

IMIZU

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



2018(平成30)年3月

富山県射水市

計画策定の目的

2012(平成24)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。

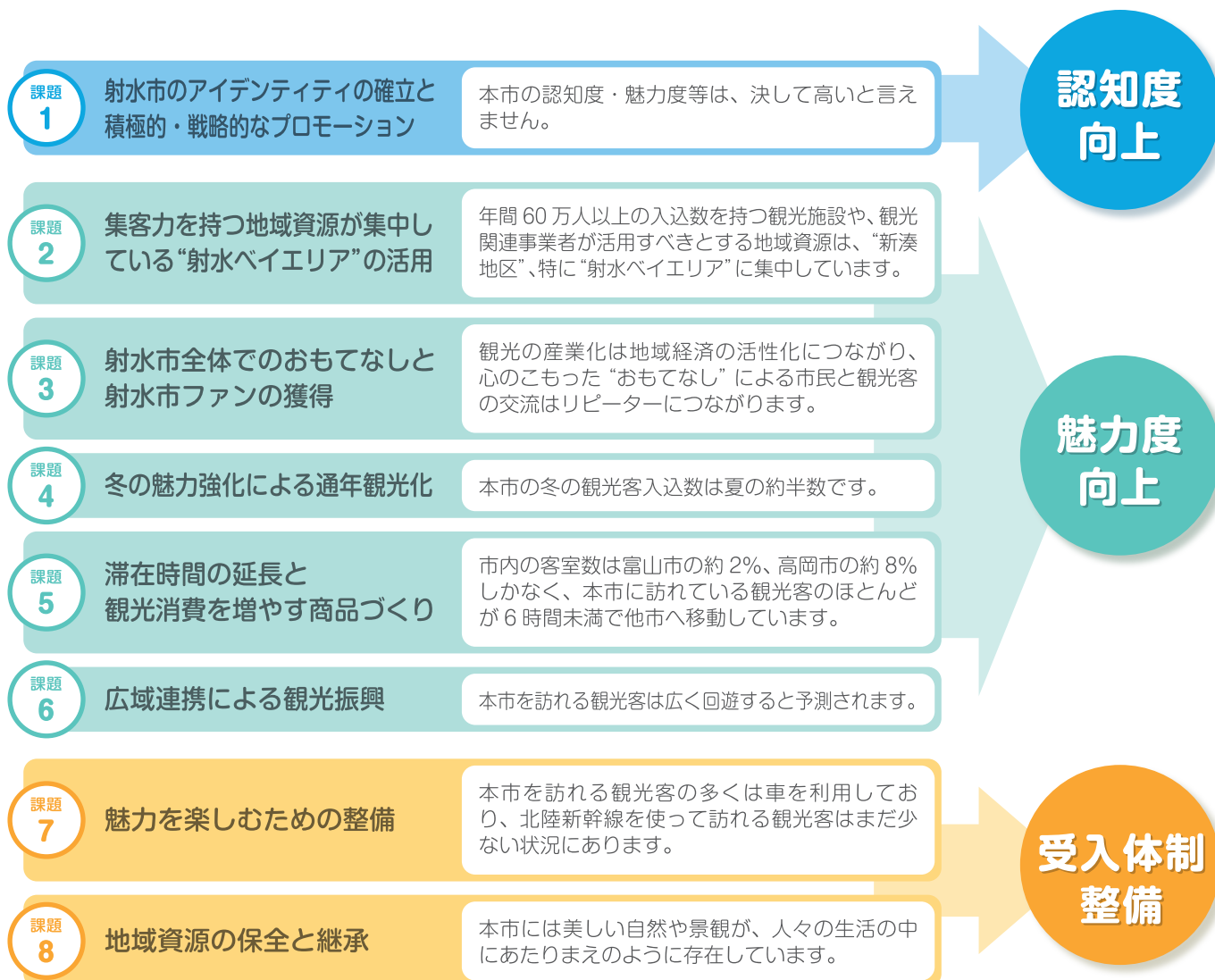
そのため、今後さらに多様化する観光ニーズや増加する訪日外国人観光客の受け入れに対して「射水市らしい」対応を図っていく必要があります。

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。

計画期間

2018(平成30)年度～2022(平成34)年度

射水市の観光の課題



基本方針

豊かな自然が育む食、あたりまえのようにある美しい自然や景観、連綿と受け継がれてきた伝統文化や祭りは、本市の宝であり地域によって独特な趣を醸し出しています。

これらが、市民の誇りとして守られ、磨かれ、未来に引き継がれていくことが大切であり、ひいては本市の貴重な観光資源となります。

「射水市を知っている」、「射水市に行ってみよう」そう思ってもらえるよう集客力のある射水ベイエリアのキラークンテンツ化を図り、本市の観光の核となる地域とし、各地区の観光資源を磨き上げながら、本市全域への波及効果を狙い、通年観光や滞在の長時間化による観光消費を拡大させることで、地域経済が活性化し、地域の人々が「稼げる」と実感できることが重要です。

また、首都圏をはじめとする県内外や海外からの誘客促進については、県及び呉西6市等の広域連携による施策の展開や「来てよかった」「また来たい」と思ってもらえるよう受入態勢の整備も必要です。

このことにより、地域には個性と活力が満ち、訪れる人々には満足度が高まり、いきいきと輝く「射水市」の創造につなげていきます。

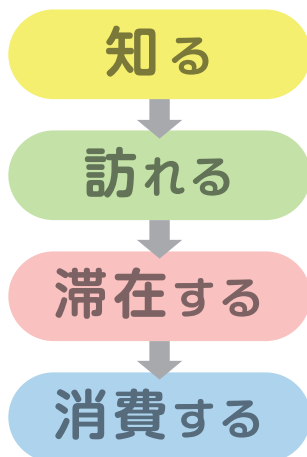


基本目標

本市には、時代とともに姿を変えながらも、昭和レトロな漁村の雰囲気や漂わせる内川、美しい水郷や田園風景、宿場町として栄えた旧北陸道等、懐かしさを感じる古き良き時代の魅力があります。この魅力を観光資源として磨き上げ、本市の強みである食を中心に、水辺の景観、祭り、文化と連携させ、観光消費の拡大等による地域の活性化を図っていくため、本市の観光振興の基本目標を次のように設定します。

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

■ 数値目標



項目	現状値 2016(平成28)年	目標値 2022(平成34)年
ホームページアクセス数 <small>※射水市公式観光ホームページ訪問数</small>	322,387 回	600,000 回
観光客入込数	4,182 千人	4,400 千人
1～3月観光客入込数	656 千人	690 千人
土産品等購入者数 <small>※特産物販売施設を対象</small>	1,373 千人	1,440 千人
1～3月土産品等購入者数 <small>※特産物販売施設を対象</small>	302 千人	320 千人
観光消費額 <small>※特産物販売施設を対象(売上総額・税抜)</small>	1,055,000 千円	1,160,000 千円

基本戦略と施策

“富山を代表する美食都市” ならではの『食』のブランドを確立し、本市の素地を磨くことで訪れる人を魅了し、観光客による消費を促す仕組みづくりのために、ブランディングとマーケティングの視点から、次の3つの基本戦略に基づく施策を展開していきます。

【基本戦略】

I

『射水市』の認知度向上
(ブランド力の向上)

【施策】

施策 1 『射水市』としてのブランドイメージの確立

- ① 市のイメージの統一
- ② 市のイメージのブラッシュアップ

施策 2 情報発信の強化

- ① ターゲットに応じた戦略的な情報発信
- ② 効果的なプロモーション活動

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)

施策 1 『射水ベイエリア』のキラーコンテンツ化と回遊性向上

- ① 射水ベイエリアの地域資源の付加価値向上
- ② 射水ベイエリアから市内への回遊性向上

施策 2 人の結びつきと意識の醸成

- ① 観光産業従事者の育成と連携強化
- ② 市民の意識醸成

施策 3 観光資源の活用

- ① 射水ブランドの育成とマーケティング強化
- ② 観光の通年化
- ③ 多様なニーズに応える旅行商品の展開

施策 4 広域観光の推進

- ① 広域連携事業の推進

III

『射水市』の受入体制整備
(射水市の観光を持続的に発展するための基盤整備)

施策 1 観光客の受入基盤の整備

- ① 観光客の受入環境の向上
- ② 外国人観光客のための環境整備

施策 2 観光地の価値の保全と向上

- ① 自然や景観等の保全

施策別の重点的な取組

基本戦略

I

『射水市』の認知度向上（ブランド力の向上）

施策1 『射水市』としてのブランドイメージの確立

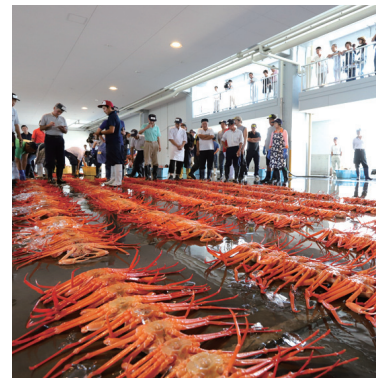
1-① 市のイメージの統一

- 多くの観光客が目的とする「食」について本市が持つ食の資源の歴史と可能性を活かし、「富山を代表する美食都市、射水」として、白えびやベニズワイガニ、ホタルイカ、ブリ等の海産物はもちろん、農産物も含めた重点プロモーションを展開
- 発信するイメージの受け手（市外・県外・海外）に「射水市」からの情報であることを認識してもらうため、事業者・各種団体と連携した統一イメージを発信



1-② 市のイメージのブラッシュアップ

- 県外者にあまり知られていないが市民が魅力を感じているような、潜在力のある地域資源にも着目し、視点や観点を変えながら、より幅広い対象者に魅力を発信
- 富山県立大学等市内教育機関に在籍する学生や、市外・県外からの転入者等の外部目線を取り入れ、市民にとってメジャーでないが県外者が魅力を感じる資源等、新たな魅力・価値を発掘し発信



施策2 情報発信の強化

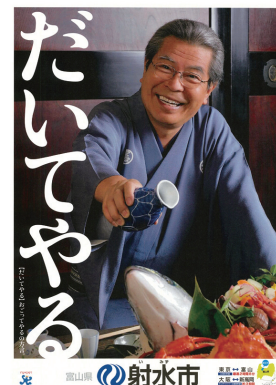
2-① ターゲットに応じた戦略的な情報発信

- SNSを活用し、InstagramやGoogleストリートビュー対応等、若者世代に向けた情報発信方法を検討
- AR（拡張現実）やVR（仮想現実）等、最先端技術を活用した観光資源の情報発信方法を検討



2-② 効果的なプロモーション活動

- 富山県や近隣市町村、姉妹都市、JR各社と連携を図りながら、旅行商品の企画や観光物産展、各種キャンペーン等を活用してプロモーションを展開
- 富山県ロケーションオフィス（TLO）と連携を図りながら、映画やテレビ、CM等のロケーション誘致に努めるとともに、ロケーション箇所や映像イメージを活用して市内外へ魅力を発信



施策1 『射水市ベイエリア』のカラーコンテンツ化と回遊性向上

1-① 射水ベイエリアの地域資源の付加価値向上

- 昭和レトロな漁村の雰囲気を持ち日本のベニスと称される「内川」の景観を活かした港町としての物語性を見える化し、発信していくとともに、空き家等の再生も含め、観光客目線での本市にしかない景観を保全
- 新湊漁港や海王丸パーク、新湊大橋、内川等の本市のイメージを牽引する『射水ベイエリア』の位置情報と魅力の発信を強化
- 富山新港へのクルーズ船の誘致の強化によるクルーズ文化の推進

1-② 射水ベイエリアから市内への回遊性向上

- 下条川の水辺空間の賑わい創出を図るため、観光遊覧船の運行とコースを検討
- 旧新湊庁舎跡地については、市内全域に点在する地域資源の連携を図り、射水ベイエリアから市内の各地区へ誘導できる仕組みづくりを検討



施策2 人の結びつきと意識の醸成

2-① 観光産業従事者の育成と連携強化

- 観光地域づくりの担い手として行政と民間事業者をコーディネートする役割を持つ射水市観光協会の組織を強化
- 各地域のNPO法人やまちづくり団体等、各地域の観光の担い手となる組織の連携を促進
- 観光ボランティアの養成を図り、組織を充実

2-② 市民の意識醸成

- 観光が地域に与えるプラスの効果や本市の魅力等、講習会やおもてなし研修会等を通じて、市民の意識を醸成
- 地区毎の観光を牽引する人材の育成の検討と支援

施策3 観光資源の活用

3-① 射水ブランドの育成とマーケティング強化

- 本市のイメージや魅力を持ち帰ることができるような物語性のある土産品の開発とブラッシュアップを行い、販路開拓を支援
- 観光客だけでなく、地元住民にも好まれるような本市の食を活かしたランチメニューを充実するとともに、その提供店の情報をマップ化
- 民間事業者と連携し、純射水産サクラマスのブランド化を促進
- 女性や若者をターゲットとした地元グルメ等をブラッシュアップし、インスタグラム等のSNSに投稿し、話題にもらえるように工夫

3-② 観光の通年化

- 新湊漁港で水揚げされる春の「ホタルイカ」や春～秋の「白えび」、冬に獲れる「寒ブリ」をはじめとする魚介類と「ベニズワイガニ」によるキャンペーンを実施
- 市内事業者と連携した冬期イベントの充実と誘客を促進
- 宿泊施設の積極的な誘致を図り、富山新港背後地を中心にビジネス客を対象とした企業への観光PR

3-③ 多様なニーズに応える旅行商品の展開

- 市内の学生と連携し、若者や若い女性のニーズにあった市内・県内・県外向けのイベントや観光コースを共同で開発
- 市内企業と連携し、昼セリ見学やかまぼこづくり体験、アルミ工場見学等、産業観光を推進
- 漁業体験や農業体験等、本市の農林水産業をまるごと体験できるツアーを企画
- 地元商店街が企画する集客イベントの促進



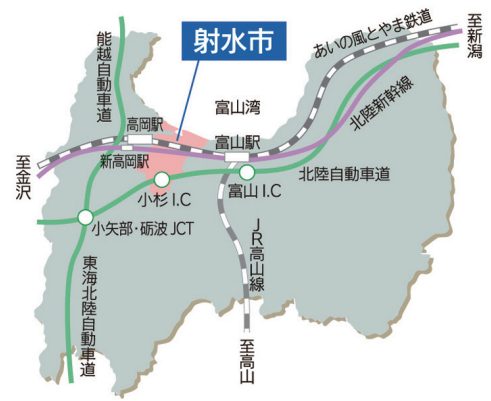
いみずサクラマス
IMIZU SAKURAMASU



施策4 広域観光の推進

4-① 広域連携事業の推進

- 「富山駅」、「新高岡駅」や「金沢駅」に観光マップやパンフレットの設置の充実や北陸新幹線の沿線都市や飛越能との連携による旅行商品の造成及び周遊観光を促進
- 西部6市が持つそれぞれの個性・特徴を集約した観光ツールとして、呉西圏域による「環日本海の中核拠点」としての連携を活用



基本戦略

Ⅲ

『射水市』の受入体制整備 (射水市の観光を持続的に発展するための基盤整備)

施策1 観光客の受入基盤の整備

1-① 観光客の受入環境の向上

- 市内全域を移動することができる公共交通のメリットを活かし、生活路線に観光振興の視点を取り入れた2次・3次交通の確保を推進
- 小杉駅が射水市の2次交通の玄関口（ファーストタッチ、ラストタッチとなる駅）となるための情報提供機能の整備や射水ベイエリア観光周遊バスの運行
- 観光客が安心して市内を回遊できる情報基地、あるいは休憩地点として、観光機能も備えた公共交通ターミナルの整備を推進

1-② 外国人観光客のための環境整備

- 主要観光施設や公共交通機関の駅等にWi-Fi整備を促進
- 今後訪日が見込まれる様々な国の言語に対応していくため、公共交通機関や観光施設をはじめとする案内標記やアナウンスの多言語対応を促進



施策2 観光地の価値の保全と向上

2-① 自然や景観等の保全

- 歴史的風致や景観の保全促進
- 文化財の保存と活用促進



計画の推進

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各々の役割を理解し、「つながる力」(関係者がみんなで力を合わせて押す力)によって、市内全体に観光客の回遊と観光消費の活性化を波及していきます。

① 「地域内のつながる力」を高める

各々の地区に住む人がそれぞれの地区を学び、郷土愛と理解を深めていくとともに、地域観光振興の核となる人材を発掘・育成し、地区内のネットワークの強化に努めます。



② 「市内全域のつながる力」を高める

将来的には、このネットワークを市内全域に広め、地区内だけでは不可能であったことを連携によって補強し、強みを更に伸ばすことで、「気づき」による新しい観光商品やルートの開発、サービスの提供等の可能性を広げ、付加価値の向上に努めます。



③ 「市域を超えたつながる力」を高める

このような取組により、市民自らが楽しめる環境を整備・創出していくことで、市の活力が満ち輝き、その魅力に導かれた県内外や国外とのつながりを広げます。

計画の進行管理

計画の進行管理にあたっては、「Plan(計画の再策定・修正)」「Do(事業の実施)」「Check(実施状況の点検・評価、報告・公開)」「Action(事業の継続または見直し)」という「PDCAサイクル」により、その実施状況を定期的に点検・評価していきます。



射水市観光振興計画

2018(平成30)年3月

射水市産業経済部 港湾・観光課 〒939-0292 富山県射水市小島703番地
tel/(0766)51-6676 fax/(0766)51-6691

● 射水市公式ホームページ <http://www.city.imizu.toyama.jp/> ● 射水市公式観光サイト「きららか射水観光 NAVI」 <https://www.imizu-kanko.jp/>