

静岡県大型観光キャンペーンの推進

アナ： 「市長が語る 2020 三島」第2回の今日は、「静岡デスティネーションキャンペーン」についてお話を伺います。豊岡市長、よろしくお願いいたします。

市長： よろしくお願いいたします。

アナ： デスティネーションとは目的地という意味ですが、「静岡デスティネーションキャンペーン」はどのようなキャンペーンですか。

市長： 静岡県が旅行の目的地となるように、地元自治体と JR グループ6社及び旅行会社が協力して、広告宣伝やプロモーションを集中的に実施することで、全国から観光客を呼び込む国内最大級の観光キャンペーンのことです。

3カ年で実施してきたデスティネーションキャンペーンも今年4月～6月のアフターキャンペーンで締めくくりとなりますが、新型コロナウイルスの影響により観光客の減少を心配しているところです。

アナ： 3カ年で、それぞれどのような取り組みをしてきたのですか。

市長： 1年目のプレキャンペーンでは、旅行会社向けの商談会などとおして、地域の魅力的な観光素材を全国に売り込みました。

2年目のキャンペーン本番では、静岡のツアー商品が日本中で販売され、改元にもなう10連休の影響もあり、多くのお客様にお越しいただきました。

締めくくりとなる3年目の今年は、アフターキャンペーンとして「食、風景、歴史文化」の切り口から静岡県の旅を提案しています。

また、3カ年を通じて地域の観光プランの新規作成や磨き上げも行ってきました。

アナ： デスティネーションキャンペーンをきっかけに生まれた観光プランはどのようなものがありますか。

市長： はい。例えば、「三嶋大社、熱海の伊豆山神社、箱根神社」を巡る源頼朝ゆかりの三社詣（さんじゃもうで）や「楽寿園、沼津御用邸記念公園、御殿場の秩父宮記念公園、恩賜箱根公園」の皇室ゆかりの庭園ツーリズムなどがあげられます。市町を超えた連携が始まり、旅行商品として売り出されています。

アナ： 「歴史文化のまち・三島」ならではの企画ですね。今後も三島の魅力を存分に体験できるような観光プランが増えると嬉しいです。

さて、デスティネーションキャンペーンにおいて、伊豆エリアは伊豆半島13市町で組織される「美しい伊豆創造センター」が中心になっていると伺いました。

市長： はい。観光客に魅力的な素材を提供したり、効果的なPRをしたりするには、市町単位ではなくエリアとして取り組む必要があります。そのため、市町の垣根を超えた発想・活動が可能な「美しい伊豆創造センター」が中心となって取り組んでいます。この「美しい伊豆創造センター」では現在、新型コロナウイルスへの対応について伊豆半島全体で取り組むためにプロジェクトチームを結成し対応策を

検討しているところです。

アナ： 確かに旅行に行くとき市町はあまり意識しませんね。三島に観光で来訪される方は、「三島旅行」としてではなく「伊豆箱根旅行」の行程の一部で三島を選んでいただいたと考えた方が自然ですね。

美しい伊豆創造センターには新型コロナウイルスへの対応について万全な対策を取っていただき、引き続き「伊豆の観光振興」を先導していただくことを期待しています。

さて、デスティネーションキャンペーン以外にも近年「観光」という言葉をニュースなどで耳にする機会が増えました。なぜ「観光」に力を入れるのですか。

市長： 「観光」が重要だと位置づけられているのは、外から人が来ることで地域に活力がもたらされ、経済効果につながるからです。外から人が来ることで、その土地の人も元気になります。

デスティネーションキャンペーンでも、三島らしい観光素材を見つめ直したり、磨き上げたりしました。住んでいる上で当たり前になってしまっている魅力に気が付くことができるのも、外からの視線を意識する「観光」の視点ならではの思ひます。

アナ： 最後になりました。リスナーへメッセージをお願いします。

市長： 観光の満足度を上げるためには「感動体験」が不可欠です。そして、「感動」を生むためには、住む人がまちを誇りに思うことが必要です。

「住んでよし」「訪れてよし」のまちづくりのために、皆さんお一人お一人のご理解・ご協力をお願いします。

結びになりますが、新型コロナウイルスの影響で、伊豆の観光はかなり影響を受けています。終息した際には、ぜひ伊豆の観光を盛り上げていただきたいと強く思ひます。

アナ： 伊豆の玄関口三島市民として、伊豆の観光を楽しむのも大切なのですね。豊岡市長本日はありがとうございました。

市長： ありがとうございました。