

富士山麓環境共生事業について

産業交流部 産業政策課

1 募集及び選定

(1) 募集及び選定の方法

本市が発注する富士山麓環境共生事業に係る運営事業者を選定するにあたっては、「富士山麓の環境保全と共生ビジョン」等の内容を十分に理解し、実現性や継続性に優れた提案であることに加え、賑わい創出できること、さらに市民や市内事業者等との連携を通じて地域貢献につながる事業提案を提出した事業者の中から選定する必要がある。

このことを踏まえ、広く事業提案者を募集し、提案内容や事業実績、適性等を総合的に判断して、本事業に最もふさわしい事業者を選定するため、公募型プロポーザルを実施した。

公募型プロポーザル方式による評価および選定にあたっては、「富士山麓環境共生事業に係る公募型プロポーザル審査委員会」（以下「審査委員会」という。）を設置し、公平かつ公正な評価を行ったうえで、優先交渉権者を決定した。

(2) 募集の内容

公 募 要 領 の 公 表	令和6年11月1日（金）
参 加 申 込 受 付 期 間	令和7年2月17日（月）～3月3日（月）
事 業 提 案 受 付 期 間	令和7年4月7日（月）～5月1日（木）
主 な 提 案 条 件	・ビジョンに即した自然を活かし、多くの人が訪れる交流の場とすること。 ・貸付期間：20年以上 ・貸付面積：10ha以上（最大約22ha） ・貸付料：年193,000円/ha以上

(3) 審査委員会（審査委員：8名）

富士市プロポーザル方式の実施に関するガイドライン及び富士市附属機関条例に従い、学識経験者（2名）、大淵地区住民代表（3名）、市職員（3名）の8名で構成する審査委員会により、総合的に評価し、優先交渉権者を選定した。

(4) 審査基準（200点満点）

	評価項目	配点
事業計画	○全体コンセプト ○新たな魅力創出（集客力） ○施設整備計画 ○地域貢献 ○運営管理計画 ○事業スケジュール	138
事業収支	○資金計画	12
事業実績	（評価方法）同様または類似の事業実績	10
外部評価	（評価方法）外部機関による企業診断	40

(5) 応募の経過

参 加 申 込 者 数	8社（市内2社、県外6社）
事 業 提 案 提 出 者 数	5社（市内2社、県外3社）
主 な 事 業 提 案 内 容	・キャンプ場、グランピング、温浴施設（サウナ）、 ドッグラン、マルシェ、カフェ など

2 選定の結果

提案内容の審査にあたっては、事前に審査委員による書類確認を行ったうえで、本年6月3日に事業提案者によるプレゼンテーションおよび質疑応答を実施し、「事業計画」、「事業収支」、「事業実績」について総合的に審査した。その結果、キャンプ場を基盤としたデジタル技術を活用した独自のコンテンツや、学校・企業向けの先進的な研修プログラムなどが高く評価され、下記事業者を優先交渉権者として選定した。

(1) 優先交渉権者

優先交渉権者	株式会社 NTT Landscape	東京都
--------	--------------------	-----

(2) 優先交渉権者による事業概要

事業概要	第1の柱：自然との共生 富士山を背景とした眺望環境と地形の特徴を活かし、ビオトープなどを配置した自然共生ガーデンを構築。また、キャンプ場は 137 区画のサイトを整備し、全サイトをオートキャンプ対応とすることで、子ども連れのファミリーから体が不自由の方にも利用しやすい場所を提供。
	第2の柱：地域との連携 丸火自然公園や富士山こどもの国等の周辺施設との相互送客や地域の環境アドバイザーによる環境教育の提供を実施。また、地場製品の P R ・販売、市内の観光施設や飲食店との周遊促進などを通じて市の魅力を発言し、地域経済の活性化に貢献する。
	第3の柱：次世代の学び・遊び 生徒を対象とした探求学習や企業を対象としたチームビルディング研修を実施。また、デジタルアートやe スポーツ、ドローン体験などデジタル関連事業の展示・体験スペースを構築。また、A R グラスを用いた災害疑似探検を含む防災キャンプやe スポーツイベントを開催する。
	貸付期間 20年間
	貸付面積 約22ha（貸付箇所すべて）
貸付料	年195,000円/ha （貸付料：195,000円×22ha＝4,290,000円/年）
集客目標	年間利用者数：76,000人 （キャンプ以外の利用者（立寄り客や学校・企業研修者）を含める。）

(3) 今後の予定



【参考】全体マップ

NTT Landscapeによる事業概要



【参考】NTTグループが提供実績を持つ多様で魅力的なサービス

	サービス概要	提供実績等
企業向け チームビルディング 研修	●チームで協力するための思考法や個人のコミュニケーション能力を強化する研修 ●座学に加えて、屋外で身体を動かす体験を通じて学びを提供することが特徴 ●旧クラブハウスや屋外のフィールドを活用予定	●NTT Landscapeが提供 ●1,500社・60,000人への提供実績 ●JTBと販売連携を行っているため、全国の企業・学校の誘引が可能
デジタル展示・体験 施設	●デジタルアートやeスポーツ、ドローン操縦体験、生成AIなどのNTTグループが展開している新たなデジタル関連事業の展示・他県スペース（仮称：Tech Play Field） ●旧クラブハウスやカート置き場を活用予定	●NTT東日本が類似の展示・体験施設であるNTT e-City Laboを東京都調布市で運営 ●累計来場者は2,400団体※、25,000人 ※500自治体、1,300企業、600団体
スマート チェックイン	●宿泊チェックイン・アウトを自動で行い受付の待ち時間を大幅に削減できるアプリ ●旧クラブハウス（受付）で活用予定	●NTT Landscapeが開発 ●68のキャンプ場が導入済み、12万人がアプリをダウンロード
デジタルアート	●歴史的価値の高い絵画を最先端の高精細複製技術を用いてデジタル化 ●富嶽三十六景のデジタル作品を展示することで、デジタルと実物の富士山の双方を楽しめる特別な体験を提供	●NTT Art Technologyが提供 ●成田空港で「デジタル×葛飾北斎展」を実施千葉市美術館や秋葉原UDX等多数で展示
スマートストア	●24時間無人で店舗運営を可能とするピックスルーアプリを活用した売店 ●キャンプで利用する炭や薪等に加え、富士市の地場産品やお土産等を販売予定 ●旧クラブハウスを活用予定	●テルウェル東日本（NTT東日本グループ）が提供 ●NTT東日本の本社をはじめとしたオフィスビルの売店や食堂を中心に100施設以上に導入済み
探求学習	●NTTグループが持つ地域における課題解決やデジタル技術に関する知見を活かし、生徒・学生に実践的な学びの場を提供する探究学習プログラム ●屋外のフィールドなどを活用予定	●NTT東日本が提供 ●2025年3月にNTT東日本と河合塾の間で連携協定を締結 ●北海道幕別町で中学生に対し3拍4日の食農体験の実証を実施
eスポーツ イベント	●子どもから高齢者までが手軽に参加できるゲームコンテンツを準備し、幅広い世代の交流を促進するイベント ●旧クラブハウスを活用予定	●NTT e-Sportsが提供 ●東京都立川市で地域交流を目的としたeスポーツイベントを開催（来場者2,000人、Web視聴者10,500人）eスポーツの競技人口は国内360万人、全世界1億人
防災キッズ キャンプ	●ARグラスを用いた災害疑似体験を通して、親と子どもに発災時に適切な行動を促す知識や能力を養うコンテンツ ●旧クラブハウスや屋外のフィールドを活用予定	●NTT Landscapeが提供 ●長野県須坂氏で6歳～15歳を対象に本プログラムを実施済み。アンケートで90%が「体験した価値があった」と回答