

日本版DMO形成・確立計画

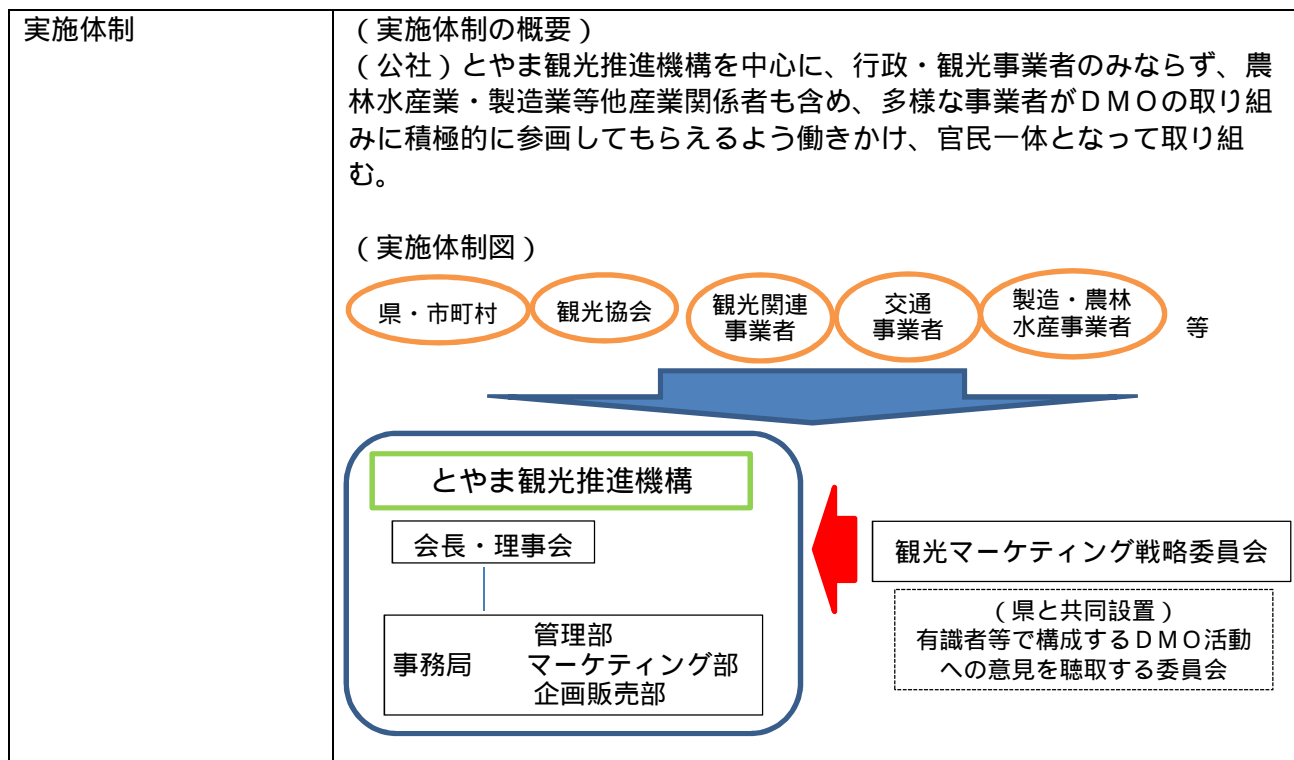
1. 日本版DMOの組織

申請区分	広域連携DMO・ 地域連携DMO ・地域DMO	
日本版DMO候補法人の名称	公益社団法人とやま観光推進機構	
マーケティング・マネジメント対象とする区域	富山県全域	
所在地	富山県富山市新総曲輪1番7号	
設立時期	昭和22年7月1日 「富山県観光協会」設立 昭和33年5月2日 「富山県観光連盟」に名称変更 平成4年4月1日 「社団法人富山県観光連盟」へ移行 平成25年4月1日 「公益社団法人富山県観光連盟」へ移行 平成28年6月14日 「公益社団法人とやま観光推進機構」に名称変更	
職員数	13名	
代表者(トップ人材:法人の取組について対外的に最終的に責任を負う者)必ず記入すること	(氏名) 高木繁雄 (出身組織名) 富山県商工会議所連 合会会長 ほか	県内の企業・団体等を会員とする県内8つの商工会議所からなる富山県商工会議所連合会の会長として地域の経済界を牽引している。 所属する富山商工会議所においては、県内の商工会議所と連携した産業観光の推進と、「自然」「産業」「文化」「交通」を連動させた通年型観光への取り組みにも尽力され、平成27年度「全国商工会議所きらり輝き観光振興大賞」の同会議所受賞に多大な貢献を行う等の成果を挙げている。
各種データの分析・収集等(マーケティング)の責任者(専門人材)必ず記入すること	(氏名) 臼田知己「専従」 (出身組織名) 富山県庁	県庁職員として、幅広い分野での経験を持ち、各種データの収集・分析、活用についても知見を有している。 また、別途、旅行関連会社に籍をおきながら、国内各地の観光地域マーケティング、ブランド創出、ICT調査設計・実施等について多くの実績を持つ人材を非常勤で配置し、アドバイスを受けることとしている。
管理部門の責任者(専門人材)	(氏名) 朝倉隆文「専従」 (出身組織名) 富山県庁	県庁職員として、観光、交通、文化、農林水産と、幅広い分野での経験を持ち、市町村行政との調整、経理・管理業務、観光事業全般に関して、幅広い知識と経験を持つ。
企画販売部門(旅行商品の造成・販売)の責任者(専門人材)	(氏名) 萩行勇生「専従」 (出身組織名) (株)JTB	前JTB東海中部コンタクトセンター所長等として、国内外のプロモーション経験が豊富であり、旅行業界の流通事情にも詳しい。当法人の第2種旅行業事業についても、中心となって事業を進めている。

(別添)様式1

<p>連携する地方公共団体の担当部署名及び役割</p>	<p>富山県 観光・交通・地域振興局 観光振興室(全般) 県内全市町村観光担当課(観光振興)</p>
<p>連携する事業者名及び役割</p>	<p><観光事業者> (一社)日本旅行業協会中部支部富山地区委員会、(一社)富山県旅行業協会、富山県ホテル・旅館生活衛生同業組合、富山県観光土産品公正取引協議会等 <交通事業者> 東日本旅客鉄道(株)、西日本旅客鉄道(株)、全日本空輸(株)、あいの風とやま鉄道(株)、富山地方鉄道(株)、富山ライトレール(株)、万葉線(株)、黒部峡谷鉄道(株)、立山黒部貫光(株)、加越能バス(株)、富山県タクシー協会等 <経済団体> 富山県商工会議所連合会、富山県商工会連合会、全国農業協同組合連合会、富山県漁業協同組合連合会、富山県森林組合連合会 <金融機関> (株)北陸銀行、(株)富山第一銀行、(株)富山銀行、(株)商工組合中央金庫、県信用金庫協会、県信用組合協会等 <その他> 県内事業者へ広く連携を呼びかけ、事業者を募る予定。</p>
<p>官民・産業間・地域間との持続可能な連携を図るための合意形成の仕組み</p>	<p>(該当する要件) (概要) 平成28年6月から(公社)とやま観光推進機構の役員として、農林漁業団体、産業観光関係、ものづくり企業の代表者等を追加し、幅広い分野からの合意形成を図ることとした。</p>
<p>地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進の取組</p>	<p>観光地域づくり、DMO活動の普及啓発のための講演を実施している。観光事業者だけでなく、学生を対象とした公開講座や地域住民参加の講演会も行っている。</p>
<p>法人のこれまでの活動実績</p>	<p>(活動の概要) 富山県とともに、富山ならではの魅力ある旅行商品造成や観光PR事業など、県内の産業・技術・文化・歴史などの資源を活用して広く観光振興を図る活動 ・観光客の誘致促進のための観光地の宣伝紹介の実施及び支援 ・観光振興のためのイベント等の実施及び支援 等 (定量的な評価) ・H28度決算額 412,958千円 ・会員数(H29.3現在) 224団体</p>

(別添) 様式 1



2. 日本版DMO候補法人がマーケティング・マネジメントする区域

【区域の範囲が分かる図表を挿入】
 富山県全域

【区域設定の考え方】
 とやま観光推進機構は、昭和22年に富山県観光協会として設立以来、富山県全域における観光事業の発展及び振興並びに地域の活性化を図ることを目的として、観光客誘致事業や観光客誘致促進のためのPR事業などに取り組んできており、平成25年4月1日に公益社団法人となった後も、会員として、全市町村、全市町村観光協会、観光事業者をはじめとし、金融機関、印刷・広告事業者、情報・通信事業者等が参加しており、多面的な事業展開が期待できる。
 こうしたことから、富山県全域を区域として設定することが適切である。

【観光客の実態等】

平成28年の富山県観光客入込総数(延べ数)は35,270千人で、北陸新幹線の開業(平成27年3月14日)効果を維持し、平成27年と比較して3.4%増加した。観光庁の共通基準による入込総数(実数推計)は15,614千人で、平成27年と比較して0.2%減少した。

また、観光庁が行う「宿泊旅行統計調査」での富山県の延べ宿泊者数は3,408千人で、平成27年と比較して14.6%減少したが、県が行う「外国人宿泊実態調査」(県が県内宿泊施設の全施設を対象に調査したもの)での外国人宿泊者数は229千人で、観光プロモーションの効果に加え、新幹線開業効果やビザ発給要件の緩和等により、平成27年と比較して14.5%増加した。

一方で、冬場の宿泊が他の季節に比べて少ないことや、旅行者の県内での消費額及び滞在時間が全国平均と比較して少ないといった課題もある。

また、新幹線開業後に本県が実施した調査では、首都圏からの旅行者の約6割が新幹線を利用して来県されていること、本県と近隣県を合わせて観光される方が多いこと等も分かっている。

【観光資源：観光施設、商業施設、自然、文化、スポーツ、イベント等】

本県が世界に誇る観光資源「世界遺産五箇山合掌造り集落」「立山黒部」「世界で最も美しい湾クラブ」への加盟が承認された「富山湾」をはじめ、豊かな海の幸や山の幸等の食の魅力を磨き上げた観光商品(「富山湾鮭」「とやまのおいしい朝ごはん」「とやまの山幸」)の造成、ものづくり県としての強みを活かした産業観光、映画やドラマの撮影実績を活かしたロケ地ツーリズム等、多様な観光資源がある。

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

平成28年度末で、ホテル99施設(客室数8,708)、旅館336施設(客室数6,080)で計435施設(客室数14,788)となっている。このうち、収容人数を把握している353施設だけでも年間1千万人を超える収容能力がある。

【利便性：区域までの交通、域内交通】

陸路(鉄道・バス等)

・北陸新幹線開業後、東京-富山間の所要時間は最速で2時間8分と大幅に短縮され、年間輸送能力も約3倍と大幅増になった。

・域内交通としては、「鉄軌道王国とやま」として全国屈指の地域鉄道網を有しており、JR、あいの風とやま鉄道、富山地方鉄道(鉄道、市内電車)、黒部峡谷鉄道、富山ライトレール、万葉線等が整備されている。また、バスについても、「富山ぶりにバス」「世界遺産バス」等の観光路線バスの充実を図っている。

空路(航空)

・富山きときと空港は、国内定期路線が2路線(羽田、札幌)、国際定期路線が地方管理空港(54空港)の中ではトップクラスとなる4路線(ソウル、大連、上海、台北)が就航しており、充実した航空ネットワークを有している。空港から富山市内の街中へのアクセスも極めて近く、便利である(バスで約20分)。

海路(クルーズ客船)

・伏木富山港は、日本海側の総合的な拠点港並びに外航クルーズの機能別拠点港に位置づけられており、16万トン級の大型客船の寄港も可能となっている。

【外国人観光客への対応】

・県内の主要観光地や駅におけるWi-Fiは123箇所(H29.10.31現在)で整備されており、県内のホテル・旅館や観光施設のWi-Fi整備に対する支援や案内標識の多言語化の促進など、外国人旅行者向け受入環境整備に努めてきている。今後はさらに、外国人個人旅行者(FIT)に対応した着地型の観光商品の開発、観光地・宿泊施設・交通機関等での外国語やピクトグラム(絵文字)による説明・案内の充実等に努める。

(別添) 様式 1

・欧米豪などの新規市場開拓、東アジア・東南アジアからのリピーター拡大を目指した富山の魅力の効果的・効率的なプロモーションを実施している。

3. 各種データ等の継続的な収集・分析

収集するデータ	収集の目的	収集方法
観光消費額	地域経済の活性化を図る指標として重要であるため	県が実施する観光客向けアンケート調査による
延べ宿泊者数	地域経済の活性化を図る指標として重要であるため	観光庁「宿泊旅行統計調査」による
旅行者満足度	選ばれ続ける観光地を目指すためには重要な指標であるため	県が実施する観光客向けアンケート調査による
属性(性別、年代別)	プロモーションのターゲット層の把握・検証のため	発行する季刊誌等のプレゼント応募等による
コンベンション参加者数	コンベンション開催は地域への経済波及効果が高いと考えられるため	(公社)富山コンベンションビューロー「コンベンション統計」による
WEBサイトのアクセス状況	地域に対する顧客の関心度や施策の効果等を把握するため	富山県観光公式サイト「とやま観光ナビ」のアクセス解析による

4. 戦略

(1) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み (Strengths) <ul style="list-style-type: none"> ・世界水準の観光資源「世界遺産五箇山合掌造り集落」「立山黒部」 ・『世界で最も美しい湾クラブ』への加盟が承認された「富山湾」 ・富山湾の海の幸など、美味しく満足度の高い食 ・日本海側屈指のものづくり県 ・伝統産業、伝統文化、祭り等 ・陸海空の玄関口及び鉄軌道王国富山 ・映画・ドラマの撮影実績 	弱み (Weaknesses) <ul style="list-style-type: none"> ・滞在時間が短く、消費金額が少ない ・旅行者への食事提供環境の不足 ・外国人旅行者にも対応した一定のグレードの宿泊施設のひっ迫 ・冬の宿泊客が少ない ・観光を担う人材・観光サービス等の不足 ・地域全体のホスピタリティに課題 ・一部施設の老朽化 ・二次交通網が十分とは言えない
外部環境	機会 (Opportunity) <ul style="list-style-type: none"> ・2015年3月北陸新幹線開業(所要時間の短縮と輸送能力の向上) ・全国的に外国人旅行者が増加傾向 ・2020年東京オリンピック・パラリンピック開催 	脅威 (Threat) <ul style="list-style-type: none"> ・各自治体間での競争の激化 ・人口減による国内旅行者数の縮小

(2) ターゲット

ターゲット層
50～60 歳代 (関東在住者)

選定の理由、 取組方針

【ターゲット選定理由】

- ・男女ともに 50～60 歳代は、観光目的の国内宿泊旅行者のボリューム層である。 < 旅行年報等 >
- ・50～60 歳代での観光目的で富山県を訪れたことのある人の割合は、関西、中部に比べ、関東が低い。 < 調査 >
- ・観光地の認知度や訪問意向では、地域差がないため、関東からの誘客余地が大きい。 < 調査 >

調査 : 三大都市圏における富山県来訪潜在顧客の意識調査 (平成 29 年 1 月実施インターネット調査)
調査 : 富山県内宿泊者への観光動態調査 (平成 28 年 10 月より継続実施 Web アンケート調査)
調査 : 自動車利用者への富山県観光動態調査 (平成 28 年 11 月実施対面アンケート調査)
調査 : 富山県観光公式ホームページ「とやま観光ナビ」のアクセス解析
調査 : 富山県観光客動態調査 < 観光地点パラメータ調査 > (富山県観光振興室継続実施)

【収集データ分析による傾向 1】

- ・50～60 歳代女性は食事重視で、旅館でゆったり過ごしたい傾向がある。 < 調査 >
- ・3 大都市圏ともに富山県を訪問してみたい季節は「冬」で、来訪したい理由の上位は「食」「雪景色」「温泉」である。 < 調査 >

旅館食の選択プラン及びオプションメニューの充実
旬の食材が豊富な冬のプランの磨き上げ
強みである食と、雪景色や温泉などを総合的に P R

【収集データ分析による傾向 2】

- ・50～60 歳代での観光目的で富山県を訪れたことのある人の割合は、関西、中部に比べ、関東が低い。 < 調査 >
- ・観光地の認知度や訪問意向では、地域差がないため、関東からの誘客余地が大きい。 < 調査 >

P R の強化

- ・エリア毎に異なる宿泊予約時期に合わせた P R
- ・日本橋とやま館との連携による、新商品などの発表

【収集データ分析による傾向 3】

- ・50～60 歳代は立山黒部アルペンルートの再来訪意向が高い。 < 調査 >
- ・来県時に県内観光地を複数訪れる人が少ない。 < 調査 >
- ・立山黒部アルペンルートの訪問経験者が期待するサービス内容は訪問回数で違いがみられる。 < 調査 >
- ・立山黒部アルペンルートの訪問経験者が再度訪問したい場所は、1 位・黒部ダム、

(別添)様式1

<p>2位・雪の大谷、3位・紅葉であった。<調査></p> <ul style="list-style-type: none">・富山県のイメージで「紅葉」を選ぶ人が50～60歳代の女性に多い。<調査> <p>リピーター対策のための具体的サービス創出(立山黒部アルペンルート)</p> <ul style="list-style-type: none">・ネット予約の改善・割安な平日パスを造成・富山県内の広域周遊バス運行秋の宣伝強化(立山黒部アルペンルートの紅葉をテーマに誘客宣伝)
<p>ターゲット層</p> <p>30～40歳代(近隣県、中部のファミリー層・ドライブ客)</p>
<p>選定の理由、取組方針</p> <p>【ターゲット選定理由】</p> <ul style="list-style-type: none">・二次交通網が十分とは言えない富山県において、車利用の観光客誘致に力を入れる必要がある。・30～40歳代は旅行で重視する項目にドライブルートを選ぶ人が他年代よりも高い。<調査>・近隣県、中部在住者は家族でドライブする人が他のエリアよりも高く、富山県内観光の実態に合致している。<調査>・中部在住の富山県宿泊者は10回以上のリピーターが3割を占め、他エリアよりもリピーターが多い。<調査>・30～40歳代のファミリー層は、一組あたりの食事消費額が高い。 <p>【収集データ分析による傾向1】</p> <ul style="list-style-type: none">・30～40歳代は旅行で重視する項目にドライブルートを選ぶ人が他年代よりも高い。<調査>・中部在住者は富山を「車で行く所である」とイメージしている。<調査>・近隣県、中部在住者は家族でドライブする割合が高い。<調査>・中部在住の富山県宿泊者は10回以上のリピーターが3割を占め、他エリアよりもリピーターが多い。<調査>・30代女性は富山県のグルメを現地で食べてみたい意向が他の年代よりも高い。<調査> <p>NEXCO中日本と連携</p> <p>中部圏、近隣県を対象として、ドライブと食のPRを強化</p> <p>【収集データ分析による傾向2】</p> <ul style="list-style-type: none">・30～40歳代は家族旅行で「思い出づくり」を「食」「宿泊施設」と同じくらい重視する傾向がある。<調査>・30代は富山県観光公式サイト「とやま観光ナビ」における検索キーワードが、定番だけでなく、より具体的な細かな検索をする傾向があり、代表的な観光地だけでない観光情報を求めている。<調査> <p>ファミリー向けの思い出づくりとして、産業観光を重点的に発信</p>

(別添)様式1

ターゲット層 20～30歳代(独身・カップル層)
選定の理由、取組方針 【ターゲット選定理由】 <ul style="list-style-type: none">・富山県は夫婦・カップルでの旅行の割合が高い。<旅行年報等>・長年の顧客となるリピーター醸成のために、若年層への訴求の必要性がある。・20～30歳代はシニア層に比して富山県内旅行の際の食事や旅行全体の満足度が高く、富山湾の海の幸など、評価の高い富山県の食を売りにしやすい。<調査> 【収集データ分析による傾向1】 <ul style="list-style-type: none">・20～30歳代はシニア層に比べて食事や旅行全体の満足度が高い。<調査>・20～30歳代はシニア層に比して来訪者が少ない。<調査>・20～30歳代は旅行で重視する項目に「観光施設」と「体験型観光プラン」を選ぶ人が多い。<調査>・20～30歳代は「とやま観光ナビ」の閲覧の中心層である。<調査>・20～30歳代は「とやま観光ナビ」内のモデルルート記事の閲覧が多く、周遊意向があると思われる。<調査>・20～30歳代は宿泊予約をする際にWEB予約を利用する割合が高い。<調査> 富山への旅行に対して満足度の高い若年層を呼び込むためのWEB対策強化 <ul style="list-style-type: none">・スマートフォンでのPR強化・若年層が多用している、ネットでの旅行予約のキャンペーン・モデルコースを若者向けに再編集

(3)コンセプト

コンセプト 「選ばれ続ける観光地 富山 - 『海のあるスイス』を目指して - 」
コンセプトの考え方 「北陸新幹線開業」と「地方創生」の二つのフォローの風を最大限に活かし、開業効果を持続・深化させるとともに、2020年東京オリンピック・パラリンピック開催に向け、さらなる増加が予想される外国人旅行者を的確に取り込んでいくことが重要である。 また、少子高齢化の進展等により、県内人口の減少が避けられない状況にあることから、観光交流人口拡大による地域経済の活性化を図る仕組みづくりが喫緊に求められており、本県の観光を裾野の広い総合産業として大きく育てていくことも必要である。 本県には、「世界遺産五箇山合掌造り集落」に加え、世界水準の山岳リゾート「立山黒部」+世界で最も美しい湾「富山湾」があり、『海のあるスイス』という観光ブランドの醸成を図ることとしている。そのために、常に満足度の高い上質な観光・旅行商品を提供し、初めて富山を訪れる旅行者の増加だけでなく、繰り返し

(別添)様式1

富山を訪れる方の増加や定住をも視野に入れた取組みを、官民一体となって行っていくものである。

5. 関係者が実施する観光関連事業と戦略との整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーション

項目	概要
戦略の多様な関係者との共有	<p>平成28年6月から、農林漁業関係、ものづくり産業関係の代表者等を役員に追加し、幅広い分野からの合意形成を図ることとしている。</p> <p>また、県内市町村、観光協会へのDMOの方向性、ビジョンの説明、現状報告のために、DMO連絡会議を随時(半年に1回程度)開催、及びDMOの取組みについて、関係者に理解を深めてもらうための講演や勉強会等を随時(月に1回程度)開催している。</p>
観光客に提供するサービスについて、維持・向上・評価する仕組みや体制の構築	<p>DMO事業全般に関して、観光マーケティング戦略委員会においてPDCAサイクルを実践することとしている。</p> <p>また、県において実施している次世代の観光を担う人材育成事業「とやま観光未来創造塾」と連携するなど、観光に携わる人材育成にも、引き続き力を入れていく。</p>
一元的な情報発信・プロモーション	<p>平成28年度より、ICTを活用した旅行者データベースの構築(スマートフォンアプリの制作・配信含む)事業を開始し、これらも含めた各種データに基づきマーケティングを実施し、ニーズに合った情報発信を行う。</p>

6. KPI (実績・目標)

(1) 必須KPI

指標項目	単位	26年 (実績)	27年 (実績)	28年 (実績)	29年 (目標)	30年 (目標)	31年 (目標)
旅行消費額	億円	1,292	1,635	1,448	1,757	1,912	2,067
延べ宿泊者数	千人	3,489	3,991	3,408	4,515	4,858	5,200 以上
来訪者満足度	%	71	76	75	77	79	80以上
リピーター率	%	71	65	70	70	71	72以上

(別添)様式1

年次及び目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】

「新・富山県観光振興戦略プラン」(平成28年3月富山県策定)において、平成27年度から平成31年度までの5年間を計画期間として、外国人旅行者の増加や2020年東京オリンピック・パラリンピック開催等を見据え、マーケティングや経済波及効果を意識し、戦略的に観光振興に取り組むこととして、数値目標を掲げたもの

【設定にあたっての考え方】

旅行消費額

宿泊客の消費額単価については、(日本人)全国平均、(外国人)「明日の日本を支える観光ビジョン」(以下「国ビジョン」とする。)の伸び率(5年で13.5%)を目指す。

宿泊客実数については、(日本人)国ビジョンの伸び率(5年で5%)、(外国人)国ビジョンの伸び率2.8倍(実数換算)を目指す。

日帰り客の消費額単価については、(日本人)全国平均、(外国人)国ビジョンの伸び率(5年で13.5%)を目指す。

日帰り客実数については、(日本人)国ビジョンの伸び率(5年で5%)、(外国人)国ビジョンの伸び率(5年で2倍)を目指す。

以上より、全体として、H26より60%増を目指す。

延べ宿泊者数

外国人宿泊者数は、延べ宿泊者数の目標値560千人泊・・・A(下記外国人宿泊者数参照)

日本人宿泊者数は、平成31年の宿泊者実数目標3,825千人×1.21(日本人の平均宿泊日数：平成26年観光白書より)×=4,628千人泊・・・B

A+B=5,188千人泊

以上の試算より、全体として、H31に5,200千人泊を目指す。

来訪者満足度

県「観光客動態調査」の満足度調査のうち、「大いに満足」「満足」を合計(年4回、県内の10地点以上の観光地で対面式アンケート調査を実施)毎年2ポイント程度増加を目指す。

リピーター率

県「観光客動態調査」の富山県リピート回数調査のうち、2回目以上訪問の割合(年4回、県内の10地点以上の観光地で対面式アンケート調査を実施)毎年1ポイント程度増加を目指す。

(2) その他の目標

指標項目	単位	26年 (実績)	27年 (実績)	28年 (実績)	29年 (目標)	30年 (目標)	31年 (目標)
コンベンション参加者数	人	86,077	90,906	92,122	89,000	90,000	91,000
コンベンション開催件数	件	255	268	270	264	267	270
外国人宿泊者数	万人	15	20	27	39	47	56

項目及び年次・目標数値の設定にあたっての検討のプロセス及び考え方

【検討の経緯】

「新・富山県観光振興戦略プラン」(平成28年3月富山県策定)において、平成27年度から平成31年度までの5年間の計画期間として、外国人旅行者の増加や2020年東京オリンピック・パラリンピック開催等を見据え、マーケティングや経済波及効果を意識し、戦略的に観光振興に取り組むこととして、数値目標を掲げたもの

【設定にあたっての考え方】

コンベンション参加者数

年間1,000人程度の増加を目指す。

コンベンション開催件数

年間1,000人程度増加する場合の件数である3件程度の増加を目指す。(H26実績:1件当り平均参加者数約340人)

外国人宿泊者数

政府の「明日の日本を支える観光ビジョン」において、「地方部での外国人延べ宿泊者数」を、平成27年から32年の5年間で3倍弱にする目標が設定されたことから、本県においても、同程度の増加を目指す。国ビジョンでは、大都市圏を除く「地方部での外国人延べ宿泊者数」を、H27年の2,519万人泊から2.8倍の7,000万人泊を目指すとしている。

国の宿泊旅行統計調査では、本県の外国人延べ宿泊者数は、H27年が20万人泊であることから、H32年までに20万人泊×2.8=56万人泊とし、その早期達成を目指す。

7. 活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

(1) 収入

年度	総収入(円)	内訳
27年度	942,280,183(円)	【富山県からの補助金】 363,093,107円 【日本観光振興協会等からの補助金】 290,000円 【地方公共団体からの委託料】 68,100,530円 【会費収入】 48,945,974円 【預り金】 418,959,916円 【各種事業分担金】 22,255,916円 【繰越金】 19,315,433円 【雑収入】 1,319,307円
28年度	440,207,401(円)	【富山県からの補助金】 324,418,243円 【日本観光振興協会等からの補助金】 290,000円 【地方公共団体からの委託料】 9,277,438円 【会費収入】 53,298,350円 【各種事業分担金】 33,090,000円 【繰越金】 16,582,767円 【雑収入】 3,250,603円
29年度	379,133,000(円)	【富山県からの補助金】 221,497,000円 【日本観光振興協会等からの補助金】 300,000円 【地方公共団体からの委託料】 17,625,000円 【会費収入】 51,815,000円 【負担金】 9,668,000円 【各種事業分担金】 50,319,000円 【繰越金】 27,249,000円 【雑収入】 660,000円

(別添)様式1

30年度	430,130,000(円)	【富山県からの補助金】	189,476,000円
		【その他補助金】	25,775,000円
		【地方公共団体からの委託料】	17,501,000円
		【会費収入】	51,785,000円
		【負担金】	41,300,000円
		【各種事業分担金】	74,964,000円
		【繰越金】	27,269,000円
		【雑収入】	2,060,000円

(2)支出

年度	総支出	内訳	
27年度	925,697,416(円)	【宣伝・普及活動事業費】	859,436,975円
		【観光振興整備事業費】	43,347,822円
		【一般管理費等】	22,912,619円
28年度	412,957,603(円)	【宣伝・普及活動事業費】	266,576,264円
		【観光振興整備事業費】	10,102,440円
		【DMO活動費】	99,896,056円
		【一般管理費等】	36,382,843円
29年度	379,133,000(円)	【宣伝・普及活動事業費】	192,913,000円
		【観光振興整備事業費】	16,590,000円
		【DMO活動費】	121,315,000円
		【一般管理費等】	48,315,000円
30年度	430,130,000(円)	【宣伝・普及活動事業費】	247,451,000円
		【観光振興整備事業費】	18,030,000円
		【DMO活動費】	121,315,000円
		【一般管理費等】	43,334,000円

(3) 自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針

日本版DMOとしての取り組みが地域経済全体の活性化につながる旨を、観光産業以外の事業者へも広く周知し、理解を図り、会員増、会費増を目指す。
県等からの補助金・受託事業の確保による基盤の確立

8. 日本版DMO形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見

富山県は、(公社)とやま観光推進機構を当該都道府県における地域連携DMOとして登録したいので(公社)とやま観光推進機構とともに申請します。

9. 記入担当者連絡先

担当者氏名	白田 知己
担当部署名(役職)	とやま観光推進機構(事務局長)
所在地	富山市新総曲輪1番7号
電話番号(直通)	076-444-4571
FAX番号	076-431-4193
E-mail	usuda@info-toyama.com

10. 関係する都道府県・市町村担当者連絡先

都道府県・市町村名	富山県
担当者氏名	熊本 奈央子
担当部署名(役職)	観光・交通・地域振興局観光振興室 課長補佐
所在地	富山市新総曲輪1番7号
電話番号(直通)	076-444-3500
FAX番号	076-444-4404
E-mail	naoko.kumamoto@pref.toyama.lg.jp

【区域】富山県全域

【設立時期】

昭和22年(平成25年4月1日に公益社団法人に移行)

【代表者】

高木 繁雄

【マーケティング責任者】

臼田 知己

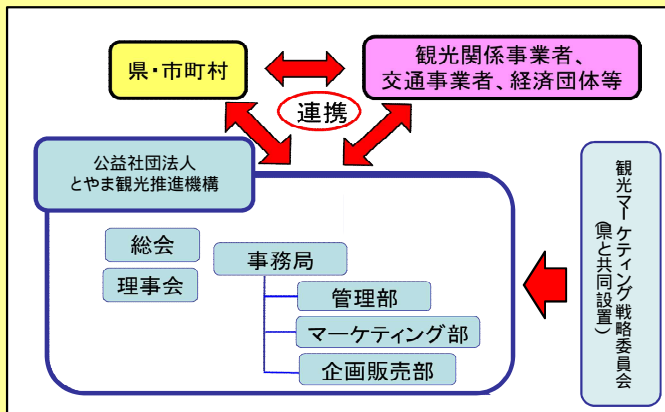
【職員数】

13名

【連携する主な事業者】

富山県旅行業協会等、あいの風とやま鉄道(株)、
富山地方鉄道(株)、富山県商工会議所連合会ほか

(表: 実施体制)



(表: KPI(実績・目標))

指標項目	単位	26年 (実績)	27年 (実績)	28年 (実績)	29年 (目標)	30年 (目標)	31年 (目標)
●旅行消費額	億円	1,292	1,635	1,448	1,757	1,912	2,067
●延べ宿泊者数	千人	3,489	3,991	3,408	4,515	4,858	5,200 以上
●来訪者満足度	%	71	76	75	77	79	80以上
●リピーター率	%	71	65	70	70	71	72 以上

観光地域づくりに関する取組

マーケティングに基づく事業戦略の策定や観光素材の磨き上げ・商品化、プロモーションなどを、官民が一体となって実施する体制を整備するとともに、質の高い観光人材の育成や観光産業と他産業の連携促進、事業者・県民のおもてなし意識の向上に取り組む。

広域観光の拠点化に関する取組

訪日外国人のさらなる増加を見据え、広域観光案内などの旅行者向けサービスをワンストップで行う拠点を整備し、FITをはじめとする旅行者の受入体制を充実するとともに、広域観光の拠点となる交通結節点での賑わい創出や魅力向上を促進し、旅行者の滞在時間増加を図る。

富山らしい魅力創出に関する取組

富山ならではの観光資源の掘り起こし・磨き上げをさらに進め、大勢の観光客が駆け足で通過する観光から、豊かな自然・食・文化等の上質なライフスタイルをゆっくりと楽しみ共感していただく観光へと、観光の質的転換を促進し、リピーターや定住につなげる。



プロモーションに関する取組

マーケティングに基づき、ターゲットに応じた媒体を選定しながら、ブランドイメージや食・文化等上質な富山の暮らしの魅力発信に取り組むとともに、JR・大手旅行会社・近隣自治体と連携したプロモーションや映画等の制作誘致に取り組む。

国際観光の推進に関する取組

外国人旅行者の国・地域別のニーズを踏まえ、県内外の魅力ある観光資源を組み入れた、広域的な観光周遊ルートの開発・形成を促進する。

外国人個人旅行者に対応した着地型の観光商品の開発、観光地・宿泊施設・交通機関等での外国語等による説明・案内の充実等を促進することで、利便性と満足度の向上を図る。

コンベンション誘致に関する取組

医薬品、ものづくりなど富山県が強みを有する分野をはじめとするコンベンション誘致を促進するとともに、受け入れ体制の強化を図ることで、主催者・参加者の満足度向上を図る。