＃３富山大学経済学部経営学特殊講義「地域の観光資源と活用戦略」10/19質問

インフラ整備

Q104　サイクリングガイドが2名しかいないが、養成にはどのような事を行っているか。どのような人がガイドをしているのか。

A　（社）日本サイクリングガイド協会の講師による、自転車の構造の知識、装備点検・修理方法、交通ルール・マナー、集団走行上の誘導スキル等についての座学のほか、実際の公道走行による実技実習を経て、検定試験（筆記・実技）に合格した者が資格を取得するものであり、今年４月時点では県内２名であったが、今年度の試験でさらに３名合格し、計５名となった。（５名はサイクリストのほか、自転車販売メーカー関係者等）

　　今後は、そうしたガイドが十分に活動できる機会を如何に作り出すかが課題となる。

Q110　高岡駅から氷見線に乗って帰宅するときに、よく「立山って右と左どっちに座れば見れるの？」と聞かれるが、そういった案内看板など設置する予定はないのか。

A　観光案内板や誘導看板については、これまでも設置に努めてきたところである。なかなかあらゆる場所に設置することは困難であるが、今後とも景観が美しい眺望点などには、引き続き整備に努めていくこととしている。

Q236　富山湾沿いに家族連れ向きの施設はあるのか。

A　家族連れ向きのレジャー的な側面を有する施設としては、帆船海王丸（海王丸パーク）、ほたるいかミュージアム、魚津水族館、ミラージュランドなどがある。（富山湾ＭＡＰ参照）

　　県内には、いわゆるテーマパーク的なものはないが、既存の施設でも新たな魅力を加味してＰＲしていくことが大切。

Q237　年齢層によって造成される観光ルートにはどのようなものが考えられますか。

A　例えば、若者向けには、サイクリング、マリンスポーツ、トレッキングなどのアクティビティを組み合わせた観光ルート、高齢者向けには、おわら風の盆、瑞龍寺等の伝統芸能・文化財のほか温泉等を組み合わせた観光ルートなどが考えられる。

ぜひ皆さんにも県内の観光資源を組み合わせて、新たな視点から観光ルートを考えてみていただきたい。

Q238　他県と著しい差別化、例えば皆が来たくなるような観光地、特産物を作る事は出来ないでしょうか。

A　観光地でいうと富山湾や立山黒部アルペンルート、特産物でいうとシロエビ、ブリ、ホタルイカをはじめとする海産物が、国内外に誇れる資源であると考える。

今後は、こうしたものにさらにどう付加価値を付けていくかが重要なテーマであると考える。例えば、立山黒部アルペンルートを例に挙げると、これまでのように単に室堂まで行き、景観を楽しみながら散策するだけでなく、ハングライダーやジップラインが楽しめる体験型メニューを用意するなど、新たな取組みの企画・実施が必要。

皆さんにも、既存の観光地等に新たな魅力を付加する新しいアイディアを出していただきたい。

Q301　富山湾の水を使った化粧水など、女性客をターゲットにした美容商品を開発すればよいと思います。

A　素晴らしいアイディアだと思うが、技術的に海水を化粧水にどのように活用できるか、さらに具体的な提案があれば、事業化につながる可能性があると思う。

Q309　サイクリングコース沿いに観光施設等はありますか？

A　施設としては、氷見市海浜植物園、高岡市万葉歴史館、帆船海王丸（海王丸パーク）、ほたるいかミュージアム、魚津水族館、ミラージュランドなどがある。（富山湾ＭＡＰ参照）

イベント開催

Q106　ホタルイカは春によく獲れて、夏などに湾岸サイクリングは盛んだと思いますが、冬には富山湾を生かしたイベントはあるのでしょうか。

A　冬には富山湾を活かした大きなイベントはないのが現状。冬は屋外での活動に適さないため、海関連に限らず冬季におけるイベントや祭りが少なく、富山の観光の課題となっている。最近は積雪も少ないため、スキー場周辺を活用した取組みもなかなか課題の多いところ。温泉周りの屋内での体験型メニューを開発するなどの取組みは考えられるが、皆さんにアイディアをいただきたい。

Q117　湾岸サイクリング、タモリカップなどでは、どれくらいの収益がありますか？

A　サイクリング大会やタモリカップ自体は、行政が支援している取組みであり、基本的に商業ベースでの収益事業ではない。

A（高桑）　タモリカップは参加者からの参加費は1/3程度で、残りは協賛金を集めて成立しますので、今の所、収益は見込めません。

Q209　今後考えている大きなプロジェクトなどはありますか？もしあれば内容が知りたいです。

A　県としてオーソライズされたものはないが、富山湾関連の取組みでいうと、現在、氷見や滑川等で地域的に行われている小型船舶による湾岸クルージング（美しい富山湾観光船、海上レストラン船（昼は家族向け、夜はカップル向け）の運航）を富山湾全体で行えないか、海沿いの空き家を観光客向けにおしゃれなコテージに再整備できないか、富山湾から宮津湾、駿河湾、松島湾を巡って再び富山湾に戻る「世界で最も美しい湾クラブ」加盟湾・日本一周クルーズ客船の運航できないか、といった個人的なアイディアはいくつかある。

ただ、実現に向けては予算確保や関係者の連携協力等、課題が多い。

Q223　タモリカップなど各イベントにどの層の人が何人来ているかなど、イベントの参加人数を図ったことはあるのか。

A　観光統計としては、施設への入場者数のほか、毎年行われるような主な祭りやイベントの入込者数の推計値もあるが、性別や年齢別のデータはない。（県のＨＰ（観光課ページ）を参照いただきたい。）

A（高桑）　タモリカップはレース艇の出身県は分かりますが、年齢層や性別などは集めていません。（レース参加　富山33、石川12、福井3、新潟7、愛知1、兵庫1、合計57艇　パーティー県内1830、県外208、合計2038名）

Q229　より多くの観光客を呼び込むために、新たに考えているプロジェクト等はありますか。

A　県としてオーソライズされたものはないが、富山湾関連の取組みでいうと、現在、氷見や滑川等で地域的に行われている小型船舶による湾岸クルージング（美しい富山湾観光船、海上レストラン船（昼は家族向け、夜はカップル向け）の運航）を富山湾全体で行えないか、海沿いの空き家を観光客向けにおしゃれなコテージに再整備できないか、富山湾から宮津湾、駿河湾、松島湾を巡って再び富山湾に戻る「世界で最も美しい湾クラブ」加盟湾・日本一周クルーズ客船の運航できないか、といった個人的なアイディアはいくつかある。

ただ、実現に向けては予算確保や関係者の連携協力等、課題が多い。

Q306　富山湾岸サイクリングのリピーターの割合は高いのか。

A　正確なデータはないが、これまで大会は２回開催し、県内及び近隣県からのリピーターは多いものと考えている。今後は、サイクリング大会そのものに限らず、サイクリング目的で誘客が図れるよう、本県のサイクリング環境を国内外に積極的にＰＲにしていきたい。

情報発信

Q105　富山県内での富山湾を観光資源として活用するための取組みの認知度を上げるために、何か取り組んでいるのか。

A　先般、観光振興戦略プランを改訂し、「海のあるスイス」をキャッチフレーズに、世界で最も美しい湾クラブへの加盟が認められた富山湾の魅力を国内外に発信している。

　　先般８月にも、知事が台湾・香港にトップセールを行い、現地の観光団体・事業者に観光資源をアピールしてきたところ。

Q111　県外の人にアピールする前に、富山県民に富山の理解を深めてもらうべきだと思います。SNSで目を引くような写真やイベント情報を大々的に発信してみてはいかがですか。（食についてだけでなく、景観やスポットに関することを発信したらよいと思います。）

A　観光情報については、現在も、ブログ、ツイッター、フェイスブックなどのＳＮＳによる発信にも取り組んでいるところであるが、今後ともさらに強化していきたい。

Q114　県外の人に富山の魅力を伝えるためにどのような活動を具体的にしているのか。

A　一般向けには、ポスター、懸垂幕、テレビＣＭ等の各種媒体による魅力発信のほか、観光物産展の開催などを通じて訴求している。また、旅行事業者等に向けても、観光説明会等を開催して本県の観光資源の魅力をアピールし、旅行商品化を働きかけている。

Q115　富山湾岸サイクリングにおいて海外へのPR・発信はされたとお伺いしたが、国内向けにはどのようにPRされたのか。都市では見られない風景が見られるという事で参加者も増やせると考えられます。

A　 大会そのもの募集のほか、サイクリングコース自体についてもＨＰ等においてＰＲしているが、まだまだ不十分な状況。今後、周辺の景観や観光施設などとともに、各種媒体を通じて発信していきたい。

Q116　富山の外国人観光客としてはオーストラリア人も多いはずですが、そちらへの働きかけは？スキーだけ？ボートも盛んでは？

A　 オーストラリアや欧米系の海外向け発信はまだまだ全体として不十分な状況。今後、それぞれのニーズにあった情報発信を強化していきたい。

Q119　富山湾沿岸で行われる伝統行事がある事がリーフレットを読んでわかったのですが、これらをPRする活動は行っているのですか。

A　観光ＰＲの中で本県の特徴的な伝統文化、伝統芸能についても積極的にＰＲしている。

Q121　富山を全国に知ってもらうために、広告やメディアにどれくらいの費用を払えますか。

A　広告・メディアを活用したＰＲ経費のみを捉えた予算総額は集計していないが、例えば、県の「観光・地域振興局」の平成２８年度一般会計予算の規模は２１億円余りであり、これらの殆どが本県の魅力のブラッシュアップ・発信に繋がる事業に使われている予算である。

Q125　人を富山に呼んでその来てもらった人がリポーターとして周りの人に教えるというようにするために、何か考えていることはありますか。

A　富山県の出身者や、国内外の本県ゆかりの方に委嘱して、魅力を口コミによりＰＲしてもらう取組みも行っている。

Q201　富山湾のロゴマークがとてもポップで可愛いと思うので、キーホルダーとかのGoodsにしてはどうですか？そうすればもっと富山湾に認知が広まると思います。

A　これまでバッチ等を作ったりもしたが、今後もＰＲグッズの製作には工夫してきたい。

Q220　富山湾で開かれるイベントは、いまいち認知度が低いと感じますが、どのように宣伝しているのか。

A　海回りのイベントも県外向けにＰＲしているが、正直、あまり認知されていない状況。今後は、周辺の観光地周遊と合わせてＰＲするなど、工夫を凝らしたい。

Q233　湾岸サイクリングのPRはどんな手段を通じて情報発信していますか。

A　 大会そのもの募集のほか、サイクリングコース自体についてもＨＰ等においてＰＲしているが、まだまだ不十分な状況。今後ともさらに各種媒体を通じて発信していきたい。

Q312　アジアの国へのアプローチが多いように見えるが、欧米への特別なアプローチはあるか。

A　 欧米系の海外向け発信はまだまだ全体として不十分な状況。今後、それぞれのニーズにあった情報発信を強化していきたい。

Q317　富山湾岸サイクリングはいつから開催しているのか。

A　「世界で最も美しい湾クラブ」への加盟を記念して、平成２７年４月に初めて開催、今年７月には第２回を開催した。来年も４月に開催することで昨日、実行委員会で決定された。

連携強化

Q120　富山駅から富山湾への直通の電車やバスなどはあるのでしょうか。

A　富山駅からのアクセスとして、氷見、新湊方面には富山地方鉄道（株）により「ぶりかにバス」が運行されているほか、電車では「富山ライトレール」が岩瀬まで運行しているが、湾岸への２次交通の充実は交通事業者の採算性の問題と絡み、なかなか解決できない課題。今後とも、「ぶりかにバス」のような取組みが拡大できないか、交通事業者・観光事業者と検討していきたい。

Q123　富山湾への国内交通網はこれからどう発展させていくのか？

A　富山駅からのアクセスとして、氷見、新湊方面には富山地方鉄道（株）により「ぶりかにバス」が運行されているほか、電車では「富山ライトレール」が岩瀬まで運行しているが、湾岸への２次交通の充実は交通事業者の採算性の問題と絡み、なかなか解決できない課題。今後とも、「ぶりかにバス」のような取組みが拡大できないか、交通事業者・観光事業者と検討していきたい。

Q202　他の「世界で最も美しい湾クラブ」との連携で、外国人へのPRは行っているのか。

A　「世界で最も美しい湾クラブ」のＨＰにおいて富山湾の魅力を発信してもらっている。

　　そのほか、海外へのＰＲとしては、先般８月にも、知事が台湾・香港にトップセールを行い、現地の観光団体・事業者に観光資源をアピールしてきたところ。

Q215　観光客が増えるとして宿泊施設等との連携を考えていますか？

A　旅館やホテル業には、観光客への観光情報の提供などに協力してもらっている。ただ、県内の宿泊施設のキャパが少ないことから、新たな宿泊施設の誘致にも取り組んでいくことが課題となっている。

Q221　北陸新幹線の開通は、湾の保全にとって有利に働いていますか。湾に目を向けてもらえるようになったのでしょうか。

A　北陸新幹線の開業により、全体として首都圏からの誘客が増加しており、富山湾岸を訪れる観光客も増えてきている。富山湾の魅力は、その保全を前提としているものであることから、魅力を活用していくためには、今後とも保全に力を入れていく必要があると考えている。

Q228　現在、どれくらいの数のどのような企業と連携して観光戦略（振興の取組み）を行っているのですか。

A　観光事業者、交通事業者、物産事業者等それぞれが商品・サービスの販売・ＰＲのために本県のブランドを活用しているが、その企業数については、データがない状況。

Q234　サイクリングコースの一端に温泉施設があるのは意図したものなのか。

A　特に意図したものではないが、連携による誘客の取組みに活用していきたい。

Q236　富山県は他県とどのような協力して地域の活性化をしているのか

A　観光面でも隣県と連携して広域観光ルートを提案・ＰＲするなど、それぞれの県の特徴ある魅力を活かしつつ発信している。

Q319　陸・海・空の交通のバランスはどう考えていますか。新幹線による陸の整備によって飛行機は劣勢なので、どう改善しますか。

A　多様な交通アクセスを維持するためには、空路の確保は不可欠。東京便に関しては、ビジネス利用に加えて、羽田トランジットによる観光利用など、旅行商品とタイアップした利用促進が必要。国際線に関してもソウルや上海でのトランジットによる旅行商品の開発・販売促進を図る必要がある。

環境保全

Q227　海岸周辺の環境保全に費用をかけていないようですが、いくらまでかけられますか？

A　海岸周辺の環境保全については、地元の方々やボランティアの皆さんにかなりお世話になっている現状。

　ただ、土木センター等でも定期的には湾岸清掃を行っているが、予算的な制約もあり追いついていない状況。

Q314　富山を美しくしていく取組みについて、何年後までにといった目途はありますか。

A　目標年次や定量的な目標はない状況。

観光政策

Q101 クルーズだけでなく、空からの誘致はないだろうか。直接富山に来ようとする人はまだ少ない。東南アジアへのPRはあり。長距離旅客便の着陸が不可欠。

A　国際航空路を活用した誘客にも当然に取り組んでいる。

ただ、新たな航空路の開設にあたっては、空港の物理的な問題（2,000ｍ滑走路）もあるが、航空需要の存在が不可欠であり、観光需要だけでは正直、定期航空路の開設はなかなか困難。今後、さらに東南アジアへの県内企業進出が進み、ビジネス需要が見込めれば、可能性は出てくるものと考える。

Q122　富山湾のゆるキャラっていますか？

A　きときと君です。（HP等で見てください。）

Q231　日本は海に囲まれているので、たくさん海、湾がありますが、何を武器にして他と差別化を図っていますか。

A　一番の特徴は、3,000mの立山連峰と、水深1,000mに達する富山湾の、高低差4,000mが織りなすダイナミックな地形、自然景観、それらに由来する特徴ある生態系などがオンリーワンの魅力である。

Q303　良い所でも同じ所に行くよりいろんな所に行く方が価値がある。と思っている人が多いように感じます。そういった人たちにリピートしてもらうためには、どうしたらよいのでしょうか。

A　同じ所に行っても、違った体験、楽しみ方ができるとすれば、別の所に行くのと同様なワクワク感があると考える。リピーターを獲得するためには、多様なニーズに対応した多様なメニュー、新たなメニューを用意することが不可欠。

その他

Q112　クルーズの振興と便宜置籍船と同じですか。

A　クルーズ振興は、船を交通手段とした観光誘客を促進しようとする取組みであり、便宜置籍船の概念とは何の関わりもない。

Q203　マリンスポーツとは具体的に何を指していますか。

A　ヨット、フライボード、ダイビング等をイメージしており、今後、旅行商品化につながる取組みを進めることとしている。

Q232　他県の商い人と比べて、富山県の商い人の接客、営業などは良いと思いますか。

A　本県の観光関係事業者は、かつて不愛想で、おもてなしの心にかけるとの指摘もあったが、その後の意識啓発や研修などの取組みによりかなり改善されたとの評価を受けている。今後もさらに評価が高まるよう、取組みを強化していくこととしている。

Q305　今現在で考えていらっしゃるプログラムはありますか。

A　県としてオーソライズされたものはないが、富山湾関連の取組みでいうと、現在、氷見や滑川等で地域的に行われている小型船舶による湾岸クルージング（美しい富山湾観光船、海上レストラン船（昼は家族向け、夜はカップル向け）の運航）を富山湾全体で行えないか、海沿いの空き家を観光客向けにおしゃれなコテージに再整備できないか、富山湾から宮津湾、駿河湾、松島湾を巡って再び富山湾に戻る「世界で最も美しい湾クラブ」加盟湾・日本一周クルーズ客船の運航できないか、といった個人的なアイディアはいくつかある。

ただ、実現に向けては予算確保や関係者の連携協力等、課題が多い。