

富山市観光戦略プラン（素案）についての主なご意見と対応（案）

委員名	発言要旨	対応
1 高橋委員	「選ばれるための魅力づくり」として4点。 ①富山のイメージづくり（文化、夜の魅力をどう作るか）	P 5 6 基本目標 3－3 各種イベントの魅力向上による通年型観光の促進 「また、富岩運河環水公園のライトアップや冬の富山の夜を彩る「ホワイトイルミネーション」等による夜の富山を楽しむコンテンツの充実を図る。」
2 高橋委員	②DMO など観光地のマネジメントできる組織をどう作るか。	P 7 0 基本目標 6－2 協働による観光振興の推進と観光人材の育成 「官民ファンドや関係機関等と必要な連携を行いながら、新規観光事業者等の創業支援や育成を行う。」
3 高橋委員	③いきいきとした情報発信。	P 5 7 基本目標 3－4 ターゲットに合った戦略的プロモーションの実施 「趣味趣向の多様化に伴い、旅行動機もまた多種多様となっている。本市を訪れている観光客の傾向を調査・分析することでターゲットを明確にし、そのターゲットに合ったコンテンツを用いて、最適な手段、タイミングでPRを展開する。」
4 高橋委員	④地域経済循環のしくみ（合併した域内経済循環、大山地域等での滞在型観光の仕組みづくり）中心部と山間部との域内経済システムをどうするのか。	P 6 4 基本目標 5－1 多様なニーズに応える旅行素材の開発、商品化の推進 「本市には、森林セラピー基地に認定され、トレッキングに利用できる森林資源、釣り、プレジャーボート、ラフティング等が楽しめるレジャー資源、日本の原風景が残る中山間地域、歴史的町並みが整備された八尾地域、岩瀬地区など本市には他地域にはない多様な観光資源があり、特定の細分化されたニーズに対応する地域資源の発掘やブラッシュアップにより、「選ばれる」富山市を実現していく。」
5 鵜殿委員	戦略とは、「自分たちの魅力を定義」→「顧客を定義」→「顧客にどう伝えるか」である。	今回の戦略プランの重要な施策である「広域観光交流拠点都市としての都市機能強化」と「インバウンド対策の強化」を強調していくため、基本戦略の並びを変更するとともに、「強化戦略」として位置付けた。
6 鵜殿委員	総合計画との整合性はあるか。（策定日程）	総合計画との整合を図りながら、現時点では3回の策定委員会を予定しているが、今後、状況に応じて臨機応変に行っていく。
7 鵜殿委員	計画期間は東京オリンピックに合わせ4年にできないか	総合計画との整合性の観点からも5年とする。
8 鵜殿委員	「将来の観光像」はなぜ変更したのか。「世界に誇ろうアメイジングトヤマ」や「立山仰ぐ特等席富山市」等の既存のワードを使用すべき。	P 4 3 富山市観光戦略プランは、現行観光実践プランを踏襲するため、現行の将来像「豊かな自然の中で輝く人間交流都市とやま」を引き継ぐとともに、市観光資源の「驚くほど見事な様子」や富山市民一人一人の「シビックプライド」醸成により観光

		客受入体制を整備するため、サブタイトルとして「～AMAZING TOYAMA～」を付随させる。 〈 豊かな自然の中で輝く人間交流都市 〉 ～AMAZING TOYAMA～
9 鵜殿委員	官民ファンドの活用等による、新規観光事業者育成の観点が必要。	P 7 0 基本目標 6－2 協働による観光振興の推進と観光人材の育成 「官民ファンドや関係機関等と必要な連携を行いながら、新規観光事業者等の創業支援や育成を行う。」
11 中田委員	立山黒部アルペンルートがキラーコンテンツになっているが、通年型観光として冬対策について考えるべき。	P 5 2 基本目標 3－1 富山ならではの地域資源・観光資源の発掘と魅力の向上 「富岩運河等の水辺空間のライトアップやガラス美術館をはじめとするまちなかの美術館・博物館等の観光資源を活用し、冬の富山の魅力として情報発信を行う。」
12 中田委員	国内外（外国人・日本人）で戦略を分けるべき。	国外向けの戦略は、P 4 7 「インバウンド対策の強化」で強化戦略として特記する。
13 西尾委員	県や他都市市の戦略の違いが見えない。（自然、食べ物）選ばれるまちとやまをどう売り出していくか。	P 5 1 基本戦略 3 富山らしい魅力の創出と戦略的プロモーション 「本市が持つ「自然」や「食」といった富山ならではの個々の観光資源の魅力を高めると同時に、それらを本市の歴史・文化・風土・産業等と連携させた観光プログラムとして編集することで、新たな富山らしい魅力を創出し、季節や天候に左右されない通年型の観光を推進する。」
14 西尾委員	富山市内の周辺には、2時間以内で観光地はたくさんあり、これらの観光客を富山市で泊まってもらえばよい。（仕組みづくり）	P 4 4 基本戦略 1 広域観光交流拠点としての都市機能強化 「本市単独の観光振興と同時に、北陸や岐阜県、新潟県、長野県等への広域観光交流拠点都市としての役割を認識し、これまでに連携している自治体や民間の事業者等との関係をさらに強化し、多彩かつ魅力的な観光資源を一体的に活用することで、ストーリー性のある広域観光ルートとなるよう、発掘・ブラッシュアップを推進していく。」
15 西尾委員	ターゲットを絞り込んでとがった戦略を行うべき。（数を目指すなら中国だが、富山市なら欧米か）絞り込んで、富山らしさになる。	P 4 8 基本目標 2－1 ターゲットを絞った誘致活動の強化 「現在、富山空港の国際線は、ソウル、台北、大連、上海便が運行されているが、それらアジアの国・地域に限定することなく、欧米を含めた外国人旅行者のニーズを継続的に調査することでターゲットを絞り込み、そのターゲットに向けた効果的な誘致活動を展開していく。国内に無数にある観光地の中から、本市が外国人旅行者に選ばれるよう、外国人旅行者のニーズに合った本市の観光資源を選別し、インターネット等を通して情報発信を強化していく。」

16 富田委員	観光像が抽象的なので明確に。心に響くもの。5年後にどうありたいのか。内容が総花的。	P 4 3 富山市観光戦略プランは、現行観光実践プランを踏襲するため、現行の将来像「豊かな自然の中で輝く人間交流都市とやま」を引き継ぐとともに、市観光資源の「驚くほど見事な様子」や富山市民一人一人の「シビックプライド」醸成により観光客受入体制を整備するため、サブタイトルとして「～AMAZING TOYAMA～」を付随させる。 〈 豊かな自然の中で輝く人間交流都市 〉 ～AMAZING TOYAMA～
17 富田委員	ビジネス客に対し、産業観光をどう打ち出すか（産業観光の活用方法について）受入側の企業社員の育成。	P 6 6 基本目標 5－3 産業観光の推進 「既存の産業観光に取り組む事業者への支援を行いながら、新たに観光素材として活用できる産業観光の発掘と受入先となる事業者の育成を促進する。」
18 喜多委員	インバウンドの受入体制について、まちなかの業者（お店）をどうまきこむかが課題。例えば、国際会議が開催されているにもかかわらず、17時前に開いているお店がないので、受入体制の整備（方法）を明確にしてほしい。	P 6 2 基本目標 4－3 アフターコンベンションの充実 アフターコンベンションの促進には、顧客の時間的余裕に応じたきめ細かな観光地・飲食店・お土産品等の情報提供が必要であり、受入れ側の「おもてなし力」を高めるとともに、1日を通じた楽しみ方の多様性を提供し、M I C E等の富山市開催の魅力向上を図る。
19 喜多委員	「基本戦略2 インバウンド対策の強化」の「発信」について、インバウンド対策の両輪は、「情報の発信」と「受入態勢の整備」であり、一方のみを取り上げるのは適当ではない。	インバウンド対策の両輪は、「情報の発信」と「受入態勢の整備」であるが、「発信」については、戦略の特に強調したい概念的なワードであることから、現状のとおりとする。
20 喜多委員	今後、大きなマーケットとなるインバウンド対策について、アジア、欧米など対象を明確にした情報発信や、周遊ルートの開発・発信、宿泊施設の整備、街中の整備（WiFi、ATM、免税店、観光案内所だけではなく、飲食店やちょっと休憩できるカフェ等も含めた）、飲食店等における英語メニュー表記の充実など、何に取り組むか明確にしたら良いと思う。	P 4 9 基本目標 2－2 外国人受入態勢の整備 「海外発行クレジットカードが利用可能なATMの整備、外国人向け観光案内所の整備、案内看板等の多言語表記、デザインの統一等のハード面、F I Tの増加を見据えた外国語対応の観光ガイド・通訳の育成、飲食店等における英語メニュー表記の充実等のソフト面の官民一体となった受入態勢の整備を行う。」
21 喜多委員	富山市の観光の課題には、官民一体となったソフト面での受入態勢整備として、「観光ガイド・通訳の育成」	P 3 8 （1）観光を取り巻く環境の変化 ②インバウンド対策 「日本滞在中スマートフォンやタブレット端末等から情報収集を行うための無料Wi-

	が挙げられているが、「飲食店等における英語メニュー表記の充実」等も記載してはどうか。街全体で取り組んでいく必要があると思う。	F i の整備や海外発行クレジットカードが利用可能な A T M の整備、外国人向け観光案内所の整備等のハード面、F I T の増加を見据えた外国語対応の観光ガイド・通訳の育成、飲食店等における英語メニュー表記の充実等のソフト面の官民一体となった受入態勢の整備が喫緊の課題となってくる。」
22 喜多委員	「付加価値が高い富山ならではの M I C E 」が抽象的でわかりにくい。	P 5 9 基本戦略 4 富山の特性を活かした M I C E の誘致推進 「本市の多様な自然・文化等を活用した修学旅行やスポーツ合宿、イベント等の誘致強化を図り、本市の固有の地域資源を活用した富山ならではの M I C E を促進する。」
23 喜多委員	インバウンド観光の増加傾向は、今後も続いていくと予想されるが、ホテル不足について記載がない。	P 3 9 (2) 富山市が取り組むべき課題 ③訪日外国人旅行者への対応と人材育成 「その後も訪日外国人旅行者の増加傾向が続くと推測され、ホテル不足等も懸念されている。」
24 佐近委員	課題などに環境都市や O E C D など市がすすめている施策（戦略の売りになる）を入れるべき。	P 6 5 基本目標 5－2 まちづくりの推進によるまちなか観光の推進 「今後、本市は公共交通の沿線に居住・商業・文化等の諸機能の集積を図る「公共交通を軸としたコンパクトなまちづくり」を核に、人と地球環境に優しいまちづくり（環境未来都市）を進め、「市民が主役」となる体制や仕組みづくりを構築し、活力ある中心市街地を形成し、誰もが歩きたくなるような質の高い魅力的なまちなか観光を推進する。」
25 古邸委員	まちづくり政策と観光政策と連携し、観光資源にすることが必要。（美術館など）	P 6 5 基本目標 5－2 まちづくりの推進によるまちなか観光の推進 「今後、本市は公共交通の沿線に居住・商業・文化等の諸機能の集積を図る「公共交通を軸としたコンパクトなまちづくり」を核に、人と地球環境に優しいまちづくり（環境未来都市）を進め、「市民が主役」となる体制や仕組みづくりを構築し、活力ある中心市街地を形成し、誰もが歩きたくなるような質の高い魅力的なまちなか観光を推進する。」
26 古邸委員	官民一体が必要。戦略を担う組織づくりが重要。プランをどう実践していくか。	P 6 7 基本戦略 6 官民一体となった受入態勢の整備 観光交流活動を担う質の高い観光人材の育成を促進し、F I T も含めた多様なニーズに対応できる受入態勢の整備を官民一体となっていく。
27 古邸委員	広域観光の部分で金沢－白川郷を結ぶ「三ツ星街道」があるが、富山市は高山市、飛騨、古川など岐阜との連携が重要。八尾は町並みも含めキラーコンテンツ。	P 4 5 基本目標 1－1 関係自治体・民間事業者との連携強化 都市間観光交流都市をはじめとする本市と親和性の高い関係自治体や交通・サービス事業者等とさらなる連携強化を図りながら、既存の広域観光ルートの拡充を行うとと

		もに、観光客のニーズに合ったストーリー性のある新たな広域観光ルートの発掘を行う。
28 古邸委員	富山の食を発掘化、商品化できていない。食のブラッシュアップが必要。	P 5 4 基本目標 3－2 富山ブランドの育成とマーケティング強化 多くの県外観光客及び観光関連事業者から「富山の魚」は高く評価されており、富山ブランドの代表格となりつつある。素材としての鮮魚そのものが付加価値の高いものであると同時に、飲食店での料理、おもてなし、「富山湾鮎」を中心とした広告宣伝等により、他地域との差別化を図る。
29 森田委員	観光とまちづくりは表裏一体。富山市がどんな街でいたいのか。どんな人に来てほしいのか。ゴールをわかりやすく明確に。行政だけで作ったプランではなく、事業者が共感、参画できる内容にしてほしい。ゲートウェイの表現も温かみのあるものにしてほしい。	P 4 2 富山市観光戦略プランは、現行観光実践プランを踏襲するため、現行の将来像「豊かな自然の中で輝く人間交流都市とやま」を引き継ぐとともに、市観光資源の「驚くほど見事な様子」や富山市民一人一人の「シビックプライド」醸成により観光客受入体制を整備するため、サブタイトルとして「～AMAZING TOYAMA～」を付随させる。 〈 豊かな自然の中で輝く人間交流都市 〉 ～AMAZING TOYAMA～
30 松丸オブザーバー	県内、2時間以内に様々なコンテンツがあることを観光客は知らないので周知していくべき。市職員も知らない。	P 5 7 基本目標 3－4 ターゲットに合った戦略的プロモーションの実施 「趣味趣向の多様化に伴い、旅行動機もまた多種多様となっている。本市を訪れている観光客の傾向を調査・分析することでターゲットを明確にし、そのターゲットに合ったコンテンツを用いて、最適な手段、タイミングでPRを展開する。」
31 松丸オブザーバー	大山の自然や立山町も魅力があり、近隣との連携強化が必要。	P 4 4 基本戦略 1 広域観光交流拠点としての都市機能強化 「本市単独の観光振興と同時に、北陸や岐阜県、新潟県、長野県等への広域観光交流拠点都市としての役割を認識し、これまでに連携している自治体や民間の事業者等との関係をさらに強化し、多彩かつ魅力的な観光資源を一体的に活用することで、ストーリー性のある広域観光ルートとなるよう、発掘・ブラッシュアップを推進していく。」