

石川県の観光施策の取組と課題 ～能登の観光復興に向けて～

令和8年8月17日
石川県

<現状等>

1. 観光入り込み客数
2. 新たな観光プランの策定

<プランに基づく主な取り組み状況>

3. 文化観光の推進
4. 観光素材の発掘・磨き上げ
5. 北陸三県とJRが連携した誘客促進
6. 海外誘客の促進
7. 観光振興を担う人材の育成

<新たな取り組み>

8. 観光客データを活かした戦略的誘客

＜参考＞人流データ・アンケートデータの観光面での活用例

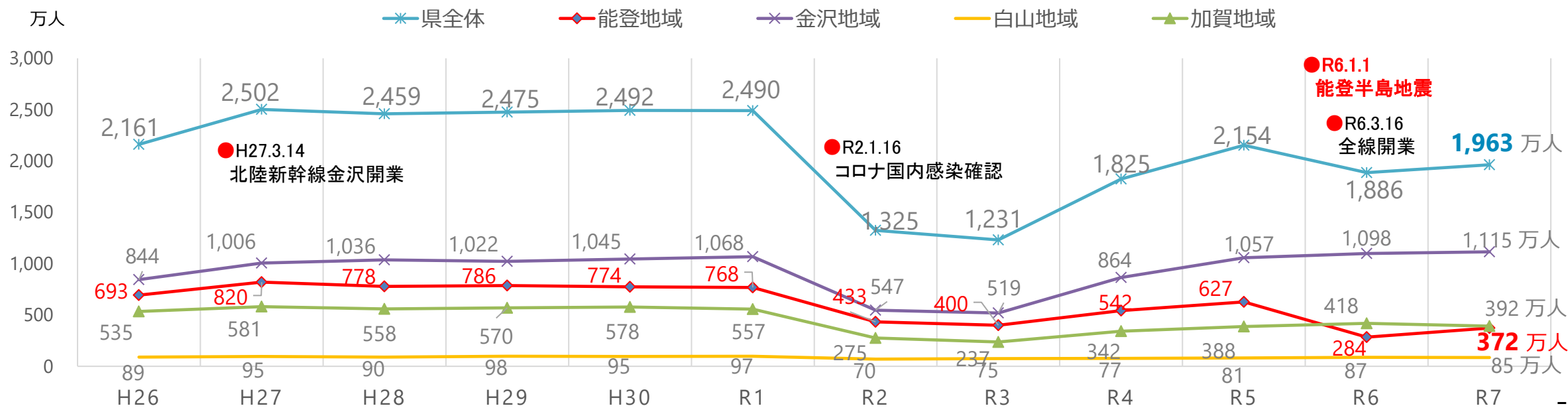
<令和6年能登半島地震、奥能登豪雨への対応>

9. 「旅して応援、能登」・「のと里山ポケモン・ウィズ・ユウ空港」による誘客促進
10. 震災学習プログラム
11. 大阪－和倉温泉間 直通特急について

1. 観光入り込み客数

- 平成27年の北陸新幹線金沢開業後、石川県の観光入り込み客数は、**2,500万人の水準を維持していたが、コロナ禍で減少**。回復傾向にあったところに、**能登半島地震が発生**
- 令和7年は、県全体では、対前年比**4%増**の**1,963万人**
- **能登地域は**、回復傾向にあるものの、**地震前（R5）の約6割程度（372万人）**
- **金沢、白山、加賀地域は**、北陸新幹線県内全線開業前（R5）と比べ増加しており、**県内全線開業効果が持続**

観光入り込み客数（着地別・県内4地域）



2. 新たな観光プランの策定

○ 県ではこれまで、「**ほっと石川観光プラン2016**」をもとに各種の観光施策に取り組んできた。

重点戦略

- ✓ 新たな魅力づくりと満足度向上による石川ファンの拡大
- ✓ 広域連携による県域を越えた周遊観光の促進
- ✓ 海外誘客の促進
- ✓ 観光振興を担う人材の育成 など

○ 外国人宿泊者数は目標を上回る一方、
コロナ禍や能登半島地震の影響もあり、
観光入込客数や観光消費額は目標に至らず。

	実績	R7目標
外国人宿泊者数	128 万人	100 万人
観光入込客数	1,963 万人	3,000 万人
観光消費額	3,195 億円	3,929 億円

昨今の課題を踏まえ、**本県の観光振興の指針となる新たな観光プランの策定に着手**

新たな視点

- ✓ 北陸新幹線県内全線開業効果の持続・発展
- ✓ 能登半島地震からの観光産業の復興
- ✓ オーバーツーリズム対策（加賀・能登への分散）
- ✓ 観光人流データ等を活用した戦略的な観光施策の立案 など

＜R8の取組＞プラン策定に向けた調査・検討

- ✓ これまでの取組の分析・評価
- ✓ 観光動態の分析
- ✓ 外部有識者等へのヒアリング

3. 文化観光の推進

- 石川の多彩な文化資源を最大限活用し、本県ならではの魅力向上・誘客拡大のため、令和5年に、総額100億円の「**いしかわ文化観光推進ファンド**」を創設
→県50億円、北國銀行50億円

運用益を活用

いしかわ文化観光コンテンツ造成支援事業

「文化の担い手」と「観光事業者」が連携して実施する、本県の文化資源を活用した、
高付加価値な文化観光コンテンツ造成の取組を支援
(2年間で最大1,000万円を補助、補助率2/3)

【認定件数】R5：19件(※)、R6：14件、R7：8件 ※うち能登半島地震の影響で2件中止

【支援事例】

NOTO Naorai (中能登)

日本酒を低温蒸留して作る、
第三の和酒「浄酎」を軸に、
中能登町の文化を体験するツアー



NOTO Naorai 能登蒸留所

重蔵神社 (輪島)

現存する最古の輪島塗を保有し、
キリコ祭りの舞台となる重蔵神社で、
神職が輪島の文化を案内するツアー



神職による重蔵神社のガイド -3-

4. 観光素材の発掘・磨き上げ



○市町や観光団体が発掘した観光素材を**大手旅行会社に提案し、助言を得ることでさらなる磨き上げを図るため、「いしかわ旅行商品プロモーション会議」を開催（H26～）**

【時 期】 年2回（4月・10月）※大手旅行会社の主な商品造成スケジュールに合わせて開催

【参加者】 大手旅行会社、市町、観光団体等

【内 容】 観光プレゼン、旅行会社と市町・観光団体等との個別商談会、エクスカーショ



＜観光プレゼン＞



＜商談会＞



＜エクスカーショ（七尾市・お祭り会館）＞

＜参考：R8年度春のプロモーション会議実績＞

- ・日 時：令和8年4月22日（水）13：00～19：30
- ・場 所：ゆのくに天祥（山代温泉）
- ・参加者：旅行会社側が13社29名、地元側(自治体,観光団体,観光事業者)が40名
- ・イクスカーショ：令和8年4月23日（木）～24日（金）（加賀・能登／加賀・金沢2コース）

※秋は10月頃に七尾市内で開催予定

5. 北陸三県とJRが連携した誘客促進

- 北陸新幹線の県内全線開業（R 6 . 3 月）効果の最大化と、持続・発展に向け、
北陸三県とJRが連携した誘客キャンペーン等を実施。

これまでの主な取り組み

- **北陸デスティネーションキャンペーン**（R 6 年 1 0 ～ 1 2 月）
北陸三県と J R 6 社が連携した全国規模の大型誘客キャンペーン
（オープニングイベントなど地元誘客イベント、東京駅・大阪駅等でのPRイベントなど）
- **金沢開業10周年・敦賀開業1周年キャンペーン**（R 7 年 3 ～ 9 月）
富山駅・金沢駅・福井駅での記念セレモニー、デジタルスタンプラリーなど
- **首都圏向けメディアPR会議**
首都圏メディアに北陸の旬の観光素材を紹介する「北陸観光PR会議」の開催



北陸DCオープニングの様子



キャンペーン
ポスター



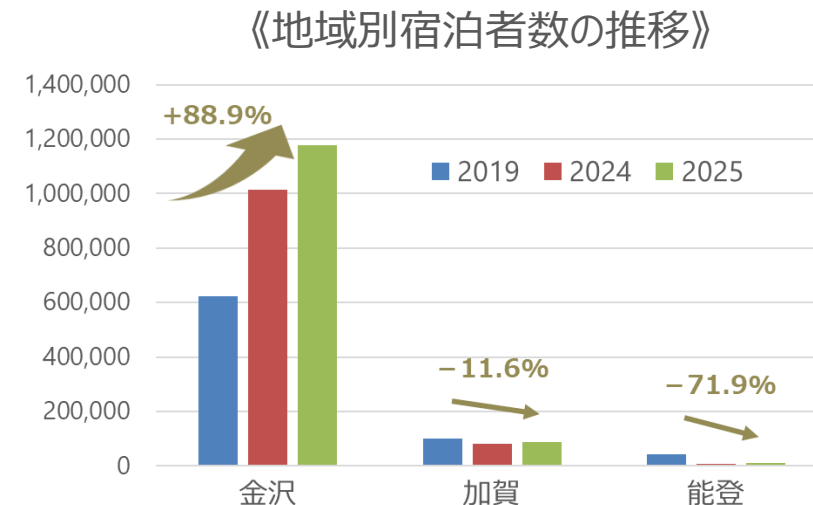
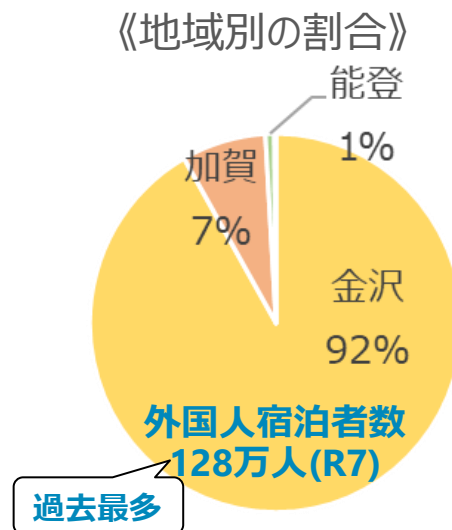
直通新幹線 お出迎え

R 8 年度

- **北陸・東北の双方向での団体専用臨時列車による直通新幹線の運行**
北陸発：R8/5/22（金）～24（日）、東北発：R8/5/23（土）～25（月）
- **Japanese Beauty Hokuriku キャンペーン**（1 2 ～ 3 月頃）
駅・車内のポスターやwebを活用した宣伝、旅行商品の充実等
- **「行きたい・食べたい・日本海」キャンペーン**（9 ～ 5 月予定）
駅・車内のポスターやwebを活用した宣伝、旅行商品の充実等

6. 海外誘客の促進

- 海外からの観光客は**金沢エリア**に集中し、地域的な偏りが生じている。
- さらなる誘客拡大を目指すにあたり、**能登・加賀への誘客を強化**することで**持続可能なインバウンド誘客**を実現する。



《県の取り組み》

欧米豪

・初来日が多く、2週間前後の滞在で国内の主要観光地を広域に周遊（東京－金沢－京都・大阪－広島など）

▶ 旅行会社を通じた手配が多く、旅行会社に対して能登・加賀への誘客を働きかけ

アジア

・リピーター客が多く、地方を訪れる傾向が強いことから、能登・加賀誘客における有望市場

▶ 能登・加賀の認知度向上に向けた情報発信強化に加え、旅行会社への送客働きかけを強化

調査・分析

・能登・加賀でのアンケート調査
・人流データの分析

▶ 能登・加賀を訪れる旅行客の行動特性に基づき、効果的な情報発信につなげる

7. 観光振興を担う人材の育成



- 企画、実行力を備えた次代の石川の観光産業を牽引するリーダーを育成するため、
「いしかわ観光創造塾」を開催(H29～)

→修了生：約200名（宿泊、交通、物販、飲食などの観光事業者）

より実践的な観光人材を育成できるようリニューアル

R8～「いしかわ観光実践塾」

- **コース選択制の導入**（コース名は仮称）
 - ①観光地経営人材コース
 - ②観光産業人材（若手リーダー）コース
 - ③総合コース（①＋②の両方を受講）
- **現地研修**の実施、**AIやデータ解析ソフト等の活用実習**の導入 など



講座イメージ



現地研修イメージ

8. 観光客データを活かした戦略的誘客

- 戦略的な誘客のため、観光客をはじめとする人流データを随時収集・分析し、**旅行者ニーズに応じて効果的に情報を発信**
- これまでの国内観光客のデータに加えて、**新たに外国人観光客のデータも収集・分析**

国内

データの収集

- ・国内観光客人流データ
- ・アンケートデータ



ターゲットに応じた情報発信

- ・WEB広告配信
→県観光HPに誘導



国外

データの収集

- ・外国人観光客人流データ

ターゲットに応じた情報発信

- ・モデルコースの造成、
旅行会社への提案

効果的な
情報発信
による誘客



<参考> 人流データ・アンケートデータの観光面での活用例



誘客に向けて、①誰に対し、②何の情報を発信 するのが効果的だろうか？ 人流データ等を分析してみよう！

人流データ等の分析

観光客はどこから来ている？
(首都圏・関西圏・中京圏)



北陸新幹線敦賀開業後、
関西・中京圏からの入込が
減少している！

...

どうやってきている？
(交通手段)

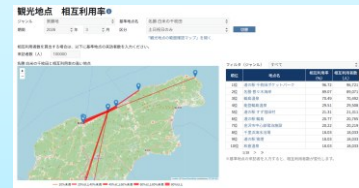
A table with multiple columns showing the number of visitors by transportation method (e.g., car, train, bus) across different regions and time periods.



関西・中京圏の方は
自動車での
来県が多い！

...

どこから、どこへ？
(観光施設の相互利用状況)



A施設とB施設は
一緒に利用されることが多い！

...

<ターゲット設定>

関西・中京圏の、
「50～60代の夫婦二人」
「30～40代の子連れ家族」

<情報発信の内容>

自動車ですりやすい、
グルメスポット・観光施設等を周遊するモデルコース

ターゲットに向けた集中的なWEB広告を実施

9. 「旅して応援、能登」・「のと里山ポケモン・ウィズ・ユー空港」による誘客促進



- 『今行ける能登』をPRフレーズとして取り組んできたが、宿泊・観光施設の再開を踏まえ、
『旅して応援、能登』へリニューアルし、観光を通じて能登の復興を後押し

「旅して応援、能登」をPRフレーズとした誘客促進

団体旅行応援事業（3～7月）の延長

- ✓ 6月末までの4か月間で1,800本超のツアーが催行され、5万2千人超が能登を訪れるなど好評
- ✓ 期間を**本年9月～来年3月まで**として実施
(年末年始は除く)

個人旅行者の誘客促進

- ✓ 団体客の受入れが難しい小規模な宿泊・観光事業者に特化した情報発信
- ✓ 利用者に対するプレゼントキャンペーンを実施

「のと里山ポケモン・ウィズ・ユー空港」開港に伴う誘客促進

(一財)ポケモン・ウィズ・ユー財団と連携し、のと里山空港を、**ポケモンの名を冠した世界初の空港**「のと里山ポケモン・ウィズ・ユー空港」にリニューアル（開港日 7/7）

- ✓ 旅行雑誌や首都圏メディアの招へい等による情報発信
- ✓ 能登各地のポケモンスポットを巡る**「ポケモンのとめぐりバス」の運行**
- ✓ 能登のポケモンスポットや観光地を巡る**「ポケモンスタンプラリー」の実施**



のと里山ポケモン・ウィズ・ユー空港
(2階吹き抜け部分)

10. 震災学習プログラム



- 修学旅行等の誘致に向け、**能登6市町において、「自然の驚異」「防災・減災」「復興への取り組み」の3つのテーマ、26プログラム**からなる「震災学習プログラム」を令和7年3月に策定。
- 今年度は、**学校関係者や旅行会社への現地研修会**などを実施し、**令和9年度からの修学旅行の受入を目指して積極的な誘致活動に取り組む。**



◆プログラムの例

「和倉温泉の奇跡から学ぶ防災」(七尾市)

和倉温泉街で、地域の観光ガイドから、多数滞在する宿泊者全員を怪我人なく避難させた対応などを学ぶ



〈提供〉和倉温泉観光協会

「北前船寄港地・福浦港」(志賀町)

風情ある福浦の港を歩きながら、地震による地盤の液状化や沈下、地盤隆起が発生した様子など、震災の記憶を辿る



〈提供〉道の駅とき海街道

- ## 直通特急運行に向けた課題

→並行在来線区間に特急が存続した例はない
新幹線と利用客の取り合いとなる恐れ

→JR貨物から受け取る線路使用料が減少し、収益悪化につながる

→交流・直流両用のかつてのサンダーバードは、既に廃車や直流化改造がなされている

→普通列車が優先され、特急列車の速達性が発揮できない

