

第3回 射水市観光振興計画策定委員会

日時 平成30年2月13日(火)

午後2時から

場所 射水市役所大島分庁舎 3階大会議室

1. 開 会

2. あいさつ

3. 説明事項

①第2回射水市観光振興計画策定委員会会議録について 資料1

②射水市観光振興計画(素案)に関する意見募集結果について 資料2

4 議 事

(1) 協議事項

①射水市観光振興計画(案)について 資料3

(2) その他

5 閉 会

第 2 回射水市観光振興計画策定委員会会議録

日 時：平成 29 年 11 月 27 日（月） 午後 2 時半～4 時 30 分

場 所：大島分庁舎 3 階大会議室

■会議次第

1. 開会
2. あいさつ
3. 議 事
 - (1) 協議事項
 - ①射水市観光振興計画（素案）について
 - (2) その他
4. 閉会

■あいさつ

次長あいさつ

- 今回は 1 回目の策定委員会での意見を踏まえて、策定した素案についてさらに協議いただきたい。財政状況が厳しい中で実施が難しい事業もあるかと思うが、可能なものから取り組むこととしたい。

委員長あいさつ

- 観光振興は産業振興でもあるため、「稼ぐ」という視点は非常に重要である。また合併前の旧市町村同士はもちろんのこと、周辺の呉西圏域など広域と繋がることができないと、費用対効果としても効果があがらないと考えられる。そこでどうすれば効率的に施策を進めていくことができるのかということについて今回の委員会で議論していくべきである。

■第 1 回会議録の説明

- 事務局説明
議事録の間違いなどがあった場合には事務局まで報告いただきたい。

■協議事項

(1) 射水市観光振興計画（素案）について

- 事務局説明

委員長：

- 事務局より射水市観光振興計画（素案）について説明があった。この案について委員の意見を伺いたい。

副委員長：

- P 5 7 第 4 章に関わる点について、この観光振興計画を推進するにあたり、観光情報の一体となった受発信が必要ではないか。P 2 4 に「旧新湊庁舎跡地の活用」として観光機能を備えたターミナルの整備とあり、その中で観光の拠点としたいという動きがある。

現状として観光関係の団体が点在している。この庁舎跡地のターミナルに港湾・観光課、観光協会、ケーブルテレビが一緒になった拠点にしたほうがよいと考えており、観光情報の一体化的な受発信の基地としてこの跡地活用を有効利用すべきだ。また観光協会の事務所に関しても手狭で会議や打ち合わせもしづらい空間であるため、それも含めて個人的には観光課と観光協会を一体化することも計画推進の基盤になるのではないかと考える。

委員：

- P 49の上部に射水市観光協会の組織強化と記載とあるが具体的な内容は決まっているのか、また第3章の施策についてそれぞれ取り組み例について過去から実施している事業も見受けられるが、同じことをするのか、また、過去の内容についてしっかりと検証した上で、取り組むべきである。その上で新規・継続等をわかるようにしたら良いのではないか。

委員：

- 取り組み例はいくつか記載されているが、全ての項目が◆で表示されているため優先度がわかりづらい。例で特に重要視しているものについてわかるように記載の仕方を変えた方が良い。またP 39に記載のある冬の観光についてだが、5年程前に観光協会の企画のもと観光ボランティアが協力して観光客用に長靴や傘を準備し、寒い中、主に新湊方面になるがガイドした際には冬の味覚や景色を大変賞賛を受けた。冬の観光強化はとても重要である。

委員長：

- 3人の委員から意見があったため、事務局に説明を求める。
 - ・観光情報の一元化や観光組織の一箇所集中、観光協会の強化について
 - ・取り組み例の継続と新規を区別、さらには、施策の重要度や優先度を示すことについて
 - ・冬場の観光客の誘致について

事務局：

- 意見について説明する。
 - ・情報の一元化は、今後関係団体と協議していきたい。組織の一箇所集中は組織機構に関わることであり、関係課と協議が必要である。
 - ・観光協会の強化としてはP 49に記載のあるとおり、地域や民間の事業者とのコーディネート等の推進を深めていきたい。
 - ・新規や拡充の追記、重要度等についてもわかりやすいように修正したい。なお、これまでも推進会議を開催し検証してきたが、この計画についても、今後、推進会議を設置し事業の実施の効果を検証していきたい。
 - ・アンケート調査からも冬の観光客誘致の重要性が表れているため、強化を図りたい。

委員：

- 過去の取り組みの検証については、良かった点、悪かった点を踏まえ、悪かった点については、廃止や改善策を盛り込んだ計画で提案いただければと思う。

委員：

- 第4章について、計画推進のための関係者として「地域経済団体」を追加してほしい。

委員長：

- その他にも農業団体や漁業団体についても記載すべきだと思われる。

事務局：

- 追加させていただく。

斎藤委員：

- P30の課題の中で、特に(3)のうち産業観光、(5)のうち宿泊施設の充実、(7)のうち2次交通網の充実については、根本的な部分が解決しなければ、周りをどれだけ飾り付けでも解決策にならないのではないか。

事務局：

- 様々な場面で、宿泊施設の問題はこれまでも言われており、総合計画でも企業誘致に絡め宿泊施設の不足は取り上げており、課題と考えている。宿泊施設の誘致に努めているが、はっきり言えない部分もあるので、今の段階では、このような表現にさせてほしい。
- 商工企業立地課としても企業立地及びホテル誘致について3大都市を回るなど、誘致の強化に力を入れている。

委員：

- 2次交通の問題について、交通事業者として委託を受けて、今年度射水ベイバスを運行したが、PRが足りないように感じた。交流人口を増やす上でも交通網を含めた告知は重要であり、具体的な取り組みを考えていく必要があると思う。一つの方法として、広域での連携も有効と考えている。旅行業者等に向けたPRの機会を持つべきである。

事務局：

- 射水ベイバスについては乗客人数が少なかったため、来年度以降の運行については、PRを含め検討したい。小杉駅からベイエリアまでの2次交通も必要と考えているが、広域的な観点からも検討したい。

委員：

- 計画の目標について目標だけにならないよう、毎年必ず数値が達成されていたかを確認しなければならない。また取り組み主体としては事業者が最も重要であるため、事業者の意見をもっと取り入れてほしい。

委員：

- P56に自然や景観の保存について施策の記載があり、内川の景観が大好きで、移住してきた身としても喜ばしい。今回の計画では、食、景観、文化となっており、景色が重要なものとして位置づけられたものと思っている。個人的には単年度の数値目標については業者に努力してもらうこととして、難しいと思うが自治体としては自然や景観の保存さらにはどのような文化をどのようにして守っていくのかを中・長期で考えてもらいたい。今でも毎年取り壊しなど内川周辺でも景観の変化が起こっており、無くしてからでは取り戻せない価値のあるものと認識し、真剣に取り組んでほしい。例えば文化的景観に認定されるようにするなど、高い目標を掲げてほしい。後世に残すためには、今から動き出す必要があるので危機感を共有したい。

委員長：

- 1点目が様々な事業所の意見を反映したほうがよく、どのような形で計画に反映させるか、2点目が景観の保全とそこの空き家対策の問題、そして、市の文化や産業を守り事業者との方向性を共有するためにもP41の基本目標に哲学的な部分を追加してほしい。

事務局：

- これまでも事業者の方の意見を取り入れて実施してきた事業も多く、事業の実施にあたっては、今後も連携して意見を取り入れながら実施していきたい。また、景観や文化の保存については、重要で大きな問題であると認識しており、複数の部署にまたがる部分もあるため、情報共有し検討していきたい。

副委員長：

- 委員が言われたとおり、観光資源がなくなると観光は成り立たないという根本的な問題である。委員長も言われたのもこの計画の基本方針に、市として観光資源をどのように守って、どのように使っていくのかを哲学的に明記すべきではないかという指摘だったと思う。基本方針の書き出しが、「前計画の基本方針である」となっているのはよくない。基本方針に「市の宝」を守るため、どのような施策を展開しブラッシュアップしていくというのならわかるが、もっと明確な方向性が見えるような覚悟をもった内容としたほうがよい。

事務局：

- 基本方針については、市の考えを取り入れた書き出しに見直したい。

委員：

- P 49の特産品について、一番重要なのは「消費者から求められる商品」である。従来、地域資源があるためそれを活用して商品を開発しているが、それが実際に消費者にとって継続的に購入したいと思われるものにしないといけない。そのため、消費者目線に立って観光客が求めているものにするにはどうすればよいのかといった切り口についても明記するとよいのではないか。

委員：

- 私達委員の意見に加えて、より多くの事業者からの生の声を聞くことも策定において重要である。

事務局：

- P 57にも記載があるが、各地域のつながりや地域同士のつながりが大切だと思う。各種団体のつながりといった仕組み作りをしていきたい。

委員：

- P 49の取り組み例の4項目「市内の観光関連事業者」について幅を広げるためにも、「市内事業者」で良いかと思う。

事務局：

- そのように修正させていただく。

委員：

- 作成されている観光パンフレットの数が多すぎるのではないか。それぞれのパンフレットの内容を検討し、有効活用するためにも質の向上や内容の重複の確認を今後行ってほしい。

委員：

- 景観等の維持について、街なみや内川に係留している漁船の数なども減ってきているが、これまでの約13年間の努力により、内川周辺等の観光に対する地域住民の認識が良くなってきている。自治会との協力も大切だと感じる。

委員：

- P 41の数値目標（案）で、ホームページアクセス数の目標値は年間か月間か。また

この根拠はあるのかが知りたい。今後HPに注目が集まっていくため、数値は少ないように感じる。参考として富山市では月間のアクセス数が34万9千であった。

事務局：

- この目標値は訪問数（セッション数）で、年間の数値としている。また根拠としては入込数をベースに目標値を設定している。
ホームページの数値目標は見直したい。

委員長：

- インバウンドが叫ばれているが、例えばテロ等の母国の情勢によっては観光客としての入込を見込めない。一番ベースとなる観光客は周辺に住む人々であり、その上に首都圏からの観光客、さらにその上に外国人観光客がいる。新幹線が開通し、人の流出をさけるためにもそのベースが誰であるのかをしっかりと整理しておかなければいけない。

委員：

- インバウンドは外国人旅行者のみに使用されるものではない。効果的なPRのためにもインバウンドとアウトバウンドを分けて考えていく必要がある。「ブリVSカニ」といったような印象のある広告をうつのも良いかもしれない。

委員：

- 情報提供であるが、最近内川の景観を気に入った外国人の方が中町に移住し、四十物町でバーを開業しようとして計画している。是非情報発信に向けて協力してもらうべきである。その方と話していて、内川の雰囲気はとても良いがそこからのストーリーが薄いように感じる。ピクトグラムや外国語の看板の設置等ではなく、何か効果的な方法でその良さを出せるようにできたら良い。

委員長：

- 大変貴重な意見をいただいた。この意見を素案に取り入れ内容を充実させていただきたい。

事務局：

- ここで、本日欠席の方からの書面でのご意見について報告させていただく。
 - ・観光により地域経済が潤うことが重要なため「稼ぐ」という視点で計画を作成するとよい。
 - ・とやま観光推進機構のマーケティングデータをわかりやすく提供していくので活用していただきたい。
 - ・案内標記は、言語数が多いと分かりにくく景観を害する恐れがあるため「日・英・ピクトグラム」等抑えた標記とし、パンフレットやHPではできる限り多言語表記ではなく、言語ごとにしたほうがよい。

それでは、委員の皆様からいただいた意見・提案を反映させた形でプランを修正し、1月にはパブリックコメントも反映させた最終案をお示ししたい。

次回の最後の委員会は2月9日（金）に開催したい。

1月になってから、この日をベースに再度調整し案内したい。

副委員長閉会あいさつ

- 今回の委員会において、計画策定に一番重要なのは観光資源を保全していくことだと実感した。委員からも情報提供があったが、射水市に魅力を感じて移住される方もいるため、その期待を裏切らないようにしたい。また新規のお店の誘致等についても何

かしらサポートできれば良い。

会議終了

射水市観光振興計画（素案）に関する意見募集結果について

1 意見募集期間等

- ◆ 意見募集期間 平成30年1月11日（木）から1月31日（水）
- ◆ 意見提出者 1名（内訳：市民1名）
- ◆ 意見総数 3件
- ◆ 周知方法 港湾・観光課（大島分庁舎1階）、市庁舎1階総合案内付近、各地区センター、各図書館、ホームページ

2 意見の概要等

No.	該当箇所	意見の概要	意見に対する考え方
1	P. 1 計画策定の目的	計画策定の目的に、基本戦略と施策の中に行政だけではなく市民の積極的な役割を期待していることから、市民の参加を促すものであることも記述してはどうか。	市民の参加を促すことは、目的を達成するための手法と考えられることから、戦略と施策や特に44頁の計画の推進に明記しています。
2	P. 35 取組	基本戦略Ⅱの施策Ⅰの②射水ベイエリアから市内への回遊性向上についての重点的な取り組みとして、射水ベイエリア以外の早急な魅力発掘と発信力強化対策を盛り込む必要があるのではないか。	射水市の認知度が低いことから、まずは、射水ベイエリアを観光の核と位置付け集客を図ることとしておりますが、併せて射水市ベイエリア以外の魅力発掘と発信も重要と考えており、31頁の②市のイメージのブラッシュアップの重点的な取組の中で明記しています。 また、36頁の①観光産業従事者の育成と連携強化では、観光の担い手となる組織の連携も重点的な取組としており、意欲ある事業者や団体等を支援しながら地域の活性化に努めてまいります。
3	P. 31~43 取組	【取組】の表について、取組主体と取組の内容との関係がわかりにくいので、少なくとも	この計画を推進していくためには、44頁に示したとおり、行政、観光協会、地域のNPO法人やボランティア団体、まちづくり団体、経

		<p>も◎重点的な取組との関係をわかりやすくするために取組主体をキーワードとした表を別表として記載できないか。</p>	<p>済団体、農業団体、漁業団体、市内事業者、市民等の様々な関係者が連携し、一体となって取り組む必要があります。</p> <p>この計画の取組をベースに、事業実施主体の具体的な個別事業や役割について、関係機関と協議しながら、射水市観光振興計画推進会議（仮称）を設置し検討してまいります。</p>
--	--	---	---

**懐かしさと新しさの中に
食・景観・文化の魅力を満喫できるまちを目指して**

射水市観光振興計画

(案)

平成 30(2018)年 3 月

富山県射水市

目次

	ページ
第1章 計画策定の目的	1
1. 計画策定の目的	1
2. 計画の位置付けと関連計画	1
3. 計画の期間	1
第2章 観光の現状と動向	2
1. 国・富山県の観光動向	2
(1) 国内の観光動向	2
(2) 富山県内の観光動向	6
(3) 国・富山県の観光振興政策	7
2. 射水市のイメージの現状	9
(1) 全国における射水市の認知度・魅力度	9
(2) 射水市のイメージ	10
3. 射水市の観光の現状	12
(1) 射水市の概要	12
(2) 射水市の観光動向	16
(3) 射水市観光・ブランド戦略に基づくこれまでの取組	22
4. 射水市の観光に対する課題	26
第3章 射水市観光振興計画の戦略と施策	28
1. 基本方針	28
2. 基本目標	28
3. 基本戦略と施策	29
基本戦略Ⅰ 『射水市』の認知度向上 (ブランド力の向上)	30
基本戦略Ⅱ 『射水市』の魅力度向上 (射水市が持つ地域資源の結びつきの強化とブラッシュアップ)	34
基本戦略Ⅲ 『射水市』の受入体制の整備 (射水市の観光を持続的に発展するための基盤整備)	41
第4章 射水市観光振興計画を推進するために	44
1. 計画の推進	44
2. 計画の進行管理	44

資料編	
・ 計画策定の経緯等	48
・ アンケート調査の結果	50
・ 用語解説	62

第 1 章 計画策定の目的

1. 計画策定の目的

平成24（2012）年3月に策定した「射水市観光・ブランド戦略プラン」では、「食・水・祭」を基本方針とし、「地域イメージの向上」と「交流人口の増加」を図ってきました。

その後、北陸新幹線開業をはじめ、新湊大橋の開通、数々のドラマや映画のロケーションに活用されるなど、本市の観光を取り巻く環境は大きく変化しています。

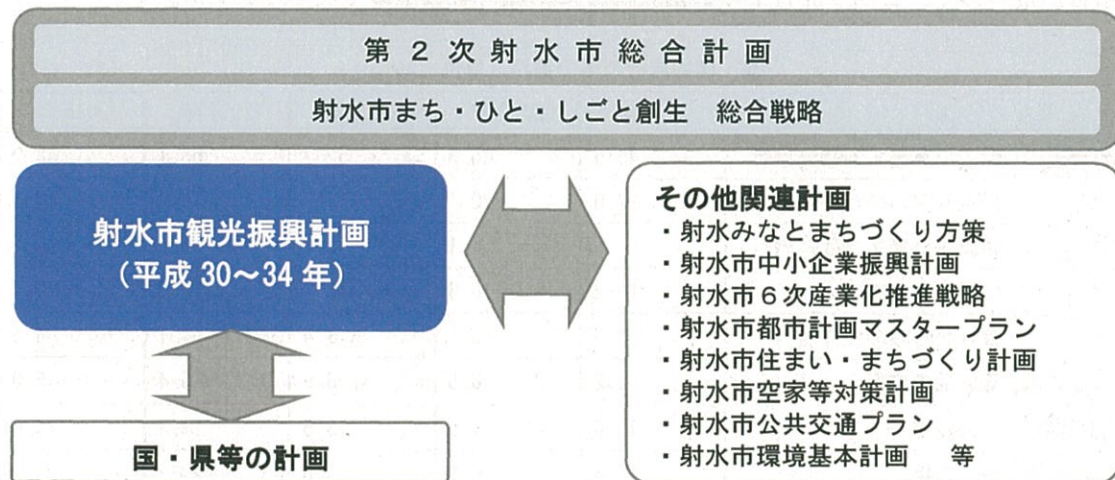
そのため、今後さらに多様化する観光ニーズや増加する訪日外国人観光客の受け入れに対して「射水市らしい」対応を図っていく必要があります。

このことから、本市が持つ自然特性や立地特性を活かし、定住・交流人口の拡大はもちろん、観光消費の拡大等を図るため、ブランディングとマーケティングの視点を活用しながら、戦略的かつ実益的な射水市観光振興計画を策定します。

2. 計画の位置付けと関連計画

本市の最上位計画である「第2次射水市総合計画」（計画期間 平成26（2014）年度～平成35（2023）年度）や「射水市まち・ひと・しごと創生総合戦略」（計画期間 平成27（2015）年度～平成31（2019）年度）、そして、射水みなとまちづくり方策（平成26（2014）年3月策定）をはじめ、国や県の関連計画との整合性を図りながら、本市の観光振興に関する内容を計画的かつ戦略的に推進するための基本目標や施策の方向性、選択と集中による取組、計画推進のための役割分担と推進体制を示したものです。

図. 射水市観光振興計画と関連計画



3. 計画の期間

本計画の期間は、平成30（2018）年度から平成34（2022）年度の5年間とします。

なお、社会経済情勢の変化や計画の進捗状況に応じて、事業や目標等の見直しに努め、効果的な実施を図っていきます。

第2章 観光の現状と動向

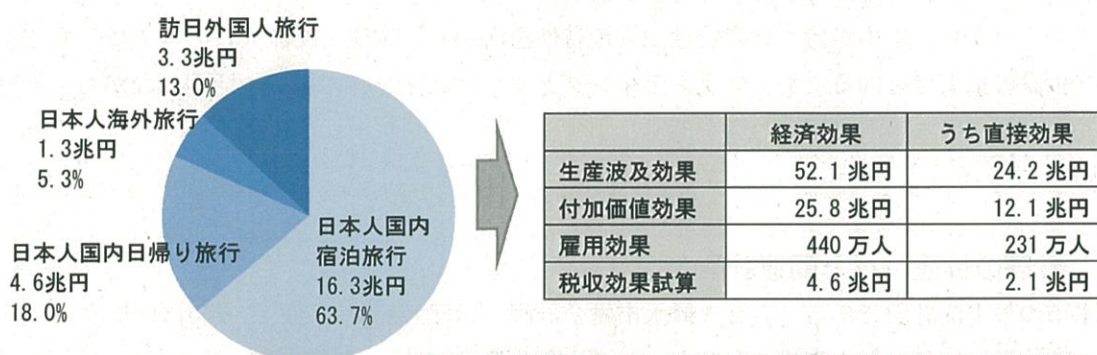
1. 国・富山県の観光動向

(1) 国内の観光動向

①国内旅行消費額

国内の旅行消費 25.5 兆円が日本経済にもたらす経済効果は、生産波及効果が 52.1 兆円、付加価値効果が 25.8 兆円、雇用効果が 440 万人と推計され、税収効果が 4.6 兆円と試算されています。

図. 国内における旅行消費 25.5 兆円の市場別構成比と経済効果 (2015 年)



資料：国土交通省観光庁「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」

②国内旅行市場

平成 27 (2015) 年の国内旅行市場は、市場区分や費用負担者、旅行形態ともに「個人」に関する項目が最も多く、日帰り旅行より宿泊旅行の延べ旅行者数が多くなっています。

表. 国内旅行市場の推移 (単位：%)

		2011 年	2012 年	2013 年	2014 年	2015 年
市場区分	個人で実施する観光旅行	45.5	46.3	52.7	53.1	53.2
	帰省や家事のための旅行	22.0	20.1	17.2	16.3	15.3
	組織が募集する団体旅行	4.5	5.1	3.6	5.0	5.2
	出張や業務旅行	16.2	16.3	16.2	16.0	16.7
	会社がらみの団体旅行	3.5	3.7	3.4	4.1	4.4
	その他の旅行	8.2	8.5	6.9	5.4	5.3
費用負担者	個人負担	72.0	71.5	73.5	74.4	73.6
	法人負担	19.8	20.0	19.6	20.2	21.1
	その他の旅行	8.2	8.5	6.9	5.4	5.3
旅行形態	個人旅行	83.7	82.7	86.1	85.5	85.1
	団体旅行	8.0	8.8	7.0	9.1	9.6
	その他の旅行	8.2	8.5	6.9	5.4	5.3

資料：公益財団法人日本交通公社「旅行年報 (各年)」

表. 日本人国内旅行の延べ旅行者数の推移 (単位: 千人回、%)

	宿泊旅行				日帰り旅行			
		観光・レクリエーション	帰省・知人訪問等	出張・業務		観光・レクリエーション	帰省・知人訪問等	出張・業務
2011年	313,561	166,678	92,929	53,954	298,964	192,824	51,733	54,407
	100	53.2	29.6	17.2	100	64.5	17.3	18.2
2012年	315,549	171,759	91,604	52,186	297,201	195,903	46,321	54,977
	100	54.4	29.0	16.5	100	65.9	15.6	18.5
2013年	320,416	176,421	92,761	51,233	310,534	206,272	48,257	56,006
	100	55.1	29.0	16.0	100	66.4	15.5	18.0
2014年	297,343	160,026	86,385	50,932	297,878	188,629	47,692	61,557
	100	53.8	29.1	17.1	100	63.3	16.0	20.7
2015年	312,985	171,689	87,258	54,037	291,730	193,702	42,823	55,205
	100	54.9	27.9	17.3	100	66.4	14.7	18.9

資料: 公益財団法人日本交通公社「旅行年報 2016」

③国内の訪日旅行の動向

国内旅行消費額に占める訪日観光消費は平成 23 (2011) 年以降増加傾向にあります。

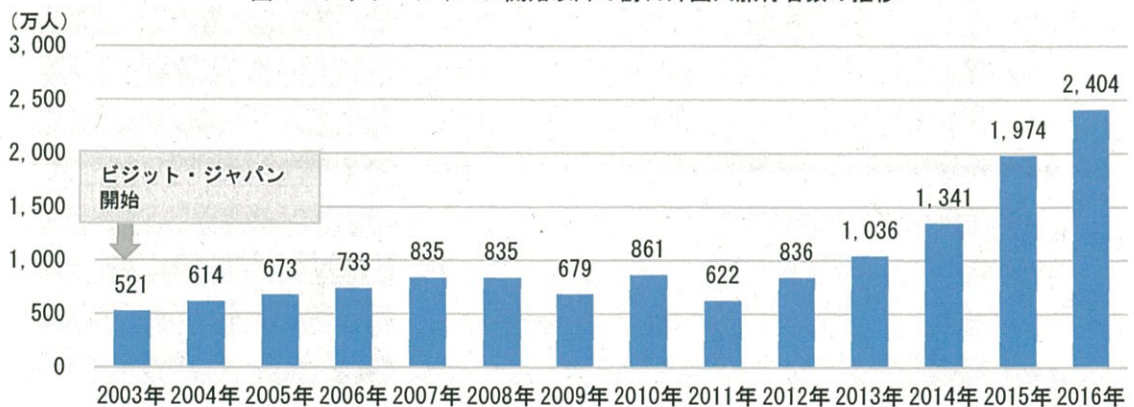
訪日外国人旅行者は、リーマンショックや新型インフルエンザの流行、東日本大震災により落ち込む時期もありましたが、総じて増加傾向にあり、平成 28 (2016) 年の訪日外国人旅行者数はビジット・ジャパンが開始された平成 15 (2003) 年の約 4 倍以上になっています。

表. 内部観光消費に対する訪日観光消費の割合の推移 (単位: 兆円)

	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年
訪日観光消費(A)	1.0	1.3	1.7	2.2	3.3
内部観光消費(B)	22.4	22.5	23.6	22.5	25.5
(A)/(B)	4.5%	5.7%	7.0%	9.8%	13.0%

資料: 国土交通省観光庁「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」

図. ビジット・ジャパン開始以降の訪日外国人旅行者数の推移

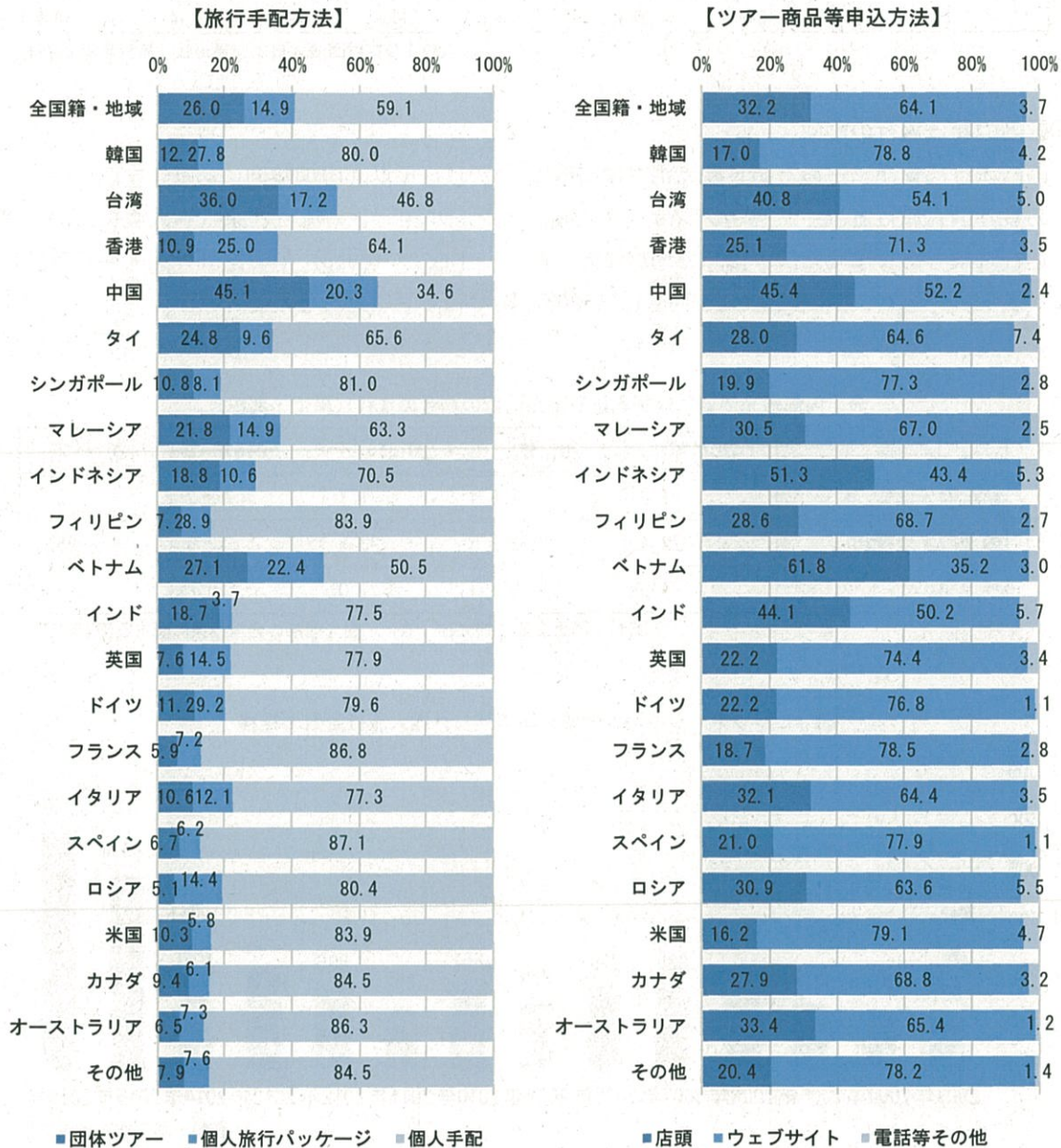


資料: 国土交通省観光庁

観光・レジャー目的で訪れた訪日外国人の旅行手配方法を国籍・地域別にみると、台湾や中国、ベトナムを除くほとんどの地域で「個人手配」が6割以上となっています。台湾や中国、ベトナムは全国籍・地域に比べて「団体ツアー」や「個人旅行パッケージ」の割合が多く、特に中国は「団体ツアー」の割合が45.1%と最も多くなっています。

観光・レジャー目的で訪れた訪日外国人のツアー商品や往復航空（船舶）券の申込方法は、インドネシアやベトナムを除くほとんどの地域で「ウェブサイト」が多く、特に韓国、香港、シンガポール、英国、ドイツ、フランス、スペイン、米国が7割以上となっています。

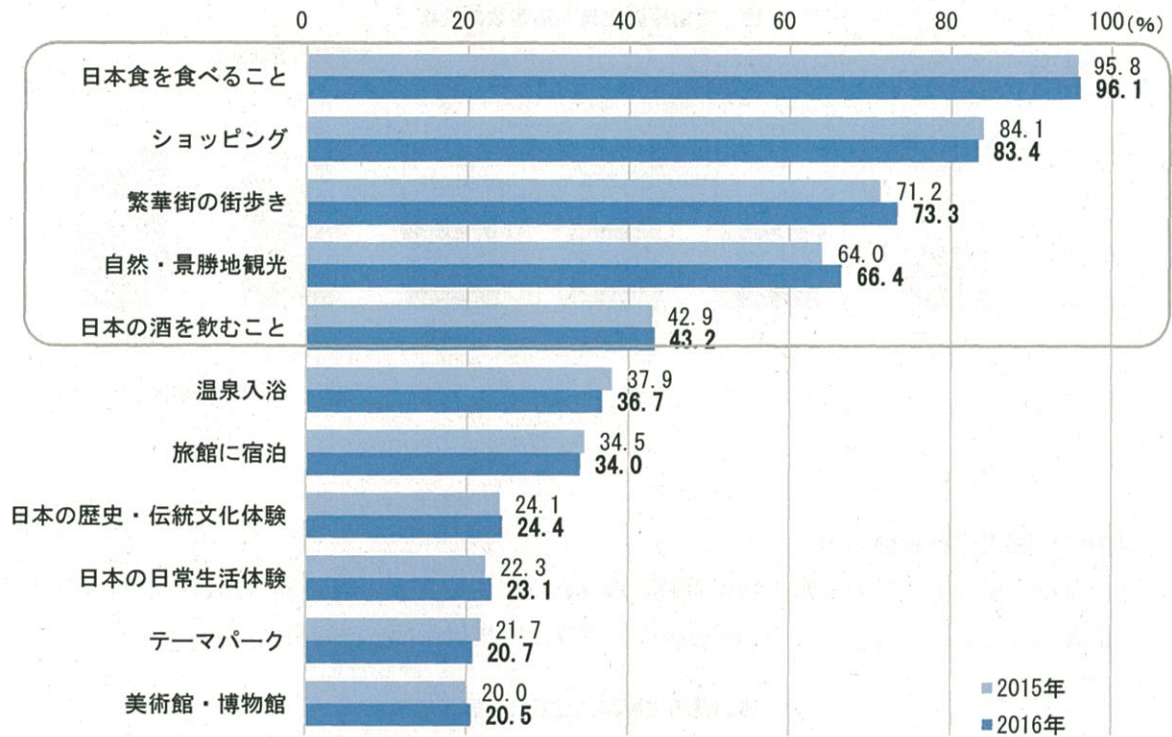
図. 訪日外国人旅行者の旅行手配及び申込方法（観光・レジャー目的）



資料：国土交通省観光庁「訪日外国人の消費動向 平成28年 年次報告書」

訪日外国人旅行者の日本滞在中の行動は、日本食を食べ、ショッピングを楽しみながら繁華街を歩く他、自然・景勝地を観光し、日本の酒を飲む等、日本の生活文化に触れる行動が多くなっています。

図. 訪日外国人旅行者の日本滞在中の行動（上位項目を抜粋）

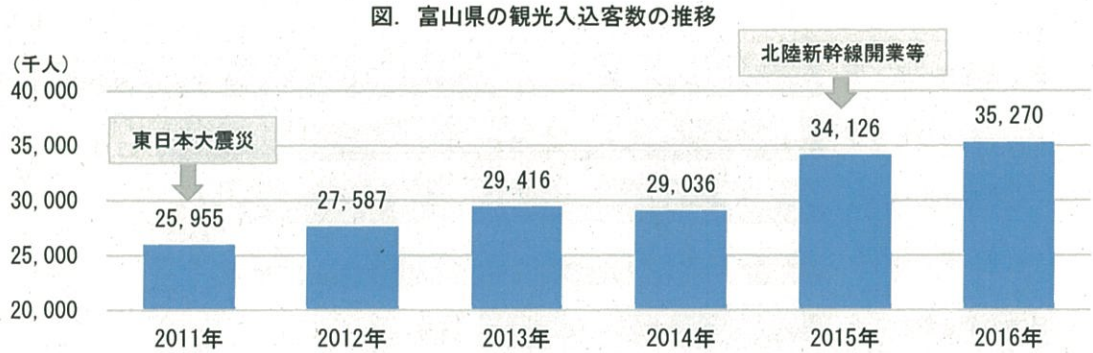


資料：国土交通省観光庁「訪日外国人の消費動向 平成 28 年 年次報告書」

(2) 富山県内の観光動向

① 県内観光客入込数

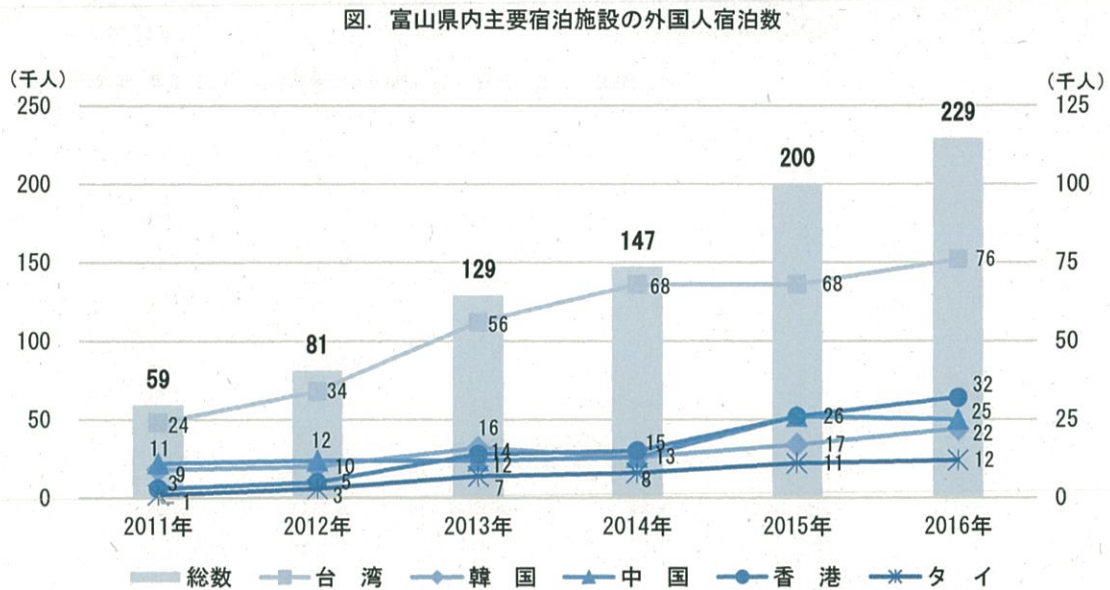
富山県の観光客入込数（延べ数）は増加傾向にあり、平成 28（2016）年は 35,270 千人となっています。



資料：富山県観光客入込数（推計）

② 県内の外国人旅行者の動向

富山県内主要宿泊施設の外国人宿泊者数は増加傾向にあります。平成 28（2016）年の富山県内の宿泊者数は「台湾」（76 千人）が最も多く、総数の約 3 割となっています。



資料：富山県観光客入込数（推計）

(3) 国・富山県の観光振興政策

国は、平成 25 (2013) 年 3 月に「観光立国推進閣僚会議」を立ち上げ、「観光立国実現に向けたアクションプログラム」を実行しています。平成 27 (2015) 年 11 月には「明日の日本を支える観光ビジョン構想会議」を立ち上げ、平成 28 (2016) 年 3 月に策定した「明日の日本を支える観光ビジョン-世界が訪れたい日本へ-」において、『日本は、自然・文化・気候・食という観光振興に必要な 4 つの条件を兼ね備えた、世界でも数少ない国の一つであり、これらの豊富な観光資源を真に開花させることにより、観光を我が国の基幹産業へと成長させ、「観光先進国」の実現に向けて攻めの取組を進めていくこと』としています。

富山県は、平成 20 (2008) 年を「観光振興元年」と位置づけ、同年 4 月に観光・地域振興局を設置し、観光振興と地域の魅力づくりを一体的に進めるための組織の充実を図り、積極的な取組を行っています。平成 28 (2016) 年 3 月に「とやま新時代」にふさわしい「新・富山県観光振興戦略プラン」を策定し、平成 27 (2015) 年 3 月に開業した「北陸新幹線」の開業効果と、「地方創生」を最大限に活かしながら、これまで以上に戦略的に観光振興に取り組むこととしています。

■明日の日本を支える観光ビジョン：平成 28 (2016) 年 3 月策定

<p>新たな目標への挑戦</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●訪日外国人旅行者数 2020 年：4000 万人 2030 年：6000 万人 ●訪日外国人旅行消費額 2020 年：8 兆円 2030 年：15 兆円 ●地方部（三大都市圏以外）での外国人延べ宿泊者数 2020 年：7000 万人泊 2030 年：1 億 3000 万人泊 ●外国人リピーター数 2020 年：2400 万人 2030 年：3600 万人 ●日本人国内旅行消費額 2020 年：21 兆円 2030 年：22 兆円
<p>3つの視点と10の改革</p>	<p>視点1 観光資源の魅力を極め、地方創生の礎に</p> <ul style="list-style-type: none"> ①公的施設：「魅力ある公的施設」を、ひろく国民、そして世界に開放 ②文化財：「文化財」を、「保存優先」から観光客目線での「理解促進」、そして「活用」へ ③国立公園：「国立公園」を、世界水準の「ナショナルパーク」へ ④景観：おもな観光地で「景観計画」をつくり、美しい街並みへ <p>視点2 観光産業を革新し、国際競争力を高め、我が国の基幹産業に</p> <ul style="list-style-type: none"> ⑤観光産業：古い規制を見直し、生産性を大切にする観光産業へ ⑥市場開拓：あたらしい市場を開拓し、長期滞在と消費拡大を同時に実現 ⑦観光地経営：疲弊した温泉街や地方都市を、未来発想の経営で再生・活性化 <p>視点3 すべての旅行者が、ストレスなく快適に観光を満喫できる環境に</p> <ul style="list-style-type: none"> ⑧滞在環境：ソフトインフラを飛躍的に改善し、世界一快適な滞在中を実現 ⑨地方交流：「地方創生回廊」を完備し、全国どこへでも快適な旅行を実現 ⑩休暇：「働きかた」と「休みかた」を改革し、躍動感あふれる社会を実現

資料：観光庁

■新・富山県観光振興戦略プラン：平成28（2016）年3月策定

基本目標	選ばれ続ける観光地 富山ー『海のあるスイス』を目指してー
将来像	<ul style="list-style-type: none"> ●「海のあるスイス」：世界遺産・世界水準の山岳リゾート+世界で最も美しい湾 ●「富山で休もう。」：上質なライフスタイルのブランド
施策	<ul style="list-style-type: none"> ●マーケティングに基づく観光地域・ブランドづくり ●質の重視と地域内経済循環の促進 ●世界水準に相応しい旅行者の受入体制整備
重点的に取り組む施策	<ol style="list-style-type: none"> (1) 戦略的な観光地域づくり (2) 広域観光の拠点化 (3) 富山らしい魅力創出 (4) 戦略的なプロモーション (5) 国際観光の推進 (6) コンベンションの誘致促進

資料：富山県

2. 射水市のイメージの現状

(1) 全国における射水市の認知度・魅力度

認知度や情報接触度、魅力度等のランキングにおいて、「魅力度」「観光意欲度」の10位までに「金沢市」が入っており、「富山市」は、「産品購入意欲度」が59位、その他の項目は102～125位に入っています。本市はすべての項目が500位以下となっており、高い順位とは言えません。

表. 認知度・情報接触度などの1000市区町村ランキング

認知度			情報接触度			魅力度			観光意欲度			産品購入意欲度		
順位	都市名 (点数)		順位	都市名 (点数)		順位	都市名 (点数)		順位	都市名 (点数)		順位	都市名 (点数)	
1	京都市 (61.2)	→	1	札幌市 (56.1)	↑	1	京都市 (48.1)	↑	1	札幌市 (53.4)	↑	1	夕張市 (52.2)	↑
2	名古屋市 (60.2)	↑	2	渋谷区 (54.7)	↑	2	函館市 (47.7)	↓	2	京都市 (53.1)	→	2	仙台市 (49.2)	↑
3	札幌市 (58.7)	↑	3	京都市 (53.4)	↑	3	札幌市 (47.0)	→	3	函館市 (52.8)	↓	3	札幌市 (48.1)	↑
4	新宿区 (57.6)	↓	4	新宿区 (53.1)	↓	4	小樽市 (41.3)	→	4	小樽市 (48.0)	→	4	函館市 (47.0)	↑
5	神戸市 (57.1)	↑	5	熊本市 (52.6)	↓	5	鎌倉市 (40.5)	↑	5	屋久島町 (47.6)	↑	5	魚沼市 (43.8)	↑
6	横浜市 (56.2)	↑	6	名古屋市 (52.0)	↑	6	横浜市 (39.7)	↓	6	鎌倉市 (45.9)	↑	6	喜多方市 (43.0)	↓
7	渋谷区 (54.5)	↑	7	仙台市 (51.2)	↑	7	神戸市 (38.1)	↑	7	神戸市 (44.9)	↑	7	松阪市 (42.9)	↓
8	函館市 (54.3)	↓	8	福岡市 (50.8)	↑	8	金沢市 (37.3)	→	8	横浜市 (44.7)	↓	8	小樽市 (42.2)	↓
9	大阪市 (54.2)	↓	9	横浜市 (50.3)	↓	9	富良野市 (36.5)	↓	9	金沢市 (44.6)	↓	9	福岡市 (41.9)	↑
10	仙台市 (52.7)	↑	10	函館市 (49.9)	↓	10	屋久島町 (35.5)	↑	10	仙台市 (44.3)	↑	10	名古屋市 (41.6)	↑
・			・			・			・			・		
・			・			・			・			・		
102	富山市 (38.2)	↓	125	富山市 (26.1)	↓	113	富山市 (15.0)	↓	103	富山市 (27.6)	↓	59	富山市 (31.4)	↓
・			・			・			・			・		
・			・			・			・			・		
715	射水市 (12.5)	↑	755	射水市 (6.5)	↓	624	射水市 (3.3)	↑	508	射水市 (14.1)	↑	526	射水市 (20.7)	↑

資料：株式会社ブランド総合研究所「第12回地域ブランド調査2017」

地域ブランド調査

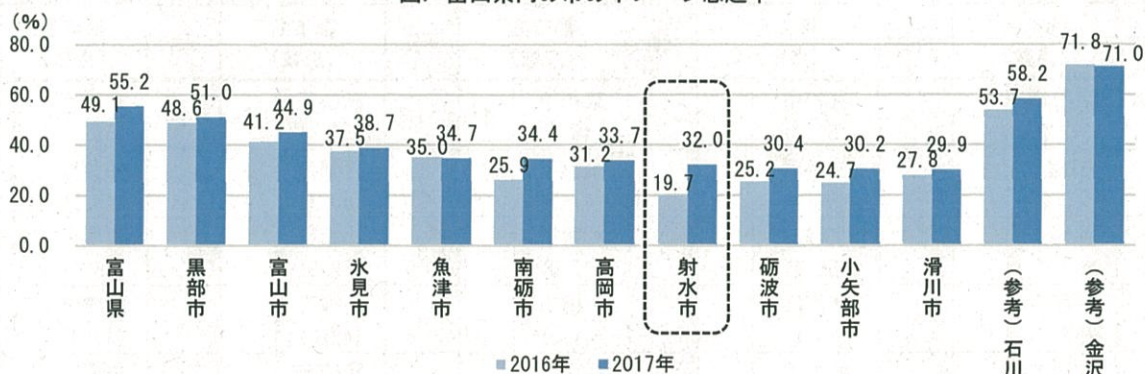
「認知度」「情報接触度」「魅力度」「観光意欲度」「産品購入意欲度」などの各指標を独自に設定し、20～70歳代の消費者にインターネット調査を行い、回答を点数化・集計、評価を行っているもの。

(2) 射水市のイメージ

2017年の「射水市」のイメージ想起率は32.0%であり、2016年より増加しましたが、富山県内では7位、金沢市の半分以下となっており、射水のイメージがほとんど想起されていない状態にあると言えます。

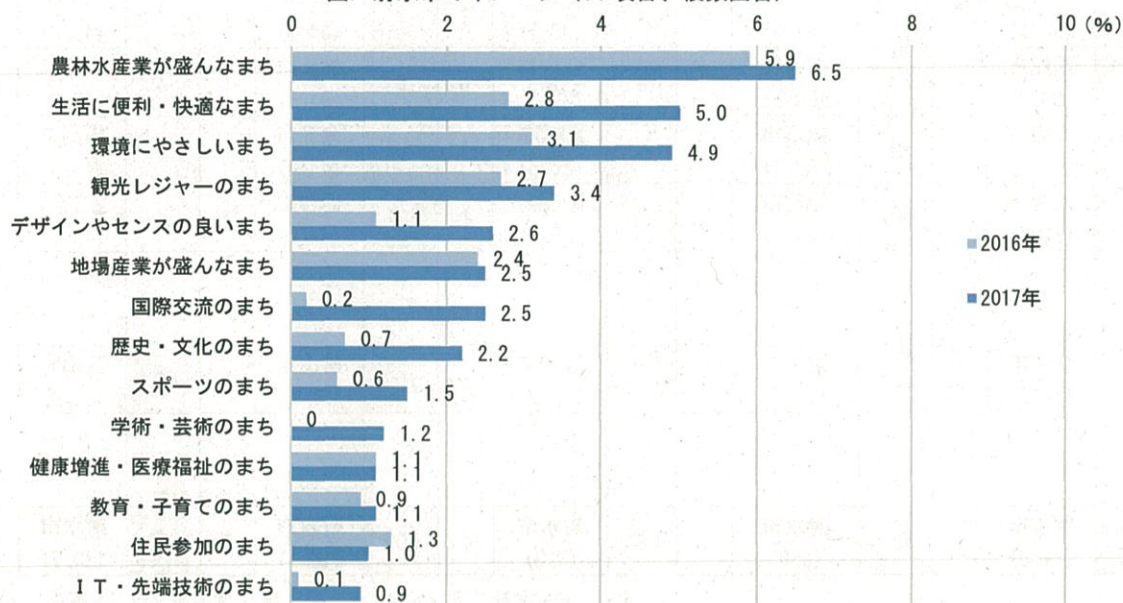
なお、本市のイメージ想起率の内訳をみると、「農林水産業が盛んなまち」(6.5%)が最も多くなっています。

図. 富山県内の市のイメージ想起率



資料：株式会社ブランド総合研究所「地域ブランド調査」

図. 射水市のイメージ (14項目、複数回答)



資料：株式会社ブランド総合研究所「地域ブランド調査」

イメージ想起率

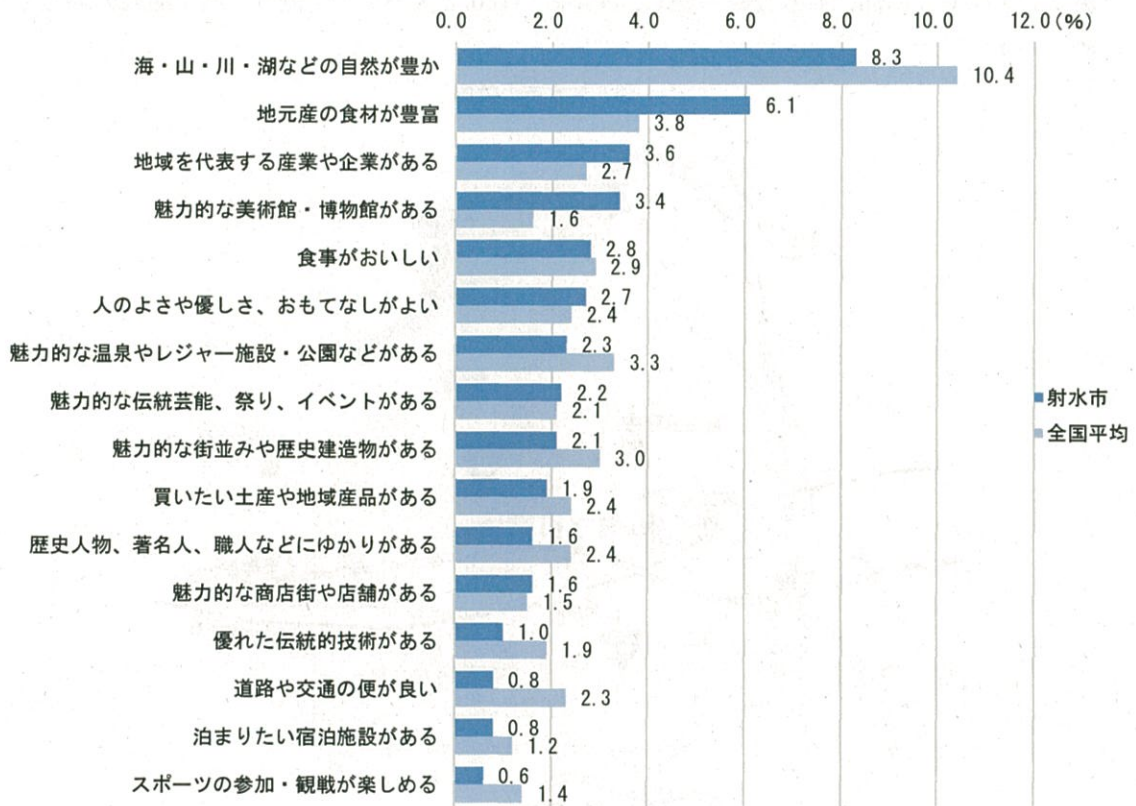
各自治体に対して、市区町村のイメージのどれか1つでもイメージがあると回答した人の割合で、「自治体のイメージ」の14項目の各設問に全て回答しなかった人の割合(無回答)を引いて算出したもの。

$$\text{イメージ想起率} = 100 (\%) - \text{「無回答」者割合} (\%)$$

地域資源のイメージに対する評価をみると「海・山・川・湖などの自然が豊か」(8.3%)が最も多く、次いで「地元産の食材が豊富」(6.1%)、「地域を代表する産業や企業がある」(3.6%)となっています。

特に、「地元産の食材が豊富」「地域を代表する産業や企業がある」といったイメージは全国平均以上となっています。

図. 射水市の地域資源のイメージ評価 (16項目、複数回答)



資料：株式会社ブランド総合研究所「第12回地域ブランド調査2017」

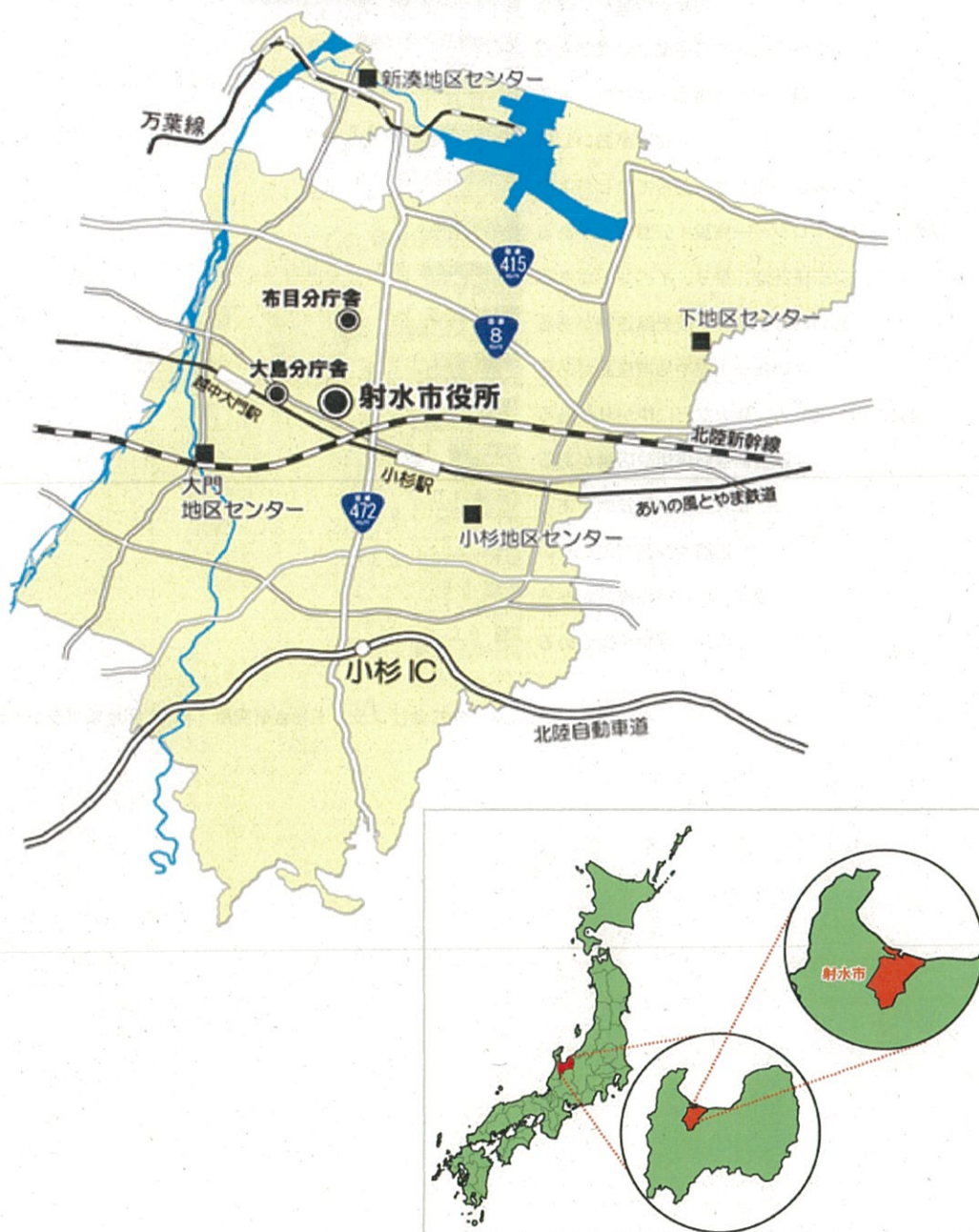
3. 射水市の観光の現状

(1) 射水市の概要

①位置

本市は、環日本海交流拠点である富山県のほぼ中央に位置しており、東方は富山市、西方は高岡市、南方は砺波市に隣接しています。半径約7キロメートルのまとまりある土地面積は109.43平方キロメートル（うち可住地面積97.07平方キロメートル、約89%）で、北は富山湾に面し、中央に射水平野、南部に射水丘陵を配し、標高0～140.2メートルを測り、県土面積の約2.6%を占めています。

図. 射水市の位置



資料：射水市ホームページ

②沿革

「射水」という地名は、古くから書物や地図にその名が記されるなど、長い歴史を持つ由緒ある名前です。

射水市は、富山県を代表する大河である神通川と庄川の間には広がり、中小の河川や地下水に恵まれた土地として古くから栄えてきました。

行政区域としての「射水郡」という地名の初見は、古代の746年に越中の国司として伏木に赴任した大伴家持の長歌（『万葉集』）にみえ、奈呉の浦（新湊）や三島野（大島、大門一帯）の地名も詠まれています。

中世の射水平野は、古放生津潟が大きく広がっていましたが、潟に流入する下条川、鍛冶川、神楽川等の堆積作用によって、次第に射水平野が形成されました。

下村の加茂神社は、1066年に京都の下鴨神社から勧請して成立したとされ、射水地方の賀茂神をまつる社の総社とされています。

鎌倉時代には放生津（新湊）に守護所が置かれ、以後、数百年間、放生津は越中の政治・経済・文化の中心となりました。1493年には室町幕府の将軍足利義材が京都での政変を避けて、5年間放生津に滞在したことがあります。

近世初期の旧北陸道は、城下の金沢から今石動-中田-水戸田-黒河ルートでしたが、1660年代以降は、高岡-大門-大島-小杉-下村を通ることとなり、大門・小杉・下村は市場町、宿場町として栄えました。

近代になり明治22（1889）年に市制町村制が施行され、新湊市、小杉町、大門町では周辺の村々と大同合併をすすめました。昭和38（1963）年には国営射水平野農業水利事業が行われ、平野は肥沃な乾田農地に生まれ変わりました。

高度成長下の昭和39（1964）年に「富山・高岡新産業都市」の指定を契機に、放生津潟を掘り込んで日本海側最大の富山新港の建設が開始され、その周辺は臨海工業地帯に、また太閤山には一大ニュータウン、県民公園太閤山ランドが建設され、さらに大学や研究機関等も進出しました。昭和48（1973）年には北陸自動車道の開通に伴い小杉インターチェンジが開設され、昭和58（1983）年には小杉町、大門町が「富山テクノポリス」区域に指定されて流通業務団地が形成されるなど、地域は大きく変貌しました。

平成17（2005）年11月1日、新湊市、小杉町、大門町、大島町、下村の5市町村が合併し、射水市が誕生しました。

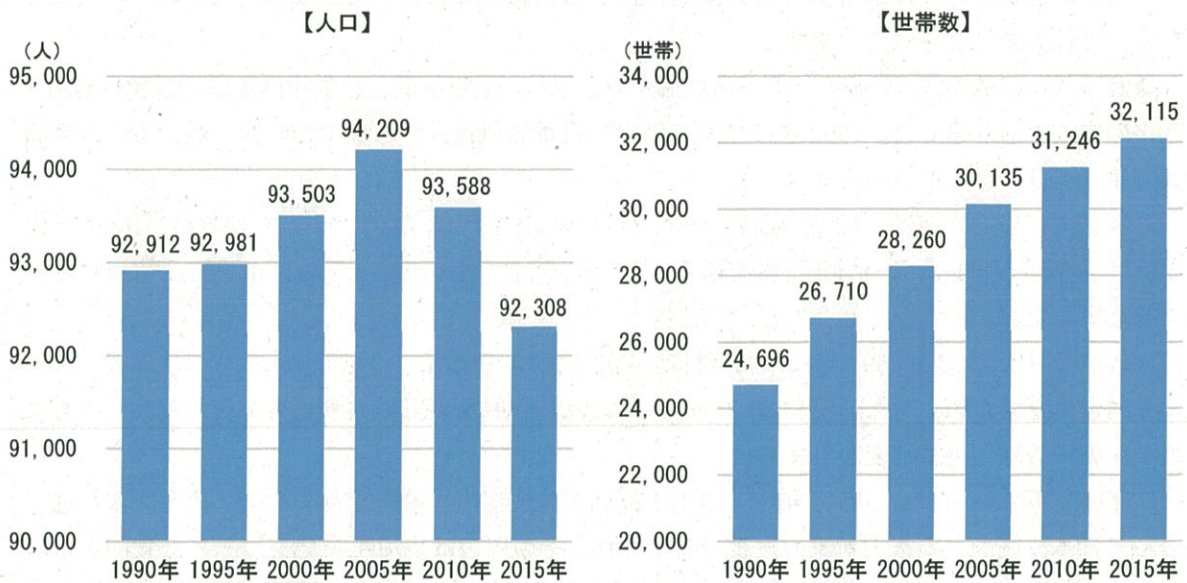
③人口

本市の人口は平成 17（2005）年の 94,209 人をピークに減少傾向にあります。世帯数は増加傾向にあり、核家族化が進んでいます。

年齢 3 区分別人口の占める割合は、高齢人口の割合は増加傾向にある一方で、年少人口や生産年齢人口の割合は減少傾向にあり、少子高齢化が進んでいます。

国立社会保障・人口問題研究所に準拠した人口推計によると、射水市の人口は 2060 年に約 6 万人まで減少すると推計されますが、射水市人口ビジョンでは、2060 年の目標人口を『72,000 人』とし、その人口の確保に向けて、射水市まち・ひと・しごと創生総合戦略の各種施策・事業を推進していくこととしています。

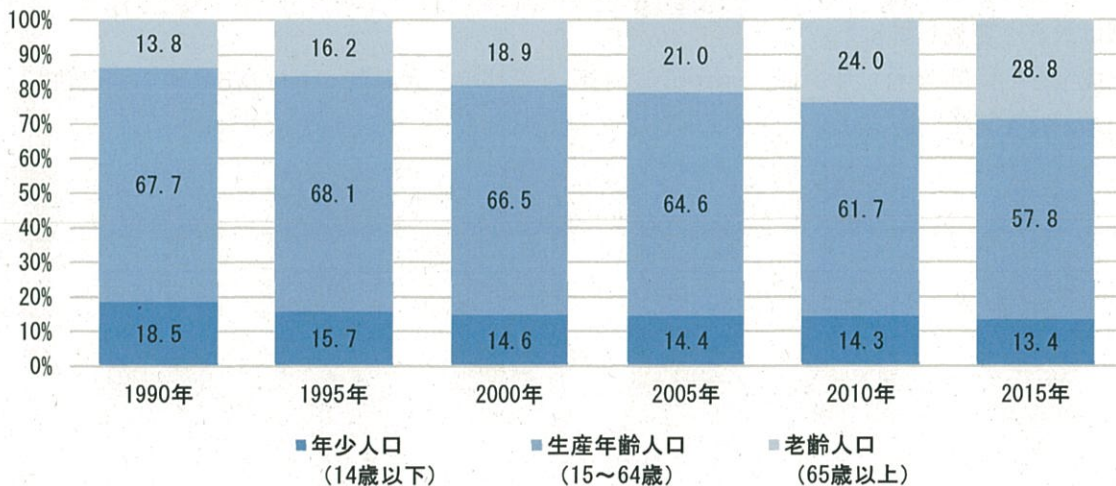
図. 人口及び世帯数の推移



注) 人口には年齢不詳を含みます。

資料：国勢調査

図. 年齢 3 区分別人口の占める割合の推移



注) 割合は、分母から不詳を除いて算出。

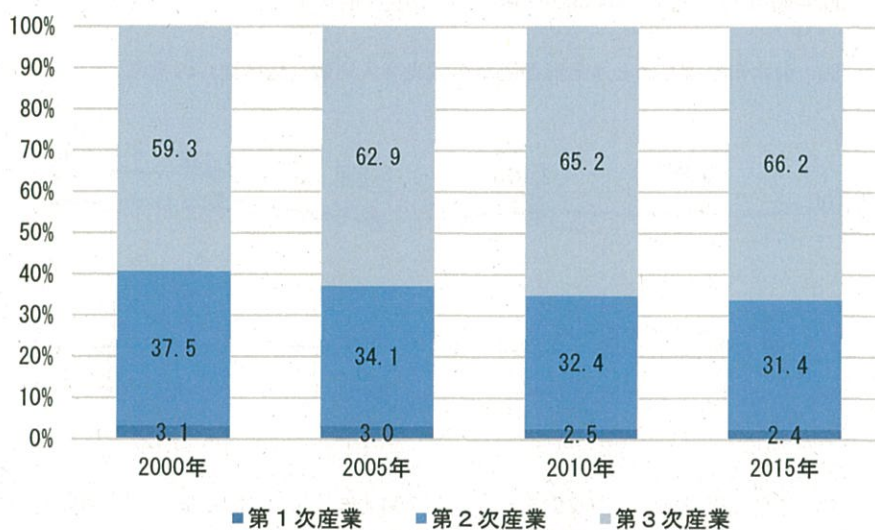
資料：国勢調査

④産業

本市の産業（3部門）別就業者数の構成比は、第3次産業が最も多く増加傾向にあり、第1次産業と第2次産業が減少傾向にあります。

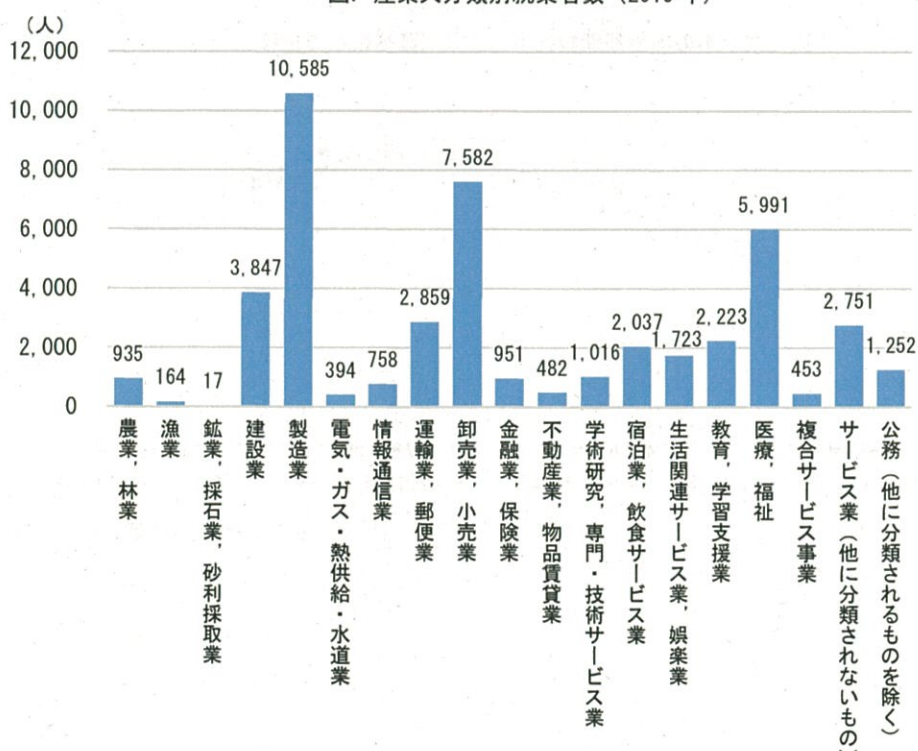
産業大分類別就業者数は、「製造業」（10,585人）が最も多く、次いで「卸売業、小売業」（7,582人）、「医療、福祉」（5,991人）となっています。

図. 産業（3部門）別就業者数の構成比



資料：国勢調査

図. 産業大分類別就業者数（2015年）



資料：国勢調査

(2) 射水市の観光動向

①射水市の観光客入込数

本市の観光客入込数は呉西圏域の中で最も高い値で推移しており、微増傾向にあります。

本市の四半期別観光客入込数は、過去5年間のうち平成27(2015)年の観光客入込数が高い値で推移しています(但し、7~9月は平成24(2012)年が最も多い)。

しかし、いずれの年も1~3月の観光客入込数は、最も観光客入込数が多い7~9月の半分以下となっており、通年観光を図るためには冬場の観光客対策が必要と言えます。

図. 射水市をはじめとする呉西圏域の観光客入込数(延べ数)の推移

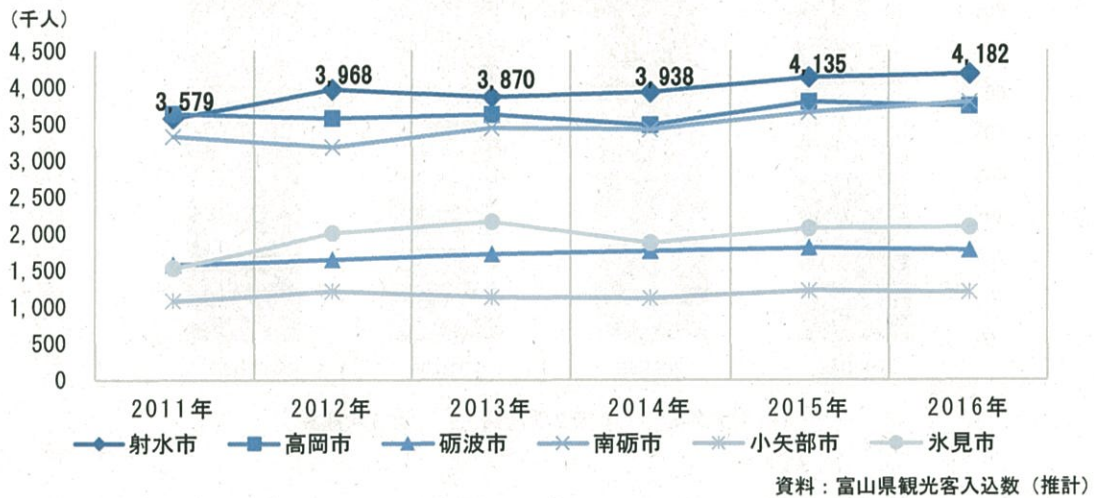
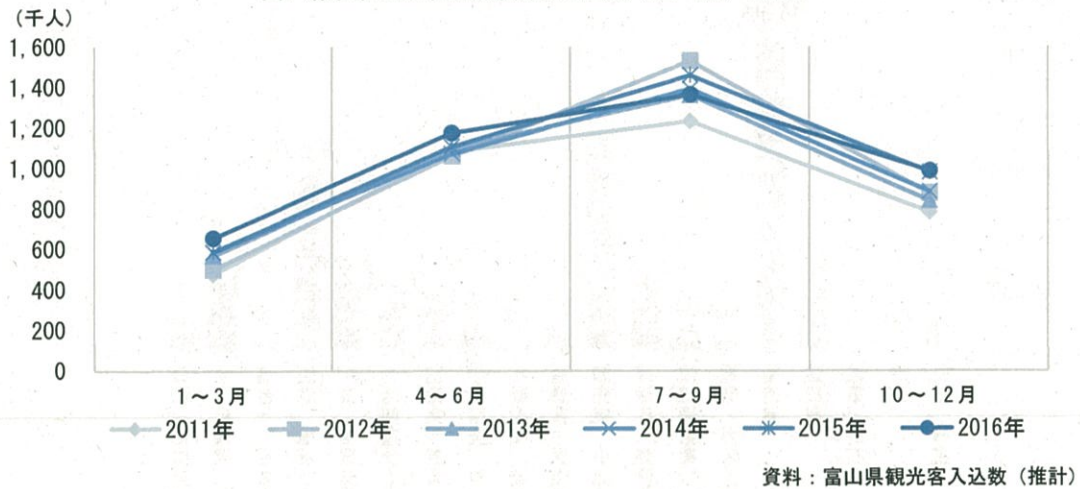


図. 射水市の四半期別観光客入込数(延べ数)の推移



射水市内の主な主要観光施設等（観光資源）と各々の入込数は以下のとおりです。

「海王丸パーク」「県民公園太閤山ランド」「道の駅カモンパーク新湊」「新湊きつときと市場」の入込数は年間 60 万人以上となっており、射水市の中でも集客力を持つ施設と言えます。

表. 射水市主要観光施設等入込数 (各年 1 月～12 月、単位：人)

	観光施設 イベント名等	2015年 入込数	2016年 入込数	増減	内容
観光・ 交流 拠点	海王丸パーク	1,075,100	1,016,100	△ 59,000	海王丸係留、レストラン、軽食、イベント広場、展示室等
	県民公園太閤山ランド	740,166	808,347	68,181	プール、こどもみらい館、体育館、多目的スペース、円形ステージ等
	県民公園新港の森	124,930	122,650	△ 2,280	野球場、陸上競技場、緑地等
	新湊博物館	6,518	9,113	2,595	常設展示、企画展示
	陶房匠の里	13,430	14,549	1,119	陶芸体験、陶芸販売、研修室等
	大島絵本館	37,471	36,818	△ 653	絵本ギャラリー、軽食、ホール、企画展示等
特産物 販売	道の駅カモンパーク新湊	718,484	752,013	33,529	レストラン、軽食、特産物販売等
	川の駅新湊	43,716	65,384	21,668	レストラン、特産物販売、ギャラリー、曳山展示等
	新湊きつときと市場	638,500	621,200	△ 17,300	飲食、特産物販売等
スポーツ拠 点	小杉カントリークラブ	54,458	47,769	△ 6,689	ゴルフ場
	太閤山カントリークラブ	57,808	57,459	△ 349	ゴルフ場
	パークゴルフ南郷	39,555	38,277	△ 1,278	パークゴルフ場
	下村パークゴルフ場	46,762	46,631	△ 131	パークゴルフ場
	海老江海浜公園海水浴場	27,642	28,419	777	海水浴場（夏季限定）
神社 仏閣	放生津八幡宮	27,898	24,032	△ 3,866	神社
	楡田神社	111,600	148,700	37,100	神社
	加茂神社	6,000	6,000	0	神社
	蓮王寺	5,480	5,380	△ 100	寺
神事	やんさんま	5,000	5,000	0	加茂神社（5月）
	海老江曳山まつり	25,000	10,000	△ 15,000	海老江地区曳山3基（9月）
	新湊曳山まつり	80,000	100,000	20,000	新湊・放生津地区曳山13基（10月）
	大門曳山まつり	10,000	10,000	0	大門地区曳山4基（10月）
イベント	越中だいもん凧まつり	50,000	50,000	0	大門地区（5月）
	射水市獅子舞競演会	7,000	7,000	0	新湊きつときと市場前（6月）
	小杉みこし祭り	14,000	18,000	4,000	小杉庁舎周辺（8月）
	富山新港新湊まつり	50,000	50,000	0	海王丸パーク（7月）
	ふるさと商工まつり in 射水	7,000	7,000	0	小杉庁舎周辺（8月）
食の イベント	農業産業まつり	10,000	10,000	0	アルビス小杉総合体育センター（11月）
	新湊カニかに海鮮白えびまつり	50,000	50,000	0	新湊漁港（10月）
その他	黒河夜高祭り、稚児舞、火渡り 神事（楡田・熊野）	6,100	6,100	0	5,000人以下の施設・イベント
	漁港 セリ見学	15,069	12,681	△ 2,388	

資料：射水市港湾・観光課

②射水市の宿泊施設数及び客室数

射水市の客室数は呉西圏域6市の中で5番目であり、富山市の約2%、高岡市の約8%しかなく、通過型の観光にならざるを得ない状況にあると言えます。

市内の宿泊者数は、春や秋に比べて、冬は半分以下となっています。

表. 射水市をはじめとする県西部6市の宿泊施設数及び客室数

	ホテル		旅館		計	
	施設数	客室数	施設数	客室数	施設数	客室数
射水市	2	60	6	113	8	173
高岡市	12	1,345	31	674	43	2,019
砺波市	4	542	12	229	16	771
南砺市	3	73	34	416	37	489
小矢部市	1	14	8	73	9	87
氷見市	9	273	38	498	47	771
(参考)富山市	52	5,328	118	2,082	170	7,410

資料：平成28年富山県観光客入込数（推計）

図. 平成28(2016)年の宿泊者数の月別推移（客室数30室以上の市内宿泊施設）



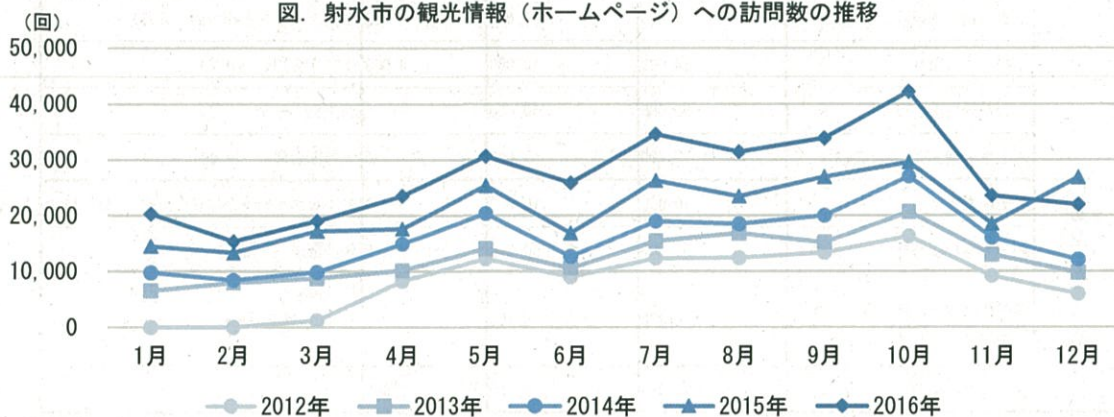
資料：射水市内観光関連事業者アンケート

③観光情報（ホームページ）への訪問数

本市の観光情報（ホームページ）への訪問数は、年々増加の傾向にあります。

平成28(2016)年の月別推移をみると、5月、7～10月は30千回以上となっており、特に10月の訪問数(42,229回)が最も多くなっています。一方、1～4月、11・12月は25千回未満で推移しています。

図. 射水市の観光情報（ホームページ）への訪問数の推移



資料：射水市港湾・観光課調べ

④射水市の交通

ア. 北陸新幹線の開業

平成 27 (2015) 年 3 月 14 日の北陸新幹線の開業により、本市と隣接する富山市と首都圏は約 2 時間で結ばれ、新幹線の持つ「高速・定時・大量」といった旅客力が発揮されています。

イ. 新湊大橋の開通

新湊大橋の開通(車道部は平成 24 (2012) 年 9 月・歩道部は平成 25 (2013) 年 6 月)により、東西のベイエリアが繋がったとともに、ランドマークとしての役割を担っています。

ウ. 市内交通網

市内の交通網は、東西にあいの風とやま鉄道や北陸自動車道、国道 8 号、南北に国道 472 号等が整備され、市内移動手段には高岡市と新湊地区を結ぶ万葉線、19 路線で市内を網羅するコミュニティバス、デマンドタクシー(大門・大島地区、予約制、相乗り)、民間路線バス、タクシー等があります。

図. 射水市コミュニティバスのルート



資料：射水市ホームページ

⑤その他射水市の観光を取り巻く環境変化

ア. 旧新湊庁舎跡地の利活用「観光拠点機能を備えた公共交通の結節点」

本市では、平成28(2016)年の新庁舎開庁に伴い、各庁舎の建物や跡地の利活用の基本的な考え方や方向性を決めました。

特に市内外の交流を促進する拠点となる旧新湊庁舎跡地利活用事業の事業計画の概要は以下のとおりです。

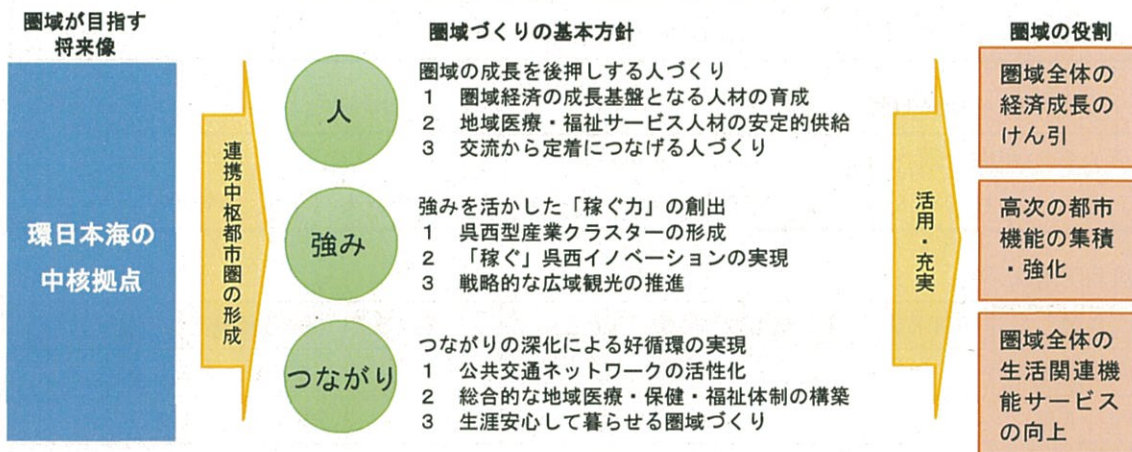
表. 旧新湊庁舎跡地利活用事業の事業計画の概要

事業名称	旧新湊庁舎跡地利活用事業
事業対象用地	・旧新湊庁舎跡地 約12,000㎡ ・射水商工会議所所有地 約1,300㎡
事業目的	観光・ものづくりゾーンとして、豊富な観光資源を生かし、安定的に交流人口を受け入れるため、公共交通(万葉線、コミュニティバス、路線バス等)の結節点として、観光機能も備えた公共交通ターミナルの整備を図る。併せて、新湊地区センターや市民交流機能の他、地元事業者の事務所等の機能も備えた複合交流施設の整備を図る。
基本方針	(1) 新たな賑わいの創出へつなげる施設計画 ・公共交通(あいの風とやま鉄道、万葉線)や他地区と動線整備(コミュニティバス等)を視野に入れた点在する観光資源との連携強化、観光客の受け入れ及び情報発信体制(観光機能)の確保を行う。 (2) 地域への貢献 ・事業の実施にあたっては、地域経済の進行や地元雇用の創出を行う。 ・地域住民が集う交流の場としての位置付けの強化を行う。 (3) ユニバーサルデザインに配慮した施設計画 ・バリアフリーやユニバーサルデザインを取り入れ、乳幼児から高齢者、障がい者まですべての市民にとって使いやすく、安心して快適に利用できる施設とする。
位置付け	本事業用地は、射水市の主な観光資源である、新湊大橋、内川、新湊漁港、きつときと市場、海王丸パークや港湾施設を有し、ものづくり企業が集積している「新湊地区」に位置している。 市は、新湊地区のほかに、小杉地区、大門地区、大島地区、下地区から構成されており、各々が合併前の旧中心市街地を中心とした生活圏を形成している。本事業は、これら地域間連携の強化及び観光ネットワークの整備を図り、市全域の観光・産業の振興を促し、住みやすいまちとして賑わいを創出する役割を担っている。本事業により、以下の項目を実現させ、新湊地区の活性化、定住・交流人口増加を図る。 ①地域住民が集う交流の場 ②点在する観光資源の連携 ③公共交通(あいの風とやま鉄道、万葉線)からの動線の確保 ④地域間連携の強化を図る公共交通(コミュニティバス等)の整備 ⑤観光客の受け入れ、情報発信体制(観光機能)の確保
導入想定機能	(1) 公共施設としての必要機能 ・新湊地区センター ・コンベンション施設 ・市民交流スペース ・観光案内施設 (2) 民間施設として期待する機能 ・オフィス機能(地元事業者含む) ・賑わい創出機能、定住促進等、地域の活性化に資する機能 ・地元食材販売所、宿泊施設等、観光振興に資する機能 (3) 公共交通ターミナルとしての必要機能 ・コミュニティバス、路線バス、観光バス、タクシー等の乗り入れを想定

イ. 呉西圏域における広域連携「環日本海の中核拠点」

呉西圏域は射水市や高岡市、氷見市、砺波市、小矢部市、南砺市の6市で構成され、高規格幹線道路や鉄軌道、港湾等が集結する広域交通の結節点であり、国内のみならず、日本海対岸諸国も視野に入れた広域的な交流・交易拠点という特色を持っています。人口減少・少子高齢化が進行する昨今の社会情勢の中、地域の再生、創生を果たすため、富山県西部6市で構成する「とやま呉西圏域」において、「環日本海の中核拠点」を目指し、そのネットワークの強化を図り、地域経済の活性化や交流人口の拡大、定住の促進を図っていく必要があります。

図. 「とやま呉西圏域」連携中枢都市圏の形成イメージ



ウ. インバウンドの増大と2020年東京オリンピック・パラリンピックの開催

中国発クルーズ船の寄港数の大幅増加やLCC（格安航空会社）の路線拡大、燃油サーチャージの値下がりによる航空運賃の低下、継続する円安基調がもたらした訪日旅行の割安感、ビザ発給要件の緩和、消費税免税制度の拡充等により、訪日外国人旅行者数の人数・伸び率はともに過去最高を記録し、平成27（2015）年の訪日外国人旅行者数は19,740千人（前年比47.1%増）となりました。

平成32（2020）年の東京オリンピック・パラリンピック開催に向けて、ハード・ソフトにわたる観光インフラの整備に取り組んでいくことにより、今後の更なる市場拡大が期待されます。

(3) 射水市観光・ブランド戦略プランに基づくこれまでの取組

本市では、「地域イメージの向上」「交流人口の増加」を図るため、平成24(2012)年3月に「射水市観光・ブランド戦略プラン」を策定しました。

本市を象徴する、海・川・野が育む豊かな食、水辺の景観、市民参加・伝統ある祭りを3つの資源とし、食の資源を中心に、個々の地域資源を確立・連携させ、広い分野に発信することを基本方針として、4つの戦略による様々な取組を行ってきました。

射水ブランドに係る数値目標

地域イメージの向上(地域ブランド調査 魅力度)
731位(平成23年度) ⇒ 500位(平成28年度)

観光交流に係る数値目標

交流人口の増加(観光施設、イベント等入込数)
3,238,666人(平成22年度) ⇒ 4,000,000人(平成28年度)

年度別数値結果

年度	射水ブランドに係る数値結果(魅力度)	観光振興に係る数値結果(入込数)
平成24年度	668位	3,969,131人
平成25年度	800位	3,871,919人
平成26年度	639位	3,887,391人
平成27年度	510位(555位)	4,104,155人
平成28年度	828位	4,184,986人

※平成28年より回答対象者を20~60代から20~70代に拡大。平成27年は試験的に実施。

【平成27年の()内は回答対象者20~70代の順位】

戦略1 地域イメージの全国発信

■ベイエリアの活用【認知度 500位以内】

取組内容	
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、ば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	ばしふいっくびいなすワンナイトクルーズ、全国中学ヨット大会、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」、射水観光情報館リニューアルオープン、第1回タモリカップ開催、全国豊かな海づくり大会開催、第1回富山マラソン開催、富山湾岸サイクリング2015開催、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選に選定
平成28年	第2回タモリカップ開催、第2回富山マラソン開催、富山湾岸サイクリング2016開催
平成29年	第3回タモリカップ開催、第3回富山マラソン開催、富山湾岸サイクリング2017開催、あいのかぜジェントルライド開催

■ロケーションの誘致及び活用【映画、テレビ、CM等の撮影 年間10回以上】

平成24年	映画「脳男」「あなたへ」
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（海老江浜公園）、映画「アオハライド」「仮面ライダードライブ」（爆破シーン）、インド映画、ドラマ「タクシードライバーの推理日誌36」、テレビ「ぴったんこカン・カン」
平成27年	テレビ「お袋もう一杯」「大食い選手権」「もしもツアーズ」「火曜サプライズ」、ドラマ「恋仲」、NHK「鶴瓶の家族に乾杯」、CM「大人の休日倶楽部」（JR東日本）、映画「真白の恋」「人生の約束」ロケ
平成28年	テレビ「24時間テレビ ダーツの旅スペシャル」、映画「ナラタージュ」ロケ、映画「人生の約束」第7回ロケーションジャパン大賞、撮影サポート部門 特別賞 受賞
平成29年	アマゾンプライムビデオ「日本をゆっくり走ってみたよ」ロケ、映画「仮面ライダーMOVIE大戦2018」ロケ、映画「真白の恋」公開（H29.2～）、映画「ナラタージュ」公開（H29.10～）
上記以外にも様々なロケが多数あり、商工会や商工会議所、水辺のまち新湊、観光協会等が富山県ロケーションオフィスと連携し、 ロケやエキストラ確保等 に協力	

■市ゆかりの著名人との連携

取組内容	
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
平成27年	長野電鉄3駅でPR展開、いみずPR大使制度開始（観光協会）水越ユカ（ピースボイスエンターテイメント）が就任、東京都庁富山県PRブースに参加、 いみずPR大使 に雷鳥就任
平成28年	いみずPR大使にIMZ ip就任、映画「人生の約束」石橋冠監督に市政功労者表彰を授与
平成29年	立川志の輔師匠を起用した観光ポスターを作成
この他、県内外で行われる各種物産展・イベント等で展開	

戦略2 食の魅力の創造

■「JAPANブランド」となる商品の創出【産品購入意欲度 150位以内】

平成24年	〈射水ブランド開発補助実績〉 きららか梨（射水市商工会）
平成25年	いみず丼（射水市商工会女性部）
平成27年	越のわたりがに（射水市漁業協議会）
平成17～27年	〈水産資源〉 いみずマリンバイオテクノロジー研究会
平成17～28年	近畿大学水産研究所富山実験場研究支援
平成20～26年	「近大・堀岡トラフグ」PR事業
平成25～26年	「サクラマス」養殖事業化試験飼育事業
平成27年	「トラフグ・サクラマス」PR事業
平成28年	「サクラマス」PR事業（純射水産サクラマス）
平成29年	「サクラマス」PR事業（純射水産サクラマス） 継続、農山漁村新戦略調査研究

■食が楽しめる空間の整備【空き店舗を活用した新規出店者数 5事業者以上】

平成24年	〈新規出店〉 uchikawa 六角堂、フェリシーナ
平成27年	海の駅 Sinminato Sazan（サザン）、しろえび壺番屋
平成28年	お着替え処KIPPO、蜻蛉玉Fe、小さなキッチン&雑貨Lupe（内川沿い）、番屋カフェ（渡辺邸）、LETTER（旧小杉郵便局）、貴婦人館（海王丸パーク内）、ビストロ ボン・グー（古民家）

平成14年～ 平成23年～ 平成26年～ 平成28年 平成29年	<p><イベント></p> <p>旧北陸道アート in 小杉（荒町商店街、ユニコネルモンド、鏝絵、竹内源造記念館）</p> <p>十楽の市（内川周辺）土蔵・番屋等を活用</p> <p>下条川桜まつり</p> <p>下条川夏まつり（平成29年には下条川みこし祭りとして開催）</p> <p>ふるさと横丁（小杉駅北口）</p>
平成25年～ 平成25・27年 平成27年 平成28年	<p><フリーペーパー></p> <p>市町村タイアップ事業（富山33の旅冊子・・・秋：内川周辺、春：下条川周辺）</p> <p>るるぶFREE秋冬号（内川周辺食イベント）</p> <p>新湊寺社さんぽ、新湊街道さんぽ発刊（射水商工会議所）</p> <p>新湊曳山さんぽ発刊（射水商工会議所）</p>
	<p>獅子舞競演会：平成23～28年 会場を新湊きつとときと市場で実施（平成29年度から富山新港花火大会と統合）</p> <p>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</p> <p>ICTの活用：「おさんぽいみず」による新湊、小杉地区の情報発信、「きららか射水観光NAV I」による観光情報の発信、Facebook、ムズムズブログ、ツイッターによる観光情報等の発信、「ディスカバートヤマ」による観光情報の発信</p>

■食のイベントの実施【新たな食のイベントの実施 3事業以上】

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	「進撃のすりみ」（射水青年会議所）、とやまグルメランド in いみず、B級グルメイベントへのいみず井出店（射水市商工会）、カニむき選手権（射水商工会議所）
平成29年	きとときといみず大漁まつり（日本橋とやま館）

■食のアンテナショップの設置【新幹線駅での本市特産品の取扱い 20品以上】実績なし

戦略3 ニューツーリズムの推進

■ニューツーリズムの掘り起こし【ニューツーリズム商品 10商品以上】

平成24年～ 平成24年～ 平成24・25年 平成25年～ 平成26年 平成26年～ 平成27年～ 平成28年～	<p><体験型観光商品の開発></p> <p>水辺空間着地型商品開発事業</p> <p>「昼セリ」の観光ルート化</p> <p>「養殖漁業の体験イベント」（堀岡北部漁業協議会）</p> <p>産業観光補助金制度開始（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）、産業観光ツアー（射水商工会議所）</p> <p>竹内源造記念館リニューアル「鏝絵体験」</p> <p>万葉線フリー&新湊クーポン、日経ラジオ「ムズムズするまち射水へGO」</p> <p>新湊観光船とガイド付き内川散策 観光船下条川ルート開設（船体購入補助）</p> <p>下条川花見遊覧船</p>
平成24年～ 平成25・26年	<p><観光ルートの構築></p> <p>スマートフォンを活用した地域の情報発信サイトの構築</p> <p>平成24年「おさんぽしんみなど」、平成26年「おさんぽこすぎ」を平成27年「おさんぽいみず」で統合</p> <p>射水ビューポイント発掘事業・内川さんぽ発刊</p>

■祭りやイベント等の活用【祭り・イベントと商店街等との連携事業 5事業以上】

平成28年	ワンコイン笑店街×内川十楽の市
平成29年	ワン・ツーコイン笑店街×内川十楽の市
平成28年～	新湊曳山祭×新湊曳山まつり市民プロジェクト

■観光事業の企画・提案【旅行会社等とのタイアップ 3事業以上】

取組内容	
平成 24 年～	「新湊寿司組合と連携したバス誘客」(クラブツーリズム、阪急交通社、他) 「着地型商品の共同企画の実施(昼セリ、ロケ地巡り、内川散策等)」 (地铁トラベル、新富観光) 富山県西部地区観光協議会「びゅう」タイアップ企画
平成 28 年～	観光事業者連絡会設置(観光協会)
	その他、「とっておき観光情報ナビ」(JTB)、「旅の発見」(近畿日本ツーリスト)

■おもてなしの心の醸成【おもてなしの心養成研修参加者 350人以上】

平成 24～29 年	観光ボランティアによるおもてなし研修
平成 26 年	職員おもてなし研修(市職員向け研修)

戦略 4 交通アクセスの整備

■万葉線(軌道)の延伸及び活用【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	高岡駅構内まで延伸

■コミュニティバス・デマンドバス等の検討

平成 24 年	デマンドタクシー本格運行(4月～) コミュニティバス通常路線 1路線増 計 18 路線(6月～)
平成 27 年	加越能バス 新高岡駅-海王丸直通バス運行(平成 30 年度から廃止予定)
平成 28 年	コミュニティバス通常路線 1路線増 計 19 路線(0番線 10月～)
平成 28 年～	射水ベイエリア観光周遊バス試験運行

■車社会への対応

平成 26 年～	ドライブ雑誌への掲載「北陸ドライブ」、射水市グルメ&観光MAPの製作、旧新湊勤労青少年ホーム跡地(奈呉町)に駐車場整備(平成 26 年)
----------	--