**第一回島田市観光戦略プラン策定協議会　議事概要**

　令和元年８月２日（金）　14:00～16:00

島田市役所会議棟　大会議室

１．開　会

２．挨　拶

３．委員自己紹介

４．議　事

　(1)会議の設置について

　(2)会長、副会長の選任について

　(3)観光戦略プラン策定概要について

　　・戦略プランの構成、特徴について

　　・デジタルマーケティングの導入について

　　・作業スケジュールについて

　(4)観光戦略プランに関する協議

　　・序章文案について

　　・第一章骨子（基礎調査の概要）について

５．その他

　　・次回以降の会議日程

６．閉　会

**I.概要**

島田市観光戦略プランを策定するにあたり、必要な事項を協議するための島田市観光戦略プラン策定協議会を開催。

**II.出席確認（敬称略。順不同）**

高山靖子、出川恭子、三浦忠司、伊藤和則、谷津基弘、塚本昭、浅井雅広、塚本一成、法月秀登、杉本真美、佐藤洋行、土屋義明、勝岡聖子、村木智裕

（欠席　吉田優太）

産業観光部　谷河部長

事務局（観光課　佐藤課長、鈴木係長、佐藤主事、秋山書記、大畑書記）

策定支援業者　㈱マッキャンエリクソン　小林、斎藤

　　　　　　　㈱ヴァリューズ　竹本

　　　　　　　㈱地域ブランディング研究所　吉田、石川

**III.会長・副会長選出**

　委員の互選により、会長に高山委員、副会長に三浦委員が選出された。

**Ⅳ.議題**

事務局から資料に基づいて、島田市観光戦略プランの策定の目的、スケジュール及び体制等について説明がされた。次に、島田市観光戦略プラン及び島田市の観光への思いについて、出席委員に発表していただいた。主な意見は以下のとおり。

■観光プランの策定について

・マーケティングの考えに基づいて「観光で稼ぐ」ということが、なぜ必要なのかという点についてもう少し丁寧に記載したほうが良い。最近の傾向としては、団体旅行だけでなく個人旅行の需要が増加しており、観光のニーズが多様化される中でマーケティングを踏まえた分析やターゲット選定が必要になったという記載があったほうが良いのではないか。

・観光＝食の観点も踏まえて考えてほしい。現在は、インバウンドを受け入れるためムスリムの人への食事提供も勉強している。

→㈱地域ブランディングからの回答

来週以降(令和元年8月4日以降)、関係各所にヒアリングに伺うことで、観光として打ち出していけるコンテンツを見出し、それらの可能性についても調査を行っていく予定。

・前回、刀剣女子ブーム[[1]](#footnote-1)があったが、そういったコンテンツの中に“ブームの継続性と可能性”があるのではないか。そのため刀剣女子のブームと衰退の原因分析を踏まえ、戦略を立てる際に取り入れてほしい。

・観光プランの策定にあたり“旅行者目線”で考えてほしい。海外では、アプリなどでタクシーを呼ぶようなシステムやレンタサイクルの乗り捨て制度を導入し楽しめる環境が整えられている。そういった観光のし易さも旅行者目線では重要となってくる。

・‎大井川鐵道のトーマス号や蓬莱橋などのコンテンツを利用し、島田市を思い出させるのではなく次に繋げていけるような観光誘致の施策を行っていく必要がある。

（大井川鐵道に乗って終わりではなく、それ以上の情報も知らせていく必要がある。）

■ターゲット選定について

・来訪の可能性の高いユーザーをターゲットとして選定する必要がある。

・実際に学生が富士山静岡空港でインタビュー調査を行ったところ、訪れる観光客は島田市を観光地として捉えていないという現状がわかった。そのため、他の地域との連携をすることで“ついでに行ける観光地”という発想で観光客に島田市に足を運んでもらうことを考えている。

→静岡文化芸術大学で上記の調査結果があるため今度発表の場を設けたい。

・本プランを行うことで観光客数として300万人ほどの来訪を推測している。

（昨年度の観光客数は調査結果によると237万人であった。三年に1度開催される島田大祭があると約40万人増える見込みとなっている。→この数値に対し、1割強を増やして300万人ほど呼んでいきたい。正確にデータとして挙がってきていないので、あくまで推測である。）

・以前、バスの団体客を対象に茶摘体験を受け入れた。また、個人での茶摘体験の人を募集した際にも多くの参加があった。団体客と個人客の受け入れは同じように労力がかかったものの、結果非常に満足していただけた。こういった経験から「行った時にどのような対応をしてくれるのか？」など観光者目線で意識し、着地型観光をしてもらうことを考えると良いと考える。

・誰のための観光客誘致なのか、その結果どうなるのか？を想定することが重要。川越のようになることを防ぐ必要がある。観光客が近隣住民に迷惑に思われているような状況は避けたい。そのため地域一丸となってどういう人に来てもらいたいのかということをきちんと考えて誘致することが重要である。

→数は少なくても、お金を落としてくれる人を求めていく。ユーザーの選定。

■観光に関するその他

・島田に住んでいる外国人をバスに乗せて、観光地を巡る。条件としてはSNSにあげ、インフルエンサーとして情報発信してもらうこと。その国の人たちにダイレクトに訴求することが可能なため、宣伝効果が高いと考える。こういった手段も活用してプランに入れてほしい。

・さくらめしに力を入れている。これをもっと広めていきたい。

→検索した時にSEO対策されていないと機会損失が発生する。

・町にはいろんな看板があるが、これらのネーミングを変えた方が良い。もしくはタクシーなど黄色にすることでインパクトをもたせ、インバウンドに生かす。

以上

1. 名刀を擬人化したオンラインゲーム「刀剣乱舞」をきっかけに、約３年前に火が付いた刀剣ブーム。 [↑](#footnote-ref-1)