

藤枝市観光交流基本計画

「来訪者・事業者・住民」にとって快適な
「三方よし」の観光まちづくりの実現

令和8年 – 令和12年



藤枝市
Fujieda City

目 次

第1章 はじめに	
計画策定の趣旨	3
計画の位置づけ	4
計画の期間	4
SDGsとの連動	5
第2章 観光を取り巻く最近の動向	
第1節 国の観光動向	6
国の観光戦略	6
訪日旅行客の動向と特性	6
国内旅行客の動向と特性	9
第2節 県の観光動向	12
県の観光戦略	12
県内旅行客の動向と特性	12
第3節 本市観光の現状と課題	15
本市が有する地域資源	15
本市における観光の現状	17
1 本市における外国人旅行客の動向	19
2 本市の特色あるスポーツ合宿等の誘致	21
3 本市のスポーツツーリズムプロジェクト	23
本市の観光が直面する課題	24
1 観光消費額向上のための課題	24
2 スポーツツーリズムにおける課題	24
3 デジタル化と事業者連携の強化	25
4 2024年度問題と深刻化する二次交通における課題の顕在化	25
第3章 藤枝市観光交流基本計画の振り返り	
藤枝市観光交流基本計画（現行計画）の評価と課題	27
第4章 基本方針と基本施策	
第1節 施策展開の視点	28
第2節 基本理念	29
第3節 基本方針・施策	30

第1章 はじめに

計画策定の趣旨

近年、人口減少・少子高齢化やグローバル化の進展、ICTの急速な普及によって、社会構造と人々の価値観は大きく変化しています。こうした環境下で、地域の持続的な発展と活力ある社会の実現に向け、観光が果たす役割は一層重要になっており、この変化に的確に応えることが求められています。

令和2年以降の新型コロナウイルス感染症（以下「コロナ」という。）は観光需要を大きく減退させ、観光産業に深刻な影響を与えました。一方で、コロナ禍を契機として、少人数・分散型の旅行、体験・学び・ウェルネス志向、デジタルを活用した情報収集・予約・決済など、旅行ニーズと観光動態は多様化しています。こうした変化を踏まえ、誘客とともに周遊・消費・再訪へとつなげる施策を、戦略的かつ計画的に展開する必要があります。

本市には、藤や桜、紅葉、コスモスなど四季の花々、びく石（石谷山）、瀬戸川・朝比奈川の清流に代表される豊かな自然資源、「藤枝大祭り」や「朝比奈大龍勢」をはじめとする伝統文化や旧東海道と日本遺産の歴史、地酒・茶業・花火等の地場産業、100年の歴史を有するサッカー文化など、多彩な強みがあります。

一方で、「藤枝市にはどのような観光資源があるのか」という認知が十分ではなく、また魅力が点在して伝わりにくいという課題があります。

本計画は、国・県の方針と整合を図りつつ、本市の現状・特徴・課題を踏まえながら、社会情勢の変化にも対応した持続可能な観光まちづくりを実現するための基本方針や目標指標、推進体制を示します。地域全体の参画により、「藤枝らしさ」を核にした魅力の磨き上げと的確な情報発信や回遊・滞在を促す施策、そしてデータに基づく戦略的な取組を進め、来訪者の利便性及び満足度の向上と地域経済活性化の好循環を創出するとともに、市民一人ひとりの生活の質の向上を目指します。



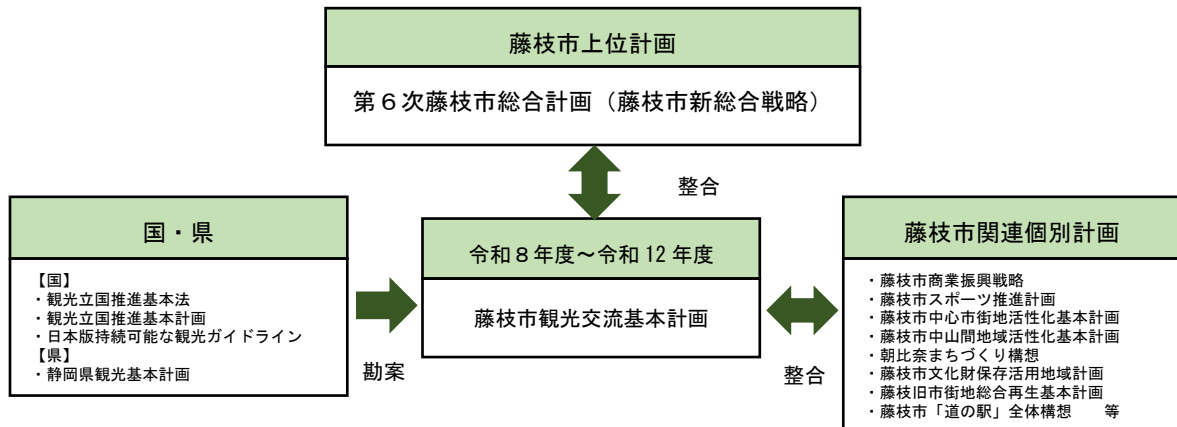
藤枝大祭り



朝比奈大龍勢

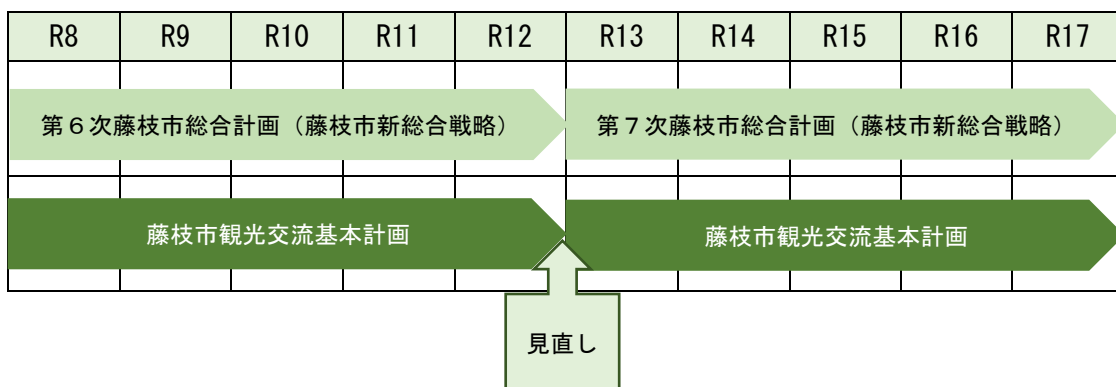
計画の位置づけ

本計画は、上位計画である「第6次藤枝市総合計画（藤枝市新総合戦略）」や、関連する計画との整合性を図り総合的かつ計画的に観光交流を推進する個別計画です。



計画の期間

計画期間は、令和8年度から令和12年度までの5年間とします。なお、社会情勢に大きな変化が生じた場合については、必要に応じて計画の見直しを行います。



SDGsとの連動

本計画の取組は「第6次藤枝市総合計画（藤枝市新総合戦略）」における『藤枝版ローカルSDGs』の17のゴールと連動して推進します。持続可能な開発目標（SDGs）の理念に基づき、環境、社会、経済の調和のとれた発展に貢献します。



8
力強い
地域産業と
多様な働き方
を生み出す

10
多文化共生の
まちをつくる

12
6Rを推進し、
廃棄物を
削減する

17
あらゆる
主体が協働・
協奏する
まちをつくる

本計画と関連が深い
ローカルSDGs

第2章 観光を取り巻く最近の動向

第1節 国の観光動向

国の観光戦略

国は観光を「地方創生・経済成長の柱」と位置づけ、「観光立国推進基本計画」(令和5年3月閣議決定)において、これまでの量的な拡大を転換し、観光の質的向上を象徴する「持続可能な観光」「消費額拡大」「地方誘客促進」の三つをキーワードとする観光戦略に取り組んでいます。

人口減少と少子高齢化が進行する中で、国内外との交流や幅広い経済効果をもたらす観光は、地方創生の切り札と捉えられています。

我が国には、国内外の旅行者を惹きつける優れた「自然、気候、文化、食」が豊富にあり、コロナによってもその魅力が損なわれることはありませんでした。コロナ禍を経てもたらされた、人々のライフスタイルや価値観の変化、旅行ニーズや観光動態の多様化を踏まえ、持続可能な観光地域づくり、インバウンド回復、国内交流拡大に戦略的に取り組むこととしています。

訪日旅行者の動向と特性

令和6年の訪日外国人旅行者数は約3,687万人に達し、2年連続で過去最高を更新しました。コロナの影響からの回復に加え、円安の進行、ビザ要件の緩和、格安航空会社(LCC)や国際路線の拡充が訪日需要を大きく後押ししています。旅行消費額は約8.1兆円に達し、観光は自動車産業に次ぐ日本の主要な“輸出産業”としての地位を確立しつつあります。

訪日客の約7割以上はアジア圏からの来訪者で、韓国(882万人)、中国(698万人)、台湾(604万人)、香港(268万人)が上位を占めています。また、アメリカ(272万人)からの訪問者数も過去最高を記録し、オーストラリア、カナダ、欧州諸国からの来訪も顕著に回復しています。

春の桜シーズン、秋の紅葉、年末年始に訪日客が集中しており、季節ごとの特色を活かした夏の自然体験や冬のスキー・雪祭りも高い人気を博しています。

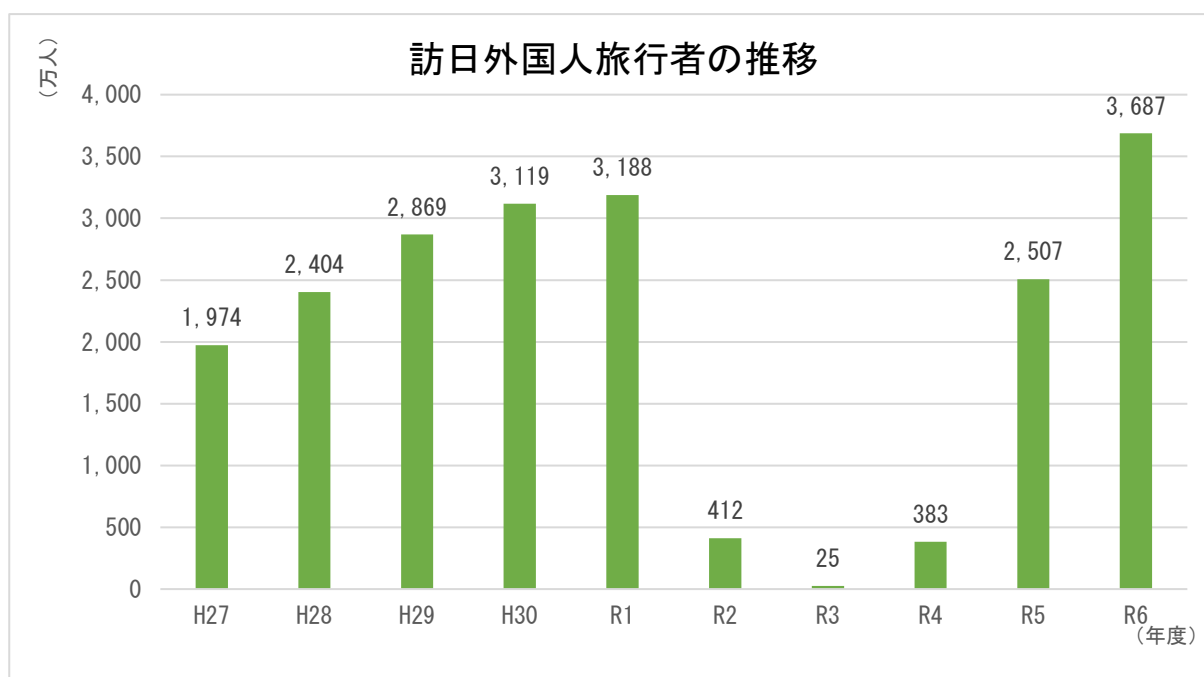
特に10月から12月の期間は前年比30%超増加し、令和6年12月には348万人超が来日するなど、月間として過去最高を記録しました。

旅行スタイルは多様化が進み、個人旅行(FIT: Foreign Independent Tourer)

の比率が増加しています。訪日客1人当たりの平均旅行支出は約22.7万円で、滞在日数は5～7日が主流です。中国、アメリカ、オーストラリアは長期滞在型、韓国や台湾は短期のリピーター型の傾向が見られます。

主なニーズとして、日本食や伝統文化(寿司、抹茶、着物、温泉等)、アニメ・ゲームの聖地巡礼(ジブリパーク、秋葉原等)、地方での非日常体験(農泊、古民家、自然観光、サイクリング)が挙げられ、安心・安全・清潔なインフラやキャッシュレス決済の充実も、来訪先として選ばれる要因の一つとなっています。

地域的には、依然として東京、京都、大阪、広島を結ぶ「ゴールデンルート」が高い人気を誇る一方、このような来訪者であふれる有名な観光地は過密化、マナー問題の深刻化により、地域住民との摩擦が生じる、いわゆるオーバーツーリズムが課題となっています。これを踏まえ、政府は「地方分散型観光」を推進し、広域周遊観光の開発及び情報発信を強化しています。



(出典：令和7年度版観光庁「観光白書」を基に藤枝市が作成)

国内旅行客の動向と特性

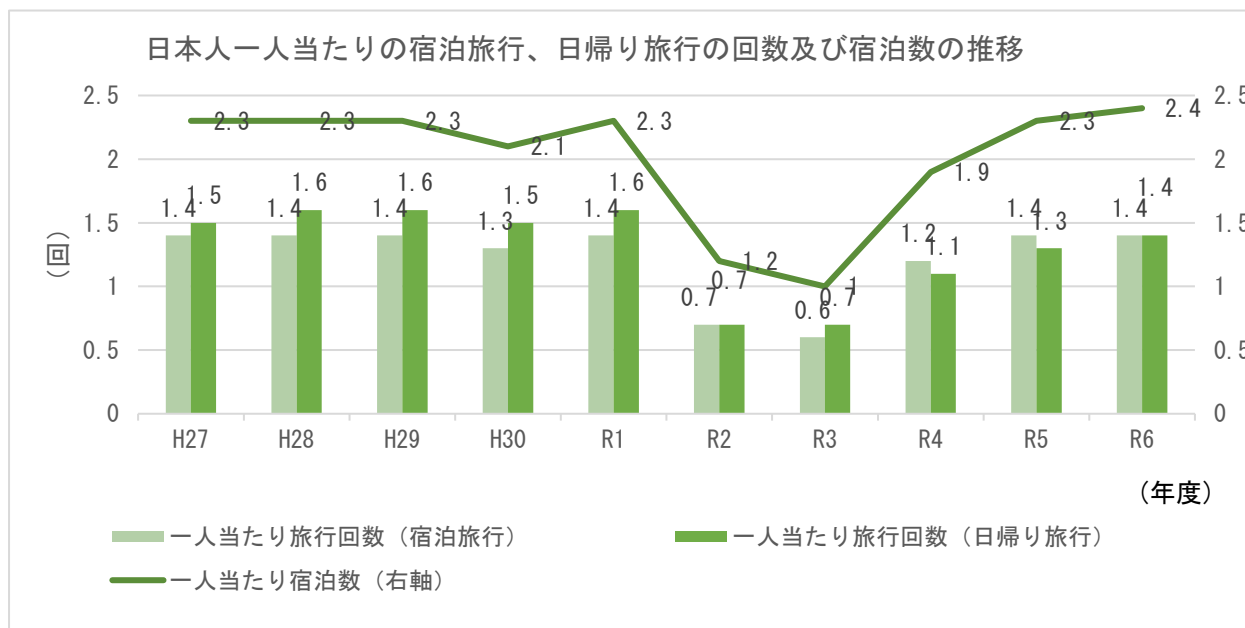
令和6年の日本人の一人当たりの国内宿泊観光旅行回数は約1.4回、宿泊数は約2.4泊と、いずれも前年を上回り、国内旅行消費額は25.1兆円、そのうち宿泊旅行は20.3兆円と過去最高を更新しています。

この回復の背景には、コロナの影響で抑圧されていた旅行意欲によるものや、政府の観光支援策や円安等の影響による国内回帰の動きがあります。さらに、団塊世代を中心としたシニア層の「回復需要に伴う旅行」、子育て世代による「家族での旅行機会の創出」などの動機も需要を押し上げる要因となっています。

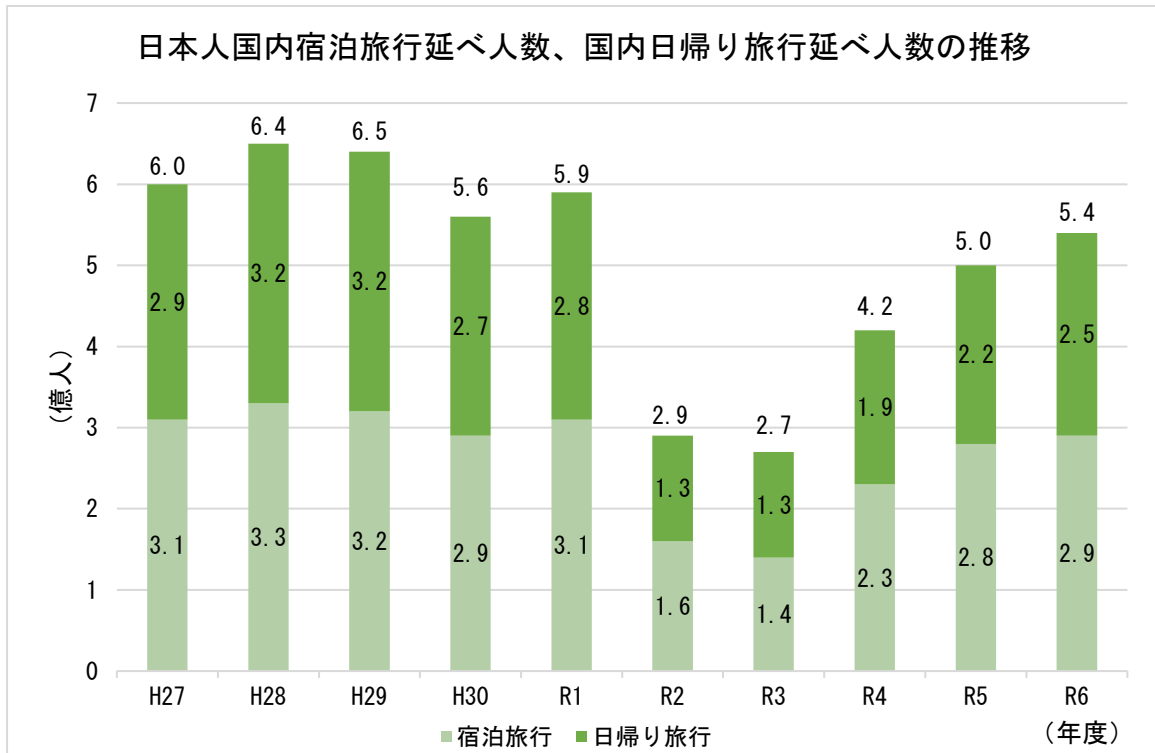
近年は、「自然・体験」「ご当地グルメ」「温泉」など、心身を癒やす滞在型観光への関心が一段と高まり、「サステナブル」や「地域とのつながり」といった価値観重視の傾向も見られます。旅先選びでは、「混雑を避けた穴場」「非日常の風景」「地域ならではの食・文化体験」などが重視され、従来の名所巡りから、“より深い地域体験”へとニーズがシフトしています。

人気面では、定番の北海道・沖縄・京都・金沢などに加え、四国・山陰、そして甲信越や東海といったエリアへの注目も高まっており、地方都市への分散化も期待されます。

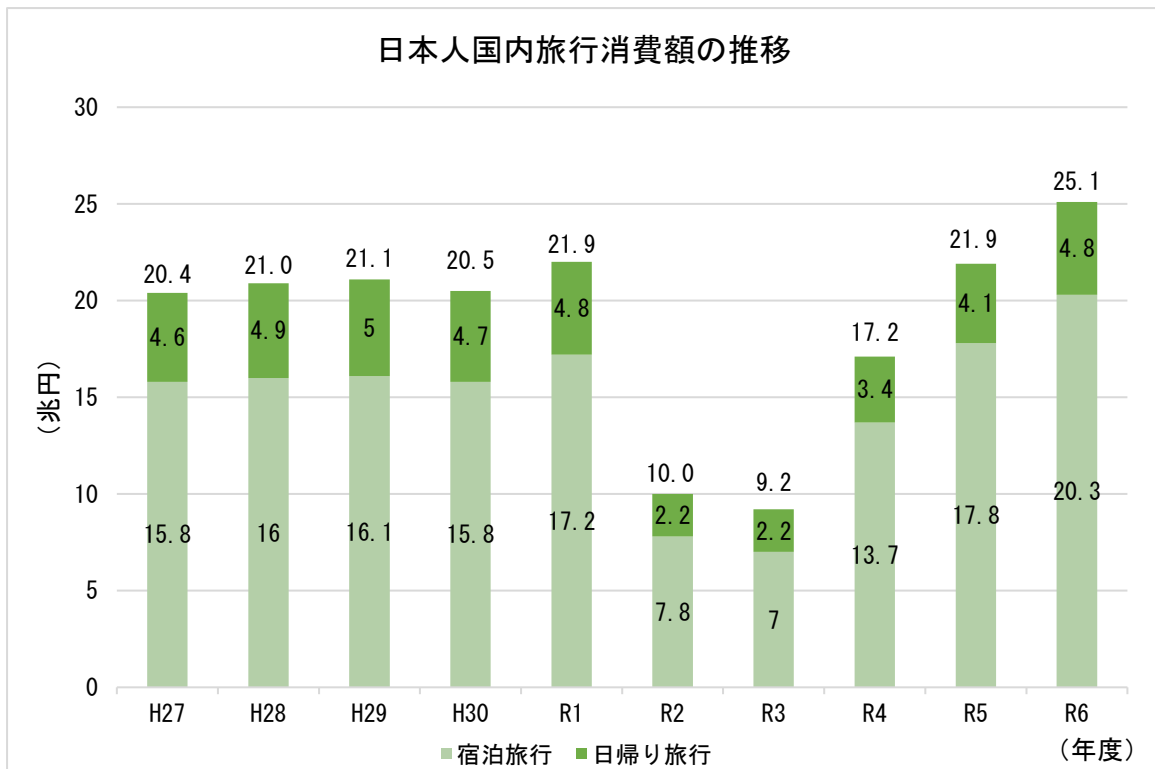
一方で、少子高齢化による市場縮小は中長期の懸念であり、量的な獲得から、「旅行の質」や「地域との共創」による新たな成長機会が注目されており、旅行者のニーズに即した付加価値の高いコンテンツづくりがより一層求められる状況にあります。



（出典：令和7年度版観光庁「観光白書」を基に藤枝市が作成）

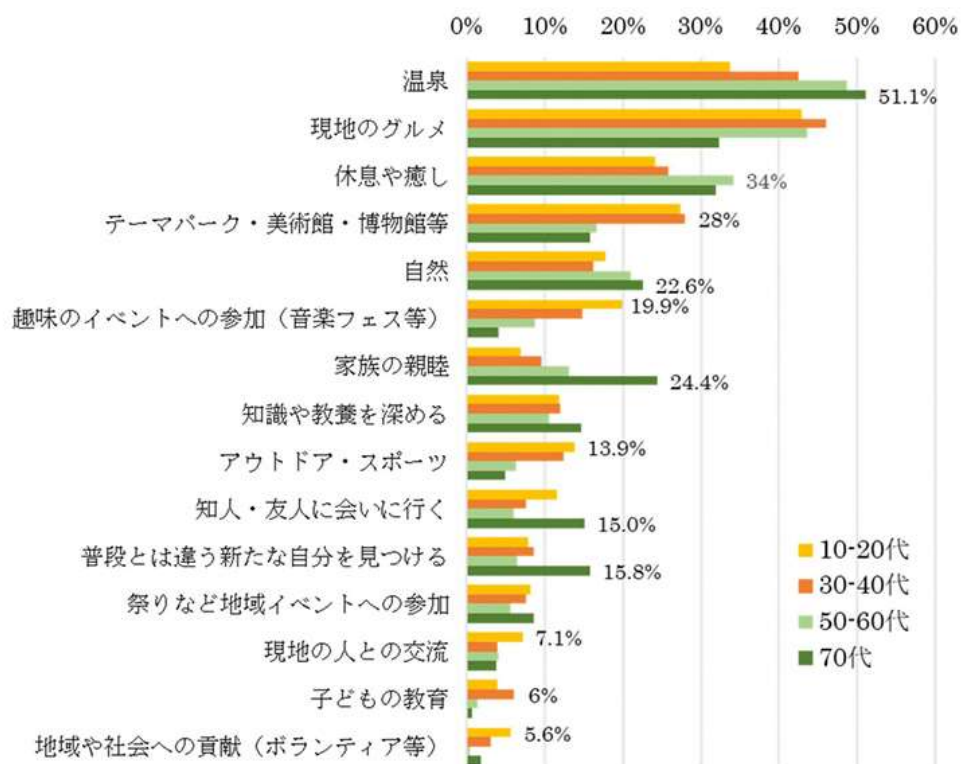


(出典：令和7年度版観光庁「観光白書」を基に藤枝市が作成)



(出典：令和7年度版観光庁「観光白書」を基に藤枝市が作成)

過去と比べて増えた又は今後増やしたい宿泊旅行



（出典：令和7年度版観光庁「観光白書」）



瀬戸谷温泉ゆらく



朝ラーメン（温・冷）

第2節 県の観光動向

県の観光戦略

県は、令和4年度から7年度を計画期間とする「静岡県観光基本計画」を策定し、「誰もが幸せを感じられる観光地域づくりによる『心の豊かさ』と『持続可能な地域社会』の実現」を基本理念に、「住んでよし、訪れてよし」を実現する観光地づくりを推進し、次の3つの基本方針に沿って施策を展開しています。

- 【基本方針1】しずおかの魅力で幸せと感動を呼ぶ観光サービスの創出
- 【基本方針2】将来にわたる経済発展に向けた来訪者の受入体制の強化
- 【基本方針3】訪れる人と迎える地域の満足度を高める観光DXの促進

また、ベンチャー企業と連携した周遊・滞在型商品の開発や、長期滞在や高い消費が期待される欧米豪市場を対象とした県独自の体験型観光資源の発掘、質の高い案内が可能なスペシャルガイドの育成などに積極的に取り組んでいます。

県内旅行客の動向と特性

県の観光交流客数及び宿泊客数は、東日本大震災の影響で減少した平成23年度以降増加傾向にありましたが、令和2年のコロナ拡大により大きく落ち込みました。しかし、水際対策の緩和と国内需要の回復等に伴い、近年は順調な回復を見せており、令和5年度には1億3,960万人と観光交流客数がコロナ禍以前の約95%水準にまで戻り、宿泊客数についても1,867万人と着実に回復しています。

宿泊客数を地域別に見ると、伊豆地域が県全体の約55パーセントを占めるという特徴があります。居住地別の宿泊客数の割合を見ると、関東地方からの宿泊客が全体の5割以上を占めています。特に伊豆地域においては、この割合が約7割を占めており、近隣マーケットである首都圏からの来訪が多い傾向にあります。

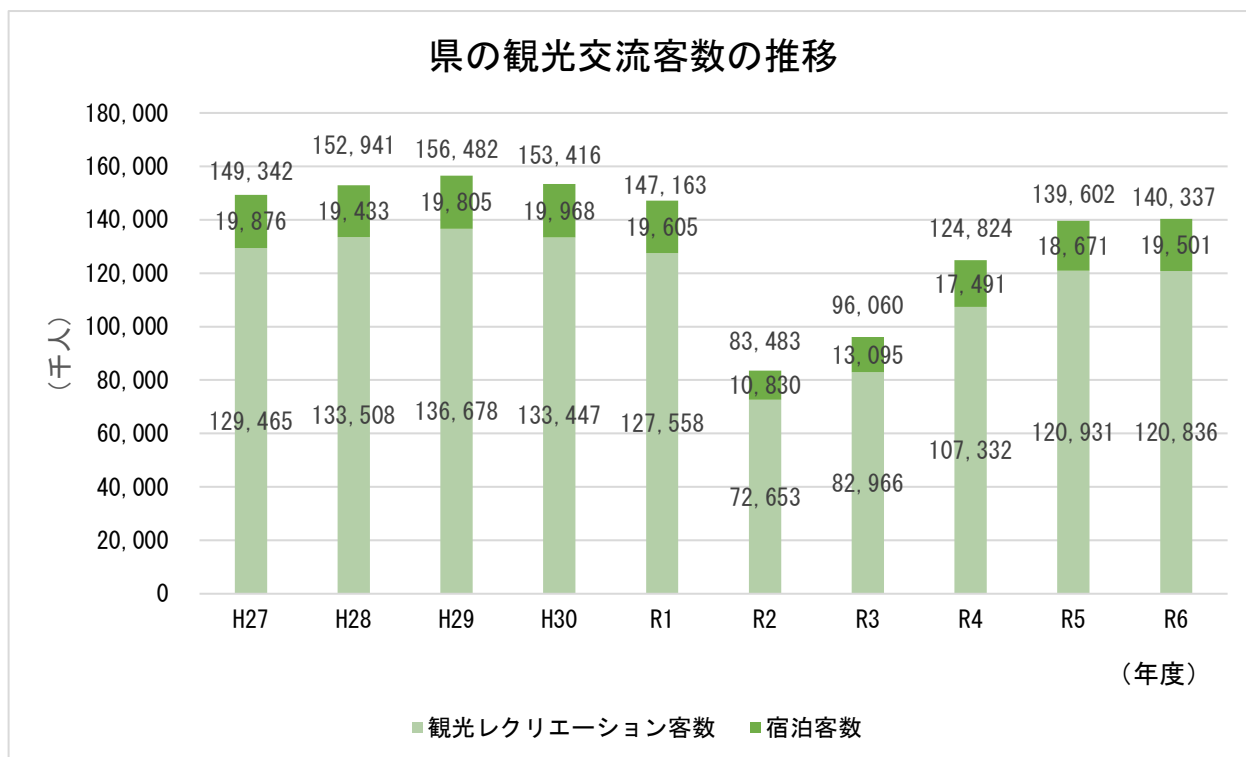
外国人宿泊客数は、令和元年には249万人に達するなど順調に推移していましたが、令和2年以降の入国制限等の影響で激減しました。その後、全国的にインバウンド需要が急速に回復する中、令和5年時点でも全国平均に比べて回復が緩やかでした。本県の宿泊客数全体に占める外国人の割合は、令和5年時点で5.6%であり、全国平均の19.1%と比較して低い傾向にあります。国別にみると、コロナ禍以前から中

国からの宿泊客の割合が非常に高いことが特徴でしたが、この中国市場への依存度が高いことが、回復の遅れの一因ともなっています。一方で東南アジアや欧米豪からの宿泊者はコロナ禍前を大きく上回っています。

旅行消費単価を費目別に比較すると、本県は令和5年度の全国平均と比較して「宿泊費」が38.1%と高く、一方で「飲食費」、「娯楽等サービス費」「買物代」といったその他の消費単価は低い状況です。

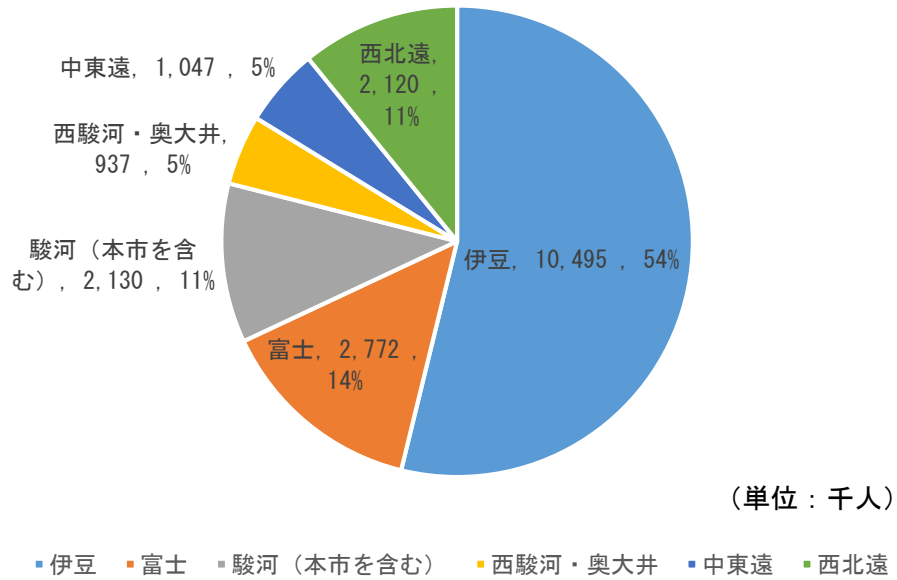
また、県の旅行者一人あたりの合計消費額は22,529円（出典：静岡県「令和5年度 静岡県における観光の流動実態と満足度調査」）であり、全国の国内宿泊旅行の平均63,253円（出典：観光庁「旅行・観光消費動向調査（2023年年間値）」）と比べて極めて低く、この消費構造を物語っています。

このデータは、旅行者が静岡を「通過型」又は「宿完結型」の旅行として利用している可能性が高いことを示唆しています。つまり、「自然・景観」や「温泉」といった魅力で人を呼んでいる一方で、滞在中の街歩きやご当地グルメ体験、アクティビティ（娯楽）など、宿泊以外の場所での消費を促す魅力や導線が不足しているという課題が考えられます。



（出典：「令和6年度静岡県観光交流の動向」を基に藤枝市が作成）

地域別宿泊者数の比較



(出典：「令和6年度静岡県観光交流の動向」を基に藤枝市が作成)



大旅籠柏屋
(日本遺産構成文化財)



明治のトンネル
(日本遺産構成文化財)

第3節 本市観光の現状と課題

本市が有する地域資源

本市には、歴史・文化、自然環境、食、産業、スポーツ等、地域の特性を活かした多様な地域資源が存在しており、これらは観光交流の促進に向けた重要な基盤となっています。

歴史・文化資源については、「宇津ノ谷峠」や「田中城下屋敷」、「大旅籠柏屋」など、旧東海道に由来する街道文化資源が市内各所に点在しており、令和2年にはこれらが日本遺産構成文化財に認定されました。これにより、本市の文化的価値が国内外に広く発信され、人を呼び込む観光資源として誘客に寄与しています。

加えて、「藤枝大祭り」や「朝比奈大龍勢」などの伝統行事や無形民俗文化財も、地域の主体的な継承活動により受け継がれており、地域文化として高い価値を有しています。これらの伝統行事は、観光誘客の核となるだけでなく、市民の郷土愛や地域コミュニティの形成にも寄与しています。また、「桜まつり」「藤まつり」「藤枝花火大会」「滝ノ谷不動峡もみじまつり」など、四季折々の自然や風景を活かしたイベントも数多く実施されており、年間を通じて多くの観光客が訪れています。

自然資源については、里山や中山間地域、瀬戸川・朝比奈川をはじめとする清流、滝ノ谷不動峡の渓谷美など、豊かな自然環境が広がっており、癒しや体験型観光資源として活用が可能です。農産物や特産品については、全国的な評価を受ける「藤枝茶」「朝比奈手摘み本玉露」などの高品質な茶産品をはじめ、「しいたけ」「地酒」「せとやコロッケ」「朝ラーメン」「藤枝スイーツ」など、地域の特色ある食文化が形成されています。近年では「オリーブ」「マンゴー」などの新たな農産品も育成されており、これらの産品を活用した新たな観光商品への展開も期待されます。観光施設については、年間130万人を超える来園者が訪れる「蓮華寺池公園」をはじめ、「玉露の里」「とんがりぼう」「おれっふ大久保」、また令和8年4月に開業予定の「ふじえだ陶芸村拠点施設（道の駅ゆとりえせとや）」など、体験や交流を促す特色ある施設があります。こうした施設は、日常的な観光交流拠点として重要な役割を果たしています。

さらに、本市には100年の歴史を有する「サッカー」をはじめとしたスポーツ文化も深く根付いており、市内では大会や合宿、交流事業などが数多く実施されています。競技の「する」「みる」だけでなく、運営や育成にも多くの市民が携わっており、スポーツを通じた交流人口の創出にもつながっています。これらの地域資源は、地域団体や観光事業者、地域住民等による主体的かつ持続的な取組により活かされ

ており、今後の観光まちづくりにおいて、本市ならではの魅力を発信する重要な要素となります。

●本市の強みと課題

本市の強み（ポテンシャル）	本市の課題
<ul style="list-style-type: none"> ・首都圏からのアクセスの良さ ・東京～大阪～広島間のゴールデンルート上 ・豊富な自然や日本遺産等の歴史資源 ・玉露や朝ラーメンなど、独自の食文化 ・サッカー文化とスポーツを核としたまちづくり ・藤枝 MYFC の Jリーグでの活躍と盛り上がり など 	<ul style="list-style-type: none"> ・集客の核となる観光施設が少ない ・観光客に向けた体験コンテンツが乏しい ・市内観光地への二次交通アクセスが不十分 ・全国的に有名な特産品が少ない ・観光客の消費額が少ない ・全国的な知名度が低い など



蓮華寺池公園のフジ



瀬戸川堤の桜トンネル

本市における観光の現状

本市の観光交流客数は平成27年度以降、年度間約240万人から約260万人台で推移していましたが、コロナの影響により、令和2年度には約107万人まで大幅に減少しました。宿泊者数についても、同様に令和元年度には約23.2万人に達し増加傾向でしたが、コロナの影響により約17万人まで減少しました。

一方、国の「Go To Travel」や県の「今こそしずおか元気旅」といった観光需要の回復のための政策の効果により、観光交流客数と比較して宿泊客数の落ち込みは比較的軽微に留まりました。その後、宿泊者数は回復基調となり、令和4年度にはコロナ禍前と同水準の約23.6万人にまで達しました。

こうした回復の動きの中、令和5年度には3年に一度開催される藤枝大祭り（約20万人）と2年ごとに開催される朝比奈大龍勢（約8,500人）が同年開催されたこともあり、観光交流客数も約232.5万人に達しました。

令和6年度の観光交流客数（204万人）を目的別で区分すると、「レジャー目的」が108.6万人、「イベント目的」が42万人、「体験目的」が38.2万人となり、藤まつり（12万人）やLOVE LOCAL FUJIEDA（5万人）などが交流客数の多いイベントとして挙げられます。また「レジャー目的」に分類される藤枝総合運動公園の年間来場者数は、令和6年度は約30.6万人となっており、この来場者数の増加は、主に藤枝MYFCがJ2リーグに昇格したこと（令和4年）を機に、ホームサポーターの増加やアウェイサポーターの来訪が増えたことが要因です。特に、令和6年9月に開催された清水エスパルスとの試合では10,667人の来場を記録しました。

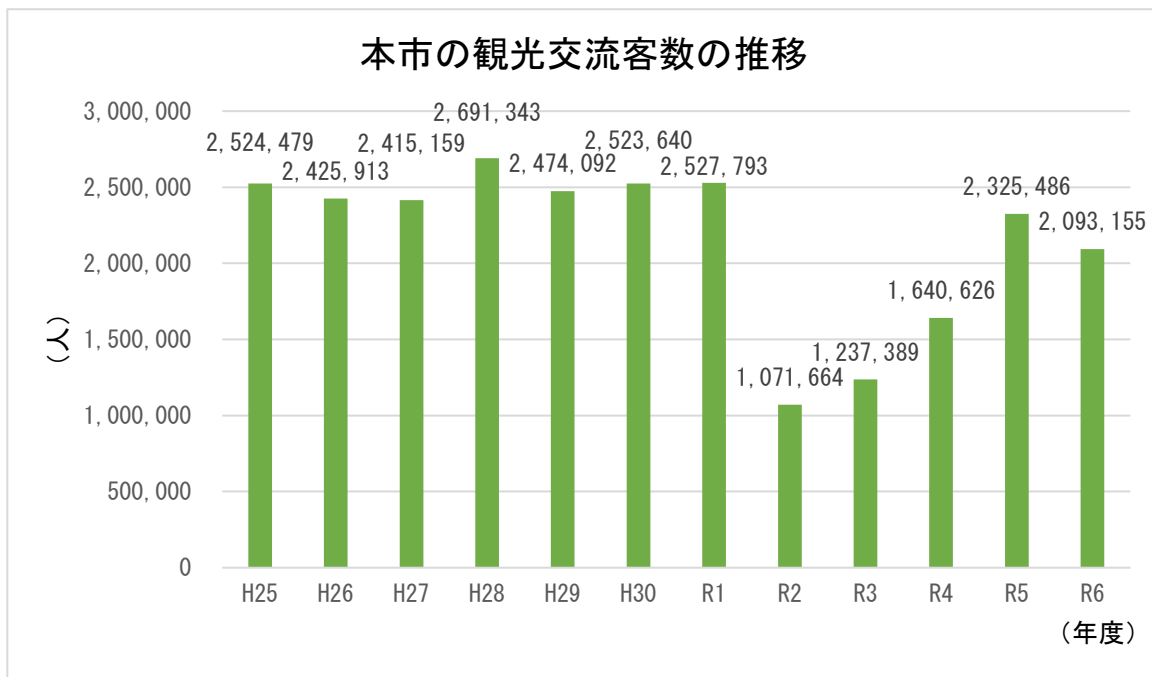
しかし、長期に渡るコロナ禍の影響により衛生や混雑回避を重視する価値観の定着など人々の生活様式や、働き方の変化（リモートワークの普及や出張の縮小など）に加え、廃業による宿泊施設の減少により、観光交流客数及び宿泊客数は回復基調ながら高止まりの傾向が見られます。これに加え、継続的な物価高騰と実質賃金の伸び悩みによる旅行費用の高止まりが家計を圧迫し、旅行日数が抑制されていることも影響していると考えられます。



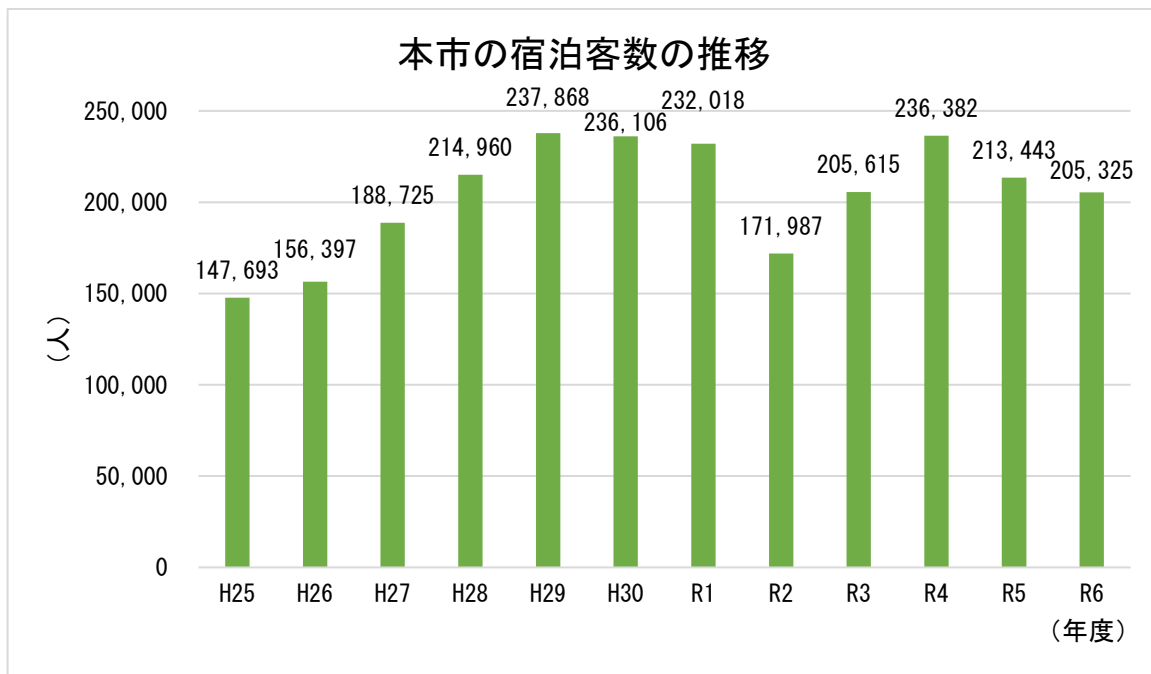
藤枝花火大会



藤枝総合運動公園



(出典：「令和6年度静岡県観光交流の動向」を基に藤枝市が作成)



(出典：「令和6年度静岡県観光交流の動向」を基に藤枝市が作成)

1 本市における外国人旅行客の動向

本市への訪日外国人観光客（インバウンド客）の来訪状況を見ると、令和元年度には約4万2千人の来訪がありました。

しかし、コロナの影響によってその数は令和2年には569人にまで激減しました。その後各国の渡航制限が解除されてからは来訪者が徐々に回復し、令和6年度には約2万人となっています。

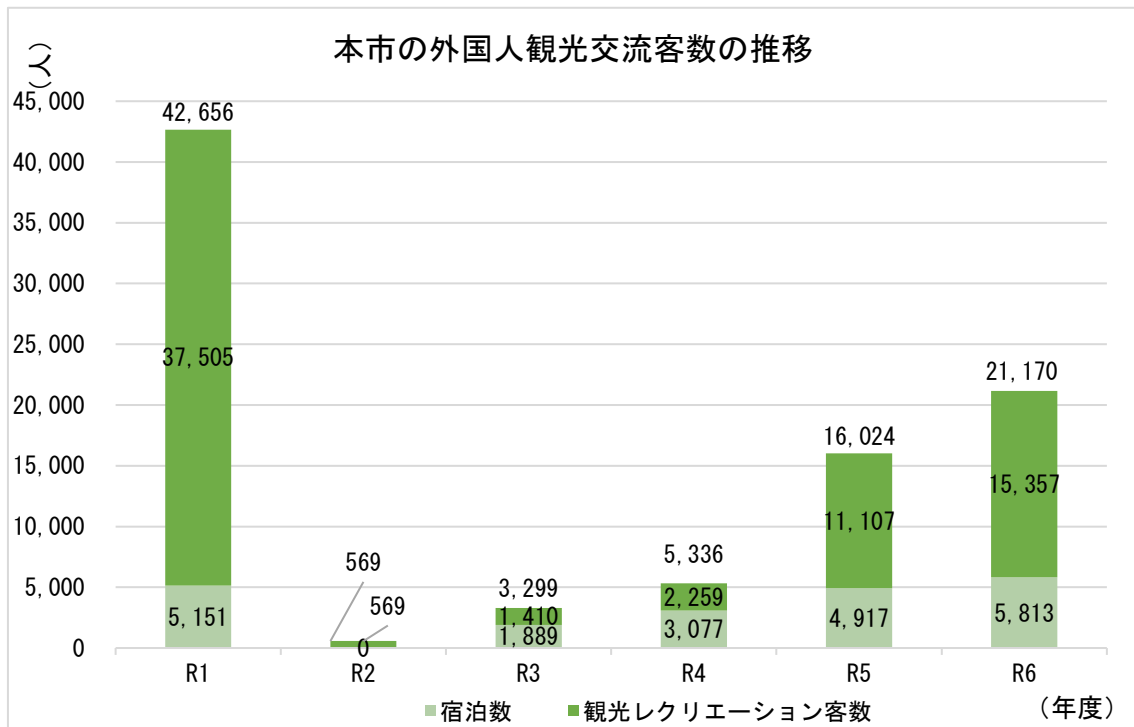
国別の内訳をみると、外国人観光客の人気施設である「玉露の里」では、令和元年度は中国が全体の83%を占め、次いで台湾（10%）、フランス（3%）と続きます。

コロナ禍前までは、静岡空港から中国各都市へ複数の航空会社の定期便が充実しており、玉露の里も中国からの団体利用が圧倒的な数を占めていました。しかし、コロナ禍で国際線はほぼ運休となり便数は激減しました。加えて、中国政府による自国民の海外旅行への規制など、政治的な側面も影響し、玉露の里への来訪者は大幅に減少しました。

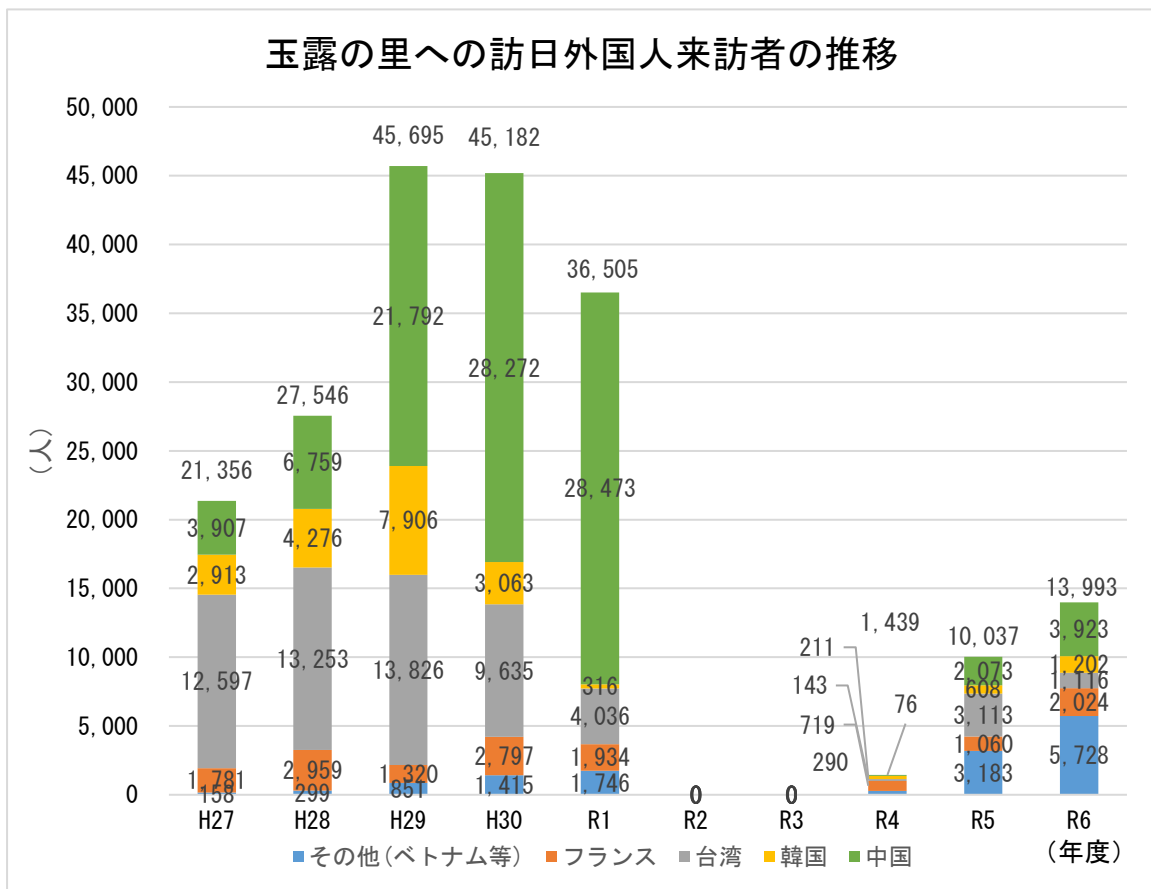
その一方で、コロナ禍以降は施設の営業努力もあり、ベトナムをはじめとするアジア圏からの団体客の来訪が著しく増加しています。



玉露の里で呈茶体験をするインバウンド客



(藤枝市観光交流政策課作成)



(藤枝市観光交流政策課作成)

2 本市の特色あるスポーツ合宿等の誘致

本市では、観光振興と地域経済の活性化を図るため、各種大会などのコンベンションやスポーツ・文化合宿の市内誘致を進めており、この取組の一環として、コンベンションの開催やスポーツ合宿などを実施する団体への補助制度を設けています。

まちの文化であるサッカーの強豪校が市内に多数存在することからも、特にサッカーの強化合宿等で本制度が多数利用されています。また市内には、国内全体で見ても珍しい、国際的な競技基準にも対応する全天候型射撃場「スポーツ・パル高根の郷」があり、大学の射撃部等が合宿を行っています。

これら合宿の支援として、交通や食事環境をサポートするほか、本市ならではの観光・文化体験を提供する等、スポーツを核とした人づくりと地域の賑わいづくり「スポキャン+（プラス）」に取り組んでいます。

スポーツ・文化教養合宿補助利用の状況（延べ宿泊人数）

（単位：人）

種目	H30	R1	R2	R3	R4	R5	R6
サッカー	2,412	2,513	223	382	1,255	2,248	2,949
野球	115	422	0	0	257	507	638
ソフトボール	0	44	0	18	0	0	22
射撃	994	141	0	0	123	39	74
バレーボール	0	0	0	0	0	15	122
バスケットボール	17	67	66	0	160	148	380
ドッジボール	33	24	0	0	18	0	23
トランポリン	18	0	0	0	0	0	0
柔道	114	82	0	0	0	0	0
空手	0	0	0	0	0	0	39
剣道	17	0	0	0	0	0	102
フィールドワーク	407	615	0	0	0	0	0
演劇	50	0	0	0	0	0	0
相撲	0	0	0	0	0	0	17
野外活動	0	0	0	0	29	0	0
計	4,177	3,908	289	400	1,842	2,957	4,356

（藤枝市観光交流政策課作成）

●スポーツを核とした人づくりと地域の賑わいづくり「スポキャン+（プラス）」



呈茶体験（玉露の里）



水行体験（大慶寺）



「サッカーエース最中」づくり体験

また藤枝MYFCのJ2リーグ昇格に合わせ、令和5年度からは、市内の会場で行われるプロスポーツを観戦し、市内の宿泊施設に宿泊した人への宿泊費助成制度を設け、市内宿泊施設への誘客を促進してきました。

さらに、令和6年度からは市内で行われるスポーツ大会の参加者への宿泊費助成制度も新設することで、スポーツを通じた地域経済の活性化と交流人口の拡大を図っています。

宿泊助成利用の状況

観戦試合	R5	R6
サッカーJ2リーグ、天皇杯 藤枝MYFCホームゲーム（藤枝総合運動公園）	23試合 1,515人	21試合 791人
バスケットボールB2リーグ ベルテックス静岡ホームゲーム（静岡県武道館）	2試合 39人	2試合 45人
大相撲（夏巡業藤枝場所）	-	2人

参加大会	R5	R6
4時間耐久リレーマラソン in ふじえだ	-	3人
ふじえだマラソン	-	14人

（藤枝市観光交流政策課作成）

3 本市のスポーツツーリズムプロジェクト

本市は、「サッカーのまち」として長年にわたる歴史と文化を育んできました。この豊かなサッカー資源を観光振興に活用するため、サッカーをはじめとした「スポーツツーリズム」に積極的に取り組んでいます。これは、単なるスポーツ観戦に留まらず、観戦をきっかけに市内の多様な魅力を体験してもらうことを目指すものです。

令和6年度には、観光庁のモデル事業にも採択された「蹴球都市藤枝Next100スポーツツーリズムプロジェクト」を実施しました。このプロジェクトは、市と（一社）藤枝市観光協会が民間企業と共同で観光DX（デジタルトランスフォーメーション）を推進し、スポーツによる交流人口の拡大を通じた地域経済の活性化を目的とし、官民連携における推進体制を構築しました。

これらの取組により、デジタルを活用した利用実績から観戦客の新たな周遊行動が見られるなど、一定の成果が出ています。

本市では、これらのスポーツツーリズムの取組を通じて、スポーツを核とした新たな観光スタイルを確立し、地域全体の持続的な発展を目指しています。

本市の観光が直面する課題

本市を訪れる観光客数は増加傾向にありますが、観光消費額の伸び悩みが顕著な課題として挙げられます。この背景には、観光客が地域で過ごす時間を増やし、消費を促す仕組みや取組が十分でない現状があります。

1 観光消費額向上のための課題

本市が誇る自然や歴史文化といった豊富な観光資源がありながらも、それらを活用した体験型・参加型の観光コンテンツが不足している点が課題です。結果として、観光客が「お金を使いたくなる」ような土産物、飲食、アクティビティなどの消費コンテンツが限られており、特に朝夕や雨天時に楽しめる選択肢が少ないことが、消費機会の逸失につながっています。さらに、キャッシュレス決済や多言語対応といった、消費を後押しするための受け入れ環境の整備も十分ではありません。

しかし、本市には緑茶・抹茶という世界的なブームに乗る強力なコンテンツがあり、地方の持つ独自の魅力に目を向ける外国人観光客を惹きつけています。これは、本市ならではの体験型コンテンツ開発の大きな可能性を示唆しています。この強みを活かし、茶摘み体験や茶道体験など、より深くお茶文化に触れることができるプログラムを充実させることで、滞在時間の延長と消費へのつながりが期待できます。

2 スポーツツーリズムにおける課題

観光消費額の伸び悩みは、本市の強みであるスポーツツーリズムにおいても共通して見られる課題です。例えば、Jリーグの試合観戦に訪れる来訪者は、藤枝駅からスタジアムへのシャトルバスや自家用車を利用し、日帰りでの観戦に留まる傾向が強く、市内での宿泊や周遊、それに伴う消費に十分につながっているとは言い難い状況です。また、スポーツ大会や合宿で市内に宿泊する参加者も、市内観光や文化体験を行うことなく帰ってしまうケースが多く、利用者アンケートの結果からも、半数以上が市内の観光地に立ち寄らずに帰路についている実態が明らかになっています。このように、宿泊があったとしても、それが直接的な域内消費につながっていない状況は、スポーツツーリズムの経済効果を限定的にしています。

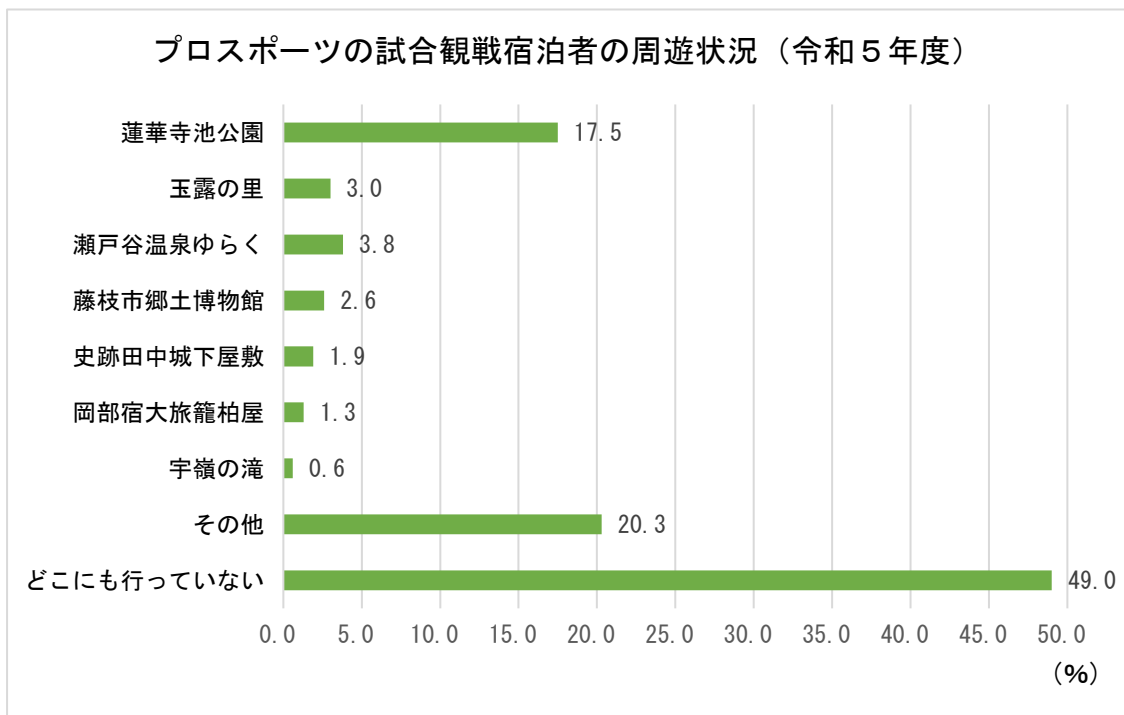
3 デジタル化と事業者連携の強化

観光を推進する上でのデジタル化への対応や事業者間の連携も課題となっています。飲食店をはじめとする地元事業者における予約やキャッシュレス決済などのデジタル対応が遅れているため、観光客がスムーズにサービスを利用できない場面が見られます。また、イベント開催時などにおける突発的な混雑に対し、デジタルを活用した迅速な情報提供や対応が不足しています。

これらの課題に対し、デジタル化を推進することは、キャッシュレス決済の導入や多言語対応の強化、情報発信の効率化など、観光客の利便性を飛躍的に向上させることが期待されます。また、事業者間の連携を深めることで、個々の魅力を組み合わせた周遊ルートや共同プロモーションが可能となり、地域全体の魅力を高めることができます。

4 2024年問題と深刻化する二次交通における課題の顕在化

令和6年（2024年）4月からの運転手に対する労働基準改正、いわゆる「2024年問題」は、交通業界全体に深刻な影響を及ぼしており、特にバス事業における運転手不足は慢性化しています。すでに同年1月から全国各地で路線バスの減便が余儀なくされるなど影響は顕在化しており、この状況は、今後の本市における大規模な観光交流イベント時の二次交通の確保に早急に対応が必要な課題となっています。



（藤枝市観光交流政策課作成）

令和6年度 県中部5市2町の日帰り客における旅行消費額

(単位：円)

施設所在地 日帰り客 1人費用	全体	静岡市	島田市	焼津市	藤枝市	牧之原市	吉田町	川根本町
	(n=4574)	(n=1873)	(n=775)	(n=888)	(n=277)	(n=408)	(n=158)	(n=195)
域内交通費	378	417	311	386	242	339	347	535
宿泊費	0	0	0	0	0	0	0	0
飲食代	1,217	1,411	1,072	1,193	816	794	1,541	1,225
土産代	771	739	569	1,128	505	553	1,290	679
入館料・体験料	290	291	352	317	166	238	96	354
ツアー代金	462	499	182	923	21	367	76	250
その他	13	18	5	6	6	3	7	74
旅行総費用	3,131	3,375	2,491	3,953	1,756	2,295	3,358	3,118

(出典：するが企画観光局「令和6年度来訪者調査」、n=調査回答数)

令和6年度 県中部5市2町の宿泊客における旅行消費額

(単位：円)

施設所在地 宿泊客 1人費用	全体	静岡市	島田市	焼津市	藤枝市	牧之原市	吉田町	川根本町
	(n=3333)	(n=1406)	(n=492)	(n=525)	(n=143)	(n=199)	(n=41)	(n=527)
域内交通費	2,087	2,151	1,977	1,923	2,081	2,097	2,316	2,164
宿泊費	10,784	10,364	10,545	12,151	8,842	7,264	4,692	13,093
飲食代	4,546	5,521	3,792	3,805	5,393	4,558	4,675	3,141
土産代	2,653	2,825	2,623	2,796	2,199	2,655	3,224	2,159
入館料・体験料	794	1,013	691	642	670	547	456	608
ツアー代金	2,501	2,248	683	3,674	465	5,526	732	3,251
その他	111	154	108	52	108	72	122	68
旅行総費用	23,475	24,276	20,421	25,042	19,759	22,719	16,216	24,485

(出典：するが企画観光局「令和6年度来訪者調査」、n=調査回答数)

第3章 藤枝市観光交流基本計画の振り返り

藤枝市観光交流基本計画（現行計画）の評価と課題

現行計画の振り返り

藤枝市観光交流基本計画（令和3年度から令和7年度）では、「まちの宝と地域の力でつくる観光交流都市・ふじえだ」の基本理念のもと、「訪れたいくなるまち・巡りたいくなるまち」を目指し、各種施策を推進してきました。

この計画期間は、コロナの影響に直面した激動の時期にあたり、設定した目標数値（KPI）は、当初の目標値から大幅な乖離が見られる結果となっています。

一方、このような環境下において、コロナ期間における人々の旅行需要への対応やコロナ禍後の旅行者の「体験」や「健康」志向の高まりに対し、豊かな自然、お茶や食といった地域資源を活かすことや、ハイキングコースを活用したデジタルスタンプラリーやサイクルツーリズムの推進をはじめ、スポーツ・健康をキーワードとした誘客施策は、観光交流客数の回復に大きく寄与しました。

また、地域の魅力や力を活かした「藤枝おんぱく」は、テーマ性のある短時間体験により地域の隠れた魅力を掘り起こすことができ、体験コンテンツとして商品化されるなど、本市の体験観光の礎を築くとともに、移動制限等がある中注目を集めた「マイクロツーリズム」としても大きな役割を果たしました。

インバウンドについては、東南アジアを中心に積極的な誘客に取り組み、順調に回復していますが、コロナ禍前に数多く就航していた中国をはじめとした富士山静岡空港の就航便の影響等もあり、コロナ禍前までには回復していない状況となっています。

KPI	R1 (基準)	R3	R4	R5	R6	R7 (目標)
年間観光交流客数（万人）	253	118	158	227	204	258
街道遺産来訪者数（人）	62,675	55,170	63,479	67,605	63,002	67,300
観光ボランティア案内件数（件）	42	35	33	44	36	63
外国人観光客数（人）	35,460	3,299	5,336	16,024	21,156	45,500

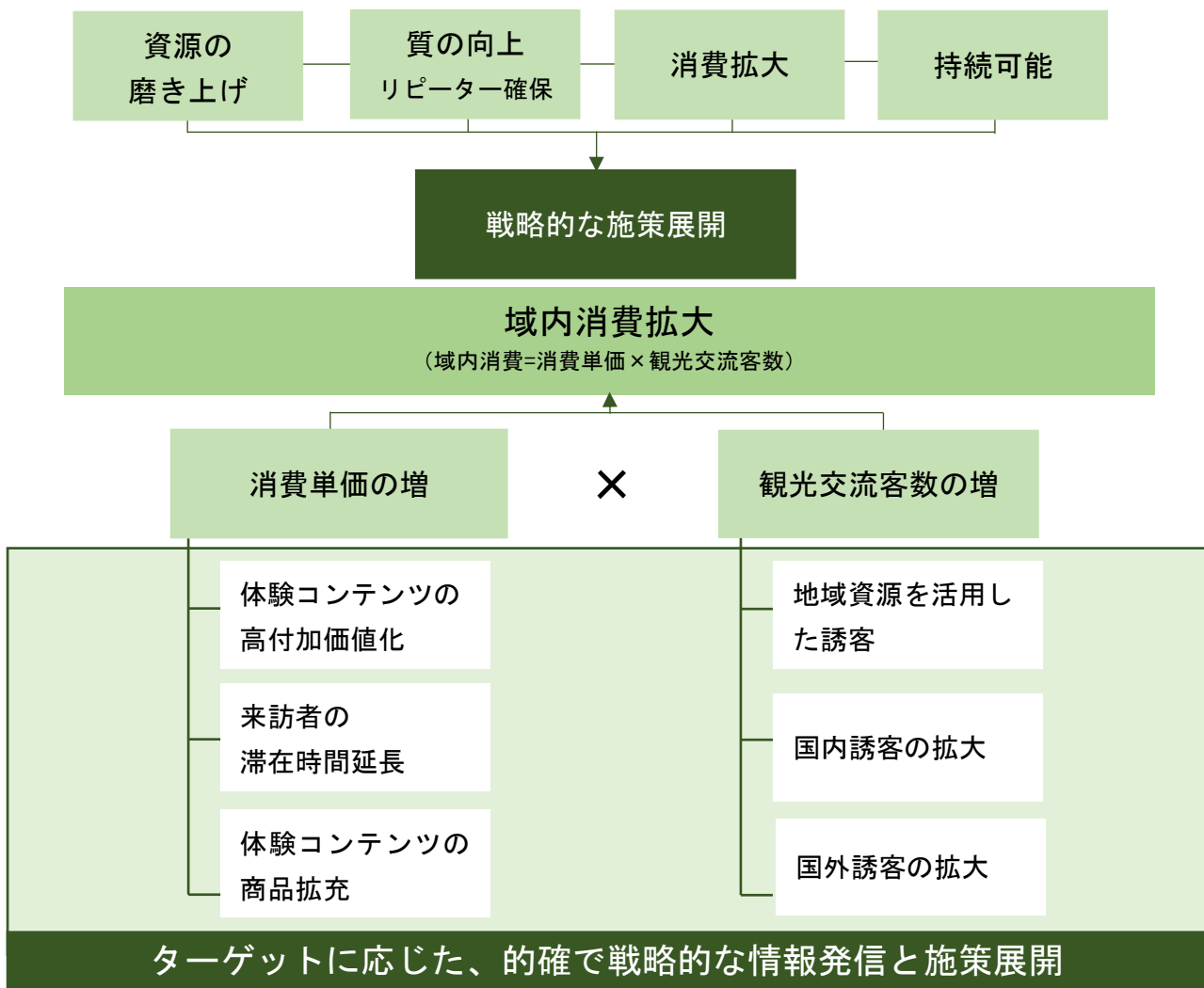
第4章 基本方針と基本施策

第1節 施策展開の視点

観光施策を推進するにあたっては、交流人口など量のみを求める取組から転換し、「観光の質の向上」と「持続可能性の確保」を念頭に、地域資源の魅力を最大限に引き出すとともに、観光による地域経済への波及効果を高める視点が重要です。

本市の特徴を活かし、地域に根ざした歴史・文化・自然・食などの資源を徹底的に磨き上げ、付加価値を高めることにより、観光消費の拡大を図るほか、環境や地域住民の暮らしとの調和を意識した持続可能な観光のあり方を追求しながら、来訪者の満足度と滞在価値の向上を目指します。特に、来訪者が藤枝のファンとなり、何度も足を運ぶ「リピーター・関係人口」の創出を全施策の共通目標とします。

これにより、観光を地域活力の原動力とし、交流人口と域内消費が拡大し、地域活性化につながる好循環を創出します。



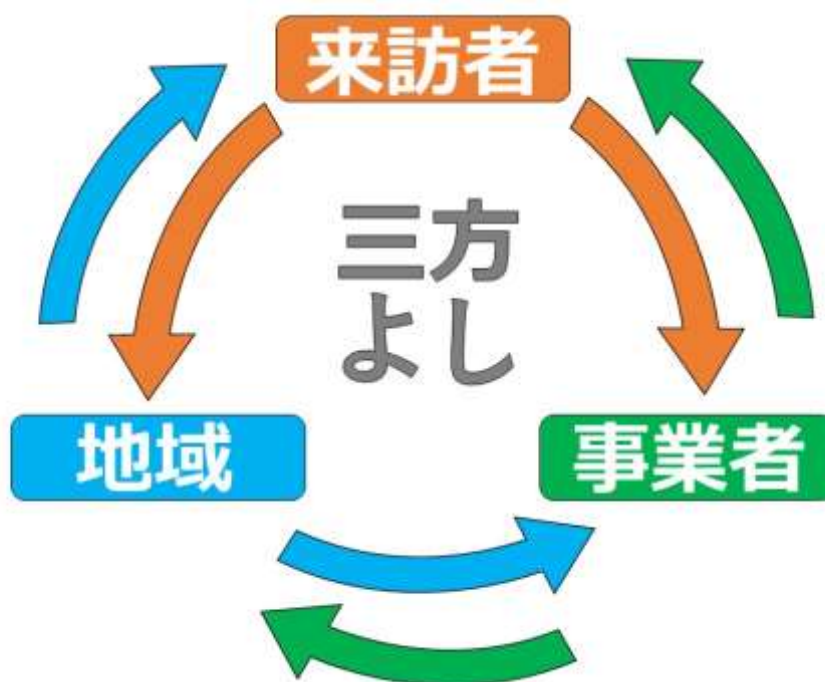
第2節 基本理念

「来訪者・事業者・住民」にとって快適な 「三方よし」の観光まちづくりの実現

地域住民の理解と協力・協働のもと、地域全体で来訪者をおもてなしすることで、来訪者の利便性の向上と周遊促進を図り、市内事業者の生産性向上を目指します。

この協働の取り組みは、来訪者向けのサービスが生活環境の充実といった住民の暮らしの利便性向上に直接つながり、また、地域資源の再評価を通じて住民の地域に対する誇りと愛着を深める地域力の向上に貢献します。

こうした好循環を通じて、観光資源と住環境も守られた上で地域が活性化する、持続可能な「来訪者・事業者・住民」の三方よしの観光まちづくりの実現を目指します。



第3節 基本方針・施策

本市では、観光交流客数が回復傾向にある一方で、観光消費額が近隣市町と比較して著しく低いことが大きな課題となっています。この背景には、情報発信不足や観光客が地域で消費を促すための仕組みや取組が十分でない現状が考えられます。

加えて、2024年問題によるバスの運転手不足は、大規模イベント時の二次交通対策の喫緊の課題となっています。

これらの課題を解決し、来訪者、事業者、地域住民の「三方よし」を実現するため、以下の基本方針に基づき施策を推進していきます。

基本方針1 DX推進による戦略的観光まちづくりの推進

現代の観光ニーズに合わせ、デジタル技術を積極的に活用することで、より効果的かつ効果的な観光施策を展開します。データを活用したマーケティングにより、ターゲットを明確にした情報発信を行い、誘客の最大化を図ります。また、広域的な連携を強化し、本市を核とした魅力的な周遊ルートの開発と情報発信を推進します。



デジタル技術を活用した「観光デジタルプラットフォーム」(イメージ)

1 データに基づいたターゲットマーケティングと効果測定

人流や消費動向等の観光関連データを収集・分析し、潜在的な旅行者のニーズや行動パターンを把握します。また、藤枝MYFCやベルテックス静岡の試合など、市内で行われるプロスポーツ観戦客やスポーツ・文化合宿参加者といった多くの誘客があるイベント等での動向を分析し、そのデータに基づいてターゲットに合わせた効果的な情報発信を実施します。

- 観光DXの推進
- スポーツツーリズムの推進

2 広域観光連携による魅力的な周遊ルート開発と情報発信

県中部地域や空港周辺市町、3市1町（本市、焼津市、島田市、川根本町）広域観光連携協議会などの観光関連団体と連携し、本市を起点とする広域的な周遊ルートを開発します。またシティ・トレセン構想と連動した、Jリーグ観戦や合宿と組み合わせた周遊プランなど、テーマ性を持たせたモデルコースの作成や、体験コンテンツの予約、決済などシームレスな観光サービスを提供するほか、ウェブサイトやSNSなど効果的な手段で積極的に情報発信を行います。

- 富士山静岡空港の利活用促進と広域観光ツアーの研究・開発
- 広域連携組織やDMO（観光地域づくり法人）（以下「DMO」という。）との連携によるプロモーション活動

3 多様なニーズに対応した受入体制の強化

来訪者の多様なニーズに対応し、利便性の向上と地域事業者の生産性向上を図るとともに、地域住民と協働した受入体制を構築します。

具体的には、市内事業者の独自の特典や割引サービスなどのお得情報をウェブやアプリを通じて発信するとともに、体験コンテンツの予約や決済などのサービスを一元的に提供するなど各種ニーズに応えることで、来訪者の利便性を図り満足度の向上を目指します。また外国人観光客の増加を見据え、多言語対応の案内表示や情報提供体制を整備します。さらに、2024年問題による二次交通の課題に対応するため、徒歩や自転車、タクシーやレンタカーでの市内散策を楽しめる周遊コースの旅行商品開発を進めるとともに、持続可能な二次交通対応の整備や機能を補う新たな仕組みの構築を目指し、来訪者の移動の利便性向上を図ります。

- 観光DXの推進（再掲）
- 観光施設のユニバーサルデザイン化
- eバイクの導入や電動キックボードシェアリングサービスの導入検討

4 観光事業者のDX推進と新たな観光商品・サービス創出支援

市内の観光事業者に対して、デジタル技術の導入や活用を支援します。また、イベント時の混雑解消に向けた情報提供システムや、AIを活用したパーソナライズされた観光サービスなど新たな観光商品やサービスの創出を促します。

- 観光DXの推進（再掲）
- 観光商品開発等への支援

基本方針2

地域資源の徹底的な磨き上げと高付加価値化による誘客と周遊促進

本市が持つ豊かな自然や歴史、文化といった地域資源を再評価し、その魅力を最大限に引き出すことで、観光コンテンツとしての価値を高めます。観光消費額の伸び悩みの背景にある、体験型・参加型コンテンツの不足を解消し、滞在そのものが目的となるようなコンテンツの造成や、地域ブランドを確立することで、観光客の満足度向上と滞在時間の延伸を目指します。



「藤枝大祭り」での屋台引き違い

1 地域資源の魅力向上とブランド化

自然環境、食、産業、スポーツ、歴史文化遺産等の本市独自の地域資源にストーリー性を付加し、ブランド価値を高め情報発信します。特に、日本三大玉露の一つである朝比奈手摘み本玉露など世界的なブームに乗る緑茶・抹茶コンテンツの魅力を開掘し、国内外にアピールします。

- 玉露の里やとんがりぼうなど市内観光施設の活用と文化施設との連携
- 日本遺産構成文化財をはじめとする歴史文化資産を素材とした観光プログラムの開発

2 滞在価値を高める景観形成と地域文化の継承・活用

歴史文化資産や、藤や桜などの豊かな自然が地域の個性としてまちづくりや地域活性化に活かされるよう、地域や関係団体等と連携した活用を推進し、歴史的な町並みの保存や、自然と調和した美しい景観形成及び活用に取り組みます。特に、藤枝大祭りや朝比奈大龍勢などの祭りや伝統文化といった地域文化を観光資源として継承・活用し、旅行商品に組み込むことで、滞在の満足度を高めます。

- 藤枝大祭りや朝比奈大龍勢を観光資源とした旅行商品の造成
- 徳川家康ゆかりの田中城下屋敷等の文化財を活用した歴史イベントや観光体験の実施

3 地域資源を活かした体験型観光コンテンツの造成と拡充

「玉露の里」や「とんがりぼう」、「ゆとりえせとや」などの道の駅等を地域観光の拠点として地域の魅力・価値向上を図ります。また、お茶文化を五感で楽しめる茶摘み体験や茶道体験、そして酒蔵体験といった地域資源を活かした体験型コンテンツを拡充し、ローカルツーリズムを推進します。

さらに、「食と農のアンテナエリア」や「ふじえだ陶芸村拠点施設（道の駅ゆとりえせとや）」を地域固有の資源を活用した体験の拠点として整備・活用し、地域全体での誘客と消費を促進します。また、地域に根付く文化や暮らしが価値を持つ高付加価値なローカルツーリズムを推進するとともに、観光客の多様なニーズに対応できる体験・消費拠点の拡充を図ります。さらに、市内各道の駅が有する特色・機能を活かし、地域が誇る自然や旧東海道の遺産など本市固有の資源の魅力を高めます。

- 玉露の里等観光拠点施設の活用
- 観光体験農園や道の駅の利用促進

4 観光コンテンツの高付加価値化と、新たな旅行商品・コンテンツの

開発、ブランド化

藤枝大祭りや朝比奈大龍勢など伝統行事を素材とした誘客や、関係団体と連携した特別な見学・参加プログラム、藤枝シティ・トレセン構想と連動した市内全域をフィールドとするスポーツ交流を核とした滞在型ツアーの商品化や、Jリーグ観戦後の特典付きプランや、特別な食事を提供するプレミアムツアーなど、高付加価値な旅行商品や観光コンテンツを開発することで、宿泊や消費へのつながりを強化します。

また、玉露、大龍勢、自然、暮らしの宝をつないだハイキング、サイクルツーリズム、トレイルランなどの周遊・滞在型のローカルツーリズムを推進します。

さらに、既存の「お茶」を中心とした観光資源の質的深化を図る一方で、社会情勢や多様化するニーズを捉え、お茶に並ぶ観光資源の「次なる藤枝ブランド」を官民一体となって創出し、ブランド認知の拡大と地域経済への波及効果の最大化を目指します。

- ガストロノミーツーリズムやアグリツーリズム、ローカルツーリズム等、新たなツーリズムの創出
- ターゲットを絞った戦略的なプロモーションとマーケティングの展開
- 地域事業者の主体的なブランド化の取組連携及び支援

基本方針 3

多様な連携による持続可能な訪日誘客の推進

欧米豪やアジア諸国など国外からの個人旅行者を積極的に誘致するため、国や県、周辺市町、民間事業者等関係機関との連携を強化します。また団体旅行者についても、観光施設や旅行会社と協働でプロモーション活動を展開し、国際的な認知度を高め誘客を図ります。また、外国人観光客を温かく迎え入れるための人材育成にも注力し、本市への継続的な来訪を促します。



玉露の里 茶室「瓢月亭」

1 観光施設や民間事業者との連携による国外プロモーションの展開

市内の観光施設、宿泊施設、民間事業者、周辺市町との広域組織やDMOと連携し、海外の旅行会社やメディア向けのセールス活動を強化します。本市の強みである「緑茶・抹茶」や「スポーツ」をはじめとした地域資源を活用した体験型コンテンツを組み合わせ、旅行商品の造成や販売を促すための情報提供と関係構築を重点的に行います。

- データ分析に基づく、ターゲットを絞った国外プロモーションの実施
- インバウンド需要のある観光商品の開発とDMOなどと連携した誘客セールスの実施

2 国際ゲートウェイ（空港・港）と連携したインバウンド誘致

2-1 富士山静岡空港を活用した広域周遊観光の推進

ゴールデンルート上の空港利用客に対し、本市を宿泊・周遊拠点とする滞在型コンテンツの提供を強化します。また道の駅玉露の里が持つ高いインバウンド誘客実績を活かし、広域周遊ルートにおける休憩・体験拠点として、道の駅の機能連携を強化します。

- ゴールデンルート国際線利用者をターゲットとした宿泊を伴うプログラムの企画・造成
- 空港内での魅力発信とゴールデンルートでの立ち寄りを促す周遊ルートの提案

2-2 クルーズ船客の誘致と地域内消費の促進

清水港や大井川港などに寄港するクルーズ船の乗客を本市に誘致するため、港に短時間立ち寄る乗客に特化した専用のショートトリッププログラムを造成し、限られた時間内での消費の最大化を図ります。

- お茶や桜などを活用したインバウンドに訴求する体験ショートツアーの造成
- 各港の客船誘致委員会をはじめとする機関との関係強化

3 訪日旅行会社への積極的な情報提供と連携強化

海外の旅行会社や国内の訪日旅行を専門とする旅行会社に対し、本市の観光情報や新たなコンテンツを積極的に提供します。スポーツツーリズムと組み合わせた宿泊プランなど、旅行商品の造成や販売を促します。

- 玉露の里施設管理者や民間旅行会社と連携した国外旅行エージェントへの営業活動
- サッカーをフックとしたスポーツ・文化体験コンテンツを活用した旅行商品の造成

4 外国人観光客に対応できる観光人材の育成と確保

市内の観光事業者や市民に対し、外国語研修や異文化理解に関するセミナーなどを開催し、外国人観光客を円滑に受け入れるための人材を育成・活用します。特に、「おもてなし文化」の担い手として地域住民の参画を促します。

- 「おもてなしコンシェルジュ」の活用強化
- 多言語対応可能な観光案内人の育成・活用



清水港に着岸するクルーズ船

第5章 計画の進行管理と推進体制

第1節 指標

主要評価指標（KPI）

区分	評価指標	目標値	基準値（R6）
量	観光交流客数	207万人	204万人
	観光レクリエーション客数	188.7万人	183万人
	宿泊客数	20万8,500人	20万5,325人
	外国人観光交流客数	2万7,000人	2万1,156人
質	サッカーツーリズム来訪者の旅行消費額	26,500円	23,412円
	宿泊客の旅行消費額	22,500円	19,876円
	体験・コンテンツに関する満足度（NPS）	28.0	24.8
量×質	市観光案内所物販の売上	2,040万円	1,805万円
体制	観光デジタルプラットフォームへの参画事業者数	50事業者	35事業者

※Jリーグ観戦に伴うツーリズム（宿泊）

※KPIは現状分析・将来予測を踏まえ設定。

第2節 進行管理と推進体制

計画の推進体制

本計画の推進にあたり、市観光協会や観光関連事業者、外部有識者などにより構成した「観光まちづくり懇話会」を設置し、進捗状況の報告等情報共有し、意見・提案を反映していきます。

近年の観光を取り巻く社会状況の変化は早いことから、本計画に定められた施策の進捗状況と達成・未達成の要因を把握し、時代背景・社会情勢に合わない施策の見直しを柔軟的に行えるよう、PDCAサイクルを稼働します。



用語解説・参考資料

用語解説

●インバウンド

外国人が観光やビジネスなどで日本を訪れる旅行、又はその旅行者自体を指す。

●オーバーツーリズム

観光客が集中しすぎることによって、地域住民の生活環境や自然環境、文化財などに悪影響を及ぼし、観光客の満足度も低下させてしまう現象（観光公害）。

●ガストロノミーツーリズム

その土地の気候風土が生んだ食や、食文化を支える歴史、文化、人との交流を楽しみ、体験する旅行形態。

●観光交流客数

各地域を訪れた人の延べ人数とし、宿泊客数（旅館・ホテル・民宿等に宿泊した客数（延べ泊数））及び観光レクリエーション客数（観光施設（地点）、スポーツレクリエーション施設、行祭事及びイベント）を合計したもの。

●ゴールデンルート

訪日外国人観光客に最も人気の高い、東京・富士山・京都・大阪・広島を結ぶ主要な観光ルート。

●三方よし

「売り手よし（事業者）」「買い手よし（来訪者）」「世間よし（住民・地域）」の三つの「よし」が揃っていることが、持続可能なビジネスや地域活性化につながるという考え方。

●スポーツツーリズム

スポーツを「する」「観る」「支える・体験する」といった活動と、観光を組み合わせた旅行形態。

●二次交通

観光地で主要な交通手段で到着した後、目的地や施設を周遊するために利用する地域内の交通手段（路線バス、シャトルバス、eバイクなど）。

●藤枝シティ・トレセン構想

本市が推進する独自のスポーツ交流戦略。市の強みであるサッカーをはじめとする各種スポーツ施設や地域資源を最大限に活用し、市内全域をフィールドとして国内外からのスポーツ活動や交流を呼び込むことを目指す。

- D M O
Destination Management Organization の略。特定の地域において、観光戦略の策定、情報発信、マーケティングなどを一元的に行う組織。
- D X
Digital Transformation の略。データとデジタル技術を活用して、ビジネスモデルや組織を変革し、競争上の優位性を確立すること。
- F I T
Foreign Independent Tourer の略。パッケージツアーを利用せず、個人で手配して旅行する外国人観光客。
- K P I
Key Performance Indicator（重要業績評価指標）の略。目標達成の度合いを測るために設定する具体的な指標。
- N P S
Net Promoter Score の略。顧客の愛着・信頼（ロイヤルティ）を測る指標。
- S D G s
Sustainable Development Goals（持続可能な開発目標）の略。2030年までに達成を目指す、国際連合が定めた17のゴールからなる目標。
- 2024年問題
主として物流・運送業界や建設業界において、2024年4月1日から適用された働き方改革関連法による時間外労働時間の上限規制強化によって発生する、諸問題の総称。

参考資料

●令和7年度 藤枝市観光まちづくり懇話会委員

(敬称略・順不同)

団体、組織名	役職名	氏名
藤枝市観光協会	事務局長	蒔田 大
藤枝商工会議所	常務理事	山内 一彦
岡部町商工会	事務局長	飯塚 勝章
J A おおいがわ	藤枝統括	望月 弘行
藤枝ホテル旅館組合	組合長	寺島 雅之
藤枝市商店街連合会	会長	曾根 克則
静岡産業大学	准教授	万浪 靖司
するが企画観光局	事務局次長	岩崎 昌登
藤枝市スポーツ文化観光部	部長	紅林 豊

●庁内策定委員会

	役職名	氏名
委員長	スポーツ文化観光部長	紅林 豊
委員	企画政策課長	江坂 祐哉
委員	広域連携担当理事兼広域連携課長	三田 雅也
委員	情報デジタル推進課長	田中 範明
委員	スポーツ振興課長 兼 サッカーのまち推進室長	伊原 雄人
委員	街道・文化課長	小林 仁
委員	文化財課長	大石 裕己

委員	中山間地域活性化推進課長	津島 さおり
委員	産業政策課長	水田 伸一
委員	農業振興課長 兼 お茶のまち推進室長	永井 克俊
委員	地域交通課長	松下 武人
委員	中心市街地活性化推進課長	岡村 敏明
委員	花と緑の課長	笛田 紀子
委員	旧市街地活性化推進課長	齋藤 栄一郎
委員	商業振興課長 兼 商店街活性化推進室長	大石 好美

●策定部会

	所属名	氏 名
部会長	観光交流政策課	大久保 幸廣
部会員	企画政策課	山口 雅義
部会員	広域連携課	榎本 哲大
部会員	情報デジタル推進課	杉本 雄亮
部会員	スポーツ振興課	朝比奈祐人
部会員	サッカーのまち推進室	海野 創
部会員	街道・文化課	一言 雅子
部会員	文化財課	岩木 智絵
部会員	中山間地域活性化推進課	鈴木 智之
部会員	産業政策課	朝比奈 慎太郎
部会員	農業振興課 兼 お茶のまち推進室	宮崎 真一

部会員	地域交通課	増田 秀文
部会員	中心市街地活性化推進課	近藤 智之
部会員	花と緑の課	奥川 真帆
部会員	旧市街地活性化推進課	岩田 将和
部会員	商業振興課 兼 商店街活性化推進室	西村 麻理

●事務局

所属	役職名	氏 名
藤枝市観光交流政策課	課長	大久保 幸廣
藤枝市観光交流政策課	主幹兼係長	小澤 峰樹
藤枝市観光交流政策課	主任主事	前田 一徳
藤枝市観光交流政策課	主事	八木 萌成
藤枝市観光交流政策課	主事	沼野 薫
藤枝市観光交流政策課	主事	田中 沙都

藤枝市スポーツ文化観光部観光交流政策課

住所 〒426-8722

静岡県藤枝市岡出山 1-11-1 (藤枝市役所 東館 4 階)

電話 054-643-3078

F A X 054-643-3327

メールアドレス kanko@city.fujieda.shizuoka.jp

藤枝市ホームページ <https://www.city.fujieda.shizuoka.jp/>

令和 8 年 3 月