

石川県の観光施策の取組と課題 ～南加賀地域の誘客促進に向けて～

令和8年9月3日
石川県

目次

<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. 関西・中京圏からの誘客促進
7. 小松空港の利用促進
8. 小松空港の利用促進（9月補正予算）
9. 海外誘客の促進
10. 観光振興を担う人材の育成

<新たな取り組み>

11. 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

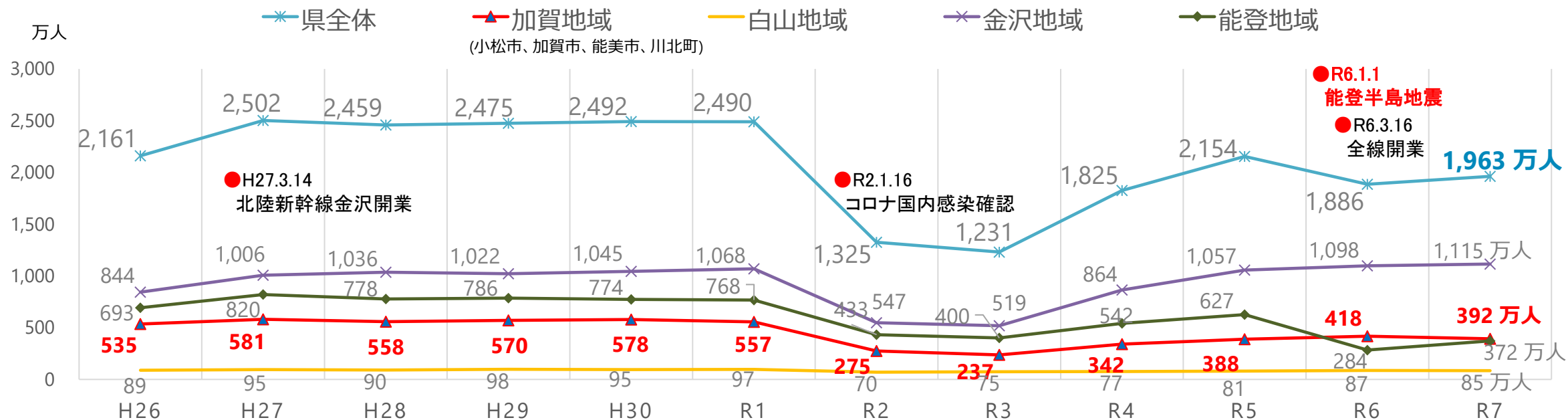
<令和6年能登半島地震、奥能登豪雨への対応>

12. 「旅して応援、能登」による誘客促進

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**
- **加賀、白山、金沢地域**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**
- 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

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】

ひがし

東酒造（小松）

国登録有形文化財の石蔵と庭園を
巡り、蔵人の解説と銘酒「神泉」を
楽しむ酒蔵見学ツアー



東酒造の酒蔵（日本遺産）

無限庵（加賀）

県指定文化財の加賀藩家老屋敷
「無限庵」で、山中塗の絵付体験や、
茶懷石など伝統的食文化体験ツアー



無限庵での茶懷石体験 -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、エキスカーション



＜観光プレゼン＞



＜商談会＞



＜エキスカーション（加賀市・守田漆器）＞

＜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）※加賀地域で初開催
- ・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
- ・エキスカーション：令和8年4月23日（木）～24日（金）（加賀・能登／加賀・金沢 2 コース）

○三大都市圏の中学校や旅行会社への個別訪問などにより、**修学旅行を積極的に誘致**

→R7実績 126校（R6比+45校）

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）
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. 関西・中京圏からの誘客促進

- 北陸新幹線の県内全線開業後、乗り換え回数や運賃の増加等の影響により、
関西・中京圏からの入り込みが伸び悩み
- **関西・中京圏から本県を訪れる旅行者は、車で来県される割合が多い**

マイカー誘客の促進 (NEXCO中日本と連携)

- ・宿泊旅行券付きのお得なドライブプランによる誘客
→高速道路が乗り放題となる周遊パスと、県内の対象宿泊施設で利用できる1万円分の「宿泊商品券」がセットになったプランに、R8から県独自に3000円のプレミアムを上乗せ

- ・車で行けるスポットやお得なドライブプランをPRするWEB広告の配信



関西・中京圏向けのメディアPR会議

- ・関西・中京圏のテレビや雑誌、WEB等のメディアを対象に旬の観光素材をPRし、番組や記事等での発信を働きかけ（大阪・名古屋で開催）



➡ 関西圏・中京圏からの誘客促進を図る

7. 小松空港の利用促進

○本県と全国、さらには世界をつなぎ、多様な交流を生み出す、
小松空港の航空ネットワークの維持・拡充に向けた利用促進を実施

<小松空港の就航状況>

国内線：羽田(8往復/日)、札幌(2往復/日)、福岡(5往復/日)、那覇(1往復/日)
※10/25～6往復/日 ※来年2/21～3/2の期間、2往復/日
 国際線：ソウル(7往復/週)、上海(運休中)、台北(9往復/週)、高雄(2往復/週 ※9/3就航)、香港(3往復/週)



9月3日就航のタイガーエア台湾の機材

主な取り組み

1 ビジネス利用サポートキャンペーン (国内線)

小松・羽田便の積極的な利用を宣言する企業を対象に、羽田便の利用回数に応じて特典を付与し企業の航空利用を後押し



2 小松空港サポータズクラブ (国内線)

国内線を利用する個人を対象に、利用回数に応じて特典を付与し、リピーター化を図る

→ 会員数：約25,000人 (R8.7)



3 国際交流助成制度 (国際線)

経済・文化・スポーツなどの国際交流に要する事業費を一部支援し、航空利用を後押し



4 旅行商品の造成支援 (国際線)

航空会社と連携して旅行商品の造成を支援し、航空利用を後押し



8. 小松空港の利用促進（9月補正予算）



航空ネットワークの維持・拡充に向け、**小松空港全体での中長期的な需要を喚起**

国内線：羽田便・那覇便などの利用促進

- ✓ 小松・羽田便：10/25の冬ダイヤから1日8往復 ➡ 6往復(日本航空▲2往復)に減便
- ✓ 小松・那覇便：来年2/21～3/2の期間限定で1日1往復 ➡ 1日2往復に増便

戦略的にターゲットを設定した搭乗キャンペーンの展開

羽田乗継便

航空ネットワークの強みを活かした需要の掘り起こし

那覇便（長距離路線）

需要が低迷する冬期の利用促進

若年層

将来に向けた新たな需要拡大

小松空港 サポーターズクラブ



搭乗し、SNSで情報発信をした
サポクラ会員に特典を付与

福井・富山でも
PRを展開

国際線：高雄便の利用促進

- ✓ 9/3からタイガーエア台湾が**定期便としては初となる週2往復**で新規就航
- ✓ 安定的な運航に向け、**インバウンド・アウトバウンド双方向で利用促進**

イン

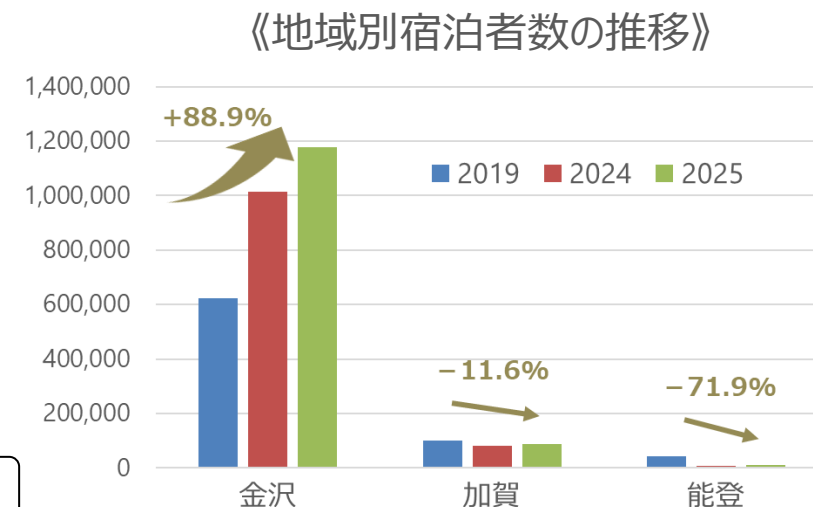
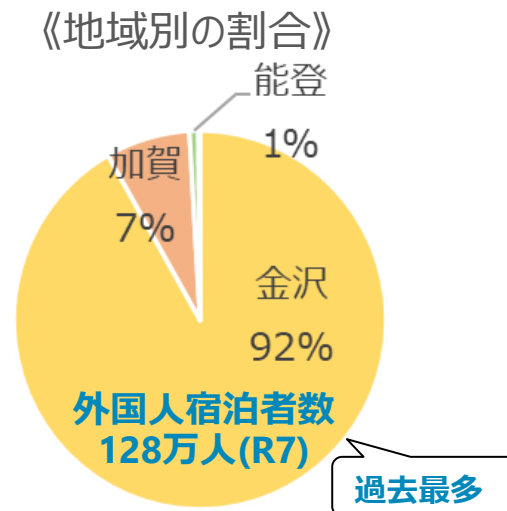
現地旅行博への出展 など

アウト

台湾全土を周遊する旅行商品造成支援 など

9. 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、**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

- ▶ 旅行会社を通じた手配が多く、旅行会社に対して加賀への送客を働きかけ

→ 混雑傾向の箱根の代替地として、旅行会社に対し加賀温泉郷での温泉文化体験を提案

アジア

- ▶ 加賀の認知度向上に向けた情報発信強化及び旅行会社に対する送客働きかけを強化

→ 小松定期便が就航する台湾、韓国、香港における加賀エリアの情報発信を強化するとともに、新たに本県のPRを行う「観光レップ」を設置し誘客を強化

調査・分析

- ▶ 加賀・能登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

→ 加賀・能登でのアンケート調査や人流データの分析により、効果的なプロモーションを実施

10. 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）



講座イメージ



現地研修イメージ

- **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

1 1. 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)



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>

自動車で巡りやすい、
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

1 2. 「旅して応援、能登」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



団体旅行応援事業（3～7月）の延長

支援対象	旅行会社が手配する、能登を周遊する団体旅行（8人以上）
助成条件	能登12市町の施設等を周遊する旅行商品の造成
助 成 額	バス・ジャンボタクシー（1台あたり）：6万円/日 ※実費相当額の1/2上限 ➡ 加賀を含め、金沢市以外に宿泊する場合は3万円/泊を上乗せ ツアー参加者に、能登の飲食店や土産物店などで使用できる電子クーポンを4,000円／日付与



- 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）

**宿泊者のうち約2割が
南加賀地域に宿泊**