

観光の振興について

令和6年8月21日

地方創生局

富山県ならではの豊富な観光資源①

- 富山県は、高低差約4,000mの雄大な自然環境とそれが生み出す景観、食文化、伝統芸能など多彩な観光資源に恵まれています。



立山黒部アルペンルート

北アルプスを貫く世界有数の山岳観光ルート
(左) 雪の大谷、(右上) 黒部ダム、(右下) ロープウェイ



黒部市「黒部峡谷」

日本一の深さを誇るV字形の谷



高岡市「瑞龍寺」

1997年に山門、仏殿、
法堂が**国宝**指定



高岡市「勝興寺」

2022年に本堂、
大広間及び式台が
国宝指定へ答申



高岡市「国定公園 雨晴海岸」

富山湾越しに望む3000m級の立山連峰



南砺市「五箇山の合掌造り集落」

1995年に**世界遺産**へ登録



砺波市「散居村」

日本最大と言われる
砺波平野の散居村

富山県ならではの豊富な観光資源②



富山湾鮭

富山の旬な地魚を新鮮なまま堪能できる



ます寿司



ブリ



紅ズワイガニ



しろえび



ほたるいか



越中八尾 おわら風の盆

気品高く、哀調の中に優雅な趣を有する唄と踊りが特徴
例年3日間で「約20万人」の観光客が訪れる



魚津たてもん祭り



高岡御車山祭

2016 年に「高岡御車山祭」、「城端曳山祭」、「魚津たてもん祭り」の3つの山・鉦・屋台行事が、**ユネスコ無形文化遺産**に登録

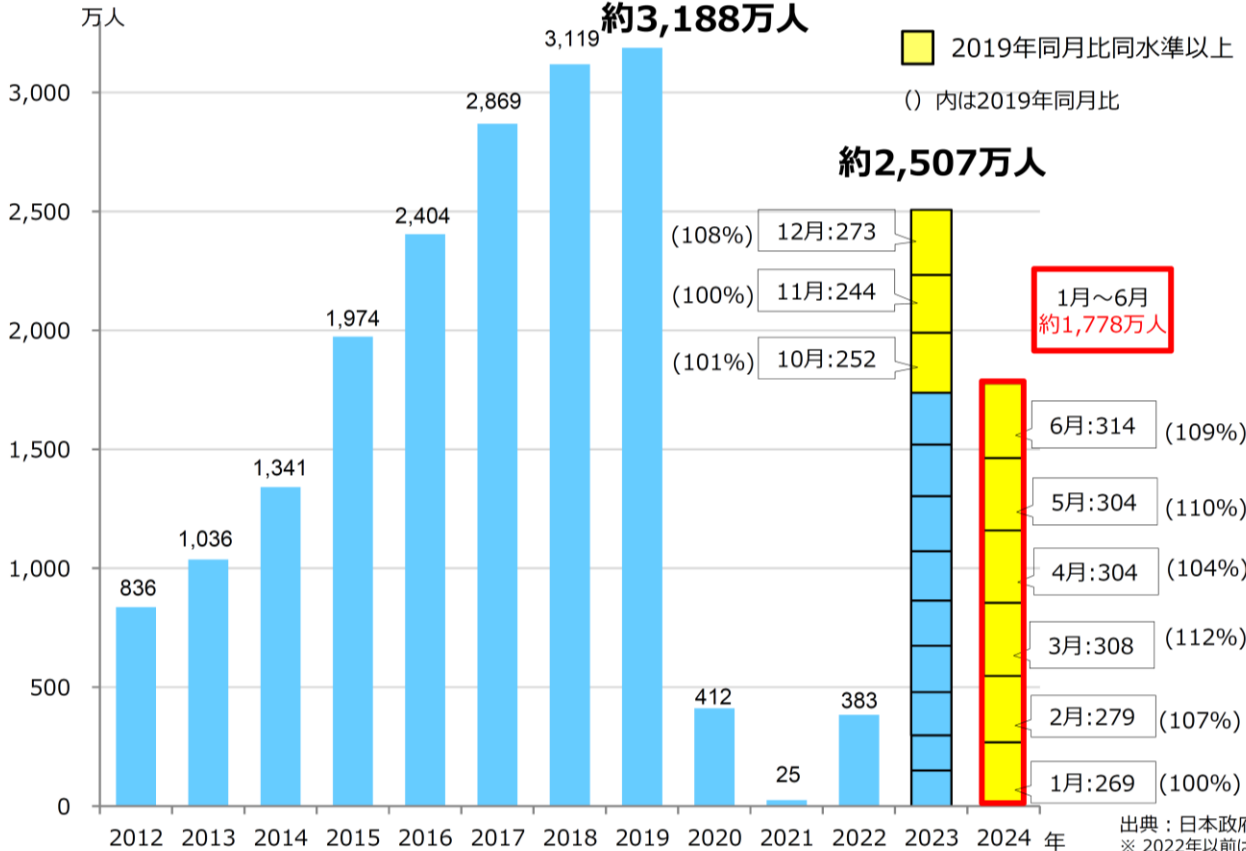


城端曳山祭

成長する訪日観光客市場①（旅行者数）

- **2024年6月**の訪日外国人旅行者数は、**約314万人**と単月として過去最高。
- コロナ前2019年同月比109%の回復となり、**昨年10月より9ヶ月連続で単月ではコロナ前の水準を回復**。
- **2024年上半期のペースが下半期も続けば、2024年は3,500万人も視野に入る**。

訪日外国人旅行者数の推移

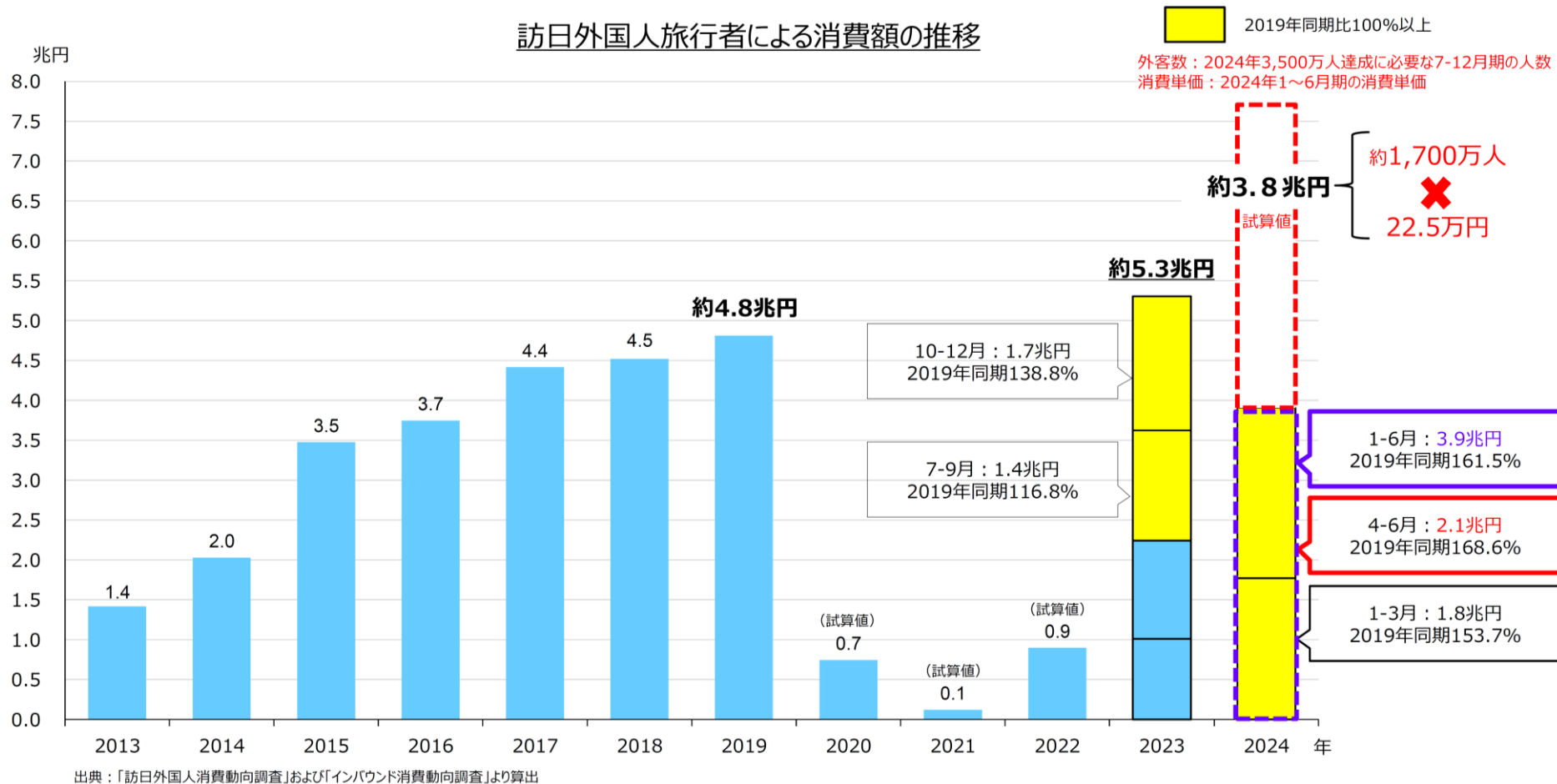


国・地域別訪日者数上位

	2024年6月 (2019年同月比)
①韓国	70万人 (115%)
②中国	66万人 (75%)
③台湾	57万人 (125%)
④米国	30万人 (169%)
⑤香港	25万人 (120%)

成長する訪日観光客市場②（消費額）

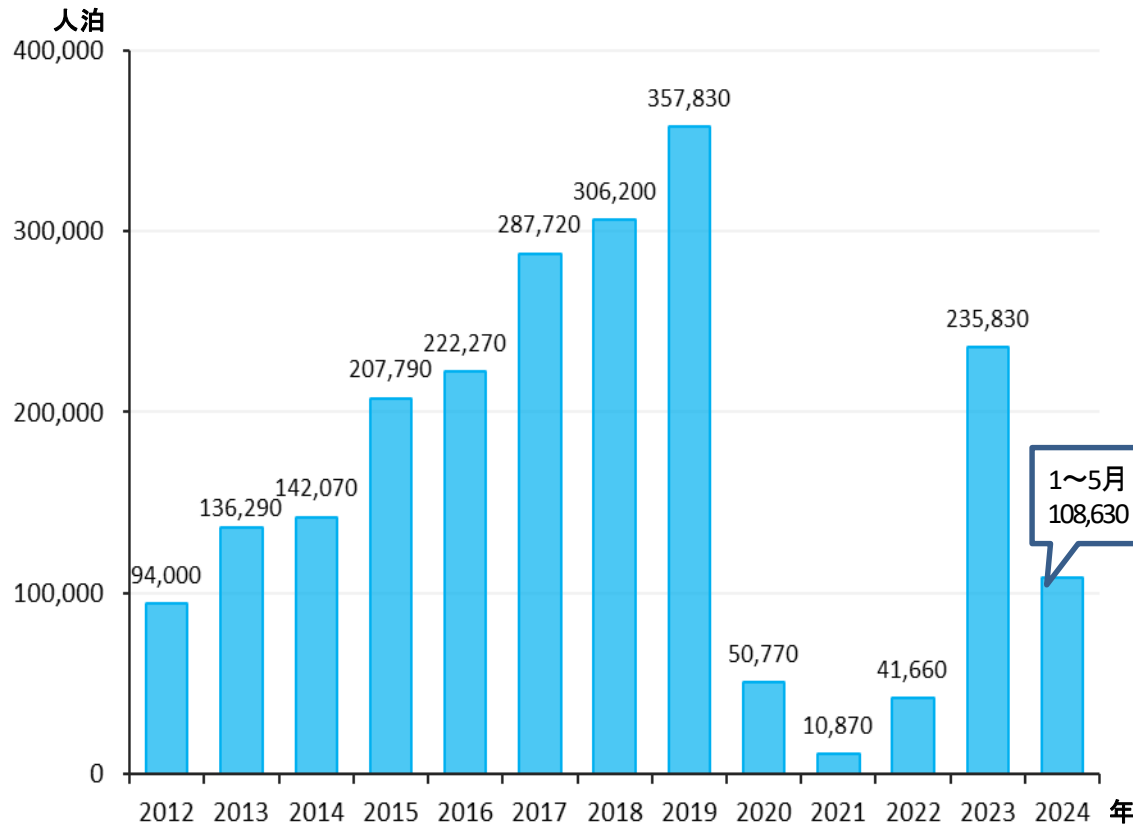
- **2024年4－6月期**の訪日外国人消費額は、**約2.1兆円**と四半期として過去最高。
1人当たりの旅行支出は23万9千円。
- **2024年上半期のペースが下半期も続けば、2024年は8兆円も視野に入る。**



成長する訪日観光客市場（富山県）

- 本県においても、コロナ後、訪日外国人旅行者は急速に回復しつつある。
- **特に東南アジアや欧米豪**については、コロナ前の2019年と比較し、シンガポール190.5%、イギリス158.9%、フランス149.6%と、いずれも**コロナ前の水準を大きく上回っている**。

訪日外国人旅行者（延べ宿泊者数）の推移



国・地域別の状況

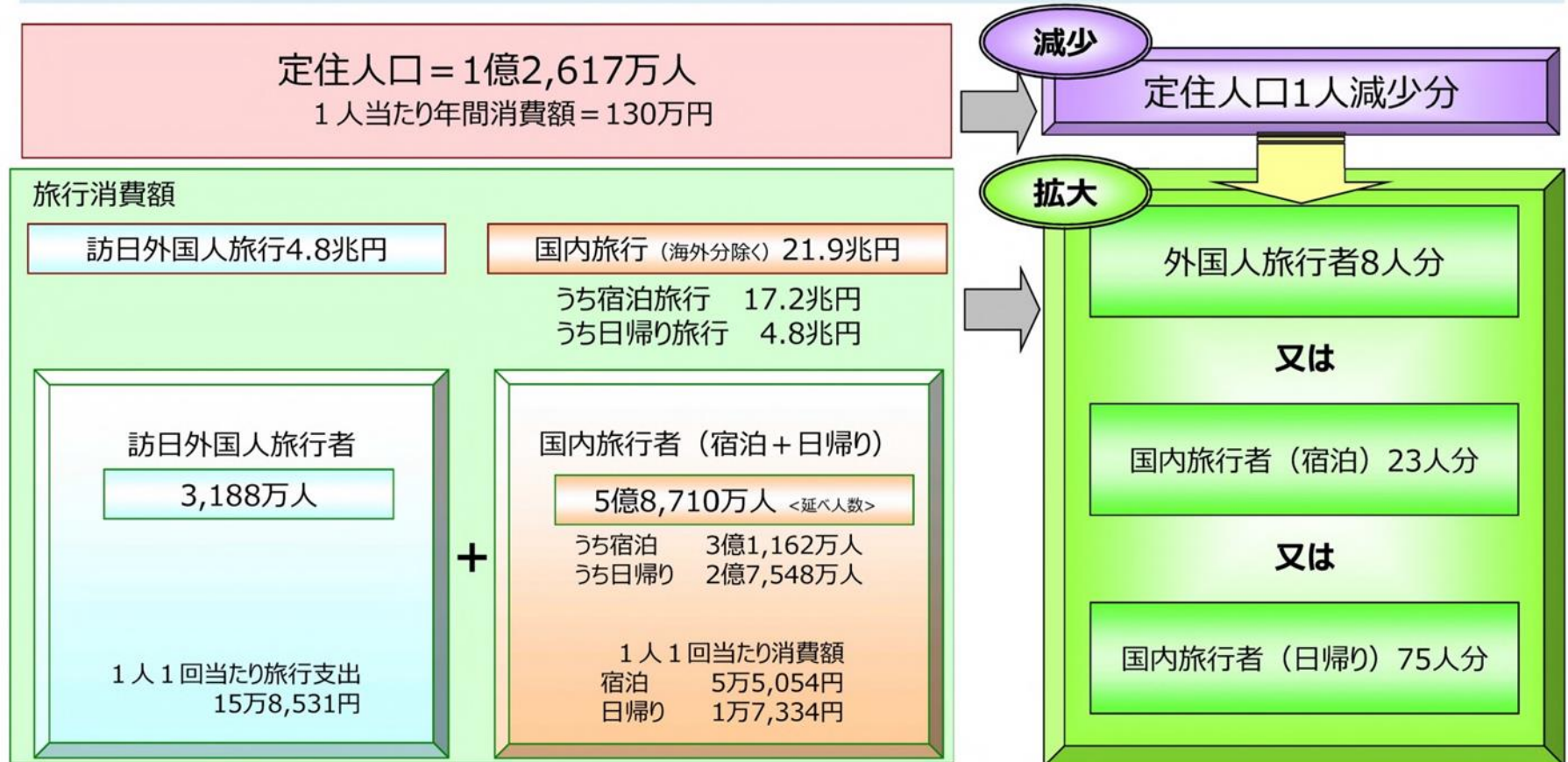
	2019年	2023年	対2019比
台湾	99,010	65,620	66.3%
韓国	20,460	20,960	102.4%
中国	34,970	15,110	43.2%
香港	32,760	23,540	71.9%
シンガポール	6,860	13,070	190.5%
イギリス	1,460	2,320	158.9%
フランス	1,150	1,720	149.6%
アメリカ	7,280	9,380	128.8%

観光庁宿泊旅行統計調査より

観光客増加に伴う経済効果

※2019年

- 定住人口1人当たりの年間消費額（130万円）は、旅行者の消費に換算すると外国人旅行者8人分、国内旅行者（宿泊）23人分、国内旅行者（日帰り）75人分にあたる。



定住人口は2019年10月1日現在人口推計（総務省）、定住人口1人当たり年間消費額は2019年家計調査（総務省）による。
旅行消費額の訪日外国人旅行は訪日外国人消費動向調査（2019年）より算出、国内旅行は旅行・観光消費動向調査（2019年）より算出。
訪日外国人旅行者は日本政府観光局（2019年）発表数値、国内旅行者は旅行・観光消費動向調査（2019年）より算出。
訪日外国人旅行者1人1回当たり消費額は訪日外国人消費動向調査（2019年）、国内旅行者（宿泊/日帰り）1人1回当たり消費額は旅行・観光消費動向調査（2019年）より算出。
定住人口1人減少分に相当する旅行者人数は、定住人口1人当たり年間消費額を訪日外国人旅行者又は国内旅行者1人1回当たり消費額で除したもの。（※観光庁資料）

インバウンド対応の充実・強化①

～2030年政府目標「6000万人、15兆円」の市場獲得に向けて～

誘客の強化

○新規市場からの高付加価値旅行者の取り込み

【ターゲット国（想定）：オーストラリア、フランス、シンガポール、タイ、ベトナム、インドネシア、フィリピン、インド】

- ・ 国に応じた高付加価値旅行者へのアプローチ方法等の市場調査、
現地JNTO等との連携体制構築
- ・ 高付加価値旅行者をターゲットとする会報誌やエージェント等を通じた効果的な情報発信
- ・ ランドオペレーター※に対するセールスや招聘
- ※ 海外旅行会社の依頼を受け、旅行先のホテルや食事、ガイド、交通などの手配を専門に行う会社
- ・ プライベートジェット利用者等へのコンテンツ造成

【参考】英国・ロンドン（2022年～）

ジャパンハウスやパンテクニコンで、富山の暮らしや文化の体験、県産品販売、旅行会社向けセールス等を実施

→ 2023年の英国からの宿泊者数における都道府県別伸び率（2019年比）は、**富山県が1位**



横田副知事(当時)による富山の観光PR



和菓子職人(引網香月堂)による実演

○既存市場からのリピーター客の取り込み

【ターゲット国：台湾、中国、香港、韓国】

- ・ 各市場のニーズや嗜好を踏まえた四季折々の魅力を発信し、年間を通じた来訪を促進

インバウンド対応の充実・強化②

～2030年政府目標「6000万人、15兆円」の市場獲得に向けて～

受入体制整備

○高付加価値化の推進

- ・ **観光資源の磨き上げ、多様なコンテンツの造成支援**
寿司をはじめとした食、富山湾、立山黒部、歴史文化、祭り、薬や工芸等の伝統産業
- ・ **高付加価値旅行者向け宿泊施設の誘致、既存宿泊施設の上質化**
案内標識・飲食施設メニューの多言語化など
地域一体となった高付加価値化の推進を含む

○人材・事業者の育成強化

- ・ **地域通訳案内士等に加え、ランドオペレーターやトラベルデザイナーの育成**
- ・ **観光事業者のデジタル化や多言語化等への支援**
旅行者のサービス向上や経営の効率化、生産性向上、多言語化など

○広域観光の推進

- ・ **北陸新幹線敦賀開業、北陸DCの効果を持続**
北陸三県連携による広域的な観光周遊ルートの形成促進、北陸のエリアとしての魅力の発信

「祭りで富山を元気に！」歴史ある伝統ある祭りを未来につなげるプロジェクト



津沢夜高あんどん祭
(6/8)

- ①ぶつかり合い特別観覧席
- ②通訳ガイド付きまち歩き
- ③あんどん再利用ワークショップ



たてもん祭り
(8/2、3)

- ①たてもん祭り特別観覧席+ふれあい体験
- ②UO!JAZZ&花火大会観覧席

とやま観光塾による地域通訳案内士育成



ガイド実習を
英語で行う塾生

観光DXの推進

○観光統計データサイト「TOYTOS（トイトス）」の開設

蓄積する観光関連データを可視化しオープンデータとして提供

⇒ **観光マーケティングに活用可能に**

【掲載データ】

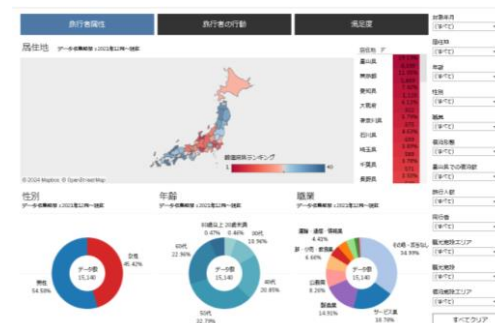
① 「とやま観光ナビ」アクセスデータ

② 富山県旅行者データ 等

⇒富山県観光ウェブアンケートデータ

・（公社）とやま観光推進機構と県立大学の共同研究（H28～）

・ 現在、県内観光地61箇所、宿泊施設176箇所で開催中



○観光マーケティング責任者(CMO)の配置

地域の「稼ぐ力」を引き出す「観光地経営」の視点による観光地域づくりを推進するため、

公益社団法人とやま観光推進機構に**CMO(チーフ・マーケティング・オフィサー)**を配置

吉田 秀政 氏 （職務経歴 国立大学法人徳島大学 人と地域共創センター准教授ほか）

【業務内容】

観光地域づくり、データに基づく戦略策定など、富山県の観光振興をマーケティングの面から牽引