

新・富山県観光振興戦略プラン

来 富 キ パ
ら 山 ト ノ
れ に キ ラ
ト マ



平成 28 年 3 月

新・富山県観光振興戦略プラン

目次

1	はじめに	1
	(1) プラン策定の意義	
	(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	2
	(1) これまでの取り組み	
	(2) 本県観光の現状	
	(3) 本県観光の課題の整理	
3	本県観光の目指すべき方向と目標	24
	(1) 基本目標	
	(2) 目指す将来像 (Vision)	
	(3) 施策 (Mission)	
	(4) 数値目標	
4	施策の方向と重点的に取り組むべき事項	
	(1) 戦略的な観光地域づくり	26
	①戦略的な観光地域づくりの体制整備 (日本版 DMO)	
	②グローバル化に対応した次世代の観光を担う人づくり	
	③地域の観光を支える人づくり	
	④旅行者の満足度を向上させる受入環境の整備・支援	
	⑤観光産業と他産業の連携による域内経済循環の促進	
	⑥観光の担い手としての事業者・県民の意識醸成	
	(2) 広域観光の拠点化	30
	①広域観光ハブ (交通結節点) としての優位性を活かした拠点整備	
	②主要駅・空港と観光地を結ぶ二次交通の整備・利便性向上	
	③広域観光の拠点としての賑わい創出・魅力向上	
	(3) 富山らしい魅力創出	32
	①世界水準の観光資源「世界遺産五箇山」「立山黒部」の高付加価値化	
	②世界で最も美しい富山湾の魅力を活かした観光資源の発掘・磨き上げ	
	③豊かな食の磨き上げ	
	④伝統文化、工芸品等上質な富山を提供する観光商品の開発	
	⑤産業観光、ロケ地、スポーツ等多様なツーリズムの展開	
	⑥冬季の魅力創出による通年観光の促進	

(4) 戦略的なプロモーション	36
①「海のあるスイス」のイメージ醸成	
②ターゲットの特性に応じ、リピーターや定住をも意識した効果的な情報発信	
③交通事業者、大手旅行会社、近隣自治体等と連携したプロモーション	
④映画等の誘致や多様なメディアの活用・連携	
(5) 国際観光の推進	39
①広域観光周遊ルートの形成促進	
②外国人個人旅行者（FIT）の受入環境の整備	
③欧米豪など新規市場に向けた効果的な情報発信	
④東アジア・東南アジアからのリピーター拡大	
(6) コンベンションの誘致促進	43
①国際会議の誘致強化	
②本県の特色等を活かした戦略的なコンベンション誘致	
③主催者のニーズに配慮した支援制度の充実	
④富山の魅力を活かしたユニークベニューやアフターコンベンション等の提案	
5 プランの推進体制	46
6 資料	
(1)「新・富山県観光振興戦略プラン」の概要	48
(2)「新・富山県観光振興戦略プラン」に掲げる目標値	49
7 参考資料	
(1) 新・富山県観光振興戦略プラン策定の経緯	50
(2) 元気とやま観光振興条例	51
(3) とやま未来創造県民会議設置要綱	55
(4) とやま未来創造県民会議 観光分科会設置要綱	56

1 はじめに

(1) プラン策定の意義

人口減少が進む中、活力ある地域社会を維持・発展させるには、交流人口を拡大させ、地域経済の活性化を図る仕組みづくりが重要である。観光は、交流人口の拡大に大きく貢献し、雇用機会の創出や増大につながるとともに、産業の裾野が極めて広く、総合的戦略産業として、地域全体に大きな経済効果をもたらす原動力になるものと期待されている。

本県においては、県民の悲願であった北陸新幹線が平成 27 年 3 月に開業し、首都圏等からのアクセスが著しく向上した。上越妙高～糸魚川間の乗車人員や県内宿泊者数が前年に比べて大幅に増加するなど、県内でも開業効果が大きく表れている。

今後は、この開業効果を一過性にせず、さらに持続・深化させ、本県の新たな発展・飛躍につなげていくことが肝要である。

このため、県では、平成 27 年 10 月に「富山県人口ビジョン」及び「とやま未来創生戦略」を策定した。「北陸新幹線開業」と「地方創生」の二つのフォローの風を最大限に活かし、「とやま新時代」にふさわしい、活力と魅力にあふれた未来の創生に取り組んでいくこととしている。

本プランは、このような状況を踏まえ、今後 5 年間の新たなプランとして策定したものであり、「とやま未来創生戦略」等と軌を一にしながら、外国人旅行者の増加や 2020 年東京オリンピック・パラリンピック開催等を見据え、マーケティングや経済波及効果を意識し、これまで以上に戦略的に観光振興に取り組むこととしている。

今後、本プランを通じ、県、市町村、県観光連盟、市町村観光協会、観光事業者、民間事業者、県民等が一丸となって観光地域づくりに取り組み、旅行者の満足度を高めるとともに、地域に住んでいる方が誇りに思う、活力と魅力あるふるさとづくりにつなげていくこととしたい。

(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。

(3) 計画期間

プランの計画期間は、平成 27 年度から平成 31 年度までの 5 年間とする。

2 本県観光の現状と課題

(1)これまでの取り組み

本県では、平成22年に策定した「富山県観光振興戦略プラン」（計画期間：平成22年度～26年度の5年間）に基づき、平成27年3月の北陸新幹線開業を見据え、5つの重点的施策に沿って、観光振興に取り組んできた。

<基本方針> 県民あがての観光県づくりの推進に向けて

①富山らしい魅力創出	<ul style="list-style-type: none"> ・地域資源の発掘と観光資源のブラッシュアップ ・食のブランド化と高付加価値化 ・個人観光客の多様なニーズに合わせた観光商品の開発 ・県内周遊の促進、近隣県を含む広域ルートの開発 ・冬季の魅力創出と通年観光
②戦略的なPR	<ul style="list-style-type: none"> ・大都市圏等に向けた戦略的な情報発信 ・多様な個人客に向けた的確な情報発信 ・メディアの活用・連携 ・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	<ul style="list-style-type: none"> ・地域の観光を支える人づくり ・観光産業及び周辺産業の振興・連携 ・県民の意識醸成 ・受入環境の整備 ・二次交通の確保・利便性向上
④国際観光の推進	<ul style="list-style-type: none"> ・東アジアからのリピーター確保、通年の魅力発信 ・新規市場に向けた効果的な情報発信 ・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	<ul style="list-style-type: none"> ・コンベンション開催環境の周知と営業活動の強化 ・コンベンション開催に向けた支援の充実 ・アフターコンベンション等の充実

① 富山らしい魅力創出

本県の地域資源を掘り起こし、観光資源として磨き上げ、商品化を進めることで、積極的に「富山での過ごし方」を提案するとともに、その観光商品の充実・流通化に努めた。

具体的には、豎坑エレベーターを活用した樺平パノラマ新周遊ルートの整備・観光商品化、富山湾の「世界で最も美しい湾クラブ」への加盟と湾岸サイクリングコース等の整備、富岩運河環水公園の整備と四季折々のイベント開催による賑わいづくり、富岩水上ラインの運航、産業観光の促進、「富山湾鮎」「とやまの美味しい朝ごはん」など食の魅力の磨き上げ、「幸のこわけ」など土産品の磨き上げ等に取り組んだ。

また、富岩運河環水公園、高志の国文学館、富山県美術館(仮称)の整備に合わせ、世界的にも人気のあるカフェや著名なシェフが監修するレストランを誘致し、県内外からの誘客を図るなど、新たな賑わい拠点を創出した。

その成果として、着地型の観光商品や観光バスツアーが充実するとともに、大手旅行会社のツアーに観光商品が組み込まれることにより、本県を取り上げた大手旅行会社のパンフレットが増加するとともに、



樺平パノラマ新周遊ルート



五箇山合掌造り集落の
ライトアップ

地産地消や食のブランド化が進展するなど、質の高いコンテンツの開発・発信につながった。

<とやまの食の魅力の磨き上げ>

☆ 天然の生け簀「富山湾鮪」

本県が誇る海の幸を旅行者に気軽に楽しんでいただくため、県内 60 の鮪店で、富山湾の旬の地魚を使ったセットメニューを提供しています。

県鮪商生活衛生同業組合と県が企画し、平成 23 年 11 月から提供を開始しました。



【富山湾鮪の特徴】

- ・ 1セット 10 貫に富山らしい汁物付き。提供時にネタを説明
- ・ ネタは富山湾の新鮮な海の幸、シャリは県産米を使用
- ・ 価格は 2,000 円～3,500 円（税別。各店ごとに定価設定）

【富山湾鮪会席「餐～もてなし～」】

- ・ 富山湾鮪に、旬の地魚料理をセット。魚を知り尽くした鮪屋ならではの逸品が楽しめます。
- ・ 価格は 6,000 円～10,000 円（税別。各店ごとに定価設定）。県内 18 店舗で提供

【富山湾鮪切手】

- ・ 日本郵便株式会社と連携し、富山湾鮪の切手シートが、平成 26 年 10 月に発売されました。世界初の握りずしの切手とあって、追加発売されるなど人気を集めました。
- ・ 平成 27 年 10 月には「春夏」のネタ、平成 28 年 1 月には「秋冬」のネタで構成された切手シートが発売されました。

☆ 「とやまの美味しい朝ごはん」

県内のホテル・旅館 41 施設では、「とやまの美味しい朝ごはん」として、地元の郷土料理やその土地ならではの食材を使った料理を季節ごとに提供しています。

「泊まらなければ食べられない朝食」として県内宿泊を動機付け、宿泊者の満足度を向上させるため、県ホテル・旅館生活衛生同業組合と県が企画し、平成 25 年 11 月から開始しました。



【「とやまの美味しい朝ごはん」の定義】

- ① 県産米を、富山の美味しい水で研いだ、朝炊きごはんを提供
- ② 県産食材を使用した、地域ならではの朝ごはんを提供
- ③ 富山の美味しい水とともに提供

☆ とやまの山幸

山々に囲まれた富山県では、山菜、川魚、ジビエといった四季折々の山の恵みが豊富にあります。これらの山の幸を贅沢に使用したコースを、県内 8 店舗で提供しています。



【「とやまの山幸」の定義】

- ① 山の幸を贅沢に使用した、1 万円からのコース料理を提供
- ② コースの中の 1 品は、お客様、生産者、山の恵みに感謝を表した逸品として、多喜込み（炊き込み）料理を提供
- ③ 各店独自の趣向を凝らしたおもてなしを、あわせて提供

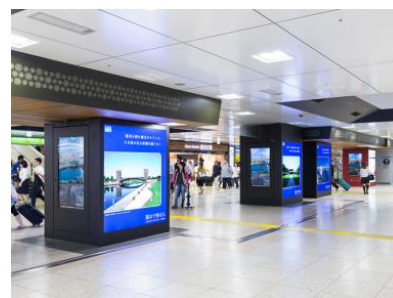
② 戦略的なPR

北陸新幹線開業に向け、本県の魅力ある観光資源の認知度向上を図り、東京駅での集中的なPRや、東京駅周辺（丸ビル「マルキューブ」、JPビル「KITTE」）での大規模PRイベント、首都圏百貨店等での観光物産展、北陸新幹線開業に合わせた大型時刻表（平成27年3月号）への観光情報掲載など、インパクトのあるプロモーションを展開した。また、観光季刊誌「ねまるちゃ」を発行し、首都圏のJR各駅等に配架するとともに、県内観光地を巡る特別の体験プログラム「大人の遊び、33の富山旅。」の発行、観光ウェブサイト「とやま観光ナビ」の大幅リニューアルなど、継続的な情報発信に取り組んだ。

さらに、北陸三県とJRグループ等による北陸デスティネーションキャンペーン（平成27年10月～12月）に向け、本県で「全国宣伝販売促進会議」が開催され、全国から参加した旅行会社・JRの商品企画担当者等（約880名）に対し、本県をはじめ北陸の観光素材の提示・PRを行った。また、本県では、県内市町村等と連携し、「富山で休もう。」キャンペーンを実施し、郵便局と連携した企画（県内各観光地をデザインした特別消印の押印等）やプレゼント企画の実施などにより、富山旅行の動機付けを図った。

このほか、県では、観光課内に「富山県ロケーションオフィス（TLO）」を設置し、映画・ドラマのロケの誘致に積極的に取り組み、映像を通じた、本県の美しい景観や文化的な魅力の発信並びに観光誘客を図った。

これらの成果として、メディアや旅行会社において、本県の観光資源の露出が大幅に増え、宿泊旅行者の増加につながった。



東京駅スーパージャック



「とやま Week in 東京 2015」



観光季刊誌「ねまるちゃ」2015秋号（左）
「大人の遊び、33の富山旅」2015秋（右）



富山向け旅行商品パンフレット
（JR 東日本びゅう）

<観光季刊誌「ねまるちゃ」・旅行商品「富山とりっぷ」>

- ▶ 観光季刊誌「ねまるちゃ」は、県内の食や体験、イベント等に関する旬の観光情報を定期的に発信する情報誌（季刊誌）として、平成25年秋に創刊されました。発行部数の大部分は、JR東日本とのタイアップにより、首都圏のJR各駅（約400駅）に配架されているほか、北陸三県、長野県、南東北の主要駅、NEXO中日本のSA・PA等にも置かれています。
- ▶ また、「ねまるちゃ」とタイアップし、JR東日本グループの旅行会社びゅうトラベルサービスにおいて、旅行商品「富山とりっぷ」が季節ごとに発売されています。
「ねまるちゃ」の観光情報とともに、北陸新幹線の往復切符と富山県内の宿泊をセットにした首都圏等からの旅行商品を紹介するもので、JR東日本の旅行店舗びゅうプラザにおいて取り扱われており、魅力たっぷりの富山旅行をお客さまに勧めていただいています。

③ 官民一体、県民こぞってのおもてなし環境の整備

「とやま観光未来創造塾」を開講し、魅力ある観光地域づくりを担う人材や質の高い観光ガイドの育成に取り組んだ。

また、事業者がお客様へのおもてなしの取組みを宣言する「休んでかれ。」宣言の募集登録や、接遇・観光案内に優れたタクシー乗務員を「おもてなし優良タクシードライバー」として表彰する制度の創設、県民を対象におもてなしの心得を学ぶ講座の開催などに取り組んだ。



「とやま観光未来創造塾」
観光ガイドコース認定試験

さらに、「富山ぶりにバス」「世界遺産バス」など、新幹線駅と観光地を結ぶ観光路線バスの運行や、県内観光地を巡る着地型バスツアーの造成等を促進した。

これらの成果として、「とやま観光未来創造塾」の修了生により、魅力ある観光商品やガイドツアー等が企画されるとともに、県民一体となって旅行者をおもてなしする気運の醸成、二次交通の整備、広域周遊ルートの形成等につながった。

<とやま観光未来創造塾>

- ▶ 北陸新幹線開業を見据え、おもてなし力の向上、お客様に満足いただける観光ガイドの育成、魅力ある観光地域づくりをリードする人材の育成を図り、①観光おもてなし入門コース、②観光ガイドコース、③観光魅力アップコース（食のおもてなし専攻、観光地域リーダー専攻）の3つのコースを設置し、平成23年度に開講しました。

県知事を名誉塾長とし、塾長には西村幸夫・東京大学先端科学技術研究センター所長、主任教授に山田桂一郎・JTIC.SWISS 代表（観光カリスマ）及び渡辺康洋・富山大学名誉教授など、著名な講師陣による講義が行われています。

- ▶ 平成27年度には、外国人旅行者のさらなる増加を見据え、新たに「グローバルコース」を開設しました。訪日外国人向けのツアーサービスを提供する旅行会社での実地研修等を通じ、外国人旅行者を対象とした着地型観光事業の立ち上げに必要な知識・技術の習得を目的としています。
- ▶ これまでの5年間で、観光協会、観光事業者、商工団体、交通事業者、金融機関など、様々な業界から延べ約370名の方が、塾を修了されました。修了生は、相互のネットワークを活かしながら、例えば、経営する宿の食事や接遇などのおもてなしを磨き上げたり、地域の観光資源を活かした満足度の高いガイドツアーを企画されたりするなど、観光地域づくりに向け、活躍されています。

<「休んでかれ。」宣言>

- ▶ 旅行者を温かくお迎えし、「また来たい！」と感じていただけるよう、事業者自らが取り組むおもてなしを宣言し、実践していただく、「休んでかれ。」宣言の募集登録を、平成25年度から実施しています。
- ▶ 登録された事業者へは、「おもてなしハンドブック」やPR用の缶バッジ等を提供するとともに、「笑顔で挨拶します!」「すすんで観光案内をします」などの宣言を特設ウェブサイトで紹介しています。
平成28年2月11日現在で、1,504の事業者に宣言いただいています。



④ 国際観光の推進

トップセールスによる海外での観光説明会や外航クルーズ客船の誘致、現地メディア等への広告掲出や旅行博出展、国内外の航空会社と連携した富山ツアーの造成支援などを行った。また、県内のホテル・旅館や観光施設の Wi-Fi 整備に対する支援や案内標識の多言語化の促進など、外国人旅行者向け受入環境の整備に努めた。

その成果として、立山黒部アルペンルートでの外国人団体観光客数の大幅増加、冬季における大規模ツアー実施や外航クルーズ客船の誘致などにつながった。



H26年4月
スターアライアンス加盟
航空会社の日本支社長等招聘



H27年1月～2月
台湾から17団体・約600名の
スキーツアー



H27年5月寄港
ボイジャー・オブ・ザ・シーズ
138,194ト

<台湾からの観光客 13万人を達成>

- 台湾は、親日的で、雪が降らない暖かい地域であり、「雪の大谷」や秋の紅葉の魅力発信による誘客が期待できることから、本県では、立山黒部貫光(株)と連携し、全国でも先駆けて積極的な観光プロモーションを展開してきました。

旅行会社向け観光説明会や消費者向け PR イベントでの知事トップセールスに加え、現地の地下鉄(MRT)のラッピング広告・車内広告、台北駅での大型広告、台湾ファミリーマートと連携した観光キャンペーン等を実施するとともに、台湾の航空会社に働きかけ、チャーター便の運航実績を積み重ねました。

- その結果、平成24年4月、チャイナエアラインによる台北ー富山便(定期便)が就航し、「雪の大谷」の時期には毎日運航されるなど、台湾からの誘客に弾みがつきました。

そして、これらの取組みにより、平成15年には2万人台だった立山黒部アルペンルートへの観光客数が、平成27年には13万人を超えるにいたりました。

- 台湾からの訪日旅行も、個人旅行化が急速に進んでいます。今後、その受入態勢の整備を着実に進め、さらなる誘客を図ることとしています。



台北駅コンコースでの
巨大懸垂広告
(平成27年8月)

⑤ コンベンションの誘致促進

コンベンションの誘致に向け、市町村と連携し、全国トップレベルの開催支援制度を整備するとともに、コンベンション開催時には、会場にインフォメーションコーナーを設けたり、駅・空港に歓迎看板を掲出したりするなど、参加者の受入・歓迎態勢の充実に努めた。さらに、市町村・タクシー事業者との連携により、全国唯一のコンベンションタクシー制度を創設し、その活用によるアフターコンベンションの充実に働きかけてきた。

これらの成果として、コンベンション参加者数等が着実に増加し、平成 26 年度は、開催件数・参加者数とも過去最高となった。また、千人以上参加する大規模コンベンションの件数が、平成 24 年度以前は年間 3～4 件程度であったが、平成 27 年度（1 月末現在）は 13 件にまで増加した。



国際会議の開催



懇親会での伝統芸能披露

＜おもてなし優良タクシードライバー＞

- ▶ タクシー乗務員によるおもてなしは、本県を訪れた旅行者の第一印象を左右する可能性が高いことから、県では、観光知識や接遇等について研修を行う「観光ガイドドライバー養成講座」を実施してきました（平成 27 年度までに 643 人が受講）。

さらに、平成 25 年度からは、観光案内・接遇に優れたタクシー乗務員を「おもてなし優良タクシードライバー」として表彰する制度を設け、これまでに 98 人を表彰（知事賞 23 人、おもてなし優良賞 75 人）するとともに、ドライバーの継続的なスキルアップを促すためのフォローアップ研修を実施しています。

- ▶ 優良ドライバーのタクシーの利用者からは、「市内を巡り、最後は寿司屋まで乗せてもらう予定だったが、車中の説明がとても面白かったので、寿司屋でそのまま待ってもらい、帰りの駅まで乗車した」「次回、観光で富山へ来る際も指名したい」などの声が寄せられており、本県へのリピーターづくりに活躍していただいています。



(2)本県観光の現状

平成 27 年 2 月の七尾氷見道路（能越自動車道の一部）の全線開通や同年 3 月の北陸新幹線開業などによる交通基盤の強化、近年の訪日外国人旅行者数の大幅な増加など、本県観光を取り巻く環境は大きく変化している。

本県を訪れた旅行者の満足度は、食や土産品等の項目を中心に上昇傾向にあるが、消費額及び滞在時間は、全国平均より低い水準にある。

新幹線開業後に本県が実施した調査では、宿泊施設の客室稼働率や宿泊単価、観光施設の収入がいずれも増加傾向にあることや、首都圏からの旅行者の約 6 割が新幹線を利用して来県されていること、本県と近隣県を併せて観光される方が多いことなどが分かった。また、観光・宿泊事業者においては、外国語の館内表示や案内など、外国人旅行者の受入体制に関する課題も挙げられている。

① 陸・海・空の交通基盤

【陸路（鉄道・バスなど）】

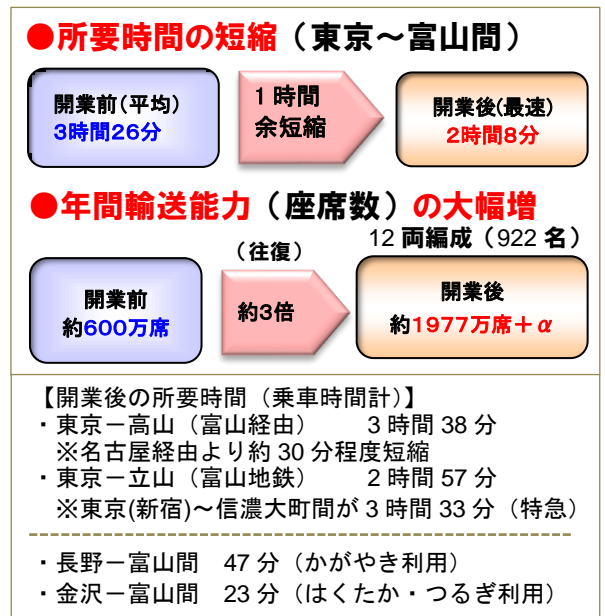
平成 27 年 3 月の北陸新幹線開業後、東京－富山間の所要時間は 1 時間余り短縮し、年間の輸送能力（座席数）は従来の約 3 倍に増加している。

東京－高山や長野－富山等の所要時間も大幅に短縮しており、県内新幹線駅は、立山黒部アルペンルート、黒部峡谷、五箇山・白川郷、飛騨高山、金沢、能登等とを結ぶ広域観光の基点としての可能性が高まっている。

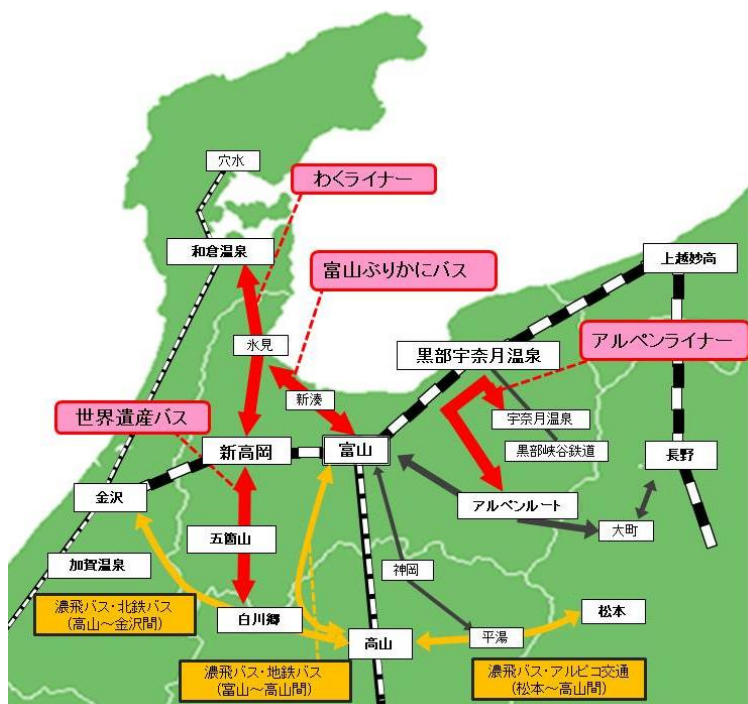
一方、地域交通の面においても、本県は、「鉄軌道王国とやま」として、全国屈指の地域鉄道網を有しており、JR 城端線・氷見線の観光列車「べるもんた」など、乗ること自体を楽しむ鉄道も運行されている。

また、能越自動車道の一部を構成する七尾氷見道路（石川県七尾市～富山県氷見市：延長 28.1km）が、平成 27 年 2 月に全線開通し、これにより、七尾 IC から北陸自動車道の小矢部・砺波 JCT までが自動車専用道路でつながったことから、本県と能登地域との広域観光の促進が期待される。

県では、北陸新幹線開業に向け、新幹線駅に隣接する JR 城端線や富山地方鉄道の新駅設置、「富山ぶりにバス」「世界遺産バス」等の観光路線バスや県内観光地を巡るツアーバスの運行支援など、二次交通の充実に取り組んできた。県外に目を向けると、長野県松本市から高山を経由し金沢へ抜けるルートが観光バス路線として定着しており、また、金沢－和倉間の流動も活性化が見られる。県としては、今後、JR 高山本線の利便性向上をはじめ、高山・白川郷発着の観光路線バスの県内停車働きかけ、富



山一和倉間の富山湾岸ルートの特等車等を通じ、県内外の広域観光の促進と旅行者の県内滞在時間の最大化を図ることが重要である。



＜観光路線バス詳細＞

- 富山ぶりにバス
富山ー新湊ー氷見
平日1往復、土日祝日3往復
- 世界遺産バス
高岡ー新高岡ー城端ー五箇山ー白川郷
毎日5往復（城端ー白川郷間は6往復）
- わくライナー
高岡ー新高岡ー氷見ー和倉温泉
毎日4往復
- アルペンライナー
宇奈月温泉ー室堂
土日祝日1往復
(H27.5.2～10.31：H28年度も運行予定)



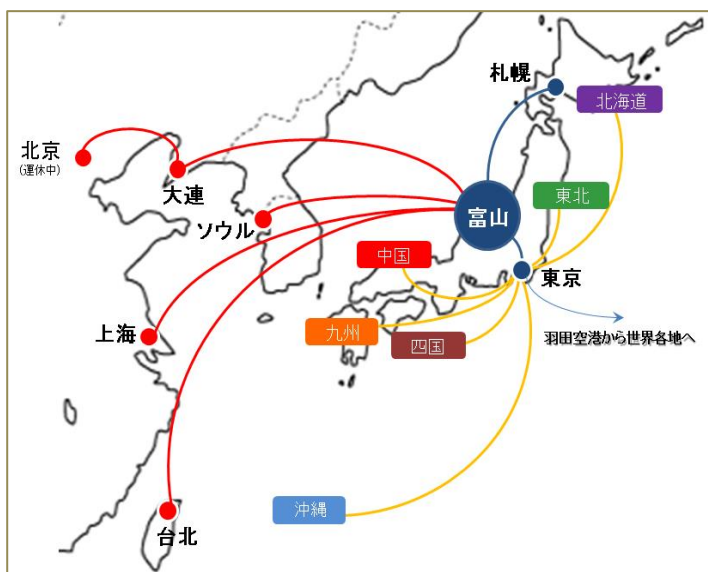
世界遺産バス

【空路（航空）】

富山きときと空港は、国内定期路線が2路線（羽田、札幌）、国際定期路線が地方管理空港（54空港）の中ではトップクラスとなる4路線（ソウル、大連、上海、台北）就航しており、充実した航空ネットワークを有している。

羽田ー富山便は、北陸新幹線開業後、運賃の大幅割引や官民一体となった利用促進策等が展開されているものの、開業前との比較で利用者は約4割減少し、1日6便体制から4便体制（H28年3月27日から）となった。羽田空港は、国際化が進んでおり、また、国内各地からの乗継利便性にも優れることから、羽田ー富山便は、本県のみならず飛騨高山等への誘客の面でも重要な交通基盤であり、路線の維持・活性化が望まれる。

また、国際便については、定期路線の年間を通じた便数の増加・安定やチャーター便の受入などに引き続き積極的に取り組み、国際観光の推進に寄与することが重要である。



【海路（クルーズ客船）】

伏木富山港は、日本海側の総合的な拠点港並びに外航クルーズの機能別拠点港に位置づけられており、16万トン級の大型客船の寄港も可能となっている。

多様で魅力的な観光商品づくりとモデルルートの設定に加え、フランスのモンサンミッシェル湾やベトナムのハロン湾と並んで「世界で最も美しい湾クラブ」への加盟が承認された富山湾の魅力とそのブランド価値を最大限に活かしながら、国内外のクルーズ客船の誘致を進めることで、国際競争力を強化することが重要である。



<H27年度の外航クルーズ客船寄港実績>

- ・ H27.5.18 ボイジャー・オブ・ザ・シーズ
総トン数 138,194 トン 乗客定員 3,286 名
- ・ H27.5.25 ダイヤモンド・プリンセス（写真）
総トン数 115,875 トン 乗客定員 2,706 名

【新ゴールデンルート】

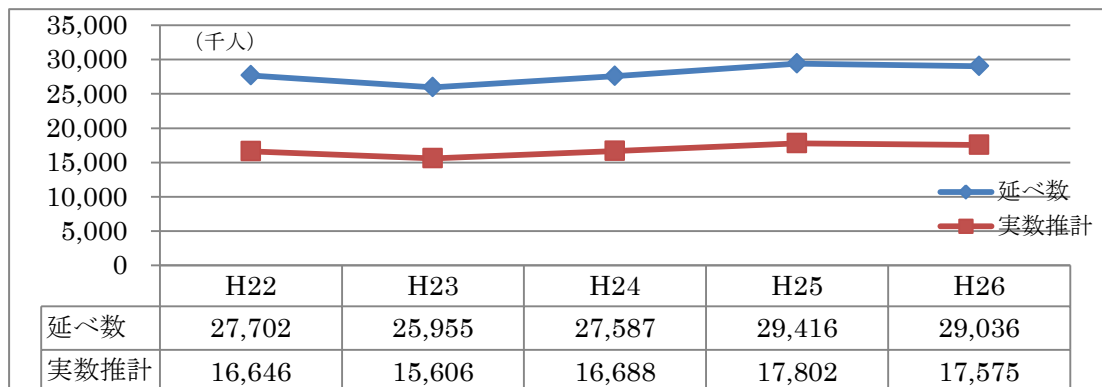
北陸新幹線の上越妙高～糸魚川間の乗車人員は、開業から9ヶ月間で前年比約3.1倍という高い水準で推移しており、北陸と首都圏との間の旅客流動は新たな時代を迎えることとなった。

北陸新幹線の京都・大阪までの全線開通は、北陸・関西の交流拡大のみならず、日本全体の飛躍、発展につながるとしても過言ではなく、1日でも早い延伸開業が望まれる。本県としては、東京－富山・北陸－大阪を結ぶルートが、我が国の新たなゴールデンルートとして定着、発展するよう、地域の魅力創出等による観光流動のさらなる創造に取り組んでいくことが重要である。



② 本県の観光客入込数

本県の観光客入込数（実数推計）は、東日本大震災以降、回復基調にあるものの、平成26年は集客期に台風等悪天候の影響を受けたことや高速道路料金割引の終了・縮小、貸切バスの運賃制度改定等により、前年と比較して1.3%の減少（延べ数でも1.3%減少）となっている。



出典：県観光課 富山県観光客入込数（推計）

（参考）本県の観光客入込数上位ランキング（延べ数）

（単位：人）

	名称	市町村	H26 入込数	H25 入込数	対前年比
1	富岩運河環水公園	富山市	1,390,044	1,264,838	9.9%
2	氷見漁港場外市場ひみ番屋街（総湯含む）	氷見市	1,147,500	1,250,000	-8.2%
3	道の駅福光	南砺市	995,304	916,149	8.6%
4	海王丸パーク	射水市	990,200	1,001,600	-1.1%
5	立山黒部アルペンルート	立山町	908,750	957,605	-5.1%
6	高岡古城公園	高岡市	821,500	772,900	6.3%
7	県民公園太閤山ランド	射水市	717,607	724,137	-0.9%
8	道の駅カモンパーク新湊	射水市	708,988	757,819	-6.4%
9	五箇山	南砺市	707,000	715,000	-1.1%
10	桜ヶ池	南砺市	586,037	607,398	-3.5%

出典：県観光課 富山県観光客入込数（推計）

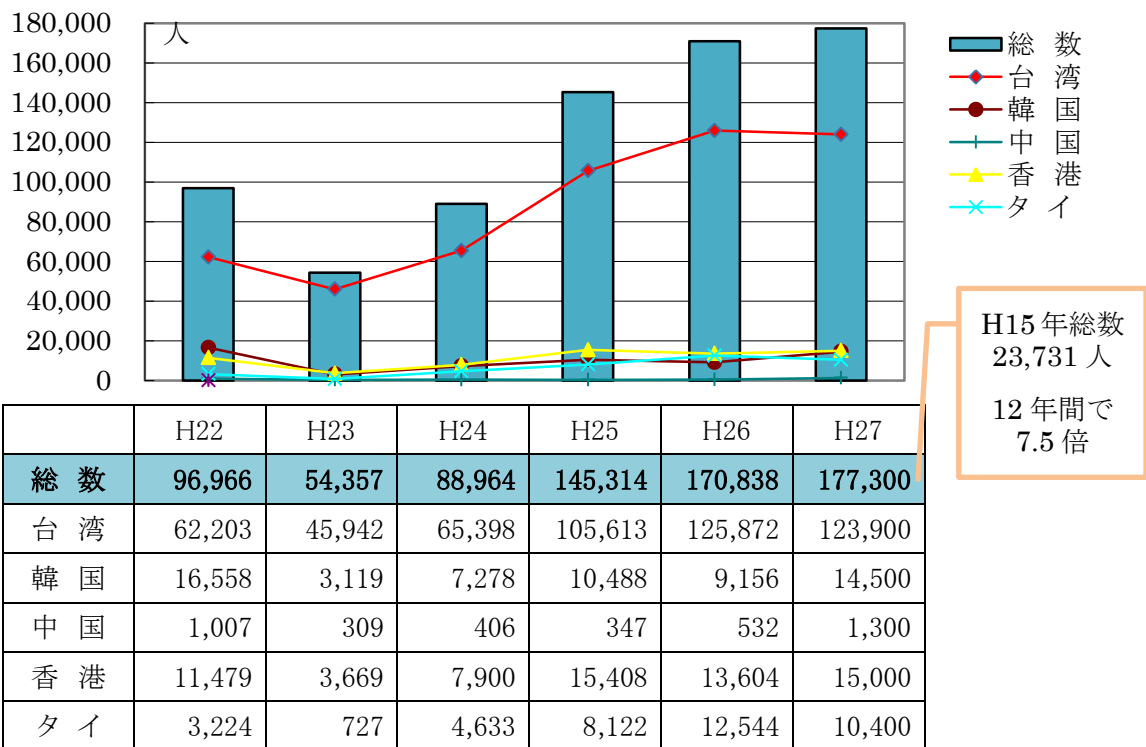
また、立山黒部アルペンルートの観光客数は、東日本大震災の影響から回復基調にあり、平成27年の入込数は997,000人（前年比110%）であった。このうち、国内の団体客は、貸切バス料金の高騰や交代運転手の配置基準強化等の影響により減少したが、一方で個人客は増加し、国内入込客数は782,000人（前年比109%）となった。

また、外国人観光客については、平成 27 年は過去最高の 214,700 人を記録し（前年比 112%）、このうち個人客が著しく増加している（個人客数 37,400 人：前年比 177%）。国・地域別では、台湾（131,800 人：前年比 101%）、香港（25,400 人：前年比 140%）、タイ（16,800 人：前年比 104%）の順となっている。

<立山黒部アルペンルートの外国人団体観光客数>

個人客数が平成 25 年以前は公表されていないため、団体客数で比較

出典：立山黒部貫光㈱

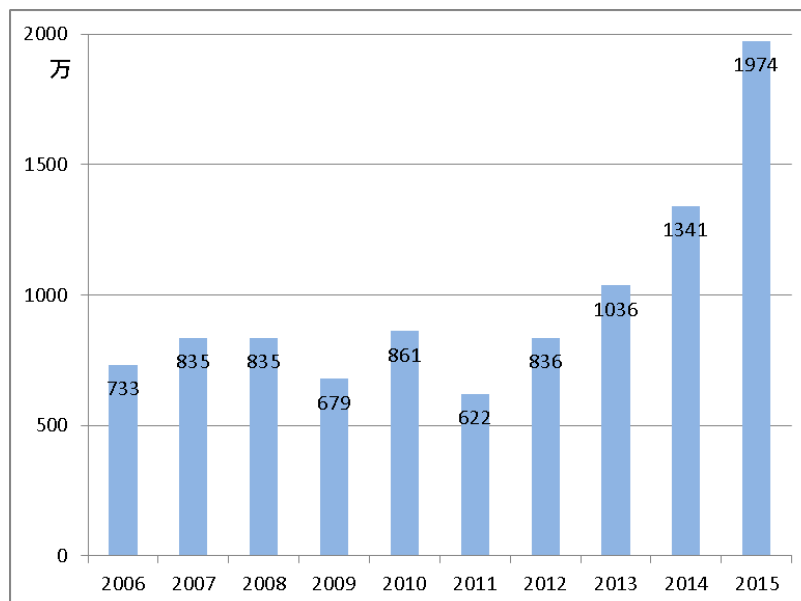


【参考：日本全体の訪日外国人旅行者数】

平成 27 年の訪日外国人旅行者数は、過去最高の 1,974 万人（推計値、前年比 47.1%増）となり、統計を取り始めた 1964 年以降、最大の伸び率となった。

国・地域別では、中国・韓国・台湾など東アジアからの訪日客が多く、タイ、マレーシアなど東南アジアからの訪日客も増加している。

<訪日外国人旅行者数の推移>

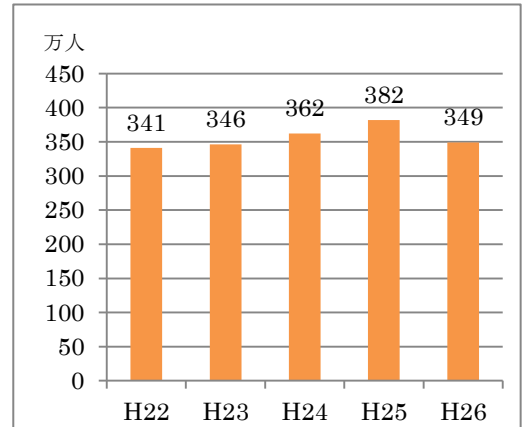


③ 県内宿泊者数

本県の延べ宿泊者数は、近年、おおむね横ばい傾向にあった。平成 26 年は約 349 万人で、観光客入込数と同様、集客期の悪天候等の影響により、前年比で 8.7%の減少だった（従業員数 10 人以上の宿泊施設では、約 285 万人で前年比 1.4%減少）。

一方、本県の外国人宿泊者数は、富山ー台北便の就航・増便や東南アジア向け訪日ビザの免除・緩和などにより、好調に推移している。平成 26 年は、過去最高の 146,576 人を記録し、国別では、台湾が最も多く（H26 年 67,658 人）、全体の約 46%を占めている。

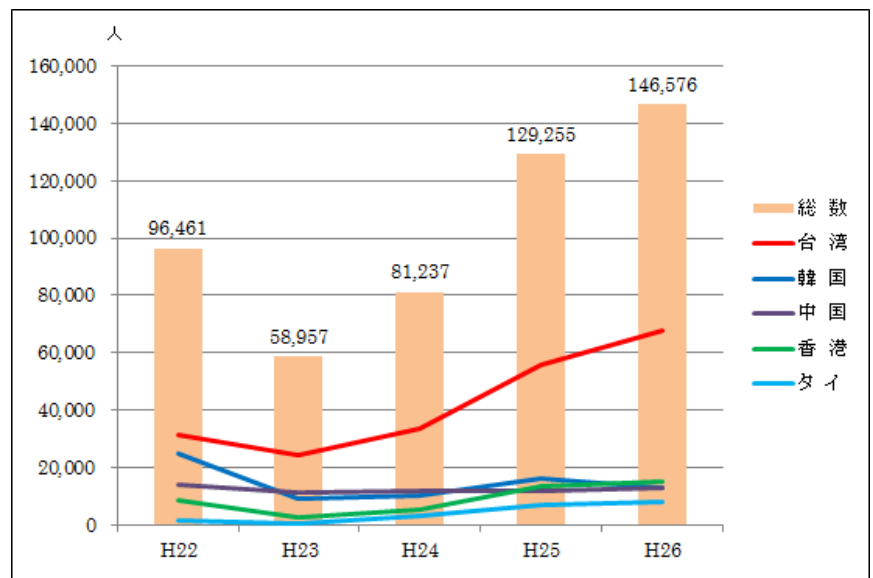
< 県内延べ宿泊者数 >



出典：観光庁 宿泊旅行統計調査

- ・ 調査対象の宿泊施設は、従業員 10 人以上の事業所は全数調査、従業員 10 人未満は抽出調査で推計値を算出
- ・ なお、平成 22 年の延べ宿泊者数には、従業員 10 人未満施設の第 1 四半期の宿泊者数が含まれていない（同年第 2 四半期から抽出調査を開始したため）。

< 本県の外国人宿泊者数 >



出典：県観光課 外国人宿泊者数調査

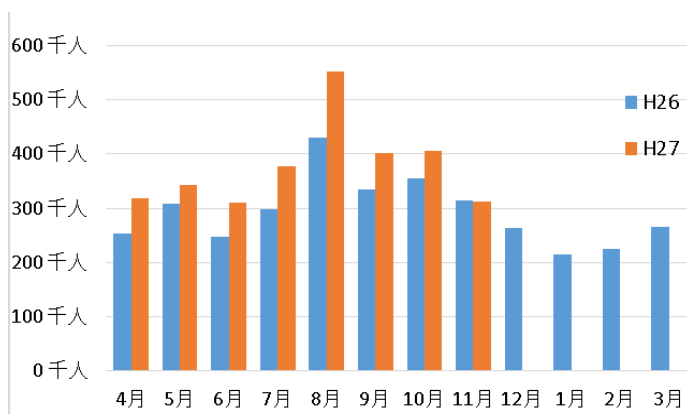
北陸新幹線の開業により、県内の宿泊者数は大幅に増加している。平成 27 年 8 月の延べ宿泊者数が前年比 28%の増加で、伸び率が全国 1 位となったのをはじめ、同年 4 月から 11 月までの延べ宿泊者数の累計は、前年比 18.7%の増加となっている。

宿泊施設の客室稼働率も、北陸新幹線開業後、上昇しており、特にシティホテルやビジネスホテルを中心に宿泊予約が取りづらい状態が続いている。また、海外からの団体ツアーでは、ツインルームを求められることが多いが、県内宿泊施設にはツインルーム

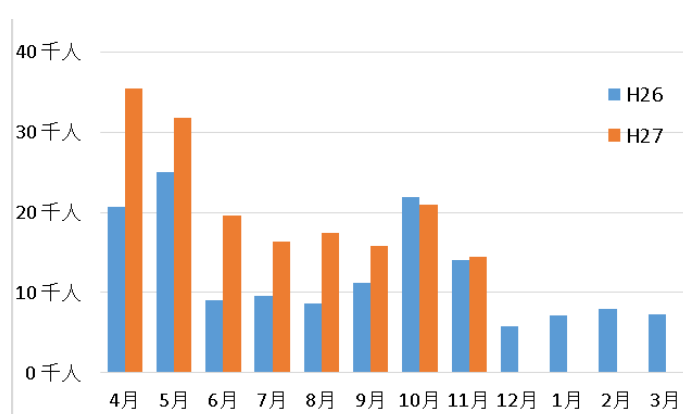
がそれほど多くないため、「雪の大谷」や紅葉などの混雑期の需要に十分応えられないなどの課題も生じている。

このような状況を背景に、富山市内や高岡市内でビジネスホテル開業の動きがあり、また、既存のホテル・旅館でも、客室や浴室等を改装し、利用客の満足度向上を図る取り組みが見られる。しかしながら、2020年東京オリンピック・パラリンピックに向け、訪日外国人旅行者のさらなる増加が予想されることから、本県においても、一定のグレードの宿泊施設の整備は急務と考えられる。

<北陸新幹線開業後の県内宿泊者数>



<北陸新幹線開業後の県内外国人宿泊者数>



<県内宿泊施設の客室稼働率>

%

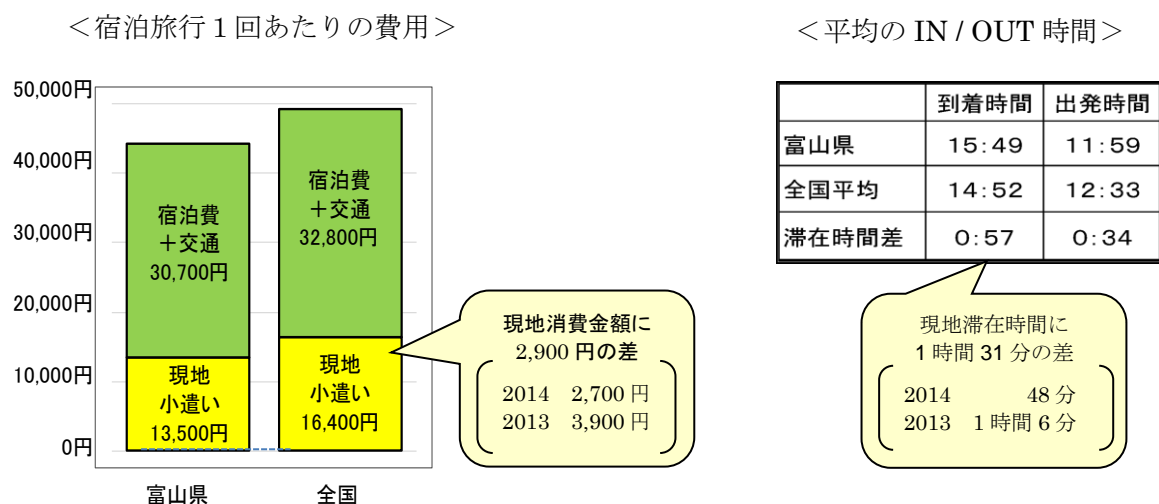
	年度	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
全 体	H27	57.5	60.9	57.9	61.6	70.8	63.5	64.2	53.5				
	H26	44.8	48.7	43.5	52.0	63.6	58.3	57.3	51.5	42.3	38.9	45.0	48.7
シティホテル	H27	74.4	79.4	83.1	76.6	81.9	77.0	77.5	74.4				
	H26	72.3	77.0	69.1	76.5	80.3	76.6	80.3	74.5	57.9	50.8	60.5	66.9
ビジネスホテル	H27	76.7	80.9	78.0	80.2	82.4	80.2	83.3	74.5				
	H26	59.0	59.7	54.8	70.1	78.7	77.1	66.9	60.3	53.7	53.4	62.8	69.3
旅 館	H27	33.3	41.5	36.0	37.3	54.5	42.5	47.2	39.9				
	H26	25.2	31.1	29.5	28.3	46.3	35.8	39.5	36.5	26.9	28.8	31.4	33.3

出典：観光庁 宿泊旅行統計調査

④ 旅行消費額・滞在時間

観光庁の共通基準に基づき、本県を訪れた旅行者（宿泊旅行）の消費額を調査したところ、平成26年は一人あたり20,300円で、全国平均の25,500円（平成24年から26年の平均。平均値を大きく上回る都道府県（4万円/人以上）の消費額を除外）を下回っている。

また、民間の調査でも、県内での消費額及び滞在時間が、全国平均と比べて少ない状況にあり、旅行者により長く県内に滞在・宿泊していただき、消費額も増加させる取組みが今後とも重要である。

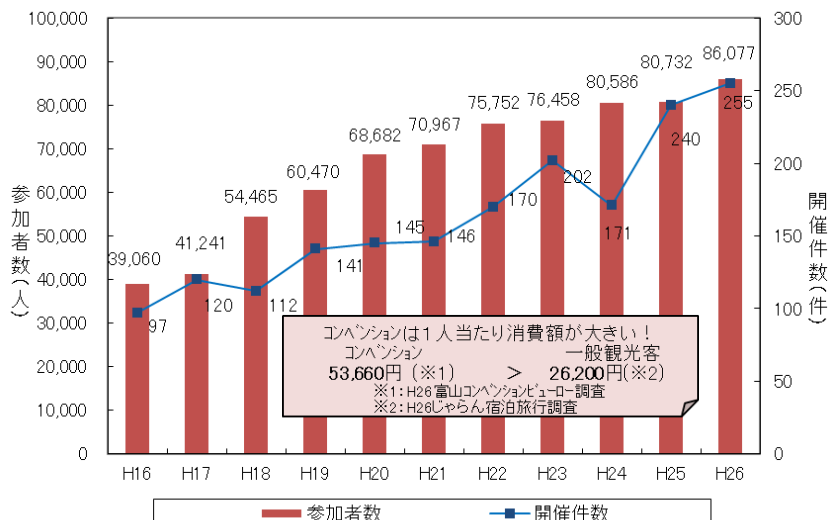


出典：じゃらん宿泊旅行調査2015

⑤ コンベンション参加者数

本県の平成26年度のコンベンション開催実績は、参加者数（86,077人）、開催件数（255件）とも過去最多となった。

一方、国際会議の開催については、全国と同様、年度間でばらつきがあるが（年10件～24件で推移）、地域への高い経済効果に加え、本県の学術や教育、産業の振興、参加者の観光での再訪などの効果も期待できることから、さらなる誘致に取り組んでいく必要がある。



⑥ 来訪者の満足度

本県を訪れた旅行者の満足度は、食や土産品等の項目を中心に上昇傾向にある。

他方、県内の主要な観光地は、近隣県の観光地と比べ、「再び訪れたい」という回答は多いものの、実際のリピーター率は必ずしも高くないといった課題も見受けられる。

魅力	H24	H25	H26	H27
魅力ある特産品や土産物が多かった	17位	7位	6位	8位
地元ならではのおいしい食べ物が多かった	19位	10位	8位	3位
魅力的な宿泊施設が多かった	43位	29位	34位	27位
地元の人のホスピタリティを感じた	38位	21位	34位	15位
総合的な満足度	38位	24位	30位	9位

出典：じゃらん宿泊旅行調査 2015

＜参考＞プラン改訂にあたっての調査結果

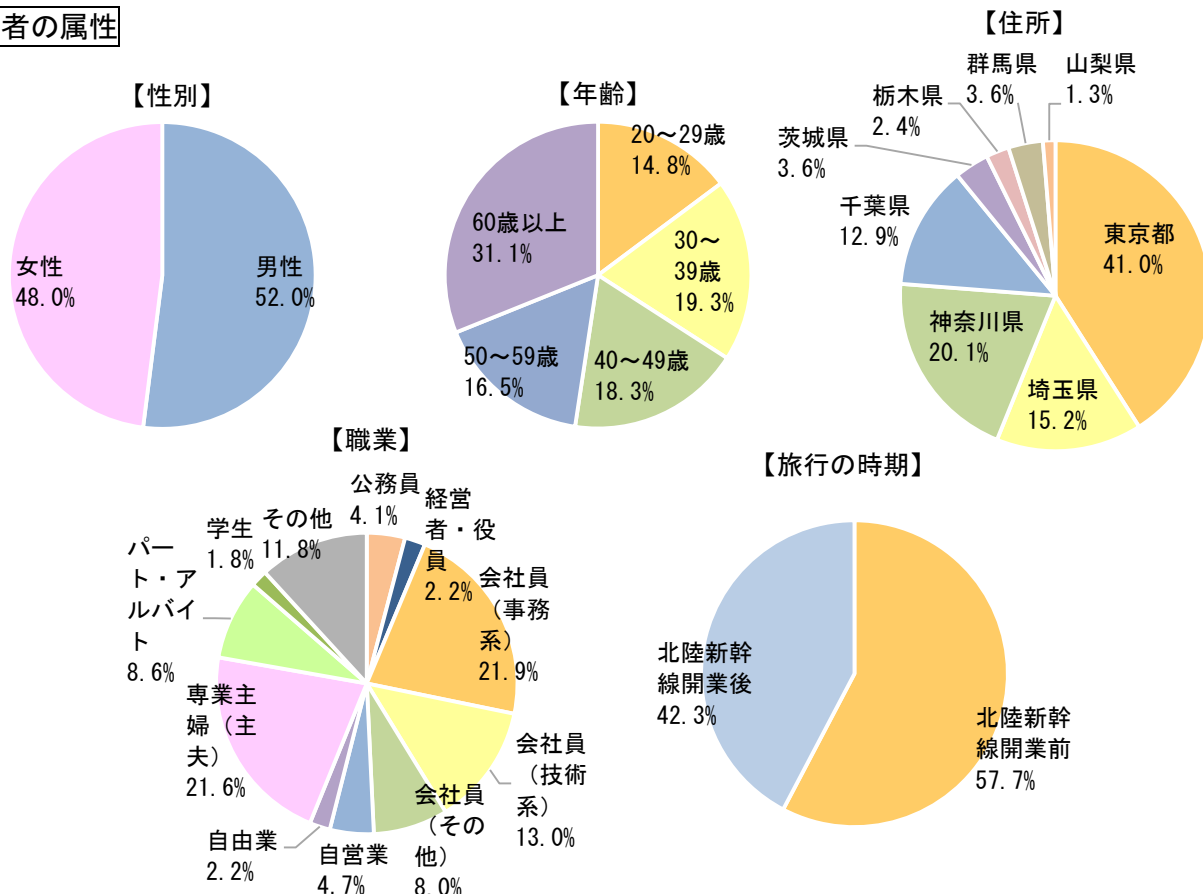
○首都圏からの観光客の状況（出典：県観光課 首都圏居住者インターネット調査（H27.8））

調査対象

事前調査 (一次調査)	首都圏（1都7県：東京都、埼玉県、神奈川県、千葉県、茨城県、栃木県、群馬県、山梨県）に在住する20歳以上の男女 26,501人 ※首都圏整備法に定められている圏域
本調査 (二次調査)	上記のうち、「5年以内に富山県を観光で訪れたことがある」（ビジネスや帰省・知人訪問のついでに観光をした場合を含む）と回答した男女 1,181人

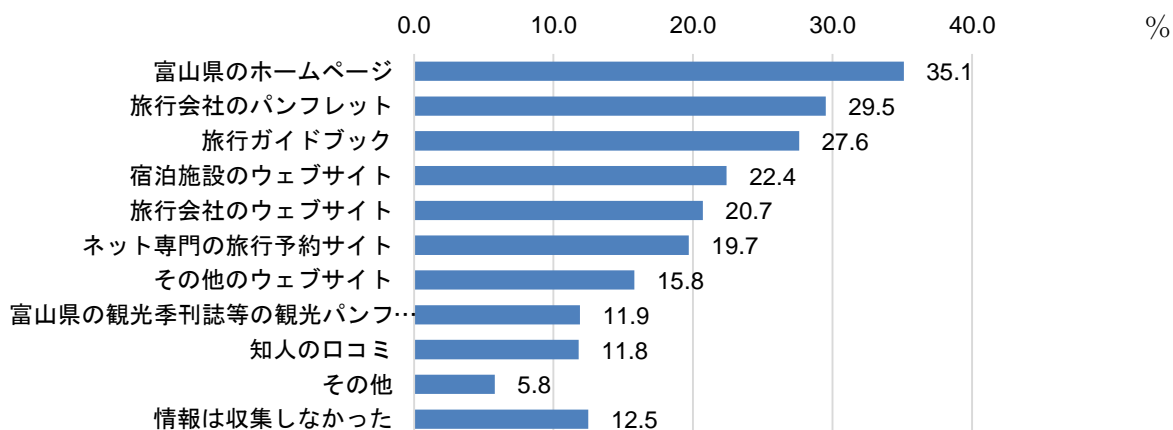
＜5年以内に富山県を観光で訪れたことがある方＞

回答者の属性



1) 宿泊施設・目的地等の情報収集の方法（複数回答）

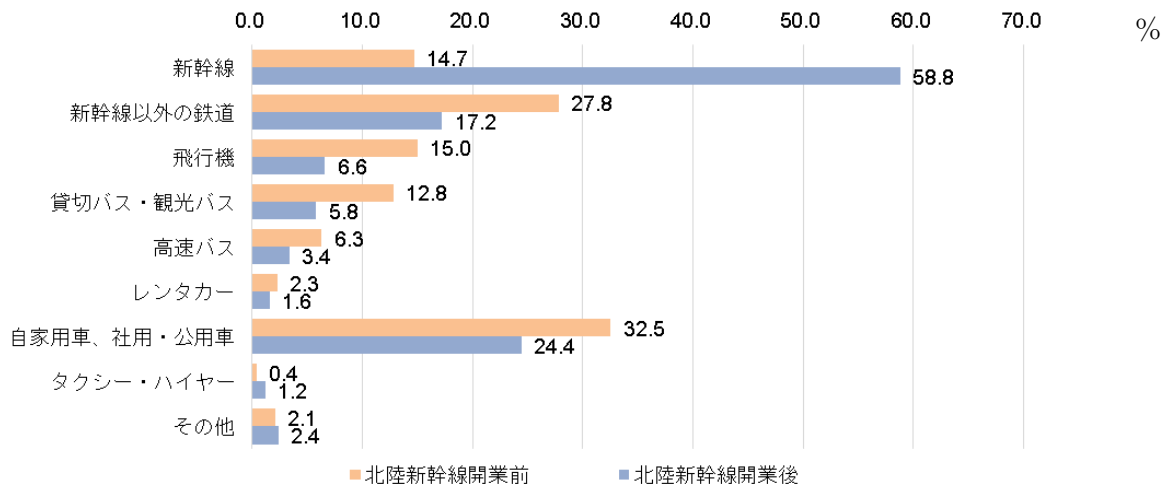
60歳以上を除いて、「富山県のホームページ」（35.1%）で情報収集したと回答した人が最も多くなっている。



2) 富山県へ行く時の交通手段（複数回答）

北陸新幹線開業後の富山県へ行く交通手段は、「新幹線」（58.8%）が最も多く、次いで「自家用車、社用・公用車」（24.4%）となっている。

居住地域別にみると、「東京都」「埼玉県」「神奈川県」は「新幹線」、「千葉県」「栃木県」「群馬県」「山梨県」は「自家用車、社用・公用車」、「茨城県」は「新幹線以外の鉄道」が最も多くなっている。



3) 旅行時に利用した北陸新幹線停車駅

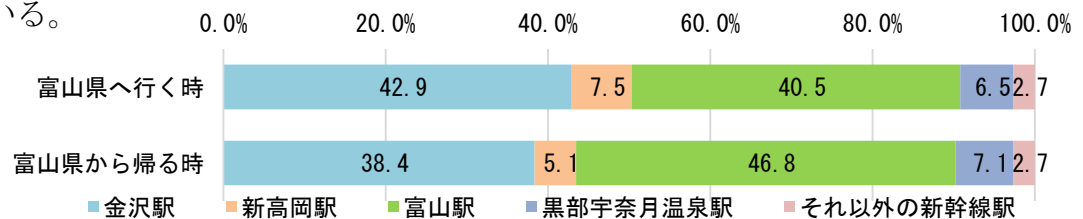
北陸新幹線開業後に富山県を旅行した500人のうち、「富山県へ行く時」に北陸新幹線を使った294人、「富山県から帰る時」に北陸新幹線を使った297人が、それぞれ利用した北陸新幹線の停車駅をみると、

「富山県へ行く時」に利用した北陸新幹線の駅は、「金沢駅」（42.9%）が最も多く、「富山県から帰る時」に利用した北陸新幹線の駅は、「富山駅」（46.8%）が最も多い。

属性別にみると、「富山県へ行く時」に利用した北陸新幹線停車駅は、性別や年齢によって異なっている。

「男性」は「富山駅」、「女性」は「金沢駅」が最も多くなっている。

「20~29歳」「30~39歳」「50~59歳」は「金沢駅」、「60歳以上」は「富山駅」が最も多くなっている。

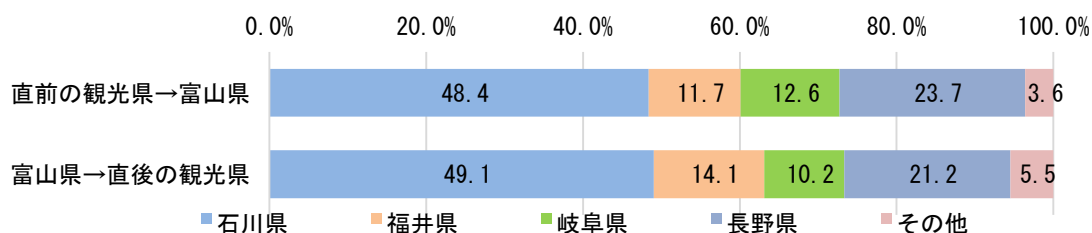


上段:度数 下段:%	富山県へ行く時						富山県から帰る時						
	合計	金沢駅	新高岡駅	富山駅	黒部宇奈月温泉駅	それ以外の新幹線駅	合計	金沢駅	新高岡駅	富山駅	黒部宇奈月温泉駅	それ以外の新幹線駅	
全体	294 100.0	126 42.9	22 7.5	119 40.5	19 6.5	8 2.7	297 100.0	114 38.4	15 5.1	139 46.8	21 7.1	8 2.7	
性別	男性	159 100.0	65 40.9	14 8.8	70 44.0	7 4.4	3 1.9	163 100.0	59 36.2	8 4.9	81 49.7	11 6.7	4 2.5
	女性	135 100.0	61 45.2	8 5.9	49 36.3	12 8.9	5 3.7	134 100.0	55 41.0	7 5.2	58 43.3	10 7.5	4 3.0
年齢	20~29歳	59 100.0	30 50.8	4 6.8	23 39.0	2 3.4	0 0.0	58 100.0	25 43.1	3 5.2	29 50.0	0 0.0	1 1.7
	30~39歳	67 100.0	34 50.7	2 3.0	29 43.3	1 1.5	1 1.5	62 100.0	24 38.7	1 1.6	35 56.5	1 1.6	1 1.6
	40~49歳	47 100.0	18 38.3	5 10.6	18 38.3	5 10.6	1 2.1	53 100.0	20 37.7	3 5.7	22 41.5	7 13.2	1 1.9
	50~59歳	41 100.0	21 51.2	4 9.8	13 31.7	2 4.9	1 2.4	44 100.0	18 40.9	4 9.1	19 43.2	3 6.8	0 0.0
	60歳以上	80 100.0	23 28.8	7 8.8	36 45.0	9 11.3	5 6.3	80 100.0	27 33.8	4 5.0	34 42.5	10 12.5	5 6.3

4) 富山県の前後に観光した地域

富山県のみを観光したと回答した人は 31.8%であり、それ以外の人はいくつかの県を観光したと回答している。県域を越えた広域的な行程の旅行者が大半である。

なお、富山県の前後に観光した地域は、「石川県」が最も多く、次いで「長野県」となっている。



○県内宿泊施設の状況 (出典：県観光課 宿泊施設へのアンケート調査 (H27.6~7))

サンプル数		施設の属性		
	宿泊施設	宿泊施設タイプ	件数	(全体)%
配布数	408サンプル (100.0%)	リゾートホテル	8	4.6
回収数	186サンプル (45.6%)	ビジネスホテル	28	16.1
有効回答数	174サンプル (42.6%)	シティホテル	8	4.6
		旅館	73	42.0
		簡易宿所	46	26.4
		その他	11	6.3
		合計	174	100.0

注) 各施設が調査票に記載した施設タイプをもとに集計

1) 4月から6月の客室稼働率

宿泊施設全体の月別客室稼働率をみると、5月が高く、平成26年度より新幹線開業後の平成27年度が高い。

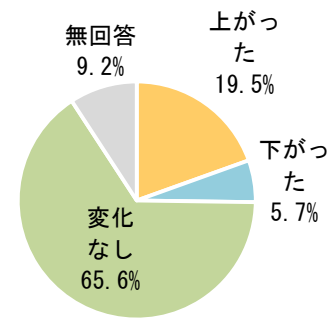
宿泊施設タイプ	平成26年度(北陸新幹線開業前)				平成27年度(北陸新幹線開業後)			
	4月	5月	6月	3ヶ月の平均稼働率	4月	5月	6月	3ヶ月の平均稼働率
リゾートホテル	28.0	37.2	25.8	30.3	38.2	51.2	39.8	43.1
ビジネスホテル	67.8	72.2	64.0	68.0	72.2	77.9	69.8	73.3
シティホテル	64.3	66.1	57.1	62.5	71.3	73.8	66.9	70.7
旅館	34.3	42.6	35.1	37.3	36.7	48.4	38.1	41.1
簡易宿所	40.5	48.8	38.1	42.5	39.5	53.3	41.4	44.7
宿泊施設全体 (ホテル・旅館・簡易宿所)	34.8	36.4	30.2	—	37.9(+3.1)	42.4(+6.0)	36.7(+6.5)	—

注) 施設が調査票に記載した数値をもとに算出
 宿泊施設タイプごとの客室稼働率は単純平均、宿泊施設全体の客室稼働率は加重平均(客室数)を用いている

2) 北陸新幹線開業前後の宿泊単価の変化

北陸新幹線開業前後の宿泊単価の変化は、「上がった」が19.5%となっている。

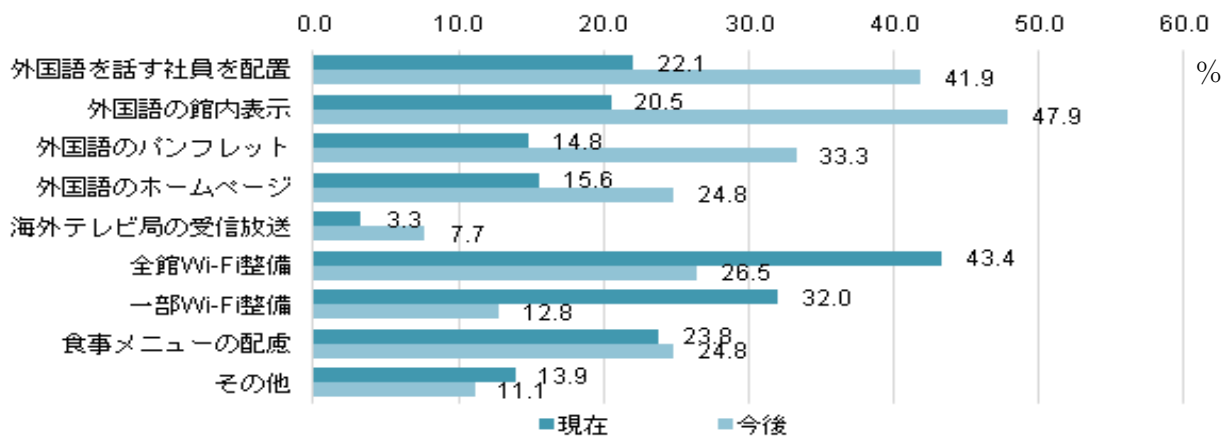
宿泊施設タイプ別に比較すると、宿泊単価が「上がった」施設タイプは「ビジネスホテル」が多く、「下がった」施設タイプは「旅館」が多くなっている。



3) 外国人観光客の受入態勢に係る課題

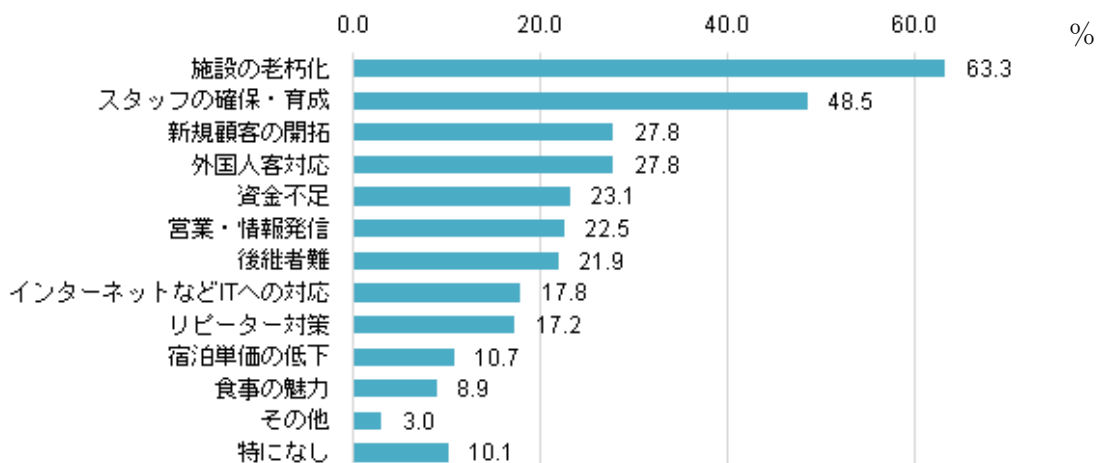
今後必要な外国人観光客の受入態勢整備については、「外国語の館内表示」(47.9%)が最も多く、次いで「外国語を話す社員を配置」(41.9%)となっている。

宿泊施設タイプ別にみると、「リゾートホテル」「旅館」「簡易宿所」は「外国語の館内表示」が多く、「ビジネスホテル」は「外国語を話す社員を配置」が多くなっている。



4) 施設経営上の問題点

施設経営上の問題点は、「施設の老朽化」(63.3%)が最も多く、次いで「スタッフの確保・育成」(48.5%)、「新規顧客の開拓」「外国人客対応」(各々27.8%)となっている。



○県内観光施設の状況（出典：県観光課 観光施設へのアンケート調査（H27.6～7））

サンプル数

	観光施設
配布数	245サンプル（100.0%）
回収数	192サンプル（78.4%）
有効回答数	192サンプル（78.4%）

施設の属性

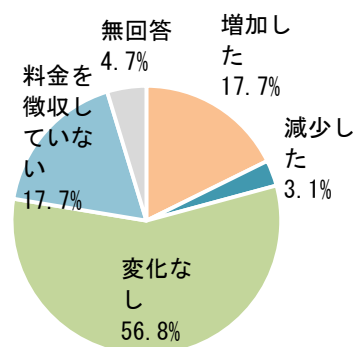
観光施設タイプ	件数	(全体)%
自然	16	8.3
歴史・文化	77	40.1
温泉・健康	10	5.2
スポーツ・レクリエーション	48	25.0
都市型観光-買物・食等-	18	9.4
その他	23	12.0
合計	192	100.0

注）各施設が調査票に記載した施設タイプをもとに集計

1) 北陸新幹線開業前後の入場料等の収入

北陸新幹線開業前後の入場料等の収入の変化は、「増加した」が17.7%となっている。

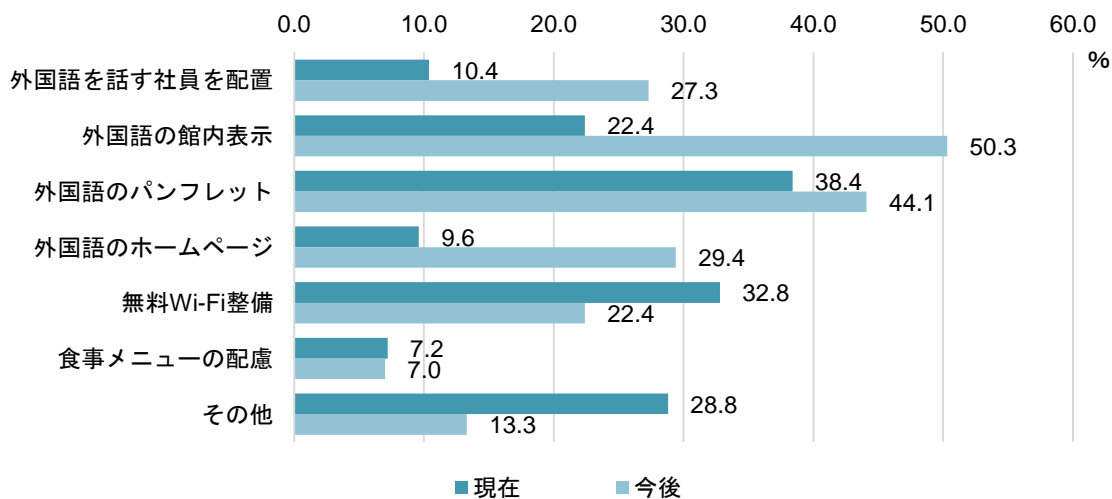
観光施設タイプ別に比較すると、売上が「増加した」と答えた施設は、「都市型観光施設」が多くなっている。



2) 外国人観光客の受入態勢に係る課題

今後必要な外国人観光客の受入態勢整備については、「外国語の館内表示」(50.3%)が最も多く、次いで「外国語のパンフレット」(44.1%)となっている。

観光施設タイプ別にみると、「自然」「都市型観光施設」は「外国語のパンフレット」が多く、「歴史・文化施設」「スポーツ・レクリエーション施設」は「外国語の館内表示」、「温泉・健康施設」は「外国語を話す社員を配置」が多くなっている。



(3)本県観光の課題の整理

① 本県観光の特徴（強み・弱み）

本県観光の現状等に鑑み、以下の点が、特徴として挙げられる。

強み	弱み
✓ 世界水準の観光資源「世界遺産五箇山」「立山黒部」	✓ 滞在時間が短く、消費金額が少ない
✓ 「世界で最も美しい湾クラブ」への加盟が承認された富山湾	✓ 旅行者への食事提供環境の不足
✓ 富山湾の海の幸など、美味しく満足度の高い食	✓ 外国人旅行者にも対応した一定のグレードの宿泊施設のひっ迫
✓ 日本海側屈指のものづくり県	✓ 冬場の宿泊が少ない
✓ 伝統産業、伝統文化、祭り等	✓ 観光を担う人材・観光サービス等の不足
✓ 陸海空の玄関口及び鉄軌道網	✓ 地域全体のホスピタリティに課題
✓ 映画・ドラマの撮影実績	✓ 一部施設の老朽化

② 本県観光の課題と方向性

本県観光を取り巻く環境や特徴を踏まえ、今後の観光振興に向けた課題と方向性は、以下のとおりと考えられる。

ア. 回遊性・滞留性・拠点性の強化

北陸新幹線の開業等により来県の機動性が高まったことを踏まえ、県内及び近隣県との回遊性・滞留性を強化するとともに、交通結節点（ハブ）としての優位性を活かした広域観光の拠点性の強化が必要である。

- ・ 北陸や岐阜・長野等との連携強化、並びにこれらの地域からの観光客誘引強化
- ・ 立山黒部、五箇山等から他の県内観光地への回遊性向上（県内周遊、宿泊・滞在の仕組みづくり）
- ・ 広域交通拠点からの二次交通の整備・充実
- ・ 交通結節点（ハブ）としての優位性を活かした広域観光の拠点づくり
- ・ 旅行者向けワンストップサービスの提供

イ. 観光マーケティングの推進・強化

北陸新幹線の開業等による来訪者の増加を一過性にせず、リピーターの確保、さらには将来的な定住・半定住につなげるため、積極的・戦略的に観光マーケティングを行っていくことが求められる。

- ・ 観光統計の整備、観光マーケティングによる戦略立案
- ・ 富山の強みと誘客対象を明確にした観光商品開発と情報発信
- ・ 食、土産品等のブラッシュアップと高付加価値化

- ・ 観光消費の地域内循環促進（地産地消等）
- ・ 着地型旅行商品の販売体制の強化
- ・ リピーターの獲得・囲い込み
- ・ 冬季の魅力創出と通年観光

ウ. 訪日外国人旅行者への的確な対応

今後も大きなマーケットになると期待される訪日外国人旅行者、とりわけ、個人旅行者（FIT※）に、的確に対応していくための環境整備が求められる。

- ・ 定期航空路や北陸新幹線等の交通基盤を活用した、広域観光周遊ルートの形成促進
- ・ 外国人旅行者も参加が可能な着地型観光商品の充実
- ・ 外国人個人旅行者（FIT）の利便性、満足度の向上
- ・ グローバル化に対応した観光人材の育成

※ ^{エフアイティー} F I T : Foreign Individual (or Independent) Tourer / Traveler

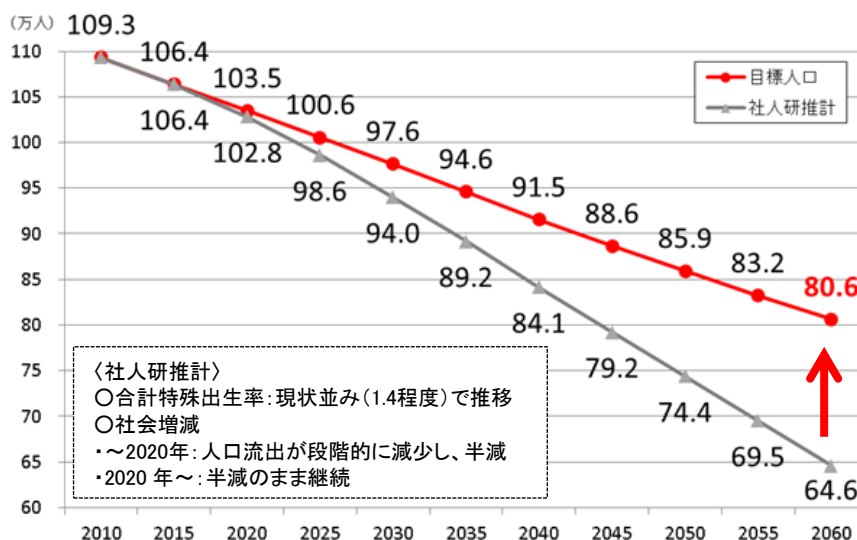
エ. 持続性ある受入体制の強化

本県の総人口は、2060年に約64.6万人まで減少することが見込まれており、平成27年10月に策定した「富山県人口ビジョン」において、出生率の上昇や社会移動の改善等により2060年に約80.6万人を目指すこととしている。

こうした人口減少社会において、地域の活力を維持していくためには、交流人口を拡大することが必須であり、旅行者の消費による経済波及により定住人口減少分を補完することが必要であると考えられる。

そのため、本県において、観光産業が地域の活力を維持・増進していく産業として成長し、地域の経済発展や安定的雇用に貢献できる産業となるとともに、持続的に質の高い観光サービスが提供し続けられるよう、旅行者の受入体制を強化していくことが求められる。

富山県の人口の将来展望



3 本県観光の目指すべき方向と目標

(1)基本目標

「選ばれ続ける観光地 富山ー『海のあるスイス』を目指してー」

「北陸新幹線開業」と「地方創生」の二つのフォローの風を最大限に活かし、開業効果を持続・深化させるとともに、2020年東京オリンピック・パラリンピック開催に向け、さらなる増加が予想される外国人旅行者を的確に取り込んでいくことが重要である。

また、少子高齢化の進展等により、県内人口の減少が避けられない状況にあることから、観光交流人口拡大による地域経済の活性化を図る仕組みづくりが喫緊に求められており、本県の観光を裾野の広い総合産業として大きく育てていくことも必要である。

本県には、世界に誇る観光資源「世界遺産」「立山黒部」「富山湾」等があり、富山ならではの魅力ある観光資源にさらに磨きをかけ、常に満足度の高い上質な観光・旅行商品を提供することで、初めて富山を訪れる旅行者の増加だけでなく、繰り返し富山を訪れる方の増加や定住をも視野に入れた取組みを、官民一体となって行っていかなければならない。

(2)目指す将来像(Vision)

「選ばれ続ける観光地」づくりに官民一体となって取り組み、以下の将来像の実現を目指すこととする。

○「海のあるスイス」：世界遺産・世界水準の山岳リゾート＋世界で最も美しい湾

世界水準の観光資源「世界遺産」「立山黒部」の高付加価値化を進め、また、世界で最も美しい湾「富山湾」を活かした観光資源の発掘とブラッシュアップを行い、それらを戦略的に情報発信することにより、「海のあるスイス」という観光ブランドの醸成を図る。

○「富山で休もう。」：上質なライフスタイルのブランド

四季折々の豊かな自然、恵まれた住環境や食文化、伝統文化など本県の強みや優位性を活かした観光・旅行商品を通じ、富山の上質なライフスタイルに共感してもらえるターゲット層への戦略的なアプローチを行い、リピーターや定住をも視野に入れたブランド価値を確立する。



(3) 施策(Mission)

施策の企画立案にあたっては、次の点を特に心がけることとする。

○ マーケティングに基づく観光地域・ブランドづくり

市場のニーズに迅速に対応し、効率的に誘客を図っていくため、実効性の高い市場調査・分析とその結果に基づいた戦略的な市場開拓、ターゲット別のきめ細やかなプロモーションを展開し、選ばれ続ける観光地づくりを推進する。

○ 質の重視と地域内経済循環の促進

質を重視した、価値ある観光・旅行商品づくりを展開するとともに、地産地消の推進や県産品の活用等により域内調達を促進する。観光産業だけでなく他産業とも連携した総合産業として成長させていき、雇用の促進等にもつなげる。

○ 世界水準に相応しい旅行者の受入体制整備

増加傾向にある外国人個人旅行者(FIT)や国際会議の対応等、受入体制の整備を促進するとともに、次世代の観光を担う人材育成に取り組む。

(4) 数値目標

項目	現状(H26)	目標(H31)	対 H26 伸び率	備考 (詳細は「6 資料」で記述)
観光消費額(※1) ○対象:宿泊客及び日帰り客 ○来訪目的:観光及びビジネス	1,292 億円	2,067 億円	60%	全国平均や国ビジョンの目標値の伸び率にあわせ、全体として H26 より 60%の増加を目指す。
(参考)宿泊客消費額単価	23,567 円/人 (H24~26 平均)	34,000 円/人	約 40%	宿泊費、土産代、ツアー体験費等の消費増により、消費額単価の 40%程度の増加を目指す。
(参考)日帰り客消費額単価	5,791 円/人 (H24~26 平均)	5,900 円/人	2%	土産代、ツアー体験費等の消費増により、消費額単価の増加を目指す。
(参考)観光消費額(※1) ○対象:宿泊客 ○来訪目的:観光	342 億円	547 億円	60%	全国平均や国ビジョンの目標値の伸び率にあわせ、全体として H26 より 60%の増加を目指す。
(参考)宿泊客消費額単価	20,773 円/人 (H24~26 平均)	29,842 円/人	約 40%	宿泊費、土産代、ツアー体験費等の消費増により、消費額単価の 40%程度の増加を目指す。
満足度(※2)	71.0%	80%以上	—	毎年2ポイント程度の増加を目指す。
延べ宿泊者数(※3)	3,489 千人	5,200 千人 以上	50% 以上	H27 の延べ宿泊者数や国ビジョンの目標値の伸びを考慮し、H26 年の 50%以上の増加を目指す。
外国人宿泊者数(※4)	146,576 人	560,000 人	280%	H27 の外国人延べ宿泊者数や国ビジョンの目標値の伸びにあわせ、H26 年の 2.8 倍程度の増加を目指す。
コンベンション参加者数(※5)	86,077 人	91,000 人	6%	毎年 1,000 人程度の増加を目指す。
コンベンション開催件数(※5)	255 件	270 件	6%	1 件あたり参加者数約 340 人と見込み、毎年3件程度の増加を目指す
うち 国際会議(※5)	16 件	27 件	69%	コンベンション全体の 10%を目指す。

※1 観光庁「共通基準による観光客入込統計」

※2 県観光課「観光客動態調査」

※3 観光庁「宿泊旅行統計調査」(従業員 10 人以上の全施設及び 10 人未満の施設は抽出して調査)

※4 県観光課「富山県外国人宿泊実態調査」(県内宿泊施設を全数調査)

※5 (公社) 富山コンベンションビューロー「コンベンション統計」、年度の数

4 施策の方向と重点的に取り組むべき事項

「海のあるスイス」という観光ブランドを醸成し、繰り返し「富山で休んで」いただく旅行者の増加を図り、次の6つの施策に重点的に取り組むこととする。

- (1) 戦略的な観光地域づくり
- (2) 広域観光の拠点化
- (3) 富山らしい魅力創出
- (4) 戦略的なプロモーション
- (5) 国際観光の推進
- (6) コンベンションの誘致促進

(1) 戦略的な観光地域づくり

首都圏をはじめ全国からの旅行者や外国人旅行者の増加等により多様化、高度化するニーズに対応するため、日本版 DMO (※) として県観光連盟を機能強化し、観光マーケティング等に基づく戦略的な観光地域づくりを促進する。

あわせて、旅行者の満足度を高め、「また来たい」と感じてもらえる観光地となるため、質の高い観光人材の育成や、旅行者の受入環境整備、観光産業と他産業の連携促進、事業者・県民のおもてなし意識の向上に取り組む。

※ DMO: Destination Marketing / Management Organization

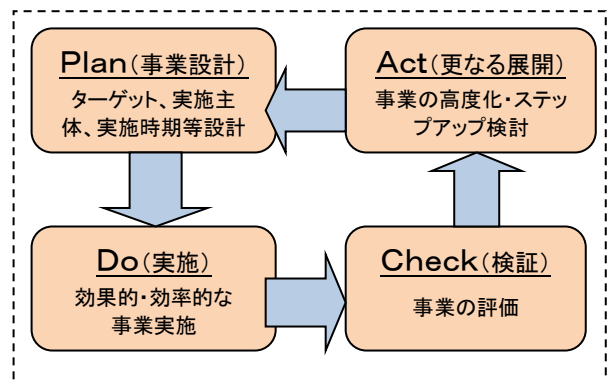
ビッグデータ等を活用した効果的なマーケティング・戦略策定、様々な地域資源を組み合わせた観光素材の発掘・磨き上げ、ウェブ・SNS 等を活用した情報発信・プロモーション等を通じ、地域が一体となって行う観光地域づくりの推進主体

① 戦略的な観光地域づくりの体制整備（日本版 DMO）

県観光連盟を、本県の観光地域づくりの中核を担う組織（日本版 DMO）として機能強化し、マーケティングに基づく事業戦略の策定、観光素材の磨き上げ・商品化、プロモーションなど、官民が一体となって観光地域づくりを行う体制を整備する。

<具体的な取組例>

- 県観光連盟において、日本版 DMO として、以下の機能強化、体制整備を推進
 - ・ 観光統計、旅行者データ等を活用したマーケティング
 - ・ 観光素材の発掘・磨き上げ・商品化に係る関係者への働きかけや調整
 - ・ 旅行会社等へのセールス、消費者等への広告宣伝
 - ・ マーケティングに基づく戦略的な事業計画の策定・実施・評価・展開（PDCA サイクル）の推進



<PDCA サイクルの推進>

- ・ 県内の着地型観光商品を集約し、予約受付・在庫管理・精算等の業務を一元的に取り扱う体制の整備
- ・ 富山駅に設置する「訪日旅行・富山旅行センター」等において、旅行者の動向やニーズの把握、着地型観光商品の販売
- 県や県観光連盟において、市町村等が整備する DMO に対し技術的支援を行うとともに、相互の連携を促進

② グローバル化に対応した次世代の観光を担う人づくり

外国人旅行者の増加やグローバル化の進展により、観光ニーズがますます多様化、高度化することが見込まれることから、これらの観光ニーズにスピード感をもって対応できる経営者や専門的な知識・技術を有する観光人材等、プロフェッショナル人材を育成する。

<具体的な取組例>

- とやま観光未来創造塾のグローバルコースにおいて、外国人旅行者を対象とした着地型観光事業の立ち上げに必要な知識・技術を習得させる研修を実施
- 通訳案内士のガイディング技術の向上、魅力あるガイドコースの開発・商品化、相互の連携等の取組みを支援
- 外国人向け着地型観光商品の企画・販売促進等による、通訳案内士の活躍機会の拡充並びに本県登録者数の確保・増大
- 市町村観光協会・観光事業者等の職員・従業員を県観光連盟（DMO）で受け入れ、研修を実施

③ 地域の観光を支える人づくり

とやま観光未来創造塾等において、観光を担う人材の育成に継続的に取り組み、富山を訪れた旅行者への質の高いサービスの提供や、観光素材の発掘・磨き上げ等を促進する。

<具体的な取組例>

- とやま観光未来創造塾において、満足度の高い観光案内が行えるガイドや、観光地づくりを担う人材、県産食材を活かし魅力あるメニューを提供する人材等を育成
- タクシー乗務員を対象とした、本県の観光や食・土産品等に関する研修会の開催、並びに乗客への接遇・観光案内に優れた乗務員の表彰とさらなるスキルアップの促進
- 旅行者と接する機会の多いホテル・旅館のコンシェルジュ等を対象として、県内観光地や特産品等の知識を深めてもらうための研修会を開催



とやま観光未来創造塾

④ 旅行者の満足度を向上させる受入環境の整備・支援

観光案内所、宿泊施設、飲食店・土産店等において、旅行者の満足度を高めるための受入態勢整備を行うとともに、案内標識・観光案内板等をわかりやすいものにするなど、案内機能の整備・充実を図る。

<具体的な取組例>

- 観光案内所等における、旅行者のニーズに配慮したきめ細かなサービスの提供
- 富山駅をはじめとする交通の要所や観光地等で、デジタルサイネージを用いた広域観光情報（立山黒部アルペンルートのライブ映像や運行情報等）を提供
- 富山駅前 CiC ビル1階において、県特産品の展示・販売並びに旅行者のニーズ把握を行うアンテナショップの整備（同ビル5階から移転）を支援
- 富山駅並行在来線高架下開発における、旅行者のニーズに対応した施設配置の検討
- 観光地等への誘導案内について、統一した公共サインや外国語表記・ピクトグラム（絵文字）によるわかりやすい標識の設置・改修や ICT 活用を促進
- 宿泊施設、観光施設、交通機関等において、旅行者がストレスなく利用できる無料 Wi-Fi の整備やクレジットカードの導入等を促進
- 観光地等において、快適で利用しやすいトイレ、駐車場、バス待合所等の整備並びに施設のバリアフリー化を促進
- 旅行者に携帯端末で、ダイヤ、運賃、乗換え等の情報をわかりやすく案内するアプリケーション（英語等に対応）の活用・整備
- 外国人旅行者にも対応した一定のグレードの宿泊施設の整備の働きかけ

⑤ 観光産業と他産業の連携による域内経済循環の促進

観光産業と農林水産業、製造業等他産業との連携を促進することにより、富山ならではの新たな魅力を創出するとともに、県内の経済循環を促進し、地域経済の活性化につなげる。

<具体的な取組例>

- 宿泊施設・飲食店と地域の農林漁業者の連携を強化し、「富山湾鮭」「とやまの美味しい朝ごはん」など、県産食材・加工品や郷土の食文化の魅力に光をあてた取組みを促進
- 宿泊施設・飲食店の食器に県産の錫製品や陶器を使用したり、土産品を越中和紙で包装したりするなど、本県の工芸品の魅力を観光に活かした取組みの促進
- ゴールデンウィークや年末年始等において、宿泊施設や飲食店等に、より新鮮な魚を提供できる態勢の検討
- デザイン性に優れたパッケージ・包装紙等を用いた土産品の開発・磨き上げの促進



幸のこわけ

- 日本海側屈指の工業集積を誇るものづくり県としての強みを活かし、生産現場（工場、工房等）の見学のみならず、独自の生産技術や製品、古い機械器具・工場遺構なども観光素材として、産業観光を推進



⑥ 観光の担い手としての事業者・県民の意識醸成

観光は、産業の裾野が極めて広く、行政、観光事業者だけではなく、地域が一体となって取り組むことが必要であることから、事業者や県民一人ひとりが観光の担い手であるという意識を共有する取組みを進める。

また、本県のどこへ行っても、旅行者が高い満足度が得られるよう、県民のおもてなし意識を醸成する。

<具体的な取組例>

- 地域の歴史・風土を理解するため、郷土史学習などのふるさと教育を推進
- 県民一人ひとりが、郷土の魅力を学び、発信する取組みの推進
- 「何もない」「あたりまえ」といった先入観にとらわれず、地域の観光資源を知り、旅行者に対して、自らのおすすめを情報発信する気運の醸成
- 事業者がお客様へのおもてなしの取組みを宣言する「休んでかれ。」宣言や「富山で休もう。」ポスターの掲示などにより、観光やビジネス等で本県を訪れる旅行者を温かくお迎えし、「また来たい」と感じていただけるようなおもてなし気運の醸成

(2) 広域観光の拠点化

2020年東京オリンピック・パラリンピックによる訪日外国人旅行者のさらなる増加をも見据え、広域観光案内などの旅行者向けサービスをワンストップで行う「訪日旅行・富山旅行センター」を設置するなど、海外からの個人旅行者（FIT）をはじめとする旅行者の受入体制を充実させる。

また、二次交通の一層の利便性向上により、旅行者が周遊しやすい環境づくりを進めるとともに、新幹線駅など広域観光の拠点となる交通結節点周辺の賑わい創出や魅力向上を促進し、旅行者の滞在時間増加を図る。

① 広域観光ハブ（交通結節点）としての優位性を活かした拠点整備

富山駅に国内外の旅行者向けサービスをワンストップで行う拠点を整備するとともに、県内外の各広域観光案内所等との連携を強化する。

<具体的な取組例>

- 富山駅において「訪日旅行・富山旅行センター」を設置し、以下の機能を整備
 - ・ 県内外の観光地や交通の情報に加え、産業観光、工芸品、特産品などに関しても幅広く情報提供
 - ・ 宿泊・交通・観光施設の手配や着地型旅行商品などの販売
 - ・ アンケートなどによる旅行者動向のデータ蓄積と観光誘客事業への活用
 - ・ 日本政府観光局（JNTO）が認定する外国人観光案内所の「カテゴリー3（※）」取得を目指し、多言語での対応や全国レベルの観光案内を提供
- 新幹線駅等における旅行者向けワンストップサービス機能の整備促進
- 観光案内所等における県内及び周辺地域の観光情報の共有促進



総合インフォメーションセンターなんば

※ JNTO 認定外国人観光案内所のカテゴリー3の基準（平成27年12月現在）

常時英語による対応が可能。その上で、英語を除く2以上の言語での案内が常時可能な体制がある。全国レベルの観光案内を提供。原則年中無休。Wi-Fiあり。ゲートウェイや外国人来訪者の多い立地

② 主要駅・空港と観光地を結ぶ二次交通の整備・利便性向上

主要駅、空港等と観光地を結ぶ交通サービスの整備や関連商品の充実を図り、旅行者が周遊しやすい環境づくりを進める。

<具体的な取組例>

- 主要駅や空港と観光地、または観光地間を結ぶ観光路線バスやツアーバスの路線充実
- 鉄道、バスなど交通事業者間の連携を強化し、乗換時間に配慮するなど、旅行者も利用しやすいダイヤの設定

- 乗ること自体が旅行の目的になるような、観光列車やアニメをモチーフにしたトラム等の整備促進
- 二次交通を組み込んだ周遊しやすい旅程の提案と旅行商品化の促進
- 旅行者の周遊・移動に配慮した割引切符の企画販売の促進
- 旅行者に携帯端末で、ダイヤ、運賃、乗換え等の情報を分かりやすく案内するアプリケーション(英語等に対応)の活用・整備



観光列車「ベル・モンターニュ・エ・メール」

③ 広域観光の拠点としての賑わい創出・魅力向上

新幹線駅など県内外の広域観光の拠点となる交通結節点周辺での賑わい創出・魅力向上を促進し、旅行者の滞在時間の増加や購買意欲の喚起を図る。

<具体的な取組例>

- 富山県美術館及び同美術館へのプロムナードの整備など、富岩運河環水公園を中心とするアートな空間の創出
- 富岩運河環水公園において、最新技術の巨大映像・光アートと花火、音楽などを組み合わせた上質なイベントを開催するなど、年間を通じた賑わいの創出
- 富岩水上ラインについて、岩瀬までの夜間運航など、旅行者のニーズに応じたダイヤを設定するとともに、利用促進策等を検討。また、ガイドのスキル向上、外国人旅行者への対応等による利用者の満足度向上
- 富山駅から富山県美術館や富岩水上ライン乗船場等へのアクセス向上の検討
- 富山駅前 CiC ビル1階において、県特産品の展示・販売並びに旅行者のニーズ把握を行うアンテナショップの整備(同ビル5階から移転)を支援
- 駅高架下・駅周辺、公共施設等に、県内外の旅行者の誘引が期待できる魅力ある飲食店・販売店などの誘致を図り、賑わいを創出



富山県美術館



富岩水上ライン「fugan」

(3)富山らしい魅力創出：量から質への転換を促進

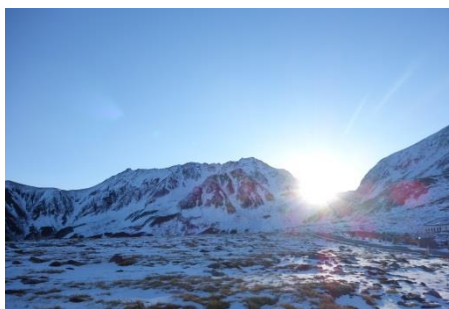
富山ならではの観光資源の掘り起こし・磨き上げをさらに進め、四季を通じて県内での観光・滞在を楽しんでいただくプランを充実させることにより、大勢の観光客が駆け足で通り過ぎていく観光から、四季折々の豊かな自然・食・文化等の上質なライフスタイルをゆっくりと楽しみ共感していただく観光へと、本県観光の質的転換を促進し、リピーターや定住にもつなげる。

① 世界水準の観光資源「世界遺産五箇山」「立山黒部」の高付加価値化

本県が世界に誇る観光資源「世界遺産五箇山」「立山黒部」において、入込数増加や大量輸送、薄利多売等の考え方を偏重することなく、当該エリアならではの楽しみ方や過ごし方を充実させ、観光の質を高める取組みを継続的に促進する。

<具体的な取組例>

- 「世界遺産五箇山」において、民謡・祭り、和紙、食文化、合掌造り家屋、雪景色などの地域資源を観光素材としてさらに活用するとともに、エリア内の周遊・滞在メニューの開発・商品化、現地でのみ購入可能な魅力ある土産品の開発を促進
- 「立山黒部」において、星空観察、ご来光遥拝、野鳥・高山植物・山菜等の自然観察、トロッコ電車の機関庫見学など、ターミナルや途中駅での観光・滞在の楽しみの充実や、現地でのみ購入可能な魅力ある土産品の開発を促進
- 「立山黒部」において、視界が悪く散策できないときに、バーチャルリアリティによる観光体験の提供や、施設内での3D映像の上映、キャラクターの登場によるおもてなしを行うなど、悪天候時の特別なサービスの検討促進
- 「立山黒部」において、繁忙期・混雑時の満足度向上に向け、並んでいても退屈させない工夫・演出やICTの活用による待ち時間短縮等の検討促進
- 「立山黒部」において、窓が大きく迫力ある景観を楽しめ、快適でデザイン性にも優れた車両の導入検討や、車内での観光案内・外国語対応の充実の促進
- トロッコ電車や橋梁のLED装飾やライトアップの検討など、宇奈月温泉の景観の磨き上げの促進
- 称名滝、立山博物館、立山カルデラ砂防博物館等とアルペンルートを組み合わせたツアーの開発・磨き上げ・外国人旅行者対応の促進
- ラムサール条約湿地として登録された「立山弥陀ヶ原・大日平」、国内初の現存する氷河と認められた「立山・劔岳の氷河」、日本ジオパークに認定された「立山黒部ジオパーク」など、「立山黒部」ならではの地形・自然を観光素材としたガイドツアーの開発・商品化促進



新雪の立山とご来光

② 世界で最も美しい富山湾の魅力を活かした観光資源の発掘・磨き上げ

「世界で最も美しい湾クラブ」への加盟が承認された「富山湾」の潜在的・神秘的な魅力や美しい景観を観光資源として発掘、磨き上げ、本県の新たな魅力を創出する。

<具体的な取組例>

- 「海越しの立山連峰」をはじめとする、富山湾ならではの景観の保全・磨き上げの促進
- 富山湾岸の景観を楽しめるサイクリングコースやサイクルカフェ等の整備
- 富山湾からの立山連峰の景観や海上花火などを楽しむことのできる湾岸クルーズの充実と観光商品化の促進
- 滑川でのナイトダイビングなど、マリンスポーツの観光商品化促進
- ホタルイカをはじめとする富山湾の生物の浜辺等での観察、蜃気楼、ヒスイ探し、深層水等を観光素材として活用、磨き上げ、商品化を促進
- マリーナ施設の拡充

<世界で最も美しい湾クラブ>

- 「世界で最も美しい湾クラブ」は、ユネスコが支援する非政府組織で1997年に設立され、世界遺産のフランス・モンサンミッシェル湾、ベトナム・ハロン湾をはじめ、世界の名立たる湾が加盟しています。
(現在、25ヶ国・地域の38湾（日本からは富山湾、松島湾）が加盟。本部はフランス・モルビアン県)



- 富山湾は、2014年10月に全会一致で加盟が承認されました。海越しの立山連峰や蜃気楼といった絶景や、埋没林やホタルイカ等の珍しい生態系、豊かな水産資源など、3,000m級の立山から海底1,000mまでの高低差4,000mのダイナミックな地形が生み出す富山湾ならではの魅力に加え、県民参加による水と緑の森づくり、全国初となる県内全域でのレジ袋無料配布の廃止など、県民総ぐるみで富山湾の環境や魅力を守り続けてきたことが国際的に高く評価され、加盟につながりました。

③ 豊かな食の磨き上げ

本県の豊かな海の幸・山の幸や、郷土料理などの食文化を発掘し磨き上げ、魅力ある観光資源を創出する。

<具体的な取組例>

- 旅行者が訪れる宿泊施設や飲食店、土産店において、県産食材を多用するなど「富山らしい」メニューや土産品の提供を促進
- 昆布締めや報恩講料理、山菜などの食文化を掘り起こし、体験と食事を組み合わせた観光商品化を促進
- 文化施設や公共施設等に、県内外の旅行者にとって魅力ある飲食店を誘致し、例えば、県産食材や食文化を活



農家レストランの伝承料理

かした本県ならではの独創的なメニューづくりを行うなど、施設と食の両方の魅力を高める取組みを促進

④ 伝統文化、工芸品等上質な富山を提供する観光商品の開発

本県の歴史ある伝統文化、工芸品など、富山の上質なライフスタイルを体験できる観光商品づくりを促進する。また、富山らしい魅力ある土産品の充実を図る。

<具体的な取組例>

- 日本遺産に認定された高岡の町民文化が体感できるガイドツアーなど、都会では味わえない本県のライフスタイルの魅力やくらしやすさに共感し、理解を深める観光商品の開発促進
- デザインやものづくりの文化が根づく本県の強みを活かし、工芸・手仕事・クラフトの製作体験や工房見学、まちめぐり等を楽しむ観光商品の開発促進
- 曳山行事や民謡・祭りの特別鑑賞プランなど、富山のくらしに根ざした祭り・文化を堪能できる企画の造成促進
- 「その地域らしい」「その地域でしか買えない」もので、デザイン性にも優れ、購入者自身が「食べたい・使いたい（普段使いしたい）」とを感じるような魅力ある土産品の開発促進



伝統工芸の技を活かし



城端しげ絹の工房



高岡御車山祭

⑤ 産業観光、ロケ地、スポーツ等多様なツーリズムの展開

ものづくり県としての強みを活かした産業観光、映画やドラマの撮影実績を活かしたロケ地ツーリズムなど、旅行者の多様なニーズ・関心に合わせて地域資源を掘り起こし、観光商品化を促進する。

<具体的な取組例>

- 工場見学コースの整備やガイドによる説明、体験プログラムの実施、見学者限定の商品の販売など、産業観光の受入環境の充実促進
- 旅行者が映画・ドラマの余韻に浸れるよう、ロケ地の景観を保全・磨き上げるなど、ロケ地巡りを楽しんでいただく仕掛けの充実促進
- サイクリングやランニング、マリンスポーツ等のスポーツを楽しむ環境整備の促進並びに旅行会社への商品化の働きかけ
- 農家民泊や漁業体験など、教育旅行向けの素材やコースを開発するとともに、旅行会社・教育旅行関係者に働きかけ
- 世界的な舞台芸術の拠点TOGAならではの舞台芸術に触れる企画や、富山県美術館（仮称）、高志の国文学館での特別鑑賞会など、質の高い文化芸術に触れ、楽しんでいただく企画の観光商品化促進

- 森林セラピー基地での体験プログラムやガイドツアーの企画、「富山のくすり」の伝統や温泉などを素材とした観光商品の開発など、健康・癒しをテーマとしたツーリズムの促進
- 鉄道、アニメ、土木施設・工事現場など、本県の特徴を活かしつつ観光資源化し、商品化を促進

⑥ 冬季の魅力創出による通年観光の促進

冬の温泉街の賑わいづくりをはじめ、誘客効果の高いコンサート等の冬場の開催促進、冬の富山湾の幸をメインとした旅行商品の充実、雪景色・イルミネーション等の観光資源化など、冬季の魅力創出・向上に取り組み、通年観光の確立を図る。

<具体的な取組例>

- 温泉街に屋台を置き、食べ歩きや新酒の飲み比べ等をしてもらうとともに、餅つきやそば打ちの体験、イルミネーションなど、冬の温泉街の賑わい創出と魅力の向上を促進
- 首都圏や近隣県からの誘客も期待できるコンサートや演劇、寄席、美術館の企画展等の冬季開催の働きかけ
- 寒ブリやベニズワイガニの料理のフルコースと県内周遊をセットにしたバスツアーなど、冬の富山湾の幸をメインとした旅行商品の充実促進
- スノーシューでの散策やかまくらの中での食事、スノーラフティング、スノーモービル体験など、「親雪」「遊雪」の観光商品の充実促進
- 五箇山合掌造り集落のライトアップや富岩運河環水公園の花火・イルミネーションなど、魅力ある空間・景観の演出と磨き上げ
- 雪道の運転を敬遠する首都圏等からの旅行者に配慮し、スキー場や冬季イベント会場等へのバス等によるアクセスの充実・整備の促進



スノーラフティング



環水公園のイルミネーション

(4) 戦略的なプロモーション

マーケティングに基づき、ターゲットに応じて媒体を選定しながら、「海のあるスイス」のブランドイメージや食・文化等上質な富山のくらしの魅力発信に取り組む。

また、JR や大手旅行会社、近隣自治体等と連携したプロモーションや、映画・ドラマ等の制作誘致に積極的に取り組む。

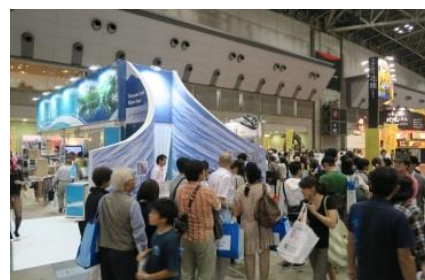
① 「海のあるスイス」のイメージ醸成

「世界遺産五箇山」「立山黒部」「富山湾」などのブランド価値を活かしたプロモーションを展開し、富山旅行の動機付けを図るとともに、県内周遊を促進する。

また、海と山が市街地から近くにあることをアピールし、海・まち・田園・山が一体となった「海のあるスイス」という観光ブランドの醸成を図る。

<具体的な取組例>

- 新たな顧客の獲得を図る場合には、使用する写真や説明文等を季節ごとにできるだけ統一させ、繰り返し使用することにより、ブランドイメージの定着を促進
- リピーターへのプロモーションにあたっては、雲海に沈む夕日や星空、新雪の立山、海から見た立山、世界遺産でのくらしなど、新たな魅力をアピールし、ブランドイメージの陳腐化を回避
- ブランド力のある企業の CM 等とのタイアップの検討
- 世界遺産五箇山合掌造り集落と国宝瑞龍寺を巡るツアーや、立山黒部アルペンルートと路面電車・ます寿しめぐりを組み合わせたツアーなど、富山旅行の動機付けになる世界的観光資源と県内観光地を組み合わせた観光ルート等の発信
- 「世界で最も美しい湾クラブ」への加盟が承認された富山湾のブランド価値を活かし、国内外のクルーズ客船を誘致



ツーリズムエキスポ 2015



弥陀ヶ原から望む雲海

② ターゲットの特性に応じ、リピーターや定住をも意識した効果的な情報発信

マーケティングに基づき、ターゲットに応じて媒体を選定し、効果的な情報発信に努める。特に、女性は、旅行への関心が高く、旅行の決定権を握る方も多いとの調査結果(※)もあることから、女性向けの情報発信を引き続き強化する。

また、東京の日本橋に新たに開設するアンテナショップにおいて、物販に加え、飲食の機能や観光・定住・UIJ ターン情報の提供等の機能を整備することにより、都会の日常では味わえない食・文化等上質な富山のくらしの魅力を首都圏で発信する。

※ JTB 総合研究所「女性の時間の使い方と旅行に関する調査（平成 26 年 5 月）」

<具体的な取組例>

- 高所得者層の購読割合が高い雑誌等への記事型広告や当該所得者層が多いとされるエリアでのPR等を通じ、食、工芸品、祭り、自然が身近にあるくらしなど、都会では味わえない本県の魅力・ライフスタイルを発信
- 女性向けの特別な体験プランや四季折々の最新情報を、観光季刊誌「ねまるちゃ」や観光ウェブサイト「とやま観光ナビ」等を通じ、発信
- 観光季刊誌「ねまるちゃ」の定期読者を対象としたモニターツアーや新製品のアンケート調査実施の検討
- 鉄道、アニメ、映画、建築物など、特定のテーマに絞って観光素材として掘り下げ、専門誌等で情報発信
- 東京の日本橋に新たに開設するアンテナショップにおいて、県産品の販売に加え、食材の直送仕入等による本場の富山の味の提供、コンシェルジュによる観光・定住・UIJ ターン情報の提供等を行うとともに、有楽町の県アンテナショップ「いきいき富山館」とも連携し、首都圏で継続的に本県の魅力を発信
- アンテナショップにおいて、東京を訪れる外国人旅行者や都内在住の外国人に向け、観光季刊誌の外国語版を発行・配布するなど、外国語での対応を強化

③ 交通事業者、大手旅行会社、近隣自治体等と連携したプロモーション

北陸新幹線や富山きときと空港、JR 高山線、高速自動車道などの交通基盤を活かし、JR、航空会社、大手旅行会社等と県・市町村、観光団体等が連携した観光プロモーションや、近隣自治体と連携した広域観光ルートのPRなどを推進する。

<具体的な取組例>

- JR グループとタイアップした旅行商品の企画や観光物産展等の開催
- JR（東日本、東海、西日本）と北陸3県の連携による“Japanese Beauty Hokuriku”キャンペーンや、長野県あるいは岐阜県と連携して首都圏で広域観光ルートをPRするなど、広域観光プロモーションの展開
- 大手旅行会社と連携し、店頭販売員を対象とした研修会や、店頭でのPR、商品管理システムにおける本県観光情報の充実などにより、富山旅行の販売力を強化
- 国内外に支店・営業所を置く金融機関や企業、県人会をはじめとする人的ネットワークに協力を依頼し、観光季刊誌「ねまるちゃ」の配架・配布、観光ポスターの掲示、口コミ等によりPR
- 航空会社等と連携し、富山きときと空港の国際定期便や羽田乗継による羽田ー富山便を利用したツアールートをもつてPRするとともに、チャーター便を誘致



ベトナムからチャーター便が初就航
(平成 27 年 5 月)

④ 映画等の誘致や多様なメディアの活用・連携

富山県ロケーションオフィス（TLO）において、市町村・観光協会・地域フィルムコミッション等と連携し、映画・ドラマ等の制作誘致や支援を積極的に行うとともに、ロケ地情報等の発信による観光誘客やさらなるロケの誘致に取り組む。

また、メディア等の招へいや取材の働きかけ、映像コンテンツを活用した情報発信などにより、国内外からの誘客を図る。

<具体的な取組例>

- 富山県ロケーションオフィス（TLO）において、「富山県ロケーション誘致促進会議」を定期的開催し、関係者が情報交換等を行うことにより、映画・ドラマ・CMの制作誘致や支援体制を強化
- 映画・ドラマのロケ地情報等の発信による観光誘客、並びにさらなるロケ誘致に向けた制作会社等への働きかけ
- 発信力のあるブロガー等の招へいやターゲットを意識したメディア取材の働きかけ
- 話題性のあるプロモーション動画の制作並びに動画サイトへの配信
- 県内テレビ局や制作会社等の映像コンテンツの海外展開の促進



映画「人生の約束」のロケの様相

<映画・ドラマ等のロケの誘致>

- 映像を通じて、本県の美しい景観や文化的な魅力などをアピールするため、県では、平成23年7月、県観光課内に「富山県ロケーションオフィス（TLO）」を設置し、映画やドラマの誘致に積極的に取り組んでいます。
- これまでに、「RAILWAYS 愛を伝えられない大人たちへ」（平成23年公開）や、「おおかみこどもの雨と雪」（平成24年公開）、「春を背負って」「アオハライド」（いずれも平成26年公開）、「NORIN TEN～稲塚権次郎物語」（平成27年公開）のほか、インド映画が3作品（「Work Like Fire “KUMARU”」「JUMBO (Jambulingam) 3D」「Pencil」）など、数々の富山ロケが実現しました。その結果、映画・ドラマ等で紹介されたロケ地が新たな観光スポットとして、大きな注目を集めるようになっていきます。
- 射水市新湊地区の内川周辺もその一つです。内川は、この地域の人々の生活に深い関わりを持つとともに、小型漁船が係留されている風景など港町らしいたたずまいから、「日本のベニス」とも呼ばれていますが、近年、この地域では、様々な作品のロケが連続して行われています。
- 映画では、日本を代表する俳優・高倉健さんの遺作となった「あなたへ」（平成24年公開）、平成28年1月に公開となった「人生の約束」、ドラマでは、フジテレビ系月曜夜9時放送（いわゆる月9）の連続TVドラマ「恋仲」、国民的な人気女優・吉永小百合さんが出演されたJR東日本のCM「大人の休日倶楽部」などで内川周辺が登場しました。
- こうした全国的にも話題となった作品をご覧になった観光客が、そのロケ地を求めて内川周辺を訪れるようになっており、新たな観光スポットとして賑わっています。



(5) 国際観光の推進：新たなゴールデンルートの形成に向けて

外国人旅行者の国・地域別のニーズや嗜好（※）を踏まえつつ、県内外の魅力ある観光資源を組み入れた、広域的な観光周遊ルートの開発・形成を促進する。

また、外国人個人旅行者（FIT）に対応した着地型の観光商品の開発、観光地・宿泊施設・交通機関等での外国語やピクトグラム（絵文字）による説明・案内の充実など、外国人旅行者の受入・滞在環境の整備を促進する。

※ 各市場の訴求コンテンツの例（観光庁 H26 年度訪日プロモーション方針より）

台湾： 地方の観光地・祭り、B級グルメなどの食、自然や温泉、ショッピング

香港： グルメ、温泉、雪遊び

韓国： 温泉、グルメ、登山やトレッキング

中国： 桜・花畑・紅葉・雪などの美しい自然景観、ショッピング、温泉・旅館

東南アジア： 桜・花畑・紅葉・雪などの美しい自然景観、日本食、温泉、ショッピング

欧米豪： 伝統文化、日本食、桜や紅葉

① 広域観光周遊ルートの形成促進

定期航空路や北陸新幹線等の交通基盤を活用し、「新ゴールデンルート」「昇龍道」など、複数の都道府県の魅力ある観光資源を組み入れた、広域的な観光周遊ルートの開発・形成を促進する。

<具体的な取組例>

- 関係自治体及び国の「ビジット・ジャパン」「クールジャパン」等の取組みと連携し、
 - ・ 現地旅行会社に対して、観光説明会や招へい事業等を通じ、ルートを巡る旅行商品造成の働きかけ
 - ・ 現地の消費者向けには、各種媒体への広告宣伝やメディア招へい、旅行博出展等を通じたルートの認知度向上
- ルート内の鉄道・バスを自由に乗り降りできるフリーきっぷの造成促進

<台湾からの訪日ツアー>

▶ 立山黒部アルペンルートの「雪の大谷」や紅葉は、海外ではまず台湾で人気が高まり、富山ー台北便等を利用して本県及び近隣県を周遊するツアーが台湾の各旅行会社で造成され、多くの観光客が訪れています。

1日目： 富山きときと空港 着 → 黒部峡谷 → 富山県内 泊

2日目： 立山黒部アルペンルート → 長野県内 泊

3日目： 上高地 → 名古屋 → 名古屋市内 泊

4日目： 郡上八幡 → 白川郷・五箇山合掌集落 → 兼六園 → 富山県内 泊

5日目： 高岡大仏 → 富山きときと空港 発

<新ゴールデンルート>

- ▶ 外国人旅行者は、東京－富士山－京都・大阪を結ぶ、いわゆるゴールデンルートに依然として多く訪れています。本県では、北陸新幹線開業を契機とし、東京－富山・北陸－京都・大阪を結ぶルートが、我が国の新たなゴールデンルートとして定着・発展するよう、沿線自治体等と連携してプロモーションを行っていくこととしています。
- ▶ 平成 28 年 4 月からは、JR 東日本・西日本により、訪日外国人旅行者を対象として、成田空港・羽田空港－東京都区内－北陸－関西－関西空港の北陸新幹線・特急列車等が乗り降り自由な「北陸アーチパス」が発売されます。このフリーパスを利用して、さらに多くの外国人旅行者が富山・北陸を訪れることが期待されます。

<昇龍道>

- ▶ 中華圏等において、「昇龍」は縁起が良いとされていることから、能登半島を龍の頭に見立て、東海から北陸へ南北にわたる観光ルートを「昇龍道」と称し、中部北陸 9 県が連携して、海外からの誘客に取り組んでいます。
- ▶ 国では、複数の都道府県に跨ったテーマ性のある観光地域をネットワーク化し、訪日外国人旅行者の周遊を促進するため、平成 27 年 6 月、「昇龍道」ルートを含む 7 つのルートを、「広域観光周遊ルート形成計画」として認定しました。



② 外国人個人旅行者 (FIT) の受入環境の整備

外国人旅行者も参加が可能な体験型・交流型のプログラムの開発・商品化を促進し、本県の魅力に触れる機会の創出・拡大と滞在時間の増加を図る。

また、観光地や宿泊施設をはじめ、文化施設、商業施設、飲食店、交通機関等において、外国語やピクトグラム（絵文字）による説明・案内、無料 Wi-Fi 等の整備を促進するなど、外国人個人旅行者 (FIT) の移動・滞在に係る利便性と満足度のさらなる向上を図る。

<具体的な取組例>

- 伝統工芸品の見学・製作体験や、寿司握り体験、富山湾岸・田園等のサイクリング、祭りの見学・参加、温泉入浴、居酒屋・屋台等での飲食など、外国人旅行者にも訴求する観光商品の開発や受入態勢整備の促進
- 通訳案内士が随行し、ハイヤー等で県内外を巡る着地型ツアーの開発促進
- 観光地や宿泊施設をはじめ、文化施設、商業施設、飲食店、交通機関等における、以下のような受入態勢整備を促進



寿司握り体験

- ・ 外国語やピクトグラム（絵文字）による説明・案内
 - ・ “TOYAMA Free Wi-Fi”をはじめとする無料 Wi-Fi の利用環境
 - ・ クレジットカード・デビットカードによる決済
 - ・ 海外で発行されたクレジットカード・キャッシュカードに対応した ATM（現金自動預払機）の設置
 - ・ 施設のバリアフリー化
 - ・ 外国人旅行者が不慮の事故や病気・けがなどのトラブルに巻き込まれた際の支援の検討
- 豚肉、アルコール等の食物禁忌など、多様な文化・習慣を持つ旅行者への理解を深めるためのセミナー・研修会等の開催
 - 多様な文化・習慣を持つ旅行者の受入に積極的に取り組む飲食店等や、これらの旅行者に配慮した県産土産品等の情報提供
 - 外国人向けの着地型ツアーの企画・実施や外国人旅行者への接遇がスムーズに行える人材の育成
 - 観光地までの誘導標識や、観光地・市街地での観光案内標識について、統一したデザインで、ピクトグラム（絵文字）を活用するなど、旅行者のニーズや動線にも配慮した、わかりやすい標識の設置・更新を促進
 - 旅行者に携帯端末で、ダイヤ、運賃、乗換え等の情報をわかりやすく案内するアプリケーション（英語等に対応）の活用・整備
 - ウェブサイトなど外国人旅行者に対する情報提供の多言語化の促進
 - 免税店登録の拡大促進と外国人旅行者に対する免税店の情報提供
 - 外航クルーズ客船寄港時や富山きときと空港における CIQ 体制強化の働きかけ

③ 欧米豪など新規市場に向けた効果的な情報発信

「世界遺産五箇山合掌造り集落」「雪の大谷」「海越しの立山連峰」「ホテルイカの発光現象」など、世界でも類を見ない観光資源に加え、富山湾鮭、伝統工芸・クラフト、祭り、アニメなどの素材の魅力を、媒体を選んで効果的、効率的に発信し、本県の認知度向上を図る。

<具体的な取組例>

- 欧米の旅行雑誌・ガイドブックとのタイアップや積極的な情報提供による、特集記事の掲載や、本県を紹介する情報量の拡大
- ミシュランガイド「富山・石川（金沢）2016 特別版」を活用した食の魅力の発信
- 「日本らしさ」を求める旅行者への訴求を図り、「伝統的工芸品と食・地酒」などをテーマとした、現地メディアの招へいやモニターツアーの実施
- 現地において、旅行会社やメディア等に対し、本県の観光情報の提供、旅行商品の企画・



ミシュランガイド
「富山・石川（金沢）2016 特別版」
平成 28 年初夏に発行

造成支援等を継続的に行うコーディネーター（観光レップ）の配置の検討

- 欧米豪の旅行会社から受託し国内手配を行う旅行会社（ランドオペレーター）に対する商品造成の提案・働きかけ

④ 東アジア・東南アジアからのリピーター拡大

四季折々の観光の魅力、とりわけ、雪景色や、スキー・雪遊び、温泉、冬の味覚など冬場の魅力を発信し、年間を通じた来訪を促進する。

また、「海外の大都市にはない」「本県でしか体験できない」新たなコンテンツの発掘・創出に努め、国内の大都市や他の観光地との差別化を図る。

<具体的な取組例>

- 「雪の大谷」や秋の紅葉等の混雑期以外の、魅力ある観光素材（例えば、11月の新雪の立山、4～5月の新緑の黒部、冬の五箇山ライトアップや環水公園のイルミネーションなど）の情報発信と商品化促進
- 現地のアウトレットモールや、ショッピングセンター、コンビニ等とタイアップした広告宣伝
- ウェブサイトからダウンロードしたクーポン券を県内協賛店で呈示すると特典がもらえるキャンペーンなど、個人旅行者（FIT）をターゲットとしたプロモーションの展開
- 台湾など、日本への教育旅行を実施している市場に対する、教育旅行の誘致と受入態勢の整備促進



新緑の黒部峡谷

(6)コンベンションの誘致促進：国際会議も 富山で開こう

コンベンションの誘致は、地域への高い経済波及効果はもとより、学術や教育、産業の振興への寄与も期待できることから、医薬品、ものづくりなど本県が強みを有する分野をはじめとするコンベンション誘致をさらに進めるとともに、主催者・参加者の満足度を高め、「また富山で開こう」と思っただけのよう受入態勢の強化を図る。

とりわけ、国際会議の開催は、本県の国際的な認知度向上も期待されることから、積極的に誘致を行う。

① 国際会議の誘致強化

「G7環境大臣会合」等の開催実績や、首都圏等からの良好なアクセス、世界水準の観光資源等をアピールし、国際会議を積極的に誘致するとともに、外国語にも対応した、会議場でのきめ細かい情報提供や魅力ある視察ツアーの提案等により、海外からの参加者の満足度向上を図る。

<具体的な取組例>

- 日本政府観光局（JNTO）や大学・研究機関、国内学会、企業等からの情報収集を地道に行い、誘致案件の発掘に努めるとともに、状況に応じ、国際会議の関係者が一堂に会する見本市や海外キーパーソンとの商談会に参加
- 国際会議の専門団体のデータベース活用等により効率的に情報を収集
- 立候補から開催決定までの各段階（開催提案書の作成、招請状の発出、現地でのロビー活動・プレゼンテーション等）に応じ、国内招致委員会と連携した誘致活動を展開
- 会議場に設置するインフォメーションコーナーの外国語対応を充実させ、国内外の参加者に対して、交通機関や飲食店、観光、ショッピング等の情報を提供するなど、きめ細かくサポート
- 外国語に対応した視察プログラムやオプションツアーを企画・提案し、本県の観光や食、文化等の魅力にふれる機会を創出

② 本県の特徴等を活かした戦略的なコンベンション誘致

医薬品、ものづくりなど、本県が強みを有する分野をはじめとするコンベンション誘致を強化するとともに、全国トップレベルの開催支援制度や、首都圏等からの優れた交通アクセス、充実したコンベンション施設、恵まれた観光資源など、本県のコンベンション開催環境の優位性を主催者側の目線に立って継続的に発信する。

<具体的な取組例>

- 本県の特徴・優位性を活かし、例えば、次の分野の学会・大会等の誘致を強化
 - ・ 「富山のくすり」の歴史・伝統を活かし、医薬関連分野の学会等
 - ・ 日本海側屈指の工業集積を活かし、ものづくり関連分野の学会等
 - ・ NOWPAP（北西太平洋地域海行動計画）など国連機関・国際機関等とのネットワークを活かし、環境関連分野の学会等

- 冬の富山湾の幸や温泉等のアピール、開催支援制度の運用等の見直しなどにより、冬場のコンベンション開催の働きかけを強化
- IME（※）への出展やウェブサイトの内容充実等による情報発信

※ IME（国際ミーティング・エキスポ：International Meetings Expo）

日本で随一のコンベンション総合見本市。全国の都市やコンベンション・ビューロー、旅行会社、宿泊事業者、交通事業者等がブースを設け、会議や展示会を主催する学会・団体・企業の関係者との情報交換や商談が行われる（来場者数：約 3,500 名）。

③ 主催者のニーズに配慮した支援制度の充実

コンベンション主催者等のニーズを把握し、本県でコンベンションが開催される際に、主催者等の負担を軽減するきめ細かな支援を充実させ、主催者や参加者の満足度向上を図る。

<具体的な取組例>

- コンベンション主催者へのヒアリング等によるニーズを踏まえた支援制度の充実
- 会議場でのインフォメーションコーナーの設置や物産販売等により、コンベンション参加者の県内滞在をサポート
- 大規模コンベンション開催時に、地元の飲食店や交通事業者等への連絡の徹底を促進し、大勢の参加者を温かく迎え入れる態勢を強化
- 全国唯一のコンベンションタクシー制度の PR や利用促進に向けた制度の充実
- 新幹線駅や空港、市街地等に歓迎フラッグや横断看板等を掲出し、歓迎気運を醸成

④ 富山の魅力を活かしたユニークベニューやアフターコンベンション等の提案

県内の歴史的建造物や文化施設、公的空間など、特別な場所（ユニークベニュー）を会場とする会議・レセプションを主催者等に提案し、特別感や本県ならではの魅力を演出する。

また、レセプションやエクスカーション（県内視察）において、富山ならではの魅力を体感できる多彩な企画を提案し、参加者の満足度向上を図る。

<具体的な取組例>

- 「世界遺産五箇山」、富岩水上ライン、路面電車等を、会議・レセプションの会場として活用することを検討・提案
- 主催者側に対し、レセプションでの地酒の飲み比べや富山湾鮎、郷土料理等の提供、おわら、こきりこなどの伝統芸能の披露等を提案。また、県内の各観光地や産業観光等が楽しめる多様な視察コースを提案



路面電車を活用したレセプション
（車窓からの風景を楽しみながら、懇談）

<国際会議の誘致>

- 世界の国々や都市は、地域経済の活性化やビジネス機会の創出、都市の競争力強化を狙って、国際会議の誘致・開催に積極的に取り組んでいます。
本県でも、優れたコンベンション開催環境や支援制度等をアピールし、誘致を行ってきたところ、「G7環境大臣会合」をはじめ、国際的に重要な会合の開催地に本県が選ばれるケースが増えています。

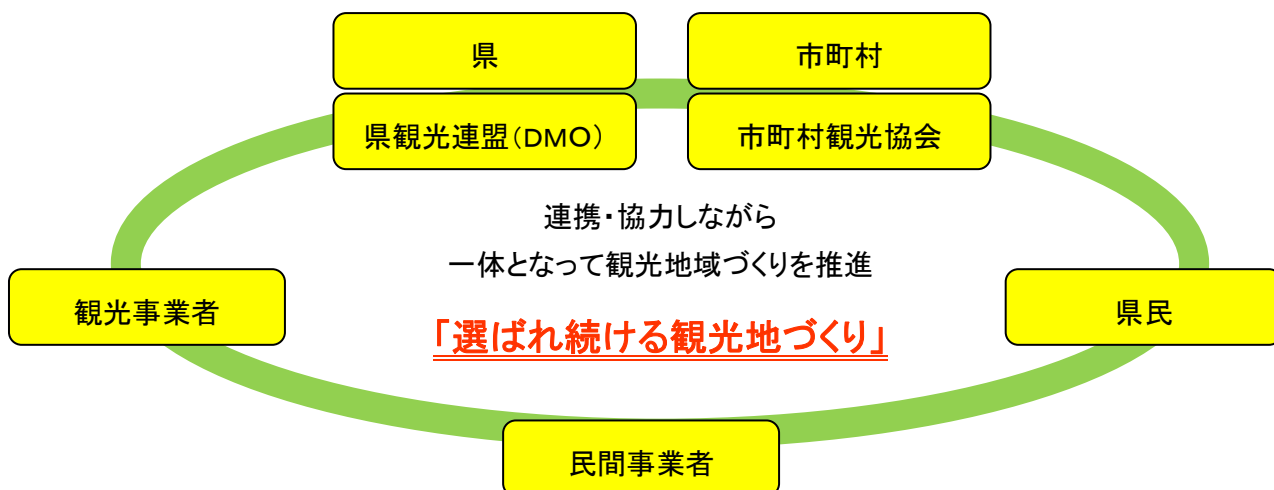
- 例えば、平成30年に本県で開催されることが決定した「**2018年電磁工学研究の進歩に関する国際会議（PIERS 2018）**」の誘致にあたっては、同会議の国内招致委員会と連携し、開催提案書の作成をはじめ、プラハで行われた国際会議（PIERS 2015）に県職員を派遣し、事前のロビー活動やプレゼンテーションの支援を行うなど精力的な誘致活動を展開しました。

- また、国土交通大臣、総務大臣、観光庁長官、JNTO（日本政府観光局）理事長、富山県知事、富山市長、富山コンベンションビューロー会長による招請状が発出されるなど、オールジャパンでの誘致体制が主催者側に高く評価されました。

5 プランの推進体制

このプランを推進するためには、県、市町村、県観光連盟、市町村観光協会、観光事業者、民間事業者、県民が、現状や課題を共有し、連携しながらそれぞれ役割を担っていくことが重要である。

また、観光客の動向等を把握するとともに、施策の進捗状況を点検し、その後の施策展開に反映させていくことが必要である。このため、年に1回定期的に本プランの実施状況をフォローアップし、必要に応じて内容の見直しを不断に行うこととする。



主体	主な役割
県	<ul style="list-style-type: none"> 本プランの実施状況をフォローアップするとともに、旅行者の受入体制の強化、戦略的な情報発信、近隣県等と連携した海外からの誘客など、全県的な観光振興施策に対して部局横断的に取り組む。 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みを支援する。 近隣県と連携した広域観光を主導的に推進する。
市町村	<ul style="list-style-type: none"> 本プランに沿った、地域の特性を活かした魅力あるまちづくりを総合的かつ具体的に推進する。 地元の観光事業者や観光協会、地域住民等と連携しつつ、魅力ある観光資源の開発・磨き上げ、情報発信に積極的に取り組む。 近隣市町村等との連携により、広域観光ルートの形成や二次交通の充実等を図る。 観光事業者、市町村観光協会等の取組みを支援する。
県観光連盟	<ul style="list-style-type: none"> 本県の観光地域づくりの中核を担う組織（日本版DMO）として、県・市町村・市町村観光協会・観光事業者等と連携・協力し、マーケティングに基づく事業戦略の策定、観光素材の磨き上げ・商品化、プロモーション等を推進する。 マーケティングのために収集・分析した観光統計や旅行者データ等を県・市町村に提供し、観光施策の企画実施に寄与する。 着地型観光商品を実験的に開発・販売し、商品性を検証するとともに、必

	要に応じ、その成果を観光事業者等に還元する。
市町村観光協会	<ul style="list-style-type: none"> 観光地の活性化・魅力づくりの中心的な役割を担う団体として、商工会議所・商工会、農協・漁協等の団体とも連携しながら、地域の魅力ある観光資源の発掘・磨き上げ、情報発信に努める。 観光事業者等と連携し、観光統計や旅行者データの収集に努めるとともに、行政に情報を提供し、観光施策の企画実施に寄与する。
観光事業者（宿泊施設、交通事業者等を含む。）	<ul style="list-style-type: none"> 企画力と経営力を高め、魅力あるサービス・商品を旅行者に提供するとともに、旅行者の視点に立って満足度の向上に積極的に取り組む。 農林水産業・製造業等他産業との連携や域内消費の重要性を再認識し、これらの取組みを強化する。 旅行者の属性（性別、年齢、出身地等）や消費額、感想・反応等をできるだけ収集し、経営に活かすとともに、可能な範囲で行政に情報提供し、観光施策の企画実施に寄与する。 主要駅・空港と観光地を結ぶ二次交通の整備・利便性向上を図る。
その他の民間事業者（農林水産事業者、商工業者等）	<ul style="list-style-type: none"> 農商工連携や観光事業者との連携等を通じ、旅行者のニーズに合った新たな商品・サービスの開発や磨き上げに取り組み、地域の活性化・魅力づくりに努める。
県 民	<ul style="list-style-type: none"> 地域の魅力に気づき、その魅力を高め、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。

「新・富山県観光振興戦略プラン」の概要



1 はじめに

(1) プラン策定の趣旨

北陸新幹線開業をはじめとする本県の観光を取り巻く環境が大きく変化する中、県、市町村、県観光連盟、市町村観光協会、観光事業者、民間事業者、県民等が一体となって本県観光の目指すべき姿を実現するため、観光振興施策の総合的かつ戦略的な推進を図る

(2) プランの位置付け

「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

(3) 計画期間

平成27年度～31年度の5年間

3 本県観光の目指すべき方向と目標

(1) 基本目標

「選ばれ続ける観光地 富山ー『海のあるスイス』を目指してー」

(2) 目指す将来像(Vision)

- 「海のあるスイス」世界遺産・世界水準の山岳リゾート+世界で最も美しい湾
- 「富山で休もう。」上質なライフスタイルのブランド

(3) 施策(Mission)

- マーケティングに基づく観光地域・ブランドづくり
- 質の重視と地域内経済循環の促進
- 世界水準に相応しい旅行者の受入体制整備



(4) 数値目標 (H26 ⇒ H31)

数値目標	H26	⇒	H31
■観光による経済波及の拡大(※は年度の数値、他は暦年の数値)			
・観光消費額	1,292億円	60%増	2,067億円
・コンベンション参加者数(※)	86,077人	6%増	91,000人
・コンベンション開催件数(※)	255件	6%増	270件
■旅行者のリピーター化			
・旅行者の満足度	71%		80%以上
■国内外から選ばれる観光地			
・延べ宿泊者数	3,489千人	50%以上増	5,200千人以上
・外国人宿泊者数	20万人(H27)	2.8倍	56万人

2 本県観光の現状と課題

(1) これまでの取り組み

- ①富山らしい魅力創出:
観光資源磨き上げ・商品開発、富山湾館等
- ②戦略的なPR:
北陸DC、「富山で休もう」CP、JRタイアップ、映画誘致等
- ③おもてなし環境の整備:
とやま観光未来創造塾、「休んでかれ。」宣言等
- ④国際観光の推進:
トップセールスなどによる誘致促進、受入環境整備
- ⑤コンベンションの誘致促進:

(2) 観光を取り巻く環境

- 北陸新幹線の開業
- 「世界で最も美しい湾クラブ」への加盟
- 国際会議の本県開催の増加
- 全国レベルでの訪日外国人の増加
- 東京オリンピック・パラリンピックの開催 等

(3) 富山県観光の現状

- 入込状況は東日本大震災以降、回復基調
- 外国人宿泊者数は好調に推移
- 冬季の宿泊者数が少なく、客室稼働率も低い
- 旅行消費額・滞在時間が、全国平均と比較して少ない・短い
- 観光地へのアクセスが弱く、満足度が低い
- 食に対する満足度は高い。再来訪意向は高いが、実際のリピーター率は必ずしも高くない

(4) 富山県観光の課題

- 回遊性・滞留性・拠点性の強化
 - ・北陸や岐阜・長野等との連携強化・誘引強化
 - ・立山黒部・五箇山等から県内観光地への回遊性向上
 - ・二次交通の整備充実
 - ・交通結節点(ハブ)としての優位性を活かした広域観光の拠点づくり
 - ・旅行者向けワンストップサービスの提供
- 観光マーケティングの推進・強化
 - ・観光統計の整備・観光マーケティングによる戦略立案
 - ・富山の強みと誘客対象を明確にした観光商品開発と情報発信
 - ・観光消費の地域内循環促進(土産地消等)
 - ・着地型旅行商品の販売体制の強化
 - ・リピーターの獲得・囲い込み
- 訪日外国人旅行者への的確な対応
 - ・外国人個人旅行者(FIT)の受入環境整備(利便性・満足度の向上)
 - ・外国人向け観光商品の充実
- 持続性ある受入体制の強化

4 施策の方向と重点的に取り組むべき事項

1 戦略的な観光地域づくり

- ① 戦略的な観光地域づくりの体制整備(日本版DMO)
- ② グローバル化に対応した次世代の観光を担う人づくり
- ③ 地域の観光を支える人づくり
- ④ 旅行者の満足度を向上させる受入環境の整備・支援
- ⑤ 観光産業と他産業の連携による域内経済循環の促進
- ⑥ 観光の担い手としての事業者・県民の意識醸成

2 広域観光の拠点化

- ① 広域観光ハブ(交通結節点)としての優位性を活かした拠点整備
- ② 主要駅・空港と観光地を結ぶ二次交通の整備・利便性向上
- ③ 広域観光の拠点としての賑わい創出・魅力向上

3 富山らしい魅力創出

- ① 世界水準の観光資源「世界遺産五箇山」「立山黒部」の高付加価値化
- ② 世界で最も美しい富山湾の魅力を活かした観光資源の発掘・磨き上げ
- ③ 豊かな食の磨き上げ
- ④ 伝統文化、工芸品等上質な富山を提供する観光商品の開発
- ⑤ 産業観光、ロケ地、スポーツ等多様なツーリズムの展開
- ⑥ 冬季の魅力創出による通年観光の促進

4 戦略的なプロモーション

- ① 「海のあるスイス」のイメージ醸成
- ② ターゲットの特性に応じ、リピーターや定住をも意識した効果的な情報発信
- ③ 交通事業者、大手旅行会社、近隣自治体等と連携したプロモーション
- ④ 映画等の誘致や多様なメディアの活用・連携

5 国際観光の推進

- ① 広域観光周遊ルートの形成促進
- ② 外国人個人旅行者(FIT)の受入環境の整備
- ③ 欧米豪など新規市場に向けた効果的な情報発信
- ④ 東アジア・東南アジアからのリピーター拡大

6 コンベンションの誘致促進

- ① 国際会議の誘致強化
- ② 本県の特色等を活かした戦略的なコンベンション誘致
- ③ 主催者のニーズに配慮した支援制度の充実
- ④ 富山の魅力を活かしたユニークメニューやアフターコンベンション等の提案

戦略的な観光県づくりの推進



「新・富山県観光振興戦略プラン」に掲げる目標値

指標項目	出典	各指標の平成22年から26年までの数値					平成31年の目標値 (対H26伸び率)	備考
		平成22年	平成23年	平成24年	平成25年	平成26年		
観光消費額	観光庁「共通基準による観光客入込統計」 ○対象:宿泊客及び日帰り客 ○来訪目的:観光及びビジネス	—	1,482億円	1,035億円 (▲30.2%)	1,055億円 (1.9%)	1,292億円 (22.5%)	2,067億円 (60%)	【H26観光消費額】 ○宿泊客 24,148円/人×2,764千人(H26宿泊客実数推計)=667億円・A ○日帰り客 6,502円/人×9,611千人(H26日帰り客実数推計)=625億円・B A+B=1,292億円 【H31観光消費額】 ○宿泊客 消費額単価については、(日本人)全国平均、(外国人)国ビジョンの伸び率(5年で13.5%)を目指すこととし、宿泊客実数については、(日本人)国ビジョンの伸び率(5年で5%)、(外国人)国ビジョンの伸び率2.8倍(実数換算)を目指す。 ○日帰り客 消費額単価については、(日本人)全国平均、(外国人)国ビジョンの伸び率(5年で13.5%)を目指すこととし、日帰り客実数については、(日本人)国ビジョンの伸び率(5年で5%)、(外国人)国ビジョンの伸び率(5年で2倍)を目指す。 以上より、全体として、H26より60%増を目指す。
	(参考) ○対象:宿泊客 ○来訪目的:観光及びビジネス 消費額単価	—	—	(平成24～26年の平均) 23,567円/人			34,000円/人 (約40%)	観光庁「共通基準による観光客入込統計」のうち、観光及びビジネス目的の国内宿泊客及び外国人宿泊客の消費額から積算。 (日本人)全国平均、(外国人)国ビジョンの伸び率(5年で13.5%)を目指すこととし、宿泊費、土産代、ツアー体験費等の消費増により、消費額単価の約40%増を目指す。
	(参考) ○対象:日帰り客 ○来訪目的:観光及びビジネス 消費額単価	—	—	(平成24～26年の平均) 5,791円/人			5,900円/人 (2%)	観光庁「共通基準による観光客入込統計」のうち、観光及びビジネス目的の国内日帰り客及び外国人日帰り客の消費額から積算。 (日本人)全国平均、(外国人)国ビジョンの伸び率(5年で13.5%)を目指すこととし、土産代、ツアー体験費等の消費増により、消費額単価の増加を目指す。
	(参考) 観光庁「共通基準による観光客入込統計」 ○対象:宿泊客 ○来訪目的:観光	—	380億円	366億円 (▲3.7%)	337億円 (▲7.9%)	342億円 (1.5%)	547億円 (60%)	観光目的の外国人宿泊客消費額単価は、国ビジョンの伸び率(5年で13.5%)とあわせ、77,120円を目指す。 外国人宿泊客実数は、国ビジョンの伸び率(5年で2.8倍)とあわせ、160千人を目指す。 外国人消費額の目標は、77,120円×160千人=123億円 観光目的の日本人宿泊客消費額単価は、H24～H26全国平均※にあわせて、25,343円を目指す (※平均値を大きく上回る都道府県除く)。 日本人宿泊客実数は、国ビジョンの伸び率(5年で5%)とあわせ、1,673千人を目指す。 日本人消費額の目標は、25,343円×1,673千人=424億円 宿泊者実数全体の目標は、160千人+1,673千人=1,833千人 観光消費額全体の目標は、123億円+424億円=547億円
	(参考) ○対象:宿泊客 ○来訪目的:観光 消費額単価	—	—	(平成24～26年の平均) 20,773円/人			29,842円/人 (約40%)	観光庁「共通基準による観光客入込統計」のうち、観光目的の国内宿泊客及び外国人宿泊客の消費額から積算。 観光目的の宿泊客消費額単価は、547億円÷1,833千人=29,842円
満足度	県観光課「観光客動態調査」	58.3% (—)	73.4% (15.1ポイント)	74.7% (1.3ポイント)	75.6% (0.9ポイント)	71.0% (▲4.6ポイント)	80%以上	県「観光客動態調査」の満足度調査のうち、「大いに満足」「満足」を合計 (年4回、県内の10地点以上の観光地で対面式アンケート調査を実施) 毎年2ポイント程度増加を目指す。
延べ宿泊者数	観光庁「宿泊旅行統計調査」 (従業員10人以上施設全数及び10人未満の施設を1/9～1/3抽出し調査)	3,407千人 (—) ※第1四半期は従業員10人未満施設の宿泊者を含まない(第2四半期から調査開始のため)。	3,455千人 (1.4%)	3,619千人 (4.7%)	3,821千人 (5.6%)	3,489千人 (▲8.7%)	5,200千人以上 (50%以上)	外国人宿泊者数は、延べ宿泊者数の目標値560千人泊・A 日本人宿泊者数は、平成31年の宿泊者実数目標3,825千人×1.21(日本人の平均宿泊日数)×=4,628千人泊・B A+B=5,188千人泊
外国人宿泊者数	県観光課「富山県外国人宿泊実態調査」 (県内宿泊施設を全数調査)	96,461人 (54.5%)	58,957人 (▲38.9%)	81,237人 (37.8%)	129,255人 (59.1%)	146,576人 (13.4%)	560,000人 (280%)	国の「明日の日本を支える観光ビジョン(案)」において、「地方部での外国人延べ宿泊者数」を、平成27年から32年の5年間で3倍弱にする目標が設定されたことから、当県においても、同程度の増加を目指す。 国ビジョンでは、大都市圏を除く「地方部での外国人延べ宿泊者数」を、H27年の2,519万人泊から2.8倍の7,000万人泊を目指すとしている。 国の宿泊旅行統計調査では、富山県の外国人延べ宿泊者数は、H27年が20万人泊であることから、H32年までに20万人泊×2.8=56万人泊とし、その早期達成を目指すこととする。 ※ H27年の「富山県外国人宿泊実態調査」については、現在集計中
コンベンション参加者数※	(公社)富山コンベンションビューロー「コンベンション統計」	75,752人 (6.7%)	76,458人 (0.9%)	80,586人 (5.4%)	80,732人 (0.2%)	86,077人 (6.6%)	91,000人 (6%)	年間1,000人程度の増加を目指す。 (目標値は、新・元氣とやま創造計画での考え方(年間1,000人程度の増加、H33:93,000人)を踏襲。)
コンベンション開催件数※	(公社)富山コンベンションビューロー「コンベンション統計」	170件 (16.4%)	202件 (18.8%)	171件 (▲15.3%)	240件 (40.4%)	255件 (6.3%)	270件 (6%)	年間1,000人程度増加する場合の件数の増加を目指す (H26実績:1件当たり平均参加者数約340人)
うち国際会議	(公社)富山コンベンションビューロー「コンベンション統計」	22件 (+12件)	14件 (▲8件)	10件 (▲4件)	24件 (+14件)	16件 (▲8件)	27件 (69%)	国際会議のコンベンション開催件数に占める割合の10%達成を目標とする(現行:3か年平均7.3%) ㊦国際会議:日本を含め2か国以上から参加のあった会議で、参加者総数が20人以上、かつ外国人が10人以上参加したもの (H27見込:16件)

※コンベンション参加者数及び開催件数については、年度の数値である。(他は暦年の数値)

7 参考資料

(1)新・富山県観光振興戦略プラン策定の経緯

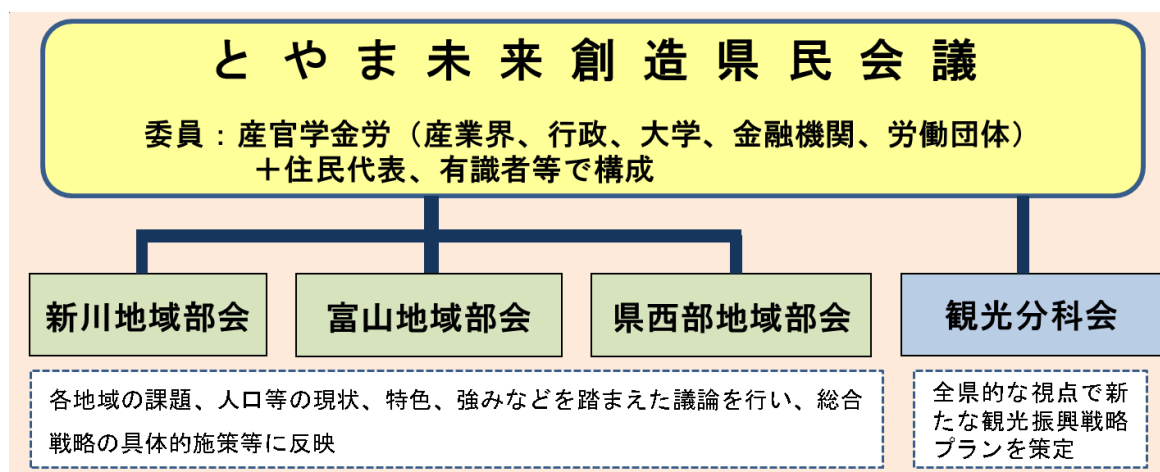
年 月 日	経 過	検討内容
平成27年6月9日	とやま未来創造県民会議「第1回観光分科会ワーキングチーム」の開催	新プランの方向性
6～8月	観光関係機関へのアンケート調査、首都圏居住者へのインターネット調査の実施	
7～8月	市町村、市町村観光協会等との意見交換	
8月31日	とやま未来創造県民会議「第2回観光分科会ワーキングチーム」の開催	新プラン骨子案
9月11日	とやま未来創造県民会議「第1回観光分科会」の開催	新プランの方向性及び骨子案
10月20日	とやま未来創造県民会議「第3回観光分科会ワーキングチーム」の開催	新プラン素案
平成28年1月13日	とやま未来創造県民会議「第2回観光分科会」の開催	新プラン案
1月29日～ 2月12日	パブリックコメントの実施※	

※パブリックコメントの実施

- ①募集期間 平成28年1月29日(金)～2月12日(金)
- ②意見募集の結果 意見提出者 2人
意見提出件数 6件

<会議構成>

「とやま未来創生戦略」策定にかかる検討組織である「とやま未来創造県民会議」に「観光分科会」を設置



(2)元氣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氣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)とやま未来創造県民会議設置要綱

(目的)

第1条 人口減少を克服し、富山県の自然、文化・産業など、各地域の特色・強みを活かした持続可能で活力ある未来を創造するため、とやま未来創造県民会議（以下「県民会議」という。）を設置する。

(所掌事項)

第2条 県民会議は、前条の目的を達成するため、次の各号に掲げる事項について協議する。

- (1) 「とやまの未来創生戦略」（仮称）の検討に関すること。
- (2) その他県民会議の目的を達成するために必要な事項に関すること。

(組織)

第3条 県民会議は、委員40名以内で組織する。

(委員)

第4条 委員は、学識経験者、経済界及び行政の代表者等のうちから知事が委嘱する。

(役員)

第5条 県民会議に次の役員を置く。

- (1) 会 長 1名
- (2) 副 会 長 5名以内
- 2 会長は、富山県知事をもって充てる。
- 3 副会長は、会長が指名する。

(役員職務)

第6条 会長は、会議を進行する。

- 2 副会長は、会長を補佐し、会長に事故があるときはその職務を代理する。

(顧問)

第7条 県民会議に顧問を置く。

- 2 顧問は、知事が委嘱する。

(特別委員)

第8条 必要な意見を聴くため、県民会議に、特別委員を置く。

- 2 特別委員は、知事が委嘱する。

(地域部会及び観光分科会)

第9条 県民会議に地域部会及び観光分科会を設置する。

- 2 地域部会及び観光分科会に関し必要な事項は、知事が別に定める。

(事務局)

第10条 県民会議の事務局は、富山県観光・地域振興局地方創生推進室に置く。

(その他)

第11条 この要綱に定めるもののほか、県民会議の運営に関し必要な事項は、知事が別に定める。

附 則

この要綱は、平成27年5月29日から施行する。

(4)とやま未来創造県民会議 観光分科会 設置要綱

(趣 旨)

第1条 この要綱は、「とやま未来創造県民会議設置要綱」第9条第2項に基づき、とやま未来創造県民会議 観光分科会（以下「観光分科会」という。）について、必要な事項を定めるものである。

(目 的)

第2条 観光分科会は、北陸新幹線の開業を始めとする本県を取り巻く環境の大きな変化等を踏まえ、今後の観光政策の基本となる「富山県観光振興戦略プラン（以下「プラン」という。）」の改訂等を行うにあたり、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。

(所掌事項)

第3条 観光分科会は、前条の目的を達成するため、次の各号に掲げる事項について協議する。

- (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4条 観光分科会は、座長、15名以内の委員及び20名以内の専門委員をもって組織する。

- 2 委員は、学識経験を有する者、経済団体及び行政の代表者のうちから知事が委嘱する。
- 3 専門委員は、運輸、交通、旅行、宿泊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。

(座長及び副座長)

第5条 観光分科会の座長は、知事が委嘱する。

- 2 座長は、会議を進行する。
- 3 副座長は、知事が委員の中から指名する。
- 4 副座長は、座長を補佐し、座長に事故があるときはその職務を代理する。

(ワーキングチーム)

第6条 観光分科会に、より実践的・具体的な政策を検討するワーキングチームを設置する。

- 2 ワーキングチームは、座長及び20名以内の委員をもって組織する。
- 3 ワーキングチームの委員は、学識経験を有する者、経済団体・行政・運輸・交通・旅行・宿泊などの代表者のうちから知事が委嘱する。
- 4 ワーキング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。

(ワーキングチームの座長)

第7条 ワーキング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 ワーキングチームの座長は、ワーキングチームの会議を進行する。

3 ワーキングチームの座長に事故があるときは、ワーキングチームの座長があらかじめ指名する委員がその職務を代理する。

(事務局)

第8条 観光分科会及びワーキングチームの事務局は、富山県観光・地域振興局観光課に置く。

(その他)

第9条 この要綱に定めるもののほか、観光分科会及びワーキングチームの運営に関し必要な事項は、知事が別に定める。

附 則

1 この要綱は、平成27年6月9日から施行する。

2 「富山県観光振興戦略プラン策定会議設置要綱」(平成20年9月26日設置)は廃止する。

とやま未来創造県民会議「観光分科会」委員名簿

座長・委員・専門委員 計31名（五十音順、敬称略）

区分	役職名等	氏名
座長	東京大学先端科学技術研究センター所長	西村 幸夫
副座長・委員	富山県商工会議所連合会会長、(公社)富山県観光連盟会長	高木 繁雄
委 員	日本青年会議所北陸信越地区富山ブロック協議会会長	今村 健
	富山県商工会議所女性会連合会長	梅田 ひろ美
	高岡商工会議所女性会長	江幡 和代
	コスモ生涯学習アカデミー代表	尾山 敦子
	黒部商工会議所副会頭	小林 聖子
	高岡市長(県西部地域)	高橋 正樹
	黒部市長(新川地域)	堀内 康男
	(株)日本総合研究所 調査部 主席研究員	藻谷 浩介
	富山市長(富山地域)	森 雅志
	スイスツェルマツト観光局 JTIC.SWISS 代表	山田 桂一郎
	富山大学名誉教授・桜美林大学教授	渡辺 康洋
専 門 委 員	あいの風とやま鉄道(株)代表取締役社長	市井 正之
	富山県漁業協同組合女性部連合会会長	尾山 春枝
	富山県観光土産品公正取引協議会会長	川合 声一
	富山地方鉄道(株)代表取締役会長 富山県バス協会会長	桑名 博勝
	立山黒部貫光(株)取締役社長	佐伯 博
	富山県ホテル・旅館生活衛生同業組合理事長	坂井 彦就
	東日本旅客鉄道(株)鉄道事業本部営業部担当部長	高橋 敦司
	JA富山県女性組織協議会会長	谷井 悦子
	富山県タクシー協会会長	土田 英喜
	全日本空輸(株)富山支店長	西尾 敏
	(株)能作 代表取締役社長	能作 克治
	西日本旅客鉄道(株)金沢支社長	野中 雅志
	(株)PCO代表取締役 富山経済同友会地域活性化委員会副委員長	羽根 由
	宇奈月温泉女将の会かたかご会代表	濱田 昌子
	富山県旅行業協会会長	早川 祐一
	日本旅行業協会中部支部富山地区委員会委員長	松田 隆
	(一社)富山県ケーブルテレビ協議会理事長	本林 敏功
(株)エコロの森代表	森田 由樹子	

とやま未来創造県民会議「観光分科会ワーキングチーム」委員名簿

座長・委員17名、アドバイザー3名（五十音順、敬称略）

区分	役職名等	氏名
座長	富山県観光・地域振興局長	漆畑 有浩
委 員	(株) ワールドリー・デザイン代表取締役 NPO法人 地域交流センター理事	明石 あおい
	(株) 能作 販売部課長	磯岩 篤
	富山地方鉄道(株) 鉄軌道部長	村井 義治
	立山黒部貫光(株) 常務取締役・営業推進部長	永崎 泰雄
	とやま観光未来創造塾 卒塾者（あさひふるさと体験推進協議会）	上澤 聖子
	(有) 土遊野 代表取締役	河上 めぐみ
	魚津市産業建設部長	川岸 勇一
	西日本旅客鉄道(株) 金沢支社営業課長	川村 聡
	東日本旅客鉄道(株) 北陸営業センター所長	黒田 英朗
	富山県ホテル旅館生活衛生同業組合前青年部長 （とやま観光未来創造塾 卒塾者）	高田 大
	富山県観光連盟 副会長・専務理事	高野 博之
	全日本空輸(株) 富山支店長	西尾 敏
	富山県旅行業協会会長	早川 祐一
	南砺市産業経済部長	原田 司
	日本旅行業協会中部支部富山地区委員会委員長	松田 隆
	富山市商工労働部長	和田 秀俊
	ア ド バ イ ザ ー	(株) 日本総合研究所 調査部 主席研究員
スイスツェルマツト観光局 JTIC. SWISS 代表		山田 桂一郎
(株) 美ら地球代表取締役		山田 拓

（平成28年2月現在）