事業

1 駐車場管理運営事業

観光施設に隣接する静岡市登呂駐車場、静岡市駿府城跡観光バス駐車場（受託）の管理・運営を行う

目標	29年度(実績)	30年度	31年度	32年度	33年度
登呂駐車場収益	10,804千円	10,880千円	11,000千円	11,000千円	9,400千円
駿府城跡観光バス 駐車場実績	3,768台	2,800台	2,700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	29年度(実績)	30年度	31年度	32年度	33年度
ショーケース収益	7,537千円	5,000千円	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	29年度(実績)	30年度	31年度	32年度	33年度
土産品等販売収益	1,032千円	1,050千円	1,100千円	1,100千円	1,100千円