

御殿場市観光戦略プラン
(平成 28 年度～平成 32 年度)

平成 28 年 3 月
御 殿 場 市

御殿場市観光戦略プラン

目次	1
【計画編】	2
1. 御殿場市観光戦略プランの策定について	3
2. 御殿場の観光を取り巻く状況	4
3. 御殿場市観光ハブ都市構想	6
4. 御殿場の観光振興の目指す姿	6
5. 基本戦略	7
6. 観光戦略プランの体系図	8
7. 戦略の展開	9
基本戦略1 御殿場らしい観光スタイルの確立	10
基本戦略2 観光ハブ都市機能の強化	26
基本戦略3 人が集まる受け入れ体制の充実	31
8. 計画の推進体制	38
【調査編】	40
1. 市民意識調査	41
2. 観光客満足度調査	82
3. 観光事業者ヒアリング	88
4. 観光バス聞き取り調査	90

【計画編】

1 御殿場市観光戦略プランの策定について

(1) 観光戦略プラン策定の背景

本市は、観光の振興が、交流人口の拡大や地域経済の活性化の柱となる政策であり、観光を軸としたまちづくりを持続的・戦略的に進めていくために、市民、企業、行政等、観光に関わる全ての人々の行動の指針を打ち出すものとして、平成20年度に平成27年度までを計画期間とする「御殿場市観光戦略プラン」を策定しました。

この度、第四次御殿場市総合計画前期基本計画のスタートに合わせてとともに、社会情勢の変化に対応するため、これまでの観光戦略プランを見直し、新たに策定したものです。

(2) 観光戦略プランにおける観光振興の意義

○観光振興は、市内の多くの産業に影響し、新しい事業や雇用を創出するものです。現在も大勢の人々が本市に來訪していることから、本市の観光は、地域の産業経済の活性化や地域のイメージアップ、PRに大きく貢献しているといえます。

○観光振興は、地域を商品とするものであり、市民にとっても固有の歴史や文化と向き合い、見直す機会にもなります。観光の振興策の実行は、その過程で地域への愛着や誇りの醸成、地域の新たな魅力創造等、文化的な影響も期待できます。

○観光振興は、御殿場らしさをアピールし、地域の特色を出す有効な手立てとなります。観光振興によって創出され高められる本市の価値や魅力は、余暇や休養を求める人々を惹きつけることに加えて、本市への定住促進や産業立地などにも大きく貢献していくものとなります。

○観光振興は、市民をはじめ企業や団体、有識者や専門家が一体となって進められるものです。全市的な取り組みを行っていく過程で、市民一人ひとりが主体的に行動していくことにより、本市全体の地域活力の高揚につながります。

(3) プランの計画期間

今回、見直し策定する御殿場市観光戦略プランの計画期間は、第四次御殿場市総合計画前期基本計画との整合性を図り、平成28年度～平成32年度の5か年とします。なお、計画期間中にプランの進捗状況について観光懇話会等で検証し、必要に応じてプランの見直しを行います。

(4) 5年後の目標値

	基準値 (平成26年)	目標値 (平成32年)	出典
観光交流客数	1,411万人	1,500万人	静岡県観光交流の動向 (静岡県)
宿泊客数	95万人	120万人	静岡県観光交流の動向 (静岡県)
外国人宿泊客数	15,473人	20,000人	宿泊旅行統計調査 (観光庁)

2 御殿場の観光を取り巻く状況

(1) 社会情勢の変化等

1 高度情報化社会の進展

情報通信技術の高度化（高速化・大容量化）の進展は著しく、それを活用した新しいサービスが次々と開発・提供されています。平成26年末時点において、我が国でインターネットを利用している人（インターネット普及率）は8割を超えています。また、スマートフォンや携帯型タブレット端末の普及により、インターネットが国民にとって大きな利便、恩恵をもたらす生活の必需品になっていると言えます。観光面においても、旅行関連サイト等からの観光情報の収集や宿泊予約などが一般化し、今後その活用はますます多様化していくことが予想されます。特に、外国人観光客への対応として無料W i - F iなどの公衆無線LAN等の環境が整った施設整備や多言語での標識案内等が重要となります。

2 外国人観光客の増加

情報、経済、交流等、さまざまな分野・活動において世界規模での拡大が進んでいます。観光面では、日本からの海外旅行者が、ここ数年の平均として1,700万人前後で推移しているのに対し、海外からの訪日外国人旅行者は、平成26年は1,341万人と過去最高を更新しています。国の訪日促進キャンペーンの効果や、羽田空港の再拡張・国際化、東南アジア諸国に対する査証緩和・免除の措置等により、今後も訪日外国人旅行者は一層増加していくことが予想されます。外国人観光客は主にツアーによる団体客が多い中で、例えば中国人の富裕層等といった個人観光客も増加しています。

また、富士山静岡空港が中国との定期就航便を増やしており、中国からの観光客がさらに増加することが見込まれます。

3 環境問題に対する関心の高まり

今日、地球温暖化、自然資源の大量消費、生態系の破壊等、地球規模での環境問題が顕在化する中、環境への負荷を考慮した行動様式や社会システムが強く求められています。観光においても、自然体験、環境学習等を通じて、自然や文化に対する理解を深めるエコツーリズムやグリーンツーリズム等のニーズが高まっています。

4 御殿場を取り巻く環境の変化

全国的に訪日外国人観光客が増加する中で、箱根・富士五湖・伊豆を周遊する過程で御殿場に立ち寄る外国人観光客が増加しています。これらの集客拠点や国を挙げての訪日促進がもたらす観光交流客数の増加を生かし、本市の観光振興に結びつけていくことが求められます。さらに、観光連携協定市（浜松市）、観光交流協定市（熱海市、伊豆市）をはじめとした広域観光エリアとの連携を強めていくことも求められます。

また、富士山静岡空港や新東名高速道路をはじめとする交通インフラの整備、富士山、韮山反射炉の世界遺産登録、そして、2019年ラグビーワールドカップ日本開催、2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会開催が決定し、国内外からさらに交流人口が増加することが期待されます。

(2) 観光動向

1 我が国の観光動向

平成27年度版の観光白書によると、平成26年における日本からの海外旅行者は、約1,690万人であり、円高の影響で過去最高を記録した平成24年よりは減少しておりますが、ここ数年は1,700万人前後で推移しています。年によって増減はあるものの、リーマンショック以降基本的に同程度の水準をキープしているといえます。

一方、平成26年の海外からの訪日外国人旅行者は約1,341万人で、初めて訪日外国人旅行者が1,000万人を超えた前年よりさらに29%の増加と、過去最高を大幅に更新しています。

2 静岡県の観光動向

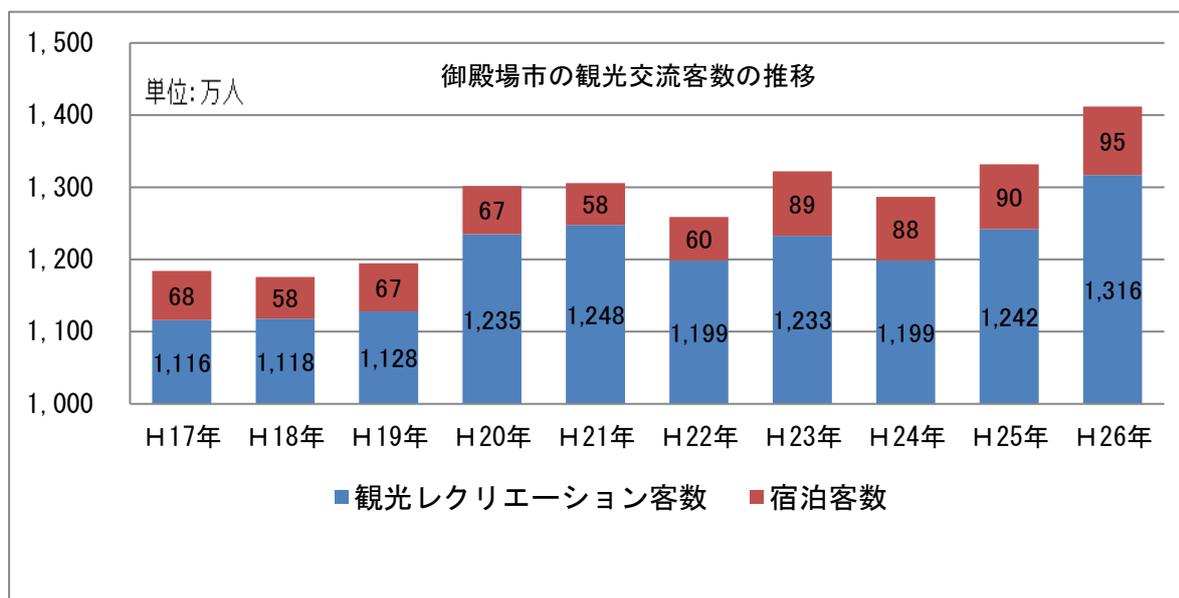
静岡県の平成26年度の観光交流客数は1億4,793万人で、前年比2.0%増の過去最高となりました。東駿河湾環状道路や圏央道の開通による伊豆地域へのアクセスの向上、浜名湖花博2014の開催等がその要因として考えられます。

一方、宿泊客数については、平成26年度は1,881万人であり、前年比3.2%増でしたが、ピーク時（平成3年）に比べると7割弱という数字になっています。

3 御殿場市の観光動向

近年の本市の観光交流客数は、御殿場プレミアム・アウトレット、御殿場高原時之栖等の集客拠点への集客数は増加しており、静岡市、浜松市について県下第3位の規模を維持しています。

本市の平成26年度の観光交流客数は1,411万人（宿泊客数95万人、観光レクリエーション客数1,316万人）で、平成25年度と比較して約6%の増加となっています。宿泊客数、観光レクリエーション客数ともに増加しており、周辺市町と比較しても観光交流客数の伸び率は大きいといえます。



(3) 本市の観光課題

富士山世界遺産登録後も、ラグビーワールドカップや東京オリンピック・パラリンピック競技大会等の国際スポーツイベントの国内開催が決定し、特にオリンピックにおいては県内で自転車競技の実施も決まり、海外からさらなる観光客の増加や愛好家等の来訪が予想されます。同時に、市外では伊豆縦貫道路や圏央道、市内では新東名高速道路（仮称）御殿場インターチェンジや国道138号バイパス、それらに関連したアクセス道路等、交通インフラの整備が進んでおり、人の往来や流通はより変化していくものと考えられます。

このような状況をいかに活用していくか、また、JR御殿場線や高速バス等の公共交通機関の利活用促進を図りながら観光振興施策を展開していくかが大きな課題となります。

3 御殿場市観光ハブ都市構想

(1) 目標とする観光ハブ都市像

本市は、富士箱根伊豆観光交流圏の中にあつて地理的に中間に位置し、東名高速道路・国道138号・国道246号等の南北軸と東西軸の基幹道路が交差する交通の要衝であります。このような地理的優位性、交通利便性の強みを生かし、本市を訪れた観光客が滞留した後、周辺のまちへ足をのばす際の出発地となり、中継地となり、若しくは周辺を観光し本市をゴール地とするよう、いずれの場合にも必ず本市に立ち寄り滞留してもらつて観光スタイルを目指します。

(2) 観光ハブ都市構想の推進の取り組み

1 滞留型観光の推進

本市を訪れる観光客を市内全域に回遊させ、滞留、滞在させることで、地域の賑わいを創出し、経済の活性化に繋がります。そのために民間活力を導入し、既存の観光資源のネットワーク化を進め、新たな観光商品・御殿場ブランドを開発し、魅力ある観光のまちを創出します。

2 広域連携の強化

富士箱根伊豆観光交流圏の中間点に位置する当市の地理的優位性・交通利便性を生かした観光交流の推進を図るため、周辺市町村との連携、県域を超えた広範囲の自治体等との連携、全国的に主要な周辺の観光エリアとの連携を推進し、観光ハブ都市としての機能を高めます。

4 御殿場の観光振興の目指す姿

「富士山麓御殿場リゾート」

○富士山や箱根外輪山の豊かな自然環境や景観を生かし、観光ハブ都市として発展することで、人に選ばれ、人が集い、滞留し、訪れた方々の心と体を癒し、愛される観光のまちを目指します。

5 基本戦略

(1) 御殿場らしい観光スタイルの確立

富士山世界遺産登録、東京オリンピック・パラリンピック競技大会の開催決定等により、本市を含む富士山周辺に求められる観光交流の期待は高まっています。また、全国的に定住人口の減少が進むなか交流人口を増やしていくことが求められ、地域らしさのある観光の魅力づくりが重要となります。

このため、富士山の眺望やハイキング、ゴルフ、乗馬等のスポーツ環境を生かした地域の魅力を高めるとともに、集客性のあるイベントの開催や新たな観光資源の発掘、創出により、御殿場らしい観光スタイルの確立に取り組みます。

(2) 観光ハブ都市機能の強化

本市への観光交流客数は、観光ハブ都市機能の進展により順調に増加し、箱根や富士五湖を周遊する観光客も増えています。また、新東名高速道路（仮称）御殿場インターチェンジの開設、国道138号バイパス等の交通インフラの整備が平成32年までに完了する予定であることから、今後も観光交流客数の増加が期待されています。

このため、広域的な交通の要衝である利点をさらに生かすとともに、市内の観光資源を楽しむことのできる魅力を高め、効果的に発信していくことで、広域的な観光の中心となる観光ハブ都市の確立に向けた都市機能の強化に取り組みます。

(3) 人が集まる受け入れ体制の充実

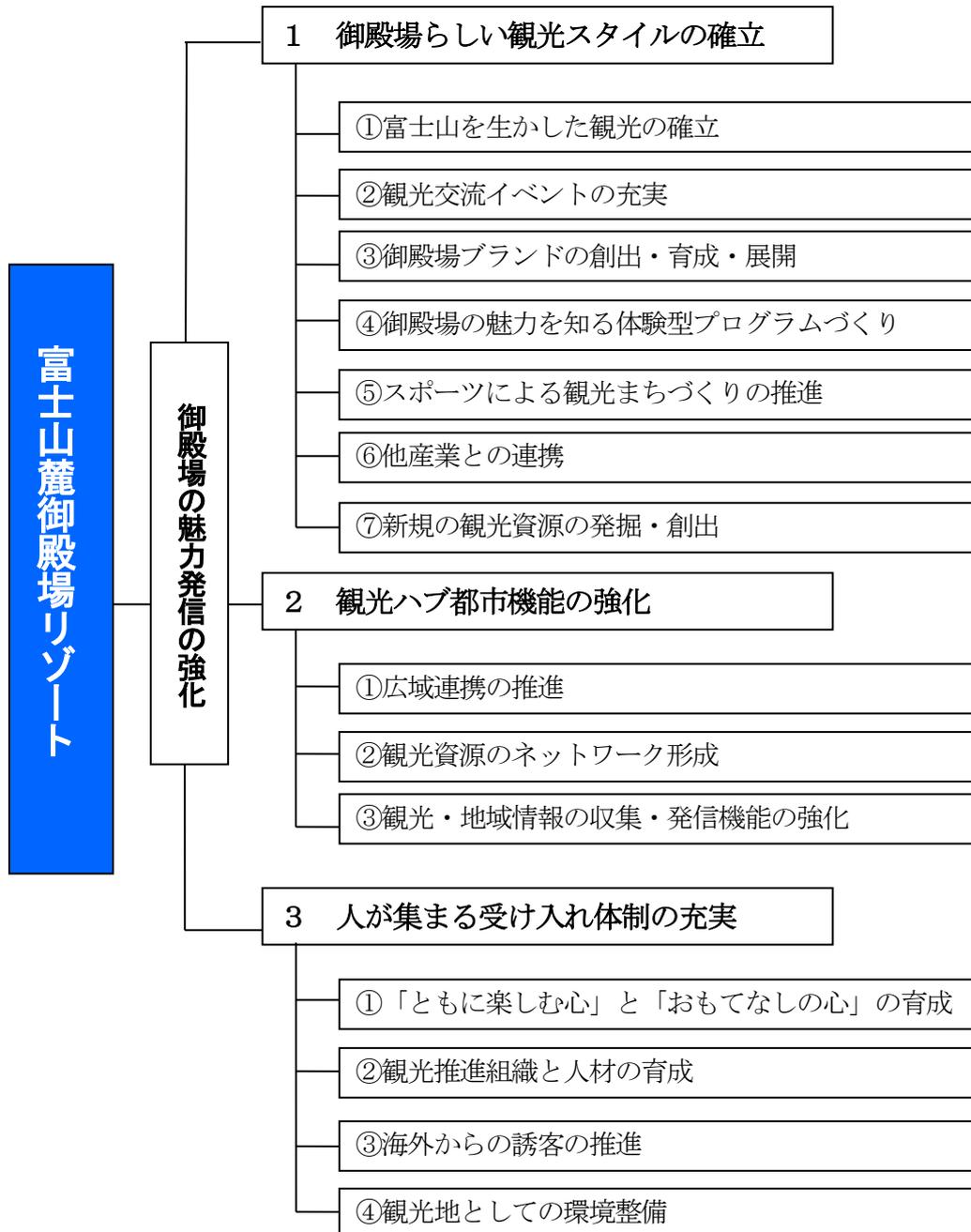
本市の観光交流客数は順調に増加していますが、今後においても社会情勢の変化に的確に対応し、効果的な誘客施策を展開することにより、さらに交流客数の増加を図る必要があります。

また、訪日外国人観光客は急増し、本市においてもアジアをはじめとする諸外国からの観光客がさらに増加することが予想されます。

国内外からの来訪者の増加に対し、公共交通の利便性向上やユニバーサルデザインへの対応等、受け入れ環境を整えていく必要があります。

そのため、御殿場らしさの魅力を高めるとともに、国際性のある対応力を持ち、市民一人ひとりがおもてなしの心でお迎えする受け入れ体制の充実に取り組みます。

6 観光戦略プランの体系図



7 戦略の展開

○3つの基本戦略に基づき、御殿場の観光振興を戦略的に展開していくために必要な施策を整理します。なお、具体的な取り組み内容については、その実施過程において柔軟に対応していくべきものとなります。また、プランの進捗状況について、計画期間中に進捗状況を観光懇話会等で検証し、必要に応じて見直しを行います。

○施策の展開にあたり、主に関係する主体については、

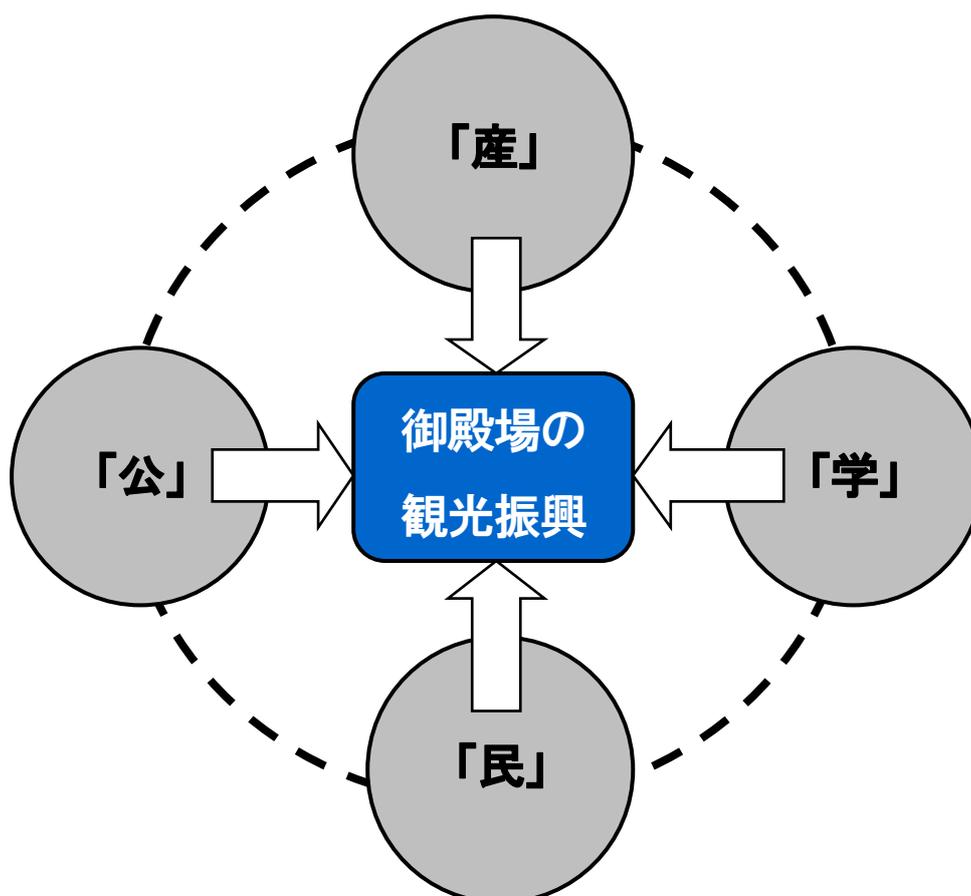
「産」（商工団体、観光協会、交通事業者、旅行事業者、施設事業者、企業、個人商店、農協等）、

「学」（専門研究機関、有識者・専門家等）、

「民」（市民、NPO法人、ボランティア団体等）、

「公」（市、近隣自治体等）

の4区分とし、その中で取り組みの中心となる主体を「◎」、支援・協力する主体を「○」とします。



施策 1-①【富士山戦略】富士山を生かした観光の確立

【展開の方向性】

- 富士山を最大限に生かした観光誘客を図ります。富士山そのものと、富士山がもたらす恵みとを本市の観光の核として戦略的に発信、展開していきます。また、世界遺産としての富士山の顕著な普遍的価値を後世に保全、継承するとともに、積極的に誘客活動に取り組みます。
- 大砂走りやプリンスルート、宝永山、双子山を含む周辺ハイキングコース等、他の登山口にはない特長を備えた富士山御殿場口をさらに魅力溢れるものにし、御殿場だけの富士山の楽しみ方を強力に発信していきます。
- 富士山という貴重なロケーションと本市の特長を最大限に生かした誘客イベントの実施、誘致を推進します。
- 富士登山の拠点であり、年間数万人が訪れる御殿場口新五合目について、「世界文化遺産富士山五合目のあり方」（価値を守る、価値を伝える、価値を安全に味わう）を踏まえつつ、御殿場口の制約、特徴に応じた整備を検討、実施し、さらなる活性化を目指します。特に、利便性向上のための施設の充実やユニバーサルデザイン化、現地へのアクセス向上を推進します。
- 富士山への来訪者が市内にも回遊するよう、温泉や市内観光施設、地元商店等と連携し、ストーリー性を持たせた観光ルートの開発を進めることで、富士山と本市が一体となる観光振興を目指します。
- 来訪客が富士山を安心安全に楽しめるよう、関連施設、遊歩道等の保全管理を行います。また、現地での安全啓発や、防災対策を推進します。
- 本市からの富士山の眺めは、その雄大さや美しさから特別であるという認識のもと、御殿場ならではの眺めとして磨きをかけていくとともに、本市の観光の重要な資源として、保全と活用を図ります。
- 富士山樹空の森を、富士山観光と効果的に結び付けることにより、本市を代表する観光資源とすることを目指します。

【具体的施策】

施策	内容(例示)	関係する主体			
		産	学	民	公
1. 富士山御殿場口への誘客	①御殿場だけの富士山の楽しみ方の提案・創出とプロモーション、他登山口との差別化(大砂走り、プリンスルート、トレイルランニング、スカイランニング、ハイキング、マイカーでの来訪可、富士山から望む駿河湾及び相模湾 等)	◎		○	◎
	②誘客イベントの開発・誘致と実施(マウントフジトレイルステーション設置運営、各種ツアー・体験型プログラム等の開催、登山者おもてなし給水 等)	◎	○	○	○
2. 富士山御殿場口新五合目の活性化・整備	①アクセスの利便性・柔軟性の向上(バス路線の増加、周辺観光施設を巡るバス路線開発、タクシー協会との連携 等)	◎			○
	②施設の充実(新五合目トイレの整備、案内所・救護所・警察詰所の設置及び24時間対応化の検討 等)	○			◎
	③施設や案内表示のユニバーサルデザイン化(多言語表記、バリアフリー化 等)	○			◎
3. 富士山から市内への誘客	①富士山来訪者の市内回遊の促進(新五合目や山小屋での観光案内、観光・温泉・宿泊施設・商店との連携 等)	◎		○	○
	②富士山関連施設・資源の活用(新橋浅間神社、印野の熔岩隧道、駒門風穴の紹介・案内強化、相互利用推進 等)	◎		○	○
	③モデルコースの設定 (ア：富士山を知って学ぼうコース 富士山樹空の森、印野の溶岩隧道、新橋浅間神社、湧水スポット イ：富士山の恵みを味わおうコース 温泉、御殿場みくりやそば、ウイスキー、水かけ菜、わさび田 ウ：富士山を撮影しようコース 各眺望地点 等)	◎	○	○	○

4. 富士山御殿場口周辺及び関連資源の保全管理・安全対策	①下山道、ハイキングコースの保全と改良 ②登山者への安全啓発 (現地指導、富士山ナビゲーターの設置、広報媒体における注意喚起 等) ③現地での安全対策 (防災訓練の実施、防災用品の配備 等)	○ ◎ ○	○ ○ ○	◎ ◎ ◎	◎ ◎ ◎
5. 良好な富士山の眺望の整備・活用	①ハイキングコースや里山景観と絡めた眺望地点の整備 (富士山眺望遺産 等) ②富士山を背景とした良好なまち並みの形成 (総合景観条例、景観形成ガイドプラン 等) ③眺望を生かした誘客 (撮影スポットの整備・PR、モデルコースの設定・広報 等)	○ ◎	○ ○	◎ ◎	◎ ○
6. 富士山樹空の森の積極的利活用	①富士山来訪者の取り込み戦略 (バス路線新設の検討、案内・看板の充実 等) ②自然環境や施設を生かした特色ある事業の実施 (ACO CHILL、富士山太鼓まつり、各種展示 等) ③常設施設の利用者数増加に向けた取り組みの検討	◎ ◎ ◎	○ ○ ○	○ ○ ○	○ ○ ○



マウントフジトレイルステーション



富士山樹空の森

施策1-②【イベント戦略】観光交流イベントの充実

【展開の方向性】

- 観光交流イベントとは、来訪者にとっては御殿場の魅力に触れる機会となり、市民にとっては自分のまちへの理解を深め愛郷心を育む機会となります。御殿場を代表する「御殿場わらじ祭り」や「富士山太鼓まつり」等の観光交流イベントを充実させ、参加者が御殿場の歴史や文化、風土に触れ、まちをより身近に感じ、より詳しく知ることができる機会を提供します。
- イベントの実施には市民の参加が不可欠であり、情報発信を充実させ認知度を上げることで市民の積極的な参加とイベントの規模の拡大を目指します。同時に市民のニーズを捉え、反映させることでイベントの活性化を図ります。
- イベントの充実、改善のために、定期的に議論する機会を設け、イベント終了後にも企画や運営等について多く市民の意見を収集する体制を整えます。そこで得られた意見を反映し、変化や新規性を取り入れることで、より高い満足度を得られるような運営を進めます。
- 個人の価値観やライフスタイルが多様化し、共通の趣向を持った人々が集まることによりイベント化するという事例が増えつつあります。多様化するニーズを把握するための情報収集に努め、内容やターゲットを絞る等の工夫を加えることで、新規イベントの可能性を探ります。

【具体的施策】

施策	内容(例示)	関係する主体			
		産	学	民	公
1. 既存イベントの充実	①情報発信の工夫（一元的なサイトの充実、定期的な更新、SNSの有効活用、イベント間の連携 等）	◎		○	○
	②地域・企業との協力体制、ボランティア育成等の運営体制の整備	◎		○	○
	③イベントの改善を継続的に実施する体制の整備（アンケート調査、口コミ情報の収集）	◎		○	◎
2. 新規イベントの誘致・支援・開発	①民間主体のイベントを活性化させるための環境整備	◎			○
	②新規イベント提案のための情報収集と分析	◎	○	○	◎
	③独自性を持ったイベントの検討（御殿場らしさに焦点を当てたイベント、内容やターゲットを絞ったイベント 等）	◎		○	◎

施策1-③【ブランド戦略】御殿場ブランドの創出・育成・展開

【展開の方向性】

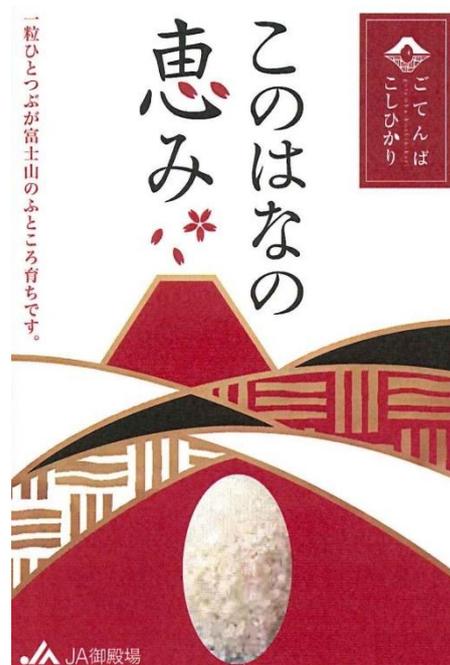
- 御殿場というまち全般に関わるブランド形成について、富士山の雄大さや豊かな自然などの御殿場のイメージを大切にしたい取り組みを推進し、本市の魅力を表現するための統一感のあるネーミングの作成等により、認知度やイメージの向上を図ります。
- 本市の優れた自然環境を象徴する「水」、「緑」を生かしたブランド商品の開発、PRを進めるとともに、湧水や市民の森など「水」、「緑」に関連する観光情報やイメージの発信を進めます。
- 御殿場わらじ祭りの起源となったわらじ作りの歴史を後世に継承し、御殿場といえば「わらじ」というイメージを確立するため、イベントの充実と併せてPRを行います。
- 徳川氏御殿造営400年を契機とした本市の伝統芸能の掘り起こし作業を進め、市民が伝統芸能や文化に触れる機会を設けるとともに、将来のブランドとなりうる物を創り出す施策を検討します。
- 特産品の開発等について、商品づくりの背景となる明確な本市の観光イメージを構築し、魅力発信戦略と合わせて、ブランド化を展開していきます。
- 本市にある、世間に広く知られていない隠れた特産品や匠の技を掘り起こし、PRを推進します。
- 観光資源、歴史遺産が集中する東山・二の岡地区について、別荘文化の再評価や食文化を活用した万国村再生計画等によるブランド化を進めます。
- 商品づくり、販路拡大、広報等を総合的に捉えた観光マーケティングの発想に立って取り組みを進めることが重要であり、また、観光客のニーズの変化に対応していくためには、地域（地元事業者や市民等）の主導的な役割が欠かせないことから、ブランド形成に関わる各主体の連携を強化する取り組みを進めます。
- 「御殿場みくりやそば」、「ごてんばこしひかり」、水かけ菜、ハム、ソーセージなど、御殿場ならではの地場商品、既存ブランド商品のさらなる育成と、新たなブランド商品の開発を行います。

【具体的施策】

施策	内容 (例示)	関係する主体			
		産	学	民	公
1. 御殿場ブランドのイメージ形成、PR	①ブランドイメージの強化 (共通イメージの形成、ネーミング、キャッチフレーズ等)	○	○	○	◎
	②観光親善大使や富士娘の活用	◎			○
	③市民や来訪者が、御殿場ならではの文化や伝統芸能に触れることができる機会の創出 (御殿場わらじ祭り、徳川氏御殿造営400年等)			◎	○
2. 新規ブランド製品の開発	①事業者、市民、外部専門家等との協働によるブランド製品の開発、観光資源の商品化	◎	○	○	○
	②東山・二の岡地区のブランド化の推進			○	◎
3. ブランド製品の販売促進	①販路拡大の支援 (御殿場みくりやそば、ごてんばこしひかり、水かけ菜、ハム、ソーセージ等)	○			◎
	②販売施設の整備の検討 (駅周辺、道の駅等)	◎			○



御殿場みくりやそば



ごてんばこしひかり

施策 1-④【体験型プログラム戦略】御殿場の魅力を知る体験型プログラムづくり

【展開の方向性】

- 近年増加傾向にある地域の特性を生かした体験型プログラムによる観光として、富士山のトレッキングやハイキングだけでなく、富士山樹空の森や駒門風穴、印野の熔岩隧道（御胎内）等の関連施設を利用した、歩くだけではない五感を通して富士山を学ぶ機会を提案します。
- 本市は、富士山や箱根の山々に囲まれ豊富な自然に恵まれており、それらを生かしたコンテンツも多くあります。また、首都圏から一時間程度で訪れることができる利便性の高さから、年間を通して多くの来訪者があります。既存の施設やイベントの、より魅力的な情報を発信することにより、首都圏からの誘客拡大を図ります。
- 体験型プログラムには、体験を通して対象の歴史や背景を学ぶという教育的な側面があります。現在も体験学習や野外授業で多くの子どもたちが本市を訪れていますが、引率する教育関係者の関心を引きつける体験型プログラムを提供することで、その後の裾野の拡大と継続的な誘客を目指します。
- 富士山の湧水は希少なものであり、商品として販売されている他、県外からそれを目的に立ち寄る人が多くいます。また、それを使用することにより数多くの名産品が生まれています。自然の賜物である湧水を中心とした御殿場ならではの体験型プログラムを提案します。
- 2019年にはラグビーワールドカップの日本開催、2020年には東京オリンピック・パラリンピック競技大会の開催が決定しています。すでに全国各地で盛り上がりの気運が醸成されつつあり、本市においても事前キャンプ誘致を進めている中、トークショーや体験学習会、パブリックビューイング等の関連するコンテンツを提供します。
- 体験型プログラムは、季節に応じた内容が提供でき、継続的な誘客が期待できます。一年を通して実施するには、一括した窓口や受け入れ体制が必要となります。窓口や体制を整備することでスムーズに受け入れを進め、参加者がより満足感を得られ、再度参加したくなる体験型プログラムの提供を目標とします。

【具体的施策】

施策	内容(例示)	関係する主体			
		産	学	民	公
1. 富士山を中心とした体験プログラムの整備	①富士山のトレッキングコース・ハイキングコースの整備			○	◎
	②富士山の歴史を学ぶ機会の創出(富士山樹空の森、駒門風穴、印野の熔岩隧道 等)	◎		◎	○
	③富士山の歴史や自然を熟知したガイドの育成と活用		○	◎	○
2. 既存の施設やイベントによる誘客	①施設との協力体制の整備(乗馬、ゴルフ、収穫体験 等)	◎		○	○
	②広報の強化(施設やイベントの意見収集、商談会の利用 等)	◎		○	◎
	③新規プログラムの提案(ロケツーリズム等)	◎		○	○
3. 教育的側面による誘客の拡大	①子どもだけでなく大人も満足できる学習的プログラムの作成	◎			○
	②プログラムを反映したツアーの作成と提案(富士山の自然を学ぼう、御殿場の歴史を知ろう 等)	◎		○	○
	③他市町村との連携による内容の充実・拡張	◎			○
4. 湧水を中心としたコンテンツの作成	①名産品を巡るツアーの提案(ごてんばこしひかり、御殿場みくりやそば 等)	◎		○	○
	②名産品を生み出す湧水を知る機会の提供(湧水の通り道を辿る、湧水に触れる 等)	◎		○	○
	③そば打ち体験	◎		○	○
5. スポーツと連携した体験の提案	①スポーツのルールや面白さを知る機会の提供(トークショー、講演会 等)	◎	○	◎	○
	②体感することによる興味や関心の喚起(体験教室、選手との合同練習 等)	○	○	◎	○
	③多くの人で観覧し、感情を共有する場所の提供(パブリックビューイング、施設で実施される試合の応援ツアー 等)	◎		◎	○

6. 体制や制度の整備	①季節に応じたプログラムの情報提供と案内体制の整備（夏山を歩こう、秋の森を乗馬で巡ろう 等）	◎		◎	○
	②参加者が快適に参加できる受け入れ体制の整備	◎		◎	○
	③アンケートや口コミ投稿等の情報収集とそれらを反映や改善する体制の整備	◎		◎	○



あぜみちウォーキングの様子

施策 1-⑤【スポーツツーリズム戦略】スポーツによる観光まちづくりの推進

【展開の方向性】

- スポーツは、「観る」「する」「支える」等多彩な参加形態を持ち、本市が目指す滞留型観光を推進するためにもスポーツによる交流人口の増加を図り、本市の環境にあったスポーツツーリズムを促進することでスポーツによる観光まちづくりを推進していきます。
- 本市にはスポーツレクリエーション施設（ゴルフ場、乗馬施設、フィッシングエリア、キャンプ場等）が数多く点在しており、隣接する町には富士スピードウェイ等もあることに加え、富士山の麓で体を動かす付加価値のある恵まれた環境のため、ゴルフ、乗馬、サッカー、ラグビーをはじめとする民間スポーツ施設を利用した体験型観光の促進やスポーツ合宿の誘致を進めます。また、馬術・スポーツセンター等の公共スポーツ施設を活用し、スポーツ合宿はもちろん、国際、全国大会レベルのスポーツ大会の誘致、支援を推進します。
- 本市の地理的な特徴を生かしたクロスカントリーコースを整備する等、トレーニングの合宿拠点として活用される可能性を検討し、スポーツツーリズムの推進を図ります。
- 国内最大規模のスポーツイベント（三井住友VISA太平洋マスターズ、モータースポーツPRイベント、ウルトラトレイルマウントフジ等）が継続して本市で開催されるように大会を支援し、さらに富士登山駅伝競走大会等の本市が誇る伝統的なスポーツイベントをさらに盛り上げ、支援をしていく他、大会を「観る」来訪者の誘客促進を図るため、おもてなしの充実や周辺観光施設との連携を図ります。また、スポーツボランティア等が活躍できる環境を整えるため、「支える」スポーツの体制を整備し、さらに地元で活動するスポーツチームを地域で支え応援することで市民の愛郷心を育てます。
- 富士山と箱根外輪山に囲まれた自然豊かなアウトドア環境を生かし、登山・ハイキングをはじめとした魅力あるアクティビティを体験できる環境整備や商品コンテンツの開発、また、ツアーや交流・体験機会の創出、アウトドアイベントの誘致や開催支援を図り、観光誘客につなげます。
- 高原都市としての御殿場の地理的な特徴を生かし、社会的なニーズも高まっていて、人がさらに幸せを感じるためのスポーツ+αのニューツーリズム（健康増進のため体を動かすこと+温泉や食による癒し、健康な人をさらに健康にするフィットネス・美容によるヘルスツーリズム等）の検証と創出を図ります。
- 2019年ラグビーワールドカップや2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会等の大規模な国際スポーツイベントを契機としたスポーツツーリズムの推進と、事前キャンプ地の誘致活動及びスポーツ交流と地域活性化に取り組みます。
- 「観る」「する」「支える」それぞれの立場によるスポーツとツーリズムの融合を図り、本市の地域性を生かした観光誘客を進めます。また、スポーツツーリズム推進のための人材育成や受け入れ体制の整備等を検討し、情報発信を強化します。

【具体的施策】

施策	内容(例示)	関係する主体			
		産	学	民	公
1. スポーツによる体験型観光の創出(民間スポーツ施設の利用促進と公共スポーツ施設を活用した誘客促進)	①ゴルフ振興の推進(御殿場小山ゴルフ振興事業の推進、ゴルフを生かした観光まちづくりの推進等)	◎		○	○
	②乗馬施設、キャンプ場、スポーツフィッシング施設の利用促進	◎		○	○
	③御殿場高原時之栖のサッカーやラグビー施設の利用促進や大会誘致	◎		○	○
	④ナショナルトレーニングセンター等の公共スポーツ施設を活用した大会誘致(馬術・スポーツセンター等)	○			◎
	⑤スポーツ合宿の誘致や国内外のスポーツ交流の推進(トレーニングの合宿拠点としての可能性の検討等)	◎		○	○
2. 観る・支えるスポーツによる誘客促進	①三井住友VISA太平洋マスターズ御殿場協力会事業の推進	○		○	◎
	②モータースポーツ関連企業との連携(富士スピードウェイ等)	◎			○
	③御殿場で活動するスポーツチームの支援(JFAアカデミー福島等)	○		○	◎
3. アウトドアアクティビティによる誘客促進	①アウトドアイベントの誘致、開催、支援(ACO CHILL、マウントフジトレイルステーション等)	◎	○	○	◎
	②自然を生かしたアウトドアアクティビティ体験メニューの創出(登山、ハイキングツアーやトレイルランニング、クロスカントリー、マウンテンバイク等)	◎	○	○	○
4. スポーツ+αの新たなニューツーリズムの創出	①健康増進のためのスポーツ+ヘルスツーリズム等の検証	○	○		◎
	②スポーツ施設と温泉施設との連携	◎			○

5. 大規模国際スポーツイベントを生かした取り組み	① 2019年ラグビーワールドカップ及び2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会の事前キャンプ誘致	○	○	○	◎
6. 地域性を生かしたスポーツツーリズムの推進	① 人材育成と受け入れ体制の整備の検討 ② 御殿場のスポーツツーリズム情報の発信強化	○	○		◎



ACO CHILL



市内ゴルフ場

施策 1-⑥【産業間連携戦略】他産業との連携

【展開の方向性】

- 本市の工業、商業、農業等の他産業の強みを生かし、産業観光の可能性を探ります。産業施設の見学や体験による誘客活動だけでなく、特産品の開発にも結びつくような取り組みを進めます。
- 景勝地や観光施設を巡るだけでなく、訪れた地域の食や文化、産業、まちなか等、地域全般を楽しむような観光志向も高まる中、このような観光ニーズに対応していくために、観光関連事業者だけでなく、地域内の様々な事業者や団体等が関わり、連携して多様な魅力づくりを進めます。また、地域内の各種の事業者等の連携強化により、地域の経済活動や地域活動等の活性化を促進します。
- 本市は良好な自然資源が豊富であり、首都圏にも比較的近い立地特性から、農山村地域の多様な資源を活用した、来訪者との交流を図るグリーンツーリズムや、旅を通じて地域の自然環境に親しみ、環境保全の重要性を理解することをテーマとしたエコツーリズムの展開について検討します。
- 市民農園や体験農場等の施設整備と、魅力的なプログラムの開発や支援体制の整備を促進するとともに、クライנגルテン（小屋つき滞在型市民農園）の整備に向けての可能性の調査等、御殿場の一つの旅行形態となるような取り組みを検討します。
- 民間の保養所や研修所との連携を促進し、利用状況を調査、把握したうえで、観光客が有効的に活用できる方法の検討を進めます。
- 本市の農産品を生かした地産地消の取り組みを進めます。農産品のブランド化を進め、それらを生かした加工品や地域独自メニューの開発を進めます。

【具体的施策】

施策	内容(例示)	関係する主体			
		産	学	民	公
1. 産業観光の推進	①モデルルートの検討、PR(工場見学ツアー等)	◎			○
	②協力企業との連携強化及び新たに協力可能な企業の発掘	○			◎
	③自衛隊との連携、富士山樹空の森の利活用促進	◎			○
2. グリーンツーリズム、エコツーリズムの推進	①既存のプログラムの充実と、新たなプログラムの開発に向けての検討	○		○	◎
	②プログラムの推進体制の充実(協力可能な農業者・団体等)	○		○	◎
3. 市民農園・体験農場等の整備推進	①市民農園や体験農場等の施設整備	○		◎	○
	②クラインガルテンの整備に向けての検討及び関係機関との調整	○		○	◎
4. 民間の保養所や研修所との連携	①観光客の利用に向けた、利用状況の調査や施設側との連携促進	◎			
5. 地産地消の促進	①推進体制の整備(飲食店と農家の連携等)	◎		○	○
	②地産地消を実践している店舗等のPR促進	◎		○	○
	③地域食材を生かした食ブランドの確立、地域独自メニューの検討	◎		○	○

施策 1-⑦【新規資源戦略】新規の観光資源の発掘・創出

【展開の方向性】

- 東山・二の岡地区は、明治22年の東海道線御殿場駅開設以降、数多くの著名人や外国人の別荘地として栄えました。現代においても、映画等多数のメディアの撮影場所となっていると同時に、御東原循環線の桜並木をはじめ複数の観光資源が集中する地区でもあり、自然景観だけでなく歴史的、文化的な価値のある地区として景観整備重点地区として選定されています。御殿場の自然、歴史、文化の遺産である東山・二の岡地区を有効活用し、観光資源としての開発を進めます。
- 豊富な植生を有する富士山樹空の森や秩父宮記念公園をはじめ、高根地区や富士岡地区を中心とした菜の花、東山湖や平和公園の椿や桜、国道138号のアジサイロード、原里バラ園や陸上自衛隊東富士演習場のススキ原、富士山スカイラインの紅葉といった、四季折々の植物を鑑賞するための環境の整備や関連イベントを展開します。
- 団地間連絡道路等の桜・紅葉の植栽や、富士岡地区で実施している富士山の眺望を生かした森林整備事業等を御殿場の新たな景勝地としてPRします。
- 近年の健康志向や自然志向の需要に対応するため、ハイキングコースやウォーキングコースの整備を進めるとともに、温泉や食事等の保養資源を相乗的に活用して、富士山の麓で英気を養う観光（ヘルスツーリズム等）を提案します。また、交通事業者や旅行事業者、関連団体、地域と連携することで、ゴルフや乗馬等の新しい内容を検討し、観光形態のさらなる多角化、充実化を目指します。
- 本市の市名は、江戸時代に徳川家康が御殿を造営するように命じたといういわれに由来します。本市はこの他にも、東海道や馬車鉄道、SLなど、特有な歴史を持ち、また長い年月をかけて濾過された富士山の伏流水を使った御殿場みくりやそばやごてんばこしひかり、水かけ菜、ウイスキーなど、様々な文化を育んできました。このような本市の独自性に焦点を当てた、御殿場の歴史探訪をテーマとした観光を開拓します。

【具体的施策】

施策	内容 (例示)	関係する主体			
		産	学	民	公
1. 東山・二の岡地区の有効活用	①地域との連携促進 (東山区、二の岡区)	◎		◎	○
	②施設や環境の整備 (歩道の修繕、周辺の清掃 等)	○		◎	○
	③歴史や文化に関する情報のとりまとめと効果的な広報	◎		◎	○
	④東山路観光協議会との連携			◎	◎
2. 四季の植生を生かした観光まちづくりの推進	①既存の植生や施設等の有効活用	◎		○	○
	②植生鑑賞のおすすめの季節と場所、鑑賞場所等の情報の整理、提供	◎		◎	○
	③団地間連絡道路等の植栽や森林整備事業等の新たな景勝地のPR			○	◎
3. 英気を養う観光 (ヘルスツーリズム等) の促進	①ハイキングコース、ウォーキングコースの整備			○	◎
	②保養を目的とした統一感ある温泉や食事等の提案	◎		○	○
	③交通事業者や旅行事業者、関連団体、地域との連携	◎		○	○
4. 御殿場の歴史探訪による観光の開拓	①御殿場の歴史に触れられる観光資源の発掘、整理	◎		◎	○
	②観光資源と関連する周辺環境の整備 (駐車場、案内看板 等)	◎		○	○
	③人材の受け入れ体制の整備 (運営スタッフ、案内ガイド 等)	◎		◎	○

施策 2-①【周辺都市との連携戦略】広域連携の推進

【展開の方向性】

- 周辺市町村等との観光資源の情報共有や連携強化を図りながら、双方の利益や有効性、相乗効果等を考慮した協調的な施策を推進し、本市及び周辺市町村を含む箱根エリア、富士五湖エリア、伊豆エリア等の広いエリアが目的地となるような観光誘客を進め、情報や地場産品の集積を図る等、広域観光エリアでの誘客や周遊を促進する取り組みを進めます。
- 「富士地区観光協議会」、「富士箱根伊豆国際観光テーマ地区協議会」、「表富士観光キャラバン」等の既存の広域連携組織との連携強化を図るとともに、「国道138号沿線広域観光連携協議会」等、県境をまたぐ箱根エリア、富士五湖エリアの市町村との連携施策をさらに進めます。
- 観光連携協定を結ぶ浜松市、観光交流協定を結ぶ熱海市・伊豆市との連携による強化を図り、広域エリアでの周遊ルートの提案やネットワーク化、各都市間の協調的な情報提供などの施策展開を進めます。特に増加傾向にある外国人観光客について、国際化に向けたより一層の受け入れ環境の整備や周遊ルートの形成等を広域連携の中で推進を図ります。
- 観光コンベンションの誘致強化を図るため、静岡県東部地域コンベンションビューローと連携し、県東部から伊豆地域までを含めた広域エリアにおける観光資源の活用、人の交流、情報の交換を促進します。



御殿場プレミアム・アウトレット



御殿場高原時之栖

【具体的施策】

施策	内容(例示)	関係する主体			
		産	学	民	公
1. 広範囲の市町村との相互連携強化	①広域連携組織の活性化と連携強化(表富士観光キャラバン、国道138号沿線広域観光連携協議会、富士地区観光協議会、富士箱根伊豆国際観光テーマ地区協議会等)	◎	○		◎
	②観光連携協定都市(浜松市)、観光交流協定都市(熱海市・伊豆市)との連携強化	○		○	◎
	③新たな枠組みの広域連携体制づくりの検討		○		◎
2. 広域連携施策の推進	①広域観光周遊ルートの形成(テーマ性、ストーリー性のある観光地のネットワーク化、昇龍道プロジェクト※1)等との連携	◎			◎
	②広域エリアでのPRの強化(相互情報発信やサイン整備等)	◎		○	○
3. 観光コンベンションの誘致強化	①静岡県東部地域コンベンションビューローとの連携強化				◎

※1 昇龍道プロジェクト…中部運輸局、北陸信越運輸局及び中部広域観光推進協議会が、中部北陸9県(長野・石川・富山・福井・静岡・愛知・三重・岐阜・滋賀)の自治体、観光関係団体、観光事業者等と協働で中部北陸圏の知名度向上を図り、海外からのインバウンドを推進するために取り組んでいるプロジェクト

施策2-②【滞留型観光戦略】観光資源のネットワーク形成

【展開の方向性】

- 御殿場プレミアム・アウトレット、御殿場高原時之栖は、年間を通じた重要な誘客拠点となっていることから、これらの誘客拠点とその他の観光施設との連携を促進し、多くの来訪者が他の御殿場の魅力に触れ楽しむ機会を提供する周遊観光を促進する施策に取り組みます。特に、アウトレット内にある御殿場コミュニケーションコーナーにおける観光案内をさらに充実させ、市内観光への周遊を促進します。
- 富士山の恵みや魅力の集まる富士山樹空の森や、景観整備重点地区に指定されている東山・二の岡地区等の拠点施設・エリアについて、各施設や地域と連携して周遊を促進し、相互に魅力を発信することで誘客力の向上を図ります。
- 観光客の移動において利便性を確保するバス連絡網等の交通基盤の整備とともに、産業観光をはじめとする新たな観光メニュー等、他産業も含めた事業者間、施設間の連携による魅力的な周遊提案やPRなどの検討を進めます。

【具体的施策】

施策	内容(例示)	関係する主体			
		産	学	民	公
1. 誘客拠点を活用した周遊促進と情報発信	①誘客拠点を中心とした周遊モデルコースの提案(季節限定モデル、観光志向別モデル等)	◎		○	○
	②誘客拠点と連携した情報発信(コミュニケーションコーナー、関連施設の有効活用等)	◎		○	○
2. 各観光施設の誘客力向上と周遊促進	①個別の施設の整備や広報の充実(富士山樹空の森、秩父宮記念公園等)	◎		○	
	②情報の提供・共有、PRの強化(交流の場の設置、共同イベントの実施等)	◎		○	○
	③周遊利用の促進策の導入(特典サービス、共通利用クーポン等)	◎			○
3. 各観光施設への移手段の確保	①既存路線バスの利活用促進(既存路線バスの活用によって観光施設に連絡できることのPR)	◎			○
	②施設循環バスの整備計画・運行の実施(観光ルートの作成、効果的な周遊の検討等)	◎			○

施策 2-③【御殿場の魅力発信戦略】 観光・地域情報の収集・発信機能の強化

【展開の方向性】

- 御殿場の魅力ある地域資源は、磨き上げれば観光に活用できるものが数多くあるため、そうした地元の人しか知らない御殿場ならではの資源を市民自らが見つけ、情報を集約する仕組みを作る必要があります。そのためにも市民からの情報の提供や来訪者からの新たな魅力の投稿など、幅広い情報収集手法により御殿場の魅力の情報の収集、整理（データベース化）を進めます。
- 既に訪れている多くの観光客が他の施設や地域にも立ち寄ってもらうために、旬の情報や観光客の感性に訴えるモデルコース等の観光情報の発信に努め、情報コンテンツの充実を図ります。また、関係機関や団体間での情報の共有化を進めます。
- 本市へのアクセスが良く、多くの来訪者が見込める首都圏を中心とし、ターゲットを明確に定め、最適な伝達手段を選択して広報戦略、プロモーション活動の強化を進めます。さらに、情報発信機能の強化を図るため、本市や観光協会のホームページを御殿場の観光情報全般の窓口として、利用者が見やすく使いやすいものに常に改善し、御殿場の魅力を発信する観光情報ポータルサイトを確立します。
- 個人ブログやSNS（ソーシャルネットワーキングサービス）等での利用者による口コミ情報が果たす役割や影響力は大変大きいことから、口コミ情報等の利用者評価をサービス改善に役立てるなどの活用を進めます。また、インターネットや携帯電話等、場所や時間に制約されずにいつでもどこでも情報が入手できる環境が進化していく中で、その技術進化に対応し、観光客のニーズに応じた情報発信の充実を努めます。その他、インターネット、新聞、テレビ、雑誌、ラジオ等のメディアや、観光親善大使を活用した効果的、戦略的なプロモーションを展開します。
- 御殿場ならではの地域資源を活用したプロモーション動画やポスター等の宣伝媒体によるイメージアップ施策の展開により、広く御殿場の魅力を発信します。また、御殿場のイメージアップを図るため、映画やテレビのロケを誘致するフィルムコミッションの取り組みを促進し、交流人口の増加につなげます。
- 多様化する観光ニーズに対応し、新たな広域交通網の整備による観光客の流れ、動向を的確に把握することが求められる中、観光動向調査、満足度調査、マーケティング調査等、各種観光施策を構築するために必要な調査を実施し、観光客の意識について継続的に把握、分析を進めます。また、それらの分析データは、観光関連事業者や市民に対する意識啓発の材料として積極的に活用します。

■御殿場観光親善大使

芹澤信雄さん（プロゴルファー）、宮本勝昌さん（プロゴルファー）

天沼知恵子さん（プロゴルファー）、勝俣州和さん（タレント）

トータルテンボス（お笑いタレント）、手塚翔太さん（プロウェイクボーダー）

【具体的施策】

施策	内容(例示)	関係する主体			
		産	学	民	公
1. 御殿場の魅力の情報収集	①市民からの提供や来訪者の投稿による情報の収集	○		○	◎
	②情報の整理(データベース化)	○			◎
2. 情報発信・プロモーション活動の強化	①観光情報サイトの確立と充実(ポータル機能の充実、旬な情報や志向に訴える情報の提供、季節感のある演出の工夫等)	◎			◎
	②効果的なツール等の活用(新聞、テレビ、雑誌、ラジオ等のメディア、観光親善大使等)	◎			◎
	③個人ブログやSNS等の口コミによる情報発信の拡散	○		◎	○
	④効果的なプロモーション活動の実施(特定のターゲットにPR可能な集客イベントへの出展等)	◎			◎
3. 御殿場のイメージアップ施策の推進	①魅力あるプロモーション動画やポスター等によるイメージアップ施策の実施	○		○	◎
	②フィルムコミッションの促進	◎			○
4. 継続的な観光客ニーズの把握	①定期的調査の実施と事業への反映	○	○		◎
	②関係機関・団体との情報共有	○			◎



富士山太鼓まつり



御殿場わらじ祭り(供養祭)

【展開の方向性】

- 本市への来訪者が、居心地の良いまち、また来たいまちであると感じるためには、市民のおもてなしの意識の高まりが重要になります。そのため、市民が御殿場への愛郷心や誇りを持ち、それらを来訪者へのおもてなしにつなげられる心の醸成と雰囲気づくりを進めます。
- 来訪者が知りたいことを正確に知ることができ、観光に限らず御殿場で過ごす時間の中での困りごと等に応えられる仕組みづくりを進めます。
- 来訪者の目的ごとに異なるニーズについて、適切な受け入れのおもてなしが実践できるよう来訪者に優しいおもてなしの実践に努めます。
- 来訪者と市民と一緒に御殿場を体感し、思い出を印象深く刻むことができるよう、イベント等を通して独自の歴史、文化、風習に触れ、富士山に抱かれた本市の魅力を体感できる機会を創出します。

【具体的施策】

施策	内容(例示)	関係する主体			
		産	学	民	公
1. おもてなしを知り、実践する機会の創出	①おもてなしを実践する団体相互の連携強化(情報交換、活動報告、連絡会の設置等)	◎	○	○	○
	②おもてなし実践の受け皿となる組織づくりと団体の育成(民間取り組み事例の紹介や体験機会の創出、ボランティア組織の育成等)	◎		○	○
	③富士山を核とした歓迎ムードづくり(ゴミ拾い、あいさつ運動、ボランティア参加機会の増加等)	○		◎	○
2. 地域の魅力と触れ合う機会の創出	①市民がまちの魅力を知る機会の拡大(御殿場の文化、歴史、風習を知る機会の創出等)	○	○	◎	○
	②子ども世代から世界遺産である富士山、御殿場を知る機会の創出		○	◎	○
	③来訪者が富士山と御殿場を知る機会の創出	◎	○	○	○
	④来訪者と市民が参加するイベントづくり	◎		◎	○



外国人観光客への観光案内

施策3-②【人材育成戦略】観光推進組織と人材の育成

【展開の方向性】

- 新たな観光誘客を立案、推進する豊富な知識経験を持った人の集まる組織を作ると同時に、誘客を担うことができる人材を育成します。

- 観光誘客につながる活動を行っている組織やボランティアを支援し、組織の枠を越えた連携による誘客を促進します。

- 観光振興事業に参加したいという市民の力を有効に生かすために、ボランティアとして気軽に参加できる受け皿づくりを進め、併せて既存の組織を育てることにより、新たに参加する人材を発掘します。

【具体的施策】

施策	内容(例示)	関係する主体			
		産	学	民	公
1. 観光誘客組織と人材の育成	①誘客を推進する組織の活動支援、新規設立	◎		○	○
	②知識経験者からのアドバイスを誘客の実践につなげる仕組みづくり	◎	○	○	
	③誘客につながる取り組みを実践している組織と連携した次世代人材の育成	○		◎	○
2. ボランティアの育成	①学生ボランティアの受け皿づくり(イベントでのボランティア証明の発行等)	○	○	◎	○
	②外国人対応ボランティアの育成(在日外国人、国際交流協会との連携、通訳ボランティア等)	○	○	◎	
	③ボランティア組織の育成支援	○	○	◎	○
	④国際交流協会、市民活動支援センター等との連携	○		◎	○

施策3-③【インバウンド戦略】海外からの誘客の推進

【展開の方向性】

- 外国人観光客は近年増加傾向にある中、2019年ラグビーワールドカップや2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会の開催により、さらに増加することが予想されます。外国人観光客が快適に観光できるように、駅や主要道路をはじめ、施設やパンフレット等の外国語による案内表記を充実させ、受け入れ体制の向上を進めます。また、諸外国から来る様々な文化を持った外国人観光客に対応できるよう、施設の整備を検討します。
- 現地でのリアルタイムの情報発信は非常に効果的なものであるため、各施設における無料Wi-Fiなどの公衆無線LAN等の環境の整備を促進します。また、民間ボランティアを活用し、外国語によるその場での案内も充実させます。
- 多くの外国人観光客が本市に立ち寄っている現状を踏まえながら、さらなる誘客を促進するため、ポータルサイトの多言語化や魅力的な紹介映像の作成等、情報発信の充実を進めます。また、現在の観光の中心である団体ツアーだけでなく、増加傾向にある個人ツアーへの提案の強化や、富士山の眺望や地域の食材を生かした御殿場らしさを強調したツアーの提案等、多様な提案を検討します。
- 外国人観光客の中でも、アジア圏からの外国人観光客は日本を繰り返し訪れているリピーターが多い傾向にあります。そのような外国人観光客を御殿場のリピーターにできるよう、現地企業との連携や、海外へのプロモーションの推進等の可能性を検討します。
- 市民が外国人観光客と触れ合い、相互に理解を深め合うことは、地域の国際化や活性化にも大きな効果が期待されることから、市民と外国人観光客が交流できる機会を創出します。
- 外国人観光客の増加は全国的な傾向であり、国や県でも情報の把握や分析、対応等に力を入れています。本市においても情報戦略は喫緊かつ重要な課題であることから、国や県、その他関係団体と協力して情報の収集を進めます。

【具体的施策】

施策	内容(例示)	関係する主体			
		産	学	民	公
1. 受け入れ体制の整備	①外国語サインの整備(英語及び中国語、韓国語の併記 等)	○			◎
	②外国語インフォメーションの充実(外国語パンフレット、外国語メニュー 等)	◎			○
	③通信環境の整備(公衆無線LAN 等)	◎			○
	④市内施設への研修機会の創出(受け入れに対する意識の向上、応対、免税等の研修等)	○			◎
	⑤外国語による案内(民間ボランティアの活用 等)	○		◎	○
	⑥様々な文化や慣習のある外国人観光客への対応	◎			○
2. 外国人観光客への提案	①英語版観光ポータルサイトの見直し、アジア各国語版の案内充実の検討	○			◎
	②紹介PR映像の作成(WE Bを活用した動画による魅力発信 等)	○		○	◎
	③現地メディアやツアー会社等との連携(メディアの活用・協力、商品開発 等)	◎	○		○
	④海外市場へのプロモーションの推進(主に東南アジア地域での観光展への出展 等)	◎			○
	⑤外国人との交流機会の創出(外国人観光客が気軽に参加できるイベント内容の開発等)	○	○	◎	○
3. ニーズの把握	①富士箱根伊豆国際観光テーマ地区静岡県協議会や静岡県東部地域コンベンションビューローとの連携強化、情報の共有	○			◎
	②J N T O (※2) 等を活用した、ニーズの把握、ターゲットの絞り込み	○			◎

※2 J N T O…国際観光振興機構。通称：日本政府観光局

Japan National Tourism Organization の略

施策3-④【観光地環境充実戦略】 観光地としての環境整備

【展開の方向性】

- 来訪者が快適に観光を楽しめるサインの整備を進め、新たに開通する道路への対応も順次行います。観光サインのみならず、各地域が主体となって身近な景観や環境の美化活動を進め、来訪者だけでなく市民生活の快適性向上へつなげられるよう連携を図ります。
- 新東名高速道路（仮称）御殿場インターチェンジ開設に伴い、地域活性化に向けた取り組みや観光ハブ都市化への貢献が期待されます。自然環境に配慮しつつ、インターチェンジ周辺で6次産業化や観光関連施設などの整備に向けた検討をします。
- 滞留型観光の促進に向け、既存の宿泊施設との連携を図るとともに、新たな宿泊施設の誘致を検討します。
- 近年、来訪者の交通手段は自家用車、公共交通機関に加え、サイクリングなども増加しています。オリンピックの自転車競技が県内で実施されることが決定するなど、サイクリングへの関心は高まっています。来訪者の利便性の向上を目指し、サイクリングルートの設定や、トイレ、駐車場等の整備、ルート上で利用できる施設に関する情報の整理、提供を進めます。
- 高齢者や障害がある人、子ども連れ、または外国人来訪者の安全性や利便性を向上させるため、ユニバーサルデザインのさらなる普及に取り組みます。また、より一層の安全性や利便性を確保するため、定期的な情報収集や設備の確認作業を行い、来訪者が安心して観光できるように環境を整備します。
- グローバル化による海外旅行の日常化やLCC（※3）の拡大による低価格での航空機利用の一般化、国内での交通の利便性向上等により、本市への来訪者は年々増加しています。海外から国内からを問わず、来訪者が「御殿場を訪れた」という印象を持つことができ、同時に記憶に残るような、本市ならではの建造物や構築物（マンホールや街灯、フェンス等）の設置を検討します。

※3 LCC…効率的な運営により低価格の運賃で運航サービスを提供する航空会社。
Low Cost Carrierの略。



平和公園

【具体的施策】

施策	内容(例示)	関係する主体			
		産	学	民	公
1. ハード面における観光地環境の整備	①観光サインの整備(広域での道路案内表示の共通化、デザインの統一 等)	○			◎
	②来訪者が利用できるトイレや駐車場、休憩所の整備(サイクルステーション 等)	◎			◎
	③景観、環境美化活動の促進(街路樹の剪定、道路の清掃、草花の植栽 等)	○		◎	○
	④新規道路への観光サインの設置(新東名高速道路、国道138号バイパス、団地間連絡道路 等)	○			◎
	⑤景観に適した滞留型観光促進につながる施設整備の検討	◎			◎
	⑥既存の宿泊施設との連携及び新たな宿泊施設(温泉付き施設を含む)の誘致の検討	◎			○
2. ソフト面における観光地環境の整備	①利用できるトイレや駐車場、休憩所等の情報の収集、整理	◎			◎
	②協力施設の拡大(コンビニ、飲食店 等)	◎			◎
	③情報発信体制の整備(マップの作成、インターネットへの公開 等)	◎			◎
3. ユニバーサルデザインによる観光地づくり	①施設のユニバーサルデザイン化の促進(多言語表記、バリアフリー化 等)	◎			○
	②駅前の利便性の向上(案内標識の整備、交通手段の充実 等)	◎			◎
	③定期的な情報収集と設備の確認作業	◎			◎
4. 御殿場らしい建造物や構築物の設置	①デザインや設置場所等の検討	○			◎
	②建造物や構築物の設置や管理	○		○	◎
	③情報の発信(紙面での紹介、インターネットへの公開 等)	○		○	◎

8 計画の推進体制

御殿場の観光振興における役割分担

- 御殿場の観光振興の推進にあたっては、観光産業の担い手である観光関連事業者、関係する有識者・専門家、地域づくりの主体となる市民、市（行政）がそれぞれの役割を果たしながら、相互に連携し施策を進めます。
- 各主体が担うべき役割を整理し、官民一体となって観光振興を進めます。

■ 産（商工団体、観光協会、交通事業者、旅行事業者、施設事業者、企業、個人商店、農協等）

- 観光地としてのイメージアップ、ホスピタリティを高める最前線として中心的な役割を担っていきます。
- 経営基盤の安定と充実を図りながら、質の高いサービスを提供できる人材の育成と確保を進めます。
- 新たなニーズに対応する観光商品の企画や販路拡大、誘客活動を積極的に進めます。
- 地域の良好な景観や環境の保全、創出に留意しつつ、市、関連団体等と連携しながら、魅力ある観光地の整備や来訪者の利便性の確保に努めます。
- 観光協会は、既存の観光関連団体を束ねるコーディネーターとしての機能を高めながら、御殿場の観光振興におけるリーダーシップを発揮していきます。市や関係団体等の情報を包括的に把握し共有化を図り、関係各所と協働しながら、総合的な観光案内や情報発信などの事業を推進していきます。また、組織の強化、拡充を進めます。

■ 学（専門研究機関、有識者、専門家等）

- 観光部門の分析や計画（観光戦略プラン）の見直しに関する助言など、市が行う調査や計画づくりに対する支援、協力を努めます。
- 関連事業者が取り組む商品開発や市民等が取り組むまちなみ形成など、観光振興（観光まちづくり）に関わるさまざまな活動に対して、それぞれの専門の立場から支援、協力を努めます。
- 市が定期的で開催する観光懇話会にて、当市の観光振興に関する課題やテーマに対して必要な助言、支援に努めます。

■ 民（市民、NPO法人、ボランティア団体等）

○市民一人ひとりが、御殿場の自然風土や歴史文化に対する知識を深め、地域に誇りと愛着を持ち、地域づくりに積極的に参加していくとともに、地域の魅力を多くの人に伝えます。また、地域の良好な景観や環境の保全・創出に努めます。

○市民一人ひとりが、観光振興や地域の魅力づくりの一端を担っているという自覚を持ち、観光客をおもてなしの心で暖かく迎えるとともに、来訪者との交流を深めます。また、観光ボランティアなど、さまざまな形で観光まちづくりへの参画に努めます。

■ 公（市、近隣自治体等）

○地域の良好な景観や環境の保全・創出に留意しながら、地域の特性を生かした魅力ある観光まちづくりを進めていきます。御殿場全般の魅力の広く内外に発信するとともに、効果的な観光振興施策を推進します。また、計画（戦略プラン）の管理、フォローアップを図ります。

○地域の観光関連事業者、団体、市民の取り組みに対して支援を行います。また、各種市民団体、NPO法人、ボランティア団体等との連携や協働を推進します。

○的確な観光動向の情報を収集、分析し、関係各所と情報を共有し施策の改善、見直しを図ります。

○近隣市町との連携や観光連携協定都市（浜松市）、観光交流協定都市（熱海市・伊豆市）との連携を強化し、広域的な観光施策の展開に努めます。

【調査編】

1 市民意識調査

1) 調査概要

①調査対象：市内在住の20歳以上の男女、無作為抽出1,000人

②調査期間：平成27年8月

③調査方式：郵送による留置記入式

④回答率：469票(46.9%)

⑤調査項目：

(1)フェイスシート

A-1：あなたの性別

A-2：あなたの年齢

A-3：あなたの職業

A-4：御殿場市の居住年数

A-5：あなたの世帯人員

A-6：あなたのお住まいの地域

(2)観光に出かける頻度や生活における重要性について

B-1：どの程度、観光に出かけていますか

B-2：観光に出かけることはどの程度重要ですか

(3)富士山について

C-1：世界遺産登録されて良かったと思うこと

C-2：世界遺産登録されて不安・心配に思うこと

C-3：富士山の持つ魅力・価値

C-4：富士登山・ハイキングをしてみたいか

(4)御殿場市の観光の現状について

D-1：観光面からみた御殿場市のイメージ

D-2：御殿場市の観光資源で最も誇れるもの

(5)観光が御殿場市や地域に及ぼす影響について

E-1：観光の「地域経済活性化」への貢献

E-2：観光の「市民の交流の活性化」への貢献

E-3：観光の「地域のイメージアップやPR」への貢献

E-4：観光の「地域のにぎわいの回復」への貢献

E-5：観光の「自然環境や都市環境の悪化」への影響

E-6：観光の「市民の日常生活の支障」への影響

(6)御殿場市の観光振興の方向性について

F-1：今後、御殿場市が目指すべき観光振興の方向性

F-2：今後の具体的な取組みとして重要な対策

(7)観光振興への関わりについて

G-1：御殿場市の観光振興に対する市民としての関わり

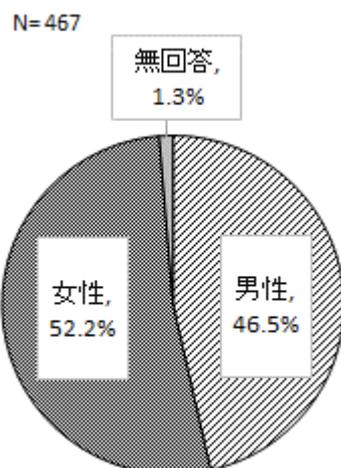
(8)自由回答

2) 結果概要

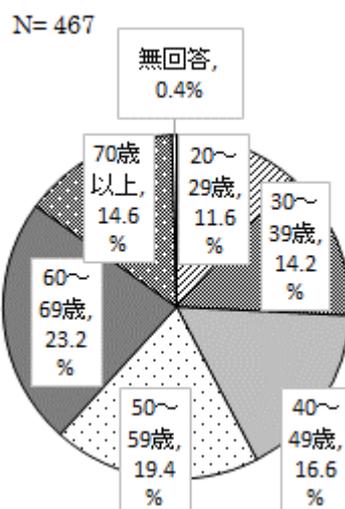
※ N：有効回答数（無回答を除く）

(1) フェイスシート

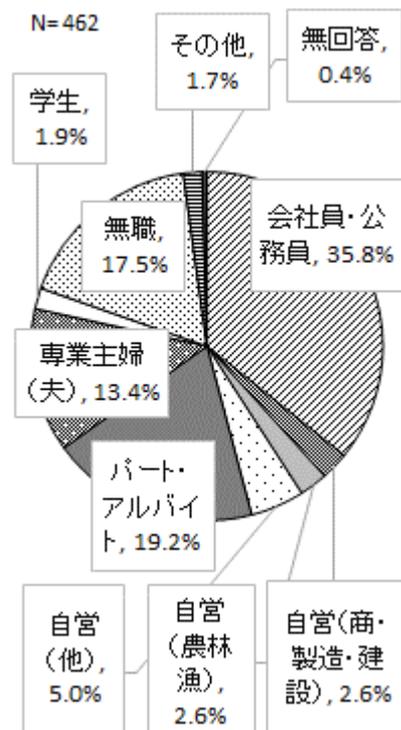
A-1 あなたの性別



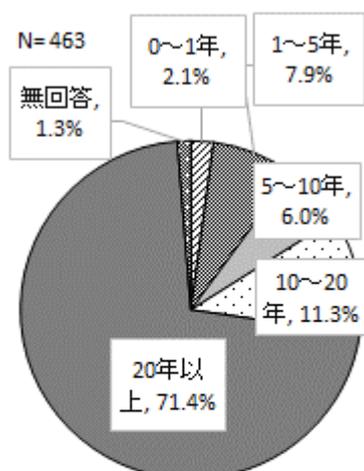
A-2 あなたの年齢



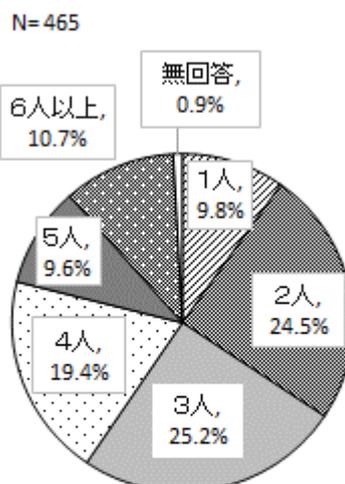
A-3 あなたの職業



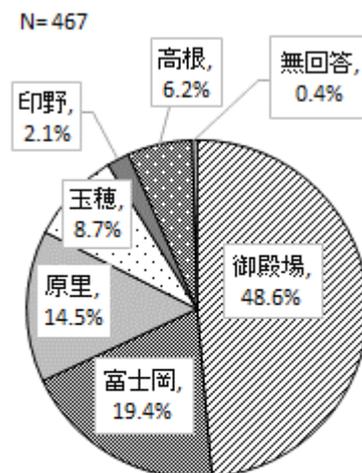
A-4 御殿場市の居住年数



A-5 あなたの世帯人員



A-6 あなたのお住まいの地域



回答者の属性まとめ

A-1 あなたの性別	人数	構成比
男	217	46.5%
女	244	52.2%
無回答	6	1.3%
合計	467	100.0%

A-2 あなたの年齢	人数	構成比
20～29 歳	54	11.6%
30～39 歳	66	14.2%
40～49 歳	77	16.6%
50～59 歳	90	19.4%
60～69 歳	108	23.2%
70 歳以上	68	14.6%
無回答	2	0.4%
合計	465	100.0%

A-3 あなたの職業	人数	構成比
会社員・公務員	166	35.8%
自営業（商業・製造業・建設業）	12	2.6%
自営業（農林漁業）	12	2.6%
自営業（その他）	23	5.0%
パート・アルバイト	89	19.2%
専業主婦（夫）	62	13.4%
学生	9	1.9%
無職	81	17.5%
その他	8	1.7%
無回答	2	0.4%
合計	464	100.0%

A-4 御殿場市の居住年数	人数	構成比
0～1 年	10	2.1%
1～5 年	37	7.9%
5～10 年	28	6.0%
10～20 年	53	11.3%
20 年以上	335	71.4%
無回答	6	1.3%
合計	469	100.0%

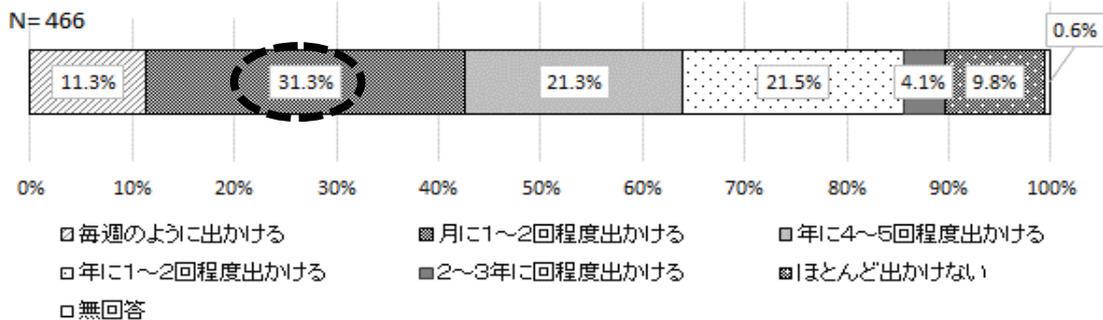
A-5 あなたの世帯人員	人数	構成比
1 人	46	9.8%
2 人	115	24.5%
3 人	118	25.2%
4 人	91	19.4%
5 人	45	9.6%
6 人以上	50	10.7%
無回答	4	0.9%
合計	469	100.0%

A-6 あなたのお住まいの地域	人数	構成比
御殿場	228	48.6%
富士岡	91	19.4%
原里	68	14.5%
玉穂	41	8.7%
印野	10	2.1%
高根	29	6.2%
無回答	2	0.4%
合計	469	100.0%

(2) 観光に出かける頻度や生活における重要性について

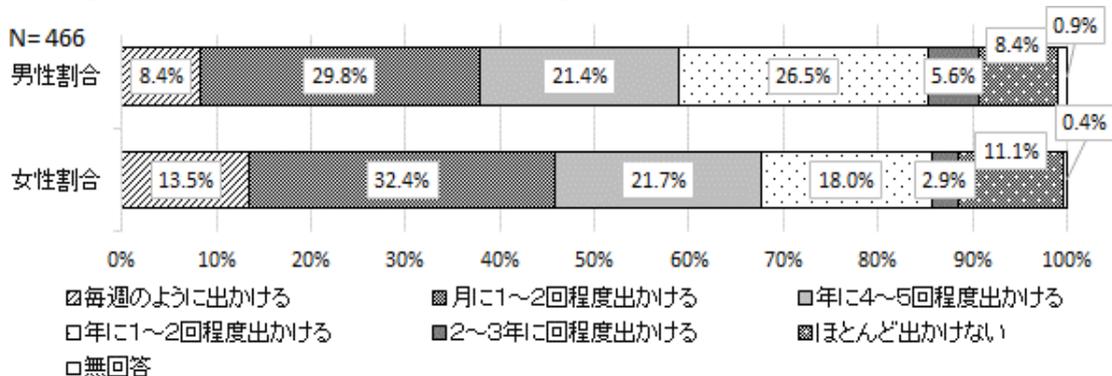
B-1 どの程度、観光に出かけていますか（全体）

全体では、「月に1～2回」が31.3%と最も多く、次いで「年に1～2回」が21.5%となっている。



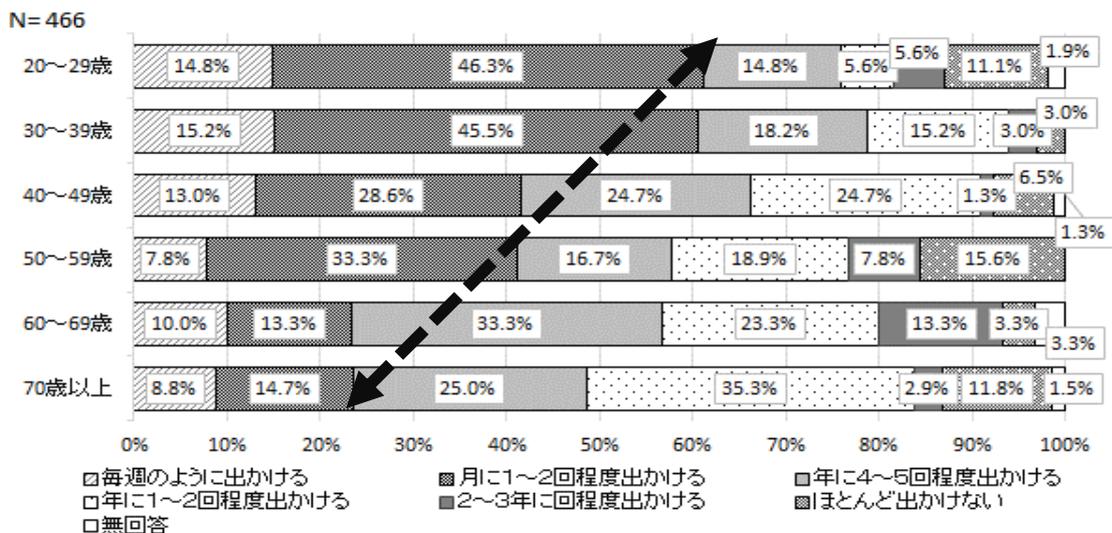
B-1 どの程度、観光に出かけていますか（男女別）

男女別でも、男女ともに「月に1～2回」の割合が最も高く、傾向に差はない。



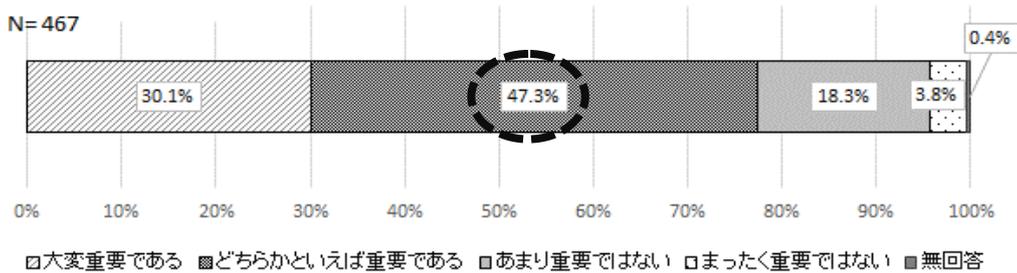
B-1 どの程度、観光に出かけていますか（年齢別）

年齢別では、年齢層が上がるにつれて「毎週」と「月に1～2回」の割合が減少している傾向が見られる。



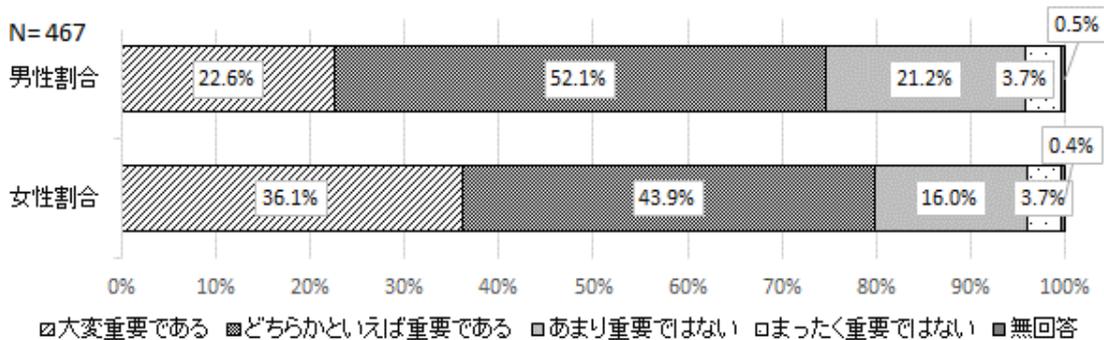
B-2 観光に出かけることはどのくらい重要ですか（全体）

全体では、「どちらかといえば重要」が47.3%と最も多く、次いで「大変重要」が30.1%となっており、8割近くの方が日々の生活において観光に出かける・楽しむことが「重要」（「大変重要」+「どちらかといえば重要」）であると考えている。



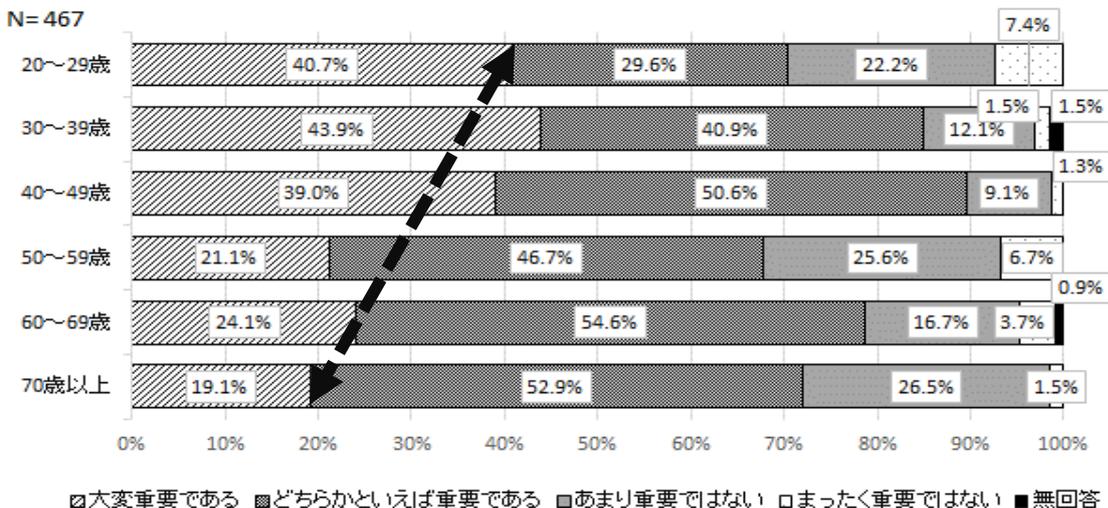
B-2 観光に出かけることはどのくらい重要ですか（男女別）

男女別でも、男女ともに「どちらかといえば重要」が最も多い。女性の方が、やや重要と捉えている傾向がある。



B-2 観光に出かけることはどのくらい重要ですか（年齢別）

年齢別でも、どの年齢層も「どちらかといえば重要」が最も多い。なお、「大変重要である」の割合は、若年層に多い傾向が見られる。



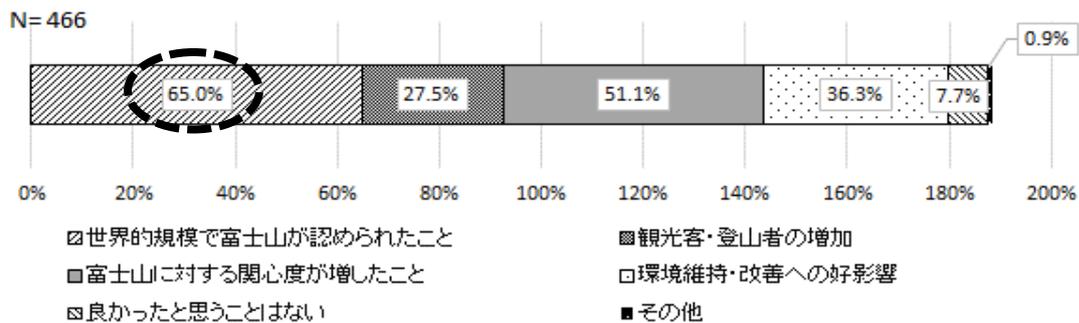
(3) 富士山について

富士山が世界遺産登録されたことについて『良かったと思うこと』『不安・心配に思うこと』『富士山の持つ魅力・価値』『富士登山・ハイキングをしたみたいか』をそれぞれ調査した。

良かったと思うこと

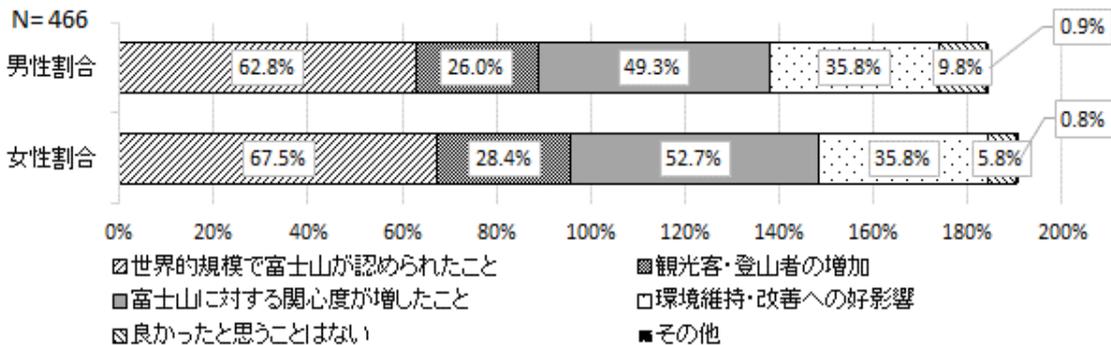
C-1 世界遺産登録されて良かったと思うこと（全体）

全体では、「世界的規模で富士山が認められたこと」が65.0%で最も多く、次いで「観光客・登山者の増加」が51.1%と多い。



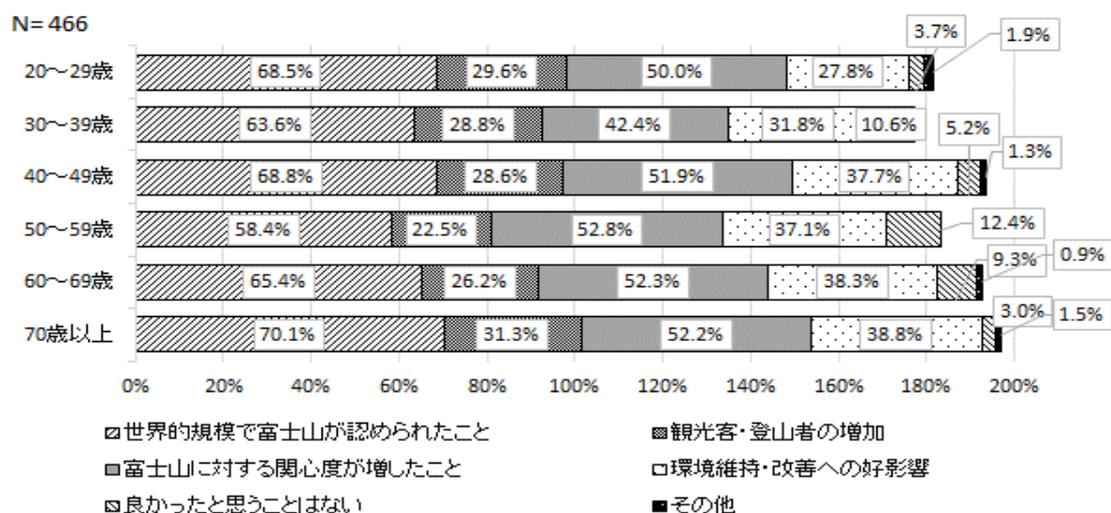
C-1 世界遺産登録されて良かったと思うこと（男女別）

男女別でも、男女ともに「世界的規模で富士山が認められたこと」が最も多く、傾向に差はない。



C-1 世界遺産登録されて良かったと思うこと（年齢別）

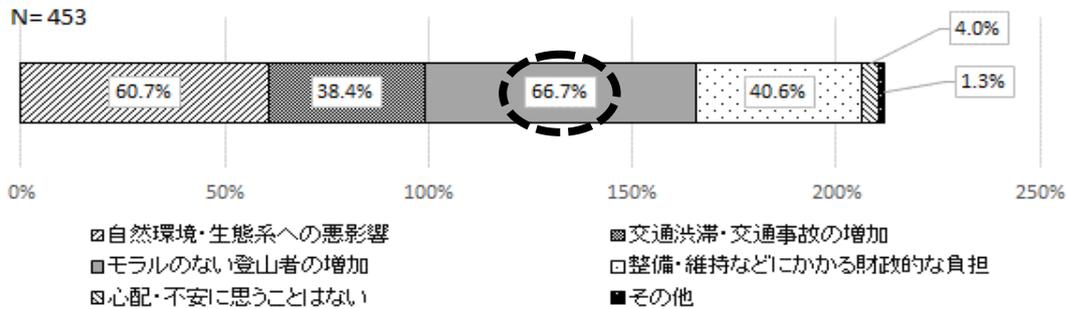
どの年齢層も「世界的規模で富士山が認められたこと」が最も多く、傾向に差はない。



不安・心配に思うこと

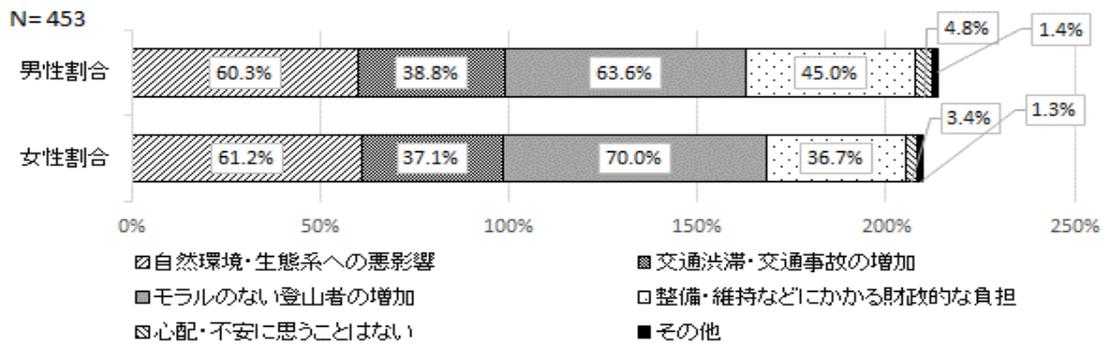
C-2 世界遺産登録されて不安・心配に思うこと（全体）

全体では、「モラルのない登山者の増加」が64.8%で最も多く、次いで「自然環境・生態系への悪影響」が59.0%と多かった。



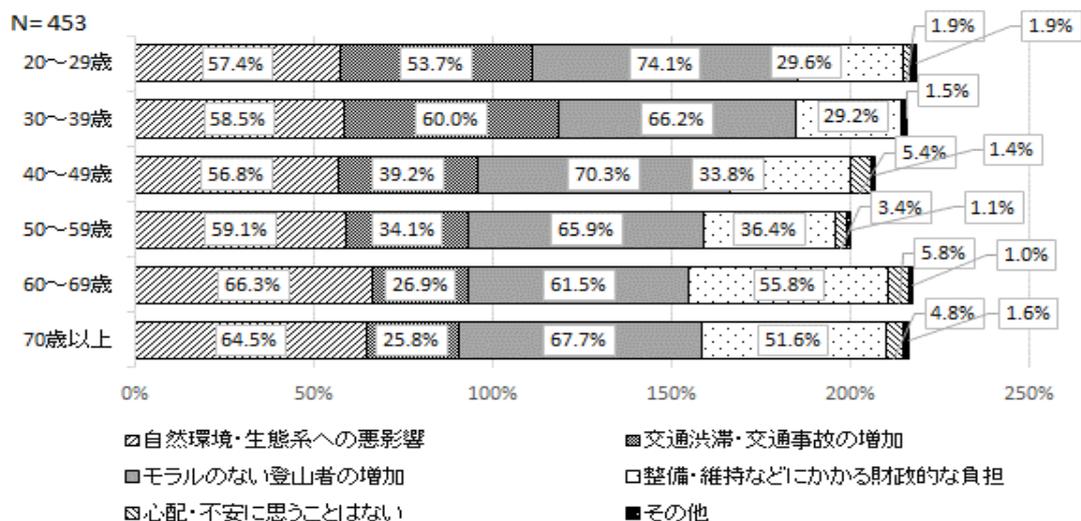
C-2 世界遺産登録されて不安・心配に思うこと（男女別）

男女別でも、男女ともに「モラルのない登山者の増加」が最も多く、傾向に差はない。



C-2 世界遺産登録されて不安・心配に思うこと（年齢別）

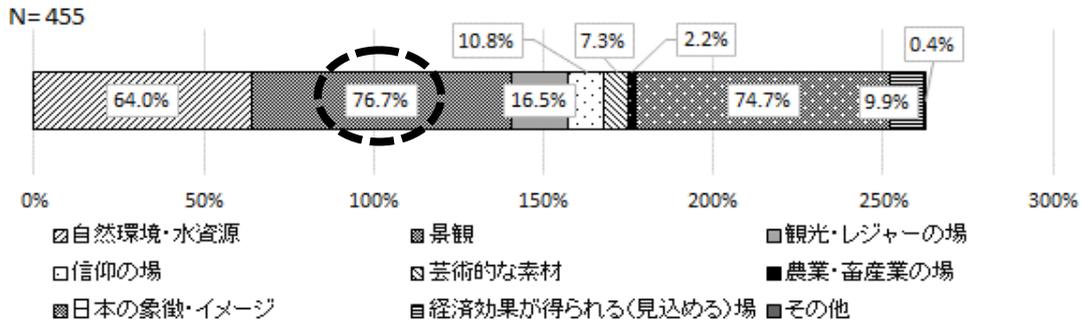
各年齢層において「モラルのない登山者の増加」と回答している割合が最も多い。20代・30代で「交通渋滞・交通事故の増加」について、やや懸念している。



富士山のもつ魅力・価値

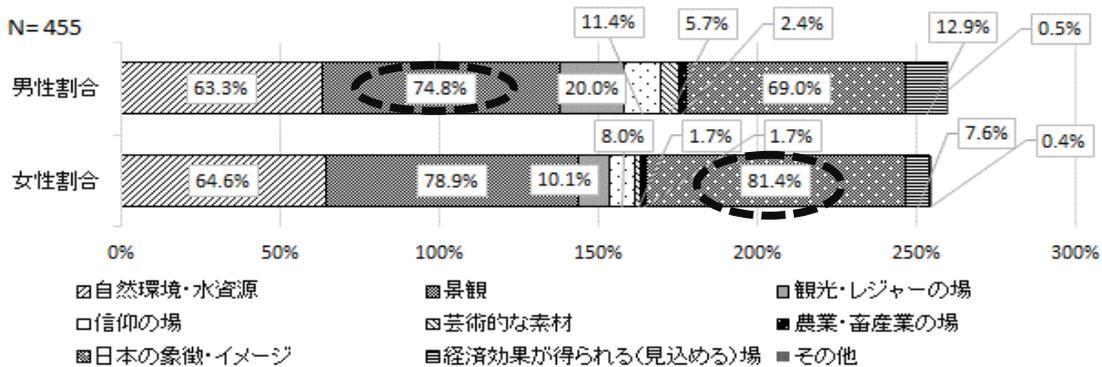
C-3 富士山のもつ魅力・価値（全体）

全体では「景観」が76.7%で最も高く、次いで「日本の象徴・イメージ」が74.7%となっている。



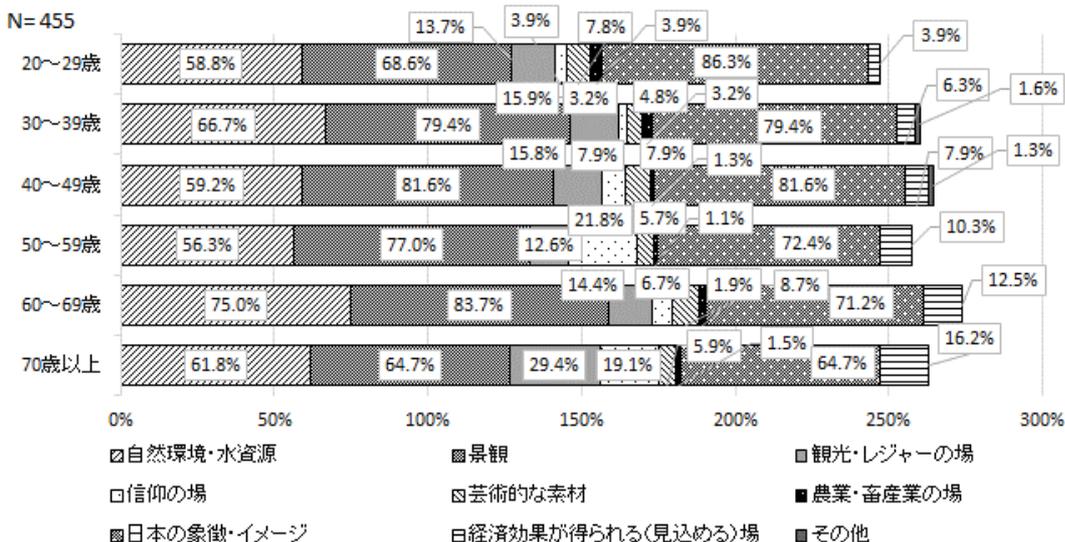
C-3 富士山のもつ魅力・価値（男女別）

男女別では、男性は「景観」が74.8%で最も高く、女性は「日本の象徴・イメージ」が81.4%と最も多い。



C-3 富士山のもつ魅力・価値（年齢別）

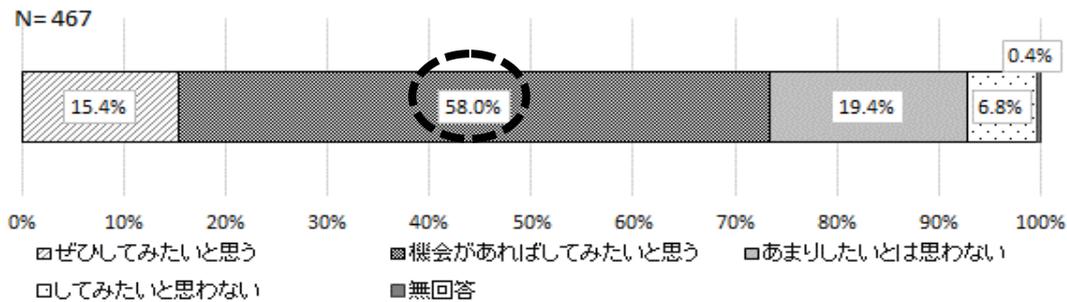
年齢別では、多くの年齢層で「景観」「日本の象徴・イメージ」の割合がほぼ同じである傾向が見られる。



富士登山・ハイキングをしてみたいか

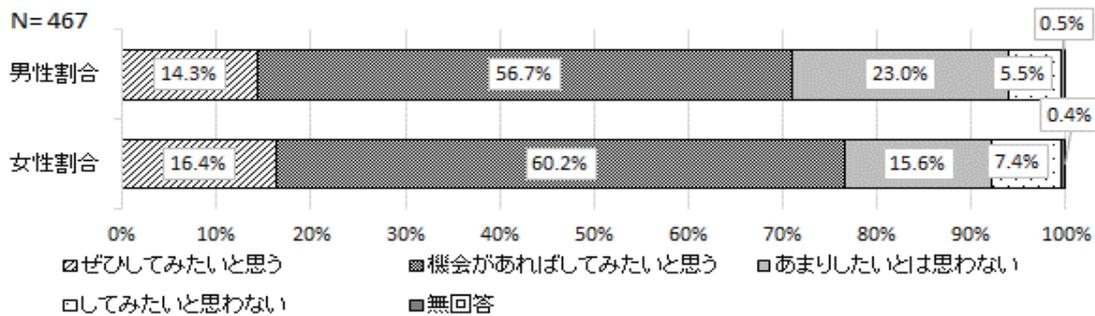
C-4 富士登山・ハイキングをしてみたいか（全体）

全体では「機会があればしてみたいと思う」が最も多く、「してみたいと思う」（「ぜひしてみたいと思う」+「機会があればしてみたいと思う」）が7割であり、多くの人が富士登山・ハイキングをしてみたいと考えている。



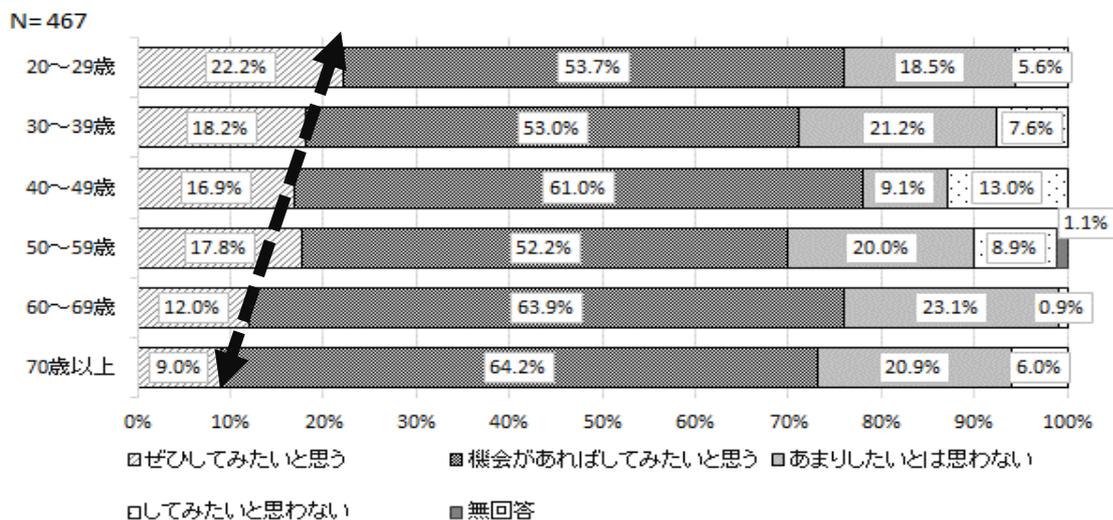
C-4 富士登山・ハイキングをしてみたいか（男女別）

男女別でも、男女ともに「機会があればしてみたいと思う」が最も多く、傾向に差はない。



C-4 富士登山・ハイキングをしてみたいか（年齢別）

年齢別でも、どの年齢層も「機会があればしてみたいと思う」が最も多い。なお、「ぜひしてみたいと思う」の割合は、若い人ほど高い。

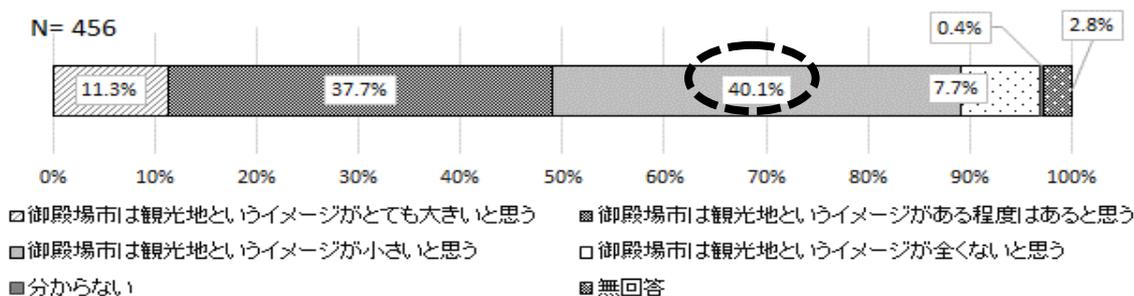


(4) 御殿場市の観光の現状について

観光面から見た御殿場市のイメージ

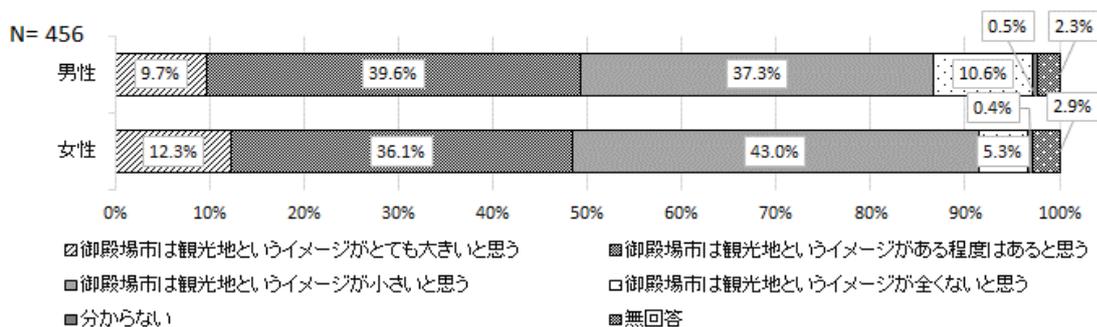
D-1 観光面から見た御殿場市のイメージ（全体）

全体では、「観光地というイメージが小さいと思う」が 40.1%と最も多いが、次いで「観光地というイメージがある程度はあると思う」が 37.7%ある。また、「観光地のイメージがとて大きい」が 11.3%、「観光地のイメージは全くない」も 7.7%ある。



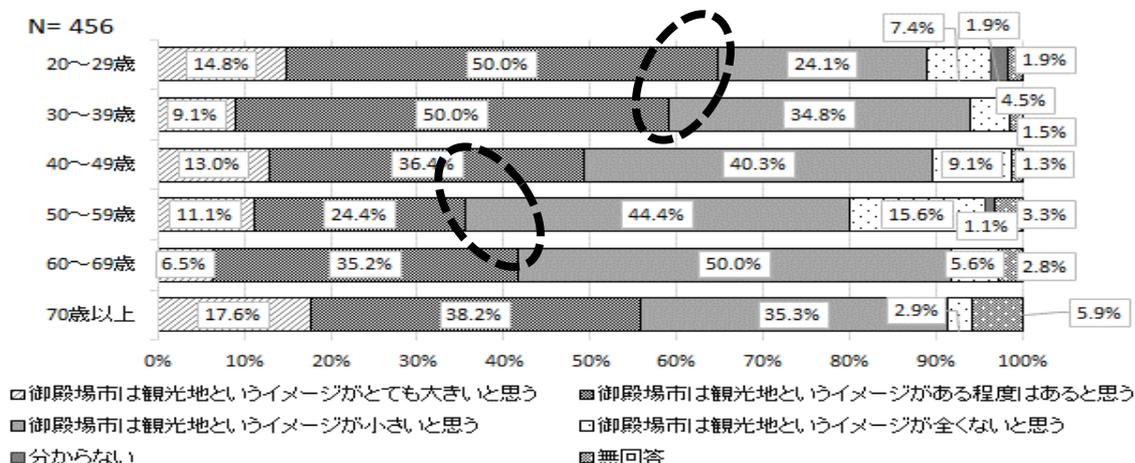
D-1 観光面から見た御殿場市のイメージ（男女別）

男女別では、観光地というイメージがあるとする人に差はない。



D-1 観光面から見た御殿場市のイメージ（年齢別）

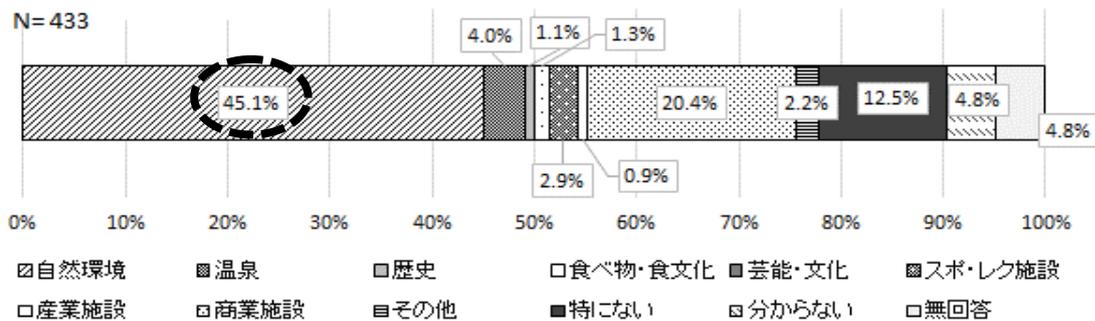
年齢別では、20代・30代が「観光地というイメージがある程度はあると思う」とする割合がやや多く、50代・60代では「観光地というイメージが小さいと思う」とする割合がやや多い。若年層と中高年層で、本市の観光イメージについて、捉え方に差がある。



御殿場市の観光資源で最も誇れるもの

D-2 御殿場市の観光資源で最も誇れるもの（全体）

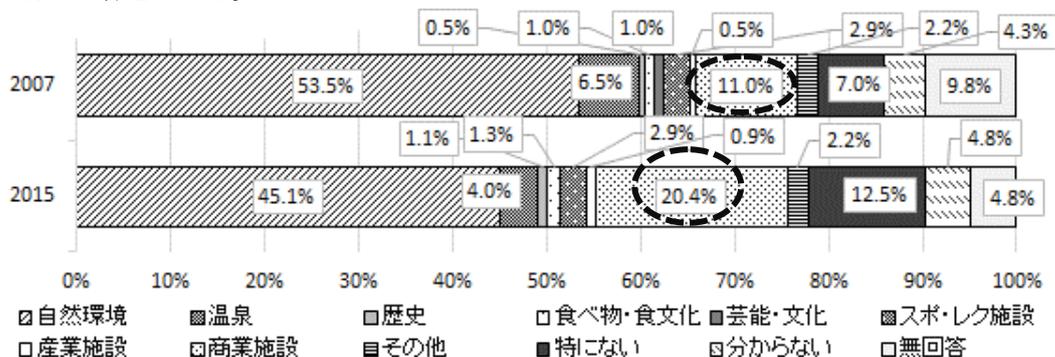
全体では「自然環境」が45.1%と最も多く、次いで「商業施設」20.4%となっている。それらの具体的な資源を挙げてもらったが、自然環境では『富士山』、商業施設では『アウトレット』がほとんどであった。また、誇れる観光資源は「特にない」が12.5%、「分からない」が4.8%となっている。



D-2 御殿場市の観光資源で最も誇れるもの<全体>	人数	構成比
自然環境	205	45.1%
温泉	18	4.0%
歴史	5	1.1%
食べ物・食文化	6	1.3%
芸能・文化	0	0.0%
スポーツ・レクリエーション施設	13	2.9%
産業施設	4	0.9%
商業施設	93	20.4%
その他	10	2.2%
特にない	57	12.5%
分からない	22	4.8%
無回答	22	4.8%
合計	455	100.0%

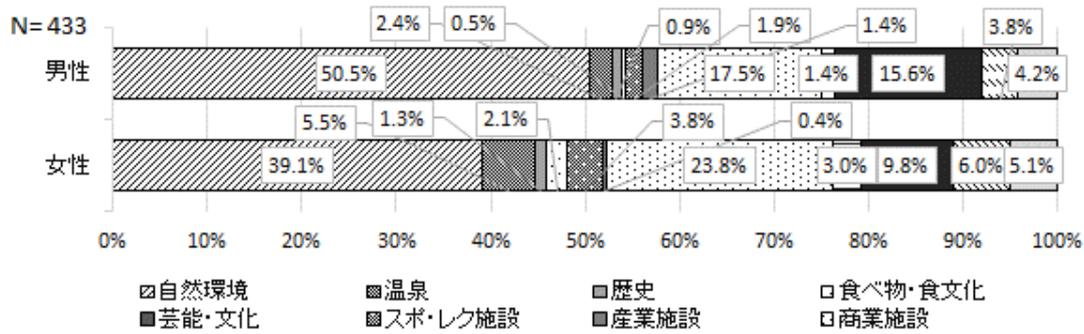
D-2 前回調査（2007年）との比較（全体）

前回調査に比べて、「自然環境」について誇れるとする人は減少し、「商業施設」について誇れるとする人が増えている。



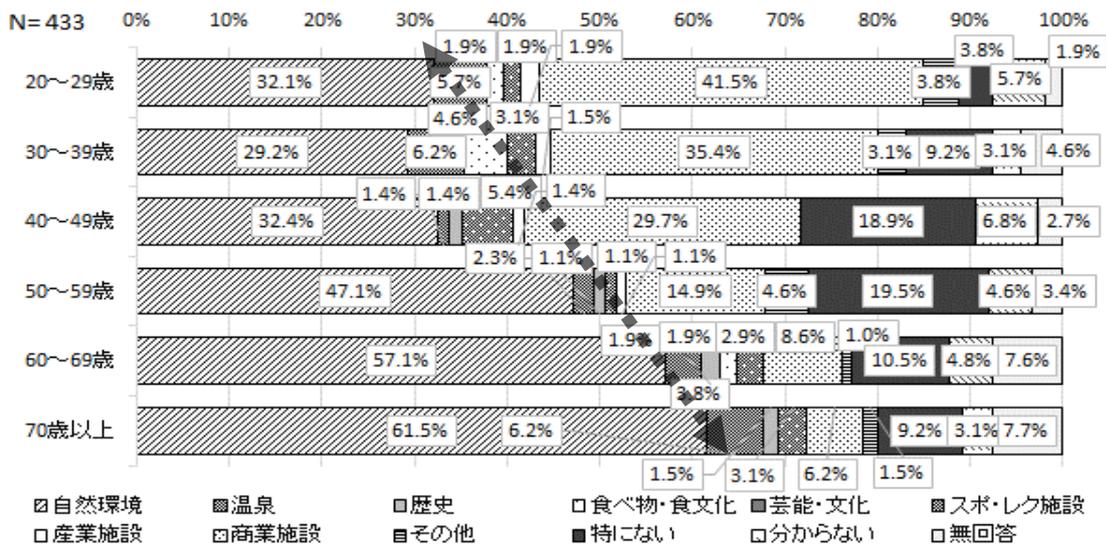
D-2 御殿場市の観光資源で最も誇れるもの（男女別）

男女ともに「自然環境」が最も多く、次いで「商業施設」が多い。男性が「自然環境」、女性が「商業施設」を支持する傾向がある。



D-2 御殿場市の観光資源で最も誇れるもの（年齢別）

年齢別では、年代が上がるごとに「自然環境」を支持している。また、20代・30代の3～4割が「商業施設」を支持しており、全体としても若年層ほどアウトレットを誇りに感じている。



(5) 観光が御殿場市や地域に及ぼす影響について

<プラス面>

■観光は地域にとって、経済の活性化、イメージアップやPRにつながるとする市民が多く、特に40代以下の層に支持されている。

観光が御殿場市や地域に及ぼす影響について尋ねたところ、地域経済や市民交流の活性化、地域のイメージアップ等のプラス面に関しては、「**地域経済の活性化**」、「**地域のイメージアップやPR**」についての貢献が8割強と高く、「**地域のにぎわいの回復**」は7割、「**市民の交流の活性化**」は6割が貢献する（「大いに貢献」＋「ある程度は貢献」）としている。

それらのプラス面に関して、前年調査・男女別・年齢別を比較した際、前回調査比較では、貢献すると評価している水準に変化はないが、貢献が大きいとする人は減っている。

また、年齢別に比較すると、20～40代に「**地域経済の活性化**」「大いに貢献する」とする割合が高い。答える割合に関して「**地域のイメージアップやPR**」「**地域のにぎわいの回復**」の項目では若年層が増加する傾向が見られ、「**市民の交流の活性化**」の項目では年齢層が高くなるにつれて増加する傾向が見られる。

なお、男女別比較ではどの項目も傾向に差はない。

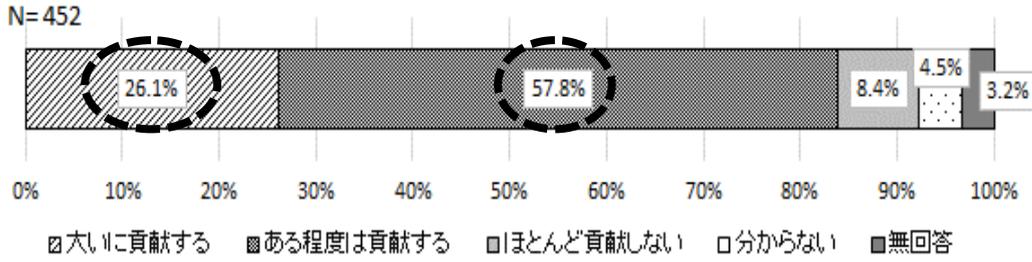
<マイナス面>

一方、環境悪化や市民の日常生活の支障等のマイナス面の影響に関しては、「**自然環境や都市環境の悪化**」の項目は7～8割、「**市民の日常生活の支障**」の項目は7割が影響がある（「大いに影響がある」＋「ある程度は影響がある」）と答えている。特に「**自然環境や都市環境の悪化**」の項目については、「大いに影響がある」が「ほとんど影響がない」を上回っている。

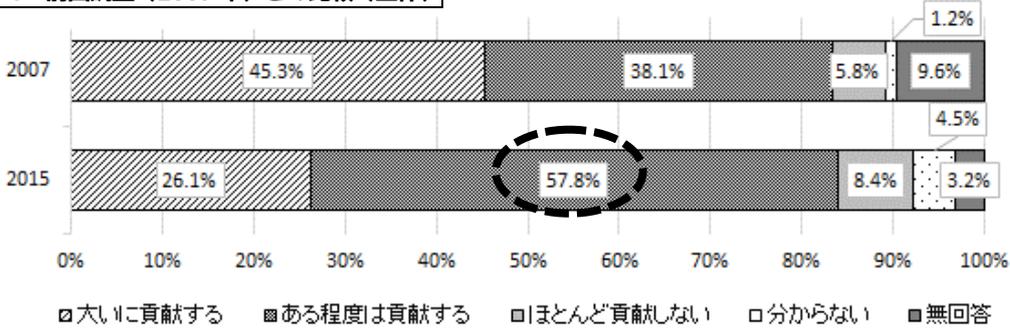
なお、前年調査・男女別・年齢別を比較した際、どの項目も「ある程度は影響がある」が最も多く、割合の変化に傾向の差はない。

＜プラス面＞

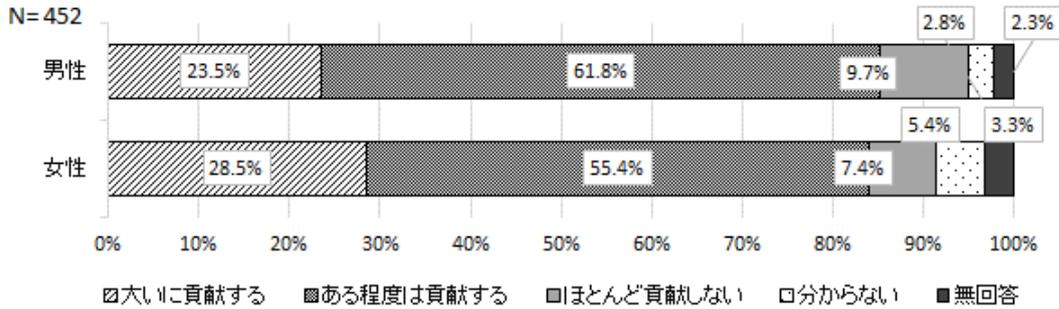
E-1 観光の「地域経済の活性化」への貢献（全体）



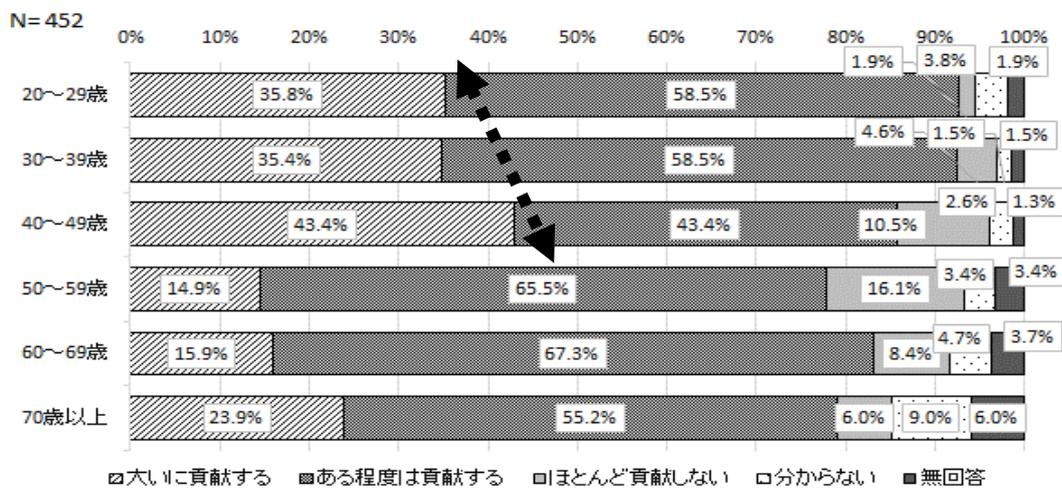
E-1 前回調査（2007年）との比較（全体）



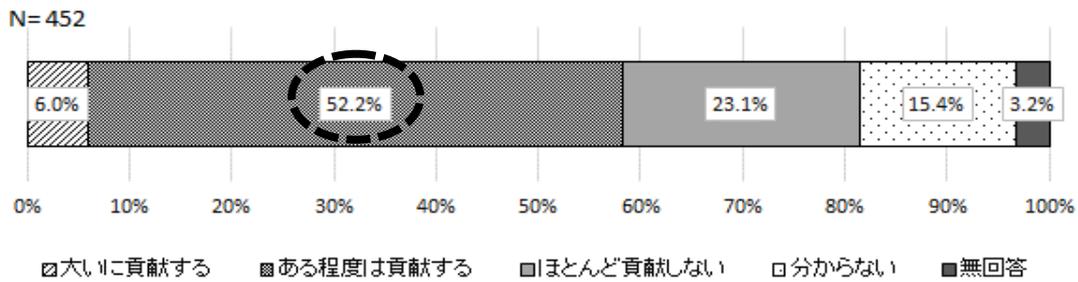
E-1 観光の「地域経済の活性化」への貢献（男女別）



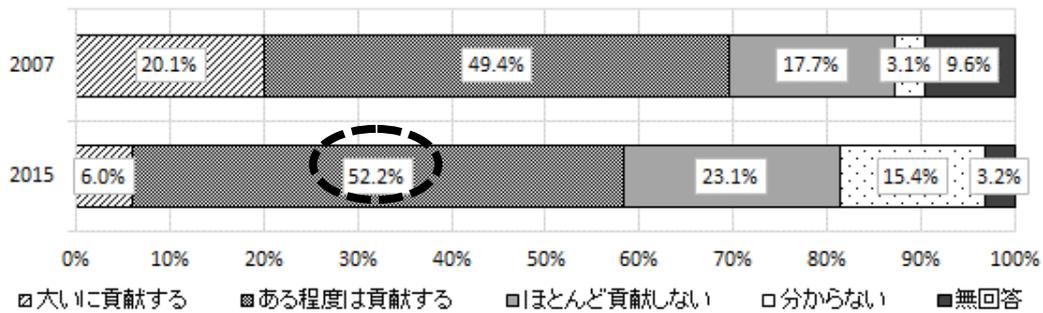
E-1 観光の「地域経済の活性化」への貢献（年齢別）



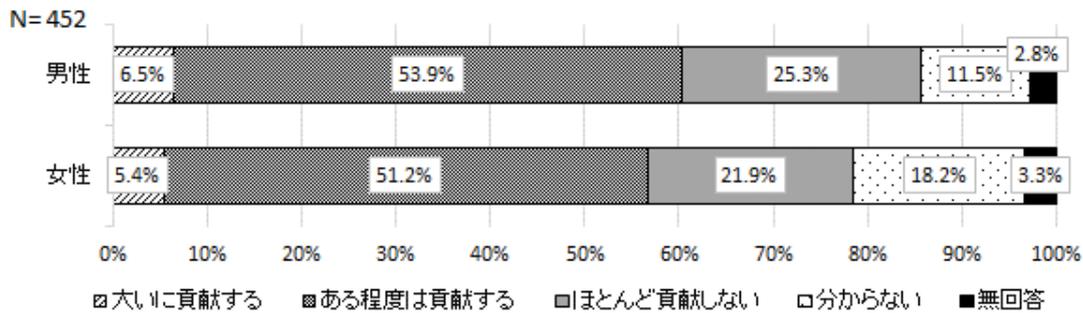
E-2 観光の「市民の交流の活性化」への貢献（全体）



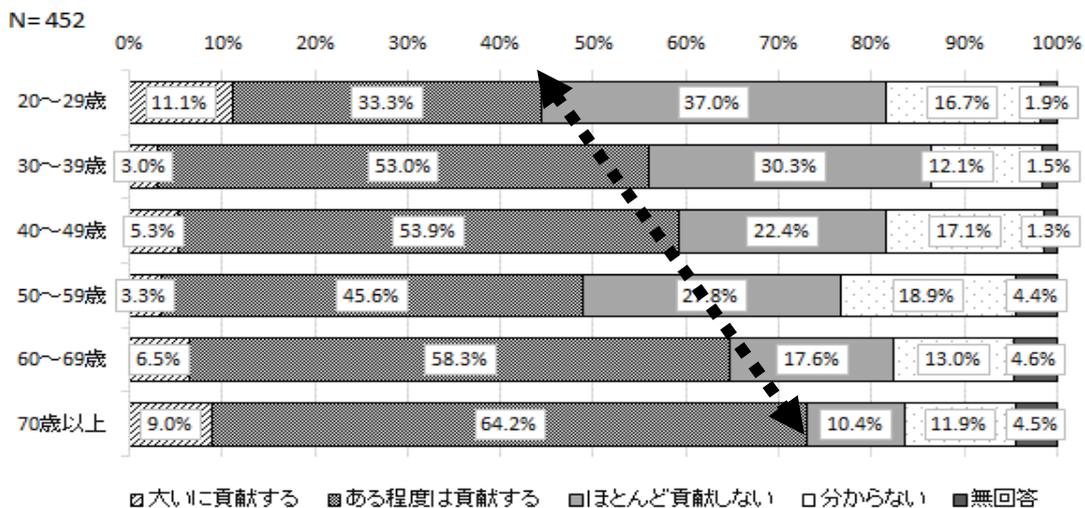
E-2 前回調査（2007年）との比較（全体）



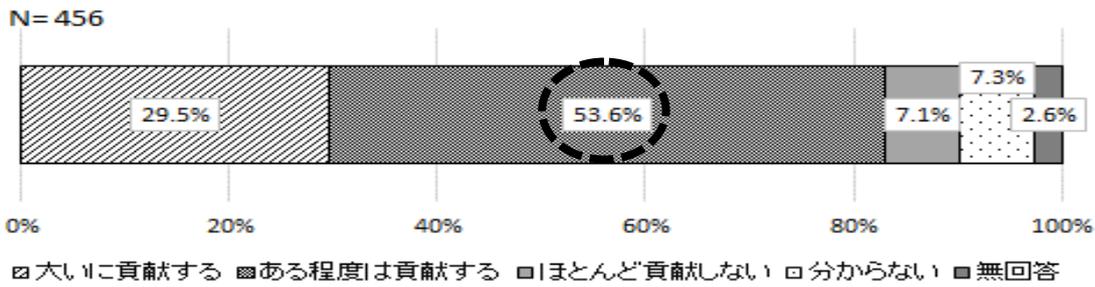
E-2 観光の「市民の交流の活性化」への貢献（男女別）



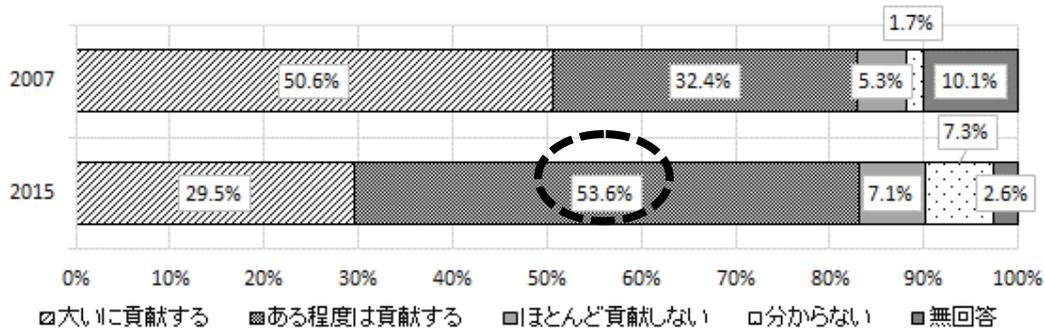
E-2 観光の「市民の交流の活性化」への貢献（年齢別）



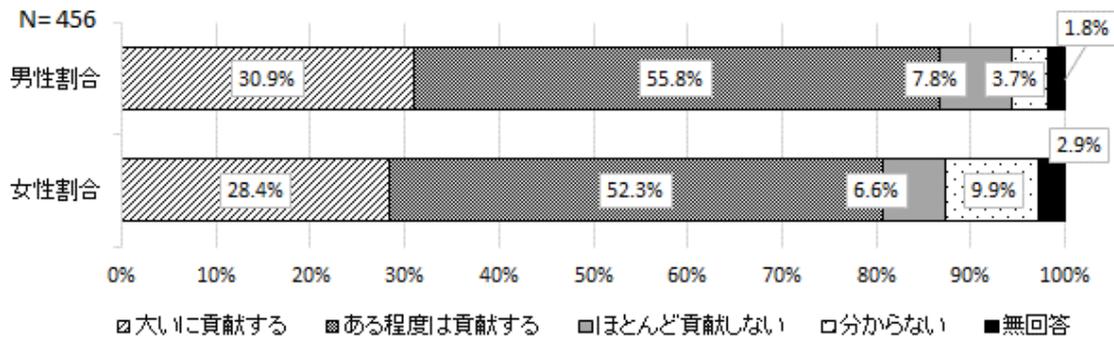
E-3 観光の「地域のイメージアップやPR」への貢献（全体）



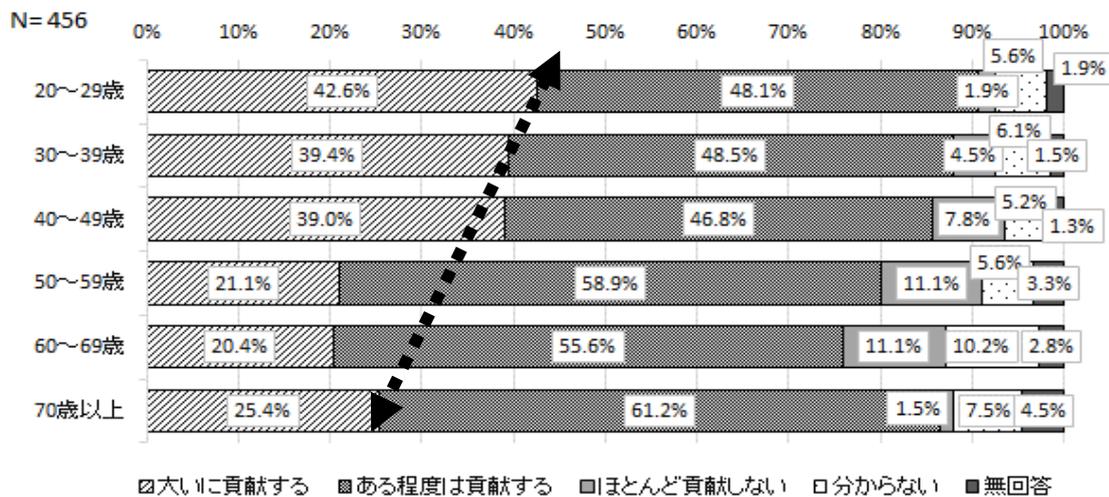
E-3 前回調査（2007年）との比較（全体）



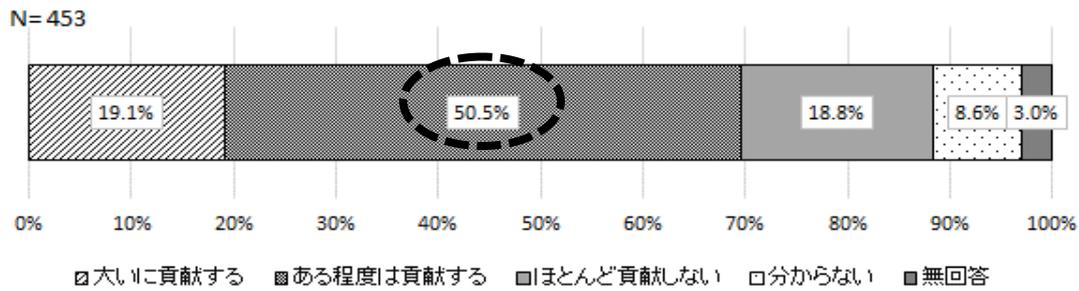
E-3 観光の「地域のイメージアップやPR」への貢献（男女別）



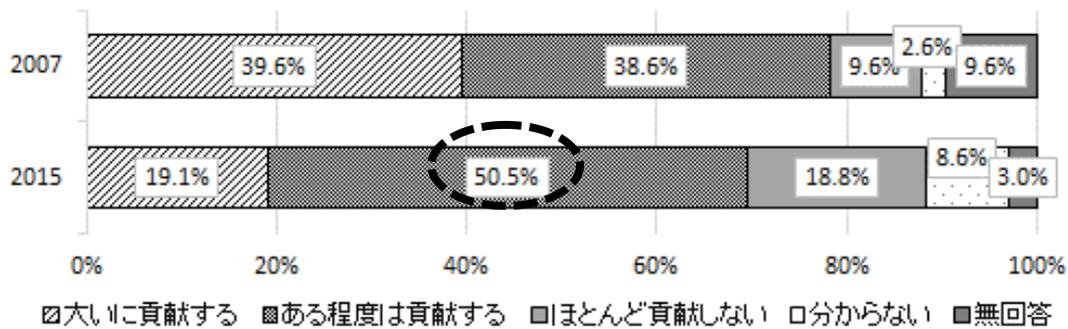
E-3 観光の「地域のイメージアップやPR」への貢献（年齢別）



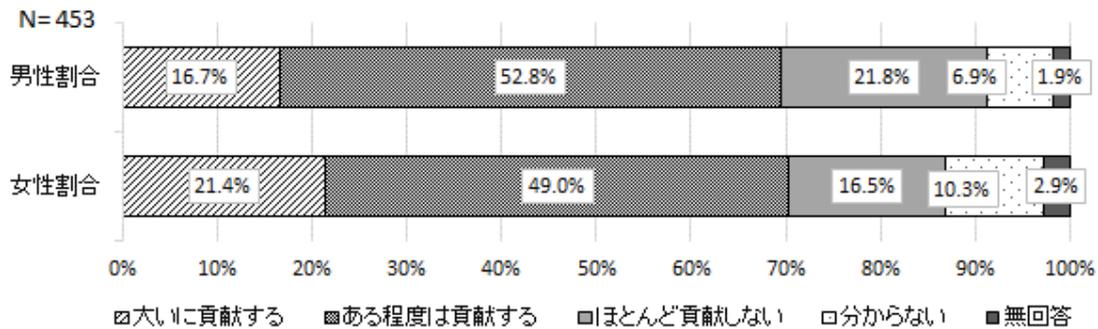
E-4 観光の「地域のにぎわいの回復」への貢献（全体）



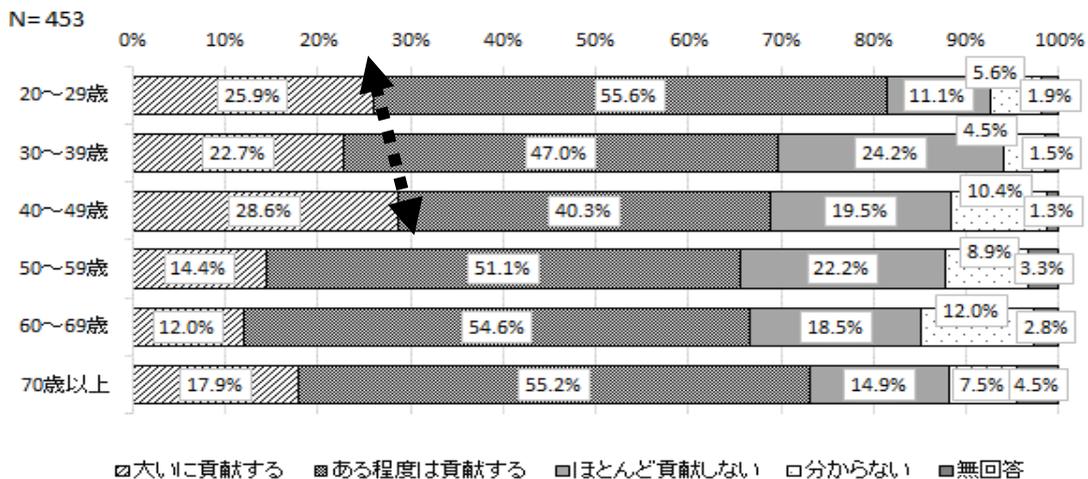
E-4 前回調査（2007年）との比較（全体）



E-4 観光の「地域のにぎわいの回復」への貢献（男女別）

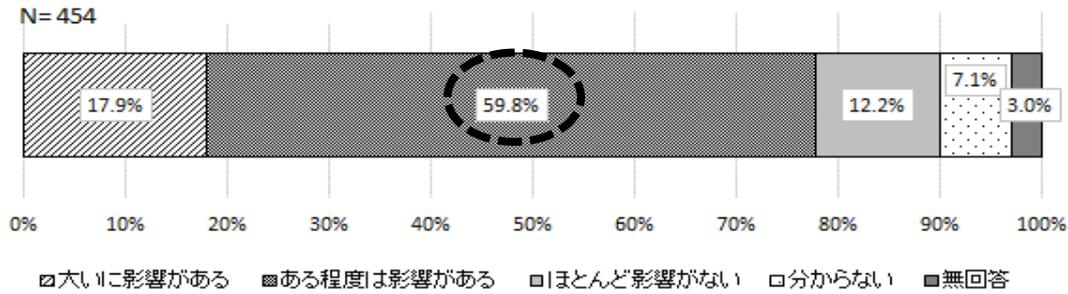


E-4 観光の「地域のにぎわいの回復」への貢献（年齢別）

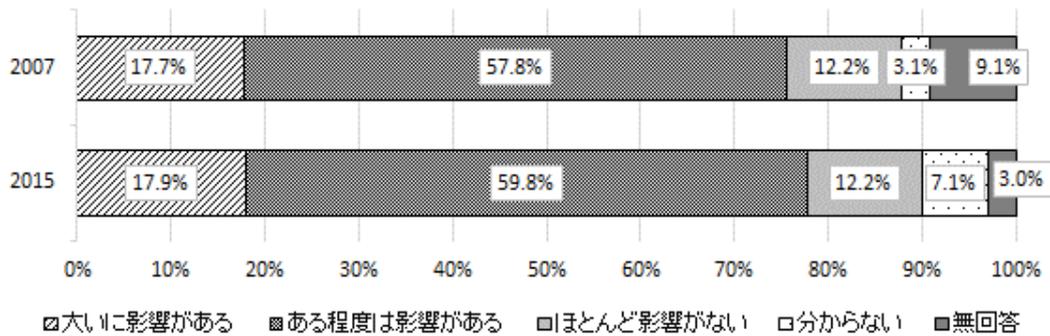


＜マイナス面＞

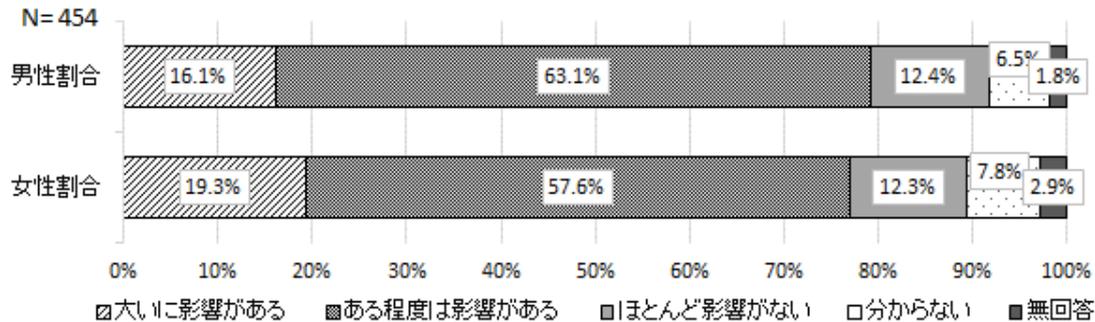
E-5 観光の「自然環境や都市環境の悪化」への影響（全体）



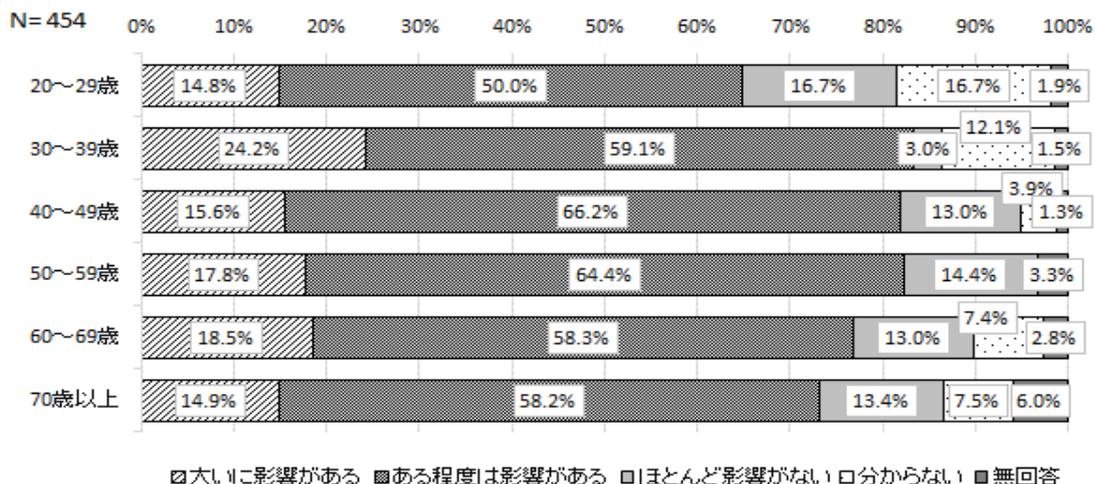
E-5 前回調査（2007年）との比較（全体）



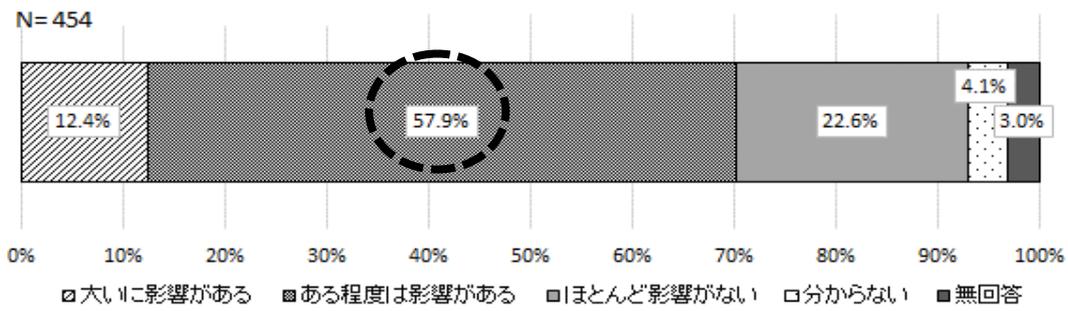
E-5 観光の「自然環境や都市環境の悪化」への影響（男女別）



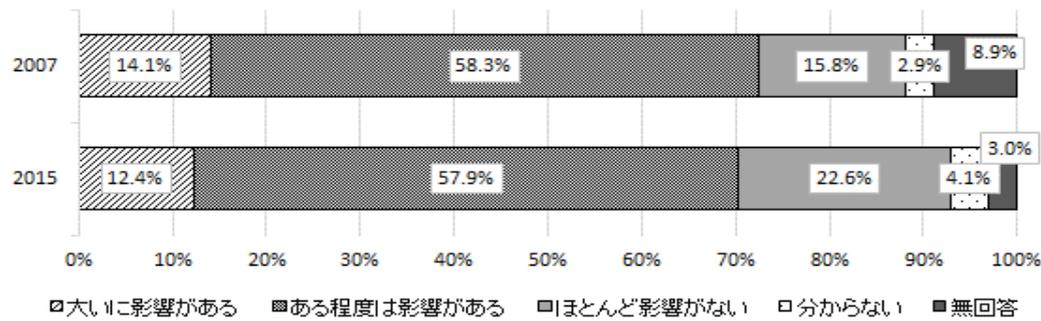
E-5 観光の「自然環境や都市環境の悪化」への影響（年齢別）



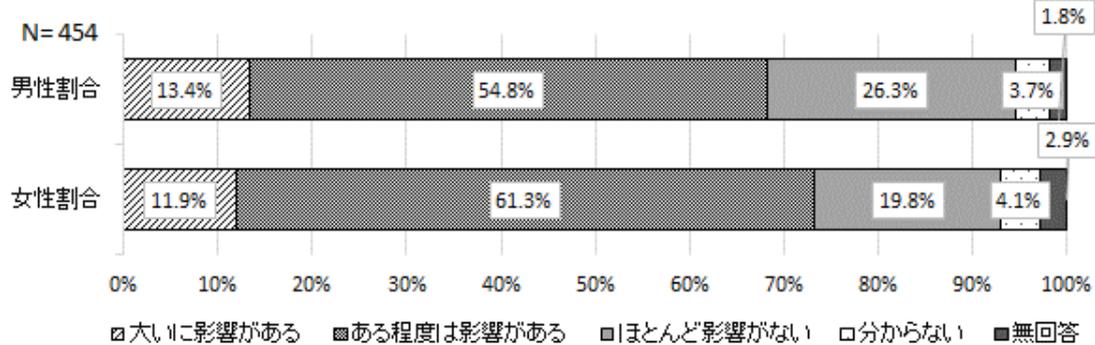
E-6 観光の「市民の日常生活の支障」への影響（全体）



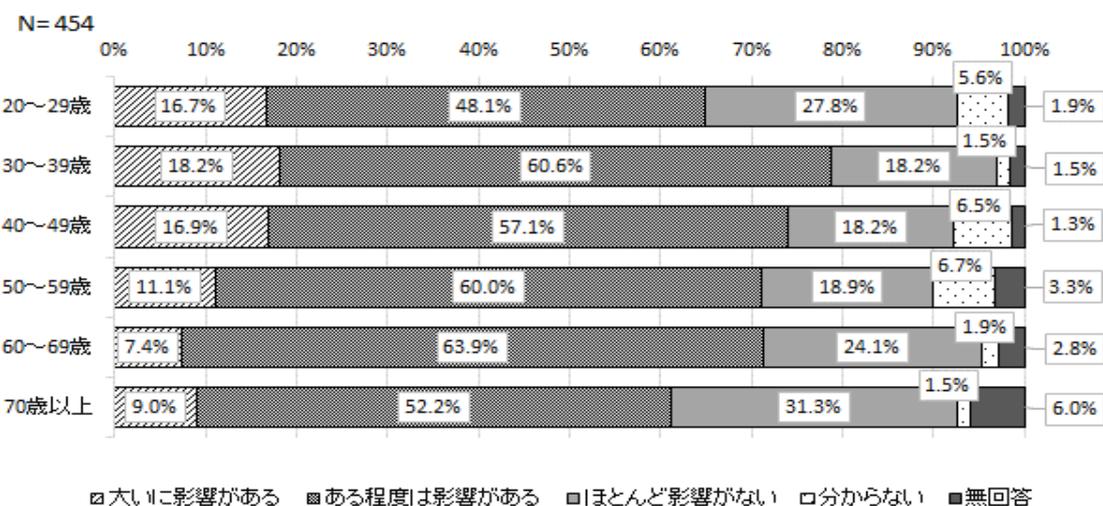
E-6 前回調査（2007年）との比較（全体）



E-6 観光の「市民の日常生活の支障」への影響（男女別）



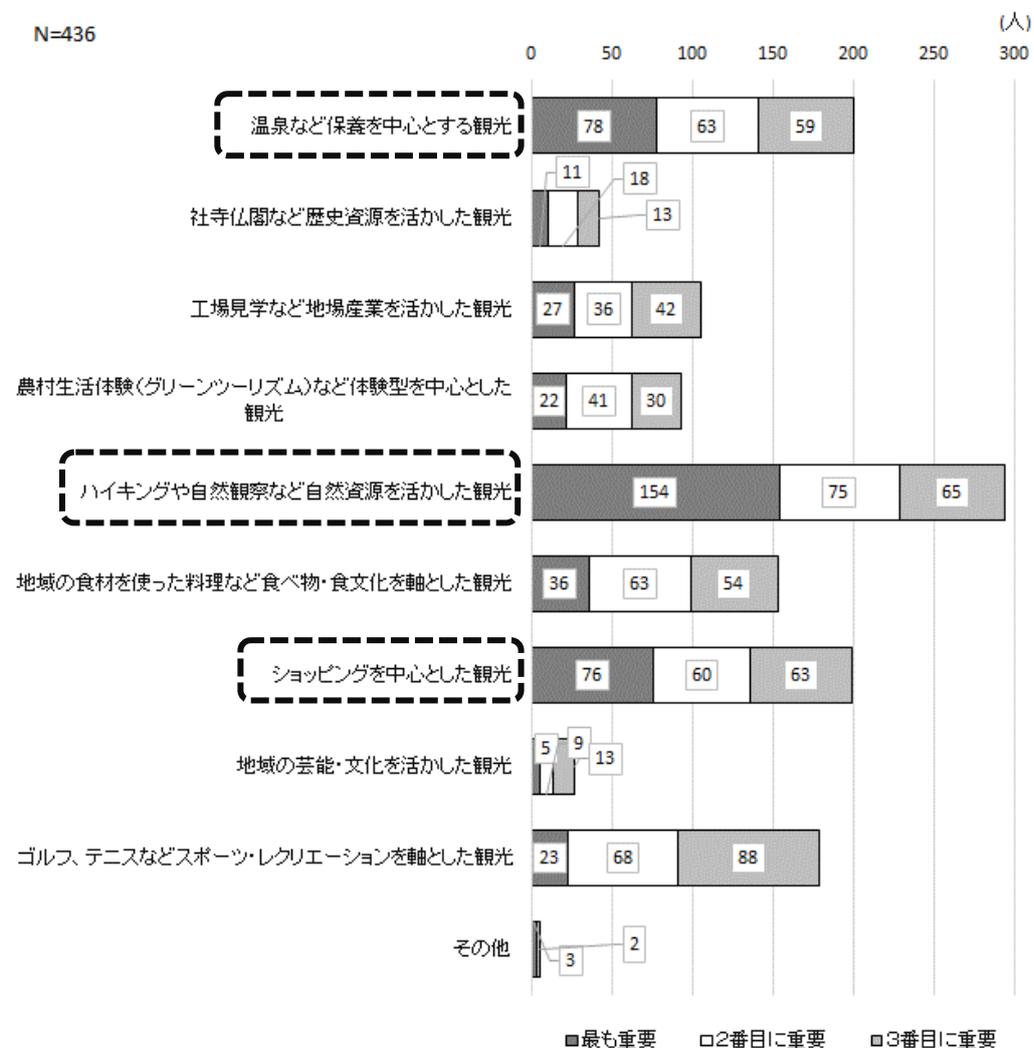
E-6 観光の「市民の日常生活の支障」への影響（年齢別）



(6) 御殿場市の観光振興の方向性について

今後、御殿場市が目指す観光振興の方向性について尋ねたところ、「ハイキングや自然観察など自然資源を活かした観光」が294人（67.4%）と最も多く、次いで「温泉などの保養を中心とする観光」が200人（45.9%）、「ショッピングを中心とした観光」が199人（45.6%）となっている。

F-1 今後、御殿場市が目指すべき観光振興の方向性



F-1 今後、御殿場市が目指すべき観光振興の方向性 <全体>	人数	構成比
温泉など保養を中心とする観光	200	45.9%
社寺仏閣など歴史資源を活かした観光	42	9.6%
工場見学など地場産業を活かした観光	105	24.1%
農村生活体験(グリーンツーリズム)など体験型を中心とした観光	93	21.3%
ハイキングや自然観察など自然資源を活かした観光	294	67.4%
地域の食材を使った料理など食べ物・食文化を軸とした観光	153	35.1%
ショッピングを中心とした観光	199	45.6%
地域の芸能・文化を活かした観光	27	6.2%
ゴルフ、テニスなどスポーツ・レクリエーションを軸とした観光	179	41.1%
その他	5	1.1%
合計	1,297	297.5%

男女別での目指すべき観光振興の方向性も、男女ともに「ハイキングや自然観察など自然資源を活かした観光」が最も高く、特に差はみられない。

F-1 今後、御殿場市が目指すべき観光振興の方向性 ＜男女別＞	男性 (人数)	男性 (構成比)	女性 (人数)	女性 (構成比)
温泉など保養を中心とする観光	93	45.4%	105	46.7%
社寺仏閣など歴史資源を活かした観光	21	10.2%	20	8.9%
工場見学など地場産業を活かした観光	43	21.0%	61	27.1%
農村生活体験（グリーンツーリズム）など体験型を中心とした観光	39	19.0%	53	23.6%
ハイキングや自然観察など自然資源を活かした観光	146	71.2%	145	64.4%
地域の食材を使った料理など食べ物・食文化を軸とした観光	66	32.2%	85	37.8%
ショッピングを中心とした観光	95	46.3%	100	44.4%
地域の芸能・文化を活かした観光	13	6.3%	12	5.3%
ゴルフ、テニスなどスポーツ・レクリエーションを軸とした観光	90	43.9%	87	38.7%
その他	2	1.0%	3	1.3%
合計	608	296.6%	671	298.2%

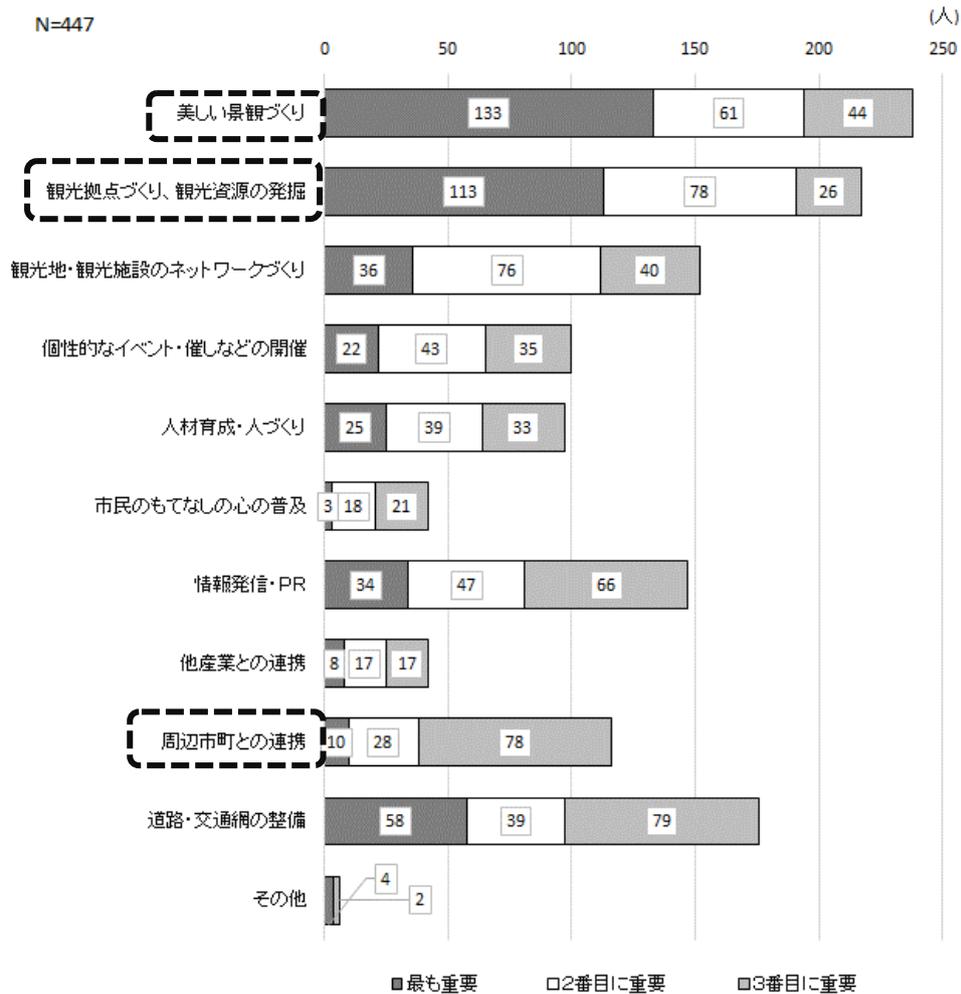
年齢別での目指すべき観光振興の方向性も、全ての年齢層で「ハイキングや自然観察など自然資源を活かした観光」が最も高く、特に差異はみられない。

F-1 今後、御殿場市が目指すべき観光振興の方向性 ＜年齢別＞	20～29歳 (人数)	30～39歳 (人数)	40～49歳 (人数)	50～59歳 (人数)	60～69歳 (人数)	70歳以上 (人数)
温泉など保養を中心とする観光	24	31	35	36	44	28
社寺仏閣など歴史資源を活かした観光	1	2	2	9	15	13
工場見学など地場産業を活かした観光	17	11	16	21	25	14
農村生活体験（グリーンツーリズム）など体験型を中心とした観光	6	19	12	19	21	15
ハイキングや自然観察など自然資源を活かした観光	40	47	47	57	62	38
地域の食材を使った料理など食べ物・食文化を軸とした観光	16	23	31	23	39	20
ショッピングを中心とした観光	32	33	43	38	32	17
地域の芸能・文化を活かした観光	2	2	1	5	12	4
ゴルフ、テニスなどスポーツ・レクリエーションを軸とした観光	20	24	36	33	43	21
その他	0	0	1	2	2	0
合計	158	192	224	243	295	170

F-1 今後、御殿場市が目指すべき観光振興の方向性 ＜年齢別＞	20～29歳 (構成比)	30～39歳 (構成比)	40～49歳 (構成比)	50～59歳 (構成比)	60～69歳 (構成比)	70歳以上 (構成比)
温泉など保養を中心とする観光	45.3%	48.4%	46.7%	44.4%	44.0%	48.3%
社寺仏閣など歴史資源を活かした観光	1.9%	3.1%	2.7%	11.1%	15.0%	22.4%
工場見学など地場産業を活かした観光	32.1%	17.2%	21.3%	25.9%	25.0%	24.1%
農村生活体験（グリーンツーリズム）など体験型を中心とした観光	11.3%	29.7%	16.0%	23.5%	21.0%	25.9%
ハイキングや自然観察など自然資源を活かした観光	75.5%	73.4%	62.7%	70.4%	62.0%	65.5%
地域の食材を使った料理など食べ物・食文化を軸とした観光	30.2%	35.9%	41.3%	28.4%	39.0%	34.5%
ショッピングを中心とした観光	60.4%	51.6%	57.3%	46.9%	32.0%	29.3%
地域の芸能・文化を活かした観光	3.8%	3.1%	1.3%	6.2%	12.0%	6.9%
ゴルフ、テニスなどスポーツ・レクリエーションを軸とした観光	37.7%	37.5%	48.0%	40.7%	43.0%	36.2%
その他	0.0%	0.0%	1.3%	2.5%	2.0%	0.0%
合計	298.1%	300.0%	298.7%	300.0%	295.0%	293.1%

また、具体的な取り組みとして重要な対策について尋ねたところ、「美しい景観づくり（富士山の景観の活用、花いっぱい運動など）」が238人（53.2%）と最も多く、次いで「観光拠点づくり、観光資源の発掘」が217人（48.5%）、「道路・交通網の整備（観光ルートなど）」が176人（39.4%）となっている。

F-2 今後の具体的な取り組みとして重要な対策



F-2 今後の具体的な取り組みとして重要な対策 <全体>	人数	構成比
美しい景観づくり（富士山の景観の活用、花いっぱい運動など）	238	53.2%
観光拠点づくり、観光資源の発掘	217	48.5%
観光地・観光施設のネットワークづくり	152	34.0%
個性的なイベント・催しなどの開催	100	22.4%
人材育成・人づくり	97	21.7%
市民のもてなしの心の普及	42	9.4%
情報発信・PR	147	32.9%
他産業との連携	42	9.4%
周辺市町との連携	116	26.0%
道路・交通網の整備	176	39.4%
その他	6	1.3%
合計	1,333	298.2%

男女別での具体的な取り組みとして重要な対策も、男女ともに「美しい景観づくり」が多く、差異は少ない。

F-2 今後の具体的な取り組みとして重要な対策 ＜男女別＞	男性 (人数)	男性 (構成比)	女性 (人数)	女性 (構成比)
美しい景観づくり(富士山の景観の活用、花いっぱい運動など)	109	52.2%	124	53.4%
観光拠点づくり、観光資源の発掘	99	47.4%	117	50.4%
観光地・観光施設のネットワークづくり	59	28.2%	90	38.8%
個性的なイベント・催しなどの開催	47	22.5%	53	22.8%
人材育成・人づくり	54	25.8%	39	16.8%
市民のもてなしの心の普及	19	9.1%	23	9.9%
情報発信・PR	63	30.1%	84	36.2%
他産業との連携	21	10.0%	20	8.6%
周辺市町との連携	58	27.8%	56	24.1%
道路・交通網の整備	92	44.0%	82	35.3%
その他	3	1.4%	3	1.3%
合計	624	298.6%	691	297.8%

年齢別での具体的な取り組みとして重要な対策は、「美しい景観づくり」が最も高かった。

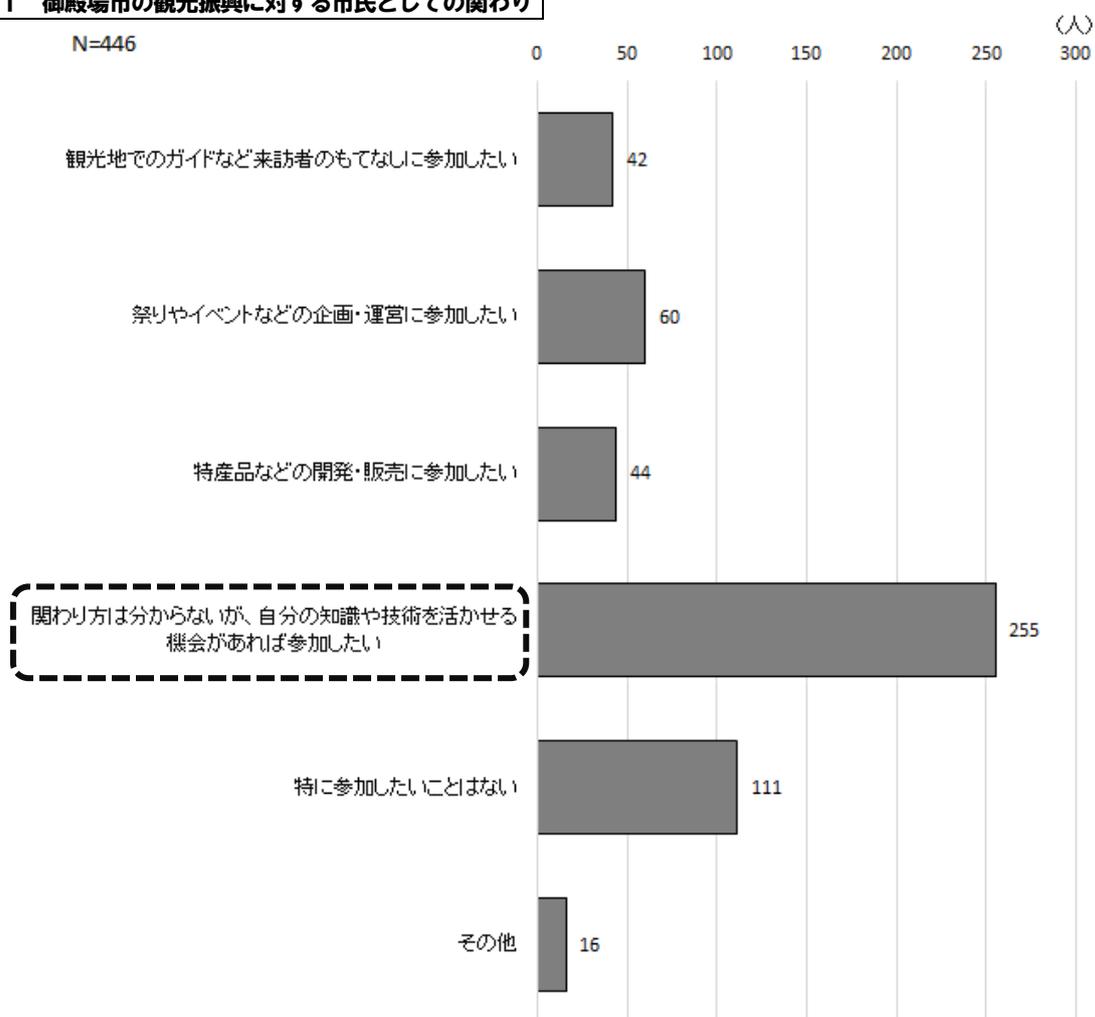
F-2 今後の具体的な取り組みとして重要な対策 ＜年齢別＞	20～29歳 (人数)	30～39歳 (人数)	40～49歳 (人数)	50～59歳 (人数)	60～69歳 (人数)	70歳以上 (人数)
美しい景観づくり(富士山の景観の活用、花いっぱい運動など)	26	38	38	47	48	37
観光拠点づくり、観光資源の発掘	29	29	36	38	59	25
観光地・観光施設のネットワークづくり	20	19	25	36	34	16
個性的なイベント・催しなどの開催	17	17	24	17	17	8
人材育成・人づくり	11	14	9	17	26	17
市民のもてなしの心の普及	5	2	7	2	13	12
情報発信・PR	12	13	26	32	45	19
他産業との連携	4	7	8	7	9	6
周辺市町との連携	9	18	16	25	29	18
道路・交通網の整備	23	34	38	25	31	23
その他	1	1	1	2	0	1
合計	157	192	228	248	311	182

F-2 今後の具体的な取り組みとして重要な対策 ＜年齢別＞	20～29歳 (構成比)	30～39歳 (構成比)	40～49歳 (構成比)	50～59歳 (構成比)	60～69歳 (構成比)	70歳以上 (構成比)
美しい景観づくり(富士山の景観の活用、花いっぱい運動など)	49.1%	59.4%	50.0%	56.6%	46.2%	59.7%
観光拠点づくり、観光資源の発掘	54.7%	45.3%	47.4%	45.8%	56.7%	40.3%
観光地・観光施設のネットワークづくり	37.7%	29.7%	32.9%	43.4%	32.7%	25.8%
個性的なイベント・催しなどの開催	32.1%	26.6%	31.6%	20.5%	16.3%	12.9%
人材育成・人づくり	20.8%	21.9%	11.8%	20.5%	25.0%	27.4%
市民のもてなしの心の普及	9.4%	3.1%	9.2%	2.4%	12.5%	19.4%
情報発信・PR	22.6%	20.3%	34.2%	38.6%	43.3%	30.6%
他産業との連携	7.5%	10.9%	10.5%	8.4%	8.7%	9.7%
周辺市町との連携	17.0%	28.1%	21.1%	30.1%	27.9%	29.0%
道路・交通網の整備	43.4%	53.1%	50.0%	30.1%	29.8%	37.1%
その他	1.9%	1.6%	1.3%	2.4%	0.0%	1.6%
合計	296.2%	300.0%	300.0%	298.8%	299.0%	293.5%

(7) 観光振興への関わりについて

御殿場市の観光振興に対する市民としての関わりについて尋ねたところ、「自分の知識や技術を活かせる機会があれば参加したい」が最も多く255人（57.2%）であり、全体的に見ると「参加したい」が7割であるため、観光振興に携わりたい市民が非常に多いことが分かる。

G-1 御殿場市の観光振興に対する市民としての関わり



G-1 御殿場市の観光振興に対する市民としての関わり 〈全体〉	人数	構成比
観光地でのガイドなど来訪者のもてなしに参加したい	42	9.4%
祭りやイベントなどの企画・運営に参加したい	60	13.5%
特産品などの開発・販売に参加した	44	9.9%
自分の知識や技術を活かせる機会があれば参加したい	255	57.2%
特に参加したいことはない	111	24.9%
その他	16	3.6%
合計	446	118.4%

男女別での観光振興に対する市民としての関わりも、男女ともに「自分の知識や技術を活かせる機会があれば参加したい」が最も多い。

G-1 御殿場市の観光振興に対する市民としての関わり ＜男女別＞	男性 (人数)	男性 (構成比)	女性 (人数)	女性 (構成比)
観光地でのガイドなど来訪者のもてなしに参加したい	22	10.5%	20	8.6%
祭りやイベントなどの企画・運営に参加したい	33	15.8%	26	11.2%
特産品などの開発・販売に参加したい	21	10.0%	22	9.5%
自分の知識や技術を活かせる機会があれば参加したい	116	55.5%	137	59.1%
特に参加したいことはない	52	24.9%	57	24.6%
その他	9	4.3%	6	2.6%
合計	209	121.1%	232	115.5%

年齢別での観光振興に対する市民としての関わりも、全ての年齢層で「自分の知識や技術を活かせる機会があれば参加したい」が最も多い。

G-1 御殿場市の観光振興に対する市民としての関わり ＜年齢別＞	20～29歳 (人数)	30～39歳 (人数)	40～49歳 (人数)	50～59歳 (人数)	60～69歳 (人数)	70歳以上 (人数)
観光地でのガイドなど来訪者のもてなしに参加したい	7	4	7	7	10	7
祭りやイベントなどの企画・運営に参加したい	15	9	7	9	13	5
特産品などの開発・販売に参加したい	4	4	5	9	9	13
自分の知識や技術を活かせる機会があれば参加したい	26	38	46	51	61	32
特に参加したいことはない	10	17	18	21	26	17
その他	3	1	2	3	2	4
合計	53	64	75	85	103	61

G-1 御殿場市の観光振興に対する市民としての関わり ＜年齢別＞	20～29歳 (構成比)	30～39歳 (構成比)	40～49歳 (構成比)	50～59歳 (構成比)	60～69歳 (構成比)	70歳以上 (構成比)
観光地でのガイドなど来訪者のもてなしに参加したい	13.2%	6.3%	9.3%	8.2%	9.7%	11.5%
祭りやイベントなどの企画・運営に参加したい	28.3%	14.1%	9.3%	10.6%	12.6%	8.2%
特産品などの開発・販売に参加したい	7.5%	6.3%	6.7%	10.6%	8.7%	21.3%
自分の知識や技術を活かせる機会があれば参加したい	49.1%	59.4%	61.3%	60.0%	59.2%	52.5%
特に参加したいことはない	18.9%	26.6%	24.0%	24.7%	25.2%	27.9%
その他	5.7%	1.6%	2.7%	3.5%	1.9%	6.6%
合計	122.6%	114.1%	113.3%	117.6%	117.5%	128%

(8) 自由回答

<全体として多かった意見>

- アウトレット周辺やイベント開催時に発生する交通渋滞への対応をしてほしい
- 御殿場駅および駅周辺の整備を進めてほしい
- 道の駅、大型商業施設、スポーツ施設など、新たな施設によるにぎわいづくり
- 市外からも人を呼べるようなイベントの開催
- 効果的な情報発信の充実
- 御殿場独自の食べ物・特産品の開発

<施策の参考となりそうな意見>

○国内最大の道の駅の建設

観光するなら御殿場に立ち寄り考えて周辺へ出掛ける。御殿場インターを観光ハブインターへ。国内最大の道の駅建設。ハブとはネットワークの中心に位置する。観光拠点のハブ拠点の役割を考え、ハブを前面に打ち出したPR、交通、宿泊、食事の提供により環境商業都市とする。(富士山あつての御殿場なので、ハブである事に徹することが重要)

○サイクリングロード、ウォーキングロードの整備

御殿場市は、サイクリングロード、ウォーキングロードが整備されていません。遠方から車でこられる方達が無料で駐車でき、そこからウォーキング、サイクリングが楽しめる拠点も含め、整備されれば、それに付随する産業も生まれると思います。バイパス道路を作るとその沿道が発展していくように、御殿場市全域を安心して回れるサイクリングロード、ウォーキングロードがあれば、それを取り囲むように、発展していくと思います。

○市全体で行う祭り

それぞれの地区でお祭りをやるのではなく、市としてひとつの大きな祭りを考えた方が良くはないでしょうか。

○ファミリー向けイベントの開催

キャンプ地、音楽フェス、ロハスをテーマに、子連れ(ファミリー)で楽しめるオシャレな(重要)イベントを定着させる。成功例はアートクラフト展&アコチル。首都圏からも気楽に来て、温泉もあって、日帰りできる避暑地&アクティブレジャー。もともと狭いんだから、名所を作るわけにもいかないの、期間限定で何か毎年やる。おしゃれなキャンプイベントをやって、キャンプ地としての知名度をUP。

○ショッピング+農業体験

アウトレット来客に、春来てさつま芋の苗さし、秋来て芋ほりのようにショッピングと農業体験をコラボさせる。

○ペットと一緒に楽しめる場

自然とふれあえるように森や川に安全に入って遊べるペット可の施設が無い。伊豆高原や山梨のようにしてペット連れの観光客を増やす。実際には私は犬を連れて御殿場では遊べないし、泊まれないので山梨へよく行きます。

新東名の御殿場 I C 付近にひと休みできて、子供が遊べる所やドックランや足湯などホッとできる場所ができないだろうか。

○マラソン大会の実施

市内をコースにしたマラソン大会を開催すれば、宿泊・観光・食の経済効果が考えられます。印野を走ったら気持ちよいと思います。「ごてんばこしひかりマラソン」はいかがでしょう。

自由回答 一覧

1. 交通渋滞の緩和・道路整備に力を注ぐべき

○	仁杉～須走間の138号の交通渋滞対策	(男性, 70代以上)
○	御殿場市は交通アクセス(東京からの)は良いため、それをうまく利用した観光を進めるべきです。	(男性, 50代)
○	道路渋滞なども想定した交通システム、新バイパスなどの整備。	(男性, 40代)
○	富士山が世界的に認められたことをきっかけに外国人との交流がもっとできると思います。ホテルなどの宿泊施設・交通機関を整えて多くの観光客が訪れるといいですね。	(女性, 40代)
○	御殿場での観光というと、正直アウトレット位しか思いつきません。家族、友人等で来た時に、ゆっくり寛げて、楽しめる場所があれば、行ってみようかという気持ちになるかと思います。そのためには、街の景観作り、交通整備等も必要だと思います。私は、県外からこちらに来ておりますが、平日頃からもったいない街だなと感じていました。御殿場の今後の発展に期待します。	(女性, 30代)
○	三島からの交通の便が悪いので、車以外のアクセス方法が増えると新幹線でいらっしゃる方々には良いと思います。	(女性, 30代)
○	週末はイベントがあると、138号を中心に混み合い、困った事が何度かありました。観光地として、どこも同じだと思いますが、交通について、改善されてから、力を注ぐと良いかなと思いました。	(女性, 30代)
○	交通渋滞が激しく、特にアウトレットの渋滞は生活に支障を来すことがあるので、その辺りの対策をした方がいいと思う。	(男性, 20代)
○	とにかく交通が不便。市内循環バスや御殿場線の本数を増やすなど検討されては?	(女性, 40代)
○	バス、電車が不便すぎ。観光地として売りたいならそこを充実させるべき。	(男性, 30代)
○	どこかでイベントがあると道路の渋滞がひどい。	(女性, 30代)
○	アウトレット周辺の道路整備。	(男性, 30代)
○	アウトレットの渋滞をどうにかしてほしい。高原ビール渋滞対策、市の方から何か言って欲しい。毎年その時期は15時、16時から家にいなきやいけなくなるので。	(女性, 20代)
○	あまり道路を作りすぎるとせっかくの富士山が見えなくなってしまう。自然がいなくなってしまう。	(男性, 60代)
○	国道、県道、市道などの歩道の雑草が伸び放題で、観光客に見栄えが悪い。しかも歩道をまともに歩けない位雑草が伸びている所もある。目先の集客も大事ですが、違った視点からのイメージアップも検討した方がいいと思います。	(男性, 40代)
○	雪が多く、施設に向かう道路の整備をすれば、市民も行きやすくなると思います。	(女性, 30代)
○	道路標識等の整備及び歩車道の区別を備えた道路。	(男性, 70代以上)
○	新東名ICの周辺の活用を。通過地点としないように。	(男性, 30代)
○	雨や霧が多いので、道路を運転しやすく(視認しやすい白線など)整備した方が他県からの観光客も安心できると思います。特に須走インターからの138号は縁石なども見えづらく、引越してきたばかりの頃は怖い道でした。	(女性, 30代)

○	御殿場市は、サイクリングロード、ウォーキングロードが整備されていません。遠方から車でこられる方達が無料で駐車でき、そこからウォーキング、サイクリングが楽しめる拠点も含め、整備されれば、それに付随する産業も生まれると思います。バイパス道路を作るとその沿道が発展していくように、御殿場市全域を安心して回れるサイクリングロード、ウォーキングロードがあれば、それを取り囲むように、発展していくと思います。	(男性, 40代)
○	道路に観光地への表示をしたら? ナビには無い細かな表示など。雑草を刈り、花や木を道路に植えては?	(女性, 50代)
○	アウトレットに並ぶ一押しを作るか。バスが様々なところへ行けるのもっと紹介できると御殿場=アウトレット、富士山のイメージをもっと御殿場には多くのものがあり足を運びたくなると思う。	(男性, 20代)
○	御殿場線おもてなし列車。駅より二の岡、東山、散策、ガイドコース等。市内観光バスツアー。温泉→スポーツレクリエーション→保養→食→散策→ショッピング(地場産業、工場見学、景観史跡)	(女性, 60代)
○	街灯を増やして欲しい。	(女性, 20代)
○	観光には関係ないかも知れませんが、市内の街灯が少なく感じます。夜に歩くのは怖いです。	(女性, 20代)

2. 御殿場駅と周辺の整備を進めるべき

○	JR御殿場駅構内をまず改善して下さい(JRと協力して)。大きいスーパーがない、などなど。	(男性, 50代)
○	御殿場駅をまず第1に変えてほしい。デパート(駅直結)を作ってほしい。(ららぽーと的な)駅周辺のさびれた感をなんとかしてほしい。有名どころのファミレスだったり、華やかに人が集まる場所があってほしいです。	(女性, 30代)
○	御殿場駅富士山口の活性化。図書館を中心とした複合施設。(飲食など)(老若男女がつどえる場所)	(男性, 60代)
○	御殿場駅を降りても高い建築物で富士山が見えない。富士山の街とするなら、高さの規制や電線の地中化など基本的な事からするべきだと思います。	(男性, 50代)
○	御殿場駅富士山口が暗くしてどんよりしているように見えます。乙女口のようにどんどん開発していただきたいです。	(女性, 50代)
○	御殿場駅から富士山が見えない事が残念。アウトレット、地ビール、富士山とたくさんの方が来ていると思うのですが、御殿場の観光が全然感じないのも残念。地方へ行くときに御殿場の名産物がない、おみやげにしたいものがわからない。道の駅もないのが残念(小山は2つありますのに)。	(女性, 50代)
○	駅前が閑散とし、人を引き付けるものがなく寂しい。	(女性, 60代)
○	駅周辺が寂しい。デパート・大型商業施設等、近隣にわざわざ行かず、地元で済ます事ができるようなものがあると良い。アウトレットとセットで観光の方も利用できると良いと思う。まだまだ人寄せ等が自宅でもあるので、少し高級感のあるものも少しあると良い。ゴルフ帰りの方も利用できると思う。食品・レストラン等。	(女性, 40代)
○	駅前と駅裏の活性化・自然を活かして子ども達の楽しめる施設を増やす・スポーツ選手のイベント など	(男性, 30代)
○	駅周辺の活性化、飲食店が少ないため観光客が不便である。御殿場の特産品を中心としたレストランなど運営したら良いと思う。	(女性, 40代)
○	駅前商店街の活性化・空き店舗の有効活用・休耕田の活用(田畑として使う。潰さずに。)	(女性, 20代)

○	駅前シャッター通りがさびれた印象だと、訪問客が言っていた。駅前は市の看板だと思うので、空き店舗の活用をしたらどうか。駅前に来たいと思えるような。	(女性, 30代)
○	御殿場駅をもっと明るくする。	(女性, 20代)
○	駅前がやや寂れている印象です。大きな商業施設がプレミアムアウトレットの他に特になく、車で移動して別の街まで行かないと映画館もないのが不便。人口が少ない町などにあるショッピングモールの方が充実している気がします。	(女性, 20代)
○	河津町のように、駅から続き町中へ誘うような並木等があったら良いかなと思います。駅近くの町中を賑やかにしなければ、人は素通りだと思います。(例えば、並木にするような木は何でも良いと思います。)	(女性, 60代)
○	駅前の商店街をもっと楽しい場所にして欲しい。歩いている人が少なく寂しく感じる。	(女性, 40代)
○	遊園地(富士急ハイランド的な)を作る。駅周辺の整備。	(男性, 60代)
○	駅周辺に花を植えたら良いと思います。きちんと手入れをしないとイメージを悪くしてしまいますが。皆さんが美しい、素晴らしいと思えるような町づくりが大切だと思います。オリンピックもあることですし。	(女性, 60代)
○	駅前の再開発。インター周りの整備。	(男性, 50代)
○	とにかく駅前の整備。看板の大きさ色の統一。駅から富士山が見えて感動を。これを願ってます。	(女性, 60代)
○	駅やその周辺の区画整理、開発、商店街の活性化。	(男性, 50代)
○	駅周辺の整備(商店街は老朽化している建物が多い)ショッピングモール等の誘致。	(女性, 40代)
○	商店街がみずぼらしいのでもっと活気があるといいと思います。どこでもシャッター商店街というのはあるので難しいとは思いますが。	(女性, 20代)
○	駅前の案内が分かりづらい。	(女性, 50代)

3. 施設整備を推進するべき

◆道の駅関連

○	「道の駅」メインの道路周辺に。	(男性, 60代)
○	箱根や富士五湖へ行く車の通過点としてあまり立ち止まる所がないので、道の駅や人が休めて集まる場所などを作っては。(車が止められるスペースがないと人は集まらない)	(男性, 40代)
○	道の駅 など	(女性, 50代)
○	小山町のように道の駅を作り、通過車両に立ち寄ってもらいアピールする場所があると良い。	(男性, 70代以上)
○	道の駅を計画して下さい。例えば、3か所バイパス沿いに古沢、北久原、杉名沢など	(女性, 70代以上)
○	ファミリーが安心して宿泊できる施設の普及。御殿場市としての「道の駅」(トイレ休憩やドライバーの休むスペース確保)	(男性, 30代)
○	アウトレットからの買い物をした観光客を見かけます。駅の周辺でも土産を買ってもらえるようにしたらどうでしょうか。旅行者は、乗り物に乗る直前にご当地グルメなど買います。道の駅、あるいは、みくりやの駅などという施設があるとよいと思います。アウトレットに負けます。役所の考え方だけでなく、色々な年齢、職業、地域の人からの発想は新しく、気づかせてくれることもあると思います。御殿場は防衛庁からの収入をあてにしているように思えます。他はふるさと納税などで立派な収入を上げてます。	(女性, 50代)

○	1. 観光地・名所・史跡等の整備 2. 道の駅のようなものとか、車、人が集まれるような施設の整備とイベントなどの年間を通じた催し物を行う。 3. 名所、史跡、観光ルートの整備、マイクロバス等の運行。 4. 土産物の品質の向上	(女性, 70 代以上)
○	観光するなら御殿場に立ち寄り考えて周辺へ出掛ける。御殿場インターを観光ハブインターへ。国内最大の道の駅建設。ハブとはネットワークの中心に位置する。観光拠点のハブ拠点の役割を考え、ハブを前面に打ち出したPR、交通、宿泊、食事の提供により環境商業都市とする。(富士山あつての御殿場なので、ハブである事に徹することが重要)	(男性, 50 代)
○	市の特産品を有効に活用できる施設がない。例えば小山町みたいな道の駅がない、アウトレット、高原ビールだけではだめである。国道138、246号沿いに情報発信できる施設が必要である。	(男性, 50 代)
○	アウトレットとインターの間には是非寄りたいたいと思うような施設を作り、素通りする市とならないように。御殿場の特産物、有名なお土産品などを備えた、道の駅を作るべきです。そこを拠点に樹空の森などに行ってもらえるように。	(女性, 60 代)
○	素通りされる街でなく、立ち止まっていける街作りが必要である。地場産と触れ合える大規模な道の駅の設置の民間活用。美術館、資料館等の文化施設の設置は重要である。富士山のビューポイントのPRをし、それにより地域振興をする。	(女性, 60 代)

◆大型商業施設関連

○	大型のショッピングモールがあると良いですね。いわゆるデパートがないので不便です。	(男性, 40 代)
○	郊外にコストコなどの大型商業施設を誘致し、その周辺に温泉などの施設があったらいいと思います。観光も大切ですが、信頼できる医療機関がない事も心配です。	(女性, 40 代)
○	イオンモールなど大型ショッピングモールなどがあるといい。アウトレットがあるが、魅力さが低い(1回行けば飽きる)。御殿場は、商業施設が少ない。	(女性, 30 代)
○	昔は山中湖～箱根の中間点でどちらかという通過点のイメージが強かったが、アウトレットができてからは御殿場を目指して来訪する観光客も多くなっている。 ”買い物の街”としてのイメージもできてきているので大型商業施設の誘致など(ただし地元の小店の立場も考えて)必要かと思う。	(男性, 40 代)
○	アウトレットより身近な大型ショッピングモール(映画館併設)が無いので、若者は特に御殿場離れがあるのでは?市内の学生はかわいそうな気がする。	(女性, 40 代)
○	アウトレットとは別にショッピングモールのような大きな施設ができるとよい。	(女性, 40 代)
○	ショッピングモールがあれば市民も市外の人も御殿場へ来ると思う。	(女性, 40 代)
○	子どもから大人まで楽しめるような大きなショッピングがあればいいと思います。(御殿場は小さいです)	(女性, 60 代)
○	アウトレット以外のショッピングモールの建設	(男性, 20 代)
○	富士登山者は山梨側が多いが、勿体ない。もっと整備してPRすべき。シーズンになると街中でもリュックを背負った人を見かけるが不思議。駅で座り込んでいる外国人など英語もしゃべれないが、何か役に立ちたいと思う。出身が千葉だが御殿場はとても涼しい。もっと避暑地としてのPRもしたらどうか。生活に不便はないが娯楽がない。映画館の入った大型ショッピングセンターが欲しい。御殿場ならではの無料の巨大駐車場のあるショッピングセンターが是非欲しい。	(女性, 40 代)

○	他市から転入しました。程よく生活便がよくて、程よく楽しみがあり、季節によっては過ごしやすく好きな街です。しかし、大きな商業施設などなく（御殿場周辺の町にも・・・）子供や大人の衣料や生活に関わる物はほとんど神奈川かネット通販で購入します。規模が大きくイベント施設が出来ると良いですね。	(女性, 30代)
○	色々な年代の人が楽しめる大型ショッピングモールが近辺にないのでどうでしょうか。アウトレットは買い物のみ、特に若い人向けです。私達の年代はあまり行く事はないですが、ショッピングモールは屋内で天気に関係なく集客できると思います。	(女性, 50代)
○	大きな商業施設をつくる事で、そういう場所で観光をアピールする。	(男性, 60代)
○	アウトレット以外に大きなショッピング、又はレジャー施設ができれば盛り上がるかなと思う。	(女性, 20代)
○	アウトレット以外の大型ショッピングモール（映画館を含める）を造ってほしいです。御殿場からわざわざ富士市や小田原に出かけるのも不思議に思います。	(女性, 50代)
○	アウトレット周辺に他の商業施設の誘致（コストコ、I K E Aなど）単発ではなく複合的に集客	(男性, 30代)
○	映画館 ・ショッピングセンター	(女性, 20代)
○	アウトレットに映画館があると母はショッピング、父と子は映画、助かります。	(女性, 50代)

◆宿泊関連

○	今後御殿場市にもっと人を集めるためには、中央道～御殿場のアクセスを改善する必要があると思う。また、泊まりたいと思うような宿泊施設が少ないので、もっと特色や魅力のあるホテルや旅館を作るべきだと感じる。	(女性, 20代)
○	山梨地方、箱根の通過点でなく宿泊したい（できる）観光になれば良い。	(女性, 60代)
○	観光客数が県内3位とはいえ、単なる通過点にしかなくなっていないように思えてなりません。あまりにも消極的なのではないでしょうか？もっとアピールできる所がいっぱいあるのに残念でなりません。宿泊客が増加するよう努力すべきだと思う。商店街がもっと団結し取り組むべきではないでしょうか。若い方が楽しめるような町づくりを。	(女性, 60代)
○	宿泊施設（ファミリー向け）が少ないと思います。ビジネスホテルは多いですが、家族で泊まりたいと思う場所が時之栖くらいしか思いつきません。もう一つくらいあるといいと思います。	(女性, 40代)
○	温泉のあるホテルも少なく、富士山の見える宿や遊び場をもっと増やしていったほうがよいかと思います。	(女性, 50代)

◆スポーツ関連

○	実践的に誇れるものはありませんが、富士山をベースとした観光が主役になると思います。富士山の歴史的資料館が見学コースにあったら良いと思います。周辺にはゴルフ場がとて多くあります。温泉も沢山あります。乗馬場もあります。これらを合わせて、スポーツと温泉を整備PRしたらどうでしょう。	(男性, 70代以上)
○	観光目的に別荘的な泊まりでくるための土地や建物などの提供。ゆっくり滞在できる環境をつくり、富士山・箱根に御殿場から出かけてもらうスポーツの大会にどんどん関わって施設を売りにしていく	(女性, 50代)
○	ハイキングツアーなどの立ち寄り地を増やす。スポーツやレクリエーションが気軽に行える場所をつくるなど。	(女性, 50代)
○	子どもや若い人向けの施設を増やしてもらいたいです。温泉、スポーツ施設、祭り（イベント）、ショッピング施設など。	(女性, 20代)

○	駅にスポーツ体験行きバスを常時用意する。いろいろ巡りツアーパンフを設置。乗馬>炎の里で血づくり>温泉>アウトレット	(女性, 30代)
○	基本的な構想としては、全国大会が出来る程度の規模のスポーツ施設を設ける。特に屋内（テニスコート、サッカー、競泳）で冬期でも快適にスポーツが出来るといい。ゴルフ、乗馬、テニス、サッカー、水泳などと温泉宿泊施設やショッピングセンターなども提携して共通利用ポイントがたまるなどで相互にメリットがある仕組みを作るなど。	(男性, 40代)

◆子ども関連

○	新東名の御殿場IC付近にひと休みできて、子供が遊べる所やドックランや足湯などホットできる場所ができないだろうか。	(女性, 60代)
○	観光などに出かけて、天気の良い日に小さな子供をつれて遊べる所があればと思う事がよくある。	(女性, 30代)
○	御殿場は、他の県・施設に向かうための通過点のようなイメージが前からあったので、アウトレットだけでなく、御殿場にも寄ってもらえるように、遊園地的な子供が遊べるような施設があると良いと思います。	(女性, 30代)

◆高齢者関連

○	アウトレットや山梨・他方面へのアクセスとしても通り道となっているのが現状だと思われる。 本当に観光に力を入れてお金を使うなら、歴史や景観など総合的に考え成功している観光地を参考にして御殿場にしか出来ない事をしてほしいと思います。これから高齢化で車イスや体の不自由な人も増えてくると思われるので、バリアフリーや実際に現在不自由している人の声を取り入れると良いと思います。医療の発達で子供でも不自由な方が多いと思うので、その方面を考えれば家族での旅行も見込まれるし、良いイメージにもなると思う。	(男性, 40代)
○	引退した人たちの第二の人生を過ごす場所。高齢者のためのまち作り。	(男性, 30代)

◆その他施設関連

○	御殿場市民、観光客が一日楽しめる夕暮れの富士山が見える娯楽施設。（温泉等を入れながら）	(男性, 60代)
○	もう少し安く入れる温泉施設が増えるといいなと思います。	(女性, 40代)
○	映画館がないのは残念です。せっかく色々なロケが行われているのに、観ることができない人も沢山いると思います。	(女性, 50代)
○	御殿場は観光地として知られており、アウトレット等せっかく足を運んで来る人が多いのに、娯楽施設（特に映画館）が貧しいのは非常にもったいないことだと思う。若者からの需要は大いにあると思います。	(女性, 20代)
○	四季を通しての富士山五合目の観光（ビジターセンターの設置）	(男性, 60代)
○	美術館などインドアの施設がないので、1つ欲しい。 地元のアーティストの方などと体験教室などできるところ（子供でもできる）が欲しい。	(女性, 40代)
○	富士山の水資源（100年）の湧水の魅力的な提供。そのテーマパーク造り。	(男性, 70代以上)
○	カフェなどが少ないので、おしゃれなカフェがあると思う。富士山をながめながら。ショッピングセンターが少ない。（ショッピングモールがあると良いと思う、外国人向けのお土産、若者が入りやすいお店）	(女性, 40代)

○	山梨、箱根、伊豆等リゾート地への経由地として気軽に立ち寄れる商業施設・観光施設が充実し、” ついでに御殿場も” みたいなもので言いと思う。	(男性, 30 代)
○	自然環境を活かし、天体観測（観察）拠点施設等（宿泊含む）開設または誘致。	(男性, 60 代)
○	中心市街地については整備されつつありますが、観光客、県外からの来訪者は中心市街地よりも自然豊かな郊外に来ると思いますが、残念なことに道路は樹木に覆われ車の通行の阻害になり又観光地に公衆トイレが整備されていないため来訪者はコンビニ等商業施設を利用している、休日に秩父宮、東山地域に散歩に行きますがたまに観光客の方と話したりするとよく出るのが東山湖のトイレの汚さです。観光ハブ都市としてどのようにみているのでしょうか。	(男性, 70 代以上)
○	御殿場でしかできないもの・皆が行きたくなるもの・行きやすい交通 良い例としては御殿場プレミアムアウトレットだと思う。首都圏からも来るのは大きく評価すべき。あとディズニーランドはなぜ皆行きたくなるのか？	(男性, 40 代)
○	充実した地場産業を増やすべきである。 御殿場に出来るもの、名所となるようなもの（パラ園のようなもの）	(男性, 70 代以上)
○	御殿場はペットに対して公園など使用出来ない。那須高原等はペットに優しい町（遊び行きやすい）。	(女性, 40 代)
○	自然とふれあえるように森や川に安全に入って遊べるペット可の施設が無い。伊豆高原や山梨のようにしてペット連れの観光客を増やす。実際には私は犬を連れて御殿場では遊べないし、泊まれないので山梨へよく行きます。	(女性, 50 代)

4. 新しいイベントの開催、既存イベントの改善をすべき

○	近県の人から御殿場について聞くと①アウトレット②御殿場高原ビール と回答され、他のイメージはないように感じます。富士山、箱根、温泉、きれいな水、吉田神社祭典など豊富な資源を持ちながら活かしきれずにもったいないです。現実にはアウトレットや高原ビールに多くの方は来ているので、企業と連携した取り組みが効果的だと思います。他には富士岡駅のホームは富士山を見るのに最高の場所。きれいな水を活かした釣り客の誘致（開発が必要ですが）、複数あるお祭りをまとめて大きな祭りにする、クラシックでなく、レゲエやヒップホップ等、若者が集まる大きなイベント等。	(男性, 40 代)
○	アウトレット等家族連れをはじめとして2人以上で訪れる人が多い中、道具や設備を持参することなく、キャンプができたり（富士山を望める場所）、そこに提供できる食材が地元の農家からだったりすると、市内に滞在する時間が長くなるように思う。また、体験乗馬やポニーセラピー等、御殿場市の自然を活かした環境の中で体験型のイベントが増えると面白いと思う。	(女性, 50 代)
○	東京、神奈川からのアクセスも良いので、御殿場ならではのイベントやPR を強く広く出ると良いと思います。	(女性, 50 代)
○	子供達の参加しやすいイベントや、観光施設を整備することで活性化が図れると思います。例) プール、遊園地、公園、御殿場口五合目の整備を道路を良くする。	(女性, 50 代)
○	御殿場市として色々のイベントを実施していると思うが、他県等への情報がいかず、他県・市からの人の呼び込みが出来ていないと思うので、その点を展開するともっと良いと思う。	(男性, 60 代)
○	世界遺産となった富士山ももっとアピールできるイベント、施設の充実、若い人を中心に教育できる環境づくり、市民へのアピール等。	(男性, 60 代)
○	・TVで「マウントフジトレイルステーション」を見ました。ホームページにあるポスターは見たことがなく、分かっていたら夏休み（子供）に行きたかったのと思いました。富士山クイズ大会も人が集まらなかったとのこと。 ・イベント紹介の最後に日時をもう1度言うとその前の内容を聞いて行くことを決めた時に分かりやすい。	(女性, 50 代)

○	富士山以外の「日本一」と言えるものがあるといいと思います。例としては、フリーマーケット、音楽フェス、お祭り、〇〇大会などの野外でできるイベントやハイキング、散歩、自転車で市内を散策するための歩道、自転車道の整備日本一とか。	(女性, 30代)
○	三島市のように市民以外の人も楽しめる大きなイベントを2, 3か月に1回くらい行った方がいいと思います。それにもっとPRしないと他の地域の方は来ないと思います。何だったらアウトレットとコラボイベントをしても面白いですね。	(女性, 20代)
○	根本的に御殿場市を観光地としてPRしていく方向性が違う気がします。御殿場に観光に来るのではなく、御殿場でイベントがあるから行くというイメージが強いです。(総火演、マスターズ、F1レースなど)全国的に有名なイベント多く作ることが望ましいと思います。	(男性, 20代)
○	自衛隊に協力してもらってのイベントなど。	(男性, 70代以上)
○	自然観察できるイベント。	(男性, 40代)
○	富士山との関わりが深い地域としてのイメージをよりアピールしていきながらアウトレット、ゴルフ場、自衛隊関連イベントのような集客が期待できるリソースをさらに生かしていく。	(男性, 40代)
○	富士山関連商品を販売したり、祭りやイベント等の企画を従来よりも多く実施して御殿場市の魅力を上げてほしいと思います。	(男性, 30代)
○	それぞれの地区でお祭りをやるのではなく、市としてひとつの大きな祭りを考えた方がよいのではないのでしょうか。	(女性, 30代)
○	ふじざくら、樹空の森は郊外なので駅前や東田中など店舗の活性化やイベント増やしてほしい。樹空の森は遠くて行く気にならない。	(女性, 30代)
○	キャンプ地、音楽フェス、ロハスをテーマに、子連れ(ファミリー)で楽しめるオシャレな(重要)イベントを定着させる。成功例はアートクラフト展&アコチル。首都圏からも気楽に来て、温泉もあって、日帰りできる避暑地&アクティブレジャー。(これが無い)もともと狭いんだから、名所を作るわけにもいかないの、期間限定で何か毎年やる。おしゃれなキャンプイベントをやって、キャンプ地としての知名度をUP。	(男性, 30代)
○	市内をコースにしたマラソン大会を開催すれば、宿泊・観光・食の経済効果が考えられます。印野を走ったら気持ちよいと思います。「ごてんばこしひかりマラソン」はいかがでしょう。	(女性, 30代)
○	駅前で男50人、女50人を集めたねるとんパーティー(婚活パーティー)。駅前は飲み屋が多いので、全国から参加者を集める。富士山婚活ねるとんパーティー!	(男性, 50代)
○	静岡県出身の芸能人によるトークショー等。	(女性, 60代)
○	富士登山だけでなく、ハイキング、自然観察などを活かした観光と温泉ももっと充実をさせたらどうか。(御殿場市温泉会館など)	(男性, 70代以上)
○	年に3回位(春・初夏・秋)、御殿場市内観光ボランティアによるツアー(ハイキング)、又はバスツアーを企画してほしい。	(女性, 60代)
○	夏祭りなのに花火が無いのはおかしい。	(女性, 20代)
○	夏祭りに花火大会でも入れたら。	(男性, 70代以上)
○	大規模な花火大会	(女性, 50代)

5. PR・情報発信に力を注ぐべき

○	他の県に行くと御殿場という地名を知らない人が多いのでPRが必要だと思いました。	(女性, 60代)
---	---	-----------

○	私は御殿場に来て8か月です。地元の駅にもわらじ祭りのポスターが貼ってありましたが、行こうとは思いませんでした。富士山に登っても、登山してすぐ帰るようなスケジュールで、どこかに立ち寄るというイメージはありませんでした。これは、PRが足りないからではないでしょうか。せっかく、おいしい野菜や景色のよい温泉があるので、休日のアウトレットなどでどんどん紹介して、御殿場にお金を落ととしていてもらいたいです。	(女性, 30代)
○	観光キーワード(キャッチフレーズ)の設定とPR。 例) Clean(清潔なまち)、Green(緑溢れるまち)	(男性, 60代)
○	山梨と箱根の通り道に、東京と名古屋の通り道にアウトレットに立ち寄るイメージ。アウトレットで他の観光のPRをする。	(女性, 30代)
○	私は御殿場に住んで30年以上になりますが、ここから見る富士山は日本一きれいだと思います。お米もおいしいですし、人も親切で本当に良い所だと思います。先日NHKのテレビでわらじ祭りが放映されていました。テレビでPRされて御殿場の良さを多くの人に知ってもらえるとうれしいです。	(女性, 60代)
○	御殿場は観光のアピールの仕方が積極的でないと思います。知恵を絞り、力強くアピールする必要があると思います。 期待しております。	(女性, 50代)
○	御殿場といったら、アウトレットのイメージが強いため、アウトレットのみ立ち寄って、帰られてしまう方が多いと思う。 アウトレットを利用して、もっと御殿場の魅力をアピールし、周辺の設備も改善したほうが良いと思う。	(女性, 30代)
○	日帰りでも楽しめるプチリゾートを目指します。夏の涼しさは大いにアピールする。コンパクトなエリアに、お得感をつめこんだエリアをアピールする。今ある施設(アウトレット、時之栖、時空の森、温泉会館など)を繋げていく。大人が満足するような自然や環境でないと成功しないと思う。	(女性, 50代)
○	観光大使の任命>アピール。方向性の確立>ハード面の充実など。民間人をトップにして進めること。役人は発想がありきたりになるため=つまらないことをすれば、活性化しないですよ。	(男性, 40代)
○	有名所の発掘とそれを多くの人にアピールする為にSNSを利用した宣伝を行う。SNSに投稿した人への特典を付ければ尚良いと思う。	(男性, 20代)
○	もっと分かりやすく目立つ看板を取り付けたいと思います(アピールが少ない)。	(女性, 60代)
○	宝永山のPR。富士山の絶景ポイントをPR。	(男性, 40代)
○	富士山、伊豆、箱根、富士五湖・・・と周辺にある観光地への足がかりとして、東名、新東名からの観光客を迎え入れる場所である御殿場を魅力あるものにし、PRしていきとよいと思う。	(女性, 50代)
○	情報の発信がもう少し必要か。例えばWi-Fi等の導入を考えては。	(男性, 70代以上)
○	市営の公園や子どもの遊具のある広場の情報を全国に発信しもっと活用させ(宝の持ち腐れのような気がします)観光振興(観光地、歴史、神社仏閣、地場産品の紹介など)も並行して、興味を持ってもらえたらと思います。都心から近い場所を特典と考え、人口の多い場所からの集客方法としての1つを考えます。	(女性, 60代)
○	情報発信は重要だと思うのでもっとしてほしい。	(男性, 20代)
○	「御殿場で何処へ行けばいいの」と聞かれてすぐに答えられない気がします。良い所は沢山あると思いますからもっと広く大きく情報発信をしてほしい。	(女性, 60代)

6. 景観に配慮したまちづくりを進めるべき

○	富士山の景観を大切にし、家族で楽しめるレクリエーションがあればいいと思います。	(男性, 30代)
○	東名高速インターから国道138号は富士山に向かって真正面に走りますが、国道246号との高架交差が景観を阻害している感あり。御殿場からの富士山は駅前開発により駅からの全景を見る事が出来なくなりました。駅舎からの全景の見える美しい景色があれば、御殿場口から富士登山する人が増加するのではと思います。(駅に設置している観光案内ブースは事務窓口で魅力なし。もう少し工夫要す)	(男性, 60代)
○	美しい景観を生かした観光地にして欲しいです。環境維持にも力を入れてください。	(女性, 50代)
○	駒門風穴と印野御胎内。長尾峠の景観をアピールして頂きたい。	(男性, 60代)
○	道路は、御殿場の玄関であることから「R138・R246」を春夏秋冬、整備し、「眺める富士山」の景観度を高める策を尤も感じます。その整備は国交省が担当であると思いますが、これに地元御殿場市が協力して整備することにより、観光地としてイメージアップと考えます。御殿場市の協力方法は自衛隊OBのボランティア活動です。4駐屯地がありながら、OBとして市・町に恩返しの行為が少ないです。隊友会と連携し是非「自衛隊の街」として、全国自衛隊OBの範となるボランティア活動は如何でしょうか。※目的・安全・経費・資器材・施工範囲等検討事項が沢山あります。	(男性, 70代以上)
○	市街地の商業(宿泊・駐車場・飲食店・公共交通)地域の整備のもとそれを中心に登山・スポーツ・ショッピング・産業見学などを滞在的に出来る観光地であり、富士山を中心とした景観を楽しむ散策のため、道・休憩所・飲食店などの整備による街づくりが御殿場のイメージとして良い。	(男性, 60代)
○	市内いたる所での素晴らしい景観と空気の良い地でありながら、観光地とは呼ばれない。誘客法も個々にはいろいろ考えを持ちながら、それを生かす場がないように思えます。誰もが御殿場に今すぐ行ってみたいと思う街になることを早急に望みます。例えば、市内にある沼田ロマンチック街道も店舗が建ち並んでいて、どの店にも寄ってみたいくなるような街並みを作り(ショッピング、食べ歩き、地場品に関連する体験)富士山を眺めながら、ドライブ、ウォーキングをしながら最高の時間を過ごせる御殿場になればと思います。	(女性, 60代)
○	毎年市内の通勤で目に入る街並、統一性のない景観の施設が次々に登場し悲しいです。箱根に行く138号両脇の樹々の荒れた様子、あじさいを植えればいいというものではなく、あじさいを活かせるよう、植栽の整備をした方がいい(つる性植物の伸び放題)その場しのぎの除草や伐採ではなく、森林、道路、側溝の除草等々。(市民ボランティアを募って見たらどうかと...)安全面で問題があるのか?	(女性, 60代)
○	駅周辺の景観をまず第一に整えていく必要があると思う。富士山が前面に在ることが何より素晴らしく、価値があるので、外から来た方があっと驚く(町並みの工夫や色の統一感など)ものであったら良いなあと感じる。来た方も住んでいる市民も緑いきいきの様にさわやかな生き生きとした御殿場になればいいなあ。駅前の居酒屋の規制など(子供達が安心して通れる環境作り)。夜なども。	(女性, 50代)
○	長尾峠のほうも良くして下さい。富士山がよく見えるので。	(男性, 70代以上)
○	先日、世界遺産の中尊寺へ行きました。20年前にも訪れたことがあり、楽しみにしていました。しかし、世界遺産登録で整備が進み20年前の趣きが全然なく残念に思いました。そういうことはして欲しくありません。よろしくお願いします。	(女性, 40代)

7. 特産品の開発・アピールに力を注ぐべき

○	食べ物も御殿場独自で特に目立つものがない!	(女性, 60代)
○	B級グルメのような”御殿場といえば〇〇”ってというような食べ物を作るなど...	(女性, 30代)

○	ふるさと納税等で御殿場特産等を提供することで観光アピールになると思います。今年三島へ6万寄付しました。箱根西麓牛と三島うなぎをもらいました。とても美味しく、来年も三島にしようかなと思ってます。やはり食べ物が一番です。	(男性, 70 代以上)
○	御殿場市ならではの食材をアピール。現在あるものを更に発展させること。新しいものを考え出して作る。	(男性, 60 代)
○	充実した地場産業を増やすべきである。もっと野菜等のものも奨励され拡大して実施すべきである(もっと身近に色々ある老若男女も働けるもの)。	(男性, 70 代以上)
○	TVで取り上げられるのが良いと思う。(グルメなど)	(女性, 40 代)
○	御殿場ならではのおいしい物が少ないと思うので新しいB級グルメやスイーツ、おみやげなどが充実すると思います。	(女性, 20 代)
○	地産地消を打ち出して、目玉的な物が作れたら良いと思います。	(女性, 30 代)
○	ごてんばこしひかりをPR。御殿場市の特産物(コシヒカリ、野菜)等を活かした施設。	(男性, 40 代)
○	食べ物も御殿場独自で特に目立つものがない!	(女性, 60 代)
○	御殿場の特産品の開発に力を入れてください。	(男性, 70 代以上)
○	少しずつ観光資源が増えていますが、農産物も土地柄あまり増えてません。もう少し産物が増えるようと思います。	(女性, 50 代)

8. 外国人観光客対策をするべき

○	外国人に対して：これから外国人は増加していくとかなり見込まれます。外国語を話せる日本人(市民)は実に多くいて(自分も)、その方達にもっと活動してもらって、外国人を誘致したらよいと思う。	(女性, 40 代)
○	他国の言語(例：英語、中国語等)の表示を増やす。 ボランティアガイドを設ける。(道後温泉等でやっています。) 京都等にある観光タクシー、SNSで情報発信	(男性, 30 代)
○	京都や東京と比べると、英語対応力の不足・表記不足等を感じる。	(女性, 40 代)
○	外国人観光客などの増加を想定して、英語など主にした外国語講師、教職員を採用。	(男性, 40 代)
○	オリンピックに向けているんな国の言語を習う場所、教室を設けて欲しい。	(女性, 50 代)
○	御殿場市国際交流協会へ力を入れ、グローバルな市にしたい。	(男性, 30 代)

9. 農業体験など、農業に注目するべき

○	御殿場市内の温泉や体験乗馬、アウトレット、時之栖や体験農業(野菜の収穫など)樹空の森などをめぐるバスツアーを企画して、御殿場の魅力をアピールしてほしいです。	(女性, 40 代)
○	アウトレット来客に、春来てさつま芋の苗さし、秋来て芋ほりのようにショッピングと農業体験をコラボさせる。	(女性, 30 代)
○	これからは、体験型宿泊(農業など、ごてんばこしひかり、水かけ菜)や富士山五合目での星空観察キャンプなど、御殿場でしかできない企画をPRし、1回だけでなく、2回3回と目的を持って足を運んでもらえるような、観光の環境ができることを期待します。	(男性, 30 代)
○	豊かな自然を活かした農業林業体験ツアーを企画する。	(女性, 60 代)

10. 花や緑の整備を進めるべき

○	三島市は通りにきれいに花を植えています。市のイメージアップの為に花いっぱい運動を更に広げることが大事だと思います。区の花クラブはおじいさんおばあさんばかりでもっと若い人を巻き込んだほうがセンスが良いと感じます。(イングリッシュガーデンなど)	(女性, 30代)
○	当市の田園風景は(特に菜の花)富士山を取り巻く他市にはない独特のものである。T P Pにより今後農地や山林の荒廃が進まないよう、農業施設との調和を望む。	(男性, 70代以上)
○	花が沢山咲く公園とか私は芝桜が好きなので、芝桜が沢山咲く場所があると良いと思います。	(女性, 60代)
○	雑草を刈り、花や木を道路に植えては?	(女性, 50代)
○	昨日あるテレビ番組で「静岡の軽井沢御殿場」と出ていました。そう言う表現もあるのだと思い、ちょっと考えました。緑が少なくなっている様に感じたからです。富士山があるのは当たり前、緑に囲まれているのも当たり前、長く住んでいると皆当たり前になってくるのです。私自身御殿場の事を良く考えなくてはと思いました。	(女性, 70代以上)

11. ゴミ減量・環境整備に努めるべき

○	ごみの減量	(女性, 50代)
○	まず御殿場市に入って「なんてきれいな街なんだろう」と思われるような街にしたいです。私は三島市に行くといつも思います。なんて品のあるきれいな街でしょうと。道路脇ひとつとっても手入れ、整理が行き届いています。御殿場市にはそれがありません。	(女性, 60代)
○	私はもう老人ですが、若い頃から私の友人、知人等は御殿場はいい所だねと言いました。空気がきれいだし、水はうまいし、あまり開発されていないところがいい。自然に気持ちよく過ごせる街でありたいと思います。	(男性, 70代以上)

12. 市民の力を活用するべき

○	若い人やママさん達と連携	(男性, 20代)
○	御殿場市民が観光地を知る。緑が無くなり、住宅が増えすぎでは?	(女性, 30代)
○	まず、市民が富士山を知ること。次に私達が身の回りにある自然。建造物・遺跡等を大切な物(事)として認識し、大切にすることとそのPRを行う。又、グリーンツーリズムの発展を多くの市民が関心を持つ必要があると思います。	(女性, 70代以上)
○	御殿場市のために出来るだけ協力したいですので宜しくお願いします。	(男性, 70代以上)
○	もっと一般の市民もスタッフとして巻き込んでほしいです。私のように県外出身者も多いので、活用してください。	(女性, 40代)

13. 他市町との連携を図るべき

○	御殿場市は小山町、裾野市と連携をとり協力して観光を進めた方が効率的であると思います。	(男性, 50代)
○	山中湖や箱根といった近隣の観光地との連携、アウトレット以外にも周遊できるようにできると活性化につながりそう。	(男性, 20代)
○	箱根と富士五湖は大変有名であるが、富士山のおひざ元の本市はその間で埋没状態である。「みくりやそば」ではなく、もっとスケールの大きい事業を近隣と連携して企画してください。	(女性, 60代)

14. 観光地というイメージがない／御殿場は通過点という意見

○	山梨、箱根への通り道になっていて、御殿場にとまって観光などで遊んでいけないのが現状だと思う。旅行者が一日ゆっくりして行けるものがほしい。	(男性, 70代以上)
○	通りすがりのお客様ではなく、とどまる（観光客、お客様）とは何か考えていきたい。	(男性, 60代)
○	御殿場市が観光地だというイメージがない。	(男性, 40代)
○	御殿場は通りすがりに降りたという方が多く、特別な観光といえる場が少ないのでは。インターの乗り降り知っている所ということで観光しようというより、アウトレットに買い物とかスピードウェイにと言う方が多く、町そのものは潤ってない気がします。若者が永住し、生活したい市に頑張ってください。市そのものが元気を失わないようお願いします。	(女性, 50代)
○	他県から越して来て、まだ御殿場の観光地としての魅力等を良く知らないからかもしれませんが、親族や地元友人が遊びに来て、正直、市内だとアウトレットくらいしか連れて行く所がありません。富士五湖方面や箱根に足を伸ばしてしまいます。（個人的には旧岸邸が好きですが、同じ趣味の人しか連れて行けない）	(女性, 20代)
○	山中、箱根への通過点のイメージが強い	(男性, 50代)
○	今までは箱根、山中湖方面通過地点というイメージが強かった。アウトレットや時の栖などの施設に見える観光客を1か所で終わらないように。	(女性, 60代)
○	御殿場市はあまり観光地としてのイメージが無い。どちらかというと伊豆や箱根などの観光地に行きやすいため、地方からの観光に行くための中継地点と感じる。	(男性, 20代)
○	富士山世界文化遺産の町御殿場によろこそと言っても、通過の町では？現在ある施設で「よろこそ」とこだわりをもてなしが出来ることをお願いします。	(男性, 60代)
○	これまでは、周辺観光地（山梨、箱根）の通過点でしかなく、御殿場に滞在し、何かをしようと言う観光客は少ない状況であったと思います。	(男性, 30代)

15. 市の政策等に関する意見

○	環境に配慮し富士山、水、空気、自然等、これらを活かして観光都市を目指して下さい。	(男性, 60代)
○	箱物行政ではなく、観光資源を活用できる予算付けなど。	(男性, 60代)
○	市の商工観光課の人達だけでなく、各地域（市内の区）の人達の意見を聞く場を持ち、意見交換などが必要と思う。	(男性, 70代以上)
○	観光振興と市民生活が両立するようにお願いしたい。	(男性, 40代)
○	地元が栄えるというのは観光のみではない。外から入る人がある程度制限されないと住んでいる人は住み辛くなる。商業（店）をやっている人のみが儲けを考えるのは一般市民にとっては迷惑な話です。本当に住みやすい町づくりとは根本的に考える必要があると思います。道路ばかり作り大きな木を切ったり開発すると緑の多い町のイメージはなくなります。一昔前の御殿場を蘇らせる人はきます。どこでも同じように便利にしないで下さい。	(女性, 50代)
○	意識調査の結果を有用に利用して下さい。また、戦略プランの早期の展開してもらえると効果がより長期に渡り発揮されると思います。市民にとってもプラスになるように進めて下さい。	(男性, 30代)
○	観光地として経済効果が得られるかもしれないが恒久的な物が必要だと思う。	(男性, 50代)
○	富士山は古来より信仰の山で日本の象徴です。だから世界遺産に登録されたのでしょうか。世界遺産とはなにかを考えて施策を考えるべきだと思います。登山者目線ではなく、「身近で富士山が見える街」イメージで施策を推進していただきたいと思います。	(男性, 60代)

○	ゆるキャラの設定。ご当地アイドル（歌）。ミス御殿場、ミスター御殿場。	(男性, 20代)
○	いろいろな企業がうち出す集客を見込めそうなイベントに対し、協力してはどうか。市の発信だけでなく、他の企業との連携により観光も良くなるのではないかと思います。	(女性, 30代)

16. その他の意見

○	日々努力していただきたいと思います	(女性, 70代以上)
○	東山湖周辺を富士五湖のようにおしゃれにしたらどうでしょうか？	(女性, 40代)
○	富士宮の温泉に登山道具のレンタルがあった。とても良いと思う。	(女性, 30代)

2 観光客満足度調査

1) 調査概要

①調査対象：市内観光地を訪れている男女、無作為抽出200人

②調査期間：平成27年8月～9月

③調査方式：手渡し・説明による記入式

④回収状況：200票

御殿場プレミアム・アウトレット 100票、御殿場高原時之栖 20票、樹空の森 20票
キャンプ場（乙女森林キャンプ場） 20票、秩父宮記念公園 40票

⑤調査項目：

(1)フェイスシート

A-1：性別 A-2：年齢 A-3：居住地

(2)来訪の状況

B-1：観光の同行者

B-2：本地域で楽しみにしていたもの

B-3：本地域への来訪回数

(3)来訪の満足度

C-1：本地域の総合的な満足度

C-2：本地域を紹介したいと思うか

C-3：本地域への再訪

C-4：本地域の観光の満足度

C-5：今回の訪問の感想

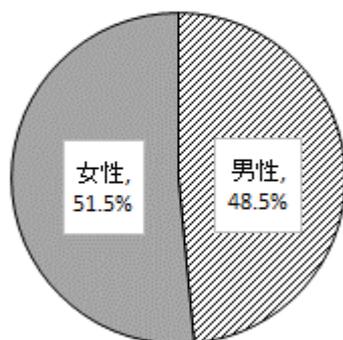
2) 結果概要

※ N：有効回答数（無回答を除く）

(1) フェイスシート

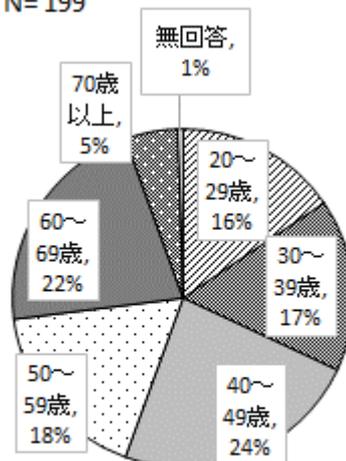
A-1 性別

N=200



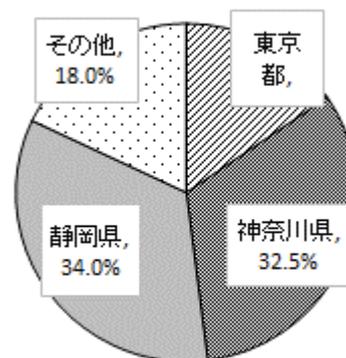
A-2 年齢

N=199



A-3 居住地

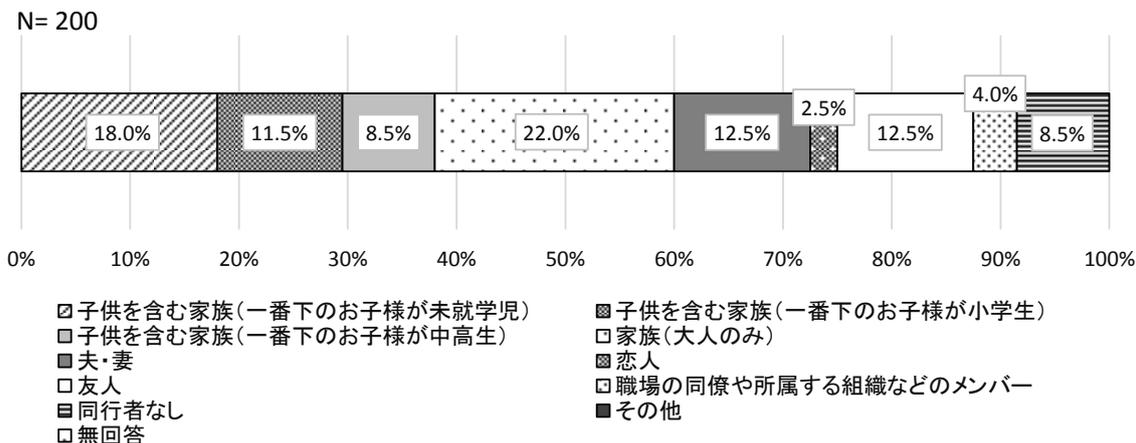
N=200



(2) 来訪の状況

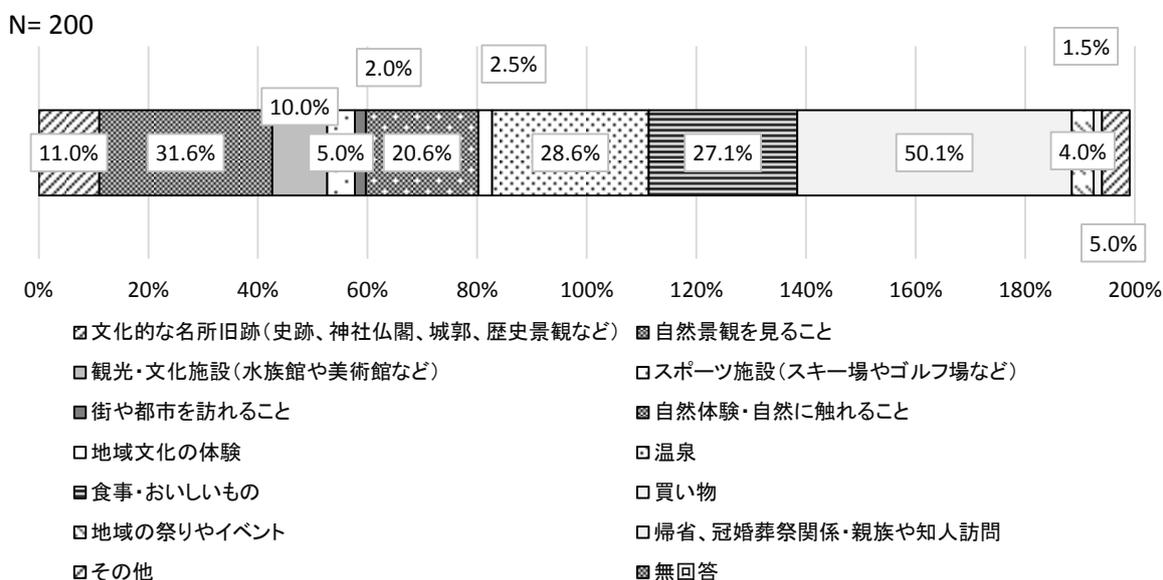
B-1 観光の同行者

来訪者の7割以上が家族での来訪である。家族での来訪の約半数が中学生以下の子どもと同伴の来訪である。また、友人のみの来訪は8グループに一組、1人での来訪は12グループに一組程度である。



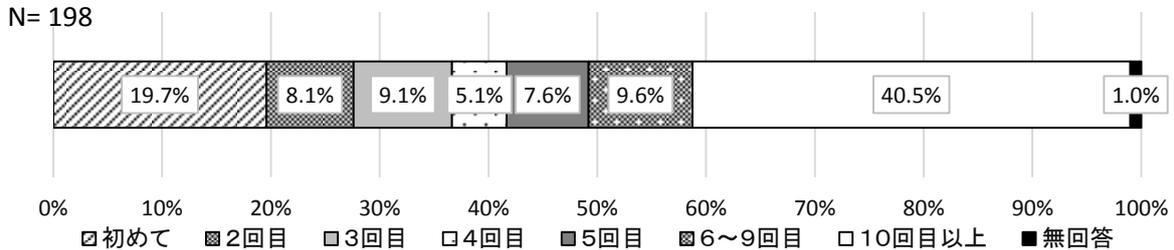
B-2 本地域で楽しみにしていたもの

本地域で楽しみにしているのは、「買い物」(50.1%)で、次いで「自然景観を見ること」(31.6%)、「食事・おいしいもの」(27.1%)となっている。



B-3 本地域への来訪回数

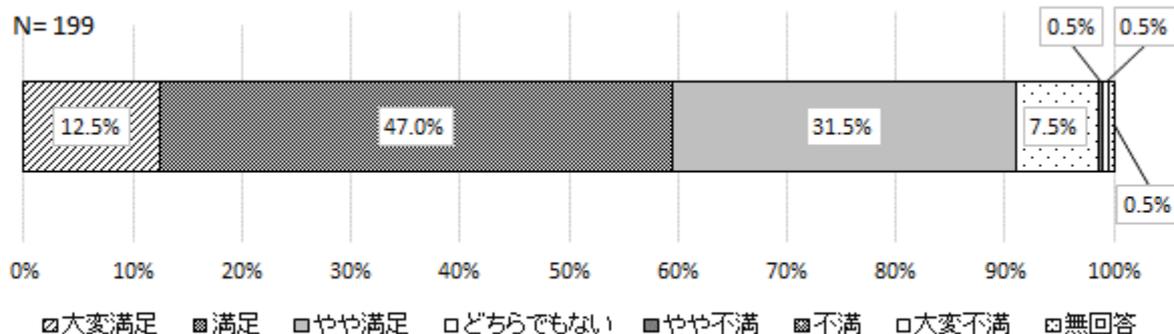
初めての来訪は約2割で、2回以上の再訪が8割とリピート率が高い。なかでも10回以上が4割を占めており、愛好者が多い。愛好者はアウトレットでやや多いが、どの施設にもある。



(3) 来訪の満足度

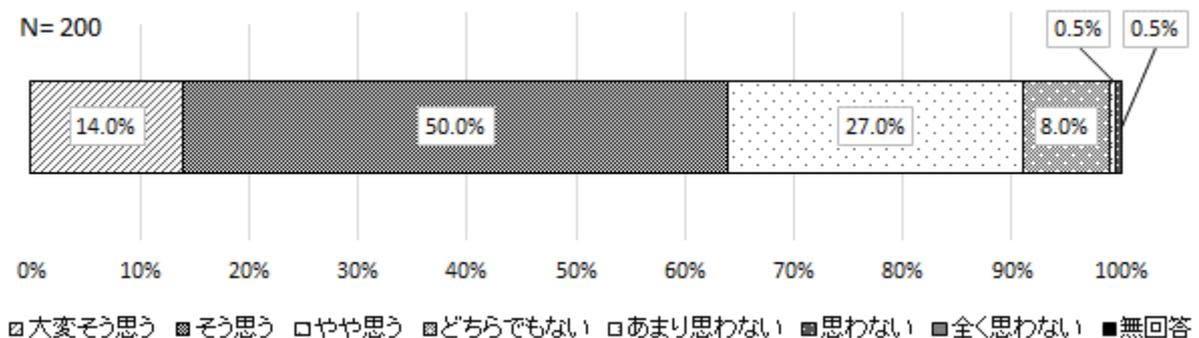
C-1 本地域の総合的な満足度

「大変満足」(12.5%)「満足」(47.0%)「やや満足」(31.5%)を含めると、9割以上が満足している。



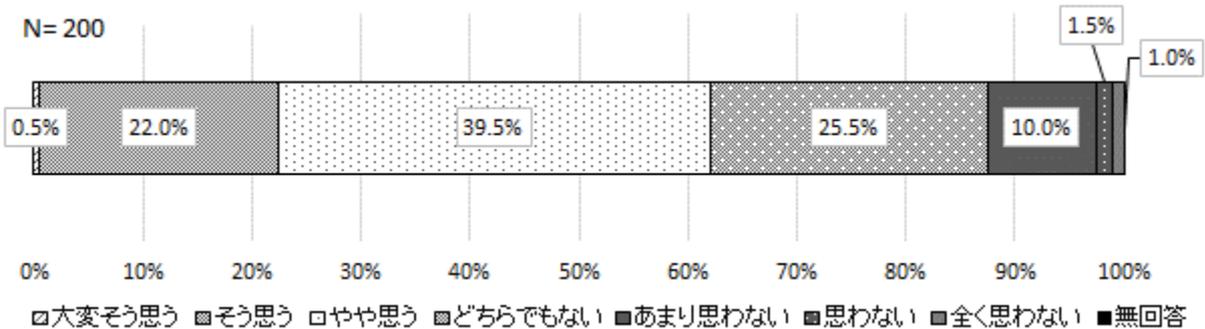
C-2 本地域を紹介したいと思うか

「大変そう思う」(14.0%)「そう思う」(50.0%)「やや思う」(27.0%)を含めると、9割以上が紹介したいと考えている。



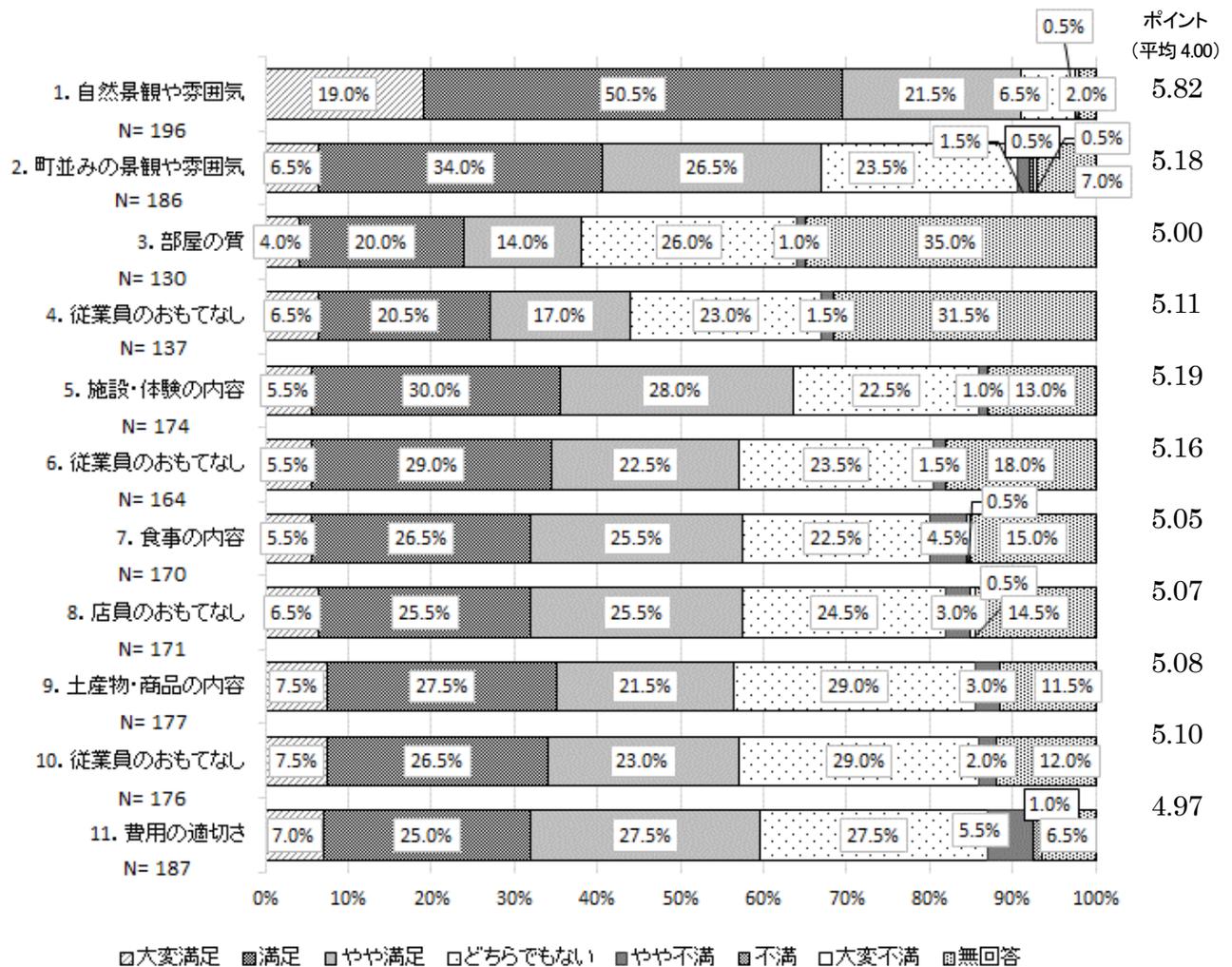
C-3 本地域への再訪

本地域への再訪は、6割の来訪者が考えているが、「あまり思わない」とする方も1割ある。



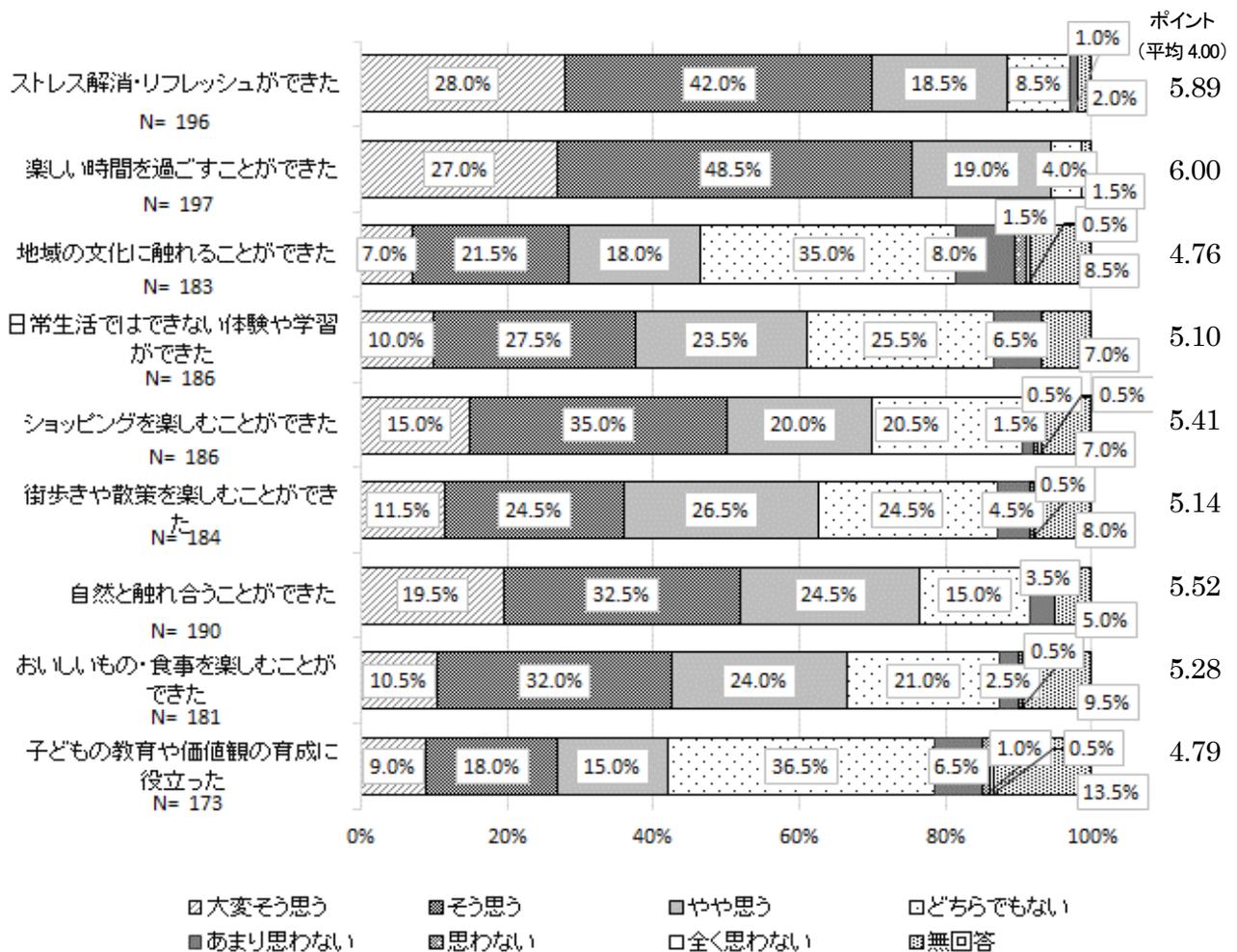
C-4 本地域の観光の満足度

本地域の観光の満足度は、「自然景観や雰囲気」について9割以上の方が支持している。支持が少ない項目には「費用の適切さ」(4.97ポイント)がある。



C-5 今回の訪問の感想

「楽しい時間を過ごすことができた」(94.5%) とする方が多い。次いで「ストレス解消・リフレッシュできた」(88.5%)、「自然と触れ合うことができた」(76.5%)が多い。支持が少ない項目には「地域の文化に触れることができた」(4.76ポイント)がある。



3 観光事業者ヒアリング

ヒアリング1（飲食業）

【ヒアリング内容】

■来訪者の特徴

- 一昨年位から、特に、中国、フィリピンなどアジア圏からのツアーが増えている。
- 中部国際空港、羽田空港を利用しているツアーが多い。
- ツアー日数は6～7日程度が多いようだ。
- 箱根から富士吉田方面を旅行されるツアーの食事場所として利用されている。
- 食事は、うどん、てんぷらなどの日本らしいものに人気がある。
- シーズンによる変動は少なく、通年、混みあっている。中国の国慶節近くには、ツアーが集中している。
- 東日本大震災の時には、かなり落ち込んだが、震災以前と比較して、売り上げ、来客ともに2倍以上の来客がある。

■近隣観光地との関係

- ツアー会社とのつながりで、利用者がある。よりよいサービスがあれば、口コミで利用者増につながっている。
- よい観光場所はないかとの問い合わせには、情報提供している。忍野八海やイチゴ狩りなどを以前から紹介し、誘客につながっていると思う。日本食以外のオファーに洋食に対応できる食堂や抹茶を楽しめる場所を紹介することもある。
- お互いに紹介することで、広げている。
- 平和公園の駐車場などを紹介している。駐車スペースが15台なので、有効な駐車としていくための手法としても助かっている。

■今後の観光のあり方

- お客様に対しては、笑顔の接待、紙くず一つない清潔な店内、良い食事に努めて、来てよかったと思われるようなサービスを心がけている。
- マスターズの時に、まちなかに掲げられる旗で歓迎している。通年、世界遺産富士山で来訪者を歓迎するような、街並み、花作り、ペナントなどがあってよいのではないかと。
- 山梨方面からの道路が渋滞する。道路整備が進められているとは聞いているが、幹線道路の整備が必要と思う。
- 平和公園や桜を演出した道路で、もっと誘客できるとよい。富士山に見える桜スポットは、日本らしさを感じることでできる絶好のスポットである。

ヒアリング2（宿泊業）

【ヒアリング内容】

■宿泊者の概況

- 7年前にオープンし、客室136室、駐車場60台がある。全体の稼働率は7～8割である。
- 県内に17施設がある。県内でも稼働が良い状況にある。
- 平日は、ビジネス8～9割で、レジャー1～2割である。休日は、レジャー8～9割、ビジネス1～2割である。休日に稼働が落ちないのが他の施設との差異となっている。
- 外国人の利用は増えている。レジャー利用の1～2割程度ではないか。
- アウトレットに行く利用者が多いようだ。浜松、磐田などからも泊りで来るファミリー、カップルもある。
- 富士山の眺望を目的として御殿場に来ている人が多い。客室は、富士側の方が高い。
- 車ででの来訪と駅の利用は半々程度である。駐車場は年に数回満車になる。

■近隣観光地との関係

- アウトレットのことは聞かれることがあるが、その他の観光地のことは、あまり聞かれない。
- 近隣飲食店の食事券付きプランがある。
- 富士サファリパークチケット付きプランがある。
- 飲食店がまとまっているパンフレットを置いている。夜は、ホテル内に飲食機能がないので宿泊客からは喜ばれている。

■今後の観光のあり方

- オリンピック・パラリンピックの開催に向けて、海外からの来訪者が爆発的に増えると考えている。
- グループ内でも英語の研修を強化している。研修により、最低限の英語が話せるスタッフを養成している。
- 行政にお願いしたいのは、富士山の景観を紹介できる場所をはっきりして、そこからの景観を確保すること。
- 御殿場駅を活用して、富士山の演出をしてはどうか。
- 以前、四国で働いていたが、御殿場をはじめ、県東部、静岡県は住みやすい街だと感じる。住みやすい環境をもっとアピールした方が良い。
- 海外からの来訪者に対して紹介できるように、日ごろから、日本のことや静岡県、県東部、御殿場のことについて知識を蓄積する必要がある。
- こちらから出向いて誘客するよりも、富士山を目的として宿泊場所を探してくるので、インターネットを利用した効果的な発信には留意している。

4 観光バス聞き取り調査

1) 調査概要

- ①調査場所：平和公園、ドライブインカメラヤに停車中の観光バス
- ②調査方式：ヒアリングによる聞き取り方式
- ③回収状況：7事業者
- ④調査項目：
 - (1) ツアー行程の概略
ツアー日数、出発地・終点、目的地、乗車客
 - (2) 周辺の立ち寄り場所
 - (3) 運転・添乗するツアーの傾向
増減傾向、乗車客の傾向、日数の傾向

2) 調査結果

【特徴】

- 平和公園には、バス専用の無料駐車場が近年開放されたため、格安ツアーの駐車スペースとして利用が多い。常時、10台以上が休憩している。ドライブインカメラヤの駐車場にも6台以上が駐車している。
- 調査日に駐車していたバスツアーは（おそらく）全て中国からの観光客で、ツアー会社は別でも、観光ルートなどは類似している。
- 中国からの観光客は急増し、オリンピックまではこの傾向が続くと考えている運転手、添乗員が多い。
- ゴールデンルート（大阪－京都－富士山－東京）として確立している反面、御殿場市内の他の観光施設を巡るようなゆとりは少ない。再訪したくなる場所としての魅力の確立と駐車場などにおけるツアーの受け入れ体制が求められる。
- 駐車スペースなどの課題が多い。特に東京は、路上駐車に課題がある。
- 観光受け入れが中国に特化して増加するなか、経済波及も評価されているが、来訪者と企画者のマナーやモラルに対して課題があると感じられる。観光交流の数と質について、検証していく時期なのかもしれない。

【実態】

◇平和公園

	日数	出発地	終点	乗客国	立ち寄り場所	外国人増加	増加国	平均日数
K観光	6日	関西国際空港	中部国際空港	中国	大阪、京都、忍野八海、河口湖	5年比150%	中国	6日
W観光	6日	関西国際空港	関西国際空港	中国	大阪、京都、忍野八海、河口湖、金時	2年比130%	中国	6日
J観光	6日	関西のホテル	関西のホテル	中国	大阪、京都、東京、忍野八海、河口湖	5年比200%	中国	5～6日
T観光	7日	伊丹空港	成田空港	中国	大阪、京都、東京、忍野八海、河口湖、金時	2年比100%	中国	5日

◇ドライブインカメラ

	日数	出発地	終点	乗客国	立ち寄り場所	外国人増加	増加国	平均日数
B観光	4日	成田空港	関西国際空港	中国	東京、京都、大阪、忍野八海、アウトレット	2年比200%	中国	4～5日
N観光	5日	成田空港	関西ホテル	中国台湾	東京、京都、大阪、山中湖、富士山五合目、アウトレット	—	中国台湾	2～5日
D観光	6日	中部国際空港	成田ホテル	中国	京都、大阪、富士山五合目、アウトレット	5年比150%	中国	4～5日