

# 北陸新幹線開業効果に関するレポート

2017年1月10日

明治大学 経営学部 小関ゼミ 地域活性化班

岩間 栞澤 木野 眞野 渡邊

## 目次

・はじめに

- 1.開業効果（石川県）
  - 1-1.地域別観光客入込数
  - 1-2.発地別観光客入込数
  - 1-3.主要温泉地宿泊者数
  - 1-4.主要観光地入込数
  - 1-5.外国人宿泊者数
- 2.石川県の取り組みについて
- 3.開業効果（富山県）
  - 3-1.観光客入込数
  - 3-2.宿泊者数
  - 3-3.外国人宿泊者数
  - 3-4.20歳～24歳の転入数
  - 3-5.企業の誘致数
  - 3-6.空港の利用率の変化
- 4.富山県の取り組みについて
  - 4-1.これまでの取り組み概要
  - 4-2.具体的な取り組み
- 5.提言
  - 5-1.石川県
  - 5-2.富山県

はじめに

2015年3月14日、北陸新幹線が長野～金沢間で開通をした。開業から1年余りたった今、北陸地方はどう変わったのであろうか、興味深い記事を発見した。

「6月30日までの北陸新幹線の各停車駅の1日当たり平均乗車人数（速報値、自動改札機を通った乗客数で、団体客は含まず）は金沢駅（金沢市）が約8700人と突出している。続く富山駅（富山市）でも約4800人と2倍近い差があるのが実情だ。黒部宇奈月温泉駅は約800人、糸魚川駅は約400人だった。金沢は市内に金沢城などの著名な観光資源が集中する一方、富山は市郊外に黒部や五箇山といった観光地が分散していることも影響しているとみられるが、金沢のブランド力や集客力が沿線地域で群を抜いているのは間違いなさそうだ。」<sup>1</sup>

「新幹線の開業効果に沸く金沢だが、このまま上昇気流に乗り続けられるかは予断を許さない。『金沢は開業前からの積極的なプロモーションでイメージが先行した感がある。リピーターをどう確保していくかが今後の大きな課題』（藤沢主任研究員）だ。」<sup>2</sup>

同じ時期に開業した金沢駅と富山駅で開業効果に差があるという記事、今後も経済効果を持続させることについての記事である。私達のイメージでは、石川県と富山県は同じ北陸地方であると考えており、なぜ差が出てしまったのか非常に興味を持った。そこで、ここではこの記事の内容を踏まえ、なぜ両駅に差が生まれてしまったのか、両県の課題は何であるのかを考え、提言を交えたレポートにする。

## 1.開業効果（石川）

この章では、様々なデータをもとに北陸新幹線開通に伴う開業効果について考察する。

### 1-1 地域別観光客入込数

はじめに地域別に観光客入込数の変化について見ていく。ここでは北陸新幹線が開通する以前の2012年～2014年、開通した平成2015年を比較している。

このグラフからは、石川の中でも観光地などが多い「金沢地域」「能登地域」が他の地域に比べ増加率が高いことがわかる。（加賀地域：8.6% 金沢地域：19.2% 白山ろく地域：5.8% 能登地域：18.3%）合計では15.8%の増減率である。

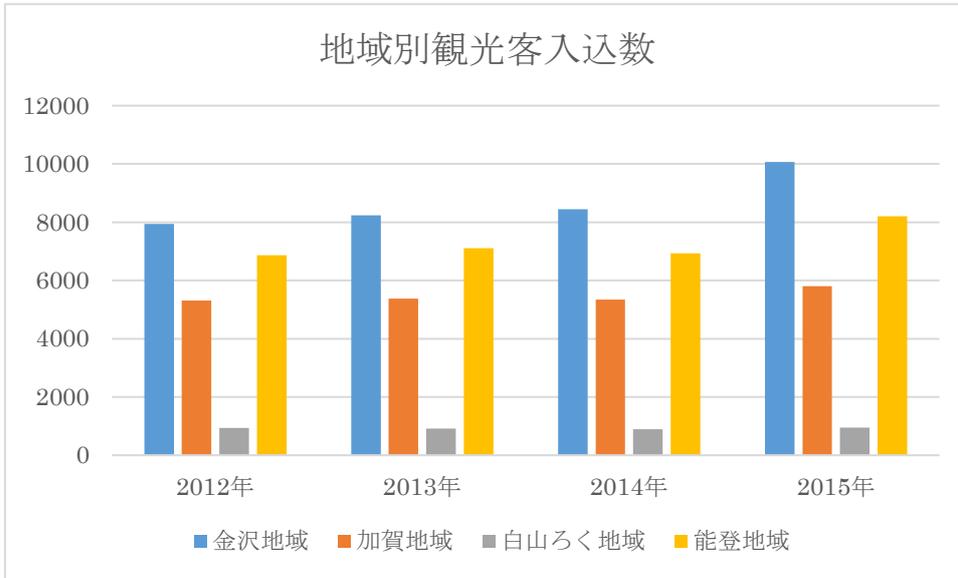
---

<sup>1</sup> 【ビジネスの裏側】北陸新幹線開業は金沢の独り勝ち…「一強他弱」では成長持続に限界の声も（1-3ページ） - 産経 WEST 12月20日アクセス

<http://www.sankei.com/west/news/150805/wst1508050005-n1.html>

<sup>2</sup> 【ビジネスの裏側】北陸新幹線開業は金沢の独り勝ち…「一強他弱」では成長持続に限界の声も（3-3ページ） - 産経 WEST 12月20日アクセス

<http://www.sankei.com/west/news/150805/wst1508050005-n3.html>



(単位：千人)

出典：石川県観光企画課「平成 27 年観光入り込み状況について」を参考に筆者作成

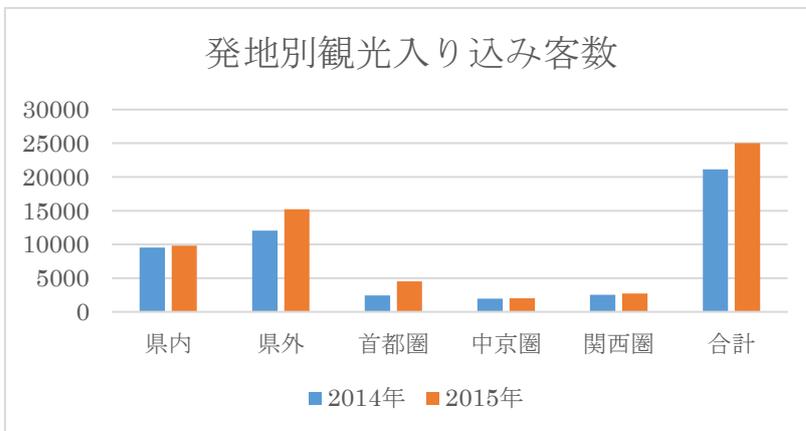
#### 1-2 発地別観光客入込数

次に石川県の観光客のなかで、どこから来た人がどのくらい増えたのか、というように発地別に増減率をみていく。このグラフでは、北陸新幹線が開通する以前の 2014 年、開通した 2015 年を比較している。

このグラフで注目すべき点は 2 点ある。

1 つ目は、観光客は県内ではなく県外からの観光客のほうがやはり増加しており増減率 26.2%、観光客入込数 25018000 人は過去最高の数値であったという点である。

そして 2 つ目は、その県外の中でも開通以前は、東京からのアクセスの不便さから関西圏からくる観光客が常に首都圏を上回っていたが、今回の北陸新幹線開通により、首都圏からの観光客がはじめて関西圏からの観光客を上回ったという点である。



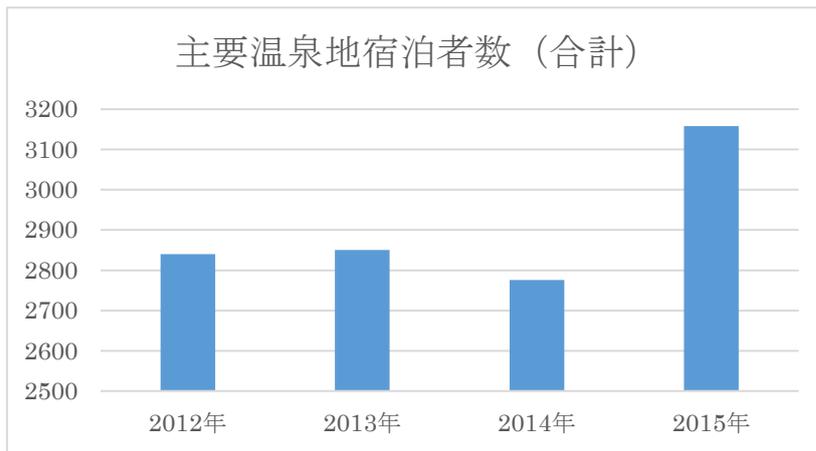
(単位：千人)

出典：石川県観光企画課「平成 27 年観光入り込み状況について」を参考に筆者作成

### 1-3 主要温泉地宿泊者数

次に石川県の観光の名物でもある温泉地への観光客数の変化についてみていく。このグラフでは、北陸新幹線が開通する以前の2012年～2014年、開通した2015年を比較している。

このグラフの通り2014年から2015年にかけて宿泊者数は大幅に増加しており、前年度から比べると1.3倍の数値である。これは、過去5年で最高の数値である。



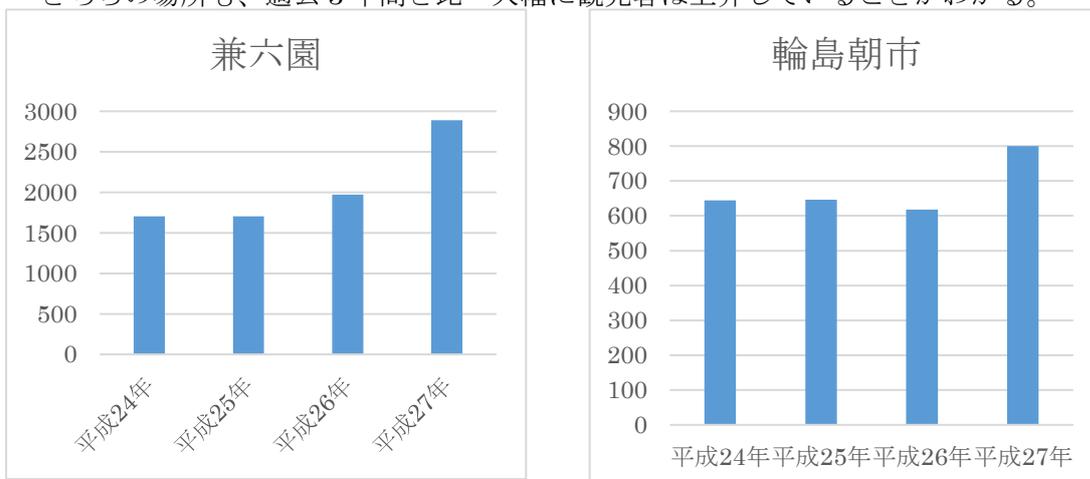
(単位：千人)

出典：石川県観光企画課「平成27年観光入り込み状況について」を参考に筆者作成

### 1-4 主要観光地入込数

次に主要観光地として「兼六園」と「輪島朝市」の入込数を、北陸新幹線が開通する以前の2012年～2014年、開通した2015年を比較してみていく。

どちらの場所も、過去3年間と比べ大幅に観光客は上昇していることがわかる。



(単位：千人)

(単位：千人)

出典：石川県観光企画課「平成27年観光入り込み状況について」を参考に筆者作成

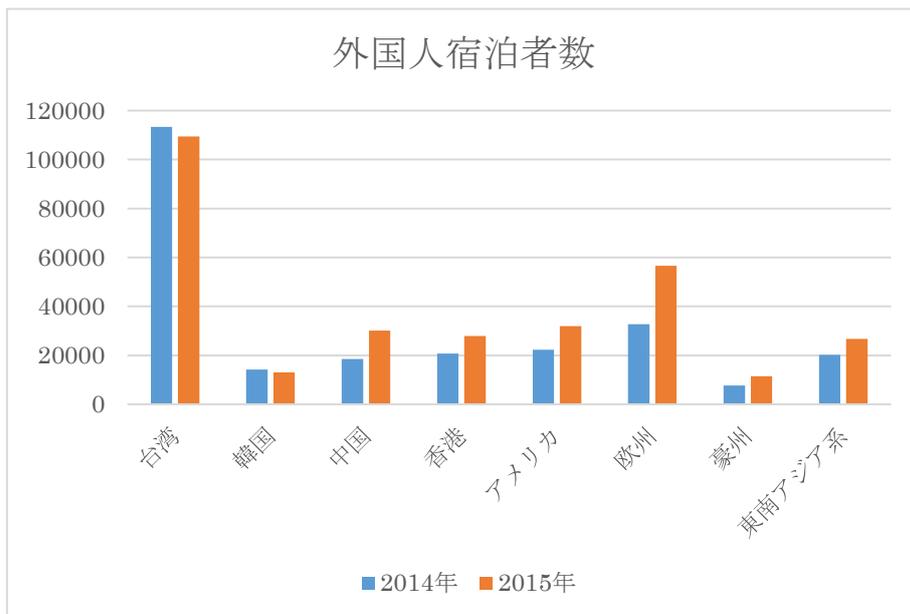
## 1-5 外国人宿泊者数

最後に北陸新幹線開通による外国人宿泊者数の変化をみていく。

このグラフで注目すべき点は2点である。

1つ目は、台湾から来る観光客が全体の外国人宿泊者数の約3割を占めるということである。これは小松から台湾直通の飛行機がでているからである。

2つ目は、中国、欧州、豪州から来る人の伸び率が高いということである。また外国人宿泊者数は3年連続最高値を記録している。



(単位：人)

出典：石川県観光企画課「平成27年観光入り込み状況について」を参考に筆者作成

## 2. 石川県の取り組みについて

はじめに、開業前の取組みを3点挙げる。

第一にSTEP21についてである。STEP21とは、平成27年3月14日に北陸新幹線が金沢まで開業することにより、最速2時間28分で金沢～東京間が乗換えなしで結ばれ（開業前よりも約1時間20分の短縮）、首都圏から多くの人を呼び込むことが可能となり、地域経済の活性化が図られるものと期待されているなかで、金沢開業に向けて、こうした開業効果を最大限に引き出し、県内全域に波及させるために、官民が連携して取り組むアクションプラン（基本計画）として平成21年3月に石川県が策定したものである。

またSTEPには、“Shinkansen Two-way Exchange Plan”（新幹線を活用した双方向による交流人口拡大計画）の頭文字を取ったものであり、「21」は“21世紀”の21である。「北陸新幹線は21世紀に石川県が発展するための手段（ステップ）である」との意味も込めている。

そしてこのSTEP21の具体的な内容としては、「3つの基本戦略」((1)観光誘客拡大 (2)

魅力ある交流基盤づくり（3）産業・地域づくり）があり、さらにこれらを施策分野ごとに「11の戦略の方向性」、「38の施策の柱」に細分化し、今後取り組んでいく具体的な施策や事業などを提示している。

また、開業に向けての取り組みを、行政だけでなく民間も一体になって進めていけるように「重点プロジェクト」というものも設けている。民間の様々な分野の方に参加していただいて、「おもてなし」「食」「歴史・景観」という石川の魅力にもっと磨きを掛けていこうというプロジェクトである。官民が連携して具体的な計画の策定とその実行に取り組んでいる。

つまりこのSTEP21とはこれらの「3つの基本戦略、11の戦略の方向性、38の施策の柱」と、「3つの重点プロジェクト」で構成されているものである。<sup>3</sup>

第二に県民参加意識の醸成の取組みである。県民参加意識を高めるために石川県は、主な例として4つの取組みを行った。

1つめは、先行開業地域の専門家などを招き、先行開業地域の課題を紹介し、克服するための対応策を議論する開業カウントダウンフォーラムの開催。

2つめは、金沢駅新幹線駅舎の見学ツアー、金沢駅での新型車両歓迎セレモニー、開業カウントダウン時計による県民メッセージの発信といった県民参加型の開業気運醸成のための取組み。

3つめは、金沢駅、加賀温泉駅、県庁ロビー等への開業カウントダウンボードの設置。

4つめは、小中高生から高齢者まで幅広い世代に対し行った出前教室の開催。

といった4つである。

第三に金沢駅の整備である。金沢駅の整備では、主な例として以下の2つのことを行っている。

1つめは、ホームや改札口といった様々な箇所に伝統工芸品を活用しているということ。

2つめは、観光案内所の面積を増やしたり営業時間を延長したりといった観光案内所の拡張・機能強化である。

次に、開業後の取り組みを2点挙げる。

第一に、おもてなしの向上である。石川県では、おもてなしを「お客様をお迎えするあたたかい『心』<sup>4</sup>」と捉えている。具体的には、観光客が困っている様子を見かけたらあたたかく声をかけることや写真撮影を頼まれたら快く応えるなど、県民参加型のものである。加えて、観光客の声を県や関係機関で共有し、コインロッカーやベンチの増設を行っている。その結果、観光客が満足、やや満足と答えた合計は85.3%<sup>5</sup>と高い水準を誇り(図)、開業前に

<sup>3</sup> <http://www.pref.ishikawa.jp/shink/step21/> 2017年1月6日閲覧

<sup>4</sup> 石川県企画振興部「北陸新幹線 金沢開業から1年これからの戦略」

<sup>5</sup> 「石川旅行『満足』85%」『北國新聞』朝刊,3面,2016年8月18日

比べ、11.5%上昇している<sup>6</sup>。

第二に、JR 西に日本との連携した誘客キャンペーンである。北陸新幹線に合わせ、北陸三県と JR 西日本、観光連盟などが中心となり、北陸デスティネーションキャンペーンが行われた。北陸デスティネーションキャンペーンとは、2015年10月1日から12月31日に開催された観光誘致キャンペーンのことで、「Japanese Beauty Hokuriku～日本の美は、北陸にあり。～」というキャッチフレーズのもと、「美観」「美食」「美技」「美湯」「美心」の5つの美を押し出した取り組みである<sup>7</sup>。加えて、期間終了後には、「日本の美は、北陸にあり。」キャンペーンを実施し、より深い魅力あふれる北陸を発信した<sup>8</sup>。

図 北陸新幹線開通後の観光客の満足度

H28.1.1~H28.6.30		
満足	1,371	59.4%
やや満足	599	25.9%
ふつう	147	6.4%
やや不満	65	2.8%
不満	27	1.2%
無回答	100	4.3%
計	2,309	100.0%

出典：石川県観光企画課「県観光連盟 満足度調査『お客様の声』」

### 3.開業効果（富山）

この章では、様々なデータをもとに北陸新幹線開通に伴う開業効果について考察する。

#### 3-1.観光客入込数

市町村別四半期別入込み							
市 町 村 名	対象年	1~3 月	4~6 月	7~9 月	10 ~ 12 月	合計	対前年比増減

<sup>6</sup> 開業前は2014年11月5日~2015年3月13日の石川県観光連盟による集計。

<sup>7</sup> 北陸物語事務局.北陸経済連合会.北陸イメージアップ推進会議「北陸物語—2015年秋 北陸デスティネーションキャンペーン」2016年12月27日アクセス [http://monogatari.hokuriku-imageup.org/hdc/about/2016\\_dc.html](http://monogatari.hokuriku-imageup.org/hdc/about/2016_dc.html)

<sup>8</sup> 北陸物語事務局.北陸経済連合会.北陸イメージアップ推進会議「北陸物語—2016年秋『日本の美は、北陸にあり。』キャンペーン」2016年12月27日アクセス <http://monogatari.hokuriku-imageup.org/hdc/about/index.html>

合計	27年	4,528	8,977	10,286	7,035	30,826	6.2%
	26年	4,446	8,648	9,607	6,335	29,036	-1.3%
	対前年比	101.8%	103.8%	107.1%	111.0%	106.2%	
富山市	27年	1,171	1,793	2,254	1,331	6,549	1.9%
	26年	1,151	1,874	2,170	1,234	6,429	0.5%
高岡市	27年	450	1,150	1,265	936	3,801	9.1%
	26年	435	1,076	1,139	835	3,485	-4.0%
射水市	27年	588	1,107	1,459	981	4,135	5.0%
	26年	586	1,074	1,393	885	3,938	1.8%
魚津市	27年	207	383	517	227	1,334	-1.0%
	26年	234	404	495	215	1,348	-3.6%
氷見市	27年	367	564	644	499	2,074	10.4%
	26年	394	521	536	427	1,878	-13.3%
滑川市	27年	30	94	72	65	261	-15.3%
	26年	32	90	123	63	308	-1.6%
黒部市	27年	433	749	1,068	713	2,963	23.2%
	26年	335	629	874	568	2,406	2.6%
砺波市	27年	169	855	357	424	1,805	2.2%
	26年	163	802	326	475	1,766	2.5%
南砺市	27年	658	927	1,081	990	3,656	6.7%
	26年	666	873	1,033	854	3,426	-0.6%
小矢部市	27年	177	405	395	243	1,220	8.7%
	26年	162	396	347	217	1,122	-1.1%
上市町	27年	95	176	167	107	545	0.2%
	26年	87	154	231	72	544	-2.5%
立山町	27年	84	611	750	381	1,826	4.4%
	26年	96	594	700	359	1,749	-2.6%
入善町	27年	80	110	139	91	420	8.5%
	26年	80	103	121	83	387	1.3%
朝日町	27年	19	53	118	47	237	-5.2%
	26年	25	58	119	48	250	-3.1%

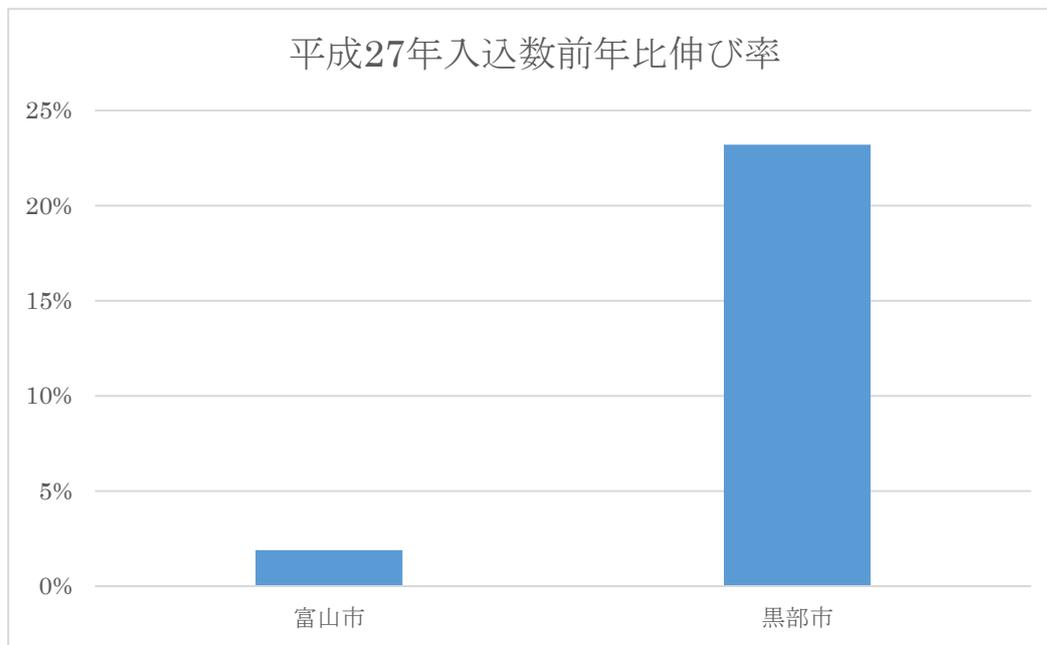
(単位：千人)

出典：富山県観光・地域振興局観光課（公社）とやま観光推進機構 「平成27年富山県観光客入込数（推計）」

上記の表は平成26年と北陸新幹線開業後の平成27年の富山県地域別入込数である。平

成 27 年の入込数は、30826000 人となっており前年比 6.2%の増加となっている。

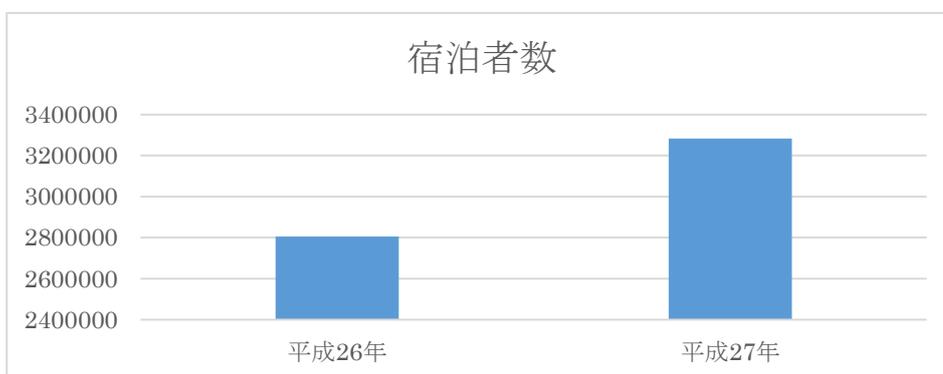
このように、北陸新幹線の開業により富山県は観光面においてプラスの効果があったことが分かる。しかし、地域別に見てみると以下のグラフのように伸び率に差が生じていることが分かる。



出典：富山県観光・地域振興局観光課（公社）とやま観光推進機構「平成 27 年富山県観光客入込数（推計）を参考に筆者作成

### 3-2. 宿泊者数

北陸新幹線開業後の平成 27 年 4 月から 12 月の宿泊者数を前年同期間（2806 千人泊）と比較すると 3283 千人泊となり 17%の増加となった。これは全国第 4 位の伸び率である。

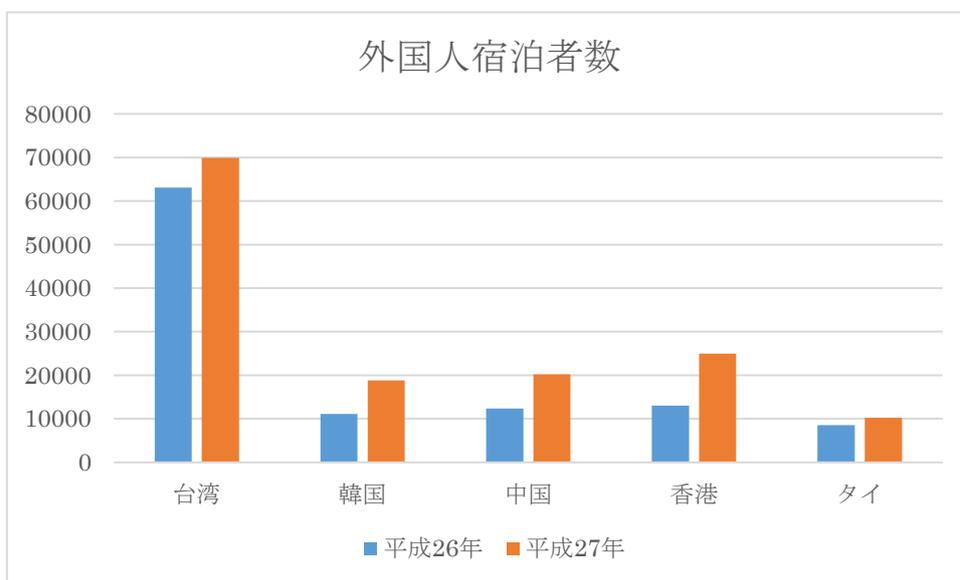


(単位：人)

出典：富山県観光・地域振興局観光課（公社）とやま観光推進機構「平成 27 年富山県観光客入込数（推計）を参考に筆者作成

### 3-3 外国人宿泊者数

外国人観光客が増加した。これは北陸新幹線開業によりアクセスが良くなったことが原因であると考えられる。



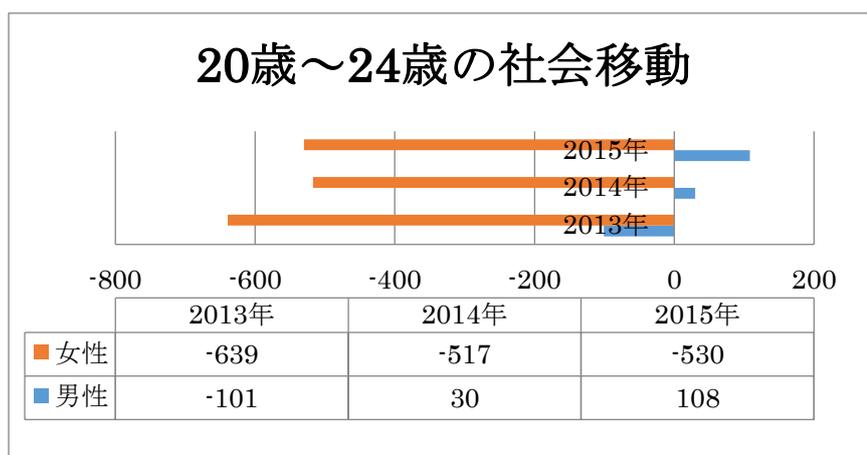
(単位：人)

出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」を参考に筆者作成

### 3. 開業効果(観光以外)

北陸新幹線開通による開業効果について、観光面以外での変化を述べていく。

3-4.まず一つ目に、新幹線開業後、富山県における20歳～24歳の男性の転入が108人増えた。



(単位：人)

出典：富山県庁 知事政策局「新幹線開業効果に関する訪問時の質問 回答」を参考に筆者作成

グラフを見ると、開業前の2013年・2014年とも男女の県外の移動が増えていたが、2015年の開通を機に男性の県内移動数が上昇した。数値的にみると108人というのは少なく思われるかもしれないが、年々増加していた県外移動数を考えれば、プラスの値になったことは大きいだろう。今までは新幹線で富山に行くには、新幹線を一度乗り換えなくてはならず煩雑であり時間がかかったが、今では最速2時間8分となった。この影響で、わざわざ東京に住まなくても実家の富山から通うという選択肢が増え、富山県の社会移動が増加したとも考えられる。

3-5. また、企業の誘致も増加した。新幹線開通後、立地企業や取引先企業先から、「県内拠点の機能や価値が高まった」「便利になったので、富山の企業との取引拡大や新規取引を検討したい」などの声も聞かれ、実際に、医薬品などの機械装置メーカーやプラント設備メーカーの営業所が県内に開設されるなど、本県に対する県外企業の関心が高まっている。さらに、複数の企業から用地照会などの引き合いがあるなど、最近の企業の国内での設備投資意欲の高まりも相まって、企業の新規立地や増設の意欲が活発である。

年	23	24	25	26	27	23⇒27
件数	37	33	34	49	57	1.5倍
雇用	242	220	361	722	655	2.7倍

(単位：人)

出典：富山県庁 立地通商課「新幹線開業効果に関する訪問時の質問 回答」を参考に筆者作成

分野としては、①新たな分野での企業の新増設②女性の雇用が期待できるコールセンター③大型商業施設などである。企業誘致の中で「地方拠点強化税制」を活用した本社機能の移転や研究所の全部または一部の移転の動きが広がっている。地方拠点強化税制とは、東京から地方に本社機能を移転したり、地方の本社機能を拡充する企業を税制で優遇する特別措置のことである。地方拠点を強化する企業を支援することで、地方での雇用を創出することを目的としていて、2015年に導入された。その中で「拡充型」と「移転型」があり、「拡充型」では、地方にある企業の本社機能などの強化、「移転型」では、東京23区からの本社機能などの移転によって税額を控除する制度である。

その他の効果では、開業によって出生率が増加したことである。

	1972	2011	2012	2013	2014	2015
出生数(県)	18,975	7,823	7,880	7,772	7,556	7,566
合計特殊出生率(県)	2.12	1.37	1.42	1.42	1.43	1.51
合計特殊出生率(全国)	2.14	1.39	1.41	1.41	1.43	1.46

(単位：人)

出典：富山県庁 知事政策局「新幹線開業効果に関する訪問時の質問 回答」を参考に筆者作成

3-6. マイナス効果として挙げられるのは、今までの交通機関の利用者の減少である。

空港運賃に比べ、賃金の定時性があり、割安であるので、飛行機に優位な新幹線に利用者が流れてしまったという影響もある。

富山きときと空港 路線別利用状況	2016年		2017年		前年比	備考
	利用者数(人)	利用率(%)	利用者数(人)	利用率(%)	利用者数(人)	
羽田便	494,616	66.5	824,652	66.2	△330,036	1日6往復

出典：富山県庁 知事政策局「新幹線開業効果に関する訪問時の質問 回答」を参考に筆者作成

人が減ってしまった。飛行機に限らず、高速バスなどのインフラの対策が望まれる。

#### 4.富山県の取り組みについて

富山県は自県を観光県であるとの認識のもと、「新・富山県観光振興戦略プラン」という政策を打ち立て、様々な取り組みを行ってきた。

##### 4-1.これまでの取り組み概要

①富山らしい魅力の創出として、観光資源の磨き上げを実施。ex)富山湾寿司などのブランド商品開発。

②「富山で休もう」というキャッチコピーを制定して、富山県をブランド化。知名度向上のためにJRとのタイアップなどを実施。

③おもてなし環境の整備として、「とやま観光未来創造塾」や「休んでかれ。」などの宣言を実施。

④ 国際観光の推進のために受け入れ環境の整備やトップセールなどによる誘致促進を実施。

##### 4-2 具体的な取り組み

①富山湾で獲れた新鮮な地魚を使ったお寿司を「富山湾寿司」という名でブランド化を促進。2014年には富山湾寿司のオリジナル記念切手が発売された。また、お子様にも寿司の魅力を知ってもらうために、「とやまDE寿司デビュー」キャンペーンを開催。加盟店40店舗でお子様向けのメニューを設定し、お子様を対象としたプレゼント企画の実施をした。

また、「手ぎわりの秋」と題したい芸術体験イベントを開催し、富山の伝統工芸品に触れる特別ツアーを実施した。2015年には「ふるさと祭り東京」へ出展をし、「食」「伝統芸能」「伝統工芸」を全面的にアピールした。同じく東京で「とやま Week in 東京」を開催。富山県の魅力のアピールを実施。<sup>9</sup>

<sup>9</sup> 富山県庁配布資料より



<http://www.toyamawan-sushi.jp/blog/2014/10/post-119.html>



[https://www.tokyocity-i.jp/?p=event\\_single&id=1025](https://www.tokyocity-i.jp/?p=event_single&id=1025)

②キャンペーンの啓発として、JR主要駅や、道の駅などの観光客が多く利用する施設にてパンフレットスタンドの設置、県内コンビニエンスストアをはじめ、寿司店や宿泊施設などに各種グッズを用いて「富山で休もう。」キャンペーンのアピールを実施した。

首都圏への知名度向上のために、首都圏 JTB 旗艦店での富山フェアの実施や首都圏 JR400 駅や SA などに季刊誌「ねまるちゃ」の設置。JR 系ホテル 2 店舗での富山の食フェアを開催。東京駅では、「東京駅スーパージャック」と題した PR 展開をし、富山湾をイメージした「富山 Blue」で東京駅を埋め尽くした。ウェブ媒体としては、楽天トラベルやじゃらんネット、るるぶトラベルなどの宿泊予約サイトに特設ページの設置を行った。

JR 東日本とのタイアップにより「富山とりっぷ」という旅行先を掘り下げた観光情報を掲載し、観光情報とリンクした楽しみ方を提案する新たな旅行商品の造成及び JR 駅のびゅうプラザに設置を行った。<sup>10</sup>



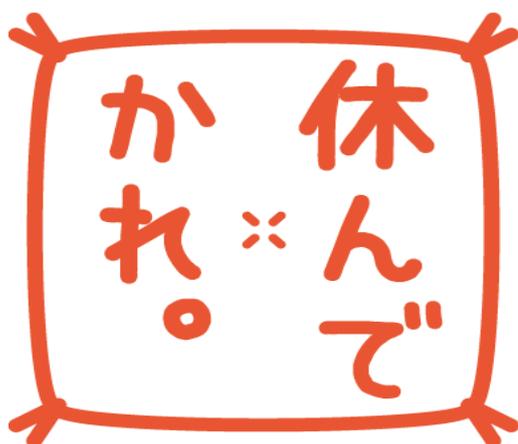
<http://minkara.carview.co.jp/userid/143276/blog/28593511/>

<sup>10</sup> 富山県庁配布資料より

③県内宿泊施設にて「富山で休もう。」特別宿泊プランの実施。足のリフレクソロジーやチェックアウト時間の延長など、癒しを目的とした宿泊プランを用意した。また、オリジナルの「富山で休もう。」はがきをプレゼントするなど「休んでかれ。」宣言に沿ったおもてなしの充実化を図った企画を実施。県内 1519 の事業所を「休んでかれ。」宣言登録事業所とした。そこで、上位 30 組にペア旅行券を賞品として、各登録店舗や登録宿泊施設で働く人の笑顔の写真を対象とした「休んでかれスマイルフォトコンテスト」の開催を実施し、「休んでかれ。」をアピールした。<sup>11</sup>

また、期間限定で富山駅構内の観光案内所で荷物をお預かりし、宿泊先まで届ける「手ぶら観光サービス」を実施するなど、「休み」を軸としたおもてなしの充実化を推し進めた。

観光地のおもてなし力向上のためには、活躍の場に合わせて4つのコースを用意し、一流の講師陣を招待して体験、視察、ワークショップなどを通じて今後の取り組みや方向性や解決策を考える実践的な講座を備えた「とやま観光未来創造塾」を設立した。<sup>12</sup>



<http://www.yasundekare.jp/>

---

<sup>11</sup> 富山県庁配布資料より

<sup>12</sup> とやま観光ナビ 2017年1月6日アクセス <http://www.info-toyama.com/kankomirai/>

④富山の特性を活かした誘致活動として、富山県を「海のあるスイス」とし、山岳リゾートと世界で最も美しい湾を全面的に押し出した。富山県が舞台となった映画「春を背負って」の公開に合わせて新幹線開業の CM を放映、映画の舞台であることを活かした誘致を実施した。

また、立山黒部の魅力創出のために、全国規模の登山用品ショップに立山黒部のガイドブックを設置。立山黒部では、体験ツアーやワークショップなどを行うイベント「立山黒部アルペンフェスティバル 2014」を開催した。旅行者も気軽に立山黒部の自然を体験できるトレッキングツアーの充実や、旅行者の利便性を図る為にレンタルショップの充実化を実施した。<sup>13</sup>

外国人観光客の受け入れ態勢の整備のために、「TOYAMA Free Wi-Fi 整備推進協議会」を設立し、公衆無線 LAN 環境の整備を推し進めている。県民側の受け入れ態勢を整えるために、とやま観光未来創造塾ではグローバルコースを設置、英語力や外国人目線に対してのおもてなし力の向上を図り、受け入れ環境整備に努めた。<sup>14</sup>



[http://www.pref.toyama.jp/cms\\_sec/1113/kj00015716.html](http://www.pref.toyama.jp/cms_sec/1113/kj00015716.html)

---

<sup>13</sup> 富山県配布資料より

<sup>14</sup> とやま観光ナビ 2017年1月6日アクセス <http://www.info-toyama.com/kankomirai/>



<http://www.yamagirl.net/news/details.php?p=20411>



[http://h-tateyama.alpen-route.co.jp/blog\\_old/?p=5021](http://h-tateyama.alpen-route.co.jp/blog_old/?p=5021)

## 5. 提言

### 5-1 石川県

石川県が今後行うべき政策を3点挙げる。

第一に、温泉地を押し出すことである。観光客が石川県で楽しみにしていたことは、温泉やグルメが上位であり、その更なる魅力の向上が重要である(図)。特に、温泉の魅力の発信が必要であるように感じる。実際、私たちが現地調査に加え、石川県で楽しみにしていたことは、金沢市東茶屋街、お寿司、兼六園などグルメや観光であった。温泉地の魅力を広く発信することで、更なる集客が期待できる。加えて、湯めぐりツアーの規模拡大が必要である。現在、加賀温泉郷や金沢市周辺の温泉郷など、まとまった地域では湯めぐりのパスポートなどを作成し、利用しやすい工夫がなされている。しかし、それでは県全体に経済効果が波及しにくい。その規模を拡大させ、石川県全体で取り組むことで利用しやすさを向上させるとともに、魅力が発信しやすくなる。

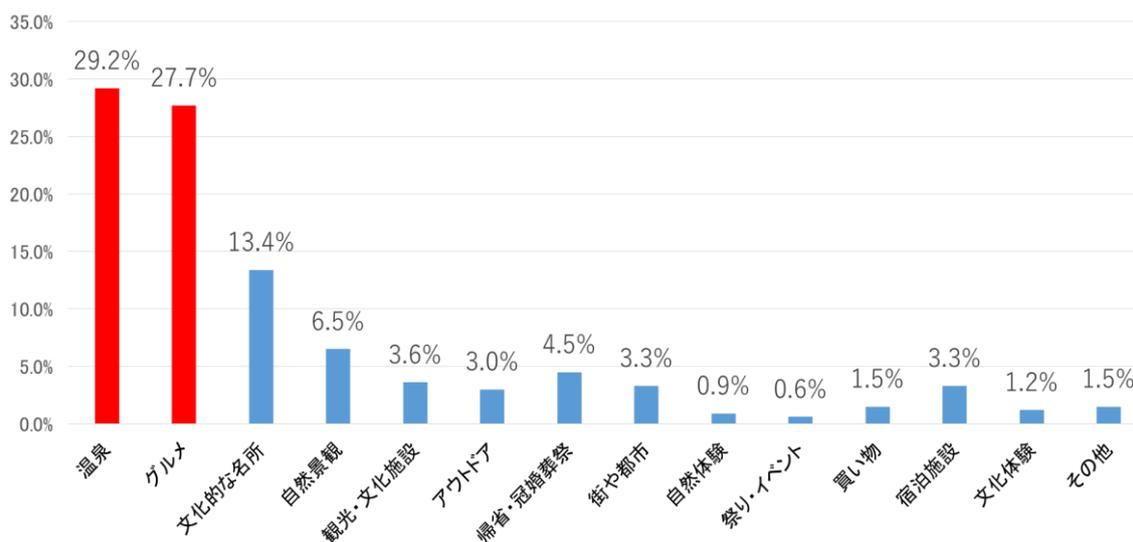
第二に、インフラの整備である。私たちが石川県で楽しみにしていたことに温泉地が考慮されなかった要因の一つとして、加賀温泉郷や輪島温泉郷までの距離が遠く、時間がかかることが挙げられる。確かに、石川県は南北に長いと、経済効果を県全体に波及させることは難しい。しかし、金沢市周辺のみで経済効果があっても持続的発展にはつながらない。石川県では、従来、有料道路だった金沢と能登方面を結ぶ「のと里山海道」を無料化するなどの取り組みを行っているが、さらに縦断しやすくなるような工夫が必要である。具体的には、バスや電車のフリーパスを県内全域に広げることが挙げられる。加えて、レンタカーの充実や県内での高速道路乗り放題プランなど自動車の割引も重要である。

第三に、地方宿泊施設の充実である。2015年の北陸新幹線開業に伴い、日本人の観光客はもちろん、外国人観光客が増加した(図)。しかし、台湾や韓国からの宿泊者数は減っている。観光企画課の巽さんによると、台湾からの観光客が減少した理由は、金沢市周辺のホテルが満室になってしまったことが主な要因であるという<sup>15</sup>。したがって、金沢市以外の宿泊施設に泊まりやすい工夫が重要である。具体的には、金沢駅からのシャトルバスの運行が挙げられる。実際、私たちが宿泊した施設は、金沢駅、最寄りの駅からも遠く、とても苦勞した。シャトルバスの運営や停留所の増設にも、行政が関与する必要がある。

---

<sup>15</sup> 2016年9月16日、石川県庁にて、石川県観光戦略推進部 観光企画課 企画推進グループ 専門員(グループリーダー) 巽陽一様

図 石川県で最も楽しみにしていたこと



出典：公益財団法人日本交通公社「旅行年報 2015」を参考に筆者作成

図 外国人宿泊者数

	平成 26 年	平成 27 年	増減数
台湾	113,347	109,460	△3,887
韓国	14,238	12,958	△1,253
中国	18,517	30,092	11,575
香港	20,676	27,966	7,290
アメリカ	22,254	32,005	9,751
欧州	32,686	56,545	23,859
豪州	7,656	11,515	3,859
東南アジア	20,269	26,767	6,498
その他	44,313	56,064	11,751
合計	293,956	363,399	69,443

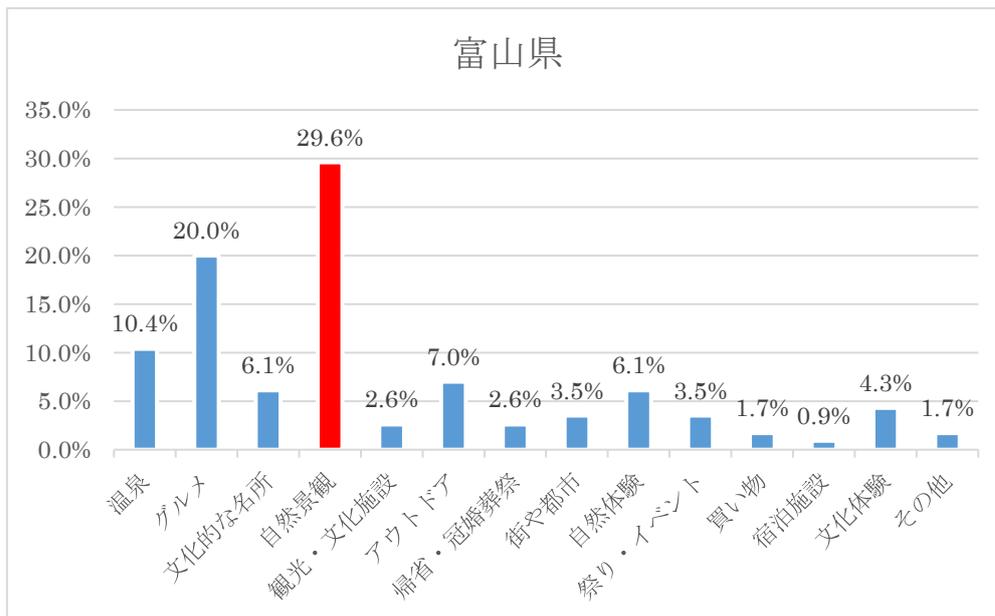
(単位：人)

出典：石川県観光企画課「平成 27 年観光入り込み状況について」を参考に筆者作成

## 5-2 富山県

富山県は、地域ごとに開業後の伸び率に差が生じており特に県全体で見たときに入込数の割合が大きい富山市の伸び率が低いことが課題である。それは、富山県は立山・黒部アルペンルートなどの富山市から離れた市に観光客が集中しており富山市自体には他の地域ほど観光物がないためである。

石川県は主に歴史的建造物を目的とした観光客が集まる。一方富山県は逆に自然景観や食を求めて観光客が訪れる傾向にある。しかし、富山市は県の政策としてそのような自然景観よりも富山城などの歴史的建造物を押し出しているために集客がそれほど多くないと感じた。また、石川県は歴史的建造物が駅から近いので観光しやすいが、富山県は観光地へのアクセスが弱く満足度が低い傾向にある。これは観光スポットと駅が離れているために主な交通手段がレンタカーなどの車しかなく、免許を持っていない人が観光しにくいためである。バスに関して言うと、富山市内バス一日乗車券はあるものの大きく宣伝しておらず販売場所もわかりにくいいため、それほど存在が知られていなかった。



出典：公共財団法人日本交通公社「旅行年報 2015」を参考に著者作成

そこで、私たちは二つの提案をする。一つ目に、富山湾、富岩運河環水公園・富山湾寿司等の自然景観・食べ物を軸に富山市を押し出すのが良いと考えた。富山湾・環水公園は富山駅から近く、またそれぞれ「世界で最も美しい湾」「全世界のスターバックス店舗の中から、優れたデザインの店舗に贈られる最優秀賞を受賞したスターバックスコーヒー環水公園店」や水上クルーズもあり、歴史的建造物よりもこれらの自然景観をプッシュしたほうが利益

につながると考えた。



「富岩運河環水公園」

<https://ja.wikipedia.org/wiki/%E5%AF%8C%E5%B2%A9%E9%81%8B%E6%B2%B3%E7%92%B0%E6%B0%B4%E5%85%AC%E5%9C%92>

2017年1月5日アクセス



「スターボックス」

[http://blogs.yahoo.co.jp/naat\\_25/5958225.html](http://blogs.yahoo.co.jp/naat_25/5958225.html)

2017年1月5日アクセス

二つ目に観光地へのアクセスを改善することである。例えば「市内電車・バス1日フリーきっぷ」の存在を大きく押し出すことが挙げられる。富山市内は多くの市内バスが循環しているものの一日乗車券の広告は殆どなく、前面に押し出していないのが感じられた。バス乗り場にも広告が殆どなかったの、見やすい位置にポスターを貼ったり、発売箇所を今よりも増やしたら利用客も増えるのではないだろうか。これらのインフラ機関を強くPRすれば車を持ってない観光客も観光を楽しむことができ、富山市の入込数も増え、県全体に利益が行き渡るだろう。



「市内電車・バス 1日ふりーきっぷ」

<http://www.chitetsu.co.jp/?p=1002>

2017年1月5日アクセス