

富士山が
日本一きれいに
見えるまち



裾野市

観光戦略

令和6年11月策定 静岡県裾野市



ごあいさつ

4つのエリア戦略の実行と環境基盤の整備を実現 2030年までに観光交流客数を300万人へ



裾野市では昭和35年、前身の裾野町の時代に「裾野町工場設置奨励条例」を制定することで、産業基盤に立脚したまちづくりの基礎が育まれ、昭和63年に東名裾野インターチェンジが完成することで、首都圏へのアクセスが飛躍的に向上し、今日につながる工業のまちとして、着実な発展を遂げております。

観光につきましては、2019年度まで北部の観光レジャー施設を中心に年間200万人を超える観光客が訪れておりましたが、新型コロナウイルス感染症拡大後は、ピーク時の半数以下まで落ち込みました。アフターコロナにおけるインバウンド需要の追い風に乗り、観光交流人口を拡大させ、市内全域ににぎわいとうるおいを拡大していくためには、観光を成長産業として捉え直し、観光を戦略として再構築していく必要があると考えております。

工業のまちとしての確固たる産業基盤を維持しながらも、国の進める観光立国の政策に呼応し、市長戦略に掲げる「人と企業に選ばれるまち」を具現化すべく、2030年までに観光交流客数を300万人に増やしていくという目標を実現させるための観光施策を示したものが観光戦略であります。

同戦略では特に重点的な取り組みとして、4つのエリア戦略、2つのテーマ戦略、3つの基盤強化を掲げ、実効性を高めることにしております。中でも富士山の眺望を生かした景観が素晴らしいパノラマロード周辺エリアにおきましては、ヘルシーパーク裾野と運動公園を中心に、テーマ戦略であるスポーツツーリズムのさらなる充実を図るために、民間活力による観光拠点としての整備を目指すものです。

本市には、日本のシンボルであります世界遺産富士山の恩恵による歴史・文化や自然、それらを生かした観光施設が多数存在します。エリア戦略とテーマ戦略を組み合わせながら、これらの観光資源に磨きをかけ、施設間連携を強化しながら、回遊性を高めていく取り組みを積極的に進めていきたいと考えております。また、施設間連携拠点となる「道の駅」整備や、観光インフラの基盤整備を着実に実行することで、戦略の実行性を高めていくことにしております。

結びに、本戦略の策定にご尽力いただいた「裾野市観光戦略策定委員会」の委員の皆様や観光戦略アドバイザーをはじめ、貴重なご意見などをお寄せいただきました市民の皆様に心から感謝を申し上げます。

令和6年11月

裾野市長 村田 悠

目次

1 裾野市観光戦略について	1
1-1 策定の目的	1
1-2 観光戦略の位置づけ	1
1-3 計画期間	1
2 観光の現状と課題	2
2-1 世界の観光の現状	2
(1) 国際観光客数の動向	2
2-2 全国の観光の現状	3
(1) 日本人国内旅行者の動向	3
(2) 訪日外国人旅行者の動向	5
(3) 国の観光政策の動向	6
2-3 静岡県の観光の現状	7
(1) 観光の動向	7
(2) 地域別の動向	8
(3) 訪日外国人旅行者の動向	10
(4) 観光政策の動向	11
2-4 裾野市の観光の現状	12
(1) 特性	12
(2) 地勢	12
(3) 交通	12
(4) 観光交流客数の推移	12
(5) 観光施設・事業	17
(6) 来訪者・属性・人流分析	19
(7) 関連計画・取組	22
2-5 裾野市の観光の強みと弱み	24

(1) SWOT 分析.....	24
(2) 課題の整理.....	25
3 裾野市の観光が目指す姿と目標.....	27
3-1 目指す姿.....	27
3-2 目標.....	27
3-3 戦略の方向性／クロス SWOT 分析.....	28
3-4 目標達成のための基本方針.....	29
4 基本方針実現のための具体的な施策.....	30
4-1 施策別.....	30
(1) 基本方針1 観光資源の磨き上げ.....	30
(2) 基本方針2 新たなツーリズムの推進.....	32
(3) 基本方針3 新たな旅行市場の開拓.....	34
(4) 基本方針4 マーケティング・ブランディング・プロモーションの強化.....	35
(5) 基本方針5 観光振興のための推進体制強化.....	37
(6) 基本方針6 観光客目線の環境整備.....	38
4-2 7つの観光交流エリア.....	40
(1) 富士山麓・十里木エリア.....	41
(2) 須山浅間神社周辺エリア.....	42
(3) パノラマロード周辺エリア.....	43
(4) 愛鷹周辺エリア.....	44
(5) 岩波駅周辺エリア.....	44
(6) 箱根周辺エリア.....	45
(7) 中央公園エリア.....	46
4-3 観光施設周辺の土地活用.....	47
5 目標達成のためのアクションプラン(戦略).....	48
5-1 アクションプラン(戦略)の位置づけ.....	48

(1) 重点的に取り組むべき戦略.....	48
(2) 戦略などの整理.....	48
(3) 観光交流客数 300 万人達成に向けての計画.....	49
5-2 4つのエリア戦略.....	50
(1) エリア戦略1／十里木・水ヶ塚周辺の集客施設との連携強化.....	50
(2) エリア戦略2／須山浅間神社と周辺歴史資産の活用.....	50
(3) エリア戦略3／パノラマロード沿線の観光拠点化.....	51
(4) エリア戦略4／まちなか強化.....	51
5-3 2つのテーマ戦略.....	52
(1) テーマ戦略1／スポーツツーリズム.....	52
(2) テーマ戦略2／ロケツーリズム.....	52
5-4 基盤強化.....	53
(1) 環境整備.....	53
(2) 発信強化.....	53
(3) 担い手強化.....	53
5-5 目指す姿.....	54
= 資料編 =	55
都市計画法第34条第2号に係る観光資源の有効な利用上必要な建築物の運用基準.....	56
裾野市観光戦略策定委員会.....	58
○裾野市観光戦略策定委員会設置要綱.....	58
○裾野市観光戦略アドバイザー設置要綱.....	59
○裾野市観光戦略策定委員会.....	60

1 裾野市観光戦略について

1-1 策定の目的

本市では「裾野市観光基本計画(平成23年3月策定／計画期間:平成23年度～令和2年度)」、「裾野市産業基本計画(平成29年3月策定／計画期間:平成29年度～令和8年度)」を策定し、これまで“工業のまち”として発展してきた裾野市を“観光のまち”としても発展させるべく、観光施策に取り組んできました。本市には、富士山麓、愛鷹山麓の自然資源の豊富さや、首都圏からのアクセスの良さなどの強みがあり、知名度がある観光レクリエーション施設が立地しています。平成25年には、須山浅間神社が構成資産の一つになっている富士山が世界遺産に登録されるなど、本市の文化的な資産も高い評価を得ています。また、スポーツツーリズムやロケツーリズムといった新たな地域資源を活用した取り組みも着実に成果を上げており、今後の更なる飛躍が期待されます。

一方で、本市の観光交流客数は、新型コロナウイルス感染症の感染拡大前の2019年までの約10年間、ほぼ横ばいで推移してきましたが、観光を取り巻く世界は一変し、本市の観光交流客数も大きく減少するとともに、観光客の旅行形態や消費者ニーズは大きく変化しました。

このような環境変化に対応し、持続可能な観光地を実現するため、行政、観光事業者、市民などが協力し、交流人口の拡大と観光産業の活性化に向け本戦略を策定することとしました。

1-2 観光戦略の位置づけ

本戦略は、第5次裾野市総合計画における観光分野の個別計画として本市の観光振興、持続可能な観光地づくりの方向性を示すものです。また、国や静岡県の観光関連計画及び本市の関連計画との整合性に留意しながら策定しています。

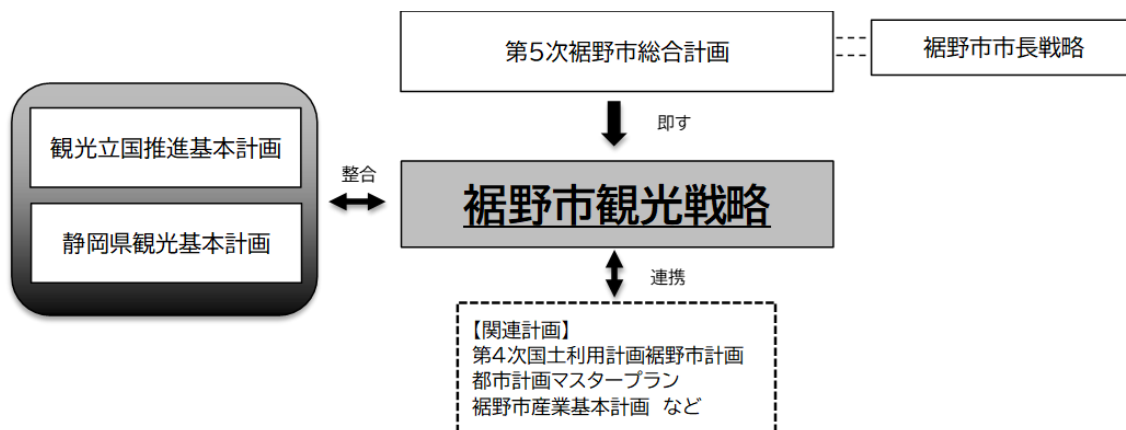


図 1: 観光戦略と上位計画・関連計画などの関係図

1-3 計画期間

計画期間は、令和6(2024)年度から令和12(2030)年度までとします。但し、今後の社会情勢などの変化によって、必要に応じて見直すこととします。

2 観光の現状と課題

2-1 世界の観光の現状

(1) 国際観光客数の動向

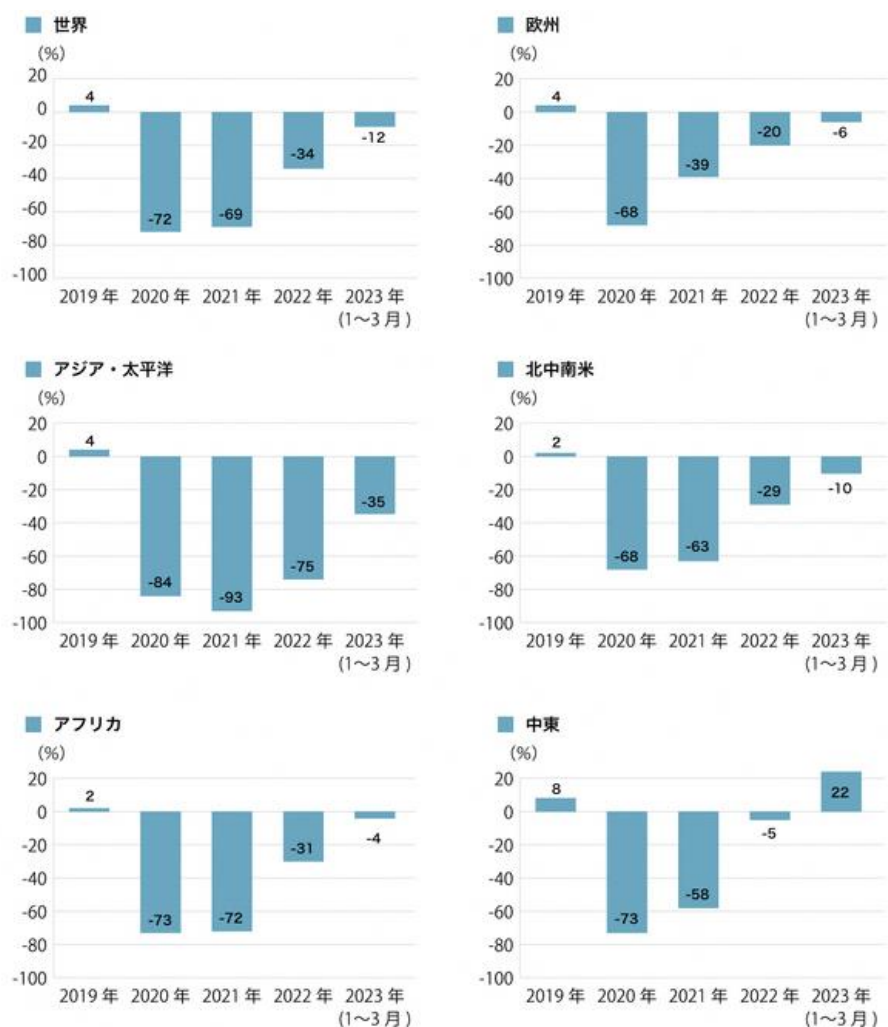
■2023年の世界の観光は新型コロナウイルス感染症前の88%まで回復

世界全体の観光客数の最新動向では、2023年の国際観光客到着数は新型コロナウイルス感染症前の水準の88%に達し、約13億人と推計されています。

エリア別では中東、欧州、アフリカが回復をリードしており、中東においては新型コロナウイルス感染症前のレベルを上回っており、ビザの円滑化、新たなデスティネーションの開発、新たな観光関連プロジェクトへの投資や大規模イベントの開催などがこの成長を下支えています。

アジア太平洋地域では、海外旅行再開の遅れにより、国際観光客到着数が2019年同期の65%までの回復となり、翌四半期以降での更なる回復が予測されています。

■ 国際観光客到着数の伸び率の変化



出典:国連世界観光機構(UNWTO)の数値を基に裾野市作成

2-2 全国の観光の現状

(1) 日本人国内旅行者の動向

■新型コロナウイルス感染症の影響で大幅に減少した旅行者数や旅行消費額が順調に回復

日本人国内市場は2019年までの間、消費額は2015年以降20兆円を超え、旅行者数は6億人前後で推移していましたが、翌年2020年以降に発生した新型コロナウイルス感染症の拡大に伴う外出自粛などの影響により、消費額、旅行者数共に50%以上の大幅な減少となりました。

新型コロナウイルス感染症の影響が軽減し始めた翌年の2022年より顕著な回復の傾向が見え始め、2023年の国内旅行消費額は前年同期比約27.3%増の21兆8,802億円で、2019年比で約100%と同水準まで回復しています。

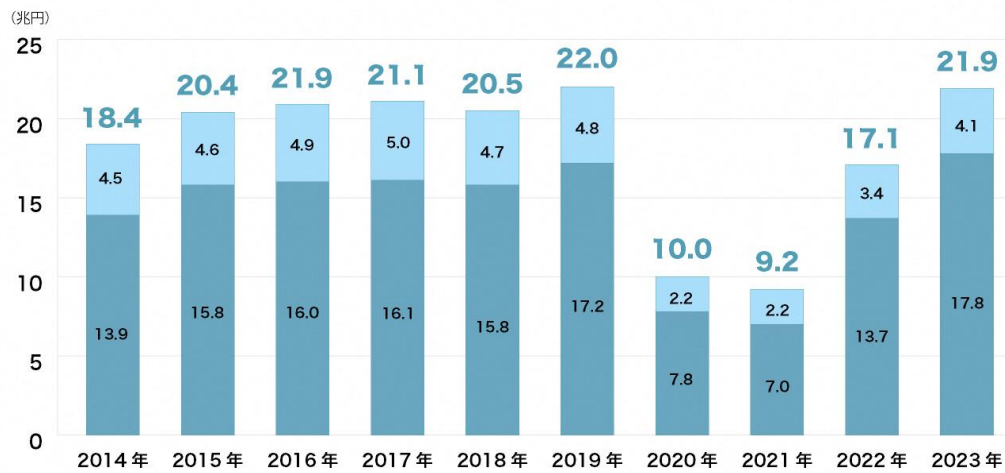
一方で2023年の日本国内の延べ旅行者数は前年同期比約19.0%増の4億9,733万人となりましたが、2019年比では約84.7%とやや回復が遅れている状況です。



出典:旅行・観光消費動向調査(観光庁)を基に裾野市作成

■ 日本人国内旅行消費額の推移（年集計）

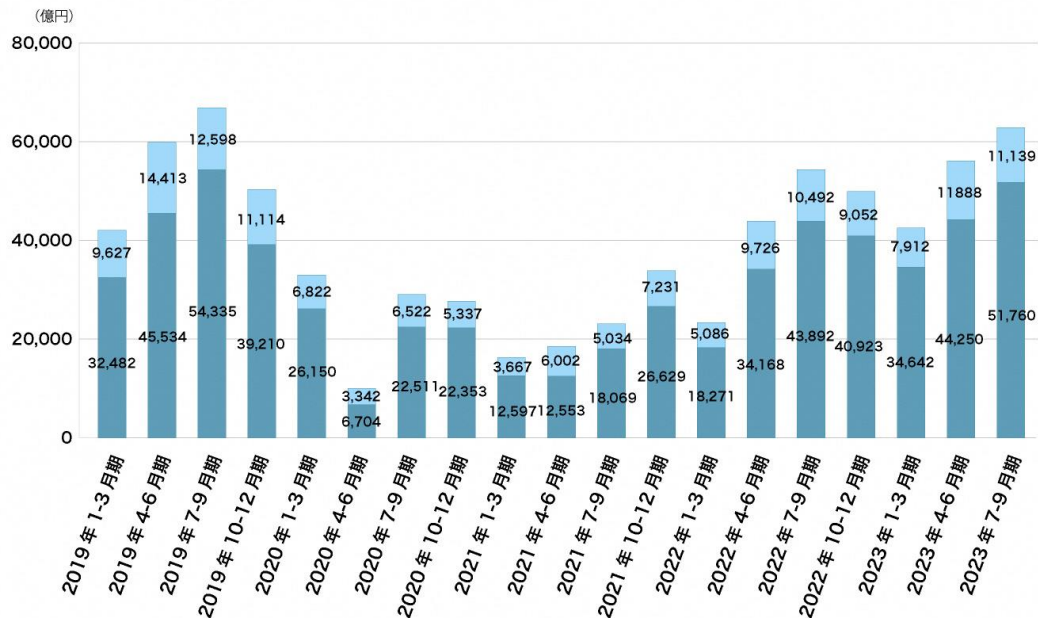
■ うち日帰り旅行 ■ うち宿泊旅行



出典:旅行・観光消費動向調査(観光庁)

■ 日本人国内旅行消費額の推移（四半期集計）

■ うち日帰り旅行 ■ うち宿泊旅行

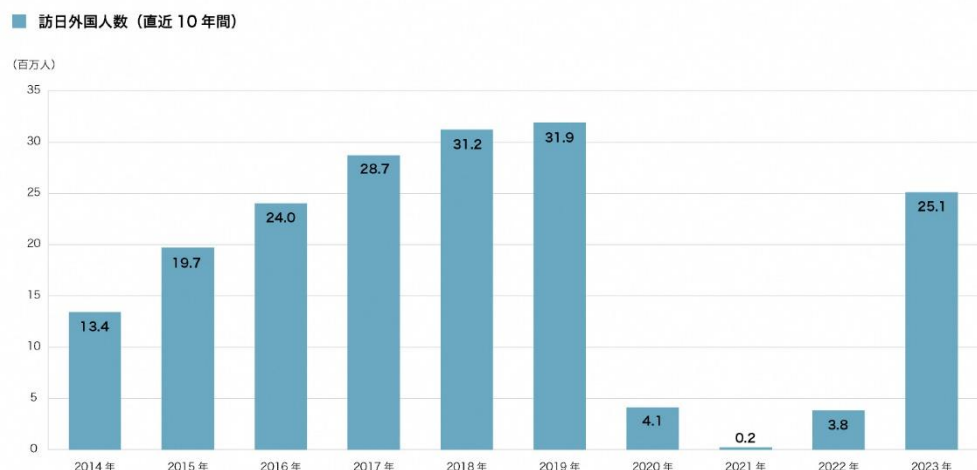


出典:旅行・観光消費動向調査(観光庁)

(2) 訪日外国人旅行者の動向

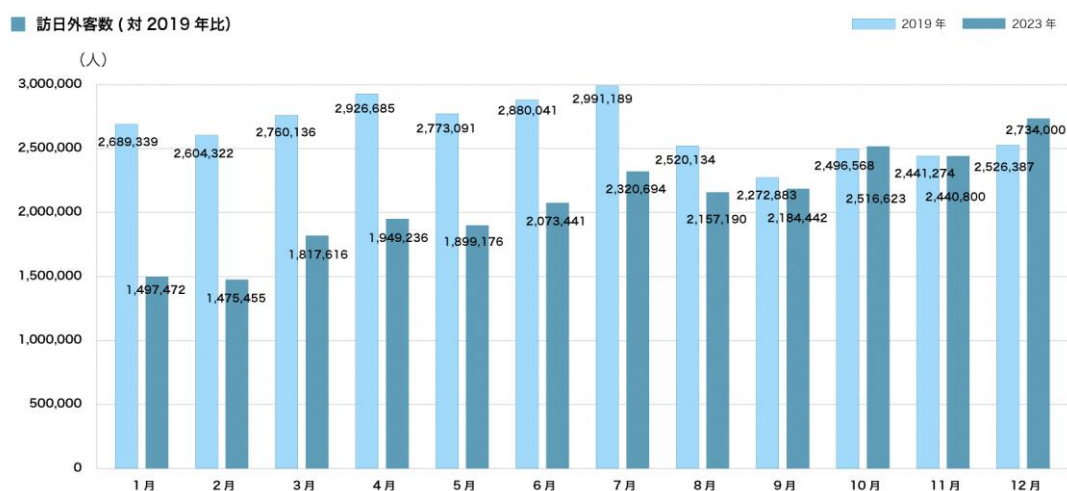
■新型コロナウイルス感染症前(2019年)の約80%の水準まで回復

新型コロナウイルス感染症の影響を大きく受けた訪日外国人旅行者数は、2022年の水際対策をきっかけに急速に回復し、2023年の訪日外国人旅行者数は、2,500万人を突破しました。これは2019年と比較すると、新型コロナウイルス感染症前の約80%の水準にまで回復していることがわかります。



出典: 日本政府観光局(JNTO)の数値を基に裾野市作成

2023年12月単月は273万4,000人と、2019年の252万6,387人を20万人以上超え、新型コロナウイルス感染症前を上回る水準となっています。



出典: 日本政府観光局(JNTO)の数値を基に裾野市作成

(3) 国の観光政策の動向

■成長戦略の柱、地域活性化の切り札として観光を推進

観光立国推進基本法の規定に基づき、令和4年3月31日に閣議決定した「観光立国推進基本計画」では、下記の3つの基本的な方針を定め、持続可能な形で観光立国の復活に向けた取り組みを推進しています。

基本的な方針	主な内容
持続可能な観光地域づくり戦略	✓ 地域社会・経済への好循環を生む仕組みづくり ✓ 収益力・生産性の向上、従業員の待遇改善 （「稼げる産業・稼げる地域」） ✓ 地域住民の理解、自然・文化の保全と観光の両立 （「住んでよし、訪れてよし」）
インバウンド回復戦略	✓ 訪日外国人旅行消費額／5兆円の早期達成 ✓ 訪日外国人旅行消費額単価／令和7年までに20万円 ✓ 訪日外国人旅行者一人当たり地方部宿泊数／令和7年までに2泊 ✓ 訪日外国人旅行者数／令和7年までに令和元年水準超え 【令和元年実績：3,188万人】 ✓ 日本人の海外旅行者数／令和7年までに令和元年水準超え 【令和元年実績：2,008万人】
国内交流拡大戦略	✓ 日本人の地方部延べ宿泊者数／令和7年までに3.2億人泊 ✓ 国内旅行消費額／早期に20兆円、令和7年までに22兆円

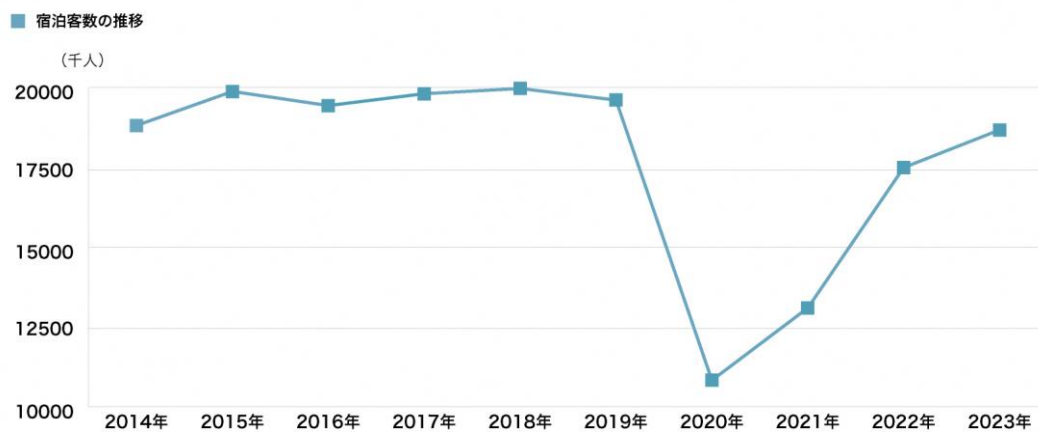
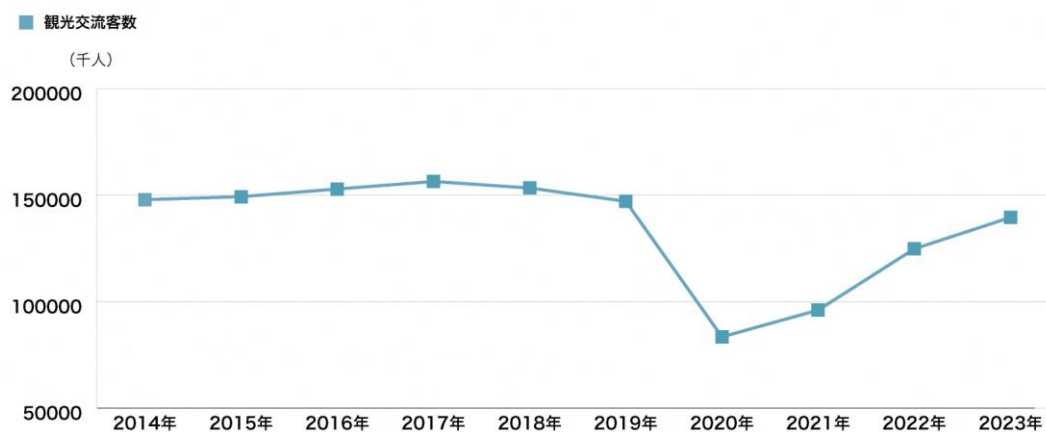
図2:観光立国推進基本計画における3つの基本的な方針

2-3 静岡県の観光の現状

(1) 観光の動向

静岡県における観光交流客数、宿泊客数を下記に示します。

世界、日本全体の動向と同様に観光交流客数、宿泊客数共に、2021年以降で急速に回復の兆しが見えています。



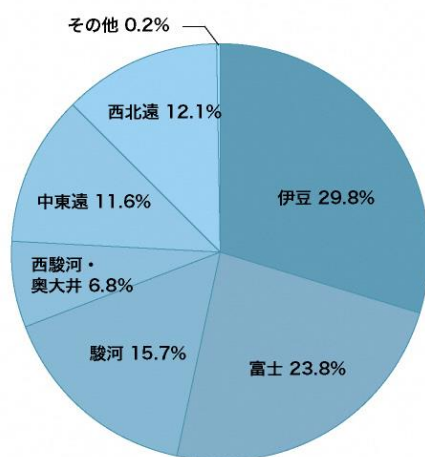
出典: 静岡県観光交流の動向

(2) 地域別の動向

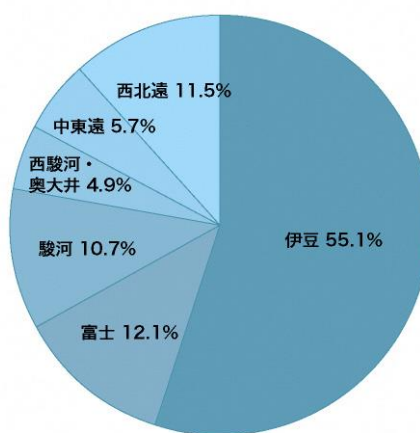
静岡県内の観光交流客数は、伊豆及び富士地域で過半数を占めている状況です。

しかし、宿泊客数に焦点を当てると、伊豆地域が過半数を占めており、富士地域においては観光レクリエーション客数が多いものの、宿泊者の割合が少ないことがわかります。

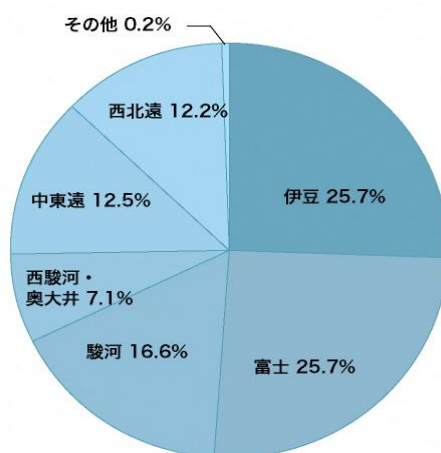
■ 地域別観光交流客数割合



■ 地域別宿泊客数割合



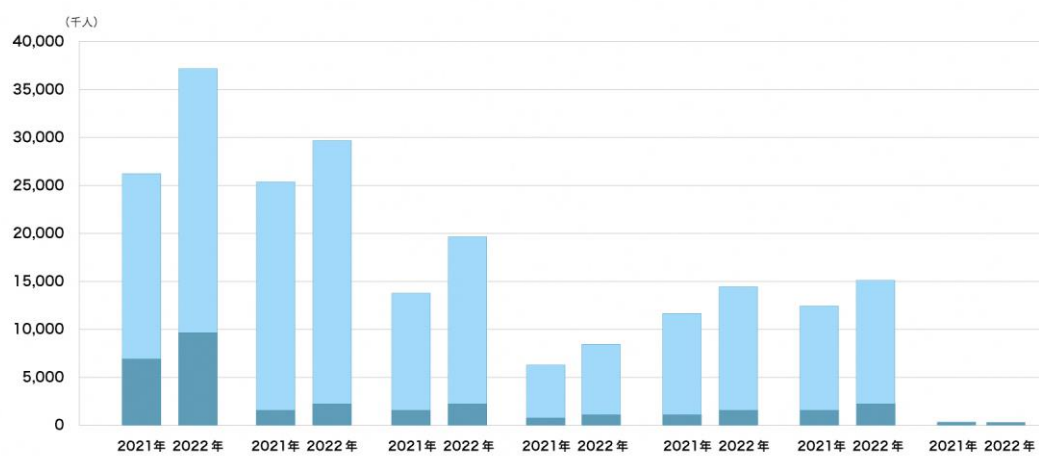
■ 地域別観光レクリエーション客数割合



出典:静岡県観光交流の動向

■ 地域別の増減

■ 観光リクリエーション客 ■ 宿泊客数

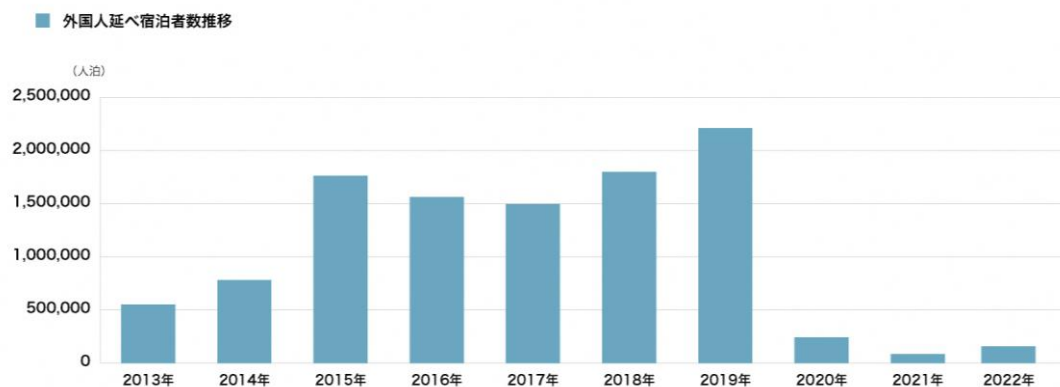


項目		伊豆	富士	駿河	西駿河・奥大井	中東遠	西北遠	その他
観光 交流客数	2022年	37,183	29,690	19,658	8,449	14,435	15,108	301
	2021年	26,240	25,364	13,769	6,293	11,648	12,421	324
対前年比		141.7%	117.1%	142.8%	134.3%	123.9%	121.6%	92.9%

出典: 静岡県観光交流の動向

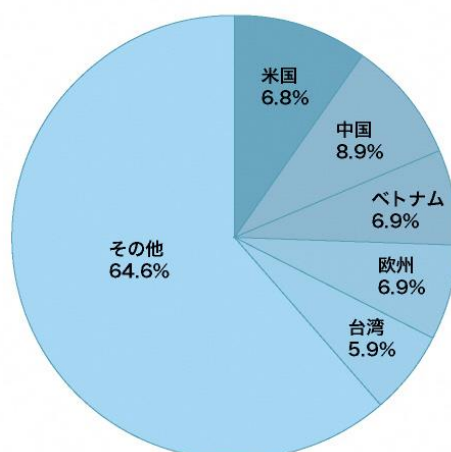
(3) 訪日外国人旅行者の動向

静岡県内における訪日外国人旅行者は2019年の250万人をピークに、新型コロナウイルス感染症の影響を受け、減少に転じている状況です。



出典: 宿泊旅行統計調査

■ 国籍（出身地）別外国人延べ宿泊者構成比
(2022年1～12月)



出典: 宿泊旅行統計調査

(4) 観光政策の動向

令和4年3月に策定された静岡県観光基本計画では、主に本県の魅力を、住民、事業者、来訪者で共創する観光地域づくりの基本理念が設定されています。

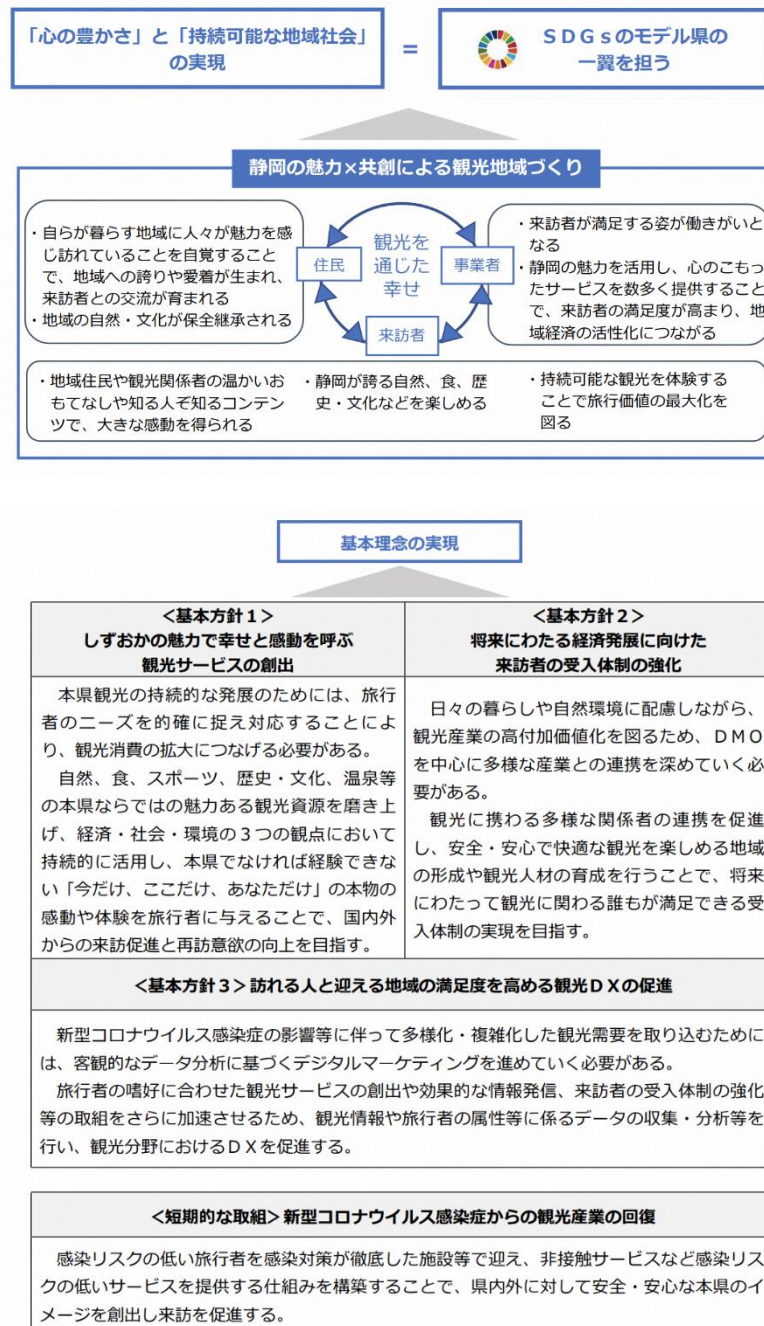


図 3: 静岡県観光基本計画の基本理念・基本方針

2-4 裾野市の観光の現状

(1) 特性

■ 世界に誇る富士山と豊かな自然環境・地域資源

本市は北に富士山、東には箱根山、西には愛鷹連峰と豊かな自然に囲まれています。また、豊富な地下水とあふれる緑・清流、そして温暖な気候に恵まれています。須山浅間神社や深良用水など、世界クラスの遺産の他にも、ゴルフ場やスキー場、自然動物公園など、多岐にわたる地域資源があります。また、本市の地形的特徴である標高78.5mから2,169mまでの標高差を活かしたスポーツトレーニングや農産物の栽培など、本市ならではの取組が可能です。

(2) 地勢

本市は、静岡県東部地域、沼津市と御殿場市の中間に位置し、東西及び南北の長さはそれぞれ、23.5km、23.0km、面積は138.12km²です。東は箱根外輪山の分水嶺を境として神奈川県箱根町と、西は愛鷹山を境に富士市と、南は駿河湾に向かって開け三島市、長泉町と、北は富士山の裾野に広がる広大な大野原で御殿場市と接しています。また、首都圏への近接性に加え、東名高速道路、新東名高速道路や国道246号などの道路網によって首都圏と短時間で結ばれた優れた交通環境を有することから、多くの企業や工場、研究所などが立地しています。

(3) 交通

本市は、東京から100km圏内に位置し、市の中心部を東名高速道路、新東名高速道路、国道246号やJR御殿場線が走り、重要な交通手段となっています。

首都圏はじめ中京圏や近畿圏などから東名裾野ICに、容易に車でアクセスが可能です。

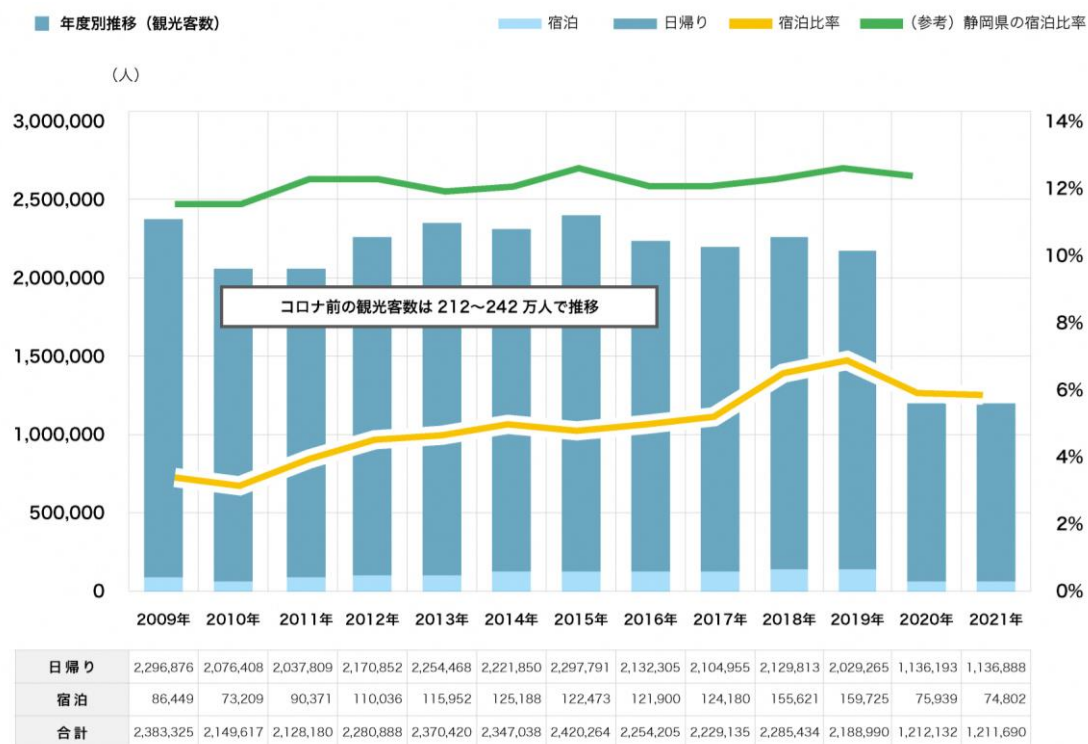
JR御殿場線は市内に2つの駅(裾野駅、岩波駅)があり、沼津駅と国府津駅で東海道本線、松田駅で小田急線と接続しています。

幹線道路は、南北に都内と沼津市を結ぶ国道246号、さらに県道394号沼津小山線が縦断しています。

(4) 観光交流客数の推移

①観光交流客数(年度別推移)

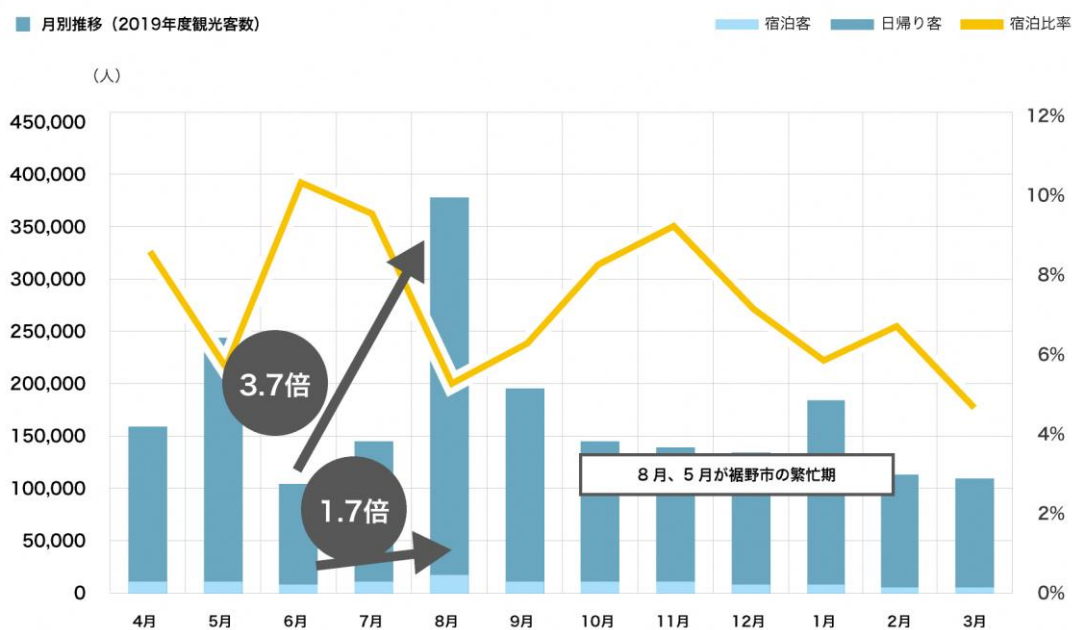
本市の観光交流客数は、新型コロナウイルス感染症前の2019年までは約212～242万人と一定水準で推移してきました。



出典:静岡県観光交流の動向

②月別推移(2019 年度観光客数)

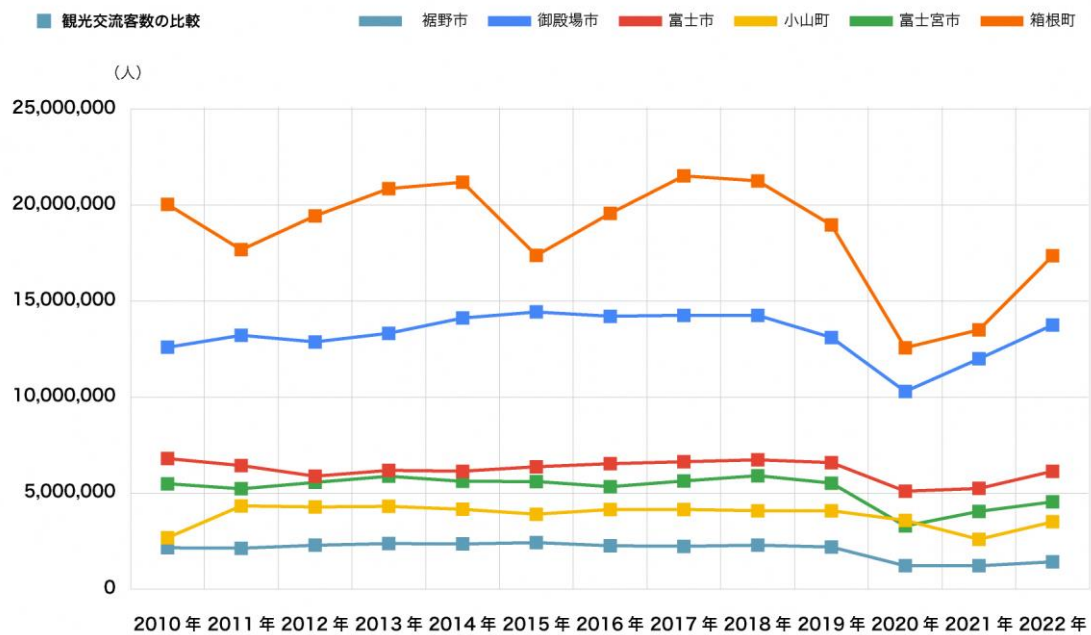
本市の傾向として、日帰り客の割合が非常に高く、市北部観光レジャー施設への来訪が増加するゴールデンウィークや夏休みに観光客数が増加しています。



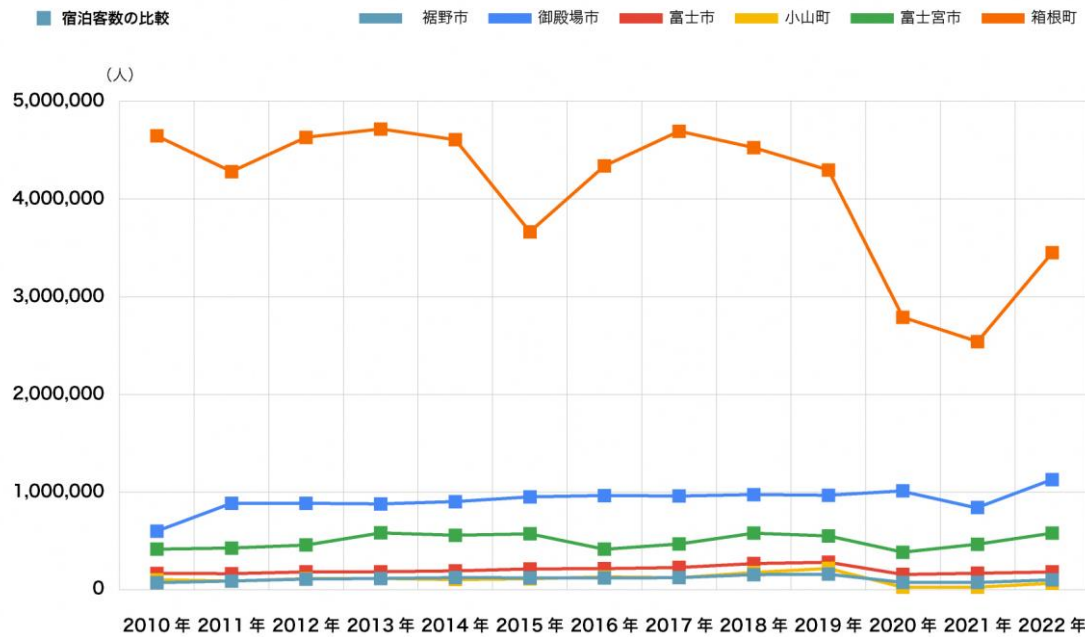
出典:静岡県観光交流の動向

③近隣市町との比較

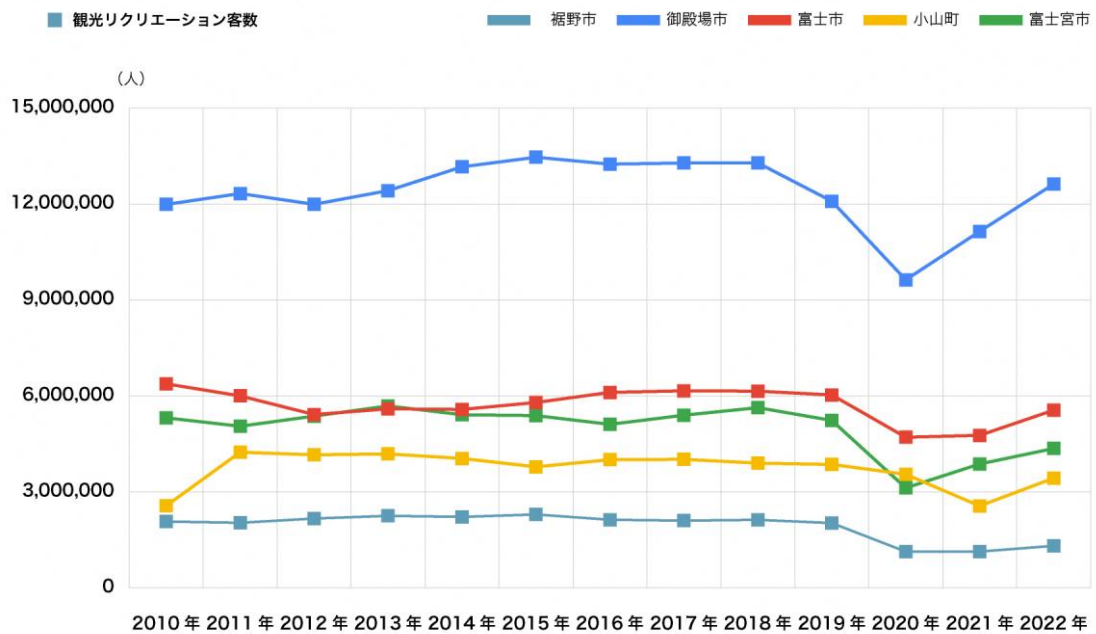
本市における近隣市町との観光交流客数、宿泊客数など各種数値の比較を下記に示します。
観光交流客数、宿泊客数、観光レクリエーション客数共に、御殿場市や他市町と比較して回復傾向が緩やかであることがわかっています。



出典:静岡県観光交流の動向、神奈川県入込観光客調査を基に裾野市作成



出典:静岡県観光交流の動向、神奈川県入込観光客調査を基に裾野市作成



出典:静岡県観光交流の動向

④観光交流客数の内訳

本市における観光交流客数について、性別・年代別の内訳を、新型コロナウイルス感染症前の2019年のデータを基に下図に示します。性別の比較では、男性約55%、女性約45%となり、世代別も含めた比較では、30～40代男性、50～60代男性、50～60代女性の比率が高いことが分かっています。

■ 観光交流客数の内訳



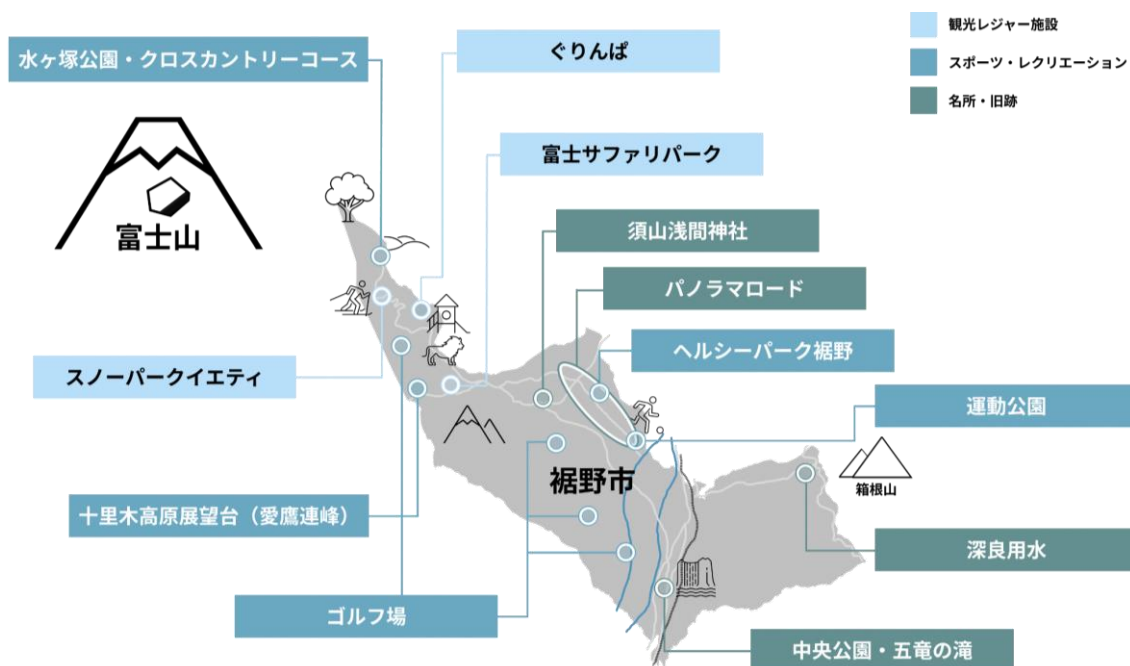
(5) 観光施設・事業

本市における観光資源、及び観光施設とその分布図を次のとおり示します。

① 主な観光資源の分布

主な観光資源を図4および図5に示します。本市の特徴として、富士山麓の豊かな自然環境やそれを活用した観光資源を有していること、首都圏からのアクセスも良く、日帰りでも楽しむことができる環境であること、また自然動物公園、スポーツ、温浴施設や歴史資産など、幅広い年代を誘客できる資源が揃っていることが挙げられます。

<分布図>



<施設等区分>

観光レジャー施設	スポーツ・レクリエーション	名所・旧跡
✓ 富士サファリパーク/ぐりんぱ/スノーパーク イエティ等のレジャー施設が富士山麓にあり、富士山を間近に感じながら遊べる	✓ ゴルフ場や標高の高さを活かしたトレーニング環境が豊富で、ハイキングなどの自然アクティビティも人気	✓ 富士山信仰にまつわる施設や歴史ある文化が点在し、自然環境に魅了される資源を有する
富士サファリパーク 標高850mに位置し、60種900頭の動物が暮らす。マイカーや園内バスで動物観察が人気！ 	水ヶ塚公園遊歩道 クロスカントリーコース 標高約1,450m。遊歩道やクロスカントリーコースを有し、準高地でトレーニングができる 	須山浅間神社 須山口登山歩道の起点となった神社。樹齢400年を超える杉の巨木が約20本ある 
ぐりんぱ 富士山2合目に位置する遊園地。「カップバ大作戦」や「忍びの掟」等のアスレチックが人気 	十里木高原展望台 (愛鷹連峰) 最高峰の越前岳(標高1,500m)をはじめとした峰々が連なり日本二百名山のひとつで人気のハイキングコース 	パノラマロード 一直線に伸びる道路から真正面に見える富士山は絶景。沿道では、季節ごとの花が楽しめる 
スノーパーク イエティ 日本一早くオープンするスノーリゾート。ゲレンデに加えてお子様が雪遊びを楽しめるエリアも完備 	運動公園 陸上競技場・野球場などが整備された総合運動施設。ローラーすべり台も人気の施設 	深良用水 芦ノ湖の水を静岡県側に流すために1666年から約4年の歳月をかけて掘られた隧道の用水路 
ヘルシーパーク裾野 源泉100%の日帰り温泉「すその美人の湯」。露天風呂からは雄大な富士山が望める 	ゴルフ場 富士の麓に4つのゴルフ場を有し、富士山を間近に感じながらプレーができる 	中央公園・五竜の滝 日本庭園造りで昭和天皇が行幸された名勝地。幅約100m、高さ約12mの溶岩の断崖を流れ落ちる「五竜の滝」が見どころ 

図 5: 主な観光資源の施設区分

② 主な事業

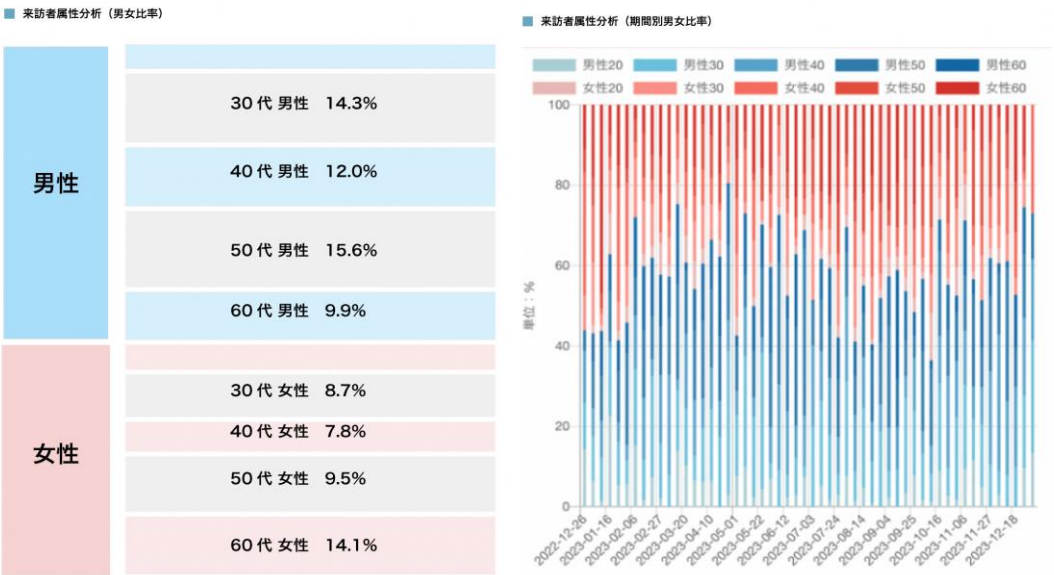
地域活性化に向けて、これまで知名度向上・観光客/交流人口拡大を目指した取り組みを推進						
施策名	モータースポーツイベント	ゴルフ場利用促進事業	花火まつり	観光広域連携	スポーツツーリズム	フィルム・コミッション (ロケツーリズム)
課題	観光客の増加、市のPR	交流人口拡大	市のPR	観光客の増加	知名度向上・継続性	認知度向上・イメージアップ
取組内容	公道でのラリー競技と会場でのイベント 	市内4カ所のゴルフ場を対象としたロングコンペ 	花火大会をメインとした祭り 	首都圏等で観光PR 	スポーツ合宿誘致、スポーツイベント開催・支援 	ロケ誘致・支援と支援作品と連携したPR・活性化事業 
開催時期	開催時期：春(5月頃)開催	夏(7-9月)開催	開催時期 未定	年1-2回	平成30年度から	平成25年度から
想定顧客	全国のリレーファン	市内外のゴルフ愛好者	市民および市外の方	市外の方	スポーツ団体、個人	制作会社、作品ファン

図 6: 主な観光事業

(6) 来訪者・属性・人流分析

①来訪者属性分析

令和4年の1年間に裾野市に訪れた観光客の属性データは下記の通りです。男性が半数以上を占めており、50～60代の観光客が比較的多い傾向にあります。



出典：静岡県データ分析プラットフォーム

③ 来訪者発地分析

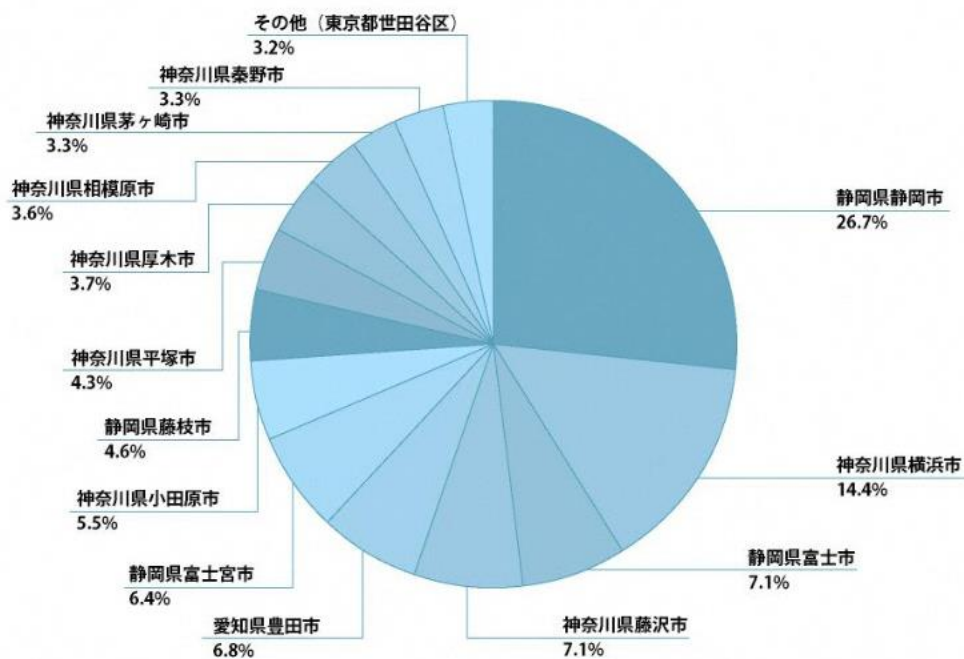
令和4年の1年間に本市を訪れた観光客がどこから来ているのかを示した来訪者の分布図及び発地情報は下記のとおりです。

県内では静岡市、富士市、富士宮市の順に来訪が多く、県外では神奈川県からの来訪者が多い傾向にあります。横浜市など人口の多い大都市圏からも気軽に訪れることができる距離である点や鉄道や道路網などを含めたアクセスの良さがデータからもわかります。



図 7: 来訪者発地分布図

来訪者の内訳



出典: 静岡県データ分析プラットフォーム

④ 北部観光レジャー施設における立ち寄り前、立ち寄り後の周遊状況

御殿場市、三島市、小山町が多くのシェアを占めており、本市の他のスポットに立ち寄っていません。市内から市内への立ち寄り数が極めて少ないため、目的地以外での市内滞在時間が短いことが分かります。

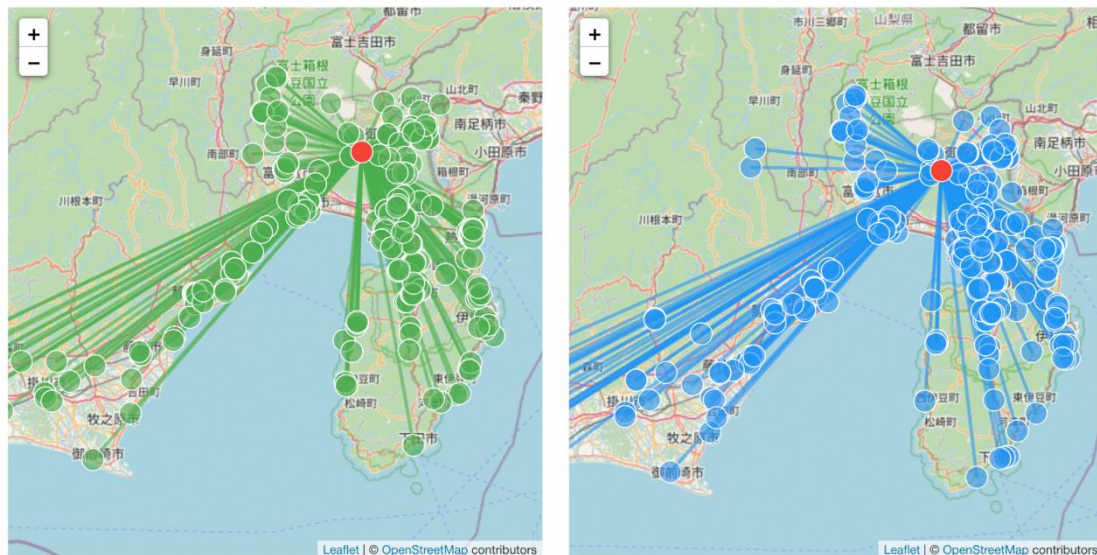


図 8:左図-立ち寄り前の周遊状況・右図-立ち寄り後の周遊状況

前の来訪市区町村	前の来訪地	周遊者数	シェア	次の来訪市区町村	次の来訪地	周遊者数	シェア
静岡県小山町	足柄SA（下り）	17,297	19.5%	静岡県御殿場市	御殿場プレミアム・アウトレット	22,390	17.6%
静岡県御殿場市	御殿場高原 時之栖	14,107	15.9%	静岡県御殿場市	足柄SA（上り）	14,193	11.2%
静岡県小山町	道の駅すばしり	1,931	2.2%	静岡県御殿場市	御殿場高原 時之栖	12,635	10.0%
静岡県小山町	道の駅ふじおやま	1,512	1.7%	静岡県小山町	道の駅すばしり	3,545	2.8%
静岡県御殿場市	御殿場プレミアム・アウトレット	1,343	1.5%	静岡県小山町	道の駅ふじおやま	2,873	2.3%
静岡県御殿場市	マースガーデンウッド御殿場	1,274	1.4%	静岡県三島市	三島スカイウォーク	2,168	1.7%
静岡県富士宮市	白糸・音止の滝	1,256	1.4%	静岡県富士宮市	白糸・音止の滝	1,838	1.4%
静岡県富士市	富士川楽座	1,219	1.4%	静岡県御殿場市	御殿場駅	1,643	1.3%
静岡県富士宮市	道の駅朝霧高原	1,100	1.4%	静岡県富士宮市	まかいの牧場	1,527	1.2%
静岡県三島市	三島スカイウォーク	1,073	1.4%	静岡県三島市	三島駅	1,526	1.2%

図 9:左図-立ち寄り前の来訪地・右図-立ち寄り後の来訪地

出典:静岡県データ分析プラットフォーム(2023 年中を集計)

(7) 関連計画・取組

① 裾野市市長戦略

重点施策の中に「観光戦略の策定」や「道の駅の整備」など、本戦略に関わる施策が盛り込まれています。

重点施策 01 「人口と立地企業数の増加」
02 関係人口増加に向けた地域の魅力向上 ・道の駅の整備・観光戦略の策定・中央公園の活用・スポーツツーリズムの推進・裾野産いちごのブランド化 ・仙石原新田線の拡幅・岩波駅周辺の整備・御師公園の整備
04 プロモーションの強化 ・市外在住者へのプロモーションの強化
重点施策 04 「財政の健全化」
04 歳入の増加 ・企業版ふるさと納税の税収増加・ふるさと納税の増加

② 第5次裾野市総合計画

施策の柱として「2-5 地域が潤う観光まちづくりの推進」が盛り込まれており、本市の魅力を観光に活かし、本市にまた来たい、本市を人にすすめたいと感じる人を増やすための施策に取り組んでいます。

施策の大綱	2 「地域資源を活用した魅力あふれるまち」	
施策の柱	2-5 地域が潤う観光まちづくりの推進	2-6 富士山麓の魅力を活かしたスポーツツーリズムの推進
基本事業	(1) 地域資源の再創造による 交流人口の拡大 (2) 観光推進体制及び基盤の構築	(1) スポーツ合宿の誘致 (2) 東京 2020 オリンピック 自転車競技ロードレースレガシー 創出に係る取組の推進

③裾野市産業基本計画

今ある魅力と資源を再発見し、未来へつなげる「すその」を基本理念とし、商工業・農林業・観光の分野に加え、分野を横断した政策間連携によって産業振興を推進しています。

目 標	IV富士山の裾野の資源と多分野の連携による観光産業の振興
基本事業	4-1 地域資源の再創造による交流人口の拡大 4-2 観光推進体制の構築 4-3 観光推進基盤の構築 4-4 観光関連産業の成長促進

④個別施策:スポーツツーリズム

地域資源の活用と新たな産業の育成を目的にスポーツツーリズム事業を推進している。本事業の担い手である地域スポーツコミッション「裾野市スポーツツーリズム推進協議会」が「S-SPO スポーツツーリズム推進戦略」を策定し、スポーツによる地域振興に取り組んでいます。

目指す姿	スポーツをする・みる・ささえる人で賑わうまち 富士箱根山麓のスポーツ観光都市「裾野」
基本方針	(1) スポーツ合宿誘致の推進 (2) スポーツツーリズムの多角化 (3) スポーツによるまちづくり

⑤個別施策:ロケ誘致・ロケツーリズム

2014年に富士すそのフィルム・コミッション、2016年に裾野市ロケによるまちづくり推進協議会を設置し、公民連携して映画やテレビなどのロケ誘致に注力しています。2014年以降、市内でのロケ実施件数は 年間20件から30件程度で推移しています。ロケやロケ支援作品を活用したまちのにぎわいづくり、市の認知度とイメージの向上、まちへの愛着心の醸成、地域経済活性化などに向けて取り組んでいます。

2-5 裾野市の観光の強みと弱み

(1) SWOT 分析

本市の観光について、SWOT 分析により整理しました。

強み ✓ 富士山麓や愛鷹山麓といった豊かな自然環境を有する ✓ 首都圏へのアクセスが良い 富士山、箱根、伊豆へのアクセスも良い ✓ 標高が高い位置にある施設は真夏でも冷涼な気候のなか楽しむことができる ✓ 知名度が高い観光レジャー施設がある ✓ スポーツツーリズム及びロケツーリズムといった新たな顧客が増加している ✓ 世界遺産富士山の構成資産や歴史ある関連施設 ✓ 東名裾野 IC 周辺を中心に大手企業が集積している	弱み ✓ 観光資源の磨き上げができていない ✓ 観光地としての認知度が不足している ✓ 県道仙石原新田線を大型バスが通行できないなど観光インフラが不十分 ✓ 魅力ある観光地として十分な広報ができていない ✓ 観光資源を線で結ぶ施策展開ができていない（周辺観光地含む） ✓ 市外の大型観光施設・観光地の人流を取り込めていない ✓ 市内滞在時間が短い ✓ 観光客の多くが北部地域に偏っている ✓ 観光客が求める土産物施設がない ✓ 多言語対応、通信環境等の外国人受入環境が不足している
機会 ✓ 密を避けた個人・少人数旅行や県内旅行等の近隣地域内での観光（マイクロツーリズム）の増加 ✓ キャンプ・グランピングなどのアウトドア、体験型観光のニーズの高まり ✓ 訪日外国人客数の回復	脅威 ✓ 社会状況の変化による旅行需要の変動 ✓ 富士山噴火をはじめとした自然災害リスク

図 10:SWOT 分析結果

(2) 課題の整理

SWOT 分析を踏まえた、本市における観光面の課題を整理しました。

① 観光資源の磨き上げ、再構築

本市にはポテンシャルのある観光資源が点在していますが、その良さの磨き上げやブランディングが十分ではありません。また、富士山・箱根山・愛鷹連峰といった自然環境を活かし切れておらず、こういった環境を最大限活かしたアウトドアツーリズムやサステナブルツーリズムなどへの展開が求められます。世界遺産富士山の構成資産、須山浅間神社や世界かんがい施設遺産の深良用水といった世界的な歴史資産を活かしきれていないため、歴史・文化ツーリズムへの展開が求められます。

② 戦略的な観光施策の展開

点在する市内の観光資源を線で結ぶ戦略的な展開、観光振興のための新たな施策を推進していく必要があります。本市を訪れる観光客の多くは、市北部観光レジャー施設に立ち寄る日帰り客が中心となっています。この観光客が次の目的地として市内の観光施設を目指すための施策展開が必要です。また、観光施策を立案するために必要な基礎データを収集・分析する体制整備が求められます。

③ 戦略的な発信、ブランディングの構築

市北部地域には全国的に知名度が高い観光レジャー施設がありますが、その施設が本市にあることを知らない方もおり、観光地としての認知度が不足しています。SNS・Web などを活用した魅力ある観光地としての発信やプロモーション、観光・スポーツ大使やインフルエンサーの活用、時代に合わせた広告物の制作や更新が求められています。また、観光地「裾野」としてのブランディングの構築が重要です。

④ 周辺観光地との連携、取り込み

全国的に人気がある箱根、伊豆、御殿場といった近隣観光地の人流を本市に取り込むための仕掛けづくりが求められます。近隣自治体と連携した観光事業に取り組んでいるものの本市の優位性を示すことができていません。

⑤ 閑散期などにおける宿泊客の誘客

5月のゴールデンウィーク、8月の夏休みの大型連休中に観光客が集中しているため、それ以外の期間(閑散期)への誘客が求められています。近隣と比べて宿泊施設の数が少なく、宿泊に繋げるコンテンツも不足しているため、宿泊客数が少ない状況です。そのため、ホテルなどの建設が求められます。また、ペンションをはじめとした小規模経営形態の宿泊事業者が多いため設備更新や旅行形態の変化への対応などのための投資余力が十分ではありません。

⑥ 観光開発の可能性

都市計画法第34条第2号「観光資源の有効な利用上必要な開発行為の運用基準」を定めています。しかし、令和3年4月の運用開始以降、民間事業者による観光開発の実績はありませんが、観光資源の磨き上げなどにより、活用の可能性が広がります。また、本市は観光地として人気

高い箱根町と隣接していますが、同町に通じる県道仙石原新田線は大型バスの通行が困難であるため、早期の拡幅が望まれます。

⑦ 観光地としての土産、飲食の提供

地域の土産物が購入できる施設や飲食の提供が観光地として求められますが、本市ならではの土産物や特産品数が少ないため、地場製品や新たな商品開発などが必要です。本市ならではの土産物や特産品を提供する道の駅の整備が望まれます。

⑧ 観光客受入環境の整備

新型コロナウイルス感染症の拡大により外国人観光客数は減少したものの、インバウンド市場は回復することが見込まれます。本市においても外国人観光客を受け入れるための多言語対応や通信環境などの整備が求められます。

3 裾野市の観光が目指す姿と目標

3-1 目指す姿

本市は富士山・愛鷹連峰・箱根山に囲まれた自然環境、富士山を望むダイナミックな眺望、首都圏からのアクセスの良さ、域内2,000m以上の標高差をはじめとする地域資源があります。

平成23年には本市で初めての観光計画となる「裾野市観光基本計画(計画期間:平成23年度～令和2年度)」を策定し、その後、平成29年には商工業・農林業・観光の分野に加え、分野を横断した政策間連携によって産業振興を推進すべく「裾野市産業基本計画(計画期間:平成29年度～令和8年度)」を策定し、これまで「工業のまち」として発展してきた本市を「観光のまち」としても発展させるべく、これらの計画に基づき観光資源を活かしたイベント、観光拠点の付帯施設整備、観光関連団体との連携などの観光施策を推進してきました。

平成から令和へと時代が移り変わる中で、人口減少や超高齢化社会という諸問題がよりクローズアップされるとともに、リーマンショックによる企業業績の悪化は本市の法人税収などの悪化に大きな影響をもたらしました。

さらには、新型コロナウイルス感染症により観光を取り巻く世界は一変し、本市観光産業も大きな打撃を受け、観光需要も縮小しました。

観光事業者や観光協会と行政が協力し観光・交流のまちの実現を目指し、観光を産業と位置づけ後述する施策を推進していきます。

3-2 目標

本市の観光交流客数は、令和元(2019)年には約220万人でしたが、令和2(2020)年以降は新型コロナウイルス感染症の影響により約121万人まで大きく落ち込んでいます。

新型コロナウイルス感染症で落ち込んだ観光交流客数を早期に回復させ、令和元年時点を上回る観光交流客数を目指すため、以下の通り数値目標を設定します。

観光交流客数	
令和元(2019)年度 約220万人	令和12(2030)年度 300万人

3-3 戦略の方向性／クロス SWOT 分析

前述の目標から戦略の方向を示す為、2-5(1)SWOT 分析、(2)課題の整理などを基に、クロス SWOT を下記のように整理し、施策の方向性を示します。

主に本市の強み(Strength)と外部環境の機会(Opportunity)を組み合わせた施策の方向性を「積極戦略」、弱み(Weakness)・前述の課題と機会(Opportunity)を組み合わせた施策の方向性である「弱点強化戦略」に分けて整理をしました。

		外部環境	
		機会 Opportunity	脅威 Threat
内部環境	強み Strength	～ S×O 戦略：「積極戦略」～ ・富士山、自然、歴史など観光資源の磨き上げ ・地域特性を生かした観光振興 ・スポーツツーリズム、ロケツーリズムの強化	～ S×T 戦略：「差別化戦略」～ ・災害・防災などの対策
	弱み Weakness	～ W×O 戦略：「弱点強化戦略」～ ・新たな旅行市場の開拓 ・消費、滞在、宿泊施設環境強化 ・ブランディング、マーケティング、プロモーション強化 ・観光振興のための体制強化	～ W×T 戦略：「防衛 / 撤退戦略」～ ・近隣自治体との連携 ・広域周遊ルートの開発

図 11:クロス SWOT 分析結果

3-4 目標達成のための基本方針

2-4裾野市の観光の現状と2-5裾野市の観光の強みと弱みを前提に、3-3戦略の方向性／クロス SWOT 分析を踏まえ、目標達成のための基本方針、施策、具体的事業について示します。

クロス SWOT	基本方針	施策	具体的事業	
SO戦略	1 観光資源の磨き上げ	1-1 既存コンテンツの魅力・連携強化	観光交流拠点としての中央公園の誘客強化 歴史文化資源の活用 景観資源などの活用 富士登山客の取り込み 観光レジャー施設との連携強化	
		1-2 観光交流イベントの魅力強化	既存イベントの魅力発信、連携 新たな観光交流イベントの開催、支援	
		1-3 観光交流エリアの魅力を生かした誘客拡大	7つの観光交流エリア 観光施設周辺の土地活用	
		1-4 ロケツーリズム	富士すそのフィルム・コミッション、ロケによるまちづくり推進協議会への支援 ロケ支援作品を活用したイベントの開催、支援 体験型プログラムの造成	
	2 新たなツーリズムの推進	2-1 スポーツツーリズム	スポーツコミッションへの支援 スポーツイベントの開催、支援 快適にスポーツを楽しむことができる環境整備 アウトドアスポーツツーリズムへの展開 市民がアスリートと触れ合う機会の創出	
		2-2 地域特性を生かしたツーリズム	外部人材の活用 ラリーツーリズムの強化 登山ツーリズム アウトドア環境の活用、発信 温浴・サウナを活用した新たな旅のスタイルの提案 産業観光ルートの造成 企業向けツーリズム ガストロノミーツーリズム	
		3 新たな旅行市場の開拓	3-1 観光交流拠点の整備	道の駅の整備 (仮称)御師公園の整備 岩波駅周辺整備事業 裾野駅西土地地区画整理事業
			3-2 インバウンド戦略の強化	多言語化対応、情報アクセスの向上 外国人観光客のニーズ調査 観光ガイドの育成
	4 マーケティング、ブランディング、プロモーションの強化		4-1 観光DXの推進	人流分析・デジタルマーケティング キャッシュレス・情報アクセスの向上 エリアブランディングの確立
			4-2 ブランディング・発信力強化	SNS・Web戦略、運用 観光・スポーツ大使による情報発信強化 マスコットキャラクター「すそのん」 本市を応援するファンの獲得
WT戦略		4-3 広域連携による人流の取り込み	近隣観光資源を取り込んだ広域周遊ルートの造成 近隣自治体との共同プロモーション、観光PR	
WO戦略	5 観光振興のための推進体制強化	5-1 観光協会、市内観光事業者との連携強化	観光事業関係者による定期的な情報交換の促進 国・県などの観光関連補助金など活用支援	
		5-2 観光人材の育成	観光関連人材の専門性強化、育成 外部人材の活用 観光ガイドの育成(再掲)	
ST戦略		6-1 安心・安全な観光体制の確立	災害時などの観光関連施設との連携体制構築 防災・災害対策などの情報提供	
WO戦略	6 観光客目線の環境整備	6-2 快適に観光ができる環境整備	観光施設の維持修繕 観光案内所運営支援 観光事業者のDX化などの支援 シェアサイクル、パーソナルモビリティ、EV充電設備などの導入、研究	
		6-3 市民ぐるみのおもてなし	おもてなし機運醸成 観光ボランティアの育成 生活と観光の調和	

・SO戦略…強み×機会「積極戦略」・WO戦略…弱み×機会「弱点強化戦略」・ST戦略…弱み×脅威「差別化戦略」・WT戦略…弱み×脅威「防衛/撤退戦略」

図 12: 目標達成のための基本方針

4 基本方針実現のための具体的な施策

4-1 施策別

(1) 基本方針1 観光資源の磨き上げ

施策 1-1 既存コンテンツの魅力・連携強化

観光交流拠点としての中央公園の誘客強化

中央公園は黄瀬川と佐野川の合流点に位置し、県指定天然記念物の名瀑、五竜の滝を中心に整備された日本式庭園です。明治24年開業した「五龍館佐野ホテル」を前身とし、古くから住む市民からは「五龍館」の愛称で親しまれています。国との無償貸付契約に基づき、都市公園として整備され、令和6年に開園50周年を迎えました。黄瀬川に架かる長さ63mの吊り橋「五竜のかけはし」からは、滝の雄大な景観を正面から眺めることができます。5月にはみどりまつりを開催し、鯉のぼりの掲揚や五竜の滝のライトアップが行われ、多くの来場者でにぎわいます。その他には、季節に応じたイベントなども開催されています。

また、園内には国指定重要文化財である「旧植松家住宅」や森林浴を楽しむことができる散策路などがあり、バスツアーの立ち寄り先にもなっています。観光交流拠点として、同園を活用したイベント支援、民間活力導入についての検討、魅力発信の強化に取り組めます。

歴史文化資源の活用

世界遺産富士山の構成資産である「須山浅間神社」、世界かんがい施設遺産に登録された「深良用水」、南北朝の争乱で討死にした二条為冬卿を祭神とする「佐野原神社」、連歌の大家である宗祇の墓所がある「定輪寺」、今川・北条・武田氏に仕えた葛山氏の面影を今に伝える「葛山城址」、源頼朝が富士の巻狩りの際に立ち寄ったとされる「頼朝井戸の森」など、本市には歴史ある資源が点在しています。

また、静岡県登録富士山世界遺産ガイド資格者や地元有志で構成する「富士山裾野ガイド協会」は、須山浅間神社をはじめとする歴史について案内するガイドを行い観光客が本市の歴史に触れることができる機会を創出しています。さらに、深良用水まつりや中央公園にある旧植松家住宅を活用したイベントなど、歴史・文化を活用した取組が地域で行われています。

このような資源や取組を活かした観光ルートの造成や歴史・文化ツーリズムによる誘客に取り組めます。

景観資源などの活用

中央公園にある溶岩の断崖を流れ落ちる「五竜の滝」、偕楽園にある高さ10mあまりの「不動の滝」、弘法大師や西行法師の足跡が伝承され富士山の玄武岩溶岩流を浸食してできた「景ヶ島溪谷」、紅紫色のかれんな花が咲き誇る「アシタカツツジ原生群落」など、自然の地形や恵みを楽しむことができる景観があります。

このような資源を活かした観光ルートの造成やサステナブルツーリズム・エコツーリズムによる誘客に取り組めます。

富士登山客の取り込み

富士登山の富士宮ルート玄関口(パークアンドライドの拠点)は本市にある水ヶ塚公園で

す。この富士宮ルートからは、約53,200人(2019年実績)が富士登山をしています。富士登山客に対し本市の魅力を発信し、宿泊・再来訪に繋げる取組を推進します。

観光レジャー施設との連携強化

北部地域には知名度が高い観光レジャー施設が複数あり、本市を訪れる観光客の多くが立ち寄っています。これらの観光客が次の目的地として市内の観光施設、名所を選ぶための仕掛けづくりや市街地を回遊するための魅力あるコンテンツの開発を推進します。

施策 1-2 観光交流イベントの魅力強化

既存イベントの魅力発信、連携

みどりまつり、TOYOTA GAZOO Racing ラリーチャレンジ、富士山すその阿波おどり、コスモスまつり、富士山すその花火まつりなど、本市では季節ごとに魅力あるイベントが観光協会や関係団体との連携によって開催されています。このようなイベントの開催を継続して支援し、より集客力を高めるために関係者と連携して取り組みます。

新たな観光交流イベントの開催、支援

民間団体、民間企業が主催する観光交流イベントなどの開催支援を行い、交流人口の拡大に取り組みます。

施策 1-3 観光交流エリアの魅力を生かした誘客拡大

7つの観光交流エリア

7つの観光交流エリア(P40)参照

観光施設周辺の土地活用

観光施設周辺の土地活用(P47)参照

施策 1-4 ロケツーリズム

富士すそのフィルム・コミッション、ロケによるまちづくり推進協議会への支援

行政と地域団体で組織し、映画・テレビなどの映像作品のロケを誘致するとともに、現地での撮影をサポートする同協議会を支援し、ロケによるまちづくり、地域経済の活性化を推進します。

ロケ支援作品を活用したイベントの開催、支援

撮影した映画やドラマなどの作品を活用したイベントの開催、支援を通じて市の認知度向上やイメージアップ、まちのにぎわいづくりを推進します。

体験型プログラムの造成

カーアクションや爆破シーンなどのスタント体験を売りにした体験型プログラムの造成など、ロケによる経済効果を高めるための取組を推進します。

(2) 基本方針2 新たなツーリズムの推進

施策 2-1 スポーツツーリズム

スポーツコミッションへの支援

本市の地域資源を活用した新たな産業としてスポーツツーリズム事業を推進しています。このスポーツツーリズム事業の担い手である地域スポーツコミッション「裾野市スポーツツーリズム推進協議会」など関係機関と協力して、スポーツによる地域活性化を中長期的に取り組めます。

スポーツイベントの開催、支援

民間企業、団体のノウハウを活用しスポーツイベントの開催、支援を行います。行政や地域スポーツコミッションが地元の調整などを行い、スポーツイベントが円滑に開催できる環境を整えます。

快適にスポーツを楽しむことができる環境整備

準高地トレーニングの拠点である「水ヶ塚公園遊歩道・クロスカントリーコース」や陸上競技場、野球場、テニスコートなどを兼ね備える「運動公園」など、快適にスポーツを楽しむことができる環境の整備を行います。

アウトドアスポーツツーリズムへの展開

富士山麓・箱根の自然環境を活かしたトレイルランニングや東京2020オリンピック自転車競技ロードレースコースを活用したサイクルツーリズムなど、アウトドアスポーツツーリズムへの展開を推進し、他地域にはない本市の魅力を最大限に活かした取組を推進します。

市民がアスリートと触れ合う機会の創出

本市を訪れるアスリートと市民が触れ合う機会やスポーツイベントなどの開催を通じて市民がスポーツに親しむ機会を創出します。

外部人材の活用

地域おこし協力隊制度などにより外部人材を活用し、スポーツ合宿やスポーツイベントなどの調整役となるコーディネーターを育成します。隊員などの地域活動、交流活動を通じて関係団体や地域住民と連携した活動を推進します。

施策 2-2 地域特性を生かしたツーリズム

ラリーツーリズムの強化

モータースポーツ競技大会(TOYOTA GAZOO Racing ラリーチャレンジ in 富士山とその)の開催を支援し、誰でも気軽にエントリーできる参加型ラリーを通じて地域を盛り上げ、交流人口拡大及び本市のPRを行います。

登山ツーリズム

富士山の麓に広がる「富士山自然休養林ハイキングコース」、須山浅間神社を起点とする「富士山須山口登山歩道」、日本二百名山に数えられる「愛鷹連峰」は登山・トレッキング・ハイキングに最適な環境です。

また、本市は箱根外輪山へのアクセスも良く湖尻峠・三国峠は裾野市域です。このような豊かな自然環境を活かした登山客の誘客を強化します。

アウトドア環境の活用、発信

新型コロナウイルス感染症を経てキャンプ・グランピングなどのアウトドア需要や体験型観光のニーズが高まっています。本市にも複数のアウトドア施設が点在し、雄大な富士山のロケーションのもと来訪者がアウトドアを楽しんでいます。このような魅力あるアウトドア環境を活用、発信し、時代のニーズに合った誘客に取り組みます。

また、民間企業と連携した取り組みも推進します。

温浴・サウナを活用した新たな旅のスタイルの提案

ここ数年、第三次サウナブームと言われるほどに温浴、サウナの需要が高まっています。本市では、日帰り温泉施設の「ヘルシーパーク裾野」、全国12,000以上あるとされるサウナ施設から選ばれる表彰で全国2位となった民間施設など、集客力が高い施設が存在します。これらの集客・発信力の高い施設と連携し、本市の観光資源と組み合わせた新たなツーリズムを企画し誘客に取り組みます。また、スポーツ合宿などで訪れるアスリートの疲労回復のための温泉の活用や新たな旅のスタイルとして観光庁が普及を促進するワーケーション・ブレジャーと組み合わせたコンテンツの造成なども期待されます。

産業観光ルートの造成

昭和30年代からグローバル経済圏で活躍する大企業の立地が続き、当地域の経済をけん引する産業集積が進むとともに、産業観光として工場見学などが行われてきました。さらに、2020年1月には実証実験の街「ウーブン・シティ」の建設が発表され、今後、周辺エリアへの関心が高まることが予測されます。ウーブン・シティ周辺だけでなく、市内の産業拠点となる工業団地を含む工業地域などを含め、来訪者のニーズにあったコンテンツの造成、体制整備を進め、新たな市場づくりを推進します。

企業向けツーリズム

働き方改革の一環からリモートワークが注目される中で、改めて対面でのコミュニケーション・結束力強化の目的を含めた合宿、研修、社員旅行などの活動が見直されています。首都圏からのアクセスが良く、富士山などの観光資源、またサウナ・温浴施設などの非日常のリラックスできる本市の環境は、これらの企業活動に適した場所であると言えます。

これらの企業ニーズを捉えた企業向けツーリズムを推進します。

ガストロノミーツーリズム

富士山の恵みが育んだ本市ならではの食材を使った食事を楽しみ、その背景にある栽培風土や食文化を感じてもらう体験型の新たなツーリズムです。

JA が運営する産直市の「ふれあい市」には標高差を活かした少量多品種の四季の野菜が並びます。併設の五竜庵では、富士山を眺めながら、特産の香り高い「あしたか山麓裾野そば」を味わうことができます。

章姫、紅ほっぺ、きらぴかといった3種のブランドいちごや、やまといも、モロヘイヤ、たけのこ、銀杏などの季節の野菜、そして、箱根芦ノ湖から流れる深良用水が育んだブランド米の「するがの極」を使った食事を堪能することができます。

(3) 基本方針3 新たな旅行市場の開拓

施策 3-1 観光交流拠点の整備

道の駅の整備

地元特産品の販売、観光情報提供、休憩施設などを兼ね備えた拠点として「道の駅」を整備し、新たな賑わいの創出や観光交流客数の増加を図ります。これまで本市では特産物をまとめて購入することができる拠点がなかったため、道の駅が完成することで観光客の満足度向上と観光消費額の増加にも繋がります。

(仮称)御師公園の整備

世界遺産富士山の構成資産”須山浅間神社”を有する須山地区に「(仮称)御師公園」を整備予定です。富士山麓の自然環境を活かした歴史公園として観光客も立ち寄ることができる施設として誘客に繋がります。

岩波駅周辺整備事業

「岩波らしい自然と未来技術でつながるまち」を目指し、岩波駅周辺整備事業を実施しています。箱根と富士山の結節点である岩波駅周辺には、黄瀬川などの自然景観を有するほか、用水や溶岩の石積みといった過去の営みの面影が残されています。ウーブン・シティの建設が進む中、このような自然景観や歴史と未来技術を活かした観光振興を推進します。

裾野駅西土地地区画整理事業

裾野駅周辺地区で、都市計画道路、区画道路網、公園、水路などの公共施設の整備改善を面的に行い、豊かな自然と魅力的な環境を備えた交流拠点を創造し、活気ある商業地と快適で利便性の高い住宅地を整備し、裾野市の玄関口にふさわしい中心市街地を形成します。

施策 3-2 インバウンド戦略の強化

多言語化対応、情報アクセスの向上

少子化、超高齢化社会、人口減少に伴い、国内旅行市場は今後長期的に縮小傾向にあることが見込まれます。本市の観光産業を継続、発展させるためには外国人観光客の取り込みが不可欠です。外国人観光客が本市を快適に安心して楽しむために看板、Web、広告物などの多言語化、情報アクセスの向上を進めます。

外国人観光客のニーズ調査

外国人がその土地を訪れる際に何を情報源にするのか、どのような魅力を感じると訪れたくなるのかなどの動向やニーズを把握、分析することが重要です。これらのニーズを、デジタル技術を活用して捉え、外国人観光客に対して、本市ならではのサービスと魅力ある観光体験を提供することで、外国人観光客の取り込みを図ります。

観光ガイドの育成

本市を訪れる観光客に対して地域の歴史、文化、魅力などを案内し「旅」に付加価値を提供するプロフェッショナルを育成します。また、外国人観光客と円滑にコミュニケーションを図るために必要な言語力をあわせ持つ人材の確保に努めていきます。

(4) 基本方針4 マーケティング・ブランディング・プロモーションの強化

施策 4-1 観光DXの推進

人流分析・デジタルマーケティング

観光客の情報収集はデジタルでのチャンネルが中心となっています。このデジタルチャンネルの中で本市の認知度を高め、来訪に結び付けるのか、そのための人流分析やデジタルマーケティングを専門家などと連携して行うとともに、行政や観光協会のデジタルリテラシーを向上させた上で効果的な施策の立案を推進します。

キャッシュレス・情報アクセスの向上

観光客が快適に旅行をするためにはキャッシュレスをはじめとした観光事業者のDX化が求められています。また、インターネットを活用した情報アクセスの向上は不可欠です。タビマエ、タビナカ、タビアトにおける観光客の利便性及び満足度の向上を図るためにホームページの充実や観光パンフレットのデジタル化など、観光協会、観光事業者などと連携しDX化や情報アクセスの向上に取り組めます。(観光事業者のDX化などの支援へ同内容を掲載)

施策 4-2 ブランディング・発信力強化

エリアブランディングの確立

観光施設、歴史、文化、風土、自然などの観光資源を整理し、魅力ある観光地としてのブランディングに取り組めます。観光関係者だけでなく、市民も巻き込んだブランディングの浸透により共感度を高めます。市内だけでなく、富士山麓エリアとしての立地特性もうまく活用しエリアブランディングの構築を図ります。また、時代やニーズに合わせパンフレットなどの広告物制作に取り組めます。

SNS・Web 戦略、運用

観光地としての認知を広げるために、市全体、エリア、施設、テーマなど、それぞれの軸やターゲットに合わせた情報発信が必要です。これらの専門家との連携やチャンネルと目的に合わせた発信内容のルールを決めた運用を行います。さらに、外国人観光客の拡大など、新たな観光におけるターゲットを見据え、ニーズやターゲットに応じたチャンネルとコンテンツを整理し発信します。

観光・スポーツ大使による情報発信強化

行政や観光施設が発信する情報だけでは利用者目線のリアルな魅力を伝えることは困難です。拡散力がある観光・スポーツ大使の発信を通して本市の観光の魅力を観光客に伝え、認知度を向上させます。

マスコットキャラクター「すそのん」

すそのPR隊長として本市の情報発信などに取り組むマスコットキャラクター「すそのん」の人気を生かし、すそのん誕生会などによる市の認知度向上や賑わいづくりを図ります。

本市を応援するファンの獲得

ファンマーケティングにおいて、オンライン・オフラインを跨いだファンコミュニティ形成が重要となっています。市内外を含めて、本市ファンコミュニティの形成による本市を応援す

るコミュニティ、ファンの獲得を推進し、本市の魅力の発信者を増やし、ふるさと納税にも繋がるような取り組みを推進します。

施策 4-3 広域連携による人流の取り込み

近隣観光資源を取り込んだ広域周遊ルートの造成

近隣市町が有する観光資源と本市の観光資源を繋ぐ広域の視点での周遊ルートを企画、開発するなど、エリアとしての魅力発信を強化します。

近隣自治体との共同プロモーション、観光 PR

富士山麓や近隣自治体と観光振興に取り組むための協議会などの枠組みを活用して、富士山周辺の観光の魅力発信を強化し、本市単独では難しい広域的な観光プロモーションなどを推進します。

(5) 基本方針5 観光振興のための推進体制強化

施策 5-1 観光協会、市内観光事業者との連携強化

観光事業関係者による定期的な情報交換の促進

宿泊事業者・観光施設・飲食店などの観光事業者間の情報交換の促進、連携強化により、官民一体となった観光地”裾野”の実現を図ります。また、国・県などの最新の動向や統計データなどを共有し、裾野ならではの観光コンテンツを提供するために観光事業関係者間の連携を推進します。

国・県などの観光関連補助金など活用支援

市内宿泊事業者、観光施設などが施設改修・商品開発・販路拡大・キャッシュレス対応などのための補助金制度を活用する際に、情報提供や伴走支援などを行い、観光事業関係者を支えるための体制づくりを推進します。

施策 5-2 観光人材の育成

観光関連人材の専門性強化、育成

持続可能な観光を推進するうえで、行政・観光協会・観光事業者などが観光地としての本市の魅力を誰よりも知りその魅力を発信することで誘客に繋げる実行力が重要です。また、観光に関連する各種データに基づいた施策立案も求められます。このような取組を実行できる人材を活用・育成し、戦略的な観光施策を推進します。

外部人材の活用

地域おこし協力隊制度などにより新たな視点で観光振興を図ることができる人材の活用を検討します。隊員などの地域活動、交流活動を通じて関係団体や地域住民と連携した活動を推進します。

観光ガイドの育成(再掲)

本市を訪れる観光客に対して地域の歴史、文化、魅力などを案内し「旅」に付加価値を提供するプロフェッショナルを育成します。また、外国人観光客と円滑にコミュニケーションを図るために必要な言語力をあわせ持つ人材の発掘や養成を行います。

(6) 基本方針6 観光客目線の環境整備

施策 6-1 安心・安全な観光体制の確立

災害時などの観光関連施設との連携体制構築

市内観光関連施設と災害時の観光客への対応について想定した連携体制を構築しておく必要があります。帰宅困難者の誘導、情報発信、外国人観光客への対応などを含めた連携体制の構築に取り組みます。

防災・災害対策などの情報提供

災害時の観光客の帰宅ルート、市の危機管理情報、医療機関などの情報について本市を訪れる観光客がわかりやすい情報発信を行います。

施策 6-2 快適に観光ができる環境整備

観光施設の維持修繕

本市が管理する観光施設の適切な維持修繕を行い、観光客が安心・安全・快適に楽しむことができる環境を整備します。

観光案内所運営支援

一般社団法人裾野市観光協会が運営する観光案内所を継続して支援し、訪れる方にわかりやすい観光情報を提供するための体制を整えます。

観光事業者のDX化などの支援

観光客が快適に旅行をするためにはキャッシュレスをはじめとした観光事業者のDX化が求められています。また、インターネットを活用した情報アクセスの向上は不可欠です。タビマエ、タビナカ、タビアトにおける観光客の利便性及び満足度の向上を図るためにホームページの充実や観光パンフレットのデジタル化など、観光協会、観光事業者などと連携しDX化や情報アクセスの向上に取り組みます。(キャッシュレス・情報アクセスの向上の内容を再掲)

シェアサイクル、パーソナルモビリティ、EV充電設備などの導入、研究

シェアサイクルやパーソナルモビリティのレンタル拠点の整備及びサービス提供事業者の誘致やEV充電設備・ライドシェア・オンデマンドタクシー・カーシェアリング、MaaSなどについて研究、検討し、観光客が快適に移動できる手段を提供します。

施策 6-3 市民ぐるみのおもてなし

おもてなし機運醸成

観光協会、観光事業者、行政などが一体となり、裾野らしい温かみのあるサービスで観光客を迎えるために、おもてなしの機運を醸成します。

観光ボランティアの育成

本市を訪れる観光客を地域で支えるために観光ボランティアの育成を図ります。観光客が快適に楽しむことができるように市民と一体となったおもてなしに取り組みます。

生活と観光の調和

市民と観光客が調和できる環境を整え「生活する市民」と「旅をする観光客」がともに満足できる観光地づくりを推進します。

4-2 7つの観光交流エリア

本市は、北に富士山、東に箱根山、西に愛鷹連峰といった名だたる山々の裾野に位置するまちで、市内中心部を黄瀬川が流れ、豊かな水と緑に恵まれています。市内の標高差は2,000m以上あるため、同じ市内でも気温差があり季節に応じてエリアごと異なる楽しみ方ができるまちとなっています。

このように地域特性が異なるエリアを7つに分けて示し、前項までの主な具体的事業を整理します。

富士山、東名裾野IC、箱根を結ぶ観光導線を軸とした施策展開により観光交流人口の拡大を推進します。

エリア別／人流イメージ

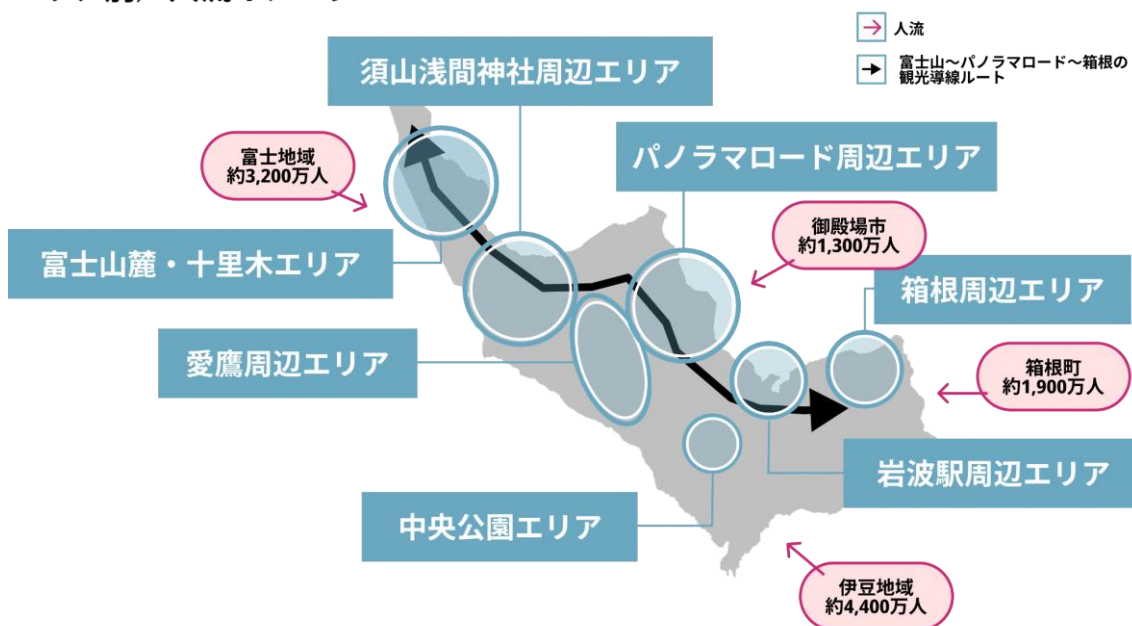


図 13: 7つの観光交流エリアと人流イメージ図

(1) 富士山麓・十里木エリア

■エリアの特徴

標高1,450mの水ヶ塚公園を中心とした富士山中腹エリアと標高1,000m前後の十里木高原エリアに大きく区分されます。

富士山中腹エリアの水ヶ塚公園は夏季における富士登山の駐車場として利用されるほか、遊歩道・クロスカントリーコースは準高地トレーニングの拠点や富士山自然休養林ハイキングコースの起点にもなり、宝永火口を正面にしたダイナミックな富士山の眺望を楽しむことができます。近傍には「遊園地ぐりんぱ」や日本一オープンが早いスキー場の「スノーパーク イエティ」があります。

十里木高原エリアには、富士サファリパークや十里木高原展望台、ゴルフ場、キャンプ場、サウナなどのアウトドア施設や、別荘地が整備されています。別荘地内の商業ゾーン内にはペンションやカフェなどが点在しています。

■エリアの方向性

本エリアは富士山の大自然などを丸ごと楽しむことができる環境で、スポーツツーリズムの中心になっているエリアでもあります。市内唯一のスキー場も位置しておりスノーツーリズムによる展開も期待されます。

このような環境を国内の旅行者だけでなく外国人観光客に対しても広く発信し誘客に繋がる取り組みを推進します。

※都市計画法第34条第2号に規定する開発行為の推奨エリア

■主な施策

- ・歴史文化資源の活用
- ・景観資源などの活用
- ・富士登山客の取り込み
- ・観光レジャー施設との連携強化
- ・登山ツーリズムの強化
- ・アウトドア環境の活用
- ・温浴、サウナを活用した新たな旅のスタイルの提案



(2) 須山浅間神社周辺エリア

■エリアの特徴

世界遺産富士山の構成資産である須山浅間神社を中心に、日本らしさを感じさせる趣きがある木造家屋が点在し、道沿いの石塀や板塀と相まって、富士山信仰を基とした山里の美しい集落景観がしっかりと残されています。現在、静岡県内に唯一の御師住宅跡を中心とした(仮称)御師公園整備が計画されています。かつての須山口登山道は宝永噴火や御殿場口登山道の開設、東富士演習場の整備によって廃れてしまいましたが、地元の強い想いによって、須山浅間神社からの道が「須山口登山歩道」として復活しています。地域の中央を横断する国道469号は、東京2020オリンピックにおける男子自転車ロードレースのコースとして使用されました。

■エリアの方向性

富士山信仰を現代に伝えるエリアとして、情緒ある街並みを生かした須山浅間神社と整備予定の公園をひとつの導線とし富士山裾野ガイド協会と連携して、歴史を伝えていきます。加えて、東京2020オリンピックのレガシーを創出するためサイクルツーリズムとも連携した誘客を図ります。



■主な施策

- ・歴史文化資源の活用
- ・(仮称)御師公園の整備

(3) パノラマロード周辺エリア

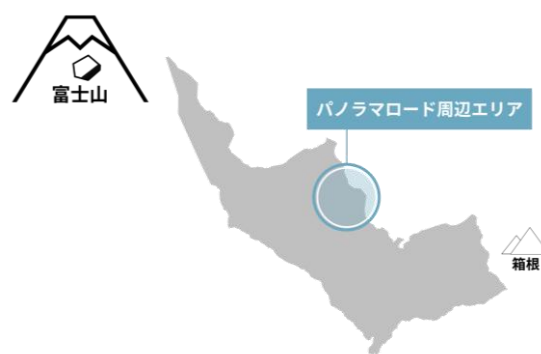
■エリアの特徴

パノラマロードは、市道4053号線の大野路差点からと市道4008号線の運動公園南交差点を結ぶ約4.5kmの区間です。車で北進する際、道路前方に富士山を眺めることができ、右手に箱根連山、左手に愛鷹連峰を仰ぐ文字通りパノラマロードです。エリアの東側には東富士演習場が隣接しています。周辺には陸上競技場や野球場、芝生の丘などからなる運動公園や、日帰り温泉ヘルシーパーク裾野、梅の里などの公共施設が点在しています。ヘルシーパーク裾野入口の遊休農地を活用して、パノラマロードを花でいっぱいにする会が中心となり、コスモスなど景観作物の管理を行っています。

■エリアの方向性

東名裾野ICからのアクセスも良く、積雪の心配もほとんどありません。温泉・スポーツ施設・花・景観の良さを生かしながらエリア一体の観光振興を図ります。ヘルシーパーク裾野、梅の里の民間活力による観光の拠点化について検討します。

※都市計画法第34条第2号に規定する開発行為の推奨エリア



■主な施策

- ・ヘルシーパーク裾野の観光拠点化
- ・アウトドア環境の活用、発信
- ・温浴・サウナを活用した新たな旅のスタイルの提案

(4) 愛鷹周辺エリア

■エリアの特徴

愛鷹連峰における観光エリアは十里木高原・須山地区エリアと富岡・西地区エリアに区分されます。十里木高原・須山地区エリアは、越前岳・黒岳への登山道が整備され、富士山や駿河湾の眺望、市の花アシタカツツジを楽しむことができます。

また、市内に4ヶ所あるゴルフ場のうち、3ヶ所が本エリアに位置し、全国的なゴルフツアーが開催されています。

■エリアの方向性

本エリアは自然を生かした登山、ゴルフなどのコンテンツ造成が図られており、ゴルフ場などと連携した一層の誘客を推進します。

■主な施策

- ・歴史文化資源の活用
- ・景観資源などの活用



(5) 岩波駅周辺エリア

■エリアの特徴

「岩波らしい自然と未来技術でつながるまち」を目指し、岩波駅周辺整備事業を実施しています。箱根と富士山の結節点である岩波駅周辺には、黄瀬川などの自然景観を有するほか、用水や溶岩の石積みといった過去の営みの面影が残されています。

■エリアの方向性

ウーブン・シティの建設が進む中、自然景観や歴史と未来技術を活用した岩波の魅力を生かした観光振興を推進します。北部観光拠点玄関口としての整備を推進します。

■主な施策

- ・岩波駅周辺整備事業



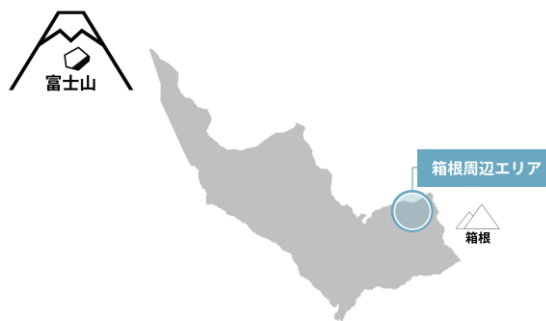
(6) 箱根周辺エリア

■エリアの特徴

1670年の深良用水の完成以来、芦ノ湖の水は、裾野市はもとより御殿場市、長泉町、清水町の水田を潤し続けています。本市と箱根とは、水を通じて深い縁で結ばれており、県道仙石原新田線を利用すれば、岩波駅から湖尻峠まで約15分で到着できる距離にあります。一方で、同県道は途中から道幅が狭くなっており、大型観光バスなどの通行ができないため、観光道路としての利用がなされておらず、土地利用が難しいエリアです。

■エリアの方向性

年間約1,900万人(2019年度値)が訪れる箱根町からの誘客を図るために、県道仙石原新田線の拡幅の働きかけや観光客が箱根の次の訪問先として本市を選びたくなるコンテンツの造成に取り組めます。



■主な施策

・歴史文化資源の活用

(7) 中央公園エリア

■エリアの特徴

裾野市中央公園は黄瀬川と佐野川の合流点に位置する日本式庭園で、名瀑として知られる五竜の滝を中心に整備されています。明治24年に開業した「五龍館佐野ホテル」が前身のため、古くから住む市民からは今でも「五龍館」という愛称で呼ばれています。国との無償貸付契約に基づき、市民の憩う公園として利用され、令和6年に開園50周年を迎えました。滝の手前に架かる吊り橋「五竜のかけはし」から、滝の雄大な景観を正面から眺めることができます。5月にはみどりまつりを開催し、鯉のぼりの掲揚や五竜の滝のライトアップが行われ、多くの来場者でにぎわいます。その他には、季節に応じたイベントなども開催されています。園内には国指定重要文化財である「旧植松家住宅」や森林浴を楽しむことができる散策路などがあり、バスツアーの立ち寄り先にもなっています。

また、中央公園は裾野駅から徒歩15分圏内に立地しており、佐野原神社や定林寺など徒歩圏内で名所旧跡が楽しめます。

■エリアの方向性

観光交流拠点として、同園を活用したイベント支援、民間活力導入についての検討、魅力発信の強化に取り組みます。

■主な施策

- ・裾野駅西土地区画整理事業の推進
- ・観光交流拠点としての中央公園の誘客強化
- ・景観資源などの活用
- ・街中の散策ルートの設定
- ・シェアサイクルの推進



4-3 観光施設周辺の土地活用

観光戦略の実現には、民間活力の積極的な活用が大切です。本市ならではの魅力的な観光資源を活かすためには、既存観光施設と一体となった周辺土地活用による、新たな観光拠点づくりの検討が必要となります。しかしながら、本市の観光施設の多くは、市街化調整区域に位置しているため、各種許認可の許可を受けなければ建築物などを建てることができません。

そこで本市では、令和3年4月から、指定する観光資源周辺の土地活用が図られるよう都市計画法第34条第2号に係る「観光資源の有効な利用上必要な施設」の運用基準を策定しています。

※資料編参照「都市計画法第34条第2号に係る観光資源の有効な利用上必要な建築物の運用基準」

同基準では、あらかじめ指定された13の観光資源の敷地から概ね500m以内における観光資源の有効な利用上必要な建築物の用に供する開発行為の運用基準などを記載していますが、農地法や農業振興地域の整備に関する法律などの他法令の制約をクリアし、土地利用に支障がないことが条件となります。民間参入を促すためには、さらに踏み込んだ調整や庁内連携が必要です。

現在、各部署で所管する土地利用に係る各種計画などの整合を図るため、庁内横断による調整会議を開き、齟齬が生じないよう調整に努めています。特に、農林振興課が所管する「農業振興地域整備計画(以下、農振計画)」及び都市計画課が所管する「市街化調整区域における地区計画適用の基本的な方針(以下、調整区域地区計画の基本方針)」は、観光戦略の策定が令和6年11月であるのに対し、令和6年度末までの2か年事業であるため、調整会議では観光戦略と2つの計画などとの整合を図ることに配慮しています。

その他関連計画において改定時期が直近でない場合は、次回改定の際に反映できるよう、準備をしておく必要があります。これは、国土利用計画裾野市計画や裾野市総合計画、都市計画マスタープランなどの上位計画が想定されます。観光戦略においても、関連計画と齟齬が生じないよう必要に応じて見直しを行います。

観光戦略の実現のためには、農振計画及び都市計画マスタープランをはじめ、本市が策定するすべての計画における土地利用の整合を図りながら、早期実現の可能性を高めていくことにしています。

5 目標達成のためのアクションプラン(戦略)

5-1 アクションプラン(戦略)の位置づけ

本計画の第2章で観光の現状と課題を、第3章では目指す姿と目標を、第4章では基本方針実現のための具体的な施策について示しました。2030年度までに観光交流人口を300万人にするためには、新型コロナウイルス感染症前の2019年度における約220万人に対し、約80万人を上積みさせる必要があります。

目標達成に向け、当計画の実行性を高めるために、重点的に取り組むべき戦略を抽出し、戦略ごとのイメージ・ターゲット・KGI・KPI・施策・重点取組・重点観光コンテンツなどを明確にするためにアクションプラン(戦略)を別に章立てするものです。本計画の概要版はアクションプランをベースにまとめたものです。

(1) 重点的に取り組むべき戦略

3-4 目標達成のための基本方針に掲げた6本の基本方針、16本の施策、55本の具体的な事業と、4-2 7つの観光交流エリアを組み合わせ、目標達成に必要な事項を「エリア戦略」「テーマ戦略」「基盤強化」の3つに分け、それぞれの項目に紐づく戦略などを次のように体系的に整理したものを示します。

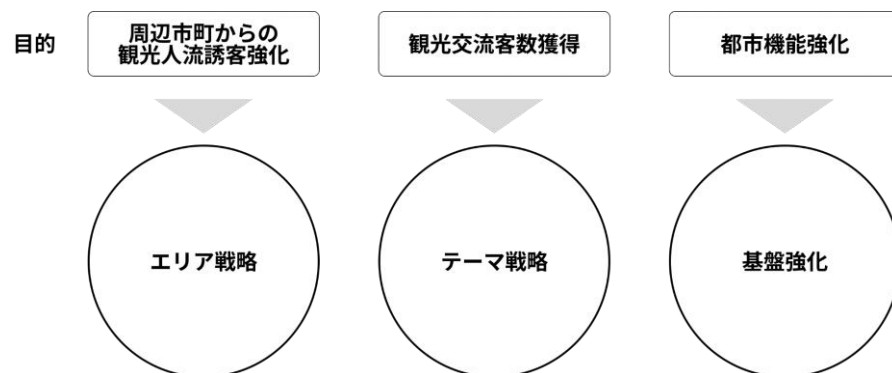


図 14: 重点的に取り組むべき3つの戦略

(2) 戦略などの整理

それぞれの項目に紐づく柱として、エリア戦略は4つ、テーマ戦略は2つ、観光基盤強化は3つに大別します。

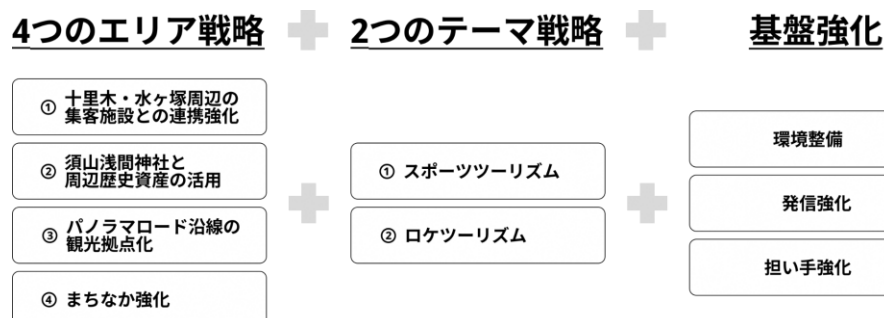


図 15: 重点的に取り組むべき3つの戦略の詳細

(3) 観光交流客数 300 万人達成に向けての計画

体系的に整理した戦略などを実行し、2030年までに増加させる観光交流客数の目標値を示します。約220万人の観光交流客数を300万人にするためには、約80万人の観光交流客数を確保することが必要であり、その内訳を明確にすることで、目標達成に向けた取組みを加速させていきます。

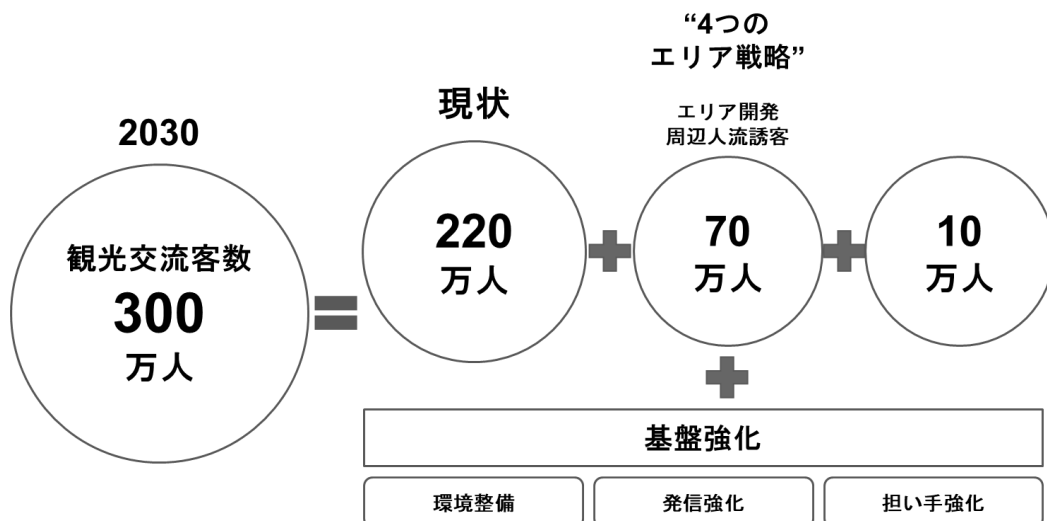


図 16: 観光交流客数とアクションプランの関係図

4つのエリア戦略と2つのテーマ戦略の内訳を、次の通り示します。

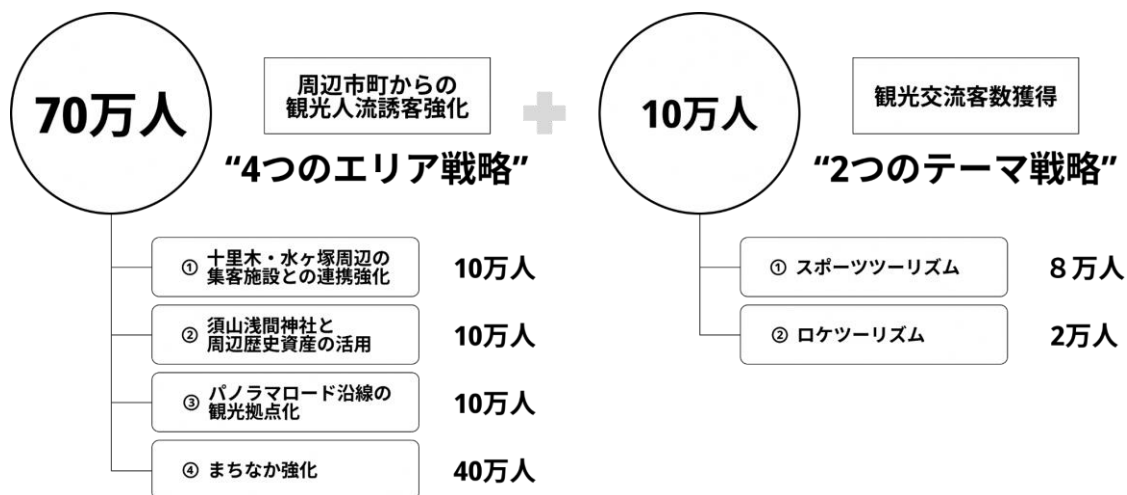


図 17: 戦略ごとの目指す観光交流客数の内訳

5-2 4つのエリア戦略

4-2 7つの観光交流エリアの中から、市外・県外からの人流、既存観光資源の磨き上げ、観光拠点間の回遊性などの視点で4つのエリアに絞込みエリアごとの戦略として位置づけるものです。

(1) エリア戦略1／十里木・水ヶ塚周辺の集客施設との連携強化

隣接する富士市、富士宮市へ訪れる観光交流客が、裾野市の観光コンテンツにも立ち寄りたくなる仕組みづくりを構築する。市外からの回遊性と併せて、十里木・水ヶ塚周辺集客施設との連携強化を図る。

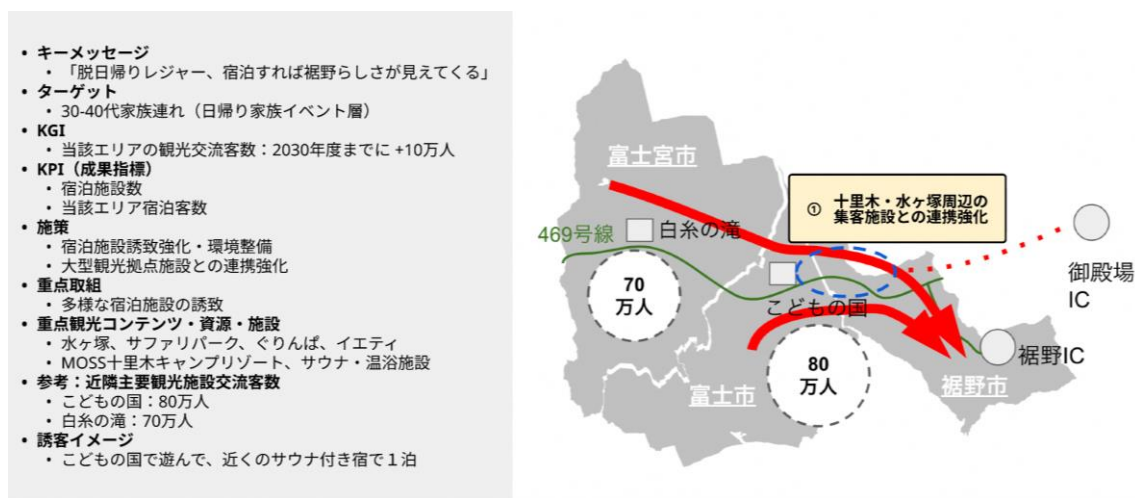


図 18: 十里木・水ヶ塚周辺人流イメージ図

(2) エリア戦略2／須山浅間神社と周辺歴史資産の活用

世界遺産富士山の構成資産である「須山浅間神社」や今後の整備が見込まれる「御師住宅」など、富士山関連の観光コンテンツの回遊性を高め、富士山周辺へ訪れる観光交流客を取り込む。



図 19: 須山浅間神社周辺人流イメージ図

(3) エリア戦略3／パノラマロード沿線の観光拠点化

既存の観光コンテンツと富士山・季節の花々の魅力を発信し、十里木・水ヶ塚エリアや御殿場市方面からの観光交流客が立ち寄りたくなる仕組みづくりを構築する。

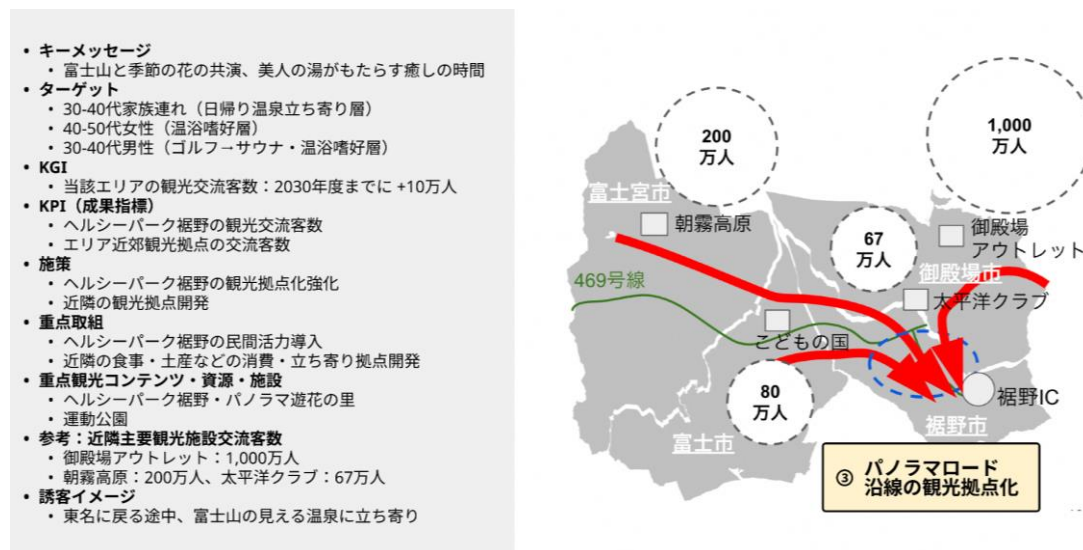


図 20：パノラマロード周辺人流イメージ図

(4) エリア戦略4／まちなか強化

(1)から(3)エリアへ誘客した観光交流客や、これまで通過してしまっていた市外・県外の観光交流客が、立ち寄りたくなるコンテンツとして交流拠点施設を整備し、市内特産物・土産物などの販売や観光情報の提供による拠点間連携を図り持続的な仕組みづくりを構築する。

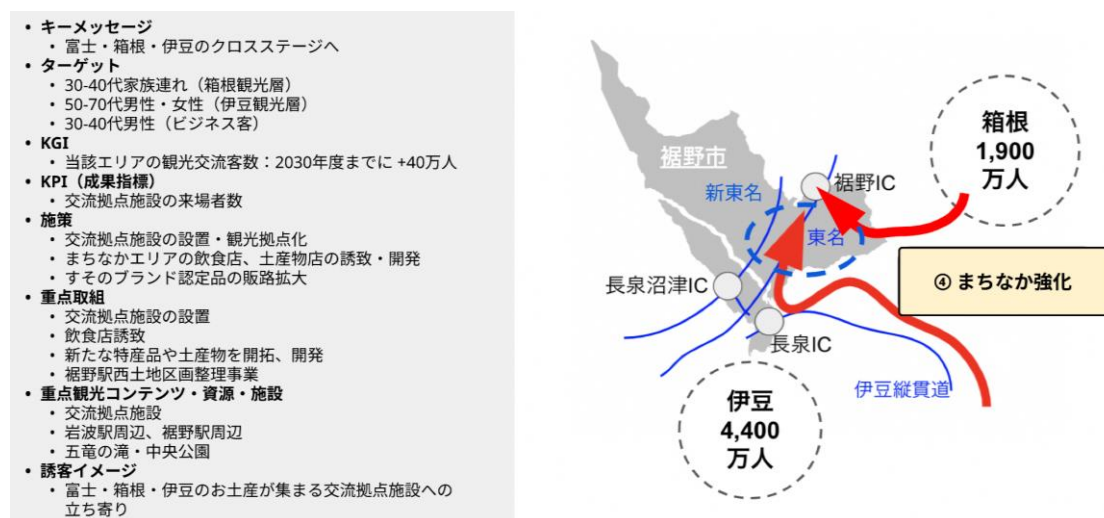


図 21：まちなかエリア周辺人流イメージ図

5-3 2つのテーマ戦略

エリア戦略とは別に、特定のエリアだけでなく市域全体を資源として、4つのエリアとの回遊性を持たせることで、観光交流客数の底上げを図れるテーマを設置し、テーマ戦略として位置づけるものです。

(1) テーマ戦略1／スポーツツーリズム

準高地トレーニングができるまち「裾野市」として、エリア戦略1に掲げる十里木・水ヶ塚エリアのトレーニング施設を中心に、実業団・大学・高校の長距離陸上チームのスポーツ合宿誘致に取り組むことで、県外からの来訪者増加を目指す。

また、全国に熱狂的なファンが多いモータースポーツイベントを、自動車関連企業と継続的に開催し、観光客獲得を目指す。



図 22: スポーツツーリズム関係施設等配置図

(2) テーマ戦略2／ロケツーリズム

富士すそのフィルム・コミッション、ロケによるまちづくり推進協議会を支援し、映画・ドラマなどのロケハン、ロケの誘致を積極的に行う。映画やドラマのファン層が、聖地巡りとして本市へ訪れた際に、近くの観光コンテンツへも立ち寄りたくなる仕組みをつくり、エリア戦略との相乗効果を図る。



上段-映画の撮影風景・下段-爆破体験モニターツアーの様子

5-4 基盤強化

4つのエリア戦略と2つのテーマ戦略を補完するものとして、3つの基盤強化の取組みを掲げる。

(1) 環境整備

エリア戦略とテーマ戦略で掲げた観光交流客数増加の取組みを実現するためには、現在計画されている大型観光交流拠点施設整備や、大型バスなどが通行できる観光道路整備も重要となる。

➤ 道の駅

地元特産物の販売、観光情報提供、休憩施設などを兼ね備えた拠点として「道の駅」を整備し、新たな賑わいの創出や観光交流客数の増加を図る。エリア戦略4／まちなか強化の核となる施設であり、各エリアの観光拠点間連携を図る。

➤ (仮称)御師公園

世界遺産富士山の構成資産である「須山浅間神社」を有する須山地区への整備を計画しており、公園機能を備えた歴史資産として、富士山周辺市町へ訪れた観光客が回遊するルートとして観光交流客数の増加を図る。

➤ 観光ルートの整備

観光交流客数を増加させるためには、観光ルートとなる市外から接続する幹線道路の整備が必要となる。

本市と箱根町を結ぶ県道で、現在も拡幅工事を実施している仙石原新田線は、一大観光地である「箱根」や「芦ノ湖」を結ぶ観光ルートであるが、道路幅員幅員が狭小で大型バスが通行できない区間が残っているため、早期完成に向け要望活動を強化する。また、仙石原新田線と東名裾野 IC を結ぶ計画道路(仮称)御宿岩波線が繋がれば、箱根から裾野市北部の大型観光拠点の利便性が飛躍的に向上するため、実現に向けた取組みを強化する。

本市の北部で富士・富士宮地区と結ぶ国道469号は、観光道路としても重要な役割を果たしている。現在、沿線住民の安全性を確保するためバイパス化を進めているが、サイクリストやランナーの利便性を向上させるためにも、早期実現に向けた要望活動を強化する。

(2) 発信強化

市内各所に存在する魅力的な観光コンテンツの情報をいかに多くの人へ届けるかが重要となる。市の広報媒体や SNS の活用と併せて、市の魅力が伝わる観光マップや情報の拡散に注力する。企業や関係団体である観光協会・商工会との連携、広域連携のプロモーション活動を通じたPR活動を積極的に行っていく。

(3) 担い手強化

人口減少による各種業界の人材不足は、観光分野においても同様である。魅力的な観光コンテンツの磨き上げや新たな環境整備による拠点整備が着実に進んでも、観光産業を下支えする従事者を確保しなければならない。観光施設間連携を図り持続的な観光産業の仕組みを構築することで、観光産業従事者の確保を図る。

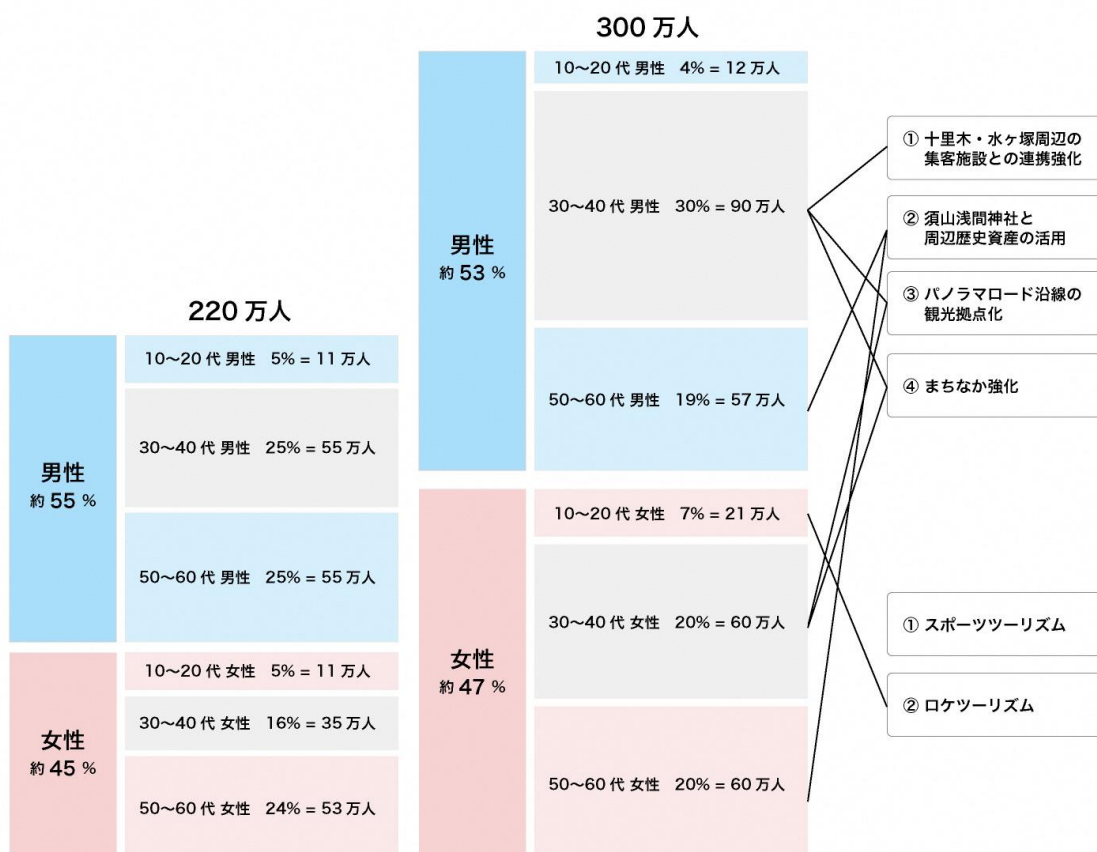
5-5 目指す姿

5-2から5-4で示した戦略などを着実に実行し、2019年に約220万人だった観光交流客数を、2030年までに300万人達成を目指します。

目標達成に向け、裾野市観光戦略のキャッチコピーを次のとおり定めます。

知る人ぞ知る 日本の理想郷 実はここ「裾野市」なんです。

■ 観光交流客数 300 万人達成時の性別・世代別の目指す姿



＝資料編＝

都市計画法第34条第2号に係る観光資源の有効な利用上必要な建築物の運用基準

【本市の運用】

都市計画法第34条第2号に規定する開発行為のうち、観光資源の有効な利用上必要な建築物の建築又は建設の用に供する目的で行う開発行為の運用基準は、次のとおりとする。

1 観光資源の指定

観光資源とは、観光立国推進基本法(平成18年法律第117号)第13条に規定する史跡、名勝、天然記念物などの文化財、歴史的風土、優れた自然の風景地、良好な景観、温泉その他文化、産業などに関する観光資源又は都市計画法第18条の2第1項の規定に基づき定める裾野市の都市計画に関する基本的な方針に観光レクリエーション拠点として規定する観光施設及びゴルフ場で、別表に掲げるものを観光資源として指定する。

2 対象となる建築物

(1)建築物の位置

- ア 観光資源の存する建築物の敷地内又は隣接若しくは近接している区域
(観光資源の存する敷地から概ね500メートル以内)
- イ 一般国道(当該道路に接する区間の市道も含む)の沿道
- ウ 主要地方道 富士裾野線(当該道路に接する区間の市道も含む)の沿道
- エ その他、観光資源の有効な利用上、市長が特に必要と認めた区域

(2)建築物の用途

主に観光資源の観光を目的とした者を対象としたもので、次に掲げる施設のいずれかであること。ただし、風俗営業などの規制及び業務の適正化などに関する法律(昭和23年法律第122号)第2条に規定する営業を行う施設に該当する施設を除く。

- ア 宿泊施設
- イ 飲食店
- ウ 土産物など販売店
特産品、地場産品又は土産物の販売を主たる目的とする店舗
- エ 公衆浴場
温泉法(昭和23年法律第125号)第2条に規定する温泉を利用する施設
- オ 展示場など
観光資源に関連する展示場又は資料館
- カ 観光資源の維持管理施設など
展望台、維持管理事務所、観光案内施設、休憩施設、立体駐車場又は公衆便所など
- キ その他
上記アからキまでに掲げた施設以外で、観光資源の有効な利用上、市長が特に必要な建築物と認めるもの。

3 既存建築物の用途変更

観光資源の有効な利用上必要であり、かつ本市の土地利用上支障がないこと。

4 景観への配慮

- (1)建築物などの高さの最高限度(建築物の屋上などに設置する広告物なども含む)
- ア 裾野市景観計画に規定する景観重要公共施設(道路)の沿道は10メートル以下であること。
- イ 周囲の景観に調和したものであり、かつ25メートル以下であること。
- (2)建築物の外壁又はこれに代わる柱の面の位置の制限
- ア 裾野市景観計画に規定する景観重要公共施設(道路)の沿道における建築物などは、当該道路境界線から10メートル以上離すこと。
- イ 建築物などの高さが15メートルを超えるものは、主たる出入口を設ける道路の道路境界線から10メートル以上離すこと。
- (3)建築物などの意匠の制限
- 建築物の外壁の色彩は、建築物の規模・要件に関わらず裾野市景観計画に規定する建築物の行為の制限に適合したものであり、かつ屋外広告物の色彩を含む色数は全体で5色以内とすること。
- (4)屋外広告物の制限
- 裾野市屋外広告物基本計画に規定する誘導基準に適合したものであり、かつ裾野市景観計画に規定する景観重要公共施設(道路)の沿道においては、のぼり及びアドバルーンは掲出しないこと。
- (5)その他
- 上記(1)から(4)までの規定にかかわらず、特に必要と認めるものは、裾野市景観アドバイザー会議の意見を聴いて、市長が決定するものとする。

5 その他

本市の土地利用上支障がないこと。

別表(指定する観光資源)

項 目	名 称
史跡、名勝、天然記念物などの文化財	・須山浅間神社
温泉	・ヘルシーパーク裾野
都市計画に関する基本的な方針に観光レクリエーション拠点として規定する観光施設	・梅の里 ・裾野市運動公園 ・十里木キャンプ場 ・ぐりんぱ ・スノーパーク イエティ ・富士サファリパーク ・裾野市立富士山資料館
ゴルフ場	・裾野カンツリー倶楽部 ・東名カントリークラブ ・ファイブハンドレッドクラブ ・十里木カントリークラブ

裾野市観光戦略策定委員会

○裾野市観光戦略策定委員会設置要綱

裾野市告示第116号

裾野市観光戦略策定委員会設置要綱を次のように定める。

令和5年6月23日

裾野市長 村 田 悠

裾野市観光戦略策定委員会設置要綱

(設置)

第1条 裾野市の観光の方向性を示すとともに、これらを継続的に推進するための指針となる裾野市観光戦略(以下「観光戦略」という。)を策定するため、裾野市観光戦略策定委員会(以下「委員会」という。)を設置する。

(所掌事務)

第2条 委員会は、次に掲げる事項を所掌する。

- (1) 観光戦略の策定に関すること。
- (2) 観光戦略を推進するために必要な事項に関すること。

(組織)

第3条 委員会は、委員15人以内で組織し、次に掲げる者のうちから市長が委嘱する。

- (1) 観光関係者
- (2) 商工関係者
- (3) 学識経験者
- (4) 前各号に掲げるもののほか、市長が適当と認める者

2 委員の任期は、委嘱の日から観光戦略の策定が完了する日までとする。ただし、補欠の委員の任期は、前任者の残任期間とする。

(委員長及び副委員長)

第4条 委員会には、委員長及び副委員長を置き、委員の互選によりこれを定める。

2 委員長は、委員会を代表し、会務を総理する。

3 副委員長は、委員長を補佐し、委員長に事故があるとき、又は委員長が欠けたときは、その職務を代理する。

(会議)

第5条 委員会の会議は、必要に応じて委員長が招集し、委員長が議長となる。

2 委員会は、委員の半数以上が出席しなければ会議を開くことができない。

3 委員長が必要と認めるときは、委員以外の者に出席を求め、説明又は意見を聴くことができる。

(庶務)

第6条 委員会の庶務は、産業振興部産業観光スポーツ課において処理する。

(補則)

第7条 この要綱に定めるもののほか、委員会の運営に関し必要な事項は、委員長が別に定める。

附 則

この告示は、公示の日から施行する。

○裾野市観光戦略策定委員会名簿

◎…委員長／○…副委員長

団体名等	役職	氏名
◎裾野市観光協会	会長	土屋 祐一
○株式会社ピカ	運営事業本部部長	渡辺 仁
裾野市商工会	理事	鈴木 博己
株式会社時之栖	代表取締役社長	庄司 政史
和風レストランみよし	女将兼専務	堀口 綾子
日本大学国際関係学部	准教授	矢嶋 敏朗
株式会社計画・環境建築	代表取締役会長	杉本 洋文
株式会社リクルート じゃらんリサーチセンター	客員研究員	澤柳 正子
エピスコープ株式会社	取締役	小柳 智則
裾野市観光・スポーツ大使	シンガーソングライター	フルヤ トモヒロ
Yahoo!ニュースエキスパート	ライター	荘司 めぐみ
トヨタ自動車株式会社 モータースポーツ技術室	主査	北條 哲平

○裾野市観光戦略アドバイザー設置要綱

裾野市告示第115号

裾野市観光戦略アドバイザー設置要綱を次のように定める。

令和6年6月23日

裾野市長 村 田 悠

裾野市観光戦略アドバイザー設置要綱

(設置)

第1条 本市における観光施策を推進するため、裾野市観光戦略アドバイザー(以下「アドバイザー」という。)を置く。

(所掌事項)

第2条 アドバイザーは、次に掲げる事項を所掌する。

- (1) 裾野市観光戦略の策定に関し助言、提言等を行うこと。
- (2) 観光施策及び観光事業について必要な支援を行うこと。
- (3) その他市長が必要と認める事項に関すること。

(委嘱)

第3条 アドバイザーは、若干名とし、観光政策に関し専門的知識及び経験を有する者のうちから、市長が委嘱する。

(任期)

第4条 アドバイザーの任期は、委嘱の日から当該日の属する年度の末日までとする。ただし、再任を妨げない。 (秘密の保持) 第5条 アドバイザーは、職務上知り得た秘密を他に漏らしてはならない。その職を退いた後も同様とする。 (報償等) 第6条 市長は、アドバイザーに対し、予算の範囲内で報償及び費用弁償を支払うものとする。 (庶務) 第7条 アドバイザーに関する庶務は、産業振興部産業観光スポーツ課において処理する。 (補則) 第8条 この要綱に定めるもののほか、アドバイザーに関し必要な事項は、市長が別に定める。 附 則 この告示は、公示の日から施行する。
--

○裾野市観光戦略アドバイザー

事業者	役職	氏名
株式会社 NoSHAPE	代表取締役	鬼石 真裕

○裾野市観光戦略策定委員会

No.	日程	内容
第1回	令和5年 8月29日	観光戦略の趣旨、概要、スケジュール
第2回	令和5年10月27日	課題の整理・基本方針・施策
第3回	令和6年 2月 2日	観光戦略(案)
第4回	令和6年 3月13日	観光戦略(案)、概要版(案)
第5回	令和6年 6月26日	アクションプラン(概要)の方向性
第6回	令和6年 7月29日	目標達成のためのアクションプラン(案)
第7回	令和6年 8月23日	観光戦略(案)、将来像のキャッチコピー(案)

裾野市観光戦略

令和6年11月

発行 静岡県裾野市産業振興部産業観光スポーツ課
〒410-1192 静岡県裾野市佐野1059番地
T E L / 055-995-1825 F A X / 055-995-1864
M A I L / kankou@city.susono.shizuoka.jp
U R L / <https://www.city.susono.shizuoka.jp/>
