

## 2. 観光立町実現に向けた理念と目標

### 1) 理念

#### < 目指すもの >

- ・富士河口湖町は、一級の資源である富士山と湖を有しており、これを舞台とし、住民が主体となって資源の活用をすすめ、生き生きとした交流が展開されることで輝きを増す“富士河口湖町の人々の魅力”を前面に出しながら、自然や歴史・文化的資源を“地域の資産”としていく“観光まちづくり”による“観光立町”を目指す。

#### < 背景として >

- ・“観光まちづくり”を観光立町に向けた理念とする背景としては、観光をとりまく状況や社会的な背景が変化している点も大きく関わっている。
- ・未知のものへの興味や心身ともに癒しを求めるなど、観光を行う本質は変化していないと言えるが、国民の観光に関する経験が豊富になるにつれ、国内の観光地や海外の観光地との比較が行われ、その欲求は高度化し、より魅力的なもの、本物や本質への関心が益々高まっており、地域に由来のない観光施設や文化的に根のないものに対する評価は得にくい状況にある。同時に、その土地の風土や歴史文化を踏まえた“地域ならではのもの”が望まれる状況にあり、その上でさらに、“質の高い空間ともてなし”が求められている。
- ・つまり単なる自然景観といった“単一の資源”から“資源を守り育てる人”や“資源を成立させる歴史・文化”といった、資源をとりまく状況全体が魅力として捉えられるようになっており、“地域で採れているもの”や“地域の伝統の技術で作られているもの”、“歴史的な事実”といった、“地域との関わり”が不可欠である。
- ・観光施設で見ると、単に珍しい動物を檻に入れて見せていた動物園では魅力がなく、その動物がどのように生きているのかを見せる“行動展示”が評価されていることから、観光に求められる魅力の内容が高度化していることがうかがえる。
- ・観光地としてこれに応えるには、“暮らし良さを含めた、その地域ならではの魅力を大切にし、それを高める努力”が“観光の魅力要素”となっている。

#### < 富士河口湖町の現状は >

- ・富士河口湖町の現状は、富士山と湖の風景や環境を利用した観光レクリエーションを売りにした“資源依存型”の観光であり、外国人観光客を含めて、一見の観光客対応が主となっている。
- ・現在、入込みの大半は、唯一無二の富士山と湖と自然環境という一級の資源によって来訪する観光客であるが、そうした来訪者は移り気であり、その移り気に依存した集客構造となっている。

### < 富士河口湖町の位置付け >

- ・富士河口湖町は、富士山がなくても誘客できる観光地づくりなど、着実に観光の基礎体力を高めてきた、観光地としての先進地である。また、富士山という一級の資源を持つ、日本を代表する観光地であることも事実であり、その資源を保全活用した、新しい観光地づくりは富士河口湖町の責務であると言える。
- ・つまり、“まちの魅力”そのものを高め、更に滞在環境やもてなしの質など、観光地としての質を向上させる、“まちづくりとしての観光地づくり”が求められており、それが“観光まちづくり”である。

### < 地域住民と観光客双方から求められるまちづくり >

- ・住民にとって暮らしよく、観光客にとって魅力的であることが、これからの観光地のまちづくりに求められることであり、そのためには、地域住民の関わりを持続し、観光客から評価し続けられる状況をつくり出すことが重要である。
- ・つまり、富士河口湖町の魅力の源となる富士山や湖等の自然環境のポテンシャルを維持することを前提として、

人の営みや取組みを含めた、地域としての魅力を向上させること = 地域力アップ

観光地としての滞在の質やもてなしの質を向上させること = 観光力アップ

向上した滞在環境やもてなしの質を観光客に伝えること = 発信力アップ

が、観光まちづくりをとおして求められ、これによって地域の持続的な発展が期待できる。

- ・以上のことを踏まえて、

『富士山と湖の自然と歴史・文化を  
風景として溶け込ませる  
魅力的な観光まちづくり』

～住民一人一人が楽しんで参画する観光まちづくり～

を富士河口湖町の観光立町の理念とする。

## 2) 将来像

- ・将来の目標像（狙い）を、観光行動に対応した『場所：どんなまちに』、『人（まち）：どんな出会いを求めて』、『楽しみ（活動）：なにをするために』という側面からそれぞれ具体的に設定すると以下ようになる。

### ①どんなまちにするか：場所のイメージ

『様々な場所で、富士山と湖を色々な見方で楽しむ、自然と文化を背景とした  
“美しく魅力的な風景を楽しむまち”』

～美しく、一度は訪れたいまち～ [ 美景化 ]

- ・富士山の北西麓に広がり、広大な原生林と四つの個性ある湖があり、風光明媚で富士山をいろいろな場所から眺められる。
- ・富士山や湖の風景を保全することを前提に、散策や憩いなど様々な活動空間において感動をもって見られるように美しいまちづくりを行うことで、国際的にも誇れる美しい風景を創造していく。
- ・住宅地、観光エリア、そして活気のある商業エリアなどが、周囲の自然と調和する落ち着いた街並みを形成し、美しく花で修景された、暮らしよいまちを演出した“風景を楽しむまち”を目指す。



バンフ/カナダ: ロッキーをアイストップにしたバンフ大通り



バンフ/カナダ: ロッキーを背景にし、自然に溶け込ませた建物



ツェルマット/スイス: 統一感のある家並み

## ②どんな人がいて：人（まち）のイメージ

『まちの人が誇りを持って、訪れ、滞在する人たちを温かく迎え入れ、

来訪者が繰り返し訪れ、お互いにふれあう機会が豊富な

“人が魅力の交流滞在型のまち”』

～何度でも訪れたいまち～ [リピーター化]

- ・住民が誇りをもって生活し、訪れる側も一回限りではなくふれあう“交流滞在型のまち”
- ・住民が、観光客、リゾート客に対して、ガイドや案内などの直接的な対応を行うことはもとより、街なかの道案内や挨拶など来訪者とのふれあいを実践し、また訪れたいと思う交流がある。
- ・住民も日常的に自然環境や地域文化を活用した生涯学習等の地域活動を実践し、来訪者が憧れるようなリゾートタウンに、豊かに暮らしている。
- ・“交流滞在型のまち”となれば、日帰りと一泊中心の現状から、“連泊”と“リピーター”滞在へと変化する。
- ・また、連泊とリピーターを拡大するために、“各宿泊施設における連泊魅力の向上”と“まち全体の魅力の向上”を図る必要がある。



フットパスイベント/甲州市  
イベントで縁側カフェとして参加した地元住民と、イベント参加者との交流



### ③どんなことが出来るのか : 楽しみ(活動)のイメージ

『富士山と湖の風景を随所で楽しむと同時に、  
“美しく、快適な滞在環境の下に、  
多様な滞在プログラムを楽しめるまち”』

～できるだけ長く滞在したいまち～ [ 滞在化 ]

- ・富士山の裾野に広がる美しく爽やかな高原の環境の中で、富士山を背景とした地域の風景と自然環境を活用した様々な活動を求めて、町内の温泉旅館、ホテル、民宿、貸別荘、キャンプ場等を訪れる。
- ・富士山麓や四つの湖、御坂山系、富士ヶ嶺等において、様々な体験メニューを通じて自然環境やアウトドアレクリエーション、農酪林漁業体験等を堪能する。
- ・芸術文化、健康増進、スポーツ等多様な魅力による滞在プログラムを楽しむ。
- ・町内や周辺市町村の多様な観光・学習施設群において、富士五湖の歴史や民俗芸能、芸術文化等に触れる。
- ・富士山を観光の主目的とした、国内外の周遊観光客や教育旅行生などが、町内の宿泊施設に滞在する。
- ・町内のネットワークが整い、観光施設やレクリエーション施設、フィールドを公共交通や自転車、徒歩で移動できる。



アウトドアレクリエーション



お祭り参加



ハイキング/ツェルマット



農業体験



生活技術、農業体験



エコツアー



### 3) 目標値の設定

#### (1) 主要ターゲット

- ・人の欲求は、諸説あるが、モチベーション理論などで有効とされている心理学者アブラハム・マズローの“自己実現理論(欲求段階説)”やその後の研究などから下表のように整理できる。

	S・R・コヴィー	A・H・マズロー	横山哲夫
欲求段階 ↑	相互依存 Inter-dependent	共同体発展欲求 Community Development (後の研究により指摘された欲求)	(共生)
	独立 Independent	自己実現欲求	個立
		承認・自尊欲求	個別
	依存 Dependent	帰属・愛情欲求	集団
		安全欲求	安定
		生理的欲求	生存

- ・社会的な成熟によって、観光に対する欲求も、他の人が見たり体験したりするものを欲するものから、より自己実現に近いものへと変化すると予測できる。
- ・日本人観光客の志向の変化を見ると、観光の本質に変化はないが、社会の成熟とともに、欲求の段階が変化し、“団体”から“個人”、“見る”から“体験”、といった変化が現れている。
- ・従って、観光地としては、よりきめ細やかな魅力づくりが課題となってくるが、その魅力を十分に活かすには、繰り返し訪れ、長期間滞在する、時間的に余裕を持った来訪者を誘致することが望ましい。
- ・富士河口湖町においては、日本における最大で社会的な成熟度も高い観光市場を近くに抱えており、主要な誘致対象としては、

#### 関東圏・中部圏からのリピート・滞在客

を重視する。さらに日本の代表的な資源を擁する観光地として“見る”観光にも対応していくことが求められることから、

#### 国内外からの周遊観光の拡大

も目指すものとする。

## (2) 目標値 (全体)

### ① 平均宿泊数

- ・ 滞在化を測る指標として、一回の来訪における宿泊数を指標とし、その増加を図る。
- ・ 戦略として、観光客数の増加よりも、一人の来訪者に、より長く滞在してもらうことで延べ泊数を増加させることとする。
- ・ 平成 19 年度版『観光の実態と志向』において、全国平均宿泊数は [ 1.60 泊 ] 平均希望宿泊数は [ 2.09 泊 ] であった。また、10 年前の調査では、[ 1.61 泊 ] [ 2.29 泊 ] であったことから、十年間の伸びはほとんどなく、希望としては 2 泊を越えるものがあったとしても、なかなか実現は難しいことがうかがえる。
- ・ 日帰りの多い当町においては、まずは 10 年後に全国平均値を目指すこととする。

指標項目	基準値	平成 25 年	平成 30 年
平均宿泊数 【富士河口湖町観光客動向把握アンケート調査(夏期)】	<平成 20 年度調査> 1.4 泊 (夏期)	1.5 泊	1.6 泊

### ② 宿泊者数

- ・ 富士河口湖町のような成熟した観光地では、宿泊客を 1% 増加させるだけでも 2 万泊以上の増加が必要であり、世界経済の不透明感が強まりつつあるなか、宿泊客を持続的に増加させていくには相当な努力を必要とする。
- ・ 前述のように一人一回当たりの宿泊数を 1.4 泊から 1.6 泊にすることで、宿泊客数は増加しなくても延べ宿泊数は増加する ( 宿泊客数 : 2,288,470 人 / 1.4 = 1,634,621 2,600,000 / 1.6 = 1,625,000 )。目標としては延べ宿泊客数増加させることとし、実数はほぼ横ばいとする。
- ・ 参考 [ 平成 16 17 年 : 3.2% 減少 平成 17 18 年 : 3.2% 増加 平成 18 19 年 : 5.1% 増加 ( 注 : NHK 大河ドラマ『風林火山』 ) ]

指標項目	基準値	平成 25 年	平成 30 年
宿泊者数 【山梨県観光客動態調査】 * 延数	2,288,470 人 <平成 19 年>	2,450,000 人 (7.1% 増)	2,600,000 人 (13.6% 増)

### ③旅行満足度

- ・リピート化を促すためには、再来訪意欲を高める必要がある。満足度が高ければ高いほど再訪意欲も高くなるということが経済産業省の調査によっても明らかになっている。
- ・従って、満足度を5段階で評価してもらったうちの一番高い満足の割合を指標とし、この割合を増加させることを目標とする。

指標項目	基準値	平成 25 年	平成 30 年
総合満足度 【富士河口湖町観光 動向把握アンケート調査】	満足: 33% < H20 年度夏調査 >	40%	50%

### ④外国人宿泊者数

- ・観光立国推進基本計画では平成 18 年に 733 万人の訪日客を平成 22 年に 1,000 万人とすること（4 年間で 36% 増）を掲げており、国策として展開される積極的な訪日客誘致政策は富士河口湖町にも大きな効果をもたらすことが想定される。
- ・しかし一方では世界的に経済の不透明感が深刻化し、数年は回復しないとみわれており、また、旅行形態の個人化にともなう日本旅行の多様化（競争の激化）も一層深まり、さらに急激な円高もインバウンドには逆風をもたらしている。
- ・これらの情勢を踏まえ、観光立町推進事業を計画的に実施することを前提に、前期は年間 2% 程度、後期は年間 4% 程度の伸びを目標とする。
- ・参考 [平成 16 17 年：8.6% 増加 平成 17 18 年：6.3% 増加 平成 18 19 年：8.9% 増加]

指標項目	基準値	平成 25 年	平成 30 年
外国人宿泊者数 【富士河口湖町 観光連盟調査】	187,662 人 < 平成 19 年 >	210,000 人 (11.9% 増)	250,000 人 (33.2% 増)

## 3. 観光立町実現に向けた方向性

### 1) 全体の方向性

- ・観光の魅力要素は、個々の資源の魅力から、風土の魅力、さらにはそこに暮らす人の魅力が求められるようになっており、より深い魅力が求められている。
- ・ただし、地域の魅力は、集客施設づくりのように一朝一夕には成し得ない。確かな環境ポテンシャルを本物の技術や知恵によって“魅力化＝観光対象化”することが必要であり、またその“過程も含めて地域の魅力”となるため、地域の人々の意識と取組みが重要になる。
- ・観光産業における、受入れ能力やもてなしの質が向上することを“観光力アップ”と表現するなら、地域の人々の地域での暮らしを豊かにしようとする意識とその取組みが継続され、蓄積されることは、“地域力アップ”と表現できる。
- ・また、観光は集客がなければ成立しないため、資源を磨き、資産とすると同時に、その魅力を的確に集客対象に対して伝える“発信力”の向上が求められる。
- ・従って、観光まちづくりにおいては、地域力アップ、観光力アップ、発信力アップが主要政策課題となり、それぞれの向上のために取り組むべき具体的な課題があげられる。

#### (1) 政策課題

### <地域力アップ：まちづくりの視点>

#### ①住民の暮らしと観光が結びついたまちづくり

観光客があこがれ、住民が誇りうる魅力あるまちの実現と、そのためのまちづくりを推進する地域の人材の育成

#### ②観光交流を活かした産業・文化の振興

住民の暮らしを向上させ、滞在の魅力要素ともなる産業や文化を観光交流の仕組みを活かして振興する

#### ③エコツーリズム（持続可能な観光）の推進

自然環境を保全育成し、地球環境に配慮した暮らしと産業をベースにした、持続型の観光地づくりを推進する

#### ④都市的生活基盤の高度化

官民の連携による着実な景観整備・風景づくりの推進  
富士五湖の玄関口としての都市整備と多様な交通手段（公共交通網等）の充実  
ユニバーサルデザインにより、観光客のみならず住民にとっても住みよい空間づくり

## <観光力アップ：観光・リゾート地整備の視点>

### ⑤観光・リゾート滞在プログラムの充実

既存資源や人材の活用、産業、芸術文化、健康増進、スポーツ等の分野の振興により滞在プログラムの充実

### ⑥観光競争力の強化

高級施設から低廉施設までが適切に配置された、懐の深い観光リゾート地の整備  
 明確なテーマ性のアピールと既存施設・資源の有効活用  
 温泉リゾート、キャンピングリゾート(キャンプ、合宿)、ファームリゾート(牧場、農場)、  
 エコツアーなどを活用したエデュケーショナルリゾート等、多様な滞在プログラムの展開  
 遊歩道や景観スポットの整備による、徒歩や自転車を利用した観光の充実  
 外国人も楽しめる環境整備を推進

## <発信力アップ：誘客の視点>

### ⑦誘客対象に向けた的確なプロモーション

来てもらいたい人々に対する的確なプロモーション活動を展開

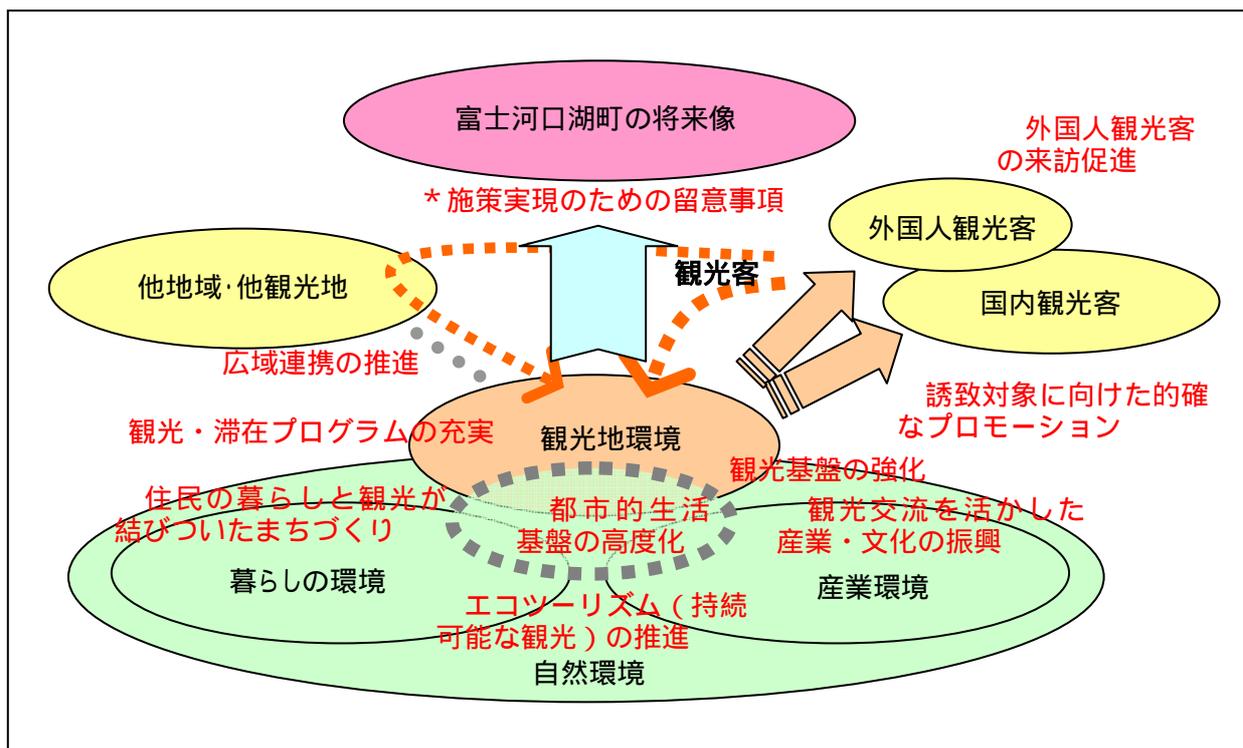
### ⑧外国人観光客の来訪促進

国の違いや様々な客層に対応した、きめ細かな情報提供を展開

### ⑨広域連携の推進

世界に誇りうるリゾート滞在エリアとして広域の連携によるイメージの向上や周遊観光の  
 受入体制の充実、広域の観光地間や都市間を周遊観光連携で結び、交通網を充実させる

まちを含み、観光行動全体を包括する政策課題



## 2) 施策の骨格

- ・政策課題を具体化するために、それぞれいくつかの分野に分け、事業展開を図る必要があるが、それを施策の骨格として以下のように設定する。
- ・また、具体的な施策の推進のために、施策の骨格毎に“主導施策”を設定し、その中で社会情勢などを鑑み、適切な事業を実施できるように、実施の際に調整を行う。

政策課題	施策の骨格（施策分野）	狙い			
		美 景 化	リ ビ ト 化	滞 在 化	
地域力アップ	1) 住民の暮らしと観光が結びついたまちづくり	(01) まちづくりと観光に関わる人材の育成			
		(02) 住民の観光意識の向上と接遇向上			
		(03) 住民参画の促進			
		(04) 国際交流の推進			
	2) 観光交流を活かした産業・文化の振興	(05) 観光交流を活かした農林漁業の振興			
		(06) 観光交流を活かした街のにぎわいづくり			
		(07) 観光交流を活かした魅力的な食文化の創造			
		(08) 観光交流を活かした文化・芸術・体育の振興			
	3) エコツーリズム（持続可能な観光）の推進	(09) 自然環境の保全と活用			
		(10) 地域資源の発掘・活用			
	4) 都市的生活基盤の高度化	(11) 良好な景観整備（風景づくり）			
		(12) 交通基盤の充実			
観光力アップ	5) 観光・リゾート滞在プログラムの充実	(13) イベントの充実			
		(14) 地域資源を活かした滞在プログラムの充実			
	6) 観光競争力の強化	(15) 自然との触れ合い環境の充実			
		(16) 国際観光対応の充実			
		(17) 観光産業の競争力強化			
		(18) 観光情報提供体制の強化			
		(19) 旅行者の安全・安心の確保			
		(20) ユニバーサル観光の推進			
	7) 誘致対象に向けた的確なプロモーション	(21) 近距離市場に向けたリピート滞在利用促進プロモーション			
		(22) 中長距離市場に向けた周遊利用促進プロモーション			
8) 外国人観光客の来訪促進		(23) 特定地域から来訪促進			
		(24) 訪日機会を確実に富士河口湖町への来訪に繋げる			
9) 広域連携の推進		(25) 富士五湖地域の結びつけの強化			
		(26) 観光地・都市間の結びつけの強化			

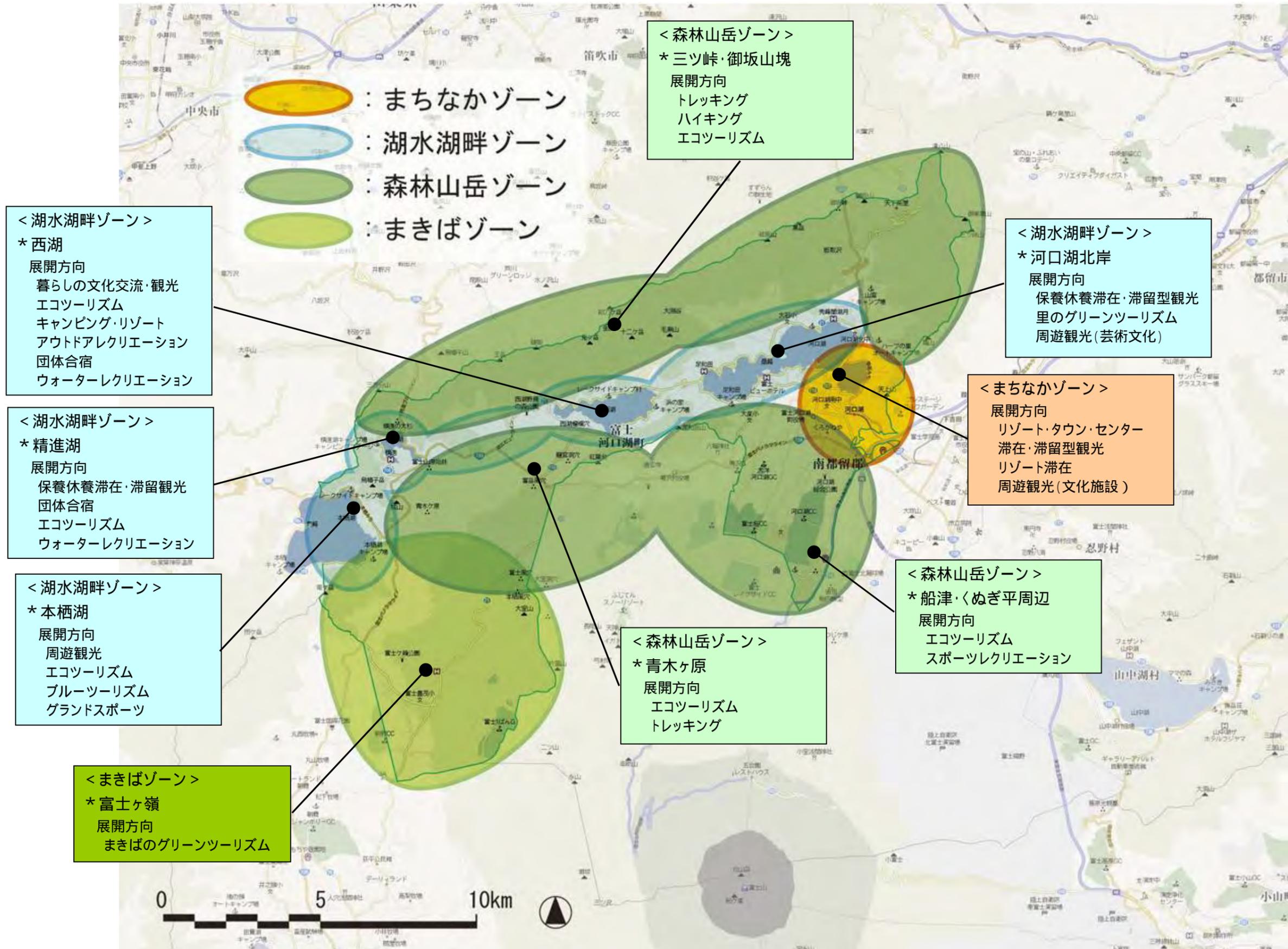
●：主に関わる  
○：関係する

### 3) ゾーン別の方向性

- ・地域の特徴でまとめられる“ゾーン”を設定し、施策を展開する。
- ・ゾーンの特徴を明確にし、他のゾーンとの連携を深めることが優先されるべきであるが、地域の要望も踏まえ、全体の環境的なポテンシャルを最大限に活かした、ゾーン毎の特色を出していく、いわば“顔づくり”の施策が重要である。

施策展開ゾーン区分		展開の方向性
まちなかゾーン	河口湖南岸	リゾート・タウン・センター 滞在・滞留型観光 リゾート滞在 周遊観光（文化施設）
湖水湖畔ゾーン	河口湖北岸	保養休養滞在・滞留型観光 里のグリーンツーリズム 周遊観光（芸術文化）
	西湖	暮らしの文化交流・観光 エコツーリズム キャンプ・リゾート アウトドアレクリエーション 団体合宿 ウォーターレクリエーション
	精進湖	保養休養滞在・滞留観光 団体合宿 エコツーリズム ウォーターレクリエーション
	本栖湖	周遊観光 エコツーリズム ブルーツーリズム グランドスポーツ
まきばゾーン	富士ヶ嶺	まきばのグリーンツーリズム
森林山岳ゾーン	船津胎内・くぬぎ平周辺	エコツーリズム スポーツレクリエーション
	三ツ峠・御坂山塊	トレッキング ハイキング エコツーリズム
	青木ヶ原	エコツーリズム トレッキング

ゾーン区分と方針





#### 4) 観光動線整備の方向性

- ・生活動線に配慮した、観光動線を以下のように設定する。
- ・歩行・自転車観光動線に関しては、今後ゾーン別に個別に地域の中で検討して生活動線と観光動線を区別していく中で設定していくことが望ましい。

図：観光導線の設定

