

高付加価値旅行者に対応する上質な宿泊施設の立地可能性等について ホテル開発事業者等へのヒアリング調査を実施

1 ヒアリング内容

- ・富山県における高付加価値旅行者向けホテル立地の可能性
- ・富山でホテル展開する場合のイメージ 等

2 ヒアリング調査先 6社

- ・デベロッパー 2社
- ・ゼネコン 1社
- ・ホテル運営事業者 3社

3 ヒアリング時期

令和4年12月から令和5年3月

ヒアリングでの主な意見

1 ラグジュアリーホテルについて

- 一般的にラグジュアリーホテルは「都心部のラグジュアリーホテル」と「自然環境を活かしたラグジュアリーホテル」の2つに分類。
- 景観が良く、スモールからミドルサイズのラグジュアリーであれば県内でADR（※）10万円の可能性はある。
- 今、ホテルのターゲティングはFIT（外国人個人旅行者）、団体・ツーリズムではない。なおかつ富裕層で単価が高い旅行者
- ニセコの開発案件では1泊200万で2週間売りをしており、滞在中、全ての体験に対して多額の消費が見込まれ、滞在中の総消費は宿泊料金以上の経済効果がある。

※Average Daily Rate：平均客室単価（1日当たりの平均宿泊金額）

- ラグジュアリーに共通して言えることは「地域共生」「環境共生」。いかにして「地域」「環境」と共に生き、その場所に「体験」をつくるか。歴史、文化、方言、生活様式があるところに富裕層は訪れる。

ヒアリングでの主な意見

2 富山県の印象とホテル立地について

(現状)

- これまで富山県への立地を検討したことはなかった。
- 魅力的な観光資源に恵まれているにもかかわらず、観光での宿泊滞在としてのイメージが無い。

(富山の魅力を理解いただいた後の意見)

- 黒部峡谷、五箇山、立山黒部、雨晴海岸など豊かな自然が魅力
- 食が豊富で進んでいる印象。どのお店に入っても美味しく、洗練されているお店が多くあり食文化の高さを感じる。
- 地域の祭り等は身震いするような体験。 世界中の富裕層が来訪したいと思わせるものが豊富
- キャニオンルートは素晴らしい。産業遺産はとてもよいツール
- 富山県は産業基盤が確立されており、県内ほか国内外からのビジネス需要も期待できる。

ヒアリングでの主な意見

3 富山でホテル展開する場合のイメージなど

- ・ 県内各地にこだわりのスモールラグジュアリーが立地
- ・ コンパクトな県。金沢、高山にも近いので、富山市中心部から各地へ送り出すことが可能
- ・ 富山市街地へのラグジュアリーホテルの誘致についても可能性はある。
- ・ 地域資源を生かし街一番のラグジュアリーホテルとして、レストラン、スパ、バンケットなどの街の顔となる位置づけをしたら良いのではないか。
- ・ ラグジュアリーホテルが市街地にある場合には以下が必要
 - － 施設に入る動線におけるワクワク感（緑豊かなエントランス等）
 - － 他にはない美味しい食事
 - － 温泉・SPA・アクティビティ（特に体験型）等の魅力
 - － 魅力的な眺望景観
- ・ 他県では、要件を満たすホテルを新設する事業者に対して補助金制度がある。補助制度等の支援の仕組みがあれば、ホテル事業に興味を持つ企業が出てくるのではないか。

ヒアリング結果まとめ

- 富山には、**豊かな自然・多様な食・祭り・歴史・文化・産業・体験**など、**世界中の富裕層が来訪したいと思わせる観光資源が豊富**との評価
- 高付加価値旅行者にとって需要のある観光地となりうると考えられる。
⇒ 高付加価値旅行者のニーズを踏まえた**富山へのラグジュアリーホテル誘致は、十分可能性がある。**
- ラグジュアリーホテルの展開に当たっては、**中心部にラグジュアリーホテルを誘致する方針**や、**県内各地にスモールラグジュアリーホテルをいくつか整備する方針**が考えられる。

国内5つ星ホテル コンシェルジュ等の視察応対

R5.6.5~7、海外富裕層に対応している国内5つ星ホテルのコンシェルジュ等の視察研修を受け入れ、富山の観光資源を高く評価いただいた。

(主な視察先：能作、若鶴酒造、四津川製作所、岩瀬、内川、雨晴海岸、瑞龍寺、光徳寺、五箇山、井波、白岩酒造など)



五箇山

白岩
酒造



能作



光徳寺



○参加者の声

- ・ 伝統工芸、歴史・文化、自然、美食など魅力が多い。
- ・ 富山ならではの、特別感、ストーリー性のある観光資源が特に良い。
- ・ 富裕層が好むホテルや、外国語対応できる優秀なガイドがいれば良い。

高付加価値旅行者の実態調査

高付加価値な観光地域づくりを推進するうえで、高付加価値旅行者の本県滞在の実態を把握し、ニーズに応じた施策を展開していく必要があるため、県内の高付加価値旅行者の現状と課題、ニーズ等を調査するもの

(1) 調査ポイント

- ・高付加価値旅行者が滞在していると想定される地域を県内で5か所程度選定

(2) 調査方法

- ・調査ポイントの事業者と、調査ポイントを訪れる高付加価値旅行者に対しヒアリング調査を実施。ニーズや課題を調査

(3) 調査時期

令和5年7月～（秋頃までに調査）

(4) 調査結果の活用

- ・地域の滞在価値・魅力、上質な宿泊施設（ヤド）、高付加価値旅行者のニーズを満たす人材、目的地として選んでもらうための売り込み等の各観点で課題を洗い出し、今後の各施策に活かす。