

富士市観光基本計画

見直し（案）

令和2年3月

富士市

目次

第Ⅰ章 計画の趣旨	1
1. 計画の目的	1
2. 計画の位置付け	1
3. 計画期間	1
第Ⅱ章 計画の性格・方向性・策定の視点及びコンセプト	2
1. 計画の性格	2
2. 観光施策の方向性	2
3. 計画策定の視点	2
4. 基本コンセプトの設定と将来目標	2
第Ⅲ章 国・静岡県の観光動向	3
1. 我が国の観光の現状と展望	3
2. 静岡県の観光に対する取組	4
第Ⅳ章 富士市の観光の現状	6
1. 観光地としての地域概況	6
2. 統計から見る富士市観光の概況	6
3. 旅行者および旅行代理店からの評価	12
4. 総括	13
第Ⅴ章 観光施策の現状と課題	14
1. 前期に推進した施策の評価	14
2. 総括	17
第Ⅵ章 後期の推進方針	18
第Ⅶ章 計画における施策の展開	19
施策1 産業資源の活用	20
施策2 富士山の眺望と文化の活用	23
施策3 おもてなしの推進	26
施策4 歴史・自然の活用	28
施策5 スポーツ交流の推進	31
施策6 観光インフラの整備	33
施策7 広域連携の強化	36
第Ⅷ章 計画の実現に向けて	38
1. 観光振興の推進体制	38
2. 計画の進捗管理	39

第1章 計画の趣旨

1. 計画の目的

人口減少・少子高齢化が進む中、国では地域経済活力を保つために交流人口の拡大が喫緊の課題であるとし、裾野が広く大きな経済波及効果を有する観光産業の成長をこのための重要政策と位置付けています。この観点のもと、平成18年には観光立国推進基本法が成立し、平成28年には「明日の日本を支える観光ビジョン」が策定され、「観光立国」を目指した施策が推進されているところです。

この国の動きを捉えて本市では、自然資源や歴史・文化資源、さらには製紙業をはじめとして発展してきた各種産業を観光資源として活用することによって交流人口を拡大させ、地域経済の活性化につなげることを目指しています。このためには、隠れた資源の掘り起こしや既存資源の磨き上げ、プロモーション、環境整備等様々な施策推進が求められます。

そこで本市は、世界に誇る世界遺産・富士山の麓にあるという強みや様々な地域資源を活かした“本市ならではの観光振興”に取り組む施策を「富士市観光基本計画」（以下「計画」という。）として策定し、推進しています。

2. 計画の位置付け

本計画は、平成23年3月に策定した「第五次富士市総合計画」の将来像や基本構想に示された目指す都市像「富士山のふもと しあわせを実感するまち ふじ」を実現するための個別計画として位置付けます。

3. 計画期間

本計画は、平成27年度から令和6年度までの10年間を計画期間とします。また戦略的かつ柔軟性のある取組が求められることから、平成27年度から令和元年度までを前期、令和2年度から令和6年度までを後期として、5年ごとに見直しを行います。

本書では、前期5年間の推進状況を踏まえて見直しを行った後期5年間（令和2年度から令和6年度まで）を期間とした施策を示します。

第II章 計画の性格・方向性・策定の視点及びコンセプト

1. 計画の性格

本市の特性を考慮した実現性、効果性を検証し、平成27年度より10年間を見据えた観光施策の基本的方向性を新たに設定するとともに、市民と行政の協働を重視した実効性の高い事業等の指針を明らかにするものです。

2. 観光施策の方向性

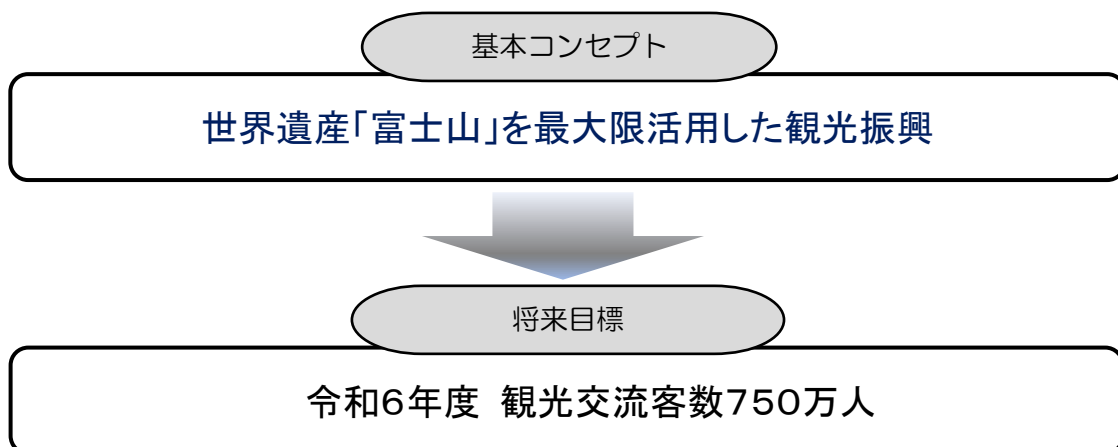
- 1) 本市の特性（産業、歴史、富士山の眺望・文化、豊かな自然等）を考慮した新たな観光施策を展開します。
- 2) 富士山の世界文化遺産登録を踏まえ、国内外に向けた誘客活動の強化と受入態勢の充実を図ります。
- 3) 「着地型観光」の観光メニュー開発と旅行事業者とのタイアップによる誘客を促進します。
- 4) おもてなしのさらなる充実・向上による観光振興を図ります。
- 5) 観光プロモーションを図るため、中核機能の充実と情報の発信力を強化します。
- 6) 観光施策の実践面における実施主体と取組方策を明確化します。

3. 計画策定の視点

- 1) 富士山への関心の高まりを踏まえた、国内外からの観光客誘致と受入態勢の整備充実
- 2) 世界文化遺産にふさわしい富士山の景観と文化価値を、重要な観光資源と捉えた取組の推進
- 3) 既存観光資源の磨き上げと地域資源の連携、さらなる観光資源の掘り起こし
- 4) 観光ボランティアやまちの駅等、持続的なおもてなしの向上と観光拠点の充実
- 5) 環富士山地域のさらなる連携強化による誘客促進の取組

4. 基本コンセプトの設定と将来目標

本市の定住人口と交流人口の増加を目的とするシティプロモーション基本方針に基づき都市ブランドの確立を図るとともに、観光の現状を鑑み、以下の基本コンセプトを設定しています。これを踏まえ、第五次富士市総合計画の目標数値及び近年の実績値に基づき、将来目標を掲げます。



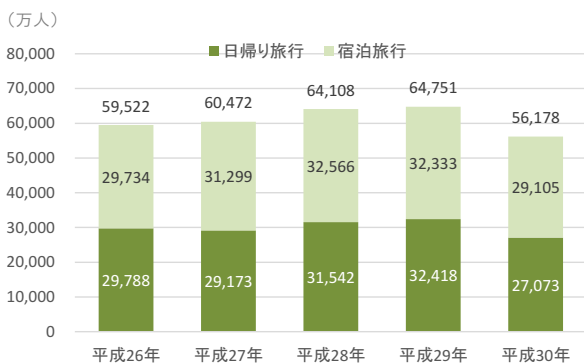
第III章 国・静岡県の観光動向

1. 我が国の観光の現状と展望

我が国の観光の現状を見ると、日本人の国内延べ旅行者数は若干の変動があるものの概ね横ばいの状況にあります（図-1）。一方でインバウンド（訪日外国人）の数は増加しています（図-2）。日本人旅行者・外国人旅行者を含めた国内延べ宿泊者数を見ると増加傾向にあり（図-3）、平成30年で全体の17.5%を占めるインバウンドがこの増加を後押ししているものと見られます。

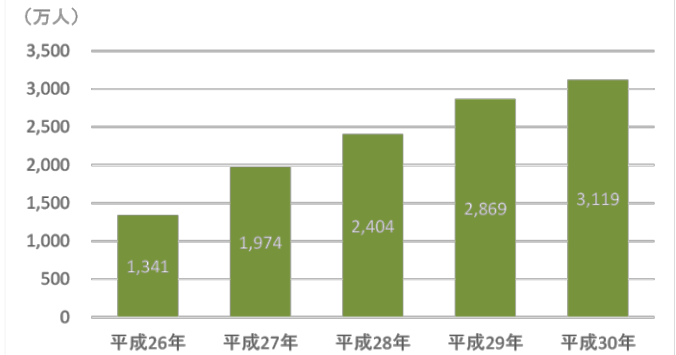
インバウンドの消費動向では、「コト消費」とも呼ばれる体験型観光¹のニーズが高まっているとされ、これは「コト消費」要素が最も強い「娯楽サービス費」の購入率の向上（図-4）といったデータからも見て取れます。

図 1 日本人の国内延べ旅行者数の推移



出典：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

図 2 訪日外客数の推移



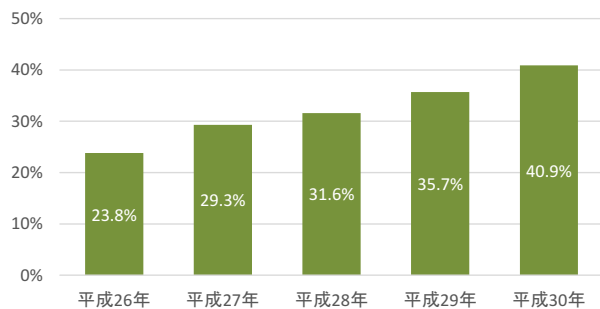
出典：JNTO「訪日外客数統計」

図 3 国内延べ宿泊者数の推移



出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」

図 4 訪日外国人の「娯楽サービス費」購入率の推移



出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

¹近年の観光市場では、商品そのものに価値を見出す消費傾向（＝モノ消費）に比べて、商品やサービスから得られる体験に価値を見出す消費傾向が高まっているとされ、これを「コト消費」と呼ぶ。いわゆる「爆買い」に象徴されるショッピングはモノ消費、地域の自然や伝統文化に触れるツアーへの参加はコト消費の典型と言える。後述する観光庁「訪日外国人消費動向調査」において把握される「娯楽サービス費」は、現地ツアー・観光ガイド、美術館・博物館、スポーツ観戦などに費やされる金額のことで、これが大きいほど「コト消費」への関心が高いと考えることができる。

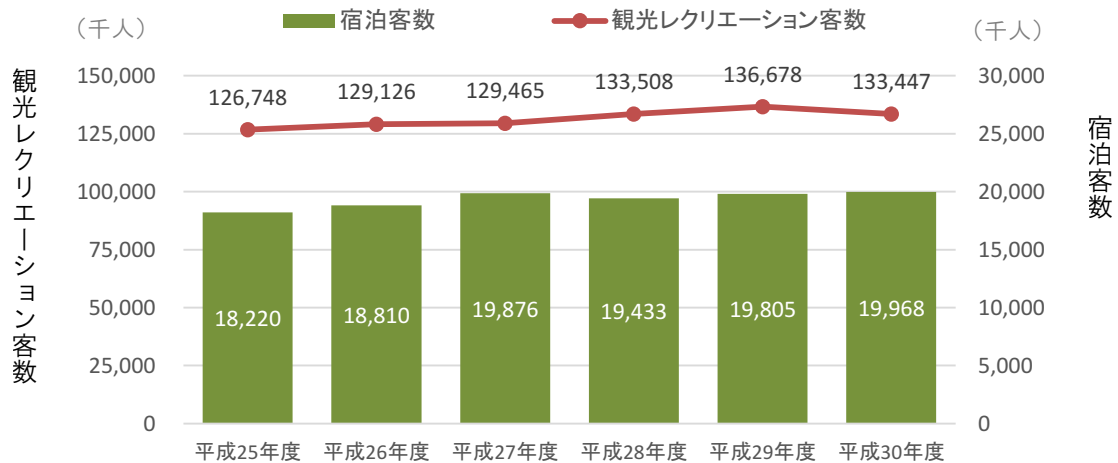
こうした背景を踏まえて国では、インバウンド観光の振興を重要施策と位置付け、令和2年（2020年）に訪日外国人旅行者を4,000万人、訪日外国人旅行消費額を8兆円とし、令和12年（2030）には訪日外国人旅行者数を6,000万人、訪日外国人旅行消費額を15兆円とする目標を定めるとともに、その達成のためには地域資源の掘り起こし等による体験型コンテンツの充実が重要であるとしています²。なお、こうした体験型観光ニーズは、近年のニューツーリズム³の伸張など、日本人外国人を問わず高まっていると考えられます。

現在の観光市場では、大手旅行会社が団体向けに企画する旅行よりも、個々の旅行者がそれぞれの嗜好に合わせたスタイルで行う旅行が主流となっており、観光地側には上述した旅行動向・ニーズの変化に応じた観光コンテンツを提供する力が求められていると言えます。

2. 静岡県の観光に対する取組

静岡県の観光の直近6年間の概況を見ると、観光レクリエーション客数（観光施設やイベント等への入場者・参加者を集計したもの）は増加し続けており、宿泊客数も増加傾向にあります（図-5）。

図5 静岡県宿泊客数・観光レクリエーション客数の推移



出典：静岡県「観光交流の動向」

一方で宿泊旅行者の平均宿泊日数を見ると、県が平成28年度に実施したアンケート調査では1.39日となっており、同年の全国平均2.19日（出典：観光庁「旅行・観光消費動向調査」平成28年）に比べて低い値になっています。

静岡県としては、観光を通じた交流人口の拡大を目指すにあたって、上述した県の現状や、訪日外国人旅行者の増加、旅行形態・観光客ニーズの多様化といった全国的な市場の変化を踏まえた観光地域づくりが必要とし、この実現のために「観光躍進基本計画」（平成30年度～令和3年度）を策定しています。

同計画では、滞在日数や旅行消費額の少なさ、観光関係者の巻き込み不足、マーケティング力の不足、観光地域づくりを担う専門人材の不足、受入環境の未整備等を県の観光振興における課題と捉え

²観光庁「体験型観光コンテンツ市場の概観」（平成31年3月）、観光庁『『楽しい国日本』の実現に向けた観光資源活性化に関する検討会議』の提言（平成31年4月）をはじめ多くの資料等でこうした方向性が示されている。

³明確な定義はないが、ここでは産業観光、エコツーリズム、グリーンツーリズムなどテーマ性の強い体験を特色とした近年の新しい観光の潮流を指して用いている。

ており、これらを解決しながら地域の強みを活かすため、以下3つの視点を取り入れた施策を推進しています。

- | |
|------------------------------------------|
| ①共創：DMOを核とし、多様な主体と共に創る観光地域づくりの推進 |
| ②高品質：マーケットインの考え方に基づく、地域ならではの高品質な体験や価値の提供 |
| ③継続：PDCAによる継続的な取組による次世代に向けた地域の魅力の向上 |

(出典：静岡県「観光躍進基本計画」(平成30年度～令和3年度)より、表現の一部を修正)

また、こうした視点を踏まえた事業を実施するにあたり、静岡県全域を対象エリアとするDMOとして多様な地域、分野の関係者と協働する「静岡ツーリズムビューロー」(英語名称:Tourism Shizuoka Japan 略称:TSJ)が平成29年に設立され、県内各地域の観光地づくりとの連携を推進しています。

第Ⅳ章 富士市の観光の現状

1. 観光地としての地域概況

富士市は世界遺産富士山を北に有し、南には駿河湾があり、雄大な景観、自然豊かな景色を楽しむことができます。東海道の吉原宿など古くからの交通の要衝として、現在でも東海道新幹線、東名・新東名高速道路などによって、東西都市圏からのアクセスが良好な地域です。新幹線駅である新富士駅、東名高速道路・新東名高速道路のインターチェンジは、本地域へアクセスする交通拠点となっています。

本市は富士山の伏流水に恵まれ、水資源が豊富であることから、製紙業のまちとして発展してきた歴史があり、工業都市としての性格が強く、現在もビジネス出張による多くの来訪があります。

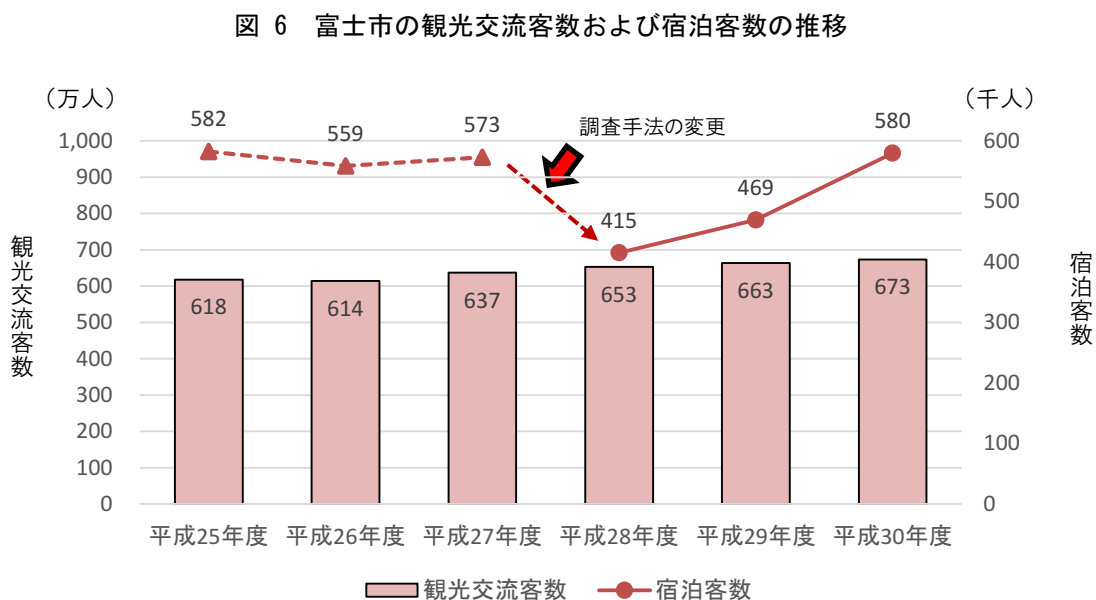
観光としては、梅や桜など花見客で賑わう岩本山公園、富士山と茶畑の眺望スポットとして知られる大淵笹場、古くは万葉集にも詠まれ近年はしらす漁が盛んな田子の浦、急流や溪谷のロケーションを活かしたアクティビティを楽しめる富士川・須津川などがあるほか、『竹取物語』発祥の地としても言い伝えられています。

本市周辺には伊豆・箱根・熱海などの温泉地や富士五湖、御殿場などの観光地が隣接し、富士山という共通の観光資源を持った観光地がひしめきあっており、一带は「観光激戦地域」とも言えます。

2. 統計から見る富士市観光の概況

(1) 観光客数の推移

富士市の「年間観光交流客数」は微増傾向にあり、平成30年度では673万人となっています。「宿泊客数」は平成28年度に調査手法が変更されたため⁴、それ以前との推移は正確に比較できませんが、平成28年度から30年度にかけては41万5,000人から58万人に増加しています(図-6)。



出典：富士市統計

⁴平成27年度以前は抽出した施設の稼働率を調査し全施設の客室数に乗じて推計値を算出していたが、平成28年度より市内全施設の宿泊客実数を計測している。

(2) 周辺地域との比較

①入込客数の規模の比較

富士山周辺エリアの市町村における入込客数を見ると⁵、静岡市 (2,457 万人)、箱根町 (2,152 万人)、御殿場市 (1,426 万人)、伊東市 (1,197 万人) が年間 1,000 万人以上と大きな値になっています (図-7)。

富士市の入込客数は年間 663 万人で、これは本エリア内では熱海市 (677 万人)、富士吉田市 (509 万人)、富士河口湖町 (459 万人) といった市町と同規模と言えます。

図 7 富士市周辺の観光客数



出典：静岡県「観光交流の動向」(平成 29 年度)、山梨県「観光入込客統計調査報告書」(平成 29 年)、神奈川県「入込観光客調査報告書」(平成 29 年)

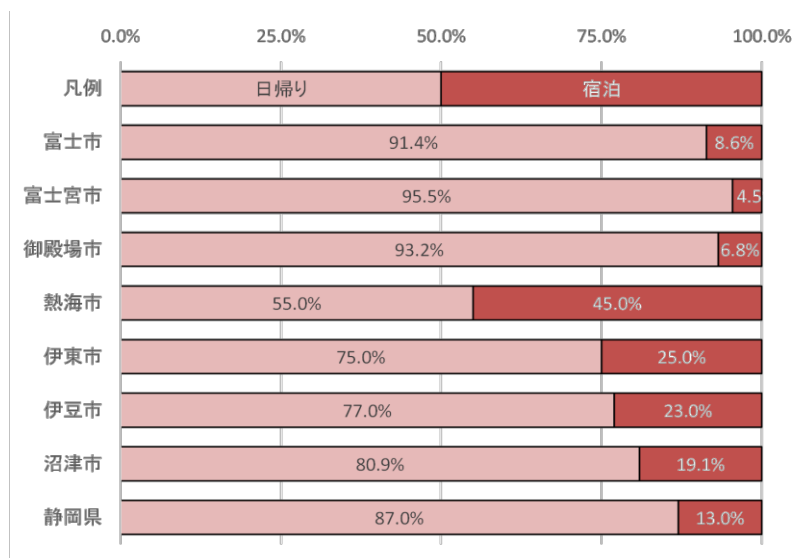
⁵ここでは静岡県による平成 29 年度の数値、山梨県および神奈川県による平成 29 年の数値を用いて比較した。県によって年度または年と調査期間が異なっているため、比較時に留意を要する。

②観光入込客数に占める宿泊客数の割合

観光入込客数に占める宿泊客数の割合を見ると、富士市では、8.6%となっており、これは静岡県全体の平均（13.0%）よりも低くなっています（図-8）。

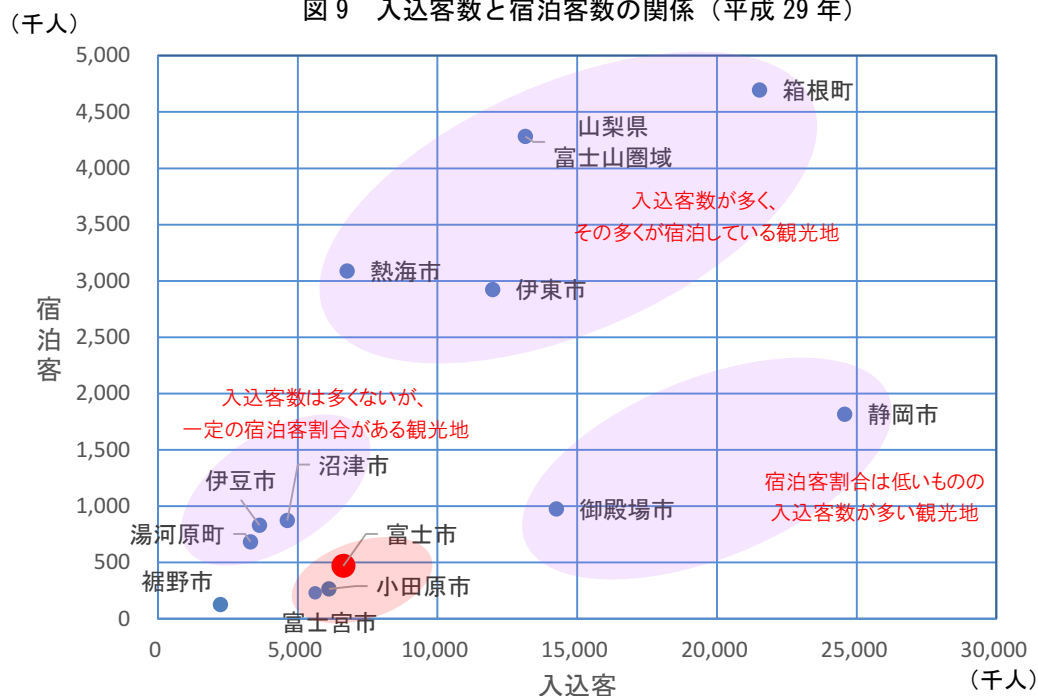
また入込客と宿泊客について周辺地域と比べると、山梨県富士山圏域や箱根町（入込客数が多く宿泊客割合が高い）、沼津市や伊豆市（入込客数は多くないものの宿泊客割合が高い）と比べても、富士市は入込客数に対し宿泊客割合が低い傾向にあります（図-9）。

図 8 周辺地域との日帰り／宿泊割合の比較（平成 30 年度）



出典：静岡県「観光交流の動向」（観光交流客数から宿泊客数を引いたものを日帰り客数として算出）

図 9 入込客数と宿泊客数の関係（平成 29 年）



出典：静岡県「観光交流の動向」（平成 29 年度）、山梨県「観光入込客統計調査報告書」（平成 29 年）、神奈川県「入込観光客調査報告書」（平成 29 年）

※先述したとおり、調査期間が年度と年とで異なっていることに留意。なお「山梨県富士山圏域」とは山梨県が設定している「富士山五合目」「富士吉田・河口湖・三ヶ峠周辺」「本栖湖・精進湖・西湖周辺」「山中湖・忍野周辺」の 4 つの区域を合計したものの

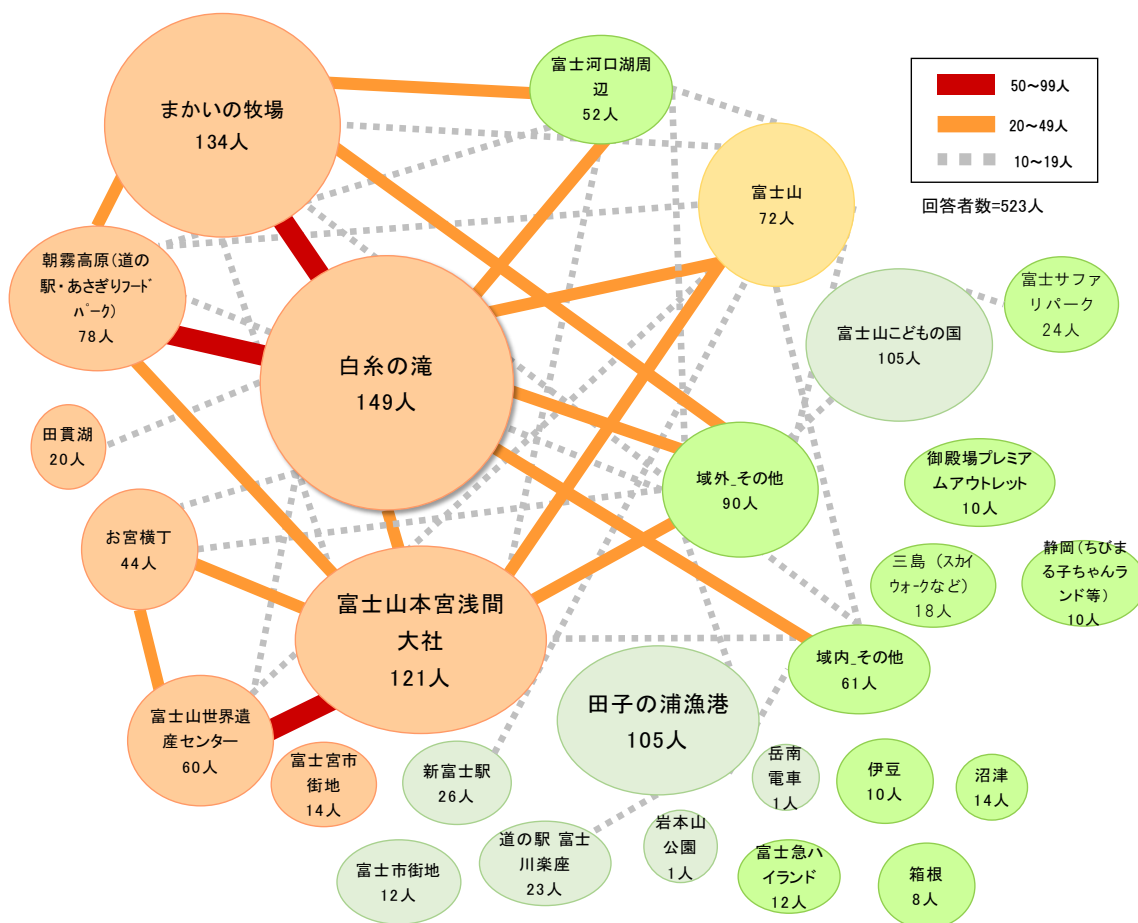
(3) 観光客の動向

①市内および周辺地域の周遊状況

富士市内を訪れる旅行者の立ち寄り地点としては、交通拠点である「新富士駅」、観光スポットである「田子の浦漁港」「富士山こどもの国」「道の駅 富士川楽座」「岩本山公園」などがあります。

市内を訪問した旅行者へのアンケート調査を見ると、こうした立ち寄り地点は1地点で完結している傾向が強く見られ、他への立ち寄りはありません。これに比べて隣接する富士宮市では、多くの観光地間で訪問客が周遊しています(図-10)。

図 10 富士市・富士宮市訪問客の周遊状況(夏季)



※富士市・富士宮市双方の訪問客から聞き取ったアンケート全体から集計したもの。円中の数字は全回答者のうち当該観光地に立ち寄った人数を示す。各観光地の周遊状況は3種類の線で示しており、10人未満の周遊については線を表示していない。

出典：富士地域観光振興協議会「平成30年度 訪問客アンケート調査」

②旅行消費額

市外から訪問した旅行者が市内滞在中に消費した金額⁶を見ると、日帰り客で 2,165 円、宿泊客で 7,600 円となっています（図-11）。

図 11 富士市訪問客の 1 人あたり平均旅行消費額

日帰り	宿泊
2,165 円	7,600 円

出典：富士地域観光振興協議会「平成 30 年度 訪問客アンケート調査」

静岡県でも旅行消費額を算出する調査を実施しており、調査手法が異なるため単純比較はできませんが、それぞれ 1 人 1 回あたりの平均消費額は富士市における金額より大きくなっており（図-12）、富士市を訪問する旅行者の消費額は平均より低いものと見られます。

図 12 静岡県における旅行者 1 人あたりの平均旅行消費額

		日帰り	宿泊
静岡県	県内客	3,395 円	22,566 円
	県外客	9,337 円	31,643 円

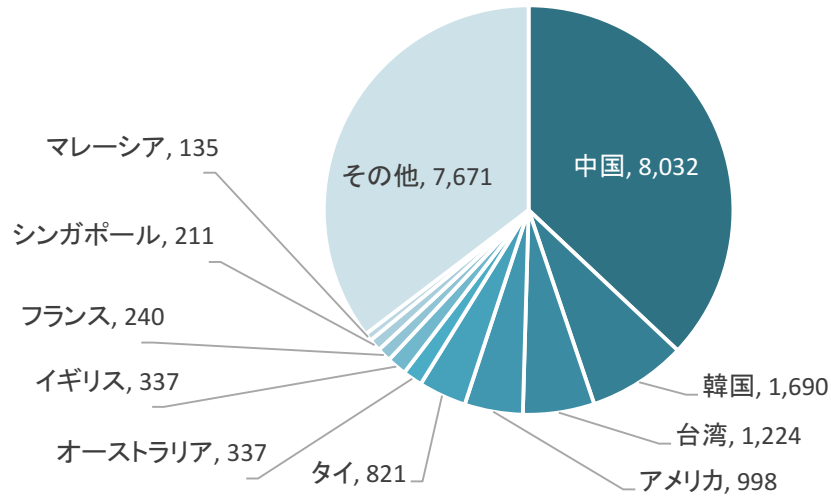
出典：静岡県「静岡県における観光の流動実態と満足度調査」（平成 29 年度）

⁶「新富士駅」「富士山こどもの国」「田子の浦漁港」「岩本山公園」の市内 4 か所におけるアンケート調査によるもの。市外からの訪問者を対象としており、出張客や近隣地域を目的地として移動する通過客のように一般的な観光客とは異なる者も対象に含まれる。

(4) 外国人宿泊客の状況

富士市内の外国人宿泊客⁷の国籍を見ると、中国が最も多く過半数を占めており、次いで韓国、台湾、アメリカ、タイの順に多くなっています。また外国人宿泊客数は 21,696 人、全宿泊者数に占める外国人客の割合（外国人宿泊率）は 3.7%になっています（図-13）。

図 13 外国人宿泊客の国籍（平成 30 年度）（単位：人）



出典：富士市調査

※その他には国籍不明者を含む

⁷外国人宿泊客数には、観光目的の旅行者だけでなく、工場研修等ビジネス目的の訪問者も含まれる。

3. 旅行者および旅行代理店からの評価

(1) 旅行者からの評価

富士市内の主要な立ち寄り地点である「新富士駅」「富士山こどもの国」「田子の浦漁港」「岩本山公園」に対する旅行者からの評価を、アンケート調査の自由記述の内容から以下のとおり整理します。

高評価の内容	1位：富士山の景観（66件） 2位：豊かな自然（36件）
低評価の内容	1位：悪天候（富士山が見えないなど）（34件） 2位：案内表示の不足（24件）

新富士駅、富士山こどもの国、田子の浦漁港、岩本山公園に対する自由記述の評価のうち、5件以上あった意見の回答者数を集計したもの（3位以下は、その立ち寄り地点のみに関係する記述が多くなるため割愛した）

出典：富士地域観光振興協議会「訪問客アンケート調査」（平成30年度）

(2) 旅行代理店からの評価

大手旅行代理店6社に対するヒアリング調査から、ツアーを企画する代理店目線で評価した富士市の観光地としての強みと課題を以下に整理します。

	強み	課題
中核的価値	・富士山の存在（唯一無二の価値がある、非日常感が得られる）	・自然の魅力（景観鑑賞など）は悪天候時に満足を得られない（特に団体ツアーの素材にはなりにくい） ・文化的価値を伝えられる仕組みが十分でない（文化ガイドの不足など）
付帯的価値	・地元で野菜や肉などの食材がとれる ・「しらす」は一定の認知度のある飲食メニューと言える	・観光目的になるレベルの「食」の魅力に乏しい ・魅力的な宿泊施設（質の高い旅館や高級ホテルなど）が少ない
受入環境	・ホテルの新設が進み地域全体での宿泊キャパシティが増えている ・スポーツ大会等で団体客受入実績のある宿泊施設が一定数存在する	・観光客の受入環境の水準が低い ・団体ツアーの催行経験に乏しい施設や観光地が多く、旅行代理店が新しいツアーを催行しにくい

出典：富士地域観光振興協議会「旅行代理店ヒアリング調査」（平成29年度）
（富士市に関する言及を抜粋し、表現を一部修正した）

4. 総括

(1) 観光地としての現状

以上に示した現状や、そこから判断・推測できること等を踏まえると、富士市の観光地としての現状は以下のとおり整理できます。

富士市観光を取り巻く外部環境	好機	<ul style="list-style-type: none"> ・交通インフラが整っており（東名、新東名、新幹線）、近隣の大消費地（首都圏・中京圏）からの入込が見込める ・全国的に増加している外国人旅行者の主要な移動ルート（ゴールデン・ルート）上にある ・近くで五輪が開催されるという顧客増加のチャンスがある
	脅威	<ul style="list-style-type: none"> ・富士市周辺は、富士山東部をはじめ箱根、熱海、御殿場など多くの著名な観光地があり、観光激戦エリアになっている ・富士山観光としては山梨県側（富士河口湖町、富士吉田市等）の知名度が高く、多くの顧客がそちらに流れている
富士市内の観光の特徴	強み	<ul style="list-style-type: none"> ・世界文化遺産に登録された富士山という強力な観光資源を有している ・田子の浦漁港（しらす）、大淵笹場、富士川楽座、須津川渓谷など、一定の顧客（ファン）のいる観光資源がある ・ビジネス客が多く訪問・宿泊している ・ビジネスホテルの新築によって客室数が増え、多くの宿泊客を受け入れることのできるキャパシティがある
	弱み	<ul style="list-style-type: none"> ・訪問する旅行者が宿泊する割合が周辺観光地に比べて低く、立ち寄り地点に留まっているものと見られる ・訪問する旅行者の滞在中の消費額が少ないと見られる ・観光客の地域内周遊があまり見られない

(2) 観光振興に求められること

富士市は、現状では「観光」は主要産業でないため、多くの市内事業者において観光事業に積極的に取り組もうという機運は高くないと考えられます。しかしながら「富士山」という強力な観光資源や、都市圏から顧客を呼び込みやすい地理的環境といった強み・好機を活かすことができれば、観光事業での収益拡大につながり、産業としての発展が期待できます。

また地理的な強み・好機は、一方で宿泊客を得にくく日帰りで通過されてしまうといった弱みにもつながっていると見られますが、そうした顧客に対して消費・滞在の拡大を促すとともに入込客数のさらなる増加を図ることにより、本市の地域特性に沿った観光振興を推し進めることができると考えます。

第V章 観光施策の現状と課題

「富士市観光基本計画」は、平成27年度から令和元年度まで、前期5年間の施策が推進されてきました。本章では、前期の進捗状況を振り返り、その成果と残された課題を整理します。

1. 前期に推進した施策の評価

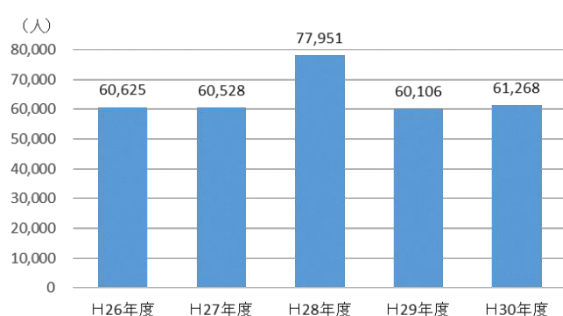
前期に推進した個々の施策ごとに、その進捗状況や、推進に当たっての課題や今後の展望等を整理します。

■施策1：産業資源の活用

- しらす、岳南電車、観光農園などの産業資源は、観光資源としての活用が進み始めています。今後は、人気の出始めている資源をさらに磨き、安定的な観光消費につなげることが求められます。
- 多くの産業資源においては、地元事業者の観光事業に対する意識の向上が課題となっています。

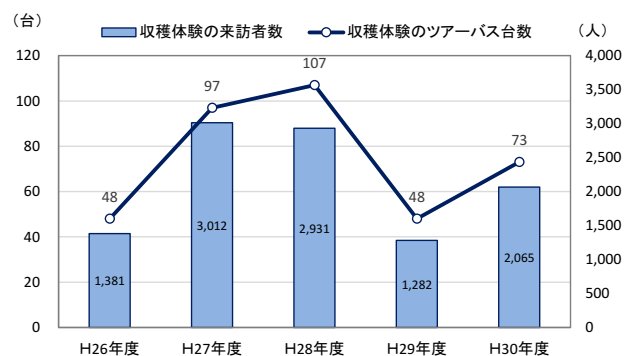
【参考データ】田子の浦港漁協食堂の来場者数は、PRイベントや団体ツアー催行効果のあった平成28年度に大きく伸びていますが、他年度は約6万人で横ばいとなっています（図-14）。収穫体験ツアーのバス台数と来訪者数は年によって変動が大きく、平成30年度では73台・約2,000人が来訪しています（図-15）。

図14 田子の浦港漁協食堂 来場者数



出典：富士市調査

図15 収穫体験ツアーの催行状況



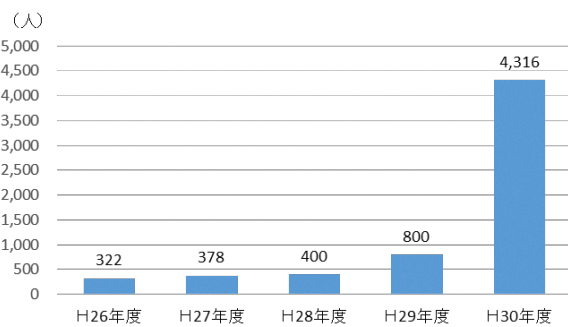
出典：富士市調査

■施策2：富士山の眺望と文化の活用

- 富士山眺望を活かした写真コンテストの開催、富士山登山ルート 3776 の活用が進んでいます。
- 今後これを継続的な誘客・消費拡大につなげるには、外国人旅行者の動きやSNSの普及など最新の観光ニーズを踏まえ、富士山の眺望を活かした観光コンテンツを充実させていくことが求められます。

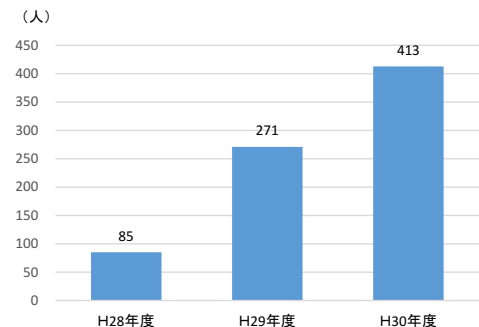
【参考データ】大淵笹場茶畑ツアーの来訪者を見ると、富士山観光交流ビューローがツアー造成の取組を強化した平成30年度に大きく増加し、4,316人が来訪しています（図-16）。また平成27年度より進めている海拔0メートルから富士山頂を目指す「富士山登山ルート 3776」の達成者数は毎年増加しており、平成30年度には413人となっています（図-17）。

図 16 大淵笹場茶畑ツアー 来訪者数



出典：富士市調査

図 17 富士山登山ルート 3776 達成者数



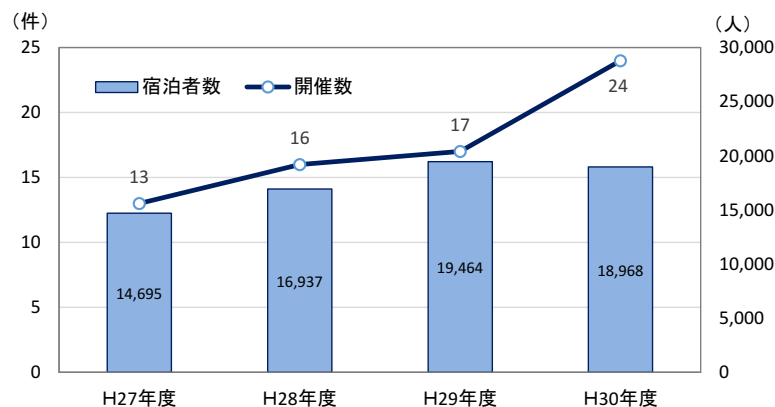
出典：富士市調査

■施策3：おもてなしの推進

- 富士山観光交流ビューローの機能の充実や、コンベンション（MICE）の誘致などは一定の成果が出ています。今後は、インバウンドの伸張、旅行ニーズの多様化などの環境変化に対応しながら、富士山観光交流ビューローをはじめとする観光施策実施主体の取組を明確化することで、地域全体としてより大きな成果を得ることが求められます。
- キャッシュレスやFree Wi-Fiなどの環境整備が課題となっています。
- 観光客へのおもてなしについては、地域での受入意識の向上が課題となっています。

【参考データ】コンベンション補助金への申請があったイベント等の開催数を見ると、増加傾向にあり、平成30年度には24件となっています。こうしたイベント等に伴う宿泊者数は、平成30年度で1万8,968人となっており、一定規模の誘客につながっているとと言えます（図-18）。

図 18 コンベンション補助金への申請のあったイベント等の開催数および宿泊者数

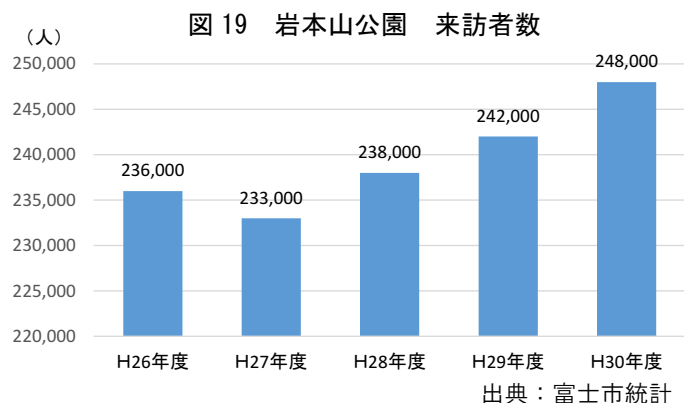


出典：富士市統計

■施策4：歴史・自然の活用

- 岩本山や須津川渓谷等の観光資源の活用は一定の成果が出ていますが、特定の季節・スポットだけに留まる傾向が見られます。今後は、周辺地域の観光資源と組み合わせることで、来訪者の増加や周遊につながるよう取り組む必要があります。
- 歴史資源、湧水、まつりなどの地域資源は、誘客に一定の効果があることから、今後は観光客の消費活動につなげることが課題です。

【参考データ】岩本山公園の来訪者数は、平成27年度に前年度から減少したものの、以後は増加を続け、平成30年度では24万8,000人となっています（図-19）。

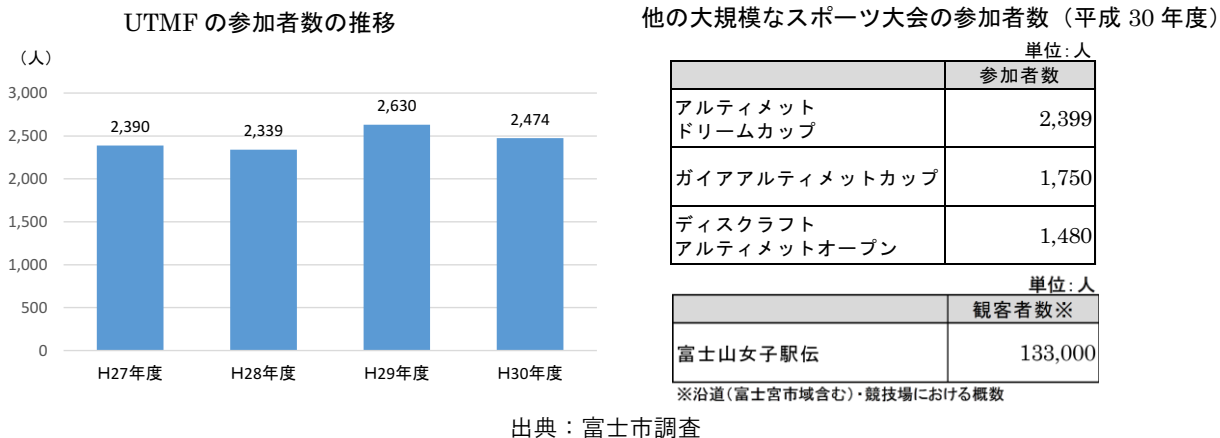


■施策5：スポーツ交流の推進

- アルティメット全国大会、富士山女子駅伝、UTMF（ウルトラトレイル・マウントフジ）など、大規模なスポーツ大会・イベントが継続的に開催され、一定の成果が得られています。
- 今後は、大規模なスポーツ大会・イベントの継続的開催による収益の安定化や、そのためのスポーツ施設の整備・官民連携による受入体制等の充実が求められています。

【参考データ】市が関わって市内で開催された大規模なスポーツ大会・イベントの参加者数を見ると、年ごとに若干の変動があるものの継続的に一定規模を確保しており、そのひとつUTMFでは毎年概ね2,400～2,500人の参加者数を維持しています（図-20）。

図 20 スポーツ大会・イベントの参加者数の推移



■施策6：観光インフラの整備

- 観光案内看板、トイレ、駐車場等の整備は進んでいます。今後も引き続き、観光客の満足度を高めるための整備が求められます。
- 市内を移動する観光客の足については、依然課題が残っています。路線バス・タクシー等の利便性を高めることに加え、レンタサイクルの活用等、観光客が移動しやすい環境をつくることが求められます。
- 道の駅等の整備・活用についても、引き続き取り組むことが求められます。

■施策7：広域連携の強化

- 富士地域観光振興協議会（富士市・富士宮市連携）、環富士山地域、富士山静岡空港等との連携は、エージェントセールスやプロモーション等の活動として実施されています。今後は、広域連携を通じた具体的な誘客や消費の拡大が求められます。
- 計画策定時にはなかった「静岡ツーリズムビューロー（TSJ）」等の新しい動きについて、マーケティング戦略面などで緊密な連携を確保する必要があります。

2. 総括

「富士市観光基本計画」の前期においては、プロモーションや情報発信等により、地域の観光資源の活用が進みつつあります。

今後は、これらの取組を大切に育て、事業として継続・発展させていくとともに、誘客や観光消費といった産業としての成果につなげていくことも見据える必要があります。

また、必ずしも観光に対する機運が高いとは言えない本市の現状において、事業者等に対し観光に関わっていく意識の醸成も推進する必要があります。

誘客や消費拡大等で一定の成果を上げることによって、地域の観光事業に対する関心・積極性・参入につながり、そこからさらなる観光振興につながるという好循環が生まれることが期待されます。

第Ⅵ章 後期の推進方針

前述した本計画の方向性や計画策定の視点、コンセプトを踏まえつつ、第Ⅴ章「観光施策の現状と課題」を受け、後期5年間の施策の推進方針を以下に示します。

<後期の計画推進の方針>

地域の観光事業の創出を促すとともに、

既存の観光事業が継続・発展できる環境をつくることで、市内観光を振興する

前期の施策等を通じて、田子の浦港及び岳南電車、富士山登山ルート 3776、農産物の収穫体験ツアーなど、市内ではさまざまな観光事業が発展しつつあります。今後はこうした成果を活かし、それぞれの地域で観光事業が創出され、継続・発展していくよう促すことが重要になります。

そこで後期では、既存の観光事業の継続・発展が見込めるような環境づくりを行うとともに、新たな観光事業の創出を促すことで、“世界遺産「富士山」を最大限活用した観光振興”を推進します。

重点事項1： 誘客の促進

- ・市外から訪問客を呼び込むための取組を継続的にを行い、入込客数の増加を図ります。

◆誘客のために行う主な事業

- ・地域プロモーション・情報発信
- ・地域の有する観光商品の販売チャネルの開拓
- ・旅行代理店や各種団体等に向けた、セールスやM I C E 誘致の活動

重点事項2： 民間活力の活用

- ・行政主体で商品開発や宣伝を行うのではなく、民間主体による個々の観光事業の創出や継続・発展を促し、これを支援します。
- ・波及効果が限定的な事業ではなく、将来の継続性、発展性が見込める事業を支援します。
- ・民間事業者が観光事業を創出・発展しやすい環境をつくるために、受入環境の整備や観光関連主体同士の連携強化・役割分担の明確化等に取り組めます。

◆重点的に支援する事業

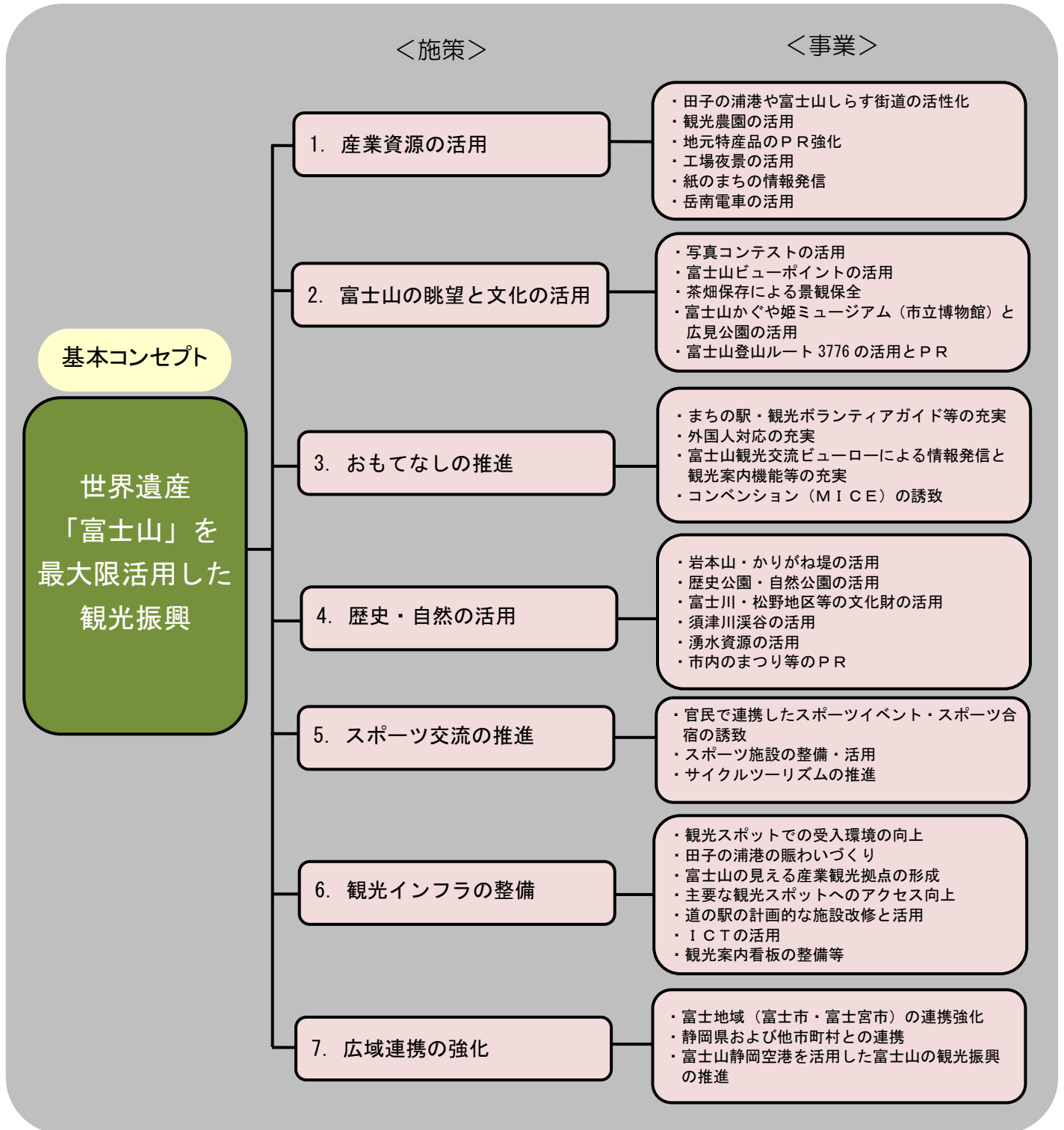
- ①地域資源（自然や眺望、農・工・商・漁の産業など）を商品化する観光事業
- ②すでに地域を訪れている客（ビジネス客、外国人旅行者など）をターゲットとした観光事業
- ③着地型観光ツアーを取り扱う観光事業

重点事項3： 観光に対する事業者等の機運醸成

- ・地域産業への理解を深め、観光事業としての可能性を見出す機会を創出することで、観光に関わる意識の醸成を図ります。
- ・積極的に地域の魅力を発信する手段として、SNS等の活用を促進し、観光事業へ参画する素地づくりにつなげます。

第Ⅶ章 計画における施策の展開

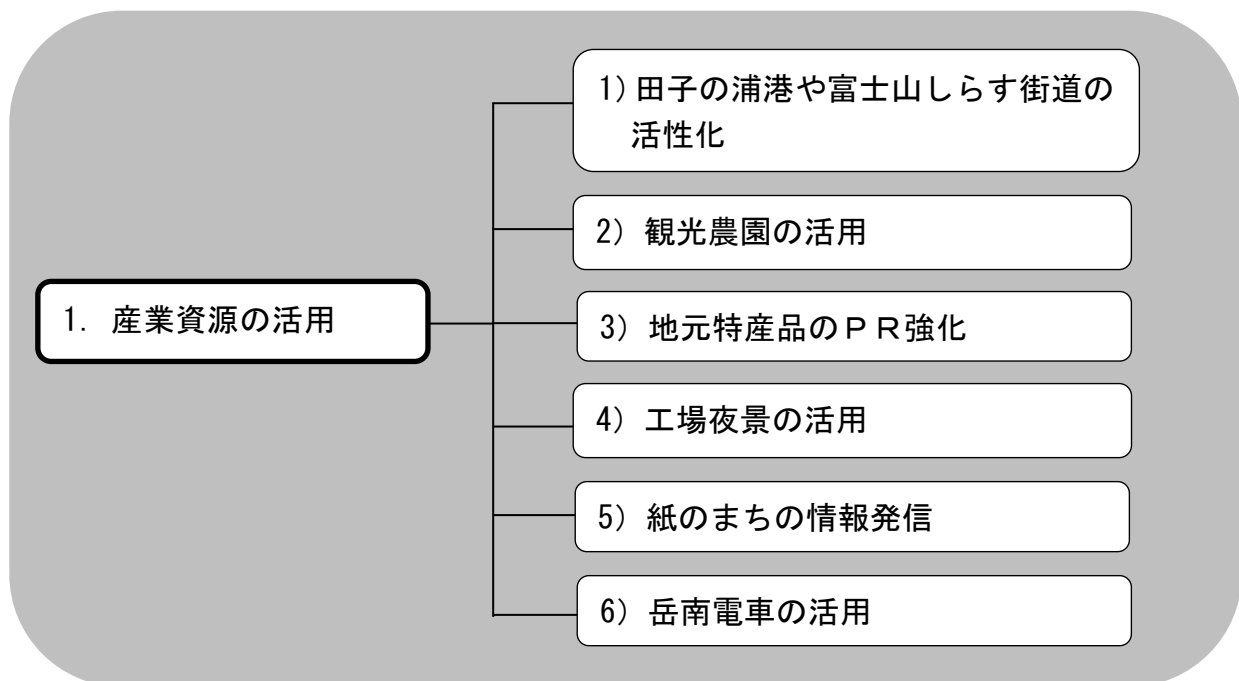
本計画は、以下に示す7つの施策ごとに個々の事業を推進します。



施策1 産業資源の活用

近年、知る・学ぶ・体験するといった観光への志向が高まり、地域に存在する産業素材を活用した産業観光が注目を浴びています。産業観光は、歴史的・文化的に価値のある産業文化財（工場遺構など）や生産現場（工場、農漁場など）及び産業製品等を観光資源と捉え、観光的活用を図るものです。観光客にとっては、知的欲求の充足が得られるだけでなく、地域の歴史や文化に対する理解を深めることができ、普段は味わえない体験をすることができます。一方で、事業者にとっては、消費者の声を直接聞くことができたり、新たな顧客・ファンを獲得することにもつながったりします。昨今では、外国人観光客の産業観光への志向も極めて高く、今後、国際的な視点で観光を推進するためにも、産業素材を活用したメニューの開発が必要です。一方で、産業観光は本業を有する事業者による観光客への対応が不可欠であり、観光産業への事業者への理解を醸成していく必要があります。

本市には、製紙業を中心とした工業、田子の浦港を中心とした漁業、市郊外で展開されている農業と多様な産業が地域に根付いており、これらの産業の魅力を観光に盛り込むことが有効です。既に、観光利用されている産業資源として、田子の浦港を中心とした取組が注目されているほか、ブルーベリー狩りやイチジク狩りなどに対応可能な農園への誘客やツアー商品化への取組や、工業都市としての魅力を観光要素として捉え、全国で類を見ない景観を生み出す工場夜景、製紙産業とともに長い歴史を刻んできた岳南電車の取組など、産業資源を観光に活かした事業を引き続き推進します。



1) 田子の浦港や富士山しらす街道の活性化

近年、田子の浦しらすにスポットを当てた観光ツアーの商品化も進み、田子の浦港漁協食堂への来場者は一定数を保っています。「田子の浦しらす」は、平成 29 年に農林水産省の地理的表示（G I）保護制度に登録されました。

また、10 月に開催される「富士山しらす街道フェア」の来場者も堅調に推移しており、田子の浦しらすの魅力を市内外に発信するイベントとなっています。

今後も、漁港でのイベントを活かし、地域産品販売をさらに強化していきます。また、漁港でのイベントを通じて、市民や来訪者が日常ではできない体験を味わうとともに、地域の産業についての理解を深める機会を創出します。

また田子の浦港全体を見ると、現状では、富士山しらす街道とふじのくに田子の浦みなど公園など周辺との回遊性が課題となっており、田子の浦港振興ビジョン⁸と連動した魅力あるメニューづくりが必要です。

今後は、田子の浦ポートフェスタ等の田子の浦港を活用したイベントや、地域住民が主催する田子の浦みなどマルシェ等の支援を行います。また、クルーズ船の誘致などさらなる賑わいの創出に取り組みます。

2) 観光農園の活用

本市では、現在、収穫体験を観光素材とした、特に大都市圏の旅行代理店を通じたツアーが催行されています。また、以前から取り組まれてきたブルーベリーやイチジク以外の農作物についても収穫体験ツアーが広がりつつあります。

今後、J Aや農家と連携しながら、代理店を通じたツアーおよび地元主体の力を活かしたツアーの造成に加え、観光客向けのプロモーションにも取り組みます。

3) 地元特産品のPR強化

現在、全国的に地域ブランドづくりが脚光を浴びている中、本市では、富士商工会議所が推進役となり、世界遺産富士山の恩恵から生まれた素材、名勝、歴史等をコンセプトに、本市で生産される工業製品や農林水産物等を「富士ブランド」として認定し、全国発信に取り組んでいます。

食文化のひとつとして開発されたご当地グルメ「富士つけナポリタン」は市内外のイベントや店舗で提供されています。

また、富士市商工会が中心となり開発し、富士山の麓に誕生した“紙のまち”をイメージし、富士山の湧水とその湧水で育った米でつくられた米粉麺「富士山ひらら」は、常温長期保存が可能な商品に改良され、市内観光施設や市内外のイベント等で提供されています。

今後も、農林水産業の生産者と加工業者をつなげることにより、新たな特産品の開発に加え、開発された商品については、観光施設やイベント等において観光客等を対象とした販売を支援していきます。

また、ふるさと納税制度を活用した地元特産品のPRにも引き続き努めていきます。

⁸田子の浦港の防災対策の推進と、観光・交流の促進による賑わいづくりの創造を目的とする将来構想。平成 30 年 3 月改訂。

4) 工場夜景の活用

本市の工場夜景は、他地域のような重工業地帯ではなく、製紙産業であるという点に特異性があり、特に世界遺産の富士山、田子の浦港、岳南電車等との組み合わせなど、他地域にはない魅力があります。

今後は、このような本市特有の工場夜景を活用した民間事業者によるツアーの造成と継続的販売を支援していきます。

5) 紙のまちの情報発信

トイレットペーパーの生産量日本一を誇る本市にとって、紙産業は欠かすことができない財産であり、本市を特徴付ける産業であると言えます。

現在、“紙のまち”のPRを目的とした「富士山紙フェア」等のイベントが定期的で開催されています。また、富士市歴史民俗資料館や、富士山かぐや姫ミュージアムにおいても“紙のまち”富士市にまつわる展示をしています。

今後も、“紙のまち”富士市を、市民や来訪者に知ってもらい、楽しんでもらう機会を創出するため、ふじ・紙のアートミュージアム等の紙関連の施設などについて積極的に情報発信していきます。

6) 岳南電車の活用

全長9.2kmの岳南電車は、まちなかや工場地帯を走ることから、間近に迫る景色や街並み、昔懐かしい車両や駅舎、車窓の風景といった、レトロ感と沿線との調和が魅力であり、日本で唯一、全駅から富士山を望むことができる鉄道路線でもあります。その魅力から、テレビドラマや映画、CMなどの撮影が行われるなど、全国的にも注目を集めています。また、夜景電車に代表されるイベント電車の運行や、地域イベントに駅やホームが活用されるなど、市民にとっても親しみのある鉄道となっています。

今後も、沿線に点在する工場の夜景や湧水スポットといった他の魅力と掛け合わせて発信することで、岳南電車の観光的価値を高めていきます。

施策2 富士山の眺望と文化の活用

本市は、これまで富士山の眺望を活用した取組として、平成 17 年度から「富士山百景写真コンテスト」を実施するとともに、コンテスト入賞作品を県内外の会場で展示する「富士山百景写真展」を開催するなど、富士山の眺望が美しいまち富士市のPRと誘客を進めてきました。

富士山は、古来より日本の象徴であり、多くの日本人から愛され続けるとともに、海外でも人気や知名度の高い山となっています。さらに、平成 25 年の世界文化遺産登録によって、その人気や知名度は国内外を問わずこれまで以上に高まりました。

このような状況の中で、本市は富士山を構成する自治体のひとつであり、その中でも、駿河湾の海拔 0 m から山頂の 3,776 m までを仰ぎ見ることができる唯一のまちであることは、富士山をテーマに観光を進めていく上で最大の強みです。

今後も、富士山の知名度や人気を本市のイメージや誘客に直接結び付けるため、既存の取組に加え、観光客が本市に足を運びたいくなる新たな仕組みづくりを構築するとともに、世界文化遺産である富士山の文化的側面を活用した本市ならではの事業を展開します。

2. 富士山の眺望と文化の活用

1) 写真コンテストの活用

2) 富士山ビューポイントの活用

3) 茶畑保存による景観保全

4) 富士山かぐや姫ミュージアム
(市立博物館) と広見公園の活用

5) 富士山登山ルート 3776 の
活用とPR

1) 写真コンテストの活用

平成 30 年度で 14 回目を迎えた「富士山百景写真コンテスト」は、毎回全国からの応募があり、地域の認知度向上に寄与していると考えられます。しかし近年は、写真コンテストへの応募者もリピーターが主になりつつあることから、新たな展開が求められています。

今後は、撮影スポットの紹介や作品の提出方法、開催のタイミングなど、開催方法を工夫することにより、応募者の拡大につながるよう努めます。

さらに、他団体においても SNS を活用した写真コンテスト等が開催されていることから、新たなテーマ設定や賞品提供等において地元の施設や事業者と連携するなど、コンテストを通じ本市の魅力を発信することにより、誘客につなげます。

2) 富士山ビューポイントの活用

美しい富士山の眺望を PR するためには、「富士山百景写真コンテスト」や「富士山百景写真展」を活用し、観光客が本市へ足を運びたいくなる仕組みが必要であることから、おすすめの撮影エリア 10 か所を「富士山ビューポイント」として設定し、案内看板を設置し、各種パンフレット等にも掲載しました。

今後は、ビューポイントを活用した市内の回遊性を高める取組を推進していきます。また、ビューポイントでの眺望は、当日の天候に左右されることから、富士山を望めない日でも眺望を楽しめるような仕組みづくりに取り組んでいきます。

3) 茶畑保存による景観保全

大淵笹場の富士山と茶畑の風景は、日本を代表する本市ならではの資源ですが、茶畑を管理する後継者不足等の課題に直面しており、美しい景観を維持するための取組が必要です。

このため、茶畑の景観保全と写真愛好家やツアーバスなどへの受入対応については、大淵地区と協働した取組を進めたことに加え、受入環境の整備として観光バス駐車場やトイレなどを設置しました。

今後も引き続き、茶園の維持管理と受入対応について大淵地区と連携して取り組むとともに、富士山と茶畑の絶景ポイントとしての PR を積極的に展開していきます。

4) 富士山かぐや姫ミュージアム（市立博物館）と広見公園の活用

市立博物館は、平成 28 年度に「富士山信仰とかぐや姫伝説を一体化した展示」をテーマに「富士山かぐや姫ミュージアム」の愛称で、リニューアルオープンしました。同ミュージアムは「富士山信仰」や「富士市に伝わるかぐや姫物語」を軸に、実物資料を展示している日本で唯一の博物館という強みを有しています。また、ミュージアムと一体化している広見公園は、本市の歴史、産業や文化を象徴する「ふるさと村歴史ゾーン」をはじめ、水や緑を基調とした「修景ゾーン」などに分かれ、特に、バラの見ごろの時期には、数多くの観光客が市内外から訪れるなど、本市を代表する公園となっています。

今後は、これらの強みを最大限発揮した魅力ある博物館を目指し、事業内容の研鑽や新たな利用者の開拓を行います。また、リニューアルでは改修されていない箇所についても、経年劣化の状況や利用者の要望を踏まえながら改修を行っていきます。

5) 富士山登山ルート3776の活用とPR

本市は、海拔0mから富士山のほぼ9合目にあたる約3,680m⁹までを有するとともに、市内には富士山や富士登山にまつわる史跡・名勝をはじめ、海外でも人気のある浮世絵師・葛飾北斎が描かれている風景を望むことができる田子の浦や大淵片倉など、数多くの立ち寄りスポットが点在しています。富士山の世界文化遺産登録を契機に、文化的側面に着目した本市ならではの取組として、「鈴川の富士塚」および「ふじのくに田子の浦みなと公園」の2か所を起点とした「富士山登山ルート3776」を設定しました。挑戦者は年々増加しており、外国人挑戦者をはじめとした新たな観光客の掘り起しにも成功しています。

今後も安全・安心に挑戦していただけるよう挑戦者の受入環境の整備を進めるとともに、外国人に向けたプロモーションや、研修での活用、メディアへのPRによる誘客促進を図ります。

⁹国土地理院2万5千分の1地形図による。

施策3 おもてなしの推進

本市は、富士市まちの駅ネットワークや富士市観光ボランティアガイドの会等と連携しておもてなしを推進し、“おもてなし文化の確立”に大きな成果を上げてきました。

観光客の満足度を高めるおもてなしは、観光都市としての魅力を高め、リピーター客の拡大を促し、新たな観光誘客につながることから、これらを推進することは観光活性化における重要な要素のひとつです。

また、昨今では、本市を訪れる外国人観光客が増加しており、外国人観光客へのおもてなしの充実も必要です。

さらに、観光客のニーズの多様化から、画一的なおもてなしではなく、心の込もったものであるとともに、ホスピタリティの高いものであることが求められています。

本市を訪れたすべての観光客がまた訪れたいと思うような都市となるよう、地域のおもてなし最前線である富士市まちの駅ネットワークや富士市観光ボランティアガイドの会、富士川観光ガイド協会、富士山観光交流ビューロー等との連携を強化し、本市ならではのホスピタリティあふれるおもてなしを推進します。

3. おもてなしの推進

1) まちの駅・観光ボランティアガイド等の充実

2) 外国人対応の充実

3) 富士山観光交流ビューローによる情報発信と観光案内機能等の充実

4) コンベンション（MICE）の誘致

1) まちの駅・観光ボランティアガイド等の充実

まちの駅は、60 駅程度で推移しており、地区ブロックでは、各駅の特色を生かしたイベントが開催され、観光客のみならず、市民も参加しています。

また、富士市観光ボランティアガイドの会は、春の定番イベントとなった「絶景★富士山 まるごと岩本山」での案内をはじめ、旅行会社からのガイド依頼にも対応しています。

富士川観光ガイド協会は、旅行会社のツアーやJRのふれあいウォーキングなどのガイドにも対応しています。

まちの駅や観光ボランティアガイドは、おもてなしの最前線であることから、今後も、一定数のまちの駅・ガイド人員を確保していきます。加えて、まちの駅・観光ボランティアガイドとも登録後の積極的な活動につながるよう、全体の機運向上を図り、活動の活性化を支援していきます。

2) 外国人対応の充実

富士山の世界文化遺産登録を契機に、本市を訪れる外国人は年々増加しています。さらなる増加が期待される外国人観光客に対しては、文化や風習の違いを理解した取組など、国際的な視点でのおもてなしをこれまで以上に充実させていく必要があります。

これまで、観光案内板への英語表記の追加や観光パンフレット、観光サイトの多言語化を図ったほか、外国人向けSNSの運用を開始しました。また、新富士駅観光案内所など主要観光施設に Free Wi-Fi を整備しました。

今後も、案内表示やパンフレットの多言語化を進めるほか、民間が実施する電子マネーや Free Wi-Fi の整備や施設における多言語対応について支援していきます。

3) 富士山観光交流ビューローによる情報発信と観光案内機能等の充実

富士山観光交流ビューローは、地域の観光情報や観光事業者等の取組の集約窓口であり、観光客向けの多言語ウェブサイト運営のほか、常時英語対応ができ、年間3万人以上の来訪者実績のある新富士駅観光案内所を運営しています。また、手ぶら観光サービスの実施や観光事業者に対するおもてなしセミナーの開催など、おもてなしの推進に取り組んでいます。

今後も、地域内において集約された観光情報を、ウェブサイトや観光パンフレットなどといった媒体に加え、雑誌社や新聞などのマスメディアを通じ、観光客に対する情報発信を強化するとともに、来訪者に対する観光案内や観光事業者のおもてなし意識の向上につながる取組に対し、引き続き支援していきます。

4) コンベンション (MICE¹⁰) の誘致

観光戦略のひとつであるMICEの誘致については、大きな経済効果が期待されています。本市は大都市圏からの良好なアクセスを有するほか、近年宿泊キャパシティが著しく増加しています。

本市がMICEの推進を図っていくためには、富士山観光交流ビューローや宿泊事業者等との連携を強化し、富士山を背景とした本市ならではの特徴を活かした誘致に取り組んでいきます。

¹⁰企業等の会議 (Meeting)、企業等の行う報奨・研修旅行などのインセンティブ旅行 (Incentive Travel)、国際機関、団体、学会等が行う会議 (Convention)、展示会・見本市、イベント (Exhibition/Event) の頭文字を示したもの。

施策4 歴史・自然の活用

本市には、国指定の歴史的建造物や史跡に代表される数多くの文化財が所在することをはじめ、須津川溪谷に代表される豊かで美しい自然、富士山を望む景観スポットなど、地域資源が数多くあり、観光的価値は十分にあると考えています。

また、「竹取物語」発祥の地として、かぐや姫にゆかりのある名所等も観光資源として一翼を担っています。

岩本山公園やかりがね堤などでは、富士山の景観や、美しく咲き誇る梅、桜で賑わいを見せています。そのほかにも、市民の花である「バラ」が見事な広見公園や中央公園など、来訪者に誇れる公園が多数あります。

これらの観光資源は、誘客を図る上で、情報発信に加えて、保全も課題であり、歴史・伝統文化・自然・景観を市内外に効果的に発信すると同時に、これらが本市の財産であることを認識し、保全を図ることで、本市ならではの地域資源を活用した施策を推進します。

4. 歴史・自然の活用

- 1) 岩本山・かりがね堤の活用
- 2) 歴史公園・自然公園の活用
- 3) 富士川・松野地区等の文化財の活用
- 4) 須津川溪谷の活用
- 5) 湧水資源の活用
- 6) 市内のまつり等のPR

1) 岩本山・かりがね堤の活用

富士山を背景にした岩本山公園は、冬の梅、春の桜、初夏の紫陽花、秋の紅葉など、四季を彩る自然が楽しめる公園です。2月から4月にかけては、“梅”、“桜”、“富士山の眺望”にスポットを当てた期間イベント「絶景★富士山 まるごと岩本山」を開催するなど、毎年、多くの観光客が訪れています。

また、かりがね堤は、3月下旬から4月上旬には桜、9月下旬にはコスモスが咲き誇り多くの写真愛好家が訪れるスポットであり、毎年10月に投げ松明で有名な「かりがね祭り」が開催されています。

今後も、花見関連イベントと連動させたプロモーション、市内の周遊を促す宣伝、受入環境の向上を図ります。

2) 歴史公園・自然公園の活用

市内には、「竹取物語」発祥の地として知られる竹採公園や、富士山南麓の江戸時代古民家、長屋門、明治時代の洋館などが移築復元されている広見公園など、歴史をテーマとした公園が整備されています。さらに、富士山信仰の拠点のひとつであった富士山東泉院跡に隣接する吉原公園では、文化財を活用した公園づくりを行っています。

また、浮島沼の湿原を保存するための浮島ヶ原自然公園、自然休養林の中でキャンプ利用も可能な丸火自然公園などの自然公園や、まちの中心にありながら、自然と豊かな緑を満喫できる中央公園など、各種の公園が存在しています。

こうした公園の魅力を発信するとともに、市民団体等と連携したイベントの企画・実施に取り組むなど、各公園の特性を活用した誘客促進を図ります。

3) 富士川・松野地区等の文化財の活用

富士川・松野地区には指定、登録文化財の建造物や舟運・渡船に係る旧跡などの歴史資源が豊富に存在しています。

これまで本市では、これらを巡るイベント等への支援を行うとともに、誘客性の高い素材の確認や、隠れた観光資源の掘り起こしを行い、ガイドマップの作成などに取り組みました。

また、吉原地区には東海道の宿場跡や富士山信仰に関わる寺院跡、根方街道沿いには多数の遺跡や古墳が所在するなど、市内各地区にも歴史資源が豊富に存在しています。現在、国では地域の文化財を観光資源として有効活用を図るため、文化財保存活用地域計画の策定を推奨しています。

今後は、富士川・松野地区の歴史資源の活用はもちろんのこと、本市が策定を予定している文化財保存活用地域計画との整合性を考慮し、市内各地区の文化財の保存、活用を図りながら、必要な整備を進めるとともに、本市を訪れた観光客等へのPRに努めます。

4) 須津川溪谷の活用

愛鷹山系随一の絶景と言われる須津川溪谷は、新緑、紅葉ともに美しく、四季折々の自然美を楽しむことができ、上流には落差 21m の大瀑の滝があり、キャンプ場も設置されています。平成 28 年に須津溪谷橋でオープンした富士バンジーの利用者は若年層を中心に年々増加しており、県外や国外からも観光客を集めています。

しかしながら、豪雨、台風等の災害時には、アクセス道等において落石や土砂崩れが発生しており、利用者の安全確保が課題となっています。

本市では、自然美豊かな須津川溪谷を有力な観光資源として捉え、安全性の確保、自然環境の保全を行うとともに、誘客性を高めるための取組を推進しバランスのとれた観光活用を目指します。特に、バンジージャンプに訪れた若年層の市内への回遊について検討します。

5) 湧水資源の活用

本市の東部地域には、富士山や愛鷹山から流れ出る湧水源が多くあり、昔から地域の人々の生活用水や製紙業を中心とした産業などに利用され、大切に守られてきました。

これらの湧水地域を総称して「泉の郷」と呼び、かぐや姫伝説にちなんだ竹採公園をはじめとする、歴史的名所も結びつけたウォーキングコースを設定し、ウォーキングコースの起点となる岳南原田駅・岳南富士岡駅・比奈駅の観光案内看板の情報をリニューアルしました。

このような、地域特有の資源をさらに活かすため、案内機能強化、ウォーキングコースの機能向上と湧水の魅力を活かしたお土産の PR を実施するとともに、効果的な情報発信等を推進し、観光誘客を図ります。

6) 市内のまつり等の PR

本市では、年間を通じて各種の祭事・イベントが数多く開催されています。

東海一の祇園と称される「吉原祇園祭」、富士本町周辺を舞台とした「甲子神社祭典」、日本三大だるま市のひとつとして知られ、市内外から数多くの参拝客が訪れる「毘沙門天大祭」のほか、市民に定着している「富士まつり」「あっぱれ富士」などが集客性の高い代表的なイベントであり、本市の観光振興に大きく寄与しています。

また、SNS 等を活用した口コミの拡大など、情報発信に取り組んできました。今後も、SNS やウェブサイト等のインターネットを活用した情報発信を行い、市民に定着しているイベントについての情報発信を強化し誘客の促進に努めます。

施策5 スポーツ交流の推進

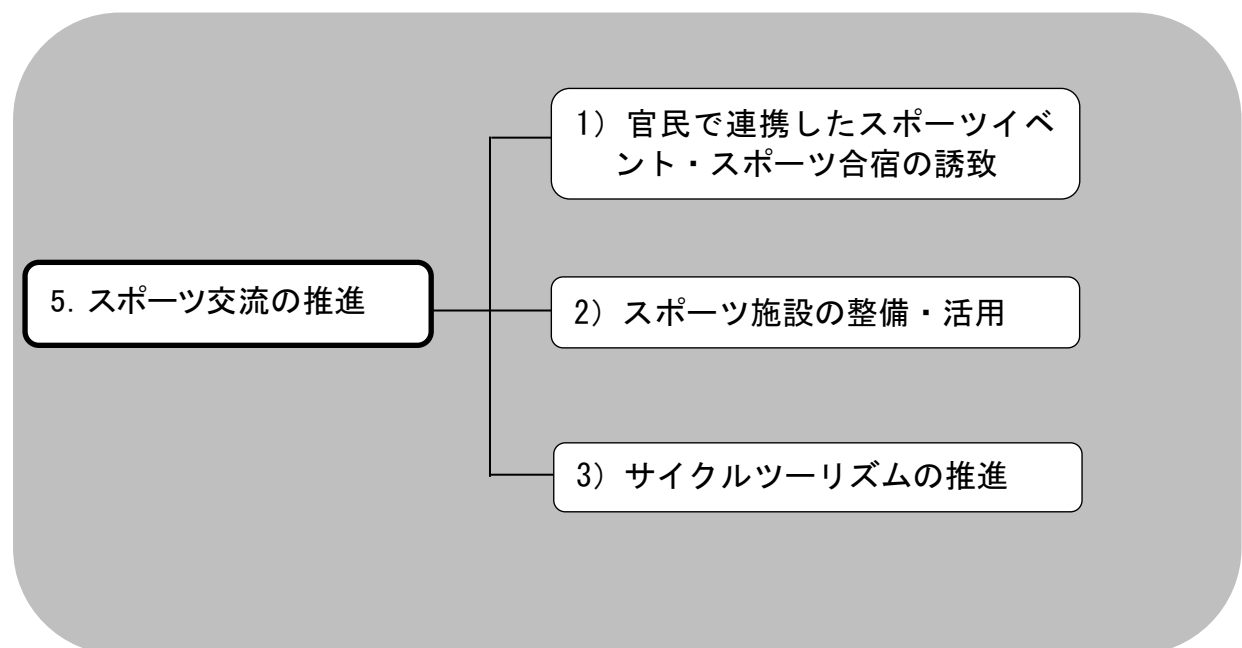
本市では、アルティメット競技や富士山女子駅伝、UTMFなどの全国規模のスポーツイベントが定期的開催されており、宿泊を含め安定した誘客につながるなど、スポーツ交流による経済効果が生まれてきています。

アルティメットをはじめとしたスポーツイベントの会場となっている富士川緑地については、大会の開催にあたり課題となっているグラウンドや駐車場などの再整備を計画的に進めています。

また、富士総合運動公園周辺では、新たな総合体育館の建設や民間事業者によるスポーツ合宿をメインとした宿泊・飲食施設の整備が進んでいます。

今後も、これまでスポーツイベントの誘致および開催支援に中心的な役割を担ってきた富士市ホテル旅館業組合等との連携を強化し、官民一体となって富士山を背景にしたスポーツ交流の推進を図ります。

また、東京 2020 オリンピック・パラリンピック自転車競技の県内開催を契機に、多くのサイクリストが富士山周辺を訪れることが期待されることから、サイクルツーリズムについても推進していきます。



1) 官民で連携したスポーツイベント・スポーツ合宿の誘致

富士川緑地を会場に行われているアルティメットの全国大会は、雄大な富士山の景観も楽しめること好評を得ており、参加選手の市内への宿泊も期待できるイベントとなっています。

富士山を会場に開催されている、国内最大のトレイルランの大会であるUTMF（ウルトラトレイル・マウントフジ）には、世界各国から多くの選手や関係者が訪れるほか、平成25年から開催されている富士山女子駅伝は、全国にテレビ放映されるなど、本市のシティプロモーションにも寄与しています。

また、静岡県富士水泳場は、東京2020オリンピックの事前合宿や全日本クラスの大会・強化合宿が行われるなど、日本有数のプールとして認知されており、隣接する富士総合運動公園周辺には、新たな総合体育館の建設や、民間事業者によるスポーツ合宿をメインとした大規模な宿泊・飲食施設の整備が進んでいます。

今後も、富士山の麓である本市を舞台に、魅力あるスポーツイベントやスポーツ合宿が継続的に行われるよう、県や周辺市町はもとより、主催者や宿泊事業者との緊密な連携を図り、セールス活動に取り組むほか、受入態勢の強化・充実を図ります。

2) スポーツ施設の整備・活用

富士川緑地では、アルティメット競技の全国大会が実施されているほか、サッカー場、ソフトボール場、野球場などが整備され、様々なスポーツイベントが行われています。また、富士総合運動公園のスポーツ施設、静岡県富士水泳場、市内の体育館などでも、各種スポーツイベントやスポーツ合宿が行われるなど既存施設の利用が進んでいます。

こうした利用者増加に対し、富士川緑地の再整備や新たな総合体育館をはじめとしたスポーツ施設や駐車場等の整備に取り組むほか、既存施設の活用も図ることで様々なスポーツイベントが開催できる環境を整備していきます。

3) サイクルツーリズムの推進

自転車活用推進法の施行や、東京2020オリンピック・パラリンピック自転車競技の県内開催決定を受け、県は静岡県自転車活用計画を策定し、「サイクリストの憧れを呼ぶ聖地“ふじのくに”の実現」を目指しています。

本市においても、県や近隣市町と連携し、「太平洋岸自転車道¹¹」等のモデルルート¹¹の作成及び活用や走行環境の整備を図るほか、官民が連携してサイクルツーリズムを推進していきます。

¹¹ 千葉県から和歌山県にかけて整備が進められている広域サイクリングルート。令和元年、国と沿道の6県・2市による「太平洋岸自転車道ナショナルサイクリングルート指定推進協議会」が設立され、標識・表示の統一や情報発信等、ソフト・ハード両面での整備を進めていくこととしている。

施策6 観光インフラの整備

さらなる観光振興を図るためには、本市の魅力を活かすハード・ソフト両面における総合的な整備を推進する必要があります。

特に、ハード面では、富士山や田子の浦港等の景観や歴史性に配慮した取組が求められ、加えて、観光スポットへのアクセスの向上や必要性に応じたトイレや駐車場の整備も検討する必要があります。

また、平成30年3月に改訂した「田子の浦港振興ビジョン」の進捗による観光施策の展開も念頭に置く必要があります。

開業以来6,000万人を超える利用客を誇る道の駅富士川楽座や、毎日多くの利用者で賑わう道の駅富士などについては、建物の状態を的確に把握し、計画的、効率的、効果的な施設の維持改修を行うとともに、積極的な活用を図ります。

さらに、情報化社会が進展する中、ICTの活用や案内標識の充実など、利用者の視点に立った対応を図ります。

6. 観光インフラの整備

- 1) 観光スポットでの受入環境の向上
- 2) 田子の浦港の賑わいづくり
- 3) 富士山に見える産業観光拠点の形成
- 4) 主要な観光スポットへのアクセス向上
- 5) 道の駅の計画的な施設改修と活用
- 6) ICTの活用
- 7) 観光案内看板の整備等

1) 観光スポットでの受入環境の向上

本市の観光スポットの中には、駐車場やトイレなどの受入環境が十分とは言えない箇所があります。平成 28 年度から令和元年度にかけて、観光スポットとして人気が高まっている大淵笹場にはトイレと駐車場を整備しました。

今後も、観光客の増加が見込まれ利便性の向上が必要な観光スポットにおいては、効果を踏まえた受入環境の整備を検討していきます。

2) 田子の浦港の賑わいづくり

田子の浦港については、特色ある賑わいづくり、富士山と港の景観形成、回遊性の強化、情報発信の強化を柱として、漁港周辺の“水産”、“食”を中心とした賑わい機能の充実を図ります。

また、田子の浦港漁協食堂とふじのくに田子の浦みなと公園間のプロムナード化を目指すとともに、田子の浦港漁協食堂のリニューアルの検討など、賑わい拠点の機能強化に取り組みます。

3) 富士山に見える産業観光拠点の形成

本市は、「人・モノ・情報」の広域的な交通拠点となる新富士インターチェンジが開通したことにより、新たな流通と産業の拠点が形成されつつあります。

この優れた交通環境と富士山の眺望を活かし、さらなる発展的活用を図るため、本市に訪れる交流客と交流人口の増加が期待できる新富士インターチェンジ周辺において、産業の魅力の発信と観光を結びつける産業観光拠点の形成を目指します。

4) 主要な観光スポットへのアクセス向上

本市では、交通結節点である東海道新幹線新富士駅、東海道線富士駅、吉原中央駅が離れていることなどから、利便性の高い公共交通ネットワークの構築が求められています。

観光振興においては、自動車の利用のみならず、鉄道や路線バスなどの公共交通機関の利用を促進する必要があります。

このため、今後の富士登山や市内観光ポイント等への移動手段として、路線バスやコミュニティバス、タクシーの利用環境を向上させるとともに、引き続きレンタサイクルも活用していきます。

5) 道の駅の計画的な施設改修と活用

平成 12 年に開業した道の駅富士川楽座は、富士川と富士山はもとより、駿河湾、伊豆半島までを一望できる場所に立地しており、東名高速道路と一般道路からアクセスできることから、年間 300 万人を超える利用客を誇る道の駅です。平成 29 年には隣接する富士川サービスエリア内に大観覧車「フジスカイビュー」がオープンし、さらなる賑わいを見せています。

また、国道 1 号富士由比バイパス沿いにある道の駅富士は、令和元年 12 月に施設を大幅にリニューアルし、休憩機能・情報提供機能・地域連携機能の充実を図っています。

今後も、計画的な施設改修等を実施するとともに、市内の観光スポットへの積極的な誘導を進めるほか、特産品の PR 拠点等として施設の立地的特長を活かした取組を進めます。また、道の駅に関する国の動向を見ながら、道の駅のあり方や活用方策について検討します。

6) ICTの活用

近年、スマートフォン等の情報端末が普及し、特に訪日外国人旅行者の国内移動においては、Free Wi-Fiなどの情報インフラが整備されている場所を探して行動する傾向があります。このことから、観光誘客及び観光サービスを促進しようとする地域においては、充実した対応が求められています。

本市においても、来訪者の満足度の向上と効率の良いプロモーション活動を促進するため、観光スポット等へのFree Wi-Fiの整備や、デジタルサイネージ（電子看板）の導入、SNS等の活用を開始しています。

今後は、さらにこれらの整備を推進するとともに、国内外の旅行者が情報収集する最新の状況に応じた効果的な手法を用いて、SNS等による情報発信や継続的なコンテンツの更新に努めます。

また、民間事業者が行うキャッシュレス化など新たな顧客ニーズに対応したICT設備の導入を支援していきます。

7) 観光案内看板の整備等

一般道路等における案内標識は、観光スポットへの誘導方法として、有効かつ効率の良い手法であることから、観光振興には必要不可欠なインフラであり、来訪者の立場に立った表示方法も重要な要素です。

このため、既存看板のメンテナンスを確実に実施し、機能の維持を図るとともに、訪日外国人旅行者にも分かりやすい、外国語の併用表記も進めます。

また、新たに看板を設置する際には、景観に配慮したデザイン等とします。

施策7 広域連携の強化

旅行者の移動範囲の広がりや、観光ニーズの多様化に伴い、これまでも、各地域や観光エリアが広域連携し、相互の観光資源を結びつけて発信することにより、広域エリア全体の魅力を高める取組が進められてきました。

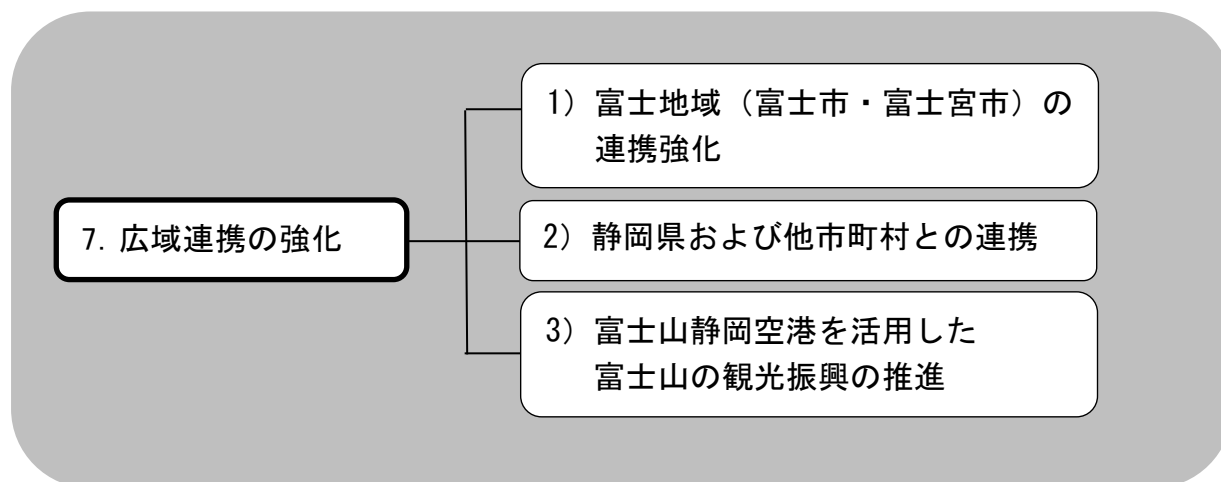
富士山の世界文化遺産登録以降、富士山周辺地域に対する関心がますます高まってきていることから、富士山の周辺に位置する自治体がこれまで以上の連携を図り、エリア全体の誘客や、回遊・交流を促進する施策に取り組んでいく必要があります。

現在、本市と富士宮市では、両市への誘客、回遊と交流の促進を図るため、「富士地域観光振興協議会」を組織し、全国各地で行われる観光展への出展をはじめ、インバウンド誘客促進に向けたプロモーション活動などを積極的に展開しています。

また、環富士山周辺等の4市3町で構成する「富士地区観光協議会」でも、各地域の魅力を集約し広域のメリットを活かした施策に取り組んでいます。

このほかにも、県を越えての広域連携組織や、富士山静岡空港の利用促進を目的に組織された団体などにより、様々な広域連携の取組が行われています。

今後も、広範なエリアを巡る観光客のニーズに的確に応えていく上で、広域連携のさらなる強化が求められています。



1) 富士地域（富士市・富士宮市）の連携強化

本市と富士宮市とは、地理的にも、歴史的にも関係が深く、共通の文化と生活圏をもつことから、これまで、観光誘客においても、相互に連携した取組を行ってきました。

近年では、富士地域観光振興協議会が中心となり、広域DMOの設置検討や、国内外で開催される観光展への出展、広告の出稿を通じたPRなど、富士山南西麓エリアの観光振興につながる事業を積極的に展開しています。

また、インバウンドの推進については、多数のツアーが造成され、誘客の実績が生まれている台湾に加え、シンガポールやタイからの誘客促進を目的とした、現地旅行会社へのセールス活動や観光展への出展といった取組をさらに強化していくほか、静岡ツーリズムビューロー等と連携し、新たな国や地域へのPRを展開していきます。

加えて、来訪者の調査・分析を継続して行い、今後の取り組みにフィードバックしていくことで、効果的に誘客事業を展開していきます。

これらの事業の推進にあたり、自治体同士の連携はもとより、富士山周辺観光の玄関口である、新富士駅や富士宮駅での観光案内と、誘客促進に取り組む富士山観光交流ビューローや富士宮市観光協会との緊密な連携が重要であることから、強固な協力体制による事業展開を図ります。

2) 静岡県および他市町村との連携

広域連携の推進にあたり、富士宮市のみならず、より広範なエリア間での連携も必要とされています。現在、本市では、富士宮市のほかに、沼津市とも連携を進めているほか、富士地区観光協議会（富士市・富士宮市・御殿場市・裾野市・小山町・清水町・長泉町）では、エリア全体の魅力を効果的に国内外に情報発信する取組を行っています。

そのほか、富士山の自然環境の保全と観光活用の両面を目的とした連携組織や、県境を越えたエリアを対象とした広域団体などが存在しており、富士地域に限らず広い範囲を移動する観光客のニーズを的確に捉えるとともに、広域の観光圏ならではの魅力を発信し誘客を図ります。

さらに、静岡県や静岡ツーリズムビューロー等と連携し、大都市圏およびインバウンドをターゲットとした情報発信や誘客促進に努めるほか、中部横断自動車道の開通により、これまでつながりのなかった新たな市町村との連携を模索し、誘客につながるプロモーションを展開していきます。

3) 富士山静岡空港を活用した富士山の観光振興の推進

富士山静岡空港は、平成31年4月より、空港の運営が静岡県から新たな空港運営会社が変わったことや、中国便の増便が決まったほか、新たな就航も予測されることから、今後の空港利用者は大きく伸びるものと予想されています。

このような中、本市においても、富士山静岡空港を利用し、富士山周辺エリアを訪れる観光客の誘致受入について積極的に取り組む必要があります。

このため、静岡県や県の海外事務所はもとより、空港運営会社や航空会社とも連携し、就航先から訪れる観光客に向けた富士山観光のプロモーションを行うなど、誘客につながる事業を展開していきます。

第Ⅷ章 計画の実現に向けて

1. 観光振興の推進体制

第Ⅵ章に定めた方向性や方針等に基づいて各事業を着実に進めるためには、庁内担当部署との連携に加えて、観光事業に関連する様々な地域主体との緊密な連携が重要になります。

このためには、民間事業者（特に旅行、交通、宿泊など観光に関わりのある事業）や市民（市民活動団体、NPO法人などを含む）との連携に加えて、観光に関わる事業を行っている富士山観光交流ビューロー等の団体との連携が求められます。

このことを踏まえて本計画は、本市が中心となり静岡県や富士山観光交流ビューロー等と連携して進めていく「公」の取組、民間事業者が主体的に関わる「産」の取組、市民活動団体やNPO法人など「市民」の力を得て進める取組を、必要に応じて他地域との広域連携も図りながら、効果的に進めます。

<取組主体>

施策ごとの各事業について、特に主要な役割を担う主体を下記に整理します。

施策	事業	取組主体		
		公	産	市民
1 産業資源の活用	1 田子の浦港や富士山しらす街道の活性化	●	●	●
	2 観光農園の活用	●	●	
	3 地元特産品のPR強化	●	●	
	4 工場夜景の活用	●	●	●
	5 紙のまちの情報発信	●	●	●
	6 岳南電車の活用	●	●	●
2 富士山の眺望と文化の活用	1 写真コンテストの活用	●	●	●
	2 富士山ビューポイントの活用	●		
	3 茶畑保存による景観保全	●		●
	4 富士山かぐや姫ミュージアム(市立博物館)と広見公園の活用	●		
	5 富士山登山ルート3776の活用とPR	●	●	●
3 おもてなしの推進	1 まちの駅・観光ボランティアガイド等の充実	●	●	●
	2 外国人対応の充実	●	●	
	3 富士山観光交流ビューローによる情報発信と観光案内機能等の充実	●	●	
	4 コンベンション(MICE)の誘致	●	●	
4 歴史・自然の活用	1 岩本山・かりがね堤の活用	●	●	●
	2 歴史公園・自然公園の活用	●		●
	3 富士川・松野地区等の文化財の活用	●	●	●
	4 須津川溪谷の活用	●	●	●
	5 湧水資源の活用	●	●	●
	6 市内のまつり等のPR	●	●	●
5 スポーツ交流の推進	1 官民で連携したスポーツイベント・スポーツ合宿の誘致	●	●	
	2 スポーツ施設の整備・活用	●		
	3 サイクルツーリズムの推進	●	●	
6 観光インフラの整備	1 観光スポットでの受入環境の向上	●		
	2 田子の浦港の賑わいづくり	●	●	●
	3 富士山に見える産業観光拠点の形成	●	●	
	4 主要な観光スポットへのアクセス向上	●	●	
	5 道の駅の計画的な施設改修と活用	●	●	
	6 ICTの活用	●	●	
	7 観光案内看板の整備等	●	●	
7 広域連携の強化	1 富士地域(富士市・富士宮市)の連携強化	●	●	
	2 静岡県および他市町村との連携	●	●	
	3 富士山静岡空港を活用した富士山の観光振興の推進	●	●	

2. 計画の進捗管理

本計画の進捗管理にあたっては、定期的に現状把握や問題解決の方向性検討を行いながらPDCAサイクルを展開するために、有識者や観光関係者等で組織する観光基本計画推進会議を設置しています。同会議におけるチェック体制により、計画の達成状況を着実に把握し、成果の明確化や事業の見直し等に努めながら、計画を推進していきます。