

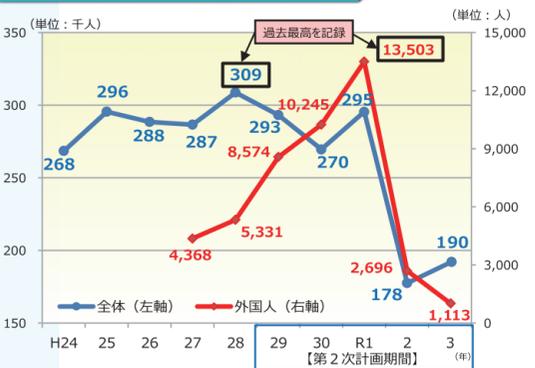
観光の現状

入込数の年別推移



令和2年～3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大きくで落ち込みました。

延べ宿泊者数の年別推移



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。

観光の課題

1. 受入体制のさらなる整備

- *市民一人ひとりのおもてなし力の向上
- *後継者の育成やガイド研修の強化
- *観光推進体制の再構築
- *ソフト面・ハード面の両面におけるストレスフリーな受入環境の整備

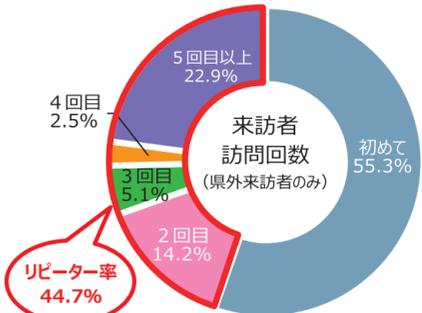
3. 広域連携とインバウンド等の誘客推進

- *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
- *相互交流事業の強化・深化
- *周辺の民間事業者との連携の強化
- *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
- *目的やターゲットに応じた多角的な誘客

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合った観光施策

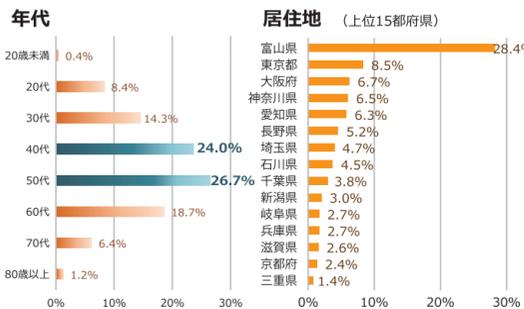
- *「新しい生活様式」に対応した安心・安全な環境整備と観光需要回復のためのキャンペーンや需要喚起策の実施

再来訪率(リピーター率)



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、また訪れたくなる観光地を目指していく必要があります。

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、「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わかります。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。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。

2. 賑わいの創出と魚津ブランドの磨き上げ

- *地域素材を結びつけた観光消費の拡大につなげられるような仕掛け作り
- *商品開発や販売力の強化
- *通年で楽しめるコンテンツの開発

4. 情報発信・マーケティングの強化

- *効果的な情報発信による認知度の向上
- *デジタル技術を活用したマーケティングの実施
- *SNS等のさらなる効果的な活用と年代や嗜好に応じた広告発信力の強化

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

～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”まちづくりを目指します～

基本戦略 1 おもてなし力の向上

- ★**施策①** 観光ガイドの確保と育成
 - ・観光ガイド研修の実施(曇気楼見せさ隊、うおづ水守ガイドなど)
 - ・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

基本戦略 2 快適な旅行環境の提供

- ★**施策③** 駅前周辺を中心とした観光案内機能の強化
 - ・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⑤ 地域交通の利便性の向上

- ・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

基本戦略 3 新たな観光推進体制の構築と連携強化

- ★**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
 - ・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②** 市民と観光事業者のシビックプライドの醸成
 - ・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作成)

施策④ 旅行者の動向を意識した観光情報の提供

- ・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

施策⑥ ユニバーサルデザインの整備促進

- ・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
- ・ウィーガン、ムスリム等の宗教、生活習慣への対応

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



観光列車へのお手振り



春型(上位)曇気楼

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

- 施策⑨** 魚津ならではのストーリー“魚津の水循環”の磨き上げ
 - ・片貝川流域の水循環産活用事業の実施(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
 - ・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

- ・歴史及び文化の保全と活用(魚津浦の曇気楼、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

基本戦略 2 消費を促す体験型観光の推進

- ★**施策⑫** 旅行者ニーズに応じた体験プログラム・旅行商品の開発
 - ・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作成
 - ・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
 - ・季節やターゲットごとのモデルコースの作成
 - ・連泊・長期滞在向けに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

基本戦略 3 旅行トレンドに応じた新たな賑わいの推進

- 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
 - ・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
 - ・曇気楼等の観光資源を絡めた消費拡大に資する商品開発と提供
 - ・「たてもん祭り」等を通年で体験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のせり込み蝶々踊り街流しの披露
 - ・市内観光施設による企画・展示等

施策⑯ トレンドに応じたテーマ別観光の推進

- ・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

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

- ★**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の造成
 - ・にいかわ観光圏、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
 - ・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 2 外国人旅行者の誘客

- ★**施策⑲** 外国人個人旅行者を取り込む“当たり前”受入環境整備
 - ・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、ウィーガン等の宗教、慣習への対応
- 施策⑳** 魚津にゆかりのある外国人との交流の深化
 - ・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 3 多様な交流と多角的な誘客の推進

- 施策㉑** ビジネス観光やコンベンション誘致等の促進
 - ・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㉒** 関係人口創出による魚津ファンの裾野の拡大
 - ・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

～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～

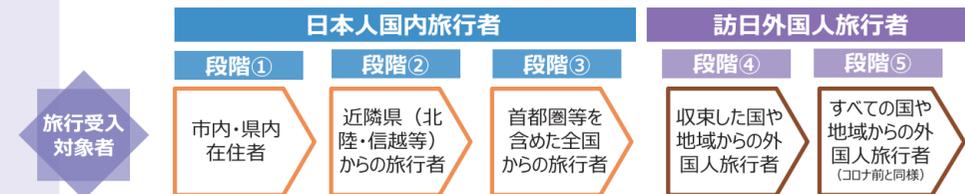
基本戦略 1 地域内データを駆使したマーケティングの実践

- ★**施策㉔** ビッグデータを活用した観光データの収集・分析
 - ・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㉕** 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
 - ・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 2 効果的な情報発信

- ★**施策㉖** ターゲットに応じた効果的なプロモーションの展開
 - ・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㉗** 旅行者のニーズに応じたきめ細やかな情報発信
 - ・観光地のアクセス情報の発信
 - ・モデルコースによる情報共有
 - ・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㉘** SNSを活用した投稿を促す仕掛けづくり
 - ・フォトコンテストやフォトログイニングの実施
 - ・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

【別枠】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



近隣市町と連携したブース出展



観光協会 HP による情報発信