

第3次砺波市観光振興戦略プランの概要 【計画期間 令和4～8年度】

「本物を魅せる となみ」

～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～

＜重点的に取り組むべき事項＞ を施策に反映

- ① チューリップ公園、水記念公園等を中心とした誘客
- ② 庄川温泉郷、地場産品等の地域資源のブランド力向上
- ③ 情報発信の充実
- ④ 市民意識（シビックプライド）の醸成
- ⑤ 経済効果の向上

ターゲットの設定		
	エリア	種別
国際観光	台湾、東南アジア	個人旅行者
国内旅行	関東、関西、中京	50～60代
マイクロツーリズム	県内、石川県、岐阜県飛騨地域	20～40代
市民交流	中京、北海道	学生、団体、家族

観光振興の施策		具体的な取組（例）
1 観光資源の魅力創出	(1) 四季を通じたにぎわい創出 (2) 散居村の魅力創出 (3) 観光資源の充実 (4) 歴史・文化の活用	・花を活用したイベントの充実 ・砺波チューリップ公園の魅力向上（年間を通じたにぎわいづくり、民間団体が利用しやすい体制づくり） ・庄川水記念公園の再整備（観光や交流、歴史文化の拠点、観光イベントの中心としての再整備） ・となみブランド商品開発、販路拡大支援として、事業者間の結びつき等を後押し
2 国際観光・広域観光とマイクロツーリズムの推進	(1) 国際観光の推進 (2) マイクロツーリズムの推進 (3) 着地型観光の推進 (4) 広域連携の推進	・台湾、東南アジアからの誘客 ・マイクロツーリズム（Web広告、ダイレクトマーケティングの取組への支援） ・宿泊と体験を組み合わせた着地型旅行商品造成への支援
3 交流事業の誘致・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	・教育旅行の誘致 ・友好・交流都市との人の交流、物産交流 ・関東、中京、北海道、北陸新幹線延伸に合わせた関西との交流
4 受入体制の充実	(1) 交通の利便性の向上 (2) おもてなし環境の向上 (3) 人・物のネットワーク強化 (4) ワークেশョンの推進	・二次交通体系（列車、高速バス等）の利便性の維持・向上の働きかけ ・人・物の結びつきによる取組への支援（ホテル・旅館の連携した取組「TONAMI-STAY」等） ・ワーケーションモデルプランの造成、施設改修支援
5 情報活用・発信の充実	(1) 旅行者ニーズの把握及びマーケティング情報の収集・活用 (2) シビックプライドの醸成と市民・来訪者による情報発信の促進 (3) 移住やU・Iターンを見据えたシティプロモーションの推進	・とやま観光推進機構等により収集されたデータの活用（DXの推進） ・市民向け情報発信（SNS、ホームページ、広報誌、ケーブルテレビ、ラジオ等）の充実 ・コロナ禍に対応したPR（SNS、ホームページ等） ・著名人やインフルエンサーの効果的な活用

主な目標（抜粋）			
	実績値【R1】	実績値【R2】	目標値【R8】
・観光客入込数	171万人	86万人	200万人
・となみチューリップフェア入場者数	325,000人	—	300,000人
・ホテル旅館等宿泊者数	210,019人	109,418人	228,000人
・コンベンション宿泊者数	8,156人	416人	10,000人

新たな会議等による施策の具体化とフォローアップ	
(仮称) 観光マーケティング委員会	内容：変化への対応、観光施策の具体化 メンバー：観光振興戦略会議委員等を中心とする。
(仮称) となみブランド認定委員意見交換会	内容：ブランド認知度向上・ブランド商品販売力向上の取組の検討等 メンバー：となみブランド認定委員を中心とする。