

# ほくりくのさくらレポート



2020年2月13日  
日本銀行金沢支店

## 北陸地域におけるインバウンドを巡る現状と今後の展望<sup>1</sup>

### [ 要 旨 ]

- ✓ 全国的にインバウンド客が増加する中、北陸地域においても、北陸新幹線開業（2015年）をはじめとした交通インフラ整備に加え、官民の誘客の取り組みの奏功もあって、外国人延べ宿泊者数は着実に増加してきた。地域・国籍別では、特に欧米各国からの宿泊客増加ペースが全国平均を上回っており、従来からウェイトの高かった台湾等の東アジア各国と相まって、インバウンド客の多国籍化が進んでいる。
- ✓ ただし、隣接する岐阜県、長野県の外国人延べ宿泊者数は、北陸3県合計を上回っている。これは、岐阜県へのインバウンド客を北陸地域に呼び込むことや、長野県のように体験・滞在型観光の充実を実現することができれば、延べ宿泊者数を伸ばす余地があることを示唆している。
- ✓ 北陸経済への影響について、インバウンド消費額を簡易推計すると、242億円との結果となった。これは、北陸3県におけるホームセンターの年間売上高の約4割に匹敵する金額であり、インバウンド消費が域内消費額の押し上げに少なからぬ影響を与えている。人口減少という構造的課題の下で、地域経済の持続的な発展を維持するためには、インバウンド需要の取り込み拡大は不可欠といえる。
- ✓ インバウンド需要の取り込み拡大を実現するためには、①域外との広域連携強化により全国的な周遊ルートに北陸地域を組み込んでいくこと、②北陸地域内の連携強化により、誘客力と回遊性を向上していくこと、が重要である。この点、いずれの施策についても、官民での取り組みが始まっており、今後の更なる発展が期待される。
- ✓ 連携強化に当たっては、行政区域や各主体（行政、民間企業等）が垣根を越えて、「北陸のインバウンド観光のグランドデザイン」を共有していくことが望まれる。2020年は、北陸新幹線が開業5周年の節目を迎える中で東京オリンピック・パラリンピックの開催もあってインバウンド客の増加が見込まれる。また、先行きも北陸新幹線敦賀延伸という大事業が進行している。この機会を着実に捉えるために、地域一体となった「おもてなし」を具現化することで、北陸経済の活性化が進むことを期待したい。

<sup>1</sup> 本稿は野田久稀（現：金融機構局）が作成した。

## 1. はじめに

- わが国を訪れるインバウンド客は着実な増加を続けており、2018年には3,119万人と過去最高を記録した。北陸地域でも、北陸新幹線開業をはじめとする交通インフラの整備や誘客に向けた官民の取り組み等によってインバウンド客は増加している。
- 本稿は、北陸地域におけるインバウンドの現状を整理したうえで、今後の展望について示唆を得ることを目的に作成した。以下、2.では、北陸地域のインバウンド動向を他地域との比較を含め整理するほか、域内消費額への貢献度を推計する。3.では、域外・域内での連携強化の必要性を中心に今後を展望し、4.では、全体を総括する。

## 2. 北陸地域におけるインバウンドの現状

### (1) インバウンド客数動向

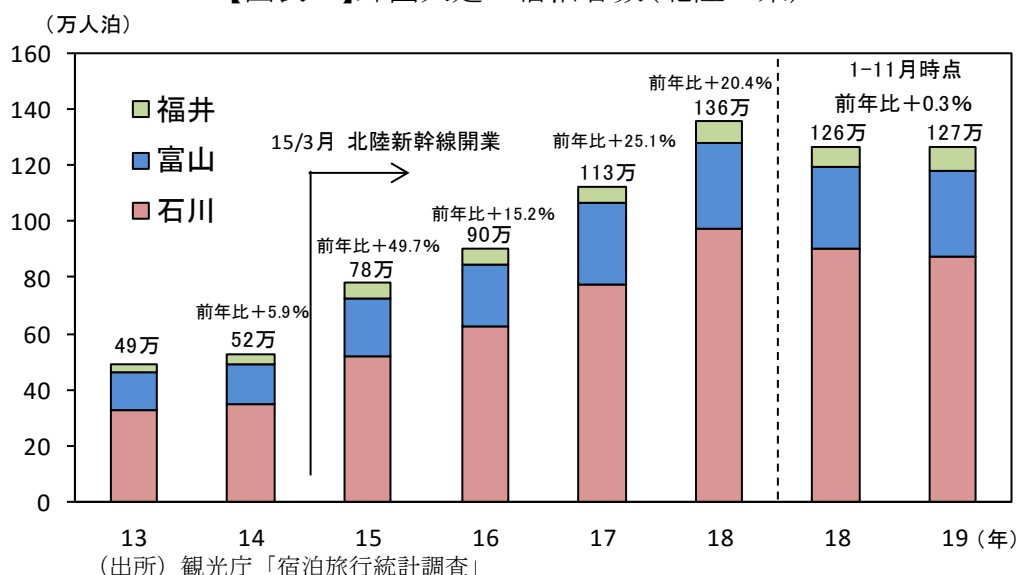
#### ① 外国人延べ宿泊者数の変化

- 北陸地域の外国人延べ宿泊者数は、①2015年3月の北陸新幹線開業を機に、②域内空港の国際線増便、クルーズ船寄港回数増加といった他の交通インフラ整備も進んだことや、③企業や自治体等の誘客に向けた取り組み【BOX 1 参照】の奏功もあって、着実に増加してきた【図表1】。

—— ただし、2019年入り後は伸び率の鈍化がみられる（1-11月はほぼ前年並み）。

- また、認知度の上昇も手伝って、国内客を含めた延べ宿泊者数に占める外国人比率も上昇している【図表2】。

【図表1】外国人延べ宿泊者数（北陸3県）



【図表2】延べ宿泊者数に占める外国人比率 (%)

|      | 13年 | 14年 | 15年  | 16年  | 17年  | 18年  |
|------|-----|-----|------|------|------|------|
| 北陸3県 | 3.4 | 3.5 | 4.6  | 5.7  | 6.9  | 8.0  |
| 富山   | 3.6 | 4.1 | 5.2  | 6.5  | 7.4  | 8.1  |
| 石川   | 4.4 | 4.6 | 5.9  | 7.2  | 8.9  | 10.7 |
| 福井   | 0.9 | 0.8 | 1.3  | 1.5  | 1.7  | 1.9  |
| 全国   | 7.2 | 9.5 | 13.0 | 14.1 | 15.6 | 17.5 |

(出所) 観光庁「宿泊旅行統計調査」

## BOX 1. インバウンド需要の獲得に向けた官民の取り組み

- 北陸地域の企業や自治体等では、インバウンド需要の獲得に向けた様々な取り組みを行っている。これらの取り組みを大別すると、①「消費喚起に向けた施策」、②「誘客に向けた施策」、③「受入態勢の整備」に分類できる。以下では、具体的な取り組みに関するヒアリング情報を紹介する。

### ① 「消費喚起に向けた施策」

|      |                                                                                                                                                                                                                                                        |
|------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| モノ消費 | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 旅行会社や近隣のホテルと連携し、インバウンド客に限定したクーポンの配布を始めた（小売）。</li> <li>● 当団体に加盟する数十店舗に、国内外の電子決済サービスに対応したキャッシュレス端末を導入した（業界団体）。</li> <li>● インバウンド客の増加を受け、免税に対応したテナントを拡充している（小売）。</li> </ul>                                      |
| コト消費 | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 個人旅行化が進んでいることを受け、ホームページ掲載の散策モデルコースを拡充した（運輸）。</li> <li>● 本格的な兜・甲冑を着ながら乗馬体験ができる施設を整備した。サムライ文化を好むインバウンド客に受けており、ニッチな観光スポットになっている（行政機関）。</li> <li>● 着物レンタル事業において、外国人の好みに合う鮮やかな色調で着丈の長い着物を新調した（対個人サービス）。</li> </ul> |

### ② 「誘客に向けた施策」

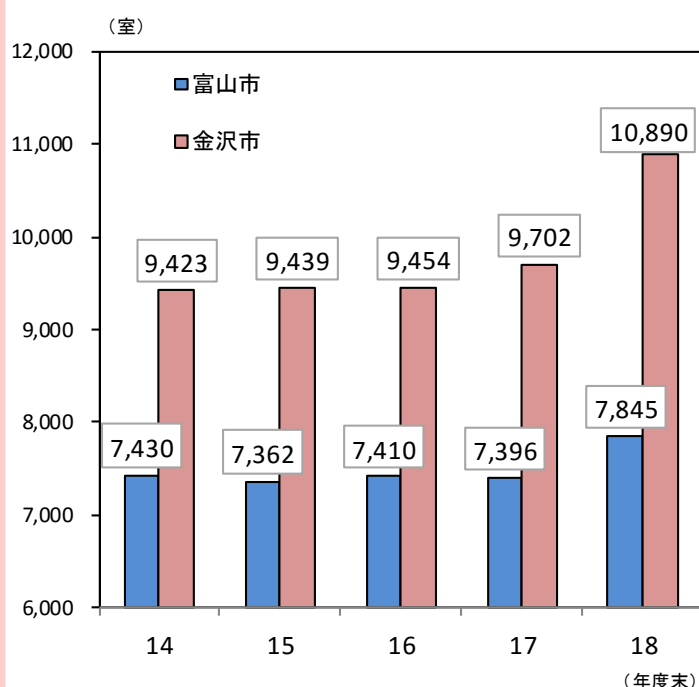
|         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|---------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 海外 PR   | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 海外で開催される旅行博へ出展を行っているほか、知事が海外に赴いてトップセールスを行っている。また、近頃 SNS 等での口コミが重視される傾向にあるため、海外ブロガー等のインフルエンサーを当県に招致している。具体的には、彼らに県内の観光地を周遊してもらったうえで、帰国後に SNS 等を通じて PR してもらっている（行政機関）。</li> <li>● 当社のインバウンド向け団体ツアーの販促を企図して、比較的団体客の多い東南アジアの旅行会社と提携した。当社のツアーを現地で PR してもらう代わりに、相手企業の日本人向けオプションツアーを当社が PR するなど、双方にメリットがある（対個人サービス）。</li> <li>● 教育旅行博への出展を通じて、当地の古き良き田園風景を活かした農村体験型の修学旅行プランをセールスしており、毎年いくつかの学校が当地を訪れている（行政機関）。</li> </ul> |
| ブランディング | <ul style="list-style-type: none"> <li>● インバウンド客に人気の立山黒部地域を滞在・体験型観光地とすることを目標に「『立山黒部』世界ブランド化推進会議」を 2017 年より開催している。より魅力的な観光地となるように、インフラ整備や新たなツアーの企画等を行っている（行政機関）。</li> <li>● 近年、欧米を中心に認知度が高まっている「禅」を福井県の観光コンセプトとして打ち出すブランディング戦略を行っている。禅の持つクールなイメージを取り入れた冊子（ブローシャー）を作成し、海外の旅行代理店等に配布している（行政機関）。</li> </ul>                                                                                                                                                     |

### ③「受入態勢の整備」

|           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|-----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 言語等<br>対応 | <ul style="list-style-type: none"> <li>● インバウンド客が多国籍化していることを受けて、パンフレットやHPの多言語対応（アラビア語、フランス語、ドイツ語等）を進めている（行政機関、運輸ほか）。</li> <li>● 毎年、台湾の観光学部のインターン生を温泉地全体で数十名程度受け入れており、インバウンド客への接客等に貢献してもらっている（業界団体）。</li> <li>● 県が主催する観光ガイド育成講座に、新たにインバウンドコースを設けるなど、外国語対応人材の育成に力を入れている（行政機関）。</li> <li>● 中東からの顧客が増えていることから、ハラール対応料理を提供するなど、イスラム系観光客受入体制の整備を進めている（宿泊・飲食）。</li> </ul> |
| 設備投資      | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 当社の宿泊施設はこれまで和室のみであったが、インバウンド客の増加を受けて一部の和室を洋室に改装した（宿泊）。</li> <li>● インバウンド客からのニーズが高い無料 Wi-Fi を新たに整備した（対個人サービス、運輸ほか）。</li> <li>● インバウンド客を含む富裕層の取り込みを図り、客室やレストランを高級感溢れる仕様に全面改装した（宿泊）。</li> <li>● 新幹線開業後、当地ではホテル建設が盛んとなっているが、インバウンド客をターゲットに、殆どの案件が2020年の東京五輪開催前の開業を目指している（物品賃貸）。</li> </ul>                                    |

- 設備投資面では、国内外からの観光客増加を受けて、金沢市・富山市中心部でホテルの新設が相次いでいるほか、北陸新幹線敦賀延伸を睨んで福井市でもホテル新設予定が公表されている【BOX1-1、1-2】。

【BOX1-1】客室数（旅館・ホテル）の推移 【BOX1-2】主なホテルの開業動向（2019年度以降）



（出所）厚生労働省「衛生行政報告例」

|     | 施設名                              | 開業（予定）                   | 客室数          |
|-----|----------------------------------|--------------------------|--------------|
| 富山市 | ダイワロイネットホテル富山駅前                  | 2019年4月                  | 204          |
|     | ホテルリブマックス富山                      | 2019年12月                 | 89           |
|     | ホテルJALシティ富山                      | 2022年（予定）                | 250          |
|     | ダブルツリーbyヒルトン富山<br>（仮称）JR富山駅NKビル  | 2022年（予定）                | 201          |
| 金沢市 | ユニゾインエクスプレス金沢駅前                  | 2019年4月                  | 392          |
|     | ホテルフォルツァ金沢                       | 2019年10月                 | 193          |
|     | アゴーラ・金沢                          | 2019年11月                 | 200          |
|     | ダイワロイヤルホテルD-PREMIUM金沢            | 2019年10月                 | 177          |
|     | 変なホテル金沢 香林坊                      | 2019年12月                 | 131          |
|     | 東急ステイ金沢                          | 2020年2月                  | 167          |
|     | （仮称）御宿 野乃金沢                      | 2020年（予定）                | 307          |
|     | ハイアットセントリック金沢<br>名称未定（J R西日本G建設） | 2020年6月（予定）<br>2022年（予定） | 250<br>200前後 |
| 福井市 | 天然温泉羽二重の湯ドリーミン福井                 | 2019年3月                  | 189          |
|     | コートヤード・バイ・マリオット福井                | 2023年（予定）                | 252          |
|     | 御宿 野乃福井                          | 2023年10月（予定）             | 150          |

（注）2020年以降の開業予定のホテル客室数は現時点の予定。

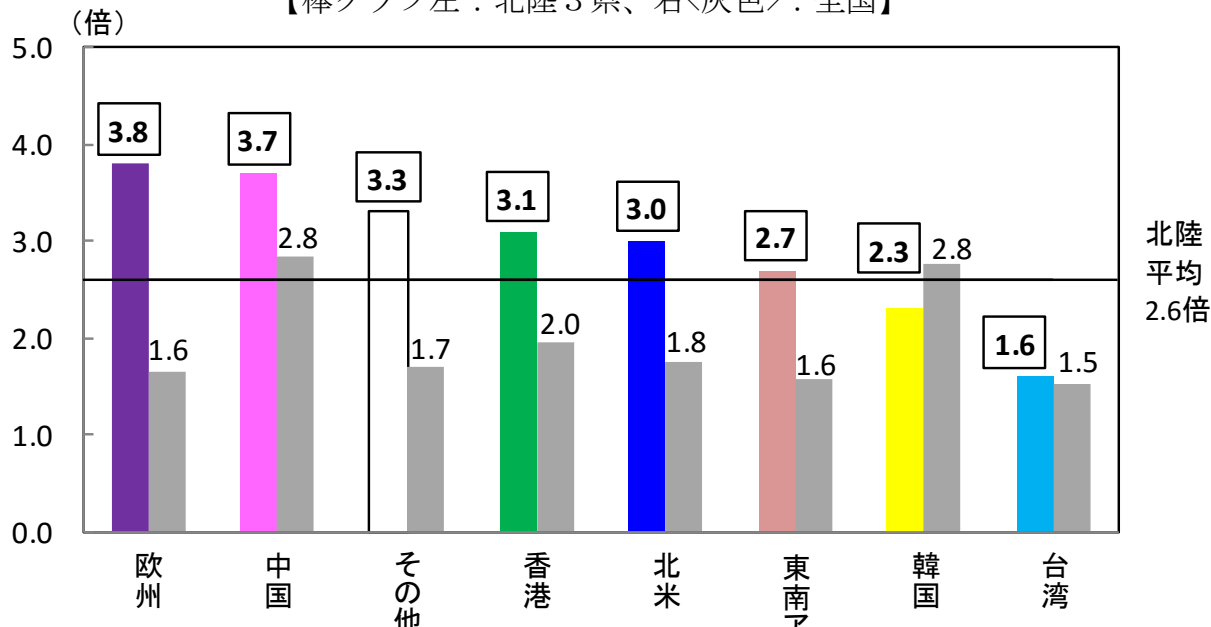
（出所）報道資料、HPを基に当店作成

## ② 地域・国籍別の動向

- 外国人延べ宿泊数の伸び率（2014年→2018年）を地域・国籍別にみると、韓国を除く殆どの地域・国籍で全国を上回っており、中でも欧州（英独仏露）、その他（オーストラリア、スペイン、イタリアを含む）、北米の優位性が目立っている【図表3】。
- また、地域・国籍別構成比の変化（同）をみても、その他、中国、香港、北米、欧州と万遍なく上昇しており、北陸新幹線開業に伴いインバウンド客の多国籍化が進んでいる様子が窺える【図表4】。

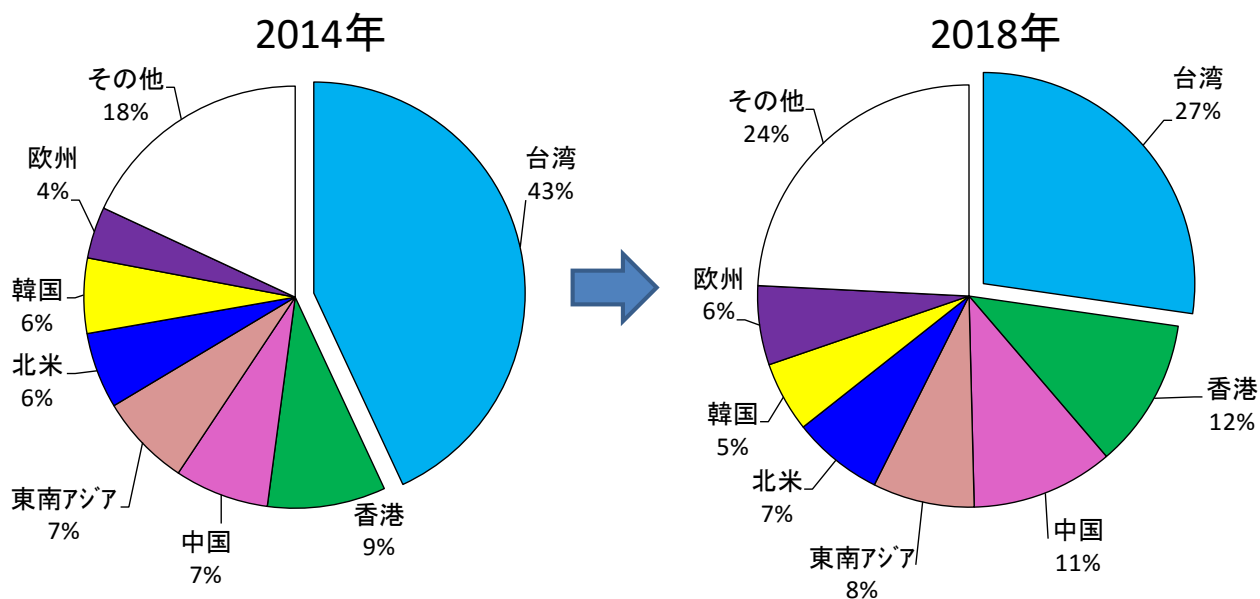
【図表3】外国人延べ宿泊者数の地域・国籍別伸び率（北陸3県＜2014年→2018年＞）

【棒グラフ左：北陸3県、右く灰色＞：全国】



(注) 欧州は英独仏露、東南アジアはタイ、シンガポール、マレーシア。  
 その他はオーストラリア、イタリア、スペイン、インドネシア等。  
 (出所) 観光庁「宿泊旅行統計調査」

【図表4】外国人延べ宿泊者数の地域・国籍別構成比の変化（北陸3県）



(注) 欧州は英独仏露、東南アジアはタイ、シンガポール、マレーシア。  
 その他はオーストラリア、イタリア、スペイン、インドネシア等。  
 (出所) 観光庁「宿泊旅行統計調査」



### ③ 地域・国籍別にみた北陸3県の特徴

- 地域・国籍別構成比の都道府県別順位について、北陸3県に着眼して特徴を整理すると、以下のとおり【図表5】。

(欧米)

- 石川県が全国6位と上位に位置している。背景には、兼六園や武家屋敷、ひがし茶屋街といった歴史のある観光地が多いため、「日本の伝統文化や歴史」に対する関心が高い欧米人から人気となっていると考えられる。また、北陸新幹線開業により東京からのアクセスが改善したことや、北陸新幹線開業前から進められていた観光地整備（金沢駅、金沢城公園、近江町市場等）の進捗・メディア露出増加もあって、もともと欧米比率が高い東京・京都からの周遊客の増加が進んでいることが比率を押し上げたと思われる。

(東南アジア)

- 富山県が全国9位と上位に位置している。これは、「立山黒部アルペンルート」で春季にみられる「雪の大谷」<sup>2</sup>が、降雪の少ない東南アジアの観光客からの人気が高まっていることが背景にあると考えられる。

(東アジア)

- 9割前後に上る九州各県をはじめ、全国的に構成比が高い。北陸3県も相応の構成比となっているが、石川県は欧米や東南アジアの高さが影響するかたちで相対的に低めの水準となっている。

【図表5】「外国人延べ宿泊者数の地域別比率」の都道府県別順位（2018年）

|         | 欧米    |       | 東南アジア |       | 東アジア |       | 外国人比率 |       |
|---------|-------|-------|-------|-------|------|-------|-------|-------|
|         | 全国    | 13.6% | 全国    | 10.3% | 全国   | 62.8% | 全国    | 17.5% |
| 1 広島県   | 35.0% |       | 福島県   | 23.5% | 佐賀県  | 94.0% | 大阪府   | 37.9% |
| 2 京都府   | 29.6% |       | 山梨県   | 21.3% | 宮崎県  | 90.7% | 東京都   | 35.1% |
| 3 神奈川県  | 25.4% |       | 栃木県   | 16.6% | 大分県  | 89.2% | 京都府   | 30.6% |
| 4 東京都   | 23.1% |       | 北海道   | 16.0% | 熊本県  | 86.9% | 北海道   | 23.6% |
| 5 栃木県   | 22.0% |       | 三重県   | 14.9% | 鹿児島県 | 86.4% | 沖縄県   | 23.1% |
| 6 石川県   | 21.5% |       | 千葉県   | 14.6% | 福岡県  | 86.3% | 山梨県   | 22.8% |
| 7 埼玉県   | 16.8% |       | 長野県   | 13.0% | 沖縄県  | 84.4% | 岐阜県   | 21.7% |
| 8 島根県   | 16.4% |       | 岐阜県   | 12.4% | 岩手県  | 83.7% | 福岡県   | 20.1% |
| 9 奈良県   | 15.4% |       | 富山県   | 12.4% | 鳥取県  | 81.2% | 大分県   | 18.6% |
| 10 徳島県  | 15.2% |       | 東京都   | 12.1% | 高知県  | 79.4% | 奈良県   | 17.1% |
| 11 岐阜県  | 12.5% |       | 茨城県   | 11.3% | 滋賀県  | 78.8% | 愛知県   | 16.8% |
| 12 千葉県  | 12.4% |       | 愛知県   | 11.2% | 静岡県  | 78.6% | 千葉県   | 16.1% |
| 13 茨城県  | 12.1% |       | 埼玉県   | 11.1% | 青森県  | 77.7% | 佐賀県   | 14.2% |
| 14 岡山県  | 11.8% |       | 石川県   | 10.8% | 香川県  | 77.6% | 香川県   | 13.5% |
| 15 三重県  | 10.4% |       | 群馬県   | 10.8% | 愛媛県  | 76.3% | 熊本県   | 12.6% |
| 16 宮城県  | 10.3% |       | 大阪府   | 10.7% | 山口県  | 75.7% | 広島県   | 12.5% |
| 17 長崎県  | 10.2% |       | 山形県   | 9.8%  | 兵庫県  | 73.7% | 神奈川県  | 12.0% |
| 18 青森県  | 10.1% |       | 宮城県   | 9.6%  | 和歌山県 | 73.3% | 和歌山県  | 11.4% |
| 19 愛媛県  | 9.7%  |       | 神奈川県  | 8.9%  | 群馬県  | 72.6% | 長崎県   | 10.9% |
| 20 新潟県  | 9.1%  |       | 新潟県   | 8.4%  | 岡山県  | 72.6% | 石川県   | 10.7% |
| 21 山口県  | 9.1%  |       | 福井県   | 8.3%  | 長崎県  | 71.7% | 兵庫県   | 9.4%  |
| 22 秋田県  | 9.1%  |       | 秋田県   | 8.3%  | 愛知県  | 71.7% | 鹿児島県  | 9.4%  |
| 23 福井県  | 9.0%  |       | 山口県   | 7.8%  | 北海道  | 71.6% | 滋賀県   | 8.5%  |
| 24 長野県  | 8.9%  |       | 兵庫県   | 7.1%  | 山形県  | 71.6% | 岡山県   | 8.4%  |
| 25 和歌山県 | 8.7%  |       | 広島県   | 6.9%  | 大阪府  | 71.1% | 長野県   | 8.3%  |
| 26 兵庫県  | 8.7%  |       | 静岡県   | 6.3%  | 秋田県  | 69.8% | 静岡県   | 8.2%  |
| 27 滋賀県  | 8.5%  |       | 青森県   | 6.1%  | 富山県  | 69.6% | 富山県   | 8.1%  |
| 28 福島県  | 8.4%  |       | 岩手県   | 6.0%  | 福井県  | 69.4% | 宮崎県   | 7.9%  |
| 29 高知県  | 8.3%  |       | 滋賀県   | 5.9%  | 奈良県  | 69.1% | 青森県   | 6.9%  |
| 30 香川県  | 8.1%  |       | 京都府   | 5.9%  | 新潟県  | 68.1% | 鳥取県   | 5.5%  |
| 31 群馬県  | 7.9%  |       | 和歌山県  | 5.1%  | 徳島県  | 67.2% | 愛媛県   | 5.4%  |
| 32 山形県  | 7.4%  |       | 長崎県   | 5.0%  | 三重県  | 66.0% | 徳島県   | 5.2%  |
| 33 静岡県  | 6.6%  |       | 徳島県   | 4.7%  | 山梨県  | 64.5% | 埼玉県   | 4.7%  |
| 34 大阪府  | 6.5%  |       | 福岡県   | 4.5%  | 岐阜県  | 64.2% | 茨城県   | 4.3%  |
| 35 愛知県  | 6.2%  |       | 熊本県   | 4.4%  | 宮城県  | 63.9% | 岩手県   | 4.2%  |
| 36 鳥取県  | 6.2%  |       | 鳥取県   | 4.3%  | 島根県  | 60.8% | 新潟県   | 4.1%  |
| 37 沖縄県  | 6.2%  |       | 大分県   | 4.2%  | 千葉県  | 59.5% | 宮城県   | 3.9%  |
| 38 山梨県  | 5.7%  |       | 岡山県   | 3.8%  | 長野県  | 57.9% | 三重県   | 3.8%  |
| 39 富山県  | 5.1%  |       | 愛媛県   | 3.5%  | 埼玉県  | 54.7% | 秋田県   | 3.5%  |
| 40 鹿児島県 | 4.9%  |       | 高知県   | 3.4%  | 茨城県  | 54.2% | 群馬県   | 3.5%  |
| 41 岩手県  | 4.4%  |       | 奈良県   | 3.4%  | 石川県  | 49.3% | 栃木県   | 3.4%  |
| 42 福岡県  | 3.8%  |       | 島根県   | 3.2%  | 福島県  | 48.2% | 山形県   | 3.0%  |
| 43 熊本県  | 3.7%  |       | 沖縄県   | 2.8%  | 神奈川県 | 47.8% | 山口県   | 2.8%  |
| 44 北海道  | 3.6%  |       | 鹿児島県  | 2.6%  | 東京都  | 46.4% | 高知県   | 2.6%  |
| 45 宮崎県  | 2.9%  |       | 香川県   | 1.9%  | 栃木県  | 46.3% | 島根県   | 2.4%  |
| 46 大分県  | 2.1%  |       | 宮崎県   | 1.9%  | 京都府  | 45.1% | 福井県   | 1.9%  |
| 47 佐賀県  | 1.4%  |       | 佐賀県   | 1.8%  | 広島県  | 28.5% | 福島県   | 1.5%  |

(注1) 外国人比率は、全延べ宿泊者数に占める外国人の割合。

(注2) 東アジアは「韓国、中国、香港、台湾」、東南アジアは「タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、ベトナム、フィリピン」、欧米は「米国、カナダ、英国、ドイツ、フランス、ロシア、イタリア、スペイン」。

(出所) 観光庁「宿泊旅行統計調査」

<sup>2</sup> 豪雪地帯である立山の「大谷」で、道路を除雪してできる雪の壁。毎年4月中旬から6月下旬にかけて出現し、高さ最大約20m、距離約500mにおよぶ。

## (2) 他地域との「外国人延べ宿泊者数」の比較

### ① 他都道府県との比較

- 北陸3県における外国人延べ宿泊者数の都道府県別順位の変化(2014年→2018年)について、順位の近い県の動向と比較しつつ整理すると、以下のとおり【図表6】。

#### (石川県)

- 石川県は、北陸新幹線の開業等によって金沢市内を中心に客数が増加し、19位から18位に順位を上げている。ただし、2014年時点では約5万人の差だった大分県は、インバウンド客の多い福岡県からの観光客の呼び込みや地元空港の国際線就航等を背景に飛躍的に増加しており、両県の差は約47万人に拡大している。

#### (富山県)

- 富山県は、石川県同様に北陸新幹線開業の恩恵に加えて、降雪の少ない東南アジア観光客を中心に「立山黒部アルペンルート」の人气が高まったこともあり、客数は2014年対比倍増している。もっとも、「瀬戸内国際芸術祭」が好評の香川県や、スノーリゾートとして人气が高まっている新潟県とは差が拡大している。さらに、2014年時点では富山県よりも下位であった都道府県(岡山、青森等)の客数増加もあって、順位(28位→33位)を下げている。

#### (福井県)

- 福井県は、小松空港の国際線増便等によって客数は増加したものの、順位は不変(46位→46位)。この間、徳島県では、交通アクセスの悪さを逆手に取った秘境「大歩危・祖谷地区」のPRが人気を高めていることもあって、順位を上げている。

【図表6】外国人延べ宿泊者数の都道府県別順位

|    |      | (万人、倍)   |       |          |       |           |
|----|------|----------|-------|----------|-------|-----------|
|    |      | 2014年(A) |       | 2018年(B) |       | 2014年比    |
|    |      |          |       |          |       | B/A 増加人数  |
|    |      | 全国       | 4,482 | 全国       | 9,428 | 2.1 4,945 |
| 1  | 東京都  | 1,320    |       | 東京都      | 2,319 | 1.8 1,000 |
| 2  | 大阪府  | 620      |       | 大阪府      | 1,512 | 2.4 892   |
| 3  | 北海道  | 389      |       | 北海道      | 834   | 2.1 444   |
| 4  | 京都府  | 329      |       | 京都府      | 627   | 1.9 298   |
| 5  | 千葉県  | 267      |       | 沖縄県      | 620   | 2.6 381   |
| 6  | 沖縄県  | 239      |       | 千葉県      | 412   | 1.5 145   |
| 7  | 愛知県  | 149      |       | 福岡県      | 337   | 2.5 201   |
| 8  | 神奈川県 | 143      |       | 愛知県      | 285   | 1.9 136   |
| 9  | 福岡県  | 136      |       | 神奈川県     | 275   | 1.9 132   |
| 10 | 山梨県  | 95       |       | 山梨県      | 196   | 2.1 101   |
| 11 | 静岡県  | 79       |       | 静岡県      | 179   | 2.3 101   |
| 12 | 兵庫県  | 70       |       | 長野県      | 153   | 2.3 87    |
| 13 | 長野県  | 66       |       | 岐阜県      | 148   | 2.5 89    |
| 14 | 岐阜県  | 60       |       | 大分県      | 144   | 3.6 104   |
| 15 | 長崎県  | 49       |       | 兵庫県      | 126   | 1.8 56    |
| 16 | 熊本県  | 48       |       | 広島県      | 124   | 2.8 80    |
| 17 | 広島県  | 44       |       | 熊本県      | 101   | 2.1 54    |
| 18 | 大分県  | 40       |       | 石川県      | 97    | 2.8 63    |
| 19 | 石川県  | 35       |       | 長崎県      | 86    | 1.7 37    |
| 20 | 和歌山県 | 28       |       | 鹿児島県     | 83    | 3.1 56    |
| 21 | 鹿児島県 | 27       |       | 和歌山県     | 58    | 2.1 30    |
| 22 | 滋賀県  | 23       |       | 香川県      | 55    | 3.8 40    |
| 23 | 三重県  | 18       |       | 岡山県      | 47    | 4.2 36    |
| 24 | 宮崎県  | 16       |       | 奈良県      | 44    | 3.0 29    |
| 25 | 栃木県  | 16       |       | 滋賀県      | 41    | 1.8 18    |
| 26 | 奈良県  | 15       |       | 新潟県      | 40    | 3.0 27    |
| 27 | 香川県  | 14       |       | 宮城県      | 40    | 3.4 28    |
| 28 | 富山県  | 14       |       | 佐賀県      | 39    | 4.3 30    |
| 29 | 新潟県  | 14       |       | 青森県      | 35    | 4.7 28    |
| 30 | 宮城県  | 12       |       | 三重県      | 34    | 1.9 16    |
| 31 | 群馬県  | 11       |       | 宮崎県      | 33    | 2.0 17    |
| 32 | 岡山県  | 11       |       | 栃木県      | 32    | 2.0 16    |
| 33 | 埼玉県  | 10       |       | 富山県      | 31    | 2.2 16    |
| 34 | 茨城県  | 9        |       | 群馬県      | 29    | 2.6 18    |
| 35 | 佐賀県  | 9        |       | 岩手県      | 26    | 3.4 18    |
| 36 | 岩手県  | 8        |       | 茨城県      | 25    | 2.7 16    |
| 37 | 青森県  | 7        |       | 埼玉県      | 23    | 2.3 13    |
| 38 | 愛媛県  | 6        |       | 愛媛県      | 23    | 3.6 17    |
| 39 | 鳥取県  | 6        |       | 鳥取県      | 19    | 3.3 14    |
| 40 | 山口県  | 6        |       | 福島県      | 18    | 4.0 13    |
| 41 | 山形県  | 5        |       | 山形県      | 16    | 3.4 12    |
| 42 | 福島県  | 4        |       | 秋田県      | 12    | 3.0 8     |
| 43 | 秋田県  | 4        |       | 山口県      | 12    | 2.2 7     |
| 44 | 高知県  | 4        |       | 徳島県      | 12    | 3.2 8     |
| 45 | 徳島県  | 4        |       | 高知県      | 8     | 2.1 4     |
| 46 | 福井県  | 3        |       | 福井県      | 8     | 2.4 4     |
| 47 | 島根県  | 3        |       | 島根県      | 7     | 2.6 4     |

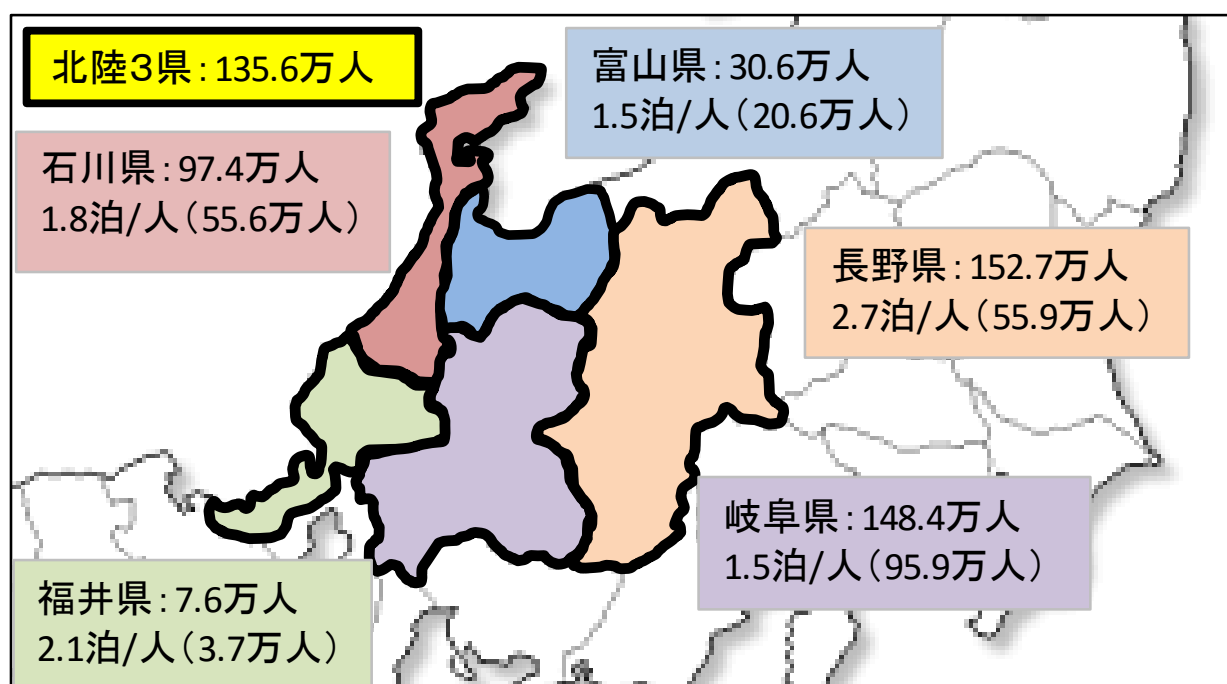
(出所) 観光庁「宿泊旅行統計調査」

## ② 近隣県との比較

- 北陸地域に隣接する岐阜県、長野県の外国人延べ宿泊者数（2018 年）は、北陸 3 県の合計人数を上回っている。この延べ宿泊者数の差について、「人数」と「泊数」に分解<sup>3</sup>すると、岐阜県については、「泊数」は北陸 3 県と大きな差はなく、「人数」が多い。一方、長野県については、「人数」は石川県と同水準ながら、「泊数」が北陸各県を上回っている【図表 7】。

【図表 7】 近隣県との外国人延べ宿泊者数等の比較（2018 年）

＜上段：外国人延べ宿泊者数、下段：泊数（人数）＞



（注）「泊数」は、訪日外国人消費動向調査の「訪問地別平均泊数【観光・レジャー目的】」の計数。

（出所）観光庁「宿泊旅行統計調査」、「訪日外国人消費動向調査」

- 岐阜県との比較でみられた人数の違いに着目すると、岐阜県のインバウンド宿泊者の多くが北陸まで足を延ばすには至っていないと考えられる。このことは、近隣県のインバウンド客を北陸地域の宿泊客として呼び込む余地があることを示唆している。
- 長野県では、「体験・滞在型」観光が誘客コンテンツとなっているため、泊数が押し上げられていると考えられる。この点、北陸地域にも温泉地や民宿、ウインタースポーツなど、「体験・滞在型」観光は充実しており、こうしたコンテンツの掘り起こしやPR活動を効果的に行うことが出来れば、泊数を伸ばす余地があるといえる。

<sup>3</sup> 「外国人延べ宿泊者数＝人数×泊数」となるため、インバウンド人数を推計した上で泊数を算出した。なお、人数は宿泊旅行統計の「外国人延べ宿泊者数」を訪日外国人消費動向調査の「訪問地別平均泊数（観光・レジャー目的）」で除した推計値を用いた。分母に用いた「平均泊数」は日帰り客を含めた平均値であるため、推計結果は幅を持つ必要がある。

— なお、人数については、宿泊旅行統計調査において「外国人実宿泊者数」が存在するが、同統計では同一人物が同一県内の別施設に宿泊した場合に、人数を重複カウントする扱いであるため、今回の分析には適さないと判断した（今回の推計は、同一人物が別施設に宿泊した場合も1名とカウントする考え方に基づいている）。



### (3) インバウンド客による域内消費額の押し上げ

#### ① インバウンド消費額の推計

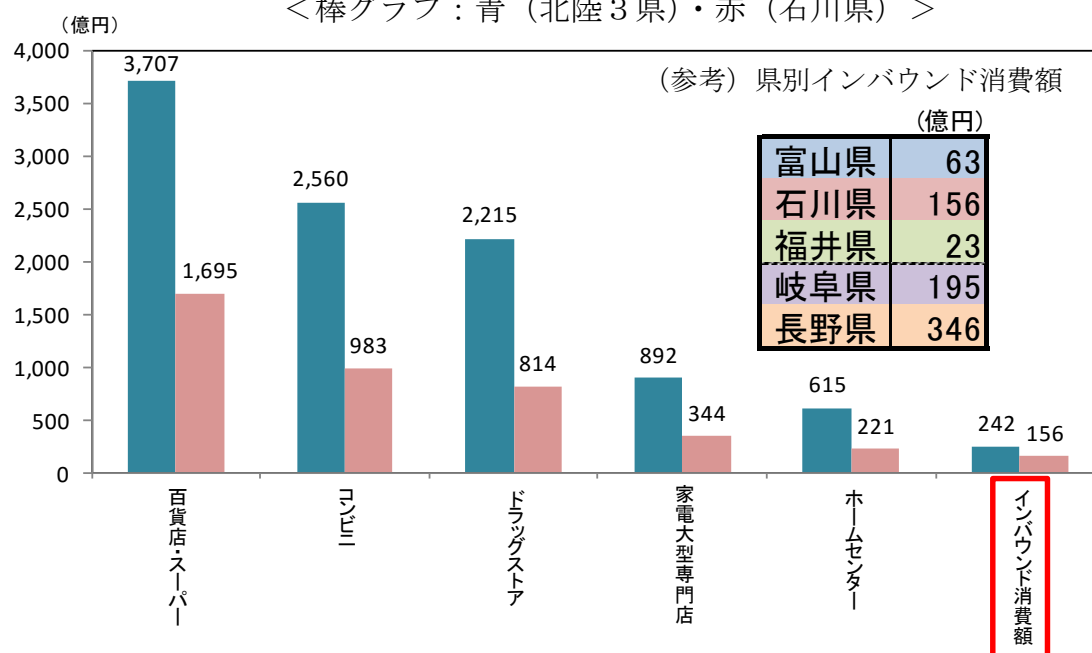
- インバウンド客の増加により北陸地域のインバウンド消費額も着実に増加しているとみられる。この点、2018 年の北陸地域におけるインバウンド消費額を推計したところ、242 億円の結果となった【B0X2 参照】。これは、北陸 3 県におけるホームセンターの年間売上高の約 4 割に相当する【図表 8】。

—— なお、インバウンド客数が北陸 3 県で最多の石川県に限ってみると、インバウンド消費額は県内ホームセンター年間売上高の約 7 割に相当する。

- ちなみに、岐阜・長野県のインバウンド消費額の推計値は、前述したインバウンド客数や泊数の違いにより、北陸 3 県を上回る結果となった。特に泊数の多い長野県では、「宿泊費」に加え、ウインタースポーツ等の「娯楽・サービス費」が消費単価を押し上げており、インバウンド消費額が大きくなっている。

【図表 8】 インバウンド消費額と小売業販売額等（2018 年）

< 棒グラフ：青（北陸 3 県）・赤（石川県） >



(出所) 日本政府観光局「訪日外客統計」、観光庁「訪日外国人消費動向調査」、経済産業省「商業動態統計」

#### (インバウンド消費額の推計方法)

インバウンド消費額 = 「インバウンド客数」(推計値) × 「訪問地別 1 人 1 回当たり旅行消費単価」(訪日外国人消費動向調査)

インバウンド客数<sup>4</sup> = 「訪日外客数」(訪日外客統計) × 「都道府県別訪問率」(訪日外国人消費動向調査)

<sup>4</sup> 「インバウンド客数」は日帰り客も含む(前述の「外国人延べ宿泊者数」の分析に用いた「(インバウンド)人数」とは異なる)。

## BOX 2. インバウンド消費による経済波及効果

- 本稿では、インバウンド消費額について、直接的な消費額（宿泊代、飲食・土産代等）である「訪問地別 1 人 1 回当たり旅行消費単価」を基とした推計結果を採用した。
- 本来、ある事象の経済波及効果の全体像を推計する際には、直接的な効果だけでなく、間接的な効果<sup>5</sup>も含めることが一般的である。この点、本稿で採用した推計とは別のアプローチとして、都道府県別の「産業連関表」を用いることで、インバウンド観光により誘発された経済波及効果（2 次間接効果まで）の全体像を推計<sup>6</sup>したところ、約 232 億円と本稿採用値（242 億円）とほぼ同水準の結果となった【BOX2-1】。

—— なお、波及効果を含めた推計値の方が直接消費のみを対象とした推計値よりも小さい値となったのは、都道府県別の産業連関表（最新版・平成 23 年版）が北陸新幹線開業以前の産業構造を示したものであることが影響している可能性がある。

【BOX2-1】経済波及効果の推計

（億円）

|      | 直接効果 | 1次<br>間接効果 | 2次<br>間接効果 | 経済<br>波及効果 |
|------|------|------------|------------|------------|
| 富山県  | 39   | 12         | 8          | 60         |
| 石川県  | 101  | 27         | 18         | 146        |
| 福井県  | 17   | 6          | 3          | 26         |
| 北陸3県 | 157  | 45         | 30         | 232        |

（注）産業連関表のみ平成 23（2011）年の計数。その他は平成 30（2018）年の計数を利用。

（出所）富山県「平成 23 年 富山県産業連関表」、石川県「平成 23 年（2011 年）石川県産業連関表」、福井県「平成 23 年福井県産業連関表」、観光庁「訪日外国人消費動向調査」、日本政府観光局「訪日外客統計」、総務省「家計調査」

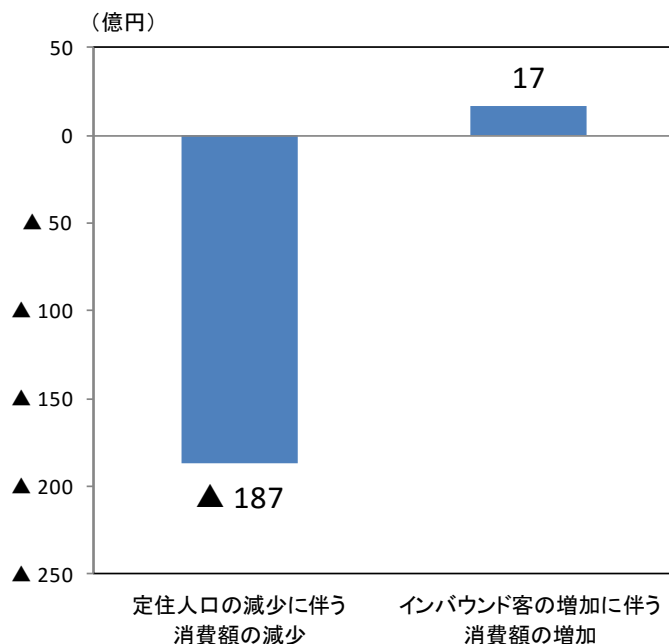
<sup>5</sup> 間接的な効果とは、例えば土産や飲食物の製造業者や、その原材料を手掛ける農林水産業、鉄鋼、非鉄等への波及効果に加え、これら関連業種の従業員の所得増加が、新たな消費を生み出すことで得られる波及効果等を指す。

<sup>6</sup> 訪日外客統計の「訪日外客数」に、訪日外国人消費動向調査の「都道府県別訪問率」を乗じて、「①インバウンド客数」を推計。訪日外国人消費動向調査「訪問地別費目別購入率・購入者単価」より、各県の「①インバウンド客数」×各県の購入者単価×各県の購入率＝「②各費目の消費額」を推計し、これを業種別に分類することで、業種別の「③最終需要額」を推計。なお、購入費目のうち「買物代」の内訳については、全国の「買物代」の費目内訳を、購入者単価と購入率から算出した消費額でウェイト付けし、このウェイトを利用して各県の「買物代」の消費額を費目別に按分した。経済波及効果は、上記「③最終需要額」と「産業連関表」、家計調査から算出した「平均消費性向」を利用して推計している。

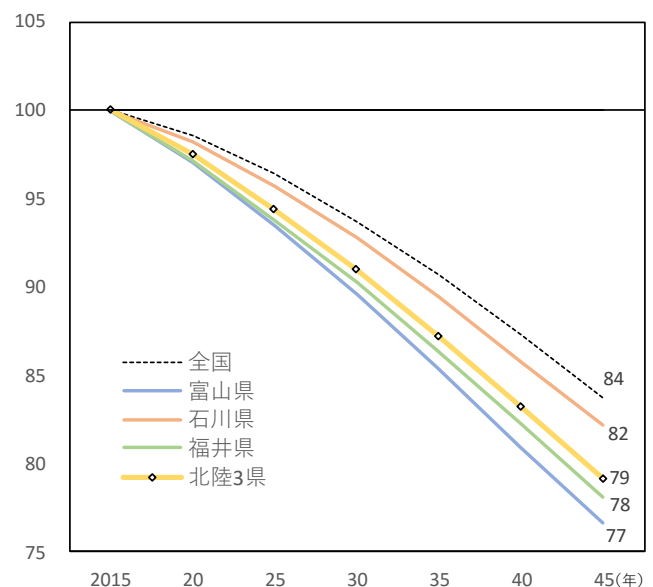
## ② 人口減少とインバウンド消費

- 北陸地域では、全国と同様に人口減少が進行しており、これに伴って域内消費額も減少傾向にあると推測される。こうした構造的課題の下で、地域経済の持続的な発展を維持するためには、インバウンド需要の取り込み拡大は不可欠といえる。
- 近年の北陸地域における「定住人口の減少による消費額の減少」と「インバウンド客の増加による消費額の増加」について、一定の前提を置いた上で推計<sup>7</sup>したところ、インバウンド客の増加分が、定住人口の減少分の1割弱程度を打ち返しているとみられることが分かった【図表9】。
- 当地は、全国平均よりも早いペースで人口減少が進むことが予測されているため、インバウンド需要の獲得に向けた誘客（客数の増加）と消費喚起（消費単価の上昇）に向けた取り組みを企画・実現していくことが重要である【図表10】。

【図表9】定住人口の減少とインバウンド客の増加による年間消費額の前年差増減（北陸3県、2018年）



（出所）総務省「家計調査」、日本政府観光局「訪日外客統計」、観光庁「訪日外国人消費動向調査」、富山県「平成30年富山県の人口」、石川県「石川県の人口と世帯（平成30年）」、福井県「福井県の推計人口（平成30年10月1日現在）」



（出所）国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口（平成30年（2018年）推計）」

<sup>7</sup> 定住人口の減少に伴う消費額の減少は、家計調査の「総世帯の消費支出額（全国）」と「世帯人員」を用いて試算した「1人当たりの年間消費額」に、北陸3県の人口減少数を乗じて推計。なお、消費単価（「1人当たりの年間消費額」、訪日外国人消費動向調査の「訪問地別1人1回当たり消費単価」）の変動は加味していない。

### 3. 今後の展望（連携を中心に）

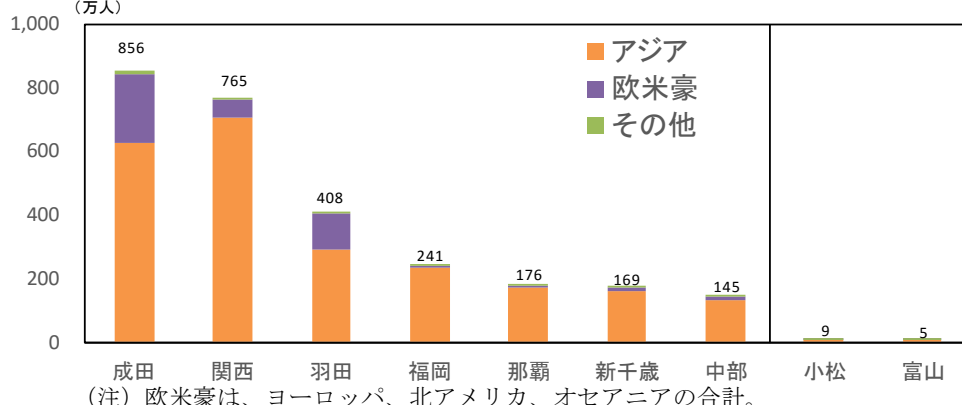
- 前章を通じて、①北陸地域におけるインバウンド客数は増加してきたが、このところ伸びが鈍化していること、②他地域に比べ大きく優位とは言えないものの、さらなる発展に向けた潜在力は有していること、③インバウンド需要の取り込みは地域経済の持続的な発展を支える重要課題であることを確認した。以下では、「連携」を軸に今後を展望する。

#### （1）域外との広域連携

##### ①インバウンド客の入国状況

- 全国のインバウンド客の入国者数は一部の大規模空港に集中している。例えば、中部圏最大の中部国際空港は全国7位ながら、入国者数の水準は北陸地域の2空港（小松・富山）合計の約11倍に上る【図表11】。
- これら大規模空港から入国したインバウンド客の「国内における平均泊数」をみると、いずれも地元空港（小松）と比べて滞在期間が長い。中でも成田、羽田空港における入国者の滞在期間の長さは、アジアよりも遠距離のため日本に長く滞在する傾向にある欧米豪からの入国者の多さに起因していると考えられる【図表12、13】。
- こうした滞在期間の長いインバウンド客は、所謂ゴールデンルート等を中心に広域周遊を行っていると考えられる。この広域周遊のルートに北陸地域を組み込むことができれば、インバウンド客数の一段の増加に繋がると考えられる。

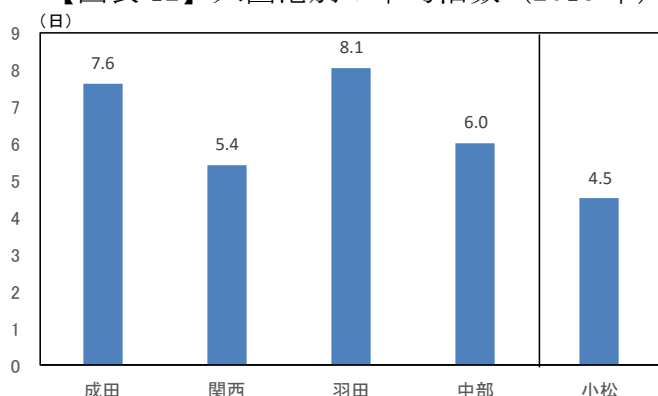
【図表11】 空港別外国人入国者数の上位7空港と地元空港（2018年）  
（万人）



（注）欧米豪は、ヨーロッパ、北アメリカ、オセアニアの合計。

（出所）法務省「出入国管理統計」

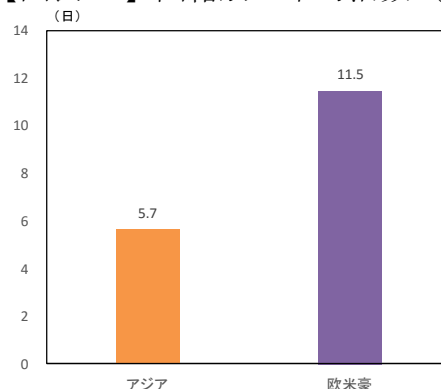
【図表12】 入国港別の平均泊数（2018年）



（注）観光・レジャー目的の「国籍・地域別平均泊数」の計数（図表13も同様）。

（出所）観光庁「訪日外国人消費動向調査」

【図表13】 国籍別の平均泊数（2018年）

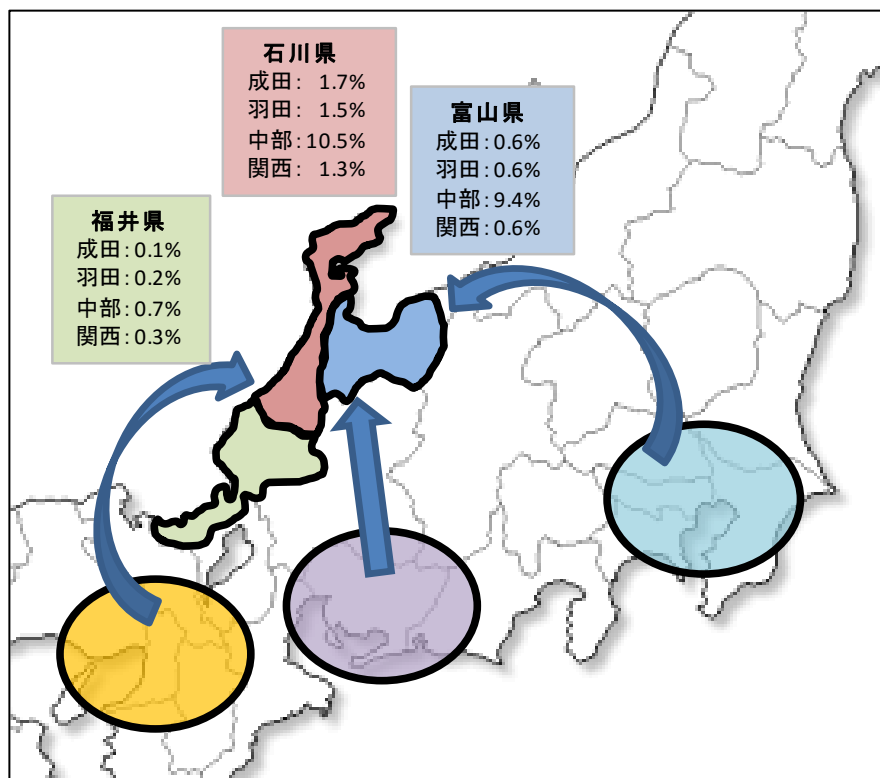


（注）平均泊数は、各国の回答数で加重平均した値。なお、アジアは「韓国、中国、香港、台湾、タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナム、インド」、欧米豪は「英国、ドイツ、フランス、イタリア、スペイン、ロシア、米国、カナダ、オーストラリア」を集計。

12 （出所）観光庁「訪日外国人消費動向調査」

- なお、足もとの利用空港別にみた北陸3県の訪問率をみると、中部国際空港利用客については、石川・富山県では相応の水準となっているものの、より入国客数の多い成田・羽田、関西国際空港利用客では0.1～1.7%と低水準に止まっている【図表14】。

【図表14】 空港別都道府県訪問率（2018年）



（注）空港別都道府県訪問率は、出国港ベースの計数。

（出所）観光庁「訪日外国人消費動向調査」

## ②北陸地域における「域外との広域連携」の取り組み状況

- 当地においても、広域周遊客獲得の重要性は認識されており、既に域外との広域連携の取り組みが進められている。
- 中部圏では、2012年より「昇龍道<sup>8</sup>」のPRを行っているほか、2016年には「杉原千畝ルート<sup>9</sup>」推進協議会が設立され、新たな広域周遊ルート確立に向けた取り組みが進んでいる【図表15、16】。中部国際空港から北陸地域への訪問率が他の大規模空港に比べて高い背景には、距離の近さに加え、こうした取り組みも貢献していると考えられる。もっとも、隣接する岐阜県にインバウンド客数で大きく差を付けられていることや、中部国際空港からの訪問率が北陸地域で最も高い石川県でも10%程度であることを勘案すると、「昇龍道」や「杉原千畝ルート」の宣伝強化や観光コンテンツの充実が望まれる。

—— 「昇龍道」については、関係首長等が海外政府機関や観光関連企業と意見交換や商談等を行っているほか、運輸会社が名古屋～能登半島間を自由に移動できる周遊バスケットを販売するなど、官民一体で広域連携を進めている。

<sup>8</sup> 中部・北陸9県（富山、石川、福井、長野、岐阜、静岡、愛知、三重、滋賀）の広域周遊ルートのこと。

<sup>9</sup> 第二次世界大戦中にナチスドイツの迫害を逃れようとした人々に対して、日本通過ビザを発給し、数千人の命を救った外交官・杉原千畝にゆかりのある地域（福井県敦賀市、岐阜県八百津町）と、そのルート上でインバウンド客に人気のある観光地（石川県金沢市、岐阜県高山市・白川村、愛知県名古屋市）を結ぶ広域周遊ルート。



- このほか、首都圏・関西圏については、東京・大阪を結ぶ太平洋側のゴールデンルートに代わって、北陸新幹線等を利用して北陸を経由する「新ゴールデンルート」や、ゴールデンルートに北陸を加えた「ゴールデンループ」の定着に向けて、首都圏・関西圏の経済団体等と協力体制を組む動きがみられている【図表 17】。こうした動きは発展途上にあるものの、北陸新幹線の敦賀・大阪延伸を睨んで広域連携の動きは着実に活発化している。こうした取り組みが進むことで「新ゴールデンルート」の認知度が高まれば、首都圏・関西圏から当地を訪れるインバウンド客数の増加が期待できる。行政・財界による北陸新幹線大阪延伸の早期化に向けた取り組みも、こうした認識を背景にするものと考えられる。

【図表 15】昇龍道のポスター



【図表 16】杉原千畝ルート



(出所) 中部運輸局 HP「日本 中部北陸の旅『昇龍道』プロジェクト」  
(<http://www.tb.mlit.go.jp/chubu/kikaku/syoryudo/pr-tool.html>)

(出所) 国土地理院「地理院地図」を基に当店作成

【図表 17】新ゴールデンルート



(出所) 石川県「北陸新幹線県内全線開業に向けたアクションプラン」

## (2) 域内における連携

### ①域内連携による「誘客力」と「回遊性」の向上

- 北陸地域の自治体等は、インバウンド誘客に向けたPRや受入態勢整備を行っている。こうした取り組みに際しては、当店が自治体に対して行ったヒアリングで「県や市が単独で誘客施策の立案やPRを行っても、地域毎に観光資源に限りがあるほか、予算の制約もあるため、知名度や誘客力の向上には限界がある」との声が聞かれたように、個々の自治体による「点」の活動だけではなく、地域全体が一体となって「面」でPRすることが重要となる。地域内での連携により、政策・経営資源の効率的な投下に繋がるほか、複数の観光地を取り込むことによる訴求力の高い効果的なPRが期待できる。
- また、北陸地域は温泉地や観光名所等が幅広く点在しているため、連携を強めることでインバウンド客の回遊性向上が期待できる。これにより、インバウンド消費の恩恵を広範囲に享受できるほか、滞在期間の長期化に伴う域内消費額の拡大も期待できる。さらには、一部地域に集中しがちな観光客の周辺地域への分散は、オーバーツーリズム【BOX 3 参照】対策となり、持続性のある発展にも繋がる。

### ②北陸地域における「域内連携」の取り組み状況

- こうした北陸地域内の連携強化の取り組みは、北陸新幹線開業を機に各地で立ち上げられている。例えば、2016年設立の「越前加賀インバウンド推進機構」では、石川県南部と福井県北部の自治体が県境を跨いだ観光ルート造成や二次交通整備【BOX 4 参照】、PR活動を展開している。また、2017年には、金沢市内の都市型ホテルで構成される「金沢ホテル懇話会（金沢八家）」の声掛けで富山県と福井県にも「ホテル懇話会」が発足し、各懇話会が連携を強める方向で検討が進められている。このほか、同一県内の複数の自治体等が合同でDMO<sup>10</sup>を設立する動きもみられている【図表 18】。
- ただし、こうした取り組みは未だ発展途上の段階であって、具体的なインバウンドの掘り起こしにつながっているとの声はまだ少ない。今後、更なる広域連携の取り組み強化が期待される。

【図表 18】北陸地域内における広域連携に向けた組織の新設状況

| 年      | 組織名                | 参加団体等                                            |
|--------|--------------------|--------------------------------------------------|
| 2016 年 | 越前加賀インバウンド<br>推進機構 | 石川県加賀市、福井県勝山市、あわら市、<br>坂井市、永平寺町と各地域の観光協会等        |
| 2017 年 | 富山ホテル懇話会           | 富山県内のホテル 6 社                                     |
|        | 福井ホテル懇話会           | 福井県内のホテル 5 社                                     |
| 2019 年 | 富山県西部観光社 水と匠       | 富山県高岡市、射水市、氷見市、砺波市、<br>小矢部市、南砺市と各地域の民間企業・<br>団体等 |

(注)「参加団体等」に記載している団体は、設立時または足もとの参加団体。

(出所) 報道資料等を基に当店作成

<sup>10</sup> 「Destination Management/Marketing Organization」の略称。観光地域づくりを持続的戦略的に推進し、牽引する専門性の高い組織・機能。

### BOX 3. オーバーツーリズム

- 全国的にインバウンド客数が増加する中、近頃では観光公害（オーバーツーリズム）の影響も懸念されている。
  - オーバーツーリズムについて、観光庁は「特定の観光地において、訪問客の著しい増加等が、市民生活や自然環境、景観等に対する負の影響を受忍できない程度にもたらしたり、旅行者にとっても満足度を大幅に低下させたりするような観光の状況（平成30年版『観光白書』）」と定義している。
- 北陸地域では、これまでのところ明確なオーバーツーリズムといえるまでの深刻な事態には至っていないと考えられる。ただし、国内外からの観光客が増加している金沢市では、混雑やインバウンド客を中心としたマナー違反を指摘する声が一部に聞かれ始めているのも事実である【BOX3-1】。
- こうした中、持続可能な観光振興に向けた地域の変革意識が醸成されてきており、官民による様々な取り組みが始まっている。例えば金沢市では、2019年4月より宿泊税<sup>11</sup>を導入し、税金を活用することで市民生活や自然環境と調和した観光客の受入態勢の整備を行っている【BOX3-2】。また、民間においても、自主的にマナー啓発チラシの配布を行う動き等がみられている。先行き、さらなるインバウンド客の誘客を行っていく上では、オーバーツーリズム抑止に向けた対策をハード（設備面の工夫）、ソフト（マナー啓発等）の両面から引き続き推進することで、経済的効果と公害抑制の両方を図ることが重要といえる。

#### 【BOX3-1】 オーバーツーリズムを巡るヒアリング情報

- 金沢市内では、北陸新幹線の開業を機に国内外から観光客が増加したことから、観光施設や公共交通機関等の混雑を指摘する声が一部に聞かれる（行政機関）。
- 近江町市場では、以前はインバウンド客によるマナー違反が目立ったが、市場組合が作成したマナー啓発用チラシの配布等が奏功し、足もとではマナー違反はあまりみられなくなっている（業界団体）。

#### 【BOX3-2】 金沢市の宿泊税の活用使途（一部抜粋）

|                |                   |
|----------------|-------------------|
| まちなかの歩行環境の整備   | マナーの啓発や指導の強化      |
| 観光バス等の乗降場の整備   | 金沢らしい眺望景観の創出      |
| 公共レンタサイクルの利用促進 | 公衆無線 LAN のエリア拡大   |
| 郊外地区への観光客の分散化  | 芸妓文化・茶屋文化の継承への支援  |
| まちなか交通ガイドの多言語化 | 地域住民と宿泊客の交流事業への支援 |

（出所）金沢市「平成31年度（2019年度）当初予算資料」

<sup>11</sup> 宿泊料金が1人1泊2万円未満は200円、2万円以上は500円を徴収する。

#### BOX 4. 二次交通の整備及び利便性向上

- インバウンド客を誘客し、域内の周遊性を高めるためには、二次交通（鉄道駅や空港から観光地までの移動手段）の整備及び利便性向上が重要となる。北陸地域は、金沢市をはじめとした主要観光地以外にも、温泉、景勝地、史跡などの魅力的な観光資源が広範囲に点在している。各地につながる二次交通整備については、これまでも交通機関や行政が取り組んでいるものの、乗り換えの不便さやPR不足等もあって、大幅な誘客増には至っていないとの指摘も依然として聞かれている【BOX4-1】。
- 公共交通機関は収益・人員不足等の構造的な課題を抱えており、回遊性向上による主要観光地への集中緩和、域内の観光消費額の増加といった効果に結び付けるためには、経営・財政資源の効果的な投入が必要である。既に、地域単位では、こうした取り組みが始められており、中にはMaaS<sup>12</sup>などの新技術の活用もみられている。こうした動きが連携することで、北陸地域全体の活性化につながることを期待したい【BOX4-2】。

##### 【BOX4-1】二次交通に関する課題（ヒアリング情報等）

- 増加するインバウンド客の殆どは金沢市内の観光にとどまっており、能登や加賀等の他地域への誘客が課題。他地域にも、風情ある街並みや自然景観等のインバウンド受けするコンテンツは充分揃っているが、バスや電車等の公共交通機関が充実していないことがネックとなっている。
- 県立恐竜博物館やスキージャム勝山等のインバウンドを引き付けるコンテンツは存在するものの、こうした地域は二次交通が発達していないため、インバウンド客があまり訪れていない。
- 観光地を接続するバスを運行しているが、ルートや運行本数に課題を抱えており、観光客が短時間で自由に移動するうえで制約が生じている。

（出所）ヒアリング情報、HP、報道資料等

##### 【BOX4-2】二次交通整備及び利便性向上に向けた取り組み例

- 市内電車やバスなどで利用可能なフリー切符を販売（富山市、高岡市など）。
- 小松空港に隣接するターミナルビルの駐車場でカーシェアステーションを整備し、空港到着後すぐに観光地などへ移動できる環境を整備（小松空港）。
- 拠点駅と観光地を移動する「オンデマンド型交通」（利用者が事前に予約し、その都度運行するなどの交通手段）の実証運行を行うとともに、スマートフォンのアプリ等でルート検索から予約・決済を行う仕組みづくりを検討（加賀市）。
- 乗換サービスを提供する企業と提携し、観光型MaaSなどの新たなサービスを見据えて、個々の興味に沿った観光モデルコースと最適な移動手段を提案するサービスの実証実験を行う（射水市、高岡市、氷見市）。
- 外国人観光客を対象に、目的地に応じたルートや相乗りの可否をAIが判断し、効率的なタクシーの配車・運行を目指す実証実験を行った（金沢市）。

（出所）HP、報道資料等

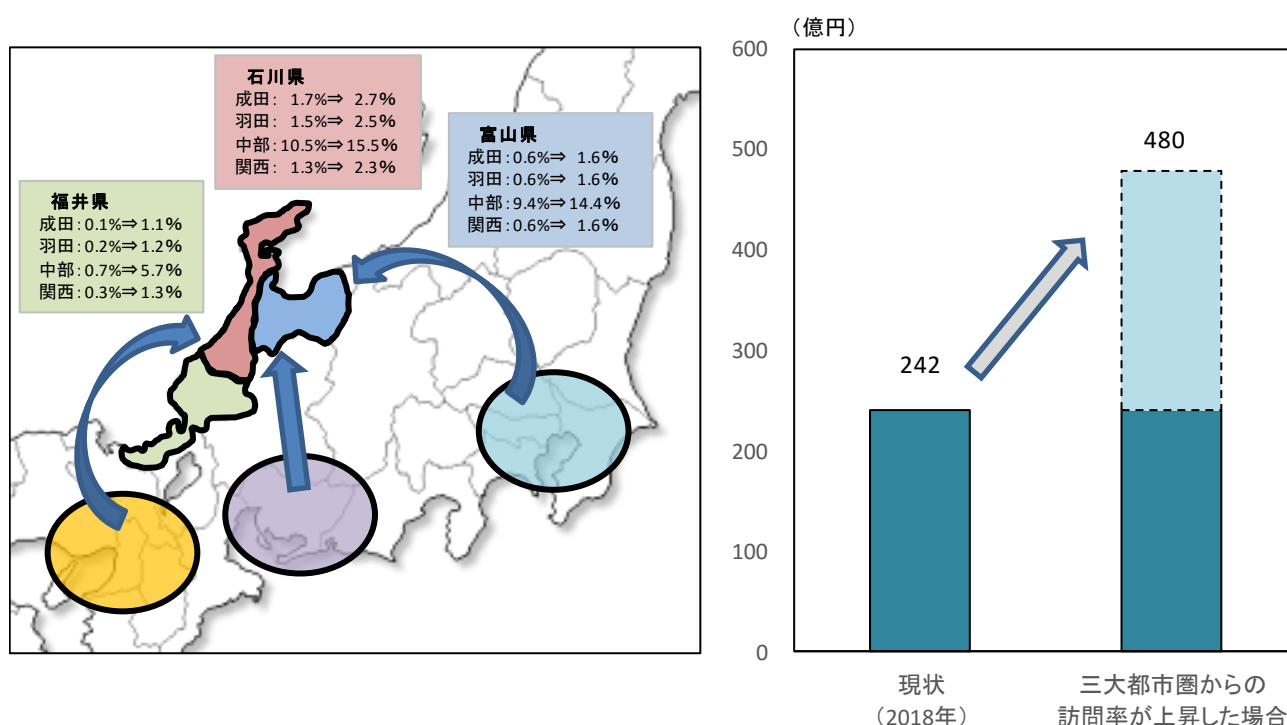
<sup>12</sup> 「Mobility as a Service」の略称（マース）。ICTを活用して交通をクラウド化し、マイカー以外の全ての交通手段を1つのサービスとしてシームレスにつなぐ概念。利用者はスマートフォンのアプリを用いて、交通手段やルートを検索、利用し、運賃等の決済を行う例が多い。



### (3) 内と外との広域連携による域内消費額の押し上げ効果

- 前節で述べた域外との広域連携について、仮に三大都市圏の空港利用者の北陸3県への訪問率が上昇した場合に、域内消費額をどの程度押し上げる効果があるかを、一定の前提を置いて試算<sup>13</sup>すると、三大都市圏からの訪問率が僅かに上昇しただけで、北陸3県におけるインバウンド消費額は現状に比べ倍増する結果となった【図表 19】。
- 具体的には、首都圏（成田・羽田）、関西空港利用者の北陸地域の訪問率が各県＋1% P、中部国際空港利用者の訪問率が各県＋5% P 上昇したと仮定した<sup>14</sup>。
- この試算では、旅行消費単価は不変としているため、回遊性の向上等による滞在日数の増加や体験型観光の推進等によって旅行消費単価が増加すれば、インバウンド消費額はさらに増加するとみられる。

【図表 19】 空港別都道府県訪問率（左）とインバウンド消費額（右）の変化



(出所) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」、日本政府観光局「訪日外客統計」、法務省「出入国管理統計」

<sup>13</sup> 訪日外国人消費動向調査の「出国港別都道府県別訪問率」に出入国管理統計の港別外国人出国者数（2018年）を乗じて、4空港から北陸3県を来訪するインバウンド客数を推計。同様の方法で、各空港からの訪問率が上昇した場合のインバウンド客数を推計し、前述の元の訪問率で推計したインバウンド客数を減じることで、訪問率上昇による「インバウンド客数の増加人数」を推計する。これに訪日外国人消費動向調査の「訪問地別1人1回当たり旅行消費単価」を乗じることで、「訪問率の上昇によるインバウンド消費額の増加分」を試算した。

<sup>14</sup> 1人当たりの旅行消費単価や空港毎のインバウンド客数の変化は考慮していない。



#### 4. おわりに

- 本稿では、北陸地域のインバウンドの現状整理と今後の展望を通じて、人口減少という構造的な問題を抱える地域経済が持続的な発展を維持していくうえで、インバウンド需要の取り込み拡大は不可欠であること、その実現に向けて各主体が取り組みを始めていること、さらに効果を高めるためには地域間の連携が重要であることを示した。
- 今後、インバウンド需要取り込みに向けた連携を深めていくためには、北陸地域の何処で何をどう楽しんでもらい、消費を促すかというグランドデザインを、行政区域あるいは各主体（行政、民間企業等）が垣根を越えて共有していくことが望まれる。こうしたグランドデザインがはっきりしていれば、二次交通整備やオーバーツーリズム対応といった諸課題についても、具体的な対応策を講じ易い。
- 北陸地域にとって2020年は、金沢港クルーズターミナルが完成するほか、北陸新幹線も開業5周年の節目を迎える。こうした中、東京オリンピック・パラリンピックの開催もあって、インバウンド客の増加が見込まれる。また、先行きも北陸新幹線敦賀延伸（2023年予定）という大事業が進行している。この機会をしっかりと捉えるために、地域一体となった「おもてなし」を具現化していくことで、北陸経済の活性化が進むことを期待したい。

以 上

本件に関するお問い合わせは、日本銀行金沢支店営業課・広報担当（電話 076-223-9520）までお願いいたします。なお、本ペーパーは日本銀行金沢支店のホームページ（<https://www3.boj.or.jp/kanazawa/>）でもご覧いただけます。

本稿の内容について、商用目的で転載・複製を行う場合は、予め日本銀行金沢支店までご相談ください。転載・複製を行う場合は、出所を明記してください。