

4. 観光立町実現に向けた施策

1) 前期計画からの施策見直しの視点

<施策・事業について>

- ① 1で示した「後期計画策定にあたっての視点」を踏まえ、前期の計画を策定した平成20年度以降の社会状況や観光動向・ニーズの変化等を踏まえ、追加事業を設定した。
- ② 前期の計画に位置づけられていた事業の前期5カ年間の達成度評価を行った上で、その評価結果を踏まえ、計画に位置づけられている各事業を以下の5つに仕分けした。

- A：喫緊の課題に対応するための重要事業
- B：基礎的な取組みとして継続していくべき事業
- C：後期5年間の実施の目処は立たないが実施すべき事業
- D：前期5年間でやり終えた事業（継続の必要性のない事業）
- E：実現が難しい事業、あまり効果が見込めない事業、必要性が低くなった事業

- ③ ②の仕分けの結果、DおよびEに分類された事業は計画から削除した。
- ④ ②の仕分けの結果、Cに分類された事業は、後期5年間で実施する事業とは別枠の位置づけ（長期的に検討する事業）とした。
- ⑤ ①～④の結果、主導施策のタイトルや内容を変えた方がよいと判断された場合は、主導施策を変更（修正）した。
- ⑥ 前期の計画では、全ての「施策の骨格（施策分野）」に対して、1つ（または2つ）の「主導施策」を位置づけていたが、後期5年間で特に力を入れて実施する施策をより明確化するために、「主導施策」として位置づける施策の絞込みを行った。
- ⑦ また、宿泊・滞在化の促進や外国人観光客の受け入れ体制づくり、観光情報の発信などは、施策分野を横断し、各施策・事業を連携して実施していく必要があることから、関連する主導施策を束ねる形で「戦略プロジェクト」を位置づけ、後期5カ年での取組みの方向性をより明確化した。

<政策課題別の測定指標について>

- ① 政策課題別の測定指標については、取組み効果を計る上での妥当性や追加する事業の内容等を踏まえ、以下の見直しを実施した。

- 1) 住民と暮らしが結びついたまちづくり
→ 「町立観光施設における町民利用者数の増加」を指標から削除
- 6) 観光競争力の強化
→ 「町の観光情報サイトへのアクセス数の増加」を指標に追加
→ 「観光客アンケートにおける『宿泊施設満足度』の向上」を指標に追加

②平成 25 年実績において、すでに平成 30 年目標を達成してしまっている以下の指標については目標値の見直し（上乘せ）を行った。

- | |
|---|
| <ul style="list-style-type: none">・観光まちづくり関係団体会員数の増加 : 800 人 → 1,200 人・農産物直売所における農産物販売額の増加 : 1,500 万円 → 2,500 万円・富士河口湖観光総合案内所の来所外国人数の増加 : 25,000 人 → 75,000 人 |
|---|

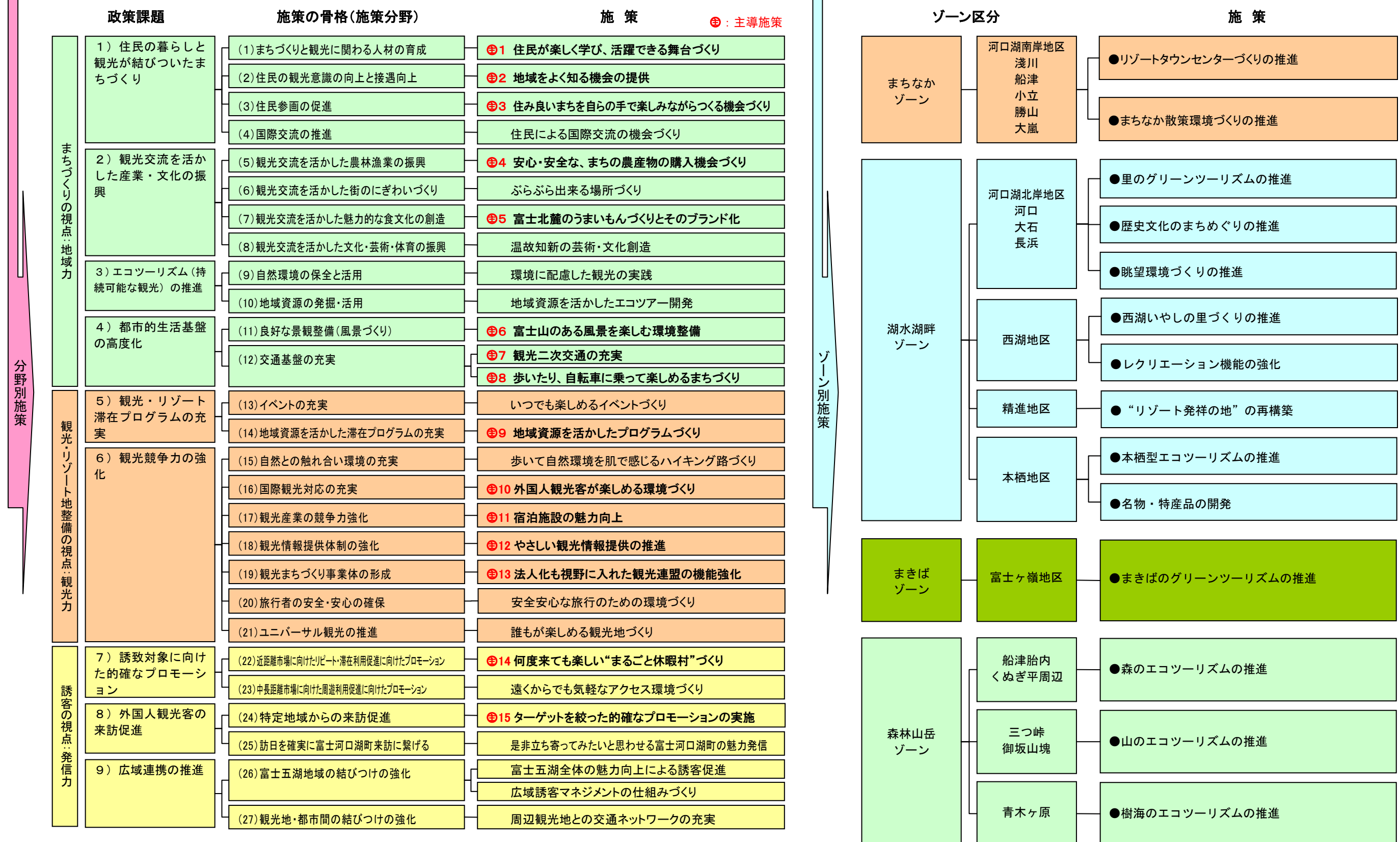
2) 施策の体系

(1) 施策の体系

- ・将来像と理念から、政策課題、施策の骨格、主導施策および、ゾーン別の施策全体を表す施策体系図を示す。
- ・主導施策は、特に重要で象徴的な取組みである。予算措置への配慮も含め、施策実行のために、行政はもとより、観光関係者、住民等関係者が最大限の努力をすべきものと位置づける。

将来像 (狙い)	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める、自然と文化を背景とした“美しく魅力的な風景を楽しめるまち（美しく、一度は訪れたいまち）” 人のイメージ : まちの人が誇りを持ち、訪れ、滞在する人々を温かく迎え入れるとともに、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）” 楽しみのイメージ : 富士山と湖の風景を随所で楽しむと同時に“多様な滞在環境や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）”
---------------------	---

理念	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 ～
-----------	--



(2) 政策課題別の測定指標

政策課題別にその達成度を測る指標を以下のように設定する。

政策課題	施策の骨格	個別指標
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	① 観光まちづくり関係団体会員数の増加 H20年：526人→H30年度1,200人 (観光まちづくり関係団体) ●観光まちづくり推進会議 ●ネイチャーガイド協議会 ●ふるさとガイドの会 ●ウェルカム富士 ●国際交流協会 ●ステラサポーター ●美術館協力員 ●いやしの里協力員 ※H20年12月現在
	(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	② 農産物直売所における農産物販売額の増加 H20年：1,154万円→H30年：2,500万円 (農産物直売所) ●JA北富士物産館 ●道の駅かつやま ※H20年12月現在 ③ 観光客アンケートにおける『飲食施設満足度』の向上 (「満足」および「やや満足」の回答割合) H20年60.2% → H30年75%
	(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	④ 富士河口湖町公認ネイチャーガイドツアー利用者数の増加 H20年：15,511人→H30年：25,000人
	(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)	⑤ 観光活性化標識ガイドラインに準拠した標識類の設置基数の増加 H19年度：59基→H30年度：160基
	(12) 交通基盤の充実	
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	⑥ イベント来場者数の増加 H20年：815千人→H30年：1,000千人 (イベント：山梨県観光客動態調査に報告しているイベント) ●冬花火・湖上の舞 ●ハーブフェスティバル ●紅葉まつり 等20催事 ※H20年12月現在 ⑦ 1回の旅行あたりの富士河口湖町での宿泊数 H20年：1.4泊→H30年：1.8泊
	(14) 地域資源を活かした滞在プログラムの充実	

政策課題	施策の骨格	個別指標
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	⑧富士河口湖観光総合案内所の来所外国人数の増加 H20年：19,692人→H30年：75,000人
	(17) 観光産業の競争力強化	⑨宿泊者数の増加（全体目標） H19年：2,288,470人→H30年：2,600,000人
	(18) 観光情報提供体制の強化	【後期計画追加指標】 ⑩観光客アンケートにおける『宿泊施設満足度』の向上（「満足」の回答割合） H25年：40.0%→H30年：60%
	(19) 観光まちづくり事業体の形成	【後期計画追加指標】 ⑪町の観光情報サイトへのアクセス数の増加 H25年：784,000アクセス→ H30年：1,000,000アクセス
	(20) 旅行者の安全・安心の確保	
	(21) 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	(22) 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	（再掲） ⑦1回の旅行あたりの富士河口湖町での宿泊数 H20年：1.4泊→H30年：1.8泊
	(23) 中長距離市場に向けた周遊利用促進プロモーション	⑫富士河口湖町へのリピート回数 H20年：3.5回→H30年：4.5回
8) 外国人観光客の来訪促進	(24) 特定地域からの来訪促進	⑬外国人宿泊者数の増加：全体目標 H19年：187,662人→H30年：250,000人
	(25) 訪日を確実に富士河口湖来訪に繋げる	
9) 広域連携の推進	(26) 富士五湖地域の結びつき強化	⑭通年高速バス路線の増加 H20年：5路線→H30年：10路線 （通年高速バス路線） ●新宿富士五湖線 ●東京河口湖線 ●横浜河口湖線 ●新松田河口湖線 ●大阪富士吉田線 ※名古屋、静岡、三島、さいたまの各線は現状では季節運行 ※H20年12月現在
	(27) 観光地・都市間の結びつき強化	

3) 全体施策

(1) まちづくりと観光に関わる人材の育成

【主導施策1】 住民が楽しく学び、活躍できる舞台づくり

■狙い

- ・観光まちづくりカレッジの継続により、観光まちづくりの実践を担う中心的な人材の育成を進めつつ、前期の事業で作成した『富士山学読本』を有効に活用し、富士河口湖町の観光に関する基本的な知識やもてなしの重要性などを多くの町民に知ってもらい、町民の心に根をおろした「観光立町」の推進を図る。

■事業

① 観光まちづくりカレッジの発展・継続事業

《実施主体：観光まちづくり団体※、富士河口湖町》

※観光まちづくり団体：観光まちづくりに関する活動を行う NPO やボランティアなどの住民団体（以降同様）

- ・前期で実施した“観光まちづくりカレッジ”の内容（カリキュラム）を充実させ、多くの住民が受講できるように、継続して実施する。
- ・内容は、観光の意味や役割、効果を学ぶことと、実践的に観光の魅力づくり等を行うという「講義＋実践」を基本とする。
- ・また、カレッジを受講した住民が次の受講生を教えるようなものとし、①聞いて・見て学ぶ→②観光まちづくりを実践しながら学ぶ→③人に教えて学ぶ、といった流れをつくる。

【前期で終了した事業】

○観光副読本の作成と活用事業

【長期的に検討する事業】

○高度な観光教育機関の誘致や、観光教育機関を対象とした季節・期間限定の集中講義（地元の観光関係者が講師となった実地での講座）の開催

(2) 住民の観光意識の向上と接遇向上

【主導施策2】 地域をよく知る機会の提供

■狙い

- ・町の観光の取組みや地域の動きをかわら版として情報発信しながら、住民自らが地域を知る取組みへ繋げ、富士河口湖町が多様な魅力を持った自慢できる町であるという意識の醸成を図り、これらの魅力を基盤とした来訪者との交流により、地域経済と生活の豊かさの増進を目指す観光立町の重要性について理解を定着させていく。

■事業

① 観光かわら版事業

≪実施主体：富士河口湖町、富士河口湖町観光連盟≫

- ・A4版1頁程度の情報量を、町の広報で2ヵ月に1回程度を目安に定期的に掲載し、バックナンバーをホームページからダウンロードできるようにする。
- ・内容は、観光広報として、住民に対し、町の観光の取組みを知らせるとともに、まちを楽しんでもらうためのイベント情報などを掲載する。また、観光客が読んでも楽しめるものとして内容を充実させるとともに、『C o c o』の内容を補完するような情報も盛り込み、『7』（21）④観光メールマガジンの発信』の内容と連携させる。

② 地域を知る事業

≪実施主体：観光まちづくり団体、富士河口湖町≫

- ・町教育委員会が実施している歴史文化財講座を引き続き実施するほか、観光まちづくり団体等が実施する勉強会や研修会を支援する。

【前期で終了した事業】

○接遇のマニュアルづくり

(3)住民参画の促進

【主導施策3】 住み良いまちを自らの手で楽しみながらつくる機会づくり

■狙い

- ・住民自らがまちの問題点を把握し、課題として認識し、まちづくりに積極的に参画するように、参加の仕組みづくりとして事業を実施する。
- ・観光まちづくりの施策として、まちと観光の結びつきを肌で感じ、観光を暮らしの一部として認識してもらえそうな施策とする。
- ・住民が地域の問題を課題として認識し、対策を考えていく取組みに対して支援を行い、地域における問題解決能力の向上と課題解決策の実施を狙う。

■事業

① 観光まちづくり関連団体の支援育成事業

《実施主体：観光まちづくり団体、富士河口湖町》

- ・まちづくり、環境、外国語等観光まちづくりに関わる人材が組織する団体の立ち上げや実際の活動、また諸団体の連携等について支援する目的で創設された観光まちづくり企画提案事業補助金により、引き続き観光まちづくり関連団体の活動支援を行う。
- ・諸団体の取組み成果の発表や、他地域の事例を学習する機会の設定に務め、住民のモチベーションを高めるように留意する。

② 観光まちづくり関連団体連絡会議の設置

《実施主体：観光まちづくり団体、富士河口湖町》

- ・観光まちづくり関連団体が一同に介し、観光に関わる取組の内容や情報を共有する場として、「観光まちづくり関連団体連絡会議」を設置する。
- ・この会議を通じて、団体間の横のつながりを創出し、団体同士の連携等による効果的・効率的な取組み展開を促す。

■関連施策・事業

- 観光サポーター支援育成事業：個々の興味や特技を活かし、様々な立場で観光まちづくりに貢献する住民等を観光サポーターとして登録し、観光情報の発信など様々な場面で活躍してもらおう。
- 住民による情報発信の促進
- わがまちクリーン・花のまちづくり事業
- 音楽文化ボランティア事業

(4) 国際交流の推進

【施策】 住民による国際交流の機会づくり

■狙い

- ・自らの暮らす地域を理解するには、より大きな世界の中での位置づけを明確にすることが必要であり、そのような観点で観光による国際交流を積極的に推進する。
- ・富士河口湖町が観光産業を主体として成り立ち、外国人観光客の受入れが今後ますます重要であることへの理解を促進し、もてなしの心を持って受入れ体制を整えるためにも、国際交流ボランティア活動の普及拡大を図る。

■事業

① 国際交流ボランティア活動の普及拡大

《実施主体：観光まちづくり団体、富士河口湖町観光連盟、富士河口湖町》

- ・公共施設や観光施設、飲食店等における、多言語表記を進める取組みや、通訳や外国語での観光ガイド等、活躍の機会を整理し、より気軽に国際交流活動に参加できるような環境を整える。
- ・また、国内外での同種の活動などについて学習する機会を設定するなど、外国人との交流の機会づくりを積極的に行い、ボランティア活動のモチベーションを維持する取組みを実施する。
- ・国際観光交流の視点からは、公共施設や観光施設、飲食店におけるメニューの多言語化だけでなく、一般住民が街中で道を聞かれた場合を想定した問答集づくりなどもボランティア活動の中で行っていく。
- ・更に、外国人の緊急時における対応などについても重要であり、ボランティア組織が受け皿となることができるような仕組みを整えていく。

② 国際学校交流事業の充実（受入れ態勢のルール化と内容の充実）

《実施主体：観光まちづくり団体、富士河口湖町観光連盟、富士河口湖町》

- ・海外の学校と町内の学校との交流は児童の国際感覚を養うために有益であるので、海外からの教育旅行誘致の取組みは積極的に行うが、同時に学校教育カリキュラムに支障を及ぼさないよう交流受入に関するルール作りも行う。
- ・また、これまでの交流の取組みの成果や課題を踏まえ、内容の充実を図る。

(5) 観光交流を活かした農林漁業の振興

【主導施策4】 安心・安全な、まちの農産物の購入機会づくり

■狙い

- ・作るだけの農業ではなく、誰に買ってもらうのか、使ってもらうのかをすることで、生産物に対する思い入れが深まり、生産方法の改善も進む。販売の対象を観光客や観光関連施設として明確にすることで、生産者の意識も変化し、品質の向上やニーズにあった商品構成が期待できる。
- ・購入側にとっても、顔の見える、安心・安全な商品を購入する機会が増え、地域に対する認識や、愛着なども生じる。
- ・双方の理解と認識を深め、より多くのモノを流通させることに繋げていく。

■事業

① 農林水産物カレンダーづくり

《実施主体：農協、林業団体、漁業団体、富士河口湖町観光連盟、富士河口湖町》

- ・年間で、いつ何が栽培収穫されているのかを一目で確認できるものであり、来訪時に何が買えるのか、また、目当てのものを買うにはいつ頃訪れればよいのかを確認することができるようになる。栄養価などの情報も掲載する。
- ・農産物を販売する場所はもとより、公共施設や、交通ターミナルの掲示板などにも掲示することで、人目につきやすいようにする。
- ・また、観光情報のホームページや観光パンフレットなどにも情報を流用した簡易版を入れ込むなど、様々な場所で活用する。
- ・レイアウトデザインにも力を入れて、ポスターとしても評価されるようなものを目指す。

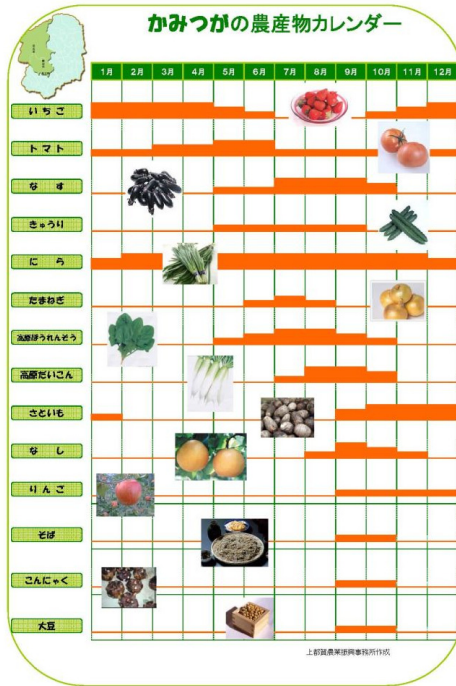
② 直売所ネットワーク事業

《実施主体：農協、富士河口湖町》

- ・町内の直売所が情報交換し、町全体が売り場というイメージを創り出し、販売促進に繋げる。
- ・また、逆に、各販売所限定の商品等も設定し、情報を共有化することで、希少価値を訴えて販売促進に繋げる手法を検討する。
- ・直売所が共同で販売促進し、大口の注文に対応したり、二次加工品等の土産物の共同開発なども行う。
- ・さらに、直売所ネットワークを組織化し、協働でPRを行ったり、共働の売り場を駅に outlet したり、公共の駐車場等で朝市や夕市を開催するためのコーディネートを行う。

■参考事例

農林水産物カレンダーの事例（「かみつが」の農産物カレンダー：栃木県鹿沼市）



直売所ネットワークの事例（久万高原町直産ネットワークスタンプラリー：愛媛県久万高原町）

久万高原町の13の直売所がネットワークし、スタンプラリーなどを行うことで、販売促進を進めている。直売所全体で捉えてもらうことが重要であり、大きな売り場としてのPRが行われている。

久万高原町産直ネットワーク 涼風スタンプラリー
2008年 7月20日～10月31日

久万高原町の直売所を巡って、お買い物をしてね。スタンプを集めて景品をゲットしよう！

■スタンプラリーのご案内■
【実施期間】2008年7月20日（日）～10月31日（金）
【スタンプ押印】500円以上お買い上げいただいた掲載の直売所のレジにてスタンプを1箇所押印します。
【景品の内容】
★5ヵ所以上達成者 もれなく、久万高原町観光スポットクワアファイル進呈。
★10ヵ所以上達成者 抽選で500円相当の特産品が15名様、観光りんご園無料招待券が15名様当たる。
★14ヵ所完全制覇 全員に久万高原の清流米（5kg）プレゼント。
【応募方法】スタンプカード（裏）の景品応募券にお名前・住所・電話番号をご記入いただき、掲載の直売所又は久万高原町産直ネットワーク事務局へご応募ください。抽選後、事務局より景品を送付致します。
●締切 11月7日（金）
●抽選 11月11日（火）

スタンプカード

お買い物と観光（遊び）を楽しもう！！ イベント情報！
さて、おすすめの時期は？

物産館みどり 高原フェスティバル 7/27(日)
久万生活研究会が地元の野菜を具にしたぎょうざの試食や、新鮮野菜・加工品等販売、海山交遊による上郷高野さんのゆでごんの実演販売もある。日曜市実施中（7～11月）

久万農業公園 秋の収穫祭 10/19(日)
新米すくいどり、もちつき、パントリー、木のプランターづくりや花の寄せ植えなど体験してみよう。高野野菜・地方加工品のほか海産物の「海の恵み商品」も並ぶ。

ふるさと旅行村 りんご祭り 9/28(日)
高野野菜・加工品販売。手づくりシャーベットや農台もあって、ゆっくり楽しめる。移動物産も来るよ！「朝取り市」は、お祭りの広場入口付近にある。

久万農業公園 秋の収穫祭 10/19(日)
新米すくいどり、もちつき、パントリー、木のプランターづくりや花の寄せ植えなど体験してみよう。高野野菜・地方加工品のほか海産物の「海の恵み商品」も並ぶ。

東明神青空市 きなつき餅の実演販売 10/25(土) 26(日)
やぐらの餅つき体験もできる！久万林業まつりの日に合わせて実施。国道33号線を通ったら寄ってみよう。

古万屋高原市 感謝祭 11/3(祝)
餅つき、赤飯、おにぎり、蒸しまん、朝取り野菜の販売。涼しい休日で周りの奇岩を見上げてのとうもろこしやトマトのまるかじりはおいしいよ。

面河深谷・石鏡山へ 夏は涼しく、秋は紅葉が美しい面河深谷や石鏡スカイラインのドライブは気持ちがいい。おもてなりのさとう市場と面河特産品開発センターは隣接してある。

西国カスト五段高原へ少し足をのばして、高知の県境付近にある「柳谷農産物直売所」や、四国カスト五段高原のふもとにある「ししまる」へも来てね。R33号線沿いにある柳谷ふれあいマーケットは第1・3日曜日の午前中のみ営業。

完全制覇のポイント 景品がほしいマーケットのスタンプを押印するべし！

① 水・土・日・祝日営業 0892-21-0006 東明神青空市	② 月・木・日以外毎日営業 (祝日は休、水でも営業) 0892-21-0004 久万山だんだん市	③ 毎日営業 0892-21-0071 久万高野山やまなみ市場	④ 月曜日以外毎日営業 (祝日の翌日休み) 0892-21-0503 物産館みどり	⑤ 毎日営業 0892-41-0040 久万農業公園市場
⑥ 日・祝日営業 0892-41-0711 ふるさと旅行村 朝取り市	⑦ 土・日営業 0892-58-2440 古万屋高原市	⑧ 火曜日以外毎日営業 0892-58-2440 面河特産品開発センター	⑨ 月・祝日以外毎日営業 土・日・祝日以外毎日営業 0892-21-1111 西国カスト五段高原	⑩ 月・祝日以外毎日営業 0892-58-0330 久万高野山やまなみ市場

景品応募券

必要事項にご記入の上、掲載の直売所又は久万高原町産直ネットワーク事務局へ応募してください。詳しくは裏面をご覧ください。

お名前 _____
住所 _____
電話番号 _____

※記入していただいた個人情報は、選定に限り利用します。

ご意見・ご提案など何でもかまいませんので、ご記入ください。

ありがとうございました。

(6) 観光交流を活かした街のにぎわいづくり

【施策】 ぶらぶらできる場所づくり

■狙い

- ・観光客をまちなかに誘い出し、にぎわいを創り出すことで、街中のイメージの向上に繋げると同時に、飲食業や土産品販売業の振興にも繋げる。

■事業

① まちかど観光案内所・ツーリストカフェづくり

《実施主体：観光まちづくり団体、商工会、富士河口湖町観光連盟、富士河口湖町》

- ・既存店舗や宿泊施設等において、ミニ案内コーナーを設置したり、地域案内人等になってもらい、一般観光客が問合わせ可能な案内所の機能を担ってもらう。
- ・案内機能は、対面の観光案内が出来ることを条件に登録制とし、協力店・施設マップ・パンフレットづくりや、店舗の宣伝も兼ねて観光情報発信を行い、店舗や施設入口に“まちかど観光案内所”といった表示を行う。
- ・また、遅い時間帯まで営業するカフェやバーなどにおいて、掲示板や書き込み帳等を設置し、観光客同士が情報交換できるスペースを設けた店舗を“ツーリストカフェ&バー”等と称し、観光パンフレットやマップに表示する。まちかど観光案内所同様に、情報発信も行う。
- ・実際のカフェの営業に関しては、既存の喫茶店や居酒屋等に加え、既存公共施設の喫茶室や空きスペースを、まちづくりグループ等へ貸与し、ツーリストカフェを運営してもらうことも検討する。また、観光客の要望などを収集できるようにする。

■関連施策・事業

○まちの魅力発信イベントの開催

(7)観光交流を活かした魅力的な食文化の創造

【主導施策5】 富士北麓のうまいもんづくりとそのブランド化

■狙い

- ・ 来訪者の大きな関心事である“食”の魅力を高めるため、観光客にニーズを踏まえた町の飲食施設等のレベルアップを図る。
- ・ また、町の“食”の魅力を広くPRするとともに、観光客が自分の嗜好に合わせて飲食施設を選べるようにするために、地元グルメのポータルサイトづくりを行う。

■事業

① 富士河口湖町の「食」に関するニーズ調査の実施

《実施主体:富士河口湖町》

- ・ 富士河口湖町に対する「食」のニーズや、町内の飲食施設の課題等（提供メニューの内容やサービス、店内の雰囲気等）を具体的かつ詳細に把握するためのグループインタビューやモニター調査を実施する。
- ・ 調査にあたっては、食に関する富士河口湖町の今後のトレンドを創出していく視点に立ち、より食にこだわる人の声を拾えるような調査を実施する。

② 飲食施設の魅力向上に関する勉強会の実施

《実施主体:観光まちづくり団体、商工会など》

- ・ 上記ニーズ調査結果に関する情報共有と、町の飲食施設の全体的なレベルアップを目的とし、講師等を招聘した勉強会を定期的を開催する。

③ 地元グルメのポータルサイトづくり

《実施主体:富士河口湖町観光連盟》

- ・ 町のオリジナルグルメである「かっぱめし」「ジビエ料理」「富士まぶし」等を提供している飲食施設をや地元産の食材を活用した料理を提供している飲食施設を紹介するポータルサイトを立ち上げる。
- ・ ポータルサイトの一つのコーナーとして、『富士河口湖町のおいしい魅力』といったファンページを立ち上げ、気にいったお店や美味しいと思った料理（メニュー）を旅行者の視点で投稿してもらえるようにする。

④ 富士山の食のブランド化

《実施主体:富士河口湖町観光連盟、農協、商工会》

- ・ 富士河口湖町産の野菜を「富士山の野菜」等としてブランディングし、地域の飲食施設で積極的に活用したり、地域独特の料理を総称するネーミングを考案し、そのPRを行うなど、富士河口湖町の食のブランド化を図る。

■関連施策・事業

○地区毎の特色ある料理の共同開発

【前期で終了した事業】

- 名物料理コンテストの実施
- 生産者と調理人の勉強会の実施
- 飲食店による地元住民向け料理教室等の実施

■参考事例

「食」に関するニーズ調査の実施事例（「くしろ食・観光の戦略的ニーズ調査」：釧路騒動振興局）

釧路総合振興局では、平成 22 年度緊急雇用創出推進事業として、管内の豊かな地域資源や自然などの食・観光資源について、販路拡大や観光客誘致に向けた戦略の策定と「くしろ」地域の魅力をブランド化するための戦略的資料を収集することを目的に、「くしろ食・観光の戦略的ニーズ調査事業」を実施している。

この結果をホームページで公開し、管内市町村や事業者の方々が取り組んでいる「地域ブランド」や「商品ブランド」づくり、観光振興業などにご活用してもらうよう呼び掛けている。

エゾシカ肉料理

北海道で甚大な農業被害をもたらしているエゾシカ肉を有効利用しようと、さまざまな料理のメニュー開発が進んでいる。鉄分豊富で低カロリーのエゾシカ肉を使った和洋さまざまな料理が開発されており、阿寒湖ではエゾシカ肉を使った丼料理が販売されている。

ナチュラルチーズ

北海道内屈指の酪農地帯であるくしろ管内の牛乳は、低農薬でミネラル豊富な牧草で育った牛から搾られ、道内トップクラスの乳質で知られている。近年、地元酪農家によるナチュラルチーズづくりがさかんに行われている。

北のガレット(そば粉のクレープ)

ガレットとは、そば粉に水や塩を加えたクレープ生地、に、チーズや目玉焼き、ハム・ベーコンなどの肉類、魚介類、野菜などをのせて食べる、フランス北部のブルターニュ地方の郷土料理である。くしろ管内では、ブルターニュ地方とよく似た冷涼な気候で取れた高品質なそば粉を使い、ガレットを新たな地元料理にしようと活動が始まっている。北のガレットは、トッピングとして地元の豊富な魚介類や農畜産物がのっている。



釧路総合振興局ホームページ <http://www.kushiro.pref.hokkaido.lg.jp/>

「食」に関するポータルサイトの事例（ひだらボ：岐阜県高山市、飛騨市、下呂市）

岐阜県高山市、飛騨市、下呂市におけるグルメ情報をはじめ、日常生活も含めた多くの情報を一括して取得できる、利用者参加もできる双方向通行型の総合ポータルサイト。運営は「ひだらボ企画編集室 frontier-x」が行っている。

各店舗は自店の特徴やイベントなどを発信することができ、参加者は口コミを投稿することができる。さらに、主要SNSとの連携も図られている。

主要SNSとのリンク

各店舗の発信情報

各店舗の発信情報

利用者の口コミ

ひだらボ <http://www.hidalabo.com/index.cfm>

(8) 観光交流を活かした文化・芸術・体育の振興

【施策】 温故知新の芸術・文化創造

■狙い

- ・伝統工芸として昔のものを作るだけでなく、技法や精神を受け継いだ、新しい工芸を創造し、地域の産業として振興していく。
- ・これらの地域素材を活かして文化性を深めることで、観光客の高次の欲求を満たすとともに、地域住民の文化活動の発展を促す。

■事業

① 観光まちづくり団体と町内のクリエイターの共同イベント等の実施

《実施主体：観光まちづくり団体、富士河口湖町観光連盟、富士河口湖町》

- ・陶芸家や木工作家、画家、音楽家など、町内在住のクリエイターの個展開催の支援や、クリエイターの視点を活かした新たな観光まちづくりイベントの実施等を検討する。

② 伝統工芸再生事業

《実施主体：観光まちづくり団体、ふるさと振興財団、富士河口湖町》

- ・伝統工芸の技術を活かした、現代の生活に活かせる工芸品の製作や、デザインコンペティション等によってそのアイデアを集める。
- ・また、アートプロデューサーを他の事業と絡めて招聘するなどして、現代にも通用する価値を見出す取組みを行う。
- ・伝統工芸の後継者育成、及び新進気鋭の作家育成のため、町内外を問わず伝統工芸に関心を持つ人材を対象に「紬学校」や「ざる学校」等を継続的に開催する。

③ 富士山・河口湖映画祭を活用した文化振興・地域活性化事業

《実施主体：観光まちづくり団体、富士河口湖町観光連盟、富士河口湖町》

- ・「富士山・河口湖映画祭」への住民参加を促すとともに、積極的なPRによる認知度向上を図り、冬季の一大イベントとして定着化させる。

④ 文化観光施設における鑑賞・解説講座等の実施

《実施主体：ふるさと振興財団等》

- ・観光客等を対象とした展示物観賞のポイント等を解説する講座を開催する。

■関連施策・事業

- 水上スポーツイベントの実施
- ウォーキングイベントの実施

【前期で終了した事業】

- 新ハーブの里づくりの構築

■参考事例

地元クリエイターとの共同イベントの実施事例

(お散歩マーケット：埼玉県飯能市黒指、細田地区)

地区在住の工芸作家等が中心になって、ウォーキングを絡めたイベントを実施している。2005年からはじめて、毎年継続している。



伝統工芸体験施設の事例（紬の館：茨城県結城市）

紬の館は、染めから織りまでを体験できる。作家が創作活動の傍ら、本格的に指導なども行えるようにスタッフとして常駐している。施設は結城紬を伝える拠点となっている。

染織体験工房

Oribakan



(9) 自然環境の保全と活用

【施策】 環境に配慮した観光の実践

■狙い

- ・富士河口湖町の観光のベースとなる富士北麓の豊かな自然環境の持続的な活用を図る手法を構築する試みを実施し、観光と環境の共生に努める。
- ・観光客や地域住民が恩恵を受ける仕組みと、そのための規制やなすべき働きかけを明確にし、富士河口湖町で観光することそのものが富士北麓の環境保全・育成に繋がるような仕組みを創造する。

■事業

① 公共施設や町主催のイベントでのエコロジー推進

《実施主体:富士河口湖町、富士河口湖町観光連盟、ふるさと振興財団等》

- ・公共施設や町主催のイベントなどにおいて、リユース食器の利用導入や、間伐材の利用などを推進する。
- ・リユース食器の費用負担については出店者の負担とし、主催者側は導入に関するインセンティブ（出店者が導入に取り組むような動機づけ）を検討する。

② 観光事業系食品残渣利用システムの構築

《実施主体:観光まちづくり団体、富士河口湖町観光連盟、農協、富士河口湖町》

- ・観光事業者の排出する食品残渣などを堆肥化し、農産物の肥料に活用したり、小規模なバイオマス燃料製造の仕組みづくり等を研究し、その具現化、定着を図る。

③ 環境広報の充実

《実施主体:富士河口湖町》

- ・「広報ふじかわぐちこ」にて積極的に環境啓発記事を掲載する。

④ 環境美化活動への支援

《実施主体:富士河口湖町》

- ・ゴミ拾い活動へゴミ袋提供、回収ゴミの処理引き受け、クリーンアップキャンペーンの実施など、積極的な環境美化活動への支援を行う。

⑤ 低公害バスの導入促進および取組みのPR

《実施主体:交通事業者、富士河口湖町》

- ・ハイブリッドバス等の低公害バスの導入を引き続き促進するとともにそのPRを行う。

⑥ 宿泊施設等における自然エネルギー利用促進に向けた研究

《実施主体:富士河口湖町》

- ・太陽光発電設備補助を活用した宿泊施設等における設備導入を促進するとともに、自然エネルギー利用促進に向けた研究を行う。

【前期で終了した事業】

○原生的自然の観光利用のルール化

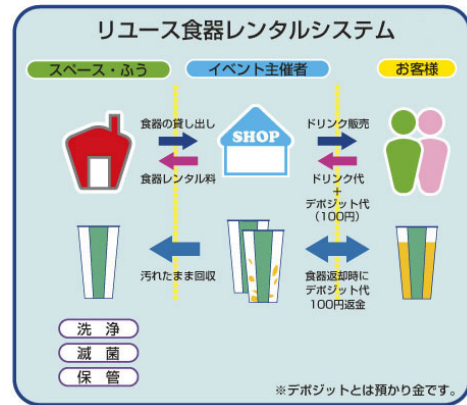
■参考事例

リユース食器のレンタル事業の事例（山梨県増穂町）

山梨県増穂町には、全国で初めてリユース食器のレンタル事業を行っている「NPO法人スペースふう」がある。

NPO法人スペースふうは平成11年9月、山梨県増穂町の女性たち10人が集まり、地域活性化と女性の経済的自立を目指し、立ち上げた。

地域の環境に配慮した組織との協力体制なども築き、行政からエコロジーを推進していくことも重要である。



(10) 地域資源の発掘・活用

【施策】 地域資源を活かしたエコツアー開発

■狙い

- ・環境保全・保護と観光利用の両立を図るため、自然環境やそれを背景として成立してきた生活文化を素材として、保全と育成を図りながら利用する手法を確立する。
- ・富士河口湖町においてその手法を確立し、エコツーリズムの代表的な実践地域としての評価を得て、地域に繰り返し訪れる来訪者の誘致を狙いとする。

■事業

① 新規のエコツアー及び体験活動商品の開発事業

《実施主体:富士河口湖町観光連盟、観光まちづくり団体、富士河口湖町》

- ・前期の事業で作成した地域資源リストを有効に活用するとともに、里山所有者との調整や農林水産物の調達支援、宿泊施設とのネットワーク構築などを行い、商品開発を支援する。

② 「エコツーリズム推進調査」アクションプログラムの推進

《実施主体:富士河口湖町観光連盟、富士河口湖町、観光まちづくり団体》

- ・「エコツーリズム推進調査」アクションプログラムを引き続き推進する。

③ ガイドの育成(レベルアップ)・評価・アピール事業

《実施主体:観光まちづくり団体、富士河口湖町観光連盟、富士河口湖町》

- ・エコツアーのガイド養成講座等を開催するとともに、ガイドの評価を行い、レベルアップにつなげる。

④ 歴史文化を活かしたまちづくり事業(散策マップ、解説板、歴史散策ガイドの実施等)

《実施主体:観光まちづくり団体、富士河口湖町観光連盟、富士河口湖町》

- ・歴史文化に係る案内マップの作成や解説板の設置、およびふるさとガイドの会によるガイドツアー等を継続して実施する。

【前期で終了した事業】

- 資源のリスト化と活用
- まち歩き観光推進事業(地域資源を活用した小径の選定と整備、サイン整備、マップ作成等)