

第 3 次魚津市観光振興計画 第 3 回策定委員会の委員等からの意見

■日時：令和 3 年 12 月 24 日（金）10：00～12：00

■策定委員等からの計画（案）に対する意見、外部有識者からの助言など（議事録より一部抜粋）

委員からの意見等	事務局・会長回答
<p>（委員）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・魚津の資源がたくさんあるが、蟹気楼の取り扱いが弱いのではないか。全国で蟹気楼は通用するのではないか。もっと活用して冠に着けてほしい。</li> <li>・埋没林博物館に蟹気楼を名前に入れるべき。ありとあらゆるものに付けるべき。琵琶湖でも北海道でも蟹気楼は見られ、他地域に取られるのではないか。</li> <li>・観光消費額の目標額 89 億円について、観光人口は減っている。個人型旅行が増える。単価は上がる。ここを狙うべき。</li> <li>・お土産など高単価なものを投入していく施策に対する支援が必要ではないか。</li> <li>・コロナの後は値上げ、単価を上げて付加価値を付ける。</li> <li>・魚津の強みを突出させる必要がある。深堀をするべきではないか。</li> <li>・沢山魚津の魅力は沢山あるが、他には負けない何かを強く訴えるべき。</li> <li>・埋没林博物館内併設のスイーツショップに若い方、他県ナンバーの方が来ている。海、蟹気楼に力を入れるべき。漁協もあり、海辺のエリアを強化すべき。</li> <li>・計画内容に強弱をつける方がいいのではないか。</li> <li>・花の森・天神山ガーデンには人が来ている。ワイナリーもできる。金太郎温泉も近い。</li> <li>・他県の方に計画内容のように全て提案すると、伝わりにくい。</li> <li>・蟹気楼も見えなかった場合のために、写真スポットを設けてはどうか。蟹気楼の写真を取りたい人もいる。フォトコンテストを毎年やってきれいなデータをもらえばいいのではないか。毎年、写真スポットの蟹気楼写真を変えても面白いのではないか。</li> <li>・東山円筒分水層、洞杉なども季節によって大変美しい。フォトコンテストをすればよいと思う。全国からマニアが来る。</li> <li>・海の駅蟹気楼は大変いい場所。常に人がいてお魚を食べられる場所にするべき。</li> <li>・蟹気楼の発生が増えた。東京駅などで過去は掲示があった。蟹気楼が出る予報もわかるようになり、積極的に伝えるべき。</li> <li>・いろんな特産品があるが、どれか一つ、魚津の特産品のスターを作るべき。突出したものを作る。いろんなものを作ると焦点がぼける。</li> </ul>	<p>（事務局）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・計画全体の中で、蟹気楼のキーワードが弱いと感じた。内部で再検討して、内容を補強します。</li> <li>・強弱をつけるという部分に関して同様に感じており工夫します。</li> <li>・34 ページ 観光産業の高付加価値化を図り、域内消費を高めるという点で、何に付加価値をつけるのか、検討していきます。</li> <li>・44 ページ 効果的な情報発信について、何に強弱をつけるかは、調査、分析をして決めていきます。</li> <li>・フォトスポットは確かにないので、事業の中で検討していきます。</li> </ul> <p>（会長）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・総花的になることは仕方がない。</li> <li>・各施策で具体的な内容を検討していればよい。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・魚津の農産物について、全国の JA の寄り合いで、魚津から来たと言ったら、どこか分からない。蟹気楼の話をしたら分かる。平和堂に魚津の米を売っているが魚津はどこだといわれる。</li> <li>・豊橋に日本一小さい水族館がある。大水槽もない。来場者数は日本一。スタッフの発信が強い。魚津水族館は学芸員から見ると羨ましい水族館。専門家への PR が必要。</li> <li>・世界に誇れる自然現象、蟹気楼について深く考えて、観光資源にしてほしい。</li> <li>・蟹気楼の写真は観光案内所にあり、観光客に喜ばれている。また、埋没林はほかの県にはないので、行ってもらう。</li> <li>・ターゲットが明確になっている。主語述語が不足していると感じる。誰がやるべきか、ぼかしているように感じる。</li> </ul>	<p>（事務局）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・すべてが自分事であると感じて、取り組んでいってほしいという意味で、主語（事業主体）を抜きました。施策を進める中で、しっかりと役割や主体を決めていきます。</li> </ul> <p>（会長）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・蟹気楼に関して、見られないからまた来ようと感じている。</li> <li>・見えないから、がっかりすることもなく、また来たいと思わせる事が必要。</li> </ul>

委員からの意見等	事務局・会長回答
<ul style="list-style-type: none"> <li>・魚津と言ったら蛸気楼。蛸気楼の街魚津を都度徹底して付けるべき。</li> <li>・蛸気楼が見えない時の案内体制も強化が必要。</li> <li>・バイ飯等を様々な場所で売って、集中して PR すべき。</li> <li>・観光客を目の前にしてみている。食事を写真でとって、SNS にアップする。</li> <li>・SNS を活用して魚津を発信する方法を考えたい。SNS は外せない。</li> <li>・魚津駅にはこんなものがあるという物があるといい。</li> <li>・駅を中心に観光の戦略の協力ができればいい。</li> <li>・鉄道車両内での案内を行うなどの協力をしたい。</li> <li>・コロナが収束に向かい、タクシーで海の駅蛸気楼に行く人が多い。</li> <li>・埋没林も見たいと思っている。</li> <li>・個人の好みも様々なので、観光コースもバリエーションが必要</li> <li>・広域連携がどの程度されているのか。これまでとこれからについて説明を頂きたい。</li> </ul>	<p>(事務局)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・40 ページ 近隣の市町との連携、富山県との連携、長野県等との連携がある。</li> </ul> <p>しかし、取り組みが誘客に繋がっていない。近隣と連携をしながら、広いエリアのモデルコースも必要。黒部ルートについて訪れるお客さんにも魚津に来ていただく事を考えている。</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・計画についてよくまとまって綺麗になっている。行政が作る計画として全体を網羅しなければいけない側面もある。</li> <li>・誰が担い手となるかがキーポイントとなる。プランをベースに具体的に何をするか、検討が必要。</li> <li>・選んでもらうために、ポイント（点）ではなく、線にして考えなければならない。広域連携について、選んでもらうために点では難しい。</li> <li>・施策すべてがうまく回っていけば、目標達成が可能である。そのためには 47 ページの推進体制が大変重要となる。</li> </ul>	

外部有識者からの助言	事務局・会長回答
<ul style="list-style-type: none"> <li>・計画案について、国の施策等についても触れられている。総花的に見える。綺麗に整理されている。</li> <li>・KPI、KGI という言葉が入っていないが、数値目標を代わりに入れた。（ので問題ないと思われる。）が、KSF（Key Success Factors）（優先順位）が抜けているから総花的に見える。KGI、KPI、KSF はセット。KSF が見えれば良い計画になる。</li> <li>・蛸気楼をブランディングする事は良いが、商品、サービスを作らないといけない。蛸気楼の商品がない。ミラージュというテーマでサービス、商品開発が必要。</li> <li>・どこでお金を落とすか。見ただけでは、お金にならない、食べて、買って帰る必要がある。客単価を狙う必要がある。</li> <li>・キャッシュを落としてもらう仕組みがないと計画が計画で終わってしまう。</li> <li>・地域全体のマーケティング、実施体制を確立しなければ、今回上がってきた問題は解決できない。地域全体の経営努力で地域全体の売上を上げていく必要がある。</li> </ul>	<p>(事務局)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・いただいた意見を参考に計画を修正します。</li> </ul>