2024年11月1日開催 第2回第2次富士市観光基本計画策定会議 質疑応答・意見まとめ

	質問内容	回答	意見
1			STP [*] （S：セグメンテーション、T：ターゲティング、P：ポジショニング）設定の中で、人口的なセグメントではなく、富士市の調査結果から目的別にセグメントをしたということが非常に重要。記載のニーズを導き出したプロセスが分かる説明があると良い。
2	年齢や性別などデモグラフィック的なセグメンテーションが一般的だ。あえて目的というサイコグラフィック的なセグメンテーションをしていることの意味を伺いたい。それによって十分にすくい切れない部分のターゲティングにつながる不安がないだろうか。	当初STP設定の中で、ターゲティングの部分を持している3つではなく、より細分化し6つにしていた。計画の目標を施策に落とし込む際に、相互に関わる部分が大きいため、より大きな区分に変更し、各施策に広範囲に関わってくるような仕立てにしたもの。	人口的なニーズで設定するよりも、市の特性がより生かされるという意味合いでのセグメンテーションは好意的に思っている。ただ、本来セグメンテーションで分けたものの中から選ばれるのがターゲティングと考えると、この表記ではわからないので説明が必要。
3	ターゲティングの「日帰り観光客」の消費額はそれほど高くないので、KGIとつながらないのではないかと。「宿泊を伴う団体客」の定義もよくわからない。宿泊は個人客が圧倒的に多いと思う。ターゲティングとKGIの整理ができない。	ここでいう「宿泊を伴う団体客」というのは、スポーツ合宿や大会での宿泊者を指している。市内事業者へのヒアリングにおいて、観光客が自身の事業：物販・売り上げに関与しているというケースがまだまだ少ないという意見があった。そのため、本計画に記載することで、各分野の事業者が観光客を通じて消費額を上げていくことにより、KGIの増加につながっていくという考えに基づき設定したもの。	全体のつながりの中では言葉足らずな印象。宿泊であれば明確にターゲットを「スポーツ」としても良いのでは。日帰りの消費額が現状少ないのであれば、いかに滞在時間を増やすかという観点で施策につなげていければ良いのではないかと。
4	KGIに「富士市内総生産量の増加」とあるが、基準はどこになるのか。コロナ禍が基準になるのであれば、普通に考えて増加するものだと思う。	増加の基準点をいつに設定するのかは、改めて協議する。	
5			現状インバウンドの個人客が非常に増加しているので、そこに対するアプローチについて本計画でも表現してほしい。SとTについて明確に説明できるような形での書き換えも必要。
6			分析結果から課題を見出し、課題解決のために目標を立てているが、流れの説明が不足しているように感じた。最終的に個別の施策につながっていくが、あれもこれも、という印象を受ける。メリハリをつけて重点的なものを設ける方が分かりやすいと思う。
7	ポジショニングマップを設定したうえでの計画づくりも多いと思うが、富士市が他のまちと明らかに差別化できるものを見つけるといった発想もあると思うが、それをしなかった理由を伺いたい。	他地域のイメージ調査も行ったが、明確な違いを見出すことが難しいという判断をしたが、改めて検討したい。	

2024年11月1日開催 第2回第2次富士市観光基本計画策定会議 質疑応答・意見まとめ

8	KGIの設定について、観光・宿泊、飲食、サービス業に限定せず全ての経済活動が増加することを目標としているように捉えられる。観光による寄与度が必ずしも高くないようなところをゴールにするのは無理があるのではないか。	観光を通じて、様々な分野の産業事業者の発展につながることを実感していただくために、総生産をKGIに設定することで分かりやすくなるのではという考えによるもの。	観光に注力しても、他分野での取り組みが不十分なためにKGIが達成できないというのでは本末転倒なので、改めて検討してほしい。
9	施策に対してロジック的なところがないと、施策を並べただけのように見える。重点的な取り組みを表記することも必要ではないか。	施策の優先順位を示す方法もあると思うので、表記について検討する。	今までの施策を拡充するというやり方になりがちだが、今回明確になった課題を克服するための施策のポジションを明らかにすると良いのではないか。
10			「ターゲティング」と「ターゲット」という言葉が混在しているが、マーケティングの言葉遣いを再確認してほしい。
11	ターゲティングとして、「外国人観光客」という一例で本当に良いのか。欧米とアジアでは動向や好みが違うので、もう少し深掘りしても良いのではないか。「富士山の景観を目的に来訪する外国人観光客」という表現で十分なターゲット、セグメントになっているのか。	どこの国からどのくらいの人 coming いるかという数値はデータとして把握している。	出身だけではなく、旅の目的についても明確にしたうえでの分析が必要。
12			インバウンドの目的はほとんどが富士山。一方で外国人観光客向けの施策が提示されていないので、再考してほしい。
13	スポーツ交流について、市内には富士川緑地公園という素晴らしいスポーツ施設があるので、それを明記したほうが良い。あれだけの規模の施設は全国でも少ない。施策7のスポーツ合宿には旅館組合の名前も入れるべきではないか。	「富士川緑地公園」の文言は追記する方向で検討する。来年度から運営を予定しているスポーツコミッションには旅館組合さんも入っていただく予定。引き続き協力いただく方向性は変わらない。	
14	課題2の「自分ゴト化していない」ということを詳しく説明してほしい。	観光事業者への聞き取り調査において、観光客と接している事業者がそもそも少ないという現状が見えてきた。また、市への要望として、観光客の誘致より、自身の経済・産業が発展してほしい、との意見が多くあった。ご自身の事業と観光を結び付けて経済効果を実感していただくことを課題として設定したもの。	経済を観光客と市民で分ける必要があるのではないか。例えば静岡県はお茶の生産量日本一だが、お茶といえば京都の抹茶のイメージが強い。静岡県のお茶は生産量日本一ということを知る接点が少ないのでは。観光客も市民も接点を増やすことで、経済の循環がうまく仕組みとして確立できるのではないか。それは「自分ゴト化」するかどうかの問題ではないのではないか。課題2について見直しをお願いしたい。 富士のトイレトペーパーのシェアは非常に高いので、とても上質なトイレトペーパーが全ての観光施設に置かれるようになれば、接点が増えると思う。

2024年11月1日開催 第2回第2次富士市観光基本計画策定会議 質疑応答・意見まとめ

15			<p>施策の体系表をまとめるとわかりやすくなるのではないかな。</p> <p>連携施策と実施計画は別添とした方が良い。</p> <p>施策14について、吉原祇園祭という大きなイベントがあり多くの人が訪れるので、文章に含めてほしい。</p>
16	<p>既存イベントのブラッシュアップについての記載はあるか。相当程度の観光客や一定の賑わいが生まれている場所があれば、観光にとっても重要なコンテンツになると思うので、積極的に磨き上げるべきではないか。</p>	<p>現時点では、各施策に分かれている状態なので、施策に落とし込むように検討していく。</p>	
17	<p>課題2の3つのKPIについて、この数値目標をクリアすると「自分ゴト化」につながるのか。課題と目標にズレがある。</p>	<p>市内の回遊と他産業との連携をすることで、観光来訪者と様々な事業者との接点が増え、結果的に観光の「自分ゴト化」に繋がると考えた。KPIの設定に当たっては、交通拠点となる主要な駅や高速のICの利用が増えることで、市内での接点が増え、消費が増えるという考えに基づいている。</p>	<p>説明としては理解したが、より厳格な目標設定をお願いしたい。</p>
18	<p>来訪者の旅行消費額はどのように算出するのか。</p>	<p>これまでは調査を行えていなかったため、今年度実施している。今後も定期的に来訪者アンケートを実施し把握していきたいと考えている。</p>	<p>日帰り客と宿泊客の割合によっても数値は変わるので、意味のあるKPIになるレベルの調査を毎年行えないのであれば、KPIの再検討も必要。</p>
19	<p>KGIの設定がこれで良いのか。よくあるのは来訪者の満足度、入込客数、観光消費額など。観光交流客数と来訪者消費額がKPIで設定されており、経済活動別総生産がKGIというのが混在しているように感じる。</p> <p>このKGIのスケールで今後やっていけるのか。</p> <p>KPIは向上しているのにKGIが下がる状況が起こりかねない。</p>	<p>全体のロジックが説明できるのかを再確認し、KGIの設定、KPIの見直しを行っていく。</p>	
20	<p>施策26に移住者の記載があるが、観光が移住に繋がるといふ流れはどのくらいあるものなのか。</p>	<p>その土地のことを知ってもらう際に、観光がきっかけになることが多い。各地の特産物や産業・情報を通じて、自然・公園などの住み心地で関心が高まり、結果的に移住に繋がるような流れは、他地域の事例としてはある。</p>	<p>認知が増えると移住定住が増えるのか。観光に来た人に移住を進めることをやっていくならわかるが。観光と移住のセグメントは違うはずだがどう重なるのか。単純な認知拡大ということなら問題ない。</p>
21			<p>3つ目の課題のKPIについて、PV数やフォロー数だけでなくエンゲージメントも含めて認知度を測れるものを設定してもいいのでは。</p> <p>4つ目の課題のKPIに観光ボランティアガイドの会員数とあるが、必ずしもおもてなしに繋がるとも言い切れない。観光の実情としてはプロのガイドをお勧めしている。</p> <p>ボランティアガイドには限界があると思う。</p>
22			<p>タビマエの情報発信について、SNS以外でもテレビCMや県外の観光案内所での情報発信も必要ではないか。</p>

2024年11月1日開催 第2回第2次富士市観光基本計画策定会議 質疑応答・意見まとめ

23			<p>個別の施策の評価ではなく、目標に対して全体的につかむためのKPIなのかもしれないが、KPIの設定の意義をきちんと説明できるように。</p> <p>個別の施策のアウトプットが評価される項目もあっていいのでは。進行管理においては、アウトプットシートの作成も必要になると思う。</p>
24	<p>観光におけるトレンドやSDGs的な考えがどこかにあっても良いのではないか。ツールとしてのデジタル活用は挙げられているが、DXの活用などはどのように考えるか。</p>	<p>いただいた意見を参考に、計画に入れるか検討する。</p>	
25	<p>KPIの数値をどのように設定するのか。具体的な数値を提示すれば説得力がある。一つ一つの施策というよりも、重点項目を一つ設定しても良いと思う。</p>	<p>個別施策についての成果指標についてはどこまで導入可能なのか検討し、場合によっては施策の統合なども検討していく。</p>	