

I 歴史・文化施設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・文化資源を活用したブランディング
・本物の歴史・文化資源を活用したブランディング
・テーマの設定によるブランディング
・各資源の磨き上げ、絞り込みによるブランディング
・人材によるブランディング

論点2 歴史・文化資源ネットワークの構築
・各拠点への観光案内機能、ガイド機能、コンシェルジュ機能の設置と観光プランの提案
・企業による観光プランの企画・販売
・食のコンテンツとの連携
・構築したネットワークの継続

論点3 「滞在時間延長」「宿泊」「リピーター」につなげる
・市外からの誘客促進
・歴史にあまり興味のない人へのアプローチ
・夜のイベント、夜の観光ガイドの実施

論点4 歴史・文化資源の価値を高め、稼げる資源に変える
・特別感による価値、収益の向上
・イベントによる資源の活用
・各資源での観光ガイドの実施
・観光客の利便性の向上
・市の施設を活用した収益の確保
・観光客と市民の共生

II 誘客促進のための情報発信
・交通アクセスの強化

論点5 市内外への効果的な情報発信
・発信力のある人を活用した情報発信
・最新の技術を活用した情報発信
・効果的なコンテンツへの絞り込み

論点6 回遊しやすい交通アクセス
・レンタサイクルの活用
・最適な組み合わせでの交通手段の提供
・大型客船の乗客の交通手段の確保
・離れたエリアへの回遊のための交通手段
・乗用車駐車場の確保
・観光バス駐車場の確保
・バスの1日乗車券の導入

論点7 回遊ルートや移動手段の効果的な案内
・使いやすいマップの作成
・各拠点でのわかりやすいルート案内
・観光M a a Sの活用

今回の議論のポイント

議論の前提として

・まず「歴史文化施設」で歴史やストーリーを知っていただき、そこをネットワークの起点として市内に点在する「本物」を見に行っていたきたい。
・「目指す姿」に沿ったターゲット、ブランディング、ネットワークを考えたい。
・「官民連携」「民間参入」が期待できるもの、そのために必要な環境整備についてのご意見をいただきたい。

議論1 ターゲットについて

・静岡市の持つ資源を活かし、「ブランディング」「収益」につなげるためには、どのような対象をメインターゲットとして設定すべきか。（アクティブシニア・インバウンド等）

議論2 目指すべきブランディングとネットワーク

論点1 「ブランディング」につながるテーマ設定や要素はどのようなものが考えられるか。
論点2 「ブランディング」や「収益」に結びつくネットワークにするために連携させるべき要素は。（歴史資源・食・イベント等）

議論3 ネットワーク化の方法と継続

論点2 観光客のニーズに合い、回遊、滞在、収益につながる「観光案内機能」「ガイド機能」「コンシェルジュ機能」は何か。また、どこに設置するべきか。また、これ以外にネットワーク化の方法はあるか。
論点2 ネットワークを継続させるにはどのような方策が必要か。

議論4 各施策の検討

論点3 観光客を「滞在時間延長」「宿泊」「リピーター」につなげるには。
論点4 「収益」につながる「歴史・文化資源」を活用したイベントは。
施策全体 民間参入が期待できる施策と、そのために必要な環境整備は何か。

ネットワーク化による歴史・文化資源のブランド化

歴史・文化資源を「稼げる資源」へ

「歴史・文化資源の連携と活用」による地域経済の活性化