

調査・議論からみえた富士河口湖町の観光の現状の整理

第三次計画の検討にあたり、各種統計・旅行者/事業者アンケート・推進会議/WGでの議論からみえた現状と課題を整理（各調査の詳細は資料2-1・2-2、参考資料を参照）。

① 各種統計からみえたこと

- ✓ 観光客数・宿泊者数は目標水準まで回復。「量」から「質」の段階へ
- ✓ 宿泊の回復はインバウンドが牽引（159万人泊・宿泊者の52%、2024年）。日本人は144万人泊とコロナ禍前（211万人泊）の7割弱にとどまり、市場構成が大きく変化
- ✓ 宿泊・飲食用の建築着工は2022年以降コロナ前の2～3倍。1棟あたりは小型化し、小規模施設を中心に新規参入は活発
- ✓ 宿泊・飲食の事業所数は過去最高水準で、新設が廃業を上回る

② 旅行者アンケートからみえたこと

- ・ 首都圏依存（1都3県6割超）・リピーターは5割超え
- ・ 約9割が自宅から自家用車で直行。リピーターほど自家用車依存が強まる（初回58%→4回目以上82%）
- ・ 周遊は河口湖周辺に閉じる（半数が町内2カ所以下・半数超が西部エリア非訪問）
- ・ 満足度は民間の体験が高評価、公共の受入環境（交通・混雑・トイレ）が低評価。NPSは▲3.0

③ 事業者アンケートからみえたこと

- ・ 経営課題の1位は「老朽化・設備更新」40%。一方、単価向上52%・施設改修47%と投資への意欲は高い
- ・ 外国人宿泊者比率は施設によって二極化。バリアフリー対応は1～2割、防災系の備えは整備途上
- ・ 観光地としての課題は渋滞・二次交通・ごみマナーといった受入環境対策が中心。旅行者アンケートの低満足項目と一致

④ 推進会議・観光みらいWGでの議論

- ・ 「量から質へ」。官民の役割分担や、DMO化など推進体制の議論が必要
- ・ 「オーバーツーリズム」の発信は慎重に。住民理解・ルールマナーの周知が必要
- ・ リニア開業等の広域動向を見据え、通過されない「滞在」の仕組みづくりが必要
- ・ WGでは「自分たちが実施主体」のプロジェクト案が17件。担い手の当事者意識が高い

第三次計画に向けた観光課題の整理（案）—— VICE + B（基盤強化）

第1回推進会議で示した観光課題をベースに、推進会議・観光みらいWG・各種調査の意見を反映して、VICE + 基盤強化の視点で再整理。

Visitor（来訪者）				
課題		内容	出典	
V1	時期・エリアへの集中	訪問先は河口湖畔（訪問率81.5%）に偏り、半数超は河口湖周辺のみで旅行が完結。ピーク時は道路・駐車場に負荷が集中する一方、西部エリア・閑散期には誘客余地（オーバーとアンダーの混在）	統計	SWOT
			旅行者⑦	事業者⑦
V2	周遊・二次交通	自家用車依存（日本人の約7割）で渋滞。二次交通が脆弱で駅周辺動線も未整理。移動弱者への配慮や混雑情報の見える化も不足	統計	WG
			事業者⑦	
V3	滞在促進・夜間コンテンツ不足	1泊以下の滞在が主流。ナイトタイム等の滞在コンテンツが不足し、滞在時間・消費が伸びない	SWOT	WG
			事業者⑦	
V4	体験の質・満足度の偏り	風景・自然への満足は高い一方、混雑・トイレ・移動・飲食など受入環境面の満足度が低い。「量から質へ」の転換が必要	旅行者⑦	推進会議
V5	客層の偏り	日本人宿泊はコロナ禍前を大きく下回り（144万／211万人泊）、インバウンド依存が進行。国内は関東圏偏重で、特定市場への依存リスク	統計	推進会議
			WG	

Industry（事業者・産業）				
課題		内容	出典	
I1	人手不足・担い手確保	宿泊業を中心に採用難。 土日・早朝夜間など観光業の就労実態に合った子育て支援の周知・利用が課題	WG	推進会議
			事業者⑦	
I2	老朽化・設備更新と投資余力	施設の老朽化・設備更新が経営課題の最多（事業者アンケートで1位・40%）。更新に向けた投資余力・資金調達に課題	事業者⑦	
I3	食・飲食の弱さ	宿泊者の夕食提供が不足。飲食店との連携、一次産業との連携・域内調達率、郷土料理の提供に課題	WG	
I4	参入の担い手・参入後の成長支援	統計上は新規参入が活発（着工増・事業所増）。課題は「参入の壁」よりも、地元・若い世代の担い手確保と、参入後の成長・質の向上への支援	WG	統計
I5	経営の高度化	高付加価値化・デジタル対応・日本人客への訴求（単価向上・施設改修への投資意欲は高い）	WG	事業者⑦

Community（地域住民・社会）				
課題		内容	出典	
C1	観光への理解・受容	観光の恩恵が住民に見えておらず、観光客への拒否反応も。経済波及効果など「メリットの見える化」が未実施	推進会議	WG
C2	住民生活への影響・観光マナー	観光客のマナー・ルール（自転車走行・トイレ利用・ごみのポイ捨て等）や民地への立入り・渋滞など、生活環境の圧迫。観光と住民生活のバランス確保	WG	SWOT
			推進会議	事業者⑦
C3	観光教育・世界文化遺産富士山の理解	住民（大人含む）の世界文化遺産富士山への理解不足。子どもへ地域の価値を伝える観光教育機会の不足	WG	推進会議

Environment & Culture（環境・文化）				
課題		内容	出典	
E1	富士山・湖・ 景観の保全	魅力の源泉である自然・景観を守る取組の継続が必要。湖畔の美観維持や眺望の確保・整備が課題	WG	SWOT
E2	文化的価値の継承	世界文化遺産富士山の文化的価値（御師・神社・湖・名水・信仰・歴史）の継承・活用が必要	推進会議	WG
E3	環境負荷への対応 （⇔C2）	ごみ・トイレ等の環境負荷への対応	WG	旅行者⑦

Base（基盤強化）			
課題		内容	出典
B1	推進組織 （DMO機能）	「ビジョン・財源・組織」のうち組織が不足。データ分析・戦略立案・連携を担う公益的機能（観光連盟のDMO化等）の議論が必要	推進会議
B2	データ・統計基盤	直近動向の把握に時差（速報性の欠如）。経済波及効果の推計も未実施	推進会議
B3	危機管理 （レジリエンス）	市場変動（特定国の減少等）・災害・風評への耐性	推進会議

2

「富士河口湖町第3次観光立町推進基本計画」の体系図（案）

理念

（何を大事に観光振興を行っていくべきかどうあるべきかという「不変」のスタンス）

- ① 「富士山」と4つの「湖」を、世界の宝、日本の宝として守り、育て、活用する
- ② 美しい風景と地域の特徴ある景観を創出し、次世代に継承する
- ③ 観光産業が世界に通用する基幹産業として発展を図る

- ④ 訪日外国人に満足を提供し、再び訪問してもらえる観光地を目指す
- ⑤ 観光客と地域住民が、安心・安全・楽しく時間を過ごせる豊かなまちを目指す
- ⑥ 観光財源を魅力に変え、魅力が財源を生む好循環によって、持続可能な観光地経営を目指す

将来像

（本計画を通じて目指すべき、富士河口湖町の観光地のあり方）

富士山と個性ある湖《河口湖、西湖、精進湖、本栖湖》が広がる美しく快適で、持続可能な世界水準リゾート・富士河口湖

富士河口湖町の観光の現状

① 各種統計

- ✓ 観光客数・宿泊者数は目標水準まで回復。「量」から「質」の段階へ
- ✓ 宿泊の回復はインバウンドが牽引（159万人泊・宿泊者の52%、2024年）。日本人は144万人泊とコロナ禍前（211万人泊）の7割弱にとどまり、市場構成が大きく変化
- ✓ 宿泊・飲食用の建築着工は2022年以降コロナ前の2～3倍。1棟あたりは小型化し、小規模施設を中心に新規参入は活発
- ✓ 宿泊・飲食の事業所数は過去最高水準で、新設が廃業を上回る

② 旅行者アンケート

- ✓ 首都圏依存（1都3県6割超）・リピーターは5割超え
- ✓ 約9割が自宅から自家用車で直行。リピーターほど自家用車依存が強まる（初回58%→4回目以上82%）
- ✓ 周遊は河口湖周辺に閉じる（半数が町内2カ所以下・半数超が西部エリア非訪問）
- ✓ 満足度は民間の体験が高評価、公共の受入環境（交通・混雑・トイレ）が低評価。NPSは▲3.0

③ 事業者アンケート

- ✓ 経営課題の1位は「老朽化・設備更新」40%。一方、単価向上52%・施設改修47%と投資への意欲は高い
- ✓ 外国人宿泊者比率は施設によって二極化。バリアフリー対応は1～2割、防災系の備えは整備途上
- ✓ 観光地としての課題は渋滞・二次交通・ごみマナーといった受入環境面

④ 推進会議・観光みらいWGでの議論

- ✓ 「量から質へ」。官民の役割分担や、DMO化など推進体制の議論が必要
- ✓ 「オーバーツーリズム」の発信は慎重に。住民理解・ルールマナーの周知が必要
- ✓ リニア開業等の広域動向を見据え、通過されない「滞在」の仕組みづくりが必要
- ✓ WGでは「自分たちが実施主体」のプロジェクト案が17件。担い手の当事者意識が高い

課題整理

Visitor（来訪者）

- V1** 時期・エリアへの集中
- V2** 周遊・二次交通
- V3** 滞在促進・夜間コンテンツ不足
- V4** 体験の質・満足度の偏り
- V5** 客層の偏り

Industry（事業者・産業）

- I1** 人手不足・担い手確保
- I2** 老朽化・設備更新と投資余力
- I3** 食・飲食の弱さ
- I4** 参入の担い手・参入後の成長支援
- I5** 経営の高度化

Community（地域住民・社会）

- C1** 観光への理解・受容
- C2** 住民生活への影響・観光マナー
- C3** 観光教育・世界文化遺産富士山の理解

Environment & Culture（環境・文化）

- E1** 富士山・湖・景観の保全
- E2** 文化的価値の継承
- E3** 環境負荷への対応（⇔C2）

Base（基盤強化）

- B1** 推進組織（DMO機能）
- B2** データ・統計基盤
- B3** 危機管理（レジリエンス）

施策体系

Visitor（来訪者）—— 観光客の体験価値の向上・維持

施策	具体的施策の例	現計画	課題対応
施策V-1 周遊・分散の促進（エリア・時期）	西側エリアの魅力づくり／閑散期の需要創出／周遊ルート・情報集約	○発展	V1,V5
施策V-2 交通・受入環境の快適化	二次交通・P&R・駅前動線／混雑の見える化／受入環境整備の強化／ユニバーサルデザイン対応	◎継承	V1,V2
施策V-3 滞在・夜間コンテンツの充実	ナイトタイム／雨天時コンテンツ／体験消費の拡充	○発展	V3
施策V-4 戦略的なイベントの展開	既存イベントの拡充／閑散期・夜間のイベント創出／エリア分散型のイベント展開	★新規	V1,V3
施策V-5 データに基づく誘客・情報発信	ターゲット設定（国内回復・市場分散）／公式サイトへの情報集約	○発展	V4,V5

Industry（事業者・産業）—— 持続的な観光産業の構築

施策	具体的施策の例	現計画	課題対応
施策I-1 人材の確保・育成・定着	研修・教育の実施／外国人材の受入環境強化／従業員住宅・子育て支援制度の周知と利用促進	○発展	I1
施策I-2 経営基盤の強化・投資支援	設備更新・改修への支援／資金調達支援／担い手確保・参入後の成長支援	★新規	I2,I4
施策I-3 高付加価値化・連携による稼ぐ力	食・飲食連携・域内調達の促進／DX・単価向上／事業者間連携	○発展	I3,I5

Community（地域住民・社会）—— 観光と地域社会の共存・町民生活の向上

施策	具体的施策の例	現計画	課題対応
施策C-1 観光の恩恵の見える化・理解促進	経済効果・税収効果の発信／町民向け広報／町民優待等の還元	○発展	C1
施策C-2 生活環境・マナー対策	多言語マナー啓発／ごみ・トイレ対策／生活圏の混雑・安全対策	○発展	C2
施策C-3 観光教育・地域の担い手づくり	小中学生への観光教育／住民の世界文化遺産富士山学習／地域の観光参画	◎継承	C3

Environment & Culture（環境・文化）—— 地域固有の価値の保全・継承

施策	具体的施策の例	現計画	課題対応
施策E-1 富士山・湖・景観の保全	湖畔美化／眺望確保と整備	◎継承	E1
施策E-2 文化的価値の継承・活用	世界文化遺産富士山の文化的価値の発掘と発信／文化体験の造成	○発展	E2
施策E-3 環境負荷の低減	ごみ削減／環境配慮型観光の実践	◎継承	E3

Base（基盤強化）—— 町の観光振興を支える基盤の強化

施策	アクションイメージ	現計画	課題対応
施策B-1 推進体制の構築(DMO機能の強化)	役割分担の明確化／DMO機能（分析・戦略・連携）の検討／自主財源・人材確保	○発展	B1
施策B-2 観光データ基盤の整備・活用	統計の充実・速報性向上／調査の定期実施／経済効果の見える化／KPI管理	○発展	B2
施策B-3 観光危機管理（レジリエンス）	災害時の観光客対応（多言語・備蓄）／BCP策定支援／市場変動・風評への備え	◎継承	B3

施策の考え方（案）① V（来訪者）・I（事業者・産業）

- 計画本文では、施策ごとに「ねらい・方向性」を整理し、考えられる具体的施策を「例示」。計画年度中において、状況の変化や新規事業に機動的に対応することとし、「ねらい・方向性」に合う具体的施策は適宜追加
- 毎年度の事業検証は、実施した事業をこの「ねらい・考え方」に当てはめて拾い出し、評価する。

Visitor（来訪者）—— 観光客の体験価値の向上・維持

Visitor（来訪者）の基本方針

▶ 町全体を巡り、また訪れたいくなる観光地へ

観光客数・宿泊者数が目標水準まで回復した今、問われているのは滞在の「質」である。河口湖周辺への集中を町全体への周遊へと広げ、交通・受入環境の不満を解消し、滞在時間と満足度を高めることで、「また訪れたい」と推奨される観光地への転換を図る。

施策V-1 周遊・分散の促進（エリア・時期）

ねらい・方向性

訪問先は河口湖畔に偏り、半数超は河口湖周辺のみで旅行が完結している。西部エリアの魅力づくりと周遊情報の集約により、町全体への回遊と閑散期の需要創出を図る。

具体的施策の例

- 西側エリアの魅力づくり
- 閑散期の需要創出
- 周遊ルート・情報集約 等

施策V-2 交通・受入環境の快適化

ねらい・方向性

渋滞・二次交通・トイレ等は、旅行者・事業者の双方が指摘する最大の不満要因である。二次交通やP&R、混雑の見える化、受入環境の改善により、移動と滞在の快適性を高める。

具体的施策の例

- 二次交通・P&R・駅前動線
- 混雑の見える化
- 受入環境整備の強化
- ユニバーサルデザイン対応 等

施策V-3 滞在・夜間コンテンツの充実

ねらい・方向性

日帰り・短時間滞在が多く、夜間・雨天時の過ごし方が乏しい。ナイトタイムや雨天時コンテンツ、体験消費の拡充により、滞在時間と消費単価の向上を図る。

具体的施策の例

- ナイトタイム
- 雨天時コンテンツ
- 体験消費の拡充 等

施策V-4 戦略的なイベントの展開

ねらい・方向性

イベントは来訪の動機となることに加え、閑散期や特定エリアへの需要喚起にも貢献する。既存イベントの拡充を軸に、閑散期・西部エリア・夜間への展開を進め、観光客の分散と滞在の延伸につなげる。

具体的施策の例

- 既存イベントの拡充
- 閑散期・夜間のイベント創出
- エリア分散型のイベント展開 等

施策V-5 データに基づく誘客・情報発信

ねらい・方向性

首都圏・リピーター依存の成熟市場であり、やみくもな誘客よりも戦略的なターゲット設定が有効である。データに基づく市場分散と公式サイトへの情報集約により、来てほしい客層に的確に届く発信を行う。

具体的施策の例

- ターゲット設定（国内回復・市場分散）
- 公式サイトへの情報集約 等

Industry（事業者・産業）—— 持続的な観光産業の構築

Industry（事業者・産業）の基本方針

▶ 付加価値で稼ぎ、続けていける観光産業へ

町の宿泊業は小規模事業者が裾野を支え、新規参入も活発である一方、施設の老朽化・人手不足など経営基盤の課題を抱える。設備投資と単価向上への意欲を後押しし、人材の確保・育成、事業者間の連携を通じて、「稼げる観光地」として産業の持続性を高める。

施策I-1 人材の確保・育成・定着

ねらい・方向性

人手不足と後継者難は、産業存続の根幹に関わる課題である。研修・教育、外国人材の受入環境、従業員住宅や子育て支援制度の周知・利用促進など生活基盤の支援を一体で進め、「働く場」としての魅力を高める。

具体的施策の例

- 研修・教育の実施
- 外国人材の受入環境強化
- 従業員住宅・子育て支援制度の周知と利用促進 等

施策I-2 経営基盤の強化・投資支援

ねらい・方向性

最大の経営課題は老朽化・設備更新であり、一方で改修・単価向上への投資意欲は高い。設備更新・資金調達への支援と、担い手確保・参入後の成長への後押しにより、意欲を実際の投資へつなげる。

具体的施策の例

- 設備更新・改修への支援
- 資金調達支援
- 担い手確保・参入後の成長支援 等

施策I-3 高付加価値化・連携による稼ぐ力

ねらい・方向性

個社の努力だけでは、単価向上や食の充実に限界がある。食・飲食との連携、域内調達、DX、事業者間連携により、地域全体で稼ぐ力を高める。

具体的施策の例

- 食・飲食連携・域内調達の促進
- DX・単価向上
- 事業者間連携 等

施策の考え方（案）② C（地域住民・社会）・E（環境・文化）・B（基盤強化）

（前頁のつづき）中項目ごとに「ねらい・方向性」を文章で記載し、具体的施策は「例」として添える。

Community（地域住民・社会） —— 観光と地域社会の共存・町民生活の向上

Community（地域住民・社会）の基本方針 ▶ 暮らしと両立し、町民が観光を誇れるまちへ

観光の恩恵が町民に見え、観光に伴う生活への影響が抑えられてはじめて、観光立町は町民に支持される。恩恵の見える化と生活環境・マナー対策を両輪とし、観光教育を通じて次世代の担い手を育て、町民が観光を「自分ごと」として誇れる状態を目指す。

施策C-1 観光の恩恵の見える化・理解促進

ねらい・方向性

観光の経済効果・税収効果が町民に十分伝わっていない。効果の発信と町民への還元により、観光への理解と支持を広げる。

具体的施策の例

- 経済効果・税収効果の発信
- 町民向け広報
- 町民優待等の還元 等

施策C-2 生活環境・マナー対策

ねらい・方向性

渋滞・ごみ・マナーは町民生活への影響が大きく、観光への拒否感の源泉となる。多言語でのマナー啓発と生活圏の混雑・安全対策を、環境負荷の低減（E-3）と一体で進める。

具体的施策の例

- 多言語マナー啓発
- ごみ・トイレ対策
- 生活圏の混雑・安全対策 等

施策C-3 観光教育・地域の担い手づくり

ねらい・方向性

観光立町の持続には、次世代の理解と参画が欠かせない。小中学生への観光教育や住民の世界文化遺産富士山学習を通じ、地域の観光参画を促す。

具体的施策の例

- 小中学生への観光教育
- 住民の世界文化遺産富士山学習
- 地域の観光参画 等

Environment & Culture（環境・文化） —— 地域固有の価値の保全・継承

Environment & Culture（環境・文化）の基本方針 ▶ この町の価値を守り、活かす観光へ

湖と富士山の自然景観は、来訪者・事業者の双方が認める本町最大の価値である。世界文化遺産富士山の文化的価値（御師・神社・湖・歴史等）を含め、保全と活用の両立を図り、観光の基盤である地域固有の価値を次世代に引き継ぐ。

施策E-1 富士山・湖・景観の保全

ねらい・方向性

自然景観は、来訪者の96％・事業者の97%が認める町の生命線である。湖畔の美化と眺望の確保・整備により、価値の源泉を守る。

具体的施策の例

- 湖畔美化
- 眺望確保と整備 等

施策E-2 文化的価値の継承・活用

ねらい・方向性

世界文化遺産富士山の文化的価値（御師・神社・湖・歴史等）は、十分に活用されていない。発掘・発信と文化体験の造成により、保全と活用の好循環をつくる。

具体的施策の例

- 世界文化遺産富士山の文化的価値の発掘と発信
- 文化体験の造成 等

施策E-3 環境負荷の低減

ねらい・方向性

観光量の増加は、ごみ・環境負荷の増加と表裏である。ごみ削減と環境配慮型観光の実践を、C-2（生活環境・マナー対策）と一体的に進める。

具体的施策の例

- ごみ削減
- 環境配慮型観光の実践 等

Base（基盤強化） —— 町の観光振興を支える基盤の強化

Base（基盤強化）の基本方針 ▶ 計画を実行し続ける体制へ

施策を実行し続けるには、担い手となる推進体制、判断の拠り所となるデータ、危機への備えが不可欠である。DMO機能の強化・観光データ基盤の整備・観光危機管理を三本柱に、計画を「回す」ための土台を整える。

施策B-1 推進体制の構築（DMO機能の強化）

ねらい・方向性

行政・観光連盟・事業者の役割分担が曖昧で、データ分析・戦略立案を担う組織が不足している。観光連盟のDMO化を含む推進体制を検討し、自主財源・人材の確保と併せて実行体制を整える。

具体的施策の例

- 役割分担の明確化
- DMO機能（分析・戦略・連携）の検討
- 自主財源・人材確保 等

施策B-2 観光データ基盤の整備・活用

ねらい・方向性

統計の速報性や経済効果の把握に課題があり、施策判断の材料が不足している。統計の充実と調査の定期実施、経済効果の見える化により、データに基づく計画運用（KPI管理）を定着させる。

具体的施策の例

- 統計の充実・速報性向上
- 調査の定期実施
- 経済効果の見える化
- KPI管理 等

施策B-3 観光危機管理（レジリエンス）

ねらい・方向性

特定市場への依存や災害・風評は、観光経済の急変リスクである。災害時の観光客対応やBCP策定支援、市場変動への備えにより、危機に強い観光地経営を実現する。

具体的施策の例

- 災害時の観光客対応（多言語・備蓄）
- BCP策定支援
- 市場変動・風評への備え 等

參考資料

第三次計画に向けた施策体系（案）—— 課題と施策の対応

課題整理（前頁）の各課題を、VICEの視点ごとの施策の柱へ対応づけ。現行計画（第2次後期）からの引継ぎ状況をフラグで表示。。

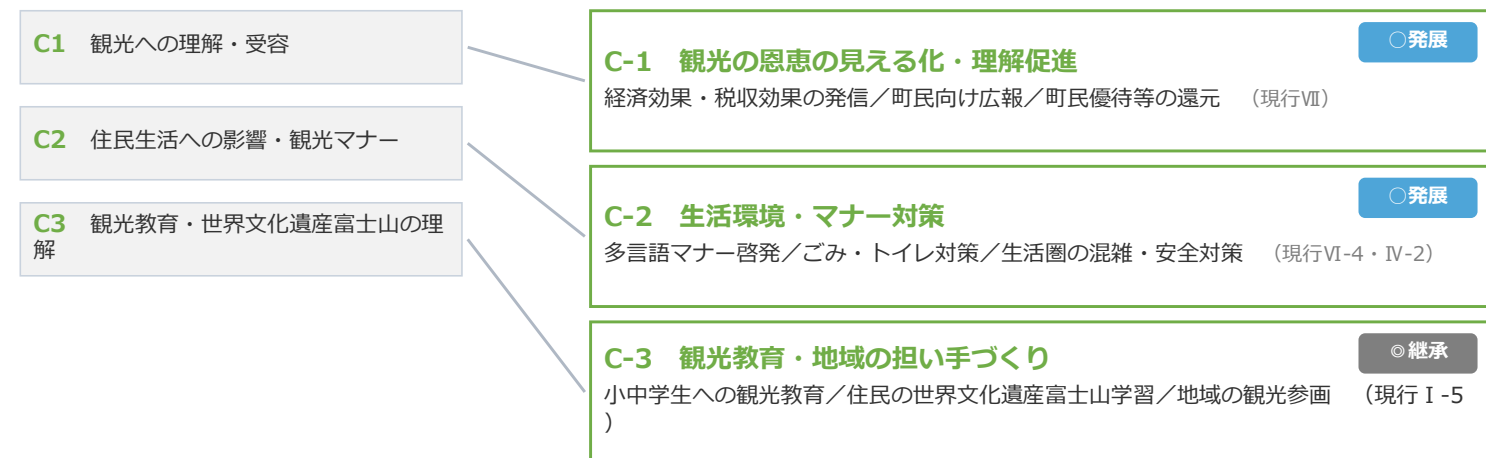
Visitor（来訪者）—— 観光客の体験価値の向上・維持



Industry（事業者・産業）—— 持続的な観光産業の構築

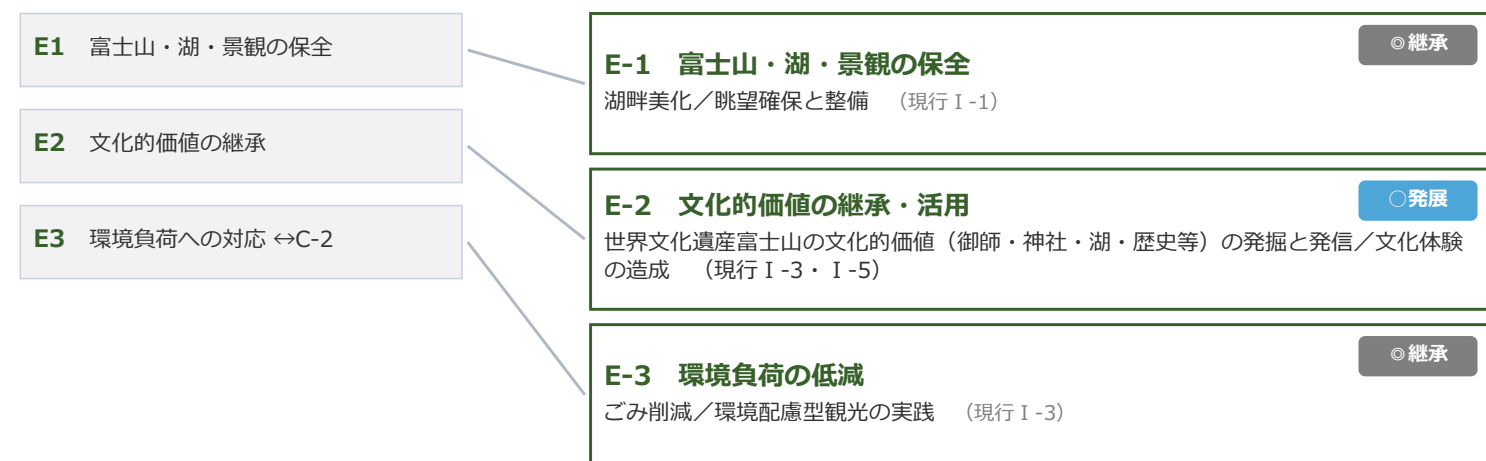


Community（地域住民・社会）—— 観光と地域社会の共存・町民生活の向上



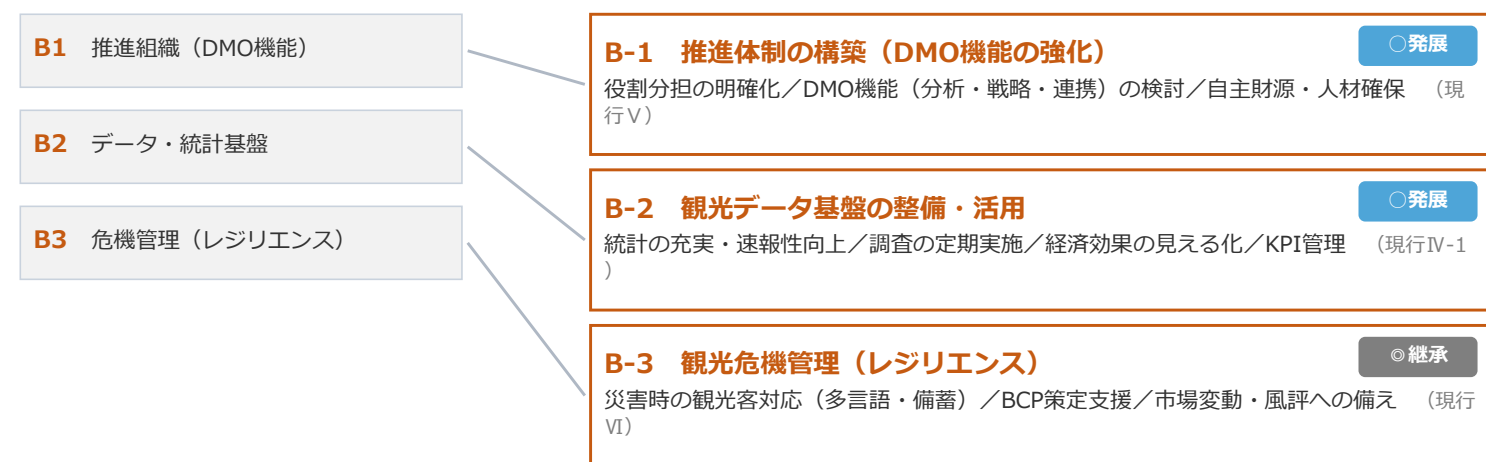
※ C4（従事者の生活基盤）は、施策としてはI-1（人材の確保・育成・定着）で一体的に推進

Environment & Culture（環境・文化）—— 地域固有の価値の保全・継承



※ E3（環境負荷）の実務対応は、C-2（生活環境・マナー対策）と一体的に推進

Base（基盤強化）—— 町の観光振興を支える基盤の強化 ※記載位置（第7章等）は今後調整



現行計画（第2次後期）の施策と第三次計画（案）の対応

現行計画の8戦略36施策について、第三次計画（案）の施策体系との対応と引継ぎ区分を整理した。廃止する施策はなく、8施策を他の施策に統合、2施策を計画本文の別章へ移行する。

Ⅰ【世界遺産・湖】		
① 世界水準の湖畔観光地としての美観整備	E-1 富士山・湖・景観の保全	◎継続
② 富士山・4つの湖の個性を活かした体験・滞在プログラム	V-1 周遊・分散／V-3 滞在・夜間	○発展
③ 世界文化遺産に沿った環境配慮型観光の実践	E-3 環境負荷の低減	◎継続
④ 富士五湖首都圏フォーラムの推進	広域連携（第6・7章で整理）	→移行
⑤ 町民が富士山世界文化遺産を学べる機会創出	C-3 観光教育・担い手づくり	◎継続

Ⅱ【交通】		
① 国中から郡内へのアクセス向上（リニア新駅）	V-2 交通・受入環境／広域連携	○発展
② 富士山西麓のネットワーク強化	V-2 交通・受入環境／V-1 周遊・分散	◎継続
③ 道の駅のブラッシュアップ	V-1 周遊・分散（周遊拠点）	△統合
④ 歩く観光・自転車観光の環境整備と情報発信	V-2 受入環境／C-2 マナー対策	○発展
⑤ 新たな移動手段の導入の検討	V-2 二次交通・P&R	◎継続

Ⅲ【宿泊・滞在化】		
① 宿泊施設の受入環境整備	I-2 経営基盤の強化・投資支援	○発展
② 滞在時間を長くする仕組みづくり	V-3 滞在・夜間コンテンツ	◎継続
③ 飲食施設の魅力向上	I-3 高付加価値化・連携	○発展
④ 冬の魅力アップ	V-1 閑散期の需要創出	△統合
⑤ ラグジュアリー観光の推進	I-3 高付加価値化・連携	○発展

Ⅳ【プロモーション】		
① 観光統計の充実と分析強化	B-2 観光データ基盤の整備・活用	○発展
② 国内観光客への誘致策・プロモーション強化	V-5 データに基づく誘客・情報発信	◎継続
③ ターゲット国の特性を捉えたプロモーション	V-5 データに基づく誘客・情報発信	◎継続
④ リピーター対策の強化	V-5 データに基づく誘客・情報発信	◎継続
⑤ 戦略に基づく海外マーケットでの宣伝活動	V-5（③と一体で実施）	△統合

Ⅴ【組織・人材】		
① （一社）富士河口湖町観光連盟との連携強化	B-1 推進体制の構築（DMO機能）	○発展
② 観光・宿泊・交通の外国人対応力の向上	I-1 人材／V-2 受入環境	○発展
③ 国内外の大学・学生との連携強化	I-1 研修・教育	△統合
④ 観光産業従事者の確保	I-1 人材の確保・育成・定着	◎継続
⑤ 観光財源の検討	宿泊税として実現（第6章）	→移行

Ⅵ【危機管理】		
① 平常時の地域の安全・安心の確保	B-3 観光危機管理	◎継続
② 非常時の正確かつ迅速な体制整備	B-3 観光危機管理	◎継続
③ 防災のまちづくりの推進	B-3 観光危機管理	◎継続
④ オーバーツーリズムへの対応	V-2 混雑の見える化／C-2 生活環境	○発展

Ⅶ【町民参加】		
① 観光に対する住民理解の促進	C-1 恩恵の見える化・理解促進	○発展
② まちづくりと観光に関わる人材の育成	C-3 観光教育・担い手づくり	◎継続
③ 観光まちづくり団体の支援充実	C-3 地域の観光参画	◎継続
④ 町民による「おもてなし」の推進	C-1／C-3	△統合

Ⅷ【ユニバーサルデザイン】		
① ユニバーサルツーリズムの推進	V-2 受入環境（UD対応）	△統合
② 観光施設のバリアフリー化・UD導入	V-2 受入環境／I-2 設備更新支援	△統合
③ UDに配慮した案内サイン・観光マップ	V-2 受入環境／V-5 情報発信	△統合

引継ぎ区分の内訳（36施策）

◎ 継続（内容をほぼそのまま引継ぎ） 15施策
○ 発展・再構築（内容を広げて再編） 11施策
△ 統合（単独では立てず他施策に包含） 8施策
→ 移行（計画本文の別章で整理） 2施策
× 廃止 0施策

※ 第三次計画で新設する施策：I-2 経営基盤の強化・投資支援／V-4 戦略的なイベントの展開

※「統合」は単独の施策としては立てず、他の施策に含めて実施するもの。「移行」は施策体系ではなく、計画本文の別章（広域連携・宿泊税の活用方針）で扱うもの。