

令和2年度訪日外国人旅行者受入環境整備緊急対策事業(実証事業)  
「能登の誘客におけるwithコロナ時代の自然・文化・社会等に  
加えて地域貢献に高い関心のある観光客の誘客に向けた  
基礎調査事業」

---

## 報告書

### 【概要版】

---

令和3年(2021年)3月  
国土交通省 北陸信越運輸局

## ※※ もくじ ※※

はじめに	1
現在の能登地域の観光の状況と課題	9
能登地域の観光の方向性とターゲットの設定	20
受入環境整備への提案	23

はじめに

# 事業概要①

能登における外国人観光客の受入環境整備として、  
withコロナ時代の自然・文化・社会等に関心の高い  
「地域貢献に高い関心のある観光客の誘客」を目指し  
検討深化する

ポイント1 能登地域の観光の現状を把握する

ポイント2 ベンチマーク地域を設定し、その状況を分析する

ポイント3 地域貢献に高い関心のある観光客の誘客のための  
課題と優先的に取り組むべきテーマの総評

ポイント4 検討会の開催

## 事業概要②

withコロナ時代に能登地域がひとつになって、自然・文化・社会等に加えて地域貢献に高い関心のある観光客を誘客することにより地域の活性化を図る

### 能登地域の観光の現状を把握する

市町の（既存）データの状態

主要施設の利用状況

外国人観光客の受入環境整備状況

その他

ベンチマーク地域の状況

検討会の開催  
（3回予定）

受入環境の課題

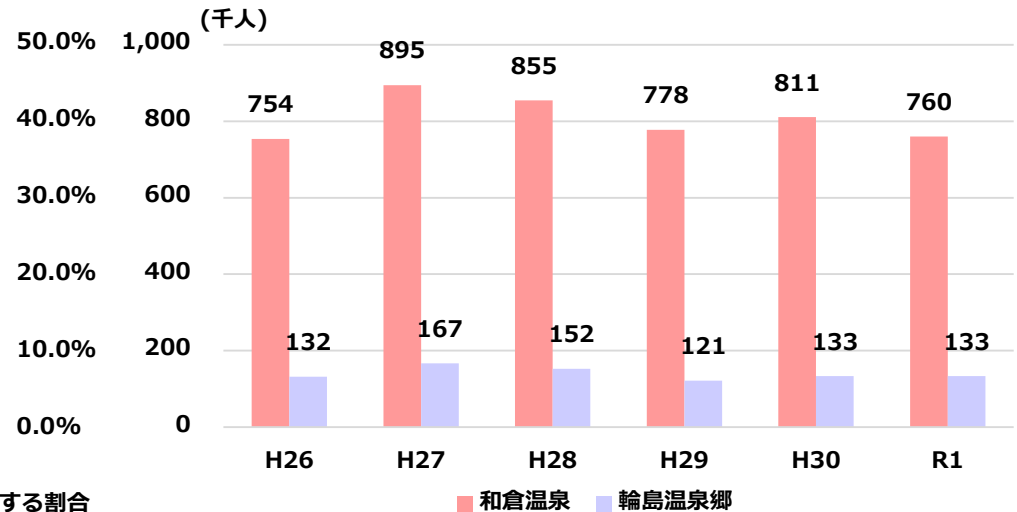
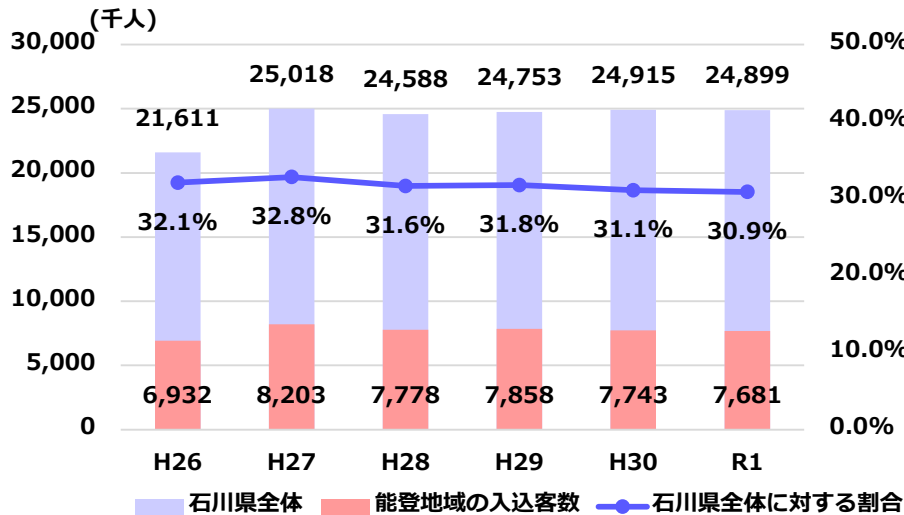
ターゲットの検討

# 能登地域の観光の現況

## ■主要温泉地宿泊者数 推移

能登地域の入込客数は毎年約770万人前後で推移。  
石川県全体の入込客数のおよそ30%が能登地域を訪れている。

直近6年間では北陸新幹線開業年のH27（2015）年の利用が最も多い。  
和倉温泉は毎年80万人前後で推移。  
輪島温泉郷は毎年13万人前後で推移。



出典：石川県観光推進課「統計からみた石川県の観光」

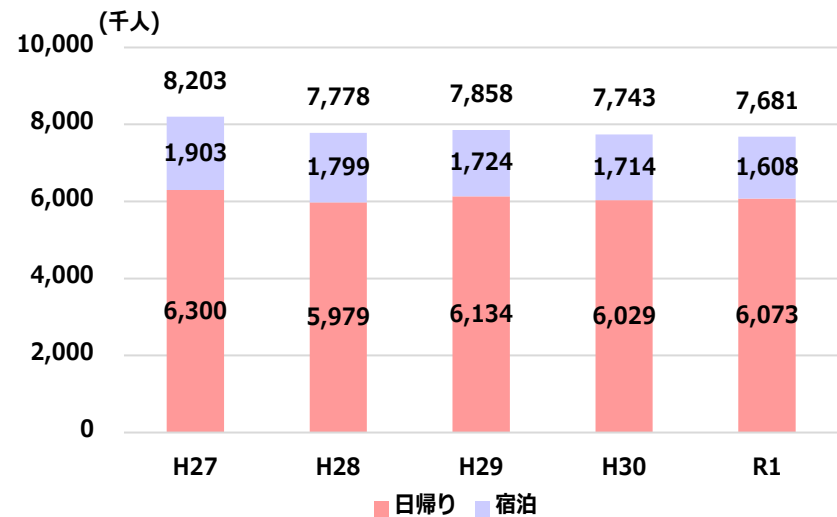
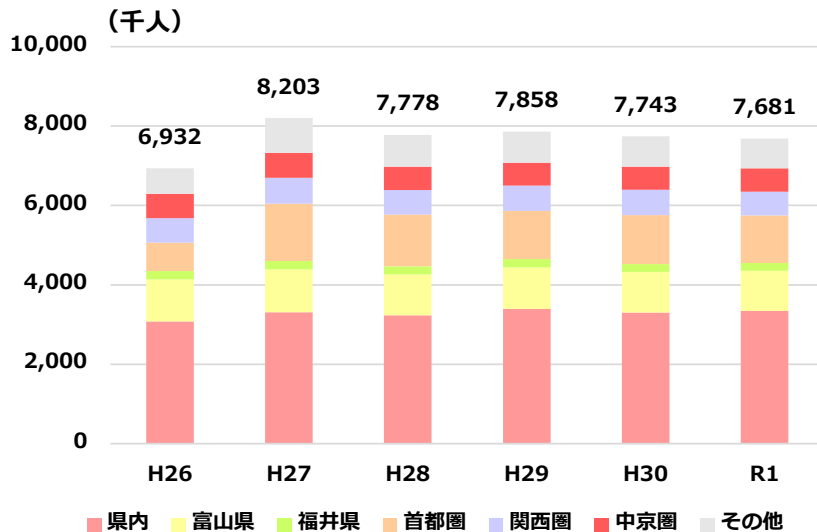
# 能登地域の観光の現況

## ■ 発地別入込客数及び日帰り・宿泊目的別入込客数の推移

全体の4割を石川県内からの来訪者が占めている。

H27（2015）年以降、北陸新幹線開業効果もあり首都圏の利用者が増加。

日帰りは約600万人、宿泊は約170万人と全体の8割を日帰り客が占めている。

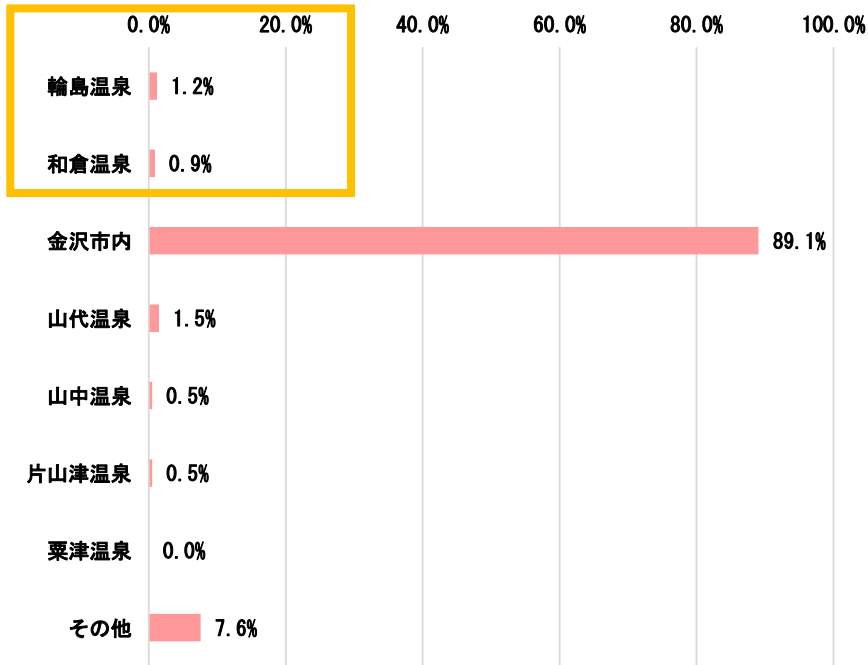


出典：石川県観光推進課「統計からみた石川県の観光」

# 能登地域の観光の現況

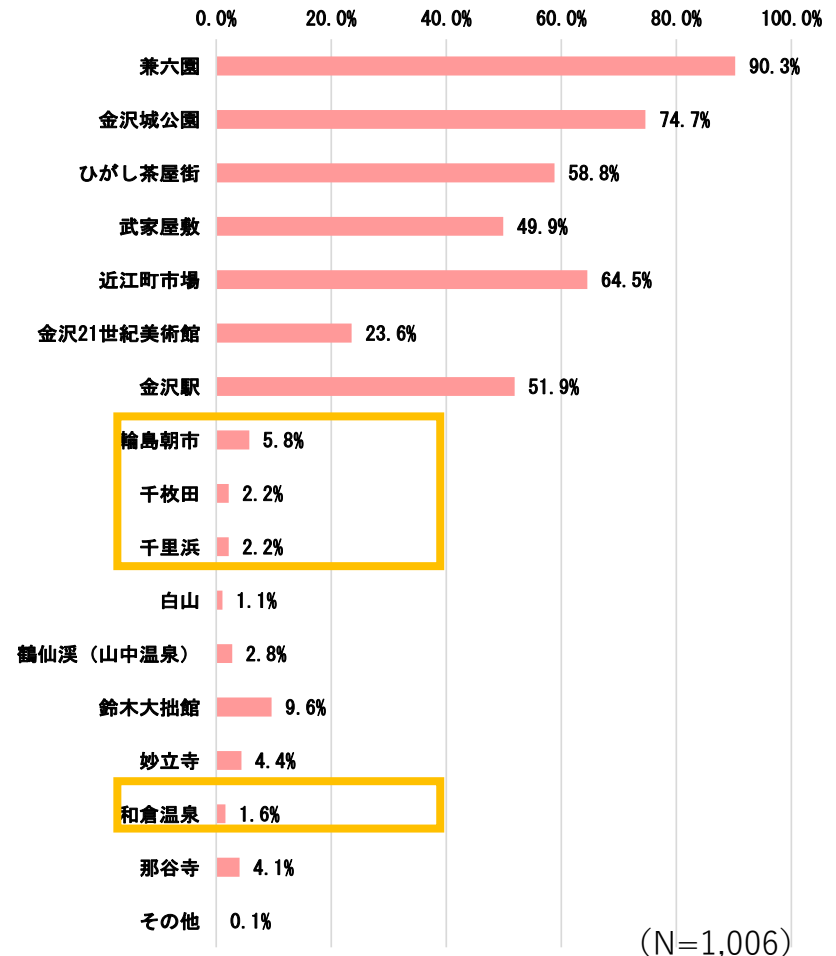
## 外国人旅行者の宿泊先 日帰り・宿泊目的別入込客数

9割が金沢市内で宿泊。  
輪島温泉郷、和倉温泉への宿泊は1%に留まる。



※複数回答可  
※無回答除く  
※調査ポイントが「兼六園」であることに留意

金沢市内の施設への来訪が中心。  
能登地域では「輪島朝市」が最も訪れているスポットとなっている。



(N=1,006)



# 既存資料にみる能登地域をとりまく環境

## ■ 「統計からみた石川県の観光」より

- ✓ 観光入込客数は毎年約770万人前後で推移。石川県全体の入込客数のおよそ30%が能登地域を訪れている。
- ✓ 直近6年間では北陸新幹線開業年のH27（2015）年の利用が最も多い。和倉温泉は毎年80万人前後で推移。輪島温泉郷は毎年13万人前後で推移している。
- ✓ 観光入込客数全体の4割を石川県内からの来訪者が占めている。  
H27（2015）年以降、北陸新幹線開業効果もあり首都圏の利用者が増加している。
- ✓ 月別来訪者数は、5月と8月が多く、2月と12月が少ない。< R1（2019）年 >
- ✓ 日帰りは約600万人、宿泊は約170万人と全体の8割を日帰り客が占めている。  
< R1（2019）年 >

## ■ 「外国人観光動態調査（石川県）」より

- ✓ 9割が金沢市内で宿泊。輪島温泉郷、和倉温泉への宿泊は1%に留まる。
- ✓ 訪れた目的は、金沢市内の施設への来訪が中心。  
能登地域では「輪島朝市」が最も訪れているスポットとなっている。
- ✓ 石川県内での交通手段は、「徒歩のみ」が4割を占めており、レンタカーや借上バスを利用する人は1割に留まる。能登地域を訪れるための交通手段の整備が急務。

# 能登地域の観光の現状及び問題認識

- ◆ 北陸新幹線開業の能登地域への影響は限定的
- ◆ 旅行スタイルは景勝地周遊から交流体験へ
- ◆ 日本で初めて世界農業遺産に認定された「能登の里山里海」
- ◆ 「能登」「NOTO」の固有名詞の認知度の活用   など



- ★ 能登全体でツーリズムを推進するマネジメントの重要性
- ★ 広域連携によるリソースの共有と一体的な推進体制の構築
- ★ 客観的データによる現状改善（PDCA）

# 現在の能登地域の観光の状況と課題

Withコロナ時代に能登地域がひとつになって

自然・文化・社会等に加えて地域貢献に高い関心のある観光客の誘客することにより  
地域の活性化を図っていくため

能登地域の課題を顕在化し地域全体でPDCAをまわしていくベースとなる  
能登地域の現状を把握する客観的なデータ（定量・定性）を調査・分析しました。

# 調査の実施

## 1. 市町において調査している数値データの収集・分析

調査対象 : 4市5町の観光関連部署

調査内容 : 観光客入込客数、宿泊者数（国籍別）

## 2. RESASを活用したデータの収集・分析

調査内容 : 観光客の周遊状況、消費状況

## 3. アンケート・ヒアリング調査の分析

調査対象 : 4市5町の観光関連部署（観光協会含む）

主な観光地・観光施設、観光関連事業者

（宿泊、飲食物販、体験、交通、ガイド）

アンケート調査	期 間：令和3年1月下旬～同年2月下旬 調査内容：観光客の利用状況、外国人観光受入環境整備の状況、 伝えたい能登の魅力、体験商品の提供状況、 日頃の業務でお気づきの点等ご意見 等
ヒアリング調査	期 間：令和3年2月下旬～同年3月中旬 調査内容：能登の魅力を活用した誘客の現状や課題、 （受入環境、商品開発、プロモーション等） 能登地域における今後の望ましい観光地域づくりの体制 等

①受入環境整備の実態

②受入側の意識の実態

## 観光客入込数・宿泊者数の状況

- ✓ 能登地域への延べ観光客数は、H22年からH26年まで1,200万人前後で推移。H27年に延べ観光客数は1,300万人を超え、以後1,300万人前後で推移。
- ✓ 能登地域への観光客の割合を市町別にみると、七尾市が全体の約3割を占めており、輪島市、羽咋市が全体の約2割を占めている。穴水町、中能登町、宝達志水町の観光客数はそれぞれ全体の5%未満。
- ✓ 能登地域の延べ宿泊者数は平成22年から平成26年まで160万人前後で推移。平成27年の延べ宿泊客数は190万人と大きく増加。しかし平成27年以降は減少傾向。
- ✓ 宿泊者の構成比をみると、ほぼ日本人で占められているが、外国人宿泊者数もわずかなら微増傾向（H22：1.0%→R1：2.4%）。
- ✓ 外国人宿泊者の構成比をみると、全体的にアジアが多い傾向が強いが、比較的欧米豪の割合が多い市町も存在する。

## 周遊状況と消費額

- ✓ 能登地域の滞在者数を月別にみると、ピークの月は、市町によって異なる。
- ✓ 国・地域別に石川県を訪れているアジアからの外国人旅行者数をみると、台湾が最も多く、次いで香港、中華人民共和国の順である（令和1年に香港からの旅行者が中華人民共和国からの旅行者を上回った）。また、欧米豪からの外国人旅行者数をみると、アメリカが最も多く、次いでオーストラリア、イタリアの順である。オーストラリア、イタリア、スペインからの旅行者も増加傾向にある。
- ✓ （参考）石川県に訪れる外国人旅行者の約8割が金沢泊。
- ✓ 石川県を訪れる外国人旅行者が入国・出国した空港は、成田や中部、小松、関西、羽田の5つが多く利用されている。
- ✓ 石川県を訪れる外国人旅行者が石川県の直前・直後に訪れた都道府県は、前後ともに岐阜、東京、富山、京都、愛知に多く訪れている。東京や富山等、石川県の東側から来訪し、西（京都方面）または南（愛知方面）へ向かう旅行者が多いと考えられる。
- ✓ 金沢地域における外国人観光客による消費額は能登地域の約16倍。

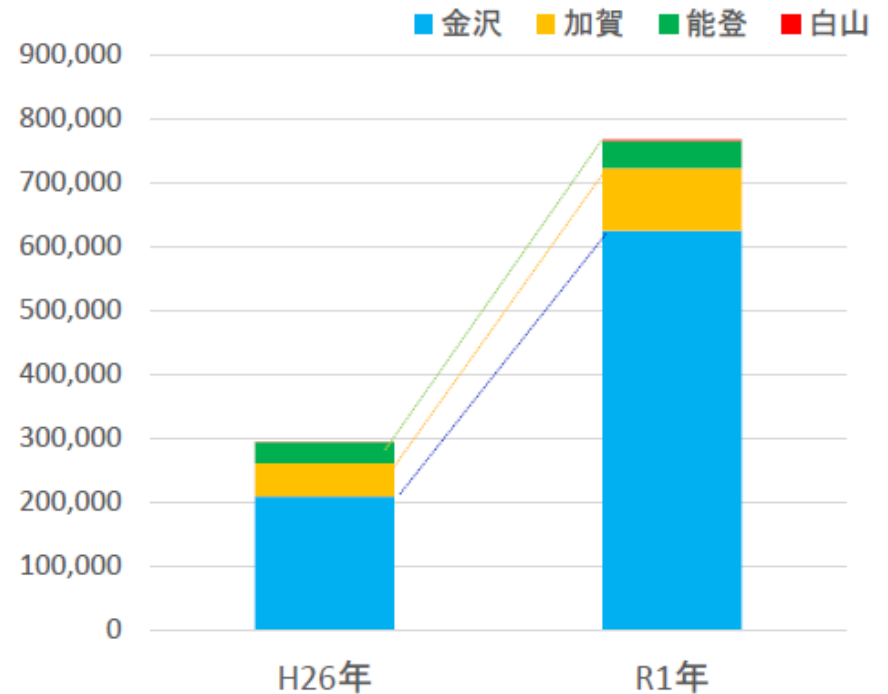
	能登地域	金沢地域
2018年	669,228,646円	9,085,559,414円
2019年	467,529,946円	7,428,185,377円



## 石川県内の外国人旅行者の動向「県内エリア別」

【県内エリア別 外国人延べ宿泊者数】

	H26年 (構成比)	R1年 (構成比)	H26比
金 沢	209,191 (71.2%)	624,205 (81.4%)	298%
加 賀	51,587 (17.5%)	97,694 (12.7%)	189%
能 登	32,872 (11.2%)	42,982 (5.6%)	131%
白 山	306 (0.1%)	2,389 (0.3%)	781%
計	293,956	767,270	261%



出典元：石川県国際観光課「令和2年度石川県インバウンドセミナー」

## 受入環境（サイン等）の整備

### 【市町の現状】

『主要な観光地』までの案内・誘導・位置サインは  
半分以上の自治体が整備を進めている。

観光案内所や情報コーナー、交通結節点、公園や公衆トイレ、  
その他地域のシンボリック施設へのサインはまだまだこれから。  
(観光客や案内する人（ガイド）にとっての利便性は要検討。)

### 【事業者の現状】

8割近くの事業者が、『外国人の利用あり』と回答。

(台湾や中国が40%前後、欧州や米国が約35%)

しかし、実際の受入体制整備に関する取組について

『整備を進めている、または検討中』の事業者は6割に満たない。



# (アンケート・ヒアリング調査結果分析)

## 受入側の意識の実態：ターゲット

### 【市町】

- ・豊かな能登の自然を守っていくため、マナーある観光客
- ・綺麗な風景を眺める、写真撮影が好きな個人客
- ・日本の主要な観光地を訪れたことがある日本に深い関心を持つ外国人
- ・能登の伝統、文化、歴史などに興味をもつ人
- ・個人客・富裕層、発信力のある人
- ・時間を忘れて過ごしたい人
- ・宿泊を伴う観光客 等

### 【事業者】

- ・自然を求める旅人
- ・トレッキング好き、アウトドア好き
- ・地元および近隣都市部のリピーター
- ・自家用車やレンタカーを利用し、計画に余裕のある方や旅慣れていて、車の国際免許所有者もしくは長期でドライバーを雇っている層
- ・日本人の奇妙さを含めて神秘性のルーツが知りたいと思っている外国人や東京大阪等の都会では感じ取れない事を里山里海の文化・風習への触れ合いを通してファンになってくれる知性のある外国人
- ・アジア、欧米、留学生
- ・日本文化に興味がある欧米の富裕層
- ・食に関心のある外国人 等

## 受入側の意識の実態：課題

### 【市町】

- ・能登の統一ブランド化
- ・地産地消の一体化 (SDGs) ・人口減少
- ・継承者 (伝統の担い手を含む)
- ・二次交通 (外国人に限らず。バス・タクシー等の整備)
- ・店舗や施設の情報 (掲載) 量不足
- ・資源の売り出しや情報発信力 (関係する近隣市町と連携が必要)
- ・資金や人材 (能登自体の力を継続するためには市域の枠を超えた取組が必要) 等

### 【事業者】

- ・各市町個別の魅力だけでは誘客の継続は難しい (広域連携で協力していく)
- ・ALL能登への誘客という意識が欠けている
- ・受入側のお客様に対する対応が他の観光地に比べて劣っている
- ・人手不足
- ・外国人対応への取り組み方がわからない
- ・地元の人が地元の宝に気付く 等

## 受入側の意識の実態：未来に受け継ぐ能登地域の価値

### 『能登の里山里海』の自然環境と食・伝統文化・能登人(のとびと)

	主な素材	未来に受け継ぐために必要なこと
自然環境	能登の里山里海、温泉、ゆっくり流れる時間 等	体験商品開発・販売促進支援、適切な保全・管理をする人づくり、後継者育成
食(食文化)	海産物、農産物、干物、塩、発酵文化、能登牛 等	商品開発・販売促進支援(体験商品・土産品含む)、生産者・加工販売事業者・消費者の循環、後継者育成、親から子への継承
伝統文化(言い伝え)	神事：キリコ、あえのこと 等 工芸：輪島塗、珠洲焼、能登上布 等	商品開発・販売促進支援(体験商品・土産品含む)、担い手・後継者育成、親から子への継承
能登人		郷土愛の醸成(大人・子ども)、移住・定住・関係人口づくり

# (アンケート・ヒアリング調査結果分析)

## 地域貢献に高い関心のある観光客の誘客：プロモーション等

### 【市町】

国内のプロモーションはできることからコツコツと進めている。

ただし、地域全体でパンフレットが約300種類存在しており、個々の情報の共有と連携した発信の強化が求められる。（観光客や案内する人（ガイド）にとっての利便性は要検討。）

なお、国外に向けた誘客（プロモーション）や、地域内の意識醸成はまだまだこれから。

### 【事業者】

- ・ 7割近くの事業者が『Googleマップに施設名を掲載している』と回答。その他、国内向けのサイトにも約5割が掲載している傾向がみられる。ただし、『Tripadvisorに情報を掲載している』事業者は2割に留まる。
- ・ “誘客そのもの”の必要性を感じている。誘客するためには、能登を知ってもらうことが必要であり、能登の魅力（物語）を認識してもらいたい。  
例えば…能登に宿泊し、自然と地元産の食の良さを知ってもらう  
海と人里の近さを含め、海の魅力を経験してもらう  
「いい物にさらに手間を加える風土」「人にやさしい風土」を感じってもらう 等
- ・ 単体で勝負するのではなく、能登全体で誘客していくべき。東京から1時間程度の距離を活かして“のと里山空港”を活用した誘客を図っていけないか。
- ・ 観光客を誘客するためには、受入側だけでなく来訪側も常識やマナーを事前に勉強する必要がある。（インバウンドに限らず、旅の恥はかき捨てはNG）
- ・ 能登の里山里海が汚れていると、訪れた人ががっかりする。（特に外国人観光客を案内するとき）環境にやさしい先駆的な取組につなげていきたい。
- ・ いろいろなネットワークを活用して誘客を図っていきたい。
- ・ これからは紙のパンフレットではなくWeb媒体を活用し、得たい情報を検索しやすい仕組みが必要である。（観光客や案内する人等） 等

## 進捗管理の現状（市町）

観光客入込数を数値目標としている市町がほとんど。  
マーケティング的な数値目標の設定についてはこれから。

## 今後の望ましい観光地域づくりの体制（市町）

4市5町の広域観光を進める中心的組織が必要。  
能登半島広域観光協会がその役割を担うとよい。

- ターゲットや方向性の設定
  - 4市5町の広域連携をはじめ、周辺の自治体との連携
  - 観光客入込数にたよらない数値目標の設定
  - 観光地としての魅力を向上し、ストーリーによる長期滞在化
  - 「能登の里山里海」の環境に対する住民生活レベルでの取組
  - 観光客や案内する人の目線に立った案内・位置・案内サインの整備
  - 情報体制の連携の強化（情報の集約と発信）と意識醸成
  - 能登地域の観光を広域で推進するためのロードマップとマネジメント体制の構築
- 等

## 能登地域の観光の方向性とターゲットの設定

今回の調査をもとに今回の事業のゴールと次年度以降の取組を検討するにあたり、  
自然・文化・社会等に加えて地域貢献に高い関心のある観光客の誘客について  
『能登地域の観光の方向性』と『ターゲット』を設定し  
検討会において共有・合意を図りました。

# 観光の視点及び目指す方向性、ターゲットの設定

- 視点1 世界農業遺産「能登の里山里海」を活かす  
(持続可能な観光：サステナビリティ)
- 視点2 来訪側と受入側の両方の需要からみる  
(責任ある観光：レスポンスビリティ)
- 視点3 「広域」の強みを活かした総力戦  
(観光の産業化による能登全体の活性化)

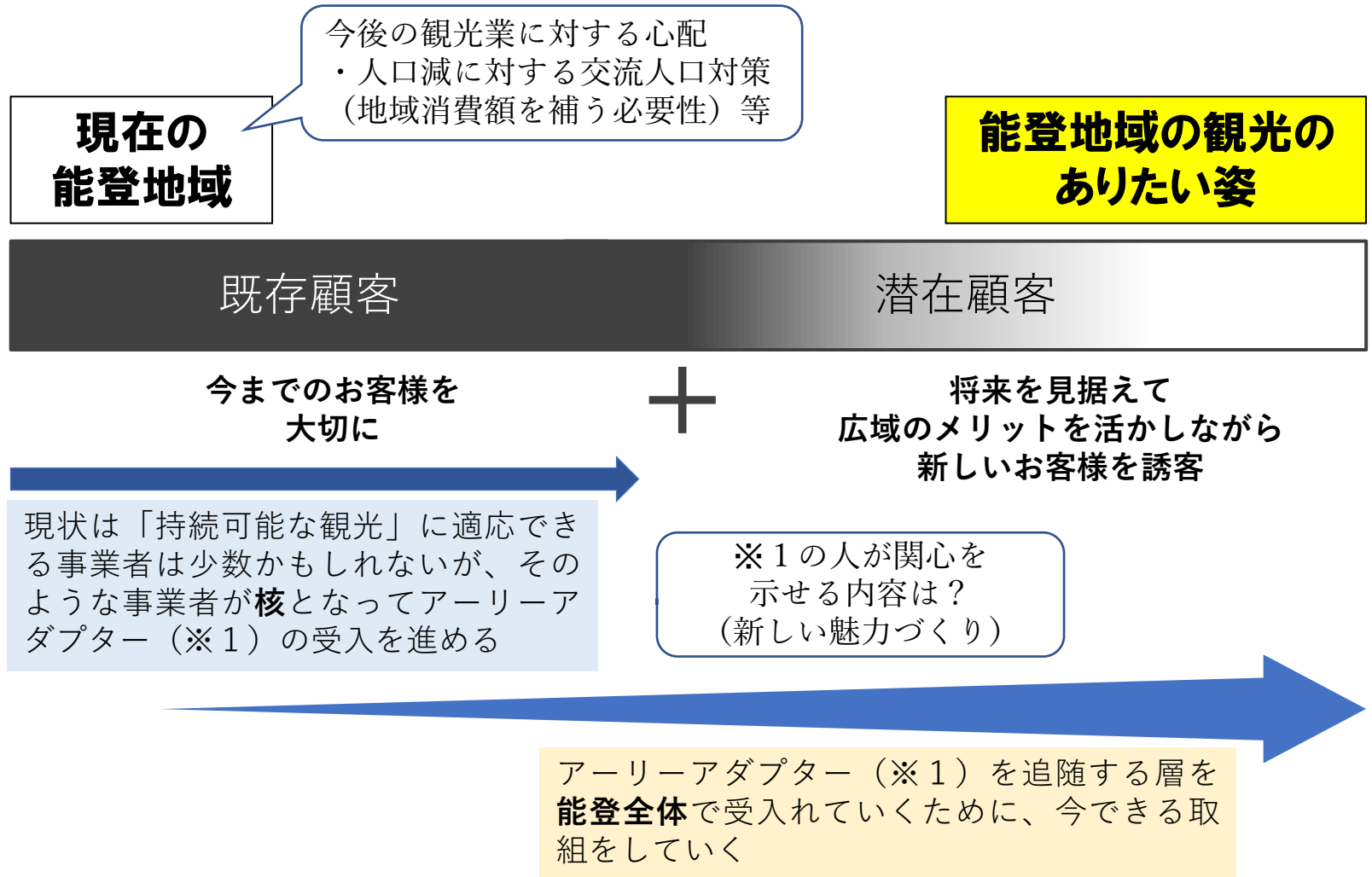
## 方向性

withコロナ時代に、能登地域がひとつになって  
自然・文化・社会等に加えて  
地域貢献に高い関心のある観光客を誘客することにより  
環境・社会・経済面での持続可能な地域を目指す

## ターゲット

持続可能な取組をしている地域を訪れたい人  
かつ  
訪問先で責任ある行動をしてくれる人  
能登地域の自然・文化・社会等の資源価値を理解し  
敬意をもって持続可能な関係を構築してくれる人

# 今後の誘客にむけたロードマップ（イメージ）



※1）先見の明をもち常にアンテナを張っていて周囲への影響力が強い等の特徴を持つ人



## 受入環境整備への提案

次年度以降の自然・文化・社会等に加えて地域貢献に高い関心のある観光客の誘客について『観光地としての能登地域のありたい姿』を設定し、  
『広域で取り組む能登観光の方向性』と  
『今後の広域観光のロードマップ（優先的な取組）』を  
ご提案します。

## “魅せられる、住み続けられるNOTO”

能登地域に息づく価値が受け継がれ【市町の役割】

地域全体として放つ魅力に人が集まり活性化しているNOTO peninsula【広域の役割】

## 『4市5町が一丸となって取り組む』

### その1：観光地としての魅力の向上：人によるサービス力

- ① 4市5町の素材をコーディネートし商品として磨くことで観光地として稼げるNOTOを構築する  
市町の素材を活かしたストーリーのある体験価値（飲食を含む）や地場産品等の観光コンテンツ開発、これら能登地域の各種商品開発に意欲のある人材の発掘・育成・連携
- ② 観光地として心地よく旅ができる受入環境を整備する  
(ソフト環境) 能登に関わる全ての人で能登を守る機運の醸成、ガイド育成 等  
(ハード環境) 二次交通の整備、インターネット環境の整備、能登MaaSの推進、  
公共施設や観光施設のWi-Fi整備、観光関連事業者のWeb環境の向上 等

### その2：認知度と来訪意向の向上：情報によるマーケティング力

- ① 知名度・認知度を向上する  
能登の存在を知ってもらう、能登の魅力に関心を持ってもらう 等
- ② 地域の商品を活用しセールスプロモーションを展開する  
旅行会社への働きかけ(B to B)、Web活用環境の強化(商品販売等B to C) 等
- ③ 能登地域をとりまく周辺地域と連携したプロモーションの展開  
金沢と連携した誘客、飛越能の連携による誘客 等

### 能登地域の観光を推進するために

- ① マネジメント体制を構築し地域内での理解を促進する
- ② KGI・KPIを設定し進捗を管理する

# 今後の広域観光の『4市5町総力戦ロードマップ』

	現在 (令和2年度)	来年度 (令和3年度)	令和4～6年度	令和7年度
内容	<p>4市5町の市町及び地域内観光関連事業者の現状把握 (取組・意識)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◆既存データの状況</li> <li>◆観光への取組や意識の状況</li> <li>・アンケート</li> <li>・ヒアリング</li> </ul> <p>能登地域の観光の方向とターゲットの設定</p> <p>能登地域のありたい姿に向けて広域で取り組む観光の方向性とロードマップの共有</p>	<p>能登地域の広域観光推進体制づくり (DMO化：3月末)</p> <p>能登地域の観光戦略づくり</p> <p>能登地域の協力体制の構築 (財源・人材の確保 等)</p> <p>【その他】 能登地域の素材の掘り起こし ～観光コンテンツ造成へ意識・人づくり 広域連携強化の検討</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◆現状調査の継続 (意識・人づくり関連等)</li> <li>◆金沢・飛越能との連携等を含む</li> </ul>	<p>観光地域づくりの推進 商品開発 (体験価値や地場 産品等の観光コンテンツ) 機運醸成、人材育成 (各種商品開発やガイド等) 受入環境整備 (ソフト環境・ハード環境) 等</p> <p>プロモーションの推進 知名度・認知度の獲得 流通環境の整備 Web活用環境の整備 (商品販売を含む) 等</p> <p>【その他継続】 能登地域の素材の掘り起こし ～観光コンテンツ造成へ意識・人づくり 広域連携強化の検討 (金沢・飛越能との連携も含む 等)</p>	見直し・改善
背景	<p>オーバーツーリズムへの懸念からコロナ禍へ (2020年1月に国内発のコロナ感染者)</p>	<p>コロナ禍の新しい生活様式からアフターコロナの時代へ (診断・治療法、ワクチンの開発と接種の開始) 世界的な観光の再開 インバウンド需要の急速な回復</p>	<p>コロナ前まで回復の見通し</p>	