

新幹線県内全線開業PR戦略実行プラン(案)



令和5年3月24日

石川県観光戦略推進部誘客戦略課
新幹線県内全線開業PR推進室

実行プランの策定方針

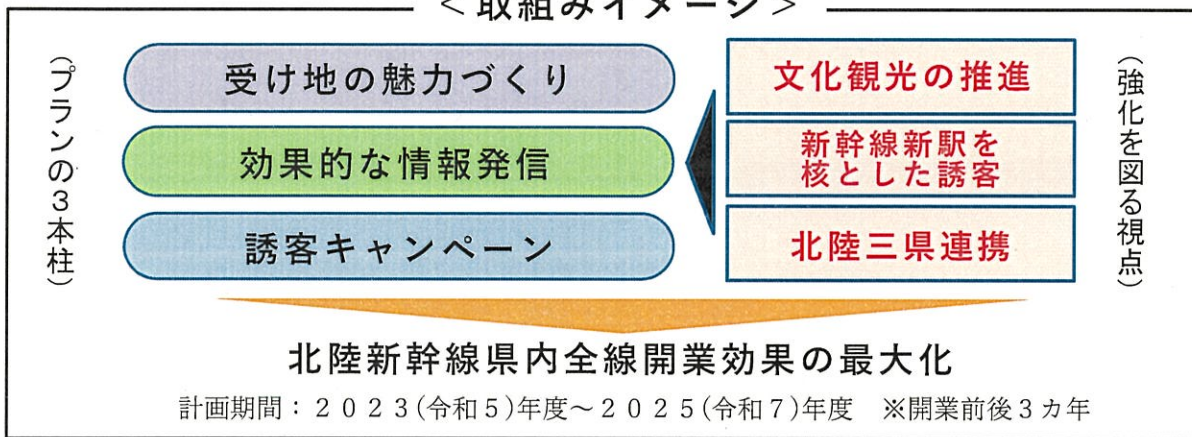
◎敦賀延伸による効果を最大化するためには、金沢開業時の経験を活かしつつ、敦賀延伸開業により、新たに小松駅、加賀温泉駅が新幹線新駅として開業され、三大都市圏からの時間短縮や、北陸三県が1時間圏内でつながることによる相乗効果を最大限に引き出すための「**新幹線新駅を核とした誘客**」や「**北陸三県連携**」による取組みを進めるとともに、本県の最大の強みである文化資源を最大限活用して観光誘客につなげる「**文化観光**」を強力に推進していく必要がある。

◎敦賀延伸に向け、こうした視点を盛り込みながら、

- ・コロナ禍で変化した観光ニーズに対応した「**受け地の魅力づくり**」
- ・JRの開業プロモーションに合わせた「**効果的な情報発信**」
- ・JRや大手旅行会社と北陸三県の連携による「**誘客キャンペーン**」

を柱とする「**新幹線県内全線開業PR戦略実行プラン**」を策定し、官民一体となって開業効果の最大化に向けた具体的な施策を押し進めていく。

< 取組みイメージ >



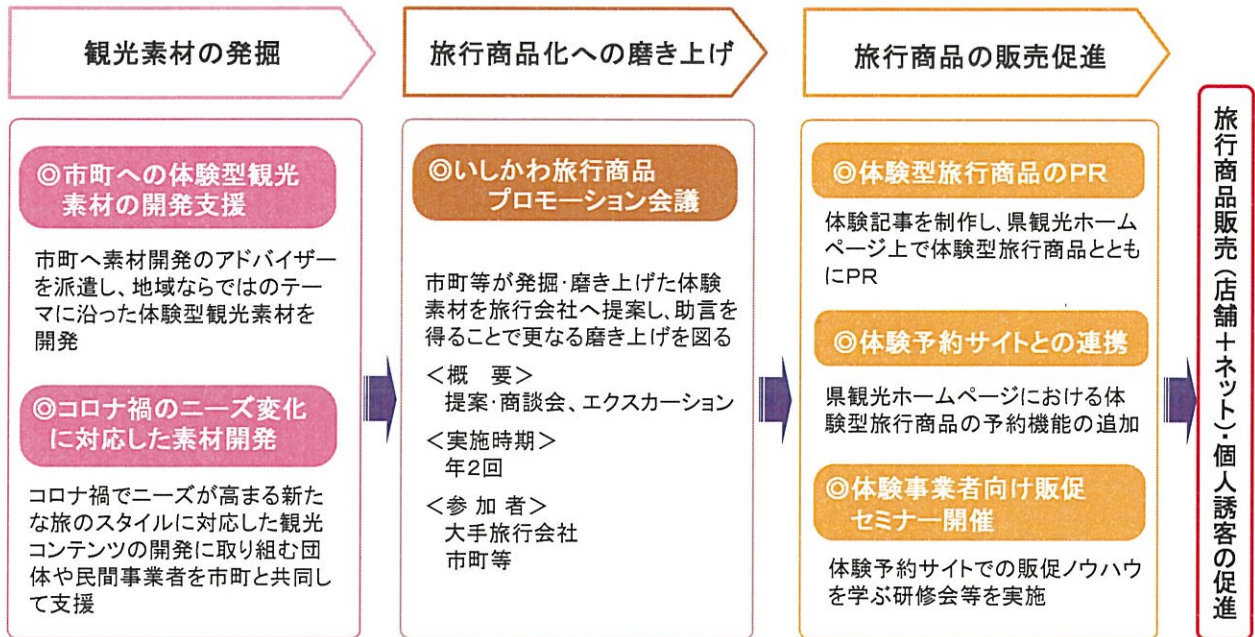
実行プランの三本柱に盛り込む施策

		R4年度 (2022年度)	R5年度 (2023年度)	R6年度 (2024年度)	R7年度 (2025年度)	
			JRによる 開業プロモーション(CM、開業情報公表など)	北陸 DC	大阪 関西万博	
実行 プラン の 三 本 柱	1. 受け地の 魅力づくり	(1) 観光素材の発掘・磨き上げ				
		(2) 文化観光の推進				
		(3) 加賀・能登・金沢各地域での魅力づくり			(4) 新幹線新駅を核とした誘客	
		(5) 広域周遊観光の促進(北陸三県連携)				
		(6) 県内全線開業の気運醸成とおもてなしの向上				
			(7) 「乗り換えの不便さを旅の楽しさに」変える仕掛けづくり			
	(8) 外国人向けの受入環境づくり					
	(9) 県内全線開業に向けた先導的プロジェクト推進事業					
	2. 効果的な 情報発信	(1) マスメディアを活用した情報発信(北陸三県連携)				
(2) JRの開業プロモーションと連動した集中的な情報発信						
(3) デジタルマーケティングを活用した効果的な情報発信と施策の強化						
(4) 大規模イベントへの出展(北陸三県等連携)						
		(5) 三大都市圏の観光案内所等を核とした発信強化				
3. 誘客キャン ペーン	(1) JR連携による誘客キャンペーンの実施(北陸三県連携)					
	(2) 大手旅行会社の全国的な誘客キャンペーンの実施(北陸三県連携)					

1 受け地の魅力づくり

(1) コロナ禍で変化したニーズに対応した観光素材の発掘・磨き上げ (R4年度～)

令和6年秋の北陸 DESTINATION キャンペーン(北陸DC)に向け、観光素材を発掘するとともに、「いしかわ旅行商品プロモーション会議」や、大手旅行会社の全国的な誘客キャンペーンを通してブラッシュアップすることで、コロナ禍で多様化する旅行ニーズに対応した観光素材を提案する。

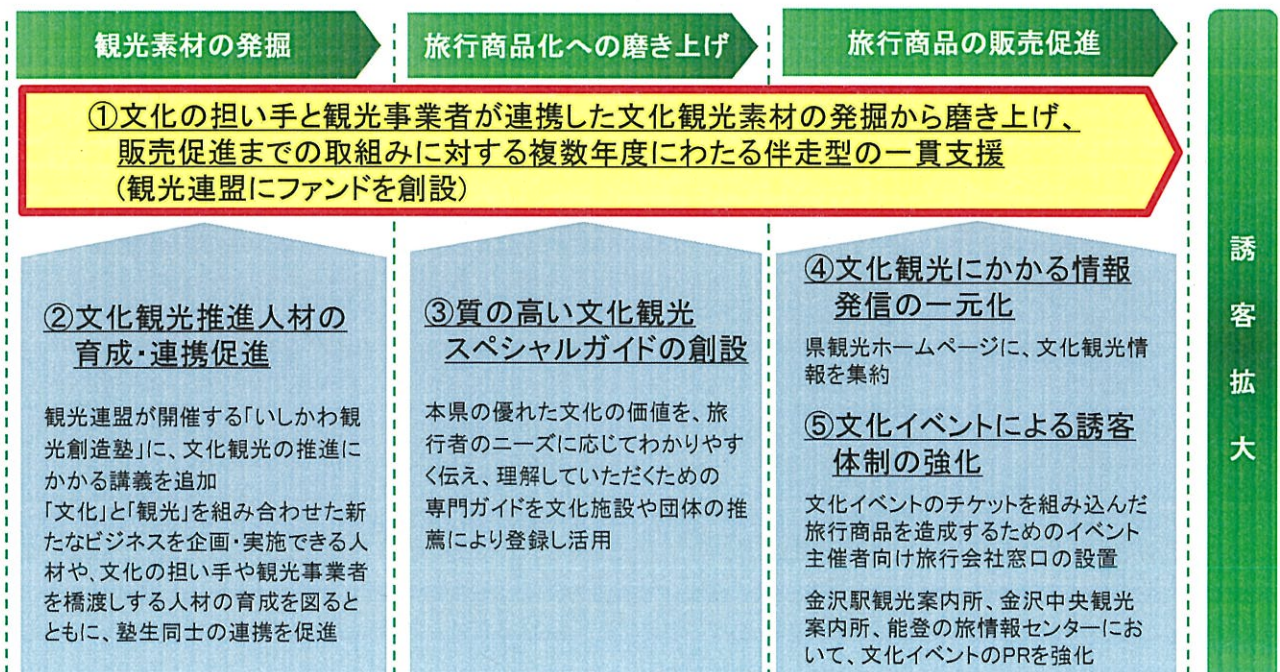


3

1 受け地の魅力づくり

(2) 文化観光の推進

芸術、伝統芸能、伝統工芸、食文化、生活文化やふるさと文化など、本県の多彩な文化資源を最大限活用し、さらなる観光誘客を図るため、「文化の担い手」と「観光事業者」が連携し、本県が有する文化資源の価値の高さをわかりやすく伝え、本県への旅の満足度を高めることにより、文化の担い手と観光業界の双方の発展につなげる。



4

⑥「文化観光推進法」に基づく「兼六園周辺文化の森地域計画」の推進（～R7年度）

- ◎国宝などの美術工芸品を紹介するVRシアターを県立美術館に整備
- ◎兼六園周辺文化の森が有する豊富な文化資源を活用した体験型旅行商品の造成 など



⑦「いしかわ百万石文化祭2023」の機会を捉えた文化観光の推進（R5年度）

令和5年秋に本県で開催する国内最大の文化の祭典である国民文化祭において、本県ならではの幅広い文化の魅力を発信し、国内外から多くの方を受け入れる。

正式名称：第38回国民文化祭、第23回全国障害者芸術・文化祭

キャッチフレーズ：文化絢爛(ぶんかけんらん)

会期：令和5年10月14日(土)～11月26日(日) 44日間

- 開閉会式（開閉会式総合ディレクターに野村萬斎氏を起用）
- リーディング事業（文化資源を活用した観光誘客等を図る大規模イベント）
 - ・宮内庁三の丸尚蔵館が所蔵する石川ゆかりの名品等の展示
 - ・夜の金沢城公園で大規模な光のアートを展示する「チームラボ金沢城 光の祭」など
- 障害者芸術・文化祭事業（障害者も健常者もともに楽しめるイベント）
- 地域文化発信事業（地域の特徴を活かしたイベント(市町が企画)）
- 文化団体事業（全国の文化団体が集う「全国大会」(文化団体が企画)）
- 特別連携事業（プロによる公演等(有料の演劇、クラシック公演等)）



いしかわ百万石文化祭ポスター

1 受け地の魅力づくり

(3) 加賀・能登・金沢各地域での魅力づくり

開業効果の全県波及を図るため、加賀・能登・金沢が一体となった開業記念イベントを開催するとともに、県内全線開業前後の周年事業と連動したイベントを開催し、誘客を促進する。

①「加賀の国広域観光イベント」の開催(主体：加賀地域連携推進会議)

- ◎広域観光情報の発信
 - ・専用ホームページやパンフレット等による情報発信 など
- ◎広域周遊イベントの開催
 - ・歴史や工芸等のテーマ別モバイルスタンプラリーの実施
 - ・SNSを活用したキャンペーンの実施 など
- ◎県内全線開業イベントの開催(R6年度)
 - ・加賀の豊かな自然や九谷焼、山中漆器に代表される伝統工芸などをPRする特別イベントの実施



加賀の国パンフレット

②加賀立国1200年記念イベントの開催(R5年度)(主体：地元自治体)

- ◎全国国府サミットの開催
- ◎歴史コンテンツを活用した旅行商品化による誘客拡大
- ◎記念スタンプラリー等による広域周遊促進

③(仮称)白山総合車両所ビジターセンターを活用した誘客促進(R5年度～)(主体：地元自治体ほか)

- ◎新幹線技術の展示や、専用デッキからの車両所内での点検・整備の見学
- ◎3市1町(白山市、能美市、野々市市、川北町)の観光情報発信、特産品販売
- ◎鉄道や白山の自然をモチーフとした屋内遊具施設、音や光で遊べるデジタル体験
- ◎ビジターセンター周辺のモノづくり企業の見学・体験等を組み込んだ産業観光ツアーの造成
- ◎IRいしかわ鉄道乗車券とビジターセンター入場券をセットにした企画切符の発行



白山総合車両所

④白山手取川ジオパークを活用した誘客促進(R5年度～)(主体：地元自治体)

- ◎地形・地質、自然、歴史文化を体感できるジオツアーの造成促進
- ◎スタディーツーリズムの推進
- ◎専用ホームページやパンフレット、SNS等による情報発信 など

⑤「能登ふるさと博」の開催(主体：能登ふるさと博開催実行委員会)

- ◎広域観光情報の発信
専用ホームページやパンフレット等による情報発信 など
- ◎広域周遊イベントの開催
 - ・食や自然等のテーマ別モバイルスタンプラリーの実施
 - ・SNSを活用したキャンペーンの実施
 - ・奥能登国際芸術祭やSSTRと連携したモバイルスタンプラリー、インスタフォトキャンペーンの実施など
- ◎県内全線開業イベントの開催(R 6 年度)
 - ・里山里海などの能登の魅力を発信する特別イベントの実施



青柏祭

⑥県森林公園開園50周年記念事業(R 5～R 6 年度)

- ◎バーベキュー場・フィールドアスレチック等リニューアルオープン (R 5 年 5 月)
- ◎記念式典、M I S I A 氏名誉園長就任、生活多様性や「L G B T Q +」など人の多様性をテーマとしたイベントの開催 (R 5 年)
- ◎屋内木育施設オープン(R 6 年夏休み前)、「夏の芸術祭」の開催(R 6 年夏) など



県森林公園
大型木製遊具イメージ

⑦冬の夜の金沢を舞台にした誘客イベントの開催(主体：(公社)石川県観光連盟)

- ◎歴史的建造物での音楽・アートをテーマにしたイベントの開催
- ◎泉鏡花生誕150年を記念した特別事業の実施(R 5 年度)



冬の夜のマジカルセッション
2023PRチラシ

⑧兼六園150周年を記念した特別事業(R 6 年度)(主体：兼六園観光協会ほか)

- ◎「金沢城・兼六園四季物語」と連携した特別企画の実施 など



兼六園ライトアップ

⑨本県ゆかりのアニメ関連企業等と連携したイベントの開催(R 5 年度～)

- ◎「アニメフェスタいしかわ(愛称：アニメ・スタいしかわ)」の開催
 - 内 容 ・全国を対象としたアニメアワードの開催
 - 対 象：学生、アニメスタジオなど幅広く募集
 - 審 査 員：本県ゆかりのアニメ監督やアニメ関連企業の関係者 など
 - 募集部門：①ショートアニメーション
 - ②スマホマンガ(webtoon)
 - ③サウンドロゴ(ショートアニメ付)
 - ④アテレコ
 - ・アニメイベントの開催
 - クリエイターズ・ミーティング
 - アニメ声優トークショー、アニソン歌手によるフェス
 - アワード表彰式
 - アニメ原画展
 - 同人誌販売 など

⑩観光タクシーや電動アシスト自転車など多様な三次交通の充実による周遊観光の強化
モデルコースの造成や情報発信の強化

(4) 新幹線新駅を核とした誘客

新たに開業する小松駅、加賀温泉駅を核とした、南加賀エリアへの誘客強化を図る。

- ①新幹線新駅(小松駅・加賀温泉駅)の発車メロディを活用した誘客(R5年度)
◎石川県観光ブランドプロデューサー松任谷由実氏作曲(編曲:松任谷正隆氏)による発車メロディを活用した動画による新幹線新駅等の全国発信

【小松駅・加賀温泉駅の発車メロディの概要】※J R西日本からのプレス発表内容

○小松駅

小松駅に降り立つ人、小松駅を通過する人が、ふと空を見上げて元気になるような、マーチを感じさせる勇気が湧くメロディ

○加賀温泉駅

短いメロディの中にある「加賀」という響きと「温泉」が相まった、いかにも雅で秘めやかな日本の風情が感じられるメロディ



県観光ブランドプロデューサー
松任谷由実氏

- ②新幹線新駅を核とする周遊観光促進(R5年度)
◎電動アシスト自転車を活用した周遊コースの造成 など
- ③新幹線新駅等での開業日イベントの開催(R6年春)
場所 小松駅、加賀温泉駅、金沢駅
内容 伝統芸能や自衛隊音楽隊などによる県内全線開業を祝うイベント
- ④首都圏でのイベント・祭り等への出展を通じた誘客強化(R6年3月)
◎子ども歌舞伎などの芸能や伝統工芸など南加賀エリアの観光魅力のPR など
- ⑤J Rとの連携による人気アニメを活用したミステリーツアーの開催(R6年度)

9

1 受け地の魅力づくり

(5) 広域周遊観光の促進(北陸三県連携)

北陸三県が1時間圏内で行き交うことによる相乗効果を最大限に引き出すため、北陸三県や周辺地域と連携し、周遊の仕掛けづくりと情報発信に取り組み、広域周遊観光の促進を図る。

- ①新幹線敦賀開業記念広域観光ガイドブックの発行(R5年度)

発行時期: R6年3月(開業直前)

対象エリア: 石川県、富山県、福井県、岐阜県、長野県

- ②隣県の観光案内所との連携(R5年度～)

◎観光パンフレットの相互配架 など

- ③北陸三県周遊観光の推進(R4年度～)

◎デジタルスタンプラリーの実施

- ④北陸DCを見据えたJ R西日本の観光型MaaSと連携した広域周遊観光の促進

※J R西日本による観光型MaaS「tabiwa(タビワ)」がR4年12月から北陸エリアで利用開始

【MaaS (Mobility as a Service)】

地域住民や旅行者一人ひとりのトリップ単位での移動ニーズに対応して、複数の公共交通やそれ以外の移動サービスを最適に組み合わせる検索・予約・決済を一括で行うサービス

- ⑤静岡・富山県との連携による日本三霊山をテーマとする誘客の促進(R5年度～)

三霊山の歴史を学ぶシンポジウムや写真展の開催、三霊山を周遊する旅行キャンペーンの実施 など

- ⑥並行在来線連携による新幹線敦賀開業記念キャンペーンの実施(R6年3月～)

◎共通フリー切符の発売

◎スタンプラリーの共同実施

◎車内広告を活用した北陸三県相互の観光PR

◎富山県の観光列車「一万三千尺物語」の敦賀までの運行

◎イベント列車の北陸三県共同運行



「まっぷる」



観光列車「一万三千尺物語」

10

1 受け地の魅力づくり



(6) 県内全線開業の気運醸成とおもてなしの向上

県内全線開業に向けて、延伸地域の加賀エリアをはじめとして、県内での開業気運の醸成を図るとともに、全県あげて、心溢れるお出迎えをするため、旅行者に対するおもてなしの向上を図る。

① 県内全線開業の気運醸成

- ◎ 県内全線開業PRキャラバンの実施(R4～R5年度)
ラッピングカー及びひやくまんさんによる県内全域への出向宣伝
- ◎ 県内全線開業公式SNS(Twitter、Instagram等)・ファンクラブを活用した情報提供(R4～R5年度)
開業気運を盛り上げるためのタイムリーで話題性に富んだ情報を発信
- ◎ カウントダウンフォーラムの開催(R4～R5年度)
金沢：約1年前(R5.3.18)、能登：約200日前、加賀：約100日前
県内全線開業に向けた取組み紹介、著名人によるトークショー、
北陸新幹線いしかわ全線開業PRサポーター「ほくりくアイドル部」による開業応援ソング披露 など
- ◎ 新幹線特別展(R5年度)
金沢(県立図書館)、加賀、能登
鉄道模型や制服等の展示、運転シミュレーター・ミニ新幹線乗車体験 など
- ◎ 試験車両歓迎セレモニー(R5年度) 場所：小松駅、加賀温泉駅
- ◎ カウントダウンボードの設置(R5年度) 設置場所：金沢駅、小松駅、加賀温泉駅、能登等県内各地
- ◎ 新駅見学会(R5年度) 場所：小松駅、加賀温泉駅
- ◎ 日本郵便北陸支社との連携による気運醸成(R5年12月頃)
新規開業エリアでの記念レターの発行、県民による県外在住者への記念レターの送付
- ◎ 開業直前イベントの開催(R6年2月頃)
場所：木場潟公園 内容：花火等により演出するカウントダウンイベント

11

R4年度	R5年度			
	4～6月	7～9月	10～12月	1～3月
■ 県内全線開業PRキャラバン  <開業PRキャラバン>	■ カウントダウンフォーラム(金沢)  <カウントダウンフォーラム>	■ 新幹線特別展(金沢: 県立図書館) ■ 試験車両歓迎セレモニー(小松駅、加賀温泉駅) ■ カウントダウンボード設置(金沢駅、小松駅、加賀温泉駅、能登等県内各地)	■ 新幹線特別展(加賀) ■ 試験車両歓迎セレモニー(小松駅、加賀温泉駅) ■ カウントダウンボード設置(金沢駅、小松駅、加賀温泉駅、能登等県内各地)	■ カウントダウンフォーラム(加賀) ■ 新幹線特別展(能登) ■ 新駅見学会(小松駅・加賀温泉駅) ■ 開業記念レター発行 ■ 開業直前イベント(木場潟公園)
				北陸新幹線 県内全線開業

② おもてなしの向上

- ◎ 県民・民間事業者による「おもてなし講座」への講師派遣(H22年度～)
- ◎ 新幹線新駅等の観光案内所スタッフ合同研修会の実施(R5年度)
- ◎ 北陸三県の首都圏アンテナショップの観光案内スタッフによる合同研修会の実施(R5年度)

12

1 受け地の魅力づくり

(7)「乗り換えの不便さを旅の楽しさに」変える仕掛けづくり

関西・中京圏からは移動時間が短縮される一方で、敦賀駅で乗り換えが発生するというマイナスイメージを払拭するため、新幹線の快適性や車窓からの眺めなど、新幹線に乗ること自体の楽しみや新幹線から乗り継ぐ電車等に乗る楽しみをPRする。

①北陸新幹線敦賀・金沢間の見所(木場潟越しの白山眺望など)のPR(R6年度～)

◎ホームページやSNS、パンフレット等での車窓からの白山眺望等の紹介

②観光列車等を活用した魅力づくり(R6年度)

◎富山県の観光列車「一万三千尺物語」の敦賀までの運行(再掲)

◎「花嫁のれん」の運行拡充

◎「能登かがり火」のイベント列車運行

◎「のと里山里海号」のイベント列車運行



「花嫁のれん」

「能登かがり火」

「のと里山里海号」

③敦賀駅での乗り換え時間を活用した旅のワクワク感を高める魅力発信

◎駅のデジタルサイネージなどを活用した観光魅力の発信

(8) 外国人向けの受入環境づくり

インバウンドの本格的な回復や、令和7年の大阪・関西万博を見据え、ターゲット市場のニーズに対応した情報発信を行うとともに、専門家を活用して、外国人のニーズを踏まえた観光コンテンツの充実を図り、長期滞在の促進や質を重視した誘客など、インバウンドによる経済効果の拡大を図る。

①SNS等を活用した魅力ある観光情報の発信(R2年度～)

②観光レップの設置による米国市場の開拓(R4年度～)

◎現地旅行会社やメディア等への観光情報の提供、商品造成の働き掛け

③外国人向け観光コンテンツの開発(R3年度～)

◎専門家を活用した観光事業者向け研修会の開催、観光コンテンツの磨き上げ支援

④高付加価値旅行者の誘客強化(R5年度～)

◎現地旅行会社等の招へいによる旅行商品造成、報奨旅行向けコンテンツの充実

13

1 受け地の魅力づくり

(9) 県内全線開業に向けた先導的プロジェクト推進事業 (～R5年度)

県内全線開業に向け、民間団体が行う地域資源の磨き上げと発信の取り組みを支援することで、開業効果を最大限に引き出す。

<H30年度採択事業>

- ◎加賀四湯を訪問した観光客の周遊性を高めるための環境整備
- ◎加賀の歴史・文化を体験できるサイクリングガイドツアー
- ◎九谷焼工房の観光受入
- ◎外国人観光客に対応した歌舞伎上演に向けた環境整備
- ◎発信力のある著名シェフによるイベントを通じた地元食材のPR
- ◎白山の観光資源を素材とした観光PRムービー制作
- ◎食文化、外国人対応接客など外国人受入環境のPR
- ◎地元の人しか知らない飲食店の魅力発信
- ◎能登在住女性による能登の魅力発信
- ◎奥能登の酒蔵が連携した地酒の魅力発信
- ◎春蘭の里の魅力を体験できるサイクリングツアーの体制整備

<R3年度採択事業>

- ◎加賀海岸で体験できる野外スポーツと食をセットとしたツアー
- ◎「北國とおり町」のブランド化と賑わい創出
- ◎「縁起のいいまち」をコンセプトにした観光プランの造成
- ◎浅野川「三流し」を新たな金沢の風物詩とした体験観光プラン
- ◎アニメーションと音声技術を活用した兼六園の新感覚ガイド
- ◎加賀友禅検定の創設による交流人口拡大
- ◎eマウンテンバイクと体験型キャンプをセットにした観光プランの造成
- ◎羽咋千里浜のブランド化による能登への交流人口拡大
- ◎「地酒と料理が旨い！いしかわ」の魅力発信
- ◎「いしかわの魚」の魅力発信

14

2 効果的な情報発信

(1) マスメディアを活用した情報発信(北陸三県連携)

北陸新幹線の敦賀延伸に向け、首都圏等のメディアに対し、北陸三県共同により、季節毎に、食や歴史、文化、祭りなど旬の観光素材を紹介し、効果的にメディアへの露出の拡大を図る。

北陸三県共同による首都圏でのメディア向けPR会議の開催(R4年度～)

内容 旬の観光素材の説明、個別商談など ※年2回程度
参加者 メディア：テレビ(制作会社)、雑誌、WEBメディア
地 元：北陸三県の観光事業者、市町 など



北陸観光PR会議(R4)

(2) JRの開業プロモーションと連動した集中的な情報発信

令和5年秋から本格化するJRによる開業情報の発信に合わせ、三大都市圏において、集中的かつ戦略的なPRを展開する。

PRにあたっては、市町等と連携して一体的に情報発信するとともに、敦賀開業の注目度を高めるため、本県ゆかりの企業等とのタイアップによるインパクトのあるPRを展開する。

①新幹線新駅等での開業日イベントの開催(R6年春)(再掲)

②本県ゆかりの企業等とのタイアップによるPR(R5年度～)

- ◎DMM.comとのタイアップによる若年層向けのPR
- ◎吉本興業とのタイアップによる関西・中京圏のメディアを活用したPR

③本県を舞台に制作される映画とのタイアップによるPR(R5年度)

- ◎映画の舞台となったスポットを巡るPRツール等の制作
- 連携例：「スパイスより愛をこめて。」(R5年6月公開)、「君は放課後インソムニア」(R5年6月公開)、「レディ加賀」(R5年秋以降公開)

15

④観光物産展「いしかわ百万石物語展」の開催

会場：三大都市圏 など
内容：観光PRコーナー設置(パンフレット配布、アンケート実施)
ひゃくまんさん出演 など

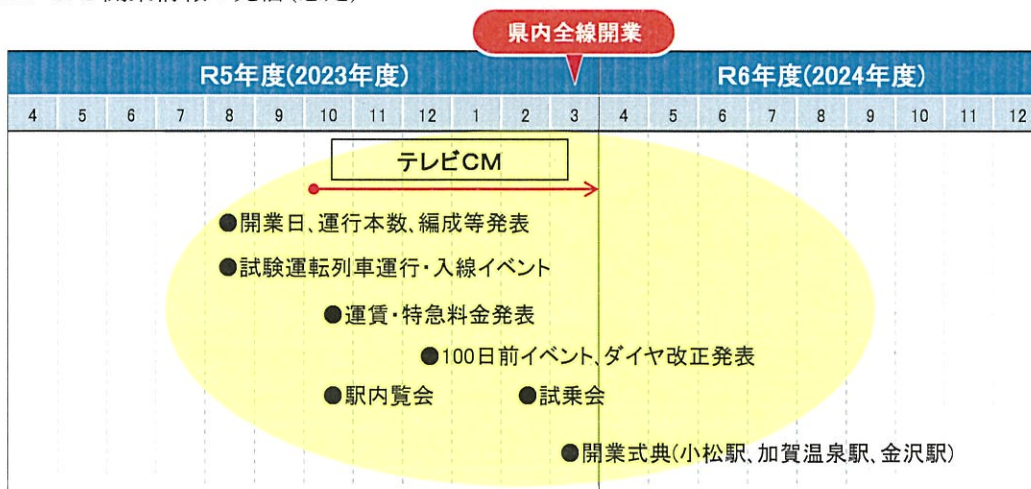


いしかわ百万石物語展

⑤県観光ホームページのリニューアル(R5年度)

内容：県観光ホームページをリニューアルし、文化観光情報の一元化や市町サイトとの連携を強化するとともに、閲覧データの収集・分析を強化し、多様化する旅行者のニーズに対応した情報発信の充実を図る。

< JRによる開業情報の発信(想定) >

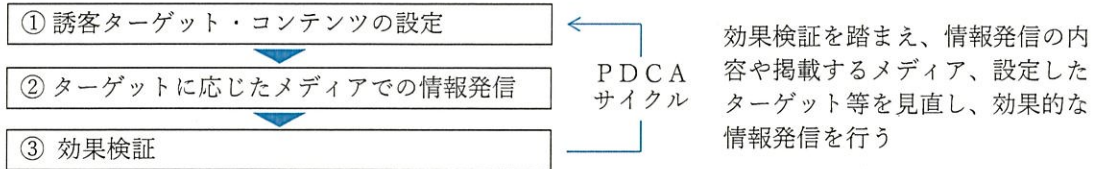


16

(3) デジタルマーケティングを活用した効果的な情報発信と施策の強化

人流データやSNSなどのビッグデータを活用したデジタルマーケティングを推進し、データに基づくターゲットの設定やメディア選定を行った上で、ターゲットに適したメディアでの情報発信を行うとともに、データ分析・活用による効果検証を行うことで、多様化する旅行者ニーズに応じて、きめ細かく効果的に本県の観光情報を発信する。

《デジタルマーケティングを活用した事業の流れ》



【情報発信の例】

＜ターゲットの年齢や興味・関心を意識した情報発信＞

◎雑誌の活用

ターゲットの年齢層や興味・関心によって適切な雑誌を選択して情報発信

◎インターネット・SNSの活用

情報入手手段として、インターネットやSNSの利用率が高い若年層をターゲットに情報発信

＜ターゲットの居住エリアを意識した情報発信＞

鉄道を中心に、旅行会社や百貨店など幅広く事業展開している大手私鉄グループとの連携による情報発信

＜ターゲットへのインパクトのある情報発信＞

県ゆかりの著名人(俳優、歌手、作家、スポーツ選手、力士、映画監督など)と連携した情報発信 など

17

(4) 大規模イベントへの出展(北陸三県等連携)

北陸三県等の連携により、首都圏や関西圏で開催される大規模イベントに出展し、県内全線開業と北陸の魅力をPRし、誘客を図る。

＜出展するイベントの例＞

- ◎「ツーリズムEXPOジャパン」への出展 (R5年：大阪)
- ◎「ふるさと祭り東京」への出展 (R6年1月：東京ドーム)
- ◎「食博覧会」への出展 (R7年：大阪)
- ◎大阪・関西万博の関連イベントへの出展



ツーリズムEXPO2022

(5) 三大都市圏の観光案内所等を核とした発信強化

北陸新幹線敦賀開業により、三大都市圏から本県への移動時間が短縮されることから、三大都市圏に設置している観光案内拠点施設等での発信を強化し、誘客の促進を図る。

◎三大都市圏の観光案内所における発信強化

- ・首都圏アンテナショップにおける情報発信の強化 ※R6年3月移転開業予定
場所 東京駅八重洲口付近(大型複合施設「東京ミッドタウン八重洲」に隣接)
- ・北陸三県連携による関西圏での情報発信拠点の設置 ※R6年7月開業予定
場所 大阪駅西地区(梅田3丁目)の商業施設「KITTE大阪」2階
内容 三県の観光情報発信、各県の特産品販売、三県合同でのイベント開催 など
- ・名古屋観光案内所における情報発信の強化 ※R6年春移転開業予定

◎三大都市圏等の大手旅行会社の主要店舗に配置している「いしかわ観光コンシェルジュ」による情報発信

- ＜参考＞コンシェルジュの配置予定(R5年度) ※中国地方は新規配置
計9店舗 (首都圏3店舗、関西圏3店舗、中京圏1店舗、中国地方2店舗)
大手旅行会社(3社)：JTB、近畿日本ツーリスト、日本旅行



いしかわ観光コンシェルジュ

18

3 誘客キャンペーン

(1) J R連携による誘客キャンペーンの実施(北陸三県連携)

従来から実施している北陸三県とJ R連携による通年キャンペーンや、令和6年秋の「北陸デスティネーションキャンペーン(北陸DC)」、さらには、令和7年の金沢開業10周年キャンペーンを実施していくことで、北陸への誘客促進を図る。

①北陸三県とJ R連携による通年キャンペーンの継続実施

(参考)H29からキャンペーンを通年化

- 「日本の美は、北陸にあり。」キャンペーン (4～11月)
- ジャパニーズビューティ北陸キャンペーン (12～3月)
- 「かにを食べに北陸へ。」キャンペーン (11～3月)



北陸物語パンフ

②北陸DCの実施

R5年度 ○北陸プレDC実施(10～12月)

パンフレット、ポスター等によるPR
専用旅行商品の造成・販売

○北陸DC全国宣伝販売促進会議開催(R5秋/福井県)

参集者 全国の大手旅行会社造成担当者など
内容 全体会議、商談会、懇親会、現地視察など



プレDCパンフ(H26)

R6年度 ○北陸DC実施(10～12月)

- ・オープニングイベントの開催(10月/石川県)
- ・デスティネーションキャンペーンイベントの開催(R6秋/富山県)
- ・テレビCM放映
- ・パンフレット、ポスターなどによるPR
- ・専用旅行商品の造成・販売



DC全国宣伝販売促進会議(H26)

R7年度 ○アフターDC実施



DCオープニングイベント(H27)

③金沢開業10周年、県内全線開業1周年を記念したキャンペーンの実施(R7年度)

3 誘客キャンペーン

(2) 大手旅行会社の全国的な誘客キャンペーンの実施(三県連携)(R4年度～6年度)

北陸三県連携により、大手旅行会社の全国的な誘客キャンペーンを継続的に実施していくことで、北陸新幹線敦賀延伸を強力にPRし、開業効果の最大化を図る。

令和4年度から、令和6年秋の北陸DCまで切れ目なく、大手旅行会社の全国的な誘客キャンペーンを実施

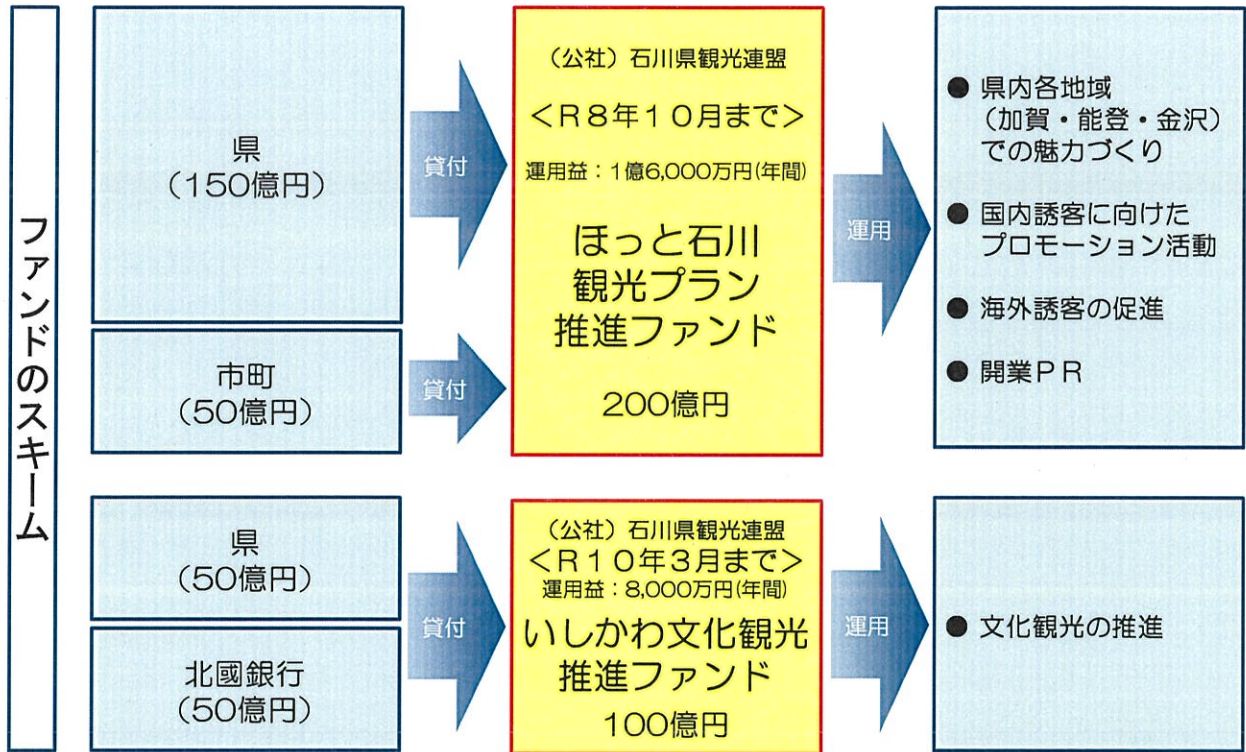
<誘客キャンペーンの実施計画>

区分	県内全線開業			
	R4年度 (2022年度)	R5年度 (2023年度)	R6年度 (2024年度)	R7年度 (2025年度)
北陸DC		プレDC		アフターDC(予定)
通年キャンペーン	日本の美は、北陸にあり。キャンペーン JBH	日本の美は、北陸にあり。キャンペーン JBH	日本の美は、北陸にあり。キャンペーン JBH	日本の美は、北陸にあり。キャンペーン JBH 県内全線開業1周年CP 金沢開業10周年CP
大手旅行会社誘客キャンペーン	大手旅行会社の誘客キャンペーンの実施			
	阪急交通社 魅力再発見北陸キャンペーン	近畿日本ツーリストクラブ「ツーリズムニッポン」旅列島北陸キャンペーン	読売旅行 読売ロマンの旅in北陸	大手旅行会社(調整中)

※ R5年度以降の「日本の美は、北陸にあり。」キャンペーン及びジャパニーズビューティ北陸(JBH)キャンペーンについては開催を要望中

4 財源対策

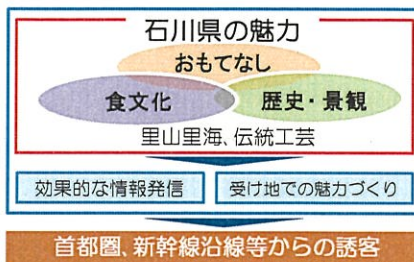
- ・ 県内全線開業効果の最大化に向けた財源対策として「ほっと石川観光プラン推進ファンド」を活用
- ・ 文化観光の推進に向けた財源対策として、文化観光に特化した新たなファンドを創設



北陸新幹線金沢開業時の取組み - 「新幹線開業 P R 戦略実行プラン」の策定 -

実行プランの概要

- **対象期間** H25年度～29年度(5ヵ年) ※重点期間：H25～27(開業前後3ヵ年)
- **目的** ・開業効果の県内全域への波及
・リピーターの獲得
- **取組方針** 本県の魅力である「おもてなし」、「食文化」、「歴史・景観」に加え、里山里海、伝統工芸等あらゆる資源を活用し、首都圏等への「効果的な情報発信」・「受け地での魅力づくり」に戦略的に取り組む。



主な取組内容

1 効果的な情報発信

- ◆ **話題性・インパクトのあるキャンペーンの展開**
 - ◎「日本橋・京橋まつり」での情報発信(H25～27)
 - ◎「ふるさと祭り東京」への出展拡大(H27)
- ◆ **旬の場所での情報発信**
 - ◎東京駅周辺での開業PRキャンペーン
 - ・「KITTE」でのOEKとのタイアップによる開業PR(H25～26)
 - ・東京駅構内商業施設での「いしかわマルシェ」等の開催(H25～27)
- ◆ **県物産協会等とのタイアップによる情報発信**
 - ◎北陸新幹線沿線百貨店での観光物産展(H25～28)
- ◆ **エリア・ターゲットを絞った情報発信**
 - ◎東急グループとタイアップした東急沿線地域からの誘客(H27・28)
 - ◎東京大学五月祭での若者向けの情報発信(H27)
 - ◎女性読者に支持される雑誌社(㈱世界文化社)とのタイアップによる情報発信(H26～27)
 - ◎若い女性に大きな影響力を持つ雑誌社(スターツ出版㈱)との連携による情報発信(H26)
- ◆ **その他首都圏等における情報発信**
 - ◎マスコットキャラクター「ひやくまんさん」の制作・活用(H25～)
 - ◎石川県観光ブランドプロデューサーの設置(H27～)



2 受け地での魅力づくり

- ◆ **地域の観光案内所の機能強化**
 - ◎金沢駅観光案内所の機能強化(H27)
- ◆ **石川の魅力を体感できる開業イベント**
 - ◎いしかわ百万石・金沢祭り(H27)
 - ◎いしかわ百万石・加賀祭り(H27)
 - ◎加賀温泉駅、サイエンスヒルズこまつ、白山比咩神社 等
 - ◎いしかわ百万石・能登祭り(H27)
 - ◎輪島塗会館、珠洲焼館、一本杉通り商店街 等
- ◆ **県内広域観光の推進**
 - ◎いしかわ旅行商品プロモーション会議の開催(H26～)
 - ◎北陸DC全国宣伝販売促進会議の開催(H26)
 - ◎北陸デスティネーションキャンペーン(北陸DC)の開催(H27)
 - ◎「ELECTRIC LIGHT SYMPHONY」の開催(H27)
 - ◎石川の観光素材を活かした着地型旅行商品の造成支援(H28)
- ◆ **観光客のニーズや嗜好に応じた石川の魅力発信**
 - ◎初めての観光客向け・リピーター観光客向けガイドブック作成(H26～)



金沢開業効果の持続要因

※観光事業者や有識者など様々な意見を聴取して下記の4つに集約

1. 移動時間の大幅短縮で、首都圏在住者にとって心理的に身近で気軽な観光地になったこと

⇒ CMなどJRの広報戦略と連携した首都圏での開業PR(H26)
(日本橋・京橋まつり、東急グループタイアップ、雑誌社タイアップなど)

2. 国内外からの旅行者にとって、日本らしい魅力的な観光資源(食、歴史的街並み、伝統工芸・芸能、自然・景観)が集積し、飽きさせない厚みがあること

⇒ いしかわ旅行商品プロモーション会議の開催(H26～)など

3. 開業以降、切れ目なく実施しているJR・北陸三県連携の誘客キャンペーンにより、情報発信・旅行商品が充実したこと

⇒ JR連携による北陸デスティネーションキャンペーン(H27)
通年誘客キャンペーン開催(H29～) など

4. テレビなど全国的なメディアへの露出が大幅に増加し、また、観光客がSNSにより観光情報を拡散していることが、国内外からの旅行需要を喚起したこと

⇒ SNSを活用した情報発信や県内イベントにおける魅力発信(H30～) 等

金沢開業後の観光入込客数の推移

- ・金沢開業により、平成27年の観光入込客数は目標値である2,500万人を達成
- ・一方で令和2～3年は、新型コロナの感染拡大により、県内宿泊施設の入込みは大きく減少

◆観光入込客数の推移

区 分	金沢開業 H27.3						敦賀開業 R6.3					R 7年 目標値	H27比	
	H26年	H27年	H26比	H28年	H29年	H30年	R 1年	H27比	R 2年	R 3年	R 4 ～ R 6			
観光入込客数	21,611	25,018	115.8%	24,588	24,753	24,915	24,899	99.5%	13,252	12,307		30,000	119.9%	
三大都市圏	うち首都圏	2,419	4,542	187.8%	4,269	4,135	4,182	4,134	91.0%	2,164	1,967		7,000	154.1%
	関西・中京圏	4,484	4,717	105.2%	4,742	4,742	4,737	4,659	98.8%	2,503	2,333		6,000	127.2%
	計	6,903	9,259	134.1%	9,011	8,877	8,919	8,793	95.0%	4,667	4,300		13,000	140.4%
うち外国人宿泊者数	294	363	123.5%	529	606	684	767	211.3%	97	8		1,000	275.5%	

◆コロナ禍における宿泊施設の状況(R1～R3)

区 分	R 1年	R 2年		R 3年		R 4年 (速報値)	
		R 1比	R 1比	R 1比	R 1比		
主要7温泉地	2,778	1,620	58.3%	1,176	42.3%	1,762	63.4%
金沢市内主要7ホテル	562	274	48.9%	250	44.5%	415	73.8%

観光産業の持続・回復に向けた需要喚起策

- ・令和2年度以降、新型コロナウイルス感染症の影響により疲弊した観光産業を支援するため、感染状況を踏まえつつ、県独自や国の事業と連携した需要喚起策を実施してきた。
- ・3年以上にわたるコロナ禍で厳しい経営状況が続く観光産業の復活を図るため、令和4年度も引き続き、県民旅行割を実施するとともに、10月11日からは、全国を対象とした需要喚起策を実施している。

<コロナ禍における需要喚起策>

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
R2年度	緊急事態宣言 (4/16～5/14)		県民割 (6/8～8/30)		GoToトラベル(全国対象) (7/22～12/27)			緊急事態宣言 (三大都市圏)		県民割 (3/19～)		
R3年度	県民割 (～4/27)	ステージⅢ・Ⅳ まん延防止等 重点措置 (4/26～6/13)		県民 旅行割 (7/1～ 7/30)	ステージⅣ まん延防止等 重点措置 (7/28～9/30)		県民旅行割 (10/8～1/26)			まん延 防止等 重点措置 (1/27～ 3/21)	県民 旅行割 (3/22～)	
R4年度	県民旅行割 (北信越・中部ブロックへ順次拡大) (～10/10(GW除く))						全国旅行支援 (10/11～12/27)			全国旅行支援 (1/10～3/31)		
R5年度	全国旅行支援 (4/1～6/30) ※予算額に達し次第 予約受付終了											