資料４

第１回プラン策定会議における委員からのご意見と対応の方向性について

委員	意見	新プランにおける関連項目			新プランへの反映等
麦野	・体験型アクティビティの充実とインバウンドの誘客をセットで考えるべき ・観光客の数を追うことも大事だが、質も大事。	Ⅱ３富山らしい魅力創出	Ⅲ２海外誘客の推進	Ⅰ１観光産業の高付加価値化	インバウンド誘客については、滞在時間や観光消費の増加につながる体験コンテンツの造成と海外への販売・情報発信を一体的に進めます。 また、観光客数だけでなく、旅行者の満足度や消費額の向上につながる施策を進めます。
麦野	・「寿司といえば、富山」を掲げているが、もっと身近に寿司を食べられるようにすべき。	Ⅱ１戦略的な観光地域づくり	Ⅱ３富山らしい魅力創出		ご意見のとおり、寿司の魅力発信に加え、旅行者が富山ならではの寿司を楽しめる受入環境の充実も重要であると考えております。
麦野	・空港の存続のためにはアウトバウンドも必要。	Ⅱ２広域観光の拠点化	Ⅱ１戦略的な観光地域づくり		国際定期便の就航先に進出している企業によるビジネス利用促進に向け、定期便の再開等に際しては、県内の企業・経済団体等を通じた周知を図るほか、富山空港を利用した旅行商品造成への支援、県民のパスポート取得促進など、インバウンド・アウトバウンドの両面から戦略的に取組を進めます。
川端	・消費額をあげるために、お金を落としてもらう仕組みづくりが必要。	Ⅱ１戦略的な観光地域づくり	Ⅰ１観光産業の高付加価値化		地域産品の購入や体験予約につながる商品造成・販売方法を工夫し、地域に消費が還元される仕組みづくりを進めます。
川端	・高付加価値な消費やお客様の満足度をあげるような施策を行ってほしい。	Ⅰ１観光産業の高付加価値化			旅行者のニーズを踏まえた高付加価値な観光商品づくりとサービス向上を進めます。
宮野	・県全体でおもてなしの力の醸成に向けた具体的なアクションがあればよい。	Ⅱ１戦略的な観光地域づくり	Ⅱ３富山らしい魅力創出		観光事業者だけでなく、県民全体でおもてなしの意識を高めていくことが重要であり、おもてなし意識や地域の誇りの醸成に向けた取組を進めます。
坂井	・消費額をあげるために、地域の滞在時間を伸ばすのが重要。宿泊と体験のセットなど具体的に取り組んでいくべき。	Ⅱ１戦略的な観光地域づくり	Ⅰ１観光産業の高付加価値化		宿泊と体験を組み合わせた商品造成や広域周遊の促進など、滞在時間と消費の拡大につながる取組を進めます。
中野	・宿泊税導入の検討をしてほしい。	Ⅰ３オーバーツーリズムの未然防止			観光財源については、Ⅰ－３④「持続可能な観光地域づくりを支える安定的な観光財源の確保」に盛り込みました。新たな財源確保のあり方について、宿泊税も選択肢の一つとして、関係者のご意見を伺いながら丁寧に検討します。
島田	・インバウンドに過度に依存しないことも必要 ・10年後やその先の地域の姿を見据え、地域住民の幸せと観光が両立することが大切	Ⅲ１三大都市圏を中心とした国内誘客の推進	Ⅱ３富山らしい魅力創出		国内外の複数の市場を対象とした誘客を進め、特定の市場に偏らない安定的な観光需要の確保を目指します。 また、オーバーツーリズムへの対応など、地域の将来像を見据え、観光と住民生活の両立に取り組みます。
島田	・当事者となるプレーヤーを発掘・育成し、実装までつなげる仕組みが必要	Ⅱ１戦略的な観光地域づくり			観光人材の確保・育成については、Ⅱ－１②に、県DMOの組織・機能の充実については、Ⅱ－１①に盛り込みました。地域の担い手の発掘から企画・実施・継続までつながる仕組みづくりを検討します。
能作	・日本文化の価値の深さを知り、言語ができるだけでなく、文化や歴史を深掘りし、伝えることのできる人材が必要。 ・インバウンドの増加により言語対応が追い付かない企業は増えていると感じており、ＤＸなどの面でのインバウンド支援があるとよい。	Ⅱ１戦略的な観光地域づくり	Ⅲ２海外誘客の推進	Ⅰ２観光DXの推進	ご指摘のとおり、観光客に満足していただくためには、語学力だけでなく、地域の文化や歴史への理解を深め、その魅力を旅行者に伝えられる人材の育成が重要です。とやま観光ビジネスアカデミーなどの取組みを通じて、こうした人材の育成を進めてまいります。 また、観光事業者のDXや外国人個人旅行者の受入環境整備についても、事業者の生産性向上や旅行者の利便性向上につながる取組や支援を進めます。
能作	・ＳＮＳで拡散されるようなコンテンツ造成が重要であり、アウトバウンドをして自分たち自身が発信力をつけることも重要。	Ⅰ２観光DXの推進	Ⅲ２海外誘客の推進		SNS等で拡散される魅力的な観光コンテンツの造成や効果的な情報発信に取り組みます。
能作	・長期視点では、リピーターを増やすことも考える必要があり、そのための仕掛けづくり、仕組みづくりに目線をおくとよい。	Ⅲ１三大都市圏を中心とした国内誘客の推進	Ⅱ３富山らしい魅力創出		リピーター確保については、Ⅰ－２③「顧客情報を活かしたリピーター確保と受入態勢整備」に、富山ファンとの継続的な関係づくりについては、Ⅲ－１②に盛り込みました。旅行後も富山とのつながりが続く仕組みづくりを進めます。
桝田	・世界から来たいと思ってもらえる強い魅力を作る必要がある。具体的なワクワクすることをしてほしい。	Ⅰ１観光産業の高付加価値化	Ⅲ２海外誘客の推進		ご指摘のとおり、世界から選ばれる観光地となるためには、富山ならではの魅力や、旅行者の期待感・好奇心をかき立てる体験を創出していくことが重要であると考えています。プランの策定にあたっては、こうした視点を大切にし、夢や期待感のあるプランとなるよう検討を進めます。
宮原	・事業者がすぐにデータを活用できるような工夫があるとよい。	Ⅰ２観光DXの推進			データを活用した観光地経営について、Ⅰ－２②「データ・AIを活用した効果的・効率的な観光地経営」に盛り込みました。事業者が活用しやすいデータの提供や分析支援について、検討を進めます。
宮原	・観光客の満足度も重要だが、県民の満足度がどのようにあがったかも重要。	Ⅱ３富山らしい魅力創出			新たな数値目標（KPI）として、「住民の地域推奨度」を指標として設定したいと考えております。
覺井	・国内のリピーターを増やしていくべき。	Ⅲ１三大都市圏を中心とした国内誘客の推進			顧客情報を活用したリピーター確保について、Ⅰ－２③に、富山ファンの獲得・拡大について、Ⅲ－１②に盛り込みました。国内旅行者との継続的な関係づくりを進めます。
覺井	・インバウンドは近隣の金沢などから足を伸ばしてもらえる施策が必要。	Ⅲ２海外誘客の推進	Ⅱ２広域観光の拠点化		近隣県等との連携を促進し、近隣地域を訪れる旅行者に富山まで周遊してもらえるルートづくりや情報発信を進めます。
覺井	・事業者がチャレンジしやすくなるような仕組みづくりをしていくべき。	Ⅰ１観光産業の高付加価値化			観光投資の促進については、Ⅰ－１②に、観光産業と他産業との連携については、Ⅰ－１③に盛り込みました。事業者が新たな商品・サービスに取り組みやすくなる仕組みづくりを進めます。
伍嶋	・県内の点在している観光地を、いかにストレスなく移動できるかが重要。	Ⅱ２広域観光の拠点化			二次交通の利便性向上について、Ⅱ－２②「主要駅、富山高山すし空港等と県内外観光地を結ぶ二次交通の利便性向上」に盛り込みました。デジタルを活用した移動・決済環境の整備も進め、旅行者が県内を移動しやすい環境づくりに取り組みます。
新庄	・観光需要の分散化・平準化のために、「地域でリラックスする」「非日常を楽しむ」という戦略が必要。 ・消費行動の強い推し活需要の取込みなど、訪れたいと思われる魅力を作ることが必要。	Ⅱ１戦略的な観光地域づくり			多様なニーズに対応した魅力的な観光コンテンツ造成を進め、閑散期や冬季を含めて年間を通じた観光需要の喚起に取組み、年間を通じて安定した観光需要が確保できるよう取組を進めます。
須田	・近距離の富山-羽田便は珍しく、無限に広がるインバウンドの市場をしっかりとっていくべき。海外誘客の促進について、具体的にみえる施策があるとよい。	Ⅲ２海外誘客の推進			海外個人旅行者への情報発信、近隣県等との連携、欧米豪からの高付加価値旅行者の誘致、販路開拓について、Ⅲ－２に盛り込みました。市場や路線の特性に応じた具体的なプロモーションを、市町村や事業者と連携して進めます。
須田	・受入体制とプロモーションが大事で、特にプロモーションに課題感を持つべき。 ・情報発信はKPI目標を達成しているが、「富山は発信が下手だよね」と言われるため、課題の見直しが必要。	Ⅰ２観光DXの推進	Ⅲ１三大都市圏を中心とした国内誘客の推進	Ⅲ２海外誘客の推進	生成AIやAI検索の普及による旅行者の行動変容に対応した観光マーケティングにより、多様なニーズに対応した効果的な情報発信に取り組みます。

委員	意見	新プランにおける関連項目			新プランへの反映等
見角	・雪の大谷は非常に人気だが、飽和状態であり、旅行需要の分散化・平準化が必要。	Ⅰ３オーバーツーリズムの未然防止			時期・時間帯・地域の分散や、周辺地域への周遊を促す取組を進めます。
見角	・昼食場所が少なく、お昼から営業している回らない寿司屋はあまりない。受入体制の整備が必要。	Ⅱ１戦略的な観光地域づくり	Ⅱ３富山らしい魅力創出		旅行者が富山ならではの寿司を楽しめる受入環境の充実も重要であると考えております。
永谷	・SNSやAIを効果的に活用し、プロモーションや受入に力を入れるべき。	Ⅰ２観光DXの推進	Ⅱ１戦略的な観光地域づくり		ご指摘のとおり、旅行者がSNSやAI検索などを通じて観光情報を収集し、旅行先を選択する機会が増えていることから、こうした変化を捉えた情報発信が重要であると考えています。リール動画などSNSの活用や、AI検索への対応など、マーケティングを活用した効果的な情報発信を進めます。
永谷	・第３次プランのインフルエンサーを起点とするコアな富山ファンの創出、マーケティングの強化、デジタル技術を活用した観光コンテンツサービスの充実と書いてあるが、成し遂げられていない感じがする。 ・FITが８割の中で、海外からも検索できるOTAで宿や体験コンテンツを販売する必要がある。	Ⅰ２観光DXの推進	Ⅲ２海外誘客の推進	Ⅱ３富山らしい魅力創出	旅行会社・OTA等を活用した販路開拓・拡大について、Ⅲ－２⑤に、外国人個人旅行者の受入環境整備について、Ⅱ－１④に盛り込みました。地域資源を活かした高付加価値な観光コンテンツづくりを進めるとともに、宿泊施設や体験事業者が海外から予約・購入できる環境づくりを進めます。
永谷	・富山の素晴らしさを伝えていく人の育成を強化すべき。異業種の参入が必要。	Ⅰ１観光産業の高付加価値化	Ⅱ３富山らしい魅力創出		観光人材の確保・育成については、Ⅱ－１②に、観光産業と他産業との連携については、Ⅰ－１③に盛り込みました。多様な分野の担い手が観光に関わり、地域の魅力を伝えられる環境づくりを進めます。
山田桂	・人口減少に観光がどう寄与できるか、県にとっての観光の在り方を問い直すべき。 ・適切なKPIかどうかの見直しが必要。 ・所得をどうあげるかのKPIがあってもよいのではないか。 ・GSTC（持続可能な旅行・観光に関する世界共通の基準）の取組みに対する評価の導入	計画の方針			新たな数値目標（KPI）として、「住民の地域推奨度」、モニタリング指標として「観光事業者の常用労働者数」「域内調達率」を設定したいと考えております。
山田桂	・県民の幸せ、ウェルビーイングの向上の点で、上位計画である総合計画のつながりが見えてこない。	計画の方針			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～」及び目指す将来像に、県民の暮らしや幸せと観光の両立を位置づけました。プラン策定にあたり、総合計画との整合や、県民のウェルビーイングへの貢献が明確になるよう整理します。
山田桂	・転出超過にどう手を打てるかをアクションプランに落とし込んでもよいのではないか。	計画の方針			観光を地域経済や地域の魅力向上につなげる方向性を、基本目標・目指す将来像に盛り込みました。転出超過への具体的な対応については、関係施策との連携を含め、観光を通じた雇用や地域との関係づくりを検討します。
山田桂	・県DMOの役割と機能をもっと明確化してよいのではないか。DXの機能強化の役割の議論もあってよい。	Ⅱ１戦略的な観光地域づくり			県DMOが担う役割やDX・データ活用の機能を、今後プランの中で具体化し記載したいと考えております。
山田拓	・客室稼働率は石川県とそう変わらないが、客室数は倍違う中で、事実情報の解釈を良いと捉えるか悪いと捉えるかの解釈を考えるべき。 ・県庁や事業者が観光計画のKPIの数値と自地域・自社の関係性の確認をしていないのではないか。	計画の方針	Ⅰ２観光DXの推進		ご指摘のとおり、単に数値の高低を見るだけでなく、その背景にある地域特性や要因も踏まえながら分析することが重要であると考えています。 また、KPIは県全体の達成状況を把握することに加え、各地域や事業者が自らの取組との関係性を確認し、目標を共有しながら活用していくことが重要であることから、プランの目標や進捗状況の共有を図り、地域や事業者の主体的な取組につなげます。
山田拓	・欧州からの宿泊者数について、数だけを追うのではなく、高山や金沢との周回遅れの良さを活かすべき。	計画の方針			単に数値の拡大を追い求めるのではなく、富山ならではの魅力や滞在価値を高めていくことが重要であり、こうした視点をプランの中に反映したいと考えています。
山田拓	・県単位でデスティネーションとしてプランニングするという考え方を考え直してもよいのではないか。	計画の方針			ご意見のとおり、県全体や近隣県と連携した広域的な観光周遊の促進に加え、市町村や地域単位で、それぞれの特色や強みを活かしたデスティネーションづくりを進めることも重要であると考えております。今後のプラン策定にあたり、ご意見の趣旨を踏まえ検討します。
林口	・県としてどこを目指すかという軸を定めるべき	計画の方針			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～」および目指す将来像に、県として目指す方向性を示しました。今後、施策の実施や評価を通じて、この方向性を具体化します。
林口	・農業、漁業、お寺など観光以外の産業が、観光に参入できるような仕組みがあるとよい。	Ⅰ１観光産業の高付加価値化			観光産業と他産業との連携による域内経済循環について、Ⅰ－１③に、富山の強みを活かした高付加価値のコンテンツ造成について、Ⅱ－３③に盛り込みました。多様な産業の担い手が観光に参加できる仕組みづくりを進めます。
林口	・空き家が壊され、画一的な新しい家ばかりが建つ。ソフト面だけでなくまちづくりにも観光が入っていくべき。	Ⅰ１観光産業の高付加価値化			ご指摘のとおり、観光振興においては、景観や歴史的資源を活かしたまちづくりの視点も重要であると考えています。景観、空き家活用、まちづくり等の関係分野と連携しながら、地域ならではの魅力を活かした観光地域づくりを進めます。
前田	・総花的にならず、短期・中長期それぞれでどこに絞るかを明確にすべき。	計画の方針			短期・中長期で、施策の優先順位や目指すべき姿を整理し、メリハリのある内容となるよう検討します。
前田	・富山の若い世代が世界を知ることが大切。例えば、20年後に「パスポート取得率１位」「20代で世界を見てきた人１位」を目指す長期ビジョンを立てるのもよい。	Ⅲ２海外誘客の推進	Ⅱ１戦略的な観光地域づくり		ご意見のとおり、若い世代が海外に目を向け、国際的な視野を広げることは重要です。ご意見を参考にしながら、今後のプラン策定の中で検討します。
前田	・暮らすようなホテル、サービスアパートメントホテルの概念を富山に持ち込む ・デジタルノマドのグローバル人材に１ヵ月滞在してもらうような仕掛け、魅力づくり	Ⅰ１観光産業の高付加価値化	Ⅰ３オーバーツーリズムの未然防止		暮らすように滞在する新たな宿泊スタイルや、デジタルノマドなどの中長期滞在の仕掛けについて、今後のプランの具体的施策の中で検討します。
前田	・自然・伝統工芸などの魅力を発信できるスポークスマンなどの人材育成への注力	Ⅱ１戦略的な観光地域づくり			観光客に満足していただくためには、語学力だけでなく、地域の文化や歴史への理解を深め、その魅力を旅行者に伝えられる人材の育成が重要です。とやま観光ビジネスアカデミーなどの取組を通じて、こうした人材の育成を進めます。