

1. 富士河口湖町の観光の現状

1) 富士河口湖町の観光の現状と問題点

- ・富士河口湖町の観光は、主に団体旅行に対応するかたちで発展してきたが、団体旅行の減少傾向等大きく観光の志向が変化している中で、個別に見れば、部分的には外国人観光客（主としてアジア系団体）の受入れを進めたり、個人客対応にモデルチェンジするなど経営努力も見られるが、富士河口湖町全体としては対応が遅れており、まちとして今後の対応が迫られている状況にある。
- ・観光地整備に関しては、富士山だけに頼らない観光地を目指し、確実に観光施設や体験プログラムの充実を図り、地域産業として発展してきているが、点と点を繋ぎ、面的に捉える環境整備が進んでいない部分が残し、これが、観光客が良好な観光地と感じる上で妨げになっている場面が見られる。
- ・また、資源活用に関しても、最大の魅力であり、国際的にも誇ることの出来る富士山や湖水湖岸、森林山岳環境を持続的に活用する手法の模索が始まったところであり、今後どのように広げていくのかといったところまで十分に認識が深まっていない状況にある。
- ・すなわち、これまでの取組みは十分に機能を果たしてきたが、観光の志向の大きな変化に対して、まちとしてどのように対応していくのかという点については共通認識が得られておらず、足踏み状態にあり、ターゲットや提供する観光の魅力等、将来を見据えて見直すべき状況に置かれている。
- ・今後は、

入り込みの問題：

- ・観光客について単純に数が多ければ良いというものではなく、施設や地域の経営を考えて、どのような人にどのくらい来て欲しいのかを考える必要がある。どのように過ごしてもらいたいかを想定し、そのための対策を検討していくためには、まずは“数”より“滞在時間（一人当たりの）”を重視した入り込みの捉え方を共有化することが必要である。

滞在環境の問題：

- ・ヒューマンスケールの散策環境などについては必ずしも良い印象ばかりではなく、猥雑とした街並みや湖畔環境の改善が必要となっている。滞在環境は観光地の基礎を築く重要な観光資源であり、景観整備や外部空間の快適性の向上等重要な要素となっている。
- ・特に富士河口湖町は、日本唯一の富士山を擁し、4つの湖を抱える観光地であり、国民的な要望に応えうる環境整備の責務を担っている。

「もてなしの質」の問題：

- ・ 宿泊施設、飲食店、土産品店等の来訪者への接客の最前線でのもてなしに加え、観光行動の背景となる農業の風景の中での農家とのふれあいや、散策などを行う際に出会う地域の子どもたちなどとのふれあいも、来訪者にとっては“地域のもてなし”として判断し、地域の評価を行うものである。
- ・ このことは来訪者に対してだけでなく、住民同士のコミュニケーションとしても重要な要素である。人と気持ちよく接することができる住民の多いまちは、来訪者にとっても心地よいまちとなる。

プロモーションの問題：

- ・ 将来的な観光の動向把握の問題も含めて、戦略的にプロモーションを実施できる体制が十分ではないことも問題である。
- ・ これは、地域のマネジメントを行うようなDMO（DM＝ディステーションマネジメント、ディステーションマーケティング O＝オーガニゼーション（組織））的役割が育っていないためであり、半ば場当たりのプロモーション活動となっていることから、まずはプロモーション活動とその評価を行える体制づくりを進めることが課題となる。

観光先進地としての役割：

- ・ 関東という日本最大の市場を前にし、日本を代表する資源を保有している富士河口湖町には、その資源性を保全しながら持続的に活用していく手法を創造していく責務が課せられている。
- ・ 国民的な財産を共有化していくために、国民全体（住民と来訪者）で支える仕組みづくりが重要であり、その財源を広く来訪者に求めるような具体的な制度づくりを来訪者と一緒になって構築していくことが求められている。

といった面で課題解決を進めていく必要がある。

2) 観光産業振興とまちづくり（地域振興）の関係の現状と課題

- ・ まちづくりは、住民の幸福（豊かで快適な暮らし）のための取組みとその継続であり、そのため産業振興に大きく関わるが、それだけがまちづくりではないということに対する住民の理解が充分ではない。住民の幸福のために何をなすべきかという根本的な発想から、暮らしの向上と産業振興を結びつけて考えることに対する共通認識が得られていない面がある。
- ・ しかし、富士河口湖町においては、観光産業振興が偏重されてきたというイメージ（実際には、平成19年度決算では、商工（観光）費は町予算の3.8%程度）を持っている人も少なくはなく、観光産業振興を基軸に他の産業を連携させ、また、住民の暮らしを豊かにすることに繋げていこうとする意識が育っていないということに問題があるといえる。

- ・この傾向は住民意識だけでなく、行政内部にもあり、そのことが行政施策の横の繋がりを阻害していることも大きな問題である。
- ・これは、観光まちづくりと産業振興の関係に対する認識が曖昧で、最終的な住民の幸福のために何をすべきなのかということの共通認識が十分に確立していないという面があるからだと考えられる。
- ・こうした問題は、“観光地”と呼ばれる地域には多少の違いはあるが、どこにでも存在するものであり、富士河口湖町特有の問題点ではないが、重大な課題であることは確かであり、この課題を克服しない限り、まちづくりは進まないといっても過言ではない。
- ・このため、全国的にも叫ばれつつある“観光まちづくり”というまちづくりの進め方が必要とされるが、このまちづくりの進め方そのものもまだ芽生えたばかりで、富士河口湖町が独自にその手法を創造し、進める必要がある。(p 7 参照)
- ・まちづくりの本旨である、まちとしての暮らし良さ、住み続けたいと思える環境維持は、結果的に観光振興に繋がるものであり、まちづくりを進めることが観光産業振興にもつながるものであるということ、まちづくりがなければ豊かな観光地に成り得ないことを住民が深く理解することが先ず求められ、一番の課題となっている。
- ・つまりは、
 - 住民にとっても誇りとなる美しく暮らしよい環境整備を進める**
 - 住民の文化的環境を向上させ誇りと愛着を育む**
 - まちの産業に対する住民の正しい理解を深める**
 - 産業間の連携を深め、相互支援により産業全体の底上げを図る**
 といったことが今後の“まちづくり”の課題となる。

観光地におけるまちづくり 『観光まちづくり』 観光を意識したまちづくり 富士河口湖町にとっての“観光まちづくり”とは・・・

<観光まちづくりという言葉>

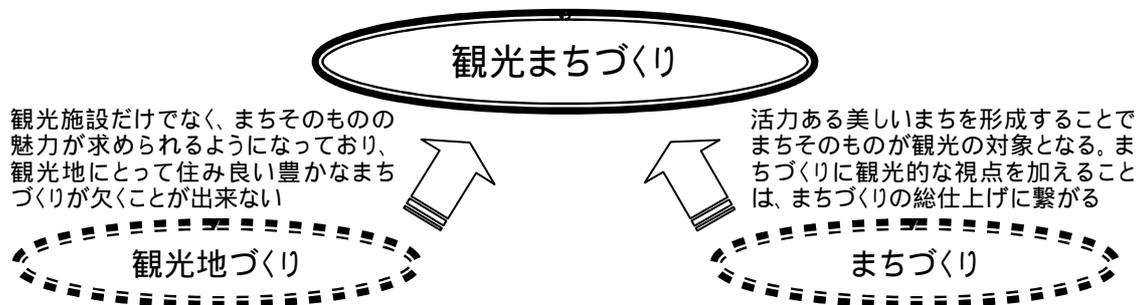
これまでも“観光からのまちづくり”や“住んでよし、訪れて良しのまちづくり”など、観光を一つの産業と捉えるのではなく、“観光”という“魅力的なものに人が興味を持って訪れる”行為（人間活動）を活かして、地域の文化的、経済的、環境的な質を向上させ、活気ある地域づくりが各地域ですすめられて来た。

そうした取組みに、“観光まちづくり”という言葉が用いられたのは、2000年12月にまとめられた、観光政策審議会の答申『21世紀初頭における観光振興方策』のなかで主要施策の柱の一つとして掲げられたのが初めてといわれているが、そのことがすぐにまちづくりの取組みなどで使われては来なかった。

<まちづくりの視点から観光を捉えて>

しかし、約10年が経過し、少子高齢化などにより、定住人口を基礎にした都市計画等の手法ではなかなか解決できない“まちの活力の低下”等の問題がより深刻化するなかで、交流人口を基礎にした観光地計画等の意義が徐々に認識されて来るに至り、従来の“まちづくり”の側からも様々な機会に“観光まちづくり”という言葉が使われるようになってきている。そこでまちづくりの将来像を描く際には、この観光まちづくりという言葉の意味を共有化しておく必要性が増してきている。

観光政策審議会の後、「観光まちづくり研究会」（国土総合研究機構）で2000年に作成した『観光まちづくりハンドブック』においては“『住み続けたい』、『訪れてみたい』と思わせる、魅力と活力あふれる、持続的な地域の実現”を達成するための取組みを“観光まちづくり”と位置付けており、これを一般的な定義とすることができる。



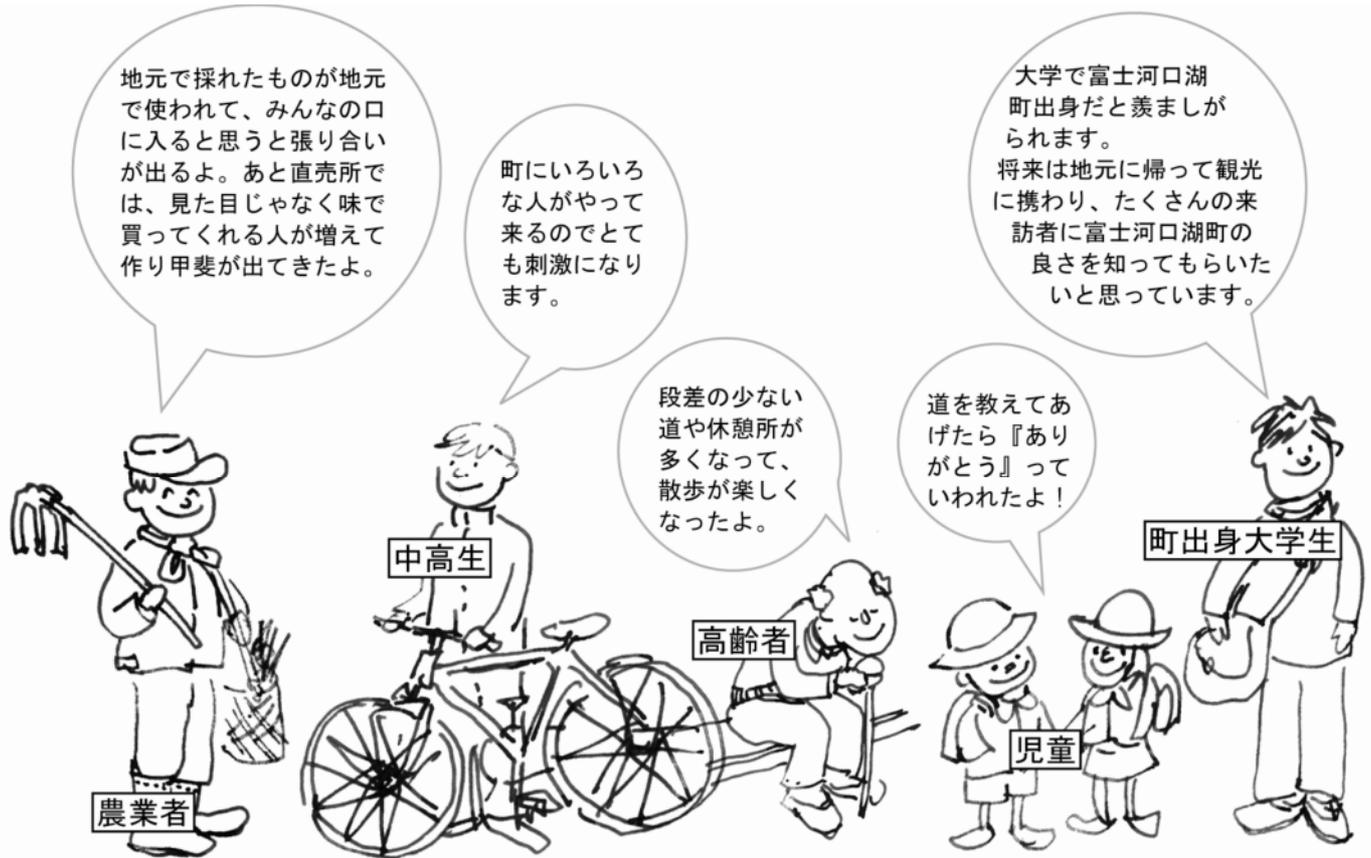
<観光地づくりをすすめてきた富士河口湖町での“観光まちづくり”>

改めて、富士河口湖町において『観光まちづくり』について考えると、2007年10月より観光地域プロデューサーが赴任し、その取組みの中で“観光まちづくり推進会議”が組織されている。

ここでは、『観光は旅館や土産店のもものではなく、農業にとっても、工業にとっても、商業にとっても、また町民生活一般にとっても大切なものとするように「町民と観光客の心の交流を全町民の経済に繋げるような」町民自らの活動によって観光を町全体のものにしなければならぬ。それが町民主体の「まちづくり」である』としている。

これまで、観光地づくりを主体に進めてきた富士河口湖町においては、住民にとっても魅力的で住み良いまちづくりが観光地づくりに結びつくという認識に立ち、住民主体のまちづくりを進める手法として“観光まちづくり”を捉え、教育分野、福祉、産業振興など様々な分野を結びつけて総合的に振興を図るための施策として取り組む体制を整えつつ、計画づくりに取り組んでいるところである。

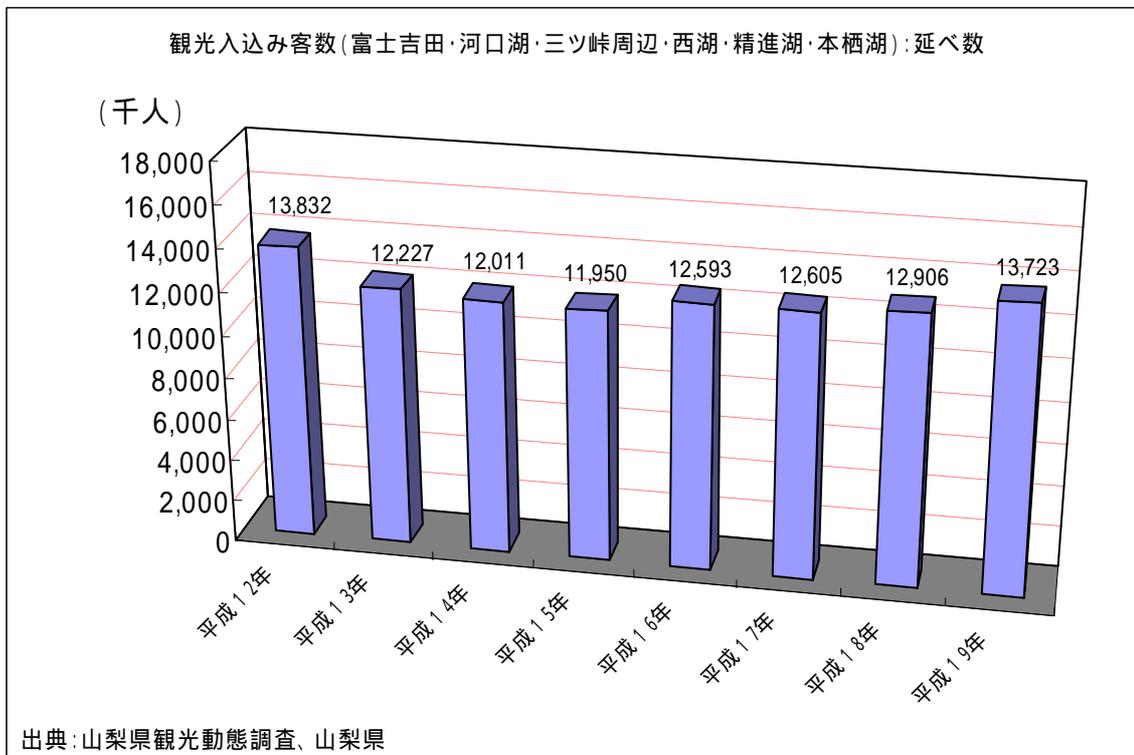
■地域のそれぞれの人に観光まちづくりの効果がある



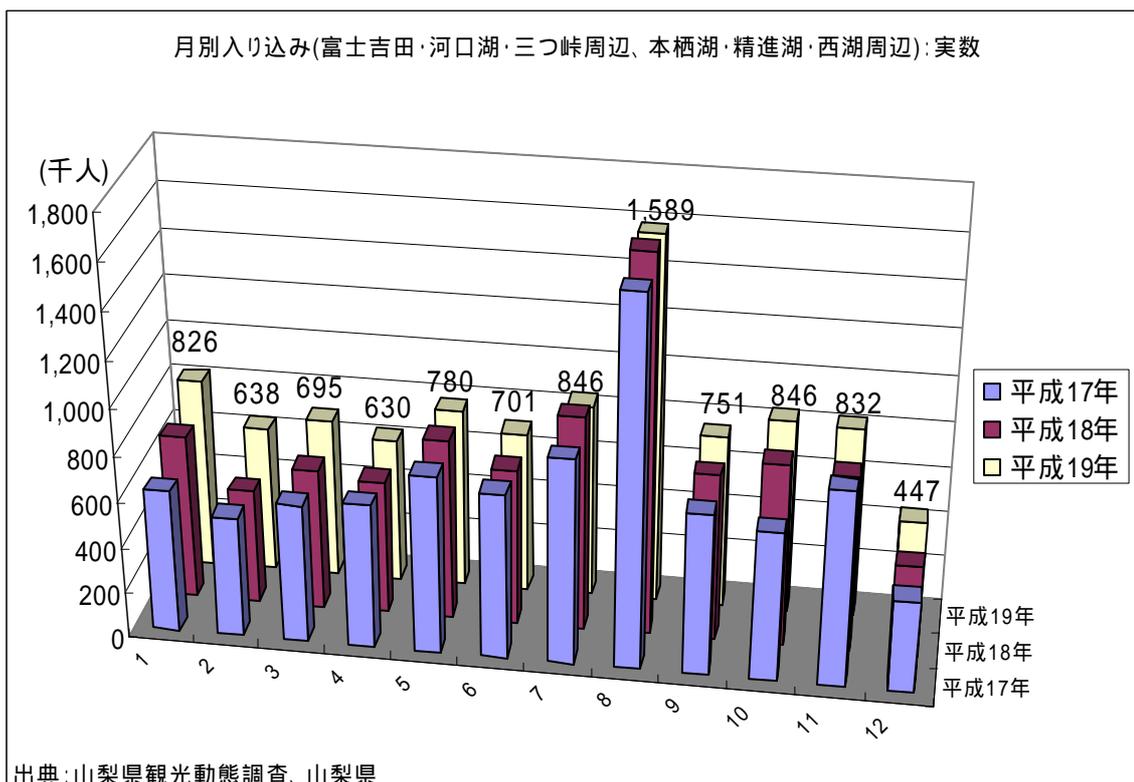
3) 観光入込みの現状と行動実態と課題

(1) 入込みと推移

- ・入込み客数は、他の観光地ほど落ち込むこともなく比較的堅調に推移しているが、今後、量的な拡大を目指すのか、消費単価の増加や宿泊者比率の拡大といった質の向上を重視するののかの見極めも必要となる。



- ・冬季イベントの開催等により、オフシーズンの落ち込みの改善は進みつつあるが、依然としてオフシーズンの底上げは大きな課題であり、また春から初夏と初秋から初冬にかけてのショルダーシーズンの入り込み拡大が当面の課題となる。



(2) アンケートに見る観光実態

平成 19 年度外国人観光客等のニーズ実態調査および平成 20 年度観光客ニーズ実態調査をもとにして、富士河口湖町に訪れる日本人観光客と外国人観光客・宿泊客の行動実態、国内旅行エージェントによる送客状況を整理する。

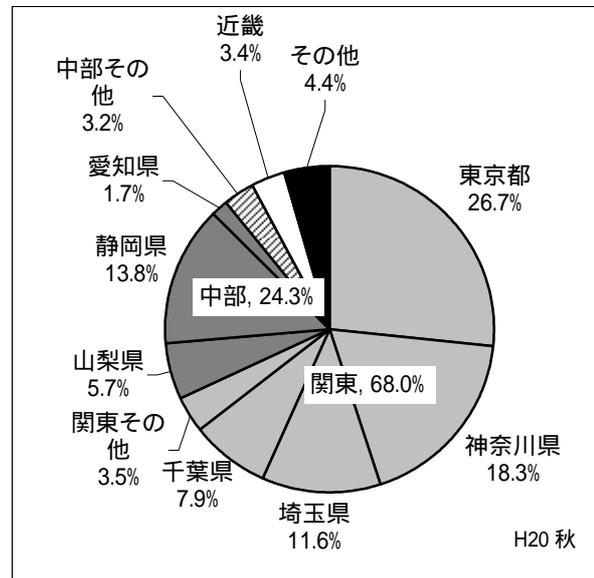
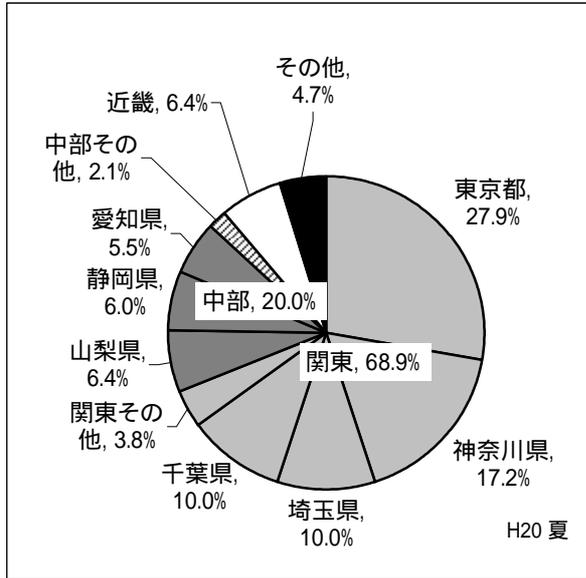
平成 19 年度外国人観光客等のニーズ実態調査
<p>1)平成 19 年度：町内宿泊外国人観光客を対象とした留め置き調査（「外国人宿泊客の行動実態」に整理）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・調査日：2007 年 9 月 20 日(木)～10 月 23 日(火) ・実施箇所：宿泊施設 20 箇所 ・調査方法：1 箇所につき各言語 20 票ずつ配布、最大で 400 票を目標に実施 ・サンプル数：157 票 ・対象言語：4ヶ国語（英語、中国語（北京語、広東語）、韓国語） <p>2)平成 19 年度：町内主要観光施設等立ち寄り観光客を対象とした聞き取り調査（周遊に関する分析に採用）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・調査日時：2007 年 8 月 24 日(金)、25 日(土) 各日 10 時～17 時 ・調査員：日本語 10 名/外国語 2 名 ・実施箇所：日本語：河口湖駅前/河口湖ハーブ館/天上山公園/大石公園/道の駅かつやま/西湖いやしの里根場/西湖コウモリ穴/富岳風穴/本栖湖畔 外国語：河口湖駅前 ・サンプル数：日本人 403 票、外国人 62 票
平成 20 年度観光客ニーズ実態調査
<p>1)平成 20 年度夏：町内主要観光施設等立ち寄り観光客を対象とした聞き取り調査</p> <ul style="list-style-type: none"> ・調査日時：2008 年 8 月 29 日(金) 13:00～17:00、30 日(土) 10:00～17:00 ・調査員：29 日/日本語 15 名/外国語 5 名、30 日/日本語 13 名/外国語 5 名 ・調査地点：日本語：河口湖駅前/河口湖ハーブ館/大石公園/道の駅かつやま/コウモリ穴/西湖いやしの里根場/富岳風穴/本栖湖畔 外国語：河口湖駅前/ビジターセンター/K's ハウス ・サンプル数：日本人 470 票、外国人 137 票 <p>2)平成 20 年度秋：町内主要観光施設等立ち寄り観光客を対象とした聞き取り調査</p> <ul style="list-style-type: none"> ・実施日時：2008 年 11 月 17 日(日) 10:00～16:00、18 日(月) 10:00～16:00 ・調査員：17 日/日本語 15 名/外国語 4 名、18 日/日本語 13 名/外国語 4 名 ・調査地点：日本語：河口湖駅前/河口湖ハーブ館/大石公園/道の駅かつやま/コウモリ穴/西湖いやしの里根場/富岳風穴/本栖湖畔 外国語：河口湖駅前/ビジターセンター/K's ハウス ・サンプル数：日本人 600 票、外国人 107 票 <p>3)国内旅行エージェントを対象としたアンケート調査</p> <ul style="list-style-type: none"> ・調査日時：2009 年 2 月 27 日(金)～3 月 13 日(金) ・調査方法：郵送による発送。2 週間以内に回答を郵送または F A X またはメールで返信してもらう。 ・サンプル数：国内 87 票（発送 420 票 回収率 19.0%）

外国語による聞き取り調査は、英語を理解する外国人観光客を主な対象とし、言語は基本的に英語で行った。

①日本人観光客の行動実態

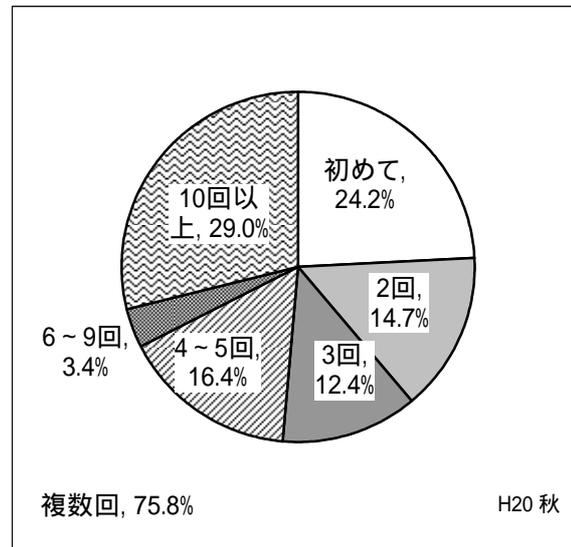
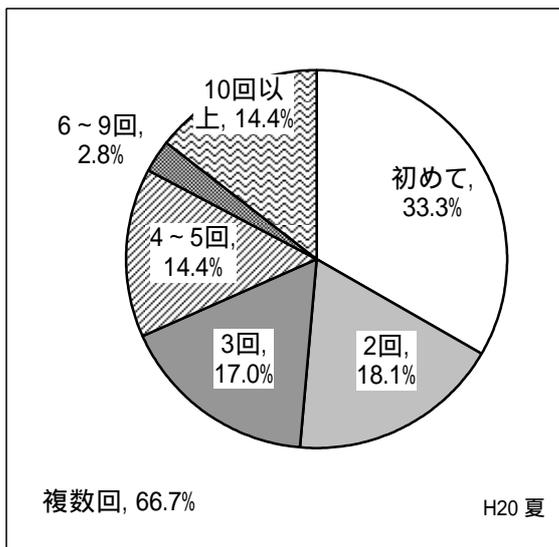
【観光客の属性】

- ・東京、神奈川、埼玉など関東圏からの旅行者が約7割、次いで山梨、静岡を含む中部圏が約2割を占める。観光客の大半が近隣の地域から来訪している。



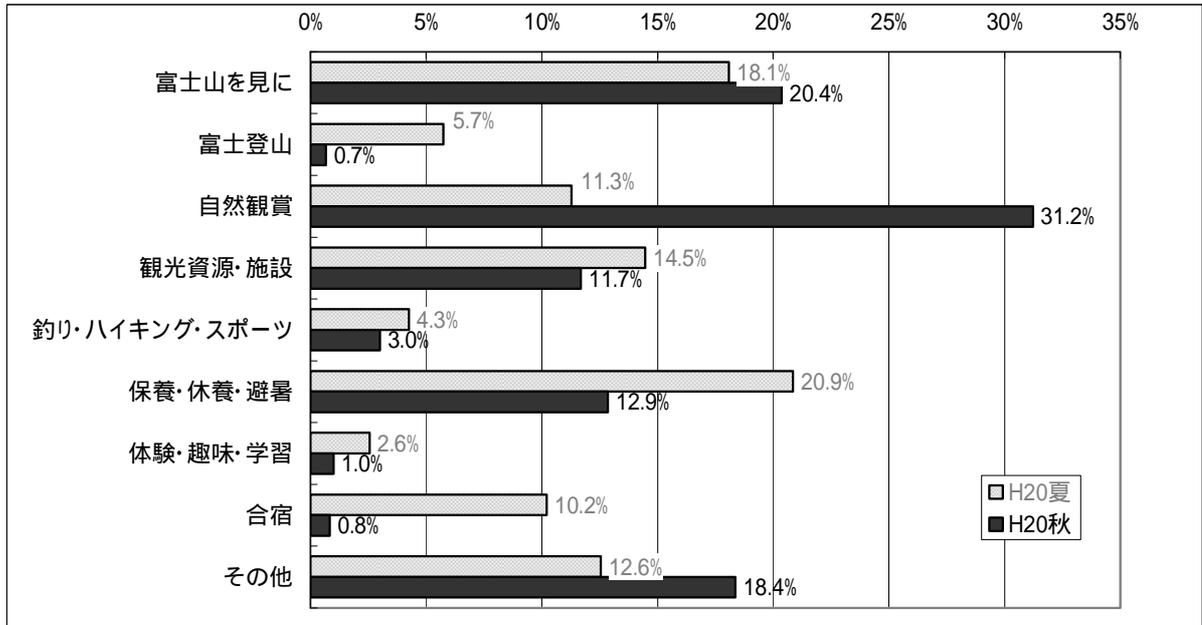
【来町回数】

- ・リピーターが約7割を占める。何度も訪れているリピーターが比較的多い。夏と秋を比較すると、秋のほうがリピーター率が若干高い。



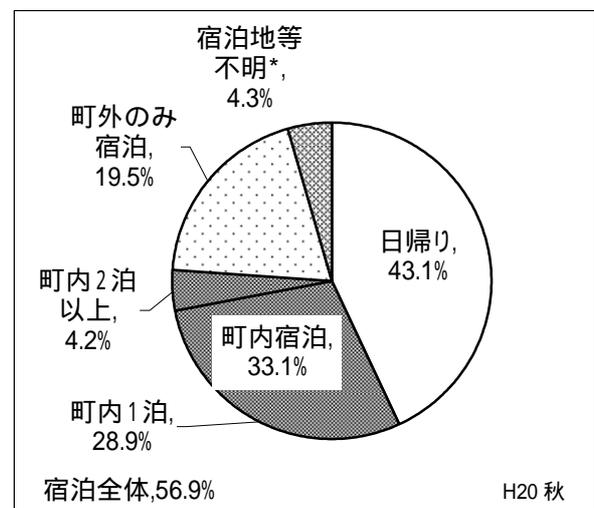
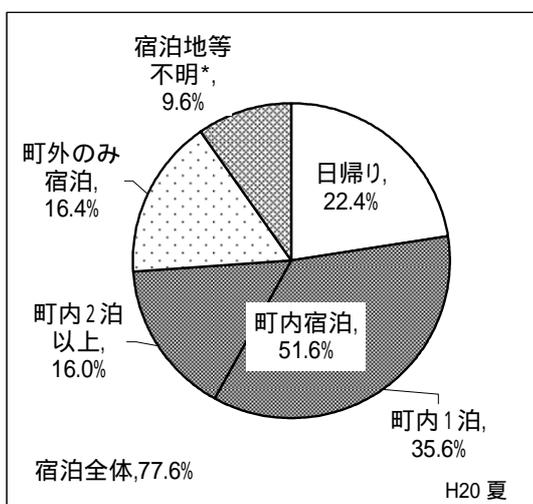
【旅行の目的】

- ・旅行の主な目的は、夏には「保養・休養・避暑（20.9%）」をあげた人が最も多く、秋には「自然観賞（31.2%）」が最も多い。夏でも「富士山を見ること」と「自然観賞」の合計は2割以上で自然風景の観賞は多い。
- ・「富士山を見ること」は夏秋ともに2割程度で、「観光施設・資源」は1割強で、ともに季節による変化は比較的少ない。



【町内での滞在日数】

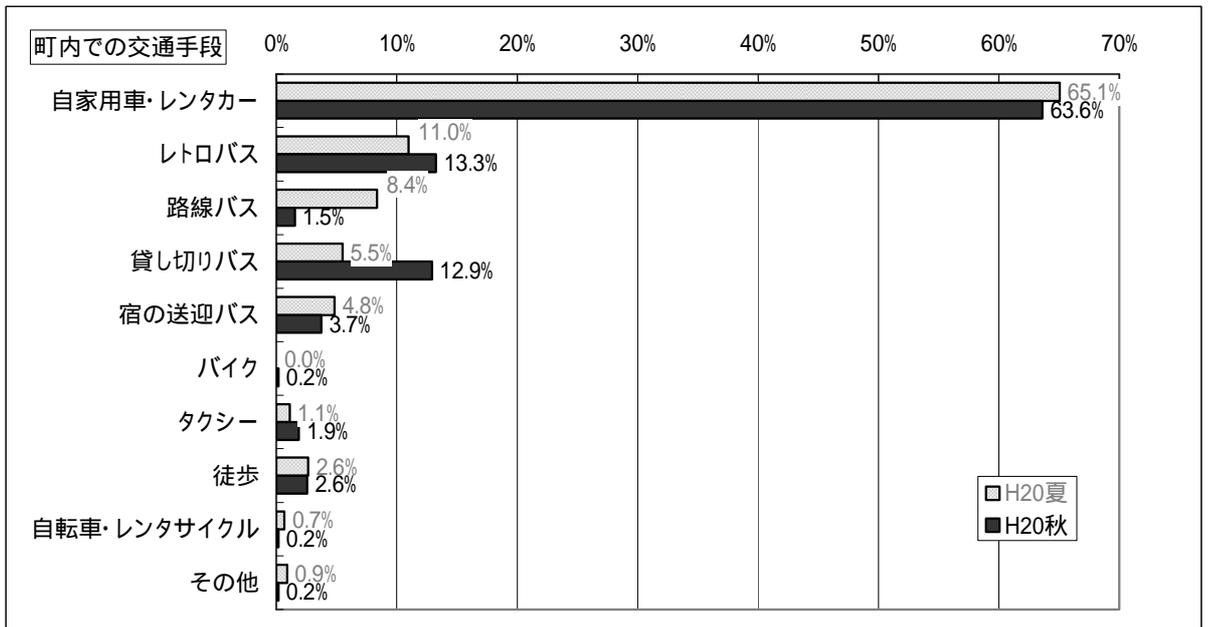
- ・日帰り旅行者は、夏の約2割、秋は夏の約2倍にあたる約4割で、秋のほうが日帰り旅行者が多い。
- ・町内宿泊者は、夏は約5割、秋は約3割で、特に夏は2泊以上の連泊者も多い。
- ・町内の平均宿泊数は、夏は1.4日、秋は1.2日である。



*は宿泊予定だが宿泊地および宿泊数が不明

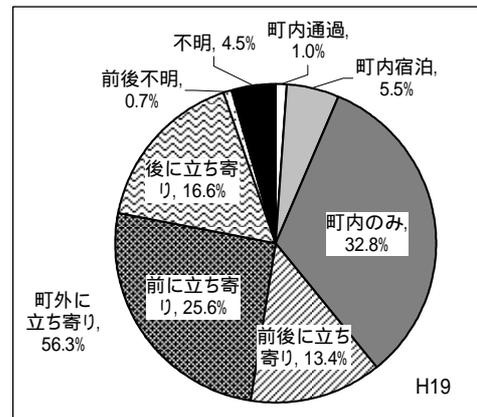
【交通手段】

- ・町へのアクセスや町内の移動には、車利用者が6割以上を占めている。



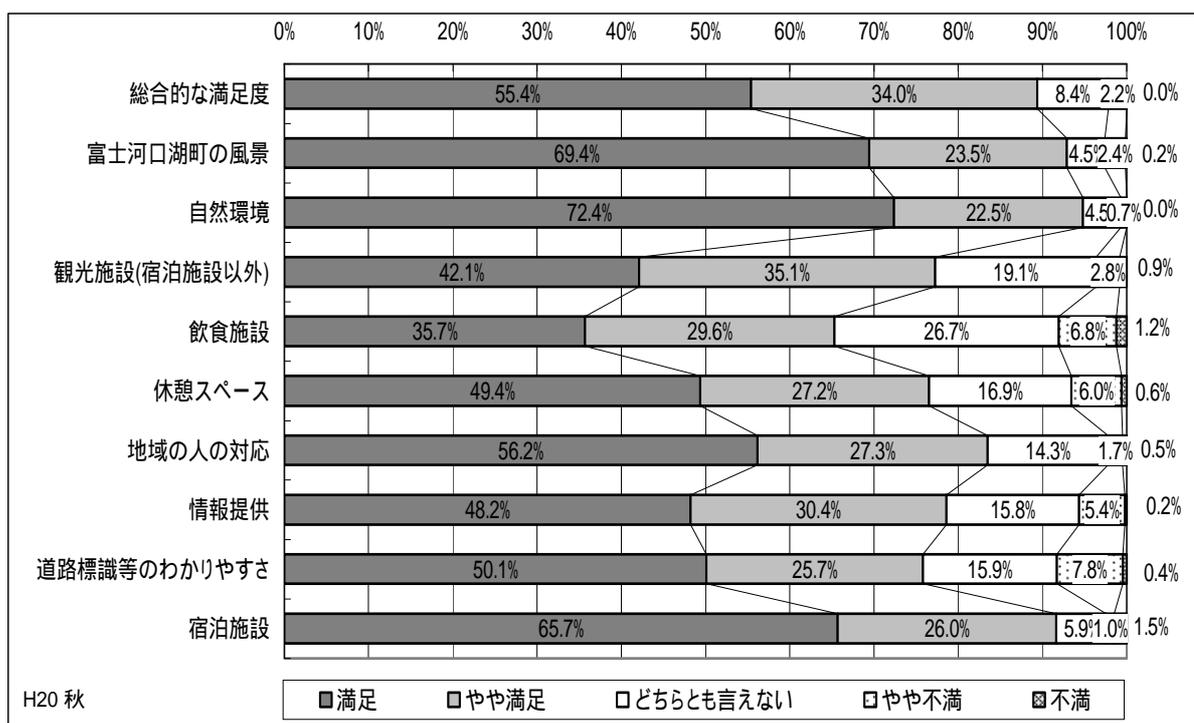
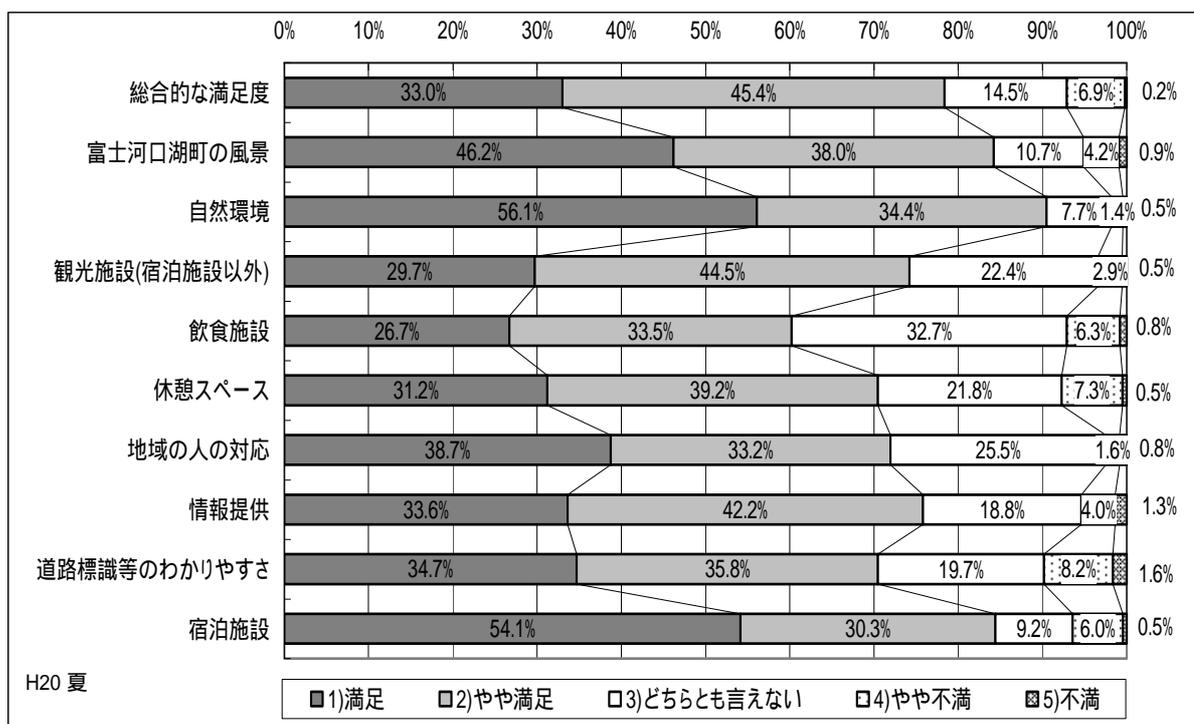
【立ち寄り地点】

- ・町内、町外ともに立ち寄っている「周遊客 (56.3%)」のほうが、立ち寄り地点が町内のみに限られる「町内滞在客 (32.8%)」よりも多い。(H19 調査より)
- ・主な立ち寄り地点は河口湖畔(夏 47.9%、秋 55.3%)、富岳風穴・鳴沢氷穴(夏 26.0%、秋 17.2%)。
- ・観光施設では、河口湖ハーブ館(夏 22.6%、秋 12.0%)、西湖いやしの里根場(夏 17.7%、秋 16.3%)が多い。
- ・季節別の特徴としては、夏には富士急ハイランド(12.8%)やオルゴールの森(17.7%)、秋にはロープウェイ(16.2%)、猿まわし劇場(12.8%)が多い。



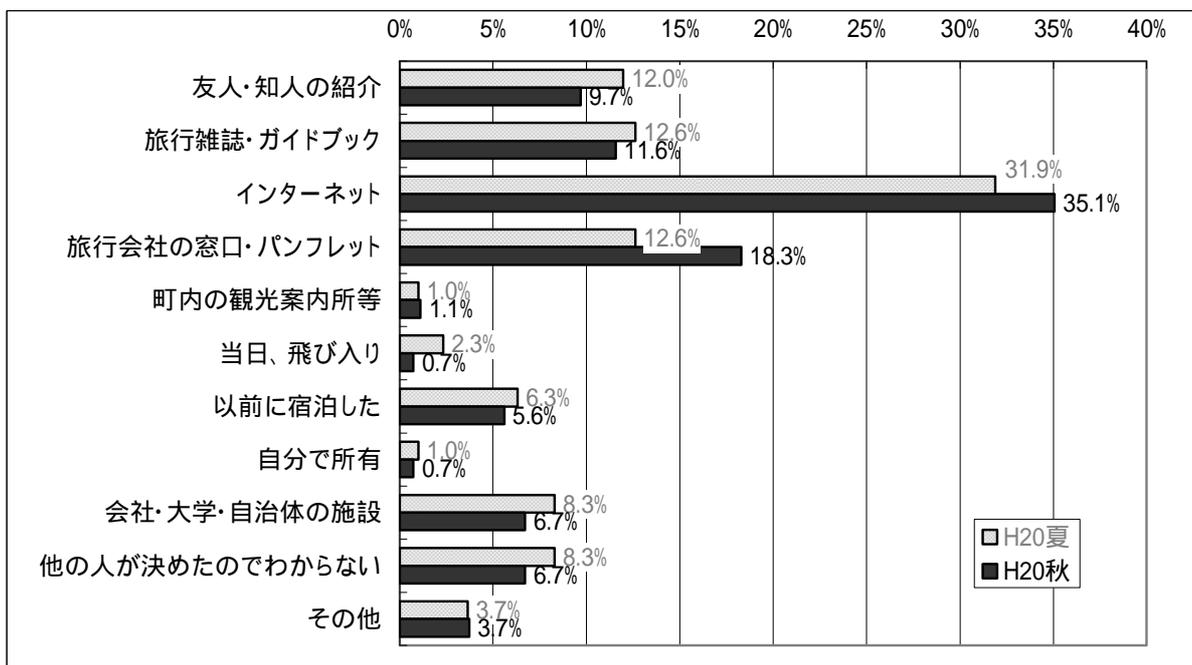
【観光施設等の満足度】

- ・夏の「総合的な満足度」(満足とやや満足の合計)は78.4%。秋の「総合的な満足度」は89.4%と秋のほうが10ポイント高い。
- ・夏、秋ともに「満足」が多いのは、「自然環境(夏56.1%、秋72.4%)」、「富士河口湖町の風景(夏46.2%、秋69.4%)」、「宿泊施設(夏54.1%、秋65.7%)」。
- ・一方、夏、秋ともに最も満足度が低いのは「飲食施設(夏60.2%、秋65.3%)」。



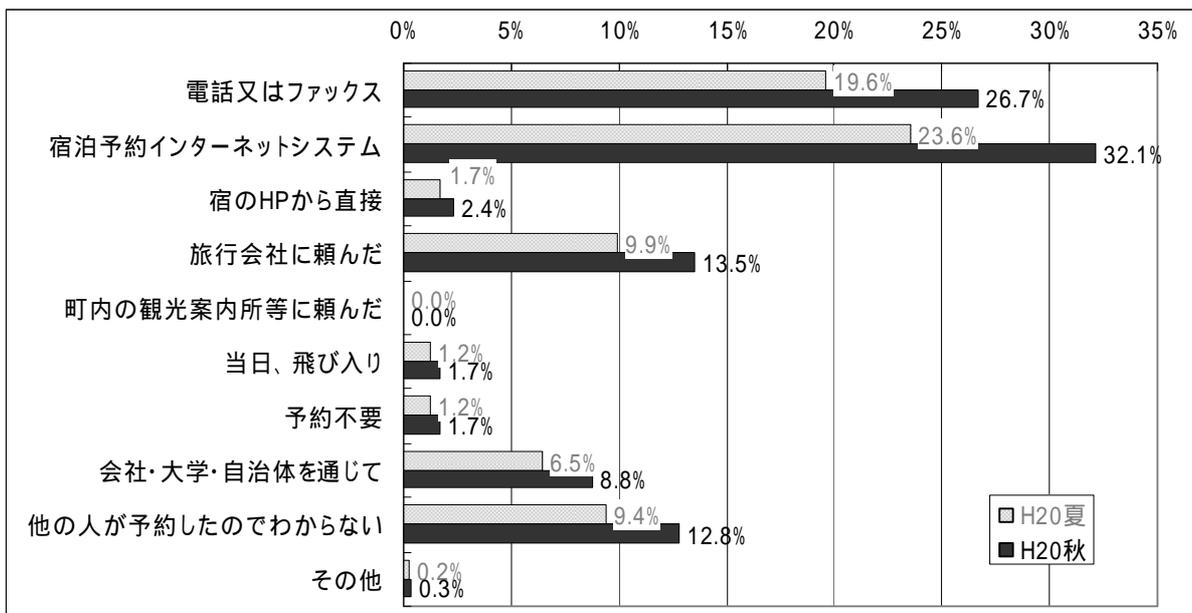
【宿泊施設の選択方法】

- ・宿泊施設の選択方法は「インターネット」が3割で最も多い。秋には「旅行会社の窓口・パンフレット」も2割で多い。



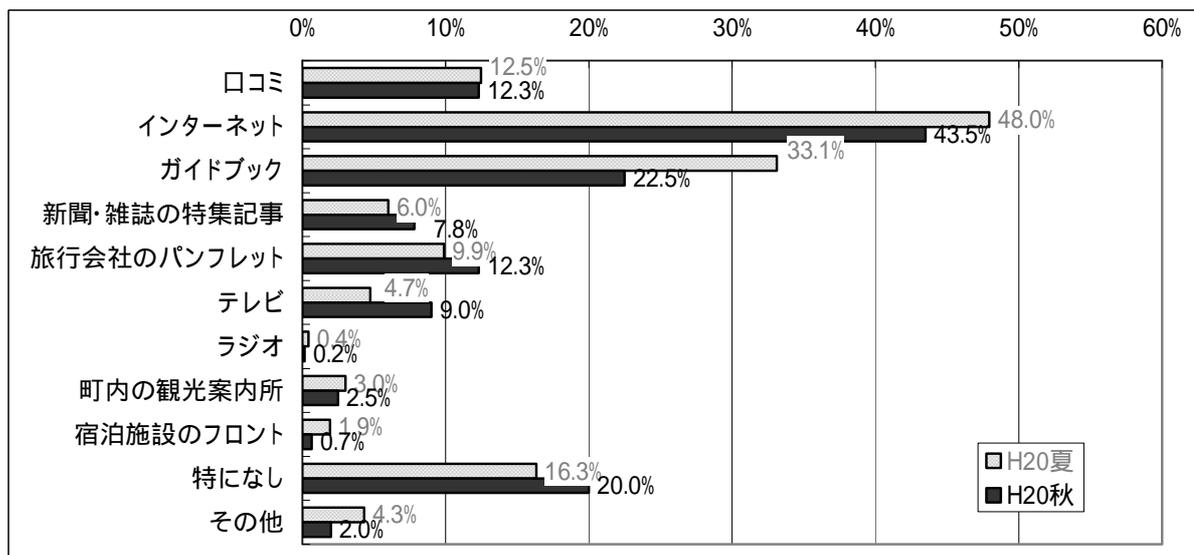
【宿泊施設の予約方法】

- ・予約方法は「宿泊予約インターネットシステム」、「電話又はファックス」、「旅行会社に頼んだ」が多い。



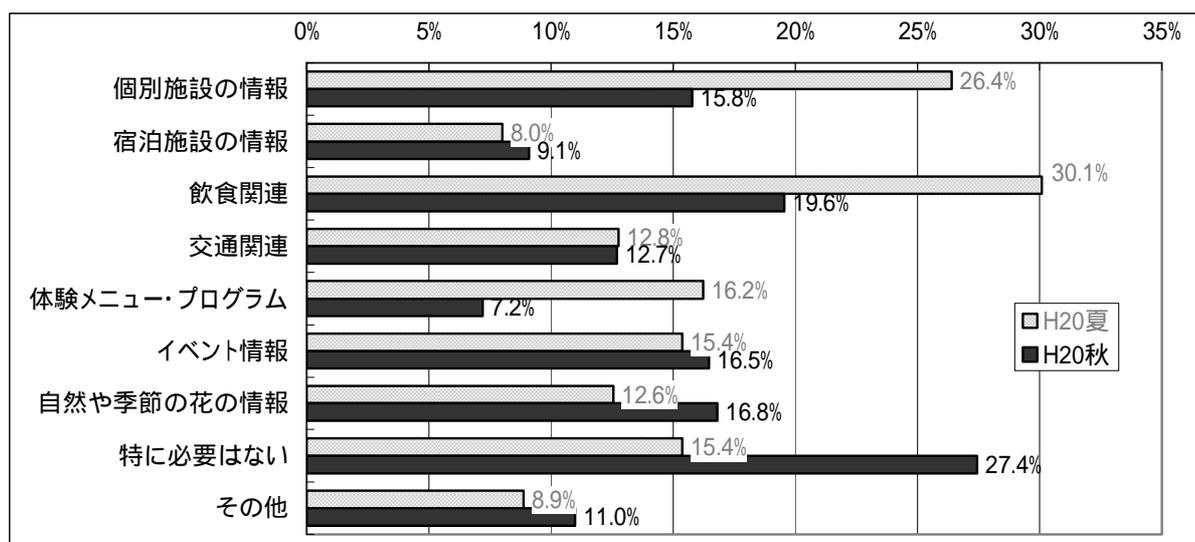
【来訪前の情報入手方法】

- ・約半数がインターネットを利用している。次いで、2～3割がガイドブックを利用している。また口コミや旅行会社のパンフレットの利用者も1割強いる。



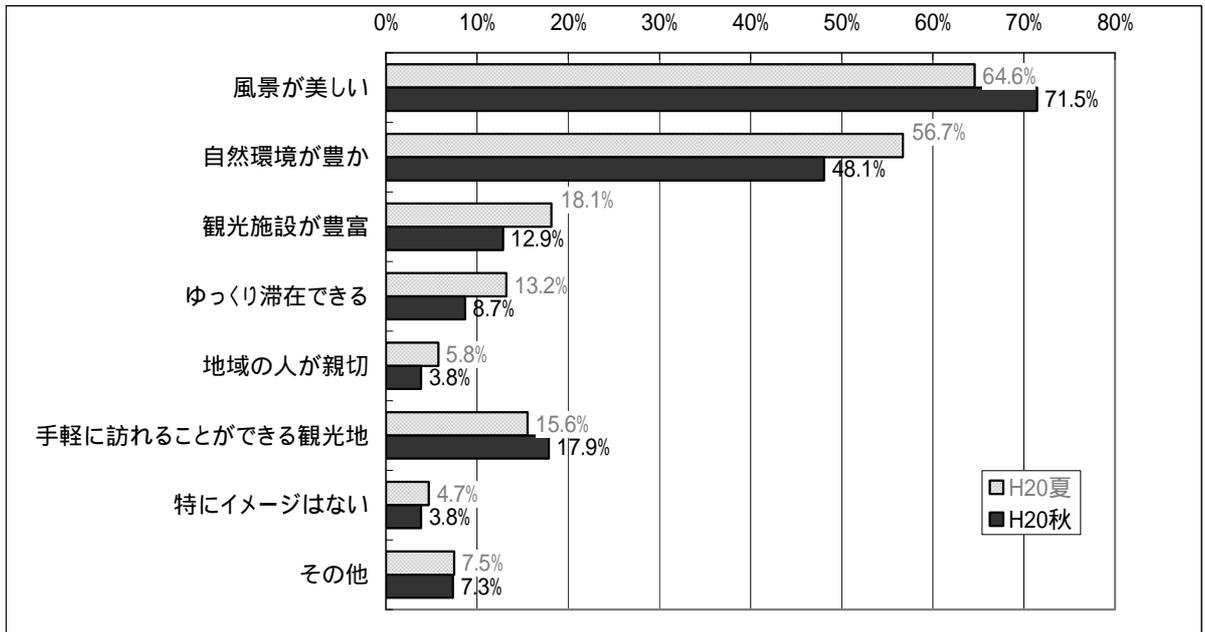
【町内で欲しい観光情報】

- ・夏には飲食関連（30.1%）が最も多い。次いで、個別施設の情報（26.4%）も多い。また、体験メニュー・プログラム（16.2%）は秋と比べると2倍以上多い。
- ・秋には「特に必要はない（27.4%）」が最も多い。次いで、飲食関連（19.6%）や自然や季節の花の情報（16.8%）、イベント情報（16.5%）、個別施設の情報（15.8%）が多い。



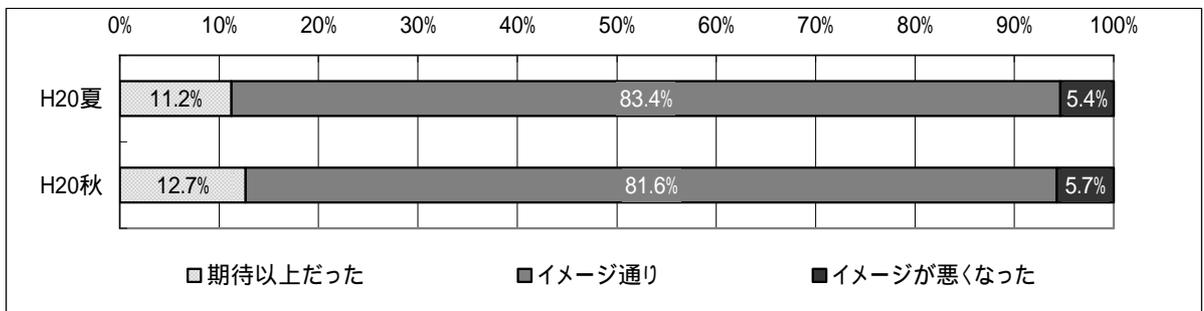
【富士河口湖町のイメージ】

- ・観光客のほぼ半数以上が来訪前に「風景が美しい」、「自然環境が豊か」という町のイメージを持っている。



【富士河口湖町の評価】

- ・来訪後の大半の評価は「イメージ通り」である。「期待以上」が10%以上ある。一方で「イメージが悪くなった」も6%程度ある。



【再訪の希望】

- ・夏は98.7%、秋は98.1%が再訪を希望している。

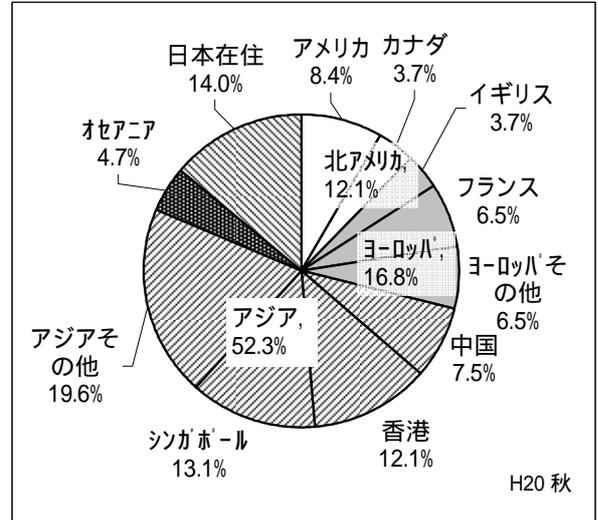
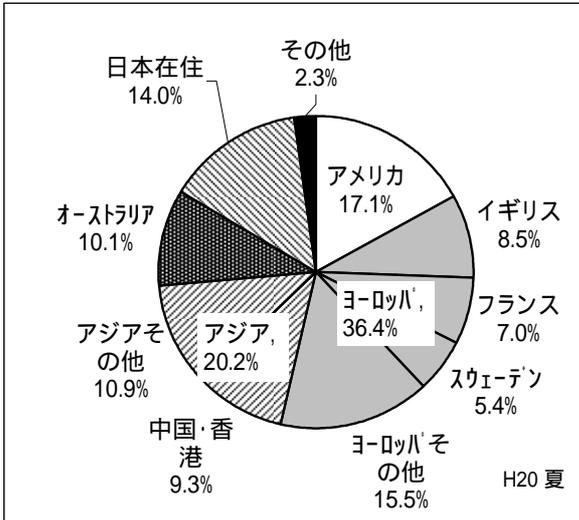
【国内観光客の行動実態】

関東圏からの旅行者が多く、比較的リピーターが多い。日帰り客、または一泊客が多い。風景や自然環境を期待して、自然風景の観賞、保養・休養を目的に訪れている。マイカーで周遊するケースが多く、特に町内に滞在するよりも周遊する旅行者の方が多い。宿泊施設の予約や現地の観光情報収集にはインターネットを利用する。

②外国人観光客の季節別行動実態

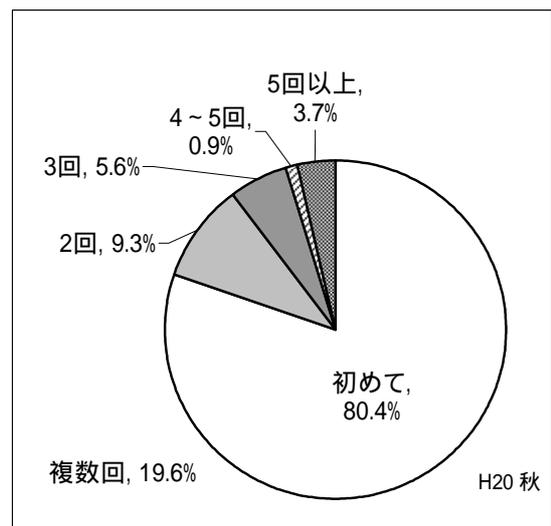
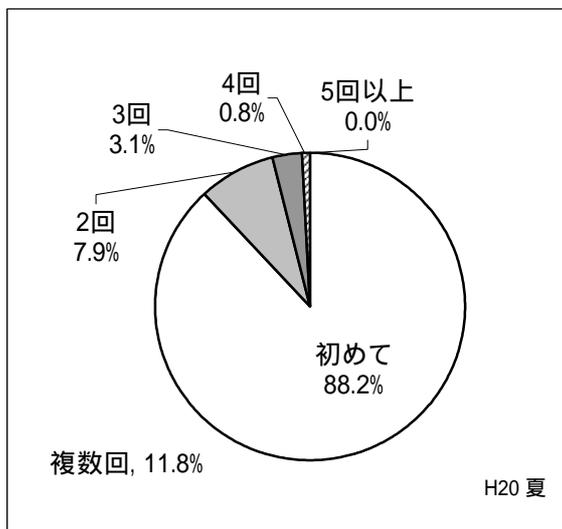
【観光客の居住地】

- ・外国人観光客の居住地は、夏はイギリス、フランスをはじめとするヨーロッパやアメリカが多く、秋はアジア系が多い。日本在住者は夏秋ともに 14.0%である。



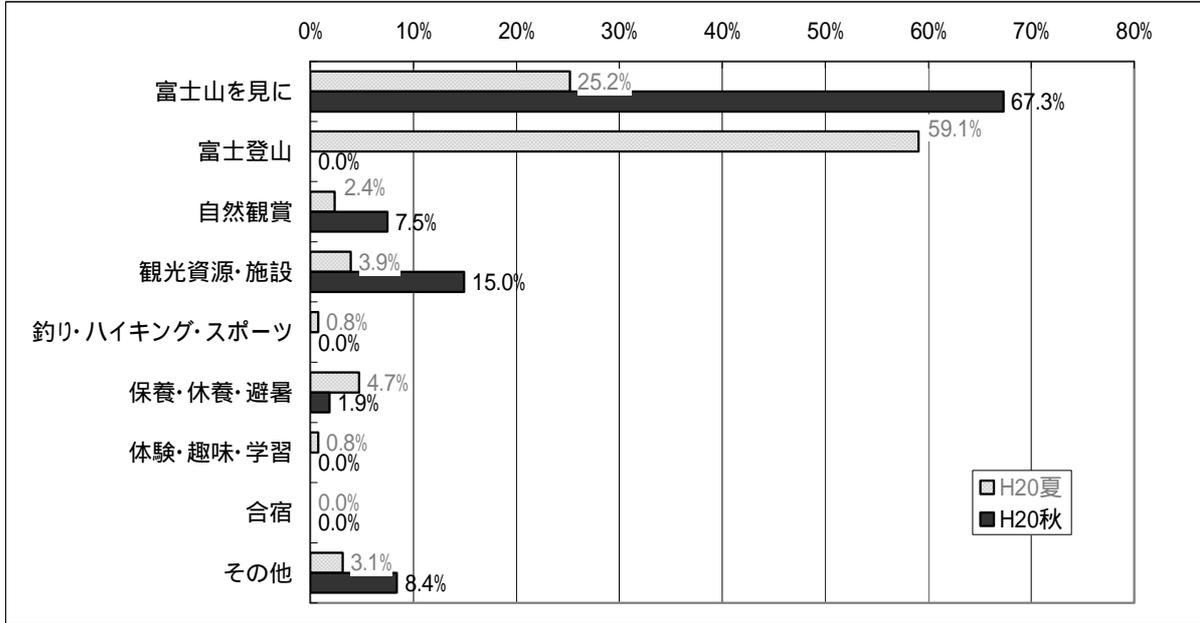
【来町回数】

- ・初回来訪者が8割以上と大半を占める。
- ・平均来訪回数は夏 1.2 回、秋 1.6 回と秋のほうが若干多い。



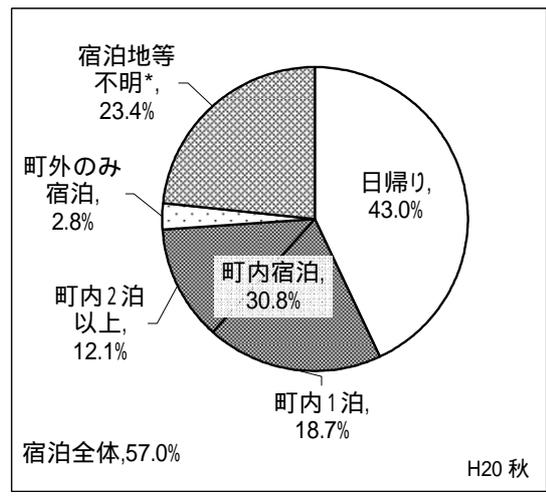
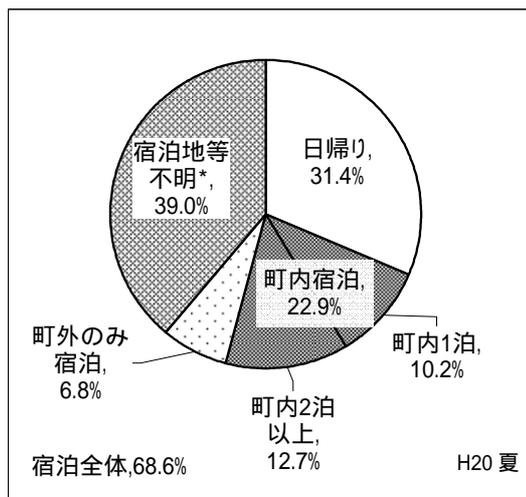
【旅行の目的】

- ・夏の旅行の主な目的は「富士山登山」が約6割、「富士山を見ること」が2割強で、全体の8割以上が富士山を目的として来訪している。
- ・また、秋にも「富士山を見ること」は約7割と圧倒的に多く、季節を問わず外国人旅行者の大半が富士山を目的として来訪している。



【町内での滞在日数】

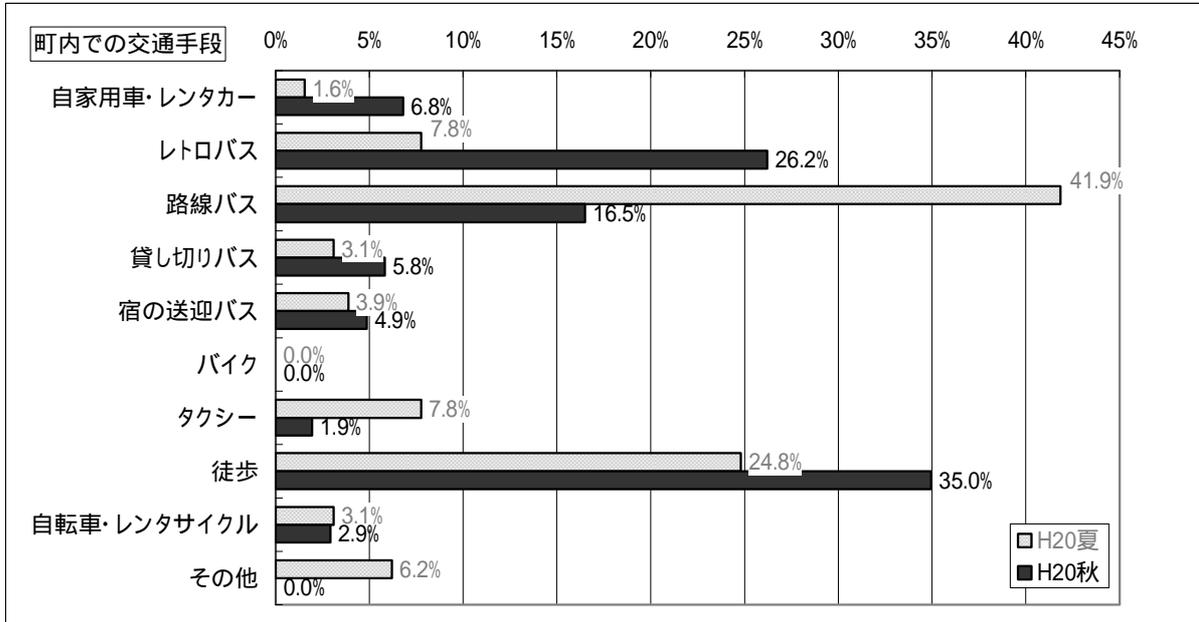
- ・日帰り旅行者は、夏は約3割、秋は約4割で、秋のほうが日帰り旅行者が多い。
- ・町内の平均宿泊数は、夏は1.9泊、秋は1.5泊で、いずれも国内観光客を上回る。



*は宿泊予定だが宿泊地および宿泊数が不明

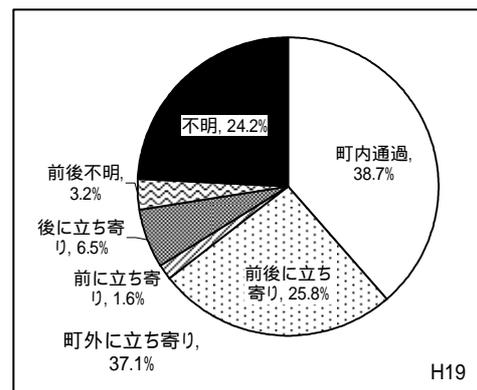
【交通手段】

- ・町へのアクセスは高速バスが約5割、次いで列車が約3割を占める。
- ・町内での主な移動手段は、公共バス（レトロバス・路線バス）や徒歩が多い。



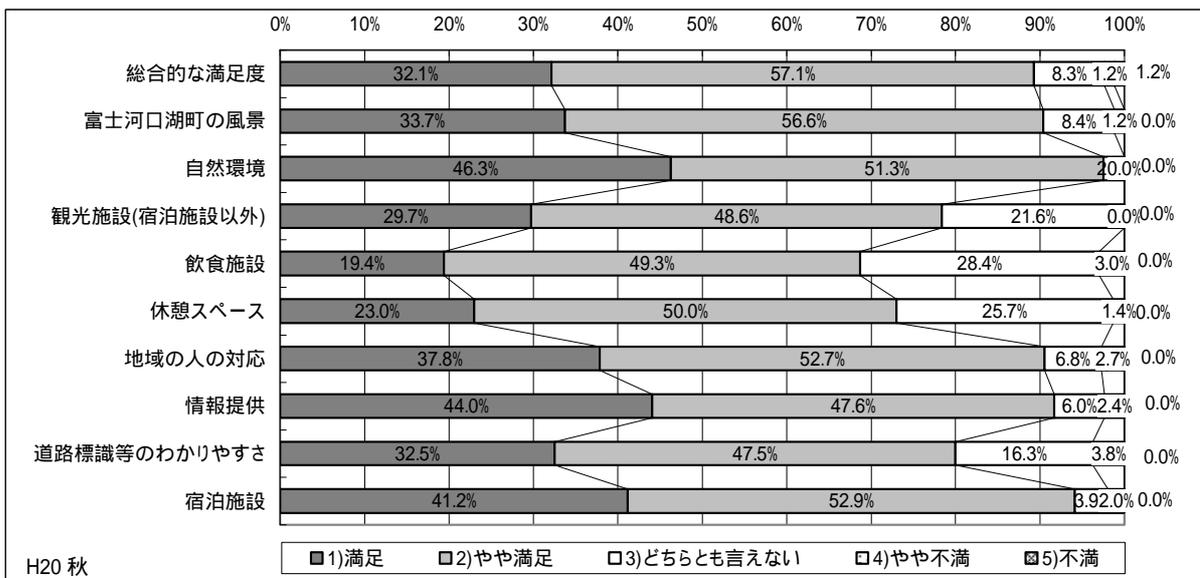
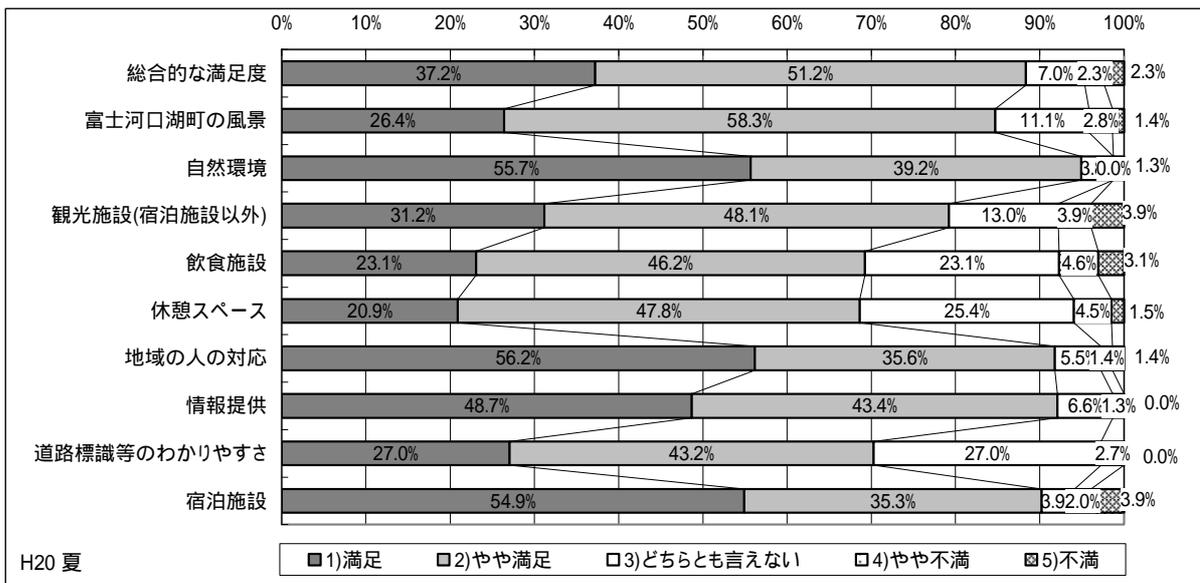
【立ち寄り地点】

- ・駅以外町内の観光施設等には立ち寄っていない「町内通過客」と、町内、町外ともに立ち寄っている「周遊客」がほぼ半数ずつを占める。(H19 調査より)
- ・夏は富士山を目的とした来訪者が多いことから、六合目以上 (51.9%)、五合目駐車場付近 (34.9%) の立ち寄り客が多く、次いで河口湖畔 (31.8%) が多い。
- ・一方、秋は河口湖畔 (73.8%) が大半を占め、次いで五合目駐車場付近 (29.9%) が多い。



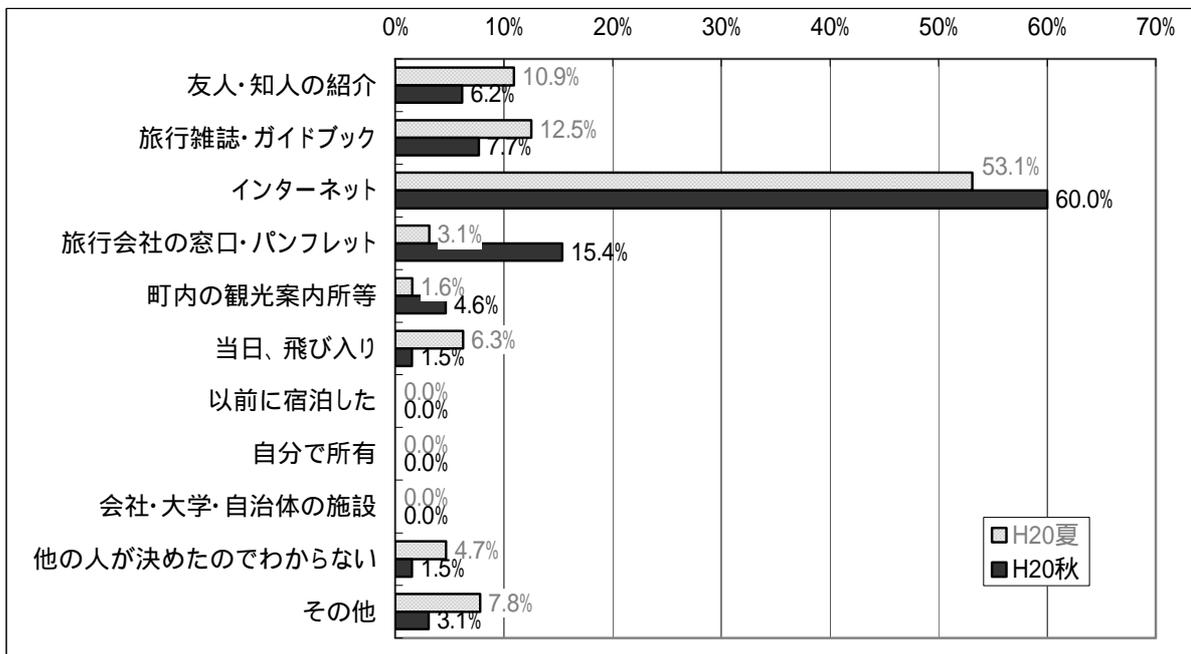
【観光施設等の満足度】

- ・「総合的な満足度」(満足とやや満足の合計)は9割程度で、すべての項目で不満より満足のほうが多い。
- ・特に満足度が低いのは、「飲食施設(夏69.3%、秋68.7%)」と「休憩スペース(夏68.7%、秋73.0%)」で満足度8割未満である。
- ・季節別では、夏に「道路標識等のわかりやすさ(70.2%)」、秋に「観光施設(78.3%)」が満足度8割未満である。



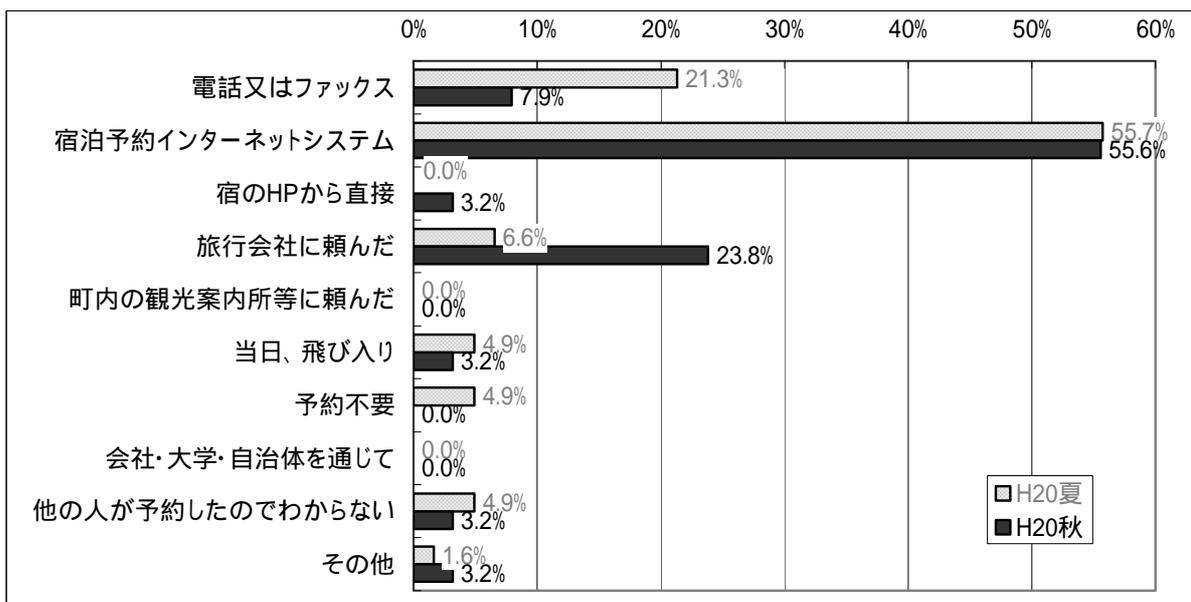
【宿泊施設の選択方法】

- ・宿泊施設の選択方法には、半数以上がインターネットを利用しており、他の媒体と比べても特に多い。



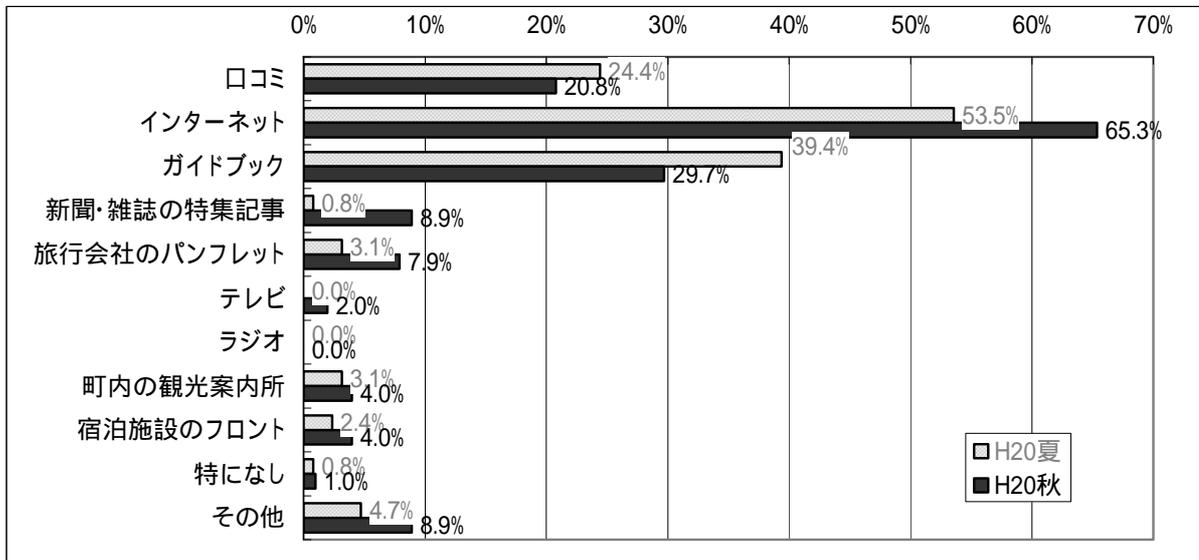
【宿泊施設の予約方法】

- ・予約方法も「宿泊予約インターネットシステム」が最も多い。
- ・次いで、夏は「電話又はファックス」(21.3%)が多く、秋は「旅行会社に頼んだ」(24.2%)が多い。



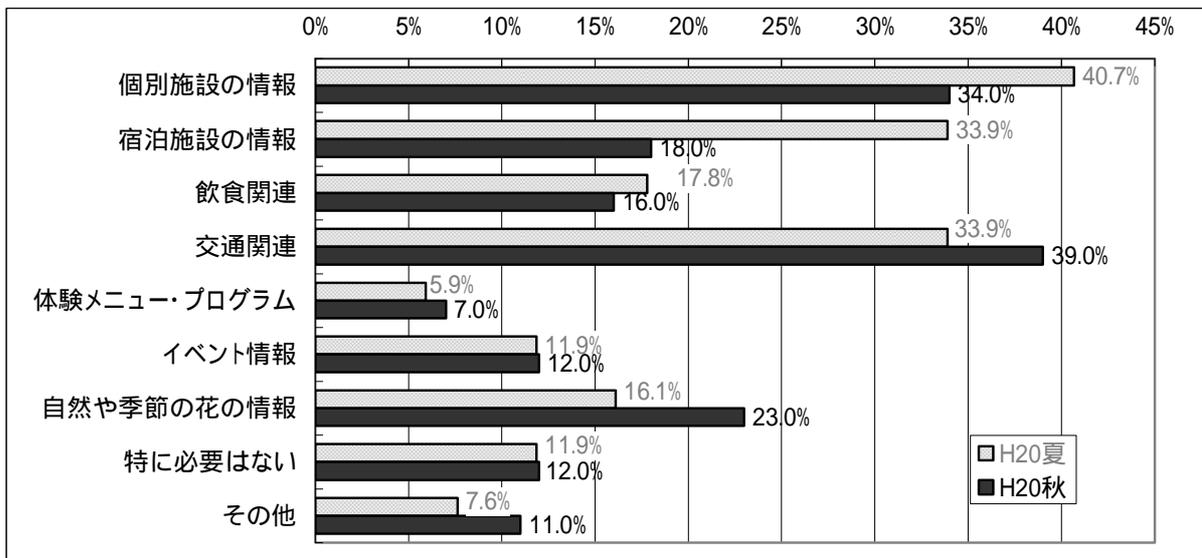
【来訪前の情報入手方法】

- ・来訪前の情報入手方法でも、インターネットが最も多く、次いで、ガイドブック（夏 39.4%、秋 29.7%）口コミ（夏 24.4%、秋 20.8%）が多い。



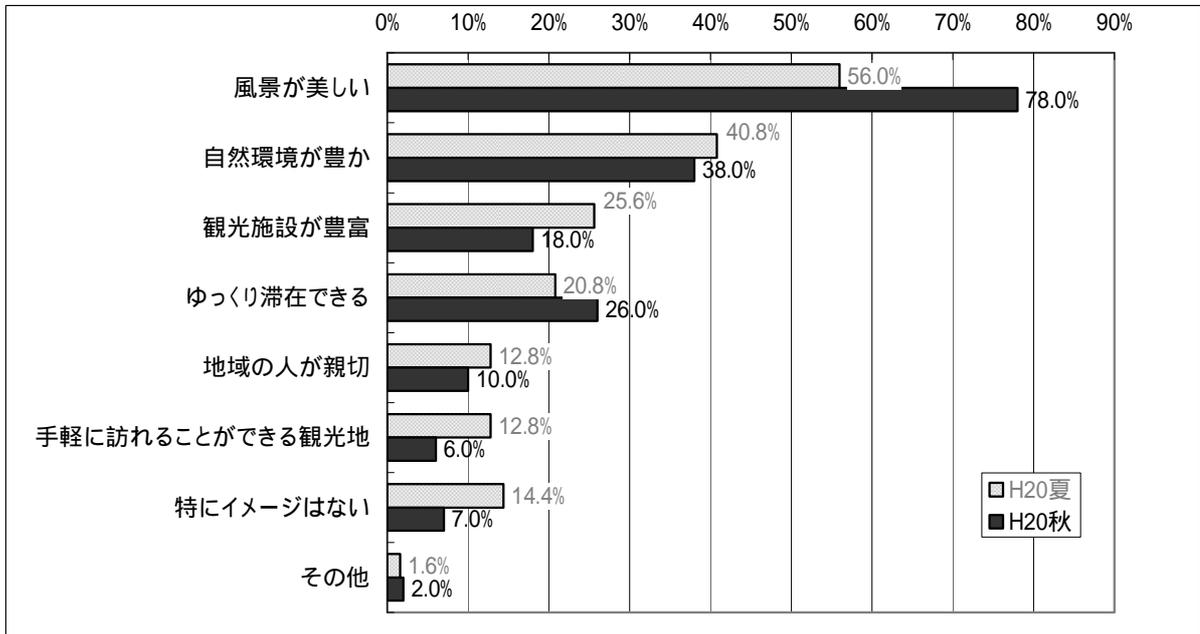
【町内で欲しい観光情報】

- ・夏には個別施設の情報（40.7%）宿泊施設（33.9%）交通関連（33.9%）が多い。
- ・秋には交通関連（39.0%）個別施設の情報（34.0%）自然や季節の花の情報（23.0%）が多い。



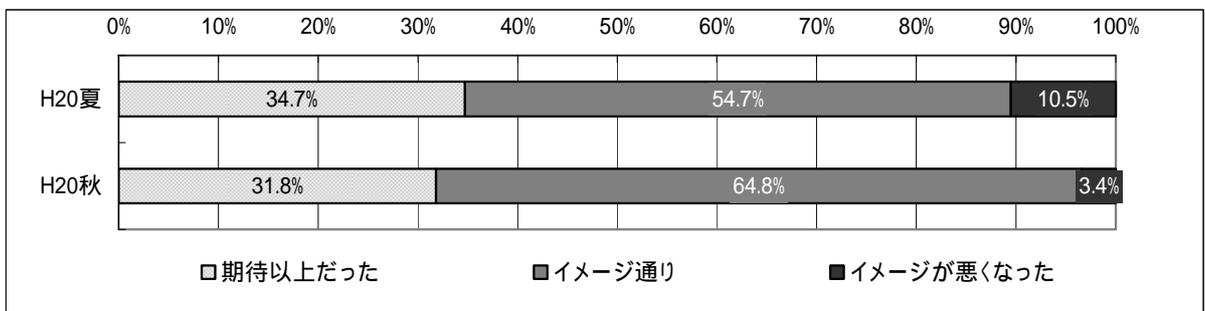
【富士河口湖町のイメージ】

- ・観光客の半数程度が来訪前には「風景が美しい」、「自然環境が豊か」という町のイメージを持っている。特に秋には風景に対する期待が大きい。



【富士河口湖町の評価】

- ・来訪後の半数以上の評価が「イメージ通り」で、「期待以上」は3割を占める。一方、夏には約1割が「イメージが悪くなった」と評価している。



【再訪の希望】

- ・夏は93.0%、秋は98.0%の観光客が再訪を希望している。

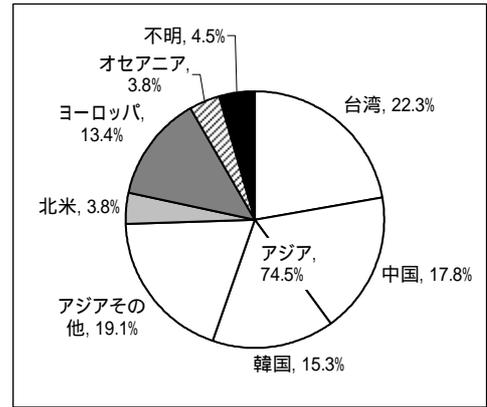
【外国人観光客の行動実態】

風景や自然環境に期待して、富士山を目的とする旅行者が多い。特に夏は富士登山を目的とした欧米からの旅行者が多く、秋は富士山見物を目的としたアジア系旅行者が多い。町までは高速バスや列車でアクセスし、町内ではバスを利用する。町内、町外を周遊している旅行者も半数程度みられる。宿泊施設の予約や現地の観光情報収集にはインターネットを利用する。

③外国人宿泊客の行動実態

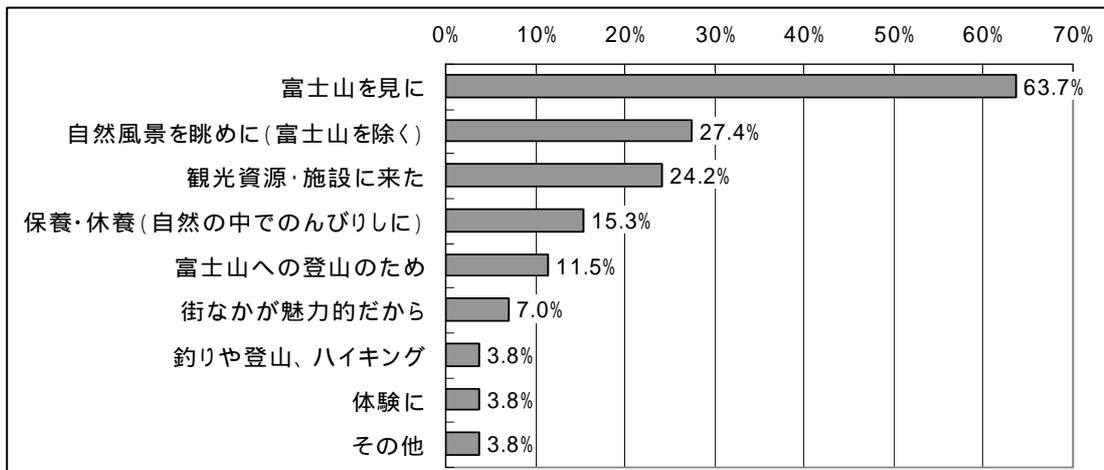
【観光客の属性】

- ・台湾、中国、韓国などアジアからの旅行者が約7割を占める。
- ・団体旅行が約6割を占める。アジアからは団体旅行、欧米からは個人旅行というようにほぼ二分化している。



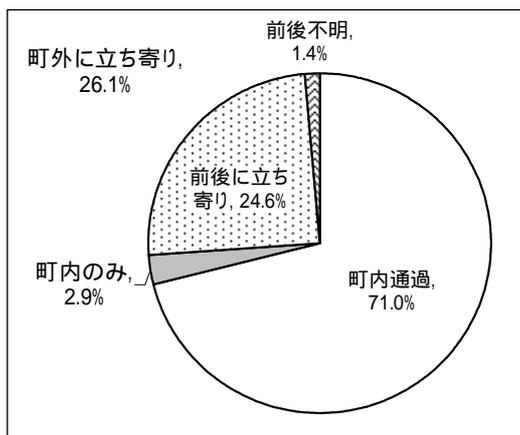
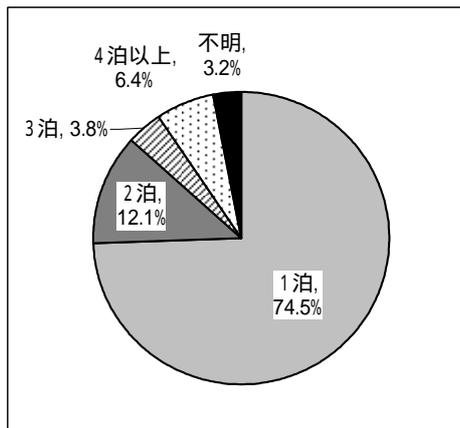
【旅行の目的】

- ・約6割の人が富士山を見ることを旅行の目的としているが、自然風景の観賞や観光資源・施設を目的とする人も多い。



【町内での滞在日数】

- ・宿泊数は1泊が約7割を占めており、連泊は少ない(平均宿泊数は約1.4泊)。
- ・宿泊通過客(町内では宿泊したのみで観光施設等には立ち寄っていない)が約7割を占める。



【外国人観光宿泊客の行動実態】

町内に宿泊する外国人観光客の多くはアジアからの団体旅行客であり、町内では1泊するのみで立ち寄りが少ないのが現状である。

本頁のデータはすべて「平成19年度外国人観光客等のニーズ実態調査」の留め置き調査結果による。

④国内旅行エージェントによる送客状況

【旅行形態および旅行者層】

- ・旅行の募集や手配など旅行形態では、会社や町内会等の組織による旅行、パンフレットやメディア等による募集ツアー、個人の旅行が多い。
- ・主な旅行者層では、熟年の友人旅行や夫婦旅行が多く、小学生連れの家族も多い。

【立ち寄り地点】

- ・町内では河口湖畔やオルゴールの森、富士急ハイランドへの立ち寄りが半数以上で多い。
- ・町外では忍野八海、五合目駐車場付近、甲府盆地でのフルーツ狩り、焼津さかなセンターへの立ち寄りが半数以上で多い。

【町内での主な活動と滞在時間】

- ・町内での主な活動は観光施設への立ち寄りが9割強で最も多く、次いで昼食、宿泊が約6割で多い。
- ・回答者の半数以上が、町内滞在時間は3時間以内。

【商品の価格帯】

- ・売れ筋の旅行商品の価格帯は、日帰り7,500円程度、一泊は2万円弱。
- ・一人当たりの仕入れ価格は、昼食代1,500円程度、宿泊費12,000円程度。

【町の観光的商品価値】

- ・富士山が見える立地条件と観光資源が豊富なことが評価の要因になっている。

【競合地】

- ・エージェントが富士河口湖町の競合地として見ている観光地は、温泉地では箱根や伊豆、石和、草津など、高原では軽井沢や那須などがある。

【富士河口湖町の観光の改善点】

- ・交通渋滞の緩和、飲食店の多様化、観光施設の入場料の見直し等が改善点としてあげられている。

【国内旅行エージェントによる送客状況】

エージェントを介した旅行者は、熟年の友人旅行や夫婦旅行、小学生連れの家族が多い。ツアーでは、町内では河口湖畔やオルゴールの森、富士急ハイランド、町外では忍野八海、五合目駐車場付近、甲府盆地でのフルーツ狩り、焼津さかなセンターなどへ立ち寄る。町内での滞在時間は3時間程度のツアーが多く、観光施設を巡ったり、昼食をとったりする。

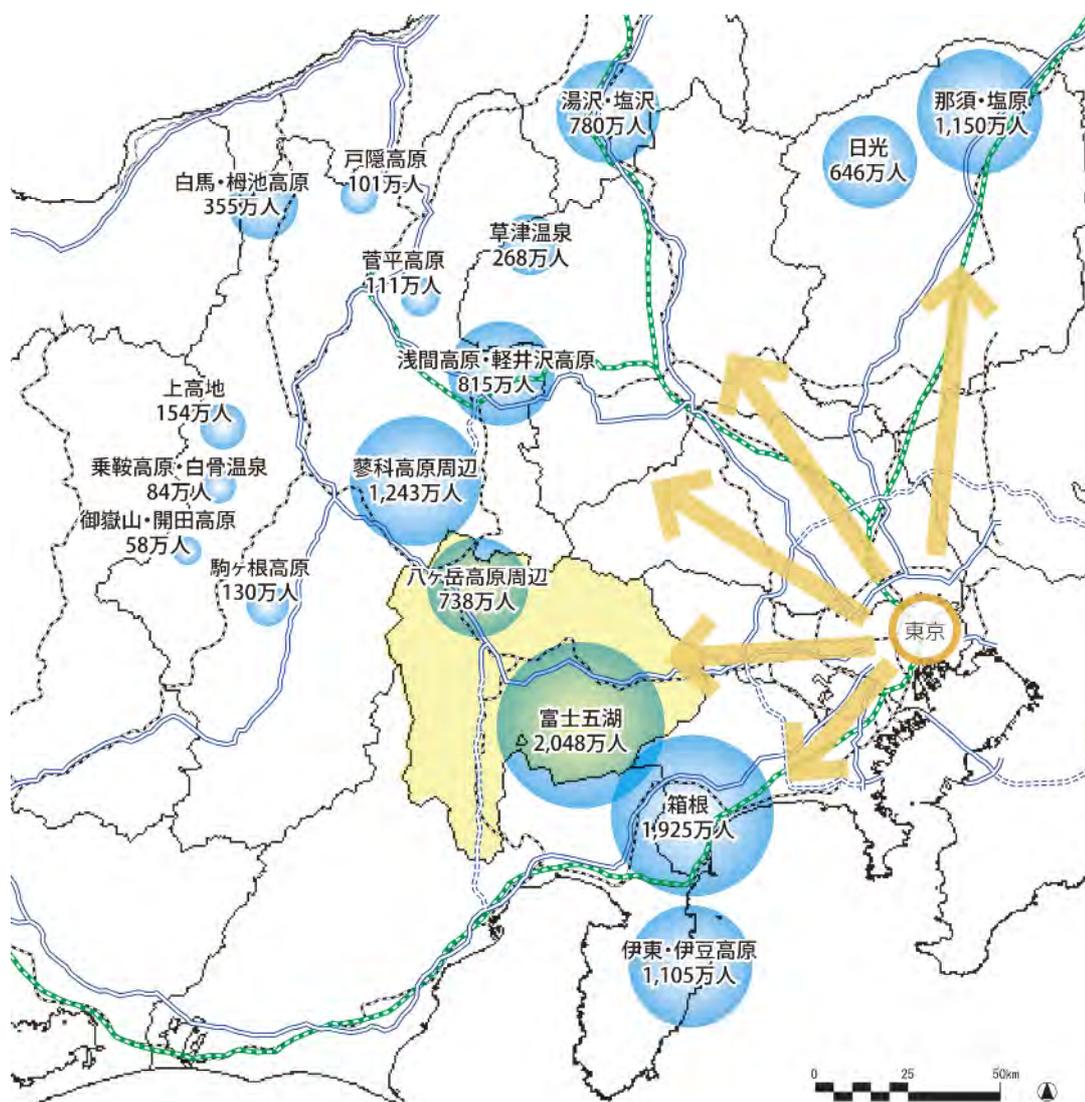
(3) 富士河口湖町観光の関東における位置付け

<立地特性>

- ・日本の4分の1強の人口が集中する関東圏域には、その人口中心から2～3時間の距離帯に、避暑・避寒にも対応できる多くの観光・リゾートエリアが立地している。
- ・富士河口湖町は、都心から1.5時間程度の距離にあり、また、圏央道八王子JCTにより、埼玉方面からもアプローチが容易になった。このため益々日帰りの来訪者の増加が予測されるが、まちの魅力と満足・納得のいく観光整備を進め、この中から宿泊客・リピート客を獲得していくことが課題となる。

<資源特性>

- ・関東圏だけでなく日本においても唯一の富士山を擁し、リゾート環境に欠かせないといわれる水面環境も富士五湖のうち四湖を抱えており、資源的には超一流であると言える。
- ・また、森林山岳環境も、北麓に広がる青木ヶ原や御坂山塊は、豊かな環境を維持しており、ハイキング等の観光行動を受け入れる高いポテンシャルを有している。
- ・しかしながら、良質な風景や滞在環境の整備が遅れ、観光地としてもリゾート地としても、揺るぎない地位の獲得は出来ておらず、今後、観光地、リゾート地としてのイメージやステイタス性を高めていく努力が課題となっている。



平成 18 年度全国観光動向 (社団法人日本観光協会) より作成: 入り込みは延べ人数

4) 観光資源の現状

(1) 合併後の観光資源（タイプ別・地区別）

- ・合併後の資源の分布をタイプ別に見ると、地区毎に傾向がある。
- ・【河口湖北岸】、【河口湖南A（南岸東部）】、【河口湖南B（南岸西部）】は、体験・見学・物産施設資源が多く、【船津胎内】、【西湖】、【青木ヶ原樹海】、【精進湖】、【本栖湖】では、自然・学習・景観資源が多くなっている。
- ・また、【花・フルーツ】に関しては、観光対象化されているものが、【河口湖北岸・南A・B】に集中しており、その他のエリアでも季節や種類を変化させるなどの調整を行いつつ観光対象化することも今後考えられる。
- ・歴史文化に関しては、全般的に弱いイメージがあり、今後の観光対象化が求められる。
- ・宿泊施設に関しては、【河口湖北岸】はペンション、民宿の収容力が大きく、キャンプ場なども他エリアより多い。【河口湖南A】は民宿の収容力が大きい。【河口湖南B】は、ホテル・旅館の軒数、収容力ともに大きく、さらに施設も大規模なものが多い。【船津胎内】は軒数は少ないが比較的規模が大きくなっている。【西湖・青木ヶ原樹海】は、民宿の軒数が大きく、またキャンプ場等の収容力も地域内で最大である。【精進湖】はホテル・旅館が中心で、キャンプ場は少ない。【本栖湖】は精進湖と異なり、軒数は少ないがキャンプ場等の収容が中心となっている。
- ・今後は、各エリアと資源タイプのバランスを見ながら、それぞれのエリアの特徴を際立たせるような整備方策を実施していくことが求められる。

ここでの地区区分は、富士河口湖町観光連盟発行の『COCO（ココ）』のエリア分けに基づいている。

表：富士河口湖町のタイプ別、地区別の観光資源

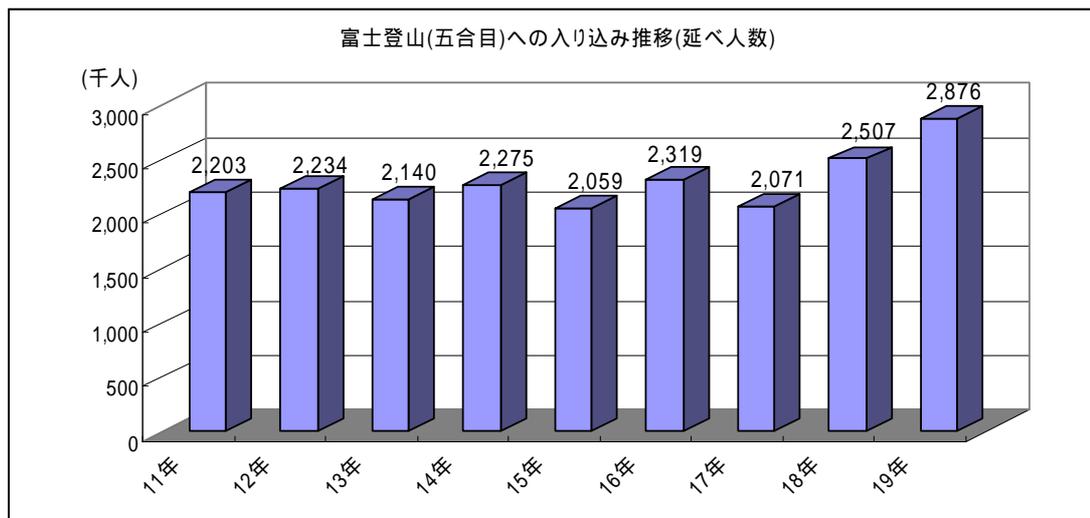
地区	体験・見学・物産施設	文化施設・公園	自然・学習・景観	歴史文化	イベント	花・フルーツ	スポーツ・レク	宿泊施設
【河口湖北岸】 河口、大石、長浜	河口湖クラフトパーク 大石紬伝統工芸館 河口湖自然生活館 J A 富士河口湖物産館農の駅 河口湖猿まわし劇場 野天風呂天水	河口湖円形ホール 河口湖木ノ花美術館 河口湖美術館 UKAI 河口湖オルゴールの森 久保田一竹美術館 大石公園 古賀政男記念公園 梨川もみじ回廊 (仮称)長崎山さくらの里公園(予定)	河口湖 ウォーキングトレイル	河口浅間神社 大石浅間神社 貴船神社 天下茶屋・太宰治文学碑 海蔵寺 河口の稚児舞 丸木舟(県有) 東光寺	富士河口湖紅葉まつり 河口湖ハーブフェスティバル(大石会場) 奥河口湖勝山ふるさとまつり	ブルーベリー狩り さくらんぼ いちご ブルーベリー ラベンダー シバザクラ ツキミソウ サクラ(ソメイヨシノ) 紅葉(イロハカエデ)	フィッシング パラグライダー ボードセーリング 水上スキー・ウエイクボード カヌー ローボート	ホテル等 : 59 軒、2,411 人 (ホテル・旅館・民宿・ペンション・ユースホステル等) キャンプ場等 : 15 軒、1,880 人 (キャンプ場・コテージ・貸別荘等) *富士河口湖ガイド『ココ』に掲載された施設の集計によるもの。人数は収容力を示す
【河口湖南A】 勝山、大嵐	道の駅かつやま 富士勝山スズ竹伝統工芸センター	小海公園 シッコゴ公園	河口湖 ウォーキングトレイル	田中冬二詩碑 谷崎潤一郎文学碑 富士御室浅間本殿(国重) 勝山歴史民俗資料館 妙本寺、 蓮華寺 八王子神社、 鰯口(県有)	甲斐の勝山やぶさめ祭 トレイルラン	イチゴ シダレザクラ	フィッシング ボードセーリング 水上スキー・ウエイクボード カヌー ボート	ホテル等 : 26 軒、1,744 人 キャンプ場等 : 3 軒、338 人
【河口湖南B】 小立、船津、浅川	河口湖ハーブ館 河口湖香水の舎 自然工房 石ころ館 河口湖テディズガーデン 富士博物館	河口湖ミュージアム・与勇輝館 八木崎公園 梨宮公園 山梨宝石博物館 河口湖北原ミュージアム 天上山公園	富士五湖汽船(遊覧船・モーターボート) 天上山公園カチカチ山ロープウェイ ウォーキングトレイル 河口湖	円通寺、 妙法寺、 常在寺 筒口神社、 八王子神社 白山神社、 金山神社 諏訪神社 天上山護国神社 太宰治の碑	冬花火・湖上の舞 湖上祭 西湖・河口湖水まつり 河口湖ハーブフェスティバル(八木崎会場) ウィンターフェスティバル 河口湖日刊スポーツマラソン	ラベンダー アジサイ	フィッシング ボードセーリング 水上スキー・ウエイクボード ボート	ホテル等 : 101 軒、11,012 人 キャンプ場等 : 2 軒、890 人
【船津胎内】	富士スバルランド・ドギーパーク・シルバンズ 富士急ハイランド 森と湖の楽園・河口湖 SHOW 園	河口湖ステラシアター 創造の森	富士ビジターセンター 山梨県環境科学研究所 環境省自然環境局生物多様性センター 河口湖フィールドセンター 河口湖創造の森オートキャンプ場・デイキャンプ場 船津胎内 船津胎内樹形(国天) 東海自然歩道		富士桜ミツバツツジまつり	フジザクラ ミツバツツジ	河口湖カントリークラブ 富士桜カントリークラブ 大洋河口湖ゴルフコース	ホテル等 : 7 軒、954 人 キャンプ場等 : 2 軒、350 人
【西湖】	西湖いやしの里根場 いずみの湯	野鳥の森公園	西湖コウモリ穴(国天) 竜宮洞穴(国天) エコツアー(ネイチャーガイドツアー等) 西湖、紅葉台、キャンプ 東海自然歩道	薬明神社(西湖) 薬明神社(根場) 丸木舟(県有)	西湖・河口湖水まつり 西湖竜宮祭 西湖ロードレース 日刊サイクルグランプリ		ウインドサーフィン フィッシング カヌー カヤック	ホテル等 : 42 軒、2,176 人 キャンプ場等 : 12 軒、3,638 人
【青木ヶ原樹海】			富岳風穴(国天) 富士風穴(国天) 精進口登山道 エコツアー、東海自然歩道 青木ヶ原樹海(富士山原生林)(国天)					
【精進湖】			精進湖 精進の大杉(国天) パノラマ台 東海自然歩道	諏訪神社 竜泉寺	精進湖涼湖祭 カヌー大会 トレイルラン	アジサイ	フィッシング ウインドサーフィン	ホテル等 : 29 軒、1,728 人 キャンプ場等 : 1 軒
【本栖湖】		富士本栖湖リゾート(富士芝桜まつり)	竜ヶ岳とダイヤモンド富士 自然観察路、本栖湖 本栖湖遊覧船もぐらん 子抱富士、本栖風穴(国天) 東海自然歩道、キャンプ、 ネイチャーガイド(石罫等)	与謝野晶子の文学碑 山神社、江岸寺 石罫、信玄築石 本栖城跡、渡邊因獄佑の墓 関所跡	富士芝桜まつり 本栖公家行列	ツツジ シバザクラ	青少年スポーツセンター ウインドサーフィン フィッシング カヌー カヤック フィッシング ウインドサーフィン	ホテル等 : 5 軒、141 人 キャンプ場等 : 2 軒、750 人
【富士ヶ嶺】	富士エコパークビレッジ	活性化広場農村公園	富士と牧場風景		富士ヶ嶺ファームフェスタ		富士クラシック(ゴルフ) 富士ヶ嶺グリーンクラブ	ホテル等 : 2 軒 キャンプ場等 :
【エリア越え】					富士河口湖もみじマーチ		登山・ハイキング	

* (国天) : 国指定天然記念物 (国重) : 国指定重要文化財 (県有) : 県指定有形文化財
*地区区分は富士河口湖町観光連盟発行の『COCO(ココ)('08~'09)』のエリア分けに準じている

(2) 資源としての富士山の現状

①登山客の増加

- ・登山客（5合目までの延べ人数）はここ数年で大幅な増加傾向にあり、益々観光資源として注目を集めていることがうかがえる。
- ・今後もインバウンドが増加すれば、更に入り込みは増加することが推測できる。
- ・しかし、月別の入り込みは7、8月と1、2月では、25倍以上差があり、シーズンの駐車場問題への対応が大きな課題となっている。
- ・今後はパークアンドライドや公共交通の充実等の対策を行わなければ、逆に悪い印象を与えかねない。



出典：山梨県「山梨県観光客動態調査結果」より作成

②火山としての富士山

- ・富士山は現在も“噴火の可能性のある火山”であり、災害に対する対策も進んでいる。
- ・観光面では風評被害などをおそれ、危険性についても表現を控える傾向があり、災害の際の対策が十分に認識されていない面もある。
- ・しかし、災害後の復興を視野に入れると、風評被害などをいかに克服するのかといったことを検討しておくことが大切であり、通常も、危険を隠すのではなく、対策をしっかり行い、来訪者に対してアピールすることで、信頼感を得ることが望ましい。

ハザードマップ:富士山火山防災避難マップ



③富士山の環境保全

- ・富士山は登山者のゴミの問題だけでなく、広大な裾野には不法投棄なども多く、あまりにも広範囲なため、その環境保全は一自治体レベルではなかなか対応が難しい状況にある。
- ・富士山は国民的な資源であり、保全の仕組みを国民レベルで考え、実施していく取り組みも必要であり、地域や組織の枠にとらわれない横断的に活動する組織等との連携やそうした活動の支援を行っていくことも求められている。

(3) 観光資源の基盤となる自然環境（風景及び滞在環境）

- ・富士河口湖町においては、日本の最高峰である富士山が間近に迫り、湖（水辺）があり、懐の深い森林環境があるということが魅力の基盤となっている。
- ・環境・景観・観光資源分科会においても観光資源に関しては、自然環境が基盤となっているという主旨の発言も多く、以下に抜粋して示す。

<環境・景観・観光資源分科会の意見>

- ・御坂山系は、山岳としての魅力だけでなく、富士山と湖水の眺望を楽しむことができる山岳という点で普遍的な魅力があり、国際的にも評価できるのではないかと。
- ・自然環境の保全に取り組んでいることを町として全面に出していくべき。
- ・富士山が見えるだけでなく、御坂山系に囲まれ、湖があり、標高が高いという環境はここならではの魅力である。
- ・三湖台や紅葉台の景色は他にはない資源であるが、車が平気で乗り入れているため対策も必要ではないかと。
- ・ハイキングやサイクリングを楽しめる所はたくさんあるが、知られていない。もっとPRしていくべきではないかと。
- ・富士ヶ嶺は開発されていないので魅力がある。大事にしたい。
- ・むやみに新しいものをつくる必要はない。改修や転換を図っていくべき。
- ・観光資源を加えるのではなく、保全しながら魅力を深めていくべき。

等

- ・自然環境は、**地域固有の風景**として認識されるもので、観光地にとっては最大かつ最重要な観光資源であるため、“風景の保全”により観光対象化を図ることは、観光地の振興においては、重要な位置を占めるものである。
- ・また、自然という自立したサイクルによって維持されてきた環境は、人間の行為によって簡単に破壊されるものであり、細心の注意を払って、“**保全型の活用**”を図る必要がある。
- ・自然環境を保全型で活かすという視点から、富士河口湖町の環境の現状を見ると、次頁の表に整理される。
- ・先ず第1に【手を加えていない自然の景観・環境】、第2に【多様な自然への近接】、第3に【自然環境・景観を活かした暮らしの風景】といったように、人の手の加わり方で整理できる。
- ・質の高い環境立地型の観光地では、これらの資源をバランス良く楽しむことが出来るように活用方策を実施していくことが望ましい。

表: 富士河口湖町の環境の現状

	好ましい環境	好ましくない環境
<p>【手を加えていない自然の景観・環境】</p> <p>ベースとなる地域の魅力</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・精進ホテルからの樹海と富士山の眺めは、遠い昔から変わらない景観として畏敬の念をもって捉えられてきたものである。 	<ul style="list-style-type: none"> ・遠くからでも山肌等にキズがつくように見える道路整備や、自然のネットワーク(生態系)を分断するような開発は、自然環境に対する予備的な知識がなくても不快感をもたらす。 ・また、近景で眺望に対しての配慮がない場合にも同じような印象となる。
<p>【多様な自然への近接】</p> <p>観光的に創造する魅力</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ハード整備だけでなく、ガイドなどの仕組みの整備は、自然環境に対する視点を増やし、環境や景観に対する理解を深め、魅力を深めることにつながる。 ・湖畔などにおいては、眺めたり、直接触れたり、舟に乗り換えたりと、様々な視点から水辺を楽しめる整備は不可欠である。 	<ul style="list-style-type: none"> ・身近な自然を不法投棄などで壊してしまうことは、その場所の環境的な破壊だけでなく、地域への不信感も招くこととなる。 ・屋外広告物などでも同じようなことが言える。
<p>【自然環境・景観を活かした暮らしの風景】</p> <p>地域住民の暮らしの中で育まれた魅力</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・一般住民の暮らす民家等と、背景となる自然環境との一体となった景観は、その場所における豊かな暮らしびりを彷彿とさせ、来訪の動機ともなる。 	<ul style="list-style-type: none"> ・景観や環境に対する配慮がなく、周辺の景観や環境を乱すことにつながる施設の整備は、観光地の全体の質を下げることにつながる。

5) 観光に関連する施策の現状と課題

- ・これまで策定されてきた本町に関わる計画や調査を、観光立町推進基本条例の項目に合わせて整理すると、以下の表ようになる。
- ・これを見ると、魅力ある観光地の形成に関しては検討を重ねられているが、競争力の強化、国際交流、ニューツーリズム、広報（啓発）に関しては関連する既存計画はなく、今後の課題となる。
- ・ただし、ニューツーリズム関連では、現在、樹海を中心に、エコツーリズムが展開されており、現実的な取組みについては、社会的な要請もあり、現場での臨機応変な対応が続けられてきていると言える。
- ・今回の計画における施策体系については、これまで進められてきたもので欠けていた視点や新たに加えるべき視点を加えながら検討する。

表：観光立町基本条例の検討項目に対応した主な既存計画・既往調査の概要

	既存計画・既往調査
[1] 第2節 魅力ある観光地の形成	
1) 第9条 国際競争力及び国内競争力の高い魅力ある観光地の形成(ハード・ソフト)	平成19年3月 河口湖北岸地区 都市再生整備計画
	平成19年3月 精進湖・本栖湖地区 都市再生整備計画
	平成17年3月 西湖地区 都市再生整備計画
	平成17年3月 河口湖船津地区 都市再生整備計画
	平成17年3月 富士河口湖町・上九一色村地域観光振興計画
2) 第10条 観光資源の活用による魅力ある観光地の形成(資源)	平成17年3月 富士河口湖町・上九一色村地域観光振興計画
3) 第11条 観光旅行者の来訪の促進に必要な交通施設等の総合的な整備(交通)	平成17年3月 富士河口湖町・上九一色村建設計画
[2] 第3節 観光産業の競争力の強化及び観光の振興に寄与する人材の育成	
4) 第12条 観光産業の競争力の強化(産業)	-
5) 第13条 観光の振興に寄与する人材の育成(人材)	平成19年3月 富士河口湖町・やさしい観光情報提供事業計画
[3] 第4節 国際観光の振興	
6) 第14条 外国人観光旅客の来訪の促進(インバウンド)	平成17年3月 富士河口湖町・上九一色村地域観光振興計画
7) 第15条 国際相互交流の促進(国際交流)	-
[4] 第5節 観光旅行の促進のための観光の整備	
8) 第16条 観光旅行者の本町への来訪の促進(PR)	平成19年3月 富士河口湖町・やさしい観光情報提供事業計画
	平成17年3月 富士河口湖町・上九一色村地域観光振興計画
9) 第17条 観光旅行者に対する接遇の向上(もてなし・ホスピタリティ)	平成17年3月 富士河口湖町・上九一色村地域観光振興計画
10) 第18条 観光旅行者の利便の増進(ユニバーサル)	平成18年3月 富士河口湖町観光活性化案内標識整備計画
11) 第19条 観光旅行の安全の確保(安全)	平成17年3月 河口湖船津地区 都市再生整備計画
12) 第20条 新たな観光旅行の分野の開拓(ニューツーリズム)	-
13) 第21条 観光地における環境及び良好な景観の保全(保全)	平成18年3月 富士河口湖町観光活性化案内標識整備計画
14) 第22条 広報等(啓発)	-

6) 地区別の観光の現状と課題

- ・現地調査、既存資料のまとめ、分科会の開催、地元ヒアリング、ゾーン別の懇話会等を基に、町内の各地区の現状（問題点）と課題（要望なども含めて）をまとめると、以下のようなになる。

地区	課題
船津・浅川	<p><現状></p> <ul style="list-style-type: none"> ・多くの来訪者が訪れ、富士河口湖町の観光の玄関口といえる地区である。しかし、駅から湖畔までのアクセスや街中や湖畔の滞在空間の整備が遅れ、国際的な観光地としてふさわしい環境整備が整っていない。 ・宿泊施設の集中する地区であるが、滞在エリアとしては散策環境等が不十分であり、湖畔環境が活かされていない。 ・船津登山道が富士山へのアクセスにもなっているが、富士山を象徴的に見せる環境となっておらず、登山の前後に立ち寄りたい場所となっていない。 ・地区の資源としては、旧鎌倉街道があり、歴史的な資源があるにも関わらず、観光面では活かされていない。 ・地区としては人口も多く、住民の生活機能を満たすべき位置づけにあるが、全国的な傾向同様に自家用車の普及等により、商店街も寂れている。 ・宿泊施設などがそれぞれ誘客促進を展開しているが、地区としてのビジョンが共有化されておらず、整備の方向性なども確定できていない状況にある。 <p><課題></p> <ul style="list-style-type: none"> ・地区のまちづくりビジョンを住民が主体となって検討する。 ・「歩く観光」への対応として、歴史的な資源を活かす。 ・国際的な観光地にふさわしい環境整備と、その推進方法を検討する。 ・玄関口として駅から湖畔へのアクセス空間の質の向上と、船津登山道周辺の富士山への眺望の確保を図る。 ・より多くの来訪者を満足させるための滞在空間を整備する。
小立・勝山・大嵐	<p><現状></p> <ul style="list-style-type: none"> ・住民の生活空間と観光客が立ち寄る空間が比較的分化された地区である。 ・観光客の立ち寄る公園や施設は整備から時を経て、ニーズに対応できていない面がある。 ・花卉栽培関連の事業者も多い地区である。 ・道の駅かつやまの湖畔側の小海公園はのんびり出来る空間として観光客に人気の高い場所であり、ここ数年、益々来訪者が増加している。 ・地区内は農地や宅地が昔ながらのまち割りを残しており、ヒューマ

	<p>ンスケールな散策環境として有望である。</p> <p><課題></p> <ul style="list-style-type: none"> 生活文化を感じながら散策する環境を整備する。 既存の公園や道の駅施設の魅力アップ、グレードアップを実施する まちなかを散策するためのサイン整備も含めたガイドの仕組みづくりを行う。
<p>河口・大石・長浜</p>	<p><現状></p> <ul style="list-style-type: none"> 町内で最大の農地が広がる地区であり、米づくりなども行われている。このため農家戸数も多く、JAの物産館も立地している。 農業が主であり、“里の環境”が魅力的な地区である。 地域住民が協力してブルーベリーの摘み取り園等（大石フルーツランド）を経営しており、住民が協力して事業に取り組む素地が出来ている。 旧鎌倉街道や若彦路古道、またこれらに関連する歴史的な資源があり、これらを活かす取り組みも住民の中から声が上がっている。 伝統工芸として大石紬があり、伝統技術の継承が望まれている。 富士山と湖がセットになった風景が特徴であるが、湖畔環境は荒れており、水面に近づける空間に乏しい。 富士山の眺望を楽しむ園地整備が検討されており、北岸の“富士ビューライン”として期待されている。 観光施設も多い地区であり観光入り込みの季節変動により生活道路の渋滞を引き起こし、観光に対する住民の不信感もある。 河口地区にはバイパスの予定もあり、既存道路から通過交通が減少するため活用も期待されている。 <p><課題></p> <ul style="list-style-type: none"> 里の環境を活かしたグリーンツーリズムを推進する。 北岸の眺望環境の充実を促進する。 歴史的な環境を活かす取り組みを展開する。 大石紬の伝統を活かす大石紬伝統工芸館のリニューアル整備と活用を促進する。
<p>西湖</p>	<p><現状></p> <ul style="list-style-type: none"> 地区としてはキャンプ場施設等アウトドアレクリエーションが主体となっている。 修学旅行を主とした教育旅行の受入も積極的であり、団体の受入を進めてきた。このため個人客への対応が十分でない。 西湖いやしの里根場、コウモリ穴により地区への入り込みは増加しているが、それを宿泊需要に繋がられていない。 ウォーターレクリエーションの適地であり、キャンプ需要と繋げていくことも考えられる。 地区内の移動は湖沿いの車道が唯一のルートであり、歩行者も自転

	<p>車も車も全て同じであることは問題である。</p> <p>< 課題 ></p> <ul style="list-style-type: none"> ・水辺環境と樹海環境の両方が接している地区であり、これを活かした体験プログラムの開発により滞在化を促す。 ・既存の環境を最大限に活かし、体験プログラムと民宿滞在を繋げる方策を検討する。 ・ウォーターレクリエーションの更なる充実のための方策として、情報提供の仕組みづくりなどを検討する。 ・湖畔環境を有効に活かした移動手段の魅力化や、水面を活用した移動手段を検討する。
<p>精進湖</p>	<p>< 現状 ></p> <ul style="list-style-type: none"> ・五湖観光の発祥の地ともいえる精進ホテルが立地しているが、この歴史的な背景が活かされていない。 ・入込みの多くはヘラブナ釣りやハイキングであり、宿泊施設の利用への結びつきが弱い。 ・宿泊需要はカヌー競技関係の来訪者が主体であるが、将来的には少子化の影響を受けることが想定できる。新たな顧客開拓が必要になっている。 ・「ワカサギ釣りのメッカ」といわれているが、水位の変動が激しく、対策が必要である。また、ワカサギも最近は釣れなくなっている。 ・湖畔への花植え運動を地道に続けている。 <p>< 課題 ></p> <ul style="list-style-type: none"> ・歴史環境を活かした宿泊滞在の促進方策を検討する。 ・花植え運動など、住民が取り組む環境整備を継続・推進する。 ・歴史性と樹海に近い環境を活かした、精進湖ならではのエコツアーを検討する。
<p>本栖湖</p>	<p>< 現状 ></p> <ul style="list-style-type: none"> ・観光の現状（スタイル等）は30年前とほとんど変化していない。 ・需要としては、ウィンドサーフィンやボードセーリングが多いが、そうした来訪者の観光消費を促す受け皿がない。 ・ヒメマス釣りに関しては本州一のポイントという認識がある。しかし、水位の変化が大きく、対策が必要である。 ・キャンプなどのアウトドアレクリエーションの受入れも古いスタイルのままである。 ・シイタケ栽培やジビエ（鹿、猪等）の取組みが始まっている。新しい本栖湖の観光資源として期待されている。 ・観光案内所は、建物はあるが案内機能は十分でない。 <p>< 課題 ></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ウォーターレクリエーション、アウトドアレクリエーション、歴史

	<p>的環境を活かした本栖湖型の魅力的な観光スタイル（エコツーリズム）を推進する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・観光案内所のリニューアルと、本栖湖観光の拠点としての機能強化を図る。
<p>富士ヶ嶺</p>	<p><現状></p> <ul style="list-style-type: none"> ・合併して間もない地区であり、観光的な取組みはこれまであまりなされてこなかった地区である。 ・山梨県随一の牧場地帯であるが、酪農は後継者不足や生乳価格の下落による経営悪化等の問題を抱えており、酪農業としての振興がまず求められている。 ・酪農業の振興のためにも、地域内で牛乳や乳製品を消費する、地産地消の仕組みづくりも必要である。 ・環境的には標高 1,000m程度の高地であり、海からの湿気も上がってくる特殊な気候であり、農業に関しては作付け品種は限られる。 ・富士山の眺望は、間を横切るものがなく頂上まで連続した印象を得られる。 ・平成 19 年度から富士ヶ嶺ファームフェスタを開催しており、多くの来訪者を受け入れている。 <p><課題></p> <ul style="list-style-type: none"> ・富士ヶ嶺地区の新たな観光将来像を検討する。 ・牛乳・乳製品の活用方策を検討する。 ・まきば環境を活かした、来訪者の受入手法を検討する。 ・イベントノウハウを蓄積、更なる充実を図る。
<p>山岳エリア</p> <ul style="list-style-type: none"> ・全体 ・共通 	<p><現状></p> <ul style="list-style-type: none"> ・富士山は唯一無二のものであり、これを軸に据えて地域の魅力向上を図る必要がある。 ・御坂山塊は山岳としての魅力だけでなく、富士山や湖を眺められるという国際的にも通用する魅力がある。 ・富士河口湖町内には、ポテンシャルの高い素材が眠っており、上手く素材を活かせば、今後増加が予測される、高い質を求める来訪者も満足させられる。 ・地域全体で誘客を図るにも、現状では富士北麓全体を被うような魅力的な雰囲気(大きく流れる時間のようなもの)が感じられない。(例えばハワイといえは“楽園”の雰囲気といったようなもの。富士河口湖町もしくは富士北麓に行くと雄大な自然と富士山の風景に癒されるといった雰囲気) ・施設のつくりも重要であるが、それらを繋ぐ移動の際に目に入る滞在空間が旅行全体の印象を決定づける。この点において、環境の保全が不十分である。 ・トレッキング環境はあるものの、実際に歩くにはサインや解説が不十分である。

	<p><課題></p> <ul style="list-style-type: none"> ・“また来たい”と思わせるための滞在環境の整備が必要である。 ・地域全体で観光の方向性をどうすべきかを具体化し、その方向性を活かして各地区をより魅力的にすべきである。 ・御坂山塊を富士河口湖町の観光の一つの柱とするような方向性を検討する。 ・富士河口湖町における共通の方向性としてエコツーリズムを町独自に進化させて、来訪者を受け入れる方策を検討する。 ・域内で長い時間を過ごしてもらうために、歩行や自転車による移動が楽しく魅力的になるように、トレッキングルート整備、サイン整備、レンタサイクルの仕組みづくり、サイクリングロード整備、ガイドの仕組みの充実等を検討する。
<p>その他（組織等）</p>	<p><現状></p> <ul style="list-style-type: none"> ・観光振興に関しては、観光協会の主導的な動きが期待されている。 ・まちづくりは行政が行うことという意識が根強く、各主体の役割に関する認識を明確にしていく必要がある。 ・まちづくりには“人づくり”が欠かせないが、時間のかかる取組みである上に行政だけでは進まない。老若男女が集まり、ビジョンを創造する場が必要である。 ・富士河口湖町の主要産業が観光産業であることを具体的に示す調査もなく、町民が観光産業に対して良いイメージを持っていない面もある。 <p><課題></p> <ul style="list-style-type: none"> ・町の観光振興は観光の振興が主目的ではなく、まちづくりが目的であり、その手法として観光交流を基軸にした“観光まちづくり”を進める必要がある。 ・住民、観光業者、関連団体、行政といった“まちづくり”の主体それぞれの役割を明確にする。 ・各主体の取組みに対して、行政は議論の場づくり、具体化のきっかけづくり、継続の支援等、住民や事業者等のまちづくりの主体が動きやすい状況づくりを行う。 ・観光振興の重要性を町民が共有する必要がある。

7) 世界文化遺産登録を見据えた観光面での課題

- ・現在、富士山は世界文化遺産登録に向けて山梨・静岡両県や富士山周辺の自治体が推進体制を組織し、取組みを進めているところである。
- ・登録までには、世界遺産推薦書案を作成し、国へ提出することが控えており、このために現在、地域や関係者の意見を集約しながら、とりまとめ作業を進めているところである。
- ・富士山が世界文化遺産に登録された場合、観光面では以下のようなプラス面が期待できる。

< プラス面 >

- 国をあげての保護活動が展開され、財政面や施策面での相乗効果が期待できる。
富士河口湖町を含め、周辺地域の環境美化に繋げることが出来る。
行政と住民が一体となって活動を行っていくことで、豊かなまちづくりに対して相乗的な効果が期待できる。
世界遺産というネームバリューにより、一層の観光客の増加が見込まれる。
観光客の増大により地域経済（行政の財政状況も含め）の活性化が期待できる。
- ・これらのプラス面を一時のブームに終わらせず、効果的に観光振興に結びつけるためには、以下のような事項に留意する必要がある。

観光面で留意すべき事項

- 観光資源の保全型利用を徹底し、その手法を根付かせる機会として積極的に活用する。
一時的な入り込み増に対応して来訪者のコントロールを工夫するとともに、安定的な利用への誘導をあらかじめ想定していく。
観光業者と一般住民との協力関係を築き、観光まちづくりへと繋げていく。