

# 要約編

---



平成20年度広域ブロック自立施策等推進調査事業

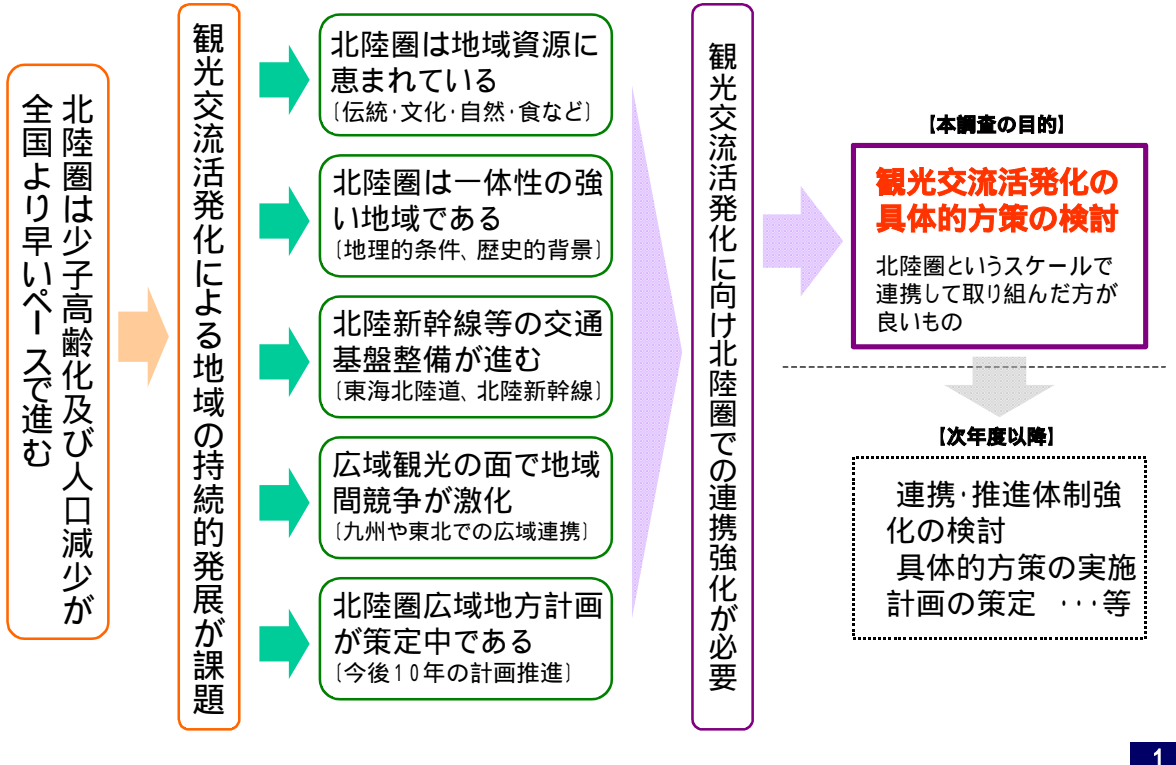
## 多様で豊かな地域資源を活かした北陸地域の交流活発化 に資する仕掛けづくりに関する調査 要約編

### 要約編 目次

序. 本調査の概要	1
1 圏域内外の広域的な人的交流の実態把握・ニーズ分析	5
1-1 北陸圏における交流の現状(国内)	5
1-2 北陸圏における交流の現状(インバウンド)	9
1-3 北陸圏の認知度	11
1-4 東海北陸道の全線開通、北陸新幹線の開通に伴う新たな人的交流ニーズ の可能性及び波及効果分析	15
1-5 観光交流の全国的な動向と今後のトレンド	18
2 「北陸らしさ」を備えた地域資源の掘り起こし	21
2-1 「北陸らしさ」の再整理	21
2-2 「北陸らしさ」を備えた地域資源の活用実態の現状	28
3 他圏域等における交流活発化のための具体的方策の把握	31
3-1 九州観光推進機構による取組み現状	31
3-2 東北観光推進機構による取組み現状	40
3-3 北陸圏の広域組織・各県による取組み現状	44
4 北陸圏における交流活発化の課題・具体的方策の検討	46
4-1 北陸圏における交流活発化の方向性・課題・具体的方策の位置づけ	46
4-2 交流活発化の方向性・具体的方策	49
4-3 実現化方策	61

序 本調査の概要

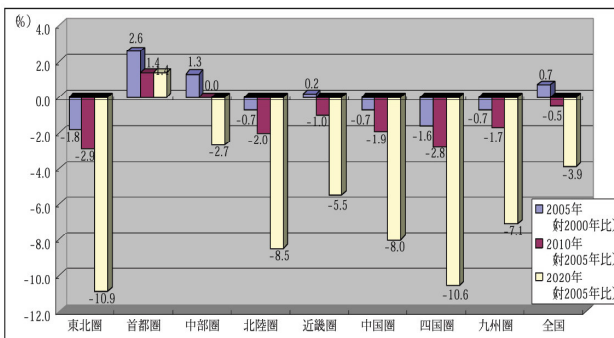
(1) 本調査の目的



序 本調査の概要

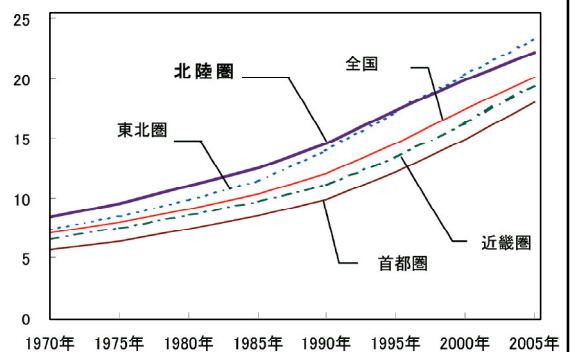
(参考)人口減少、高齢化率等

将来の人口増減率(圏域比較)



出所: 北陸圏広域地方計画(都道府県間の人口純移動率を直近の2000-2005年の係数で固定し、社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口」(平成18年12月推計)における出生中位推計に基づくものとし、その上で増減率を算出

高齢化率の推移(圏域比較)



出所: 北陸圏広域地方計画 国勢調査をもとに作成

(2)調査検討の体制

北陸圏交流活発化方策  
調査検討委員会

目的: 北陸圏を核とした交流の活性化に資する仕掛けづくりに関して、全体の方向性について意見交換、協議を行う。



第1回委員会の様子

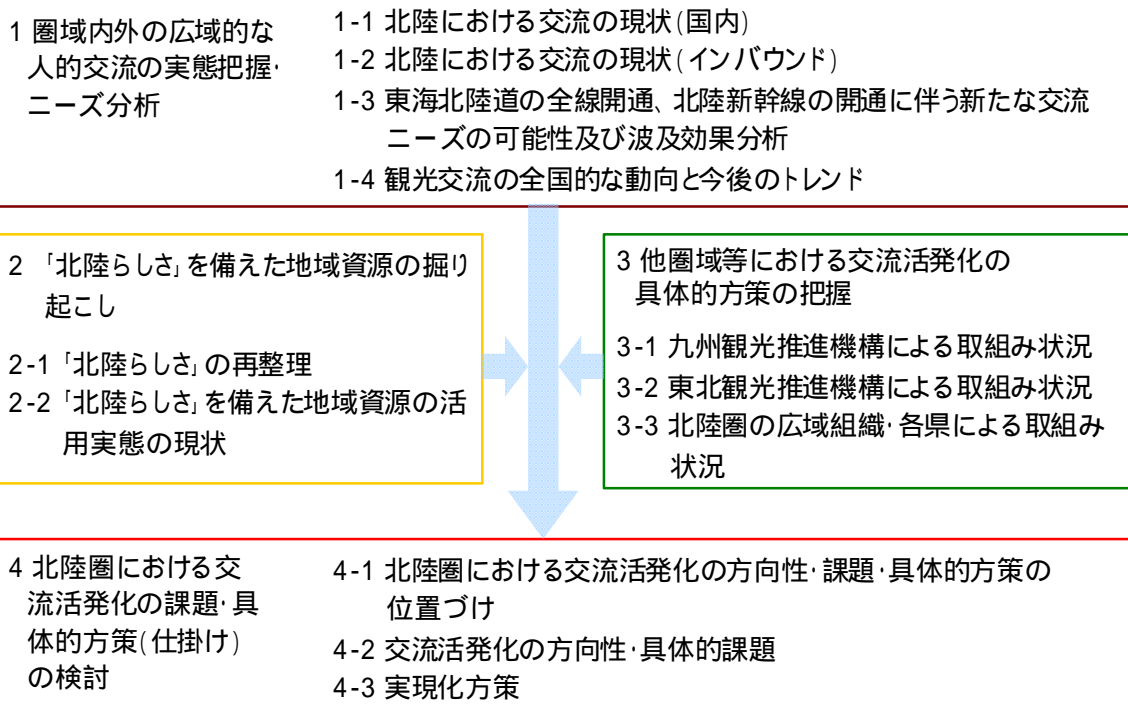
北陸圏交流活発化方策  
調査検討委員会ワーキング

目的: 北陸圏を核とした交流の活性化に資する仕掛けづくりに関して、具体的な方策を実践的な視点で議論し、委員会に諮る。



第2回ワーキングの様子

(3)調査フロー



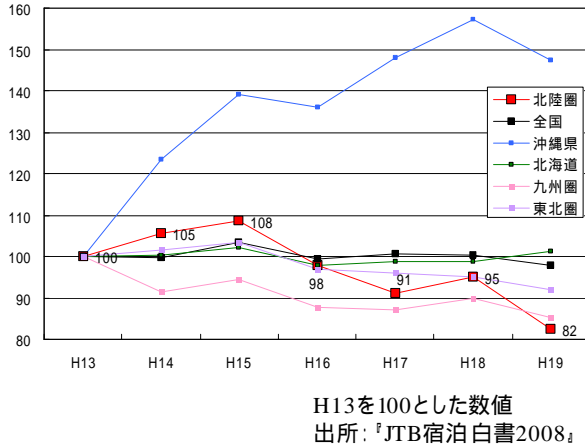
1

圏域内外の広域的な人的交流の実態把握・ニーズ分析

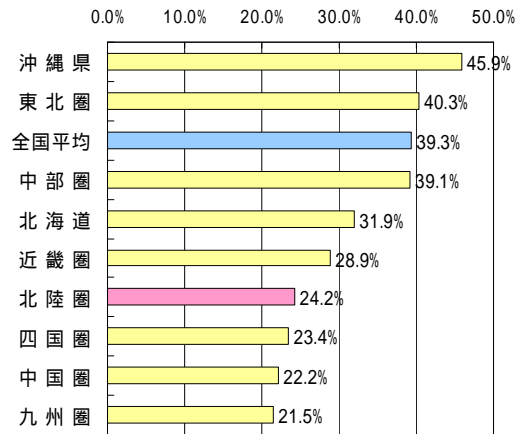
1-1 北陸圏における交流の現状(国内) (1)交流人口の傾向

北陸の交流人口は全国と比べ伸び悩んでいる〔H13 H19: 18%〕  
 近畿、中部からの旅行者が多いが、国内最大のマーケットである首都圏からの入込みシェアが小さい〔首都圏のシェア:24.2%(中国圏、四国圏レベル)〕

宿泊者数の推移(圏域比較)



旅行者全体のうち首都圏からの旅行者が占める割合(国内)



H19年度、のべ宿泊者数  
 出所: 国土交通省宿泊旅行統計

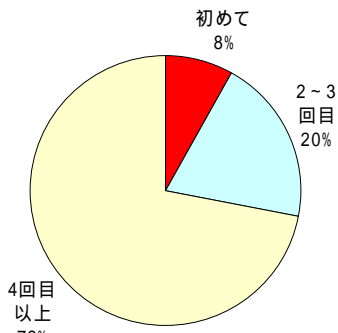
1

圏域内外の広域的な人的交流の実態把握・ニーズ分析

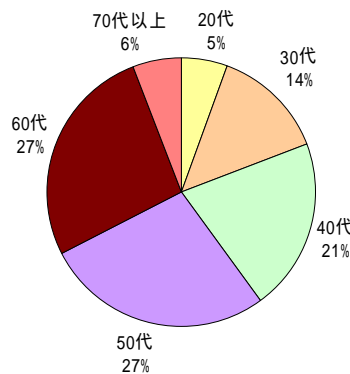
1-1 北陸圏における交流の現状(国内) (2)交流人口の特性

観光目的で北陸を訪れる方の9割がリピーターであり新規の誘客が必要である。  
 年齢では40～60代の割合が高く75%を占める。  
 観光行動は名所・旧跡を訪ねる旅や温泉が多い。

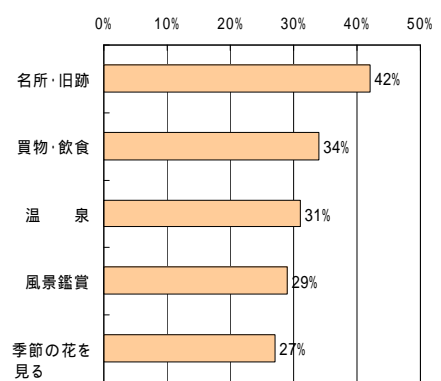
観光目的で北陸圏を訪れた人の、来訪経験



観光目的で北陸圏を訪れた人の、年齢層



観光目的で北陸圏を訪れた人の、主な観光行動(上位5)

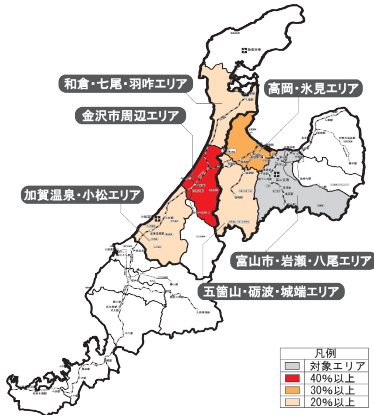


北陸圏における移動・旅行に関するアンケート調査(H20)

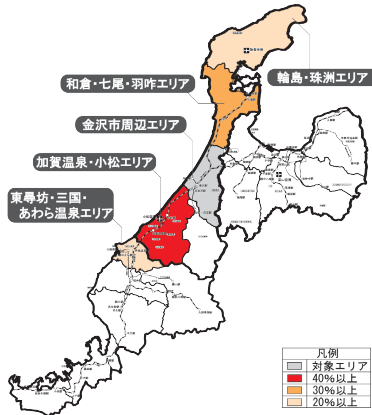
## 1-1 北陸圏における交流の現状(国内) (3)北陸圏域の周遊特性

旅行者は北陸の複数の地域を周遊する傾向があり、一体的な取組みの有効性が高い  
富山市・岩瀬・八尾エリアを訪れた人の40%以上は、金沢市周辺エリアを訪れている。  
金沢市周辺エリアを訪れた人の20%以上は、東尋坊・三国・あわら温泉エリアを訪れている。  
福井市エリアを訪れた人の40%以上は加賀温泉・小松エリアを訪れる。 …等

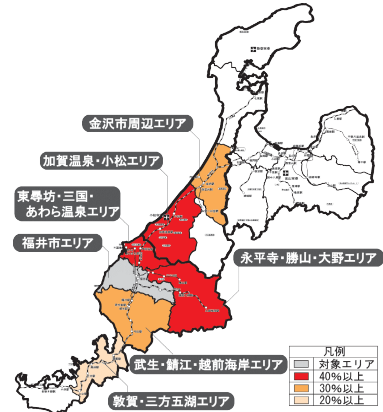
富山市・岩瀬・八尾エリアを  
訪れた人の周遊率(20%以上)



金沢市周辺エリアを訪れた  
人の周遊率(20%以上)



福井市エリアを訪れた  
人の周遊率(20%以上)



北陸圏における移動・旅行に関するアンケート調査(H20)

7

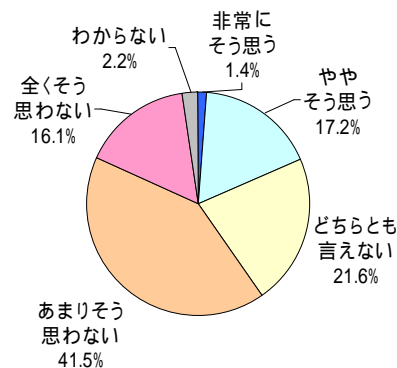
## 1-1 北陸圏における交流の現状(国内) (4)観光の不足点等

二次交通の不便さ、観光地における情報・ガイド不足が挙げられている  
北陸観光に不足しているものとして地域内でのアクセスの不便さが指摘されている。  
観光情報の提供やガイドについて約2割の旅行者が不満を感じている。

北陸観光に不足しているもの  
(旅行者の意向)

交通の不便さ。北陸道に沿って平野部を移動するならよいが、山間部に行くとなちまち不便になる。  
海岸や山間部へのアクセスが不便。  
公共交通の利便性。

観光情報提供やガイドが少ないと感じるか(旅行者の意向)

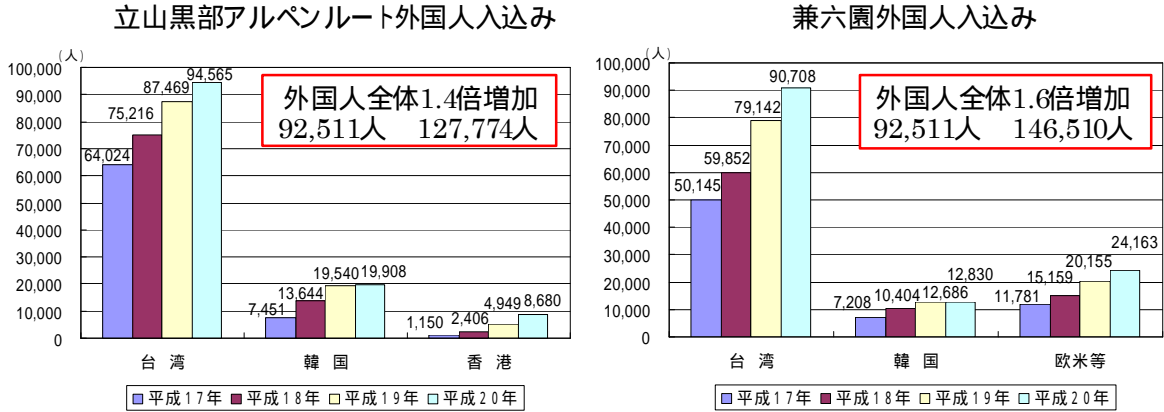


出所: 『平成19年度国土施策創発調査 東アジアのゲートウェイとして時代やニーズに対応した北陸型の新しい観光システム構築に関する課題調査』

8

1-2 北陸圏における交流の現状(インバウンド) (1)交流人口の傾向

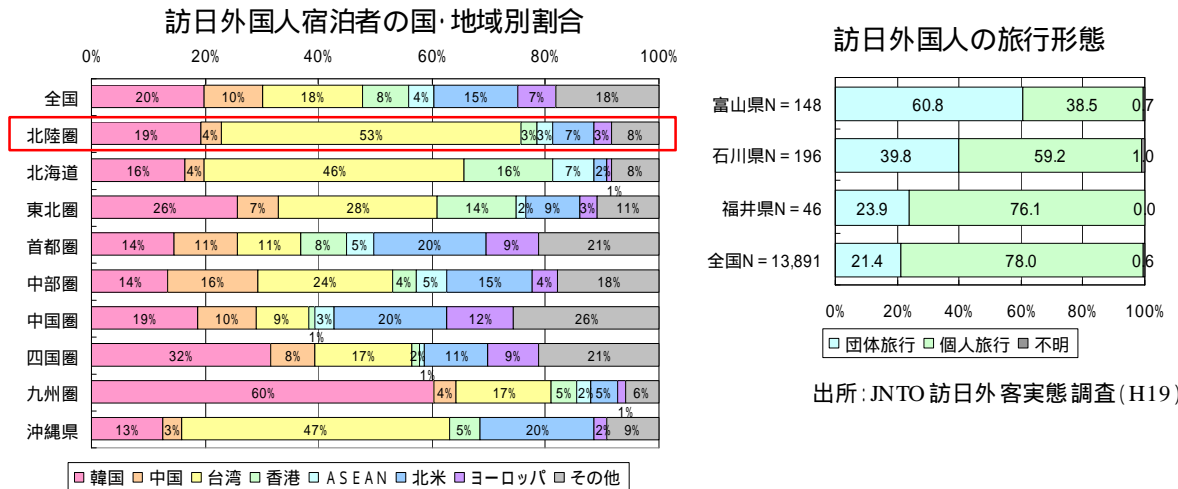
北陸圏の主要な観光地を訪れる外国人は増加している  
 ・平成17年から20年にかけて、立山黒部アルペンルートを訪れる外国人は1.4倍、兼六園を訪れる外国人は1.6倍に増加しており、北陸圏の主要な観光地を訪れる外国人は増加している。  
 ・立山黒部アルペンルート、兼六園ともに台湾人が多く訪れているが、兼六園には欧米等から訪れる外国人も多く、増加傾向にある。



出所：北陸信越運輸局  
 欧米等は、英・独・仏・西・伊・米・加・豪

1-2 北陸圏における交流の現状(インバウンド) (2)外国人旅行者の特性

北陸圏で最も多い外国人宿泊者の国・地域は台湾であり半数以上(53%)を占めている。次いで韓国からの宿泊者が多く19%を占めており、全国平均とほぼ同じ割合である。富山県では約6割、石川県では約4割が団体旅行であり、全国平均を大きく上回る。



出所：国土交通省宿泊旅行統計 従業員数10人以上の施設



# 1 圏域内外の広域的な人的交流の実態把握・ニーズ分析

## 1-3 北陸圏の認知度 (1) 認知度と交流人口

ブランド知覚指数は石川県が20位、富山県が27位、福井県が38位であり県単位のブランド力は低い。

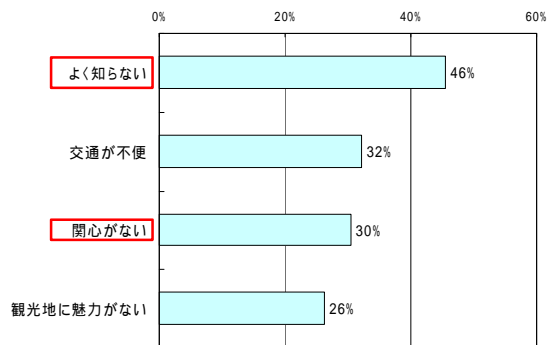
観光に行きたいと思わない理由では、よく知らない、関心がないが多く、認知度の低さが交流人口伸び悩みの原因の一つになっている

地域ブランド知覚指数ランキング

順位	地域名	順位	地域名	順位	地域名
1	北海道	16	広島県	32	山形県
2	京都府	17	青森県	34	大分県
3	沖縄県	18	千葉県	35	岡山県
4	東京都	19	新潟県	36	岐阜県
5	大阪府	20	石川県	37	山口県
6	兵庫県	21	熊本県	38	福井県
7	神奈川県	22	宮城県	39	鳥取県
8	鹿児島県	23	和歌山県	40	福島県
9	福岡県	24	山梨県	41	佐賀県
10	長野県	26	三重県	42	徳島県
11	奈良県	27	富山県	43	埼玉県
12	愛知県	28	岩手県	44	島根県
13	静岡県	29	愛媛県	45	茨城県
14	長崎県	29	香川県	46	栃木県
15	宮崎県	29	滋賀県	47	群馬県

出所：地域ブランド戦略サーベイ (2008)  
株式会社日経リサーチ

北陸に観光に行きたいと思わない理由

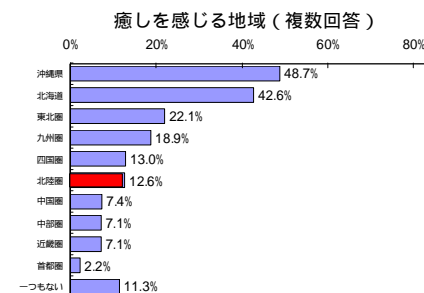
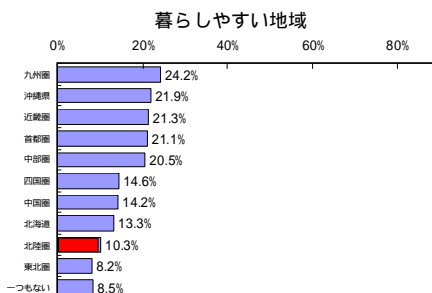
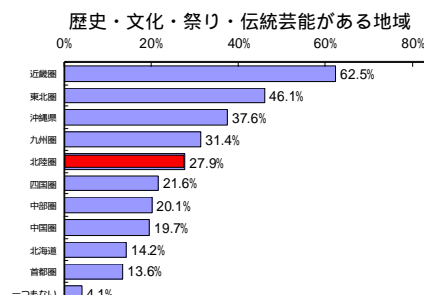
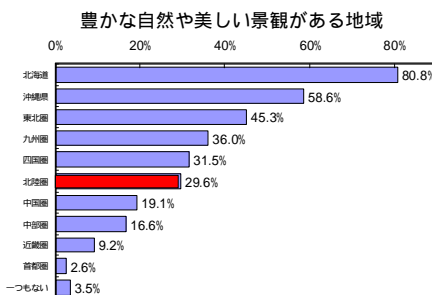


出所：『平成19年度広域地方計画の各圏域について他圏域から見たイメージ等に関する調査』国土交通省

# 1 圏域内外の広域的な人的交流の実態把握・ニーズ分析

## 1-3 北陸圏の認知度 (2) イメージ軸の認知度

全国の他圏域との比較では、歴史・文化・祭り・伝統芸能がある地域は10圏域中5位(27.9%)、暮らしやすい地域は10圏域中9位(10.3%)、癒しを感じる地域は10圏域中6位(12.6%)であり、北陸の魅力と思われるイメージ軸に対しては、他の圏域と比べて認知度が低い。

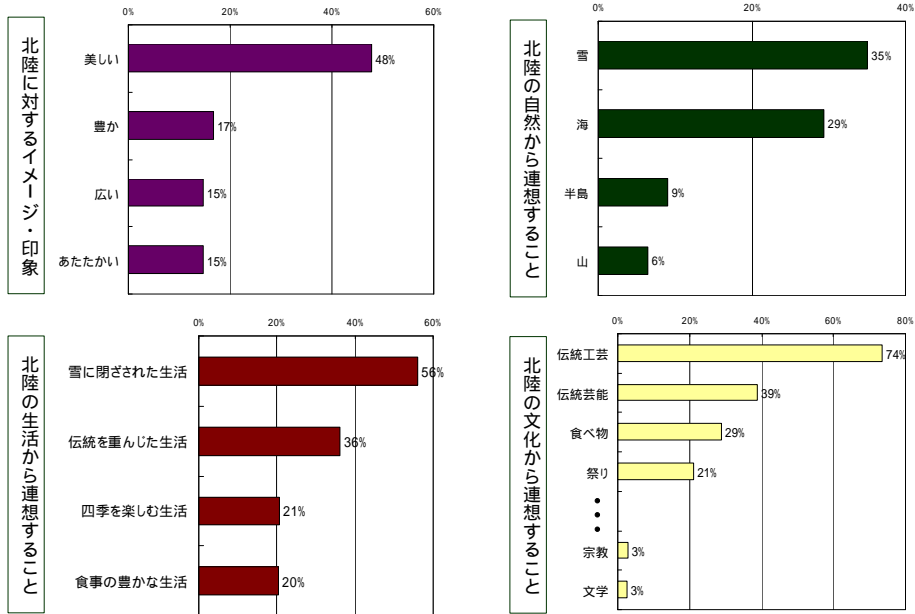


出所『平成19年度広域地方計画の各圏域について他圏域から見たイメージ等に関する調査』国土交通省

# 1 圏域内外の広域的な人的交流の実態把握・ニーズ分析

## 1-3 北陸圏の認知度 (3)北陸に対するイメージ

北陸のイメージとしては「美しい」というキーワードが多く選ばれている。  
 自然からの連想では雪、海、生活からの連想では「雪に閉ざされた生活」、「伝統を重んじる生活」、文化から連想することでは、伝統工芸をイメージする人が多い。



出所:平成18年北陸のイメージに関するアンケート調査結果(北陸イメージアップ推進会議)

# 1 圏域内外の広域的な人的交流の実態把握・ニーズ分析

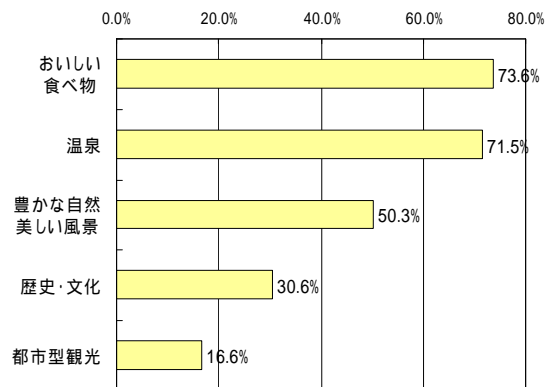
## 1-3 北陸圏の認知度 (4)来訪意向

首都圏、東北圏からは、1泊2日で行きたい圏域に選ばれている。  
 北陸観光において求める内容は食、温泉、自然・景観のニーズが高い。

観光で最も行きたい圏域・上位3位  
 1泊2日程度の観光(居住圏域別)

訪問先 居住圏域	自 圏域	他圏域 上位3位 (%)		
		1位	2位	3位
北海道	44.6	首都圏 22.7	東北圏 12.7	近畿圏 5.4
東北圏	37.1	首都圏 31.5	北海道 10.5	北陸圏 8.6
首都圏	28.2	近畿圏 17.4	東北圏 14.5	北陸圏 13.2
北陸圏	11.6	近畿圏 31.4	首都圏 22.9	中部圏 16.7
中部圏	18.1	北陸圏・近畿圏 23.8	首都圏 17.9	
近畿圏	20.2	北陸圏 21.5	首都圏 12.6	中部圏 12.0
中国圏	7.8	近畿圏 26.2	九州圏 20.5	四国圏 14.8
四国圏	7.4	近畿圏 33.6	九州圏 16.0	首都圏 13.2
九州圏	42.0	首都圏 15.0	沖縄県 10.2	近畿圏 9.2
沖縄県	11.8	九州圏 28.7	首都圏 21.5	近畿圏 11.6

北陸圏の観光地に求める内容  
 1泊2日程度の観光(訪問希望先圏域別)



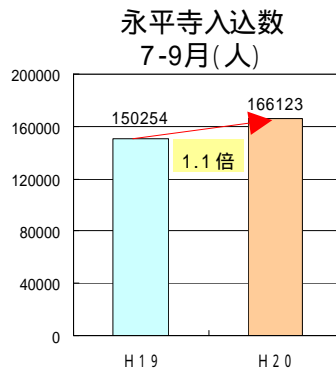
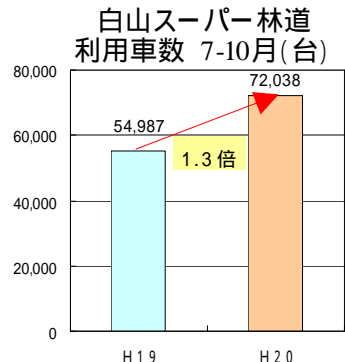
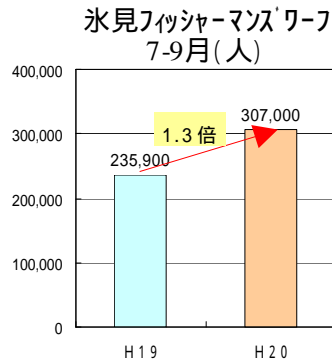
出所:『平成19年度広域地方計画の各圏域について他圏域から見たイメージ等に関する調査』国土交通省

1

圏域内外の広域的な人的交流の実態把握・ニーズ分析

1-4 東海北陸道の全線開通、北陸新幹線の開通に伴う新たな人的交流ニーズの可能性及び波及効果分析  
(1)東海北陸道の全線開通による効果

特に東海北陸道からアクセスのよい氷見フィッシャーマンズワーフ、白山スーパー林道の増加が目立つ。福井県では永平寺が増加しているが、あわら温泉では効果が現れていない。



出所: 中日本高速株式会社発表の東海北陸道全通の整備効果を使用、福井県は県データを使用

1

圏域内外の広域的な人的交流の実態把握・ニーズ分析

1-4 東海北陸道の全線開通、北陸新幹線の開通に伴う新たな人的交流ニーズの可能性及び波及効果分析  
(2)北陸新幹線の開通に伴う交流人口のケーススタディ

北陸新幹線の開通に伴う交流人口増加のケーススタディを先行県における変化をベースに推計したところ、ケース1では46万人の増加、ケース2では112万人の増加、ケース3では184万人の増加である。

北陸新幹線の整備概要	全体スケジュール 時間短縮効果(対鉄道との比較)
新幹線開業による利用者の増加(鉄道のみ)	北陸新幹線(高崎~長野)+26% 東北新幹線(盛岡~八戸)+52% 九州新幹線(新八代~鹿児島中央)+126%
先行県における新幹線開業の人的交流変化 (首都圏在住者の公共交通による流動)	青森県 観光+13% ビジネス-25% その他+40% 山形県 観光+94% ビジネス+7% その他+88% 長野県 観光+206% ビジネス-59% その他+78%
北陸圏における交流人口増加のケース設定 (首都圏在住者の公共交通による流動)	ケース1(低位) 観光+10% ビジネス+10% その他+40% ケース2(中位) 観光+50% ビジネス+30% その他+60% ケース3(高位) 観光+100% ビジネス+60% その他+80% 福井県の増加率については別途設定
北陸圏における交流人口の増加量 (首都圏在住者の公共交通による流動)	ケース1(低位) 年間46万人増加(+15.8%) ケース2(中位) 年間112万人増加(+38.2%) ケース3(高位) 年間184万人増加(+62.8%)

# 1 圏域内外の広域的な人的交流の実態把握・ニーズ分析

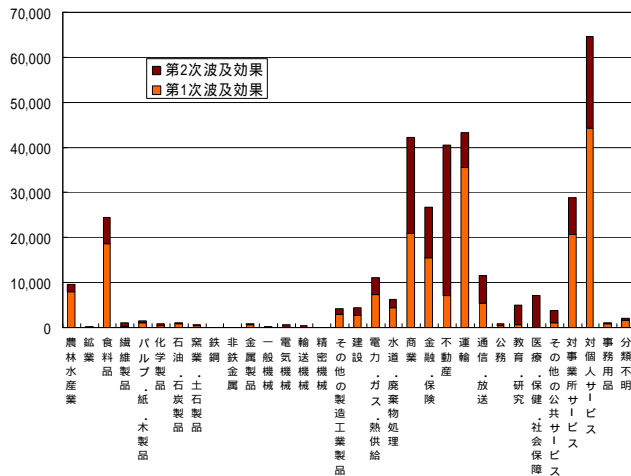
## 1-4 東海北陸道の全線開通、北陸新幹線の開通に伴う新たな人的交流ニーズの可能性及び波及効果分析 (3) 経済波及効果

現在の交流人口による経済波及効果は、生産誘発額が1兆894億円であり北陸3県の県内生産額合計の4.7%を占めており、大きな波及効果がある。

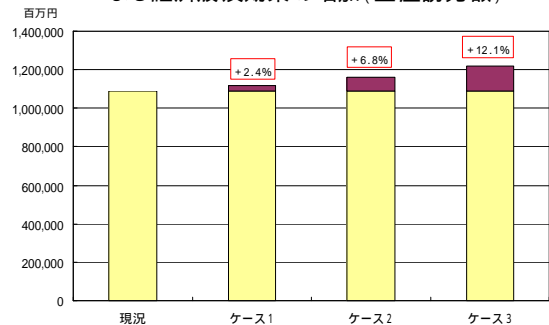
交流人口の波及効果は各産業部門に広がる特性がある。

北陸新幹線開業による交流人口増加による経済波及効果の増加効果を見ると、生産誘発額はケース1では263億円(+2.4%)と小さいが、ケース2では746億円(+6.8%)、ケース3では1,315億円(+12.1%)と大きな効果が現れる。

交流人口による経済波及効果(生産誘発額, 部門毎)



北陸新幹線開業に伴う交流人口増加による経済波及効果の増加(生産誘発額)

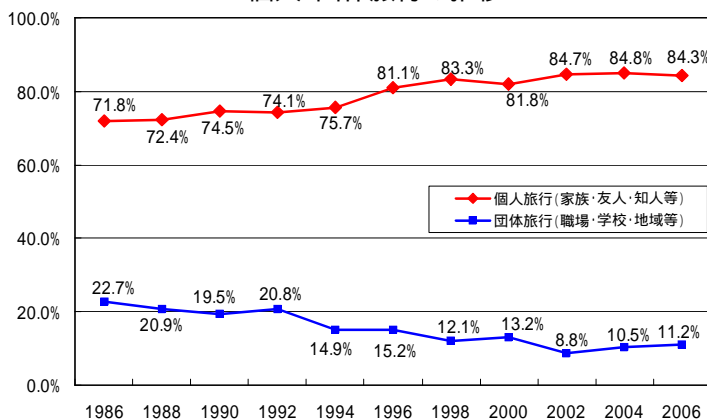


# 1 圏域内外の広域的な人的交流の実態把握・ニーズ分析

## 1-5 観光交流の全国的な動向と今後のトレンド (1) 全国的な動向

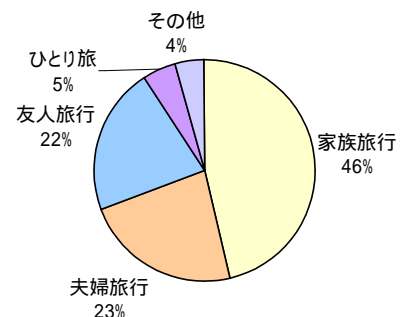
旅行形態は、個人旅行が約9割を占め、団体旅行は20年間でシェアが半減している。マーケットセグメントは、家族旅行(特に小学生連れの家族)、夫婦旅行(特に子育て後の夫婦)が多い。

個人・団体旅行の推移



出所: 『平成19年度版観光の実態と志向』(財)日本観光協会

旅行マーケットセグメント

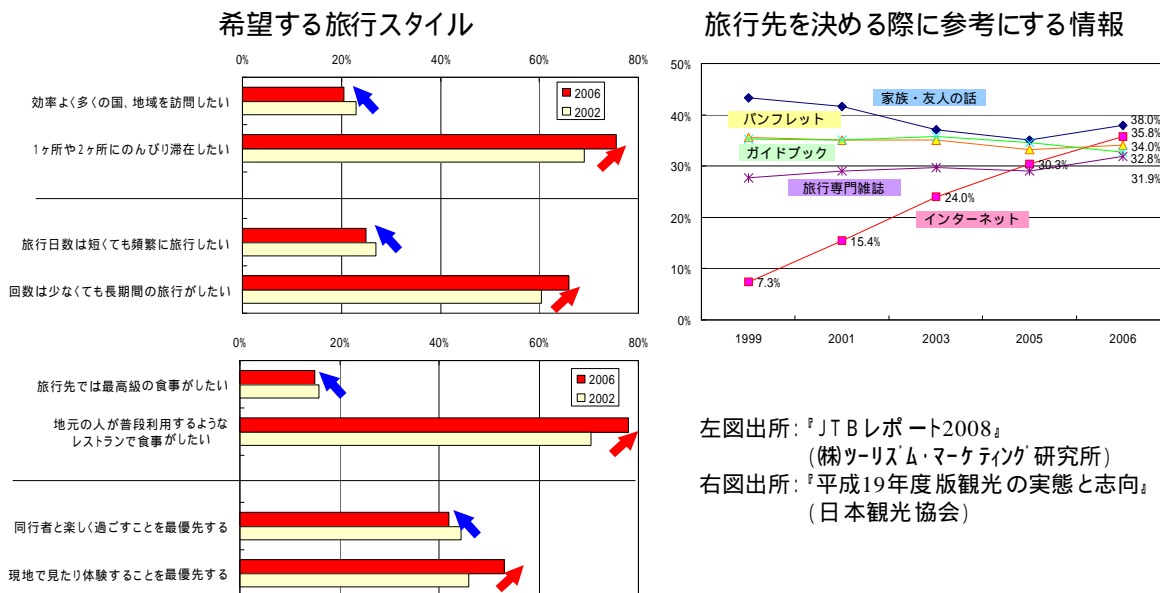


出所: 『旅行者動向2008』((財)日本交通公社)

## 1-5 観光交流の全国的な動向と今後のトレンド (2) ニーズの変化

旅行スタイルとして、滞在型へのニーズが高まっているとともに、旅行先の地域文化に対する関心の高まりがみられる。

旅行先を決める際に参考にする情報として、インターネットの活用が急増している。



## 1-5 観光交流の全国的な動向と今後のトレンド (3) 有識者の提言等

交通の整備は進められている。北陸に来てもらう必然性が必要。

滞在にシフトする。リピーター、滞在に耐えられる観光まちづくりが必要である。

従来型の物見遊山的観光から、地域風土を肌で感じるホンモノ志向の着地型観光が求められている。(地域の人提供になる、質の高さが求められる)

旅行者は、地元の生活スタイルや産業活動に触れあえる機会を通じて、充実した時間消費ができる旅行を求めている。(時間に浸る・時間に楽しむ)

旅行形態が個人化、多様化する中で、地域全体で多様な着地型プログラムを、通年で用意していくことが求められている。

リピーターを確保するには顧客満足度99%を狙い、不満を解消し琴線に触れるサービスを創造していく必要がある。

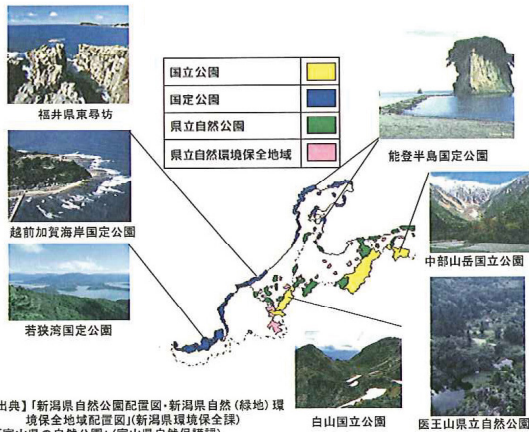
広域連携が重要。個々の取組みが繋がらないとプログラムが増えない。北陸のイメージ形成ができない。

## 2 「北陸らしさ」を備えた地域資源の掘り起こし

### 2-1 「北陸らしさ」の再整理 (1) 自然環境からみた北陸

山岳と深海が近接する変化に富んだ豊かな自然が、景勝地を形成している。豊かな湾の存在と海流がぶつかる位置にあることから、豊かな漁場を形成しており、食文化の基礎となっている。  
水資源と植生の豊かさが、水田や豊かな里山を形成する礎となっている。

北陸圏の国立・国定自然公園



【出典】「新潟県自然公園配置図・新潟県自然(緑地)環境保全地域配置図(新潟県環境保全課)」「富山県の自然公園」(富山県自然保護課)」「石川県環境白書」(石川県環境安全部)」「福井県の自然公園」(福井県環境部自然保護課)

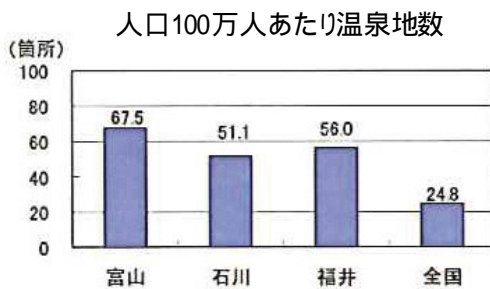
北陸圏の豊富な水産資源



## 2 「北陸らしさ」を備えた地域資源の掘り起こし

### 2-1 「北陸らしさ」の再整理 (2) 歴史的背景からみた北陸[古代～平安時代]

古来より越国として北陸道を背骨にし、一体的な地域として認識されていた。大伴家持が越中国府に着任し、多くの和歌を詠み「万葉集」編纂へとつながった。立山信仰、白山信仰が興隆し、山岳信仰文化、宗教拠点としての寺社が整備された。加賀温泉、和倉温泉が開湯し、1300年近い温泉地としての歴史をスタートさせた。大陸からの玄関口として、能登から若狭が文化交流拠点として機能した。天皇の御食料を納める国として若狭が位置づけられ、海産物の豊かさが古くから認知されていた。



出所: 「北陸圏の現状」北陸地方整備局

渤海使日本海推定ルート



出所: 「図説福井県史」福井県文書館