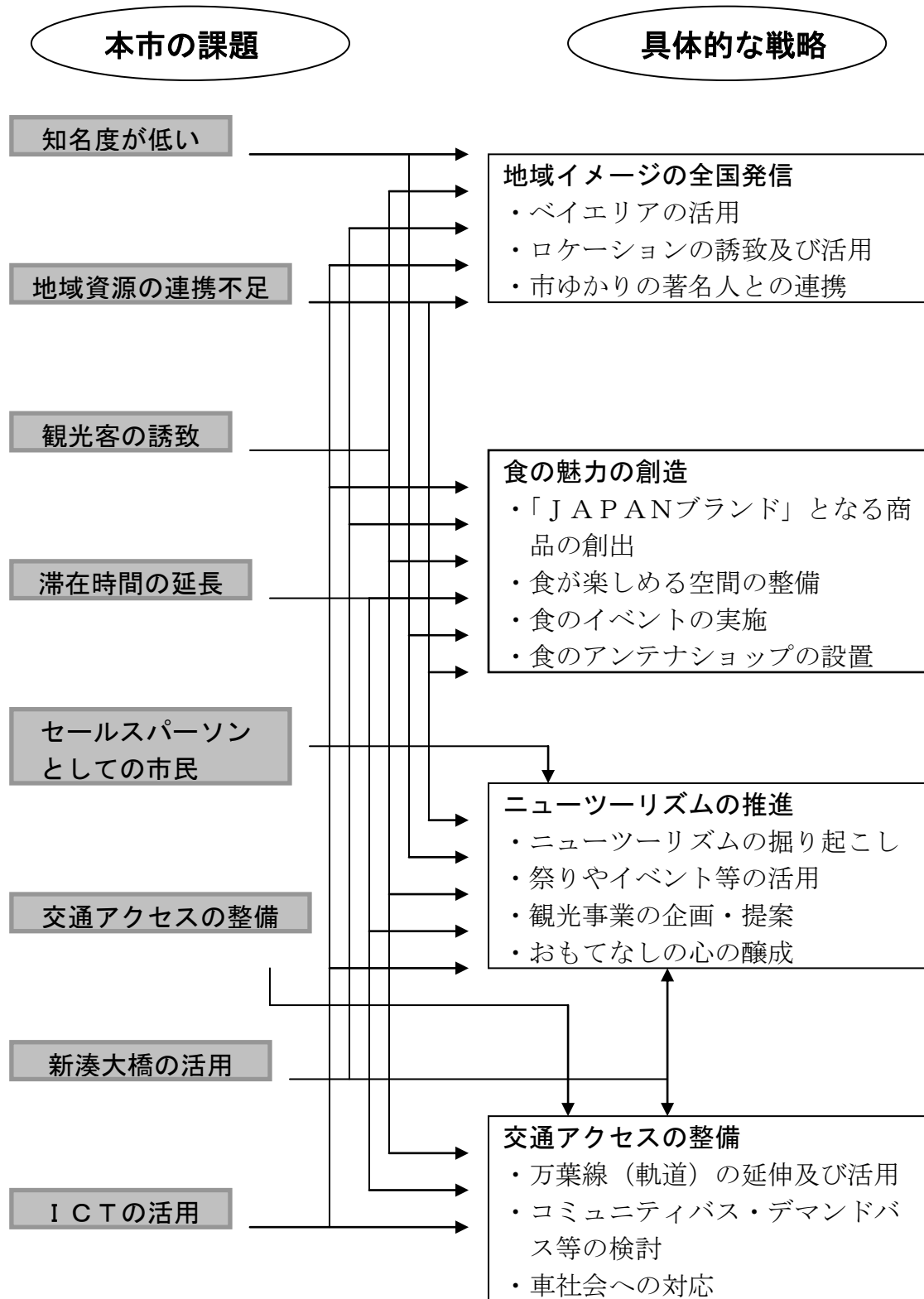


● 本市の課題と具体的な戦略（アクションプラン） 相関図



地域イメージの全国発信

本市沿岸部は水深1,000メートルを超える富山湾に抱かれ、豊富な魚種が水揚げされる新湊漁港や帆船海王丸、海竜マリンパーク等、魅力的で訴求力が強く、本市の地域イメージを牽引する多種多様な資源が数多くあります。平成24年秋には、念願の新湊大橋が開通し、新たな観光スポットとして期待されています。

また、昭和レトロな漁村の雰囲気や漂わせる内川、美しい水郷や田園の風景、宿場町として栄えた旧北陸道等、コンパクトなエリアに魅力が凝縮されています。

このようなエリアの歴史的背景を踏まえて景観を保全し、港町としての魅力を高めながら前面に押し出し、富山湾そして、環日本海交易の中心として、全国に向けて地域イメージを発信します。

また、宿泊・観光集客施設の新設に対し助成するとともに、全国的なイベント等の誘致に努め、ベイエリアの賑わい創出を図ります。

(1) ベイエリア活用例：

- ・内川周辺の景観保全
- ・新湊大橋を活用した全国イベントの定期開催
- ・海竜マリンパーク等を活用したスポーツイベントの誘致
- ・海辺のロケーションを活かした賑わい空間の整備

実施主体				
市民	事業者	関係団体	行政	
○		◎	◎	
NPO法人		観光協会	観光・ブランド課等	
年次計画				
平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度
キャッチコピーの制作、イベント等の誘致				
事業目標	認知度 魅力度 500位以内			

事業目標 魅力度の推移（目標500位内）

平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度
668位	800位	639位	510位

平成23年～内川十楽の市（NPO水辺のまち新湊）

平成24年 新湊大橋開通記念イベント

平成25年 あいの風プロムナード開通記念イベント、1周年記念イベント

平成25年 ぱしふいっくびいなすサンセットディナークルーズ

平成26年 ぱしふいっくびいなすワンナイトクルーズ

平成26年 全国中学校ヨット大会

平成26年 世界で最も美しい湾クラブ 加盟

平成27年 ベイエリアキャッチフレーズ公募・決定

「夢つなぐ きときと射水 ベイエリア」

平成27年 タモリカップ開催

平成 27 年 富山マラソン

平成 27 年 あいの風プロムナード、内川遊歩道が新日本歩く道紀行 100 選(湊の今昔の部 100 選) に選定

(2) ロケーションの誘致及び活用

平成 23 年度に富山県は、映画等の撮影に際しての窓口となるフィルムコミッション※「富山県ロケーションオフィス」を設立するとともに、ロケーション※の誘致、受入態勢の充実を図るための連絡機関「富山県ロケーション誘致促進会議」を設置しました。

本市は、港町や宿場町、里山の風情、四季折々の食の資源等を有していることから、県関連機関と連携を図りながら、映画、テレビ、CM等のロケーションの誘致に努めます。誘致及び放映後、市民が地域の魅力を再認識するとともに、ロケーション箇所や映像イメージ等を活用した情報発信に努めます。

また、アニメーション等の活用について調査・検討します。

近年の映画等の撮影例：

- ・ザ！鉄腕！ダッシュ！（日本テレビ 2011. 5）
- ・にっぽん縦断こころ旅（NHK BSプレミアム 2011. 4）
- ・RAILWAYS 2（映画 2011. 3）
- ・乱反射（映画 2010. 2） 等

実施主体				
市民	事業者	関係団体	行政	
○		◎	◎	
市民		観光協会	観光・ブランド課	
年次計画				
平成 24 年度	平成 25 年度	平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度
撮影素材選定、エキストラの確保、連絡体制強化 →				
事業目標	映画、テレビ、CM等の撮影 年間10回以上			

事業目標 映画、テレビ、CM等の撮影 年間10回以上

これまでの取り組み

映画、ドラマ、テレビ

平成 24 年 脳男、あなたへ 2 回

平成 25 年 NHK ラジオ公開収録（海王丸パーク）、インド映画

平成 26 年 NHK ラジオ公開収録（海老江）

映画「アオハライド」、映画「仮面ライダードライブ」（爆破シーン）、インド映画、タクシードライバーの推理日誌 36（ドラマ）、ぴったんこカン・カン（テレビ）

平成 27 年 お袋もう一杯（テレビ）、大食い選手権（テレビ）、映画「真白の恋」、映画「人生の約束」、月 9 ドラマ「恋仲」、NHK「鶴瓶の家族に乾杯」（11 月 30 日・12 月 7 日）

（上記以外にも小規模ロケ多数有り）

商工会、商工会議所、水辺のまち新湊、観光協会等、富山県ロケーションオフィスと連携し、エキストラ確保に動いている。

(3) 市ゆかりの著名人との連携

本市は、芸能・文化・スポーツ等あらゆるジャンルに多くの著名人を輩出しています。また、ロケーションの誘致等により、多くの芸能人や映像関係者等が訪れると考えられます。これらの方々に「射水市ふるさと大使(仮称)」を依頼し、本市の地域イメージの向上及び情報発信に協力いただくとともに、その情報に共感した新たな本市の応援者の発掘に努めます。

また、その方々を定期的に講師として招へいし、経験や知識等を市民に語りかけてもらうなどして、市民の郷土への愛着並びに誇りを育みます。

実施主体			
市民	事業者	関係団体	行政
◎		◎	◎
市民		観光協会	観光・ブランド課

これまでの取り組み

平成 26 年 立川志の輔師匠を起用した観光ポスターを作成し、県外で展開。

平成 26 年 荒川区の銭湯での展開

平成 27 年 長野電鉄 3 駅での展開 (8 月)

平成 27 年 いみず PR 大使制度 (観光協会)

水越ユカ (ピースボイスエンターテインメント) が就任

(5 月東京都庁富山県 PR ブース参加)

食の魅力の創造

(1) 「JAPANブランド」となる商品の創出

ヨーロッパやアジア圏を中心に、日本の安心で安全な農水産物、寿司や会席料理等の日本独自の食文化が注目されています。このことを背景に、関係団体が中心となり、射水＝〇〇と消費者から認知される食の資源を選び出し、ブラッシュアップ※や組合せにより新たな価値を生み出すとともに、その資源が持つ歴史、文化等の背景もとり込み、グローバルな視点で世界に向け発信します。

そして、事業者は、国・県補助金並びに市補助金等を活用し、その資源を使った新商品や販路開拓等に積極的に取り組み、いわゆる「JAPANブランド」として認められるよう、価値の高い商品を創出し販売します。

ブランド化の例：

水産資源：新湊漁港の強み⇒白エビ、カニ、ゲンゲ等深海魚
魚種が豊富、エビ類の種類が豊富
農林資源：コシヒカリ（越中いみず野米一番）
シロネギ（ねぎたん♪） 等
新たな資源：近大・堀岡トラフグ、きららか梨



資源：白エビ、越中いみず野米一番・・・・・・・・

商品：射水〇〇丼、射水〇〇スイーツ・・・・・・・・

⇒ グローバルな視点で発信

実施主体				
市民	事業者	関係団体	行政	
	◎	◎	○	
	漁業者、農業者 商工業者	漁協、水商連 農協、営農組織	農林水産課 観光・ブランド課	
年次計画				
平成 24 年度	平成 25 年度	平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度
資源の検討	ブラッシュアップ、商品化、PR等 →			
事業目標	産品購入意欲度 150位以内			

事業目標 商品購入意欲度 150位内

平成 24 年度	平成 25 年度	平成 26 年度	平成 27 年度
195位	341位	506位	441位

射水ブランド商品開発補助実績

平成 24 年度 きららか射水

平成 25 年度 いみず丼

平成 27 年度 越のわたりがに

水産資源

平成 17 年～

〃

近畿大学水産研究所富山実験場研究支援補助

いみずマリンバイオテクノロジー研究会補助

平成 20 年～平成 26 年 近大・堀岡トラフグ PR 事業補助
 平成 25 年～平成 26 年 サクラマス養殖事業化試験飼育事業補助
 平成 27 年 トラフグ・サクラマス PR 事業補助

(2) 食が楽しめる空間の整備

商店街の既存店舗等が連携し、水辺の景観や街並み、文化遺産等と融合した食が楽しめる空間の整備・保存に努め、周遊バスや徒歩で回遊できるエリアを創造します。そして、ICTを活用し、観光施設や店舗等の情報を発信するとともにフリーペーパー※を定期的に発行します。

また、官民それぞれの特性を活かしながら、商店街等の空き店舗を活用し、アンテナショップ※やカフェ等の新規出店が行いやすい環境整備に努めます。

食が楽しめる空間例：

- ・下条川鷹寺橋周辺

拠点施設：竹内源造記念館、旧小杉郵便局、小杉展示館、飲食店

街並み：鰻絵看板、旧北陸道

イベント：旧北陸道アート in 小杉、下条川祭り

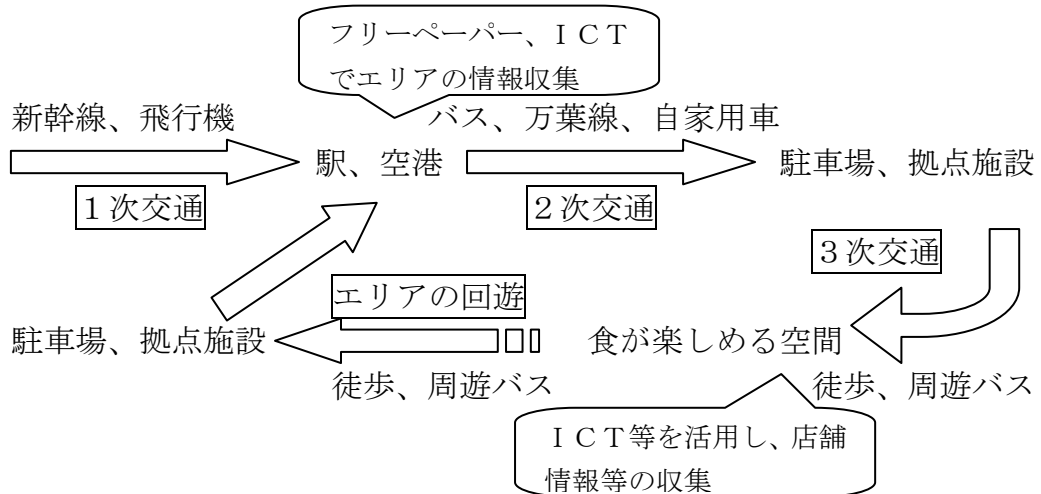
- ・内川周辺

拠点施設：川の駅新湊、新湊漁港、神社仏閣、飲食店

街並み：内川

イベント：新湊曳山祭り、獅子舞まつり、十楽の市

観光客の動線例：



実施主体				
市民	事業者	関係団体	行政	
○	○	◎	○	
市民、NPO法人	商工業者 交通事業者	商工会議所 商工会、商店街	港湾商工課 観光・ブランド課	
年次計画				
平成 24 年度	平成 25 年度	平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度
事業・補助検討	新規店舗の誘致、事業の実施			
事業目標	空き店舗を活用した新規出店者数 5 事業者以上			

事業目標 空き店舗を活用した新規出店者数 5 事業者以上

空き店舗実績なし

平成24年 六角堂オープン

平成27年 新港東部 マリーンカフェサザンオープン

・イベント（荒町商店街・旧北陸道、内川周辺）

旧北陸道アート in 小杉（平成14年～）

（荒町商店街、ユニコネルモンド、鍍絵、竹内源造記念館）

下条川桜まつり（平成26年～）

十楽の市（内川周辺）土蔵・番屋などを活用（平成23年～）

・フリーペーパー

市町村タイアップ事業 平成25年～

富山33の旅冊子（秋 内川周辺、春 下条川周辺）

平成25年・27年 るるぶFREE 秋冬号（内川周辺食イベント）

・獅子舞競演会 平成23年から会場をきつときと市場

・駐車場整備 旧新湊勤労青少年ホーム跡地に駐車場・トイレ整備

・ICTの活用 おさんぽ射水（新湊、小杉地区情報発信）

（3） 食のイベントの実施

現在実施している食のイベントは、来場者のニーズを反映し、積極的に継続開催するとともに、飲食店と連携した新たな食のイベントの実施ができるように努めます。

また、地域資源を活用したB級グルメ※等のイベントの実施についても検討します。

実施主体				
市民	事業者	関係団体	行政	
○	◎	◎	○	
市民、NPO法人	商工業者	商工会議所、商工会、 観光協会、農協、漁協	観光・ブランド課、港 湾商工課、農林水産課、	
年次計画				
平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度
食に関するイベントの実施、実施内容等の検討				
事業目標	新たな食のイベントの実施 3事業以上			

事業目標 新たな食のイベントの実施 3事業以上

・食のイベント

平成25年 射水S級グルメ発掘発信事業

イタリアンシェフ山根大助氏による射水産食材を使用した食事会

平成26年 青年会議所「進撃のすりみ」

平成26年 とやまグルメランド in いみず 9月19日・20日

（B級グルメイベント）商工会いみず井出店

平成26年～カニむき選手権（商工会議所）

（4） 食のアンテナショップの設置

北陸新幹線開業後は、首都圏からのアクセス拠点は新幹線駅にシフトすることから、富山駅、新高岡駅、金沢駅等の構内に、食を中心としたアンテナ

ショップの設置を検討します。

また、事業者は、新幹線駅の特産物等販売ショップで多くの自社製品が販売できるよう努めます。

実施主体				
市民	事業者	関係団体	行政	
	○	◎	○	
	商工業者	商工会議所、商工会、事業者団体	観光・ブランド課	
年次計画				
平成 24 年度	平成 25 年度	平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度
情報収集、設置交渉等		ショップ設置 →		
事業目標	新幹線駅での本市特産品の取扱い 20品以上			

事業目標 新幹線駅での本市特産品の取扱 20品以上

実績なし

ニューツーリズムの推進

(1) ニューツーリズムの掘り起こし

事業者と観光協会等が中心となり、工場等での生産過程の見学やものづくりを体験する産業観光や体験型観光、海洋資源を活用したブルーツーリズム、農林業資源を活用したグリーンツーリズム等、地域資源を活用したニューツーリズムの創出を図るとともに、受入態勢を整備します。

また、これらの素材を一元化し、インターネットやリーフレット等を活用しPRします。

ニューツーリズム観光素材例：

- ・産業観光（昼セリ見学、かまぼこづくり体験等）
- ・体験型観光（陶芸制作、鰻絵制作、絵本制作等）
- ・ブルーツーリズム（海洋実習、干物作り等）
- ・グリーンツーリズム（農業体験、林業体験等）

実施主体				
市民	事業者	関係団体	行政	
○	◎	◎	○	
NPO法人	商工業者、農業者 漁業者	観光協会	農林水産課 観光・ブランド課	
年次計画				
平成 24 年度	平成 25 年度	平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度
素材掘り起こし	インターネット、リーフレット等の情報発信 →			
事業目標	ニューツーリズム商品 10 商品以上			

事業目標 ニューツーリズム商品 10 商品以上

・昼セリの観光ルート化

昼セリ見学者数の変化

平成 24 年 1,888 人 ⇒ 平成 26 年 10,590 人

平成 27 年 1 月～3 月 5,357 人

平成 27 年度上期実績 5,382 人

平成 27 年より着地型商品として企画発信

H27 年度上期実績 160 人

・平成 26 年竹内源造記念館リニューアル 鰻絵体験

・平成 25 年 産業観光補助金制度～

三協立山アルミ、北陸ポートサービス、新湊漁協、クロタニコーポレーション、JF 堀岡養殖

・水辺空間着地型商品開発事業（平成 24 年～）

・万葉線フリー&新湊クーポン、

平成 26 年日経ラジオ ムズムズするまち射水へ GO（年 4 回）

・新湊観光船とガイド付き内川散策

・平成 24 年おさんぽしんみなど、平成 26 年おさんぽこすぎ おさんぽルート、サイクリングルート

スマホを活用した地域の情報発信サイトの構築（おさんぽいみずで統合）

- ・平成25年～26年射水ビューポイント発掘事業
内川さんぽ発刊
- ・平成25年～産業観光ツアー（商工会議所）
- ・平成27年 寺社さんぽ発刊（商工会議所）
- ・平成24年、25年 堀岡北部漁業協議会（養殖漁業の体験イベント）
- ・平成27年 観光船 下条川ルート開設（船体購入補助）

(2) 祭りやイベント等の活用

曳山祭りや獅子舞等の伝統的な祭りの練習風景を観光対象として活用します。

また、伝統的な祭りや越中だいもん凧まつり等の市民参加型の祭り、新湊カニかに海鮮白えび祭り、ツウインクルナイト等のイベントの前後期間を活用し、商店街、飲食店等と連携した食のフェア等を実施し、単日ではなく期間を通しての交流人口の獲得に努めます。

活用例：

- ・曳山格納庫の開放＋新湊地区商店街の連携
- ・ツウインクルナイト＋小杉地区商店街の連携 等

実施主体				
市民	事業者	関係団体	行政	
○	◎	○	○	
市民	商工業者	商工会議所 商工会、観光協会	観光・ブランド課 港湾商工課	
年次計画				
平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度
祭り・イベント等と商店街・飲食店との連携実施 →				
事業目標	祭り・イベントと商店街等との連携事業			5事業以上

事業目標 祭り・イベントと商店街との連携事業 5事業以上

取り組みなし

(3) 観光事業の企画・提案

事業者と観光協会等が中心となり、観光対象を活用して団体旅行・個人旅行に対応した商品をつくり出し、旅行会社及び越中・飛騨観光圏の観光地域づくりプラットフォーム※に対して積極的に企画・提案します。

旅行会社等例：

- ・JTB 「とっておき観光情報ナビ」
- ・近畿日本ツーリスト 「旅の発見」
- ・クラブツーリズム
- ・地域旅行会社

着地型商品の共同企画の実施

実施主体			
市民	事業者	関係団体	行政
	◎	◎	○

	旅行会社	観光協会	観光・ブランド課
年次計画			
平成 24 年度	平成 25 年度	平成 26 年度	平成 27 年度
旅行会社等の活用			
事業目標	旅行会社等とのタイアップ 3 事業以上		

事業目標 旅行会社等とのタイアップ 3 事業以上

- ・ J T B 「とっておき観光情報ナビ」
- ・ 近畿日本ツーリスト 「旅の発見」
- ・ クラブツーリズム 「新湊寿司組合と連携したバス誘客」
H26 年度 2,255 名、H27 年度上期約 2,000 名
- ・ 阪急交通社 「新湊寿司組合及びきつときと市場と連携したバス誘客」
H26 年度 2,400 名
- ・ 地域旅行会社（地鉄トラベル、新富観光）
着地型商品の共同企画の実施
- ・ 平成 27 年 西部 6 地区協議会 びゅうとタイアップ企画

(4) おもてなしの心の醸成

心のこもったおもてなしで交流者を迎えるため、商店街をはじめとした、市民と連携した受入態勢を確立するとともに、飲食店や宿泊施設、交通事業者等の関連事業者及び市民を対象にした研修会等を実施し、接客・対応能力の向上に努めます。

また、観光ボランティア等の観光ガイドの養成に努めます。

実施主体			
市民	事業者	関係団体	行政
○	◎	◎	○
市民、NPO 法人	商工業者 交通事業者	観光協会	観光・ブランド課
年次計画			
平成 24 年度	平成 25 年度	平成 26 年度	平成 27 年度
おもてなしの心養成講座			
事業目標	おもてなしの心養成研修参加者 350 人以上		

事業目標 おもてなしの心養成研修参加者 350 人以上

・ 観光ボランティア おもてなし研修参加

	春期研修	秋	新年	その他県講座等	AED 講座
平成 24 年	35 人	36 人	45 人	5 人	
平成 25 年	39 人	38 人	45 人	12 人	
平成 26 年	37 人	30 人	41 人	5 人	10 人
のべ人数	373 人				

平成 26 年 職員おもてなし研修 参加者 40 人（市職員向け研修）

交通アクセスの整備

(1) 万葉線（軌道）の延伸及び活用

全国的に、低炭素・環境負荷の軽減等の時代ニーズやまちづくりの観点から、軌道の活用が注目されています。将来に向けたエリアの更なる魅力を高めるため、新湊地区の基幹交通である万葉線の新たな活用及び交流者の円滑な移動に努めるとともに、JR富山駅と岩瀬地区を結ぶライトレールとの連結を目指します。北陸新幹線開業時においては、高岡駅構内までの乗入れによるJRとのスムーズな連結を図ります。

また、新湊大橋の開通を控え、市内最大の観光地「海王丸パーク」への延伸を検討します。

万葉線の車体のラッピング、観光ガイド、駅名変更等、観光素材としての活用を検討します。

現在実施しているソフト事業：

- ・立川志の輔氏の観光アナウンス
- ・イベント時の片道無料切符
- ・ピア電車、新酒電車 等

実施主体				
市民	事業者	関係団体		行政
○	◎			◎
万葉線を愛する会	万葉線（株）			生活安全課 港湾商工課 観光・ブランド課
年次計画				
平成 24 年度	平成 25 年度	平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度
乗入・延伸の検討		車体ラッピング、観光ガイド等ソフト事業		
事業目標	高岡駅及び海王丸パークまでの延伸			

平成 24 年ドラえもん電車運行（高岡市） 平成 30 年まで延長

平成 26 年 3 月 高岡駅構内まで延伸

(2) コミュニティバス・デマンドバス※等の検討

本市は、コミュニティバスが 17 路線、デマンドタクシーが一部区域を運行し、公共交通を利用して市内全域を移動することができます。このメリットを活かし、JR小杉駅と海王丸パークを発着点とした観光路線バスを運行する等、生活路線に観光振興の視点を取り入れ、観光客が移動しやすい 2 次・3 次交通の確保に努めます。

また、一定のエリアを周遊するデマンドバスや市内の観光地を中心に巡る観光タクシー※の導入を検討します。

コミュニティバスの運行形態（平成 23 年度）：

- ・通常路線 12 路線
- ・デマンドタクシー（大門・大島地区）
- ・冬季路線（12 月～2 月）4 路線
- ・ライトレール接続線（土日祝日） 1 路線

実施主体				
市民	事業者	関係団体	行政	
	◎		◎	
	交通事業者		生活安全課 観光・ブランド課	
年次計画				
平成 24 年度	平成 25 年度	平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度
実施・路線等修正 →				

平成 24 年度 通常路線 1 路線増 計 13 路線
平成 27 年 加越能バス 新高岡駅－海王丸直通バス運行

(3) 車社会への対応

東海北陸自動車道の開通後、高速道路の割引等の追い風を受け、観光客の多くは自家用車で本市に来訪しています。しかしながら、駐車場が少ないエリアもあることから、観光客のニーズに即した駐車場情報等の提供に努めます。観光対象でもある万葉線を活用したパークアンドライド※についても検討します。

また、観光客が車で市内を周遊できるドライブマップ等を作成・発信し、市内での滞在時間の延長に努めます。

実施主体				
市民	事業者	関係団体	行政	
		◎	◎	
		観光協会	観光・ブランド課	
年次計画				
平成 24 年度	平成 25 年度	平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度
マップ等の作成	情報の発信 →			

ドライブ雑誌への掲載 平成 26 年、平成 27 年 北陸ドライブ
射水市グルメ&観光 MAP の製作