

平成 30 年 12 月 5 日

環境経済委員会

観光・シティプロモーション課

第 3 期浜名湖観光圏整備計画案について

第 3 期となる観光圏の認定に向け、「観光圏の整備による観光旅客の来訪及び滞在の促進に関する法律」第 4 条に基づく観光圏整備計画の案を策定しましたので、ご報告いたします。

■ 資 料 ■

- ① 浜名湖観光圏整備計画 (案)

(案)

浜名湖観光圏整備計画

2019年4月

浜松市・湖西市

◆ 目 次 ◆

I	基本的事項	1
1	観光圏の整備による観光旅客の来訪及び滞在の促進に関する基本的な方針	1
2	観光圏の区域	8
3	滞在促進地区の区域	10
4	観光圏整備事業の実施体制	14
5	観光圏整備計画の目標	16
6	計画期間	17
7	住民その他利害関係者の意見を反映させるための措置及び反映状況	17
II	観光圏整備事業の概要	18
III	協議会に関する資料など	22
IV	その他の市町村又は都道府県が必要と認める事項	25

I 基本的事項

1 観光圏の整備による観光旅客の来訪及び滞在の促進に関する基本的な方針

(1) 浜名湖観光圏「海の湖」が目指すもの

《定義》

「浜名湖観光圏」：浜名湖を中心に多様な地域資源が織りなす滞在型観光エリア

「海の湖」：浜名湖観光圏のブランドコンセプト

都田川など河川から流れる淡水と遠州灘の海水が混じり合う汽水湖である浜名湖は、地域に数多くの恩恵を与えている。約 800 種を数える水産物、1メートル超の潮位変化による干潟の出現や湖岸の入り組んだ地形が織りなす四季折々の美しい風景、100 年以上前から受け継がれている伝統漁法「たきや漁」、水辺を活かしたビーチ・マリンスポーツなど枚挙に暇がない。

また、周辺では、うなぎをはじめとした自慢のグルメ、汽水湖で日本一の長さを誇る湖岸のサイクリング、浜名湖を眺めながらの温泉に加え、国内有数の生産量を誇る農産物や遠州灘の水産物、美しい庭園を有する寺社仏閣、アウトドアを満喫できる河川や山々など、多種多様な資源があふれている。

旅行者は、これら「海の湖」が提供する多様な資源を自由に組み合わせ、この地域ならではの生活や文化を感じ、自分好みの旅を新たに創りあげ、心行くまで満喫する。

そして、多くの旅行者が「海の湖」に満足することで、地域住民が自分たちの暮らしている環境を誇りに思い、より良い観光地域づくりを行う。

このような、好循環を生み出すため、圏域が一丸となって滞在型の観光地域づくりを進めていく。

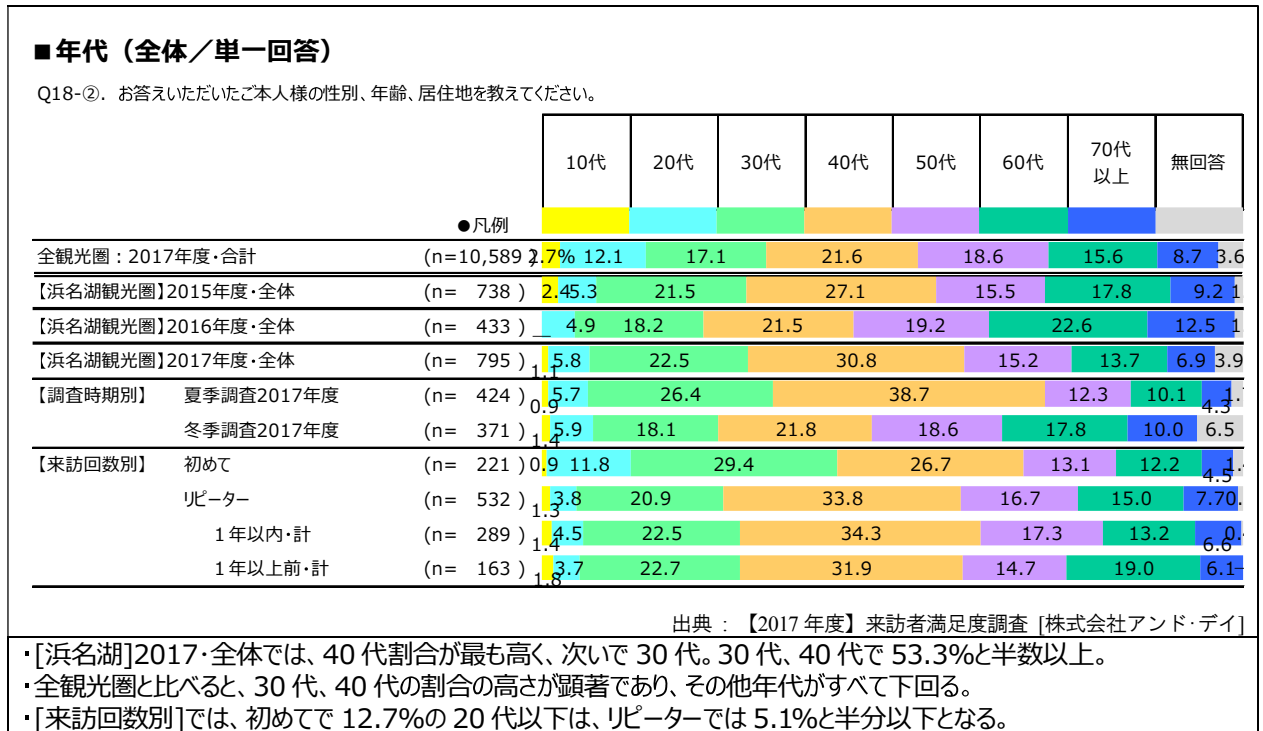
(2) これまでの主な取り組み

- 「海の湖」をブランドコンセプトに決定し、「浜名湖の真ん中で愛を叫ぶ」などブランドを体感する商品を造成したほか、たきや筏をリノベーションした「TAKIYA BASE」などを製作した。
- 浜名湖一周サイクリングでは、バイシクルピットの募集、ロゴマークの開発、案内サイン整備など受入体制の強化、自転車の乗船などの社会実験、琵琶湖や霞ヶ浦との三湖連携など広域連携にも取り組んだ。
- 浜名湖舟運では新規航路の開拓検討、気賀棧橋を利用した遊覧船など、SA 遊覧船の運航では PR ツール作成、棧橋の通年設置などに取り組んだ。
- インバウンド推進では、フェイスブック等の SNS を活用した英語・繁体字・タイ語による情報発信、日月潭サイクルイベント誘客プロモーション、Wi-Fi 環境整備、ガイド養成、インバウンド向け旅行予約サイトへの体験型旅行商品掲載などの受入環境整備に取り組んだ。
- 広報宣伝では、体験商品販売サイト「ちよい旅」管理運営、旅行会社へのセールスなどに取り組んだ。
- このほか、継続開催をしている浜名湖花フェスタが春の風物詩として地域に定着し、国内外から多くの観光客を呼び込むイベントに成長した。

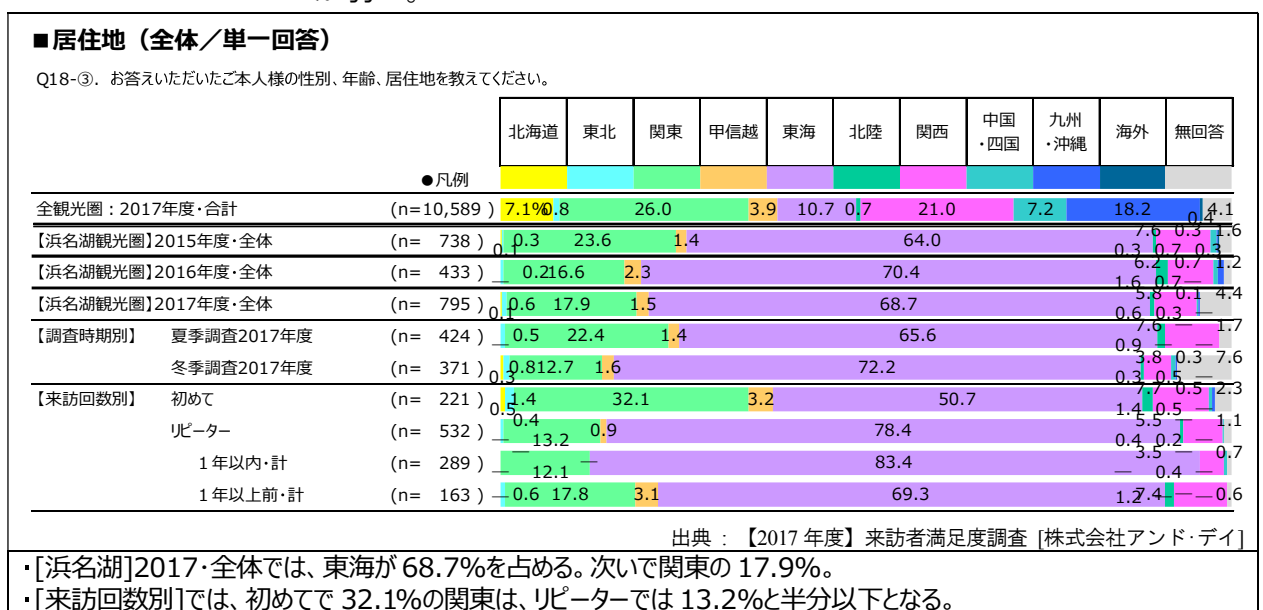
(3) 本圏域の課題

浜名湖観光圏では、来訪者満足度調査を通じて、以下の7点を課題として捉えている。

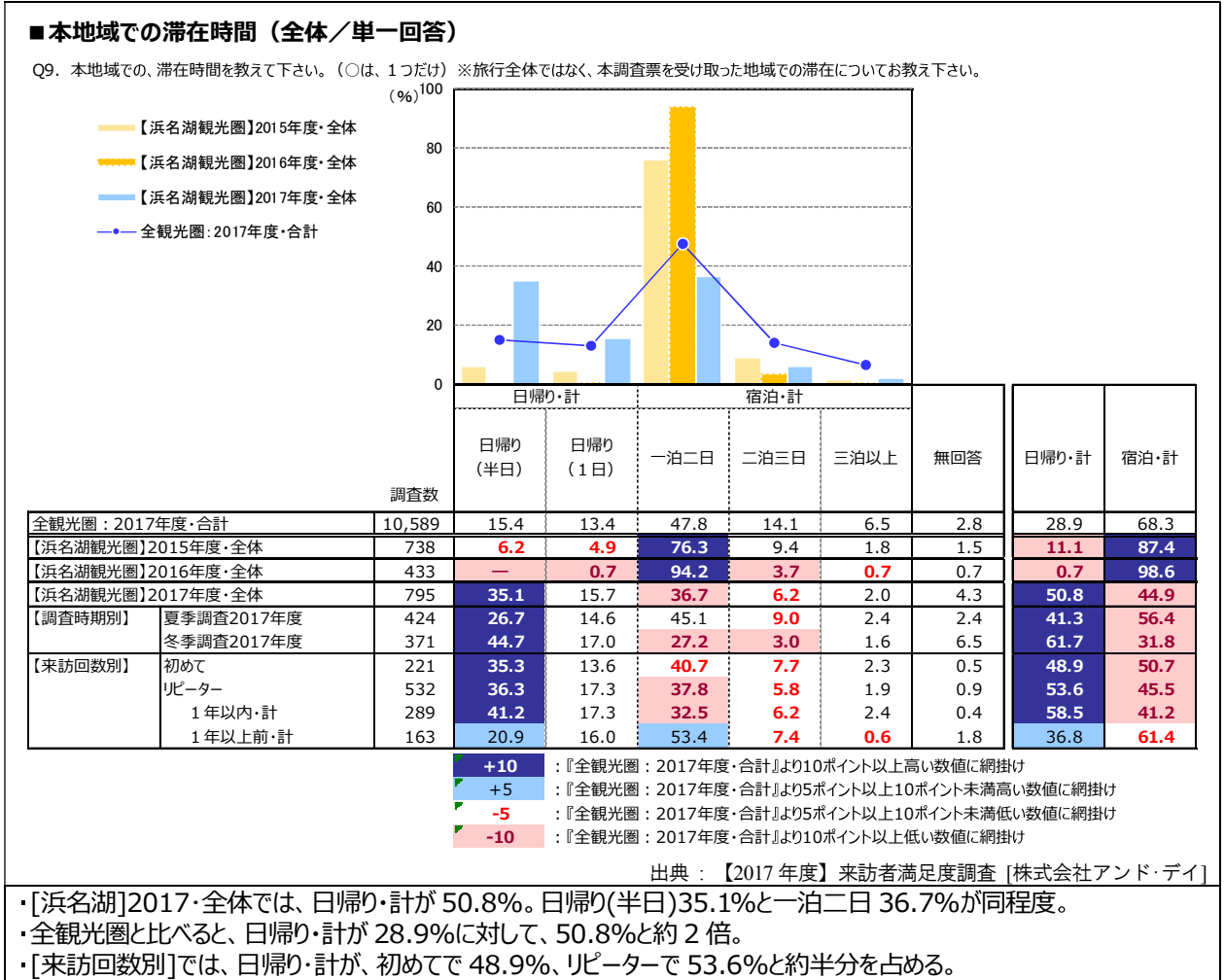
- 来訪者の年代 … 行動力があり、情報感度の高い20代や時間的に余裕がある50、60代の取り込みが弱い。



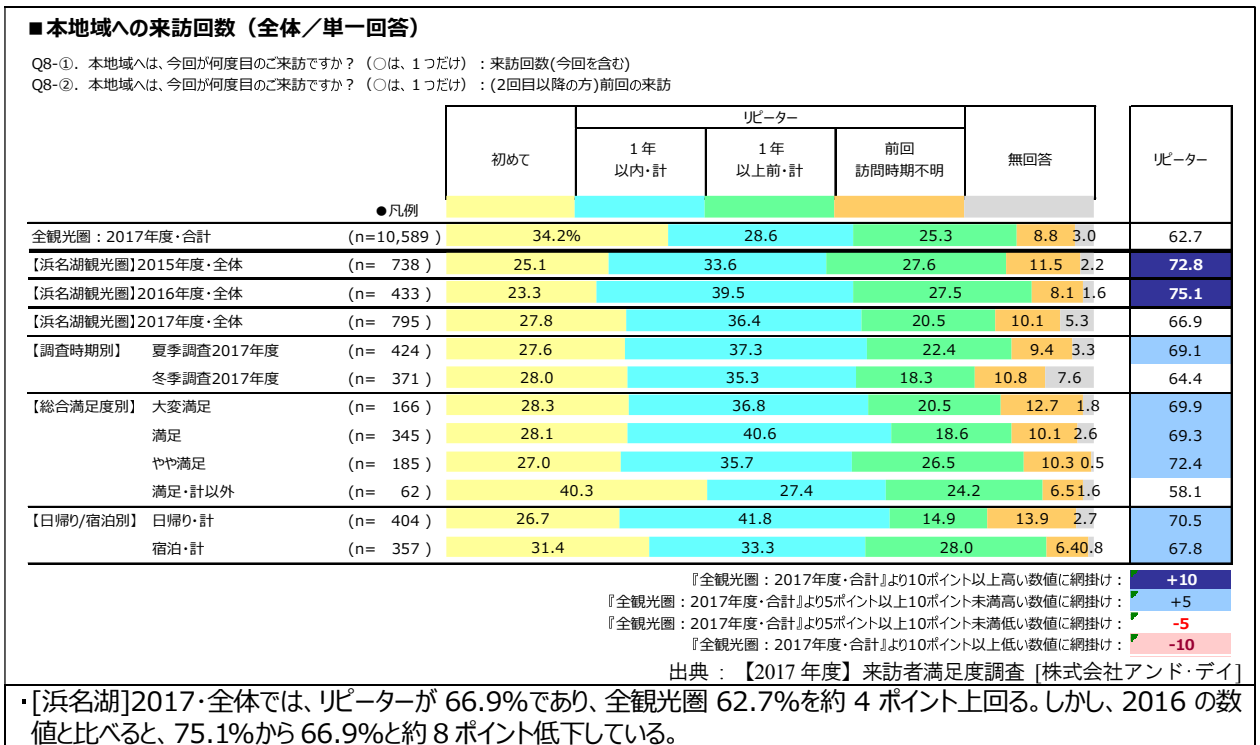
- 来訪者の居住地 … 7割が東海地方(岐阜、静岡、愛知、三重)であり、ボリュームエリアである関東地方(埼玉、千葉、東京、神奈川)からの集客が弱い。



➤ 滞在時間 … 日帰り率が50%を超え、長期連泊者が少ない。



➤ リピーター率 … 2017年度は66.9%と高いが、昨年度比では減少している。



I 基本的事項[1 観光圏の整備による観光旅客の来訪及び滞在の促進に関する基本的な方針]

➤ 来訪者満足 … “初めて”の満足度がリピーターと比べて低い。

■ 本地域の総合満足度 (全体/単一回答)

Q12. 本地域での、今回の滞在の総合満足度はどのくらいですか？ (○は、1つだけ)

	満足・計			どちらでもない	不満・計			無回答	満足・計	不満・計	加重平均値		
	大変満足	満足	やや満足		やや不満	不満	大変不満						
●凡例	(7)	(6)	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)						
全観光圏：2017年度・合計 (n=10,589)	20.1%			41.8		24.0		8.8	0.3	3.7	85.9	1.6	5.72
【浜名湖観光圏】2015年度・全体 (n= 738)	13.8			47.0		27.0		9.4	0.4	1.6	87.8	1.2	5.63
【浜名湖観光圏】2016年度・全体 (n= 433)	15.2			46.9		28.2		1.6	0.7	1.6	90.3	3.0	5.65
【浜名湖観光圏】2017年度・全体 (n= 795)	20.9			43.4		23.3		5.8	0.7	1.6	87.6	1.0	5.80
【調査時期別】 夏季調査2017年度 (n= 424)	18.6			42.7		26.9		8.0	0.0	2.6	88.2	1.2	5.71
冬季調査2017年度 (n= 371)	23.5			44.2		19.1		1.2	0.8	—	86.8	0.8	5.90
【来訪回数別】 初めて (n= 221)	21.3			43.9		22.6		10.0	0.9	—	87.8	1.4	5.74
リピーター (n= 532)	21.8			44.9		25.2		0.8	—	1.3	91.9	0.9	5.82
1年以内・計 (n= 289)	21.1			48.4		22.8		5.8	—	—	92.4	—	5.86
1年以上前・計 (n= 163)	20.9			39.3		30.1		6.8	—	0.6	90.2	2.5	5.70
【日帰り/宿泊別】 日帰り・計 (n= 404)	22.0			44.8		23.5		2.5	—	—	90.4	0.5	5.83
宿泊・計 (n= 357)	21.6			44.3		25.2		6.7	—	2.5	91.0	1.7	5.77

『全観光圏：2017年度・合計』より10ポイント以上高い数値に網掛け： **+10**
 『全観光圏：2017年度・合計』より5ポイント以上10ポイント未満高い数値に網掛け： **+5**
 『全観光圏：2017年度・合計』より5ポイント以上10ポイント未満低い数値に網掛け： **-5**
 『全観光圏：2017年度・合計』より10ポイント以上低い数値に網掛け： **-10**

出典：【2017年度】来訪者満足度調査 [株式会社アンド・デイ]

・【浜名湖】2017・全体では、大変満足が 20.9%で、全観光圏 20.1%とほぼ同率。満足・計は、87.6%に対し、85.9%と約 2 ポイント全観光圏を上回る。
 ・【来訪回数別】では、満足・計は、初めて 87.8%、リピーター91.9%とリピーターが約 4 ポイント上回る。

➤ 宿泊施設の満足度 … 2017年度に評価が大幅に低下した。

■ 個別評価① 本地域での景観や食事、体験、宿泊などの評価：「大変そう思う」の割合一覧 (全体/各単一回答)

Q16①～⑦. 本地域での景観や食事、体験などについては、どのように感じられましたか？ (○は、それぞれ1つ)
 Q17①～⑦. 本地域での移動や情報収集、宿泊については、どのように感じられましたか？ (○は、それぞれ1つ)

	調査数	景観や雰囲気		宿泊施設		食事・飲食店		物販・土産施設	体験プログラム・ツアー	プログラムやツアーの内容がよかった	ツアーのガイドがよかった
		自然景観や街並み景観や雰囲気が感じられた	街並み景観や雰囲気が感じられた	宿泊施設の質がよいと感じた	宿泊施設でのおもてなしが感じられた	この地域ならではの食事を味わえた	食事の味やボリュームがよかった				
全観光圏：2017年度・合計	10,589	30.8	18.3	16.6	18.9	20.2	19.9	12.5	6.5	6.2	6.2
【浜名湖観光圏】2015年度・全体	738	14.6	6.8	19.8	23.9	17.9	23.0	8.7	2.4	2.3	2.3
【浜名湖観光圏】2016年度・全体	433	13.6	6.0	26.1	31.6	15.2	22.9	10.2	1.2	0.5	0.5
【浜名湖観光圏】2017年度・全体	795	22.4	14.1	10.4	13.6	28.7	26.7	13.5	9.4	7.6	7.6
【調査時期別】 夏季調査2017年度	424	20.3	12.0	9.4	12.7	20.5	21.2	10.9	10.1	7.6	7.6
冬季調査2017年度	371	24.8	16.4	11.6	14.6	38.0	32.9	16.4	8.6	7.6	7.6
【総合満足度別】 大変満足	166	58.4	41.0	29.5	38.0	70.5	71.7	38.6	31.3	24.7	24.7
満足	345	20.0	10.4	8.4	11.3	25.2	21.7	10.1	5.2	4.6	4.6
やや満足	185	6.0	3.8	2.2	2.2	10.8	8.1	3.8	2.2	1.1	1.1
満足・計以外	62	—	—	1.6	3.2	3.2	1.6	—	—	—	—
【来訪回数別】 初めて	221	22.6	14.9	9.1	12.2	28.1	26.2	13.1	11.3	9.1	9.1
リピーター	532	23.5	14.7	11.7	15.0	30.3	28.2	14.5	9.0	7.3	7.3
1年以内・計	289	23.5	16.6	12.1	14.9	33.9	29.1	14.9	9.0	7.6	7.6
1年以上前・計	163	20.9	8.6	11.0	16.0	22.7	23.9	10.4	6.1	3.7	3.7
【日帰り/宿泊別】 日帰り・計	404	26.5	17.3	4.0	4.7	36.1	28.0	14.4	11.9	10.6	10.6
宿泊・計	357	19.9	11.5	18.8	24.9	23.0	27.5	13.7	7.3	4.8	4.8

●凡例
+10 : 『全観光圏：2017年度・合計』より10ポイント以上高い数値に網掛け
+5 : 『全観光圏：2017年度・合計』より5ポイント以上10ポイント未満高い数値に網掛け
-5 : 『全観光圏：2017年度・合計』より5ポイント以上10ポイント未満低い数値に網掛け
-10 : 『全観光圏：2017年度・合計』より10ポイント以上低い数値に網掛け

出典：【2017年度】来訪者満足度調査 [株式会社アンド・デイ]

・【浜名湖】2017・全体では、[食事・飲食店]「この地域ならではの食事を味わえた」が最も高く 28.7%。
 ・2015 から 2017 の時系列では、[宿泊施設]以外の項目は、過去 2 年間のスコアを上回る。

I 基本的事項[1 観光圏の整備による観光旅客の来訪及び滞在の促進に関する基本的な方針]

➤ 消費金額 … 日帰り率の増加により、平均消費額が減少している。

■ 1人あたりの平均消費金額（金額記入者/各実数回答）

	総額		交通費 (タクシー代やリムジン代など)		宿泊費（宿泊者のみ） (ホテルでの飲食代込み)		飲食費	
	調査数	平均金額 (円)	調査数	平均金額 (円)	調査数	平均金額 (円)	調査数	平均金額 (円)
全観光圏：2017年度・合計	(n=9,145)	32,790	(n=5,914)	9,850	(n=5,140)	21,464	(n=6,581)	5,592
【浜名湖観光圏】2015年度・全体	(n= 687)	27,352	(n= 480)	6,115	(n= 525)	16,507	(n= 524)	3,884
【浜名湖観光圏】2016年度・全体	(n= 412)	26,644	(n= 305)	4,672	(n= 381)	15,814	(n= 305)	3,545
【浜名湖観光圏】2017年度・全体	(n= 713)	16,189	(n= 376)	4,551	(n= 287)	17,109	(n= 526)	3,727
【調査時期別】								
夏季調査2017年度	(n= 383)	20,202	(n= 226)	4,340	(n= 195)	18,039	(n= 297)	3,918
冬季調査2017年度	(n= 330)	11,531	(n= 150)	4,868	(n= 92)	15,136	(n= 229)	3,480
【総合満足度別】								
大変満足	(n= 155)	16,966	(n= 83)	4,286	(n= 63)	18,930	(n= 120)	3,976
満足	(n= 308)	16,145	(n= 163)	4,145	(n= 129)	16,429	(n= 225)	3,512
やや満足	(n= 166)	16,940	(n= 90)	5,342	(n= 67)	16,658	(n= 129)	3,990
満足・計以外	(n= 57)	17,968	(n= 32)	5,576	(n= 27)	17,486	(n= 37)	3,833
【来訪回数別】								
初めて	(n= 201)	18,678	(n= 123)	6,418	(n= 91)	16,210	(n= 143)	4,606
リピーター	(n= 477)	15,968	(n= 241)	3,713	(n= 194)	17,591	(n= 363)	3,453
1年以内・計	(n= 253)	13,615	(n= 130)	2,773	(n= 92)	17,230	(n= 196)	3,276
1年以上前・計	(n= 154)	21,448	(n= 83)	4,179	(n= 84)	18,383	(n= 121)	3,831
【日帰り/宿泊別】								
日帰り・計	(n= 356)	4,747	(n= 127)	2,697	*		(n= 252)	2,593
宿泊・計	(n= 328)	29,526	(n= 238)	5,653	(n= 284)	17,170	(n= 258)	4,915

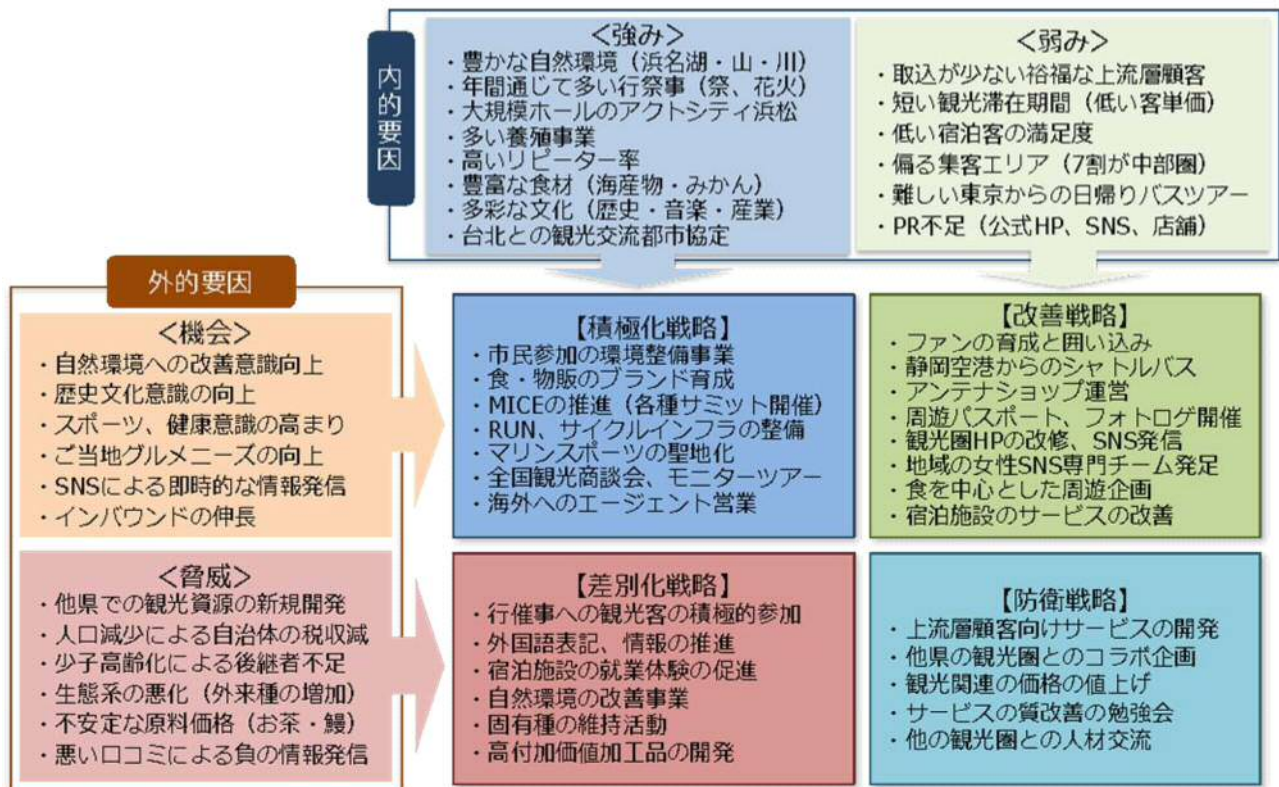
	買い物費		その他（入場料など）	
	調査数	平均金額 (円)	調査数	平均金額 (円)
全観光圏：2017年度・合計	(n=5,415)	5,841	(n=3,404)	4,168
【浜名湖観光圏】2015年度・全体	(n= 488)	4,234	(n= 294)	2,995
【浜名湖観光圏】2016年度・全体	(n= 303)	4,081	(n= 196)	2,403
【浜名湖観光圏】2017年度・全体	(n= 343)	3,447	(n= 246)	2,906
【調査時期別】				
夏季調査2017年度	(n= 219)	3,590	(n= 183)	3,330
冬季調査2017年度	(n= 124)	3,194	(n= 63)	1,672
【総合満足度別】				
大変満足	(n= 73)	3,752	(n= 45)	3,488
満足	(n= 157)	3,397	(n= 108)	2,630
やや満足	(n= 82)	3,480	(n= 66)	3,070
満足・計以外	(n= 26)	3,175	(n= 24)	2,897
【来訪回数別】				
初めて	(n= 104)	3,360	(n= 72)	2,898
リピーター	(n= 234)	3,529	(n= 168)	2,904
1年以内・計	(n= 118)	3,270	(n= 84)	2,713
1年以上前・計	(n= 95)	3,805	(n= 72)	3,201
【日帰り/宿泊別】				
日帰り・計	(n= 102)	2,335	(n= 71)	1,792
宿泊・計	(n= 233)	4,004	(n= 170)	3,370

総額/日帰り		総額/宿泊	
調査数	平均金額 (円)	調査数	平均金額 (円)
(n=2,560)	10,714	(n=6,394)	41,665
(n= 75)	13,979	(n= 602)	28,717
(n= 3)	8,467	(n= 408)	26,806
(n= 356)	4,747	(n= 328)	29,526
(n= 153)	4,879	(n= 221)	31,251
(n= 203)	4,648	(n= 107)	25,963
(n= 82)	4,001	(n= 73)	31,529
(n= 157)	4,846	(n= 145)	28,610
(n= 85)	5,478	(n= 81)	28,968
(n= 27)	4,666	(n= 29)	30,627
(n= 98)	6,656	(n= 102)	30,372
(n= 249)	4,065	(n= 224)	29,271
(n= 147)	3,666	(n= 105)	27,547
(n= 54)	5,480	(n= 98)	30,358
(n= 356)	4,747	(n= 0)	0
(n= 0)	0	(n= 328)	29,526

出典：【2017年度】来訪者満足度調査 [株式会社アンド・デイ]

- ・【浜名湖】2017・全体では、1人当たり平均消費金額[総額]は、16,189円で、全観光圏 32,790 円の約半分。大河ドラマの影響で日帰り客が大幅に増加し、平均消費金額を引き下げたことが一因と考える。
- ・交通費など個別項目を全観光圏と比べると、すべての項目において全観光圏を下回る。

(4) 外部・内部環境分析



(5) 課題解決のための方針

① 効果的な情報発信の基盤整備

➤ ホームページやインスタグラムなど SNS(ソーシャル・ネットワーキング・サービス)の運用方法を見直し、情報源の最適化や拡散性の多角化を進めるとともに、地域内へも観光資源の魅力を発信し、地域住民が地域の良さを再認識することになれば、シビックプライド(都市に対する誇りや愛着)を醸成する。

② 顧客の囲い込み策の構築

➤ 顧客情報を分析し、それぞれの顧客の嗜好に合わせたサービスを提供する、カスタマー・リレーションシップ・マネジメントの手法を導入し、お客様満足度及び再来訪意欲を向上させるための戦略を立案・実行する。

③ 観光商品の開発と誘客の推進

➤ 資源が豊富であり、観光商品として開発の余地が大きい「食」など、地域の独自性を活かした商品の造成を進めるとともに、インバウンドや F1 層(Female1 : 20~34 歳の女性)、富裕者層などターゲットを明確にした誘客プロモーションを推進する。

④ サービスの品質向上

➤ 全国観光圏推進協議会が推進している品質認証「サクラクオリティ」などの取得を推進し、旅行者にとっては、旅行前からサービス品質が見えることで快適で安心な旅を実現させる。一方、事業者にとっては従業員のスキルアップとサービスの質の向上などを通じて顧客満足度を向上させる。

⑤ 広域周遊施策の推進

- ローカル鉄道、バス、舟など域内に展開されている様々な二次交通をつなげた周遊やレンタカーを活用した周遊を推進することで、滞在時間の延長と消費額の増大を図る。

⑥ インバウンド戦略の強化

- 東アジアや ASEAN 地域、欧米豪をターゲット地域に定めた訪日外国人旅行者の誘客を戦略的に推進するとともに、滞在時の快適性や移動の利便性の向上など、受入環境の整備を進める。

⑦ 観光インフラの整備促進

- 浜名湖に加え、山や川をフィールドとしたアクティビティの整備を促進し、新たな魅力ある体験型観光資源を創出する。

⑧ 地域との協働

- 地域住民を始め、産業界、教育機関、金融機関、マスコミなど地域一体の観光地域づくりに取り組むとともに、観光に資する人材育成プログラムを構築し、観光客へのおもてなしを強化する。

2 観光圏の区域

(1) 区域の地理的範囲

浜名湖を中心とした浜松市及び湖西市の全域

(2) 観光圏を構成する都道府県・市町村

浜松市、湖西市

(3) 区域の設定理由

本地域最大の観光資源である「浜名湖」を活かした観光地域づくりを進めるため、第1期浜名湖観光圏(2009年～2013年)、第2期浜名湖観光圏(2014年～2018年)の認定を受け、浜松市及び湖西市、観光関連団体、運輸事業者など官民連携の浜名湖観光圏整備推進協議会を組織し、地域が一体となって様々な事業に取り組んできた。

10年にわたる取り組みにより一定の成果は見られるものの、世界にここにしかない観光目的地となるためには、引き続き、浜名湖を中心とした浜松市及び湖西市の全域を区域とする浜名湖観光圏として観光地域づくりを着実に遂行していくことが求められる。

(4) 区域の特性

① 地理的特性

- ▶ 本地域は、太平洋側で最大の汽水湖である浜名湖を中心に、東部は天竜川まで浜松市街地が広がる三方原台地、南は太平洋に面する遠州灘の海岸地域、西は湖西連峰と北遠の森林景観へとつながる奥浜名湖の田園地帯など、四方が豊かな自然環境に恵まれ、温暖な気候で日照時間も長く、多くの花きや果物、野菜が栽培されている。
- ▶ 流通の便にも恵まれた首都圏と近畿圏の中間に位置し、東海道の宿場や関所を擁し街道文化が発達するなど、歴史上も東西交通の要所として栄えてきた。
- ▶ 東名高速道路では浜松 IC、三方原スマート IC、浜松西 IC、三ヶ日 IC、新東名高速道路では浜松浜北 IC、浜松 SA スマート IC、浜松いなさ IC があり、東西からの自動車・バス旅行客の玄関口となっている。これらに加え、2019年3月には新たな玄関口として館山寺スマート IC の開通が予定されている。
- ▶ 長野県と結ぶ三遠南信自動車道などの高規格幹線道路の整備も進められているほか、国道1号と国道23号の直結による中京圏とのアクセス向上や国道42号、150号、152号、257号、301号、362号などが圏域内の主要幹線道路として整備されている。
- ▶ 鉄道では、東海道新幹線で東京・大阪から浜松までひかり号で約90分、名古屋から30分である。また、圏域内では市街地と北遠を結ぶ遠州鉄道、湖西から北遠を結ぶ天竜浜名湖鉄道が運行している。
- ▶ 空路では、静岡空港、中部国際空港から、それぞれ車で約60分、約90分である。

② 産業特性

- ▶ 本地域は、世界的規模を誇る輸送用機器産業や楽器産業、光技術を始めとする先端技術産業、江戸時代から受け継がれている繊維産業などが集積するものづくりのまちである。2017年工業統計調査によれば、浜松市・湖西市を合わせた製造品出荷額等は、約3兆3,600億円と静岡県全体の20.8%を占める。

- また、茶、みかんを始め、セロリや温室メロンなどの施設園芸、花きなどの都市近郊型農業、天竜美林に代表される林業、遠州灘沿岸のしらす、浜名湖のあさりや牡蠣、海苔、内水面のうなぎやスッポンの養殖といった漁業など、豊富で特色ある農林水産業が展開されている。2016年市町村別農業産出額によれば、浜松市・湖西市を合わせた農業産出額は、約618億円であり、全国有数の農業地域でもある。

③ 観光の現状などその他特性

- 本地域は、浜名湖を中心に舘山寺・弁天島・三ヶ日などの温泉地を始め、浜名湖東岸に集中する動植物園が強い集客力を持っている。浜名湖は、その一帯が県立自然公園として景観に優れた環境にある。海水浴や干潟観察に加え、水上バイク、ウェイクボード、ウインドサーフィンなどの浜名湖の自然環境を活かした着地型観光に根強い人気がある。
- 「食」では、地域ブランドとして定着している浜名湖うなぎや浜松餃子のほか、盛んな養殖業では、全国一の生産量を誇るスッポンに加え、汽水の環境を活かした養殖方法による牡蠣や200年の歴史をもつ海苔のブランド化が進められている。また、農林水産省の「SAVOR JAPAN (農泊 食文化海外発信地域)」認定地域として、うなぎや海の幸などの地域の食を訪日外国人及び海外に発信している。
- 歴史的・文化的には、徳川家康公ゆかりのものとして、「出世の街 浜松」のシンボルであり、出世城として親しまれる浜松城や国の重要文化財中村家住宅、NHK大河ドラマ「おんな城主 直虎」で脚光を浴びた国指定名勝の庭園を有する龍潭寺を始め、奥浜名湖地域や湖西地域に点在する小堀遠州作の日本庭園を擁する寺社仏閣のほか、国の特別史跡に指定されている新居関所、旅籠紀伊屋資料館、旧芸妓置屋小松楼、気賀関所、舞坂宿脇本陣などの歴史的資源が保存されている。
- また、秋野不矩美術館やアクトシティ浜松、楽器博物館などの文化資源のほか、湖西歌舞伎・万人講(雄踏歌舞伎)、東海道の奇祭遠州新居手筒花火、姫様道中や勇壮な大凧による凧揚げ合戦と激練りの掛け声で御殿屋台を引き回す浜松まつりなどには、毎年県内外から多くの観光客が訪れている。
- さらに、世界的な自動車メーカーや楽器メーカーの創業の地として、「豊田佐吉記念館」、「本田宗一郎ものづくり伝承館」、「スズキ歴史館」、「ヤマハ株式会社イノベーションロード」など、産業観光もファミリー層などに人気が高い。
- インバウンドについては、2014年度頃から急激に増加し、現在、年間約30万人を超え、県内屈指の外国人宿泊者数を有している。

3 滞在促進地区の区域

(1) 主たる滞在促進地区

名称	舘山寺滞在促進地区
範囲	浜松市西区舘山寺地区
設定理由	
<ul style="list-style-type: none"> ▶ 本圏域最大の観光地であり、宿泊施設や温泉、遊園地、フラワーパークなどの観光施設が集積する地区。観光の拠点として、交流地区(表浜名湖交流地区・奥浜名湖交流地区・北遠交流地区)へは車で60分以内の位置にある。また本地区へは、圏域への玄関口となるJR浜松駅から路線バスが整備されているほか、舘山寺温泉観光協会によるシャトルバスの送迎も実施している。 ▶ 着地型旅行商品「遠州道中膝栗毛」など、滞在型観光を推進する上で核となる地区である。 ▶ 地区内には、国際ホテル整備法に基づく政府登録国際観光旅館として9軒登録。 	

(2) 滞在促進地区

名称	浜松市中心部滞在促進地区
範囲	JR浜松駅周辺
設定理由	
<ul style="list-style-type: none"> ▶ JR浜松駅が立地する玄関口であり、浜松の歴史・文化、産業が集積する地区。ビジネス利用だけでなく、MICEやインバウンドなどの宿泊主要地域でもある。また、「主たる滞在促進地区」や「交流地区」とは、電車やバスによる公共交通で結ばれている。 	

名称	弁天島・ゆうとう温泉滞在促進地区
範囲	浜松市西区舞阪町、雄踏町
設定理由	
<ul style="list-style-type: none"> ▶ 浜名湖の玄関口に位置し、ホテルや温泉旅館、民宿など宿泊施設が集積する地区。遠州灘や浜名湖の水産資源が豊富で多彩な食文化が楽しめる。 	

名称	三ヶ日・奥浜名湖温泉滞在促進地区
範囲	浜松市北区三ヶ日町
設定理由	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ 三ヶ日温泉、奥浜名湖温泉を中心に大型の宿泊施設が集積する地区。歴史的・文化的資源も多く、滞在型観光の拠点となる地区である。 	

(3) 交流地区

名称	表浜名湖交流地区
範囲	湖西市、浜松市西区舞阪町、雄踏町
設定理由	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ 浜名湖の南部分に位置し、漁業や養殖産業が集積する地区。あさりの潮干狩りや海苔すき、牡蠣むきに代表される体験型観光のほか、養殖うなぎやしらす加工場の見学もできる。また、それらと関連した海産物問屋、新鮮朝市を定期的で開催している食文化の中心である。 ➤ 国の特別史跡に指定されている新居関所や東海道の宿場町などの街道文化を中心とした歴史的資源が残る。 ➤ ビーチ・マリンスポーツや浜名湖ボートレース観戦なども楽しめる。 	

名称	奥浜名湖交流地区
範囲	浜松市北区細江町、引佐町
設定理由	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ 気賀関所や湖北五山を始めとする歴史的・文化的資源が集積する地区。歴史めぐりツアーや神社仏閣での観光ガイドによるツアーのほか、歴史文化講演会も行われている。 ➤ 自然や地域の魅力を活かしたウォーキングやサイクリングも盛んである。また、天竜浜名湖鉄道や遊覧船が二次交通を兼ねた観光コンテンツとなっており、地域を巡る楽しみ方に富んだ地区である。 	

名称	北遠交流地区
範囲	浜松市天竜区内
設定理由	

- 地区の90%が森林に囲まれ、豊富な自然資源や歴史資源が存在する地区。火祭りや賑わう秋葉神社や二俣城址、高根城などの古跡が残るほか、天竜川でのウォータースポーツも楽しめる地区である。
- 走りごたえのある起伏に富んだ山道だけでなく、山々の美しい景観も楽しめるため、サイクリストの人気の高まっている。特に、秋葉神社周辺は、ヒルクライム(登り坂)愛好家の練習場所となっている。

[参考資料] 滞在促進地区の区域



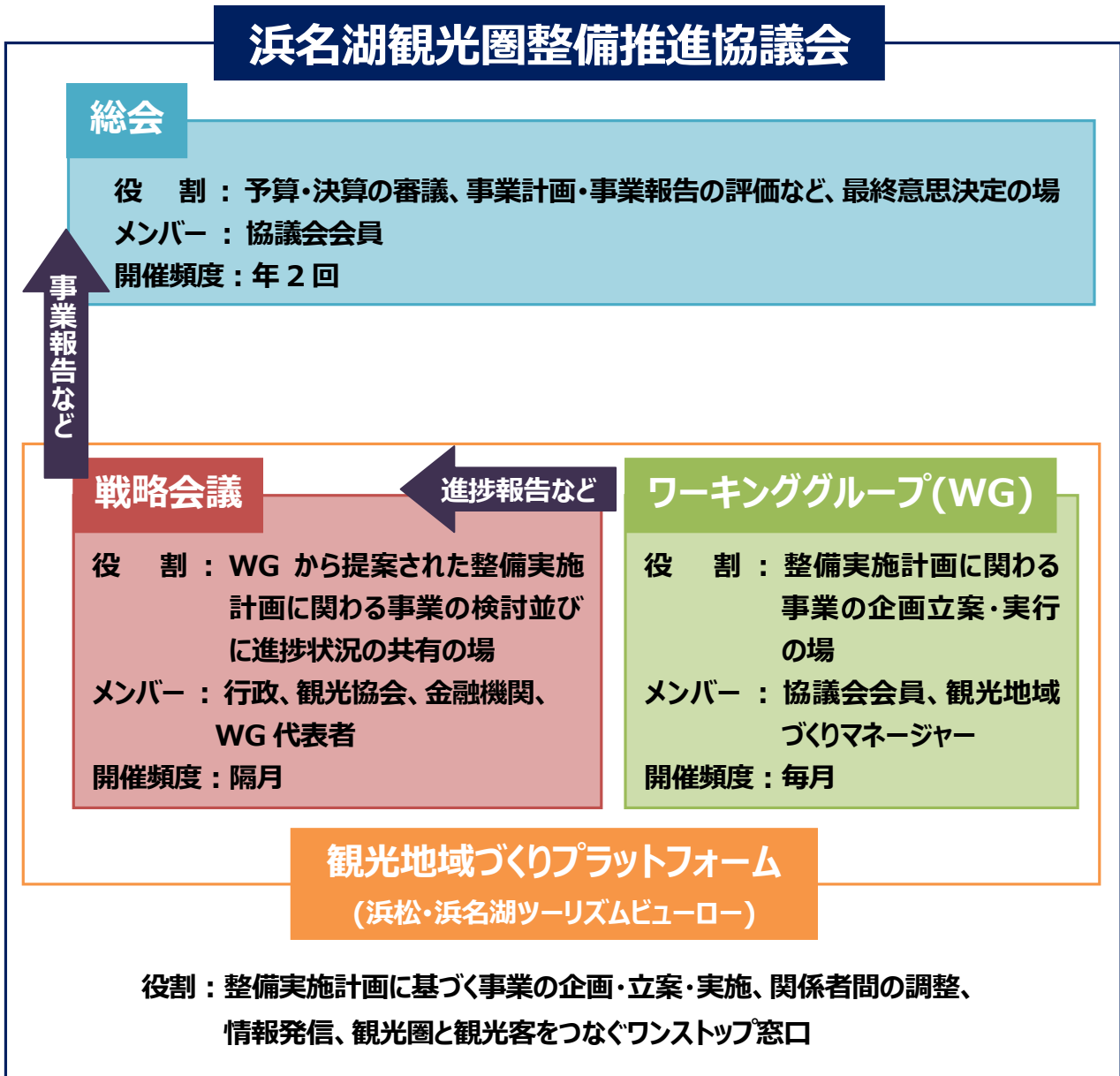
「主たる滞在促進地区周辺の拡大図」



4 観光圏整備事業の実施体制

(1) 計画及び事業の推進体制

- ▶ 浜名湖観光圏では、民間事業者・観光団体・行政で組織する「浜名湖観光圏整備推進協議会」の「総会」を最終意思決定の場とする。また、事業実施機関である「観光地域づくりプラットフォーム」の中に、「戦略会議」、「ワーキンググループ(WG)」を設置し、それぞれ、整備実施計画に関わる事業の検討並びに進捗状況の共有の場、整備実施計画に関わる事業の企画立案・実行の場とする。
- ▶ それぞれの役割として、総会は予算・決算の審議、事業計画・事業報告の評価、戦略会議は WG から提案された整備実施計画に関わる事業の検討並びに進捗状況の共有、WG は整備実施計画に関わる事業の企画立案・実行を担う。
- ▶ 協議会一丸となって事業を推進していくため、会員は、単数または複数の WG に参画する。WG の座長は、観光地域づくりマネージャーなど事業に精通した者を配置し、観光地域づくりプラットフォームである公益財団法人浜松・浜名湖ツーリズムビューローと協力して事業の企画立案から実施までをサポートする。



(2) 観光圏整備事業の各実施主体と地方公共団体の役割**① 滞在促進地区**

観光地域づくりの中心となる滞在プログラム企画、商品開発、誘客プロモーション、宿泊サービス改善、周遊アクセスなどについては民間団体・企業並びに公益財団法人浜松・浜名湖ツーリズムビューローが担い、観光ビジョン等の策定、予算確保、環境・インフラ整備などについては行政(浜松市、湖西市)が担う。ただし、表浜名湖交流地区については、行政に静岡県が加わる。

[各滞在促進地区における民間の実施主体]

地区	実施主体
主たる滞在促進地区	館山寺温泉観光協会、NPO 法人浜名湖観光地域づくり協議会
その他の滞在促進地区(浜松中心部滞在促進地区)	公益財団法人浜松・浜名湖ツーリズムビューロー
その他の滞在促進地区(弁天島・ゆうとう温泉滞在促進地区)	舞阪町観光協会
その他の滞在促進地区(三ヶ日・奥浜名湖温泉滞在促進地区)	奥浜名湖観光協会、三ヶ日町観光協会
交流地区(表浜名湖交流地区)	舞阪町観光協会、湖西市観光協会、新居町観光協会、NPO 法人はまなこ里海の会
交流地区(奥浜名湖交流地区)	奥浜名湖観光協会
交流地区(北遠交流地区)	天竜区観光協会

② 住民に対する意識啓発など

圏域内の情報発信や住民啓発、郷土教育などについては、公益財団法人浜松・浜名湖ツーリズムビューロー及び行政(浜松市、湖西市)が担う。

③ マネジメント (運営管理)

観光地域づくりプラットフォーム運営、マーケティングなどについては公益財団法人浜松・浜名湖ツーリズムビューローが担い、協議会運営、インフラ整備管理などについては行政(浜松市、湖西市、静岡県)が担う。

5 観光圏整備計画の目標

(1) 数値目標

① 浜名湖観光圏整備計画の目標値 [日本人]

目標値は、2017 年度実績値を基準値として設定する。

- ▶ 一人当たり旅行消費額 … 日帰り 4,747 円、宿泊 29,526 円
- ▶ 延宿泊者数 … 2,190 千人
- ▶ リピーター率 … 67%
- ▶ 旅行者満足度 … 88%

項目		2019 年度	2020 年度	2021 年度	2022 年度	2023 年度
一人当たり	日帰り	6,500 円	7,000 円	7,500 円	8,000 円	8,500 円
旅行消費額	宿泊	32,000 円	33,000 円	34,000 円	35,000 円	36,000 円
延宿泊者数		2,209 千人	2,236 千人	2,263 千人	2,290 千人	2,316 千人
リピーター率		72%	73%	74%	75%	76%
旅行者満足度		89%	89%	89%	90%	90%

② 浜名湖観光圏整備計画の目標値 [外国人]

延宿泊者数の目標値は 2017 年度実績値を基準値として設定し、延宿泊者数以外の目標値は 2018 年度に実施する「来訪者アンケート調査」の結果を基準値として設定する。

- ▶ 一人当たり旅行消費額 … ●●●円
- ▶ 延宿泊者数 … 316 千人
- ▶ リピーター率 … ●%
- ▶ 旅行者満足度 … ●%

項目	2019 年度	2020 年度	2021 年度	2022 年度	2023 年度
一人当たり旅行消費額	円	円	円	円	円
延宿泊者数	370 千人	380 千人	390 千人	400 千人	410 千人
リピーター率	%	%	%	%	%
旅行者満足度	%	%	%	%	%

6 計画期間

(1) 計画期間

2019年4月から2023年3月の5年間

(2) 計画の見直し手順

毎年度、観光圏整備事業の実施結果を評価してブラッシュアップを行うとともに、浜名湖観光圏整備推進協議会での協議を経て、必要な計画の見直しを行う。

7 住民その他利害関係者の意見を反映させるための措置及び反映状況

- 浜松市では2018年4月に「浜松市観光ビジョン」、湖西市では2011年3月に「新・湖西市総合計画」を策定しており、いずれの計画においても浜名湖観光圏事業の推進を明記している。
- これらの計画は、関係団体での検討会議や市民に対するパブリックコメント実施を経て、課題整理や目指す方向性を議論したうえで策定に至っている。
- また、本整備計画の策定に当たり、浜名湖観光圏整備推進協議会において合意形成を行っている。協議会の委員には、行政を始めとして観光・交通・金融などの多様な関係団体が含まれていることから、協議会が地域の意向を反映する機能を果たしているほか、随時見直しを図る機能も果たしている。

《参考計画》

- ◇ ふじのくに観光躍進基本計画 (2018年3月策定)
- ◇ 浜松市観光ビジョン (2018年4月策定)
- ◇ 新・湖西市総合計画 (2011年3月策定、2016年8月改定)
- ◇ 浜名湖における「インフラの整備・活用ビジョン」(2017年5月策定)

II 観光圏事業の概要

1 観光圏事業のテーマ

浜名湖観光圏では、次の8つのテーマを柱として事業を展開する。

- (1) マーケティングに基づく観光地域づくり
- (2) 宿泊施設の魅力向上
- (3) 滞在コンテンツ・プログラムの造成・提供
- (4) 二次交通など移動手段の確保
- (5) 地域内外への統合的な情報発信
- (6) 多様な主体の連携による地域一体の取組
- (7) 地域住民の理解と関与
- (8) インバウンドの推進

2 課題解決のための方針と観光圏事業との関係

課題解決のための方針(P6・P7 参照)に基づき、次のとおり事業を展開する。

(1) マーケティングに基づく観光地域づくり

[課題解決のための方針]

- 顧客の囲い込み策の構築

[方針に基づく事業展開]

- ① 全国観光圏共同マーケティング調査

事業内容	全国の観光圏が共同で行う来訪者満足度調査や国等の統計、その他事業ごとに実施するマーケティング調査の結果を分析して、観光地域づくりの戦略・戦術に反映させる。
実施主体	公益財団法人浜松・浜名湖ツーリズムビューロー
実施期間	2019年度～2023年度

(2) 宿泊施設の魅力向上

[課題解決のための方針]

- サービスの品質向上

[方針に基づく事業展開]

- ① 宿泊施設品質認証制度「サクラクオリティ」の推進

事業内容	全国13観光圏が共同事業として取り組んでいる宿泊施設品質認証制度「サクラクオリティ」の推進により、宿泊施設のサービス品質の向上を図る。
実施主体	公益財団法人浜松・浜名湖ツーリズムビューロー、地域内宿泊事業者
実施期間	2019年度～2023年度

(3) 滞在コンテンツ・プログラムの造成・提供

[課題解決のための方針]

- 観光商品の開発と誘客の推進
- 観光インフラの整備促進

[方針に基づく事業展開]

① 海の湖ブランドの体感商品の造成

事業内容	「海の湖」ブランドを体感できる滞在型体験プログラムの企画・情報発信・実施・改善等を行う。
実施主体	公益財団法人浜松・浜名湖ツーリズムビューロー、 ブランド推進 WG ほか
実施期間	2019 年度～2023 年度

② アウトドアツーリズムの推進

事業内容	浜名湖一周サイクリング「ハマイチ」の受入環境整備や圏域内の他のサイクリングルートとの連携により、圏域周遊の手段としてのサイクリングの推進やサイクリストの誘致を強化する。その他、自然を満喫できるビーチ・マリンスポーツなどのアウトドア体験型商品の企画・販売も行う。
実施主体	公益財団法人浜松・浜名湖ツーリズムビューロー、 サイクルツーリズム WG、浜名湖サイクルツーリズム推進会議 ほか
実施期間	2019 年度～2023 年度

③ ガストロノミーツーリズムの推進

事業内容	豊富な食資源をベースに、「海の湖」の歴史や文化を楽しむ体感型プログラムを企画・販売する。
実施主体	公益財団法人浜松・浜名湖ツーリズムビューロー、 ガストロノミーツーリズム WG ほか
実施期間	2019 年度～2023 年度

④ ガーデンツーリズムの推進

事業内容	春のイベントである「浜名湖花フェスタ」を軸に、国指定名勝の庭園を有する龍潭寺や浜松城公園の茶室・松韻亭など地域内でポテンシャルの高い庭園を組み合わせることで、通年でガーデンツーリズムを楽しめる環境を創出する。
実施主体	公益財団法人浜松・浜名湖ツーリズムビューロー、 ブランド推進 WG、浜松市 ほか
実施期間	2019 年度～2023 年度

⑤ 観光インフラの整備促進

事業内容	バイクやボート、自転車、トレッキングなどによる着地型観光のためのインフラ整備や表浜名湖における交流拠点の創出により、浜名湖全域の交流のネットワークを構築する。
実施主体	公益財団法人浜松・浜名湖ツーリズムビューロー、 インフラネットワーク WG、 浜松市、湖西市、静岡県、浜松河川国道事務所 ほか
実施期間	2019 年度～2023 年度

(4) 二次交通など移動手段の確保**[課題解決のための方針]**

- 広域周遊施策の推進

[方針に基づく事業展開]

- ① 広域周遊サービスの開発・提供

事業内容	周遊を促す情報発信や各種交通機関を繋げる共通パスポートの発行等、二次交通を活用した広域周遊の各種サービスを開発・提供する。
実施主体	公益財団法人浜松・浜名湖ツーリズムビューロー、ブランド推進 WG ほか
実施期間	2019 年度～2023 年度

(5) 地域内外への統合的な情報発信**[課題解決のための方針]**

- 顧客の囲い込み策の構築 [再掲]
- 効果的な情報発信の基盤整備

[方針に基づく事業展開]

- ① 戦略的な広報・宣伝

事業内容	公式 HP や総合パンフレットを整備するとともに、SNS の活用など地域の魅力を戦略的かつ効果的に情報発信する。
実施主体	公益財団法人浜松・浜名湖ツーリズムビューロー、広報宣伝 WG
実施期間	2019 年度～2023 年度

- ② 海の湖ファンクラブの運営

事業内容	域内外の方に対して地域の最新イベント情報や周遊特典などプッシュ型の情報発信を行う。
実施主体	公益財団法人浜松・浜名湖ツーリズムビューロー、ブランド推進 WG
実施期間	2019 年度～2023 年度

(6) 多様な主体の連携による地域一体の取組**[課題解決のための方針]**

- 地域との協働

[方針に基づく事業展開]

- ① 地域の多様な主体との連携

事業内容	地域の産・官・学・金・言等と連携して、それぞれの得意分野を活かして役割分担しながら、協働による観光地域づくりを推進する。
実施主体	公益財団法人浜松・浜名湖ツーリズムビューロー、地域内各種組織・団体
実施期間	2019 年度～2023 年度

(7) 地域住民の理解と関与

[課題解決のための方針]

- 地域との協働 [再掲]

[方針に基づく事業展開]

- ① 観光地域づくりを担う人材の育成

事業内容	ブランド・コンセプトの浸透や観光ガイド育成を始め、観光地域づくりを担う人材育成プログラムを構築する。
実施主体	公益財団法人浜松・浜名湖ツーリズムビューロー、 海の湖カレッジ WG ほか
実施期間	2019 年度～2023 年度

(8) インバウンドの推進

[課題解決のための方針]

- インバウンド戦略の強化

[方針に基づく事業展開]

- ① 戦略的な誘客プロモーションと受入環境の整備

事業内容	ランドオペレーター等の招請事業や個人旅行者向けのデジタルプロモーションなどをターゲットに応じて戦略的に展開する。また、観光案内や飲食店メニューの多言語化、キャッシュレス決済の推進など受入環境の整備を推進する。さらに、周遊パスや体験プログラムなどを充実し、滞在地としての魅力を向上する。
実施主体	公益財団法人浜松・浜名湖ツーリズムビューロー、 インバウンド推進 WG ほか
実施期間	2019 年度～2023 年度

Ⅲ 協議会に関する資料など

1 協議会の名称

浜名湖観光圏整備推進協議会

2 協議会会員

会員 33 団体

静岡県、浜松市、湖西市、公益財団法人浜松・浜名湖ツーリズムビューロー、浜松商工会議所、館山寺温泉観光協会、奥浜名湖観光協会、三ヶ日町観光協会、舞阪町観光協会、新居町観光協会、湖西市観光協会、浜北観光協会、天竜区観光協会、東海旅客鉄道株式会社静岡支社、遠州鉄道株式会社、天竜浜名湖鉄道株式会社、浜名湖遊覧船株式会社、浜名漁業協同組合、中日本高速道路株式会社東京支社、一般社団法人浜松商店界連盟、浜松ホテル旅館協同組合、公益財団法人浜松市花みどり振興財団、特定非営利活動法人はまなこ里海の会、特定非営利活動法人浜名湖観光地域づくり協議会、特定非営利活動法人 Sea Net 浜松、遠州信用金庫、浜松信用金庫、株式会社静岡銀行、奥浜名湖商工会、浜名商工会、新居町商工会、浜名湖地域舟運都市構想研究会、浜名湖サイクルツーリズム推進会議

役員

顧問	静岡県知事
会長	浜松市長
副会長	湖西市長
副会長	公益財団法人浜松・浜名湖ツーリズムビューロー理事長
副会長	浜松商工会議所副会頭

3 浜名湖観光圏整備推進協議会規約

第1章 総則

(名称)

第1条 本会は、浜名湖観光圏整備推進協議会(以下「協議会」という。)と称する。

(目的)

第2条 協議会は、環浜名湖及びその周辺地域の相互連携によって観光圏を形成し、観光地の魅力の向上により競争力を高め、もって国内外からの観光旅客の来訪及び滞在を促進することを目的とする。

(事業)

第3条 協議会は、前条の目的を達成するため、次の各号に掲げる事業を行う。

- (1) 観光圏整備計画に関すること
- (2) 観光圏整備実施計画に関すること
- (3) 観光地域づくりプラットフォームに関すること
- (4) その他、協議会の目的達成のために必要な事業

第2章 組織等

(組織)

第4条 協議会は、浜松市、湖西市の地域の観光振興に取り組む地方公共団体、機関、団体等のうち、入会の申し出があったもの(以下「会員」という。)により構成する。

(役員)

第5条 協議会に次の役員を置く。

- (1) 会長 1名
 - (2) 副会長 3名
- 2 会長及び副会長は、次に掲げるものをもって充てる。
- 会長 浜松市長
 - 副会長 湖西市長
 - 副会長 浜松商工会議所副会頭
 - 副会長 公益財団法人浜松・浜名湖ツーリズムビューロー理事長
- 3 役員任期は2年とし、再任を妨げない。なお、補欠により選任された役員任期は前任者の残任期間とする。
- 4 協議会に顧問を置くことができる。顧問は会長が委嘱する。

(役員職務)

第6条 会長は、協議会を代表し、会務を総理する。

2 副会長は、会長を補佐し、会長に事故あるときはその職務を代理する。

第3章 会議

(会議)

第7条 協議会の会議は、総会とする。

2 会議には必要に応じ会員以外の者を出席させることができる。

(総会)

第8条 総会の開催は年1回以上とする。

2 総会の招集は会長が行い、会長もしくは会長が指名した者が議長を務める。

3 総会は、次の事項を審議、議決する。

- (1) 規約の制定及び改廃に関する事項
- (2) 事業計画及び事業報告に関する事項
- (3) 予算及び決算に関する事項
- (4) その他会長が必要と認める事項

4 総会は、会員の過半数の出席がなければ開くことができない。

5 総会の議決は、出席者の過半数をもって決し、賛否同数のときは、議長の決するところによる。

(協議結果の取扱い)

第9条 協議会において協議が調った事項については、会員はその協議の結果を尊重しなければならない。

第4章 事務局等

(事務局)

第10条 協議会は、事務局を浜松市中区元城町103-2 浜松市産業部観光・シティプロモーション課内に置く。

(観光地域づくりプラットフォーム)

第 11 条 協議会は、協議会の目的を達成するために、観光地域づくりプラットフォーム（以下「PF」という。）を設置し、必要な業務を実施する。

2 PF は、公益財団法人浜松・浜名湖ツーリズムビューローとする。

(ワーキンググループ)

第 12 条 PF は、整備実施計画に関わる事業の企画立案・実行の場として、PF 内にワーキンググループ(以下「WG」という。)を置くことができる。

2 WG は、協議会会員をもって構成する。ただし、PF が必要と認める場合は、協議会会員以外も参画させることができる。

(観光地域づくりマネージャー)

第 13 条 PF は、観光地域づくりの推進役や関係機関との連携・橋渡し役として、観光地域づくりマネージャー(以下「MGR」という。)を置くことができる。

2 MGR は、WG などに参画し、整備実施計画に関わる事業の企画立案や実行をサポートする。

(戦略会議)

第 14 条 PF は、WG から提案された整備実施計画に関わる事業の検討並びに進捗状況の共有の場として、PF 内に戦略会議を置くことができる。

2 戦略会議は、協議会会員のうち、行政、観光協会、金融機関、WG 代表者をもって構成する。ただし、PF が必要と認める場合は、協議会会員以外も参画させることができる。

第 5 章 補則

(その他)

第 15 条 この規約に定めるもののほか、協議会の運営に関し必要な事項は、会長が別に定める。

附 則

この規約は、平成 20 年 12 月 12 日から施行する。

この規約は、平成 24 年 6 月 8 日から施行する。

この規約は、平成 24 年 11 月 15 日から施行する。

この規約は、平成 26 年 2 月 7 日から施行する。

この規約は、平成 26 年 7 月 15 日から施行する。

この規約は、平成 26 年 10 月 7 日から施行する。

この規約は、平成 27 年 3 月 21 日から施行する。

この規約は、平成 27 年 7 月 17 日から施行する。

この規約は、平成 30 年 3 月 27 日から施行する。

この規約は、平成 年 月 日から施行する。

IV その他市町村又は都道府県が必要と認める事項

1 既存整備計画との連携

本計画は、「浜名湖」を核として、それぞれ魅力ある地域をつなぎ、交流人口の拡大と共に滞在時間の延長を促進させ、地域経済の活性化を目指すものである。その策定においては、本圏域内の既存整備計画などと連携し、相乗効果を上げることが重要である。

(1) 地域再生計画 うるおいのある水辺空間と良好な生活環境の創出

浜名港は遠州灘に面する唯一の港湾であり、立地条件を活かしての沿岸漁業や釣り、潮干狩り等の観光漁業を通じて海洋レジャーのスポットとしても利用されている。

過去には、海洋レジャーが盛んになるにつれて、浜名港においても、小型レジャー船を始めとする放置艇が大量発生し、恒久係留施設の整備が急務となっていた。

そのため、国から地域再生計画の認定を受け、2005年度から2012年度に掛けて、港整備交付金を活用して、恒久係留施設の整備を実施した。これにより、不法係留船が解消されるとともに、安全かつ安心して船艇を係留することができるようになり、現在では、多くのプレジャーボートが係留されているスポットもある。

浜名港は、本圏域の滞在促進地区である弁天島に位置し、浜名湖における観光旅客の滞在時間延長に大きく寄与するものである。

(2) しずおか公共サイン整備アクションプログラム

静岡県では、目的地への円滑な誘導や沿道空間の魅力向上を図るため、2006年度に「しずおか公共サイン整備ガイドライン」を策定し、分かりやすく、景観に配慮した道路案内標識や著名地点誘導標識などの整備を進めてきた。

本圏域においても、このガイドラインに基づいて、国内外からの来訪者に分かりやすい統一的なサイン整備を行い、利便性の向上に努めている。

(3) 浜名湖周遊自転車道の整備と社会資本整備総合交付金を活用したサイン整備など

浜名湖を周回する自転車道の整備計画は、1979年に事業着手され、浜松市北区三ヶ日町三ヶ日から西区舞阪町弁天島までの48kmが計画されており、自転車歩行者専用道路のほか、一般道路の歩道を活用して既に約40kmが整備されている。

歩行者やランニングなどにも利用されているほか、周辺ではレンタサイクル事業の展開や人気自転車イベントも毎年開催されるなど、本圏域におけるサイクリング推進の中核となる自転車道である。

2017年度からは、国内外のサイクリストに浜名湖観光圏の魅力を感じ、安全で快適な自転車旅を楽しんでいただくため、「都市再生整備計画」及び「浜名湖サイクリングロードサイン計画」に基づき、社会資本整備総合交付金(まちづくり交付金)を活用して矢羽根型路面標示による案内サインなどを整備し、浜名湖サイクリングロードのブランドイメージを構築するとともに、サイクリストを中心とした観光客の拡大を目指している。

なお、都市再生整備計画には、フラワーパーク、動物園の整備などが盛り込まれている。