

「北陸における観光産業の現状と課題」

に関する調査及び研究報告書

～北陸新幹線開業に伴う地域と観光産業への影響と課題～

平成 26 年 3 月

はじめに	1
【1】北陸新幹線の経済効果	2
1:「新幹線」の定義	2
2:新幹線がもたらすインパクト	2
3:開業が与える一般的な影響	3
3-1:新幹線金沢延伸効果	3
3-2:ストロー効果と言われるマイナス面	5
3-3:並行在来線へのしわ寄せ	5
4:人の流れの変化	6
4-1:都市間競争の激化	6
4-2:並行在来線駅でも新幹線が停まらない街の衰退は不可避	7
【2】これまでの新幹線	8
1:東海道・山陽新幹線 —— 幸福な時代 ——	8
1-1:路線図	8
1-2:東海道新幹線開業の経緯	8
1-3:東海道新幹線の成功	8
1-4:東海道新幹線が地域に与えた影響	9
1-5:さらに西へ（山陽新幹線）	10
2:上越新幹線 —— 太平洋側と日本海側をつなぐ ——	10
2-1:路線図	10
2-2:概要	11
2-3:田中元首相の強力なリーダーシップのもとで	11
3:東北（北海道）新幹線 —— デフレ時代に延伸 ——	12
3-1:概要	12
3-2:路線図	12
3-3:現在の状況 —— さらに北へ ——	12
3-4:並行在来線問題	13
3-5:八戸開業時と新青森開業時	14
①八戸開業時	14
②新青森開業時	14

4：九州新幹線 —東日本大震災直後の全線開通—	16
4-1：概要	16
4-2：路線図	16
4-3：開業後の人の動き	17
① 九州新幹線鹿児島ルート 新八代～鹿児島中央（2004.3 開業）	17
② 部分開業時の在来線への影響	19
③ 九州新幹線鹿児島ルート 博多～新八代（2011.3 博多～鹿児島中央全線開業）	19
4-4：経済効果	20
5：長野新幹線 —長野オリンピックの追い風+東京・埼玉のベッドタウン化—	22
5-1：経緯	22
5-2：路線図	22
5-3：旅客人員の変化	23
5-4：新幹線ルートの変更がもたらした都市の盛衰	24
5-5：開業後も人口増加が続く軽井沢人気の源泉	24
【3】北陸新幹線の沿線が発展するには	27
1：経緯と特色	27
1-1：経緯	27
1-2：関係者の多い新幹線	29
1-3：並行在来線問題	29
1-4：生活の中の新幹線 ～地域間移動での利用定着と日常空間の拡がり～	29
2：考慮すべき事項	30
2-1：マスタープランの存在	30
2-2：二次交通、並行在来線、駐車場問題	31
2-3：広域観光と街歩きの両立	32
3：セクター別に求められる役割	32
3-1：行政に求められること	32
① マスタープランの作成と周知	32
② イベントの企画、M I C E 誘致、教育旅行	34
③ 無計画な宅地造成や乱開発の防止	36
④ 歓迎ムードの醸成	36
⑤ 国内外への情報発信、海外からの観光客誘致	36
⑥ 長い時間軸を持つ継続的な取り組みを	36
3-2：停車駅周辺商業者に求められるもの	37

① 商店の質の向上、新商品・新サービスの開発	37
② 推進力と企画力を持ったリーダーの存在（守旧ではなく改革）	38
③ 周辺観光地の発掘と周遊性やストーリー性の確保、アクセス手段の多様化	39
3-3：住民に求められるもの	39
○ 歓迎意識の向上	39
3-4：産業界に求められるもの	40
① 事業面	40
② 人材面	40
③ B C P上の優位性	40
④ 社会貢献活動の一環としてのにぎわいづくりや歓迎ムードの醸成	40
3-5：（並行）在来線、バス会社等二次交通事業者求められるもの	41
○ 人員輸送事業としての立ち位置の見直し、沿線の観光資源の発掘、P R	41
3-6：J R西日本	41
① 高頻度運行とダイヤの工夫	42
② 継続的なキャンペーンの実施	42
4：能登・福井にとって金沢延伸をどうとらえるか	44
4-1：新青森と函館が示唆する福井の対応	44
4-2：地元の主体的な取り組み	44
4-3：「里山里海」で情報発信をする能登の事例	45
5：北陸に停車する4駅と発展の方向性	46
5-1：駅の機能	46
5-2：黒部宇奈月温泉（佐久平型）	47
① 宇奈月温泉、黒部といった観光への玄関口として	48
② 新たな街づくり ―佐久平駅―	49
③ ヘルスケア／シルバー／環境都市といった方向付け	50
④ エコシティ	52
5-3：富山（八戸・盛岡型）	53
① 街なかのにぎわいを作り出す ―八戸駅―	54
② 街なか観光を整備して教育旅行需要を取り込む ―盛岡―	56
③ 駅ナカ開発	57
④ 周遊コースの設定を	58
5-4：新高岡（新横浜・新青森型）	60
① 周辺都市の補完機能が充実 ―新横浜駅―	60
② 通過駅としての割り切り、既存駅との役割分担 ―新青森―	61
③ 伝統産業と文化の街づくりを ―伝統産業を現代にアレンジさせる試み―	64

④ 飛越能の玄関口として	66
⑤ 熊本の主要観光地をバスで結ぶ（バス会社が広域連携し二次交通を充実）	66
5-5：金沢（仙台・札幌型）	67
① 圧倒的な存在感に加えインバウンドの花形都市としての発展を	68
② 豊かな伝統産業を活用する	69
6：国際交流と地域間連携	71
6-1：アジアへの新たな玄関口となる北陸	71
6-2：補完しあう北陸と信州	72
【4】北陸の観光産業発展のために	73
1：新幹線開業と観光	73
1-1：予想される新幹線開業効果	73
1-2：首都圏との短縮	74
1-3：輸送力の向上	74
1-4：新幹線利用客数の変化	75
1-5：各新幹線開業前後の観光客数の動向	78
① 山形新幹線（ミニ新幹線）の場合	78
② 東北新幹線（新青森開業）の場合	79
③ 九州新幹線（鹿児島延伸）の場合	81
④ 長野新幹線の場合	83
2：日本の観光	84
2-1：日本の観光需要	84
2-2：観光業の経済効果	85
2-3：少ない外国人訪問者	86
2-4：地域での取組	88
2-5：観光業界全体の近代化と意識改革	88
① 物見遊山からの脱却、多様性の開拓、ニューツーリズムへの対応	88
② 観光は発展すべき産業であるという認識と自覚	89
③ 効果測定が難しい業界	89
④ 遅れているIT化	89
3：北陸の観光	90
3-1：北陸の観光	90
3-2：県別の主な観光地	91
① 富山県	91
② 石川県	92

③ 福井県	93
3-3：北陸における観光の課題	94
① 周遊性・回遊性の確保、繁閑の差の解消	94
② 地域ごと、テーマごとの集約とルート設定	95
③ 食と土産以外の資源	95
④ キラーコンテンツとの連携	97
⑤ 温泉地の再生	97
a：全国的にも不振な観光旅館業	98
b：和倉温泉加賀屋の場合	99
c：大江戸温泉物語の場合	99
d：湯快リゾートの場合	99
⑥ 交通手段の確保、宿泊施設の充実	100
⑦ ニューツーリズムへの対応	100
a：産業観光・スタディーツーリズム	101
b：エコツーリズム（グリーンツーリズム・アグリツーリズム）	101
c：聖地探訪	103
d：スポーツツーリズム	105
⑧ 素材から商品へ、商品からパッケージへ、パッケージからプロモーションへという作りこみ	106
⑨ 広域推進機構の重要性	106
⑩ 地域が連携した観光プロモーション	111
a：四国の例	111
b：九州の例	111
c：東北の例	112
d：3つの組織に共通するもの	113
4：北陸のインバウンド	113
4-1：北陸における訪日外国人観光客	113
4-2：北陸のインバウンドへの起爆剤となるか「昇龍道」	115
4-3：新幹線も高速道路もない高山に外国人客が押し寄せる理由	116
① 背水の陣	117
② はっきりした数字	117
③ 長期的でコンスタントな取り組み	117
④ 強いリーダーシップ	117
⑤ ガイドへの掲載	117
⑥ 早い時期からのインバウンドへの取組	118
⑦ 岐阜県の支援	118
さいごに ——北陸が生活と観光の先進地域となるために——	119
資料1 アンケート調査結果	120
資料2 インタビュー集	136
アンケート設問内容	148
◎参考文献一覧	151

はじめに

北陸新幹線とは、東京を起点として長野、上越、富山、金沢、福井等の主要都市を經由し、大阪に至る総延長約 700km の路線である。このうち高崎―長野間は、1997年10月から営業運転されており、長野―上越間は 1998年3月に、上越―富山間は 2001年5月に、富山―金沢間は 2005年6月に、金沢―敦賀間は 2012年8月にそれぞれ着工し、長野―金沢間は 2015年3月まで、金沢―敦賀間は 2026年3月までの完成・開業を目指し建設工事が進められている。福井駅部建設工事は、2008年度末に完成しているが、敦賀―大阪間については具体化していない。将来的に北陸新幹線が東海道新幹線と直結することにより、関東・北陸・近畿・中京・東海を環状に結ぶ高速交通ネットワークが形成されることになり、本州中部を新幹線で結ぶ周遊可能な巨大環状線が誕生する。

現在の課題は、間近に迫った金沢までの開業(2015年3月)にそなえ、地域は何をなすべきか、あるいは新幹線開業を控えた上での問題点や地域の戦略等を明らかにすることである。金沢への延伸により、富山県で3駅(黒部宇奈月温泉駅・富山駅・新高岡駅)と石川県に1駅(金沢駅)が新幹線の停まる新たな駅となる。それぞれの駅と地域ごとに特徴があり、発展の方向性はひとつではない。それぞれの特性に応じた戦略とは何か。そして北陸新幹線という貴重なインフラを最大限に活用する方策等について調査・提言を行なう。前半部は主に新幹線と連携した都市のあり方、後半部は新幹線開業を控え、北陸の観光に絞り産業として発展していくために何が必要かなどについて、調査報告と提言を行なう。

【1】北陸新幹線の経済効果

1:「新幹線」の定義



新幹線というと、東京オリンピックの年に開業した東海道新幹線から、近年全線が開業した九州新幹線まで、流線形の車体を想起するが、「新幹線鉄道整備法」では、新幹線鉄道を「その主たる区間を列車が 200 キロメートル毎時（以降 km/h と記す）以上の高速度で走行できる幹線鉄道」（第 2 条）と定義している。

経営主体は JR 各社であるが、建設主体は国鉄時代に建設された東海道新幹線・山陽新幹線・東北新幹線は国鉄、上越新幹線は日本鉄道建設公団、国鉄分割民営化後に建設された東北・上越新幹線大宮以南は、当時新幹線の地上設備を一括して所有していた新幹線鉄道保有機構と、時代とともに変遷している。北陸新幹線や九州新幹線などの、いわゆる整備新幹線については、日本鉄道建設公団や新幹線鉄道保有機構の役割を継承した鉄道建設・運輸施設整備支援機構が建設主体となっている。このように建設主体が変わっていったのは、国鉄が分割されていった背景もあるが、巨額の建設投資が必要な新幹線については、常にその建設財源の負担主体についての変遷があったことも関係している。

旧国鉄時代に東海道新幹線・山陽新幹線が開業し、1970 年には全国新幹線鉄道整備法が定められ、まず東北・上越・成田（成田についてはその後計画が失効）の各新幹線の整備計画が決定、続いて北海道新幹線、東北新幹線（盛岡市－青森市）、北陸新幹線（東京－大阪）、九州新幹線鹿児島ルート（福岡－鹿児島）、同長崎ルート（福岡－長崎）の 5 線の整備計画が決定された。この 5 線が後に「整備新幹線」といわれるようになった。また、ミニ新幹線と呼ばれているものに山形新幹線・秋田新幹線があるが、これらには踏切もあり、最高速度も 130km/h 程度であることから、全国新幹線鉄道整備法の上では新幹線ではなく、新幹線車両が走行できるよう軌間を改めた在来線として扱われている。また、新幹線は整備計画が 2011 年に決定されており、同法に基づくものであるが整備新幹線とは呼ばれない。

2: 新幹線がもたらすインパクト

新幹線といった大規模なインフラは、地方経済にとって 2 種類のインパクトがある。まずは開業までの、主に公共工事を中心とする「造る際の利得」であり、もうひとつは開業後「活用することによる利得」である。公共事業が減少している近年において、大規模インフラの整備は特に地方経済にとっては生命線の面もあり、否定できるものではない。問題はその後の活用についての議論や考え方の整理であり、地域側でどのように新幹線を活用して新たな街づくりをしていくか、というコンセンサスが重要である。

また、開業の祝賀ムードの後に訪れるのは、資金の返済負担・並行在来線の経営分離・二次交通体系の見直し・鉄道料金の引き上げといったマイナス面である。もちろん産業に及ぼす影響もプラスばかりではない。「人が来る」ということは「人が出やすくなる」ことの裏返しでもある。ローカルマーケットを保有していた産業や企業が、交流人口の増加によって突如遠方との都市間競争環境にさらされる場合もある。開業後数年は入込客や乗降客の増加、祝賀ムードなどのいわゆる「短期的な開業効果」が期待できるが、活用すべき具体的戦略を持たないままでは、一時的なブームで終わる可能性もある。行政・政治・住民・利用者などがそれぞれの立場で具体的な戦略や目指す方向、活用への方策を決めておかなければ、レールという巨大なインフラは地域にとって『宝の持ち腐れ』になりかねない。

3: 開業が与える一般的な影響

3-1 新幹線金沢延伸効果

北陸新幹線の金沢延伸効果がどのくらいか多くの試算がなされているが、最近のシンクタンク等が算出した試算を比較してみると以下のようなになる。

北陸新幹線の開業効果試算

	石川県	富山県
日本政策投資銀行	124 億円	88 億円
北陸経済研究所	182 億円	118 億円

【試算結果概要】

○日本政策投資銀行

「北陸新幹線金沢開業による石川県内への経済波及効果」

開業による石川県内への経済効果推計 : 約 124 億円/年

(内訳) 直接効果 : 約 81 億円/年

第 1 次間接波及効果 : 約 28 億円/年

第 2 次間接波及効果 : 約 14 億円/年

「北陸新幹線開業による富山県内への経済波及効果」

開業による富山県内への経済効果推計 : 約 88 億円/年

(内訳) 直接効果 : 約 57 億円/年

第 1 次間接波及効果 : 約 18 億円/年

第 2 次間接波及効果 : 約 13 億円/年

○北陸経済研究所

北陸新幹線金沢延伸による経済波及効果 (石川県)

関東圏からの観光客数 : +352 千人

誘発効果 算出額 : 18,229 百万円

付加価値額 : 10,447 百万円

どの業種で波及効果が大きいのか（石川県）

(百万円)			(百万円)		
産業部門	生産誘発額	付加価値誘発額	産業部門	生産誘発額	付加価値誘発額
農林漁業	207	119	建設	141	67
鉱業	10	5	電力・ガス・熱供給	350	173
飲食料品	616	354	水道・廃棄物処理	497	191
繊維製品	55	16	商業	746	485
パルプ・紙・木製品	41	15	金融・保険	674	420
化学製品	5	2	不動産	620	534
石油・石炭製品	11	4	運輸	2,225	1,325
窯業・土石製品	50	21	情報・通信	687	372
鉄鋼	1	0	公務	34	19
非鉄金属	0	0	教育・研究	85	68
金属製品	21	9	医療・保健・社会保障・介護	144	91
一般機械	6	2	その他の公共サービス	128	87
電気機械・電子部品	8	3	対事業所サービス	718	449
輸送機械	8	2	対個人サービス	9,964	5,587
精密機械	3	1	非製造業計	17,013	9,868
その他の製造工業製品	85	35	事務用品・分類不明	89	-9
製造業計	1,127	588	合計	18,229	10,447

北陸新幹線金沢延伸による経済波及効果（富山県）

関東圏からの観光客数：+240千人

誘発効果

算出額：11,788百万円

付加価値額：7,066百万円

どの業種で波及効果が大きいのか（富山県）

(百万円)			(百万円)		
産業部門	生産誘発額	付加価値誘発額	産業部門	生産誘発額	付加価値誘発額
農林漁業	123	68	建設	78	36
鉱業	11	4	電力・ガス・熱供給	210	124
飲食料品	312	109	水道・廃棄物処理	205	119
繊維製品	24	10	商業	789	550
パルプ・紙・木製品	33	13	金融・保険	367	233
化学製品	14	7	不動産	683	609
石油・石炭製品	94	25	運輸	2,012	1,267
窯業・土石製品	17	7	情報・通信	164	99
鉄鋼	2	1	公務	17	14
非鉄金属	4	1	教育・研究	39	30
金属製品	14	7	医療・保健・社会保障・介護	105	66
一般機械	6	3	その他の公共サービス	82	53
電気機械・電子部品	4	2	対事業所サービス	317	191
輸送機械	3	1	対個人サービス	5,925	3,399
精密機械	1	0	非製造業計	10,995	6,790
その他の製造工業製品	62	26	事務用品・分類不明	68	-6
製造業計	725	282	合計	11,788	7,066

日本政策投資銀行と北陸経済研究所では算出方法に若干の違いがあるが、金沢どまりの状態であれば、石川県で年額 124 億円～ 182 億円、富山県では 88 億円～ 118 億円の経済効果が生じるとしている。しかしこれは地域全体の経済規模に比べれば非常に小さいものである。県の GDP 比較で見ればおそらく 1%の増加にも遠く届かない。

しかし、最もプラスの影響が大きいとされる観光産業セクターだけを見ると、石川県で年率 +8.5%内外、富山で +5.6%相当の増加分となる。これは観光関連にとっては大きな数字である。開業効果によってマスコミは活性化し、街はにぎわうかもしれないが、かなりうまく事前のプロモーションや商品・サービス開発をしないと、地域に暮らす大部分の経済主体にとっての波及効果は皆無に等しい。せつかく入込客は増えても、きちんと事前に準備し、維持しなければリピーターとは成りえず、逆に悪い印象を持てばリピーターどころか、口コミや評判等を通じて潜在顧客さえ失うことになる。

2002 年開業の盛岡－八戸間では、開業前 1 年の乗客数が 277 万人から開業後 1 年には 418 万人に増え、1 年間の経済効果は 700 億円近くと試算された。これに比べても、石川・富山両県で 200～300 億円内外というのはあまり大きな数字とは言えない。逆に言えばまだまだやり方によっては新幹線という新たなインフラを活用できる余地があるということである。

3-2：ストロー効果と言われるマイナス面

反面消費の雪崩的な流出減少といったストロー効果によるマイナスが懸念される。広い意味で言えば、東京など大都市への消費の逃避に加え、地方事業所や工場の集約といった産業面のものも含まれる。一般的にはロードサイドへの集客が進み、中心市街地が空洞化することと同じである。しかしながら、鉄道がもたらすストロー効果は、実ははっきりしないものが多い。地元の百貨店などの高級品・買回り品需要が大都市へ吸い上げられる傾向は否めないが、基本的に日用品などは地元で購入されるものである。岩手大学の安藤昭教授が示したように、東北自動車道開通（1975 年）および東北新幹線の開業（1982 年）を含む過去 20 年の間に仙台を除く東北 62 都市の変化を調査しても、結果は「10 年、20 年といった長いスパンでのストロー現象はない」という結論であった（長岡大学産業経営学部助教授鯉江氏論文「開発投資型新幹線による地域振興策の検討」より）。

もっともこれは、日本全体が成長していた時期を含むものであり、デフレ時代の現代においてそのまま適用されると考えるわけにはいかない。人口にせよ消費にせよ限られたパイを奪い合う現代にあっては、時間距離が近くなった都市同士は競争環境に置かれる場合が多い。ビジネスでも移動時間が短くなれば拠点の集約化は必ず進む。実際に秋田新幹線開業（1997 年）で秋田市中心街の通行量が減ったという調査もあり、「過疎とストロー現象の両方が効いた」（地元経済界）との声もある。

3-3：並行在来線へのしわ寄せ

新幹線開業に伴うデメリットのうち、最も深刻なのは「並行在来線」問題であろう。かつて新幹線と在来線の関連性は、東海道新幹線に対する東海道本線のような「既存在来線の別線増の扱い」であったが、1990 年 12 月 24 日の「整備新幹線着工等についての政府・与党申合せ」

により、「建設着工する区間の並行在来線は、開業時に JR の経営から分離することを認可前に確認すること」となった。また、1996年12月25日の「整備新幹線の取扱いについて政府与党合意」において、建設着工する区間の並行在来線については、「従来どおり、開業時に JR の経営から分離することとする。具体的な JR からの経営分離区間については、当該区間に関する工事实施計画の認可前に、沿線地方公共団体及びJRの同意を得て確定する」とされた。現在では、並行在来線とは、整備新幹線の開業によって旅客輸送量が著しく低下することが見込まれる路線、または、物理的に区間、経由地を同じくする路線をさす。これに至った理由として、JR 各社の負担軽減があげられている。

並行在来線の一覧

並行する新幹線	新幹線開業前	区間	営業キロ	移管(廃止)日	新幹線開業後
北海道新幹線	JR北海道 函館本線	函館 - 小樽	252.5	2035年度	第三セクター会社へ移管(予定)
		大沼 - 森	35.3		
	JR北海道 江差線	木古内 - 五稜郭	37.8	2015年度	
東北新幹線	JR東日本 東北本線	盛岡 - 目時	82.0	2002年12月1日	IGRいわて銀河鉄道へ移管
		目時 - 八戸	25.9		青い森鉄道へ移管
		八戸 - 青森	96.0	2010年12月4日	
北陸新幹線	JR東日本 信越本線	高崎 - 横川	29.7	-	JRのまま存続
		横川 - 軽井沢	11.2	1997年10月1日	廃止(JRバス碓氷線へ転換)
		軽井沢 - 篠ノ井	65.1		しなの鉄道へ移管
		篠ノ井 - 長野	9.3	-	JRのまま存続
		長野 - 妙高高原	37.3		しなの鉄道へ移管(予定)
	JR西日本 北陸本線	妙高高原 - 直江津	37.7	2015年3月	えちごトキめき鉄道へ移管(予定)
		直江津 - 市振	59.3		あいの風とやま鉄道へ移管(予定)
		市振 - 倶利伽羅	100.1		
		倶利伽羅 - 金沢	17.8		IRいしかわ鉄道へ移管(予定)
		金沢 - (未定)	(未定)		2025年度(予定)
九州新幹線 (鹿児島ルート)	JR九州 鹿児島本線	博多 - 八代	154.1	-	JRのまま存続
		八代 - 川内	116.9	2004年3月13日	肥薩おれんじ鉄道へ移管
		川内 - 鹿児島中央	46.1	-	JRのまま存続

在来線のJRからの分離は、負担を地域へと転嫁するものである。一方、負担として押し付けられた地方では、基本的には採算が立ちいかない。したがって、行政等から赤字を補てんしながらの縮小経営とならざるを得ない。高齢化と過疎化により、ただでさえ地方の鉄道経営がおもわしくない中、新幹線開業という利便と引き換えに負担するには大きなものであるが、着工および開業まではあまり話題に上ることがなく、開業後に表面化することが多い。第三セクターが運営する鉄道は全国に40ほどあるが、ほとんどが赤字であり公的支援により存続している。生活の足として必要であり、新幹線で運んできた乗客を地域に運ぶ「観光の足・二次交通」としても重要なプレーヤーである並行在来線のでこ入れは地域全体の問題でもある。

4：人の流れの変化

4-1：都市間競争の激化

従来は疎遠であった圏域同士が高速交通網（新幹線や高速道路、航空便等）で結ばれた場合、人の流れが太くなるのは当然であるが、先述のとおり都市間の競争も激化していく。端的な例では、購買力の流出と流入である。地元の商店街や百貨店で購入していた高級品等が、時間距

離が縮んだ近隣都市のより魅力的な商業施設に流出する。もちろんプラスの効果もある。観光などで、従来では大都市どまりであったものが、時間的な余裕ができるため少し足を伸ばして周辺を訪問する、あるいは終点駅周辺では宿泊需要が大きくなり、繁華街がにぎわうなどである。「いかにアクセス性と地域の魅力を高めて人の流れを引き寄せるか」が課題となるのは言うまでもない。もちろん、インフラはインフラとして、あくまで自然体で迎えるという手もある。人の流れや訪問客の状況や嗜好を確認しながらじっくり地域をデザインしていくという考え方もある。しかしながら、一度訪れて「あまり興味を感じなかった」「見るべきところがなかった」となると、その後努力を重ねても最初のイメージの払しょくに至らない場合が多い。都市間競争を有利にするには、やはり開業に備えた事前準備は必要である。

また、産業面でも県庁所在地同士が短時間で結ばれる場合、企業の出先機関などが統合され1拠点に集約されることが多くなる。高速交通網の発達によって実質的に地域が狭くなる結果生じるものであり、同様のことが行政や教育機関などでも起こりうる。逆に居住空間は、都市への通勤時間が短縮されることにより、近隣の新幹線停車駅周辺に分散ないし拡大する場合がある。いわゆるベッドタウン化である。概ね通勤時間が1時間以内であれば、地価が高く住環境が良くない都心から周辺への移住が進むと言われている。さらに日帰り出張の増加によるビジネス宿泊客の減少も顕著になる。

4-2：並行在来線駅でも新幹線が停まらない街の衰退は不可避

鉄道の場合、拠点駅がない地域は、並行在来線の三セク化による運賃の値上げや間引き運転などマイナスの便益が地域にもたらす不利益は大きく、通勤・通学などへの制約となり、長期的には新幹線駅周辺へと居住空間が移動する。新駅周辺には新たな都市開発の波も押し寄せるだろう。

ある程度運転本数が多いところは維持できるが、並行在来線で新幹線の停まらない駅は衰退していくといわれる。田園の中に突如現れた新駅でも10年～20年の長いスパンで見れば、周囲から人が集まり住宅街ができ、にぎわいのあるショッピングセンター（以下、SC）ができ、さらに人が集まってくる。逆に新幹線駅から遠い街は過疎が進み、従来の行政区分を無視した「地方都市圏」が新たに発生する。いわば同じ圏域内での「住」のストロー効果の発生である。行政や住民がこの流れをコントロールすることは難しい。人の移動によって生じる不都合を最小化、ソフトランディングさせる努力が求められる。

【2】これまでの新幹線

北陸新幹線についての考察を進める前に、これまでの新幹線について簡単に記しておく。

1：東海道・山陽新幹線 —幸福な時代—

1-1：路線図



wikipedia より

1-2：東海道新幹線開業の経緯

戦後からの復興を成し得た日本は、1950年代に高度経済成長期へと突入した。経済成長に比例して輸送需要が増大し貨物の滞積が生じるなど、輸送力は限界に達していた。1956年5月、日本国有鉄道(国鉄)は「東海道線増強調査会」を設置。東海道線の輸送力の増強対策の検討に入った。別線の建設等、様々な案が検討された。1957年5月、国鉄鉄道技術研究所が東京—大阪間を3時間で結ぶことが技術的に可能であることを発表し、東海道新幹線輸送力増強対策を新幹線の建設に向かわせる動機になった。同年8月、国鉄の要請を受けて運輸省に「日本国有鉄道幹線調査会」が設立された。国レベルでの議論を開始し、1959年4月、新幹線建設の正式な認可が下り着工した。1964年10月1日に開業、ひかり1号が東京駅を、ひかり2号が新大阪駅を出発し、それぞれ終着駅である新大阪駅と東京駅に無事到着した。

1-3：東海道新幹線の成功

当時、欧米では鉄道は斜陽になりつつあり、交通手段の主役は自動車・飛行機に移っていくとの見方が主流となっていた。しかしながら東海道新幹線が大成功を収めた要因は、従来6時間30分を要した東京—大阪間が3時間10分(開業から1年間は4時間)の高速移動が可能になったことはもちろん、新幹線が大量の人員を安全に時間に正確に、かつ安価に大量輸送することも可能にしたことであった。

東海道新幹線の輸送実績は、開業当初の約半年の39億人キロに続き、以降、年10%を超える高度経済成長にも支えられ、1969年度には228億人キロ、その翌年度の大阪万博開催もあり、279億人キロに達した。その翌年(1971年度)は反動で前年割れしたが、それ以降も山陽新

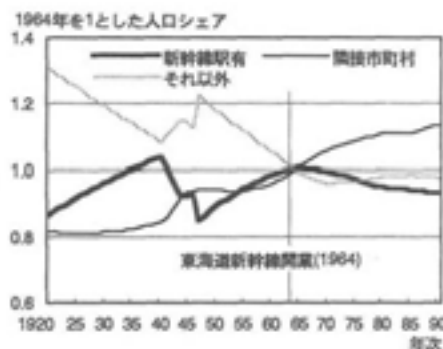
幹線の岡山までの開業、博多開業を迎え、1973年の第1次オイルショックによる景気後退の局面でも着実に実績を伸ばした。輸送実績の伸びは1976年の運賃値上げにより横ばいになるまで続いた。なお、東海道新幹線は、東海道本線の「既存在来線の別線線増の扱い」であり、1990年12月24日の「整備新幹線着工等についての政府・与党申合せ」により、「建設着工する区間の並行在来線は、開業時にJRの経営から分離することを認可前に確認すること」以前の路線でありルートも離れていることから、並行在来線問題は存在しない。需要が先にあってこれに対応するために整備されたインフラである。この点が後の整備新幹線と決定的に異なる。

1-4：東海道新幹線が地域に与えた影響

東海道新幹線の開業は、地方と大都市とのアクセスの向上により、地域の発展を促した一方で、沿線から外れた地域については、人口の減少、産業の衰退を招いた。このことは波床・塚本・山内・長谷川による研究（「早期に整備された高速交通機関が沿線に与えた影響の分析」土木計画学研究講演集、1999）にて検証されている。

波床氏らの研究によると、東海道新幹線沿線都市を(a)新幹線駅設置市町村、(b)新幹線駅設置市町村に隣接する市町村、(c)それ以外の市町村に分類し、1920年以降の各群の国勢調査人口を集計しシェアを算出し、東海道新幹線開業年である1964年のシェアを1として、その推移を測った。なお新幹線が開業したのは高度経済成長期であり、東京・大阪の二大都市への人口集中が進んだ時期でもある。新幹線の影響が不鮮明になるため、対象は東京・大阪を除いた神奈川・静岡・愛知・岐阜・滋賀・京都の6府県としている。

東海道新幹線開業以前の沿線都市の人口は、戦時中を除き、新幹線駅設置の市町村は増加、隣接市町村はほぼ横ばい、その他の市町村は縮小傾向にあった。しかし、東海道新幹線開業以降は駅設置市町村の人口シェアは縮小に転じ、隣接市町村のシェアが拡大傾向に転じた。人口が駅設置市町村から郊外へと広がっていったことが伺える。1990年までのことと言えば、停車駅周辺には周辺から人が集まる傾向が強く、さらに周辺へ波及していったことになる。新幹線停車駅ができると、まず商業施設や行政施設などが集中し、昼間人口が多くなり、それにつれて周辺が宅地・都市化していくが、さらにその後背地における人口シェアもそれほど低下していない。東海道新幹線の時代背景を考えれば、駅ができれば県土全体がそこそこ活性化したということであろう。近年のような新幹線停車駅を含む都市の人口集中が周辺地域とのトレードオフとはならなかったのである。



東海道新幹線駅設置都市の人口推移（波床ら(1999)より引用）

2-2：概要

上越新幹線は大宮駅（列車運行上は東京駅）から新潟駅までを結ぶ新幹線である。1971年に基本計画の決定・整備計画の決定を経て着工、1982年11月15日に大宮－新潟間が開業（当時は国鉄）した。のち、東北新幹線の上野－大宮間、東京－上野間の開業に伴い順次運転区間を延長した。東京－大宮間は線籍上東北新幹線であるが、大宮駅を始終着とする列車はなく、全列車が東京駅まで乗り入れ、東京－大宮間においても「上越新幹線」と案内される。太平洋側と日本海側を結ぶ初の新幹線という意味でも注目された。首都圏方面から越後湯沢や長岡での乗り継ぎを経て上越・富山・高岡・金沢方面が、新潟での乗り継ぎで村上・鶴岡・酒田方面がそれぞれ従前より短時間で結ばれた。したがって、現在は北陸および東北日本海側へのアクセス経路としても利用されているが、長野新幹線の北陸延伸により、高崎以北は新潟および秋田方面への輸送が主となる。東京・埼玉・群馬・新潟の4都県を通る。

国土交通省が2010年に調査した全国幹線旅客純流動調査によると、東京圏（東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県）から鉄道で他道府県に移動した年間旅客のうち、上越新幹線沿線各県への年間旅客数は、群馬県290.7万人、新潟県440.8万人、合わせて731.5万人であった。

上越新幹線沿線各都県間旅客流動状況（2010年。単位：万人）

目的地 出発地	東京圏*	群馬県	新潟県	合計
東京圏*		290.7	440.8	731.5
群馬県	290.7		10.6	301.3
新潟県	440.8	10.6		451.4
合計	731.5	301.3	451.4	

*東京圏：東京都、埼玉県、千葉県、神奈川県とする。
東京圏～群馬県の鉄道旅客流動は長野新幹線安中榛名駅利用客等を含む。
出所：国土交通省「全国幹線旅客純流動調査（2010年）」

2-3：田中元首相の強力なリーダーシップのもとで

新潟は、日本有数の豪雪地帯であり、かつては大雪によって鉄道も道路も輸送が長期に渡り麻痺することがしばしばあったため、雪に強い新幹線への期待は大きかった。列島改造論ブームや田中角栄氏の活躍もあり、政治的な色彩で語られることの多い上越新幹線であるが、開業して30年余りを振り返ると、本州の横断路としての先駆性と利便性は高く、群馬・新潟だけではなく、西東北・北陸への貢献も非常に大きいといえる。

技術水準の向上にも大きく寄与したが、一方で莫大な建設費は旧国鉄の重い負担となり、その後の新幹線整備計画に大きな影響を与えた。年々上越新幹線による通勤需要が増え、列車の増発が限界に近付いたことから、1994年には日本初の全車二階建て車両「Max」が導入された。自由席には3×3のシートも登場し、輸送量は飛躍的に増加した。

また、上越新幹線が一番大きく変えたものは、新潟県民の意識であろう。これまで「越後」と言われ、意識的には北陸の中に包含されてきた雪深い日本海側の地方の帰属意識を「関東」「東京」へ変えた。特に東京との時間距離の劇的な短縮は、その後の発展の動機づけ、精神的文化的支えになったと思われる。

3：東北（北海道）新幹線 —デフレ時代に延伸—

3-1：概要

1971年に着工、1982年に大宮－盛岡間が開業し、1985年には上野－大宮間、1991年に東京－盛岡間、1992年に盛岡－八戸間、2010年には八戸－新青森間と、段階を経て北へと延伸してきた。東京から地方中核都市を経て延伸されてきた点では、北陸新幹線（長野新幹線）と類似している。平成に入ってからの開業部分が大半であり、九州新幹線、北陸新幹線（長野新幹線）と同じく少子高齢化・デフレ時代を走ってきた新幹線として、駅のにぎわい創出、街づくり、沿線振興策など参考になる点が多い。

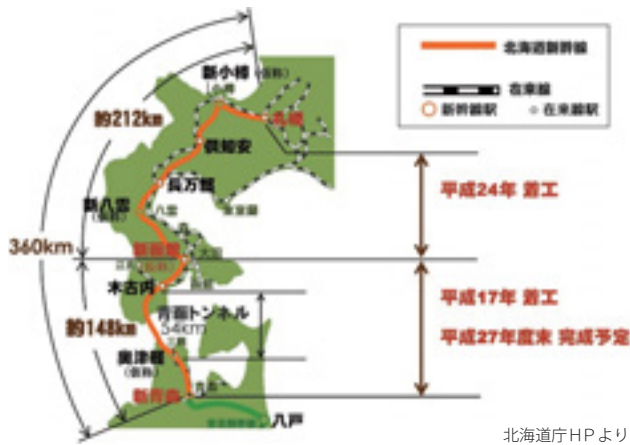
3-2：路線図



3-3：現在の状況 —さらに北へ—

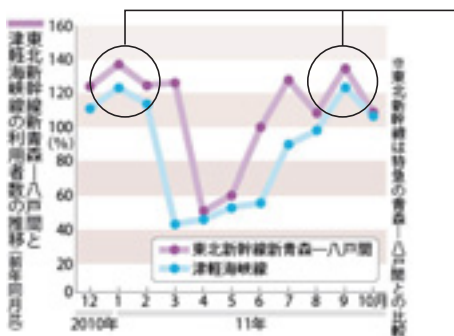
北海道新幹線は、東北新幹線の新青森駅から函館市付近・小樽市付近を経て札幌市に至る延長約 360km におよぶ路線である。このうち、新青森駅から新函館（仮称）駅の区間は、2015年度末の開業が予定されており、新函館（仮称）駅から札幌駅の区間は、2012年に認可・着工され、2035年度までの開業に向けて工事が進められている。北陸新幹線の金沢延伸の1年後に新函館まで、敦賀延伸2025年度の10年後に札幌までが開業する計画であり、金沢延伸と函館延伸は時期的に重なる部分が多くなる。現在東京から札幌へのアクセスは空路で羽田－新千歳間が

1 時間40 分、さらに JR で 1 時間ほどであり、ほぼ 3 時間程度かかるが、開業した場合東京－札幌間は 4～5 時間で結ばれることになる。なお、北海道新幹線の営業主体は、JR 北海道となっている。



新函館 (仮称) 駅

ところで、現在東北新幹線は新青森どまりとなっているが、この状態でも津軽海峡をはさんだ函館側に恩恵が及んでいる。新青森で新幹線を降りた乗客が、青函トンネルを通過して函館観光を楽しんでおり、これは当然新青森までの輸送量に比例している。新青森から函館までは JR 特急を利用して 2 時間かかる。2 時間かけても観光地としての魅力が豊かであれば、人々は海峡を越えてくれるのである。これは金沢に延伸した後、観光客をひきこみたい能登地方や福井県にとっては参考になるところであろう。



震災以前と震災後の影響が見られなくなった時点で比較すると、津軽海峡線利用者増加分は東北新幹線青森までの利用者の増加分の約半分である。青森までの増加客の約半分は津軽海峡を渡ったと推測される。

北海道新聞 (2011・12・5) より



3-4：並行在来線問題

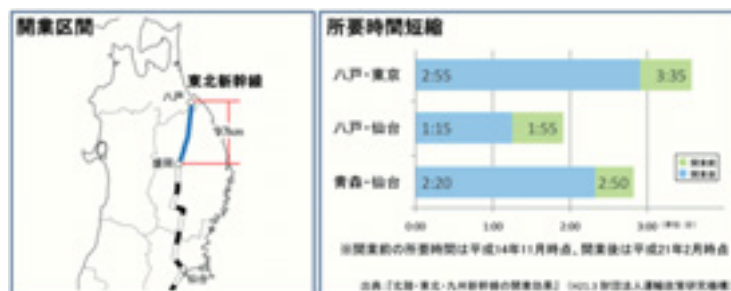
乗り換えの案内や在来線で残された部分の高速化、八戸から岩手県久慈までの支線運営、北開発、秋田へのミニ新幹線など、JR 東日本の観光開発や在来線支援の取組みは熱心であったといわれる。

青森県も以前に八戸開業の経験があったため、新青森が開業した時のために二次交通体系の見直しを何年も前から準備した。例えばどのように十和田湖に客を呼び込むかなどを全部アレンジした。新青森開業と八戸開業はほとんど青森県単独の事業であり、関連する当事者が JR

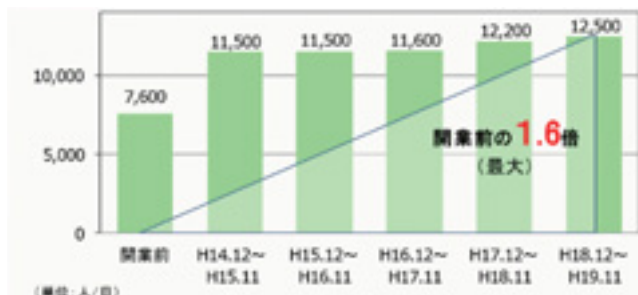
東日本と青森県だけなので連携良く進んだものと考えられる。ただ目に見えて効果があったものは少なく、経営分離された並行在来線の経営は厳しい。

3-5：八戸開業時と新青森開業時

①八戸開業時



1日当たりの平均利用者数推移（東北新幹線）

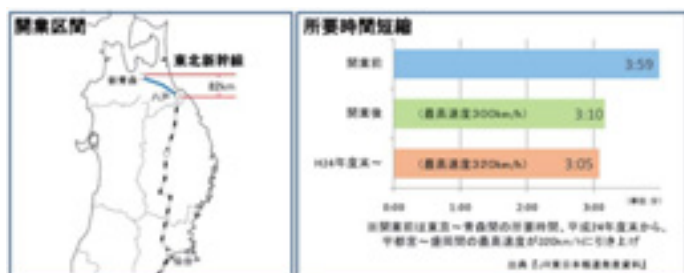


『JR 東日本報道発表資料』

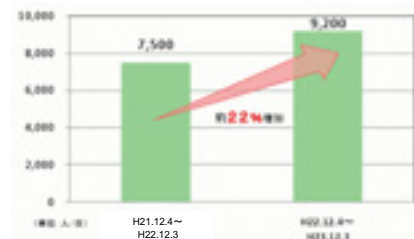
八戸開業は 2002 年の暮れであったが、これ以降の開業効果を 5 年間で見ると、開業前のおよそ1.6 倍の利用者数をキープしている。この動きは、東日本大震災の期間を除き、現在も続いている。2010 年 12 月に新青森への延伸開業まで終着駅効果も相まって高い水準が続いたが、通過駅となった現在も落ちていない。

②新青森開業時

八戸-新青森間が開業したのは 2010 年 12 月だった。新幹線利用者は開業前の在来線特急の約 1.2 倍に増加、GW期間中の観光客も開業前より増加した。



1日当たりの平均利用者数推移（東北新幹線 八戸～新青森）



※震災の影響があった3～6月を除く年間での1日平均

新青森開業後の利用者を見ると、八戸－新青森間は震災の影響を除くと2割ほど増加しているが、これは八戸開業時のインパクト(55%増加)に及ばない。その原因としては八戸から20分程度しかかからず、駅周辺には宿泊施設もにぎわいもほとんどないということがあげられる。震災の傷もいえかけた2012年度までの比較で見ると、2010年度と新青森まで開業して1年がたった2012年度では大型連休中に限って言えば、青森県内への入込みは2割ほど増えた。これが新青森開業効果なのか震災復興効果(VISIT 東北運動等)なのかは判然としない。人の流れとしては、新青森開業により、首都圏よりも東北各県から青森及び函館への観光が増えているとする関係者が多い。



GW期間中の観光客推移 (青森県)

日本銀行青森支店『県内大型連休期間中の観光動向について』(2013.6)

新幹線新青森延伸1年 東北応援の心も運ぶ

青森市などでつくる新幹線新青森駅開業対策事業実行委員会が今年1月に新幹線利用者約千人に行なったアンケートでは、旅の最終目的地として「青森県内」が87.7%、「函館」が4.5%だった。函館の観光施設、五稜郭タワーが4月から10月までの来場者を全国9地区に分類したところ、東北は前年比1割増で、特に岩手、宮城からの利用者が増えた。同社は「7月末以降、東北からはファミリー層が多くなっている」と見ている。宮城県岩沼市から函館に旅行に来た中学校教諭渡辺仁さん(50)は「函館は20年ほど前に修学旅行で来て以来。新幹線が15年度に函館まで延びるのを今回知りました。できたら便利になりますね」と期待する。

JR東日本仙台支社の旅行商品で、函館の街歩きを楽しむ「HUT函館」も新青森開業以降、好調な売れ行きだ。震災後の4～6月は落ち込んだものの7～9月期は前年同期比で25%増と急激に回復。10月以降は同60%増に伸びている。新青森開業前は、宮城や岩手から函館に来るには八戸と青森の2度の乗り換えが必要だったが、新幹線延伸によって1度に減った。JR仙台支社営業部の三輪哲也さん(39)は「東北の人にとって津軽海峡を越えて函館に行くことは非日常を楽しむこと。リピーターとなる人もいるのでは」とみる。東北新幹線の利用客は東京－仙台間が最も多く、仙台以北はその3分の1程度しかない。このため、JR東日本は青森や函館観光をPRすることで、全線を通じた利用者の底上げを狙っている。(北海道新聞2011/12/05)

4：九州新幹線 —東日本大震災直後の全線開通—

4-1：概要

九州新幹線は、東北・北陸とともに整備新幹線計画の一つで、J R九州の管轄である。フル規格の鹿児島ルート（博多－鹿児島中央間）と長崎ルート（西九州ルート、博多－新鳥栖－長崎間）がある。鹿児島ルートは全線が開業しており、営業路線としては単に「九州新幹線」と呼ばれる。鹿児島ルートは全線を独立行政法人鉄道建設・運輸施設整備支援機構（旧日本鉄道建設公団）が建設し、JR九州がこれを借り受けて運営している。長崎ルートについても今のところ同方式が予定されている。

鹿児島ルートは、2004年に新八代－鹿児島中央間が先行開業し、2011年3月12日、東日本大震災の翌日に博多までの全線が開業した。先端部が先に部分開業し、博多までの区間があとから完成して全線が開通する形になった。

4-2：路線図

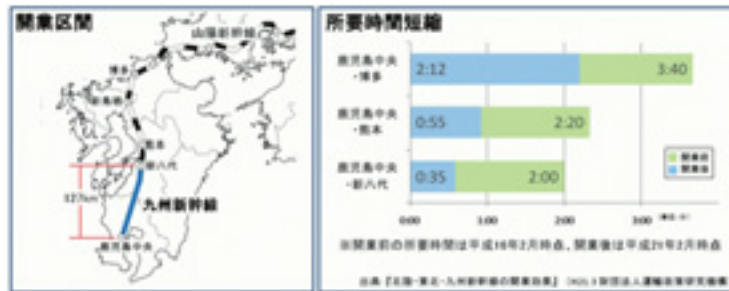


wikipedia より

4-3：開業後の人の動き

①九州新幹線鹿児島ルート 新八代～鹿児島中央（2004.3 開業）

先行開業した新八代～鹿児島中央間の新幹線利用者は開業前在来線特急の約 3.1 倍（最大）となり、開業が新たなにぎわいをもたらす効果は現在も続いている。



開業前（2003.3.13～2004.3.12実績）：『JR九州公表資料』
開業後：『2012年度鉄道輸送統計年報』（2013.10国土交通省）

開業1カ月後（2004年4月）に日本銀行鹿児島支店が行なった地元企業100社を対象にしたアンケート調査によると、大きな開業効果が見られる。

いずれのセクターでもプラス効果を実感する向きが大幅に増加している。多くが観光客の入込み増に伴うプラス効果があるとの指摘がある。特に従来から好調な「焼酎」や「薩摩揚げ」といった「食料品製造」に加え、「小売・飲食」「観光サービス」において、プラス効果を指摘する先が目立ち、広範な開業効果が見られるが、主体によつての温度差も目立つ。準備をしてきたところとそうでないところの差であろうか。先行き（年内見通し）では下がっていくと予想する向きが多い。北陸にとつても参考になるものである。

▽ 新幹線開業効果に関する影響度判断D.1. (ヒアリングベース)

—「プラス効果」-「マイナス効果」回答社数構成比、%ポイント

業種	開業前	現時点	先行き
食料品製造	33	↑ 72	↑ 77
小売・飲食	13	↑ 60	↓ 53
宿泊	16	↑ 42	↓ 26
運輸	▲10	↑ 37	↓ 24
観光サービス	0	↑ 54	↓ 46
その他	33	→ 33	↓ 11
全体	13	↑ 51	↓ 41

日本銀行 鹿児島支店 アンケートより (2004年4月)

開業後1か月の評価より〈抜粋〉

●食品製造業（33→72）

焼酎：従来の焼酎ブームに加えて、新幹線開業により県外からの観光客のほか、卸売業者の買付けも増えており県内向け需給が逼迫するほどになっている。

製菓：新幹線開業により、県外取引先の往訪のチャンスが増え、商談機会も増加。

●小売・飲食（13→60）

飲食店：開業後、新幹線乗車券と組み合わせたグルメチケット等パック商品の呼び込み効果もあり、熊本、福岡からの日帰り客が増加。新幹線に乗車し、ランチを取った後で帰るといった客も見られ、客数は前年対比2割程度増えている。

●宿泊（16→42）

指宿：開業後、個人や小グループ客が目立って増加。福岡方面からの高年齢層客に加え、女性グループ客が増加（通常は黒川・湯布院に行く層）。

霧島：京阪神から飛行機で来鹿し、新幹線に乗車、観光地を巡った後、飛行機で帰るといった企画商品を利用した団体客が増加。

●運輸（▲10→37）

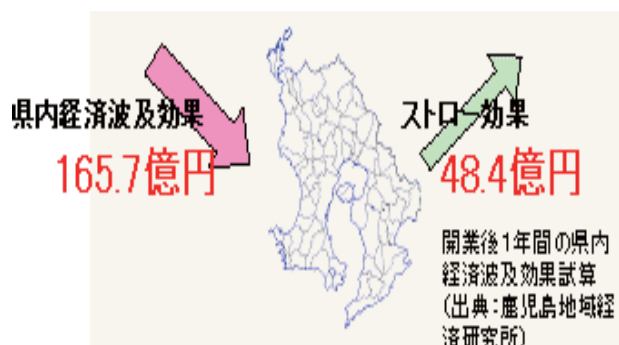
レンタカー：開業後の利用客が対前年比1割程度増加。新幹線で訪れた客が数時間程度レンタカーを利用し、日帰りで戻る利用形態も見られる。

●その他（33→33）

広告関連：開業日前後を中心に、新幹線開業による観光客誘致キャンペーン、セール等の折込広告の需要が増加。

クリーニング等：新幹線開業による観光客の増加を見込んでホテルの新規建設、リニューアルがあったため、増室効果等からリネン関係のクリーニング需要が増加している。

従来から地域を代表するような特産品や土産物に需要が集中し、宿泊飲食関係がにぎわっている。先行きについては、食品製造以外は年内に一服すると見ているが、前述のとおり現在でも開業効果は高水準で推移し定着している。また、心配されたストロー効果については、鹿児島地域経済研究所の調査によると、鹿児島県内への経済波及効果 165.7 億円に対して流出分が 48.4 億円となっている。これを大きいと見るか小さいと見るかは議論が分かれるが、差し引きでも 120 億円近い波及効果を鹿児島県は受けたことになる。鹿児島はもともと桜島や屋久島などの観光資源が多く焼酎など特産品も多い。潜在的な地域の魅力が、新幹線開業による来訪客の増加により顕在化し潤う結果になった。



② 部分開業時の在来線への影響

新幹線利用者は増加しているが、地域の他の交通機関はどうか。部分開業1年後、航空機では福岡便の利用者が4割減、高速バスが約1割減、在来線の利用者は計画値の2割減となった。また、新幹線停車駅である鹿児島中央周辺はにぎわうものの、非沿線では不振が見られた。地域全体がにぎわいを見せてもセクター別にはさまざまな状況となっている。

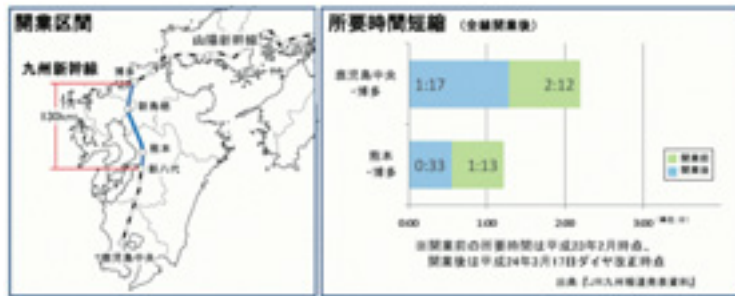
九州新幹線部分開業と並行在来線肥薩おれんじ鉄道開業の主な影響（部分開業1年後）

	プラスの影響	マイナスの影響
交通面	<ul style="list-style-type: none"> ・鉄道利用者数は開業後1年間累計で前年比2.28倍に大幅増加 ・新幹線の途中駅（川内、出水）での乗降客も大幅に増加 ・「はやとの風」「なのはなDX」といった在来線の観光列車の利用が好調 ・新幹線停車駅からの二次交通も鹿児島中央駅のカゴシマシティビュー、定期観光バス、レンタカー、出水駅のツル観光周遊バスなどの利用が好調 	<ul style="list-style-type: none"> ・航空機は福岡便の利用者が前年比60%と大幅に減少し、鹿児島～福岡間の高速バスも同じく前年比91%に減少 ・肥薩おれんじ鉄道の利用者数は開業6カ月間でみると計画値の8割程度と低迷
商業面	<ul style="list-style-type: none"> ・特産品の取扱いのある商店では売上増加、特に鹿児島中央駅周辺 ・鹿児島中央駅周辺では、特産品の取扱いのない商店でも売上増加 	<ul style="list-style-type: none"> ・他地域への顧客の流出、企業間競争の激化等から鹿児島中央駅周辺の商店以外では売上減少もみられる ・新幹線非沿線では取引先の撤退や規模縮小の影響あり
企業活動面	<ul style="list-style-type: none"> ・出張コストの削減（日帰り出張の増加） ・広域的な人的交流活発化による顧客の増加 ・営業範囲の拡大や情報収集活動等、ビジネスチャンスの拡大 	<ul style="list-style-type: none"> ・企業間競争の激化 ・一部の大手企業では、鹿児島支店を閉鎖して九州支社に機能を吸収（ただし、大半はまだ模様眺め）
社会生活面	<ul style="list-style-type: none"> ・通勤・通学圏が拡大 ・通院や会議出席、打合せ、買物・飲食など、日常的な行動圏が拡大 ・川内、出水駅周辺では賃貸マンションや分譲マンションの需要が増加傾向にあり、住環境が向上 	<ul style="list-style-type: none"> ・非沿線では特急がなくなり、利便性が低下 ・肥薩おれんじ鉄道では料金が1.3倍になったことなどから通勤通学利用者の負担増加
観光面	<ul style="list-style-type: none"> ・鹿児島市や指宿、霧島の主要観光地では宿泊客、入込み客とも前年比増（特に鹿児島市で好影響） ・大規模イベント・コンベンションの開催回数および参加者数は前年比増加 	<ul style="list-style-type: none"> ・肥薩おれんじ鉄道沿線の阿久根市では県外観光客が減少

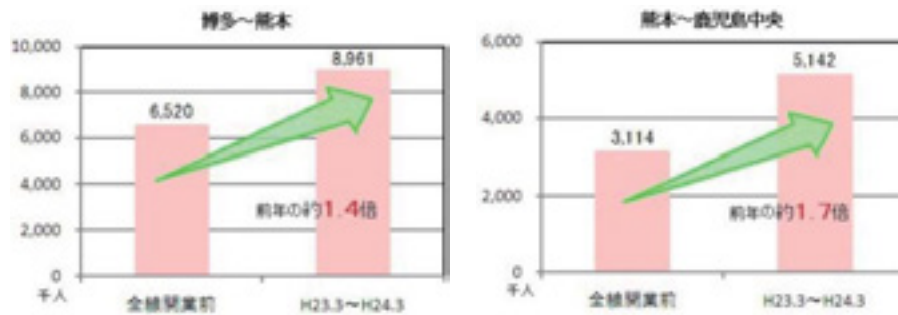
(財団法人 地域流通経済研究所)

③九州新幹線鹿児島ルート 博多～新八代（2011.3 博多～鹿児島中央全線開業）

開業は東日本大震災の翌日であり、準備されていたTVCMなどが放映されなくなったほか、各種の祝賀イベントも縮小や延期を余議なくされた。震災があり、純粋な開業前後の比較は困難だが、新幹線利用者は開業前在来線特急の約1.4倍、先行開業している熊本以南も1.7倍となり、九州新幹線については概ね観光客の入込増に大きく寄与したと言える。開業1年後は5割増し前後の入り方が期待できたが、先行していた新八代以南でも1.7倍への増加は大きい。東北新幹線の新青森開業のように、おそらく九州域内や山陽・関西からの鹿児島方面への増加が推測される。鹿児島の観光地としての魅力が、乗り換えの省略と時間短縮によって入込を増加させたと思われる。



九州新幹線全線開業に伴う利用実績



全線開業前 (2010.3.12～2011.3.11 実績)
全線開業後: 『JR九州報道発表資料』 (2012.3)
九州新幹線 新八代～鹿児島中央間の効果

4-4: 経済効果

全線開業後 1 年程度は震災の影響下であり、正確に比較できる統計がないため、現・公益財団法人地方経済総合研究所 (熊本県) の推計を紹介する。

九州新幹線全線開業後 1 年間の経済波及効果

生産誘発額 (単位: 百万円)	
第 1 次波及効果	15,966
第 2 次波及効果	3,563
合計	19,529

第 1 次波及効果のうち直接効果 (= 宿泊客の熊本県内での観光消費額の増加額) は、11,401 百万円

九州新幹線全線開業後 1 年間の熊本県内への宿泊客増加人数 (単位: 人)

	全線開業前 1 年間	全線開業後 1 年間の 宿泊客増加人数
宿泊客数	6,212,885	623,774

全線開業前 1 年間の宿泊客数

2010 年 3 月～12 月は熊本県観光統計表 (2010 年) の宿泊客数

2011 年 1 月～2 月は同表に基づく推計による宿泊客数

宿泊客の観光消費額（単位：百万円）

費目	宿泊費	飲食費	域内交通費	商品購入費	その他	計
観光消費額	6,761	1,601	1,027	1,186	826	11,401

九州新幹線が部分開業、全線開通後とも輸送量を大きく伸ばし、さらに維持している理由については、いろいろな分析が必要だろう。ただ、大きな要因は、九州自体が魅力的な観光資源を保有しながら、他の圏域からのアクセスが以前は良くなかったこと、事業主体がJR九州1社だったことが大きいと思われる。JR九州にとって主要事業区域を縦断する九州新幹線は社運をかけての一大事業であった。九州各地に点在する主な観光地等に対しどのような在来線や二次交通を整備するか、統一的で効果的なプロモーションを行なうかなどが綿密に組み込まれていた。新幹線の駅ごとに役割を明確化し、その性格に合った開発を行政とすり合わせながら展開した。

例えば新八代駅は、従来何もない通過駅であったが、新幹線整備と絡めて九州中部の観光拠点駅として位置付けている。ここから人吉までSLを走らせるなどのイベント、霧島温泉・鹿児島へとつながる周遊ルート作りに熱心に取り組んでいる。また、新八代から宮崎までバスを走らせ、博多から宮崎までの最短ルートを確保し、九州全体を開発しようと異なる経済圏へのアクセス経路などを充実させている。

さらに九州は従来、地域産業に乏しく、九州全域がこれらの問題を統一的に取り組んで解決するために九州地域戦略会議を設立した。「九州はひとつ」の理念のもと、官民一体となって九州独自の発展戦略の研究や具体的施策の推進に取り組んでいくため、「九州地方知事会と九州・山口経済連合会との意見交換会」を発展する形で2003年に設立した。

九州各県と山口県相互間の連絡提携を緊密にし、地方自治の円滑な運営と進展を図ることを目的として設立された九州地方知事会を母体とし、2004年の8月以来、毎年一堂に会し夏季セミナーを行っており、開催実績は11年間で23回におよぶ。特に観光戦略に対しては当初から積極的であり、2004年に統一的な九州観光戦略を策定し、2005年4月には「九州観光推進機構」を設立した。以上のように、近隣県とJRを含む経済団体、旅行会社等が一体となって今日の活況を作り上げてきた。特定の県だけではなく九州全体を周遊できるルート開発や一体となったプロモーションなどが結果を出している。

5：長野新幹線—長野オリンピックの追い風+東京・埼玉のベッドタウン化—

長野新幹線は高崎駅（営業上は東京駅）から長野駅までを結ぶJR東日本の高速鉄道路線の通称およびその列車（新幹線）である。正式には北陸新幹線の一部だが、東京—長野間を走る列車には「長野新幹線」の呼称が使用される。

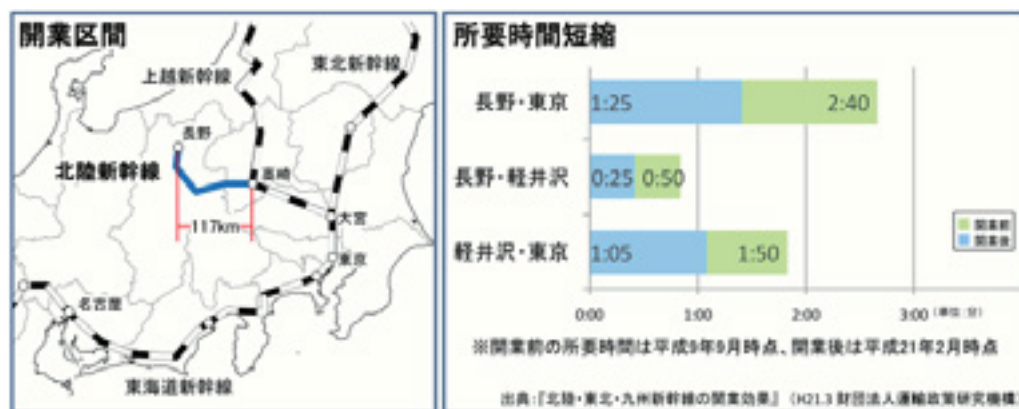
5-1：経緯

1997年10月1日、北陸新幹線の高崎—長野間(117.4km)を先行する形で開業し、1998年2月には長野オリンピックが開催された。1985年の工事实施計画認可申請および1987年の閣議決定においては、北陸新幹線の高崎—小松間をフル規格で先行建設する計画だったが、1988年に建設費の節減を目的として当時の運輸省によって発表された、いわゆる「運輸省案」では長野以南を優先し、碓氷峠の急勾配区間を含む高崎—軽井沢間のみをフル規格、軽井沢—長野間はミニ新幹線とする計画に変更となった。1989年に、高崎—軽井沢間が着工されたが、1991年に1998年の長野オリンピックの開催が決定したことから、軽井沢—長野間も当初の計画どおりフル規格にて着工されることに変更となった。

フル規格への変更については、1982年に公表された基本ルートで「佐久駅」（当時の仮称現在の佐久平駅）が設置されることになっていた佐久市は積極的だったのに対し、在来線特急の停車駅を擁し、かつフル規格新幹線では停車駅から外れることになる小諸市が強硬に反対した。佐久と小諸は新幹線駅のあるなしで発展に差がついた事例である。開業により、軽井沢駅や佐久平駅周辺の商業施設の集積が進んだ一方、小諸駅は新幹線ルートから外れたことにより、近辺の大規模商業施設が相次いで閉鎖され、地元商店街もシャッター通り化するなど、大きく明暗を分ける結果となった。

長野市においても、以前は宿泊が必要な旅程の出張者・旅行者が日帰り可能となった一方、松本市に代わって、路線バスの充実とともに白馬・大町方面への玄関口として機能するようになり、地元経済に対しては功罪相半ばする形となった。

5-2：路線図



5-3：旅客人員の変化

オリンピックに間に合わせるように開業した新幹線であり、開業効果の一巡とともに次第に旅客数も減少していくと思われたが、沿線全体ではほぼ開業前の 1.4 倍程度を 12 年間維持している。



開業前（1996.10～H9.9実績）：『JR 東日本報道発表資料』
 開業後：『2012 年度鉄道輸送統計年報』（2013.10 国土交通省）

要因としては、長野市からの事業所撤退によるビジネス利用客の増加、東京を中心とする関東地方からの時間距離が著しく短縮したことによる沿線移住者の増加があげられる。長野新幹線が開業した結果、それまでの在来線で 2 時間 40 分かかっていた東京－長野間が約半分の所要時間となった。これがビジネスや観光のあり方を大きく変えた。長野県企画部交通政策課の試算によると、東京から長野への移動に長野新幹線を利用することで、それまでの在来線特急を使用していた場合に比べ日帰りの滞在可能な時間は 3 時間 31 分伸びて、計 13 時間 40 分となった。また、長野新幹線開業に合わせて、長野以北への交通アクセスも大幅に改善された。例えば、開業前の長野駅に到着する在来線特急と 20 分以内に接続する信越本線の豊野方面行き連絡列車は 1 日あたり 13 本しかなかったのに対し、開業後は 34 本へと大幅に増加した。

このように東京－長野間を長野新幹線「あさま」が走ることで所要時間を半減させた時間短縮効果に加え、長野新幹線との交通アクセスも改善され、長野県北部は東京から日帰りでの出張や観光が可能な地域となった。この結果、長野市内に支店や営業所を構えていた大手企業は拠点の閉鎖や縮小を進めた。事実、長野市のオフィス街を歩くと、ビルの空室が目立つ。5 年ごとに集計する事業所統計によると、長野市内の事業所数は、オリンピック開催の前年である 1996 年までは順調に右肩上がり伸び 22,219 件にのぼった後、2001 年には減少に転じて 2006 年の調査結果では 20,132 件とピーク時より 1 割近く落ち込んだ。大幅な時間短縮効果をもたらす新幹線が開業すると、支店・営業所の維持コストと新幹線による出張コストが天秤に掛けられるようになる。そして、維持コストに比べ、出張コストの方が経済的であると判断された場合、支店・営業所は閉鎖もしくは縮小へ向かうケースが多い。長野県全体の事業所数を見ても、オリンピック前年の 1996 年には 133,597 件を記録したが、2001 年には減少に転じ、2006 年の調査では 115,380 件と、ピーク時に比べて 1 割以上も減った。

5-4：新幹線ルートの変更がもたらした都市の盛衰

佐久市に新幹線駅が新設され、在来線特急の停車駅だった小諸市は、ミニ新幹線計画が消滅し、新幹線ルートから外れた。新幹線駅が新設された佐久市、在来線を引き継いだ第三セクターの駅となった小諸市は明暗を分ける結果になった。新幹線駅を契機とした地域開発において、相次ぐ商業施設のオープンで商業集積に成功した数少ない事例が、佐久市であると言われている。佐久市は新幹線駅の新設決定を受け、田園だった駅予定地周辺の 60 ヘクタールの区画整理事業に乗り出した。

駅周辺を整備した結果、駅前の幹線沿いには郊外タイプの大型商業施設が相次いでオープンした。これらは広大な駐車場を備えており、佐久市内に留まらず、周辺の市町村からも大勢の買い物客を集めている。かつて、佐久市、小諸市、北佐久郡、南佐久郡をエリアとする佐久地域の商業中心地は小諸市で、1991 年における商業販売額は約 2,400 億円に上った。しかしその後は減少傾向を示し、2004 年にはピーク時の 3 分の 1 となる約 800 億円にまで減少した。この間、大型商業施設の撤退、さらに駅前の相生町商店街も空き店舗が相次ぐ事態となる。一方、買い物客は佐久平駅前の大型商業施設へ向かうようになり、佐久市が商業の中心地にとって代わった。



小諸市と佐久市の位置関係（10km も離れていない：google map）

5-5：開業後も人口増加が続く軽井沢人気の源泉

高級避暑地として広く知られる軽井沢町は、新幹線開業後も人口が増え続ける数少ない自治体のひとつである。その人口増を下支えしているのは、軽井沢町への移住者だ。長野新幹線の開業により、軽井沢－東京間は約 1 時間で結ばれるようになった。このため、大手企業の管理

職や大学教授らを中心に収入と時間に余裕がある人たちが軽井沢へ移り住み、東京方面へ通う人たちが増えている。さらにリタイアした団塊世代も定年後の住まいとして軽井沢を選び、引越して来るケースも増えている。要因として、自然の豊かさに加えて、清涼な気候に恵まれた環境が挙げられる。さらに落ち着いたある高級リゾートという「軽井沢らしさ」というイメージが、人気に拍車をかけていることは間違いない。

駅に隣接する大型ショッピングモールのような大型開発は、軽井沢が長年築いてきた地域的なイメージを壊しかねないとの危機感を生じさせ、あらたに自然保護対策要綱を制定することで大型開発に歯止めを掛けた。この結果、地域の財産である軽井沢のブランド感を守り、軽井沢人気を維持している。長野新幹線開業後も引き続き、人口は増加傾向にあり、1987年以降の20年間で約14%増えている。

軽井沢町は、佐久市と同様に長野新幹線の開業で、商業施設が集積した街でもある。長野新幹線開業に合わせて、軽井沢駅南側のゴルフ場跡地が再開発された。オープンした西武系の軽井沢プリンスショッピングプラザは4回の増床を重ね、現在196店舗のアウトレットショップや飲食店が軒を連ねる。このモールは新幹線駅に隣接するだけでなく、上信越自動車道の碓氷軽井沢インターチェンジにも近く、敷地内に広大な駐車場を構えている。

軽井沢町には軽井沢駅と中軽井沢駅がある。軽井沢駅は、別荘地への来訪者や観光客らを対象とした玄関口となっている。これに対して、もともと軽井沢で居住していた人たちにとっては、中軽井沢駅周辺が生活圏の中心だった。かつて在来線時代は、来訪者向けの軽井沢駅と、いわば生活者向けの中軽井沢駅は、ともに在来線特急が停まる駅だった。長野新幹線が開業すると、新幹線の軽井沢駅は、在来線駅の軽井沢駅に付設するかたちで開設し、駅周辺も整備・開発され、軽井沢駅周辺はにぎわいをみせた。一方、並行在来線を引き継いだ第三セクター・しなの鉄道の駅となった中軽井沢駅の利用者は大幅に減少し、駅周辺には、シャッターの下りたままの店舗が増えた。店舗のなかには軽井沢駅周辺へ移転したところもあるという。同じ町内においてさえ、新幹線駅の開設にともない、栄えるところ、衰退するところが出てくる。新幹線への対応の仕方次第で、地域に「光」と「影」が生じてくる可能性があると言える。

国勢調査の結果によると、長野県の人口は2000年の221万人をピークに減少に転じた。しかし、長野新幹線の駅がある、長野市、上田市、佐久市、軽井沢町の4自治体の合計人口は、平成の大合併を考慮しても依然として増加傾向にある。一方、国勢調査と同様に5年毎に実施される事業統計をもとに事業所数と従業員数に注目すると違った面が見えてくる。長野県全体の事業所数・従業員数を見ると、オリンピック開催を前にした1996年がピークだった。以後、調査毎に落ち込み幅が大きくなっている。国勢調査では、対象地域毎に住んでいる人数を調べるのに対し、事業所統計は該当地域の事業所数が対象となる。そして、事業所で働く従業員数は、所在地の市町村だけでなく、周辺地域から通って来ている人の数も含まれるため、地域経済を見る上でのバロメーターの一つと言える。

軽井沢町や佐久市は、新幹線駅を核とした街づくりが成功したと言われている。しかし、実態は新幹線駅の開設を契機とした駅周辺の区画整理や再開発が始まり、結果として郊外型商業施設のオープンが相次いだ観がある。一方、長野市では支店・営業所の閉鎖・縮小に加え、在来線時代は宿泊が必要な旅程だった東京からの出張者や旅行者が日帰り可能となったため、宿

泊客が減ってホテルや旅館の淘汰が進んだ。また、在来線時代は白馬・大町方面への玄関口は松本市だったが、長野新幹線の開業後は長野市経由で向かう人が増えており、人の流れも変わった。「長野県の場合は、オリンピックに合わせるように、新幹線と高速道路の開通、空港のジェット化がされた珍しいケースではないか」（小林利弘・長野県企画部交通政策課課長補佐）という。長野以北への北陸新幹線の延線の効果と影響について、「現在、研究機関に調査を委託する予定だが、地域経済に与える効果としては、ヒトを運ぶ新幹線よりモノを運ぶ高速道路の方が大きいのではないかと分析している（フォーラム福岡より）。

しかしながら、これら輸送路の多様化に加え、事業所撤退の大きな要因の一つは開業 1 カ月後に起こった山一証券の自主廃業をはじめとした金融不況や、デフレ時代への突入をきっかけとした企業の拠点リストラや合理化といった側面もあり、すべてが時間短縮やアクセスの多様化を要因にすることには無理があるのかもしれない。

人口の推移

(長野市・上田市・佐久市・軽井沢町・長野県他)

(単位:人)

	1985	1990	1995	2000	2005	2010
長野市	336,973	347,026	358,516	360,112	378,512	381,511
上田市※06年合併有	116,178	119,435	123,284	125,368	123,680	159,597
佐久市※05年合併有	59,974	62,003	64,206	66,875	100,462	100,552
軽井沢町	15,051	15,464	15,345	16,181	17,144	19,018
新幹線駅地域(合計)	528,176	543,928	561,351	568,536	619,798	660,678
非新幹線駅地域(合計)	1,608,751	1,612,699	1,632,633	1,646,632	1,576,316	1,491,771
長野県(合計)	2,136,927	2,156,627	2,193,984	2,215,168	2,196,114	2,152,449

※出所:国勢調査

事業所(うち民営)の推移

(長野市・上田市・佐久市・軽井沢町・長野県他)

(単位:箇所)

	1986	1991	1996	2001	2006	2011
長野市	19,159	19,996	22,219	22,106	20,132	21,423
上田市※06年合併有	7,372	7,475	7,369	7,118	6,325	8,272
佐久市※05年合併有	3,603	3,818	3,794	3,752	3,397	5,059
軽井沢町	1,285	1,467	1,392	1,543	1,361	1,707
新幹線駅地域(合計)	31,419	32,756	34,774	34,519	31,215	36,461
非新幹線駅地域(合計)	97,288	97,998	98,823	94,450	84,165	81,287
長野県(合計)	128,707	130,754	133,597	128,969	115,380	117,748

※出所:1986~2006は事業所統計、2011は経済センサス

従業員数(うち民営)の推移

(長野市・上田市・佐久市・軽井沢町・長野県他)

(単位:人)

	1986	1991	1996	2001	2006	2011
長野市	171,095	189,610	207,773	202,593	173,135	193,686
上田市※06年合併有	59,265	64,761	66,112	62,878	54,460	73,957
佐久市※05年合併有	27,529	31,396	31,126	31,647	27,257	41,083
軽井沢町	8,334	10,168	10,055	11,115	10,337	12,963
新幹線駅地域(合計)	266,223	295,935	315,066	308,233	265,189	321,689
非新幹線駅地域(合計)	705,355	763,023	792,169	769,728	651,512	653,006
長野県(合計)	971,578	1,058,958	1,107,235	1,077,961	916,701	974,695

※出所:1986~2006は事業所統計、2011は経済センサス

【3】北陸新幹線の沿線が発展するには

既設新幹線の現状や北陸新幹線の特性を考慮した上で、インフラを最大限活用して地域に恩恵をもたらすにはどうすればよいかについて考える。

1：経緯と特色

1-1：経緯

北陸新幹線は、当初「北回り新幹線」の名称で計画され、1967年に建設促進同盟が結成された。それから50年近くを経て開業するものであり、幾多の紆余曲折があった。ここまで実現までの道のりが遠かったのは主に財源問題である。少子高齢化や国家財政のひっ迫などもあり、特に北陸新幹線は、その有用性や採算性には常に疑問が付いて回った。もっともこれは北陸新幹線に限ったことではなく、東海道新幹線以外の九州や東北も同様であった。ただ、東京を発って東西に長い日本列島を新幹線で移動しようとする、どうしても東北や九州が優先されてしまう。

もともと高速交通網は国土の均衡ある発展にとって欠かせないインフラである。そうは言われながらも、次表を見ればわかるように、計画・着工・開業に至る経緯は非常に複雑であり、行きつ戻りつの展開があった。

また、1997年10月1日の北陸新幹線長野開業に伴い、並行在来線となる信越本線のうち、高崎－横川間がJR東日本の路線として存続、横川－軽井沢間が廃止、軽井沢－篠ノ井間が第三セクターのしなの鉄道に経営移管され、並行在来線経営分離の最初の例となった。信越本線長野－直江津間と北陸本線直江津－金沢間については2014年度に北陸新幹線の長野－金沢間が開業した時点で、北陸本線金沢－敦賀間については2025年度頃に北陸新幹線の金沢－敦賀間が開業した時点でJRから第三セクター鉄道会社に経営移管される。新潟県内区間はえちごトキめき鉄道へ、富山県内区間はあいの風とやま鉄道へ、石川県内区間はIRいしかわ鉄道へ経営移管される。長野県内区間は、しなの鉄道へ経営移管される予定である。

■北陸新幹線に関する経緯

昭和42年12月	北回り新幹線建設促進同盟会結成（昭和47年7月 北陸新幹線建設促進同盟会に名称変更）
昭和45年5月	全国新幹線鉄道整備法公布
昭和47年6月	基本計画決定
昭和48年11月	整備計画決定及び建設の指示
昭和49年7月	日本鉄道建設公団富山新幹線建設準備事務所設置
昭和57年3月	高崎・小松間環境影響評価実施のための駅・ルート概要公表
昭和57年12月	環境影響評価報告書案の公表（高崎～小松間372km）
昭和60年1月	小松・芦原温泉間環境影響評価実施のための駅・ルート概要公表
昭和60年12月	高崎・小松間環境影響評価
〃	高崎・小松間の工事実施計画認可申請
昭和61年3月	長野・富山及び金沢の三駅において北陸新幹線駅周辺環境整備事業着手
昭和62年2月	芦原温泉・南越間環境影響評価のための駅・ルート概要公表
昭和63年8月	政府・与党申合せ（着工優先区間などを決定）
平成元年6月	高崎・軽井沢間認可（フル規格）
平成元年8月	高崎・軽井沢間着工（フル規格）
平成3年8月	軽井沢・長野間認可（フル規格）
平成3年9月	軽井沢・長野間着工（フル規格）
平成4年7月	新高岡・金沢間環境影響評価
平成4年8月	石動・金沢間認可申請、認可及び着工（スーパー特急方式）
平成5年9月	糸魚川・魚津間認可申請及び認可（スーパー特急方式）
平成5年10月	糸魚川・魚津間着工（スーパー特急方式）
平成7年4月	北陸新幹線富山駅整備調整事業認可申請及び認可
平成7年5月	北陸新幹線富山駅整備調整事業起工
平成8年3月	南越・敦賀間環境影響評価実施のための駅・ルート概要公表
〃	小松・南越間の工事実施計画認可申請
平成8年12月	政府与党合意（新たな財源スキーム、新規着工区間など決定）
平成9年5月	全国新幹線鉄道整備法改正（財源スキームの見直し）
平成9年10月	高崎・長野間開業
平成10年1月	政府・与党整備新幹線検討委員会検討結果公表（新規着工区間の優先順位決定など）
平成10年3月	長野・上越間認可及び着工（フル規格）
平成11年12月	与党合意（長野・南越間を十数年でフル規格で整備することなど）
平成12年12月	政府・与党申合せ（長野・富山間をフル規格で整備し、概ね12年強後の完成を目指すことなど）
平成13年4月	上越・富山間認可（フル規格）
平成13年5月	上越・富山間着工（フル規格）
平成14年1月	南越・敦賀間環境影響評価手続き終了
平成16年12月	政府・与党申合せによる新たな財源スキーム（既設新幹線譲渡収入の前倒し活用等）及び着工区間の決定（富山・金沢車両基地間、福井駅部等）
平成17年4月	富山・金沢間（フル規格）、福井駅部認可
平成17年6月	富山・金沢間（フル規格）、福井駅部着工
平成17年12月	南越・敦賀間工事実施計画認可申請
平成18年4月	白山総合車両基地認可
平成20年12月	政府・与党ワーキンググループで合意（白山総合車両基地一福井間、及び敦賀駅部の平成21年末までの認可等について合意）
平成21年2月	福井駅部完成
平成21年12月	整備新幹線問題検討会議等の設置
平成21年12月	整備新幹線の整備に関する基本方針等決定
平成22年8月	整備新幹線の未着工区間等の取扱いについて決定
平成22年12月	整備新幹線問題に関する今後の対応について決定
平成23年12月	政府・与党合意（未着工区間について「着工5条件」の残余の条件が満たしたことを確認の後、認可・着工することを合意）
平成24年6月	金沢・敦賀間工事実施計画認可
平成24年8月	金沢・敦賀間着工

北陸新幹線建設促進同盟会ホームページ

1-2：関係者の多い新幹線

北陸新幹線の第一の特色は「関係者が多い」ということである。例えばJR東日本・JR西日本双方の路線にまたがり、それぞれの拠点から遠い。JR東海も鉄道や観光振興の上では間接的に関与することになる。また沿線自治体が多く、県だけでも長野以西は新潟・富山・石川を貫通する。さらには福井を経て関西に接続が予定されている。並行在来線についてもそれぞれの県が独自に事業会社を立ち上げており、県境付近の接続や小規模経営に課題が残る。

これに対し、東北新幹線は通過県が多いもののJR東日本単独の事業区域内であり、観光開発やプロモーションに積極的であった。九州新幹線も福岡から長崎・佐賀・熊本・鹿児島島の4県をまたぐが、運営主体はJR九州1社単独の事業区域であり域内の主要部分を通る。観光開発やプロモーションにも力が入る。

沿線自治体の新幹線に対する期待感や関わり方にも北陸の場合は温度差がある。すでに開業している長野県、上越新幹線の営業開始から30年が経ち、北陸新幹線開業により新たな便益があまり発生しない新潟県、県土を貫通する富山県、約10年間の金沢どまりとなる石川県、さらに2025年開業予定の福井県ではそれぞれ事情が異なる。越後湯沢は乗換駅としてのにぎわいと役割を終える。一方、福井嶺南地方にとって新幹線はこれからの未来の話である。さらに大きな問題は、JR東日本およびJR西日本の双方の中間地点に当たる北陸の新幹線開業に際して、それぞれのJRがこれまで東北や山陽・九州新幹線などに費やしてきた投資や熱意が投入されるかどうかであろう。これだけ関係者の多い路線であるからこそ、統一的なプロモーションや圏域一体となった継続的な観光開発がより一層必要となる。

1-3：並行在来線問題

北陸新幹線は各県ごとに並行在来線を抱える。それぞれの県単位で継続事業会社が立ち上がったはいるが、過疎と高齢化に悩む地域も多く、その存続と自治体への負担が懸念される。JR西日本にとって北陸の鉄道網は経営に占める比重が非常に小さい。肥薩おれんじ鉄道は、JR九州の地方路線であったが、新幹線開業によって縮小されることはなく、地域住民の足として、それ以上に戦略的な観光拠点路線として残された。「スピード」の新幹線で鹿児島に入り、そこから肥薩おれんじ鉄道で「ゆっくりと」車窓を楽しみながら旅をするというイメージである。これなどはJR九州が新幹線開業に際して域内観光を充実させるための判断であるが、北陸の場合はどうだろうか。

1-4：生活の中の新幹線 ～地域間移動での利用定着と日常空間の拡がり～

富山一金沢間を往復するシャトル便の導入が計画されている。実現すれば新幹線とすれば初の試みとなる。現在特急で35分以上かかるものが20分程度で頻繁に移動が可能となれば、それぞれの県庁所在地がたがいの生活圏となる可能性もある。北陸を代表する2大都市が接近することによる人やモノの流れの変化、中間の高岡地域の開発などが進む可能性がある。新幹線が単に「都会へ行くためのもの」「ビジネスマンと旅行者のためのもの」とどまらなくなる。

また、地形に阻まれてこれまで交流のなかった信州と北陸の交流が劇的に活発化することも

考えられる。金沢―富山間だけ、あるいは朝夕のラッシュ時だけではない活用が求められる。北陸新幹線は、この点で在来型の急行のようなイメージで運行されることを期待したい。その場合は、高速で主要都市をつなぐ本来の利用の方法に加え、中規模都市も含んだ在来特急の機能も発揮されるであろう。

北陸新幹線の開業後、並行在来線として経営分離される北陸本線は、複線電化で急曲線もなく最高速度 130km/h で走行できる高規格の線路である。130km/h 走行できる特急車両は J R 東日本及び J R 西日本の他の幹線へ転用されるとしても、新会社に引継がれるローカル列車用車両でも 110km/h 走行でき、地方鉄道としては非常に恵まれた設備と車両である。新会社には、それらを活かして、新幹線の二次交通としても地域交通としても良質な交通サービスを提供することを強く期待したい。

S L時代に建設された北陸本線は駅間距離が 5 km 程度であり、特急列車が優先でローカル列車は 1 時間に 2 本程度しか運行していない。しかし、沿線には一部区間を除き平野が広がり、開発される余地は充分にある。新駅の周辺が市街化調整区域となっている区域を市街化区域に指定替えることで、地域の活性化につなげるきっかけにできるだろう。

また、並行在来線以外に新幹線の二次交通となる富山地鉄線・立山黒部アルペンルート・高山本線・市電・富山ライトレール・万葉線・氷見線・城端線・七尾線・北鉄浅野川線・同石川線、またそれぞれの地域の路線バスとも、新幹線開業の効果を最大化するための二次交通として利便性を向上させたい。最優先で取組むべきは高頻度運行である。鉄道は、用地と設備の準備に莫大な経費を要し、それと比べ運行経費は少額となる典型的な装置産業であり、本来は運行経費の節減より高頻度運行による用地と設備の有効活用を優先し、特に城端線の高岡―新高岡間は北陸新幹線のシャトル便の全てに接続するように運行すべきである。その際、民業の交通事業者の収支として成立しない場合は、社会の合意を得た上で税金を投じて実行することも一法である。

2：考慮すべき事項

2-1：マスタープランの存在

高齢化やデフレの時代にあって、従来のような「インフラさえ整備すれば、観光客が増え自然に活気が戻る」という考えではなかなか厳しい。新幹線というハードウェアが活用されるためには、観光客の入込増とその維持、周辺定住人口の増加などが必要条件であり、行政・住民・観光業界・産業界とも関係者はそれぞれの持ち場で「より便利な」「より有用な」「より効率的な」ソフトウェアを開発し提供し続けなければならない。また、新幹線の開業によって同じ圏域内でも正負の大きな地域差が生じてくることにも注意が必要である。新幹線の停車駅へのアクセスが近い地域と遠い地域では発展に差が出るのは当然である。地域がそれぞれの強みを考えて、戦略を練ることは必要だが、行政が中心になってこれらの不公平感や偏りをなくしていかなくてはならない。

それぞれの圏域が駅や街づくりのマスタープランを住民の理解のもとに作成し、これを出発点とする、長い時間軸を持った統一した戦略が必要とされ、それより小さい市町村も全体戦略

に沿った街づくりや活用方法が必要になる。他の新幹線の事例にもあったように、特にこれまで特急が停車してきたが、新幹線の延伸によって停まらなくなる駅は、何らかの対策を打たないと確実に衰退していく。衰退傾向は止められないにしても、いかにそのペースを遅らせていくか、あるいは観光客を呼び込んで新たな産業を発展させていくか等について解答を導き出さねばならない。

地域のリデザインを進め、その弱みを克服し強みを前面に押し出す長期的な全体戦略をマスタープランとして作成し、これを地域の各セクターが共有しこれに資する動きに対しては積極的に支援していかなくてはならない。また行政・住民・産業・運送事業者などがプランに沿ったそれぞれの役割と目標を明確にし、すり合わせながら実行していくことが必要であり、それぞれの自治体がいかにインフラを地域のために活用していくかが問われる。それらが重なって何年後かに発展の大きな方向性が見えてくるといふ形を期待したい。各市町村や各産業セクターがそれぞれの立場で活用と発展を考えることこそが第一歩である。単にお祭りムードに乗るだけであれば将来はない。開業効果が一巡する数年後にもう一度大きな計画の練り直しやすり合わせなどが行なわれるかもしれない。

2-2：二次交通、並行在来線、駐車場問題

二次交通や並行在来線問題を論じる場合の解決のポイントは、基本的に回遊性をどう持たせるか、小さい町や観光地同士をいかに面に広げていくのか、そしてIT活用などを含む経営の近代化である。新幹線の駅を起点・終点あるいは通過点としながら、遠来の観光客にも地域の住民に対しても利便性を提供していかなくてはならない。観光スポットが新幹線の駅周辺にかたまっているような都市は、街の散策需要が大きいかもしれないが、遠方に点在しているような場合は、これらを巡る二次交通の整備が不可欠になってくる。これまで鉄道に頼っていた路線がバスなどに変更を余儀なくされる場合も出てくるが、その際には少なくとも「より便利に」ならなくてははいけない。例えば道路の混雑状況などにより、現在でも市内バスの運行はダイヤどおりではない。そうであれば、少なくとも現在の位置や当該停留所までの時間を知らせるシステム、需要動向を先読みするシステム等の導入が必要になる。これは観光客にとっても住民にとっても便利なことである。

厳しい言い方になるが、ラッシュ時には定員オーバーとなり、昼時間帯には乗客がいないバスや電車の運営の現状は、一般企業であれば、在庫切れや消費期限切れのロス商品を常時抱えていることと変わらない。小売業ではPOSの導入や詳細で正確な売上予測、早めのロスカットや価格設定の柔軟性などは常識である。二次交通は高齢化や過疎化によって減便や廃線を繰り返してきたがすでに限界となっている。既存の旅客輸送媒体に奮起を促すとともに新規事業者の積極的な参入が待たれる。全国的に並行在来線や二次交通事業者の経営環境は非常に厳しいが、成功している取り組み例もあり（インタビュー集「おれんじ鉄道株式会社」参照）、北陸においても新幹線の開業を好機ととらえ、従来にない試みを取り入れる事業者も多くなってきている。ただ、駅近駐車場の整備と二次交通事業者との利益は背反する場合が多い。地域の住民から行政へ、無料または安価な駐車場づくりの要望が出されるだろうが、その場合は同じ

便益を近隣の二次交通事業者へも振り向けるべきであろう。高齢化の時代にあっては、マイカー利用から公共交通事業へと転換させるような都市政策も必要である。

2-3：広域観光と街歩きの両立

さらに、個別の観光資源の発掘や事業者の商品開発などで成果の出たものに対して、広域的にこの情報を共有しコーディネート、あるいはコンサルできる事業者の出現も待たれる。特に観光は、もっとも共同の利益が得やすい半面、これが結果平等としてミクロに配分される保証がない事業である。共同のプロモーションやプラン作りは行政や旅行事業会社に任せきりになっているが、このようなやり方を続けてよいのだろうか。九州には一体となって九州の観光資源開発を目指す九州観光推進機構が、東北には東北観光推進機構がそれぞれあり、統一的なプロモーションや観光資源開発、また点となっている観光地同士を結び付け周遊性を確保することに注力している。これによりスムーズな移動を実現させ、移動時間自体も観光の一部として取り入れる方向にあり、県同士の連携はもとより、地域の境目にある観光地にも光が当てられるようになっている。

地域住民の過疎による散在は大きな社会問題である。富山市などは中心市街地の再開発や居住地としての活性化などに数年前から取り組んでおり、一定の成果が上がっている。街中のにぎわいを取り戻すことによって地域住民の活性化はもちろん、旅行客にとっても訪問の動機となる。シャッター街とよばれる寂れた風景をなくすためにも、少なくとも新幹線の停車駅周辺はハード・ソフトの再開発が必要だろう。また、中心市街地に観光資源が少ないと言われる富山市などは、観光の面でも街なかの資源開発は重要となる。特に富山県は氷見市や黒部市など周辺部に観光地があり、富山駅周辺は宿泊需要が大きくなる。短時間で散策できる街なか観光の掘り起こしやストーリー作成は急務である。高岡市では、新高岡駅が既存JR駅から離れた立地となる。良く言えば手つかず、悪く言えば何もない土地だが、新駅周辺にも高岡市らしいコンセプトを持った新たな街づくり駅づくりが必要になる。コンセプトを共有するためにも、行政や地元商工会は住民が街づくりに参加できるプロセスを用意しなくてはならない。

3：セクター別に求められる役割

3-1 行政に求められること

①マスタープランの作成と周知

マスタープランの作成、周知や地域開発の中心的役割を担うのが行政や地方公共団体である。県や市町村ごとに、それぞれの地域の発展を目指して、新幹線開業を機に積極的で実現性のあるプランを取りまとめなければならない。一時的な観光振興やプロモーションで終わってしまえば開業効果は数年で消えてしまう。

コンパクトシティを実現しつつある富山市

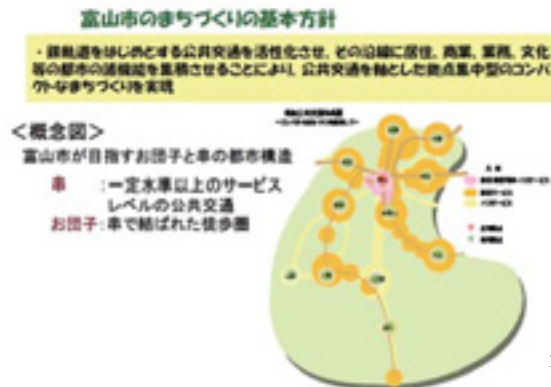
行政に求められることは、少子高齢化やデフレ時代の中で、いかに住民サービスを低下させずに、長期的な地域のデザインができるか、である。地域の伝統や文化を活用しながらも、新たな時代の変化に対応した行政のあり方、地域資源を活用した産業振興、ITを活用した近代的な地域経営の手法など、積極的な事業モデルの革新が迫られている。

富山市は公共交通を軸とした拠点集中型のコンパクトなまちづくりを推進している。具体的には中心市街地を走る路面電車を環状線化、市内各所からの鉄道路線を接続し、利便性と回遊性を高めた。中心市街地で電車やバスに乗降すると運賃が100円になる定期券も発行、市内在住の65歳以上が利用できる。

一連の取り組みにより、2010～12年の3年間で、環状線利用者が中心市街地に滞在する時間は約15%、消費金額は約20%伸びた。歩行者数の増加や空き店舗率の低下も見られる。質の高い住宅の建設・取得を支援する施策も奏功し、市中心部では転入超過が続いている。

中心市街地の面積は市全体の0.4%に過ぎない。しかし、固定資産税と都市計画税の22.2%をまかなっている。市中心部への集中投資は市全体の活性化を促し支えるものだ。持続可能な都市経営のためには、地域一律の行政サービスではなく選択と集中が鍵となる。介護・医療費の抑制につながる高齢者の健康づくりも支援している。動物園をはじめ市の施設を孫と無料で楽しめるようにするなど外出機会の創出に注力。街区公園に畑を整備して住民交流の場をつくり、温泉熱を利用した植物工場を建設するなど、コミュニティの再生や地域特性を活かした産業振興も進めている。

富山市のコンパクトシティというコンセプトは、少子高齢化や過疎化を前提に、中心市街地を活性化させ、居住地として発展させるというコンセプトがはっきりしており、これを実現させるために交通などの都市政策ミックスをデザインしたものである。結果的に地域住民の利便を向上させるとともに、都市としての魅力も取り戻し、かつ外からやってくる観光客に対して魅力的な宿泊地や散策手段を提供する目的も満たしているといえる。



第3回コンパクトシティ推進研究会資料
2009.09.30 国交省資料より

アウトレットパークを誘致した小矢部市の事例

富山県小矢部市はアウトレットモールを事業展開する三井不動産（東京都）と、市内の国道 8 号沿いの産業団地に「三井アウトレットパーク（MOP）」を建設することで合意している。北陸初のアウトレットモールとなり、2015 年のオープンを目指している。富山市や金沢市など、MOP まで 2 時間以内で到着できる商圏人口を約 270 万～280 万人と試算しており、地域に約 1,000 人の新規雇用を見込んでいる。三井側は「北陸はアウトレットが進出していない、いわば『空白区』。交通アクセスの利便性が高いことも重視した」とする。「まさに大願成就。知名度アップ、交流・定住人口の増加など一石『数鳥』の効果があると確信している」。桜井森夫市長は記者会見で語った。小矢部市の定住人口は 1986 年の 37,055 人をピークに減り続け、1992 年からは出生数が死亡数を下回る自然減となり、対策を講じてもなかなか歯止めがかからない。市はアウトレットをにぎわい創出、大きな雇用を生む「起爆剤」と位置づけ、複数の業者と交渉段階だったにもかかわらず、用地取得に乗りだした。地権者 56 人（4 法人含む）から同意を得ると、用地を取得したと業者にアピールし、誘致にかける意気込みや、良好な交通アクセスなどを訴えてきた。ある市幹部は「小さな自治体がこれだけのチャレンジをした意義は大きい」と話す。市は土地開発公社を使って 15.1 ha の用地を買収し、用地内にある工場を移転した。用地買収、造成にかかる資金、31 億 4400 万円を金融機関から借金し、32 年間にわたって返済することを、市が保証する。加えて、用地内の公共関連施設（道路、上下水道、公園、調整池）造成を市が直接実施し、総事業費 39 億 2000 万円をかけ、これを三井不動産に 30 年間貸し付けるという破格の支援に踏み切る。（2013 年 4 月 16 日 読売新聞等）

いちはやく大型商業施設を誘致し、活性化の目玉とした小矢部市の努力は評価できる。北陸 3 県の中心近くにこのような施設があることは、旅行事業者がプランを練るうえで理想的であるとの声も大きい。また、訪日外国人客にとっては日本における土産物調達として人気が出ると予測する関係者もいる。加えて事業の維持管理計画や周辺の観光・周遊ルートの開拓、特産品育成、街の長期的な目指す方向などのランドデザインがセットで示されれば、非常に意義あるものとなる。住民側にも、「誰かが何かをしてくれる」ではなく、積極的に頭を使い、汗を流す必要がある。このような新たなハードに付随する形で民間からの活性化策が出てくることを期待したい。

② イベントの企画、MICE 誘致、教育旅行

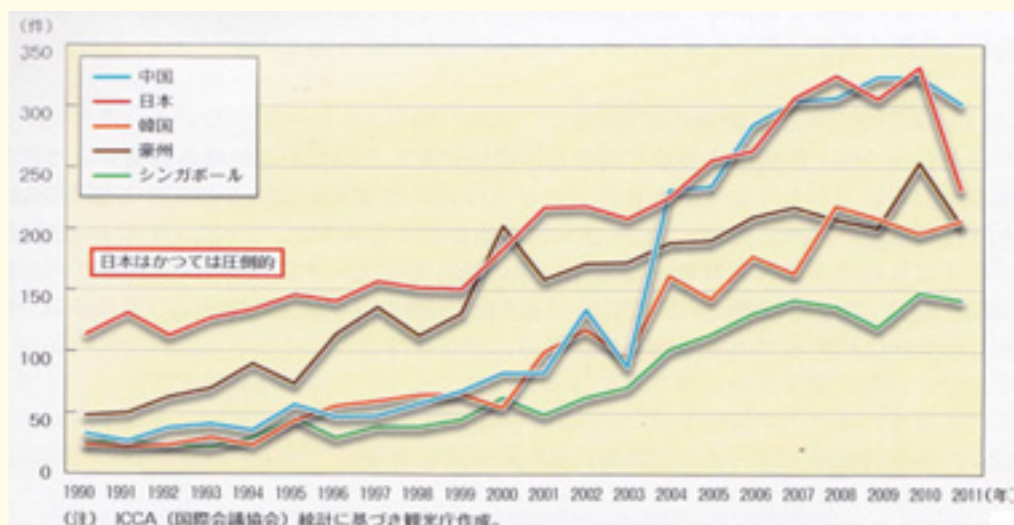
もうひとつ行政側の欠かせない役割は、イベントの企画やメッセあるいはコンベンション、学会などの MICE 誘致活動であろう。MICE とは、企業等の会議（Meeting）、企業等の行う報奨・研修旅行（Incentive Travel）、国際機関・団体、学会等が行う国際会議（Convention）、

展示会・見本市、イベント（Exhibition/Event）の頭文字のことであり、多くの集客交流が見込まれるビジネスイベントなどの総称である。東京から2時間～2時間半で行ける地域は、特に海外からの参加者を募る上で適度な距離感になる。これまで北陸は時間距離が長く、候補地としては厳しかった。結果として中京や関西、東北方面に需要が集中してきた。国際学会などの積極的な誘致を、地域の観光イベントがない時期や集客が落ち込む時期にあわせて企画し、途切れないプロモーションを行なっていくことが必要である。また、修学旅行をはじめとした学生関連の教育旅行も非常に将来性があり、地域行政が窓口となることが多い。近年、教育旅行などは一年を通しての需要があり、平日の利用が見込める利点がある。しかし、首都圏から乗り換えなく片道3時間圏内の文教都市となると限られる。これまでは京都一強状態だったが、古刹中心の見学旅行よりも、産業や文化など広く見聞を広めるため、複数の種類の観光スポットが適度に組み合わせられている場所が現在では適地になる。また教育旅行となると、大人を対象にしたサービス業が発達した繁華街を持つ街よりも、生徒の安全や管理のしやすい素朴さが残る地方の中規模都市がふさわしい。そのため、仙台よりも福島、名古屋よりも浜松などが好まれる。北陸は産業・文化・教育の遺産も多く、教育旅行における可能性は非常に大きい。

MICEや国際会議の誘致

行政の積極的な関与が必要だが、国際会議やイベントの誘致もインバウンドのきっかけや維持に役立つ。近年は地方都市にも国際会議が開催可能な施設が増えており、地域のイベント時期などに合わせて国際会議を設定する動きも目立つ。会議の主権者側も、運営などについてノウハウや助成のある地域をさがしており、日本での開催は欧米やアジアで人気が高い。会議を誘致することにより関連業界や団体なども集まることが多く、限られた期間内とはいえ内外からの効果は大きい。

アジア太平洋地域の主要国の国際会議開催件数



③無計画な宅地造成や乱開発の防止

マスタープランの作成とともに、それぞれの地域が長い時間軸を持った街づくりを行なっていくには、無計画な宅地造成や乱開発の防止が必要になる。少子高齢化時代にあつて、居住地域はできるだけコンパクトに集約していかなくてはならない。新幹線駅周辺には長期的な人口集中が多く見られるが、まずは街づくりとして最低限の必要な施設設置以外は時間を置いて整備するなど、既成市街地や周辺地域の急速な過疎化を避けなくてはならない。駅ができたから開発するのではなく、地域全体のバランスを考慮しながら、時代に合わせた秩序ある開発が必要になる。多くの場合、新駅周辺は計画的に開発されるが、その郊外となると農地が無秩序に乱開発され、広い地域に人の住む集落がさらに散らばる事例が見受けられ、効率的な行政サービスに支障が出る。特に既存駅に乗り入れない新駅周辺には注意が必要である。

④歓迎ムードの醸成

開業にあたっては歓迎ムードの醸成も必要になる。開業直後に訪れる観光客は、訪問意欲の強い旅行の好きな人たちである。当然日本各地や場合によっては世界を旅行した経験もあるかもしれない、いきなり厳しい評価にさらされるわけである。観光地の開発や新たな土産物などについての未整備は容認できても、地域の歓迎ムードやおもてなしの気分がなければ悪い印象しか残らないであろう。これではリピーターや口コミによる観光客の増加は厳しい。少なくとも地域として最低限のホスピタリティや歓迎ムードは必要である。(インタビュー集「鹿児島県観光連盟」参照)

⑤国内外への情報発信、海外からの観光客誘致

これまでも北陸の行政は、情報発信として、東京や大阪の主要駅などにアンテナショップを設置したり、定期的に街頭でチラシを配布したりしているが、費用対効果を明確にするのは難しい。また、観光客や訪問客の入込数を正確に集計し分析することもほとんどされていない。

広域観光組織の最も大きな目的は、国外からの観光客、すなわちインバウンドへのテコ入れであろう。海外からの観光客は年々増え続けており、2013年の訪日外国人観光客は、東日本大震災による停滞を跳ね返し、ついに1,000万人を超えた。海外旅行を楽しめるほど中間層が厚くなったアジア地域をはじめ、欧米にとっても日本は極めて満足度の高い観光地となっている。岐阜や高山、仙台、北海道、札幌などは行政が音頭を取り、積極的な海外への情報発信やプロモーションにより大きな成功を収めている。

⑥長い時間軸を持つ継続的な取り組みを

下記はそれぞれの新幹線開業に向けて各自治体等が準備を行なった期間である。取り組みが早いからといって効果があるとは限らないが、八戸は3年前から、青森は7年近く前から取り組んでいる。九州も全線開通の3年前から主として関西方面への積極的なプロモーションを実施してきた。問題は開業準備だけではなく開業後である。一時的には開業効果や物珍しさもあり、

そこそこの訪問客の増加は見込めるが、そこを過ぎてからが継続的なリピーター獲得の正念場となる。特に北陸にとって観光などサービス産業は苦手な分野でもある。インバウンドも含め、イベントの企画や情報発信による継続的な集客はもちろん、北陸という圏域をいかに魅力的な地域にするかという終わることのない課題に取り組んでいかなければならない。定期的なPDCAサイクルを常に意識する必要がある。



北陸経済研究所

行政の役割は、一般的に「市場メカニズム」の外にあるものとされるが、MICE(セミナー学会等の集合イベント)やDC(ディスティネーションキャンペーン)などの大きな企画には行政の力が欠かせない。鹿児島県では、開業の数年前から知事が音頭を取り、市町村等へ、新幹線開業に対応した新たな街づくりや特産品・イベントづくりなどの街おこし事業を継続的に実施させている。このためには県や市が保有する融資制度などを観光や地域おこしに活用できるようにすべきであろう。行政の守備範囲は、都市政策や二次交通全体の采配、MICE誘致、地域の取りまとめなど非常に広い。

3-2: 停車駅周辺商業者に求められるもの

駅周辺の商業者や商店街も新幹線を利用した活性化における重要なプレーヤーである。直接的な消費効果を最初に受ける事業者でもあり、街の顔でもある。ただ単に増加する乗降客を待つだけでなく、その街の顔として、にぎわい創出のほか多くの役割が求められる。

①商店の質の向上、新商品・新サービスの開発

衰退する地方の商店街は「シャッター街」とも揶揄され、郊外型の大規模SCに顧客を奪われてきた。国も行政もあらゆる手段を尽くして商店街の活性化を支援してきている。カラー舗道やパーキングの設置、街区やアーケードの整備といったハード面以外にも、空き店舗の活性化などソフト面でも補助を行ってきたが、あまり良い結果は得られていない。道路網の整備

や宅地開発などで郊外居住が進み、大規模S Cの出現といったマイナスは大きいですが、高齢化社会となり中心市街地に居住空間を戻す動きも顕在化している。市街地におけるマンション開発やコンパクトシティを進めサービスコストを低減したい行政の思惑もあり、状況は好転しているが、どうにも魅力がないのが商店街なり個別の商店である。

商店街の魅力は、珍しい品ぞろえおよび客と店の密度の濃いコミュニケーションにあるが、商店側の認識も甘く、見過ごされがちであった。特に地方においては、商店街の衰退を外部環境の悪化ばかりを理由にして、商品開発や接客サービスの向上などのベーシックな部分を怠ってきた面は否めない。新幹線の延伸によるにぎわいづくりをきっかけとした活性化により、再び地域からも支持される存在とならなければいけない。

②推進力と企画力を持ったリーダーの存在（守旧ではなく改革）

地方の商店街活性化の成功事例の多くが、青年部など危機感を持つ若手によってなされている。また、地元商店街の店主は地元だけしか知らないことが多い。そのため企画が時代遅れだったり独りよがりになりがちである。特に新しい駅ができた場合などは、地域をまとめて団結していくことが必要不可欠だが、適当なリーダーが不在の場合が多い。地域の商店街などでは、斜陽と言われても時代に合わせた経営で個性の光る店をいくつか見つけることができる。若手で成功している経営者を中心に、権限委譲を行なうべきである。

「あおり街なか お店巡り周遊帖」

東北新幹線「新青森駅」開業に向け、市と商工会議所から提案され、青森市街づくりあきんど隊、青森市中心商店街女性部、新町商店街の新町逸品ワーキング部会が中心となって内容を企画し、他の中心商店街のメンバーなどとともに完成させた。経済産業省の「2010年度 戦略的中心市街地商業等活性化支援事業」として採択された事業の一環でもあり、大きく「街なか小ネタ集」と「味見あおり 500円」の2部構成となっている。もともと同商店街では、有志により一店逸品運動を継続的に行なっており、この“逸品カタログ”を拡大したような内容である。初めて青森を訪れた方でも気軽に青森の良さを味わえるよう、飲食関係の店ではワンコインでその店の“逸品”を楽しめるよう500円メニューを考案し、それを「味見あおり 500円」としてまとめている。商店街の良さや存在意義が凝縮されたこの冊子は、クーポン集ではないにも関わらず、店にも客にも好評となっている。この冊子の作成を通じて、他店の様々な取り組み、こだわり、店主の人柄などを知るといった他店からの学びや、「逸品つながり仲間」へと発展した個店間の真摯な声かけ活動といった、一店逸品運動のエッセンスが市内の他の商店街にも理解されつつあり、商店街の壁を越えた運動となりつつある。

③周辺観光地の発掘と周遊性やストーリー性の確保、アクセス手段の多様化

開業後は観光客の滞在時間にゆとりが生まれ、主要観光地だけでなくその他の観光地まで観光客が入込むことが予想される。こうしたチャンスを活かすには、地域固有の魅力を向上させ、誘客につなげる必要がある。新幹線開業により観光客やビジネス客を対象とする特産品を取扱う商店はプラスの影響を受けている例が多いが、その影響は周辺部では弱く、新幹線駅に乗降した客を商店街の一番遠い場所に呼び込む仕掛けが求められる。同時に地元住民も集まるようなにぎわいを創出することも求められる。

3-3 住民に求められるもの

行政や観光産業、地元事業者といったプレーヤーの次は、なんといっても地域の住民である。コメ作りやものづくりが盛んな地域においては、都市や世界から来る観光客に対し、街全体あるいは地域全体でもてなそうという意気込みは非常に小さい。これといった産業基盤がないために観光を産業の中心にせざるを得ないような他の地域とは異なる。しかしながら、産業が空洞化し、多くの農作物を輸入に頼る国で、サービス業は国の中心産業となっていくことは必然であろう。直接間接を問わず、地域を訪れる人が増えることで地域は必ず豊かになっていく。また、住民が自分たちの地域をより住みやすく便利で快適にデザインする努力により、地域の魅力は一層高まる。旅行者の中には外国人もいれば身体の不自由な人もいる。あらゆる人たちが旅をしやすい環境は、日頃その地域に住む人々にとってこそ大きな便益になりうる。訪問者の視点は、地域の魅力の再発見にもつながる。

○歓迎意識の向上

新幹線が開業し旅行客や出張客が増えて一番危惧されるのは、これまで観光とはあまり縁のなかった住民が、彼らにホスピタリティを持って対応できるかであろう。道案内や観光地の問い合わせ、あるいは困りごとなどの場面に立ち会うことが多くなるが、内向きと言われる北陸人にとっては少し困難なことかもしれない。リクルートの旅行者アンケートの中で「地元の人へのホスピタリティを感じた」の上位に北陸3県は入っていない。旅行者はよそ者ではなく地域に新たな視点や新たな産業を運んでくれる人達である。新幹線開業とともに、訪問者の増加が北陸3県の上位進出につながることを期待したい。

■ 地元の人へのホスピタリティを感じた

－1位：沖縄県、2位：秋田県、3位：岩手県

今回トップ10入りしたのは、4位鹿児島県(前年度11位)、8位大分県(前年度13位)。例年東北と九州各県が目立つ。

1位の沖縄県で2.2ポイントアップしたが、全体平均は前年から横ばい。地元へのホスピタリティを感じた具体的なスポットは、ホテル、観光スポット、買い物スポットに加え、タクシー、居酒屋、飲食店や市街地名が挙げられている。また、数自体は少ないものの「祭り」や体験型の観光スポットが挙げられており、地元の人と触れ合う体験の必要性を感じる結果となった。

2012年度 順位		2011年度 順位	
全体平均	21.3	全体平均	21.3
1位 沖縄県	47.4	1位 沖縄県	45.2
2位 秋田県	32.8	2位 山形県	32.9
3位 岩手県	32.3	3位 秋田県	31.0
4位 鹿児島県	30.4	4位 福島県	30.9
5位 福島県	30.1	5位 岩手県	29.1
6位 熊本県	28.9	6位 長崎県	28.7
7位 山形県	28.7	7位 宮城県	27.7
8位 大分県	27.8	7位 愛媛県	27.7
9位 宮城県	26.8	9位 京都府	27.2
10位 愛媛県	26.7	10位 熊本県	26.1

じゃらん

3-4：産業界に求められるもの

観光や小売産業などは当然だが、それ以外の企業にとっても北陸新幹線の開業は大きな意味を持つ。多くは東京をはじめとする関東や長野地域との交流が容易になることにより、お互いにマーケットが広がるが、競争相手も多くなる。また、北陸の中核都市が新幹線を通じて短時間でつながることにより、社員の通勤圏が拡大し、多様な地域からの人材の受け入れが可能になる。いずれも重要なことは、新幹線を最大限に活用しようとする意識だろう。

①事業面

新幹線は一度に大量の人員を運べる。まずは、北陸新幹線による人の流れの変化を事業の中に取り込むことが考えられる。宿泊・食事・消費など、どこかに自社の領域と重なる部分を探し参加することが第一である。こちらから新幹線でつながる都市へマーケットを拡大していく方法もある。逆に言えば他の圏域や関東からの企業進出も考えられる。都市間の競争に巻き込まれることはチャンスもあればマイナスもある。今までどおりでやっていけば将来はあまり明るくはない。新幹線と自社とは関係ないと考えているのであれば、大きな誤りである。できれば地元の事業者や資本で新たな関連サービスが開始されることを望みたい。地場の金融機関や商工会議所も、投融資や情報提供を通じた事業支援を行なう以外に、地域貢献の視点から様々なバックアップができるはずである。

②人材面

これまではローカルな人材市場を相手にせざるを得なかったが、少なくとも富山と石川は同じ通勤圏内となる。ソフトウェア開発のような労働集約的な産業にとっても、会計士や弁護士などの頭脳集約的な事業にとっても、採用できる人材が広がることは間違いない。また、東京まで2～3時間でつながるとすれば、首都圏の大学生にとって北陸は就職適地となってくる。地価や物価が安くモノづくり企業が充実し、日本海を挟んでアジアと対峙する北陸には居住地としての快適性と将来性がある。

③BCP上の優位性

東日本大震災以降、太平洋側の自然災害の蓋然性が非常に高まっている。特に上場企業や米国などBCP（事業継続計画 Business continuity planning）上のリスク分散を図る大企業にとって、災害が少ない北陸は工場や物流基地として見直されている。守秘事項が多く表面化はあまりしないが、太平洋側から日本海側への生産シフトはかなり起こっているとされている。新幹線の開業はこのような動きを加速させる可能性がある。

④社会貢献活動の一環としてのにぎわいづくりや歓迎ムードの醸成

北陸新幹線開業を控え、企業としてにぎわいづくりに一役買おうという動きが広がっている。北陸の名所や観光地を盛り込んだ販促カレンダーの作成やイベントへの参加や協賛なども始

まっている。これらは企業のイメージの向上として行なわれているほか、自社製品や地域内外への存在感のアピールやブランド形成も意図されている。このような動きが広がり、開業後も維持されることが必要である。

3-5：（並行）在来線、バス会社等二次交通事業者に求められるもの

新幹線の駅を降りて、次に利用するのが目的地へのバスや地域の鉄道、タクシーなどの二次交通である。特に高岡や富山は街なかよりも周辺に観光スポットが多く、いかにスムーズに快適に安価に人員を運ぶかが大きなポイントになる。

鉄道事業では従来、需給調整の名の下に厳しい参入規制が行なわれ、国は利益が出る路線での独占運行を事業者に認めて超過利潤を生ませ、その見返りに赤字路線の維持も半ば義務づけていた。しかし、2000年3月施行の改正鉄道事業法により参入・退出（廃止）規制が大幅に緩和され、廃止予定日の1年前までに廃止届を出せば自動的に廃止できるようになった。国の調査によると2000年からの10年間に全国で30路線が廃止されており環境は非常に厳しい。在来線は地域住民の必要不可欠なインフラであり、新幹線の開業をきっかけに地域全体で解決すべき課題となっている。

○人員輸送事業としての立ち位置の見直し、沿線の観光資源の発掘、PR

駅からの二次交通の整備を促進することが重要である。シティビューや定期観光バスなどのニーズが増えると予想され、増便や隘路解消はもとより、移動時を楽しませる工夫や時間どおりに運行できるシステムや次の車両がいつ来るかを一覧できるシステムの確立、繁閑の差に柔軟に対応できる体制、オンデマンドの配車システム等が求められる。こうした二次交通の整備は地元のバス会社にとってビジネス客や地元住民の新たな需要につながる。地域の足としてしっかりとしたサービスを提供できるようになることが第一である。自動車を活用する生活は便利だが、社会的なコストは高い（ほくとう総研「NETT」No.78 2012Autumn）。コンパクトシティなど地域の交通ネットワークを根本から考えなおす機会である。それぞれの県が三セク鉄道会社を抱える現状では容易に解決できないであろう。

沿線の観光資源の発掘やイベントなどによる輸送人員の増加も課題である。日本各地には特色あるサービスや観光開発によって自立している地域の鉄道が多くある。乗客みんなで童謡を歌いながら景色を楽しむ歌声列車（小湊鉄道）や、自転車をそのまま持ち込めるサイクルトレイン（伊賀鉄道、近江鉄道、えちぜん鉄道ほか）など、活性化のアイデアを事業者自身が作っていかなくてはならない。ただ漫然と人員を輸送しているだけでは時代に淘汰されるだけである。また、鉄道・バス・タクシーなどそれぞれの事業者のどれにもあてはまらないニッチな市場を狙う新規の事業者の出現も待たれる。

3-6：JR西日本

関係者が多い北陸新幹線にあって大きな役割を期待されるのがJR西日本である。新幹線の関西への延伸までは、JR西日本がプロモーションを行なっても首都圏方面からの乗客流入ばか

りが多くなり、J R 東日本だけが潤うという矛盾が生じてしまうのではないかという声も聞かれる。しかし北陸 3 県での周遊は J R 西日本にとっても魅力的であるとしており、開業を見込んだキャンペーン等への協力体制を見る限り杞憂となりそうである。これ以上に期待したいのは、北陸新幹線を最大限に活用することであり、既存新幹線と一線を画した新たな制度や工夫の導入である。

①高頻度運行とダイヤの工夫

地域社会も含め多額の設備投資をした新幹線を最大限活用する高頻度運行をすべきである。高速で移動時間が短くとも、運行頻度が低く待ち時間が長いと、交通サービスとしての魅力を損なう。開業済みの新幹線でも、速達列車の停車しない駅は 1 時間に 1～2 本の頻度しかなく、利用者を取りこぼし、地域の活性化にもマイナスである。北陸新幹線では、金沢と富山の間でシャトル便を往復させるとのことであるが、1 時間に 1 本程度では、現状の高速バスと同じであり活用しているとは言い難い。例えば、ノンストップと新高岡停車を 1 時間に各 3 本ずつ程度は運行したい。新幹線は高速走行で所要時間が短い分、車両と乗務員の運用効率が高い。短編成で運行し所要車両数を少なくすれば、思いのほか少ないコストで高頻度運行ができる。イベントの予定や人出予測を前広に把握し、マイカー・高速バス・航空との競争に勝ち、新幹線の利用を少しでも多くする利便性の高いサービスを用意すべきである。もし輸送力が不足して混雑率 100 数十%といった状況が発生したら、多くの利用者は新幹線への評価を落とし、J R 西日本は自らのビジネスチャンスを損なうこととなる。

②継続的なキャンペーンの実施

J R の代表的なイベントであるデスティネーションキャンペーン（以下 D C）とは、北海道・東日本・東海・西日本・四国・九州の J R グループ旅客 6 社と地方自治体、地元の観光事業者等が協働で実施する大型観光キャンペーンのことである。1978 年の和歌山県（メインテーマ：きらめく紀州路）から始まり、近年は基本的に四半期ごとに実施されている。他地域では都道府県単位で実施するのが慣例となっているようである。北陸 3 県では、現在まで、四半期単位では、富山県が 3 回、石川県が 1 回、福井県が 2 回対象となったが、1999 年の福井県を最後に実施されていない。また、全国的には都道府県単位のみならず、隣県合同や地域で実施する場合もある。

北陸新幹線金沢開業が 2 年後に迫った 2013 年に、北陸 3 県連携の動きがようやく出てきた。2012 年 2 月および 7 月の北陸 3 県知事懇談会などの協議を経て、同年 11 月北陸 3 県の連名で対象エリアに立候補する申請が J R 西日本に提出され、2014 年 3 月に D C 開催が決定した。北陸 3 県と J R が共同で観光 P R を行い、開催期間は金沢開業後の 2015 年秋季（10 月～12 月）の 3 ヶ月間にわたるものである。

北陸3県でのデスティネーションキャンペーン実施状況

年度	期間	DC名称	メインテーマ
1983年度（昭和58年度）	4月1日～ 6月30日	富山県	いい人いい味いきいき富山
	7月1日～ 9月30日	富山県	いい人いい味いきいき富山
1996年度（平成8年度）	4月1日～ 6月30日	富山県	いきいき富山
1981年度（昭和56年度）	10月1日～ 12月31日	石川県	くつろぎの加賀能登路
1989年度（平成元年）	4月1日～6 月30日	福井県	味わいふれあい越前若狭
1999年度（平成11年度）	7月1日～9 月30日	福井県	味わいふれあい越前若狭

資料：北陸経済研究所

複数県、地域で実施されたデスティネーションキャンペーン

年度	期間	DC名称	メインテーマ
1985年度（昭和60年度）	4月～8月	東北地方	まるごと自然東北
	4月1日～ 6月30日	群馬県・新潟 県	ぐっと群馬・新潟
1991年度（平成3年度）	8月1日～ 12月31日	北東北	北東北に針路をとれ
1994年度（平成6年度）	4月1日～ 5月30日	北東北	北東北に針路をとれ
1998年度（平成10年度）	7月1日～ 9月30日	北東北	北東北に針路をとれ
2003年度（平成15年度）	4月1日～ 6月30日	北東北	北東北に針路をとれ
	7月1日～ 9月30日	山陰	見つけてください、あなたの山陰
2006年度（平成18年度）	4月1日～ 5月31日	山陰	見つけてください、あなたの山陰
2007年度（平成19年度）	7月1日～ 9月30日	北東北	もう一つの日本 北東北
2011年度（平成23年度）	10月1日～ 12月31日	熊本県・宮崎 県・鹿児島県	のんびり過ごす極情の旅
2012年度（平成24年度）	10月1日～ 12月31日	山陰	ほっと一息 あなたの旅 山陰から

資料：北陸経済研究所

4：能登・福井にとって金沢延伸をどうとらえるか

金沢延伸時には北陸新幹線は金沢どまりとなる。計画ではその約10年後に福井敦賀へと延伸される予定だが、当面の終着駅金沢から遠い地域はどうとらえるべきだろうか。例えば能登・福井市周辺は金沢からほぼ1時間程度でアクセスできる時間距離にある。ここまで観光客に足を伸ばしてもらうにはどうすればよいか。福井方面にとってこれは同時に敦賀延伸時の準備にもなることだが、能登地方にとってはすでに取り組むべき課題である。

4-1：新青森と函館が示唆する福井の対応

金沢まで新幹線で来ることは、さらに1時間程度で到達する福井市近辺にとっても大きなチャンスになる。約10年後には敦賀まで延伸することになっているが、2018年に開催される予定の福井国体に合わせて福井までの部分開業を迫る向きもある。もし実現するとすれば約4年しか期間はないが、かなりの前倒しは可能であると考えられる。金沢どまりだからまだいいではなく、すでに助走期間に入っているのである。

先述のように東北新幹線が新青森どまりであっても、増加した観光客のおよそ半分は津軽海峡を渡ることが推測されている。函館の観光施設、五稜郭タワーが4月から10月までの来場者を全国9地区に分類したところ、東北は前年比1割増で、特に岩手、宮城からの来場者が増えた。同タワーは「7月末以降、東北からはファミリー層が多くなっている」とみている。新青森開業前は、宮城や岩手から函館に来るには八戸と青森の2度の乗り換えが必要だったが、新幹線延伸によって1度に減ったことが大きな要因としてあげられる。東北新幹線の利用客は東京―仙台間が最も多く、仙台以北はその3分の1程度しかない。このため、JR東日本は青森や函館観光をPRすることで、全線を通じた乗客数の底上げを狙っている。1日の平均乗客数でみると、開業前の八戸―青森間は約7,500人だったのに対し、開業後の八戸―新青森間は約9,200人。JR東日本は新幹線の開業効果で1割程度の増加を見込んでいたが、乗客は2割強伸びた。

宿泊を金沢とした場合、能登を回るか福井にまで足を伸ばす、そして場合によっては近畿方面から首都圏に戻る流れも十分にありうる。新青森に対する函館の対応のように、今後多くのイベントなどが福井で開催される予定である。

4-2：地元の主体的な取り組み

福井の恐竜博物館は、近年新たな観光のキラーコンテンツとして入館数が増加している。開業初年は物珍しさもあり70万人に届いたが、翌年からの5年間は低調だった。しかし2006年度からは展示物やイベントの増加などにより来館者の満足度を高め、「知人に勧められて」の来館者を地道に増やす結果となった。ただ箱モノを作ればよいというものではなく、関係者の熱意と創造力がもたらしたものである。新幹線の金沢延伸で恐竜博物館の入館者は大きく増加するだろうが、当館は何も新幹線の開業に合わせて活動してきたわけではない。県や地元の商工会などが協力体制を敷いて活動をしてきた結果である。

5：北陸に停車する4駅と発展の方向性

前章まででは、既設新幹線の状況とそれらを踏まえた北陸新幹線の特徴、発展への条件、観光面への大まかな影響などについて記してきたが、本章ではそれぞれの駅とこれに付随する街づくりについて考えてみる。前述したとおり、駅と周辺の街づくりには、それぞれの地域の歴史や伝統、強みなどを考慮した戦略的な作り込みや関係者の協力が必要である。北陸には、富山県に3駅と石川県に1駅が開業する。駅には様々な役割があり、利用者数や乗り入れる在来線の種類によって異なる。それぞれの駅と街の「にぎわい」のためにどのような方向性があるかについて記したい。

5-1：駅の機能

北陸新幹線が開業した場合の競合は飛行機となるが、実際はそれぞれ役割が異なり、共存していくことが一番望ましい。駅も空港も、交通機関に乗り降りするための施設だが、その機能についてはあまり比較されていない。そこで、駅と空港の持つ施設について、小松空港と金沢駅をイメージして比較すると以下ようになる。

○駅にも空港にもあるもの

待合室	駐車場
トイレ	バス停
売店・土産物店	レンタカー
喫茶店・食堂	
時刻表	

○若干機能は違うものの同様の施設

駅	空港
ホーム	ボーディングブリッジ
改札口	搭乗口
みどりの窓口	航空会社のカウンター
線路	滑走路
運転指令室	管制塔

空港はフライトまでのつなぎの空間である。搭乗ゲートをくぐれば、実質的には飛行機の中も同じである。これに対して、電車の駅は、そこから次の予定地へ向けて様々な準備をすることであり、空港とは情報の量も質も圧倒的に異なる。駅は次の行動を「意思決定」する場であり、その中には乗り継ぎもあれば宿泊もあれば休息の場、人と会い話す場所でもあり、極めて多機能である。八戸のように、人の移動の施設としてだけでなく、市役所業務の一部などを取り込み多機能化し、居住している人たちのシティホール化しているところまである。開発と整備の手法によっては、駅はそこに住む人のシンボルでもあり居住空間の一部ともなりうるところが空港と決定的に異なる。特に少子高齢化や地方の過疎化にともない、ロードサイドや郊外から意図的に街なかへ居住空間を戻している富山市などにとって、駅は再び街の中心となり得る。

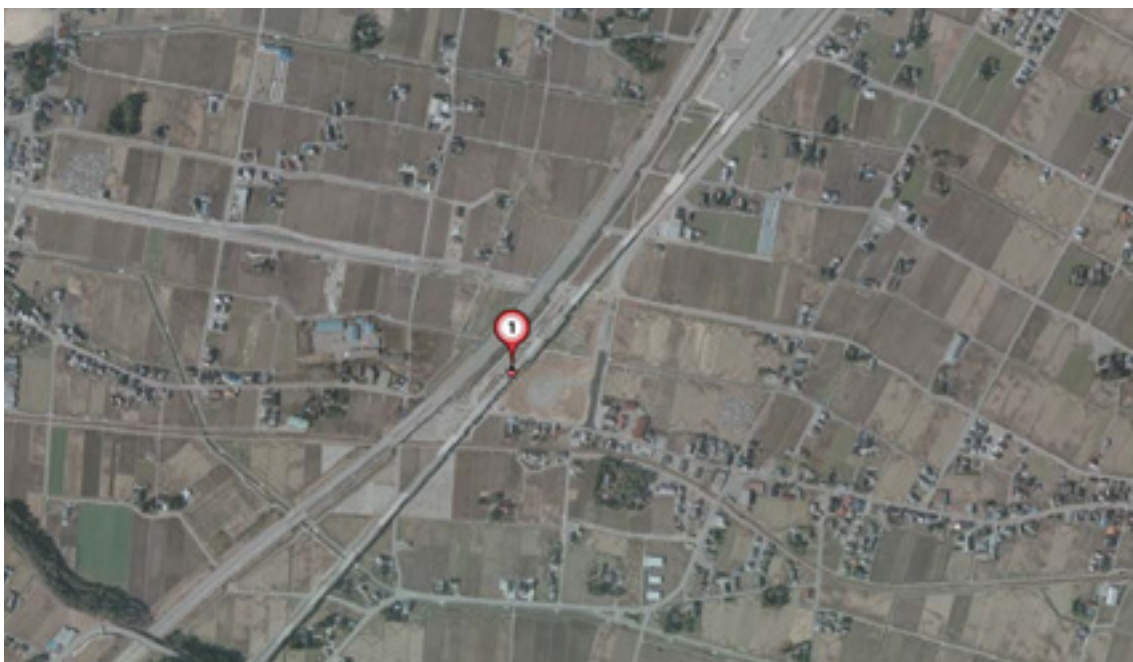
北陸新幹線開業により富山には3駅、石川には1駅が開業するが、これらの駅づくりは新たな街づくりと密接な関係にある。その街がどのような戦略に従って発展し、駅をどのように位置づけるかによって機能は異なってくる。中心市街地の活性化や再開発を意図する場合は、市役所やショッピングセンターなど住民のための施設や宿泊施設、にぎわいをもたらす施設などが必要になる。一方、市街地から離れている新駅は、当面空港的な使われ方の利便を追求するため、商業施設や宿泊施設よりも安価に利用できる駐車場の確保等、空港的な付随機能の整備が優先される。人口が高齢化し減少しているデフレ時代にあっては、どの駅どの街も同じ開発手法をとればよいというわけではない。

北陸新幹線は 20～40km ごとに駅が配置される。北陸にとっては県庁所在地である金沢と富山が現駅併設で新高岡と黒部宇奈月温泉が新設される。駅舎が完成した現在、これからはハードではなくソフトの部分を作り上げていくことになる。完成した駅のどの場所にどのような施設が、店舗が入るのかは関係者の間では議論がなされている。長い要望期間を経て、ようやく走る新幹線であり、遅れた整備時間を取り返すためには、これらの駅を、先進事例から学び、戦略的かつ効率的に作り上げていく必要がある。

次に上記を踏まえて各駅と街の発展の方向性などを考え提言したい。

5-2：黒部宇奈月温泉（佐久平型）

<p>黒部宇奈月 温泉駅</p>	 <p>豊富な水を湛える黒部の自然が映り込んだ駅</p>	<p>新 設</p>	<p>富山県黒部市若栗</p>
----------------------	---	----------------	-----------------



黒部宇奈月温泉駅周辺

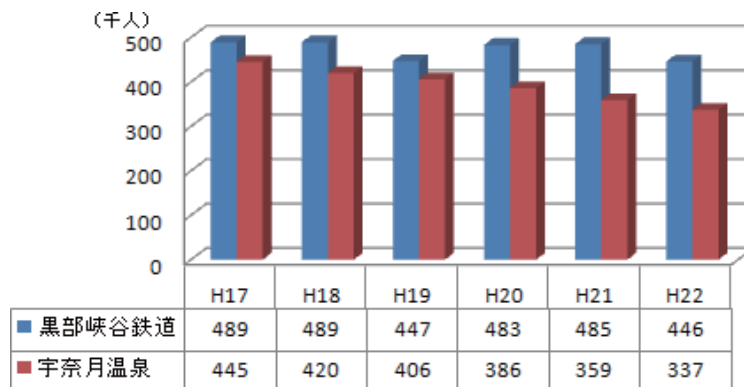
Yahoo! 地図より

黒部宇奈月温泉駅は JR 北陸本線黒部駅から東に約 4km 離れた、富山地方鉄道本線と北陸自動車道が交差する場所に立地している。富山県新川地区の玄関口としての機能の他、当駅に併設予定の富山地方鉄道本線新黒部駅から富山県を代表する温泉地である宇奈月温泉までは電車で 20～30 分とアクセスしやすいことから、宇奈月温泉郷への観光窓口としても期待されている。鉄路から道路へといった乗り継ぎが効率的に行なえる立地にある。在来線に乗り換えることも可能であり、周辺はほぼ未開発の地域である。

①宇奈月温泉、黒部といった観光への玄関口として

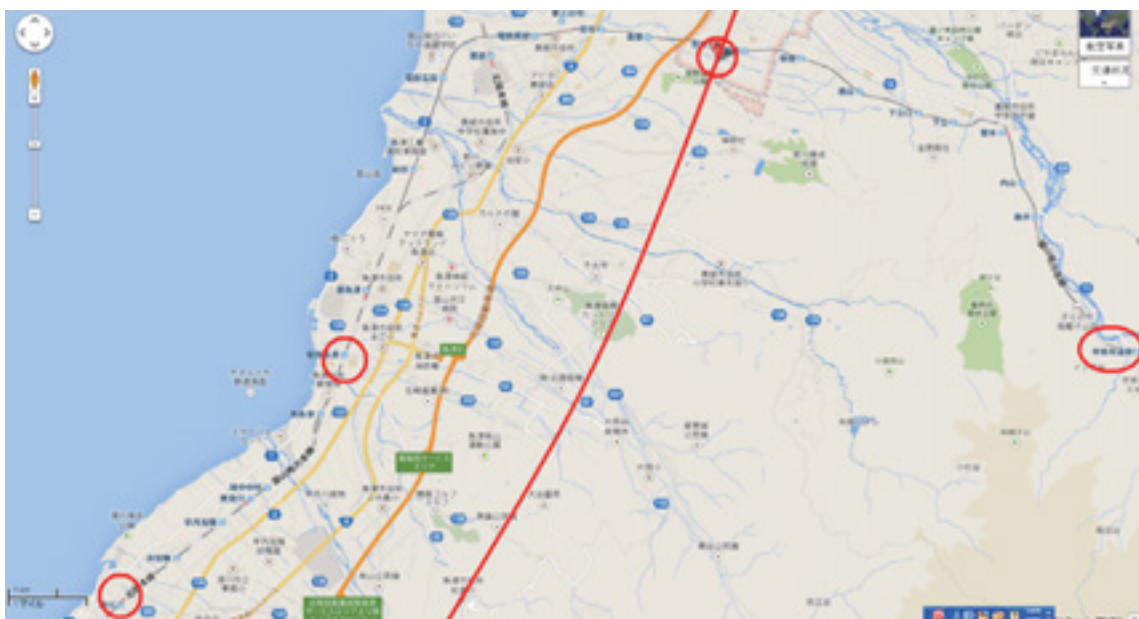
黒部宇奈月温泉駅はその名が示すとおり、黒部観光や宇奈月温泉郷への玄関口となるほか、海側では魚津方面への観光窓口の機能も有する。居住以外の活性化としては、街なかに観光客にとって便利な施設を設置する方法がある。

黒部峡谷鉄道・宇奈月温泉 入込客数



黒部市商工観光課

黒部峡谷鉄道の利用者は横ばいであるものの、近隣の宇奈月温泉を宿泊場所とする入込客は減少している。理由はさまざまだろうが、富山中心部から日帰りで訪れる、あるいは魚津近辺でJRを降りて黒部を楽しんでから富山中心部へ宿入りするという流れに変化してきていると思われる。温泉旅館は全国的に業況が苦しく、宇奈月温泉の集客力が低いわけではないとしても、やはり料金とサービスのバランスが現在の時代にはそぐわないのだろう。そうであれば、少なくとも黒部宇奈月温泉駅近辺に安価に宿泊できる施設や、にぎわいを作り、駅と街を活性化させる仕組みが必要になる。宿泊すれば、近隣観光スポットへの短時間での周遊や、バスやタクシーを利用した沿岸部への集客にも貢献する。



黒部宇奈月温泉駅／宇奈月温泉／魚津／滑川の位置関係

goolemap

また、北陸新幹線は糸魚川で海の景色と出会うことになるが、その後は山側を走ることが多くなる。黒部宇奈月温泉駅は山側をたどれば黒部峡谷に至るが、海側におりれば魚津までは 20 分程度、滑川まで 30 分程度で到着する。時間に余裕のある観光客にとってはこちらも魅力的なルートになる。日本海沿いの街の風景や食を富山まで楽しむことができる。魚津水族館・ホタルイカミュージアム・ミラージュランドなどファミリーで楽しめるスポットも多い。在来線の活性化にも寄与する。黒部宇奈月温泉周辺は自動車のアクセスも良好であり、北陸を周遊する観光バスの発着点としても開発が期待できる。

②新たな街づくり —佐久平駅—

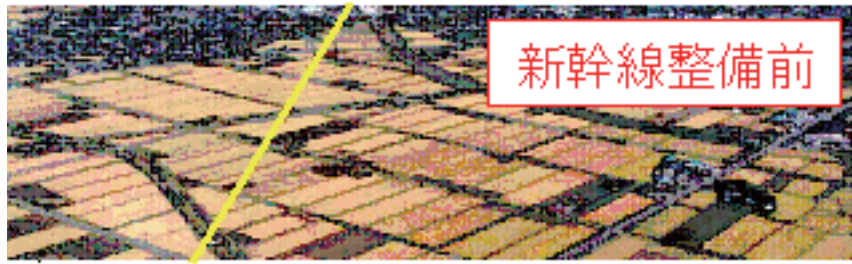


現在の佐久平周辺

goolemap

長野新幹線佐久平駅は在来線駅に併設という形でスタートしており、黒部宇奈月温泉駅と環境が似ている。佐久平駅ができたため、小諸が凋落してしまったのは先述のとおりである。佐久平駅は開業後環境が大きく変わり、東京へは 1 時間 20 分、大宮へは 50 分足らずとなり、現在は周辺に多くの駐車場があり住宅開発も進み大型ショッピングモールもある。1 日の乗車は 2012 年に 2,770 人と本庄早稲田よりも多い。ベッドタウンとしての利便性もあるが、小諸市の凋落などを見ると周辺からの移住者も相当多いのではないかと考えられる。

航空写真を見ると、駅周辺には大型商業施設や駐車場があり、その東側の高台には住宅地が広がる。対して西側は田園地帯が残っており、行政側が計画的に都市開発を行なっていることが分かる。



都市化の様子（佐久平）

佐賀県HP「他の新幹線の整備効果」

新幹線の停車駅周辺は、現在にあっても時間軸を長くとれば、周辺から居住者が集まって新たな街が形成されることは間違いない。北陸新幹線延伸により、黒部宇奈月温泉駅からは長野にも金沢にも 30～40 分程度でアクセスできるようになる。現状、新川地区から長野へは鉄道で約 3 時間、高速道路でも約 2 時間を要するが、新幹線延伸によって長野までが通勤・通学圏に入ることになる。金沢へは現在でも特急で 1 時間弱、高速道路の利用でも約 1 時間で移動可能であるが、これが 40 分程度に短縮されるため、富山市や金沢市に対する通勤・通学手段としての需要は大きい。駅周辺に広がる水田地帯を「のどかな田園地帯」「田舎びた風景」と現在では見られるかもしれないが、広がる平地は新たな街づくりを行なう際に非常に有用であり、先述の長野新幹線佐久平駅のような発展を遂げるポテンシャルを秘めている。もっとも、北陸と東京圏は人口密度が全く異なり、佐久平のような急速な発展は期待できないかもしれない。ただ長い時間軸をとれば、魚津や黒部といった周辺地域から人が集まり、都市化はゆっくりであるが進むものと考えられる。

その際には周辺既存市街地や商店街の衰退とセットになっていることを忘れてはならない。既存市街地への公共交通機関網を新規に整備しながら、適切なスピードで地域全体にスムーズな移住ができるよう、行政や交通事業者には細心の配慮が求められる。特に高齢者は地域への愛着が強い。救急医療機関や介護施設などの適正配置が必要なほか、新たにできる街に対しても、幅広い世代で住めるような工夫、あるいは IT やユビキタス設備の導入により、家族が離れて暮らしながらも身近に感じられるような生活環境の整備も課題になる。

③ヘルスケア／シルバー／環境都市といった方向付け

例えば、黒部宇奈月温泉という保養地をさらに発展させて、高齢者が居住しやすい「シルバーシティ」や「ヘルスケアシティ」という方向で駅周辺の新たな街づくりはできないだろうか。

宇奈月温泉や黒部峡谷鉄道を前面に出した観光の街づくり駅づくりもよいが、過疎化や高齢化を逆手に取った高齢者向けの保養地といった街づくりもひとつの方法である。駅の周辺に医療や介護などの施設を建設し、高齢者や障害者にやさしい街として発展させる。周辺からの居住は通常ニューファミリーが中心となり、既存周辺市街地は高齢化が進みコミュニティが崩壊するといった弊害が多いが、高齢者から移り住むことによって緩和させようという試みである。高齢者から移住を行うことで、駅を利用する機会に、子供や孫が親を見舞うこともできる。先進医療と組み合わせれば海外にあるようなヘルスケアシティのように、観光客を呼び込むことも可能になる。

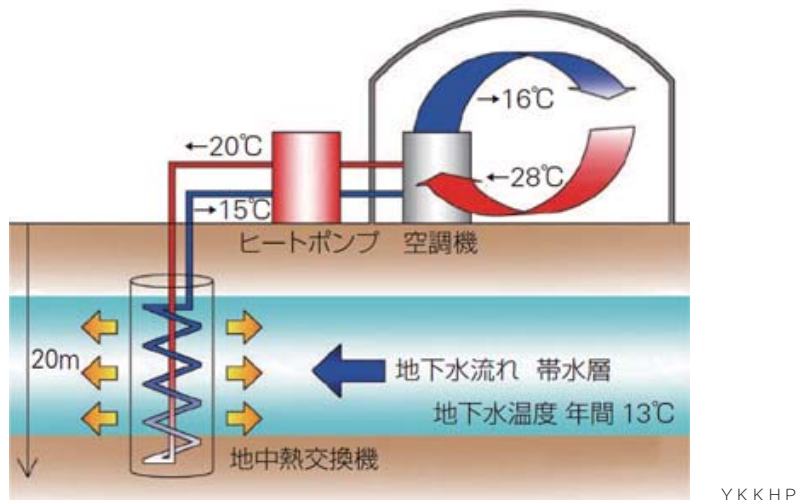
濟州ヘルスケアタウン（韓国）



韓国政府は、濟州島を北東アジアの医療ツーリズムの中心と位置付け、政府傘下の特殊法人濟州国際自由都市開発センター主導のもと、2008年より約800億円を投じて濟州島に健康・医療ヘルスタウンを建設している。この街には、先進的な検診センターや美容センター、高度専門病院、リハビリ施設、医療研究開発施設が導入され、2015年の完成が予定されている。周辺にはリゾート型滞在施設、先端科学技術団地や歴史をテーマとした公園等の開発が進められており、観光、医療、研究開発が一体となった複合団地の造行が行われている。主なターゲットは濟州島を訪れる外国人観光客の半数を占める日本人のほか、在米韓国人や中国人ロシア人富裕層である。（経済産業省中部経済産業局北陸支局資料より）

④ エコシティ

YKKグループでは、従来の節電などの取り組みに加えて、「小エネ・省エネを追求したもののづくりの創造」をキーワードとして、高効率の生産体制や省エネ技術、設備開発などの技術力を活かした施策を展開し、企業の社会的責任の取り組みをさらに継続・拡大していく方針であり、まずグループ中核拠点である黒部事業所において「エネルギー改革」を実現し、そのモデルを国内拠点および世界各地に展開する予定である。黒部川扇状地は、透水性の良い砂れき層からなり、地下水位が高く、豊富な地下水に恵まれ、多くの湧水がある国内有数の扇状地であるが、地表面付近の層の地下水はろ過が不十分なため飲用に適していない。しかし、速い地下水流速(地下5m付近で0.6m/h以上)に着目し、この地下水熱を利用した空調システムを2012年度黒部事業所の「丸屋根展示館」に導入した。この空調システムでは、地下水を汲み上げずに、地中のチューブ内に水を循環させて採熱するクローズドループ方式を採用し、チューブをスパイラル状に巻いて採熱効率を高めており、従来に比べて電気使用量の半減を見込んでいるという。



黒部といえばダムが思い浮かぶが、水力は再生可能エネルギーの代表でもある。これに加え、地下流水や地熱・太陽光・風力などに街全体として取り組んでいけないだろうか。「エコの街」「フリーエネルギーの街」として特区の申請を行なうなどして研究施設が集中すれば、イメージアップや雇用確保はもちろん、これらを目当てにした教育旅行やMICEなどの活性化も見込める。

現在、黒部市では黒部峡谷や宇奈月温泉への観光客の入込増加を目指しているが、長期的には上記のような新たな基軸での街づくりが必要であろう。

5-3：富山（八戸・盛岡型）

富山駅	 <p data-bbox="497 566 794 602">せいひつ 静謐な雪にたたずむ木立の駅</p>	併設	富山県富山市明輪町
-----	---	----	-----------

富山駅の強みは、新幹線停車駅が既存のＪＲ北陸本線の富山駅に併設されることである。既存のＪＲ駅に併設されるのは、富山県内に設置予定の３駅では富山駅だけである。

富山駅南口を中心として広がる市街地は富山県の行政・商業の中心として機能しており、各金融機関の支社や県や市の庁舎、ビジネスホテル、駅ビルやデパートなどが点在しており、路面電車「セントラム」がそれらを結んでいる。駅北口には北陸電力やインテックなどが社屋を構えるオフィス街と自然豊かな環水公園がある。全国的にその名を知られるようになった路面電車「ポートラム」が岩瀬浜海岸まで走っており、その沿線には大きな工場が立ち並ぶ。富山駅は周辺市街地への来客の玄関口であると同時に、富山駅から延びる南北の路面電車や、富山地方鉄道、JR 高山本線、バス・タクシーなどで県内各地を結ぶ中継拠点としての役割を担ってきた。新幹線停車駅の併設はこれまで担ってきた玄関口としての富山駅の機能をより強めることになる。

一方で、富山駅には弱みもある。第一にストロー効果の問題である。北陸新幹線によってアクセシビリティが向上する東京や金沢などの都市は、富山県に比べて魅力的なスポットが多く、勤務先・進学先の選択肢も多い。買い物客や通勤・通学などで県外に出ていく流れがこれまで以上に増えるであろう。また、これまで富山県内に事業所を構えていた東京の企業などが、日帰り出張での対応が可能だとして、県内から事業所を撤退する可能性や、金沢・富山に別々に構えていた事業所を一カ所に統合するなどの動きも十分に考えられる。

第二に、街なかの観光スポットの乏しさが挙げられる。例えば金沢市は、金沢城や兼六園、21世紀美術館、近江町市場、武家屋敷、東西茶屋街などの魅力的な観光スポットが、金沢駅から路線バスやタクシー、徒歩によるアクセス可能な範囲に集中している。一方富山駅周辺には富山城址はあるが、それ以外に際立つ観光スポットは少なく、さびしい状況である。駅周辺は街の顔でもあるが、特色あるスポットもにぎわいあまり見られない。現在、富山市が運営するガラス美術館や民営の刀剣美術館（ともに 2015 年度開館予定）の整備が進んでいるほか、富山県近代美術館を駅周辺に移転新築することが決定しており、街なかの観光スポットができつつある。

第三に、県内の人気観光スポットを結ぶ動線である。富山県内の人気観光スポットは、立山黒部アルペンルート、五箇山の合掌造り、高岡大仏、氷見漁港など、県内各地に散らばっている。富山駅からそれぞれの観光スポットへはアクセス方法はあるが、あくまで富山駅を中心としての放射性の動線であり時間もかかる。したがってあちこち見て回りたい観光客にとっては不便なものとなっている。1 日かけて 1 カ所しか回れないというスポットも多く、夜になると富山

駅周辺に戻る星形の動線を強いられ、周遊型で訪れることが困難である。富山駅は富山県への観光客の主要な玄関口であり、富山駅に降り立った観光客が観光しやすくなるように二次交通の充実を考えていかなければならない。

富山駅の持つ特性に重なる既存駅としては、にぎわいづくりでは東北新幹線八戸駅が、観光面では盛岡駅が参考になるだろう。八戸駅は 2002 年に盛岡駅から延伸される形で設置され、2010 年に同線が新青森駅に延伸するまでは東北新幹線の終着駅だった。市街地周辺の観光スポットの乏しさ、東京や仙台、盛岡へのストロー効果が課題だったが、行政・住民・商業界一体となった多くの試みにより、宿泊客数を維持している。現在は新青森に終着駅を譲ったが、開業から 10 年間以上乗降数を大きく減らさずにきた。八戸はこれらの課題にどのように対処してきたのだろうか。

①街なかのにぎわいを作り出す —八戸駅—

八戸の駅づくりは綿密な計画の下で進められたわけではないが、新幹線駅ができるまで、八戸駅舎は古く小規模であり、「街の顔」「街のシンボル」としての駅づくりは市民の願いでもあったという。八戸商工会議所は、東北新幹線八戸駅の開業に合わせた八戸駅舎の改築工事に伴い、八戸市が設けた八戸駅舎等整備基金に対し、会員事業所へ募金の協力依頼を行なった。その結果、2.5 億円もの募金を集めた。

八戸駅から 5 km ほど東にある本八戸ほんはちのへの方が市街地としての駅の性格が強い。反対に八戸駅周辺は田園地帯と言ってよく、新幹線の延伸の際には、本八戸周辺の旧市街への誘導を目指すか新駅周辺を開発するかに揺れた。



市街地は本八戸駅のほうが近い (wikipedia)



現在の八戸駅 (滝沢いっせい氏ブログ)

結果的に新幹線の延伸を機に、市としては、リニューアルした八戸駅前には数軒のビジネスホテルのみで宿泊の利便性を図り、街の入り口としての機能に徹底させ、本八戸のほうに「来てもらえる」ことを前面に出した駅づくり街づくりを行なった。八戸駅に周辺施設を誘導するのではなく、新幹線が停車する八戸駅周辺から旅行客を市街地である本八戸に呼び込む、つまり本八戸の魅力を高めることに注力した。立派な八戸駅ができて、周辺はビジネスホテルが数軒と簡単な飲食店があるのみで、多くの宿泊客はタクシーやバス、在来線を利用して本八戸に向かう。八戸駅周辺には現在でも空き地が目立つ。



八戸駅からの風景



八戸駅周辺の開発計画：八戸市

八戸周辺にも観光スポットはあるが、それぞれ遠方にあるためなかなか足を延ばせない。そうであれば、出張サラリーマンを中心の本八戸に呼び込み、住民とともに街のにぎわいに一役買ってもらおうということである。その核として新幹線開業の1年ほど前から準備されたのが、「みろく横丁」である。これは本八戸に近い繁華街・官庁街の一角に設置されたいわゆる「屋台村」である。通りから見える簡易な作りの店が40件ほど小道の両側に並ぶ。



八戸中心街にある「みろく横丁」

サラリーマンや酒好きにはなかなか魅力的な光景である。提供される料理の種類も、魚・肉から洋食や韓国料理など幅広い。この横丁を抜けると、以前から存在する繁華街に続く。もともと存在する繁華街の店と競合するのではないかと心配したが、この屋台村自体が近隣商店主から出た企画だという。彼らは屋台村では店を構えず、屋台村はあくまで飲食店を営んでいきたい人向けのインキュベータ的な存在であり、結果的に屋台村でうまく商店を軌道に乗せた人は、顧客を連れて近隣繁華街の空店舗に移動していく。1年に一度の賃貸契約の更新があり、開設当初からの店もあるが、大半は新陳代謝している。もちろん観光や出張客ばかりではなく、地元の人たちにとっても屋台村は便利な存在である。店それぞれが小さく、5人も入れればいっぱいになるため、空きがなければ近隣の店に客が散らばっていく。在来の飲み屋と屋台村の新たな飲み屋、地元と観光・出張での訪問者が混然とした状態を作り出すことによってにぎわいを創出し、新たな客を引き込み、地域全体が活性化するような仕掛けである。

八戸駅とみろく横丁はタクシーで10分ほど、金額にして2千円程度であり、夜になるとタクシーは八戸駅との往復に忙しくなる。新青森まで新幹線が延伸した後もタクシー客の乗降は

それほど減っていないという。同じような試みは鹿児島でも成功している。富山の街なかにもこのような試みがあってもよいのではないか。

②街なか観光を整備して教育旅行需要を取り込む ―盛岡―

東北新幹線の盛岡駅も富山とよく似た属性を持つ。岩手県の県庁所在地であり、仙台という東北を代表する都市を近隣に持つ。県内の観光スポットは、盛岡を中心に花巻・遠野・平泉・陸中・雫石・久慈といった周辺に点在するが、二次交通があまり発達しておらず観光客はタクシーでの移動が中心となる。そのため、盛岡市では市内観光ルートの開拓と教育旅行の市内誘致に力を入れている。東京から最速の新幹線で2時間弱という立地は日帰り出張の増加や購買力流出などのマイナス面もあるが、小旅行や居住地としての魅力も大きい。盛岡は北東北随一の都市であり、都市圏人口は増加しつつある。かつて旧国鉄盛岡工場があった盛岡駅西口地区は、新たな商業業務地区として開発整備された。

盛岡の市街地は戦災を受けておらず、市内を3本の河川で分断され、古くは水運の利を求めて川岸が繁華街となっていた。東北本線盛岡駅は旧市街地から離れた北上川の対岸に設置されており、官庁街までは2 km 弱ほど離れ、旧市街地と盛岡駅の間、官庁街と並行して繁華街が形成されている。立派な石垣を持つ城址はあるものの城は残っておらず、「もりおか歴史文化館」が建てられている。このため、盛岡駅から官庁街と城址までは比較的新しい街並みとなっており、教育上の嫌悪施設は少なく、小中高校生の市内散策に向いている。盛岡は東京からも函館や北東北各地からもアクセスが良く、宮沢賢治や石川啄木をはじめ、多くの人材を輩出していることから教育旅行の需要が多い。そのため市内を4つに区切り、それぞれに周遊バスや徒歩で巡るスポットを整備し、街なか観光を開発している。



公益財団法人 盛岡観光コンベンション協会HPより

教育旅行需要

盛岡を訪れる教育旅行は、新幹線開業によってますます増えている。近年の需要を施設入込で見るとのべ 1,100～1,300 校、生徒数では 4 万人程度となっている。函館からであれば 2 泊 3 日、札幌周辺からでは 3 泊 4 日で北東北をまわるルートに人気があり、盛岡も組み込まれている。大都市では生徒の自由行動に懸念があるため、規模の面から見ても適地だと好評である。歴史があり、南部鉄器などの地場産業も残っており、生徒たちが学習テーマを設定しやすい。点在しているとはいえ、街なかに歴史的なスポットが残っていることも強みだ。現在でも二次交通が弱いという問題は抱えたままだが、市内観光の整備と関東からも北海道からもほぼ等距離にあるという好立地により、教育旅行という需要をうまく取り込んでいる。東京から盛岡までは新幹線で約 2 時間半である。北陸新幹線によって東京から適度な時間距離となる北陸は教育旅行の適地となる。

都心循環バス「でんでんむし」

盛岡都心循環バス（愛称「でんでんむし」）は、盛岡市オムニバスタウンの主要な事業のひとつで 2000 年 4 月より本格運行を開始している。運行ルートは盛岡駅を起終点とする循環式（1 周 5.7km、所要時間 35 分）のため、地理に不案内な人も安心して利用でき、運賃 1 乗車 100 円（こども 50 円）と割安で市民の足としてだけでなく、県外からの観光客などからも好評を得ている。一日乗車券は大人 300 円と負担感は小さく、教育旅行ニーズに対応している。



盛岡都心循環バス
「でんでんむし」HP

③ 駅ナカ開発

乗換え時間や待ち合わせ場所を提供するために、近年、都心では駅ビルを再開発し商業スポットとして発展させる事例が多いが、地方においては、とりわけ短い時間でも楽しめる空間が必要になる。特に北陸は冬季の天候が悪いので、駅ナカに魅力的な観光スポットがあれば途中下車の対象にもなる。所要時間 0 分は最強の立地であり、これを活用しない手はない。

ぼんしゅ館（上越新幹線越後湯沢駅）

越後湯沢駅の構内にある「ぼんしゅ館」では、新潟の酒と米にこだわり、新潟県内の全ての酒蔵の代表銘柄を利き酒できる「利き酒コーナー」をはじめ、全国の駅の中の温泉の先駆けとなった「酒風呂」、名物爆弾おにぎりでおなじみの「お食事処」、県内の物産品や地酒を集めた「お土産処」と全部で4つの機能を持つ駅ナカの施設である。日本酒は新潟の酒蔵 95 か所すべてから取り寄せ、117 種類が提供されている。500 円で専用メダルを5枚購入し、5つの日本酒をそれぞれ杯で1杯ずつ試飲できる。また利き酒師テストなども開催している。電車の旅なら飲酒は可能である。風呂には酒風呂もあり、乗り換えの時間だけでなく、風呂に入るためだけに電車を降りる人もいるという。

牛たん通り（東北新幹線仙台駅）

駅ナカの専門フードコートというと東京駅の「東京ラーメンストリート」が有名だが、仙台駅の構内には「牛たん通り」が設置されている。元は団体客の待ち合わせスペースだったが、地元の土産品を販売することと、電車の待ち時間を楽しんでもらうことを目的に2003年に開業した。全長100m程度の中に牛たん4店とすし6店があり、来店客数は合計で1カ月6万人、売り上げ1億4千万円に及ぶ。販売効率は通常の駅外立地の7倍となるほど盛況である。

新幹線によって仙台は完全に東京からの日帰り圏となったが、出張客にとっては宿泊できないストレスを、駅ナカで効率的に土産物や特産品と対面できることで晴らしたいという欲望がある。これをうまく駅ナカに取り込んでいる。また、駅は行きと帰りで必ず2度通るため、行きは仕事やスケジュールでなかなか寄れなくても、帰りには時間を空けて立ち寄ろうというインセンティブが働く。到着時に前を通るだけで宣伝できるので、テレビやラジオなどでの広告等はほとんど打っていない。富山であれば「ますのすし専門店街」といった感じだろうか。同じ牛たんでも店ごとに微妙に味が異なり、出張客の楽しみとなっている。

④周遊コースの設定を

富山駅を南北に走る路面電車（ライトレール）は、本来コンパクトシティを目指して住民の市街地回帰や街なかの利便性などを目的に整備された。終点周辺にある岩瀬地区は海が近く、回船問屋群のある街並みが残る地域であり、沿線最大の観光名所である。富山駅からはライトレールで20分、終点岩瀬浜と東岩瀬の間は徒歩10分の散策コースとなる。三津七湊の一つに挙げられる越中岩瀬湊ではあるが、当時をしのぶ建造物などを巡るひっそりとした街であり、観光地化されすぎておらず風情がある。



ポータル岩瀬浜駅



風情ある街並み

一方で市内を流れる松川を下る松川遊覧船がある。3月下旬～11月末まで運航されており花見期間中は15～45分間隔で随時運航されているが、全国的な知名度は低い。現在は城址公園からいたち川との合流地点までの1.2kmを往復するルートだが、環水公園から富岩運河を通して岩瀬浜まで延長できれば、往路は遊覧船、復路はライトレールという周遊が可能になる。城址公園は、国際会議場、ますのすしの老舗が並ぶ七軒町とも近い。周遊ルートを設定することにより、2時間程度で富山ー岩瀬間を楽しみながら往復できる。松川下りというと、市民にとっては「桜の季節」が連想されるが、ストーリーの組み合わせによっては、通年で観光客向けに提供できるコンテンツに育てることが可能である。川下りを楽しみながら町の歴史を知り、野生のカワセミやアオサギを目の当たりにすることは、都会からの訪問者にとって新鮮であろう。国際会議場は、新幹線開業後多くの学会やMICEが開催され、近隣の宿泊施設の利用者も多くなることだろう。2時間程度で観光できるのであれば、需要は非常に多いと思われる。このような大胆な街なか周遊コースの開発を関係者には期待したい。



松川遊覧船 HP

5-4: 新高岡（新横浜・新青森型）

新高岡駅	 <p>飛越能の歴史を継承する駅</p>	新設	富山県高岡市黒田
------	---	----	----------

新高岡駅は、既存の JR 北陸本線高岡駅に併設する形ではなく、高岡駅から南に 1.5km ほど離れたところに建設中の新駅である。新高岡駅には城端線（JR 北陸本線高岡駅と富山県南部の南砺市城端とを結ぶ支線）の新駅が併設されることになっており、これによって新高岡駅と高岡駅とが結ばれる。

新幹線はスピードを出すためになるべく直線でレールを敷く必要があることや、市街地の中心部などは地価が高くて土地を調達できない等の理由から、既存駅とは別に新幹線停車駅を設ける場合が少なくない。そうして設置された駅は「新〇〇駅」と名付けられることが多く、新高岡駅もこの仲間になる。しかしながら新と名の付く駅は一般にあまり発展しないことが多く、成功事例が少ないといわれる。

① 周辺都市の補完機能が充実 —新横浜駅—

新横浜駅は東海道新幹線開業時、東海道新幹線と在来線である横浜線との交点に設けられた。当時、新横浜駅周辺は田園が一面に広がっており、横浜線は単線で列車本数も少なく、新幹線も各駅停車の「こだま」しか停車しなかった。現在の新高岡と似た環境である。しかし、開業後は目覚ましい発展を見せた。速達列車の「ひかり」の停車本数が徐々に増え、横浜線も複線化され列車本数が増加、1985 年には地下鉄の延伸開業により横浜市中心部へのアクセスも向上した。1992 年には最速達列車「のぞみ」の停車本数が増加、2008 年には東海道新幹線の全列車が停車するようになるなど、東海道新幹線の主要駅としての地位を揺るぎないものにした。また、当駅周辺の新横浜地区は、横浜駅周辺地区と並んで、横浜市における都心（ツインコア）に指定されている。多くのオフィスビル・ホテルが建ち並ぶほか、横浜アリーナや横浜国際総合競技場（日産スタジアム）といったイベント会場の最寄り駅となっている。

横浜市では、既存の横浜駅と新設の新横浜駅とでそれぞれ周辺に一大都市を形成してきた。横浜駅周辺地区と並んで、新横浜地区が都心機能を担えるほどに発展したことには、高度経済成長の中で、都心としての機能が東京都心や横浜駅周辺地域では飽和してしまうほどになったという背景もあるように思われる。逆に新横浜はこれを逆手にとり、東京駅と 20 分で結ばれながら田園地帯であった立地を活かし、東京都心では地価が高くて造ることが困難な大規模商業施設や球技場、宿泊施設や高層マンションといった投資を呼び込み、東京から漏れた機能を備えていくことにより発展してきた。20 年ほど前からは、ラーメン博物館・横浜アリーナといったアミューズメント施設も近隣に設置され、宿泊に追加して小規模な観光の名所も点在するようになった。これにより、東京への観光客の中継地点「楽しめる宿泊街」として発展するとともに、

港北ニュータウンも含め東京・横浜のベッドタウンとしても育っていった。

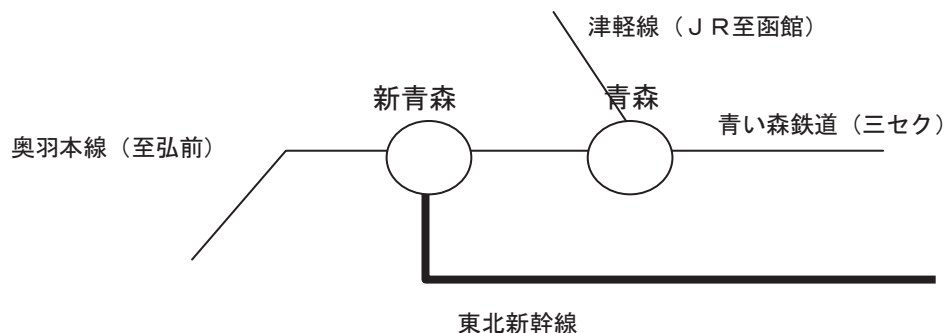
しかし現在は、全国的に人口は減少の一途を辿っている。今後爆発的な経済成長が見込めるとは考えがたく、環境が異なる新横浜駅の事例がすぐに新高岡駅には馴染まないと思われる。高岡は人口がそれほど多くなく、駅は金沢と富山の両中核都市の中間にある。新横浜の事例は近隣都市にはないものを充実させることによる活性化の方向性を示唆している。「金沢」と「富山」になくて新高岡に求められるもの、できることを探ることが活性化への最短距離となる。

②通過駅としての割り切り、既存駅との役割分担 —新青森—

新高岡駅と同じく、既存の駅とは別に新設された新青森駅を擁する青森市の取り組みは興味深い。青森市は既存のJR青森駅周辺を中心市街地として指定し、ここを中心として都心開発を行なっている。新青森駅と青森駅との連絡経路は強化するが、新青森駅周辺の開発は極力控え、既存駅と新幹線の新駅の機能を明確に分ける戦略をとっている。減少する人口、停滞する経済成長の中で身の丈に合った開発でよく、新駅周辺の開発は将来への課題として位置付け、現在は最小の投資で最大の効用を得ようとする意図がある。

もともと新青森駅は新函館までが開業すれば通過駅となるという思いが強く、ここを一時的に開発しても投資効果を長期にわたって得ることは難しく、開発は需要に合わせた自然なものにすべきと考えていた。現在では新駅周辺には観光というよりも、博物館のような文教的施設や公園を集中させていく方向にある。新青森駅前にはビジネスホテルさえなく、宿泊者は八戸に泊るか、既存のJR青森駅まで移動してそこで泊ることになる。新青森と青森は在来線によって1駅5分程度でつながっている。この形であれば青森駅周辺の在来商業者にも新幹線の恩恵がもたらされる。

青森市は富山市と同じくコンパクトシティを標榜しており、観光以上に地域の住民にとって最小限必要なものは何か、という発想で街のリデザインを続けており、割り切った戦略をとっている。1988年に青函連絡船が廃止され、青森自体が通過される街になる危機感が非常に強く、古くから街なかの再開発が最優先課題であったという理由もある。青森市民としては在来線の青森駅に新幹線も乗り入れて欲しかったというが、JR側の事情が優先され新駅となったという経緯もこのような割り切りに影響を及ぼしている。



結果として新青森駅は周辺住民にとって「長距離移動する場合の施設」、つまり空港的性格が強くなった。駅周辺には駐車場と小規模なショッピングセンターがあるだけである。しかし、新駅周辺にも近年移住者が少しずつ増えてきている。原因は近隣都市弘前などの衰退とトレードオフであるとも言われているが、新駅周辺も居住圏としての開発が始まっている。

2010年8月 弘前中心街 買い物客通行量比較

曜日	通行量（人）	前年比	2000年比
月曜	47,008	▲11.5%	約 1/3
日曜	44,773	▲21.6%	

2010/8：地元商工会議所調べ

高齢化や過疎化に伴い、地方の都市衰退は今に始まったことではないが、新幹線の特に新設駅周辺には、近隣都市からの移住者が多くなる。理由は様々だが、街としての発展性や交通アクセスが改善されたことによる都市圏への通勤需要などに加え、人として「若々しさ」や「新しいもの」を好む嗜好も根底にはあるものと考えられる。おそらく今後の新青森駅は、世代を追うごとに近隣の都市から人口を吸い寄せて少しずつ発展していくことになるだろう。33万人の人口を擁する弘前圏域の居住者の動きは、北陸では砺波や氷見といった、新幹線停車駅を持たない地域の先行モデルとして参考になるはずである。

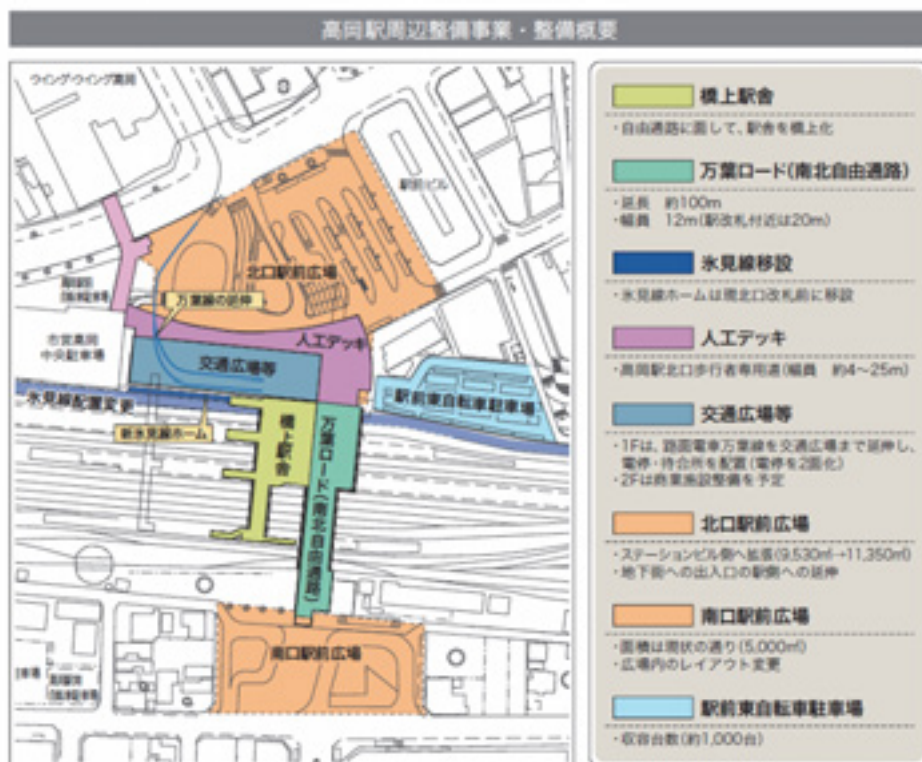
新青森は近隣に三内丸山遺跡が存在することもあり、「縄文と未来の融合」というテーマを設定しており、対して青森駅は青函連絡船が活躍した「昭和時代」や、ねぶたなどの「祭り」をテーマにして観光開発を行なっている。青森駅は元青函連絡船の船着き場跡地に隣接しているが、現在でも連絡船を見学施設として係留しているほか、周辺に新たな観光整備を行ない、半日程度で歩いて回れる街なか観光でにぎわいを創出している。青函連絡船「八甲田丸」をはじめ、観光物産館の「アスパム」、ねぶた祭り関係の資料展示やイベントを行なう「ねぶたの家ワ・ラッセ」、特産であるりんご関連の観光施設である「A-FACTORY」などが1km以内に点在する。青森というより横浜のみなとみらい地区のような近代感が漂う。徒歩以外にバスでも周遊ができ、街なかの観光開発に成功している。

青森は県庁所在地ではあるが、県内では八戸や弘前、海峡を渡れば函館という競争相手が多い立地の中、歴史と観光面での資源が相対的に多いとは言えない。しかし、少ない資源を街なかに集中することにより在来駅の街なかを再開発し、にぎわいと観光客を取り戻しており、新高岡の駅づくりの参考になるはずである。

③伝統産業と文化の街づくりを —伝統産業を現代にアレンジさせる試み—

金沢と富山になくて高岡にあるもの、となると、やはり伝統産業を中心とする鋳物や工芸であろうか。寺社仏閣の類は金沢にも多く、街なかを走る路面電車は富山にもある。ただ両都市と異なるのは、風情と金属関係の伝統産業が残っていることである。近年は高岡銅器という伝統産業から派生した金属への着色技術や鋳工芸で世界に進出する企業も出てきており、伝統産業のみならず、そこから新たな展開を見せる動きも見え始めた。

新青森のような自然体に任せた集積や需要の方向付けを待つという戦略もあるが、できれば新高岡駅周辺には、短時間でも降りて立ち寄って楽しめる新しいものが欲しい。二上山の梵鐘を移築あるいはレプリカを作って駅に置き、観光に訪れた人々がその鐘を突けるような趣向があれば楽しい。また、高岡大仏を含む大きめの街のレプリカを作成してフロアいっぱいに展示する施設などがあれば観光客以外の住民も含め人々は立ち寄ってくれるだろう。あるいは、新駅周辺に町営温泉のような市民が集まる新たな憩いの場を提供し、観光との相乗効果を図るか、宇奈月温泉駅のように、富山や金沢のベッドタウンとして再開発していくか、銅器を中心に産業文化を核にするか、プランはいろいろと考えられる。自由にデザインできる駅づくり街づくりである。



高岡駅周辺整備図

一方、既存の高岡駅周辺の開発も進んでいる。高岡市では 2004 年から、高岡駅周辺の開発に関して住民からの意見聴取などを始め、南北を自由通路で結び、また駐車場や公共施設、二次交通のターミナルなどの周辺整備事業を進めている。2014 年 3 月には新高岡ステーションビル「クルン高岡」がオープンした。観光客や住民が集う駅周辺のランドマークとして、また

高岡市におけるコミュニティ拠点としての役割が期待されている。

一方の新高岡駅についても 2007 年には「北陸新幹線新高岡駅（仮称）周辺まちづくり計画」を策定し早い時期から既存駅との違いを打ち出し整備を進めている。新駅周辺には駐車場と公園を整備し、ゆったりとした空間とする。既存の高岡駅がにぎわい創出や二次交通への接続などを重要視しているのと対照的であり、八戸と本八戸あるいは青森と新青森のような駅機能の分担がなされている。

高岡駅から新高岡駅までは歩いて 25 分ほどであり、この行程をどのように街なか観光に結び付けていくかがポイントである。また、新駅周辺は当面は広大な駐車場と公園が整備されるが、長期的には銅器の町・高岡を体現できるような施設整備も求められてこよう。



新高岡周辺の開発計画



④飛越能の玄関口として

新高岡駅のデザインコンセプトは「飛越能の自然・伝統・技術が融合し、新たな時代を具現化する」である。高岡には古い伝統文化と地場産業があるが、地理的にみると富山湾や能登半島、福野・福光・城端・五箇山といった、飛騨・越中・能登と広範囲にわたる観光スポットを後背地に持っており、観光の玄関口としての機能も期待されている。しかしながら、高岡駅や市街地へのアクセスばかりに目が行き、いまだ手が付けられていない。もちろん中心市街地の活性化は欠かせないが、その次にぜひとも取り組むべき課題は、各観光地へのアクセスである。城端方面や氷見方面は在来線で結ばれているが、能登はどうだろうか。県境とも重なり、高岡氷見から七尾や輪島、さらには千里浜を経由して金沢に至るような周遊ルートの開発と、スマートな移動手段の提供が観光玄関口としての課題である。

⑤熊本の主要観光地をバスで結ぶ（バス会社が広域連携し二次交通を充実）


2011年3月の九州新幹線博多―新八代間の開業による九州新幹線全通開業を前にした2009年暮れに、温泉などの観光地が県土に点在する熊本県では、二次交通の弱点を補うために新幹線停車駅と主要観光地をバスで結ぶ「熊本すきっぷ観光バス」が発表され、2010年4月から旅行商品として売り出された。これは名古屋に本社を持つ株式会社観光販売システムズ（三重交通子会社）が九州の地元バス会社と連携して企画した。これにより、観光客にとっては移動時間を節約しながら観光地を周遊できるようになった。移動時間もバスの車窓から阿蘇を観光でき、空港を経由地とするなどの工夫がなされている。また、同社は同じ試みを地元レンタカー事業者とも企画し、「すきっぷすきっぷレンタカー」として発売している。九州の70施設で利用できるクーポンもセットになっており、九州の主要駅や空港から出発できるようになっている。



熊本県各地を結ぶすきっぷバスのルート

高岡は新幹線対策を早期にスタートした街でもある。新駅と既存駅の役割分担の明確化や首都圏への売り込みなどでは先行していると言える。J R 高岡駅周辺の再開発は従来からの懸案事項であり、これを機会に新たな街づくりを始めたいという地域の意気込みが感じられる。観光ばかりに目がいくのではなく、地域住民の利便性を重視しており、身の丈に合った対応とも言えるが、長期的には新駅周辺の整備も期待したい。

5-5：金沢（仙台・札幌型）

金沢駅	 <p>～金沢のまちを流れる水、「伝統と創造」の調和～</p>	併設	石川県金沢市
-----	--	----	--------

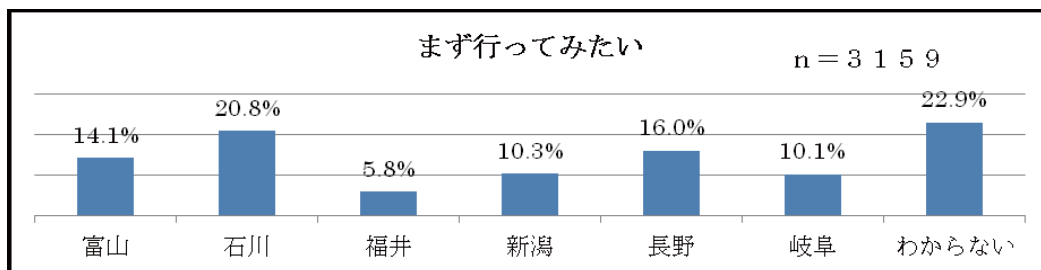
金沢駅は既存駅である JR 北陸本線金沢駅に併設される。2015 年北陸新幹線が当駅まで延伸されるが、敦賀延伸までは当駅が終着駅となり、石川県内唯一の新幹線停車駅となる。金沢市は石川県のほぼ中心に位置し、県庁所在地として石川県の行政の中心であると同時に、在京・在阪企業の支社が多く設置されるなど、北陸経済の中心としても機能している。

また、観光スポットの豊富さも金沢市、金沢駅の強みである。金沢城や兼六園、東西の茶屋街など、かつて加賀藩の城下町として栄えた頃の名残を感じさせる場所から、金沢 21 世紀美術館などの新しいスポットまで、街なかに魅力的な資源が多い。そしてほとんどが駅からバスやタクシー、さらには徒歩で簡単にアクセスできることも大きな強みである。

金沢市が持つ観光資源の豊富さと北陸経済の中心を担う立地、さらには今後約 10 年に渡って新幹線の終着駅として利用されることなど、金沢駅は北陸の新 4 駅の中でも発展に向けて比較的優位にある。北陸新幹線金沢延伸により、金沢駅周辺は一層発展していくと考えられる。街なか観光が充実する分、金沢だけに滞在し、帰途につく出張客やビジネス客は少なくないだろう。札幌や広島のような日本有数の観光都市に脱皮できることは確実である。

富山県が行なった首都圏住民へのアンケートでも、石川県は北陸 3 県の中では最も「まず行ってみたい」地域となっている。金沢が対応すべきは、北陸のさまざまな地域に新幹線の効果を浸透させることだろう。それが結果的に金沢へのリピーターを増やすことになると思われる。

各県への訪問意欲（首都圏住民対象）



富山県知事政策局「新幹線開業に関する首都圏住民に対する意識調査結果について」（2013 年）

①圧倒的な存在感に加えインバウンドの花形都市としての発展を

このような状況下での金沢の役割は、北陸随一の都市として、石川県内の他地域への動線をいかに確保し観光客を分散周遊させていくか、北陸新幹線敦賀延伸によってアクセシビリティが向上する小松市や加賀市とその周辺地域はもちろん、能登地域への動線をいかに確保するか、富山や高岡、福井も含めて北陸という圏域の魅力を各地と連携していかに国内だけではなく世界に伝えていくかが課題といえる。

能登や加賀温泉郷などとの連携以外に取り組むべき課題はインバウンド、海外からの誘客である。日本で外国人観光客に一番人気の都市はどこだろうか。出身国によって好みは異なるが、世界最大の口コミサイトであるトリップアドバイザーのホームページを見ると以下のようになっている。これは外国人が訪問したうえで満足度の高いものを集計している。サンプル数が少なく順位は毎年変動するが、日本人とは若干嗜好が異なるのがわかる。外国人は景勝地よりも一般的に、古刹や城といった日本古来の施設に関心を持ちながら、世界的にみて珍しくそこでしか見られないようなものを好む。1位の原爆ドームは当然だが、7位の地獄谷野猿公苑は猿が露天風呂に入るとい世界的にきわめて珍しいスポットである。10位の築地、11位の箱根彫刻の森美術館、20位の沖縄美ら海水族館も、そこでしか見られないコンテンツである。圏外だが、岐阜の合掌集落も大変人気がある。便利な移動手段や適切なプロモーションにより能登の千枚田、千里浜、福井の恐竜博物館や永平寺などは国際的に通用する観光スポットになりうる。そのためにも、まず石川県や金沢市には積極的に粘り強く息の長いインバウンドへの取り組みが期待される。

【外国人に人気の日本の観光スポット 2013】

1位:広島平和記念資料館・原爆ドーム(広島県)	11位:箱根彫刻の森美術館(神奈川県)
2位:伏見稲荷大社(京都府)	12位:浅草寺(東京都)
3位:東大寺(奈良県)	13位:奈良公園(奈良県)
4位:厳島神社(広島県)	14位:黒川温泉(熊本県)
5位:金閣寺(京都府)	15位:三年坂 二年坂(京都府)
6位:清水寺(京都府)	16位:日光東照宮(栃木県)
7位:地獄谷野猿公苑(長野県)	17位:富士山(静岡県・山梨県)
8位:新宿御苑(東京都)	18位:兼六園(石川県)
9位:成田山新勝寺(千葉県)	19位:永観堂(京都府)
10位:築地場外市場(東京都)	20位:沖縄美ら海水族館(沖縄県)

トリップアドバイザーHP

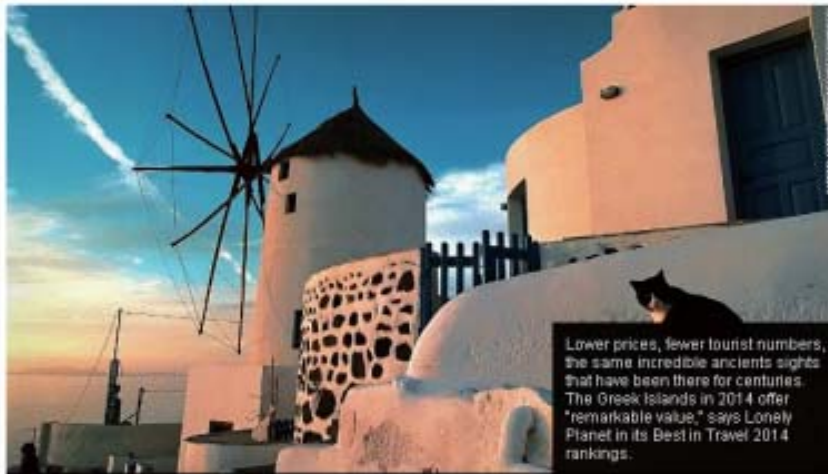
世界で親しまれている旅行ガイドブック「ロンリープラネット」は、2014年のお勧め旅行先地域として北陸を4位に選んだ。特に注目して取り上げられたのが金沢市で、2015年春の北陸新幹線開業にも触れ、東京と合わせた観光が楽しめるようになることを強調している。北陸はインドのシッキム、豪キンバリー、英ヨークシャーに続いて4位にランクインし、「文化、歴史、魅力的な自然の美しさに満ちている」と評価している。金沢はこれまで「時間のない旅行者には見過ごされがち」としたが、新幹線開業で東京からの移動時間が大幅に短縮され、観光客数を押し上げると予想。金沢城公園や兼六園を中心とした町並み、芸妓なども紹介している。ホームページには「車を借りてわくわくする景色の能登半島を探索するか、加賀の豪華な温泉旅館でくつろごう」との記述もあり。金沢から県内各地に足を伸ばしての観光も勧めている。

金沢の役割は北陸全体へと新幹線の恩恵をいきわたらせることであろう。後述するがインバウンドへの地方の取組は非常に困難なものがあるが、高いハードルを越えて京都や広島、札幌などと並ぶような国際観光都市へと脱皮することが期待される。

Lonely Planet's top destinations for 2014

By Frances Cha, CNN

October 29, 2013 — Updated 08:12 GMT (16:12 HKT)



Lower prices, fewer tourist numbers, the same incredible ancient sights that have been there for centuries. The Greek Islands in 2014 offer "remarkable value," says Lonely Planet in its Best in Travel 2014 rankings.

Top 10 countries for 2014

1. Brazil
2. Antarctica
3. Scotland
4. Sweden
5. Malawi
6. Mexico
7. Seychelles
8. Belgium
9. Macedonia
10. Malaysia

Top 10 regions for 2014

1. Sikkim, India
2. Kimberly
3. Yorkshire
4. Hokuriku, Japan
5. Texas
6. Victoria Falls
7. Mallorca
8. West Coast, New Zealand
9. Hunan, China
10. Ha'apai Tonga

Top 10 cities for 2014

1. Paris
2. Trinidad
3. Cape Town
4. Riga
5. Zurich
6. Shanghai
7. Vancouver
8. Chicago
9. Adelaide
10. Auckland

Lonely Planet's HP

②豊かな伝統産業を活用する

北陸は伝統産業が今も存在感を持つ地域である。江戸時代に加賀藩の歴代藩主が高度な技能を持つ名工を京都などから招き美術工芸の育成に取り組んでいたほか、福井藩における地元工芸品に対する保護政策を実施していたことなど歴史的な経緯もあり、北陸には伝統産業が集積している。輪島塗（石川県）、九谷焼（同）、高岡銅器（富山県）、越前和紙（福井県）など国指定伝統的工芸品は、品目数（全国順位：石川県6位、福井県10位、富山県12位）、生産額（石川県3位、富山県9位、福井県10位）とも全国上位にランクされており、県内総生産に占める生産額では、石川県が京都府に次いで全国2位（福井県5位、富山県7位）となるなど、北陸地域における伝統産業は、他地域に比べ相対的にプレゼンスが高い（日本銀行さくらレポートより）。

国指定伝統的工芸品の都道府県別順位（品目数）

	1位	2位	3位	4位	5位	6位	7位	8位	9位	10位
品目数	京都	新潟	沖縄	愛知	東京	石川	長野	大阪	福岡	福井
生産額	京都	兵庫	石川	岐阜	滋賀	佐賀	大阪	愛知	富山	福井
県内総生産に占める割合	京都	石川	佐賀	岐阜	福井	滋賀	富山	山梨	和歌山	香川

伝統的工芸品産業振興協会「平成18年度版 伝統的工芸品総覧」、内閣府「県民経済計算」

北陸地域の国指定伝統的工芸品

富山県（5品目）	石川県（10品目）	福井県（7品目）
高岡漆器、井波彫刻、高岡銅器、越中和紙、庄川挽物木地	牛首締、加賀友禪、加賀繡、九谷焼、輪島塗、山中漆器、金沢漆器、金沢仏壇、七尾仏壇、金沢箔	越前焼、越前漆器、若狭塗、越前打刀物、越前和紙、若狭めのう細工、越前草笥

（さくらレポート）

国指定の伝統的工芸品は全国で218品目あるが、そのうち北陸は昨年末に認定された「越前草笥」も加えて22品目を占める。近年売上が低迷し、活路を新商品や海外に求めている産業ではあるが、北陸新幹線が「和」のコンセプトを持つことにあやかって、これをチャンスとして商品を「売る」だけでなく、「見せる」「体験させる」という、観光や教育といった領域への動きが目立っている。輪島漆器会館が2014年秋の新築オープンを目指し改築中となっているほか、各産地で展示館や資料館の充実やリニューアル、産地組合の移転などが計画されている。また片山津温泉のあるホテルでは、新幹線による来客増加を見越し、レストランの改装に際し九谷焼や山中漆器などの地元伝統工芸品を使うなど、北陸らしい「和」「伝統文化」をアピールするアイテムとして地元の工芸品を求める動きも出てきている。特に北陸3県の中で最も工芸指定が最も多く、かつブランド力があるものは石川県に集中している。

「産品ブランド調査」による想起度・購買意欲度ランキング（非食品部門）

①想起度（地域ブランドとして思いつくもの）

1位	2位	3位	4位	5位	10位
輪島塗	有田焼	西陣織	伊万里焼	瀬戸焼	九谷焼

②購買意欲度（買ってみたいと思うもの）

1位	2位	3位	4位	5位	9位	13位	15位	17位
輪島塗	琉球ガラス	薩摩切子	紀州備長炭	有田焼	加賀友禪	加賀蒔絵	金沢箔	九谷焼

ブランド総合研究所「産品ブランド調査2007」

2007年のブランド総合研究所の調査では、有田焼や西陣織などをおさえて想起度と購買意欲度において輪島塗が堂々の一位となっている。他にも金沢箔や加賀友禪・山中漆器などが現代においても存在感を保持している。金沢駅のなるべく近い場所で、北陸3県のさまざまな伝統産業や工芸品が集うような一大施設を作ることはできないだろうか。多くのものを並べて売るのでなく、観光客が輪島や山中へ足を向けるきっかけとなるようなものがほしい。

6：国際交流と地域間連携

6-1：アジアへの新たな玄関口となる北陸



福井県ホームページ

日本列島のほぼ中央に位置し、日本海を挟んでロシア・中国・韓国に対峙できる地理的有利性を北陸は発揮できていない。新潟のような大きな港湾もなく、北九州のようにアジアの各地と結ぶ定期の航空路も航路も少ない。新幹線の延伸によってこれら地域へのゲートウェイとして発展できないだろうか。北陸は、歴史的にはアジアの玄関口としての役割を果たしてきたほか、高度な工業力や豊かな水資源、港湾などのインフラ設備の余力がある。北九州は主に人の交流が盛んだが、モノづくりコメづくりが中心の北陸にあっては、今後これら地域の有形無形の資源をアジアの対岸地域との交流に活用していくべきである。

北陸には小松・能登・富山と3つの空港があり、能登以外は新幹線駅との距離が1時間以内である。特にインバウンドの旅客にとっては、北陸の空港から東京までが3時間程度で結ばれることになるため、出張や旅行の往路・復路の利用が頻繁になることが期待される。羽田やセントレア、関空などから入り京都や東京をぬけて北陸の空港から帰路につくというプランも脚光を浴びるだろう。小松空港には上海・ソウル・台北への便が往復している。富山空港からはソウル・大連・上海・台北便が発着する。能登空港には国内線しか乗り入れていないが、羽田経由で外国への往来が可能である。

北陸新幹線の登場で国内航空路線の見直しは必須と言われているが、インバウンドに目を向けると航空路にも新たな可能性が見えてくる。これまでは成田や羽田、関西国際空港などが日本への玄関口だった。それはこれからも変わらないだろうが、往路または復路のどちらかだけでも、地方空港を経由するような仕組みに変えていくことが求められている。

北陸経済連合会・韓日経済協会・北陸経済研究所が国際共同研究で合意

韓国大邱広域市においては、古くから繊維産業が盛んであり、北陸産業界との関係も深く、現在でも日華化学、中村留精密工業等が生産設備を持つ。2013年8月には北陸経済連合会と北陸経済研究所が現地を訪問し、ソウル韓日経済協会及び大邱市役所、先端技術研究所などを視察、高い技術力や日本企業誘致への強い意欲を確認している。11月には北陸経済連合会、韓日経済協会を交えて国際共同研究のMOUを締結している。両国・地域の地域特性、産業特性、企業のニーズなどを分析、日韓連携の成功事例や、どのような業種での連携の可能性があるかを調査、また、必要な施策（アクションプラン）や新たな連携の具体案などを提案することになっている。

6-2：補完しあう北陸と信州

一方、国内では飛躍的に時間距離が縮まる長野・信州方面との交流も大きく拡大していくことになろう。海に面した北陸と山に囲まれた信州はこれまでほとんど交流がなかった。金沢から長野までJRを乗り継いで4時間近く、高速道を利用しても同様の時間がかかっていたが、新幹線開業により富山は1時間程度、金沢は1時間20分程度で長野とつながることになる。

2013年に入り、石川県の谷本知事と長野県の阿部知事が、北陸新幹線金沢開業を見据え、観光、食の分野で連携することで合意し両県で検討チームを結成し、双方を周遊する旅行商品づくりを進めることを決めたほか、長野からの小松空港の利用などでも協力していくことを確認している。また、観光面では、両県で周遊コースを設定し、2014年度から旅行会社に商品化を働き掛ける。コースは、金沢開業の2015年春に長野市の善光寺で予定される「御開帳」見学や、石川の温泉地での宿泊などを想定しているという。さらに相互に各観光案内所で観光パンフレットを配布したり、観光物産展を開いたりすることとなっている。同じく富山県も石井知事が会長をつとめる「新幹線戦略とやま県民会議」が長野県との経済・観光の交流を促進する会議などを開催している。

長野から海外に行く場合、新幹線を使って小松空港に行く方が成田空港に行くより約1時間早くなることも北陸にとっては好材料である。新幹線の開業により苦戦が予想される航空会社や空港にとって、北陸の地が新たな海外へのゲートウェイとして強化されることは開業がもたらす希望である。信州方面からの人の流れと交流が一気に進むことが期待される。後述の観光に関する部分で詳述するが、高山・長野と北陸の観光協力も進められている。長野と北陸はこれまで近くて遠かったが、交流が世代を経て受け継がれていくことにより、圏域としての認知や一体感が醸成されてくるものと思われる。地形的にも本州を縦断する山脈の北側は、治山治水や気候条件を考えると多くの共通の特色を抱えており、交流の恩恵は大きいものがある。

新幹線の延伸や開業という、どうしても出張客・観光客の増加などに目が行きがちだが、長期的に新幹線が運んでくるものは地域同士の交流であり、新たな文化であることを忘れてはならない。

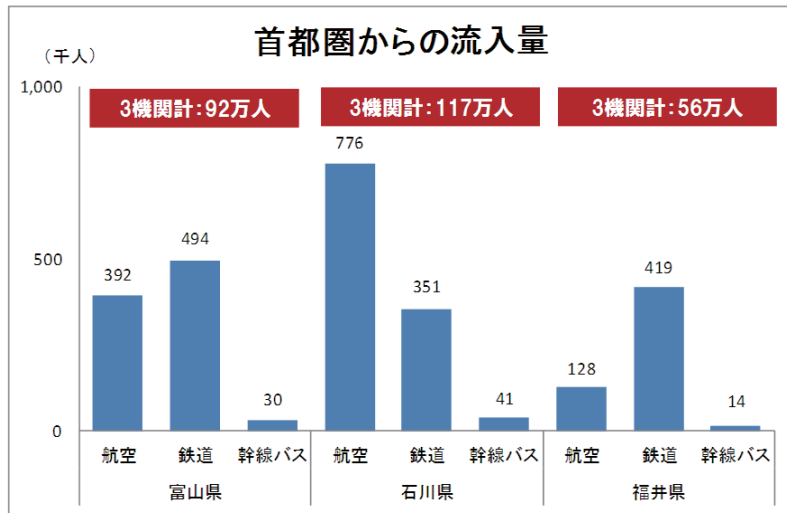
【4】北陸の観光産業発展のために

次に、新幹線の延伸開業に絡み、観光に絞ってあらためて論を進めていくこととする。

1：新幹線開業と観光

1-1：予想される新幹線開業効果

最新の2005年版国土交通省の全国幹線旅客純流動調査によると、北陸三県合計で約265万人、内訳では富山県92万人、石川県117万人、福井県56万人が首都圏から流入している。



北陸経済研究所

では、新幹線開業後はどうなるか。時間短縮と乗換えなしがどれだけ効果があるか、前提条件によって結果が変わるが、北陸経済研究所の試算では、富山県が約3割増の25万人増、石川県も約3割増の40万人増と予想している。残念ながら福井県は、乗換えもあり、時間短縮も20分程度なのでそれほどの恩恵はない。その後の敦賀への延伸の期待を持ちながら、着々と準備することが必要となる。

北陸新幹線開業による流動量の試算

北陸新幹線開業により

- 首都圏から富山県への流入が約25万人/年増加し、約120万人が訪れる
- 富山県の観光目的入込数は85%増、全体で3割増加
- 石川県では首都圏からの流入が約40万人/年増加し、約155万人
- 石川県の観光目的入込数は75%増加、全体で3割増加
- 金沢延伸時点では、福井県にはそれほどの恩恵はない…敦賀早期開業に期待

2005年全国幹線旅客純流動調査のもとに独自試算



北陸経済研究所

新幹線によってもたらされる効果を域内経済全体に及ぼすためにも、今後の観光業界の奮起、輸送インフラを活性化するために地域をあげて取り組んでいくことが必要である。毎年あるいはオフシーズンに目玉となるイベントがあるか、それを辛抱強く時系列で続けるかが観光面では重要である。例えばNHKの大河や朝のドラマは引き合いも多いが、その後2年目以降はどうか。観光は10年ぐらいの長いタイムスケジュールで仕掛けをしないと奏功しないと言われる。金沢の21世紀美術館は、東京でも話題になっているが、このようなコアになる施設を中心にキャンペーンを継続していき、いかに豊富な観光資源を認知してもらうか、タイミングを合わせて息長く続けるかが重要になる。

入込数が増えるのは、開業だけではなく、経済や街の活性化による面もある。重要なのは地に足をつけた長期に渡るおもてなしへの努力や魅力づくり、リピーター作りである。本当の活性化や活用のために、北陸の観光およびその関連業界も行政も、新幹線の開業を機に大きく自己改革をしなくてはならない。

1-2：首都圏との短縮

流入量増加の大きな要因は首都圏までの所要時間の短縮である。現在北陸三県は首都圏から3～4時間かかるエリアになっている。北陸新幹線開業後は2～3時間に短縮され、時間距離としては東北、近畿と同じポジションになる。現在東京～富山間は3時間15分から3時間半かかるが、これが2時間10分となり、金沢は4時間近くから2時間半となる。福井は名古屋経由で3時間10分かかるものが約20分短縮し、東京が近くなる。日本の人口の3分の1が集中する首都圏からの時間距離が短くなる影響は大きい。

	現在		新幹線開業後
東京～富山	3時間15分	➡	2時間10分
東京～金沢	3時間50分		2時間30分
東京～福井	3時間10分		2時間50分

1-3：輸送力の向上

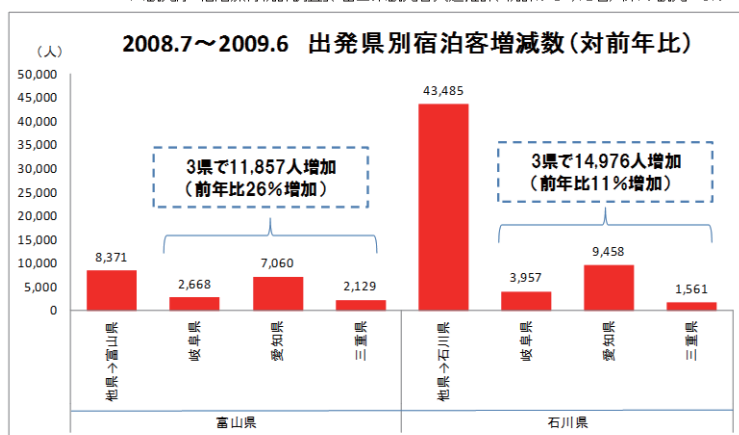
次に新幹線による輸送力の大幅な向上が挙げられる。現行の長野新幹線「あさま」は、1列車約630人の乗客を27往復、1日当り34,000人の輸送力がある。また、「はくたか」と「北越」の1日当りの利用者は定期以外で17,900人。「しらさぎ」は4,480人、合計で東京に向かうJRの輸送力は約22,300人である。一方、航空機の輸送力は1日約1万人である。新聞報道その他の想定によると新幹線が金沢まで延びた場合、1日当り54,000人程度の輸送力を持つと見られており、およそ2万人の増加となり、新幹線だけでこれまでの鉄路と空路の全輸送量程度を賅える規模となる。一見輸送量の大きさは見過ごされがちだが、MICEや教育旅行、イベントなどに伴う大きな団体旅行などでは、一回の輸送量の大きさは必要条件である。時間短縮と輸送力の向上だけでなく需要面、供給面両方からも、流動量が増加するのは確実だろう。

東海北陸自動車道全線開通時の影響

東海北陸自動車道が全線開通した時はどうだったか。東海北陸道で名古屋－富山間が3時間圏内になった。一般的に想定しうるルートで行くと約1時間短縮された。この効果により、2007～2008年で中京圏から富山県への観光客数が約48万人・12.6%増加し、石川県でも20万人・10.2%増加した。宿泊先については、中京圏からの宿泊客が富山県では26%増加、石川県でも1割増えている。これと同じような効果を北陸新幹線にも期待してよいだろう。

- 東海北陸道全通後、中京→富山県の宿泊者数が26%、中京→石川県の宿泊者数が11%増加した。
- 2007年～2008年の富山県への県外客数は480千人（12.6%）増加。
- 2007年～2008年で、中京→石川県への観光客数は207千人（10.2%）増加

※観光庁「宿泊旅行統計調査」、富山県観光客入込推計、統計からみた石川県の観光 より



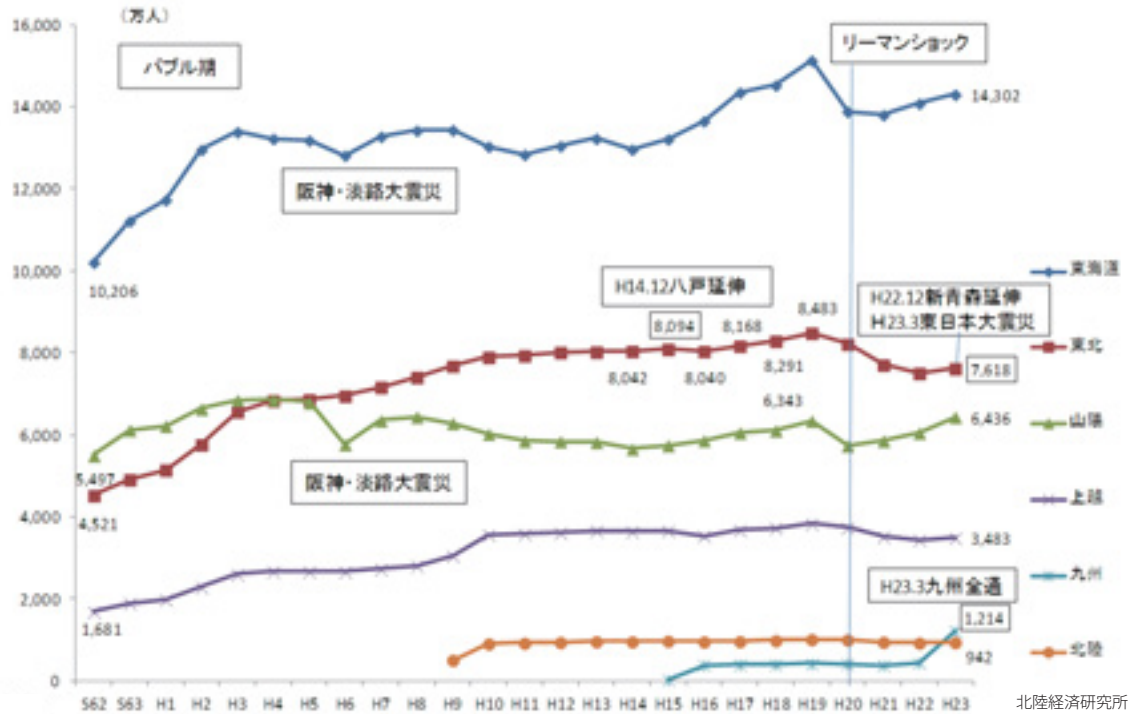
観光庁「宿泊旅行統計調査」
※従業員数100人以上の宿泊施設

北陸経済研究所

1-4：新幹線利用客数の変化

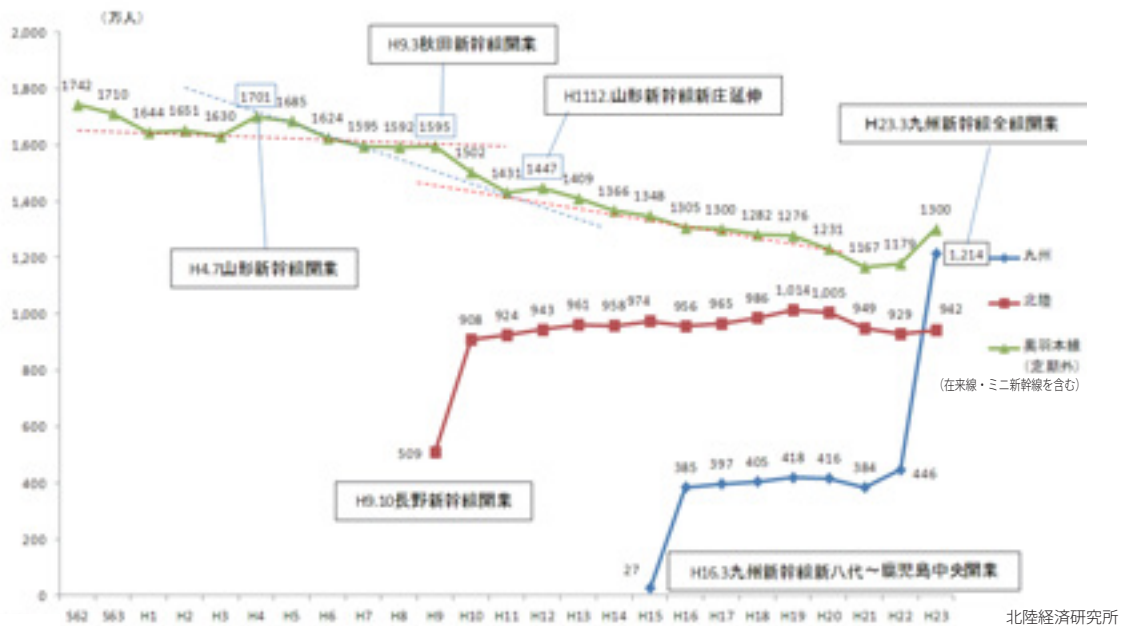
新幹線利用客数全体で見ると、山陽新幹線を除きほぼリーマンショックあたりまでは順調に増加していた。阪神淡路大震災や東日本大震災などがあって増減はあるが、1981年の東北新幹線開業前と比較すると500万人が増加、東日本大震災があっても約50日間止まったにもかかわらず、現在は回復傾向にある。新幹線全体で見ると、デフレや人口構造の変化（高齢化や少子化）といった長期的な構造問題をかかえながらも輸送人員は決して減少していない。九州新幹線も全線開業後利用者は3倍に増加した。

新幹線利用者数（先行開業路線）



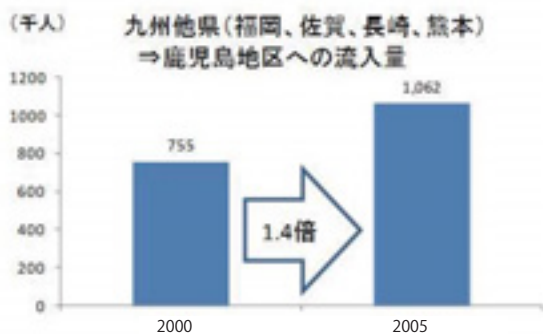
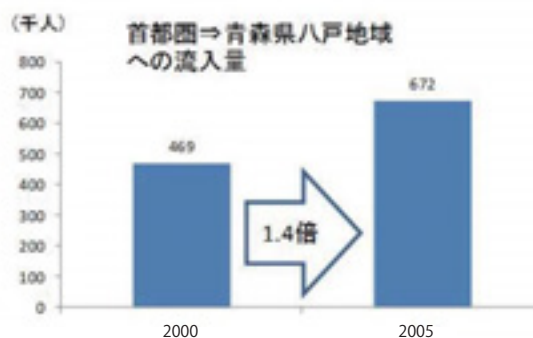
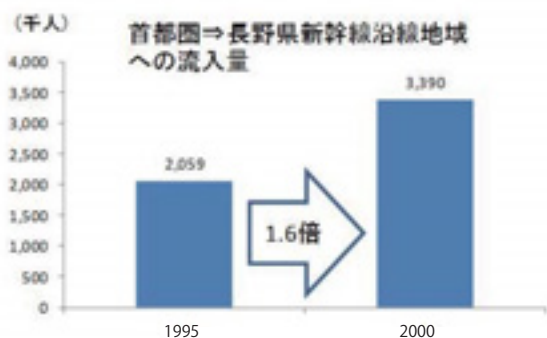
一方、ミニ新幹線を見ると、山形・秋田新幹線が開業した際には東北新幹線利用者が一時的に横ばいもしくは上昇している。ミニ新幹線でも運行が始まると人の流れが増える。

新幹線利用者数（近年開業路線）



国土交通省の全国幹線旅客純流動調査によると、長野新幹線が開業した当時、首都圏から長野県沿線地域、軽井沢、佐久上田、長野周辺への流入量が、1.6 倍に増加した。八戸まで東北新幹線が延びた時も 1.4 倍に増えた。九州新幹線が一部先行開通、新八代から鹿児島中央まで開業した時は、鹿児島県以外から鹿児島の沿線への流入量も 1.4 倍に増加した。これらを見ると北陸新幹線でも同様の流入増を期待できる。特に首都圏から北陸に移動する人は、開業効果もあって当初は大きく増加し、しばらくは続くと予想される。

新幹線開業による流入変化



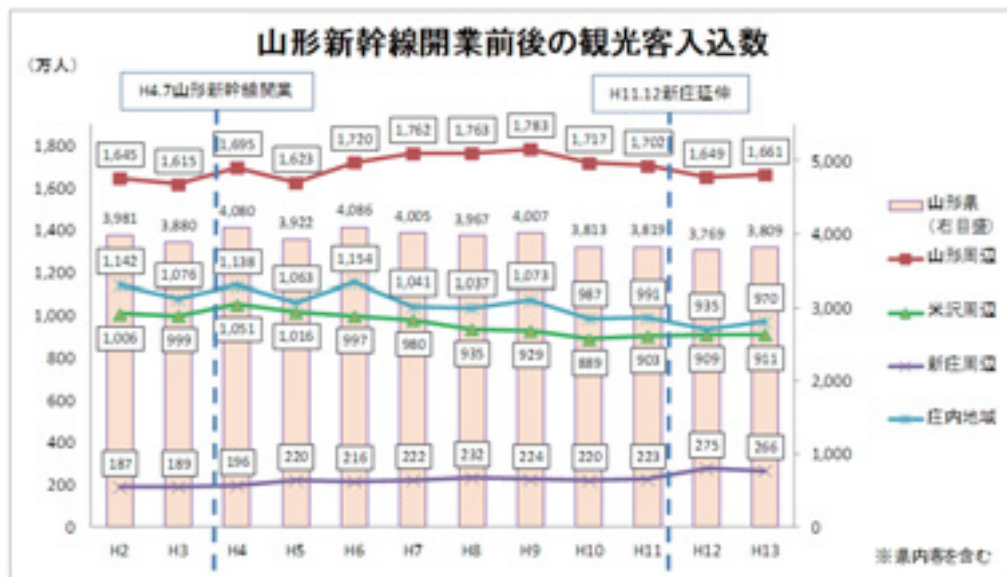
長野、東北(盛岡～八戸間)、九州(新八代～鹿児島中央間)の各新幹線開業前後で、沿線地域への旅客流動量は1.4～1.6倍に増加している。

北陸経済研究所

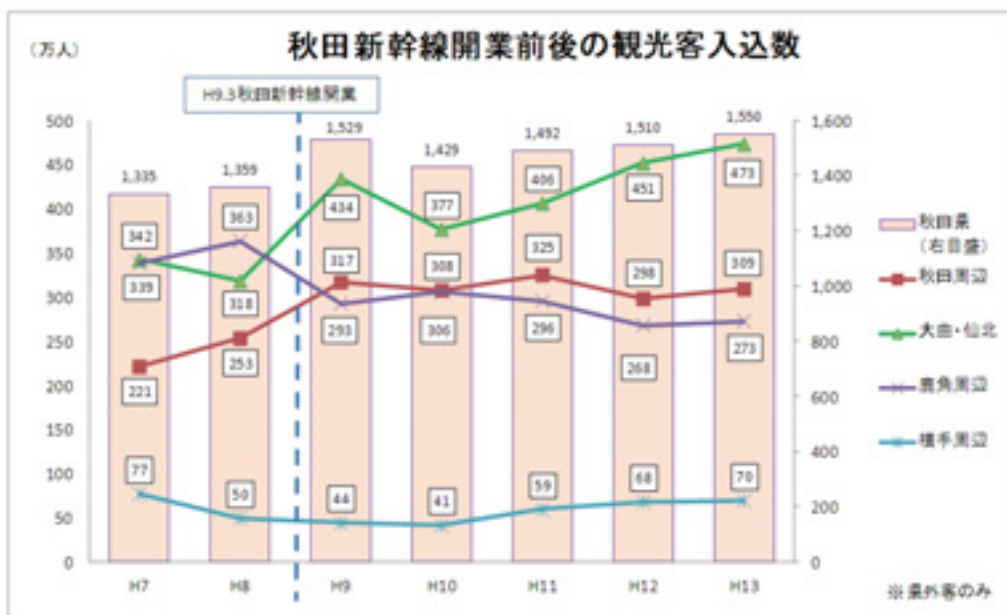
1-5：各新幹線開業前後の観光客数の動向

①山形新幹線（ミニ新幹線）の場合

流動増の代表的なものはまず観光である。各県の観光統計をもとに作成した観光客入込数の増減グラフを見ると、山形新幹線は開業直後、山形県への他県からの入込数は 388 万人から 20 万人の増加、地域的に見ると、山形周辺・米沢周辺と沿線地域では増加した。新庄まで延長直後は、山形はあまり大きな影響はなかったが、新庄周辺は約 2 割増加した。同様に秋田新幹線も、開業後秋田県全体の観光客入込数が増えた。特に大曲仙北地域、田沢湖から南に行って秋田に向かう地域だが、沿線地域が右肩上がりに増えた。秋田周辺も流動量そのものの押し上げ効果が見て取れる。沿線外の地域は伸び悩みがあり、沿線は開業効果が見られる。



北陸経済研究所（山形観光者数調査）



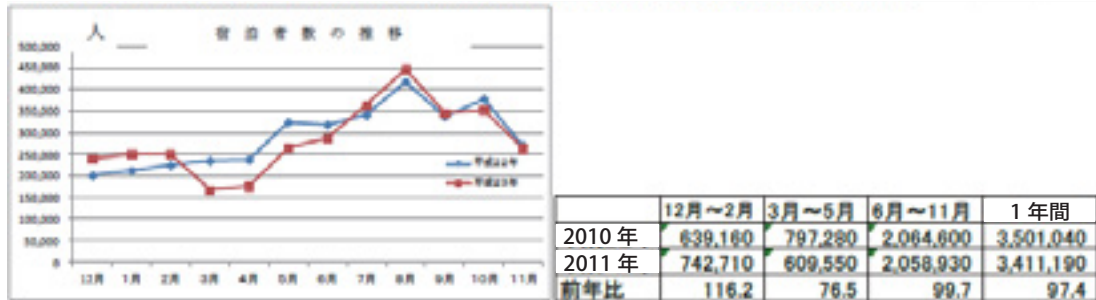
北陸経済研究所（秋田県観光統計）

②東北新幹線（新青森開業）の場合

新青森開業1年間（2010年12月～2011年11月）の宿泊者数の推移

	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	計
宿泊者数	201,350	212,550	225,260	235,200	237,660	324,120	318,910	341,120	418,490	337,920	377,870	270,190	3,501,040
前年比	116.2	117.7	111.2	71.2	74.0	92.1	90.0	107.0	106.7	102.2	93.1	97.4	97.4

※但し、12月の上段は2009年、下段は2010年、2009年12月～2010年12月は確定値、2011年1月～11月は暫定値、従業者数10人以上の延べ宿泊者数。



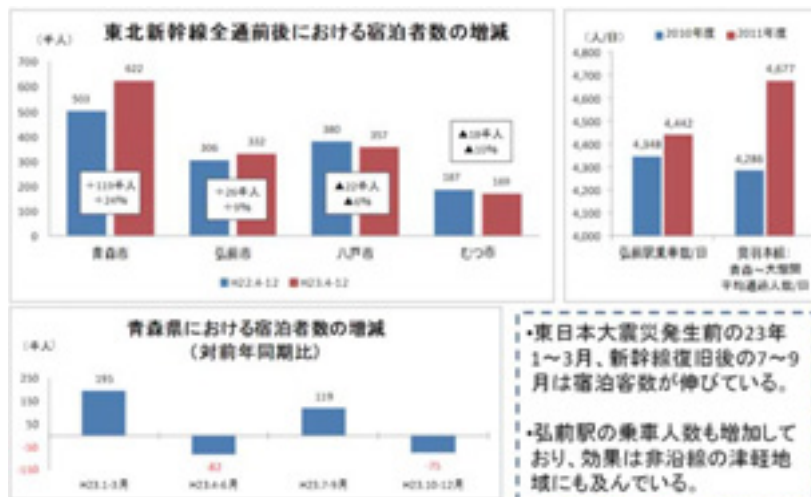
青森県「東北新幹線全線開業後における本県観光の動向について」

青森デスティネーションキャンペーン（2011年4月23日～7月22日）やJR東日本の割引切符販売、大型コンベンション開催など懸命な努力の結果、6月に前年比90.0%まで回復し、7月からは前年を上回る程度にまで回復したが、10月以降は93.1%～97.4%で推移し、2010年12月から翌年11月までの1年間では97.4%となった。開業1年間（2010年12月～2011年11月）の観光客数の推移では開業直後の2010年12月～2011年2月入込数は、平均116.2%と2桁の伸び、震災直後の3月～5月は76.5%の大幅減、6月以降は99.7%と前年並みまで回復し、2010年12月から2011年11月までの1年間では97.4%となった。東日本大震災などのかく乱要因もあったが、新青森開業自体が八戸からの短距離延伸ということでインパクトが小さかったとも言える。

東北新幹線が延伸された際の八戸市の場合、八戸延伸前後で青森県全体も八戸市も観光客は増加した。まだ新幹線が延伸していない青森市も増加し、比較的広く全県に効果が及んだのは長野とは異なる現象である。やはり観光地そのものの魅力と入込を増やす継続的な努力が必要と考えられる。東北観光推進機構が実施する2県以上にまたがるキャンペーンが奏功したとの指摘もある。広域でのプロモーションは効果が高い。



北陸経済研究所 (青森県観光統計概要)



北陸経済研究所

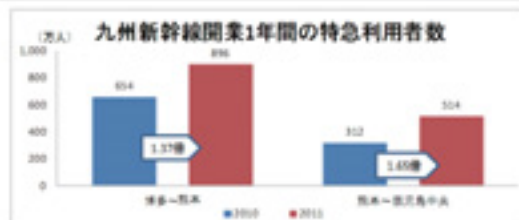
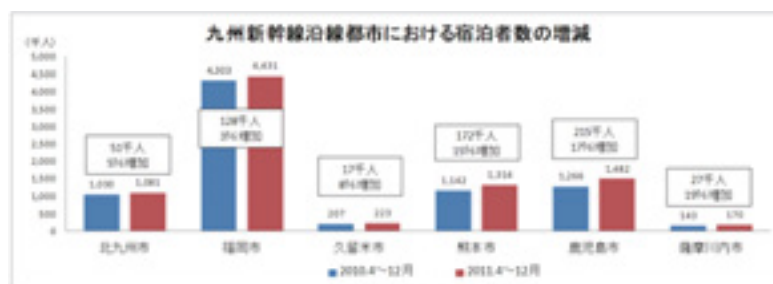
宿泊者数を見ると、東日本大震災があったため単純比較できないが、青森まで全線開通したことにより、青森市の宿泊者数は24%増加、弘前も9%増加、八戸は終着駅効果がなくなり若干減ったが、開業後の八戸の事業者アンケートを見た限り、青森まで延伸したことは八戸にとっては「プラスになった」という回答が9割に上っている。宿泊者数は減ったが、全体の効果は実感されているという結果が出た。新幹線が開通していない弘前でも、弘前駅の乗車数は1日あたり約100人増加し、奥羽本線の青森-大館間も400人程度増えた。400人の内訳は、新青森駅から青森駅までの1駅の移動がかなり含まれていると考えられるが、弘前市でこれだけ増えたということは、非延伸地域でも相当効果が及んだと言っていいのではないかと。どこからの流入か見ると、開業前後で岩手・宮城・秋田から青森への宿泊者数が増加し、同時に埼玉、首都圏からの宿泊者数が大幅に増えた。災害支援にかかる人の動きがある程度含まれていると考えられるが、新幹線開業によって域内移動、および首都圏からの人の流れが大幅に伸びたのは間違いない。このように、人の流れの過去事例から見て、県内各観光地も北陸新幹線開業に期待してよい。

③九州新幹線（鹿児島延伸）の場合

九州新幹線が延伸した際の沿線各都市の宿泊者数増減を見てみよう。比較を4月～12月としたのは、震災の影響により1～3月を単純比較できないためである。延伸した先の熊本、鹿児島、薩摩川内など南の地方は、約1～2割伸びた。新幹線の利用者数も、博多～熊本間は昔の特急つばめと比べ1.37倍、熊本～鹿児島中央間も一部先行開通していたが、それでも1.65倍に増えた。どこからの流入かを見てみると、九州新幹線が全線開通した時点で、福岡県は九州全域からの宿泊客が増加した。九州の南の地方から北上する人が新幹線によって増えたと考えられる。熊本県は、中国・関西からの宿泊者数が増加した一方、福岡からは減少した。鹿児島は、山陽新幹線沿線地域からの宿泊客が大幅に増えた。



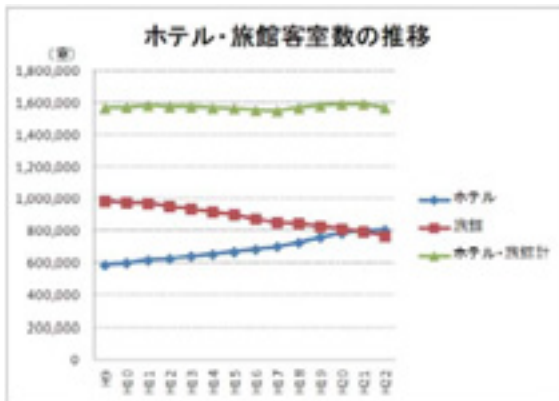
北陸経済研究所 (鹿児島県観光統計局)



九州新幹線全線開業により、沿線地域への人の流れは増加している。

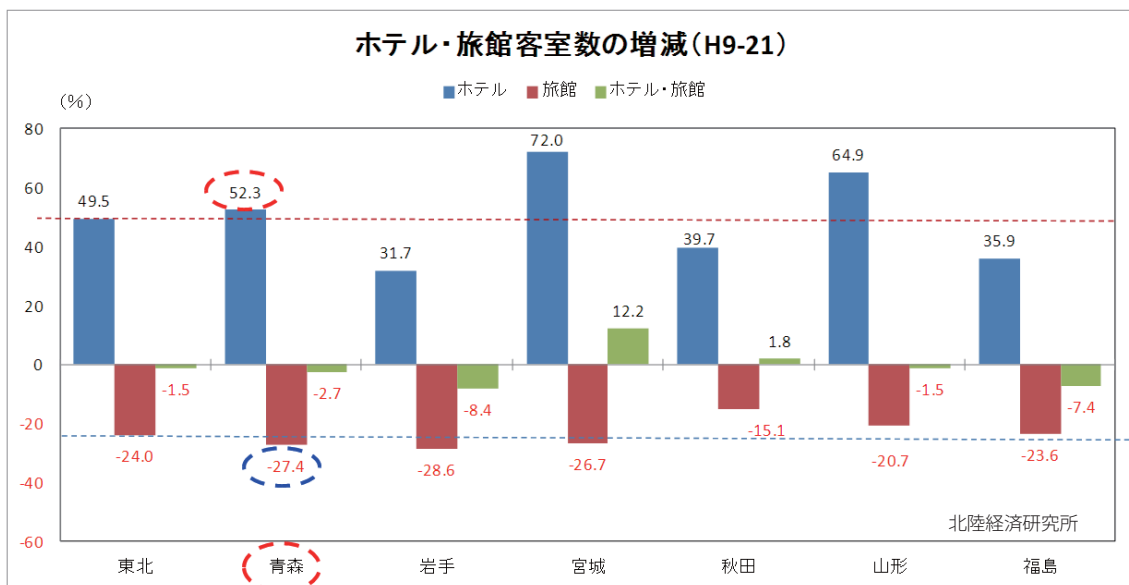
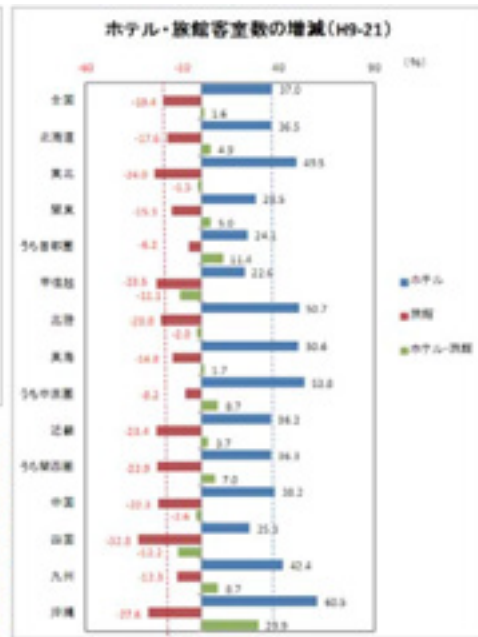
北陸経済研究所

北陸新幹線は、首都圏からの流入ばかりでなく、長野からや北陸域内での移動もある程度増えるのではないだろうか。それに伴い宿泊業も大きく潤うと推測できるが、一律に良くなるわけではない。例えば九州新幹線の水俣周辺は停車駅だが宿泊者数は減った。もっとも、その落



厚生労働省「衛生行政報告例」

全国的な傾向として、ホテル客室数が増加する一方、旅館客室数は減少を続け、都市型宿泊施設への転換が進んでいる。ホテル増加、旅館減少の流れは地方圏において顕著であり、東北、甲信越、北陸、中国、四国の各ブロックでは客室数全体が減少。

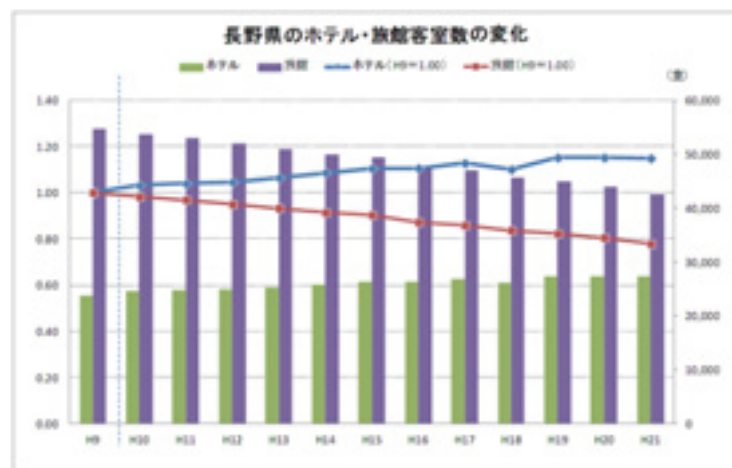


ち込みは全国平均よりは小さく、新幹線が通らない阿久根市は落ち込みが若干大きい。全国的に宿泊者数と旅館の客室数は減少傾向で、特に昔ながらの旅館は減少している。地方圏で旅館の落ち込みが顕著な一方、ホテルや都市型の宿泊施設は増加傾向にある。

では、九州新幹線の開業前後で宿泊施設はどう変わったかを見てみる。福岡県は、ホテルが増え都市型の宿泊施設の集積が進んでいる一方、旅館は九州平均よりも大きく減っている。佐賀県は、都市型が増え従来型が減っている。熊本県は都市型が増え、従来型はあまり減っていない。開業効果もあるが、温泉地をめぐる周遊バスの設定など現地の努力の成果もあるのだろうか。鹿児島県は、都市型は九州平均よりも増え、従来型は減っている。新幹線によって宿泊客は増え、同時に都市型施設への変換が進みつつあるといえる。東北については、延伸した青森県は東北平均よりも都市型が増え、従来型は減っている。新幹線の延伸はこのような動きを加速させるようである。時代の趨勢もあろうが、旅館型施設の料金体系がサービスの質に合わない点が顕在化する。宿泊客にも、昔ながらの温泉と豪華な食事は切り詰め、観光地を安価に短時間に効率的に巡りたいという動機があるのだろう。

④長野新幹線の場合

フル規格で整備された長野新幹線では、新幹線開業前後で長野地域だけが大きく伸び、他地域はほとんど変化なしという状況で、はっきりと地域によって差が出た。宿泊施設のデータにおいても東北・九州両新幹線の沿線地域とは若干異なる。都市型の施設はあまり増えず、従来型の旅館は相当な勢いで減っている。統計が1997年からのものであるが、新幹線開業やオリンピックがあったためか、すでにかなり前から都市型の宿泊施設の集積が進んでいたのかもしれない。



北陸経済研究所

北陸では、アルペンルートへの旅行客は、大多数が富山駅前のホテルに泊まっているのが現状である。新幹線で富山への観光客は増えるが、新幹線停車駅周辺への宿泊増加が大半と予想され、立地や業態によって、特に地方の温泉や旅館が手放して喜べるかということ必ずしもそうとは言えない。観光地はやはり宿泊客獲得へ相当の努力が必要である。新幹線によって全体のパイは増えるが、競争は激化する面もある。宿泊客が減少している既存施設は、新幹線効果をあまり享受できないのではないか。

2：日本の観光

2-1：日本の観光需要

次に日本の観光需要について見てみる。第三次産業の代表に位置づけられる観光業の存在感は大きい。観光庁が発表した 2011 年の「旅行・観光消費動向調査」によると、国内の旅行消費額は 22 兆 4 千億円にも及び、GDP の 4% 以上を占める。ただし、諸外国に比べれば非常に低い数字である。

旅行消費額の推計

(単位：十億円)

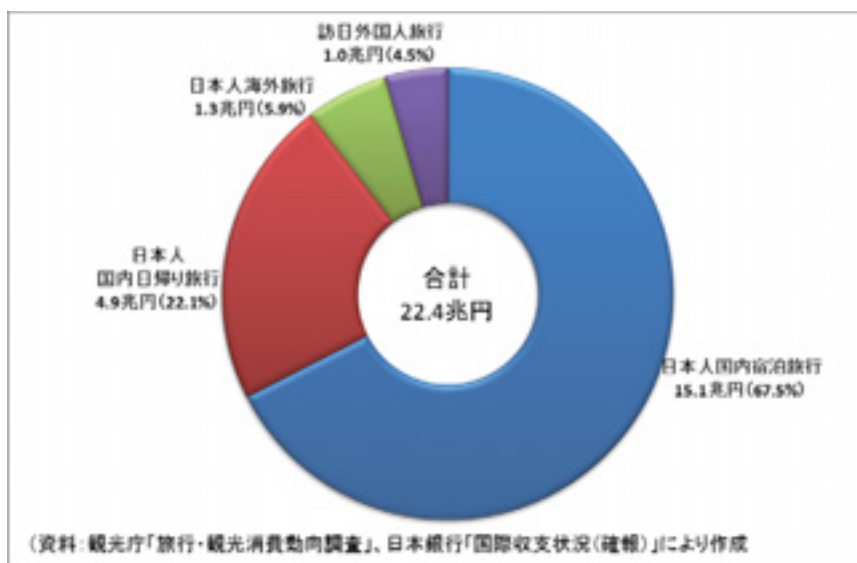
費目	a 宿泊旅行 (国内)	b 日帰り旅行 (国内)	c 海外旅行 (国内分)	d=a+b+c 国民の旅行 (海外分)	e 訪日外国人 旅行	f=d+e 国内の 旅行消費額
旅行消費額(旅行中+前後)	15,107	4,943	1,330	21,381	998	22,378
対前年増加率	-4.1	-2.3	10.6	-2.9	-25.9	-4.2
旅行前後支出	2,360	857	341	3,559		
旅行前支出	2,221	800	323	3,343		
旅行後支出	139	58	19	215		
旅行中支出	12,340	4,086	989	17,415		
旅行会社収入	229	37	144	410		
交通費	4,851	2,052	694	7,597		
宿泊費	3,152	0	24	3,176		
飲食費	1,563	557	22	2,142		
土産代・買物代	1,880	988	93	2,961		
入場料・施設利用料	499	393	0	892		
その他	166	58	11	236		
別荘の帰属家賃	407	0	0	407		

海外旅行 (海外分)	国民の旅行 (海外分含)
3,171	24,552

(資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」)

上記国内旅行消費のうち、日本人による国内宿泊旅行が 67.5% を占め、日帰り旅行とあわせれば実に 90% 近くが日本国内に住む日本人のものであり、外国からの訪日旅行者の消費は 4.5% でしかない。東日本大震災の影響もあるが、先進国では極めて低い数字である。

国内の旅行消費額の市場別内訳 (2011年)



2-2：観光業の経済効果

観光業の大きな特徴は周辺経済効果が非常に高いということである。22兆4千億円の国内旅行消費の生産二次波及効果まで含めると総需要は46兆円を超える。また雇用効果も大きい。観光に直接携わる雇用者は213万人だが、二次効果まで含めると400万人近い雇用が認められる。国内のものづくりや工場が減少していく中、観光をはじめとする第三次産業の雇用吸収力と付加価値創造力には大きな期待が寄せられている。また、観光消費がもたらす付加価値は、二次まで含めると23兆円にのぼりGDP全体の5%のシェアとなる。税収効果も大きい。直接の税収は1兆7千億円あまりだが、これも二次波及まで含めると4兆円あまりに増加する。

このように、観光の占める日本経済へのプレゼンスは大きい。ものづくりや工業立国という言葉どおり製造業の優位性は依然として認められるものの、国際競争下で厳しい戦いを強いられる製造業と異なり、観光は付加価値も雇用も税収も非常に効率が良い産業である。わが国の産業構造の変化の中で、第三次産業の占める割合は非常に高くなってきているが、その中でも観光は現在もそうであるが、これからさらに大きく発展が期待できる部門である。

日本国内における旅行消費額の経済効果（2011年）

	旅行消費額 (最終需要)	(単位:兆円)			(単位:兆円)			(単位:万人)		
		生産波及効果			付加価値効果			雇用効果		
	直接効果	波及効果 (直接+1次 効果)	波及効果 (直接+1次 +2次効果)	直接効果	波及効果 (直接+1次 効果)	波及効果 (直接+1次 +2次効果)	直接効果	波及効果 (直接+1次 効果)	波及効果 (直接+1次 +2次効果)	
2011年 日本国内における 旅行・観光消費の経済波及効果	22.4	21.4	37.0	46.4	10.8	18.4	23.7	213	323	397
産業全体に占 めるシェア※		2.4%	4.1%	5.1%	2.3%	3.9%	5.0%	3.3%	5.0%	6.2%
乗数(波及効果/直接効果)			1.7	2.2		1.7	2.2		1.5	1.9
	23.4	22.4	38.8	48.7	11.4	19.3	24.9	225	340	418
対前年増加率(平成23年/平成22年)	-4.3%	-4.5%	-4.6%	-4.7%	-5.3%	-4.7%	-4.8%	-5.3%	-5.0%	-5.0%

※産業全体に相当する数値

平成23年産出額

平成22年GDP(名目)

平成23年就業者数

903.3兆円

470.6兆円

6,436万人

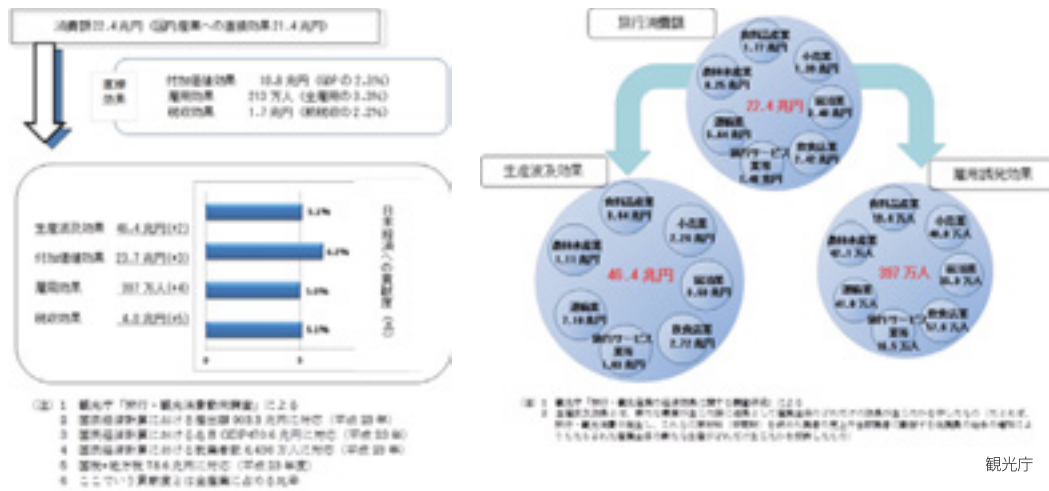
(単位:十億円)

	実効税率	直接効果	波及効果	
			波及効果 (直接+1次効 果)	波及効果 (直接+1次+2 次効果)
間接税	4.9%	532	907	1,163
直接税	個人	13.3%	773	1,283
	法人	25.2%	442	869
合計	-	1,747	3,058	3,975
2011年度税収(78.6兆円)に占める割合		2.2%	3.9%	3.1%

(資料)1. 観光庁「旅行・観光消費動向調査」による

2. 2011年度税収は、国税収入(決算額)と地方税収入(見込額)を足し合わせたもの

旅行消費が日本国内にもたらす経済効果



また、観光という産業は、一部景勝地や観光地、あるいは観光スポットが多い大都市にとって有利な産業だが、その間をつなぐ輸送手段や、非日常を求める都会の住民にとっては、地方で消費する形態が主になる。このため、地方にとっても、観光開発に積極的に取り組むことにより、地域のハンデを逆に長所にすることも可能になるという側面を持つ。

政府が新成長戦略に「観光立国」を取り上げた背景には、

- ①公共投資や製造業誘致などの既存の地域雇用創出策が見直しを迫られる中でサービス業などに視野を広げた雇用の維持・拡大に意を配る必要性が高まっていること
- ②観光の経済や雇用に与える効果が他の民間消費や民間投資と比べて相対的に高いこと
- ③今後わが国の観光市場が拡大する余地が相応に大きいと考えられること

などがある。建設業や製造業の伸びが期待しにくくなった地方圏では、サービス業での雇用創出が望まれている。ただし、サービス業には一定の地域需要者の厚みがないと事業を成り立たせることが難しいものがあり、サービス業の従業員数と人口密度の間にも密接な関係がある。このため、定住人口を増加させることが難しい地方圏でサービス業の就業者数を増やすことは容易ではない。そこで、サービス業の従業者数を地域圏で増加させるためには、交流人口を積極的に増やすことが必要になる。そして、交流人口を拡大させるためには、都市部から地方圏へと観光客を呼び寄せることが有効な手立てとなるのである。

（みずほ総研 www.mizuho-ri.co.jp/publication/research/pdf/.../report11-0330c.pdf）

2-3：少ない外国人訪問者

日本の観光産業の特徴として、外国人訪問者が少ないということが挙げられる。諸外国と比較すると、フランスやスペインは国民数（定住人口）を1～2割も上回る訪問者を受け入れている。仮に、わが国がフランスのように自国民の1.2倍の外国人を受け入れたとすれば、訪問者が1億4千万人に増加する。観光庁の調査によれば、訪日外国人の旅行消費額は1人当たり

平均 13.3 万円（2010 年）であるため、この場合全体では消費が 18 兆円以上かさ上げされ、GDP では 4% の押し上げ効果となる。2013 年度観光白書によると、外国人旅行者受入数ランキングで日本は世界第 39 位（アジアでは 10 位）、国際観光収入ランキングでは世界第 28 位（アジアでは 10 位）である。

	外国人訪問者数 (①)	人口 (②)	②/①
フランス	7,680	6,279	1.22
アメリカ	5,975	31,038	0.19
中国	5,567	134,134	0.04
スペイン	5,268	4,608	1.14
イタリア	4,363	6,055	0.72
日本（参考）	861	12,654	0.07

(単位：万人)

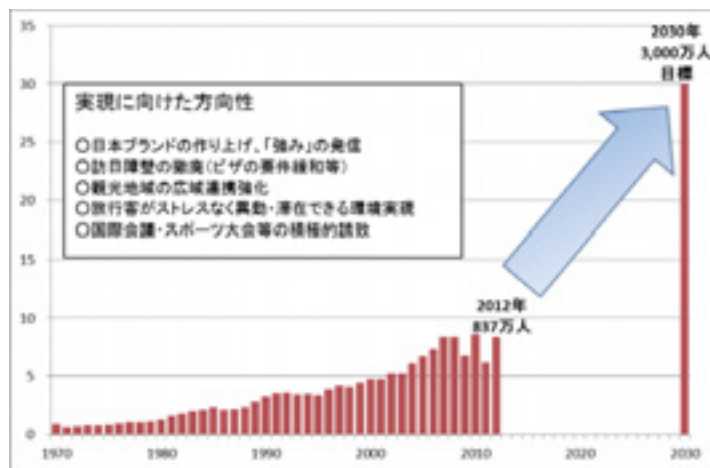
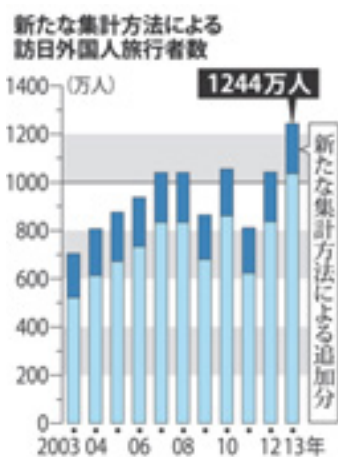
日本政府観光局 JNTO

財務省が公表したわが国の 2013 年の国際収支状況（速報）の概要によれば、貿易収支が 4 兆 8,258 億円の赤字、サービス収支が 1 兆 5,950 億円の赤字から 8,950 億円の黒字に転換した。サービス収支の大部分は観光によってもたらされるものである。この間の訪日旅行者数は、1,000 万人あまりから 1,200 万人以上に 1 年間で 2 割増加している。この 2 割の増加がサービス収支を黒字化させたといってもよい。

経常収支

	金額	前年比
貿易・サービス収支	▲12兆2,349億円	▲3兆9,308億円 (赤字幅拡大)
貿易収支	▲10兆6,399億円	▲4兆8,258億円 (赤字幅拡大)
輸出	66兆9,694億円	+5兆5,273億円 (+9.0%増加)
輸入	77兆6,093億円	+10兆3,532億円 (+15.4%増加)
サービス収支	▲1兆5,950億円	+8,950億円 (赤字幅縮小)
所得収支	16兆5,318億円	+2兆2,595億円 (+15.8%黒字幅拡大)
経常移転収支	▲9,908億円	+1,538億円 (赤字幅縮小)
経常収支	3兆3,061億円	▲1兆5,176億円 (▲31.5%黒字幅縮小)

財務省



<左図：これまで除外していた航空機や船籍の外国人乗員を加算して算出 右図：それ以前の基準>

観光庁

2014年2月に政府は初の訪日外国人旅行者数の予測を発表した。東京五輪の開催年となる2020年には2,000万人の目標に対し1,700～1,800万人台にとどまるとしており、最終目標の年間3,000万人への道のりは遠い。国を挙げての取り組みはまだまだスタートしたばかりである。インバウンド客が増加していくことは、キャンペーンの増加やビザの要件緩和など政府の後押しがあるためほぼ確実であろうが、問題はそのペースと来日してからの訪問先である。

2-4：地域での取組

地域でのインバウンド振興が上手くいかないと国全体の振興も上手くいかない。地域でのインバウンド振興は、成果が上がってきている所はあるが100%ではない。確固たる理論、確信、ビジョンがないままに、見よう見まねで「よそがやるから」というやり方では不十分である。岐阜や仙台など先進成功事例をみると、極めて戦略的で体系的であるほか、インバウンド振興の目的・ミッションが何かをきちんと整理して関係者間で共有していること、「地域経済活性化が主眼」とあるが、そのことがその地域に何をもたらすのか、そのもたらすものを目指しているという意識を共有している点、もう一つは役割分担が明確化できている点である。地方の場合は自治体と民間事業者、もう一つ観光協会をはじめとする団体の分担やビジョンが明確化がされていないと効果は出ない。

自治体は全体の調整役、司令塔になって民間の方々に目的ミッションを達成するために上手に動いてもらう。そのことによって最大の成果が得られるようにしていくところに役割がある。北陸新幹線の開業によって金沢までは2時間半程度で首都圏と結ばれる。特に外国人観光客にとっては縁遠かった北陸が、栃木や長野、名古屋のように近くなる。外国人観光客の特色は、日本古来の伝統や文化といった異国情緒への興味である。北陸の地はこのようなニーズに対応できる観光地が多くあるが、外国人観光客を取り込むには、息の長い腰を据えた対応が必要になる。

2-5：観光業界全体の近代化と意識改革

①物見遊山からの脱却、多様性の開拓、ニューツーリズムへの対応

日本の観光関連事業者、例えば旅館やホテル、旅行代理店といった主要主体自身が、旅行者にとって最適なメニューを提供できていない現実がある。一昔前の物見遊山的な発想や温泉と食事だけで客を呼ぶビジネスモデルに執着しすぎている。宿泊についていえば、バックパッカーが利用する安価な宿から、ラグジュアリー客に対応する高級旅館まで様々な種類が観光地には必要である。しかしながら、そのような需要に応じるのではなく、古い業態をかたくなに守り価格競争に巻き込まれてしまっている宿が多い。また、観光を呼びこむことは行政や協会、旅行代理店の仕事と割り切っているところもある。周辺の観光開拓や周遊ルートの設定、二次交通事業者との連携など、さらなる努力が必要である。

また、先述した各種のニューツーリズムへの取り組みも始まったばかりである。観光に何を求めるかは人によってさまざまである。健康になりたい、映画やアニメで見た風景を探したい、

小説の舞台を訪ねたい、地域の産業の生い立ちを知りたい、伝統工芸を体験したいなど、多様なニーズに現在ではほとんど対応できていない。地域で新たな観光資源を発掘し、付加価値を見い出せるまで育て上げることが観光業界の仕事である。宿泊や食事のサービスはそれらに付随するほんの一部でしかない。

②観光は発展すべき産業であるという認識と自覚

日本では長らく「観光」という産業が非常に低き場所に置かれていた。ある学者は、今から17～18年前に、「観光人類学」という新たな学問分野を提唱した時に、「なぜ、観光のようなくだらないことを研究するのか」と言われたという。人類学には、「民族摩擦の問題であるとか、民族紛争であるとか、人口が増える中で開発途上国はどう発展すべきであるとか、さまざまな研究課題がある中で、よりによってなぜ『観光』をテーマに選ぶのか。観光のようなくだらない研究をする学者は二流、三流の学者だ」などとかなり辛らつな意見があったという。学者の世界にはもちろん、これは経済界や地域住民においても、第三次産業、その中でも特に観光関連宿泊業や温泉産業などは、ものづくり、米づくりから外れた非主流の業界という認識がある。北陸の観光活性化を調査しているという、「なぜ豊かな北陸の地に観光産業が必要なのか」と真顔で言われることもある。この産業的偏見やそれを受けての従事者の自信の無さが、今日の観光業の低迷につながっているものと考えられる。主要成長産業としての自覚と誇りを持って経営を近代化していくことが、観光業発展のためにはまず必要不可欠である。

③効果測定が難しい業界

投資や広告宣伝の投入と、入込客数や旅行消費との関係がしっかり把握できないことも観光業の特色と言える。様々なメディアなどから、訪問観光客などの数字は発表されているものの、正確といえるものは少ない。観光地の入込客数の数字も当該施設発表のものがほとんどである。近隣の観光地なども合算しての入込数なのか、延べ人数なのか判然としない。また、年度ごとの変動や行事の多寡・天候などにも数字は左右される。そのためプロモーションがどれだけ効果的であったかを測定することはほぼ不可能と言える。

観光圏全体で資金を出し合って共同のプロモーションを行なっても、個々の宿に宿泊客が訪れるかどうかは別問題である。このため、共同で行なうほど効率的な宣伝が行なえることは分かっていても、関係者全員が資金を出し合うことは困難となる。それぞれの観光主体が別個に広告や宣伝をしたり、大手の旅行代理店などと契約することが多く、スケールメリットを出しにくい体質となっている。

④遅れているIT化

航空会社は他業界に先駆けて先端技術を切り開きIT化に大きく寄与してきた。それ故に、航空会社の予約システムやJR、あるいは大手旅行会社での宿泊予約のようなネットワークで結ばれた予約端末を見ると、観光業界はIT化最前線を走っているような錯覚におちいる。しかしそれらは業界のうちのほんの一部であり、国内の中小旅館やホテル、あるいは土産品店、観光施設等の観光事業者によるIT活用の状況はかなり遅れている。国際会議が開催される際、

世界各国からの参加者、報道関係者がインターネットで宿泊予約をするのが主流であるが、まだ日本では十分だとは言えない。

以上日本の観光の課題をいくつか示したが、これは地方にも相似して存在するものである。観光産業は大きな発展の可能性があるが、なかなか成功への道筋は試行錯誤が続いている。しかしスキームが確立していないだけ、汗を流して取り組めば先行者利益も得られる分野でもある。何よりも、基幹インフラを除けば大きな資本を必要とはしない。観光は地域や草の根で取り組み、企画力と創造力と発信力で勝負できる分野である。

3：北陸の観光

3-1：北陸の観光

次に北陸の観光の特性について明らかにしたい。北陸はコメ作りモノ作りの地域として発展してきており、観光業については先述のとおり存在感のある産業カテゴリーとして認知されにくかった。では観光業が盛んではなかったかというところではない。

北陸の地形は急峻で起伏に富む。これが豊かな伏流水をはぐくみ、どこを掘っても温泉が出ると言われている。実際古来多くの温泉場があり、湯治場や寺社の門前町として栄えた。特に北陸の観光は他地域以上に温泉宿泊を中心とした滞在型レジャーとして発展してきた。主なものでも下記の有名な温泉がある。

富山県＝宇奈月温泉、氷見温泉郷、庄川温泉郷

石川県＝粟津温泉、山中温泉、山代温泉、片山津温泉、和倉温泉

福井県＝あわら温泉、三国温泉

粟津・山中・山代は開湯 1,300 年の長い歴史がある。

北陸の温泉は地元北陸や関西地方からの社員旅行客の受け入れで栄えてきた。バスや鉄道で訪れ、温泉に入り、北陸の海の幸・山の幸の料理を食べ、酒を飲んで、翌朝土産を買って帰るといったスタイルである。このような温泉旅行のスタイルが北陸の観光に対するイメージである。温泉については、バブル崩壊以降、社用や集団の旅行が減る中、主に関西方面からの団体旅行先として利用されてきたあわら温泉や加賀温泉郷の入込は減少傾向にある。これらを補うべくカップルや家族、近隣からの集客を試みているが、なかなか成果が出ていない。既存のやり方では人が集められなくなっており、温泉業の不振が観光全体に悪い影響を及ぼしているともいえる。温泉旅館の苦境は全国的な趨勢であるが、何を目的に観光に来ても、魅力ある宿泊施設は現在でも大変重要であり、温泉旅館をはじめとした温泉街の立て直しが急務である。

近年観光の概念が幅広くなっても、観光業に携わる人々の固定観念はなかなか変わらない。また、黒部峡谷や兼六園、東尋坊、永平寺など、自然の景観や旧跡・古刹をもって観光とするイメージもいまだに強い。しかし先述のとおり、ツーリズムの概念は拡大しており、週休 2 日となつて通常の生活に余暇や遊びはすでにあふれている。単純に癒す・遊ぶといった観光目的だけではなかなか訪れてくれなくなっている。北陸地域の観光産業にとっても新たな取り組みが必要になっている。

北陸は食のバリエーションも多く、海も山も歴史も文化も産業もある。取組が遅れているといわれるニューツーリズムなどについてもコンテンツは非常に多い。春から秋にかけてはイベント、冬は味覚と四季を通じて楽しめる観光素材がそろっている。自信を持って取り組むべきである。

3-2：県別の主な観光地

北陸の主要な観光地などを見ながら、現状を取りまとめてみよう。各県ごとの主要な観光地は図表のとおりである。入込客をのべて集計したものであり、すべてを正確に表しているとは言えないが、入込客数の概要を知ることができる。

①富山県

富山県の観光地は県全体に分散していることが特徴である。一方、集客力があるイベントやお祭りは、観光スポットが少ない富山市や高岡市の都市部での開催が多い。都市部に温泉地がないわけではないが、温泉宿泊は少なく、ホテルや旅館での宿泊がほとんどであろうと考えられる。イベントで来県した観光客が、県内に分散する観光地に足を運ぶのが難しい実態が想像できる。

富山県の主要観光地・イベント入込数

(1)観光地・観光施設 (単位:千人)					(2)イベント・祭り (単位:千人)						
順位	名称	市町村	2012年入込数	2011年入込数	対前年比	順位	名称	市町村	2012年入込数	2011年入込数	対前年比
1	海王丸パーク	射水市	979	756	29.4%	1	となみチューリップフェア(4/25~5/6)	砺波市	298	275	8.4%
2	立山黒部アルペンルート	立山町	885	827	6.9%	2	越中八尾おわら風の盆(9/1~3)	富山市	260	190	36.8%
3	高岡古城公園	高岡市	882	883	▲0.1%	3	山王まつり(5/31~6/2)	富山市	250	200	25.0%
4	ひみ番屋街(氷見フィッシャーマンズフーフ海鮮館)※	氷見市	871	631	38.1%	4	富山まつり(8/3~5)	富山市	240	240	0.0%
5	道の駅「カモンパーク新湊」	射水市	860	949	▲9.4%	5	とやますノービアド(12/1~2/15)	富山市	210	248	▲15.2%
6	太閤山ランド	射水市	725	630	15.0%	6	高岡七夕まつり(8/1~7)	高岡市	201	201	0.0%
7	五箇山	南砺市	656	740	▲11.4%	7	全日本チンドンコンクール(4/6~8)	富山市	175	—	—
8	道の駅福光	南砺市	649	628	3.4%	8	ひみまつり(10/6~7)	氷見市	142	30	373.3%
9	桜ヶ池	南砺市	589	581	1.4%	9	高岡万葉まつり(10/5~7)	高岡市	130	130	0.0%
10	道の駅「メルヘンおやべ」	小矢部市	530	506	4.6%	10	高岡古城公園桜まつり(4/1~22)	高岡市	130	108	19.9%

※2012年は氷見海鮮館とひみ番屋街の数を合算

2012年富山県観光客入込数(推計) 富山県観光・地域振興局観光課より
http://www.pref.fyama.jp/cms_gfile/00013353/00624760.pdf

黒部峡谷鉄道関連の施設への訪問は横ばいを維持しているが、宇奈月温泉に宿泊する客は減少している。温泉側も懸命に努力はしているが、やはりやり方や考え方が時代に追いついていないのではないかと感じさせる。新幹線が開業すれば、一時的には地元の温泉に宿泊する客も増えるであろうが、リピーターとしては定着しがたいのではないか。せっかくのコンテンツがありながら、素材だけにとどまっており、商品への作り込みや付加価値の追求が必要である。

また、立山黒部アルペンルートは年間百万人程度が訪れる富山県観光のキラーコンテンツであるが、一方通行ではなく、長野側へ周遊が可能となっている特色がある。黒部峡谷鉄道は終点まで行って折り返してくるルートとなっているが、立山黒部アルペンルートは富山側と長野側の両方から通過できるため、新幹線と組み合わせれば効率的に周遊できる。これまで富山県の観光というと、味覚に絡めて魚津や氷見など日本海沿岸部が人気のコースであったが、黒部峡谷・アルペンルート・五箇山など山の観光も豊富であることをアピールしていくべきであろう。北陸の住民にとってはやっかいな雪であっても、「雪の大谷」となると世界的な観光の名所であ

る。山と海が短時間のうちに同時に楽しめる地域は意外に少ない。

富山県は、観光地が立山黒部・高岡・氷見・射水・南砺と周辺部に分散しており、宿泊地は富山あるいは高岡がメインといえる。またそれぞれの観光地が離れているため、乗用車やバスでの乗り入れが多いと思われる。周遊するよりは、街なかに宿泊して1日に1カ所の観光がせいぜいとなる。この中で満足感を出すには、宿泊地の街なか観光の開発と周遊手段の確保が欠かせない。単に宿泊するだけではなく、八戸の屋台村や存在感のある美術館や博物館の設置、移動時間を楽しむ仕掛けなどが必要であろう。また、観光地が分散していることを逆手に取り、それぞれを周遊するサイクルロードレースやマラソンのようなスポーツツーリズムの開拓余地も十分にある。

②石川県

金沢地域での圧倒的な存在感を誇る観光地は兼六園と21世紀美術館である。隣接している関係が相乗効果を生んでいると思われる。同様のことが県立美術館と金沢城公園にもいえる。金沢は京都のように街全体が観光スポットであり、街なかの周遊性が極めて高い。加賀温泉郷とは1時間程度かかることから、宿泊は街なかのホテルや旅館を選択する向きが多いものと推測される。

能登は和倉温泉と気多大社、千里浜が90万人程度、輪島朝市が70万人程度と半島の西側から先端にかけての観光圏が形成されていると考えられる。半島の東側は富山県の氷見であり、海の幸としての集客力もあるため、富山と金沢の間の周遊ルートを設定すれば、観光客の増加に期待ができる。

石川県については金沢市中心部と加賀温泉郷、さらに能登半島の西側から先端部へと至る3つの大きな独立した観光圏が認められる。これに白山圏を加える分類も考えられるが、利用者数を見る限り、現状白山圏と呼べるほどの観光圏は認められない。

函館や鹿児島、仙台などと同じく観光都市金沢の存在感は北陸の中でも際立っている。新幹線で首都圏との時間距離が大きく縮まることにより、開業当初は爆発的な観光客の増加が期待できる。しかも金沢市中心部の街なか観光が充実しながらも、能登や加賀温泉郷の魅力も大きい。北陸新幹線の終着駅効果もあり、国内海外両方からの観光客が長期的に見込まれる。恵まれた地域であるが、これを石川県の周辺部やさまざまな産業へと波及させる動きが必要である。

例えば石川の隠れた観光資源として伝統工芸があげられる。輪島塗、山中漆器、九谷焼、加賀友禅など古くから伝わる伝統工芸が多い。特に、法律に基づいて指定した伝統的工芸品218品目のうち10品目と、その他の伝統的工芸品26品目が石川県には残っている。伝統工芸は近年非常に業況が厳しいが、ニューツーリズムへの組み入れで新たな生き残りが可能になるかもしれない。

石川県の主要観光地施設別利用者数

観光地及び施設名		利用者数(千人)			観光地及び施設名		利用者数(千人)		
		平成24年	平成23年	対前年比			平成24年	平成23年	対前年比
加賀地域	山中温泉	478	527	▲ 9.3 %	白山地域	獅子吼高原	174	185	▲ 5.9 %
	山代温泉	877	924	▲ 5.1 %		白山比咩神社	749	842	▲ 11.0 %
	片山津温泉	510	518	▲ 1.5 %		ふれあい昆虫館	95	88	8.0 %
	粟津温泉	285	302	▲ 5.6 %		中宮展示館	28	25	12.0 %
	小松市内旅館・ホテル	244	217	12.4 %		中宮温泉	13	12	8.3 %
	那谷寺	148	166	▲ 10.8 %		吉野工芸の里	115	117	▲ 1.7 %
	安宅の関	121	119	1.7 %		バードハミング鳥越	104	117	▲ 11.1 %
	大倉岳高原	47	51	▲ 7.8 %		白山一里野公園	83	85	▲ 2.4 %
	航空プラザ	225	126	78.6 %		白山一里野温泉	27	30	▲ 10.0 %
	ゆのくにの森	179	186	▲ 3.8 %		温泉センター天領	19	18	5.6 %
	中谷宇吉郎雪の科学館	24	25	▲ 4.0 %		白山登山(室堂等宿泊者)	24	26	▲ 7.7 %
	加賀フルーツランド	56	59	▲ 5.1 %		白山恐竜パーク白峰	18	20	▲ 10.0 %
	御葉子城加賀藩	124	200	▲ 38.0 %		天望の湯	30	31	▲ 3.2 %
	ゆけむり健康村	203	205	▲ 1.0 %		和倉温泉	853	921	▲ 7.4 %
	石川県九谷焼美術館	42	44	▲ 4.5 %		輪島温泉郷	138	136	1.5 %
	魯山人寓居跡いろは草庵	15	17	▲ 11.8 %		千里浜	900	911	▲ 1.2 %
	辰口丘陵公園	237	225	5.3 %		気多大社	829	829	0.0 %
	いしかわ動物園	316	322	▲ 1.9 %		妙成寺	36	40	▲ 10.0 %
	松井秀喜ベースボールミュージアム	31	46	▲ 32.6 %		コスモアイル羽咋	60	58	3.4 %
	日本元氣劇場	97	121	▲ 19.8 %		蔵門	143	138	3.6 %
木場湯公園	584	606	▲ 3.6 %	アクアパーク シ・オン	235	241	▲ 2.5 %		
山代温泉古総湯	27	29	▲ 6.9 %	花のミュージアム フローリー	58	51	13.7 %		
金沢地域	湯涌温泉	59	62	▲ 4.8 %	能登地域	アリス館志賀	71	85	▲ 16.5 %
	金沢市内宿泊施設	2,508	2,272	10.4 %		七尾美術館	29	26	11.5 %
	兼六園	1,705	1,537	10.9 %		能登食祭市場	713	741	▲ 3.8 %
	金沢城公園	903	932	▲ 3.1 %		のと蘭ノ国	44	52	▲ 15.4 %
	県立美術館	396	354	11.9 %		のとじま水族館	417	474	▲ 12.0 %
	県立歴史博物館	74	90	▲ 17.8 %		ひよっこり温泉島の湯	116	128	▲ 9.4 %
	県立伝統産業工芸館	89	83	7.2 %		能登島ガラス工房(たぐみの里)	63	67	▲ 6.0 %
	成巽閣	57	61	▲ 6.6 %		總持寺	62	63	▲ 1.6 %
	妙立寺	135	129	4.7 %		上時国家	42	44	▲ 4.5 %
	金沢21世紀美術館	1,455	1,481	▲ 1.8 %		輪島地区民宿	29	31	▲ 6.5 %
	武家屋敷跡野村家	96	87	10.3 %		輪島朝市	644	668	▲ 3.6 %
	前田土佐守家資料館	24	21	14.3 %		キリコ会館	49	72	▲ 31.9 %
	金沢湯涌夢二館	17	17	0.0 %		珠洲市旅館・民宿	116	89	30.3 %
	金沢湯涌創作の森	21	20	5.0 %		縄文真跡温泉浴場	35	36	▲ 2.8 %
	奥卯辰山健民公園	153	159	▲ 3.8 %		柳田植物公園	53	53	0.0 %
	西田幾多郎記念哲学館	26	21	23.8 %		能登島ガラス美術館	42	49	▲ 14.3 %
	石川ルーツ交流館	13	12	8.3 %		健康の森	22	26	▲ 15.4 %
	石川県森林公園	156	157	▲ 0.6 %		のと海洋ふれあいセンター	26	12	116.7 %
	石川県政記念しいのき迎賓館	480	434	10.6 %					
	健民海浜公園	177	166	6.6 %					
石川四高記念文化交流館	134	134	0.0 %						
大野からくり記念館	28	32	▲ 12.5 %						
銭屋五兵衛記念館	11	11	0.0 %						
鈴木大拙館	34	9	277.8 %						

(注)入込数が一万人以上の主要施設を掲載

石川県

③福井県

福井の観光地は、市内だけでなく海岸沿いなどにもバランスよく配置されている。恐竜博物館や永平寺、三国や敦賀市の花火大会や東尋坊、越前ガニに代表される海の幸が豊富であり、えちぜん鉄道と京福バスを利用すれば、周遊が可能となっていることは大きな強みである。特に若狭地方は京都から山を一つ隔てただけであり、開拓の余地は非常に大きい。「新幹線が来るから何かをやる」のではなく「地元のために知恵と工夫で貢献していきたい」という動機と不断の努力が地域の魅力を高めるのである。各セクターは、それぞれに北陸新幹線の開業に主体的に取り組み、これを契機としてどのような未来デザインを地域に描いて行動するかが問われている。他人任せではなくそれぞれが知恵を出し合い、有機的に連携しながら高速鉄道の最大限の活用方法を考え行動していくべきであろう。

新幹線の金沢延伸により、特に福井県北部では観光圏確立に向けた動きが出てきている。これはすぐには実を結ばなくとも、福井県への延伸時には大きな効果が出てくるであろう。

福井県の主要観光地入込状況（入込数5万人以上）

市町名	観光地(施設)名	(単位:千人)			市町名	観光地(施設)名	(単位:千人)			
		2012年	2011年	対前年比			2012年	211年	対前年比	
福井市	一乗谷朝倉氏遺跡	721	938	▲ 23.1%	坂井市	東尋坊	1169	1180	▲ 0.9%	
	越前海岸(福井市)	444	438	▲ 1.4%		芝政ワールド	348	284	▲ 22.5%	
	健康の森温泉	156	156	0.0%		丸岡城	347	349	▲ 0.6%	
	越前水仙の里温泉波の華	52	48	8.3%		越前松島水族館	278	297	▲ 6.4%	
あわら市	あわら温泉	852	758	12.4%	永平寺町	ふれあいパーク三里浜	219	218	0.5%	
	金津創作の森	143	135	5.9%		池田町	地域交流センターいねず	149	147	1.4%
	北湯湖畔	111	105	5.7%		南越前町	福井県児童科学館	146	151	▲ 3.3%
	吉崎御坊	71	75	▲ 5.3%		越前町	福井県総合グリーンセンター	138	138	0.0%
勝山市	セントピアあわら	71	63	12.7%	越前町	三国温泉ゆあぽーと	88	91	▲ 3.3%	
	恐竜博物館・かつやま恐竜の森	553	542	2.0%		三国湊町散策	73	77	▲ 5.2%	
	スキーシャム勝山	287	284	1.1%		永平寺町	大本山永平寺	500	525	▲ 4.8%
	平泉寺白山神社	155	159	▲ 2.5%		池田町	溪流温泉冠荘	52	49	6.1%
大野市	越前大仏・勝山城博物館	148	142	4.2%	南越前町	道の駅「河野」	119	140	▲ 15.0%	
	ゆめおれ勝山	112	110	1.8%		花はす温泉そまやま	103	102	1.0%	
	雁が原スキー場・勝山温泉センター水芭蕉	108	111	▲ 2.7%		今庄365温泉やすらぎ	83	85	▲ 2.4%	
	大野まちなか観光	513	563	▲ 8.9%		今庄365スキー場	77	81	▲ 4.9%	
鯖江市	九頭竜湖	272	239	13.8%	越前町	越前海岸(越前町)	549	573	▲ 4.2%	
	六呂師高原	173	162	6.8%		うち露天風呂「漁火」	94	93	1.1%	
	道の駅「九頭竜」	109	116	▲ 6.0%		鏡神社	189	204	▲ 7.4%	
	和泉ふれあい会館	83	80	3.8%		越前陶芸村	117	113	3.5%	
越前市	九頭竜峡	55	51	7.8%	美浜町・若狭町	越前陶芸村文化交流館	52	47	10.6%	
	西山公園	772	1,031	▲ 25.1%		美浜町	レインボーライン	295	300	▲ 1.7%
	うるしの里会館	98	102	▲ 3.9%		高浜町	がであんばあく五湖の駅	75	73	2.7%
	ラポーゼかわだ	77	74	4.1%		道の駅「シーサイド高浜」	198	260	▲ 23.8%	
敦賀市	めがねミュージアム	68	46	48.5%	おおい町	若狭高浜エルどらんど	102	107	▲ 4.7%	
	しきぶ温泉湯楽里	216	224	▲ 3.6%		福井県子ども家族館	227	209	8.6%	
	越前そばの里	108	130	▲ 16.9%		道の駅「名田庄」	154	152	1.3%	
	越前和紙の里	71	85	▲ 16.5%		あみーシャシ大飯	95	97	▲ 2.1%	
小浜市	越前の里味真野苑・万葉館	59	63	▲ 6.3%	若狭町	情報交差点・ぼーたる	66	69	▲ 4.3%	
	氣比神宮	658	610	7.9%		熊川宿・道の駅「若狭熊川宿」	356	280	27.1%	
	金崎宮	144	170	▲ 15.3%		常神半島	145	151	▲ 4.0%	
	あつとぼうむ	135	120	12.5%		若狭瓜割名水公園	129	137	▲ 5.8%	
鯖江市	敦賀きらめき温泉リラ・ポート	103	96	7.3%	美浜町	みかた温泉「きららの湯」	105	113	▲ 7.1%	
	氣比の松原(海水浴客を除く)	88	85	3.5%		福井県海浜自然センター	65	75	▲ 13.3%	
	道の駅「若狭おばま」	451	326	38.3%						
	蘇洞門めぐり	243	263	▲ 7.6%						
小浜市	御食国若狭おばま食文化館	160	186	▲ 14.0%						
	若狭塗箸施設	100	132	▲ 24.2%						
	国宝めぐり	90	101	▲ 10.9%						
	国立若狭湾少年自然の家	79	78	1.3%						

※千人未満を四捨五入している
福井県観光客入込数(推計)2012年

福井県観光営業部観光振興課より

3-3：北陸における観光の課題

①周遊性・回遊性の確保、繁閑の差の解消

3 県の観光スポットを概観したが、石川県の金沢中心部と能登、加賀温泉郷、福井県の北部海岸部から奥越にかけてが観光圏として見られるほかは、離れた地域ごとに独立した観光スポットが点在しており、周遊性・回遊性が困難である。また、一見入込客が多く見えても、冬場の味覚や夏場の海水浴客、イベントに誘引されたものなどもあり、1 年を通してまんべんなく集客できるスポットは少ない。繁閑の差は固定費の高止まりや利益率の低下はもちろん、二次交通への悪影響など観光地の体力がそがれる原因となる。

繁閑の差や周遊性の確保には様々な方法があるが、一番良いのは新たな観光地や観光スポットの開拓である。既存の観光スポットにとっては競合先となるが、スポットの地理的な密集は観光圏形成を促し、滞留時間を増やす。特に宿泊を伴うような滞在時間の充実を提供できれば地域への付加価値や雇用創造など見返りは大きい。

名所や旧跡など従来からある観光スポットだけが観光地であるという先入観が北陸では非常に強く、観光スポットを自ら創造することが苦手である。近隣の観光地を開拓しながらテーマに沿ったストーリーを作り周遊性と滞留性を高めることが、真の観光開拓である。

②地域ごと、テーマごとの集約とルート設定

北陸では金沢の中心部に観光スポットが多くあり、街歩きを楽しめる都市となっているが、街歩きの利点は街なかのにぎわいを取り戻せることと、細切れの時間を有効に活用できる手軽さである。スポットを発掘して新たな資源に結び付ける努力が求められるが、福井や富山においても、細かく見れば街なかに埋もれた観光資源は多く、少しの時間で散策できるストーリーを組み合わせて是非とも魅力的な街歩きコースの開拓を期待したい。

維新ふるさとの道（鹿児島市）

西郷隆盛、大久保利通など明治維新で多くの偉人を輩出した鹿児島市内加治屋町の甲突川左岸に歴史ロード「維新ふるさとの道」がある。上流エリアには、近代幕明けをイメージした石造りの維新歴史ゲート、薩摩と世界の交流を紹介する円形広場、薩摩歴史など薩摩と時・暦の関わりを紹介する広場などが整備されている。下流エリアには、幕末をイメージした武家門風の維新歴史ゲート、島津日新公いろは歌 47 首を紹介する広場が設けられ、江戸時代後期の加治屋町の武家屋敷も再現されている。歴史を感じながら気軽に散策が楽しめる。新幹線停車駅である鹿児島中央駅から半径 500m 以内に点在する史跡などを維新というテーマで発掘し街歩きの資源として再構成している。



③食と土産物以外の資源

北陸の観光地が多いか少ないかは別として、主に首都圏や都市部の住人が観光に赴く場合、自分たちの普段生活している場所からの適度な距離感と非日常感が必要である。片道 2 時間から 3 時間で行ける距離、自然や田園地帯、古い伝統などは大きな武器である。例えば埼玉や茨城にも観光スポットが多いが、首都圏からの観光地としてはあまり人気がないのは、近すぎるための「非日常感」の乏しさであろう。

リクルートの旅行雑誌「じゃらん」が毎年行なっているアンケート集計では、「食べ物」と「土産物」について北陸は高い評価を受けている。しかし、その他の評価項目では「魅力的な宿泊施設」で石川が5位に入っただけで、「地元の人ホスピタリティ」「現地で良い観光情報を入手」「子供が楽しめるスポット」「大人が楽しめるスポット」ではベストテンにランクインしていない。旅人を満足させる食べ物や土産物といった昔ながらの観光素材は多いが、宿や観光施設、ホスピタリティや観光情報といった作り込みが必要なものについては厳しい評価を受けている。これらは行政も含めて真剣に取り組んでいかななくてはならない事項であろう。ポテンシャルそのものは高いが、商品組成や住民参加の意識、観光産業に対するマインドが足りないのが北陸観光の課題である。

地元ならではのおいしい食べ物が多かった

魅力のある特産品や土産物が多かった

2012年度 順位	
全体平均	54.1
1位 沖縄県	71.9
2位 北海道	70.7
3位 石川県	69.2
4位 香川県	69.1
5位 福井県	68.4
6位 宮城県	68.3
7位 広島県	67.7
8位 鹿児島県	66.9
9位 福岡県	66.7
10位 富山県	65.7

2012年度 順位	
全体平均	43.4
1位 沖縄県	70.0
2位 京都府	58.5
3位 北海道	57.9
4位 鹿児島県	56.4
5位 青森県	54.2
6位 広島県	54.0
7位 富山県	53.8
7位 石川県	53.8
9位 高知県	53.0
10位 宮城県	52.0

▶ 地元ならではのおいしい食べ物が多かった	1位 沖縄県	2位 北海道	3位 石川県
▶ 魅力のある特産品や土産物が多かった	1位 沖縄県	2位 京都府	3位 北海道
▶ 魅力的な宿泊施設が多かった	1位 大分県	2位 沖縄県	3位 神奈川県
▶ 地元の人ホスピタリティを感じた	1位 沖縄県	2位 秋田県	3位 岩手県
▶ 現地で良い観光情報を入手できた	1位 沖縄県	2位 京都府	3位 奈良県
▶ 子供が楽しめるスポットや施設・体験が多かった	1位 千葉県	2位 沖縄県	3位 和歌山県
▶ 大人が楽しめるスポットや施設・体験が多かった	1位 沖縄県	2位 千葉県	3位 京都府

じゃらん 2013

2005年全国幹線旅客純流動調査の観光目的の流入量を見ていくと、石川県はかなり高いポジションにあるが富山県、福井県はそうでもない。ブランド総合研究所の魅力度ランキングでは石川県は13位、富山県26位、福井県40位と観光地といえる存在とはいえない。やはり金沢以外は観光だけで勝負するにはかなり難しい。一方、財団法人日本交通公社が作成している観光資源台帳から資源の分布状況をみると、全国のBランク以上の先というのは、自然資源では富山県が多いが、石川県、福井県はそうでもない。魅力度ランキングでも低順位に沈む。全国的に見て北陸三県は、素材はよいがホスピタリティや情報提供など周辺付加価値が少なく、現在の観光スタイルでは勝負できない。では本当に北陸には魅力がないのかということ決してそうではない。理由の大きなものは上記の高付加価値化以外に「知られていない」と「知らせていない」とことである。首都圏との時間距離が遠かった北陸は、良い悪い以前に「知られていない」部分が多い。新幹線の延伸により少なくとも金沢までについてはこの問題は解決される。開通後の調査では富山と石川については一気にランキングが上がることになるであろう。ただ、「高付加価値化」や「知らせていない」とことについては福井も含めて依然として大きな課題である。

2005年全国幹線旅客純流動調査に行ける人口
1,000人当たりの観光目的流入量

順位	都道府県	流入量	順位	都道府県	流入量
1	沖縄	4,435	24	福岡	530
2	京都	1,744	25	大阪	521
3	長野	1,573	26	福島	518
4	北海道	1,493	27	東京	512
5	石川	1,106	28	広島	506
6	山梨	1,076	29	鳥取	501
7	静岡	999	30	奈良	480
8	大分	925	31	新潟	437
9	千葉	917	32	岐阜	412
10	岩手	811	33	熊本	406
11	長崎	785	34	愛媛	379
12	和歌山	774	35	福井	354
13	青森	727	36	山口	335
14	栃木	701	37	徳島	332
15	群馬	667	38	高知	293
16	香川	646	39	兵庫	289
17	宮城	640	40	三重	282
18	富山	630	41	佐賀	261
	全国平均	607	42	宮崎	247
19	鹿児島	585	43	愛知	229
20	山形	589	44	神奈川	206
21	秋田	574	45	滋賀	182
22	島根	544	46	茨城	85
23	岡山	540	47	埼玉	38

2005年全国幹線旅客純流動調査 年間K P表および秋季
平日・休日K R表に基づき、当研究所作成
自動車による流動を除く合計

2011都道府県魅力度ランキング

順位	都道府県	得点	順位	都道府県	得点	順位	都道府県	得点
1	北海道	70.7	16	千葉県	20.9	31	高知県	13.0
2	京都府	53.4	17	鹿児島県	20.2	32	和歌山県	12.9
3	沖縄県	50.3	18	秋田県	19.3	33	愛媛県	12.8
4	東京都	40.3	19	熊本県	18.1	33	大分県	12.8
5	奈良県	34.0	20	愛知県	17.7	35	岐阜県	12.6
6	神奈川県	30.6	20	広島県	17.7	35	福島県	12.6
7	大阪府	29.4	22	山梨県	17.5	37	岡山県	12.1
8	長野県	28.9	23	新潟県	17.4	38	滋賀県	11.8
9	兵庫県	27.0	24	宮崎県	17.0	39	山口県	11.6
10	福岡県	26.7	25	岩手県	15.5	40	福井県	10.9
11	長崎県	25.9	26	富山県	15.3	41	鳥取県	10.8
12	静岡県	23.6	27	山形県	14.3	42	栃木県	10.3
13	石川県	22.7	28	三重県	13.7	43	徳島県	10.1
14	青森県	21.4	29	島根県	13.5	44	群馬県	9.8
15	宮城県	21.0	30	香川県	13.4	45	埼玉県	9.6

※ブランド総合研究所調査
「認知度」「魅力度」「情報接触度」「居住意欲」「観光意欲」「訪問率」
「産品購入意欲」の総合評価

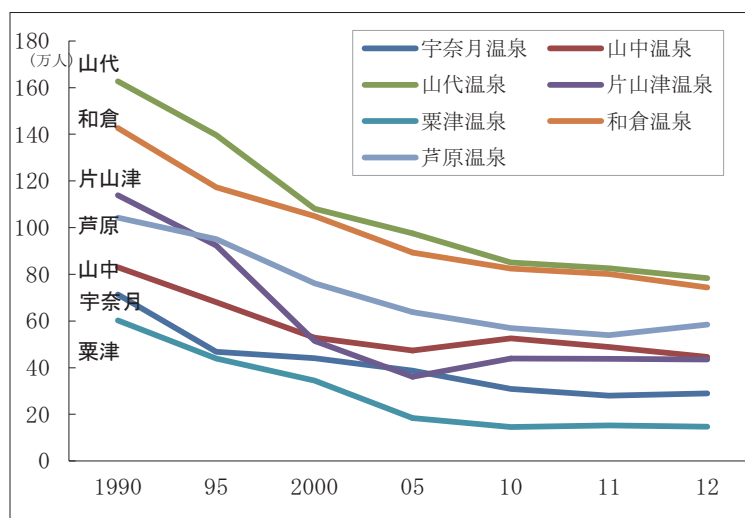
④キラーコンテンツとの連携

北陸であれば、「おわら風の盆」や「三国花火大会」といったキラーコンテンツとも言える一大イベントの同時期前後にもう一つ地域のイベントを開催するような手法があれば滞留時間は増える。あるいはこれらのイベントを起点にして、各観光地への企画バスを走らせたり、在来線の臨時列車で近隣の温泉郷などへの誘客を行なう。観光客にとってはメインのイベントついでに観光スポットを効率的に回ることができるメリットがある。金沢 21 世紀美術館も絶対的な誘客施設であるが、同じ美術系のミュージアムの宣伝や県立音楽堂の活用などを織り込むことでシナジーが期待できる。観光地はそれぞれが独立して仕事をしがちである。ライバルと手を組むことは業界のタブーであるが、それはもう古い考え方である。また勝山の恐竜博物館には科学好きや家族連れが多く集まるため、奥越圏の様々なスポットへの紹介を兼ねたブースを充実させるなど地域全体へ観光客がいきわたる工夫が必要である。このような動きが連携を生みシナジーを発生させるとともに、繁閑差や地域差を解消させることになる。また、観光圏全体としての繁閑差解消やコンテンツの連携、レベルアップにより観光圏ブランドを高めていくことが、高い評価を産み取りピーターづくりに寄与する。

⑤温泉地の再生

温泉の集客力は現在でも大きいものの、長期的な宿泊客の減少が全国的に続いている。しかし北陸にとってはやはり観光の核となるべき施設であり、何らかのテコ入れが必要である。先述のように、時代に合わせたサービスの多様化や価格設定、周囲の観光開発など、宿泊施設に魅力がないと入込客は増えない。

主要温泉宿泊客数の推移



北陸観光協会調 (注) 同協会加盟旅館ホテルについての宿泊客数

a：全国的にも不振な観光旅館業

生活衛生関係施設数（旅館業）の推移

	2008 年度	2009 年度	2010 年度	2011 年度	2012 年度
旅館	50,846	48,966	46,906	46,196	44,744
ホテル	9,603	9,688	9,710	9,863	9,796
簡易宿所	23,050	23,429	23,719	24,506	25,071
下宿	912	869	752	839	801
合計	84,411	82,952	81,087	81,404	80,412

厚生労働省

2012 年度は旅館件数が前年度比で 1,452 件の減少、ホテルも 67 件の減少となった。特に旅館の減少は長期的な趨勢であり、年率 5%の大幅な減少となった。ホテルの客室数は 2009 年度にはじめて旅館数を上回ったが、2012 年度には 7 万 4,000 室まで広がった。訪日外国人観光客は増えており、震災ショックが残る中、旧来の旅館宿泊がホテルにとって代わられる様子がうかがえる。

旅館業の問題点は、夕食や朝食がセットになっているものが多く、ここで付加価値を得ていたものであるが、近年は宿泊客の低価格志向で割高な旅館が宿泊のみのホテルに流れていることが挙げられる。また、宿泊客にとって魅力がない中、集客には代理店の手を借りなくてはならず、これが収益を圧迫していることも問題である。さらには、旅館業には同族経営が多く、社内組織が未整備であったり経営者の手腕が足りない場合が多い。経営の近代化が進んでいないため、需要把握やニーズの発掘、適正な投資規模、web といった新たな媒体への適応などに問題点を抱えがちである。しかし、以下の事例は、斜陽と言われる温泉旅館でも、努力と工夫によってまだまだ経営が成り立つことを示している。

b：和倉温泉加賀屋の場合

和倉温泉の加賀屋は、顧客満足を追求した質の高いおもてなしで旅行新聞社「プロが選ぶ日本のホテル・旅館 100 選」で 34 年連続総合 1 位を獲得し続けている。和倉温泉は、能登半島の中央に位置し、加賀温泉郷やあわら温泉と比較して、もともと団体旅行の入りは悪かった。そのため、サービスを高度化し個人客や家族客の獲得に地道に取り組んでいる。NEC ビッグローブ社が運営する第 4 回「みんなで選ぶ温泉大賞」においても、加賀屋は初回から連続して総合一位を受賞中である。また、姉妹旅館として「茶寮の宿 あえの風」（和倉温泉）を有するほか東京・大阪・名古屋・博多などにレストランをもつ。東京銀座加賀屋の設計プロデュースは陶芸家の大樋年雄氏である。台湾のディベロッパー「日勝生活科技」との合弁で 2010 年 12 月、台北市北投区の北投温泉に地上 14 階・地下 3 階の「日勝生加賀屋」が開業した。

一泊数万円からという料金設定は高いが、これに十分に見合うサービスにより、世界中から団体客、家族客が訪れる。受賞するごとにサービス業界から社員研修を兼ねて訪れたり、子から親へプレゼントする「敬老需要」などを取り込んでブランドを築いていった。

c：大江戸温泉物語の場合

大江戸温泉物語株式会社は 2007 年から全国での温泉施設の運営を開始しており、経営破綻した地方の温泉宿を買収するなどし、全国に大江戸温泉物語の個性的な温泉施設が多数存在する。なかでも、湯屋日光霧降は 1996 年竣工、2007 年 3 月 31 日営業終了の旧メルモンテ日光霧降の建物で、プリツカー賞を受賞した著名建築家であるロバート・ヴェンチャーリ（米国）による設計であり、特徴のあるインテリア及びエクステリアデザインが施してある。また内部には、マルセル・ブロイヤーのワシリーチェアやミース・ファン・デル・ローエによるブルーノチェアなどが配してあり、従来の温泉宿とは一線を画す空間となっている。北陸では大江戸温泉物語 ながやま（石川県加賀市）や山下家（石川県加賀市。民事再生手続を行っていた同社を 2009 年 4 月 1 日に完全子会社化）がある。同社は徹底的に消費者側の嗜好を吟味して、サービスを適正価格で提供するとともに、経営の近代化や正確なコスト測定によって利益を出している。商品企画も多彩である。大江戸温泉物語では全国各地にて湯宿をプロデュースし、店舗を展開させている。その多くが、経営不振で閉鎖された旅館や公共の宿をリニューアルしたものである。

d：湯快リゾートの場合

湯快リゾート株式会社（ゆかいリゾート）は、北陸地方、東海地方、近畿地方、中国地方で格安ホテルや温泉旅館を運営する企業である。カラオケ店チェーン『ジャンボカラオケ広場』などを経営する東愛産業（京都市）の関連会社で、廃業したり競売にかけられたりしている宿泊施設を買収して再生させる手法を用いて規模を拡大している。

2013 年 9 月現在、山代温泉、山中温泉、粟津温泉、片山津温泉、和倉温泉、芦原温泉、南紀勝浦温泉、下呂温泉、南紀白浜温泉、恵那峡温泉、皆生温泉、鳥羽小浜温泉、湯原温泉、湯村温泉、南勢桜山温泉に計 20 店舗を展開している。

宿泊料金は全店舗とも 365 日同一料金・1泊2食付で 7,800 円（癒しの宿 青雲閣は除く）。新規に旅館を建設するのではなく、廃業したり競売にかけられた既存の旅館物件を安く買い取る手法で初期投資費用を抑え、またバイキング形式での料理の提供や、仲居などによる部屋への案内を省くなどの方法で、人件費を従来旅館の半分程度に抑えることにより、低コスト・低価格化を実現した。更に、山中温泉の名門「よしのや依緑園」など格式と伝統を誇ったが廃業した旅館などは、「湯快倶楽部」という位置付けで運営している。「湯快倶楽部」は若者をターゲットにした「彩朝楽」などの格安路線とは一線を画し、年配層をターゲットに設定したもので、「大人が楽しむ風情と味」をコンセプトとしている。価格も 14,800 円に設定し（それでも従来の老舗旅館の宿泊価格と比較すると格安である）、食事もバイキング形式ではなく、料理プランも充実させている。大阪・神戸・京都・名古屋・金沢・富山・岡山・高松から各地のホテルへ送迎バスを運航している。（wikipedia など）

⑥交通手段の確保、宿泊施設の充実

周遊性を確保するためには、観光地から観光地への交通手段を最短・安価で多様なものを提供しなくてはならない。観光地間をつなぐバスやレンタカー、鉄道などの確保が必要になる。また新幹線停車駅はもちろん、空港や港といった施設も含め観光地への動線の確保と短縮化を検討しなくてはならない。特に富山や福井の場合は、拠点駅からの観光ルートがサークルではなく星型になっている。都心から離れた地域では、ターミナル駅に戻って宿泊させるのではなく、地域に魅力的な宿泊施設やアミューズメント施設を設置して滞在時間を長くする必要がある。業者や Web サイトなど情報宣伝をした後、実際に観光客をどうやって運ぶのか、という二次交通の問題もある。従来のマス・ツーリズム（ツアーでの旅行）では観光バスに乗せてスポットからスポットへ運べたが、個人や家族旅行においては重要な問題である。本来観光旅行は極めて私的な時間であり、他人との乗合は嫌われる傾向にある。

富山駅や高岡駅などは、JR の駅レンタカーがあるが、宣伝不足もあり上手に利用されているとは言えない。JR もレールアンドレンタカーといったキャンペーンを行なっているが、あくまで付帯サービスの位置づけである。レンタカーには事前予約が必要であり、多くは少なくとも 3 時間前までの予約が必要である。レンタカーも料金についてもずいぶん安価になってきたとはいえ、時間当たり千円程度の料金がかかると、一人や二人使用ではなかなか元が取れないという声がある。

並行在来線や地域の私鉄やバスなども観光には欠かせないプレーヤーである。主要な観光地を回るバスや繁閑に合わせてダイヤを変更するなど、人を快適に効率的に運ぶための工夫が必要になる。移動の時間も観光の一部である。従来の枠の中にとどまらず。新たな輸送メディアの奮起を期待したい。

⑦ニューツーリズムへの対応

次は拡大されている観光範囲へのキャッチアップである。北陸は食と土産物には評価が高いが、「子供が体験する」「大人が体験する」といったニューツーリズムがあまり発展していない。

ニューツーリズムを開拓していく過程で、周辺の同じテーマのコンテンツを整理でき、周遊ルートの設定に発展させることができる。ニューツーリズムは、観光業者以外や既存の観光地以外も地域おこしや地域の再生を目指して参入できる分野でもある。また、丹念に北陸のニューツーリズムの種を探していくと、意外にコンテンツが豊富なことに驚かされる。ただ、作りこむことと訪問させるためのストーリーづけなどソフト面の充実が必要な場合が多い。

産業観光にしてもエコツーリズムにしても、各地にそれぞれ魅力的なものが増えてきているが、問題はそれらを統合したガイドが存在しないことである。結果的に観光スポットが点のまま散在する形となってしまっていることが惜しい。

a：産業観光・スタディツーリズム

北陸はものづくりが盛んな地方である。自動車関連、工作機械、繊維機械、陶磁器、織物などの生産品目の全国シェアが高く、世界的なリーディングカンパニーも多く集まっている。こうした特徴を背景に、最先端のモノ作り現場、産業発展の歴史、伝統と生活文化に根差す産業といった多種多様な産業観光資源が数多く存在し、実際に作ってみる体験型の施設などが増えている。

b：エコツーリズム（グリーンツーリズム／アグリツーリズム）

観光旅行者が、自然観光資源について知識を有する者から案内又は助言を受け、当該自然観光資源の保護に配慮しつつ当該自然観光資源と触れ合い、これに関する知識及び理解を深める活動（文化庁）である。自然環境の他、文化・歴史等を観光の対象としながら、その持続可能性を考慮するツーリズム（旅行、リクリエーションのあり方）ともいわれる。日本エコツーリズム協会は、エコツーリズムを次のように定義している。①自然・歴史・文化など地域固有の資源を活かした観光を成立させること②観光によってそれらの資源が損なわれないよう、適切な管理に基づく保護・保全をはかること③地域資源の健全な存続による地域経済への波及効果が実現すること——をねらいとする、資源の保護＋観光業の成立＋地域振興の融合をめざす観光の考え方である。それにより、旅行者に魅力的な地域資源とのふれあいの機会が持続的に提供され、地域の暮らしが安定し、資源が守られていくことを目的とする。

いくつかのエコツーリズムやグリーンツーリズムがあるが、自然豊かな北陸としてはまだまだアイテム数もバリエーションも少ない。今後の開発と連携が期待される。

能登のエコツアー ぶなの森（石川県）

ブナ林から水源地の森へ行って川のはじまりの一滴を見る。知力を使って自然を読み解けば隠されたメッセージが見えてくるといふもの。自然の中で体力を使い、森について体験して学ぶ。

<http://bunanomori.com/ecotour/>



能登島ダイビングリゾート（石川県）

能登半島の東は、冬でも穏やかな海が広がり年中ダイビングを楽しむ事ができる。そのようなまだ知られざる生態系豊かな能登の海を紹介するスポットである。10メートル近く伸びる海藻を見上げ、海を散歩する。ダイビング初心者も歓迎している。

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



株式会社エコロの森（富山県）

富山をフィールドにした、環境教育、自然体験活動、森林体験、宿泊学習、修学旅行、企業研修などに応じる。講師の選定、派遣、プログラム企画から宿泊、交通等についても相談することができる。<http://ecolonomori.com/>



c：聖地探訪

近年多くの観光客をひきつけているニューツーリズムである。映画やドラマなども含むカテゴリーであり、「コンテンツツーリズム」とも言われる。アニメ関連については「聖地探訪ツーリズム」とも呼ばれる。いくつか研究論文も出されているが、特定の名所や観光地でなくとも、好きな映画やアニメのシーンの現場に身を置くことによって、それらの作品に参加しているような錯覚を感じさせる効果、あるいは映画やアニメという虚構を現実にし替えられる楽しさや臨場感、あまり周辺には同好の者がいなくても、そこに行けば出会える、交流することができるというメリットもある。

古くからNHKの大河ドラマの舞台がこの対象であったが、現在ではアニメの集客力が大きいようである。有名なものは「らき☆すた」の舞台となった埼玉県鷲宮町の鷲宮神社では、初詣客が放送開始後の2年間で13万人から42万人まで増えており、典型例として紹介されてきた。放映後5年以上がたっても勢いは衰えていない。これはアニメ愛好者の聖地巡礼がリピーター化していることを示している。すでにアニメのシーンを模擬体験したいと言うレベルから交流の場になっている。細分化された趣味を持った人たちが鷲宮神社近くで集まることでコミュニティが形成され、「ここで友達が70人できた」「みこしをかつぐために引きこもりが治った」という話もあるらしい。画一的な従来の観光からは一番遠い分野である。もっとも彼らは商業化されたイベントや押しつけを極端に嫌うため、このハンドリングに地元は相当気を使っているようである。北海道大学観光学高等研究センターの山村高淑准教授は、鷲宮の成功の鍵を「手作り」「作品のためになるようなことをしよう」「みんなで楽しもう」の3つであるとしている。「聖地」には「聖者」がおり不可侵であることと、地元側が「交流」を支援する裏方に回ることによって、「交流」が苦手な人たちのコンプレックスを逆手にとってやってきたことが功を奏している。受け入れる側と訪れる側との思いやりが長続きの要因であろう。

北陸の聖地探訪

北陸のアニメというと、氷見市出身の藤子不二雄A氏や輪島市出身の永井豪氏が思い浮かぶが、平成に入ってから多くのアニメの聖地がある。特にアニメーションを手掛ける工房は東京近辺以外では京都の(株)京都アニメーションと富山県南砺市にある(株)ピーエーワークスのみである。アニメを制作する現地の様子が背景サンプルとして多く登場することから、ピーエーワークスが手掛ける「true tears」というアニメ作品の巡礼先として南砺市がクローズアップされたのは鷺宮と同時期の 2008 年頃である。そのほか石川・福井にも近年有力なアニメ関係のコンテンツが多く、各商店街や地域を中心として観光とのタイアップ企画が目立つようになってきた。



石川県湯涌温泉と「花咲くいろは」



城端をアピールする「true tears」



福井県あわら市 経済産業部 観光商工課HP

d: スポーツツーリズム

北陸には大きな市民フルマラソンは「能登和倉万葉の里マラソン」、「とやま清流マラソン」、「黒部名水マラソン」の3つしかない。トライアスロンは、七尾湾岸トライアスロン、射水市・海老江海浜公園トライアスロン、トライアスロン珠洲大会がある。自転車では「ツールドのと」が全国的に有名である。プロスポーツは少ないため、市民参加の上記のようなレースにタイアップした観光開発が課題である。福井では、30年近く続く「FUKUI スーパーレディス駅伝」が毎年秋に行われ、一般参加も可能な大会として全国にTV中継もされているが、集客への仕掛けはこれからの課題である。現在、新幹線開業を機にして、「富山マラソン 2015」と「金沢マラソン 2015」が企画されており、今後大きなマラソン大会として定着していくことが期待される。

富山マラソン 2015

開催日程：2015年11月1日（日）

参加予定人数：約10,000人

HP：<http://www.toyamamarathon.com/>
富山マラソン実行委員会



金沢マラソン 2015

開催日程：2015年11月15日（日）

参加予定人数：12,000人

HP：<http://www.kanazawa-marathon.jp/>
金沢マラソン開催推進室



スポーツツーリズムは、冬場雪に閉ざされる北陸にはあまりなじみがない。ウインタースポーツや自然を利用した特色ある競技会の誘致が望まれる。特に富山においては、観光地が分散している弱みを逆手に取った自転車による周遊レース、温泉地の多い石川県では温泉地を巡る駅伝やマラソン大会、あるいは四国のお遍路のようなルート設定などヘルスツーリズムとの組み合わせも有力である。

寺社仏閣や温泉も多く、能登や奥越、嶺南まで含め、四国88か所まではいかなくても、もっと短いお遍路コースなどできそうである。温泉と組み合わせればヘルスツーリズムになる。大人の一日の歩ける距離は30～40kmであるが、これだけの距離があれば次の宿泊地や観光スポットに到達できる。観光は企画力の勝負である。

⑧素材から商品へ、商品からパッケージへ、 パッケージからプロモーションへという作りこみ

北陸にはニューツーリズムの要素も多くあり、それぞれに楽しめるものとなっているが、北陸の多くの観光産業ないし観光資源にいえは、「商品」に至らず「素材」のまま提供していることが多い点である。近年「着地型観光」という考え方がもてはやされているが、これは観光客や旅行者を受け入れる地域が自分たちの持つ観光資源を活かして企画するものであり、地元の人を外の観光地に送り出す従来の「発地型観光」とは異なる。この場合、観光開発を行なうのは地元側となるが、海の幸や山の幸あるいは景勝地や効能ある温泉というものは、観光の素材にすぎない。これをそのまま商品にすることは可能であるが、付加価値が低いという欠点がある。

例えば福井県勝山市の恐竜博物館の場合、恐竜の化石は「素材」でしかない。そこから派生する歴史や科学的な知見などを加えて「恐竜博物館」という商品となる。これでも立派な商品であるが、単純に広告を打って来館者を待つだけでは商品のままである。これに学校向けの教育旅行というマーケットや、夏休みの自由課題の対象といったストーリー設定、あるいは永平寺や「ゆめおーれ」など、周辺の観光スポットを付加することによってようやく「観光パッケージ」ができあがる。ここまでできてはじめて多くのマーケットに働きかけることができる観光地となる。

先述したとおり、北陸には古くからある観光素材に加え歴史・産業・文化などが多く残っているが、これをただ素材のまま提供しては、消費者サイドの選択肢は狭く、付加価値が低い。着地型観光では、観光商品とパッケージの開発が欠かせないが、多くは素材のまま提供して付加価値性と継続性が失われたままになっている。観光には、商品やサービスの絶え間なき「作り込み」が必要であるが、この点の理解が乏しい。能登の千枚田は確かに歴史と文化を今日に示す景色ではあるが、これに世界農業遺産というブランドを付与し、ライトアップを行ない里山里海として周辺部のさまざまな特産や体験型のツーリズムなども加えていくことで商品パッケージとしている。旅行者は見るだけでなく、歴史を知り文化を知り宿泊し体験を加え、そして土産物を持ち帰る。このように素材に見せ方の工夫を施しストーリーをからめ、その土地土地に引き込んでいく装置が必要であり、人工的に作り込んでいくものである。成功している観光地は素材ではなくパッケージで勝負ができる場所である。そのためには、地元のサービス提供者が深く自分たちの資源について理解しなくてはならない。観光は「人気商売」である。紹介したものはニューツーリズムの一部であり、富裕層をターゲットにするラグジュアリーツーリズムなども有望な分野である。

⑨広域推進機構の重要性

最後に重要なことは、そのように作り込んだ観光資源を統合し、効率的にプロモートする広域観光推進機構の存在である。観光のプロモーションは行政頼みの面があるが、本来は自分たちで行なうものである。県や市町村は産業振興のため、観光地のPRなどを行なうが、彼らとて観光については素人であり、数年のローテーションで他の部署に転出する。事業者が中心になって自治体を含む広域にわたる観光推進組織を立ち上げ、効率的で統一的なプロモーション

を企画したり、外国でキャンペーンを行ったり、あるいは観光地整備や指導、発掘を行なうことが必要不可欠である。現在はほとんどのプロモーションが各県単位で行なわれている。北陸新幹線は地元では大きな話題となっているが、首都圏では「長野新幹線が延伸するらしい」といったとらえ方が主であり、開業 1 年前の時点ではあまり周知されていないのではないかとされている。新幹線の延伸が、北陸 3 県が本格的な広域連携の強化につながれば良いと思われる。

広域連携ができることによって、点在している観光資源を面にしていく取り組みが可能になるほか、テーマごとのコース設定、客観的な観光スポット評価なども可能になる。北陸三県を範囲とした広域的な観光プロモーションは、北陸経済連合会が中心となって近年行っている。

北陸フォーラム 2014 年 2 月 3 日

北経連と北陸電力は、富山県・石川県・福井県・中小企業基盤整備機構の後援、北陸銀行・北國銀行・福井銀行の協賛のもと、東京のホテルニューオータニに於いて「北陸フォーラム 2014」を開催した。永原会長をはじめ、犬島副会長、小田広域観光推進委員長、北経連役員、3 県関係者や首都圏各企業の幹部、観光関係者など、講演会に約 1,000 名、懇親会に約 1,300 名が参加した。

講演会では、医学博士の林成之氏が「勝負に強いリーダーになる脳の仕組み」と題して講演されたほか、北陸地域の企業誘致 P R ビデオを放映した。

懇親会では、日本海の幸や、北陸の地酒などのほか、落合務シェフの北陸の食材を用いたイタリアン料理も提供された。また、Café de la Harp によるハーブ（日本で唯一福井県にて生産）演奏や、JAZZ トランペッター高澤綾（石川県出身）JAZZ クインテットの生ライブもあり、来場された皆さんは北陸の「食」と「文化」を堪能され、会場内は終始賑わった。

P R 展示コーナーでは、北陸の企業立地環境や観光の P R、各県の特産品の販売などが行われたほか、北陸新幹線車両模型の展示に人気が集まった。

（北経連トピックス No. 153）

北陸の和菓子 江ノ電でPR 北経連が特別電車

来年春の北陸新幹線開業に合わせ、石川、富山、福井の三県の企業などでつくる北陸経済連合会（北経連）などは二十二日、神奈川県鎌倉―藤沢間を走る江ノ島電鉄で特別電車「北陸うまいもの号」を運行させた。インターネットなどで募集した乗客五十人が参加し、北陸自慢の和菓子などを味わった。昨年が続いて二回目の運行。出発式で、北経連の小田禎彦・広域観光推進委員長は「湘南のみなさんに北陸に親しんでもらいたい」とあいさつ。乗客は往復約一時間の電車内で、自ら抹茶をたて、和菓子を堪能した。神奈川県鎌倉市の会社員西村徳子さん（57）は「二十年ぐらい前に北陸に行った時も和菓子の印象が強かった。機会があれば行ってみたい」と話した。長野―金沢間の北陸新幹線開業で、東京―金沢の所要時間が一時間二十分短縮されることから、沿線自治体は首都圏からの観光客誘致を目指している。

（2014年2月23日 北陸中日新聞）

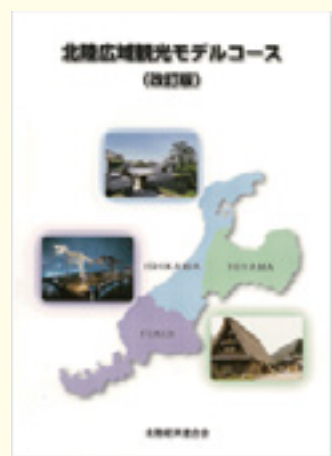


江ノ電の車内で、抹茶をたてながら北陸の和菓子を楽しむ参加者

北陸経済連合会および北陸イメージアップ推進会議は、北陸の認知度向上、魅力・満足度向上に向けた取り組みの一環として、観光事業者向けPRツール『北陸物語 vol.3』を発売した。『北陸物語』は旅行者の興味・関心を高めるために、北陸三県の歴史や文化、自然などの地域資源を、北陸のコア・コンピタンスを効果的に伝える5つの物語として編集したものである。



また、2011年1月には「北陸広域観光モデルコース (改訂版)」を発行している。2002年に発行した「北陸広域観光モデルコース 55」の内容を見直し、23のテーマによる65のモデルコースを作成しており、県境に縛られない広域の周遊ルートを紹介している。



「北陸物語」にみる周遊型観光圏づくり

北陸は多くの桜の名所を抱える地域であるが、その土地その土地で見せる表情も非常に豊かである。桜の名所はそれだけでは観光素材でしかないが、北陸3県という広域で考えたときには、2泊3日の周遊型観光商品となる。北陸の地形は南北と海山で桜の時期にも時間差が発生するが、これにツツジやミズバショウなどの花を広域で組み合わせれば、5月の連休中でも花好き植物好きにとっては付加価値の高い旅行パックとなる。広域での取組は広告活動だけではなく、多様化や商品化や高付加価値化にも寄与する。

新幹線によってもたらされる効果を隅々までいきわたらせることが必要不可欠である。



「ゴールデンウィークに見ごろの花回廊」——モデルコース例

	富山～金沢 2泊3日コース	金沢～福井 2泊3日コース
1日目	<ul style="list-style-type: none"> ◎護国寺のシャクナゲ(富山県下新川郡朝日町) ○沢スギ自然館(下新川郡入善町) ※詳細は58ページ参照 ○富山県中央植物園(富山市) 富山市緑中町上巻B42 ☎076-466-4187 <p style="text-align: right;">(富山市泊)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ◎白山麓大黒山のミズバショウ(石川県白山市白峰) ※トレッキングです。山歩きのできるスタイルで。 ◎兼六園のツツジ(石川県金沢市) <p style="text-align: right;">(金沢市泊)</p>
2日目	<ul style="list-style-type: none"> ○藤波チューリップ公園(砺波市) ○チューリップ四季彩館 砺波市中央110番地1 ☎0763-33-7716 <p style="text-align: right;">(金沢市泊)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ◎西山公園のツツジ(福井県鯖江市) ◎紫式部公園のフジ(越前市) ◎結の故郷のシバザクラ(大野市) <p style="text-align: right;">(大野市泊)</p>
3日目	<ul style="list-style-type: none"> ◎兼六園のツツジ(石川県金沢市) -金沢市内観光 	<ul style="list-style-type: none"> ○永平寺町レンゲ畑(吉田郡永平寺町) ※詳細は18ページ参照 -永平寺など観光

⑩地域が連携した観光プロモーション

a：四国の例

四国の例を挙げると、四国ツーリズム創造機構（香川県高松市）がある。この団体は、1993年から活動していた四国観光立県推進協議会が、2009年7月31日、「民間組織力の活用」「民間知力の活用」「民間資金の活用」という理念のもと、官民一体となったオール四国の観光推進組織として、生まれ変わったものである。

また、「四国はひとつ」という認識と総合的な観光戦略のもと、四国の認知度向上や国内・海外観光客の誘客の促進、魅力ある観光地づくりなどの諸事業を、官民一体となって効果的かつ円滑に実施し、四国の観光産業の振興と経済の発展、地域の活性化や国際化に寄与することを目的とする団体である。「四国遍路へでかけよう」を始めとして、「四国西南、四万十エリアへ、しこくろり、ゆるり旅」や「GoodLuckTrip 四国」「四国」などのパンフレットを出し統一的なプロモーションを行なっている。

b：九州の例

2011年の九州新幹線全線開通を控え、鹿児島商工会議所及び熊本商工会議所、福岡商工会議所は「オール九州」で観光客をつかむため、九州新幹線直通便が乗り入れる山陽新幹線の主要駅で共同キャンペーンを実施した。また、近畿・九州・沖縄の12商工会議所は「九州新幹線を活用した西日本活性化研究会」を発足させ、近畿と九州の経済交流の促進も図っている。

九州には九州観光推進機構（福岡県福岡市）がある。「九州はひとつ」の理念のもと、官民一体となった九州地域の自立かつ一体的な発展に向けて、2003年10月「九州地域戦略会議」が設置された。その活動から九州観光戦略の策定が決議され、2004年1月に「九州観光戦略委員会」を設置した後、九州観光を振興するために九州が一体となって取り組むべき戦略について検討を行ない、同年10月に「九州観光戦略」を取りまとめた。

また、「観光王国・九州」の実現に向けて、九州地域における観光客の受入れ体制の整備をはじめ、国内大都市圏や東アジアなど、国内外の重要市場をターゲットとした観光客誘致活動など、この九州観光戦略を実践的かつ着実に展開していくため、2005年4月に「九州観光推進機構」を設置している。九州全体で取り組んだ方が効果的・効率的な事業や、九州一体でなければ出来ない事業、九州というスケールメリットが活かせる事業に取り組んでいる。さらに観光事業者や行政はもとより、広く九州に暮らす方々や一般企業、大学などとも連携しながら、九州を訪れる人、暮らす人がともに心地よく満足できる九州の実現を目指している。

九州観光推進機構の概略

組織名称	九州観光推進機構	
対象地域	福岡県、佐賀県、長崎県、熊本県、大分県、宮崎県、鹿児島県	
設立	2005年4月	
組織の構成員	役員団体・企業	いわさきコーポレーション株式会社、雲海酒造株式会社、大分県、鹿児島県、社団法人九州経済連合会、九州電力株式会社、九州旅客鉄道株式会社、熊本県観光連盟、佐賀県、株式会社JTB九州、株式会社ジェイティービービジネスサポート九州、全日本空輸株式会社、長崎県、西日本旅客鉄道株式会社、西日本鉄道株式会社、日本航空株式会社、福岡県、福岡地所株式会社、宮崎県、（50音順、2012年5月23日現在）
	正会員	株式会社NTTドコモ、公益社団法人鹿児島県観光連盟、財団法人九州経済調査協会、九州経済経済連合会、公益財団法人九州国立博物館振興財団、九州商工会議所連合会、株式会社近畿日本ツーリスト九州、社団法人佐賀県観光連盟、JR九州高速船株式会社、社団法人ツーリズムおおいた、株式会社電通、九州、トップツアー株式会社、社団法人長崎県観光連盟、長崎自動車株式会社、株式会社日本旅行、ハウステンボス株式会社、株式会社博報堂、社団法人福岡県観光連盟、株式会社マインド、宮交ホールディングス株式会社、公益社団法人みやざき観光コンベンション協会、祐徳自動車株式会社、株式会社リクルートなど計182社（50音順、2012年5月23日現在）
事務局	専属職員	常勤31人（25人は構成団体より派遣され、人件費も派遣元が負担。6人は人材派遣会社からの派遣社員であり、その費用は機構が負担。）

c：東北の例

九州と同じく、東北には東北観光推進機構（宮城県仙台市）がある。この団体は、東北観光の認知度向上を図り、国内・海外の観光客等を誘致するためにも、観光を、東北で成長が見込める「戦略産業」と位置づけ、日本の中の東北、世界の中の東北という視点を持ちながら、官民が一体となって、従来の行政単位を超えた広域的な交流・連携を進め、「東北の観光戦略」を推進していくことが必要としている。そのうえで、2007年1月1日に施行された『観光立国推進基本法』で「魅力ある観光地づくり」「民間の活力が十分に発揮される観光団体の整備」「地方公共団体の広域的な連携強化」などの施策が示され、東北の官民が一体となった東北観光戦略の策定と観光戦略推進のための体制整備を行なっている。発足に際しては九州観光推進機構をモデルにした。

東北推進機構の概略

組織名称	東北観光推進機構	
対象地域	青森県、岩手県、宮城県、秋田県、山形県、福島県、新潟県、仙台市	
設立	2007年6月	
組織の構成員	役員団体・企業	社団法人東北経済連合会、東北六県商工会議所連合会、東日本旅客鉄道株式会社、株式会社JTB東北（50音順、2012年11月16日現在）
	会員	青森県、岩手県、宮城県、秋田県、山形県、福島県、新潟県、仙台市、株式会社エヌ・ティ・ティ・ドコモ、株式会社近畿日本ツーリスト、全日本空輸株式会社、東北電力株式会社、トップツアー株式会社、日本航空株式会社、社団法人日本ホテル協会、日本旅館協会、株式会社日本旅行、東日本高速道路株式会社、東日本電信電話株式会社、東日本旅客鉄道株式会社など計109先（順不同、2012年11月16日現在）
事務局	専属職員	常勤17人（16人は構成団体より派遣され、人件費も派遣元が負担。1人は人材派遣会社からの派遣社員であり、その費用は機構が負担。）

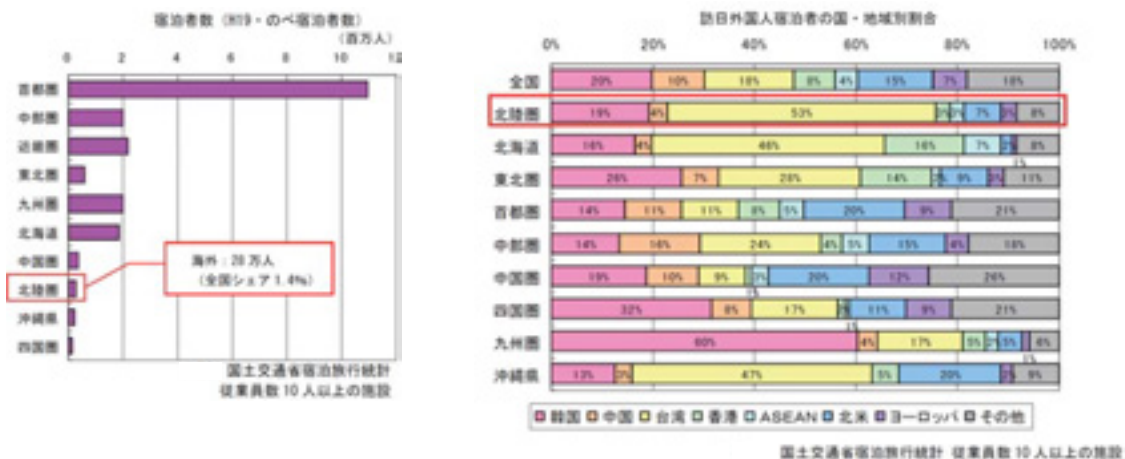
d: 3つの組織に共通するもの

官民一体となって、各県単独では力不足なところを「四国」「九州」「東北」という面として、一つの大きなブランドとして売り込む組織となっている。首都圏や海外からみれば、各県単位でのプロモーションには限界があろう。また、組織的には専属職員を多数擁し、どの地域にも、どの業種にも偏ることなく視界を広げている。ユーザーや旅行事業者からも、企画作りや問い合わせの最初の窓口として機能している。

4: 北陸のインバウンド

4-1: 北陸における訪日外国人観光客

外国からの観光客誘致は、日本にとって国家戦略上も大きな課題であることは先述のとおりであるが、北陸の現状はどのようなものか。国土交通省の宿泊旅行統計（2007年）によると、北陸圏の海外からの宿泊者数は28万人足らずとなっており、これは全国シェアで見ても1.4%程度と非常に少ない。

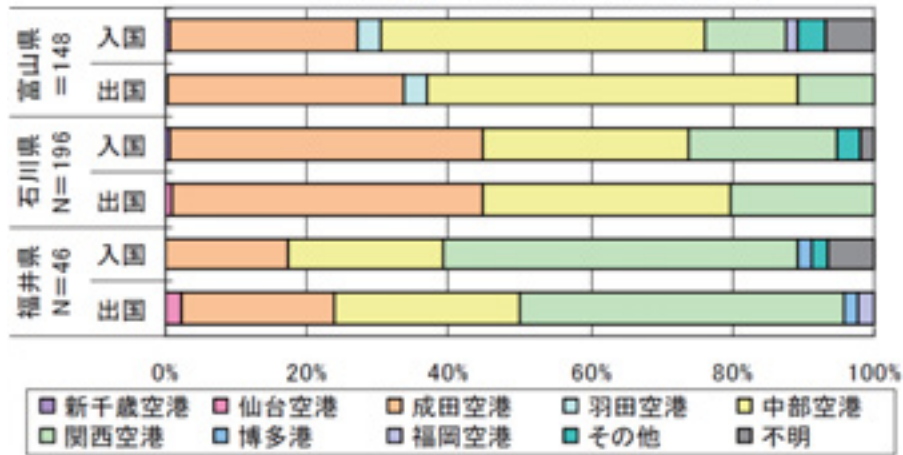


また、訪日外国人宿泊者の国・地域別割合をみるとほかの地域に比較して台湾からの来客が非常に多い。なお、これは従業員数10人以上の宿泊施設からのみ統計をとっているため、欧米人に多く見られるバックパッカーのような簡易宿泊を利用する部分が正確に反映されていないという面もある。



同年のJNTOの県別旅行形態をみると、富山・石川・福井の順で団体旅行比率が小さくなっていくことがわかる。富山は主に黒部アルペンルートや雪の大谷が台湾人に大人気であり、石川県は特に温泉人気で同じく台湾を中心にツアー客でにぎわっていることがこのような結果になったと考えられる。

北陸圏を訪れた外国人の入出空港



JNTO訪日外客実態調査 (訪問地調査編)

また、同じ JNTO の調査では、これら外国人観光客がどこから日本に入国したかがわかる。これによると、ほとんどは成田や羽田など北陸域外の空港からであることがわかる。であれば、遠い空港からわざわざ電車や飛行機を乗り継いで北陸の地に来る 28 万人シェア 1.4% という数字は、低いと見るより、まだまだ上がっていくポテンシャルを秘めた数字とみることも可能になる。

外国人の目に北陸の地はどう映ったか。各種統計をとると、訪日客が少ない北陸にとって有意な統計はあまりないが、満足度（推薦率）という統計では興味深い結果が出ている。これは実際に訪問した外国人に対し「友人にぜひ勧めたい場所」どうかアンケートを取り比率で表したものである。

推薦率ランキング				
順位	全体	訪問件数 (人)	推薦件数 (人)	推薦率 (%)
1	ニセコ	81	29	35.8
2	白馬	19	12	63.2
3	立山・黒部	85	53	62.4
4	石塘島・湖島	17	8	47.1
5	南紀	38	19	50.0
6	十和田湖・奥入瀬	42	21	49.0
7	沖縄本島北部	123	61	49.6
8	富良野	149	69	46.3
9	湯布院	188	74	39.4
10	草津	42	18	42.9
11	京都市	2,791	1,162	41.6
12	東京ディズニーリゾート	1,147	457	40.0
13	ハウステンボス	296	118	39.9
14	軽井沢	71	27	38.0
15	阿寒・摩周・釧路	61	23	37.7
16	鳥取市	27	10	37.0
17	房総	93	34	36.6
18	有馬温泉	62	22	35.5
19	山口市	23	8	34.8
20	日光	471	159	33.8

推薦率ランキング				
順位	韓国	訪問件数 (人)	推薦件数 (人)	推薦率 (%)
1	岡谷	15	8	53.3
2	富士山	39	21	53.8
3	伊豆半島・熱海	28	14	50.0
4	富士五湖	14	7	50.0
5	湯布院	111	51	45.9
6	ハウステンボス	185	79	42.7
7	登別	74	31	41.9
8	沖縄本島北部	12	5	41.7
9	鹿児島市	20	8	40.0
10	お台場	554	210	37.9
11	箱根	247	93	37.7
12	東京ディズニーリゾート	214	77	36.0
13	富山市	14	5	35.7
14	別府	273	97	35.5
15	京都市	489	164	33.5
16	日光	96	32	33.3
17	有馬温泉	15	5	33.3
18	姫路	55	18	32.7
19	金沢	10	3	30.0
20	横浜	248	73	29.4

推薦率ランキング				
順位	台湾	訪問件数 (人)	推薦件数 (人)	推薦率 (%)
1	立山・黒部	68	46	67.6
2	十和田湖・奥入瀬	27	14	51.9
3	日光	64	33	51.6
4	沖縄本島北部	54	28	51.1
5	草津	17	8	47.1
6	富良野	73	33	45.2
7	東京ディズニーリゾート	378	172	45.5
8	阿寒・摩周・釧路	40	17	42.5
9	鎌倉	27	11	40.7
10	京都市	375	151	40.3
11	伊豆半島・熱海	70	27	38.6
12	湯布院	38	14	36.8
13	ハウステンボス	87	31	35.6
14	軽井沢	40	14	35.0
15	白川郷	58	20	34.5
16	房総	11	4	36.4
17	香積・馬籠	12	4	33.3
18	沖縄本島南部	80	26	32.5
19	別府	62	20	32.3
20	岡谷	185	59	32.0

※訪問件数が10人未満の訪問地は対象外とする。

この調査は空港で外国人にインタビューを直接行っているものであり、サンプル数がそれほど多くなく、ひとつの傾向としてしか見ることはできないが、推薦率の上位に「立山・黒部」が入る。特に台湾人の推薦ランキングでは大差の1位を獲得している。1位のニセコと2位の白馬はスキー客が多いと思われ、純粋な観光という点では立山・黒部の実力は順位以上に高い。韓国からの来訪者の推薦率によると、富山市が13位、金沢が19位と横浜より上位に入る。北陸はインバウンドの絶対的な数字では少ないが、潜在的な競争力は非常に大きい地域であると考えられる。これまで来客が少なかった理由は、単に「遠いから」「知る人ぞ知る地域」「宣伝不足」であったからであろう。

2009年に日本銀行金沢支店が出した「ほくりくのさくらレポート vol.10」において北陸におけるインバウンド観光の動向が整理されているが、同レポートでは、中期的には北陸3県を訪れる外国人旅行者が増加しているとしている。特に2003年以降では台湾人を中心としたアジア人の増加が大きく、「台湾中心市街地での壁面広告など官民を挙げたプロモーションを行ってきたこともあって、立山黒部アルペンルートがブームになっているため(富山県)」としている。また、ミシュラン・グリーンガイドへの掲載が石川県富山県で多くなってきており、欧米人へのアピール力もついてきたとしている。課題としては、消費額の大きな欧米人の誘客、国際定期便の運航、海外への情報発信、外国語表示の不足などをあげているが、実際そのとおりであろう。北陸のインバウンドは始まったばかりである。

4-2：北陸のインバウンドへの起爆剤となるか「昇龍道」

「昇龍道プロジェクト」とは、中部運輸局、北陸信越運輸局及び中部広域観光推進協議会と、中部北陸9県の自治体、観光関係団体、観光事業者等が協働して中部北陸圏の知名度向上を図り、主に中華圏からインバウンドを推進するための試みである。魅力的な観光資源が凝縮している中部北陸圏の海外へのプロモーション、中部北陸圏によるおもてなしの心と受入環境のレベルアップについて、関係者が、効果的に、かつ、一体感を持って自主的に取り組むことを目的とする。(昇龍道プロジェクト推進協議会規約抜粋)

活動の重点は以下のとおりである。

1. 受入環境水準の向上等
2. 一貫したプロモーション
3. 市場への戦略的なアプローチ
4. 昇龍道プロジェクトの活動内容の発信
5. 関係省庁との連携

これまで日本で行なわれていたバラバラなインバウンド誘致活動を中部北陸地区に置いて一本化し広域化と規模の利益を追求しながら効率的な誘致活動を官民一体となつて行なおうという野心的なものである。

昇龍道とは、龍を好む中国からの観光客を念頭に置き、北陸中部の観光地を龍の体になぞら

えて命名されたものである。三重県を龍の尻尾とし、能登半島を龍の頭に見立てるものであり、龍という一貫したテーマに基づいて各地を周遊しながら旅行をしてもらうイメージである。国の後押しがある中で、統一した広域のプロモーションがなされることは非常に有意義である。しかしこれだけではインバウンド振興とならない。やはり地域側の汗を流した長期に渡る取り組みがないと実を結ぶことは難しい。近年北陸の地方公共団体や観光協会などが、インバウンド先進都市となった高山と協定を結ぶ事例が多くみられるが、単に成功した高山にあやかろうというのでは成功は難しい。



中部運輸局・北陸信越運輸局

4-3：新幹線も高速道路もない高山に外国人客が押し寄せる理由

岐阜県高山市は、山に囲まれた盆地である。主要産業は家具や木工であり、製造業がさかんとは言えない。中心市街地には江戸時代以来の城下町・商家町の姿が保全されており、その景観から「飛騨の小京都」と呼ばれている。観光ガイドでは飛騨高山と記され、全国各地から毎年非常に多くの人々が観光に訪れる。また、最近では、「日本の原風景を残す街」として紹介され、国外からの観光客も増加している。仏ミシュランの実用旅行ガイド「ボワイヤジェ・プラティック・ジャポン」では必見の観光地として3ツ星を獲得している。また、2009年3月発行の「ミシュラン・グリーンガイド・ジャポン 2009」、2011年3月発行の同グリーンガイド第2版においても3ツ星を獲得している。

このように高山市が観光で成功した理由を以下に挙げていく。

①背水の陣

国際観光都市高山が成功した理由は、戦前の自ら資金を負担して登山道を整備したところからはじまる。大きな産業もなく高速道路も新幹線もない高山にとって、観光は地域が一体となった「街おこし」であった。行政や中央資本に頼る集客ではなく、観光協会を法人化し、責任の所在をはっきりさせたうえで資金も人も知恵も出して頭も使い汗を流しながら地道に取り組んできた結果である。

②はっきりした数字

もうひとつ見逃してはならないのが、高山は山あいの盆地であり、入込観光客の実数が比較的容易に確実につかめたことである。これにより、キャンペーンや投資の効果が検証できる体制にあったため、投資とリターンについての関係が把握できた。北陸の場合、入込客数の正確な数字が取りにくい。観光施設への入込は延べ数であり、宿泊しない日帰り客や通過客の実数は把握できない、あるいは多重カウントされてしまう。人の動きや流れも把握できない。高山の場合は交通路が未発達であったこともあり、当初は大半が宿泊客であり統計の数値は信用できるものである。数字がしっかりしているため、また、地元業者が資金を出してプロモーションを行なうため、無駄なプロモーションもなく、人を呼び込むノウハウが蓄積されていたものと推測される。

③長期的でコンスタントな取り組み

また、数年ごとに大規模なイベントを継続させている。ただ継続させるのではなく、数年ごとに来てもコンテンツで飽きないようSLを走らせるなどの工夫が見られる。また単に呼びこむだけでなく、滞在時に快適に過ごせるようなホスピタリティの改善と浸透、統一化を図り高山ブランドを高めていった地道な活動も見逃せない。

④強いリーダーシップ

行政に任せきりではなく、民間から行動力のある強いリーダーが現れ、行政や業界全体を巻き込んで観光に注力してきたことも大きな成功の要因である。また、強いリーダーシップがあるため、国鉄・JRなども巻き込み、多くの関係者と連携しながら知恵を絞り汗を流すことができた。これが市民もまきこんだ一体感と観光地としての懐の深さを作り上げたといえる。

⑤ガイドへの掲載

インバウンドを効率よく推進するにはいくつかのポイントがあるが、権威のある外国メディアでの紹介がもっとも有効である。「ミシュラン」が、高山を三つ星に選定しているが、関係者は長い地道な努力が実った結果であるとしている。「ミシュランは秘密裏に調査し、マイナス面も採点していく。三つ星は、街並みや祭りなどを官民挙げて守り、おもてなし向上などの努力を数十年も地道に続けてきたことが評価されたのではないかと高山市の観光課長は語る。ミ

シュラン以上に利用者の多い旅行ガイドブック「ロンリープラネット」も、高山を「本州中部では訪れるべき優先順位が高い」と採点している。

外国旅行をする際には、よほど慣れたりピーターでない限り、自国の言語や英語によるガイドブックを利用した訪問が多くなる。これは、不案内な外国であれば当然のことであろう。このガイドブックによりよく掲載されることが外国からの観光客を呼び込む近道となる。

⑥早い時期からのインバウンドへの取組

昭和の終わりごろからインバウンドに取り組み始めており、平成に入ってからパンフレットの多言語化に取り組んでいる。80年代の終わりごろといえば、日本はバブル期やスキーブームで景気は良かったはずである。その時に次の需要としてインバウンドをターゲットとしていることは先見の明があったと言わざるを得ない。国内客の先細りまでは予測していなかったものと考えられるが、国内からの誘客に限界を感じていたという。投資対象として早くから海外に目を向けていたことは確かである。また海外へのプロモーションも非常に戦略的で効果的である。海外を一律に見るのではなく、当初は来訪客が多く見込め、お金も多く落としてくれる欧米や台湾をターゲットとしたプロモーションを行ない、現在では成長が著しいアジア地域を中心にしている。ミシュランや世界的に有名な旅行案内への掲載を早期に達成するなど、入込客を分析した効率的なプロモーションが機能した。

⑦岐阜県の支援

単独の自治体だけが一生懸命取り組んでいるケースが多いが、ブランドを作って実際に外国のマーケットを深耕し、そこからお客さんに来ていただくためには、「こんなきれいな所があります、こんな美味しいものが食べられます」だけでは弱い。産品、農産物、あるいは地域の名産を一体として取り組むことが必要になる。高山のインバウンドへの熱意を支えたのは岐阜県である。市と県、県の関係部局挙げた取り組みがなされている。岐阜では関係部局が一体となった会議や実際の日常の交流が上手くいっているという。そのための人材育成、チーム作り、市場との人脈作りにも明白なものがある。役所ではどんなに優秀な人でも時期がきたら異動になるが、岐阜の場合は異動期間も調整し、できるだけ必要な人は長く同じ部局で働いてもらう、あるいは関連の所に異動してまた戻って来ることになっている。こうして長期間責任を持って仕事をする体制と方針が明確化されることにより、外国との人脈が養われる。岐阜の場合、観光課の長は民間から来た女性が務めている。決して次の仕事への腰かけにはならない。腰を据えた長期の対応と、責任の所在をはっきりさせないとお役所仕事になってしまう。特に観光は種をまいて刈り取るまでの期間が長く、効果測定も困難な産業である。岐阜の場合は、連れてきた人に仕事ができるよう権限も与えチーム作りもする。そのために知事が先頭に立っているという。

観光に活路を求めて背水の陣で取り組んできた高山市と、サポートを惜しまなかった岐阜県との連携があってこそそのインバウンドであったといえる。今日高山は国際観光都市として有名

であるが、まず国内での観光地としての地位の確立があり、インバウンドについては手掛けてから30年近くがたっている。一朝一夕には成り立たず、また県との緊密な連携や支援があったことを忘れてはならない。国内旅行客の誘致以上に厳しい道のりである。

さいごに ―北陸が生活と観光の先進地域となるために―

新幹線の金沢への延伸を地域全体がどのようにとらえるか、また最大の恩恵がもたらされるといわれる観光業界はどのように対応すべきかについて調査をしてきた。多くの人員を正確なスケジュールに沿って運ぶ鉄道は、十分に活用してこそそのインフラである。幾多の苦難に直面しながらも、あきらめることなく北陸新幹線の開業に尽力してきた先人の苦勞に報いるためにも、地域の各セクターそれぞれが、どのように新たなインフラをてことして地域を発展をさせていくか真剣に考え、行動していかななくてはならない。それらを通じて少子高齢化や過疎化といった環境変化のなかで、制度疲労を起こしている社会や産業の構造を、グローバル化・高付加価値化・環境負荷低減といったキーワードを軸に、自分たちで主体的に変えていく思想と企画力と行動力が問われている。

「北陸」は、古来険しい地形や気候の厳しさにより、保守的な風土と文化が形成され、我慢強いが自己表現が苦手といわれる地域性がはぐくまれる一方、大陸からの技術受け入れにより、ものづくりの分野においては積極進取の気風を持つ。豊富な人文の歴史を持ち、資本の蓄積も高く、「裏日本」と言われ都市化が過度に進まなかった結果、多くの古き良きものが残っている土地柄である。住んでいるわれわれはあまり気付かないが、首都圏から、あるいは世界から北陸を訪れた人は、欧米化によって豊かになった日本社会から失われた大切な何かを見出す場面が多いのではないか。これをうまくプロデュースし続けることにより、「北陸」ブランドを育てることが可能となる。

2015年3月の北陸新幹線金沢延伸開業を控え、地域の祝賀ムードは大きく盛り上がってきているが、本報告書は開業後も含めて調査を実施している。開業効果がいったんおさまり、北海道新幹線の函館新駅が開業し地域間競争が進むとともに、多くのインバウンド客が日本を訪れ、観光産業が新たな日本の主要産業として認知され始める時が真のスタートラインとなる。そのために地域は何をすべきか。成功するしないにかかわらず、各人が何らかの行動をまず起こすことが大切である。街づくりも観光も大きな転換を迫られている。新幹線の開業が、これらの変化を良い方向に向かわせる「きっかけ」「触媒」となることを期待したい。

資料1 アンケート調査結果

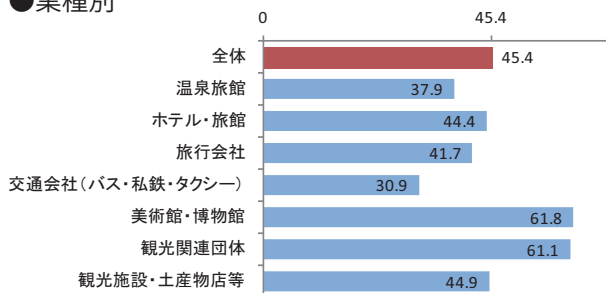
北陸3県にある観光関連業種を対象に北陸新幹線金沢延伸を控えた北陸における観光産業の現状と課題、問題点、ニーズ等の把握を目的として下記のアンケートを実施した。

実施期間 (発送日) 2014年2月14日～26日(締切日)
 対象 北陸3県にある観光関連業種(宿泊施設、旅行会社、交通会社、観光施設等)
 送付数 282先
 回答方法 アンケートを郵送し、回答をファックスにて返信
 回答数 128件(回答率 128 / 282 = 45.4%)

【調査結果】

回答率

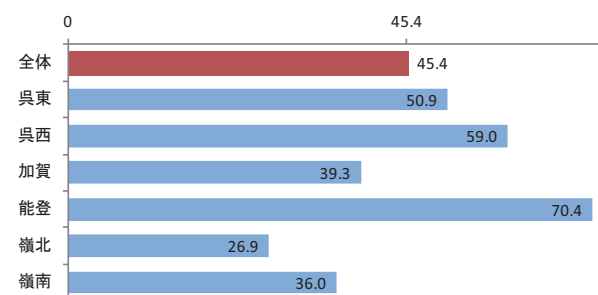
●業種別



業種区分	回答数
全体	128
温泉旅館	11
ホテル・旅館	12
旅行会社	5
交通会社(バス・私鉄・タクシー)	17
美術館・博物館	21
観光関連団体	22
観光施設・土産物店等	40

- ◎業種全般に渡って回答率は非常に高かった。
- ◎交通会社からの回答率が低く、特にタクシー関連の事業者からの回答が25社中3社と少なかった。
- ◎美術館・博物館と観光関連団体(協会等)からの回答率が高い。

●地域別

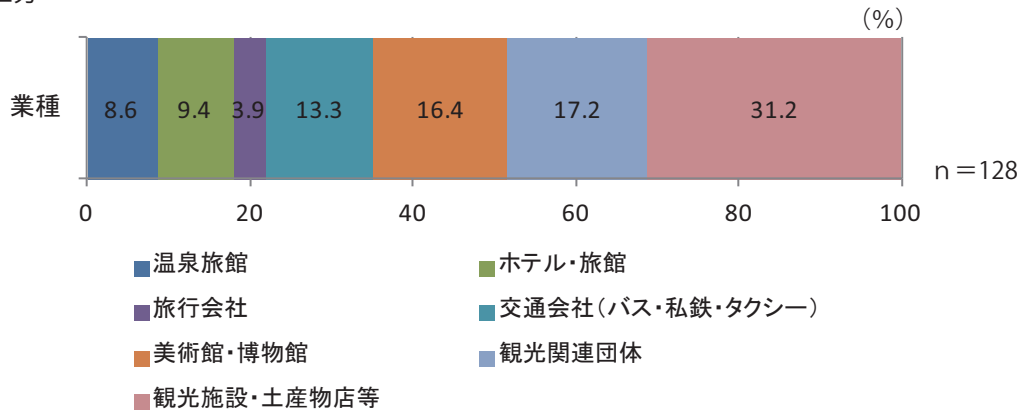


業種区分	回答数
全体	128
呉東	28
呉西	23
加賀	33
能登	19
嶺北	14
嶺南	9
不明	2

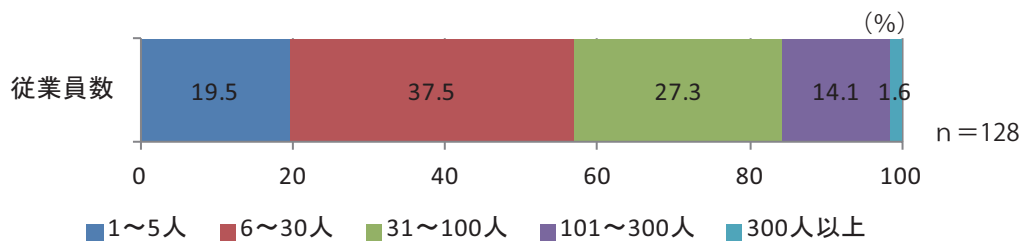
- ◎能登地域からの回答率が高い。加賀地域が低いことも意外であった。石川についていえば、能登の方が関心が高いと言える。
- ◎福井県の回答率が低かったのは、新幹線については金沢までの開業にとどまるため、まだ先のことという意識が強いと思われる。

●回答先について

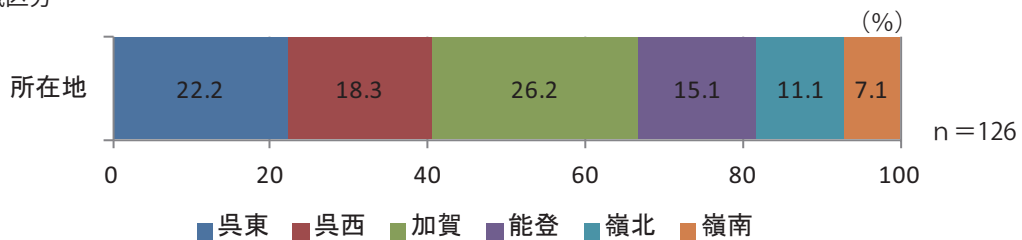
◎業種区分



◎従業員数



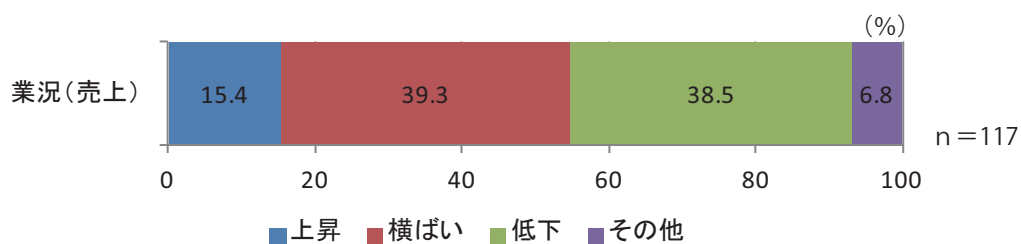
◎地域区分



◎業種、事業規模、地域区分については概してバランスよく回答が得られた。新幹線の金沢開業については事業体の属性を問わず関心が高いものと思われる。

問1. ここ5年間の業況について

①売上の状況

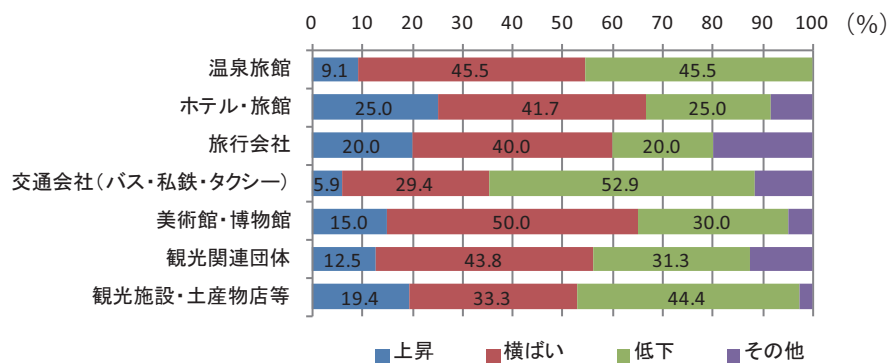


コメント

回答	コメント	業種
横ばい	入場者数の推移	美術館・博物館
その他	震災翌年より回復	ホテル・旅館
その他	震災翌年より回復	交通会社（バス・私鉄・タクシー）
その他	平成 23 年度まで低下、平成 24 年度から上昇	美術館・博物館
無回答	入館料無料の施設として開館。H24 より一部施設のみ有料とした。	美術館・博物館
無回答	交流人口は増加している	観光関連団体
無回答	3.5 億円	観光施設・土産物店等

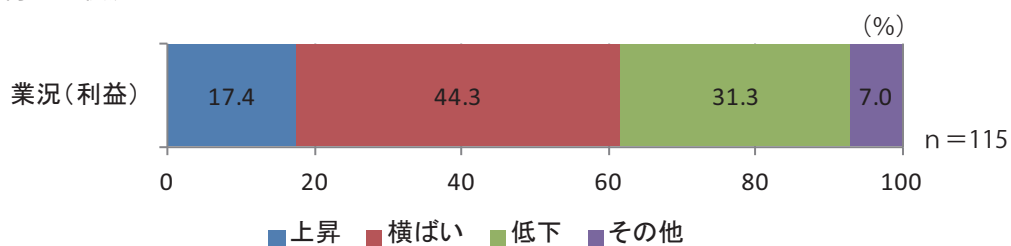
- ◎上昇・横ばいとの回答が 55%、低下が 4 割弱。
- ◎約 4 割は震災の影響からいまだ抜け出られず長期の下降トレンドに入っている。
- ◎2008 年リーマンショック、新型インフルエンザ、2011 年東日本大震災と、過去 5 年は大きな出来事が多く、観光関連業種にとっても影響の大きな時期であった。

◎業種別



- ◎温泉旅館と観光施設・土産物は似た傾向である。
- ◎少子高齢化で通学通勤が減少してきている交通会社は苦境が続いている。
- ◎上昇と回答したのは、温泉旅館で約 1 割、ホテル・旅館では 4 分の 1 だった。温泉旅館は低下の回答も約半数と、苦しい状況が見取れる。同じ宿泊施設であっても本文であったように、「宿泊は安価に」という流れが定着しているのではないかと考えられる。

②利益の状況

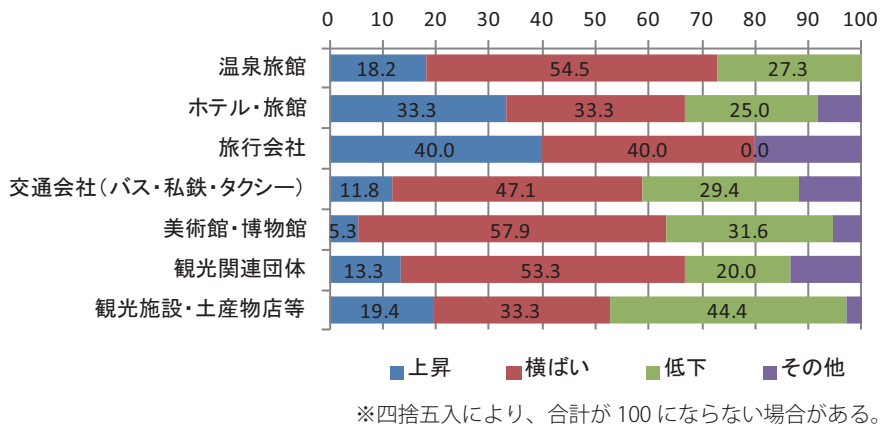


コメント

回答	コメント	業種
その他	震災翌年より回復	ホテル・旅館
その他	震災翌年より回復	交通会社(バス・私鉄・タクシー)
その他	平成 23 年度まで低下、平成 24 年度から上昇	美術館・博物館
無回答	交流人口は増加している	観光関連団体

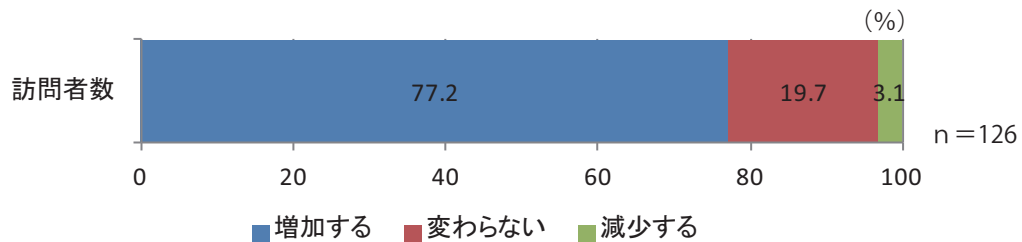
- ◎震災の影響がありトレンドがつかみにくいほぼ売上と相似した状況である。
- ◎売上ほどのダメージはなく、利益の確保に苦心している様子がうかがえる。

◎業種別

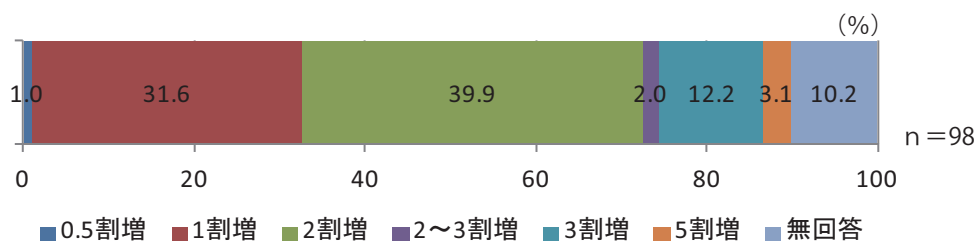


- ◎売上と似た傾向である。
- ◎利益が低下したとの回答が特に多いのは観光施設・土産物店等で、44.4%。観光関連消費が低迷している。旅行や観光には行っても土産物は切り詰めるあるいは行った先でも散財はしなくなってきている。旅行の目的そのものが変化しているのかもしれない。
- ◎温泉旅館、交通会社は利益が横ばいと回答が約半数を占める。震災やインフルエンザの流行や大雪といったここ数年の逆境に対して必死で耐えている様子がうかがえる。

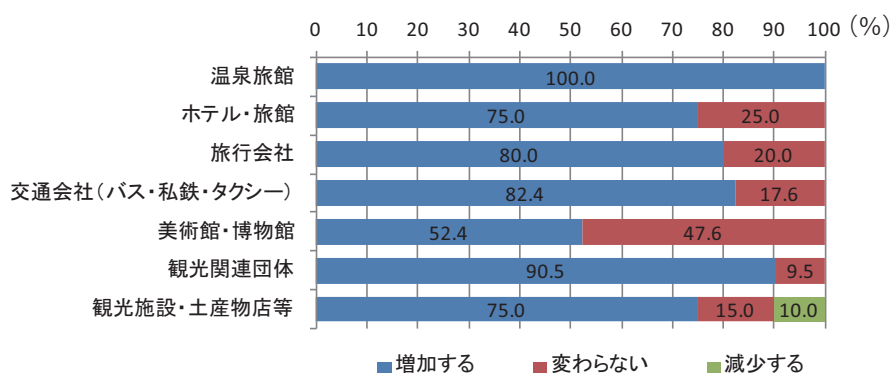
問 2. 北陸新幹線の金沢延伸により地元への訪問者(旅行者・出張者含む)は増加すると思いますか。また、それはどの程度だと思われますか。



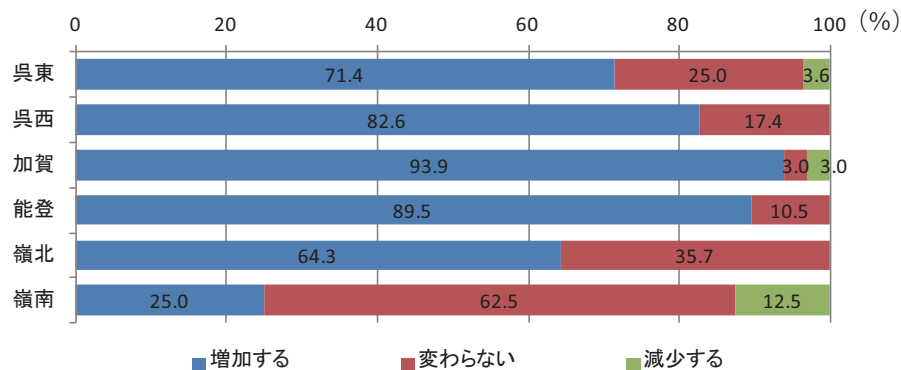
うち、「増加する」と回答した企業の増加の程度



◎業種別



◎地域別

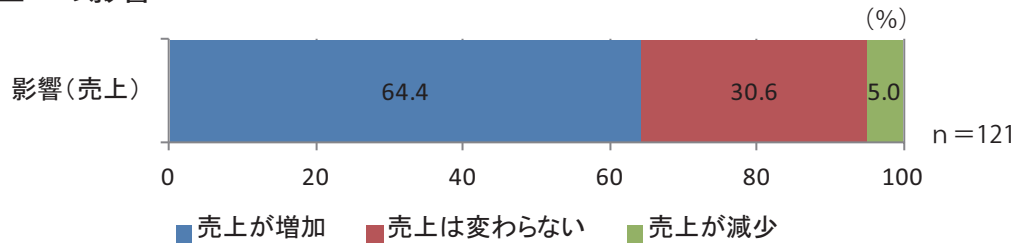


※四捨五入により、合計が100にならない場合がある。

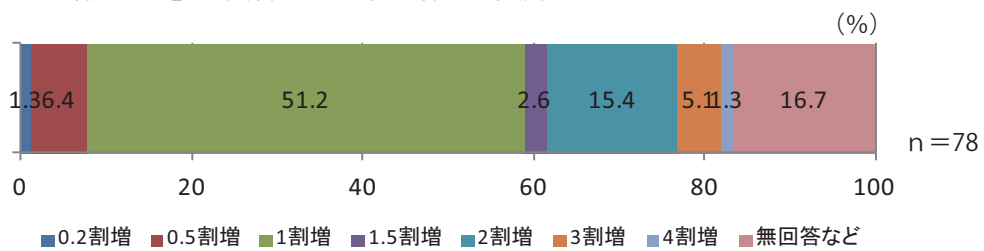
◎大半が北陸への訪問者増加1～3割を予想している。特に温泉旅館の期待値は高い。
 ◎地域別では加賀と能登が高い。終着駅効果や各種キャンペーンの効果により、大きな伸びを予測している。反面富山ではやや落ち着いた見方であるが、それでも呉西は8割以上が訪問者の増加を予測している。新高岡駅の建設や高岡駅周辺のリニューアル、さらには大型アウトレットの誘致などにより地域全体が新幹線を身近にとらえているためであろう。
 ◎反面福井県嶺南地域は冷めた見方をしている。金沢延伸では恩恵は少ない、あるいは減少すると見ているようである。

問 3. 貴事業体への影響はどのくらいあると予想しますか。

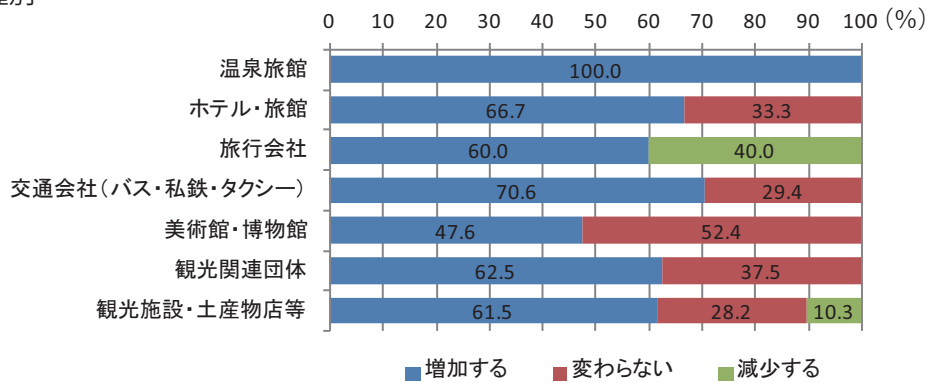
①売上への影響



うち、「増加する」と回答した企業の増加の程度

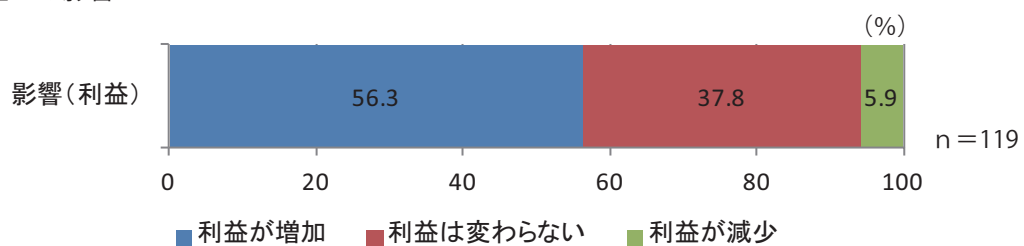


◎業種別

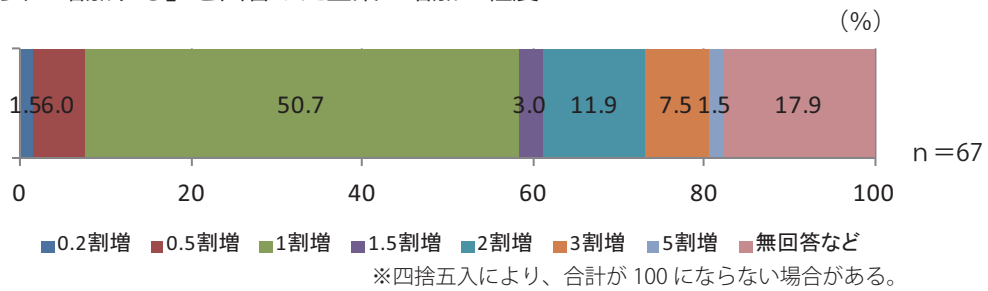


- ◎6割以上の企業が売上の増加を予想し、そのほとんどが1割以上としている。
- ◎業種別では回答したすべての温泉旅館が売上増を見込んでいる。期待は大きい。
- ◎旅行会社では4割が売上減少の不安を抱いている。これは北陸を起点にした発地型観光を取り扱っているか着地型観光を主に取り扱っているかで異なるようである。着地を取り扱う大手の取り扱いが増えるが、発地を扱う地場業者にとってはマイナスの影響もあると予想している。

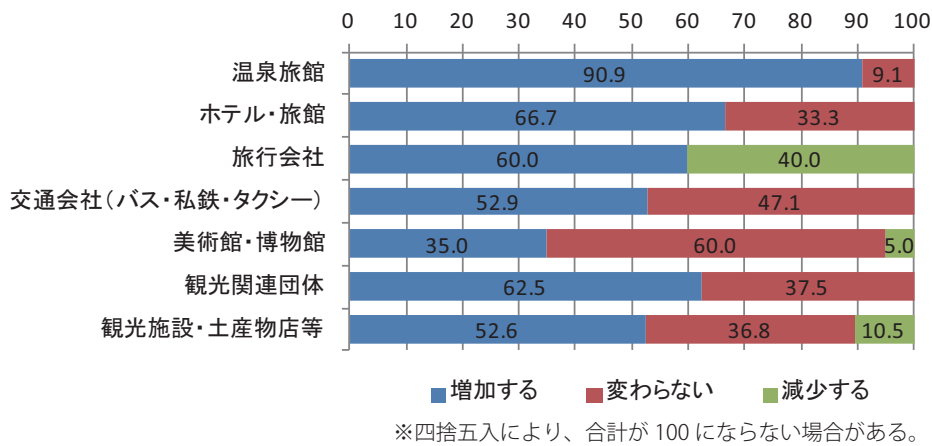
②利益への影響



うち、「増加する」と回答した企業の増加の程度



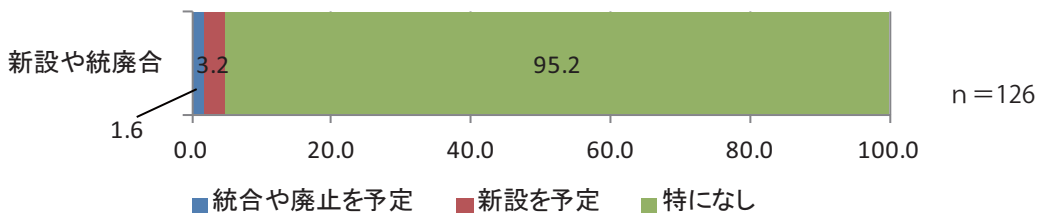
◎業種別



◎売上と似た傾向である。

◎交通会社は売上増加を予想するものが70.6%なのに対し、利益増加を予想するのは52.9%と少なくなっている。利用者は増加するが利益にはつながりにくいと考えているようである。新たな商品企画などによる攻めの姿勢が必要である。

問4. 開業までに、北陸3県内での事業所の統廃合あるいは新設の予定はありますか。



「統廃合を予定」と回答した業種

- ホテル・旅館
- 美術館・博物館

「新設を予定」と回答した業種

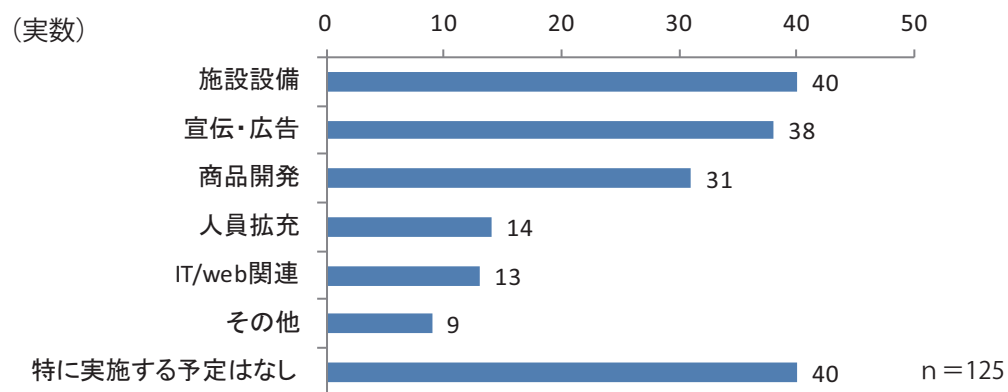
美術館・博物館

観光関連団体

観光施設・土産物店等

◎実際に新幹線が開業して、「運営がうまくいかない」「不便である」「統合可能」など状況がはっきりした際に動きが出てくるのではないかと。現在は様子見といったところであろう。

問 5. 新幹線延伸に関連して新規投資等をしましたか。すでに実施した、または今後 1 年以内に実施予定のものを、次の選択肢の中からお選びください
(複数可)



その他具体例

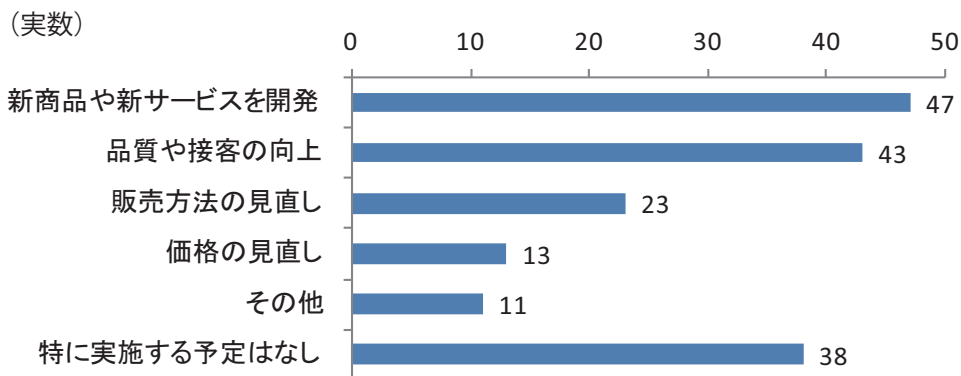
コメント	業種
エステ部門の新設。高額商品の品揃え	温泉旅館
宿泊施設、レストランの改装	ホテル・旅館
店舗移転	旅行会社
金沢営業所新設	旅行会社
高岡駅南に移転	交通会社(バス・私鉄・タクシー)
移転新築	美術館・博物館
着地型観光商品の開発	観光関連団体
本店レストハウス改装予定	観光施設・土産物店等

業種別（割合）総数の降順。網かけは上位の回答

選択肢	温泉旅館	ホテル・旅館	旅行会社	交通会社 (バス・私鉄・タクシー)	美術館・博物館	観光関連団体	観光施設・土産物店等	総数
施設設備	77.8	66.7	20.0	35.3	28.6	9.1	25.6	32.0
宣伝・広告	22.2	25.0	40.0	5.9	38.1	45.5	30.8	30.4
商品開発	33.3	16.7	40.0	29.4	9.5	40.9	20.5	24.8
人員拡充	44.4	8.3	20.0	17.6	0.0	18.2	2.6	11.2
IT/web 関連	11.1	16.7	0.0	11.8	4.8	18.2	7.7	10.4
その他	22.2	8.3	40.0	5.9	4.8	4.5	2.6	7.2
特に実施する予定はなし	11.1	16.7	20.0	17.6	47.6	31.8	41.0	32.0

- ◎40社、およそ3分の1が特に新規投資などをする予定はないと答えている。
- ◎残り3分の2の企業では、施設の拡充や宣伝など複数の投資を行う予定でいる。IT/Web 関連にはあまり手を付けられていない。
- ◎やはり温泉旅館やホテルといった宿泊施設は内外装のリニューアル投資が中心。温泉旅館では繁忙を見越した人員拡充がこれに続く。
- ◎観光関連団体や観光施設は、現状の設備をそのまま利用しながら宣伝やコンテンツの充実に注力する様子が見え始める。
- ◎一方で観光施設・土産物店等では、約4割が「特に実施する予定なし」と回答しており、やや主体性に欠ける結果となった。

問 6. 新幹線延伸に関連して、商品・サービス等に変化はありましたか。すでに実施した、または今後1年以内に実施予定のものを、次の選択肢の中からお選びください（複数可）



n = 125

その他のコメント

新幹線のためではなく、商品・サービスの充実に努めている	温泉旅館
従業員の接客セミナーの強化	温泉旅館
当社ブランドの企画パックの拡充	旅行会社
イベントの実施	美術館・博物館
東京でのPR企画	美術館・博物館
企画展、特集展示の充実・見直し	美術館・博物館
着地型観光コースの開発	観光関連団体
休館日の変更。月曜日から水曜日へ	観光施設・土産物店等
外国人対応。英語中国台湾韓国語案内パンフを作成中	観光施設・土産物店等
外国語を学ぶ	観光施設・土産物店等

◎業種別（割合）総数の降順。網かけは上位の回答

選択肢	温泉旅館	ホテル・旅館	旅行会社	交通会社 (バス・私鉄・タクシー)	美術館・博物館	観光関連団体	観光施設・土産物店等	総数
新商品や新サービスを開発	33.3	41.7	100.0	52.9	19.0	42.9	30.0	37.6
品質や接客の向上	55.6	41.7	20.0	47.1	9.5	42.9	32.5	34.4
販売方法の見直し	22.2	25.0	0.0	23.5	9.5	9.5	25.0	18.4
価格の見直し	33.3	41.7	0.0	17.6	0.0	0.0	5.0	10.4
その他	33.3	0.0	20.0	0.0	14.3	4.8	7.5	8.8
特に実施する予定はなし	11.1	16.7	0.0	11.8	52.4	38.1	35.0	30.4

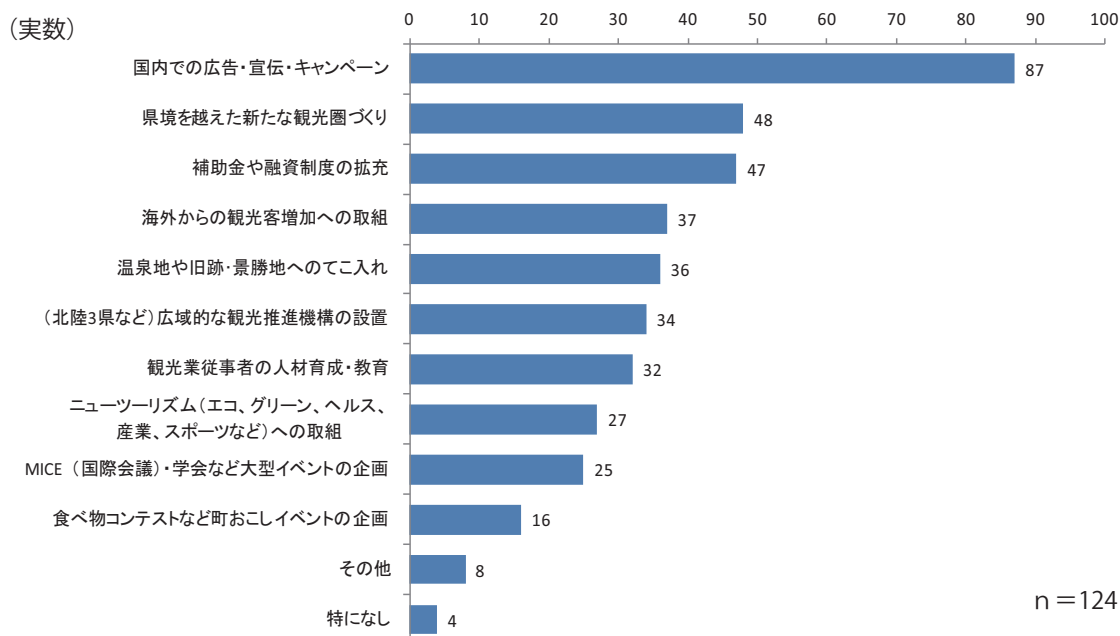
◎38 社、約3割が特に実施の予定はないと回答。特に観光施設・土産物店等では、35%が特に実施する予定なしと回答。前問同様、ここでも待ちの姿勢が見て取れる。

◎一方で、観光施設・土産物店等で、外国人対応として外国語パンフレットの充実や外国語学習を上げるなど、インバウンドに向けた積極的な取組も見られた。

◎多くの事業体で「品質や接客の向上」に向けたマインドが高く、繁忙状態となってサービスが低下することに対する危惧が高い。ソフト面の品質はリピーター獲得の重要な条件である。

◎新商品や新サービス開発への取組も積極的になされている。この時期としては高い数字と見るべきであろう。

問 7. 行政に対して期待することはありますか。次の選択肢の中からお選びください（複数可）



その他のコメント

コメント	業種
人手不足対策、新幹線開業2年目以降の対策	温泉旅館
二次交通の整備	温泉旅館
教育費用の補助金	温泉旅館
金沢駅前から武蔵ヶ辻にかけての再開発	旅行会社
定住人口の増加策	交通会社(バス・私鉄・タクシー)
二次交通、周遊タクシーなどの開設	美術館・博物館
二次交通の充実。幹線駅-市中心間	観光関連団体
金沢からの直通路線バスの開設	観光施設・土産物店等

- ◎国内向けの広告宣伝に対する期待が大きい。反面 MICE や街おこしイベントなどへの期待は小さい。
- ◎広告／宣伝／広域観光／インバウンド・補助金などが上位であり、それぞれの事業者にとって個別には取組みが困難なものに対する希望が大きい。
- ◎二次交通の充実に対する要望が多いが、二次交通事業者にとっては「定住人口の増加策」といったコメントがあり、観光に対してうまく向きあえていないのではないかと見られる。本来二次交通の充実は交通事業者が負うべきものであるが、そのような余裕はないものと関係者も見ている。
- ◎インバウンドに対する要望も大きい。
- ◎県境周辺や新幹線停車駅から距離的に遠い観光施設などでは、「県境を越えた新たな観光圏づくり」が要望されている。

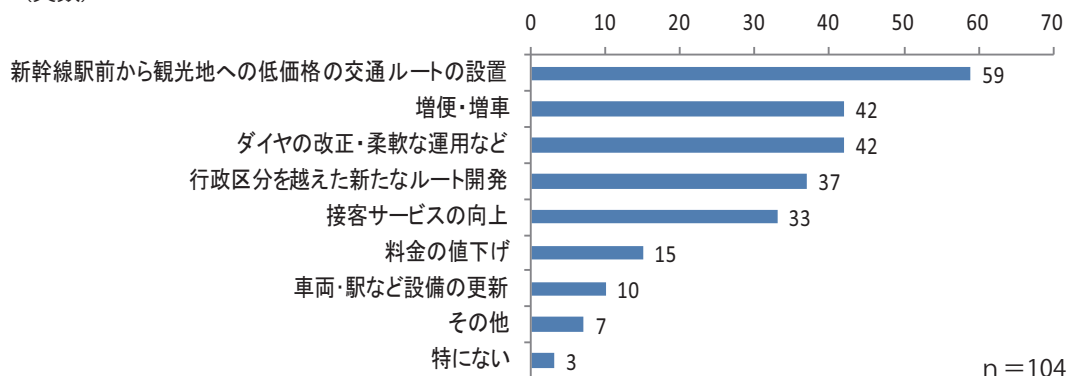
業種別（割合）総数の降順。網かけは上位の回答

選択肢	温泉旅館	ホテル・旅館	旅行会社	交通会社(バス・私鉄・タクシー)	美術館・博物館	観光関連団体	観光施設・土産物店等	総数
国内での広告・宣伝・キャンペーン	88.9	83.3	60.0	58.8	81.0	68.2	63.2	70.2
県境を越えた新たな観光圏づくり	44.4	25.0	40.0	35.3	33.3	40.9	44.7	38.7
補助金や融資制度の拡充	55.6	33.3	80.0	47.1	14.3	50.0	31.6	37.9
海外からの観光客増加への取組	11.1	41.7	40.0	35.3	23.8	45.5	21.1	29.8
温泉地や旧跡・景勝地へのてこ入れ	77.8	25.0	60.0	11.8	9.5	31.8	31.6	29.0
(北陸3県など)広域的な観光推進機構の設置	22.2	33.3	60.0	35.3	14.3	22.7	28.9	27.4
観光業従事者の人材育成・教育	33.3	16.7	40.0	11.8	19.0	45.5	23.7	25.8
ニューツーリズム(エコ、グリーン、ヘルス、産業、スポーツなど)への取組	0.0	33.3	40.0	23.5	33.3	31.8	7.9	21.8
MICE(国際会議)・学会など大型イベントの企画	33.3	33.3	20.0	17.6	9.5	31.8	13.2	20.2
食べ物コンテストなど町おこしイベントの企画	0.0	16.7	20.0	11.8	9.5	22.7	10.5	12.9
その他	33.3	0.0	20.0	5.9	4.8	4.5	2.6	6.5
特になし	0.0	8.3	0.0	11.8	0.0	4.5	0.0	3.2

- ◎広告宣伝や補助金など直接的で即効性のある施策が上位に入った。
- ◎県境を越えた新たな観光圏づくりや温泉地や旧跡・景勝地へのてこ入れも上位となった。
- ◎対して人材育成やニューツーリズムなど育成に時間のかかる分野については強く希望されていない。
- ◎「温泉地や旧跡・景勝地へのてこ入れ」「補助金や融資制度の拡充」も多く行政頼みの姿勢が見てとれる。観光において個別の事業者や狭い地域の協会等ができることは限られており、広域的なとりまとめ・プロデュース機能をワンストップで広域に受けることができる機構が北陸にはニーズが高い。特にこのような団体の設置は旅行会社から強く要望されている。

問 8. 交通事業者(バス・鉄道・タクシーなど)に対して期待すること(複数可)

(実数)



その他コメント

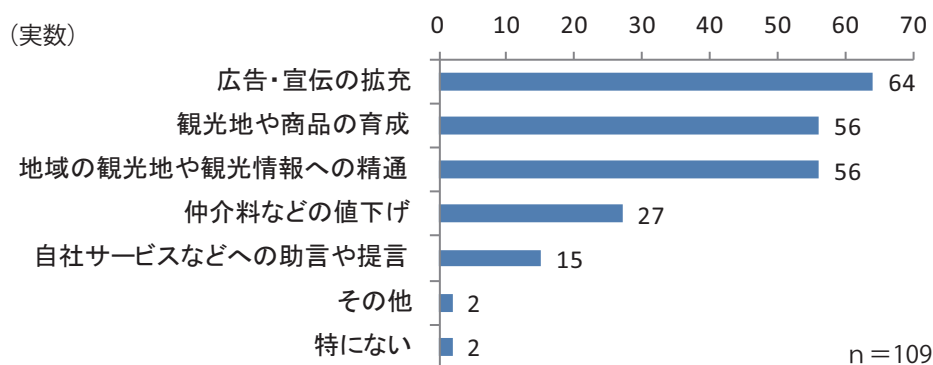
コメント	業種
飛越能の利便性向上	温泉旅館
交通事業者連携のパッケージチケット	交通会社(バス・私鉄・タクシー)
乗り換えによる交通費減対策	美術館・博物館
行政と連携した二次交通の新設	観光関連団体
周遊観光コースの設定充実	観光関連団体
案内標識の充実	観光関連団体
観光列車	観光施設・土産物店等

業種別(割合) 総数の降順。網かけは上位の回答

選択肢	温泉旅館	ホテル・旅館	旅行会社	美術館・博物館	観光関連団体	観光施設・土産物店等	総数
新幹線駅前から観光地への低価格の交通ルートの設置	72.7	41.7	20.0	37.5	59.1	74.3	56.7
増便・増車	36.4	25.0	40.0	50.0	54.5	31.4	40.4
ダイヤの改正・柔軟な運用など	81.8	33.3	20.0	62.5	45.5	20.0	40.4
行政区分を越えた新たなルート開発	54.5	25.0	40.0	37.5	36.4	31.4	35.6
接客サービスの向上	9.1	41.7	60.0	12.5	54.5	25.7	31.7
料金の値下げ	27.3	16.7	0.0	6.3	13.6	17.1	14.4
車両・駅など設備の更新	18.2	8.3	40.0	0.0	13.6	5.7	9.6
その他	9.1	0.0	0.0	6.3	13.6	2.9	6.7
特になし	9.1	8.3	0.0	6.3	0.0	0.0	2.9

◎料金の値下げを期待する声は少なく、むしろ新幹線駅前からのフィーダー輸送としての交通事業者の商品開発・サービス向上が必要という面がみられる。特に地方の観光関連施設にとって二次交通の充実には死活問題である。交通事業者・行政・観光関係者が連携して解決すべき問題である。

問 9. 旅行事業者(代理店など)に対して期待すること(複数可)



その他コメント

コメント	業種
観光ルートに美術館を入れてほしい	美術館・博物館
地域の観光素材を組み込みした商品企画	観光関連団体

業種別（割合）総数の降順。網かけは上位の回答

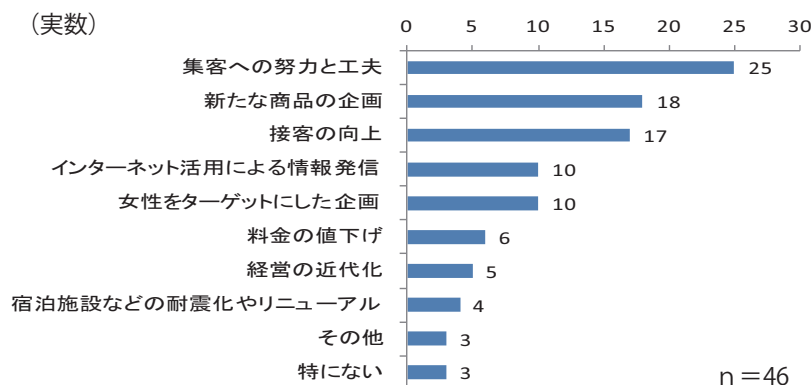
選択肢	温泉旅館	ホテル・旅館	交通会社（バス・私鉄・タクシー）	美術館・博物館	観光関連団体	観光施設・土産物店等	総数
広告・宣伝の拡充	66.7	58.3	56.3	76.5	50.0	54.5	58.7
観光地や商品の育成	55.6	66.7	37.5	52.9	55.0	48.5	51.4
地域の観光地や観光情報への精通	55.6	25.0	37.5	76.5	40.0	63.6	51.4
仲介料などの値下げ	44.4	33.3	43.8	11.8	15.0	21.2	24.8
自社サービスなどへの助言や提言	0.0	16.7	6.3	11.8	35.0	9.1	13.8
その他	0.0	0.0	0.0	5.9	5.0	0.0	1.8
特になし	11.1	8.3	0.0	0.0	0.0	0.0	1.8

◎広告・宣伝の拡充やコンテンツ作成への期待がトップにあがっている。

◎また地域の観光商品や情報への精通もあげられている。近年は地域でも代表的な観光スポットばかりがルートに組み込まれ、小さくても特色あるところがとりあげられなくなっていると指摘されている。旅行事業者も人員削減を余儀なくされているところが多く、地道な活動には取り組みにくくなっている。

◎旅行会社に期待するよりも、観光関連団体や観光地自身が付加価値のある商品をプロデュースしていくべきであろう。結果的にはそれこそが観光地の体力となる。

問 10. 観光事業者（宿泊事業者・関連団体）に対して期待すること（複数可）



その他コメント

コメント	業種
外国人観光客の受入れ体制	交通会社(バス・私鉄・タクシー)
バス料金の値上げ	交通会社(バス・私鉄・タクシー)

業種別（割合）総数の降順。網かけは上位の回答

(%)

選択肢	旅行会社	交通会社 (バス・私 鉄・タクシ ー)	美術館・博 物館	観光施設・ 土産物店 等	総数
集客への努力と工夫	40.0	58.8	50.0	77.8	54.3
新たな商品の企画	20.0	47.1	25.0	33.3	39.1
接客の向上	80.0	29.4	37.5	22.2	37.0
インターネット活用による情報発信	40.0	11.8	25.0	22.2	21.7
女性をターゲットにした企画	0.0	17.6	37.5	33.3	21.7
料金の値下げ	0.0	11.8	0.0	11.1	13.0
経営の近代化	20.0	5.9	0.0	22.2	10.9
宿泊施設などの耐震化やリニューアル	40.0	5.9	0.0	0.0	8.7
その他	0.0	11.8	0.0	0.0	6.5
特になし	0.0	11.8	12.5	0.0	6.5

- ◎観光関連団体や宿泊業者に対しては、今まで以上に集客努力・工夫が必要であるとされている。
- ◎交通会社からは新たな商品の企画などが要望されている。
- ◎女性の集客に対しても問題提起がなされている。
- ◎旅行会社からはIT化と接客に対する要望が大きい。
- ◎全般的に厳しい指摘が多いが、やはり宿泊施設に集客力がないと観光そのものの企画や組み立てが非常に厳しくなるということの裏返しであろう。

その他意見、新幹線への期待等（自由記述）

温泉旅館	おもてなしの向上については永遠の課題であると思う。新幹線の開業を目標として、数年前から、地域としても個々の企業としても取り組んできたが、今後とも更なる向上を目指し努力していきたいと思う。今後とも一層のご支援をお願いしたい。
	新幹線開業により、首都圏関東上信越のJR東日本管内からのお客様の増加が期待できます。JR西日本JR東日本の北陸への宣伝に期待しています。
ホテル・旅館	嶺南では本年夏の高速全通の事ばかりで、遠いためもあり、金沢の事はほとんどの人が関心がない
	情報発信の一元化（行政・民間）。このサイトを見れば大体すべてがわかるものに統合するようにお願いしたい。石川県金沢市バラバラではわかりづらい。
交通会社（バス・私鉄・タクシー）	行政含めた二次交通の開発を期待したい。
美術館・博物館	対象を細かく区切ったコースやルートでの提案があればいい（新幹線乗客に対してのもの）。そのための実質的な客層の予想があるとよい。九州・東北新幹線における乗客の割合（ビジネス、地元、観光客など）もあるといい
	新幹線駅から当館までの直通バス路線の新設
	二次交通、三次交通の利便性の向上が急務。鉄道を利用した後の交通手段が厳しいところは能登に多い。この対策をとらないと素通りまたは来ない観光地が増えるのでは。
観光関連団体	当館の立地は交通アクセスが非常に悪く、北陸新幹線の開業にあまり期待は持てないが、交通の柔軟な運用と宣伝の拡充に期待している。
	つるぎの延伸（黒部・宇奈月-金沢間）。開通前試乗会の開催。域内（黒部宇奈月-金沢）における特急ルートの設定。
	総湯への入浴者数の増加が予想されるが日帰り入浴だけではなく宿泊者数増加に期待したい。
	新幹線開業を機に自意識の向上を図るとともに自己研鑽の努力が必要。「自ら 助くる者を助く」の精神が肝要だ
観光施設・土産物店等	北陸新幹線の開業効果を長く継続するために地域の人材を育成し、その声が反映されるようになれば、石川は一層良くなると思う
	公益財団法人であるため、回答できない設問があったが賑わい創出に取り組んでいきたい
	開通後2年後からの対策を充実して欲しい。開通前年、開通年にはいろいろ予算もつくがその後は期待できないのでは。尻すぼみになるのでアフターフォローをお願いしたい
	飲食物販施設ですが、旅行者の皆さんに広域観光商品をもっと作って欲しい
	行政による金沢からの誘客対策が講じられていない
	旅行客が金沢に集中する事が予想されるので金沢駅から加賀温泉福井方面にスムーズに行ける交通手段を増やしてほしい
	新幹線の開通により北陸は潤えると思うが、能登高速が無料になり能登方面に偏るのでは。加賀にも是非来ていただけるようお願いしたい
	今まで当地を訪れたことのないお客様が世界農業遺産になった能登の新しい魅力を発見して広く発信していただけたら
	今回の北陸新幹線は敦賀まで開通ではないので、福井には特に目立った影響はないと思っている。
成田空港から能登空港へLCC就航、個人客が安く便利に能登各地に行きやすく解りやすい事が大事	

株式会社ライトレール 代表取締役社長
阿部 等 氏



北陸が活性化する上で、北陸新幹線開業は千載一遇のチャンスだ。北陸新幹線の開業により東京や長野が近付き、黒部宇奈月温泉・富山・新高岡・金沢駅の周辺いずれも、観光・商業・工業等、様々な発展が楽しみだ。

鉄道の歴史を振り返ると、鉄道を受け入れた町は栄え、忌避した町は寂れた。東京の大動脈となっている山手線の初期の区間は、東海道線と東北線を直結したかったが新橋から上野は密集市街地で用地買収できず、郊外経由のバイパス路線である日本鉄道品川線として作られた。その後、渋谷も新宿も池袋も、五反田も目黒も高田馬場も、郊外鉄道の拠点駅となり、それぞれの町が大きく発展した。町の発展に影響する鉄道の威力をまざまざと見せつけられる事例だ。今では世界第一のターミナル駅である新宿は、1885年の開業当初、雨だと乗降ゼロの日もあった。世界第二のターミナル駅である池袋に至っては、線路は通っても18年後の1903年まで駅は作られなかった。

長野新幹線では、かつて特急が停車した小諸と戸倉温泉は交通が不便になり人口も減った。逆に新幹線が停車する佐久平は周辺の開発が大いに進み人口も増えた。

今までの新幹線で在来駅に併設されていない駅は20弱あり、新横浜のように見違えるように周辺が開発された駅がある一方、残念ながら開発の進んでいない駅も目立つ。新幹線の新駅ができて発展していない原因として、平地でないという地形的要因や、地元の創意工夫や努力が足りない面もあるが、鉄道事業者側にも問題がある。立派な駅舎は作ったものの1時間に1本しか列車が来ないのでは、交通利便性に欠け新幹線効果を発現できない。

新幹線の運行を低頻度とすることは、せつかく作っ

たインフラを有効利用していないということ。多額の投資により工場の高機能な生産設備を作っておきながら、それをオペレートする人件費を節約して1時間に1回しか稼働させないのが、今までの整備新幹線の姿。朝から晩までフル稼働させるのに大きな投資は不要で、鉄道事業者が初期投資額よりはるかに少ないランニングコストを上乘せするだけで、小駅でも朝から晩まで10分に1本停車させることは技術的には可能。ただし、今の制度では運転士の人件費が非常に高額で、鉄道事業者が積極的な高頻度運行に転ずるには、何らかの政策的な工夫を要する。

今までの新幹線の並行在来線は、残念ながらあまり有効活用されていない。地方の鉄道は、利用が少ないから供給にお金を投入できないと言って利便性が不十分となり、ますます利用が減る悪循環に陥っているのが最近50年間の動き。それに対して私の発想は、知恵を働かせて利便性を上げて使ってもらいましょうというもの。決して奇抜なことをする必要はなく、供給側が努力すべきことは3点だけ。それは地方鉄道でも都市鉄道でも共通のことだ。

まず、高速に走行すること。交通システムは短い時間で行けることが第一命題。次に、高頻度運行として待ち時間を短くすること。乗りたい時にすぐ乗れないのでは、働き盛り・子育て世代には使えない。1時間に1本では話にならない。3つ目は、フィーダー輸送の充実。鉄道の最大の弱点は全ての玄関先まで線路を敷いて駅を作れず、ドアツードアを万全にはできないこと。そのため、バスなどのフィーダー輸送（二次交通）を充実させることが重要になる。

鉄道は、以上の3点だけを、周辺交通も含めてやるべきだし、富山ライトレールの成功を見ても、やれば必ず成果が出るはず。しかし、地方の鉄道は3点に対する取り組みが不十分で、利用者が減少して

いるのだからコストを減らすために運行本数を減らすしかないという発想。スピードアップも、事故でも起きたら大変との発想で、地方の多くの域内鉄道のスピードは最近 40～50 年間、ほとんど変わらない。利用（自動車は大量に利用されているのだから「需要」はある）が少ないからとコストを掛けないと、ますます利用が減る悪循環だ。

一方、速ければ良いというものでもなく、長野新幹線の開業当初、東京ー長野ノンストップ便を走らせたが全くの不人気で、今ではなくなった。大宮・上野・高崎で乗り降りしたい人が使えず、不人気なのは当たり前だった。ドアツードア性を充実させることと速達性は相反する面があり、一定の工夫を要する。

北陸新幹線の平行在来線である北陸本線は、複線電化で急曲線もない高規格の線路であり、新幹線の

二次交通としても地域交通としても良質な交通サービスを提供できるポテンシャルを持つ。S L時代に建設されて駅間距離が平均 5km、特急優先でローカル列車は 1 時間に 2 本程度という現状に対し、経営分離後は駅数も運行本数も大幅に増やしたい。コスト増大を最小化するため、新駅は簡素な設備、列車運行は全てワンマン運転とする。その際、新駅周辺の市街化調整区域は市街化区域に指定替えすべきだ。

また、並行在来線以外に新幹線の二次交通となる鉄道・バス路線は、新幹線の開業効果を最大化するために利便性を向上させたい。最優先で取り組むべきは高頻度運行である。その際、民業の交通事業者の収支としては成立しない場合は、社会の合意を得た上で税金を投じて実行することも一法である。



ライトレールHP

東北観光推進機構 国内事業部長
長谷川 博樹 氏



組織ができたのは平成 19 年 6 月。当方より 3 年先に広域の組織としてできていた九州観光推進機構をお手本に、活性化を含めた観光交流を目的として、東北 6 県協という行政の組織と民間の誘致協議会が発展解消してできたもの。当時トップダウンで決定し、準備期間はわずか半年足らずだった。現在は行政が 7 県と仙台市 1 市から人員が常駐しているほか、民間も含めて 18 名が在籍している。

実際に見てもらおうための現地への招へい事業と、商品開発が主な活動になる。エージェント別あるいは航空会社別に、自分達を取り上げてもらいたい所や見てもらいたい所を、同行取材や商品説明会の形で行っている。設立から 2 年～3 年は、奥の細道やテレビドラマ・映画などをテーマに、モデル的に 30 ルートを作成して売り込みに回った。震災後は先方が見たい所をできるだけ重点的に開発している。航空会社であれば乗ってもらいたい路線をヒアリングして希望に対応できる商品開発をしている。来てほしい所と行きたい所のギャップは必ずあるが、すり合わせていくことによって参加数が増えるメリットがある。

国内は主に関西を中心に中京圏と福岡および札幌がプロモーションエリアとしてのメインターゲットになる。但し教育旅行については、複数県にまたがるため首都圏も含んでプロモーションを行っている。インバウンドにも力を入れている。当機構の利点は、観光に限らず縦横自由に動ける点。県の観光課であれば観光セクションだけであり、農業関係や工業関係が入るとなかなかまとまりきれないが、ここでは広域で多種の商品を作ることができる。行政の場合、新事業を年度途中でやろうとすると大変だが、ここは与えられた予算の中で期間にとらわれず開発できるのも大きい。

設立当初から全員に新しいものを作ろうという気概があった。独立独歩の組織を目指して上昇志向でやっていた。しかし震災があって一時は停滞を余儀なくされた。結果的に良い意味でリセットになりゼロベースでまたもう一度積み上げている。その過程で新しい発想ややり方を導入したり工夫をしている。それぞれの人員がキーマンである。旅行の専門家ではないが一つ一つみんなで集まって作り上げてきた。そのおかげか、東北観光の窓口としての役割は当初に比べれば大きくなってきたと思う。防災・減災に関連した教育旅行の問い合わせは非常に増えているし、以前はなかった公立中学校からの問い合わせも多くなった。もちろんできないこともあるが、そういう場合は分野ごとに県や NPO、エージェントなどを紹介する。こうした接着剤的役割もあるが、基本的にはプロモーションのウエイトが高い。ホームページは海外からのヒットも増えてきている。

北陸の魅力は食、海の幸。東北にも日本海側はあるが、食文化の違いが鮮明になれば棲み分けできる。ブランド力の差も大きい。能登あたりは、首都圏の皆様にとってはまだまだ未知の観光地で期待も大きいと思う。北陸全体が観光地としての魅力にあふれている。

青臭い理想論かもしれないが、北陸と東北で交流ベースができればいいと思う。自分のところだけ、というのは長続きしないと思う。近隣同士で近県同士で圏域同士で連携しながらやっていくべきだろう。

盛岡市商工観光部観光課 主幹

小笠原 千春 氏

東北新幹線は昭和 57 年 6 月に盛岡まで暫定開業し、その後は 60 年に上野乗り入れ、平成 3 年には東京駅に乗り入れた。平成 14 年に八戸開業、平成 22 年 12 月に新青森まで通った。長い道のりだった。

新幹線開業前トータルで 210 万人だった入込数は、開業後、宿泊客は減少したが日帰り客は 3 倍に増え、トータルで 470 万人と倍増した。便利になった分、東京から日帰り圏内になってしまったというところもあることは確かだ。

岩手県は広いこともあり、二次交通が非常に弱い。そこで街なか観光にまず力を入れている。盛岡市内を 4 つの小単位に分けて散策ルートを設け、街なかで周遊していただくプランを用意している。城下町だが、古い建物が面ではなく点で残っており、駅から中心部まで距離があるので、歩いて楽しめるようにしている。城跡にかなり立派な意匠の石垣が残っており、その一角に県の施設だった建物を活用して歴史文化館に改装するなど、市の観光課や観光コンベンション協会と連携しながら観光構想を作り、ボランティアガイドに案内してもらったりと様々な工夫を行っている。メインになる観光施設がもともとあってそこに集客するという形態ではない。

盛岡の売りは、歴史と伝統、新渡戸稲造・米内光政・金田一京助などたくさん先人を出していること、岩手では石川啄木や宮沢賢治がいる。そして自然環境。世界遺産の平泉のほか、鮭が遡上する中津川などたくさんあるのだが、地元人間には当たり前すぎて、他と違ってすばらしいのだということが案外わからない。普段の自分達の生活そのものが観光資源といわれてもピンとこないというか。

個人的な考えだが、大きいイベントは確かにきっかけになる。しかし一年中やれるわけではないし、私はむしろ素のままの盛岡でどれだけお客様が来て

満足していただけるかが今後の鍵だと考える。盛岡を基点にして三陸や平泉、八幡平、どちらを回っても大体 1～2 時間で回れるという利点を活かし、今後は、仙台や青森、秋田など、新幹線を軸にした広範囲な連携で、日帰りを 1 泊、1 泊を 2 泊 3 泊にする仕掛けにもっていきたいと考えている。

教育旅行においても、歴史があり地場の産業があり、南部鉄器や染物など、歴史伝統が街なかにまだ十分残っている。生徒たちが学習するテーマが立てやすく、生徒たちだけで班別で街なかを回ってもそんなに心配はない規模感が高評価を得ている。デメリットもある。新幹線によって消費購買層が仙台や東京に出て行ってしまう。北東北を管轄する支店支社が盛岡から撤退し、今は仙台に集約が進んでいるのではないか。しかし流通関係において北東北を管轄する場合に一番便利なのが盛岡である。盛岡は三陸、秋田、青森に行く要の位置にある利点を活かしたい。

今後観光の国内需要は明らかに細ってくるので、それをカバーするのはインバウンドしかない。しかし、現在はスポット的な取り組みにとどまっていることは反省点。国内では個人旅行や家族連れ友達連れの旅行が中心でありニーズは多様化している。それら全てに対応するのは難しいと感じているが、行政としてできるだけサポートしていきたい。

資料 2：インタビュー集

八戸市まちづくり文化スポーツ観光部観光課 主幹

中村 邦英 氏

八戸市都市整備部都市政策課 主幹

苫米地 朋子 氏

八戸市都市整備部都市政策課 主査

本間 敬弘 氏

平成 14 年 12 月八戸駅が開業し、300 万人だった入込数は毎年 100 万人ずつ増え、数年で倍増した。まだ伸びていて、最新の平成 24 年は過去最高の入込数を記録している。青森延伸もあったが、震災で比較的被害が少なかった八戸港が物流の拠点としていち早く復旧した影響も含んでいる。また、駅には図書館や市のサービスセンターといった公共施設も併設されており、市民の利用も多い。

多くの観光客に利用いただいているのが「八食センター」や「みろく横丁」だ。朝市と銭湯をセットにした「朝ぐる」や、タクシーで観光スポットを巡る 2 時間程度の観光コースも人気がある。「お庭えんぶり」では、地元の祭り「えんぶり」を有形文化財のお屋敷の庭で楽しむことができる。「八戸ポータルミュージアム はっち」は、八戸をフィールドミュージアムと名付けて一つの美術館に見立て、色々な観光資源をテーマごとにご案内するようなイメージで構成されており、その玄関口が「はっち」になっている。

「みろく横丁」には昭和の時代からあるような横丁があって、大人の秘密基地といった雰囲気好評を得ている。もともと地元の商工会議所や企業が中心となって街なかを活性化させる目的で始まった事業だった。観光客も来るが、地元の人も結構利用しており盛況が続いている。

八戸は元々工業都市・漁業都市で、観光は二の次という意識があった。新幹線の開業は、期待よりも首都圏と 1 本の糸でつながってしまう不安の方が大きかった。それが逆にアグレッシブなキャンペーン活動につながったと思う。盛り上がりそうところは少しの支援で自然と盛り上がる。元々口下手なイメージを自分達でも持っていたので、なおさらきちんとプロモーションすることに努めた。元々あった

観光資源、特に「食」と「自然」に集中させた宣伝を積極的に行った。また民間の動きも活発で、八戸せんべい汁研究所が誕生させたのが B-1 グランプリであり、八戸発祥のイベントといえる。

自分達が楽しんでいけば他の人も来てくれる。そして地元の人々が喜んでいるのを観光客は知りたがる。例えば富山の「おわら風の盆」を観光客が地元の人々と同じ目線で見られるように工夫してお膳立てしてあげてはどうか。地元の人たちがすごく格好いいと思うところ、楽しんでいるところを観光客の方に感じてもらえるような工夫や演出があれば、すごく流行ると思う。観光は何を見せるかではなくて地域の何をそこに住んでいる住民が楽しめるかだと思う。

現在は函館延伸に向け、今年から青函連絡会議を組織して様々な事業が動きだしている。県を飛び越えて函館市などと連携した活動を展開している。また、三陸復興国立公園の指定やジオパークの指定も得たつながりで三陸との連携も進んでいる。J R 東日本の初めての企画である、東北エモーションというレストラン列車も完売の状態が続いている。函館に延伸することは八戸にとって好機だととらえている。

青森市経済部観光課 副参事・新幹線交流推進対策室 室長

大久保 文人 氏

青森市都市整備部都市政策課都市拠点準備室 主査

東條 英哲 氏

「新幹線はまちづくり」だと考えている。もちろん観光も大きな要素を占めるが、基盤整備をはじめ、2次交通、新幹線を活かした産業経済の活性化、市民の生活自体も変わる。こうした広い視点から、まず都市計画マスタープランが整備され、新青森駅は玄関口として、青森駅のある中心市街地は地域の顔として、といった役割分担が明確化された。新駅周辺の整備は、有識者（役所、鉄道運輸機構、JR、地元住民）からなるデザイン委員会によって作られたコンセプトを軸に、長期的視点で進められている。

新青森駅と相対して、青森駅周辺の中心市街地にいかにしてお客さんを呼び込むかについても並行して考えた。元々、青函連絡船の記念館「八甲田丸」や県の観光物産館「アスパム」があったが、その中間に通年で観光客を呼び込めるような施設を建設したくて、文化観光交流施設「ワ・ラッセ」を整備した。「エーファクトリー（A-Factory）」はJR東日本の子会社・青森商業開発が作ったもの。八甲田丸とアスパムは離れていたが、4つの拠点施設ができたことで適度な距離を持った回遊性が生まれた。ねぶたあり、リンゴなどの物産あり、青函連絡船もある。青森の歴史がぎゅっとつまったようなエリアになったことで、新幹線開業と同時に旅の基点ができた。街中の魅力づくりという議論が先行して、回遊性というソフトは後から付いてきた形だが、今後は中心市街地とベイエリアを連携させ、整理された基盤の上にソフト展開をどうするかが課題だ。私たちが思う青森の魅力とお客様が思う魅力にはギャップがある。青森の強みはどの世代に受けるのか、またどういうアプローチの仕方ができるのか。アピール下手で、その方法もよく知らなかったが、新幹線開業を経て、これからは自分たちで能動的に戦略的に打っていかねばならないという危機感が出てきている。

ストロー効果はある程度覚悟していた。しかし消費の流出は、生活が豊かになったことの半面である。大事なのは、負のインパクト以上のプラスのインパクトをどう青森に持ってくるかだ。懸念していた青森駅の乗降客の減少は、震災の影響を考慮しても結果としてなかった。青函は青函ツインシティとして交流があるエリアで、青森開業と函館開業、近隣で2回も新幹線が開業するエリアはそうない、というプラスの見方をして取り組んできた。八戸も函館も決してライバルではなくてパートナーとしてやっていく。お客の取り合いは時代遅れだと思う。

新幹線開業当時は、100年に1回の大イベントだと大変盛り上がった。市民の方々にもそのイベントに何か力を貸したい、私たちが参画したいという気運が高まり、青森観光サポーターというボランティアグループができた。「青森まちてく」という街歩きコースを作ったり、商店街ツアーを企画したり、市民の方々が自分達で考えて行動を起こしてくれている。これも新幹線効果のひとつだ。

私たちが開業1年前に「市民気運が盛り上がっていない」と言われた。開業が近づくにつれ市民の意識のレベルがぐんぐんぐんと盛り上がってくる。心配することはない。北陸にも大きなチャンスがあると思う。

資料 2：インタビュー集

肥薩おれんじ鉄道株式会社

総務部総務課 課長

永井 秀徳 氏

観光列車
おれんじ食堂

九州
西海岸を往く
動く
レストラン



新幹線開業に伴って平成 16 年 3 月に開業し、本年 3 月で 10 年になる。鹿児島県と熊本県の両県をまたぐ 3 セクはほかにはない。利用客は当初の 188 万人から現在は 136 万 7000 人に減っている。10 年前にはここまで減るとは想像もできなかった。利用者の 8 割近くは学生であり、人口は沿線市町村合計で年間 3000 人ずつ減少している。そのため交流人口、つまりよそからの乗客を呼び込むしかないだろうということで、昨年 3 月に「おれんじ食堂」がスタートした。予算も準備期間もない中で、ダイヤを全て見直して時間帯と客層を調べ上げ、保有している 19 両の列車から 2 両を選んで改装した。2 両編成でデザインも全く違う。海側の車窓の景色が人気で、料理もお客様の反応を聞きながら季節によって食材を変え、数ヶ月に 1 回フルリニューアルをしている。地元の食材にこだわっており、地元企業へのお返しもできていると思う。数年で車両の改装費に掛けた投資は回収できる見込みだ。2 年目以降の期待もできる。営業部門での黒字は、数年前は全く期待もできないし考えてもみなかった。

お客様は全国各地から、地元九州からも多い。両親へのプレゼントや結婚記念日でのご利用も多く、ケーキや花束のサービスにも対応する。予約の電話で「ななつ星は乗れないけどおれんじ食堂は乗れますから」と言われることもある。デザインはななつ星と同じ水戸岡先生によるもので味わいがある。

今年 3 月にダイヤ改正を行ったが、従来と大きく異なるのは地元で宿泊してもらえるような時刻表にしたことだ。朝出発しておれんじ食堂の中で朝食を取っていただく。あるいは、夜はゆっくり食堂車で食事を取っていただいて、地元の旅館ホテルに宿泊していただく。地元沿線には温泉が結構ある。多少なりとも還元ができるし、活気が出るのではないかな。

昔は特急車には必ず食堂車があって、列車の中で食べるという考え方があった。それが全て廃止され、駅弁だけが残っている。デパートの駅弁祭りも盛況だ。そこでわれわれは食堂車に目を付けた。ホテルが列車である。レストランに車輪が付いて線路上を走っている、というコンセプトだ。新幹線から切り離された時、新幹線のお客様はおれんじ鉄道を使うことはないだろうと考えていた。しかし発想を全く逆にしたことが奏功した。新幹線であつという間に来ていただいて、浮いた時間をおれんじ鉄道で時間を忘れて食事を楽しんでいただく。1 両を 6 万円で貸切できる「おれんじカフェ」も人気で、社員旅行でのご利用や鉄道ファンの方がお 1 人でご利用されたこともある。

今も厳しい状況が続いているが、10 年目にして初めて営業部門が黒字になりそうというのは大きな話題になる。仕掛けは作るものであり、お客様が求めるニーズを土台にして営業戦略を立て、利用しやすい仕組みを作ることが重要だ。東京や関西圏ではできない仕掛け、ここでしかできない、人が減ったからこそできるものをやはり考えるべき。

阿久根市は新幹線の恩恵を全く受けていないのだが、阿久根駅では市長自らがおれんじ食堂の車内に乗り込んで地域の物産を PR したりカタログを配ったり、熱心にされている。3 月には駅の改装が完了し、停車時間も長くなった。在来線の経営はどこも厳しいが、何もしないままではいづれなくなってしまう。知恵と工夫で勝負するしかない。

九州観光推進機構 海外誘致推進部

河野 哲郎 氏



九州の知事会と経済界からなる観光戦略会議において九州観光戦略を策定し、それに沿って動いている。計画を策定する方は九州経済連合会だが、具体的に何をやるかというような細かな話は当機構でやっている。協力してやっているという感じだ。行政側は九州 7 県から一人ずつ、民間からは旅行会社や鉄道、航空などから人を出してもらっているが、プロパー社員も多い。

推進機構ができる前に、前段階として県をまたいだ協会のようなものはあったが、強い結びつきはなかった。元々は道州制の議論の延長線上で、一緒に何かやるには観光が一番取り組みやすいということでスタートしたと聞いている。10 年前、第一期九州観光戦略ができて、これを 10 年間で成し遂げる目的で当機構ができた。2013 年には第二期観光戦略が策定されている。事業年度ごとに機構独自で計画を立てて遂行しているが、3 年ごとに見直しを行い、第一次、第二次、第三次と進めている。

国や各県との連携はもちろん、インバウンドにも力を入れている。海外での PR では媒体はいいものを作ろう、世界旅行博覧会は積極的に参加しよう、海外の観光機関とも連携強化しようというものがまざる。

推進機構の基本は「九州はひとつ」。ただ、新幹線のルートに入っていないところは取り上げにくいというのはやむを得ないが、全体として面的に見せようというのがわれわれの考えだ。新商品の開発よりも、統一的なブランディングやプロモーションが中心。観光素材の開発は各県で行っている。それをどういう風に回ればいいのかという提案はしている。例えば、海外観光客向けに作ったウォーキングコースが九州各地に 10 コースあるが、韓国からの誘客ツールとして業務提携して作ったものだ。最近では日本人に

も人気がある。歩きながら景色を楽しみ地元の人とふれあうという作り方をしている。

当機構の一番のメリットはプロモーション。観光資源は点よりも、周遊性と付加価値を加えて面でアピールした方が長く滞在してもらえるし、提案できる内容も幅が広がる。それは国外も国内も同じであり、ようやく地元の人たちにも九州はひとつという考え方が定着してきた。インバウンドは、リーマンショックと震災の影響で一時的に落ち込んだが、去年は過去最高の数字になった。効果は間違いなくある。各県との連携も十分にできているので、素早い対応ができるのも大きい。

九州は、新幹線であれば博多から鹿児島まで 1 時間半で行くことができる。国際空港も 8 つあるので、それらもうまく活用しながら更に多様な展開をやっていかなければならない。飛行機と新幹線を組み合わせると効率的に短時間で回るプランなど、まだまだできることはたくさんある。観光列車も充実している。国内はもちろん、インバウンドにもこれまで以上に力を入れていきたい。

資料 2：インタビュー集

九州経済連合会 産業第三部 課長

小田 浩伸 氏

実は九州も最初はばらばらだった。第一期の九州観光戦略を経て、10年をかけてようやく一体になってきた。基本路線は10年前に立てた九州観光戦略である。九州観光推進機構は経済団体が行っていてもできなかったプロモーションや企画をやっている。当初はどういう組織にするかもめたが、プロパー社員を採用してスペシャリストを育てようという方針になり、現在の形になった。大きな旗を振るのは機構だが、実際に取り組むのは各県が行っている。

例えば機構はニューツーリズムのようなトリップツアーを企画したり、マスコミ関係や教育旅行関係にプロモーションをかけたりする。各県と相談して、個別に農産物・農家農業体験などを提案するなど、中身のプランニングは全部機構がやる。関係者をモデルコースに案内するまでを行うのが機構で、取捨選択はユーザーが行う。各種商談会にも機構が行って応援する。本当に九州が一体となって何かしようというのはこれからだ。機構が10年間かけて育てた地盤の上に、どのように展開していくかが重要だ。

ブランディングについては第二期戦略でやろうとしている。統一ブランドは今からがスタートになる。沖縄や北海道のような確固たる観光地、観光資源、ゴールデンルートみたいなものが九州にはまだない。九州戦略会議の中で観光を次の基幹産業とすると宣言されているので、力の入れ方がかわるだろう。

国内において、九州は自然と食で北海道と競合するが、温泉があるところが違う。そこで、インバウンドではONSEN (HOT SPRING) として重点的にアピールしてやってみようということになった。元々九州は韓国・釜山との連絡船があり、東南アジアとの関係も深い。表記を3カ国語以上の多国語表記で対応している。また、機構が中心となって各県を取りまとめ「九州アジア観光戦略特区」として承認さ

れている。クルーズ船の一時寄港を容易に認めてもらえるようになったり、立ち寄るだけならビザなしでも可能になったりと、交流がしやすい環境ができてきた。九州の大学に留学経験のある人材を利用するなどしており、海外からは4～5万人の入込がある。九州の観光は、基礎がしっかりしているかどうかは別として次のステップに入ったと言えるだろう。

九州の観光はJR九州のインフラがないと成り立たないのは確かだが、地元の方の頑張りがあったことも大きい。ウォーキングコースの開発には、地元の方の意見が大いに反映されている。地元の方が管理している道や、途中にある温泉、日本一の隠れた名所など、地元の人々と一体となって探し出し、開発した観光資源が人気を得ている。地元に着ている身近な「宝」を開拓し、効果的にPRすることが大切だ。北陸ならば、黒部峡谷のような自然、バスケットやサッカー、駅伝などのスポーツを組み合わせた観光開発も可能ではないだろうか。

鹿児島県観光連盟 観光プロデューサー
奈良迫 英光 氏



新幹線の開業によってある程度のお客さんは見込める。だが、インフラだけで何もしなければそれで終わってしまう。新幹線は基本的に移動手段でしかない。来た人が滞在して何をするか。地域の生活文化、イベント、人との触れ合いといった惹き付ける「何か」がないと一回で終わってしまう。今度は家族で行こうと思わせるような、リピーター作りが欠かせない。

当方でもいくつも取り組みをしているが、10のうち1つ成功するかどうか。例えば、市民ボランティアの案内で巡る「魅旅(みたび)」、始良市の市内周遊観光バス「あいらびゅー号」は乗車500円で一日楽しめる観光バス。鹿児島中央駅前に屋台村もできた。駅に1時間早く着いても飽きないようにと駅前やデパートを整備したり、二次交通としてレトロ列車を走らせたり、ありとあらゆることを行っている。隠れた地域グルメを発掘するために行っている「Show-1 グルメグランプリ」は、地域の参加意識にも一役買っている。東京の人は地元のもの、できればそこにしかないものを地元で食べたい。認知度を高め、満足度を高めることで広いマーケットを開拓することができる。

開業効果が薄らぐ中で地域が強くなっていないとその効果は維持できない。6年前から観光人材育成塾をやっており、観光に関わる地域の人を育てている。毎年60名ほどを養成している。観光客が地元の人と交流するために、人づくりも重要な要素だ。ホテルやタクシーの従業員向けのおもてなし研修には、これまでのべ2000人が参加した。開業の3年前には、県や市町村、経済団体による開業に向けてのプロジェクトを立ち上げ、知事を筆頭とした「新幹線効果活用プラン推進会議」をスタートさせた。観光だけでなく、農業や工業、教育関連、商工会、マスコミなども入り、みんなで盛り上げていこうと

いう取り組み。そこから商品化された旅行プランなどもある。県民は当初は関心が薄かったが、官民一体となり旗を振って盛り上げた。

旅行の7割は少人数の個人旅行。ターゲットは女性。女性が来たいと思えば流れができる。羽田が国際化すれば海外の観光地との競争にもなる。積極的なPRが欠かせない。東京に向けて、そして東京のメディアから全国に発信してもらうことが大事になる。開業1年目は特にいろいろ工夫しないとイケない。県民あげて「おもてなしの心」の醸成が必要だ。

教育旅行の良さは定期的に来る数が見込めること、イベントの端境期にくること、平日に来てくれること。新幹線と相性がいい団体旅行だ。大阪にある日本修学旅行協会と全国修学旅行研究協会と一緒に積極的に働きかけ、JR西日本と九州が修学旅行専用の列車を造ってくれた。修学旅行は新幹線開業2年目から増え続けている。東京から近い北陸は、教育旅行に非常に適していると思う。

観光は、波及効果が大きい6次産業であり、経済効果などデータで明確に示す必要がある。産業としてやっていくには、年間を通して繁閑をなくしながら進めていかなければならない。同時に新幹線が通っていない地域にも効果と恩恵を行きわたらせるにはどうすればよいのか考える必要がある。

資料 2：インタビュー集

株式会社観光販売システムズ 観光マーケティング事業部 副部長 北洞 尚幸 氏



当社の仕事は、県などから依頼された様々な観光素材をブラッシュアップして旅行会社や事業者が販売できるような商品にすること。また、採用に向けたセールス活動を一貫して実施。また旅行会社では取り扱いが難しい地域のオフィシャル旅行商品をきちんと販売できる「VISIT」というサイトを立ち上げ展開している。現在、三重県、長野県、熊本県、富山県、松山市などがある。どちらかという目に見えにくい本質的な部分をやっているような組織だ。今のところは県単位でのマンツーマンに近い形での展開が多い。

例えば、バス会社が運行している定期観光コースを、県のオフィシャルの商品として旅行会社やネット会社に販売できるようブラッシュアップし、採用に向けたセールス活動まで一貫して実施。また、熊本県で実施したレンタカーの九州域内乗り捨て無料キャンペーンは、県とレンタカー会社との双方から話を聞いて、互いに無理のない範疇で作上げることができたサービス。熊本黒川温泉は、滞在時間を延長して温泉街の風情を楽しめるようにと温泉街の散策クーポンを企画。当社と県が地域の方と一緒に、条件や方法を細かく調整する役割を担った。松山で行ったのは、伊予鉄の夕方 5 時以降の無料乗車サービス。観光客に道後温泉と街中を周遊してもらいたいという市の考えがあり、日本全国の旅行会社に一つの特典として展開をした。ほんの 150 円を無料にすることで最終的に人が乗りすぎてしまって伊予鉄が困るほどだった。無料の波及効果は大きい。

各地で着地型観光が注目されているが、着地型というのは、本来旅行会社がやっていた機能を地域自らが実施することで成立する。ところが今ある観光資源を組み合わせるまで販売まで実施する事業者が地域にはないのが現状。また、商品やサービスを維持管

理し運営する戦略も不十分なことが多い。地域でできることは限られている。市場のルールを考慮し、発地対応型の着地型商品にして売り込み、旅行会社との対応や全体の予定管理、事故の際の責任の所在といった、プラットフォームと呼ばれるような機能を担う機関が本来ならあるべき。それを観光協会や観光連盟にさせることができるならよいが、現実的にはイベントの実施など他の業務も多く無理であり、それをわれわれが担っていると思う。

新幹線対策については、旅行会社に向けて、特にきちんとした商品化をしないといけないだろう。近郊からの観光客であれば、圧倒的にネットからの直販が多くなるが、遠隔地ほど旅行会社への依存率は高くなる。やはり、人と人とのつながりや、キーマンになる人がそこにいるかが大事で、その中でそれぞれができることをトータル的に組み合わせることができて初めて商品という形になる。行政側にしてもこれまでと全く違うやり方をしないといけないので、そこへ舵を切れるかどうか重要になると思う。

地域の観光は、今はまだ行政の支援によって成り立っている部分が多い。しかし今後、商品力を上げて自発的に商品が継続できるようになれば、それが自立であり、観光地が本来目指すべきところでもある。観光の素材をそのまま提供するのではなく、その価値を高めるための大掛かりな仕掛けがハードソフトともに必要になっている。

高山商工会議所 参事

大洞 幸雄 氏

高山が観光都市に至るきっかけは昭和 16 年ごろ、高山市に軍事用道路が整備されたときに、地元バス会社の当時の社長が将来観光に利用できると考え、私財を投げ打って計画より 60cm 広く道路整備したのが乗鞍スカイラインのはじまりで、昭和 23 年にバスが開通し、高山観光の原点となった。

高山の観光は国鉄・JR とのタイアップの中で進んできた。昭和 45 年ディスカバージャパンでは、若い登山客が汽車待ちをする間にぶらぶら街歩きができること注目された。大きな節目が昭和 56 年の豪雪。入込数が大きく減少した危機感から、57 年に観光協会会長に就任した蓑谷氏が先頭に立って協会を法人化し、官民一体となって観光に取り組む形を作った。2 年後の高山駅開業 50 周年、市制 50 周年など大きな節目を、民間も予算や人材を投入して取り組み、平成 9 年には安房トンネル全線開通により観光客が 300 万人を超えた。今後はオフシーズンを無くし観光客数を通年化することが大きな目標だ。

平成 23 年のデータで年間宿泊 180 万人、日帰り 160 万人、合計で 340 万人。近年で一番悪かったのだが、消費額で宿泊日帰り合わせて 580 億円、波及効果では 1360 億円程度とみている。今や観光は高山の基幹産業であり、観光があるから街として成り立っている。数字はうそをつかない。それをしっかりと頭に置いて、観光産業を理解してもらう努力が必要だ。

高山の人は他所からお見えになった旅人を非常に大事にする。だからリピーター率が 7 割近い。以前、高山で親切にされたとの投書が全国紙で紹介されたことがあったのだが、市民の方々は自然に温かく迎えている。地域住民と観光業者と行政と、三者一体となって取り組むということが大事だ。

海外のお客様も多く、日によっては外国の方が多いという和風旅館もある。女将は英語ができず身振

り手振りなのだが、逆にそれが良いようだ。昭和 61 年に金沢、松本とともに国際観光モデル地区の指定を受け、信州、アルプス、高山、金沢という圏域設定で長くやってきたことも外国のお客様に支持される理由の一つだと考えている。官民一体で海外向けの誘致の組織・国際観光振興機構を作り、各国に出向いて PR 活動や、旅行博に参加し市長が自らトップセールスを行っているほか、平成 14 年からは外国の方向けのモニターツアーも実施している。

バリアフリーの街づくりにも積極的に取り組んでおり、平成 8 年からは東京にお住いの身障者の方に市内を散策してもらって、都合の悪い部分を指摘していただくという招待旅行を続けている。ここで指摘のあった箇所はすべて対処している。例えば道路のグレーチングは車いすでも支障がないものにした。看板の整備をはじめ、何が足りないのか、どうしたらわかりやすく散策していただけるのか。そして基本はやはりおもてなしだ。市民、観光業者関係なく、温かく迎えようという心があって、PR をし、整備をし、そして受け入れをきちっとやるということ、つまりソフトとハードの両方の整備が高山の場合はいまうまく行って、評価につながったと考えている。

高山としても北陸新幹線は大きなチャンスだと考えている。小松、能登の和倉、黒部アルペンルートなど、周辺には観光資源が豊富だ。金沢とも白川-高山というルートを一生懸命やろうと組織ができた。バス運行や規制が厳しいレンタカーも含めて、二次交通をつなげていけるよう働きかけを行っている。一番頼れるのは鉄道なので、高山-富山間を増やしていただければありがたい。高山は物を作ることは上手なのだが売り込むのは下手。富山はアピール上手だと思う。どの家にも薬箱があるのだから。地域同士で協力して苦手部分を補い合えばいいのではないか。

【アンケート設問内容】

◎貴事業体についてお答えください。

問1. 業種	1. 温泉旅館	2. 旅館	3. ホテル			
	4. 旅行会社	5. 交通会社（バス・私鉄・タクシー）				
	6. 美術館・博物館	7. 観光関連団体	8. その他（ ）			
問2. 従業員数	a. 1～5人	b. 6～30人	c. 31～100人			
	d. 101～300人	e. 300人以上				
問3. 所在する地域	1. 呉東	2. 呉西	3. 能登	4. 加賀	5. 嶺北	6. 嶺南

問4. ここ5年間の業況（お差しつかえなければご記入ください。）

売上	1. 上昇	2. 横ばい	3. 低下	4. その他（ ）
利益	1. 上昇	2. 横ばい	3. 低下	4. その他（ ）

北陸新幹線の金沢延伸を来春に控えて、次の質問にお答えください。

問5. 北陸新幹線の金沢延伸により地元への訪問者（旅行者・出張者含む）は増加すると思いますか。また、それはどの程度だと思われますか。

- | |
|--|
| 1. 増加する（ 割程度）
2. 減少する（ 割程度）
3. 変わらない |
|--|

問6. 貴事業体への影響はどのぐらいあると予想しますか。（売上、利益それぞれ）

- | |
|--|
| (売上)
1. 売上が増加（ 割程度）
2. 売上が減少（ 割程度）
3. 売上は変わらない

(利益)
4. 利益が増加（ 割程度）
5. 利益が減少（ 割程度）
6. 利益は変わらない |
|--|

問7. (北陸3県内で) 事業所の統廃合あるいは新設の予定はありますか。

- 1. 統合や廃止を予定
- 2. 新設を予定
- 3. 特になし

問8. 新幹線延伸に関連して新規投資等をしましたか。すでに実施した、または今後1年以内に実施予定のものを、次の選択肢の中からお選びください(複数可)。

- a. 施設設備
- b. 宣伝・広告
- c. 人員拡充
- d. 商品開発
- e. IT/web 関連
- f. その他(具体的に)
- g. 特に実施する予定はなし

問9. 新幹線延伸に関連して、商品・サービス等に変化はありましたか。すでに実施した、または今後1年以内に実施予定のものを、次の選択肢の中からお選びください(複数可)。

- a. 新商品や新サービスを開発
- b. 価格の見直し
- c. 販売方法の見直し
- d. 品質や接客の向上
- e. その他(具体的に)
- f. 特に実施する予定はなし

問10. 行政に対して期待することはありますか。次の選択肢の中からお選びください(複数可)。

- a. 国内での広告・宣伝・キャンペーン
- b. 海外からの観光客増加への取組
- c. 補助金や融資制度の拡充
- d. MICE(国際会議)・学会など大型イベントの企画
- e. 食べ物コンテストなど町おこしイベントの企画
- f. ニューツーリズム(エコ、グリーン、ヘルス、産業、スポーツなど)への取組
- g. 温泉地や旧跡・景勝地へのてこ入れ
- h. 観光業従事者の人材育成・教育
- i. 県境を越えた新たな観光圏づくり
- j. (北陸3県など)広域的な観光推進機構の設置
- k. その他(具体的に)
- l. 特になし

【注意】 続いての質問は、業種によってお答えいただく設問が異なります。

交通事業者（バス・鉄道・タクシーなどの方）……………問12・問13 にご回答ください。

旅行事業者（代理店などの方）……………問11・問13 にご回答ください。

観光事業者（宿泊事業者・関連団体の方）……………問11・問12 にご回答ください。

上記3業種以外の方は、問11・問12・問13 にご回答ください。

問11. 主として旅行事業者（代理店などの方）と観光事業者（宿泊事業者・関連団体の方）にお聞きします。

交通事業者（バス・鉄道・タクシーなど）に対して期待することはありますか（複数可）。

- | | |
|-----------------------------|---------------------|
| a. 増便・増車 | b. ダイヤの改正・柔軟な運用など |
| c. 料金の値下げ | d. 行政区分を越えた新たなルート開発 |
| e. 接客サービスの向上 | f. 車両・駅など設備の更新 |
| g. 新幹線駅前から観光地への低価格の交通ルートの設置 | |
| h. その他（具体的に | i. 特にない |

問12. 主として交通事業者（バス・鉄道・タクシーなどの方）と観光事業者（宿泊事業者・関連団体の方）にお聞きします。

旅行事業者（代理店など）に対して期待することはありますか（複数可）。

- | | |
|--------------------|--------------------|
| a. 観光地や商品の育成 | b. 仲介料などの値下げ |
| c. 広告・宣伝の拡充 | d. 自社サービスなどへの助言や提言 |
| e. 地域の観光地や観光情報への精通 | |
| f. その他（具体的に | g. 特にない |

問13. 主として旅行業者（代理店などの方）と交通事業者（バス・鉄道・タクシーなどの方）にお聞きします。

観光事業者（宿泊事業者・関連団体）に対して期待することはありますか（複数可）。

- | | |
|--------------|----------------------|
| a. 新たな商品の企画 | b. 料金の値下げ |
| c. 集客への努力と工夫 | d. インターネット活用による情報発信 |
| e. 経営の近代化 | f. 宿泊施設などの耐震化やリニューアル |
| g. 接客の向上 | h. 女性をターゲットにした企画 |
| i. その他（具体的に | j. 特にない |

問14. その他ご意見、新幹線への期待等がございましたらご記入ください（自由記述）。

アンケートは以上です。回答用紙のみファックスでお送りください。
ご協力ありがとうございました。

【参考文献一覧】

取材協力

株式会社ライトレール
三菱総研プラチナ社会研究会
野村総研
高山商工会議所
飛騨高山美術館
東北経済連合会
東北観光推進機構
八戸市
盛岡市
青森市
九州観光推進機構
九州経済連合会
肥薩おれんじ鉄道株式会社
株式会社鹿児島地域経済研究所
鹿児島県観光連盟
株式会社観光販売システムズ
森口 誠之 氏
(順不同)

参考図書

「日本都市学会年報」VOL.18 都市と高速交通 ギョウセイ (発行 1985年5月20日)
地域振興と整備新幹線－「はやて」の軌跡と課題－ 榎引 素夫 弘前大学出版会 (発行 2007年5月30日)
新幹線整備促進調査 (整備効果) 報告書 福井県 (平成20年3月)
レジャー白書2012 －震災後の余暇を考える－ 公益財団法人日本生産性本部 (2012年)
レジャー白書2013 －やめる理由・始める理由 余暇活性化への道筋－ 公益財団法人日本生産性本部 (2013年)

参考資料

取材先提供

旬刊旅行新聞 2009年11月臨時増刊号 株式会社観光販売システムズ
新青森駅・青森駅周辺整備について 青森市
東北新幹線新青森駅開業による観光実態調査報告書 青森市
東北新幹線新青森駅開業対策アクションプラン (修正版) 2009.3 青森市
青森県青森市 GAP 調査報告書 青森市
盛岡市観光推進計画 平成20年3月 盛岡市
平成25年度 盛岡市の観光と物産の概要 盛岡市
「青函圏フォーラム」東北新幹線「八戸駅開業」から～八戸が取り組んできた食によるまちおこし～ (2012.12.13) 八戸市
北陸新幹線延伸が地域に与える影響 長野経済研究所
新時代の鼓動 2012～チャンスをつかめ 変わる交通ネットワーク～北陸新幹線延伸に備える長野県内各地の動き～
長野経済研究所
昇龍道の心 ～おもてなしの町、飛騨高山～ 高山市
数字で見る飛騨高山の観光 高山市
飛騨高山 観光のあらまし 高山市

新聞

- 河北新報 新幹線効果、年間 3000 億円、2020 年時点 青森県が試算（1997 年 7 月 29 日）
- 北日本新聞 アニメ聖地 世界へ PR 観光庁など行動計画 おおかみこどもの雨と雪上市 トゥルー・ティアーズ城端（2013 年 6 月 21 日）
- 北日本新聞 県内 7 信金が県 PR 冊子 1 万 1000 部を発送（2013 年 10 月 9 日）
- 週刊観光経済新聞 旅館数が 4 万 5000 軒割れ 厚労省調べ（2013 年 11 月 2 日）
- 富山新聞 東京ホットライン北陸新幹線、動き出した 30 年来の悲願 富山までフル規格も“まだら”状態は残る（2000 年 12 月 23 日）
- 富山新聞 ホテル百万石休業 運営分離契機に「迷走」発端は 08 年に（2012 年 9 月 8 日）
- 富山新聞 「厄払い鯉の放流」奇祭をツアーの目玉に 砺波市観光協会 今冬、モニター初実施（2013 年 1 月 13 日）
- 長崎新聞 整備新幹線着工の優先順位 沿線自治体、綱引き激化（2011 年 7 月 29 日）
- 日刊工業新聞 東北新幹線の延伸効果 639 億円、雇用創出 6950 人 青森県まとめ（2003 年 12 月 5 日）
- 日経 M J 立山黒部の観光 個人呼び込め 高地で往復バスや無線 LAN（2013 年 8 月 26 日）
- 日経産業新聞 産業再興アジアと共創④ JR 九州、海外客に熱視線 和の心で上得意導く（2013 年 6 月 12 日）
- 日経産業新聞 自民、対政府折衝に全力（1988 年 8 月 12 日）
- 日経産業新聞 整備新幹線財源合意（1996 年 12 月 17 日）
- 日経産業新聞 ミシュラン旅行ガイド日本編 三つ星に 40 カ所以上 仏できょう発売（2009 年 3 月 16 日）
- 日経産業新聞 自治体トップに聞く 北陸初、アウトレット誘致 観光客の 1%取り込む（2013 年 6 月 27 日）
- 日経産業新聞 能登・未来を探る（下）逆境での経験、武器に サービス・素材 世界に通用（2013 年 7 月 11 日）
- 日経産業新聞 体験北陸の産業観光 YKK センターパーク（2013 年 8 月 13 日）
- 日経産業新聞 朝ごはんで富山に誘う 県内 48 ホテル・旅館が企画（2013 年 10 月 30 日）
- 日経産業新聞 次代の創造手（2013 年 12 月 4 日）
- 日経産業新聞 日本には石油より価値ある「資源」がある（星野佳路氏の経営者ブログ）（2014 年 2 月 28 日）
- 福井新聞 一乗谷朝倉氏遺跡 復原町並みに市場再現 伝統工芸など 15 店（2012 年 10 月 17 日）
- 福井新聞 サンデー論説・熱帯びる観光戦略 「リアル・ふくい」磨く時だ（2013 年 2 月 3 日）
- 福井新聞 修復進む旧大和田銀行（敦賀） 往時の姿へ（2013 年 2 月 14 日）
- 北陸中日新聞 昇龍道プロジェクト 台湾会員向けツアー JCB、来日客増へ企画（2013 年 7 月 11 日）
- 北陸中日新聞 じゃらん調査 また来て北陸 連携を 旅行者再訪率全国平均下回る
- 北國新聞 北陸新幹線、金沢開業間近 石川の魅力アップを先導 ふるさとの地域資源活用プロジェクト 小松の技に触れる「体験ランド」（2012 年 10 月 26 日）
- 読売新聞 社説・財源抜きの新幹線着工は疑問（1988 年 9 月 2 日）
- 読売新聞 整備新幹線 富山など各地で計画変更の訴え 在来線分離に危機感（1991 年 6 月 13 日）
- 読売新聞 整備新幹線 新規 3 区間着工決定も「財源」裏付け不透明 JR 東西、負担に反発（2004 年 12 月 17 日）
- 読売新聞 全線開通あと 1 年 38 年越しの悲願成就へ 東京が「近所」になる＝青森（2009 年 12 月 16 日）
- 読売新聞 黒部峡谷にビジターセンター アルペンルートには雪の迷路 新観光拠点誘客に期待（2013 年 2 月 21 日）
- 観光経済新聞社 シリーズ温泉地再生 石川県山代温泉 2 次交通整備が鍵（2013 年 8 月 24 日）
- 京都新聞 和食 無形文化遺産 ユネスコ登録決定（2013 年 12 月 5 日）
- 朝日新聞 (be report) 新幹線「経済効果」の真相 ソロバンはじく知事たち（2010 年 10 月 9 日）
- 東奥日報 連載あおもり経済リサーチ 5 新幹線の経済効果は 設備投資、土産・飲食アップ 好機生かした企業が恩恵（2006 年 4 月 30 日）
- 東奥日報 新幹線八戸駅開業 10 年 経済効果 1246 億円（2012 年 11 月 29 日）
- 日刊県民福井 県立こども歴史文化館 来たくなる仕掛け人気 入館者予想の 3 倍超（2012 年 11 月 24 日）
- 日刊県民福井 県立恐竜博物館 12 月の入館者過去最高（2013 年 1 月 6 日）
- 日刊県民福井 遊びに行こう 鯖江うるしの里会館（2013 年 2 月 16 日）
- 日刊県民福井 JR 観光キャンペーン 「北陸 3 県」15 年秋に 新幹線の延伸見据え仕掛け（2013 年 3 月 9 日）

雑誌

- 『経済月報』 長野経済研究所 (2011.7)
- 『週刊東洋経済』 異色の旅館再生屋 星野リゾートの次なる野心 (特集 沸騰! エアライン & ホテル) 東洋経済新報社 (2013.5.25)
- 『北陸経済研究』 Analyze Hokuriku 再考・北陸新幹線への期待 北陸経済研究所 (2013.7)
- 地域を見つめる経済情報誌「すかい」景況調査レポート 長野信用金庫 (2013年7月20日)
- 『経済月報』 地域レポート・北陸新幹線延伸に向けて活発化する誘客への取り組み 長野経済研究所 (2013.10)
- 『財界』 蒲島郁夫・熊本県知事に直撃 くまモンを生み出そうと思ったきっかけは何ですか? 財界研究所 (2014.1.7)
- 『九州経済調査月報』 2010年度九州経済の見通し 九州経済調査協会
- 『九州経済調査月報』 2011年度九州経済の見通し 九州経済調査協会
- 『九州経済調査月報』 2012年度九州経済の見通し 九州経済調査協会
- 『九州経済調査月報』 2013年度九州経済の見通し 九州経済調査協会
- 『九州経済調査月報』 連載:九州新幹線開業前夜 ~新幹線開業がもたらしたもの-東北・八戸の事例 九州経済調査協会 (2010年9月~2011年3月号)
- 『九州経済調査月報』九州新幹線全線開業1年前特集 九州経済調査協会 (2010年3月号)
- 『九州経済調査月報付録 データ九州』九州新幹線全線開業に関するアンケート 九州経済調査協会 (2010年3月号付録)
- 『九州経済調査月報』九州新幹線全線開業後の九州における観光消費の状況 九州経済調査協会 (2012年3月号)
- 『九州経済調査月報』九州新幹線全線開業の効果と交流拡大に向けた取組 九州経済調査協会 (2012年4月号)
- 『経済月報』トピックス2年半後に迫った長野新幹線延伸 長野経済研究所 (2012年8月号)
- 『週刊ダイヤモンド』特集・鉄道新発見! ダイヤモンド社 (2013/7/20号)
- 『週刊エコノミスト』円安で訪日外国人が急増 毎日新聞社 (2013年5月28日特大号)
- 『近代中小企業』「ご当地」づくりの仕掛け! 街おこし・地域活性化の成功事例 株式会社データエージェント (2013年5月号)
- 『月刊レジャー産業資料』特集・温浴ビジネス 反転攻勢へ 集客・収益アップへのアプローチ手法 総合ユニコム株式会社 (2013年6月号)
- 『近代中小企業』売れる仕組み・固定客作りのコツ 株式会社データエージェント (2013年7月号)
- 『日経トレンディ』【特集2】泊まってわかった! ビックリ仰天最強の公共系の宿35 日経B P社 (2013年8月号)

その他

(講演)

「福井県立大学後期公開講座」新幹線開業のインパクトを生かしたまちづくり~県内各駅周辺の活性化策を先行事例に学ぶ~ 福井県立大学 (平成25年度)

(資料、パンフレット等)

- フォーラム福岡19号 長野新幹線にみる新幹線効果の「光」と「陰」 株式会社プロジェクト福岡 (2008年3月29日発行)
- 新幹線の経済効果「また来たい観光地こそ基本だ」 陸奥新報 (2009年6月23日)
- 「Web 東奥」新幹線が来る/新青森・七戸十和田開業 第1~6部 東奥日報社 (2010.1.7~2010.11.8)
- 東北新幹線の青森延伸で地元が密かに恐れる「ストロー現象」 J-CAST ニュース (2010年12月19日)
- 鹿児島県/新幹線効果活用プラン 取り組みの方向性 鹿児島県 (2011年5月27日)
- Business Media 誠 > 新連載・どうなる? 鉄道の未来 (1):なぜ新幹線は飛行機に“勝てた”のか ITmedia Inc. (2012年5月16日)
- 九州新幹線、経済効果“失速” 鹿児島では宿泊客数減少 西日本新聞経済電子版 (2013/03/13)
- 瀬戸大橋:「陸続き」島を翻弄 観光は開通3年で陰り 毎日新聞 (2013年4月10日)
- JR、北陸新幹線E7系公開 コンセプトは「和の未来」 朝日新聞デジタル (2013年11月28日)
- 2人連れ専用の温泉宿 客を絞り斜陽の旅館を再生 女子力起業 (9) 日本経済新聞 (2014/01/20)
- 訪日旅行者:20年に1700万人…観光庁予測 毎日新聞 (2014年2月25日)
- 鉄道:整備新幹線について 国土交通省
- 業務案内-鉄道の建設 独立行政法人 鉄道建設・運輸施設整備支援機構
- 観光総合産業への新潮流 株式会社日本アプライドリサーチ研究所

STEP 21 北陸新幹線金沢開業に向けたアクションプラン 石川県企画振興部 新幹線・交通対策監室 開業企画担当
 くらしたい国、富山「定住交流促進サイト」 富山県
 とやま経済月報 富山県（平成23年2月号）
 整備効果：北陸新幹線 福井県
 佐賀県九州新幹線ホームページ 佐賀県
 『地域経済ニュースレター』多自然居住地域におけるまちの顔・地域交流の核となる鉄道駅ターミナル活用のあり方 ～山形
 新幹線沿線をはじめとする県、市町村、鉄道事業者の取り組み事例を通して～ リサーチコンサルティング三部 副主任研
 究員 中谷幸太郎 株式会社野村総合研究所（2000年6月）
 新幹線開業による景気への影響について～青森県景気ウォッチャーへのアンケート調査～ 青森県企画振興部統計情報課
 統計情報分析・利活用グループ（平成16年3月）
 九州新幹線部分開業に伴う影響度調査について 日本銀行鹿児島支店（2004年5月7日）
 開発投資型新幹線による地域振興策の検討―糸魚川地域を例として― 長岡大学産業経営学部助教授 鯉江康正 長岡大学地
 域研究センター年報（2004年12月）
 青森県における観光消費の経済波及効果 観光産業のすがたと青森経済への貢献 青森県（平成17年3月）
 九州新幹線・肥薩おれんじ鉄道開業影響調査報告書 鹿児島県交通政策課（平成17年3月）
 北海道新幹線札幌延伸に伴う効果と地域の課題調査報告書【要約版】 北海道経済連合会（委託先：㈱北海道二十一世紀総合
 研究所）（平成18年7月）
 東北新幹線開業効果活用方策について 青森県新幹線効果活用プロモーション協議会（平成18年10月）
 東北新幹線新青森駅開業効果 研究プロジェクト 青森県市町村戦略会議報告会（2006年10月26日）
 北海道新幹線札幌延伸に向けて 北洋銀行（平成18年12月）
 九州シンクタンク六社会共同調査特別編 九州新幹線全線開通の影響調査 財団法人 地域流通経済研究所（平成18年12月）
 北陸新幹線（長野・金沢間）事業に関する対応方針 独立行政法人 鉄道建設・運輸施設整備支援機構（平成19年3月）
 東北新幹線（八戸・新青森間）事業に関する対応方針 独立行政法人 鉄道建設・運輸施設整備支援機構（平成19年3月）
 新幹線開業影響予測調査 石川県（平成19年3月）
 北海道新幹線開業効果拡大・活用検討会議報告書―北海道新幹線で私達の未来を拓く― 北海道新幹線開業効果拡大・活用
 検討会議（平成19年3月）
 『NETT North East Think Tank of Japan』特集・新幹線と地域振興 ほくとう総研（2007.7）
 新幹線効果活用プラン 鹿児島県新幹線効果活用プラン推進会議（平成20年3月）
 （報道資料）満足度（推薦率）トップは「ニセコ」「白馬」～ JNTO 訪日外客実態調査 2006-2007〈満足度調査編〉発行～
 JNTO 国際観光振興機構（平成20年3月26日）
 平成20年度 北陸への来訪意向および各種資源認知度等調査 結果報告書 北陸イメージアップ推進会議（2008年12月）
 平成20年度後期授業計画―観光産業界の経営分析―第6回観光の経済効果と業界分析（観光と地域経済） 山内公認会計士
 事務所（平成20年12月1日）
 九州新幹線全線開通に伴う熊本都市圏の観光活性化に関する調査研究報告書 社団法人 中小企業診断協会 熊本県支部（平
 成21年1月）
 新幹線開業による中心市街地活性化に関する調査 東北地域をモデルとした検討結果（調査報告書） 北海道商工会議所連合
 会（平成21年2月）
 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（平成20年度 広域ブロック
 自立施策等推進調査） 国土交通省 北陸信越運輸局（平成21年3月）
 九州新幹線（新八代・鹿児島中央間）事業に関する事後評価報告書 鉄道・運輸機構（平成21年3月）
 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報告書 国土交通省 北陸信越運輸局（平成21年3月）
 ほくりくのさくらリポート vol.10 北陸におけるインバウンド観光の動向 日本銀行金沢支店（2009年5月29日）
 よくわかる青森県 現在の姿と未来への挑戦（平成21年度版） 青森県企画政策部（平成22年3月）
 観光圏整備と観光地域づくりプラットフォームについて 観光庁観光地域振興課（2010/05/31）
 北陸新幹線の金沢開業に向けた取り組みと今後の課題―経済効果の持続的な拡大に向けて― 日本銀行金沢支店（2010年
 7月30日）
 北陸新幹線の金沢開業を見据え、金沢の和風旅館の魅力発信を考える 金沢市民研究機構 7D グループ（2010年8月）

北陸新幹線開業（2015年）に向けた上越市観光―【やろっさ！戦略】 上越商工会議所社団法人上越観光コンベンション協会（2011/01/01）

『JNTO 訪日外客訪問地調査2010』結果概要 JNTO 国際観光振興機構（平成23年1月26日）

北陸新幹線開業に伴う活力ある「富山」の創造に向けて 富山商工会議所（平成24年3月）

九州新幹線全線開業に伴う宿泊客増加の経済効果は195億円～熊本県内への宿泊客は、開業前に比べ10%増加～ 地方流通経済研究所（平成24年3月）

新幹線全線開業の経済効果について 鹿児島地域経済研究所（2012年3月6日）

Economic Report 整備新幹線の経済効果と資金調達 資本市場調査部 中里 幸聖 大和総研（2012年3月29日）

第43回九州運輸コロキアム 九州新幹線鹿児島ルート全線開業後一年を経過して～人流の変化と新幹線駅からの二次交通～ 九州運輸局企画観光部交通企画 鈴木邦夫 国土交通省九州運輸局（2012年5月8日）

既開業区間の開業効果 国土交通省（平成24年8月）

北陸新幹線金沢開業による石川県内への経済波及効果 株式会社日本政策投資銀行 北陸支店 地域企画部（2013年3月）

北陸新幹線開業による富山県内への経済波及効果 株式会社日本政策投資銀行 富山事務所 地域企画部（2013年3月）

東北観光基本計画 国土交通省東北運輸局（平成25年3月）

地域のビジネスとして発展するインバウンド観光―日本型 DMO による「マーケティング」と「観光品質向上」に向けて― 株式会社日本政策投資銀行 株式会社日本経済研究所（2013年3月）

平成24年度 TIC 利用外国人旅行者調査報告書 日本政府観光局（JNTO）事業連携推進部 観光情報戦略室（平成25年3月）

石川県並行在来線経営計画（改訂版） 石川県並行在来線対策協議会（2013年3月27日）

九州新幹線全線開業2年目の経済波及効果 九州新幹線全線開業2年目の宿泊客増加に伴う経済波及効果は44億円～九州北部豪雨の影響大きく、開業1年目より減少～ 地方経済総合研究所（平成25年4月）

じゃらん宿泊旅行調査2013 株式会社リクルートライフスタイル（2013年7月23日）

北陸新幹線の金沢延伸開業に向けた観光振興シンポジウム報告書 北陸信越運輸局 企画観光部（平成25年8月）

『弘前大学大学院地域社会研究科年報 第2号』東北新幹線八戸開業が地元にもたらした経済的、社会的変化と課題 櫛引素夫・北原啓司 弘前大学

NRI 未来年表2013-2060 野村総合研究所

北陸新幹線開業影響予測調査～市内宿泊客向けアンケート～ 富山県商工労働部

東北新幹線全線開業後における本県観光の動向について 青森県

整備新幹線の整備効果等に関する参考資料 国土交通省鉄道局

調査レポート シリーズ：提言 北海道新幹線札幌延伸に向けて 北洋銀行

整備新幹線構想を問う～その実像と虚像～ 一橋大学鉄道研究会（1993年）

早期に整備された高速交通機関が沿線に与えた影響の分析 波床正敏・塚本直幸・山内健司・長谷川智康 土木計画学研究講演集（1999年）

整備新幹線の建設過程と地域振興効果 立命館法政論集第3号 井口圭一郎（公法専攻・法政専修コース）（2005年）

観光立国へ向けて 外国人旅行者誘致への提言 国際学部国際社会学科 渡邊陽子 宇都宮大学（2005年度）

北陸新幹線（高崎・長野間）事業に関する事後評価対応方針 独立行政法人 鉄道建設・運輸施設整備支援機構（平成20年3月）

宿泊旅行を中心とした観光の課題と展望―東北における震災の影響調査を踏まえて― 株式会社日本政策投資銀行 地域振興グループ東北支社企業金融第4部（2012年3月）

『NETT North East Think Tank of Japan』特集・新幹線延伸により変わる地域 ほくとう総研（2012年秋）

富山県並行在来線 経営計画概要（最終）ポイント 富山県並行在来線対策協議会（2013年1月23日）

北陸新幹線が拓く昇龍道の新たな展開 第3回 地域活性化リレーシンポ in 石川（中日新聞）（2013/07/29）

肥薩おれんじ鉄道について 肥薩おれんじ鉄道株式会社（2014/01/11）

京都銀行における観光支援の取組みについて 株式会社京都銀行（2014/01/31）

飛騨高山美術館 アール・ヌーヴォーの宝石に出遭う旅 飛騨高山美術館

岐阜県の海外戦略について 岐阜県

京都市における MICE 戦略並びにラグジュアリーツーリズムへの対応について 京都市産業観光局観光 MICE 推進室

九州新幹線全線開業1年と県内全域への波及効果の課題 鹿児島県観光プロデューサー 奈良迫 英光

加賀周遊バス CANBUS キャン・バス 株式会社まちづくり加賀

平成26年3月発行

編集・発行 一般財団法人 北陸産業活性化センター
金沢市片町2丁目2番15号
(北国ビルディング2階)
電 話 076-264-3001 (代表)
F A X 076-264-3900
U R L <http://www.hiac.or.jp/>

調査委託 一般財団法人 北陸経済研究所

禁無断転載