

静岡市の観光と コンベンション振興のために

— 公益財団法人静岡観光コンベンション協会について —

静岡市経済局商工部
観光・シティプロモーション課

静岡市が目指す都市の姿

求心力が強く、世界中から人が集まるまち

交流人口の拡大

- ・人口減少の影響緩和
- ・ひとり一人の澆刺とした活動

地域経済の活性化

- ・雇用の拡大
- ・地域への誇り

達成手段の一つとして...

観光振興とコンベンション誘致

総合計画

「世界に輝く『静岡』の創造」

地域の魅力を活かした観光・交流産業の高度化

└ 戦略的な観光振興による国際競争力のある観光地づくり

[事業] 空港就航都市との連携推進、市内観光路線バスの運行...etc

└ 観光・交流産業の活性化

[事業] 体験型観光の振興、全国大会の誘致...etc

観光戦略

数値目標

観光交流客数

H21年度 2,547万人 ⇒ H31年度 2,800万人

「静岡市」と聞いて良い印象

H22年度 59.2% ⇒ H31年度 63.0%

業界ニーズ

観光コンベンションは幅広い産業に影響

宿泊

飲食

交通
運輸

旅行

レジャー
施設

商店

出版

広告

テレビ
ラジオ

農林
水産

看板
設営

建設
土木

研究
機関

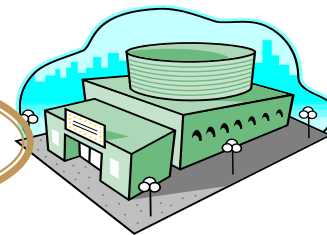
旅行者や 主催者ニーズ

観光コンベンションに行政区域は関係ない



名所、見どころや
美味しいお店は？

会場・周辺宿泊施設
のキャパシティは？



行政だけでは対応できない

市の主な役割

方針の策定

資源の形成
(ハード整備)

包括的な
情報発信
(シティプロモーション)

民間事業の
支援制度
(補助金など)

静岡観光コンベンション協会の強み

行政にできない役割を果たす。

専門性

- ◆観光コンベンション産業界との信頼関係
- ◆膨大なデータの蓄積・業務への精通

継続性

- ◆主催者等との関係構築に基づく交渉
(数年間では成し得ない根気強い誘致活動)
- ◆おもてなし力の蓄積

広域性

- ◆圏域(4市の企業・自治体)の連携
- ◆JNTO等、他の誘致組織との連携
(JNTOは国際会議を日本に誘致する)

関連事業者や
団体等を
コーディネート

効果的な
事業実施

- ・誘致事業
- ・宣伝事業
- ・受入事業 等

求心力が強く、世界中から人が集まるまち

地域経済の活性化

交流人口の拡大

静岡市

観光振興
コンベンション誘致
方針共有・事業連携

静岡観光
コンベンション
協会

相互に支え合う