

「富山県観光振興戦略プラン(改訂版)」の概要(案)

H28.1.13とやま未来創造県民会議
「第2回観光分科会」資料



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

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、富山湾鮎等
- 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(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
- 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

戦略的な観光県づくりの推進

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 リピーターや定住を意識した、上質な富山を提供する観光商品の開発
- ④ 産業観光、ロケ地、スポーツ等多様なツーリズムの展開
- ⑤ 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 本県の特徴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

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



(3) 数値目標

- 観光による経済波及の拡大
 - 観光消費額
 - コンベンション参加者数、開催件数
- 訪れた旅行者の満足度向上によるリピーター化
 - 旅行者の満足度
- 国内外から選ばれる観光地
 - 延べ宿泊者数
 - 外国人宿泊者数

4 施策の方向と重点的に取り組むべき事項



とやま観光未来創造塾
「食の魅力づくり実演講習」



総合イノベーションセンターなんば

新艇「fugan」



富山湾鮎



「富山で休もう」観光キャンペーン
「か休れ。んで」
2015年春 北陸新幹線開通



H26.4スターアライアンス加盟
航空会社の日本支社長等招聘

H27.5.18寄港
「ホィジャー・オブ・ザ・シーズ」
138,194ト



国際会議の開催

伝統楽器「さら」を体験