

ヒアリング実施団体一覧

No	日付	時間	団体名	場所	ご対応者
1	6月1日 (火)	10:30 ~11:30	魚津商工会議所 及び魚津市観光協会	商工会議所	宮坂事務局長 高野総務課長 内橋 (事務局)
2		13:00 ~14:00	観光ボランティアじゃんとこい	魚津駅前観光案内 所	前澤会長 青山書記
3		14:30 ~15:30	魚津漁業協同組合	魚津漁業協同組合 本所	浜住専務理事
4		16:00 ~17:00	魚津市農業協同組合	魚津市農協 営農経済センター	林部長 櫻坂課長 守内課長代理
5	6月3日 (木)	9:30 ~11:30	魚津市施設管理公社	ミラージュランド	永田園長代理 山本課長代理
6	6月4日 (金)	13:30 ~14:30	魚津飲食業組合	魚津市役所	早川組合長
7	6月7日 (月)	9:00 ~9:40	魚津市ホテル旅館組合①	金太郎温泉	浦崎支配人 澤田さん (事務局)
		10:00 ~11:00	魚津市ホテル旅館組合②	グランミラージュ	鎌田総括支配人 澤田さん (事務局)

日時	令和3年6月1日(火) 10:30~11:30	場所	魚津商工会議所
団体名	魚津商工会議所及び魚津市観光協会	担当者名	宮坂事務局長、高野総務課長、内橋様
第2次計画テーマ	第3次計画検討テーマ(案)	ヒアリング回答事項	
食・泊	賑わい創出・ブランド化 (体験、観光資源、イベント、文化財活用、特産品の付加価値向上)	【食】 <ul style="list-style-type: none"> 食について、駅前を重点的にPRしていく必要がある。 あいの風もあるので、近隣から誘客をしたい。 広域連携の必要性がある。魚津市だけでは難しい。 黒部の温泉や、サイクリングなども併せて考えるべき。 【体験】 <ul style="list-style-type: none"> 体験についてご意見、問い合わせがあるが、人数の下限等があり実施が難しい場合がある。 HP上に掲載されている体験コンテンツは、ランダムに掲載されており、基準などが特にならない。 体験コンテンツについて、整理して掲載する必要がある。 オンラインの体験について、知ってもらうきっかけとし良いと考えている。 コロナ後に実際に来てもらえるように発信をしたい。 【イベント】 <ul style="list-style-type: none"> タテモン祭りは2日しかなく、年間の誘客に繋がっていない。通年のイベントができないかという考えがある。 例えば、郡上八幡のように会館があった方が良い。踊りの説明や、体験、歴史等を発信できるようにすると良いと思うが、箱ものを思うと難しい。 【食・泊連携】 <ul style="list-style-type: none"> バル街、エキテンなど来場者には大変好評であるが、飲食店の理解が得られないという問題がある。飲食店を中心とし、頑張る必要があるのではないか。 【UO! STAR PROJECT】 <ul style="list-style-type: none"> ブランディングに向けて今年も発信する。 コロナの影響で、浜辺氏と関係が薄れた感があるが、オンラインでの交流も可能であるので今後、交流を強化したい。 	
体験			
受入	受入体制整備 (宿泊、飲食店、2次交通、観光ガイド等)	<ul style="list-style-type: none"> 観光案内所の高齢化、人員の問題がある。 	
インバウンド	広域連携・インバウンド (新川エリア、県、観光交流都市、姉妹都市、インバウンド)	<ul style="list-style-type: none"> 新川観光圏などはあるが、観光協会としての滑川市、黒部市との繋がりはなり。 首都圏では、中板橋にあった魚津屋がなくなってしまった。 首都圏、関西圏へのPRはできていない。コロナの影響もあり。 大宮にはPRの拠点があり、1、2年継続してみて、良ければ大宮で継続をしたい。 〇〇魚津の例を言うと、米沢、高山が毎年参加してくれており、数年継続すると受入れられる必要があると考えられる。人的ネットワークのあるうちに、イベント参加等を計画するべき。(ワクチン接種後を目途に計画したい。) 高山市(R3: 姉妹提携40周年記念)、米沢市(R2: 友好提携20周年)は、長い付き合いで魚津のイベント参加を歓迎してくれている。コロナで一旦ストップしているが、今後イベントを再実施したい。 	
-	情報発信、マーケティング (SNS活用、DX、デジタルマーケティング等)	<ul style="list-style-type: none"> 観光協会のSNSは、Facebook、Twitter、Instagramがある。 現状は外部に都度依頼して発信をしてもらっている。 蟹気楼に関しては、即確認して発信している。 	
観光振興計画全体		<ul style="list-style-type: none"> 5年計画が妥当なのか。コロナの影響で現在は難しいのではないか。 魚津は恵まれており、コンテンツを絞り切れないという問題点があるが、春、夏、秋、冬それぞれの季節とうまく結びつけて、魚津らしいものを季節ごとに提案できると良い。 	
その他		【観光協会の法人化について】 <ul style="list-style-type: none"> 現状では、商工会議所業務と、観光協会業務を掛け持ちで対応しており、専任の人がいる方が良く研究して取り組む事ができ、独立させるべきであると考えている。しかし、人とお金の問題があり、自走できる状況ではない。 観光案内所をうまく利用するべきと考える。 	

日時	令和3年6月1日(火) 13:00~14:00	場所	魚津駅前観光案内所
団体名	観光ボランティアじゃんとこい	担当者名	前澤会長、青山書記
第2次計画 テーマ	第3次計画 検討テーマ(案)	ヒアリング回答事項	
食・泊	賑わい創出・ブランド化 (体験、観光資源、イベント、文化財活用、特産品の付加価値向上)	<ul style="list-style-type: none"> 魚津には、歴史、海、山、食についてのたくさんの観光資源がある。一方観光客のニーズにも、歴史が好き、海が好き、山が好き、食が好き、と本当にいろんなものがある。だから魚津はそうしたニーズに対応できる素地が十分ある。そうしたことにもっと思いや考えをめぐらし、ブランド化を進めてほしい。 	
体験		<ul style="list-style-type: none"> 食に限っていても、「バイ飯を食べに行くところがない」、「カニ、ホタルイカを食べに行くところがない」など、案内できるところがないのも実態。特に日中に案内できる食事処がない。飲食店側からすると、そうした店を開いて集客がうまくいくのか、儲かるのか、ということもある。そうしたミスマッチをどうにかして欲しい。これが改善すれば、もっと賑わいは創出できる。 旅行プランに、ガイド付きというプランがあれば、それに「じゃんとこい」のガイドが絡むということができるのでよいと思う。 	
受入	受入体制整備 (宿泊、飲食店、2次交通、観光ガイド等)	<ul style="list-style-type: none"> スタッフの高齢化が窓口業務の危機になりかねない。現在は暗黙の了解で「75歳引退」としている。観光ボランティアガイドのスキルの継承を考えてのことだった。有力スタッフの引退も決まっているが、その後の窓口体制の運営が難しい。 ボランティアでの運営も体制維持上はネック。閉場の18時まで自身の時間を融通できる女性は少ない。 一般的には10人を受け入れ単位にしているので、団体の観光ガイドの時、25人ぐらいの団体さんになると、ハンドフリーマイク、スピーカなどのキャパシティーが足りないという問題がある。 お客さんの要望に対応するために市民バスがあればいい。どうしても行きたい目的地のために高額出費でもタクシーで乗り合いでいくという方もいた。市民バスも含めた二次交通がないと足がないため、観光客の多種多様な要望に応えられない。 イベントと交通事業者とのタイアップした体制を取れば、観光客の「足が欲しい」という要望に対応できる。 レンタサイクルみらくるの利用客への対応・保守・点検・返却受取など、利用拡大のための体制に不備がある。 電車での来訪者は、駅の近くで食べたいと言われる。自家用車ならまた別のニーズになる。それぞれのニーズに応じたお店や受け入れ体制が必要だ。 買ったカニなどをすぐ近くで食べられるところがあれば、より観光客のニーズに応じられる。 	
インバウンド	広域連携・インバウンド (新川エリア、県、観光交流都市、姉妹都市、インバウンド)	<ul style="list-style-type: none"> 行政などから、もっと情報連携を図ってほしい。 「じゃんとこい」の窓口にはなんでも聞いてもらえる。プレミアム券の最新情報について教えてほしいといった問い合わせも多いので、せめて聞かれる可能性の高いことに対応できるように、旬な情報についてもっとインフォメーションしてほしいが現状はほとんど情報をもらえていない。 窓口には観光客からのクレームや、なかには「海が汚れている。」という訴えまでと、様々な声が寄せられる。しかし、ボランティアスタッフによる運営体制という限界や情報連携上のネックから、現状では全部には対応できない。 	
-	情報発信、マーケティング (SNS活用、DX、デジタルマーケティング等)		
コロナ対策 (短期的な観光施策課題)		<ul style="list-style-type: none"> 老若男女みな食に弱い。食のイベントを魚津のいろんな観光資源と関係付ける取り組みがぜひ欲しい。 	

日時	令和3年6月1日(火) 14:30~15:30	場所	魚津漁業協同組合 本所
団体名	魚津漁業協同組合	担当者名	浜住専務理事
第2次計画テーマ	第3次計画 検討テーマ(案)	ヒアリング回答事項	
食・泊	賑わい創出・ブランド化 (体験、観光資源、イベント、文化財活用、特産品の付加価値向上)	<ul style="list-style-type: none"> ・パイ飯の次の一手、新たなブランディングについて以下の4つを考えている。 ① ふるさと納税対応として、魚津独自の紅ズワイガニの取り組み・PR強化。 ② ふるさと納税の一環として、レアな「未利用魚(深海魚)」の利用。未利用魚のひとつで、底曳で漁獲され表に出ていない「通称：水がんこ」と呼ぶ魚を試食したらいいと思った。深海性魚を駿河湾のようにもっと打ち出したらどうか。 ③ 好評だった「ぶりカツ」及び漬け丼をもっとメジャーにしていきたい。今後は、学校給食のぶりカツを、富山、石川からそして東京23区に広げ、やって行く予定。 ④ ベニズワイガニの漁獲は、新湊でなく魚津が安定しており、県内で一番多い。これを打ち出していきたい。 	
体験		<ul style="list-style-type: none"> ・ビジネスホテルの朝食、病院・介護施設の朝食について、その朝魚津で上がった魚を食べてもらおう、という連携を作っていきたい。そんなにコストや手間をかけずに魚津の魅力を知ってもらえる大きな機会になる。 ・「しんきろうロード」と絡めたサイクリングコース作りや、サイクリングイベントの策定・PRが魚津観光に打ってつけだ。魚津は山から海に向かっての坂がサイクリングコースとしてとてもよい。海の駅やミラージュランドの「みんなのみなと」及び海岸線一円のサイクルステーションの充実を図ってはどうか。 	
受入	受入体制整備 (宿泊、飲食店、2次交通、観光ガイド等)	<ul style="list-style-type: none"> ・今後、宿泊、飲食、観光訴求では、カニを使った仕掛けを凝らし、誘客のパワーとしたい。カニ、ホテルイカをもっと打ち出し、宿泊、飲食、観光は喚起されたニーズに応える受け入れ体制の構築が必要である。 	
インバウンド	広域連携・インバウンド (新川エリア、県、観光交流都市、姉妹都市、インバウンド)	<ul style="list-style-type: none"> ・(やはりカニの漁獲で有名な)鳥取県の境港では、活ガニ、焼きガニなどの飲食店がすごく多いのに、魚津市内にはそういう飲食店が非常に少なく感じる。富山では、魚津港のカニは、魚津市内の飲食店には出回っていないのだろうか。新湊など市内外の飲食店に出している。新湊から魚津にカニを買いに来ているのだ。新湊には、観光バスに乗りつけてもらいカニを食べさせる施設ができるなど、連携が図られているからだ。 ・飲食店は、ズワイに比べ、ベニズワイに対して良い印象を持っていないのではないだろうか。でも鮮度が良ければ、ズワイよりベニズワイの方が美味しい。 ・漁協や行政も、飲食店に対して、カニについての情報をあまり流していないが、もっとカニの魅力について情報発信していくことが重要だし、そうした連携が必要だ。外から人を呼び込むには従来の魚に加え、カニ、ホテルイカ、パイ等(深海性)が武器になるのでは。 	
-	情報発信、マーケティング (SNS活用、DX、デジタルマーケティング等)		
コロナ対策 (短期的な観光施策課題)	<ul style="list-style-type: none"> ・魚釣り。ただ体験だけしてもらって、というのでは、(漁協関係者にとって?)儲けにつながらない。魚釣りで来てくれた観光客をいろんな観光資源につなげていくことが大事だ。サイクリングコース作りの話も同じことだ。「魚津スポーツコミッション?」との連携などいいと思う。 ・「魚津スポーツコミッション?」については、(魚津市役所の)庁内のセクショナリズムでやるのではなく、魚津全体で取り組んでいかないといけない。豊かな自然の中での健康づくり魚津市=スポーツ、そしてそれが裾野の広い観光へ。 		
新幹線 (敦賀延伸)	<ul style="list-style-type: none"> ・プラスの影響は考えにくい。マイナスが多いのではないか。関西圏からの誘客効果は金沢どまり。来ても富山どまり。新川地域への効果は今のままでは少ない。 		

日時	令和3年6月1日(火) 16:00~17:00	場所	魚津市農協営農経済センター
団体名	魚津市農業協同組合	担当者名	林営農経済部長、纓坂営農課長、守内営農事務課長代理
第2次計画 テーマ	第3次計画 検討テーマ(案)	ヒアリング回答事項	
食・泊		<ul style="list-style-type: none"> ・ブランディングでは、「仲良しろねぎ(魚津産白ネギ)」がある。これはアルビスさん専用(?)に開発したが、ブランド化を目指した先行事例の「しんきろうトマト」もそうだ。結局いいものを作っても販路がなければしょうがないので、大手スーパーとタイアップして商品開発やブランディングを進めている。 ・市外菓子屋さんの依頼で、タイアップという形で「(加積りんごジュース1斗缶)ゴクツとじゅれ」を商品開発して受託生産を受けたが、これがこれからの商品開発やブランディングのビジネスモデルだ。 ・生産者のB級品や食品ロスを加工素材にし、あらかじめ販路が確保された形でタイアップで商品開発する。 ・観光という点では、「農業体験」がある。「加積リンゴの摘み取り体験」や「リンゴのオーナー制」を行ってきた。(商工会の)女性部の働きが支えてきた。 ・「リンゴのオーナー制」については、今年は1回休ませてもらうことになったが、「摘果、芽摘み、リンゴの摘み取りといった体験プログラム」があり、オーナーは、市内、市外、県外、企業と多様に広がっている。 	
体験	賑わい創出・ブランド化 (体験、観光資源、イベント、文化財活用、特産品の付加価値向上)	<ul style="list-style-type: none"> ・インターシップでの農業体験に加え給食センターが用意してくれたレシピをJ A女性部が調理した田舎飯の体験や交流会などがJ Aが関わった観光プログラムだが、全部生産者や女性部とのコラボだった。 ・コロナ禍の後、アフターコロナでは、農業に関係した旅行は、「農業体験+キャンプ・宿泊+交流」という風にならっていくと思う。 ・農業観光・体験では、リンゴの摘み取り体験はもちろん大事だが、それだけでなく「農家がしんどいとかつまらない、と感じている作業が農業体験プログラムの目玉」となるのではないか。「田植えたんぼの泥歩き」とか「大根掘り」とか。(都会から来た人には、「金麦」の風景が新鮮だというエピソードがあるように、どんな農作業が琴線に触れ、魅力と感ずるか分からない。) ・新潟では「除雪作業体験」がプログラムになっている。大変な作業、という意味では「草刈り体験」プログラムもありかも。 ・パッケージを楽しむ旅先で同時に仕事もやる、という「ワーケーション(=ワーク+パッケージン)」という考え方が提唱されていることもそうしたことのヒントになる。 ・LMP(ローカルO Oプロジェクト?)という考え方も提唱されている。 ・市内、市外、県外といった枠組みにこだわらず、臨機応変にいろんなターゲットに訴求して進めてきたい。 	
受入	受入体制整備 (宿泊、飲食店、2次交通、観光ガイド等)	<ul style="list-style-type: none"> ・今魚津にも、ミシュランガイド1つ星のお店が2つある。こういうところともコラボ・連携して商品開発・ブランディングしていきたい。 ・テレビをみていると、地産地消といったことを大事にして、一流レストランのシェフから生産者に栽培品を指定して購入するという動きがあるが、こうした人たちとは(そうした意向に応える)コラボができる。 	
インバウンド	広域連携・インバウンド (新川エリア、県、観光交流都市、姉妹都市、インバウンド)	<ul style="list-style-type: none"> ・魚津漁協とのコラボも図ってきたい。 	
-	情報発信、マーケティング (SNS活用、DX、デジタルマーケティング等)	<ul style="list-style-type: none"> ・農協として、インスタ、フェイスブック、LINEといったSNSでの情報発信に取り組んでいる。 	
	コロナ対策 (短期的な観光施策課題)	<ul style="list-style-type: none"> ・飲食店の人たちが困っていること(の解決につながるようなこと)に取り組みたい。支えあいということでは、食品ロス削減、飲食店支援、エンドユーザーメリットを兼ね備えた「TABETE(https://tabete.me/)」というDXプラットフォームもあるが参考にしたい。 	

日時	令和3年6月3日(木) 9:30~11:30	場所	ミラージュランド
団体名	魚津市施設管理公社	担当者名	永田園長代理、山本課長代理
第2次計画 テーマ	第3次計画 検討テーマ(案)	ヒアリング回答事項	
食・泊	賑わい創出・ブランド化 (体験、観光資源、イベント、 文化財活用、特産品の付加 価値向上)	<ul style="list-style-type: none"> ・ 今秋、9月、10月、11月の日曜に食に関する業者にテントを提供して出展してもらう予定。うまくいけば日常的にやれば良いと考えている。月に一回はやりたい。 	
体験		<ul style="list-style-type: none"> ・ 民間事業者の横の繋がりをもって、産業、農業、商業を組み合わせたオリジナルツアーを作ってはどうか。 	
受入	受入体制整備 (宿泊、飲食店、2次交通、 観光ガイド等)	<ul style="list-style-type: none"> ・ 観覧車の乗車券の無料配布を行っている。来てもらって、他の事でお金を落としてほしい。来てもらうきっかけの一つにしたい。 ・ NAPsと連携し、広場でのイベントを実施したい。 ・ ミラージュランド独自でマウンテンバイクを購入し、食べ物、体験などをパックにしたサイクリングパックの販売を検討中。レジャー感覚で楽しんでほしい。 ・ レンタサイクルみらくる利用者に対する「ようこそ魚津手振り運動」は強化すべき。村椿市長等影響力のある方のFacebookで発信して市民の皆さんにも賛同してほしい。 	
インバウンド	広域連携・インバウンド (新川エリア、県、観光交流 都市、姉妹都市、インバウンド)	<ul style="list-style-type: none"> ・ インバウンドについて、周りの自治体、観光事業者とある程度足並みをそろえる必要があるのではないか。台湾を重要視しているが、黒部峡谷はトロッコ、富山県はアメリカ(ポートランド)を見据えている。 ・ ホタルイカミュージアム、滑川の観光船で観覧車の無料チケットをお配りした所、反響が大きい。県外、市町村や民間事業者との連携が必要。 	
ー	情報発信、マーケティング (SNS活用、DX、デジタル マーケティング等)	<ul style="list-style-type: none"> ・ 自社でSNSの発信は行っている。LINEでの発信は、外部に依頼している。 ・ SNSの効果が高いと感じている。チラシは効果が薄い。 ・ TVCMはコロナの観点から現在は出していない。 ・ 若者はInstagram、LINE、中年はFacebook、高齢の方はチラシのイメージ。 ・ 来場者はセンサー管理をしている。従来はチケットの販売数からの推計。 ・ 年代、属性などは不明であるが、デジタルマーケティングも取り入れていきたい。 ・ 魚津市民が連携してSNSで拡散できないか(地域住民が観光大使) 	
観光振興計画全体		<ul style="list-style-type: none"> ・ 第2次観光振興計画は、ボリュームが多すぎて分かりにくい。1年目、2年目と分けPDCAを年に1回行うべきではないか。見直しの機会を設ける必要がある。 ・ シンプルな観光の柱となるものをしっかりと作るべきではないか。 ・ 市が計画をし、観光協会が推進してはどうか。(役割分担・明確化) ・ 部会、委員会の在り方について。グループで一つずつ課題に向けて取り組む仕組み作りが必要。ある程度は、任せて、自分たちの問題と捉え、行動をするように事業者にと落とし込む必要があるのではないか。 	
その他		<ul style="list-style-type: none"> ・ 埋没林博物館があるにも関わらず、ミラージュランドに蜃気楼について問い合わせが来る。埋没林博物館という名前では蜃気楼について発信をしていることが伝わらないのではないかと。サブタイトルでもいいので、蜃気楼の言葉を入れるべきではないか。 ・ 希少価値の高い観光資源をもっと積極的にPRすべきではないか。 ・ 観光振興計画から、移住定住計画に繋がり、ひいては街づくりに発展するのではないかと。 	

日時	令和3年6月4日（金）13：30～14：30	場所	魚津市役所
団体名	魚津飲食業組合	担当者名	早川組合長
第2次計画 テーマ	第3次計画 検討テーマ（案）	ヒアリング回答事項	
食・泊		<p>【賑わい創出】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ コロナがなければ従来（じゃんとこい、よっしゃ来い）のイベントを行う。えきてんはコロナ禍だったために行った企画であった。 ・ 過去に実施した「魚津deバル街」を復活させるのであれば、お店に人が入るだけなので、えきてんのように歩行者天国にする方が楽しいのではないか。 ・ 富山駅前で行っていた新酒飲み歩きスタンプラリーのようなイベントが面白いのではないか。一カ月程度。スタンプがたまったら何かもらえる。お客さんに分かりやすいものがないのではないか。（こじつけでもいいがテーマを決める。） 	
体験	賑わい創出・ブランド化 （体験、観光資源、イベント、文化財活用、特産品の付加価値向上）	<ul style="list-style-type: none"> ・ 忙しい週末にイベント用に席を確保すること、安く商品を提供することは厳しい。 ・ 来店につながる、初めてのお店に入るきっかけになるイベントが良い。 <p>【食泊連携事業】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 観光客でもビジネス客でもいいので、宿泊したお客さんに飲食店利用につなげたい。 ・ 飲食店マップは必須。 ・ 県外の客さんはSNSで検索する。ホテルに入ったらホテルにおいてある冊子を見るのではないか。 ・ 観光案内所前やあいの風の駅の中にモニターがあってお店のPRできたらいいのではないか。提供メニューの紹介など。 ・ 飲食店とホテル宿泊のセットのサービスはいいと思うが、魚津の飲食店は新しい事をやりたがらない傾向がある。無料のPRでも難しい。個別の紹介ではなく、イベント全体のPRの方がいいのではないか。 ・ 駅前のビジネスホテルと飲食店業界と意見交換ができる機会があるといい。 	
受入	受入体制整備 （宿泊、飲食店、2次交通、観光ガイド等）	<p>【電子決済】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ ミラペイ（スマホ決済）に対して不安を持っている人が一定数いる。お店に対して、メリットがないと受け入れにくい。不安を持っている店舗に説明しにくい。 ・ 利用者側にメリットがないと普及しにくいと感じる。 ・ PAYPAYは2週間に一回支払いになるが、ミラペイは1カ月に一回。 ・ チャージを気軽にできるようにチャージャーの設置が必要。 <p>【ランチ体制】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ ランチ提供の店が少ない、ベニズワイカニの季節にカニを提供している店が少ないのは、仕入れ価格が高いから。常時仕入れる事は難しい。もう少し安い飲食店向けの物があると嬉しい。魚屋から買うと高い。飲食店ではなく、カニ屋が直営で販売する方が向いているのではないか。 ・ どんな風に運営をしているのか、新湊等に聞いてみたい。 ・ 駅前でランチをやっているのは、高級な店が多い。 ・ 海の駅にランチ客が行っている。 ・ ホタルイカの時期はホタルイカを仕入れて出している。比較的安価で仕入れられる。 ・ 夜の海鮮丼、カニ丼、ます寿司がない。観光客は昼間食べてもらう必要がある。ご飯食べれませうというPR看板があったらいいのではないか。飲食店に協力を仰ぐべき。（食の提供と宿泊で連携するべき） 	
インバウンド	広域連携・インバウンド （新川エリア、県、観光交流都市、姉妹都市、インバウンド）		
-	情報発信、マーケティング （SNS活用、DX、デジタルマーケティング等）		
	その他	<p>【組合としての課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 会員を増やして会費を下げたいが、未加入飲食店はメリットがあってもなくても入りたがらない。 ・ 本来であれば、イベントも飲食店組合主体でできれば良いと考えている。 	

日時	令和3年6月7日(月) 9:00~9:40	場所	金太郎温泉
団体名	金太郎温泉(魚津市ホテル旅館組合)	担当者名	取締役支配人 浦崎様
第2次計画 テーマ	第3次計画 検討テーマ(案)	ヒアリング回答事項	
食・泊		<ul style="list-style-type: none"> ・ 体験、観光資源をどう確保していくか、新たに創造していくか。 ・ リンゴにしても蜃気楼にしても資源はあるが、買うところがない(売っているところがない)、一気通貫した取り組みが必要。 ・ マーケティングをする人、サービスを作る人、販売する人、さらに強化していく人 	
体験	賑わい創出・ブランド化 (体験、観光資源、イベント、文化財活用、特産品の付加価値向上)	<p>例えば、</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ ミラージュランドの牧場を、ホテル・温泉とどうつなげていくか？ ・ 山中でのカブトムシ取り、経田の地引網など ・ 釣り船、漁協との連携、釣り堀 ・ これらの観光商品をチケットを作るか、サイトを立ち上げるか(旅行取扱責任者の資格が必要)、これらをとりまとめ運用する機能が必要(観光協会など) ・ ただし、チケットシステムは仕組みを作らないと儲からない。(あくまでチケットは宿に来てもらうためのツール) 	
受入	受入体制整備 (宿泊、飲食店、2次交通、観光ガイド等)	<ul style="list-style-type: none"> ・ これまで金太郎温泉が目的地であったが、旅の一部に金太郎温泉があるという商品をつくっていかないといけない。(新たにタクシーによる高岡~五箇山など県内周遊サービスをスタート) ・ 金太郎温泉、魚津駅、海の駅、他、金太郎温泉と魚津市内を周遊できる白バス行為を何とかサービスにできないか？そうすれば日帰りツアー商品の拡充を図ることが出来る。 	
インバウンド	広域連携・インバウンド (新川エリア、県、観光交流都市、姉妹都市、インバウンド)	<ul style="list-style-type: none"> ・ インバウンドについては、富山県全体でしないと効果は少ない。 	
-	情報発信、マーケティング (SNS活用、DX、デジタルマーケティング等)		
観光振興計画全体		<ul style="list-style-type: none"> ・ 個人旅行がますます強くなる、大規模団体がなくなる、その中で何に注力するか。 	
その他		<ul style="list-style-type: none"> ・ 従業員の資質向上が課題、教育の仕組み、採用の仕組みが必要 ・ 現在、顧客層は県内からのお客様が中心となっている。 	

日時	令和3年6月7日(月) 10:00~11:00	場所	ホテルグランミラージュ
団体名	ホテルグランミラージュ(魚津市ホテル旅館組合)	担当者名	統括支配人 鎌田 様
第2次計画 テーマ	第3次計画 検討テーマ(案)	ヒアリング回答事項	
食・泊	賑わい創出・ブランド化 (体験、観光資源、イベント、文化財活用、特産品の付加価値向上)	<ul style="list-style-type: none"> 魚津の地形の美を強調できれば良い(山から急こう配で海に続く)。点と点をつなぎ滞留時間を増やし回遊性を高める。 特にまちと富山湾の関係性はすばらしい。能登半島が見える、新湊大橋が見える景観、自然の妙で目で楽しめる仕掛けが必要。 	
体験		<ul style="list-style-type: none"> かつて貿易港として機能していた歴史を継承できるような、例えば観光船を走らせる観光レジャー商品も。 ミラージュランド(テーマパーク)の拡張にも期待しているが、上述のように自然資源や歴史遺産、例えば登山口、桃山運動公園、東山円筒分水槽などで滞留時間を増やせる仕掛けがあれば、魚津内で訪問客が費やす時間を増やすことができると期待している。 	
受入	受入体制整備 (宿泊、飲食店、2次交通、観光ガイド等)	<ul style="list-style-type: none"> 宿泊プランを作るうえで、体験物を増やしていかないといけない。(お客様が魚津で1泊される為の理由づくりが必要。たとえばホテルでクラフトショップ(作家が集まる場)のスペースの有償提供をするなど) レンタカーをはじめとする2次交通の選択肢が少ない。レンタサイクルみらくるは、素晴らしい取り組みだと思う。 1泊宿泊のお客様は外の飲食店に出向く傾向あり。食と泊の連携は可能。 朝食は海の駅での提供も可能ではある(団体のお客様を中心に20~30人を受入れる態勢があれば。ただしバスツアーなどでないと実現性は低い) ナショナルサイクルルートへは積極的に協力、既存施設の転用可能、特に個人のお客様からのニーズはあると期待。 	
インバウンド	広域連携・インバウンド (新川エリア、県、観光交流都市、姉妹都市、インバウンド)	<ul style="list-style-type: none"> 新川広域圏でインバウンド向け資料を作成したこともあるが、現状魚津市だけでは完結しない。強みが弱い。 	
-	情報発信、マーケティング (SNS活用、DX、デジタルマーケティング等)		
	コロナ対策 (短期的な観光施策課題)	<ul style="list-style-type: none"> お土産の新商品開発が必要、お客様はちょっとしたものでも、その土地の独自性があるものに新しい価値を発見することが喜びとなる。そのちょっとした何かを提供していきたい。(例:リンゴ商品など) 	
	新幹線 (敦賀延伸)	<ul style="list-style-type: none"> 関西圏からの観光人口流入に関する影響は少ないのではないかと危惧。これは温泉を主に据える宿泊業社様と都市型ホテルで捉え方が異なると思料する。 	
	その他	<ul style="list-style-type: none"> 現在、顧客セグメントはビジネス70%、観光30%となっており、ビジネスはコロナで減少、観光客層獲得にも注力していく予定。(今年は特に県内需要あり、県外誘致は脆弱) 	