

福井県の観光産業に関する現状と一考察

禿 寿

仁愛大学人間学部

Study on the Current State of the Tourism Industry in Fukui Prefecture

Hisashi TOKU

Faculty of Human Studies, Jin-ai University

我が国において観光産業は、経済や雇用を語る上では欠くことのできない重要な産業である。福井県においても、中部縦貫自動車道県内区間の開通、北陸新幹線福井・敦賀間開業といった誘客拡大の好機が目前に迫っている中、観光の現状について知ることは重要である。

本論では、はじめに観光とはいったいどのような産業なのかを明らかにし、その後、国外からの観光客と国内からの観光客に分け、それぞれの観光客動態と経済動態を確認した。その結果、2013 年以降我が国全体として外国人観光客は大きく増加している一方で、本県への外国人観光客は大きく増加をしていない。しかし、コロナ禍を経て国内からの観光客は増加傾向にあるというのが本県の現状であるということが分かった。そして今後、本県における観光産業が持続的に発展をしていくためのアプローチを述べる。

キーワード：観光産業，地方創生，福井県

はじめに

1. 観光産業とは
2. 外国人観光客の観光客動態からみた観光産業
3. 外国人観光客の経済動態からみた観光産業
4. 国内観光客からみた観光産業

おわりに

はじめに

2003 年、我が国は「住んでよし、訪れてよしの国造り」を基本理念とした「観光立国宣言」をし、長らく国家的課題とはみなされていなかった観光産業が大きな課題となった。我が国において観光産業は、力強い経済を取り戻すための重要な基幹産業である。国土交通省（2013）によると、観光産業とは、旅行業、旅行業者代理業、ツアーオペレーターと呼ばれる宿泊施設・食事・交通手段等の手配業、添乗サービス業、ホテル・旅館等の宿泊業のほか、運輸業、娯楽施設、

小売店・飲食店、製造業など非常に幅広い分野に及び、広範な経済波及効果や雇用誘発効果が期待される産業のことである。我が国では 2006 年に観光立国推進基本法が制定され、観光は 21 世紀における重要な政策の柱として初めて明確に位置付けられた。観光産業は経済波及効果が大きいことが知られており、国土交通省（2021）によるとコロナ禍ⁱの 2020 年において 29.2 兆円の旅行消費による経済波及効果は、我が国において生産波及効果 55.8 兆円（5.3%：対国民経済計算, 2019 年産出額）、付加価値誘発効果 28.4 兆円（5.1

%:対2019年名目GDP),雇用誘発効果456万人(6.6%:対2019年全国就業者数)と、各指標の構成比に占める割合も高く、観光産業がGDPだけでなく雇用の面においても重要な産業であることがわかる。

また、観光産業というのは、我が国だけでなく世界的にみても成長性の高い産業である。独立行政法人国際協力機構(2018)によると、世界の海外観光客数は、ここ20年の間、右肩上がりですべて伸びており、2000年には6億8000万人だった海外観光客数が2017年には13億2200万人と倍増している。観光産業が世界の雇用に占める割合も高く、間接的および誘発的な影響を含めると3億1300万人以上になり、世界の雇用の9.9%と、10人に1人が観光産業に関わる職業についている。

本県においても、北陸新幹線福井・敦賀間開業ⁱⁱや中部縦貫自動車道県内区間開通ⁱⁱⁱといった誘客拡大の好機が目前に迫っている中、本県は「ふくい観光ビジョン^{iv}」を掲げ、『観光でここをひとつに、活力ある地域の創造～ふくいブームの創出からムーブメント、文化へ～』を基本理念に地域の観光産業の発展に取り組んでいる。

2003年の観光立国宣言以降、重点課題として意識され始めた我が国の観光産業だが、福井県の観光産業はどのように成長し、限りある資源で今後どこに力を入れていくべきなのであろうか。本稿の目的は、今後伸びていくと予想されている観光産業において、我が国ならびに本県の観光産業が置かれている立場を確認し、その課題を明らかにすることである。そして本県の観光産業が持続的に発展をしていくためのアプローチを示す。

1. 観光産業とは

観光とは

我が国には、1963年制定の観光基本法や2006年制定の観光立国推進基本法などの観光に携わる法律があるが、「観光」とはなにかについて定義されていない。『広辞苑(第七版)』によれば、観光とは、「他の土地を視察すること」としてあり、観光地とは「名勝や史跡、温泉などに恵まれ、多くの観光客が集まる土地」としてある。また大橋(2013)では、観光とは他の動物

には見られない人間特有のものであり人為的なものとしている。そして、観光の重要な要素として「人が動く」ことであり、観光業の真義は「人を動かす」ところにあるとしている。つまり、観光の本義とは「人がその土地に動く」ことである。したがって、観光地のことを本で読むことや、インターネットで調べること、自宅からVR(Virtual Reality^v)技術で体験するということは観光ではない。

我が国では、いまだ定義されていない「観光」であるが、観光の世界的機関であるUNWTO(2008)によると、Tourism(和訳:観光)とは以下のように定義されている。

“A visitor is a traveller taking a trip to a main destination outside his/her usual environment, for less than a year, for any main purpose (business, leisure or other personal purpose) other than to be employed by a resident entity in the country or place visited. These trips taken by visitors qualify as tourism trips. Tourism refers to the activity of visitors.”

つまり、Tourismとは旅行より限定されたもので、旅行者が通常環境から1年未満で且つ訪問先で稼得を目的とした雇用以外の目的で旅行するものとなる。したがって、旅行・滞在の最低期間を定めていないためレジャー目的ではないビジネス目的での旅行も観光にあたる。本論において、観光の定義を上記のUNWTOと同義のものとして扱うとする^{vi}。

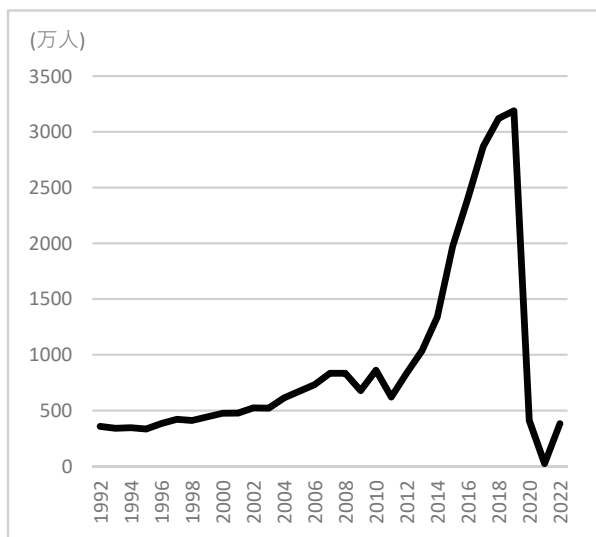
観光についての定義を確認できたところで、次節では、人々が観光をする動機、そして観光客動態からみた観光産業について確認をしていく。

2. 外国人観光客の観光客動態からみた観光産業

はじめに人々が観光をする動機について、大橋(2013)は、観光動機が「なにか新しいことを知りたい、観たい、経験・体験したいという欲求」と、「日常生活から脱却あるいは逃避したいという欲求」の二点に大別されるとしている。観光地の宣伝・広報などでは、前者の方に重点を置くことが多いが、実際には、日常生活から脱却あるいは逃避したいという場

合も多くある。大橋（2013）の考えによると、地元の人が地元の観光地に足を運んでも、それは日常生活からの脱却にはつながらない。つまり、観光とは非日常の追求である。この「非日常の追求」ということをしっかりと踏まえたうえで、本県だけが持っている・作り出せる可能性のある「非日常」について考えていかなければならない。初めに国外からの観光客について確認をしていく。

図1は、1992年から2022年まで30年間の訪日外客数^{vii}の推移である。本論では、訪日外客を外国人観光客と定義する。

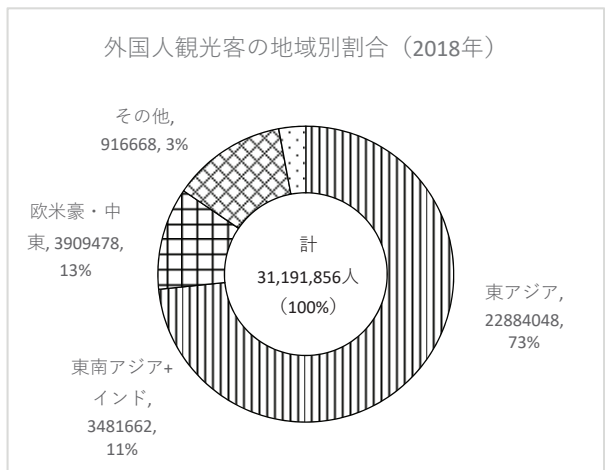
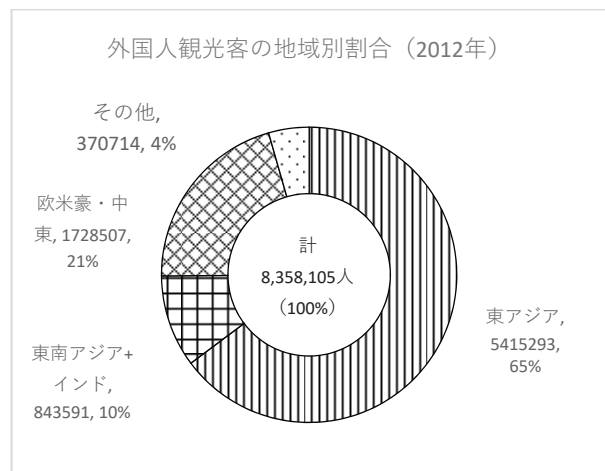


出所：日本政府観光局（JNTO）「訪日外客統計」より著者作成

図1 外国人観光客の推移（1992-2022年）

2003年の観光立国宣言以降、外国人観光客が右肩上がりで増加していったことが確認できる。2009年と2011年に一時的に外国人観光客が減少しているが、2009年はSARS（重症急性呼吸器症候群）が世界で感染拡大し、WHO（世界保健機関）から「グローバルアラート」が出された影響を受けており、外国人観光客数の上位を占める韓国や台湾から訪れる人数が減少したためである。また2011年に再び減少している要因は、東日本大震災が発生したことによる地震災害への恐れと福島第一原子力発電所事故により起きた安心・安全に対する懸念が原因である。2020年から外国人観光客が減少している要因は、2023年現在、新型コロナウイルス感染症と呼ばれているCOVID-19（Coronavirus disease 2019）が世界

中で猛威を振るったためである。我が国だけでなく、世界中で外国人の入国制限や入国後の行動制限する取り組みが行われ、自由な外国旅行は実質不可能となった。我が国でもこのような動きは見られ、2020年3月6日から行われ^{viii}、一部外国人の上陸拒否や行動制限が2023年4月29日まで続いた^{ix}。外国人観光客数が一時的に減少している要因を確認した。次に2012年から2018年まで我が国への外国人観光客数が著しく増加している要因について確認をしていく。



出所：日本政府観光局（JNTO）「日本の観光統計データ」より著者作成

図2 外国人観光客の地域別割合

図2は、2012年と2018年における地域別訪日外国人観光客数の割合である。2012年において、訪日外国人観光客総数はおおよそ800万人であり、構成比でみると東アジアからの観光客数が全体の65%を占め、次いで欧州豪・中東の21%、東南アジアおよびインドの10%となっている。2018年には、観光客総数がおおよそ3200万人と2012年の約4倍の人数とな

表1 地域別外国人旅行者の推移

(単位：人)

	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年
韓国	2,439,816	1,658,073	2,042,775	2,456,165	2,755,313	4,002,095	5,090,302	7,140,438	7,538,952	5,584,597	487,939	18,947	1,012,751
中国	1,412,875	1,043,246	1,425,100	1,314,437	2,409,158	4,993,689	6,373,564	7,355,818	8,380,034	9,594,394	1,069,256	42,239	189,125
台湾	1,268,278	993,974	1,465,753	2,210,821	2,829,821	3,677,075	4,167,512	4,564,053	4,757,258	4,890,602	694,476	5,016	331,097
香港	508,691	364,865	481,665	745,881	925,975	1,524,292	1,839,193	2,231,568	2,207,804	2,290,792	346,020	1,252	269,285
タイ	214,881	144,969	260,640	453,642	657,570	796,731	901,525	987,211	1,132,160	1,318,977	219,830	2,758	198,037
シンガポール	180,960	111,354	142,201	189,280	227,962	308,783	361,807	404,132	437,280	492,252	55,273	857	131,969
マレーシア	114,519	81,516	130,183	176,521	249,521	305,447	394,268	439,548	468,360	501,592	76,573	1,831	74,095
インドネシア	80,632	61,911	101,460	136,797	158,739	205,083	271,014	352,330	396,852	412,779	77,724	5,209	119,723
フィリピン	77,377	63,099	85,037	108,351	184,204	268,361	347,861	424,121	503,976	613,114	109,110	5,625	126,842
インド	66,819	59,354	68,914	75,095	87,967	103,084	122,939	134,371	154,029	175,896	26,931	8,831	54,314
ベトナム	41,862	41,048	55,156	84,469	124,266	185,395	233,763	308,898	389,005	495,051	152,559	26,586	284,113
アメリカ	727,234	565,887	716,709	799,280	891,668	1,033,258	1,242,719	1,374,964	1,526,407	1,723,861	219,307	20,026	323,513
オーストラリア	225,751	162,578	206,404	244,569	302,656	376,075	445,332	495,054	552,440	621,771	143,508	3,265	88,648
イギリス	184,045	140,099	173,994	191,798	220,060	258,488	292,458	310,499	333,979	424,279	51,024	7,294	57,496
カナダ	153,303	101,299	135,355	152,766	182,865	231,390	273,213	305,591	330,600	375,262	53,365	3,536	55,877
フランス	151,011	95,438	130,412	154,892	178,570	214,228	253,449	268,605	304,896	336,333	43,102	7,024	52,782
ドイツ	124,360	80,772	108,898	121,776	140,254	162,580	183,288	195,606	215,336	236,544	29,785	5,197	45,748
北欧諸国	71,056	51,475	71,028	81,879	92,917	109,946	116,324	122,136	132,670	141,004	20,881	3,199	21,647
イタリア	62,394	34,035	51,801	67,228	80,531	103,198	119,251	125,864	150,060	162,769	13,691	3,527	23,683
ロシア	51,457	33,793	50,176	60,502	64,077	54,365	54,839	77,251	94,810	120,043	22,260	3,723	10,324
スペイン	44,076	20,814	35,207	44,461	60,542	77,186	91,849	99,814	118,901	130,243	11,741	3,053	15,926
中東	32,367	19,196	30,021	38,347	48,390	56,328	67,152	72,605	80,931	95,160	7,806	2,856	21,427
メキシコ	19,248	13,080	18,502	23,338	30,436	36,808	43,509	63,440	68,448	71,745	9,528	1,124	9,152

出所：日本政府観光局（JNTO）「日本の観光統計データ」より著者作成

っている。構成比でみると、東アジアからの観光客の割合が全体の73%とその多くを占めている。また2012年と2018年の訪日観光客数で見ても、東アジアからの観光客数は約540万人から約2290万人と4倍以上に急激に増加し、東南アジアおよびインドからの観光客数は約84万人から約350万人と東アジア同様にその数は4倍以上に増加、欧米豪・中東からの観光客数は約170万人から約390万人へと2倍以上に増加している。

表1は、東アジア・東南アジアおよびインド地域からの観光客数を表したものである。2012年時点において、アジア地域からの訪日観光客は韓国が最も多く、その数はおよそ200万人（全体比24.4%）であり、世界全体からの訪日者数の約4分の1を占めている。この数は2018年時点ではさらに増加しており、およそ750万人（全体比24.2%）と4倍近い数値になっている。また2012年から2018年にかけてのこのような観光客数の急激な増加は韓国からだけではなく、中国からは140万人から840万人へと約6倍、タイからは26万人から110万人へと約4倍、インド

ネシアからは6万人から40万人へと約6倍、フィリピンからは6万人から50万人へと約8倍、ベトナムからは5.5万人から39万人へと約7倍と、韓国・中国からだけでなく東アジア全体からの訪日観光客数が急激に増加している。

次に欧米豪地域に注目する。2012年において、欧米豪地域からの訪日観光客はアメリカからが最も多く、その数はおよそ72万人（全体比8.6%）である。次いで、オーストラリアの20万人（全体比2.5%）、イギリスの17万人（全体比2.1%）と続く。2018年においては、アメリカからの訪日者数はおよそ150万人となり、2012年の約2倍、オーストラリアからは55万人となり約2.5倍、イギリスからは33万人と約2倍の人数となっており、ほかの欧州諸国もおおむね2012年の訪日者数と比較して2倍程度の増加となっている。したがって、2012年から2018年までの訪日観光客の爆発的な増加の要因は、欧米といった先進国からではなく、東アジアや東南アジアといった近隣諸国からの訪日観光客が急激に増加していることが大きい。内閣府（2018）によると、この期間に

表2 外国人観光客の訪日目的構成比 (2018 年)

	東アジア諸国		欧米諸国	
	2012 年	2018 年	2012 年	2018 年
観光・レジャー	56.0%	82.4%	28.9%	51.7%
親族・知人訪問	7.3%	2.9%	14.0%	11.0%
ハネムーン	0.4%	0.3%	0.4%	0.6%
学校関連の旅行	1.0%	0.3%	1.5%	0.9%
イベント	0.3%	0.4%	1.0%	0.5%
留学	1.5%	0.9%	2.4%	1.6%
インセンティブツアー	0.8%	0.5%	0.1%	0.1%
展示会・見本市	2.0%	0.8%	1.9%	0.8%
国際会議	2.6%	1.0%	6.5%	3.5%
研修・商談等ビジネス	24.8%	9.6%	36.9%	27.2%
その他	3.0%	1.0%	7.7%	3.5%

出所：日本政府観光局 (JNTO)「日本の観光統計データ」より著者作成

近隣諸国からの訪日観光客が急増した要因として、中国やタイ、インドネシアといった国々の経済成長はもちろんビザ要件の緩和もある。

では、アジアを中心とした外国人観光客は、我が国に対して何を求めて旅行にやってくるのであろうか。2018 年における外国人観光客が我が国に訪日した目的の構成比を表したものが表 2 である。表 2 では、韓国、中国（香港、台湾含む）、タイ、シンガポールといった近隣諸国を東アジア諸国とし、イギリス、ドイツ、フランス、アメリカ、カナダを欧米諸国としている。2012 年の訪日目的において、東アジア諸国では「観光・レジャー」といった旅行目的の構成比が全体の 56.0% であった。2018 年ではこの構成比が全体の 82.4% を占め、旅行目的での訪日客がその多くを占めていることがわかる。欧米諸国においても、2012 年では全体の 28.9% を占めている「観光・レジャー」が 2018 年には 51.7% を占めるようになり、主な訪日目的がビジネスから観光といった娯楽にシフトしていつていることがわかる。

主な訪日目的が、観光へとシフトしていつているがどの都道府県に多くの観光客が向かっているのであろうか。表 3 は 2012 年および 2018 年において外国人が訪れている都道府県別訪問率とその順位を表したものである。2018 年において最も多くの外国人観光客が訪れている都道府県は東京都であり、その訪問率は 45.6% となっている。日本にきた外国人のおよそ半数が東京都を訪れているということである。東京都に次いで 2 位が大阪府（訪問率 36.6%）、3 位が千葉

表3 外国人観光客の都道府県別訪問率とその順位

都道府県	順位		訪問率 (%)	
	2012 年	2018 年	2012 年	2018 年
北海道	8	7	7.8%	7.9%
青森県	35	35	0.5%	0.6%
岩手県	37	41	0.3%	0.3%
宮城県	24	29	1.2%	0.9%
秋田県	38	43	0.3%	0.3%
山形県	42	42	0.3%	0.3%
福島県	32	40	0.5%	0.3%
茨城県	23	31	1.2%	0.8%
栃木県	21	21	1.9%	1.3%
群馬県	28	36	0.8%	0.5%
埼玉県	20	27	2.0%	1.0%
千葉県	5	3	9.8%	35.6%
東京都	1	1	51.3%	45.6%
神奈川県	4	9	12.7%	7.5%
新潟県	29	37	0.7%	0.5%
富山県	26	25	1.0%	1.1%
石川県	22	19	1.2%	1.9%
福井県	44	47	0.2%	0.2%
山梨県	10	12	5.6%	4.6%
長野県	17	16	3.0%	2.7%
岐阜県	19	17	2.3%	2.6%
静岡県	14	14	3.2%	4.2%
愛知県	6	8	9.4%	7.8%
三重県	27	34	0.9%	0.6%
滋賀県	33	32	0.5%	0.7%
京都府	3	4	17.3%	25.8%
大阪府	2	2	24.0%	36.6%
兵庫県	9	11	5.7%	6.0%
奈良県	12	6	3.4%	8.9%
和歌山県	25	23	1.0%	1.1%
鳥取県	45	38	0.2%	0.4%
島根県	46	45	0.1%	0.2%
岡山県	31	26	0.6%	1.0%
広島県	15	15	3.1%	2.9%
山口県	36	30	0.4%	0.9%
徳島県	43	44	0.2%	0.3%
香川県	40	28	0.3%	0.9%
愛媛県	41	39	0.3%	0.4%
高知県	47	46	0.1%	0.2%
福岡県	7	5	9.4%	10.4%
佐賀県	34	24	0.5%	1.1%
長崎県	18	20	2.4%	1.7%
熊本県	13	18	3.4%	1.9%
大分県	11	13	3.8%	4.2%
宮崎県	39	33	0.3%	0.6%
鹿児島県	30	22	0.6%	1.2%
沖縄県	16	10	3.1%	6.8%

出所：日本政府観光局 (JNTO)「日本の観光統計データ」より著者作成

県（訪問率 35.6%）、4 位が京都（訪問率 25.6%）となっている。東京都や千葉県、大阪府が上位である要因として、観光名所が多いことだけでなく、大規模な国際線を備えた空港（東京国際空港、成田国際空港、関西国際空港）の存在がある。中部国際空港がある愛知県も 8 位（訪問率 7.8%）であることから確認できる。富山・石川・福井といった北陸地方を確認すると、富山県 25 位（訪問率 1.1%）、石川県 19 位（訪問率 1.9%）であり、福井県に至っては 47 位（訪問率 0.2%）と最も外国人が訪れていない都道府県となっている。また 2012 年と比較して富山県や石川県、さらには福井県よりも訪問率が低かった鳥取県、島根県、高知県でさえ、訪問率が上昇しているのに対し、福井県は 0.2% のまま変化していない。図 3 は 2018 年における外国人が訪れている都道府県の順位をマップで視覚化したものである。色が濃くなっている都道府県ほど外国人が訪れている。図 3 から関西・中部地方では福井県だけがその色が突出して白いことが確認できる。つまり、大阪・京都を観光した外国人観光客が福井県に立ち留まらず石川・富山へ観光に向かっていることが容易に想像できる。

2012 年と 2018 年を比較すると、国外からの観光客ではアジア人を中心にその数が大幅に増加してお

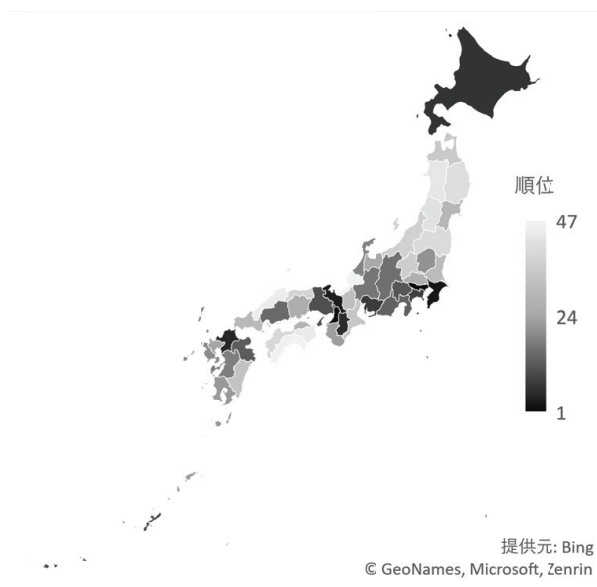
り、またより多くの都道府県に外国人が訪れるようになっていっている。しかし、福井県だけは依然その伸び率が低いことも確認できた。しかし、観光客数が少なくても一人当たりの消費単価が高ければ、観光はその地域の一大産業として成り立つ。次の章では、国外からの観光客の経済動向から我が国及び福井県の観光を確認していく。

3. 外国人観光客の経済動態からみた観光産業

はじめにどのような属性の人物が、訪日観光で多くのお金を消費しているのか確認する。表 4 は 2018 年における性別・年代別一人当たり消費単価である。

男女ともに一人当たり消費単価が 2018 年時点では 131,000 円程度となっており性別による差がないことも確認できる。年代別で確認すると、30 代 20 代といった若者の消費単価が高く、70 代以上の高齢者の消費単価が低いといった傾向がある。つまり、資産を多く持っている高齢層よりも、若い世代層に対して観光誘致策を計るほうが観光消費額全体としては増加するということである。

次に、国籍・地域別で一人当たり消費単価額を確認する。表 5 は 2018 年における主なアジア諸国（韓国や中国、タイ、マレーシア、フィリピン、ベトナム）



出所：日本政府観光局（JNTO）「日本の観光統計データ」
より著者作成

図 3 都道府県別外国人旅行者訪問率（2018 年）

表 4 性別・年代別一人当たり消費単価（2018 年）

	消費単価（円）	
	男性	女性
全体	131,031	131,447
20 歳未満	104,876	122,339
20 代	135,541	136,316
30 代	136,958	139,654
40 代	124,771	122,523
50 代	128,829	117,458
60 代	117,404	118,017
70 代以上	109,678	77,570

出所：日本政府観光局（JNTO）「日本の観光統計データ」

表5 主なアジア諸国と欧米諸国の一人当たり消費単価（2018年）

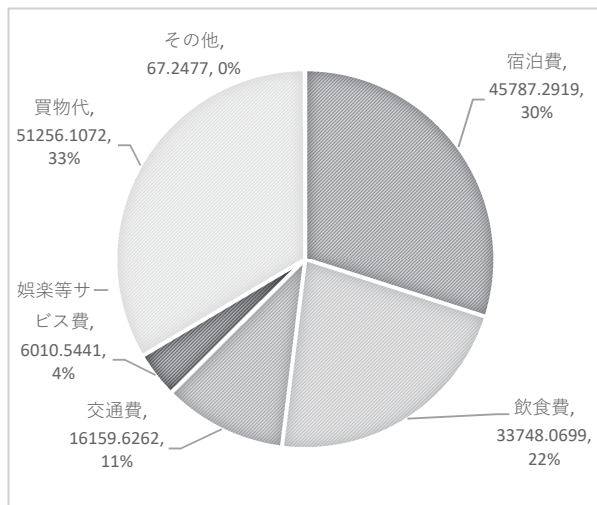
2018年		(単位) 回答数：人、消費単価：円/人															
調査項目		韓国		台湾		香港		中国		タイ		マレーシア		フィリピン		ベトナム	
		回答数	消費単価	回答数	消費単価	回答数	消費単価	回答数	消費単価	回答数	消費単価	回答数	消費単価	回答数	消費単価	回答数	消費単価
全体		3,492	69,457	2,647	99,398	2,727	136,039	4,193	192,931	1,294	104,143	1,450	114,795	1,082	112,385	1,452	153,713
滞在日数 (単一回答)	3日間以内	1,256	45,940	91	70,249	81	69,558	112	112,256	48	53,782	82	42,339	56	46,026	48	52,067
	4～6日間	1,967	67,299	1,856	77,420	1,459	117,560	2,224	162,625	657	75,427	502	79,081	338	110,492	651	85,308
	7～13日間	202	120,374	589	127,540	1,115	155,159	1,559	204,212	458	131,026	732	127,202	379	112,273	329	129,919
	14～20日間	18	250,266	45	251,558	48	243,793	97	254,208	88	146,302	53	184,408	66	100,545	68	141,748
	21～27日間	9	268,403	13	263,190	4	343,081	32	269,369	9	112,631	14	286,125	27	146,945	19	158,857
	28～90日間	26	227,459	39	276,619	13	254,005	104	337,831	14	158,336	50	188,475	136	105,914	147	154,666
	91日間以上1年未満	14	826,086	14	884,373	7	664,540	65	716,428	20	351,215	17	485,524	80	178,830	190	491,668
日本への 来訪回数 (単一回答)	1回目	941	59,624	438	76,912	379	117,476	2,180	174,369	414	89,641	670	104,009	462	105,408	887	129,535
	2回目	650	63,912	366	78,032	301	125,655	660	204,562	209	110,646	310	129,876	220	94,941	200	174,503
	3回目	461	71,424	348	92,316	303	127,840	405	228,028	157	104,258	147	109,590	117	106,737	102	189,316
	4回目	329	67,750	250	100,098	275	125,677	223	200,593	123	89,267	71	109,212	68	131,006	63	225,859
	5回目	236	75,147	262	103,354	260	136,070	168	230,053	104	95,400	60	104,968	60	126,411	51	184,784
	6～9回目	278	82,672	423	109,763	449	136,651	237	209,847	144	136,176	72	161,412	57	100,054	60	184,233
	10～19回	309	70,757	344	117,344	479	154,573	175	219,060	93	136,731	72	125,388	53	119,690	48	186,214
	20回以上	288	102,318	216	146,467	281	160,419	145	230,922	50	104,131	48	125,356	45	277,633	41	270,775
調査項目		イギリス		ドイツ		フランス		イタリア		ロシア		米国		カナダ		オーストラリア	
		回答数	消費単価	回答数	消費単価	回答数	消費単価	回答数	消費単価	回答数	消費単価	回答数	消費単価	回答数	消費単価	回答数	消費単価
全体		805	184,187	1,192	174,023	606	185,217	343	192,827	460	170,570	5,121	168,307	942	162,140	1,018	198,611
滞在日数 (単一回答)	3日間以内	26	55,282	35	58,030	9	31,860	11	56,248	27	48,795	379	44,437	48	28,650	47	42,104
	4～6日間	204	140,759	286	110,088	86	105,567	47	120,778	71	101,887	1,235	115,842	167	109,352	110	116,599
	7～13日間	306	148,610	445	151,476	232	145,171	140	163,963	217	158,543	2,207	166,142	407	143,549	422	174,162
	14～20日間	186	217,836	268	202,699	181	194,232	107	217,923	61	181,564	797	206,910	220	209,663	309	225,918
	21～27日間	38	308,780	86	256,861	45	244,802	16	211,544	22	180,134	163	251,672	51	238,887	83	290,933
	28～90日間	32	301,221	55	307,013	37	299,544	16	344,168	58	308,616	227	297,529	41	331,449	40	270,814
	91日間以上1年未満	13	859,500	17	720,329	16	723,427	6	685,804	4	334,545	113	550,021	8	487,808	7	1,204,419
日本への 来訪回数 (単一回答)	1回目	440	177,282	611	173,886	345	172,701	226	201,612	211	152,307	2,674	162,372	548	160,339	601	194,530
	2回目	104	197,546	175	205,179	75	195,567	39	171,329	70	153,079	747	171,098	140	175,192	153	200,398
	3回目	57	260,860	96	174,652	42	244,797	18	149,868	33	184,305	398	179,995	63	161,593	85	233,481
	4回目	26	155,399	44	138,834	29	246,842	11	246,105	20	218,941	206	164,392	37	220,297	44	181,543
	5回目	30	238,768	39	160,563	24	161,982	11	149,091	16	174,805	196	186,149	28	132,753	36	172,523
	6～9回目	52	163,818	82	169,609	30	200,459	9	170,060	27	209,703	316	195,438	38	134,796	42	220,588
	10～19回	45	148,602	72	167,762	34	168,637	17	151,292	36	201,204	269	167,333	48	130,519	28	133,155
	20回以上	51	166,157	73	140,329	27	181,752	12	217,739	47	218,186	315	164,157	40	167,401	29	260,852

出所：日本政府観光局（JNTO）「日本の観光統計データ」より著者作成

と欧米諸国（英国、ドイツ、フランス、イタリア、ロシア、米国、カナダ、オーストラリア）の一人当たり消費単価を表したものである。アジアに注目すると、中国の一人当たり消費単価が 192,931 円と最も高く、韓国が 69,457 万円とタイやマレーシア、フィリピン、ベトナムといった ASEAN 諸国よりも低いことが分かる。しかし、韓国の消費単価が低い理由は、その滞在日数の差によるものが大きいことも同時に確認できる。韓国からの観光客の滞在日数が 14～20 日間の際の消費単価を確認すると、250,226 円となっており、これは中国の 254,208 円とほとんど差がなく、

タイやマレーシアといった ASEAN 諸国よりも高いことが確認できる。また、欧米諸国の一人当たり消費単価がアジア地域と比較して高い理由も滞在日数の差が大きな要因であることも確認できる。アジア諸国の滞在日数のボリュームゾーンは 4～6 日間だが、欧米諸国の滞在日数のボリュームゾーンは 7～13 日間となっている。本来 GDP に大きな差があるアメリカからの観光客と ASEAN 諸国からの観光客との間で 3 日間以内の滞在では、その消費額の差にほとんど差がなく、4～6 日間の滞在においてもドイツからの観光客とフィリピンからの観光客でほとんど差がない。また、

訪日回数が増加したからといって観光消費額が減少するといったこともなく、むしろ1回目の訪日より2回目3回目の訪日時のほうが、より観光消費額を増加させていることが確認できる。したがって、観光消費額を増加させるためには、短期間でより多くの観光客を増やそうとするのではなく、如何にしてリピーターを増やし、より多くの日数を滞在させるかが問題となってくる。では、外国人観光客はなににお金をつかっているのだろうか。次に、費目別について確認していく。



出所：日本政府観光局（JNTO）「日本の観光統計データ」より著者作成

図4 費目別1人1回当たり旅行消費単価 (2018年)

図4は、費目別1人1回当たり旅行消費単価の構成比を円グラフで表したものである。図4から、全観光消費額の85%程度が宿泊費、飲食費、買物費に使われていることが確認できる。しかし、この傾向はアジア諸国と欧米諸国で分けた場合、欧米諸国はアジア諸国と比較して宿泊費にける費用が大きく増加する。これは、欧米諸国がアジア諸国と比較して滞在日数が長いことが大きな要因である。また、娯楽等サービス費^xも少ないことも確認でき、多くの観光客が買い物以外では比較的金額の消費が少ない観光地に足を運んでいることがわかる。

次に、都道府県ごとの観光消費額について確認を行っていく。表6は、2018年における訪問地別外国人1人1回当たり旅行消費単価を表したものである。消費単価が多い都道府県の特徴として、東京都や大阪

表6 訪問地別外国人1人1回当たり旅行消費単価

2018 年	(単位) 回答数：人、消費単価：円／人				
	回答数	消費単価		回答数	消費単価
北海道	5,438	94,278	滋賀県	734	33,592
青森県	638	43,938	京都府	14,508	29,659
岩手県	345	42,460	大阪府	18,856	62,744
宮城県	1,043	53,417	兵庫県	2,617	26,928
秋田県	329	36,319	奈良県	4,378	6,727
山形県	364	56,078	和歌山県	1,227	25,671
福島県	352	49,798	鳥取県	417	35,056
茨城県	754	64,317	島根県	258	25,681
栃木県	1,421	36,227	岡山県	1,023	37,825
群馬県	617	58,692	広島県	3,383	35,230
埼玉県	1,037	80,219	山口県	734	31,744
千葉県	21,467	13,543	徳島県	383	33,600
東京都	31,242	98,561	香川県	1,472	51,646
神奈川県	5,118	39,987	愛媛県	600	49,718
新潟県	594	60,498	高知県	296	44,921
富山県	1,491	19,197	福岡県	12,209	57,620
石川県	2,416	26,631	佐賀県	1,082	18,466
福井県	217	42,262	長崎県	1,865	32,569
山梨県	5,072	16,369	熊本県	2,400	19,965
長野県	3,473	41,332	大分県	5,183	16,532
岐阜県	3,510	24,034	宮崎県	614	29,316
静岡県	4,460	24,077	鹿児島県	1,058	52,807
愛知県	10,019	52,535	沖縄県	1,590	74,189
三重県	792	37,803			

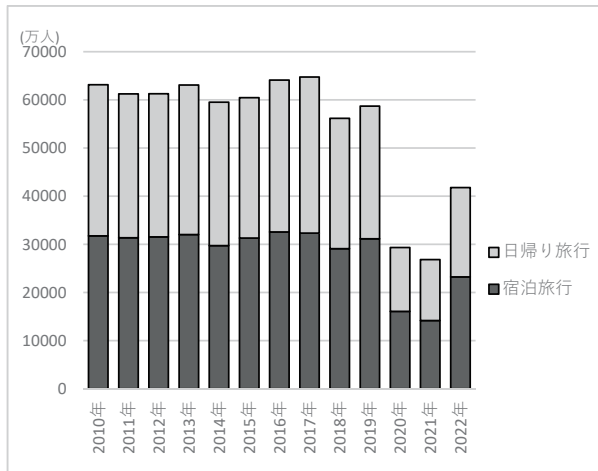
出所：国土交通省「訪日外国人消費動向調査 訪日外国人消費動向調査」より著者作成

府といった大都市や北海道や沖縄県といった観光都市があげられる。北陸地方で確認すると、富山県が約19,000円、石川県が約26,000円、福井県が42,000円となっており、福井県の消費額の大きさが目立つ結果となっている。しかしこれは、短期間滞在のため観光消費額が低い韓国人観光客が福井県にあまり観光していないことと、サンプルサイズが5しかないマレーシア人の消費単価が約約126,000円と非常に高くなっており平均金額を押し上げていることが要因となっている。また表3でも確認をしたが、富山県や石川県と比較して福井県に訪れる外国人観光客が少ないことも改めて確認できる。次の章からは、国内の観光客について確認を行っていく。

4. 国内観光客からみた観光産業

図5は、2010年から2022年にかけての国内延べ

観光客数の推移である。延べ人数とは、宿泊した人の宿泊数の合計のことである。宿泊旅行・日帰り旅行ともに、その内訳は、観光・レクリエーション、帰省・知人訪問等、出張・業務となっている。



出所：国土交通省「旅行・観光消費動向調査」より著者作成
図5 国内延べ旅行者数の推移（2010-2022年）

まず初めに、2010年から新型コロナ流行以前の2018年にかけて、延べ観光客は6億人程度で横ばいである^{xi}。2020年、2021年とコロナ禍以前と比較して半数程度までで落ち込んだ国内観光客数も2022年には4億人を超えておりその数も回復傾向であることもわかる。また、どの年においても、宿泊観光客数と日帰り観光客数の割合は半分ずつ程度であり、つまり、2010年から2018年にかけて、外国人訪日観光客は増加している一方で、国内観光客数は増加していないということである。次に国内観光客数がどの都道府県に旅行しているのかを確認する。

表7は2010年とコロナ禍直前の2018年、コロナ最盛期の2020年、そしてそれが落ち着き始めた2022年における国内延べ観光客の宿泊旅行と日帰り旅行の主目的地を表したものである。はじめに2010年と2018年を比較すると、宿泊旅行と日帰り旅行ともに全体の延べ観光客数は減少している。観光客数が減少している都道府県を確認すると、東京都や大阪府、愛知県といった都市が減少し、本県を含む北陸地方への観光客数が増加していることが確認できる。また、コロナ禍直前の2018年とコロナ最盛期の2020年を比較すると、宿泊旅行と日帰り旅行全体の人数は半分

表7 国内延べ観光客の宿泊旅行と日帰り旅行の主目的地
(単位：万人)

	2010年		2018年		2020年		2022年	
都道府県	宿泊	日帰り	宿泊	日帰り	宿泊	日帰り	宿泊	日帰り
北海道	1,476	1,403	1,559	875	944	561	1,531	900
青森県	312	222	270	122	172	88	182	79
岩手県	192	379	467	216	228	157	295	120
宮城県	952	649	575	445	369	234	451	313
秋田県	253	264	252	173	99	74	134	83
山形県	315	295	358	264	172	112	230	163
福島県	306	360	574	478	343	262	474	323
茨城県	720	839	354	722	210	350	353	614
栃木県	432	606	700	744	387	479	631	629
群馬県	570	640	691	584	396	350	548	451
埼玉県	2,094	2,092	311	765	259	338	371	705
千葉県	1,539	1,424	1,371	1,954	648	761	1,022	1,475
東京都	3,566	2,863	2,245	2,812	875	799	1,604	1,341
神奈川県	2,680	2,987	1,233	1,612	702	633	970	1,095
山梨県	253	394	510	576	360	360	412	455
新潟県	749	742	728	396	403	245	446	273
富山県	191	122	265	144	149	58	288	81
石川県	192	171	546	157	209	120	390	95
長野県	534	572	1,273	858	776	493	881	604
福井県	119	139	226	241	221	146	237	146
岐阜県	386	505	418	425	263	207	452	365
静岡県	971	1,231	1,392	1,192	831	669	1,162	738
愛知県	2,111	2,247	870	1,170	405	456	787	652
三重県	336	440	650	616	383	314	540	475
滋賀県	392	498	283	431	190	307	270	279
京都府	751	706	983	970	465	588	792	656
大阪府	1,907	1,666	1,400	1,100	629	462	1,062	788
兵庫県	1,452	1,547	975	1,186	628	650	775	783
奈良県	237	233	237	344	139	211	174	294
和歌山県	209	198	433	305	263	139	333	213
鳥取県	131	140	183	151	106	112	186	159
島根県	136	96	230	127	137	89	208	83
岡山県	336	483	352	323	162	168	210	269
広島県	642	602	491	485	375	265	365	256
山口県	350	331	317	383	221	174	284	171
徳島県	230	169	211	108	74	63	139	80
香川県	141	188	262	216	133	126	268	147
愛媛県	295	321	271	123	186	97	253	91
高知県	75	67	157	99	117	51	165	92
福岡県	1,413	1,077	894	798	481	340	704	516
佐賀県	155	104	181	238	100	166	133	122
長崎県	289	208	442	276	256	127	332	164
熊本県	367	430	339	362	267	184	305	318
大分県	336	274	429	246	283	186	504	255
宮崎県	136	155	178	193	142	99	135	113
鹿児島県	194	295	356	158	229	105	266	85
沖縄県	328	36	748	66	371	36	590	76
計	31,753	31,406	28,190	26,226	15,756	13,009	22,844	18,187

出所：国土交通省「旅行・観光消費動向調査」より著者作成

表8 国内旅行の主目的地別旅行消費額

(単位: 億円)

	2010 年		2018 年		2020 年		2022 年	
都道府県	宿泊	日帰り	宿泊	日帰り	宿泊	日帰り	宿泊	日帰り
北海道	6,724	1,756	10,332	1,269	5,585	964	10,863	1,431
青森県	1,833	566	1,730	187	871	152	1,324	169
岩手県	800	475	2,090	386	1,057	268	1,753	204
宮城県	3,353	854	3,009	867	1,763	377	2,715	705
秋田県	1,433	378	1,802	279	462	94	832	124
山形県	1,276	477	1,711	386	743	154	1,193	271
福島県	1,465	772	2,679	761	1,189	388	2,400	544
茨城県	4,317	1,409	1,023	873	679	567	1,252	1,054
栃木県	2,168	1,107	3,050	1,547	1,510	782	2,898	1,195
群馬県	2,270	1,227	2,689	790	1,516	553	2,816	671
埼玉県	9,432	3,386	1,111	979	780	395	1,591	1,081
千葉県	8,286	2,217	8,179	3,438	3,315	1,550	7,126	3,177
東京都	17,344	5,348	14,804	6,021	4,704	1,361	10,657	2,915
神奈川県	13,693	3,700	6,304	2,319	2,732	820	5,131	1,755
山梨県	1,080	532	2,441	963	1,612	540	2,066	1,024
新潟県	2,927	1,195	3,461	808	1,514	392	2,387	504
富山県	947	172	1,490	313	597	119	1,474	359
石川県	907	444	3,201	292	1,405	208	2,689	159
長野県	2,220	970	6,539	1,653	3,931	1,039	4,841	1,179
福井県	674	269	1,113	573	1,347	312	1,259	224
岐阜県	2,362	880	1,680	587	1,177	286	1,659	573
静岡県	4,764	2,117	6,203	1,812	3,540	1,185	5,366	1,470
愛知県	9,151	3,494	3,857	1,813	2,051	595	3,838	1,033
三重県	2,060	877	3,092	1,159	1,880	554	4,817	867
滋賀県	1,705	628	1,163	884	883	451	1,034	409
京都府	3,426	1,121	5,941	1,835	2,488	952	4,905	1,289
大阪府	9,151	2,653	8,173	2,262	3,067	987	7,169	1,868
兵庫県	7,649	2,702	4,929	1,999	2,547	1,081	3,953	1,285
奈良県	1,324	453	1,061	492	707	340	820	482
和歌山県	1,040	320	2,342	443	1,154	385	1,992	356
鳥取県	614	235	869	285	435	154	1,009	253
島根県	506	129	1,431	204	537	112	978	143
岡山県	1,536	946	1,702	544	737	299	909	493
広島県	3,323	1,111	2,441	897	1,730	424	2,233	436
山口県	1,737	504	1,567	537	933	236	1,541	271
徳島県	1,055	335	829	166	304	117	937	126
香川県	706	263	1,322	363	558	263	1,465	289
愛媛県	1,884	523	1,547	230	1,110	169	1,390	222
高知県	521	106	730	160	518	68	955	187
福岡県	6,101	1,750	5,451	1,780	2,375	604	4,204	1,315
佐賀県	913	115	1,347	471	415	207	633	175
長崎県	1,439	427	2,644	440	1,119	196	2,042	278
熊本県	1,778	663	1,658	709	1,140	234	1,723	507
大分県	1,518	395	2,189	382	1,624	316	2,849	444
宮崎県	1,122	267	1,348	413	797	228	729	211
鹿児島県	1,163	328	2,548	308	1,283	167	1,557	120
沖縄県	2,026	36	8,402	106	3,657	50	7,717	191
計	153,723	50,632	155,223	45,985	76,080	21,694	135,692	34,036

出所: 国土交通省「旅行・観光消費動向調査」より著作作成

程度まで減少したが、その後はしっかりと回復傾向であることがわかる。2018 年と 2022 年を比較すると、この期間において宿泊観光客数が増加しているのは、本県や島根県、鳥取県といった県内人口が 100 万人以下の地方が多いのも特徴である。これは、コロナ禍を経て習慣づいた 3 密を避けた安全志向が、旅行先においても影響を与えていることも示唆される結果となった。続いて、国内観光客の経済動態について確認をする。表 8 は、国内旅行の主目的地別旅行消費額を表したものである。

2018 年の宿泊費において本県は 1113 億円であり、国内では 41 位だったものの 2022 年においては 1259 億円となっており 35 番目に高い数値となった。観光客が増加したことで観光消費額も併せて増加していることがわかる。

次の章では、これらのことを踏まえた上で、本県の観光産業の在り方について検討していく。

おわりに

訪日外国人観光客と国内観光客について、その観光客動態と経済動態を確認した。訪日観光客においては、2011 年以降、コロナ禍を除いて右肩上がりが増加している。増加している観光客の多くは経済発展が続く近隣のアジア諸国からであり、途上国を中心とするアジア地域の目覚ましい経済発展が続いている中、この傾向は今後も続くと考えられる。また、一人当たりの観光消費額といった観点からみると、アメリカやイギリスといった国からきた観光客の観光消費額が大きい。この要因は GDP が高く、一人当たり所得も高い先進国だからであるというわけではなく、遠い国から来たがゆえに滞在日数が長くなるということが一番の要因である。したがって、外国人観光客の一人当たり観光消費額を増加させるには、近隣諸国からきた観光客の滞在日数を増加させること、もしくはアメリカやヨーロッパといった離れた国からくる観光客の増加を図ることが我が国全体としては重要となる。本県においては、外国人観光客が大きく増加していないので、まずは大きく増加している近隣諸国からの外国人観光客を取り込むことが重要である。これらのことを踏まえた上で、本県の今後の観光産業の可能性について考

表9 16種類の新たな観光形態の名称とその内容

名 称	主な内容
百年料亭ツーリズム	百年以上続く料亭を拠点として、日本の建築技術の素晴らしさと、古来より伝承されてきた日本料理を、各地域の伝統文化の体験等とともに楽しむこと。
忍者ツーリズム	日本各地の忍者ゆかりの地を訪れ、実在した忍者の歴史や文化、技術を知り、また実際に体験すること。
全国ご当地マラソンツーリズム	日本全国津々浦々で開催されているマラソン大会の中には、地域の特産品や観光資源と密接に関わった大会が多く存在する。そういった観光要素も含んだマラソン大会への参加を促すことで、競技としてだけでなくその地を自分の足で巡るにより新たな魅力に気づいてもらう、スポーツツーリズムの一種。
サイクルツーリズム	自転車に乗りながら、地域の自然や地元の人々、食事や温泉といったあらゆる観光資源を五感で感じ、楽しむことを目的としている。
アニメツーリズム	アニメ作品の舞台や作品・クリエイターにゆかりのある地域（＝アニメ聖地）を巡る旅行のことで、アニメファンの間では「聖地巡礼」とも呼ばれている。
西国三十三所観音巡礼	平成30年に草創1300年を迎え、「巡礼」の中で最も歴史が古いことで知られる「西国三十三所観音巡礼」は、関西2府5県約830キロに及ぶそのコース上に点在する個性豊かな33の寺院を巡る旅のスタイルのことです。
古民家等の歴史的資源を活用したツーリズム	古民家とは、昔からの生活様式（暮らし文化）がおさまった伝統的建築物（歴史的建築物）を指し、これらを活用した宿泊施設や飲食店等に訪れ、日本の伝統的な暮らしや文化を体験することを目的としたこと。
ロケツーリズム	映画・ドラマのロケ地を訪ね、風景と食を堪能し、人々の“おもてなし”に触れ、その地域のファンになること。
明治日本の産業革命遺産観光	「明治日本の産業革命遺産」は幕末から明治初期にかけて、急速な産業化を遂げた道程を証言するものであり、2015年には世界遺産登録された。北は岩手県から南は鹿児島県まで、全23の構成資産があり、これらの資産や周辺地域に訪れ、この時代の日本の歴史を学び、体感するツーリズムのこと。
社寺観光	神社・仏閣と地域のコミュニティが一体となり、神社・仏閣に訪れた観光客が地域の歴史や文化・風習を学び、体感するツーリズムのこと。
酒蔵ツーリズム	日本酒の蔵をはじめ、蒸留所やワイナリー、ブルワリーなどを巡り、地域の方々と一緒に、お酒を味わうとともに、そのお酒が育まれた土地を散策しながら、その土地ならではの郷土料理や伝統文化を楽しむ、それにまつわる地域の物語を知ること。
街道観光	江戸時代の街道は、総延長約1万5000kmのネットワークで日本の津々浦々を結んでいた。参勤交代や旅の原点といわれる伊勢詣などで往来により、街道を通じた人や物、情報の大交流が興り、わが国独自の文化や伝統、習俗、歴史景観が沿線に育まれた。これらの街道を訪れる「街道観光」は日本人観光客にとっては日本の再発見の機会を、海外からの観光客に対しては日本と日本人の暮らしを見（観）、知（識）り、体験する舞台を提供する。
エコツーリズム	自然を守り（資源保全）、それを観光に変えることで（観光振興）、環境保全や地域に利益をもたらす（地域振興）観光のカタチ。国立公園などの自然豊かな地域から、里地里山まで、多様な地域・環境の資源を活かしたエコツアーが行われている。トレッキングをはじめ、バードウォッチング、ベアウォッチング、ホエールウォッチングなど多岐にわたる自然体験ができる。
宙ツーリズム	宙ツーリズムとは、リアルで美しい星空や千載一遇の天文現象だけでなく、オーロラ観賞やご来光、ロケット打ち上げ体験等を楽しむこと。
郷土食探訪～フードツーリズム～	その地域ならではの食・食文化を、その地域で楽しむことを目的としたツーリズムのこと。旬の時期にしか出会えない「食材」、その土地だからこそ味わえる「食材の鮮度」、食体験の場として地域の景観や自然をも体感しながら脱日常を経験する。
ONSEN・ガストロノミーツーリズム	日本の温泉地を拠点にして、「食」「自然」「歴史・文化」等の地域資源をウォーキング等により体感するツーリズムのこと。
Industrial Study Tourism（産業訪問）	「Industrial Study Tourism（産業訪問）」は、「産業観光」、すなわち歴史的・文化的価値のある産業文化財（古い機械器具、工場遺構などのいわゆる産業遺産）、生産現場（工場、工房等）及び産業製品を観光資源とし、それらを通じてものづくりの心にもふれるとともに、人的交流を促進する観光のうち、訪日外国人のビジネス客を対象にしたもの。

出所：国土交通省「テーマ別観光による地方誘客事業」より著者作成

察をしていく。

観光庁では観光の新たな形、ニューツーリズムとして16種類の観光形態（百年料亭ツーリズム、忍者ツーリズム、全国ご当地マラソンツーリズム、サイクルツーリズム、アニメツーリズム、西国三十三所観音巡礼、古民家等の歴史的資源を活用したツーリズム、ロケツーリズム、明治日本の産業革命遺産観光、社寺観光、酒蔵ツーリズム、街道観光、エコツーリズム、宙ツーリズム、郷土食探訪～フードツーリズム～、ONSEN・ガストロノミーツーリズム、Industrial Study Tourism）をあげている（表9）。

これら多くのニューツーリズムであるが、百年料亭やアニメの聖地、ロケ地、社寺、温泉などは福井県にも複数存在しており、どのツーリズムもその可能性を秘めている。しかし観光産業として成り立たせるための重要な点として、隣県である京都府や石川県を上回るような魅力を作り出さなければ、観光客の大幅な増加は難しいということである。

本県の観光産業が持続的に発展するためのアプローチとして、山際地域の発展とその広報が本県の新規観光客誘致に大きな効果があると考えられる。本論でいう山際地域とは勝山市や大野市である。山際地域の発展として注目するのは冬季シーズンにおけるスキーリゾート活用ではなく、それ以外のシーズンにおけるやサイクルツーリングを中心とし、エコツーリズム、宙ツーリズムといった自然環境を掛け合わせたツーリズムの可能性である。国土交通省（2021）によると、サイクルツーリズムとは、自転車に乗りながら、地域の自然や地元の人々、食事や温泉といったあらゆる観光資源を五感で感じ、楽しむことを目的としたツーリズムである。また、同じく国土交通省（2018）によると「モノ消費」から、体験型観光の「コト消費」への消費スタイルのシフト等、訪日外国人旅行者のニーズが変化していることや、インバウンド効果を全国へ拡大するために、自転車を活用した観光地域づくりは有望であるとされている。

サイクルツーリズムを成功させるポイントの1つとして、推奨されたサイクルルート沿線の魅力を伝えることが重要だと考えられる。本県が推奨しているサイクリングルート「恐竜渓谷ふくい勝山サイクリング

ルート」は、勝山市や大野市を通る九頭竜川沿いや福井県立恐竜博物館、奥越高原牧場、平泉寺白山神社、六呂師高原を通り、自然を満喫できるサイクリングルートとなっている。八坂ら（2019）によれば、旅行者行動の特徴のひとつとして、旅行先での情報発信行動が指摘されており、SNS、特に写真共有サイトの利用は一般的なものになっているとしている。世界三大恐竜博物館に数えられる博物館、1300年の歴史を持つ白山神社、そして「星空日本一」に指定されたこともある高原を通るルートは、京都府や石川県だけでなく他の都道府県も持つことのできない本県だけが持つ魅力となっており、大橋（2013）がいう観光魅力にとって最も大事な「非日常の追求」ができることから、観光客が本県での情報発信行動は満足にできるものであると考えられる。

そのためには我が国指定のナショナルサイクルルートに指定されることで、本県の観光産業の課題の一つである国外からの観光客が少ないという問題解決の一助となることを期待する。さらに、観光客のSNSを通じた情報発信行動による波及効果は新たな観光客だけでなくリピーターも呼び込むものとなるであろう。

一方で、本論で残された課題も多くある。サイクルツーリズムやエコツーリズムといった我が国が推進するニューツーリズムに対して、国内外からの潜在的な需要を計ることができていないことである。また現地調査をできていないことも課題である。したがって、残された多くの課題については引き続き研究を継続し、持続的な地域発展の一助となるように研鑽を積んでいくこととしたい。

注

- i 本論において「コロナ」や「新型コロナウイルス」とはCOVID-19のことを指す。
- ii 福井県（2023）によると2024年春、北陸新幹線は福井・敦賀まで開業される。<https://www.pref.fukui.lg.jp/doc/shinkansenkaigyo/>
- iii 福井県（2023）によると2023年3月19日に開通した。
- iv 2024年春に開業予定の北陸新幹線福井・敦賀開業や中部縦貫自動車道開通など誘客拡大に向けて、行政や関係団体、観光事業者のみならず、県民一人ひとりが共通認識のもとに取り組んでいく指針のことである。

- v 広辞苑（第七版）「コンピューターの作り出す仮想の空間を現実であるかのように知覚させること。仮想現実。」
- vi もっとも我が国でも、統計的観点から観光を定義する場合には、基本的には UNWTO の定義に従っている。
- vii 訪日外客とは、国籍に基づく法務省集計による外国人正規入国者から、日本を主たる居住国とする永住者等の外国人を除き、これに外国人一時上陸客等を加えた入国外国人旅行者のことである。駐在員やその家族、留学生等の入国者・再入国者は訪日外客に含まれる。乗員上陸数は含んでいない。
- viii 出入国在留管理庁（2020）「新型コロナウイルス感染症に関する取組について」 https://www.moj.go.jp/isa/publications/press/nyuukokukanri01_00119.html
- ix 出入国在留管理庁（2023）「新型コロナウイルス感染症の拡大防止に係る上陸拒否等について」 https://www.moj.go.jp/isa/hisho06_00099.html
- x 現地ツアー・観光ガイド、ゴルフ場、テーマパーク、舞台・音楽鑑賞、スポーツ観戦、美術館・博物館・動植物園・水族館、スキー場リフト、温泉・温浴施設・エステ・リラクゼーション、マッサージ・医療費、展示会・コンベンション参加費、レンタル料（レンタカーを除く）、その他娯楽等サービス費を含めた金額
- xi 宿泊施設に宿泊した人の人数である実旅行者数でみると、9000 万人程度で横ばいとなっている。

参考文献

- UNWTO(2008)「International Recommendations for Tourism Statistics 2008」Studies in Methods Series M No. 83/Rev.1
- 大橋昭一（2013）「観光学のあり方を求めてー現状と展望」『観光学評論』Vol.1-1（2013）pp. 5-17
- 国土交通省（各年版）「訪日外国人消費動向調査 訪日外国人消費動向調査」国土交通省 <https://www.mlit.go.jp/kankocho/siryoutoukei/syouthityousa.html>
- （各年版）「旅行・観光消費動向調査」国土交通省 <https://www.mlit.go.jp/kankocho/siryoutoukei/shouhidoukou.html>
- （2013）「平成24年度 観光の状況（観光白書）」国土交通省 https://www.mlit.go.jp/kankocho/news02_000183.html
- （2021）「テーマ別観光による地方誘客事業」国土交通省 https://www.mlit.go.jp/kankocho/shisaku/kankochi/theme_betsu.html
- （2018）「自転車活用推進について」国土交通省 <https://www.mlit.go.jp/common/001230120.pdf>

- （2021）「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」国土交通省 <https://www.mlit.go.jp/common/001579306.pdf>
- 出入国在留管理庁（2020）「新型コロナウイルス感染症に関する取組について」出入国在留管理庁 https://www.moj.go.jp/isa/publications/press/nyuukokukanri01_00131.html
- （2023）「新型コロナウイルス感染症の拡大防止に係る上陸拒否等について」出入国在留管理庁 https://www.moj.go.jp/isa/hisho06_00099.html
- 独立行政法人国際協力機構（2018）「観光と開発 恵みをもたらす 旅に出る」『mundi 2018年7月号』July 2018 No.58, 独立行政法人国際協力機構 https://www.jica.go.jp/Resource/publication/mundi/1807/201807_02_02.html
- 内閣府（2018）「地域の経済2018」内閣府 <https://www5.cao.go.jp/j-j/cr/cr18/cr18.html>
- 日本政府観光局（JNTO）（各年版）「訪日外客統計」日本政府観光局（JNTO） <https://www.jnto.go.jp/statistics/data/visitors-statistics/>
- （各年版）「日本の観光統計データ」日本政府観光局（JNTO） <https://statistics.jnto.go.jp/>
- 福井県（2021）「ふくい観光ビジョン」福井県 https://www.pref.fukui.lg.jp/doc/kankou/kankouvision_d/fil/05.pdf
- 八坂和吏，大方優子，吉田健一郎，鈴木美緒，小竹輝幸，見持武志，藤田有佑（2019）「写真つき SNS 投稿データを活用した旅行体験の分析ーサイクルツーリズムを事例にー」経営情報学会2019年春季全国研究発表大会

