

令和元年
(2019)

あわらし観光白書

令和2年5月

あわらし経済産業部観光振興課

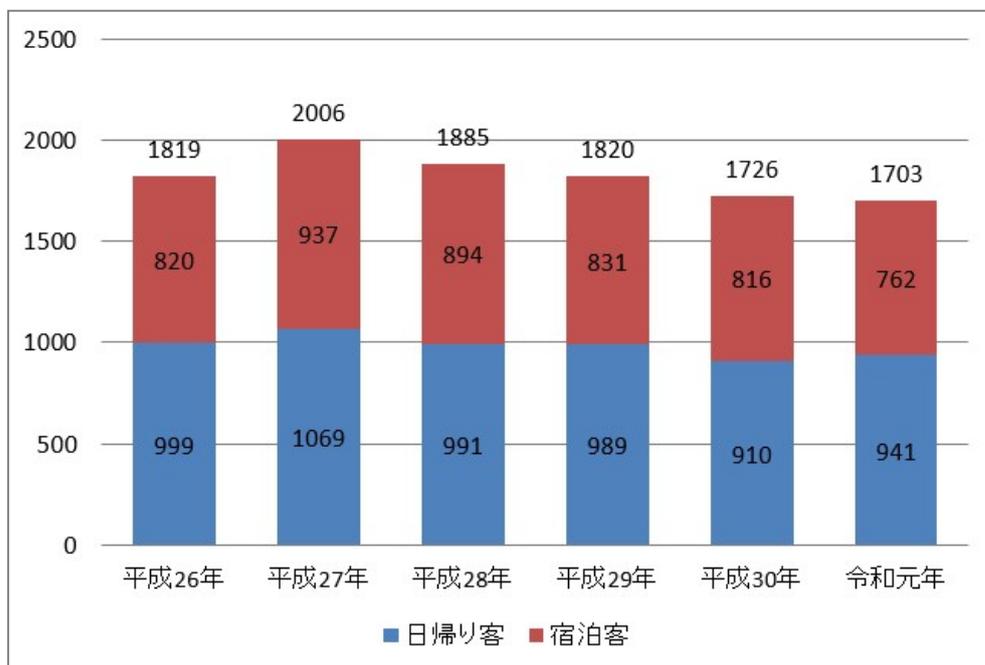
令和元年あわら市観光白書

1 令和元年(平成31年)実績

平成31年1月から12月までの1年間にあわら市を訪れた観光客は、1,703,500人(対前年比▲23,000人、1.3%の減)で、このうち宿泊客は762,100人(同▲54,200人、6.6%の減)、日帰り客は941,400人(同31,300人、3.4%の増)と、日帰り客は微増したものの、全体では4年連続で前年を下回る結果となった。

図1：あわら市観光入込客数の推移

(単位：千人)



I 観光地別観光客数

観光地別では、福井県随一の温泉地であるあわら温泉の771,800人が最も多く、次いで農産物直売所きららの丘の200,000人、芦湯154,600人、ゴルフ場139,800人、金津創作の森139,800人、北潟湖畔76,900人、その他(セントピアあわら、湯けむり横丁、吉崎御坊、aキューブ他)220,600人となっている。前年の入込客数を下回る施設が多い中、金津創作の森とaキューブは前年同様に増加を保ったほか、ゴルフ場や湯けむり横丁、芦湯は増加に転じた。

II 発地別観光客数

発地別内訳で見ると、県外客の落ち込みの割合が大きく、県内客は52.5%の894,900人(対前年比▲4,300人)、県外客は47.5%の808,600人(同▲18,600人)となり、おおむね半々の比率となっている。

県外客の内訳をみると、関西方面(※1)からの観光客が329,100人(県外客の

40.7%)と最も多く、次いで中京方面(※2)の171,600人(同21.2%)、北陸(石川・富山)方面の127,800人(同15.8%)、関東方面の99,900人(同12.4%)の順となり、関西・中京方面からの観光客が県外客全体の61.9%を占めている。北陸新幹線金沢開業後に増加していた関東方面からの観光客の割合は、昨年と比較すると2.6ポイントの減となった。

(※1) 関西方面とは、大阪・京都・兵庫・滋賀・奈良・和歌山の2府4県

(※2) 中京方面とは、愛知・岐阜・三重・静岡の4県

2 平成30年との比較

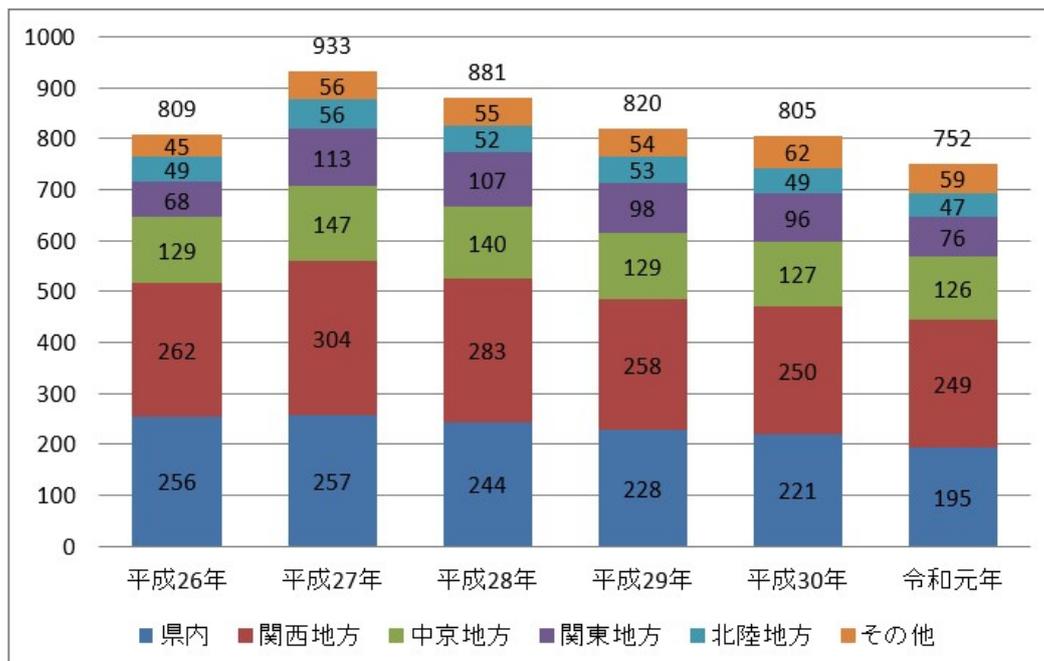
I あわら温泉宿泊客発地別内訳の変化

あわら温泉の宿泊客は751,600人で、前年より6.7%の減少となった。昨年と比較すると、県内客は11.9%の減、県外客は4.7%の減と県内客の方がより減少数が多い。県外客では、関西地方が0.5%の減、中京地方が0.3%の減、関東地方が20.9%の減、北陸地方が4.2%の減、その他地方が5.8%の減と軒並み減少している。

中でも、関東地方からの観光客の減少が夏から冬にかけて特に大きく、25%以上の減となっている。これは、夏休みやシルバーウィークなど行楽シーズンに大型台風が複数発生し、旅行をキャンセルする人が多かったことや、台風19号で被災した北陸新幹線が2週間(10月14日～24日)の運休とその後の減便運行となったことが大きく影響したものと考えられる。

図2：地域別あわら温泉宿泊者数の推移

(単位：千人)



II 訪日外国人観光客（インバウンド）について

あわら市の外国人宿泊者は15,668人と、前年と比較して2.5%増となった。これまで4年連続で前年比10%以上の増加をしていたが、令和元年は鈍い伸び幅となった。日本政府観光局（JNTO）が2020年1月に発表した2019年の訪日外国人客数（推計値）は、前年比2.2%増の3,188万2,000人と過去最高となったことからみると、あわら市の外国人宿泊者数はまだまだと判断されるが、今後の伸びしろが大きく、更なる取り組みが求められる。

国・地域の内訳では、香港からの観光客が最も多く、次いで台湾、中国、その他アジアからの観光客が高い割合を占めている。前年と比較すると、これまでは台湾が全体の半数を占めていたのに対し、今年は香港が21.1%増となり、台湾との順位が逆転することとなった。

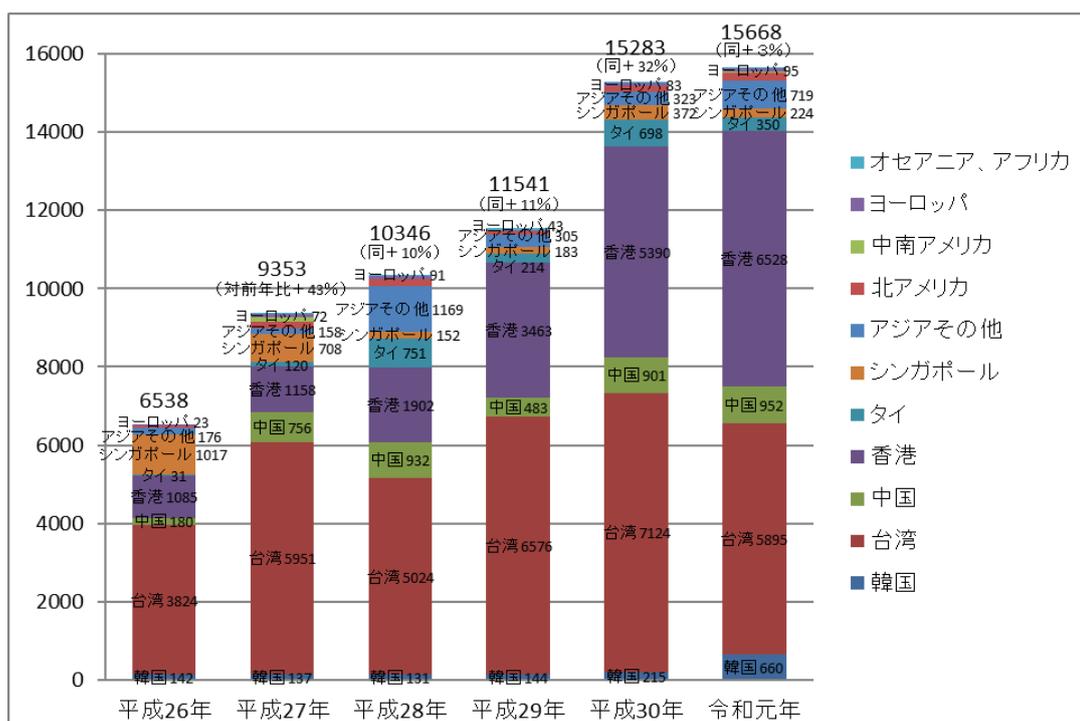
香港からの観光客増加の要因としては、4月から10月まで香港—小松空港間の定期便が就航した影響が大きいと考えられるほか、平成28年度から開始した広域連携によるインバウンド推進事業のプロモーションの効果が一定程度出ているものと考えられる。

一方で、台湾からの観光客数が17.3%減となった要因としては、令和元年は台湾人の5人に1人が訪日している計算となり、前年比で大幅な増加は見込みにくい市場であるという全体的な特徴があること、また、当市が観光の宿泊地として利用されている傾向にあることから、旅行コースの変更などによる影響を受けやすく、台湾の人気コースとなっている黒部アルペンルートが入場制限をしたことにより、ツアーのルート変更を余儀なくされたことも大きい。

今後は、当市が目的地となるように、認知度の向上に加え、外国人観光客に対しての魅力度の向上も行っていくべきと考えられる。

図3：訪日外国人国別宿泊者数の推移

(単位：人)



Ⅲ 主な観光地の状況

各観光地においては、入込客数が減少した施設が多い中、金津創作の森は前年に比べて35.5%の増となった。これは、「ちはやふる原画展」や「蜷川実花・蜷川宏子 二人展」などの全国的に有名なアーティスト等の企画展が開催されたことが大きな要因と考えられる。

また、ゴルフ場は10.9%の増となっており、暖冬により降雪がなく、冬季の営業日が増えたことから来場者数が増加したと考えられる。同様に、湯けむり横丁や芦湯においても約10%の増となっており、降雪が少なかったことから、温泉街のまち歩きで訪れる観光客が多かったと考えられる。

一方で、北潟湖畔は11.2%の減となった。これは、6月の花菖蒲まつりの開催時期に天候が悪く、来場者が少なかったことや、9月・10月の行楽シーズンに台風が多かったことが原因と考えられる。

Ⅳ 総合的評価

観光地ごとの状況は以上のとおりであるが、市全体で見ると、宿泊客数は北陸新幹線金沢開業年のピーク時より、18.6%の減という厳しい結果となった。周辺温泉地と比較しても、あわら温泉の対前年比は北陸9温泉の平均より低いという現状である。一方で、日帰り客数は増加していることから、あわら市や近隣市町を訪れた観光客を市内で宿泊させるためのナイトタイムエコノミー（※）の推進といった取り組みも課題のひとつとして挙げられる。

また、北陸新幹線金沢開業により一定の割合を維持してきた関東圏からの観光客が大幅に減少したこともあり、令和5年の北陸新幹線芦原温泉駅開業に向けて、関東圏への誘客プロモーションに一層力を入れる必要がある。

※夜間の楽しみ方を拡充し、夜ならではの消費活動や魅力創出をすることで、経済効果を高めることを目指す取り組み。

3 今後の対応

「和心あふれる国際的な感幸地」づくりをコンセプトに昨年4月に策定した「あわら市観光振興戦略」を観光協会や観光団体と連携し、さらには民間事業者や幅広い市民の参画を得て、総合的かつ着実に推進していく。

また、新型コロナウイルス感染症の世界的な流行により、令和2年の入り込みに大きな影響が出ると予想される。日本や世界の状況を見ながら、終息の兆しが見え始めた際には、旅行でのリフレッシュを求める観光客の取り込みへと俊敏に動き出す必要がある。

令和2年に予定されていた「東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会」は延期となったものの、羽田空港発着の国際線増便や関西国際空港の国際線新規就航など交通手段の拡大が予定されており、これらのチャンスを生かし、世界にあわら市の魅力を発信するため、県や近隣市町と連携した効果的なプロモーションを継続して行う必要がある。

また、旅行の楽しみ方が多様化する中、あわら市を訪れる観光客を増やし、リピーターになってもらうため、観光客のニーズの把握が重要である。マーケティングを継続して行い、ターゲット層の興味関心を引く素材の訴求やターゲット層が求める着地型旅行商品の造成・磨き上げを行うことで、あわらファンの獲得と観光消費額の拡大を図る。

北陸新幹線芦原温泉駅開業まで残すところ3年となるが、情報発信拠点施設の整備や人材育成といった受入体制整備を行うとともに、前述したマーケティング結果を踏まえたプロモーションを行い、あわらならではの魅力を打ち出しながら「選ばれる観光地」作りを進めていく。

I 北陸新幹線芦原温泉駅開業に向けた取り組み

令和2年は、北陸新幹線芦原温泉駅開業まで残り3年となり、受入体制の整備が急務とされている。芦原温泉駅の西口周辺施設（西口駅前広場、西口立体駐車場、交通広場）整備や西口駅前へのビジネスホテルの誘致を確実に進めるほか、おもてなし人材の育成として、宿泊施設や観光施設、飲食店事業者を対象としたセミナーを開催し、北陸新幹線で来訪する観光客を迎えるための「おもてなし意識」の醸成に取り組む。

また、各地域で組織されている地域ガイドを取りまとめる「ガイド協議会」を設立し、ガイドの育成や連絡窓口の一本化を図る。

今後、北陸新幹線の延伸に向けて、北陸に注目が集まる機会が増えることが予想される。開業前後には、JRグループによる大型観光キャンペーンである、「北陸デスティネーションキャンペーン」（通称DC）が予定されていることから、DCやプレDCの実施に向けた「あわらならではの」体験プランや限定イベント等の企画・造成を行う。

加えて、今回大きく前年を下回った関東地方からの誘客施策として、県や広域連携事業が主催する首都圏での出向宣伝やPRイベント等への参加頻度を増やすほか、あわら市観光協会のHPをリニューアルし、動画やSNSを活用しながらWEBによる情報発信の強化に取り組む。

II マーケティングの強化と着地型旅行商品の磨き上げ

昨年4月に策定した観光振興戦略のロードマップに基づき、優先順位を設けて各事業を推進しているところである。これまでは関西・中京地方を主なターゲットとしていたが、今後は北陸新幹線芦原温泉駅開業を見据えて首都圏へのプロモーションもより強化する必要があることから、多様化する観光客のニーズや社会経済情勢の変化などによる観光動態を把握するため、マーケティングを重点的に実施していく。

平成29年度に立ち上げた「あわらファンクラブ」会員数の拡大を図るほか、あわら市に関心のある会員に対するニーズ調査を行い、ターゲット層に最適なPR手法の検討や着地型商品の造成を行うほか、平成30年度から実施している観光客へのアンケート調査を季節ごとに実施する。満足度や観光消費額など収集したデータを活用しながら、受入体制整備や着地型商品の磨き上げを行う。

Ⅲ 広域連携とインバウンド

新型コロナウイルス感染症の流行により全国で外出が控えられたため、終息後には、春休みの時期に旅行に行けなかったファミリー層や若者層を中心に、旅行需要が高まると予想される。あわら市と坂井市では、東尋坊とあわら温泉を中心としたエリアを「がけっぷちリゾート」として位置付け、エリア内をテーマパークのように楽しめ回遊できる滞在型の観光事業を展開している。この事業では、ファミリー層や若者の誘客を強化するための周遊チケット事業の磨き上げや自治体の垣根を超えた二次交通を拡充する事業を実施する。

また、石川県加賀市とあわら市、坂井市、永平寺町、勝山市の5市町で構成する「越前加賀インバウンド推進機構」では、県境を越えて広域で連携して外国人観光客の誘客に取り組んでいる。去年は越前加賀エリアにおける台湾人宿泊客数は減少したものの、香港人は12.1%の増（あわら市単独では21.1%の増）となったことから、今後は香港へのプロモーションを強化し、外国人観光客にも人気がある大阪や京都、飛騨高山、金沢など近隣の人気観光地と連携しながら、受入体制整備やプロモーションなどの誘客施策を行う。