

第2次魚津市観光振興計画に係る関係者アンケート調査結果

資料3

1 目的

第2次観光振興計画策定後のこれまでの進捗状況について点検・把握を行い、課題や今後の取り組みの方向性を整理するもの。

2 調査期間

令和3年5月16日～5月27日

3 対象者

34名（第2次観光振興計画策定にかかる検討部会の構成団体）

No	所属	氏名	No	所属	氏名
1	魚津漁業協同組合 本所	浜住専務理事	18	魚津商工会議所総務課	高野課長
2	魚津漁業協同組合 船舶事業課	田中さん	19	魚津商工会議所青年部（事務局）	澤田さん
3	魚津市農業協同組合 営農経済部	林部長	20	魚津商工会議所女性会	佐々木会長
4	魚津市農業協同組合 営農事務課	畠山課長	21	魚津市企画政策課未来戦略室	戸田室長
5	新川森林組合 加工販売部	佐竹部長	22	魚津市企画政策課企画係	明石係長
6	富山地方鉄道(株) 運転管理課	伊東課長	23	魚津市情報広報課広報広聴係	宮野係長
7	あいの風とやま鉄道(株) 魚津駅	塚本駅長	24	魚津市地域協働課定住応援室	池川係長
8	中日本高速道路(株)金沢支社 富山高速道路事務所	種副所長	25	魚津市地域協働課協働推進係	関口係長
9	魚津タクシー協会	佐々木会長	26	魚津市農林水産課農産振興係	浦崎係長
10	（公財）魚津市体育協会	吉田係長	27	魚津市農林水産課水産振興係	清水係長
11	（一財）魚津市施設管理公社	山本課長代理	28	魚津市農林水産課業務林政係	堀内係長
12	魚津自治振興会連合会	米澤会長	29	魚津市教育委員会生涯学習・スポーツ課	高森係長
13	魚津市ホテル旅館組合	木下組合長	30	魚津市教育委員会生涯学習・スポーツ課	塩田係長
14	魚津飲食業組合	早川組合長	31	魚津市都市計画課	亀田課長代理
15	魚津観光ボランティアじゃんとこい	前澤会長	32	魚津市商工観光課	前田主幹
16	魚津観光ボランティアじゃんとこい	上野前会長	33	魚津市水族館	小林係長
17	魚津市観光協会事務局	内橋さん	34	魚津埋没林博物館	石須館長

4 アンケート集計結果

【質問 1】

下記の第2次観光振興計画に掲げる重点プロジェクトの各事業内容の取り組み状況について、あなたが感じる最も近いものを、以下の選択項目（A）～（D）の中から1つ選択してください。

【選択項目】

- （A）取り組みを知らない（または全く進捗していない） （B）あまり進捗していないと思う
（C）ある程度進捗していると思う （D）成果・効果が出ていると思う

戦略Ⅰ おもてなしの充実

1 市民のおもてなしの意識の醸成

- ・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
- ・企業を含めた観光研修の開催等による観光意識の共有化や意識醸成

	A	B	C	D	未記入	合計
回答数	1	22	7	4	0	34
割合	2.9%	64.7%	20.6%	11.8%	0.0%	100.0%

2 観光ガイドの育成

- ・ガイド者育成のための研修 ・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 など

	A	B	C	D	未記入	合計
回答数	1	12	20	1	0	34
割合	2.9%	35.3%	58.8%	2.9%	0.0%	100.0%

3 観光看板等、受入体制整備の充実

- ・外国語表記等を含めた総合観光案内看板の改修、新設
- ・地域主体による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り組み

	A	B	C	D	未記入	合計
回答数	0	16	14	4	0	34
割合	0.0%	47.1%	41.2%	11.8%	0.0%	100.0%

4 アンケート集計結果

4 情報発信拠点の機能充実

- ・魚津駅前観光案内所、おおまち（旧電鉄魚津駅前）観光案内所の機能充実

	A	B	C	D	未記入	合計
回答数	1	9	15	9	0	34
割合	2.9%	26.5%	44.1%	26.5%	0.0%	100.0%

5 在来線等、地域交通の充実

- ・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

	A	B	C	D	未記入	合計
回答数	1	19	11	3	0	34
割合	2.9%	55.9%	32.4%	8.8%	0.0%	100.0%

戦略Ⅱ 観光資源の活用

6 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

	A	B	C	D	未記入	合計
回答数	0	16	14	4	0	34
割合	0.0%	47.1%	41.2%	11.8%	0.0%	100.0%

7 市のトップブランドのブラッシュアップ

- ・蜃気楼等、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）

	A	B	C	D	未記入	合計
回答数	1	16	14	3	0	34
割合	2.9%	47.1%	41.2%	8.8%	0.0%	100.0%

8 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など

	A	B	C	D	未記入	合計
回答数	1	19	11	3	0	34
割合	2.9%	55.9%	32.4%	8.8%	0.0%	100.0%

9 歴史的建造物の保存と再利用の検討

- ・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

	A	B	C	D	未記入	合計
回答数	1	20	9	4	0	34
割合	2.9%	58.8%	26.5%	11.8%	0.0%	100.0%

10 博物館の特徴を活かした集客体制の強化

- ・各施設の特徴を再発見し、集客につなげる体制の検討

	A	B	C	D	未記入	合計
回答数	1	15	16	2	0	34
割合	2.9%	44.1%	47.1%	5.9%	0.0%	100.0%

11 博物館と観光施設等の連携強化

- ・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

	A	B	C	D	未記入	合計
回答数	4	23	5	2	0	34
割合	11.8%	67.6%	14.7%	5.9%	0.0%	100.0%

4 アンケート集計結果

12 文化・祭りの体験型観光メニューの造成

・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

	A	B	C	D	未記入	合計
回答数	2	18	12	2	0	34
割合	5.9%	52.9%	35.3%	5.9%	0.0%	100.0%

13 数時間程度のプチ体験型観光メニューの造成

・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

	A	B	C	D	未記入	合計
回答数	2	23	7	2	0	34
割合	5.9%	67.6%	20.6%	5.9%	0.0%	100.0%

14 農林水産関係の体験型観光メニューの充実

- ・海体験（地引網、たこつぼ漁など）
- ・農業体験（果樹狩り、剪定作業、下草刈り、帰農塾など）
- ・林業体験（間伐材コースターづくりなど）

	A	B	C	D	未記入	合計
回答数	1	22	9	2	0	34
割合	2.9%	64.7%	26.5%	5.9%	0.0%	100.0%

15 体験型観光イベントカレンダーの作成

・体験メニューを時系列に整理、ひと目で見やすい一覧表作成

	A	B	C	D	未記入	合計
回答数	7	22	4	1	0	34
割合	20.6%	64.7%	11.8%	2.9%	0.0%	100.0%

16 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

- ・刺身や寿司等の魚を前面に出した飲食等のブラッシュアップ
- ・資源に対するキャッチコピーや商標登録化

	A	B	C	D	未記入	合計
回答数	0	13	16	5	0	34
割合	0.0%	38.2%	47.1%	14.7%	0.0%	100.0%

戦略Ⅲ 魚津ブランドの創出

17 食事処や食の販売・情報発信拠点の機能強化

- ・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充実、整備
- ・食育につながる情報発信

	A	B	C	D	未記入	合計
回答数	2	14	15	3	0	34
割合	5.9%	41.2%	44.1%	8.8%	0.0%	100.0%

18 宿泊・飲食クーポン事業

- ・体験型観光付き宿泊プラン、クーポン付き宿泊プラン等、宿泊者増加につながる県外自治体との連携によるプラン造成の検討

	A	B	C	D	未記入	合計
回答数	2	12	14	6	0	34
割合	5.9%	35.3%	41.2%	17.6%	0.0%	100.0%

19 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

	A	B	C	D	未記入	合計
回答数	2	20	9	3	0	34
割合	5.9%	58.8%	26.5%	8.8%	0.0%	100.0%

4 アンケート集計結果

20 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

	A	B	C	D	未記入	合計
回答数	1	16	14	3	0	34
割合	2.9%	47.1%	41.2%	8.8%	0.0%	100.0%

戦略Ⅳ インバウンド・広域観光・プロモーションの推進

21 インバウンド等推進事業

・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 など

	A	B	C	D	未記入	合計
回答数	6	23	5	0	0	34
割合	17.6%	67.6%	14.7%	0.0%	0.0%	100.0%

22 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

・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 など

	A	B	C	D	未記入	合計
回答数	5	25	3	1	0	34
割合	14.7%	73.5%	8.8%	2.9%	0.0%	100.0%

23 インバウンド対応の窓口機能の充実

・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、タブレット設置の検討

	A	B	C	D	未記入	合計
回答数	6	20	8	0	0	34
割合	17.6%	58.8%	23.5%	0.0%	0.0%	100.0%

24 にかわ観光圏、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
- ・近隣市町範囲の周遊観光メニューの造成
- ・人気観光地との連携（二次観光地）

	A	B	C	D	未記入	合計
回答数	2	19	12	1	0	34
割合	5.9%	55.9%	35.3%	2.9%	0.0%	100.0%

25 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
- ・交流都市との観光相互連携活動の推進

	A	B	C	D	未記入	合計
回答数	2	20	11	1	0	34
割合	5.9%	58.8%	32.4%	2.9%	0.0%	100.0%

26 魚津のタデ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

	A	B	C	D	未記入	合計
回答数	0	20	11	3	0	34
割合	0.0%	58.8%	32.4%	8.8%	0.0%	100.0%

27 コンベンション開催支援の強化

- ・会議や合宿等のコンベンション開催PR及び支援の強化

	A	B	C	D	未記入	合計
回答数	3	25	4	2	0	34
割合	8.8%	73.5%	11.8%	5.9%	0.0%	100.0%

4 アンケート集計結果

28 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

	A	B	C	D	未記入	合計
回答数	1	17	12	4	0	34
割合	2.9%	50.0%	35.3%	11.8%	0.0%	100.0%

29 SNS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
- ・SNSなど新たなツールの活用

	A	B	C	D	未記入	合計
回答数	0	14	14	6	0	34
割合	0.0%	41.2%	41.2%	17.6%	0.0%	100.0%

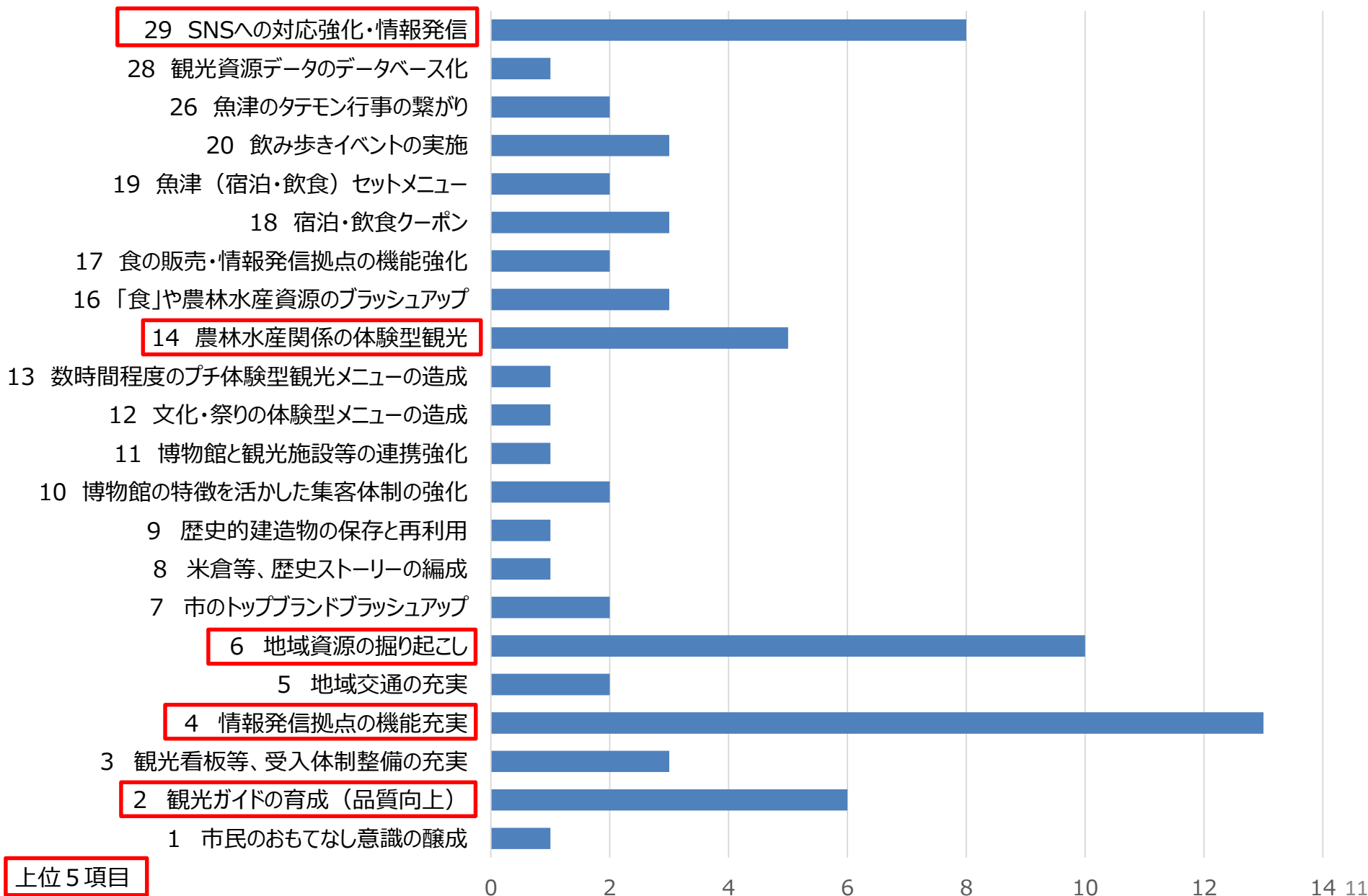
30 魚津家（魚津応援団）事業の充実

- ・魚津家の加入促進行動、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

	A	B	C	D	未記入	合計
回答数	7	22	4	1	0	34
割合	20.6%	64.7%	11.8%	2.9%	0.0%	100.0%

【質問 2】

質問 1 で「（D）成果・効果が出ていると思う。」または「（C）ある程度進捗していると思う。」を選択した事業のうち、特に定量的な成果や具体的な取組み実績があったと思うことを 3 つ選んで記載願います。



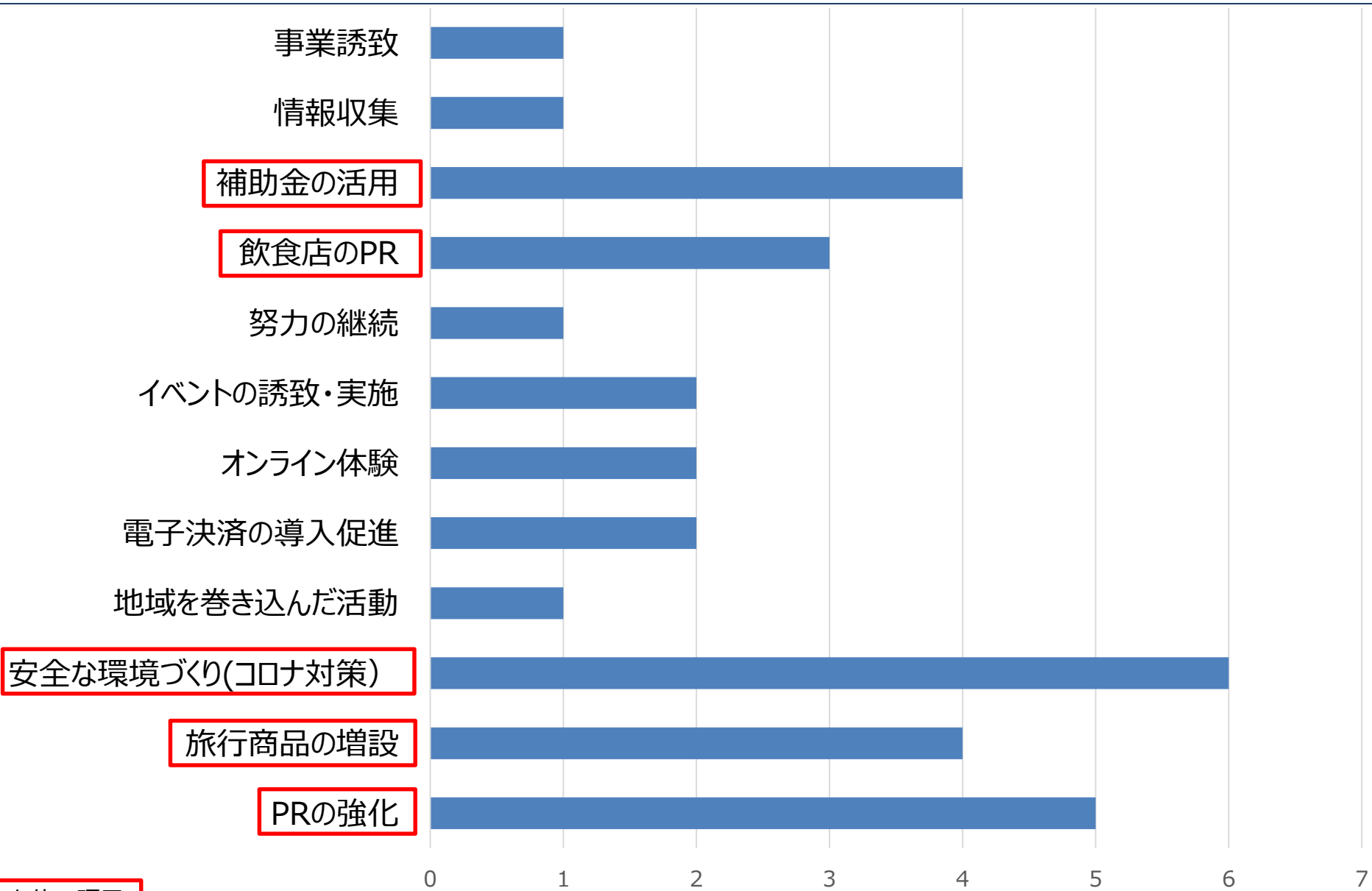
【質問2】（続き）

上位5項目の定量的な効果や具体的な取組み実績（主な意見を一部抜粋）

No・項目	具体的な取組み実績等
2. 観光ガイド育成	・ 駅前観光案内所スタッフは年々観光ガイドの知識、接客対応が向上しており、日々スキルアップしている。気軽に頼む事ができて内容が分かりやすい。 ・ 一方で<u>次の世代の育成が課題</u>。
4. 情報発信拠点の充実	・ 【駅前観光案内所】 職員のおもてなしの対応が素晴らしい。インバウンドにも積極的にフレンドリーに対応している。とても入りやすく来訪者が相談しやすい。また、FreeWi-Fiの設置や多様なパンフレットの設置、レンタサイクルの貸し出しなどといったものが充実している。 ・ 【おおまち観光案内所】 地域振興会が主体となって案内所を設置したことの意義は大きい。<u>地域との協働が進んだいい例</u>だと思う。
6. 地域資源の掘り起こし	・ <u>東山円筒分水槽の周辺が整備</u>され、車やサイクリングなどで訪れる人が目に見えて増えている。また、<u>TVやSNSなどでの露出により認知度の向上</u>が図られている。 ・ <u>ふるさと納税の返礼品の増加</u>、コラボ、公開することでの認知度のUP、<u>商品価値の向上</u>が図られている。
14. 農林水産関係の体験型観光	・ <u>県外大学生の農業体験</u>を通じて<u>豊かな自然と食文化及び地元農産物の認知度の向上</u>が図られている。最近では、<u>市民向けに農業体験分野の取組みが活発</u>に行われている。 ・ 体験型観光メニューについて、県外者に漆芸体験メニューに参加いただき好評を得た。 ・ 地域振興会や漁協など独自に活動を進めており、協働が進んでいる。
29. SNSへの対応強化・情報発信	・ <u>観光協会のHPのリニューアル</u>。市も積極的にSNSを活用したPRに力を入れている。 ・ <u>魚津水族館では、ほぼ毎日Instagram、フェイスブックを更新</u>し情報発信している。 ・ UO!NAVI（着地型観光パンフ）を見る方々が増加し、まずまずの評価ではあるがもっと県内外にある情報発信を参考に発信者自身の目線の高さを表現してほしい。 ・ <u>YouTubeを利用した「魚津の食のPR動画」の配信</u>は、効率的な情報発信方法であり、<u>反響が大きかった</u>。

【質問3】

新型コロナウイルスにより、観光関係事業者には大きな影響が出ていますが、新型コロナ終息時の観光需要の回復に向けて、直近でどのような観光施策や取り組みが必要だと思いますか？



上位5項目

【質問3】 主な意見（一部抜粋）

項目	具体的な取り組み提案
安全な環境づくり	・ 飲食店の徹底した感染症予防対策。感染予防に対し強い意識を持ってもらい営業していたくことが必要。また、“安全・安心で楽しめる飲食店の街・魚津”のイメージをさらに強く、広く浸透させる取り組みを行うことが重要。
PRの強化	・ ふるさと納税への魚津市のPRチラシ（パンフ）を入れて積極的にPRする。 ・ 魚津の特産品や自然の素晴らしさをもっと発信する。
旅行商品の増設	・ 魚津市のホテルで宿泊し、飲食店利用をいかしたプランの造成。（宿泊と飲食の連携） ・ 魚津市だけでなく、近隣市町の連携で旅行商品プランを造成。 ・ 天気が悪い日の観光メニュー開発。 ・ 魚津市独自（目玉）のコンベンション支援とPRやホテル旅館との連携（情報共有） ・ バーチャルツアーなど、臨場感あふれる観光、飲食体験ができる環境整備 ・ 魚津の豊かな自然を最大限に活用した個性豊かなツアー造成（例：キャンプツアー、釣り体験、農業体験）
補助金の活用	・ 宿泊施設の割引サービス、乗り物の割引券等を発行。 ・ 宿泊、飲食費の助成事業の継続実施、リピーター獲得へのプランの構築 ・ 魚津DEバル街等のような市民も旅行者も参加できるイベントの開催
飲食店のPR	・ ミシュラン星獲得、ビブグルマン獲得店などの飲食店が小都市ながら多く、近隣自治体にはない重要な観光資源。有効なPR材料であるので、飲食店支援事業を継続していただきたい。 ・ 魚津市の特徴である飲食店、商業施設の多さを活かし、まずは、近隣市町村からの集客に力を入れる。 ・ 夜のみ営業店も昼食提供（市から何らかの保障を加える）するなど協力を促す。 ・ ECサイト等にて魚津の食について県外の方に知って頂く。また、オンラインによる観光体験を提供する。

【質問 4】

その他、第 3 次観光振興計画策定や現状（第 2 次）の計画の取組みに関するご意見、ご要望等がございましたらご記載願います。（自由記述）

No	内容
1	スポーツや文化を目的としてのイベントは確実な参加が見込まれ、観光や地域特産イベントと融合させることで通常の参加者に加え、新規の誘客につながる可能性がある。広く <u>誰もが体験できるスポーツフェア的なイベントを開催することで交流人口の拡大を図ることが期待できる</u> 気がする。
2	観光は、特定の業界であるため、市民はほんの入り口の内容しか知らないと思うので、もっと <u>市民に中身を知らせるPRをすべき</u> ではないか。
3	<u>観光ガイド</u> や観光案内所スタッフの <u>世代交代を計画的に図る</u> べきである。
4	<u>洞杉（山間部）をもっと観光資源として有効活用</u> していただきたいと思う。
5	第 2 次観光振興計画の <u>重点プロジェクトの数が多すぎて、何がどう進んでいるのか分かりにくい</u> 。もう少し数を減らして集中的に取り組んだ方が良いと思う。
6	第 5 次総合計画・施策 3「多様な交流と連携の推進」の取組のひとつとして、「ワーケーション」があり、 <u>ワーケーション事業の遂行に向けて、Vacationは観光戦略係、Workは商工労働・企業立地係との連携が不可欠</u> である。
7	今後は急速にSNSなどが進むと思うので遅れをとらずに <u>SNSへの対応強化・情報発信等に力</u> を入れてほしい。また、パンフレットの案内表記などに興味を引き出すインパクトのある一言を添えて欲しい。
8	新型コロナの影響で、計画通りに事が運ばないのは仕方ないと思うが、 <u>アフターコロナへの備えが大事</u> かと思われるので、その道に <u>精通した方の意見をうまく反映</u> してほしい。

※主な意見を抜粋して掲載しています。