

第2次 南砺市交流観光まちづくりプラン

歴史・文化を百年先の未来につなぐ南砺
—ひとと技術で拓く南砺の未来—

本プランの期間は、令和5年度から令和14年度までの10年間とします。

☆プラン策定の目的☆

平成24年度（2012年度）の第1次交流観光まちづくりプラン策定以降の10年間は、北陸新幹線長野－金沢開業、東海北陸自動車道の南砺スマートインターチェンジ開通、さらに新型コロナウイルス感染症の影響による価値観の変化、インバウンドの減少、マイクロツーリズムの増加など、観光や旅行のスタイルに様々な変化が起きました。

今後については、令和6年（2024年）春の北陸新幹線金沢－敦賀開業、そして令和7年（2025年）の大阪・関西万博を契機とした観光客の誘致について、早急に取り組む必要があります。

一方、本市の観光をとりまく環境は、観光産業の人材不足や後継者問題など、多くの課題を抱えています。

人口減少や少子高齢化に対応したまちづくりの観点を踏まえ、上位計画である「第二次南砺市総合計画」（2020年3月策定）における個別計画として第2次南砺市交流観光まちづくりプランを策定します。

☆プランの策定方針

本プランでは、第1次プランの成果と課題を引き継ぎつつ、さらに新たな視点を加え、南砺市民の豊かさや幸せにつながる交流観光まちづくりプランとして高度化を図っています。

策定方針1 第1次プランを高度化したプラン

第2次プランでは、第1次プランの基本的な考え方を継続しつつ、観光振興の結果が地域に豊かさをもたらすようにするため「第1次プランの高度化」を図ります。

策定方針2 観光経営による地域づくりの観点を取り入れたプラン

これからの観光施策は、観光地としての魅力づくりや観光客向けの受け入れ環境整備といった側面に加えて、観光経営を通じた地域づくりの観点を取り入れます。

☆取り巻く環境の変化

新型コロナウイルス感染症の影響だけでなく、地域社会の構造的な環境変化による影響も目立ってきています。これらに対応するための長期的な視野にたったプランを策定しました。

人口減少

地域における人口減少は、経済規模の縮小や生活水準の低下を招き、地域社会の将来にとって大きな課題となっています。

労働力不足

観光業界においても労働力不足の影響は大きく、観光人材育成に加えて、雇用環境や待遇の改善を図ることも必要です。

訪日外国人旅行者

新型コロナウイルス感染症の影響により激減しており、コロナ前への回復は令和7年（2025年）以降になる見込みです。

観光需要の変化

新型コロナウイルス感染症の影響がみられる反面、キャンプや釣りなどのアウトドアアクティビティへの参加が増えています。

サステナブルツーリズム

海外の市場では、環境への意識やサステナブルツーリズムへのニーズが高まってきており、現地の代表的な文化を体験したい、エコ配慮の宿を優先的に予約したい、旅行中に費やしたお金を現地のコミュニティに還元してほしいといった要望が多くなってきています。

□□観光の課題□□

近年、観光産業を取り巻く環境は大きく変化しました。今後は以下に掲げる課題を解決しながら、観光による流入人口だけでなく関係人口など多様な関係者と共創を図り、地元経済が潤い、文化とコミュニティが持続し、暮らし続けたいまちづくりに向け、このプラン設計を高度化していく必要があります。

情報発信

域外において、南砺市の知名度はまだ低い状況です。今後もデジタル化を中心に適切な手法を活用し、継続的に取り組む必要があります。

産業の担い手・受け入れ体制

観光産業の現場の担い手が不足し、総合案内拠点においてもインバウンドを含め対応が十分とは言えませんでした。後継者や人手の不足を解消し、持続的に活性化を図ります。

観光客の満足度向上

個人や事業者単位の取り組み、官民が連帯して出来る取り組みのほかに、今後はまちの魅力を意識するキーワードを私たちが積極的にイメージして発信することが重要です。

歴史・文化の活用

市民生活や観光面において、本市のもつ伝統的な祭りや民藝、芸術等の素晴らしさなど、知られざる南砺の魅力を含めて、これまで以上に活かしていく必要があります。

滞在時間の増加

本市の滞在時間は、平均1～2時間程度から半日程度が多い状況です。滞在時間を増加することで、本市の観光消費額増加や満足度、再来訪意向の向上が期待されます。

二次交通

公共交通の便が悪く、公共交通機関を利用した域内の回遊性に課題があります。

地元の魅力再発見と市民・事業者・地域間連携

本市には、五箇山、城端、井波、福光といったエリアごとに特徴がありますが、本市の魅力の一つである多様性が十分に活かしきれていない面があります。自地域に誇りを持ちつつ市内の他地域を知り、各々の地域文化の魅力を理解し、情報を共有することが重要です。

☆目指すべき将来像

交流観光は、観光事業者だけが取り組んでいくべきものではなく、地域経営という視点から、遠く未来を見据えた行動が必要です。百年先の未来に向けて、関係者一丸となって団体戦で取り組みます。

歴史・文化を百年先の未来につなぐ南砺
—ひとと技術で拓く南砺の未来—

☆交流観光の基本理念

本市は、地域独自の風土・歴史・文化と、これまでの取り組みの成果を活用しつつ、市民の物心両面に渡る豊かさに繋がるための「ひとと技術が交流する観光まちづくり」を推進します。

- ・風土、歴史、文化を観光客に伝え、交流観光を図り、市民の豊かさの向上を目指します。
- ・南砺に関わる方々と共に、このまちを楽しみ守り、次代の創造に挑戦します。
- ・観光を活用した、持続可能な地域経営を行っていきます。

☆基本方針

本市の交流観光まちづくりの基本方針として以下を定め、これに基づき、交流観光まちづくりの基本戦略、及び具体的事業内容を設定します。

基本方針 1 「一丸となって」観光で稼ぐ

基本方針 2 「10年先を見据えた」観光を支える人づくり

基本方針 3 「ひとくりにしない」地域個性を活かした観光の推進

南砺市の交流観光まちづくりは「これからの100年」へ			
	これまで	これから	
時代	オフライン前提	オフ・オン併存	オンライン前提
交流観光 ・ 観光産業	量的変化を重視	量と質の均衡的变化	
	B2C 消費ビジネス	交流型・利用型	D2C+C2C 共創型ビジネス
	日本人の旅行大衆化	訪日市場拡大	*市場概念の転換
社会環境	内需人口増大	内需人口減退	一極集中から地域回帰
	モータリゼーション・交通網拡充	路線整理	EVと自動運転標準化
	嗜好のコモディティ化	嗜好・時間・場所等の多様化	共感 新しい日常と非日常性
観光 マーケティング	地域主体の情報発信	発信者主体	
	交通機関・旅行会社	OTAと地域の連携	計測可能なマーケティング*
情報流通	広告・チラシ・キャンペーン	SNS・アウトメディア 伝えたいコンテンツ	
	クーポン化・パッケージ化	*オフラインの観光・旅行に 出かけない層へ価値を提供	

基本方針

「一丸となって」観光で稼ぐ

南砺市内に訪れる観光客の消費接点を拡大し、旅行中の消費促進を図るだけでなく、旅アト消費促進にも力を注ぎます。観光収益を継続化かつ最大化する事業展開を行い、地域に利益が還元されるよう、多様な力を結集して取り組みます。

基本戦略

- 1 地域事業者・市民が一体となった「南砺一宿構想」の推進
- 2 域内波及効果の最大化と旅アト消費のしくみづくり
- 3 観光 DX の推進

「10 年先を見据えた」観光を支える人づくり

自然あふれる南砺市に相応しい、持続可能で新しい観光の姿を目指します。

- 1 後継者の育成及び地元の担い手の巻き込み創出
- 2 将来の人材の育成・確保

「ひとくりにしない」地域個性を活かした観光の推進

民藝・文化・伝統産業などを活用し、地域性豊かな新しい交流観光を目指します。

- 1 滞在時間の拡張と反復の促進
- 2 五箇山・井波等を起点とした周遊したくなる観光的付加価値の創造

施策（基本事業）

- ①宿泊・飲食・交通事業者等が連携した「南砺一宿構想」の推進★
- ②収益力強化による観光従事者の所得、地域内利益の向上
- ③国内外に対応できる観光ガイドの育成

- ①観光事業者による地場産物に関する情報交換会の実施★
- ②観光統計等調査事業の強化
- ③来訪観光客への旅アト消費促進のしくみ構築★

- ①AI・デジタル活用による業務効率化、省力化、人手不足の補完
- ②月次データ活用による地域経営★
- ③観光情報データベースの構築
- ④北陸・飛騨・信州3つ星街道広域連携及び観光流動の拡大
- ⑤首都圏、中京圏、関西圏からの観光流動拡大
- ⑥推進体制の機能強化

- ①本気の観光まちづくりへの変容を促す環境づくり
- ②Uターン人材等の発掘強化
- ③市内観光事業者と後継者候補のマッチングの創出

- ①地域課題の解決を目的としたアントレプレナー育成の仕組みづくり★
- ②Uターン起業と未来の地域人材育成の仕組化

- ①伝統技術・伝統文化を活かした観光まちづくりと地域性豊かなコンテンツ・商品開発
- ②民藝・文化を活かした観光の推進
- ③SDGs（持続可能な開発目標）の精神に沿った観光推進
- ④自然などを活かした滞在型観光の推進と情報施策の充実

- ①五箇山合掌の里の再生★
- ②地域個性を活かした“小さな町めぐり”ブランド戦略★

☆基本実施事業

それぞれの基本戦略に沿って、南砺市の豊かさにつながるための様々な事業を展開していきます。
本プランで実施する主要な実施事業について紹介します。

1：「一丸となって」観光で稼ぐ

基本戦略1	地域事業者・市民が一体となった「南砺一宿構想」の推進
実施事業 イメージ	<ul style="list-style-type: none"> ・「南砺一宿構想」の理念の共有 ・誘客を目的とした市内事業者連携プロジェクト支援事業の創設 ・観光、商工が連携した経営改善の取り組み ・「南砺だからまるごと酒旅」など、商品・サービスの高付加価値化や高所得者層向け商品の造成 ・農産物収穫体験などの農作業体験による特産農産物のPR及び販売向上 ・農産物や農産加工品を扱う直売施設の観光ルートへの組み込み ・付加価値の高い有機農業を切り口とした五箇山の農産物の魅力向上 ・「みんなで農作業の日 in 五箇山」など、農業体験を通じた都市と農村の交流事業の推進 ・通訳案内士の育成によるインバウンドの満足度向上 ・南砺ならではのアドベンチャートラベル、サイクルツーリズムなどに対応するガイドの育成 ・ガイドが活躍しガイドが主となる商品開発 ・ガイドを生業とする事業者の育成
基本戦略2	域内波及効果の最大化と旅アト消費のしくみづくり
実施事業 イメージ	<ul style="list-style-type: none"> ・域内調達率向上の現状や意義、その方法などについての勉強会の開催 ・域内取引拡大のため、情報交換会やマッチングの機会を創設 ・各種調査の実施方法と実施内容の見直し ・経済波及や販売機会ロスの視点を含めた調査設計の見直し ・ECサイトによる販売力強化 ・ECサイトのデザイン改良や魅力化に対する支援制度の創設 ・宿泊施設などにおけるふるさと納税の告知強化
基本戦略3	観光DXの推進
実施事業 イメージ	<ul style="list-style-type: none"> ・AIチャットボットなど新技術の活用 ・VRツアーの提供 ・月次データを活用した観光推進体制の構築 ・宿泊事業者、道の駅、観光施設などにおける来場者数の月次把握 ・各施設の来場者情報収集のしくみづくり ・3つ星街道プロモーション強化の継続 ・3つ星街道ルートを活用した南砺への観光流動の拡大 ・3つ星街道インバウンド誘客の強化 ・「なんと！幸せのおすそわけ」キャンペーンによる関西圏プロモーション ・ターゲットを絞った首都圏・中京圏プロモーション ・観光事業における民間事業（大手事業者）との人材交流 ・南砺における観光地経営を行う組織設立の検討

2：「10年先を見据えた」観光を支える人づくり

基本戦略1	後継者の育成及び地元の担い手予備軍の巻き込み創出
実施事業 イメージ	<ul style="list-style-type: none"> ・本市の歴史と文化の学習機会の拡充 ・モニターツアー実施における、観光事業者とモニターの交流機会の拡充 ・地域おこし協力隊をはじめ、南砺ファンからの1ターン人材の掘り起こし ・南砺移住マニュアル、2地域居住マニュアルなどの作成 ・事業承継相談会の実施 ・起業家マッチングの機会創出
基本戦略2	将来の人材の育成・確保
実施事業 イメージ	<ul style="list-style-type: none"> ・専門家による講座などの実施 ・アントレプレナー育成のための副読本の作成 ・本市へのUターン起業や新規開業に対する支援策の実施 ・「南砺市特定地域づくり事業協同組合」との連携

3：「ひとくりにしない」地域個性を活かした観光の推進

基本戦略1	滞在時間の拡張と反復の促進
実施事業 イメージ	<ul style="list-style-type: none"> ・南砺獅子舞共演会の定期開催 ・演劇やワールドミュージックなどの異文化交流の推進 ・潜在的な観光資源の発掘と発信 ・瑞泉寺建造物調査・善徳寺文書調査の実施 ・民藝活用事業（パンフレット作成、体験ツアーなど）の推進 ・福野夜高曳山の魅力を再整理する総合調査の実施及び城端曳山等文化財の保存修理への支援 ・自然と共生する南砺の伝統工芸の魅力発信 ・地域の営みや生業などをSDGs17の視点から発信 ・「PLAY EARTH PARK NATURING FOREST」の整備 ・アドベンチャートラベル、サイクルツーリズム、キャンプ、雪を楽しむ体験メニューなど季節に応じた滞在型プログラム実施 ・ワーケーションの推進 ・スマートフォン位置情報を活用した情報プラットフォームの登録支援
基本戦略2	五箇山・井波等を起点とした周遊したくなる観光的付加価値の創造
実施事業 イメージ	<ul style="list-style-type: none"> ・五箇山合掌の里への新たな機能付加による再生 ・五箇山、井波等から他地域への回遊を高める施策の実施 ・ARなどを使ったデジタルスタンプラリーの実施

■リーディングプロジェクト■

リーディングプロジェクトとは、プラン策定後3年以内に着手する本プランの象徴となるプロジェクトです。

7つのリーディングプロジェクト



宿泊・飲食・交通事業者等が連携した「南砺一宿構想」の推進

本市を訪れる観光客の満足度を高めるためには、宿泊、飲食、体験、土産物施設、交通手段など、それぞれでサービスを完結するのではなく、本市全体を一つの宿として見立て、南砺らしいもてなし(思いやり・気遣い)を行って、滞在中の「心地よさの提供」を市全体で取り組みます。



観光事業者による地場産物活用に関する情報交換会の実施

まちの収入を増やし市民の生活を豊かにするためには、市内で販売される商品・サービスの市外依存を減らし、市内調達率を向上させる必要があります。そのために、観光事業者による勉強会と情報交換の場を増やします。



来訪観光客への旅アト消費促進のしくみ構築

ECサイトの売上が急拡大してきています。旅行者も、旅行中の土産品などの買い物に加え、それ以上の金額を旅行後ECサイトで取り寄せるようになりました。今後は、ふるさと納税を含めた旅行後の消費への対応を強化していきます。



月次データ活用に基づく地域経営

本市では、これまで月単位での統計をほとんど行っていません。今後は、消費者動向の変化などをいち早くとらえるために、市内の宿泊施設や観光施設、観光案内所などで得られるデータを月次単位で把握し、より短期サイクルでの改善を図っていきます。



地域課題の解決を目的としたアントレプレナー育成の仕組みづくり

減少を続ける本市の人口に歯止めをかけるためには、本市からの人口流出を抑え、人口流入を促進することが必要です。市の学校に通う子ども達が地理的な限界や都会志向から脱し、若年から地元での将来をイメージできるような人材育成に取り組んでいきます。



五箇山合掌の里の再生

世界に誇る唯一無二の地域文化と歴史を有するこの土地と空間の可能性を再発見し再生を目指します。従来の延長線上で合掌の里と関連するサービスを質的に転換し、既存のルールから一見外れた領域をも複合して、10年後にどうなっていたいかの姿を描き、流動化を図ります。



地域個性を活かした“小さな町めぐり”ブランド戦略

本市が本来備えている要素を魅力的な観光の付加価値に転換し、代替の効かない強いブランドを戦略的に作っていきます。機微ながらも、特徴的な個性の差異を狭いエリア内で感じられることを強みに、関心の喚起と訴求を図り、周遊に繋げていきます。

☆推進体制

○市民・事業者・行政が一丸となった推進

交流観光まちづくりを進めるためには、市民・事業者・行政などが一体となり、それぞれが役割と責任を担いながら、互いの理解を深め、連携し、情報共有していくことができる観光推進体制の構築が必要となります。

○観光協会の役割

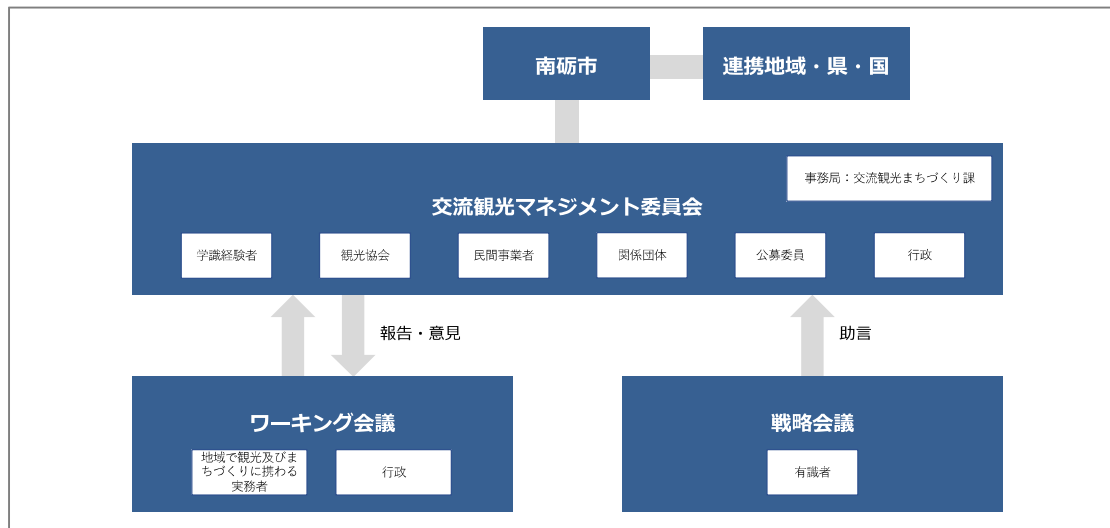
観光協会は機能をさらにパワーアップし、マーケティング人材を中心に強力な推進力を整えていく必要があります。各種データなどの継続的な収集・分析、データなどに基づく明確なコンセプトに基づいた戦略の推進、そのPDCA サイクルの確立、また、関係者が実施する観光関連事業と戦略の整合性に関する調整・仕組みづくり、そして多様な人の継続的な巻き込みが求められています。

○行政の役割

広義の観光における課題の解決、後継者及び将来世代の人づくりを中心に、市民及び事業者を下支えすることが重要な役割となります。また、担当部局だけでなく、庁内横断的に課題を共有しながら、施策検討と着手における優先順位を設定し、推進していきます。

☆交流観光まちづくりプランのマネジメント

本プランを推進するにあたり、各種施策の進捗状況を定期的に把握し管理していくため、以下の三つの会議体を作って推進します。また、それぞれの連携により南砺市全体が一つのチームとなって行動し、年次サイクルでマネジメントを行います。



第2次南砺市交流観光まちづくりプラン概要版

令和5年3月

編集/発行 南砺市 ブランド戦略部 交流観光まちづくり課

〒939-1692 南砺市荒木 1550

ホームページ <https://www.city.nanto.toyama.jp>

TEL0763-23-2019 FAX0763-52-6349