

富山市観光戦略プラン (素案)

平成 28 年

富山市商工労働部観光政策課

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. 富山市の観光の課題	33
(1) 観光を取り巻く環境の変化	33
(2) 富山市観光振興の課題	34
第2章 観光戦略プランの基本的な考え方	36
(1) 観光戦略のポイント	36
(2) 富山市が目指す観光像	36
(3) 基本戦略	37

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、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

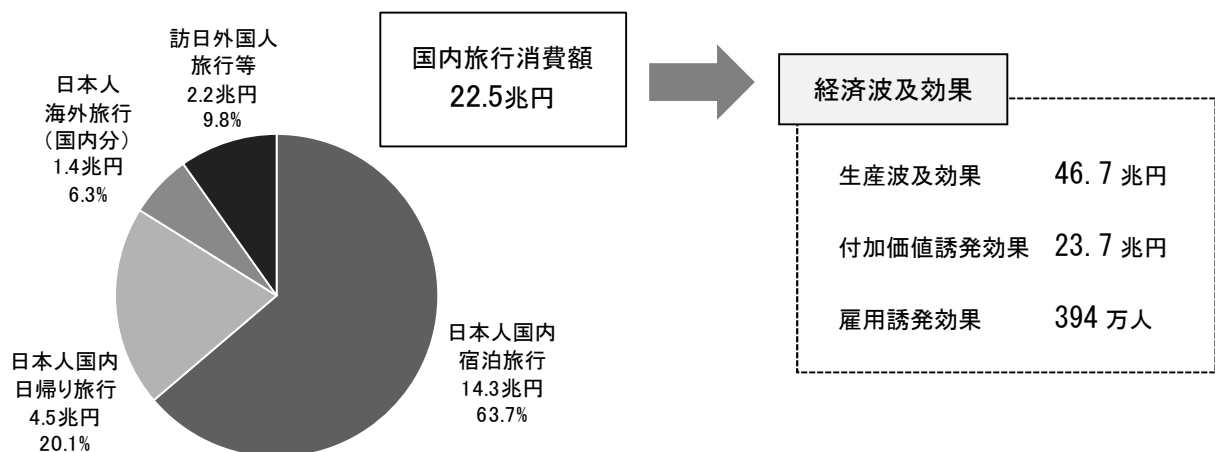
(1) 国内旅行の市場動向

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」

■日本人の国内旅行における延べ旅行者数の推移

(千人回)

	宿泊旅行				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	-
2011年	313,561	△ 1.3	166,678	△ 1.4	92,929	2.2	53,954	△ 6.3
2012年	315,549	0.6	171,759	3.0	91,604	△ 1.4	52,186	△ 3.3
2013年	320,416	1.5	176,421	2.7	92,761	1.3	51,233	△ 1.8
2014年	297,343	△ 7.2	160,026	△ 9.3	86,385	△ 6.9	50,932	△ 0.6

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。

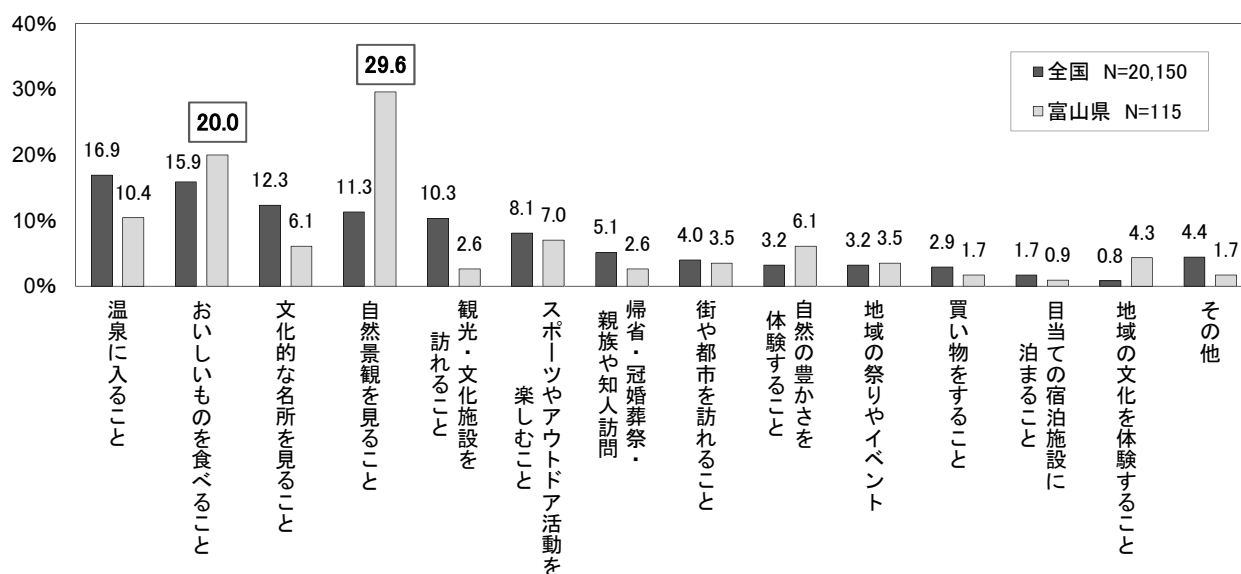
■国内旅行のマーケットシェア

(%)

		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



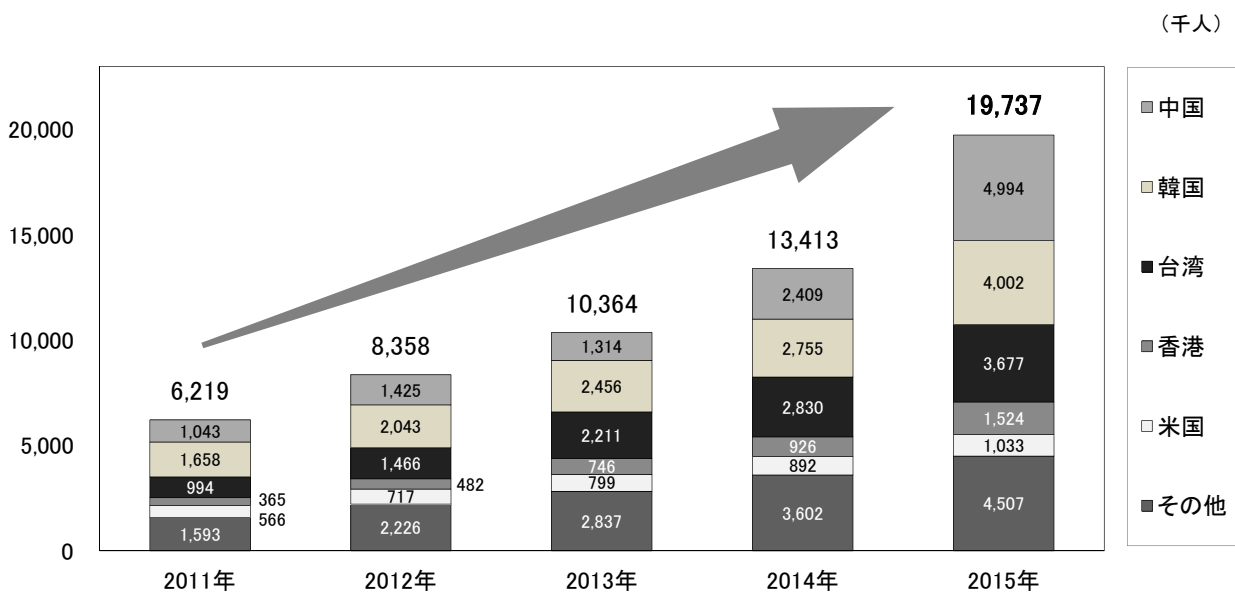
資料：財団法人日本交通公社「旅行年報 2015」

（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。

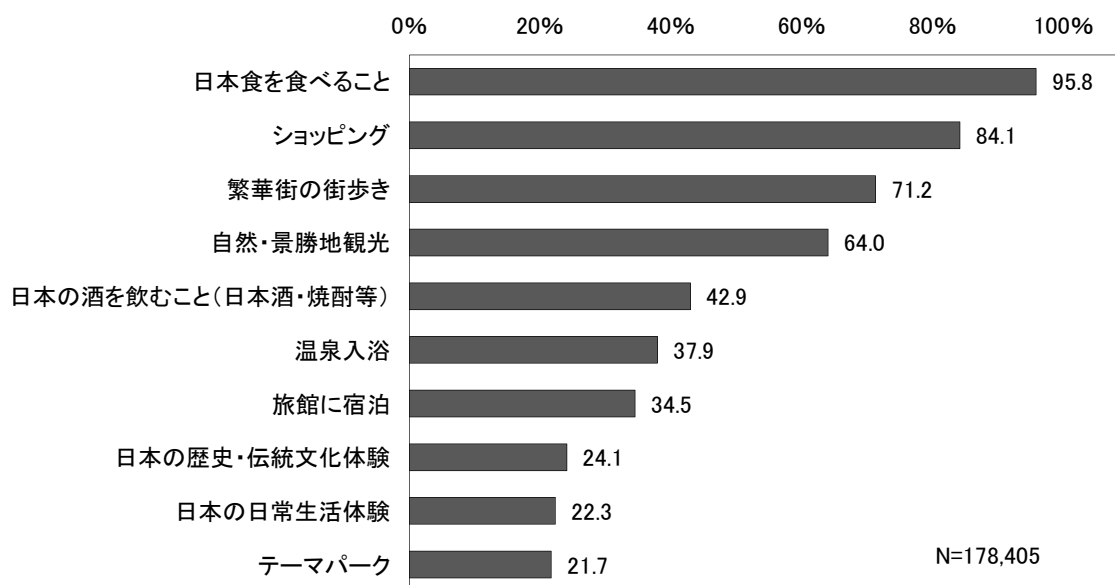
訪日外国人観光客の活動は、「日本食を食べること」（95.8%）が最も多く、次いで「ショッピング」（84.1%）、「繁華街の街歩き」（71.2%）、「自然・景勝地観光」（64.0%）となっており、日本文化に触れ景勝地を観光する行動が多くなっている。

■訪日外国人観光客



資料：日本政府観光局「訪日外客の動向」

■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」

(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

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

（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

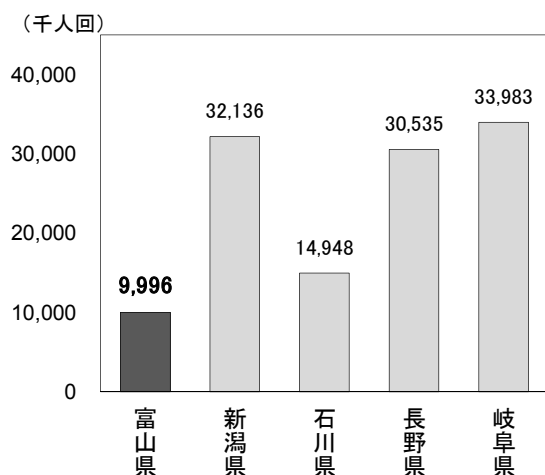
(1) 富山県の観光の現状

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。

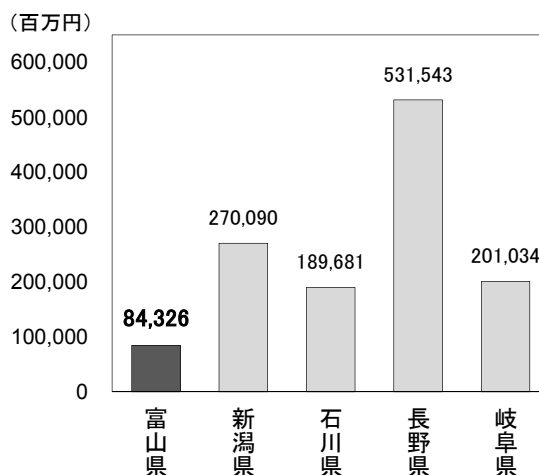
富山県の観光入込客数は 9,996 千人回、隣接県では「岐阜県」(33,983 千人回) が最も多く、次いで「新潟県」(32,136 千人回)、「長野県」(30,535 千人回) となっており、いずれも富山県の 3 倍以上となっている。

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

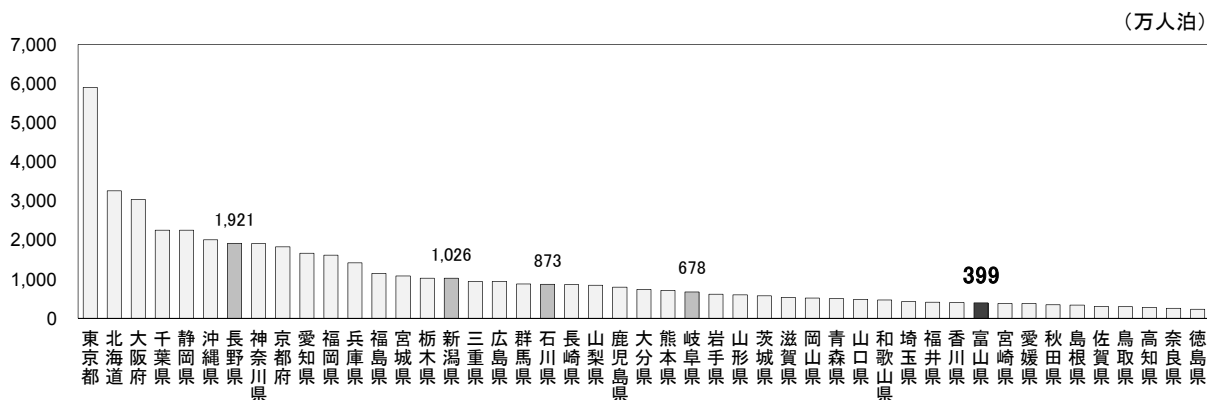


資料：全国観光入込客統計に関する共通基準

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)



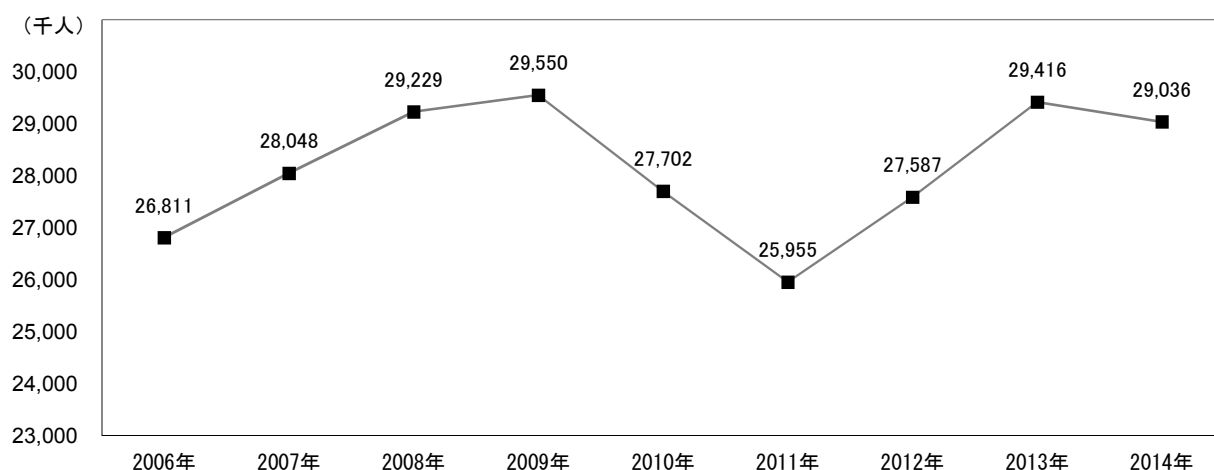
資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

富山県の観光客入込客数(延べ数)は社会現象や東日本大震災の影響等による変動はあるものの、概ね2500万人から3000万人の間で推移している。

主要観光地・施設の入込客数は、「富岩運河環水公園」が約139万人と最も多く、次いで、「氷見漁港場外市場ひみ番屋街(総湯含む)」(約115万人)、「道の駅福光」(約100万人)となっている。

イベント・祭りの入込数(延べ数)では、「とやみチューリップフェア」(約29万人)が最も多いものの、本市の「山王まつり」、「富山まつり」、「とやmas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: 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)

	名称	市町村	入込数
1	富岩運河環水公園	富山市	1,390,044
2	氷見漁港場外市場ひみ番屋街(総湯含む)	氷見市	1,147,500
3	道の駅福光	南砺市	995,304
4	海王丸パーク	射水市	990,200
5	立山黒部アルペンルート	立山町	908,750
6	高岡古城公園	高岡市	821,500
7	県民公園太閤山ランド	射水市	717,607
8	道の駅カモンパーク新湊	射水市	708,988
9	五箇山	南砺市	707,000
10	桜ヶ池	南砺市	586,037

■イベント・祭りの入込数(延べ数) (人)

	名称	市町村	入込数
1	となみチューリップフェア	砺波市	285,000
2	山王まつり	富山市	250,000
3	富山まつり	富山市	222,000
4	とやmasノーピアード	富山市	212,700
5	おわら風の盆	富山市	200,000
6	高岡七夕まつり	高岡市	157,000
7	高岡古城公園桜まつり	高岡市	136,500
8	福岡町つくりもんまつり	高岡市	130,000
9	高岡万葉まつり	高岡市	125,000
10	全日本チンドンコンクール	富山市	120,000

資料: 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

本市には、神通川、常願寺川等の一級河川によって形成された富山平野が広がり、西部には、なだらかな呉羽丘陵が横たわる。南東部を見渡すと雄大な立山連峰を一望でき、北部に目をやると、シロエビ、ホタルイカ等豊富な魚介類の宝庫である富山湾が広がっている。

市街地は、東西と南北に基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運行されているため、旅行客やビジネス客等の利便性が高いことがあげられる。

■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・動植物園等	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	・富岩連環水公園	・富山城址公園 ・石倉町延命地蔵尊 ・松川べり彫刻公園	・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 ・広貴堂資料館 ・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 ・きとときと市場 ・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 ・富岩水上线 ・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	・水橋郷土史料館	・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 ・株リッチェル ・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		・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 ・タワートリプルワンビル
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	・富山土人形工房 ・飯神化成工業株 ・樹齊藤製作所 ・JAなのはな呉羽梨選果場 ・源ますのすしミュージアム ・富山市産業資料館 ・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 ・輪坂神社 ・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「海頭館」	・北日本新聞社越中座 ・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 ・富山市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	
大沢野・細入地域	・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 ・大山カメラリアントリークラブ ・ジッパラインアドベンチャー	・亀谷温泉郷 ・立山山麓温泉郷 ・栗巣野温泉 ・白樺ハイッ	

※分類は日本観光協会・全国観光統計基準による

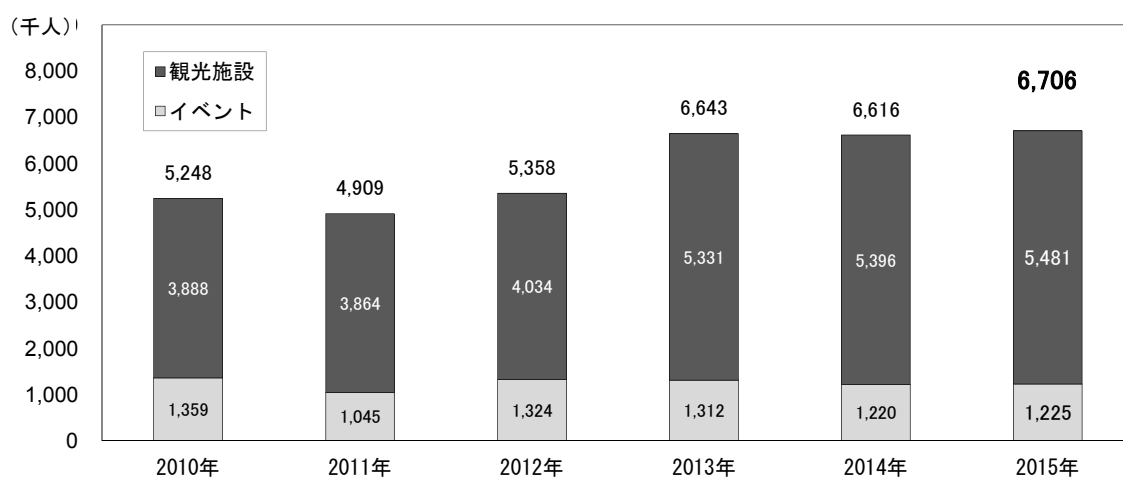
②入込客数

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。

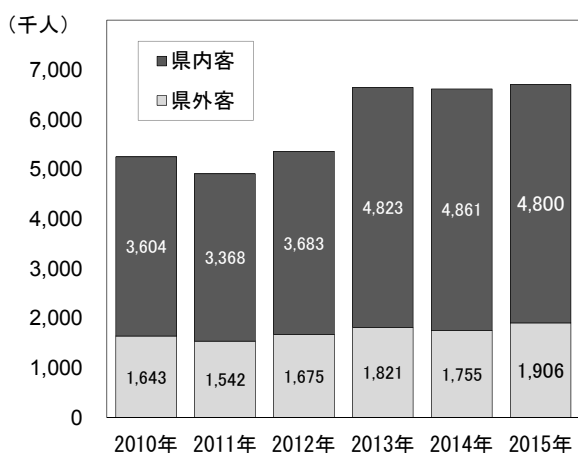
宿泊・日帰り客別にみると、2015年は日帰り客が525万人（78.2%）と、宿泊客（146万人、21.8%）に比べて多くなっている。近年の推移をみると、日帰り客は増加傾向にあるが、一方で宿泊客はほぼ横ばいとなっている。

■観光客入込数の推移

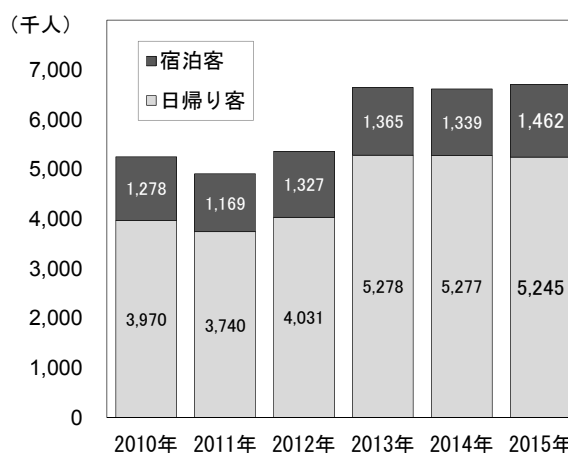


資料：富山市観光政策課統計

■県内外別入込客数



■宿泊・日帰り別入込客数

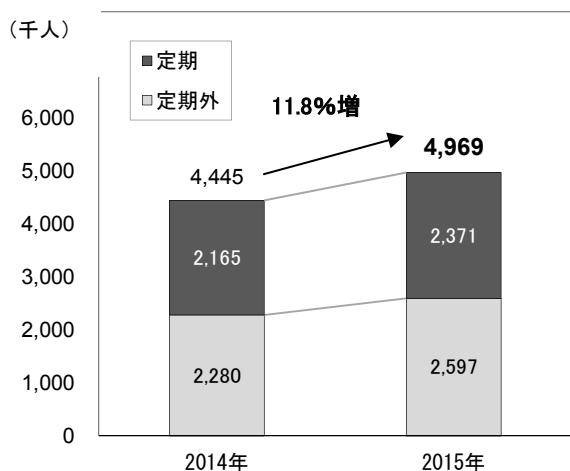


資料：富山市観光政策課統計

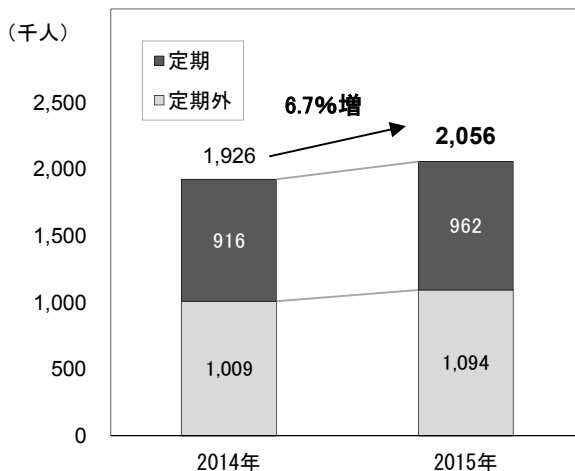
③新幹線開業効果

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、富山地铁市内電車（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。

■富山地铁市内電車利用状況（輸送人員）



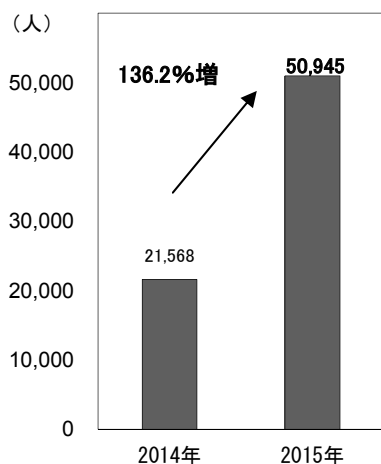
■富山ライトレール利用状況（輸送人員）



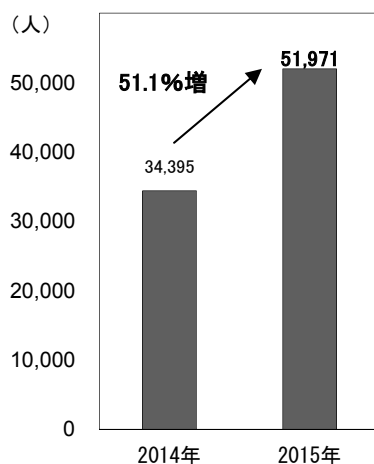
資料：富山市観光政策課統計

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。

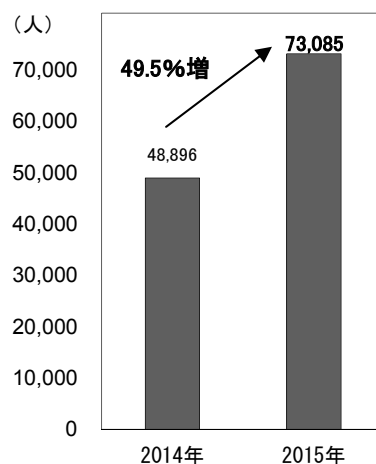
■富岩水上ライン利用者



■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

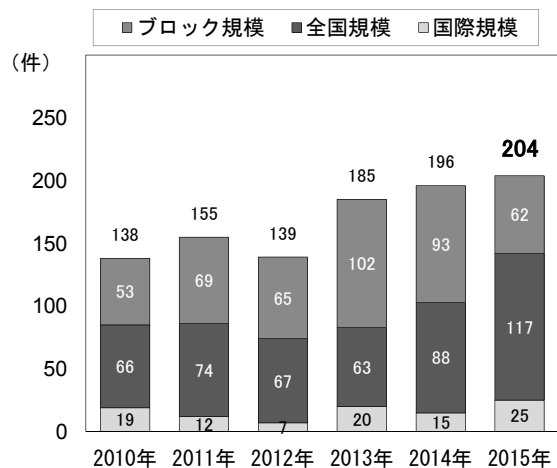
③コンベンション

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。

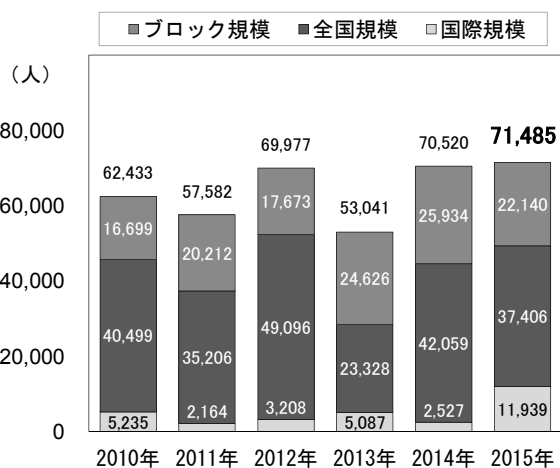
2015年の本市開催コンベンションの参加者の居住地内訳は、県内と県外がほぼ半々となっており、入込客数の同内訳（県外28.4%、県内71.6%）に比べて県外の割合が高い。

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

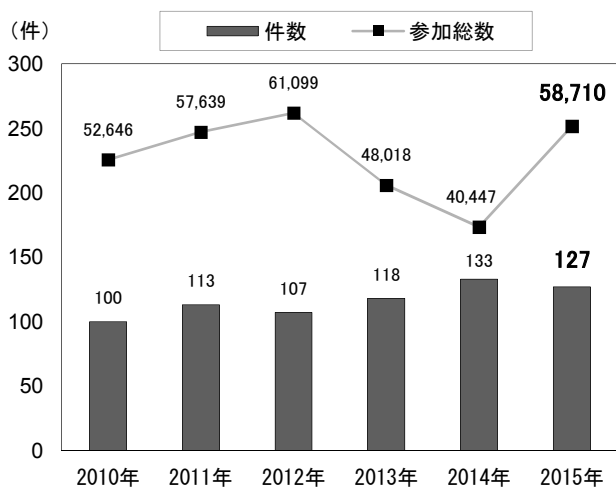


■富山市開催コンベンション参加者数推移

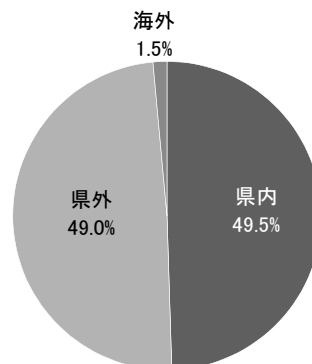


資料：富山市観光政策課統計

■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

④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、2014 年には約 146,576 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、2014 年には 170,838 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、2014 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」が全体の大半を占めているが、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)

	2009 年	2010 年	2011 年	2012 年	2013 年	2014 年	対前年比
総 数	62,441	96,461	58,957	81,277	129,255	146,576	113.4%
台湾	21,285	31,591	24,121	33,539	56,220	67,658	120.3%
韓国	11,037	25,183	9,040	10,415	16,031	12,743	79.5%
中国	7,932	13,842	11,288	11,753	11,759	13,084	111.3%
香港	6,044	8,546	2,629	5,399	13,994	15,301	109.3%
タイ	1,354	1,812	747	3,243	7,240	8,223	113.6%
小計	47,652	80,974	47,825	64,349	105,244	117,009	111.2%

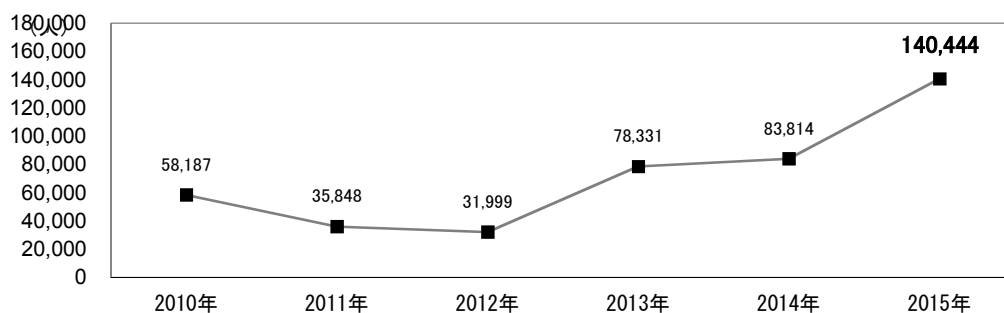
資料：富山県観光客入込数

■立山黒部アルペンルートの訪日団体観光客数 (人)

	2009 年	2010 年	2011 年	2012 年	2013 年	2014 年	対前年比
総 数	68,517	96,966	54,357	88,964	145,314	170,838	117.6%
台湾	49,042	62,203	45,942	65,398	105,613	125,872	119.2%
韓国	5,913	16,558	3,119	7,278	10,488	9,156	87.3%
中国	294	1,007	309	408	347	532	153.3%
香港	9,043	11,479	3,669	7,900	15,408	13,604	88.3%
タイ	3,447	3,224	727	4,633	8,122	12,544	154.4%
小計	67,739	94,471	53,766	85,617	139,978	161,708	115.5%

資料：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

(3) 富山市観光実践プランの実績及び進捗状況

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	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（薬業物産課）	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）（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	園芸ブランド強化事業	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 イタリアーノ事業	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、お土産品店の誘致促進	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	パ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、文化国際課、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	アドベンチャー施設利用助成事業	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、文化国際課、環境政策課、薬業物産課、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

基本方針３：戦略的なＰＲ

■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 万人	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ＰＲ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 PR 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（薬業物産課）	継続して実施中
9	観光キャンペーン事業	富山県観光連盟（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（薬業物産課）	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（観光振興課）	継続して実施中
2	SNS による発信と交流	富山市（観光振興課）	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	PR 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）	27 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、路面電車推進室、富山駅周辺地区都市整備事務所）	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	(23 年単年度事業) 富山市（観光政策課）	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）	継続して実施中
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	J R、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	J R、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、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（交通政策課、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	フォーリンプレスツアー事業	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	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)	16.4万人	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、路面電車推進室、富山駅周辺地区都市整備事務所）	26年度終了事業
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	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	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	観光協会、民間事業者（観光政策課）	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、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	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、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	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（土） 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

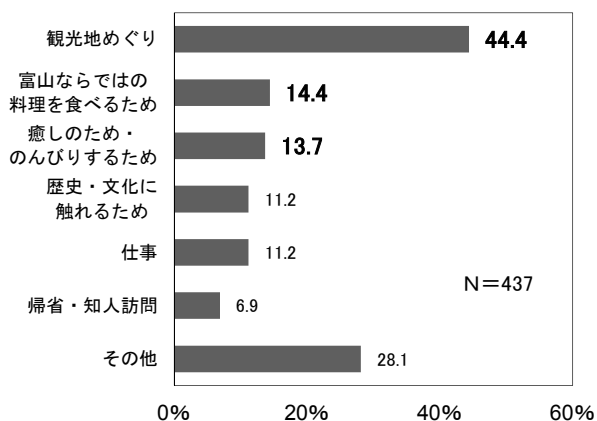
都道府県	回答者数(人)	割合(%)
東京都	79	18.1
富山県内	50	11.4
石川県	44	10.1
神奈川県	39	8.9
埼玉県	32	7.3
長野県	23	5.3
愛知県	20	4.6
栃木県	17	3.9
大阪府	15	3.4
千葉県	14	3.2
新潟県	14	3.2
その他	90	20.7
合 計	437	100.0

①富山市への訪問理由・目的と訪問回数

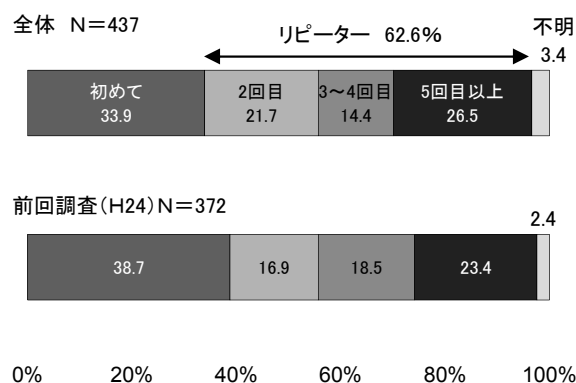
本市への訪問理由をみると、「観光地めぐり」(44.4%)が最も多く、次いで「富山ならではの料理を食べるため」(14.4%)、「癒しのため・のんびりするため」(13.7%)となった。

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



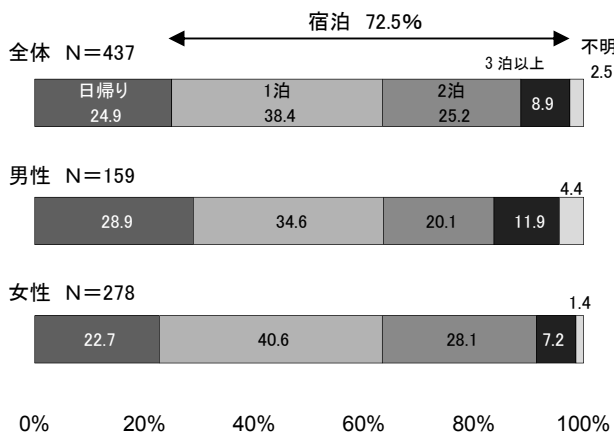
②宿泊と情報媒体

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。

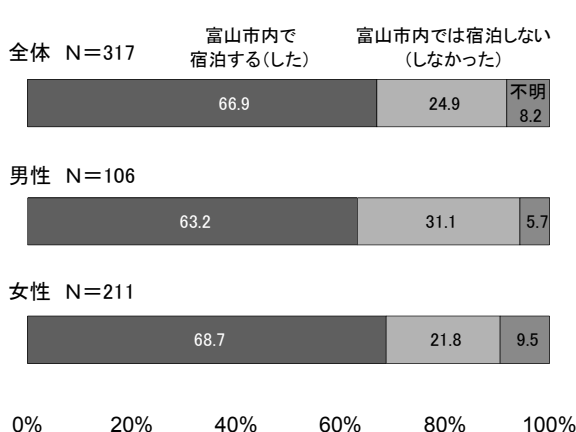
男女別にみると、女性は「宿泊」が75.9%と男性に比べて9.3ポイント多くなっている。

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



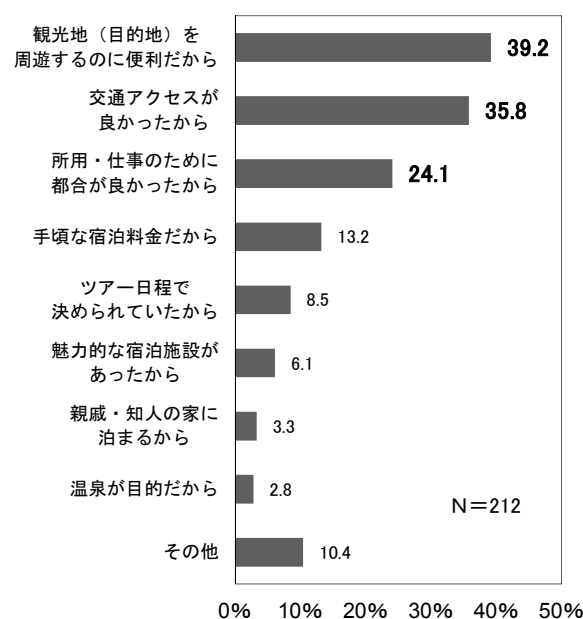
■富山市内での宿泊



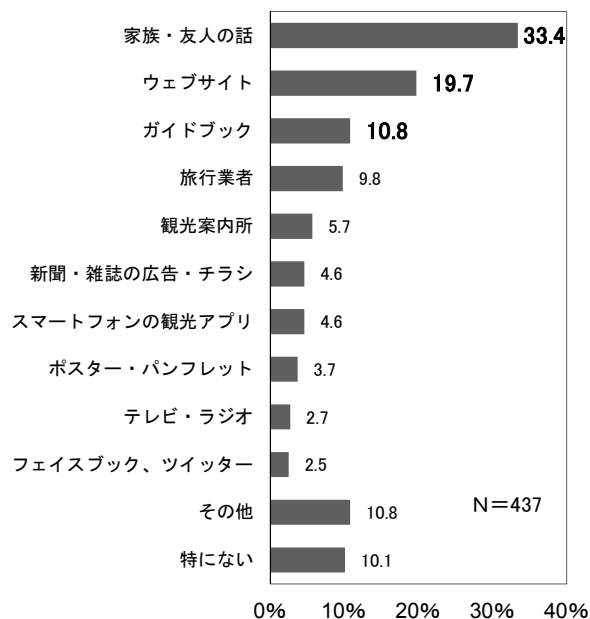
本市内で宿泊する（した）方 212 人に、本市を選んだ理由を聞いたところ、「観光地（目的地）を周遊するのに便利だから」（39.2%）が最も多く、次いで「交通アクセスが良かったから」（35.8%）、「所用・仕事のために都合が良かったから」（24.1%）となっており、本市が観光・ビジネス等の宿泊拠点となっていることが分かる。

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）



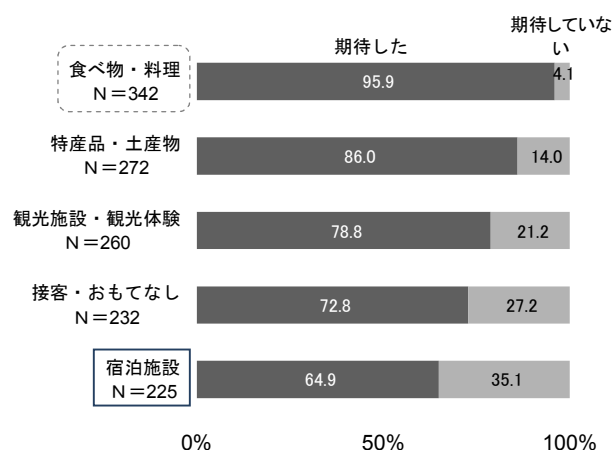
③富山市観光の期待度と満足度

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。

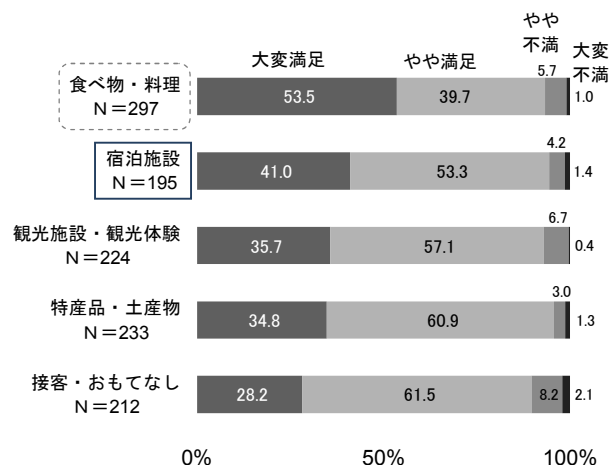
満足度をみると、「大変満足」の割合は「食べ物・料理」（53.5%）と最も多く、次いで「宿泊施設」（41.0%）、「観光施設・観光体験」（35.7%）となった。

「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	【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 【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

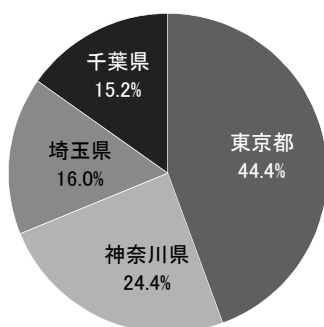
【回答者の属性】

■性別・年齢

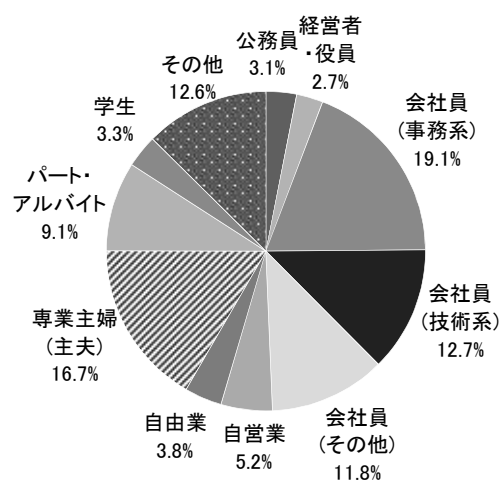
（上段：人、下段：％）

	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 22.0	113 20.0	132 23.4	564 100.0
女 性	74 13.7	122 22.5	119 22.0	95 17.5	132 24.4	542 100.0

■居住地 N=1,106



■職業 N=1,106

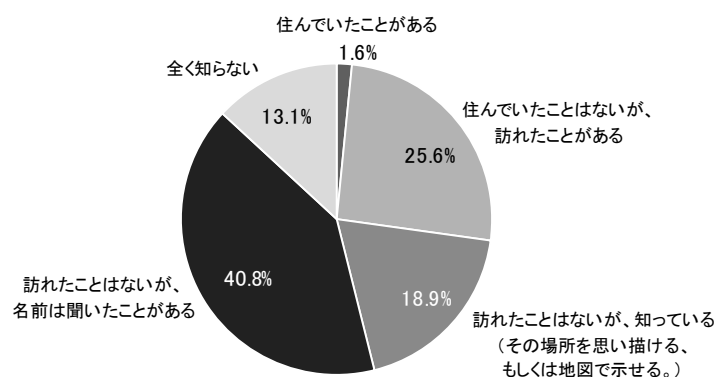


【一次調査】

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

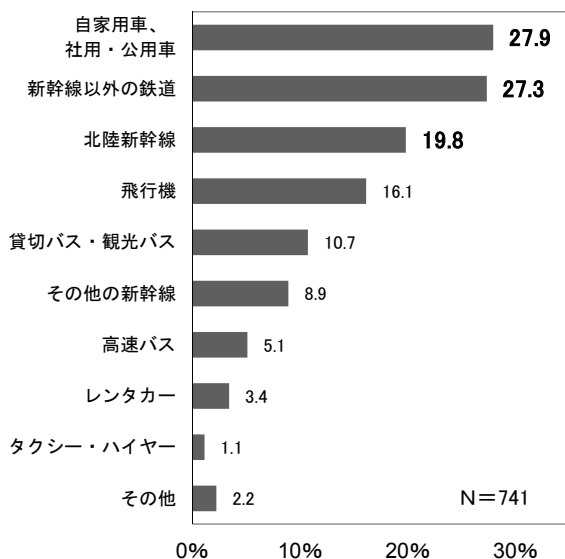


【二次調査】

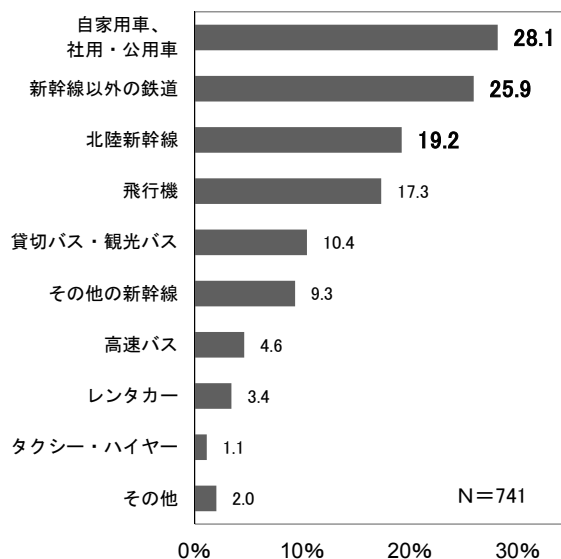
①交通手段

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。

■往路で使った交通機関（複数回答）

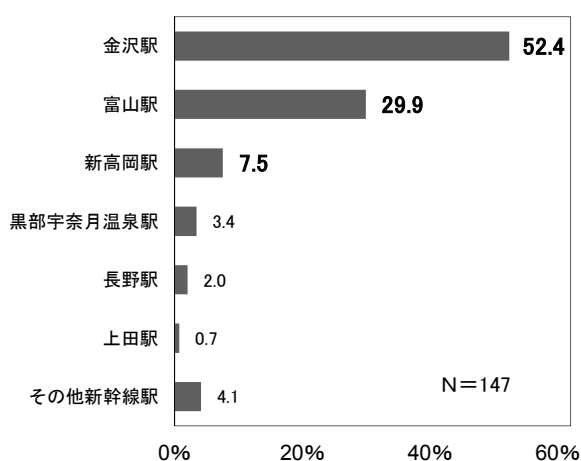


■復路で使った交通機関（複数回答）

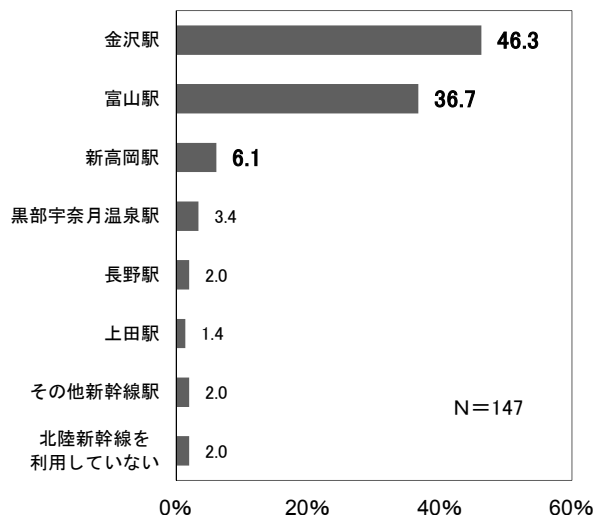


本市を訪れた際に北陸新幹線を使用した 147 人の利用した新幹線駅をみると、降車駅は「金沢駅」(52.4%) が最も多く、次いで「富山駅」(29.9%)、「新高岡駅」(7.5%) となっている。乗車駅は「金沢駅」(46.3%) が最も多く、次いで「富山駅」(36.7%)、「新高岡駅」(6.1%) となっている。「金沢駅」は乗車駅よりも降車駅の割合が多いのに対して「富山駅」は降車駅よりも乗車駅の割合が多いことから、「金沢駅」で降車して「富山駅」で乗車する方が、その逆のパターンよりも多いということになる。

■降車駅



■乗車駅

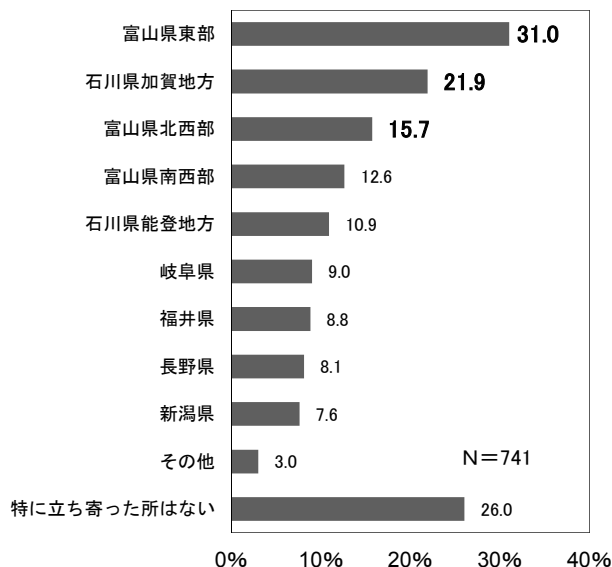


②富山市来訪の前後に立ち寄った場所

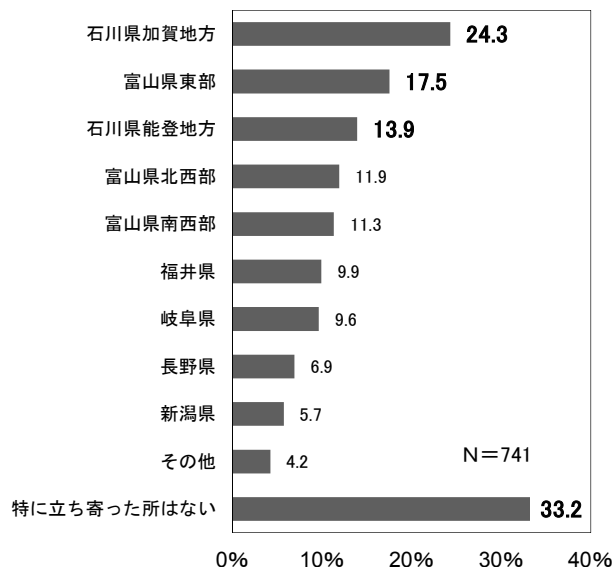
本市来訪時に本市の前に立ち寄った場所は「富山県東部」(31.0%) が最も多く、次いで「石川県加賀地方」(21.9%)、「富山県北西部」(15.7%) となった。

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）



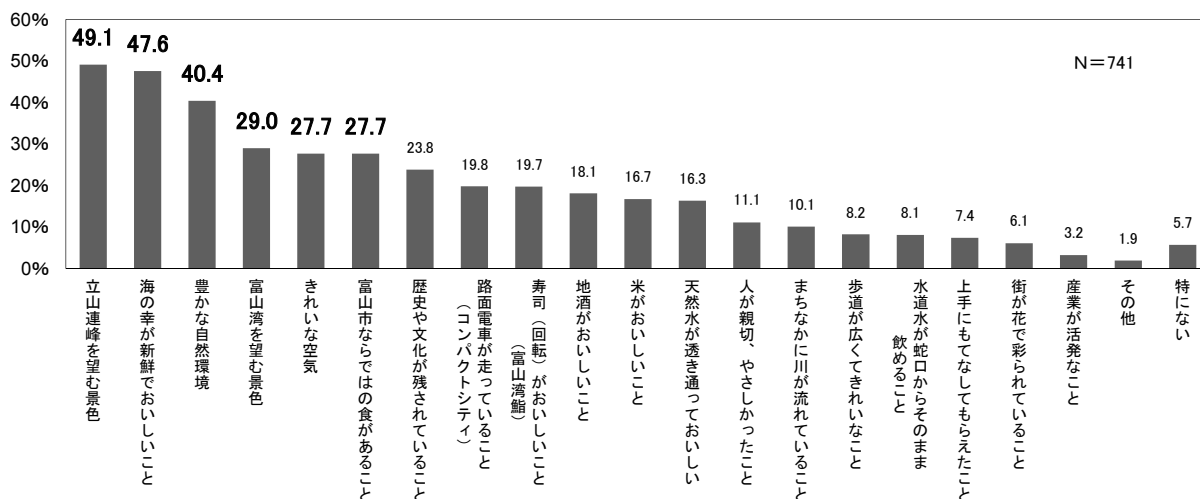
■富山市の後に立ち寄った場所（複数回答）



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、「ホタルイカ」(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(シロエビやホタルイカなど)」(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）

	項 目	割合 (%)
1	ホタルイカ	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）

	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 ホタルイカなど)	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

3. 富山市の観光の課題

(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インバウンド対策

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。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ことが想定される。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）富山市観光振興の課題

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、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ている。そのイメージを意識しながら、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。

②地域特性を活かした人的交流の促進

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。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五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ため、コンベンション開催の優位性は本市最大の強みと言える。

また、修学旅行、大学等のスポーツ合宿の誘致など本市の固有の地域資源を活用し、多彩な人的交流の拠点として、MICE（Meeting、Incentive Travel、Convention、Exhibition/Event の総称）誘致を推進する必要がある。

③訪日外国人旅行者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が続くと推測されている。国内に無数にある観光地の中で、本市が外国人旅行者から選ばれるためには、現状の本市にける外国人旅行者対応をハード、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。

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・育成等が重要である。

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、シロエビやホタルイカ、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「特産品・土産物」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多く見受けられた。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認識し、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。

(2) 富山市が目指す観光像

■将来の観光像（案）

創造と交流のゲートウェイシティとやま

本市は、コンパクトシティ戦略による持続的なまちづくりを行い、市民をはじめとした富山市に関わる多くの方々が、「わがまち」に対して愛着や誇りを抱く「シビックプライド」を育むことが大切であると考えており、市民一人ひとりがこの「シビックプライド」を持ち、観光のみならず、経済、社会、文化等の面において、自ら積極的にまちづくりに参画することこそ本市の理想とするところであり、そうしたまちの姿は、本市へ訪れた観光客を惹きつける魅力、憧れとなる。

本市が目指す将来の観光像は、現行の観光実践プランと同様に、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し、多様な目的を持つ人が交流する「観光」を目指しながら、さらに日本国内だけでなく世界中の人々が、出会い、集い、交流を深め、新たな発想・発見が創造されるゲートウェイの役を担う新時代の交流都市となることである。

(3) 基本戦略

富山市観光戦略プランの基本戦略は以下のとおりである。

基本戦略 1 創 出

富山らしい魅力の創出と戦略的プロモーション

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の創出を図る。

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て最適な手段、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。

基本戦略 2 発 信

インバウンド対策の推進

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」を強力に推し進めており、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。

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、ハード、ソフトの両面からインバウンドへの対策を推進していく。

基本戦略 3 交 流

富山の特性を活かしたMICEの誘致強化

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等本市の固有の地域資源を活用した付加価値の高い富山ならではのMICEを促進する。

広域観光の戦略的強化

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。

本市周辺には、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存在する。本市単独の観光振興と同時に、北陸や岐阜県、新潟県、長野県等の観光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、多彩な観光資源を効果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。

産業観光、滞在型観光の推進

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きた。

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、岩瀬地域等の既存の観光資源をブラッシュアップするとともに、富山が誇るくすり産業や観光客からの関心が高い水産業、酒蔵等の産業を積極的に観光資源としての活用していく。

官民一体となった受入態勢の整備

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、長野県等への観光拠点都市として、路面電車、バス、タクシー、レンタカー、レンタサイクル等の二次交通の利便性の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、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行う。