

7 重視すべきターゲット、市場

これまでの主要な客層である首都圏層・ファミリー層等を維持しつつ、今後の経済波及効果やリピーターの獲得を見据え、以下の通り新たなターゲットの獲得を目指します。

	これまでの主要ターゲット	新たに加えるターゲット
国内市場	●首都圏在住者(主に東京都・神奈川県) ●30~40代の単身層・ファミリー層	●県内在住者(主に中部・西部) ●20代のグループ
訪日市場	●中国・韓国・台湾(既存市場)	●タイ・オーストラリア ●北米・欧州(中長期的に取り組む)

8 指標及び将来目標値(抜粋)

指標	参考値(平成30年(2018))	基準値※(内は基準年)	目標値(令和6年(2024))	目標値(令和7年(2025))
観光交流客数	1,425万人	1,029万人(令和2年)	1,475万人	1,500万人
宿泊客数★	96万人	65万人(令和2年)	109万人	110万人
外国人宿泊客数	92,990人	8,240人(令和2年)	11万人	12万人
一人当たりの旅行消費額★	-	今後調査を実施	基準値に基づき設定	基準値に基づき設定
観光協会HPアクセス数★	-	209,747件(令和2年)	280,000件	300,000件

※★印の付いた指標は本プラン推進における重要指標として取り扱う。 ※一部の指標については本プラン策定段階でデータ未取得であるため、基準値及び目標値設定のための調査を別途行う。

9 計画推進に向けて

本プランで示した戦略を確実に効果的に推進し、目標を達成するためには、関係者間でビジョンや基本戦略を共有するとともに、各自が自身の役割と責任を認識し、それぞれが互いに連携する体制が求められます。市、観光協会をはじめ民間事業者や市民も含めたあらゆるステークホルダーによるパートナーシップを強化していくことで、本プランを強力に推進していきます。

各主体に期待される役割

市	●御殿場市全体の観光施策立案と総合調整 ●観光マーケティング ●市民への啓発や人材育成	●観光客受入体制整備 ●観光協会・事業者への支援 ●国や県、他市町村との連携	●プロモーション・ブランディング ●観光資源や環境・文化の保全
観光協会	●民間観光事業者の意見集約や調整 ●観光資源や商品の広報・プロモーション ●観光関係者間の連携強化に向けた取組	●観光人材育成 ●商品開発とその支援 ●官民連携の調整や仲介	●観光案内機能の充実
事業者・関連団体	●魅力的な観光商品や商品の開発 ●多言語化やキャッシュレス決済の対応など、受入体制の整備 ●御殿場市の観光に関する理解と知識の向上	●自社商品の販路開拓や自施設への誘客促進 ●ホスピタリティの向上	
市民 (市内就労者・就学者を含む)	●御殿場の観光への理解向上 ●個人レベルでの情報発信	●おもてなしの心や誇りの醸成 ●観光活動への参加・協力	

参考 御殿場市観光の状況(抜粋)

御殿場市来訪者の居住地割合

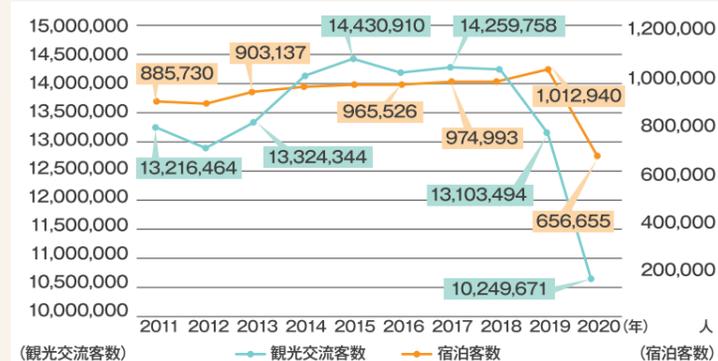
本市来訪者の居住地は首都圏が最多でこれが半数弱を占めています。次いで県内他市町村からの来訪が多く、約3割を占めます。

順位	発地都道府県	来訪者数	構成比
1	静岡県	903	30.1%
2	神奈川県	620	20.7%
3	東京都	426	14.2%
4	愛知県	184	6.1%
5	埼玉県	146	4.9%
6	千葉県	130	4.3%
7	山梨県	114	3.8%
8	大阪府	57	1.9%
9	茨城県	44	1.5%
10	岐阜県	38	1.3%
-	その他	337	11.2%
-	合計	3,000	100.0%

出典:御殿場市観光入込客数調査
調査対象はビジネス出張や親族・知人訪問等の目的を含む全ての本市来訪者から無作為に抽出した3,000人

御殿場市の観光交流客数、宿泊客数の推移

新型コロナウイルス感染症が拡大する以前、本市の観光交流客数は1,400万人台で推移し、新規宿泊施設の開業等により宿泊客数が年々増加傾向にありました。本市の観光交流客数は静岡市、浜松市に次いで県下第3位の規模となっています。



御殿場市

観光戦略プラン

令和4~7年度



1 計画策定の背景・目的

観光は、人生や生活を豊かにする要素として非常に大きな役割を持つとともに、交流人口の増加や消費の拡大により、観光産業を始めとする幅広い産業に経済効果を生み出す役割を持っています。また、地域の知名度・魅力向上に伴う移住定住促進や市民の郷土愛の醸成といった、地域に様々な恩恵をもたらす効果も期待できます。

とりわけ本市は、交通の要衝にある地理的優位性や、多様な観光資源を有するため、観光振興を進める意義や得られる効果は特に大きいと言えます。これらのことから、**地域経済の発展や関係人口の増加等の社会的課題を解決し、観光振興を官民協働で戦略的に進めていくため、御殿場市観光戦略プランを策定します。**

2 本計画の位置づけ・対象期間

本計画は、第四次御殿場市総合計画の分野別計画であり、都市計画マスタープランや景観計画等の関連計画と連携を図るとともに、静岡県の観光躍進計画と整合性を保つものとします。また、SDGs(持続可能な開発目標)及びJSTS-D(日本版持続可能な観光ガイドライン)に準拠した内容とします。

なお、本計画は、本来であれば前プランの計画期間に引き続き令和3年(2021年)度以降を計画期間とする予定でしたが、新型コロナウイルス感染症による急激な社会情勢の変動を精緻に分析し、それに対応した内容とするため、変則的に**令和4年(2022年)度から令和7年(2025年)度の4年間を計画期間とします。**

3 観光を取り巻く状況

各視点から見た観光の状況

世界	<ul style="list-style-type: none">●世界の観光は成長傾向にあったが新型コロナウイルス感染症の影響により大きく減少している。●持続可能な観光への意識が世界的に高まっている。
日本	<ul style="list-style-type: none">●人口減少、少子高齢化等による担い手不足や国内観光マーケットの縮小が予想されている。●国を挙げた観光立国実現に向けた取組が推進されている。●コロナ禍以前は訪日外国人旅行者(インバウンド)の増加が顕著であった。
静岡県	<ul style="list-style-type: none">●県の観光交流客数は富士地域と伊豆地域で全体の約半分を占めているが、宿泊客数は伊豆地域のみで全体の半分を占めており、宿泊需要が伊豆に集中している。●コロナ禍以前は県を訪れる外国人旅行者の6割は中国からであり、次いで台湾や韓国、米国などが多い。
御殿場市	<ul style="list-style-type: none">●高速道路や国道による交通アクセスに優れ、首都圏からの来訪者が多い。●来訪者の内訳は男性6割、女性4割で男性はミドル層、女性は若年層が多い。また日帰り者が全体の約半分を占め、市内宿泊者は全体の約1/4である。●市内の観光施設には恵まれた自然を活かしたスポーツ・レクリエーション施設が多く、温泉や大規模な都市型観光施設も存在する。●宿泊施設はビジネスホテルが最も多く、次いでシティホテルやキャンプ場が多い。●市内の観光施設、宿泊施設は近年増加傾向にある。●東名高速道路足柄SICや駒門SIC、新御殿場IC等の開通により交通アクセスがより向上している。

4 本市の観光振興における課題

1 観光の構造・観光スタイルに関すること <ul style="list-style-type: none">① 観光客の一極集中② 平日の入込客数が少なく、宿泊稼働率が低い③ 市内での滞在時間が短い	エリア内滞在時間の比較(日帰り・宿泊含めた平均値) <table border="1"><tr><th>エリア</th><th>平均滞在時間</th></tr><tr><td>静岡県内の市町村</td><td>9:32</td></tr><tr><td>富士山周辺地域の市町村*</td><td>5:13</td></tr><tr><td>御殿場市</td><td>3:25</td></tr></table> <p>※富士宮市、富士市、御殿場市、裾野市、清水町、長泉町、小山町の平均値 出典:御殿場市観光動態調査、静岡県観光動態調査レポート</p>	エリア	平均滞在時間	静岡県内の市町村	9:32	富士山周辺地域の市町村*	5:13	御殿場市	3:25
エリア	平均滞在時間								
静岡県内の市町村	9:32								
富士山周辺地域の市町村*	5:13								
御殿場市	3:25								
2 魅力向上に関すること	<ul style="list-style-type: none">① 既存観光資源の質向上、体験型メニューや地域独自の製品の不足② 地域の食メニューの不足								
3 受入環境整備に関すること <ul style="list-style-type: none">① インバウンド受け入れ環境の不足② 有事の際の対応が十分に整備されていない	英語対応可能な飲食店の割合 <table border="1"><tr><th>調査対象飲食店数*</th><th>英語対応可能飲食店数</th><th>割合</th></tr><tr><td>92店舗</td><td>52店舗</td><td>56.5%</td></tr></table> <p>※調査対象は、市が発行する飲食店紹介パンフレットに掲載されている飲食店 出典:令和元年度RWC開催に向けた飲食店外国人対応調査</p>	調査対象飲食店数*	英語対応可能飲食店数	割合	92店舗	52店舗	56.5%		
調査対象飲食店数*	英語対応可能飲食店数	割合							
92店舗	52店舗	56.5%							
4 誘致戦略や広報に関すること	<ul style="list-style-type: none">① 観光ハブ都市としての立地特性を十分に活かしていない② 戦略的かつ効果的な広報・プロモーションができていない								
5 観光を推進する体制に関すること <ul style="list-style-type: none">① 観光マーケティング体制の不備② 観光関連人材の育成・創出や事業者連携の不足③ 観光関連企業への支援体制や誘致施策の不足④ SDGsやユニバーサルツーリズムに対応する施策の不在	周辺市町との往来率* <table border="1"><tr><th>市町名</th><th>往来率</th></tr><tr><td>神奈川県箱根町</td><td>4.0%</td></tr><tr><td>山梨県富士河口湖町</td><td>2.2%</td></tr><tr><td>静岡県熱海市</td><td>1.0%</td></tr></table> <p>※「往来率」とは、御殿場市に30分以上滞在した来訪者のうち、左記市町にも15分以上滞在した人の割合を示す(御殿場市の住民や通勤者等、日常生活に関する部分は除く)。 出典:令和元年度御殿場市観光動態調査</p>	市町名	往来率	神奈川県箱根町	4.0%	山梨県富士河口湖町	2.2%	静岡県熱海市	1.0%
市町名	往来率								
神奈川県箱根町	4.0%								
山梨県富士河口湖町	2.2%								
静岡県熱海市	1.0%								

5 将来目標像(観光ビジョン)

ひとがめぐり ひとがつながる 御殿場

—豊かな自然を軸とした地域独自の風景や体験を通じて、訪れる人や迎える人の輪が広がる観光地の形成を目指して—

本市は、国内外の多くの人を惹きつける富士山の眺望をはじめ、山麓の豊かな自然環境や水環境、温泉、歴史文化などの豊かな地域資源を有しています。また、首都圏との近さ、交通アクセスの良さという地域の地理的な強みは、集中傾向にある大都市の人口や首都圏を来訪する訪日外国人の来訪ニーズを獲得しやすいという利点に繋がっています。

一方で、全国的な人口の減少と高齢化に伴い、国内観光市場規模の縮小や、地域の事業者の事業承継が困難になったり、空き家や空き店舗が景観を悪化させ、観光資源としての資産価値を低減させるなどの潜在的なリスクを抱えています。また、観光地の発展に合わせて充実してきたバス、鉄道、高速道路等の交通網は、本市への来訪利便性を大幅に高める一方で、近隣の著名観光地に人が流出していきやすい要因ともなっています。

また、豊かな自然環境を主な観光資源とする本市にとっては、交流の活性化による外来種の侵入や山林の適切な保全など、自然資源への影響も配慮すべき課題として位置付けられます。

市場においては、インターネット環境の充実を背景として、オンライン購買やキャッシュレス決済、多拠点居住・働き方改革が進んでいます。また、観光客のニーズの多様化が顕著になり、行動の選択肢が大幅に広がった観光客は“わざわざそこに行くこと”の価値を再認識し、「その地域でなければできないこと」や、「自分だけの個人体験をすること」を重視する傾向が強まっています。

これらの背景を受けて、従来、本市の集客の核となっていた富士山の眺望や大型観光施設に対する市場のニーズと評価を担保しながら、様々な客層にとって「**新しい目的**」「**御殿場らしさ**」や「**御殿場ならではの**」を味わう時間を提供する機会を増やしていくことが必要です。観光資源は「**もの**」から「**こと**」へ、情報収集・発信は「**紙**」から「**WEB**」へ、旅行中の過ごし方は「**駆け足**」から「**滞在**」へ。これらの変化とニーズに対応していくために、特定の施設や観光資源のリピーターの期待と再来訪意欲を満たしながら、地域を新たに発見する機会を提供し、他地域との差別化を図り、「**御殿場のオリジナリティ**」を確立させていくことが、地域が継続して観光産業を発展させていく鍵となります。

6 観光基本戦略

※★印の付いた戦略は本プラン推進における重点戦略として取り扱う。

1 コロナ禍からの回復に向けた取組	観光関連産業に大きな打撃を与えたコロナ禍からの早期回復に向けて、安全安心な観光地づくりと事業者支援に取り組みます。			
① 衛生対応、非接触の推進などの受入体制に対する支援	② 観光関連事業者支援★			
2 周遊・滞在を促すコンテンツや体制作り	来訪者の周遊と滞在の促進に向けて、集客力のあるコンテンツ作成や観光しやすい体制・環境を構築していくことが重要です。			
① 既存コンテンツの磨き上げ★	② 新たな観光コンテンツの発掘	③ 観光施設の整備	④ 市内の移動手段の利便性向上と充実	
⑤ オンライン決済やキャッシュレス決済、Wi-Fi等の基盤強化	⑥ 広域観光の推進★	⑦ イベント開催を通じた観光誘客		
3 戦略的な情報発信と情報収集	情報化社会において、観光振興の面でも戦略的な情報の発信と活用を推進するための情報戦略を強化します。			
① 観光マーケティング体制の強化★	② 観光ブランディング、プロモーションの強化★	③ タビナカ、タビアトにおける情報発信戦略の構築と実施	④ 国外に向けた情報発信	⑤ 市民や近隣住民向けの情報発信の強化、及び市民主体の情報発信の促進
4 民間事業者の基盤強化・連携推進	魅力ある観光地 御殿場の実現に向けて官民それぞれが成長し、連携していくための組織・人材の育成、体制の構築を図ります。			
① 観光推進組織の強化★	② 人材育成及び教育機関との連携	③ 事業者同士が連携し、地域が発展する仕組みづくり		
5 持続可能な観光地づくり	地域社会の持続的な発展に向けて、ユニバーサルデザインや環境保全、地域経済の持続等に対し観光の視点から取り組みます。			
① 多様な受入環境整備	② 観光地における危機管理体制の強化	③ 文化・環境保全★	④ 地域経済の持続性確保に向けた取組	