

富山県観光振興戦略プラン

パノラマ
キトキト
富山に
来られ



平成22年3月

富山県観光振興戦略プラン

目次

1	はじめに	1
	(1) プラン策定の経緯及び趣旨	
	(2) プランの位置付け	
	(3) 計画期間	
2	本県観光の現状と課題	3
	(1) 観光を取り巻く環境	
	(2) 富山県観光の現状	
	(3) 富山県観光の課題	
3	富山県観光の目指すべき方向と目標	10
	(1) 基本方針	
	(2) 目標	
4	施策の方向と重点的に取り組むべき事項	
	(1) 富山らしい魅力創出	12
	① 地域資源の発掘と観光資源のブラッシュアップ	
	② 食のブランド化と高付加価値化	
	③ 個人観光客の多様なニーズに合わせた観光商品の開発	
	④ 県内周遊の促進、近隣県を含む広域ルートの開発	
	⑤ 冬季の魅力創出と通年観光	
	(2) 戦略的なPR	16
	① 大都市圏等に向けた戦略的な情報発信	
	② 多様な個人客に向けた的確な情報発信	
	③ メディアの活用・連携	
	④ 官民一体、近隣県と連携したPRの推進	
	(3) 官民一体、県民こぞってのおもてなし環境の整備	18
	① 地域の観光を支える人づくり	
	② 観光産業及び周辺産業の振興・連携	
	③ 県民の意識醸成	
	④ 受入環境の整備	
	⑤ 二次交通の確保・利便性向上	
	(4) 国際観光の推進	22
	① 東アジアからのリピーター確保、通年の魅力発信	
	② 新規市場に向けた効果的な情報発信	
	③ 個人対応の情報発信と受入体制の整備	

(5) コンベンションの誘致促進	24
① コンベンション開催環境の周知と営業活動の強化	
② コンベンション開催に向けた支援の充実	
③ アフターコンベンション等の充実	
5 プランの推進体制等	
(1) プランの推進体制	26
① 役割分担	
② 県観光連盟の推進体制	
(2) 広域観光の推進	27
① 観光圏	
② テーマによる連携	
③ その他の広域連携	
(3) 観光統計の分析・施策の活用	29
(4) フォローアップ	29
6 資料	
(1) 富山県観光振興戦略プランの構成	30
(2) 富山県観光振興戦略プランに掲げる目標値	31
7 参考資料	
(1) 富山県観光振興戦略プラン策定の経緯	32
(2) 元気とやま観光振興条例	33
(3) 富山県観光振興戦略プラン策定会議設置要綱	36
(4) 富山県観光振興戦略プラン策定会議委員名簿	38
(5) 富山県観光振興戦略プラン策定準備ワーキングチーム設置要綱	39

1 はじめに

(1) プラン策定の経緯及び趣旨

少子高齢化の進展等により、人口が減少する中で、地域の活力を維持・発展させるには、交流人口の拡大が大切である。観光は、交流人口の拡大に大きな効果をもたらすとともに、商工業、農林水産業など幅広い分野の地域経済へ波及効果をもたらす総合的な産業として、その重要性が高まっている。

国においては、観光立国推進基本法（平成18年法律第117号）の制定や観光庁の設置（平成20年10月）、ビジット・ジャパン・キャンペーン（VJC）等、観光振興に積極的に取り組んでいる他、平成21年12月30日に閣議決定された「新成長戦略（基本方針）」においても、観光を「地域経済の活性化や雇用の増大の切り札である」として、新しい成長戦略の柱の一つとして位置付けている。

本県においては、平成20年7月5日に東海北陸自動車道が全線開通した他、平成26年度の北陸新幹線開業を控え、観光客の誘客のための条件が充実しつつある。観光振興により交流人口が拡大することは、経済のみならず地域の活性化や文化の振興に寄与することにつながり、ひいては「元気とやま」の創造に大きく貢献するものである。

こうした中、県では、観光振興と地域の魅力づくりを一体的に進めるため、平成20年4月に観光・地域振興局を設置して組織の充実を図るとともに、同年を「観光振興元年」と位置づけ、積極的な取組を行ってきている。

一方、平成20年12月富山県議会定例会において、議員提案による「元気とやま観光振興条例」が制定されたところである。県では、県民・事業者・民間団体・市町村・県が一体となって、本県の観光の目指すべき姿を定め、その実現に向けて、総合的かつ戦略的な推進を図るためのプランを策定するため、平成20年9月に、富山県観光振興戦略プラン策定会議を設置し、これまで6回にわたり、同策定会議を開催し、委員の方々にプラン内容について、ご意見・ご議論をいただいたところある。

またこの間、市町村、市町村観光協会、観光事業者、商工団体、民間事業者等との意見交換会やアンケート調査等を通じていただいたご意見やご提言をできる限りプランに反映したところである。これらを踏まえ、この度、富山県観光振興戦略プランを作成することとなった。

(2) プランの位置付け

このプランは、「元気とやま観光振興条例」第7条に基づき、観光の振興を総合的かつ戦略的に推進するための基本計画とする。

○「元気とやま観光振興条例」(抜粋)

(観光の振興に関する基本計画)

第7条 知事は、観光の振興を総合的かつ戦略的に推進するための基本となる計画(以下「基本計画」という。)を定めるものとする。

2 基本計画は、次に掲げる事項について定めるものとする。

- (1) 観光の振興に関する目標及び基本方針
- (2) 観光の振興に関する施策の基本となる事項
- (3) 観光の振興を推進するための体制の整備に関する事項
- (4) その他観光の振興を総合的かつ戦略的に推進するために必要な事項

3 知事は、基本計画を定めるに当たっては、あらかじめ、市町村、事業者、民間団体その他観光に関し識見を有する者の意見を聴くとともに、基本計画の案を公表し、広く県民の意見を求めなければならない。

4 知事は、基本計画を定めたときは、遅滞なく、これを公表しなければならない。

5 前2項の規定は、基本計画の変更について準用する。

(3) 計画期間

この計画期間は、北陸新幹線の開通をにらんで、平成22年度から平成26年度までの5年間とする。

2 本県観光の現状と課題

(1) 観光を取り巻く環境

観光を取り巻く環境は、近年大きく変化しており、旅行形態が団体旅行から個人旅行にシフトするとともに、旅行ニーズについても、個人の趣味や年齢等を反映し、高度化・多様化が進展している。旅行の手配手段については、インターネット予約が増加する等、IT化の進展等により大きく変化するとともに、高速交通網の整備に伴い、観光客が周遊するルートも広域化する傾向にあり、選ばれる観光地となるための地域間競争が激しくなっている。

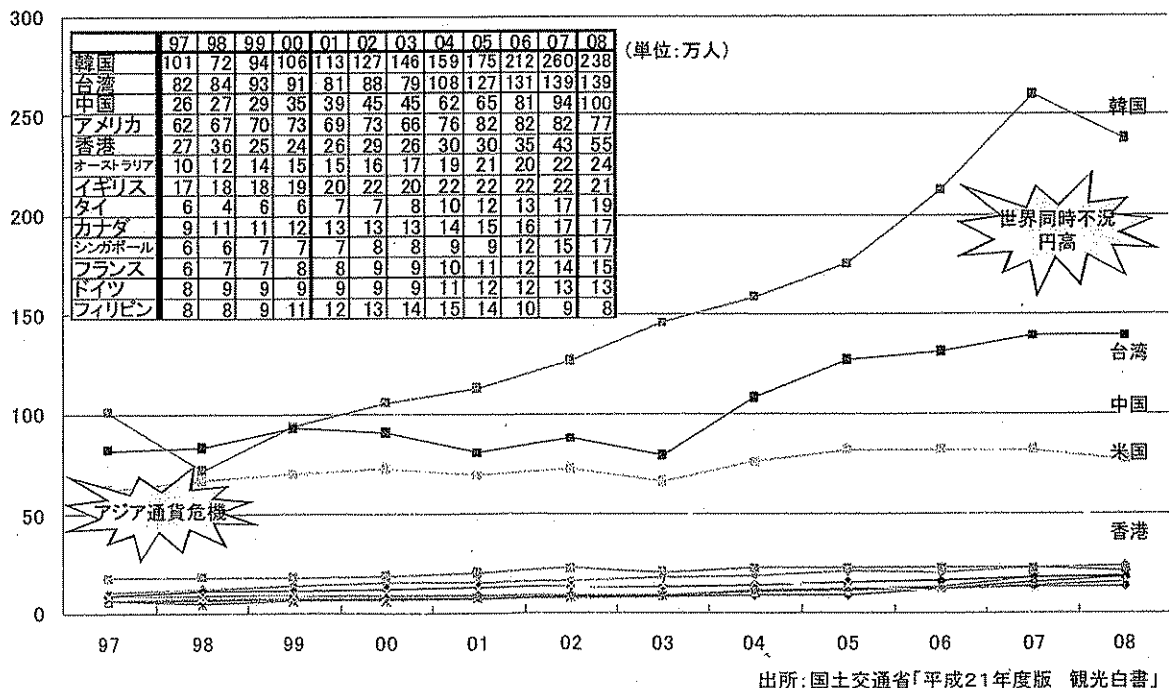
また、日本を訪れる外国人観光客は、国・地方を挙げた誘客の取組により、近年、大幅に伸びている他、個人観光客が増加しつつある。

(表1：旅行形態の状況)

(単位：%)

旅行形態	市場区分	国内旅行 (2008年)	海外旅行 (2006~2008年)
		個人旅行	90.3
団体旅行	観光レクリエーション旅行	8.0	11.4
	帰省や家事のための旅行		
	出張や業務旅行		
その他の旅行	組織が募集する団体旅行	1.7	1.9
	会社がらみの団体旅行		

(表2：訪日外国人旅行者数の推移)



(2) 富山県観光の現状

①富山県への観光入込客数の状況

富山県の観光入込客数は、景気変動等の影響を受けつつも、平成17年を底に増加しつつある。平成20年の東海北陸自動車道全線開通、高速道路料金のETC割引の実施、本県を舞台としたテレビドラマや映画の効果、それらを活かした観光PR等、積極的な観光PR等もあり、平成21年においても上期は増加したが、下期については減少となっており、年間を通しては微増(+0.6%)となっている。

【富山県の観光客入込数の推移】

(単位：千人)

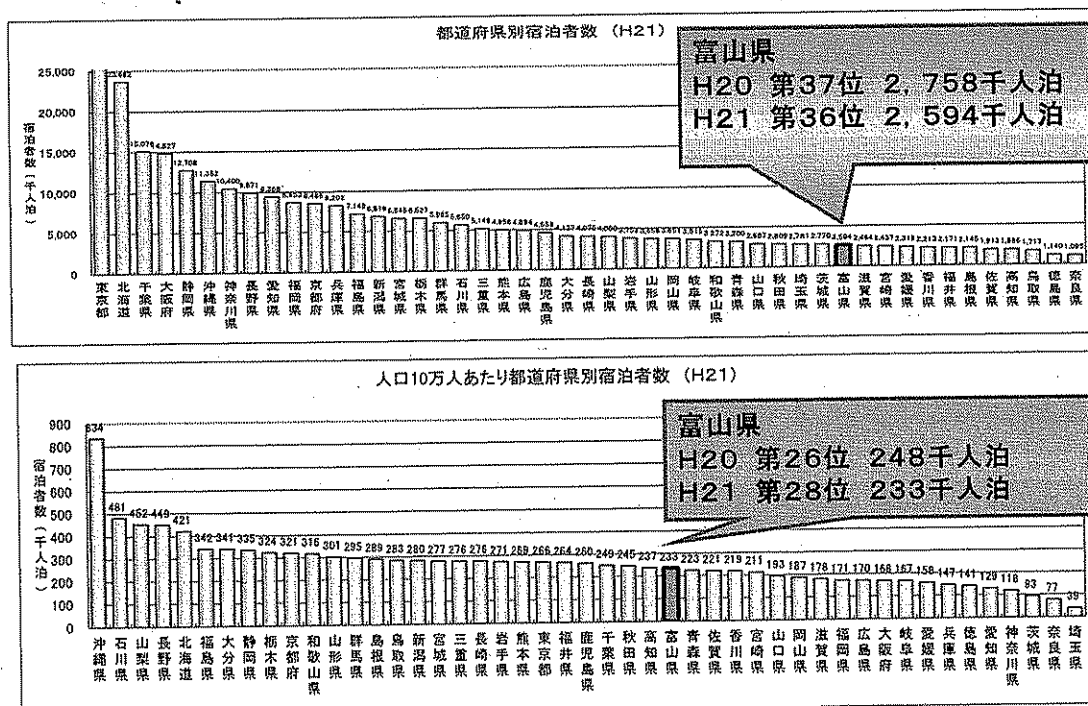
年	H15	H16	H17	H18	H19	H20	H21
延べ人数	27,774	27,054	25,955	26,811	28,048	29,229	29,393
実数推計	—	—	—	16,189	16,921	17,484	17,733

※H21は速報値

宿泊者数は、平成20年の調査によると年間約276万人泊で全国37位、人口当たりでは26位となっている。(図1)

平成21年に入ってから、景気後退の本格化、新型インフルエンザ等により、本県、全国ともに減少している。

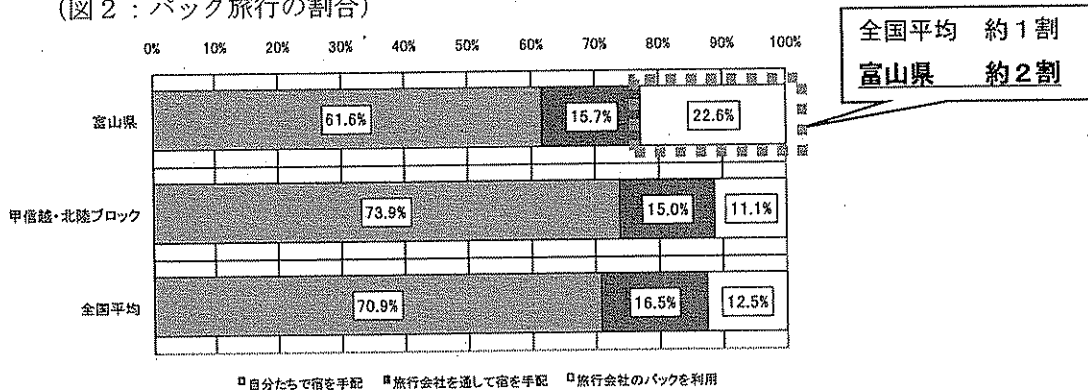
(図1：都道府県別宿泊者数)



出所：国土交通省 観光庁 平成21年宿泊旅行統計調査(従業者数10人以上の宿泊施設を対象。宿泊目的を問わず。)

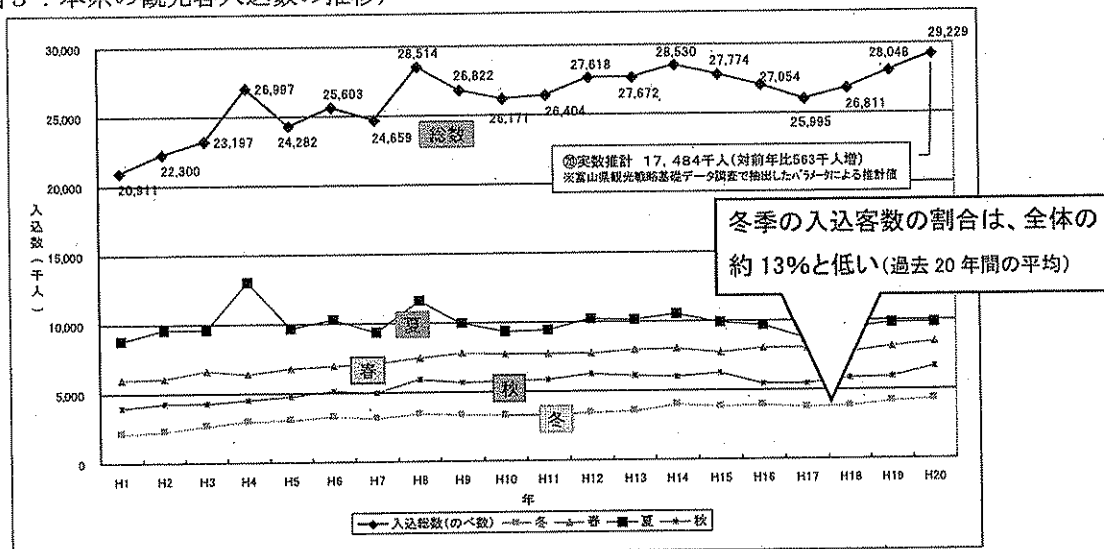
富山県への宿泊者の特徴としては、他県に比して団体客が多いこと、冬期の観光客の割合が少ないことがあげられる。また、50歳代以上が全体の6割を占めている。なお、リピーター客の割合は、7割以上となっていることがあげられる。(図2～5)

(図2：パック旅行の割合)



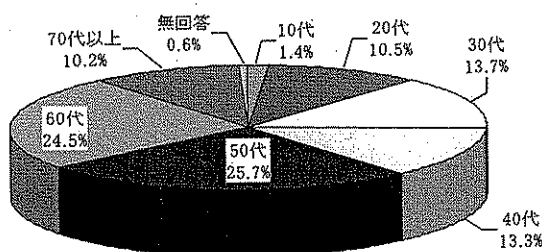
(出所:じゃらん宿泊旅行調査 2009)

(図3：本県の観光客入込数の推移)



(出所:富山県観光入込数調査(推計))

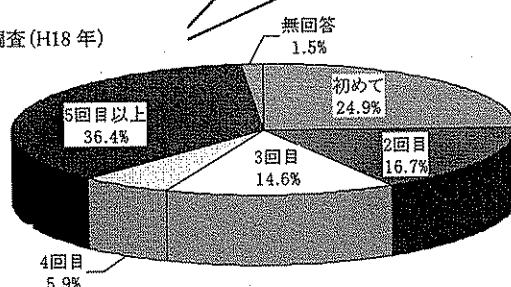
(図4：富山県への旅行者の年齢構成)



(出所:富山県観光戦略基礎データ調査(H18年))

50代以上が全体の60%以上

リピーター客が全体の70%以上

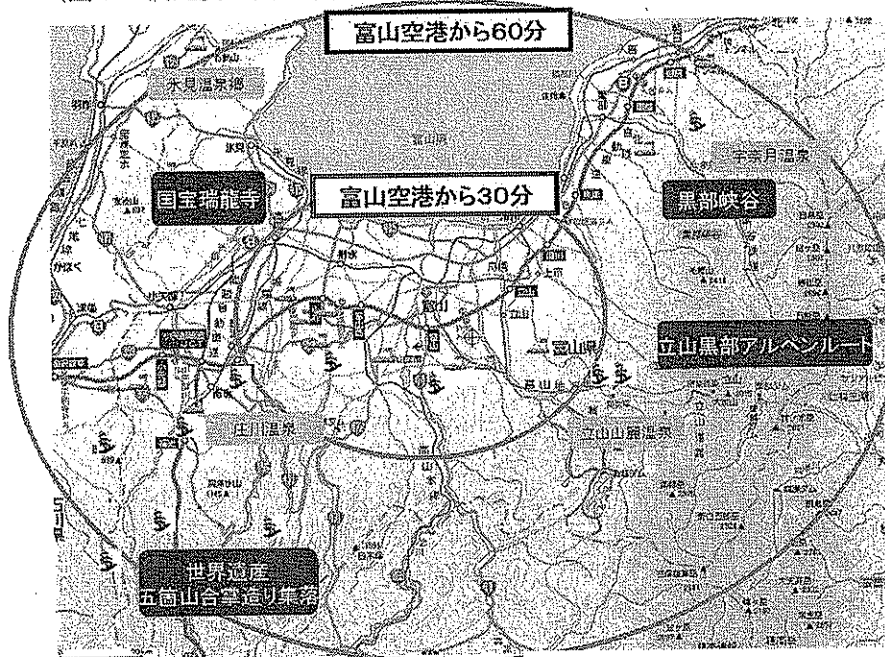


(図5：富山県への旅行回数)

②観光資源の状況

観光資源の面では、自然・文化遺産・食等の魅力がコンパクトな域内に集積している他、美術館等の水準が高く観光資源となりうるものや、自然や食を中心に、認知度が低いが行きたくなる資源が数多くある。(図6、7)

(図6：満足度の高い観光資源が集積)



(出所：富山県観光戦略基礎データ調査(H18年))

(図7：認知度と関心度の調査結果)

(単位：%)

項目	富山県の観光地に関して以下の事をご存知ですか? ①	富山県の観光地に関して以下の事への関心度をお聞きます。 ②	ギャップ (②-①)
称名滝(落差日本一)	29.4	67.9	38.5
すし(街中に多く、回転寿司も美味しい)	51.0	84.6	33.6
氷見フィッシャーマンズワーフ海鮮館 (新鮮な魚介類が誰でも購入できる)	31.1	61.2	30.1
富山湾(水深1000m以上)	40.0	68.5	28.5
シロエビ(「富山湾の宝石」)	46.0	73.6	27.6
海越しの立山(日本でここだけ)	45.2	72.2	27.0
ほたるいか海上観光 (青白く発光する「ほたるいか」魚が見られる)	52.7	67.0	14.3
五箇山の合掌造り集落 (世界遺産の民宿に宿泊できる)	54.5	67.3	12.8

出所：富山県GAP調査(平成20年)

③富山県の知名度、満足度等の状況

知名度については、全国的な知名度を有する観光資源はあるものの、県としての知名度は全国中位となっている。

一方、本県を訪れた人の満足度については全国29位となっており、また、平均滞在日数は全国平均とほぼ同水準となっている。

○民間調査会社による富山県への訪問意向、今後の来訪意向の結果

第23位 (株)日経リサーチ「地域ブランド戦略サーベイ」調査 (H18)

第28位 (株)リクルート「じゃらん宿泊旅行調査2009」

○民間調査会社による富山県への来訪者の満足度の結果

第29位 (株)リクルート「じゃらん宿泊旅行調査2009」

④交通アクセスの状況

首都圏とは、空路で1時間で結ばれている他、JRや高速道路でも東京、大阪、名古屋から3時間（高速道路では3時間から5時間）で結ばれている。平成26年度末までには、北陸新幹線が開業し、東京とは2時間で結ばれることとなり、利便性が飛躍的に向上することが期待されている。

また、JR富山駅から車で約15分の位置にある富山空港は、ソウル、大連、上海及びウラジオストクと、地方空港としては全国トップレベルの4つの国際定期便が就航している他、ウラジオストクとの間には、貨客船による定期航路も就航しており、近隣県の観光のゲートウェイともなっている。

県内交通についても、JR4路線、富山地方鉄道、路面電車（富山市内線、万葉線、富山ライトレール）が網目状に各地を結んでいる他、黒部峡谷鉄道や立山黒部アルペンルートは、交通機関そのものが、大きな観光資源となっている。

一方、鉄道やバス路線の中には、運行本数が少ないところもある他、公共交通機関から離れている観光地も多く、観光の形態が個人旅行主体となる中で、二次交通の面では県内を周遊・滞在できる体制が不十分となっている。

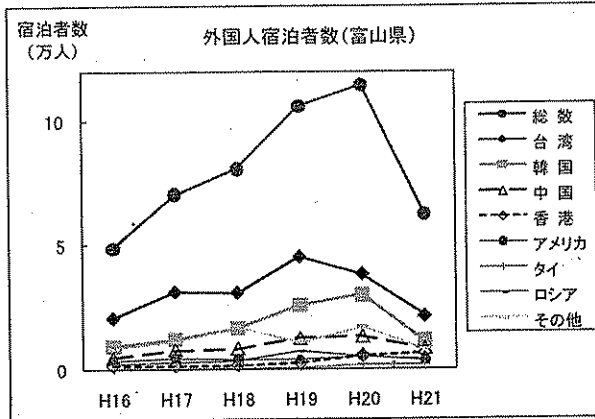
⑤外国人観光客の状況

外国人観光客については、平成15年から20年までの5年間で台湾・韓国等東アジアを中心に観光客数、宿泊者数ともに全国を大きく上回る伸びを示したものの、平成21年は、世界同時不況や円高の進行、新型インフルエンザの世界的な流行を受け、大幅に減少している。（立山黒部アルペンルートの団体外国人観光客数 H15：23,731人⇒H20：127,774人(5.4倍)、H21年 68,517人）。

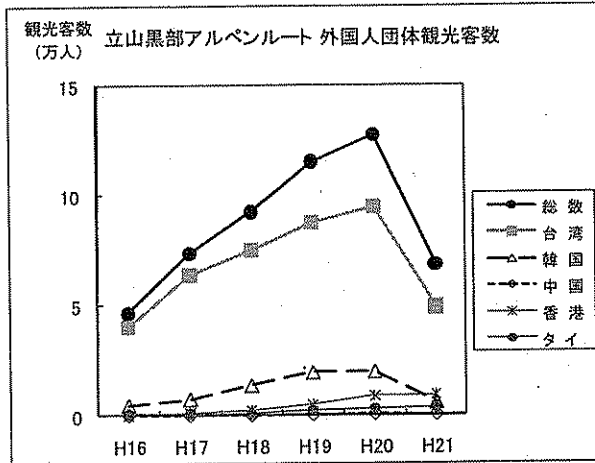
また、国別にみると、欧米、豪州、ロシア等での本県の認知度は低く、観光客数は少数にとどまっている。

今後、中国をはじめとするアジアやロシア等では、急速な経済成長による富裕層の増加に伴って、海外旅行需要が拡大しており、こうした地域や海外旅行人口の多い欧米、豪州等の地域からの観光客の取込みが今後の国際観光の持続的な発展の鍵を握っている。

(図8：富山県の外国人宿泊者の推移と立山黒部アルペンルートの観光客数)



	H16	H17	H18	H19	H20	H21	H21/H16比
総数	48,578	70,390	80,715	105,874	114,314	62,441	129%
台湾	20,580	31,192	30,842	45,120	38,190	21,285	103%
韓国	9,086	11,763	16,429	25,317	29,722	11,037	121%
中国	4,352	7,608	8,103	12,210	13,017	7,932	182%
香港	1,137	947	1,316	1,995	5,086	6,044	532%
アメリカ	3,324	4,522	3,929	3,519	4,976	3,567	107%
タイ	164	550	295	512	1,633	1,354	826%
ロシア	1,857	2,680	2,932	6,977	4,817	3,356	181%
その他	8,078	11,128	16,869	10,224	16,863	7,866	97%



	H16	H17	H18	H19	H20	H21	H21/H16比
総数	46,391	73,726	92,511	115,382	127,774	68,517	148%
台湾	40,269	64,024	75,216	87,469	94,565	49,042	122%
韓国	4,855	7,451	13,644	19,540	19,908	5,913	122%
中国	108	92	65	246	552	294	272%
香港	84	1,150	2,406	4,949	8,680	9,043	10765%
タイ	779	579	732	2,285	2,971	3,447	442%
その他	296	430	448	893	1,098	778	263%

⑥コンベンション誘致の状況

近年の開催件数や参加者数は、着実に伸びてきているが、県内の会議施設や宿泊施設等の充実度を考慮すると、大規模な全国大会や国際会議等、より多くのコンベンションの開催が期待される場所である。

コンベンションは、一度に数百人から数千人の県外者が県内に2泊程度滞在する経済効果の高い観光形態であるとともに、開催地のイメージアップや学術・文化の振興等、社会的にも大きな効果もあり、今後更なる開催の拡大が望まれている。併せて、コンベンション参加者や同伴家族が、気持ち良い時間を過ごすことができ、中心市街地や観光地の活性化にも資する、アフターコンベンションの充実が求められている。

【富山県のコンベンション参加者数の推移】

年度	H15	H16	H17	H18	H19	H20	H21
参加人数(人)	42,584	37,021	35,123	54,465	60,470	68,682	70,000
うち県外者数(人)	20,274	24,920	19,085	36,701	26,480	31,111	33,000
件数	104件	104件	139件	112件	141件	145件	150件

※H21は、見込数

(3) 富山県観光の課題

- ① 富山県が選ばれる観光地となるためには、多様化・高度化する観光ニーズに応えられる魅力の創出・向上が必要であり、このためには、新たな観光資源の発掘・魅力づくり、既存の観光資源のブラッシュアップ、観光資源を活用していく仕組みづくりが欠かせない。併せて、観光施設、旅行商品、サービスの提供、土産等の開発が求められる。 ⇒ **観光資源、魅力づくり等(コンテンツ)**
- ② また、旅行形態が団体から個人旅行へシフトし、旅行の手配も自ら行うことが主流になる状況の中で、多くの個人に直接かつ効果的に観光情報を伝えるには、PR自体に話題性があることや、ウェブの活用等、PR手法にも工夫を凝らすことが必要であり、観光に携わる関係者にとっては、旅行者の視点に立ち、広域連携による情報発信や誘客活動、ターゲットや時期を絞った戦略的PRが必要である。 ⇒ **観光PR、情報発信等(コミュニケーション)**
- ③ さらに、個人旅行者の誘客の鍵となるのが、「口コミ」とリピーター確保であり、旅行者に気持ちの良い時間を過ごしていただくことが何より大切である。また、旅行者との心のふれあいを通して、地域の人たちも幸福となり、自ら歴史・文化を生かしたまちづくりを進めようという機運が高まったり、交流を通して文化が洗練されていくという効果もある。そのような観点からも、受入体制の整備と周遊・滞在できる体制づくりが大切である他、観光に携わる人づくりや、意欲的な取組に対する支援及び観光客増加に取り組む意識づくり・体制づくりが重要である。 ⇒ **基盤整備、受入体制、広域連携等(インフラ)**
- ④ 一方で、観光客が多く訪れている台湾・韓国その他、経済発展の著しい中国等、東アジアからのリピーター確保や通年観光の推進、欧米豪やロシア、東南アジア等、新規市場の開拓と外国人観光客への戦略的な情報発信、受入体制の整備等の「国際観光の推進」が重要である。国がビジット・ジャパン・キャンペーンとして取組を強化する中で、本県としても地域ごとの特徴に応じた戦略を持って、積極的に取組む必要がある。 ⇒ **国際観光の推進(インターナショナル)**
- ⑤ 交流人口の増大に寄与し、中心市街地活性化にも効果が大きい「コンベンションの誘致」を一層積極的に進めることが必要である。
⇒ **コンベンションの誘致**

3 富山県観光の目指すべき方向と目標

○ 基本方針「県民あがての観光県づくりの推進に向けて」

(1) 基本方針

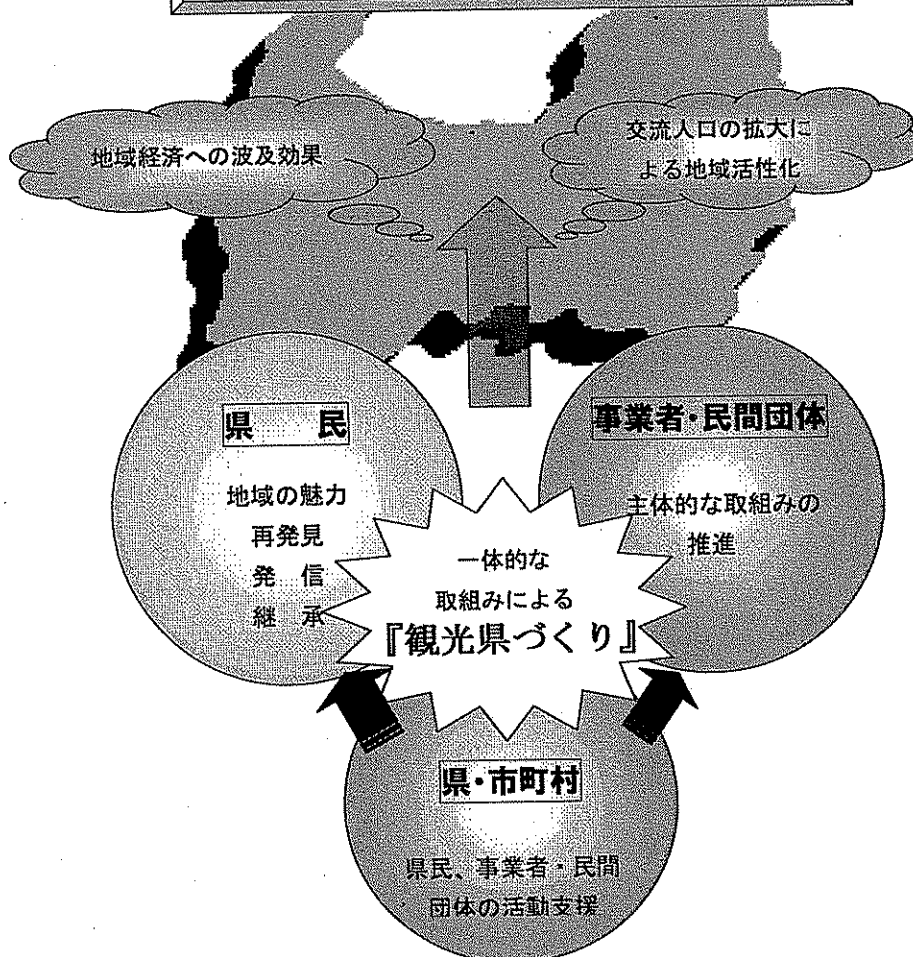
観光は、経済波及効果が大きく、地域経済全体の活性化に資するとともに、交流人口の拡大による地域の活性化や、心のふれあう交流を通して文化の振興にも寄与するものである。

こうしたことから、県民や事業者・民間団体が、観光振興の意義を理解し、観光振興の主役となり、行政がこれを支援・応援する形で、三者が連携・協力し、一体となって観光振興に取り組むこととする。

このことにより、個性と魅力あふれる地域を創造し、訪れる人々の満足度を高め、県民が真の豊かさを実感できる元気とやまの創造につなげてゆく。

県民の役割	……	地域の魅力再発見・発信・継承
事業者・民間団体の役割	……	主体的な取組の推進
行政（県・市町村）の役割	……	県民、事業者・民間団体の活動支援

元 気 と や ま の 創 造



(2) 目 標

県民、事業者・民間団体、行政それぞれの役割分担を明確にし、連携・協力することで、観光振興により地域経済の幅広い分野へ波及効果をもたらし、個性と魅力あふれる地域を創造することを実現するための目標を次のとおりとする。

観光客入込数や宿泊者数など、直接の観光活性化に関する指標とともに、満足度や経済波及効果等の幅広い指標を設定した。

目標年は、北陸新幹線が開業する平成26年とする。

項 目	現状(H21)	目標(H26)	対H21 伸び率	算出根拠	
観光客入込数(延べ数)	29,393千人	32,000千人	9%	下記①	
〃 (実数推計)	17,519千人 (速報値)	19,000千人	8%		
宿泊者数	2,594千人	3,000千人	16%	下記②	
外国人旅行者数	76,431人	185,000人	142%	下記③	
外国人宿泊者	62,441人	150,000人	140%	下記④	
観光ボランティアガイド数	789人	900人	14%	下記⑤	
コンベンション参加者数 (うち県外者)	70,000人 (34,000人)	85,000人 (40,000人)	21% 21%	下記⑥	
観光ホームページへの アクセス件数	464万 ページビュー	700万 ページビュー	51%	下記⑦	
満足度 (全国順位)	76.2% (29位)	80%以上 (20位以上)	—	下記⑧	
経済波及効果	生産誘発効果	2,907億円	3,153億円	8%	下記⑨
	付加価値誘発額	1,788億円	2,093億円	17%	

<目標値の算出に当たっての説明…詳しい説明は、資料編で記述>

- ①景気の低迷等により、平成22年を平成21年と同数程度と見込み、平成23年以降は、本プランの推進により、毎年の伸び率を2%と見込む。
- ②観光客入込数(実数推計)に対する、宿泊者の割合を、現行の率を勘案し増加を見込み(19年:15.2%、20年:15.8%、21年:14.8%(速報値))16%とする。
- ③平成22年で一定の回復を見込み、平成23年度以降は、国の「訪日外国人3000万人プログラム」と同率の伸び率を見込む。
- ④平成22年で一定の回復を見込み、平成23年度以降は、宿泊を促進する取組により、国の伸び率よりも0.5%高い伸びを設定。
- ⑤ボランティア研修の充実等により、毎年20人程度の増加を見込む。
- ⑥本プランの推進により、3千人規模の大会を毎年1件ずつ増やす。特に県外からの参加者の増加を推進する。
- ⑦観光地の知名度向上や、ホームページの魅力アップにより、5割増を見込む。
- ⑧本プランの推進により、満足度の向上を図る。
- ⑨観光入込客数(実数推計)の増加案に基づいて、富山県産業連関表により算出。

4 施策の方向と重点的に取り組むべき事項

旅行形態の変化や観光ニーズの多様化・高度化、また、外国人観光客の増加等を踏まえ、県民あがての観光県づくりを推進するため、①「富山らしい魅力創出」、②「戦略的なPR」、③「官民一体、県民こぞってのおもてなし環境の整備」、④「国際観光の推進」、⑤「コンベンションの誘致促進」の5つの施策に取り組む。

(1) 富山らしい魅力創出

観光ニーズは、趣味や年齢等に応じて多様化してきており、多くの人々が持続的に訪れる「選ばれる観光地」となるためには、富山ならではの観光資源を発掘し、ブラッシュアップするとともに、食の魅力のブランド化や多様な観光商品の開発等、「富山らしい魅力」（バリューアップ）を創出することが大切である。

① 地域資源の発掘と観光資源のブラッシュアップ

本県は、立山黒部アルペンルートや黒部峡谷をはじめ、世界遺産「五箇山の合掌造り集落」、国宝「瑞龍寺」等の観光資源に恵まれており、これらをさらにブラッシュアップすることにより知名度を一層向上させるとともに、富山ならではの地域固有の観光資源を見直し・発掘することにより、本県の観光資源として新たな魅力を創出する。

<施策の方向>

- 自然環境、歴史・文化、祭り、生活様式など地域固有の観光資源（知られざる資源）の発掘により地域に根ざした新たな観光魅力づくり
- 富山の恵まれた水資源を活かした水辺空間の魅力づくり
- 富山の宝である「立山・黒部」及び「近世高岡の文化遺産群」の世界文化遺産登録に向けた継続的な取組
- 町並み、散村（散居村）景観、寺社、美術館、博物館等、特徴ある資源を発掘し、観光資源として活用
- 美しい町並みやショッピングなど「街なか」での観光資源の開発
- 今後の富山県の核となる観光地づくりを重点的に推進
- 富山のプロスポーツ（サッカー、野球、バスケットボール）と連携した地域の活性化
- 富山ならではの地域ブランド（さかな、くすり、良質で豊富な水、深層水、地酒等）の育成・確立
- 誘客効果が大きな観光開発の研究

<具体的な取組例>

- ・富山県観光バリューアップ事業
- ・富岩水上ラインの岩瀬までの延伸運航と富山ライトレールとの連携、水辺を活かしたまちづくりへの支援
- ・歴史と文化が薫るまちづくりへの支援
- ・「木曾義仲出世街道」再発見・再発信事業
- ・地域文化力向上・活性化支援事業
- ・ふるさと資源ブラッシュアップ事業(地域の行事等の取組支援)
- ・とやま未来遺産再生・発信事業
- ・単身赴任者や長期出張者から見た富山の魅力再発見
- ・称名滝等立山山麓地域の魅力強化
- ・五箇山や氷見等県西部地域の魅力強化

② 食のブランド化と高付加価値化

3千メートル級の立山連峰から水深1千メートルの富山湾まで、高低差4千メートルのダイナミックな地形を有する本県は、お米や地酒等の山の幸とブリやシロエビ等の海の幸に恵まれており、こうした新鮮で多彩な食材、料理及び食文化の魅力を再認識するとともに、食のとやまブランドの魅力を県内外にPRする。

<施策の方向>

- 富山の最大の強みの一つである「食」を様々な面で活用した魅力づくり
- 「食のとやまブランド」の育成と推進による新たな食文化の形成
- 特に優れた県産品を「富山県推奨とやまブランド」として認定し、富山県の魅力を発信
- 「明日のとやまブランド」の育成やブランドに係る人材育成
- 首都圏や中京圏における富山県の食の魅力のPR
- 「ブリしゃぶ」など食材を活かした各種キャンペーンの実施やメディアを通じた売込み
- それぞれの食材の旬の時期に、その食材一点に絞った全県的・集中的なPRの実施
- 高級志向に対応したメニューの開発とPR
- 地産地消の推進
- 生産者、飲食店等が連携した富山の食の高付加価値化(地産地消の推進)
- 連泊者に対応した宿泊施設ごとの複数メニューの開発

<具体的な取組例>

- ・「富山県推奨とやまブランド」推進事業
- ・「とやま食の匠」の認定制度と活用、「とやま食の街道」の設定
- ・「越中とやま食の王国」づくり事業
- ・「富山の酒とかまぼこフェア」の開催
- ・「富山のさかな」ブランド化推進事業
- ・「越中料理」の普及・発信
- ・「越中富山のバタバタ祭り」による観光圏域での地産地消の推進
- ・全国に売り出せるご当地グルメの発掘と創出 等

③ 個人観光客の多様なニーズに合わせた観光商品の開発

これまでの画一的な旅行商品やサービスの提供から、体験型観光、本県ならではのものづくりを活かした産業観光等の新たな観光資源づくりを進め、個人旅行者のニーズに合わせた旅行商品の開発を働きかけるとともに、土産品の充実や奥行きのある魅力づくりを進めることにより、観光客の満足度を高め、リピーターとして再び訪問してもらえよう、魅力の創出を図る。

<施策の方向>

- 富山の資源を活かしたグリーンツーリズム、ものづくり体験などニューツーリズム等滞在・体験型観光の推進と旅行商品の充実
- 農山漁村での宿泊体験を受け入れる態勢(民泊等)の整備
- 高級志向の観光客を対象とした高品質なサービスの提供(施設充実を含む)と旅行商品の開発
- 富山の特徴あるものづくりの産業集積(IT、医薬、機械金属等)や電力を活かした産業観光の推進
- 購買力の高い層のニーズに応える土産品等の充実
- 健康志向や癒しをテーマとした旅行商品の開発
- 修学旅行や教育旅行の誘致に向けた体験型メニューの開発とPR

<具体的な取組例>

- ・富山型ハイクオリティ滞在推進モデル事業
- ・都市との交流地域ネットワーク連携事業
- ・とやまグリーンツーリズム・半定住推進事業(とやま帰農塾の開催)
- ・子ども農山漁村交流プロジェクト
- ・とやま夏期大学の開催
- ・シアターオリックス利賀等の公演(劇団 SCOT)
- ・とやま世界子ども舞台芸術祭の開催
- ・世界ポスタートリエナーレトヤマ(ITP)の開催
- ・産業観光の推進と県内企業が行う観光客受入体制整備への助成
- ・滞在・体験型旅行商品の企画販売への助成
- ・工芸愛好家に的を絞った彫刻体験ツアー等ニーズに応じた旅行商品の開発
- ・薬膳やPET等を活用した旅行商品の開発
- ・富山らしい土産品等の充実
- ・修学旅行等誘致促進事業

④ 県内周遊の促進、近隣県を含む広域ルートの開発

平成20年7月の東海北陸自動車道の全線開通により、県内の観光入込客数が増えており、さらに今後、平成26年度の北陸新幹線の開業により、首都圏からの入り込みが増加することが期待される。

こうした状況を踏まえて、観光客の県内での滞在時間を増やすための取組として、着地型・滞在型観光としての魅力づくりを進めるとともに、県内の地域間連

携による周遊・滞在ルートを開発するとともに、近隣県との連携により広域観光ルートを開発していく。

<施策の方向>

- 市町村等の地域間連携による個人観光客が周遊・滞在できる魅力づくりや商品企画（着地型旅行商品）の推進
- 北陸・飛越・信越地域との連携による、周遊・滞在型の魅力ある広域観光ルートの形成と体制づくりの推進
- 観光圏事業等を活用した、2泊3日の周遊ルートの開発

<具体的な取組例>

- ・岐阜県と連携した共同観光展の実施や共同観光マップの作成（富山と岐阜のめぐる一と）
- ・NEXCO 中日本や近隣県等との連携による高速道路サービスエリアでの共同観光PRの実施
- ・県の東部と西部を直接つなぐ観光ルートの開発
- ・富山湾横断観光船の運航
- ・新幹線で直結される信越地域や、新幹線や富山空港により、本県が北の玄関口となる飛騨地域と連携した、観光圏事業の活用による広域観光ルートの開発
- ・北陸三県等による観光素材説明会や招聘事業の実施 等

⑤ 冬季の魅力創出と通年観光

本県の観光地を代表する立山黒部アルペンルート及び黒部峡谷は、春から晩秋までの間は観光客で賑わっているが、この二つの観光地が閉鎖される冬季における本県への誘客が大きな課題となっている。

そこで、冬季の観光客誘致に向けた魅力づくりや旅行商品の開発により、通年観光を目指していく。

<施策の方向>

- 富山の冬の味覚を活かした魅力づくり
- 冬の富山ならではの体験型観光の商品開発
- 県外スキー場との連携による冬の富山の魅力発信と旅行商品の開発
- 立山黒部アルペンルート、黒部峡谷の夏・秋の誘客強化
- JRや航空会社等との連携による冬季の旅行商品の開発

<具体的な取組例>

- ・五箇山、瑞龍寺、大岩山での体験観光
- ・多くのスキー客が訪れる一方、海の幸や空港のない白馬エリアと連携した誘客促進
- ・越中料理推進事業
- ・冬のライトアップ、イルミネーションの取組（高岡瑞龍寺、五箇山、富山市内）
- ・富山に泊まらないと体験できない観光イベントの開発 等

(2) 戦略的なPR

ホテルや飛行機・列車の予約についても、ウェブでの予約が増える等、インターネットの普及に伴い、旅行手配の方法も多様化している。

また、例えば、東海北陸自動車道の全線開通に伴い、中京圏等からバスやマイカーで訪れる観光客が増加しているように、高速交通網の整備が観光客に与える影響は大きく、平成26年度末に予定されている北陸新幹線の開業に向けて、首都圏を中心とした集中的なPRが重要となってくる。

① 大都市圏等に向けた戦略的な情報発信

東海北陸自動車道の開通や北陸新幹線の開業など速交通網の整備などにより、観光客の増大が見込まれる中で、東京・大阪・名古屋の三大都市圏等において、官民が連携して効果的な情報発信に取り組んでいく。

また、ターゲットに合わせた観光キャンペーンの実施やインターネットの活用により、効果的なPRに取り組んでいく。

<施策の方向>

- 大都市圏等での話題性のある観光PRの継続的・戦略的な展開
- 富山の知名度向上・イメージアップによる誘客促進
- 旅行雑誌やインターネットサイト等と連携した効果的なPRの展開
- 東京アンテナショップ「いきいき富山館」等と連携した首都圏での継続的な情報発信
- 対象や時期等を絞った集中的な観光キャンペーンの実施
- 県観光連盟を核とした、官民が一体となった旅行会社等に対する県内観光資源の体系的なプロモーション活動の強化
- 大手旅行会社の商品企画部門とのネットワークの強化

<具体的な取組例>

- ・車体広告(JR 山手線、中央線等)やJR名古屋駅吹き抜け巨大広告の実施
- ・観光ホームページの充実による旬の魅力情報等の発信
- ・東京アンテナショップにおける各種イベントの実施
- ・東京アンテナショップのサテライト店の展開検討
- ・隣県を紹介する雑誌等での本県PR
- ・旅行会社の窓口職員への観光情報の提供やファミツアー
- ・多くのスキー合宿(修学旅行)が来ていた九州地区での修学旅行生 OB をターゲットとするPR
- ・北海道等での航空会社と提携した観光PR 等

② 多様な個人客に向けた的確な情報発信

旅行ニーズやマーケット情報を把握し、個人旅行者に向けた、対象や目的を絞った情報発信を行っていく。

さらに、インターネットなどを活用したきめ細やかな情報発信を行うとともに、富山ファンクラブの会員など本県にゆかりのある方やリピーター客への定期的な情報提供等に取り組んでいく。

<施策の方向>

- 観光客ニーズ及びマーケット動向等の把握と的確な情報発信
- 県外からの転勤者・単身赴任者・長期出張者など新たに富山県民となる方とその家族への観光情報の提供

<具体的な取組例>

- ・都市部住民を対象にした観光資源の認知度、興味度調査
- ・観光ホームページの充実によるきめ細かい観光情報の発信
- ・とやま観光画像データ発信事業
- ・旅行雑誌や趣味雑誌等とタイアップしたマーケットリサーチに基づく記事型広告
- ・観光客動態調査の実施

③ メディアの活用・連携

これまで本県が映画やテレビドラマ・アニメの舞台となり注目を浴びていることから、こうした機会を活用して積極的に本県への観光客の誘客に努めるとともに、本県ゆかりの著名人等の口コミによる本県の魅力の発信を促進する。

<施策の方向>

- 有名雑誌、テレビ局等のメディア招聘の実施や取材働きかけ等による、継続的な富山の観光資源の魅力発信
- 東京・大阪・名古屋事務所によるメディアに対する最新情報の提供
- 本県を舞台とした映画やドラマ等とタイアップした富山の魅力発信と地域イメージのブランド化の推進
- 富山県出身者や富山にゆかりのある著名人等の協力による効果的な富山の魅力発信
- フィルムコミッションと連携した富山情報の発信

<具体的な取組例>

- ・全国的な雑誌やTV局の編集者等の招聘
- ・とやま大使の活用
- ・ドラマ「黒部の太陽」、映画「劔岳 点の記」、「ほしのふるまち」等とタイアップした観光キャンペーンの実施
- ・木曾義仲等大河ドラマの誘致
- ・全国向け情報番組での富山県のPR
- ・アニメを活用した富山県の観光名所の紹介
- ・市町村におけるフィルムコミッションの活動の推進

④ 官民一体、近隣県と連携したPRの推進

誘客に向けた観光PRを実施するに当たっては、官民が連携してより効果的な事業を展開するとともに、北陸三県をはじめ岐阜県・長野県・新潟県など、近隣県と連携した広域的なPR活動や情報発信に取り組んでいく。

<施策の方向>

- 県、市町村及び民間事業者が連携・協力し、官民一体となった効果的かつ効率的な観光PRの実施
- 富山県にゆかりのある企業（出身企業、工場・支店を有する企業）の協力を得ての富山の知名度向上
- 多くの富山県出身者や関係者が在住する北海道でのPR活動の強化
- 富山のプロスポーツの協力を得た観光PRの推進
- 交通事業者、物流事業者、飲食店等の協力による観光PRの実施
- 県域を越えて旅行する観光客のニーズに応えるため、近隣県等と連携した情報発信やキャンペーンの実施

<具体的な取組例>

- ・大都市圏等における県と市町村が連携した大規模広告や共同出向宣伝
- ・県内プロスポーツチームと連携した観光PR
- ・北陸三県とJRによる共同キャンペーンの実施
- ・新幹線開業を睨み、北陸三県との連携による首都圏等での戦略的PR
- ・北陸新幹線の沿線となる長野県・新潟県や、東海北陸自動車道で周遊ルートが形成される岐阜県との連携による首都圏等でのPR
- ・旅行会社の現地研修会・企画会議の誘致促進
- ・バス、トラックの車体や飲食店でのロゴマークやポスター掲出
- ・北海道での金融機関や県人会の協力を得たPR
- ・県と市町村の連携による観光案内の強化 等

(3) 官民一体、県民こぞってのおもてなし環境の整備

観光地としての評価を決めるのは、「口コミ」とその地を何度も訪れるリピーターの方々である。「また来たい」と思ってもらえる魅力ある観光地になるためには、観光事業者の心のこもったサービスの提供はもとより、旅先で接する地域の人々の印象や地域の人々が地元への愛着と誇りを持つことが大切であり、県民こぞってのおもてなし環境の整備を進める必要がある。併せて、転勤、就職、長期出張等で、県内に暮らしておられる多くの方々を、地域の一員として温かく迎える地域づくりが大切である。

また、個人観光客の移動の利便性確保のため、二次交通を強化することが必要である。

① 地域の観光を支える人づくり

観光客が県内での滞在を気持ちよく過ごし、「また来たい」と思ってもらえるためには、ホテル・旅館等の観光事業者や観光関連事業者がおもてなしの心を持って観光客にサ

サービスを提供することが重要であることから、観光を担う人材の育成・支援を通じて受け入れ体制の整備・充実に取り組んでいく。

<施策の方向>

- 宿泊施設等の企業内人材研修等意欲的な取組の推進・支援
- 観光ボランティアガイド等の質的向上に向けた取組の推進・支援
- 地域独自の魅力づくりを推進するリーダーの育成、各種業界の連携を強める役割を担う観光コーディネーターとなる人材の育成・支援
- 県観光連盟を核に専門的知識習得からおもてなしの機運醸成に至る階層的な研修体系の構築と実施
- タクシー、飲食店等、観光関連事業者のおもてなし研修の実施・支援

<具体的な取組例>

- ・観光振興・地域活性化マネージャーの配置
- ・おもてなし研修への助成や富山県観光アカデミーの実施
- ・外国語による観光案内ができる人材の育成及び体制整備
- ・観光分野における専門的人材育成の研修
- ・ナチュラリストや山岳ガイド等現地ガイドの人材育成
- ・企業の社員研修向け観光プログラムの開発
- ・観光客に対するおもてなしサービスのアンケート調査と表彰制度 等

② 観光産業及び周辺産業の振興・連携

観光産業は、観光施設等で提供する食材等の第一次産業から土産品の生産・販売や交通事業者など、第二次・三次産業までの広い範囲にまで関わる総合産業であると同時に、農林水産業や工業は体験・滞在型観光の素材ともなることから、観光産業の振興及び他産業との連携を促進する。また、ホテル・旅館等の宿泊施設については、低利融資制度等により支援を強化する。

<施策の方向>

- 新たに観光産業で起業する者の育成・支援
- 観光産業と農林水産業等の他産業との連携促進による観光産業・周辺産業の振興
- 観光事業者の経営基盤の強化
- 宿泊施設の魅力・誘客力向上と宿泊施設団体の育成・自主的な取組の促進
- 県観光連盟と観光事業者との連携促進

<具体的な取組例>

- ・観光施設が行う観光客受入体制の整備への助成
- ・富山県ホテル・旅館生活衛生同業組合の加入宿泊施設を対象とした低利での設備資金貸付制度
- ・県観光連盟を窓口にした観光事業者等との意見交換の強化
- ・観光資源を活用した商店街活性化の取組への助成
- ・とやま起業未来塾の実施 等

③ 県民の意識醸成

観光地の印象の良し悪しは、観光地や宿泊施設等旅行中に接する観光関係者のみならず、旅先で接する地域の人々の印象で決まると言っても過言ではない。そのため、地域の人々が地元のことを知って愛着を持つとともに、誇りを持って地域の魅力をPRすることが大切であり、こうした地域の雰囲気づくり、意識の醸成を図る。

<施策の方向>

- 県民こぞってのおもてなし意識の機運を高めるためのキャンペーン等の実施
- 県民の観光に対する意識の醸成を図るため、観光振興が地域経済にもたらす効果に対する理解を深める取組の推進
- 地域の人々が地元の観光資源を知り、学び、一人ひとりがふるさとに愛着が持てる機運の醸成
- 転勤や結婚等で新たに県内に暮らすことになった方々に、地域の一員として地域のことを知っていただく取り組みの推進
- 観光客が立ち寄る施設（商店街、飲食店、コンビニ、ガソリンスタンド等）でのハートフルな雰囲気づくり
- 地域の祭り・伝統芸能・イベントへの積極的な参加の促進と地域の一体感の醸成
- 県民一人ひとりの力による「お国紹介」の推進

<具体的な取組例>

- ・全ての子どもが郷土の歴史や文化を学び、自然体験や異なる文化との交流を進める「ふるさと教育」の推進
- ・越中富山ふるさとチャレンジの推進
- ・富山ふるさとマスター派遣事業
- ・観光ポスター等の宿泊施設・飲食店等での掲示キャンペーンの実施（ハローとやま☆貼ろう事業）
- ・観光PRに大きく貢献した者への感謝状の贈呈
- ・富山の魅力をデザインした年賀状やグリーティングカードの素材集の作成と利用促進
- ・観光客が立ち寄る施設（商店街、飲食店、コンビニ、ガソリンスタンド等）向けハンドブックの作成 等

④ 受入環境の整備

観光客が来県してからの満足度を高めるため、観光施設や案内標識等のハード面に加えて、観光案内所機能の充実等ソフト面での受け入れ体制の整備に取り組んでいく。

<施策の方向>

- ホテル・旅館等の観光施設や飲食店など観光客が立ち寄る施設の受入体制の整備・充実

- 案内標識・観光案内板や携帯サイトを活用した案内機能等の整備・充実
- 駅、空港等の観光客の移動拠点における観光案内所機能の充実
- 高齢者、女性等の多様なニーズに対応した受入体制の整備・充実
- 国指定文化財の建物や民宿での家族的なサービス等特色を生かした宿泊施設の整備

<具体的な取組例>

- ・観光施設が行う観光客受入体制の整備への支援
- ・高速道路のパーキングエリア、道の駅等の案内看板の設置
- ・多言語表記の観光案内・標識等の整備
- ・富山駅における観光案内所の設置
- ・分かりやすく使いやすい観光マップ、パンフレットの作成
- ・登山、トレッキング向け用品のレンタル対応促進
- ・リピーター向け優遇制度(富山観光パスポート(仮称))の検討 等

⑤ 二次交通の確保・利便性向上

県内の観光地の魅力アップのためには、交通アクセスを容易にする二次交通の整備が不可欠である。公共交通機関の連携を図ることにより、観光地へのアクセスを強化して利便性を向上する他、隣県とも連携して他県からのアクセスの強化を図る。

<施策の方向>

- 公共交通機関等の連携による交通アクセスの利便性向上の推進
- 県内主要観光地へのバス路線充実の検討
- タクシー等を利用した着地型旅行商品の企画・販売の推進
- 新幹線、空港等と観光地とのアクセス強化
- IT技術を活用した県内の交通機関情報の発信の推進
- 隣県の観光地との直行バス等によるアクセス強化
- 観光イベント等における公共交通との連携・利用促進

<具体的な取組例>

- ・公共交通機関のイメージアップ、利用促進への補助
- ・コミュニティバスの導入調査、施設整備等への補助
- ・白馬、白川、高山等からのアクセス強化
- ・観光圏事業を活用しての二次交通の可能性調査・検討(高岡・五箇山・白川郷・高山間バス及び宇奈月ー白馬間バスの運行検討)
- ・越中・飛騨観光圏域内のJR西日本、JR東海乗り放題キップ(飛越レールバス)の検討
- ・高速道路等からのアクセス等交通結接点等での総合的な交通情報提供
- ・公共交通の一元的な乗継情報システム(「富山らくらく交通ナビ」)の整備
- ・ビジネスホテルと市場を電車やバスでつなぐ泊食分離プラン
- ・富山ー宇奈月温泉を結ぶ無料電車(冬期限定)、ワンコイン・フリーきっぷ、等

(4) 国際観光の推進 ～ビジット・とやま・キャンペーンの展開～

東アジアをはじめ、東南アジア、欧米豪、ロシア等の新規市場を対象に、官民挙げて外国人観光客の誘致を集中的に実施する「ビジット・とやま・キャンペーン」を展開する。

① 東アジアからのリピーター確保、通年の魅力発信

これまで重点市場として取り組んできた東アジアでは、台湾、韓国において、観光資源のきめ細かく、かつ、切れ目のない観光PRにより、リピーター確保や通年での誘客を図っていく。また、今後の巨大市場と期待される中国では、直行便を活かしつつ近隣県や大都市圏を結ぶ広域的なモデルコースを提案して誘客拡大に取り組んでいく。

また、特産品の販路拡大を通して本県の知名度向上を図る。

<施策の方向>

- 中国、韓国、台湾における誘客対象エリアの拡大
 - 中国：北京、上海、大連、香港 → 広東省エリアに拡大
 - 韓国：ソウル中心 → 釜山エリアに拡大
 - 台湾：台北、高雄中心 → 台中エリアに拡大
- 東アジアにおける特産品の販路開拓
 - 台湾での販路開拓 → 中国、韓国にも展開
- 広域観光団体や近隣県との連携による広域観光ルートの提案と誘客促進
- レジャー、リラックス等特定の目的を持った観光客の誘致によるリピーターの確保
- 夏季や冬季における魅力の発掘とPRによる通年観光の促進
- 個人旅行者の増加に対応した観光ルートの提案と誘客促進

<具体的な取組例>

- ・現地での観光説明会や旅行会社・マスコミ等の招聘事業の実施
- ・現地の旅行会社の商品販売担当向けの観光説明会の開催
- ・本県向け旅行需要喚起のための誘導策の検討
- ・台湾・韓国での年間を通した切れ目ない広告宣伝の実施
- ・登山、トレッキング、ゴルフ、スキー等をテーマとした台湾・韓国からのマスコミ・旅行会社招聘
- ・上海万博「富山県の日」への出展と富山県のPR
- ・上海におけるアンテナショップの試行設置
- ・上海における注目度のある屋外媒体広告等による一般市民レベルの認知度向上
- ・北京、上海、遼寧省に加え、経済発展が著しい広東省等中国南部でのプロモーションの展開
- ・台湾・韓国における物産展の開催 等

② 新規市場に向けた効果的な情報発信

これまで海外誘客の重点市場としてきた東アジアに加えて、新たに雪の魅力をアピールできる東南アジア、近隣県に多く訪れている欧米や豪州、経済成長が期待できるロシア等の地域に対して、本県の観光情報を発信して誘客に取り組んでいく。

<施策の方向>

- 海外旅行人口の多い欧米、経済成長の著しい東南アジア、ロシアを対象とした誘客の推進

【誘客対象地域】

東南アジア：タイ、シンガポール等を中心に全域に広げる

欧米豪：米国、カナダの北米地域、英国、フランス、ドイツ、オーストラリア等

ロシア：極東地域等

- 外国の出版会社や国内の旅行会社との連携による欧州、北米、豪州等に向けた効果的な情報発信
- 新規市場からの玄関口となる三大都市圏と本県を結ぶ広域観光ルートの確立

<具体的な取組例>

- ・成田・羽田、中部、関空等の主要空港と本県を結ぶモデルルートの構築
- ・国のVJCと連携した効果的なPR活動の強化
- ・北陸3県や長野県、岐阜県、新潟県等と連携した新規市場の旅行会社、マスコミ等の招聘
- ・富山を起点とした広域ガイドブックの作成
- ・富山県に縁のある著名な外国人の協力による情報発信
- ・タイ、シンガポールにおける国際旅行博覧会への出展や広告宣伝の展開
- ・欧米の出版社等と連携したガイドブックの作成や広告の展開
- ・欧米の旅行会社と連携して国内手配を行う旅行会社(ランドオペレーター)への働きかけ
- ・在住外国人向け体験ツアーとブログ等による口コミ情報発信の促進
- ・ロシア沿海地方と本県を結ぶ国際定期船利用者の県内周遊バスツアーの促進
- ・ロシアの旅行会社の招聘と誘客
- ・ウラジオストクにおける広告PR等

③ 個人対応の情報発信と受入体制の整備

増加する外国人観光客の受入体制を整備するとともに、県内に住む外国人等と連携した情報発信に取り組んでいく。

<施策の方向>

- 国・地域の特性を踏まえた効果的な情報発信の展開
- 外国人留学生をはじめ県内在住外国人と連携した草の根の情報発信の促進
- 情報やサービスの提供における多言語化等官民を挙げた外国人受入体制

整備の促進

- 定期便のない地域からの国際チャーター便の積極的な誘致
- 個人観光客の増加に対応した交通ネットワークの充実

<具体的な取組例>

- ・外国人ひとり歩きマップの作成
- ・外国人観光客に対応したおもてなし研修の促進
- ・観光施設等が行う外国人観光客受入体制の整備への助成
- ・公共交通機関のターミナルや市街地等における多言語表記等の面的整備促進
- ・「富山らしくらく交通ナビ」の多言語化
- ・近隣県の観光地と本県の観光地等を結ぶ交通手段の整備促進
- ・様々な言語に対応した通訳・ガイド等の人材確保
- ・県の友好提携先や友好交流先との交流ネットワークの活用 等

(5) コンベンションの誘致促進

定住人口の減少の中で、地域の活力を維持するには、交流人口の拡大が欠かせない。特に中心市街地の活性化への経済波及効果が大きく、地域のイメージアップに大きく寄与する、コンベンションの開催を増やすとともに、訪れる人が満足し、波及効果が高まるようアフターコンベンションの充実に取り組む。

① コンベンション開催環境の周知と営業活動の強化

本県でのコンベンションの開催を増やすため、県内のコンベンション関連施設等との連携を深めるとともに、コンベンション情報の収集と積極的な営業活動の強化に取り組んでいく。

<施策の方向>

- コンベンション誘致・開催促進のための機運の醸成
- 効果的な誘致活動に資する情報の体系的な収集・分析
- 全国トップレベルである本県のコンベンション開催支援制度や優れた会議施設等の効果的な情報発信
- くすり・健康、機械（航空・宇宙、ロボット、自動車）、電子部品・材料など富山県の産業の強みを活かした分野のコンベンションの誘致と県内産業への波及

<具体的な取組例>

- ・庁内連絡会議及び各種団体等との研究会の設置
- ・コンベンション主催者に関するデータベースの構築
- ・誘致説明会及び主催者招へい事業の実施
- ・コンベンション誘致促進事業
- ・個別の企業やそのグループが行う会議や研修会等、企業コンベンションの誘致
- ・大学等合宿(運動系、文科系)等の誘致(富山で合宿誘致事業) 等

② コンベンション開催に向けた支援の充実

コンベンションの誘致に当たっては、魅力的なインセンティブと主催者への支援制度がポイントであることから、これらの充実を図る。

<施策の方向>

- 激化する誘致競争に打ち勝つ強力で魅力的なインセンティブ（助成制度）の付与
- 主催者の事務的・労務的負担を軽減する人的支援の充実とオーダーメイドのプログラムの提案

<具体的な取組例>

- ・学会等開催費への助成
- ・県内PCO（コンベンション専門運業者）の育成 等
- ・コンベンション誘致・運営サポート事業

③ アフターコンベンション等の充実

コンベンション誘致の効果として、多くの人々が本県を訪れるだけでなく、宿泊や食事をはじめエクスカーションでの視察等で、本県を観光してもらえることから、アフターコンベンションの充実に取り組み、帰ってからも口コミで本県をPRしてもらおう。

<施策の方向>

- 参加者に満足を提供する「富山らしいおもてなし」の演出
- 気軽に県内観光を楽しんでもらうための施策の充実
- 来県者が安心して街歩きを楽しむことができる環境の整備（街の魅力づくり）
- コンベンションを周辺商店街の賑わいづくりに活かす取組の推進

<具体的な取組例>

- ・コンベンション歓迎気運醸成事業
- ・伝統芸能公演やエクスカーションに対する助成
- ・コンベンションタクシー助成事業の実施
- ・インフォメーション・ボランティアの配置
- ・来県者にとって魅力的なまちづくり（商店街の環境整備、イベントの開催等）への助成等

5 プランの推進体制等

(1) プランの推進体制

「元気とやま観光振興条例」第8条を踏まえ、県民、事業者・民間団体、市町村、県の役割分担を明らかにするとともに、それぞれが相互に連携・協力しつつ、観光振興に向けて積極的に取り組めるよう、観光推進の中核的組織である県観光連盟の組織体制の整備・強化を図る。

① 役割分担

(ア) 県民

- ・地域の魅力を再発見し、高め、楽しむことで愛着と誇りを持ち、情報発信するとともに、訪れる人々を温かく迎え入れるよう努める。
- ・各地の地域づくり、観光ボランティア等の活動に積極的に参加する。

(イ) 観光事業者

- ・直接観光客にサービス・商品を提供する事業者として、より良いサービス・商品を提供するとともに、利用者の満足度の維持・向上に積極的に取り組む。
- ・観光産業の地域への関わりの必要性を認識し、地域団体等との連携のもと、事業活動やその他の活動を通じ、地域の活性化・魅力づくりに積極的に取り組む。

(ウ) 市町村観光協会・観光事業者団体

- ・市町村観光協会は、観光地の活性化・魅力づくりの中心的な役割を担う団体であり、商工会議所・商工会、農協・漁協等他の団体とも連携しながら、地域の魅力ある資源の発掘、宣伝に努める。
- ・観光事業者団体は、提供するサービスの向上等に努め、おもてなし環境の整備・充実を図る。

(エ) 県観光連盟

- ・観光推進の中核的組織として、市町村観光協会・観光事業者との連携・協力のもと、観光情報の収集に努め、個人旅行者やエージェントのニーズに応じた情報の提供・発信を行う。
- ・旅行代理店への情報提供など観光プロモーション機能を強化する。
- ・県民・事業者のおもてなし力向上に向けての研修機能を充実する。

(オ) 市町村

- ・地元の観光事業者や観光団体、地域住民等と連携しつつ、まちづくりの実施主体として、地域特性を生かした観光資源の開発や魅力づくりに取り組む。
- ・近隣市町村との連携により、広域観光ルートの設定や二次交通の確保・充実等を図る。

(カ) 県

- ・北陸新幹線開業を見据え、新たな観光地づくり及び観光地の魅力向上に取り組む。
- ・観光振興の基盤となる高速・地域交通体系の整備を進めるとともに、観光産業・関連産業の振興を推進する。
- ・市町村や観光事業者・団体の主体的な取組を積極的に支援する。
- ・近隣県と連携した広域観光を主導的に推進する。

- ・地域ごとの特徴に対応した国際観光を戦略的に推進する。

「元気とやま観光振興条例」(抜粋)

(施策の推進に係る体制の整備)

第8条 県は、基本計画に基づく施策を推進するため、市町村、県民、事業者、民間団体等と連携し、及び協力して、観光の振興に関する施策を推進するための体制を整備するものとする。

(施策の実施状況の報告等)

第18条 知事は、毎年、基本計画に基づく施策の実施状況を県議会に報告するとともに、公表するものとする。

② 県観光連盟の推進体制

観光推進の中核組織として、常に観光ニーズに対するアンテナを張り、地元とも緊密な関係を築くとともに、県・市町村・観光協会・観光事業者との緊密に連携を取りながら事業を進めることが期待される。

このため、旅行代理店の旅行商品造成部門等へのプロモーションや、旅行雑誌・テレビ局への旬の観光情報の紹介、あるいは個人旅行者等への日常的な観光情報の提供を効果的に行うことが求められる。

これらの事業を積極的に推進するため、観光連盟の組織体制整備について、市町村、観光協会、観光事業者等の意見を踏まえつつ検討を進めるとともに、その場所についても、県との一体的な運営や、市町村、市町村観光協会及び観光事業者との連携が図りやすいものである他、一般観光客の情報も入りやすいものとする観点に立って検討を行う。

(2) 広域観光の推進

高速交通体系の整備に伴い、周遊する観光ルートについても広域化することが見込まれており、新幹線開業に向けて、北陸3県、新幹線沿線地域、飛騨地域等、近隣県と連携した広域観光ルートの形成に取り組むとともに、共同でのPR活動に取り組んでいく。また、共同での取組に当たっては、観光圏整備法等の支援制度を活用し、効果的に事業を展開する。

① 観光圏

地域が連携して2泊3日以上滞る滞在型観光を目指す観光圏の形成により、国際競争力の高い魅力ある観光地づくりに取り組んでいる。

県内では、平成21年4月に新川地域(滑川市、魚津市、黒部市、入善町、朝日町)の3市2町による「富山湾・黒部峡谷・越中にかわ観光圏」が国の認定を受けて、共同での事業が取り組まれている。

また、平成22年4月の認定に向けて、富山県西部地域(高岡市、射水市、砺波市、小矢部市、南砺市、氷見市)と岐阜県飛騨地域(高山市、飛騨市、白川村)による「越中・飛騨観光圏」、立山町と長野県大町市による「立山黒部アルペンルート広域観光圏」が新たに認定申請し、広域連携の準備が進められている。

また、新川地域については、長野県白馬・小谷地域、新潟県糸魚川地域との連携による圏域拡大の準備が進められている。

<各観光圏の圏域>

- ・富山湾・黒部峡谷・越中にかかわ観光圏（平成21年4月認定）
圏域：富山県新川地域（滑川市、魚津市、黒部市、入善町、朝日町）
- ・越中・飛騨観光圏（新規申請中）
圏域：富山県西部地域（高岡市、射水市、氷見市、砺波市、小矢部市、南砺市）
岐阜県飛騨地域（高山市、飛騨市、白川村）
- ・立山黒部アルペンルート広域観光圏（新規申請中）
圏域：富山県立山地域（立山町）、長野県大町地域（大町市）

② テーマによる連携

テーマに応じて、県境を越えて、官民が一体となつての共同の取組がなされている。例をあげると、立山黒部アルペンルート及び黒部峡谷地域の観光PRを実施するため「立山黒部観光宣伝協議会」が組織されている他、ノーベル賞受賞者ゆかりの地を結ぶ「親子で触れ合い ぶり・ノーベル街道再発見ウオーク」等が組織され、それぞれの目的に沿って活発な活動が行われている。

③ その他の広域連携

国際観光はもとより、大都市圏からの誘客を進める上でも、より広域での取組がなされており、北陸3県の行政と観光事業者との連携、JR西日本による「北陸三県誘客促進連携協議会」が組織され「JAPANESE BEAUTY北陸」キャンペーンが実施されている他、東海、北陸、信州の行政、観光事業者から構成する「中部広域観光推進協議会」による外国人観光客向けのモデルコースの策定とPR等が行われており、今後とも、以下のとおり連携を強化する。

○北陸3県での連携

地理的・歴史的に近く、共通の文化や食の魅力等が豊富にある上に、JRや高速道路で域内の交通も便利であることから、統一的な「北陸」のイメージで打出し、「北陸ブランド」を立ち上げる等、観光PRを強化する。

○長野県、新潟県、岐阜県との連携

立山黒部アルペンルートは、富山・長野両県にまたがる観光地である他、北陸新幹線の開業により、北信越地域が大きな観光地を形成することが期待される。

また、北陸新幹線と東海道新幹線をつなぐ、高山本線や東海北陸自動車道を使って、大きな三角形の観光ルート形成も期待されることから、これらの地域との連携による首都圏でのPRを強化する。

○中部地域全体での連携

国際観光では、より広域で観光地の魅力をPRすることが必要であり、富山空港はもとより、国際定期便が多く発着する中部国際・成田（羽田）・関西、ある

いは、小松・静岡の各空港も活用する広域観光ルートを形成し、共同PRや各県が他県の情報も紹介しながらPRを進める。

(3) 観光統計の分析・施策の活用

観光振興施策を効果的に推進するには、観光客の入込状況や消費動向、行動実態を素早く把握するとともに、経年的又は、他地域との比較により、定量的・定性的に分析することが求められている。

これまでは、これらの統一的な統計は取られていなかったが、国においては、平成19年から全国統一基準による宿泊旅行統計が取られているところであり、平成22年4月からは、全国統一の基準による観光地入込客数の把握や、宿泊旅行統計の対象となる施設を拡大する等観光統計の整備に努めているところであり、施策のチェックや見直しに当たっては、これらの統計を活用して、他県の数字も参考にしながら戦略を立てていく必要がある。

また、観光地の魅力アップやおもてなし等で成功している先進地域での事例等を参考にしながら、施策に取り組んでいく必要がある。

(4) フォローアップ

本プランの施策を着実かつ効果的に進めるためには、観光客の動向等を明らかにし、施策の進捗状況を点検し、県議会に報告するとともに、分かりやすく県民に示し、その後の施策展開に反映させることが必要である。

なお、「元気とやま観光振興条例」第18条においても、「知事は、毎年、基本計画に基づく施策の実施状況を県議会に報告するとともに、公表するものとする。」と定められている。

このため、年に1回定期的に本プランの実施状況を有識者に意見を聴いて、フォローアップするとともに、必要に応じて内容の見直しを不断に行うこととする。

7 資料

(1) 富山県観光振興戦略プラン策定の経緯

年 月 日	経 過	検討内容
平成20年7月7日	第1回ワーキングチームの開催	講演と意見交換
8月21日	第2回ワーキングチームの開催	講演と意見交換
9月26日	第1回策定会議	本県の観光の現状と課題について論点整理
10月～11月	観光事業者、商工団体、飲食事業者及び市町村、観光協会や他県等へのアンケート調査の実施	
12月18日	第2回策定会議	中間とりまとめの「項目」について論点整理
1月	市町村長、市町村担当部課長との意見交換、観光団体・事業者との意見交換	
2月13日	第3回策定会議	中間とりまとめ(案)について論点整理
平成21年4月～	旅行業者、交通事業者、宿泊施設、市町村観光協会等へのヒアリング	
10月14日	第4回策定会議	プラン素案(施策の方向、目標値等)の検討
10月20日～ 11月16日	パブリックコメントの実施	
10月～11月	観光事業者、宿泊施設、商工団体、市町村等へのプラン素案の説明	
12月24日	第5回策定会議	プラン素案の検討
平成22年3月29日	第6回策定会議	プラン案の検討

○パブリックコメントの実施

- ①募集期間 平成21年10月20日(火)～11月16日(月)
- ②意見募集の結果 意見提出者 2人
意見提出件数 11件

(2) 元気とやま観光振興条例

平成 20 年 12 月 22 日

富山県条例第 61 号

ふるさと富山は、世界に誇る自然と豊かな水に恵まれ、勤勉で積極進取の精神に富む県民性を培ってきた歴史の中で、地酒や郷土料理等の食文化、民謡や曳山祭り等の伝統文化、薬や工芸等の伝統産業等をはぐくんできた。そして、情報化や国際化が進展する中で、日本海側随一の工業集積を生かして環日本海地域の交流拠点として発展するとともに、高速交通体系の整備が着実に進みつつあるなど、ふるさと富山は、さまざまな魅力や未来への可能性にあふれている。

一方、少子高齢化の進展等により人口が減少する今日において、県民が豊かさを実感できるまちづくりや交流人口の増加による地域活性化が求められており、世界的な観光旅行者の増加にも対応した観光の振興の重要性が高まるとともに、地域公共交通体系の充実、もてなしの心の醸成等本県を訪れる人々の受入れ態勢の充実が課題となっている。

観光は、観光業にとどまらず、商工業、農林水産業等幅広い分野の地域経済へ波及効果をもたらす総合的な産業であり、産業間の連携による地域の一体化や訪れる人々の評価を通じて、県民がふるさとの良さを再認識し、郷土への誇りと愛着をはぐくみ、次の世代に引き継いでいく契機となるとともに、新たな地域の魅力づくり、交流の活発化の原動力となるなど、県民生活全体に影響を及ぼす極めて裾野の広い営みである。

このような理解の下に、県民一人一人が、訪れる人々とともに、地域の暮らしの中から自然、景観、歴史、伝統、文化、産業等の地域の魅力を再発見し、より魅力あるものにするよう努めるとともに、その地域の魅力をそのまま世界に発信し、次の世代へ引き継いでいくことが重要である。そして、地域の魅力を生かして、地域が一体となって心のこもったサービスを提供することにより、誰もが一度は訪れてみたい、さらには、何度でも訪れたいと思うような個性と魅力にあふれる地域づくりをしていくことが重要である。

ここに、本県の観光の振興についての基本的な考え方を明らかにすることにより、県民の観光に対する理解を深め、県民、事業者等、市町村及び県が連携し、及び協力して、一体となって観光の振興を図り、真の豊かさを実感できる元気とやまを創造するため、この条例を制定するものである。

(目的)

第 1 条 この条例は、観光の振興について、基本理念を定め、並びに県民、事業者等、市町村及び県の役割を明らかにするとともに、観光の振興に関する施策の基本となる事項を定めることにより、観光の振興に関する施策を総合的かつ戦略的に推進し、もって豊かで活力に満ちた地域社会の実現及び本県経済の発展に資することを目的とする。

(基本理念)

第 2 条 観光の振興は、県民一人一人が、訪れる人々とともに、地域の自然、景観、歴史、伝統、文化、産業等の魅力（以下「地域の魅力」という。）を再発見し、個性と魅力にあふれる地域の創造に努めることが重要であるという認識の下に行われなければならない。

2 観光の振興は、地域が一体となって当該地域の魅力を生かした良質なサービスの提供に努めることにより、訪れる人々の満足の度合を高めることが重要であるという認識の下に行われなければならない。

3 観光の振興は、地域における創意工夫を生かした主体的な取組を尊重するとともに、地域の環境及び良好な景観の保全並びにこれらとの調和に配慮して、持続的に行われなければならない。

(県民の役割)

第3条 県民は、前条に定める観光の振興についての基本理念（以下「基本理念」という。）について理解を深め、地域の魅力を再発見し、高め、発信し、及び次の世代に引き継ぐよう努めるものとする。

2 県民は、地域の観光の振興に関する取組に積極的に参画するよう努めるとともに、訪れる人々を温かく迎えるよう努めるものとする。

(事業者及び民間団体の役割)

第4条 事業者及び民間団体は、基本理念について理解を深め、事業活動その他の活動を通じて、観光の振興に関する取組に参画し、協力し、及び連携するよう努めるものとする。

(市町村の役割)

第5条 市町村は、基本理念にのっとり、県の施策と相まって、地域の特性に応じた観光の振興に関する施策を推進するよう努めるものとする。

(県の役割)

第6条 県は、基本理念にのっとり、観光の振興に関する総合的な施策を策定し、及び実施するものとする。

2 県は、観光の振興に関する施策の策定及び実施に当たっては、市町村と連携し、及び協力するよう努めるものとする。

(観光の振興に関する基本計画)

第7条 知事は、観光の振興を総合的かつ戦略的に推進するための基本となる計画（以下「基本計画」という。）を定めるものとする。

2 基本計画は、次に掲げる事項について定めるものとする。

(1) 観光の振興に関する目標及び基本方針

(2) 観光の振興に関する施策の基本となる事項

(3) 観光の振興を推進するための体制の整備に関する事項

(4) その他観光の振興を総合的かつ戦略的に推進するために必要な事項

3 知事は、基本計画を定めるに当たっては、あらかじめ、市町村、事業者、民間団体その他観光に関し識見を有する者の意見を聴くとともに、基本計画の案を公表し、広く県民の意見を求めなければならない。

4 知事は、基本計画を定めたときは、遅滞なく、これを公表しなければならない。

5 前2項の規定は、基本計画の変更について準用する。

(施策の推進に係る体制の整備)

第8条 県は、基本計画に基づく施策を推進するため、市町村、県民、事業者、民間団体等と連携し、及び協力して、観光の振興に関する施策を推進するための体制を整備するものとする。

(県民等の参画の促進)

第9条 県は、県民、事業者及び民間団体の観光の振興に対する理解が深まり、観光の振興に関する取組への参画が促進されるよう、市町村、観光の振興を目的とする民間団体等と協力して、観光の振興に関する情報の提供、普及啓発、学習の支援、人材の育成その他必要な措置を講ずるよう努めるものとする。

(県民、事業者等及び市町村に対する支援等)

第10条 県は、県民、事業者及び民間団体が行う観光の振興に関する活動について、その自主的な取組に配慮しつつ、市町村と連携して必要な支援を行うよう努めるものとする。

2 県は、市町村が基本計画に沿った観光の振興に関する計画を定め、又はこれに基づき施策を実施するときは、観光の振興に関する必要な助言その他の支援及び協力を行うよう努めるものとする。

(近隣県等との連携)

第11条 県は、県域を越える広域的な観光旅行者の需要に応えるため、近隣県等広域的な観光に係る団体との連携を図るものとする。

(国際観光の推進)

第12条 県は、環日本海地域をはじめとする東アジア地域、欧米地域等の観光旅行者の増加に対応して、積極的に国際観光を推進するものとする。

(観光の基盤となる施設の整備等)

第13条 県は、基本計画に基づき、観光の基盤となる交通施設、案内施設、交流施設その他の観光旅行者のための施設の整備及び観光に関する情報の提供等に関し必要な施策を講ずるよう努めるものとする。

(観光に関する事業者の経営基盤の強化等)

第14条 県は、基本計画に基づき、観光に関する事業者の経営基盤の強化を図るため、相談及び支援を行う体制の充実に関する施策その他の必要な施策(次項において「相談支援体制の充実等の施策」という。)を講ずるよう努めるものとする。

2 県は、前項の施策のほか、基本計画に基づき、観光の振興を図るため、事業者間及び産業間の有機的な連携を促進するとともに、新たな観光に関する事業の創出及び育成のための相談支援体制の充実等の施策を講ずるよう努めるものとする。

(観光に関する情報の収集等)

第15条 知事は、観光の振興に関する施策を効果的に推進するため、観光に関する情報の収集及び統計の充実並びに観光動向の調査及びその分析の実施に努めるものとする。

(施策の連携)

第16条 知事は、観光の振興を総合的かつ戦略的に推進するため、この条例に基づく施策と観光の振興に関連する法令及び他の県条例等に基づく施策との有機的な連携を図るものとする。

(財政上の措置等)

第17条 県は、観光の振興に関する施策を実施するため必要な財政上の措置その他の措置を講ずるよう努めるものとする。

(施策の実施状況の報告等)

第18条 知事は、毎年、基本計画に基づく施策の実施状況を県議会に報告するとともに、公表するものとする。

附 則

この条例は、公布の日から施行する。

(3) 富山県観光振興戦略プラン策定会議設置要綱

(目 的)

第1条 近年における国際化、情報化の進展や観光ニーズの変化など富山県の観光を取り巻く環境の変化等を踏まえ、今後の観光政策の基本となる観光振興戦略プランを策定するにあたり、観光振興に関して重点的に取り組むべき戦略や県、市町村、民間事業者等の連携や役割分担などについて総合的な検討を行うため、富山県観光振興戦略プラン策定会議（以下「策定会議」という。）を設置する。

(所掌事務)

第2条 策定会議の所掌事務は、富山県観光振興戦略プランの策定に必要な検討を行うこととし、具体的には、次のとおりとする。

- (1) 富山県の観光の現状把握とその分析に関すること。
- (2) 観光振興の方向性や具体策の検討に関すること。
- (3) 県、市町村、民間事業者等の役割と連携・協力の検討に関すること。
- (4) 観光振興の推進体制の検討に関すること。

(組 織)

第3条 策定会議は、座長並びに15名以内の委員、15名以内の専門委員及び若干名の特別委員をもって組織する。

(座 長)

第4条 座長は、知事をもって充てる。

2 座長は、会務を総理し、策定会議を代表する。

3 座長が出席できないときは、座長があらかじめ指名する委員がその職務を代理する。

(委 員)

第5条 委員は、学識経験を有する者、経済団体・行政の代表者のうちから知事が委嘱する。

(専門委員)

第6条 専門委員は、運輸、交通、旅行、宿泊、農林漁業、ボランティア活動などの各分野において専門的知識を有する者のうちから知事が委嘱する。

(特別委員)

第7条 特別委員は、特別の事項について優れた識見を有する者のうちから知事が委嘱する。

(会 議)

第8条 策定会議は、座長が招集し、主宰する。

(庶 務)

第9条 策定会議の庶務は、知事政策室観光・地域振興局観光課において処理する。

(雑 則)

第10条 この要綱に定めるもののほか、策定会議の運営に関し必要な事項は座長が別定める。

附 則

- 1 この要綱は、平成20年9月26日から施行する。

(4) 富山県観光振興戦略プラン策定会議委員名簿

	氏名	役職名等
座長	石井 隆一	富山県知事
副座長 委員	犬島 伸一郎	富山県商工会議所連合会会長 (社)富山県観光連盟会長
特別 委員	福川 伸次	(財)機械産業記念事業財団会長
	吉田 忠裕	YKK(株)代表取締役社長
委 員	魚津 龍一	富山県町村会会長(朝日町長)
	後藤 靖子	国土交通省北陸信越運輸局長
	高橋 正樹	富山県市長会副会長(高岡市長)
	玉沖 仁美	(株)リクルート旅行カンパニーじゃらんリサーチセンター客員研究員
	堂故 茂	観光カリスマ(氷見市長)
	中尾 哲雄	富山経済同友会代表幹事
	長尾 治明	富山国際大学教授
	西村 幸夫	東京大学先端科学技術研究センター教授
	マリ クリスティーヌ	異文化コミュニケーター
	政所 利子	(株)玄 代表取締役
	森 雅志	富山県市長会会長(富山市長)
	森 雄一	(社)日本青年会議所北陸信越地区富山ブロック協議会会長
	渡辺 康洋	富山大学教授
専 門 委 員	小井 浩樹	(社)日本旅行業協会中部支部富山地区会会長
	大石 正徳	富山県ホテル・旅館生活衛生同業組合副理事長
	荻野 浩平	西日本旅客鉄道(株)執行役員金沢支社長
	尾山 春枝	全国漁協女性部連絡協議会会長
	金 連協	アジアナ航空(株)富山支店長
	桑名 博勝	富山地方鉄道(株)代表取締役会長
	杉山 喜重子	観光ガイドボランティアグループ「あいの風」代表
	高本 一恵	JA富山県女性組織協議会会長
	中島 喜代美	宇奈月温泉女将の会 かたかご会代表
	中村 憲史	立山黒部貫光(株)取締役社長
	林 幹翁	全日本空輸(株)富山支店長
伏江 努	富山県旅行業協会会長	

(5) 富山県観光振興プラン策定準備ワーキングチーム設置要綱

(名称)

第1条 この組織は「富山県観光振興プラン策定準備ワーキングチーム」（以下「チーム」という。）と称する。

(目的)

第2条 チームは、近年における国際化、情報化の進展や観光ニーズの変化など富山県の観光を取り巻く環境の変化等を踏まえ、今後の観光政策の基本となる観光振興戦略プラン（以下「プラン」という。）を策定するにあたり、必要な事項を調査研究することを目的とする。

(検討事項)

第3条 チームは、前条の目的を達成するため、次に掲げる事業を行う。

- (1) 富山県の観光の現状に関する分析、検証に関すること
- (2) 観光振興戦略の方向性や具体策の調査研究に関すること
- (3) 県、市町村、民間事業者等の役割と連携・協力方法の調査研究に関すること
- (4) 観光振興戦略の推進体制や推進組織の調査研究に関すること

(組織)

第4条 チームは、別表1に掲げる者（以下「委員」という。）で組織する。

- 2 チームに専門的事項を調査研究するため必要があるときは、アドバイザーを置くことができる。

(座長)

第5条 チームの座長は富山県観光・地域振興局長をもって充てる。

- 2 座長は、会務を総理し、チームを代表する。
- 3 座長が出席できないときは、座長があらかじめ指名する委員がその職務を代理する。

(会議)

第6条 チームの会議は必要に応じて座長が招集し、座長がその議長となる。

- 2 座長は、第3条の事項の調査研究に必要があるときは、専門知識等を有する者をオブザーバーとして招聘することができる。

(幹事会)

第7条 チームに付すべき事項について、協議し、庁内の意見調整を図るため、チームに幹事会を置く。

- 2 幹事会は、別表2に掲げる者で構成する。
- 3 幹事会は、必要に応じて、幹事長が招集する。

(事務局)

第8条 チームの事務局は、富山県観光・地域振興局観光課に置く。

(その他)

第9条 この設置要綱に定めるもののほか、チームの運営に関し必要な事項は座長が別に定める。

附 則

- 1 この要綱は、平成20年7月7日から施行する。
- 2 この要綱は、平成21年3月31日をもってその効力を失う。

別表 1

区分	氏名	役職名等
座長	寺井 幹男	富山県観光・地域振興局長
委員	稲田 祐治	富山地方鉄道(株)経営企画部長
	永崎 泰雄	立山黒部貫光(株)立山三社営業統括本部営業推進部長
	大石 正徳	富山県ホテル旅館生活衛生同業組合副理事長
	大平 竜士	J R西日本金沢支社営業課長
	坂井 保樹	富山市商工労働部長
	櫻田 義一	J A T A 富山地区会長
	杉山 喜重子	ボランティア「あいの風」代表
	林 幹翁	全日空富山支店長
	藤井 健三	富山県観光連盟副会長・専務理事
	伏江 努	富山県旅行業協会会長
	中島 喜代美	かたかご会代表
アドバイザー	長尾 治明	富山国際大学教授
	渡辺 康洋	富山大学教授