

第3回 裾野市観光基本計画策定委員会

検討用資料

1. 裾野市における観光の現状と課題の整理

観光の現状

(H21年度観光交流客数/速報、市民観光意識調査、観光しずおか躍進計画、裾野市行政経営戦略会議)

観光を取り巻く動向

(余暇関連産業・市場の動向、国内宿泊旅行の動向、観光環境の変化
観光旅行のニーズ変化と観光地に求められる対応)

裾野市観光の課題と方向性

(裾野市観光の強み・弱み(SWOT分析)、裾野市観光の課題と方向性)

2. 基本方針の検討

計画の理念

施策の方針

施策の体系

3. 基本計画の検討

「観光のまち・裾野」のイメージアップ～裾野ならではの魅力の創出～

観光資源の多様な連携、ネットワークの形成

多様な体験、保養観光、スポーツ・健康増進の振興

富士山の裾野のまちにふさわしい景観の形成

「食のまちづくり」の推進

広域観光ネットワークの構築

観光プロモーションの強化

「おもてなしのまち」づくり

1. 裾野市における観光の現状と課題の整理

観光の現状

平成 21 年度裾野市観光交流客数(速報)

- 平成 21 年度「静岡県観光交流の動向調査」によると、平成 21 年の裾野市の観光交流客数は 238 万人で、平成 20 年の 240 万人から 2 万人減少しました。
- この減少は、宿泊客数、観光レクリエーション客数のそれぞれ 1 万人減ったためです。

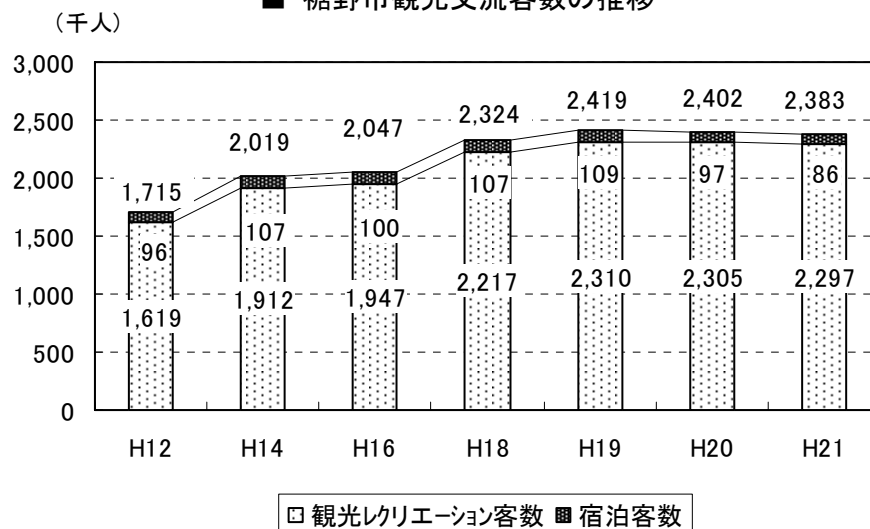
■平成21年度 観光交流客数

	観光交流客数		宿泊客数		観光レクリエーション客数		
	実数	前年度比	実数	前年度比	実数	前年度比	
裾野市	H21	2,383,325	99.2%	86,449	89.2%	2,296,876	99.6%
	H20	2,402,013	-	96,896	-	2,305,117	-
御殿場市		13,053,572	100.1%	575,250	85.3%	12,478,322	100.9%
小山町		2,843,413	85.4%	89,260	66.4%	2,754,153	86.2%
富士地域計※		30,720,485	99.3%	1,372,880	89.3%	29,347,605	99.8%
伊豆地域計※		36,163,226	91.9%	10,757,590	90.9%	25,405,636	92.3%
静岡県計		130,813,380	94.9%	17,230,758	92.0%	113,582,622	95.3%

※富士地域：富士宮市、富士市、御殿場市、裾野市、長泉町、小山町、旧芝川町（H22.3富士宮市と合併）

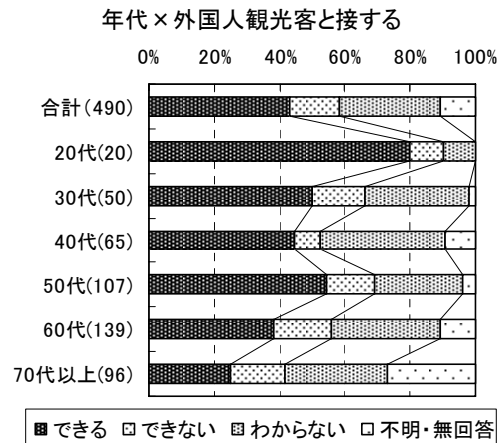
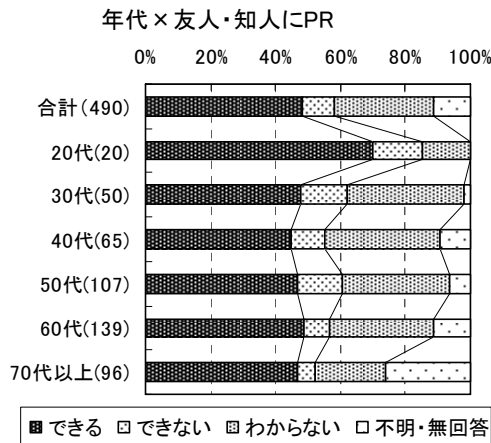
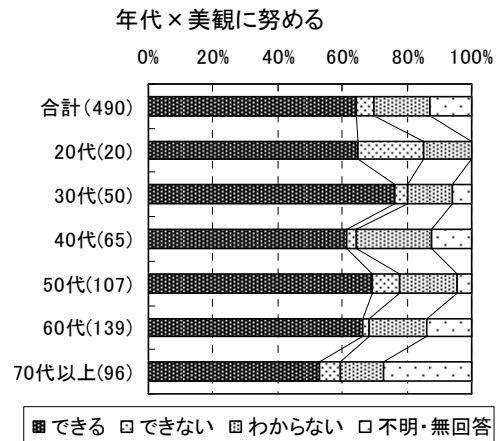
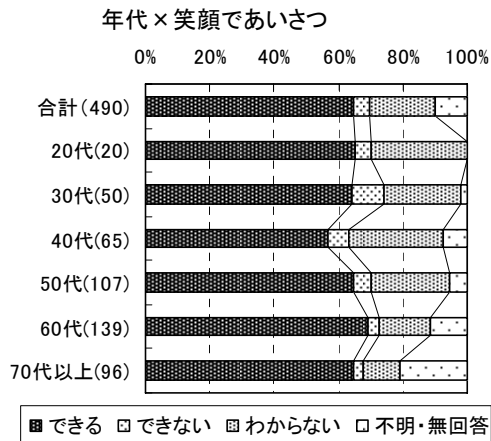
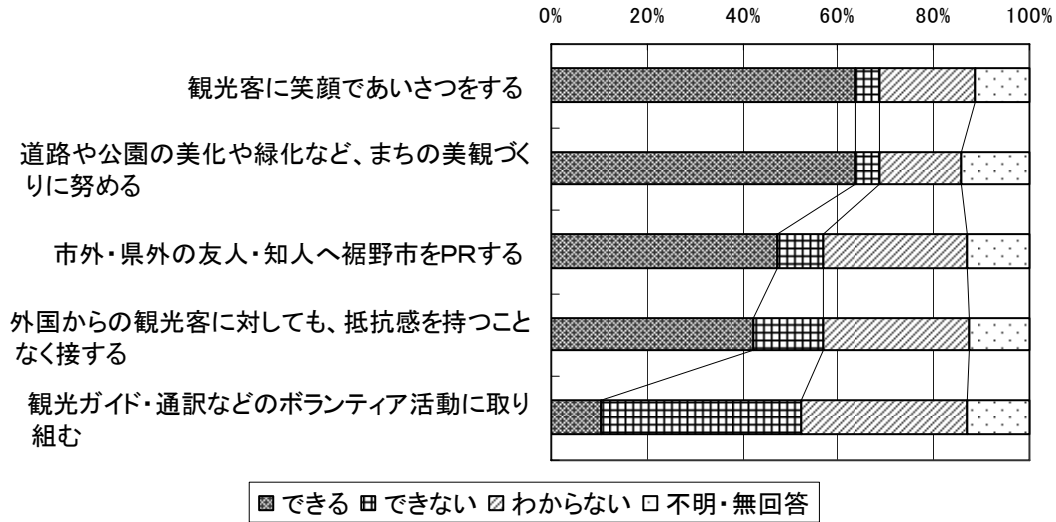
※伊豆地域：沼津市、熱海市、三島市、伊東市、下田市、伊豆市、東伊豆町、河津町、南伊豆町、松崎町、西伊豆町、函南町、清水町

■ 裾野市観光交流客数の推移

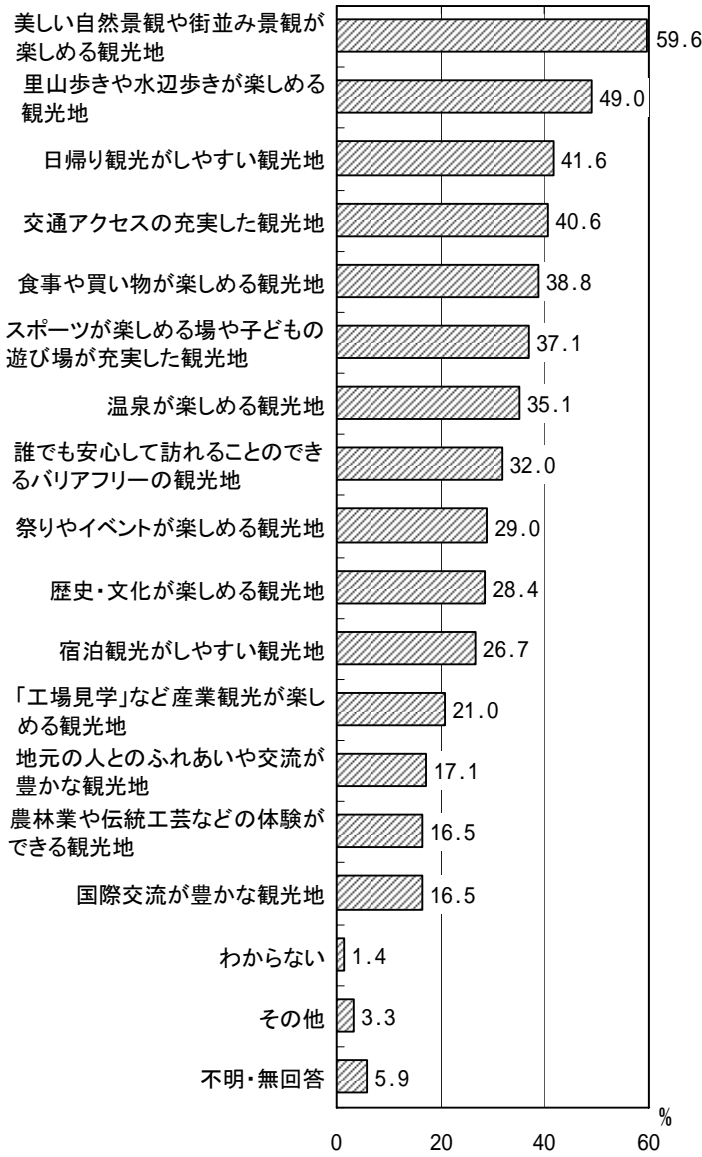


市民観光意識調査 / 観光振興の方向性

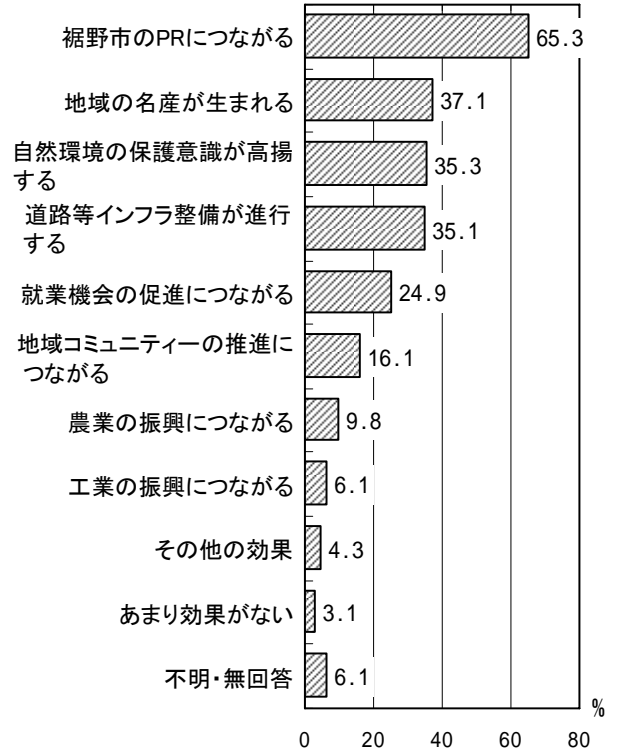
●あなた自身が魅力あふれる観光地とするためにできること【降順】



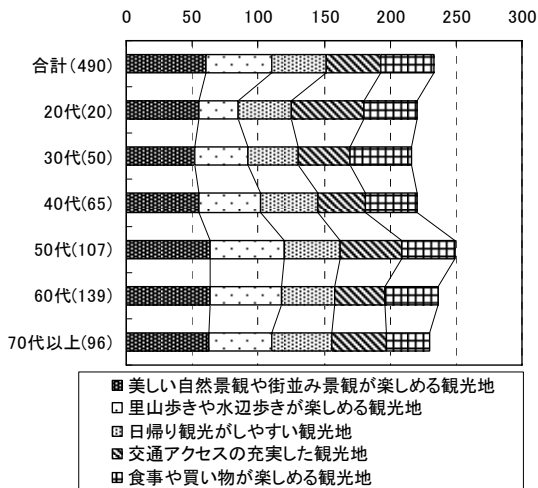
観光をめざす方向【降順】



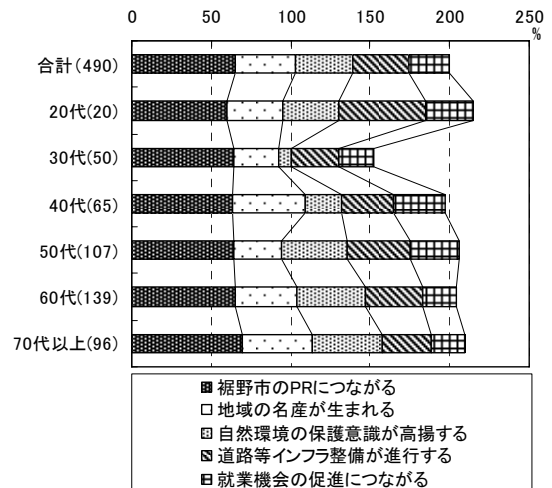
地域振興の効果【降順】



年代×めざす観光地(上位5位)



年代×地域振興の効果(上位5位)



観光しずおか躍進計画 / 後期行動計画（2005年度～2010年度）

- この計画は、平成11年8月に策定した平成22年度を目標年次とする「観光しずおか躍進計画」の期間後半の行動計画です。
- 観光に携わる企業、団体や県民の皆様と市町、県などが、協働して観光振興に取り組む上での指針や具体的に行動する施策をまとめたものです。
- 平成21年6月4日の「富士山静岡空港開港」に伴い、今後、更に多くの旅行者を迎え入れる好機が到来し、国内外の多くの旅行者が静岡県を訪れ、魅力を楽しみ、もう一度、また何度でも訪れたいと感じていただけるように、それぞれの地域が魅力を磨き、「おもてなし満足度日本一」の観光地を実現していきたくとしています。（平成22年5月）

●静岡県観光の目指す姿

キャッチフレーズ(H22.5)	「ありがとう。また来ます。すべての旅行者から、その言葉をいただくために。」
目的	国内外からの観光交流客が持続的に拡大する。 富国有徳の魅力ある地域を創造していきます。
目標	創知協働の取組を通して、何度でも訪れたいと感じていただける、満足度日本一の観光地を目指します。
使命	気軽に楽しめる心の保養地として、国内外からのお客様に、「やすらぎ」と「発見」を楽しんでいただき、「リフレッシュ感」と「感動」を持ち帰っていただくこと、それが「観光立県しずおか」の使命です。

●行動指針と各主体の役割

- 地域への愛着と誇りの醸成など、観光振興で心がける10の行動指針を示しています。
- 県民を含め、観光振興に携わるそれぞれの主体に期待する役割を明示しています。おもてなしの向上と魅力づくりは全ての主体に期待されます。

●戦略展開の基本的な方向性

- 「誇りを持って暮らすまちの魅力づくり」を基本に、訪れる人ともてなす人、双方の満足度を向上させながら、旅行者との信頼関係を築き、リピーターや新規客を獲得していきます。

●観光魅力づくりのテーマ

1、富士山	2、温泉・健康	3、芸術
4、まち	5、自然	6、人
7、食	8、花	9、ものづくり

●誘客する対象(ターゲット)

客層	・中高年(夫婦、家族)・女性(女性グループ、親子) ・子供(教育旅行、子供連れの家族旅行) ・趣味関心層(健康・いやし、環境、文化・学習等)
エリア	・国内(首都圏、県内、中京圏、遠隔地) ・海外(東アジア、欧米等)

●戦略プログラムの展開

1. 静岡ならではの観光魅力づくり	2. 静岡流おもてなしの実践
3. 誘客戦略(商品化など)	4. 観光魅力の発信(広報戦略)
5. 外国人旅行者の誘致拡大	6. コンベンションの推進
7. しずおかファンづくり	8. 観光ネットワークづくり
9. 交流基盤づくり	10. 観光情報基盤づくり
11. 観光を担う人づくり	12. 観光経営力の向上

■ 裾野市行政経営戦略会議

- 平成 19 年より市内外の有識者による「裾野市行政経営戦略会議」が開かれ、平成 21 年 3 月に市長に対して提言書が提出されたものです。

● 裾野市街づくりの基本軸

「健康文化都市」のビジョンにもとづく既存事業の見直しと総合的・体系的な見直し	
健康文化都市 すその 富士山の恵みを受け、健康で自立した市民が活力あるコミュニティと豊かな環境を想像するまち	健康文化を育む健康生涯学習のまちづくり
	健康文化を支える都市環境・基盤の整備
	健康産業を生み出すウェルネスクラスターの形成
ファルマバレー(富士山麓健康産業集積)プロジェクトとの連携による推進 (第2次戦略 市町との協働によるまちづくり<静岡県>)	

● 基本軸からの展開／プロジェクト案

1. 健康生涯学習のまちづくり	(行政主導)
2. 駅西地区・健康文化交流拠点事業	景観・街並みの一体化、コンパクトシティ構想
3. スポーツ交流都市推進事業	滞在型のスポーツ交流都市の推進、遊休農地(芝畑)をスポーツ交流に活用
4. ファルマベンチャー・ファームパーク構想	(行政主導)

● 基本方針と具体的施策

施策の展開	基本方針	具体的施策 (短期・中期・長期)
市民の利便性向上のまちづくり	① 定住人口の増加策 ② 賑わい創出 ③ 市民の健康増進 ⇒回遊性を高める仕掛けづくり	【短期】○駅西花回廊の実現 ○森林ウェルネス、まちなかウォーキングロードの設置 【中期】○ウェルネスセンターの建設 【長期】○高度医療施設・高齢者専用賃貸住宅の誘致等(駅西区画整理事業区域内)
外から人を呼ぶ活性化のまちづくり	① 交流人口を増やす ② 既存の観光ポテンシャルを活かす ③ 市民の健康増進 ⇒現在の施設等を活かす仕掛けづくり	【短期】○パノラマロード周辺の活性化(花いっぱい運動) ○森林ウェルネス富士山南麓事業 【中期】○スポーツ合宿のまち「すその」の実現(スポーツコミッションの設立、スポーツツーリズム振興) 【長期】○医療系企業・医療系大学・施設の誘致

観光を取り巻く動向

余暇関連産業・市場の動向（「2010 レジャー白書」）

- ・ 「レジャー白書 2010」によれば、平成 21 年の余暇市場は 69 兆 5,520 円となり、平成 20 年の 72 兆 6,860 円から前年比 4.3%減少した。
- ・ 同時期の国民総支出は前年比 2.0%減、民間最終消費支出は前年比 0.3%減であるのに対し、余暇市場の落ち込みは大きくなっています。
- ・ その中で特に、「観光・行楽部門」は 9.4%減となっており落ち込みが大きい。

■ 余暇市場、国民総支出、民間最終消費支出の推移

単位：億円

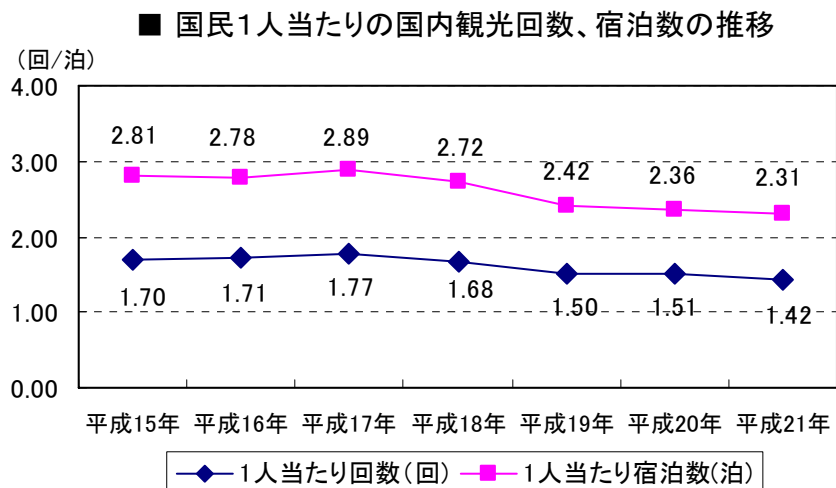
	H17	H18	H19	H20	H21	伸び率	
						20/19	21/20
スポーツ部門	42,160	42,320	42,440	41,650	40,660	-1.9%	-2.4%
趣味・創作部門	111,540	110,220	107,750	106,910	102,420	-0.8%	-4.2%
娯楽部門	541,130	532,540	488,680	474,050	458,040	-3.0%	-3.4%
観光・行楽部門	106,390	106,660	107,080	104,250	94,400	-2.6%	-9.4%
余暇市場	801,220	791,740	745,950	726,860	695,520	-2.6%	-4.3%
対国民総支出	16.0%	15.6%	14.5%	14.4%	14.7%	-0.6%	1.9%
対民間最終消費支出	28.0%	27.3%	25.5%	24.9%	24.6%	-2.3%	-1.2%
国民総支出	5,017,344	5,073,648	5,155,204	5,051,129	4,741,689	-2.0%	-6.1%
民間最終消費支出	2,859,356	2,895,936	2,925,232	2,917,507	2,826,235	-0.3%	-3.1%

出典：「レジャー白書2010」(財)社会経済生産本部

スポーツ部門	①球技スポーツ用品(ゴルフ用品、テニス用品等)、②山岳・海洋性スポーツ用品(登山・キャンプ用品、スキー・スノーボード用品等)、③その他のスポーツ用品(スポーツ自転車等)、④スポーツ服等、⑤スポーツ施設・スクール(ゴルフ場、ゴルフ練習場、テニスクラブ・スクール、スキー場、フィットネスクラブ、ボウリング場等)、⑥スポーツ観戦料
趣味・創作部門	①趣味・創作用品(カメラ、デジタルビデオカメラ、園芸用品等)、②観賞レジャー用品(液晶テレビ、VTR、CD、有料音楽配信等)、映画・ビデオソフト等)、③新聞・書籍、④鑑賞レジャー(映画、演劇等)
娯楽部門	①ゲーム(テレビゲーム・ゲームソフト、ゲームセンター、パチンコ・パチスロ等)、②ギャンブル(中央競馬、地方競馬、競輪、競艇、オートレース、宝くじ等)、飲食(外食、喫茶店・酒場・バー等)、③カラオケボックス(ルーム)
観光・行楽部門	①自動車関連(乗用車・自動二輪車、ガソリン代等)、②国内観光・行楽(観光地・テーマパーク、旅行業、ホテル・旅館、会員制リゾートクラブ等)、③海外旅行(国内航空会社の国際線収入)

国内宿泊旅行の動向 (平成22年度版 観光白書)

- 「平成22年度版観光白書」によれば、平成21年度における国民1人当たりの国内宿泊観光回数は、1.42回と推計され、対前年度比で6.0%の減となっています。また、国民1人当たりの国内宿泊観光宿泊数は、2.31泊と推計され、対前年度比2.1%減となっています。



出展:「平成22年度版観光白書」(観光庁)

観光環境の変化

<p>①高度情報化の進展</p>	<ul style="list-style-type: none"> 地球規模でインターネットや携帯電話など、多様な情報通信システムの普及が急速に進み、観光客の情報入手や宿泊、交通等の予約・申込手段等として、観光業界においてもインターネット等を利用した幅広い各種情報の受発信が飛躍的に拡大しています。
<p>②観光ニーズの多様化</p>	<ul style="list-style-type: none"> 価値観の多様化、余暇時間の増加、個人のライフスタイルの変化などに伴い、自然や健康志向、「食」の安全への高まり、従来の「遊覧見物」・「団体」型の旅行から「体験」・「個人」型の旅行の増加など、旅行目的や形態の多様化が進展しています。
<p>③市町村合併の進展</p>	<ul style="list-style-type: none"> 平成の大合併により、全国的に市町村合併が進展し、静岡県においては74市町村(H15.3.31)から35市町(H22. 3.31)に再編され、区域が大きく広がった新たな市町では地域資源の増大とともに、地域づくり・まちづくりのための新たな取組みが進められています。
<p>④少子高齢・人口減少社会の進行</p>	<ul style="list-style-type: none"> 少子高齢社会が進行しており、国内における定住人口が減少しています。加えて、「レジャー白書2010」(財)社会経済生産本部によれば、観光・行楽系の活動は全体的に縮小傾向が見られ、特に若年層のレジャー離れが進んでいます。このため、有効な観光交流促進策を講じていかなければ、国内に限られた定住人口のもとでは、交流人口の拡大が難しくなっています。
<p>⑤地域間競争の激化</p>	<ul style="list-style-type: none"> 高速交通網の整備等による旅行者の行動圏域が拡大するとともに、インターネット等を通じた観光情報発信の充実などにより、観光客の選択肢が大きく広がり、国内の観光地間の競争激化に拍車をかけています。 国内における定住人口が減少する中で、大量退職した(する)団塊の世代や元気なお年寄り等の増加により、国内だけでなく海外を含め各地域での誘致合戦がますます激しくなっています。

観光旅行のニーズ変化と観光地に求められる対応

動 向	観光地において求められる対応
<p>①量志向から質志向へ（豊かな体験志向の高まり）</p> <p>ゆっくりと地域を見たり、歩き、地元の人との交流を楽しみ、地元の新鮮な食べ物や郷土料理に舌鼓をうつといった豊かな体験への志向が今後ますます高まると予想されます。ある程度時間をかけて、自らの感性を磨いたり、技術の習得を求めるニーズも増えてくると予想されます。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ ハード(施設)よりも、いかに観光客を楽しませたり、感動させるかといったソフト重視へ。 ・ 地域の産物や人とのふれあいをじっくりと楽しめる時間消費型の環境整備を行う。 ・ 地域の食材を用い、特色ある食事や物産の魅力の創出を行う。
<p>②本物志向の高まり</p> <p>素朴な魅力であっても、地域に培われてきた実際の生活文化にふれ体験できる本物志向が今後も高まっていくものと予想されます。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 地域に培われてきた文化的背景に基づき、ひとつひとつの観光資源や施設を丁寧に磨き上げ、観光客に提供するとともに、奥行きのある魅力の創出を行う。
<p>③人とのふれあい・交流志向の高まり</p> <p>人とのふれあいが希薄な都市生活者にとって、地域の人情や優しさにふれる喜びや感動、発見等が観光の重要な魅力となります。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 訪れた地域をただ見せるだけでなく、地域の人々の案内等により、より深みのある体験の提供を行う。
<p>④自然志向の高まり</p> <p>暮らしの中でのストレスの増加や環境意識の高まり等から自然志向が強まっています。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 自然の摂理を学んだり、自然の中で環境との共生を実感しながら遊べるエコツアーのプログラム提供を行う。 ・ 観光地の運営に自然や環境の保全のしくみをつくる。
<p>⑤健康志向の高まり</p> <p>健康への関心が高まり、観光行動においても、ウォーキングや安全な食の魅力を求めるニーズが高まっています。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 自然豊かな環境の中でゆったりとできる温泉等の癒しの空間やウォーキングルートの整備を行う。 ・ 地域の新鮮な素材を生かして、安全な食の魅力を創出する。

<p>⑥ニーズの細分化</p> <p>「〇〇をするためにどこに行くか」といった目的意識が明確になるとともに、観光客の旅に求めるニーズや好奇心が細分化しています。</p>	<ul style="list-style-type: none"> 以下のような新しい観光形態への対応 (エコ・ツーリズム※、グリーン・ツーリズム※、ヘルス・ツーリズム※、フィルム・ツーリズム※、ヘリテージ・ツーリズム※、産業観光※、まちなか観光、ロングステイなど)
--	---

※新しい観光形態

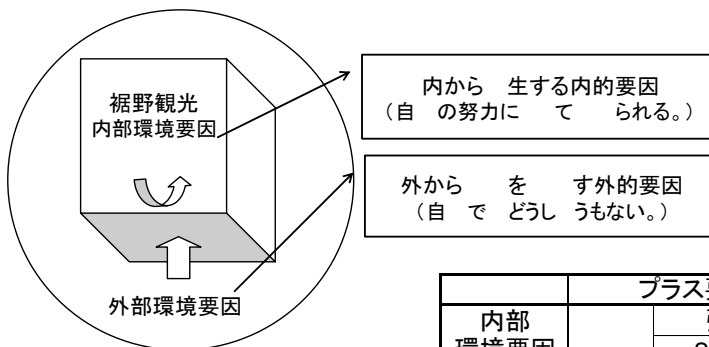
エコ・ツーリズム	自然の摂理や地域環境の魅力について学び、その保全への理解を醸成しながら、あわせて地域貢献につなげていこうとする旅の形態。
グリーン・ツーリズム	農山漁村の環境、生業、暮らしの営みを生かした旅の形態。農林漁業体験や農家民宿への滞在が典型。漁村資源を生かした旅をブルー・ツーリズムと称する場合もある。
ヘルス・ツーリズム	健康をテーマとした旅の形態。自然環境や温泉、地産地消の食材等のもつ治癒力・健康維持への効用を生かした旅や、医療と結びついた療養型の旅が提供され始めている。
フィルム・ツーリズム	映画やドラマのロケ地めぐり、および旅番組で取り上げられた観光地を巡るといった、映画やテレビが動機付けとなった旅の形態。
ヘリテージ・ツーリズム	主に地域の産業遺産を巡る旅。日本や地域を支えてきた産業や近代化に関わる施設や設備で、現在は使われていなかったり、別の使われ方をしているものが興味対象。
産業観光	産業、特にものづくりに関わる地域の技術や文化を訪ねたり、特産品や伝統工芸品等の購入・消費を楽しむ旅の形態。

裾野市観光の課題と方向性

裾野市観光の強み・弱み(SWOT分析)

	強み Strength	弱み Weakness
内部要因	<ul style="list-style-type: none"> 首都圏からのアクセスがいい 富士山をはじめ多くの自然資産に恵まれている サファリパークやアウトレットモールなどの広域集客施設が周辺にある 潜在的観光資源がたくさんある 	<ul style="list-style-type: none"> 工業中心のまち 観光行政の遅れ 観光スポットの知名度、魅力度が低い 地元物産の知名度、魅力度が低い
	機会 Opportunity	脅威 Threat
外部要因	<ul style="list-style-type: none"> 見る観光から体験する観光への展開 歴史や文化を学ぶ観光が人気 ウォーキング、花をテーマにした観光が人気 東アジアを中心の訪日旅行が増加(インバウンド) リタイアメントマーケットの拡大(団塊世代、元気な高齢者) 	<ul style="list-style-type: none"> 人口の減少による観光客パイの縮小(特に若者の減少) 観光行動の多様化 依然海外旅行人気が続いている(アウトバウンド) レクリエーション行動の中で「観光・行楽」行動の減少が続いている 観光回数、宿泊日数の減少が続いている

SWOT 分析とは



	プラス要因		マイナス要因	
内部環境要因	強み Strength	W	弱み Weakness	
外部環境要因	機会 Opportunity		脅威 Threat	

裾野市観光の課題と方向性

裾野市観光のあり方、方向性の模索	
今後の課題	<ul style="list-style-type: none"> 裾野市はこれまで工業都市として発達し、観光行政の位置づけが希薄であったと言えます。観光のあり方、方向性の模索が課題です。
方向性の検討	<ul style="list-style-type: none"> 「観光」が交流人口を拡大し、地域活性化、よりよい街づくりに繋がる重要施策であると位置づけ、今回「観光基本計画」を立案し、裾野市の観光のあり方、方向性を探ります。いわば「観光元年」と位置づけされます。

②観光資源の編集・整理	
今後の課題	<ul style="list-style-type: none"> 裾野市は観光資源が“おもちゃ箱をひっくり返したように”散在している状況で、これらを編集・整理することが今後の課題です。
方向性の検討	<ul style="list-style-type: none"> 性格の違うもの4つ、5つの柱として、テーマに即したコンセプトを作る。 イメージを1つ2つに限定することはない。切り口を変えて整理・編集の時にいかに結びつけるか、それぞれの性格の異なるものを繋げて廻ってもらう。共通利用券の発行などが有効である。 同じような性格のものを結びつけるモデルコースの提案が考えられる。

③観光案内・PRの徹底	
今後の課題	<ul style="list-style-type: none"> 市内観光スポットを知らない人、地域の祭り・イベントも知らない人が多く、観光案内、PRを徹底することが課題である。特に若年者に対するPRは必要である。
方向性の検討	<ul style="list-style-type: none"> 分かりやすいマップを作成する。 案内標識の設置、観光ガイド、ボランティアガイド、通訳サービスを徹底する。

④体験型観光の促進	
今後の課題	<ul style="list-style-type: none"> 一部市民の中にNPOを中心とした体験型観光の活動が芽生えているが、まだまだ普及されているとは言えない。観光ニーズの多様化で体験型観光を望む観光客が増加しており、今後市民参加型の体験観光を推進することが課題である。
方向性の検討	<ul style="list-style-type: none"> 体験型観光(見たり、体験したり、遊ぶこと)を増進し、観光消費を促す。 道の駅など観光の拠点づくりを進める。(食べる、買ってもらう、知ってもらう。)

⑤学習する観光の推進	
今後の課題	<ul style="list-style-type: none"> 裾野市には工場、研究所が沢山あり、「ヤクルト工場」の見学は実施されている。観光ニーズの多様化で学習する観光を希望する人が増加しており、その他の工場も見学できるようにする。また、企業研修などを推進することが課題である。
方向性の検討	<ul style="list-style-type: none"> 裾野市の「ヤクルト工場」以外の工場の見学ができるよう促進し、「学びの観光」を推進する。 既存の資源を活かした産業観光、工場見学を含めた企業研修を実施する。

⑥自然・街並み観光の推進	
今後の課題	<ul style="list-style-type: none"> 60%の観光資源が既にある。
方向性の検討	<ul style="list-style-type: none"> 富士山の美しい裾野市において、自然の景観を活用する。 街の景観を美しくしていく市民運動を促進する。 市民意識を高揚させ市民参加の『観光街づくり』を推進する。

⑦広域観光の推進	
今後の課題	<ul style="list-style-type: none"> 観光客には行きたい観光スポットがどこの市・町にあるかという意識は希薄である。その地域で行きたい観光ルートが行政区域をまたぐことも多く、行政単位で観光を紹介するにも限界がある。今後、周辺都市との連携で広域観光を目指すことが課題である。
方向性の検討	<ul style="list-style-type: none"> 裾野市、御殿場市、小山町合同の観光振興対策を実施する。 2市1町の観光業者の定期的会合、観光協会の一本化を目指す。

2. 基本方針の検討

計画の理念

市民と育む「観光・交流のまち」裾野の実現

富士山の恵みを受け、個性に満ち、魅力あふれるまち
優しく、温かな気持ちに浸ることができるまち裾野の実現を目指す

施策の方針

1. 「観光のまち・裾野」のイメージアップ ～裾野ならではの 魅力の創出～	富士山の“裾野のまち”裾野市の裾野ならではの魅力を創出し、観光のまちとしてのイメージアップを図る。自然資産・歴史資産・文化資産を活用した観光の振興を図ります。
2. 観光資源の多様な連携、ネットワークの形成	市内に分散する多種多様な観光資源をネットワーク化するため、回遊ルートの整備及び観光資源・施設間の連絡回遊システムづくりを行います。
3. 多様な体験、保養観光、スポーツ・健康増進の振興	農業体験や自然体験、学習体験など体験観光を推進し、そのためのメニューや受け入れ体制の整備を行います。また、スポーツ施設や温泉などを活用し、保養や健康増進面での充実を図ります。
4. 富士山の裾野のまちにふさわしい景観の形成	富士山の裾野のまちのイメージアップを図るため、四季を通じた花による修景や、市全体レベルでの環境美化活動を推進します。
5. 「食のまちづくり」の推進	裾野ならではの食材を活かした名産品・名物料理の開発を促進し、それらの情報発信を推進します。
6. 広域観光ネットワークの構築	国や県、周辺市町や民間団体との連携を強化することにより、広域的・立体的なネットワークの構築を図ります。
7. 観光プロモーションの強化	市の観光資源の幅広い情報発信に向け、観光情報整備提供の拡充に努めます。また、合宿や研修の積極的な誘致に取り組めます。
8. 「おもてなしのまち」づくり	本市を訪れる観光客が、心から満足し、また来訪してくれるよう「もてなしのまち」づくりを推進します。そのため、市民のおもてなしの意識の向上に努めます。

施策の体系

施策の方針	例 示
1. 「観光のまち・裾野」のイメージアップ ～裾野ならではの魅力の創出～	<ul style="list-style-type: none"> ・ 富士山のビューポイントの選定と整備 ・ 裾野ならではの自然体験・農業体験のメニューづくり ・ 裾野ならではの自然・歴史・文化を活かしたストーリー性のある回遊ルートの整備 ・ 観光物産拠点の形成
2. 観光資源の多様な連携、ネットワークの形成	<ul style="list-style-type: none"> ・ 市内周遊ネットワークの整備（再掲） ・ 交通ネットワーク、案内表示、関連施設の整備・拡充
3. 多様な体験、保養観光、スポーツ・健康増進の振興	<ul style="list-style-type: none"> ・ 自然とふれあう体験観光の推進 ・ 宿泊滞在利用の促進、観光保養・健康増進システムの整備 ・ スポーツ合宿誘致の促進 ・ 各種体験メニューづくり（再掲）
4. 富士山の裾野のまちにふさわしい景観の形成	<ul style="list-style-type: none"> ・ 花による景観形成 ・ 市全体レベルでの自然・田園、街並み景観の形成推進
5. 「食のまちづくり」の推進	<ul style="list-style-type: none"> ・ 裾野ならではの食材を活かした名産品・名物料理の開発 ・ 食の魅力に関する情報発信と情報提供
6. 広域観光ネットワークの構築	<ul style="list-style-type: none"> ・ 広域観光ルートの形成と情報発信 ・ 広域観光推進体制の整備
7. 観光プロモーションの強化	<ul style="list-style-type: none"> ・ 観光交流イベントの魅力強化 ・ 観光情報の発信と提供の推進 ・ 観光情報提供媒体の整備 ・ 交通機関、旅行会社への情報提供の強化
8. 「おもてなしのまち」づくり	<ul style="list-style-type: none"> ・ 観光関連事業者におけるおもてなし・接客対応力の向上 ・ 観光ボランティアガイド、観光インストラクターの育成 ・ 市民におけるおもてなし意識の啓発 ・ 外国人観光客の受け入れ体制の充実

3 . 基本計画の検討 (参考例示)

- 基本方針で示した8つの施策について、各々の事業展開を参考例示として記載する。

1. 「観光のまち・裾野」のイメージアップ ～裾野ならではの魅力の創出～	
・富士山のビューポイントの選定と整備	●パノラマロード、愛鷹山ハイキングコースなど、市内の富士山のビューポイントを選定して、写真撮影や休憩が可能な施設づくり
・裾野ならではの自然体験・農業体験のメニューづくり	●滞在型農業体験活動プログラム開発と受け入れ体制の整備 ●観光農園の開設促進 ●特産野菜などの栽培・収穫体験の演出 (ex 芋掘り、芋煮、芋の漬物、こんにゃく作り体験、やつがしらの茎の漬物) ●富士登山、愛鷹連峰登山等との周遊促進
・裾野ならではの自然・歴史・文化を活かしたストーリー性のある回遊ルートの整備	自然観察コースの設定の工夫 (「森林ウェルネスウォーキングロード」の設置、森林ウェルネス箱根西麓事業の推進、森林ウェルネス富士山南麓事業の推進) ●裾野の民話と歴史資源の継承と活用 (裾野市の歴史・文化をひも解くようなものを発掘 深良用水を造った人々、観光資源としての見せ方、伝え方、楽しみ方の工夫—民話をわかりやすく語る“語り部”の育成、体験ツアー(パワースポット巡り、滝、風穴等)
・観光物産拠点の形成	●道の駅の設置 (国道 246 号または国道 469 号沿い) ●飲食店、地場産品販売店における特色づくりの促進

2. 観光資源の多様な連携、ネットワークの形成	
<p>・市内周遊ネットワークの整備（再掲）</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●裾野駅を起点とする回遊ルートの整備 ●街路の愛称づくりの工夫(森林ウォーキングロード、まちなかウォーキングロード、ジョギングロード、溪谷の散策路等) ●もののふの里「葛山(かずらやま)」の散策 ●全国疎水百選、「深良用水」の散策 ハイキングコースの整備 (富士山散策道～忠ちゃん牧場、愛鷹山ハイキングコース等) ●梅の里周辺の活性化 (道の駅の設置、遊歩道整備(運動公園～サッカー場～ヘルシーパーク裾野))
<p>・交通ネットワーク、案内表示、関連施設の整備・拡充</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●観光案内・誘導標識の整備・拡充 (初めての来訪者にもわかりやすい親切な標識) ●観光施設間の交通ネットワークの整備・促進 (“すそのーる”の活用) ●まちなか歩き観光マップ(観光資源、飲食店、物産展等の記載)の記載 ●各観光スポットにおけるトイレ、駐車場整備の促進

3. 多様な体験、保養観光、スポーツ・健康増進の振興	
・ 自然とふれあう体験観光の推進	● 十里木キャンプ場、愛鷹山ハイキングコースの整備
・ 宿泊滞在利用の促進、観光保養・健康増進システムの整備	● 医療施設との連携による健康増進プログラム開発の促進 ● 連泊・滞在期間に対応したサービス・料金システムの工夫 ● 既存施設のサービス向上(ヘルシーパーク裾野等)
・ スポーツ合宿誘致の促進	● 運動公園をはじめとする体育施設やサッカー場を利用する団体、周辺企業のスポーツクラブ等へ合宿場所の斡旋・提供 ● 水ヶ塚周辺の高地トレーニング地活用の検討
・ 各種体験メニューづくり（再掲/学習体験を記載）	● 小・中学校、高等学校の体験学習の積極的誘致と教師への PR 活動の推進 ● 工場見学の推進(ヤクルト、キヤノン他) ● 研修合宿の推進 ● 旅行会社等への働きかけ強化

4. 富士山の裾野のまちにふさわしい景観の形成	
・ 花による景観形成	● 市内主要道路への花の植栽やオブジェの設置 (花いっぱい運動 「駅西花回廊事業」、「パノラマロードを花でいっぱいにする会」、ライオンズクラブの「あじさい」の植栽、行政の「ひまわり」の植栽等) ● 四季を通じた花による修景の推進 (花いっぱい運動の推進、ガーデニングフェスティバルの開催)
・ 市全体レベルでの自然・田園、街並み景観の形成推進	● 景観デザインの工夫と環境美化の推進 ● 水際環境の整備 (遊歩道整備、河川における親水利用が可能な河岸保全施設等の整備検討)

5. 「食のまちづくり」の推進	
<ul style="list-style-type: none"> ・裾野ならではの食材を活かした名産品・名物料理の開発 	<p>特産野菜の観光面でのブランド化と「名物食材」としての活用</p> <ul style="list-style-type: none"> ●裾野ブランドの名物や共同商品の開発支援 ●商工会との連携強化
<ul style="list-style-type: none"> ・食の魅力に関する情報発信と情報提供 	<ul style="list-style-type: none"> ●地元名産品(イチゴ、天然水、タケノコ、大和芋、モロヘイヤ、地酒・茶焼酎、すそのポーク、銘茶等)の紹介、展示販売機能の整備 ●「食」をテーマとするイベントの工夫 (ex.すその水ギョーザコンテスト、市内B級グルメのコンテスト)

6. 広域観光ネットワークの構築	
<ul style="list-style-type: none"> ・広域観光ルートの形成と情報発信 	<ul style="list-style-type: none"> ●裾野を起点とする多様な広域観光ルートの形成と情報発信 ●広域アクセスの整備 (御殿場線の利用改善、「あさぎり」号)、高速バスの運行強化に向けた働きかけ)
<ul style="list-style-type: none"> ・広域観光推進体制の整備 	<ul style="list-style-type: none"> ●広域観光情報機能の整備充実(「表富士観光キャラバン」活動の促進) ●御殿場市・小山町を含めた広域観光推進体制の整備 ●相互連携と情報交換の推進 (観光協会、観光業者の定期的会合の開催)

7. 観光プロモーションの強化	
・観光交流イベントの魅力強化	<ul style="list-style-type: none"> ●既存イベント充実の工夫と支援(すその夏まつり、すその阿波おどり大会、どんど焼、裾野市農業まつり、五竜みどりまつり等) ●観光関連団体間の連携による地域イベントの開催 ●若者に魅力のある音楽イベントの定着に向けた支援 ●新たな魅力あるイベントの開催に向けた検討
・観光情報の発信と提供の推進	<ul style="list-style-type: none"> ●観光交通機関、観光施設、飲食・物販施設、宿泊施設等の相互連携の促進(地場産品、農産品の積極的活用、共通ポイントシステムの開発等) ●テレビ・映画等を活用した観光誘致宣伝活用の強化と「フィルム・コミッション」の設立 ●著名作家・デザイナーによる宣伝媒体のデザイン化 (ex.富士山を描く「絹谷幸二」の起用、広報紙や観光案内誌のデザイン統一によるイメージアップ戦略(伊豆の国市「木村美穂」の起用例)
・観光情報提供媒体の整備	<ul style="list-style-type: none"> ●IT化による観光情報ネットワークの整備推進(各観光スポットホームページ間の検索連携) ●多様な媒体を活用した観光情報提供の充実 (ラジオ、スポットCM等の活用、旅行会社や旅行雑誌向けの情報提供の強化、ブログ・ツイッターなどのソーシャルメディアへの対応推進)
・交通機関、旅行会社への情報提供の強化	<ul style="list-style-type: none"> ●観光客誘致キャンペーンの充実(表富士キャラバン) ●関係団体との連携・協力の強化

8.「おもてなしのまち」づくり	
<ul style="list-style-type: none"> 観光関連事業者におけるおもてなし・接客対応力の向上 	<ul style="list-style-type: none"> ●市民向け啓発活動による「おもてなしの心」の醸成 ●観光モニター制度導入の検討 ●観光関連事業経営者・従業員における「もてなし研修」の実施 ●各施設における顧客満足度調査の実施
<ul style="list-style-type: none"> 観光ボランティアガイド、観光インストラクターの育成 	<ul style="list-style-type: none"> ●観光協会と連携した観光ボランティアガイド、インストラクターの養成
<ul style="list-style-type: none"> 市民におけるおもてなし意識の啓発 	<ul style="list-style-type: none"> ●市民への啓発、美化意識の醸成 ●観光客への啓発、マナーの徹底
<ul style="list-style-type: none"> 外国人観光客の受け入れ体制の充実 	<ul style="list-style-type: none"> ●外国人観光客の利用に対応した体制の整備(外国語併記の観光案内板、交通・飲食・宿泊・観光施設等における外国語併記の促進など)