

政策提言

やいづのポテンシャルを 最大限に生かす、攻めの観光政策

令和 6 年 10 月

焼津市議会建設経済常任委員会

委員長	川島 要
副委員長	秋山博子
委員	池谷和正
	内田修司
	岡田光正
	奥川清孝
	藤岡雅哉

■はじめに

日本の観光業界は、2019 年まで順調に成長しており、特に「ビジットジャパ
ン事業」を軸に訪日外国人旅行者数が増加の一途をたどり、2019 年には過去最
高の 3,188 万人を記録、2020 年の東京オリンピック・パラリンピック開催に向
け、大都市や観光地には宿泊施設が次々とオープンするなど、インバウンド需要
に大きな期待が寄せられていました。

しかしながら、新型コロナウイルス感染症の世界的な感染拡大により、世界中
の人々が旅行を控えることとなり、2020 年の訪日外国人旅行者数は前年比マイ
ナス 87.1%の 412 万人にまで減少、国内においても、移動の自粛要請などにより
国内宿泊旅行者数は 1 億 6,070 万人、前年比マイナス 48.4%と大きく減少し、
加えて、テーマパークなどのレジャー施設も休業を余儀なくされるなど、コロナ
禍の観光業界における損失は極めて深刻なものとなり、関係者は多大なる影響
を受けました。

そんな中でも、国内旅行を対象とした「GoTo トラベル事業」や「全国旅行支
援」などの支援策により一時的に旅行需要は回復し、2023 年 5 月には新型コロ
ナウイルスの感染症法上の位置づけが変更されたことで、国内旅行での移動制
限が撤廃、2024 年は円高による影響からインバウンドが急激に増加しているほ
か、さらに 2025 年には大阪万博が控えており、観光業界ではさらなる需要増が
期待されます。

このような社会の変化を受け、市では令和 6 年 8 月に新たな観光戦略が策定
されたところでありますが、焼津市議会建設経済常任委員会においても、「観光
振興」をテーマに令和 5 年度から先進事例などの調査・研究や協議を重ねてまい
りましたので、市内のさらなる観光資源の有効活用や、観光振興を促すべく、こ
こに政策提言いたします。

令和 6 年 10 月 21 日

建設経済常任委員会
委員長 川島 要

■目次

1. 焼津市の観光における現状と課題	1
2. 課題解決のための提言	
提言 1 観光振興を発展させるために、観光地域づくり法人 (DMO) を新たに組織する	5
提言 2 新港エリアの広大な空間を活用し、焼津の魅力を満喫で きる新たな複合拠点を開発	6
提言 3 五感すべてで「やいづ」を堪能できる 「さかなのまち焼津」の新たなシンボルを創出	7
提言 4 場のチカラを生かしたシビックプライドの源泉、 「市民広場」を整備	7
提言 5 ふるさと納税と観光振興のコラボレーションを進める	8
提言 6 誰も拒まない観光都市～ユニバーサルツーリズム～推進	9
提言 7 持続可能な発展と地域経済の成長に向けた市民参加型の DX・PR・インバウンド対応	9

1. 焼津市の観光における現状と課題

■推進体制

観光振興を目的として、市は焼津市観光戦略を新たに作成した。その中で推進体制として、市を含め観光協会、DMO（するが企画観光局）、観光関連事業者などを挙げているが、中心となって観光振興を推進する実行主体が弱い。主体性を持って、観光振興をドライブしていく組織が必要である。

■焼津さかなセンター

施設の老朽化に伴うイメージの低下・周辺道路の渋滞が課題であり、リニューアルを望む声が多い。「焼津さかなセンター」は県外における知名度も高く、中部横断自動車道開通により、従来からのメインターゲットである首都圏・中京圏に加え、山梨・長野も今後拡大の可能性が高い。



また、好調なふるさと納税によりメディアへの露出が増えたことから、相乗効果も期待でき、焼津の水産振興、観光振興に十分寄与できる。

メインの客層が団体客から個人客へ変化してきており、プロモーションに対する課題がある。

※同施設の運営は株式会社焼津水産振興センターが実施している。

■新港エリアの再構築

市民アンケートによると、市内の方にも認知度が低いことが分かる。既存施設の有効利用、広大な敷地を活かし、公園やスポーツ施設等、大型開発を望む声が多い。関係機関との意見交換によれば、港湾地区の土地活用に対する制限が法改正により緩和され、水産物の消費拡大や交流促進事業が計画的に実施できる可能性がある。

■焼津内港エリアの整備

市民アンケートによると市民の方も行ったことが無いなど、知名度が課題。漁具倉庫をリノベーションした「YAIZU PORTERS」にも期待がかかるが、何の施設なのか、駐車場が分かりにくいなどネガティブな意見も多い。

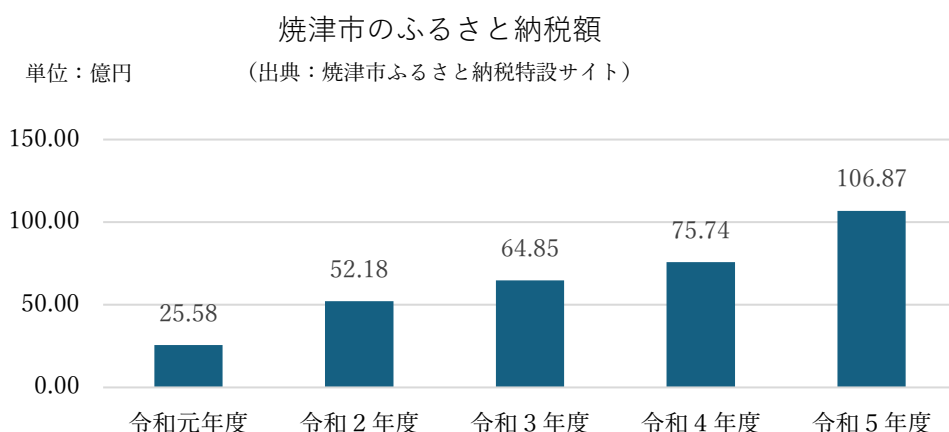
焼津らしい食や文化、体験を発信できる周辺地域を含めた整備を求める声が多い。関係機関との意見交換では観光におけるありかたも変化しており、体験型など、記憶に残る観光コンテンツの開発が必要である。

■ふるさと納税とのコラボレーション

焼津市はふるさと納税で全国自治体の中でもトップ10クラスの納税額であるが、ふるさと納税という焼津市が持つバリューが観光振興に活用されていない。

現状ではふるさと納税をしてくれた方が焼津市に観光できてくれたかというデータを取れていない。個人情報であるために、利用者側の積極的なデータ提供がなければわからない。

ふるさと納税してくれた方への観光面でのアプローチは課題であり、逆に言えば観光で来てくれた方々にふるさと納税の対象先として、焼津市をアピールする取り組みは必要である。



■ユニバーサルツーリズムの開拓

国籍や障がいなどの特性に関わらず誰もが利用しやすく参加しやすいユニバーサルデザインのまちづくりは観光政策でも重要なキーワードになっており、焼津市でもハード整備・ソフト対応が少しずつ進捗してはいるが、資金面や建築上の制約などから手付かずの施設も少なくない。

これらがハードルになって焼津市への観光を諦めている人たちを新たなターゲットとして取り込んでいくための整備は今後の大きな課題である。



■観光 DX・PR・インバウンドの対応

観光振興のための DX（デジタルトランスフォーメーション）、PR（広報活動）、インバウンドに対する具体的施策は、地域の魅力を最大限に引き出し、観光業を促進するために役立つものである。それぞれ現状の取り組みと課題は以下のとおり。

①デジタル観光ポータル構築と宣伝について



観光ポータルサイト
(焼津市観光協会)

「観光 DX」とは、業務のデジタル化により効率化を図るだけではなく、デジタル化によって収集されるデータの分析・利活用により、ビジネス戦略の再検討や、新たなビジネスモデルの創出といった変革を行うものと位置付けられる。

焼津市において、地域の観光スポット、イベント、特産品などを包括的にまとめたデジタル観光ポータルを作成しつつあり、実施も徐々にされている。

焼津市を観光地として捉えた場合の課題の解決に向けて、地域や関係事業者と連携を図りつつ早急に現状の分析が可能になるような DX に取り組んでいくことが大切である。

DX 対応については、旅行者の利便性向上・周遊促進、観光産業の生産性向上、観光地経営の高度化、観光デジタル人材の育成・活用の観点を踏まえ、地域の実情に応じて推進していくことが重要だと思われる。

②バーチャルツアーの提供について

メタバース内で実際に焼津市にいるかのような体験ができる「360 度映像」を楽しむことができるバーチャルマーケットを 2024 年 7 月 20 日（日曜日）から 8 月 4 日（日曜日）に実施している。

難しい操作なく、簡単に楽しめる映像コンテンツを作成することで、メタバース参加へのハードルを下げ、全世界のユーザーに焼津の魅力を伝える形になれば良いが現状特産品の紹介が主であり、内容的にさらなる工夫が必要と思われる。

③ SNS を活用した広報戦略について

インスタグラム、Facebook、Twitter などの SNS を積極的に活用し、美しい写真やエピソードを通じて地域の魅力を発信することができる。

現在では、ハッシュタグを活用した観光客との対話、インフルエンサー（地域の魅力を広める影響力のある SNS ユーザー）との協力、エンゲージメントを高めるための活用（例：ユーザーが自分の体験を共有するコンテスト）等、今後に期待したい未開拓の活用方法が多々ある。

④ 地元企業と連携したキャンペーンについて

地元の企業と協力した、観光振興のための特別なキャンペーンの展開は未だ手付かずである。地元のホテルやレストランと共同で特別プランを提供するために規模に応じた温泉活用に関する企業の意見を大いに取り入れていく事が必要である。

地域の特産品やサービスを提供する企業と連携し、観光客に特典や割引を提供するなど積極的な展開が求められている。

⑤ データ分析に基づくマーケティング戦略について

顧客・行動データが集約されていないため、データを活用した戦略的なマーケティングが行なえていない。観光客の行動パターンを分析し、ターゲットを絞ったマーケティングを展開する必要がある。観光客からのフィードバックを収集し、サービス改善に役立てられるはずである。

オンラインプレゼンスや広告戦略を最適化し、効果的なマーケティングを行なう必要がある。

⑥ 多言語対応の情報提供について

焼津市の観光案内情報提供を多言語で行なう必要が大いにある。パンフレットや案内板、ウェブサイトなどが観光客に理解しやすい形式で提供されるようにする必要がある。

また、いざというとき、訪日外国人向けに災害時情報を提供するツール（アプリ）も焼津市では既に取り入れられているので、言葉を使わなくても観光・防災両面で使用できるコミュニケーションツールの開発が必要だと考察する。



2. 課題解決のための提言

提言 1

観光振興を発展させるために、観光地域 づくり法人（DMO）を新たに組織する

DMO を作ることで、焼津市全体の観光振興の旗振り役として責任を持って進めることができる。DMO には観光庁から情報支援、人材支援、財政支援が受けられる。また、観光を起点とした持続可能な地域づくりを目指すことができる。

DMO を作る手法としては、まったく新たな団体として作ることもできるが、既存の法人に観光地域づくり法人としての機能を追加することもできる。

焼津市でいえば、焼津市観光協会や焼津市水産振興会が考えられる。いずれの場合でも、DMO が DMO として機能するためには、以下のことを考慮する必要がある。

組織としてのリーダーシップ

役員や職員を補強して、観光振興に向けた戦略的な意思決定を行なえる組織づくりを行う。

専門知識の強化

観光業界やマーケティング、PR などの専門知識を持つ人材を配置する。

自主財源の開拓

財政基盤を確立するため、自主財源の確保が必要であることから、収益事業やスポンサーシップ、寄付などを検討する。

連携強化

地域 DMO「するが企画観光局」や、ほかの観光関連組織、地域の関係者との連携を強化し、観光地域づくりを進める。

提言 2

新港エリアの広大な空間を活用し、焼津の魅力を満喫できる新たな複合拠点を開発

市民の期待や関係法令の改正を踏まえた具体的な提案事項は以下のとおり。

- (1) 「五感すべてで『やいづ』を堪能できる」のような統一したコンセプトで開発し、自然・港・さかなを誰もが思い切り楽しめる施設とする。
- (2) 焼津観光のかなめである「焼津さかなセンター」機能を中心施設として新たな焼津のシンボルとする。 ※詳細は提言 3 にて説明
- (3) 既存施設の活用と空間を生かした新たな開発（以下開発案）
 - ✓「アクアス YAIZU」は海洋深層水プールの観光客への開放や焼津温泉への転用などリニューアルを検討する。
 - ✓「うみえーる」は「さかなセンター」と機能が重複するため統合を検討する。
 - ✓「ふいしゅーな」での「釣り」を更に魅力的な誘客コンテンツへと育てる。
 - ✓市有地には「海業」の「渚泊」の実証を踏まえ「大型キャンプ場」を開設する。
 - ✓キャンプ場一画にはグランピング施設もあり、テント泊の苦手な層を取り込む。※モンゴルとの提携により「ゲル」を活用する案も。
 - ✓キャンプ場に隣接した「釣り」「温泉」「水場」「食材調達」「BBQ 設備」を整える。
 - ✓キャンプ場の隣にはファミリーがゆったり過ごせる「公園」と「ドッグラン」を整備する、
 - ✓周辺にある「ビーチバレーコート」「ストリートスポーツ広場」を整備し誘客を拡大する。
 - ✓各施設への集客キャパシティに耐える大型駐車場を整備する。

なお、新港エリアの開発および経営・資金面については、民間活力の活用を検討することとされたい。

提言 3

五感すべてで「やいづ」を堪能できる 「さかなのまち焼津」の新たなシンボルを創出

新たに開発する新港エリアの中心施設とすることで、焼津さかなセンターの理念「焼津水産業への寄与」をそのまま継承し、さらに生かすことができる。期待できる効果は以下のとおりである。

- (1) 既存テナントが事業を継続することができ、現在抱えている駐車場問題や交通渋滞が解消する。
- (2) 「焼津らしさ」「港直結」という魅力をいっそう強調することができる。
- (3) 体験コーナーやアミューズメント化など今後の構想の自由度が高まる。
- (4) 「焼津海道 港・まち磨き構想」「焼津漁港マスタープラン」「海業」構想に合致し、官民連携して推進することができる。

提言 4

場のチカラを生かしたシビックプライドの 源泉、「市民広場」を整備

内港1号～3号・5号～8号バースを市民広場として整備する。1954年に築港された内港が水産業に果たした役割は計り知れず、今は解体された独特のかまぼこ屋根を擁したかつての景観は、市民に愛された原風景の一つであった。

内港エリアは焼津市の歴史を記憶する稀有な場であり、シビックプライドの源泉である。

そこで、市民が育てるボトムアップ型の市民広場として整備し、文化的なコンテンツを充実させていくことで、世界に通用する観光資源へと繋げていくことを提案する。具体的な提案事項は以下のとおり。

- (1) 水産の歴史を彷彿させる「かまぼこ屋根」の景観をバーチャルで楽しんでもいただくなど、新港エリアとの差別化を明確にしたコンテンツを開発する。(内港建屋の保存活用署名約1万筆のうち半数は市外からであった)

(2) 市民参画のまちづくりの手法を用い無作為抽出のワーキンググループで熟議検討し、プレゼンテーションのシンポジウムを開催する。

(例) 広場を中心に他の観光コンテンツを星座（コンステレーション）のようにつなげる「ななとこ（7カ所）めぐり」プラン、野外上映会、海上ステージ、ライブ、ダンス、オリーブの苗を市民に頒布（空き地を八雲の庭に）、シンポジウム、スポーツ広場、七輪広場、夕涼みウォーキング、語り部会、屋外アートギャラリー、水産関連のプロに学ぶワークショップ（鰹のおろし方・マグロの食べ比べ・黒ハンペン作り・・・）、など。

(3) 周辺の空き地や再開発については、静岡県漁港管理事務所や焼津漁協との十分な連携と協力のもと、新港エリアとの差別化を明確にして検討されたい（解体予定の魚市場会館、漁業資料館、旧富士冷蔵跡地、etc...）

(4) 内港エリア開発の資金・管理運営については、国県・市の各事業者と市民 NPO 連携を目指し、財源は国の補助金とふるさと寄附金基金を活用するとともに、管理運営は市民ワーキンググループから NPO を育て、焼津市文化振興財団・焼津市観光協会など既存事業者と連携した「市民の広場委員会（市民パネル）」を設置し管理運営の手法を探ること。

提言 5

ふるさと納税と観光振興のコラボレーションを進める

国内におけるふるさと納税での焼津市の知名度を利活用し、納税された方々に観光で焼津市にきてもらう。また、観光で焼津市に来ていただいた方々にふるさと納税してもらうといったコラボレーションをさらに進める。

ふるさと納税をしてくれた方への返礼品に観光で利用できるデジタルクーポンを送り、実際に観光してくれる客を獲得する。また、体験型プログラムを開発し、それをふるさと納税に組み入れて直接連携させる。

ふるさと納税と観光イベントの連携を行い、ふるさと納税利用者限定のフェアや観光スポットの体験ツアーを実施する。

提言 6

誰も拒まない観光都市～ユニバーサルツーリズム～推進

年齢・国籍・障がいなどの特性によって焼津への観光をあきらめることのないように体制を整えていきたい。そのためにはハード整備はもちろんであるが、焼津の魅力を知る焼津市民当事者にこそ、ツアープラン作成やコーディネートに参画していただくことが肝要である。そのための人的ネットワークを構築する提案は以下のとおりである。

- (1) 外国にルーツを持つ焼津市民を母国への観光大使として、誘客に有効なツアープランの作成やPRに参画していただく。
- (2) 高齢者や障がい者の当事者を全国の関連団体への観光大使として、快適なツアープランの作成や情報発信に参画していただく。

提言 7

持続可能な発展と地域経済の成長に向けた市民参加型のDX・PR・インバウンド対応

観光振興におけるデジタルトランスフォーメーションは、持続可能な発展と地域経済の成長に寄与するものである。観光客にとって魅力的な体験を提供し、地域の観光業を活性化させることが期待できるだけでなく、地域の文化や特色を世界に広めるための重要なステップとなる。

市や観光協会だけでなく、地域の関係事業者や支援機関、DMO等が地域一体となってビジョン実現に向けた取組を推進し、市民の観光産業への意識醸成のため、市民参加型の事業展開（例：焼津土産の開発等）や観光動向の共有などを横断的に実施されたく、具体的な提案は以下のとおりである。

- (1) ポータルには観光スポットだけでなく、地元の飲食店、宿泊施設、アクティビティ、交通情報なども掲載する。
- (2) インタラクティブなマップを導入して、観光客が効率的に移動できるようにする。
- (3) ウェブサイトやアプリを通じて、観光客が簡単に情報を取得できるようにし、予約やチケット購入が容易な環境を提供できるものを制作する。
- (4) SEO対策として、検索エンジン最適化を行い、検索結果で上位に表示されるよう努力されたい。

- (5) SNS の戦略的活用のためインフルエンサーと連携して、地域の魅力を広めるキャンペーンを展開する。
- (6) 地元のアートや工芸品を展示・販売するイベントを企画し、観光客に地域の魅力を伝える。
- (7) バーチャルツアー等に関してインタラクティブ要素：ユーザーが自由に探索できるインタラクティブなバーチャルツアーを作成する。
- (8) 観光スポットだけでなく、地元の文化や歴史的な場所もバーチャルツアーで体験できるようにしたい。オンラインで観光体験ができることで、事前に興味を引き、実際の訪問促進につながる。



バーチャル（メタバース）上で実施したふるさと納税PRイベントの様子

■終わりに

昨年2023年3月に、国土交通省が「観光立国推進基本計画」の第4次計画を策定し、コロナ禍からの経済再生の要として「観光産業の成長戦略」を立てています。

この成長戦略では、「持続可能な観光」、「消費額の拡大」及び「地方誘客の促進」の3つのキーワードを柱に、コロナ禍以前の復活でなく、これまで以上に質の向上を重視した、新たな観光への転換を全国的に推進しています。

自然や文化の保全と観光が共存している焼津市においても、それぞれの観光地・観光産業がさらに付加価値を上げていくことで、収益力をより高めていく可能性を秘めています。

観光振興が経済成長への裨益となり、シビックプライドの醸成を通じて地域社会に好循環を生み出す仕組みづくりが重要であるとともに、近年では、新たなデジタル技術の活用によって国内はもとより世界を視野に入れた情報発信力の強化、メタバース等の仮想空間における観光PRや疑似体験ツアーなど、新たな客層、世代を誘客できる時代であり、これからの観光振興には計り知れない可能性を感じています。

そのような思いから、本市の観光振興の一助となることを期待し、建設経済常任委員会の全委員による調査・研究の結果を「政策提言」としてまとめましたので、市当局におかれましても、ぜひとも前向きな検討をお願いします。

建設経済常任委員会

(委員長) 川島 要

(副委員長) 秋山博子

(委員) 池谷和正

内田修司

岡田光正

奥川清孝

藤岡雅哉

■政策提言に関する活動経過

回	開催日	活動内容
1	令和5年 3月 15日	テーマの提出について
2	4月 21日	テーマの提出について
3	5月 22・23日	行政視察（埼玉県川越市・新座市）
4	6月 20日	テーマの選定について
5	7月 21日	テーマの決定について
6	8月 21日	テーマの決定について
7	9月 22日	当局との意見交換（焼津温泉について）
8	10月10~12日	行政視察（広島県東広島市・山口県下関市・兵庫県豊岡市）
9	12月 7日	提言書作成のスケジュールについて
10	12月 21日	当局との意見交換（観光振興について）
11	令和6年 1月 19日	班の編成
12	2月 22日	政策提言書のとりまとめ方針について
13	4月 2日	市民アンケートの実施について
14	5月 15~17日	行政視察（北海道札幌市・夕張市・旭川市）
15	5月 21日	当局との意見交換（海業、観光戦略について）
16	6月 20日	各班からの進捗状況報告
17	7月 19日	各班からの素案報告・意見交換
18	8月 21日	提言書の取りまとめについて
19	9月 20日	提言書の校正
20	10月 3日	提言書の校正
21	10月 21日	議員全員協議会で全議員へ報告

