

令和7年度

事業報告及び決算書



公益財団法人
するが企画観光局

目 次

事業報告	1
貸借対照表	7 1
正味財産増減計算書	7 2
正味財産増減計算書内訳表	7 4
財務諸表に対する注記	7 6
附属明細書	7 8
財産目録	7 9
資金調達及び設備投資の実績を記載した書類	8 0
監査報告書	8 1

令和7年度 事業報告

(令和7年4月1日から令和8年3月31日まで)

I 法人の概況

1 設立年月日

平成7年9月28日 「財団法人静岡コンベンションビューロー」設立
平成19年4月1日 静岡市観光協会と統合し、「財団法人静岡観光コンベンション協会」に名称変更
平成25年4月1日 「公益財団法人静岡観光コンベンション協会」へ移行
平成28年4月22日 日本版DMO候補法人として登録(観光庁)
平成29年10月1日 「公益財団法人するが企画観光局」に名称変更
平成30年3月30日 日本版DMO法人として登録(観光庁)
平成30年6月26日 静岡事務所を「静岡市葵区日出町1番地の2」に移転

2 定款に定める目的

この法人は、静岡県中部・志太榛原地域の文化的、社会的、経済的特性等を活用し、観光関連産業の振興と交流人口拡大による地域経済の活性化を促進するとともに、国際的な相互理解の増進、文化の向上及び豊かな人間性に根差した社会の創造に寄与することを目的とする。

3 定款に定める事業内容(公益目的事業、収益事業等)

- (1) 地域ブランドの価値向上に向けた地域戦略の策定及び周知
- (2) 国内外へのプロモーションの実施
- (3) 地域内の周遊促進と受入環境の整備
- (4) 観光関連サービスや地域産品等の企画開発及びその支援
- (5) 観光客及びMICEの誘致及び支援に関する事業
- (6) 観光施設等の管理運営及び地域産品等の販売
- (7) 旅行業法に基づく旅行業
- (8) その他この法人の目的達成に必要な事業

4 会員の状況

種類	前年度末	当年度末	増減
賛助会員	396	396	0

5 主たる事務所・従たる事務所の状況

名称	所在地	所管区域・事業内容など
静岡事務所 (本部)	静岡市葵区日出町1番地の2 TOKAI 日出町ビル9階	DMO事業 (静岡市、焼津市、藤枝市、島田市、 牧之原市、吉田町、川根本町) MICE事業 (静岡市、焼津市、藤枝市、島田市) 静岡市観光振興事業 収益事業、総務(法人運営)
清水事務所	静岡市清水区辻1丁目1番3-103号 アトラス清水駅前1階	静岡市観光振興事業(主に清水区) 収益事業

※従たる事務所はなし

6 役員等に関する事項

(1) 理事

(令和8年3月31日現在)

役職名	氏名	任期	常勤・非常勤	報酬の有無	他の法人等の代表状況等
代表理事 (理事長)	久保田 隆	令和7年6月10日～ 令和9年6月(注)	非常勤	無	静岡市ホテル旅館(協組)理事長 静岡市料理飲食業(協組)理事長他
副理事長	大須賀紳晃	令和7年6月10日～ 令和9年6月(注)	非常勤	無	株式会社静岡新聞社代表取締役社長 (一財)静岡県年金福祉協会理事長他
専務理事	池谷 誠	令和7年6月10日～ 令和9年6月(注)	常勤	有	(公財)静岡市まちづくり公社理事他
理事	今村重則	令和7年6月10日～ 令和9年6月(注)	非常勤	無	株式会社FM島田取締役 島田商工会議所専務理事他
〃	神谷 毅	令和7年6月10日～ 令和9年6月(注)	非常勤	無	
〃	紅林 豊	令和7年6月10日～ 令和9年6月(注)	非常勤	無	
〃	駒形進也	令和7年6月10日～ 令和9年6月(注)	非常勤	無	
〃	榛葉章良	令和7年6月10日～ 令和9年6月(注)	非常勤	無	富士山静岡空港(株)代表取締役社長
〃	杉浦 衛	令和7年6月10日～ 令和9年6月(注)	非常勤	無	藤枝商工会議所専務理事
〃	高塚進吾	令和7年6月10日～ 令和9年6月(注)	非常勤	無	
〃	谷川原賢一	令和7年6月10日～ 令和9年6月(注)	非常勤	無	(公財)清水清港会理事
〃	堤 信幸	令和7年6月10日～ 令和9年6月(注)	非常勤	無	(一社)清水みなとまちづくり公民 連携協議会監事他
〃	松浦高之	令和7年6月10日～ 令和9年6月(注)	非常勤	無	静岡商工会議所常務理事他
〃	村松文次	令和7年6月10日～ 令和9年6月(注)	非常勤	無	焼津商工会議所専務理事他
〃	森下真琴	令和7年6月10日～ 令和9年6月(注)	非常勤	無	
〃	山下敦史	令和7年6月10日～ 令和9年6月(注)	非常勤	無	
〃	山下幸男	令和7年6月10日～ 令和9年6月(注)	非常勤	無	
〃	山本英広	令和7年6月10日～ 令和9年6月(注)	非常勤	無	

(注) 理事の任期は、選任後2年以内に終了する事業年度のうち、最終のものに関する定時評議員会の終結の時までのため、現理事は令和8年度決算定時評議員会終結時(R9.6)で任期満了となる。

(2) 監事

(令和8年3月31日現在)

役職名	氏名	任期	常勤・非常勤	報酬の有無	他の法人等の代表状況等
監事	佐藤正欣	令和7年6月10日～令和11年6月(注)	非常勤	有	労働保険事務組合 静岡総合労務センター副理事長
〃	西ヶ谷博行	令和7年6月10日～令和11年6月(注)	非常勤	有	(公財)静岡県私立幼稚園退職基金 財団監事他

(注) 監事の任期は、選任後4年以内に終了する事業年度のうち、最終のものに関する定時評議員会の終結の時までのため、現監事は令和10年度決算定時評議員会終結時(R11.6)で任期満了となる。

(3) 評議員

(令和8年3月31日現在)

役職名	氏名	任期	常勤・非常勤	報酬の有無	他の法人等の代表状況等
評議員	岩田智穂	令和7年6月10日～令和11年6月(注)	非常勤	無	(一財)静岡市国際交流協会評議員他
〃	岩本進也	令和7年7月14日～令和11年6月(注)	非常勤	無	(公財)浜松・浜名湖ツーリズム ビューロー評議員
〃	大井一郎	令和7年6月10日～令和11年6月(注)	非常勤	無	株式会社ドリームプラザ 代表取締役社長他
〃	神谷守孝	令和7年7月14日～令和11年6月(注)	非常勤	無	
〃	川井敏行	令和7年6月10日～令和11年6月(注)	非常勤	無	静岡鉄道株式会社代表取締役社長他
〃	川口茂則	令和7年6月10日～令和11年6月(注)	非常勤	無	(公財)浜松・浜名湖ツーリズム ビューロー評議員
〃	小阪秀彦	令和7年6月10日～令和11年6月(注)	非常勤	無	(公財)静岡産業振興協会理事他
〃	杉山貴宏	令和7年6月10日～令和11年6月(注)	非常勤	無	
〃	鈴木健司	令和7年6月10日～令和11年6月(注)	非常勤	無	
〃	多々良和明	令和7年6月10日～令和11年6月(注)	非常勤	無	
〃	西田高宏	令和7年6月10日～令和11年6月(注)	非常勤	無	
〃	法月一 亮	令和7年6月10日～令和11年6月(注)	非常勤	無	
〃	長谷川晋三	令和7年6月10日～令和11年6月(注)	非常勤	無	
〃	瀨田 幸	令和7年6月10日～令和11年6月(注)	非常勤	無	
〃	矢作武寛	令和7年6月10日～令和11年6月(注)	非常勤	無	
〃	吉田尚弘	令和7年6月10日～令和11年6月(注)	非常勤	無	(公財)静岡県腎臓バンク理事

(注) 評議員の任期は、選任後4年以内に終了する事業年度のうち最終のものに関する定時評議員会の終結の時までのため、現評議員は令和10年度決算定時評議員会終結時(R11.6)で任期満了となる。

(4) 退任した役員等

氏名	退任時の地位	退任日	退任理由
坂本喜弘	理事	令和7年5月2日	一身上の都合により辞任
鈴木明宏	理事	令和7年5月2日	一身上の都合により辞任
西村等	理事	令和7年5月2日	一身上の都合により辞任
原口亨	理事	令和7年5月2日	一身上の都合により辞任
横馬勉	理事	令和7年5月2日	一身上の都合により辞任
杉浦衛	理事	令和8年3月31日	一身上の都合により辞任
高松央	評議員	令和7年5月2日	一身上の都合により辞任
齊藤奈津子	評議員	令和7年6月10日	任期満了に伴う退任
中村智浩	評議員	令和7年7月14日	一身上の都合により辞任
花村隆夫	評議員	令和7年7月14日	一身上の都合により辞任
法月一 亮	評議員	令和8年3月31日	一身上の都合により辞任

(5) 役員等の報酬等

区分	人数	報酬等の総額	備考
理事	18名	5,451千円	専務理事
監事	2名	30千円	
評議員	16名	0円	
合計	36名	5,481千円	

(注) 理事及び監事の報酬限度額は、平成25年4月26日開催の第1回臨時評議員会において、理事は年額600万円以内、監事は年額30万円以内と決議されている。

7 職員に関する事項

(令和8年3月31日現在)

職名等	氏名	就任年月日	担当事務	備考
事務局長	良知伸昭	令和7年4月1日	事務局統括	重要な使用人 静岡市から出向
事務局次長 CFO 兼総務部長	岩崎昌登	令和7年4月1日	事務局統括補佐 及び総務部統括	プロパー職員 (財務責任者)
総務部 経営企画 G 主幹兼グループ長	山本達郎	令和7年4月1日	総務／経営企画	プロパー職員
事業部長 CMO	田中稔久	令和7年4月1日	事業部統括	静岡市から出向 (マーケティング責任者)
事業推進担当部長 兼地域グループ長	鈴木孝文	令和7年4月1日	事業部統括補佐	企業出向
事業部 調査分析 G 主幹兼グループ長	瀬戸協創太	令和7年4月1日	調査分析／戦略策定	プロパー職員
事業部 調査分析 G 主幹	浜崎俊貴	令和7年4月1日	調査分析／戦略策定	静岡市から出向
事業部 調査分析 G 主任	小田 遥	令和7年4月1日	調査分析／戦略策定	プロパー職員
事業部 地域連携 G 参事兼グループ長	石田太郎	令和7年4月1日	プロモーション／MICE	プロパー職員
事業部 地域連携 G 主幹	小代田卓宏	令和7年4月1日	プロモーション／MICE	プロパー職員

(注) その他、主事5名、嘱託4名、企業出向2名、パート9名

II 事業の状況

i 事業の経過及びその成果

観光庁及び日本政府観光局(JNTO)の発表によると、訪日外客数はコロナ禍からの回復が顕著であり、令和7年の年間訪日外客数は4,268万人に達し、過去最高であった令和6年の3,687万人を大幅に更新するなど、継続的な増加傾向が見られ、この回復基調は今後も継続すると見込まれている。一方、日本人の国内旅行者数は、コロナ禍から未だ回復途上にあり、観光需要の喚起が課題となっている。

このような状況の中、国内外の状況を注視しながら観光やMICE需要に迅速かつ的確に対応していくため、当財団は経営計画を1年前倒しで改定するとともに、静岡県中部地域(以下「するが地域」という。)の観光地経営戦略である「Suruga Strategy 2030」を新たに策定した。

さらに、これら計画における各分野の連携を促進し、事業の推進力を高めるため、プロモーション部と地域連携部を統合した事業部を新設し、事業部内に「調査分析」、「地域連携」、「地域」の3つのグループを置くグループ制を導入した。

DMO事業については、するが地域における観光の実態を的確に把握し、調査分析に基づいた観光施策を地域のステークホルダーと戦略的に展開していくため、令和7年度からは調査の結果を活用しやすい形式で公開するとともに、行政や観光事業者の戦略策定などのマーケティング支援を強化し、稼ぐ地域づくりの推進に取り組んできた。

また、destinationマーケティングについては、観光地としての認知度向上を目指して、一貫したコンセプトに基づいた情報提供、SNS運用による関心の喚起、深化、更に個別事業での広告展開やパブリシティの獲得による露出の増加を通じて、国内外に向けた観光目的地としてのマーケティング活動(観光需要づくり)を推進してきた。

Learn・Tea・Seaについては、「茶氷」と「するがヌーン茶」は今年度も目標を上回る売り上げとなり、認知の拡大が進んできた一方で、「MANAVIVA!」と「勝魚かつ」については長年にわたり目標を下回っていることから、5市2町と協議を重ね、事業体系と事業コンセプトの再検討を行うとともに、これまでのコンテンツ開発から、その活用に重点を置く戦略の見直しを行った。

MICE事業については、国内外の見本市への出展や首都圏等における学会・大会事務局への戸別訪問、キーパーソンを対象としたファミトリップなどを実施するとともに、観光庁「コンベンションビューロー高度化事業」の支援対象都市に選定されるなど、MICE専門人材の育成にも取り組んできた。

静岡市観光振興事業については、ビジネス客に注目し、調査によって得られた行動特性を基にビジネス客の出張時と出張後のプライベートでの再来訪をターゲットとした2か年わたる取組、また「しずおか観光共創プラットフォーム」による官民一体となった取組など、来訪者の周遊促進や滞在時間の延長を図り、宿泊者と観光消費額を増加させる事業を戦略的に推進してきた。また、観光情報を発信するWEBサイトを関連サイトやSNSとの連動など機能性・利便性に配慮した閲覧しやすいものへとリニューアルするとともに、東海道街道を巡るサイクリングモデルコースやコース上の観光スポットの紹介記事を旅と自転車に関する情報サイトで発信した。

令和7年度 重点取組

1. 観光シンクタンク機能の強化
2. インバウンド需要の取り込み強化
3. 誰もが訪れ滞在したくなる情報発信
4. サイクルツーリズムを意識した東海道街道観光「2峠8宿」の周遊促進
5. ビジネス客に向けた「静岡ならではの」を満喫できるサービスの提供
6. 効率的・効果的な組織経営の推進

1 DMO事業

観光地域づくり法人(DMO)の登録要件である必須 KPI

項目		2023(R5)年	2024(R6)年	2025(R7)年
旅行消費額 (百万円)	目標	144,000	146,400	148,800
	実績	169,376	180,433	調査集計中
延べ宿泊者数 (千人)	目標	3,000	3,015	3,030
	実績	2,936	3,067	調査集計中
来訪者満足度 (%)	目標	43.0	43.5	44.0
	実績	50.6	51.3	調査集計中
リピーター率 (%)	目標	68.0	68.5	69.0
	実績	75.6	79.1	調査集計中

(1) 調査分析・戦略策定

【目的・概要】

令和 7 年度は、データを基にしたマーケティングにより地域の「稼ぐ力」を引き出すことを目的に、重点テーマ「観光シンクタンク機能の強化～データ活用によるマーケティング支援の加速～」を掲げた。単なる調査分析にとどまらず、得られたデータを基に戦略の立案・実行、効果検証、そして次なる改善へとつなげる「データに基づくマーケティング」を実践した。

基礎調査においては、地域の観光実態を的確に把握するため、インバウンドを含む来訪者や事業者への独自調査を実施した。結果の公表にあたっては、速報性と分かりやすさを重視した「するが観光ダイジェスト」を創刊したほか、具体事例を交えたセミナー形式での情報提供も行った。

さらに、2030 年を見据えた当地域の観光経営戦略「Suruga Strategy 2030」を策定・公表した。この過程で、行政(5 市 2 町)や多様なステークホルダーとの協議を通じ、目指す姿についての認識を共有し、手段、手法のブラッシュアップを図り、共通目標の達成に向けた指針を策定した。

【年度 KPI】

指標項目	令和6年度(実績値)	令和7年度(目標値)	令和7年度(実績値)
データを用いたマーケティング支援件数	25 回	25 回	29 回
するが観光レポート 更新回数	3 回	3 回	3 回
5市2町連絡会 開催回数	4 回	4 回	4 回

【当期間の活動及び成果】

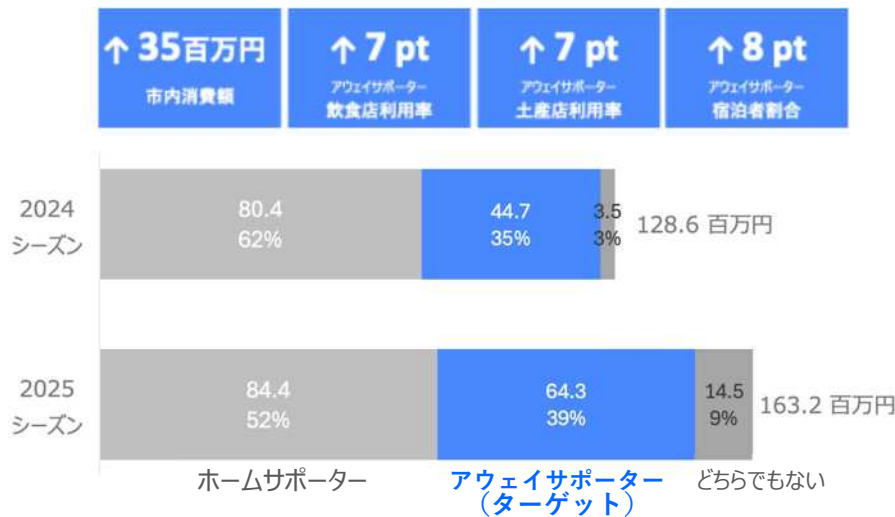
① データを用いたマーケティング支援

ア アクションからの成果

調査・分析で得られた知見をもとに行政や事業者と協働で戦略を立案し、具体的なアクションを起こし、効果を検証する、「データに基づくマーケティング」を実践した。なかでも、藤枝市および藤枝市観光協会が推進する「藤色プロジェクト DX」では、来訪者データの取得から施策立案、効果検証に至るマーケティング支援を行い、具体的な成果を挙げた。プロサッカーチームの来場者アン

ケートの分析により、消費額向上の鍵が「アウェイサポーター」にあり、地域の「食」への関心が高いことを特定。彼らのニーズと地域の強みを掛け合わせ、「朝ラーメン」や「サッカー最中」といった独自コンテンツを戦略的に展開した。その結果、2025シーズンは前年比で飲食店・土産店の利用率がそれぞれ7ポイント、宿泊者割合も8ポイント向上し、域内消費額は約3,500万円の増加につながった。

そのほか、焼津みなとまつりでは、併催のマラソン大会参加者のニーズを分析し、開催時間を30分延長。悪天候にも関わらず、参加者の推奨度(NPS)が4ポイント向上する結果となった。また、川根本町の星空列車においても、前回調査で顕在化した飲食ニーズに対して実証実験を行い、客単価の向上につながる結果を導き出した。



藤色プロジェクト DX サッカー観戦者による消費額等の増加
(調査対象9試合の合計、消費額の単位:百万円)

また個別の事業者に向けても、調査・分析の結果を経営方針や現場の改善に活かすため、Google ビジネスプロフィールを活用した口コミ分析、来訪者アンケートデータの活用等を通じ、戦略立案から実践支援まで一貫したサポートを提供した。



森木農園



サーフスタジアム



匠宿



駿府城公園エリア活性化連絡会



静岡市中心市街地活性化協議会



焼津みなとまつり実行委員会

令和7年度までに実施した事業者に対するマーケティング支援

[データを用いたマーケティング支援の実績(一部抜粋)]

イベント調査	静岡まつり	
	焼津みなとまつり・みなとマラソン	
	藤枝 MYFC ホームゲーム調査	
	星空列車	アンケートの設計、分析、報告書の作成、 結果報告、提言
	赤水の滝ライトアップ	
	小山城まつり	
事業者支援	おでん祭り	
	森木農園株式会社	
	株式会社カクサ	口コミ分析をもとにした「強み」・「弱み」の発掘
指標の取得	藤枝市	観光基本計画の改定に向けた支援
	静岡市	
	島田市	計画指標等の取得
	牧之原市	
その他	藤枝朝ラー事業市場調査	朝ラーの認知度および戦略立案支援
	駿州の旅モニターツアーアンケート	参加者の所感等を分析
	静岡市中心市街地活性化協議会	紙アンケートの電子化+BIツール導入
	駿府城公園エリア活性化連絡会	来訪者調査等の分析結果の紹介

② 分かりやすいデータの提供

ア するが観光レポート

行政や観光関連事業者が施策・事業を立案する際の参考となるよう、散在する多様な観光統計を一元化し、とりまとめた(年 3 回更新)。さらに、データブックとしての活用に留めず、データ活用の要点をコラム形式で詳説するなど、実践的な知見につながるレポートとして進化させた。

発行年月	コラム記事
令和7年7月	「マーケットに合わせる」という原点回帰
令和7年12月	口コミなどテキストデータから導かれる情緒的価値
令和8年3月	従業員満足度を高める取り組みが業績につながる

するが観光レポート
～静岡県中部地域の観光をとりまく現状～
2026 (令和8) 年3月

公益財団法人 するが企画観光局
(静岡県中部・志太根原 地域DMO)

SURUGA Marketing & Tourism Bureau

(4) 旅行消費額

中部地域の旅行消費額は、平均では1,400億円前後で推移している。

- ・行旅別では、日帰り客 30～40%、宿泊客 40～45%と日帰り客の消費が多い。
- ・居住地域では、県外 60～70%、県内 30～40%で県内客の消費が多い。
- ・2020年度は、新型コロナウイルス感染症の影響で旅行消費額は半減しており、内訳は行旅別の割合では大きな変化はないものの、滞在期間では県外 48.3%、県内 51.7%と平均の滞在が伸びて県内客の割合が高かった。特に、宿泊客(県内)の旅行消費額は前年中心に伸び、全体の割合も高かった。
- ・2022年度は、県内の宿泊客及び日帰り客の消費額はコロナ禍前の水準に達した。日帰り客からの回復を受け、2023年度は1,694億円(2019年度比12%)と大幅な増加となった。2024年度は1,864億円(2023年度比10%)と更に消費は増加しているが、前年度の増加率は低下している。

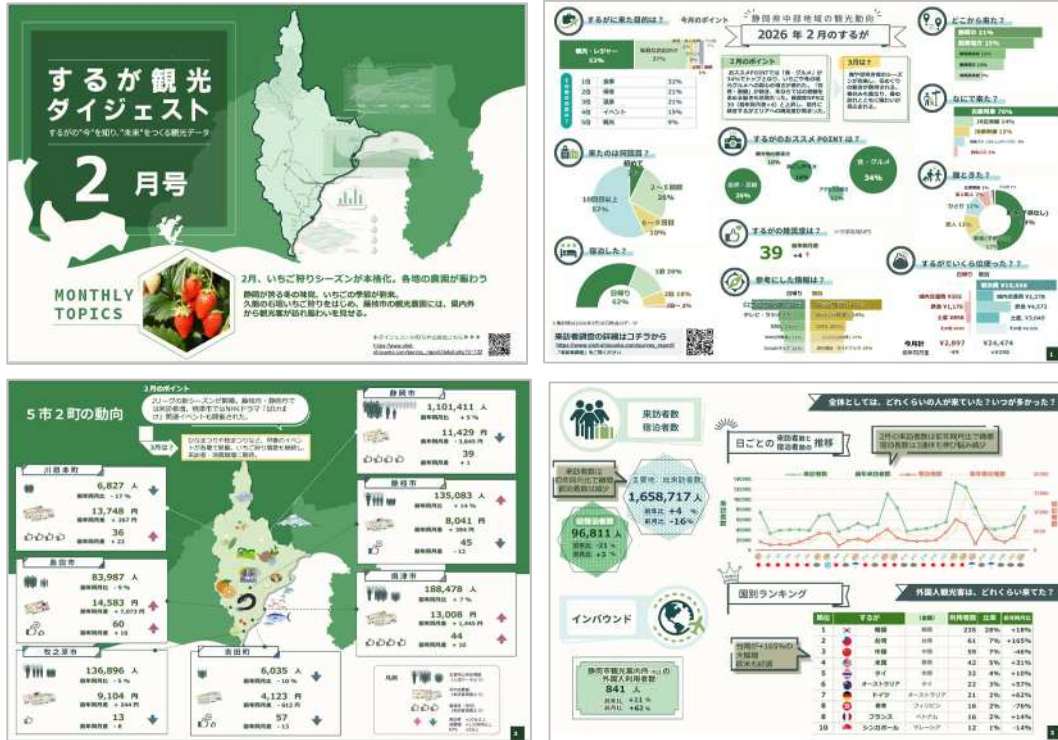
【コラム】カーズスタディ ～「マーケットに合わせる」という原点回帰～

顧客を真正にインバウンド施策
新型コロナウイルス感染症という変革期の危機を経て、日本のインバウンド観光市場はこれまで以上に回復を遂げている。各地の観光地や都市圏では、多様な層からの旅行者の増加が中核的な成長となり、その成長はコロナ禍以前を大きく上回るペースで進んでいる。

まず、旅行市場全体の成長を促している。特に、旅行市場全体の回復ペースが速い。コロナ禍以前の2019年と比較して約1.5倍と過去最高水準に回復し、その後の成長の勢いを維持している。これは、観光市場の回復ペースが速いことに加え、観光客の消費行動が変化していることによるものと見られる。特に、2022年にはコロナ禍前の水準に回復した。これは、観光客の消費行動が変化していることによるものと見られる。特に、2022年にはコロナ禍前の水準に回復した。これは、観光客の消費行動が変化していることによるものと見られる。

イ するが観光ダイジェスト

令和7年7月には「するが観光ダイジェスト」を創刊し、来訪者の質的データ(満足度・消費額・NPS等)と人流・インバウンド数等の量的データを組み合わせた月次レポートの発行を開始した。従来の四半期ごとの報告から、月次発行に移行することでシーズンリティに即したタイムリーな情報提供を実現した。あわせて、データビジュアライゼーションを強化し、情報の視認性とアクセシビリティを大幅に向上させた。



③ 観光客・観光事業者基礎調査

ア 来訪者調査

地域の観光実態をより精緻に把握すべく、行政および観光関連団体と協働し、協力施設の拡充を図った結果、令和7年度末には協力施設数が197施設(前年度比40施設増)へと拡大した。これにより、年間回答回収数は6,717件に達し、圏域における高精度な分析に不可欠な十分なサンプルサイズを確保した。取得した来訪者データはオープンデータとして一般向けにも公開しており、行政・事業者・研究機関等が幅広く活用できる体制を整備した。

令和6年度に整備したデータ分析用ダッシュボードをさらに発展させ、令和7年8月には全協力施設に対して施設別ダッシュボードの個別提供を開始し、施設単位でのデータ活用の基盤を構築した。



アンケート回答用チラシ



来訪者調査公開ダッシュボード

	標準偏回帰係数	P値
人事制度	0.27	7.5E-08 ***
商品サービスへの誇り	0.21	1.5E-07 ***
快適な職場環境	0.17	0.00029 ***
仕事推奨度	0.14	8.1E-05 ***
ワークライフバランス	0.13	0.00025 ***
自施設への家族招待	0.12	0.00091 ***
デジタル化等による効率化	0.12	0.00104 **
安心できる職場環境	0.11	0.02057 *
職場風土	0.10	0.02129 *
年齢	0.06	0.02899 *
転職経験	0.06	0.05431 .
カスハラ対策	-0.05	0.13316
年収	0.05	0.12551

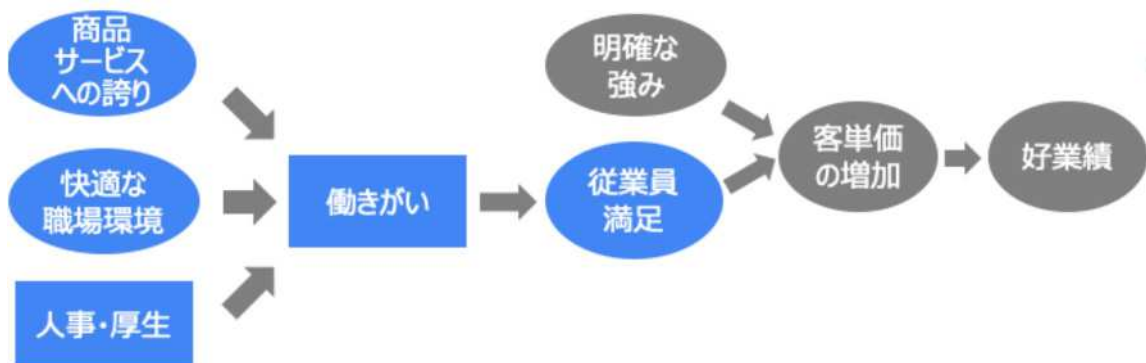
*** : <0.001、** : <0.01、* : <0.05、. : <0.1

自由度調整済決定係数 0.766 F 検定の P 値 < 0.001

「従業員満足」につながる「働きがい」を目的変数とした重回帰分析

さらに、中部地域で業績を向上するための因果モデルを構築し、従業員満足度の向上が業績改善に直結することを統計的に立証した。

これら調査結果をもとに令和8年2月に第2回「観光で稼ぐ経営セミナー」を開催(46名参加、満足度88%)し、事業者が自ら改善に取り組むための知見を提供した。なお、行政担当者向けには、市町単位また業種別にクロス集計ができるよう分析用のダッシュボードを提供し、調査結果の活用促進を図った。



④ ステークホルダーマネジメント

ア 事業者向けセミナーの開催

上記事業者実態調査等の結果を地域に還元するため、令和8年2月24日(月)に第2回「観光で稼ぐ経営セミナー」をホテルグランヒルズ静岡で開催した。テーマは「従業員満足度が好業績につながる」とし、財団独自の分析結果を事例とともに紹介した。また、「究極のサービス業(医療)に学ぶ観光マーケティング ～不安を安心に変える「体験」のつくり方～」と題して、静岡県立大学・岩崎邦彦教授による基調講演を行った。当日は46名の事業者が参加し、参加者の調査報告に対する満足度は88%(前回比+11ポイント)となった。



▶ 調査報告の満足度 88%
(前回比プラス11%)



総勢46名が参加



事業者さまからの事例紹介 基調講演 奥大 岩崎教授



観光トレンドの解説



具体事例の紹介



場を和ます呈茶サービス

イ 5市2町連絡会

市町観光部局との情報共有や意見交換の場として、四半期に一度連絡会を開催した。連絡会では、DMO事業の取組状況の報告のほか、市町の話題、インバウンド事業等に関する情報交換を行い、5市2町の連携強化を図った。各回後半には、マーケティングアドバイザー・府川氏によるツーリズムデスティネーションマーケティング実践講義を実施し、連絡会出席者全体のマーケティングスキル向上を図った。また、令和7年度策定の観光地経営戦略「Suruga Strategy 2030」についても議論し、行政との方向性の共有と合意形成を進めた。

ウ 外部評価会議

DMO事業の取組状況を専門的かつ客観的な視点から評価するため、外部有識者による評価会議を令和7年5月15日(木)にあざれあ第2研修室で行った。

A:とても良い、 B:良い、 C:良くない、D:とても良くない

項目	評価人数				主なコメント
	A	B	C	D	
調査分析	2	2			<ul style="list-style-type: none"> オリジナルの調査分析結果等から、地域観光業者の課題や実践的な示唆を抽出し、その結果を、地域の観光事業者にフィードバックし、活用につなげていることは、大いに評価できる。 定量調査（経営データ分析など）と定性調査（ケーススタディ）の融合も、効果を生んでいる。 分析後のマーケティング支援の強化を図るべき、オープンデータの活用促進を図るべき。
ブランディング		4			<ul style="list-style-type: none"> 選ばれた地域になるためには、ブランド力の向上がきわめて重要。地域としての“ありたい姿”を明確にし、地域資源を効果的に“かけ算”するなど、地域ブランドを磨き続けてほしい。 潜在需要者に響く工夫を凝らした市場コミュニケーションのさらなる深化に期待。 同じテーマ（茶）についてさまざま体験できる商品が上手にできている。
Learn	1		3		<ul style="list-style-type: none"> 現状の「学び」は、個性が弱いと感じられる。観光客が、わざわざ選ぶ理由が弱いと思われる。 MANAVIVAの目標と実績の乖離が窺えない。(チラシ等の)情報発信量に比し、実績が極端に小さい。ニーズを捉えていない、ターゲットの対象者の心に刺さっていないのは明らか。 「学び」が教育ではなく、ツーリズムのメニューになると良い。その上で「Learn」「Tea」「Sea」の事業をもう一度どうしていくか検討してほしい。
Tea	3		1		<ul style="list-style-type: none"> 茶水、ティーテラスなど、静岡ならではの取組みは、着実に実績をあげており、高く評価ができる。 飲むお茶だけでなく、食べるお茶、体験するお茶、お茶の学びなど、茶を活用した地域業者の価値創造をサポートしてほしい。
Sea		1	2	1	<ul style="list-style-type: none"> 現状の1魚種、1料理法にこだわる必要はないと思う。静岡のおいしい“さかな”との出会いの場（食べるシーン、体験するシーン）を増やしてほしい。 「勝魚かつ」の状況に昨年からあまり変化見られない。現手法での成果はかなり限定的と思われる。 改めての戦略見直しも必要か。“最終的にどうあるべきか”求められる姿からの逆算の発想が欲しい。
ステークホルダーマネジメント		3		1	<ul style="list-style-type: none"> ステークホルダーマネジメントは概ね適切に行われている。 今後とも、セミナーなどを活用したステークホルダーへの情報発信、ステークホルダーとのコミュニケーションに一層力を入れてほしい。
全体		4			<ul style="list-style-type: none"> 観光シンクタンクとしての存立基盤を確立し、地域の観光業者に、ますます頼られるDMOになってほしい。そうすれば、観光業へのサポートのみならず、受託研究・調査の増加も期待できる。 昨年度の事業活動はおおむね評価できる。当年度も昨年に生じた課題の解決を図りながら進めて欲しい。 今後、「成果の見える化」と同時に「取り組みの見える化」を進め、売り手・買い手双方、地域における本事業の知名度、プレゼンスを向上させることが必要と考える。

エ 観光地経営戦略「Suruga Strategy 2030」の策定

ステークホルダーとの合意形成を図り、5市2町の行政・観光事業者・関係団体が集う理事会およびDMO 5市2町連絡会での議論を重ね、2030年を目標年次とする観光地経営戦略「Suruga Strategy 2030」を令和8年3月に策定・公表した。本戦略は、市場調査等のデータを

もとに DMO として何に注力するかを明確に定めたものであり、ブランディング方針・ターゲット市場・KGI・KPI 等を含むマーケティング戦略のほか、地域マネジメント・組織マネジメントにまで及ぶ総合的な内容となっている。

【課題と今後の対応】

行政や事業者へのマーケティング支援は、一定の成果が見え始めた一方で、その効果を地域全体へ波及させることが今後の課題である。今後は、数字で示せる実績を積み重ねるとともに、財団 WEB サイトへのアプローチページやチラシ等の活用によりタッチポイントを増やし、支援対象となる事業者の拡大を図る。

また、地域に還元するデータの「わかりやすさ」にもこだわり、視覚的な工夫(データビジュアライゼーション)を通じて、分析結果をより活用しやすい形で提供する。令和 7 年度に整備したダッシュボードの運用を継続し、データのオープン化を進めるほか、「するが観光レポート」や「するが観光ダイジェスト」を充実させ、行政や事業者が実務で使いやすい情報発信を強化する。

観光地経営戦略は、設定した KGI・KPI を継続的に測定し、必要に応じて戦略を見直していく。さらなる観光地経営の高度化に向けては、基礎調査の指標をさらに充実させる。具体的には、経済波及効果、月別来訪者数の平準化率、観光事業者の平均給与額、持続可能な観光に対する住民満足度などの新しい指標を導入し、DMO 登録ガイドラインの改正に合わせた指標体系の拡充を図る。また、令和 8 年度に予定している「ブランド力調査」に向け、調査仕様の検討や必要な指標の取得を進める。

なお、調査精度の向上にも引き続き取り組む。来訪者調査については、回収数増加策として施設数を 197 施設まで拡大したことをはじめ、引き続き行政と連携した調査スポットの拡充や回答促進策の強化により、データの精度を一層高めていく。

(2) デスティネーションマーケティング／プロモーション

【目的・概要】

当財団の市場での機能と役割は、するが地域への訪日及び国内旅行を拡大するため、国内外対象市場での戦略的マーケティング活動と、圏内での需要ビジネス化のための総合的な地域の実力向上である。

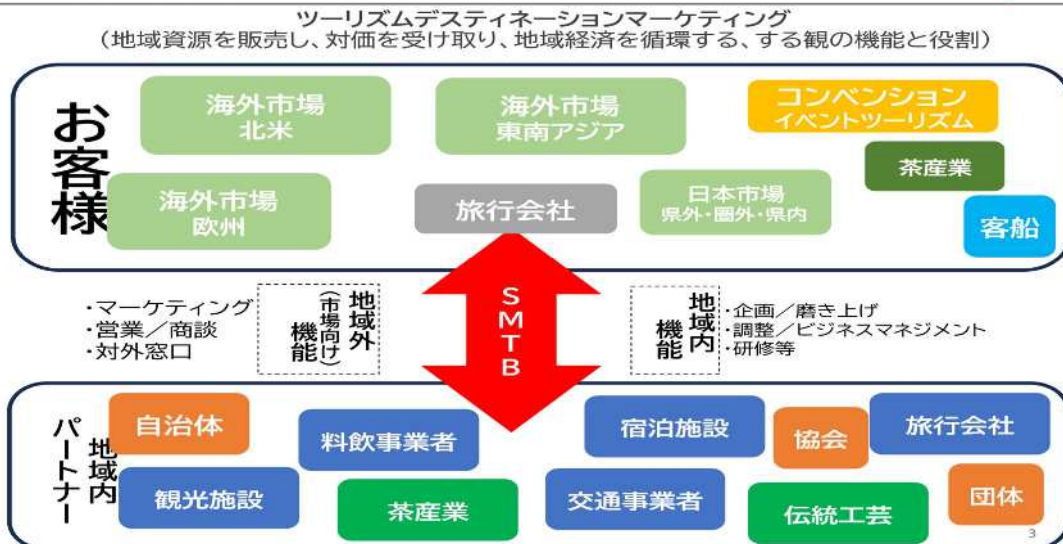
そして、ツーリズムを通じた、するが地域への経済貢献、住民と旅行者双方の地域貢献への理解と満足度の向上による地域の持続可能性を目指し「地域資源を販売し、対価を受け取り、地域経済を循環する」ツーリズムデスティネーションマーケティング活動を行う。

当地域の課題である認知度不足の現状から、一貫したコンセプト(※)に基づいた市場マーケティング活動として、①トレードマーケティング(行きたくなる企画準備、対旅行会社・航空会社)、②メディアマーケティング(行き先候補にあがる環境づくり、対メディアや広報)、③市場コミュニケーション(旅への決心につながる活動、対消費者)の3事業を戦略的に実行する。

(※)・お茶の多様性のある地域

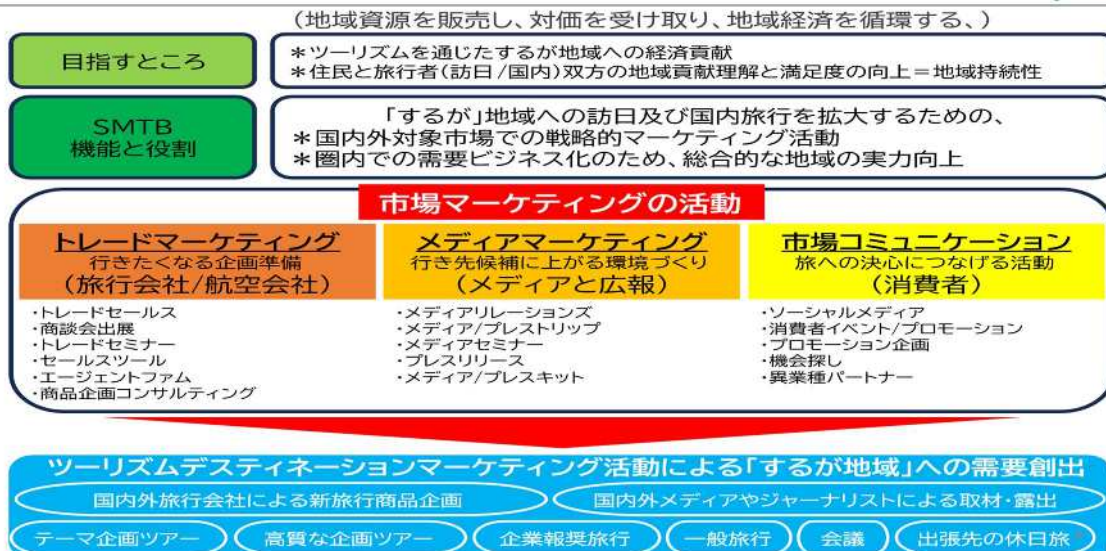
- ・日本一深い駿河湾の恵みとそれを享受する暮らし
- ・今川・徳川から続く伝統工芸／文化／歴史

2 ブランディング



当財団のマーケティング活動の整理(市場におけるポジショニング・機能と役割)

2 ブランディング (ツーリズムデスティネーションマーケティング活動)



当財団のマーケティング活動の整理(ツーリズムデスティネーションマーケティングの概要)

【年度 KPI】

マーケティング活動	指標項目	令和6年度 (実績値)	令和7年度 (目標値)	令和7年度 (実績値)
トレードマーケティング	商談件数	256 件	70 件	246 件
	ファムトリップ数	6 回	7 回	22 回
	フォローアップ数	1858 回	3,780 回	1,979 回
	企画及び販売数	8 件	10 件	10 件
メディアマーケティング	掲載数(国内)	7件	6 件	7件
市場コミュニケーション 「Visit SURUGA」	WEB サイト PV 数	67,929PV	80,000PV	79,663PV
	Instagram フォロワー数	4,033 件	4,000 件	5,058 件
	WEB サイトへの流入数	953 回	1,000 回	1,401 回
	エンゲージメント率	6.7%	7.0%	2.8%
市場コミュニケーション 「suruga_traveler」	Instagram フォロワー数	20,343 件	21,000 件	20,560 件
	いいね!件数	29,765 件	25,000 件	15,635 件
	保存件数	1,801 件	2,200 件	952 件
	エンゲージメント率	3.68%	6.0%	2.1%

【当期間の活動及び成果】

① トレードマーケティング(行きたくなる企画準備、対旅行会社・航空会社)

旅行会社やメディア向けのデスティネーションセミナー(いわゆる目的地紹介セミナー)と商談会参加を通じて、圏域コンテンツとの親和性のある優良旅行会社の発掘、そこで発掘した旅行会社へのフォローアップを通じて、具体的企画化を進めるための視察(いわゆるファムトリップ)、そして旅行商品企画の実現という一連のサイクルを、各市場のツーリズム専門家とともに実行した。

【トレードマーケティング事業実施一覧】

市場	種別	媒体名・商品名等	備考
国内	商品企画	ロイヤル・グランステージ 四季の華	クラブツーリズム
海外 (アメリカ)	商品企画 (視察)	Travel Ports & Voyages	令和6年度 Japan showcase 商談会 フォローアップ
	商談会 / セミナー	SAN PATA Event	JNTO 共同、PATA San Diego Chapter
	商品企画 (視察)	Just Add Honey Tea	日本茶取引とオーナー同行のツアー企画
	商品企画 (視察)	Mango Tour	令和5年度 ITB Asia 商談会フォローア ップ
	商品企画 (視察)	East Quest	静岡県観光協会共同 VJTM プレファム
	商品企画 (視察)	Purposeful Travel	静岡県観光協会共同 VJTM ポストファム
	商品企画 (視察)	Epic Away Travel, Explore Luxury Travel	カリフォルニア、ニューヨーク周辺の顧客を 持つトラベルアドバイザー
	商品企画 / 共同マーケ ティング	Purposeful Travel	PARU Tea ツアーを販売する会社によ る、一般層向けツアー企画と共同販促
	商品企画 (視察)	Must Eats Travel, Two Sisters Travel	ボストン、ノースカロライナ周辺の顧客を持 つトラベルアドバイザー

海外 (フランス)	商品企画 / 共同販促	Intermèdes 社	顧客向けデスティネーションセミナーと2026年発売するがを含むツアー販促
	トレーニングセミナー	在フランス旅行社3社	令和6年度セミナー参加旅行社を対象に企画化のための教育と相談
	商品企画 / 共同マーケティング	NOMADE AVENTURE 社	令和6年度視察参加者によるがを含むツアー販売と共同販促
	商品企画 (視察)	フランス・パリの旅行社4社およびスポンサー航空会社(ANA)	令和6年度当財団セミナー参加者による視察
海外 (東南アジア)	商品企画 (視察)	CPI Travel, BCD travel	シンガポール旅行社、令和6年度デスティネーションセミナー参加者
	商談会	JNTO クアラルンプールインセンティブセミナー	対象国 マレーシア、開催場所 クアラルンプール
	商談会	JNTO バンコクインセンティブ商談会	対象国 タイ、開催場所 バンコク
	セミナー	Suruga Roadshow (するがデスティネーショントーク) バンコク	当財団独自セミナー、場所 バンコク、タイエアアジア航空共催
	セミナー	Suruga Roadshow (するがデスティネーショントーク) ペナン	当財団独自セミナー、場所 ペナン、マレーシア旅行協会ペナン支部共催
	セミナー / 商談会	Suruga Roadshow (するがデスティネーショントーク) チェンマイ	当財団独自セミナー、場所 チェンマイ、タイ旅行協会北部支部・タイベトジェット航空共催
	商品企画 (視察)	KRAFT Travel	タイ旅行社、令和7年度デスティネーションセミナー参加者
	セミナー / 商談会	Suruga Roadshow (するがデスティネーショントーク) コタキナバル	当財団独自セミナー、場所 コタキナバル、サバ州ツアー&トラベル協会共催
	視察	タイ・バンコク旅行社4社	令和6-7年度当財団セミナー参加者による視察
	商品企画 / 共同マーケティング	EU ホリデーズ社	令和6-7年度当財団セミナー及び視察参加者による、ツアー販売と共同販促
海外 (その他)	視察	Adventure Travel Trade Association(ATTA)	ATTA 会長訪日機会を活かした視察招聘
	商談会	PATA Travel Mart	対象国 アジア太平洋及び全世界、開催場所 バンコク
	視察	JNTO 本部及びロサンゼルス事務所長	JNTO ネットワークを活かすための視察招聘
	ネットワーキング	JNTO 主催インバウンド旅行振興フォーラム	JNTO 海外事務所長とのネットワーキング
	ネットワーキング	PATA Destination Marketing Forum	PATA 会員及び旅行産業者が集まるフォーラム参加
	実績 (参考)	YAMAHA ロイヤルカスタマーインセンティブツアー	YAMAHA 発動機

(各市場別の実施状況)

ア アメリカ市場

令和6年度事業において、コア層向けの SIT(Special Interest Tour)を企画しツアーが催行された。(カリフォルニア州サンディエゴのセレクトティーショップによる「ショップオーナーと訪れる日本茶の旅-するが5泊」)

さらに、圏域を観光目的地として認知させるためには、コア層からファン層、関心層へと波及させ、

圏域ツアー企画を市場に流通させる必要があるが、令和7年度においては、コア層に次ぐファン層につながるツアー企画と共同マーケティング事業を、PARU Tea のツアー販売会社「Purposeful Travel」と実施した。

圏域が含まれるツアーが4つ企画化された。(そのうち2つは、自由旅行(ご自身で航空券やホテルを購入し、旅ナカの体験等を購入)向け商品で、それぞれ3泊4日で設定されている。

さらに2つは、ほぼゴールデンルートをなぞりながらも「本物」「自然」「Off the Beaten Path」「女性のための」というテーマを含めた10泊程度のパッケージツアーである。(国際線航空券を含まない。)

そして、Purposeful Travel 社の WEB サイトに、「Suruga. Japan」として専用ページを開設し、ツアー販売が開始された。

合わせて、デジタルパンフレットも作成され、同社の顧客や、同社と契約するトラベルアドバイザーへプロモーションが実施されている。



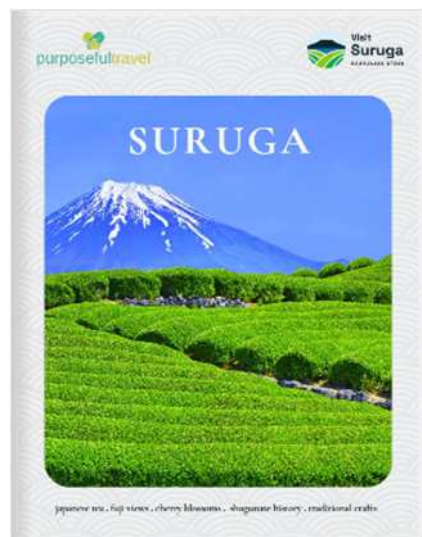
Suruga: Authentic Japan

WEB サイト

<https://www.purposeful-travel.com/suruga>

デジタルパンフレット

<https://heyzine.com/flip-book/7c221fa394.html#page/1>



また、アドベンチャートラベル分野における国際的団体「Adventure Travel Trade Association (ATTA)」（世界約 100 カ国・1,400 の会員）のシャノン ストールウェル会長の招聘に成功した。

アドベンチャートラベルは、「アクティビティ・自然・文化体験の 3 要素のうち、2 つ以上で構成される旅行」と言われており、これらはまさに、するが地域の特徴を活かした体験といえる。観光庁や JNTO のみならず、環境省なども国立公園での活用などを目指し、注目度がとても高い旅行市場の一つである。

視察では、E-bike で玉露の日本三大産地のひとつである藤枝市朝比奈地区を巡り、茶畑の風景を体感。地元農家との交流を通じて、伝統と現代の暮らしが交差する地域の魅力に触れた。

また、製茶工程で商品化されない茶葉を染料に活用した「お茶染め体験」、港町・用宗のブリュワリーでのクラフトビール試飲、日本一深い駿河湾の海の幸をふんだんに使ったディナーと日本茶のペアリングなど、五感を通じて駿河の魅力味わうプログラムも体験いただいた。

当地域の「お茶体験コンテンツ」は茶産地に点在しているため、アクセスのしにくさが課題となっているが、近年、旅行者の価値観は変化し、「健康」「地域とのつながり」「新しい発見」といった要素が重視されるようになってきている。この、E-bike を活用した周遊型の体験は、それらのニーズを満たしながら、自然や文化、人とのつながりを体験できる点で、まさにアドベンチャートラベルの理想的な形といえる。

今回の視察後、Shannon 氏個人としても、「最近止めていたサイクリングをまた始めてようと思う！」という、新たなきっかけづくりとなり、駿河が持つ地域資源の魅力と可能性を、国際的な視点から再確認する貴重な機会となった。



イ フランス市場

令和 6 年度に圏域を含む旅行商品の販売を開始した Intermèdes(アントレメデス)社をはじめ、同年度にファムトリップとして来日した在フランス旅行会社 Nomade(ノマデ)社による、日本 14 日間のうち圏域 2 泊を組み込んだ「Tea Tour in Suruga」ツアー企画と共同マーケティングを実施した。このツアー企画商品を、同社顧客向けニュースレターの配信、11 月 17 日から 30 日までの 14 日間にわたる WEB サイトトップページでの特集掲載などの共同マーケティングが実施された。

WEB サイト

<https://www.nomade-aventure.com/voyage-aventure/japon/voyage-a-suruga-entre-mont-fuji-et-baie-de-suruga/jap12/>



また、令和 6 年度に引き続き、過去の当財団独自セミナー参加者の中から、企画化の可能性の高い優良かつ高質旅行社を 4 社選定し、ANA による航空券支援のもと、視察を実施した。

限られた時間の中で効率的な行程を組むことにより、お茶に関する体験を一通り案内することができた。特にマルジョウむらかみ園の園主村上氏自宅でのお茶体験が、最も参加者の関心を引いたと感じられる。日本家屋の持つ年月が生み出すリアリティは、他では代替できない価値であり、深い印象を与えられる体験となった。

4社のうち2社が、今後の具体的な手配方法について当地の地域 DMC Japanecdote (ジャパネドット)社に確認していたことから、今後の商品企画についての関心の高さがうかがえた。



ウ 東南アジア市場

爆買いに代表される団体格安訪日旅行ブーム後の需要回復を見据え、東南アジアのインセンティブ市場をターゲットにトレードマーケティング活動をしており、令和7年9月～令和8年1月に、それら市場への確に情報を届け、優良な旅行会社の発掘とネットワークづくりを目的に、東南アジア4都市(タイ・バンコク、タイ・チェンマイ、マレーシア・ペナン、マレーシア・コタキナバル)で現地マーケティング専門家を活用し、独自のデスティネーションセミナーを実施した。

セミナーは、さらに日本行の座席販売を強化したい航空会社や、賛助会員への情報提供を通じて、賛助会員のモチベーションとエンゲージに伝えたい各地の旅行業協会と共同で開催し、双方向におけるメリットと方向性を一致させ、将来においても、継続したネットワーキングができる環境づくりの場となった。

4都市で計104社の参加があり、旺盛な訪日需要が伺え、新しい目的地として当地域に興味を持っていただいた。

これまでは、首都でのセミナーを開催してきたが、首都は旅行社数と顧客は多いことは事実であるが、日本及び世界各地からのアプローチも多く、また、昨今の航空券料金と日本における旅行代金の値上がりによって、今後のツアー企画化への動きが鈍化していたため、令和7年度は、各国の第二都市や旅行需要が高い都市をターゲットとした。

そのような第二都市は、依然として日本旅行は人気であり、東京、京都、大阪というメジャーな都市と富士山の人気が高い一方で、顧客には地方都市への訪問希望も多く、そのような旅程作成の情報が不足しているという事であった。

セミナーでは、「駿河(静岡)とはどこか?」「東京、京都、大阪は行くが、もっと本物の日本文化を体験したい」「富士山を見るために、箱根、河口湖は知っているが駿河から見えるのは知らなかった。」という事であり、当地はアクセスも良好であることから、近い将来の企画化をしたいという声が多かった。

シンガポール市場においては、令和5年度のセミナーに参加、その後令和6年度の視察に参加したEU Holidays(イーユーホリデーズ)社による、ツアー企画化と共同マーケティングを実施した。

圏域が含まれるツアーで、FIT(自由旅行)向けのプランであり、ご自身で航空券やその他の日本の地域の手配を行い、旅ナカでの圏域訪問ツアーとして、2泊4日プランとして設定されている。

EU Holidays 社の店舗での販売、店舗前デジタルサイネージでの露出、WEB サイト内での販売と、EU 社独自の旅行即売会での販売に加え、シンガポール最大の旅行見本市 NATAS(ナタス)の EU 社ブースでもプロモーションが実施された。



DESTINATION SEMINARの様子



EU Holidays による企画化と共同マーケティング

また、令和 6 年度に引き続き、過去の当財団独自セミナー参加者の中から、タイ市場における、企画化の可能性の高い優良かつ高質旅行社を 4 社選定し視察を実施した。

現地セミナーを通して、予め当地域の認識をもたれていたことから、商品造成意欲が高い方が集まったといえる。

旅行社のなかには、この地域ならではの体験である抹茶書や最高級品質の玉露などについて強い関心をもたれた方もいらっしゃった。

今回は、これまでのタイの旅行会社による FAM の経験を踏まえて、ややカジュアルな体験を採用したが、今後のフォローにて、ここでしかできない体験などを織り交ぜて紹介していく。



② メディアマーケティング(旅先候補に挙がる環境づくり)

旅行市場のみならず、暮らしやこだわりの食などの様々な市場において圏域の露出をすることで、旅先候補にあがる環境を作り、圏域への旅行機運を高めてきた。

紙媒体やウェブ媒体による取材及び掲載、広報について、アナログとデジタルのハイブリッドにより事業を行った。

【メディアマーケティング事業実施一覧】

市場	種別	媒体名・商品名等	備考
国内	広報	中日新聞	4月18日(金) 静岡茶市場初取引特集
	紙媒体	Fino	東急ロイヤルクラブ 会員誌
	オンライン	25ansONLINE	ハースト婦人画報社
	オンライン	Note, インスタグラム、フェイスブック	樋口直哉 氏(料理家・文筆家) 松本純子 氏(農林水産省広報室・食アナリスト)
	オンライン	現代ビジネスオンライン	12月4日～19日で全4回掲載
海外	デジタル	Beringki	デンマークの新聞社
	紙媒体	Voyage DE LUXE #104	フランスの雑誌
	オンライン	A Suruga Adventure: Cycling Through the Land of Tea	JNTO WEB サイト内 アドベンチャートラベルページ

アナログ(紙媒体)は、日常を豊かに彩るワンランク上の厳選された情報を提供している東急カードの上級会員様を対象とした『東急ロイヤルクラブ』の会員情報誌「Fino(フィノ)」に8ページの露出ボリュームで掲載いただいた。

デジタル(オンライン媒体)は、「料理家」の滞在中の体験を起点に、料理や食材、地域文化の背景を整理した記事を「note」で公開し、現地での体験を一過性で終わらせず、読み物として継続的に伝える発信とした。(合わせて、コアなフォロワーがいる Facebook と Instagram でも掲載)

加えて、日本最大級のビジネスメディアで、30～40代のビジネスパーソンを主な読者層とし、平日のビジネス情報から週末のライフスタイルまで、オン・オフ双方に有益な情報を発信する総合デジタルメディア「現代ビジネスオンライン」にて、圏域で生産、加工、提供の茶業の各現場に立つ担い手たちが、新たな価値づくりに取り組む姿を通じて、「産地を訪れることでしか体験できないお茶の魅力」を立体的に紹介した。



Fino(6月発行)



駿河を旅してきました

樋口直哉(TsuringiFoodLab.)
2020/11/13 21:22

料理家 樋口直哉氏と農水省広報室・食アナリスト 松本純子夫婦



お茶離れの時代に、静岡の大人気カフェが挑む「次世代の茶文化」…34歳の若きオーナーが描く日本茶の未来

芹澤 和美



「このままではお茶業界が沈んでしまう」静岡発「苦くない紅茶」が大ヒット…元金融マンが“緑茶の産地で、あえて紅茶をつくり続ける”理由

芹澤 和美



世界的な抹茶ブームの陰で進む日本人の「お茶離れ」…静岡の若き老舗茶農家が挑む「新しい日本茶」づくり



「もうお茶の時代は終わった」と言われても…後継者不足に立ち向かう、静岡の32歳茶農家が挑む「再生の物語」

現代ビジネスオンライン

③ 市場コミュニケーション

通年でお茶が楽しめる観光目的地としての認知、興味、関心を高めるため、WEB サイトと Instagram により情報を発信した。

WEB サイト「Visit SURUGA」については、行政区域ごとではなく、お茶や歴史などのテーマごとに観光情報を集約、一元化する多言語 WEB サイトとして管理、運営した。

Instagram「Visit SURUGA」は、ターゲットを県外及び海外とし、旅先候補となった圏域の情報収集をする市場への直接的アプローチを行い、高めた旅行機運を逃さず、圏域への旅行計画へつながるよう、WEB サイトのコンテンツと連動し、サイトへの誘導を促した。

また、インスタジェニックな地元の旬の話題・新しいするがエリアの情報等を掲載する「suruga traveler」は、トレンドやキャッチーを意識し、主に県内からの観光客に対し、お茶が楽しめる観光地としての需要喚起を目的として運用した。

	suruga traveler<するとら> 	Visit SURUGA 
ターゲット	圏域、静岡県内	静岡県外、海外
ポジショニング整理	地元視点、個別の店・商品、トレンド、キャッチー -インスタジェニックな、地元の旬の話題・新しいするがエリアの情報等「旅への決心につながる環境づくり」「行きたくないコンテンツ紹介」	域外視野、歴史・背景・想いなど価値の本質を追求 -テーマ性のある地域ブランディングに沿い、WEBサイトのコンテンツと連動し、「旅先候補につながる環境づくり」とポータルサイト誘導
パーソナリティの差別化	アカウントのプロフィールイラストのような、お出かけが好き、写真が好きな女性による個人体験談	するが企画観光局が厳選した「公式」スポット・体験等
投稿の方向性	若年層女性をターゲットとし、地元の新しいカフェ・店情報、地元イベント情報等の発信 手でドリンクを持っていたりし、お出かけをしている個人体験のような「親近感」を出す	以下のテーマに沿った地域ブランディング -お茶の多様性のある地域 -日本一深い駿河湾の恵みとそれを受ける暮らし -今川・徳川から続く伝統工芸/文化/歴史 ビジュアル選定はVisit Surugaサイト掲載内容と連動 -するがの景色(富士山、海のある景色、茶畑)、 -体験(自然環境、アクティビティ)、 -職人と文化を取り入れるエリア紹介。 フィード紹介文には、しっかりとスポット・体験情報を入れる
投稿内容	日本語	日本語・英語・台湾繁体字
ハッシュタグの使用	#するとら 投稿内容に関連するハッシュタグ付け	#visitsuruga UGC活用につながるハッシュタグ付けを意識 将来のインバウンド回復を意識した「日本旅行」に関連するハッシュタグ付け

SNS アカウントの市場での役割整理

ア するが地域 WEB サイト「Visit SURUGA」・SNS(Instagram)「Visit Suruga_JP 」

テーマ性のある地域ブランディング活動に沿った、公式スポット、体験等を紹介し、WEB サイトに誘導するよう、事業を行った。

旅行者との接点の多くが、WEB サイトやアプリ等のデジタルプラットフォームであることを踏まえ、デジタルプラットフォームの閲覧数を増加させ、リアルの来訪者の増加につなげるよう Web サイトの運営を行った。

PV 数、フォロワー数、流入数は概ね目標を達成したが、エンゲージメント率は目標を大幅に下回った。これは PV 数の増加に伴い、相対的に低下したもので、近年の Instagram ユーザーの「見ているけれどリアクションしない」や、「関係性への配慮」、「義務感の回避」などが反映されたものと思われる。

イ SNS(Instagram)「suruga_traveler<するが>」

Instagram でインスタジェニックな、地元の旬の話題、するがエリアの情報等「旅への決心につながる環境づくり」と「行きたくなるコンテンツ紹介」を目的に、各市町と連携した情報発信を行い、圏域内の周遊促進につながる事業を行った。

夏の「茶氷」や秋冬の「するがヌーン茶」の投稿や広告出稿により、フォロワーは 2 万人程度あり、それに伴うインプレッション数の伸びによりエンゲージメント率は低下した。保存件数が多い投稿は古民家カフェ等で、“気軽な非日常感”に関心があると推察される。

また、茶氷、するがヌーン茶の独自コンテンツも注目が高く、保存件数が多くなる傾向にあった。

④ セミナー、講演会及び研修会等での講師依頼等、支援引き合い案件

ア 海外クルーズ船誘致に係る寄港地観光プラン造成業務委託(焼津市)

令和 9 年 3 月に寄港が決定したポナンクルーズを契機に、更なるクルーズ船誘致のためと、将来における欧米系インバウンド誘致を行っていくことを目標に、令和 6 年度に掘り起こした市内インバウンド対応コンテンツを磨き上げ、パッケージ化を目的とした事業を実施した。

また、ポナン社による視察の実施から焼津のキー商品を企画、寄港地観光ツアーを扱うランドオペレーターの視察、寄港地観光や将来のインバウンド受入れの手配を行う地域 DMC による視察から、3つのパッケージ商品を企画した。

View	Overview
5,000 yen	焼津市観光、1日観光
7,000 yen	焼津市観光、1日観光、1泊2日観光
8,000 yen	焼津市観光、1日観光、1泊2日観光、1泊3日観光
9,000 yen	焼津市観光、1日観光、1泊2日観光、1泊3日観光、1泊4日観光
11,000 yen	焼津市観光、1日観光、1泊2日観光、1泊3日観光、1泊4日観光、1泊5日観光

キー商品①

View	Overview
9,000 yen	焼津市観光、1日観光
11,000 yen	焼津市観光、1日観光、1泊2日観光
13,000 yen	焼津市観光、1日観光、1泊2日観光、1泊3日観光
15,000 yen	焼津市観光、1日観光、1泊2日観光、1泊3日観光、1泊4日観光
17,000 yen	焼津市観光、1日観光、1泊2日観光、1泊3日観光、1泊4日観光、1泊5日観光

キー商品②



パッケージ化した商品①



パッケージ化した商品②

イ 静岡県立大学 経営情報学部 観光マネジメント科目「観光産業論」における講師依頼

開催日:7月2日(水) 14:40~16:10

会場:静岡県立大学 経営情報学部

主催:経営情報学部 大学院 経営情報イノベーション研究科 北上真一 特任教授

ウ PATA Travel Mart 参加パイヤー選定委員への任用

開催日:4月~6月

主催:PATA(Pacific Asia Travel Association 太平洋アジア観光協会)

エ PATA ウェビナー登壇(オンライン)

開催日:5月29日(木) 17時~(日本時間)

主催:PATA(Pacific Asia Travel Association 太平洋アジア観光協会)

オ VJTM へのセールス同行(静岡市)

開催日:9月25日(木)~26日(金)

会場:Aichi Sky Expo(愛知県国際展示場) 展示ホール A

主催:JNTO(Japan National Tourism Organization 日本政府観光局)

カ VJTM ポストファムトリップツアーの企画支援

受入日:9月27日(土)~28日(日)

キ VJMM ポストファムトリップツアーの企画支援

受入日:9月28日(日)~29日(月)

ク Tropical Coastal City Tourism Event での、パネリスト登壇

開催日:11月18日(火)~20日(木)

会場:中国・海南島・三亜市

主催:PATA(Pacific Asia Travel Association 太平洋アジア観光協会)・三亜市

【課題と今後の対応】

① トレードマーケティング(行きたくなる企画準備、対旅行会社・航空会社)

各ターゲット市場において、商談会/セミナー実施による高質ツアーオペレーターの発掘と、その中から、優先パートナーの旅行社を選定しての視察の実施及びツアー企画化と共同マーケティングを1社ずつ進めており、急激に、その数を増やすことは、予算及び人工の面からも難しいが、これらの取り組みを継続していることにより、圏域を含む旅行商品の増加が少しずつ進み、認知が進みつつある。

限られたリソースを、適切な市場へ的確に届けることで、行きたいと思う旅行商品企画の流通展開を進めることができるため、旅行産業ネットワーク(JNTO:Japan National Tourism

Organisation/日本政府観光局、PATA:Pacific Asia Travel Association/太平洋アジア旅行協会、ATTA:Adventure Travel Trade Association/アドベンチャートラベルトレードアソシエーション等)を活用したプレゼンス向上に努めていく。

② **メディアマーケティング(旅先候補に挙がる環境づくり)**

事業体系の変更に伴い、Tea 事業を軸として圏域観光商品を組み合わせて、旅先候補としての認知を高めるための露出手段として使用していく。

③ **市場コミュニケーション**

WEB サイト「Visit SURUGA」は公開から長期間が経過し、情報の鮮度や操作性が低下してきていることから令和8年度にリニューアルを予定しており、今後、Instagram との連携を高めていく。

また、メディアマーケティングと同様に市場コミュニケーションについても Tea 事業と圏域観光商品を組み合わせて、旅先候補としての認知を高めるための露出手段として使用していくこととしている。

(3) Learn・Tea・Sea

【目的・概要】

するが地域の観光目的地としてのブランド価値を高めることを目的に、民間事業者と連携した効果的なプロモーションや再来訪を活性化させるための施策、SNS による情報発信など、コンテンツの磨き上げと周遊の促進を図った。

Tea 事業については目標を達成したが、Learn・Sea 事業については実績が下降傾向にあり、「圏域外からの観光の目的」になっていないことから、5市2町と協議して事業の体系及び Learn・Sea 事業のコンセプトの再検討を行うとともに、するが地域の持つ様々な産物や魅力、特徴を融合し、ツーリズムとして展開する戦略に舵を切る方向で見直しを行った。

【年度 KPI】

事業	指標項目	令和6年度(実績値)	令和7年度(目標値)	令和7年度(実績値)
Learn (MANAVIVA!)	体験人数	202人	300人	295人
	売上	75万円	300万円	68万円
	プログラム数	41件	45件	44件
Tea (ティーテラス)	施設数 (累計)	5か所	6か所	7か所
	体験人数	386人	720人	479人
	売上	111万円	360万円	202万円
Tea (茶氷)	参画店舗	58店(中部)	55店(中部)	58店(中部)
	販売杯数	6.8万杯(中部)	6万杯(中部)	6.1万杯(中部)
Tea (するがヌーン茶)	参画店舗	29店	30店	32店
	販売食数	3,552食	3,500食	4,045食
Sea (勝魚かつ)	参加店舗	30店舗	30店舗	16店舗
	総売上数	3,401食	4,000食	4,165食

【当期間の活動及び成果】

① Learn 「MANAVIVA!」

コンテンツ「MANAVIVA!」の認知や興味、関心を高めるため、事業者と連携した商品の造成及び県内外へのプロモーションを実施した。

5市2町全体で体験が楽しめるようプラン設定を行うとともに、夏休み期間には富士山静岡空港や相良油田などの見学ツアーをサマープランとして実施した。

情報発信として5市2町の小学校へのチラシの配布やするが企画観光局 WEB サイト、静岡県観光協会 HP「ハローナビしずおか」への掲載のほか、毎月 Instagram で動画を配信し、また6月から9月にかけては Instagram への広告掲出を行ったことで多くの人々に周知され、体験人数は前年比 146%となり目標を概ね達成した。

一方売り上げについては、高単価なプランを設定することができず、目標を大きく下回る結果となった。

	静岡市	島田市	焼津市	藤枝市	牧之原市	吉田町	川根本町	合計
事業者	14	2	4	3	1	1	1	26
プラン	20	3	14	4	1	1	1	44
売上(円)	399,600	91,000	128,810	53,600	9,130	0	4,000	685,140



サマープラン
富士山静岡空港



サマープラン
相良 油田の里公園



Instagram

② Tea

ア ティーテラス

Tea 事業のコンテンツ「ティーテラス」の認知や興味、関心を高めつつ、集客を促進するため、新規テラス設置の相談及び県内外へのプロモーションを実施した。

- ・新規 2 件の設置を支援した。
- ・年間を通して、国内外の商談会に参加し、ツアー企画への取り込みを支援した。
- ・旅行会社を招聘し、ツアーの企画化を促進した。

(ティーテラス設置・運営助成金交付実績)

・HARERUYA Tea

申請者: 吉田今日子
設置場所: 焼津市坂本字吹込 1613
交付金額: 1,500,000 円
設置日: 令和7年9月29日(月)

・中山製茶

申請者: 中山隆豪氏
設置場所: 藤枝市滝沢地内
交付金額: 1,500,000 円
設置日: 令和8年3月31日(火)



イ 茶氷

静岡茶を使用したインスタジェニックなかき氷の夏の風物詩としてのブランド定着を目指して、「静岡県中部地域＝茶」のブランディングを推進する夏季限定キャンペーンを実施した。

8年目となる令和7年度は、新静岡セノバでのイベント「茶氷リレー」や、調査結果記載のプレスリリースによるパブリシティ獲得、市町や商店街との連携等により、中部エリアで6.1万杯を売り上げ催事を除く売上杯数は過去最高となり、売上金額は5,739万円で昨年比111%となった(県全域では7.7万杯、7,116万円)。

購入者へのアンケート調査の結果と来訪者調査の平均消費額から算出された「茶氷によって生み出された観光消費額」の推計値は4,443万円であり、投資効果が大きかったことがわかった。

また、アンケート調査では、茶氷を食べたことにより、約80%が「静岡がお茶を楽しめる観光地」だという認識が高まったと回答しており、茶氷の取り組みを通じた地域ブランディングが着実に進んでいることが確認できた。

・店舗開発

店舗数を大幅に増やすのではなく、クオリティを保ちながら店舗数を維持していくという方針のもと、候補店舗へ声掛けを行い。中部地域の店舗数は、既存54、新規4店舗、合計58店舗となった。

・情報発信

パンフレット等・・・「茶氷帖」を28,000部制作し、各店舗のほか観光案内所や観光施設、宿泊施設などへ配架(6月末)。茶氷旗は各店舗1部掲出。

ホームページ・・・6/20公式サイトを更新。するとら(Instagram)及びVisit SURUGA サイトと相互連携を図り、域内周遊を促す通年での情報発信を実施。

SNS発信・・・するとら及びVisit SURUGA公式Instagramにて投稿。ターゲットを絞った広告出稿を実施(期間中3回)。

パブリシティ・・・6/20プレスリリース。昨年実施したアンケート調査結果掲載により昨年よりパブリシティ露出が拡大。新聞、テレビ、ラジオなどの地元メディアのほか、ことりっぷWEBや各種ニュースサイト等にて紹介された。

メディア媒体(紙)・・・調査結果に基づく方針である関東圏への露出強化としてHanakoムック本(7月中旬発行)掲載。すろーかる(8月号)掲載。

屋外広告等・・・7/1～パルシェビジョン動画放映、8/7～しずチカ前大型看板掲出。

ポスター施策等・・・夏の風物詩としての地元定着を図るべく、各市町との連携による広報紙への掲載や、商店街等へのポスター掲載を実施した。



7/15「Hanako」ムック本
テーマ:お茶・カフェ



8/1「すろーかる8月号」



7/1(火)静岡新聞(全県版)

・販売促進

キャンペーン…アンケートに回答すると抽選でオリジナル茶缶がもらえるキャンペーンを実施。
ノベルティ…購入者へのノベルティとしてオリジナルステッカー1種(2万枚)を制作した。

なお、裏面にはアンケート調査の二次元コードを掲載。

イベント開催…7/18(金)～8/15(金) 新静岡セノバ 3階フードコート内にて「茶氷リレー」を開催。5店舗がリレー形式で出店し、1,812杯を売り上げた。



・アンケート調査…昨年度に引き続き購入者に対するアンケート調査を実施した。

属性やリピート性、満足度、きっかけとなった情報源などの調査結果を分析し、効果検証や今後の施策検討やコンテンツのさらなる磨き上げに活かしていく。

ウ するがヌーン茶

「静岡県中部地域＝お茶を楽しめる場所」のブランディングを推進するため、茶氷に続く新たなお茶プロジェクトとして、お茶×スイーツを楽しめる企画を開発し、県内外へ一元的にプロモーションを行った。

秋冬期間に実施することで、夏の茶氷だけでなく、年間を通してお茶を楽しめる観光目的地としての認知を図るとともに、茶氷をきっかけにお茶の魅力に気づいた人がもっとお茶を楽しめる場を提供し、お茶に興味がない人にも、スイーツと掛け合わせることでお茶を飲む機会を創出した。

3年目となる令和7年度は、参加店舗数32店、販売食数4,045食で、ともに目標を達成し、昨年に引き続き、お客様やメディア等の関係者からも大変好評をいただいた。

また、茶氷と同様に実施したアンケート調査では、するがヌーン茶を食べたことにより、80%が「静岡がお茶を楽しめる観光地」だという認識が高まったと回答、83%が「静岡のお茶をもっと飲んでみたい」と回答し、地域ブランディングへの貢献が確認できた。

・店舗開発

茶氷参加店舗を中心に、コンセプトに沿った商品の開発・提供が見込まれる店舗への当財団からの提案に加え、店舗から参加したいとの意向申出があった先を含め新規6店舗が参加。営業形態の変更などにより3店舗減で計32店一部店舗となった。一部にはビジュアル面や独自性の演出などに対してサポートを実施した。

・情報発信

パンフレット等…茶氷帖と同サイズのA6サイズ冊子型パンフレットを11,000部制作し、各店舗のほか観光案内所や観光施設、宿泊施設などへ配架した(10月末)。昨年に引き続き、フラッグは各店舗1部掲出。今年から卓上のミニのぼりを制作して店舗へ配架しパンフレットがなくなったあともPRできるようにした。



パンフレット(A6 冊子型)

卓上ミニのぼり

ホームページ・・・10/21公式サイトを更新。Visit SURUGA サイトや Instagram するとらと連結し、域内周遊を図った。

SNS 発信・・・するとら及び Visit SURUGA 公式 Instagram にて投稿。ターゲットを絞った広告出稿を実施した(期間中 3 回)。

パブリシティ・・・10/21プレスリリースにより、新聞、テレビ、ラジオなどの地元メディアのほか、各種ニュースサイト等にて紹介された。

メディア媒体(紙)・・・すろーかる(12月号)掲載



12/1 すろーかる(12月号)



11/3 SBS「LIVE!すろか」(Youtubeでも公開)



11/1 静岡新聞 (全県版、紙面・WEB)

屋外広告等・・・東京駅、新大阪駅、名古屋駅に広範囲にわたるデジタルサイネージを掲出し、認知拡大を図った。するがヌーン茶に加え、富士山と茶畑の写真を使用することで、より「するが」らしさをアピールし、旅への意欲を喚起した。



東京駅等のデジタルサイネージ

・販売促進

キャンペーン・・・アンケートに回答すると抽選でオリジナル茶缶がもらえるキャンペーンを実施。

ノベルティ・・・購入者へのノベルティとしてオリジナルステッカー1種(3・5千枚)を制作した。

なお、裏面にはアンケート調査の二次元コードを掲載



オリジナル茶缶

(茶氷・するがヌーン茶共通デザイン)



ノベルティステッカー



・アンケート調査…昨年度に引き続き購入者に対するアンケート調査を実施した。

属性やリピート性、満足度、きっかけとなった情報源などの調査結果を分析し、効果検証や今後の施策検討やコンテンツのさらなる磨き上げに活かしていく。

③ Sea 「勝魚かつ」

焼津の鰹の認知向上、消費拡大、さらには当地域への誘客促進を図るため、古くから縁起物とされてきた鰹の歴史に着目し、スポーツ、受験、就活等の“必勝祈願グルメ”としてブランディングを行ってきた。

するが地域は、海と山に囲まれた豊かな自然環境と多様な地場産業によって発展してきた地域であり、人々の営みや交流を通じて多くの“縁”が育まれてきたことから、若年層やファミリー層などへの客層の拡大を図るため、令和7年度は“必勝祈願グルメ”に、この「縁」を組み合わせ、「縁・縁起・縁結び」をテーマに展開した。また、焼津産の鰹を使用するという基本コンセプトを核としつつ、調理方法には制限を設けず、各事業者の自由な発想を活かし、地域性・ストーリー性・独自性・おいしさを重視した食体験の創出を図った。

参加店舗は前年度から半減したものの、売り上げはホテルの朝食ビュッフェでの取り扱いがあったことから、前年比 122%となり目標を概ね達成することができた。

なお、アンケート調査の結果では、購入者は家族連れが多く推奨度は極めて高いが、そのほとんどは5市2町の住民であり、また店舗の中で「勝魚かつ」を知ったことから、「圏域外からの観光の目的となるコンテンツの開発」という事業目的の達成にはつながらなかった。

情報発信として5市2町の観光案内所、主要観光施設でのパンフレットの配布やするが企画観光局 WEB サイトへの掲載のほか、プレスリリース、広報紙、LINE、X、ラジオ(S ウェーブ)で発信、更に QR コードによるアンケートプレゼントキャンペーンを行った。

市町	静岡市	島田市	焼津市	合計
店舗数	5店舗	2店舗	9店舗	16店舗
販売数	207 食	19 食	3,939 食	4,165 食



パンフレット(表面)



パンフレット(裏面)



プレゼントキャンペーン

〔アンケート調査の結果〕

Q.このキャンペーンを友人や同僚におすすめてみたいと思いますか？
(10=ぜひおすすめてみたい 0=全くおすすめてくれない)



Q.本日の同行者を教えてください。



Q.このキャンペーンをどこで知りましたか？(複数回答可)



Q.市町村別(アンケート項目にはありません。)



【課題と今後の対応】

Tea 事業については、概ね目標を達成し圏域内での認知度も向上していることから、事業本来の目的である「するが地域の観光目的地としてのブランド価値を高めること」を実現するため、今後は圏域外、特に首都圏に向けたプロモーションの強化を図っていく。メディアマーケティング、市場コミュニケーション事業と連動させ、旅行系メディアや SNS 等において、他のお茶コンテンツや観光施設などと組み合わせ、「お茶を楽しむ旅」「ティーツーリズム」の特集の中で紹介していくことで、コンテンツからツーリズムへの進化による戦略的な観光地ブランディングに取り組む。

目的の実現につなげるのが難しい Learn 事業及び Tea 事業については、5市2町と協議を重ね、Learn についてはお茶に関する体験をティーアドベンチャーとして残し Tea 事業の一部とすることとし、Sea については対象を海と山の産物全般に広げ、更に様々な地域の体験と組み合わせた Gastronomy-Sea・Land へと再編することとした。

また、これまで個々にプロモーションを行ってきたコンテンツ造成事業全体を、するが地域の持つ様々な産物や魅力、特徴を融合し、ツーリズムとして展開するとともに、旅行系メディア等への露出、WEB サイトや SNS の一体的な活用などにより旅行企画の推進を図る取組へと進化させる。更に、地域 DMC を事業に組み入れることで、業務範囲の拡大や地域の観光客受入能力の向上につなげていく。



(4) LINE アカウントを活用した情報発信事業

【目的・概要】

5市2町の広報を担ってきた「GoTo」イベント情報の後継として、令和5年度に実施した大河ドラマ関連事業「どうする BINGO キャンペーン」にて獲得した LINE 友達登録者(約 1.8 万人)に向け、するが地域のイベント情報を配信した。

また、同 LINE アカウントから参加できるスタンプラリーを開催し、楽しみながら各市町のイベントを巡ることができる情報発信ツールとしての運用を行った。

【年度 KPI】

指標項目	令和6年度(実績値)	令和7年度(目標値)	令和7年度(実績値)
LINE 登録者数	18,255 人	19,700 人	20,680 人

【当期間の活動及び成果】

令和7年度からはイベントに加え各市町観光施設も対象に追加し、利便性を高めたことでスタンプラリー参加者は前年比 173%に増加した。

周遊促進を目的としたスタンプラリーとともに LINE と連動して Instagram・HP による5市2町のイベント情報の発信を行ったことで、LINE 登録者数は2万人を超え、目標を上回ることができた。

〔スタンプラリー概要〕

- 期 間 令和7年5月17日から令和7年11月30日まで
- 賞 品 スタンプ3個 各市町特産品詰合せ 3,000円相当 50名
 スタンプ6個 各市町特産品詰合せ 5,000円相当 15名
 スタンプ9個 日本平ホテル10,000円分商品券 5名
- 最終結果 参加者数 1,415 名(前年比 172.6%)
 総スタンプ数 3,949 個



〔LINE 配信先の属性〕



【課題と今後の対応】

5市2町の広報を担ってきた「GoTo」イベント情報の後継として、これまで着実に登録者数を増加させてきたが、現在は各市町が行政情報の発信ツールとしてLINEアカウントを運用している。運用を始めた令和6年度から状況が変化していることから、DMOの行うLINE事業の目的を改めて検証するとともに、行政のLINE事業との役割分担、連携について、5市2町と協議していく必要がある。

2 MICE事業

	経営計画に基づく KPI		
	令和6年度(実績)	令和7年度(目標値)	令和7年度(実績)
国際会議開催件数	7件	5件	8件
新規 MICE 開催件数※	46件	90件	35件
受入 MICE 参加者数	75,000人	360,000人	265,000人
MICE 経済波及効果額	2,035百万円	8,280百万円	4,021百万円

※新規 MICE 開催件数＝毎年定例的に開催される MICE 以外の総件数

MICE 事業において当財団が最も重視している国際会議開催件数は、目標値を上回る成果を達成した。一方で、その他の KPI については目標値を下回る結果となった。その主因は、令和5年度まで支援実績の多かった歓迎モニュメントの廃止に伴う支援件数の減少によるものである。

(1) MICE 誘致事業

【目的・概要】

MICE 誘致のトップランナーである「グローバル MICE 推進都市」を目標に、国際会議の継続的な誘致を実現できる都市として、MICE 市場動向の分析や競合都市の動向把握に努め、特に 100 人程度の小規模から 500 人前後の中規模程度の国際会議や海洋系の国内外会議をメインターゲットとし、戦略的な MICE 誘致に取り組む。

【当期間の活動及び成果】

① 国内外の見本市出展及び MICE 商談会等への参加

令和7年度は、国内で開催された BLUE ECONOMY EXPO、日本物理学会第80回年次大会、IME 2026 に出展したほか、米国で開催された IMEX America に出展し、国際会議および国内学会のキーパーソンとの商談を実施した。

初出展となった BLUE ECONOMY EXPO では、当財団が誘致活動において重点ターゲットとしている海洋分野の会議関係者と多数の商談を行い、有望案件の発掘につながった。

また、日本物理学会第80回年次大会においても初出展ながら、主要大学の教授・准教授をはじめ、企業所属の研究者との商談機会を多数確保することができた。

IMEX America については今回で2回目の出展となり、事前のアポイントメント取得および当日のウォークイン対応が奏功し、商談件数は24件と、前年度の12件を大きく上回った。

IME2026 では、従来より商談機会の創出を目指していたキーパーソンとの面談が実現した。今後は当該関係者の当地招聘による視察(ファムトリップ)につなげるべく、継続的なフォローアップを実施していく。

〔令和7年度の実績〕

	商談会名	開催地	商談件数
7月28日・29日	BLUE ECONOMY EXPO	静岡	82
9月16日-18日	日本物理学会第80回年次大会	広島	64
10月7日-9日	IMEX America 2025	アメリカ	24
2月12日	IME 2026	東京	12
		計	182



日本物理学会第80回年次大会での商談風景

② 首都圏等における学会・大会事務局への戸別訪問

静岡大学、静岡県立大学などの地元大学に加え、東京大学をはじめとする他県の大学教員に対して個別訪問による営業活動を実施した。また、誘致につながる可能性の高い案件を有するキーパーソンに対して継続的なフォローアップを行い、関係構築および案件の具体化を図った。

〔令和7年度の実績〕

訪問地	商談件数
東京	62
京都・大阪	14
名古屋	2
静岡	38
浜松	4
計	120

③ ファムトリップ・キーパーソン招請事業

国際会議主催者とのネットワークを有し、会議の企画・運営を担う PCO (Professional Congress Organizer)、そして従来より継続的にアプローチしているキーパーソンを当地域に招請し、ファムトリップを実施した。

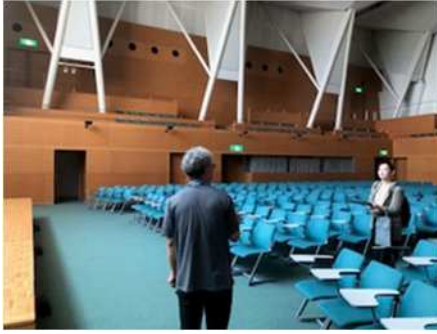
また、令和7年度観光庁「コンベンションビューロー高度化事業」のカリキュラムの一環として、名古屋大学 および 日本工業大学 の教授を当地に招請し、同様にファムトリップを実施した。

本事業では、グランシップをはじめ、浮月楼、M20 ビル内の静岡理工科大学ホール・会議室、日本平ホテル など、価格帯やロケーションの異なる多様な施設を紹介した。

これにより、当地域が多様なニーズに対応可能な国際会議開催地であることを効果的に訴求することができ、参加者からは開催候補地として前向きに検討可能である旨の評価を得た。さらに、国際会議開催地としての認知向上および具体的な誘致案件の創出に向けた関係構築を推進した。

〔令和7年度の実績〕

No.	受入日	会社名	市場	人数	備考
1	6月30日・7月1日	株式会社 PCO	国際会議	1	富山県に本社のある当財団の賛助会員。
2	9月30日	一般社団法人ビジネス機械・情報システム産業協会	国際会議	1	会議名「TC108HBSDT」の誘致を目的に視察を実施。
3	12月22日・23日	名古屋大学 日本工業大学	国際会議	2	視察参加者は会議名「APCF」や「ALC」他多数の国際会議に携わる。



PCO 受入の様子



ビジネス機械・情報システム産業協会受け入れの様子

④ 観光庁・日本政府観光局(JNTO)・JCCB 等関連情報の収集

全国のコンベンションビューロー担当者との情報交換の機会である 日本コンGRESS・コンベンション・ビューロー コンベンションビューロー部会に参加し、情報収集およびネットワーキングを実施した。

また、観光庁「コンベンションビューロー高度化事業」において支援対象都市に選定され、令和7年8月から令和8年2月にかけて、専門家による座学に加え、大学への個別訪問営業やファミトリップ受入等の実地研修(フィールドワーク)に取り組んだ。

さらに、生成 AI を活用して国際会議のキーパーソンを特定した上で営業活動を行う手法を習得し、効果的かつ効率的な営業手法として有用であることを確認した。今後は当該手法を実務に取り入れ、誘致活動の高度化を図っていく。

〔令和7年度の実績〕

開催日	会合名(開催地)
7月29・30日	JCCB 創立30周年記念事業(千葉県千葉市)
9月26・27日	中部コンベンション連絡協議会(愛知県名古屋市)
1月22・23日	第1回コンベンション・ビューロー部会(佐賀県佐賀市)
2月4日	静岡県コンベンション推進協議会(静岡県浜松市)

〔令和7年度の実績〕

開催日	セミナー名
8月上旬	JNTO 主催「MICEセミナー<オンライン>」 e-Learning 形式
12月3日	JCCB 2025年度下期人材育成研修会
	観光庁「コンベンションビューロー高度化事業」(日程は以下参照)
8月18日	・キックオフミーティング
10月29・30日	・座学
11月25・26日	・県内大学戸別訪問営業
12月10・11日	・都内大学戸別訪問営業
12月17日	・座学
12月22・23日	・ファミトリップ受入
2月13日	・成果報告会
2月26日	・ワークショップ

⑤ MICE 開催による経済波及効果の測定

圏域内で開催した MICE の経済波及効果を測定し、誘致・開催の意義を広くアピールした。

今年度は支援依頼を待つばかりではなく、能動的にコンベンション開催情報を仕入れ、こちらから主催者にアプローチをかけた。結果的に支援件数が昨年より微減となったものの、開催当たりの参加人数が多かったことや大型の国際会議が開催されたことなどから、経済波及効果としては昨年度を上回る結果となった。

また、アフターコンベンションナビの刷新、圏域内の茶商・茶農家による呈茶コーナーの実施など、地域事業者への消費を促す仕組みができた。

コンベンション・見本市 1,628百万円

イベント・スポーツ大会 2,393 百万円 合計 4,021 百万円

⑥ MICE 連絡会の開催

行政およびコンベンション施設担当者等で構成する「MICE 連絡会」を定期的に開催し、当財団の活動状況の共有をはじめ、各施設における改修予定や近況報告等に関する情報交換を実施した。

第 2 回連絡会においては、観光庁「コンベンションビューロー高度化事業」のカリキュラムの一環としてワークショップを併催し、MICE 施設に加え地域の DMC (Destination Management Company) 等の関係者も参加した。当該ワークショップでは、ステークホルダー間で国際会議誘致に取り組む意義の共有を図るとともに、これまでの取組における成果および課題について整理し、今後の対応方針や課題解決に向けた方向性について議論を行った。

[令和7年度の実績]

商談日(会期)	会議名	開催場所	参加者数
9月3日	第1回 MICE 連絡会	グランシップ	10
2月26日	第2回 MICE 連絡会	グランシップ	10

⑦ MICE 開催情報の発信

WEB サイト等を通じ、地域で開催されているコンベンション・イベント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た。

⑧ その他

他市との競合の末、全国大会 1 件の誘致に成功した。(2029 年開催、1,000 名規模)

また、2027年開催の半導体デバイス関連の国際会議について誘致がほぼ確定している。(200 名規模)

【課題と今後の対応】

① 国内外の見本市出展及び MICE 商談会等への参加

課題： キーパーソンとの商談を実現すること。

対応： 出展するイベントについては費用対効果の観点を踏まえ、ターゲット層や過去の実績等を勘案した上で戦略的に選定し、事前アポイント制の商談会においては、商談機会の最大化に向け、当該イベントの WEB サイトにおける登録情報を充実させるとともに、参加者の関心を喚起する内容へと改善していく。

② 首都圏等における学会・大会事務局への戸別訪問

課題：戸別訪問により構築した関係を、誘致の次段階である当地への視察受入(ファミトリップ)につなげること。

対応：令和7年度の観光庁「コンベンションビューロー高度化事業」で習得した、生成AIを活用した効率的かつ効果的な営業方法を実践し、実際に国際会議に関わりを持つ教授・准教授へのアプローチを強化し、視察受入の実現および具体的な誘致案件の創出につなげていく。

③ ファムトリップ・キーパーソン招請事業

課題：ファミトリップ後に当地での開催を決めるために、キーパーソンに魅力的に映る視察先を見極め、効率よく回ることでできる行程を組むこと。

対応：誘致を狙う会議情報の入念なリサーチとキーパーソンの好みについて情報収集を行い、魅力的な行程に仕上げる。

④ 観光庁・日本政府観光局(JNTO)・JCCB 等関連情報の収集

課題は特段なく、今後も可能な範囲で継続的に参加していく。

⑤ MICE 開催による経済波及効果の測定

課題は特段なく、今後も継続的に測定していく。

⑥ MICE 連絡会の開催

課題：当該連絡会は当面、施設間の情報交換を主目的として実施するが、中長期的には地域一体となった誘致活動につなげる機能の強化が課題である。

対策：現状では、各施設においてターゲットとする営業先が異なることから、セールス活動は施設ごとに個別に実施されており、活動頻度にもばらつきが見られる。

このため当面は、当財団が地域における総合的な営業窓口としてセールス活動を担うとともに、必要に応じて同行セールスを実施し、施設間における共同セールスの意識醸成を図る。

あわせて、当財団の支援内容一覧を関係者間で共有し相互理解を促進することで、当該資料を各施設におけるセールスツールとして活用できる体制を整える。

⑦ MICE 開催情報の発信

課題：MICE 開催情報の充実を図るため、開催情報の収集体制の強化が必要である。

対策：MICE 施設等からのイベント情報収集を強化し、主催者への積極的なアプローチを実施することで、新規支援件数の増加を図る。

(2) MICE 開催支援事業

【目的・概要】

主催者の運営サポートを行うことで、参加者の消費額及び満足度向上を図るとともに、地域経済活性化に資する支援メニュー、ユニークメニューの開発などに取り組む。

【当期間の活動及び成果】

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（交付金額合計1,700,000 円）

国際会議の誘致を促進するため、予算の範囲内で助成金を交付した。

令和 7 年度の国際会議誘致助成金の支援は 2 件であった。

・第 22 回核融合炉材料国際会議

開催期間：令和 7 年 9 月 28 日(日)- 10 月 3 日(金)

開催場所：静岡市清水文化会館(マリナート)、ホテルアソシア静岡

参加者数：約 750 名(うち外国人参加者 32 ヶ国 631 名)

交付金額：1,000,000 円

・第 6 回アジア収穫後システムの品質管理に関するシンポジウム

開催期間：令和 7 年 11 月 11 日(火)～ 11 月 13 日(木)

開催場所：静岡県コンベンションアーツセンター(グランシップ)

参加者数：150 名(うち外国人参加者 16 ヶ国 86 名)

交付金額：700,000 円

イ コンベンション開催準備資金貸付事業

コンベンション開催準備資金の貸付を希望する主催者に対し、支援事業選定委員会による貸付要件の審査を経て、開催準備資金の無償貸付(最長2年)を行う事業であるが、令和 7 年度は申請がなかった。

② その他支援事業

当財団が MICE 事業において最も比重を置いている KPI である国際会議開催件数について、前述の国際会議誘致助成金以外の支援を実施した案件は以下の 6 件である。

・第 4 回国際臨床免疫シンポジウム

開催期間：令和 7 年 5 月 15 日(木)・ 5 月 16 日(金)

開催場所：日本平ホテル

参加者数：159 名(うち外国人参加者 6 ヶ国 9 名)

支援内容：参加者へのインフォメーション媒体の提供、ボトリングティーカー設置の提案と販売事業者の紹介

・日本経営工学会 2025 年春季研究発表大会

開催期間：令和 7 年 5 月 31 日(土)・ 6 月1日(日)

開催場所：静岡県コンベンションアーツセンター(グランシップ)

参加者数：157 名(うち外国人参加者 4 ヶ国5名)

支援内容：MICE 参加者へのインフォメーション媒体の提供、冷茶器の無料貸し出し

・BLUE ECONOMY EXPO @ Suruga Bay

開催期間：令和 7 年 7 月 25 日(金)・26 日(土)、7 月 28 日(月)・29 日(火)

開催場所：静岡県コンベンションアーツセンター(グランシップ)、清水マリビル他

海の未来会議参加者数：594 名(うち外国人参加者 4 ヶ国 13 名)

海の EXPO 支援内容：冷茶器の無料貸し出し、お茶生産者による呈茶コーナーの設置、
ホームページバナーの掲載

・2025 年度(第 39 回)日本放線菌学会大会

開催期間：令和 7 年 9 月 3 日(水)～9 月 5 日(金)

開催場所：静岡県コンベンションアーツセンター(グランシップ)

参加者数：184 名(うち外国人参加者 4 ヶ国 7 名)

支援内容：MICE 参加者へのインフォメーション媒体の提供、冷茶器の無料貸し出し

・第 68 回 2025 年紙パルプ技術協会年次大会

開催期間：令和 7 年 10 月 8 日(水)～10 月 10 日(金)

開催場所：静岡県コンベンションアーツセンター(グランシップ)

参加者数：902 名(うち外国人参加者 2 ヶ国 5 名)

支援内容：参加者へのインフォメーション媒体提供、コンベンションバッグの販売、静岡市全国大会等開催事業補助金

・日本環境変異原ゲノム学会第 54 回大会

開催期間：令和 7 年 11 月 22 日(土)・23 日(日)

開催場所：静岡県立大学

参加者数：286 名(うち外国人参加者 2 ヶ国 6 名)

支援内容：参加者へのインフォメーション媒体提供、静岡市全国大会等開催事業補助金

[令和7年度 MICE 開催支援実績]

(※Incentive の集計を DMO に移管)

種 別	支援回数(内国際)	参加者	左の内県外参加者(外国)	昨年度実績 昨年度比
Meeting	1	12	11	—
Incentive	—	—	DMO 事業に移管	—
Convention	41 (8)	15,634人	9,378人 (551)	7,175 人 (252)
Exhibition	3 (0)	600人	270人	0 人
Event	7 (0)	138,652人	4,231人 (0)	3,045 人 (0)
Event(Sports)	34 (0)	20,389人	13,373人 (74)	11,096 人 (75)
合 計	86 (7)	175,287 人	27,263 人 (625)	21,316 人 (372)

ア MICE主催者の現地視察受入

「(1)MICE 誘致事業 ③ファムトリップ・キーパーソン招請事業」で記載の通り。

イ コンベンション関連業者の紹介

コンベンションを実施する上で必要となる、運営会社、旅行会社といった関連会社はもとより、国外・県外からお越しになる方へのおもてなしに繋がるよう、適切な事業者を紹介することにより、主催者の利便性向上と賛助会員などステークホルダーへのビジネス機会の創出を図った。

特に新たな支援である「呈茶コーナーの設置」では、会場に茶商や茶農家を招請し、来場者へ直接お茶を提供していただいた。MICE 参加者と会話を交えた販売が行われたことで、ステークホルダーへ MICE の存在を意識づける機会となったと考える。

ウ MICE 参加者用へのインフォメーション媒体の提供

WEB 化した圏域内の観光施設等の優待割引券及びグルメ情報を掲載したデジタルパンフレット「しずおかアフターコンベンションナビ」の WEB ページを刷新し、使用者が見やすくなるようエリアや各テーマからお店を探ることができるように改良した。

これまでしずおかするたびやコンベンションカードは紙で提供することが多かったが、WEB からアクセスできる QR コードと併用して提供することで、より利便性が向上した。

エ その他

- ・冷茶器の無料貸出：11 件
- ・コンベンションカードの提供：3,454 枚
- ・コンベンションバッグ、ネームカードホルダーの有償提供：コンベンションバッグ 2,515 枚、
ネームカードホルダー 302 枚

【課題と今後の対応】

① コンベンション等誘致助成金交付事業

課題：他地域のコンベンションビューローと比較した際、助成金額の面で競争力が十分でない場合があること。

対策：主催者の意見・要望を収集し、支援内容の改善の余地を図るとともに、地域の魅力を訴求することにより、ここでしか体験できない価値の磨き上げにより選ばれる地域にしていく。その一環として、ユニークメニューの開発を推進する。

② その他支援事業

課題：新たな支援メニューの開発、既存の支援メニューの見直しと支援件数の増加

対策：主催者の意見・要望を収集し、支援メニューの磨き上げや見直しを図り、新規の潜在的な主催者に対しての営業を実施し、支援件数の増加を促進する。

3 静岡市観光振興事業

	経営計画に基づく KPI		
	令和6年度(実績)	令和7年度(目標値)	令和7年度(実績)
WEB サイト閲覧数	1,793千 PV	1,900 千 PV	1,473 千 PV
総合パンフレット配布数	39,387部	40,000 部	32,501 部
観光案内所利用者数	94,625 人	90,000 人	86,416 人
船宿「未廣」来館者数	14,448 人	18,000 人	14,344 人
船宿「未廣」利用者満足度	93%	100%	92%

※静岡市観光政策課で大阪万博等のPR用として「しずおかするたび」8,000 部を印刷、配布したため、当財団の配布部数は例年より減少している。

(1) 観光客誘致事業

【目的・概要】

静岡市が有する多様で豊富な地域資源の商品化を図り、着地型観光を推進するため、観光関連業者及び各種団体等との連携を図りながら情報発信、イベントへの出展、他県へのセールスなどを行った。

また、令和7年度については各取組を着実に進めるとともに、取組が静岡市の宿泊者数や観光消費額の増加につながっているのかを検証し、その必要性や効率的な手法など、静岡市とともに令和8年度に向けた改革、改善の検討を行った。

【年度 KPI】

事業	指標項目	令和6年度 (実績値)	令和7年度 (目標値)	令和7年度 (実績値)
国内教育旅行誘致事業	宿泊学習受入校数 (八王子市・横浜市)	25 校	25 校	32 校
東海道御宿場周遊事業	ドライブラリー 参加者数	915 台	1,000 台	904 台
	旅×自転車情報サイト 閲覧数	—	5,000PV	5,229PV
旅行商品企画販売事業	取扱プログラム数	1コース	2コース	2コース(昼・夜)

【当期間の活動及び成果】

① 修学旅行等教育旅行誘致事業

毎年度、静岡市への修学旅行を行う八王子市及び横浜市の小学校に対して、静岡市及びしずおか体験教育旅行事務局とともに継続実施を働きかけた。また、東京、名古屋、大阪で開催された静岡県観光協会主催の教育旅行誘致説明会(商談会)に出席し、教育旅行(修学旅行、校外学習、スポーツ合宿等)の誘致に向けた提案や個別相談を実施した。

- 4月 八王子市小学校5年生移動教室合同下見の受入
- 7月 静岡県観光協会主催 教育旅行誘致説明会(東京)
- 8月 静岡県観光協会主催 教育旅行誘致説明会(名古屋)
- 1月 静岡県観光協会主催 教育旅行誘致説明会(大阪)
- 2月 静岡市及びしずおか体験教育旅行事務局と連携した学校訪問(八王子市・横浜市)

[令和7年度の受入実績]

	八王子市	横浜市	合計
受入校数	25 校	7 校	32 校
宿泊者数	1,403 人	658 人	2,061 人

② 国内旅行客誘致事業

静岡市内外で開催される観光展等への出展、市内周遊を促すスタンプラリーの開催、ラジオや新聞等のメディアを活用した観光 PR を実施するとともに、ビジネス客に対する基礎調査を行い、次年度に向けた事業の検討を行った。

ア プロスポーツ(清水エスパルス)開催時観光宣伝事業

清水エスパルスのホームゲーム及びアウェイゲームにおいて、相手方サポーターを対象に観光パンフレットやノベルティの配布、茶氷などの当財団の事業の PR を行った。

また、ホームゲーム時のスタジアム内大型スクリーンでの PR、エパルスメルマガ登録者への情報配信を実施した。

- 5月 鹿島戦アウェイゲーム 出展(カシマスタジアム)
- 7月 横浜 FC 戦ホームゲーム ビジョン告知(IAI スタジアム)
メルマガ登録者へのメール配信
- 8月 鹿島戦ホームゲーム 出展(IAI スタジアム)
- 10月 メルマガ登録者へのメール配信



カシマスタジアム出展



IAI スタジアム出展

イ 東海道御宿場周遊事業(東海道御宿場めぐり)

街道観光の交通手段としては自家用車の利用が多いことから、自動車利用者に対して東海道及び御宿場印の周知を行うため、一般社団法人日本自動車連盟(JAF)と連携し、JAF 会員と一般ユーザーを対象に、東海道沿い御宿場町 14 スポットでドライブスタンプラリーを実施し、東海道の歴史観光への誘客を図った。

904 人が参加し、総スタンプ押下数は 1,236 回、14 スポット全てを回りクリアした参加者は 50 人であった。

アンケートに回答した 374 人の所在地は、3分の1が県外からの参加者であり、また感想では静岡の歴史を感じることができた、おいしい食事が楽しめたなどの意見が見られたことから、県外の観光客に対して静岡市の宿場町の魅力が伝わる周遊ができたと考えられる。

実施日:令和7年9月12日~12月12日

所在地:静岡県 66.6%、愛知県 9.9%、神奈川県 6.1%、東京都 6.1% 他



御宿場印めぐりチラシ

【スタンプ実績】



ウ 東海道御宿場周遊事業(自転車周遊促進)

サイクリング愛好者やこれまで東海道の歴史に興味を持たなかった新たな層の街道観光を促進するため、蒲原宿から藤枝宿までのサイクリングコースを造成し、現地取材による魅力情報の収集を行うとともに、これらの東海道沿線の魅力情報を旅と自転車の情報サイトや SNS を通じて情報発信した。

〔駿州の旅 蒲原宿～江尻宿〕

サイクリングコース 延長 18.7km

紹介記事 9スポット紹介(河岸の市、坐漁荘、薩埵峠、東海道広重美術館など)

〔駿州の旅 府中宿～藤枝宿〕

サイクリングコース 延長 28.3km

紹介記事 10 スポット紹介(丁子屋、宇津ノ谷峠、大旅籠柏屋、蓮華寺池など)

〔令和7年度の実績〕

	蒲原宿～江尻宿	府中宿～藤枝宿	合計
紹介記事閲覧数	603PV	4,626PV	5,229PV
SNS 広告インプレッション		239,453PV	239,453PV



駿州の旅 蒲原宿～江尻宿



駿州の旅 府中宿～藤枝宿



旅×自転車情報サイト TABIRIN



X 配信広告



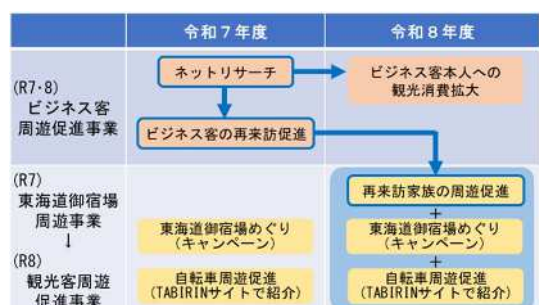
Facebook・Instagram 配信広告

エ ビジネス客周遊促進事業

静岡市は首都圏と中京圏の中間に位置し、静岡県の県都として多くのビジネス客が訪れることから、ビジネス客の出張時の観光消費を向上させるとともに、出張後のプライベートでの再来訪を促進させることを目的に、まずはビジネス客の行動特性等を調査するネットリサーチを実施した。

ネットリサーチの結果、対象者の 9.6%が過去 1

年以内に静岡市に出張したと回答しており、4都府県からだけでも非常に多くのビジネス客が静岡



市を訪れていることがわかった。

また、交通手段は新幹線が65%、自動車が22%であった。

〔ネットリサーチの概要〕

調査時期 令和7年7月～8月

調査対象 東京都、神奈川県、愛知県、大阪府の働く人(学生、アルバイトを除く) 12,000人

調査方法 インターネット上でのアンケート調査

過去1年以内に静岡市に出張をしたことのある人 1,149人のうちから、所在地の都府県が均等になるように800人を抽出して詳細調査を実施。

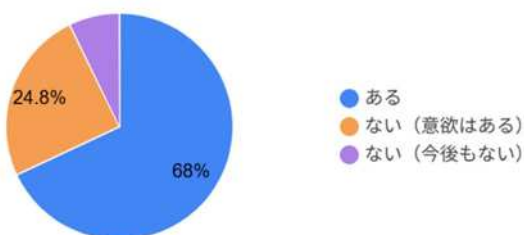


静岡市に出張したと回答した人の68%が出張後にプライベートで再来訪したと、25%が再来訪の意欲があると回答していることから、ビジネス客が高い確率で観光のために再び静岡市を訪れていることが分かった。また、静岡市を訪れるビジネス客は、7割が既婚者であり、6割が子どもを持つことから、プライベートでの再来訪は家族での旅行が多いと考えられる。

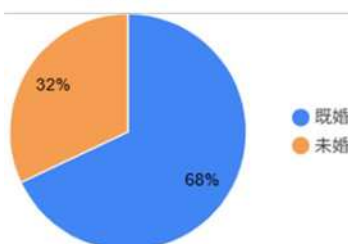
これらのことから、ビジネス客のプライベートでの再来訪をターゲットとして、令和7年度は家族での再来訪を促し、令和8年度の来訪時に静岡市内を周遊させる2か年をかけた事業を実施することとした。

令和8年3月に出張から帰るビジネス客5,000人に対し、静岡駅新幹線改札内でプレゼントキャンペーンの付いた市内周遊パンフレットを配付しており、5月から翌年1月にかけて、周遊することでプレゼントキャンペーンに応募できる事業を実施する。

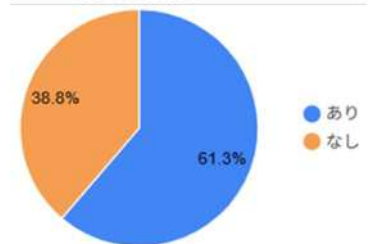
Q4: 静岡市へ出張後、観光のためにプライベートで再び静岡市を訪れたことがあるか



既婚/未婚



子供の有無



キャンペーン付パンフレット(表紙)



キャンペーン付パンフレット(内)

カ 山梨県内観光 PR 事業

静岡市の連携交流都市との交流や観光を促進するため、情報発信やイベントへの出展を行った。

・広告

山梨日日新聞 夏の静岡イベント・レジャーガイド特集

掲載日:令和7年7月12日(土)

山梨日日新聞 秋の静岡イベント・レジャーガイド特集

掲載日:令和7年10月25日(土)

・ラジオ出演・CM放送

FM FUJI 20秒CM 7回

放送:令和7年7月28日(月)~8月1日(金)

FM FUJI レポート中継1回(約10分)

放送:令和7年7月28日(月)

・出展

甲府大好きまつり(来場者数 5.2万人)

実施日:令和年10月25日(土)/会場:小瀬スポーツ公園



第35回 甲府大好きまつり 出展風景

③ 旅行商品企画販売事業

年2回の一般公開日以外は見学ができないことで知られる今川義元公、徳川家康公ゆかりの臨濟寺において、寺院内の特別公開と修行体験のツアーを昼と夜の2回行った。

情報発信は、報道への情報提供や観光案内所でのチラシ配布のほか、当財団 WEB サイトやハローナビしずおか、駿府ウェイブ HP、静岡市歴史博物館 HP への掲載、静岡駅地下道ショーケースへのポスター掲示など幅広く行ったことで定員を超える申し込みがあった。

参加者は昼の部 29 人、夜の部 29 人の合計 58 人で、参加者の居住地は静岡市が 50%、県内他自治体が 22%、県外が 28%となり、静岡市外からの集客につながった。

〔臨濟寺「特別拝観と修行体験」の概要〕

開催日時 令和7年5月10日(土) 【昼の部】13:00~15:00

【夜の部】17:00~19:00

内容 特別拝観 摩利支天像、茶室などの寺院内
修行体験 お香、茶礼、座禅
おもてなし 善哉の提供、御朱印3枚、お菓子の土産
参加料金 3,000 円/人





茶礼の様子(昼の部)



座禅の様子(昼の部)



善哉提供の様子(夜の部)

【課題と今後の対応】

① 修学旅行等教育旅行誘致事業

年々、宿泊などの受け入れ施設が減少し、令和8年度は宿泊施設が1カ所のみとなり、また日本平での茶摘み体験も事業者がなくなる。令和8年度からはエリア拡大に向けた取組は中止しているが、将来を見据え、静岡市と教育旅行誘致事業そのものの方向性を検討していく必要がある。

② 国内旅行客誘致事業

プロスポーツ開催時観光宣伝事業については、アウェイゲームでの出展はホームゲームまでの期間が長く効果が見えないことから、令和8年度は取りやめることとし、事業内容についても今後、費用対効果の観点から検証を行っていく。

また、東海道御宿場周遊事業については、静岡市の行う街道観光事業との接点がなく別々に事業展開していることから、静岡市と協議し、今後は互いの動きを理解しつつ進める。

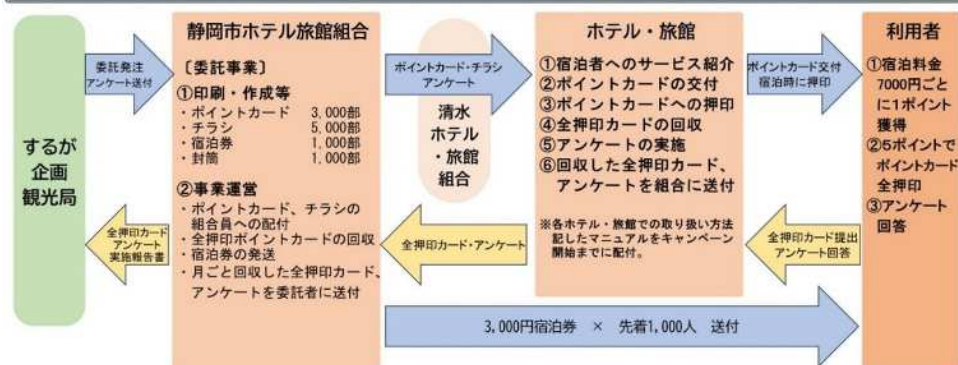
ビジネス客周遊促進事業については、令和7年度に行ったネットリサーチの結果を受け、既に3月から実施しているプライベートでの再来訪をターゲットとした周遊事業を5月から進めるとともに、出張時のビジネス客をターゲットとした事業として、マイレージポイントサービスを6月から実施する。

なお、静岡市の姉妹都市、連携交流都市への出展については、都市間の交流の重要性は理解できるものの事業の効果が見えづらいことから、静岡市と協議し、まずは負担軽減のため姉妹都市は静岡市が、連携交流都市は当財団が担当する。

令和8年度ビジネス客周遊促進事業（マイレージポイントサービス） スキーム

【事業概要】	
(1) ポイント	宿泊金額（食事含む）1泊 7,000円以上で1ポイントを付与
(2) クーポン	5ポイントごとに宿泊券3,000円分をプレゼント 先着1,000人
(3) 委託先	静岡市ホテル旅館組合
(4) 対象施設	静岡市ホテル旅館組合会員、清水ホテル旅館組合会員
(5) 委託期間	令和8年5月1日～令和9年3月31日
(6) キャンペーン	令和8年6月1日～令和9年2月28日
(7) アンケート調査	全押印したポイントカードを提出する際にアンケートを義務付け、多いビジネス客の行動特性を調査

※1 宿泊金額1泊7,000円以上は消費税を含んだ金額とする。 ※2 連泊の場合は、1滞在ごとに最大4ポイントまでとする。
 ※3 宿泊券をプレゼントする先着1,000人は5ポイント目の押印日で判定する。 ※4 宿泊券の有効期限は令和8年6月1日から令和10年3月31日とする。



③ 旅行商品企画販売事業

臨濟寺の特別な計らいで実施できる事業で、静岡市外からも多くの観光客が参加しており、当財団の収益にもつながっている。今後は更に収益に結び付くよう企画を再検討するとともに、地域DMCの企画の参考となるような実験的な企画にも取り組んでいく必要がある。

(2) 観光宣伝事業

【目的・概要】

静岡市の魅力発信と観光案内、観光客の利便性向上を目的に、観光パンフレットの作成や観光WEB サイトなどにより、地域の旬な話題、観光・イベント・モデルコース等の情報の発信、提供などを行う。

また、中山間地域である梅ヶ島地区の観光 PR や清水港周辺の歴史、文化、観光施設などを紹介する情報発信を行っていく。

【当期間の活動及び成果】

① パンフレット等作成事業

既存の観光パンフレットの増刷に加え、インバウンドの需要に対応して「しずおか するたび」の繁体字版を新規に作成した。

また、静岡市観光 PR フィルム 2 種類を新規作成し、1日 27,318 人が通行する(出典:2025 年度 静岡・清水地域 中心市街地 通行量・来街者調査結果)静岡駅前地下道ショーケースに掲示し、リニューアルした静岡市観光ナビや、するがヌーン茶の情報を掲載して観光PRに努めるとともに出展等で使用する法被やノベルティを新規作成した。

- ・静岡市観光パンフレット『しずおか するたび』改訂増刷(通常版)

作成部数 30,000 部

- ・静岡市観光パンフレット『しずおか するたび』繁体字版 新規

作成部数 5,000 部

- ・わお！マップ(静岡市ロードマップ)

購入部数 10,000 部

- ・清水区市街地観光リーフレット(日本語)改訂 増刷

作成部数 7,000 部(日本語) 2,000 部(英語)

5,000 部(繁体字) 500 部(簡体字)

500 部(韓国語)

- ・三保・静岡エリアマップ

作成部数 16,000 部(日本語) 改訂増刷

作成部数 14,000 部(英語) 改訂増刷

- ・静岡市観光PRフィルム 2 枚(2 種類) 新規

- ・オリジナル法被 4 枚 新規

- ・ノベルティ静岡市キャラクターシール 1,500 枚 新規



しずおかするたび 繁体字版(新規)



【静岡市観光PRフィルム(新規)】



オリジナル法被(新規)



ノベルティ静岡市キャラクターシール

② 広告宣伝事業

ア オクシズ PR 事業

梅ヶ島温泉郷「赤水の滝」ライトアップイベントを通してオクシズの周知を図るため、テレビコマーシャル動画の放映とチラシ、ポスターの配付、SNS での発信を行った。

また、令和7年度は、イベントによる集客効果や告知方法の検証のため、来場者へのアンケート調査を実施した。調査からは、静岡市(梅ヶ島地域以外)からの日帰り客が多く、付随して黄金の湯への同日訪問が顕著であったこと、市内客であっても半数が初めての来訪であり、新規客の確保に寄与していることがわかった。

主な情報源は、ポスター/チラシ、Web 媒体及び知人からの口コミであった。

- ・CM 放映 令和7年10月21日(火)～11月13日(木)
「事前告知編」15秒動画の制作、「開催中編」15秒動画の制作
- ・紙媒体 チラシ3,000部、ポスター50枚 関係施設、団体へ配付
- ・SNS 令和7年10月14日(金)・15日(土) Instagram「するとら」で発信



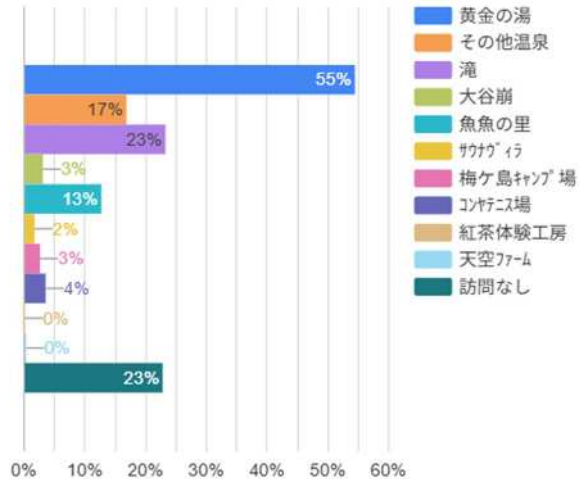
〔「赤水の滝」ライトアップイベントの概要〕

- 開催日時 令和7年11月8日(土)～11月15日(土) 17:30～19:30
- イベント 初日と最終日に手筒花火、和太鼓を披露
- 来場者数 約820人

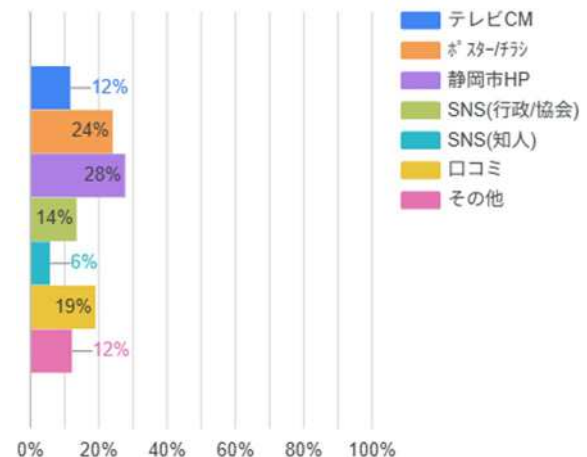
回答者の居住地

居住地	回答数	割合
1. 市内その他地域	148	68%
2. 梅ヶ島地域	21	10%
3. 関東地方	11	5%
4. 静岡県西部	10	5%
5. 静岡県東部	9	4%
6. 藤枝市	8	4%
7. 焼津市	4	2%
8. 近畿地方	2	1%
9. 島田市	2	1%
10. 無効回答	2	1%
11. 牧之原市	1	0%

付随して訪れた場所の割合



訪れたきっかけ回答の割合



イ コミュニティ FM ラジオ情報発信事業

FMしみず静岡で放送されている清水港のご当地擬人化キャラクター「七海波音さん」が清水港周辺の名所・旧跡・食文化や歴史を紹介するラジオ番組「ぶらっと清水」を通して情報発信を行った。

また、令和 8 年 2 月 22 日(日)～23 日(月・祝)清水マリンターミナルにおいて、地域の元気に繋がる活動をご当地 VTuber 同士、地域の市民・企業・行政とも共有して、地域の未来のために手を携えて進むための交流と学びの場となる「ご当地 VTuber サミット」が開催された。



「ご当地 VTuber サミット」告知画像

③ 情報発信事業

当財団の WEB サイトは、静岡市観光協会が担う情報発信業務の核として、平成 27 年度に運用を開始し、広く静岡市の観光に係る情報を発信してきたが、開設から 9 年以上が経過していることから情報発信力、訴求力、メンテナンス性等を高め、より戦略的な誘客に資する WEB サイトとするため、ICT 技術の発展やデザイントレンドの移り変わりに合わせたリニューアルを行い、令和 8 年 2 月に公開した。

〔WEB サイトリニューアルの概要〕

改修期間 令和 7 年 7 月～令和 8 年 2 月

- 基本方針
- ・「静岡市らしさ」を伝えられる WEB サイト
 - ・目的の情報への検索性の向上
 - ・全ての利用者に配慮したアクセシビリティの確保
 - ・スマートフォンを意識したデザインの導入
 - ・SNS と連携した情報発信を考慮したデザイン
 - ・検索エンジンの最適化(SEO 対策)を行う
 - ・拡張性の確保及び柔軟性の高い保守運用対応
 - ・安全・安心なセキュリティ、システムの構築

発信情報 イベント情報、観光情報(テーマ)、観光情報(スポット)、体験情報、飲食情報、宿泊情報、コンベンション支援情報、調査報告、フォトライブラリー、市民ライター記事

多言語化 日本語を含む 5 か国語



【課題と今後の対応】

① パンフレット等作成事業

清水港への客船入港増加に伴い、多言語版のパンフレットのニーズが高まっているが、現在使用されているものは既存の日本語版のパンフレットをそのまま翻訳したものが多いため文字が小

さく、また掲載されている情報が海外人旅行者のニーズと乖離しているものが見受けられる。

外国語パンフレットの新規作成・改訂増刷の際には、日本語版をベースとしつつも情報を吟味し、より外国人旅行者のニーズのあったものを作成する必要がある。

また、インバウンド需要に合わせて英語の他、韓国語・繁体語・簡体語・韓国語のマップの充足を図っていく。

② 広告宣伝事業

オクシズ PR 事業については、長年、梅ヶ島温泉郷「赤水の滝」ライトアップイベントを中心に情報発信を行ってきたが、オクシズ全体への広がりが見えないことから、その手法について今後、共同で事業を進める静岡市とともに検討していくこととする。

また、コミュニティ FM ラジオ情報発信事業と VTuber サミットについては、地元経済界と協力して「みなとまち清水」を発信していくもので、観光スポットの再発見、新たな層の観光客を生み出すものとして継続していく。

③ 情報発信事業

財団の新たな WEB サイト「静岡市観光ナビ」については、令和 8 年 2 月から運用を開始し、新年度に向けて更に情報の充実を図ってきた。令和 8 年度からは、このサイトの機能を十分に引き出し、また利用者がこのサイト通して静岡市のあらゆる観光情報にアクセスできる運用を図っていく必要があり、財団内にプロジェクトチームを作って対応していく。

(3) 観光客等受入事業

【目的・概要】

観光案内所を運営し、来訪者への情報提供の充実を図るとともに、静岡市から船宿「末廣」の指定管理業務を受け、観光案内や独自事業を実施した。

また、清水港においては大型外国客船入港の増加に伴い、ボランティアガイドを支援して岸壁でのクルーズ船客の観光の支援を行い市内周遊の促進を図った。

近年、全国的な傾向と同様に観光案内所、船宿「末廣」、「みほしるべ」とともに外国人観光客の割合が増加しており、今後は日本人観光客に加えインバウンド客への対応に力を入れていく。

【当期間の活動及び成果】

① 観光案内所運営事業

来静する観光客、インバウンド客に対し、市内観光地、イベント、宿泊、飲食などの案内を行った。

また、案内所に入りづらいとの意見が多くあった静岡市総合観光案内所の外側ガラス面についてはフィルムを変更し、多言語表記を充実させた。

〔令和7年度の実績〕

	利用者数	利用者数中の外国人数
静岡駅総合観光案内所(静岡駅北口)	57,291 人	10,615 人
静岡市静岡駅観光案内所(静岡駅南口)	12,165 人	1,467 人
静岡市清水駅前観光案内所	16,960 人	3,383 人
合 計	86,416 人	15,465 人



静岡駅北口 フィルム変更前



静岡駅北口 フィルム変更後



静岡駅北口 案内所の様子

② 船宿「末廣」運営事業

指定管理者として施設の管理運営を行うとともに、観光客や清水港に入港する客船の乗船客に対し、清水港及びその周辺地域の歴史に関する情報発信、観光情報、物産、喫茶などを提供した。

展示については、毎年恒例の「ひな飾りとつるし飾り展」、「鯉・端午の節句飾り展」のほか、令和7年度は静岡市清水区ゆかりのイラストレーター柳原良平氏の展示「柳原良平展～船と清水～」や「富士山写真展」を開催するなど、座敷スペースを有効に活用し、リピーターの増加を図った。

イベントでは清水次郎長の周知を目的に「次郎長映画を楽しむ」や「次郎長巻談」、「末廣夏祭り」を開催するとともに、新たな来場者を積極的に獲得するため、「新茶を味わう」や「プラモたいけん会」、「己書体験」、「紙ひも手毬ライト作り」など様々な教室、体験会を実施した。クルーズ船客に向けては着付けや抹茶体験教室を開催した。

その他、ウォーキングイベントとして、次郎長翁を知る会と協力して「次郎長ウォーキング」を開催するとともに、「しずおかまちなかウォーキング」や「日本平ウォーク」、「JR さわやかウォーキング」に協力した。



また、夏、秋、冬、新春と「末廣かわら版」を 4 回発行し、末廣で開催するイベントや船宿末廣の展示物の紹介など情報発信に努めた。

なお、11 月からはクルーズ船の寄港日に限り、開館時間を入港時間に合わせて 1 時間早める措置をとっている。



柳原良平展



クルーズ船客への着付け体験



次郎長ウォーキング

③ 三保松原文化創造センター「みほしるべ」観光案内業務

静岡市からの委託を受け、三保松原文化創造センター「みほしるべ」内において、三保松原に訪れる観光客に対して三保周辺及び市内の観光案内などを行った。

来館者数:105,082 人

④ 観光ボランティアガイドの支援

地域振興への貢献が大きい地域観光振興のための活動団体へ支援を行った。

・しみず観光ガイドの会(SVG) 助成額 100,000 円

⑤ 客船寄港時における客船ボランティア管理業務及び現場通訳業務

清水港客船誘致委員会から清水港への寄港が見込まれる外国客船寄港時の客船ボランティアに係る事前調整、実施等に関する委託を受け、客船ボランティアを通じて静岡市の観光PRや通訳、地場製品の販売など、清水港らしいおもてなしを行った。

清水港への客船の寄港は増加傾向にあり、令和 7 年度は 100 隻以上の入港し、そのうち興津ふ頭寄港分と邦船を除いた 80 隻に対応し、客船ボランティアとして延べ 989 人の参加があった。

ボランティア登録者には年2回の研修を実施しており、9 月の研修では、観光地として紹介している日本平、三保、駿府城公園を実際に歩き現状を確認する実踏研修を、2 月の研修では客船アンケートの共有を行うとともに9月の研修の振返りや情報共有を行った。



ボランティア研修(駿府城公園)



ボランティア研修(三保松原)

【課題と今後の対応】

① 観光案内所運営事業

清水港大型外国客船入港の増加等に伴い、外国人利用者が増加している中で、静岡市の旅の玄関口として、より機能を充実させていく必要がある。今後は、増え続けるインバウンド客への対応として、清水駅前観光案内所の機能の充実を図るとともにイベント開催日等の静岡駅周辺のコインロッカー不足への対応をより充実したものとしていく。

② 船宿「末廣」運営事業

令和 7 年度は指定管理期間の最終年度であったが、目標に到達することができなかった。現在、来館者は外国人が多く、また日本人は高齢者がほとんどとなっている。清水次郎長を知らない世代も増えている中、インバウンド客や若年層に清水港の歴史をどう伝え、集客に結びつけていくのかを考えていく必要がある。

令和 8 年度から新たな指定管理期間5年間が始まるため、単に建物を見せるだけでなく、体験や食事、土産物などを充実させ、楽しみながら知的好奇心を満たす施設として運営していく。

③ 三保松原文化創造センター「みほしるべ」観光案内業務

清水港に寄港するクルーズ船の増加により乗船客の来館者が増加しているため、インバウンド客への対応をさらに充実させていく必要がある。

引き続きパンフレットの多言語化を進めていくほか、リニューアルした財団のWEBサイトを有効に活用することを検討していく。

④ イベント・観光ボランティアガイドの支援

葵区、駿河区で活動する「駿府ウエイブ」と清水区で活動する「しみず観光ガイドの会」は、静岡市の観光を進めるうえでの重要なパートナーであるが、現在、財団の事業との接点が少なくなっている。現場でなければ得られない情報などもあることから、静岡市とともに情報共有や相互に協力できるよう定期的な意見交換の場を検討していく。

⑤ 客船寄港時における客船ボランティア管理業務及び現場通訳業務

令和 7 年度に静岡市がクルーズ船客用の観光案内所をふ頭に設置し、客船ボランティアの役割が観光案内から観光支援に変化してきていることから、改めて客船ボランティアの役割と必要性について清水港客船誘致委員会と協議を行う必要がある。

収益事業

	経営計画に基づくKPI		
	令和6年度(実績)	令和7年度(目標値)	令和7年度(実績)
登呂駐車場収益	11,896,515円	12,000,000円	11,892,100円
駿府城跡観光バス 駐車場実績	3,216台	3,000台	3,664台
ショーケース収益	5,912,181円	5,600,000円	7,011,020円
土産品等販売収益	1,755,965円	2,430,000円	1,984,528円

(1) 施設運営事業等

【目的・概要】

財団法人を安定的に経営していくため、静岡市から指定管理業務や委託事業を受託するとともに、独自の収益を確保し、財政的継続性を高める。

【当期間の活動及び成果】

① 駐車場管理運営事業

ア 登呂遺跡駐車場運営事業

静岡市から用地を賃借し、登呂遺跡隣接地において有料駐車場を運営した。

年間利用台数:大型車 449台、普通車 27,461台、夜間大型車84台、夜間普通車74台

年間利用料収入:11,892,100円

イ 駿府城跡観光バス駐車場受託事業

静岡市から委託を受け、駿府城跡観光バス駐車場の運営を行った。

年間利用台数:3,644台(昼間 2,686台、夜間 958台)

受託金収入:7,199,000円

② 静岡駅前地下道ショーケース貸付事業

国土交通省から地下道壁面のショーケースを借り受け、事業者への貸付を行った。

長期貸出ケース数:16件 5,470,080円

短期貸出ケース数:18件 1,540,940円

年間合計額:7,011,020円

③ 観光施設「船宿末廣」等での土産品等販売事業

静岡市内6宿で御宿場印と御宿場印帳を、3月からは御城印を販売するとともに「船宿末廣」での地場産品の販売を行った。

年間売上額:1,984,528円



清水港船宿記念館「未廣」



御城印 小島陣屋



御城印 蒲原城

【課題と今後の対応】

① 駐車場管理運営事業

登呂遺跡駐車場の用地について、これまで静岡市より当財団が借り受けて登呂博物館等の駐車場として長年管理運営してきたが、静岡市の方針転換に伴い、今後は広く活用する事業者を募集することとなった。当財団が活用しない場合については、敷地内の構造物について、静岡市と協議する必要がある。

② 静岡駅前地下道ショーケース貸付事業

M20がオープンし、若者の人通りが増えたこともあり、Bブロック(黄色箇所)は広告の掲出の需要が増えたが、エクセルワードビル方面のCブロック及びDブロック(青色箇所・緑色箇所)は人通りが少ないため、広告掲出をする場として需要が少なく管理経費が負担となっていた。

需要がないDブロック1～9(青色箇所・緑色箇所)を貸主である国土交通省(静岡国道事務所)に令和8年3月に返却した。

今後はAブロックやBブロックも含めた全体の掲出料の設定、賛助会員のメリット、収益を向上させる手法を検討していく。



③ 観光施設「船宿未廣」等での土産物等販売事業

船宿「未廣」での呈茶や土産物販売による収益はまだまだ少ないことから、国内旅行者向けだけでなく、インバウンド客のニーズを意識した商品ラインナップ、オリジナル商品の導入にも取り組んでいく。

また、これまで取り組んできた御宿場印や御宿場印帳の販売に引き続き力を入れていくとともに、新たに販売を始めた御城印についても種類を充実させ、歴史観光と一体となったPRを行うことで歴史愛好家やお城マニアに働きかけていく。

法人運営

経営計画に基づくKPI			
	令和6年度 (実績)	令和7年度 (目標値)	令和7年度 (実績)
賛助会費額	7,747千円	8,720千円	7,695千円
職員採用人数	2人	0人	1人
職員研修受講(実施)件数	26件	15件	16件

【目的・概要】

これからの財団が担う役割・機能を見据え、組織体制の強化と経営改革の必要性を背景として、組織改編や経営資源(ヒト・モノ・カネ・情報)の有効活用による経営改善に取り組み、組織のパフォーマンスの向上とコスト意識の醸成を図りつつ、効率的、効果的な組織経営を推進する。

【当期間の活動及び成果】

1 ステークホルダーマネジメント

DMC、行政、宿泊事業者、飲食店、運輸事業者など、観光まちづくりに関わる多種多様なステークホルダーの実態把握に努め、事業の連携や支援及び成果の共有等を行うことにより、信頼を獲得し、組織の存在意義の確立に取り組んだ。

2 財源の確保・経営体質の強化

(1) 自主財源の確保

国の補助事業等の積極的な活用のほか、これまでに財団が蓄積したノウハウを活かした受託事業の積極的な獲得、賛助会員数の維持及び新規獲得に向けた会員制度の見直しの検討、新たな自主財源確保の検討などに取り組んだ。

(2) マネジメントサイクルの強化

経営資源を有効活用し、最小の経費で最大の効果をあげるよう、事業評価制度を本格的に導入し、年度上半に事業効果の面から評価を実施することにより、令和8年度に向けた事業の再編や予算及び人工の見直しを行った。

(3) 効果的な情報発信

財団の事業戦略から取組成果、事業効果等について積極的に可視化を図り、補助金、会費等を納入する地方自治体や賛助会員等の観光まちづくりに関わるステークホルダーに対し、説明責任を果たしていくとともに、効果的なPRを行うために「広報するが」を発刊した。また、財団公式WEBサイトのリニューアルに合わせ観光事業者向けページを拡充することにより、より広範囲に向けた情報発信を行える体制を整えた。

3 人材採用・育成

観光分野におけるプロフェッショナル人材育成のため、年間を通じて開催される研修プログラムに参加するなど、専門研修を実施し、スキルの向上を図った。

また、令和8年度に民間企業出向職員等が減員することに伴い、公募により正規職員の採用試験を実施し、1名の採用を決定した。

4 内部統制の強化

公益法人としての適正な運営のため、社会情勢の変化、法改正等に適時対応できる体制を整えるとともに、役職員への理解促進を促すための指導及び研修等を実施した。

また、当財団が実施する公益目的事業の受益対象者は、主に静岡県中部・志太榛原地域において観光地域づくりに携わる多様な関係者、及び静岡県内外(海外を含む)の一般市民であり、特定の関係者への受益機会の集中を防ぐため、事業実施にあたっては業者選定部会の開催等、公平性確保のための措置を講じた。

5 その他

(1) 組織経営戦略の策定

経営資源を戦略的かつ計画的に有効活用し、組織の経営改善や職員の意識改革を図ることにより、効率的・自立的・安定的・継続的な組織経営の実現を目指すために、組織経営戦略を策定した。

ii 資金調達の状況

1 資金調達

なし

2 設備投資

- (1) 重要な固定資産の取得
- (2) 重要な設備の新設、増設
- (3) 重要な固定資産の売却、除却、滅失等

なし

iii 基本財産運用状況

該当なし

iv 重要な契約の締結

1 令和7年度観光案内所運営業務

業務内容:JR 静岡駅及び清水駅前にて観光案内所を運営し、観光客に静岡市の多彩な魅力を発信して、街の回遊性を高める観光情報発信拠点としての役割を担う。

契約期間:令和7年4月1日から令和8年3月31日

契約先:株式会社東海道シグマ

契約金額:1時間あたり契約単価 静岡駅北口@2,035円、静岡駅南口・清水駅前@1,815円

年間総額:19,412,000円

2 令和7年度三保松原文化創造センター観光案内等業務

業務内容:三保松原文化創造センター「みほしるべ」内で来静した観光客に対して静岡市の魅力を発信するとともに、三保周辺及び市内への周遊促進を図る。

契約期間:令和7年4月1日から令和8年3月31日

契約先:静岡市

契約金額:10,513,000円

v 直前3事業年度の財産及び損益の状況

(円)

区分	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度 (当該事業年度)
経常収益	315,036,649	301,619,090	323,279,305	342,193,050
評価損益等調整前 当期経常増減額	17,538,671	△17,083,373	7,284,321	△501,407
当期経常増減額	17,538,671	△17,083,373	7,284,321	△501,407
正味財産期末残高	668,707,006	650,038,233	655,035,798	652,798,091

vi 評議員会、理事会等に関する事項

1 評議員会

- ・臨時評議員会(第1回)
 - 決議日:令和7年5月2日(金)
 - 議 題:評議員選任について(成立)
 - 理事選任について (成立)
- ・定時評議員会(第2回)
 - 決議日:令和7年6月10日(火)
 - 会 場:静岡県男女共同参画センター「あざれあ」
 - 議 題:令和6年度事業報告の内容報告について
 - 令和6年度決算書の承認について (成立)
 - 評議員の任期満了に伴う選任について (成立)
 - 理事の任期満了に伴う選任について (成立)
 - 監事の任期満了に伴う選任について (成立)
- ・臨時評議員会(第3回)
 - 決議日:令和7年7月14日(月)
 - 議 題:評議員選任の件 (成立)
- ・臨時評議員会(第4回)
 - 決議日:令和8年3月31日(火)
 - 議 題:評議員選任の件 (成立)
 - 理事選任の件 (成立)

2 理事会

- ・臨時理事会(第1回)
 - 決議日:令和7年4月25日(金)
 - 議 題:令和7年度重要な契約の締結について (成立)
 - 令和7年度補正予算について (成立)
 - 支援事業選定委員会委員の選任について (成立)
 - 評議員選任について (成立)
 - 理事選任について (成立)
- ・定時理事会(第2回)
 - 決議日:令和7年5月26日(月)
 - 会 場:中島屋グランドホテル 4階「プリムラ」
 - 議 題:令和6年度事業報告及び附属明細書の承認について (成立)
 - 令和6年度決算書及び附属明細書の承認について (成立)
 - 令和6年度運営組織及び事業活動の状況の概要等について (成立)
 - 給与規程の一部改正について (成立)
 - 専務理事の報酬月額の改定について (成立)
 - 定時評議員会の招集について (成立)
 - 職務執行状況の報告について (報告)

- ・臨時理事会(第3回)
 - 決議日:令和7年6月10日(火)
 - 議 題:代表理事(理事長)1名選定について(成立)
 - 副理事長1名選定について(成立)
 - 専務理事1名選定について(成立)
- ・臨時理事会(第4回)
 - 決議日:令和7年7月7日(月)
 - 議 題:令和7年度補正予算について(成立)
 - 令和7年度重要な契約の締結について(成立)
 - 評議員に対しみなし決議を提案する件について(成立)
- ・臨時理事会(第5回)
 - 決議日:令和7年11月12日(水)
 - 議 題:令和7年度補正予算について(成立)
 - 職務執行状況の報告について(報告)
 - 財団事業の取り組み状況について(報告)
- ・臨時理事会(第6回)
 - 決議日:令和8年1月30日(金)
 - 議 題:給与規程の一部改正について(成立)
- ・定時理事会(第7回)
 - 決議日:令和8年3月23日(月)
 - 会 場:静岡県男女共同参画センター「あざれあ」
 - 議 題:経営計画の改定について(成立)
 - 令和8年度事業計画及び収支予算書について(成立)
 - 令和8年度重要な契約の締結について(成立)
 - 令和8年度役員等賠償責任保険契約の締結について(成立)
 - 会計規程の一部改正について(成立)
 - 支援事業選定委員会規程の一部改正について(成立)
 - フォトコンテスト選考委員会規程の廃止について(成立)
 - 事務局組織規程の一部改正について(成立)
 - 賛助会員規程の一部改正について(成立)
 - 給与規程の一部改正について(成立)
 - 旅費規程の一部改正について(成立)
 - 評議員に対しみなし決議を提案する件について(成立)
 - 職務執行状況の報告について(報告)
 - 観光地経営戦略の策定について(報告)
 - 組織経営戦略の策定について(報告)

vii 一般法人法第 90 条第4項第5号に規定する体制の整備の決定及び運用状況の概要

1 諸規程の改正状況

- ・会計規程の一部改正
- ・支援事業選定委員会規程の一部改正
- ・事務局組織規程の一部改正
- ・賛助会員規程の一部改正
- ・給与規程一部改正
- ・旅費規程の一部改正
- ・フォトコンテスト選考委員会規程の廃止

2 危機管理及びリスク管理等に関する研修への参加状況

- ・個人情報保護法と各法令への対応（職員 1 名参加）
開催日：令和 7 年 7 月17日(木)
主 催：全国公益法人協会
- ・公益・一般法人のカスタマーハラスメント対策
－組織や職員を守るための対応と体制整備－（職員 1 名参加）
開催日：令和 7 年 9 月 9 日(火)
主 催：全国公益法人協会
- ・社団・財団法人の役員の義務・責任とリスク（職員 1 名参加）
開催日：令和 7 年10月22日(水)
主 催：全国公益法人協会

viii 公益認定法第 21 条第4項に規定する公益目的事業の実施状況

1 実施状況

(1) DMO 事業

- ① マネジメントシステム構築事業……「調査分析・戦略策定」に記載
- ② マーケティング戦略構築事業……「Learn・Tea・Sea、LINE 事業」に記載
- ③ マーケティング支援事業……「ディスプレイマーケティング / プロモーション」に記載

(2) MICE 誘致事業

- ① 見本市出展及び MICE 誘致商談会等への参加……「MICE 誘致事業」に記載
- ② 首都圏等における誘致説明会・戸別訪問……「MICE 誘致事業」に記載
- ③ 主催者招請事業……「MICE 誘致事業」に記載

(3) MICE 開催支援事業

- ① MICE 誘致助成金事業……「MICE 開催支援事業」に記載
- ② コンベンション開催準備資金貸付事業……今年度実績なし
- ③ その他支援……「MICE 開催支援事業」に記載

(4) 観光宣伝事業

- ① 観光パンフレット等作成・配布事業……「観光宣伝事業」に記載
- ② 広告宣伝事業……「観光宣伝事業」に記載
- ③ 情報発信事業……「観光宣伝事業」に記載
- ④ 誘客イベント開催事業……「観光客誘致事業」に記載

(5) 観光客誘致事業

- ① 教育旅行団体誘致事業……………「観光客誘致事業」に記載
- ② 国内旅行者・インバウンド誘致事業……………「観光客誘致事業」に記載
- ③ 旅行商品企画販売事業……………「観光客誘致事業」に記載

(6) 観光客等受入事業

- ① 観光案内所運営事業……………「観光客等受入事業」に記載
- ② 船宿「末廣」運営事業……………「観光客等受入事業」に記載
- ③ 観光ボランティア活動支援事業……………「観光客等受入事業」に記載
- ④ セミナー・交流会開催事業……………今年度実績なし

(7) イベント等支援事業

2 事業の質を確保・改善するための方策

(1) 適切な人材配置と専門機関への委託

長年経験を積んだプロパー職員を中心に事業を実施するとともに、高度な専門知識が必要なものについては、専門事業者へ委託・助言を求めるなど、高い専門性を確保するよう努めている。

(2) 支援事業選定委員会

助成金の交付、コンベンション開催資金の貸付を行う際には、常勤理事及び外部委員2名で支援事業選定委員会を開催し、各規程・要綱に基づき審査を実施し、支援対象を選定している。なお、支援実績については、事業報告に記載し、財団ウェブサイトで公表している。

(3) 事業評価制度

常勤理事、事務局長を中心に各部長と外部審査員1名にて、事業効果等の評価を実施し、改善を図ることにより事業の質を高めるよう努めている。

(4) 外部評価会議

公益目的事業のひとつである DMO 事業について、取組状況を専門的かつ客観的な視点から評価するために、外部有識者による評価会議を実施している。なお、評価の結果については、財団ウェブサイトで公表している。

ix 公益認定法第 21 条第4項に規定する公益法人の運営体制の充実を図るための取り組み

1 外部理事・監事の選任

(1) 理事

常勤理事である専務理事を除き、当財団の活動圏域であるが地域の行政及び経済界(商工会議所・商工会)を中心に、メディア、交通インフラ、金融機関等の関係者を理事に選任している。

(2) 監事

会計・人事労務管理を含む適切な財団運営を行うため、税理士、社会保険労務士を監事に選任している。

2 事業実施状況の報告

理事会開催時に報告事項として財団の取り組み状況等の報告を行っている。

【監査等実施状況】

1 監事による決算監査

日 時:令和 7 年 5 月12日(月) 午後 2 時～午後 5 時

【公益財団法人変更登記に関する事項】

- (1) 令和7年4月 評議員及び理事の変更登記
- (2) 令和7年5月 評議員及び理事の変更登記
- (3) 令和7年6月 評議員及び理事・監事改選に伴う変更登記
- (4) 令和7年7月 評議員の変更登記

【行政庁への届出事項】

- (1) 令和7年5月 評議員及び理事の変更届出
- (2) 令和7年6月 事業報告等の提出
- (3) 令和7年8月 評議員及び理事の変更届出
- (4) 令和8年3月 事業計画書等の提出

【役員に関する事項】（令和7年度における役員等の就退任の状況）

区 分	年度当初	就 任	退 任	3月末
評議員	16名	4名	4名	16名
理 事	18名	5名	5名	18名
監 事	2名	—	—	2名

※令和8年3月31日現在の評議員、理事、監事は別紙名簿のとおり

<別紙1>

公益財団法人するが企画観光局 評議員名簿

評議員16名

敬称略

役職名	氏名	役職
評議員	岩田智穂	静岡市観光交流文化局長
評議員	岩本進也	株式会社静岡銀行執行役員・地方創生部長
評議員	大井一郎	株式会社ドリームプラザ代表取締役社長
評議員	神谷守孝	株式会社清水銀行支店営業部長
評議員	川井敏行	静岡鉄道株式会社代表取締役社長
評議員	川口茂則	静岡県スポーツ・文化観光部理事兼経済産業部理事
評議員	小阪秀彦	株式会社静岡新聞社取締役営業担当地域ビジネス推進局長兼業務部長
評議員	杉山貴宏	株式会社静岡第一テレビ事業局長
評議員	鈴木健司	島田掛川信用金庫地域サポート部長
評議員	多々良和明	静岡信用金庫経営相談部長
評議員	西田高宏	株式会社 JTB 静岡支店長
評議員	法月一 亮	スルガ銀行株式会社静岡支店長
評議員	長谷川晋三	しずおか焼津信用金庫お客様サポート部長
評議員	濱田 宰	近畿日本ツーリスト株式会社静岡支店長
評議員	矢作武寛	株式会社テレビ静岡事業局長兼事業部長
評議員	吉田尚弘	株式会社静岡朝日テレビ総務局長

令和8年3月31日現在

〈別紙2〉

公益財団法人するが企画観光局 理事・監事名簿

理事18名 監事2名

敬称略

役職名	氏名	役職
理事長	久保田 隆	静岡商工会議所観光・飲食部会長
副理事長	大須賀紳晃	株式会社静岡新聞社代表取締役社長
専務理事	池谷 誠	公益財団法人するが企画観光局専務理事
理事	今村重則	島田商工会議所専務理事
理事	神谷 毅	川根本町観光交流課長
理事	紅林 豊	藤枝市スポーツ文化観光部長
理事	駒形進也	島田市観光文化部長
理事	榛葉章良	富士山静岡空港株式会社代表取締役社長
理事	杉浦 衛	藤枝商工会議所専務理事
理事	高塚進吾	吉田町産業課長
理事	谷川原賢一	清水港客船誘致委員会委員
理事	堤 信幸	株式会社静岡銀行地方創生部担当部長兼地方創生グループ長
理事	松浦高之	静岡商工会議所常務理事
理事	村松文次	焼津商工会議所専務理事
理事	森下真琴	静岡県中部地区商工会連絡協議会
理事	山下敦史	焼津市経済部長
理事	山下幸男	静岡市観光交流文化局観光政策監
理事	山本英広	牧之原市産業経済部長
監事	佐藤正欣	SRC・総合労務センター代表
監事	西ヶ谷博行	あさひ税理士法人代表社員

令和8年3月31日現在

令和 7 年度 事業報告の附属明細書

(令和 7 年 4 月 1 日から令和 8 年 3 月 31 日まで)

重要な事項については、令和 7 年度事業報告にすべて記載されているため、一般社団法人及び一般財団法人に関する法律施行規則第 34 条第 3 項に規定されている、「事業報告の内容を補足する重要な事項」に該当する事項はありません。

公益財団法人するが企画観光局
理事長 久保田 隆

貸借対照表
令和 8年 3月31日現在

(単位:円)

科目	当年度	前年度	増減
I 資産の部			
1. 流動資産			
現金預金	138,388,387	173,578,552	△ 35,190,165
未収金	21,056,812	13,672,127	7,384,685
貯蔵品	1,598,042	2,070,615	△ 472,573
前払金	1,412,614	1,742,134	△ 329,520
流動資産合計	162,455,855	191,063,428	△ 28,607,573
2. 固定資産			
(1) 基本財産			
定期預金	692,933	692,933	0
投資有価証券	522,094,874	522,089,418	5,456
基本財産合計	522,787,807	522,782,351	5,456
(2) 特定資産			
退職給付引当資産	22,683,495	18,105,414	4,578,081
国際会議誘致助成金積立資産	5,000,000	5,000,000	0
コンベンション開催準備資金貸付金積立資産	10,000,000	10,000,000	0
特定資産合計	37,683,495	33,105,414	4,578,081
(3) その他固定資産			
建物	2,911,757	3,734,319	△ 822,562
什器備品	5	5	0
敷金	6,471,840	6,471,840	0
保証金	600,000	600,000	0
その他固定資産合計	9,983,602	10,806,164	△ 822,562
固定資産合計	570,454,904	566,693,929	3,760,975
資産合計	732,910,759	757,757,357	△ 24,846,598
II 負債の部			
1. 流動負債			
未払金	46,110,642	76,336,395	△ 30,225,753
前受金	0	6,000	△ 6,000
預り金	466,253	562,607	△ 96,354
未払消費税等	1,330,800	168,500	1,162,300
未払法人税等	1,736,300	1,685,500	50,800
賞与引当金	7,749,978	5,802,743	1,947,235
流動負債合計	57,393,973	84,561,745	△ 27,167,772
2. 固定負債			
長期未払金	35,200	54,400	△ 19,200
退職給付引当金	22,683,495	18,105,414	4,578,081
固定負債合計	22,718,695	18,159,814	4,558,881
負債合計	80,112,668	102,721,559	△ 22,608,891
III 正味財産の部			
1. 指定正味財産			
指定正味財産合計			
(うち基本財産への充当額)			
(うち特定資産への充当額)			
2. 一般正味財産			
(うち基本財産への充当額)	652,798,091	655,035,798	△ 2,237,707
(うち特定資産への充当額)	(522,787,807)	(522,782,351)	(5,456)
(うち特定資産への充当額)	(15,000,000)	(15,000,000)	(0)
正味財産合計	652,798,091	655,035,798	△ 2,237,707
負債及び正味財産合計	732,910,759	757,757,357	△ 24,846,598

正味財産増減計算書

令和 7年 4月 1日から令和 8年 3月31日まで

(単位:円)

科目	当年度	前年度	増減
I 一般正味財産増減の部			
1. 経常増減の部			
(1) 経常収益			
基本財産運用益			
基本財産受取利息	5,750,322	5,623,361	126,961
基本財産運用益計	5,750,322	5,623,361	126,961
特定資産運用益			
特定資産受取利息	91,789	28,156	63,633
特定資産運用益計	91,789	28,156	63,633
受取会費			
賛助会員受取会費	7,695,000	7,747,500	△ 52,500
受取会費計	7,695,000	7,747,500	△ 52,500
事業収益			
指定管理受託金	8,014,000	8,014,000	0
受取地方公共団体受託金	22,112,000	19,956,009	2,155,991
広告収益	297,000	495,000	△ 198,000
コンベンション支援品売上収益	457,040	578,210	△ 121,170
登呂遺跡駐車場収益	11,892,100	12,049,300	△ 157,200
ショーケース利用料収益	7,011,020	5,912,181	1,098,839
船宿「未廣」土産等売上収益	1,771,869	1,755,965	15,904
旅行商品売上収益	180,000	735,000	△ 555,000
その他事業収益	11,274,893	19,748,500	△ 8,473,607
事業収益計	63,009,922	69,244,165	△ 6,234,243
受取補助金等			
受取地方公共団体補助金	160,786,775	143,755,000	17,031,775
受取国庫補助金	11,063,354	2,706,735	8,356,619
受取補助金計	171,850,129	146,461,735	25,388,394
受取負担金			
MICE受取負担金(静岡市)	4,500,000	4,500,000	0
MICE受取負担金(3市・静岡商議所)	1,700,000	1,700,000	0
DMO受取負担金(静岡市)	81,000,000	81,000,000	0
DMO受取負担金(4市2町)	6,200,000	6,200,000	0
受取負担金計	93,400,000	93,400,000	0
雑収益			
雑収益	395,888	774,388	△ 378,500
雑収益計	395,888	774,388	△ 378,500
経常収益計	342,193,050	323,279,305	18,913,745
(2) 経常費用			
事業費			
仕入高	290,013	164,111	125,902
役員報酬	2,448,448	2,194,664	253,784
給料手当	53,425,118	52,497,108	928,010
臨時雇賃金	10,446,342	9,788,322	658,020
法定福利費	11,526,545	10,363,626	1,162,919
福利厚生費	2,118,066	1,827,113	290,953
退職給付費用	2,621,687	3,147,045	△ 525,358
賞与引当金繰入額	5,174,576	3,950,657	1,223,919
会議費	870,951	376,750	494,201
旅費交通費	5,627,958	10,433,352	△ 4,805,394
通信運搬費	2,020,427	1,621,655	398,772
建物減価償却費	675,906	675,906	0
什器備品減価償却費	0	13,939	△ 13,939
消耗什器備品費	178,810	0	178,810
消耗品費	4,977,250	5,220,304	△ 243,054
修繕費	156,250	287,210	△ 130,960
印刷製本費	5,097,938	4,489,975	607,963
燃料費	236,679	268,095	△ 31,416
光熱水料費	1,923,296	2,116,643	△ 193,347
賃借料	14,211,280	14,170,288	40,992
保険料	332,693	311,138	21,555
諸謝金	3,430,228	3,784,485	△ 354,257
租税公課	1,801,500	827,340	974,160
支払負担金	10,611,706	11,381,373	△ 769,667
助成金	4,799,850	5,000,000	△ 200,150
委託費	109,217,487	92,225,408	16,992,079
人材派遣費	27,441,786	29,694,344	△ 2,252,558
手数料	15,299,449	9,960,377	5,339,072
広告費	1,334,339	835,887	498,452
雑費	90,000	450,000	△ 360,000
事業費計	298,386,578	278,077,115	20,309,463

管理費			
役員報酬	2,448,448	2,194,664	253,784
給料手当	21,823,104	17,389,627	4,433,477
退職給付費用	1,956,394	4,198,746	△ 2,242,352
法定福利費	4,119,799	3,561,749	558,050
福利厚生費	433,556	452,621	△ 19,065
賞与引当金繰入額	2,575,402	1,852,086	723,316
会議費	194,150	150,502	43,648
旅費交通費	98,950	152,520	△ 53,570
通信運搬費	173,207	148,821	24,386
建物減価償却費	146,656	146,656	0
什器備品減価償却費	0	5,972	△ 5,972
消耗什器備品費	41,556	152,790	△ 111,234
消耗品費	167,359	286,818	△ 119,459
修繕費	184,569	0	184,569
印刷製本費	97,440	89,270	8,170
燃料費	26,298	29,398	△ 3,100
光熱水料費	99,839	79,032	20,807
賃借料	2,858,965	2,425,020	433,945
保険料	216,616	210,520	6,096
諸謝金	1,766,100	1,876,600	△ 110,500
租税公課	3,670	7,810	△ 4,140
負担金	2,655,165	837,120	1,818,045
手数料	1,682,972	1,449,520	233,452
委託費	532,664	201,185	331,479
雑費	5,000	18,822	△ 13,822
管理費計	44,307,879	37,917,869	6,390,010
経常費用計	342,694,457	315,994,984	26,699,473
評価損益等調整前当期経常増減額	△ 501,407	7,284,321	△ 7,785,728
当期経常増減額	△ 501,407	7,284,321	△ 7,785,728
2. 経常外増減の部			
(1) 経常外収益			
経常外収益計	0	0	0
(2) 経常外費用			
固定資産減損損失			
固定資産除却損	0	448,256	△ 448,256
固定資産減損損失計	0	448,256	△ 448,256
その他の経常外費用			
貸倒損失	0	153,000	△ 153,000
その他の経常外費用計	0	153,000	△ 153,000
経常外費用計	0	601,256	△ 601,256
当期経常外増減額	0	△ 601,256	601,256
税引前当期一般正味財産増減額	△ 501,407	6,683,065	△ 7,184,472
法人税、住民税及び事業税	1,736,300	1,685,500	50,800
当期一般正味財産増減額	△ 2,237,707	4,997,565	△ 7,235,272
一般正味財産期首残高	655,035,798	650,038,233	4,997,565
一般正味財産期末残高	652,798,091	655,035,798	△ 2,237,707
II 指定正味財産増減の部			
当期指定正味財産増減額			
指定正味財産期首残高			
指定正味財産期末残高			
III 正味財産期末残高	652,798,091	655,035,798	△ 2,237,707

正味財産増減計算書内訳表
令和 7年 4月 1日から令和 8年 3月31日まで

(単位:円)

科目	公益目的事業会計	収益事業会計	法人会計	内部取引消去	合計
I 一般正味財産増減の部					
1. 経常増減の部					
(1) 経常収益					
基本財産運用益					
基本財産受取利息	2,875,161	0	2,875,161	0	5,750,322
基本財産運用益計	2,875,161	0	2,875,161	0	5,750,322
特定資産運用益					
特定資産受取利息	42,500	0	49,289	0	91,789
特定資産運用益計	42,500	0	49,289	0	91,789
受取会費					
賛助会員受取会費	3,847,500	0	3,847,500	0	7,695,000
受取会費計	3,847,500	0	3,847,500	0	7,695,000
事業収益					
指定管理受託金	8,014,000	0	0	0	8,014,000
受取地方公共団体受託金	14,913,000	7,199,000	0	0	22,112,000
広告収益	297,000	0	0	0	297,000
コンベンション支援品売上収益	457,040	0	0	0	457,040
登呂遺跡駐車場収益	0	11,892,100	0	0	11,892,100
ショーケース利用料収益	0	7,011,020	0	0	7,011,020
船宿「末廣」土産等売上収益	0	1,771,869	0	0	1,771,869
旅行商品売上収益	180,000	0	0	0	180,000
その他事業収益	11,274,893	0	0	0	11,274,893
事業収益計	35,135,933	27,873,989	0	0	63,009,922
受取補助金等					
受取地方公共団体補助金	124,317,775	0	36,469,000	0	160,786,775
受取国庫補助金	11,063,354	0	0	0	11,063,354
受取補助金計	135,381,129	0	36,469,000	0	171,850,129
受取負担金					
MICE受取負担金(静岡市)	4,500,000	0	0	0	4,500,000
MICE受取負担金(3市・静岡商議所)	1,700,000	0	0	0	1,700,000
DMO受取負担金(静岡市)	81,000,000	0	0	0	81,000,000
DMO受取負担金(4市2町)	6,200,000	0	0	0	6,200,000
受取負担金計	93,400,000	0	0	0	93,400,000
雑収益					
雑収益	180,885	214,203	800	0	395,888
雑収益計	180,885	214,203	800	0	395,888
経常収益計	270,863,108	28,088,192	43,241,750	0	342,193,050
(2) 経常費用					
事業費					
仕入高	0	290,013	0	0	290,013
役員報酬	2,448,448	0	0	0	2,448,448
給料手当	53,425,118	0	0	0	53,425,118
臨時雇賃金	5,429,405	5,016,937	0	0	10,446,342
法定福利費	11,466,438	60,107	0	0	11,526,545
福利厚生費	1,975,786	142,280	0	0	2,118,066
退職給付費用	2,621,687	0	0	0	2,621,687
賞与引当金繰入額	5,174,576	0	0	0	5,174,576
会議費	870,951	0	0	0	870,951
旅費交通費	5,604,458	23,500	0	0	5,627,958
通信運搬費	1,936,483	83,944	0	0	2,020,427
建物減価償却費	675,906	0	0	0	675,906
什器備品減価償却費	0	0	0	0	0
消耗什器備品費	131,290	47,520	0	0	178,810
消耗品費	4,739,318	237,932	0	0	4,977,250
修繕費	113,350	42,900	0	0	156,250
印刷製本費	4,329,248	768,690	0	0	5,097,938
燃料費	236,679	0	0	0	236,679
光熱水料費	1,594,981	328,315	0	0	1,923,296
賃借料	11,170,803	3,040,477	0	0	14,211,280
保険料	267,813	64,880	0	0	332,693
諸謝金	3,430,228	0	0	0	3,430,228
租税公課	1,043,602	757,898	0	0	1,801,500
支払負担金	10,609,206	2,500	0	0	10,611,706
助成金	4,799,850	0	0	0	4,799,850
委託費	104,322,047	4,895,440	0	0	109,217,487
人材派遣費	27,441,786	0	0	0	27,441,786
手数料	15,225,733	73,716	0	0	15,299,449
広告費	1,334,339	0	0	0	1,334,339
雑費	90,000	0	0	0	90,000
事業費計	282,509,529	15,877,049	0	0	298,386,578

管理費					
役員報酬	0	0	2,448,448	0	2,448,448
給料手当	0	0	21,823,104	0	21,823,104
退職給付費用	0	0	1,956,394	0	1,956,394
法定福利費	0	0	4,119,799	0	4,119,799
福利厚生費	0	0	433,556	0	433,556
賞与引当金繰入額	0	0	2,575,402	0	2,575,402
会議費	0	0	194,150	0	194,150
旅費交通費	0	0	98,950	0	98,950
通信運搬費	0	0	173,207	0	173,207
建物減価償却費	0	0	146,656	0	146,656
什器備品減価償却費	0	0	0	0	0
消耗什器備品費	0	0	41,556	0	41,556
消耗品費	0	0	167,359	0	167,359
修繕費	0	0	184,569	0	184,569
印刷製本費	0	0	97,440	0	97,440
燃料費	0	0	26,298	0	26,298
光熱水料費	0	0	99,839	0	99,839
賃借料	0	0	2,858,965	0	2,858,965
保険料	0	0	216,616	0	216,616
諸謝金	0	0	1,766,100	0	1,766,100
租税公課	0	0	3,670	0	3,670
負担金	0	0	2,655,165	0	2,655,165
手数料	0	0	1,682,972	0	1,682,972
委託費	0	0	532,664	0	532,664
雑費	0	0	5,000	0	5,000
管理費計	0	0	44,307,879	0	44,307,879
経常費用計	282,509,529	15,877,049	44,307,879	0	342,694,457
評価損益等調整前当期経常増減額	△ 11,646,421	12,211,143	△ 1,066,129	0	△ 501,407
当期経常増減額	△ 11,646,421	12,211,143	△ 1,066,129	0	△ 501,407
2. 経常外増減の部					
(1) 経常外収益					
経常外収益計	0	0	0	0	0
(2) 経常外費用					
固定資産減損損失					
固定資産除却損	0	0	0	0	0
固定資産減損損失計	0	0	0	0	0
その他の経常外費用					
貸倒損失	0	0	0	0	0
その他の経常外費用計	0	0	0	0	0
経常外費用計	0	0	0	0	0
当期経常外増減額	0	0	0	0	0
他会計振替額	4,926,768	△ 4,926,768	0	0	0
税引前当期一般正味財産増減額	△ 6,719,653	7,284,375	△ 1,066,129	0	△ 501,407
法人税、住民税及び事業税	0	1,736,300	0	0	1,736,300
当期一般正味財産増減額	△ 6,719,653	5,548,075	△ 1,066,129	0	△ 2,237,707
一般正味財産期首残高					655,035,798
一般正味財産期末残高					652,798,091
II 指定正味財産増減の部					
当期指定正味財産増減額					
指定正味財産期首残高					
指定正味財産期末残高					
III 正味財産期末残高					652,798,091

財務諸表に対する注記

1. 重要な会計方針

当財団では、「公益法人会計基準」（平成20年4月11日 内閣府公益認定等委員会により公表された会計基準）を採用している。

(1) 有価証券の評価基準および評価方法

満期保有目的の債券 償却原価法（定額法）を採用している。

(2) 棚卸資産の評価基準及び評価方法

個別法による原価法を採用している。

(3) 固定資産の減価償却の方法

①建物及び建物付属設備

定額法によっている。

②上記以外の資産

平成19年3月31日以前に取得したものについては旧定額法、平成19年4月1日以後に取得したものについては、定額法によっている。

(4) 引当金の計上基準

賞与引当金

役員に対する賞与の支給に備えるため、将来の支給見込額のうち当期負担額を計上している。

退職給付引当金

退職給付債務は期末自己都合要支給額に基づいて計算している。

(5) 消費税等の会計処理

消費税等の会計処理は、税込方式を採用している。

2. 会計方針の変更

なし

3. 基本財産及び特定資産の増減額及びその残高

基本財産及び特定資産の増減額及びその残高は、次のとおりである。

(単位：円)

科 目	前期末残高	当期増加額	当期減少額	当期末残高
基本財産				
定期預金	692,933	0	0	692,933
投資有価証券	522,089,418	65,256	59,800	522,094,874
小 計	522,782,351	65,256	59,800	522,787,807
特定資産				
退職給付引当資産	18,105,414	4,578,081	0	22,683,495
誘致助成金積立資産	5,000,000	0	0	5,000,000
開催準備資金貸付資産	10,000,000	0	0	10,000,000
小 計	33,105,414	4,578,081	0	37,683,495
合 計	555,887,765	4,643,337	59,800	560,471,302

4. 基本財産及び特定資産の財源等の内訳

基本財産及び特定資産の財源等の内訳は、次のとおりである。

(単位：円)

科 目	当期末残高	(うち指定正味財 産からの充当額)	(うち一般正味財 産からの充当額)	(うち負債に 対応する額)
基本財産				
定期預金	692,933	(0)	(692,933)	—
投資有価証券	522,094,874	(0)	(522,094,874)	—
小 計	522,787,807	(0)	(522,787,807)	—
特定資産				
退職給付引当資産	22,683,495	(0)	(0)	(22,683,495)
誘致助成金積立資産	5,000,000	(0)	(5,000,000)	—
開催準備資金貸付資産	10,000,000	(0)	(10,000,000)	—
小 計	37,683,495	(0)	(15,000,000)	(22,683,495)
合 計	560,471,302	(0)	(537,787,807)	(22,683,495)

5. 担保に供している資産

なし

6. 固定資産の取得価額、減価償却累計額及び当期末残高

固定資産の取得価額、減価償却累計額及び当期末残高は、次のとおりである。

(単位：円)

科 目	取得価額	減価償却累計額	当期末残高
建物	11,986,323	9,074,566	2,911,757
什器備品	1,715,655	1,715,650	5
合 計	13,701,978	10,790,216	2,911,762

7. 満期保有目的の債券の内訳並びに帳簿価額、時価及び評価損益

満期保有目的の債券の内訳並びに帳簿価額、時価及び評価損益は、次のとおりである。

(単位：円)

種類及び銘柄	帳簿価額	時 価	評価損益
154回 利付国庫債券(20年)	180,568,090	163,188,000	-17,380,090
11回 利付国庫債券(30年)	181,526,784	177,814,000	-3,712,784
1-1 静岡市公債	100,000,000	94,100,000	-5,900,000
174回 利付国債(5年)	60,000,000	58,194,000	-1,806,000
合 計	522,094,874	493,296,000	-28,798,874

8. 金融商品に対する取り組み方針

公益目的事業の財源の一定部分を運用益によって賄うため、債券により資金運用する。なお、デリバティブ取引は行わない方針である。

(1) 金融商品の内容及びそのリスク

投資有価証券は債券であり、発行体の信用リスク、市場価格の変動リスクにさらされている。

(2) 金融商品のリスクに係る管理体制

①資金運用規程に基づく取引

金融商品の取引は、当法人の資金運用規程に基づき行う。

②リスクの管理

債券については、発行体の状況及び時価を定期的に把握し、理事会に報告する。

9. 補助金等の内訳並びに交付者、当期の増減額及び残高

補助金等の内訳並びに交付者、当期の増減額及び残高は、次のとおりである。

(単位：円)

補助金等の名称	交付者	前期末残高	当期増加額	当期減少額	当期末残高	貸借対照表上の記載区分
補助金						
運営費補助金	静岡市	0	113,966,000	113,966,000	0	一般正味財産
観光案内所運営事業費補助金	静岡市	0	24,082,000	24,082,000	0	一般正味財産
観光宣伝事業補助金	静岡市	0	9,500,000	9,500,000	0	一般正味財産
静岡市観光情報ウェブサイト改修事業補助金	静岡市	0	13,238,775	13,238,775	0	一般正味財産
地方部での滞在促進のための地域周遊観光促進事業補助金	観光庁	0	10,000,000	10,000,000	0	一般正味財産
MICE誘致・開催促進事業補助金 コンベンション・ユロー等のMICE誘致体制強化	観光庁	0	793,354	793,354	0	一般正味財産
世界に誇る観光地を形成するための DMO体制整備事業補助金	観光庁	0	270,000	270,000	0	一般正味財産
負担金						
コンベンション・シティ推進事業負担金	静岡市	0	4,500,000	4,500,000	0	一般正味財産
コンベンション・シティ推進事業負担金	焼津市	0	500,000	500,000	0	一般正味財産
コンベンション・シティ推進事業負担金	藤枝市	0	450,000	450,000	0	一般正味財産
コンベンション・シティ推進事業負担金	島田市	0	250,000	250,000	0	一般正味財産
コンベンション・シティ推進事業負担金	静岡商工会議所	0	500,000	500,000	0	一般正味財産
DMO推進事業負担金	静岡市他4市2町	0	87,200,000	87,200,000	0	一般正味財産
合 計		0	265,250,129	265,250,129	0	

10. 関係当事者との取引の内容

なし

11. 重要な後発事象

なし

附属明細書

1 基本財産及び特定資産の明細

財務諸表に対する注記に記載しているため省略する。

2 引当金の明細

(単位：円)

科目	期首残高	当期増加額	当期減少額		期末残高
			目的使用	その他	
賞与引当金	5,802,743	7,749,978	5,802,743	—	7,749,978
退職給付引当金	18,105,414	4,578,081	0	—	22,683,495

財産目録

令和8年3月31日現在

(単位：円)

貸借対照表科目		場所・物量等	使用目的等	金額
(流動資産)				
	小口現金	手元保管	つり銭として	55,000
	普通預金	静岡銀行呉服町支店	運転資金として	136,614,597
		静岡信用金庫本店営業部	運転資金として	168,020
		しずおか焼津信用金庫追手町支店	運転資金として	419,370
		しずおか焼津信用金庫高松支店	運転資金として	1,131,400
	未収金	静岡市等	施設管理に対する受託金、事業運営受託金等	21,056,812
貯蔵品	コンベンション支援品等	公益目的事業の用に供している。	1,598,042	
前払金	㈱第一不動産他	事務所賃借料、保険料等	1,412,614	
流動資産合計				162,455,855
(固定資産)				
基本財産	定期預金	静岡銀行呉服町支店	静岡市等からの出捐金 運用益は50%を公益目的事業の財源に、50%を法人 運営の財源として使用している。	692,933
	投資有価証券	みずほ証券㈱他	静岡市等からの出捐金 運用益は50%を公益目的事業の財源に、50%を法人 運営の財源として使用している。	522,094,874
基本財産合計				522,787,807
特定資産	退職給付引当資産	静岡銀行呉服町支店	職員12名に対する退職金の支払いに備えたもの	22,683,495
		清水銀行静岡支店	職員12名に対する退職金の支払いに備えたもの	2,683,495
		静岡信用金庫本店営業部	職員12名に対する退職金の支払いに備えたもの	10,000,000
		しずおか焼津信用金庫追手町支店	職員12名に対する退職金の支払いに備えたもの	10,000,000
	国際会議誘致助成金 積立資産	しずおか焼津信用金庫本店営業部	コンベンション誘致事業の積立資産であり、国際 会議誘致助成金支出に備えたもの	5,000,000
	コンベンション開催準備 資金貸付金積立資産	しずおか焼津信用金庫本店営業部	コンベンション誘致事業の資産であり、コンベン ション開催準備資金貸付に備えたもの	10,000,000
特定資産合計				37,683,495
その他固定資産	建物	静岡事務所内装、清水事務所内装他 静岡市葵区日出町1-2、清水区辻1丁目1-3- 103	事業及び管理業務の用に供している。	2,911,757
	什器備品	静岡市葵区日出町1番地の2	事業及び管理業務の用に供している。	5
	敷金	静岡市葵区日出町1番地の2	静岡事務所として、事業及び管理業務の用に使用し ている。	6,471,840
	保証金	東京都港区虎ノ門4-1-20 (一社)全国旅行業協会	公益目的保有財産であり、公益目的事業に使用し ている。(弁済業務保証金分担金)	600,000
その他固定資産合計				9,983,602
固定資産合計				570,454,904
資産合計				732,910,759
(流動負債)				
	未払金	㈱東海道シグマ他	3月分人材派遣費他	46,110,642
	預り金	日本年金機構他	退職者社会保険料他	466,253
	未払消費税等	静岡税務署等	期末納付消費税未払い分	1,330,800
	未払法人税等	静岡税務署等	期末納付法人税未払い分	1,736,300
	賞与引当金	従業員に対するもの	従業員に対する夏季賞与の支払いに備えたもの	7,749,978
流動負債合計				57,393,973
(固定負債)				
	長期未払金	㈱TOKAIコミュニケーションズ	モバイルルーター端末代	35,200
	退職給付引当金	従業員に対するもの	職員11名に対する退職金の支払いに備えたもの	22,683,495
固定負債合計				22,718,695
負債合計				80,112,668
正味財産				652,798,091

事業	自	令和7年4月1日	法人コード	A007688
年度	至	令和8年3月31日	法人名	公益財団法人するが企画観光局

資金調達及び設備投資の実績を記載した書類

(令和7年4月1日から令和8年3月31日まで)

1 資金調達の実績について

借入れの実績			<input type="checkbox"/> あり	<input checked="" type="checkbox"/> なし
事業番号	借入先	金額		
		円		

2 設備投資の実績について

設備投資の実績			<input type="checkbox"/> あり	<input checked="" type="checkbox"/> なし
事業番号	設備投資の内容	支出又は収入の実績額	資金調達方法又は取得資金の使途	
		円		

令和8年5月12日

公益財団法人するが企画観光局
理事長 久保田 隆 殿

公益財団法人するが企画観光局

監事
(署名) 西ヶ谷 博行 

監事
(署名) 佐藤 正欣 

監査報告書

私たち監事は、当法人の令和7年4月1日から令和8年3月31日までの令和7年度に係る事業報告、計算書類及びこれらの附属明細書並びに財産目録の監査を行いましたので、以下のとおり報告いたします。

1 監査の方法及びその内容

私たち監事はそれぞれ、理事及び使用人等と意思疎通を図り、情報の収集及び監査の環境の整備に努めるとともに、理事会その他の重要な会議に出席し、理事及び使用人等からその職務の執行状況及び事業について報告を聴取し、必要に応じて説明を求め、重要な決裁書類等を閲覧し、当法人の事務所において業務及び財産の状況を調査しました。

以上の方法に基づき、当該事業年度に係る事業報告及びその附属明細書を監査いたしました。

さらに、上記の方法とあわせて、会計帳簿及びこれに関する資料の調査を行い、当該年度に係る計算書類（貸借対照表及び正味財産増減計算書）及びその附属明細書並びに財産目録について監査いたしました。

2 監査意見

(1) 事業報告及びその附属明細書について

- ① 事業報告及びその附属明細書は、法令及び定款に従い、当法人の状況を正しく示しているものと認めます。
- ② 理事の職務の執行に関し、不正の行為又は法令若しくは定款に違反する重大な事実の存在は認められません。
- ③ 内部統制体制の整備についての決定又は決議の内容について相当でない事項は認められません。

(2) 計算書類及びその附属明細書並びに財産目録について

- ① 計算書類及びその附属明細書並びに財産目録は、当法人の財産及び損益の状況をすべての重要な点において適正に表示しているものと認めます。

② 追記情報

会計方針の変更、重要な偶発事象及び重要な後発事象については、該当する事項はありません。

以上