

## 第 8 期（令和元年度）行革審 答申骨子（案）

「歴史・文化資源の連携と活用」による地域経済の活性化  
～「歴史文化施設」を中心とした歴史・文化資源のネットワーク～

## 【構成】

表紙

答申書写し

はじめに（※田形会長のコメント）

I 背景

II 答申に向けての現状整理

III 目指す姿の実現に向けた提言

IV 最後に

巻末：参考資料（これまでの審議会において使用した資料（一部））

## I 背景

- 静岡市第 3 次総合計画では、目指す都市像として「歴史文化のまち」の実現を掲げ、「歴史や文化を地域資源としてとらえ、みがきあげ、新たな経済的な価値を創造していくことで、市民の皆さんの郷土の歴史や文化に対する誇りを育み、文化力を地域の活力、経済力に転換することにより、「都市の発展」を目指していく」としている。
- 静岡市内には、世界文化遺産構成資産である三保松原をはじめ、国宝である久能山東照宮、重要文化財である登呂遺跡、静岡浅間神社など、貴重な歴史・文化資源が数多く存在しており、また、令和 4 年度（2022 年度）には、「歴史文化のまち」の拠点として、「(仮称)静岡市歴史文化施設（以下「歴史文化施設」という。）」が駿府城公園隣接地にオープンする予定である。
- また、静岡市を取り巻く状況としては、国際拠点港湾・清水港への大型外国客船の寄港の増加、中部横断自動車道の開通、静岡空港ターミナルビル拡充、東名スマートインターの新設などによる更なる利便性の向上、さらに今後は東京オリンピック・パラリンピックや大阪万博などの開催があり、国内外からの更なる大きな集客が期待される。
- この好機に、「歴史文化施設」を中心として歴史・文化資源を活用し、地域経済の活性化に繋げていくことが求められている。

## II 答申に向けての現状整理

答申を作成するにあたり、静岡市内の歴史・文化資源の現状について整理すると、次の特徴が見受けられる。目指す姿の実現に向けた提言に当たっては、これらを踏まえ検討を行うものとする。

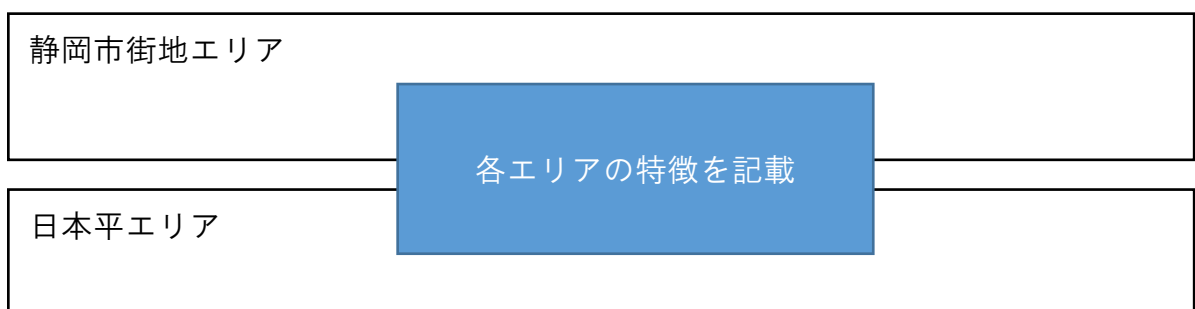
### <市内の歴史・文化資源の分布>

静岡市内には、国宝や重要文化財に指定されているような貴重な神社や遺跡などのほか、博物館、美術館、動物園などの施設、食の資源など、多種多様な資源がエリア（地区）に数多く存在しており、市内を回遊することで幅広い対象が楽しむことができる環境であると言える。（図1）

【図1 静岡市内の主な歴史・文化資源のエリア別分布】



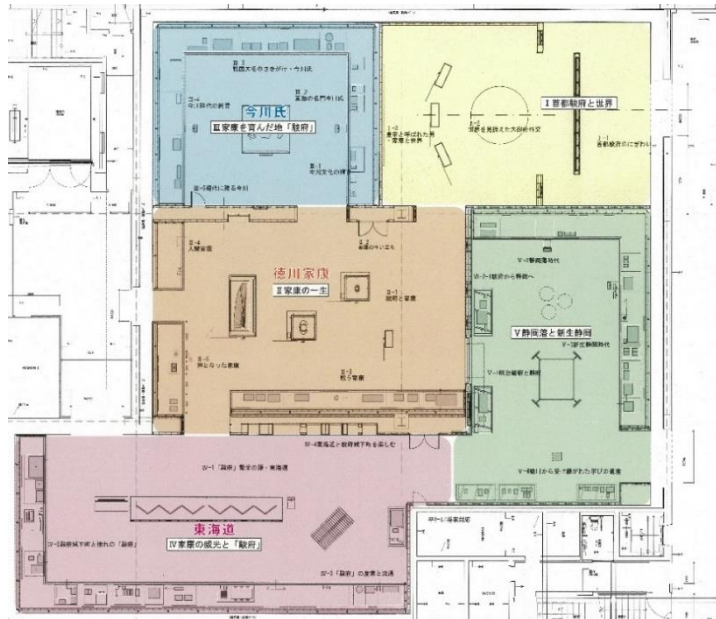
※エリアの分類は「静岡市観光ガイド」での分類に登呂エリアを加えたもの



＜「歴史文化施設」と各歴史・文化資源との関連＞

「歴史文化のまち」の拠点となる「歴史文化施設」では、「首都駿府と世界」、「徳川家康」、「東海道」などのテーマで展示を行う予定である。市内にはそのテーマに関連する歴史・文化資源が多く、「歴史文化施設」と各資源を各テーマで結びつけることが可能である。(図2、3)

【図2 歴史文化施設の展示室イメージと展示テーマ】



※2019年6月策定の(仮称)静岡市歴史文化施設展示基本設計より



【図3 「歴史文化施設」の展示テーマとの関連資源の一例】

<エリア別観光交流客数の推移>

直近の静岡市における観光交流客数の推移を見ると、エリア（地区）によって差はあるものの、全体としてはおおむね横ばいとなっており、市域全体への誘客、回遊を図ることが求められる。（表1）

【表1 静岡市内のエリア別観光交流客数】

	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
								(単位:人)
静岡駅周辺	3,869,593	4,852,887	5,138,493	4,960,770	5,324,717	5,739,993	5,182,376	4,626,388
東静岡駅周辺	1,644,236	1,473,002	1,607,048	1,288,974	1,278,701	1,438,827	1,377,868	1,198,822
井川	93,173	95,619	107,798	123,048	105,718	116,181	108,348	106,442
梅ヶ島	66,418	67,772	69,344	56,927	63,645	60,015	64,332	54,909
丸子・宇津ノ谷	424,504	434,368	303,839	384,437	389,042	376,935	369,075	310,122
日本平・登呂	4,787,560	5,084,147	5,290,764	4,944,246	5,059,502	4,808,358	5,085,120	5,668,637
三保・折戸	916,910	907,491	1,893,979	1,333,993	1,066,343	1,112,683	994,973	887,558
江尻・日の出	5,730,480	6,214,245	6,331,863	6,574,950	6,716,120	6,856,570	6,840,480	6,843,062
興津	515,020	508,233	502,776	469,722	500,708	486,669	505,848	489,337
両河内	67,135	69,105	145,223	115,227	100,051	96,433	101,597	82,503
蒲原	61,492	120,196	68,240	108,948	80,726	104,345	85,417	100,225
由比	192,390	253,037	243,242	189,898	261,816	250,121	267,969	218,136
その他市内	971,247	826,568	1,301,960	1,286,418	1,326,458	1,307,577	1,318,899	1,310,494
エリア合計(A)	19,340,158	20,906,670	23,004,569	21,837,558	22,273,547	22,754,707	22,302,302	21,896,635
宿泊者数(B)	1,417,908	1,526,489	1,613,466	1,632,445	1,760,409	1,713,437	1,816,020	1,784,316
観光交流客数 (A+B)	20,758,066	22,433,159	24,618,035	23,470,003	24,033,956	24,468,144	24,118,322	23,680,951



### Ⅲ 目指す姿の実現に向けた提言

#### 1 目指す姿

『「歴史・文化資源の連携と活用」による地域経済の活性化』を実現するためには、静岡市が「歴史文化のまち」であることを「国内外に認識してもらうためのブランディング」と、「市内の歴史・文化資源を「稼げる資源」に発展させること」の両方が必要であると考えられる。

まず、「歴史文化のまち」としてのブランディングには、「Ⅱ答申に向けての現状整理」を踏まえ、市内の豊富な「歴史・文化資源」を活かしたストーリーによる「歴史・文化資源のネットワークの構築によるブランディング」を進めることが有効であると考えられる。

また、「市内の歴史・文化資源を「稼げる資源」に発展させること」を実現するには、「歴史・文化資源の磨き上げ」により価値を高めることが必要であり、そのためには資源が本来持っている価値に気付いてもらい、その価値を発揮させることが重要である。また、歴史・文化資源自体の価値の向上を図ることはもとより、関連イベントの開催、食との連携、誘客のための情報発信や資源への交通アクセスなどの環境整備もあわせて検討することが必要である。

これらを踏まえ、本審議会では、静岡市が目指すべき姿として「歴史・文化資源のネットワークの構築によるブランディング」と「歴史・文化資源の磨き上げと「稼げる資源」への発展」を図ることにより、「地域経済の活性化」が実現できるような戦略や具体的な取組について検討を行うこととした。

#### 2 目指す姿に向かうための戦略

##### (1) 静岡市の特徴

静岡市の地理的、環境的な特徴としては、以下の3点が挙げられる。

##### ア 拠点としての優位性

東京、京都などの大都市へのハブとなり得る位置にあり、鉄道、高速道路、港、空港などの交通インフラが充実している。さらに、東名スマートインターの新設、令和2年内に開通が予定されている中部横断自動車道、外国客船の入港が増加している清水港など、国内外の交通アクセスがさらに向上する。

##### イ 多種多様な資源と回遊しやすい環境

静岡市内には、国宝や重要文化財に指定されているような貴重な神社や遺跡などのほか、博物館、美術館、動物園などの施設、食の資源など、多種多様な資源がそろっており、幅広い対象が楽しめる環境である。また、静岡市街地な

どの一つのエリア内に資源が集まっており、回遊しやすい環境である。

#### ウ 富士山の景観

日本平や三保松原、薩埵峠など、富士山の優れた展望地点として名所となっている場所が市内に数多く存在する。

### (2) 特徴を活かした戦略

(1) の特徴を活かした戦略としては、以下の点が考えられるため、これらを具体的取組に取り入れていく。

#### ア 拠点性のPR

静岡市の拠点性、国内外とのアクセスの良さ、利便性をアピールし、市外からの誘客、静岡市を拠点とした回遊を促す。

#### イ 多種多様な資源と回遊性を活かす取組

多種多様な資源を活かし、多世代に訴求するプランを提案していく。また、各エリア内の回遊しやすさを活かすとともに、市全体への回遊性を高めるため、交通アクセス、案内表示等を充実させる。

#### ウ 富士山の景観の活用

海外に対しても訴求力のある富士山を活かし、季節や時間によって異なる表情を持つ富士山と、多種多様な資源と組み合わせたプランを提案していく。

### 3 具体的な取組

#### (1) 歴史・文化資源によるブランディングと資源の磨き上げ

##### ① ブランディングにつながる歴史・文化資源ネットワークの構築

#### ア ブランディングのテーマ

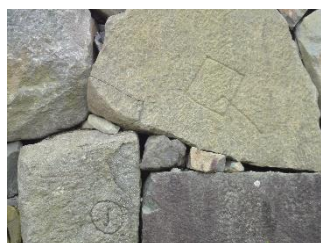
「歴史文化のまち」としてのブランディングにつなげるには、歴史・文化資源についてテーマを設定し、テーマに関連する施設や遺跡などを移動手段で結びつけることによりネットワークを構築して相乗効果を生み出し、訴求力を高めることが重要である。この場合は、他にはない静岡市ならではの特別感のある資源や食などをネットワークに組み込むことも必要と考えられる。

#### <ストーリー>

○ストーリーとしては、ネットワークの中心となる「歴史文化施設」の展示のテーマとなっている「首都駿府」、「徳川家康」、「今川氏」、「東海道」などの要素は必須であると考えられる。「歴史文化施設」の展示を見て興味を持っていただき、そのストーリーに沿って実際の歴史・文化資源を回ってもらうようなネットワークが必要であると考えられる。

### <実物の歴史・文化資源>

○駿府城の天守台や石垣など調査、発掘の途中段階の「実物の歴史・文化資源」は、ブランディングのテーマとして効果的であると考えられる。さらに、VR、AR等の技術を活用した演出や、臨濟寺などの期間限定での公開などの要素を組み合わせることで、他にはない特別感を出すことが出来るため、効果的であると考えられる。また、資源に触れられる場所や写真スポットの設置など、売り出し方、見せ方を工夫してネットワークに組み込むことで、訴求力のあるネットワークになると考えられる。



【写真1】  
刻印のある石垣



【写真2】  
発掘現場の公開

### <富士山の景観>

○日本のシンボルであり、国内だけでなく、世界的にも知名度が高いコンテンツである「富士山」は、国内外へ発信していくためにはブランディングのテーマとして欠かせないものである。「富士山」の景観ポイントが市内に数多くあることを活かし、季節や時間によって異なる表情を持つ富士山と歴史・文化資源をうまく組み合わせることで、インバウンド観光客など海外に訴求できるネットワークになる。なお、富士山が見えないことの多い春から夏にかけての時期は、富士山に変わるコンテンツを提案する必要があると考えられる。



【写真3】  
日本平からの富士山の景観



【写真4】  
三保松原からの富士山の景観

<その他訴求力がある歴史・文化資源に関するテーマ>

○それ以外では、特定のテーマ設定によるブランディング、例えば武将や刀剣などマニアや通に受けるテーマや資源は話題性や発信力があり、SNSなどでの情報発信を促すなど相乗効果が狙えると考えられる。また、駿河竹千筋細工や駿河漆器など静岡の伝統工芸等も訴求力のあるテーマであると考えられる。

<市外の資源との連携>

○また、市内の資源だけでなく、例えば「城」をテーマに家康にまつわる城や百名城など、市外の関連する城と連携したり、他市の城のお堀で実施している舟と「葵舟」の連携、三保松原と白糸の滝など「世界文化遺産富士山の構成資産」というテーマで連携するなど、市外の関連する資源を利用することで、ネットワークの幅が広がるとともに、市外からの誘客が期待できると考えられる。

<ネットワークを充実させる要素>

○ネットワークを充実させる要素として、食の要素は必須である。市内には桜えび、とろろ、静岡おでんの他、しずまえ、オクシズの自然を活かした魅力的な食の要素が数多くある。これらの「静岡の食」の要素をネットワークに組み込み、さらにお土産などの要素を加えることにより、誘客、長時間の滞在、収益の向上につながるネットワークになると考えられる。



## イ ネットワークの周知と誘導

構築したネットワークを機能させ、ブランディングを実現するためには、観光客にブランディングやネットワークの魅力を周知するとともに、ネットワークに誘導していく必要がある。

<観光プランの作成>

○そのための方策として、アで挙げたテーマごとに位置づけられたブランディング、ネットワークを、観光客のニーズに合う形にプラン化することが有効であ



ると考えられる。

- また、例えば、2時間で観光したい、1日過ごしたいなどの「滞在時間別のプラン」や、2千円で周遊できるなど「金額別のプラン」の提案などは、個人旅行の観光客のニーズがあると考えられ、夜のイベントや食等を取り入れた「夜の観光コース」の提案は「長時間の滞在」や「宿泊」を促し、収益の向上にもつながるネットワークになると考えられる。

#### <コンシェルジュ機能による観光プランの提案>

- さらに、観光プランを来訪した観光客に対して提案していく機能が必要とされる。そのための方策としては、現在、市が駅などに設置している観光案内機能、ボランティアによるガイド機能に加え、観光客のニーズに合った提案ができる「コンシェルジュ機能」を付加し、歴史文化施設や駿府城公園や駅などの人の集まる拠点に設置することが有効であると考えられる。

- なお、「コンシェルジュ機能」は、市が養成している「観光ガイド」や「文化財サポーター」などの活躍の場となると考えられる。



【写真8】  
静岡駅観光案内所



【写真9】  
現在の観光ガイド

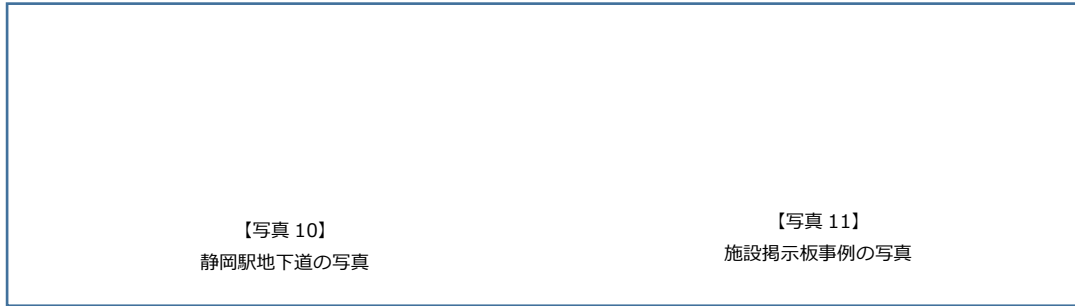
#### <官民連携による観光プランの提案>

- 回遊を促すプランの提案については、官だけでなく民と連携して取り組むことが可能な分野である。例えば、静岡駅地下道にある「一茶」と連携し、お茶を飲みながら日本茶インストラクターに観光プランやお茶についての情報提供を担っていただく、市内ホテルにおいてホームページで観光プランを発信してもらう、地元で活動するまちづくり協議会などに現地で歴史・文化資源の説明をしてもらうなどの連携が考えられる。

- また、企業の協力を得ることが前提となるが、鉄道の日乗車券や、鉄道と施設の共通券の導入などは、目的とする歴史文化資源を訪れた後、周辺の資源について立ち寄ることで、滞在時間延長や収益の向上を促す効果が期待できるため、ネットワークへの誘導に非常に有効であると考えられる。

- 併せて、官民を問わず各施設間においても、当日のイベント情報の共有、簡単な掲示板などで相互に紹介することや、共通券や相互の割引クーポンを発行す

るなど、施設同士が連携することも回遊を促す取組として効果的である。



## ② 「誘客」、「宿泊」、「リピーター」を増やす

構築したネットワーク、作成した観光プランをより多くの人に利用してもらうとともに地域経済の活性化につなげるためには、市外からの「誘客」、静岡市への「宿泊」、「リピーター」を増やしていく必要がある。

### <拠点性のPR>

- まず、観光客に「誘客」、「宿泊」を促すための方策として、「静岡市の特徴を活かした戦略」でも触れたとおり、静岡市の拠点性をPRしていくことが有効であると考えられる。
- 「国内外からアクセスが容易で、1～2時間で東京や京都に行ける便利な立地である」、「交通インフラが充実している」などの静岡市の強みを国内外にPRすることにより、特にインバウンド観光客等に静岡市を拠点として宿泊してもらうなどの提案ができると考えられる。

### <誘客促進のための方策>

- 「誘客」の促進策としては、観光バスを呼び込むことも効果的であるが、そのためには昼食会場や観光バスの待機場所が必要とされるため、民間に働きかけていく必要があると考えられる。
- 観光客の利便性を向上させ「誘客」を促すためには、コインロッカーやトイレなどのハード整備が必要である。駅や資源の周辺に用意されていることが望ましい。また、トイレについては、すべてを市が用意するのではなく、例えば市が認定した協力店にトイレを提供してもらうなど、官民連携による対応も考えられる。

### <宿泊促進のための方策>

- 「宿泊」を促進するためには、夜や朝に市内に滞在している必然性が必要となる。例えば、駿府城公園周辺でライトアップやプロジェクションマッピング等の夜のイベント、朝市などの朝のイベントを開催するなどの仕掛けが有効であると考えられる。

【写真 12】  
駿府城公園ライトアップの写真

【写真 13】  
朝市の写真

○また、観光客への夜の観光の情報提供も必要であるが、官民連携のアイデアとして、例えばインフォメーション認定試験を実施し、ホテルを市の公認としてフロントで夜の観光ガイドを実施してもらうなどが考えられる。

○そのほか、「宿泊」を促す方法としては、1日は街中で、さらにもう1日はオクシズなどの郊外で過ごすなど、「宿泊」を前提とした観光プランを提案することも考えられる。

<リピーター促進のための方策>

○季節ごとのイベントを盛り込んだプランなどは、「また違う季節に来てみよう」という「リピーター」の確保につながる可能性がある。

### ③ 歴史・文化資源の磨き上げにより価値を高める

静岡市には貴重で価値の高い歴史・文化資源が数多くあるが、その価値が気付かれていない、活かされていないことが課題であると考えられる。歴史・文化資源の本来持っている価値に気付いてもらい、その価値を発揮させることが、「資源の磨き上げ」の第一歩となると考えられる。

また、①のアで示したストーリーやテーマ設定によるブランディングなどにより、ネットワークに組み込まれることにより、各資源において他の資源との比較、競争が行われることで、「よりよくしよう」という意識が生まれ、さらなる「資源の磨き上げ」につながると考えられる。

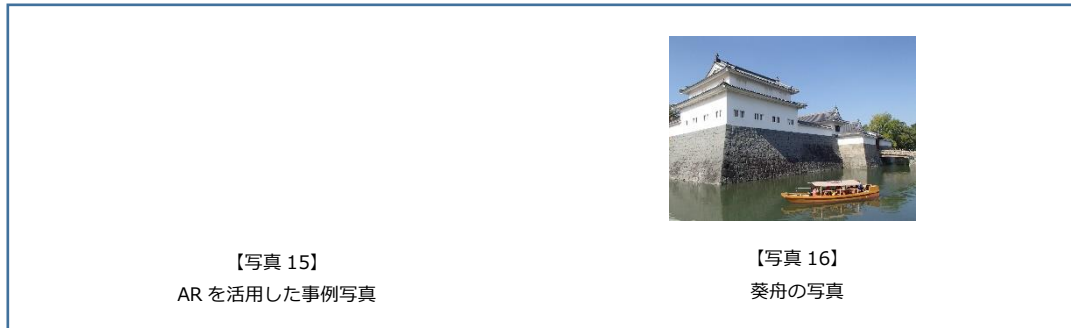
<特別感による磨き上げ>

○先に述べたように、ここでしか体験できない、今しか見られないなどの特別感の演出は有効である。さらに、先ほども述べたが歴史・文化資源に直接触れられる場所や写真スポット、飲食など収益につながる施設を併設すると、集客、収益の面でより効果的である。

<イベント等での活用による磨き上げ>

○歴史・文化資源をイベント等で活用することも資源の周知、収益の向上につながる取組であると考えられる。

○例えば、駿府城のお堀を利用して行っている「葵舟」において、結婚式や記念日等の記念撮影に活用するなど付加価値を高めることにより、その知名度と収益の向上が期待できる。

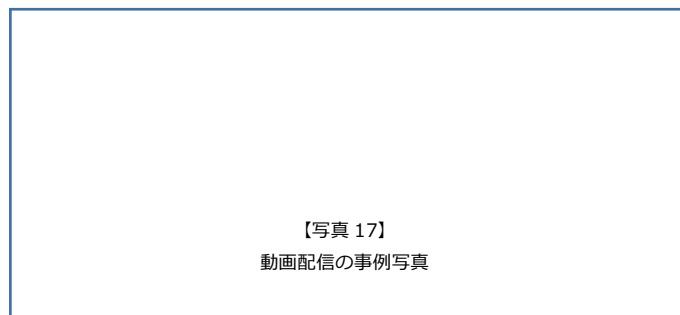


## (2) 誘客・回遊のための情報発信・資源へのアクセス

### ① 市外から人を呼び込むための情報の発信

市外から観光客を呼び込むためには、効果的に情報を発信していくことが重要であるが、情報発信の媒体は数多くあるため、費用対効果を考慮し、媒体を選択する必要があると考えられる。

○その中で、SNSなどによる動画を利用した情報発信は、単発のCMなどと比べ、繰り返し再生されるなど長期的に効果が期待できるとともに費用対効果の高い媒体であると考えられる。また、動画の中身としては、きれいなイメージ動画を作成するより、例えば静岡の茶農家を外国人が訪問して交流するなど、そこでどのような体験、学び、感動が得られるかが伝わる内容の方が「そこに行ってみよう」という動機付けになると考えられる。



○また、情報の発信を効果的に行うには、強い発信力が必要である。観光親善大使やインフルエンサー、メディアなど、発信力のある人をモデルコースに招待し、魅力を発信してもらうことも有効である。その他、若者のネットワークや口コミなども影響力が期待できるため、情報発信にうまく活用できれば効果的であると考えられる。

○また、知名度のあるコンテンツと組み合わせることにより、情報に興味を持ってもらうことも有効である。例えば、静岡市の知名度のあるコンテンツとしては「さくらももこさん」のオリジナルイラストなどがあり、うまく活用出来れば効果的であると考えられる。



【写真 19】  
名刺での活用例



【写真 20】  
フラッグでの活用例

## ② 訪れた観光客へのアクセス情報の発信

### ア 観光マップ

観光客に歴史・文化資源へのアクセス情報を発信する上で、観光案内所などで求められる情報ツールとしては、観光マップが挙げられる。観光マップを作成する上では、外国人や静岡市に初めて来る人にも分かりやすいものとする配慮が必要である。

○例えば、施設や歴史・文化資源のほか、電車やバスの駅や路線、通りなどを記号や数字で表示するとともに、マップと対応した表記が現地に表示されていると、日本語が読めない外国人にも、静岡に初めて来る日本人にも分かりやすいと考えられる。

○その他、例えば、駅から歴史文化施設まで誘導するためには、観光マップ上のルートを色分けするなど、観光客が迷わず目的地に行けるような工夫が必要である。

○現在、歴史・文化資源についての観光マップでは、市の観光・国際交流課、歴史文化課、文化財課などがそれぞれ独自に作成しており、表記等も統一されていない。同じ歴史文化というテーマで、色や表記方法について統一したり、一つに集約することも効果的であると考えられる。

○また、観光マップを市や観光協会が作成すると公平性が求められ、ユーザー目線の内容とすることが難しいという側面がある。その解決策として、例えば観光ボランティアガイドに独自に観光マップを作成してもらったり、観光マップのベースを市が提供して飲食店や観光業者など民間に情報を追加して観光マ



ップを作成してもらえば、観光客が求める情報が掲載でき、興味を引く観光マップとすることができると考えられる。

- 観光マップについては、観光客の目に付く場所に配置することが望ましいため、観光案内所だけでなく、例えば、駅やバスターミナルなどの目立つ場所においてももらえるよう事業者と協議することも必要であると考えられる。

#### イ 現地での案内表示

- 初めて来た観光客でも不自由なく回遊してもらうためには、観光マップでのアクセス情報の発信と併せて、現地での案内表示も重要である。
- その上で、上記アでも触れたとおり、観光マップ上の表記と現地の表記を対応させることで、よりわかりやすくなると考えられる。
- また、現地での案内表示の例として、静岡市が行っている旧東海道の路面標示は、デザイン的にも東海道をイメージできて分かりやすいので、参考になると考えられる。
- 案内表示としては一般的には看板が使われるが、既に様々な看板が設置されており、目立たないため、路面や歩道への表記は差別化ができて効果的である。



【写真 19】  
路面シートによる東海道の案内表示

【写真 20】  
他の路面標示の事例写真

### ③ 歴史・文化資源を回遊するための交通の利便性向上

- 歴史・文化資源への回遊を考える上では、各エリア間の交通と、エリア内での交通を考える必要がある。

#### <タクシーの活用>

- エリア間の交通としては電車や路線バスなどがあるが、静岡市で実証実験を始めている「相乗りタクシー」等の新たなサービスを観光面でも活用することが考えられる。これは、1つのエリア内の交通や、駅から観光施設、そこから他の資源などへの移動にも活用できると考えられる。さらに、駅やバス停の他、「歴史文化施設」などの人が集まる施設周辺にライドシェアが可能なタクシー

の乗り場の設置することも有効である。

<レンタサイクル（※1）・シェアサイクル（※2）>

○エリア内での回遊する手段としては、レンタサイクルやシェアサイクルなどの自転車が適していると考えられる。静岡市では、レンタサイクルについてはすでに実施しており、シェアサイクルについても来年度から静岡駅周辺と草薙駅周辺、清水駅周辺から三保にかけての3つのエリアを先行的に導入していく方針であるとのことだが、それぞれのメリットを活かし、観光客のニーズを踏まえ、普及を進めていくことが有効であると考えられる。

※1 レンタサイクル：貸出、返却を同じ場所で行う自転車

※2 シェアサイクル：複数のサイクルポートのどこでも貸出、返却が可能な自転車

<M a a S（※3）の観光への活用>

○他都市の状況として、今年度、伊豆や新潟市などで観光型M a a Sの実証実験が行われており、全国的に観光型M a a Sの推進の動きが始まっていることから、静岡市としても、今後、M a a Sの観光への活用を視野に検討を行う必要がある。

※3 M a a S：（Mobility as a Service）情報通信技術や先端技術の活用により公共交通の利用を促進するサービス

<駐車場の確保>

○また、東名スマートインターチェンジの新設や中部横断自動車道の開通、清水港大型客船の入港増加による乗客のバス移動を考慮すると、駐車場や観光バスの待機場所の確保が必要である。その方策として、例えば、民間企業などの土日に使用されていない駐車場を、乗用車、観光バスのための駐車場として有効活用することが考えられる。

## IV 最後に

### 1 官民連携による目指す姿の実現

今回の提言の対象となる歴史・文化資源は、公共施設だけでなく民間の施設なども含むため、ネットワークを構築し継続していくためには、行政だけで対応することは難しく、官民それぞれが個々の役割を認識した上で主体的に連携することが求められる。

官民連携のアイデアについては提言の中でも触れており、目指す姿の実現のためには関係者が常に官民連携の意識を持つことが必要であるが、そのためには行政が積極的に様々な主体に働きかけ、コーディネートを行っていく必要がある。

### 2 ニーズの調査

誘客を促進し、消費につなげるためには、常に観光客が何を求めているのか、そのために静岡市の歴史・文化資源をどう活用すればいいかを把握していく必要がある。例えば、現在、静岡市を訪れている観光客や、今後さらに呼び込みたいインバウンド観光客、購買力のある人々などを対象にニーズ調査を行い、取組につなげていく必要がある。

### 3 取組の効果的な実施

今後、令和4年度の「歴史文化施設」のオープンが契機となり、歴史文化に興味のある人、他の市内観光のついでに立ち寄る人等、静岡市への観光客の増加が見込まれる。

本提言の内容には、すぐに着手できるもの、長期的に取り組んでいくものなどがあるが、「歴史文化施設」のオープンのタイミングに合わせて実施するべき取組もあると考えられる。時機を逃さず、最も効果的なタイミングでそれぞれの取組を実施することが求められる。

## 参考資料

- 1 諮問事項説明資料（9 / 10 審議会資料 1 - 1）
  
- 2 主な審議会資料
  - ・歴史文化施設外観イメージ（10 / 18 審議会 資料）
  - ・歴史文化施設展示コンセプト（10 / 18 審議会 資料）
  - ・駿府城公園全体図
  - ・観光案内所の現状資料（12 / 13 審議会 資料）
  - ・夜の観光の取組（12 / 13 審議会 資料）
  - ・ネットワークのイメージ（12 / 13 審議会 資料2） 等
  
- 3 委員からの主な意見（1 / 14 審議会 資料3）
  
- 4 審議会委員名簿
  
- 5 諮問書写し（9 / 10 審議会）