

新潟県観光の動向とインバウンド

3 回生 鍋島旭寛

1 はじめに

『雪国』こと新潟県における観光の意義とは何であろうか？ 寒冷地方というと人口流出や不経済といった前時代的なマイナスのイメージが付きまとう。それは、かつての日本でも一般的だった出稼ぎ労働者の多くが、寒冷地方出身だったことに由来する。「日本の地誌6 首都圏Ⅱ」(2009年 岩田ほか)によれば、1925年の全国の出稼ぎ労働者75.5万人のうち、新潟県出身者だけでおよそ20%にも達する。農業に不向きな寒冷地方において農家の収入は一般的な水準より概ね低くなるため、新潟の農業従事者は冬季の農閑期には関東地方へ出稼ぎにゆくのが普通であった。

現在、日本のお出稼ぎ労働者の数は過去と比べ激減している。農業従事者の減少・兼業農家化が、その大きな理由として挙げられよう。また、冬季の無雪道路化によって就労の幅が増え、新潟県に住みながらでも遠距離の職場へ通勤できるようになった。かつての出稼ぎは工業関係が中心で、現在の新潟県でも第二次産業の従事者は多い。とはいえ工場立地の都合上、第二次産業の雇用捻出効果が及ばない地域は依然として存在する。離島や降雪の影響を受けやすい中山間地域がそうである。観光振興の意義とは、このような地域で雇用効果を産みだし、さらには故郷の魅力を再発見することで、マイナスイメージや都会への気後れを払拭することにあるのではないだろうか。

現在、日本政府は観光立国なる目標を掲げ、国および地方の活性化を図っている。新潟県が推進する観光戦略も当然ながら政府の戦略に則ったものであり、やはり注目されるのは訪日観光客の動向であろう。急速に発展を続けるアジア地域からの観光需要に応えることで経済振興や国民同士の相互理解がすすむことが期待されている。国の外を見据えようと思えば国内の内を見つめ直すことは避けられず、国際観光を考えるにあたっては各々が自国ひいては地域の強みを再確認する姿勢が必要となる。

本稿では基本的な統計やヒアリング調査を通じて得た情報を踏まえつつ、新潟県観光の現状と動向を考察していく。

2 新潟県の観光特性

まず統計を用いて新潟県の観光について概観する。図1は新潟県全体の観光入込客数の推移を示したものである。使用した「新潟県観光統計情報 2005年～2015年」は新潟県が「観光庁が定めた観光客入込客数統計に関する共通基準(2008年度12月観光庁策定)」を用いて推計した統計情報で、2009年から適用された。したがって、2008年以前とは統計の

推計方法・結果に若干の相違がある。また、2009年1月～3月の数値は2010年の数値から補填されたものである。

これをみると震災のあった2011年に数値が一度落ち込むものの、全体としては微小な変化に過ぎず、また次年度から順調に回復をみせ、県全体としては安定した経年変化を辿っている。近年において新潟県は、集客力を低下させることなく魅力を維持できていると判断できる。

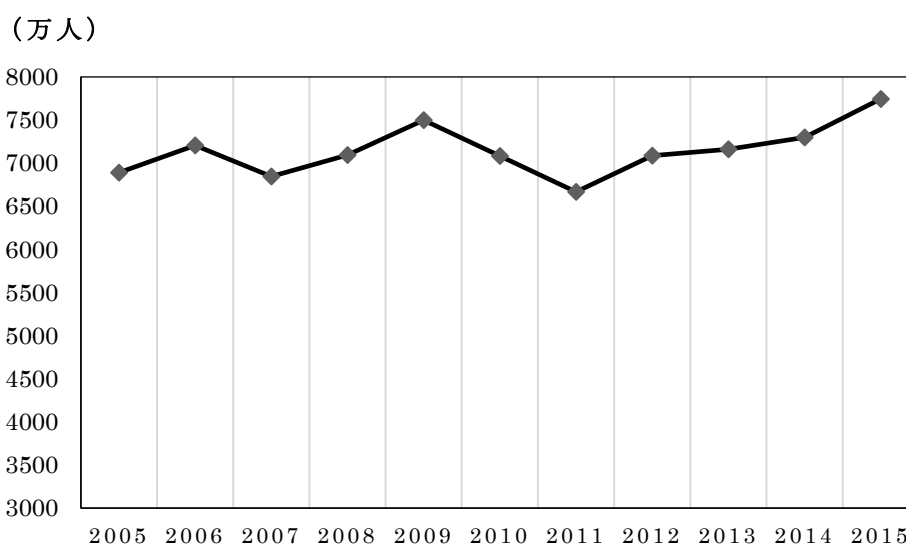


図1 新潟県における観光入込客数（「新潟県観光統計情報 2005年～2015年」より作成）

図2は2015年の新潟県の月別観光客数および、その目的内訳をみたものである。ここでいう観光の目的とは、入込客数を報告した観光地点の属性によって一律的に分類したものである。2009年以降の統計情報では「自然」「歴史・文化」「温泉・健康」「スポーツ・レクリエーション」「都市型観光」「その他」「行祭事・イベント」という7種の分類がなされているが、ここでは数値の大きい上位三分類、すなわち「行祭事・イベント」「スポーツ・レクリエーション」「都市型観光」のみを特記し、それ以外を全て「その他」として集計している。

まず全体をみると、8月が他月と比べて2倍近くの観光客数を集めている。8月における主要な観光目的は「行祭事・イベント」であり、これが占める割合を他月と比べると8月のみが突出して高い。この結果には下越地方の長岡市で行われる日本三大花火大会の一つで百万人近い来場者を集める「長岡まつり」が大きく関与しており、そのほか長期休暇の観光客を対象としたイベント等によって数値が大きく底上げされている。

とはいえ「行祭事・イベント」には、観光地それ自体の特性を色濃く反映しているとはいえないところがあるのではないかと。なぜならば「行祭事・イベント」についてのみ、それをするにはその地でなければならぬ、という必然性が薄い事例が多いと思われる。

るからである。例えば、ライブコンサートや博覧会等は、たまたまその地域に誘致されたというべきだし、開催は多くの場合、不定期である。花火大会といった祭事も、絶対にその地でやるべき、という束縛は本質的に無いのではないか(雪まつりのような自然環境に依存するものもあるが)。無論、長岡まつり等は新潟県の歴史ある文化である以上、それ単体で大いに研究の価値があることは確かだが、新潟県の観光地としての特性を探ろうという本章では、例外として考慮の外に置くこともやむを得まい。

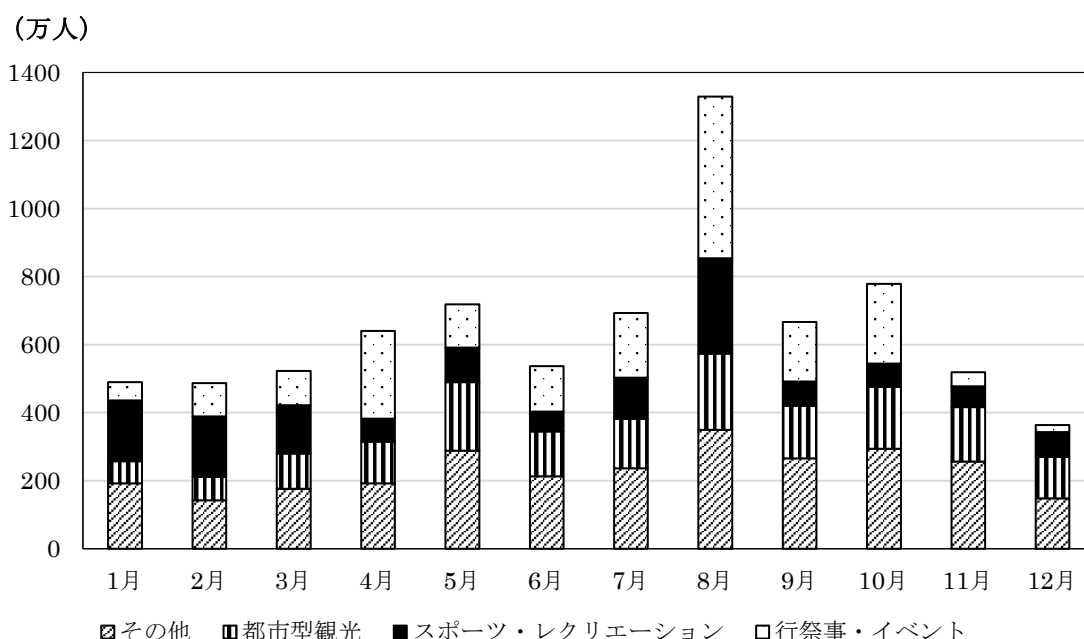


図2 2015年度新潟県月別観光客数とその目的内訳(「新潟県統計情報2015年」より作成)

さて、「行祭事・イベント」の数値を除いてグラフを再度みると、やはり8月が他月よりも若干多いとはいえ、1年を通して各月の差が小さくなっている。目的の内訳をみると1月～3月及び8月に「スポーツ・レクリエーション」が多いことが特筆できよう。

8月の「スポーツ・レクリエーション」が多い理由としては、海水浴場の入込客数によるところが大きい。図3は新潟県の海水浴場入込客を示したものである。新潟県は7月～8月の夏季期間中に200万～300万もの海水浴客を安定して集めている。天候によって数値は増減し、ここ数年で最も値の少ない2014年においては、台風接近に加えて天候不順の気温低下により、かき入れどきの入込が伸び悩んだ。

一方、1月～3月の「スポーツ・レクリエーション」が多い理由はスキー客によるもので

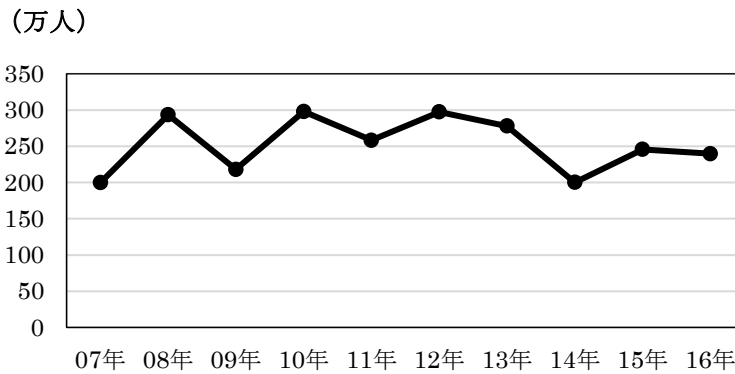


図3 海水浴場入込客数の推移（「新潟県観光統計情報 2007年～2016年」より作成）

あり、これこそが雪国たる新潟県の最も特徴的な点だといえる。降雪量には海岸地域と内陸部で大きな差があり、内陸の魚沼地域（県南東部。魚沼市、十日町市、南魚沼市、津南町、湯沢町）は、豪雪地帯対策特別措置法において、最も雪深い「特別豪雪地帯」に全域が指定されている。各地域の月別観光客の実数値を示した図4をみると、8月の観光客が突出しているのは前述の通りとして、魚沼地域では1～3月の観光客が相対的に多く、2月は総観光客数が圧倒的に多い下越地域をも抜きトップになっている。

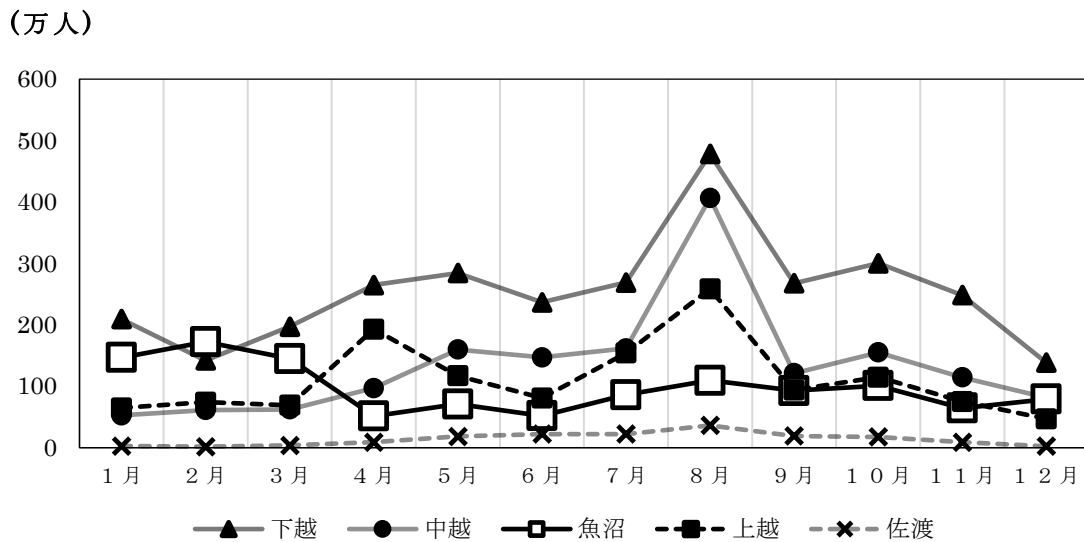


図4 各地域の月別観光客数 2012～2015年平均（「新潟県観光統計情報 2012年～2015年」より作成）

次に図5は各地域の観光客が年間を通し、どの月に集中しているかをみたグラフである。魚沼以外の地域では8月への観光客の集中が顕著である。一方、魚沼地域でも8月は小さなピークを形作っているが、その比率は10%を切っている。他方、他地域が軒並み低い値

となっている1月～3月において、魚沼地域だけが突出した高い数値となっている。このことから、新潟県観光において魚沼地域が極めて特徴的な地域であることは明らかであろう。冬季1～3月に観光客はその季節性から前述のようにスキー客と考えられるが、図6は地域別にスキー客の数値を示し比較したものである。これをみると、上越、中越、下越（つまり佐渡と魚沼地域とを除く新潟県全域）のスキー客を合算しても魚沼地域の半数にも満たないことがわかる。

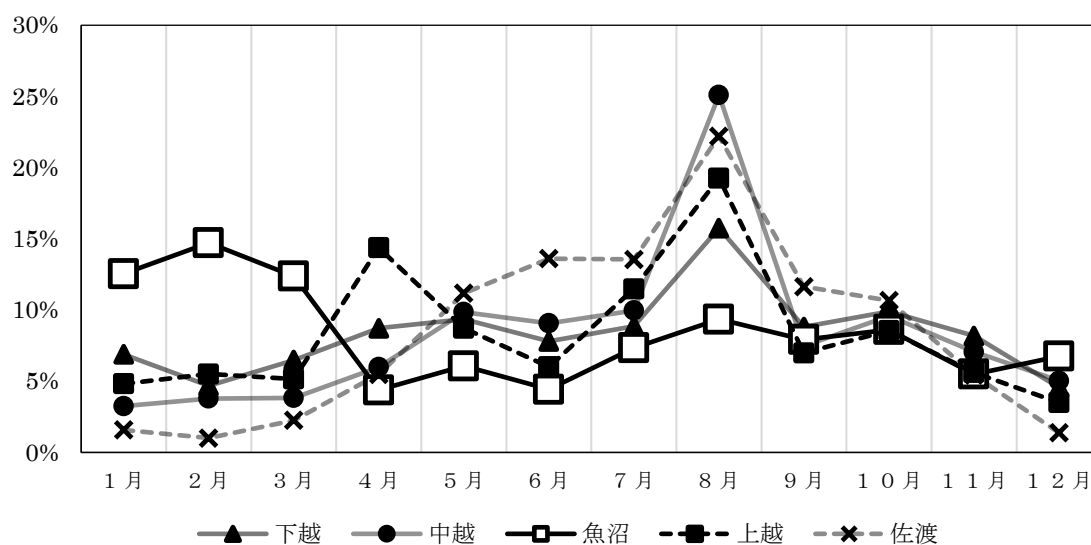


図5 各地域の月別観光客数／通年観光客数の値（「新潟県観光統計情報2015年」より作成）

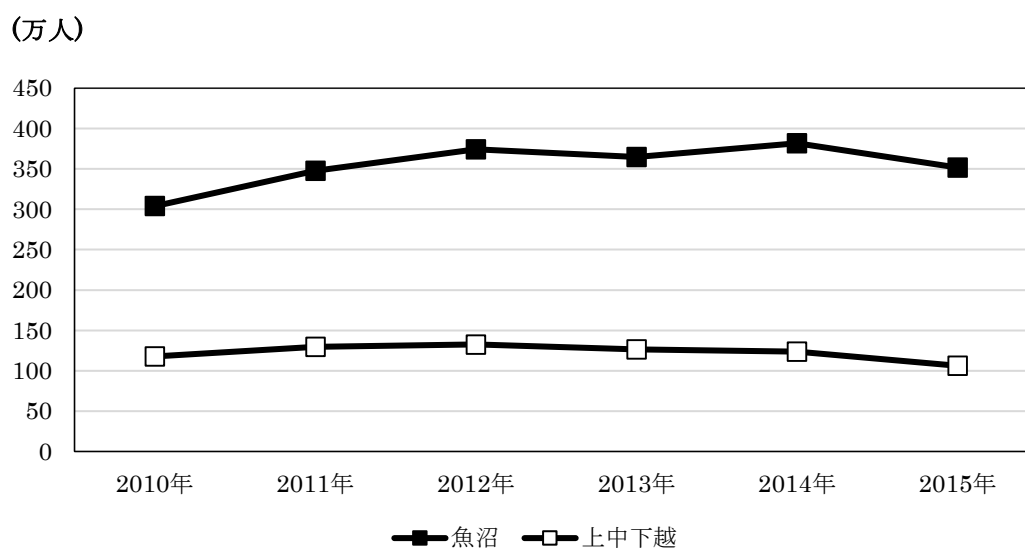


図6 各地域のスキー客数推移およびその比較（「新潟県観光統計情報2010年～2015年」より作成）

まとめると、「行祭事・イベント」客を除いた新潟県の観光客数は、1年を通して月ごとの差が小さい値となっている。その内訳をみると1～3月および8月の「スポーツ・レクリエーション」客割合が高く、これはそれぞれスキー客と海水浴客が新潟県に多く訪れていることを示している。降雪量が多いという環境を活かすスキー観光業は、特に内陸の魚沼地域で盛んであり、他地域とは違う強みをもっている。

次章では魚沼地域で最も冬季観光業の盛んな湯沢町について見ていく。

3 新潟県・湯沢町の観光とインバウンド

湯沢町は魚沼地域の南端に位置する山間の町である。図7は冬季のスキー観光客の推移を新潟県、魚沼地域(2ヵ年のみ)、湯沢町の地域別にみたものである。

これをみると湯沢町だけで新潟県全体のスキー客のうち約半数を占めている。魚沼地域を構成する5つの市町村は各々が特別豪雪地域に指定されており湯沢町はこれらのうち2番目に面積が小さい。それほど狭い地域に、2015年には24万人ものスキー客が集まっているのである。これは新潟県全体(約46万人)の約5割、魚沼地域全体(35万人)の約7割という値である。

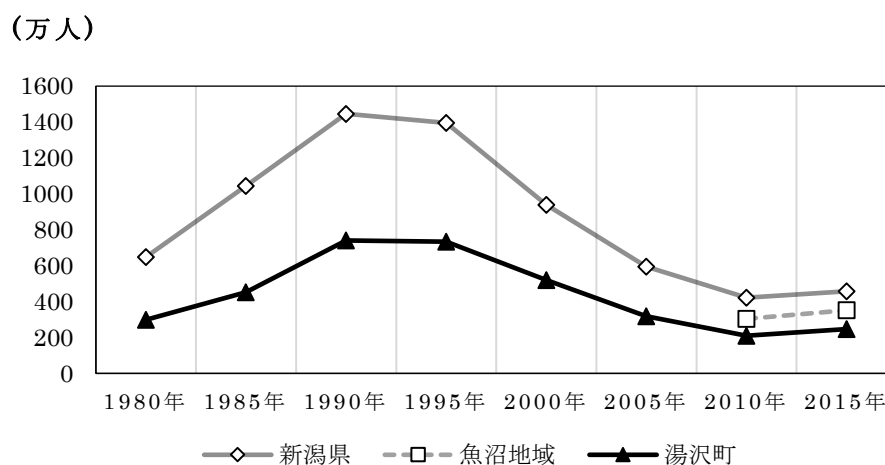


図7 新潟県と魚沼地域および湯沢町のスキー客推移（「新潟県観光庁資料」および「湯沢町統計資料」より作成）

もともと湯沢町は、川端康成の小説でも知られる通り、温泉観光地であった。岩田ほか(2009)によればスキー観光の活発化は交通革新に起因するという。1937年当時、越後湯沢駅—東京駅間は昼間の急行で4時間14分かかっていた。それが上越線の電化以降、徐々に時間は縮まってゆき、1965年では2時間42分、1982年には大宮乗換の新幹線が開通して1時間53分に、1985年には新幹線が上野まで直通して1時間18分にまで短縮された。こ

れによって首都圏と隣接したスノーリゾート地としての地位を築いたとされる。

ところで、国内スキー観光は全盛期である 1990 年代以降徐々に衰退し、現在のスキー客は当時の半分以下にまで落ち込んでしまった。新潟県について示した図 7 をみてもスキー客の減少は著しく、これは新潟県とくに湯沢町にとっては死活問題である。図 8 は湯沢町の観光客数推移を示したものであるが、スキー観光の変動に合わせて湯沢町全体の観光客も激減している。すなわち、スキー観光の衰退は、そのまま湯沢町全体の観光が衰退する結果に繋がっている。

図 1 で、ここ 10 年は県全体としては安定して観光客を集めていることを示したが、対象として 2005 年以降はスキー観光客減少の底が見えてからのことである。しかしブームが過ぎてしまった以上、これから国内スキー客を再度大量に呼び込むということは難しい。そこで新潟県および湯沢町が採った策というのが国外客の誘致であった。

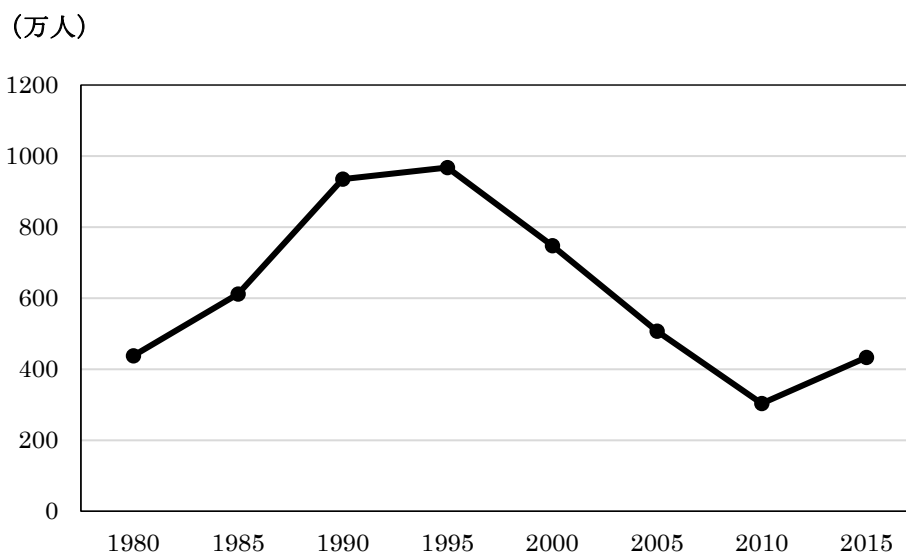


図 8 湯沢町の観光客数推移（「湯沢町統計資料」より作成）

4 新潟県・湯沢町の観光戦略とその成果

新潟県が「新潟県観光立県推進条例第 10 条」に基づいて 2009 年に作成した「新潟県観光立県推進行動計画（愛称：うまさぎっしり・魅せる新潟アクションプラン）」によれば、観光振興施策を構成する三本柱の中に「外国人旅行者・コンベンション誘致のための施策」が採用されている。ここでは県が取り組むものとして、

- ・海外旅行会社の招聘
- ・パンフレットやホームページ・地図といった情報媒体の多言語化

等が挙げられており、現在、県の観光情報は英語・繁体字(台湾)・簡体字(中国)・ロシア語・韓国語の5ヶ国語に翻訳されている。一方、湯沢町の観光情報は英語・繁体字・簡体字・韓国語・タイ語・インドネシア語の6ヶ国語を中心に整備が進んでいる(写真1)。

各パンフレットではオールシーズン、四季折々の魅力を伝えてはいるものの、やはり目を引くのは冬景色の写真や記述であろう。



左から英語・繁体字・簡体字・韓国語



左インドネシア語（グリーンシーズン仕様）裏はウィンターシーズン仕様 右タイ語

写真1 湯沢町の観光パンフレット

湯沢町では上記の県による「新潟県観光立県推進行動計画」の策定と時を同じくして観光協会内に「インバウンド誘致委員会」を設置した。委員会が推進する第一期計画（2009年～2012年）と第二期計画（2013年～）の主な内容を表1に示す。

表1 インバウンド誘致委員会の計画内容

	誘客対象地域	主な事業
第一期計画 (09～12年)	台湾、香港に加え中国を中心とした 東アジア	○上海・南京地域訪問 ○旅行代理店・メディア招聘 ○簡体字、繁体字、韓国語 パンフレット整備
第二期計画 (13年～)	第一期計画に加え、タイ・オーストラリア・ インドネシアに範囲を拡大	○タイ・オーストラリア訪問 ○旅行代理店・メディア・大使 館招聘 ○タイ語・インドネシア語 パンフレット整備

2015年、湯沢町観光協会は15の招聘事業に参加し、そのうち8つが県主催で、2つが国土交通省の北越信越運輸局、1つが民間団体のえちご魚沼観光開発協議会、残り4つが湯沢町観光協会の共催・主催した事業となっている。招聘事業では主にアジアを中心とする各国の旅行会社、経済有力者、メディア等を招いて町内視察をしてもらうと共に観光説明会・交流会を開き、新潟観光のアピールを行った。とくに湯沢町観光協会は、単独でインドネシア公使と大使館職員を招へいし、人的ネットワークの構築を図った。インドネシアへの注力が第二期計画では掲げられており、世界三位の人口をもち近年の経済発展も目覚ましいインドネシアの今後とも増加していくであろう中間層の獲得を狙っている。

前述の民間団体、えちご魚沼観光開発協議会が主催したのは、国際大学生招聘・モニターツアーである。このような事業ではSNSの活用が重要である。2016年に湯沢町等で実施された県内留学生対象の無料モニターツアーでは、その募集要項に応募資格として「Facebookを頻繁に更新しており『友達』が50人程度登録してあること」「モニターツアー中に5回以上内容を更新すること」等が明記されている。母国に住む留学生の家族・友人といった海外コミュニティへのアプローチを狙ったものであろう。湯沢町は訪日観光客のSNSを利用した宣伝活動を援助するため、2015年12月から越後湯沢駅構内の広域観光情報センターで海外観光客の国内スマートフォン利用を可能とするSIMカードのレンタル事業を開始した。SNSの宣伝効果には湯沢町観光協会も注目しており、添乗員を連れた訪日団体客よりも個人客が増加していることから、より詳しい湯沢町の魅力、観光情報がS

NSのロコミを通じて世界に発信されてゆくことを期待している。協会自身はインドネシア大使館の協力を得てインドネシア語 Facebook で情報発信を続けている。

2015年に湯沢町が参加した8つの訪問事業のうち、4つは県主導、もう4つが自主事業である。観光協会の自主事業ではオーストラリア・タイ・インドネシアの博覧会に参加し、さらに旅行代理店を訪問して湯沢町をアピールした。タイの旅行博出展は三年目、インドネシアの旅行博出展は初で、より一層の成果を観光協会は期待している。また中国には町長・議長・商工団体・観光関係者ら14名が訪問し、中国行政・観光関係者との意見交換会、有力旅行代理店訪問と商談会を行った。

では実際に、ここ数年で訪日客がどの程度増加したのかを見ていく。図9は新潟県および湯沢町の訪日宿泊客数の推移を示したものである。近年、訪日宿泊客は1年ごとに数十%の割合で増加しており、2012～2015年の4年間で新潟県全体では2.65倍、湯沢町では3.10倍にまで激増した。

図10は湯沢町の訪日スキー客の推移を示したものである。これをみると2012年以降の増加が顕著で、2013年から2014年では57%、2014年から2015年では66%の大幅な増加率となっている。

湯沢町のインバウンド誘致委員会が第二期計画を始動したのは2013年以降であり、それは図9および10の訪日宿泊客激増の時期とも合致している。とはいえ、これは第二期計画の影響とするよりも、それ以前からの活動が実を結んだ結果と考えたほうが自然である。

ともあれ新潟県や湯沢町の観光推進計画が一定の成果を上げているのは事実であろう。

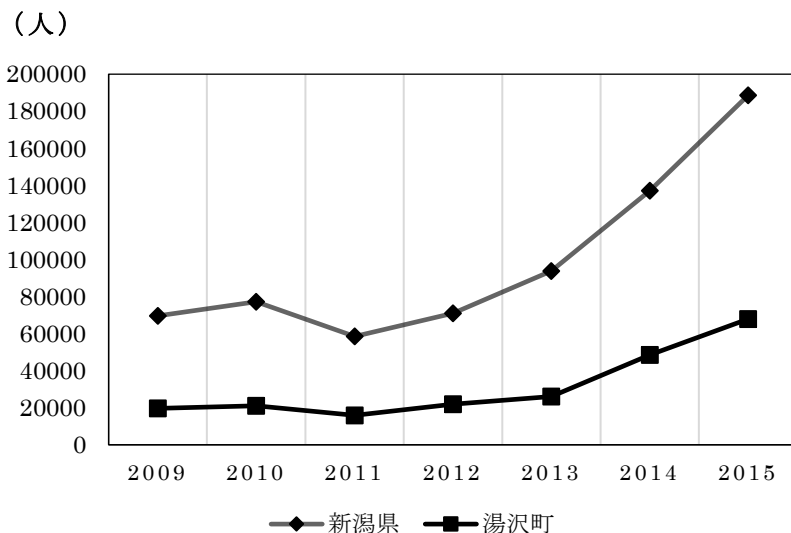


図9 訪日宿泊客の推移（「新潟県観光統計情報」および「湯沢町観光協会資料」より作成）

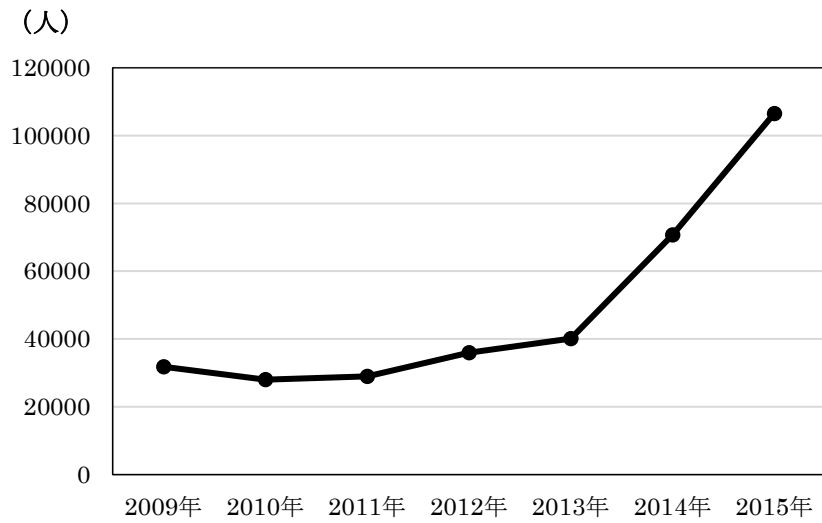


図 10 湯沢町の訪日スキー客の推移 (「湯沢町観光協会資料」より作成)

なお図 11 は訪日宿泊客の国籍を示したものである。訪日宿泊客の大多数はアジア地域からの観光客が占めている。新潟県全体で見ると台湾人が最も多く(20%)、次いでオーストラリア、中国人が多い。一方、湯沢町では同じく台湾人宿泊客が最多を占めるが、県全体の20%に対し 40%と高い比率を示す。また湯沢町では台湾に次いで香港人が 15%程度を占め、これも県全体の比率より高くなっている。他方、県全体では多かったオーストラリア人、

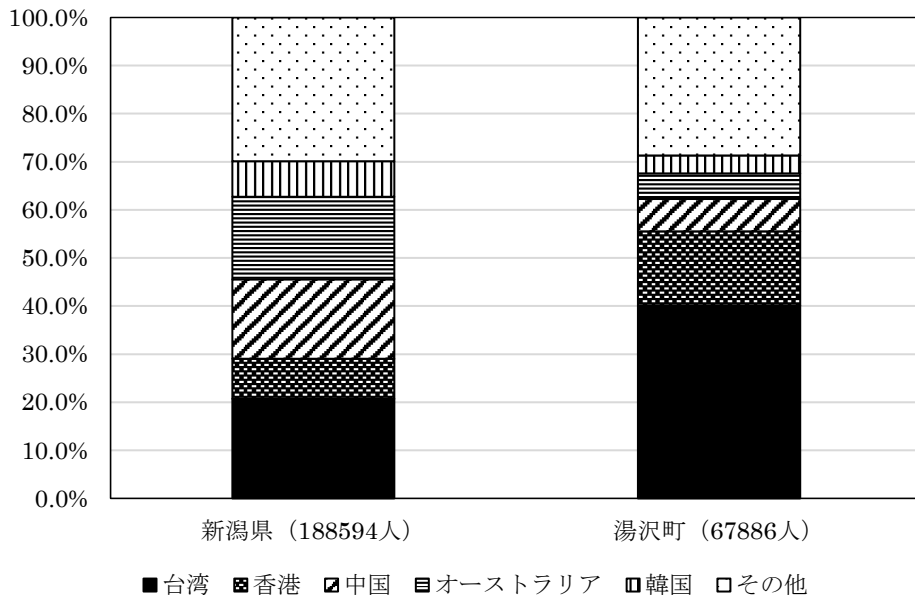


図 11 訪日宿泊客の国籍 (「新潟県観光統計情報 2015 年」及び「湯沢町観光協会資料」より作成)

中国人宿泊客が湯沢町では少ない。インドネシアと同じく、人口や経済規模からみれば中国も湯沢町にとっては今後有望な市場であるといえる。

また、やはり台湾や香港という降雪の珍しい地域や、雪が降らない地域（東南アジア）からの観光客が湯沢町では多い。図 11 の「その他」に含まれるシンガポール人（3269 人）やタイ人（3191 人）はオーストラリア人（3586 人）に次ぐ数字であり、韓国人（2541 人）より多い。湯沢町を訪れる訪日観光客は雪に慣れていない場合が多いため、スキー以外にも雪遊びや雪見を中心とするサービスが大変好評を博しているという。すっかり国内客が離れてしまったスキー観光であるが、いまだに外国客の雪需要は高いようだ。新潟県や湯沢町の観光関係者は、海外へ向けた宣伝を活発に行ってきた。図 9, 10 で示した訪日観光客の増加という結果は、それらの戦略が有効的であったことを示している。

5 考察

観光協会内でのヒアリング調査によって、湯沢町の訪日観光客は、それ以前に訪日経験のあるリピーターが多いようだという意見が得られた。湯沢町の訪日宿泊客は台湾と香港人だけで過半数を占める。図 12 で示す観光庁 27 年度「訪日外国人消費動向調査」をみると、訪日外国人の来日回数について、全国籍・地域の平均値が「来日 1 回目：41.3%」なのに対し、台湾と香港の値は、それぞれ「来日 1 回目：20.7%」「来日 1 回目：18.1%」と低い。その代わりに来日 4～9 回目、および来日 10 回目以上の数値が、台湾・香港は平均よりも高くなっている。これは全国の主要な空港でのアンケートから得られた統計であり、これをそのまま湯沢町に当てはめることはできないが、全体の傾向として台湾および香港人訪日客の訪日回数が多いことは事実である。湯沢町のような地方都市を訪れる外国人観光客の場合、その訪日経験者比率が東京といった主要都市の訪日客と比較して高いとすれば、結果

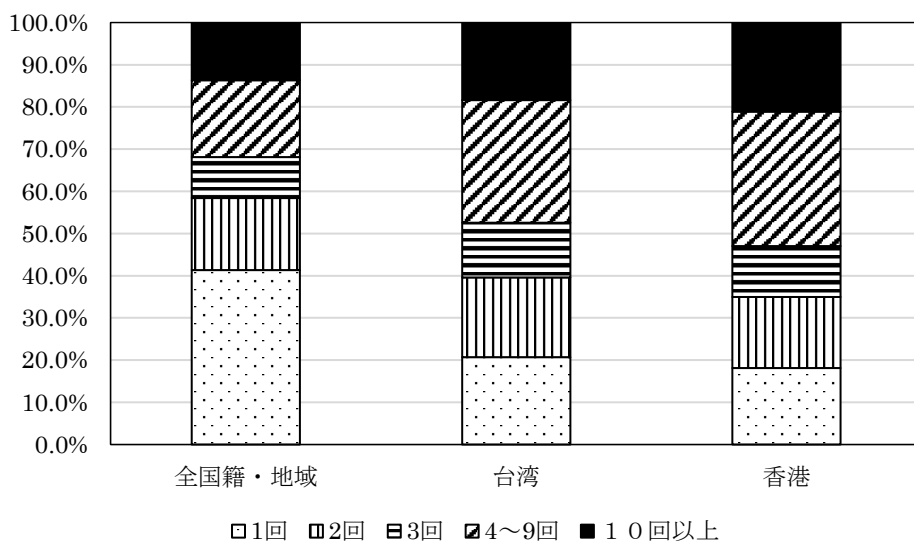


図 12 訪日外国人の来日回数（「観光庁訪日外国人消費動向調査 2015 年」より作成）

的に図 11 のように地方都市で訪日回数の多い台湾・香港人の割合が大きくなるのは自然とも考えられるが、手元にある資料ではあくまで予想の域を出ない。東京～大阪といった日本観光のゴールデンルートを経験した訪日客が、リピーターとして今度は地方へ目を向けるようになってきたというのが妥当な推論であれば、これは湯沢町にとって追い風となる。

訪日観光客増加のためリピーターを意識し、その維持と増加を狙うというのは、至極妥当な手段である。近年、マーケティングの分野では「水漏れバケツ論」という考え方が一般的となっている(喜多野、2000年)。つまり新規顧客の大量獲得と大量離反を繰り返すよりは、顧客の離反を防ぐことにリソースを費やし、少しずつでも安定したリピーターを増やしていく方が結果的には利益がでるという考えである。これは観光・インバウンドの分野でも例外でなく、がむしゃらに新規顧客を増やすよりは、日本をよく知る外国人に何度でも訪日してもらう方が効率的なのである。

新潟県が策定した「新潟県観光立県推進行動計画」にも観光振興施策を進める上での基本認識として「1.地域に対する誇りと愛着を持つことのできる地域づくりの促進」や「3.観光消費額の向上」と並んで「2.リピーターの確保」が挙げられている。1は地域住民をはじめとする関係者のアイデンティティの確立、と言いかえることができよう。2の前提としては国内観光客の減少に加えて他地域との競争が念頭にあり、地域の強みを自覚し誇りを持つという1の認識は極めて有効である。県と観光協会が注力している招聘・訪問事業の目的とは地域の価値を内外にアピールすることに他ならないからだ。

リピーターの確保は「3.観光消費額の向上」とも密接に関係している。石原によればアメリカの実証的な研究で、リピーター数つまり顧客維持率を増やした場合、大幅な利益増加がもたらされるということが分かったという。すなわち「顧客維持率を5%高めた場合、各種業種における顧客一人当たりの価値は、どれだけ増加するか？」という問いに対し、最も高い広告代理店で95%、最も低いソフトウェア・サービスですら35%もの増加という結果がでた。残念ながら観光業については調査されていないものの、リピーターが観光消費額を飛躍的に増加させるであろう事は想像に難くない。特定商品のファンであるリピーターの価値が高い理由の1つとして、喜多野はリピーターによる自主的な宣伝活動による新規顧客の獲得を挙げている。観光分野の場合はSNS等を活用した口コミによる連鎖的な観光客増加が、これに当てはまるだろう。

顧客維持の対象が外国人であることも、新潟にとっては大きな意味がある。雪遊びに慣れておらず、また長距離の旅を経て日本へ訪れる外国人は、国内の顧客と比べると装備の点において貧弱である。つまり外国人は雪遊びに必要な道具を現地で購入もしくはレンタルする必要がある。そのうえ国外観光客は、国内観光客に比べ東京のような大都市からの日帰りというのが少ない。安上がりでない外国人リピーターは、何重もの意味で貴重であり、見かけの数値以上に利益を産んでいるものと思われる。

6 まとめ

新潟県の観光は冬季のスキー観光によって特徴づけられる。日本国内ではスキーブームが過ぎ去ったこと、高齢化による人口減少を踏まえると、国内からのスキー客が今後大きく増えるという事はあまり期待できない。そのため新潟県やスキー観光の中心地である湯沢町は国外観光客の誘致を推進した。その結果、2012年から2015年の4年間で湯沢町では訪日観光客が約3倍に増加し、年毎にスキー客が激増している。新潟県と湯沢町は同地を訪れた訪日観光客をリピーターとして増加・維持することに力を注いでおり、台湾・香港といったこれまでの集客対象地に加えて中国・インドネシアといった未開拓地への可能性にも注目している。今後、よりいっそう新潟の観光地としての価値を高めていこうと考えた場合、冬季だけではなく新潟観光の魅力をいっそう発信してゆくことが肝要と思われる。

—謝辞—

本稿を作成するにあたり、湯沢町観光協会の上村信男様、新潟県産業労働観光部観光局・交流企画課の高橋尚子様、新潟県産業労働観光部観光局観光振興課・広域・国際観光室の佐藤悠介様、新潟県産業労働観光部観光局観光振興課・宣伝企画グループの川崎誠様には、お忙しい中にも関わらず大変お世話になりました。ここに記してお礼申し上げます。

●参考文献

岩田修二・石井英也・斎藤功 2009 『日本の地誌6 首都圏Ⅱ』朝倉出版, p528～552
喜多野武次 2000. 集客のためのオルタナティブ・マーケティング 石原照敏・吉兼秀夫
安福恵美子 編 『新しい観光と地域社会』, 古今書院 p 18～28

新潟県観光統計情報 <http://www.pref.niigata.lg.jp/koryu/1245960085415.html>

観光統計 湯沢町 https://www.town.yuzawa.lg.jp/kanko/kankou/kankou_toukei.html

観光庁 訪日外国人消費動向調査 2015年

<http://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/toukei/syouthityousa.html>