

台湾のアウトバンド 富山のインバウンド

富山県台北ビジネスサポートデスク（株式会社ジェック経営コンサルタント 国際業務課） 高原 真理

2025年4月15日、富山を代表する観光地ともいえる立山黒部アルペンルートが開山し、多くの外国人旅行者が富山に訪れています。富山県を訪れる外国人旅行者の中で最も多いのは台湾からのお客様とされています。その背景には、台湾のアウトバンド戦略と富山のインバウンド戦略が絡み合っています。弊社では、台湾側のアウトバンドを仕掛ける旅行会社への営業を行い、富山側の自治体や観光関連事業者をサポートしています。台湾のアウトバンド状況、富山のインバウンド状況及び、台湾旅行会社のニーズについてレポートをします。

（１）台湾のアウトバンド

【現状】台湾で人気の海外観光地ランキングは、1位日本、2位中国、3位韓国、4位ベトナム、5位タイになっています。

訪日台湾人による年間のインバウンド消費額は2023年には7,000億円を突破しています。年間を通じて、訪日客は来訪しており、一人当たりのインバウンド消費額は19万円程度となっています。日本国内の人気の訪問先としては、1位東京、2

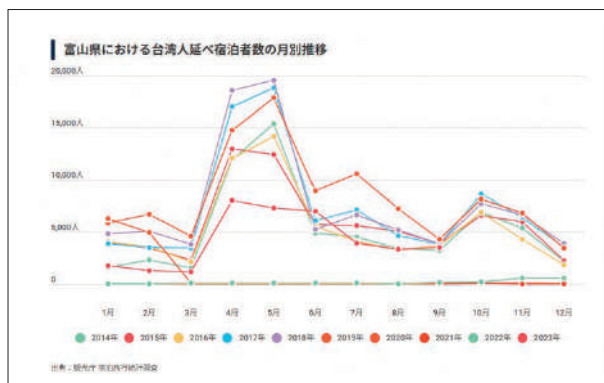
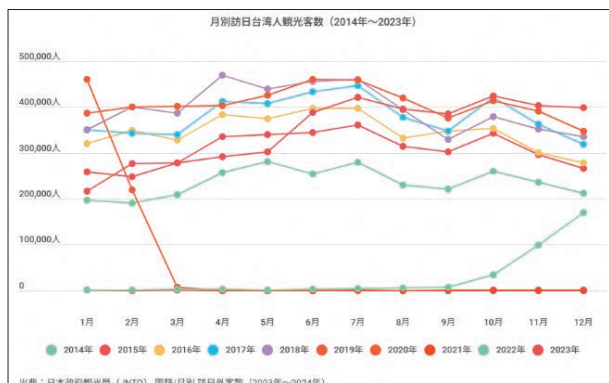
位大阪、3位京都、4位北海道、5位沖縄と観光地のゴールデンルートが根強い人気です。

（２）富山県のインバウンド

【現状】令和5年に日本に訪れた台湾旅行客は約420万人とされています。そのうち、富山県に宿泊したとされる延べ宿泊者数は約6.5万人です。消費額は7,472円となっています。宿泊者数の推移は全国とは異なり4月～5月に集中しており、立山黒部アルペンルートの雪の大谷の時期にリンクしています。

【台湾旅行会社のニーズ】

台湾旅行会社は、競争が激化する訪日市場において差別化を図るため、近年「日本の地方都市」へのツアー造成に力を入れています。特に自然体験、ローカルグルメ、文化体験など、個人旅行では味わいにくい「特別な体験」が重視されています。また、季節ごとのテーマ性を活かした商品（例：春の桜、夏の水遊び、秋の紅葉狩り、冬の雪景色と温泉）も人気であり、富山県の多彩な魅力との親和性は高いといえます。旅行会社にとっ



では、季節ごとに確実に集客できるコンテンツの供給と、地方自治体や観光団体との連携のしやすさが、重要な戦略要素となっています。

【台湾旅行会社のアウトバンドに向けた取り組み】

台湾の旅行会社と航空会社は、日本の地方都市への直行便を次々と開設し、深い観光体験を求める台湾人旅行者のニーズに応える取り組みを行っています。

燦星旅遊は台湾虎航と協力し、秋田・高知・福島へのチャーター便を運航しています。秋田便は2023年12月より毎週2便（木・日）運航され、豊かな自然と文化を楽しむ商品が用意されています。高知便は2023年5月から10月にかけて運航され、四国エリアへの注目を集めました。福島便は東日本大震災後初めての定期チャーター便として話題となり、地域との交流促進に貢献しています。

また、エバー航空は日本最大手の旅行会社JTBと連携し、台湾と日本の双方向観光促進を目指した商品開発とプロモーションを展開しています。

【台湾旅行会社から見た富山】

台湾の旅行会社にとって、富山は「春の一大人氣エリア」として位置づけられています。特に「雪の大谷」や朝日町の「春の四重奏」などは、毎年多くの観光客を魅了しており、4月にはツアーが集中する傾向があります。一方、夏はファミリー向けのテーマパークや海遊びが主流となるため、富山は選ばれにくい傾向があります。秋は東北地方の紅葉が積極的にプロモーションされており、富山の紅葉の情報が少ないことで選択肢に入りにくいのが現状です。冬は積雪により交通や観光施設の運営が不安定となるため、旅行会社としては商品造成のハードルが高いとされています。



▲GiantAdventureによる自転車旅行

す。ただし、富山ならではの冬体験（雪景色×温泉、グルメ旅など）をしっかりと整理・発信することで、通年型の観光地としての成長も十分に期待できると考えています。

【富山県のインバウンドと台湾のアウトバンドのマッチング】

富山県は、立山黒部アルペンルートや富山湾の美しい景観、そして四季折々の自然や地域ならではの食文化を武器に、訪日台湾人を魅了しています。とは言え、現在台湾アウトバンドの富山での消費額はまだまだ少なく、のびしろがまだまだあります。

特に台湾市場は、親日的な文化背景と地方への関心の高さから、富山県にとって重要なターゲット市場であると言えます。台湾のアウトバンド旅行者は、近年「定番の東京・大阪」から「地方の新たな魅力」へと関心を広げており、富山県にとってはチャンスが到来していると言えます。

新型コロナウイルス後の日本の地方はどこもインバウンド誘致に力を入れており、試行錯誤を凝らしたコンテンツの造成、PRイベントの実施、SNSマーケティング、トップセールス等を実施しています。

今後は、他地域にはない富山県のコンテンツを打ち出し、台湾市場のニーズを的確に捉えた富山モデルの商品開発や、ウィンターシーズンの魅力発信が求められます。

弊社は日本の他の地方に劣らないコンテンツを持つ富山県、観光関連施設の創意工夫、情報発信の強化をサポートし、選ばれる「富山」を皆様と一緒に目指したいと考えています。



▲台湾旅行会社の広告