

観光で地域の魅力を発信

～地方銀行が届ける「地域の歩き方」～

企画調査部 樽沼 怜奈

- コロナ禍が落ち着いた今、日本各地が観光で大いに賑わっています。
- 地域に寄り添って事業活動を行う地方銀行は、その土地を熟知した地域のスペシャリスト。地域をさらに盛り立てようと、新事業である観光業に踏み出している地方銀行があります。
- 地域の魅力と課題、どちらもよく知る地方銀行だからこそできる「観光」への取り組みを取材しました。

はじめに

日本は、美しい四季や豊かな自然に溢れ、それに根ざした伝統や風習が、悠久の時を超え、今に続いています。人々は、そうした景観や文化に魅せられるように足を踏み出し、まだ見ぬ土地へ旅に出ます。

日本を旅するのは、日本人だけではありません。コロナ禍が明け、多くの外国人が日本を訪れています。2023年の訪日外国人観光客数は2,506万人と、コロナ禍前の2019年比78.6%まで回復しました¹。また、2024年1～4月の外国人観光客数は1,160万人と、2019年1～4月の1,098万人を上回って推移しています²。政府は、観光立国の実現に向け、2025年までに外国人観光客数3,188万人を目指し、取り組んでいます³。

そこで今回は、この先ますます盛り上がりを見せるであろう「観光」の活性化に取り組む地方銀行を紹介します。



▲ 日本政府観光局（JNTO）「訪日外客統計」(<https://www.jnto.go.jp/statistics/data/visitors-statistics/>) より当協会作成。

富士山のお膝元「山梨中央銀行」の挑戦

名実ともに観光立県を目指して

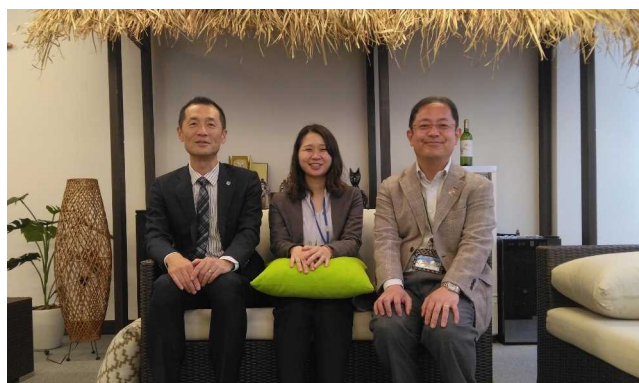
武田信玄公ゆかりの山梨県は、日本の象徴「富士山」を擁し、生産量日本一のぶどう、名産のワインや郷土料理のほうとうなど、多彩な観光資源に恵まれています。しかも、都心から甲府まで特急で約1時間30分とアクセスも抜群。今、山梨県の観光は大きな盛り上がりを見せています。

こうした中、**山梨中央銀行**の渡邊正雄地方創生推進部長は、「山梨県の観光の実態を分析すると、衝撃的な結果が浮かび上がった」と明かします。

山梨県の名目GDPに占める観光GDP（観光消費額が県内経済にもたらす付加価値額）の割合は8.03%と、全国の4.96%に対して高く、山梨県の観光産業は県経済に大きな影響を与えています⁴。しかし、首都圏に隣接していることもあり、山梨県を訪れる観光客の約8割が日帰り、外国人観光客の宿泊日数も1.1日と短いため、観光客の消費単価や消費額が少ないことや、外国人観光客の宿泊先の約8割

が富士山地域に偏っていることなどの状況が浮き彫りとなりました。

そこで、同行は、県内観光産業の課題解決に取り組むため、2023年11月、観光事業に乗り出しました。



▲ 左から山梨中央銀行地方創生推進部で観光事業に取り組む渡邊正雄部長、籠谷菜緒さん、岡本新一山梨未来創生室長。

狙いを定めた事業展開

同行は、観光事業の開始にあたり、まず観光客のターゲットを行いました。既存の観光資源を最大限活用すること、需要が見込めること、地域課題の解決に貢献するこ

①富士山一点集中から山梨県全域へ（海外個人客向け）

富士山周辺にとどまる外国人観光客をいかに県内に周遊させるか。この課題解決に向け、同行は大手旅行会社のJTBと連携し、外国人観光客向けの県内周遊ツアー等の企画・販売を目指しています。

この一環として、同行は、地方創生推進部で観光事業に取り組む籠谷菜緒さんを、JTBが河口湖駅近くに整備した観光情報発信拠点「Tourist Base Kawaguchiko」に、週数回派遣しています。同拠点は、来訪者の大半を占める外国人観光客向けに、カフェ・物販、着物・甲冑の着付け体験、オプションツアーの販売などを行い、山梨県の魅力をPRしています。

籠谷さんは、旅行会社への就職も考えたほどの旅行好き。海外留学などで培った抜群の英語力を生かして、同拠点で外国人観光客向けの受付業務等を行っています。「まさか銀行で観光の仕事ができるとは思わなかった。とても嬉しい」と目を輝かせて話す籠谷さんからは、仕事の充実ぶりが伝わります。渡邊部長も「最近、若手行員から地域の課題解



▲ 「Tourist Base Kawaguchiko」の受付に立つ籠谷さん。
山梨中央銀行提供。

②地方銀行だからできる付加価値の高いツアー（国内個人富裕層向け）

一度は憧れる豪華客船での優雅なクルーズ旅行。同行は、国内個人富裕層向けの観光として、豪華客船の乗船者に目を付けました。静岡県から山梨県を通る中部横断自動車道の高い利便性に注目し、2024年3月、清水港に寄港した豪華客船「飛鳥Ⅱ」の乗船者を対象に、山梨県屈指の名刹である日蓮宗総本山「身延山久遠寺」を巡る日帰りツアーを、

と、銀行の収益に寄与することなどの観点から、国内の個人富裕層と団体客、海外の個人客（富裕層を含む）をターゲットとしました。

決に携わりたいという声をよく聞く。アプローチは色々あるが、地方銀行にはこうした夢を叶えられる可能性が確実に広がっている」と胸を張ります。

籠谷さんは、外国人観光客のニーズや観光ノウハウ等を日々体感しており、「外国人観光客と言っても、国籍等の属性によって、観光目的に大きな違いがある」と言います。具体的には、「アジア系の観光客は、写真『映え』やSNSの『バズリ』を目的に観光地を巡り、富士山のマスコット商品などを親戚や友達へのお土産として大量に購入していく傾向がある。一方、欧米系の観光客は、自分の見たいものや体験したいことを目的に観光地を巡り、ストールなどの逸品を自分用に購入する傾向がある」とのことです。

また、同行は、市場調査の一環として、2023年12月に河口湖周辺で、2024年4月には東京の原宿周辺で、外国人観光客向けに街頭インタビューを実施しました。調査は、業務用スマートフォンに、「日本に来るのは何回目か」「どこの国から来たのか」「何日滞在するのか」などの質問事項を表示して、回答（選択）してもらいました。定型の質問以外に、会話から細かな情報やニーズをくみ取るため、調査会社を活用せず、地方創生推進部のメンバーの他、英語が話せる営業店の行員でインタビューを実施したとのこと。

インタビューを通じて、同部の岡本新一山梨未来創生室長は、「外国人観光客は、日本への観光を計画した段階で、どこを巡るかを決めているため、富士山に来た外国人へアプローチして県内を周遊してもらうのでは遅いことが分かった」と言います。また、籠谷さんは、「富士山に来ている外国人が、山梨県に来ているという意識を持っていないことに愕然とした」と漏らします。そのため、ターゲットとする海外の個人富裕層については、同行で今後企画する県内周遊ツアーを海外の現地旅行会社と提携して販売していくことを考えています。

営業店と連携し、企画しました。当日は、15名が参加し、通常非公開エリアへの特別見学コースの設定などにより、大変好評を博しました。

渡邊部長は、「地域を熟知している地方銀行だからこそ、他とは一線を画す魅力的なツアーを企画できる」と好評の理由を語る一方、「クリアすべき課題も多かった」と苦労を



打ち明けます。例えば、信仰心の篤い信者も大切である中、観光客だけを特別扱いできない身延山久遠寺の立場を尊重することや、多くの候補先から最適な食事やルートを選定する必要があったとのこと。このため、同地に根差した営業店にも協力を仰ぎ、富裕層に合った上質なサービスを提供するというツアーのコンセプトを共有しながら、周辺事業者や観光協会などと交渉・調整を行ったとのこと。

現在、同行には、本ツアーのリリースを見た介護事業者から、普段、外出する機会の少ない入居者に対するツアーと一緒に検討したいとの引き合いが、取引のある営業店を通じて寄せられています。



▲ ツアーの様子。山梨中央銀行ニュースリリース (https://www.yamanashibank.co.jp/assets/files/K20240325_3.pdf) より。

③観光×教育（国内団体客向け）

同行は、甲府駅から徒歩15分の場所に、「山梨中銀金融資料館」を設置しています。同資料館は、日本最古の預金通帳や江戸時代の大判小判をはじめ、古代から現代に至るまで約2,000点の貨幣類を展示する日本有数の貨幣資料館です。

また、同資料館には、楽しく体験しながら、お金の知識を身につけることをコンセプトに、「金融教育コーナー」を

併設しています。本コーナーの目玉であるライフプランに関するシミュレーションゲームでは、20代から50代までのライフイベントとそれに伴う支出額を、遊びながら学べるようになっています。

同行は、県内外の中学校・高校に対し、金融リテラシーの向上に資する校外学習のツアーとして、同資料館の見学、金融経済教育セミナーの開催、金融ゲームラーニングをパッケージ販売することを計画しています。

岡本室長は、「現状、金融経済教育を組み込んだツアーは存在せず、本商品が全国初の取り組みになる。必ずや潜在的なニーズに応えられるはず」と自信をのぞかせます。国民の安定的な資産形成に向けて、金融経済教育の重要性が高まる中、同行は、年間100名×7校程度の需要を見込み、期待を寄せています。



▲ 山梨中銀金融資料館館内。



▲ 金融教育コーナー。



▲ ライフプランに関するシミュレーションゲームボード。

今後に向けて — 旅行業の認可取得と子会社設立

同行は、将来的には旅行業に関する認可を取得したうえで、「銀行業高度化等会社⁵」の設立を目指すとしています。金融庁の「中小・地域金融機関向けの総合的な監督指針」が2023年6月に改正され、銀行業の高度化や地域の活性化に資する新規事業については、銀行業高度化等会社の設立に向けた準備段階として、銀行グループによる実証実

験が可能となりました。同行の観光事業への取り組みは、この実証実験として実施しているものであり、観光事業の採算性・継続性の検証やノウハウの蓄積を図っています。渡邊部長は、こうした取り組みを進めながら、「2024年度中には、銀行業高度化等会社の設立を目指したい」と意気込んでいます。

北陸新幹線延伸を追い風に「福井銀行」の挑戦

半世紀越しの悲願

2024年3月16日、北陸新幹線の金沢－敦賀間が延伸・開業しました。福井県民にとって、1973年に公表された北陸新幹線の整備計画から50年来の悲願達成でした。

東京駅から北陸新幹線に乗り、ほぼ満席の車内で揺られること最速2時間51分。降り立った福井駅で出迎えてくれたのは、太古の昔から永い時を超えて蘇った恐竜たち。鳴き声をあげて動く恐竜が至る所に出現した福井駅は、それ自体が1つのアミューズメントパークのようです。

北陸新幹線延伸による福井県内の経済波及効果は、年間309億円と試算されています⁶。この百年に一度とも言われる機会を逃すまいと、観光事業に参入したのが**福井銀行**です。



▲ 福井駅前の恐竜広場。

福井県の価値を高める

福井県と言えば、世界三大恐竜博物館と称される「福井県立恐竜博物館」、サスペンスドラマの舞台でお馴染みの「東尋坊」、ズワイガニの最高級ブランドである「越前がに」などが有名です。しかし、受入態勢やPRが十分でなかったことなどから、福井県の外国人観光客数は全国第46位、旅行消費額は全国最下位に沈んでいます⁷。

そこで、2022年7月、北陸新幹線延伸という千載一遇のチャンスが間近に控えていたことを受け、福井銀行は、福井県の魅力や価値を高めることを目的に、観光・物販事業を行う全額出資の子会社「ふくいヒトモノデザイン(株)」を設立しました。同社の小畑善敬代表取締役社長によると、ユニークな社名には、「新幹線と同時に、福井のヒトとモノの流れをデザインし、価値を創造する」という意味が込められているそうです。



▲ 右からふくいヒトモノデザイン(株)の小畑善敬代表取締役社長、河畑浩紀取締役兼常務執行役員、野村周平事業企画部長、加藤太一観光事業部長。

世界に「ZEN」を発信

同社が観光事業として力を入れているのが、福井県が日本に誇る名刹「曹洞宗大本山永平寺」を含めた永平寺町を巡るツアーです。永平寺は、約780年の歴史を誇る「禅」の修行場です。その荘厳な雰囲気魅せられ、海外でも人気になっており、アップルの創業者スティーブ・ジョブズ氏も憧れていたと言います。2022年度には約31万人の観光客が訪れました⁸。

山間の凜とした空気を感じながら、食事処や土産物店が並ぶ参道をのぼると辿り着く境内。その敷地は広大で、荒木



▲ 曹洞宗大本山永平寺の龍門。



じっぽ
十畝をはじめとする昭和の著名な日本画家144名による230枚の天井絵がはめ込まれた156畳の大広間「絵天井の間」



▲ 「絵天井の間」の天井絵。

や、参拝のメインである「七堂伽藍」など、見て回るだけでも1時間はかかります。取材に訪れた際も、平日にもかかわらず、多くの観光客が禅の教えに触れており、中には外国人の団体客の姿もありました。

小畑社長は、「ただ永平寺を訪れて終わりではなく、福井

の文化や禅を知ってもらうことが重要」と考えています。そのため、永平寺町を巡るツアーでは、座禅のほか、農業体験や郷土料理作りなどの地域文化を本格的に体験できるプログラムを組んでいます。

今後、同社は、永平寺を起点に、福井県を周遊するツアーの企画に力を入れていく方針です。同社は、宿泊施設を備えたレストランである「オーベルジュ」にも注目しており、現在、永平寺周辺のほか県内数か所で建設計画が進んでいます。河畑浩紀取締役兼常務執行役員は、「欧米の個人富裕層を主なターゲットとして、オーベルジュに長期滞在してもらい、着地型観光として、そこを起点とした周遊や体験の場を提供していくことを構想している」と、その実現に意欲をみせています。例えば、メガネフレームの国内シェア96%を誇る「メガネの聖地」鯖江市のメガネ工場の見学やメガネ作り体験などをツアーに組み込むことを考えています。

観光とDXの融合

観光の活性化には、裏打ちされた数字に基づき適切な戦略を立てることが重要です。福井銀行や福井県観光連盟など、福井県に活動拠点のある6企業・団体で構成する「福井県観光推進マーケティングデータコンソーシアム」は、観光関連データを収集・分析し、マーケティングに活用するため、「観光の見える化」に取り組んでおり、ふくいヒトモノデザインがその代表企業として事務局機能を担っています。

加藤太一観光事業部長によると、「入込客数や宿泊客数のデータは、集計されるまでにタイムラグがあり、かつ必ずしも精緻ではないため、なかなか活用しにくい」と実情を吐露します。

そこで、コンソーシアムは、リアルタイムな定量データの実態把握を始めました。まず、観光施設や道の駅など県内18施設26か所に人流計測センサーを設置し、リアルタイムで入込客数を収集できる取り組みを行いました。これにより、5分単位で人流を把握できるため、セールの実施などリアルタイムでのプロモーション活動が可能となりました。

また、コンソーシアムは、福井県立恐竜博物館やあわら温

泉の予約データのオープンデータ化を行っています。福井県立恐竜博物館は、2023年のリニューアルオープンを契機に事前予約制となり、60日先までの予約状況をリアルタイムで公開しています。あわら温泉では、芦原温泉旅館協同組合に加入している15施設のうち、宿泊データの提供に協力した10施設の宿泊予約状況をリアルタイムで公開しています。

恐竜博物館の入館者数やあわら温泉の宿泊客数などが日次で詳しく把握できるようになったことで、恐竜博物館のある勝山市やあわら温泉街の飲食店・店舗などは、従業員の最適な勤務シフト体制を整備したり、効率的に食材や物販品を仕入れたりすることが可能になったほか、効果的なイベント開催や広告宣伝の企画に活かすことができるようになったとのことです。

個々の宿泊施設が宿泊データを他施設に提供することは、手の内を明かすことにはなりますが、加藤部長は「これらの情報を公開したことが非常に画期的。他施設の予約状況をオープンデータ化することで、エリア全体で効果的な対策を打てる」と、その有用性を強調します。

地域の逸品を全国へ

観光地域商社を標榜する同社は、物販事業として、観光に欠かせないお土産にも目を付けました。

いったいどんなお土産を作れば、多くの人に手を取ってもらえるのか。悩んだ野村周平事業企画部長は、「全国に出張する都度、各地で売れているお土産をリサーチした。そこで辿り着いたのが、地域を問わず人気のあった『サンドクッキー』だった」と言います。さっそく、福井県の銘菓「水ようかん」とサンドクッキーを掛け合わせ、「水ようかんサンドクッキー」として商品開発に乗り出しました。福井銀行の行員にパッケージデザインのアンケートを募りつつ、中身については福井県の水ようかんメーカーの代表格である「えがわ」監修のもと商品化にこぎ着けました。

河畑取締役兼常務執行役員は、本商品のコンセプトについて、「地域の逸品を全国に知ってもらおうことだ」と教えて

くれました。お土産としては珍しいポップなパッケージで目を惹き、食べやすい優しい甘さで人気となっており、福井駅の売店などでヒット商品となっています。



▲ 水ようかんサンドクッキー。

観光活性化の次なる課題は「交通」— 挑戦は続く

東京－福井間の利便性が飛躍的に高まった今、小畑社長は、「福井県のさらなる観光活性化のためには、タクシーやレンタカー不足などの問題を抱える県内の交通手段の整備が重要」と考えています。同社は、福井銀行、福井県庁および福井市役所からの出向者などで構成していることもあり、福井銀行の地域ネットワークを活用しつつ、地方公共団体とも連携しながら、こうした課題解決に取り組んでいきたいとしています。

また、北陸新幹線は、着工・開業時期は未定ながら、最終的には大阪まで延伸することが計画されています。小畑社長は、「東京だけでなく、大阪とも1本でつながれば、関東圏・関西圏双方からの需要が見込める。また、子どもや孫の世代が県内にとどまる理由になり、それだけで希望になる」と、その実現に期待を寄せています。そして、「福井県が素通りされないように、さらなる魅力向上に取り組むことが当社の使命」と力強く決意を語りました。

おわりに

地方銀行と観光は、一見結びつかないように思われるかもしれませんが、長年にわたり地域に寄り添ってきた地方銀行だからこそ、発掘できる地域の魅力がたくさんあります。そんな魅力を日本全国や世界に届けることができるのが、地方銀行の強みであり、地方銀行が観光事業に取り組む意義はここにあります。

もうすぐ夏休み。今年はどこを観光するか、予定はもう立っていますか。カレンダーがまだ埋まっていない方も、少しずつ予定が入り始めている方も、今まで着目していなかった地域に、ぜひ目を向けてみてください。その地域でしか得られないモノや体験がいくつもあることでしょう。この夏は、少し足を延ばして、新しい体験をしてみませんか。

¹ 日本政府観光局 (JNTO) 「訪日外客統計」 (<https://www.jnto.go.jp/statistics/data/visitors-statistics/>)

² 日本政府観光局 (JNTO) 「2024年4月 訪日外客数 (JNTO推計値) (対2019年比)」 (https://view.officeapps.live.com/op/view.aspx?src=https%3A%2F%2Fwww.jnto.go.jp%2Fstatistics%2Fdata%2F20240515_monthly.xlsx&wdOrigin=BROWSELINK)

³ 国土交通省「観光立国推進基本計画」(2023年公表) (https://www.mlit.go.jp/kankocho/seisaku_seido/kihonkeikaku.html)

⁴ 山梨県の名目GDPは山梨県「県民経済計算」(2015年)、観光GDPは山梨県「観光入込客統計調査報告書」(2017年)、全国の名目GDPは内閣府「国内経済計算」(2016年)、観光GDPは観光庁「旅行・観光産業の経済波及効果」(2016年)より山梨中央銀行が算出。

⁵ 銀行業の高度化、または銀行の利用者利便の向上、地域の活性化、産業の生産性向上、その他の持続可能な社会の構築に資する業務を営む会社。

⁶ 日本政策投資銀行北陸支店「北陸新幹線敦賀開業による福井県内への経済波及効果」 (https://www.dbj.jp/upload/investigate/docs/a0b72bcf6e0c1e3efbd9b5be46c980fa_1.pdf)

⁷ 国土交通省「訪日外国人消費動向調査」(2023年4～12月) (<https://view.officeapps.live.com/op/view.aspx?src=https%3A%2F%2Fwww.mlit.go.jp%2Fkankocho%2Fcontent%2F001734817.xlsx&wdOrigin=BROWSELINK>)

⁸ 福井県交流文化庁観光誘客課「令和4年 福井県観光客入込数(推計)」 (https://www.pref.fukui.lg.jp/doc/kankou/fukuiken-kankou/kyakusu_d/fil/021.pdf)

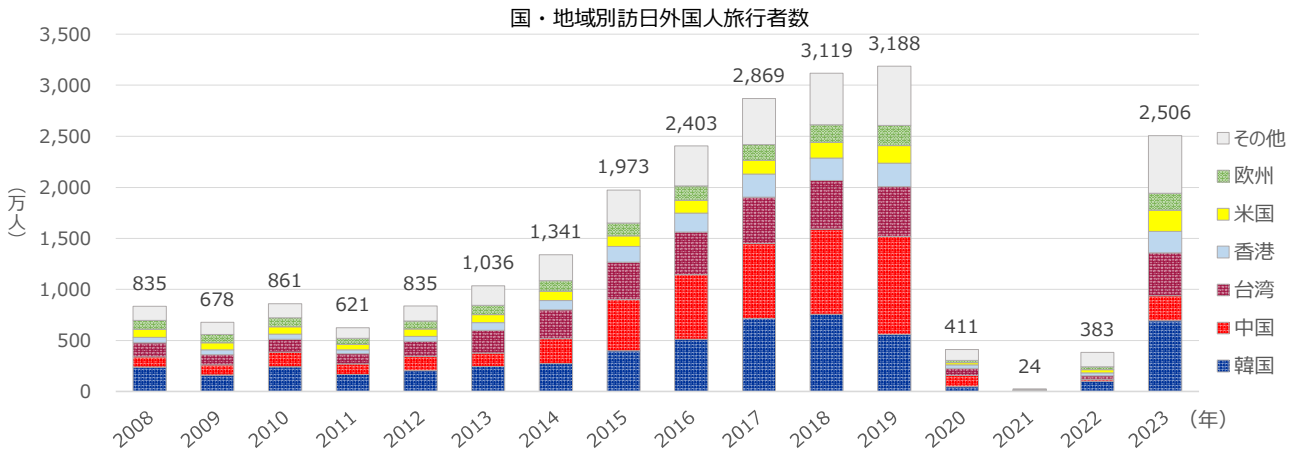


日本を訪れる外国人

訪日外国人旅行者数は、2019年にピークとなる3,188万人を記録しました。これは、2008年の3.8倍です。その後、新型コロナウイルス感染症の影響により、2020年～2022年は大幅に落ち込みましたが、2023年は2,506万人と、コロナ禍前の2019年の78.6%まで回復しました。

国・地域別に見ると、中国が、2019年は959万人と全体の

30%を占めましたが、2023年は242万人と全体の9.6%に低下しました。一方、韓国が、2019年は558万人と全体の17.5%でしたが、2023年は695万人と全体の27.7%に上昇しました。その他、2023年は、台湾が420万人（16.7%）、香港が211万人（8.4%）、米国が204万人（8.1%）、欧州が166万人（6.6%）となっています。



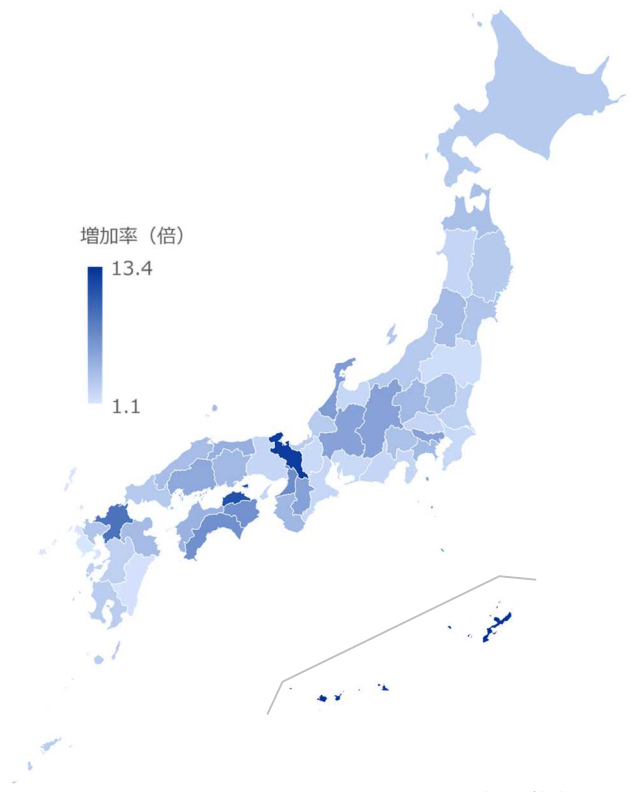
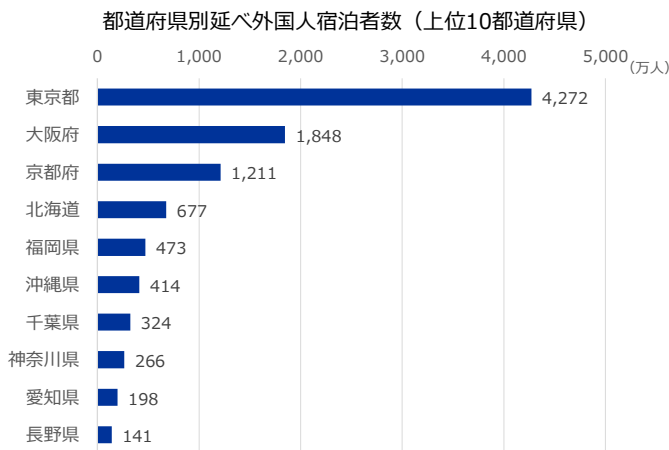
▲ 日本政府観光局（J N T O）「訪日外客統計」（<https://www.jnto.go.jp/statistics/data/visitors-statistics/>）より当協会作成。

また、わが国の延べ外国人宿泊者数を見ると、2008年が2,224万人に対し、2023年は5.1倍の1億1,433万人と、日本の総人口1億2,435万人（2023年10月1日現在：総務省統計局）に匹敵する数となっています。

すべての都道府県別で増加し、最も増加したのが沖縄県の13.4倍、次いで京都府の12.7倍、香川県の11.3倍の順となっています。

なお、2023年の延べ外国人宿泊者数が最も多いのは、東京都の4,272万人と全体の37.3%を占め、次いで大阪府の1,848万人（16.1%）、京都府の1,211万人（10.5%）の順となっています。

都道府県別延べ外国人宿泊者数の増加率（2008年比）



▲ 統計ダッシュボード（<https://dashboard.e-stat.go.jp/>）のデータを加工して作成。

Powered By Bing
© GeoNames, Microsoft, TomTom