

## 沼津市総合計画審議会 第2回産業・観光部会 会議の概要

日時：令和2年9月9日(水) 10:00～11:40

場所：沼津市民文化センター 第3練習室

資料：次第、資料3

### 1 開会

### 2 沼津市総合計画基本計画（案）について

事務局より、第3章まちづくりの柱4地域の宝を活かすまちについて説明。

#### ●資料や説明に対する委員からの意見は以下のとおり。

##### ①沼津の魅力の発信

- ・県内・近県の～という表記で、マイクロツーリズムの視点を加えた方が良い。
- ・沼津のフィルムコミッションは、活動が長く実績もあるので、改めてバックアップを意識してもらいたい。
- ・ふるさと納税は、農商工連携を意識して進めてもらいたい。
- ・スポーツについて、サイクリングも表記した方が良い。
- ・シティプロモーションの推進において、沼津出身者やインフルエンサー等を活用する～は、良い取り組みで進めてもらいたい。ネットとリアル（イベントなど）を上手くつなげてもらいたい。
- ・フィルムコミッションでは、制作側との調整など、人が重要である。
- ・～のまちなど、沼津の顔となる観光のテーマや構想があると良い。
- ・JAでもお茶やみかんなど、ラブライブとコラボした商品は好評であり、ファンとの関わりをつなげていきたい。

##### ②地域資源の創造と磨きあげ

- ・インナープロモーションは、地域経済の循環につながる。
- ・インナープロモーションでは、行政だけでなく、市民から市民への発信がより浸透する。沼津に暮らして良かったをキーワードに、市民があたりまえと思っている良さを分かりやすく別の視点でどう共感を高めていくかが、重要である。
- ・イベントやMICEは、市民に周知されておらず、大規模な学会の開催も市民にとっては有益な情報でインナープロモーション（誇り）に通じる。
- ・市民が安心して歩けるまちでなければ、観光客は歩かない。
- ・新たな地域資源にアニメや映画などコンテンツを盛り込んでも良い。
- ・アニメや映画、歴史、文化などの実績や背景を紹介する施設など、沼津との関わりを一過性のものとせずに残してもらいたい。
- ・沼津には洋食文化があり、バー文化という文言があるが、食文化でも良い。
- ・インナープロモーションは、シティプロモーションにつながる。内浦西浦地区の魅力子どもたちが発信するフリーペーパー作りに注目している。子どもたちが、大人になってか

らも活動に関わったり、インフルエンサーとして発信するなどの効果が見込めるため、長期的にこうした活動の支援や参加者とのつながりを持っていくことが重要である。

- ・マニアックな沼津好きによる旅行商品の造成など、尖った戦略がインナープロモーションでは効果的である。団体単位ではなく、地域で活動に取り組む専門家まで落とし込んだうえで、子どもとのつながりを作ると、より共感力を高められる。
- ・未来を創る子どもたちが、ふるさとでどのような感情を持って暮らすのか、教育現場との連携は重要である。
- ・教育現場と地域とをつなげるプラットフォームを構築することで、学校現場も取り組みやすい。地域の協力が欠かせない。

### ③沼津ならではの観光の提供

- ・マイクロツーリズムなど、新しい観光を作り出していくことが必要である。
- ・にぎわいの創出は、市民が作らなければならず、先ず市民にイベントを周知することが大切である。沼津の人が沼津のまちを歩き、その場所だけでなく、そこから他の場所へ人の流れを作る仕掛けをイベントで作れると良い。
- ・スポーツ、歴史・文化、産業、地域資源等を活用したツーリズムの推進について、盛沢山だが、優先順位や役割分担のもと、楽しいお出かけとして市民の行動に結びつける仕掛けにすると良い。
- ・MICE の実施において、市民が歓迎する機会を作ると良い。ヨーロッパでは、まちのフェスティバルの際に街中に旗がはためき、市民もイベントを楽しんでいる。市民が MICE の内容や参加者を知ることにより、安心感にもつながる。
- ・SDGs を志として活用して、若い人の共感や商店街・企業の理解を得ると良い。沼津で遊ぶことが環境保全につながると訴求力もある。
- ・イベントの開催をただ周知するだけでなく、どんな楽しみ方が体験できるかまで掘り下げたプロモーションが重要である。先ずは市民が沼津の魅力を満喫して発信することにより、外からの誘客につながると良い。

### ④インバウンド施策の推進

- ・インバウンドが元に戻るまで3、4年かかるという説がある一方で、解禁の時期は分からないが、解禁してからすごい勢いで復活すると予想されている。いかに準備しておくかが課題である。沼津はどんなインバウンドを求めているか、整理する必要がある。外国人はどの国なのか、ターゲットが不明確である。
  - ・コロナの影響を受けて、インバウンドは不透明な状況であり、受入側の準備も整っていない中、大きな見出しのまま出して良いか心配である。
- ⇒基本構想の中で柱4の項目として謳っており、議決を得ているため、このまま掲載する。現在は大変な状況であると認識しているが、復活に備えた対応や準備を記載する必要がある。具体的な施策は、観光振興ビジョンで示し、時期を見てスタートすることになると考えている。
- ・対象を絞るに当たり、国だけでなく、ゴルフなど目的を意識した方がよい。沼津は体験型

観光が弱く、新たに作る必要がある。

- ・少人数で2泊したら楽しいまち、などコンセプトを作ると良い。
- ・インバウンド対応として、キャッシュレスの推進も検討してもらいたい。

#### ⑤移住・定住の推進

- ・タクシー案内は面白い取組なので記載した方が良い。
- ・リモートワーク、長期滞在、季節移住、里親（ラブライバーと商店街の関係）、お試しシェアオフィスというキーワードを追記すると良い。
- ・個人の移住だけでなく、企業と連携した移住も追記すると良い。
- ・コロナでリモートワークが進み、拠点を地方に移す動きがある。上手くプロモーションをかけるとともに、ぬましんコンパスなど既存の拠点と連携を進めると良い。沼津出身者が転職せずに帰ってきて、地元企業との交流が深まると相乗効果が生まれる。
- ・リモートワークや移住に欠かせない高速通信網の活用を記載すると良い。

### 3 その他

次回会議日程の確認

### 4 閉会