

現在までの主な意見の整理による論点

大項目1：歴史・文化資源のネットワーク化によるブランドイメージの構築とその活用によるビジネスチャンスの創出

論点1 歴史・文化資源ネットワークの構築について

- ・するが企画観光局と駿府ウェイブの両方のサテライト機能（出店）を歴史文化施設の回廊部分に一体的に確保し、歴史ガイドの受付、市内の観光案内、レンタサイクルの貸し出し等を行う。（小泉委員）
- ・駅から1時間以内、3時間以内、1日で行ける歴史観光の各種コースを売り込む。更に夜のコースも設ける。（植田委員）
- ・テーマを設ける。例えば家康なら駿府城、浅間神社、臨済寺、浮月楼、久能山東照宮などをセットにし、更に一富士、二鷹、三茄子の物語も組み合わせる。（植田委員）
- ・静岡には深堀するといろいろなよい歴史文化資源があり、これを利用して歴史文化施設を中心に歴史観光分野を展開していくべき。（内山委員）
- ・JR静岡駅前、街中に、来訪者が目的・滞在可能時間に合わせ、回遊するコース・時間を提案するガイドを配置するなどの仕組みが必要。駿府城公園のみ見て終わりという状況が多いが、ガイドを配置することにより、関連の浅間神社まで足を伸ばすことが出来るプチ・ネットワークが構築できる。（内山委員）
- ・来訪の目的、滞在可能時間に合わせ、駿府浪漫バスで、観光ガイドが案内するコースの開発など、来訪者が容易に目的地に行くことができる方策を構築する。（内山委員）
- ・施設整備では外の組織との連携が後手になる。施設整備の段階で、連携する外の組織の活動拠点や資料置場のスペース・設備を確保し、連携する団体の活動を十分考慮した準備が重要。（小泉委員）
- ・静岡の歴史の中心である駿府城内に拠点を作りセンターステーションとし、市内各所にサブステーションを設けてサポートしていく。静岡を訪れる人にとって、「メモリアルな場所」となるようにしていく。（植田委員）

論点2 ネットワークを継続させる取組について

- ・（例）ネットワークを組織的にマネジメントできる体制の構築（ネットワーク会議、情報交換、外部委員等）

論点3 「回遊性向上」「滞在時間延長」につながる取組について

- ・静岡は東京や京都に行く人の拠点となる、インバウンドのお客様にとってのハブの街になり得る。そういう便利さを情報発信し、静岡に滞在していただければ良い。（鈴木委員）
- ・東京の「はとバス」のように、回遊ルートモデルコースでツアーを企画して（旅行会社が）発売する。（田形会長）
- ・またJR静岡駅には観光案内所があるが、街中にはない。来訪者を観光施設へ誘引するためにも、街中に案内する施設が必要。（内山委員）

論点4 歴史・文化資源を活用したブランディングについて

- ・公共の土地や建物の役割は、市民の誇りになるものであり、それが静岡市のブランドになる。（小島委員）
- ・静岡の場所や食べ物は、皆がいいと言いながら集約されていないため、特に売り込むものがないのが現状。絞り込んでより良いものを磨き上げていくことが必要。（鈴木委員）
- ・市内の現地の資源や展示などで、目玉商品を明確に打ち出し、「これだけは見ないと」と思わせる。（小泉委員）
- ・テーマを設ける。例えば家康なら駿府城、浅間神社、臨済寺、浮月楼、久能山東照宮などをセットにし、更に一富士、二鷹、三茄子の物語も組み合わせる。（植田委員）（再掲）
- ・臨済寺の特別拝観は、参加者から未知の体験ができた大変評判が良い。市内の歴史・文化施設には、臨済寺の事例のように普段体見ることができない、又体験することができない資源が豊富にあるので、臨済寺の事例を参考にブランディングを行う。（内山委員）
- ・静岡市の魅力をわかりやすく発信するために、ターゲットをどのように設定し、どのツールを使って、どう訴えかけるかの検討が必要。（杉山委員）
- ・歴史文化にあまり興味のない人でも、歴史に親しみながら楽しめる部分が必要。（小泉委員）
- ・歴史に興味が出てきた方の入り口の施設には、デザインと遊び心が非常に重要。（小島委員）

論点5 歴史・文化資源の価値を高め、稼げる資源に変える取組について

- ・来館者が休憩できるスペースをカフェの近くに確保し、そこで地元のガイドと気軽に話せるようにする。一般向けの書籍も置いて閲覧できるようにする。（小泉委員）
- ・静岡の施設はタダが多いが、お金が取れるころに変えていかなければならない。（植田委員）
- ・施設を維持し、定期的にブラッシュアップしていくための財源とするため、利益を上げていくことが必要。（小島委員）
- ・高くてもそこに得るものがあれば、遠くからでも良質な方が静岡を訪れてくれる。（小島委員）
- ・タダだと逆にその価値が安っぽく見えてしまうこともある。（鈴木委員）
- ・京都の特別拝観のように、市内の歴史資源の特別拝観を時期を特定して行う。その企画・運営をするが企画観光局、駿府ウェイブ、歴史文化施設、市内の歴史拠点施設が連携して行う体制をつくる。（事務局は、するが企画観光局）（小泉委員）
- ・駿府城のお堀を利用した葵舟を観光回遊だけでなく、花嫁舟として結婚式のパレード、記念日のパレード（金婚式、還暦、喜寿、米寿等）または記念撮影に利用して付加価値を高める。更に結構式場へ花嫁と花婿を人力車で送迎するにも利用する。（植田委員）
- ・街中にある史跡・町名碑等にQRコードを設置し、それを読み取るにより簡単なガイドをする取組みも、単独で行動する来訪者に有効（日本平の赤い靴の女の子の像）。（内山委員）
- ・各歴史・文化施設の「おもてなし」として、観光トイレが一部施設で老朽化してきており、快適ではない状況が続いている。（内山委員）
- ・オーバーツーリズムの問題もあるため、観光客と市民の共生の概念が必要。（西尾委員）

現在までの主なご意見の整理による論点

大項目2：誘客促進のための情報発信・交通アクセスの強化

論点6 市内外への効果的な情報発信について

- ・まちづくりを盛り上げていくには、高校生、大学生あるいは若いネットワークを持っている人達の協力が必要。静岡の魅力を友人、知人、世界の人々に発信していただきたい。（鈴木委員）
- ・静岡市の魅力をわかりやすく発信するために、ターゲットをどのように設定し、どのツールを使って、どう訴えかけるかの検討が必要。（杉山委員）（再掲）
- ・アンケートで何で知ったか、なぜ来たかを聞くと、過半数の方は口コミである。しゃべる口を多くすることが大切で、歴史文化施設に関わりのある人をどれだけ増やすかが肝になる。（坂野委員）
- ・静岡市および周辺都市だけでなく、首都圏からの利用者を獲得するため雑誌等の文字媒体だけでなく、SNS等の電子媒体を使う。（植田委員）
- ・観光大使、有名俳優、有名タレント、大学生など影響力のある方や観光事業者、メディアなどへのモデルコースへ招待するなどにより市内外への情報発信につなげて行ったらどうか。（内山委員）

論点7 回遊しやすい交通アクセスについて

- ・MaaSなど、ICTや科学技術を活用しながら、新しい都市ビジョン、都市像を思い描きながら考えていくことが必要。（西尾委員）
- ・「自転車のまち」しずおかを生かして、レンタサイクルの拠点を静岡駅、歴史文化施設、史跡・施設に設ける。（小泉委員）
- ・車で来た観光客が渋滞しない駐車場の確保、駐車場から歴史文化施設へのアクセス確保が重要。三保や日本平テラスに行った車はどうやって来るのかを考える必要。（小泉委員）
- ・徒歩、バス、貸し自転車、タクシー、人力車、葵舟、車等の移動の手段を組み合わせる。（植田委員）
- ・清水港に大型客船が寄港した際、乗客が日本平に行く際、JR清水駅からJR静岡駅に向かい、静岡駅からバスに乗り日本平に行く方法が一般的だが、乗客の利便性に配慮する必要がある。乗用車で来訪される方への駐車場も課題。（内山委員）

論点8 回遊ルートや移動手段の効果的な案内について

- ・SNSで発信することはもちろんだが、鳥瞰図と散策マップ（A3程度で表裏・折りたたむと5cm×8cm）を用意すると鳥瞰図があると全体がわかりやすく小さいので持ち運びに便利。更に、駅から地下道、道路等に色分けした掲示があると、その色を歩いて行くと目的地（歴史文化センター、市役所、県庁、セノバ、松坂屋等）に楽に行くことができる仕組みを工夫する。（植田委員）
- ・初めてJR静岡駅に降りた方が、駿府城公園まで、どのようなルートで行ったらよいか、わからないという意見を聞くので、独りでも簡単に行けるような表示が必要。（内山委員）
- ・JRで来訪された方については、駅前に従来の観光案内所を超えた機能を持つ施設を設け、その施設で回遊ルートや移動手段を説明する。（内山委員）
- ・スマート・インターチェンジの開通により利便性が向上したことの情報発信。（内山委員）
- ・駿府城公園に来訪された方に、近隣の浅間神社、臨濟寺の見どころを紹介し、駿府浪漫バスで容易かつ安く行けることを紹介する。（内山委員）