観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：令和７年７月 18 日

１．観光地域づくり法人の組織

申請区分 ※該当するものを〇で囲むこと	広域連携ＤＭＯ･地域連携ＤＭＯ･地域ＤＭＯ	
観光地域づくり法人の名称	公益社団法人とやま観光推進機構	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	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	
事業年度	４月１日から翌年３月 31 日までの１年間	
職員数	14 人【常勤 13 人（正職員２人・出向等 11 人）、非常勤１人】	
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）	（氏名） 麦野　英順 （出身組織名） 富山経済同友会代表幹事ほか	地域経済の発展と富山の新しい地域づくりに先導的な役割を果たすことを目的とした富山経済同友会の代表幹事を務めるなど、地域の産業・経済界を牽引している。 富山経済同友会においては、観光をはじめ、教育、人材確保、働き方改革など、様々な諸課題に対する研究や提言活動などに精力的に取り組み、地域の活性化に貢献している。 令和５年６月に会長に就任。
データ分析に基づいたマーケティングに関する責任者（ＣＭＯ：チーフ・マーケティング・オフィサー	（氏名） 前佛 聡「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、公共事業の経理など県の財務管理に関わったほかコンベンション誘致や各種イベントを展開するなど富山県の魅力発信並びに観光誘客に尽力した。 本ＤＭＯではそれらのスキルを活かすとともに、データ収集やマーケティング分析に取組み、事業全体の統括を担っている。 令和４年４月に事務局長に就任。
財務責任者（ＣＦＯ：チーフ・フィナンシャル・オフィサー）	（氏名） 吉原 志織「専従」 （出身組織名） 富山県庁	県庁職員として、厚生、労働雇用、土木、環境など、多くの分野での経験を持ち、予算や基金の計画策定・管理・執行などの経験を持つ。本ＤＭＯでは、総務全般や財務管理の業務を担っている。 令和７年４月に管理課長に就任。

様式１

各部門（例：プロモーション）の責任者（専門人材） ※各部門責任者のうち専従の者については、氏名の右横に「専従」と記入すること	（氏名） 砂原　賢司「専従」 （出身組織名） 富山県庁	令和６年３月に富山県庁を退職するまで幅広い分野で行政経験を積み、特に平成２３年度から令和元年度までの９年間、立山黒部をはじめとする観光地域づくり、国内外からの誘客、県観光連盟の DMO への移行、交通施策等に尽力した。 総合旅行業務取扱管理者の資格を保有。 令和６年６月に副会長・専務理事に就任。
各部門（例：旅行商品の造成･販売）の責任者（専門人材）	（氏名） 古邨　幸裕「専従」 （出身組織名） （株）ＪＴＢ	元ＪＴＢ富山支店長として、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。 令和３年４月に企画販売部長に就任。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	富山県　観光推進局　観光振興室（全般） 富山県　観光推進局　観光資源活用室（全般） 県内全市町村観光担当課（観光振興）	
連携する事業者名及び役割	＜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㈱、万葉線（株)、黒部峡谷鉄道（株)、立山黒部貫光（株)、加越能バス㈱、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、富山経済同友会、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＞ ㈱北陸銀行、㈱富山第一銀行、㈱富山銀行、㈱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。	
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	【該当する登録要件】①（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。	
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	観光地域づくり、ＤＭＯ活動の普及啓発のための講演（勉強会）を実施している。	
法人のこれまでの活動実績	**【活動の概要】** 事業：情報発信・プロモーション 実施概要： ・令和６年度富山県観光客誘致宣伝事業 首都圏、中京圏、関西圏など県外において、富山県への観光客誘致 PR を行った。 ・インフルエンサーを活用した県内 PR 事業	

		インフルエンサーを活用し、富山県の魅力を発信、観光客の誘致を図るとともに、能登半島地震からの復興を PR した。 ・令和６年度マーケティングデータに基づく PR 事業 地域の宿泊データを活用した取り組み支援、とやま観光ナビの発信力強化、メディアや SNS を活用した富山の魅力拡散等を実施した。 ・北陸 DC ポロモーション事業 北陸 DC に向けた取り組みやイベント等の中で、富山県の観光情報や食の魅力を発信するなどの効果的な PR を行った。
	受入環境の整備	・令和６年度観光事業者向けセミナーの実施 本県来訪女性の満足度・推奨意向のトップボックスの割合が低いという分析結果から、DMO 会員、自治体、観光協会等に対し、女性視点マーケティング啓発講演会を実施（実施日：令和７年２月 12 日） ・富山県内産業観光推進事業 富山県の産業観光推進に寄与するため、県内産業観光を組み入れたツアーに対して助成を行った。
	マーケティングに基づいた戦略立案・基盤整備	・ICT を活用したデータ収集・分析事業 28 年度に開始した富山県立大学との共同研究を継続し、旅行者のウェブアンケート調査等を活用した旅行者データ の蓄積・管理・分析を行うとともに、ダッシュボードによるデータの可視化・一般公開により、観光事業者等に向けてデータ提供を行った。 ・訪日外国人観光客等の広域周遊状況調査・分析事業 本県における外国人宿泊者須賀最も多い台湾を対象に本県への旅行に関するニーズや旅行形態などに関する調査を実施し、今後の更なる誘客につなげた。

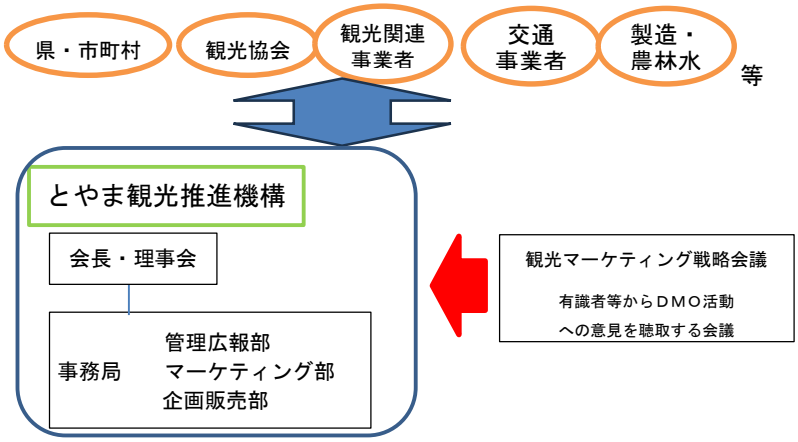
【定量的な評価】

・富山県が調査する「観光入込客数」 の推移（単位：千人）

Ｈ２９	Ｈ３０	Ｒ１	Ｒ２	Ｒ３	Ｒ４	Ｒ５
36,411	35,762	35,001	22,120	23,468	34,194	38,917

・情報発信・プロモーション
令和６年度に実施した広告回数　12 回

様式１

実施体制 ※地域の関係者との連携体制及び地域における合意形成の仕組みが分かる図表等を必ず記入すること（別添可）。	**【実施体制の概要】** （公社）とやま観光推進機構を中心に、行政・観光事業者のみならず、農林水産業・製造業等他産業関係者も含め、多様な事業者がＤＭＯの取り組みに積極的に参画してもらえるよう働きかけ、官民一体となって取り組む。 　また、県内全市町村や観光協会と定期的に会議を開催し、意見交換を実施している。 **【実施体制図】** 

２．観光地域づくり法人がマネジメント・マーケティングする区域

【区域の範囲が分かる図表を挿入】

【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。平成 28 年度より、県内の観光資源を県内外へ PR し、誘客を図るため、着地型旅行商品の販売を開始し、現在まで県内の様々な着地型旅行商品の企画・販売を行ってきた。
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。

様式１

【観光客の実態等】　※令和７年９月に令和６年度の情報に更新予定

令和４年３月のまん延防止等重点措置の全面解除、令和３年５月から切れ目なく実施している「地元で愉しもう！とやま観光キャンペーン」や令和４年 10 月からの全国旅行支援「富山で休もう。とやま観光キャンペーン」等の観光需要喚起策の実施やコロナ禍において中止されていた行催事・イベント等が再開されたことにより、令和４年の富山県観光客入込総数（延べ数）は 38,917 千人で、R4 年度と比較して 1.2%増加した。令和元年度比は 1.1%減少であり、新型コロナウイルス感染症流行前の水準を上回った。

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 3,760 千人で、令和５年と比較して 4.4%減少、令和元年比は、1.3%減少となった。うち外国人宿泊者数は 250 千人で、前年と比較して 6.2%増加したが、令和元年比は、30.0%の減少となっており、外国人観光客の回復が依然として課題となっている。

また、当機構で実施している富山県観光客 Web アンケート調査において、富山県訪問女性の満足度・推奨意向が男性と比較して著しく低い状態であることが判明した。この傾向はコロナ禍に生じており、コロナ禍収束以降も固定化していると考えられる。

【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（「富山湾鮨」、「とやまのおいしい朝ごはん」）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、令和３年５月にナショナルサイクルルートとして指定された富山湾岸サイクリングコース、令和４年 12 月に国宝指定された勝興寺等、多様な観光資源がある。令和８年以降は「黒部峡谷」と「立山黒部アルペンルート」を結ぶ「黒部宇奈月キャニオンルート」が一般開放され、新たな観光需要の創出が期待されている。

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

令和５年度末で、ホテルと旅館合せて 380 施設、客室数は 15,071 となっている。

【利便性：区域までの交通、域内交通】

〇陸路（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、敦賀開業後は富山－新大阪間の所要時間は最大で 29 分、富山－名古屋間の所要時間は最大で 23 分短縮され、いずれも２時間 35 分で結ばれるほか、北陸３県が１時間程度で結ばれた。

・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、「富山ぶりかにバス」「世界遺産バス」等の観光路線バスの充実を図っている。

〇空路（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※ソウル、台北の２路線は令和５年９月現在運休中）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）。

〇海路（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】

・新型コロナの水際措置が終了し、インバウンド需要の回復を取り込むため、令和４年３月に改訂した県の第３次県観光振興戦略プランに基づき、

① コロナ前に国別訪問者数が最多の台湾をはじめとした東アジア、増加傾向にあった東南アジアからのリピーター客誘客に向けた海外プロモーション、旅行博出展

② 滞在日数や消費額の多い欧米豪市場の開拓
③ 増加する外国人個人旅行客に対する、リニューアルしたインバウンド向け観光公式サイトやSNSでの積極的な情報発信
④ とやま観光塾でのインバウンドに対応した人材育成、宿泊施設の上質化、外国語表記への支援などの受入環境整備
に取り組んできている。
・近隣県とも連携し、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プロモーション、定期航空路や北陸新幹線等の交通基盤を活用し、「昇龍道」など広域的な観光周遊ルートの形成を進めてきている。
・令和５年３月、観光庁の「地方における高付加価値なインバウンド観光地づくり」事業のモデル観光地として富山県を含む北陸エリアが選定され、高付加価値旅行者の誘客にむけ、現在北陸の関係者が連携して地域の価値、上質な宿泊施設、質の高いガイド等の多様な観点で課題や求められる施策を検討するとともに、北陸エリアの将来像を示すマスタープラン策定に向け、取り組んでいる。今後はさらに、魅力ある観光資源を体験できる上質な観光サービスを提供するなど、高付加価値化を推進していく。
・令和７年１月にアメリカの有力紙「ニューヨーク・タイムズ」の「2025年に行くべき52カ所」に富山市が選出されたことを受け、増加が見込まれるインバウンド需要に対応する各種施策を実施していく。

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
旅行消費額	地域経済の活性化を図る指標として重要であるため	観光庁「共通基準による観光客入込統計」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
来訪者満足度	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 ・機構が実施する観光客WEBアンケート調査による
リピーター率	リピーター顧客の動向を把握し、戦略立案に繋げるため。	アンケート調査を自主事業として実施。
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
住民満足度	観光振興に対する地域住民の理解度を測るため。	アンケート調査を自主事業として実施。
コンベンション参加者数・開催件数	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
宿泊客　消費単価	宿泊客１人当たりの消費単価を把握するため	観光庁「共通基準による観光客入込統計」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	・県が実施する観光客向けアンケート調査による ・機構が実施する観光客WEBアンケート調査による

４．戦略

様式１

（１）地域における観光を取り巻く背景

富山県では、県内人口の減少と高齢化が深刻化しており、2024 年には人口が 98 万 9 千人と 100 万人を下回り、高齢化率は 32.8%と全国平均を上回るペースで進行している。生産年齢人口の減少により働き手不足が顕在化する中、観光地域づくり法人（DMO）を中心として既存の観光資源の磨き上げや受入環境整備などの着地整備を促進し、新たな雇用創出や担い手不足の解消、交流人口の増加に向けて取り組んでいる。

新型コロナウイルス感染症の影響により県内観光産業は厳しい状況が続いたが、イベント等の再開、県民割や全国旅行支援等の切れ目のない観光需要喚起策の実施により、2023 年の観光客入込数は約 3,891 万人（前年比 13.8%増）、延べ宿泊者数は 393 万人（前年比 3.3%増）と、コロナ禍前の水準を上回る回復を見せた。一方、外国人延べ宿泊者数は前年比 4 倍以上増加したものの、依然としてコロナ禍前の水準には達しておらず、全国旅行支援の終了の影響等を鑑み、観光再始動に向けた取り組みの一層の推進が必要である。

持続可能な観光を推進するため、観光 DX を浸透させるとともに、インバウンドを含め対外的にもアピールできるよう、国際的な認証・表彰の取得に向けた取り組みを進めていく。

（２）地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	**強み（Strengths）** 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 ・勝興寺の国宝指定 ・令和８年以降　キャニオンルート一般開放	**弱み（Weaknesses）** ・滞在時間が短く、消費金額が少ない ・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、受入環境の整備不足 ・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）** ・入国規制撤廃でインバウンド旅行需要回復 ・2024 年 3 月春北陸新幹線 敦賀開業による関西・中京圏等とのアクセス向上 ・2024 年７月関西圏情報発信拠点の設置 ・2025 年大阪・関西万博の開催	**脅威（Threat）** ・新型コロナウイルス等の感染症の拡大 ・国際情勢の緊迫化 ・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

（３）ターゲット

県内観光産業を取り巻く状況を踏まえ、誘客効果を高めるため、全県をマネジメントエリアとする県単位 DMO として、以下の３つをターゲットとする。

〇第１ターゲット層
三大都市圏在住者（関東圏・関西圏・中京圏）

〇選定の理由
【ターゲット選定理由】
・三大都市圏からの来訪者は約５割を占め＜調査①＞、本県の重要なターゲットと位置付けられる。その中でも、50 代～60 代がボリュームゾーンである。
・距離に比例して泊数が増加する傾向のため、遠方からの来訪者が経済効果へ波及しやすい。

・既に北陸新幹線によりアクセスが良好な首都圏に加え、敦賀開業により関西圏、中京圏からのアクセスが向上（富山－新大阪間の所要時間は最大で 29 分、富山－名古屋間の所要時間は最大で 23 分短縮）し、観光客のさらなる増加が期待できる。

※調査①：富山県内宿泊者への WEB アンケート調査
（平成 28 年 10 月より継続実施 WEB アンケート調査）
調査②：マイクロツーリズム実証事業調査報告書
調査③：旅行者の交通手段および情報接触に関する調査

【収集データ分析による傾向１】
・富山県への訪問目的は、「食」、「自然景観」、「温泉」、を理由に選ぶ人が多く、また、「食」の中でも「海の幸」の割合が高い。＜調査①＞
・首都圏は２泊以上が優勢である。＜調査①＞
・年代が高くなるほど宿泊費も緩やかに高くなる傾向がみられる＜調査①＞

↓

① 観光資源の磨き上げ
・令和７年の北陸ディスティネーションキャンペーンにあわせた、新たな観光資源の磨き上げ
・強みである食と、自然景観などテーマごとの観光パンフレット作成などによる PR
・滞在を促進する体験型コンテンツの充実、PR
・富山湾鮨の PR を通じたブランド化の推進、関係事業者の販売促進支援

【収集データ分析による傾向２】
・観光情報の入手先は県の HP から情報を入手している人が３割以上を占める。＜調査①＞
・１泊２日の国内旅行の情報収集・検討タイミングは「1～2 ヶ月前」の割合が高い。＜調査③＞

↓

② ＰＲの強化
・令和６年３月の北陸新幹線敦賀開業を契機とした、公式サイトとやま観光ナビの観光情報の充実、SNS などでのＰＲ
・日本橋とやま館や関西圏情報発信拠点との連携による、富山県の魅力発信
・Ｒ４年より導入した宿泊データ分析システムを活用した誘客の推進
・エリア、ターゲット、宿泊予約時期に合わせたＰＲ
・とやま観光塾での観光人材育成、宿泊データ分析システムを活用した宿泊施設のＤＸ人材育成支援

【収集データ分析による傾向３】
・初回来訪者は「立山黒部アルペンルート」、「黒部峡谷鉄道」、「宇奈月温泉」を訪れる方が多く、リピーターは富山駅近辺や県西部を中心に訪れる傾向がある。＜調査①＞
・新たに一般開放される「黒部宇奈月キャニオンルート」の認知度は約３割程度であるが、約８割が興味・関心がある。＜調査③＞

↓

③ 新たなコンテンツの商品展開、県内周遊促進
・既存の立山黒部アルペンルートや黒部峡谷鉄道などのキラーコンテンツと併せて「黒部宇奈月キャニオンルート」等の新たなコンテンツを契機とした商品展開、誘客
・県内周遊促進のための市町村を跨ぐ広域でのプロモーションや一元的な情報発信、キャンペーン等の実施による宿泊施設等との連携

〇ターゲット層
近隣県在住者（富山・石川・福井・岐阜・長野・新潟）

〇選定の理由
【ターゲット選定理由】
・車を利用して来県する人が多く、二次交通網が十分とは言えない富山県において、県内周遊との親和性が高く、車利用の観光客誘致は引き続き、力を入れる必要がある。
・コロナ前においても、本県旅行者に占める割合が高く、引き続き安定した観光客の入込が見込める。
・他エリアよりもリピーターが多く、リピーター化やファンの創出・拡大が期待できる。

【収集データ分析による傾向１】
・近隣県在住者は、来県までの交通手段は自家用車の割合が９割以上占める。＜調査①＞
・近隣県在住の富山県宿泊者は４回以上のリピーターの割合が他エリアよりも高い。＜調査①＞
↓
① ドライブでの県内観光促進、長年の顧客となるリピーター醸成
・近隣県を対象とした SNS での発信や出向宣伝により、ドライブと食のＰＲを推進
・とやま観光ナビに掲載しているモデルコースのブラッシュアップ
・近隣県を対象とした情報発信や商品造成を実施する宿泊施設等の支援

【収集データ分析による傾向２】
・家族（親子）で来県の割合が多い 30～40 歳代は、旅行で「思い出づくり」、「日常からの解放」を「食」と同じくらい重視する傾向がある。＜旅行年報 2022＞。
・シニア夫婦は旅行で実現したい項目として、「日ごろの疲れを癒したい」が最多を占める＜調査②＞
↓
②旅行者ニーズを踏まえた施策の展開
・ファミリー向けの思い出づくりとして、体験型コンテンツ等を重点的に発信
・「温泉と食事」など富山で日常の疲れを癒すイメージをＰＲ

〇ターゲット層
外国人観光客（東アジア、欧米豪）

〇選定の理由
【ターゲット選定理由】
・新型コロナ拡大前の令和元年における富山県の訪日外国人宿泊者数は 357,830 人（過去最高）であり、国別では台湾（99,010 人）、中国（34,970 人）、香港（32,760 人）と、東アジアの国・地域の来訪が最も多く、東南アジアの来県者も増加傾向であった。
・欧米豪市場については、来県者数は多くはないものの、訪日旅行１回あたりの滞在日数、消費額が高い傾向にあるため、新規市場として誘客を推進していく。

※調査④：台湾ネットリサーチ
※調査⑤：欧米豪デジタルマーケティング調査

【収集データ分析による傾向１】
・コロナウイルス流行前は東アジアからの来訪が半数以上を占めていた。＜観光庁「宿泊旅行統計調査」＞
・台湾の旅行者は、個人旅行（FIT）の割合が約 80%であり、FIT の情報源は SNS が最も多い＜調査④＞
・台湾の旅行者は、旅行先を決める重要な要素として「美しい風景」、「アクセスの利便性」＜調査④＞
・欧米豪について、令和 4 年に実施したデジタルマーケティング調査事業では、特にフランス、ドイツが本県の観光コンテンツに対して高い関心を示した。＜調査⑤＞

・欧米豪については、宿泊者数・割合は高くないものの、例えば米、英、仏、独の R5 上半期の来県者はコロナ前（R1）と比較し約 80%から 125%の水準であり、回復が鮮明となっている。＜観光庁「宿泊旅行統計調査」＞
↓

① 受入環境の整備、効果的・効率的なプロモーション
・台湾をはじめとした東アジア、増加傾向にあった東南アジアからのリピーター客誘客に向けた海外プロモーション、旅行博出展
・とやま観光塾でのインバウンドに対応した人材育成、宿泊施設の上質化、外国語表記への支援など受入環境整備
・インバウンド向けツアー商品の造成や海外向け OTA 掲載の基礎を学ぶための海外向け OTA の研修会の実施
・令和 5 年 3 月にリニューアルしたインバウンド向け観光公式ＷＥＢサイトやＳＮＳ を活用し、増加する個人旅行客への効果的な情報発信やプロモーションの強化
・欧米豪市場について、欧州最大の都市ロンドンでの観光プロモーションを展開するとともに、デジタルマーケティングに基づき、絞り込んだ重点市場（英、仏、独）に観光レップを設置し、誘客を推進
・観光庁「地方における高付加価値なインバウンド観光地づくり」事業において、富山県を含む「北陸」がモデル観光地として選定されたことを追い風に、高付加価値旅行者の誘客を推進

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	選ばれ続ける観光地 富山 ～幸せな旅と暮らしを富山県から～
②コンセプトの考え方	新型コロナの感染拡大防止を図りつつ、地域経済を支える観光の復興と新たな観光需要の創出に向けて、北陸新幹線の敦賀開業・大阪への延伸、新型コロナ収束後のウィズコロナにおけるインバウンドの段階的な回復、デジタル・トランスフォーメーション（DX）の進展等を見据えながら、「選ばれ続ける観光地 富山」の実現のため、地域経済を支える観光の復興と新たな観光需要の創出に向けた施策を戦略的に展開していく必要がある。 また、人口減少・少子高齢化が進行する中で、観光等を通じた交流人口の拡大や旅行者の消費増大による地域経済の活性化が喫緊の課題となっており、富山の魅力を発信するブランディングや、中長期的な滞在者や反復継続的な来訪者の増加、観光と他産業との連携強化、域内経済循環の促進等による、地域全体が潤う持続的な観光地づくりを進めていかなければならない。さらに、本県が世界に誇る「世界遺産」「立山黒部」「富山湾」の魅力ある観光資源にさらに磨きをかけるとともに、県民の生活自体を観光資源と捉え、「暮らすように旅をする観光」を通して富山の日常の幸せを共有するなど、富山ならではの満足度の高い上質は観光・旅行商品を提供することにより、「選ばれ続ける観光地」を目指す。

様式１

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 ※頻度が分かるよう記入すること。	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。
	「観光マーケティング戦略会議」を設置。年に１回、観光分野の第一人者、観光事業者、金融機関等の有識者より総合的な見地から DMO 活動に対してアドバイスをいただく。また個別案件については、必要に応じ WG を開催し、議論をしている。
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	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連絡会議を開催（年に１回程度）、及びＤＭＯの取り組みについて、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（半年に１回程度）開催している。
観光客に対する地域一体となった戦略に基づく一元的な情報発信･プロモーション	ＳＮＳを利用した効果的なプロモーションの実施、とやま観光ナビ HP での旬なイベント情報の発信　等

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

６．ＫＰＩ（実績・目標）

※戦略や個別の取組を定期的に確認・改善するため、少なくとも今後３年間における明確な ww 数値目標を記入すること。
※既に指標となりうる数値目標を設定している場合には、最大で過去３年間の実績も記入すること。

（１）必須ＫＰＩ

指標項目		2021（Ｒ３）年度	2022（Ｒ４）年度	2023（Ｒ５）年度	2024（Ｒ６）年度	2025（Ｒ７）年度	2026（Ｒ８）年度
●旅行消費額（百万円）	目標	―	134,700	150,500	166,300	182,100	198,000
		(－)	(11,800)	(16,800)	(21,800)	(26,800)	(32,000)
	実績	118,900	150,900	183,000	181,500		
		(0)	(0)	(6,465)	(13,207)		
●延べ宿泊者数（千人）	目標	―	2,715	3,036	3,357	3,678	4,000
		(－)	(15)	(219)	(323)	(427)	(530)
	実績	2,394	3,067	3,934	3,760		
		(11)	(42)	(236)	(250)		
●来訪者満足度（%）	目標	―	72	74	76	78	80
		(－)	(－)	(－)	(－)	(－)	(－)
	実績	71.7	75.2	75.9	74.2		
		(－)	(－)	(－)	(－)		

●リピーター率（%）	目標	—	70	71	72	73	74
		（ー）	（ー）	（ー）	（ー）	（　）	（　）
	実績	71.5	69.7	69.9	69.9		
		（ー）	（ー）	（ー）	（ー）		

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

「第 3 次富山県観光振興戦略プラン」（令和 4 年 3 月富山県策定）において、令和 4 年度から令和 8 年度までの 5 年間を計画期間としてウィズコロナにおけるインバウンドの段階的な回復、デジタル・トランスフォーメーションの進展等も見据え、SDGs 達成への貢献、マーケティングや地域経済への波及効果を意識し、これまで以上に戦略的に観光振興に取り込むこととし、令和 8 年度の数値目標を定めている。
この令和 8 年度の目標値を踏まえ、当計画では令和 4 年度から令和 7 年度までの目標値を設定している。

【設定にあたっての考え方】

下記の「旅行消費額」、「延べ宿泊者数」、「来訪者満足度」については、県「第 3 次富山県観光振興戦略プラン」で定める R8 の目標を踏まえ、R4 から R7 までの各年の目標値を設定

●旅行消費額

【R8 観光消費額】1,980 億円（日本人：1,660 億円、外国人：320 億円）

○日本人

宿泊、日帰りとも令和 2 年の全国平均消費額単価を目指すとともに、人口減少の中でも県の令和元年の宿泊実績の水準維持を目指す。

○外国人

宿泊、日帰りとも令和 2 年の富山県消費額単価に国ビジョンの伸び率 5 年で+12.5%を目指すとともに、宿泊実績については、コロナの影響から、令和 8 年までには令和元年の水準まで回復し、それ以降は、平成 30 年から令和元年までの富山県の伸び率+16.9%/年を目指す。

●延べ宿泊者数

【R8 宿泊者数】日本人 4,000 千人、外国人：530 千人

日本人宿泊者数は、人口減少の中でも令和元年の水準維持を目指す。

外国人宿泊者数は、コロナの影響から令和 6 年までには令和元年の水準まで回復し、それ以降は平成 30 年から令和元年までの富山県の伸び率+16.9%/年の伸び率を目指す。

357,830 人+｛357,830 人×（+16.9%/年×35/12 月)｝≒530 千人

●来訪者満足度

【R8 来訪者満足度】80

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）

令和 2 年、令和 3 年は新型コロナウイルスの影響によりマイクロツーリズムの傾向が強まったため、リピーター率が非常に高くなっている。

令和 4 年は平成 30 年の実績値 70%を目標とし、それ以降は平成 29 年から令和元年までの伸び率を基に年 1 ポイントの増加を目指す。

※満足度及びリピーター率については、年度の数値である。（他は暦年の数値）

（２）その他の目標

指標項目		2021（Ｒ３）年度	2022（Ｒ４）年度	2023（Ｒ５）年度	2024（Ｒ６）年度	2025（Ｒ７）年度	2026（Ｒ８）年度
●宿泊客		—	29,280	29,360	29,440	29,520	29,600

様式１

消費単価（円/人）	目標	（－）	(56,758)	(57,893)	(59,028)	(60,163)	(61,300)
	実績	―	33,865	33,898	36, 612		
		（－）	(0)	（－）	（－）		
●日帰客消費単価（円/人）	目標	―	6,328	6,396	6,464	6,532	6,600
		（－）	(16,363)	(16,697)	(17,031)	(17,365)	(17,700)
	実績	―	5,832	7,095	7,296		
		（－）	(0)	（－）	（－）		
●コンベンション参加者数	目標	―	26,553	42,414	58,276	74,138	90,000
		（－）	（－）	（－）	（－）	（ ）	（ ）
	実績	10,692	31,117	61,396	34,264		
		（－）	（－）	(1,383)	(1,876)		
●コンベンション開催件数	目標	―	112	161	210	260	310
		（－）	（－）	（－）	（－）	（ ）	（ ）
	実績	63	110	127	128		
		（－）	（－）	（－）	（－）		
● WEB サイトのアクセス状況（千件）	目標	－	2,364	2,673	2,982	3,291	3,600
		（－）	（－）	（－）	（－）	（－）	（－）
	実績	2,055	5,137	5,916	5,647		
		（－）	（－）	（－）	（－）	（－）	

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値
※各指標項目の単位を記入すること。

指標項目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】
「第 3 次富山県観光振興戦略プラン」（令和 4 年 3 月富山県策定）において、令和 4 年度から令和 8 年度までの 5 年間を計画期間としてウィズコロナにおけるインバウンドの段階的な回復、デジタル・トランスフォーメーションの進展等も見据え、SDGs 達成への貢献、マーケティングや地域経済への波及効果を意識し、これまで以上に戦略的に観光振興に取り込むこととし、数値目標を掲げたもの。
この令和 8 年度の目標値を踏まえ、当計画では令和 4 年度から令和 7 年度までの目標値を設定している。

【設定にあたっての考え方】
●コンベンション参加者数
【R8 コンベンション参加者数】90,000 人
コロナの影響により、オンライン開催に移行することが見込まれる中、新幹線延伸の効果や新たに企業コンベンション等を誘致することにより、令和元年度の水準を上回る 90,000 人の参加を目指す。
●コンベンション開催件数
【R8 コンベンション開催件数】310 件
H27～R 元年度までの 1 件当たりのコンベンション参加者数が約 293 人であり、R8 年度参加者数の目標値 90,000 人から積算し、年 310 件の開催を目指す。
90,000 人（R8 参加者目標値）÷293 人/件≒310 件
●WEB サイトのアクセス状況（千件）
【R8 WEB サイトのアクセス状況】3,600 千件
新幹線敦賀開業、黒部ルート一般開放を契機としたアクセス数の増や、既存コンテンツの充実度等により、令和 3 年の 1.8 倍を目指す。
※コンベンション参加者数・開催件数については、年度の数値である。（他は暦年の数値）

７．活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

※少なくとも今後３年間について、計画年度毎に（１）収入、（２）支出を記入すること。

様式１

※現に活動している法人にあっては、過去３年間の実績も記入すること。

（１）収入

年（年度）	総収入（円）	内訳（具体的に記入すること）	
2021（Ｒ３）年度	328,278,416（円）	【富山県からの補助金】 【その他補助金】 【地方公共団体からの委託料】 【会費収入】 【負担金】 【各種事業分担金】 【繰越金】 【雑収入】	147,736,908 円 50,000 円 2,825,797 円 42,345,000 円 38,525,000 円 34,613,861 円 29,554,136 円 32,627,714 円
2022（Ｒ４）年度	6,096,359,018（円）	【富山県からの補助金】 【その他補助金】 【地方公共団体からの委託料】 【会費収入】 【負担金】 【各種事業分担金】 【繰越金】 【雑収入】	5,813,370,562 円 10,924,424 円 113,230,657 円 42,320,000 円 38,525,000 円 40,130,300 円 24,335,229 円 13,522,846 円
2023（Ｒ５）年度	2,818,889,934（円）	【富山県からの補助金】 【その他補助金】 【地方公共団体からの委託料】 【会費収入】 【負担金】 【各種事業分担金】 【繰越金】 【雑収入】	2,627,492,415 円 516,080 円 28,641,425 円 51,155,000 円 38,525,000 円 38,698,950 円 20,468,250 円 13,392,814 円
2024（Ｒ６）年度	1,147,779,690（円）	【富山県からの補助金】 【その他補助金】 【地方公共団体からの委託料】 【会費収入】 【負担金】 【各種事業分担金】 【繰越金】 【雑収入】	968,922,294 円 100,000 円 9,859,380 円 51,145,000 円 38,178,161 円 21,861,000 円 25,156,645 円 32,557,210 円
2025（Ｒ７）年度	321,735,000 円）	【富山県からの補助金】 【その他補助金】 【地方公共団体からの委託料】 【会費収入】 【負担金】 【各種事業分担金】 【繰越金】 【雑収入】	131,836,000 円 200,000 円 3,250,000 円 51,135,000 円 38,525,000 円 43,649,000 円 45,242,000 円 7,898,000 円
2026（Ｒ８）年度	254,399,000（円）	【富山県からの補助金】 【その他補助金】 【地方公共団体からの委託料】 【会費収入】 【負担金】 【各種事業分担金】 【繰越金】 【雑収入】	88,459,000 円 200,000 円 8,943,000 円 51,225,000 円 38,525,000 円 43,649,000 円 16,000,000 円 7,398,000 円

（２）支出

年（年度）	総支出	内訳（具体的に記入すること）

様式１

2021（Ｒ３） 年度	303,943,187（円）	【宣伝・普及活動事業費】 【観光振興整備事業費】 【ＤＭＯ活動費】 【一般管理費等】	76,957,189 円 82,402,721 円 86,445,823 円 58,137,454 円
2022（Ｒ４） 年度	6,075,890,768（円）	【宣伝・普及活動事業費】 【観光振興整備事業費】 【ＤＭＯ活動費】 【一般管理費等】	186,632,664 円 5,748,963,850 円 100,108,040 円 40,186,214 円
2023（Ｒ５） 年度	2,793,733,289（円）	【宣伝・普及活動事業費】 【観光振興整備事業費】 【ＤＭＯ活動費】 【一般管理費等】	115,560,860 円 2,546,025,606 円 97,292,110 円 34,854,713 円
2024（Ｒ６） 年度	1,100,263,220（円）	【宣伝・普及活動事業費】 【観光振興整備事業費】 【ＤＭＯ活動費】 【一般管理費等】	121,619,136 円 866,047,069 円 68,839,651 円 43,757,364 円
2025（Ｒ７） 年度	321,735,000（円）	【宣伝・普及活動事業費】 【観光振興整備事業費】 【ＤＭＯ活動費】 【一般管理費等】	126,955,000 円 8,330,000 円 110,487,000 円 75,963,000 円
2026（Ｒ８） 年度	254,399,000（円）	【【宣伝・普及活動事業費】 【観光振興整備事業費】 【ＤＭＯ活動費】 【一般管理費等】	84,229,000 円 14,130,000 円 107,297,000 円 48,743,000 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

・観光地域づくり法人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
・着地型旅行商品の販売により、安定的な収益確保を目指す。

８．観光地域づくり法人形成・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．マネジメント・マーケティング対象区域が他の地域連携ＤＭＯ（県単位以外）や地域ＤＭＯと重複する場合の役割分担について（※重複しない場合は記載不要）

様式１

１０．記入担当者連絡先

担当者氏名	前佛　聡
担当部署名（役職）	とやま観光推進機構（事務局長）
郵便番号	930-8501
所在地	富山市新総曲輪 1-7
電話番号（直通）	076-444-4571
ＦＡＸ番号	076-431-4193
Ｅ－ｍａｉｌ	toyama@info-toyama.com

１１．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	武末　舞子
担当部署名（役職）	観光推進局 観光振興室　主幹
郵便番号	930-8501
所在地	富山市新総曲輪１番７号
電話番号（直通）	076－444－3517
ＦＡＸ番号	076－444－4404
Ｅ－ｍａｉｌ	akankoshinko@pref.toyama.lg.jp

（候補／登録）【地域連携DMO】公益社団法人とやま観光推進機構

様式２

基礎情報

【マネジメント・マーケティング対象とする区域】
富山県全域
【設立時期】 昭和22年7月
【設立経緯】
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に設立
【代表者】 麦野　英順（会長）
【マーケティング責任者（CMO）】 前佛　聡
【財務責任者（CFO）】 吉原　志織
【職員数】 14人（常勤13人（正職員２人・出向等11人）、非常勤１人）
【主な収入】
収益事業（補助金・会費等）約1,147百万円（R6年度決算）
【総支出】
約1,101百万円（一般管理費：44百万円、事業費：1,057百万円）（R6年度決算）
【連携する主な事業者】
県、市町村、県内経済団体（商工・農・漁・森林）、㈱北陸銀行、㈱富山第一銀行ほか金融機関、ホテル・旅館生活衛生同業組合ほか観光・交通事業者

KPI（実績・目標）

記入日：　令和7年　7月18日

※（　）内は外国人に関するもの。

項目		2022（R4）年度	2023（R5）年度	2024（R6）年度	2025（R7）年度	2026（R8）年度	2027（R9）年度
旅行消費額（百万円）	目標	134,700（11,800）	150,500（16,800）	166,300（21,800）	182,100（26,800）	198,000（32,000）	134,700（11,800）
	実績	150,900（0）	183,000（6,465）	181,500（13,207）		—	—
延べ宿泊者数（千人）	目標	2,715（15）	3,036（219）	3,357（323）	3,678（427）	4,000（530）	
	実績	3,067（42）	3,934（236）	3,760（250）		—	—
来訪者満足度（%）	目標	72（－）	74（－）	76（－）	78（－）	80（－）	（－）
	実績	75.2（－）	75.9（0.7）	74.2（－）	（－）	—	—
リピーター率（%）	目標	70（－）	71（－）	72（－）	73（－）	74（－）	（－）
	実績	69.7（－）	69.9（－）	69.9（－）	（－）	—	—

陽谷1

戦略

【主なターゲット】
①三大都市圏在住者（関東圏・関西圏・中京圏）
②近隣県在住者（富山・石川・福井・岐阜・長野・新潟）
③外国人観光客（東アジア、欧米豪）
【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
①三大都市圏在住者：観光資源の磨き上げ、PRの強化、新たなコンテンツの商品展開、県内周遊促進
②ドライブでの県内観光促進、長年の顧客となるリピーター醸成、旅行者ニーズを踏まえた施策の展開
③受入環境の整備、効果的・効率的なプロモーション
【観光地域づくりのコンセプト】
選ばれ続ける観光地 富山
～幸せな旅と暮らしを富山県から～

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】
意欲ある市町村や関係団体と連携した食をはじめとした観光資源の磨き上げ

【マーケティング基盤の整備】
富山県観光統計基盤「TOYTOS」を整備し、市町村・観光協会・観光事業者らのデータ活用を促進
マーケティング初学者向け講座の開講によるデータドリブン人材の育成

【情報発信・プロモーション】
とやま観光ナビの特集ページ掲載など発信力強化インフルエンサーを活用したプロモーション、、メディアへのPR、SNSを活用した富山の魅力拡散等を実施

【着地型旅行業品の企画販売】
価値の高い観光資源を生かした自主商品の造成と、他社商品も含め販売サイト「VISIT富山県」を通じた販売拡大、全国エージェントへの流通拡大

スライド 1

陽谷0 記入日を入れてください。
谷川 陽子, 2026-03-10T14:36:07.303

陽谷1 形成確立計画（様式１）の数値と合っていません。（年度をよくお確かめください）正しい数値に修正をお願いします。
谷川 陽子, 2026-03-10T14:38:24.825