

つる観光戦略 ～富士の麓の小さな城下町～ 概念図

【趣旨】

- 富士山の世界文化遺産登録以降、富士山・富士五湖エリアには約2,000万人の観光客が訪れているものの、本市はそのエリアの外側となっている。
- このため、本市の観光を見直し、集客と交流人口の増加に主眼をおき、本市ならではの歴史・文化・自然という特色を活かした戦略を策定する。

【戦略の方向性、基本戦略】

- 「富士の麓の小さな城下町」をキーワードに富士山・富士五湖エリアに訪れる観光客の裾野を本市まで広げる。
- 2020オリパラを契機としたインバウンド向けにも情報コンテンツ等の充実を図る。
- 「道の駅つる」を拠点として「谷村城下町・歴史エリア」「十日市場・夏狩湧水群エリア」「道の駅周辺エリア」の観光資源を活用。

4つの柱

観光イメージ戦略

- ★「富士の麓の小さな城下町」のイメージ形成
- ★観光イメージプロモーション

観光資源活用戦略

- ★3エリア戦略
谷村城下町・歴史エリア
十日市場・夏狩湧水群エリア
道の駅つる周辺エリア

道の駅つる活用戦略

- ★魅力ある農林産物等の確保支援
- ★観光情報ハブとして機能充実
- ★リニア関連施設等との連携

おもてなし戦略

- ★おもてなし講座の開催
- ★受入れ基盤整備
- ★インバウンド対応
- ★「つるさんぽ」等情報誌整備

推進体制

【都留市観光協会】

加盟事業者の増加策（誘致・招致）、つる観光戦略の普及、おもてなし体制の実践等

【都留市観光振興公社】

ターゲット別の情報発信、プロモーション、つる大使の活用、フリーランスとの連携等

【観光事業者】

観光事業の拡充・質の向上、おもてなし実践（環境整備等）、顧客誘致

【市民等本市に関わる人々】

つる観光醸成プログラムへの参加、観光客を受け入れる雰囲気づくり

【都留市】

全国に向けたPRの推進、つる観光推進策の研究、意識醸成プログラム、インフラ整備（駐車場・トイレ）など