

現行プランの進捗状況



第3次観光振興戦略プランについて（現行プラン）

（１）基本目標

「選ばれ続ける観光地 ～幸せな旅と暮らしを富山県から～」

計画期間：R 4～R 8

（２）目指す将来像（V i s i o n）

- ▶ 自然、食文化、祭り等の伝統文化や住環境など富山の日常にある幸せと上質な暮らしが多くの人に知られ、旅行者、滞在者、移住者が増加する。
- ▶ 世界遺産五箇山、立山黒部、富山湾などここにしかない「特別感」のある観光地や、富山の暮らし自体が持つ魅力を最大限に活かし、付加価値の高い富山旅が提案され、人と経済が潤う地域が創出される。

（３）施策の柱

I 新たな時代の観光への対応

- （１） 関係人口創出に向けた裾野の拡大
- （２） ウェルビーイング・魅力の再発見とマイクロツーリズム定着
- （３） デジタル技術の活用
- （４） ウイズコロナへの対応

II 持続可能な観光地域づくり

- （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

III ターゲットに応じた戦略的なプロモーション

- （１） 三大都市圏を中心とした国内誘客の推進
- （２） 海外誘客の推進
- （３） ビジネス観光の推進

第3次観光振興戦略プランにおける数値目標

- 富山県の観光消費額を重要目標（KGI）と設定し、その要素となる宿泊数等を評価指標（KPI）として評価検証
- 観光消費額、延べ宿泊者数は着実に増加している。

指標項目	R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7	R8年 目標値
観光消費額	1,483億円	980億円	1,189億円	1,509億円	1,830億円	1,815億円	－（※）	1,980億円
延べ宿泊者数	3,808千人	2,228千人	2,394千人	3,067千人	3,934千人	3,760千人	3,928千人	4,000千人
うち外国人	357,830人	50,770人	10,870人	41,660人	235,830人	250,370人	386,900人	530千人
コンベンション参加者数	87,615人	8,912人	10,692人	31,117人	61,396人	34,264人	－	90,000人
コンベンション開催件数	300件	51件	63件	110件	127件	128件	－	310件
うち国際会議	42件	2件	1件	11件	17件	14件	－	42件
宿泊客消費単価	25,837円	26,808円	29,257円	33,865円	33,898円	36,612円	－（※）	30,100円
日帰り客消費単価	5,354円	5,132円	6,261円	5,832円	7,095円	7,296円	－（※）	6,600円
満足度	66.4%	69.2%	71.7%	75.2%	75.9%	74.2%	74.9%	80.0%
県内経済波及効果	1,617億円	1,023億円	1,241億円	1,579億円	1,963億円	1,970億円	－（※）	2,220億円
観光ナビHPアクセス数	2,781千件	2,102千件	2,055千件	5,137千件	5,916千件	5,647千件	6,064千人	3,600千件
公式SNSフォロワー数			23,645人	27,447人	37,311人	47,363人	63,877人	36,000人

（※）集計中（9月頃公表予定）

第3次観光振興戦略プランを踏まえた取組状況①

I 新たな時代の観光への対応

1 関係人口創出に向けた裾野の拡大

- ▶ 関西圏や首都圏等における情報発信の強化
 - ・富山・石川・福井情報発信拠点「HOKURIKU+」の活用
(2024.7月オープン)
 - ・日本橋とやま館の活用
- ▶ 首都圏等での物産展の開催
- ▶ 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
- ▶ 映画等の富山県内撮影を積極的に誘致
- ▶ 観光分野における地域おこし協力隊の活用



2 ウェルビーイング・魅力の再発見

- ▶ 持続可能な観光地域づくり支援（観光コンテンツ造成支援、受入環境整備等）
- ▶ 環水公園における賑わい創出
- ▶ マイクロツーリズム推進事業
- ▶ 文化財の美装化等の推進支援



3 デジタル技術の活用

- ▶ 観光DXの推進（観光統計データサイト「TOYTOS」の開設等）
- ▶ Webマーケティングに基づく観光公式サイトや公式SNSの戦略的運用
- ▶ インバウンド向けSNS、HPでの多言語による情報発信



第3次観光振興戦略プランを踏まえた取組状況②

Ⅱ 持続可能な観光地域づくり

1 戦略的な観光地域づくり

- ▶ 観光地域づくりの推進（DMO事業）
- ▶ とやま観光ビジネスアカデミー
- ▶ 旅行者の満足度や利便性の向上に向けた環境整備の支援
- ▶ 廃屋等撤去観光地景観改善支援事業
- ▶ 高付加価値旅行者向け宿泊施設誘致の促進
- ▶ おもてなしタクシードライバー養成事業
- ▶ ホテル・旅館上質化等促進事業



2 広域観光の拠点化

- ▶ ぐるっと富山 観光地アクセス充実事業
- ▶ 富山駅観光総合案内所運営事業
- ▶ 富山地方鉄道立山線利用促進事業
- ▶ 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
- ▶ 北陸三県による広域観光誘客促進事業
- ▶ 飛越連携誘客促進事業



3 富山らしい魅力創出

- ▶ 黒部宇奈月キャニオンルートツアーの始動
- ▶ 黒部峡谷鉄道等における旅行商品の造成支援
- ▶ 「世界で最も美しい湾クラブ」に加盟する富山湾の魅力発信
- ▶ 富山湾岸サイクリング大会の開催などサイクルツーリズムの推進
- ▶ 世界遺産登録推進
 - ・「立山砂防」直轄100年・県営120年プロジェクト事業
- ▶ 祭りの収益化による観光誘客支援
- ▶ 富山県体験コンテンツ造成・販売支援事業
- ▶ 富山のブランド力向上に向けた取組み



第3次観光振興戦略プランを踏まえた取組状況③

Ⅲ ターゲットに応じた戦略的なプロモーション

1 三大都市圏を中心とした国内誘客の推進

- ▶ メディア等を活用した観光誘客
- ▶ 関西圏や首都圏等における情報発信の強化
 - ・ 富山・石川・福井情報発信拠点「HOKURIKU+」の活用
(2024.7月オープン)
 - ・ 日本橋とやま館の活用
- ▶ 他県等との合同物産展や包括連携企業等と連携した物産展を実施
- ▶ 北陸新幹線敦賀開業・北陸DCを契機とした広域観光の推進
- ▶ 北陸三県誘客キャンペーン事業



Japanese Beauty Hokuriku
日本の美は、北陸にあり。

高付加価値な観光地域づくり

- ▶ 観光庁「地方における高付加価値なインバウンド観光地づくり事業」
 - ・ R5.3「モデル観光地」として北陸エリアが選定（R5～R9）
 - ・ 高付加価値旅行者の誘客に向けて、
 - ①ウリ（滞在価値）、②ヤド（上質な宿泊施設）、
 - ③ヒト（人材）、④コネ（海外におけるコネクション）の各観点で様々な施策を推進
- ▶ 高付加価値旅行者向け宿泊施設の誘致促進
 - ・ 高付加価値宿泊施設整備支援制度の創設（R7）

2 海外誘客の推進

- ▶ ハイエンド層の誘客促進
- ▶ 欧米豪からの誘客促進、観光プロモーション
- ▶ 近隣県とのインバウンド周遊促進事業
- ▶ 東アジア・東南アジアのリピーターの誘客促進
- ▶ インバウンド受入環境整備の推進
- ▶ 近隣県等と連携した広域観光プロモーションの推進
- ▶ 国内ランドオペレーター向け誘客推進事業
- ▶ インバウンド向けSNS、HPによる積極的な情報発信
- ▶ ビジネスジェット利用誘客促進事業
- ▶ 富山空港インバウンド利用誘客促進事業



3 ビジネス観光誘客の推進

- ▶ コンベンションの誘致促進
- ▶ 産業観光魅力創出事業



主な施策の実施状況 / 高付加価値な観光地域づくり

観光消費額の増加

→ ウリ、ヤド、ヒト、コネの各分野で施策を展開、**高付加価値旅行者の誘客を強化**

- ・「ウリ」 **黒部宇奈月キャニオンルート**ツアーの始動
- ・「ヤド」 **高付加価値旅行者向け宿泊施設誘致**、受入環境を整備

- ・「ヒト」 富裕層のニーズを満たすサービスが提供できる**担い手の育成**
- ・「コネ」 新たな市場に向けたマーケティングやプロモーション
欧米豪からの誘客強化

ウリ

**黒部宇奈月キャニオンルート
ツアーの始動に向けた準備強化**

黒部宇奈月キャニオンルート開業プロモーション事業
ロゴマークの発表、PRイベント開催、ツアー参加者
ヘルメット・ガイドユニフォーム発表会開催 など

黒部・宇奈月誘客強化事業

黒部宇奈月キャニオンルートの機運醸成に係るPR
黒部峡谷鉄道猫又駅における特別な体験や映像コンテンツを提供する
旅行商品の造成支援 など



観光庁事業を活用し観光需要の回復や地域活性化、高付加価値化を推進



新規性が高い、特別な体験コンテンツ・イベント等を通じて、
観光需要の回復や地域活性化を図る。

R5 観光再始動事業

(県内) 黒部宇奈月キャニオンルート、勝興寺、善徳寺 等を
テーマとした 取り組みが採択

R6 特別な体験の提供等によるインバウンド消費の拡大・質向上推進事業 (県内) 祭り 等

R7 地方創生プレミアムインバウンドツアー集中展開事業 (県内) 黒部峡谷鉄道 等

R5～7 ガストロノミーツーリズム推進事業 (県内) 多彩な寿司文化、立山の魅力

宿泊施設の高付加価値化改修、観光施設の改修、廃屋撤去等

地域一体となった観光地・観光産業の再生・高付加価値化事業

【R3～6】黒部市(宇奈月温泉・黒部峡谷)

- ・観光庁事業で宿泊施設の上質化、観光施設の改修、廃屋撤去を実施。
- ・県も一定の要件を満たす施設の上質化、廃屋撤去について支援



ヤド

高付加価値旅行者に対応するラグジュアリーホテルを誘致

- ・高付加価値旅行者向け宿泊施設の誘致検討委員会を設置(R5年度)し、立地
に向けた方策を検討するとともに誘致活動を実施
- ・宿泊施設整備補助制度の創設(R7年度)

既存宿泊施設の上質化支援 既存のホテル・旅館の客室改修等を支援

ヒト

観光サービス事業化 など人材育成

〇とやま観光ビジネスアカデミー／とやま観光塾

- ・観光ガイドや地域づくりをリードする、稼げる観光人材の育成

〇「暮らすように旅する」旅行商品の造成に向けた取り組み

コネ

海外への観光プロモーション等で誘客を強化

〇英国における現地観光プロモーション(R4～6)

ロンドンで、富山の「食」や「伝統工芸」をフックに
プロモーションを実施

〇米国における現地観光プロモーション(R7～8)

ニューヨーク、ロサンゼルスでの観光プロモーションを実施

〇欧州及び米国に観光レップを設置、旅行会社・メディア招聘等を実施



英国でのイベント

主な施策の実施状況 / 黒部宇奈月キャニオンルートツアーの始動



黒部峡谷鉄道の10月1日からの全線開通の見通しを受けて、10月2日からの黒部宇奈月キャニオンルートツアーの始動に向けた準備を進めるとともに、キャニオンルートの一部を活用した新たなツアーの造成を支援

スケジュール

6	7	8	9	10	11	12	1	2	3
	旅行商品販売開始								
				黒部峡谷鉄道全線開通 (10/1)					
				キャニオンルートツアー始動 (10/2)					
				10月 黒部峡谷鉄道全線開通・黒部宇奈月キャニオンルート開始					

実施内容

- 開業前の専門ガイド研修への支援
- 機運醸成のためのプロモーション
- キャニオンルートの一部を活用した新たなツアーの造成支援



ツアー参加者ヘルメット



提供：佐藤工業株式会社



高付加価値なインバウンド観光地づくり

R5.3 観光庁が高付加価値旅行者の誘客に向け支援を行う**モデル観光地として「北陸エリア」を選定**

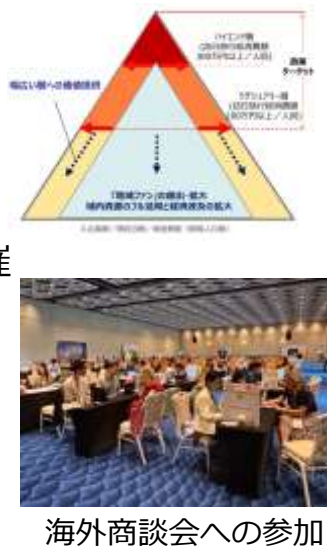
- R5

高付加価値旅行者の誘客を進めるための
マスタープラン策定
- R6
～
R7

ウリ、ヤド、ヒト、コネの各観点で必要な
施策を推進

- 高付加価値な観光地域づくり推進セミナー開催
 - 国内外の旅行会社へのヒアリングやセールス、北陸への招聘
 - 地域の現状や課題調査
 - 国内外の商談会参加 等
- R8

- 認知度向上にむけた海外プロモーション
 - 人材育成
 - 旅行会社等の北陸への招聘、ネットワーク構築 等



ウリ	高付加価値旅行層に訴求力のあるコンテンツ
ヤド	上質な宿泊施設
ヒト	高付加価値旅行者のニーズを満たす人材
コネ	海外の高付加価値旅行者誘客のコネクション

北陸エリア一体で高付加価値な観光地づくりを推進

海外プロモーション

- **東アジア・東南アジア**からのリピーター客取込み
- **欧米豪**からの誘客促進

- ・観光レップによるセールス活動（欧州、米国、台湾、韓国 等）
- ・現地旅行会社・メディア招聘
- ・欧州での観光プロモーション（ロンドン、パリ）
- ・米国での観光プロモーション（ロサンゼルス、ニューヨーク）
- ・国内ランドオペレーターへのセールス



海外プロモーション
(R7.11 米国)

- **広域周遊**の促進
- ・近隣県等との連携による周遊促進（旅行博、商談会出展 等）
- ・旅マエ、旅ナカでの プロモーション（首都圏や近隣主要観光地）



旅ナカでのPR

- **個人旅行者等への情報発信**
- ・インバウンド向け観光公式サイトやSNSでの積極的な情報発信

認知度向上・インバウンド誘客の促進

主な施策の実施状況 / 祭りの収益化による観光誘客支援

概要

- 令和6年度に観光庁の「特別な体験等の提供によるインバウンド消費の拡大・質向上推進事業」に採択された「『祭りで富山を元気に！』歴史ある伝統的な祭りを未来につなげるプロジェクト」事業の**後継**として、**新たに県単独で補助制度を設け、市町村とともに地域の団体を支援**
- 特色ある県内の春の祭りを活かした「**観光誘客**」と**無形民俗文化財の「保存・継承」**につなげるための**収益化事業を支援**
(特別観覧席の造成やオリジナルグッズの制作など、収益化プランの実施や、その魅力の発信と販売促進のために要する経費に対して補助)

実施事業

(令和7年度：4件)

南砺市・福野夜高祭 (5/2)

特別観覧席の造成

- ・地元素材を使った弁当や地ビールを楽しみながら行燈の練りまわしをゆっくり楽しめる**特別休憩所**
- ・祭りの山場を目の前で観覧できる**特別観覧席**
- ・祭り関係者が、町中の案内や祭りの歴史・見どころなどを紹介
(価格:10,000円)



祭り専用ホームページの制作

- ・祭りの見どころ、販売商品を紹介する特設サイトを開設・予約受付

高岡市・伏木曳山祭 (けんか山) (5/16、17)

オリジナルグッズ制作

- 能登半島地震の影響で伏木地域外からの誘客を行わず、地域住民のみでの開催としたため、特別観覧席ではなく、**持続的な収益源となる新たなグッズを制作**
- ・地域の一体感の醸成
- ・地域外でのグッズ購入による支援



祭り専用ホームページの制作

- ・グッズの購入や協賛金・支援を周知
- ・歴史や見どころ等の魅力を十分に感じてもらえるよう、写真や動画を活用

砺波市・庄川観光祭 (庄川夜高行燈) (6/7)

特別観覧席の造成

- ・祭り関係者による解説付きで、大行燈のぶつかり合いを間近で観覧できる**特別観覧席** (価格:5,000円)
- ・夜高行燈に庄川峡花火大会の**特別観覧席**を付したプランも (価格:8,000円)



この他、オリジナルグッズの制作、協賛金による収益増加の取り組み等

砺波市・となみ夜高まつり (6/13、14)

特別観覧席の造成

- ・祭り関係者による解説付きで、食事をしながらゆっくりと、祭りの山場 (夜高行燈コンクール、夜高行燈突合せ) を目の前で観覧できる**特別観覧席** (価格:各10,000円)



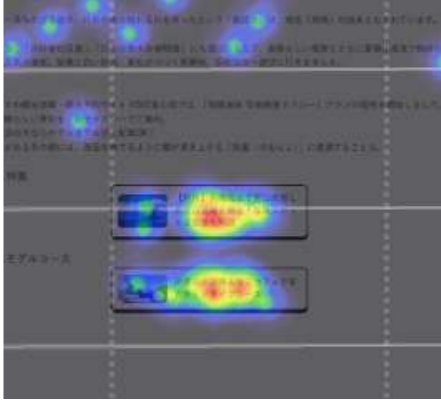
この他、祭り専用ホームページの制作、オリジナルグッズの制作、キッチンカーエリアの新設、協賛金による収益増加の取り組み等

主な施策の実施状況 / データ分析に基づくWEBサイト・SNS運営

概要

- WEBサイト及びSNSの各種データ分析に基づくPDCAサイクルを構築し、専門アドバイザーによる伴走支援を受けながら効果的な情報発信を推進している。また、分析結果や実践ノウハウを市町村へ共有するとともに、市町村会議を通じた横展開を行うことで、県内自治体全体のデジタルマーケティングの高度化を図っている。

内容

分析ツールを活用	市町村への横展開
WEBサイト アクセス解析ツールを活用し、PV数、流入経路及び閲覧状況等の分析並びにヒートマップ分析によるユーザー導線の検証を実施し、利用者ニーズを踏まえた記事公開時期や特集企画の改善に取り組んでいる。  SNS 保存率、フォロー遷移率及びエンゲージメント率等の分析を通じて、ターゲット層への訴求状況や投稿の反応傾向を把握し、効果的なコンテンツ制作及び情報発信手法の改善に取り組んでいる。	毎月の分析レポートを市町村へ共有 ・分析レポートを定期的に市町村へ共有 ・県内観光事業者・市町村・観光協会の情報発信力向上を支援 ・県全体のデジタルマーケティングレベル向上を推進   3. イベント・スポットページ更新の工夫 
専門家による伴走支援	市町村会議（年4回）
毎週定例ミーティングを実施 ・WEB・SNSの分析結果を共有 ・SEOを意識した記事制作手法の指導 ・AIOを意識したシステム改修の提案 ・最新の検索エンジン動向や生成AI活用の情報共有 ・SNS投稿内容の改善提案 ・リール動画作成のための現地視察 ・最新技術を活用した効率の良い方法の提案 	県内の市町や観光協会に参加案内を行い、毎回約20名が出席 令和7年度の会議テーマ ・情報発信のコツについて（ワークショップ） ・写真撮影のコツ&Instagram運用講座 ・モデルコース作りで「地域を編集する力」を磨こう！ ・魅力的な動画制作のコツ 

概要

- とやま観光推進機構が蓄積している観光ウェブアンケートデータを、誰もが見る・使用することができるデータとして提供することを目的に設置された、データ・マネジメント・プラットフォーム。
- 公開日：令和6年3月27日 / ○ 運用者：公益社団法人とやま観光推進機構
- 内容：① ひと目で観光ウェブアンケートデータの状況を把握できる、ダッシュボードの公開
② 観光ウェブアンケート相談AIの公開（観光ウェブアンケートデータをもとに、観光客の属性・旅行目的・満足度など、来訪者の傾向や実際の声を生成AIが整理・要約。R8.5.26公開）
③ AI月次レポートの公開（観光ウェブアンケートデータの自由記述を中心に集計・可視化し、観光客の声を、性別・年代・同行者別に整理したページを作成。R8.5.26公開）



内容

ダッシュボード

- 数字・傾向を見る
- 満足度／おすすめ度／属性／情報源
- 全体をつかむ入口



観光ウェブアンケート相談AI

- 自然文で問いを投げる
- 数字+「関連する声」を返す
- 感動も困りごととも聞ける



AI月次レポート

- 月単位で旅行者の声を深く読む
- 感動・困りごとを整理
- アクション提案あり



主な施策の実施状況 ／ 映画を活用した観光誘客推進

映像作品の舞台やロケ地を訪れる「**聖地巡礼**」による**観光誘客を推進**するため、**富山県ロケーションオフィス**において市町村や観光協会、映像製作配給会社と連携して、作品の公開に合わせて**様々なプロモーションを展開**



富山県ロケーションオフィス (TLO)
2011年に県観光課内に設置

観光誘客推進に向けた取組みの一例

○ロケ地の地図や作品の詳細情報を掲載した**ロケ地マップ**の制作



富山県内と能登半島で撮影が行われた映画「港のひかり」では、**輪島市と共同で制作**



○映画「TOKYO BURST-犯罪都市-」**公開記念展示会を県庁本館で実施**



【展示物】写真パネル、作品動画、
出演者のサイン入り色紙 など

→ **全国23都道府県から1,600名を
超える方が来場**

○全国最速の**監督舞台あいさつ付きの有料先行上映会**の実施

主な施策の実施状況 ／ 広域周遊観光の促進

概要

- 北陸の十字路に位置する本県の強みを活かし、富山県を玄関口や拠点に、北陸三県を巡る旅や岐阜県の飛騨エリア、石川県の能登エリア、金沢への広域周遊を促進することが重要
- 黒部宇奈月温泉駅、富山駅、新高岡駅の3つの新幹線駅を起点とする二次交通の運行を支援するなど、観光客の利便性向上を図り、県内及び近隣県との周遊を促進

実施事業

○観光路線バス運行支援

新幹線駅と観光地を結ぶ観光路線バスの運行を支援

- ◆世界遺産バス（高岡駅～新高岡駅～城端～五箇山～白川郷）
- ◆わくライナー（高岡駅～新高岡駅～氷見～和倉温泉）
- ◆アルペンGO!!（宇奈月温泉～黒部宇奈月温泉駅～魚津IC～室堂）
- ◆富山ぶりにかにバス（富山駅～新湊～氷見）

○北陸三県連携による観光プロモーション

北陸新幹線敦賀開業により三県が約1時間で結ばれたことから、北陸を1つのエリアとした周遊観光の魅力を発信

- ◆マスメディアを活用した情報発信
- ◆三県共通テーマによる魅力創出イベントの開催
- ◆相互送客に向けた観光案内所等合同勉強会の開催
- ◆富山・石川・福井情報発信拠点「HOKURIKU+」の運営

観光路線バス図



世界遺産バス



北陸三県地酒イベント



観光案内所等合同勉強会

主な施策の実施状況 / 寿司をフックとした観光誘客の促進

概要

- 「寿司といえば、富山」によるブランディングと連動し、寿司と工芸、地酒、自然等を掛け合わせた魅力の発信による観光誘客を促進
- 県物産展やアンテナショップを活用し、関連商品の試食・販売、また啓発物品やアンケートなどを通して、魅力の発信や認知度向上を促進

実施事業

すし協定に係る取組みのうち、下記2つは観光振興室事業

すし連携協定に係る取組み

共同での大型パネル掲出（R7.8月、JR大阪駅）



共同観光PRイベント（R8.1月、JR大阪駅）



主な参加実績

・共同観光PRイベント

寿司や観光に関するクイズラリー＆抽選会2,009名

物産展・アンテナショップでのPR

県物産展やアンテナショップで寿司を入口とした観光誘客や食の魅力発信



・県物産展アンケート参加実績1,278名（首都圏3会場計）

・HOKURIKU+「寿司といえば、富山」フェア

関連商品売上308,600円 ボイルホテルイカ試食58食

「寿司×伝統工芸」をテーマとした工芸寿司皿

「わたしたちの、
工芸寿司皿 SUSHI PLATE」

観光振興室

文化庁の令和7年度「文化資源活用事業費補助金」を受け、「ものづくり」の未来への継承を目的とする「ツギノテ実行委員会」と連携し、県内で活躍する24人の工芸作家や職人と連携し実施。「回転寿司の皿」をモチーフに、寿司文化と伝統工芸を融合させた皿を制作し、「クラフトフェア ツギノテ」で展示。その後、工芸寿司皿の一部は、高岡市内の回転寿司店で実際に活用。



工芸寿司皿制作数 44枚

クラフトフェアツギノテ来場者 6,827人