

報告書「北陸圏の観光活性化 ～北陸新幹線開業に合わせた誘客キャンペーンに向けて～」概要

< ポイント >

- ・三大都市圏で最も行きたい圏域の上位に選ばれるなど北陸圏の観光客拡大のポテンシャル（潜在力）は高いが、認知度向上や多様化するニーズへの対応などが課題。
- ・今回のワーキングでは、まず、北陸の何が魅力か、強み（コア・コンピタンス）は何かを検討。北陸三県に共通する自然や歴史、生活文化等の資源から、『日本の伝統を残しながら、時代に即した風情のある美しい暮らし』が北陸の強みと整理した。今年1月には、この強みを効果的に伝える物語として『北陸物語』を発行したが、旅行関係者からは、「北陸の魅力と観光が結びつけられ活用しやすい」、「北陸三県の一体的発信は非常に効果的」などの評価が得られた。今後も『北陸物語』の継続的な発行が必要。
- ・北陸新幹線開業時に北陸が注目されるチャンスを活かし、開業効果を引き出すためには、各県・各地域の取組みに加えて、北陸三県の官民共同による広域連携強化が必要であり、「北陸」という単位でのイメージ発信、情報発信、誘客活動が重要。
- ・具体的には、北陸ポータルサイト（ホームページ）設置など北陸の認知度向上に向けた効果的発信や、北陸物語による広域観光モデルコースなど旅行ニーズに対応した情報発信・充実、北陸の一体的なプロモーションによる国内大都市圏からの誘客の着実な推進、特に、官民共同による誘客キャンペーン実施を目指すべき。
- ・このため、平成23年度中を目途に、北陸三県の観光担当部署や観光連盟・協会、旅行関係企業などで構成する「誘客キャンペーン検討会」を設置し、行政・民間の情報共有化・意見交換を図り、官民一体の取組み機運を醸成するとともに、大手旅行会社やJR等とのタイアップキャンペーン実施に向けた検討を進めるべき。民間の智慧・協力を活かした官民連携事業や推進体制構築など、北陸圏の観光活性化に向けた取り組みの実現を図るべき。

1. 検討方法・目的:

- ・当会広域観光推進委員会（委員長：小田禎之^株加賀屋代表取締役会長）の下に、北陸三県観光部署や旅行関係の会員企業等の実務クラス10名をメンバーとした「北陸広域観光検討ワーキンググループ」を設置
- ・平成22年10月～23年6月まで、計6回のワーキングを開催
- ・北陸観光の現況分析、課題抽出を踏まえて、北陸のコア・コンピタンス（強み）を整理するとともに、広域連携で取り組むべき戦略・施策、推進体制を検討する

2. 報告概要:

(1) 北陸観光の現況・課題

- ・三大都市圏等で最も行きたい圏域の上位に選ばれる一方、実際に訪れる観光客は少ない
 - ・北陸のポータルサイトがなく、各観光組織が個々に情報提供や観光キャンペーンを実施 等
- ⇒北陸への観光客拡大のポテンシャル(潜在力)は高く、以下の課題への対応が必要

- [課題] ① 北陸のコア・コンピタンス(強み)の整理 (北陸の何を「売り」にするか)
- ② 北陸の認知度向上に向けた効果的発信(海外含む)
 - ③ 旅行ニーズに対応した情報発信・充実(海外含む)
 - ④ 北陸の一体的なプロモーションによる国内大都市圏からの誘客
 - ⑤ 北陸新幹線開業を契機とした誘客活動の継続的实施
 - ⑥ より強力な広域推進体制の構築

(2) 北陸のコア・コンピタンス(強み)の整理 と 北陸物語の試作・評価 [課題①への対応]

- ・北陸三県に共通する自然や歴史、生活文化、食等の資源を整理・評価
- ⇒『日本の伝統を残しながら、時代に即した風情のある美しい暮らし』が北陸の強み
- ・今年 1 月発行した「北陸物語」は、旅行者の興味・関心を高めるために、北陸三県の様々な地域資源について、コア・コンピタンスを効果的に伝える5つの切り口で整理し、北陸の魅力を紹介する物語として編集(試作)
- ⇒旅行関係者からの評価は高く※、継続的な発信が必要
- (※「北陸の魅力と観光が結びつけられ活用しやすい」(79%)、「北陸三県の一体的発信は非常に効果的」(71%)、「北陸のコア・コンピタンス(強み)」(肯定層 83%) 等)

(3) 広域連携の必要性

- ・新幹線開業効果を引き出すため、各県、各地域の取組みに加え、北陸三県の官民共同による広域連携強化が必要であり、「北陸」という単位でのイメージ発信、情報発信、誘客活動が重要

(4) 広域連携で取組むべき戦略・施策 [課題②～⑤への対応]

- ・以下の戦略の着実な推進、特に北陸新幹線開業時に北陸が注目されるチャンスを活かした誘客キャンペーン実施を目指す
- 戦略** 北陸の認知度向上に向けた効果的発信
(重点施策:北陸ポータルサイト(ホームページ)設置)
- 戦略** 旅行ニーズに対応した情報発信・充実
(重点施策:北陸物語等による広域観光モデルコース・着地型観光プログラムの充実)
- 戦略** 北陸の一体的なプロモーションによる国内大都市圏からの誘客
(重点施策:北陸新幹線開業に合わせた誘客キャンペーンの実施)

(5) 推進体制 [課題⑥への対応]

- ① 既存広域観光組織の連携 (北陸広域観光推進協議会・北陸イメージアップ推進会議等)
 - ・限られた事業資金・人員を有効活用するため、重複する機能・事業を整理・分担
- ② 三県の官民共同による「誘客キャンペーン検討会」の設置 (H23年度目途)
 - ・行政・民間の情報共有化・意見交換を図り、官民一体の取組み機運を醸成
 - ・旅行会社やJR、航空会社等とのタイアップキャンペーンの実施時期・テーマ・実施条件等の詳細検討および選定
 - ・民間の智慧・協力を活かした官民連携事業、推進体制、事業費等を検討
- ③ 事業評価を踏まえた広域観光推進体制検討(H27年度以降)
 - ・H23～27の施策・誘客キャンペーンの効果を把握・評価し、より効果的・効率的な推進体制のあり方を検討