

# 第3次 魚津市

## 観光振興計画

(令和4年度～令和8年度)

R4年1月時点 パブリックコメント閲覧用

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

令和4年3月

UOZU CITY  
3rd TOURISM  
PROMOTION PLAN

# 市長あいさつ

この度、魚津市では、令和8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3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。

写真差替え



最終段階で掲載予定

結びに、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や外部有識者の方々をはじめ、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。

令和4年3月

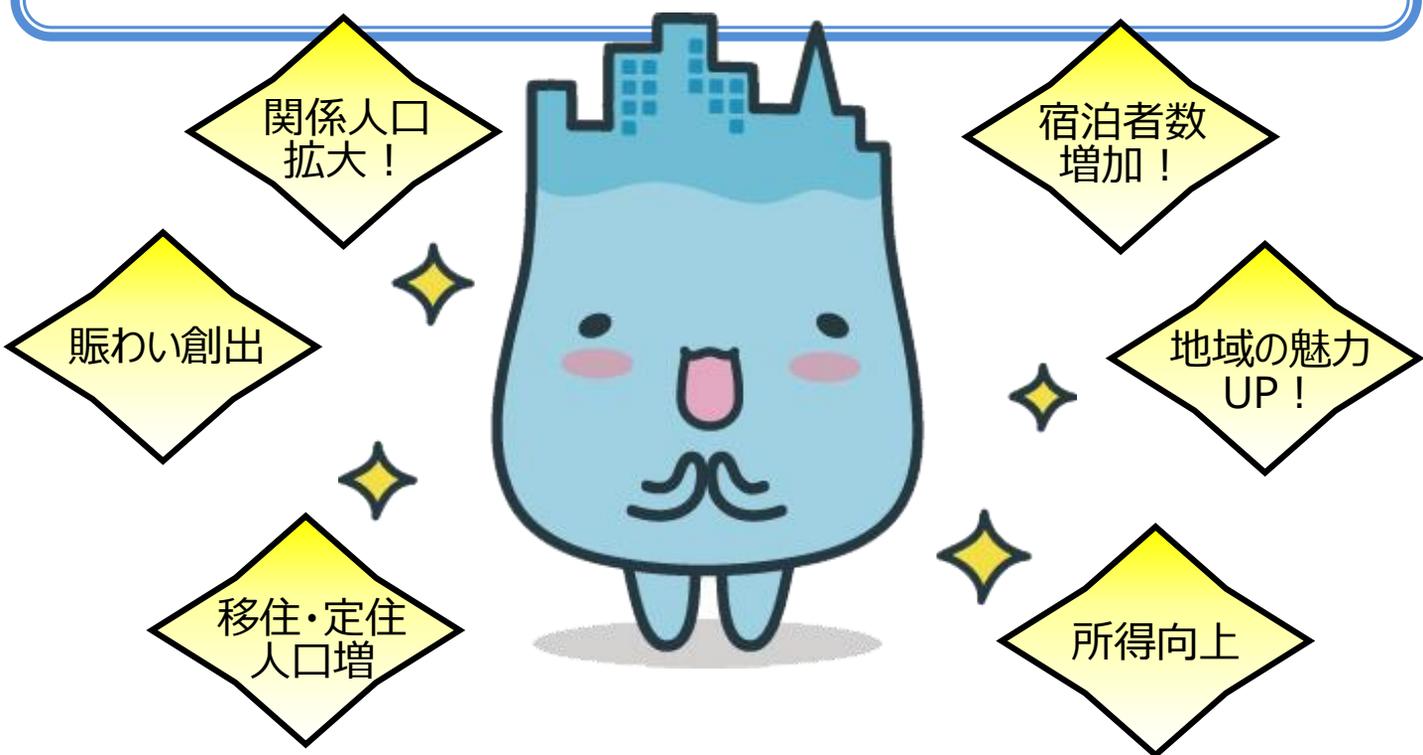
魚津市長 村椿 晃

# 目次

はじめに ～この計画が一番伝えたいこと～	1
観光都市として将来的に必要な観光消費額の試算	2
<b>第1章 計画策定にあたって</b>	<b>4</b>
1 計画策定の趣旨・目的	4
2 計画の概要	4
(1) 計画の位置づけ	4
(2) 計画の策定方法	5
(3) 計画期間	5
<b>第2章 魚津市を取り巻く観光の現状と課題</b>	<b>6</b>
1 日本の観光の動向	6
(1) 社会情勢の変化	6
(2) 国内旅行の状況	7
(3) 訪日外国人旅行者の状況	10
(4) 国・県の動向	12
2 魚津市の観光の現状と課題	13
(1) 第2次観光振興計画（平成29年度～令和3年度）の総括	13
(2) 魚津市の観光の現状	15
(3) 魚津市の観光の課題	20
<b>第3章 新しい観光振興計画に基づく観光戦略</b>	<b>22</b>
1 コンセプト	22
2 数値目標	23
3 戦略の内容	27
(1) 第3次観光振興計画の体系図	27
(2) 計画の具体的な取り組み内容	28
(3) 【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	44
<b>第4章 推進体制と進行管理</b>	<b>47</b>
1 役割分担と推進体制	47
2 進行管理	47
<b>第5章 巻末資料（経過、統計データ、名簿、条例など）</b>	<b>49</b>
1 観光資源等一覧	49
2 第2次観光振興計画における指標の結果	50
3 観光に関する統計資料	56
4 観光客満足度調査の結果	57
5 第3次観光振興計画策定の体制と経過	61
6 魚津市観光振興条例	67

将来、魚津市の人の暮らしや産業が活力あふれる「輝くまち」として、わたしたちが豊かに暮らし続けていくために…

観光客に使ってもらうお金を  
**年間128億円**にすることが必要です!!



将来、観光客に使ってもらうお金（観光消費額）を令和元年と比較して1.8倍となる年間**約128億円**にすることができれば、人口減少の中においても賑わいの創出、地域の魅力向上、関係人口や移住・定住者増加、所得向上など私たちの生活の中に様々な効果をもたらすものと考えます。

この計画は、魚津市の観光産業の発展により、私たちの生活が豊かになり、まちに幸せと誇りを実感し続けられるように、市民、観光関係事業者、行政など観光に関わる全ての人々が、共通の認識を持って観光施策を推進していくための方向性を示しています。

# 観光都市として将来的に必要な観光消費額の試算①

## 128億円※

※具体的な年次目標額ではなく、観光産業で魚津市が豊かになる試算の1つです。



## 観光都市として将来的に観光産業で稼ぐ観光消費額のか考え方

全国的にほとんどの自治体で人口減少が進み、特に生産年齢人口が大きく減少する見通しとなっている中、「地域経済の衰退」をどのように最小限に抑えるかが地域の大きな課題となっています。

そこで、人口減少による市税収入の減少や地域の衰退を解決する手法の1つとして、**地域全体で観光産業を強化**することが挙げられます。そのためには、**来訪者を確保することで観光消費額を獲得して域内消費額を増大**させ、地域内における経済循環を高めることが必要となります。

以上の点を達成させるため、魚津市と産業構造等が類似した自治体（市）を以下の考え方に基づき全国から6市を抽出し、魚津市民が「観光が市の基幹産業の1つになっている」と体感できる数値の目安として、将来的に「稼ぐ」必要のある観光消費額を試算します。

① 地域経済循環分析より、魚津市の「※産業別修正特化係数」の上位3位は、高い順に「電子部品・デバイス」、「その他製造業」、「水産業」となっています。（図1参照）

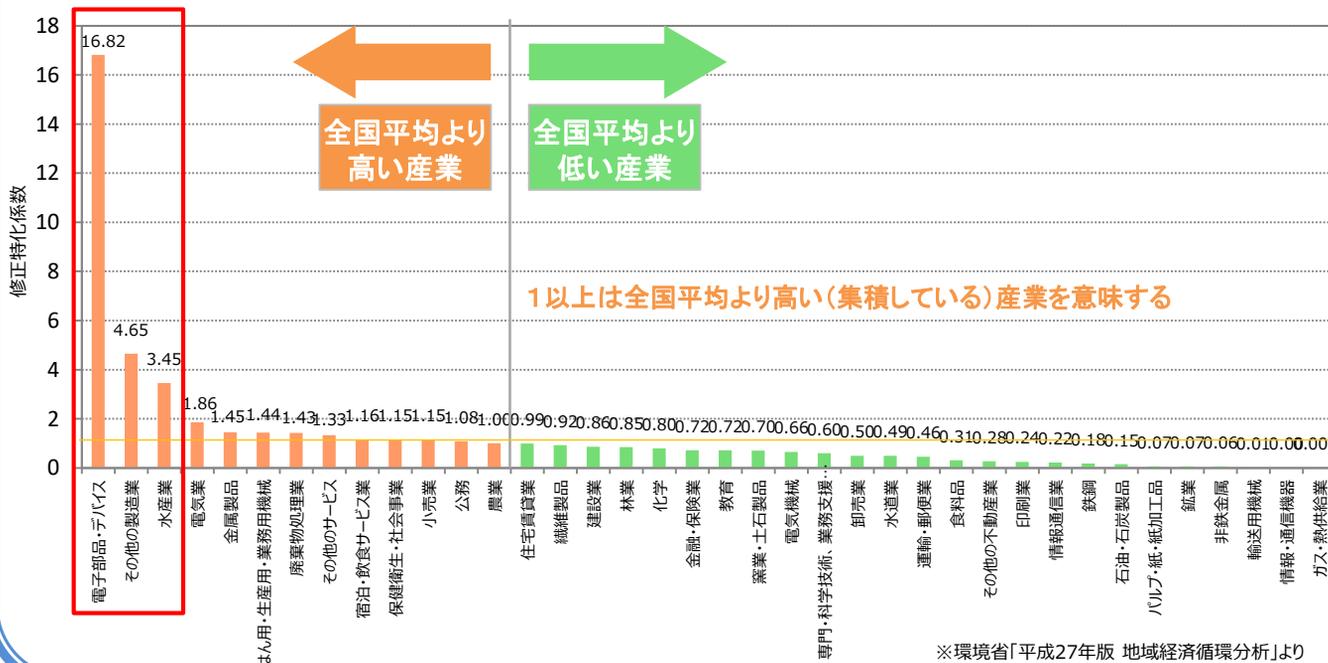
※産業別修正特化係数…その産業が全国と比較して優位（＝得意）なのかを示す係数。1より大きければ全国平均より優位。

② 魚津市の産業修正特化係数上位3位のいずれかが最も高い自治体（類似自治体）を抽出します。（次ページ図2参照）

③ 比較対象可能な「域内総生産」と「観光消費額」を公表している自治体を抽出します。

④ 目標となる観光消費額のため、魚津市より観光消費額が少ない自治体を除外します。

【図1】魚津市産業別修正特化係数（生産額ベース）



※環境省「平成27年版 地域経済循環分析」より

# 観光都市として将来的に必要な観光消費額の試算②

魚津市と産業構造等が類似する6市を図2のとおり抽出し、図3のとおり横軸に域内総生産、縦軸に域内総生産に対する観光消費額の割合を配置したプロット図を作成し、平均的な傾向を表す曲線を書き込みました。

【図2】産業構造等が魚津市と類似する自治体

抽出自治体名 ( )内は人口(人)	A 域内総生産 (億円)	【参考】 人口1人当たり 生産額(千円)	B 観光消費額 (億円)	観光消費額の 占める割合 B/A (%)	産業別修正特化係数 ( )内は順位		
					①電子部品 ・デバイス	②その他 製造業	③水産業
富山県 魚津市 (40,695)	1,591	3,910	71	4.5	16.82(1)	4.65(2)	3.45(3)
島根県 出雲市 (174,769)	6,431	3,680	1,282	19.9	13.74(1)		
石川県 白山市 (113,186)	4,430	3,914	628	14.2	12.16(1)		
広島県 福山市 (464,194)	16,495	3,553	323	2.0	11.30(1)		
福井県 小浜市 (28,672)	1,118	3,898	111	9.9	3.72(1)		3.25(2)
三重県 伊勢市 (123,449)	4,449	3,604	583	13.1		3.09(1)	
長崎県 佐世保市 (240,545)	7,795	3,241	1,007	12.9			6.77(1)

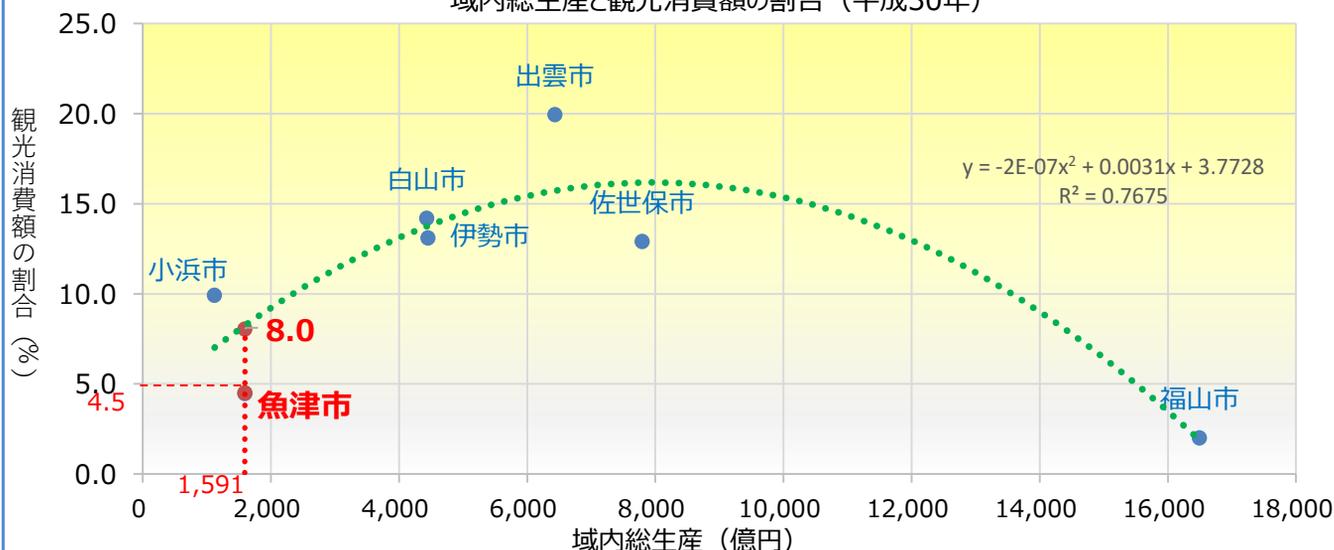
※人口は、令和2年10月1日または9月1日時点の数(各自治体HPより)

※域内総生産は、環境省「平成27年版地域経済循環分析」より平成30年を推計

※観光消費額は、各自治体の統計公表値または推計値より抜粋

※産業別修正特化係数は、環境省「平成27年版地域経済循環分析」より抜粋

【図3】電子部品・デバイス、その他製造業、水産業が盛んな観光都市における  
域内総生産と観光消費額の割合(平成30年)



魚津市における域内総生産(平成30年度1,591億円※)に対する観光消費額(平成30年度71億円)の割合は、4.5%です。 ※環境省「平成27年版 地域経済循環分析」より推計

この図から平均的な傾向を表す曲線と交わる観光消費額の割合は8.0%となり、域内総生産ベースの金額に換算すると約128億円(≒1,591億円×8.0%)となります。

このように、魚津市と産業構造等が類似した自治体と比較して、「観光を基幹産業」として地域内で観光産業で稼ぎ、将来的に観光都市として豊かになるためには、観光消費額を128億円とすることが必要です。

# 第1章 計画策定にあたって

## 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。

近年、政府においては、目指すべき未来社会の姿として「Society5.0」を提唱し、「デジタルトランスフォーメーション（DX）」やスマートシティ政策の推進など、デジタル技術の進展によるデータの活用を成長戦略の中心に据えています。

また、第5次魚津市総合計画では、持続可能なまちづくりの実現に向けて「持続可能な開発目標（SDGs）」を一体的に推進していくものとしています。

本計画の策定にあたり、第2次魚津市観光振興計画を評価・検証し、また、昨今の観光を取り巻く環境の急速な変化に伴う観光施策のあり方について議論してきました。

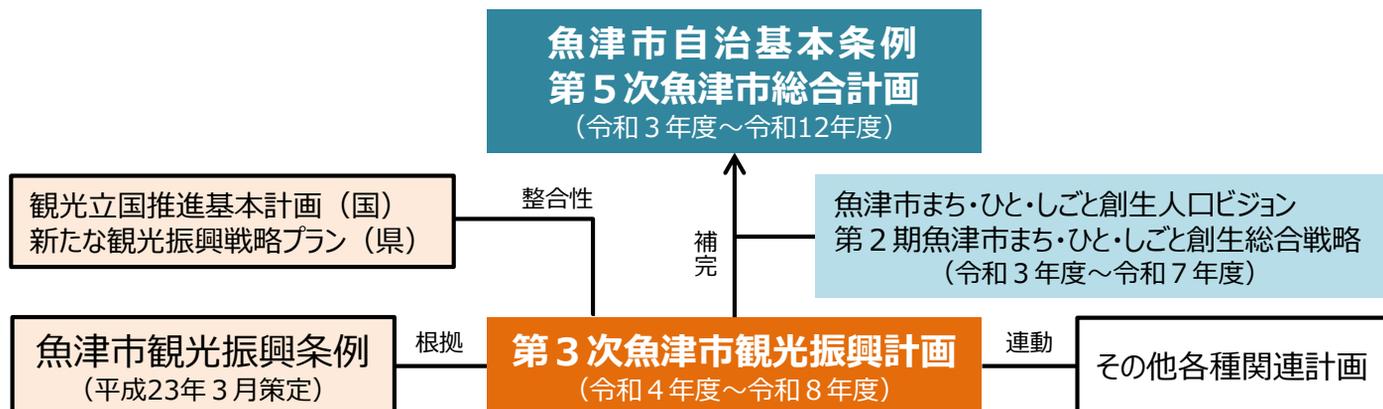
社会的な変化や新たな時代に対応するため、DXの推進によるデータの有効活用やSDGsの取り組みなどが観光施策全般に必要なものとして意識しながら、より戦略的かつ効果的に観光振興を推進していく必要があります。

これらを踏まえたうえで、観光に関わる全ての関係者が連携・協働し、交流人口、関係人口の拡大や地域経済の活性化を図ることを目的に、条例第7条の規定に基づき第3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

本計画は、条例の理念のもと、市及び周辺地域が抱える観光に関する課題を踏まえつつ、国・県が示す観光に関する計画と整合性を図り、「第5次魚津市総合計画」や「第2期魚津市まち・ひと・しごと創生総合戦略」等の方針に基づき、魚津ならではの観光施策を総合的かつ戦略的に推進するための具体的な方策を示すものです。



## (2) 計画の策定方法

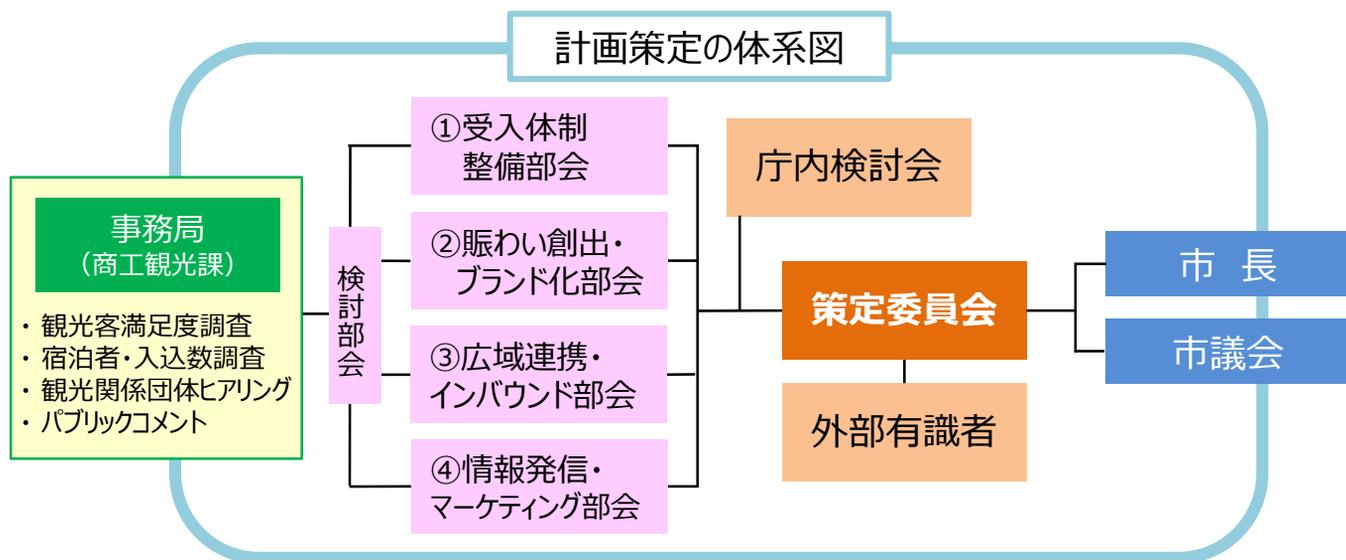
本計画の策定にあたっては、観光事業者、観光関係団体をはじめ、各種産業団体、学識経験者、行政関係者、市民からの公募で構成する「観光振興計画策定委員会」を設置し、本市の観光振興に向けた方向性や新たな時代に対応した観光の取り組みなどについて議論してきました。

なお、策定委員会には観光庁の専門家派遣事業を活用して外部有識者を招へいし、全国事例などについて助言いただき、議論を深化させました。

また、策定委員会の構成組織の実務担当者や市関係課職員などによる4つの検討部会（下図「計画策定の体系図」参照。）を立ち上げ、計画の具体的な方策づくりにあたってきました。

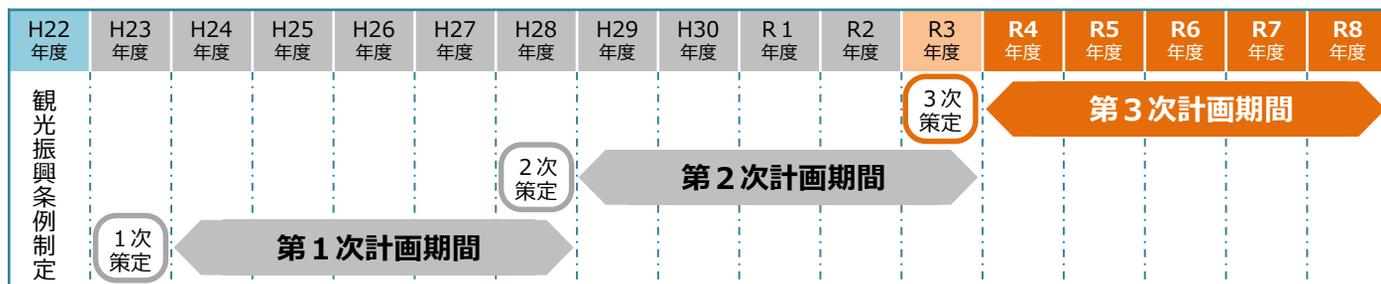
さらに庁内において、産業建設部長を座長とした担当部課長等から構成する「観光振興計画庁内検討会」を開催し、計画案の内容の調整を行いました。

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3次魚津市観光振興計画を取りまとめました。



## (3) 計画期間

本計画は、令和4（2022）年度から令和8（2026）年度までの5年間を対象期間とします。なお、経済状況や近年の観光を取り巻く環境の急速な変化等に鑑み、必要に応じて計画の見直しなどを行いながら取り組みを進めます。



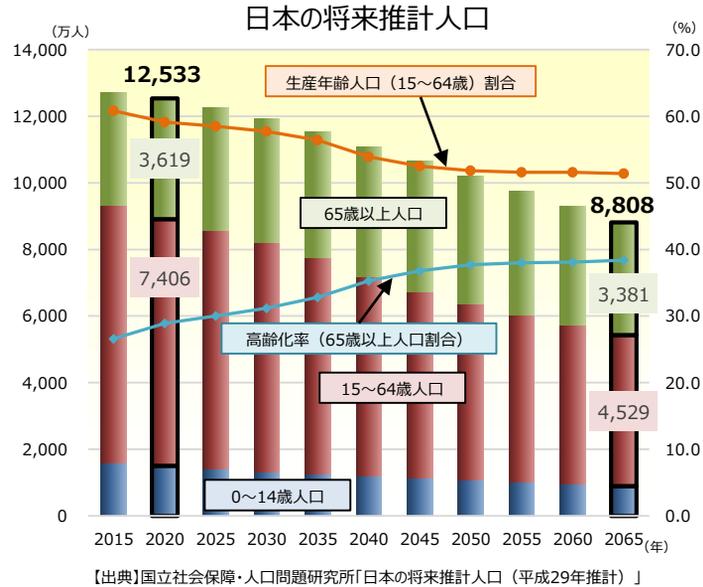
## 1 日本の観光の動向

### (1) 社会情勢の変化

#### ① 人口減少・少子高齢化の進行

日本の人口減少は歯止めがかからず、将来推計人口では2053年に1億人を割り込み、2065年には8,808万人まで減少する見通しです。また、2065年には高齢化率が約38%になり、生産年齢人口も継続的に減少する見通しです。

日本の人口減少や高齢化は、国内の観光市場にも大きな影響を及ぼし、今後の市場は縮小していくものと予測されています。



#### ② 新型コロナウイルス感染症の影響

新型コロナウイルス感染症の拡大は、入国制限や海外渡航禁止等の措置により、訪日外国人旅行者数や旅行消費額が大幅に減少し、国内の観光産業に大きな打撃を与えています。

観光は全国で約900万人の方が従事する産業であり、観光立国の実現に向けて、まずは観光回復の大前提となる感染拡大防止の対策を徹底することが重要です。そのうえで、当面の回復を担う日本人国内旅行の需要を強力に喚起させ、時代に応じた新たな旅行スタイル等の普及により、旅行需要を分散させて混雑や密を低減させていかなければなりません。また、国内外の感染状況を見極めたうえで、インバウンドの段階的な復活に向けた取り組みを進めていく必要があります。

#### ③ 持続可能なまちづくりとスマートシティの推進

SDGs（持続可能な開発目標）では、17の目標と169のターゲットが定められており、観光分野は「2030年までに、雇用創出、地方の文化振興・物品販促につながる持続可能な観光業を促進するための政策を立案し実現する。」ものとして明示されています。

魚津市第5次総合計画において、SDGsの理念を踏まえた持続可能なまちづくりの実現に向けて一体的に取り組んでいくこととしています。



また近年、ICT（情報通信技術）をめぐる技術が急速に進展しています。特に、スマートフォンやIoT（モノのインターネット）の普及、ネットワークの高速・大容量化により、データを分析するAI（人工知能）の精度も急速に向上しています。これに伴いデータ流通量も飛躍的に増大し、多種多様なデータを活用した新たな技術やサービスが次々と登場しており、ICTやデータ利活用に対する期待が高まっています。

スマートシティの推進は、先進的技術の活用により地域の各種課題の解決を図るとともに、快適性や利便性を高めて新たな価値を創出する取組みとして、観光分野のさまざまな施策においても充分に取り入れていく必要があります。

#### ④ 観光に関する今後の主な事象

国内または魚津市周辺における今後の事象として、以下が挙げられます。今後、これらの動きを見据えながら、本計画に即した形で観光施策に取り組んでいく必要があります。

＜予定されている主な事象＞

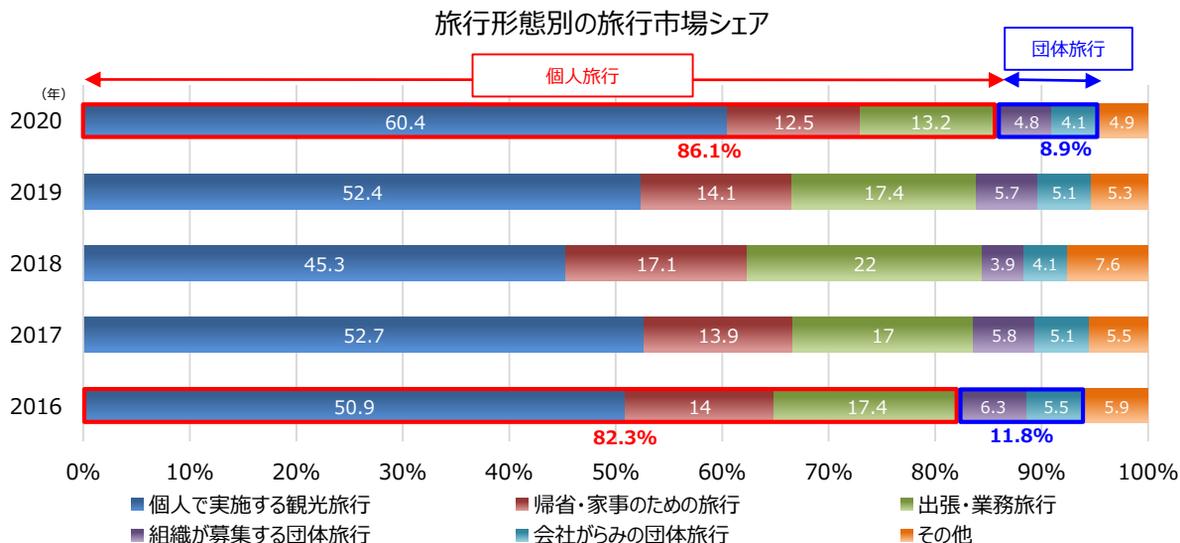
- ・ 令和6年春 北陸新幹線敦賀延伸
- ・ 令和6年中 黒部峡谷と立山黒部アルペンルートを結ぶ新ルート「黒部ルート」の一般開放
- ・ 令和7年4～10月 大阪・関西万博の開催（想定来場者数：約2,820万人）

## （2）国内旅行の状況

### ① 日本人国内旅行の旅行形態別シェア

日本人国内旅行の旅行形態（個人・団体）別の市場シェアをみると、近年は個人旅行が主流となっています。2020年（令和2年）では個人旅行が全体の86.1%を占めており、「個人で実施する観光旅行」が最も大きなシェアを占めています。

また、令和2年においては、新型コロナウイルス感染症の影響もあり、個人旅行のうち、「出張・業務旅行」や団体旅行（「組織が募集する団体旅行」と「会社がらみの団体旅行」）の割合が減少していることが分かります。



## ② 旅行スタイルの変化

国内における旅行スタイルは、新型コロナウイルス感染症の影響下において以下の点で変化がみられています。このような旅行スタイルの変化や旅行者のニーズをしっかりと把握するとともに、ワーケーション等の普及やオンラインツアー等の新たな時代に応じたトレンドについても注視していく必要があります。

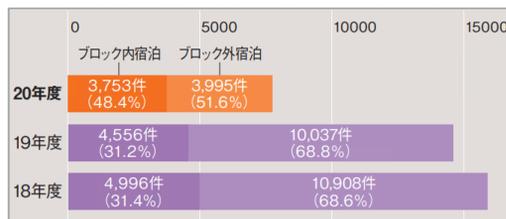
- ・ 分散化 … 混雑を避けて人の少ない時期や地域を選ぶなどの旅行日や旅行先の分散化傾向。
- ・ 近隣化 … 居住地から近隣の観光地を目的として旅する「マイクロツーリズム」化が表れている。  
(これまであまり注目されてこなかった地域資源が再評価されている。)
- ・ 内包化 … 同行者人数は減り、家族や身近な人と絆を深める傾向あり。

旅行を実施した日（分散化）



【出典】じゃらん宿泊旅行調査2021

ブロック内宿泊、ブロック外宿泊の件数（近隣化）



※北海道、東北、関東、甲信越・北陸、東海、関西、中四国、九州、沖縄のブロック別に、旅行先が居住地と同ブロック内か外かを表したものを。

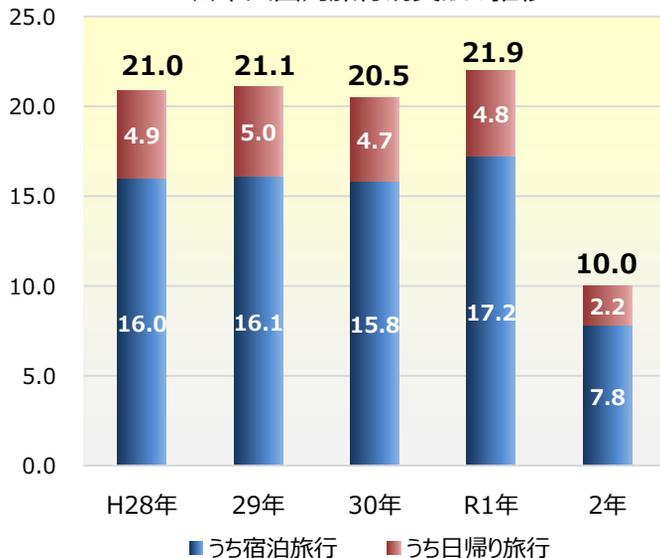
## ③ 日本人国内旅行消費額の推移と前年比

令和2年の日本人国内旅行消費額は、9兆9,738億円と前年比54.5%減となり、新型コロナウイルス感染症の影響を受けて大きく落ち込みました。なお、令和元年については、21兆9,312億円と前年比7.1%増となっています。

国内旅行の状況は、天候や災害、経済情勢等の外部要因の影響を受けやすい傾向にあるものと思われますが、観光市場の動向を把握するうえで重要な指標の1つであり、継続して注視していく必要があります。

(単位：兆円)

日本人国内旅行消費額の推移



日本人国内旅行消費額

(単位：億円)

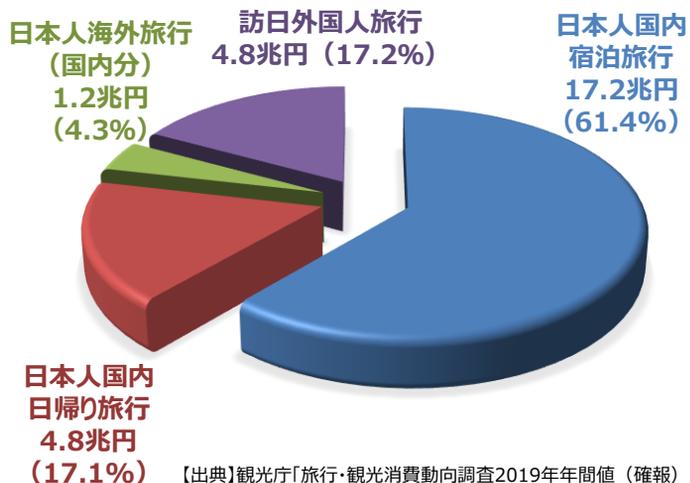
	国内旅行全体		うち宿泊旅行		うち日帰り旅行	
	旅行消費額	前年比	旅行消費額	前年比	旅行消費額	前年比
H28年	209,547	+2.7%	160,335	+1.4%	49,212	+7.1%
H29年	211,130	+0.8%	160,798	+0.3%	50,332	+2.3%
H30年	204,834	-3.0%	158,040	-1.7%	46,794	-7.0%
R1年	219,312	+7.1%	171,560	+8.6%	47,752	+2.0%
R2年	99,738	-54.5%	77,723	-54.7%	22,015	-53.9%

【出典】観光庁「旅行・観光消費動向調査2020年年間値（確報）」

なお、令和元年（新型コロナウイルス感染症の影響前）の「旅行消費額の内訳」をみると、「訪日外国人旅行」による消費額よりも、「日本人国内宿泊旅行」の消費額が17.2兆円（61.4%）と圧倒的なシェアを占めています。

当面の間は、日本人国内旅行（宿泊・日帰り）の需要を喚起させることで、旅行消費額の拡大を図り、観光産業を回復させていく必要があります。

旅行消費額の内訳  
令和元年：27.9兆円



【出典】観光庁「旅行・観光消費動向調査2019年年間値（確報）」

#### ④ 日本人国内延べ旅行者数と1人1回当たりの旅行支出（旅行単価）

令和2年の日本人国内旅行延べ旅行者数は、新型コロナウイルス感染症の影響を受けて旅行控えがみられ、2億9,341万人と前年比50.0%減と大きく落ち込みました。

また、令和2年の1人1回当たりの旅行支出（旅行単価）についても、33,993円（前年比9.0%減）となっており、旅行形態別では宿泊旅行で48,365円（前年比12.2%減）、日帰り旅行で16,589円（前年比4.3%減）となっています。

日本人国内旅行延べ旅行者数 (単位：万人)						
	国内旅行全体		うち宿泊旅行		うち日帰り旅行	
	延べ旅行者数	前年比	延べ旅行者数	前年比	延べ旅行者数	前年比
H28年	64,108	+6.0%	32,566	+4.0%	31,542	+8.1%
H29年	64,751	+1.0%	32,333	-0.7%	32,418	+2.8%
H30年	56,178	-13.2%	29,105	-10.0%	27,073	-16.5%
R1年	58,710	+4.5%	31,162	+7.1%	27,548	+1.8%
R2年	29,341	-50.0%	16,070	-48.4%	13,271	-51.8%

【出典】観光庁「旅行・観光消費動向調査2020年年間値（確報）」

日本人国内旅行の1人1回当たり旅行支出（旅行単価） (単位：円/人)						
	国内旅行全体		うち宿泊旅行		うち日帰り旅行	
	旅行単価	前年比	旅行単価	前年比	旅行単価	前年比
H28年	32,687	-3.2%	49,234	-2.5%	15,602	-1.0%
H29年	32,606	-0.2%	49,732	+1.0%	15,526	-0.5%
H30年	36,462	+11.8%	54,300	+9.2%	17,285	+11.3%
R1年	37,355	+2.4%	55,054	+1.4%	17,334	+0.3%
R2年	33,993	-9.0%	48,365	-12.2%	16,589	-4.3%

【出典】観光庁「旅行・観光消費動向調査2020年年間値（確報）」

※ 1人1回当たり旅行支出（旅行単価）には、訪問者の主目的地ベースの集計で、参加費、交通費、宿泊費、飲食費、買物代、娯楽等サービス費等が含まれる。

なお、都道府県別の消費単価をみると、富山県の消費単価（令和2年：25,510円/人）が、石川県や福井県と比較しても低いことから、今後、消費単価を上げることを意識した観光施策の取り組みが必要であると考えられます。

R2年		【参考】都道府県別・費目別（7区分）							(単位：円/人)
訪問地	消費単価※	団体・パッケージツアー料金	宿泊費	飲食費	交通費	娯楽等サービス費	買物代	その他	
富山県	25,510	2,160	6,880	4,250	6,570	630	4,980	40	
石川県	33,330	3,390	9,570	5,830	7,460	1,660	5,420	10	
福井県	32,300	1,110	8,490	8,750	8,570	1,800	3,200	370	

【出典】観光庁「旅行・観光消費動向調査2020年年間値【参考表】都道府県別集計

※本表の「消費単価」には団体・パッケージツアー料金に含まれる訪問地収入分が含まれる。都道府県別の「消費単価」には都道府県間交通費は含まれない。

### (3) 訪日外国人旅行者の状況

#### ① 国際旅行者数の推移

世界的な国際旅行者数は増加傾向となっており、令和元年の世界全体の国際旅行者数は、14.6億人と過去最大となりました。

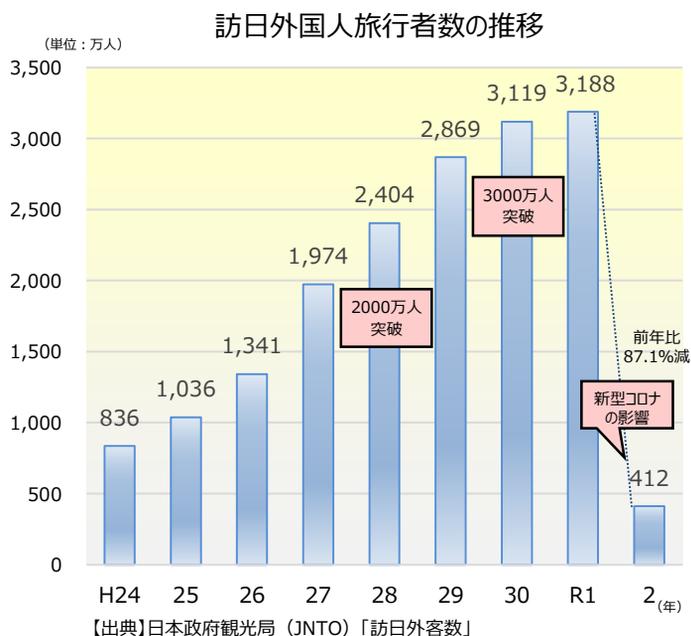
令和2年は新型コロナウイルス感染症の拡大により3.8億人まで大幅に減少しましたが、UNWTO（国連世界観光機構）の調査によると、新型コロナ影響前（令和元年）の水準に戻るの、令和5年から6年頃と見通しを立てている専門家もあり、数年かかる見通しであるものの、いずれ国際旅行者数は回復するものと見込まれています。



#### ② 訪日外国人旅行者数の推移等

日本全体の訪日外国人旅行者数は、平成24年以降増加し、平成28年には2,000万人、平成30年には3,000万人を突破しました。

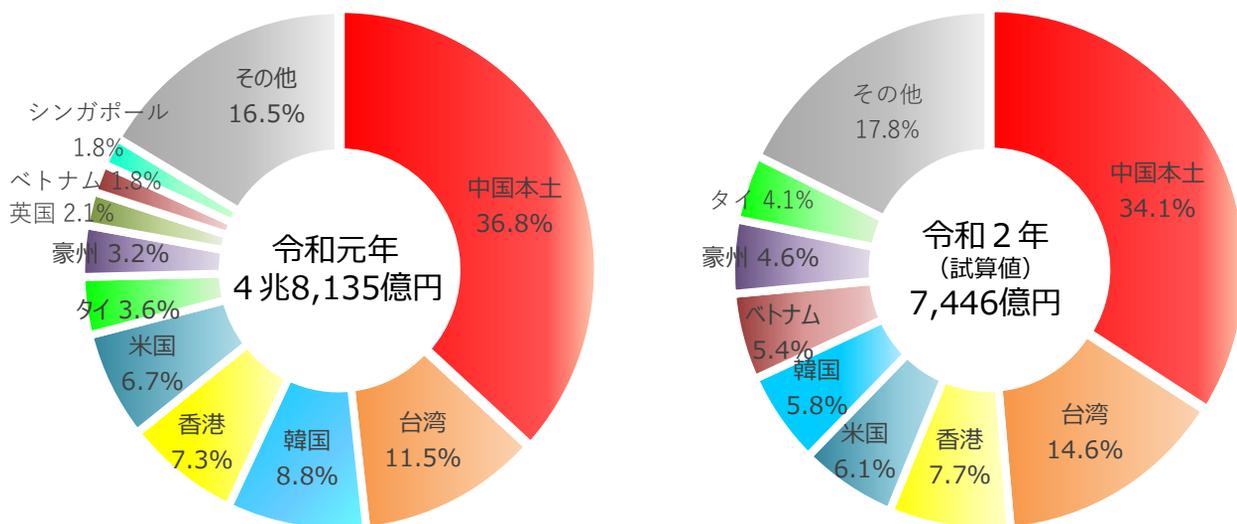
令和元年には3,188万人と過去最高を記録しましたが、令和2年は世界的な新型コロナウイルス感染症の拡大により、入国制限や海外渡航禁止等の措置が取られ、前年比87.1%減の412万人と激減しました。



訪日外国人旅行消費額についても、令和元年に4兆8,135億円に達したところ、令和2年（試算値）は、7,446億円まで落ち込みました。

なお、民間会社が令和2年度に行った調査によると、「新型コロナ終息後に旅行したい国・地域」について尋ねたところ、日本は全体で1位となり、調査地域別にも12地域中10地域で日本が1位に選ばれており、新型コロナ終息後の訪日旅行の需要回復が期待されています。

訪日外国人旅行消費額の国・地域別割合



【出典】観光庁「訪日外国人消費動向調査」

新型コロナ終息後に観光旅行したい国・地域

(回答はあてはまるもの全て、%)

順位	回答者→	全体 サンプル数	アジア全体									欧米豪全体				
			韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア	アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス		
1	日本	5,662	56	24	65	75	76	69	50	45	44	24	21	25	24	23
2	韓国	3,822	30	-	25	30	29	34	29	32	28	8	11	6	7	7
3	台湾	466	23	13	-	47	12	32	33	5	7	10	5	5	7	
4	オーストラリア	515	16	14	16	16	7	22	20	17	17	17	-	21	12	
5	タイ	489	16	15	13	27	-	27	-	16	12	10	13	15	11	
6	シンガポール	470	15	17	14	17	12	11	16	-	12	9	18	13	7	
7	ニュージーランド	468	15	15	15	18	11	9	21	17	11	14	13	-	21	
8	アメリカ	466	14	9	18	10	13	7	6	10	3	28	-	21	39	
9	スイス	466	12	12	21	10	14	10	9	15	11	12	11	13	-	
10	イギリス	478	12	10	12	8	11	12	9	12	9	19	20	18	-	
11	カナダ	1,840	11	8	17	8	11	8	3	6	4	20	-	17	23	
12	フランス	456	11	9	13	13	10	8	7	11	7	17	18	15	-	
13	中国本土	462	11	14	10	-	12	-	20	14	22	6	9	5	6	
14	香港	453	11	11	14	-	8	-	14	12	11	9	11	8	11	
15	マレーシア	469	10	11	7	10	9	10	-	-	-	8	7	11	10	

(注) 新型コロナ終息後に海外観光旅行について「(したい)と思わない」を選択した対象者および次に海外観光旅行の検討を再開するタイミングについて「現在の状況からは海外旅行の検討再開は考えられない」と回答した対象者を除く全員から回答を得た。

(注) 上位5項目を赤または黄色で塗りつぶした。全体の割合において、「旅行したい国・地域」と「回答者の国・地域」または「近隣国」が同じ場合、当該国・地域の回答はサンプル数から除いている。

【出典】DBJ・JTBFアジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査（2020年度新型コロナ影響度特別調査）

## (4) 国・県の動向

### ① 国の施策と動向

国では平成28年3月に「明日の日本を支える観光ビジョン」を策定し、5つの目標を掲げて観光先進国の実現を目指すこととしています。

5つの目標と目標年次	2020年	2030年
訪日外国人旅行者数	4,000万人	6,000万人
訪日外国人旅行消費額	8兆円	15兆円
地方部での外国人延べ宿泊者数	7,000万人泊	1億3,000万人泊
外国人リピーター数	2,400万人	3,600万人
日本人国内旅行消費額	21兆円	22兆円

観光業は、昨今の新型コロナウイルス感染症の世界的な拡大により深刻な打撃を受けていますが、観光業の復活のため国は事業の継続や雇用維持への支援、感染拡大防止対策の徹底、国内需要喚起、観光業・観光地の収益性向上等、観光産業の回復を図るための様々な施策プランを打ち出しています。

また、感染リスクを低減させるための新たな旅のスタイルとして、分散型旅行やオンラインツアーをはじめ、ワーケーション等の普及促進など観光のトレンドの変化に対応した取り組みを進めています。

さらに、デジタル技術の積極的な活用により、宿泊業における生産性の向上、安全・安心な旅行環境の整備、観光体験・観光地経営の高度化等を図るものとしています。

なお、平成29年3月28日に閣議決定した「観光立国推進基本計画」は、令和4年に改定が行われる予定です。

### ② 県の施策と動向

富山県では令和3年度に「新たな富山県観光振興戦略プラン」を策定します。

基本目標 (P)	「選ばれ続ける観光地～持続可能な富山県を目指して～」
計画期間	令和4年～令和8年（5年間）
目指す将来像 (P)	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 自然、食文化、祭り等の伝統文化、住環境など富山の日常の“上質なライフスタイル”が多くの人に知られ、旅行者、滞在者、移住者が増加する。</li><li>・ 世界遺産、立山黒部、富山湾などここにしかない「特別感」のある観光地や、富山の暮らし自体が持つ魅力を最大限に活かし、付加価値の高い富山旅が提案され、人と経済が潤う地域が創出される。</li></ul>
骨子	<ol style="list-style-type: none"><li>I 新たな時代の観光への対応</li><li>II 持続可能な観光地域づくり</li><li>III ターゲットに応じた戦略的なプロモーション</li></ol>

なお、県では併せて富山県成長戦略会議を開催し、公表された「富山県成長戦略中間とりまとめ」では、観光について「用意された観光資源ではなく、県民の生活自体を観光資源と捉え、暮らすように旅をする観光客を一時的な県民として歓迎し、日常の幸せを共有するなど新たなスタイルの観光振興12を目指す。」としています。

## 2 魚津市の観光と現状の課題

### (1) 第2次観光振興計画（平成29年度～令和3年度）の総括

第2次観光振興計画では、「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」を基本方針に掲げ、基本方針の考え方として重点3項目と4つの戦略を柱として、観光関連施策や重点プロジェクトを設定して事業に取り組んできました。

#### ① 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  
・ 受入体制整備、観光ガイド育成、国際大会環境整備
- ◆ 「魚津のタテモン行事」ユネスコ無形文化遺産登録の活用  
・ 「たてもん」の継承・活用、歴史文化の理解共有、体験型観光の推進
- ◆ 観光と他の産業分野等との連携強化  
・ 観光組織強化、観光産業の推進、民間企業との連携



#### ② 4つの戦略と総括

戦略名	施策名	重点プロジェクト
【戦略Ⅰ】 おもてなしの充実	①観光案内の充実とおもてなしの向上 ②観光客受け入れ基盤の充実	◆観光客の受け入れ基盤強化事業
【戦略Ⅱ】 観光資源の活用	①観光資源の有効活用 ②観光関係団体への支援の充実、連携強化	◆地域資源の活用とストーリーの創造 ◆体験型観光推進事業
【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 ②魚津の特性を活かした事業の推進	◆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 ②広域観光の推進 ③観光プロモーションの推進・情報発信の充実	◆インバウンド等環境整備・誘客促進事業 ◆広域観光連携推進事業 ◆観光プロモーション事業

#### <総括：戦略Ⅰ おもてなしの充実>

観光案内の充実や観光客の受入基盤の充実等に努め、具体的には観光ガイド研修開催、地域振興会の住民参加型事業（観光列車へのお手振り活動など）の実施、レンタサイクルみらくる貸出事業の実施、おもてなし魚津直行便の運行、観光施設への多言語音声ガイドの導入、観光協会ホームページのリニューアルによる情報発信の強化などに取り組みました。

一方で、観光ガイドの高齢化や担い手不足、魚津ならではの地域の魅力を地元の人が意外に知らないという課題があります。

観光ガイドの育成及び担い手の確保、多くの市民が魚津のことに誇りと愛着を持てるようなふるさと教育事業等の継続に努めるとともに、引き続き、誰もが安心して来訪できる受入環境の整備を進めていくことが重要です。

## <総括：戦略Ⅱ 観光資源の活用>

平成28年にユネスコ無形文化遺産登録された「魚津のタテモン行事」に代表される多くの伝統文化をはじめ、魚介類や果樹などの食資源を活用した体験型観光の取り組みのほか、じゃんとこい魚津まつりなどの観光イベント開催支援による賑わいの創出に努めました。

また、東山円筒分水槽の国登録有形文化財への登録やポケットパーク整備、魚津浦の蜃気楼（御旅屋跡）の国登録記念物への登録、蜃気楼ロードの日本風景街道への登録、富山湾岸サイクリングコースのナショナルサイクルルート指定などがなされました。

このほか、水の学び舎ツアー、たてもんの森プロジェクトの実施、水族館や埋没林博物館の企画展示、農商工連携インターンシップ、産業観光ツアーなど多岐にわたる事業を実施してきました。

これらに代表される多種多様の魅力ある地域資源をさらに磨き上げ、観光客の消費拡大に資する体験型観光商品の開発・販売の強化、若者受けするようなキラーコンテンツの発掘、さらには各種イベントを一過性に終わらせないような工夫など観光客のニーズに応じた取り組みを進めていくことが必要です。

## <総括：戦略Ⅲ 魚津ブランドの創出>

県が発信している「とやまの地域資源」のうち魚津市の地域資源の数は堅調に増加しており、この間の取り組みとして、特に農林水産物を活用したブランド化の推進に努めてきました。

代表的なブランド化の例としては、ご当地グルメ「魚津バイ飯」の商標登録（魚津漁業協同組合）が挙げられます。また、とやま観光推進機構と連携した「観光資源重点磨き上げ支援プロジェクト」として、若手料理人グループによる新商品の開発やコース料理の試食会をはじめ、「誰も知らない食のまち魚津」と題したPR動画などの制作を行い、市内外に「魚津の食」のPRに努めてきました。

引き続き、魚津の「食」を中心とした魚津ブランドの磨き上げを行いながら、魚津ならではのお土産商品の開発など既存資源の高付加価値化に資する施策を推進していく必要があります。

## <総括：戦略Ⅳ インバウンド・広域観光・プロモーションの推進>

新型コロナウイルスの感染拡大前は、全国的なインバウンド需要の高まりを背景に、宿泊施設事業者など民間事業者とも連携しながら、台湾を中心とした現地プロモーション等を実施し、インバウンド事業の推進に努めてきました。また、外国人旅行者の受入体制整備として、観光施設や観光案内所へのポータル翻訳・通訳機器の導入や、多言語観光情報サイト「Guidoor」への掲載を行いました。

広域観光の取り組みは、新川地域観光開発協議会、にいかわ観光圏協議会の新川地域での観光施策の推進をはじめ、観光交流都市（長野県飯山市）や友好親善都市（岡山県井原市）とのイベント相互出展や市広報の活用による観光情報の発信などによる交流促進に努めました。

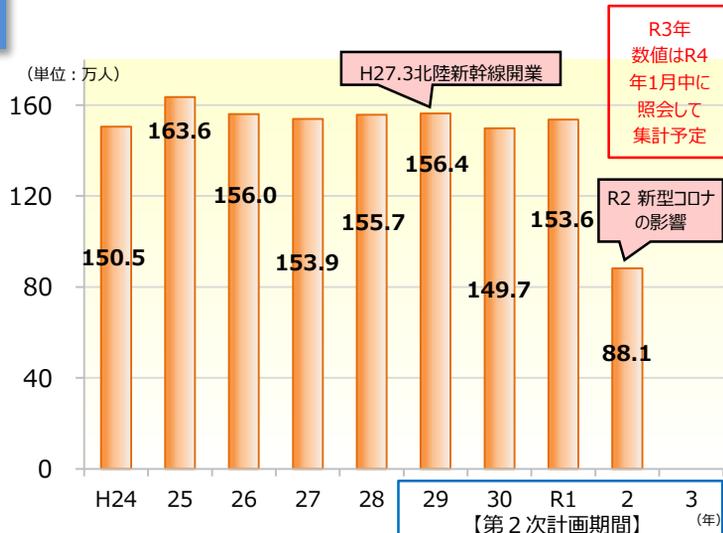
今後、2024年の黒部ルート的一般開放や北陸新幹線の敦賀延伸などを見据えた関係自治体や民間の観光事業者との連携した取り組みを進めるとともに、新型コロナウイルス感染症の収束後のインバウンド需要回復後を見据えた取り組み、さらには、デジタル技術を活用した分析等を行い、客観的データに裏付けされたターゲットに応じた効果的な情報発信やプロモーションの展開が重要となります。

## (2) 魚津市の観光の現状

### ① 入込数の年別推移

平成24年から令和元年までの魚津市の入込数は、概ね150万人前後で推移しており、第2次計画期間の平成29年には、全国植樹祭、Sea級グルメ全国大会、たてもん祭りのユネスコ無形文化遺産登録後の開催など、大きな行事が多くあったこともあり、156.4万人を記録しました。

一方で、令和2年は新型コロナウイルス感染症の影響でほぼ全てのイベントが中止となり入込数は88.1万人まで落ち込みました。



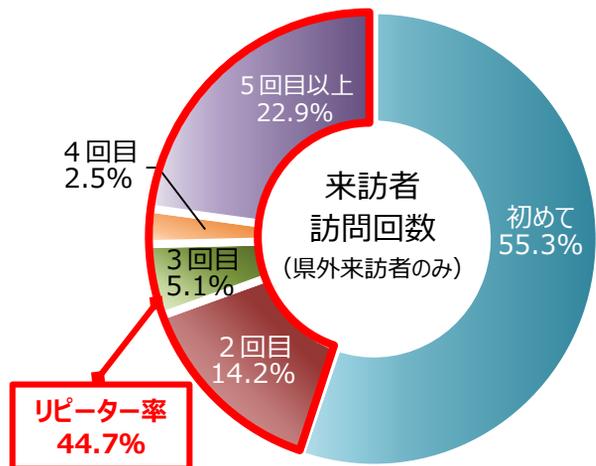
【出典】魚津市入込数調査

※入込数は、宿泊施設利用者、主要観光施設利用者、主要イベント入込数などを合算した数値である。

### ② 再来訪率 (リピーター率)

平成30年から令和3年までのアンケート調査結果では、県外来訪者の魚津市への訪問回数のうち、リピーター率 (来訪回数2回目以上と回答した合計数) は、44.7%となっています。

リピーターのうち、5回目以上と回答したいわゆるヘビーリピーターは22.9%となっており、今後さらにリピーター率を高めるためには、宿泊地や訪問地としての魅力を更に磨き上げ、また訪れたい観光地を目指していく必要があります。



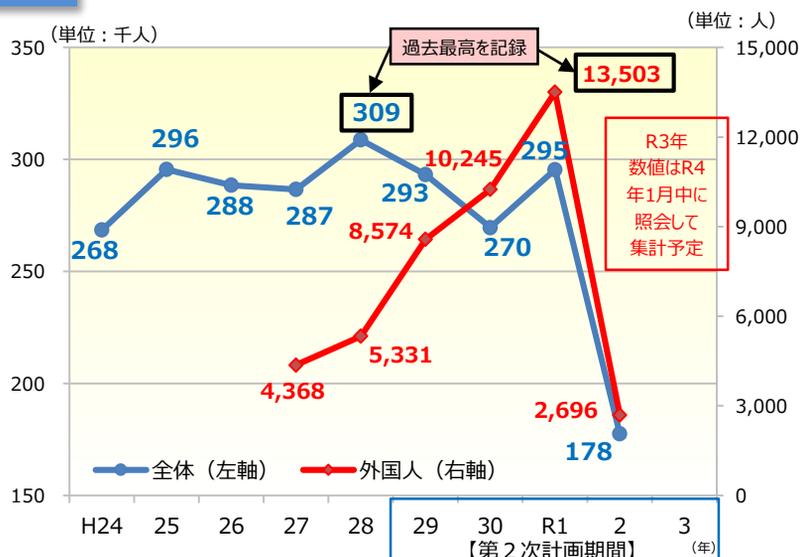
【出典】魚津市観光客満足度調査

※H30～R3年までの来訪者で富山県内からの来訪者を除く。(n = 765)

### ③-1 延べ宿泊者数の年別推移

魚津市内の延べ宿泊者数は、北陸新幹線開業 (平成27年3月) の翌年に過去最高となる30.9万人を記録し、うち外国人延べ宿泊者数はインバウンド需要の高まりや海外プロモーションの取り組みもあり、令和元年には13,503人と過去最高を記録しました。

しかしながら、新型コロナウイルス感染症の影響を受けて、全体の延べ宿泊者数は令和2年に17.8万人と大きく落ち込みました。



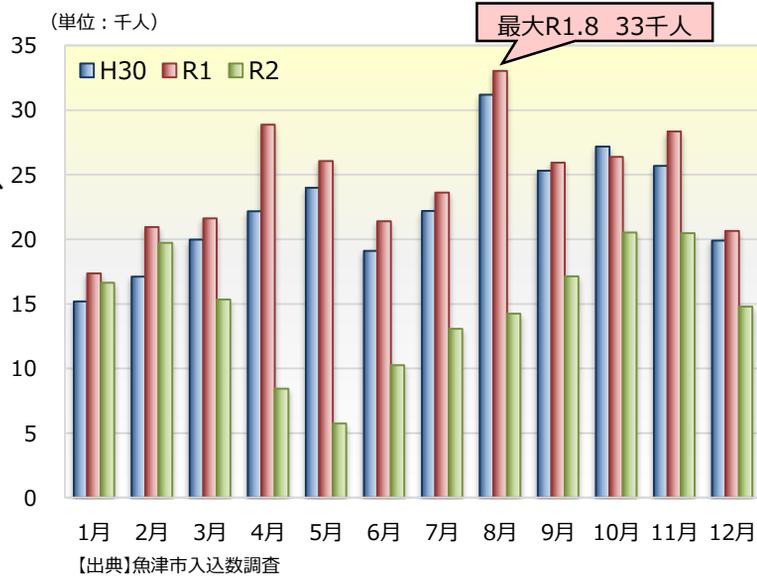
【出典】魚津市入込数調査

### ③-2 延べ宿泊者数の月別推移 (H30～R2年)

例年の傾向としては8月が最も宿泊者数が多く、次いで4月～5月の春先や9月～11月の秋の行楽シーズンが多くなっています。

一方で、12月～2月頃までの冬季期間は、少なくなっている状況です。

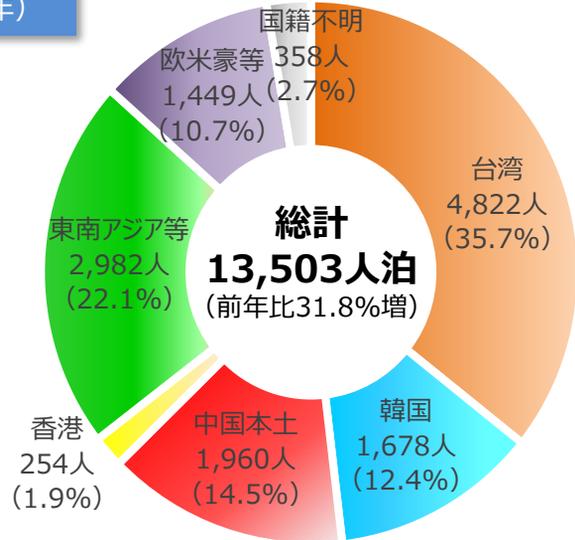
新型コロナウイルス感染症の影響を受けた令和2年は、例年と比較して4月～6月頃まで大きく落ち込みました。国のGo To トラベルキャンペーンや県、市の各種宿泊割引支援制度により、やや持ち直したものの、本格的な回復には至っていない状況です。



### ④ 外国人延べ宿泊者数の国・地域別シェア (R1年)

外国人延べ宿泊者数が過去最高を記録した令和元年の国・地域別のシェアを見ると、台湾から約3分の1となる旅行者が宿泊しています。

また、富山空港国際線が台湾（台北）、中国本土（上海・大連）、韓国（ソウル）の直行便（令和3年12月時点運休中）があることもあり、台湾・中国本土・韓国・香港の東アジア地域からの旅行者が全体の64.5%を占めています。一方で、比較的、日本に長期滞在し、また消費額も大きな欧米豪地域からの旅行者は、全体の10.7%にとどまっています。

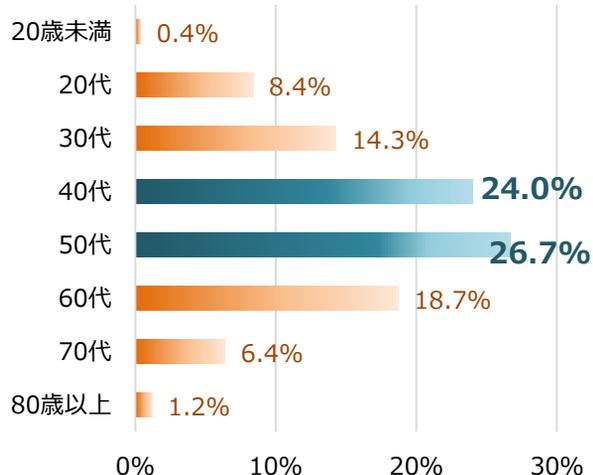


### ⑤ 市内宿泊旅行者の属性・傾向

魚津市内の宿泊施設を利用した旅行者のアンケートによると、直近5年データから分かる旅行者の属性として「40歳代から50歳代、2名グループ、とりわけ夫婦で1泊の宿泊旅行」が多い傾向にあることが分かります。

また、60歳代や連泊（2泊）、ファミリーでの旅行も比較的多い状況にあります。

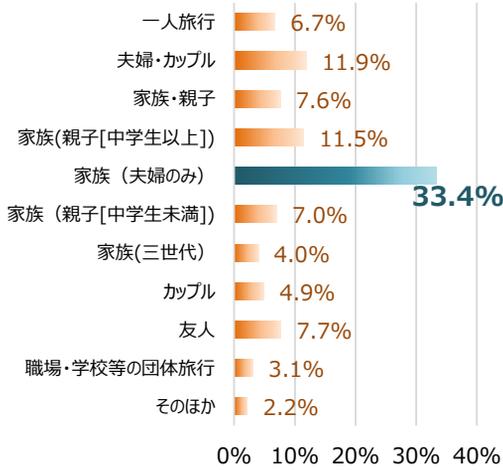
#### <ア.年代>



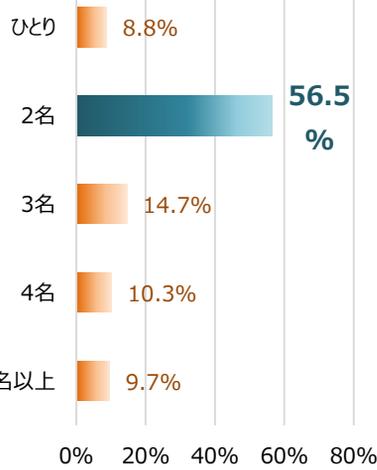
【出典】とやま観光推進機構（DMO）Webアンケート調査

※魚津市内宿泊施設利用者回答分 平成28年11月～令和3年9月（n=910）

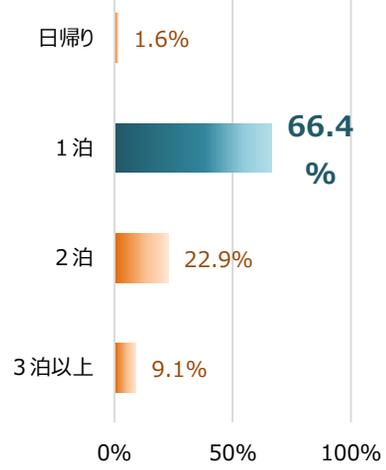
## <イ.同行グループ>



## <ウ.同行人数>



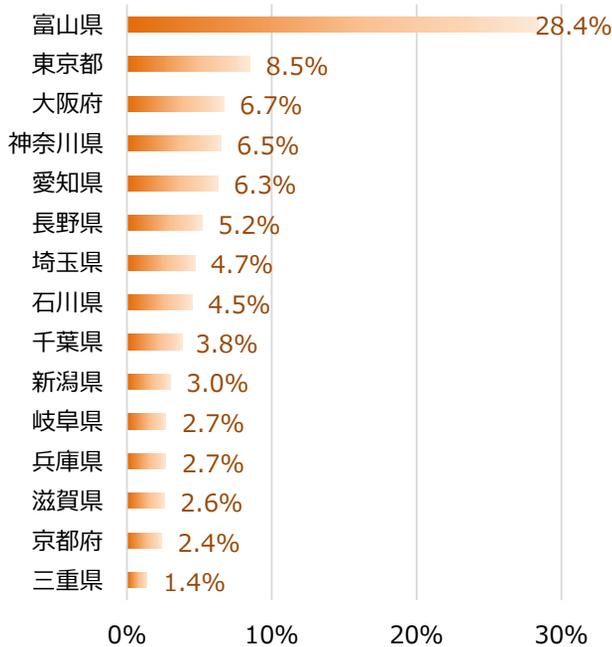
## <エ.旅行形態>



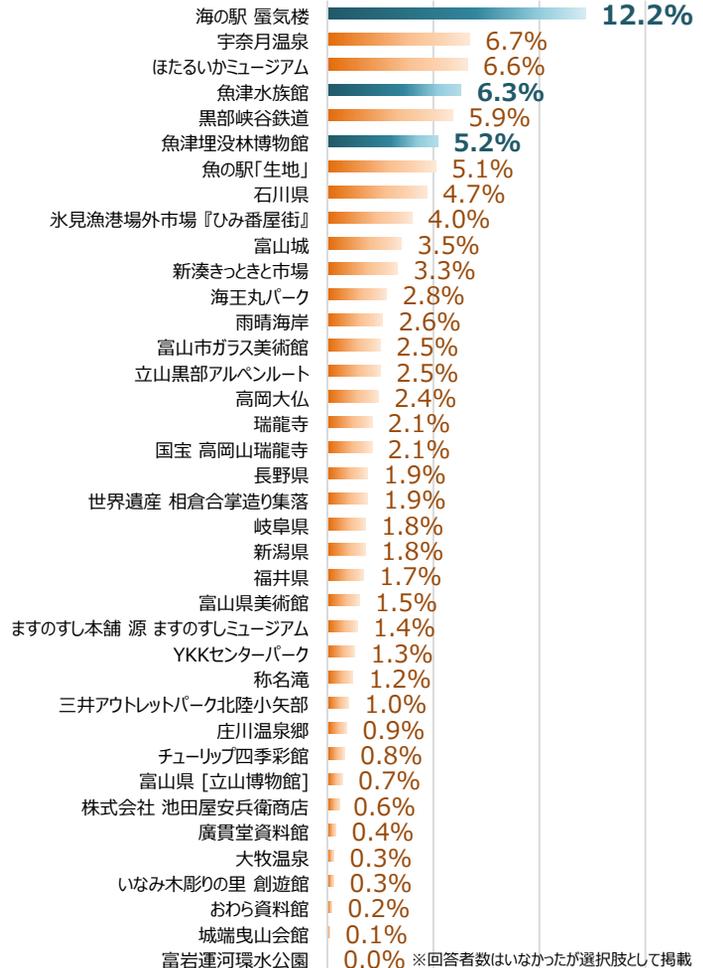
なお、市内宿泊施設を利用した旅行者の居住地は、富山県以外では東京、大阪などの大都市が多く、隣接県からの来訪者も見受けられます。

また、自家用車ででの来訪者が圧倒的に多く、魚津水族館や魚津埋没林博物館、海の駅蜃気楼など、市内観光施設や物販施設にも立ち寄っていることがうかがえます。

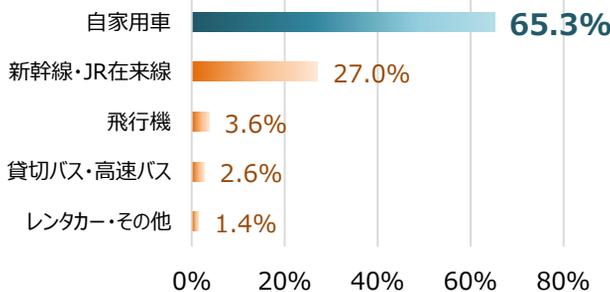
## <オ.居住地> (上位15都府県)



## <キ.訪問予定の観光地> (複数回答可)



## <カ.主な移動手段>

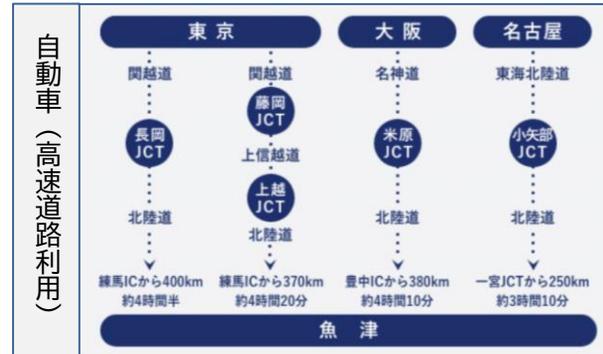
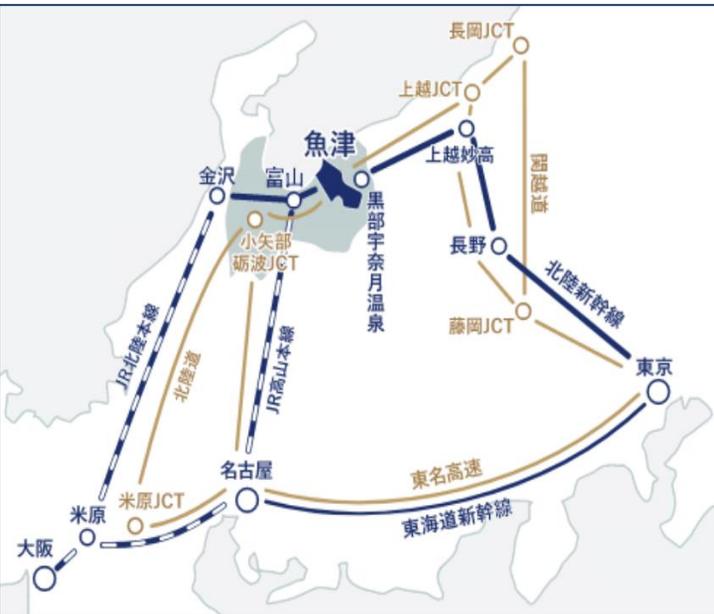


## ⑥ 交通体系の現状 (令和3年12月時点)

### <県外から魚津市へのアクセス>

首都圏や海外からのアクセスについては、これまでに北陸新幹線、高速道路網（高速バス）及び富山きときと空港便などの高速交通体系が整備されています。

また、北陸新幹線の敦賀延伸は2024年春の開業が予定されており、新大阪から富山までの所要時間は40分程度短縮され、関西方面からの利便性が向上する見通しです。



上記のほか、魚津IC発着の高速バスがあります。  
○東京（池袋駅東口・新宿バス）約6時間／○新潟（新潟駅前）約3時間

### <市内における回遊・移動手段>

市内での回遊・移動手段（地域交通）として、市民バスやレンタサイクル「みらくる」などがあります。また、北陸新幹線黒部宇奈月温泉駅からのあいのりタクシー「おもてなし直行便」や観光タクシーを運行する2社のタクシー事業者があります。

	レンタサイクル「みらくる」は、エコで小回りのきく貸自転車で短時間の市内散策等の利用にも便利です。市内に5カ所のサイクルステーションがあり、アシスト付き電動自転車や子ども用自転車を備えています。 (サイクルステーション：魚津駅前観光案内所、おまち観光案内所、海の駅蟹気楼、片貝山ノ守キャンプ場、金太郎温泉)
	市街地巡回ルートをはじめ、全8路線の市民バスを運行しており、観光施設やショッピングセンターなどに接続しています。年末年始を除く毎日運行しており、1人1乗車200円（未就学児無料）で乗車できます。富山地方鉄道の路線バスも運行しています。
	「おもてなし魚津直行便」（愛称：おもタク）として、北陸新幹線黒部宇奈月温泉駅から魚津市内停留所までを約15～30分でつなぐ、予約式のあいのりタクシーを運行しています。 片道1人1乗車1,000円（未就学児無料）で利用できます。

## ⑦ 宿泊施設数と事業所数

魚津市内には、温泉旅館や民宿、簡易宿所のほか、ビジネスホテル（シティホテル含む）も多くあり、特に、あいの風とやま鉄道魚津駅前を中心に利便性が高く、好立地な場所に集中しています。また、生産年齢人口に対する事業所数割合が高く、観光目的の来訪者以外に出張者等のビジネス利用での需要が高いものと想定されます。

新型コロナウイルス感染症の拡大により、ビジネスマンの出張控えやテレワーク等のリモート業務が普及しており、ビジネスホテル利用の宿泊者数は減少していますが、温泉旅館への団体旅行の減少もあり、相対的にビジネスホテルの利用割合は上がっています。

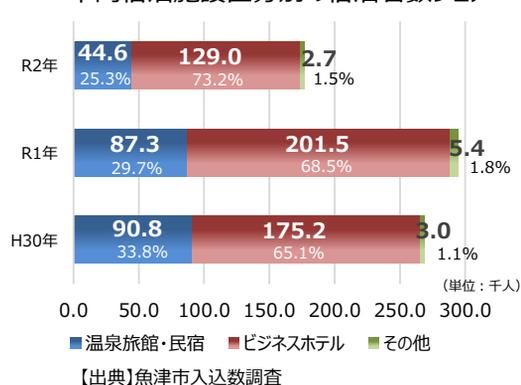
今後、観光施策を進めるにあたり、家族や夫婦での旅行者のほかビジネス利用やいわゆる「ひとり旅」の需要の獲得も視野に入れ、客観的なデータ分析のもとターゲットに応じたきめ細かな施策を展開する必要があります。

宿泊施設数と事業所数

	①旅館・ホテル営業数	客室数 (参考)	②生産年齢人口 (R2.10.1)	③事業所数 (H28経済センサス)	③/②
魚津市	17	1,075	22,377	2,421	10.8%
黒部市	35	1,097	21,786	1,659	7.6%
滑川市	6	128	18,519	1,253	6.8%
富山市	165	7,850	238,675	20,359	8.5%
富山県	418	15,576	573,719	51,785	9.0%
石川県	743	27,947	642,266	59,770	9.3%
福井県	949	15,959	424,843	41,644	9.8%
全国	51,004	1,707,078	74,492,000	5,340,783	7.2%

【出典】厚生労働省衛生行政報告例2019（2020年3月）、富山県生活衛生課調べ

市内宿泊施設区分別の宿泊者数シェア



## ⑧ 飲食店等の件数

魚津市における人口当たりの飲食店件数の割合は、県内他市や全国と比較して上回っており、同じく人口当たりの酒場・ビアホールの事業所数は県内トップとなっています。

魚津市内の飲食店は、とりわけあいの風とやま鉄道魚津駅前の飲食店街を中心に、利便性が高く立地の良い場所に集中していることから、市民はもとより新川地域を中心に市外やビジネスマンの出張者の利用も多い傾向にあり、魚津市の魅力の1つであると言えます。

人口千人当たりの飲食店件数の割合

	飲食店件数	人口 (千人)	人口千人当たりの 飲食店件数の割合
全国	590,847	126,933.0	4.65%
富山県	4,644	1,074.7	4.32%
富山市	1,961	418.3	4.69%
高岡市	898	174.3	5.15%
<b>魚津市</b>	<b>292</b>	<b>42.7</b>	<b>6.84%</b>

【出典】平成28年経済センサス活動調査

人口千人当たりの酒場の数

順位	市町村名	数
1	魚津市	1.5
2	高岡市	1.1
3	黒部市	1.0
4	富山市	0.9
	砺波市	0.9
6	入善町	0.8
7	氷見市	0.7
	朝日町	0.7
9	南砺市	0.6
10	滑川市	0.5
	小矢部市	0.5
12	射水市	0.4
	上市町	0.4
14	立山町	0.2
15	舟橋村	0.0
参考	富山県	0.8

### (3) 魚津市の観光の課題

全国の観光を取り巻く情勢や本市の観光の動向及び現状、また、第2次観光振興計画までの観光施策における評価等を踏まえ、観光の課題を次のとおり整理しました。

#### ① 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。  
⇒ **市民一人ひとりのおもてなし力を向上**させていく余地がある。
- ・ 観光ガイドの高齢化や担い手不足。  
⇒ **後継者の育成やガイド研修を強化**する必要がある。
- ・ 観光関係の事業者間の連携が不十分で、一体的に活動を推進していくようなリーダー的な組織や者が不在。  
⇒ **観光推進体制を再構築**する必要がある。
- ・ 日本人や外国人旅行者、障がい者など、誰もが訪れやすい観光地の体制整備。  
⇒ 時代や旅行者ニーズに即した**ストレスフリーな受入環境をソフト面・ハード面の両面から**整備する必要がある。

#### ② 賑わいの創出と魚津ブランドの磨き上げ

- ・ 魚津の食（飲食店、魚介類、果樹）、自然（海や山のレジャー・体験等）、歴史・文化（たてもん祭りをはじめとした観光商品への活用）等の磨き上げによるさらなる活用。  
⇒ 個々の**地域素材を結びつけ、観光消費の拡大につなげられるような仕掛け作り**が必要。
- ・ 魅力ある体験型商品の売り出しが弱く、観光客受けするような分かりやすいキラーコンテンツ（お土産や観光資源）をうまく発信できていない。  
⇒ **商品開発や販売力の強化**が必要である。
- ・ 既存イベントが一過性のものに留まっている。  
⇒ **通年で楽しめるコンテンツの開発**が必要である。

#### ③ 広域連携とインバウンド等の誘客推進

- ・ 新川地域の観光コースや旅行商品としての魅力が浸透しきれていない。  
⇒ **新川地域内の観光素材をつなげた面的な連携による商品開発**が必要である。
- ・ 観光交流都市等との交流が出向宣伝の参加等に留まっている。  
⇒ **相互交流事業を強化・深化**させて関係人口の拡大や誘客増加が必要である。
- ・ 近隣の有名観光地からの地理的優位性（宿泊拠点等）を活かしてきれていない。  
⇒ **周辺の民間事業者との連携を強化**する必要がある。

- ・外国人旅行者の需要に応じた観光コンテンツの整備が不十分である。  
⇒ 外国人旅行者が魅力を感じる**付加価値のある体験型商品等の開発**が必要である。
- ・ビジネスやコンベンション、ワーケーションなど来訪者が多様化している。  
⇒ **目的やターゲットに応じた多角的な誘客**の施策が必要である。

#### ④ 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。  
⇒ **効果的な情報発信により認知度を向上**させる必要がある。
- ・観光需要に関する客観的データの収集・分析が不十分である。  
⇒ ビッグデータや**デジタル技術を活用したマーケティング**により、ターゲットに応じた戦略的な企画立案が必要である。
- ・旅行者に必要とされる効果的な情報発信が不十分である。  
⇒ 旅行者が旅行前（旅マエ）に調べる情報から、実際に旅行先を訪れている期間（旅ナカ）のサービス情報（物販店、飲食店、交通機関等）の提供を強化する必要がある。
- ・情報発信力の強化が必要である。  
⇒ **SNS等をさらに効果的に活用し、質・量の両面で年代や嗜好に応じた広告発信力**を高めていく必要がある。

#### ⑤ 新型コロナウイルス感染症等を踏まえた新たな時代に応じた観光施策

- ・観光需要の回復が不十分である。  
⇒ **「新しい生活様式」に対応した安心・安全な環境整備**とともに、**観光需要回復のためのキャンペーンや需要喚起策**が必要である。

## 1 コンセプト

前章までの魚津市の観光の現状や課題等を踏まえ、第3次魚津市観光振興計画における観光施策全体の基本的な構想（コンセプト）を次のとおり設定します。

なお、コンセプトに込めた想いとして、主に以下2つの観光戦略の視点を基にしています。

### 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

#### 視点1：地域全体でまちを豊かにする「観光地域づくり」の推進

急速な少子高齢化の進行に伴う人口減少が進む中、観光産業の強化は経済対策の1つとして地域活性化に寄与するものであり、取り組むべき重要な施策です。

魚津の魅力や価値を内外に発信して認知度を上げ、多くの観光客に来てもらい、観光消費額を増大させるためには、さまざまな主体が相互に幅広く連携・協力して、一体となって成熟した観光まちづくりを目指す必要があります。

そのためには、観光における課題について客観的事実（データ）を根拠とした裏づけにより改めて再確認するとともに、切れ目なく観光施策を推進する役割を担う中心組織とその組織の強化が必要となります。これらの考え方を踏まえて、「魚津版DMO※」の設立に向けた機運を高めるため、本計画のコンセプトに「地域（全体）で稼ぐ」というキーワードを盛り込みました。

#### 視点2：魚津ならではの魅力「魚津の水循環」の観光への活用

魚津市は、毛勝三山や僧ヶ岳の源流から海までの「水の循環」が1つのまちで完結し、その循環を一目で見渡すことができる世界的にも稀な地形をしています。

魚津の三大奇観（蜃気楼、ホタルイカ、埋没林）をはじめ、新鮮な魚介類や果樹、お米などの美味しい「食」、国の登録有形文化財に登録された東山円筒分水槽に代表される水循環遺産、日本で最も歴史のある魚津水族館など、多くの観光資源が豊富な自然とその水の恵みと大きく関連しています。

コンセプトに掲げた「自然と人と食・文化」は、「魚津の水循環」に通じており、すでにある魚津ならではの特徴ある魅力として、さまざまな観光施策で活用していくものとしています。



「魚津の水循環」の図

## 2 数値目標

本計画のコンセプトに基づき、観光戦略の柱となる数値目標を「**観光消費額**」として、以下の考え方のとおり設定します。

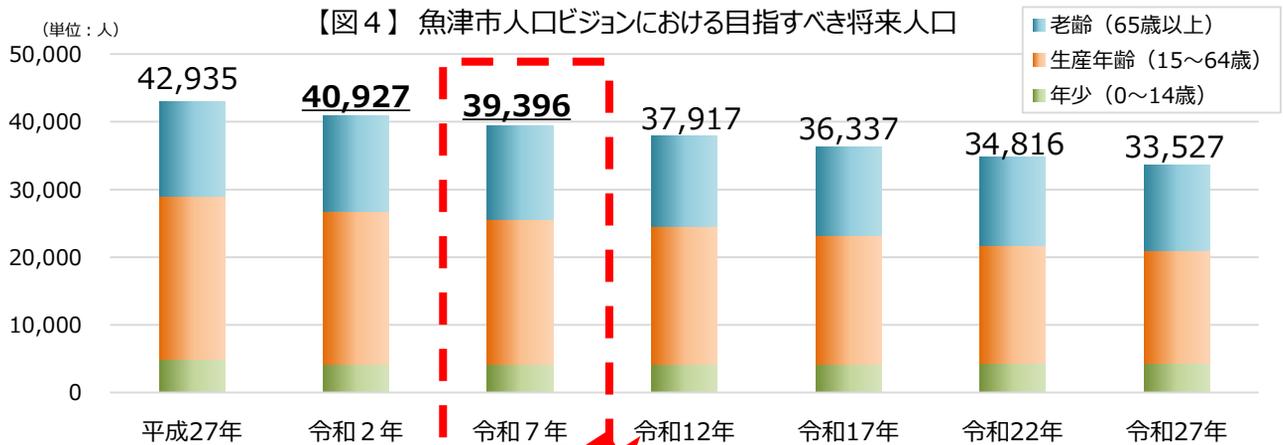
計画最終年度（令和8年）の観光消費額

**89億円**



### 観光消費額の数値目標の考え方

定住人口1人当たりの年間消費額は130万円とされています。魚津市人口ビジョンにおける目指すべき将来人口（図4）を基にして、計画期間（令和4年度～令和8年度）の人口減少による域内消費額の減少分を観光消費額で補っていくものとして数値目標を設定します。



【出典】第5次魚津市総合計画「魚津市人口ビジョン」

【図5】計画期間における観光消費額の数値目標

区分	令和元年 (基準値)	令和2年	令和3年	令和4年	令和5年	令和6年	令和7年	令和8年	【参考】 観光都市として将来的に必要となる観光消費額の試算
人口(人)	41,329	<b>40,927</b>	40,621	40,315	40,008	39,702	<b>39,396</b>	39,100	
年間人口減少数(人) <small>(魚津市人口ビジョンの5年区分の人口減少数を単年で均等割した数値)</small>					306	306	306	296	
人口減少による域内消費額の減少分(億円) = ① <small>(130万円/人 × 年間人口減少数)</small>					-4.0	-4.0	-4.0	-3.8	
観光消費額の増加で補う額(①と同額)					<b>+4.0</b>	<b>+4.0</b>	<b>+4.0</b>	<b>+3.8</b>	
<b>観光消費額(億円)</b>	<b>73.0</b>	41.9	(未定)	<b>73.0</b>	77.0	81.0	85.0	<b>88.8</b>	<b>128</b>

上記図5のとおり、新型コロナウイルス感染症の拡大により、令和2年の観光消費額が激減したため、本計画においては令和元年の数値を基準値とし、「計画初年度（令和4年）に基準値に回復する」という想定で数値設定しています。

人口減少による域内消費額の減少分を観光消費額を増加させることで補い、域内の消費を維持するものとして目標額を設定すると、**計画最終年度（令和8年）で約89億円**となります。

なお、観光消費額の数値目標については、延べ宿泊者数や1人当たり消費単価の増加等により達成されるべきものと考えられ、構成要素となるそれらの数値目標設定は次ページのとおりです。

# 【観光消費額89億円を達成するために必要な3つの数値目標】



1 延べ宿泊者数

年間2.0%増

2 入込数 (宿泊客+日帰り客)

年間2.0%増

3 1人当たり消費単価

500円増/R4→R8

※宿泊客、日帰り客それぞれで年間2%増で試算

※年間で宿泊観光客500円、宿泊ビジネス300円、日帰り客100円それぞれ増加させた平均消費単価を試算

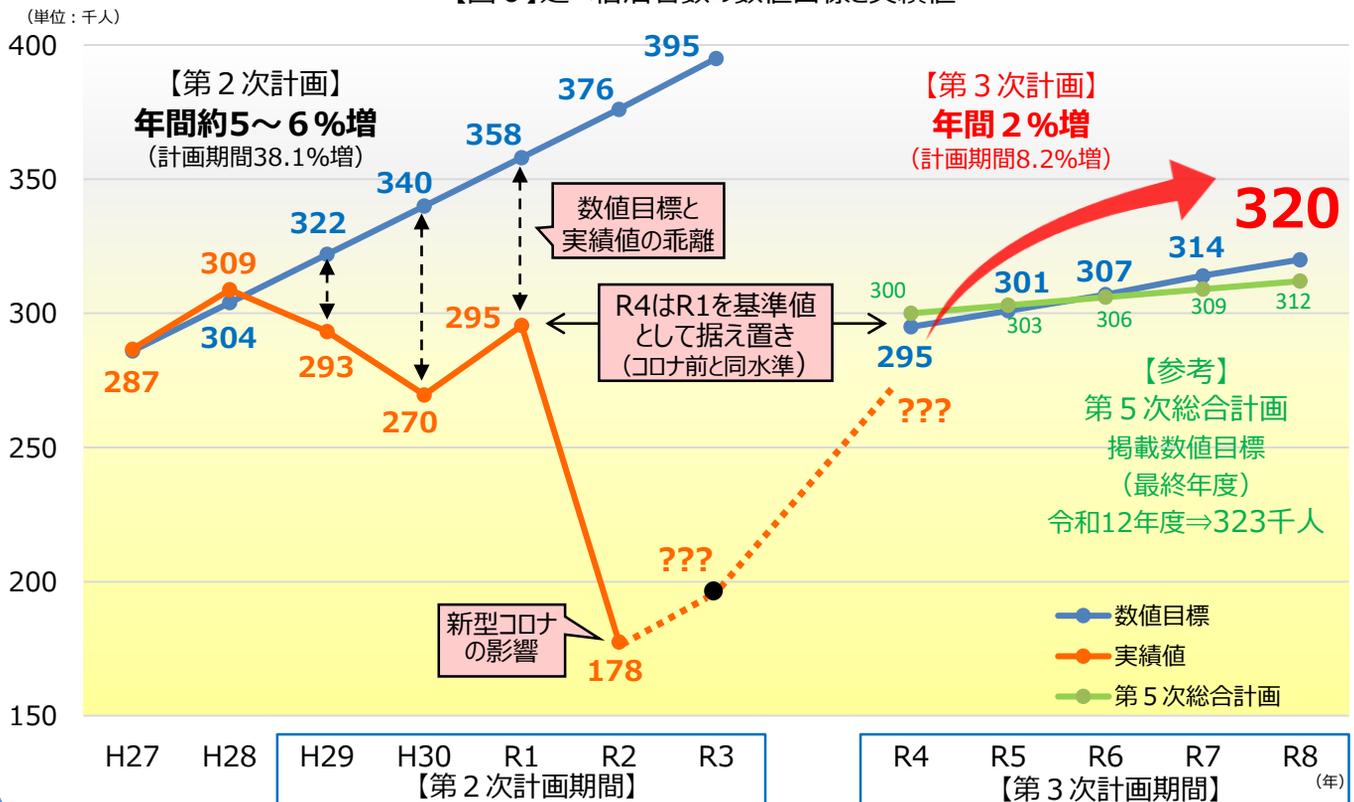
## 1 延べ宿泊者数

年間2.0%増 : 320千人 (R8)

新型コロナウイルス感染症の拡大により、令和2年の宿泊者数が大きく減少したため、本計画においては図6のとおり、**令和元年の数値を基準値**として「計画初年度（令和4年）には基準値に回復」する想定とします。計画2年目以降は、「**前年比2%増**」として最終年度数値目標を、**320千人**（基準値令和元年比**8.2%増**）とします。

第2次観光振興計画における数値目標設定の考え方は、年間18千人増（年間5～6%増、基準値平成27年比38.1%増）と、宿泊施設の収容数や稼働率等を考慮すると現実的に厳しい目標でしたが、第3次観光振興計画では、観光消費額89億円を達成するために必要な目標として、延べ宿泊者数は年間約6千人増とします。

【図6】延べ宿泊者数の数値目標と実績値



# 【観光消費額89億円を達成するために必要な3つの数値目標】



## 2 入込数 (宿泊客+日帰り客)

**年間2.0%増 : 1,663千人 (R8)**

新型コロナウイルス感染症の影響により、令和2年～3年に開催予定の市内イベントや行事が中止となり入込数が大きく減少したため、本計画においては令和元年の数値を基準値として、「計画初年度（令和4年）には基準値に回復」する想定とします。

計画2年目以降は、体験型観光の強化や既存観光施設で行われる企画展の実施や情報発信などにより、宿泊客、日帰り客（イベント参加者含む）ともに「**前年比2%増**」として最終年度数値目標は**1,663千人**（基準値令和元年比**8.2%増**）とします。

観光客入込数(千人) 【計画全体：8.2%増】		令和元年 (基準値)	令和4年	令和5年	令和6年	令和7年	令和8年
目標値 (R1は実績値)		1,536	1,536	1,567	1,598	1,630	1,663
内訳	宿泊客	295	295	301	307	314	320
	日帰り客	1,241	1,241	1,266	1,291	1,317	1,343
対前年増減		-	R1と同値	2.0%増	2.0%増	2.0%増	2.0%増

## 3 1人当たり消費単価

**500円増 / R4→R8 : 5,300円 (R8)**

観光消費額の増大のためには、宿泊者数や入込数の増加だけではなく、来訪者1人あたりの消費額（消費単価）も合わせて増加させる必要があります。

今回の第3次観光振興計画では、令和元年の数値を基準値として宿泊客と日帰り客を合わせた来訪者全体の1人当たりの消費単価を、**計画最終年度（令和8年）までに500円増加**させるものとします。

そのためには、これまで以上に観光関連事業者が連携して観光産業の底上げを図り、来訪者が求める商品を準備して観光消費を喚起する必要があります。その一例として、

- ・ 農山漁村の文化を体験できるメニュー開発・販売
- ・ サイクリングコースを活用したアクティビティ体験商品販売
- ・ 連泊する観光客向けの市内周遊宿泊プランの販売
- ・ 海の幸、山の幸の食の磨き上げによる「食」の消費拡大などの消費額増加に寄与する観光施策に取り組んでいきます。

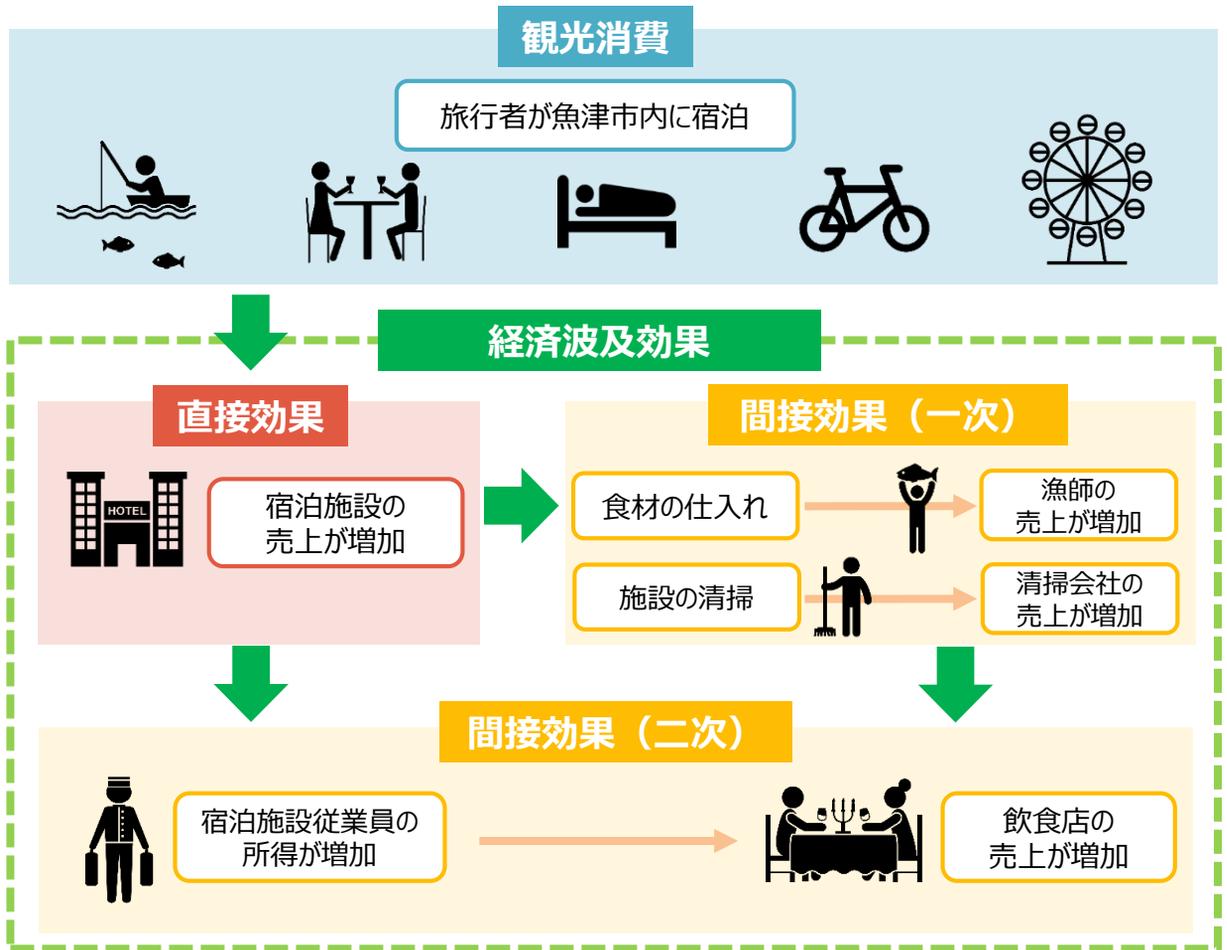
1人当たり消費単価 【計画全体：1人当たり500円増】		令和元年 (基準値)	令和8年 (計画最終年度)	備考 (R4→R8)
目標値 (観光消費額/入込数)		4,800円	5,300円	500円増
内訳	宿泊客	13,000円	14,400円	1,400円増
	日帰り客	2,800円	3,200円	400円増



旅行者は宿泊したり、ご当地グルメを食べたり、アクティビティを体験したりするなど、様々な消費活動を行います。

これに伴い、事業者は原材料等の発注を行うため、周辺の産業に波及し、新たな生産を生み出します。生産による収入が各産業の従業員の所得に分配され、更なる消費を誘発することで、地域経済が活発に循環していきます。

このように観光は、地域全体の幅広い産業に波及する裾野の広い産業と言えますが、経済波及効果を最大化するためには、観光消費額を増大することだけでなく、**域内調達率**（地域内から原材料や雇用者を調達する率）を高めていくことも重要となります。



観光産業を取り巻く社会情勢及び旅行トレンドの変化や旅行者ニーズの多様化などに対応し、また、魚津市に関する意識や課題等を踏まえて、第3次観光振興計画では数値目標として**観光消費額89億円**(令和8年)を掲げて「**観光で稼げる地域づくり**」を目指します。なお、総合的かつ戦略的に観光振興を進めるにあたり、具体的に**4つの基本方針**を掲げてその実現のために達成すべき基本戦略を設定します。そして、それぞれの施策や具体的な事業を、市民、観光関係事業者、行政など観光に関わる全ての人が一体となって取り組んでいくものとします。



ターゲットを明確にした具体的な事業の遂行

☆…重点施策として選定

**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**

※ホスピタリティ…心のこもった手厚いもてなし。歓待の精神  
 ※シビックプライド…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こ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、サイクルツーリズム、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)

## (2) 計画の具体的な取組内容

### 基本方針Ⅰ ホスピタリティあふれる受入環境を作り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～

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



### 基本方針Ⅱ 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～

基本戦略

- 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



### 基本方針Ⅲ 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

～新たな顧客の獲得と観光消費額を増大させるため、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～

基本戦略

- 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



### 基本方針Ⅳ 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～

基本戦略

- 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



## 基本方針 I

# ホスピタリティ※あふれる受入環境を作りリピーターを増やそう

持続可能な観光振興を図っていくためには、ハード・ソフト両面において快適な受入環境を整備し、来訪者の満足度を高め、繰り返し訪れてもらえる“観光地として選ばれる”地域づくりが極めて重要です。

市民は一人ひとりが魚津の魅力を再認識しつつ、旅行者を受け入れるための受容力を高める必要があります。本市に訪れた旅行者の期待に応えるだけでなく、期待を上回る価値を提供することで「感動」を与えることを目指します。

また、“観光地として選ばれる”ためには、付加価値の高い観光資源とともに、国内外の誰もが安全に、かつ、安心して訪れ、快適に滞在できる環境が必要です。多様化する旅行者のニーズに対応すべく、受入環境のさらなる整備を推進します。

これらの取組みのためにも、市民をはじめとする多様な関係者の相互理解と密接な連携が不可欠であり、魚津市が一体となった強力かつ持続的な観光推進体制の構築を図ります。

## 基本方針 I における数値目標

指標	基準値※1		目標値※1	備考
再来訪率（リピーター率）※2	44.7%	➡	55.0%	年約2%増加
来訪者満足度	63.7%		69.0%	年約1%増加
観光案内所利用者数	10,398人		16,000人	過去最高値の15,969人（H26）と同程度

※1…基準値は令和元年値、目標値は令和8年（計画最終年度）

※2…魚津市観光客満足度調査県外居住者の2回目～5回目以上の来訪者計

※ホスピタリティ…心のこもった手厚いもてなし。歓待の精神。

## 基本戦略 I -1 おもてなし力の向上

### 施策① 観光ガイドの確保と育成

旅行者に魚津の魅力を知っていただくためには、魚津市の自然、歴史、文化等に精通し、正確に解説できる観光ガイドの存在が重要です。引き続き、地元ならではの観光情報や付加価値の高い体験を提供できる質の高い観光ガイドの確保、育成に努め、旅行者の満足度向上を図ります。

ターゲット  
(施策の対象者)

市民  
地域団体  
市内観光関連事業者(ボランティアガイド、交通事業者、飲食事業者)

#### 具体的な事業

- ・ 観光ガイド研修の実施
- ・ 優良タクシードライバー表彰など観光案内ドライバーの更なる育成
- ・ 観光ガイド組織に対する運営支援
- ・ HP、SNS等を活用した観光案内ガイドの情報発信  
(こどもガイドの育成)



### 施策② 市民と観光事業者のシビックプライド※の醸成

市民自身が魚津市の知識を深め地元観光を楽しむためにも、地域資源に関する情報発信を強化しながら、観光施設への来訪や地域の祭り、イベントへの参加を促進することにより、「魚津市民」としての帰属意識を深め、シビックプライドの醸成を図り、次世代へ継承していきます。

また、地域資源の魅力を感じることができるイベントや学習機会を提供することにより、市民が自ら住む地域の魅力を再認識し、まち全体で観光に取り組む土壌をつくります。

ターゲット  
(施策の対象者)

市民  
地域団体  
市内事業者

#### 具体的な事業

- ・ 魚津の魅力を再認識する機会の充実  
(ふるさと教育事業、農林水産業親子体験会の実施等)
- ・ 観光列車へのお手振り活動
- ・ 来訪者へのおもてなし声かけ行動の実施  
(市内企業向け研修プランの造成)



【備考】 ・ターゲットの設定については、各施策の実施主体になる組織等はターゲットから除外しています。  
・特筆すべき「メインターゲット」がある場合は、( ) 書きで記載しています。  
・各施策の中で、取り組むべき優先順位が高いと思われる施策を「重点施策」として「★印」で表しています。  
※シビックプライド…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。

### 施策③ 駅前周辺を中心とした観光案内機能の強化

鉄道利用の旅行者にとって魚津の玄関口であるあいの風とやま鉄道魚津駅周辺において、観光案内機能の強化と公衆無線LANやキャッシュレス決済環境をはじめとする受入体制の整備を推進し、旅行者の利便性向上を図ります。

ターゲット (施策の対象者)	市内観光関連事業者(ビジネスホテル事業者、飲食事業者) 国内旅行者(鉄道利用、ビジネス客)
-------------------	--

#### 具体的な事業

- ・ 観光案内所移転に伴う施設機能強化
- ・ 案内所の備品貸出の充実による手ぶら観光の推進
- ・ 駅前周辺の公衆無線LAN等やキャッシュレス環境整備
- ・ 魚津駅における、デジタル技術を活用した観光情報の充実



### 施策④ 旅行者の動向を意識した観光情報の提供

旅ナカ(旅行中のシーン)においては、ピクトグラム※や多言語標記、ICT※などを活用したわかりやすい情報案内を行い、国籍や訪問目的等に関わらず、だれもが快適に過ごすことができる旅行環境を提供し、旅行者の満足度向上を図ります。

ターゲット (施策の対象者)	市内観光関連事業者 国内旅行者
-------------------	--------------------

#### 具体的な事業

- ・ 観光案内看板設置による旅ナカの情報発信
- ・ 観光施設間の相互の情報発信強化
- ・ アクセス情報に特化した観光マップの作成



※ピクトグラム…意味するものの形状を使って、その意味概念を理解させる記号のこと。絵文字など。

※ICT…「Information and Communication Technology (情報通信技術)」の略で、通信技術を活用したコミュニケーションのこと。

### 施策⑤ 地域交通の利便性の向上

旅行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（富山駅、黒部宇奈月温泉駅）や富山空港間のアクセス手段及び観光施設間の回遊性を確保する地域交通を充実させ、旅行中の移動の利便性を向上させます。

ターゲット  
（施策の対象者）

市内観光関連事業者（交通事業者）  
県内観光関連事業者（交通事業者）  
国内旅行者（鉄道利用、シニア層、障がい者）

#### 具体的な事業

- ・ レンタサイクル「ミラくる」の利用促進
- ・ そらタクやおもてなし直行便の運行
- ・ 魚津市民バスなどにおける観光情報の提供と利用促進
- ・ 観光MaaS※の導入に向けた検討



### 施策⑥ ユニバーサルデザインの整備促進

ストレスなく宿泊、移動、観光、買い物、飲食等ができることは、市民や旅行者の満足度向上につながります。そのためにもユニバーサルデザインやダイバーシティ※の考え方を軸に、年齢・性別・人種・障がいの有無に関わらず、様々な人が快適に滞在できる環境づくりを推進していきます。

ターゲット  
（施策の対象者）

市内観光関連事業者（宿泊事業者、飲食事業者）  
国内旅行者（シニア層、障がい者）  
外国人旅行者（ベジタリアン、ヴィーガン※、ムスリム※）

#### 具体的な事業

- ・ 観光庁「観光施設における心のバリアフリー認定制度」の取得促進
- ・ 観光施設等のバリアフリー化の促進
- ・ ヴィーガン、ムスリム等の宗教、生活習慣への対応



※MaaS…「Mobility as a Service（モビリティ・アズ・ア・サービス）」の略称で、鉄道、バス、タクシー、シェアサイクルなど複数の交通機関のサービスを1つのサービスとして結び付け、人々の移動を大きく変える概念のこと。

※ダイバーシティ…多様性。性別や国籍、宗教など外見的にも内面的にも幅広く異なったものが存在すること。

※ヴィーガン…肉や魚に加え、卵・乳製品、蜂蜜などを食べず、菜食、植物性の食品しか口にしない主義をもった人たちのこと。

※ムスリム…イスラム教の信者のこと。

## 施策⑦ 観光協会の組織強化と関連事業者と連携した観光地域づくりの推進

地域の「稼ぐ力」を引き出し、「感動」を与える旅行体験を提供するためには、行政や観光協会はもちろん、宿泊事業者や飲食事業者、農林水産事業者等の多様な関係者の参画を促し、合意形成を図りながら、魚津市が一体となった観光地域づくりを推進していくことが重要です。

そのために、観光協会の組織強化は必須事項として、専門家による勉強会やワークショップを通じて観光関連事業者間の連携強化やスキルアップを図りながら、観光振興の舵取り役となる組織の組成を目指します。

ターゲット  
(施策の対象者)

市内観光関連事業者

### 具体的な事業

- ・ 観光協会の組織強化に向けた取り組みと魚津市版地域DMOの設立の検討
- ・ 「観光地域づくり」の勉強会の開催
- ・ 外部専門人材の活用によるノウハウの蓄積



## 施策⑧ ウェブサイトを活用した観光商品の販売体制の構築

観光協会HPを軸として質の高い情報発信を行っていくことに加え、宿泊施設や観光ガイド、体験プログラム等を販売し、ウェブサイト上にワンストップで地域と旅行者をつなぐ仕組みをつくることで旅行者の利便性を向上させます。

ターゲット  
(施策の対象者)

市内観光関連事業者（観光商品販売事業者）  
国内旅行者（インターネットで情報を取得する層）

### 具体的な事業

- ・ 観光協会HPの情報発信力の強化（掲載コンテンツの充実、体験プラン予約販売機能付加）
- ・ 体験プログラムのOTA※掲載促進



## 基本方針Ⅱ

# 観光産業の高付加価値化を図り域内消費を拡大しよう

近年の旅行形態は個人旅行が主流となっており、そのニーズも多様化してきています。また、観光における消費のあり方も、物に価値を置く「モノ消費」から、体験に価値を置く「コト消費」に変わってきており、体験プログラムのニーズが高まっています。

魚津市では、これらの観光客のニーズに応えるため、観光資源の付加価値を高め、上質な体験・サービスを提供することで、市内での観光消費の拡大を推進します。

併せて、産業の持続的成長を支える担い手を育成するとともに、域内調達率の向上などにより、民間事業者の稼ぐ力の向上に取り組みます。その結果、民間の主体的な参画が促進され、まちが潤うことで暮らしやすさが向上し、ひいては定住促進が図られていくという経済の好循環を目指します。

また、新型コロナウイルス感染症の影響により需要が高まった、個人で地元を旅行することで魅力を再確認する「マイクロツーリズム」やテレワーク等で働きながら休暇を取る「ワーケーション」等の新たな旅行トレンドに柔軟に対応しながら、季節や時間帯による繁閑の差を埋めるための新たな賑わいを創出し、需要の平準化を図ります。

## 基本方針Ⅱにおける数値目標

指標	基準値※1		目標値※1	備考
地域ブランド登録数	67	➔	72	年1件追加登録
体験プログラム件数	9		15	年1件追加登録
着地型旅行商品件数	(確認中)		(精査中)	

※1…基準値は令和2年度、目標値は令和8年度（計画最終年度）

### 施策⑨ 魚津ならではのストーリー"水循環"の磨き上げ

高低差3,400mの世界的にも稀な地形から成り立つ「魚津の水循環」について、そのストーリーをわかりやすく魅力的に伝えられるよう磨き上げを行い、国内外の旅行者に対し、他地域では体験できない「魚津ならではの」価値を提供します。

ターゲット（施策の対象者） 国内旅行者、外国人旅行者

#### 具体的な事業

- ・ 片貝川流域の水循環遺産活用事業の実施（洞杉エリア及び片貝エリアの整備等の促進）
- ・ 魚津のうまい水を活用した水循環のPR
- ・ 水の学び舎ツアーの実施



### 施策⑩ 海の恵み・大地の恵みの高付加価値化

水循環の恵みにより豊富に収穫される質の高い水産物、農産物、果樹等を全国、全世界の方々に味わっていただけるよう、食の磨き上げと流通環境の整備を推進します。

ターゲット（施策の対象者） 国内旅行者、外国人旅行者（「食」に関心のある層）

#### 具体的な事業

- ・ 魚津の水産物や農産物のブランド力強化と流通の促進
- ・ 漁業体験、農業体験の食を絡めたコンテンツの開発と販売促進
- ・ 食の磨き上げ支援事業



### 施策⑪ 古より伝わる歴史・伝統文化の活用

ユネスコ無形文化遺産に登録された「魚津のタテモン行事」をはじめとする、市内に伝わる歴史・伝統工芸・伝統芸能・史跡等について、引き続き保存・継承していくとともに、それらの個性をより引き出せるような魅力的なコンテンツを開発し、観光振興と関係人口創出に活用します。

ターゲット（施策の対象者） 国内旅行者、外国人旅行者（「歴史・伝統文化」に関心のある層）

#### 具体的な事業

- ・ 歴史及び文化の保全と活用（魚津浦の蟹気楼、たてもんの森プロジェクト、松倉城跡の国指定に向けた取り組み）
- ・ 伝統文化を活用した体験プログラムの開発と販売促進
- ・ たてもん等の体験展示施設の整備の検討



### 施策⑫ 旅行者のニーズに応じた体験プログラム・旅行商品の開発

魚津が培ってきた歴史や文化、産業、水循環の恵みによる上質な資源を活用し、長く滞在したいまち、何度も訪れたいまちであることを提案していくためにも、魚津ならではの質の高い体験プログラムや旅行商品を旅行者目線で開発していきます。

ターゲット  
(施策の対象者)

国内旅行者  
外国人旅行者  
旅行事業者

#### 具体的な事業

- ・ファミリー層をターゲットとした日帰り食事付きプランの造成
- ・漁業・農業、伝統文化体験の開発と販売促進
- ・産業観光の推進と環境整備支援
- ・魚津ならではの自然を活かしたアクティビティの開発



### 施策⑬ 市内周遊を促すモデルコースの設定と情報発信

旅行者が魚津での観光を明確にイメージできるよう、季節やターゲットに即したモデルコースを複数設定し発信することで、市内周遊と長期滞在を促し、観光消費の増大を図ります。

ターゲット  
(施策の対象者)

国内旅行者  
外国人旅行者  
旅行事業者

#### 具体的な事業

- ・季節やターゲットごとのモデルコースの作成
- ・連泊・長期滞在者向けの体験付き宿泊プランの販売促進
- ・観光協会HPの情報発信力の強化（再掲）  
(掲載コンテンツの充実、体験プラン予約販売機能付加)



### 施策⑭ 四季の特色を生かした賑わい創出と閑散期の観光施策の強化

平日や冬季、早朝・夜間などの閑散時期における魅力的な体験、イベントの創出や磨き上げを行うことで、観光需要の平準化を図り、観光産業の安定化と持続化を目指します。

ターゲット  
(施策の対象者)

国内旅行者  
外国人旅行者  
旅行事業者

#### 具体的な事業

- ・ 季節やターゲットごとのモデルコースの作成（再掲）
- ・ 宿泊施設や飲食店と連携した冬期（閑散期）の来訪者数増加及び消費喚起イベントやキャンペーンの実施。
- ・ 雪国ならではの体験プログラムの開発



### 施策⑮ 観光資源やイベント等を融合した通年型観光の推進

「たてもん祭り」、「せり込み蝶六踊り街流し」をはじめとする魚津の伝統的なお祭りや行事について、年に一度の一過的なイベントに留めず、市民や旅行者がいつでも体験できるような商品・サービスを提供することで、観光による消費拡大と地域活性化を推進します。

ターゲット  
(施策の対象者)

国内旅行者  
外国人旅行者  
旅行事業者

#### 具体的な事業

- ・ 「たてもん祭り」等を通年で体感できるプログラムの開発
- ・ 温泉旅館と連携した宿泊者向け蝶六街流しの披露
- ・ 市内観光施設による企画・展示等



## 施策⑩ トrendに応じたテーマ別観光※の推進

近年、旅行目的や旅行形態の多様化が加速しており、特定のテーマに高い関心を持つ旅行者が増えています。特に新型コロナウイルス感染症の影響を大きく受けた2020年度は、マイクロツーリズムやワーケーション、アウトドア等へのニーズが急激に高まりました。目まぐるしく変化するこれらの旅行トレンドを敏感にキャッチし、新たな賑わいの創出を図ります。

ターゲット（施策の対象者）	国内旅行者、外国人旅行者、イベント参加者、旅行事業者 修学旅行者、教育旅行者
---------------	---

### 具体的な事業

- ・スポーツコミッションとの連携によるスポーツツーリズムの推進（プロスポーツチームの合宿誘致、サイクルツーリズム等）
- ・ワーケーション事業の推進
- ・映画等ロケツーリズム、ヘルスツーリズムなどの普及促進
- ・修学旅行（教育旅行）の誘致・推進



※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。

## コラム2 ～ 旅行者の行動を意識した観光施策 ～

Point



価値観が多様化し、消費行動のニーズも多様化する中、人々に「旅行」を選択してもらい、さらにその旅行先として「魚津市」を選択してもらうためには、生活全体の中での旅行消費の動きを意識して、魚津市ならではの魅力を伝えていくことが重要です。

特に、人口減少が進み、経営資源（ヒト、モノ、カネ）が限られる地方においては、旅行者の消費行動の各段階において、効果的な施策を選択していかなければなりません。

そのためにも、ターゲットとする市場における調査・分析は継続的に行う必要があり、これらの一貫した**消費者の目線による「売れる仕組みづくり」**を「マーケティング」と呼びます。

（例）旅行者の消費行動



## 基本方針Ⅲ

# 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

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、複数の目的地を周遊する広域的な観光が可能となっています。今後、長期滞在による旅行者の観光消費額を拡大させていくためには、これまでの新川地域や富山県との連携体制をより強固にするだけでなく、北陸新幹線敦賀延伸でつながる福井県、2024年一般開放予定の「黒部ルート」に関連する自治体や観光関連事業者等との連携体制も構築し、地域一体となって旅行者の受け入れを図っていくことが重要です。

なお、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・温泉旅館施設が挙げられます。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、複数の自治体の魅力ある観光資源を組み入れた広域的な観光周遊ルートの開発・形成を促進します。

併せて、ビジネス観光誘客やコンベンション開催支援を通じた交流都市等との連携強化の取り組みをはじめとした多様な誘客の推進のほか、魚津とゆかりのある方々との交流を深め、関係人口の創出に努めます。

また、新型コロナウイルス感染症収束に向けたインバウンド誘致については、消費単価の高い外国人個人旅行者に対応した着地型の観光商品の開発、観光地・宿泊施設・交通機関等での外国語やピクトグラム（絵文字）による説明・案内の充実など、外国人旅行者の受入・滞在環境の整備を促進します。

旅行需要回復後は、ターゲットとする地域・国に即した誘致・プロモーションを積極的に実施することで、消費単価の高い長期滞在者に旅行目的地として選んでいただくための取組みを推進し経済効果の最大化を図ります。

## 基本方針Ⅲにおける数値目標

指標	基準値※1	目標値※1	備考
新川地域延べ宿泊者数※2	702千人	743千人	魚津市年2%増 魚津市以外は年1%増
市内外国人延べ宿泊者数	13,503人	15,000人	R5：R1と同水準に回復 R6以降：年500人増加
ビジネスホテル延べ宿泊者数	207千人	224千人	R4：R1と同水準に回復 R5以降：年2%増加

※1…基準値は令和元年度、目標値は令和8年（計画最終年度）

※2…魚津市、黒部市（宇奈月温泉）、入善町、朝日町の延べ宿泊者数合計（暦年）

## 基本戦略Ⅲ-1 広域観光の連携・推進

### 施策⑰ 新川地域・北陸地域等との連携強化と

### 長期滞在を促す広域観光ルート造成

近隣市町との連携をより一層強化し、広域観光ルートを造成することで長期滞在の目的地としての「新川地域」を形成を図ります。また、北陸新幹線の敦賀延伸を見据え、北陸地域、新幹線沿線自治体との連携を図り、新たな顧客の獲得につなげます。

ターゲット  
(施策の対象者)

国内旅行者、外国人旅行者  
県内観光関連事業者（富山湾・黒部峡谷・越中にかわ観光圏、新川地域観光開発協議会、とやま観光推進機構）  
関連自治体（新川地域市町、富山県、北陸新幹線沿線自治体）

#### 具体的な事業

- ・にかわ観光圏、新川地域観光開発協議会の事業強化
- ・北陸新幹線沿線自治体との連携強化
- ・とやま観光推進機構とのタイアップ事業の実施
- ・広域観光ルートの造成と商品販売に向けた事業の展開



### 施策⑱ 2024年黒部ルート開通を見据えた周辺観光地との連携

2024年、日本一のV字峡谷である「黒部峡谷」と世界的な山岳景観を誇る「立山黒部アルペンルート」を結ぶ新たな観光ルート（通称:黒部ルート）が一般開放されますが、この一般開放を契機として、富山県や新川地域との広域連携を強化し、長期滞在の環境を整えることで、国内外からの宿泊者数の増加を目指します。

ターゲット  
(施策の対象者)

国内旅行者、外国人旅行者  
県内観光関連事業者（黒部峡谷鉄道、立山黒部貫光、とやま観光推進機構）  
関連自治体（富山県、長野県）

#### 具体的な事業

- ・立山黒部アルペンルートや黒部峡谷鉄道等と連携した観光PRイベントの実施
- ・新川地域の周遊滞在を促す観光マップの作成と情報発信
- ・黒部ルート関連自治体（富山県立山町、長野県大町市）との連携強化



## 基本戦略Ⅲ-2 外国人旅行者の誘客

### 施策⑱ 外国人個人旅行者を取り込む“当たり前”受入環境整備

多言語での観光案内をはじめ、Wi-Fi 環境やキャッシュレス環境や免税対応店を促進し、外国人旅行者にとって心地よい観光地域づくりを推進します。また、県内で活躍する全国通訳案内士や地域通訳案内士等と連携を図りながら、外国人旅行者に対し付加価値の高い旅行体験を提供します。

ターゲット  
(施策の対象者)

市内関連事業者  
県内観光関連事業者（地域通訳案内士等）  
外国人旅行者（東アジア、東南アジア、欧米豪）

#### 具体的な事業

- ・ 外国語観光パンフレットの整備
- ・ 観光地等のWi-Fi環境整備、キャッシュレス決済等の促進
- ・ 多言語対応の観光案内看板の整備や翻訳機等の導入
- ・ 魚津の観光情報に精通した通訳案内士の育成
- ・ ムスリム、ヴィーガン等の宗教、慣習への対応



### 施策⑲ 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

これまでターゲット国としてきた台湾を中心とした東アジア市場において、引き続きプロモーションを行うとともに、訪日外国人旅行者の動向を分析し、東南アジア、欧米豪等の新規市場を開拓することで、誘客の多角化を図ります。

ターゲット  
(施策の対象者)

外国人旅行者（東アジア、東南アジア、欧米豪）、  
海外旅行事業者

#### 具体的な事業

- ・ 観光データの収集・分析による新たな市場調査と設定
- ・ 動画やSNS広告等による情報発信や認知度強化
- ・ 台湾など東アジアにおける現地プロモーションの実施（セールスコール、商談イベント、現地旅行博への出展等）
- ・ スノーリゾート地との連携による外国人スキー客の取込み



### 施策⑳ 魚津にゆかりのある外国人との交流の深化

市内在住外国人等との交流を深め、魚津の自然や歴史、文化について精通してもらうことで、情報発信や受入体制の拠点として活躍していただき、関係人口の創出を図ります。

ターゲット（施策の対象者）

市民・県民（在住外国人）

## 具体的な事業

- ・ 日本語教室参加者の外国人による魅力発信
- ・ ALT等の市内・県内在住外国人との交流促進
- ・ 外国の学校との児童交流の促進



## 基本戦略Ⅲ-3 多様な交流と多角的な誘客の推進

### 施策② ビジネス観光誘客やコンベンション誘致等の促進

県内でも有数の施設数を誇るビジネスホテルを活用し、ビジネス観光客やコンベンション誘致を促進します。また、200店以上の飲食店が軒を連ねる魚津駅周辺の「柿の木割り」飲食店街と連携し、これらの旅行者に対して魚津の「食」の魅力を提供し、満足度向上と消費拡大を図ります。

ターゲット  
(施策の対象者)

国内旅行者（ビジネス客）

コンベンション開催団体（国内企業、学術団体、大学サークル団体等）

## 具体的な事業

- ・ コンベンション開催支援
- ・ 富山コンベンションビューローと連携したコンベンションの誘致
- ・ 宿泊や飲食店利用促進のためのビジネス観光誘客
- ・ 全国にある「日本風景街道」組織との連携強化



### 施策③ 関係人口創出による魚津ファンの裾野の拡大

これまで積み上げてきた観光交流都市や姉妹都市、大学をはじめ、魚津にゆかりのある著名人との縁を生かし、観光施策に関する交流を深めることに加え、新たな交流を検討することで関係人口の創出を図り、「魚津ファン」の拡大を目指します。

ターゲット  
(施策の対象者)

関連自治体（観光交流都市、友好親善都市、姉妹都市等）

国内企業、教育機関等

魚津市出身で県外で活動・活躍している方

## 具体的な事業

- ・ 観光交流都市等との観光施策の深化
- ・ つながりのある大学との連携事業の推進
- ・ 観光施設を活用した親子や婚活ワーケーションの実施
- ・ 新たな観光交流都市の協定締結に向けた発掘調査



## 基本方針Ⅳ

# 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

個人旅行の主流化や旅行目的の多様化によって、旅行者は目的に合わせてPC やスマートフォン等のデジタルデバイスを活用して情報を収集することが一般的となっており、観光分野においても、公式ウェブサイトをはじめ、画像、動画、SNS等を活用した積極的なプロモーションが求められています。

加えて、情報発信手法のデジタル化に伴い、ウェブサイトやSNS等へのアクセス状況等、旅行者の行動データを収集・分析できるようになったことで、旅行者の嗜好や興味・関心を明らかにし、さらなる戦略的なマーケティングを行うことが求められています。

外部専門人材を活用しながら、その知見を習得・蓄積することにより、データに基づくマーケティングや旅行者の傾向分析、戦略的なプロモーションを実施し、またそれらの結果を観光関連事業者間で共有、効果検証しながら、施策の改善、新規事業につなげていくことで、効果的かつ持続的な観光振興を推進します。

## 基本方針Ⅳにおける数値目標

指標	基準値	目標値※1	備考
魚津市観光協会HPアクセス数※2	314千件	350千件	年70千件増加
魚津市観光協会HP平均滞在時間※3	1分40秒	3分00秒	年10～20秒増加
魚津市観光協会SNSフォロワー数※4	2,906件	5,000件	年400件増加

※1…目標値は令和8年（計画最終年度）

※2…基準値は令和元年度数値（リニューアル前のHP訪問数（セッション数））

※3…基準値は令和3年数値（令和3年3月以降HPリニューアル以降の数値）

※4…基準値は令和3年12月1日時点

## 基本戦略Ⅳ-1 地域内データを駆使したマーケティングの実践

### 施策⑳ ビッグデータ※を活用した観光データの収集・分析

これまで行ってきた観光統計調査分析に加え、ビックデータ、ICTなどを活用して旅行者のニーズや動向等のマーケティングデータを収集・分析し、積極的に活用することで、旅行者の詳細な動向等の把握を図ります。

ターゲット  
(施策の対象者)

市内観光関連事業者  
県内観光関連事業者（富山湾・黒部峡谷・越中にいかわ観光圏、新川地域観光開発協議会、とやま観光推進機構）  
周辺自治体（新川地域市町、富山県）

#### 具体的な事業

- ・ とやま観光推進機構と連携した宿泊システム導入による宿泊者数等の直近データの収集・分析
- ・ 人流システムを活用したデータによる人流把握と分析
- ・ 電子地域通貨を活用した観光客動向データの収集
- ・ データ分析とその活用に係る勉強会の開催



### 施策㉑ データ分析結果に基づくメリハリをつけた観光戦略の作成と共有

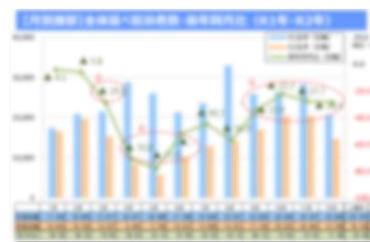
観光関係事業者が各々にプロモーションを実施するのではなく、データの収集分析の共有により策定した戦略に基づき、一元的なプロモーションを実施することで誘客効果の最大化を目指します。

ターゲット  
(施策の対象者)

市内観光関連事業者

#### 具体的な事業

- ・ ペルソナ※分析によるターゲットの設定と情報共有
- ・ 各種観光統計データの収集と定期的な共有
- ・ 年間のプロモーション計画の作成



## 基本戦略Ⅳ-2 効果的な情報発信

### 施策㉒ ターゲットに応じた効果的なプロモーションの展開

誘客にあたっては、訴求したいターゲットに合わせて、適切な情報、適切な媒体、適切なタイミングを見極めながら効果的にプロモーションを展開することで、旅行訪問地としての認知度向上に努めます。

※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）  
※ペルソナ…マーケティング手法の1つとしてターゲット設定の一部であり、ターゲットよりも深く詳細に、リアリティのある人物像に具体的に落とし込んでいくこと。

ターゲット（施策の対象者）

国内旅行者  
外国人旅行者

## 具体的な事業

- ・ シニア層等に対する雑誌等への広告掲載
- ・ 若年層等に対するSNSを活用した広告宣伝
- ・ デジタル技術を活用したプロモーションの実施
- ・ インフルエンサー※を活用した情報発信



## 施策⑳ 旅行者のニーズに応じたきめ細やかな情報発信

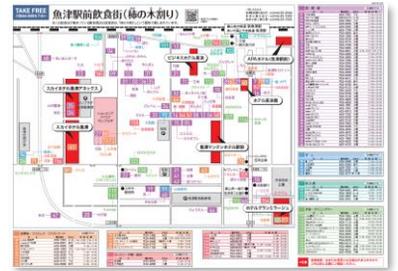
旅行者が現地で情報を集める傾向にある飲食店や体験プログラム、観光施設間のアクセス情報等について、旅行者が求める情報を正確かつ迅速に提供することで、旅行者の満足度向上を図ります。

ターゲット（施策の対象者）

国内旅行者  
外国人旅行者

## 具体的な事業

- ・ 観光地のアクセス情報の発信
- ・ モデルコースによる情報発信
- ・ 旅ナカ（旅行中）における正確かつ詳細な情報提供
- ・ デジタル地図機能の活用による情報発信



## 施策㉑ SNSを活用した投稿を促す仕掛けづくり

観光関連事業者によるプロモーションに加え、市民や旅行者によるSNS投稿を促す施策を打ち出し、さまざまな方が幅広く発信することで情報を拡散させ、新たな顧客の誘客を促進します。

ターゲット  
（施策の対象者）

国内旅行者（SNS利用者）  
外国人旅行者（SNS利用者）  
市民（SNS利用者）

## 具体的な事業

- ・ フォトコンテストやフォトロゲイニング※の実施
- ・ 魅力ある風景やグルメ等の投稿促進支援
- ・ SNSを活用した効果的な情報発信の研修



※インフルエンサー…世間を与える影響力が大きい情報発信などの行動を行う人物のこと。

※フォトロゲイニング…地図上にあらかじめ設定されたチェックポイントを制限時間内で多く巡り獲得した合計点数を競うスポーツ。観光地などをチェックポイントとして設定することで参加者への魅力発信などにつながるもの。

### (3) 【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

新型コロナウイルス感染症の影響により観光産業は大きな打撃を受けましたが、新型コロナの収束時期が明確に見通せない中で、観光関連事業者は業界別のガイドラインを遵守しながら旅行者が安心して旅に出られるように感染拡大防止対策の取り組みを継続して行う必要があります。

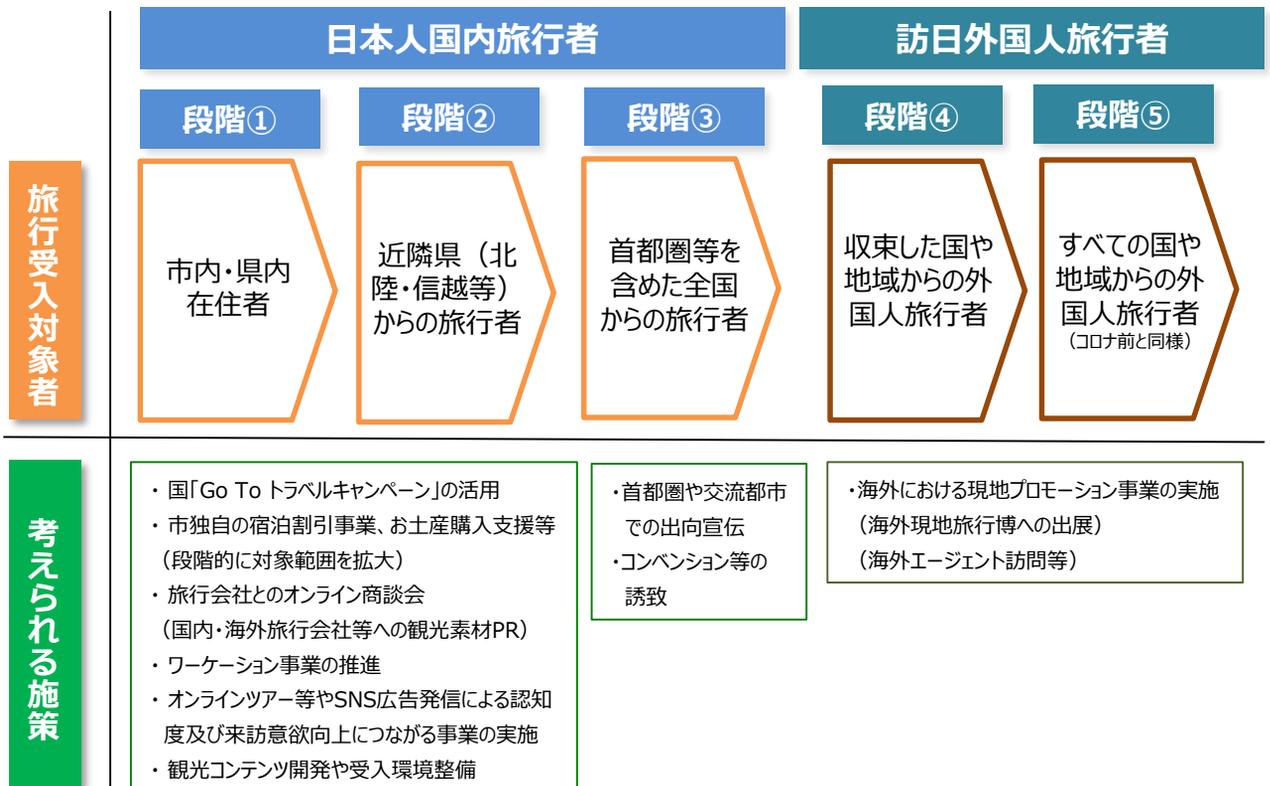
また、マイクロツーリズムなど新たな旅行スタイルを意識し、観光関連事業者支援と旅行者誘客の両側面から、新しい旅行スタイルの提供や観光需要回復に向けたキャンペーンや需要喚起策を実施していく必要があります。

<新たな時代に対応した観光施策（例）>

- ・ 国の「Go To トラベルキャンペーン」や県の宿泊割引事業の活用
- ・ 市独自の観光需要回復のための施策「魚旅キャンペーン（宿泊割引事業）」の実施
- ・ 小人数グループで市内周遊観光及び域内消費拡大につながるような支援策の実施
- ・ 近隣県在住者をターゲットとしたプロモーションの展開
- ・ ワークーション等の推進

また、新型コロナの国内外の感染状況を見極めたうえで、インバウンド需要の取り込んでいく必要があります。収束した一部の国・地域からの旅行者を段階的に受け入れられるよう、外国人向けの受入環境整備や体験型商品開発などの事業に取り組んでいく必要があります。

新型コロナウイルス感染症の収束を見据えた段階的な施策イメージ



# 第4章 推進体制と進行管理

## 1 役割分担と推進体制

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。

## 2 進行管理

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。

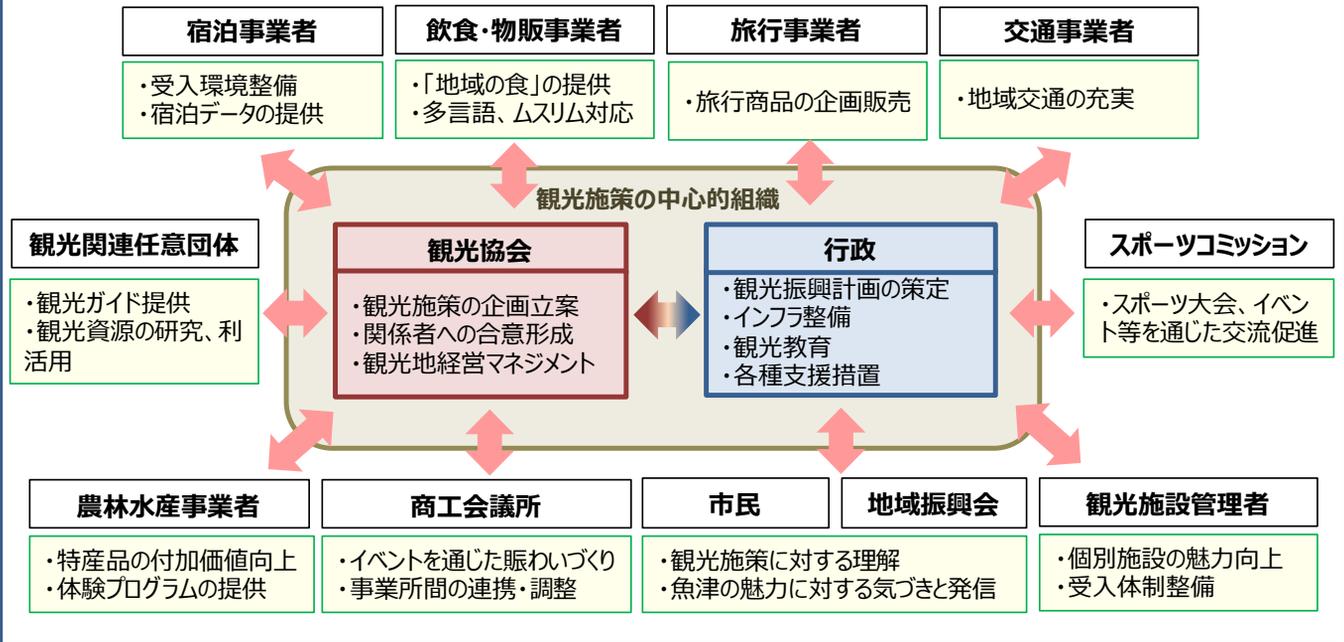
「魚津市観光振興計画推進協議会」のもと各団体が連携を図り、本計画の進捗を把握しながら観光振興施策を推進していきます。

### 推進体制と進行管理

#### 魚津市観光振興計画推進協議会

#### 進捗管理

#### 地域一体となった観光振興



#### 相互交流促進

交流都市・友好親善都市

関係自治体・団体

#### 情報共有・連携

富山県

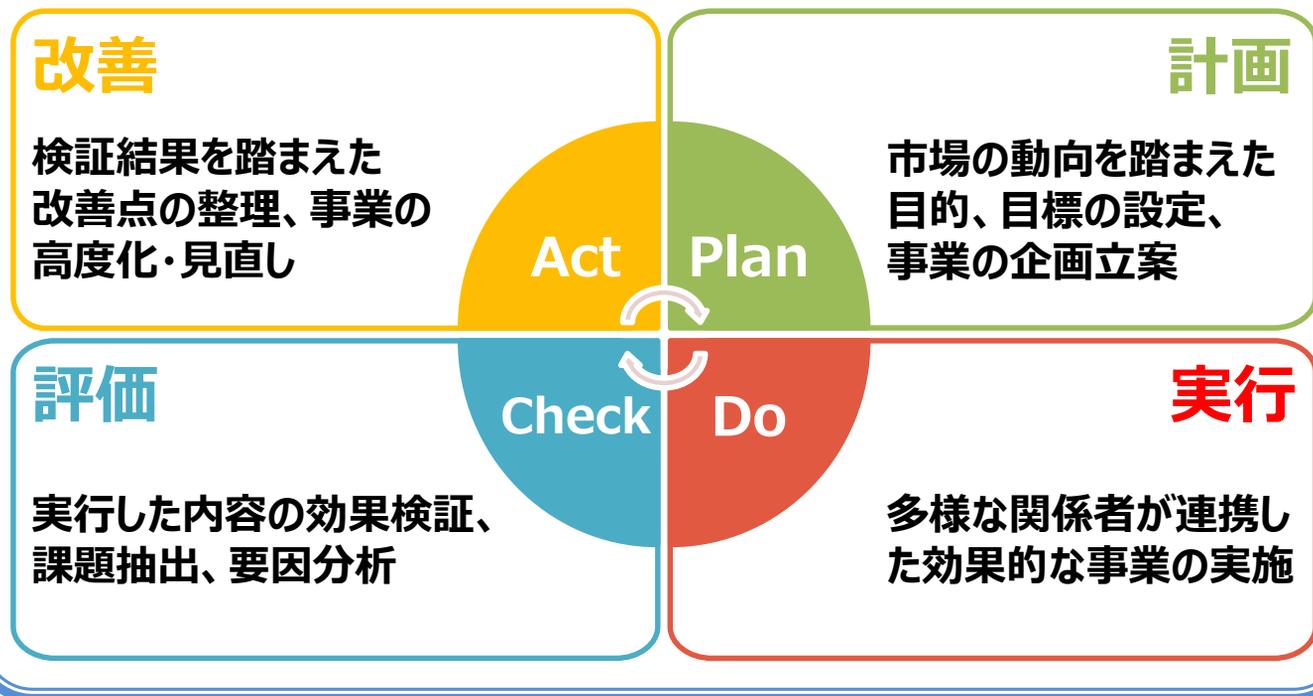
にいかわ観光圏協議会

とやま観光推進機構

新川地域観光開発協議会



本計画で設定した施策や具体的な事業の実施にあたっては、事業の進捗管理を円滑に進める手法の1つであるPDCAサイクル（Plan-Do-Check-Act cycle）を導入し、Plan（計画）⇒ Do（実行）⇒ Check（評価）⇒ Act（改善）の仮説・検証型プロセスを循環させることによって、取組みを継続的に改善していきます。



## 1 観光資源等一覧

### (1) 観光資源一覧（主なもの）

#### ① イベント資源



魚津かにの陣（2月）



桜のパーセント（4月）



富山湾岸サイクリング（4月）



しんきろうマラソン（4月）



よっしゃ来い!! CHOUROKUまつり（5月）



戦国のろし祭り（5月）



たてもん祭り（8月）



海上花火大会（8月）  
じゃんとい魚津まつり



せり込み蝶六街流し（8月）



トランスジャパンアルプスレース（8月）



大学女子野球選手権大会（8月）



魚津八幡宮献灯神輿祭り（9月）



魚津産業フェアまるまる魚津（10月）



イルミナージュUOZU（12月～2月）



魚津の朝市（第2・4日曜）

#### ② 特産資源



紅ズワイガニ



甘エビ



バイ貝



ウマヅラハギ（如月王）



ホタルイカ



ゲンゲ



フリ



富山湾深海の幸（一例：ミスガンコ）



新川だいこん



魚津産米



魚津産りんご



下野方なし



西布施ぶどう



魚津もも



カノコリ（市の花）



魚津バイ飯



昆布締め



押せ寿司



ます寿し



富山湾鮭



ジビエ



細工かまぼこ



かまぼこ



富山の干物



うおづのうまい水



魚津の麦茶



地酒



魚津産木材



魚津漆器



つくるUOZU  
PROJECT

### ③ 自然資源



蟹気楼



埋没林

魚津の三大奇観



ホタルイカ群遊海面



毛勝三山



僧ヶ岳 (雪絵)



洞杉群



沌滝



蛇石 (龍石)



片貝川の清流



魚津の水循環



世界で最も美しい富山湾



富山湾ごしの夕日



リュウグウノツカイ



ダイオウイカ



カモシカ



田んぼアート (ヤギの杜)



桜 (ソメイヨシノ, サトザクラ)



ヤマザクラ (松倉城跡)



チューリップ畑



ヒガンバナ

## ④ 社会資源



魚津水族館



魚津埋没林博物館



ミラージュランド



みらパーク（魚津総合公園）



片貝山ノ守キャンプ場



ありそドーム



魚津桃山運動公園



新川文化ホール



魚津歴史民俗博物館



もくもくホール



海の駅蛭気楼  
（みなとオアシス魚津）



蛭気楼ロード  
（日本風景街道）



恋人の聖地 ミラージュベル  
有磯海SA下り（ふらっとパーク）



花の森・天神山ガーデン



ゴルフ場  
（魚津国際カントリークラブ）



魚津おさかなランド（卸売市場）



魚津港



経田漁港  
（プレジャーボート係留施設）



風の地平線 蛭気楼



アウトサイドライン



魚津駅前飲食店街  
「柿の木割り」



温泉旅館  
（金太郎温泉）



温泉旅館  
（北山鉱泉）



宿泊施設  
（ビジネスホテル・シティホテル）



毛勝の郷シェルピース

## ⑤ 歴史・文化資源



米騒動発祥の地



魚津浦の蛭気楼（御旅屋跡）



東山円筒分水槽



神社・仏閣  
（写真は一例：諏訪神社）



かに龍漁発祥の地



魚津のうまい水



てんこ水



万灯台



有頼柳



大伴家持の碑



魚津城跡



松倉城跡



升方城跡



天神山城跡



上杉謙信の歌碑とときわの松



小川寺の獅子舞



金山谷の獅子舞



鹿熊の刀踊り



郷義弘の石碑



富山県立魚津高等学校講堂

## ⑥ 体験資源



果樹収穫体験



地引網体験



乗馬体験



餅つき体験



漆芸体験



味噌造り体験



市場セリ見学



ガイド付きサイクリング



水の学び舎ツアー



ノルディックスキー体験

## (2) 友好親善都市、観光交流都市等一覧

関係区分	都市名	備考1	備考2
友好親善都市	岡山県井原市	昭和57年8月6日盟約締結	
友好親善都市	タイ王国チェンマイ市	平成元年8月8日盟約締結	
観光交流都市	長野県飯山市	平成24年12月27日協定締結	
友好都市	新潟県南魚沼市	平成26年10月5日協定締結	
姉妹提携※	岐阜県高山市	昭和56年7月提携	※魚津商工会議所・高山商工会議所
友好提携※	山形県米沢市	平成12年10月提携	※魚津商工会議所・米沢商工会議所

## 2 第2次観光振興計画における指標

### (1) 基本方針を達成するための数値目標（進捗状況）

①観光消費額（百万円）	H27年 （基準値）	H28年	H29年	H30年	R1年	R2年	R3年 （目標値）
A 目標値	7,149	7,202	7,520	7,838	8,155	8,473	8,790
<b>B 実績値</b>	<b>7,149</b>	<b>7,406</b>	<b>7,462</b>	<b>7,112</b>	<b>7,301</b>	<b>4,194</b>	
C 対前年増減	－	257	56	△ 350	189	△ 3,107	
D 進捗率（%）（B/A）	－	102.8%	99.2%	90.7%	89.5%	49.5%	

②宿泊者数（千人）	H27年 （基準値）	H28年	H29年	H30年	R1年	R2年	R3年 （目標値）
A 目標値	286	304	322	340	358	376	395
<b>B 実績値</b>	<b>286</b>	<b>308</b>	<b>293</b>	<b>269</b>	<b>295</b>	<b>177</b>	
C 対前年増減	－	22	△ 15	△ 24	26	△ 118	
D 進捗率（%）（B/A）	－	101.3%	91.0%	79.1%	82.4%	47.1%	

③外国人宿泊者数（人）	H27年 （基準値）	H28年	H29年	H30年	R1年	R2年	R3年 （目標値）
A 目標値	4,368	7,306	10,244	13,183	16,122	19,061	22,000
<b>B 実績値</b>	<b>4,368</b>	<b>5,331</b>	<b>8,574</b>	<b>10,245</b>	<b>13,503</b>	<b>2,696</b>	
C 対前年増減	－	963	3,243	1,671	3,258	△ 10,807	
D 進捗率（%）（B/A）	－	73.0%	83.7%	77.7%	83.8%	14.1%	

### (2) 施策の個別指標（進捗状況）

観光案内所利用者数（人）	H27年度 （基準値）	H28年度	H29年度	H30年度	R1年度	R2年度	R3年度 （目標値）
A 目標値	14,019	14,149	14,279	14,409	14,539	14,670	14,800
<b>B 実績値</b>	<b>14,019</b>	<b>12,298</b>	<b>11,778</b>	<b>10,626</b>	<b>10,393</b>	<b>8,246</b>	
C 対前年増減	－	△ 1,721	△ 520	△ 1,152	△ 233	△ 2,147	
D 進捗率（%）（B/A）	－	86.9%	82.5%	73.7%	71.5%	56.2%	

観光ガイド登録者数（人）	H28年度 （基準値）	H29年度	H30年度	R1年度	R2年度	R3年度 （目標値）
A 目標値	33	35	36	37	38	40
<b>B 実績値</b>	<b>33</b>	<b>39</b>	<b>40</b>	<b>38</b>	<b>35</b>	
C 対前年増減	－	6	1	△ 2	△ 3	
D 進捗率（%）（B/A）	－	111.4%	111.1%	102.7%	92.1%	

観光ガイドグループ活動数 <sup>(件)</sup>	H27年度 (基準値)	H28年度	H29年度	H30年度	R1年度	R2年度	R3年度 (目標値)
A 目標値	36	39	41	43	45	47	50
<b>B 実績値</b>	<b>36</b>	<b>39</b>	<b>61</b>	<b>51</b>	<b>49</b>	<b>28</b>	
C 対前年増減	－	3	22	△ 10	△ 2	△ 21	
D 進捗率 (%) (B/A)	－	100.0%	148.8%	118.6%	108.9%	59.6%	
「市民のおもてなし」に関し、満足している観光客の割合 (%)	H28年度 (基準値)	H29年度	H30年度	R1年度	R2年度	R3年度 (目標値)	
A 目標値	49.7	52.0	54.0	56.0	58.0	60.0	
<b>B 実績値</b>	<b>49.7</b>	<b>47.9</b>	<b>67.7</b>	<b>70.3</b>	<b>54.3</b>		
C 対前年増減	－	△ 1.8	19.8	2.6	2.6		
D 進捗率 (%) (B/A)	－	92.1%	125.4%	125.5%	93.6%		
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 (%)	H27年度 (基準値)	H28年度	H29年度	H30年度	R1年度	R2年度	R3年度 (目標値)
A 目標値	31.1	34.3	37.5	40.7	43.9	47.0	50.0
<b>B 実績値</b>	<b>31.1</b>	<b>32.1</b>	<b>33.1</b>	<b>35.1</b>	<b>46.1</b>	<b>54.2</b>	
C 対前年増減	－	1.0	1.0	2.0	11.0	8.1	
D 進捗率 (%) (B/A)	－	93.6%	88.3%	86.2%	105.0%	115.3%	
観光客の満足度 (%)	H27年度 (基準値)	H28年度	H29年度	H30年度	R1年度	R2年度	R3年度 (目標値)
A 目標値	42.0	43.1	46.5	50.0	53.5	57.0	60.0
<b>B 実績値</b>	<b>42.0</b>	<b>39.4</b>	<b>54.8</b>	<b>62.1</b>	<b>63.7</b>	<b>54.3</b>	
C 対前年増減	－	△ 2.6	15.4	7.3	1.6	△ 9.4	
D 進捗率 (%) (B/A)	－	91.4%	117.8%	124.2%	119.1%	95.3%	
観光客入込数 <sup>(千人)</sup>	H27年 (基準値)	H28年	H29年	H30年	R1年	R2年	R3年 (目標値)
A 目標値	1,539	1,571	1,603	1,635	1,667	1,698	1,730
<b>B 実績値</b>	<b>1,539</b>	<b>1,557</b>	<b>1,564</b>	<b>1,497</b>	<b>1,536</b>	<b>881</b>	
C 対前年増減	－	18	6	△ 66	39	△ 655	
D 進捗率 (%) (B/A)	－	99.1%	97.5%	91.6%	92.2%	51.9%	
レンタサイクル利用台数 <sup>(台)</sup>	H27年度 (基準値)	H28年度	H29年度	H30年度	R1年度	R2年度	R3年度 (目標値)
A 目標値	1,153	1,178	1,203	1,228	1,253	1,277	1,300
<b>B 実績値</b>	<b>1,153</b>	<b>986</b>	<b>988</b>	<b>804</b>	<b>709</b>	<b>528</b>	
C 対前年増減	－	△ 167	2	△ 184	△ 95	△ 181	
D 進捗率 (%) (B/A)	－	83.7%	82.1%	65.5%	56.6%	41.3%	

おもてなし魚津直行便 (愛称：おもタク) 乗車数(人)	H27年度 (基準値)	H28年度	H29年度	H30年度	R1年度	R2年度	R3年度 (目標値)
A 目標値	3,901	3,951	4,001	4,051	4,101	4,150	4,200
<b>B 実績値</b>	<b>3,901</b>	<b>4,474</b>	<b>4,314</b>	<b>4,586</b>	<b>3,527</b>	<b>942</b>	
C 対前年増減	－	573	△ 160	272	△ 1,059	△ 2,585	
D 進捗率 (%) (B/A)	－	113.2%	107.8%	113.2%	86.0%	22.7%	

ブランド登録数 (品)	H28年度 (基準値)	H29年度	H30年度	R1年度	R2年度	R3年度 (目標値)
A 目標値	37	39	42	45	48	50
<b>B 実績値</b>	<b>37</b>	<b>41</b>	<b>47</b>	<b>57</b>	<b>67</b>	
C 対前年増減	－	4	6	10	10	
D 進捗率 (%) (B/A)	－	105.1%	111.9%	126.7%	139.6%	

新川地域宿泊者数 (千人) (魚津市、黒部市(宇奈月温泉)、入善町、朝日町)	H27年 (基準値)	H28年	H29年	H30年	R1年	R2年	R3年 (目標値)
A 目標値	741	758	775	792	809	827	845
<b>B 実績値</b>	<b>741</b>	<b>746</b>	<b>721</b>	<b>643</b>	<b>702</b>	<b>439</b>	
C 対前年増減	－	5	△ 24	△ 78	59	△ 264	
D 進捗率 (%) (B/A)	－	98.4%	93.1%	81.2%	86.8%	53.1%	

コンベンション開催件数 (回)	H27年度 (基準値)	H28年度	H29年度	H30年度	R1年度	R2年度	R3年度 (目標値)
A 目標値	16	17	18	19	20	20	20
<b>B 実績値</b>	<b>16</b>	<b>20</b>	<b>21</b>	<b>26</b>	<b>19</b>	<b>1</b>	
C 対前年増減	－	4	1	5	△ 7	△ 18	
D 進捗率 (%) (B/A)	－	117.6%	116.7%	136.8%	95.0%	5.0%	

魚津市観光協会ホームページアクセス件数 (件)	H27年度 (基準値)	H28年度	H29年度	H30年度	R1年度	R2年度	R3年度 (目標値)
A 目標値	221,111	224,260	227,409	230,558	233,707	236,856	240,000
<b>B 実績値</b>	<b>221,111</b>	<b>212,315</b>	<b>210,289</b>	<b>205,623</b>	<b>313,862</b>	<b>124,799</b>	
C 対前年増減	－	△ 8,796	△ 2,026	△ 4,666	108,239	△ 189,063	
D 進捗率 (%) (B/A)	－	94.7%	92.5%	89.2%	134.3%	52.7%	

外国人が訪れやすくなる 環境が整っている (%)	H27年度 (基準値)	H28年度	H29年度	H30年度	R1年度	R2年度	R3年度 (目標値)
A 目標値	－	－	－	－	－	－	目標設定なし
<b>B 実績値</b>	<b>16.2</b>	<b>12.2</b>	<b>11.7</b>	<b>11.6</b>	<b>8.9</b>	<b>13.4</b>	
C 対前年増減	16.2	△ 4.0	△ 0.5	△ 0.1	△ 2.7	4.5	
D 進捗率 (%) (B/A)	16.2	12.2	11.7	11.6	8.9	13.4	

### 3 観光に関する統計資料

魚津市入込数・宿泊者数等集計		合計				
		入込数	県内外		宿泊別	
			県内	県外	宿泊	日帰り
<b>平成24年計</b>		<b>1,504,638</b>	<b>1,185,042</b>	<b>319,596</b>	<b>268,482</b>	<b>1,236,156</b>
平成24年内訳	宿泊施設	638,609	424,289	214,320	268,321	370,288
	観光施設	666,799	574,902	91,897	161	666,638
	イベント	199,230	185,851	13,379	0	199,230
<b>平成25年計</b>		<b>1,635,794</b>	<b>1,247,880</b>	<b>387,914</b>	<b>295,504</b>	<b>1,340,290</b>
平成25年内訳	宿泊施設	661,489	438,450	223,039	295,265	366,224
	観光施設	719,439	568,794	150,645	239	719,200
	イベント	254,866	240,636	14,230	0	254,866
<b>平成26年計</b>		<b>1,560,206</b>	<b>1,222,507</b>	<b>337,699</b>	<b>288,479</b>	<b>1,271,727</b>
平成26年内訳	宿泊施設	639,036	417,398	221,638	288,274	350,762
	観光施設	671,492	569,099	102,393	205	671,287
	イベント	249,678	236,010	13,668	0	249,678
<b>平成27年計</b>		<b>1,539,223</b>	<b>1,171,974</b>	<b>367,249</b>	<b>286,652</b>	<b>1,252,571</b>
平成27年内訳	宿泊施設	629,441	394,081	235,360	286,164	343,277
	観光施設	658,221	539,993	118,228	488	657,733
	イベント	251,561	237,900	13,661	0	251,561
<b>平成28年計</b>		<b>1,557,271</b>	<b>1,138,297</b>	<b>418,974</b>	<b>308,778</b>	<b>1,248,493</b>
平成28年内訳	宿泊施設	651,332	369,601	281,731	308,242	343,090
	観光施設	658,004	536,356	121,648	536	657,468
	イベント	247,935	232,340	15,595	0	247,935
<b>平成29年計</b>		<b>1,563,690</b>	<b>1,227,160</b>	<b>336,530</b>	<b>293,251</b>	<b>1,270,439</b>
平成29年内訳	宿泊施設	633,985	380,101	253,884	292,578	341,407
	観光施設	643,671	576,240	67,431	673	642,998
	イベント	286,034	270,819	15,215	0	286,034
<b>平成30年計</b>		<b>1,497,394</b>	<b>1,171,854</b>	<b>325,540</b>	<b>269,587</b>	<b>1,227,807</b>
平成30年内訳	宿泊施設	599,435	364,458	234,977	268,925	330,510
	観光施設	646,463	581,953	64,510	662	645,801
	イベント	251,496	225,443	26,053	0	251,496
<b>令和1年計</b>		<b>1,536,426</b>	<b>1,191,622</b>	<b>344,804</b>	<b>295,484</b>	<b>1,240,942</b>
令和1年内訳	宿泊施設	609,373	357,982	251,391	294,205	315,168
	観光施設	707,401	630,700	76,701	1,279	706,122
	イベント	219,652	202,940	16,712	0	219,652
<b>令和2年計</b>		<b>881,364</b>	<b>701,181</b>	<b>180,183</b>	<b>177,538</b>	<b>703,826</b>
令和2年内訳	宿泊施設	410,844	268,931	141,913	176,386	234,458
	観光施設	448,320	410,050	38,270	1,152	447,168
	イベント	22,200	22,200	0	0	22,200

## 4 観光客満足度調査の結果（平成27年度～令和3年度）

### （1）調査回答数

区分	H27年度	H28年度	H29年度	H30年度	R1年度	R2年度	R3年度
回答数	263	291	239	285	515	138	190
【参考】調査期間	・4/27～5/26 ・8/4～8/28 ・12/2～12/25 (79日間)	・4/26～5/10 ・8/1～8/25 ・10/1～10/16 (56日間)	7/20～8/31 (43日間)	7/20～8/31 (43日間)	7/27～9/1 (37日間)	11/20～2/27 (38日間)	7/27～8/22 (27日間)

### （2）調査回答方法

区分	H29年度	H28年度	H27年度	H30年度	R1年度	R2年度	R3年度
スマートフォン等				60.4%	14.4%	100.0%	63.2%
調査用紙				39.6%	85.6%	0.0%	36.8%

### （3）性別

区分	H27年度	H28年度	H29年度	H30年度	R1年度	R2年度	R3年度
男性	43.0%	41.8%	42.3%	34.4%	39.0%	39.1%	31.1%
女性	57.0%	58.2%	57.7%	64.6%	53.6%	60.9%	66.3%
不明（未回答）				1.0%	7.4%	0.0%	2.6%

### （4）年代

区分	H27年度	H28年度	H29年度	H30年度	R1年度	R2年度	R3年度
10代	12.0%	12.1%	23.1%	13.7%	12.6%	2.9%	8.4%
20代	15.1%	9.6%	11.3%	17.2%	17.3%	20.3%	11.6%
30代	21.4%	17.0%	19.3%	24.9%	19.0%	31.2%	21.6%
40代	23.1%	24.5%	22.3%	28.4%	23.1%	29.0%	29.5%
50代	11.1%	18.0%	11.8%	8.4%	11.3%	13.0%	20.5%
60代	11.8%	13.2%	8.0%	5.3%	11.7%	2.9%	3.2%
70代以上	5.4%	5.6%	4.2%	2.1%	3.3%	0.7%	5.3%
不明（未回答）					1.7%		

## (5) お住まいの都道府県

区分	H27年度	H28年度	H29年度	H30年度	R1年度	R2年度	R3年度
富山	6.2%	6.3%	13.4%	35.8%	21.4%	50.0%	43.2%
東京	13.6%	8.7%	12.2%	11.6%	10.9%	8.0%	10.5%
長野	7.4%	9.1%	8.0%	3.5%	4.7%	2.2%	6.3%
新潟	11.6%	9.4%	8.4%	5.6%	4.9%	0.7%	3.7%
石川	3.9%	3.5%	5.5%	3.5%	4.9%	11.6%	1.6%
関東（東京除く）	26.0%	18.9%	25.6%	18.6%	23.5%	9.4%	14.7%
関西	11.6%	25.2%	7.6%	5.3%	12.8%	9.4%	7.4%
その他	19.8%	18.9%	19.3%	16.1%	15.7%	8.7%	12.6%
不明（未回答）	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.4%	0.0%	0.0%

## (6) 主な交通手段

区分	H27年度	H28年度	H29年度	H30年度	R1年度	R2年度	R3年度
車（自家用車）	70.6%	77.5%	80.2%	85.6%	79.8%	80.4%	86.6%
鉄道	27.2%	17.6%	16.9%	11.9%	17.0%	13.0%	11.8%
バス等	1.6%	3.9%	2.1%	1.4%	0.9%	2.9%	1.6%
その他	0.6%	1.1%	0.8%	1.1%	2.4%	3.6%	0.0%

## (7) 魚津市への訪問回数

区分	H27年度	H28年度	H29年度	H30年度	R1年度	R2年度	R3年度
初めて	60.8%	55.1%	62.4%	37.2%	50.1%	33.3%	32.6%
2回目	11.5%	18.5%	12.7%	12.6%	14.4%	8.7%	10.0%
3回目	6.4%	6.6%	4.6%	7.4%	4.3%	6.5%	7.4%
4回目	2.4%	1.1%	2.5%	2.8%	2.7%	4.3%	3.2%
5回目以上	18.9%	18.7%	17.7%	40.0%	28.5%	47.1%	46.8%
不明（未回答）	0.0%	0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

## (8) 魚津市に前回来訪した時期

区分	H27年度	H28年度	H29年度	H30年度	R1年度	R2年度	R3年度
3ヶ月以内	12.9%	13.9%	23.3%	調査なし	調査なし	調査なし	調査なし
半年以内	12.0%	16.4%	10.5%				
1年以内	40.8%	16.9%	34.9%	64.2%	57.6%	67.4%	59.5%
2～3年以内	調査なし	調査なし	調査なし	12.8%	18.3%	23.9%	25.6%
5年以内	18.6%	33.2%	18.6%	5.6%	4.3%	2.2%	8.3%
それ以上	15.7%	19.6%	12.8%	16.2%	18.7%	6.5%	6.6%
不明（未回答）				1.1%	1.2%	0.0%	0.0%

## (9) 旅行者の同行者

区分	H27年度～R2年度	R3年度
子供連れ家族（一番下のお子様が未就学児）	R3より調査項目に追加	20.7%
子連れ家族（一番下のお子様が小学生～高校生）		38.8%
大人の家族（18歳以上の子供含む）		10.1%
夫婦		11.7%
カップル		2.7%
友人		7.4%
職場や団体		1.1%
ひとり		7.4%
その他:		0.0%

## (10) 旅行先として魚津市を選んだ情報源（動機）

区分	H27年度	H28年度	H29年度	H30年度	R1年度	R2年度	R3年度
以前訪問した際の自身の経験			16.8%	26.9%	19.8%	35.0%	28.9%
家族や友人知人からの紹介・推奨			19.6%	27.8%	23.8%	15.8%	22.4%
旅行雑誌・ガイドブック・パンフレットの記事		H29調査より回答項目が変更となったため未記載	22.4%	16.1%	17.1%	18.1%	10.5%
インターネット、SNS	20.3%		14.9%	19.8%	20.9%	18.9%	
テレビ、ラジオ等	2.1%		2.1%	3.0%	1.1%	3.5%	
ビジネス等	3.5%		0.9%	2.4%	2.3%	0.9%	
自分の意志外 (団体旅行・社員旅行・帰省等)	※R3調査より「帰省」を追加		2.4%	0.9%	0.5%	0.6%	4.8%
その他			12.9%	10.4%	13.7%	6.2%	10.1%

## (11) 魚津市の滞在期間中に期待していたもの（複数回答可）

区分	H27年度	H28年度	H29年度	H30年度	R1年度	R2年度	R3年度
自然・景勝地観光体験	31.0%	35.9%	25.4%	24.4%	24.2%	25.0%	21.7%
食事	25.8%	24.3%	17.8%	25.1%	24.4%	23.4%	29.7%
買い物	3.9%	3.6%	7.3%	9.1%	11.6%	7.5%	15.2%
観光施設見学	25.6%	16.2%	17.8%	27.2%	18.2%	20.6%	12.6%
温泉	6.9%	10.0%	12.3%	4.9%	8.6%	18.7%	16.0%
歴史的・文化的な体験・学習	2.6%	3.2%	11.4%	5.9%	8.7%	3.6%	3.2%
住民との交流	1.0%	2.0%	1.4%	1.3%	1.5%	0.0%	1.6%
その他	3.1%	4.6%	6.6%	2.1%	2.8%	1.2%	0.0%

## (12) 魚津市での滞在中の満足度

区分	H27年度	H28年度	H29年度	H30年度	R1年度	R2年度	R3年度
満足	42.0%	39.4%	54.8%	62.1%	63.7%	54.3%	71.4%
やや満足	46.4%	48.3%	36.0%	33.3%	32.2%	41.3%	25.4%
どちらでもない	10.9%	11.6%	7.9%	3.9%	3.9%	4.3%	3.2%
やや不満	0.4%	0.7%	1.3%	0.4%	0.0%	0.0%	0.0%
不満	0.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
不明（未回答）				0.3%	0.2%		

## (13) 魚津市民の対応（おもてなし）

区分	H27年度	H28年度	H29年度	H30年度	R1年度	R2年度	R3年度
良かった	44.2%	57.4%	47.9%	67.7%	70.3%	54.3%	70.4%
まあまあ良かった	36.4%	28.6%	33.6%	23.5%	24.5%	35.5%	23.8%
どちらでもない	18.4%	11.1%	16.0%	8.1%	5.0%	10.1%	5.8%
あまり良くない	1.0%	1.4%	2.5%	0.4%	0.0%	0.0%	0.0%
良くない	0.3%	1.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
不明（未回答）				0.3%	0.2%		

## (14) 1年以内に魚津市にまた来訪したいか

区分	H27年度	H28年度	H29年度	H30年度	R1年度	R2年度	R3年度
そう思う	34.3%	30.3%	47.9%	58.9%	54.6%	68.1%	67.7%
やや思う	40.1%	42.9%	33.6%	26.0%	30.1%	18.8%	23.3%
どちらでもない	19.1%	20.7%	16.0%	11.9%	10.9%	10.1%	8.5%
あまり思わない	4.9%	4.7%	2.5%	1.1%	2.5%	2.9%	0.0%
思わない	1.7%	1.4%	0.0%	1.4%	1.6%	0.0%	0.5%
不明（未回答）				0.7%	0.4%		

## (15) 旅行後に親しい友人に魚津市を紹介したいか

区分	H27年度	H28年度	H29年度	H30年度	R1年度	R2年度	R3年度
そう思う							61.9%
やや思う							31.2%
どちらでもない							5.8%
あまり思わない							1.1%
思わない							0.0%
不明（未回答）							0.0%

R3より調査項目に追加

# 5 第3次観光振興計画策定の体制と経過

## (1) 策定委員会名簿

No	役職	分類	所属組織	所属役職	氏名
1	会長	学識経験者	富山大学芸術文化学部	准教授	安嶋 是晴
2	副会長	観光関係団体	魚津市観光協会	会長	木下 荘司
3	委員	学識経験者	日本旅行業協会 (JATA) 富山地区委員会	委員長	松田 隆
4	委員	観光関係団体	魚津市ホテル旅館組合	副組合長	鎌田 恭輔 舟子 守※
5	委員		魚津市自治振興会連合会	会長	米澤 賢太郎
6	委員		魚津観光ボランティアじゃんとこい	会長	前澤 律子
7	委員		(財) 魚津市施設管理公社	理事長	堀 昭禎
8	委員		(公財) 魚津市体育協会	会長	広瀬 健一
9	委員		魚津タクシー協会	会長	佐々木 祐司
10	委員		あいの風とやま鉄道(株)	魚津駅長	塚本 晃 舟貝 幸芳※
11	委員		中日本高速道路(株)金沢支社 富山高速道路事務所	副所長	種 秀雄 高戸 誠※
12	委員		魚津飲食業組合	組合長	早川 隆幸
13	委員		富山地方鉄道(株)	鉄軌道部営業課長	吉川 護
14	委員	各種産業団体	魚津漁業協同組合	代表理事組合長	油本 憲太郎
15	委員		魚津市農業協同組合	代表理事組合長	海野 武史
16	委員		新川森林組合	代表理事組合長	吉田 讓
17	委員		魚津商工会議所	会頭	大愛 高義
18	委員	行政関係	富山県地方創生局・ 観光振興室 観光戦略課	課長	山下 章子
19	委員		魚津市産業建設部	部長	宮野 司憲
20	委員	公募	(株) ハマオカ海の幸	専務取締役	浜岡 愛子
21		外部有識者 (観光庁専門家派遣事業)	JTIC.SWISS	代表	山田 桂一郎

## (2) 庁内検討会名簿

No	役職	所属組織（部課等名）	役職	氏名
1	座長	産業建設部	部長	宮野 司憲
2	副座長	企画部	部長	南塚 智樹
3	委員	総務部	部長	富居 幹生
4	委員	民生部	部長	武田 菜穂子
5	委員	企画部	次長 (兼情報広報課長)	江田 直樹
6	委員	産業建設部	次長 (兼都市計画課長)	赤坂 光俊
7	委員	教育委員会	次長 (兼教育総務課長)	窪田 昌之
8	委員	企画政策課	課長	浦田 誠
9	委員	地域協働課	課長	小林 孝仁
10	委員	生活環境課	課長	高田 弘美
11	委員	農林水産課	課長	矢野 道宝
12	委員	建設課長	課長	西川 聡
13	委員	生涯学習・スポーツ課	課長	山本 浩司
14	委員	水族博物館管理課	課長	石川 勝弘
15	委員	埋没林博物館	館長	石須 秀知
16	事務局	商工観光課	課長	政二 弘明
17	事務局	商工観光課観光戦略係	係長	石川 竜也
18	事務局	商工観光課	主任	加藤 貴宏
19	事務局	商工観光課	主事	井森 啓介
20	助言者	魚津市地域活性化起業人	(株)JTB富山支店 観光開発プロジェクトリーダー	甲田 憲幸

### (3) 検討部会名簿

#### ① 受入体制整備部会

(部会長…上野 恭子、副部会長…亀田 安仁)

No	区分	所属	職名	氏名	No	区分	所属	職名	氏名
1	行政	企画政策課 未来戦略室	主任	高瀬 大樹	9	民間	あいの風とやま鉄道 株式会社魚津駅	担当係長	豊田 篤司
2	行政	地域協働課 協働推進係	係長	関口 晶子	10	民間	富山地方鉄道(株)	営業課長	吉川 護
3	行政	都市計画課 まちづくり交通係	課長代理	亀田 安仁	11	民間	中日本高速道路(株) 富山高速道路事務所	総務担当	河合 俊典
4	行政	建設課 業務係	係長	魚住 和広	12	民間	魚津タクシー協会 (魚津交通(株))	旅行課企画 ・営業課長	後藤 智史
5	行政	社会福祉課 福祉係	課長代理	池川 幸博	13	民間	観光ボランティア じゃんとい	元会長	上野 恭子
6	行政	魚津水族館 管理係	係長	小林 幹子	14	民間	魚津市ホテル旅館 組合	副組合長	鎌田 恭輔 舟子 守※
7	行政	埋没林博物館 管理係	係長	門田 信幸	15	民間	魚津飲食業組合	組合長 /事務局長	早川 隆幸 /島澤 達也
8	民間	自治振興会 連合会	代表	大野 聡一	16	民間	魚津市観光協会 (兼事務局)	事務局	嶋 亮

※魚津市ホテル旅館組合 … 人事異動により第2回から交替

#### ② 賑わい創出・ブランド化部会

(部会長…辻 悟、副部会長…三村 幸一)

No	区分	所属	職名	氏名	No	区分	所属	職名	氏名
1	行政	企画政策課 企画係	主任	伊串 祐紀	9	民間	商工会議所 青年部	常任理事	辻 悟
2	行政	農林水産課 農産振興係	係長	浦崎 邦禎	10	民間	商工会議所 女性会	会計 (執行部)	片山 さゆり
3	行政	農林水産課 水産振興係	係長	清水 悟史	11	民間	魚津漁業協同組合	専務理事	浜住 博之
4	行政	農林水産課 業務林政係	係長	堀内 賢明	12	民間	魚津市農業協同組合	営農事務課	濱田 真奈美
5	行政	都市計画課 業務公園係	係長	石崎 光春	13	民間	新川森林組合	加工販売 部長	佐竹 謙二
6	行政	生涯学習・スポーツ課 スポーツ係	係長	高森 哲也	14	民間	魚津市施設管理 公社	企画運営 係長	森 剛士
7	行政	生涯学習・スポーツ課 生涯学習・文化係	主任	的場 茂晃	15	民間	魚津市体育協会	係長	井村 大樹
8	行政	生活環境課 環境安全係	係長	三村 幸一	16	民間	魚津市観光協会 (兼事務局)	事務局	嶋 亮

## (3) 検討部会名簿

### ③ 広域連携・インバウンド部会

(部会長…塩田 明弘、副部会長…高野 剛)

No	区分	所属	職名	氏名	No	区分	所属	職名	氏名
1	行政	生涯学習・スポーツ課 スポーツ係	主査	石坂 友宏	6	民間	観光ボランティア じゃんこい	前副会長	伊東 清隆
2	行政	生涯学習・スポーツ課 生涯学習・文化係	係長	塩田 明弘	7	民間	魚津タクシー協会 (株)金閣自動車商会	代表取締役	佐々木 祐司
3	行政	地域協働課 市民交流係	係長	石浦 満理子	8	民間	魚津市ホテル旅館 組合	副組合長	鎌田 恭輔 舟子 守※
4	行政	地域協働課 定住応援室	係長	池川 雅美	9	民間	魚津市観光協会 (兼事務局)	事務局	内橋 啓介
5	民間	魚津商工会議所	総務課長	高野 剛					

※魚津市ホテル旅館組合 … 人事異動により第2回から交替

### ④ 情報発信・マーケティング部会

(部会長…戸田 千春、副部会長…甲田 憲幸)

No	区分	所属	職名	氏名	No	区分	所属	職名	氏名
1	行政	企画政策課 未来戦略室	室長	戸田 千春	6	民間	魚津商工会議所	総務課	田中 緑
2	行政	情報広報課 情報政策係	係長	廣川 哲也	7	民間	(株)JTB富山支店	地域活性化 起業人	甲田 憲幸
3	行政	情報広報課 広報広聴係	係長	宮野 浩一	8	民間	明治安田生命保険相互会社 富山支社魚津営業所	営業所長	小林 充
4	行政	魚津水族館 管理課	主任	横田 久美子	9	民間	(株)ニュージャパン トラベル	営業課長	殿村 紀子
5	行政	魚津埋没林博物館	主任	佐藤 真樹	10	民間	魚津市観光協会 (兼事務局)	事務局	内橋 啓介

## (4) 策定経過

日程	会議種別	内容
令和3年 5月16日～27日	観光関係者アンケート調査 (34名)	<ul style="list-style-type: none"> <li>第2次計画策定後の進捗状況等の点検・把握</li> <li>今後の取り組みの方向性を整理</li> </ul>
6月1日～7日	観光関係団体ヒアリング (8団体)	
6月16日	6月定例会産業建設委員会	<ul style="list-style-type: none"> <li>第3次観光振興計画の策定概要、スケジュール説明</li> </ul>
6月18日	第1回庁内検討会	<ul style="list-style-type: none"> <li>外部有識者による基調講和</li> <li>観光施策の進捗状況の共有と第3次計画策定に向けた概要</li> </ul>
6月29日	第1回策定委員会	<ul style="list-style-type: none"> <li>外部有識者による基調講和（オンライン）</li> <li>観光施策の進捗状況の共有と第3次計画策定に向けた概要</li> </ul>
7月1日～19日	入込数調査（上期分）	<ul style="list-style-type: none"> <li>宿泊者数及び入込数（令和3年1月～6月）の把握</li> </ul>
7月19日	第1回検討部会 (広域連携・インバウンド部会)	<ul style="list-style-type: none"> <li>部会長及び副部会長の選任</li> <li>第3回観光振興計画策定に向けた概要説明（共有）</li> <li>意見交換、課題等の整理（ワークシート提出）</li> </ul>
7月21日	第1回検討部会 (情報発信・マーケティング部会)	
7月26日	第1回検討部会 (賑わい創出・ブランド化部会)	
7月27日	第1回検討部会 (受入体制整備部会)	
7月27日 ～8月22日	観光客満足度調査	
9月21日	第2回検討部会 (情報発信・マーケティング部会)	<ul style="list-style-type: none"> <li>ワークシート（強み・弱み）の洗い出し</li> <li>「基本方針・基本戦略（仮）」の確認</li> <li>「施策（案）、具体的な事業」のアイデア提案</li> </ul> <p>※ 情報発信・マーケティング部会のみ「地域情報化アドバイザー」による助言（オンライン） （観光分野におけるSNS等の有効活用について）</p>
9月22日	第2回検討部会 (広域連携・インバウンド部会)	
9月24日	第2回検討部会 (受入体制整備部会)	
9月30日	第2回検討部会 (賑わい創出・ブランド化部会)	
10月7日	第2回庁内検討会	<ul style="list-style-type: none"> <li>第3次観光振興計画の骨子（体系図）案等の確認</li> </ul>
10月29日	第2回策定委員会	

## (4) 策定経過

日程	会議種別	内容
11月10日	第3回検討部会 (受入体制整備部会)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 施策及び具体的な事業の整理</li> <li>・ 施策にかかるターゲット、実施主体、役割分担等の検討</li> <li>・ 計画全体に関する提案、意見交換</li> </ul>
11月11日	第3回検討部会 (賑わい創出・ブランド化部会)	
11月15日	第3回検討部会 (広域連携・インバウンド部会)	
11月18日	第3回検討部会 (情報発信・マーケティング部会)	
12月6日	第3回庁内検討会	・ 第3次観光振興計画書（案）の確認
12月15日	12月定例会産業建設委員会	・ 第3次観光振興計画骨子（体系図）等の説明
12月24日	第3回策定委員会	・ 第3次観光振興計画書（案）の確認
令和4年 1月6日～25日	入込数調査（下期分）	・ 宿泊者数及び入込数（令和3年7月～12月）の把握
1月7日～28日	パブリックコメント実施	・ 第3次観光振興計画パブリックコメント
2月〇日	第4回庁内検討会 (書面確認)	・ パブリックコメントを踏まえた第3次観光振興計画の最終確認
2月〇日	第4回策定委員会	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 第3次観光振興計画最終案確認</li> <li>・ 市長へ計画書案の完成報告、提出</li> </ul>
3月〇日	3月定例会産業建設委員会	・ 第3次観光振興計画最終案説明
3月〇日	計画書製本・配布	・ 第3次観光振興計画（全体版・概要版）の製本・配布

## 6 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、三大奇観である蜃気楼、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、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、振興計画を定めるときは、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。



# UO!

魚津のうまいもん



ホタルイカ



ゲンゲ



ウマヅラハギ



ブリ



甘エビ



バイ貝



紅ズワイガニ



魚津産りんご  
加積りんご  
上野方りんご  
西布施りんご



下野方なし



西布施ぶどう



魚津もも

## 第3次魚津市観光振興計画

(令和4年3月策定)

発行：富山県魚津市 産業建設部 商工観光課  
〒937-8555 富山県魚津市釈迦堂一丁目10番1号  
TEL：0765-23-1025 FAX：0765-23-1060  
Mail：kanko@city.uozu.lg.jp



魚津市イメージキャラクター ミラたん