



課題の整理

I 受入体制のさらなる整備

- ・地域の魅力を誇りに感じている市民が一部に留まっている。
- ・観光関連事業者間の連携が不十分である。
- ・役割分担が徹底されていない。(事業のダブル)
- ・国内外の観光客や障がい者等を問わず、時代やニーズに即したストレスフリーな受入環境整備の余地あり。

II 販わいの創出と魚津ブランドの磨き上げ

- ・地域素材の活用が不十分で観光消費に結びついていない。
- ・魅力ある体験型商品の売り出しが弱い。
- ・観光客受けする分かりやすいキラーコンテンツがない。
- ・既存イベントが一過性のものに留まっている。

III 広域連携とインバウンド等の誘客推進

- ・新川地域の面的な観光コースや旅行商品が弱い。
- ・友好都市との交流が外向宣伝の参加等に留まっている。
- ・近隣有名観光地からの地理的優位性を(宿泊拠点や中継地点)活かしていない。
- ・外国人旅行者の需要に応じた観光コンテンツが不十分。
- ・ビジネスやコンベンション、ワーケーションなど来訪者の目的に応じた多角的な誘客が必要。

IV 情報発信・マーケティングの強化

- ・旅先としての「魚津の魅力」の認知度が不足している。
- ・観光需要に関する客観的データの活用が不十分。
- ・ターゲット層の設定が不明確で戦略的な施策ができていない。
- ・旅行者に必要とされる効果的な情報発信がなされていない。

◆新型コロナウイルス感染症の影響

- ・観光需要の回復が不十分
- ・「新しい生活様式」に対応した安心・安全な環境整備

コンセプト

自然と人と食・文化、多様な魅力を融合した『地域で稼ぐ』新観光ビジョン

ホスピタリティ溢れる受入環境を作りリピーターを増やそう

快適な旅をしてもらい、高い満足度を与えて、繰り返し訪れてもらえる“観光として選ばれる”街づくりを目指します。

観光産業の高付加価値化を図り域内消費を拡大しよう

“魚津”だからできる、食、自然、文化、歴史等の観光資源を融合した体験型観光や旅行商品造成に取り組み、域内消費の拡大を目指します。

消費単価が高い“新たな魚津ファン”を獲得して経済効果を増大させよう

新たな顧客とより大きな外貨を獲得するため、近隣市町等と連携した周遊観光の促進やインバウンド誘客を強化します。

望まれる情報を旅行者目線でタイムリーに届けて来訪意欲を高めよう

デジタル技術を活用して消費動向分析等のマーケティングを行い、ターゲット層や顧客ニーズに応じた効果的で訴求力のある情報発信と徹底した効果検証を行います。

別枠 新型コロナウイルス感染症等を踏まえた新たな時代に対応した観光施策

基本戦略

1 おもてなし力の向上

2 快適な旅行環境の提供

3 新たな観光推進体制の構築と連携強化

1 魚津ブランドの磨き上げと既存資源の高付加価値化

2 消費を促す体験型観光の推進

3 旅行トレンドに応じた新たな販わいの推進

1 広域観光の連携・推進

2 外国人旅行者の誘客

3 多様な交流と多角的な誘客の推進

1 地域内データを駆使したマーケティングの実践

2 効果的な情報発信

施策

観光ガイドの確保と育成
市民と観光事業者の※ビッグプライドの醸成

駅前周辺を中心とした観光案内機能の強化
旅行者の動向を意識した観光情報の提供

地域交通の利便性の向上
ユニバーサルデザインの整備促進

地域内の観光関連事業者と連携した観光地域づくりの推進
ウェブサイトを活用した観光商品の販売体制の構築

海の幸・山の幸の高付加価値化
古より伝わる伝統文化の活用

魚津ならではのストーリー“魚津の水循環”の磨き上げ

旅行者ニーズに応じた体験プログラム・旅行商品の開発
市内周遊を促すモデルコースの設定と情報発信

四季の特色を活かした販わい創出と閑散期の観光施策の強化
観光資源やイベント等を融合した通年型観光の推進

トレンドに応じた※テーマ別観光の推進

新川地域・北陸地域等との連携強化と長期滞在をうながす広域観光ルートの造成
2024年黒部ルート開通を見据えた周辺観光地との連携

外国人個人旅行者 (FIT) を取り込む“当たり前”受入環境整備
新規市場開拓に向けた調査と現地プロモーションの展開

インバウンド富裕層をターゲットとした高単価商品の開発
魚津にゆかりのある外国人との交流の深化

ビジネス観光誘客やコンベンション誘致等の促進
関係人口創出による魚津ファンの裾野の拡大

※ビッグデータを活用した観光データの収集・分析
データ分析結果に基づくメリハリつけた観光戦略の作成と共有

ターゲットに応じた効果的かつタイムリーなプロモーションの展開
旅行者のニーズに応じたきめ細かな情報発信

SNSを活用した旅行者による魅力の投稿を促す仕掛けづくり

具体的な事業

各検討部会でいただいた意見・提案内容を整理して計画への反映を検討

※ビッグプライド…まちへの「誇り」愛着「共感」をもち、まちのために自ら関わっていかうとする気持ちのこと
※テーマ別観光…共通する観光資源をつなぎ、旅に出る動機を与えるもの(魚津で考えられるもの: スポーツ・ツーリズム、サイクルーツリズム、アドベンチャー・ツーリズムなど)
※ビッグデータ…日々膨大に生成・蓄積されるさまざまな種類・形式のデータのこと(例: スマートフォン等を通じた位置情報や行動履歴、インターネット等での消費行動等に関する情報など)