

富山市観光戦略プラン

豊かな自然の中で輝く人間交流都市

～AMAZING TOYAMA～



平成 29 年 3 月

富山市商工労働部

目 次

序 章 観光戦略プランの策定について.....	1
1. 観光戦略プラン策定の目的	1
2. 計画の期間	1
3. 計画策定の組織及び策定期間	1
第1章 観光の現状と動向	2
1. 国内の旅行動向	2
(1) 国内旅行の市場動向	2
(2) 訪日外国人の市場動向	4
(3) 国・県の観光振興政策	5
2. 富山市の観光の現状と動向	9
(1) 富山県の観光の現状	9
(2) 富山市の観光の動向	11
(3) 富山市観光実践プランの実績及び進捗状況	16
(4) 各種調査にみる富山市の観光の現状	26
3. 富山市における観光の課題	38
(1) 観光を取り巻く環境の変化	38
(2) 富山市が取り組むべき課題	39
第2章 観光戦略プランの基本的な考え方.....	41
(1) 観光戦略のポイント	41
(2) 富山市観光戦略プランの目指す将来の観光像	42
(3) 富山市観光戦略プランが目標とする指標	42
(4) 基本戦略・基本目標の体系	44
第3章 基本戦略と基本目標	46
基本戦略1 連携 広域観光交流拠点としての都市機能強化.....	46
基本戦略2 発信 インバウンド対策の強化	49
基本戦略3 創出 富山らしい魅力の創出と戦略的プロモーション.....	53
基本戦略4 交流 富山の特性を活かしたM I C Eの誘致推進.....	60
基本戦略5 起点 産業観光、滞在型観光の推進.....	63
基本戦略6 対応 官民一体となった受入態勢の整備.....	67
第4章 観光戦略プランの推進体制.....	72
1. 推進体制の役割と連携	72
参考資料	74
1. 富山市観光戦略プラン策定経緯	74
(1) 富山市観光戦略プラン策定委員会委員名簿	74
(2) 富山市観光戦略プラン策定委員会開催日程	74
2. 用語解説	75

序 章 観光戦略プランの策定について

1. 観光戦略プラン策定の目的

近年、急速な少子高齢化に伴う人口の減少等により、多くの地域で消費活動が縮小し、今後、地域経済に大きな影響を与えることが懸念されている。そのような状況下、定住人口の減少を交流人口の増加で補うべく、全国の自治体は観光を地方創生の柱として位置づけ、競い合って観光客の誘致に取り組んでいる。

富山県においては、2015年3月の北陸新幹線開業により関東方面からの交通アクセスが向上し、新幹線開業のPR効果等から、国内外からの注目が集まり、富山県への入込客数は大幅に増加している。

本市では、2012年に策定した現行の富山市観光実践プランに基づき、新幹線開業によって増加した国内外からの観光客・ビジネス客の多種多様なニーズに対応すべく、様々な観光施策を展開してきた。

本計画では、新幹線開業効果を持続させるとともに、多くの外国人旅行者の訪日が見込まれる2020年の東京オリンピック・パラリンピックを見据え、今後の様々な状況変化に対応できるような体制を構築し、本市の将来に向けた新しい流れを作り出すことで、観光のみならず、経済、社会、文化等の面において、「選ばれるまち」を目指し、戦略的な観光振興に官民一体となって取り組むこととしている。

2. 計画の期間

本計画は、その初年度を平成29年度とし、計画期間を概ね5年とする。

但し、変化する社会経済情勢を見極めつつ、必要に応じて適宜見直しを図るものとする。

3. 計画策定の組織及び策定期間

(1) 策定組織

富山市観光戦略プラン策定委員会（以下、「委員会」とする。）

経済、観光関係団体等の代表、旅客輸送関係団体等の代表、学識経験者、その他関係団体等の代表者10名で組織する。

(2) 策定期間

平成28年8月～平成29年3月

第1章 観光の現状と動向

1. 国内の旅行動向

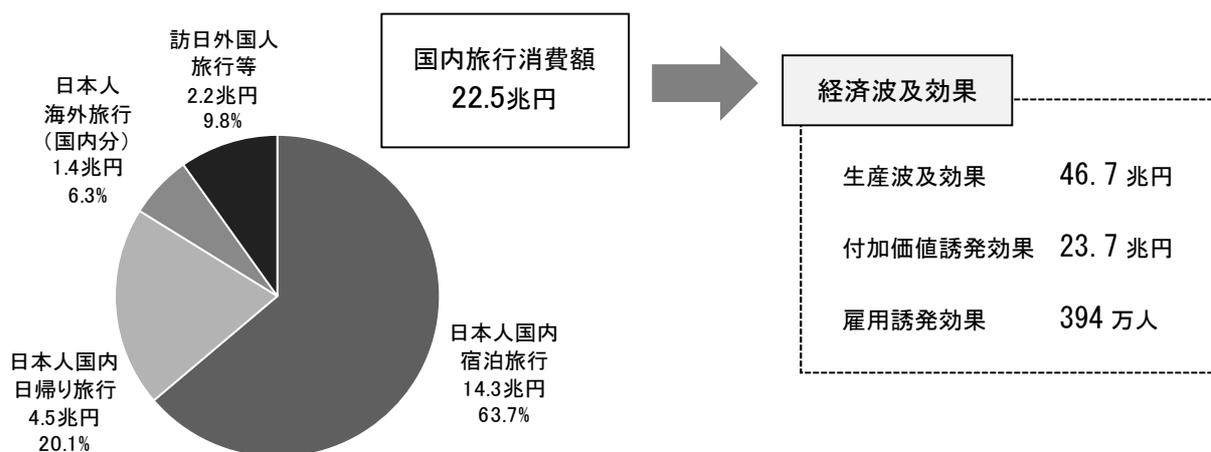
(1) 国内旅行の市場動向

観光庁の「旅行・観光消費動向調査」によると、2014年の国内旅行消費額は総額22.5兆円（前年：23.6兆円）となっており、その内訳は、宿泊旅行が14.3兆円、日帰り旅行が4.5兆円、日本人海外旅行（国内分）が1.4兆円、訪日外国人の旅行等が2.2兆円となっている。

この国内旅行消費額が日本経済にもたらす経済波及効果は、生産波及効果が46.7兆円、付加価値誘発効果が23.7兆円、雇用誘発効果が394万人と推計されている。

また、同調査によると、2014年の宿泊を伴う国内延べ旅行者数は約2億9,734万人回（前年比7.2%減）となり、2012年、2013年と続いた増加傾向から減少に転じている。特に観光やレクリエーション目的での宿泊旅行の落ち込みが大きく、その要因として消費税率8%への引き上げとそれに伴う物価の上昇等が影響したことがあげられる。

■国内の旅行消費額と経済波及効果



資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」（2015年）

■日本人の国内旅行における延べ旅行者数の推移

(千人回)

年	宿泊旅行				観光・レクリエーション				日帰り旅行							
	前年比 (%)	前年比 (%)	前年比 (%)	前年比 (%)	前年比 (%)	前年比 (%)	前年比 (%)	前年比 (%)								
2010年	317,533	-	169,059	-	90,909	-	57,565	-	314,063	-	202,761	-	51,812	-	59,490	-
2011年	313,561	△ 1.3	166,678	△ 1.4	92,929	2.2	53,954	△ 6.3	298,964	△ 4.8	192,824	△ 4.9	51,733	△ 0.2	54,407	△ 8.5
2012年	315,549	0.6	171,759	3.0	91,604	△ 1.4	52,186	△ 3.3	297,201	△ 0.6	195,903	1.6	46,321	△ 10.5	54,977	1.0
2013年	320,416	1.5	176,421	2.7	92,761	1.3	51,233	△ 1.8	310,534	4.5	206,272	5.3	48,257	4.2	56,006	1.9
2014年	297,343	△ 7.2	160,026	△ 9.3	86,385	△ 6.9	50,932	△ 0.6	297,878	△ 4.1	188,629	△ 8.6	47,692	△ 1.2	61,557	9.9

資料：財団法人日本交通公社「旅行年報2015」

国内旅行の種類は「観光レクリエーション旅行」が5割を占め、次いで「帰省や家事のための旅行」が16.3%、「出張や業務旅行」が16.0%となっている。費用負担は「個人負担」が74.4%、「法人負担」が20.2%となっており、旅行形態では「個人旅行」が85.5%、「団体旅行」が9.1%となっている。

旅行先で最も楽しみにしていたことについて、全国平均をみると、「温泉に入ること」(16.9%)と「おいしいものを食べること」(15.9%)が旅行の二大楽しみとなっている。富山県においては「自然景観を見ること」(29.6%)が最も多く、次いで「おいしいものを食べること」(20.0%)となっており、特に「自然景観を見ること」については全国で最も高い値となっている。

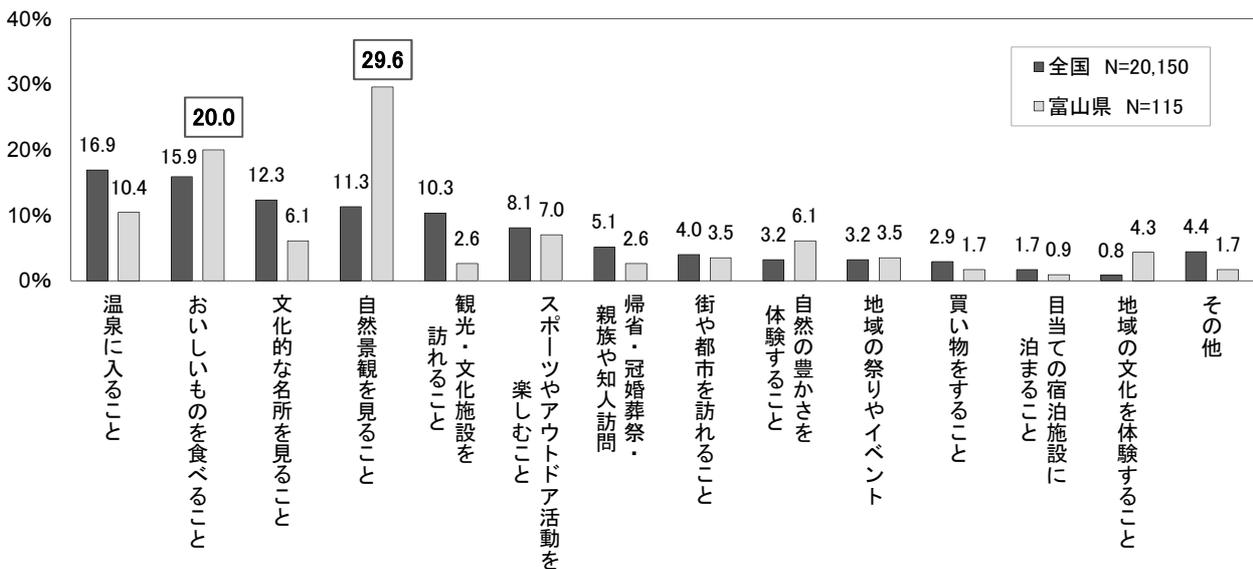
■国内旅行のマーケットシェア

(%)

		2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
旅行の種類	観光レクリエーション旅行	47.3	45.5	46.3	52.7	53.1
	帰省や家事のための旅行	21.7	22.0	20.1	17.2	16.3
	組織が募集する団体旅行	3.8	4.5	5.1	3.6	5.0
	出張や業務旅行	16.1	16.2	16.3	16.2	16.0
	会社がらみの旅行	2.7	3.5	3.7	3.4	4.1
	その他の旅行	8.4	8.2	8.5	6.9	5.4
費用負担	個人負担	72.8	72.0	71.5	73.5	74.4
	法人負担	18.8	19.8	20.0	19.6	20.2
旅行形態	個人旅行	85.1	83.7	82.7	86.1	85.5
	団体旅行	6.5	8.0	8.8	7.0	9.1

資料：財団法人日本交通公社「旅行年報2015」

■旅行先で最も楽しみにしていたこと



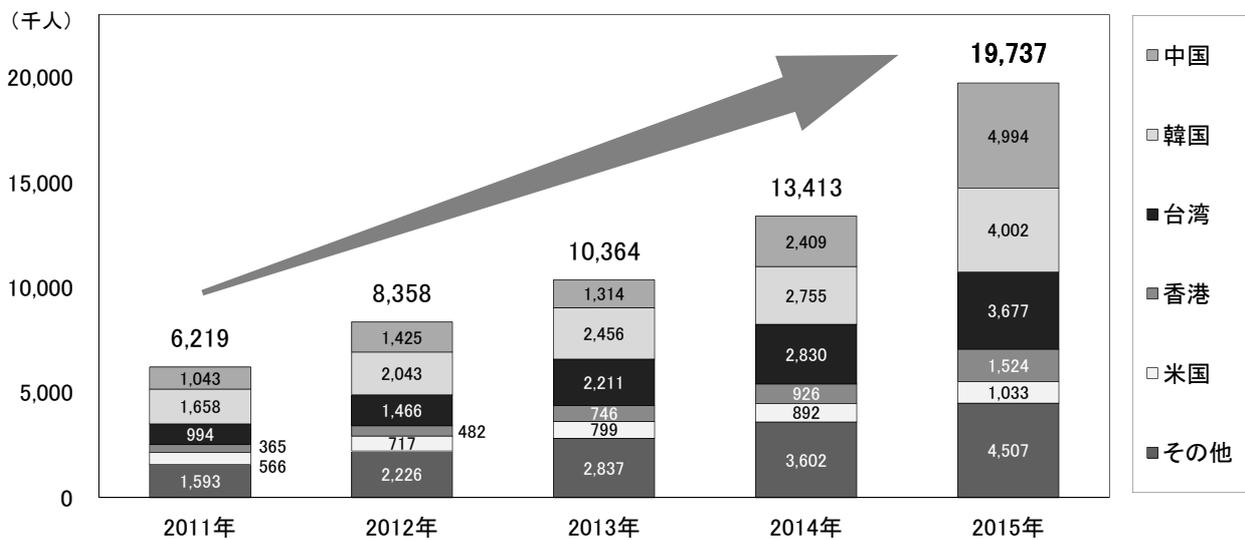
資料：財団法人日本交通公社「旅行年報2015」

(2) 訪日外国人の市場動向

訪日外国人は 2011 年の東日本大震災により大きく落ち込んだものの、その後は著しい増加傾向にあり、2015 年の訪日外国人数は 1,974 万人と過去最高を記録した。訪日外国人を州別(地理学的に 6 つの大州に分類)にみると、アジアが約 1,665 万人で全体の 8 割強を占める。国・地域別にみると、「中国」(499 万人)が最も多く、次いで「韓国」(400 万人)、「台湾」(368 万人)の順となっている。

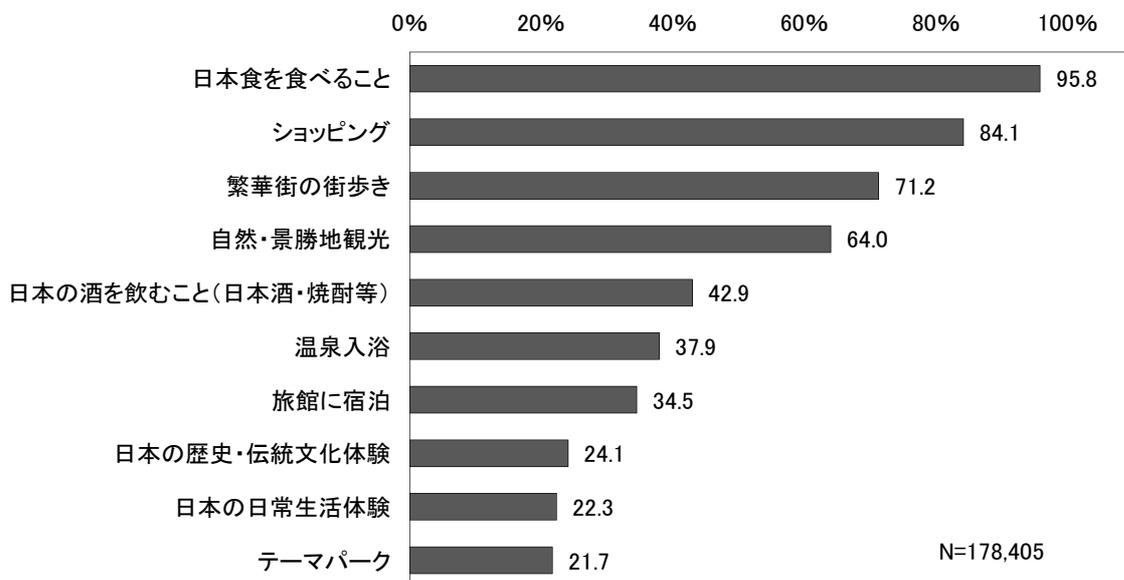
訪日外国人観光客の活動は、「日本食を食べること」(95.8%)が最も多く、次いで「ショッピング」(84.1%)、「繁華街の街歩き」(71.2%)、「自然・景勝地観光」(64.0%)となっており、日本文化に触れ景勝地を観光する行動が多くなっている。

■ 訪日外国人観光客



資料：日本政府観光局「訪日外客の動向」(2015年)

■ 訪日外国人の日本滞在中にしたこと上位 10 (複数回答)



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」(2015年)

(3) 国・県の観光振興政策

①明日の日本を支える観光ビジョン

国は、平成 28 年 3 月に新たな観光ビジョン「明日の日本を支える観光ビジョン」を取りまとめ、「観光は真に我が国の成長戦略と地方創生の柱である」との認識の下、「観光先進国」を目指し、新たな目標を掲げるとともに、この目標の実現のため、次の 3 つの視点と 10 の改革を掲げている。

■「観光先進国」への新たな目標

	2020 年	2030 年
訪日外国人旅行者数	4,000 万人 (2015 年の約 2 倍)	6,000 万人 (2015 年の約 3 倍)
訪日外国人旅行消費額	8 兆円 (2015 年の 2 倍超)	15 兆円 (2015 年の 4 倍超)
地方部での外国人延べ宿泊者数	7,000 万人泊 (2015 年の 3 倍弱)	1 億 3,000 万人泊 (2015 年の 5 倍超)
外国人リピーター数	2,400 万人 (2015 年の約 2 倍)	3,600 万人 (2015 年の約 3 倍)
日本人国内旅行消費額	21 兆円 (最近 5 年間の平均から約 5%増)	22 兆円 (最近 5 年間の平均から約 10%増)

■「3 つの視点」と「10 の改革」

視点 1. 観光資源の魅力を極め、「地方創生」の礎に

1. 「魅力ある公的施設」を、ひろく国民、そして世界に開放
2. 「文化財」を、「保存優先」から観光客目線での「理解促進」、そして「活用」へ
3. 「国立公園」を、世界水準の「ナショナルパーク」へ
4. おもな観光地で「景観計画」をつくり、美しい街並みへ

視点 2. 観光産業を革新し、国際競争力を高め、我が国の基幹産業に

5. 古い規制を見直し、生産性を大切にする観光産業へ
6. あたらしい市場を開拓し、長期滞在と消費拡大を同時に実現
7. 疲弊した温泉街や地方都市を、未来発想の経営で再生・活性化

視点 3. すべての旅行者が、ストレスなく快適に観光を満喫できる環境に

8. ソフトインフラを飛躍的に改善し、世界一快適な滞在を実現
9. 「地方創生回廊」を完備し、全国どこへでも快適な旅行を実現
10. 「働きかた」と「休みかた」を改革し、躍動感あふれる社会を実現

■「明日の日本を支える観光ビジョン」の施策

視点1. 観光資源の魅力を極め、「地方創生」の礎に

- ・魅力ある公的施設・インフラの大胆な公開・開放
- ・文化財の観光資源としての開花
- ・国立公園の「ナショナルパーク」としてのブランド化
- ・景観の優れた観光資産の保全・活用による観光地の魅力向上
- ・滞在型農山漁村の確立・形成
- ・地方の商店街等における観光需要の獲得・伝統工芸品等の消費拡大
- ・広域観光周遊ルートの世界水準への改善
- ・東北の観光復興

視点2. 観光産業を革新し、国際競争力を高め、我が国の基幹産業に

- ・観光関係の規制・制度の総合的な見直し
- ・民泊サービスへの対応
- ・産業界ニーズを踏まえた観光経営人材の育成強化
- ・宿泊施設不足の早急な解消及び多様なニーズに合わせた宿泊施設の提供
- ・世界水準のDMOの形成・育成
- ・「観光地再生・活性化ファンド」の継続的な展開
- ・次世代の観光立国実現のための財源の検討
- ・訪日プロモーションの戦略的高度化
- ・インバウンド観光促進のための多様な魅力の対外発信強化
- ・MICE誘致の促進
- ・ビザの戦略的緩和
- ・訪日教育旅行の活性化
- ・観光教育の充実
- ・若者のアウトバウンド活性化

視点3. すべての旅行者が、ストレスなく快適に観光を満喫できる環境に

- ・最先端技術を活用した革新的な出入国審査等の実現
- ・民間のまちづくり活動等による「観光・まち一体再生」の推進
- ・キャッシュレス環境の飛躍的改善
- ・通信環境の飛躍的向上と誰もが一人歩きできる環境の実現
- ・多言語対応による情報発信
- ・急患等にも十分対応できる外国人患者受入体制の充実
- ・「世界一安全な国、日本」の良好な治安等を体感できる環境整備
- ・「地方創生回廊」の完備
- ・地方空港のゲートウェイ機能強化とLCC就航促進
- ・クルーズ船受入の更なる拡充
- ・公共交通利用環境の革新
- ・休暇改革
- ・オリパラに向けたユニバーサルデザインの推進

②新・富山県観光振興戦略プラン

富山県では、「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して、平成28年3月に「新・富山県観光振興戦略プラン」（計画期間：平成27年度～平成31年度までの5年間）を策定した。この計画は、北陸新幹線開業後の状況を踏まえた上で、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。

■新・富山県観光振興戦略プランの概要

基本目標

「選ばれ続ける観光地 富山 - 『海のあるスイス』を目指して-

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

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

数値目標

項目	現状(H26)	目標(H31)	対H26 伸び率	備考
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)	71.00%	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

■富山県観光振興戦略の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整備・支援
- ⑤観光産業と他の連携による域内経済循環促進
- ⑥観光の担い手として事業者・県民意識醸成

(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

2. 富山市の観光の現状と動向

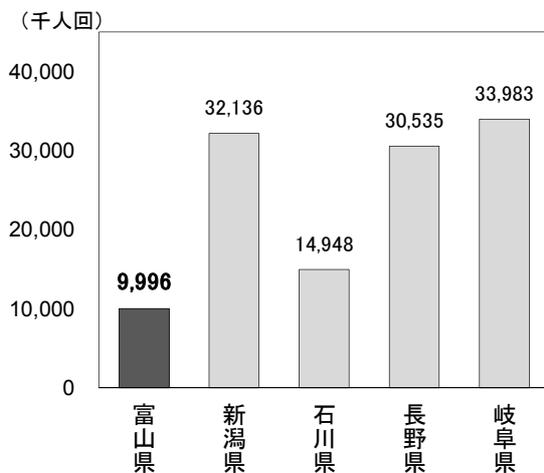
(1) 富山県の観光の現状

富山県の平成 26 年の観光入込客数及び観光消費額を隣接県と比較してみる。

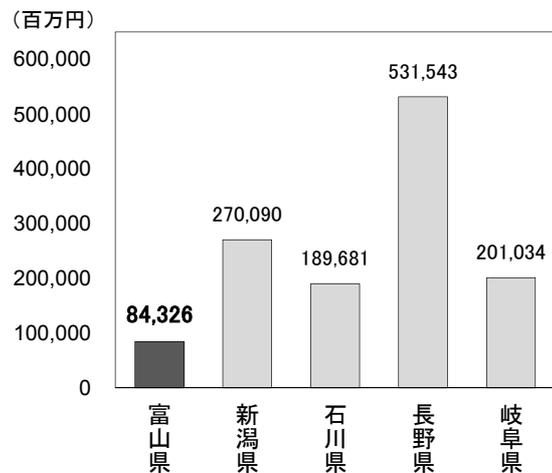
富山県の観光入込客数は 9,996 千人回、隣接県では「岐阜県」(33,983 千人回) が最も多く、次いで「新潟県」(32,136 千人回)、「長野県」(30,535 千人回) となっており、いずれも富山県の 3 倍以上となっている。

富山県の観光消費額は 84,326 百万円、隣接県では「長野県」(531,543 百万円) が最も多く、次いで「新潟県」(270,090 百万円)、「岐阜県」(201,034 百万円) となっている。

■平成 26 年県別観光入込客数



■平成 26 年県別観光消費額

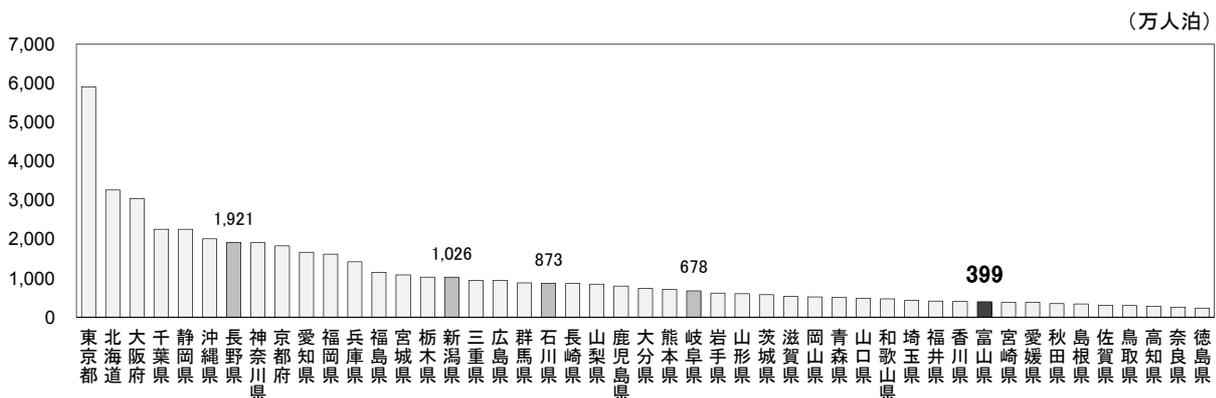


資料：全国観光入込客統計に関する共通基準（平成 26 年）

都道府県別に宿泊数を見ていくと、「東京都」(5,909 万人泊) が最も多く、次いで「北海道」(3,259 万人泊)、「大阪府」(3,037 万人泊) となっている。富山県は 399 万人泊で 38 位となっている。

隣接県では、「長野県」(1,921 万人泊) が 7 位、「新潟県」(1,026 万人泊) が 16 位、「石川県」(873 万人泊) が 20 位となっている。

■都道府県別延べ宿泊者数(平成 27 年)



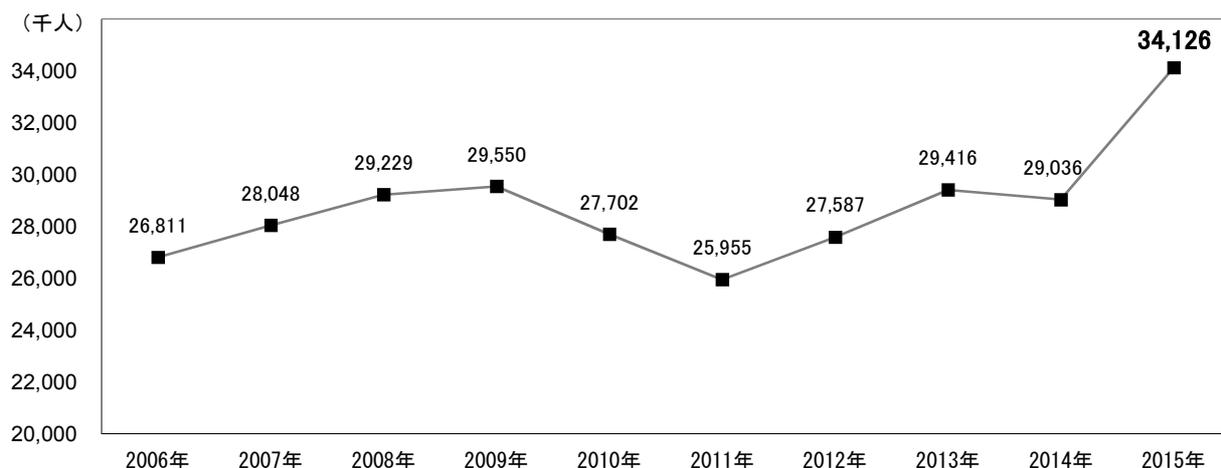
資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」(平成 27 年)

近年の富山県の観光客入込客数(延べ数)は、概ね 2,500 万人から 3,000 万人の間で推移していたが、2015 年は、北陸新幹線開業効果等の影響から 3,412 万 6 千人と大幅な増加となっている。

主要観光地・施設の入込客数は、「富岩運河環水公園」が約 138 万人と最も多く、次いで、「氷見漁港場外市場ひみ番屋街（総湯含む）」(約 124 万人)、「道の駅福光」(約 110 万人) となっている。

イベント・祭りの入込数(延べ数)では、「となみチューリップフェア」(約 32 万人)が最も多いものの、本市の「山王まつり」、「富山まつり」、「とやまスノーピアード」、「おわら風の盆」が 2 位から 5 位までを占めている。

■富山県の観光客入込客数(延べ数)



資料：平成 27 年富山県観光客入込数(推計)

■県内主要観光地・観光施設入込数(延べ数) (人)

順位	名称	市町村	入込数
1	富岩運河環水公園	富山市	1,377,428
2	氷見漁港場外市場ひみ番屋街(総湯含む)	氷見市	1,239,200
3	道の駅福光	南砺市	1,103,451
4	海王丸パーク	射水市	1,075,100
5	立山黒部アルペンルート	立山町	996,849
6	高岡古城公園	高岡市	846,000
7	五箇山	南砺市	794,000
8	県民公園太閤山ランド	射水市	740,166
9	道の駅カモンパーク新湊	射水市	718,484
10	新湊きつときと市場	射水市	638,500

■イベント・祭りの入込数(延べ数) (人)

順位	名称	市町村	入込数
1	となみチューリップフェア	砺波市	321,000
2	山王まつり	富山市	250,000
3	おわら風の盆	富山市	220,000
4	とやまスノーピアード	富山市	213,200
5	富山まつり	富山市	210,500
6	福岡町つくりもんまつり	高岡市	150,000
7	高岡七夕まつり	高岡市	148,000
8	高岡御車山祭	高岡市	132,000
9	戸出七夕まつり	高岡市	130,000
10	高岡万葉まつり	高岡市	130,000

資料：平成 27 年富山県観光客入込数(推計)

(2) 富山市の観光の動向

①観光地・観光資源

本市の市街地は、東西と南北に碁盤目状に延びる道路と、富山駅を起点とした5本の放射状道路により構成された美しい近代的な計画都市となっている。一方、古い町並みの残る八尾地域は「越中おわら風の盆」で全国的に知られ、毎年多くの観光客が訪れる。

本市の特徴として、「公共交通を軸としたコンパクトなまちづくり」の推進により、中心市街地に宿泊施設やコンベンション施設、美術館や博物館等の文化施設が集積し、それらを結ぶ交通手段として路面電車セントラムが運行されているため、観光客やビジネス客等の利便性が高いことがあげられる。

その中でも「ガラスの街とやま」を目指したまちづくりの集大成として2015年8月に開館した「富山市ガラス美術館」が入るTOYAMAキラリ内、公益施設の来館者数は、開館1年で来場者が約75万人を超え、本市の芸術文化と中心市街地の魅力創出の拠点となっている。

■富山市の主な観光資源

	学ぶ(みる)・体験する)				遊ぶ(楽しむ)・リフレッシュする)			触れ合う(交流する)
	自然	文化・歴史	博物館・美術館・動物園等	産業観光交通	買物	スポーツ・レクリエーション	温泉	祭り・イベント(コンベンション)
富山市中心部周辺	・富岩運河環水公園	・富山城址公園 ・石倉町延命地蔵尊 ・松川ベリ彫刻公園 ・大法寺	・富山市郷土博物館 ・佐藤記念美術館 ・富山県立近代美術館 ・富山県水墨美術館 ・富山市科学博物館 ・高志の国文学館 ・森記念秋水美術館 ・ギャルリ・ミレー ・楽翠亭美術館 ・富山市ガラス美術館	・池田屋安兵衛商店 ・広貫堂資料館 ・北陸電力エネルギー館「ワンダーラボ」 ・ますの寿司店(街) ・セントラム	・ととやま ・きとくと市場とやマルシェ ・クラルテ ・さかな屋 撰鮮 ・総曲輪、中央通り、西町、千石町、大手モール等 ・富山市民プラザ ・地場もん屋総本店	・松川遊覧船 ・グランドプラザ ・富岩水上ライン ・富山市総合体育館		・富山国際会議場 ・富山市民プラザ ・富山県教育文化会館 ・富山県民会館 ・CiC ・富山電気ビル ・富山商工会議所
富山市北部・水橋方面	・古志の松原	・内山邸 ・金岡邸 ・北前船回船問屋森家	・世界一かわいい美術館	・日本海ガス株 ・梅かまミュージアム ・樹田酒造店 ・日の出屋製菓産業株 ・富山化学工業株 ・勝リツチェル ・ライトレール	・岩瀬カナル会館	・岩瀬浜海水浴場 ・八重津浜海水浴場 ・浜黒崎海水浴場 ・富山競輪場 ・富山市民球場 ・水橋フィッシャリーナ ・岩瀬スポーツ公園		・ボルファートとやま ・オーバード・ホール ・とやま自遊館 ・サンフォルテ ・タワー111ビル
富山市南部・呉羽方面	・城山公園 ・呉羽山公園 ・呉羽山展望台 ・とやま古洞の森	・五百羅漢 ・北代縄文遺跡 ・富山市民俗民芸村 ・浮田家	・富山市天文台 ・富山ガラス工房 ・富山市ファミリーパーク	・富山人形工房 ・飯神化成工業株 ・藤斎藤製作所 ・JAなのはな呉羽製菓場 ・源ますのすしミュージアム ・富山市売薬資料館 ・四季防災館	・越中富山海鮮市場	・呉羽カントリークラブ ・県営富山野球場 ・富山県総合運動公園 ・富山市南総合公園 体育文化センター	・古洞の湯	・富山産業展示館 ・能楽堂
婦中・八尾・山田地域	・富山県自然博物館 ねいの里 ・八尾城ヶ山公園 ・丘の夢牧場	・聞名寺 ・鶴坂神社 ・諏訪町本通り ・安田城跡	・富山県中央植物園 ・八尾曳山展示館 ・八尾おわら資料館 ・八尾化石資料館「海韻館」	・北日本新聞社越中産 ・桂樹舎和紙文庫 ・やまふじぶどう園 ・山田特産加工組合		・いこいの村富山 ・牛岳温泉スキー場 ・八尾カントリークラブ ・富山ストリートスポーツパーク	・八尾ゆめの森「ゆうゆう館」 ・牛岳温泉健康センター ・山田温泉 ・大長谷温泉	
細入地域・大沢野	・寺家公園 ・神通峡 ・割山森林公園「天湖森」 ・塩の千本桜	・猪谷関所館		・北陸電力大久保発電所	・飛越ふれあい物産センター 林林	・猿倉山森林公園 ・ウィンディ ・富山カントリークラブ	・春日温泉郷 ・楽今日館	
大山地域	・常西プロムナード ・有峰森林文化村			・本宮砂防堰堤 ・北陸電力有峰ダム ・味彩おやま		・立山山麓家族旅行村 ・立山山麓スキー場 ・大山カメラリアカントリークラブ ・ジャフインアドベンチャー	・亀谷温泉郷 ・立山山麓温泉郷 ・粟巣野温泉 ・白樺ハイツ	

※分類は日本観光協会・全国観光統計基準による

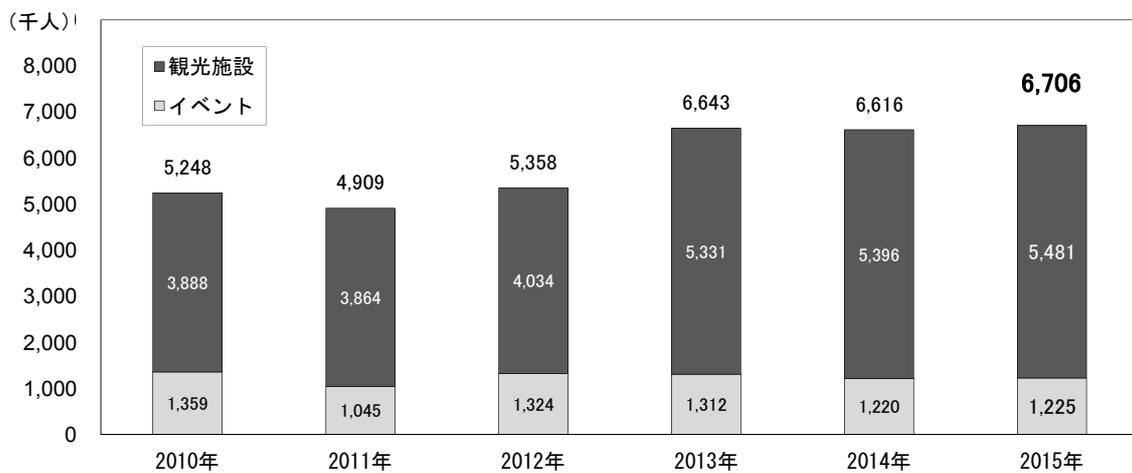
②入込客数

本市の2015年入込客数は約670万6千人と推計されており、対前年比101.4%の微増となっている。近年の推移をみると、2012年から2013年にかけて観光施設の入込数が約130万人増加し、その後は観光施設、イベントともにほぼ横ばいの状態が続いている。

入込客数を県内・県外客別にみると、2015年は県内客が480万人(71.6%)と、県外客(190万6千人、28.4%)に比べて多くなっており、その比率は2013年以降ほぼ変化していない。

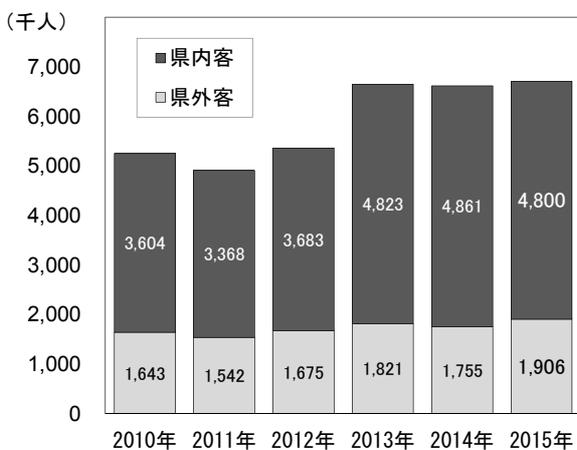
宿泊・日帰り客別にみると、2015年は日帰り客が525万人(78.2%)と、宿泊客(146万人、21.8%)に比べて多くなっている。近年の推移をみると、日帰り客は増加傾向にあるが、一方で宿泊客はほぼ横ばいとなっている。

■観光客入込数の推移

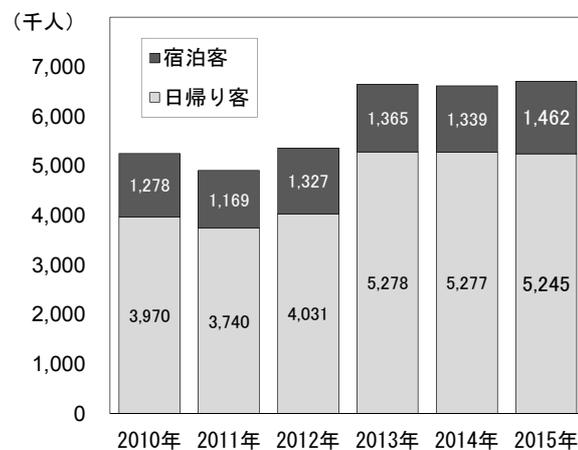


資料：富山市観光政策課統計（2015年）

■県内・県外別入込客数



■宿泊・日帰り別入込客数

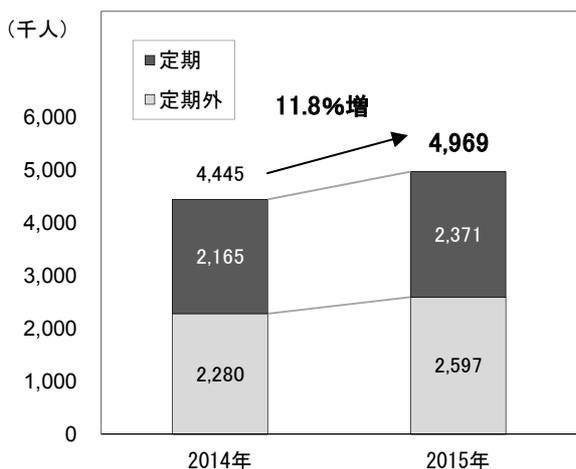


資料：富山市観光政策課統計（2015年）

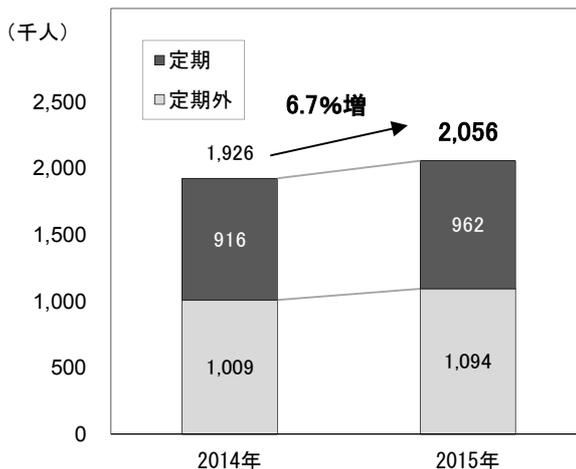
③新幹線開業効果

北陸新幹線の開業効果について、2015年度の路面電車の利用状況（輸送人員）をみると、富山地鉄市内電車（環状線含む）の利用者は496万9千人となっており、開業前（2014年度）に比べて11.8%の増加、富山ライトレールの利用者数は205万6千人となっており、6.7%の増加となっている。どちらも定期外利用者の増加が大きく、市外等からの来訪者の利用増加が主な要因と考えられる。

■富山地鉄市内電車利用状況（輸送人員）



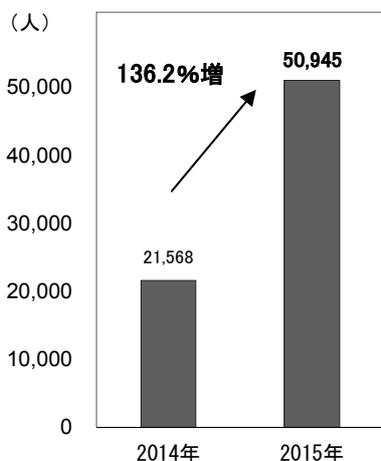
■富山ライトレール利用状況（輸送人員）



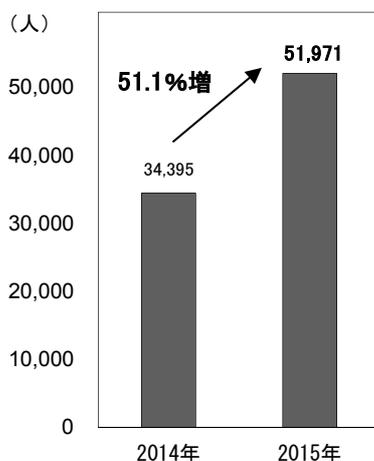
資料：富山市観光政策課統計（2015年）

主な路面電車沿線施設の2015年度の利用状況をみると、富岩水上ラインの利用者は50,945人と、便数の増加の効果もあり、2014年度に比べ136.2%の大幅な増加となっている。北前船廻船問屋森家の入館者数は51,971人（同51.1%増）、富山市郷土博物館（富山城）の入館者数は73,085人（同49.5%増）となっている。

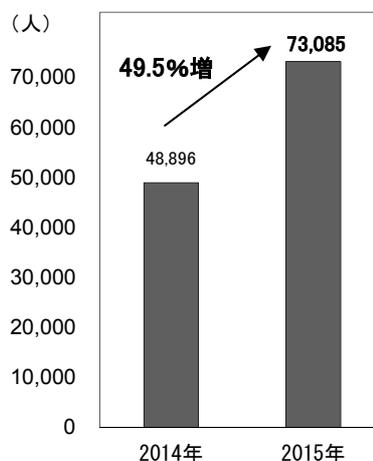
■富岩水上ライン利用者



■北前船廻船問屋森家の入館者数



■富山市郷土博物館入館者数



資料：富山市観光政策課統計（2015年）

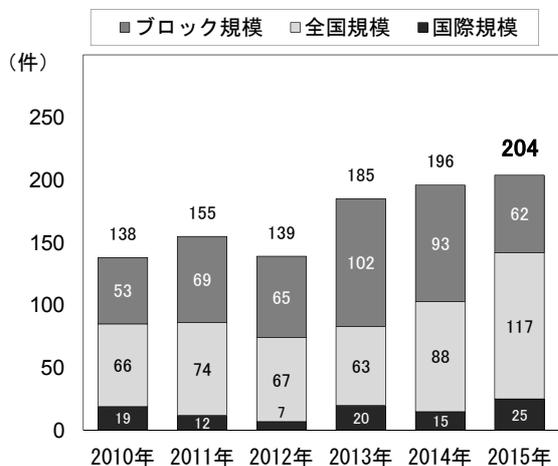
④コンベンション

2015年の市内で開催されたコンベンションは204件、参加者数は71,485人となっている。近年の推移をみると、開催件数は増加傾向にあり、参加者数は年度によるばらつきがあるものの、2014年、2015年は約7万人で推移している。この増加の要因の1つには、本市のコンベンション開催補助金制度がある。制度の利用は着実に増加しており、2015年では対象件数が127件、参加総数が58,710人となっている。また、国際規模のコンベンションが増加している要因としては、本市が進めている環境未来都市、コンパクトシティ政策が国際的に高い評価を得ていることがあげられる。

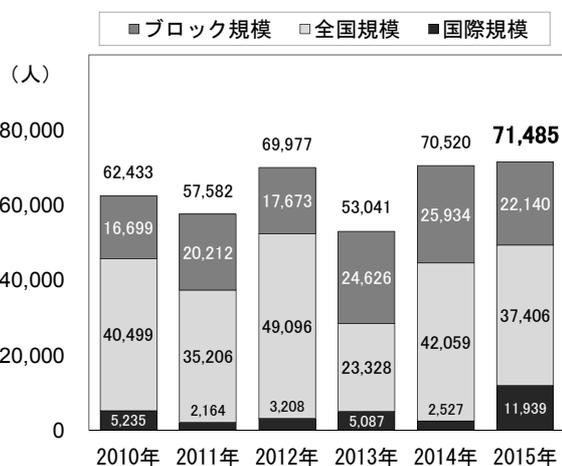
2015年の本市開催コンベンションの参加者の居住地内訳は、県内と県外がほぼ半々となっており、入込客数の同内訳（県外28.4%、県内71.6%）に比べて県外の割合が高い。

また、富山県全体のコンベンション開催における本市の占める割合は高く、開催件数、参加者人数ともに県全体の7割強を占めており、本市の大きな強みとなっている。

■富山市コンベンション開催件数推移

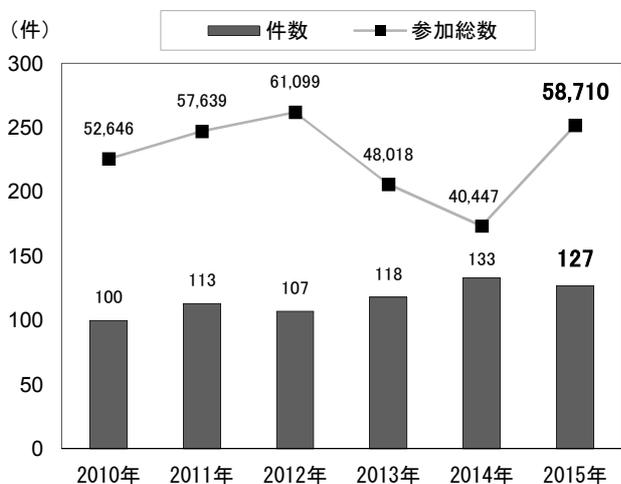


■富山市開催コンベンション参加者数推移

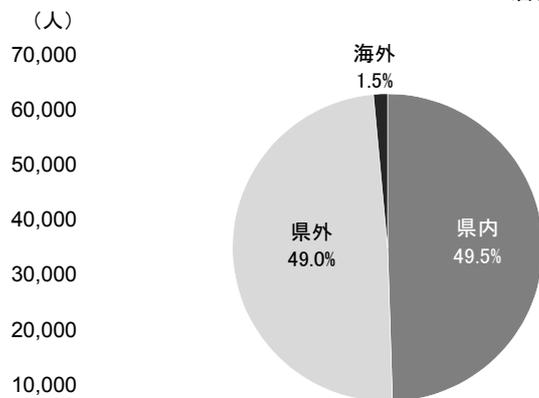


資料：富山市観光政策課統計（2015年）

■富山市コンベンション補助金の対象件数と参加総数



■2015年富山市開催コンベンションの参加者居住地内訳



資料：富山市観光政策課統計（2015年）

⑤外国人観光客

近年の富山県における外国人観光客についてみると、県内主要宿泊施設における外国人宿泊者数の総数は2011年に東日本大震災の影響から一旦減少したものの、その後は回復し、2015年には200,235人となっている。

立山黒部アルペンルートの訪日団体観光客数の総数についても同様に2011年に一旦減少したが、その後は増加し続けており、2015年には214,700人となっている。

県内主要宿泊施設における外国人宿泊者数を国・地域別にみると、2015年は「台湾」が最も多く、次いで「香港」となっている。また、立山黒部アルペンルートの訪日団体観光客数は「台湾」が全体の6割を占めているが、県内宿泊者数とは大きな差があり、台湾人団体観光客の多くは県外に宿泊していると推測される。

本市内外国人延べ宿泊者数においても近年の増加は著しく、2015年は140,444人となっている。

■県内主要宿泊施設における外国人宿泊者数 (人)

	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	対前年比
総数	96,461	58,957	81,277	129,255	146,576	200,235	136.6%
台湾	31,591	24,121	33,539	56,220	67,658	67,784	100.2%
韓国	25,183	9,040	10,415	16,031	12,743	17,259	135.4%
中国	13,842	11,288	11,753	11,759	13,084	25,691	196.4%
香港	8,546	2,629	5,399	13,994	15,301	26,479	173.1%
タイ	1,812	747	3,243	7,240	8,223	11,248	136.8%
小計	80,974	47,825	64,349	105,244	117,009	148,461	126.9%

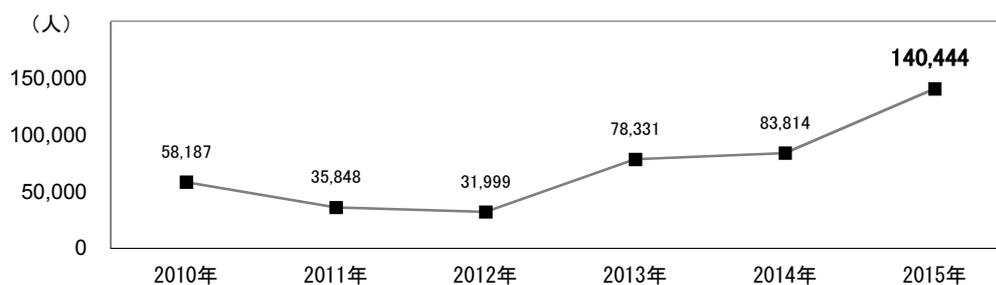
資料：平成27年富山県観光客入込数

■立山黒部アルペンルートの訪日団体観光客数 (人)

	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	対前年比
総数	96,966	54,357	88,964	145,314	191,900	214,700	111.9%
台湾	62,203	45,942	65,398	105,613	131,000	131,800	100.6%
韓国	16,558	3,119	7,278	10,488	10,100	16,000	158.4%
中国	1,007	309	408	347	1,600	3,000	187.5%
香港	11,479	3,669	7,900	15,408	18,100	25,400	140.3%
タイ	3,224	727	4,633	8,122	16,200	16,800	103.7%
小計	94,471	53,766	85,617	139,978	177,000	193,000	109.0%

資料：平成27年富山県観光客入込数

■富山市内外国人延べ宿泊者数



資料：富山市観光政策課統計（2015年）

(3) 富山市観光実践プランの実績及び進捗状況

■富山市観光実践プラン（19年度～28年度）将来の観光像

豊かな自然の中で輝く人間交流都市とやま

基本方針1：富山らしい魅力の創出

■目標とする指標

指標と説明	19年度数値	中間・基準数値 (年度等)	27年度数値	28年度 目標数値	目標設定の考え方
①富山市主要観光施設観光客入込数	—	491万人 (23年)	671万人	525万人	平成22年に調査対象施設の見直しを行ったため、平成19年度に設定した入込数増加率17.9%を基準に、今後4年間で7%増を目指す。
②観光庁観光客入込統計調査による宿泊者数	—	128万人 (22年)	146万人	141万人	広域・滞在型観光を推進し、ホテル・旅館の宿泊者について、10%の増加を目指す。
③スキー場入込客数 市内スキー場の入込客数（立山山麓、牛岳温泉、あわすの）	新規	27万人 (23年)	11万人	26万人	スキー人口が減少する中で、各スキー場の魅力を高め、現状維持を目指す。
④立山山麓スキー場のグリーンシーズン入込客数	新規	2.2万人 (23年)	3.4万人	3万人	グリーンシーズン活用策の推進に努め、現状より増加を目指す。
⑤温泉施設利用客数 市内の主な温泉7施設の年間利用者数（古洞の湯、ウィンディ、ゆうゆう館、楽今日館、牛岳温泉健康センター、大長谷温泉、白樺ハイツ）	新規	81万人 (23年)	68.1万人	86.5万人	滞在型観光を進め、現状より増加を目指す。
⑥複数回訪問者（リピート率）率 観光地点でのアンケートにより、リピート率を計測（観光地拠点ヒアリング調査）	新規	58.8% (24年)	62.6% (28年)	60%	1.2ポイントの上昇を目指す。
⑦観光施設利用客数 八尾曳山展示館、ますのすし本舗源、池田屋安兵衛商店、カナル会館、ガラス工房、富山市民俗民芸村の入込数合計	50万人	41万人 (23年)	42万人	59万人	入込み数増加率17.9%増を目指す。
⑧産業観光誘客数	58万人	46万人 (23年)	50万人	64万人	新規産業観光の育成による4万人増を含む10%増を目指す。

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

NO	事業名	実施主体	進捗状況 (28年7月)
1	とやまの魚キャンペーン事業	富山県、民間事業者（農業水産課）	継続して実施中
2	JR、地方鉄道による観光地へのアクセス性の向上	交通事業者（観光政策課）	継続して実施中
3	富山ファン創出おもてなし事業	富山市観光協会、富山市（観光政策課）	26年度終了事業
4	富山市まちなか活性化事業サポート補助事業	各種団体、民間事業者、交通事業者、富山県（中心市街地活性化推進課）	継続して実施中
5	大山地域山岳観光事業	観光関連事業者・団体、山岳関連団体、ボランティア（大山行政サービスセンター市民生活課、観光政策課）	継続して実施中
6	「富山のくすり」宣伝掲示事業	富山市（薬物物産課）	継続して実施中
7	ファミリーパーク整備事業	富山市（公園緑地課）	継続して実施中
8	呉羽山公園整備事業	富山市（公園緑地課）	継続して実施中
9	さくら名所維持管理事業等	富山市（公園緑地課、観光政策課）	継続して実施中
10	水辺空間整備事業	富山市（道路河川整備課）	25年度終了事業

②多様な旅行ニーズに応える新旅行素材の開発、商品化の推進

NO	事業名	実施主体	進捗状況 (28年7月)
1	本市を拠点とした広域観光ルート開発促進事業	旅行会社、富山市（観光政策課）	継続して実施中
2	立山山麓整備事業	富山市（観光政策課）	継続して実施中
3	立山山麓活性化事業	観光関連事業者・団体、実行委員会（観光政策課）	継続して実施中
4	立山山麓森林セラピー推進事業	実行委員会（事務局：大山観光開発（株）） （観光政策課）	継続して実施中
5	くすり関連施設整備事業	富山市（薬業物産課）	継続して実施中
6	くすり・健康・美容をテーマにしたヘルスツーリズム開発支援	観光関連事業者・団体、富山市（薬業物産課、観光政策課）	継続して実施中
7	フィルムコミッション事業	富山フィルムコミッション（観光政策課）	継続して実施中
8	星空観光の推進	観光事業者、交通事業者、富山市（観光政策課、天文台）	未実施
9	都市農山漁村交流促進事業	富山市（農政企画課）	継続して実施中
10	神通川漁業の振興	漁業団体（農業水産課）	継続して実施中
11	スキー場整備運営事業（牛岳）	富山市（観光政策課）	継続して実施中
12	スキー場運営事業（極楽坂、らいちょうバレー）	観光関連事業者・団体（観光政策課）	継続して実施中
13	大山地域山岳観光事業	観光関連事業者・団体、山岳関連団体、ボランティア（大山行政サービスセンター 市民生活課、観光政策課）	継続して実施中
14	立山山麓雪の祭典事業	実行委員会、団体（観光政策課）	継続して実施中

③富山ブランドの育成とマーケティング強化

NO	事業名	実施主体	進捗状況 (28年7月)
1	「富山やくぜん」普及推進事業	富山市（薬業物産課）	継続して実施中
2	経営支援プロジェクト支援事業	商工会議所（商業労政課）	継続して実施中
3	商品力・販売力向上事業	富山市、富山市物産振興会（薬業物産課）	継続して実施中
4	富山とれたてネットワーク推進事業	富山市（農政企画課）	継続して実施中
5	とやまの園芸希望拡大チャレンジ事業	農業団体（農林水産課）	継続して実施中
6	とやまクッチーナ イタリアーナ事業	実行委員会（薬業物産課）	継続して実施中
7	富山のガラスと華 コーディネート事業	富山市（企画調整課）	27年度終了事業
8	ガラスの街づくり事業	富山市（企画調整課）	継続して実施中
9	富山のガラス プロデュース事業	富山市、富山市物産振興会（薬業物産課）	継続して実施中
10	「富山のくすり」販路拡大事業	富山県薬業連合会（薬業物産課）	継続して実施中
11	公共温泉運営事業	富山市（観光政策課）	継続して実施中
12	富山の食共同開発事業	民間企業（薬業物産課、観光政策課）	未実施
13	「くすりの語部」育成事業	富山観光創造会議（薬業物産課）	継続して実施中

④各種観光イベントの魅力向上による観光客誘致の促進

NO	事業名	実施主体	進捗状況 (28年7月)
1	おわら風の盆開催支援	越中八尾観光協会、団体、商工団体、市民（観光政策課）	継続して実施中
2	観光バス誘導整理事業	富山市、警察署（観光政策課）	継続して実施中
3	おわら観光バス受入体制の再編	観光関連事業者・団体（観光政策課）	継続して実施中
4	全国民謡セッション・サミット開催支援事業	越中八尾観光協会（観光政策課）	継続して実施中
5	観光イベント活用による観光客の誘致促進事業	実行委員会（観光政策課）	継続して実施中
6	ポスターの街・とやま開催事業	実行委員会（薬業物産課）	継続して実施中
7	全国規模のイベントの創造	富山市（観光政策課）	継続して実施中
8	グランドプラザ運営事業	富山市（中心市街地活性化推進課）	継続して実施中
9	連携型まちなか情報発信事業	富山市（中心市街地活性化推進課）	継続して実施中
10	富山水辺の映像祭運営事業	運営コンソーシアム（中心市街地活性化推進課）	継続して実施中
11	芸術・伝統文化支援事業	各種団体（文化国際課）	継続して実施中
12	滞在型観光・産業観光バスツアー補助事業	旅行会社、富山市観光協会（観光政策課）	継続して実施中
13	食の魅力による宿泊拠点の推進事業	宿泊施設、飲食店（観光政策課）	継続して実施中

⑤まちづくりの推進による街なか観光の振興

NO	事業名	実施主体	進捗状況 (28年7月)
1	ガラス美術館整備事業	富山市（ガラス美術館）	27年度終了事業
2	観光型飲食店、お土産店の誘致促進	民間事業者（商業労政課）	継続して実施中
3	とやまの魚キャンペーン事業	富山県、民間事業者（農業水産課）	継続して実施中
4	歴史的まち並み修景等整備事業	富山市（都市政策課）	継続して実施中
5	水辺空間賑わい創出事業	運営委員会（中心市街地活性化推進課）	継続して実施中
6	富山城址公園整備事業	富山市（公園緑地課）	継続して実施中
7	くすり関連施設整備事業	富山市（薬業物産課）	継続して実施中
8	富山市まちなか活性化事業サポート補助事業	各種団体、民間事業者、交通事業者、富山県 （中心市街地活性化推進課）	継続して実施中
9	景観まちづくりの推進事業	富山市（都市政策課）	継続して実施中
10	花でつなぐフラワーリング事業	富山市（公園緑地課）	継続して実施中
11	バナーフラッグ掲出管理事業	富山市（観光政策課）	継続して実施中
12	富山デザインフェア	実行委員会（薬業物産課）	継続して実施中
13	ポスターコーディネート事業	富山市、富山市デザイン協議会（薬業物産課）	継続して実施中
14	ポスターの街づくり事業	実行委員会（薬業物産課）	継続して実施中
15	坂のまちアート事業	各種団体（文化国際課）	継続して実施中
16	グランドプラザ運営事業	富山市（中心市街地活性化推進課）	継続して実施中
17	岩瀬における観光案内板の設置	富山市（都市政策課）	24年度終了事業
18	バイクシェアリング事業	民間事業者（広報課、環境政策課、薬業物産課、観光政策課）	継続して実施中

基本方針 2 : コンベンションや合宿の誘致促進

■目標とする指標

指標と説明	19年度数値	中間・基準数値 (年度等)	27年度数値	28年度 目標数値	目標設定の考え方
①コンベンション開催数及び参加者数 県外参加者が本市で延べ100泊以上する コンベンションの開催数	68回	80回 5.5万人 (23年)	82回 5.5万人	82回 6.2万人	コンベンションの誘致を進め、開催数を毎年2件増加することにより、参加者数の増加を目指す。
②コンベンションタクシー利用件数	新規	64件 (23年)	205件	73件	コンベンションの参加者の増大に連動して15%増
③合宿補助金 合宿誘致事業補助	新規	31件 (23年)	43件	35件	制度拡大の影響もあり、参加者の増大に連動して15%増

①コンベンションの誘致強化

NO	事業名	実施主体	進捗状況 (28年7月)
1	コンベンション開催支援事業	コンベンション主催者、富山県（観光政策課）	継続して実施中
2	コンベンションビューロー事業	富山コンベンションビューロー（観光政策課）	継続して実施中
3	MICE推進事業(企業コンベンション)	富山市（観光政策課）	継続して実施中
4	コンベンションタクシー助成事業	タクシー事業者、富山県（観光政策課）	継続して実施中
5	コンベンションサポート事業	富山コンベンションビューロー（観光政策課）	継続して実施中

②合宿・修学旅行の誘致

NO	事業名	実施主体	進捗状況 (28年7月)
1	合宿等誘致促進事業	合宿実施者（観光政策課）	継続して実施中
2	体験型学習施設利用助成事業	アドベンチャー施設運営事業者（観光政策課）	継続して実施中
3	国際競技大会の招致	富山市（スポーツ課）	継続して実施中
4	国際競技大会の開催支援	競技大会主催者、合宿実施者（スポーツ課）	継続して実施中
5	修学旅行・合宿等誘致事業	富山市観光協会、富山市（観光政策課）	継続して実施中
6	修学旅行等の誘致	観光関連事業者・団体（観光政策課）	継続して実施中

③アフターコンベンションの促進

NO	事業名	実施主体	進捗状況 (28年7月)
1	コンベンションタクシー助成事業	タクシー事業者、富山県（観光政策課）	継続して実施中
2	滞在型ツーリズム推進事業	交通事業者（観光政策課）	継続して実施中
3	コンベンション客おもてなしの促進	富山市（観光政策課）	継続して実施中
4	宿泊客おもてなし事業の検討	ホテル旅館組合、富山市観光協会（観光政策課）	継続して実施中
5	とやまの魚キャンペーン事業	富山県、民間事業者（農業水産課）	継続して実施中
6	モバイルサイトの拡充	民間事業者（観光政策課）	継続して実施中
7	街なか情報提供による回遊促進	富山コンベンションビューロー（観光政策課）	継続して実施中
8	バイクシェアリング事業	民間事業者（広報課、環境政策課、菓業物産課、観光政策課）	継続して実施中
9	ウォーキング普及事業	富山市体育協会、富山市（スポーツ課）	継続して実施中
10	市内博物館共通パスポート事業	富山市（文化国際課）	継続して実施中
11	「富山やくぜん」普及推進事業	富山観光創造会議（菓業物産課）	継続して実施中

基本方針 3 : 戦略的な P R

■目標とする指標

指標と説明	19 年度数値	中間・基準数値 (年度等)	27 年度数値	28 年度 目標数値	目標設定の考え方
①観光ホームページ「富山市観光ガイド」アクセス数	新規	54 万件 (23 年)	36 万件	65 万件	コンテンツの充実、モバイル対応などにより 20%増を目指す。
②富山市の認知度 首都圏を対象としたインターネット調査において訪問経験と認知度を測定	新規	81.6% (24 年)	86.9% (28 年)	85%	首都圏での重点的キャンペーンにより 3.4 ポイントの上昇を図る。

①首都圏に向けた重点的 P R の実施

NO	事業名	実施主体	進捗状況 (28 年 7 月)
1	県との連携による新幹線開業キャンペーン	県、県内自治体、県内観光協会（観光政策課）	継続して実施中
2	J R キャンペーンとの連携協力による PR 効果の向上	JR、富山県、富山市および周辺自治体等（観光政策課）	継続して実施中
3	首都圏での美味しい富山 P R 事業	飲食店（観光政策課）	継続して実施中
4	観光 PR 事業	富山市（広報課、観光政策課）	継続して実施中
5	首都圏シティプロモーション DM 事業	富山市（広報課）	継続して実施中
6	丸の内朝大学招聘事業	富山市（広報課）	25 年度終了事業
7	定住・交流促進事業	富山県、富山市（広報課）	継続して実施中
8	「ホットして富山市」PR 事業	富山市物産振興会（菓業物産課）	継続して実施中
9	観光キャンペーン事業	とやま観光推進機構（観光政策課）	継続して実施中
10	観光客誘致宣伝事業	富山市（観光政策課）	継続して実施中
11	観光客誘致機能強化事業	富山市観光協会（観光政策課）	継続して実施中
12	富山ブランド市開催事業	富山市、富山市物産振興会（菓業物産課）	継続して実施中

②個人客に向けた多様な情報発信

NO	事業名	実施主体	進捗状況 (28 年 7 月)
1	モバイルサイトの拡充	民間事業者（観光政策課）	26 年度終了事業
2	SNS による発信と交流	富山市（観光政策課）	継続して実施中
3	シティプロモーション全国広告事業	富山市（広報課）	継続して実施中
4	「山ガール」富山市 PR 事業	富山市（広報課）	27 年度終了事業
5	P R ポスター作成事業	富山市（観光政策課）	継続して実施中
6	観光案内所管理事業	富山市（観光政策課）	継続して実施中
7	観光案内所整備事業	富山市（観光政策課）	26 年度終了事業
8	路線、乗り換え、交通情報高度提供システム構築	富山市（交通政策課、駅周辺整備課、路面電車推進課）	26 年度終了事業
9	連携型まちなか情報発信事業	富山市（中心市街地活性化推進課）	継続して実施中
10	観光情報データベース事業	富山市（観光政策課）	継続して実施中
11	「富山やくぜん」普及推進事業	富山観光創造会議（菓業物産課）	継続して実施中

③ ICTを活用した情報発信・収集

NO	事業名	実施主体	進捗状況 (28年7月)
1	観光ホームページ事業	富山市（観光政策課）	継続して実施中
2	モバイルサイトの拡充	民間事業者（観光政策課）	26年度終了事業
3	ICT情報局の運営支援	民間事業者（観光政策課）	継続して実施中
4	SNSによる発信と交流	富山市（観光政策課）	継続して実施中

④各種メディアの活用

NO	事業名	実施主体	進捗状況 (28年7月)
1	フィルムコミッション事業	富山フィルムコミッション（観光政策課）	継続して実施中
2	「山ガール」富山市PR事業	富山市（広報課）	27年度終了事業
3	プレスリリース全国配信事業	富山市、広報通信社（広報課）	継続して実施中
4	立山黒部観光宣伝協議会事業	JR、立山黒部貫光、富山県、民間事業者（観光政策課）	継続して実施中
5	人的交流による富山PRの促進	富山市観光協会（観光政策課）	継続して実施中
6	富山情報掲載キャンペーン	富山市観光協会（観光政策課）	継続して実施中
7	富山の食共同開発事業	民間企業（薬業物産課、観光政策課）	未実施

基本方針4：広域観光、国際観光の推進

■目標とする指標

指標と説明	19年度数値	中間・基準数値 (年度等)	27年度数値	28年度 目標数値	目標設定の考え方
①外国人観光客入込数 立山黒部アルペンルート訪日団体観光客数	新規	9.7万人 (22年)	17.8万人	11.4万人	東日本大震災前の水準(17%増)を目指す。
②外国人観光客宿泊数 県内主要宿泊施設の外国人宿泊者数	新規	9.6万人 (22年)	20.0万人	12.7万人	同上
③立山黒部アルペンルート入込数 アルペンルートの富山側からの入込客数	新規	39万人 (23年)	51.7万人	46.8万人	新幹線開業を契機に富山側入込数20%を目指す。
④富山空港国際線の外国人降客数	3.4万人	2.7万人 (22年度)	4.1万人	4.1万人	外国人観光客の誘致を進め、約50%の増加を目指す。
⑤県内主要観光地からの富山市内観光実施率 (主要観光地アンケート調査)	25.5%	今後調査実施	15.1%	30.1%	入込数の増加率17.9%増を目指す。
⑥立山黒部アルペンルート観光客(立山駅)の富山市宿泊率 (主要観光地アンケート調査)	34.1%	今後調査実施	42.4%	41.7%	宿泊者増加率22.3%を目指す。

①広域観光推進に向けての連携強化

NO	事業名	実施主体	進捗状況 (28年7月)
1	北陸、飛騨・高山連携キャンペーンの展開	JR、富山市、他自治体(観光政策課)	継続して実施中
2	都市間観光交流推進事業(岐阜市)	富山市、岐阜市(観光政策課)	継続して実施中
3	都市間観光交流推進事業(長野市)	富山市、長野市(観光政策課)	継続して実施中
4	ぶり街道推進事業	富山市、飛騨市、高山市、松本市(観光政策課)	継続して実施中
5	ノーベル街道体験ウォーク開催事業	ノーベル街道体験ウォークツアー実行委員会 (観光政策課)	継続して実施中
6	JAPAN ALPS 広域観光都市連携	富山市、飛騨市、高山市、塩尻市、大町市、安曇野市、松本市(観光政策課)	継続して実施中
7	北陸新幹線停車駅都市観光推進	富山市、高崎市、佐久市、上田市、長野市、飯山市、上越市、糸魚川市、黒部市、高岡市、金沢市 (観光政策課)	継続して実施中

②広域観光ルートづくりの推進

NO	事業名	実施主体	進捗状況 (28年7月)
1	本市を拠点とした広域交通情報発信強化事業	交通事業者、富山市観光協会、富山市(観光政策課)	継続して実施中
2	本市を拠点とした広域観光ルート開発促進事業	旅行会社、富山市(観光政策課)	継続して実施中
3	レール&ライドによる広域観光ルート開発促進事業	交通事業者、富山市(観光政策課)	継続して実施中
4	観光地直行シャトル便の運行支援	旅行会社、交通事業者、富山市(観光政策課)	継続して実施中

③アジア諸国をはじめとした訪日外国人観光客の誘致

NO	事業名	実施主体	進捗状況 (28年7月)
1	フォーリンプレス事業	富山市（広報課）	継続して実施中
2	外国人観光客誘致宣伝事業	富山市（観光政策課）	継続して実施中
3	外国人観光客誘致推進事業	スキー場運営事業者（観光政策課）	継続して実施中
4	外国人観光客滞在促進事業	交通事業者（観光政策課）	継続して実施中
5	国外向けホームページサイトの運用業務	富山市（広報課）	継続して実施中
6	外国語表示観光案内板整備事業	富山市（観光政策課）	継続して実施中
7	宿泊施設外国語放送導入奨励事業	民間宿泊施設（観光政策課）	継続して実施中
8	外国人向け観光ホスピタリティ研修支援事業	富山市観光協会、民間事業者（観光政策課）	継続して実施中

基本方針5：官民一体となった受入態勢の整備

■目標とする指標

指標と説明	19年度数値	中間・基準数値 (年度等)	27年度数値	28年度 目標数値	目標設定の考え方
①路面電車半額・無料券の利用件数	新規	2.1万件 (23年)	16.4万件	2.4万件	コンベンション参加者数の増大に連動し15%増を目指す。
②観光ボランティアガイド数	134人	124人 (23年)	116人	158人	入込数増加率と同じ17.9%増を目指す。
③富山市の印象「おもてなしが上手」 ウェブアンケートによる富山市を訪れたことのある人への印象調査から	新規	4.8% (24年)	7.4% (28年)	10%	富山ファン創出おもてなし事業効果等により10%を目指す。
④定期観光バス利用客数	714人	802人 (23年)	409人	1,000人	1.5倍を目指す。

①二次交通の確保・充実

NO	事業名	実施主体	進捗状況 (28年7月)
1	JR、地方鉄道による観光地へのアクセス性の向上	交通事業者（観光政策課）	継続して実施中
2	路線、乗り換え、交通情報提供システム構築	富山市（交通政策課、駅周辺整備課、路面電車推進課）	継続して実施中
3	まちなかフリーきっぷ事業	交通事業者、飲食店（観光政策課）	継続して実施中
4	観光タクシードライバースキルアップ事業	タクシー事業者（観光政策課）	継続して実施中
5	富山らくらく交通ナビ事業	県（交通政策課）	継続して実施中
6	定期観光バス運行事業	富山市観光協会、交通事業者（観光政策課）	継続して実施中
7	ミュージアムバス運行事業	富山市（文化国際課）	27年度終了事業
8	滞在型ツーリズム推進事業	交通事業者（観光政策課）	継続して実施中
9	生活交通維持補助事業	交通事業者（交通政策課）	継続して実施中

②おもてなし力の向上と受入態勢の整備

NO	事業名	実施主体	進捗状況 (28年7月)
1	富山ファン創出おもてなし事業	富山市観光協会、富山市（観光政策課）	26年度終了事業
2	観光サポーター研修事業・観光ボランティア事業	富山市観光協会、民間事業者（観光政策課）	継続して実施中
3	まちの環境美化推進事業	美化巡視員、実行委員会（生活安全交通課）	継続して実施中
4	花と緑のまちづくり活動支援	市民グループ、緑を育てる推進員（公園緑地課）	継続して実施中
5	シティプロモーション広告事業	富山市（広報課）	継続して実施中
6	外国人向け観光ホスピタリティ研修支援事業	富山市観光協会、民間事業者（観光政策課）	継続して実施中
7	「くすりの語部」育成事業	富山観光創造会議（菓業物産課）	継続して実施中

③観光産業化の推進

NO	事業名	実施主体	進捗状況 (28年7月)
1	産業観光推進事業	産業観光事業者、商工会議所（観光政策課）	継続して実施中
2	生産者によるサービス提供事業	生産者、民間事業者（農政企画課）	継続して実施中
3	飲食・小売業の観光産業化の促進	飲食店、富山市観光協会（観光政策課）	継続して実施中

④協働による観光振興の推進

NO	事業名	実施主体	進捗状況 (28年7月)
1	県との連携による新幹線開業キャンペーン	県、県内自治体、県内観光協会（観光政策課）	継続して実施中
2	富山市観光協会事業	富山市観光協会（観光政策課）	継続して実施中
3	富山市観光実践プランの普及・啓蒙活動	富山市（観光政策課）	継続して実施中
4	市民大学一般コース等開催事業・富山を学ぶ図書館の整備	富山市（教育委員会）	継続して実施中
5	首都圏での美味しい富山PR事業	飲食店（観光政策課）	継続して実施中
6	ICT情報局の運営支援	民間事業者（観光政策課）	継続して実施中

⑤着地型観光の推進

NO	事業名	実施主体	進捗状況 (28年7月)
1	着地型観光の推進	観光事業者、富山市観光協会（観光政策課）	継続して実施中
2	富山ファン創出おもてなし事業	富山市観光協会、富山市（観光政策課）	26年度終了事業
3	旅行会社販売促進事業	旅行会社、富山市（観光政策課）	継続して実施中
4	生産者によるサービス提供事業	生産者、民間事業者（農政企画課）	継続して実施中

(4) 各種調査にみる富山市の観光の現状

○富山市内観光客動態調査

【調査の概要】

調査実施日時	5月27日（金） 10：00～17：00 5月29日（日） 10：00～17：00
調査方法	調査員による対面調査
調査対象	富山市内の観光地を訪れている観光客（富山市民を除く）

【調査地点及びサンプル数】

調査地点	サンプル数(件)	構成比(%)
富山駅自由通路	125	28.6
ガラス美術館	111	25.4
北前船廻船問屋森家	114	26.1
八尾曳山展示館	87	19.9
全 体	437	100.0

【回答者の属性】

■性別・年齢

(上段：人、下段：%)

	30歳未満	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	合計
全 体	43 9.8	32 7.3	60 13.7	104 23.8	128 29.3	70 16.0	437 100.0
男 性	23 14.5	16 10.1	25 15.7	24 15.1	39 24.5	32 20.1	159 100.0
女 性	20 7.2	16 5.8	35 12.6	80 28.8	89 32.0	38 13.7	278 100.0

■居住地

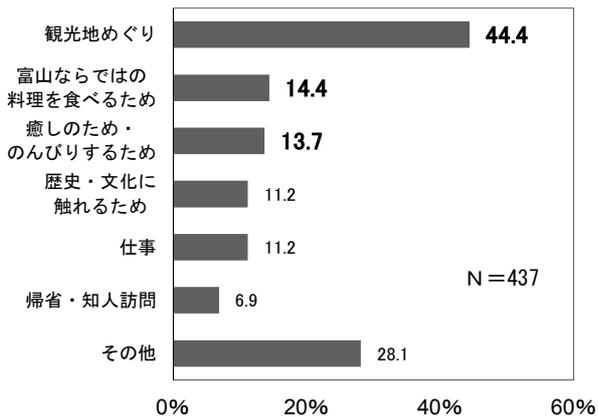
都道府県	回答者数(人)	割合(%)
東京都	79	18.1
富山県内	50	11.4
石川県	44	10.1
神奈川県	39	8.9
埼玉県	32	7.3
長野県	23	5.3
愛知県	20	4.6
栃木県	17	3.9
大阪府	15	3.4
千葉県	14	3.2
新潟県	14	3.2
その他	90	20.7
合 計	437	100.0

①富山市への訪問理由・目的と訪問回数

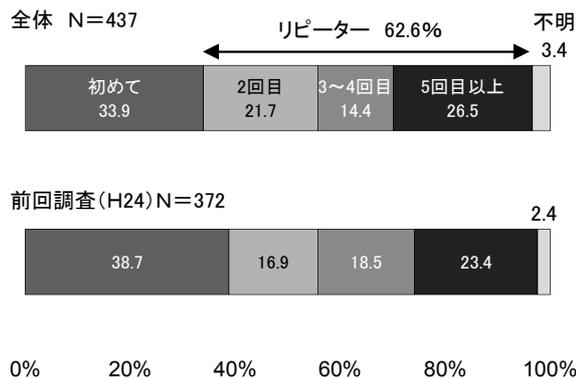
本市への訪問理由をみると、「観光地めぐり」(44.4%)が最も多く、次いで「富山ならではの料理を食べるため」(14.4%)、「癒しのため・のんびりするため」(13.7%)となった。

本市への訪問回数は、「初めて」が33.9%、「2回目」が21.7%、「3~4回目」が14.4%、「5回目以上」が26.5%となっており、リピーターの割合は62.6%となった。

■富山市の訪問理由・目的（複数回答）



■富山市への訪問回数



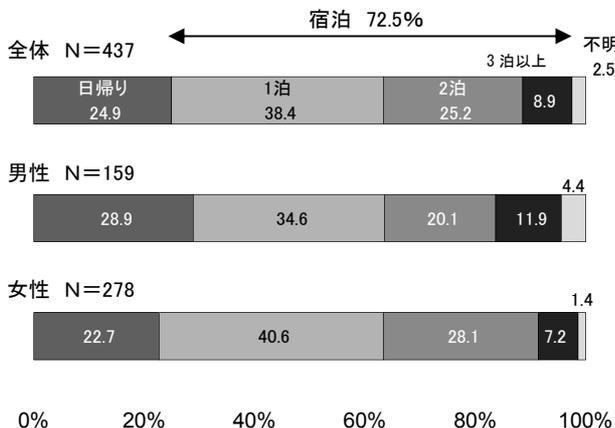
②宿泊と情報媒体

宿泊の有無及び宿泊数をみると、「日帰り」が24.9%、「1泊」38.4%、「2泊」が25.2%、「3泊以上」が8.9%となっており、「宿泊」の割合は72.5%となっている。

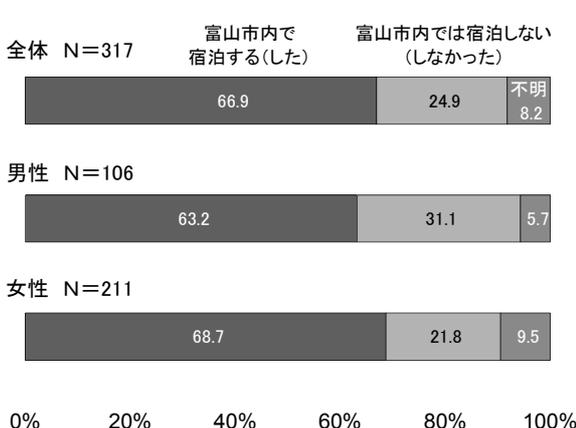
男女別にみると、女性は「宿泊」が75.9%と男性に比べて9.3ポイント多くなっている。

宿泊するとした方317人に本市内で宿泊するか聞いたところ、「富山市内で宿泊する(した)」が66.9%、「富山市内では宿泊しない(しなかった)」が24.9%となった。男女別にみると、女性は「富山市内で宿泊する(した)」が68.7%と男性に比べて5.5ポイント多くなっている。

■宿泊の有無



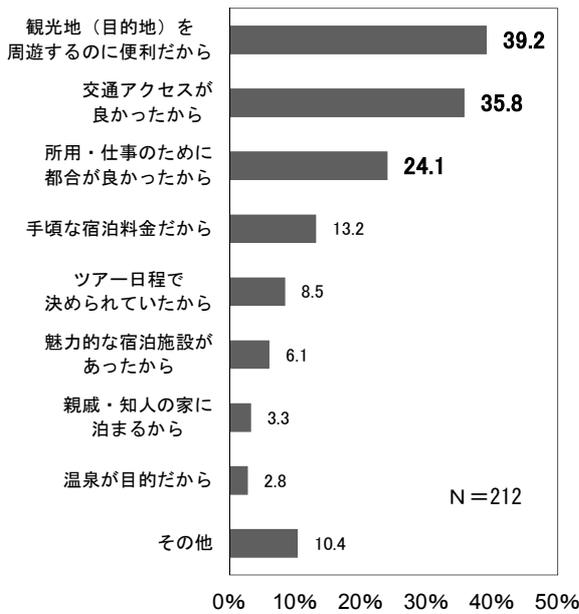
■富山市内での宿泊



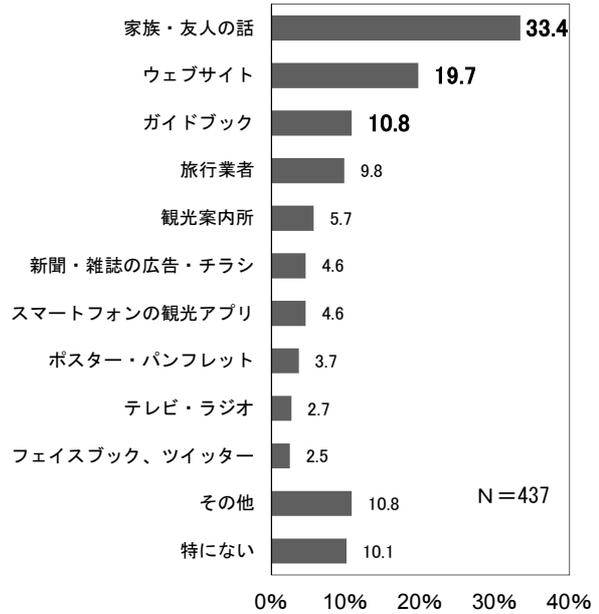
本市内で宿泊する（した）方 212 人に、本市を選んだ理由を聞いたところ、「観光地（目的地）を周遊するのに便利だから」（39.2%）が最も多く、次いで「交通アクセスが良かったから」（35.8%）、「所用・仕事のために都合が良かったから」（24.1%）となっており、本市が観光・ビジネス等の宿泊拠点となっていることが分かる。

また、今回の旅行での観光情報の入手先をみると、「家族・友人の話」が 33.4%と最も多く、次いで「ウェブサイト」（19.7%）、「ガイドブック」（10.8%）となっている。

■富山市内で宿泊する（した）理由（複数回答）



■観光情報の入手先（複数回答）



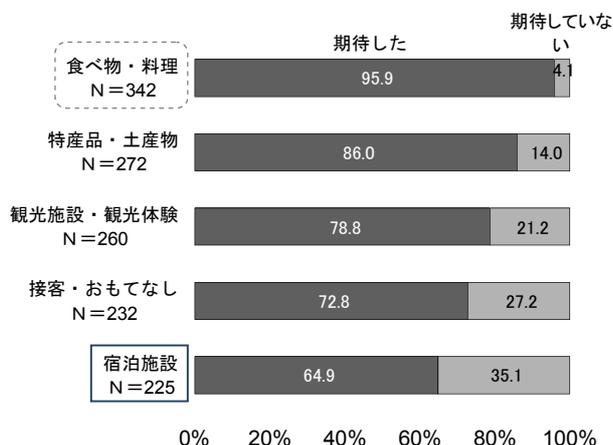
③富山市観光の期待度と満足度

本市観光の期待度をみると、「期待した」の割合は「食べ物・料理」（95.9%）が最も多く、次いで「特産品・土産物」（86.0%）、「観光施設・観光体験」（78.8%）となった。

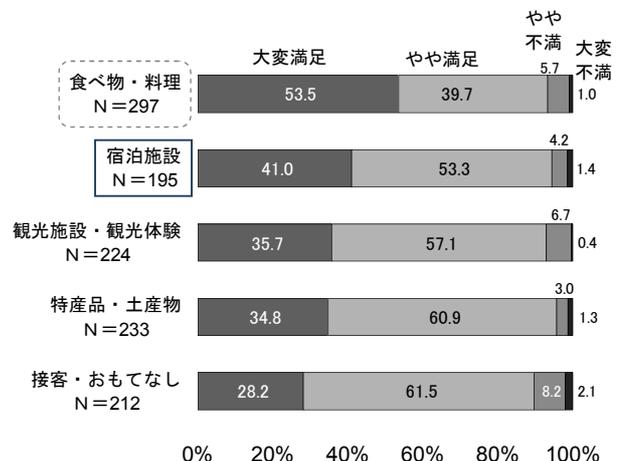
満足度をみると、「大変満足」の割合は「食べ物・料理」（53.5%）が最も多く、次いで「宿泊施設」（41.0%）、「観光施設・観光体験」（35.7%）となった。

「食べ物・料理」は期待通り、「宿泊施設」は期待以上に満足度が高くなっている。

■富山市観光の期待度



■富山市観光の満足度



○首都圏在住者ウェブアンケート調査

【調査の概要】

調査実施期間	5月31日（火）～6月7日（火）
調査方法	インターネット調査
調査対象	<p>【一次調査】 首都圏（東京都、埼玉県、神奈川県、千葉県）在住の18歳以上の男女</p> <p>【二次調査】 上記のうち、富山市へ「訪れたことがある」または「訪れたことはないが知っている」と回答した方</p>

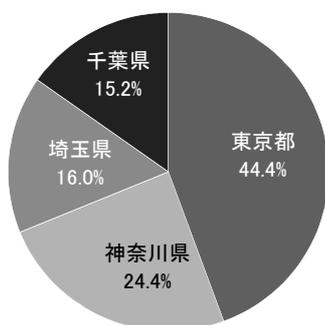
【回答者の属性】

■性別・年齢

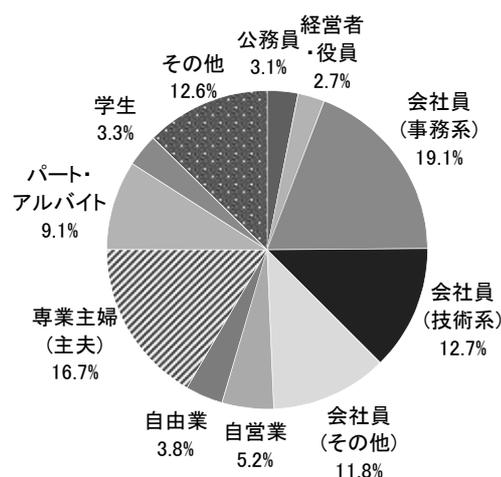
（上段：人、下段：％）

	30歳未満	30歳代	40歳代	50歳代	60歳以上	合計
全体	133 12.0	258 23.3	243 22.0	208 18.8	264 23.9	1,106 100.0
男性	59 10.5	136 24.1	124 22	113 20	132 23.4	564 100.0
女性	74 13.7	122 22.5	119 22	95 17.5	132 24.4	542 100.0

■居住地 N=1,106



■職業 N=1,106

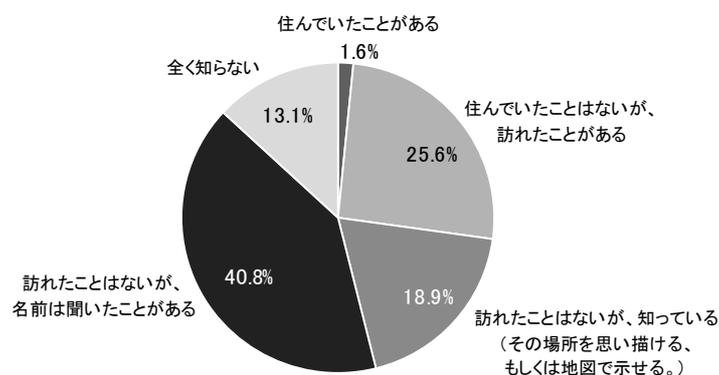


【一次調査】

首都圏（東京都、埼玉県、神奈川県、千葉県）在住者の本市の認知状況をみると、「住んでいたことがある」が1.6%、「住んでいたことはないが、訪れたことがある」が25.6%、「訪れたことはないが、知っている（その場所を思い描ける、もしくは地図で示せる。）」が18.9%、「訪れたことはないが、名前は聞いたことがある」が40.8%、「全く知らない」が13.1%となった。

二次調査対象者は「住んでいたことはないが、訪れたことがある」、「訪れたことはないが、知っている（その場所を思い描ける、もしくは地図で示せる。）」と回答した方及び「住んでいたことがある」の中で「現在の住まいに転居してから今までに富山市を訪れたことがある」と回答した方とした。

■富山市の認知状況 N=6,453

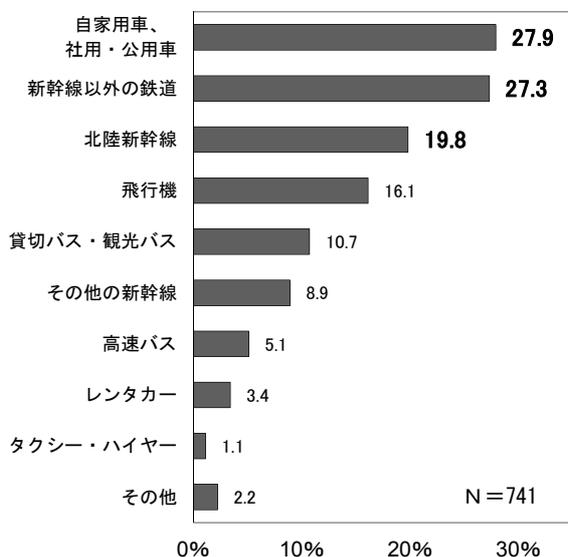


【二次調査】

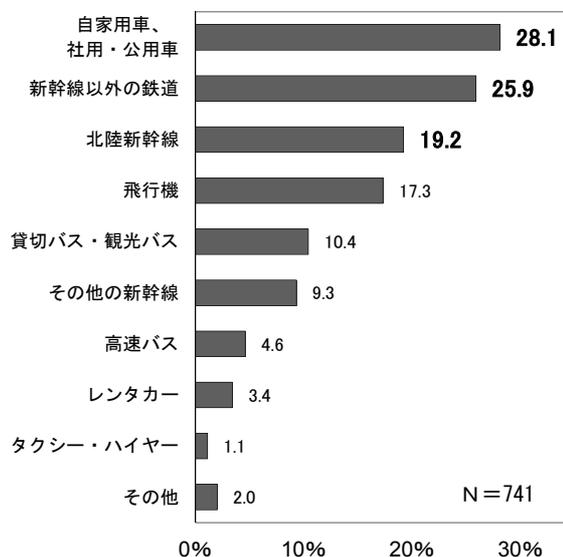
①交通手段

本市を訪れた際の交通手段をみると、往路（居住地から富山市）復路（富山市から居住地）ともに、「自家用車、社用・公用車」が最も多く、次いで「新幹線以外の鉄道」、「北陸新幹線」となった。割合もほぼ同等なことから、往復で同じ交通機関を使用している方が多いことが分かる。

■往路で使用した交通機関（複数回答）

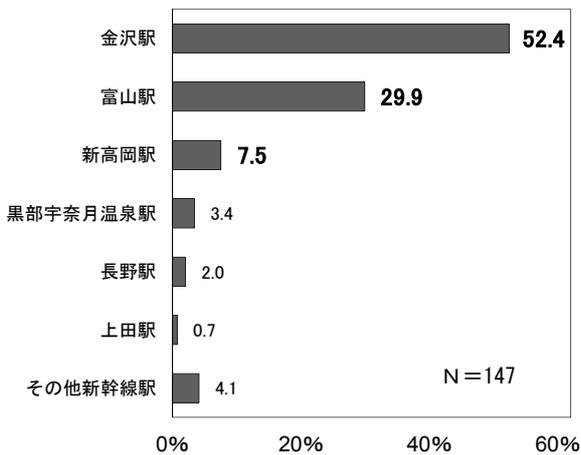


■復路で使用した交通機関（複数回答）

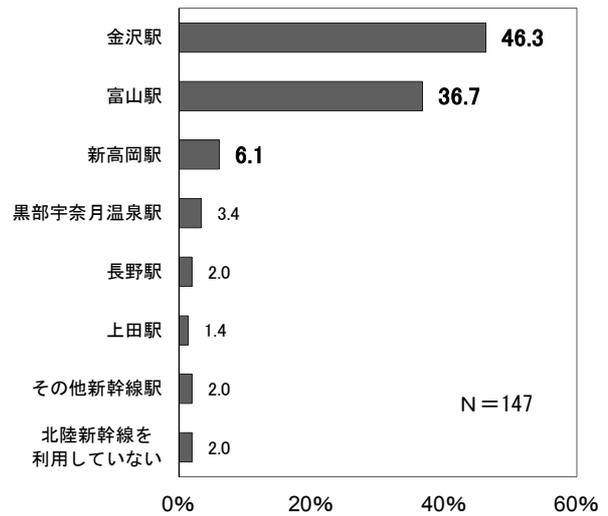


本市を訪れた際に北陸新幹線を使用した147人の利用した新幹線駅をみると、降車駅は「金沢駅」(52.4%)が最も多く、次いで「富山駅」(29.9%)、「新高岡駅」(7.5%)となっている。乗車駅は「金沢駅」(46.3%)が最も多く、次いで「富山駅」(36.7%)、「新高岡駅」(6.1%)となっている。「金沢駅」は乗車駅よりも降車駅の割合が多いのに対して「富山駅」は降車駅よりも乗車駅の割合が多いことから、「金沢駅」で降車して「富山駅」で乗車する方が、その逆のパターンよりも多いということになる。

■降車駅



■乗車駅

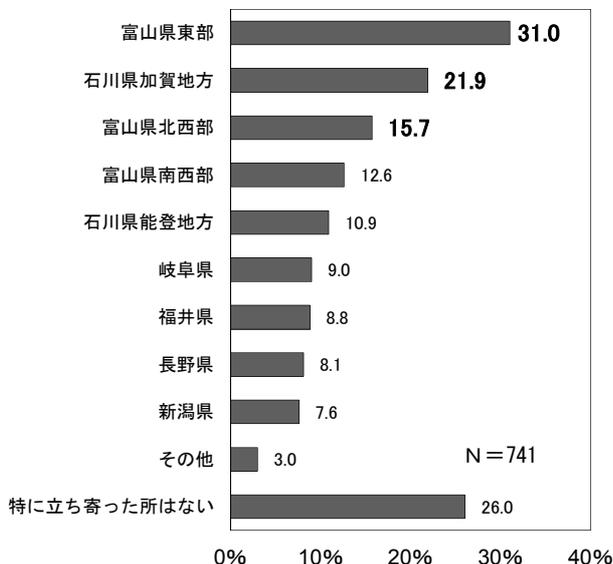


②富山市来訪の前後に立ち寄った場所

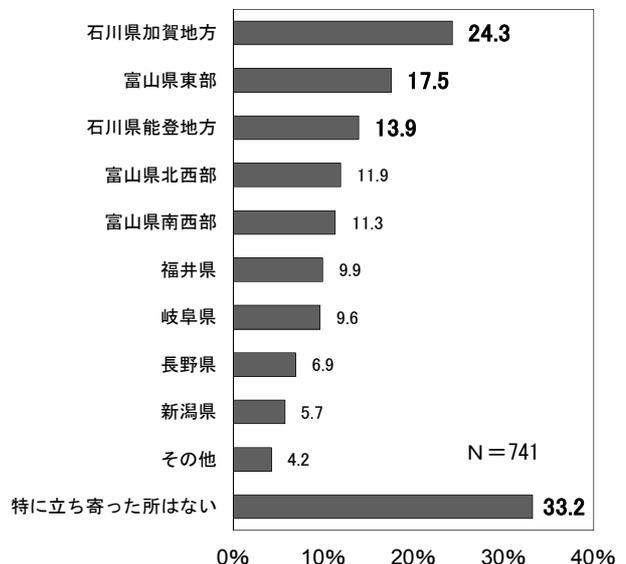
本市来訪時に本市の前に立ち寄った場所は「富山県東部」(31.0%)が最も多く、次いで「石川県加賀地方」(21.9%)、「富山県北西部」(15.7%)となった。

また、本市の後に立ち寄った場所は「石川県加賀地方」(24.3%)が最も多く、次いで「富山県東部」(17.5%)、「石川県能登地方」(13.9%)となっているが、「特に立ち寄った所はない」が33.2%と多く、本市の後は居住地に戻る方が多い傾向にある。

■富山市の前に立ち寄った場所（複数回答）



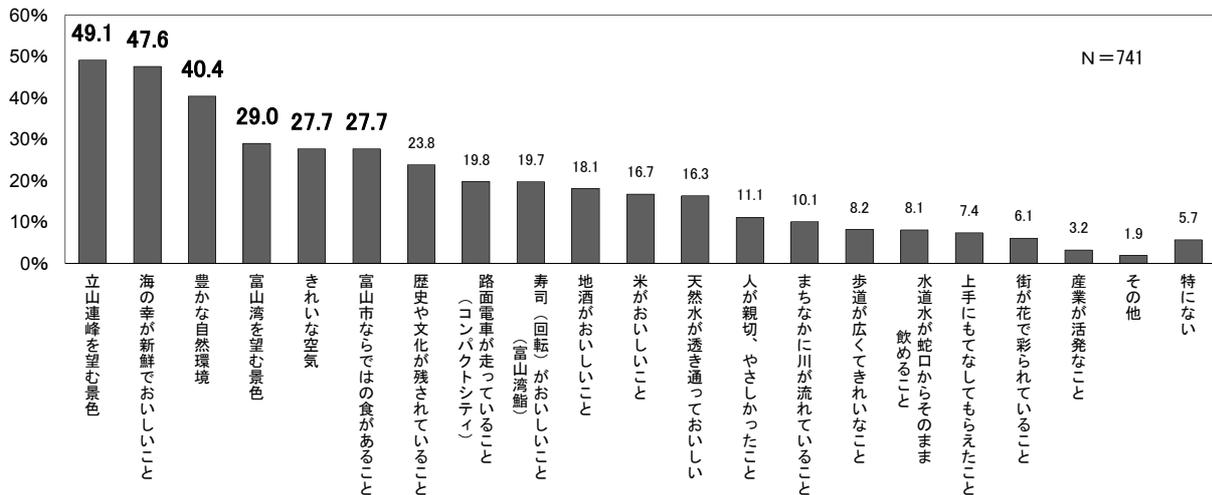
■富山市の後に立ち寄った場所（複数回答）



③富山市を訪れて印象に残ったこと

本市を訪れて印象に残ったことをみると、「立山連峰を望む景色」(49.1%)が最も多く、次いで「海の幸が新鮮でおいしいこと」(47.6%)、「豊かな自然環境」(40.4%)、「富山湾を望む景色」(29.0%)、「きれいな空気」と「富山市ならではの食があること」(27.7%)となっており、本市は「自然」と「食」に関する印象が強いことがわかる。

■富山市を訪れて印象に残ったこと（複数回答）



④魅力・関心のある富山市の観光資源と観光体験

本市の観光資源の中で魅力・関心がある観光資源をみると、「ホテルイカ」(51.3%)が最も多く、次いで「海の幸料理」(47.6%)、「シロエビ」(43.0%)となっており、海産物関連の項目が上位を占めている。

同じく魅力・関心がある観光体験をみると、「温泉を楽しむ」(70.2%)と最も多く、次いで「自然や景勝地を見る」(66.9%)、「グルメ(シロエビやホテルイカなど)」(61.3%)となっている。

■魅力・関心のある観光資源 上位10（複数回答）

順位	項目	割合 (%)
1	ホテルイカ	51.3
2	海の幸料理	47.6
3	シロエビ	43.0
4	富山湾	42.4
5	ますの寿司	40.1
6	ブリなどの活魚	38.5
7	立山山麓 (森林セラピー基地)	38.0
8	日本百名山 (薬師岳など)	29.3
9	地酒	27.8
10	寿司(回転)	22.2

■魅力・関心のある観光体験 上位10（複数回答）

順位	項目	割合 (%)
1	温泉を楽しむ	70.2
2	自然や景勝地を見る	66.9
3	グルメ(シロエビや ホテルイカなど)	61.3
4	歴史・文化を 見る	38.2
5	まちなか観光	24.4
6	和風旅館で くつろぐ	22.7
7	祭・イベントを楽しむ (おわら風の盆など)	17.7
7	高原リゾート	17.7
9	グルメ (薬膳料理)	17.0
10	森林セラピー	13.3

○観光関係機関アンケート調査

【調査の概要】

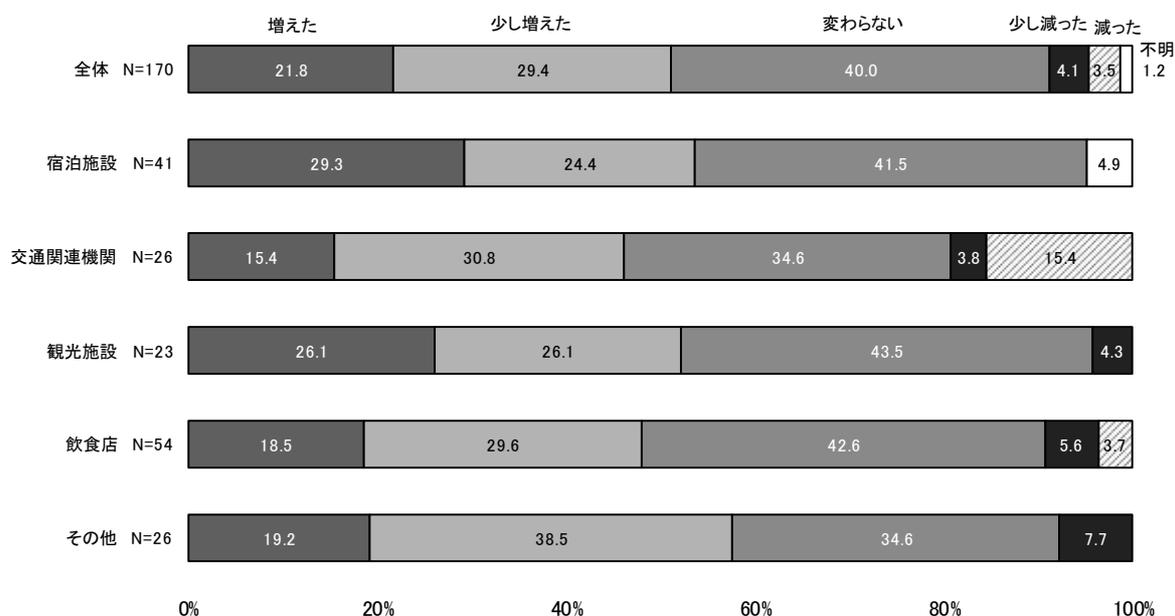
調査実施期間	6月30日（木）～ 7月15日（金）
調査方法	郵送調査
調査対象	<p>【市内観光関連機関】 市内の宿泊施設、観光施設、飲食店、交通関連機関等</p> <p>【旅行会社】 本市と関わりがあり、県内、石川県、新潟県及び関東に所在する旅行会社</p>

①北陸新幹線開業後の利用者数

市内観光関連機関に対して、北陸新幹線開業後の利用客数の変化について聞いたところ、全体では「増えた」が21.8%、「少し増えた」が29.4%となっており、「増えたとした割合（「増えた」＋「少し増えた」）」は5割を超えている。

業種別にみると、宿泊施設、観光施設は「増えた」が2割強と、他に比べて多くなっている。一方で交通関連機関は「減ったとした割合（「減った」＋「少し減った」）」が約2割と他に比べて多くなっており、特にタクシー、レンタカーの事業所においてその傾向が強い。

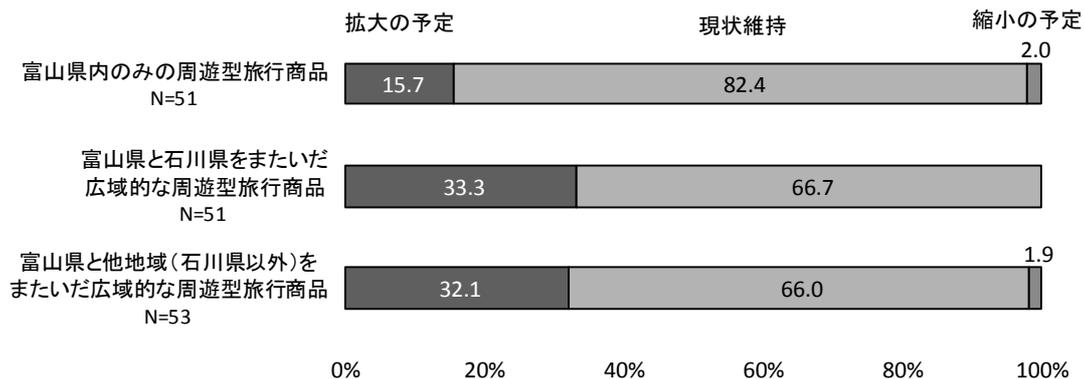
■北陸新幹線開業後の利用者数の変化



②今後の旅行商品の動向

旅行会社に対して、北陸地方への旅行商品の今後の取り扱いについて聞いたところ、富山県内のみの周遊型旅行商品は「拡大の予定」が15.7%であるのに対し、富山県と石川県をまたいだ広域的な周遊型旅行商品が33.3%、富山県と他地域（石川県以外）をまたいだ広域的な周遊型旅行商品が32.1%となっており、広域的な旅行商品の増加傾向は今後も続いていくとみられる。

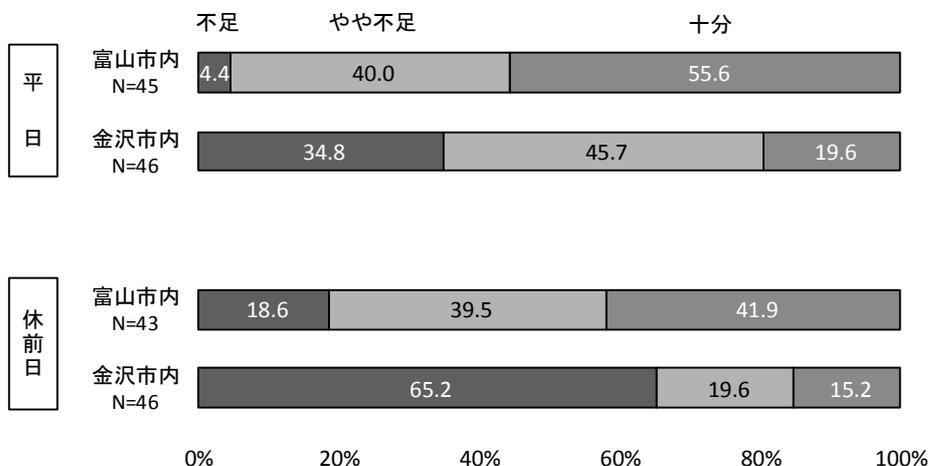
■今後の旅行商品の動向



③富山市内及び金沢市内における宿泊施設の客室数状況

宿泊施設の客室数状況について、本市と金沢市を比較すると、「不足しているとした割合（「不足」＋「やや不足」）」は、平日で富山市内が44.4%、金沢市内が80.5%、休前日で富山市内が58.1%、金沢市内が84.8%となっており、いずれも本市に比べ、金沢市内は宿泊施設が不足している傾向にある。

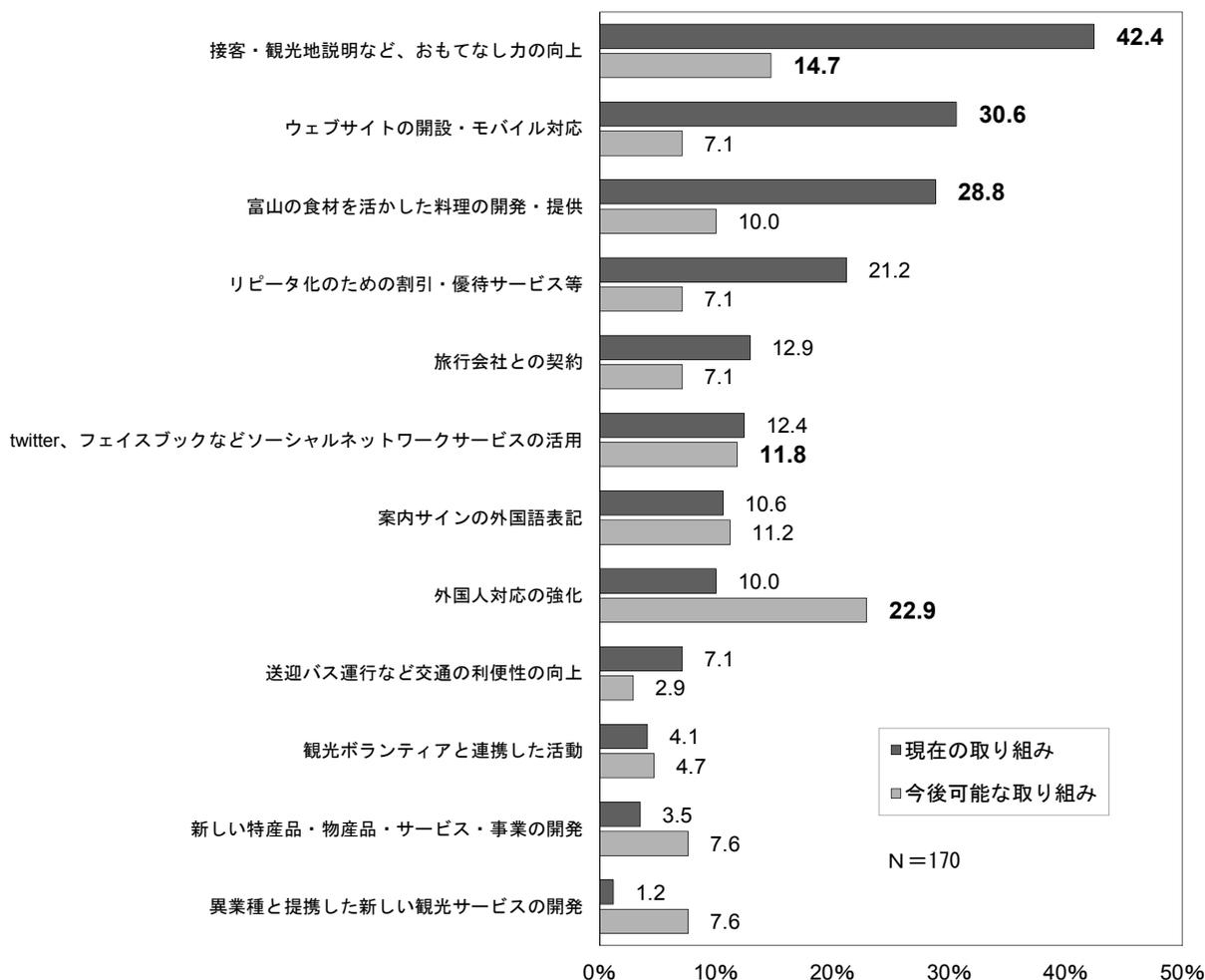
■北陸新幹線開業後の富山市及び周辺地域の宿泊施設の客室数状況



④観光振興への取り組み内容

市内観光関連機関に対し、観光振興において現在取り組んでいることと今後取り組みが可能なことを聞いたところ、現在取り組んでいることは「接客・観光地説明など、おもてなし力の向上」(42.4%)が最も多く、次いで「ウェブサイトの開設・モバイル対応」(30.6%)、「富山の食材を活かした料理の開発・提供」(28.8%)となっている。今後取り組みが可能なことは「外国人対応の強化」(22.9%)が最も多く、次いで「接客・観光地説明など、おもてなし力の向上」(14.7%)、「twitter、フェイスブックなどソーシャルネットワークサービスの活用」(11.8%)となっており、インバウンドへの意識が高いことが分かる。

■観光振興への取り組み内容（複数回答）



⑤富山市の魅力と改善点

本市の観光振興における魅力と改善点について、自由な意見を求めたところ多くの意見が寄せられた。ここではその意見・要望の一部を掲載する。

本市の観光の魅力については、首都圏在住者ウェブアンケート調査と同様に「食に関するもの」、「自然、景観に関するもの」が多くなっている。一方で改善点としては、「団体で食事がとれる場所の充実」、「富山駅南口の観光バス乗り場の整備」、「雨天時の観光」、「観光客に対する市民の対応」等に関するものが多くみられる。これらの改善点については検証を行い、プラン掲載事業の展開の中で解消・解決に努めていく。

■富山市観光の魅力 自由意見（一部抜粋）

○食に関するもの

- ・食材の素晴らしさはずば抜けていると思う
- ・食材に関しては金沢よりも上をいっている印象がある
- ・富山湾の食の魅力は通年あると思う
- ・お客様から富山の鮭屋は安いと喜ばれる
- ・富山やくぜん認定料理

○自然、景観に関するもの

- ・中心部からちょっと足を延ばすだけで海やリゾート地のような山間部を体感できる
- ・富山の美しい自然ときれいな街並みと古民家
- ・立山連峰の眺望
- ・岩瀬、八尾などの古い町並み
- ・緑のある自然豊かな街
- ・桜の名所

○都市機能に関するもの

- ・路面電車の運行本数と路線数が多く待たずに気軽に乗車できる
- ・コンパクトシティ、セントラムで結ぶコンベンション開催環境

○その他

- ・ゆったり、田舎っぽい
- ・寺院、神社
- ・地震のような天災が少ない
- ・素朴さ

■富山市観光の改善点 自由意見（一部抜粋）

○食事場所に関するもの

- ・ 団体で食事できる施設が少ない
- ・ 富山名物を食べられる 40～50 名規模の食事場所がたくさんあると有難い
- ・ 昼食を食べる場所の情報が少なく、どこで食べて何が良いのか迷う
- ・ 富山らしいご飯を出すところが少ない

○富山駅南口のバス乗り場に関するもの

- ・ 富山駅南口でのお迎えができない
- ・ 富山駅近くにバスの駐車場がないので改善すべき
- ・ 富山駅から貸切バスに乗車するまでの順路が分からないという声をよく聞く

○雨天時の観光

- ・ 天候で左右される為、天気が悪いときにできることや場所を増やしてほしい
- ・ 立山等の自然は素晴らしいがその分天候に左右されやすい

○観光客に対する市民の対応

- ・ 市内観光地があることは知っていても、そこまでのアクセスが分からない市民が多い
- ・ 尋ねても地元の方は積極的に案内をしてくれない
- ・ おもてなしの意識が低い

○PRに関するもの

- ・ 鮭、シロエビ、富山ブラック等名産品があるのにPR不足
- ・ 灯台下暗しで地元の方も知らない魅力はたくさんあると思うので地元の方にも良さをPRした方がよい

○その他

- ・ 北陸土産を買う大型店舗（ドライブイン）が市内、駅、空港近郊にない
- ・ タクシーの流し営業がほとんどない
- ・ もっと滞在型観光できるような施設が必要
- ・ 案内図、案内文等が少ない

3. 富山市における観光の課題

(1) 観光を取り巻く環境の変化

①個人旅行へのシフト

国内旅行の旅行形態は団体旅行から個人旅行へと確実にシフトしている。個人旅行は同行者によって旅行内容や旅行に対するニーズも大きく異なり、同行者は年代の移り変わりとともに変化していく。

また、個人旅行者は、従来の物見遊山的な旅行ではなく、体験型・交流型の要素を取り入れた新しい形態の旅行を好む傾向があり、産業観光、エコツーリズム、ヘルスツーリズム等、これまで観光の対象として認識されていなかった地域資源が新たな観光の目的となってきた。

そのような多種多様な旅行者のニーズを探り、その中から本市に親和性の高いターゲットを明確に設定し、そのターゲットの特性に応じたプロモーションを戦略的に行うことが重要である。

②インバウンドの増大

インバウンド観光に関しては、数年来の円安基調に加え、東南アジアを中心としたビザ発給要件緩和等の要因から近年急速に増加しているが、この増加傾向は今後も続いていくと予想されている。インバウンド誘致において重要なことは「情報の発信」と「受入態勢の整備」である。

外国人旅行者は、出発前に個人のブログやFacebook、Twitter等のSNSから旅行先の情報収集を行っている割合が高く、魅力のある本市の情報を画像や動画を用いて発信していくことが今後より重要になる。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-Fiの整備や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等のハード面、FIT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。

③北陸新幹線の開業と延伸

北陸新幹線が2015年3月に開業し、富山ー東京間の所要時間は2時間8分と短縮されたため、富山駅の新幹線乗車人数は1日あたり4,700人となっている。これは前年(特急運行時)の約3倍となっている。新幹線開業から1年以上が経過し、今後はいかに開業効果を維持継続していくかが重要となる。

また、2022年度には金沢ー敦賀間の延伸が予定されており、関西方面を中心に再び北陸への注目が集まるとともに、交通の利便性向上により人の流れが変わってくるのが想定される。それらの動向を注視しながら、関西方面でのPR活動や市場調査の実施等の対応策を講じていくことが重要である。

(2) 富山市が取り組むべき課題

①選ばれるための魅力づくり

北陸新幹線の開業で首都圏を中心に多くの観光客が本市を訪れているが、今回の調査から首都圏在住者の本市のイメージは「食」と「自然」に関するものに集中したものとなっている。そのイメージを意識するとともに、本市が保有する観光資源を各々単体で発信するだけでなく富山ならではのストーリー性のある観光プログラムとして、歴史・文化・風土・産業等と連携させて発信していくなど、観光客から選ばれるための富山らしい魅力づくりが求められる。

また、「食」「自然」に関する観光資源が多いため、季節や天候等によっては提供できないものも多く、特に冬場対策は観光による地域振興を図るうえで大きな課題となっているため、通年型の観光プログラムの造成、拡充が必要である。

②地域特性を活かした人的交流の推進

本市は日本海側有数の産業集積や、大学、研究機関等の高次都市機能を有しており、観光のみならず多様な人的交流を図ることが可能なまちとなっている。

本市中心市街地には、環状線の路面電車セントラムが運行されており、コンベンション施設、宿泊施設等をコンパクトに結んでいることから、本市は、OECD（経済協力開発機構）のコンパクトシティ政策報告書の中で世界の5つの先進都市に取り上げられるなど世界的な評価が高い。

また、国内においても「環境モデル都市」「環境未来都市」等に選定されており、「環境」の分野における先進性は、本市の特性の1つとなっている。

これらの特性を積極的に活用し、MICE（Meeting、Incentive Travel、Convention、Exhibition/Eventの総称）をはじめ、修学旅行、大学等のスポーツ合宿等多彩な人々の交流拠点としての誘致を推進していく必要がある。

③インバウンドへの対応と人材育成

4年後の2020年には東京オリンピック・パラリンピックが開催され、今後ますます世界中から日本が注目されていく。開催期間中には、これまで以上に多くの外国人が日本を訪れることが予測されており、その後もインバウンド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。国内に無数にある観光地の中で、本市が外国人から選ばれるためには、現状の本市にけるインバウンド対応をハード、ソフトの両面から見直し、改善が必要な部分については早急に対応する必要がある。

インバウンドが増加するうえで、言語の対応は必要不可欠であり、パンフレットや道路標示等の多言語化や外国語を話すことができる人員の確保・育成等が重要である。

また、外国人の趣味趣向に合う本市の観光資源を選別し、体験型メニューを増強するなど、外国人向けにブラッシュアップを行い、観光消費額の拡大を図る施策も必要である。

④市内滞在時間の延伸

本市を訪れる観光客は7割以上が県内観光客となっており、約8割が日帰り客となっている。このことから本市内で宿泊された観光客は富山県内の他の自治体及び隣接県等を観光している割合が高く、本市が宿泊拠点の役割を担っていることわかる。

今後さらにその宿泊拠点としての付加価値を高めていきながらも、一方では本市内観光消費額の増大を図るため、本市内滞在時間の延伸も検討する必要がある、短時間の市内観光ルートの開発・プロモーションやお土産品のブラッシュアップ等観光消費額増大に向けた仕組みづくりが必要である。

⑤広域連携によるプロモーション

本市は、かねてから地域内交通としての路面電車やバス等の公共交通、国際交通・国内幹線交通拠点として富山空港を有しているが、北陸新幹線の開業により、国内幹線交通の基盤がさらに強化され、国際交通～国内幹線交通～地域交通の連携の取れた総合交通体系が確立しつつある。

この強力な総合交通体系の基盤と、富山県のキラーコンテンツである「立山黒部アルペンルート」「黒部峡谷鉄道」を公共交通機関で結んだ際の中継点である本市の特性を活かし、シロエビやホテルイカ、寒ブリ等の「食」の魅力を訪れる観光客へ発信していくべきである。

さらには、北陸や岐阜県、新潟県、長野県等の観光拠点都市としての役割を認識し、本市内各地域や富山県内、隣接県等と密接に連携し、広域観光によるシナジー効果が生まれるよう取り組んでいくことが必要である。五箇山、瑞龍寺等の県内観光地、白川郷や飛騨高山等の隣接県にある知名度が高いコンテンツを積極的に活用し、都市間観光交流推進都市や北陸新幹線停車駅都市等との連携強化を図り、行政単位の枠組みにとらわれず、観光パンフレットに互いに掲載し合うような相互補完的な広域連携が望まれる。

⑥満足度の向上とリピーターの獲得

市内観光客動態調査から、本市を訪れた観光客の満足度は、「食べ物・料理」や「宿泊施設」を中心に非常に高くなっているが、一方で同調査の自由意見の中には、観光施設周辺の駐車場整備や道路表示・案内地図の改善等を望む声が見受けられ、観光関係機関アンケート調査からは、団体で食事をとれる場所の拡充や富山駅南口のバス乗降場と駐車場の整備に関する意見が多く寄せられた。今後さらなる満足度の向上を図るためには、訪れた観光客が不満に感じたことや改善すべき点等を継続的に調査し、その解決に向けた取り組みを行っていく必要がある。

また、満足度の向上と同時に、観光客がまた本市を訪れたいくなるようなリピーター獲得に向けた体制づくりを行わなければならない。リピーターを形成するには人的なつながりが重要となるため、行政機関や観光関係機関だけでなく、市民一人ひとりが本市の魅力を確認し、市民であることに誇りを持つことが必要である。それらが訪れる観光客に満足してもらえる「おもてなし」につながり、「また訪れたいくなる」動機となる。

第2章 観光戦略プランの基本的な考え方

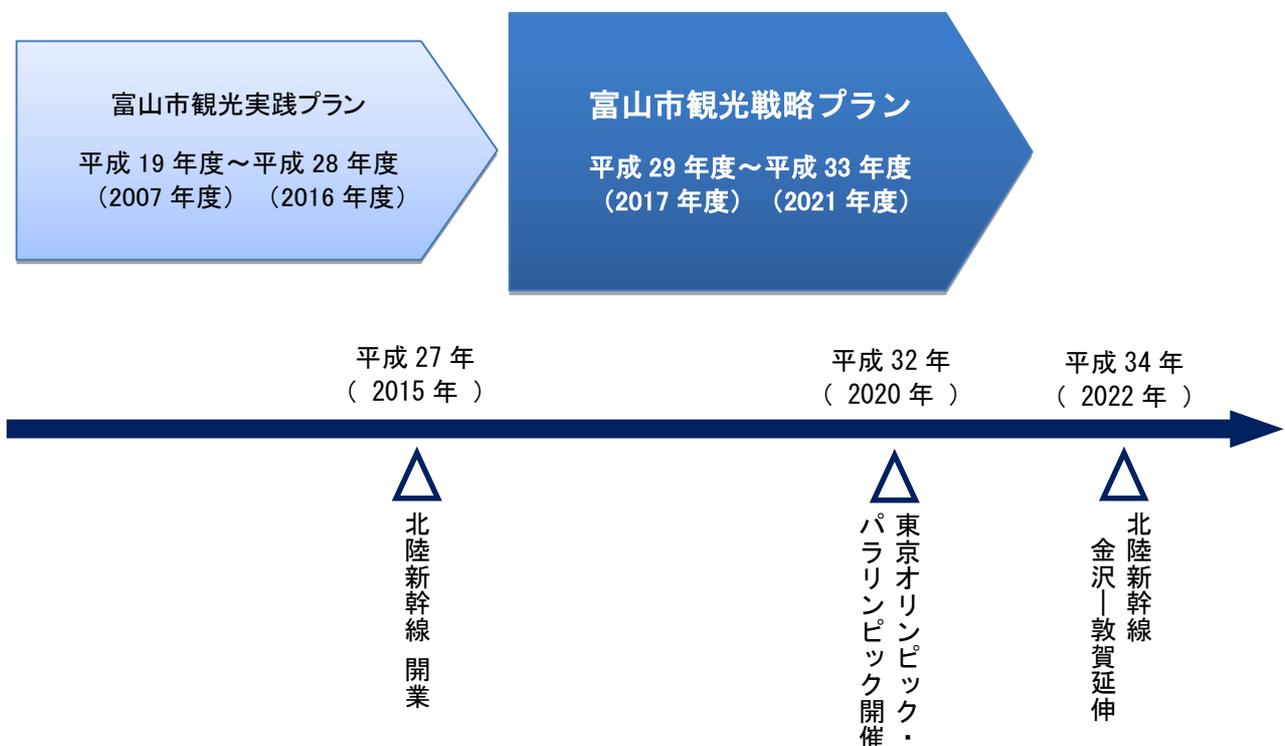
(1) 観光戦略のポイント

現行の本市観光実践プランは、2015年3月の北陸新幹線開業に照準を合わせ、首都圏への重点的PRの実施や、旅行者からみた本市の価値ある資源の発掘、ブラッシュアップを図りつつ、現実的な旅行日程やニーズに対応する広域観光の振興の中で、本市が拠点都市として成長・発展を遂げていこうとするものとなっている。

また、北陸新幹線の開業に伴う交流人口の拡大とともに、増加が期待される訪日外国人旅行者の取り込みも重視し、本市の有する都市機能の優位性を活かしたコンベンションの誘致に力点を置いたものとなっている。

本プランは、現行の観光実践プランを踏襲しつつ、北陸新幹線開業に伴う首都圏から本市への観光客等の大きな動態変化や、富山駅や富山空港をゲートウェイ（玄関口）に急増する訪日外国人観光客の受け入れ等、本市を取り巻く環境の変化や世界的な観光時代の潮流を反映し、2020年の東京オリンピック・パラリンピック、さらには、2022年度の北陸新幹線の金沢―敦賀間延伸を見据え、改めて総合的かつ戦略的に観光振興を図るものである。

■観光戦略プランの時間軸イメージ



(2) 富山市観光戦略プランの目指す将来の観光像

本市観光の魅力を定義し、本市における観光振興の位置づけや意義を踏まえ、本プランの目指す将来の観光像を次のように設定する。

富山市観光戦略プランの目指す将来の観光像

豊かな自然の中で輝く人間交流都市

～ AMAZING TOYAMA ～

本プランは、広域観光の振興の中で、本市が拠点都市として成長・発展を遂げていこうとする現行の観光実践プランの主旨を引き続き踏襲していくことから、本市が目指す将来の観光像についても、現行の観光実践プランの「豊かな自然の中で輝く人間交流都市」を継承する。

本市の豊かな海・山岳・大地の自然と、都市・歴史・文化・風土・産業を一体的に活用するとともに、観光業の創出・育成についても民間企業等と協働しながら取り組んでいくことで、様々な目的を持つ人々や情報が本市で交流し、来訪者だけでなく市民も躍動し、輝く。そこに驚きや感動が生まれ、新しい価値が創り出され、そのような動きが市内全体に拡大していく「観光～AMAZING TOYAMA～」を目指していく。

(3) 富山市観光戦略プランが目標とする指標

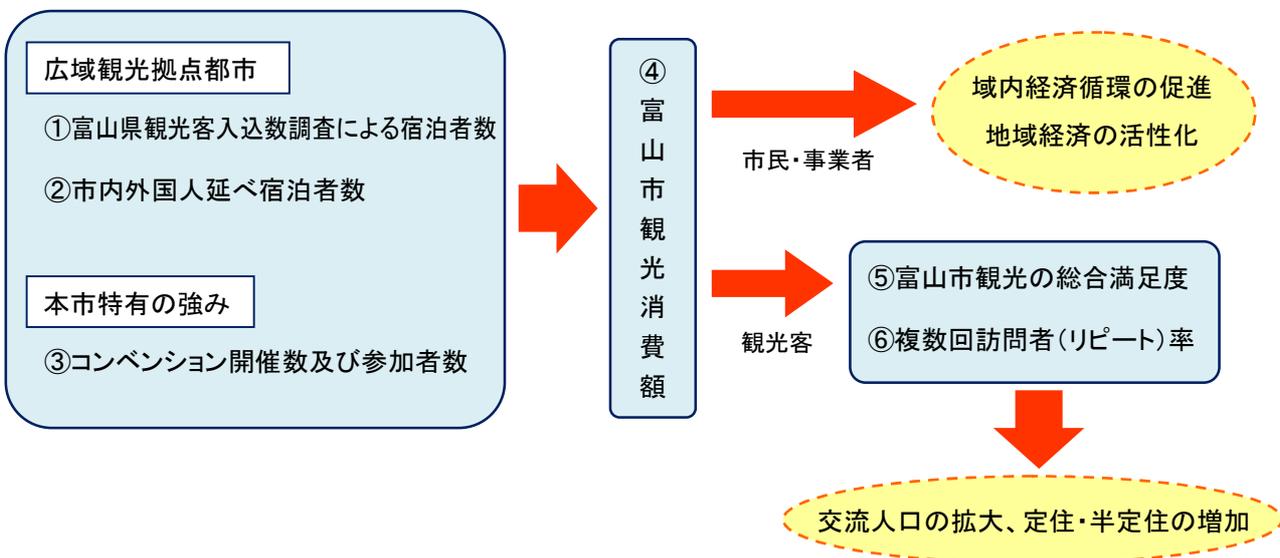
本プランは、次の6つの指標に対して、平成33年(2021年)度の数値目標を設定し、定期的な点検を行いながら、将来の観光像「豊かな自然の中で輝く人間交流都市 ～AMAZING TOYAMA～」の実現を目指し、官民一体となって取り組むこととする。

各指標は、①②が広域観光交流拠点として重要となる国内外からの宿泊者数、③が本市の強みであるコンベンションの開催数及び参加者数、④が地域経済における観光産業の経済効果、⑤が本市観光の満足度、⑥が本市を再び訪れたい魅力を計るものとなっている。目標設定に際しては、主に新幹線開業年である平成27年度の数値を基準としており、新幹線開業効果のさらなる拡大を目指していく。

■目標とする指標

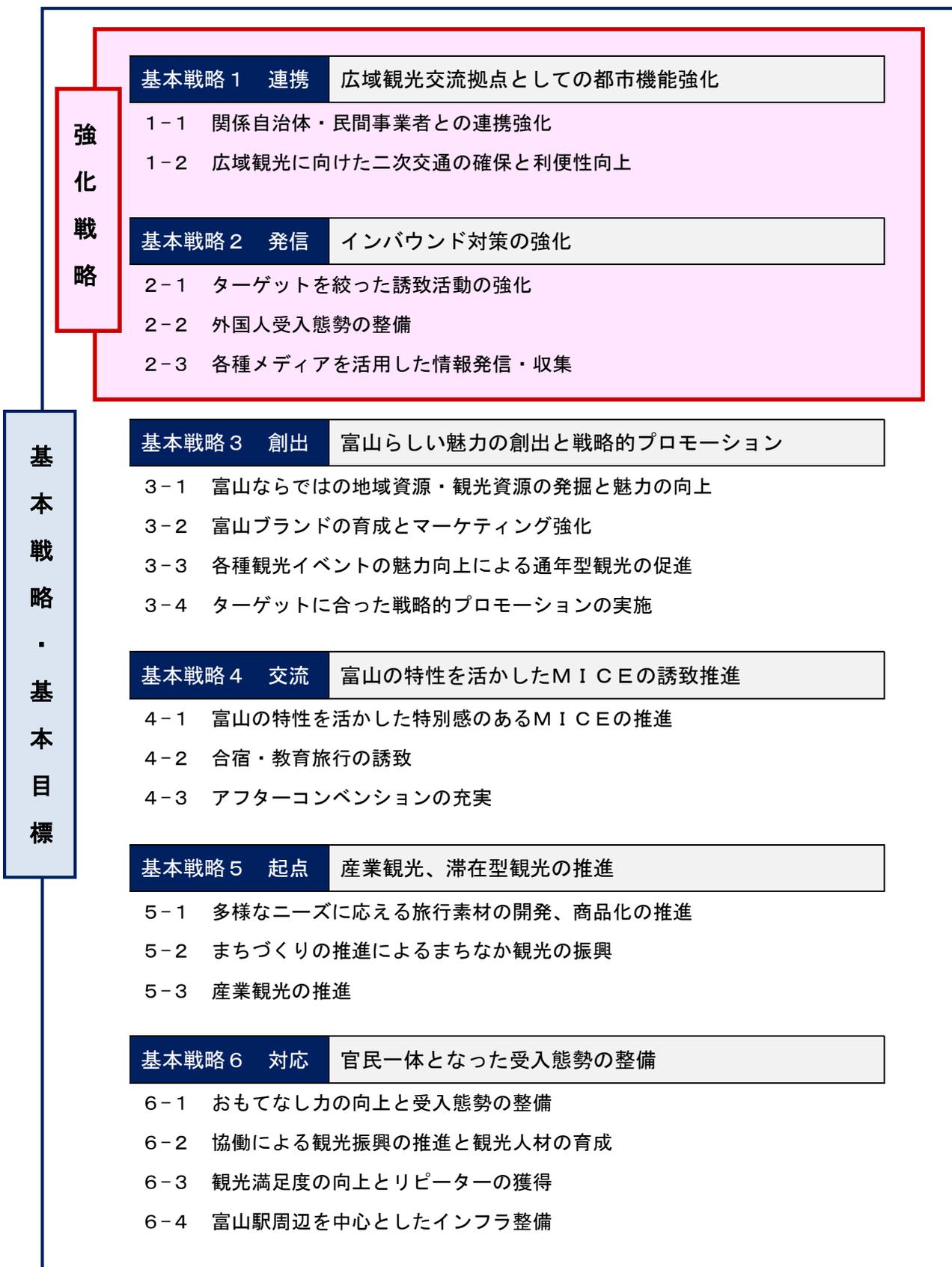
指標と説明	現状	平成 33 年度 数値目標	目標設定の考え方
①市内ホテル・旅館の延べ宿泊者数 富山県観光客入込数調査による宿泊者数	146 万人	161 万人	広域・滞在型観光を推進し、ホテル・旅館の宿泊者について、富山市総合計画に合わせ、27 年度実績の 10% 増を目指す。
②市内外国人延べ宿泊者数 (富山市観光政策課「市内延べ宿泊人数調査」)	14 万人	25 万人	国ビジョンの伸び率や①の宿泊者数の増加に合わせ、27 年度実績の約 80% 増を目指す。
③コンベンション開催数及び参加者数 県外参加者が「100 人以上で会期が 2 日以上」または「50 人以上で会期が 3 日以上」のコンベンションの開催数及び参加者数	82 回 5.5 万人	90 回 6.1 万人	コンベンションの誘致を推進し、富山市総合計画に合わせ、27 年度実績の 10% 増を目指す。
④富山市観光消費額 対象: 宿泊客 来訪目的: 観光及びビジネス (観光庁「共通基準による観光客入込統計」)	357 億円	483 億円	現状の宿泊者 1 人あたりの観光消費額単価 24,452 円を 30,000 円まで向上させ、宿泊者数の目標に合わせ、約 35.3% 増を目指す。
⑤富山市観光の総合満足度 「富山市観光全体の満足度」の設問により算出 (富山市観光満足度調査)	今後調査実施	5 ポイント増	観光客の満足度向上を図り、総合満足度の「大変満足」の値において、初年度の値から 5 ポイント増を目指す。
⑥複数回訪問者(リピート)率 観光地点でのアンケートにより、リピート率を計測 (富山市観光地拠点ヒアリング調査)	62.6% (28 年)	65%	広域・滞在型観光を推進するとともに、観光客の満足度向上を図り、2.4 ポイントの上昇を目指す。

■目標とする指標のイメージ

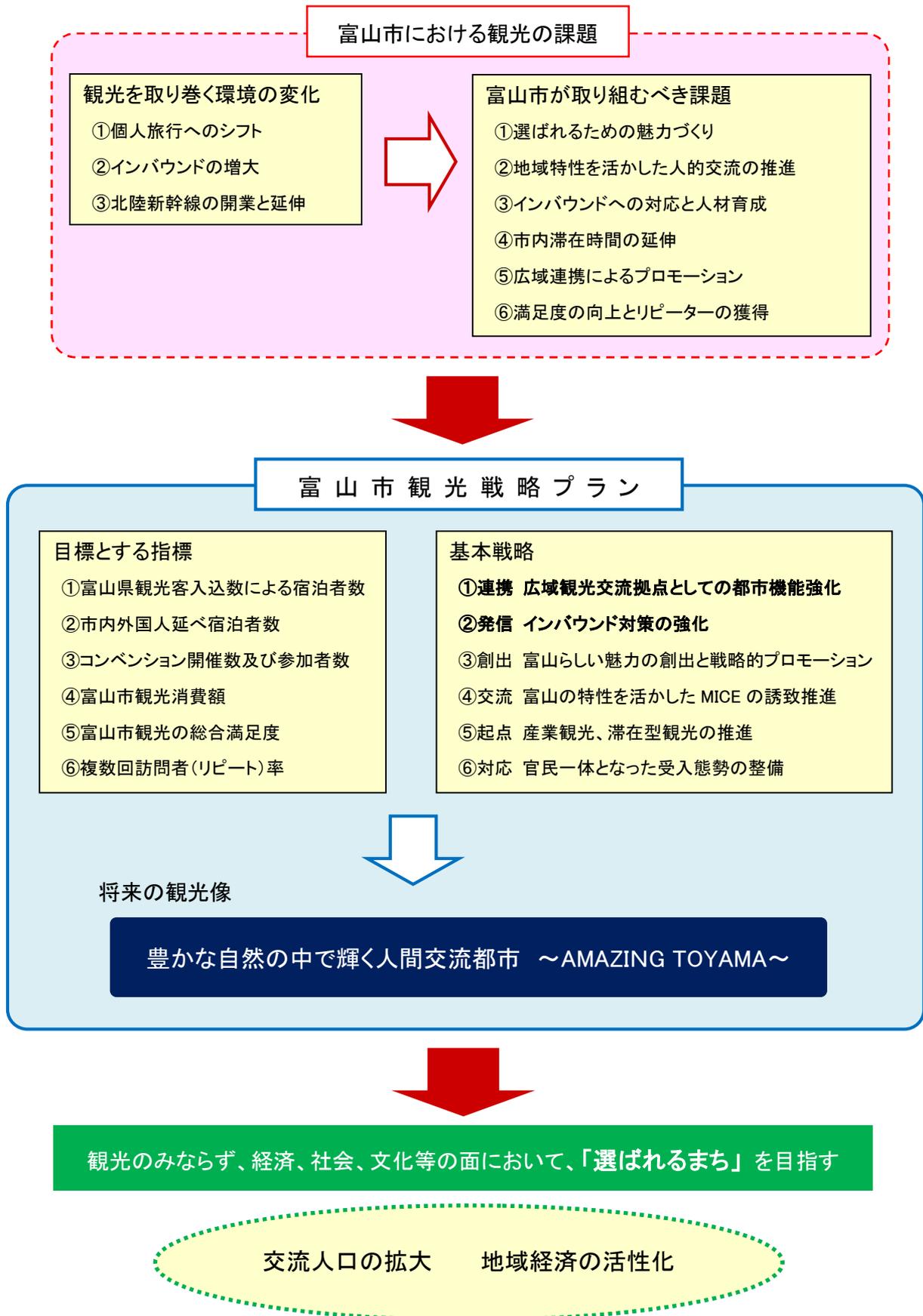


(4) 基本戦略・基本目標の体系

本プランの目指す観光像と目標とする指標に基づき、以下の基本戦略・基本目標を定める。なお、基本戦略1と基本戦略2については、強化戦略と位置づけ、特に重点的に取り組むこととする。



■観光戦略プランの展開



第3章 基本戦略と基本目標

基本戦略1 連携

広域観光交流拠点としての都市機能強化

北陸新幹線をはじめとする高速交通インフラの整備により、今日ではより広域な観光が可能となっており、複数の目的地を周遊しながら、ご当地のグルメや現地の人との交流を楽しむ観光が主流となっている。

本市を中心とした2時間圏内には、立山黒部アルペンルートや黒部峡谷鉄道、五箇山、瑞龍寺等の県内を代表する観光地があり、また、県外においても白川郷や飛騨高山、金沢市等日本有数の観光地が多数存在している。

本市においては、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。



北陸新幹線

基本目標1-1 関係自治体・民間事業者との連携強化

現在、本市では立山連峰、立山黒部アルペンルート、飛騨・高山、上高地、安曇野、松本城といった世界有数の観光名所を有する自治体が連携する「JAPAN ALPS広域観光都市連携会議」をはじめ、「ぶり街道推進協議会」、「北陸新幹線停車駅都市観光推進会議」などにおいて広域観光の連携を行っている。

今後は、都市間交流協定都市をはじめとする本市と交流が深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。

■新規事業

事業名	内容	実施主体
富山市版DMO設立事業	富山市観光戦略プランで定めた成功要因（KPI）達成に向け、マーケティング機能や観光客受け入れ体制を強化するため、富山市版DMOの設立に向けて検討し、地域観光産業が活性化する仕組みづくりを行う。	富山市、観光事業者[飲食、宿泊、旅行、美術館等観光施設事業者等] (観光政策課)

■継続事業

事業名	内容	実施主体
都市間観光交流推進事業 (岐阜市)	岐阜市との間で締結した都市間交流協定に基づき、観光・物産振興において両市が連携することで、両市間の観光交流を促進する。	富山市、岐阜市（観光政策課）
都市間観光交流推進事業 (長野市、飯山市)	新幹線の沿線都市である長野市や飯山市との間で締結した都市間交流協定に基づき、両市が連携することで、両市間の観光交流を促進する。	富山市、長野市、飯山市（観光政策課）
ぶり街道推進協議会事業	古くから富山湾で水揚げされたぶりを飛騨、高山まで運んだといわれる「ぶり街道」の沿線都市が連携し、PR強化を通じて観光誘客を図る。	富山市、飛騨市、高山市、松本市（観光政策課）
JAPAN ALPS広域観光都市連携会議事業	北アルプスを挟んで位置する7都市が「JAPAN ALPS」という共通テーマに連携し、圏域の観光誘客宣伝を推進する。	富山市、飛騨市、高山市、塩尻市、大町市、安曇野市、松本市（観光政策課）
北陸新幹線停車駅都市観光推進会議事業	北陸新幹線停車駅の各都市が連携・協力して各都市の観光資源を有効に活用し、観光の広域的振興を図る。	富山市、高崎市、佐久市、上田市、長野市、飯山市、上越市、糸魚川市、黒部市、高岡市、金沢市（観光政策課）
ぶり・ノーベル街道ウォークツアー開催事業	国道41号線は沿線にノーベル賞受賞者にゆかりの地が多く、ここを歩くことでふるさとの文化や歴史を再発見し、観光客の誘客を推進する。	ぶり・ノーベル街道ウォークツアー実行委員会（観光政策課）



JR富山駅と北陸新幹線



立山黒部アルペンルートの雪の大谷

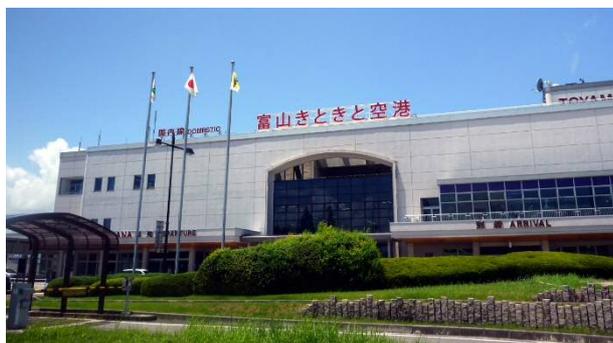
基本目標 1-2 広域観光に向けた二次交通の確保と利便性向上

広域観光において交通は極めて重要であり、目的地に向けて便利に、快適に、迅速に、なおかつ低価格で移動したいとするニーズは高い。北陸新幹線の開業によって新幹線を利用して本市を訪れる観光客は増加したが、観光客の目的地はあくまで富山駅ではなく、周辺観光地である場合が多い。そのため、周辺観光地への二次交通の確保が必要不可欠であり、鉄道、高速バス、飛行機等で富山到着後の二次交通網の利便性向上と情報発信を行っていく。

また、富山駅周辺からレンタカーやバス等へ乗り換える、いわゆるレール&ライドによる観光も増加しており、広域観光バスの運行支援やバスやレンタカーへの乗り継ぎがスムーズに行えるよう、富山駅周辺における動線の確保や情報提供等を行う。

■継続事業

事業名	内容	実施主体
二次交通利用促進事業	市内宿泊観光客及び外国人観光客への路面電車の半額・無料利用券の配布や本市を訪れた観光客等にアヴィレ1日バスの半額を助成し、観光客の利便性向上や滞在型観光を推進する。	富山市（観光政策課）
新幹線からの二次交通の利便性向上事業	北陸新幹線富山駅を起点として、市内または隣接する県への観光客の二次交通の確保に向けた施策を検討する。	富山市都市交通協議会（交通政策課）
自転車市民共同利用システム（バイクシェアリング事業）	まちなか交通網としての利便性を高めることにより、近距離の自動車利用を抑制し、中心市街地の活性化や回遊性の向上を図る。	民間事業者（環境政策課）



富山空港と国内線



ポートラム



自転車市民共同利用システム

国は「世界が訪れたい日本」を目指し、「明日の日本を支える観光ビジョン」を強力に押し進めており、それに加え、数年来の円安基調等の影響から訪日外国人旅行者は急速に増加している。

本市においても近年の外国人旅行者増加は著しく、2015年の外国人延べ宿泊者数は140,444人となっている。

また、4年後の2020年には東京オリンピック・パラリンピックが開催され、今後も世界中から日本が注目されていく。開催期間中には、これまで以上に多くの外国人旅行者が日本を訪れることが予測されており、その後も訪日外国人旅行者の増加傾向は続くと推測されている。

外国人旅行者が増加するうえで、言語の対応は必要不可欠であり、パンフレットや道路標示等の多言語化や外国語を話すことができる人員の確保・育成等が重要であり、また、外国人旅行者の趣味趣向に合う本市の観光資源を選別し、体験型メニューを増強するなど、外国人向けにブラッシュアップを行い、観光消費額の拡大を図る。

訪日外国人旅行者の誘致において重要なことは、「情報の発信」と「受入態勢の整備」であり、FIT対応を中心とし、ハード、ソフトの両面からインバウンドへの対応を推進していく。

基本目標2-1 ターゲットを絞った誘致活動の強化

訪日外国人は2011年の東日本大震災により大きく落ち込んだものの、その後は国の政策や東アジアの成長、所得の向上により著しい増加傾向にある。さらに2020年には東京オリンピック・パラリンピックの開催が予定されており、外国人旅行者は今後も増加傾向が続いていくものとみられる。

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や在日外国人から選ばれるよう、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。

■新規事業

事業名	内容	実施主体
国内在住外国人向けモニターツアー事業	国内在住の外国人を招聘し、富山市の体験プログラムを活用したモニターツアーの実施と検証を行い、情報発信への活用を図る。	富山市（観光政策課）

■継続事業

事業名	内容	実施主体
外国人スキー客誘致推進事業	富山市内に宿泊する国外からのスキーツアーを企画する旅行会社に対して助成し、外国人観光客の誘致促進を図る。	富山市（観光政策課）
外国人観光客誘致推進事業	スキー場の周辺のホテル・旅館で組織する組合等が外国人スキー客を受け入れるために宿泊料金を減額する場合、組合等に対して助成し、外国人観光客の誘致促進を図る。	富山市（観光政策課）
外国人観光客誘致推進モデルツアー造成事業	外国人観光客を対象に、出入国の前後に富山市に滞在してもらえよう「富山らしい」体験型・参加型観光をメニューに加えた着地型モデルツアーの造成を行う。	富山市（観光政策課）
観光サポーター研修事業(外国人向け観光ホスピタリティ研修支援事業)	観光ボランティアガイドや、観光事業者等を対象に研修会を実施し、本市の魅力をPRできる人材の育成とホスピタリティの醸成を行う。また、研修会において外国人観光客向けのプログラムも組み入れ、インバウンド対策も強化する。	富山市観光協会(観光政策課)
外国人観光客誘致宣伝事業	海外現地旅行エージェントを訪問する誘客活動を行い、本市の更なる認知度の向上により、外国人観光客誘致を図る。	富山市（観光政策課）



岐阜市・富山市観光物産交流推進協議会 台湾メディア招請事業



まちなか体験施設整備事業(イメージ)

基本目標 2-2 外国人受入態勢の整備

外国人旅行者は、出発前に個人のブログや Facebook、Twitter 等の SNS から旅行先の情報収集を行っている割合が高いため、魅力のある本市の情報発信を強化していく。

それと同時に、日本滞在中に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際、外国人が日本国内でこれらを利用するためには、普段自国内で利用しているものとは別に日本の通信会社と通信契約を結ぶ必要があることから、無料 Wi-Fi の整備拡充を行う。

また、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、FIT 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。

■新規事業

事業名	内容	実施主体
まちなか体験施設整備事業	富山城址公園に甲冑着付け体験等ができる観光案内所や甲冑を着て騎乗体験ができる馬場等を新設し、魅力的な観光拠点を整備するとともに、まちなかの観光情報を提供することで、観光客の回遊性向上を図る。	富山市（観光政策課）
外国人受入態勢整備支援事業	訪日外国人おもてなしセミナーの開催、飲食店等の案内看板や写真付多言語メニュー等の整備に対し助成し、総合的に受入態勢を推進する。	富山市（観光政策課）
まちなか観光ツアー事業	主にインバウンド観光客をターゲットとして、富山駅周辺においてセントラム等を利用したガイド付ツアーの実施を検討する。	富山市観光協会又は旅行事業者（観光政策課）
民泊受入検討事業	教育旅行や外国人旅行者の誘致のため、富山市内での民泊受け入れの可能性について調査・検討を行う。	富山市（観光政策課）

■継続事業

事業名	内容	実施主体
宿泊施設外国人向け設備導入奨励事業	Wi-Fi 等に係る無線 LAN の設備を導入する宿泊施設に対し、経費の一部を助成することにより、外国人観光客の受入態勢を整備する。	富山市（観光政策課）
外国語表示案内板整備事業	観光スポット等に外国語表示案内板を計画的に設置するとともに、観光関連施設へ外国語表示板を設置する事業者に対し助成することにより、外国人観光客の受入態勢を整備する。	富山市（観光政策課）
富山シティWi-Fi運営事業	外国人観光客等の利便性向上のため、中心市街地の公共施設に無料で利用できる Wi-Fi 環境を維持する。	富山市（観光政策課）
国外向けホームページサイト運用事業	富山市の先進的な施策や、立山連峰などの世界に誇れる観光資源を国外に継続的に情報発信することによって、外国人観光客の増加や将来的な企業進出などにつなげる。	富山市（広報課）

基本目標2-3 各種メディアを活用した情報発信・収集

現在では、宿泊施設、新幹線や飛行機等交通機関の予約はインターネットで行うことが主流となっており、スマートフォンやタブレット端末等の普及により、旅先においても容易に観光情報を入手できる環境となっている。特に外国人旅行者に対するインターネットでの情報発信は重要なものとなっている。今回の調査によれば、観光情報の入手先は「家族・友人の話」やウェブサイトが多くなっており、若い世代や外国人旅行者は、SNS等によって観光地からのライブ感覚で家族や友人らに情報を発信している。そのような口コミによる情報は、「生きた情報」として重視されやすいため、市内の飲食店や観光地等の観光関連機関におけるSNSへの対応促進や観光情報ウェブサイトの多言語化やコンテンツの充実を図りながら、積極的な情報発信を行っていく。

また、本市では富山フィルムコミッションが設置され、富山の知名度向上と交流人口の拡大などによる地域経済の活性化を図るため、国内外の映画やテレビドラマ、コマーシャルなどのロケーションを誘致することを目的に活動し成果を上げてきた。今後も映画、テレビ、コマーシャル、アニメ、音楽など様々なメディアに富山を登場させることで本市の認知度の向上を図る。

■継続事業

事業名	内容	実施主体
観光客誘致宣伝事業	三大都市圏を中心とした旅行エージェントへの訪問、県や富山市観光協会、富山市物産振興会と連携した観光客誘客活動のほか、観光パンフレット等の作成を行い、観光PRを図る。	富山市（観光政策課）
フォーリンプレス事業	富山市の特色ある施策や魅力ある観光資源、産業などを、海外メディアを通して情報発信することにより、国外における富山市の知名度を高め、外国からの視察や観光客などの誘致につなげる。	富山市（広報課）
国外向けホームページサイト運用事業（再掲）	富山市の先進的な施策や、立山連峰などの世界に誇れる観光資源を国外に継続的に情報発信することによって、外国人観光客の増加や将来的な企業進出などにつなげる。	富山市（広報課）
観光情報ホームページ事業	本市の知名度、認知度向上を図り、誘客に繋げるため、観光ホームページ「富山市観光ガイド」を運営し、県内外に対し観光情報等を発信するもの。	富山市（観光政策課）
観光情報データベース事業	本市が持つ観光資源の情報を整理・収集し、市観光ホームページで観光データベースとして閲覧可能とすることで、より充実した観光情報を発信し、観光客の誘致につなげる。	富山市（観光政策課）
観光ホームページ「観光とやまねっと」管理運営事業	観光ホームページ「観光とやまねっと」の運営やSNSを活用した最新の観光情報の発信を行う。	富山市観光協会（観光政策課）
フィルムコミッション事業	富山の知名度向上と交流人口の拡大等による地域経済の活性化を図るため、国内外の映画やテレビドラマ、コマーシャル等のロケーションを誘致するため、官民一体となって富山フィルムコミッションを運営する。	富山フィルムコミッション（観光政策課）

国内旅行の主流は個人旅行となっており、個人旅行者はその同行者によって旅行内容や旅行に対するニーズも大きく異なり、同行者は年代の移り変わりとともに変化していく。

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。

また、多様な旅行者の中から本市に親和性の高いターゲットを明確に設定し、そのターゲットに応じた最適な手段、タイミングで最適な情報を発信していく戦略的なプロモーションに取り組む。

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

本市は水深1,000mの富山湾から標高3,000mの立山連峰を抱き、標高差4,000mの海と大地が織り成す多様な美しさがあり、固有の風土・文化が歴史の中で培われている。

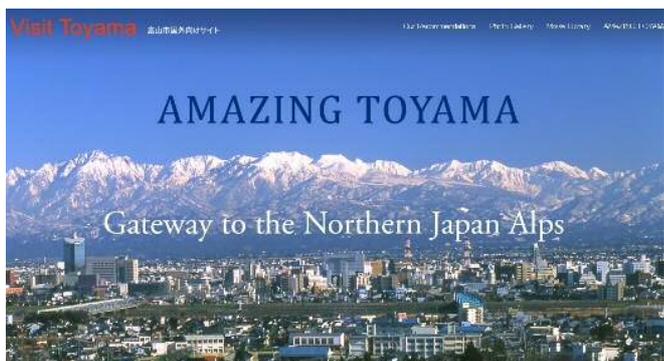
全国有数の祭りとなった「おわら風の盆」や、セントラム、ライトレール等のLRT、世界一美しいとされるスターバックスのある富岩運河環水公園、ガラス美術館に代表されるガラスをテーマにしたコンテンツ等既存の観光資源をブラッシュアップしていくとともに、それらに続く新たな地域資源を発掘し、観光資源としての活用を進める。

また、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、富山市郷土博物館等の文化的・歴史的な観光資源を活用し、冬の富山の魅力として情報発信を行う。

■継続事業

事業名	内容	実施主体
公共交通の観光資源化事業	市民向け及び来訪者向けに公共交通サービス向上を図りながら、本市の公共交通システム全体のブランド化に向け、コンパクトシティ及び公共交通システムが観光資源となるような施策を検討する。	富山市都市交通協議会 (交通政策課)
ファミリーパーク整備事業	呉羽丘陵との有機的連携を背景に、動物とのふれあいを核とした環境学習・市民活動の場の提供、そして周辺施設及び地域との連携強化を目指し、施設整備を行う。	富山市 (公園緑地課)
呉羽丘陵フットパス普及推進事業	市街地に近い里山として多くの魅力を備えている呉羽丘陵内で、風景や自然、歴史文化に親しみながら散策を楽しむフットパスについて、幅広い層の方に知ってもらうため、情報発信や利便性向上を図るための整備を行う。	富山市 (公園緑地課)
富山城址公園整備事業	富山駅周辺と中心市街地を結ぶ動線上に位置する城址公園を整備し、中心市街地活性化に寄与するとともに、観光拠点施設として活用を図る。	富山市 (公園緑地課)

事業名	内容	実施主体
花でつなぐフラワーリング事業	まちなかを季節ごとの花で彩り、市民や観光客が潤いのある景観を楽しみ、まちなかの回遊性促進や賑わいの創出を図る。	富山市（公園緑地課）
ガラスの街づくり事業	国内外の現代ガラス作品の企画展示等を行い、「ガラスの街とやま」の認知度の向上と定着を図る。また、首都圏での展示会の開催等により「富山ガラス」のブランディングを推進する。	富山市（企画調整課、ガラス美術館）
選ばれるまちづくり事業	シティプロモーション、シビックプライドの2つの観点から総合的な取り組みを展開し、「暮らし続けたいまち、訪れたいまち、帰りたいまち（h o m i n g）」として、市内外のより多くの方から「選ばれるまち」となることを目指す。	富山市（広報課）
歴史的まち並み修景等整備事業	八尾地区の風情あるまち並みを「景観まちづくり推進区域」に指定しており、建築物の修景工事に要する費用の一部を助成し、歴史的なまち並みの雰囲気を保全・形成を図る。	富山市（都市政策課）
景観まちづくりの推進事業	地域ごとの景観づくりを行うため、景観まちづくり推進区域を指定し、都心景観や歴史景観などの保全と形成を図り、本市のイメージアップを推進する。	富山市（都市政策課）
水辺空間賑わい創出事業	富山市の貴重な水辺空間である富岩運河等の活用と新たな周遊観光ルートの創出を目指し、富岩運河環水公園から岩瀬運河までの船の運航（富岩水上ライン）を行う。	学習支援船運営委員会（富山県・富山市）（中心市街地活性化推進課）
富山水辺の映像祭運営事業	若手クリエイター等による斬新な映像作品を「まちなか」から発信することにより、富山市の中心市街地への注目度を高め、賑わいの創出や地名度向上を図る。	運営コンソーシアム（中心市街地活性化推進課）
着地型旅行商品「ちょこたび岩瀬」実施事業	ポートラム・アテンダントがガイド役で、富山駅北エリアを走る路面電車「ポートラム」に乗って、北前船の交易地として栄えた港町「岩瀬」を散策する着地型旅行商品「ちょこたび岩瀬」を実施する。	富山市観光協会（観光政策課）
フィルムコミッション事業（再掲）	富山の知名度向上と交流人口の拡大等による地域経済の活性化を図るため、国内外の映画やテレビドラマ、コマーシャル等のロケーションを誘致するため、官民一体となって富山フィルムコミッションを運営する。	富山フィルムコミッション（観光政策課）



外国人向けWEBサイト Visit Toyama



ガラスの街づくり事業

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、「富山湾鮭」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。

さらに、本市は伝統的に「くすりの富山」として認知されており、高齢者を中心に「富山売薬」として親しまれている。そのイメージを若い世代への活用策として、薬膳や和漢診療などへのPR展開や漢方薬、食薬等を使用した料理や土産品の開発・充実により、本市固有の「くすり文化」を富山ブランドへと育成していく。

また、一定の人口を維持しながら、将来にわたって持続可能な都市を構築するため、「公共交通を軸とした拠点集中型のコンパクトなまちづくり」の取り組みによって、国から「環境モデル都市」、「環境未来都市」に選定されたことに加え、国際的にもOECDの『コンパクトシティ政策報告書』に世界の先進五都市の一つとして取り上げられたほか、米国ロックフェラー財団から「100のレジリエント・シティ」にも選定されるなど、本市の持続可能な都市経営やコンパクトなまちづくりが国内外から高い評価を得ていることから、新たな富山ブランドとして、シティプロモーションの推進や市民のシビックプライドを高めていく。

■継続事業

事業名	内容	実施主体
「富山のくすり」宣伝事業	新幹線富山駅及び富山空港に宣伝物を掲示し、「富山のくすり」を県内外の観光客に広く周知する。また、「富山のくすり」にまつわる話を語る人材の育成を支援し、「薬都とやま」のイメージアップを図る。	富山観光創造会議、富山市（薬業物産課）
「富山のくすり」販路拡大事業	大都市圏で開催される「富山くすりフェア」や、富山関係物産展等へ「くすりブース」を出展し、「富山のくすり」の販路拡大や観光PRを実施する。	富山県薬業連合会（薬業物産課）
「富山やくぜん」普及推進事業	富山産や健康に良いとされる食材を用いた「富山やくぜん」を新たな観光資源として確立し、その周知と普及に努め、更なる観光客の誘致を図る。	富山市（薬業物産課）
くすり関連施設整備事業	富山市のまちなか観光や薬業振興の中核的施設として「くすり関連施設」の整備を行う。	富山市（薬業物産課）
とやまクッチーナ イタリアーナ事業	イタリア料理と富山産の食材のコラボレーションを通して、富山産食材を活用した料理店の紹介や、富山の特産品のPRを図るほか、試食会、試飲会、料理教室等の開催により、イタリアの料理と文化に触れ、市の新たな食文化を創造する。	とやまクッチーナ イタリアーナ実行委員会（薬業物産課）
富山のガラス プロデュース事業	地元ガラス作家が制作したガラス製品を市内の飲食店で使用してもらい、来客者に本市の物産品としてのガラスをPRし、普及推進を図る。	富山市物産振興会、富山市（薬業物産課）
バリアフリー食推進事業	旅行者等が、安心して食事が出る食のバリアフリー化を推進するため、市内飲食店等が活用可能な「減塩イタリアン」等のオープンレシピを作成し、提供を行う。	富山イタリア料理有限責任事業組合、富山市（薬業物産課）

事業名	内容	実施主体
富山ブランド市開催事業	首都圏での物産展を開催し、特産品のPR及び展示販売を行い、富山ブランドの認知度向上を図る。	富山市物産振興会、富山市（薬業物産課）
商品力向上支援事業	富山の地域資源を活かした「富山らしい」お土産の開発に取り組む事業者に対し、商品開発、商品デザイン戦略、販売戦略をトータルにサポートし、物産品の開発、PR、販路拡大の支援を行う。	富山市（薬業物産課）
「とやまの水」PR事業	水道水のペットボトル「とやまの水」をさまざまな場面で提供し、本市の魅力のひとつである水道水のおいしさや品質の高さなどを感じてもらい、市のイメージアップを図る。	富山市（上下水道局経営企画課）
マンホールカード配布事業	暮らしを支える下水道に親しみをもってもらうため「薬都とやま」にちなんだ薬用植物「アザミ」をデザインした市独自のマンホールを紹介するコレクションカードを発行し、市民や観光客へ配布することで「くすりの富山」をPRする。	富山市（上下水道局下水道課）
選ばれるまちづくり事業(再掲)	シティプロモーション、シビックプライドの2つの観点から総合的な取り組みを展開し、「暮らし続けたいまち、訪れたいまち、帰りたいまち（homeing）」として、市内外のより多くの方から「選ばれるまち」となることを目指す。	富山市（広報課）
エコタウン推進事業	環境学習と環境活動の拠点である「エコタウン交流推進センター」で見学ツアー等を実施し、環境と調和したまちづくりをPRする。	富山市（環境政策課）
次世代エネルギーパーク推進事業	富山市次世代エネルギーパーク（小水力発電所、メガソーラー発電所、木質ペレット製造施設、エコタウン）を活用した見学ツアーを実施し、環境と調和したまちづくりをPRする。	富山市（環境政策課）



全日本チンドンコンクール



「おわら風の盆」の町流し

基本目標 3-3 各種観光イベントの魅力向上による通年型観光の促進

本市では、全国的な知名度を誇る「おわら風の盆」や、外国人観光客にも人気が高い「全日本チンドンコンクール」をはじめとして多くの祭り・イベントが開催されている。豊かな歴史・文化を承継し、地域と深く結び付く祭りやイベントを地域住民のみならず、観光客の誘客に活用し、祭り・イベントの開催の意義を高めながら、本市の観光振興に役立てていく。

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。

■新規事業

事業名	内容	実施主体
トリエンナーレ開催事業	観光客の集客や国際交流、多様な国の多様な芸術に市民が触れることを目的に、「ガラスの街とやま」のガラス芸術に特化したトリエンナーレを中心市街地をはじめとした市内一帯で開催し、国外及び国内から多くの観光客誘致を図る。	実行委員会

■継続事業

事業名	内容	実施主体
全日本チンドンコンクール開催事業	「全日本チンドンコンクール」及び「素人チンドンコンクール」等を開催することにより、県外からの観光客の誘致を図る。	実行委員会（観光政策課）
富山まつり開催事業	富山城址公園及び城址大通りを中心として、越中おわら踊りやよさこいなど市民参加型のまつりを行い、賑いを創出するとともに、観光客の誘致を図る。	実行委員会（観光政策課）
とやまスノーピアード開催補助事業	中心市街地における冬の賑い創出と、観光客の誘致を推進するため、冬の夜を華やかに彩る「ホワイトイルミネーション」、とやま左義長まつりなどを実施する「とやまスノーピアード」を開催する。	実行委員会（観光政策課）
おわら風の盆事業	全国的に人気が高く、リピート客も多い「おわら風の盆」を開催し、誘客や魅力を発信していく。	実行委員会（観光政策課）
越中八尾曳山祭	江戸時代には富山藩の御納戸所として栄華を極めた町人文化の象徴であった曳山神事を伝承し、誘客や魅力を発信していく。	実行委員会（観光政策課）
富山水辺の映像祭運営事業(再掲)	若手クリエイター等による斬新な映像作品を「まちなか」から発信することにより、富山市の中心市街地への注目度を高め、賑わいの創出や地名度向上を図る。	運営コンソーシアム(中心市街地活性化推進課)
LEDライトアップ事業	グリーンシーズンの牛岳温泉スキー場を太陽光発電により給電する LED ペットボトル照明を用いてライトアップし、中山間地域と都市部との交流人口拡大を図る。	実行委員会（観光政策課）
立山山麓活性化事業	立山山麓スキー場のグリーンシーズン活性化のため、イベント等を実施し、誘客を図るもの。	観光関連事業者・団体・実行委員会（観光政策課）

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観光統計やビッグデータ等の活用を図りながら調査・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。

現在では、インターネットを利用した観光情報収集が浸透しているため、ホームページの充実やSNSの活用を行いながら、一方でインターネットによるアプローチが出来ないような客層に対しては出向宣伝やポスター・パンフレット等によるプロモーションを行う。

また、北陸新幹線や航空路線を利用し、本市を訪れている多くビジネス客をターゲットに、本市在住の地域おこし協力隊等が、居酒屋等の飲食店をはじめとする夜の魅力について、SNS等を活用し情報発信を行う。

■新規事業

事業名	内容	実施主体
観光マーケティング事業	富山市の観光客誘致を強化するため、観光情報の収集や観光統計・ビッグデータの分析などを行うとともに、効果的なプロモーションを実施する。	富山市（観光政策課）
トヤマツーリズムアンバサダー事業	富山の「美味しい」「楽しい」「オシャレ」なコンテンツをPRするアンバサダーを本市にゆかりのある人に任命し、イベント・メディア・WEB等のプロモーションを行う。	富山市（観光政策課）
富山市版DMO設立事業(再掲)	富山市観光戦略プランで定めた成功要因（KPI）達成に向け、マーケティング機能や観光客受け入れ体制を強化するため、富山市版DMOの設立に向けて検討し、地域観光産業が活性化する仕組みづくりを行う。	富山市、観光事業者[飲食、宿泊、旅行、美術館等観光施設事業者等]（観光政策課）

■継続事業

事業名	内容	実施主体
観光客誘致宣伝事業(再掲)	三大都市圏を中心とした旅行エージェントへの訪問、県や富山市観光協会、富山市物産振興会と連携した観光客誘客活動のほか、観光パンフレット等の作成を行い、観光PRを図る。	富山市（観光政策課）
観光情報ホームページ事業(再掲)	本市の知名度、認知度向上を図り、誘客に繋げるため、観光ホームページ「富山市観光ガイド」を運営し、県内外に対し観光情報等を発信する。	富山市（観光政策課）
観光キャンペーン事業	県及び県内自治体が連携し、首都圏を中心に、関西圏、中京圏等の都市圏において、大規模で効果的な観光PR広告を実施し、観光客の誘致に努める。	(公社)とやま観光推進機構（観光政策課）
観光情報データベース事業(再掲)	本市が持つ観光資源の情報を整理・収集し、市観光ホームページで観光データベースとして閲覧可能とすることで、より充実した観光情報を発信し、観光客の誘致につなげる。	富山市（観光政策課）

事業名	内容	実施主体
バナーフラッグ掲出管理事業	城址大通り、すずかけ通り、富山駅北ブルーバル、市内電車環状線沿線の街路灯上部にバナーフラッグを掲出し、都市景観の魅力を高めるとともに、観光イベントのPRを行う。	富山市（観光政策課）
フィルムコミッション事業(再掲)	富山の知名度向上と交流人口の拡大等による地域経済の活性化を図るため、国内外の映画やテレビドラマ、コマーシャル等のロケーションを誘致するため、官民一体となって富山フィルムコミッションを運営する。	富山フィルムコミッション（観光政策課）
ツーリズムEXPOジャパン出展事業	国内最大の旅行博「ツーリズム EXPO ジャパン」に県や県内都市と一体となって出展し、観光客誘致に努める。	富山市（観光政策課）
プレスリリース全国配信事業	首都圏、全国地方、各種メディアに対して、富山市の特色ある施策やイベントなどを情報配信する。	富山市（広報課）



フィルムコミッション事業



ツーリズムEXPOジャパン出展事業



バナーフラッグとフラワーハンギング

MICEの開催は、交流人口の増大を図っていく上で、宿泊・飲食・お土産品の購入等により地域経済への波及効果が高い。

「公共交通を軸としたコンパクトなまちづくり」を推進する本市において、コンベンション開催の優位性は最大の強みと言えるが、近年では全国の多くの都市がコンベンション誘致に向けて注力しており、本市においては今後さらに官民一体となって、学会や各種団体へのプロモーションを強化する。

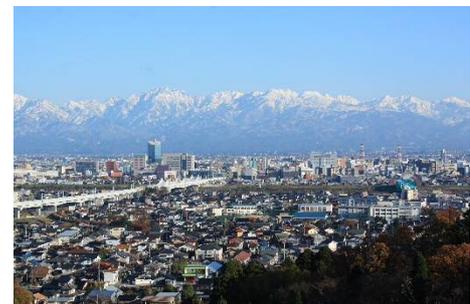
また、本市の多様な自然・文化等を活用した修学旅行やスポーツ合宿、イベント等の誘致強化を図り、本市の固有の地域資源を活用した富山ならではのMICEを促進する。

基本目標4-1 富山の特性を活かした特別感のあるMICEの推進

コンベンション開催都市の選定において首都圏からの「交通の不便さ」が本市のハンディキャップとされてきたが、北陸新幹線の開業により、交通の利便性は飛躍的に向上し、国内幹線交通の基盤が強化された。本市中心市街地は、環状線の路面電車セントラムがコンベンション施設、宿泊施設等をコンパクトに結んでおり、国際交通～国内幹線交通～地域交通の連携の取れた総合交通体系が確立しつつある。

また、本市では医学系学会・経済団体等の大型コンベンションや先進国首脳会議をはじめとする国際会議等の開催実績を有しており、今後も各学会、団体等へ富山市開催のメリットをアピールし、国際規模、全国規模会議をはじめMICE全般の誘致を強化していく。

本市が保有する歴史的建造物や美術館、イベント広場等を利用した特別感のあるMICE推進のため、富山ならではの地域特性を演出できる会場の発掘と活用を図る。



立山あおぐ特等席

■継続事業

事業名	内容	実施主体
コンベンション開催支援事業	コンベンションや企業コンベンション、合宿の主催者に対し支援し、全国からコンベンションや合宿の誘致を促進することで、更なる交流人口の増加と地域の活性化を図る。	富山市（観光政策課）
国際競技大会の招致・開催支援	国際競技大会の招致・開催支援や、国内外のトップアスリート等の合宿誘致を推進し、更なる交流人口の増加と地域の活性化を図る。	富山市（スポーツ課）

基本目標 4-2 合宿・教育旅行の誘致

スポーツ系、文化系の合宿誘致に向け、大学、高校に加え、実業団、同好会・サークルなどの実施主体にどのようなニーズがあるか、どこがターゲットとなるかを調査し、本市が有するスポーツ・文化施設、宿泊施設、交通機関等の整備拡充や、設定したターゲットが求める情報提供と支援策を実施する。

近年の教育旅行のニーズは、物見遊山的な旅行から農業・漁業などの体験、街を歩きながらの歴史・文化の探訪、ゴミ問題や水質汚染についての環境学習等様々なものとなっている。本市の持つ海・大地・山岳の自然や、環境未来都市としての取り組みを活かし、学校や旅行会社への情報提供を積極的に行い、ニーズに合った体験型プログラムの整備等を効果的に行っていく。

■新規事業

事業名	内容	実施主体
民泊受入検討事業(再掲)	教育旅行や外国人旅行者の誘致のため、富山市内での民泊受け入れの可能性について調査・検討を行う。	富山市（観光政策課）

■継続事業

事業名	内容	実施主体
合宿・修学旅行誘致強化事業	首都圏・関西圏を中心に合宿及び修学旅行の誘致活動を行うとともにポスター等を作成し、誘致活動を強化することで、本市の支援制度の認知度向上を図り、市内での合宿・修学旅行の件数や交流人口の増加に繋げる。	富山市（観光政策課）
合宿誘致リーフレット作成支援事業	合宿誘致のためのパンフレット作成を支援することで合宿誘致を推進し、交流人口の増加を図る。	富山市（観光政策課）



セントラムと富山国際会議場



富山国際会議場での国際会議(OECD)

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充実は、本市が交流拠点を目指すうえで本市滞在時間の延伸や宿泊の動機付けにつながる重要な要素のひとつである。コンベンション客だけでなく本市を訪れるビジネス客が街に繰り出すことにより、街の賑わいが創出され、消費金額の向上は周辺の観光地・飲食店・お土産品等に大きな経済効果がもたらされる。

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、MICE等の富山市開催の魅力向上を図る。

■新規事業

事業名	内容	実施主体
コンベンションパスポート推進事業	大規模コンベンション開催時にコンベンションパスポートを発行し、コンベンション参加者の市内回遊性の向上とアフターコンベンションの情報提供の仕組みづくりを検討する。	富山市（観光政策課）

■継続事業

事業名	内容	実施主体
コンベンションボランティア派遣事業	大規模又は国際規模のコンベンションを対象として、会場案内や観光案内、飲食店等の案内等を行うインフォメーションコーナーを設置し、受付補助や資料配布などを行うボランティアの派遣を行う。	(公財) 富山コンベンションビューロー（観光政策課）
コンベンションタクシー助成事業	コンベンション参加者が利用する観光タクシーに対して支援し、コンベンションの誘致促進を図る。	富山県、富山市（観光政策課）
着地型旅行商品「ちよこたび岩瀬」実施事業(再掲)	ポートラム・アテンダントがガイド役で、富山駅北エリアを走る路面電車「ポートラム」に乗って、北前船の交易地として栄えた港町「岩瀬」を散策する着地型旅行商品「ちよこたび岩瀬」を実施する。	富山市観光協会（観光政策課）
二次交通利用促進事業(再掲)	市内宿泊観光客及び外国人観光客への路面電車の半額・無料利用券の配布や本市を訪れた観光客等にアヴィレ1日パスの半額を助成し、観光客の利便性向上や滞在型観光を推進する。	富山市（観光政策課）



富岩水上ラインと富岩運河環水公園



富山湾鮨

国内旅行における個人旅行者は、従来の観光地を駆け足で見て回る物見遊山的な旅行ではなく、体験型・交流型の要素を取り入れた新しい形態の旅行を好む傾向があり、産業観光、エコツーリズム、ヘルスツーリズム等、これまで観光の対象として認識されていなかった地域資源が新たな観光の目的となっている。

本市が有する、トレッキングや森林セラピーに利用できる中山間地域の森林資源、ゴルフ、釣り等のレジャー資源、歴史的街並みが整備された八尾地域、岩瀬地区等の既存の観光資源をブラッシュアップすることで滞在型・交流型の観光プログラムの充実を図り、中心市街地だけでなく富山市全体の経済が循環するような仕組みづくりに取り組む。

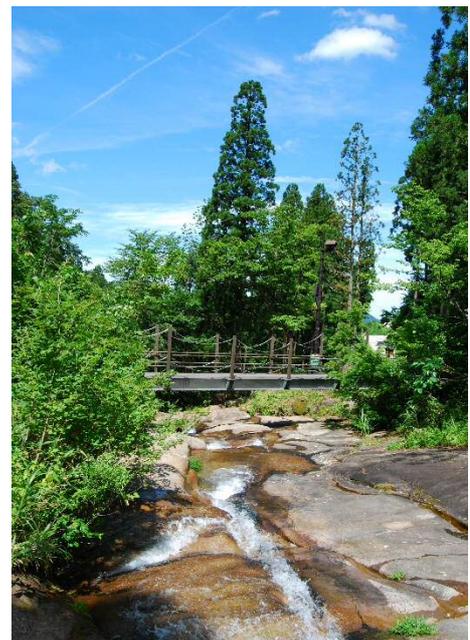
また、観光産業と製造業、農林水産業等との連携により、富山ならではの魅力を創出するとともに「稼げる観光産業」を育成し、域内経済循環の促進により、地域経済の活性化を図る。

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、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。

また、本市は日本海側有数の産業集積を有し、300年余りの歴史を有する富山のくすり産業をはじめ、その関連産業ともいえる印刷業、酒造会社等で産業観光に取り組み、富山の産業の歴史と現代が視察できる。産業観光は普段見ることができない「ものづくり」の現場の臨場感が魅力であり、食品メーカー等にあってはブランド力を高めていくものであることから、今後、関係機関や企業との連携を高め、産業観光を推進していく。

さらに、本市を滞在拠点として、市内はもとより県内外の観光地を巡るほか、角川介護予防センター等での検診や温泉を活用した介護予防サービスにより心身のバランスを整えるヘルスツーリズムなど、新たな滞在型観光を旅行業者等と連携して、研究・企画するとともに、滞在型観光は、将来的に週末や季節に応じて、本市に滞在する二地域居住（マルチハビテーション）などに繋がる可能性もあり、リピーターとして訪れる「富山ファン」の獲得に努めていく。



百間滑

■新規事業

事業名	内容	実施主体
滞在型観光実施支援事業	富山市が認定する滞在型観光のコンテンツや宿泊施設を利用するツアー実施者に対し、延べ宿泊者数に応じた事業費支援を行う。	富山市（観光政策課）
民泊受入検討事業(再掲)	教育旅行や外国人旅行者の誘致のため、富山市内での民泊受け入れ可能地域の調査・検討を行う。	富山市（観光政策課）

■継続事業

事業名	内容	実施主体
滞在型・交流型観光創出事業	滞在型・交流型観光のモデルツアーを実施するとともに、滞在型観光を担う資源を発掘し、その担い手との連携支援や事業支援をするための人材を3大都市圏から確保し、観光復興支援を行う「地域おこし協力隊」を募集する。	富山市（観光政策課）
滞在型観光・産業観光バスツアー補助事業	本市の観光イベントの観覧又は体験メニューの利用を目的とした滞在型観光バスツアーに対し、ツアー費用を助成し、在型観光客の誘致を促進する。	富山市観光協会(観光政策課)
立山山麓森林セラピー推進事業	立山山麓の森林が持つ癒しの効果を科学的に確認する森林セラピー基地としての認定を受けたことから、森林資源の多様な活用による通年観光の推進を支援する。	実行委員会(事務局: 大山観光開発(株))(観光政策課)
着地型旅行商品「ちょこたび岩瀬」実施事業(再掲)	ポートルム・アテンダントがガイド役で、富山駅北エリアを走る路面電車「ポートルム」に乗って、北前船の交易地として栄えた港町「岩瀬」を散策する着地型旅行商品「ちょこたび岩瀬」を実施する。	富山市観光協会(観光政策課)



松川べり・松川遊覧船



かんじきトレッキング

基本目標5-2 まちづくりの推進によるまちなか観光の振興

本市では、ライトレールや、セントラムが運行され、地域公共交通の重要な役割を担うとともに、多くの鉄道ファンから注目されている。また、百貨店を核店舗とした総曲輪フェリオなどの市街地再開発事業、グランドプラザなどの賑わい拠点の整備など、インフラの整備が着実な進展をみせており、こうした本市のコンパクトシティ政策は、国内外から高い評価を受けている。一方で岩瀬地区や八尾地域では歴史的な情緒ある町並みが色濃く残されており、観光客のまち歩きを誘発するなどの成果もみられる。

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、誰もが歩きたくするような質の高い魅力的なまちなか観光を推進する。

■新規事業

事業名	内容	実施主体
まちなか体験施設整備事業(再掲)	富山城址公園に甲冑着付け体験等ができる観光案内所や甲冑を着て騎乗体験ができる馬場等を新設し、魅力的な観光拠点を整備するとともに、まちなかの観光情報を提供することで、観光客の回遊性向上を図る。	富山市（観光政策課）
まちなか観光ツアー事業(再掲)	主にインバウンド観光客をターゲットとして、富山駅周辺においてセントラム等を利用したガイド付ツアーの実施を検討する。	富山市観光協会又は旅行事業者（観光政策課）

■継続事業

事業名	内容	実施主体
連携型まちなか情報発信プラットフォーム事業	中心市街地や飲食店を紹介する情報誌、ランチマップ、一元管理されたイベント情報を相互に連携（クロスメディア化）し、街中を訪れる市民や観光客のニーズに沿った情報を効果的に発信する。	㈱まちづくりとやま、富山市（中心市街地活性化推進課）
くすり関連施設整備事業	富山市のまちなか観光や薬業振興の中核的施設として「くすり関連施設」の整備を行う。	富山市（薬業物産課）
グランドプラザ運営事業	中心市街地において、賑わいを創出するため、富山市まちなか賑わい広場（グランドプラザ）の運営を行う。	㈱まちづくりとやま、富山市（中心市街地活性化推進課）
エコリンク事業	グランドプラザに樹脂製のスケートリンクを設置するとともに関連イベントを実施し、冬期間の来街者の増加と回遊性の向上を図る。	㈱まちづくりとやま、富山市（中心市街地活性化推進課）
自転車市民共同利用システム(バイクシェアリング事業)(再掲)	まちなか交通網としての利便性を高めることにより、近距離の自動車利用を抑制し、中心市街地の活性化や回遊性の向上を図る。	民間事業者（環境政策課）

基本目標 5-3 産業観光の推進

産業の現場や技術を一般に公開することは、産業観光の施設や企業、技術・製品等のPRのみならず、来訪者と周辺地域との様々な交流による地域振興、伝統産業から最先端産業までの技術の進歩、生活を支えるものづくりの重要性の啓発、文化的側面からの産業振興等、社会的意義が大きい。

また、農林漁業体験、ものづくり体験など「富山らしさ」の体験は、市民にとっては何気ない普段のこととして捉えられがちであるが、観光客にとっては、非日常で多くの驚きと感動、癒しを与える観光素材となり得る。

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。

■継続事業

事業名	内容	実施主体
産業観光推進事業	産業観光を体験するツアーを実施する産業観光推進協議会に対して支援し、産業観光の促進を図る。	富山市（観光政策課）
エコタウン推進事業(再掲)	環境学習と環境活動の拠点である「エコタウン交流推進センター」で見学ツアー等を実施し、環境と調和したまちづくりをPRする。	富山市（環境政策課）
次世代エネルギーパーク推進事業(再掲)	富山市次世代エネルギーパーク（小水力発電所、メガソーラー発電所、木質ペレット製造施設、エコタウン）を活用した見学ツアーを実施し、環境と調和したまちづくりをPRする。	富山市（環境政策課）



丸薬体験



グランドプラザでのとやまイタリアフェスタ

個人旅行者の増加に伴い、北陸新幹線等の公共交通機関での来訪に加え、手軽な自家用車旅行が増加し、多種多様に観光を楽しむ旅行形態に対応した受入態勢の整備が必要になっている。

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、JR富山駅周辺を中心としたインフラの整備を行い、二次交通の利便性向上や道路表示や地域の案内表示等の点検・充実を図る。

また、観光客の満足度の向上を図るうえで、市民と観光客双方にとって魅力を感じる地域づくりを促進するとともに、観光交流活動を担う質の高い観光人材の育成を促進し、FIT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行う。

基本目標6-1 おもてなし力の向上と受入態勢の整備

「おもてなし」とは、観光客の立場に立ってサービス等を提供することにある。多様なニーズをもって本市に訪れた観光客の期待に応えるだけでなく、期待を上回るサービスを提供し、「感動」を与えるおもてなしを目指す。

多くの観光客は「富山らしさ」を期待しており、特に「富山の食」に関する期待は非常に高いものとなっている。その期待に応えていくため、観光客のニーズを共有しながら、官民一体となって、日々おもてなし力の向上に取り組んでいく。

また、外国人観光客が増加しているが、案内表示や観光情報ホームページ・パンフレット等の多言語化やデザインの統一等、外国人旅行者ができるだけストレスなく観光できるよう、国別の生活習慣にも配慮したサービス提供も推進する。

■新規事業

事業名	内容	実施主体
外国人受入態勢整備支援事業(再掲)	訪日外国人おもてなしセミナーの開催、飲食店等の案内看板や写真付多言語メニュー等の整備に対し助成し、総合的に受入態勢を推進する。	富山市（観光政策課）

■継続事業

事業名	内容	実施主体
富山市観光協会事業(再掲)	本市における観光事業の振興を図るとともに、地方産業並びに文化の発展向上に資する富山市観光協会に対し支援し、観光客誘致及び観光客の受け入れ態勢の強化を図る。	富山市（観光政策課）
観光サポーター研修事業(外国人向け観光ホスピタリティ研修支援事業)(再掲)	観光ボランティアガイドや、観光事業者等を対象に研修会を実施し、本市の魅力をPRできる人材の育成とホスピタリティの醸成を行う。また、研修会において外国人観光客向けのプログラムも組み入れ、インバウンド対策も強化する。	富山市観光協会（富山市）

事業名	内容	実施主体
公共交通従事者によるおもてなしの向上事業(マナーアップ)	来訪者をはじめとする公共交通利用者に向けたホスピタリティを高めるために、バスや路面電車等の従事者のマナーアップに向けた取組みを検討する。	富山市都市交通協議会 (交通政策課)
宿泊施設外国人向け設備導入奨励事業(再掲)	外国人観光客の受入態勢を整備するため、Wi-Fi等に係る無線LANの設備を導入する宿泊施設に対し、経費の一部を助成する。	富山市(観光政策課)
外国語表示案内板整備事業(再掲)	外国人観光客の受入態勢を整備するため、観光スポット等に外国語表示案内板を計画的に設置するとともに、観光関連施設へ外国語表示板を設置する事業者に対し助成する。	富山市(観光政策課)
二次交通利用促進事業(再掲)	市内宿泊観光客及び外国人観光客への路面電車の半額・無料利用券の配布や本市を訪れた観光客等にアヴィレ1日パスの半額を助成し、観光客の利便性向上や滞在型観光を推進する。	富山市(観光政策課)
滞在型観光・産業観光バスツアー補助事業(再掲)	本市の観光イベントの観覧又は体験メニューの利用を目的とした滞在型観光バスツアーに対し、ツアー費用を助成し、滞在型観光客の誘致を促進する。	富山市観光協会(観光政策課)



観光サポーター研修事業

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

観光振興は行政、観光協会やDMO等の観光関連機関、一般企業、市民が観光振興の重要性を理解し、相互の機能を発揮し一体的に取り組むことによって初めて成果が上がることから、協働による推進体制を構築するとともに、金融機関や官民ファンド、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。

特に、富山県の観光地域づくりの中核を担う組織として機能強化された、日本版DMOである公益社団法人とやま観光推進機構との更なる連携強化や富山市版DMO設立に向けた検討を行い、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推進する。

また、観光の現場に従事するタクシードライバー等の育成とスキルアップを図るための勉強会や研修会等の開催や、市民が「わがまち」に対して愛着や誇りを持てるよう、本市に関する幅広い知識を習得できる機会を創出するなど、観光人材の発掘、育成を行っていく。

■新規事業

事業名	内容	実施主体
観光関連事業者支援事業	観光関連の事業を起業する事業者や新規参入、再生する事業者に対し、ファンド等を活用した支援を行う。	富山市（観光政策課）
富山市版DMO設立事業(再掲)	富山市観光戦略プランで定めた成功要因（KPI）達成に向け、マーケティング機能や観光客受け入れ体制を強化するため、富山市版DMOの設立に向けて検討し、地域観光産業が活性化する仕組みづくりを行う。	富山市、観光事業者[飲食、宿泊、旅行、美術館等観光施設事業者等] (観光政策課)

■継続事業

事業名	内容	実施主体
観光タクシードライバースキルアップ事業	富山県タクシーセンターが行う、観光タクシードライバーのスキルアップのための研修事業に対して助成し、観光タクシーの充実と受入態勢の強化を図る。	富山市（観光政策課）
観光サポーター研修事業(外国人向け観光ホスピタリティ研修支援事業)(再掲)	観光ボランティアガイドや、観光事業者等を対象に研修会を実施し、本市の魅力をPRできる人材の育成とホスピタリティの醸成を行う。また、研修会において外国人観光客向けのプログラムも組み入れ、インバウンド対策も強化する。	富山市観光協会(観光政策課)

基本目標 6-3 観光満足度の向上とリピーターの獲得

観光客の満足度を高めるだけでなく、「驚き」や「感動」を与えられるおもてなし態勢を構築するため、観光関連事業者のおもてなし力の向上を図るとともに、本市全体でおもてなしの気運を高められるよう、市民への啓発活動を強化する。

さらに、満足度の向上と同時に、観光客がまた本市を訪れたいくなるよう、リピーター獲得に向けた体制づくりを行う。リピーターを形成するには人的なつながりが重要となり、まずは市民一人ひとりが富山の価値や歴史を知り、地域を愛し、誇りを持つ、シビックプライドの醸成が重要であることから、訪れる観光客だけでなく、市民に対しても情報発信を行っていく。

■新規事業

事業名	内容	実施主体
観光満足度調査事業	富山市内の観光地数か所において定点調査を実施し、観光客の動態を調査するとともに、富山市観光の期待度や満足度など指標の目標数値の測定を行い、今後の観光振興施策推進に活用する。	富山市（観光政策課）

■継続事業

事業名	内容	実施主体
選ばれるまちづくり事業(再掲)	シティプロモーション、シビックプライドの2つの観点から総合的な取り組みを展開し、「暮らし続けたいまち、訪れたいまち、帰りたいまち（h o m i n g）」として、市内外のより多くの方から「選ばれるまち」となることを目指す。	富山市（広報課）
観光サポーター研修事業(外国人向け観光ホスピタリティ研修支援事業)(再掲)	観光ボランティアガイドや、観光事業者等を対象に研修会を実施し、本市の魅力をPRできる人材の育成とホスピタリティの醸成を行う。また、研修会において外国人観光客向けのプログラムも組み入れ、インバウンド対策も強化する。	富山市観光協会(観光政策課)



松川とセントラム



ガラス美術館

基本目標 6-4 富山駅周辺を中心としたインフラ整備

北陸新幹線の開業に合わせ、路面電車南北接続事業の第1期区間（富山駅南口広場から北陸新幹線富山駅高架下まで）が開業し、北陸新幹線高架下へ市内電車が乗り入れを開始すると共に、高架下において新たな停留場「富山駅」が供用を開始している。

第2期区間（富山駅北口広場からあいの風とやま鉄道高架下まで）については、あいの風とやま鉄道の高架化後に工事着手の予定であり、完成すれば、これまでJR富山駅の南側と北側に分断されていた路面電車が高架下で接続することになり、利用者の利便性は飛躍的に向上する。

JR富山駅は、本市が広域観光交流拠点を目指す上で必要不可欠な起点となるため、今後も富山駅周辺の土地区画整理事業や路面電車南北接続事業を推進し、観光客の利便性向上を図る。

■新規事業

事業名	内容	実施主体
富山駅案内所配置検討事業	富山駅の南北接続に向け、富山駅構内で観光客や公共交通利用者に向けた「案内所」の適正配置を検討する。	富山県、富山市、(公社)とやま観光推進機構、鉄道事業者（観光政策課）

■継続事業

事業名	内容	実施主体
路面電車南北接続事業	富山駅の南側と北側に分断されている路面電車を交通結節拠点である富山駅の高架下で接続することにより、富山駅での乗換利便性を高めるとともに、富山駅を中心としたLRTネットワークを形成し、観光客の回遊性向上を図る。	軌道運送事業者、富山市（路面電車推進課）
富山駅周辺地区南北一体的なまちづくり事業	北陸新幹線の高架乗り入れと富山駅付近連続立体交差事業に併せて自由通路の整備等を行い、南北一体的なまちづくりにより、観光客の利便性向上を図る。	富山市（富山駅周辺地区整備課）
富山駅周辺土地区画整理事業	北陸新幹線建設事業や在来線高架化工事と合わせて、駅前広場整備や都市計画道路など基盤整備、土地利用の高度化を目的とした土地区画整理事業を行い、観光客の利便性向上を図る。	富山市（富山駅周辺地区整備課）



JR富山駅とセントラム



AMAZING TOYAMA

第4章 観光戦略プランの推進体制

1. 推進体制の役割と連携

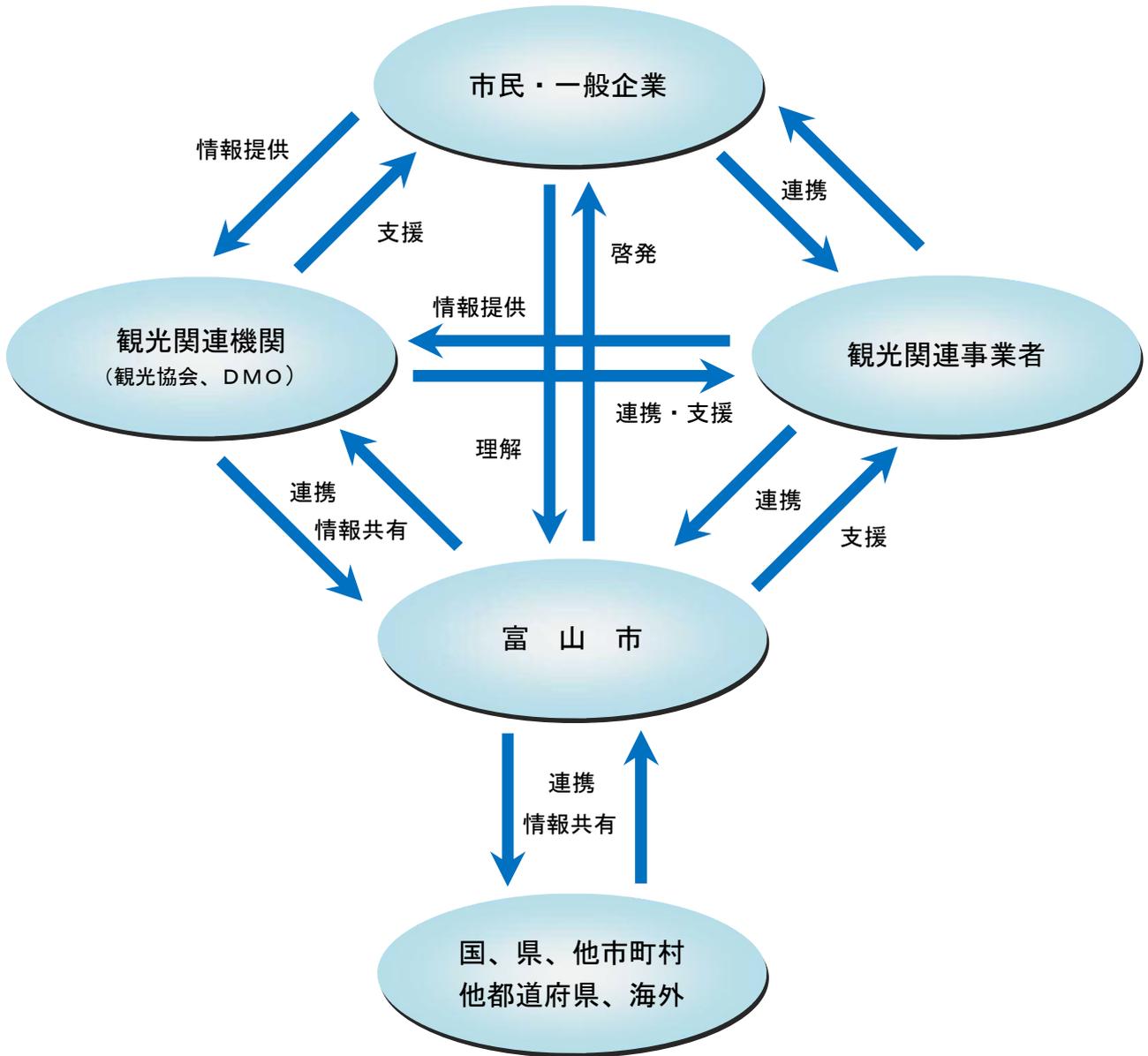
本プランの推進にあたっては、行政、観光協会やDMO等の観光関連機関、観光関連事業者、市民・一般企業が観光振興の重要性や相互の役割を理解し、連携しながら一体的に取り組むことが重要であるため、協働による推進体制をより強化していく。

また、本プランが目指す将来の観光像の実現のため、目標とする指標や各事業の進捗状況を定期的に評価、改善し、実効性の高い施策展開を図る。

■推進体制の役割

主 体	主な役割
①富山市	<ul style="list-style-type: none"> 観光戦略の基本戦略等を分かりやすく説明し、共感を得て、観光まちづくりやおもてなし力の向上に取り組む市民・団体の拡大を図る。 観光地・施設の整備運営や情報の発信、広域連携の強化等様々な取り組みの実施主体に対するバックアップ等を実施する。 先導的な観光振興事業の立案・実行・評価・改善を行う。 都市計画、交通、農林漁業、教育委員会等全庁的な観点から、観光まちづくりを推進する。 富山市観光戦略プランの推進を目的に、観光関連事業者や一般企業等の各種団体との調整や連携のコーディネートを行い、支援体制を構築する。
②観光関連機関 (観光協会、DMO、 実行委員会等)	<p>【観光協会】</p> <ul style="list-style-type: none"> 情報提供や誘客促進のためのPR活動等の観光振興事業を積極的に展開する主体となるとともに、富山市の魅力が発信できるよう、富山市や各種団体等との連携を深め、協働体制を確立する。 <p>【DMO】</p> <ul style="list-style-type: none"> マーケティング機能や観光客受け入れ体制を強化するため、富山市版DMOの設立に向けて検討し、地域観光産業が活性化する仕組みづくりを行う。 <p>【実行委員会】</p> <ul style="list-style-type: none"> 組織運営にあたっての自主性を確保することを通じて、イベント事業の活性化、新たな観光資源の発掘、人材育成、受入態勢の整備等観光まちづくりのコーディネートを行う。
③観光関連事業者	<ul style="list-style-type: none"> 富山市観光の主体として、積極的な観光客の誘客促進や、外国人対応を含めたおもてなし力のレベルアップから観光客の満足度向上を図る。 富山市や観光関連機関等と連携し、富山の魅力向上を図るとともに、観光客に対するおもてなしの心を育む人材の確保・育成を図る。 民間企業ならではのアイデアで、観光ビジネスへの新規参入や事業の再生を行う。
④市民・一般企業	<ul style="list-style-type: none"> 富山市の価値や歴史を知り、地域を愛し、誇りを持ち、観光客を温かく迎えるとともに、富山の魅力を発信する。 観光まちづくりや、観光地の美化・清掃活動に取り組み、その活動を周囲が評価する風土を醸成する。

■推進体制のイメージ



参考資料

1. 富山市観光戦略プラン策定経緯

(1) 富山市観光戦略プラン策定委員会委員名簿

分野	所属団体	役職名	委員氏名
有識者	富山大学地域連携推進機構	副機構長・教授	金岡 省吾
有識者	富山国際大学現代社会学部	教授	高橋 光幸
有識者	日本政策投資銀行	富山事務所長	鶴殿 裕
旅客輸送	富山地方鉄道株式会社	専務取締役 兼 企画部長	中田 邦彦
旅客輸送	全日本空輸株式会社	富山支店長	西尾 敏
経済	富山商工会議所	理事・事務局長 兼 企画総務部長	富田 光國
経済 (コンベンション)	公益財団法人 富山コンベンションビューロー	事務局長	喜多 美月
経済 (観光事業者)	富山市観光協会	事務局長	佐近 成昭
経済 (観光事業者)	株式会社JTB中部	富山支店長	古邸 幸裕
経済 (着地型観光)	株式会社エコロの森	代表	森田 由樹子
オブザーバー	富山市企画管理部広報課 (ANA総合研究所)	富山市地域づくりマネージャー	松丸 祥子

(2) 富山市観光戦略プラン策定委員会開催日程

日程・時期	イベント	内容
8月29日(月) 14時～ 第3委員会室	第1回策定委員会	プラン(素案)の検討 ・観光の将来像 ・基本戦略
9月26日(月) 14時～ 第4委員会室	第2回策定委員会	プラン(素案)の検討
10月18日(火) ～10月24日(月)	HPへ掲載／パブリックコメント	
11月10日(木) 10時～ 第2委員会室	第3回策定委員会	プラン(素案)の確認

2. 用語解説

◇アヴィレ

市内各所に設置された「ステーション」から、自由に自転車を利用し、任意のステーションに自転車を返却することができる新しいレンタサイクルのこと。

◇アフターコンベンション

見本市・シンポジウム・博覧会など、コンベンションのあとの催しや懇親会のこと。

◇インバウンド

「インバウンドツーリズム」の略。外国人の訪日旅行。また、訪日旅行者のこと。

◇キラークンテンツ

ある分野において、集客する力のある魅力的な情報やソフトウェアなどのこと。

◇シナジー効果

相乗効果のこと。1+1が2以上の効果を生むことを指す言葉。

◇シビックプライド

市民一人ひとりの「わがまち」に対する愛着や誇りのこと。

◇トリエンナーレ

3年に一度開かれる国際美術展覧会のこと。

◇フィルム・コミッション

映画等の撮影場所誘致や撮影支援をする機関。また、映画撮影などを誘致することによって地域活性化、文化振興、観光振興を図ること。

◇フォーリンプレス

魅力ある観光資源、産業などを、海外メディアを通して情報発信すること。

◇ブラッシュアップ

磨き上げること。学問などの再勉強や鈍った腕や技の磨き直し。また、一定のレベルに達した状態からさらに磨きをかけること。

◇プロモーション

消費者の購買意欲を喚起するための活動のこと。主な手段として人的販売、広告、パブリシティ、セールス・プロモーションなどがある。

◇ホスピタリティ

心のこもったもてなし。手厚いもてなし。歓待。また、歓待の精神のこと。

◇DMO

Destination Management Organization の略。観光物件、自然、食、芸術・芸能、風習、風俗など当該地域にある観光資源に精通し、地域と協同して観光地域作りを行う法人のこと。

◇FIT

Foreign Independent Tour の略。団体旅行やパッケージツアーを利用することなく個人で海外旅行に行くこと。

◇KPI

重要業績評価指標、Key Performance Indicators の略。組織の目標達成の度合いを定義する補助となる計量基準群のこと。

◇LRT

Light Rail Transit の略。低床式車両の活用や軌道・電停の改良による乗降の容易性、定時性、速達性、快適性などの面で優れた特徴を有する次世代の軌道系交通システムのこと。

◇MICE

Meeting（会議・研修・セミナー）、Incentive tour（報奨・招待旅行）、Convention または Conference（大会・学会・国際会議）、Exhibition（展示会）の頭文字をとった造語で、ビジネストラベルの一つの形態のこと。参加者が多だけでなく、一般の観光旅行に比べ消費額が大きいことなどから、MICEの誘致に力を入れる国や地域が多い。

◇OECD

経済協力開発機構、Organisation for Economic Co-operation and Development の略。ヨーロッパ、北米等の先進国によって、国際経済全般について協議することを目的とした国際機関のこと。

◇PDCAサイクル

事業活動における生産管理や品質管理などの管理業務を円滑に進める手法の一つ。Plan（計画）→ Do（実行）→ Check（評価）→ Act（改善）の4段階を繰り返すことによって、業務を継続的に改善すること。

◇SNS

ソーシャル・ネットワーキング・サービス、social networking service の略。インターネット上の交流を通して社会的ネットワーク（ソーシャル・ネットワーク）を構築するサービスのこと。

◇Wi-Fi

無線で通信する機器がお互いに問題なく接続可能になる方式のこと。