

## 第1回 令和4年度射水市観光振興計画推進会議 次第

と き 令和4年7月7日(木)  
午後1時30分から  
ところ クロスベイ新湊2階  
iCNホール

1 開会

2 あいさつ

3 議事

(1) 射水市観光振興計画の実績報告について

(2) 第2次射水市観光振興計画の策定について

4 その他

(3) 今後のスケジュール

5 閉会

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市のイメージの統一

具体的な取り組み

<p>◆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、白エビやベニズワイガニ、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</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・日本橋とやま館「富山はま作」で射水の上質な食をテーマとしたイベント「きときといみず大漁まつり」を実施し、射水の食の魅力を発信した。また、「白えびづくしスペシャルナイト」に協力した。</li> <li>・いみずブランド推進事業として、回転寿司チェーン「(株)銚子丸」（本社千葉県、首都圏に90店舗）において、白エビを使ったメニューの提供、シロエビ及び市のPR等を実施し、今後の販路拡大及びシロエビの認知度向上を図った。</li> <li>【観光協会】</li> <li>・オンラインワングルメとして「白エビと紅ズワイガニの丼」を市内の事業者での提供を推進し情報発信した。</li> </ul>
<p>◆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</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・立川志の輔氏による第3弾となる観光ポスター「きのどくな+ベニズワイガニ」を作成し、「射水市」を全国にPRした。</li> <li>・ムズムズくんを活用した情報発信（県内外外向宣伝、イベント参加）</li> <li>・射水市公式Vtuberいみず雫が誕生し、市内の情報をYouTube及びInstagramで発信した。</li> <li>・ムズムズくんといみず雫のLINEスタンプを販売し、本市のイメージアップと知名度向上、情報発信力の強化を目指した。</li> </ul>

②市のイメージのブラッシュアップ

<p>◆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</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・射水市公式フォトアンバサダー イナガキヤスト氏の写真を活用し、ポスター、クリアファイル、ポストカードを作成し、国内外に市内の美しい風景を発信した。</li> <li>・イナガキヤスト氏の他、市内在住の写真家の写真を活用し、多言語観光案内カードを作成した。また、カードラックをクロスベイ新湊、川の駅、オリバースポーツフィールド射水他に設置した。また、アランマーレと連携し、同チームの遠征先で展示し、射水の風景、食をPRしている。</li> <li>・「いみず いみず」モンドセレクション金賞受賞</li> <li>【ふるさと物産協議会】</li> <li>・小杉駅前ふるさと横丁を開催</li> <li>・ふるさと全国県人会まつり、旅まつり名古屋等で物産販売</li> <li>【観光協会】</li> <li>・射水の自慢（風景・食・祭り・イベント等）をテーマとした写真を公募し、コンテストを実施した。（入選作品による展示会の開催及びカレンダーの作成を行った。）</li> </ul>
<p>◆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</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・射水市公式フォトアンバサダー イナガキヤスト氏の写真を活用し市内の美しい風景を発信した。</li> <li>【観光協会】</li> <li>・富山情報ビジネス専門学校（モバイルビジネス学科）の学生による学生目線でのSNS発信事業（2019年より開始し、年々進化を遂げ発信している。また学校側としても体験実習的な要素があると評価。）</li> </ul>

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

<p>◆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</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ムズムズくんのInstagramを新規開設し、ツイッター、フェイスブックとともにSNSでの情報発信を強化した。（ツイッターのフォロワー数は1,388）</li> <li>・観光NAVIに、外国人観光客等へ英語での観光情報の提供と問い合わせに応じるため、AIチャットボットを導入した。</li> <li>・Googleストリートビューへの写真の投稿</li> <li>【観光協会】</li> <li>・いみずPR大使による情報発信</li> <li>・駅探との連携した実証事業として主要駅から目的地への検索と併せ途中の市内観光施設を同時案内できるシステムを構築した。</li> </ul>
<p>◆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</p>	<p>・屋セリ、新湊観光船のVR動画作成➤現時点では有効活用ができていない状況。今後の外向宣伝及びイベントなどで活用を検討したい</p>

②効果的なプロモーション活動

<p>◆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</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・射水市公式フォトアンバサダー イナガキヤスト氏の写真を活用し市内の美しい風景を発信した。</li> <li>・立川志の輔氏による第3弾となる観光ポスター「きのどくな+ベニズワイガニ」を作成し、「射水市」を全国にPRした。</li> <li>・ムズムズくん、いみず雫を活用した情報発信。</li> <li>・大阪市梅田での「日本列島心のふるさと観光展」に市観光ポスター展示。</li> <li>・雑誌「北陸ドライブ」に広告を掲載。</li> <li>【観光協会】</li> <li>・JR「カニを食べに北陸へ」キャンペーンと連携及び当該CPNを活かした新湊産紅ズワイガニの発信</li> <li>・JR西日本との協力（西NAVI、カレンダーへ、2022上期ポスターの掲載）</li> </ul>
<p>◆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</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・映画「おもいで写真」「#放生津カンタータ」「川つべりムコリッタ」「大コメ騒動」、ドラマ「君にとどけ」等のロケやその他多くのテレビ番組取材があった。</li> <li>・若手人気俳優がYouTubeで射水市の食の魅力（カニ）を発信した。</li> </ul>

基本戦略Ⅰ『射水市』の認知度向上（ブランド力の向上）

※評価など

一部事業においては、新型コロナウイルスの影響により置き去りとなったものがある状況ではあるが、SNSで多数のフォロワーをもつ、射水市公式フォトアンバサダー イナガキヤスト氏の写真を活用し、市内の美しい風景を広く周知するとともに、ムズムズくんのツイッター等SNSでの投稿を多くするなど情報発信の強化に努めた。  
 また、ふるさと納税の「ベニズワイガニ」「白エビ」を返礼品として選択した寄付件数が増えた。  
 今後も、海玉丸・新湊大橋・内川周辺等の景観や、ベニズワイガニや白エビ、米をはじめとした上質な食、祭礼等の伝統文化といった、射水が誇る地域資源を「射水ブランド」として発信し、ブランディングを強化していく必要がある。

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）

施策1 『射水ベイエリア』のカ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

具体的な取り組み

◆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	・空き家を活用した、ホテル、民泊施設、飲食店、美容室等が開業した。 H30～11店舗 ・映画「人生の約束」で作品の舞台に選ばれたことをはじめとし、撮影ロケ地としての選出や各メディアでの発信が増えたことで観光客に対してのアピールに繋がった。
◆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	・QRコードを読み込むことで市内観光地の情報が閲覧できる多言語観光案内カードを導入した。 ・イナガキヤスト氏の写真（内川・海王丸）を使った台湾向けプロモーションとして、観光ポスターを2種製作した。台湾士林区役所等で掲示した。
◆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	・県と連携し、クルーズ船社や旅行事業者等を招いたFAMツアーを開催した。 ・クルーズ船写真・ポスター展を開催し、クルーズ船での旅の魅力を発信した。

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	【新湊地区まちづくり協議会】 ・下条川観光周遊船の実証運航を実施した。今後は事業者が桜の開花時期にあわせて運行する予定。
◆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	・旧新湊庁舎跡地に、射水ベイエリアの新たな観光拠点及び観光交通・公共交通の結節点、内川を含む射水ベイエリア観光の発着点の役割を持つクロスベイ新湊を整備した。 ・レンタサイクルの台数と貸出場所を拡大した。 【観光協会】 ・市観光協会がクロスベイ新湊に移動 【新湊地区まちづくり協議会】 ・「べいぐるん」等新たな観光モビリティの実証運行を実施。

施策2 人と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

◆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	・SNSを活用した情報発信の強化などに取り組むため、これまで以上に市と観光協会の連携を図るため、観光協会に市職員を派遣し、また、人事交流を実施した。
◆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	・新湊地区まちづくり協議会との連携
◆観光ボランティアの養成を図り、組織を充実	【観光ボランティア協議会】 ・観光ボランティアガイドツアーの実施 ・「観光ガイド心得」の作成 ・神社、寺院の再調査

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	・新湊地区まちづくり協議会が観光アテンダント養成講座を開催
◆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

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	・射水ブランド商品開発等支援事業（越のわたり蟹ペーパークラフト、内川さんぼお菓子、おいねりさん）
◆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	【観光協会】 ・「射水市おすすめランチの店」作成 ・テイクアウト促進のためチラシを作成 ・「射水飲食店市場～射水市マルシェ～」の実施 〈期間等〉令和2年6月 全16日市内4地区 〈出店者数〉16店（延べ106店） 〈売上販売〉総販売数3,490食
◆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	市内業者によるJR金沢駅や新高岡駅の駅ナカでのます寿司の販売、市外業者により鱒寿司の原材料として使用されるなど、新たな販路を獲得した。
◆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、Instagram等のSNSに投稿し、話題にもらえるように工夫	・Instagram、Twitter、facebookでムズムズが地元グルメやイベント情報を発信 【観光協会】 ・富山情報ビジネス専門学校の学生によるSNS発信事業

②観光の通年化

<p>◆新湊漁港で水揚げされる春の「ホタルイカ」や春～秋の「白エビ」、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</p>	<p>・白エビ、いみずサクラマスの販路拡大を目的に「いみずブランド推進事業」を実施。                  ①オリジナルメニュー開発・新規メニュー導入事業                  県内の飲食店を対象に事業参加協力店舗を募集し、白エビとサクラマスを提供し、メニューを開発し、お店で提供していただく。県内飲食店48店舗、観光列車「一万三千尺物語」にて提供                  ②いみず食の魅力発信事業                  関東圏の回転ずしチェーン「銚子丸」で白エビを使ったイベント実施（令和3年2月実施）</p> <p>・日本橋とやま館でのPR</p> <p>【観光協会】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「新湊S級グルメ」の作成</li> <li>・「新湊カニかに海鮮白えびまつり」の代替えとして海鮮マルシェを実施</li> </ul> <p>①「海鮮マルシェinクロスベイ新湊」（カニや白エビ等の海産物を使用したお弁当の販売）                  ②「新湊お魚お買いものWEEK・フェア」（市内鮮魚店）                  ③「海鮮マルシェinクロスベイ新湊シェアキッチン」（海産物を使用したお弁当等の販売）</p>
<p>◆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</p>	<p>・射水商工会議所青年部が、冬期間のにぎわい創出を図るため、クロスベイ新湊で光と音の祭典「CROSS nation」（イルミネーション）を開催した。                  ・小杉ツウインクルナイトへの支援</p>
<p>◆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</p>	<p>・令和2年12月に小杉駅前にスーパーホテルが開業した。                  ・第一イン新湊がクロスベイ新湊隣接地に移転する。（令和5年春）                  ・令和5年12月に、ホテルルートインが市内で開業予定。</p>

③多様なニーズに応える旅行商品の展開

<p>◆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</p>	<p>・富山福祉短期大学の学生による観光モデルコースの設定                  【観光協会】                  ・射水ならではの旅プラン事業</p>
<p>◆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</p>	<p>・射水市産業観光魅力創出事業補助                  （鷺北水産加工（有）、村田豊製作所、富山湾しろえび倶楽部）</p>
<p>◆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</p>	<p>・富山しろえび倶楽部が「白えび漁観光船」を実施。</p>
<p>◆地元商店街が企画する集客イベントの促進</p>	<p>・射水市にぎわい創出事業                  新規で開催する集客イベントに支援（内川サテライトスタジオ、ラーメンスタンプラリー、鮮魚と野菜の朝市）</p>
<p>◆コロナ対策</p>	<p>・Welcome to Imizu事業                  ①「射水へ寄ってかれ支援」                  旅行会社が実施するツアーで、射水市内の観光関連施設を組み込み、一定以上の消費が見込まれるものに対して一人につき最大1,000円の助成を行い市内誘客を図った。                  ②「射水寄ってかれクーポン」                  旅行会社が販売する周辺市町村での宿泊プランに、射水市内の飲食店で利用できるクーポンを組み込み市内への誘客を図った。</p>

施策4 広域観光の推進

①広域連携事業の推進

<p>◆「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</p>	<p>【呉西圏域連携事業】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・台湾の旅行冊子「秋刀魚」で呉西圏域6市を取り上げた。</li> <li>・観光パンフレット「富山WEST」の作成</li> <li>・電子冊子 旅色「富山WESTの旅」の作成</li> <li>・JR名古屋駅前で「食とものづくりと旅」を実施</li> </ul> <p>・長野駅前で観光誘客キャンペーン</p>
<p>◆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</p>	<p>【飛越能連携事業】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・北陸新幹線停車駅である新高岡駅の南北通路にてパンフレットの設置、イベント情報の発信等を実施した。</li> </ul>

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）

※評価など

射水ベイエリアの更なるにぎわい創出のためにも、東西埋立地に賑わい施設等の誘致が必要であり、内川周辺にも、空き家を活用したホテル、民泊施設、飲食店等が開業したが、観光コンテンツはまだ不足している。  
 また、海王丸総帆展帆ボランティアが不足しているなど、地域と様々な形で関わる関係人口が少ない。  
 今後は、既存の観光素材の見せ方の工夫や新たな価値やストーリー性の追加、個性を際立たせることで、日常では得ることの出来ない時間や空間、体験を提供し、人を外から惹きつける魅力度向上が必要である。

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させるための基盤整備）

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

具体的な取り組み

<p>◆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</p>	<p>・新高岡駅及び小杉駅とベイエリアを結ぶ周遊バスを令和2年度に実証運行した。新高岡線は1便あたり0.12人、小杉駅線は0.22人であった。令和3年度には、前年度の実績を踏まえ新高岡駅線のみ実証運行を行い、1便あたり0.29人であった。</p>
<p>◆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</p>	
<p>◆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</p>	<p>・令和2年8月に旧新湊庁舎跡地に、射水ベイエリアの新たな観光拠点としてクロスベイ新湊がオープンした。路線バスやコミュニティバスが乗り入れ、観光バス駐車場や観光客の方にも利用いただける駐車場も整備しており、観光交通・公共交通の結節点、内川を含む射水ベイエリア観光の発着点としての機能も有している。市観光協会が施設内に移転した。                  ・「べいぐるん」、「べいかーと」、「べいとらいく」などの観光モビリティを導入し、ベイエリア内における近距離の移動手段の確保と、海王丸パーク等からの回遊性を高めた。</p>

②外国人観光客のための環境整備

<p>◆主要観光施設や公共交通機関の駅等にWi-Fi整備を促進</p>	<p>・新湊漁港、道の駅新湊、川の駅新湊、東橋に設置</p>
<p>◆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</p>	<p>・外国人旅行者の旅行の満足度を高めるため、免税電子手続機器や通訳、翻訳機等の導入を支援する射水市インバウンド等観光客受入環境整備促進事業補助金を創設した。</p>

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

<p>◆歴史的風致や景観の保全促進</p>	<p>・放生津八幡宮祭の曳山・築山行事が国指定重要無形民俗文化財に指定</p>
<p>◆文化財の保存と活用促進</p>	<p>・曳山格納庫整備補助の実施</p>

基本戦略Ⅲ 『射水市』の受入体制整備

<p>※評価など                  「べいぐるん」、「べいかーと」、「べいとらいく」など新しい観光モビリティが登場し注目を集めており、また、ベイエリア周辺にレンタサイクルも拡充させた。                  しかしながら、富山駅から直通のぶりにかにバスの運行が令和4年前期は休止中である。新高岡駅とクロスベイ新湊を結ぶバスを実証運行したが、令和3年度は、1便あたり0.29人と非常に少なく、令和4年度以降の運行は実現できなかった。また、令和6年春に予定されている北陸新幹線敦賀延伸を見据え、富山駅・新高岡駅からの2次交通の整備を検討していく必要がある。                  今後も引き続き、観光のトレンドやニーズの変化、インバウンド需要に対応するため、多様なニーズを捉えた観光基盤、受入態勢を整備していく必要がある。</p>
---

## 第2次射水市観光振興計画策定にあたっての現況分析

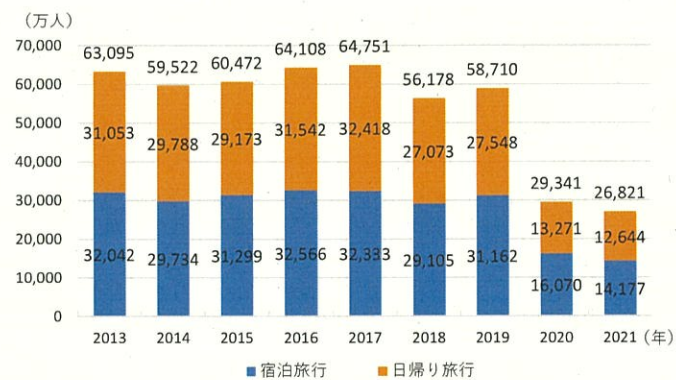
## 1. 国内観光の動向

## (1) 国内旅行の動向

2020年2月頃から広まった新型コロナウイルス感染症の世界的な感染拡大の影響により、観光市場においても国内外の旅行消費は大きく落ち込むこととなった。

2021年の日本人の国内宿泊旅行者数はのべ1億4,177万人、国内日帰り旅行者数はのべ1億2,644万人と、宿泊旅行、日帰り旅行ともに減少した。

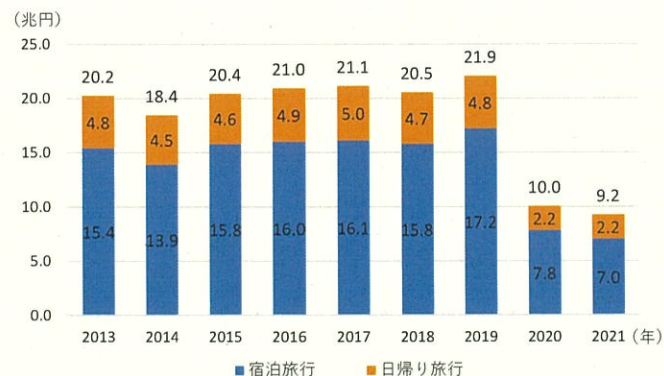
図1 日本人国内旅行延べ人数の推移（宿泊・日帰り別）



資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

2021年の日本人国内旅行消費額は9.2兆円となった。このうち宿泊旅行の国内消費額は7.0兆円、日帰り旅行の国内旅行消費額は2.2兆円となった。

図2 日本人国内旅行消費額の推移



資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

## (2) 社会環境の変化

新型コロナウイルス感染症が流行した後は、新たな旅行スタイルが台頭し、旅に求めるものの変化もあった。旅先で仕事をしながら休暇も行うというワーケーションや、近隣を観光するマイクロツーリズム、地方移住の動き等が出ている。

また、地域の文化や自然環境に配慮し、住民と観光客とが相互に潤うことを重視するサステナブルツーリズムが求められるようになった。サステナビリティを意識した旅先の過ごし方についての調査では、回答者の約7割が「現地の文化を代表するような本格的な体験」や「旅行中に使ったお金を現地コミュニティに還元」に意欲を示していた。<sup>1</sup>

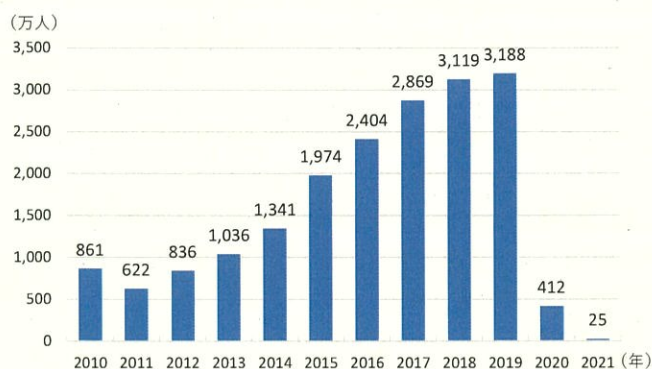
## (3) インバウンドの動向

2019年までは、プロモーションの強化や受入環境の整備等を実施したことにより、訪日外国人旅行者数が増加を続けていた。2016年「明日の日本を支える観光ビジョン」にて、訪日外国人旅行者数2030年6,000万人の目標設定を行った。

2021年に新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い、入国制限や海外渡航禁止等の措置が講じられ、全世界的に旅行者の往来が大幅に減少となった。日本でも2020年に412万人、2021年も続き、25万人となった。

2019年同月比で見ると2020年（令和2年）第2四半期頃を底として徐々に回復傾向にあるが、感染が長期化しているため、各国・地域の観光業への影響は依然として大きい。本格的な回復は2023年（令和5年）、もしくは2024年（令和6年）以降とする見方も多く、まだ時間を要するものと思われる。

図3 訪日外国人旅行者数の推移



資料：日本政府観光局 (JNTO) 「訪日外客数」

<sup>1</sup> Booking.com 「サステナブル・トラベル」に関する調査結果 (2022年)

#### (4) 国の政策の動向

2016年3月に、政府は「観光先進国」への新たな国づくりに向けて「明日の日本を支える観光ビジョン」を策定した。そこでは、地方が持つ観光資源の魅力を引き出すこと、観光産業の革新を行い基幹産業にすること、旅行者にとってストレスなく快適に観光を満喫できる環境にすることを視点として打ち出した。

新型コロナウイルス感染症拡大の影響をふまえ、2020年の実現プログラムでは、まず国内需要の回復と観光関連産業の体質強化に取り組み、感染収束を見極めつつインバウンド再開に備えて受入環境づくりや新たなコンテンツづくりに取り組むことが示された。

図4 「明日の日本を支える観光ビジョン」における3つの視点と10の改革

視点1 「観光資源の魅力を極め、 地方創生の礎に」	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」	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」
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>「魅力ある公的施設」を、ひろく国民、そして世界に開放</b> ・赤坂や京都の迎賓館などを大胆に公開・開放</li> <li>■ <b>「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</b> ・2020年までに、文化財を核とする観光拠点を全国で200整備、わかりやすい多言語解説など1000事業を展開し、集中的に支援強化</li> <li>■ <b>「国立公園」を、世界水準の「ナショナルパーク」へ</b> ・2020年を目標に、全国5箇所の公園について民間の力も活かし、体験・活用型の空間へと集中改善</li> <li>■ <b>おもな観光地で「景観計画」をつくり、美しい街並みへ</b> ・2020年を目途に、原則として全都道府県・全国の半数の市区町村で「景観計画」を策定</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>古い規制を見直し、生産性を大切にする観光産業へ</b> ・60年以上経過した規制・制度の技術見直し、トクメイの経営人材育成、民泊規制の整備、宿泊業の生産性向上など、総合パッケージで推進・支援</li> <li>■ <b>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</b> ・欧州・米国・豪州や富裕層などをターゲットにしたアビエーション、戦略的なビザ緩和などを実施 ・MICE誘致・開催の支援体制を抜本的に改善 ・首都圏におけるビジネスエタの受入環境改善</li> <li>■ <b>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</b> ・2020年までに、世界水準DMOを全国100形成 ・観光地再生・活性化ファンド、規制緩和などを駆使し、民間の力を最大限活用した安定的・継続的な「観光まちづくり」を実現</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>ソフトインフラを飛躍的に改善し、世界一快適な滞在を実現</b> ・世界最高水準の技術活用により、出入国審査の風景を一変 ・ストレスフリーな通信・交通利用環境を実現 ・キャッシュレス観光を実現</li> <li>■ <b>「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</b> ・「ジャパネット」を訪日後でも購入可能化 ・新幹線開業やJALの空港運営等と連動した、観光地へのアクセス交通充実の実現</li> <li>■ <b>「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</b> ・2020年までに、年次有給休暇取得率70%へ向上 ・家族が休暇をとりやすい制度の導入、休暇取得の分散化による観光需要の平準化</li> </ul>

資料：観光庁「明日の日本を支える観光ビジョン概要」

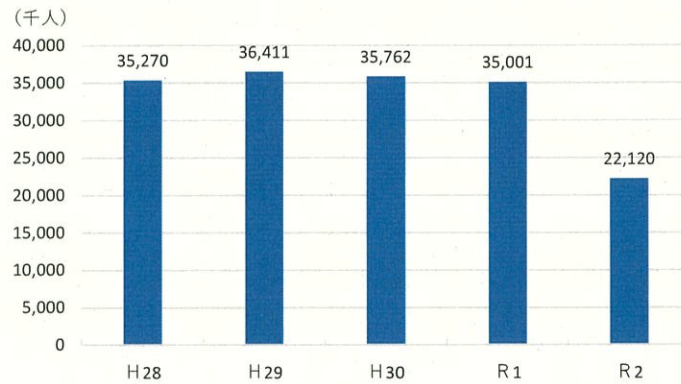


## 2. 富山県・周辺自治体等の観光動向

### (1) 観光動向

平成 29 年までは、北陸新幹線開業（H27. 3. 14）効果を維持し、増加傾向。新型コロナウイルス感染症拡大の影響から令和 2 年に大幅な落ち込み。

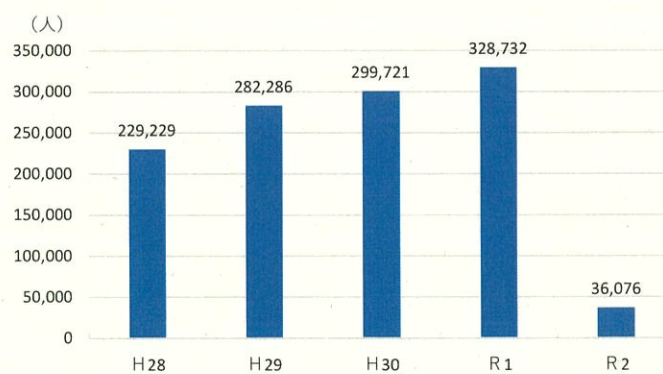
図 5 富山県観光客入込数の推移



資料：「富山県観光客入込数等」

国内のインバウンドの増加、観光プロモーションの効果等により、令和 1 年までは増加傾向。新型コロナウイルス感染症拡大の影響から、令和 2 年に大幅な落ち込み。

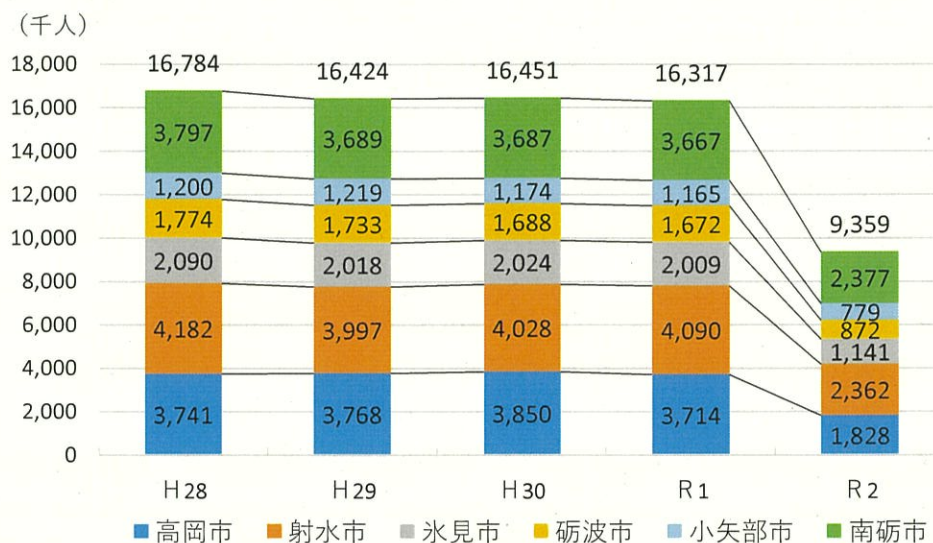
図 6 富山県外国人宿泊者数の推移



資料：「富山県観光客入込数等」

射水市の周辺自治体である、呉西6市（射水市、高岡市、氷見市、砺波市、小矢部市、南砺市）の入込客数は、令和元年までは横ばいで推移していたが、令和2年に減少。令和元年までは射水市が最も多かったが、令和2年は南砺市が最も多い。

図7 呉西6市別入込数の推移



資料：「富山県観光客入込数等」

## (2) 観光振興政策

### 《富山県》

#### ◎第3次富山県観光振興戦略プラン

基本目標	「選ばれ続ける観光地 ～幸せな旅と暮らしを富山県から～」	
将来像	自然、食文化、祭り等の伝統文化や住環境など富山の日常にある幸せと上質な暮らしが多くの人に知られ、旅行者、滞在者、移住者が増加する。	
	世界遺産五箇山、立山黒部、富山湾などここにしかない「特別感」のある観光地や、富山の暮らし自体が持つ魅力を最大限に活かし、付加価値の高い富山旅が提案され、人と経済が潤う地域が創出される。	
施策の方向	I 新たな時代の観光への対応	<ol style="list-style-type: none"> <li>1 関係人口創出に向けた裾野の拡大</li> <li>2 ウェルビーイング・魅力の再発見とマイクロツーリズム定着</li> <li>3 デジタル技術の活用</li> <li>4 ウィズコロナへの対応</li> </ol>
	II 持続可能な観光地域づくり	<ol style="list-style-type: none"> <li>1 戦略的な観光地域づくり</li> <li>2 広域観光の拠点化</li> <li>3 富山らしい魅力創出</li> </ol>
	III ターゲットに応じた戦略的なプロモーション	<ol style="list-style-type: none"> <li>1 三大都市圏を中心とした国内誘客の推進</li> <li>2 海外誘客の推進</li> <li>3 ビジネス観光の推進</li> </ol>

### 《広域連携》

#### ◎とやま呉西圏域連携中枢都市圏における連携事業

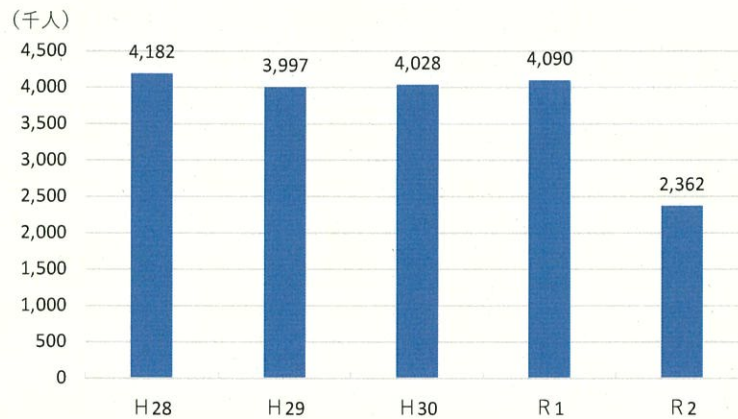
基本方針	本圏域が目指す将来像「環日本海の中核拠点」の実現に向けて、圏域の「人」、「強み」、「つながり」の活用・充実を大きな柱とした9つの基本方針に基づき、本圏域の連携中枢都市圏としての役割を果たすとともに、圏域各市の機能分担を図りながら、産業、観光、地域交通、医療・福祉等、各分野における連携施策に取り組めます。
重点プロジェクト	<ol style="list-style-type: none"> <li>1 地方創生熱源育成プロジェクト</li> <li>2 移住・定住サポート&amp;関係人口創出・拡大プロジェクト</li> <li>3 呉西の「稼ぐ力」増強・創造プロジェクト</li> <li>4 広域的ネットワーク充実プロジェクト</li> <li>5 未来につなげる地域共生プロジェクト</li> </ol>

### 3. 射水市をとりまく観光の現状

#### (1) 観光客の動向

令和元年まで入込客数はほぼ横ばいを推移しており、令和2年からは新型コロナウイルス感染症の影響を受け減少した。

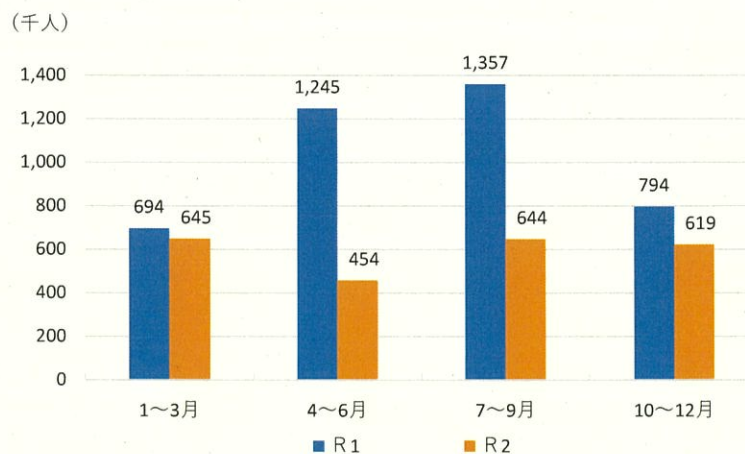
図8 射水市の入込客数の推移



資料：「富山県観光客入込数等」

7～9月の入込客数が多くなる傾向にある。令和2年は4～6月以降に新型コロナウイルス感染症の影響を受けて減少した。

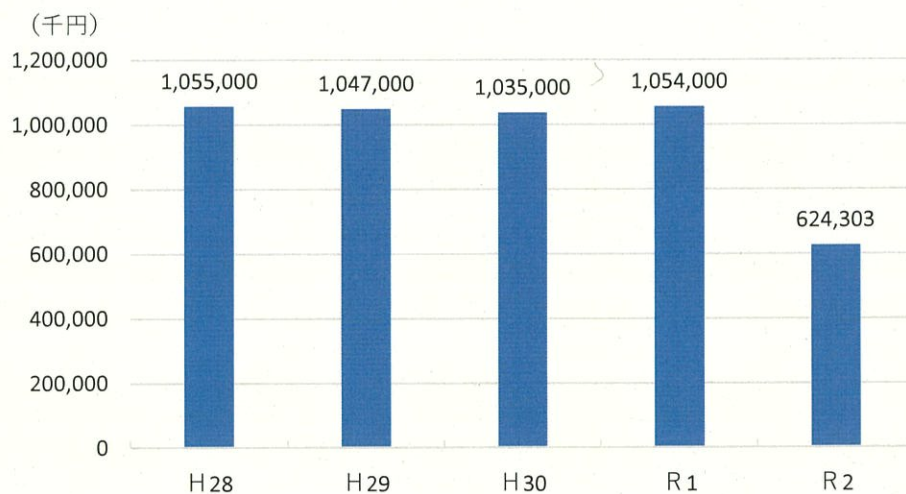
図9 射水市の四半期別入込客数



出典：「富山県観光客入込数等」

令和元年まで観光消費額はほぼ横ばいを推移しており、令和2年からは新型コロナウイルス感染症の影響を受け減少した。

図10 射水市の観光消費額



資料：射水市観光・定住課調べ

## (2) 射水市を取り巻く環境の変化

### ■北陸新幹線敦賀延伸

令和5年度末に敦賀までの開業が予定されており、北陸新幹線沿線都市などの自治体間との連携体制の強化の必要性が一層増加する。福井県方面でのメディア露出の増加が期待できる。なお、最寄りの新幹線停車駅である新高岡駅から射水市までの交通手段の確保が課題である。

### ■北陸デスティネーションキャンペーン

2024年秋に、北陸3県でJRグループと地方行政が実施する大型観光キャンペーン「デスティネーションキャンペーン」が開催される。旅行会社と一体となった広域的かつ継続的な観光宣伝事業であり、北陸観光のPRに効果が期待される。

### ■地域公共交通

射水市では、地域住民や観光客が使えるまちなかの移動手段として、新しい地域交通「べいぐるん」等の新たな観光モビリティの実証事業を行っており、観光客の回遊性を高めることが期待される。また、レンタサイクルの貸出を拡充した。

### ■持続可能な観光

コロナ禍を経て持続可能な観光の観点が重視され、サステナブルな地域が旅先に選ばれる条件となってきた。国連世界観光機関（UNWTO）では、持続可能な観光を、「観光客、観光産業、環境、観光地域の要望に応えつつ、現在及び将来の経済・社会・環境への影響を考慮する観光」と位置付けている。環境への取り組みだけでなく、コミュニティの維持などの活動にも目を向けられている。

### ■地方志向や新たな観光需要

コロナ禍を経てテレワーク等の新しい働き方が浸透し、地方移住への関心が高まっており、関係人口の拡大が見込まれる。

旅行先等の普段とは異なる場所で仕事をしつつ、自分の時間も過ごす「ワーケーション」の動きの広まりや、近隣地域内の観光をする「マイクロツーリズム」の浸透など、新たな観光需要が創出されている。観光庁「旅行・観光消費動向調査」から、近隣地域内での観光の割合は、2019年から2021年にかけて国内全エリアで増加傾向を示した。

### (3) 射水市観光振興計画の成果と課題

#### 《実施状況》

基本戦略	取組施策
I 『射水市』の認知度向上 (ブランド力の向上)	『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
	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)	『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
	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
	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(観光客の冬枯れ対策) ③多様なニーズに応える旅行商品の展開
	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)	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
	観光地の価値の保全と向上 ①自然や景観等の保全

《数値目標》

令和2年2月頃から、世界的な感染拡大となった新型コロナウイルスの流行により、生活様式に変化があり、観光市場においても国内外の旅行消費が大きく落ち込んだ。

項目	基準値 2016 (平成28)年	2017 (平成29)年	2018 (平成30)年	2019 (令和元)年	2020 (令和2)年	2021 (令和3)年	目標値 2022 (令和4)年	備考
①ホームページアクセス数 ※射水市公式観光ホームページ訪問数	322,387回	336,892回	332,298回	411,782回	406,297回	411,679回	600,000回	射水市港湾・観光課調べ
②観光客入込数	4,182千人	3,997千人	4,028千人	4,090千人	2,362千人	未発表	4,400千人	富山県観光客入込数推計
③1～3月観光客入込数	656千人	638千人	560千人	694千人	645千人	未発表	690千人	
④土産品等購入者数 ※土産物販売施設を対象	1,373千人	1,312千人	1,301千人	1,332千人	800千人	738千人	1,440千人	射水市港湾・観光課調べ (道の駅新湊、新湊きつとぎと市場、川の駅新湊)
⑤1～3月土産品等購入者数 ※土産物販売施設を対象	302千人	274千人	252千人	251千人	251千人	147千人	320千人	
⑥観光消費額 ※土産物販売施設を対象(売上総額・税抜)	1,055,000千円	1,047,000千円	1,035,000千円	1,054,000千円	624,303千円	564,426千円	1,160,000千円	



調査地点		調査日時	月	日	時
------	--	------	---	---	---

## 射水市 観光客動態調査 調査票

### 1. あなたご本人について

問1 性別 (1つだけ)

1. 男性 2. 女性 3. 無回答

問2 年齢 (1つだけ)

1. ~10代 2. 20代 3. 30代 4. 40代 5. 50代 6. 60代 7. 70代~

問3 居住地 (1つだけ)

1. 射水市内 2. 射水市外 (富山県内) (市町村名: )  
3. 富山県外 (都道府県名: ) 4. 海外 (国: )

### 2. 今回の訪問について

問4 何人で来訪されたかお答えください。 (1つだけ)

1. 1人 (回答者のみ) ⇒問6へ  
2. 2人 3. 3人 4. 4人 5. 5人以上

問5 問4で2人以上と回答された方にお聞きします。誰と来訪されましたか。 (1つだけ)

1. 夫婦・カップル 2. 子ども連れ家族 (小学生以下) 3. 大人の家族 (中学生以上)  
4. 友人 5. 職場・学校等の団体旅行 6. その他 ( )

問6 利用された交通機関をそれぞれお答えください。

問6-1) 居住地から射水市 (いくつでも)

1. 自家用車 2. レンタカー 3. タクシー 4. 新幹線 5. 在来線 6. 万葉線  
7. 飛行機 8. 高速バス 9. 観光バス・貸切バス 10. 路線バス・コミュニティバス  
11. その他 ( )

問6-2) 射水市内

(いくつでも)

1. 自家用車 2. レンタカー 3. タクシー 4. 在来線 5. 万葉線  
6. 観光バス・貸切バス 7. 路線バス・コミュニティバス 8. ベいぐるん 9. 自転車  
10. 徒歩 11. その他 ( )

問7 宿泊の有無をお答えください。

(1つだけ)

1. 日帰り ⇒問9へ 2. 宿泊

問8 問7で「2. 宿泊」と回答された方にお聞きします。

問8-1) 何泊されましたか。

(1つだけ)

1. 1泊 2. 2泊 3. 3泊以上

問8-2) 宿泊地域をお答えください。

(いくつでも)

1. 射水市 2. 富山市 3. 高岡市 4. 氷見市 5. 立山町(立山黒部アルペンルート等)  
6. 黒部市(宇奈月温泉等) 7. 魚津市 8. 七尾市(和倉温泉等) 9. 金沢市 10. その他( )

問8-3) 宿泊施設をお答えください。

(いくつでも)

1. ビジネスホテル 2. シティホテル 3. 旅館 4. ペンション・民宿  
5. キャンプ場 6. (キャンプ場以外の) 車中泊・交通機関内での宿泊  
7. 実家や知人・親戚宅 8. シェアハウス 9. その他 ( )

問9 今回の旅行の目的は何ですか。

(いくつでも)

1. おいしいものを食べる(白エビ、ベニズワイガニ、ホタルイカ、ブリ等)  
2. 観光・文化施設を訪れること 3. 自然景観を見ること 4. スポーツ・アウトドア活動  
5. 温泉に入ること 6. 自然の豊かさを体験すること 7. 街や都市を訪れること  
8. 買い物をすること 9. 文化的な名所を見ること 10. 地域の文化を体験すること  
11. 地域の祭りやイベント 12. 芸術・音楽などの観劇・鑑賞 13. 目当ての宿泊施設に泊まること  
14. ビジネス・ワーケーション 15. 帰省・冠婚葬祭・知人訪問 16. その他 ( )

問10 今回の旅行で、射水市以外に訪れる地域をお答えください。

(いくつでも)

1. 射水市 2. 富山市 3. 高岡市 4. 氷見市 5. 立山町 6. 黒部市  
7. 魚津市 8. 七尾市 9. 金沢市 10. その他 ( )

問11 射水市に来たのは、今回で何回目ですか。

(1つだけ)

1. 1回目 2. 2回目 3. 3回目 4. 4~9回目 5. 10回以上 6. 射水市民

### 3. 射水市の観光について

問12 射水市での滞在時間をお答えください。(1つだけ)

1. 2時間未満 2. 2時間以上4時間未満 3. 4時間以上6時間未満 4. 6時間以上

問13 今回の旅行で訪問した箇所をお答えください。(いくつでも)

1. 海王丸パーク 2. 新湊大橋 3. 川の駅 新湊 4. 道の駅 カモンパーク新湊  
5. クロスベイ新湊 6. 太閤山ランド 7. 放生津八幡宮 8. 竹内源造記念館  
9. 大島絵本館 10. 陶房「匠の里」 11. 加茂神社 12. 新湊博物館  
13. 海老江海浜公園 14. オリバースポーツフィールド射水 15. その他 ( )

問14 射水市内で消費した金額をお答えください。

■土産・買物代	<input type="text"/>	円
■飲食費	<input type="text"/>	円
■交通費(万葉線、べいぐるん、路線バス、タクシー、レンタカーなど)	<input type="text"/>	円
■娯楽・サービス費(現地ツアー、入場料、体験料、レンタル料など)	<input type="text"/>	円

問15 射水市へ再訪意向はありますか。(1つだけ)

1. ぜひまた来たい 2. 機会があればまた来たい 3. もう来ないと思う 4. わからない

問16 射水市滞在中の、主な旅行情報の入手方法をお答えください。(いくつでも)

1. 旅行会社ホームページ 2. 射水市公式観光サイト 3. 個人のブログ  
4. 口コミサイト(トリップアドバイザー等) 5. SNS (facebook、instagram、twitter等)  
6. YouTube 7. その他インターネット(サイト名: )  
8. 旅行ガイドブック(有料) 9. 観光パンフレット(無料)  
10. 観光案内所に尋ねる 11. 宿泊施設の従業員に尋ねる 12. 歩いている人などに尋ねる  
13. その他( ) 14. 特になし

問17 旅行の出発前に得た、射水市の旅行情報の入手方法をお答えください。(いくつでも)

1. 旅行会社ホームページ 2. 射水市公式観光サイト 3. 個人のブログ  
4. 口コミサイト(トリップアドバイザー等) 5. SNS (facebook、instagram、twitter等)  
6. YouTube 7. その他インターネット(サイト名: )  
8. 旅行ガイドブック(名称: ) 9. 旅行雑誌 10. その他雑誌 11. 新聞  
12. テレビ番組 13. 旅行会社の店舗 14. 観光案内所 15. 友人・親戚等の口コミ  
16. その他( ) 17. 特になし

#### 4. ご自身の旅に対するお考えについて

問18 普段興味のあるもの・趣味などをお答えください。 (上位3つ)

1. 食・グルメ 2. スポーツ 3. 自然・アウトドア 4. アート 5. 文化活動 6. 音楽  
7. 映画 8. ゲーム 9. アニメ・漫画 10. 読書 11. ファッション 12. ショッピング  
13. 車/バイク 14. ペット 15. その他 ( )

問19 旅先を選ぶときに重視することをお答えください。 (上位3つ)

1. 食・グルメ 2. 自然 (海・山) 3. 景観 4. 歴史・まちなみ 5. 名所・旧跡 6. 温泉  
7. 宿泊施設 8. 地元の人との交流 9. お祭りなどの地域行事・イベント 10. 伝統工芸  
11. 美術館・博物館 12. テーマパーク 13. ショッピング 14. その他 ( )

#### 5. 満足度等について

問20 今回の射水市の観光での満足度をお答えください。 (1つだけ)

1. とても満足 2. やや満足 3. 普通 4. やや不満 5. 不満

問21 特に満足した点があれば、お答えください。 (いくつでも)

1. 食事 (白エビ、ベニズワイガニ、ホタルイカ、ブリ等) 2. 自然・風景 3. 史跡・名所  
4. まちの景観 5. 伝統文化 6. ショッピング (土産品、日用品等) 7. 公共交通に利便性  
8. 案内標識の分かりやすさ 9. Wi-Fi環境 10. 人のおもてなし 11. 治安の良さ  
12. 旅行情報の入手のしやすさ 13. 混雑具合 14. 特になし 15. その他 ( )

問22 特に不満に感じた点があれば、お答えください。 (いくつでも)

1. 食事 (白エビ、ベニズワイガニ、ホタルイカ、ブリ等) 2. 自然・風景 3. 史跡・名所  
4. まちの景観 5. 伝統文化 6. ショッピング (土産品、日用品等) 7. 公共交通に利便性  
8. 案内標識の分かりやすさ 9. Wi-Fi環境 10. 人のおもてなし 11. 治安の良さ  
12. 旅行情報の入手のしやすさ 13. 混雑具合 14. 特になし 15. その他 ( )

問23 その他、射水市の観光に関する要望や希望がありましたら、ご記入ください。

## 市内観光客動態調査 調査概要

## 概要

射水市内の観光施設 4 地点にて来訪者を対象にヒアリング形式のアンケート調査を行う。

## 目的

射水市内の観光客の現状やニーズを把握し、コンテンツの磨き上げや周遊につなげるよう施策に活かす。

## 調査日時（案）

令和 4 年 7 月 30 日（土） 9:00～17:00

【予備日】

令和 4 年 8 月 13 日（土） 9:00～17:00

## 調査場所（案）

- ・新湊きつときつと市場
- ・道の駅カモンパーク新湊
- ・県民公園太閤山ランド
- ・川の駅 新湊（新規）

## サンプル数

1 地点につき 100 サンプル（目標）

合計 400

## 調査体制

調査主体 射水市観光・定住課

調査実施機関 株式会社計画情報研究所

## 実施スケジュール

6/20 の週	調査員の手配
7/7	第 1 回策定委員会
7/15	調査票の確定
7/25 の週	準備（調査票印刷、記入道具、感染対策）
7/30	調査実施
8/13	調査実施（予備日）

## 射水市 観光関連事業者等 調査票

## 貴施設について

施設所在地	射水市内： 1. 新湊地区 2. その他（ ） 3. 射水市外
業種	1. 観光施設 2. 宿泊施設 3. 飲食・物販施設 4. 交通関連 5. その他（ ）
従業員数	1. 5人以下 2. 10人以下 3. 30人以下 4. 50人以下 5. 100人以下 6. 100人超
実施年数	1. 1年未満 2. 1年以上3年未満 3. 3年以上10年未満 4. 10年以上
年間利用者数	人
年間利用者数のうち観光客数	人

## お客様層について

問1 利用されるお客様のうち多いのは、居住地がどこの方ですか。 (○はいくつでも)

1. 射水市内 2. 富山県内の射水市外  
3. 近隣の県外（石川県・福井県・岐阜県・長野県・新潟県） 4. 全国 5. 外国人観光客

問2 今後増やしたいお客様の居住地はどこですか。 (○はいくつでも)

1. 射水市内 2. 富山県内の射水市外  
3. 近隣の県外（石川県・福井県・岐阜県・長野県・新潟県） 4. 全国 5. 外国人観光客

問3 利用されるお客様のうち、多い属性お答えください。 (○はいくつでも)

1. お一人 2. 若い夫婦・カップル 3. 中・高年の夫婦・カップル  
4. 若い女性グループ 5. 中・高年の女性グループ 6. 若い男性グループ  
7. 中・高年の男性グループ 8. 若い男女グループ 9. 中・高年の男女グループ  
10. 子ども連れの家族 11. 大人の親子 12. 3世代の家族  
13. 会社等の団体 14. 外国人観光客 15. その他（ ）

問4 今後増やしたいお客様の属性をお答えください。

(○はいくつでも)

1. お一人	2. 若い夫婦・カップル	3. 中・高年の夫婦・カップル
4. 若い女性グループ	5. 中・高年の女性グループ	6. 若い男性グループ
7. 中・高年の男性グループ	8. 若い男女グループ	9. 中・高年の男女グループ
10. 子ども連れの家族	11. 大人の親子	12. 3世代の家族
13. 会社等の団体	14. 外国人観光客	15. その他 ( )

## 取組状況について

問5 以下の観光振興への取り組み項目について、取組状況をお答えください。

(1) から (21) までの各項目について、1～3に○を1つ

項 目	取組実施中	検討中	予定はない
<b>『射水市』としてのブランド力の向上</b>			
(1) 射水の食を活かした料理の開発・提供	1	2	3
(2) SNSの活用	1	2	3
(3) ウェブサイトの開設	1	2	3
(4) 旅行会社との連携	1	2	3
<b>魅力度向上</b>			
(5) 事業者同士の連携した取組の実施	1	2	3
(6) 観光協会、行政等との連携強化	1	2	3
(7) 観光ボランティアと連携した活動	1	2	3
(8) 市内や近隣地域との周遊につながる連携強化	1	2	3
(9) 新しい特産品・物産品・サービス・事業の開発	1	2	3
(10) 体験型コンテンツの造成	1	2	3
(11) 地域資源を活かした商品の磨き上げ・販売の促進	1	2	3
(12) 冬季イベントの実施など冬の魅力づくりの取り組み	1	2	3
(13) リピーター獲得のための割引・優待サービス等	1	2	3
<b>受入れ体制の整備</b>			
(14) 景観の保全促進	1	2	3
(15) ユニバーサルデザインの推進(バリアフリー化、多目的トイレ設置等)	1	2	3
(16) 外国人対応の強化	1	2	3
(17) キャッシュレス化の推進	1	2	3
(18) おもてなし力の向上	1	2	3
(19) 感染症対策	1	2	3
(20) 交通の利便性の向上	1	2	3
<b>その他</b>			
(21) その他 ( )	1	2	3

問6 以下の外国人観光客への対応項目について、取組状況をお答えください。

(1) から (9) までの各項目について、1～3に○を1つ

	項 目	取組実施中	検討中	予定はない
(1)	パンフレットの多言語化	1	2	3
(2)	WEBサイトの多言語化	1	2	3
(3)	案内サインの多言語化	1	2	3
(4)	Wi-Fiの整備	1	2	3
(5)	食事メニューの配慮(ハラール、ビーガン対応等)	1	2	3
(6)	クレジットカード決済への対応	1	2	3
(7)	外国語を話す職員の配置	1	2	3
(8)	翻訳機、翻訳アプリ等の活用	1	2	3
(9)	その他( )	1	2	3

問7 情報発信の手段について、ご活用しているものをお答えください。(○はいくつでも)

1. SNS (facebook、instagram、twitter など)	2. YouTube	3. 広告
4. チラシ	5. イベントの開催	6. 口コミ
7. その他( )		

## 射水市の観光について

問8 射水市の地域資源のうち、観光客に魅力的であり、今後活用を図りたいものをお選びください。

(1) 観光名所 (○はいくつでも)

1. 海王丸パーク	2. 内川と橋	3. 新湊大橋
4. 太閤山ランド	5. 川の駅 新湊	6. 道の駅 カモンパーク新湊
7. クロスベイ新湊	8. 新湊観光船	9. 放生津八幡宮
10. 竹内源造記念館	11. 大島絵本館	12. 陶房「匠の里」
13. 加茂神社	14. 新湊博物館	15. 海老江海浜公園
16. 下条川の桜	17. 櫛田神社	18. 海王バードパーク
19. 蓮王寺の小杉大仏	20. オリバースポーツフィールド射水	21. その他( )

(2) 特産品 (○はいくつでも)

1. 白エビ	2. 紅ズワイガニ	3. 寿司	4. ホタルイカ
5. ブリ	6. かまぼこ	7. 梨	8. 米
9. 黒河たけのこ	10. 鮎	11. へちま製品	12. 白ネギ
13. その他( )			



(3) 祭り・イベント・その他

(○はいくつでも)

- |             |             |            |
|-------------|-------------|------------|
| 1. 曳山まつり    | 2. 獅子舞      | 3. 昼セリ     |
| 4. やんさんま    | 5. 富山新港花火大会 | 6. 総帆展帆    |
| 7. 万葉線      | 8. べいぐるん    | 9. レンタサイクル |
| 10. その他 ( ) |             |            |

問9 射水市の魅力、強みは何だと思えますか。

問10 射水市の観光に関する課題は何だと思えますか。

(○はいくつでも)

**認知度向上**

- |                  |                   |
|------------------|-------------------|
| 1. 射水ブランドの向上     | 2. 首都圏への観光PRの強化   |
| 3. 市民の射水市への愛着の醸成 | 4. 観光Webサイトの充実    |
| 5. SNSの効果的な活用    | 6. 効果的なプロモーションの実施 |

**魅力度向上**

- |                         |                         |
|-------------------------|-------------------------|
| 7. 射水ベイエリアの魅力度向上        | 8. 市内の回遊性の向上            |
| 9. 観光関連組織・団体の強化         | 10. 市内事業者の連携強化          |
| 11. 市民のおもてなしの心の醸成       | 12. 観光ボランティアの育成         |
| 13. 射水の食を活かした飲食店の充実     | 14. 魅力的なイベントの実施と継続      |
| 15. 隣接の観光地を含む広域観光ルートの開発 | 16. 市内滞在時間を延長させるコースづくり  |
| 17. 通年観光の推進（冬場対策）       | 18. 歴史・文化を活かした観光資源の充実   |
| 19. 体験型旅行商品の開発・ブラッシュアップ | 20. 特産品や土産品の開発          |
| 21. まちなか観光の推進           | 22. マイクロツーリズムの推進        |
| 23. 産業観光の振興             | 24. 新幹線駅と観光地を結ぶ公共交通網の充実 |

**受入れ体制の整備**

- |                    |                          |
|--------------------|--------------------------|
| 25. 宿泊施設の充実        | 26. タクシーやレンタカーの利便性向上     |
| 27. 外国人観光客の受入体制強化  | 28. 小杉駅周辺における観光施設・案内所の整備 |
| 29. 市内観光地の景観や施設の整備 | 30. 遠足等の誘致               |
| 31. コンベンションや合宿の誘致  | 32. 観光産業に携わる起業家セミナー      |
| 33. その他 ( )        |                          |

問11 射水市の観光振興に対するご意見やアイデア等ありましたら、お答えください。

～ 調査は以上で終了です。ご協力ありがとうございました。 ～

## 射水市観光関連事業者等調査 調査概要

## 概要

射水市の観光に関連する事業者へのアンケート調査を行う。

## 目的

射水市の観光関連機関に、各フェーズに対する取組状況を質問し、現状や課題の整理を行う。受け入れ態勢の強化を図るためフェーズに合わせた取組施策につなげる。

## 調査方法

郵送アンケート  
(Web 回答も可)

## 調査日時 (案)

令和 4 年 7 月下旬頃 郵送 (予定)  
※アンケート回収は実施から 3 週間後 (8 月中旬頃)

## 調査対象 (案)

- ・市内の観光施設
- ・宿泊施設
- ・交通関連事業者 等

## サンプル数

100 社程度

## 調査体制

調査主体 射水市観光・定住課  
調査実施機関 株式会社計画情報研究所

## 実施スケジュール

7/7	第 1 回策定委員会
7 月中旬	調査票の確定
7 月下旬	調査実施 (アンケート郵送)
8 月中旬	集計実施
9 月	調査結果分析

## 旅行会社ヒアリング 事業者ワークショップ 調査概要

## ■旅行会社ヒアリング

射水市の強みや射水市の持つコンテンツに興味関心のある層について、送客の専門家の視点からヒアリングを行い、取組方針等に活かす。

方法	対面ヒアリング 事前に質問項目を共有した後、ヒアリングにて回答いただく。射水市のHP等にて、射水市の観光情報を把握いただく。
日程	7月中旬～下旬
対象	大手旅行会社 北陸支店 企画・マーケティング部等 3者程度 →JTB、日本旅行、びゅうトラベル
質問項目	<ul style="list-style-type: none"> <li>・射水市の魅力、強み</li> <li>・射水市の観光に関する課題</li> <li>・射水市の地域資源に対する期待度</li> <li>・射水市への来訪と合わせて訪れるツアー造成の可能性 など</li> </ul>

## ■観光関連事業者等ワークショップ

射水市の魅力や強みを事業者等が対話することで、地域内の連携を図り、受入れ体制の土壌をつくり、射水市全体での観光振興につなげる。

方法	ワークショップ 1、2グループに分かれ、ワークショップ形式で実施 グループ内での意見交換の後、全体発表
日程	7月中旬～下旬
対象	市内の観光施設、宿泊施設、交通関連事業者、地域住民、観光分野の学生等 5者から10者程度
目的	射水市内の事業者同士が連携し、射水市全体での観光誘客を図る
ゴール	射水市の強みを再確認し、射水市全体での観光誘客に向けたストーリーを形成する

## 今後のスケジュールについて

- |            |  |
|------------|--|
| 令和4年7月7日   | 第1回 第2次射水市観光振興計画推進委員会 <ul style="list-style-type: none"><li>・射水市観光振興計画の実績報告</li><li>・現況分析の結果</li><li>・アンケート調査内容の精査</li></ul> |
| 令和4年11月上旬頃 | 第2回 第2次射水市観光振興計画推進委員会(予定) <ul style="list-style-type: none"><li>・調査結果の報告</li><li>・第2次射水市観光振興計画(概要版)の素案提示</li></ul>           |
| 令和5年2月中旬頃  | 第3回 第2次射水市観光振興計画推進委員会(予定) <ul style="list-style-type: none"><li>・パブリックコメントの結果</li><li>・射水市観光振興計画の提示</li></ul>                |