

パブリック・コメント制度による

「富士市観光基本計画 見直し（案）」

に対する意見募集の結果について

1 意見募集の概要

- (1) 意見募集方法 ①富士市ウェブサイトへの掲載
②富士山・観光課、各まちづくりセンター、中央図書館での閲覧
- (2) 募集期間 令和元年12月13日（金）～令和2年1月15日（水）
- (3) 意見提出方法 ウェブサイトの送信フォーム・電子メール・郵便・FAX
担当課への直接提出

2 意見募集結果

- (1) 意見提出者の数 5人
- (2) 提出された意見の数 15件
- (3) ウェブページアクセス件数 255件
- (4) 意見の反映状況
- 反映する（一部反映を含む） 0件
 - 既に盛り込み済み 6件
 - 今後の参考にするもの 5件
 - 反映できないもの 0件
 - その他 4件

令和2年1月

富士市 産業経済部 富士山・観光課

富士市観光基本計画見直し(案)パブリック・コメントに対する意見及び市の考え方

本編全般

No.	ページ	意見の内容	市の考え方	反映結果
1		プロの視点だけではなく観光客の視点もあったほうが良い。市外・県外の人々が来た時にどうしているのか、レポートを書いてもらうのもいいのではないか。	IV章では、実際に富土地域を訪れた旅行者のアンケート結果も踏まえた考察をし、それを踏まえ本計画の方針を定めています。 また、観光基本計画見直し検討会議には、観光関係事業者だけでなく、公募委員も参加し、様々な視点からのご意見を伺っています。 今後も、実際に本市を訪れた方の傾向や意見を把握するため、定期的に訪問客の動向調査を行う予定です。	盛り込み済み
2		富士山南麓を巡る修学旅行や高齢者の旅行プランを作成し、富士市の素晴らしさを実感してもらえれば、いずれは人口増加にもつながる。	本市の観光素材については、これまでも(一社)富士山観光交流ビューローや富士山・観光課が旅行代理店等にセールスを行い、ツアー商品の造成につなげています。 具体的な旅行プラン作成については計画に載せることはできませんが、今後も更なる誘客につなげるため、本市ならではの観光素材を継続してプロモーションしていきます。	その他

第七章

第1節 産業資源の活用

No.	ページ	意見の内容	市の考え方	反映結果
3	21	漁港の食事もしラスにがんも。富士市の名物ではないですが黒半フライ。田子の月のもちいりもなかや富士山頂などを一度に入れる。 4月から7月限定で、新茶葉の天麩羅や炊き込みご飯など、今しかここでしか食べれないをもうすこし前面にアピール。	富士市の特産品については、これまでも、観光施設やイベント、「富士ブランド」の認定などでの情報発信を行ってきました。 今後も、関係事業者と連携して、富士の特産品はもちろん、観光客に喜ばれる季節限定の商品などの開発・販売支援やPRを継続していきます。	参考にする
4	22	岳南電車と工場夜景をセットにして宿泊客を増加させる。	岳南電車は「日本夜景遺産」に認定され、現在も定期的に夜景電車を運行するなど、既に工場夜景と深い結びつきがあります。 今後は、本市の他の魅力とも掛け合わせることで、宿泊客の増加につながるよう、関係各者との連携を深めていきます。	盛り込み済み

5	21、22	「富士山」の唱歌を子どもたちが知らないため、紙のまち富士市のトイレトペーパーやティッシュペーパーのパッケージなどに印刷する。英訳しても良い。	富士山を活用した商品開発については、個々の民間事業者にて行うものと考えます。	その他
6	22	紙のまちのポータルサイトを構築する。 着地型観光を繋げて見せていく。岳南電車も活用し、ラッピング電車も市民参加型で、地域の歴史文化に触れるような形で仕立てれば、観光を自分事にするきっかけにもなる。お土産の開発にも繋がると良い。 お茶については笹場が有名だが、味わってもらうためにも、紙のまちと掛け合わせて情報発信する。	ご提案の内容についての基本的な考え方は、第IV章「後期の推進方針」と同様のものと思われます。 今後も関係各者と連携、情報共有し、プラスアルファの情報発信ができる体制を整えていきます。	参考にする

第2節 富士山の眺望と文化の活用

No.	ページ	意見の内容	市の考え方	反映結果
7	24	かぐや姫ミュージアムをもっとアピール、そして冬の今宝永山の上にかぐや姫があらわれるをアピール、来なければ見れない！	リニューアルオープンした「富士山かぐや姫ミュージアム」はもちろん、本市ならではのかぐや姫伝説のプロモーションを続けていきます。	盛り込み済み
8	24	かぐや姫の観光に特化したサイトとパンフレットが必要。かぐや姫にまつわるイベントなども繋いで見える化することで着地型観光に繋げる。	ご提案の内容については、既存の富士山かぐや姫ミュージアムのウェブサイトや、かぐや姫関連の各種パンフレットを活用し、内容の充実を図っていきます。	参考にする

第4節 歴史・自然の活用

No.	ページ	意見の内容	市の考え方	反映結果
9	28	漁港のしらすや岩本山岳鉄茶畑。雁。春は最高の桜の場所がいかされてない。あまり知られていない雁の桜並木を歩くとか。 茶畑があるのに岩本山もあまり知られていない場所。	ご指摘のとおり、本市にはまだまだ知られていない魅力的な地域資源が多く存在しています。本計画の施策4「歴史・自然の活用」において、それらを活用し、更なる誘客に繋げる取組を推進していきます。	盛り込み済み

第6節 観光インフラの整備

No.	ページ	意見の内容	市の考え方	反映結果
10	34	漁港ももう少し明るく魅力的に。	本計画の施策6-2に記載のとおり、田子の浦港の賑わい機能を充実させる取組を続けていきます。	盛り込み済み
11	34	田子の浦港での、水陸両用バスは素晴らしい。みなと公園からヘリコプターで空の観光を。カーフェリー(清水-土肥)を田子の浦にも寄港させれば、富士富士宮への観光集客に繋がる。	水陸両用バスについては、田子の浦港周辺を海上でめぐる賑わいづくり事業として試験的に運行したところですが、今後の事業継続に関しては事業者側が判断することになります。 ヘリコプターを利用した観光についても、民間事業者が検討する具体的な事業であると考えます。 また、田子の浦港の旧フェリー乗り場については、近接する道路の付け替え工事により、岸壁の用地が減少し、自動車の乗り入れが物理的に不可能となったことなどから、現状ではカーフェリーの寄港は困難です。	参考にする
12	35	東京方面へのPRが足りない。	これまでも様々な形態でのプロモーションを行ってきましたが、今後は施策6-6に記載のとおりICTを積極的に活用するなど、時代に即した形態でのプロモーションを推進していきます。	盛り込み済み

その他

No.	ページ	意見の内容	市の考え方	反映結果
13		「富士山婚式」をおもてなしとしてブランド化する。富士山と掛け合わせることで特別度が増す。記念パックで様々な特典を設ける。民間企業とコラボして商品開発や海外からの誘客への拡がりも期待できる。	「富士山婚式」の事業は、市民団体との協働により実行委員会形式で実施しており、結婚23年の記念に富士山の見える本市を訪れてもらうきっかけになることから、継続してプロモーションしていきます。 しかしながら、本計画における施策との直接的な関連がないため今後の参考とさせていただきます。	参考にする
14		実相寺西側にトンネルを作れば、富士宮から富士川河口までの観光資源を活用でき、交通渋滞も解消できる。	ご提案の実現には、相当の年月と莫大な費用がかかることから、費用対効果を考慮しますと、極めて困難と考えます。	その他
15		富士川河川敷のバイパス北側に、洪水防止も兼ねて土砂を集めてミニ富士山を作る。	ご提案の実現には、河川管理者等関係各所の理解が必要になります。また、費用対効果の面からも、実現することは非常に困難です。 富士山の標高や文化に関連した施設であるふじのくに田子の浦みなと公園の富士山ドラゴンタワーや鈴川の富士塚などのPRを行います。	その他