

第2次魚津市観光振興計画

体感！体験！
オール魚津で創る『新観光戦略』

平成29年3月

魚津市

はじめに

この度、魚津市では、平成33年度を目標年度とした5年間にわたる観光振興の指針「第2次魚津市観光振興計画」を策定いたしました。

平成23年3月より、県内自治体では初となる観光振興条例を制定し、観光振興に努めてきました。本計画は、本条例に規定されている観光振興を総合的かつ戦略的に推進するための基本となります。

人口減少が進む中、国では「観光」を経済成長の大きな柱と位置づけ、外国人観光客の積極的な受入れを進めることとしており、国の新観光戦略では東京オリンピック・パラリンピックが開催される2020年に外国人観光客数400万人を、2030年には600万人を目指しています。また、富山県においても2019年に50万人以上の外国人宿泊者を目標としています。

本市としても、交流人口の拡大による地域経済の維持発展を図っていくことが急務であり、外国人観光客等の受入れ体制の整備をはじめ、地域資源を活かした体験・滞在型の観光のまちづくりを進めていくことが必要です。

折しも、昨年12月に「魚津のタテモン行事」がユネスコの無形文化遺産に登録されました。今後、たてもんや競り込み蝶六などの伝統文化を魚津市の宝として未来に継承する取り組みを行うとともに、魚や果樹など多彩で魅力ある食資源、蟹気楼や埋没林など特色ある自然環境を活かした総合的な観光振興を様々な分野の人や団体、企業などが連携してオール魚津で取り組んでいく必要があります。

観光は、地域のあらゆる資源を活用して地域の魅力（付加価値）を創り出す総合産業といえます。観光振興を通じて、地域の魅力を増やし、人々の交流を増やし、それを定住人口の増につなげていく取り組みに、全ての市民の皆さんと力をあわせて取り組んでいきたいと思えます。

このような考え方のもと、本計画の基本方針を【伝統文化と豊かで魅力ある資源を活用した『新観光都市うおづ』の創造】と決めました。「新」は、「心」であり、「親」でもあります。伝統文化を大切に守りつつ、おもてなしの心を持ち、多様な人をオープンに受け入れながら地域の発展につなげていく考え方で。今後、この方針のもと、観光振興を強力かつ着実に推進して参ります。

最後に、本計画策定にあたり、貴重なご意見やご提言をいただきました魚津市観光振興計画策定委員会の皆様をはじめ、検討部会などを通じてご協力を頂きました関係団体・市民の皆様に深くお礼を申し上げます。

平成29年3月

魚津市長 村椿 晃

目 次

第 1 章 計画の策定にあたって

1. 計画策定の趣旨・目的	P 5
2. 計画の概要	P 5
(1) 計画の位置づけ	P 5
(2) 計画の策定方法	P 5
(3) 計画期間	P 5

第 2 章 魚津市の観光を取り巻く現状と課題

1. 全国の観光形態・ニーズの状況	P 7
(1) 日本人国内旅行消費額について	P 7
(2) 日本人国内延べ旅行者数について	P 8
(3) 日本人国内旅行の一人当たり旅行単価について	P 9
(4) 旅行消費額について	P 10
(5) 北陸新幹線開業の効果について	P 11
(6) 観光の目的、形態の変化	P 12
2. 魚津市の観光の現状と課題	P 13
(1) 魚津市の観光の現状	P 13
(2) ホテル施設数と生産人口及び事業所数について	P 18
(3) 魚津市の観光の課題	P 19

第 3 章 観光振興の戦略

1. 基本方針・数値目標	P 22
(1) 基本方針	P 22
(2) 基本方針の考え方（重点 3 項目）	P 22
(3) 数値目標	P 22
2. 戦略の内容	P 23
◇重点 3 項目と体系図との関連図	P 25
【基本戦略 1】おもてなしの充実	P 26
【基本戦略 2】観光資源の活用	P 31
【基本戦略 3】魚津ブランドの創出	P 36

【基本戦略4】インバウンド・広域観光・プロモーションの推進	……………	P 4 0
-------------------------------	-------	-------

第4章 推進体制

1. 市民・観光事業者・観光関係団体・観光協会・市の役割	……………	P 4 8
2. 第2次魚津市観光振興計画推進協議会	……………	P 4 9

第5章 資料編

1. 第1次観光振興計画における指標の結果	……………	P 5 1
2. 満足度調査の結果	……………	P 5 4
3. 観光に関する統計資料	……………	P 5 8
4. 宿泊施設一覧	……………	P 5 9
5. 第2次観光振興計画策定の経過	……………	P 6 0
6. 第2次観光振興計画策定の体制	……………	P 6 1
7. 第2次観光振興計画策定検討部会提案一覧	……………	P 6 5
8. 魚津市観光振興条例	……………	P 6 9

第1章 計画の策定にあたって

1. 計画策定の趣旨・目的

魚津市では、平成23年3月に魚津市観光振興条例(以下「条例」という。)を制定以降、観光振興に対する基本的な考え方を定め、観光振興施策を総合的に推進することにより、豊かで活力に満ちた観光のまち魚津の実現を目指してきました。

前回策定した魚津市観光振興計画を総合的に評価し、より戦略的に観光振興を推進すべく、条例第7条に規定されている第2次魚津市観光振興計画を策定します。

2. 計画の概要

(1) 計画の位置づけ

魚津市観光振興計画は、条例の理念のもと、観光の振興を総合的かつ戦略的に推進する具体的な方策を示しています。

これらの計画に定める観光施策を達成するため、観光事業者や観光関係団体及び市が連携しながら、市民一体型で計画実行に取り組んでいきます。

(2) 計画の策定方法

魚津市観光振興計画の策定にあたっては、観光事業者、観光関係団体をはじめ、各種産業団体、学識経験者、行政関係などで構成する「観光振興計画策定委員会」を設置し、本市の観光振興に向けた方向性や取り組みなどを議論してきました。

また、策定委員会の構成組織の実務担当者及び市担当課職員による「魚津市観光振興計画策定検討部会(食泊部会、受入部会、体験部会、インバウンド・広域連携部会)」を立ち上げ、計画の具体的方策づくりにあたってきました。

さらに庁内において、産業建設部長を座長とした担当部課長等から構成する「魚津市観光振興計画策定庁内検討会」を開催し、計画の内容の調整を行ってきました。

これらに加え、観光に関する統計調査やパブリックコメントを実施し、そこで寄せられた市民等の方々の意見をもとに第2次魚津市観光振興計画を取りまとめました。

(3) 計画期間

魚津市観光振興計画の期間は、2017(平成29)年度～2021(平成33)年度の5か年とします。

また経済状況の変化等、必要に応じて計画の内容を見直します。

第2章 魚津市の観光を取り巻く現状と課題

1. 全国の観光形態・ニーズの状況

(1) 日本人国内旅行消費額について

平成27年の日本人国内旅行消費額は20兆4,090億円で、前年比10.8%増となり、東日本大震災前の平成22年以来の数字となりました。平成26年の消費税率引き上げによる低迷からの反動増、3月に開業した北陸新幹線の開業効果や、9月のシルバーウィークの影響といった諸要因によって増加したものと考えられます。

日本人国内旅行消費額のうち、宿泊旅行消費額は15兆8,120億円で、前年比13.8%増、日帰り旅行消費額は4兆5,970億円で前年比1.5%増となっています。

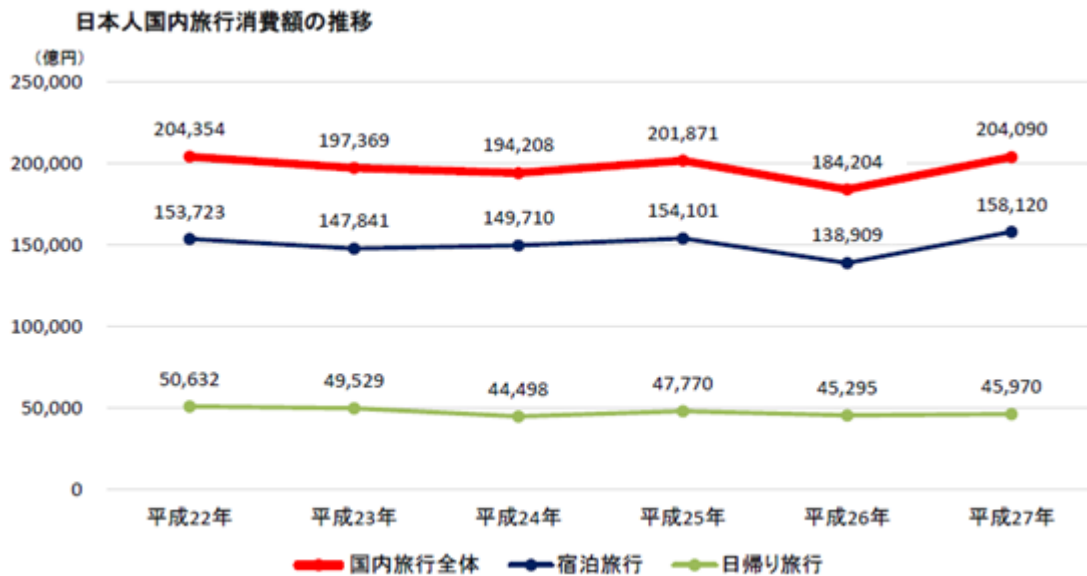
■ 平成27年の日本人国内旅行消費額

単位：億円

	国内旅行全体		
	国内旅行全体	宿泊旅行	日帰り旅行
平成27年	204,090	158,120	45,970
平成26年	184,204	138,909	45,295
前年比	+10.8%	+13.8%	+1.5%

資料：国土交通省観光庁「旅行・観光消費動向調査 平成27年年間値(確報)について」

■ 平成27年の国内旅行消費額の推移



(2) 日本人国内延べ旅行者数について

平成27年の日本人国内延べ旅行者数は6億472万人(前年比1.6%増)となり、うち宿泊旅行が3億1,299万人(前年比5.3%増)、日帰り旅行が2億9,173万人(前年比2.1%減)となっています。

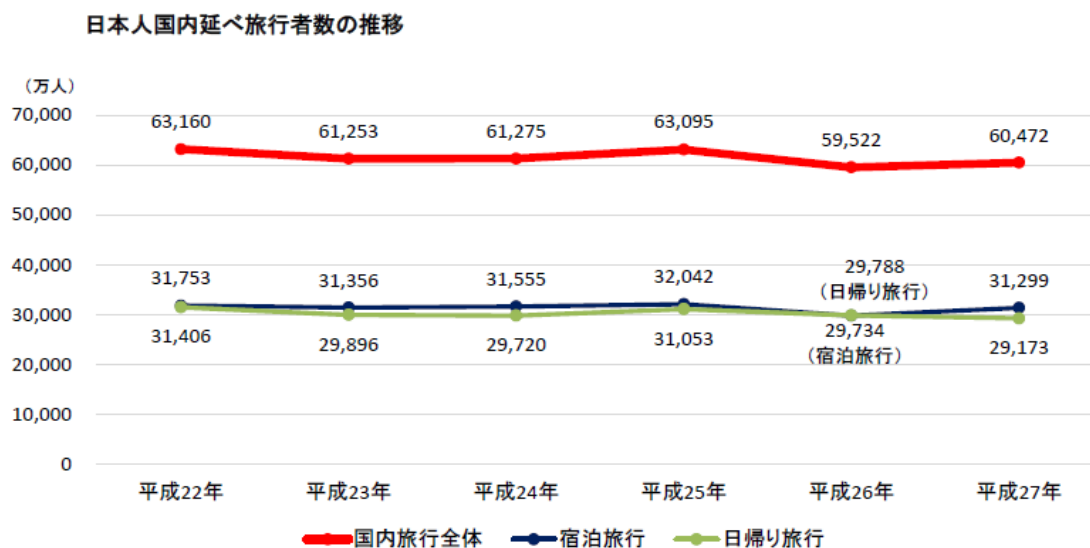
■ 平成27年の日本人国内延べ旅行者数

単位:万人

	国内旅行全体		
	国内旅行全体	宿泊旅行	日帰り旅行
平成27年	60,472	31,299	29,173
平成26年	59,522	29,734	29,788
前年比	+1.6%	+5.3%	-2.1%

資料:国土交通省観光庁「旅行・観光消費動向調査 平成27年年間値(確報)について」

■ 平成27年の国内延べ旅行者数の推移



(3) 日本人国内旅行の一人当たり旅行単価について

平成27年の日本人国内旅行の一人1回当たり旅行単価は33,750円で、前年比9.1%増となっています。

旅行形態別では、宿泊旅行が50,520円で前年比8.1%増となっており、日帰り旅行が15,758円で前年比3.6%増となっています。

また富山県では、宿泊旅行は前年対比3.8%増の24,461円、日帰り旅行は前年対比42.9%増の8,274円となっています。

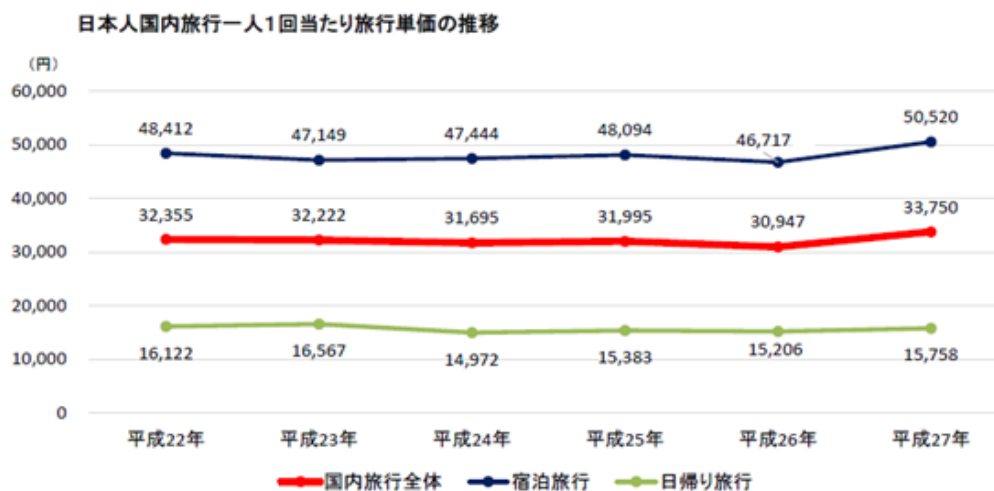
■ 平成27年の日本人国内旅行の一人1回当たりの旅行単価

単位:円

	国内旅行全体	宿泊旅行	日帰り旅行
平成27年	33,750	50,520	15,758
平成26年	30,947	46,717	15,206
前年比	+9.1%	+8.1%	+3.6%

資料:国土交通省観光庁「旅行・観光消費動向調査 平成27年年間値(確報)について」

■ 平成27年の国内旅行一人1回当たりの旅行単価の推移



■ 平成27年の富山県観光消費額単価の推移

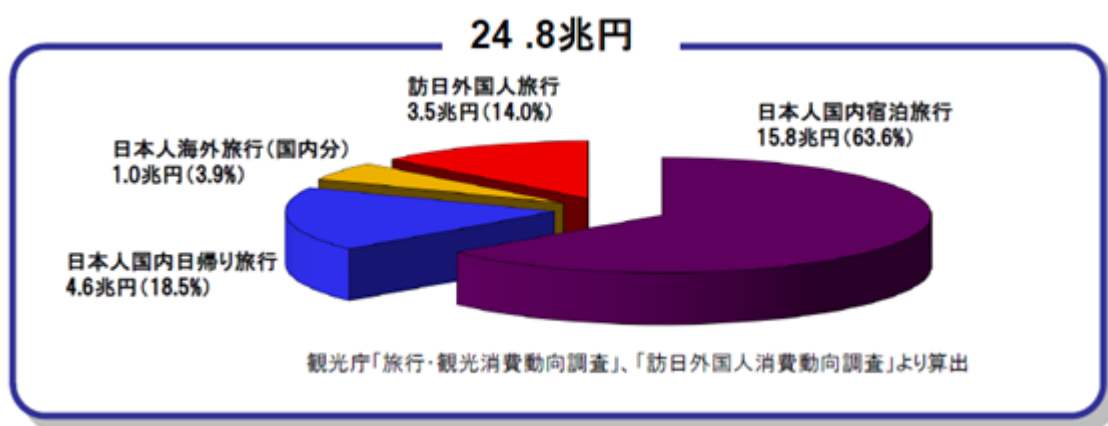
	宿泊旅行	日帰り旅行
平成27年	24,461円	8,274円
平成24~26年の平均	23,567円	5,791円
前年比	3.8%	42.9%

資料:富山県観光課

(4) 旅行消費額について

平成 27 年の旅行消費額の推移を見てみると、日本人国内宿泊旅行で 15.8 兆円と直近 6 年で最高となりましたが、日本人国内日帰り旅行では 4.6 兆円と停滞しています。その中で訪日外国人旅行では 3.5 兆円と右肩上がりに伸長しており、近い将来、国内日帰り旅行の消費額を追い越す勢いがあると推察出来ます。

このことからインバウンドの受入体制基盤を早期に構築することは、今後の課題であるとともに成長のためのキーワードと言っても過言ではありません。



旅行消費額の推移について(平成22年～27年)

単位:兆円

	平成22年	平成23年	平成24年	平成25年	平成26年	平成27年
日本人国内宿泊旅行	15.4	14.8	15.0	15.4	13.9	15.8
日本人国内日帰り旅行	5.1	5.0	4.4	4.8	4.5	4.6
日本人海外旅行(国内分)	1.1	1.2	1.3	1.2	1.1	1.0
訪日外国人旅行	1.1	0.8	1.1	1.4	2.0	3.5
合計	22.7	21.8	21.8	22.8	21.5	24.9

資料:国土交通省観光庁「旅行・観光消費動向調査 平成 27 年年間値(確報)について」

資料:「旅行・観光消費動向調査」より

(5) 北陸新幹線開業の効果について

平成 27 年の北陸新幹線開業より 1 年、富山県では新幹線開業効果による経済効果を計 421 億円と発表しています。開業後の 1 年間、観光やビジネスで来県する人が増えたことによる効果が 154 億円、開業前後の企業進出による効果が 267 億円と算出しています。

入り込み増による 154 億円の内訳は、県内での宿泊や飲食、土産物購入といった直接効果が 101 億円、土産物の原材料の生産増などの間接効果が 53 億円あったとしており、県外から観光やビジネスで来た人が宿泊、飲食などで使った額は平均約 2.2 万円としています。

また、企業の県内進出による効果は、新幹線開業が進出理由に含まれる企業を対象に算出しており、267 億円の内訳は、進出企業の設備投資などの直接効果が 136 億円、工場建設に伴う資材購入などによる間接効果が 130 億円余りとなっています。県内での新規雇用者は 2,910 人に上っています。

出典：朝日経済デジタル(2016.04.22)

また、北陸新幹線の沿線県で、富山県の観光意欲度が大幅にアップしています。地域ブランド調査 2015(株)ブランド総合研究所)より、観光の意欲を測る重要な指標である観光意欲度(観光にいつてみたいと思うか)ランキングが 2014 年 28 位から 2015 年 16 位と大幅に上昇していることが分かりました。

	認知度		魅力度		観光意欲度	
	点数	順位	点数	順位	点数	順位
長野県	45.3	15 位	21.3	10 位	38.3	13 位
新潟県	43.9	21 位	15.9	19 位	33.7	22 位
富山県	42.8	29 位	12.4	32 位	35.7	16 位
	(前年度順位)	(40 位)	(前年度順位)	(23 位)	(前年度順位)	(28 位)
石川県	42.2	34 位	21.1	11 位	40.9	8 位
福井県	40.7	41 位	13.3	29 位	29.7	36 位

※2015 年 観光意欲度ランキング(北陸新幹線沿線県 5 県)

富山県の観光意欲度を引っ張り上げている最大の魅力は「食」であり、豊富な食資源を武器とした観光集客の結果とされています。「食材が豊富」「食事がおいしい」の他、「街並みや歴史建造物」「伝統技術」「美術館や博物館」といった主要イメージのランキングも向上していることから、本県全体として注目されていることが分かります。

(6) 観光の目的、形態の変化

● 観光目的の多様化

「観る」だけの観光から参加や体験（農業体験や自然体験、産業観光）、交流（地域の人々とのふれあい、まち歩き）、学習型（地域学習、産業や観光学習）へと観光目的が移りつつあります。グルメ、健康、芸術文化、スポーツなどテーマを持った観光の需要も増えつつあるなど、観光の目的の多様化が進んでいます。

● 旅行形態の変化

旅行形態は、長引く景気低迷により職場等の団体旅行が減少する一方で、ホームページやSNSといった情報技術の更なる進歩から、より多くの情報を入手できる時代に突入しています。より身近に、気軽に旅行する方が増え、団体から個人（友人など）の小グループ化が加速しています。

● 発地型観光から着地型観光へ

これまでの旅行商品が都市部の旅行会社で企画・造成される「発地型」であったのに対し、消費者志向の多様化にともない、地元の人しか知らないような穴場や楽しみ方が求められるようになり、より詳しい情報を持つ観光地側で旅行商品を企画・造成する「着地型」の観光が顕著になってきています。

● 観光の広域化・グローバル化

高速交通体系の整備が進み、観光訪問エリアの広域化が見られるほか、国、県や広域観光関連団体等の積極的な誘客による外国人観光客が増加傾向にあります。昨今のキーワードであるインバウンドは、今後の観光を担う重要な位置付けであるとともに、市民一体となった受入体制の構築が急務となっています。

2. 魚津市の観光の現状と課題

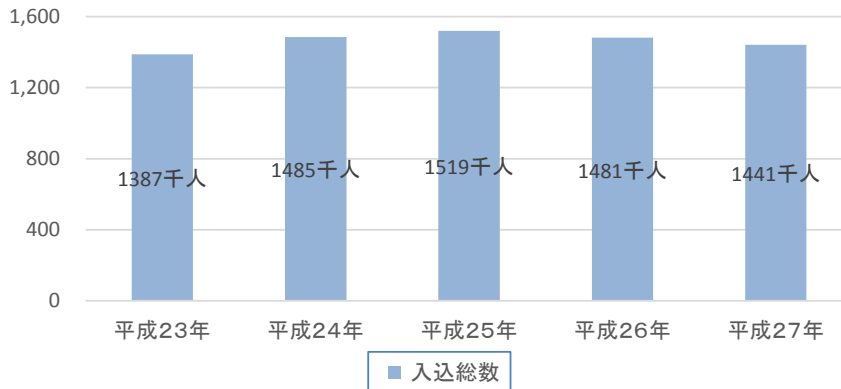
(1) 魚津市の観光の現状

① 観光客の入込状況等

本市の観光客入込状況の推移を見ると、平成23年から平成25年まで毎年増加傾向にあります。平成25年には過去最高の1,519千人となりましたが、平成27年にかけて減少傾向にあります。また旅行形態については、日帰りが平成24年の1,225千人をピークに減少傾向にあり、宿泊も平成25年の294千人をピークに減少傾向ですが、平成27年3月の新幹線開業の影響を考慮すると微減となっています。

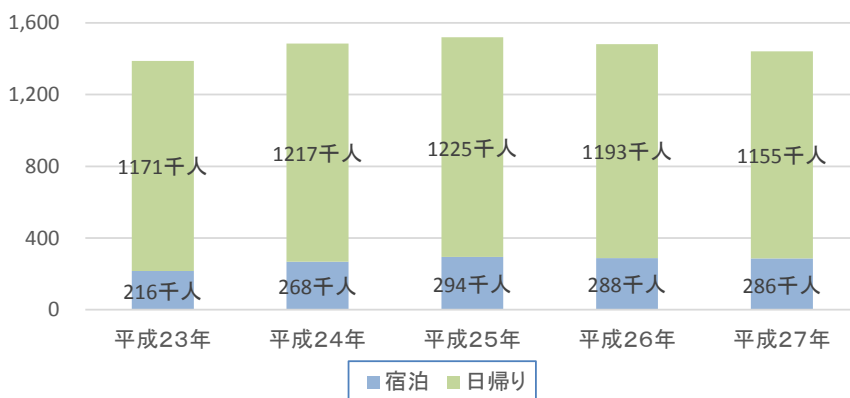
前回の計画指標「宿泊者の推移」でみると順調に伸長している結果となっています。

■観光客入込数の推移



資料：魚津市商工観光課調べ

■旅行形態別の推移



資料：魚津市商工観光課調べ

■目標2【指標】「宿泊者数」の推移

	H23	H24	H25	H26	H27
宿泊者数(千人)	216	268	294	288	286
目標値	225	230	235	240	245

資料：魚津市商工観光課調べ

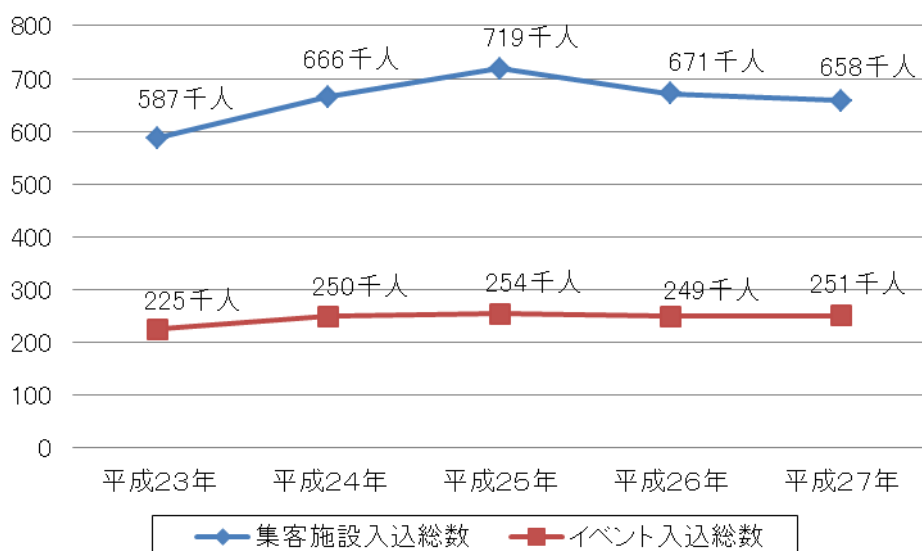
②主な集客施設・イベントの入込数

集客施設およびイベントの入込数をみると、集客施設は平成23年から平成25年までは増加傾向にありましたが、その後減少傾向にあります。一方、イベントに関しては、概ね横ばいで推移しています。

集客施設ごとにみると、魚津水族博物館、ミラージュランドは毎年100千人を超える来館者があり本市の大きな魅力となっています。観光客入込数に比例するものの、更なるPRが重要となると考えられます。なお平成25年の水族館の入込数の増加は館内外のリニューアルを行った影響であると考えられます。

また、イベントの集客については、魚津まつり、魚津産業フェア(〇〇魚津)が定着しつつあり、緩やかに増加傾向にあります。

■集客施設及びイベントの入込総数



資料: 商工観光課調べ

■各集客施設の入込数

(単位: 千人)

	平成23年	平成24年	平成25年	平成26年	平成27年
魚津水族館	127	129	189	146	147
埋没林博物館	37	39	41	35	36
ミラージュランド	104	104	113	122	110
歴史民俗博物館	7	5	6	6	4

■各イベントの入込数

(単位: 千人)

	平成23年	平成24年	平成25年	平成26年	平成27年
戦国のろし祭り	3	3	3	3	3
魚津まつり	69	86	85	85	87
〇〇魚津	39	40	34	43	40

資料: 商工観光課調べ

③魚津市の魅力向上（観光客満足度調査より）

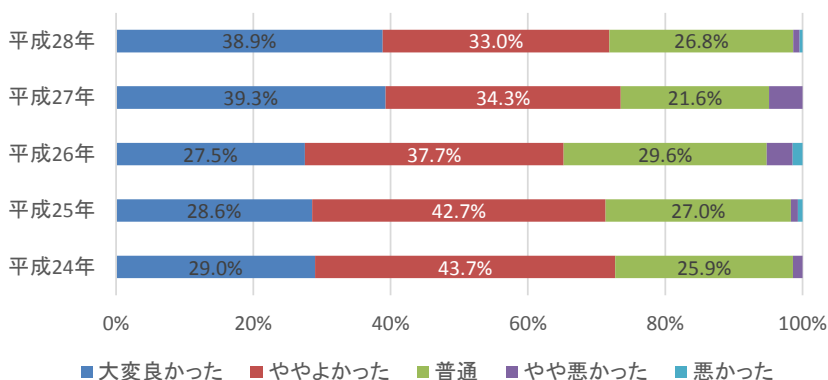
観光振興計画の指標「観光客の満足度」については、目標の60%には届かない結果となりました。飲食施設における食事の内容を見てみると、平成24年～平成26年までは「ややよかった」と感じた方が最も多くなり、平成27年以降「大変良かった」と感じた方が最も多くを占めています。また、観光・文化施設における施設・体験の内容を見てみると、上記同様平成24年～平成26年までは「ややよかった」が多数を占めていますが、平成27年には「大変良かった」が最も多くなりました。平成28年には比率が逆転したものの、「大変良かった」が3割を超えてきており、本市の魅力が徐々に評価されていることが分かります。このことは、施設やイベントの集客にも大きく寄与すると考えられます。

■目標3【指標】「観光客の満足度」の推移

	H24	H25	H26	H27	H28
満足度(%)	38.5%	41.2%	31.1%	44.9%	43.1%
目標値	45.0%	45.5%	50.0%	55.0%	60.0%

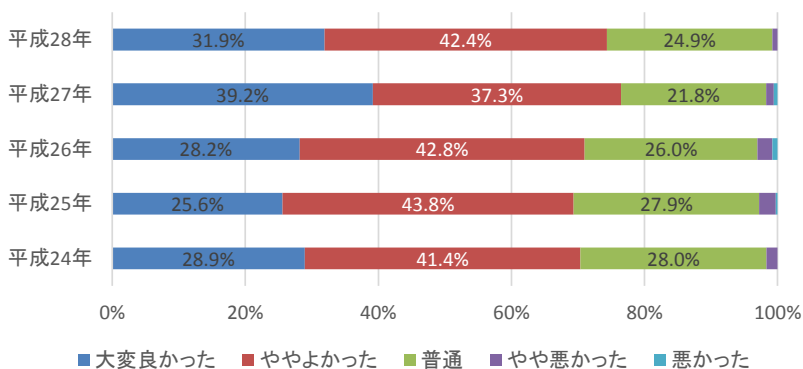
資料：商工観光課調べ

■【飲食施設】食事の内容



資料：商工観光課調べ

■【観光・文化施設】施設・体験の内容



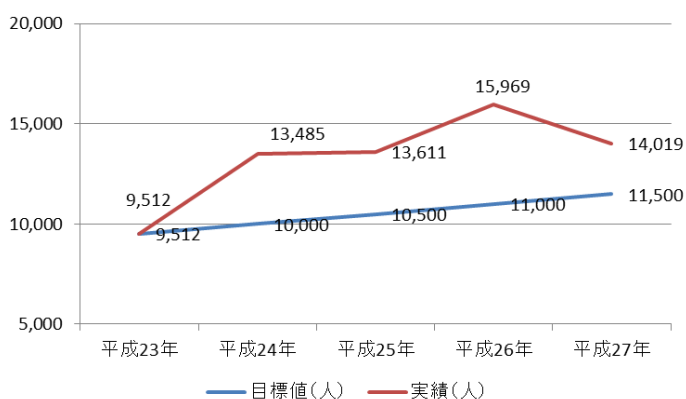
資料：商工観光課調べ

④観光客の受入環境の整備

観光案内所利用者数をみると、平成24年に大きく伸長し、その後増加傾向にあることが分かります。また、レンタサイクルの利用台数をみると、平成25年から大きく伸長し始めていることが分かり、目標値を大きく上回る実績となりました。

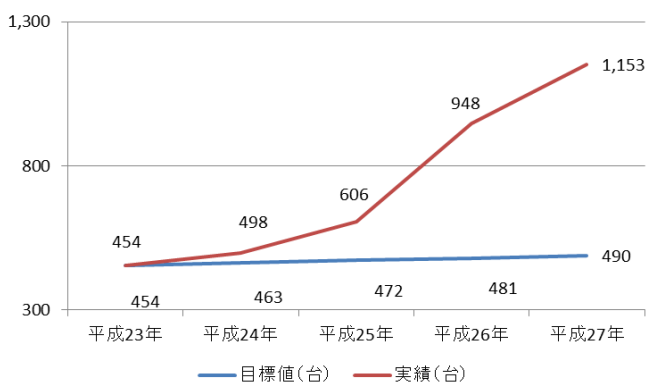
さらに、コンベンション開催数をみると、平成23年以降順調に開催回数が増加し、平成27年度には目標回数を上回る実績となりました。

■観光案内所利用者数



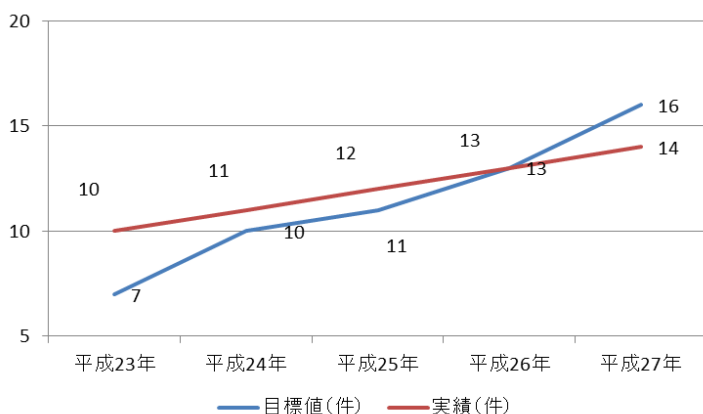
資料:商工観光課調べ

■レンタサイクル利用台数



資料:商工観光課調べ

■コンベンション開催数



資料:商工観光課調べ

⑤交通体系の現状について

首都圏や海外からのアクセスについては、鉄道や自動車及び飛行機等、高速交通体系が整備され、北陸新幹線開業により更に利便性が高くなりましたが、関西方面からのアクセスが不便となりました。また市内を運行する公共交通として市民バス(市街地巡回ルート、郊外ルート)及び地鉄バスがあります。

県外から魚津市へのアクセス

◆列車(JR、新幹線・特急利用の場合)

東京方面から

東京駅	北陸新幹線 (かがやき)	富山駅	あいの風 とやま鉄道	魚津駅	3時間
	北陸新幹線 (はくたか)	黒部宇奈月温泉駅 (富山地方鉄道 新黒部駅)	富山地方鉄道	新魚津駅	3時間10分

大阪方面から

大阪駅	湖西線、北陸本線 (特急サンダーバード)	金沢駅	北陸新幹線 (はくたか・つるぎ)	富山駅	あいの風 とやま鉄道	魚津駅	4時間
-----	-------------------------	-----	---------------------	-----	---------------	-----	-----

◆自動車(高速道路利用の場合)

東京方面から

練馬IC	関越道			長岡JCT	北陸道	魚津IC	4時間30分
	関越道	藤岡JCT	上信越道	上越JCT	北陸道		4時間20分

名古屋方面から

一宮IC	名神高速			米原JCT	北陸道	魚津IC	3時間30分
	名神高速	一宮JCT	東海北陸道	小矢部JCT	北陸道		3時間15分

大阪方面から

吹田IC	名神高速	米原JCT	北陸道	魚津IC	4時間10分
------	------	-------	-----	------	--------

◆飛行機

○富山空港から富山駅まで30分(連絡バス)→富山駅から魚津駅まで23分(普通列車)

○富山空港から魚津駅まで40分(車、高速使用)

<国内線>

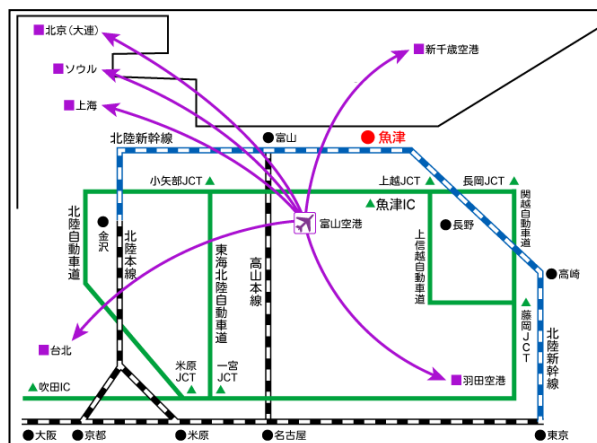
東京	羽田空港	富山空港	1時間
札幌	新千歳空港		1時間30分

<国際線>

ソウル	仁川国際空港	富山空港	1時間50分
大連	大連周水子国際空港		2時間35分
上海	上海浦東国際空港		2時間40分
台北	台湾桃園国際空港		3時間20分

◆高速バス

- 東京(池袋駅東口・新宿バス) 約 6 時間
- 山形(山形県庁前) →魚津IC 約 6 時間
- 仙台(仙台駅前) (高速バス停) 約 7 時間 30 分
- 新潟(新潟駅前) 約 3 時間



■交通アクセス図

(2) ホテル施設数と生産人口及び事業所数について

魚津市内のホテル数は、富山県内及び北陸地方各県、全国と比較し、その数は多くなっています。

生産人口に対する事業所数割合が高く、出張者等のビジネス利用での需要が高いと想定できます。また、1施設当たりの客室数が少ない小規模ホテルが多いため、結果として施設数が多くなっていると考えられます。

また、魚津市に隣接する滑川市、黒部市のホテル数は1軒ずつしかなく、公共交通手段でも行き来がしやすい滑川・黒部駅を利用するビジネス客の需要も、魚津市のホテル数の多さに繋がっていると考えられます。

県/市	ホテル営業数(※1)			生産人口(※2)	生産人口に対する ホテル施設数の割合 (ホテル施設数/生産人口)	事業所数(※3)	事業所数に対する ホテル施設数の割合 (ホテル施設数/事業所数)	生産人口に対する 事業所数の割合 (事業所数/生産人口)
	施設数	客室数	1施設当たりの 客室数					
富山県	93	8,003	86.1	606,500	0.0153%	55,232	0.1684%	9.1067%
魚津市	11	766	69.6	24,504	0.0449%	2,580	0.4264%	10.5289%
富山市	50	5,119	102.4	245,500	0.0204%	21,750	0.2299%	8.8595%
滑川市	1	74	74.0	19,572	0.0051%	1,344	0.0744%	6.8670%
黒部市	1	50	50.0	23,609	0.0042%	1,824	0.0548%	7.7259%
石川県	123	11,150	90.7	671,100	0.0183%	63,640	0.1933%	9.4829%
金沢市	75	8,640	115.2	280,000	0.0268%	27,322	0.2745%	9.7579%
福井県	75	4,893	65.2	450,300	0.0167%	44,543	0.1684%	9.8918%
東京都	675	98,644	146.1	8,719,800	0.0077%	662,360	0.1019%	7.5960%
北陸3県 合計	291	24,046	82.6	1,727,900	0.0168%	163,415	0.1781%	9.4574%
全国 合計	9,879	834,588	84.5	75,918,200	0.0130%	5,689,366	0.1736%	7.4941%

※1: H26 年度衛生行政報告例(厚生労働省)、富山県観光・地域振興局観光課資料(富山県)より

※2: H27 年国勢調査(総務省統計局)、とやま統計ワールド H27 年富山県の人口(富山県)より

※3: H26 年経済センサス(総務省統計局)より

◆魚津駅周辺の主なホテル

- 1 魚津スカイホテル(旧:ホテルサンルート魚津)
- 2 スカイホテル魚津アネックス(旧:魚津スカイホテル)
- 3 アパホテル魚津駅前
- 4 ホテルグランミラージュ
- 5 魚津マンテンホテル駅前
- 6 ホテルルートイン魚津
- 7 ベストイン魚津
- 8 ビジネスホテル美浪
- 9 ホテル美浪館

(3) 魚津市の観光の課題

全国や本市の観光の動向・現状及び前計画の評価を踏まえ、観光の課題を次のように整理しました。

■市民のおもてなし意識の向上、観光客の受入基盤の拡充

観光客入込数及び宿泊数は平成 26 年より減少傾向となっています。魅力ある観光の振興により減少傾向に歯止めをかけ、増加へ転じるようにと導くことが重要と言えます。

また、旅行形態が団体から個人グループ化、少人数化へと加速し、観光目的の多様化が見られる中で、市民が様々な場面で観光客と接する機会が増加しています。

そうしたことから、観光関係者のみならず、市民一人ひとりのおもてなし意識向上が重要となります。市民が観光客に対し、温かく迎える気持ちを持って、心のこもったおもてなしをすることが更に重要となります。また、観光ガイドや観光情報の一元化機能を有した観光案内の窓口となる観光案内所の充実、外国人旅行者の増加に対応するためのガイド育成、観光案内看板の整備や賑わい空間の創出、地域交通網等回遊性の向上といった観光客の受入基盤の拡充が課題と言えます。

■観光資源・地域資源を活かした魅力向上及び関係団体の連携強化

本市は、豊かな自然や歴史・文化を体験できる多くの観光資源・地域資源を有しています。水循環という恵まれた環境のもと、三大奇観の蜃気楼、ホタルイカ群遊海面、埋没林や洞杉をはじめ、水族博物館や埋没林博物館などの博物館、ミラージュランドや海の駅蜃気楼等のレジャー物販施設、ユネスコ無形文化遺産に登録されたタテモン行事やせり込み蝶六などの伝統文化や産業観光に活用出来る資源が多くあります。

それぞれの観光資源や地域資源が持つストーリーを整理し繋ぎ合わせることで、観光地としての魅力向上に努めます。

その魅力を活かす手段として、誘客するターゲットを明確化し、本市の魅力を体験できる多種多様な観光メニューの造成を推進する必要があります。また、各種団体との連携や観光協会の基盤強化によるイベント開催、賑わい創出も重要な課題となっています。

■魚津の特産を活かした特産物のブランド化及び魅力向上

農産物や海産物など食資源・食文化が活かされた飲食店街や宿泊施設が本市の魅力の一つです。食文化の継承や発展を目的としたブランドのブラッシュアップが重要な課題となっています。

「食」にこだわってブランド化された観光・地域資源と様々なニーズに対応できる宿泊施設による食と泊の連携を強化し、本市の特性を活かした観光事業を推し進めることで“魚津らしさ”をPRすることが必要です。

■広域観光ネットワークの構築と連携強化・コンベンション開催支援の推進

北陸新幹線開業以降、県全体の交流人口（観光客やビジネスマン）は増えつつあるものの、本市のみを見た場合の経済効果は隣県及び県内市町村と比較して低い状況にあります。しかし、本市は「黒部峡谷」と「立山黒部アルペンルート」の間に位置し、県東部エリアでは観光の回遊性に優れているという利点を活かし、周辺観光地との連携による二次観光地としての機能を果たせると考えています。

観光客の活動領域は広がりをみせつつあります。本市は、近隣市町だけでなく、県内全域及び近隣県との連携を見据え、広域観光に関わる観光事業者や、観光関係団体、行政等とより一層連携を強化し、コンベンションの開催支援等、更なる誘客に取り組むことが必要です。

■インバウンドの推進及び広域プロモーションの推進・情報発信の充実

観光客のニーズが多様化し、且つ情報技術の進展により観光情報の入手方法も多様化する一方、情報過多により魅力が伝わりにくい時代になっています。だからこそ客層やニーズ調査・分析によるマーケティングが必要であり、今まで以上に戦略的なプロモーションの推進が不可欠です。

SNS等を利用し効果的に情報発信するためにも、まずは情報集積（データベース化）を行い、情報発信基地としての基盤を整備した上で情報発信するという体制を構築することが急務となります。

インバウンドの推進に向け、海外を意識した旅行会社等へ広域でのプロモーションを推進し、併せて受入体制整備を進めるなど、相互に連携した事業展開が必要です。

第3章 観光振興の戦略

1. 基本方針・数値目標

(1) 基本方針

前章までの調査結果や課題等を踏まえ、本計画の基本方針を次のとおり設定します。

伝統文化と豊かで魅力ある資源を活用した『新観光都市うおづ』の創造

(2) 基本方針の考え方(重点3項目)

○国の新観光戦略に基づくインバウンドの推進

国は2020年の訪日外国人観光客数の目標を4,000万人、30年には6,000万人とする目標を設定。また東京オリンピック・パラリンピックの開催が予定されており、これを契機にインバウンド事業を推進します。

○「魚津のタテモン行事」ユネスコ無形文化遺産登録の活用

地域における保護・継承活動が世界的にも魅力ある祭りとして認められました。更なる磨き上げと他の地域資源との連携による魅力の向上を図り、観光客の増加に取組みます。

○観光と他の産業分野等との連携強化

観光振興による経済波及効果や雇用創出効果が期待されます。そうしたことから観光と産業全体が一体となった観光地域づくりを進めます。

(3) 数値目標

計画期間中における基本方針を達成するための数値目標を、次のとおり設定します。

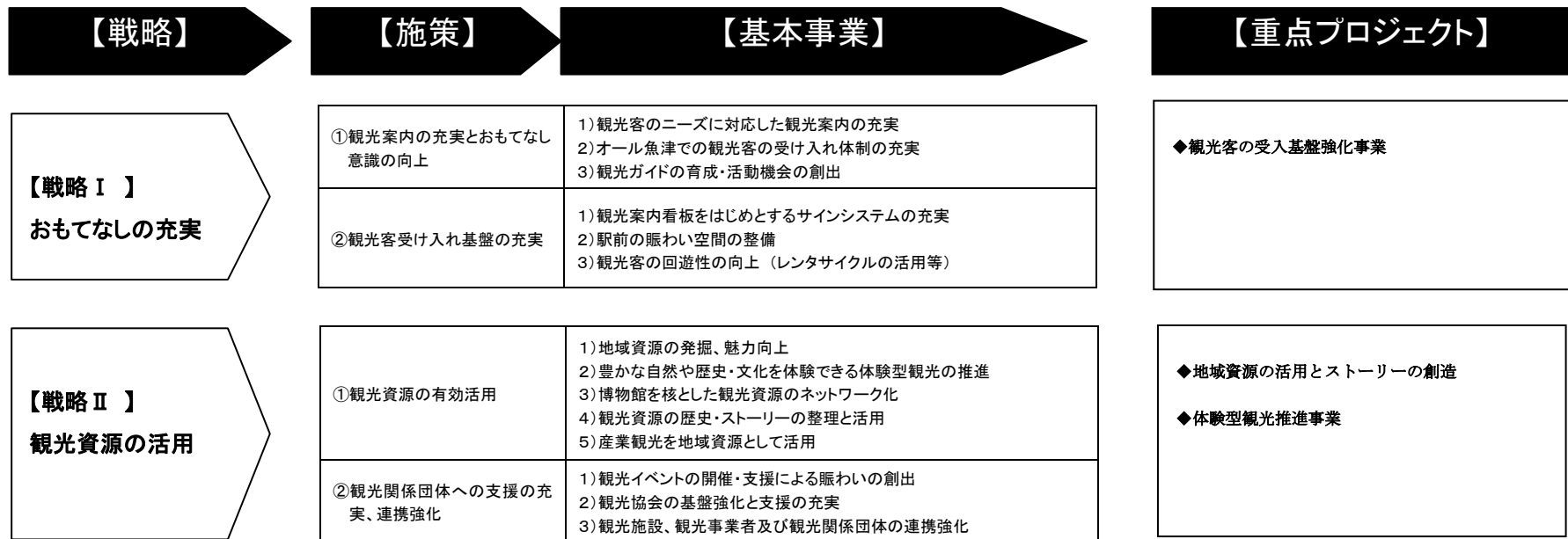
指標	現状値(平成27年)	目標値(平成33年)
観光消費額	68億85百万円	87億90百万円

指標	現状値(平成27年)	目標値(平成33年)
宿泊者数	286千人	395千人
(内)外国人宿泊者数	4,368人	22,000人

2. 戦略の内容

観光の目的や形態の変化、魚津市の観光に関する意識や課題等を踏まえ、「新観光都市うおづ」の創造を目指すため、総合的かつ戦略的に観光振興を進めるにあたって、4つの戦略に取り組みます。戦略の中で、特に重点的に取り組むべき事業を重点プロジェクトとして位置付け、行政だけでは実施できない事業を、観光協会を中心とした関係事業者や市民と協働(市民一体型)して事業を実行していきます。

第2次観光振興計画 体系図



【戦略】

【施策】

【基本事業】

【重点プロジェクト】

【戦略Ⅲ】
魚津ブランドの創出

①特産物のブランド化、魅力向上の推進	1) 農産物や海産物のブランド化の推進 2) 食文化の継承・発展を目的としたブランドのブラッシュアップ
②魚津の特性を活かした観光の推進	1) 食と泊が連携した観光事業の推進 2) 食処の強化、情報発信拠点の強化

- ◆食ブランドのブラッシュアップ事業
- ◆食泊連携事業

【戦略Ⅳ】
インバウンド
・広域観光
・プロモーション
の推進

①インバウンドの推進	1) インバウンド事業の推進及び国際的なスポーツ大会やコンベンション等の誘致の促進 2) 選ばれるための目玉ブランドのブラッシュアップの推進 3) インバウンド対応に向けた観光スポットの整備
②広域観光の推進	1) 広域観光ネットワークと連携活動の強化・コンベンション開催支援の強化
③観光プロモーションの推進・情報発信の充実	1) マーケティングによる客層・ニーズ調査、分析 2) 戦略的プロモーションの推進 3) 情報技術を活用した情報発信(SNS等の利用)の強化

- ◆インバウンド等環境整備・誘客推進事業
- ◆広域観光連携推進事業
- ◆観光プロモーション事業

◇重点3項目と体系図との関連図

戦略名 重点3項目	【戦略Ⅰ】 おもてなしの充実	【戦略Ⅱ】 観光資源の活用	【戦略Ⅲ】 魚津ブランドの創出	【戦略Ⅳ】 インバウンド・広域観光・ プロモーションの推進
国の新観光戦略に 基づくインバウンド の推進	<ul style="list-style-type: none"> ・市全体でのおもてなし意識 (マインド)醸成 ・看板整備やインバウンド対応 窓口の充実等、受入体制整備 ・観光ガイド育成 	<ul style="list-style-type: none"> ・市のトップブランドのブラッ シュアップ ・たてもん保存継承支援と他 の地域資源との連携による魅 力向上 	<ul style="list-style-type: none"> ・海産物、米や果樹等の農産 物等、「食」をキーワードとした ブランドブラッシュアップ 	<ul style="list-style-type: none"> ・東京オリンピック・パラリンピ ックを見据えた誘客推進 ・台湾の集中的展開と他の諸 外国の誘客促進 ・インバウンド対応観光スポッ ト整備
「魚津のタテモン行 事」ユネスコ無形文 化遺産の登録活用	<ul style="list-style-type: none"> ・地域の宝から市全体の宝へ と市民全体で保存・発展させ る、また歴史・文化を学び・理 解を共有する取組み推進 	<ul style="list-style-type: none"> ・豊かな自然や歴史・祭り・文 化を体験できる体験型観光推 進 	<ul style="list-style-type: none"> ・漁師飯等、郷土料理の伝承 や新たなメニュー開発等の取 り組み推進 	<ul style="list-style-type: none"> ・首都圏等でのイベント出演 ・他のユネスコ登録団体等と のPRの連携
観光と他の産業分 野等との連携強化	<ul style="list-style-type: none"> ・民間団体や企業等と連携し たおもてなし意識醸成や受入 体制整備 	<ul style="list-style-type: none"> ・観光産業推進 ・観光協会を中心とした各種団 体等との連携強化 	<ul style="list-style-type: none"> ・お土産開発等、食に関する 新商品開発や食処・宿泊処の 整備やサービス向上の連携 	<ul style="list-style-type: none"> ・県内市町や近隣県、民間等、 広域観光連携推進(DMO機能 を備えた組織運営) ・国際的スポーツ大会誘致や コンベンション開催支援

※DMOとは「Destination Management Organization」の略で、地域全体の観光マネジメントを一本化する着地型観光組織を指します。

戦略 I

おもてなしの充実

施策① 観光案内の充実とおもてなし意識の向上

観光客の多様なニーズに対応するため、観光関連事業者を中心としながら市民一人ひとりの意識を高め、連携することで観光案内の充実を図ります。

観光客を見かけたら積極的に声をかける等、“心に残るおもてなし”で観光客を迎えられるよう、市全体のおもてなし意識(マインド)の向上に取り組めます。

【基本事業】 観光客のニーズに対応した観光案内の充実

- ・発地型・着地型等、用途を明確にした観光パンフレットやマップの作成、情報通信機器を活用した案内ツールの拡充
- ・観光ボランティア、蜃気楼研究会、歴史同好会等の市民ボランティア活動や店舗・商店街等との連携による観光案内の充実
- ・観光案内所の機能の充実

【主な事務事業】

- ・観光・物産宣伝事業（各種団体活動支援）
- ・受入体制整備事業（観光案内所運営支援）
- ・公共交通対策事業（地場産品販売及びお休み処「ミラマルシェ」「魚源商店」等の運営支援）
- ・市民参画・協働推進事業（まちづくりコーディネーター養成）

【基本事業】 オール魚津での観光客の受け入れ体制の充実

- ・市全体でおもてなしの意識を共有するための観光研修の開催
- ・地域単位での観光ボランティアの創出

【主な事務事業】

- ・受入体制整備事業（観光案内所運営支援、研修会の開催）

【基本事業】 観光ガイドの育成・活動機会の創出

- ・観光ガイド組織の基盤強化
- ・観光ガイド育成講座及び研修の開催

【主な事務事業】

- ・受入体制整備事業（観光案内所運営支援等）
- ・魚津の水循環事業（水の学び舎ツアーガイド育成講座）

施策② 観光客受け入れ基盤の充実

観光客がいつでも快適に本市での滞在を楽しむために、地域と連携・協力して観光案内や交通アクセス、滞在環境等の利便性や快適性を高める取組みを強化します。引き続き増加が予想される外国人観光客に対応するため、サインシステムの充実、駅前の更なる賑わい空間の整備を行い、さらに観光ニーズの多様化や個人旅行の拡大等への対応のため、新幹線駅や富山空港へのアクセス向上及び観光施設間の回遊性を確保する地域交通（鉄道、観光バス、路線バス、タクシー、レンタカー、レンタサイクル）の整備を加速させます。またレンタサイクルの活用を促進し、観光客の受入基盤整備を推進します。

【基本事業】 観光案内看板をはじめとするサインシステムの充実

- ・ 地域との連携・協力による外国語表記を含めた、分かりやすい観光案内看板の改修・新設

【主な事務事業】

- ・ 受入体制整備事業（外国語観光サイン整備事業）
- ・ 地域振興事業（地域と協働した外国語表記を含めた観光案内看板の設置等）

【基本事業】 駅前の賑わい空間の整備

- ・ 駅前の賑わい空間の整備（イルミラージュ UOZU 事業との連携等）

【主な事務事業】

- ・ イベント支援事業（イルミラージュ UOZU 事業支援）
- ・ 観光・物産宣伝事業（駅前ロータリー・駅前通りでの観光歓迎フラッグ掲揚）
- ・ 公共交通対策事業（魚津駅にぎわい推進協議会の支援や、魚津物産館ミラマルシェ・魚源商店等を拠点にした駅前の賑わいイベント開催）

【基本事業】 観光客の回遊性の向上（レンタサイクルの活用等）

- ・ 市内公共交通・市内への地域交通及び電動アシスト付自転車貸出事業（レンタサイクル事業）の強化
- ・ レンタサイクル周遊コースの設定や体験型観光商品の開発及び販売の促進
- ・ 観光タクシーの充実や団体向け大型バスの駐車場整備の検討

【主な事務事業】

- ・ 受入体制整備事業（レンタサイクル事業支援）
- ・ 公共交通対策事業（予約式乗合タクシー「おもてなし魚津直行便（愛称：おもタク）」の運行、黒部宇奈月温泉駅と市内を結ぶ地铁線の増便運行、魚津市民バスと地铁バスの料金均一化等、移動利便性の高いバスの運行）

◆施策の指標

項目	現状値 (平成 28 年度)	目標値 (平成 33 年度)
観光案内所利用者数(27 年度)	14,019 人	14,800 人
観光ガイド登録者数	33 人	40 人
観光ガイドグループ活動数 (27 年度)	36 回	50 回
「市民のおもてなし」に関し、満足 している観光客の割合	49.7%	60.0%
日頃から、おもてなしの心で観光 客に対し接している市民の割合 (27 年度)	31.1%	50.0%
観光客の満足度	43.1%	60.0%
レンタサイクル利用台数	1,153 台	1,300 台
おもてなし魚津直行便(愛称・おも タク)乗車数	3,901 人	4,200 人

重点プロジェクト

(事業名) 観光客の受入基盤強化事業 (その1)						
事業内容	<p>①市民のおもてなしの意識の醸成</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地域の宝を発見、活用の検討を行うなど、地域での活動を充実させることによる魚津を愛する人の増加 ・企業を含めた市全体で観光研修を開催することによる観光意識の共有化を図り、市全体でおもてなしする意識の醸成 ・市民レベルでの“おもてなしの心”で接する活動の展開 <p>②観光ガイドの育成</p> <ul style="list-style-type: none"> ・(インバウンド対応の窓口を含めた) ガイド者育成のための研修 ・多言語対応ガイド育成のための研修、外国語教室の開催 ・学芸員等の活用による分野別の専門ガイド育成講座の開催 					
主たるターゲット	市民、市内企業、各種活動団体、観光ボランティア					
組織主体	観光協会、ホテル旅館業組合、地域振興会、タクシー協会、魚津市外					
スケジュール		H29	H30	H31	H32	H33
	①市民のおもてなしの意識の醸成	—	—	—	—	—
	②観光ガイドの育成	—	—	—	—	—

重点プロジェクト

(事業名) 観光客の受入基盤強化事業 (その2)						
事業内容	①観光看板等、受入体制整備の充実 <ul style="list-style-type: none"> ・外国語表記等を含めた総合観光案内看板の改修、新設 ・地域においては地域主体のきめ細かな看板の設置 ・駅前の賑わい空間の創出に向けた取組み ②情報発信拠点の機能充実 <ul style="list-style-type: none"> ・魚津駅前、電鉄魚津駅前観光案内所の機能充実 ③在来線等、地域交通の充実 <ul style="list-style-type: none"> ・在来線を活かした魚津への誘客支援事業 ・地域交通（鉄道、観光バス、路線バス、タクシー、レンタカー、レンタサイクル）の活用の研究、調整等 					
主たるターゲット	市民、地域振興会、各種活動団体、観光ボランティア タクシー協会 外					
組織主体	観光協会、観光ボランティア、地域振興会、タクシー協会、魚津市外					
スケジュール		H29	H30	H31	H32	H33
	①観光看板等、受入体制整備の充実	■	■	■	■	■
	②情報発信拠点の機能充実	■	■	■	■	■
	③在来線等、地域交通の充実	■	■	■	■	■

戦略Ⅱ

観光資源の活用

施策① 観光資源の有効活用

本市には、観光資源となりうる地域資源が多く存在しており、これらの資源を発掘し魅力向上を目指します。さらに多くの観光地の中から「魚津」を選んでもらうため、トップブランドをブラッシュアップします。ユネスコ無形文化遺産登録された「たてもん」をはじめとする市内に伝わる多くの伝統文化、また片貝川流域標高 500～700m 付近の推定樹齢 500 年以上の天然スギ「洞杉群」等の豊かな自然環境の保存・継承と観光面での利活用を推進していくための体制整備を進めます。

また豊かな自然や歴史・文化、産業を体感できる“体験型観光”の推進を加速させるとともに、歴史的建造物や博物館、飲食施設等を繋げる連携策を検討することで、観光資源を関連づけて、ストーリーの整理と活用を目指します。

【基本事業】 地域資源の発掘、魅力向上

- ・魚津の水循環に育まれた魅力ある自然環境等、地域資源の更なる発掘やブラッシュアップによる魅力向上
- ・蜃気楼等、トップブランドのナンバーワン・オンリーワンブランド化

【主な事務事業】

- ・受入体制整備事業（観光協会事業支援）
- ・観光・物産宣伝事業（観光資源の活用・PR 活動）
- ・魚津の水循環事業（水のプロモーション・モンドセレクション申請等）
- ・水産資源開発事業（魚津アジ天点の開発、消費拡大への取組みの実施）
- ・魚津のさかなブランド化推進事業（魚津寒ハギ如月王、魚津バイ飯のPRと新商品の開発）（ゲンゲ、ベニズワイ、アマエビ等）
- ・水資源調査研究事業（富山大学との連携による「水資源が水産物や農産物に与える効果等」の共同研究）
- ・ジオパーク普及事業（普及講座の実施、マップの製作・配付等）
- ・蜃気楼ネットワーク事業（交流会の開催）

【基本事業】 豊かな自然や歴史・文化を体験できる体験型観光の推進

- ・農林水産資源を活用した体験型観光メニューの造成
- ・祭り・踊り等の体験型観光メニューの造成
- ・短時間体験型観光コースの整備
- ・体験型観光イベントカレンダーの作成

【主な事務事業】

- ・受入体制整備事業（観光協会・観光コース造成事業の支援）
- ・文化財保存事業（タテモン行事のボランティア協力隊の募集）
- ・とよまの田舎交流支援事業（里山体験研修の開催）
- ・とよま帰農塾（NPO 法人グリーンツーリズムとよま主催）の開催支援
- ・片貝山ノ守キャンプ場管理
- ・漁業振興事業（漁業体験（地引網等）ツアーの実施、魚のさばき方、料理講習の開催）※小中学校対象
- ・農山漁村振興交付金事業（たてもんまつりの体験モニターツアーの実施）
- ・観光船運航事業（観光船運航を目指した実証運航の実施）

【基本事業】 博物館を核とした観光資源のネットワーク化

- ・博物館等の特色・魅力のブラッシュアップ
- ・博物館等と歴史的建造物、各地域の拠点施設、飲食施設等をつなげる周遊コースの整備

【主な事務事業】

- ・観光客誘致事業（マリンスポーツ、釣り、ダイビング、カヌー体験）
- ・「魚津水族博物館」魚食認定事業（魚食メニューや加工品製作の共同開発）
- ・「魚津歴史民俗博物館」企画展事業（タテモン行事のユネスコ無形文化遺産登録記念企画展）
- ・「魚津歴史民俗博物館」管理（たてもん常設展示の充実、来館者アンケート実施、サイン看板設置）
- ・ジオパーク普及事業（普及講座の実施、マップの製作・配付等）

【基本事業】 観光資源の歴史・ストーリーの整理と活用

- ・歴史的遺産等の資料整理や米倉、神社仏閣等の歴史ストーリー等の編成
- ・歴史的建造物を身近に感じる環境の整備や必要な施設の整備やコース設定や体験型観光イベントの実施

【主な事務事業】

- ・受入体制整備事業（観光協会・観光コース造成事業の支援）
- ・米騒動啓発事業（米騒動 100 周年記念事業の実施）
- ・魚津の山城啓発事業（松倉城跡ほか市内の山城の歴史遺産の活用）

【基本事業】 産業観光を地域資源として活用

- ・魚津の産業観光の発掘・活用
- ・地域資源としての認識とブラッシュアップによる魅力向上

【主な事務事業】

- ・受入体制整備事業（観光協会・観光コース造成事業の支援、産業観光受入整備補助）
- ・企業立地事業（見学・体験施設等の新設・増設に対する助成）

施策② 観光関係団体への支援の充実、連携強化

じゃんとこい魚津まつりや産業フェア(〇〇(まるまる)魚津)等、市全体で開催されるイベントや、のろし祭り、漁火まつり等、地域や団体が自主的に開催されるイベントへの支援の強化に努めます。また多様な観光イベントと集客施設との連携強化の支援や観光の中心的役割を担う観光協会の基盤強化、支援の充実を図ります。

【基本事業】 観光イベントの開催・支援による賑わいの創出

- ・ じゃんとこい魚津まつりや魚津産業フェア等、大規模イベントの開催支援
- ・ 地域が主体となって開催される自主性を大切にしたイベント活動への支援

【主な事務事業】

- ・ 観光イベント支援事業（イベント開催補助金）
- ・ 第10回 Sea 級グルメ全国大会の開催：平成29年10月予定
- ・ 漁業振興事業（経田漁港旧荷捌場での直販市経田漁港わいわい市の開催）

【基本事業】 観光協会の基盤強化と支援の充実

- ・ 観光協会の活動に対する支援の強化
- ・ 観光推進員(※)の設置をはじめとする運営基盤に対する支援強化

【主な事務事業】

- ・ 受入体制整備事業（観光協会運営支援）
- ・ 観光・物産宣伝事業（観光協会との連携による観光PR活動）

※観光推進員…市が設置する観光事業従事者。観光協会や駅前観光案内所で観光事業の運営を担います。

【基本事業】 観光施設、観光事業者及び観光関係団体の連携強化

- ・ 観光協会を中心とした観光施設、博物館、観光事業者及び観光関係団体の連携強化
- ・ 個々の民間施設や各種団体の活動の連携の強化（6次産業化の支援）

【主な事務事業】

- ・ 観光・物産宣伝事業（施設と連携したメディア等に対するPR活動の実施）
- ・ 観客誘致事業（イベント協力、パンフレット・ポスター配付等）

重点プロジェクト

(事業名) 地域資源の活用とストーリーの創造						
事業内容	<p>①地域資源の掘り起こし及び再認識と活用 ・地域の宝の再発見とブラッシュアップ</p> <p>②市のトップブランドのブラッシュアップ ・蜷気楼等、市を代表する資源のブラッシュアップ検討（ナンバーワン・オンリーワンブランド化）</p> <p>③米倉や神社仏閣等、歴史ストーリーの編成 ・個々の歴史的遺産等の資料整理 ・歴史的建造物や博物館、飲食施設等を繋げる連携策の検討 ・必要な施設整備</p> <p>④歴史的建造物の保存と活用の検討 ・ユネスコ無形文化遺産登録の「魚津のタテモン行事」を身近に感じる環境の整備</p> <p>⑤博物館の特徴を活かした集客体制の強化 ・各施設の特徴を再検討し、集客につなげる体制の検討</p> <p>⑥博物館と観光施設等との連携強化 ・博物館と歴史的建造物や各地域の拠点施設及び飲食施設等との連携による周遊コースの設定</p>					
主たるターゲット	日帰り観光客、宿泊観光客					
組織主体	観光協会、地域振興会、博物館、寺院等関係団体、魚津市 外					
スケジュール		H29	H30	H31	H32	H33
	①地域資源の掘り起こし及び再認識と活用	——	- - -	- - -	- - -	- - -
	②市のトップブランドのブラッシュアップ	——	——	——		
	③米倉や神社仏閣等、歴史ストーリーの編成		——	——		
	④歴史的建造物の保存と再利用の検討			——	——	——
	⑤博物館の特徴を活かした集客体制の強化	——	——			
	⑥博物館と観光施設等との連携強化		——	——	——	——

重点プロジェクト

(事業名) 体験型観光推進事業						
事業内容	<p>①文化・祭りの体験型観光メニューの造成</p> <ul style="list-style-type: none"> ・たてもん引き回しや蝶六踊り等における体験型メニューの造成 <p>②数時間程度のプチ体験型観光メニューの造成</p> <ul style="list-style-type: none"> ・少しの時間でも観光客が体験できるコースの整備 ・洞杉周遊体験コースの充実 <p>③農林水産関係の体験型観光メニューの充実</p> <ul style="list-style-type: none"> ・海体験【地引網、たこつぼ漁等】 ・農業体験【果樹狩り、剪定作業、下草刈り、帰農塾等の実施】 ・林業体験【間伐材コースターづくり等】 <p>④体験型観光イベントカレンダーの作成</p> <p>体験型観光メニューを時系列に整理、一目で見やすいメニュー一覧作成</p>					
主たるターゲット	日帰り観光客、宿泊観光客					
組織主体	観光協会、商工会議所、ホテル旅館組合、飲食業組合、農林水産関係団体、魚津市 外					
スケジュール		H29	H30	H31	H32	H33
	①文化・祭りの体験型観光メニューの造成	■	■			
	②数時間程度のプチ体験型観光メニューの造成	■	■			
	③農林水産関係の体験型観光メニューの充実	■	■	■		
	④体験型観光イベントカレンダーの作成				■	■

戦略Ⅲ

魚津ブランドの創出

施策① 特産物のブランド化、魅力向上の推進

本市は、高低差 3,400mの地形が育む水循環の恵みである海産物や農産物、果樹等が豊富に収穫されます。すでに地域及び県内では著名なものもありますが、食文化の継承・発展を目的とした魚津ブランドの創出やブラッシュアップを推し進めることで、富山から全国区、ひいては世界レベルへの足掛けとなる取り組みを進めて参ります。

【基本事業】 農産物や海産物のブランド化の推進

- ・ 農産物や海産物などの食材を活用した料理を通年でシリーズ（テーマ）化したイベントの開催及び一品料理への活用
- ・ 飲食店の開店時間帯や休日等の開店について等、飲食店の更なる充実のための商工会議所や飲食業組合等との協議
- ・ 特産物に対するキャッチコピーや商標登録化への取り組み
- ・ お土産の開発支援

【主な事務事業】

- ・ 観光・物産宣伝事業（観光 PR 宣伝事業、観光資源の活用）
- ・ 食泊連携事業（ご当地グルメ推進事業）
- ・ 水産資源開発事業（魚津アジ天点の市内飲食店と共同で新メニューの開発、プロモーションの実施）
- ・ 魚津のさかなブランド化推進事業（魚津寒ハギ如月王、魚津バイ飯の各種ブランド登録）

【基本事業】 食文化の継承・発展を目的としたブランドのブラッシュアップ

- ・ 郷土料理（押し寿司、昆布ジメ、漁師飯等）や農産物や海産物等の素材そのものの魅力の向上のためのブラッシュアップを推進し、新たな魚津ブランドの創出

【主な事務事業】

- ・ 食泊連携事業（ご当地グルメ推進事業）
- ・ 受入体制整備事業（新幹線開業 観光・ビジネス誘客・宣伝・受入支援事業）
- ・ 農山漁村振興交付金事業（漁村の伝統食の掘り起こし等の実施）

施策② 魚津の特性を活かした観光の推進

本市の大きな特徴として、「黒部峡谷」や「立山黒部アルペンルート」等の有名観光地の間に位置した立地条件とビジネスから温泉旅行まであらゆる宿泊ニーズに対応できるホテル・温泉旅館施設があげられます。これらのことから『二次観光地』としての拠点立地を活かした宿泊地としての機能充実を図ります。

また駅周辺の商店街には飲食店が多数建ち並び、豊かで新鮮な海産物や農産物を中心とした地元の食材を存分に味わえる環境があります。このような観光インフラ等の特性を活かした観光の事業化を図ります。

【基本事業】食と泊が連携した観光事業の推進

- ・ 宿泊施設と飲食店が有機的に連携した魚津の特性を満喫していただけるサービスプランの開発
- ・ 体験型観光付き宿泊プランやクーポン付き宿泊プラン等、宿泊増加につながるプランの検討
- ・ 宿泊・飲食セットメニュー開発等、魚津を身近に感じて頂ける企画の検討

【主な事務事業】

- ・ 食泊連携事業（宿泊施設連携事業支援、ご当地グルメ推進事業等）
- ・ 魚津セットメニュー推進事業（じゃんとかいセット）

【基本事業】食処の強化、情報発信拠点の強化

- ・ 食の情報発信拠点・販売拠点としての機能充実
- ・ 食育に繋がる情報（広報等でのトピックス）の発信

【主な事務事業】

- ・ 観光・物産宣伝事業（雑誌等へのPR）
- ・ 魚津のさかなブランド化推進事業（魚津寒ハギ如月王、魚津アジ天点等のホームページ、SNSを活用した情報発信）
- ・ 農山漁村振興交付金事業（たてもんまつり、経田漁港わいわい市の情報を発信するホームページの開設）
- ・ 受入体制整備事業（「うおづや」支援事業（観光協会運営支援））

◆基本施策の指標

項目	現状値 (平成 28 年度)	目標値 (平成 33 年度)
※ブランド登録数	37 品	50 品

※とやまの地域資源登録数

重点プロジェクト

(事業名) 食ブランドのブラッシュアップ事業						
事業内容	①郷土料理、ご当地グルメ等の「食」や農林水産資源のブラッシュアップ <ul style="list-style-type: none"> ・刺身や寿司等、「魚」を前面に出した本市の特徴である飲食等のブラッシュアップ ・様々なニーズに対応した飲食店との連携強化 ・資源に対するキャッチコピーや商標登録化 ②食処や食材の販売・情報発信拠点の機能強化 <ul style="list-style-type: none"> ・魚津の食材にこだわった店舗等の支援 ・旬をタイムリーに発信する体制構築 ・情報、発信拠点の機能の充実・整備 ・食育につながる情報発信 					
主たるターゲット	日帰り観光客、宿泊観光客、ビジネス客、市民					
組織主体	飲食業組合、観光協会、商工会議所、農林水産関係団体、地域振興会、魚津市 外					
スケジュール		H29	H30	H31	H32	H33
	①郷土料理、ご当地グルメ等の「食」や農林水産資源のブラッシュアップ					
	②食処や食の販売・情報発信拠点の機能強化					

重点プロジェクト

(事業名) 食泊連携事業						
事業内容	①宿泊・飲食クーポン事業 ・体験型観光付き宿泊プランやクーポン付き宿泊プラン等、宿泊増加に繋がる県外自治体との連携によるプラン造成の検討 ②魚津セットメニュー推進事業 ・観光客やビジネス客を対象とした宿泊・飲食セットメニューの開発、推進 ③飲み歩きイベントの実施 ・ホテル宿泊施設と飲食店、生産者、加工業者等、関係団体と連携した、“食” イベントの実施					
主たるターゲット	日帰り観光客、宿泊観光客、ビジネス客、市民					
組織主体	ホテル旅館組合、飲食業組合、観光協会、魚津市 外					
スケジュール		H29	H30	H31	H32	H33
	①宿泊・飲食クーポン事業	■	■	■		
	②魚津セットメニュー推進事業	■	■	■		
	③飲み歩きイベントの実施	■	■	■		

戦略Ⅳ

インバウンド・広域観光・プロモーションの推進

施策① インバウンド事業の推進

今後、観光入込客のターゲットとしてインバウンドの増加に取り組むことは最重要課題と考えられます。国内観光客数が減少する中、インバウンドの獲得に向けた受け入れ体制・環境整備が必要不可欠となります。特に立山黒部アルペンルートや黒部峡谷を目的に、特に台湾からの観光客が近年急増しており、その周遊ルートの一つや宿泊地として選択していただけるよう集中した取り組みを推進します。また国際大会やコンベンションの誘致も促進します。

インバウンド事業を推進するに当たり、受入体制や環境の整備は必要不可欠であります。受入側の対応や観光スポット環境の整備を推進します。

【基本事業】 インバウンド事業の推進及び国際的なスポーツ大会やコンベンション等の誘致の促進

- ・台湾インバウンド事業の推進
- ・国際的なスポーツ大会やコンベンション等の誘致の促進
(2020年東京オリンピック・パラリンピックに向けての対応)

【主な事務事業】

- ・台湾インバウンド等推進事業（受入体制整備、メディア招へい、マーケティング調査、観光PR）
- ・東京オリンピック・パラリンピック事前合宿誘致事業

【基本事業】 インバウンド対応に向けた観光スポットの整備

- ・土産販売所等や観光周遊コース等でのスムーズな対応対策
- ・トイレ、休憩場所（ベンチやあずまや等）の整備の推進。併せてカフェ等の設置やWi-Fi設置に向けた調査・研究

【主な事務事業】

- ・受入体制整備事業（観光コースの整備等）

施策② 広域観光の推進

富山湾・黒部峡谷・越中にいかわ観光圏協議会（以下「いかわ観光圏」という。）や新川地域観光開発協議会をはじめ、近隣市町や県等との連携強化により、観光に必要な機能の充実、強化を推進していきます。それぞれの地域の特色を明確に打ち出し、滞在型の観光誘致を図っていきます。

【基本事業】 広域観光ネットワークと連携活動の強化・コンベンション開催支援の強化

- ・いかわ観光圏と新川地域観光開発協議会の役割を明確にした事業の実施（DMO機能を有した観光マネジメント拠点施設としての運営の検討）
- ・交流都市等との相互連携事業の推進
- ・有名観光地への魚津の観光ポスターやパンフレットの設置
- ・会議や企業セミナー、合宿等のコンベンション開催の支援

【主な事務事業】

- ・広域観光連携事業（いかわ観光圏、新川地域観光開発協議会、関係自治体連携事業 他）
- ・コンベンション、コンベンションタクシー開催支援事業
- ・観光・物産支援事業（パンフレット・ポスターの作製）
- ・しんきろうマラソン事業（魚津しんきろうマラソン大会の開催）
- ・全日本大学女子野球選手権大会事業
- ・ユネスコ無形文化遺産広域連携事業（近隣のユネスコ登録文化財所管自治体との連携の検討）

施策③ 観光プロモーションの推進・情報発信の充実

本市の魅力を効果的に発信するため、観光施設や観光案内所の現状把握と、宿泊との連携によるインバウンド宿泊者へのアンケート実施等によりニーズを調査・把握・分析することで、本市の魅力が十分に伝わる戦略的なプロモーションを推進していきます。

ターゲットを意識した効果的なプロモーション展開を推し進めるべく、観光情報収集及びデータベース化を実施します。更に、民間事業者と連携しながら継続的に観光情報が発信される仕組みを構築するため、映像や動画を活用したPRを強化し、積極的な情報発信を行います。

【基本事業】 マーケティングによる客層・ニーズ調査、分析

- ・観光客等来訪者のニーズや満足度調査の実施
- ・インターネットアクセス分析の活用による動向調査等の実施

【主な事務事業】

- ・受入体制整備事業（観光振興計画推進協議会運営、観光協会による各種調査支援）
- ・台湾インバウンド等推進事業（マーケティング調査）

【基本事業】 戦略的プロモーションの推進

- ・旅行商品開発の働き掛けや大都市圏での観光PR活動、TV番組の活用等メディアを活用した話題性のある公果的なPR活動
- ・旅行会社等への販売PR活動と営業活動の実施
- ・魚津家（魚津応援団）事業の充実
- ・富山県ロケーションオフィス等との連携による映画等を活用したPR活動

【主な事務事業】

- ・観光・物産宣伝事業（メディア等への広告宣伝事業）
- ・受入体制整備事業（観光協会運営支援・魚津家事業）
- ・広域観光連携事業（富山県ロケーションオフィス等との連携）

【基本事業】 情報技術を活用した情報発信（SNS等の利用）の強化

- ・観光データのデータベース化
- ・ホームページの検索トップ表示化、映像、動画等を駆使したSNSツールの活用によるPRの強化
- ・情報発信スキル向上に向けた講習等活用の調査・研究

【主な事務事業】

- ・観光・物産宣伝事業（画像等の収集・発信、SNS活用の検討）

◆基本施策の指標

項目	現状値 (平成 27 年)	目標値 (平成 33 年)
観光客入込数	1,155 千人	1,730 千人
新川地域宿泊者数	498 千人	600 千人
コンベンション開催数	16 回	20 回
魚津市観光協会ホームページアクセス件数	221,111 件	240,000 件

【プロモーション・情報発信と着地側での対応の相関関係図】

地域 指向	着地型商品化(体験型旅行商品)	お客様発地での情報発信	顧客 指向
	着地での合意形成	着地側での情報発信	

地域：着地型商品化(体験型旅行商品)、地元(市民、事業者等)間の合意形成

顧客：発地での情報発信(出向宣伝活動)。着地側からの情報発信(HP等)

重点プロジェクト

(事業名) インバウンド等環境整備・誘客推進事業						
事業内容	<p>①インバウンド等推進事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・台湾インバウンド等推進事業 ・観光施設等の現状とニーズの把握、機能確認 ・地域住民おもてなしの意識醸成のための取組検討 ・免税店等の設置のための研究、検討 <p>②国際的なスポーツ大会やコンベンション等の誘致の促進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・コンベンション補助事業の活用による誘客の促進 ・ホテル旅館、飲食店等における対応整備 ・様々な国との交流の調査、検討 ・市民意識の醸成のための活動（地域振興会中心） <p>③インバウンド対応の窓口機能の充実</p> <ul style="list-style-type: none"> ・インバウンド対応の窓口、ガイド者育成のための研修の検討、タブレットの設置の検討 <p>（多言語対応ガイド育成のための研修、外国語教室の開催）</p>					
主たるターゲット	日帰り観光客、宿泊観光客、ビジネス客、市民					
組織主体	観光協会、ホテル旅館業組合、地域振興会、飲食業組合、魚津市 外					
スケジュール		H29	H30	H31	H32	H33
	①インバウンド等推進事業	■	■	■		
	②国際的なスポーツ大会やコンベンション等の誘致の促進				■	
	③インバウンド対応の窓口機能の充実	■	■			

重点プロジェクト

(事業名) 広域観光連携推進事業																															
事業内容	①にいかわ観光圏、新川地域観光開発協議会の事業推進 ・観光ポスターやパンフ等の広域 PR ・近隣市町範囲での周遊観光メニュー造成 ・人気観光地との連携（二次観光地） ②海・山・歴史等立地環境を活かした自治体関係の連携強化 ・「ジオパーク」の活用に向けた自治体連携の推進 ・様々な交流都市との観光相互連携活動の推進 ③「魚津のタテモン行事」のつながりによる広域連携事業推進 ・関係する県や自治体とのユネスコ連携 PR 活動 ・首都圏等でのイベント出演 ④コンベンション開催支援の強化（再掲） ・会議や合宿等のコンベンション開催 PR 及び支援の強化																														
主たるターゲット	日帰り観光客、宿泊観光客、ビジネス客、市民																														
組織主体	観光協会、飲食業組合、商工会議所、魚津市 外																														
スケジュール	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 60%;"></th> <th style="width: 10%;">H29</th> <th style="width: 10%;">H30</th> <th style="width: 10%;">H31</th> <th style="width: 10%;">H32</th> <th style="width: 10%;">H33</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>①にいかわ観光圏、新川観光開発協議会の事業推進</td> <td style="text-align: center;">■</td> <td style="text-align: center;">■</td> <td style="text-align: center;">■</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>②海・山・歴史等立地環境を活かした自治体関係の連携強化</td> <td style="text-align: center;">■</td> <td style="text-align: center;">■</td> <td style="text-align: center;">■</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>③魚津のタテモン行事」のつながりによる広域連携事業推進</td> <td style="text-align: center;">■</td> <td style="text-align: center;">■</td> <td style="text-align: center;">■</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>④コンベンション開催支援の強化</td> <td style="text-align: center;">■</td> <td style="text-align: center;">■</td> <td style="text-align: center;">■</td> <td style="text-align: center;">■</td> <td style="text-align: center;">■</td> </tr> </tbody> </table>		H29	H30	H31	H32	H33	①にいかわ観光圏、新川観光開発協議会の事業推進	■	■	■			②海・山・歴史等立地環境を活かした自治体関係の連携強化	■	■	■			③魚津のタテモン行事」のつながりによる広域連携事業推進	■	■	■			④コンベンション開催支援の強化	■	■	■	■	■
	H29	H30	H31	H32	H33																										
①にいかわ観光圏、新川観光開発協議会の事業推進	■	■	■																												
②海・山・歴史等立地環境を活かした自治体関係の連携強化	■	■	■																												
③魚津のタテモン行事」のつながりによる広域連携事業推進	■	■	■																												
④コンベンション開催支援の強化	■	■	■	■	■																										

重点プロジェクト

(事業名) 観光プロモーション事業						
事業内容	①観光資源データのデータベース化とその活用 ・情報収集（写真、動画等）や情報発信の推進 ・情報活用の調査・研究 ②SNS への対応強化・情報発信 ・ホームページの検索トップ表示化 ・映像やプロモーション動画等の活用 ・タブレットの活用及び情報共有の効率化 ・SNS 等、新たなツールの活用 ③魚津家（魚津応援団）事業の充実 ・魚津家の加入促進活動、PR の実施 ・魚津家登録者による事例発表等、意見交換会の開催					
主たるターゲット	日帰り観光客、宿泊観光客、ビジネス客、市民					
組織主体	観光協会、ホテル旅館組合、魚津市 外					
スケジュール		H29	H30	H31	H32	H33
	①観光資源データのデータベース化とその活用					
	②SNS への対応強化・情報発信					
	③魚津家（魚津応援団）事業の充実					

第4章 推進体制

1. 市民・観光事業者・観光関係団体・観光協会・行政の役割

本計画を推進していくためには、市民やボランティア団体、観光事業者、観光施設、宿泊施設、その他専門団体がお互いに密に連携を図り進めていかなければなりません。そのために、それぞれが期待される役割を担うことが望まれます。

【各主体に期待される主な役割】

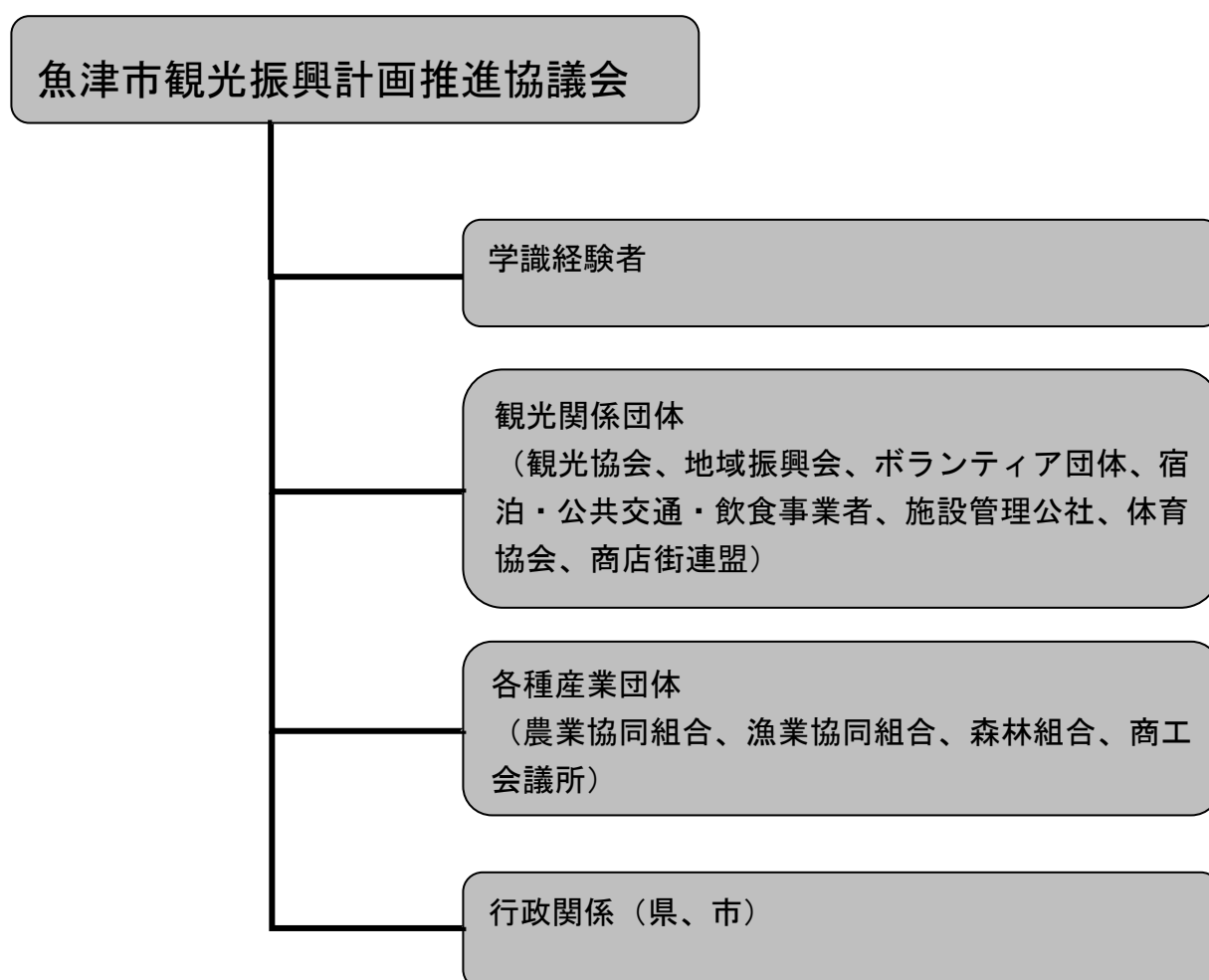
市民	<ul style="list-style-type: none"> ○観光に関する理解と関心 ○身近な魚津の魅力に対する気付きと発信 ○おもてなしの心の発揮と交流参加 ○地域における観光の取り組みへの主体的な参画 ○様々な国の文化の理解
観光事業者、観光関係団体	<ul style="list-style-type: none"> ○良質なサービス提供 ○おもてなし水準の向上 ○観光施設の魅力向上 ○魚津の魅力の創出と掘り起こし ○魚津の魅力に関する情報収集と発信
観光協会	<ul style="list-style-type: none"> ○魚津の魅力の創出と掘り起こし ○魚津の魅力に関する情報収集と発信 (情報収集及び発信基地としての機能確立) ○観光客の受入とおもてなしの充実 ○観光に関わる幅広い連携の促進と一体的な取り組みの推進 ○観光に携わる人材の育成 ○魚津が実施する観光施策との連携協力 ○観光客の実態やニーズの把握と観光施策の提言
行政	<ul style="list-style-type: none"> ○観光施策の総合的な策定 ○観光客の動向に関する調査実施 ○観光事業者、関係団体への支援と連携促進 ○観光施設の魅力向上と適切な管理運営 ○観光に関わるインフラの整備

2. 第2次魚津市観光振興計画推進協議会

本計画の総合的かつ計画的な推進と進捗状況の確認等を行うため、魚津市観光振興計画推進協議会を設置します。

「魚津市観光振興計画推進協議会」のもと、各団体が連携を図りながら、本計画の進捗を把握しつつ観光施策を推進していきます。

【体系図】



第5章 資料編

1. 第1次観光振興計画における指標の結果

○目標の進捗結果

目標 1 観光客入込数

	平成22年 (基準値)	平成23年	平成24年	平成25年	平成26年	平成27年	平成28年 (目標値)
目標値(千人)	1,464	1,545	1,626	1,707	1,788	1,869	1,950
実績(千人)	1,464	1,409	1,505	1,636	1,561	1,539	
対前年増減(千人)	-	△ 55	96	131	△ 75	△ 22	
進捗率(%)	-	91.2%	92.6%	95.8%	87.3%	82.3%	

※上記の実績値は集計結果の見直し前の数値

目標 2 宿泊者数

	平成22年 (基準値)	平成23年	平成24年	平成25年	平成26年	平成27年	平成28年 (目標値)
目標値(千人)	223	227	231	235	240	245	250
実績(千人)	223	232	309	321	367	383	
対前年増減(千人)	-	9	77	12	46	16	
進捗率(%)	-	102.2%	133.8%	136.6%	152.9%	156.3%	
【調査母体の修正後】				294	288	286	

目標 3 観光客の満足度数

	平成23年度 (基準値)	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度 (目標値)
目標値(%)	42.9	46.5	50.0	53.5	57.0	60.0
実績(%)	42.9	38.5	41.2	31.1	44.9	46.1
対前年増減(%)	-	△ 4.4	2.7	△ 10.1	13.8	
進捗率(%)	-	82.8%	82.4%	58.1%	78.8%	

○各基本施策における指標の進捗状況

基本戦略 1 おもてなしの充実

基本施策① 観光案内の充実とおもてなしの向上

観光案内所利用者数	平成23年度 (基準値)	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度 (目標値)
目標値(人)	9,512	10,000	10,500	11,000	11,500	12,000
実績(人)	9,512	13,485	13,611	15,969	14,019	
対前年増減(人)		3,973	126	2,358	△ 1,950	
進捗率(%)		134.9%	129.6%	145.2%	121.9%	

観光ガイド登録者数	平成22年度 (基準値)	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度 (目標値)
目標値(名)	13	17	21	25	30	35	40
実績(名)	13	20	21	25	27	31	
対前年増減(名)		7	1	4	2	4	
進捗率(%)		117.6%	100.0%	100.0%	90.0%	88.6%	

観光ガイドグループ活動数	平成22年度 (基準値)	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年 (目標値)
目標値(件)	13	20	26	32	38	44	50
実績(件)	13	17	18	20	21	35	
対前年増減(件)		4	1	2	1	14	
進捗率(%)		85.0%	69.2%	62.5%	55.3%	79.5%	

「市民のおもてなし」に関し、満足している観光客の割合	平成23年度 (基準値)	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度 (目標値)
目標値(%)	48.6	50.8	53.1	55.4	57.7	60.0
実績(%)	48.6	39.9	40	37.2	37.5	
対前年増減(%)		△ 8.7	0.1	△ 2.8	0.3	
進捗率(%)		78.5%	75.3%	67.1%	65.0%	

日頃から、おもてなしの心で観光客に対し接している市民の割合	平成23年度 (基準値)	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度 (目標値)
目標値(%)	43.1	46.4	49.8	53.2	56.6	60.0
実績(%)	43.1	39.9	36.4	33.5	31.1	
対前年増減(%)		△ 3.2	△ 3.5	△ 2.9	△ 2.4	
進捗率(%)		86%	73%	63%	55%	

※市民意識調査参照

基本施策② 観光客受け入れ基盤の充実

外国人宿泊者数	平成22年 (基準値)	平成23年	平成24年	平成25年	平成26年	平成27年	平成28年 (目標値)
目標値(人)	1,137	1,148	1,159	1,170	1,180	1,190	1,200
実績(人)	1,137	1,684	1,749	3,665	3,210	調査中	
対前年増減(人)		547	65	1,916	△ 455		
進捗率(%)		146.7%	150.9%	313.2%	272.0%		

インクル利用台数	平成23年度 (基準値)	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度 (目標値)
目標値(台)	454	463	472	481	490	500
実績(台)	454	498	606	948	1,153	
対前年増減(台)		44	108	342	205	
進捗率(台)		107.6%	128.4%	197.1%	235.3%	

基本戦略 4 広域観光・プロモーションの推進

基本施策① 広域観光の推進

新川地域観光客入込数	平成22年 (基準値)	平成23年	平成24年	平成25年	平成26年	平成27年
目標値(千人)	5,149	5,324	5,499	5,674	5,849	6,024
実績(千人)	5,149	4,476	4,574	4,968	4,979	調査中
対前年増減(千人)		△ 848	98	394	11	
進捗率(%)		84.1%	83.2%	87.6%	85.1%	
新川地域内平均宿泊数	平成22年 (基準値)	平成23年	平成24年	平成25年	平成26年	平成27年
目標値(泊)	1.5	1.56	1.62	1.68	1.74	1.80
実績(泊)	1.5	1.21	1.21	1.30	1.11	調査中
対前年増減(泊)		△ 0.4	0.0	0.1	△ 0.2	
進捗率(%)		77.6%	74.7%	77.4%	63.8%	
コンベンション開催数	平成22年度 (基準値)	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度
目標値(回)	9	10	11	12	13	14
実績(回)	9	7	10	11	13	16
対前年増減(回)		△ 3	3	1	2	3
進捗率(%)		70.0%	90.9%	91.7%	100.0%	114.3%

基本施策② 観光プロモーションの推進・情報発信の充実

魚津市観光協会ホームページ(HP)アクセス件数	平成23年度 (基準値)	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度 (目標値)
目標値(件)	9,523	9,700	83,214	84,514	85,814	58,000
実績(件)	9,523	81,914	125,050	185,141	221,111	
対前年増減(件)			43,136	60,091	35,970	
進捗率(%)		844%	150%	219%	258%	

※平成23年数値は2/8～3/31

2. 満足度調査の結果

		H24年度	H25年度	H26年度	H27年度	H28年度
性別		(有効回答)%	(有効回答)%	(有効回答)%	(有効回答)%	(有効回答)%
男性	カテゴリ	53.5%	49.6%	46.0%	41.0%	39.8%
女性	カテゴリ	46.5%	50.4%	54.0%	59.0%	60.2%

		H24年度	H25年度	H26年度	H27年度	H28年度
年齢		(有効回答)%	(有効回答)%	(有効回答)%	(有効回答)%	(有効回答)%
10歳代	カテゴリ	3.7%	6.8%	10.6%	13.2%	13.7%
20歳代	カテゴリ	14.3%	12.2%	8.5%	13.2%	14.7%
30歳代	カテゴリ	21.1%	22.4%	20.0%	22.2%	22.5%
40歳代	カテゴリ	17.1%	13.4%	22.3%	24.5%	24.5%
50歳代	カテゴリ	13.5%	17.9%	15.0%	13.2%	14.7%
60歳代	カテゴリ	20.1%	17.5%	14.8%	9.3%	7.8%
70歳代以上	カテゴリ	10.3%	10.0%	8.8%	4.4%	2.0%

		H24年度	H25年度	H26年度	H27年度	H28年度
交通手段		(有効回答)%	(有効回答)%	(有効回答)%	(有効回答)%	(有効回答)%
車(自家用車)	カテゴリ	64.5%	64.9%	72.7%	72.2%	75.2%
鉄道	カテゴリ	28.6%	30.6%	22.7%	26.5%	23.8%
バス等	カテゴリ	4.2%	2.6%	2.3%	1.3%	1.0%
その他	カテゴリ	2.6%	1.8%	2.3%	0.0%	0.0%

		H24年度	H25年度	H26年度	H27年度	H28年度
回数		(有効回答)%	(有効回答)%	(有効回答)%	(有効回答)%	(有効回答)%
初めて	カテゴリ	57.4%	55.9%	50.3%	60.5%	56.7%
2回目	カテゴリ	16.3%	13.3%	19.5%	14.5%	19.2%
3回目	カテゴリ	9.5%	7.3%	9.0%	5.2%	4.8%
4回目	カテゴリ	3.6%	4.2%	2.9%	2.3%	2.9%
5回目以上	カテゴリ	13.2%	19.4%	18.3%	17.6%	16.3%

		H24年度	H25年度	H26年度	H27年度	H28年度
前回の訪問		(有効回答)%	(有効回答)%	(有効回答)%	(有効回答)%	(有効回答)%
3ヶ月以内	カテゴリ	12.4%	18.5%	19.4%	10.4%	4.4%
半年以内	カテゴリ	12.8%	10.8%	12.2%	4.2%	4.4%
一年以内	カテゴリ	23.8%	23.7%	26.6%	44.2%	42.2%
5年以内	カテゴリ	31.1%	26.5%	18.5%	24.2%	28.9%
それ以上	カテゴリ	20.0%	20.4%	23.3%	17.0%	20.0%

		H24年度	H25年度	H26年度	H27年度	H28年度
情報源		(有効回答)%	(有効回答)%	(有効回答)%	(有効回答)%	(有効回答)%
以前訪問した際の自身の経験	カテゴリ	15.5%	15.8%	18.5%	10.8%	10.6%
家族や友人知人からの紹介・推奨	カテゴリ	16.7%	16.1%	16.5%	21.1%	23.0%
旅行雑誌・ガイドブックの記事	カテゴリ	15.9%	15.6%	10.6%	9.3%	7.1%
旅行会社のパンフレット	カテゴリ	4.7%	5.4%	5.7%	4.7%	6.2%
Webサイト	カテゴリ	12.1%	12.9%	11.0%	26.6%	26.5%
テレビ、ラジオ等、メディア情報	カテゴリ	7.3%	7.3%	4.6%	3.5%	1.8%
自分の意思(団体旅行・ビジネス等)	カテゴリ	9.1%	9.8%	10.7%	1.8%	1.8%
特に理由なし	カテゴリ	5.3%	7.8%	6.3%	1.2%	0.9%
その他	カテゴリ	13.5%	9.4%	16.2%	21.1%	22.1%

		H24年度	H25年度	H26年度	H27年度	H28年度
滞在の期待度		(有効回答)%	(有効回答)%	(有効回答)%	(有効回答)%	(有効回答)%
期待していた	カテゴリ	36.0%	34.2%	35.7%		
やや期待していた	カテゴリ	39.9%	45.7%	39.4%	未実施	未実施
どちらでもない	カテゴリ	19.5%	16.4%	19.9%		
あまり期待していない	カテゴリ	4.6%	2.8%	4.1%		
期待していなかった	カテゴリ	0.0%	0.9%	0.8%		

		H24年度	H25年度	H26年度	H27年度	H28年度
		(有効回答)%	(有効回答)%	(有効回答)%	(有効回答)%	(有効回答)%
今回の滞在で特に期待していたもの	カテゴリ					
	自然・景勝地観光体験			21.5%	34.7%	31.7%
	食事			31.6%	25.6%	26.9%
	買い物			3.8%	4.6%	3.8%
	観光施設見学			8.9%	19.7%	20.2%
	温泉			24.1%	7.2%	7.7%
	歴史的・文化的な体験・学習			2.5%	3.0%	2.9%
	住民との交流			2.5%	1.9%	2.9%
その他			5.1%	3.3%	3.8%	

		H24年度	H25年度	H26年度	H27年度	H28年度
		(有効回答)%	(有効回答)%	(有効回答)%	(有効回答)%	(有効回答)%
期待を上回ったか	カテゴリ					
	そう思う	37.8%	38.5%	37.9%	40.3%	38.5%
	やや思う	39.0%	42.6%	42.8%	38.3%	37.5%
	どちらでもない	19.3%	17.4%	14.3%	18.7%	22.1%
	あまり思わない	3.7%	1.1%	4.1%	1.6%	1.0%
	思わない	0.3%	0.4%	1.0%	1.0%	1.0%

		H24年度	H25年度	H26年度	H27年度	H28年度
		(有効回答)%	(有効回答)%	(有効回答)%	(有効回答)%	(有効回答)%
満足度	カテゴリ					
	満足	38.5%	41.2%	31.1%	44.9%	43.1%
	やや満足	44.5%	43.9%	53.6%	42.0%	43.1%
	どちらでもない	15.0%	13.0%	10.0%	12.1%	12.7%
	やや不満	1.2%	1.2%	4.6%	0.4%	0.0%
不満	0.9%	0.7%	0.7%	0.7%	1.0%	

		H24年度	H25年度	H26年度	H27年度	H28年度
		(有効回答)%	(有効回答)%	(有効回答)%	(有効回答)%	(有効回答)%
一年以内の再訪問	カテゴリ					
	そう思う	23.7%	22.3%	28.6%	31.4%	27.2%
	やや思う	29.5%	31.8%	33.9%	37.3%	35.0%
	どちらでもない	34.7%	37.5%	24.9%	23.4%	28.2%
	あまり思わない	6.6%	5.4%	7.8%	5.0%	5.8%
	思わない	5.5%	3.1%	4.7%	2.9%	3.9%

		H24年度	H25年度	H26年度	H27年度	H28年度
		(有効回答)%	(有効回答)%	(有効回答)%	(有効回答)%	(有効回答)%
【景観・雰囲気】 自然景観や雰囲気	カテゴリ					
	大変良かった	35.3%	34.5%	31.3%	38.6%	35.1%
	やや良かった	41.3%	43.9%	46.6%	45.7%	46.8%
	普通	21.8%	21.1%	20.3%	15.8%	18.1%
	やや悪かった	0.9%	0.0%	1.4%	0.0%	0.0%
悪かった	0.6%	0.5%	0.4%	0.0%	0.0%	

		H24年度	H25年度	H26年度	H27年度	H28年度
		(有効回答)%	(有効回答)%	(有効回答)%	(有効回答)%	(有効回答)%
【景観・雰囲気】 街並みの景観・雰囲気	カテゴリ					
	大変良かった	19.4%	18.1%	15.7%	27.2%	39.6%
	やや良かった	38.9%	37.8%	39.7%	40.6%	37.5%
	普通	37.5%	41.0%	39.0%	22.7%	1.0%
	やや悪かった	3.4%	2.5%	5.2%	2.2%	2.1%
悪かった	0.8%	0.5%	0.4%	0.7%	0.0%	

		H24年度	H25年度	H26年度	H27年度	H28年度
【宿泊施設】 部屋の質	カテゴリ	(有効回答)%	(有効回答)%	(有効回答)%	(有効回答)%	(有効回答)%
	大変良かった	33.0%	22.9%	35.5%	36.0%	34.8%
	やや良かった	39.2%	42.1%	32.7%	34.6%	29.0%
	普通	25.0%	31.2%	27.9%	16.8%	1.4%
	やや悪かった	2.3%	2.5%	1.9%	1.0%	0.0%
	悪かった	0.5%	1.2%	2.0%	0.0%	0.0%
【宿泊施設】 食事の質	カテゴリ	(有効回答)%	(有効回答)%	(有効回答)%	(有効回答)%	(有効回答)%
	大変良かった	36.9%	32.0%	39.4%	39.0%	33.3%
	やや良かった	38.9%	41.3%	32.1%	33.4%	25.0%
	普通	23.4%	24.6%	21.7%	13.7%	0.0%
	やや悪かった	0.8%	1.3%	3.1%	0.0%	0.0%
	悪かった	0.0%	0.8%	3.6%	0.0%	0.0%
【宿泊施設】 大浴場やスパ等の共 用施設の質	カテゴリ	(有効回答)%	(有効回答)%	(有効回答)%	(有効回答)%	(有効回答)%
	大変良かった	47.1%	38.7%	37.9%	43.9%	36.2%
	やや良かった	34.3%	41.2%	34.2%	27.2%	22.4%
	普通	17.1%	16.2%	25.7%	15.1%	0.0%
	やや悪かった	1.5%	2.5%	1.5%	0.0%	0.0%
	悪かった	0.0%	1.4%	0.7%	0.0%	0.0%
【宿泊施設】 従業員のおもてなし	カテゴリ	(有効回答)%	(有効回答)%	(有効回答)%	(有効回答)%	(有効回答)%
	大変良かった	39.2%	33.0%	43.6%	37.4%	37.5%
	やや良かった	36.8%	42.6%	31.3%	29.5%	18.1%
	普通	20.8%	24.0%	19.7%	13.8%	2.8%
	やや悪かった	2.1%	0.0%	4.0%	5.5%	0.0%
	悪かった	1.1%	0.4%	1.3%	0.0%	0.0%
【観光・文化施設】 施設・体験の内容	カテゴリ	(有効回答)%	(有効回答)%	(有効回答)%	(有効回答)%	(有効回答)%
	大変良かった	28.9%	25.6%	28.2%	40.3%	42.5%
	やや良かった	41.4%	43.8%	42.8%	32.1%	21.8%
	普通	28.0%	27.9%	26.0%	15.3%	2.3%
	やや悪かった	1.6%	2.5%	2.3%	1.1%	1.1%
	悪かった	0.0%	0.3%	0.8%	0.4%	0.0%
【観光・文化施設】 従業員のおもてなし	カテゴリ	(有効回答)%	(有効回答)%	(有効回答)%	(有効回答)%	(有効回答)%
	大変良かった	35.4%	32.7%	28.8%	37.3%	38.4%
	やや良かった	36.6%	39.2%	41.0%	32.9%	24.4%
	普通	25.8%	24.9%	25.7%	17.4%	4.7%
	やや悪かった	1.6%	2.7%	3.4%	1.6%	0.0%
	悪かった	0.6%	0.5%	1.2%	0.0%	0.0%
【飲食施設】 食事の内容	カテゴリ	(有効回答)%	(有効回答)%	(有効回答)%	(有効回答)%	(有効回答)%
	大変良かった	29.0%	28.6%	27.5%	38.7%	37.6%
	やや良かった	43.7%	42.7%	37.7%	29.9%	21.2%
	普通	25.9%	27.0%	29.6%	15.2%	2.4%
	やや悪かった	1.4%	1.0%	3.8%	3.2%	0.0%
	悪かった	0.0%	0.7%	1.4%	0.0%	0.0%
【飲食施設】 店員のおもてなし	カテゴリ	(有効回答)%	(有効回答)%	(有効回答)%	(有効回答)%	(有効回答)%
	大変良かった	24.0%	21.6%	21.3%	34.0%	35.7%
	やや良かった	38.6%	43.4%	35.7%	34.0%	31.0%
	普通	33.2%	32.6%	35.1%	19.4%	2.4%
	やや悪かった	3.3%	2.0%	7.4%	2.3%	0.0%
	悪かった	1.0%	0.3%	0.5%	0.0%	0.0%

		H24年度	H25年度	H26年度	H27年度	H28年度
		(有効回答)%	(有効回答)%	(有効回答)%	(有効回答)%	(有効回答)%
【物販施設】 お土産・商品の内容	カテゴリ					
	大変良かった	18.4%	20.9%	13.2%	28.9%	44.9%
	やや良かった	42.4%	41.4%	37.7%	40.2%	30.8%
	普通	35.6%	35.1%	44.3%	21.7%	2.6%
	やや悪かった	3.6%	2.3%	3.2%	2.0%	0.0%
悪かった	0.0%	0.3%	1.6%	0.0%	0.0%	

		H24年度	H25年度	H26年度	H27年度	H28年度
		(有効回答)%	(有効回答)%	(有効回答)%	(有効回答)%	(有効回答)%
【物販施設】 店員のおもてなし	カテゴリ					
	大変良かった	21.2%	18.8%	16.3%	27.3%	39.7%
	やや良かった	36.6%	42.5%	34.7%	41.2%	37.2%
	普通	38.3%	36.5%	41.4%	22.1%	2.6%
	やや悪かった	3.4%	1.9%	6.5%	2.5%	0.0%
悪かった	0.5%	0.3%	1.0%	0.0%	0.0%	

		H24年度	H25年度	H26年度	H27年度	H28年度
		(有効回答)%	(有効回答)%	(有効回答)%	(有効回答)%	(有効回答)%
【費用負担】	カテゴリ					
	大変良かった	18.3%	17.0%	15.6%	23.0%	29.6%
	やや良かった	35.3%	36.0%	35.9%	34.7%	45.9%
	普通	44.4%	44.3%	44.7%	32.2%	3.1%
	やや悪かった	2.0%	1.6%	2.6%	3.0%	0.0%
悪かった	0.0%	1.0%	1.2%	0.0%	0.0%	

		H24年度	H25年度	H26年度	H27年度	H28年度
		(有効回答)%	(有効回答)%	(有効回答)%	(有効回答)%	(有効回答)%
市民のおもてなし	カテゴリ					
	良かった	38.2%	39.4%	35.3%	43.5%	37.5%
	まあまあ良かった	41.6%	40.6%	39.1%	28.5%	21.2%
	どちらでもない	19.2%	19.3%	21.9%	13.6%	1.0%
	あまり良くない	1.0%	0.7%	3.8%	1.0%	0.0%
良くない	0.0%	0.2%	1.4%	0.3%	0.0%	

3. 観光に関する統計資料

◆魚津市観光客入込数推移(総括)

年別		平成23年	平成24年	平成25年	平成26年	平成27年
入込総数		1,387,769	1,485,475	1,519,569	1,481,777	1,441,732
県内外	県内	1,130,217	1,155,042	1,242,067	1,222,507	1,171,974
	県外	278,563	315,915	343,956	337,699	367,249
宿泊別	宿泊	216,050	268,321	294,173	288,274	286,164
	日帰り	1,171,719	1,217,154	1,225,396	1,193,503	1,155,568

◆魚津市観光客入込数推移(観光施設)

年別		平成23年	平成24年	平成25年	平成26年	平成27年
入込総数		587,745	666,799	719,439	671,492	658,221
県内外	県内	507,277	574,902	568,794	569,099	539,993
	県外	80,468	91,897	150,645	102,393	118,228
宿泊別	宿泊	213	6,461	91,698	66,240	85,869
	日帰り	581,939	660,338	627,741	605,252	572,352
資源・施設名	魚津水族館	127,177	129,806	189,300	146,434	147,451
県内外	県内	113,906	123,844	113,580	110,269	89,705
	県外	13,271	5,962	75,720	36,165	57,746
宿泊別	宿泊	0	0	75,720	36,165	57,746
	日帰り	122,294	129,606	113,580	110,269	89,705
資源・施設名	埋没林博物館	37,614	39,751	41,615	35,152	36,562
県内外	県内	28,036	30,734	31,227	27,787	29,947
	県外	9,578	9,017	10,388	7,365	6,615
宿泊別	宿泊	0	0	7,440	4,182	4,769
	日帰り	37,614	39,751	34,175	30,970	31,889
資源・施設名	ミラージュランド	104,715	104,956	113,854	122,639	110,295
県内外	県内	76,888	77,604	84,272	91,171	81,549
	県外	27,827	27,352	29,582	31,468	28,746
宿泊別	宿泊	0	0	0	0	0
	日帰り	104,715	104,956	113,854	122,639	110,295
資源・施設名	歴史民俗博物館	7,194	5,833	6,620	6,502	4,815
県内外	県内	5,756	4,082	4,631	4,335	3,359
	県外	1,438	1,751	1,989	2,167	1,456
宿泊別	宿泊	0	0	1,989	2,167	1,456
	日帰り	7,194	5,833	4,631	4,335	3,359

◆魚津市観光客入込数推移(イベント)

年別		平成23年	平成24年	平成25年	平成26年	平成27年
入込総数		225,433	250,180	254,866	249,678	251,561
県内外	県内	206,658	228,851	240,636	236,010	237,900
	県外	18,775	21,329	14,230	13,668	13,661
宿泊別	宿泊	15,405	18,260	20,460	12,189	11,662
	日帰り	210,028	231,920	234,406	237,489	239,939
イベント名	戦国のろし祭り	3,200	3,500	3,700	3,800	3,800
県内外	県内	3,185	3,470	3,650	3,700	3,700
	県外	15	30	50	100	100
宿泊別	宿泊	5	10	10	20	20
	日帰り	3,195	3,490	3,690	3,780	3,780
イベント名	魚津まつり	69,000	86,000	85,000	85,000	87,000
県内外	県内	62,100	77,400	77,400	77,400	78,000
	県外	6,900	8,600	7,600	7,600	9,000
宿泊別	宿泊	6,900	8,600	7,600	7,600	9,000
	日帰り	62,100	77,400	77,400	77,400	78,000
イベント名	〇〇魚津	39,283	40,800	34,866	43,000	40,000
県内外	県内	38,973	40,470	34,586	42,500	39,500
	県外	310	330	280	500	500
宿泊別	宿泊	0	0	0	500	500
	日帰り	39,283	40,800	34,866	42,500	39,500

4. 宿泊施設一覧

No.	施設名	部屋数	収容人数
1	スカイホテル魚津アネックス	48	56
2	スカイホテル魚津	56	72
3	ビジネスホテル美浪	22	33
4	海に見えるホテル美浪館	18	30
5	アパホテル〈魚津駅前〉	145	168
6	ホテルグランミラージュ	75	110
7	ベストイン魚津	76	152
8	魚津マンテンホテル駅前	185	234
9	ホテルルートイン魚津	152	200
ホテル計		777	1,055
10	大島屋旅館	4	6
11	金太郎温泉	97	500
12	いけがみ	6	18
13	元祖 仁右衛門家旅館	11	70
温泉・旅館計		118	594
14	辻わくわくランド 民宿茶屋	6	30
民宿計		6	30
総計		901	1,679

(平成 28 年 12 月現在)

5. 第2次観光振興計画策定の経過

日 付		会議名等	備考
平成28年	6月22日	第1回計画策定庁内検討会	
	6月27日	第1回計画策定委員会	
	7月14日	計画策定検討部会(食・泊部会①)	
	7月15日	計画策定検討部会(体験部会①・受入部会①)	
	7月25日	計画策定検討部会(食・泊部会②・体験部会②・受入部会②)	
	8月17日	計画策定検討部会(食・泊部会③・体験部会③・受入部会③)	
	8月18日	計画策定検討部会(インバウンド部会①)	
	8月23日	計画策定検討部会(食・泊部会④・受入部会④)	
	8月26日	計画策定検討部会(インバウンド部会②)	
	8月30日	計画策定検討部会(インバウンド部会③)	
	9月7日	第2回計画策定庁内検討会	
	9月23日	第2回計画策定委員会	
	10月26日	第3回計画策定庁内検討会	
	11月14日	第4回計画策定庁内検討会	
	11月30日	第3回計画策定委員会	
	12月19日	12月定例会産業建設委員会説明	
平成29年	12月26日～1月20日	パブリックコメント実施	
	2月8日	第4回計画策定委員会	

6. 第2次観光振興計画策定の体制

①第2次観光振興計画策定委員会名簿

役職	分類	関係諸団体(機関名)	氏名
会長	学識経験者	名古屋学院大学 現代社会学部	古池 嘉和
副会長	観光関係団体	魚津市観光協会	木下 荘司
委員	学識経験者	日本旅行業協会(JATA)富山地区委員会	松田 隆
委員	観光関係団体	魚津市観光協会	松木 正夫
委員		魚津市ホテル旅館組合	瀬川 弘一
委員		魚津市自治振興会連合会	平内 幸典
委員		魚津観光ボランティアじゃんとこい	上野 恭子
委員		(財)魚津市施設管理公社	清水 博樹
委員		(公財)魚津市体育協会	大谷 清雅
委員		魚津タクシー協会	佐々木 祐司
委員		魚津市商店街連盟	大野 聡一
委員		あいの風とやま鉄道(株)	杉本 朋之
委員		中日本高速道路(株)金沢支社 富山保全・サービスセンター	種 秀雄
委員		魚津飲食業組合	水田 万輝子
委員		富山地方鉄道(株)	清水 浩二
委員		各種産業団体	魚津漁業協同組合
委員	魚津市農業協同組合		海野 武史
委員	新川森林組合		黒瀬 宗治
委員	魚津商工会議所		大愛 高義
委員	行政関係	富山県観光・地域振興局観光課	砂原 賢司
委員	〃	魚津市産業建設部	川岸 勇一(H28.6.27~H28.6.30) 宮崎 信一(H28.7.1~)

②第2次観光振興計画策定庁内検討会名簿

役職	職名	氏名
座長	産業建設部長	川岸 勇一(H28.4.1～H28.6.30)
		宮崎 信一(H28.7.1～)
副座長	企画総務部長	四十万 隆一(H28.4.1～H28.6.30)
		川岸 勇一(H28.7.1～)
委員	民生部長	新浜 義弦
"	上下水道局次長	竹内 嘉宏
"	教育委員会次長	殿村 伸二
"	企画政策課長	南塚 智樹
"	税務課長	江幡 遂守
"	財政課長	富居 幹生
"	地域協働課長	吉崎 敏
"	環境安全課長	堀 昭禎
"	農林水産課長	山岡 晃
"	建設課長	宮崎 信一(H28.4.1～H28.6.30)
		海野 貴志(H28.7.1～)
"	都市計画課長	三井 修
"	生涯学習・スポーツ課長	宮崎 悟
"	水族博物館長	稲村 修
"	埋没林博物館長	江田 直樹
学識経験者	地方創生アドバイザー	森永 琢馬
事務局	商工観光課長	宮野 司憲

③第2次観光振興計画策定検討部会名簿

部会名	所属	氏名
食・泊部会	企画政策課(企画係)	浦田 誠
食・泊部会	農林水産課(農政振興係)	木村 勝
食・泊部会	農林水産課(水産振興係)	館 和生
食・泊部会	商工観光課	政二 弘明
食・泊部会	魚津商工会議所	石原 清春
食・泊部会	魚津商工会議所(青年部)	松倉 良知
食・泊部会	魚津商工会議所(女性部)	木下 嘉代子
食・泊部会	魚津漁業協同組合	浜住 博之
食・泊部会	魚津飲食業組合	島澤 達也
食・泊部会	魚津市農業協同組合	小坂 義則
食・泊部会	魚津市ホテル旅館組合	木下 くみ子
食・泊部会	魚津タクシー協会	佐々木 祐司
食・泊部会	魚津市観光協会	澤田 和宏

部会名	所属	氏名
体験部会	企画政策課(地域資源推進班)	前田 久則
体験部会	農林水産課(業務林政係)	森岡 勉
体験部会	生涯学習スポーツ課(生涯学習・文化係)	藤田 晶子
体験部会	生涯学習スポーツ課(スポーツ係)	木下 英暖
体験部会	新川森林組合	佐竹 謙二
体験部会	魚津市施設管理公社	山本 大年
体験部会	魚津市体育協会	吉田 信義
体験部会	魚津商工会議所	石原 清春
体験部会	魚津漁業協同組合	米沢 健二
体験部会	魚津市農業協同組合	寺西 純一
体験部会	魚津市観光協会	澤田 和宏
体験部会	観光ボランティア”じゃんとこい”	上野 恭子

部会名	所属	氏名
受入部会	企画政策課(広報・広聴係)	田中 明子
受入部会	地域協働課(協働推進係)	高田 弘美
受入部会	水族博物館	石崎 薫
受入部会	埋没林博物館	石須 秀知
受入部会	商工観光課	亀田 安仁
受入部会	魚津市自治振興会連合会	関口 斎
受入部会	魚津市商店街連盟	大野 聡一
受入部会	富山地方鉄道㈱	伊東 信男
受入部会	中日本高速道路㈱金沢支社富山保全・サービスセンター	滝脇 茂樹
受入部会	あいの風とやま鉄道㈱	杉本 朋之
受入部会	魚津タクシー協会	佐々木 祐司
受入部会	観光ボランティア”じゃんとこい”	前沢 律子
受入部会	魚津市観光協会	澤田 和宏

部会名	所属	氏名
インバウンド・広域連携部会	食泊部会長	松倉 良知
インバウンド・広域連携部会	食泊部副会長	舘 和生
インバウンド・広域連携部会	体験部会長	上野 恭子
インバウンド・広域連携部会	体験部副会長	前田 久則
インバウンド・広域連携部会	受入部会長	大野 聡一
インバウンド・広域連携部会	受入部副会長	高田 弘美

7. 第2次観光振興計画策定検討部会提案一覧

【食・泊部会】

※ ①4月～6月 ②7月～9月 ③10月～12月 ④1月～3月

No	事業(案)	事業内容	実施事項(準備事項)	実施者		初年度				2年度				3年度				4年度				5年度			
				実施主体	関係団体	①	②	③	④	①	②	③	④	①	②	③	④	①	②	③	④	①	②	③	④
<コンセプト:水循環を活用(魚津の水循環が育んだ農林水産資源及び食文化の活用を図る)>																									
1	食文化の継承・発展を目的としたブランドのブラッシュアップ事業	・郷土料理(押し、こぶシメ等)、食材(ホタルイカ等)の伝承と利活用 ・一品料理(前菜、付け出し等)への活用 ・バイ貝、すし、イカ等、食材や料理を一年を通したシリーズ(テーマ)イベントの開催	①郷土料理、素材の洗い出しと活用の検討 ②イベント事業等の企画、PR方法の検討 ③資源に対するキャッチコピーや商標登録化 ④事業実施と評価	農協、漁協、飲食業組合、ホテル旅館組合	商工会議所、観光協会、市 他																				
2	食の情報発信、拠点の強化	・旬をタイムリーに発信する体制の構築 ・情報、販売拠点の機能整備・充実 ・食育につながる情報発信(広報等でのトピックス)・事業実施	①旬の食材の年間収穫時期の整理と生産者と事業者等の調整、拠点機能強化の検討・整備 ②水の良さの検証とPR実施 ③伝達方法(手段)等の検討と拠点での試行運用 ④事業実施と評価	農協、漁協、飲食業組合、ホテル旅館組合	商工会議所、観光協会、市 他																				
3	食泊に関するインバウンドへの対応	・施設(ホテル・飲食店)に対する研修等による体制整備 ・インバウンド宿泊者に対するアンケート実施 ・指差しシートや飲食情報資料の作成等	①ホテル旅館組合や観光案内所等の現状把握、調整 ②インバウンド宿泊者に対するニーズ調査(1年間単位) ③指差しシート等の調整、配布。研修実施に向けた検討 ④事業実施と評価	ホテル旅館組合、観光協会(案内所)、飲食業組合	商工会議所、観光協会、市 他																				
4	食泊連携のブラッシュアップ	・ホテル宿泊施設と飲食店、生産者、加工業者等、関係団体との連携強化 ・観光客やビジネス客を対象とした宿泊・飲食セットメニュー開発 他	①前回計画での提案の内容精査と実施に向けての検討(ブラッシュアップ作業)。体験付き宿泊プランやクーポン付き宿泊プラン等、宿泊増加につながるプランの検討 ②事業実施と評価	ホテル旅館組合、飲食業組合、観光協会	商工会議所、市 他																				

【体験部会】

※ ①4月～6月 ②7月～9月 ③10月～12月 ④1月～3月

No	事業(案)	事業内容	実施事項(準備事項)	実施者		初年度				2年目				3年目				4年目				5年目			
				実施主体	関係団体	①	②	③	④	①	②	③	④	①	②	③	④	①	②	③	④	①	②	③	④
1	体験型祭りの実施	・たてもん祭り(たてもん立ち上げ見学やフチ引き回し)や蝶六待ち流し(事前練習体験を経験した者の参加チームへの加入による体験)における体験メニューの造成	①保存会や実行委員会との調整 ②実施むけての試行(モニター)の実施 ③事業実施と評価評価	観光協会、商工会議所 他	飲食業組合、ホテル旅館組合 他																				
2	農林水産資源を活用した体験メニューの充実	・地引網、釣り堀、たこつぼ漁等、体験事業の充実 ・果樹狩り等、少人数体験の対応、果樹オーナー制度等、体験農業の充実 ・間伐材のコースターづくり体験等、森の体験メニューの充実	①実施メニューの調整、内容の検討 ②受入体制や体験商品としての調整、旅行者への商品化に向けてのPR実施、試行 ③事業実施と評価	農協、漁協、森林組合、果樹農家等、観光協会	飲食業組合、ホテル旅館組合、商工会議所、市 他																				
3	自転車(レンタサイクル)の活用	・レンタサイクルの活用(周遊コース設定) ・サイクリング大会の実施	①レンタサイクル周遊コースの設定と体験商品として検討。 サイクリング大会開催に向けての研究 ②関係諸団体との企画。運営等の検討 ③事業実施と評価	体協、観光協会、商工会議所、市	飲食業組合、ホテル旅館組合																				
4	水を体験できる施設、環境づくり(水の街の演出)	・人口プール設置、地下からの直噴水等の整備 ・駅前等に水を体感できる水路等の整備	①設置箇所(施設)の検討、事業調整等、連携施設との調整 ②事業実施に向けての検討 ③事業実施と評価	市、各種団体	観光協会、商工会議所																				
5	1時間程度のプチ体験の整備	・すこしの時間で観光客が体験できる観光コースの整備	①歴史、文化、食等の体験コースの選定協議 【試行(モニター)の実施と価格設定の検討】 ②受入体制整備と旅行会社等への販売PR活動 ③事業実施と評価	観光協会、商工会議所 他	飲食業組合、ホテル旅館組合、商工会議所、市 農林水産関係団体																				
6	体験イベントカレンダーの作成	・時間軸で年間で体験できるメニューを整理する。	①体験イベントの洗い出しと調整 ②広報戦略の調整 ③事業実施と評価	農協、漁協、観光協会、商工会議所、森林組合、各種団体	飲食業組合、ホテル旅館組合																				

【受入部会】

※ ①4月～6月 ②7月～9月 ③10月～12月 ④1月～3月

No	事業(案)	事業内容	実施事項(準備事項)	実施者		初年度				2年度				3年度				4年度				5年度			
				実施主体	関係団体	①	②	③	④	①	②	③	④	①	②	③	④	①	②	③	④	①	②	③	④
1	受入基盤の強化	・地域の宝を発見、活用の検討を行うなど、地域での活動を充実させることにより魚津を愛する人を増やす。地域観光ボランティアの創出 ・観光看板や基盤整備の促進 ・コンベンション助成の推進	①地域の宝を発見、認識による地域の良さを認識する。 ②企業を含めた市全体(地域振興会主体)で観光研修を開催することにより観光意識の醸成を図り、市全体でおもてなしする意識を共有する。市全体で活動を実施する。 ③地域が主体となって外国語表記を含めた観光案内看板の改修、新設を行う。 ④コンベンション助成の拡充による受け入れ態勢の整備	市、地域振興会	観光協会、商工会議所、各種関係団体																				
2	駅前の景観整備	・おもてなしの街づくりのための駅前の景観(SL移設、水路(水の小路)等)の整備や活用(移動販売車の活用)	①整備に向けての各機関等や庁内の検討 ②施設整備の計画等の検討 ③事業実施と評価	市、商工会議所、観光協会、関係団体	市民団体																				
3	観光資源の歴史、ストーリー性の整理と活用	・米倉や神社仏閣等の歴史ストーリー等の編成	①個々の歴史的遺産等の資料整理 ②歴史的建造物や博物館、飲食施設等を繋げる連携策の検討 ③必要な施設整備、コース設定、イベントの実施	市、地元地域振興会、寺院等関係団体	市民団体																				
4	HP・SNSの活用	・HPの検索トップ表示化、映像(インスタグラム等)、動画(YouTube)の活用によるPR強化 ・観光データのデータベース化。タブレットの活用や情報共有の効率化の検討 ・WiFi環境整備の推進	①情報発信スキルの向上。(講習等)活用の調査・研究(役割分担の明確化) ②情報収集(写真等の画像)や情報発信の推進 ③ホテル宿泊施設等との調整と連携の検討及びWiFi整備の検討 ④結果の検証と内容等の再調整	市、観光協会、ホテル旅館組合等関係団体	市民団体																				
5	博物館の特色・魅力の抽出による活用	・博物館の特徴を活かした集客体制の強化を図る。	①各施設の特徴の再検討を含め全体の内容の検討 ②歴史的構造物や博物館、公民館を観光に繋げることができる役割の検討、整備の検討 ③必要な施設整備、コース設定、イベントの実施(タブレットの活用の検討)	博物館、市	観光協会、商工会議所、各種関係団体																				
6	観光客のニーズ把握	・観光客が満足する魅力の検証 ・市外からの目線調査	①観光客満足度調査の調査活動の見直し、更に効果的な調査の研究(インターネットアクセス分析等の活用) ②調査実施と結果の検証	市、観光協会、商工会議所	各種団体																				
7	食事処の対応に対する検討・改善	・時間帯、平日・休日等での飲食店充実の検討	①現状分析と飲食店組合との協議 ②PR活動等の検討と実施 ③事業実施と評価	飲食店組合、市、観光協会、商工会議所	農林水産各種関係団体																				

【インバウンド・広域連携部会】

※ ①4月～6月 ②7月～9月 ③10月～12月 ④1月～3月

No	事業(案)	事業内容	実施事項(準備事項)	実施者		初年度				2年度				3年度				4年度				5年度			
				実施主体	関係団体	①	②	③	④	①	②	③	④	①	②	③	④	①	②	③	④	①	②	③	④
1	インバウンドに対応するための環境整備	・観光施設での多言語タブレット等設置による窓口対応(個人旅行者への対応のためのガイド)の円滑化。 ・ちょっとしたおもてなしの心で接する市民の意識の醸成 ・地域単位等での免税店の設置	①観光施設等の現状とニーズの把握。機能確認。 ②インバウンド対応の窓口、ガイド育成のための研修の検討(多言語対応ガイド育成のための研修、外国語教室の開催) ③地域住民のおもてなしの意識醸成のための取組み検討 ④免税店等の整備のための研究、検討。 ⑤事業実施と検証	観光協会、ホテル旅館業組合、地域振興会	商工会議所、市他																				
2	情報の多言語化と発信の強化	・博物館等における解説板の多言語説明装置(QRコード)の設置 ・SNSによる情報発信の強化(画像等によるPR) ・二次交通の充実	①博物館等の現状把握。QRコード設置に向けた検討 ②画像を含めた、観光情報収集(DB化)を発信の検討 ③二次交通(鉄道、観光バス、路線バス、タクシー、レンタカー、レンタサイクル)の活用研究、調整等 ④事業実施と検証	水族館、埋没林館、タクシー協会等	商工会議所、観光協会、市他																				
3	近隣市町や県外自治体との広域連携体制の整備	・魚津のパンフ、ポスター等の市外、県外での設置促進 ・長期滞在型の観光旅行者への対応。(長期型観光メニュー造成) ・立山黒部アルペンルート、トロッコ等、人気観光地との連携(2次目的観光地) ・海・山・歴史など立地環境を活かした自治体関係の連携強化	①観光ポスターやパンフ等の広域PR活動の展開 ②近隣市町範囲での周遊観光メニュー造成のための検討 ③立山黒部アルペンルート、トロッコ等、人気観光地との連携の検討 ④「魚津城の戦い」の歴史的つながりをブラッシュアップするなど、様々な交流都市との観光相互連携についての検討 ⑤事業実施と検証	観光協会、商工会議所、市	ホテル旅館業組合他																				
4	多くの観光地の中から『魚津』を選んでもらうための『特徴』のブラッシュアップ	・「魚」を前面に出した本市の特徴である飲食等のブラッシュアップ ・水循環の効果的なPRとその恩恵(海、山、水、蟹気楼、埋没林...)のブラッシュアップ ・地域の宝(よさ:歴史伝統生活文化等)の再発見とブラッシュアップ	①様々なニーズに対応した飲食店の整備検討 ②水循環のキャッチ等の検討。蟹気楼(及び関連資源)のブラッシュアップ検討(ナンバーワンブランド化) ③地域でのよさの再発見。再認識から活用への取組み検討 ④事業実施と検証	飲食業組合、観光協会、商工会議所、地域振興会、市	水族館、埋没林館、他																				
5	観光スポットの整備	・街歩き観光スポットの整備 ・土産販売所等の整備 ・ユネスコ無形文化遺産登録(予定)「たてもん」を身近に感じる施設整備	①観光周遊コース等の現地確認。トイレ、休憩場所(ベンチ、あずまや等)整備についての検討 ②カフェ等の設置、WiFi設置に向けての調査・研究 ③たてもんの展示のあり方等の調査・研究 ④事業実施と検証	観光協会、飲食業組合、商工会議所、市、	たてもん保存会等、市民団体																				
6	東京オリンピック・パラリンピックに向けての対応	・スポーツ、コンベンション等、国際大会・合宿(キャンプ地)の誘致 ・ホテル旅館、飲食店等における対応整備 ・市全体で受け入れる「おもてなし」の気持ちの醸成 ・様々な国の文化への理解	①ありそドーム等、スポーツ施設及び文化施設、宿泊施設の機能確認 ②オリンピックに向けた対応にかかるホテル旅館や飲食店との研究・検討 ③市民意識の醸成のための活動(地域振興会中心) ④台湾の他、タイ(チェンマイ)等、様々な国との交流の調査、検討 ⑤事業実施と検証	体育協会、ホテル旅館業組合、飲食業組合、地域振興会、市	観光協会、商工会議所 他																				

8. 魚津市観光振興条例

○魚津市観光振興条例

観光は、農林水産業、商工業、サービス業など幅広い分野に関連する裾野の広い産業であり、地域経済の活性化、まちの賑わい創出や雇用の拡大をもたらす総合的な産業です。

観光を振興していくことは、様々な産業や地域の連携による市民の一体感を醸成するとともに、本市を訪れる人々との交流を通して市民がふるさとの良さを再認識し、地域への誇りと愛着を育み、それらを次世代へ引き継ぐ契機となります。

本市は、北アルプス立山連峰に連なる毛勝三山や僧ヶ岳を源とした清冽な水が市内をめぐり、富山湾に注ぎ、山から海までが一つの水循環でつながる特徴的な地形を有しています。

その清冽な水が、三大奇観である蟹気楼、ほたるいか群遊海面、埋没林をはじめ、樹齢 500 年を超える洞杉群に代表される豊かな自然や多様な生物を育み、美味しい山の幸と海の幸をもたらしてきました。

さらに、戦国の城跡、米騒動発祥の地、たてもん行事、神社仏閣などの歴史的・文化的遺産、水族博物館、埋没林博物館などの集客施設、県東部を代表する飲食店街、宿泊施設など、多彩な地域資源があります。

これら多くの地域資源を観光資源として魅力の向上を図り、活用し、観光客が本市にできる限り長く滞在し、再び訪れたいくなるような観光のまちづくりが重要な課題です。

そこで本市の観光の振興について基本的な考え方を明らかにすることにより、市民の観光に対する理解を深め、市民、観光事業者、観光関係団体や市が連携しながら、一体となって魅力ある観光のまち魚津の実現を目指すため、ここに魚津市観光振興条例を制定します。

(目的)

第1条 この条例は、本市における観光の振興について基本的事項を定めることにより、観光の振興施策を総合的に推進し、もって豊かで活力に満ちた観光のまち魚津の実現に資することを目的とします。

(定義)

第2条 この条例において、次の各号に掲げる用語の意義は、当該各号に定めるところによります。

(1) 観光施設とは、次に掲げる施設をいいます。

ア 文化教養施設

イ 娯楽施設

ウ 宿泊設備を備えた施設

- エ 公共交通に関する施設
- オ その他観光に関する施設

(2) 観光事業者とは、次に掲げる者をいいます。

- ア 観光施設の管理又は運営に携わっている者
- イ 旅行に関するサービスなどを提供している者
- ウ 農林水産業又は商工業に携わる者
- エ その他観光に関する事業に携わる者

(3) 観光関係団体とは、次に掲げる者をいいます。

- ア 各観光事業者との連携調整を行っている者
- イ 観光事業者によって組織される者
- ウ 観光施設等の説明又は紹介活動を行う者
- エ その他観光に関する活動を行っている者

(基本理念)

第3条 観光の振興は、市民、観光事業者、観光関係団体及び市が適切な役割分担と相互の連携の下、次に掲げる事項に基づき行うこととします。

- (1) 地域資源を活かした魚津らしい魅力ある観光のまちづくりを進めます。
- (2) おもてなしの心で本市を訪れる人の満足度を高めます。
- (3) 地域における創意工夫を凝らした主体的な取組みを尊重します。
- (4) 本市の自然との調和及び環境に配慮します。

(市民の役割)

第4条 市民は、第1条に掲げる目的を達成するため、前条に規定する基本理念(以下「基本理念」といいます。)にのっとり、次の役割を担うよう努めるものとします。

- (1) 訪れる人を心のこもったおもてなしで迎えること。
- (2) 観光行事に積極的に参加するなど、賑わいのあるまちづくり
- (3) 地域の歴史及び文化的資源を大切にし、郷土に自信と誇りを持つ観光のまちづくり
- (4) 自然環境の保全及び生活環境の美化に取り組むこと。

(観光事業者及び観光関係団体の役割)

第5条 観光事業者及び観光関係団体は、第1条に掲げる目的を達成するため、基本理念にのっとり、次の役割を担うよう努めるものとします。

- (1) 多様化する観光客の需要に対応した積極的な受入れ体制の整備による魅力ある観光地づくり
- (2) 他の観光事業者、他の観光関係団体及び市と連携した観光情報の収集、提供及び誘客宣伝
- (3) 連携する観光地と広域的な交流を行い、国際化に対応した観光地づくり
- (4) 地場産品などの積極的な活用

(市の役割)

第 6 条 市は、第 1 条に掲げる目的を達成するため、基本理念にのっとり、次の事項を総合的に講ずるよう努めます。

- (1) 多様化する観光客の需要に応えた魅力ある観光のまちづくり
- (2) 市民、観光事業者及び観光関係団体と一体となり、心のこもったおもてなしのできる人材育成及び体制整備の促進
- (3) 高速交通網に対応した広域観光の展開及び観光客の滞在時間の長期化に対応した宿泊拠点となりえるまちづくり
- (4) 豊かな自然並びに歴史及び文化的資源を活かしたまちづくり
- (5) 国際観光に対応したまちづくり

(観光振興計画)

第 7 条 市長は、本市の観光の振興を総合的かつ戦略的に推進するため、観光振興計画(以下「振興計画」といいます。)を策定します。

2 振興計画には、次の事項を定めます。

- (1) 観光の振興に関する目標及び基本方針
- (2) 観光の振興に関する施策の具体的事項
- (3) 観光の振興の推進に関する市民、観光事業者、観光関係団体及び市が担う事項
- (4) その他観光の振興に関する事項

3 市長は、振興計画を策定するに当たり、市民、観光事業者及び観光関係団体の意見を求めるとともに、振興計画を定めたときは、これを公表します。

4 前項の規定は、振興計画の変更についても準用します。

5 市長は、振興計画に基づく施策の実施状況を公表します。

(広域連携)

第 8 条 市民、観光事業者、観光関係団体及び市は、多様化する観光客の需要に応えるため、国、県、他の地方公共団体などとの連携を図り、観光資源を広域的かつ有機的に連結させた観光の振興に努めるものとします。

(支援措置)

第 9 条 市は、市民、観光事業者及び観光関係団体が行う活動で観光の振興に寄与していると認められる活動に対して必要な支援を行うよう努めます。また、観光の振興に必要と認められる事項について、財政上の措置を講ずるよう努めます。

(委任)

第 10 条 この条例の施行に関し必要な事項は、規則で定めます。

附 則

この条例は、平成 23 年 4 月 1 日より施行します。

