

# 砺波市観光振興戦略プラン(第2次)

本物を魅せる となみ ～散居村と花、庄川を生かす～



魅力PR映像

平成28年4月



砺波市

## 第2次砺波市観光振興戦略プラン

# 目次

第1章	プラン策定の目的と意義	1
1	プラン策定の背景及び目的と意義	
2	プランの位置付け	
3	プランの期間及び見直し	
第2章	砺波市の観光の現状と課題	3
1	観光を取り巻く環境	
2	砺波市観光の現状	
3	砺波市観光の課題	
第3章	砺波市観光の基本的方向	11
1	基本テーマ	
2	基本方針	
3	目標	
4	ターゲット	
5	施策の方向と重点的に取り組むべき事項	
(1)	特色・強みを生かした観光	
(2)	散居村の保全と活用	
(3)	となみチューリップフェアの充実とチューリップ産業の振興	
(4)	外国人観光客のさらなる誘致と受け入れ環境の整備	
(5)	市民意識の醸成	
(6)	経済効果の向上	
第4章	観光振興の施策	15
1	観光資源の魅力創出	
(1)	散居村の魅力創出	
(2)	四季を通じた賑わいの創出	
(3)	観光資源の充実	
(4)	歴史・文化を生かす	
2	文化や情報の交流促進	
(1)	市民交流やコンベンションの誘致	
(2)	交流事業の企画及び拡充	

3	広域観光と国際観光の推進	
	(1) 広域観光の推進	
	(2) 国際観光の推進	
4	受け入れ体制の充実	
	(1) 利便性の向上	
	(2) おもてなし環境の向上	
5	情報発信の充実	
	(1) シティープロモーションの推進	
	(2) 市民及び来訪者による交流と発信	
	(3) メディア及びICT技術の活用	
	(4) 旅行者ニーズの把握及びマーケティング情報収集	
第5章	観光推進体制の確立	22
1	プランの推進	
	(1) 官民一体となったプランの推進	
	(2) プランのフォローアップ	
2	砺波市観光協会の体制強化と機能充実	
第6章	プランの推進スケジュール	23
1	観光資源の魅力創出	
2	文化や情報の交流促進	
3	広域観光と国際観光の推進	
4	受け入れ体制の充実	
5	情報発信の充実	
<b>【参考資料】</b>		
1	砺波市観光振興戦略プラン策定の経緯	27
2	砺波市観光振興戦略会議設置要綱	28
3	砺波市観光振興戦略会議委員・ワーキング専門部会員名簿	30

# 第1章

～プラン策定の目的と意義～

# 第1章 プラン策定の目的と意義

## 1 プラン策定の背景及び目的と意義

砺波市には、豊かな自然や日本を代表する農村の原風景ともいわれている散居村のほか、チューリップや庄川など、国内外に誇れる魅力ある地域観光資源があり、これらの資源を生かしながら、平成27年度までの5年間を計画期間とする「第1次砺波市観光振興戦略プラン」により、観光振興を推進してきた。

また、観光資源の魅力創出、文化や情報の交流促進、受け入れ体制の充実、情報発信の充実を基本戦略とする様々な施策により、年々順調に交流人口は増加している。

そのような中で、平成27年3月の北陸新幹線の開業や高岡砺波スマートインターチェンジの開設、本市や近隣市町村での大型商業施設の立地など、近年、本市の観光を取り巻く環境は大きく変化している。



出典：日本政府観光局（JNTO）

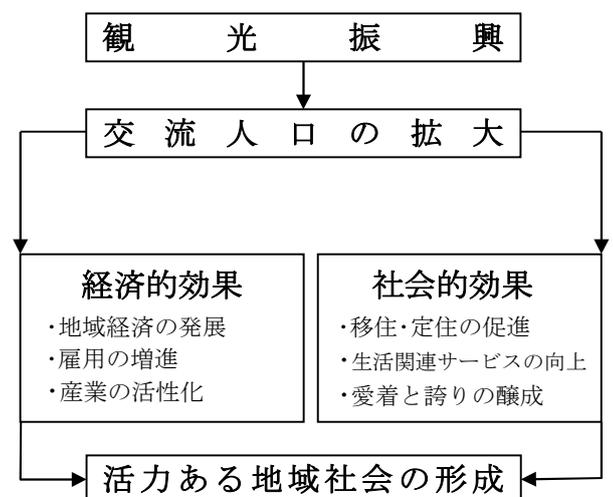
また、我が国の外国人旅行者は、2015年(平成27年)には統計史上最大となる1,974万人(前年比47.1%増)を記録し、2020年東京オリンピック・パラリンピックの開催等を控え、今後ますます訪日外国人旅行者の増加が予想される。

北陸新幹線などの開業効果を持続させ、さらに高めることや外国人旅行者をいかに取り込むかが本市の大きな課題となっている。

一方で、国勢調査による本市の人口は、2005年(平成17年)をピークに減少に転じており、「国立社会保障・人口問題研究所」によると、2060年(平成72年)には34,698人まで減少すると推計されており、今後、経済活動の縮小や雇用の減退など、様々な影響を及ぼすことが懸念されている。

このような中、「砺波市人口ビジョン」では、出生率の向上や転入の促進、転出の抑制などの施策により、2060年(平成72年)の目標人口を40,000人と定めた。

さらに、「“となみ創生”まちづくり総合戦略」では、人口減少の克服や地域経済の発展、活力ある地域社会の形成を目指して様々な具体的な施策に取り組むこととしており、観光振興による交流人口の拡大を図ることにより、様々な経済的効果や社会的効果が期待されている。



観光庁の推計によると、外国人旅行者 10 人、国内旅行者(宿泊)26 人、国内旅行者(日帰り)83 人のそれぞれの消費額は、定住人口 1 人当たりの年間消費額(124 万円)に相当するとされており、旅行消費などの経済効果で定住人口の減少分を補完することが期待されている。

また、「砺波に住んでみたい、帰ってきたい」と思わせる様々な魅力の発信によって移住定住が促進されるなどの効果が期待されており、観光振興による交流人口の拡大は、これからの人口減少社会に対応する取組として重要度が高まっている。

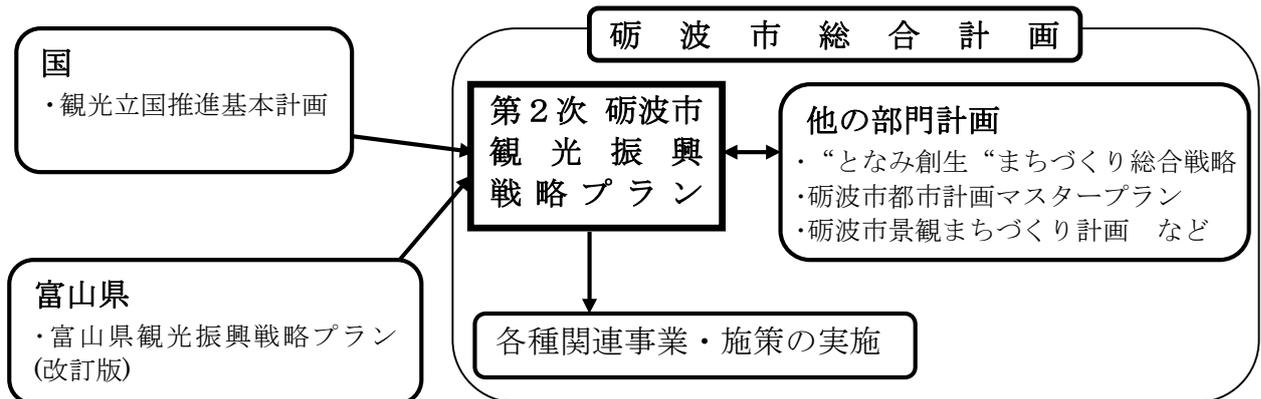
これらの環境の変化や市場の動向、観光振興に期待される役割を踏まえ、平成 28 年度からの新たな砺波市観光振興戦略プランを策定する。



出典：国土交通省観光庁

## 2 プランの位置付け

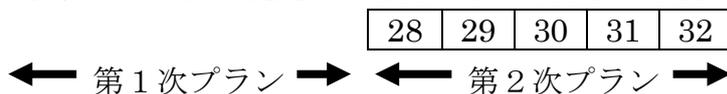
新たなプラン「第 2 次砺波市観光振興戦略プラン」は、「砺波市総合計画」を最上位計画とし、観光の観点から、その実現に向けての有効な政策を定めるとともに、「となみ創生”まちづくり総合戦略」などの他の政策・計画との連携・連動を図る。



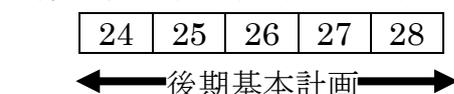
## 3 プランの期間及び見直し

本プランの期間は、平成 28 年度から 5 年間とし、平成 32 年度を目標年次と定める。なお、観光を取り巻く情勢の変化や最上位計画となる「第 2 次砺波市総合計画」の策定等を踏まえ、必要に応じてプランを見直すこととする。

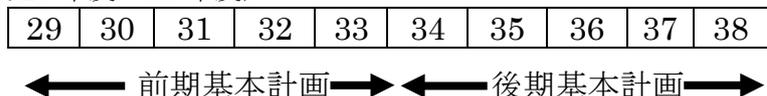
○第 2 次砺波市観光振興戦略プラン(平成 28 年度～32 年度)



○第 1 次砺波市総合計画(平成 19 年度～28 年度)



○第 2 次砺波市総合計画(平成 29 年度～38 年度)



# 第2章

～砺波市の観光の現状と課題～

# 第2章 砺波市の観光の現状と課題

## 1 観光を取り巻く環境

今日の旅行形態は、価値観の多様化やライフスタイルの変化に伴い、団体から個人へと大きく変化し、個人旅行が全体の8割以上を占めている。個人旅行の割合が増えるなかで、旅行は「誰と行くか」によって内容が左右されるものになっている。

富山県では、夫婦・カップルでの旅行の中で「子育て後の夫婦」が多くを占め、年齢層も高いものとなっている。

また、訪日外国人旅行者については、今後ますます増加することが予想されることから、新たな市場が急速に成長している。

旅行形態別に見るシェア(2014年) (単位%)

旅行形態	市場区分	割合	
個人旅行	個人で実施する観光旅行	53.1	85.4
	帰省や家事のための旅行	16.3	
	出張や業務旅行	16.0	
団体旅行	組織が募集する団体旅行	5.0	9.1
	会社がらみの団体旅行	4.1	
その他の旅行		5.4	5.4

出典：(公財)日本交通公社

### 旅行先別の同行者

旅行先	家族旅行		夫婦・カップルでの旅行				友人や知人との旅行								ひとり旅		その他				
	子ども連れ	大人のみ	カップル	夫婦旅行	子育て中	子育て後	男性				女性				男性	女性					
							未婚	既婚(子どもなし)	子育て中	子育て後	未婚	既婚(子どもなし)	子育て中	子育て後							
富山県	15.6	7.2	8.4	38.0	1.9	11.8	2.3	22.1	24.7	5.7	1.1	1.9	4.9	2.3	0.8	0.4	7.6	18.3	12.9	5.3	3.4
石川県	22.2	11.2	11.0	38.0	5.6	10.4	2.8	19.2	25.5	4.7	0.7	0.9	4.8	3.7	2.2	0.4	8.0	11.4	8.4	3.0	3.0
福井県	26.4	16.4	10.0	39.4	5.9	8.8	2.2	22.7	20.1	4.5	0.7	1.5	5.8	2.2	1.1	0.4	4.1	10.8	7.4	3.3	3.3

出典：(公財)日本交通公社

## 2 砺波市観光の現状

本市では、平成22年に策定した「第1次砺波市観光振興戦略プラン」(計画期間：平成23年度～平成27年度の5年間)に基づき、平成27年3月の北陸新幹線開業を見据え、基本的な方向として、基本テーマや基本方針、重点的に取り組むべきとした事項を掲げ、基本戦略に沿って観光振興の施策を推進してきた。

### (1) 「第1次砺波市観光振興戦略プラン」の基本的方向

#### <基本テーマ>

#### 「通年型・滞在型観光交流を目指して」

～散居村と花、庄川を活かした観光交流と情報発信～

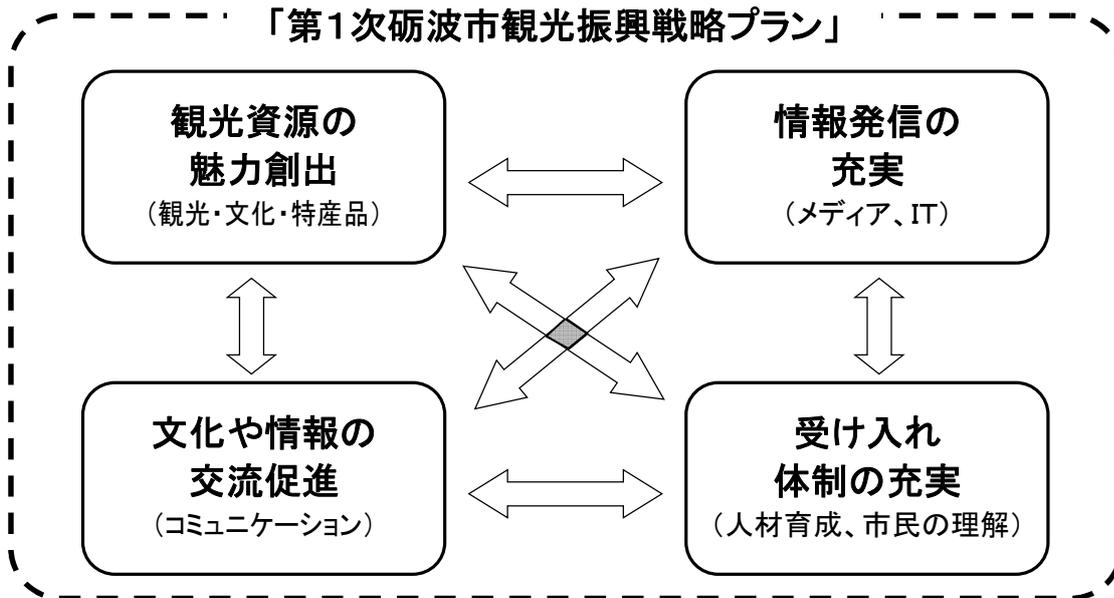
#### <基本方針>

地域の観光資源を地域全体で発掘・保全し、磨き上げるとともに、住民が地域に愛着や誇りを持って観光客をお迎えするまちづくりを推進させることで、交流・滞在人口の拡大に結び付け、「暮らしたい」「訪れたい」まちづくりを進める。

#### <重点的に取り組むべきとした事項>

- ①散居村の保全と活用
- ②チューリップフェアとチューリップ産業の振興
- ③中京圏等との市民交流の推進
- ④ホスピタリティーあふれるまちづくり

<基本戦略>



(2) これまでの取組

<観光資源の魅力創出>

歴史文化資産である散居村を将来に引き継ぐべき大切な資産として保全するとともに、散居村をはじめチューリップなど地域の観光資源の魅力を発掘し、磨き上げてきた。また、市民参加型のとなみチューリップフェアの構築を目指し、イベントとチューリップ産業の振興の一体的な取組を推進してきた。

具体的には、次の取組を実施した。

- ・空き家情報バンクの設置や空き家の適正管理をはじめ、「砺波市景観まちづくり条例」と「砺波市景観まちづくり計画」を施行し、散居景観を守り育て、次の世代に引き継ぐこととした。
- ・築100年以上の歴史がある佐々木邸を砺波暮らし宿泊体験交流施設として再整備し、大学とも連携しながら利活用を進めているほか、伝統家屋「アズマダチ」を利用した農家レストラン大門の開業を支援し、食文化での魅力も文化の発信と合わせて行った。
- ・散居景観の魅力創出として、身体障害者専用駐車場や大型バス、乗用車用の駐車場を備え、砺波平野の散居景観を一望できる展望施設「散居村展望広場」を整備した。
- ・市内各所に歓迎用の花プランターを設置するなど「花のまち となみ」を積極的にアピールしたほか、砺波市文化振興会では砺波市文化会館や砺波市立美術館などを、砺波市花と緑の財団では砺波チューリップ公園やチューリップ四季彩館などを管理するなど、別々の財団で運営していた砺波チューリップ公園一帯の施設の管理を1つの財団「公益財団法人 砺波市花と緑と文化の財団」に一本化し、施設の一体的管理や活用などの連携を図った。
- ・となみチューリップフェアでは、球根生産圃場をチューリップファームと位置づけ、周遊シャトルバスを運行するなどの連携を図ったほか、チューリップ球根の生産者



農家レストラン大門

紹介花壇の設置など、生産者の顔が見える様々な趣向を凝らした。

- ・チューリップ球根の生産振興では、指導者支援制度「指導の匠」や創業支援の開始や新規担い手の育成に力を注いだほか、生産性の向上を図るため、球根ネット栽培機械の導入に向けて調査・研究を開始した。
- ・砺波チューリップ公園では、立山連峰を一望できる屋上展望施設「チューリップパノラマテラス」の設置や五連揚水水車の更新、チューリップ四季彩館の展示をリニューアルし、施設の機能を充実させたほか、チューリップ朝市や夏の子どもまつり、**KIRAKIRA** ミッションなどのイベントを新たに実施するなど、砺波チューリップ公園周辺での年間を通しての賑わいを創出した。
- ・健康ブームへの対応として、散策マップを充実、ウォーキングモデルコースを市内4か所に設定し、健康増進とともに地域の魅力の発見を促した。
- ・産業観光の推進として、産業観光と体験メニューを組み合わせたパンフレット「知って楽しむ 砺波」を作成し、市内の見所を紹介するなど、各所の周遊性を高めながら新たな産業での魅力を発信した。
- ・JR城端線では、観光列車「ベル・モンターニュ・エ・メール」（愛称：べるもんた）が平成27年10月から運行を開始し、乗ること自体を楽しむ鉄道として、城端線の活性化とともに、新たな賑わいを創出した。
- ・となみブランド認定制度を新たに設け、チューリップや大門素麺、庄川挽物木地など、となみの優れた地域産品16品目を認定し、市内外にその魅力を発信したほか、となみ野の特産品や伝承料理を詰め込んだ「となみ野弁当」、砺波の農産物を使用した「となみオリジナルスイーツ」、大門素麺の「半生麺」や「小規格品」の開発など、食に関する魅力を高めるとともに、販路拡大や新たな商品開発を推進した。
- ・「庄川峡桜まつり」や「庄川観光祭」、「あゆまつり」など庄川峡の魅力ある資源を生かしたイベントの開催のほか、庄川峡遊覧船の短時間遊覧の平日運行の開始、庄川おんせん野菜のブランド化など、関係団体と連携を図りながら庄川峡の魅力を高めた。
- ・となみ夜高まつりでは、ミニ法被販売や案内看板の作製、栈敷席の設置などを行ったほか、富山県西部地区での連携を深め、広域での宣伝を実施している。
- ・砺波市出町子供歌舞伎曳山会館がオープンし、これまで別々に保管されてきた3町内の曳山を収容し、その歴史的資料と合わせ展示するなど、伝統文化の保存と振興を図りながら、多くの観光客を呼び込んだ。
- ・インターネット上にデジタルミュージアム「砺波正倉」を開設し、映像や画像などで、観光資源でもある伝統文化や伝統芸能などの魅力を、幅広く情報発信した。



KIRAKIRA ミッション



べるもんた



となみブランド

## <文化や情報の交流促進>

市民交流を支援する組織や窓口を設置し、市民交流やコンベンション誘致、グリーンツーリズムでの体験ツアーなどの企画を実施した。また、広域観光と国際観光を推進するため、県をはじめ、県内主要観光名所や市内事業所と連携を図りながら、関東圏でのPRや台湾での効果的な広報活動を行った。

具体的には、次の取組を実施した。

- ・市民交流を推進するためのコンベンション誘致研修会を開催し、課題等をコンベンション施設や旅館関係者などと協議することで共通認識を深めた。
- ・コンベンション開催に対する支援を充実させ、新たなパンフレットを作製し、関西の大学や過去実績のある団体に市のPRを行うなど、本市への誘致に努め、成果を上げた。
- ・愛知県安城市などの交流都市と市民交流を進め、相互に支援する体制を確立したことにより、各種団体の交流が促進されている。また、市民交流を深めることで、交流都市を中心にその近郊地域にも幅広く情報を発信することになり、交流都市が情報発信の拠点としても機能しはじめた。
- ・コシヒカリオーナーやチューリップファン倶楽部の体験ツアーや富山帰農塾を実施するなど、グリーンツーリズムを推進し、農業体験を通じた散居村の文化や魅力の発信により、都市住民との交流を促進した。
- ・広域観光としては、積極的なPRの結果、大手旅行会社等において金沢と砺波をめぐる広域での旅行商品が造成されたほか、飛越能や県西部地区などにおいては、ハイウェイキャンペーンや富山ウエストなどの旅行冊子で周遊コースを提案するなど、広域連携により、観光の促進に努めた。
- ・外国人の誘致では、立山黒部アルペンルートとの連携を深め、パンフレットやPRチラシの双方での配置を行っているほか、県とも連携し、海外でのPRを効果的に実施している。中でも、台湾での誘客に力を入れ、本市への送客が期待される現地旅行代理店や行政機関に対しての営業活動、台湾百貨店での観光PRなど、積極的な誘客キャンペーンを実施した。
- ・市観光パンフレットや市の魅力PR映像の外国語版の制作、市公式ホームページに翻訳機能を持たせるなど、インバウンド対策や市内におけるWi-Fi環境の整備を促進した。チューリップ四季彩館では、中国人観光客の利便性を高めるため「銀聯(ぎんれん)カード」にも対応するなど、国際観光を推進した。



安城市との市民交流



台湾百貨店での  
観光PR

※インバウンド:インバウンドツーリズム【inbound tourism】の略 外国人の訪日旅行

※銀聯カード:主に中国で普及している加盟店での決済などに利用できるカード

## <受け入れ体制の充実>

北陸新幹線の開業を受け、交通アクセスの向上と道の駅の機能の向上、観光案内所や観光ボランティアの充実を図り、受け入れ体制の充実を図った。また、観光推進市民大会を開催するなど、住民が地域に愛着や誇りを持って観光客をお迎えするまちづくりを推進した。

具体的には、次の取組を実施した。

- ・城端線沿線市と連携し、城端線の増便施行を行うほか、ＪＲ砺波駅に観光案内所を開設、大型コインロッカーの設置やＪＲ砺波駅コミュニティープラザでの観光案内と特産品等の販売機能の拡充など、利用者の利便性を高めた。
- ・道の駅砺波の周辺整備として、伝統家屋「アズマダチ」をイメージした平屋造りの直売所「となみ野の郷」をオープンし、特産の「たまねぎ」をはじめ農産物、切り花、大門素麺や庄川ゆずを使った加工品などを取り扱っているほか、地場産食材を使ったレストラン「砺波そだち」を併設するなど、道の駅砺波の周辺に観光案内拠点としての機能を充実・集約させた。
- ・砺波インターチェンジ交差点のインタービジョンでの広告宣伝のほか、散居村展望施設や出町子供歌舞伎曳山会館等に誘導する案内看板、北陸自動車道沿道の歓迎看板などの設置を行った。また、高岡砺波スマートインターチェンジの開設に伴う案内看板を充実させるなど交通アクセスの向上に努めた。
- ・観光ボランティアの資質の向上やその参加者の増加を推進するなど、おもてなし環境の充実を図った。
- ・観光推進市民大会を開催し、観光の重要性の啓発や、実践発表、食文化や「となみブランド」の啓発を行い、観光に関する市民啓発と観光客をお迎えするまちづくりの機運を高めた。



コミュニティープラザ



となみ野の郷



観光ボランティア  
となみ野ガイド

### <情報発信の充実>

アンケートの実施による旅行者ニーズの収集に努めたほか、来訪者による交流と発信を促進した。また、メディア、ICT技術を活用し、観光情報の発信に努めた。

具体的には、次の取組を実施した。

- ・となみチューリップフェアや頼成の森花しょうぶ祭り、カンナフェス、夢の平コスモスウォッチングなど市内各種イベントでアンケートを実施し、旅行者ニーズの把握に努め、効果的なキャンペーン活動につなげたほか、東京のいきいき富山館や名古屋ドーム、市外の物産展に特産品販売の促進支援を行い、特産品のPRはもとより、直に消費者のニーズが特産品販売関係者に伝わるよう支援した。
- ・道の駅砺波や道の駅庄川、ＪＲ砺波駅の観光案内所において、県内外の情報を発信し、案内情報の充実とイベント間の連携を強化した。
- ・市の観光パンフレットを刷新し、首都圏の女性をターゲットとしたものや、表紙にインパクトのあるものなど、手にとって見てもらえるよう工夫を凝らした。また、インターネット上でも閲覧できるよう利用者の利便性を高めた。
- ・砺波観光サイト「砺波旅」を開設し、市の観光情報の発信の充実を図ったほか、砺



観光パンフレット

波の魅力映像やフォトライブラリーでの画像の配信など、情報発信を充実させている。

- ・本市の魅力PR映像「散りばめられた四季」を制作し、市内外に向けて散居景観や豊かな自然、住みよい生活環境などを積極的にPRした。
- ・北陸新幹線開業に向けて、北陸デスティネーションキャンペーンとして、全国から参加した旅行会社やJRの旅行商品の企画担当者に対して観光素材のPRを実施したほか、首都圏での百貨店の物産展や県西部6市と連携した首都圏での観光PRを実施し、積極的なプロモーションを実施した。



首都圏での物産展

### (3) 観光客入込数

砺波市の平成26年の観光入込客数は、イベントでは、平成21年から約16パーセント増の80万人と大きく伸びている。一方、観光施設等では、約4パーセント増の98万人にとどまっているものの、合計では、約9パーセント増の178万人となり、平成27年の目標値180万人に向けて概ね順調に推移している。

砺波チューリップ公園や庄川峡を中心とした年間を通しての賑わいの創出のほか、となみ野の郷や農家レストラン大門、出町子供歌舞伎曳山会館などの新たな食や文化の魅力の発信、中京圏等との市民交流の促進や首都圏での積極的な観光PR、海外でのトップセールスによる外国人観光客の誘致など、様々な施策の効果が観光入込客数の増加につながっているものと考えられる。

### (4) 主な項目別目標値の推移

観光入込客数以外の主な項目の目標値においては、観光ボランティア数やコンベンション延べ宿泊者数など既に目標値に到達しているものがある一方で、チューリップ球根栽培面積など、減少した項目もあり、今後の観光振興における課題となっている。

#### 観光客入込客数

	平成21年	平成26年	平成27年 目標値
イベント	69万人	80万人(116%)	76万人(110%)
観光施設等	94万人	98万人(104%)	104万人(110%)
合計	163万人	178万人(109%)	180万人(110%)

#### 主な項目別目標値

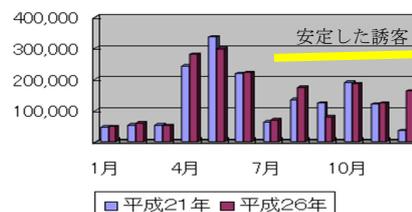
	平成21年	平成26年	平成27年 目標値
観光ボランティア数	64人	129人(201%)	80人(125%)
コンベンション延べ宿泊者数	1,210人	3,286人(272%)	2,000人(165%)
となみチューリップフェア満足度	86%	89.8%(104%)	90%(105%)
チューリップ球根栽培面積	28.1ha	24.7ha(88%)	35.0ha(125%)
北陸自動車道砺波IC 出入交通量	2,461,730台	2,538,500台(103%)	2,708,000台(110%)

### 3 砺波市観光の課題

#### (1) 通年型・滞在型観光のさらなる推進

年間を通しての誘客を推進してきた結果、夏から冬にかけては安定した誘客となってきたものの、1月から3月にかけては、まだまだ成果が十分とはいえない。今後、年間を通しての誘客をさらに進め、また、経済効果の高い宿泊を伴う旅行者の誘致を推進するためにも、着地型観光の旅行商品の開発や文化・スポーツ・農業など幅広い市民交流による「通年型・滞在型観光」のさらなる推進が求められている。

観光入込の年間分布



#### (2) 砺波ならではの魅力を生かした交流・定住人口の拡大

屋敷林(カイニョ)や伝統的家屋などの散居景観の保全とともに、伝統的家屋の利活用や市民交流を推進することにより、砺波ならではの魅力ある資源を生かし、交流・定住人口の拡大につなげることが求められている。

#### (3) 積極的なチューリップ産業の振興

チューリップフェアは、国内外から毎年30万人が訪れ、砺波市の球根出荷量は日本一を誇るが、オランダ産の球根との価格競争や生産者の高齢化などにより生産量は減少している。

このようなことから新たな生産者の確保とともに、生産性の向上や海外等への新たな販路開拓、切花生産の拡大を推進するなど、積極的なチューリップ産業の振興が求められている。

チューリップの生産者数と単価

年度	砺波市 生産者数	県産単価 (円/球)	輸入単価 (円/球)	県産出荷球 (千球)	輸入球 (千球)
H8	100	22.6	20.3	57,177	202,000
H9	95	21.8	17.9	55,312	218,000
H24	37	17.7	9.3	19,451	164,000
H25	38	18.1	12.6	19,843	144,000
H26	31	17.6	13.1	18,870	136,000

出典：富山県花卉球根農業協同組合

#### (4) 強みを生かした広域観光

北陸新幹線や高速道路など発達した高速交通網の強みを生かすとともに、二次交通の充実や利便性の向上などでさらに磨きをかける必要がある。また、近隣観光地との周遊性の強化や連携したPRを実施するなど、交通結節点(ハブ)としての機能を生かした広域観光の推進が求められている。

#### (5) 国際観光のさらなる推進

2020年東京オリンピック・パラリンピックの開催を控える中、ここ数年においてビザ発給要件緩和策が相次いだタイやマレーシアなどの東南アジアからの訪日外国人旅行者が急増しており、今後さらに増加すると予想されている。これら外

国人旅行者の誘致や受入れ環境の整備を促進し、国際観光をさらに推進する必要がある。

#### (6) 市民意識の醸成

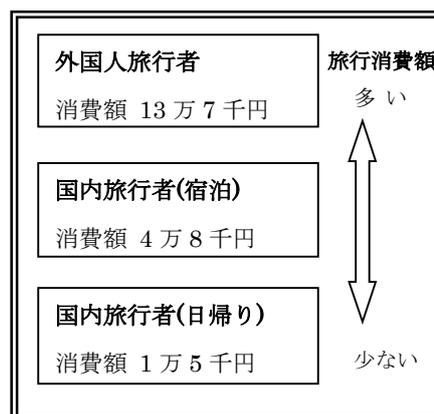
観光振興は活力ある地域社会の形成につながり、市民が主体的に取り組む必要があることが関係者を中心に徐々に浸透し、変わりはじめてきたものの、全体としては、観光の意義や必要性を普段の生活からあまり感じることはなく、まだまだ意識改革が必要である。地域への愛着や誇りをさらに高め、おもてなしの心をもっと育むことや、観光振興の取組への参画による当事者意識の醸成を図ることが求められている。

#### (7) 積極的な情報発信

趣味の多様性や時代の移り変わりにより、旅行者のニーズや動向は常に変動している。このため、変化に迅速に対応し、効率的に誘客を図り、戦略的な市場開拓を実施するとともに、となみに「人を呼び込む」、リピーターとして「呼び戻す」ための質の高いプロモーション活動などの積極的な情報発信を展開していく必要がある。

#### (8) 経済効果の向上

観光での地産地消を推進し、市内の経済循環による観光消費を促進させるとともに、消費額の多い全国からの宿泊を伴う旅行者や外国人旅行者の誘致を推進することで、観光振興による交流人口の拡大の経済効果をさらに高めることが求められている。



参考：国土交通省観光庁

# 第3章

～砺波市観光の基本的方向～

# 第3章 砺波市観光の基本的方向

「第2次砺波市観光振興戦略プラン」

## 1 基本テーマ

近年の環境の変化や市場の動向、観光振興に期待される役割を踏まえ、「第2次砺波市観光振興戦略プラン」の基本テーマを次のとおり設定した。

### 「本物を魅せる となみ」

～散居村と花、庄川を生かす～

市民が地域に愛着や誇りを持って観光客をお迎えするまちづくり

解説：ほかにはない砺波ならではの魅力「散居村」や「チューリップ」、「庄川」などのブランド力をさらに高め、生かすことで、本物志向の観光客を魅了する街「本物を魅せるとなみ」として、市民が地域に愛着や誇りを持って観光客をお迎えするまちづくりを推進する。

## 2 基本方針

砺波ならではの魅力ある観光資源をさらに磨き上げ、市民が地域に愛着や誇りを持って観光客をお迎えするまちづくりを推進させることで、交流人口の拡大に結びつけ、となみに「人を呼び込む」・リピーターとして「呼び戻す」活力あるまちづくりを進める。

## 3 目標

観光入込客数（H32） 196万人（10%増）

北陸新幹線の開業効果等を深化させ、増加が予想される外国人観光客を的確に取り込み、観光振興による交流人口の拡大を図り、「となみ創生」の実現を目指すこととし、目標値を10%増の196万人に設定した。

### 【観光入込客数内訳】

項目	平成26年	平成32年
イベント	79万人	88万人
観光施設等	98万人	108万人
計	178万人	196万人

また、本プランの推進による効果等を検証するため、観光入込客数以外の項目についても目標を設定した。

## 【主な項目別目標値】

項 目	平成 26 年	平成 32 年
となみチューリップフェア入場者数	285,000 人	300,000 人(105%)
うち外国人入場者数	3,000 人	15,000 人(500%)
砺波チューリップ公園利用者数	110,000 人	121,000 人(110%)
チューリップ球根出荷量	621.5 万球	680 万球(109%)
チューリップ切花出荷量	70 万本	100 万本(143%)
散居景観モデル事業自治会等数	4 団体	24 団体(600%)
散居景観保全事業協定地域数	123 件	127 件(103%)
夢の平レクリエーション地帯入込み客数	47,900 人	52,600 人(110%)
チューリップ四季彩館入場者数	41,000 人	50,000 人(122%)
うち外国人入場者数	3,400 人	5,000 人(147%)
ホテル・旅館等宿泊者数	187,000 人	206,000 人(110%)
うち外国人延べ宿泊者数	29,800 人	45,000 人(151%)
庄川峡遊覧船乗客数	63,700 人	76,000 人(119%)
うち短時間遊覧外国人乗客数	6,400 人	10,000 人(156%)
観光ホームページへのアクセス件数	997,000 回	1,050,000 回(105%)
観光・防災Wi-Fiステーション設置数	41 箇所	58 箇所(141%)
ふるさと「となみ」探訪事業実施回数	8 回	16 回(200%)
高速道路等各IC出入数	2,540,000 台	2,667,000 台(105%)
再来訪意向（大変そう思う・そう思う）	－%	50%(－%)
市内観光者の満足度（大変満足・満足）	－%	85%(－%)

## 4 ターゲット

本プランの効率を高めるため、次のとおりターゲットを設定した。

項 目	着地型観光	市民交流	国際観光
1 エリア	関東圏	中京圏	東アジア 東南アジア
2 種 別	60代 女性	子供・学生 文化協会、体育協会等	個人旅行者

## 5 施策の方向と重点的に取り組むべき事項

### (1) 特色・強みを生かした観光の推進

砺波ならではの魅力ある「散居村」や「チューリップ」、「庄川」などの観光資源をさらに質の高いものとしてブランド力を高め、世界に誇る観光資源として「本物を魅せる」取組を行うほか、地域に根ざしたコミュニティー観光を促進し、「通年型・滞在型観光」を推進するために、砺波ならではの魅力ある資源を生かした旅行商品の開発等を促進する。

また、北陸新幹線や高速道路など発達した高速交通網を生かし、近隣観光地との周遊性の強化や連携を深め、「広域観光」を推進するほか、二次交通の充実や利便性の向上で、さらなる交流人口の増加を図る。

### (2) 散居村の保全と活用

歴史文化資産である散居村を将来に引き継ぐべき大切な資産として保全するとともに、散居村をはじめ地域の歴史的文化的観光資源の魅力を発掘し、さらに磨き上げ、その魅力を市内外へ広く発信する。

また、伝統的家屋の交流施設や体験施設、レストランなどによる利活用を進め、旅行商品の開発などを推進することで交流・定住人口の拡大につなげる。

### (3) となみチューリップフェアの充実とチューリップ産業の振興

となみチューリップフェアの充実とチューリップ産業の振興を一体的に推進し、砺波のチューリップブランドを確固たるものにするとともに、球根ネット栽培機械の導入による生産性の向上や海外等への新たな販路開拓、切花生産の拡大など、積極的にチューリップ産業の振興を図る。

また、砺波チューリップ公園の再整備や四季彩館の展示リニューアルによって誘客を促進させるほか、チューリップ朝市やキラキラミッションを開催し、年間を通じた賑わいを創出する。

### (4) 外国人観光客のさらなる誘致と受け入れ環境の整備

台湾など東アジアのほか、近年、急増している東南アジアを中心とした外国人観光客の誘致を、増加傾向にある個人旅行者をターゲットとしながら進める。

また、チューリップを海外で咲かせるなど、独自の施策で台湾とのつながりを強化し、販路開拓につなげながら、県や立山黒部アルペンルートなどと連携を図り、広域観光での誘客を推進する。



咲き誇るチューリップ

※コミュニティー観光：  
地域振興や地域活性化を目的として、くらしに根付いた地域資源を活用し、住民が主体となって取り組み、作り上げる地元密着型観光



夕焼けに染まる散居村



球根ネット栽培機械の導入



外国人観光客の人気スポット  
冬の庄川遊覧船

また、サインやパンフレット、ホームページ等の外国語対応や観光ボランティアによる案内の充実、ピクトグラム(絵文字)による表記などの導入など、外国人観光客を受け入れるための整備を推進する。

#### (5)市民意識の醸成

観光は、観光事業者や行政だけではなく、地域の一体となった取組が必要であり、市民一丸となった観光振興を推進する必要がある。そのため、イベントや各種事業への参画を促し、市民一人ひとりが観光の担い手であるという意識を高めるほか、ふるさと学習や球根の植え込み体験などの活動を推進し、地域への愛着や誇りを育む。



球根の植え込み体験

#### (6)経済効果の向上

となみスイーツや庄川おんせん野菜など、地域資源を活用した「となみブランド」等の商品開発や販路開拓を支援するほか、農業や伝統産業との連携を図ることで、観光での地産地消を推進し、市内の経済循環による観光消費を促進させる。



庄川おんせん野菜

また、富山県のDMOとの連携を推進するほか、アンケートの実施など、実効性の高い市場調査や分析を行うとともに、その分析結果を重点的に取り組むべき事項の推進に生かしながら、観光資源の質の向上と観光商品の開発やプロモーション活動を図る。さらに、消費額の多い全国からの宿泊を伴う観光客や外国人観光客の誘致につなげ、リピーターの確保を推進し、経済効果の向上を目指す。

※富山県のDMO：DMOとは  
(Destination Marketing Organization)の略。

富山県観光連盟の機能が強化され、観光統計や旅行者データを活用したマーケティング、観光素材の発掘、商品化に関わる関係者との調整などの機能を有する県の観光地域づくりの中核を担う組織。

# 第4章

～観光振興の施策～

# 第4章 観光振興の施策

「第2次砺波市観光振興戦略プラン」

## <戦略の体系>

観光振興を推進するために、基本的方向で掲げた、基本テーマ、基本方針に基づき、重点的に取り組むべき事項を施策に反映させる。

基本戦略として、5つの体系的な観光振興の施策「観光資源の魅力創出」「文化や情報の交流促進」「広域観光と国際観光の推進」「受け入れ体制の充実」「情報発信の充実」、それぞれを相互の連携を図りながら推進する。

## 基本テーマ

### 「本物を魅せる となみ」

～散居村と花、庄川を生かす～

市民が地域に愛着や誇りを持って観光客をお迎えするまちづくり

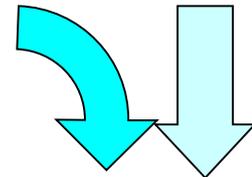
## 基本方針

砺波ならではの魅力ある観光資源をさらに磨き上げ、市民が地域に愛着や誇りを持って観光客をお迎えするまちづくりを推進させることで、交流人口の拡大に結びつけ、となみに「人を呼び込む」・リピーターとして「呼び戻す」活力あるまちづくりを進める。

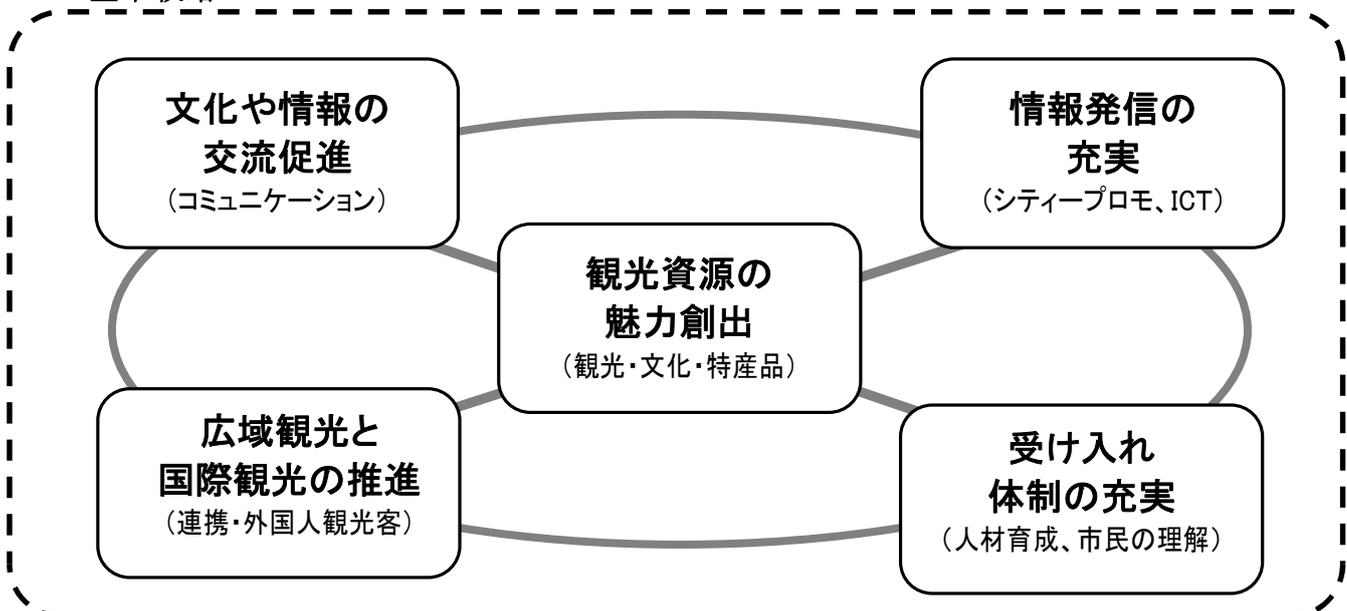
## 重点的に取り組むべき事項

- (1)特色・強みを生かした観光の推進
- (2)散居村の保全と活用
- (3)となみチューリップフェアの充実とチューリップ産業の振興
- (4)外国人観光客のさらなる誘致と受け入れ環境の整備
- (5)市民意識の醸成
- (6)経済効果の向上

施策に反映



## 基本戦略



## <観光振興の施策>

観光資源の 魅力創出	<ul style="list-style-type: none"><li>・散居村の魅力創出</li><li>・観光資源の充実</li><li>・四季を通じた賑わいの創出</li><li>・歴史文化を生かす</li></ul>
文化や情報の 交流促進	<ul style="list-style-type: none"><li>・市民交流やコンベンションの誘致</li><li>・交流事業の企画及び拡充</li></ul>
広域観光と 国際観光の推進	<ul style="list-style-type: none"><li>・広域観光の推進</li><li>・国際観光の推進</li></ul>
受け入れ 体制の充実	<ul style="list-style-type: none"><li>・利便性の向上</li><li>・おもてなし環境の向上</li></ul>
情報発信の 充実	<ul style="list-style-type: none"><li>・シティープロモーションの推進</li><li>・メディア及びICT技術の活用</li><li>・旅行者ニーズの把握及びマーケティング情報収集</li><li>・市民及び来訪者による交流と発進</li></ul>

### 1 観光資源の魅力創出

#### (1) 散居村の魅力創出

##### ・散居景観の保全と空き家等の利活用

屋敷林や伝統的家屋の維持管理を支援し、保全に対する意識を啓発しながら、佐々木邸を活用した大学ゼミの誘致のほか、体験宿泊型の農業施設や農家レストラン大門などの新たな用途の拡大に努め、地域コミュニティと一体となった散居景観の保全と空き家の利活用を推進する。

また、散居村を体験できるツアーの実施や新たな旅行商品の開発を行い、散居村の魅力を様々な形で創出する。

##### ・散居村展望施設等の活用と周辺整備

散居村展望施設やコスモス荘を中心とする夢の平レクリエーション施設と庄川水記念公園や庄川峡遊覧船をはじめとする庄川峡などの観光資源、各種イベント間の連携を図り観光客の周遊性を高める。また、夢の平スキー場へのシバザクラの植え込みやリフトの整備、案内看板の充実など、魅力の創出や利便性を高めるための整備を行う。

#### (2) 四季を通じた賑わいの創出

##### ・花を核としたまちづくりの推進と花イベントの充実

チューリップや桜、スイセン、花しょうぶ、カンナ、コスモスなど四季折々の花を活用したイベントを充実し、「花のまち となみ」にふさわしい観光まちづくりを推進する。

##### ・砺波チューリップ公園の魅力向上

展示をリニューアルしたチューリップ四季彩館による新たな魅力の発信に加え、チューリップ朝市やKIRAKIRAミッションなどによる年間を通じた賑わいの創出、砺波チューリップ公園の再整備により北門やタワーなどの改修工事を行い、さらなる公園の魅力向上につなげる。

#### ・健康ブームへの対応

豊富な自然や歴史・文化資源等を活用し、ウォーキングやサイクリング、パットゴルフ、パークゴルフなど、生涯スポーツを楽しめる健康づくり機能を充実させるほか、庄川健康福祉施設(仮称)を整備し、温泉が楽しめる機能を充実させ、通年利用の推進と健康をテーマとする賑わいを創出する。

#### ・産業観光の推進

若鶴大正蔵や北陸コカ・コーラプロダクツ株式会社砺波工場、御菓蔵などの施設や工場の見学を新たな観光需要の創出につなげるため、民間企業と連携を図りながら産業観光の魅力を発信する。また、受け入れ企業の掘り起こしに努め、県の事業を活用しながら環境整備を推進し、産業と観光を連携させた賑わいを創出する。

#### ・リピーター獲得のための環境整備と案内充実

イベント等で訪れた観光客に四季折々の本市の魅力を伝え、他の季節での再来訪を促し誘客につなげる。また、誘客のターゲットとなる様々な地域で知名度や再来訪についてのアンケートを実施し、その分析を行うほか、各種イベントや施策に反映させることで、本市への誘客につなげる。

### (3) 観光資源の充実

---

#### ・となみチューリップフェアの充実とチューリップ産業の振興との一体的な取組

歓迎花プランターの製作や協賛による展示企画などでの市民参画を促進するとともに、球根生産圃場や生産者を紹介し、球根などの販売を促進するなど、市民参加型で、産業とも連携したチューリップフェアの充実を図る。

また、農業法人や花卉球根組合等との連携により、球根ネット栽培機械の導入による生産性の向上や海外等への販路開拓のほか、切花出荷の拡大を推進するなど、新たな切り口でのチューリップ産業の振興を図る。

#### ・特産品の商品開発と6次産業化への取組支援

となみブランド認定品であるチューリップや大門素麺、雪たまねぎなど、市を代表する特産品の商品開発や販路拡大を支援するほか、「となみらいブランド」として新たなブランド認定品創出に向けた取組を支援する。また、地域資源を有効に活用し、生産から加工・販売までの6次産業化や農商工連携の取組を支援することで、観光消費での地産地消等を促進させ、地域経済の活性化につなげる。

#### ・となみブランドの後継者育成

となみブランドのうち、希少な伝統的技術・技法を伝承する取組を支援する。これにより希少な伝統的技術・技法を継承する人材の育成・確保と自立・定住を促し、地場産業の活性化を図る。

#### ・庄川峡の豊かな資源を生かした魅力ある地域づくり

庄川温泉郷や庄川峡遊覧船、庄川水記念公園、「桜」、「鮎」、「庄川おんせん野菜」など魅力ある資源を生かし、イベントの開催や宿泊を伴う旅行商品の開発を行う。また、近年増加する外国人観光客のニーズを調査・分析し、誘客を推進するとともに、受け入れ環境の整備を行う。

#### (4) 歴史・文化を生かす

##### ・歴史的・文化的資源の観光への活用

国指定史跡 増山城跡をはじめ、千光寺や小牧ダム、埋蔵文化財センターしるし、砺波民具展示室など、市内に多く点在する歴史的・文化的資源の情報をデジタルミュージアム「砺波正倉」などで発信するとともに、魅力的な歴史や文化の観光への活用を図る。

##### ・出町子供歌舞伎の振興とPR

砺波市出町子供歌舞伎曳山会館を活用し、伝統文化の保存と振興を図りながら、その魅力を発信し誘客に努める。また、稽古風景を披露する等、切り口を変えたPRを推進し、ホームページ等での情報発信や旅行商品の開発を行い、国内外からの誘客につなげる。

##### ・夜高行燈の広域連携と受け入れ体制の整備

市外の関係機関とも連携し、効率的で広域的なPRを進める。また、旅行商品等の開発をさらに推進する。

##### ・獅子舞等の地域間連携と保存

獅子舞や太鼓、民謡などの伝統芸能において、それぞれの分野での地域間の連携やイベント情報の共有を図り、イベントへの団体の参加を促進することで活性化を促し、伝統文化の保存につなげる。また、情報をホームページやSNS等に掲載し国内外にPRする。

## 2 文化や情報の交流促進

### (1) 市民交流やコンベンションの誘致

#### ・市民交流の推進

施設や団体、観光関係者等による市民交流を推進する会議をとおして連携を深めながら、合宿や研修会、交流会の開催等、コンベンションの誘致に努める。

#### ・コンベンション参加者に対する観光宣伝活動の推進

コンベンション参加者に対して観光パンフ等を提供し、イベントや観光施設への誘客増大を図る。

#### ・コンベンションの誘致及び開催支援

大会やイベント、学会、会議、修学旅行、合宿、スポーツ競技会等のコンベンションを対象に主催する団体に対して支援を行い誘致につなげる。

### (2) 交流事業の企画及び拡充

#### ・各種団体等による交流事業の創出及び拡充

各種団体等で新たな交流事業の創出を図り、交流事業の拡充を推進する。また、姉妹友好都市やフラワー交流都市との相互交流を深めるとともに、中京・関東圏との都市交流を進める。

#### ・グリーンツーリズムの推進

砺波の自然と花にふれあうフラワー体験ツアーや農業体験を実施するほか、都市住民を対象に行う農業と散居村の暮らしを体験する「砺波塾」などの企画を支

援する。また、自然と農業体験を生かした旅行商品の開発を行い、グリーンツーリズムを推進する。

### 3 広域観光と国際観光の推進

#### (1) 広域観光の推進

##### ・広域連携の推進

県西部や飛越能などの広域的な観光圏において他市との連携を図り、観光コースや旅行商品を造成することにより、広域での周遊性を高め、誘客を促進させる。また、首都圏等において連携してPRすることにより、誘客の効果を高める。

##### ・観光に関係する者の連携強化

市内の施設や事業者、飲食店、民間団体など、様々な分野での観光に関係する者の共通認識の場をつくり、観光案内などのサービスの向上を図るほか、施設間での割引サービスなどの取組が拡大することを推進する。また、大型商業施設との地域貢献連携協定に基づき、大型商業施設での観光情報の発信に努め、来客者の市内での周遊性を高める。

##### ・近隣市の主要な観光地と組み合わせたPRの推進

本市と周辺他市の観光パンフレットに、相互の主要な観光地も合せて掲載し、PRすることで、広域的な魅力による誘客を図る。

#### (2) 国際観光の推進

##### ・外国人観光客の誘致と受け入れ体制の整備促進

台湾など東アジアからの誘客のほか、近年、急増している東南アジアを中心とした外国人観光客の誘致を個人旅行者をターゲットに民間事業者と連携を図りながら推進する。

また、サインやパンフレット、ホームページ等の外国語での対応、絵文字による説明の導入、観光ボランティアの研修の充実により外国人観光客の利便性を高めるなど、受け入れ体制の整備を促進する。

##### ・富山県等と連携した国際観光の推進

富山県や立山黒部アルペンルートなど県を代表する観光資源と連携してPRを行うことで、より効果的な観光客の誘致を行う。

##### ・チューリップ球根の海外販路開拓に合せた誘客促進

チューリップの希少性が高い台湾市場でチューリップ球根の新たな販路を開拓する。あわせて、付加価値のある商品開発や積極的な需要の創出などに取り組みとともに、チューリップの魅力を活用して台湾からの誘客を促進することで、チューリップ球根の販路開拓を観光振興につなげる。

### 4 受け入れ体制の充実

#### (1) 利便性の向上

##### ・二次交通体系の充実

多くの観光客の入り込みが期待される「となみチューリップフェア」に合せた

城端線臨時列車「快速チューリップ号」の継続した運行や砺波と金沢を結ぶバスの利便性の向上について関係機関や交通事業者に働きかけるほか、県や観光事業者との連携を図りながら、観光タクシーやコンベンションタクシー、富山きときと空港からの乗合タクシーなど、二次交通の充実に努める。また、砺波駅とイベント会場を結ぶシャトルバスを運行させるなど、観光客の利便性を高めるほか、二次交通等のあり方や支援について検討していく。

#### ・公共交通による誘客

JR城端線利用者となみチューリップフェアやコスモスウォッチングなどで使用できる割引券を配布することにより、公共交通の利用を促進するほか、観光列車「べるもんだ」において、観光ボランティアの案内やプリンセスチューリップによる観光PRを行う。また、北陸新幹線の停車駅等でお出迎えを兼ねた観光PRを実施することで、誘客につなげる。

### (2) おもてなし環境の向上

#### ・観光ボランティアの育成

観光ボランティアや通訳ガイドの育成を推進し、観光未来創造塾等での研修を実施するなど、さらに案内のレベルアップを図る。また、観光客がニーズに応じて案内を選択できるよう情報発信に努める。

#### ・市民自らがPRする観光

地域やボランティアが取り組んでいる「花のまち となみ」の活動への支援のほか、市民自らがPRし、観光を盛り上げる意識の醸成を図る。

#### ・ふるさと教育の推進

地域の方から学ぶ「ふるさと学習」や伝統・文化・歴史に関する理解を深める『ふるさと「となみ」探訪事業』でのふるさと教育、地域の魅力的な観光資源とふれあいの場をつくる「球根の植え込み・堀取り体験」などの活動を推進し、郷土への誇りや愛着を育む。あわせて、おもてなしや地域の良さをPRできる様な心の情操教育を推進する。

## 5 情報発信の充実

### (1) シティープロモーションの推進

#### ・となみのイメージアップ

首都圏などでメディアや広告を活用して「花のまち となみ」の魅力をPRすることで知名度の向上と誘客につなげるほか、花のイベントなどに参画して、チューリップの魅力を生かしたPRを推進する。

また、市の魅力PR映像やテレビ・ホームページでの情報発信、観光ポスターでのPRなど、様々な媒体で国内外に情報を発信することで誘客につなげ、イメージアップを図るほか、市外からの客観的な視点を取り入れ、本市の素晴らしさを新たな視点から発掘するため、地域おこし協力隊などの活用を検討する。

#### ・映画等のロケーション誘致を通じた魅力の発信

映画等のロケーションを通して本市の魅力を発信するため、県ロケーションオ

フィスとの連携を図りながら、映画やドラマなどのロケ候補地の情報提供を行うほか、ロケ実施についての支援を行う。

## (2) 市民及び来訪者による交流と発信

### ・観光・防災Wi-Fiステーションの拡充

インターネットによる情報の発信や収集を行える観光・防災Wi-Fiステーションを増設し、利便性を高めるとともに、SNS等での発信を促す。

### ・自由に使える観光資源の写真等の提供

自由に使える観光資源の写真等をホームページに掲載し、幅広く情報発信することで、観光PRを推進する。

## (3) メディア及びICT技術の活用

### ・観光サイトの充実

スマートフォンなど様々なメディアのニーズに対応し、効果的に情報を発信できるよう観光サイトを充実させ、利用者の利便性を高めるとともに、知りたい情報を、タイムリーに発信するよう努め、誘客の促進を図る。

### ・市民向け観光情報の充実・強化

市広報やケーブルテレビ等で砺波市の観光資源の魅力を積極的に紹介し、観光資源の保全や地域への愛着と誇りの醸成を図る。

## (4) 旅行者ニーズの把握及びマーケティング情報収集

### ・アンケート調査による旅行者ニーズの把握

観光協会の機能を強化し、富山県のDMO(県観光連盟)と連携・協力し、アンケートなどを実施することで、実効性の高い市場調査や分析を行う。その分析結果を生かし、観光資源の質の向上と観光旅行商品の開発やプロモーション活動、消費額の多い全国からの宿泊を伴う旅行者や外国人旅行者の誘客、リピーターの確保に努め、交流人口の拡大につなげる。

※富山県のDMO：DMOとは

(Destination Marketing Organization)の略。

富山県観光連盟の機能が強化され、観光統計や旅行者データを活用したマーケティング、観光素材の発掘、商品化に関わる関係者との調整などの機能を有する県の観光地域づくりの中核を担う組織。

# 第5章

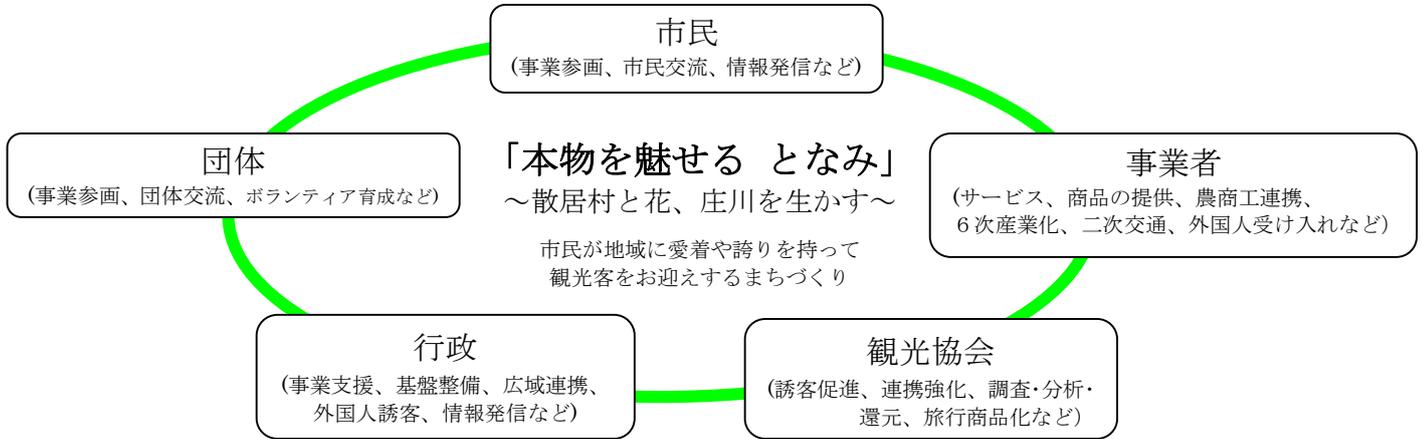
～観光推進体制の確立～

# 第5章 観光推進体制の確立

## 1 プランの推進

### (1) 官民一体となったプランの推進

市民、団体、事業者、観光協会、行政が、現状や課題を共有し、相互に連携、協力し、それぞれの役割を担って、観光推進に向けて取り組む。



※ ( ) 主な役割をキーワードで掲載

### (2) プランのフォローアップ

施策の進捗状況や観光客の動向などを毎年点検するため、砺波市観光振興戦略会議委員及びワーキング専門部会員の主要なメンバーで構成する砺波市観光振興戦略委員会を設置し、施策の進捗状況や観光客の動向を報告するとともに目標の達成状況等の検証を行い、必要に応じてプランの内容を見直す。

## 2 砺波市観光協会の体制強化と機能充実

### (1) 旅行商品の開発

散居村やチューリップなどの地域資源を生かした砺波ならではの旅行商品などの企画開発を行う。

### (2) 富山県のDMOとの連携

富山県のDMO(県観光連盟)と連携し、アンケートを実施するなど、実効性の高い市場調査や分析を行い、観光資源の質の向上と効果的な誘客、リピーターの確保につなげる。

※富山県のDMO：DMOとは(Destination Marketing Organization)の略。  
富山県観光連盟の機能が強化され、観光統計や旅行者データを活用したマーケティング、観光素材の発掘、商品化に関わる関係者との調整などの機能を有する県の観光地域づくりの中核を担う組織。

### (3) 外国人観光客の受け入れ体制強化と機能充実

外国人観光客の実態や動向を把握し、受け入れ体制の推進を図る。

### (4) 相互連携の強化と市民参画の推進

市民、団体、事業所などの連携の強化を図り、観光への参画を推進する。

### (5) 市民交流の支援機能の充実

市民交流の支援機能を充実させ、通年型・滞在型観光交流を推進する。

### (6) 観光事業を充実させる財源の確保

観光事業の充実に必要な財源として、会費や事業収入、補助金を確保する。

# 第6章

～プランの推進スケジュール～

## 第6章 プランの推進スケジュール

大項目	中項目	具体的な施策	主な取組	事業主体	年度					数値目標
					H28	H29	H30	H31	H32	
1 観光資源の 魅力創出	(1) 散居村の 魅力創出	散居景観の保全と 空き家等の利活用	<ul style="list-style-type: none"> <li>・屋敷林や伝統的家屋の維持管理を支援</li> <li>・佐々木邸を活用した体験・交流の促進 (大学ゼミ・合宿など)</li> <li>・空き家の新たな利活用方法の検証 (体験宿泊型農業施設・農家レストランなど)</li> <li>・散居村体験ツアーの実施や旅行商品の企画支援</li> <li>・フォトコンテストの実施など、保全意識の啓発</li> </ul>	土蔵の会 砺波カイニョ倶楽部 空き家再生等推進協議会 各種団体 民間事業者 市花と緑と文化の財団 市観光協会 砺波市		<ul style="list-style-type: none"> <li>●となみ散居村ミュージアム入場者数 【H26】36,100人 → 【H32】39,700人</li> <li>●散居景観モデル事業自治会等数 【H26】4団体 → 【H32】24団体</li> <li>●散居景観保全事業協定地域件数 【H26】123件 → 【H32】127件</li> <li>●空き家情報バンク登録物件数 【H26】21件 → 【H32】45件</li> </ul>				
		散居村展望施設等の 活用と周辺整備	<ul style="list-style-type: none"> <li>・夢の平スキー場にシバザクラを植え込み魅力を創出</li> <li>・表示板の外国語対応</li> <li>・市内地域(庄川～梅檀野)の連携促進とPRの充実</li> </ul>	五谷観光企業組合 施設・イベント関係者 砺波市		<ul style="list-style-type: none"> <li>●夢の平レクリエーション地帯入込み客数 【H26】47,900人 → 【H32】52,600人</li> <li>●夢の平リフト輸送人員 【H26】123,000人 → 【H32】135,000人</li> <li>●地域紹介パンフレット設置数 【H26】-種類 → 【H32】15種類</li> </ul>				
	(2) 四季を通じた 賑わいの創出	花を核としたまちづくり の推進と花イベントの 充実	<ul style="list-style-type: none"> <li>・花のまちづくりの推進 (花街道、地区花壇、街中のプランター配置、など)</li> <li>・四季折々の花イベントの開催</li> <li>・周知活動の充実</li> <li>・外国人観光客の受け入れ環境整備</li> </ul>	民間事業者 五谷観光企業組合 庄川峡観光協同組合 市花と緑と文化の財団 市観光協会 砺波市		<ul style="list-style-type: none"> <li>●各種花イベント入場者数 となみチューリップフェア 【H26】285,000人 → 【H32】300,000人</li> <li>●頼成の森花しょうぶ祭り 【H26】59,000人 → 【H32】64,900人</li> <li>●となみカンナフェスティバル入場者数 【H26】42,000人 → 【H32】46,200人</li> <li>●となみ夢の平コスモスウォッチング 【H26】77,000人 → 【H32】84,700人</li> <li>●庄川峡桜まつり 【H26】35,000人 → 【H32】38,500人</li> <li>●ホテル・旅館等宿泊者数 【H26】187,000人 → 【H32】206,000人</li> <li>●高速道路IC出入り数 【H26】2,540,000台 → 【H32】2,667,000台</li> </ul>				
			砺波チューリップ公園の 魅力向上	<ul style="list-style-type: none"> <li>・展示をリニューアルしたチューリップ四季彩館による新たな魅力の発信</li> <li>・砺波チューリップ公園再整備計画に基づく、北門やタワーなどの改修</li> <li>・砺波チューリップ公園の年間を通じた賑わいの創出 (チューリップ朝市、KIRAKIRAミッション)</li> </ul>	市花と緑と文化の財団 市観光協会 砺波市		<ul style="list-style-type: none"> <li>●砺波チューリップ公園利用者数 【H26】110,000人 → 【H32】121,000人</li> <li>●チューリップ四季彩館入場者数 【H26】41,000人 → 【H32】50,000人</li> <li>●KIRAKIRAミッションの入場者数 【H26】114,000人 → 【H32】125,400人</li> </ul>			
			健康ブームへの対応	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ウォーキング、サイクリングなどによる観光商品の開発</li> <li>・サイクリングステーション機能の充実・啓発</li> <li>・庄川健康福祉施設(仮称)の整備</li> <li>・庄川健康福祉施設(仮称)及び周辺の一体的な管理への検討</li> <li>・パークゴルフやパットゴルフなど生涯スポーツの充実</li> </ul>	庄川峡観光協同組合 市観光協会 砺波市		<ul style="list-style-type: none"> <li>●ウォーキング、サイクリングなどの観光商品数 【H26】0件 → 【H32】3件</li> <li>●レンタサイクル利用実績 【H26】222件 → 【H32】244件</li> <li>●パークゴルフの利用者数 【H26】-人 → 【H32】14,000人</li> </ul>			
			産業観光の推進	<ul style="list-style-type: none"> <li>・産業観光の啓発</li> <li>・企業の掘り起こし</li> <li>・体験(庄川挽物木地、三助焼など)を生かした観光コースの設定</li> <li>・旅行商品の開発</li> </ul>	民間企業 市商工会議所 庄川町商工会 市観光協会 砺波市		<ul style="list-style-type: none"> <li>●産業観光紹介企業数 【H26】3社 → 【H32】4社</li> <li>●北陸コカ・コーラ砺波工場見学者数 【H26】8,700人 → 【H32】12,700人</li> </ul>			
		リピーター獲得のための 環境整備と案内充実	<ul style="list-style-type: none"> <li>・イベント等を通じ、四季を通じた魅力の紹介</li> <li>・アンケートの実施</li> <li>・アンケート分析と改善策の提案</li> </ul>	市観光協会 砺波市		<ul style="list-style-type: none"> <li>●再来訪意向 【H26】-% → 【H32】50%</li> </ul>				

第6章 プランの推進スケジュール

大項目	中項目	具体的な施策	主な取組	事業主体	H28	H29	H30	H31	H32	数値目標	
1 観光資源の 魅力創出	(3) 観光資源の 充実	となみチューリップフェアの充実 とチューリップ産業の振興との 一体的な取組	<ul style="list-style-type: none"> <li>球根販売など地元の製品の活用と市民参画の推進</li> <li>協賛による展示企画の実施</li> <li>外国人対応の充実</li> <li>生産地としての歴史の紹介</li> <li>生産圃場の利用と生産者の紹介</li> <li>チューリップ球根新規生産者への支援 (指導、資材購入)</li> <li>土壌改良に伴う生産性の向上 (土づくり、ウイルス対策)</li> <li>球根ネット栽培機械の導入による生産性の向上</li> <li>台湾など、海外への販路開拓</li> <li>切花出荷の拡大を推進</li> </ul>	生産農家 農業法人 県花卉球根組合 花と緑と文化の財団 市観光協会 砺波市	となみチューリップフェアの充実 (球根販売など地元の製品の活用と市民参画の推進、協賛 による展示企画の実施、外国人対応の充実、歴史の紹介、 生産圃場の利用と生産者の紹介など)					<ul style="list-style-type: none"> <li>●となみチューリップフェア入場者数【再掲】 【H26】285,000人 → 【H32】300,000人</li> <li>●となみチューリップフェア外国人入場者数 【H26】3,000人 → 【H32】15,000人</li> <li>●チューリップ球根出荷量 【H26】621.5万球 → 【H32】680万球</li> <li>●チューリップ切花出荷量 【H26】70万本 → 【H32】100万本</li> </ul>	
		特産品の商品開発と 6次産業化への取組 支援	<ul style="list-style-type: none"> <li>地域資源を活用した新商品開発・販路開拓の支援</li> <li>となみブランドの認定 (新商品開発・販路開拓・チラシ作成等支援)</li> <li>となみらいブランド認定 (新商品開発・チラシ作成等支援)</li> <li>6次産業化・農商工連携の取組支援</li> </ul>	ブランド等認定団体 市商工会議所 庄川町商工会 砺波市	<ul style="list-style-type: none"> <li>特産品等の商品開発</li> <li>ブランド認定・支援</li> <li>6次産業化・農商工連携の支援</li> <li>認定・PR等支援</li> </ul>					<ul style="list-style-type: none"> <li>●地域資源活用事業・農商工連携新商品開発件数 【H26】1件 → 【H32】6件</li> <li>●となみブランド認定数 【H26】15種 → 【H32】18種</li> <li>●となみらいブランド認定数 【H26】-件 → 【H32】5件</li> </ul>	
		となみブランドの 後継者育成	<ul style="list-style-type: none"> <li>現地体験・説明会の開催</li> <li>後継者育成支援の実施</li> </ul>	関係団体 砺波市	<ul style="list-style-type: none"> <li>事前説明</li> <li>現地・体験説明会</li> <li>後継者育成支援</li> </ul>						●となみブランド後継者育成支援 【H26】-人 → 【H32】2人
		庄川峡の豊かな資源を 生かした魅力ある 地域づくり	<ul style="list-style-type: none"> <li>「庄川おんせん野菜」の利活用を進める</li> <li>「庄川峡桜まつり」や「庄川観光祭」、「あゆまつり」など各種イベントの開催</li> <li>庄川峡ポスター作成などの認知度向上の取組</li> <li>外国人対応の検証と受け入れ環境整備</li> <li>「おいしい朝ご飯プロジェクト」など食に関する魅力を創出</li> <li>宿泊を伴う旅行商品の開発</li> </ul>	生産農家 各実行委員会 庄川峡観光協同組合 庄川町商工会 市観光協会 砺波市	<ul style="list-style-type: none"> <li>食に関する魅力の推進</li> <li>各種イベント開催</li> <li>ポスター更新</li> <li>旅行商品の開発</li> <li>認知度の向上</li> <li>外国人対応の検証</li> <li>案内表示やパンフレットの 外国語対応化など</li> <li>宿泊を伴う旅行商品の開発</li> </ul>					<ul style="list-style-type: none"> <li>●庄川温泉郷入込み数 【H26】153,000人 → 【H32】168,000人</li> <li>●庄川峡遊覧船乗客数 【H26】63,700人 → 【H32】76,000人</li> <li>●庄川観光祭入込み数 【H26】59,000人 → 【H32】65,000人</li> </ul>	
	(4) 歴史・文化を 生かす	歴史的・文化的資源 の観光への活用	<ul style="list-style-type: none"> <li>観光パンフレットや観光サイトで紹介</li> <li>周遊する観光ルートを紹介</li> <li>デジタルミュージアムでの情報発信</li> <li>案内看板等の整備</li> <li>旅行商品の開発</li> </ul>	市観光協会 市教育委員会 砺波市	<ul style="list-style-type: none"> <li>観光パンフレットなどでPR</li> <li>観光ルートの紹介</li> <li>デジタルミュージアムでの情報発信</li> <li>案内看板等の整備</li> <li>旅行商品の開発</li> </ul>					<ul style="list-style-type: none"> <li>●観光パンフレットでの掲載 【H26】- → 【H32】充実した掲載</li> <li>●デジタルミュージアムアクセス数 【H26】26,600回 → 【H32】29,000回</li> </ul>	
		出町子供歌舞伎の 振興とPR	<ul style="list-style-type: none"> <li>砺波市出町子供歌舞伎曳山会館を活用した魅力の発信</li> <li>HPや動画配信サイトでの紹介</li> <li>旅行商品の開発</li> </ul>	子供歌舞伎曳山振興会 市商工会議所 市観光協会 砺波市	<ul style="list-style-type: none"> <li>砺波市出町子供歌舞伎曳山会館を活用し魅力の発信</li> <li>動画配信</li> <li>旅行商品の開発</li> </ul>					●出町子供歌舞伎曳山祭入込み数 【H26】12,000人 → 【H32】13,200人	
		夜高行燈の広域連携と 受け入れ体制の整備	<ul style="list-style-type: none"> <li>広域で連携したPR</li> <li>棧敷席の設置</li> <li>旅行商品の開発</li> </ul>	各夜高実行委員会 市商工会議所 庄川町商工会 市観光協会	<ul style="list-style-type: none"> <li>広域で連携したPR</li> <li>棧敷席など受け入れ充実</li> <li>動画配信</li> <li>旅行商品の開発</li> </ul>					<ul style="list-style-type: none"> <li>●となみ夜高まつり入込み数 【H26】28,000人 → 【H32】30,800人</li> <li>●庄川観光祭入込み数 【H26】59,000人 → 【H32】64,900人</li> </ul>	
		獅子舞等の地域間連携と 保存	<ul style="list-style-type: none"> <li>イベント情報の共有化</li> <li>イベントへの団体の参加促進</li> <li>HPやSNSなどでの情報紹介</li> </ul>	各保存会 市商工会議所	<ul style="list-style-type: none"> <li>イベント情報の共有化</li> <li>イベントへの団体の参加促進</li> <li>情報のHPIによる紹介</li> </ul>					●獅子舞稼働数 【H26】62地区 → 【H32】62地区	

## 第6章 プランの推進スケジュール

大項目	中項目	具体的な施策	主な取組	事業主体	H28	H29	H30	H31	H32	数値目標
文化や情報の交流促進	(1) 市民交流やコンベンションの誘致	市民交流の推進	・コンベンション誘致研修会の開催 ・交流都市からの誘客活動	観光施設等 市観光協会 砺波市						●コンベンション誘致研修会の開催数 【H26】1回 → 【H32】2回
		コンベンション参加者に対する観光宣伝活動の推進	・参加者への観光パンフ等の提供	市観光協会 砺波市						●コンベンション開催延べ宿泊者数 【H26】3,300人 → 【H32】3,600人
		コンベンションの誘致及び開催支援	・支援の案内と観光情報の提供の窓口一元化 ・オリンピック・パラリンピック合宿誘致（西部体育センター、バスケット競技） ・コンベンションの開催支援 ・富山県と連携したPR	市観光協会 市教育委員会 砺波市 富山県						●コンベンション開催延べ宿泊者数【再掲】 【H26】3,300人 → 【H32】3,600人
	(2) 交流事業の企画及び拡充	各種団体等による交流事業の創出及び拡充	・新たな交流事業の創出 ・情報の提供 ・交流の促進 (フラワー都市交流、姉妹都市交流、中京・関東圏都市交流など) ・交流の支援	各種団体 市観光協会						●市民交流人口 【H26】174人 → 【H32】200人 ●市民交流支援補助実績 【H26】5件 → 【H32】10件
		グリーンツーリズムの推進	・農業体験事業の企画・運営 ・農業体験をととした交流事業への支援 ・砺波の自然体験を生かした旅行商品の開発	関係団体 農業公社 市観光協会 砺波市						●農業体験等の参加者数 【H26】86名 → 【H32】150名

3 広域観光と国際観光の推進	(1) 広域観光の推進	広域連携の推進	・情報の共有による連携強化 ・広域パンフレット・マップの作成・更新 ・広域での観光コースや旅行商品の造成 ・首都圏等での連携PR ・互いのイベントでの物産展の開催によるPR実施	県西部地区観光協議会 飛越能観光都市懇談会 関係協議会 砺波市 関係市町村						●パンフレット等協力作成数 【H26】9組 → 【H32】11組
		観光に関係する者の連携強化	・共通認識の場として研修会・意見交換会を開催 ・観光案内などのサービス向上 ・連携事業の推進	各種団体 市観光協会 砺波市						●研修会・意見交換会の開催 【H26】-回 → 【H32】2回
		近隣市の主要な観光地と組み合わせたPRの推進	・パンフレットの相互設置 ・パンフレットへの近隣市の主要な観光地の掲載 ・パンフレットへの観光地の相互掲載の推進	市花と緑と文化の財団 市観光協会 砺波市 近隣市						●観光パンフレット等の近隣観光地掲載 【H26】2冊 → 【H32】4冊
	(2) 国際観光の推進	外国人観光客の誘致と受け入れ体制の整備促進	・誘客活動の実施 ・認知度の向上 ・サイン等の整備 ・ホームページ等の外国語対応の推進 ・観光ボランティアの研修充実	市花と緑と文化の財団 市観光協会 砺波市						●庄川峡遊覧船乗客数(短時間遊覧外国人乗客数) 【H26】6,400人 → 【H32】10,000人 ●ホテル・旅館等宿泊者数(外国人延べ宿泊者数) 【H26】29,800人 → 【H32】45,000人
		富山県等と連携した国際観光の推進	・県や立山黒部アルペンルート等と連携したPRの実施	市花と緑と文化の財団 市観光協会 砺波市 富山県						●連携PR回数 【H26】1回 → 【H32】2回
		チューリップ球根の海外販路開拓に合わせた誘客促進	・販路開拓に合わせた台湾からの誘客の促進 ・付加価値のある商品開発 ・積極的な需要の創出	県花弁球根農業協同組合 市花と緑と文化の財団 砺波市 富山県						●チューリップ四季彩館入場者数(外国人入場者数) 【H26】3,400人 → 【H32】5,000人



# 参 考 资 料

第2次 砺波市観光振興戦略プラン策定の経緯

年月日	会議等開催経過	協議内容等
H27.11.13	砺波市観光振興戦略会議設置	
H27.12.1	砺波市観光振興戦略会議(第1回)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・プランの進捗</li> <li>・砺波市観光の基本的方向</li> </ul>
H27.12.24	ワーキング専門部会(第1回)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・基本戦略</li> <li>・観光の課題</li> </ul>
H28.1.14	ワーキング専門部会(第2回)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・プランの基本的方向</li> <li>・重点的に取り組むべき事項</li> </ul>
H28.1.18	砺波市観光振興戦略会議(第2回)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・プラン内容の検討</li> </ul>
H28.2.16	ワーキング専門部会(第3回)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・プランの調査・研究</li> </ul>
H28.2.22	砺波市観光振興戦略会議(第3回)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・プランの素案づくり</li> </ul>
H28.3.31	砺波市観光振興戦略会議の報告	<ul style="list-style-type: none"> <li>・プランの提出</li> </ul>
H28.4.13 ～H28.4.26	パブリックコメントの実施	
H28.4.27	第2次砺波市観光振興戦略プラン策定	

## 砺波市観光振興戦略会議設置要綱

平成27年11月13日

告示第 148 号

### (目的)

第1条 砺波市の観光資源を地域全体で発掘・保全し、磨き上げるとともに、市民が地域に愛着や誇りを持って観光客を迎えられるまちづくりを推進することにより交流・滞在人口の拡大を実現し、「暮らしたい」、「訪れたい」まちづくりを進めるため、砺波市観光振興戦略会議（以下「会議」という。）を設置する。

### (所掌事務)

第2条 会議の所掌事務は、次のとおりとする。

- (1) 観光振興戦略プランの策定に関すること。
- (2) 観光振興戦略プランの具体的な事業実施計画(アクションプラン)の策定に関すること。
- (3) その他前2号の事務に関連し必要な事項に関すること。

### (組織)

第3条 会議は、委員15人以内で組織する。

2 委員は、次に掲げる者のうちから市長が委嘱する。

- (1) 公共団体、観光団体等の職員
- (2) 観光について見識を有する者
- (3) 学識経験を有する者
- (4) その他市長が必要と認める者

### (委員の任期)

第4条 委員の任期は、委嘱の日から平成29年3月31日までとする。補欠の委員も同様とする。

2 委員は、後任の委員が委嘱されるまでその職務を行う。

### (会長及び副会長)

第5条 観光戦略会議に会長及び副会長を置き、委員の互選によって定める。

2 会長は、会議を総理し、会を代表する。

3 副会長は、会長を補佐し、会長に事故あるときは、その職務を代理する。

### (会議)

第6条 会議は、会長が招集し、その議長となる。

2 会長は、必要があると認めるときは、会議に委員以外の者の出席を求めることができる。

### (報告)

第7条 会長は、会議の結果を市長に報告するものとする。

(ワーキング専門部会)

第8条 会長が必要があると認めるときは、ワーキング専門部会（以下「部会」という。）を設けることができる。

2 部会の部会員は、観光団体等の職員のうちから市長が委嘱する。

3 部会は、その部門に属する事項の調査、研究及び審議を行い、その結果を会議に報告するものとする。

(事務局)

第9条 観光振興戦略会議及び部会の庶務は、商工農林部商工観光課において処理する。

(その他)

第10条 この要綱に定めるもののほか、会議の運営に関し必要な事項は、会長が別に定める。

附 則

この告示は、平成27年11月13日から施行する。

観光振興戦略会議委員名簿 (平成27年12月1日現在)

役職	氏名	所属・加盟団体	団体役職
会長	長尾 治明	富山国際大学	教授
副会長	余西 孝之	砺波商工会議所 砺波市観光協会	副会頭 副会長
委員	大井 千津子	砺波市連合婦人会	会長
	黒田 峰子	砺波市飲食店組合	組合長
	坂井 彦就	庄川町商工会	副会長
	高乗 正賢	庄川遊覧船株式会社	取締役支配人
	竹林 順子	砺波市ボランティア連絡協議会	会長
	出村 忍	砺波カイニョ倶楽部	代表幹事
	深松 篤夫	となみ芸術文化友の会	事務局長
	宮永 陽子	砺波ロイヤルホテル	総支配人
	水越 久男	富山県花卉球根農業協同組合	常務理事
	森下 陽介	イオンスタイルとなみ	店長
	横川 茂	となみ野農業協同組合	経済部長

ワーキング専門部会員名簿

役職	氏名	所属・加盟団体	備考
会員	天野 秀春	砺波市飲食店組合青年部	
	石黒 淳一	(公財)砺波市花と緑と文化の財団	
	伊藤 仁嗣	株式会社センチア	
	大浦 信雄	(一社)砺波市観光協会	
	小幡 和彦	砺波商工会議所	
	岡野 智美	Tourism Sales Support	
	河合 要子	ウィズ ケイ	
	川崎 和夫	庄川峡観光協同組合	
	殿村 弘一	北陸コカ・コーラボトリング株式会社	
	中嶋 かおる	有限会社マリー旅行社	
	藤井 徹	となみ野ガイド	
	本江 択	砺波商工会議所青年部	
	水木 智子	となみ元氣道場	
	脇本 恭成	庄川町商工会 青年部	