

第2次富士市観光基本計画【概要版】

基本コンセプト

富士山と駿河湾と人でつくる
特別な感動体験ができるまち



計画策定の背景と目的

本市では、観光全般に関する計画として、平成27年4月に「富士市観光基本計画」を策定し、基本コンセプトとして「世界遺産『富士山』を最大限活用した観光振興」を掲げ、約10年間様々な施策を展開してきました。

この間、外国人観光客の急増やソーシャルメディアを活用した情報発信の普及、多様性や持続可能性といった新しい概念が生まれました。

また、「新型コロナウイルス感染症の拡大」「国際的な情勢不安」「気候変動」といった世界的な危機は、人々の生活スタイルや意識にも変化をもたらしました。

現在は旅行需要が回復し、本市にも多くの観光客が戻ってきましたが、観光産業を取り巻く状況は、デジタル化や多様性、持続可能性への対応など、取り組むべき課題が山積しています。

このような状況の中、本市の観光を活性化させるためには、市民・事業者・行政が一体となって、同じ方向に向かって進んでいくことが重要です。

さらに、観光消費が多くの産業や市民生活に密接に関わっていることを皆で共有し、幅広い事業者や市民の協力を得ながら、観光振興に取り組む必要があります。

このような背景を踏まえて、次の時代に向けた観光振興の「さらなるステップアップ」を図るとともに「交流人口を拡大させ、地域経済の活性化に繋げる」ために本計画を策定します。

計画の位置づけ

2022年に策定した第六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「富士山とともに輝く未来を拓くまちふじ」を実現するための個別計画として位置づけます。

また、国の「観光立国推進基本計画」や「静岡県観光基本計画」との整合を図るとともに、本市の他分野（都市づくり、スポーツ、文化財など）の個別計画と連携して施策を展開します。

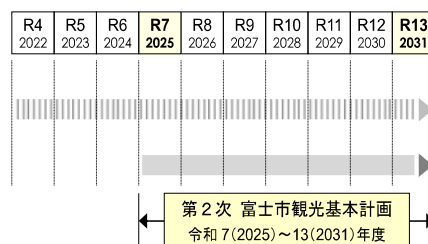
第2次富士市観光基本計画は、自然資源、歴史・文化資源、各種産業を観光資源として活用することで交流人口を拡大させ、地域経済の活性化につなげるための計画です。

計画の期間

計画期間は、市の最上位計画である「第六次富士市総合計画（2022～2031）」の計画期間に合わせるため、令和7（2025）年度から令和13年度（2031）年度までの7年間とします。

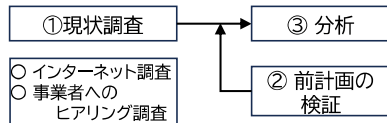
なお、令和10年度末において計画の見直しを行い、後期3カ年（令和11年度から令和13年度まで）の計画を策定する予定です。

第六次 富士市総合計画
(2022～2031)



第2次富士市観光基本計画の全体像

●こちらが「第2次富士市観光基本計画」のフレームワーク（全体の枠組み）になります。



図_課題の設定に向けた基本ステップ

① 現状調査

■ インターネット調査

- 本市のイメージは、「富士山がきれいに見える」イメージが強い。
- 観光客が求めるものは、「食を楽しむこと」「宿でのんびりすること」「絶景を楽しむこと」

■ 事業者へのヒアリング調査

- 本市の観光資源において良い部分・誇れるものと感じるものについて上位3位は、「田子の浦しらす」「毘沙門天大祭」「道の駅 富士川楽座」
- 観光に求めるものは、「施設・交通環境の整備」「賑わいの創出」「市のプロモーション・認知度の拡大」

② 前計画の検証

- 目標「富士市観光交流客数750万人」に対して、令和5年度時点で約673万人（目標比約90%）
- 各施策については、コロナ禍の影響を大きく受けたものの、終息後の数値は感染拡大前を上回り増加傾向を示している。
- 基本コンセプト『世界遺産「富士山」を最大限活用した観光振興』のもと、7つの施策・34の事業を策定し、全ての事業を実施して観光振興に繋げることができた。
- 実施した施策の中で、課題や改善点が見つかり、継続実施を行うものは本計画にて施策内容に反映させていく。

③ 分析

- 本市の特性を内的要因の「強み」「弱み」、社会経済情勢などの外的要因による「機会」「脅威」の4つに分類した。
- 4つに分類した本市の内的要因と外的要因の特性を組み合わせ分析を行った。

将来のまちの姿

問題点①

全ての観光客に対して、「富士市といえば、富士山がきれに見える」ことが訴求できていないこと。

第2次富士市観光基本計画の全体像

ロジックツリー

理念

基本コンセプト

課題

視点

POINT

目標

数値指標

目標達成に向けた施策

【理念】

“観光”を「人と人が繋がりが、新たな価値や魅力を創造するもの」と位置づけます。

課題①

国内外全ての観光客に対し、ターゲットとニーズを明確にし、富士山の魅力を最大限に活用した観光事業を展開すること。

視点1

活かす！ POINT 戦略性

目標①

富士山の景観・眺望を活用した観光施策の戦略的な展開

数値目標①

- 富士山登山ルート3776訪問者数・ウェブサイトのPV数
- 写真コンテストの応募作品数・入賞作品の貸出点数

施策 1

富士山ビュースポットの活用

施策 2

富士山登山ルート3776のプロモーション強化

施策 3

富士山を活用した写真コンテストの継続

施策 4

富士山の眺望と文化を活用した誘客

施策 5

富士山と田子の浦港のコラボレーション

施策 6

外国人観光客に向けた富士山コンテンツの開発

…富士山の魅力が最大限に活用され、観光交流が進むまち（第六次富士市総合計画）

将来のまちの姿と現状のギャップ

問題点②

観光客の消費が、地域経済の活性化に繋がっていないこと。

問題点③

本市へわざわざ訪れたい特別な体験ができる場所が少ないこと。

問題点④

観光データの活用と観光プロモーションが十分できていないこと。

【基本コンセプト】

富士山と駿河湾と人でつくる特別な感動体験ができるまち

【基本方針】

観光を軸に、市内の事業者と連携しながら、国内外から人々が集まる機会を創出し、賑わいと交流を生む魅力づくりに取り組みます。

課題②

既存の観光資源を磨き上げ、組み合わせることで、市内の観光滞在時間・観光消費額を増加させること。

視点2

磨く！ POINT 持続性

目標②

観光資源としての既存ストック（地域資源）の磨き上げ

数値目標②

- 4大まつりの来訪者数
- 観光レクリエーション客数
- 宿泊客数

施策 7

四季を通じた自然や花、公園、山・川の魅力活用

施策 8

テーマ性のある観光拠点エリアへの誘客促進

施策 9

史跡の活用と伝統的な行事の継承と発展

施策 10

特産品を活用したメニュー・コンテンツの開発

施策 11

工業（製紙業）・商業（商店街）との連携

施策 12

農業・漁業・林業（一次産業）との連携

交通インフラの保全・活用

課題③

観光の起点となる「観光交流拠点」を市内に設定し、回遊性を高めるとともに、様々な事業者との連携による、本市の特性を活かした新たな観光コンテンツを開発し、賑わいを創出すること。

視点3

開く！ POINT 獨創性

目標③

「富士市ならではの」コンテンツ開発と回遊性を高める仕掛けづくり

数値目標③

- 観光案内所の利用回数
- レンタサイクルの貸出回数
- 新規スポーツ大会・合宿の誘致件数

施策 13

観光スポットの拠点化の推進

施策 14

テーマ性のある観光拠点エリアへの誘客促進

施策 15

観光スポットをめぐる戦略的な仕掛けづくり

施策 16

スポーツツーリズムの推進

施策 17

ドラマや映画などが撮影されたロケ地の活用

施策 18

観光を軸とした事業者間連携の強化

課題④

観光に関するデータの集計・分析を行うことでニーズやトレンドを把握するとともに、観光客の利便性や満足度を高めるための観光インフラの整備及び人材育成による組織力強化を推進すること。

視点4

育てる！ POINT 生産性

目標④

観光データの集計・分析による観光DXの推進と地域一体で育む組織力強化

数値目標④

- 富士山観光交流ビューローウェブサイトの年間PV数
- 来訪者アンケート調査の満足度指数

施策 19

定量的な観光データの収集・分析機能の強化

施策 20

観光客受入れ機能の強化

施策 21

観光客への“おもてなし”の向上のための人材育成

施策 22

タビエ・タビナカ・タビアトを意識したプロモーション

施策 23

外国人観光客への情報発信とオーバーツーリズム対策

施策 24

環富士山エリアにおける広域観光行政の推進

計画の評価指標

計画全体の将来目標(KGI)と、各施策の取組によりもたらされる「数値目標」を4つの目標ごとに設定し、計画期間の令和13年度末までの達成を目指します。

将来目標(KGI)

※ KGI(Key Goal Indicator)=目標達成指標

富士市 宿泊・飲食サービス業売上額 令和13年度：42,730百万円

【基準値】令和5年度：34,744百万円（推計値）

数値目標

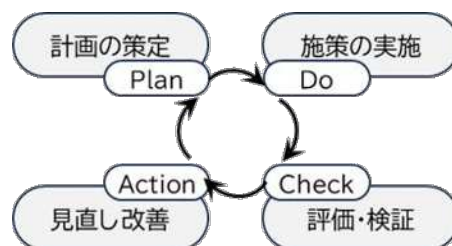
目標項目		基準値		目標値		
目標①	富士山の景観・眺望を活用した観光施策の戦略的な展開					
	富士山登山ルート3776訪問者数	令和4年	25,000人	令和13年	40,000人	
	富士山登山ルート3776ウェブサイトPV数		34,800PV		60,000PV	
	写真コンテストの応募作品数	令和5年	3,665点		4,000点	
	写真コンテストの入賞作品の貸出点数		217点		250点	
目標②	観光資源としての既存ストック(地域資源)の磨き上げ					
	4大まつりの来訪者数	令和5年	524,500人	令和13年	550,000人	
	観光レクリエーション客数		6,070,893人		6,100,000人	
	宿泊客数		657,454人		700,000人	
目標③	「富士市ならではの」コンテンツ開発と周遊性を高める仕掛けづくり					
	観光案内所の利用者数	令和5年	29,639人	令和13年	32,000人	
	レンタサイクルの貸出回数		1,972回		2,500回	
	新規スポーツ大会の誘致件数		0件		7件	
	新規スポーツ合宿の誘致件数		0件		15件	
目標④	観光データの集計・分析による観光DXの推進と地域一体で育む組織力強化					
	富士山観光交流ビューローウェブサイトの年間PV数	令和5年	346,000PV	令和13年	500,000PV	
	来訪者アンケート調査の満足度指数		現在調査中		調査結果を基に策定予定	

※ 富士山登山ルート3776に関しては、令和5年度のみウェブ広告の配信を実施し数値が大幅に上昇しているため、令和4年度を基準としました

計画の進行管理

観光基本計画の各目標達成に向け、関係者連携のネットワークを形成し、市民・事業者・行政が「三位一体」となって、着実に計画を推進していくため、「富士市観光基本計画推進会議」において、定期的に施策の進捗状況の報告を行い、PDCAサイクルによる評価・確認を行います。

また、国内外の社会・経済情勢の変化などがあった場合は、同会議において協議し、状況を踏まえて必要に応じて見直しを行います。



【PDCAサイクルのイメージ】