

北陸新幹線金沢開業8年・敦賀延伸前の 沿線住民（東京～大阪）の意識調査報告

2023年3月13日

富山国際大学 現代社会学部 観光専攻
准教授 大谷友男

本報告は、富山第一銀行奨学財団からの研究助成を元にまとめました。¹

調査の目的

- 富山国際大学大谷友男研究室では、北陸新幹線の金沢開業から8年、敦賀開業を1年後に控え、旅客流動の変化や観光への影響、進学移動の変化に関する調査・研究に取り組んできた。
- 沿線住民の意識や受け止め方については、アンケート調査を行う必要があるが、調査に相応に費用が掛かることから実施は容易でないが、今回、富山第一銀行奨学財団からの研究助成を得ることができたことから、アンケート（ネットリサーチ）を行うことができた。
- 北陸新幹線金沢開業の影響分析、来春に控えた敦賀開業に向けて開業効果を高めるための基礎資料として活用されることを目指す。
- 調査の実施に当たっては、日本政策投資銀行北陸支店が2022年11月に同種の調査を実施していることから、質問が重複しないよう設計した。

調査の概要

- 対象：北陸新幹線沿線（10都府県）在住の20歳以上の男女
- 対象の割付：年代、男女の割合が均等になるよう設定
- サンプル数：各都府県で右表の想定回答数を設定、
合計4,366名からの回答を得る。
- 調査期間：2023年2月8日～2月16日（9日間）
- 調査方法：インターネットリサーチ
- 調査委託先：Fastask
- 調査項目

	サンプル数	
	想定	回収
東京都	400	423
埼玉県	400	440
群馬県	200	210
長野県	400	425
新潟県	400	427
富山県	500	539
石川県	500	520
福井県	500	519
京都府	400	439
大阪府	400	424
合 計	4,100	4,366

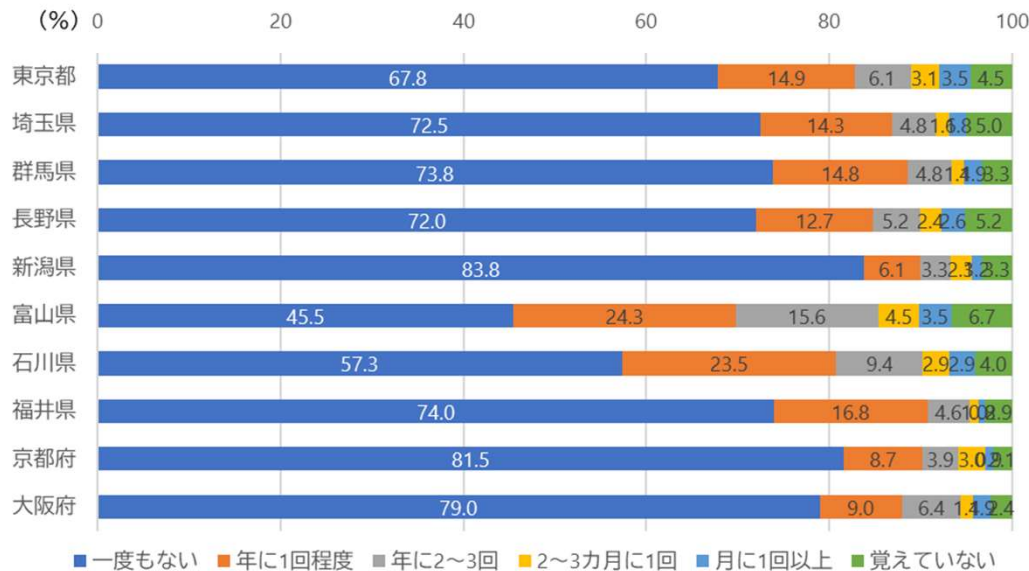
北陸・上信越の観光地・特産品の認知度と訪問（購買）意向、北陸新幹線の利用頻度、北陸新幹線開業への期待度、北陸新幹線開業による自身の生活や地域への影響評価、敦賀乗り換えに対する評価 等

調査結果

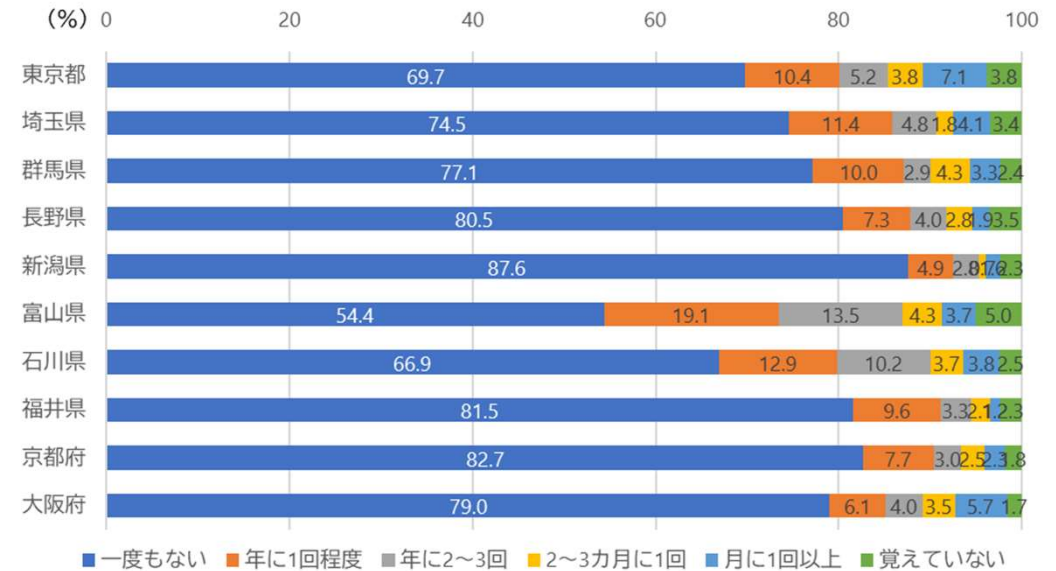
北陸新幹線の利用頻度

- 年に一度は北陸新幹線を利用している人の割合は、富山・石川で約半数。関東で約3割、関西で約2割。※新潟も上越地域に限定すれば約3割。
- コロナの影響や物珍しさが薄れたことにより、2022年の利用頻度は低下傾向にあるが、利用頻度の高い層も増えている。

開業1年目



2022年



注) 「月1回以上」は、実際の設問における「月に1回程度」「月に数回」「週に1回程度」「週に3~4回」「ほぼ毎日」の合算

北陸の観光地・特産品の認知度

- 関東・関西における北陸の観光地・特産品の認知度上位は下表の通り。各県の詳細は次ページ以下を参照。
- 福井県の観光地・特産品や石川県の温泉地は、関東での認知度が関西に比べて低い。関東での認知度が関西より10%以上高いものはなかった。

(単位：%)

関東認知度		
1 黒部ダム	【富山県】	60.1
2 兼六園	【石川県】	58.6
3 ホタルイカ	【富山県】	55.7
4 ます寿し	【富山県】	50.6
5 輪島塗	【石川県】	47.3
6 白えび	【富山県】	44.6
7 金箔	【石川県】	43.7
8 加賀友禅	【石川県】	43.6
9 富山ブラックラーメン	【富山県】	43.6
10 越前がに	【福井県】	42.9

(単位：%)

関西認知度		
1 黒部ダム	【富山県】	63.9
2 兼六園	【石川県】	63.4
3 ホタルイカ	【富山県】	54.8
4 越前がに	【福井県】	54.1
5 東尋坊	【福井県】	53.1
6 輪島塗	【石川県】	52.5
7 ます寿し	【富山県】	47.0
8 加賀友禅	【石川県】	46.6
9 金箔	【石川県】	46.2
10 鯖江メガネ	【福井県】	43.6

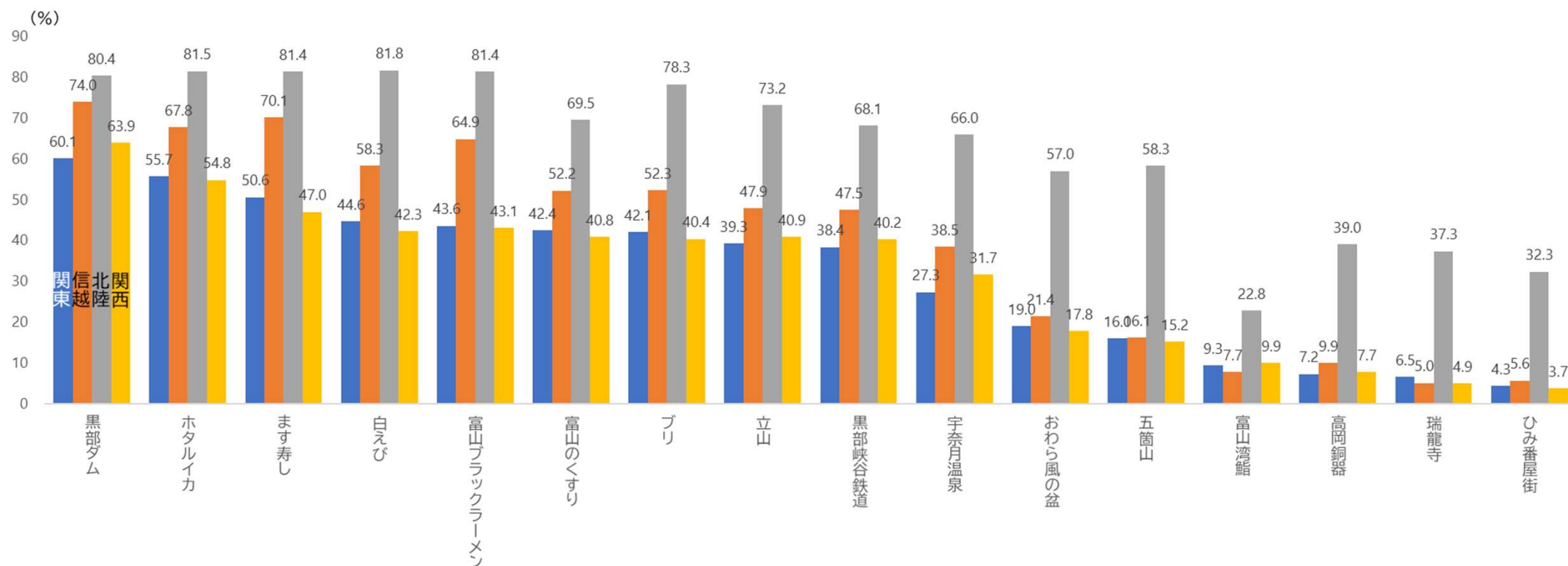
(単位：%)

関東と関西での認知度の差が10%以上		
関東	観光地・特産品	関西
12.2	芦原温泉【福井県】	34.7
9.7	三方五湖【福井県】	27.6
25.2	和倉温泉【石川県】	38.8
24.8	加賀温泉郷【石川県】	37.4
17.2	福井県立恐竜博物館【福井県】	28.7
16.3	へしこ【福井県】	27.7
42.9	越前がに【福井県】	54.1
41.9	東尋坊【福井県】	53.1
13.4	越前おろしそば【福井県】	23.8

注) 関東は東京・埼玉・群馬、関西は京都・大阪。アンケートの回答者数を各都府県の人口で重み付けして算出した値である。

富山県の観光地・特産品の認知度

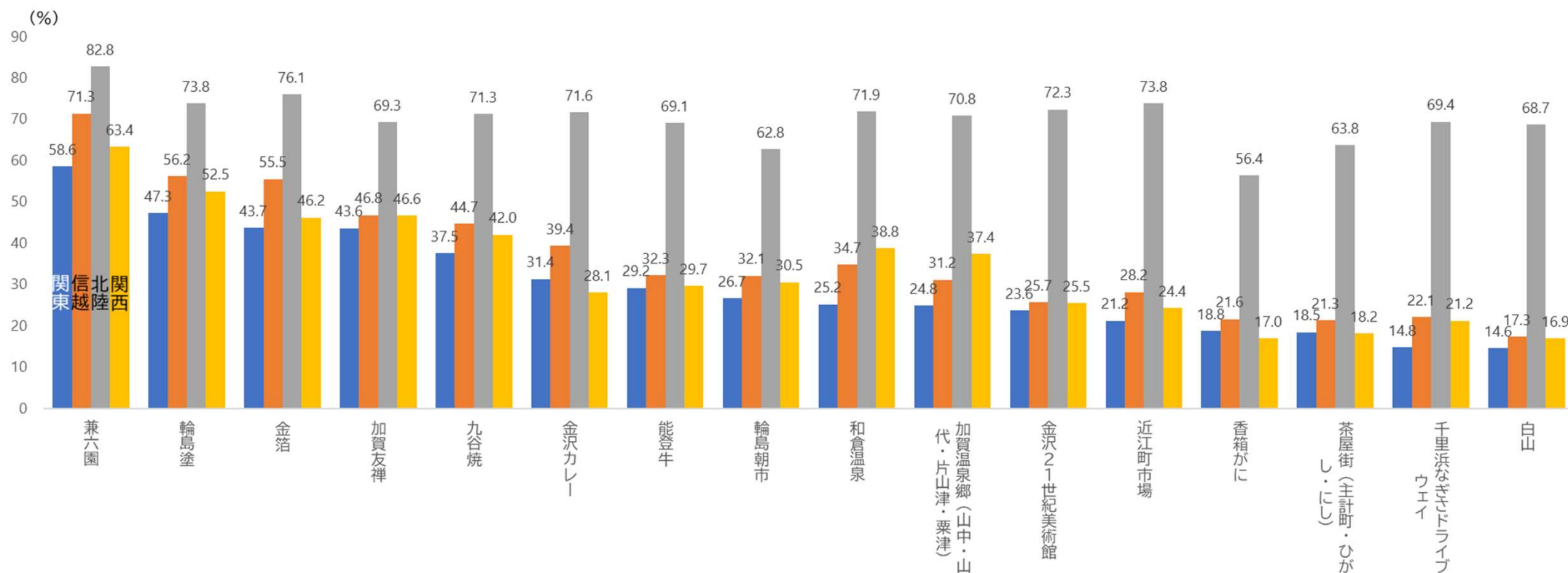
- 黒部・立山といった自然を感じる観光地のほか、水産物・水産加工品（ホタルイカ、ます寿し、白えび、ブリ）の認知度が高い。



注) 関東は東京・埼玉・群馬、信越は長野・新潟、北陸は富山・石川・福井、関西は京都・大阪。アンケートの回答者数を各都府県の人口で重み付けして算出した値である。

石川県の観光地・特産品の認知度

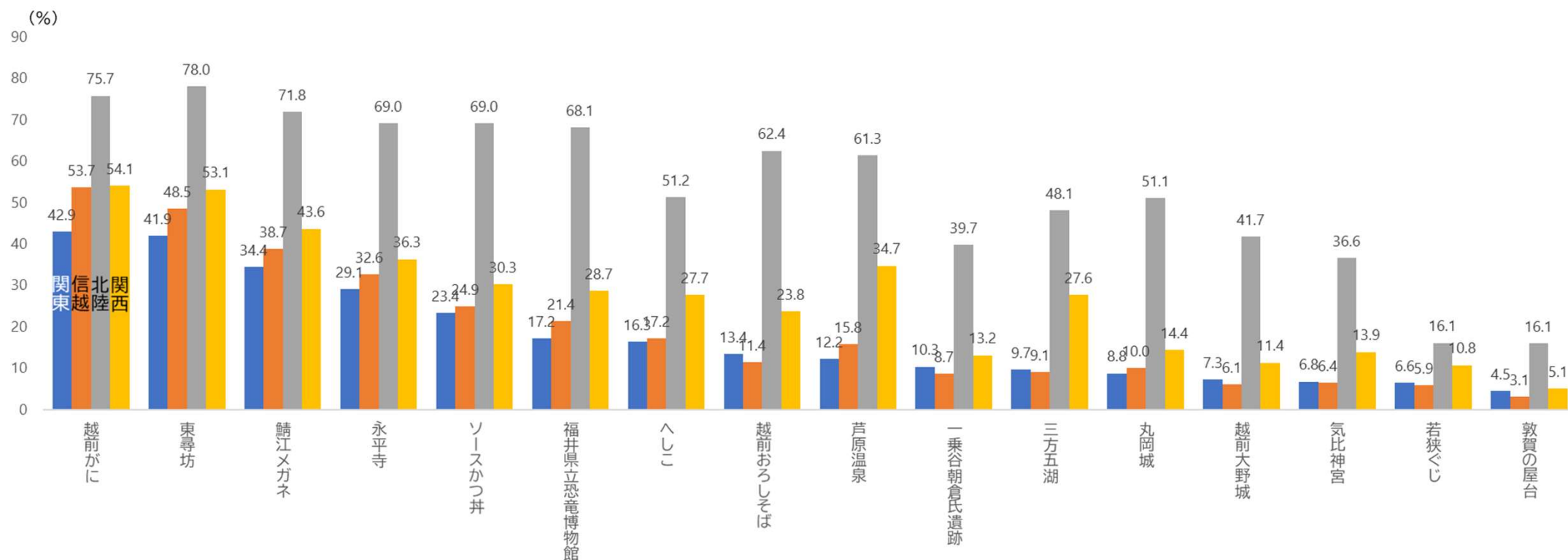
- 兼六園のほか、伝統工芸品（輪島塗、金箔、加賀友禅、九谷焼）の認知度が高い。温泉地は関西での認知度に比べて関東での認知度が低い。



注）関東は東京・埼玉・群馬、信越は長野・新潟、北陸は富山・石川・福井、関西は京都・大阪。アンケートの回答者数を各都府県の人口で重み付けして算出した値である。

福井県の観光地・特産品の認知度

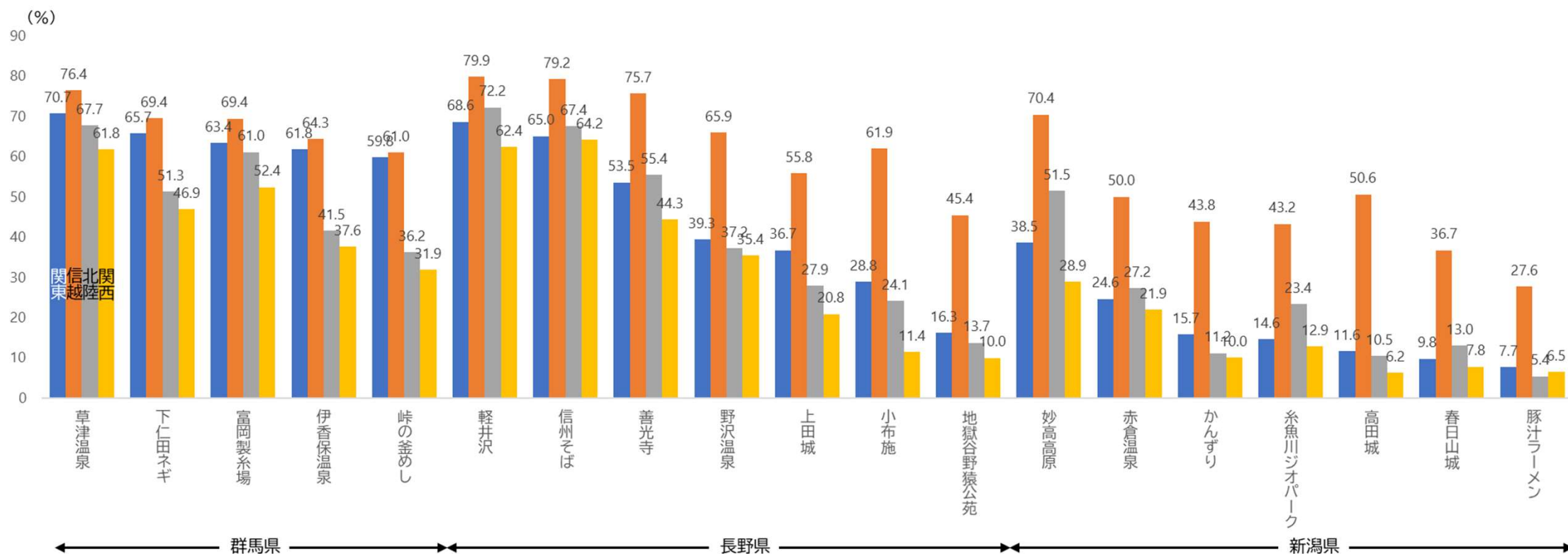
- 越前がに、東尋坊の認知度が高い。関西での認知度に比べて関東での認知度が低く、敦賀開業による変化が期待される。



注) 関東は東京・埼玉・群馬、信越は長野・新潟、北陸は富山・石川・福井、関西は京都・大阪。アンケートの回答者数を各都府県の人口で重み付けして算出した値である。

上信越の観光地・特産品の認知度

- 草津温泉や軽井沢、信州そばは全国区。妙高高原以外の新潟県（上越地域）の観光地・特産品の認知度が低い傾向。



注) 関東は東京・埼玉・群馬、信越は長野・新潟、北陸は富山・石川・福井、関西は京都・大阪。アンケートの回答者数を各都府県の人口で重み付けして算出した値である。

認知度の地域差から見る観光地・特産品の特徴

- 観光地・特産品の認知度の地域差の傾向から、①全国区、②地方区、③県内区、④未発掘の4つに分類できる。 ※詳細は参考資料を参照

- ① 全国区 自県や近隣県だけでなく、他地域での認知度も高い
例) 黒部ダム、兼六園、越前がに、草津温泉、軽井沢 等
- ② 地方区 自県や近隣県での認知度は高いが、他地域での認知度は低い
例) 五箇山、白山、越前おろしそば 等
- ③ 県内区 自県での認知度は高いが、近隣県を含めた他地域での認知度は低い
例) ひみ番屋街、一乗谷朝倉氏遺跡 等
- ④ 未発掘 近隣県を含めた他地域だけでなく、自県での認知度も高くない
例) 富山湾鮎、敦賀の屋台、若狭ぐじ、豚汁ラーメン 等

黒部ダム 【富山県】



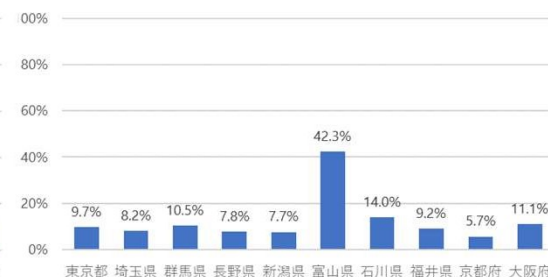
白山 【石川県】



一乗谷朝倉氏遺跡 【福井県】



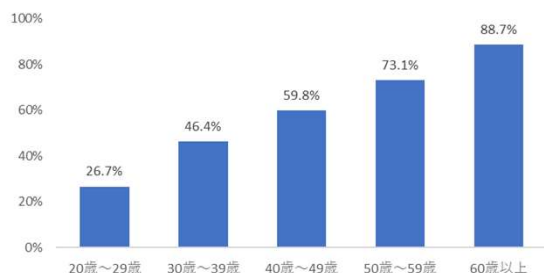
富山湾鮎 【富山県】



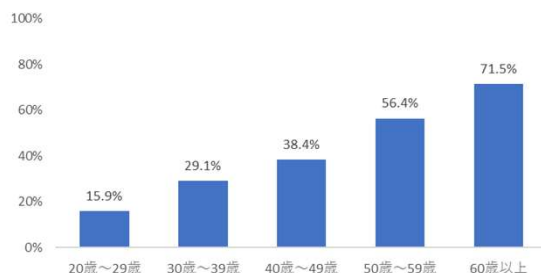
認知度の年代差から見る観光地・特産品の特徴

- 観光地・特産品の認知度を年代別に見てみると、多くの場合（とくに関東や関西といった域外）、年代が上になるほど認知度が高く、若い世代ほど認知度が低い傾向にある。
- なかでも、古くから知られる観光地・特産品でその傾向が強い（例：兼六園、東尋坊など）。
- 一方で、富山ブラックラーメンや金沢21世紀美術館といった比較的新しい観光地・特産品では、年代による差が小さい ※詳細は参考資料を参照

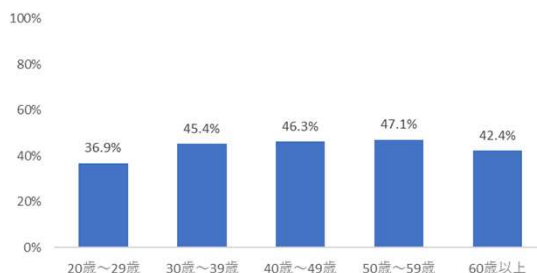
兼六園の関東での年代別認知度



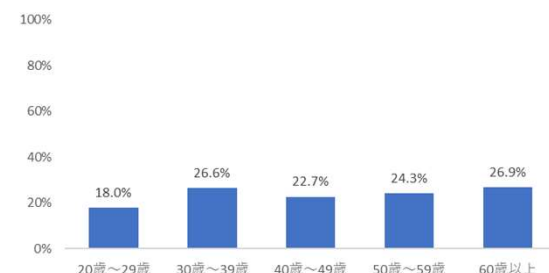
東尋坊の関東での年代別認知度



富山ブラックラーメンの
関東での年代別認知度



金沢21世紀美術館の関東での年代別認知度



北陸の観光地・特産品の訪問・購買意向

- 関東・関西における北陸の観光地・特産品の訪問・購買意向は、認知度に比べて差は小さい。工芸品・工業製品は購買意向が低い傾向。
- 認知度は低いが、訪問・購買意向が高いものが目立つ（例：富山湾鮎、若狭ぐじ）

（単位：pt）

関東訪問・購買意向		
1	越前おろしそば【福井県】	67.8
2	茶屋街【石川県】	64.6
3	富山湾鮎【富山県】	62.9
4	近江町市場【石川県】	62.9
5	加賀温泉郷【石川県】	62.2
6	能登牛【石川県】	62.1
7	香箱がに【石川県】	59.6
8	若狭ぐじ【福井県】	59.4
9	一乗谷朝倉氏遺跡【福井県】	59.2
10	和倉温泉【石川県】	59.1

（単位：pt）

関西訪問・購買意向		
1	富山湾鮎【富山県】	65.8
2	ひみ番屋街【富山県】	65.6
3	香箱がに【石川県】	63.5
4	敦賀の屋台【福井県】	62.4
5	近江町市場【石川県】	59.5
6	越前おろしそば【福井県】	57.9
7	白えび【富山県】	55.4
8	越前大野城【福井県】	55.3
9	能登牛【石川県】	55.0
10	和倉温泉【石川県】	54.8

（単位：pt）

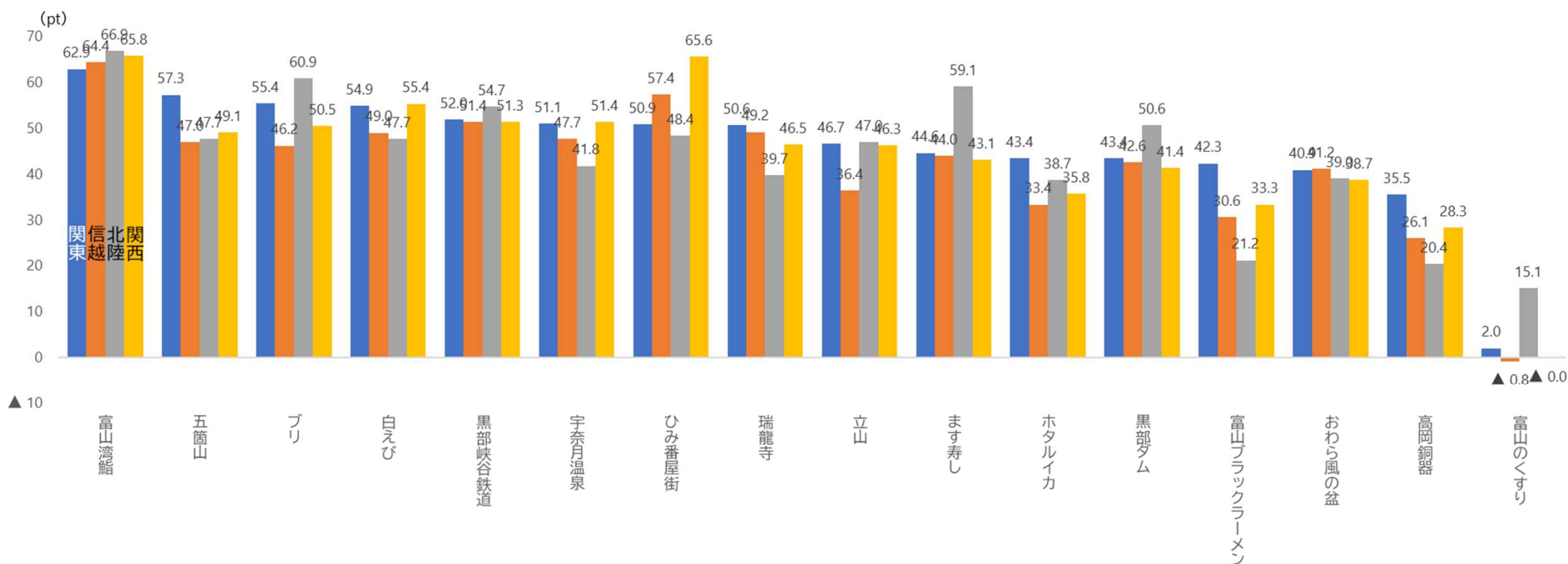
関東と関西での訪問・購買意向の差が10pt以上		
関東	観光地・特産品	関西
38.5	へしこ【福井県】	19.3
50.9	ひみ番屋街【富山県】	65.6
21.9	金箔【石川県】	8.6
59.2	一乗谷朝倉氏遺跡【福井県】	46.9
64.6	茶屋街【石川県】	53.7

注1）関東は東京・埼玉・群馬、関西は京都・大阪。アンケートの回答者数を各都府県の人口で重み付けして算出した値である。

注2）これらの観光地・特産品を「知っている」と回答した人に対し、「訪問・購入したい」を100、「どちらかといえば、訪問・購入したい」を50、「どちらともいえない」を0、「どちらかといえば、訪問・購入したくない」を-50、「訪問・購入したくない」を-100とし、その値に回答者数を乗じてポイント化したもの。

富山県の観光地・特産品の訪問・購買意向

- 他地域での認知度では10%以下だった富山湾鮭の購買意向が高い。



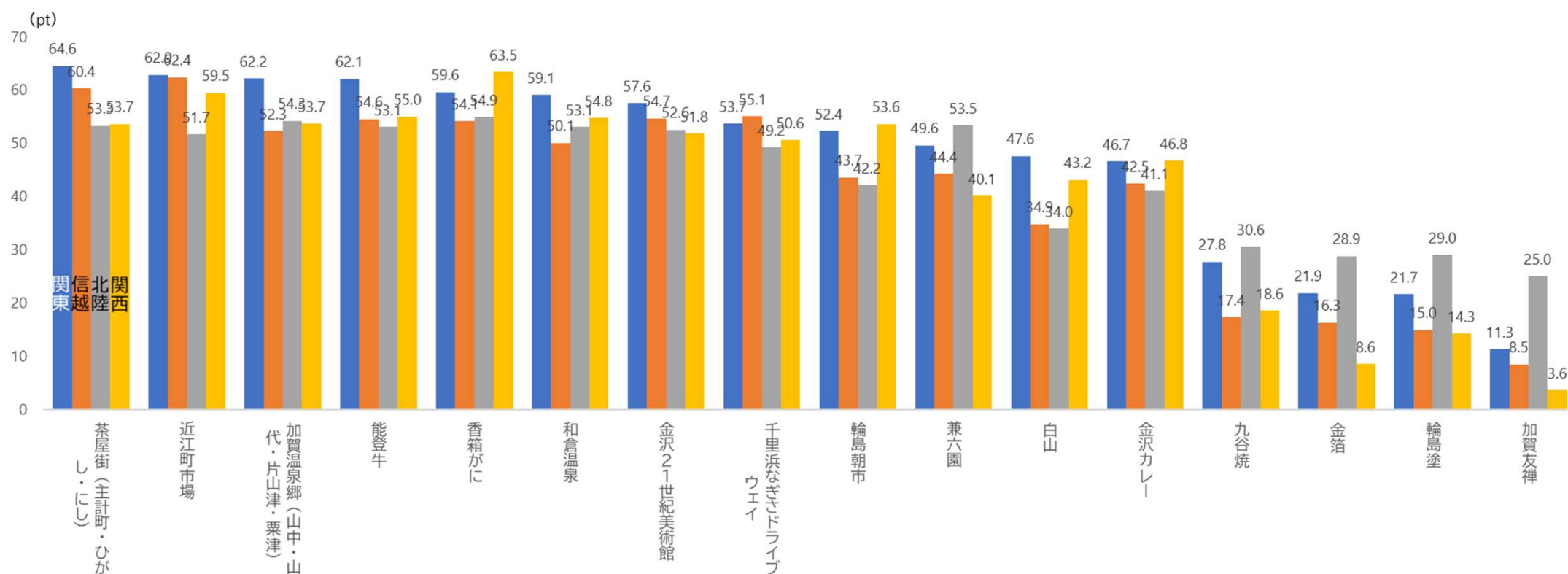
注1) 関東は東京・埼玉・群馬、信越は長野・新潟、北陸は富山・石川・福井、関西は京都・大阪。アンケートの回答者数を各都府県の人口で重み付けして算出した値である。

注2) これらの観光地・特産品を「知っている」と回答した人に対し、「訪問・購入したい」を100、「どちらかといえば、訪問・購入したい」を50、「どちらともいえない」を0、「どちらかといえば、訪問・購入したくない」を-50、「訪問・購入したくない」を-100とし、その値に回答者数を乗じてポイント化したもの。

注3) 富山県の回答者に対しては、訪問・購買意向ではなく「県外の人に勧めたいか」という観点から5段階評価している。

石川県の観光地・特産品の訪問・購買意向

- 訪問・購買意向は総じて高いが、工芸品の購買意向は低い。



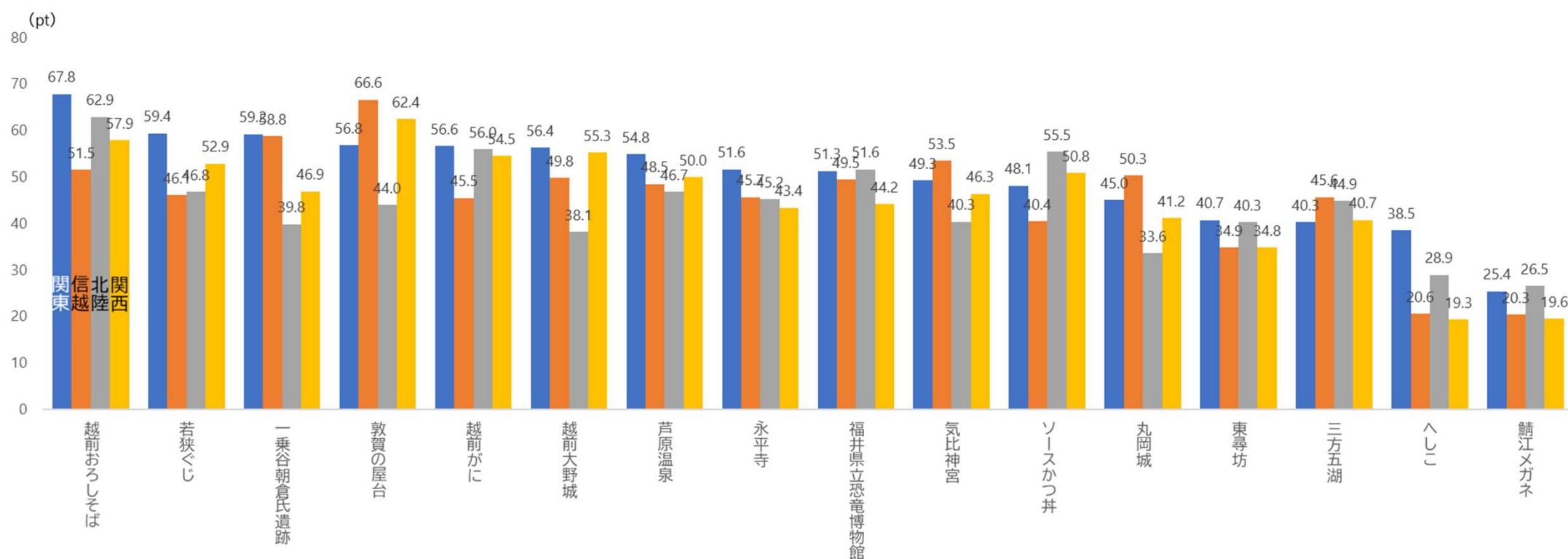
注1) 関東は東京・埼玉・群馬、信越は長野・新潟、北陸は富山・石川・福井、関西は京都・大阪。アンケートの回答者数を各都府県の人口で重み付けして算出した値である。

注2) これらの観光地・特産品を「知っている」と回答した人に対し、「訪問・購入したい」を100、「どちらかといえば、訪問・購入したい」を50、「どちらともいえない」を0、「どちらかといえば、訪問・購入したくない」を-50、「訪問・購入したくない」を-100とし、その値に回答者数を乗じてポイント化したもの。

注3) 石川県の回答者に対しては、訪問・購買意向ではなく「県外の人に勧めたいか」という観点から5段階評価している。

福井県の観光地・特産品の訪問・購買意向

- 認知度では下位だった観光地・特産品の訪問・購買意向が高い。



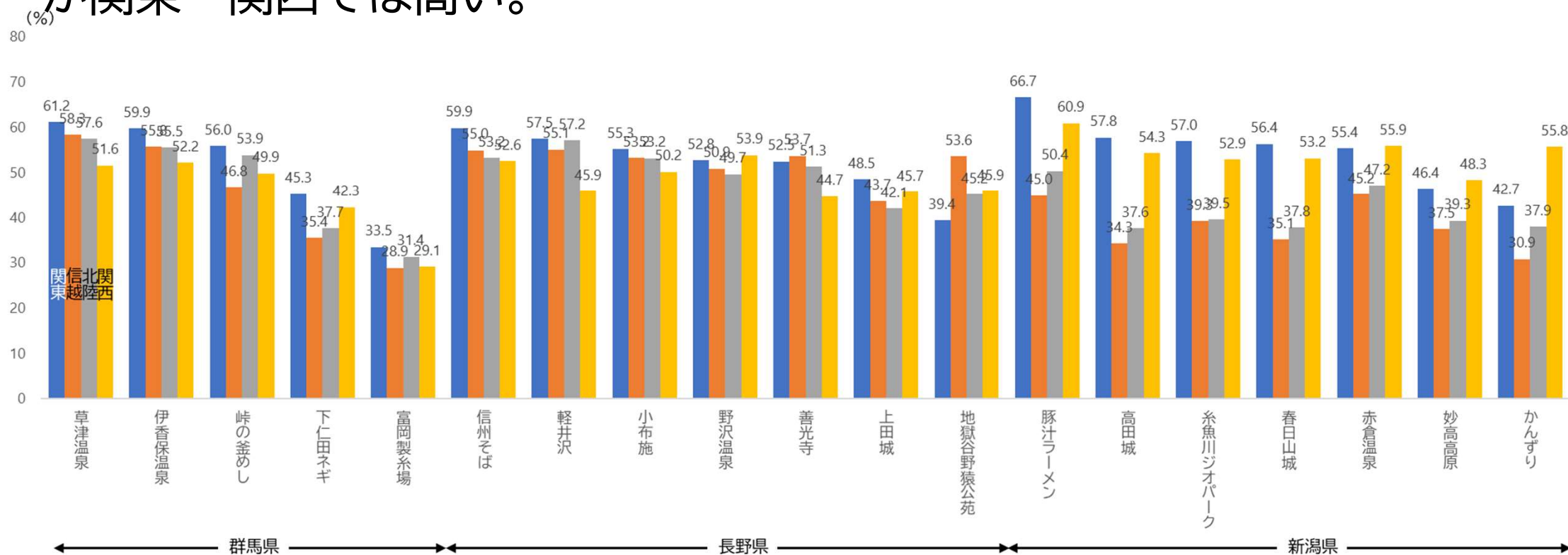
注1) 関東は東京・埼玉・群馬、信越は長野・新潟、北陸は富山・石川・福井、関西は京都・大阪。アンケートの回答者数を各都府県の人口で重み付けして算出した値である。

注2) これらの観光地・特産品を「知っている」と回答した人に対し、「訪問・購入したい」を100、「どちらかといえば、訪問・購入したい」を50、「どちらともいえない」を0、「どちらかといえば、訪問・購入したくない」を-50、「訪問・購入したくない」を-100とし、その値に回答者数を乗じてポイント化したもの。

注3) 福井県の回答者に対しては、訪問・購買意向ではなく「県外の人に勧めたいか」という観点から5段階評価している。

上信越の観光地・特産品の訪問意向

- 認知度の低かった新潟県上越エリアの観光地・特産品の訪問・購買意向が関東・関西では高い。



注1) 関東は東京・埼玉・群馬、信越は長野・新潟、北陸は富山・石川・福井、関西は京都・大阪。アンケートの回答者数を各都府県の人口で重み付けして算出した値である。

注2) これらの観光地・特産品を「知っている」と回答した人に対し、「訪問・購入したい」を100、「どちらかといえば、訪問・購入したい」を50、「どちらともいえない」を0、「どちらかといえば、訪問・購入したくない」を-50、「訪問・購入したくない」を-100とし、その値に回答者数を乗じてポイント化したもの。

注3) 自県の観光地・特産品に対しては、訪問・購買意向ではなく「県外の人に勧めたいか」という観点から5段階評価している。

観光地・特産品の認知度と訪問・購買意向の関係

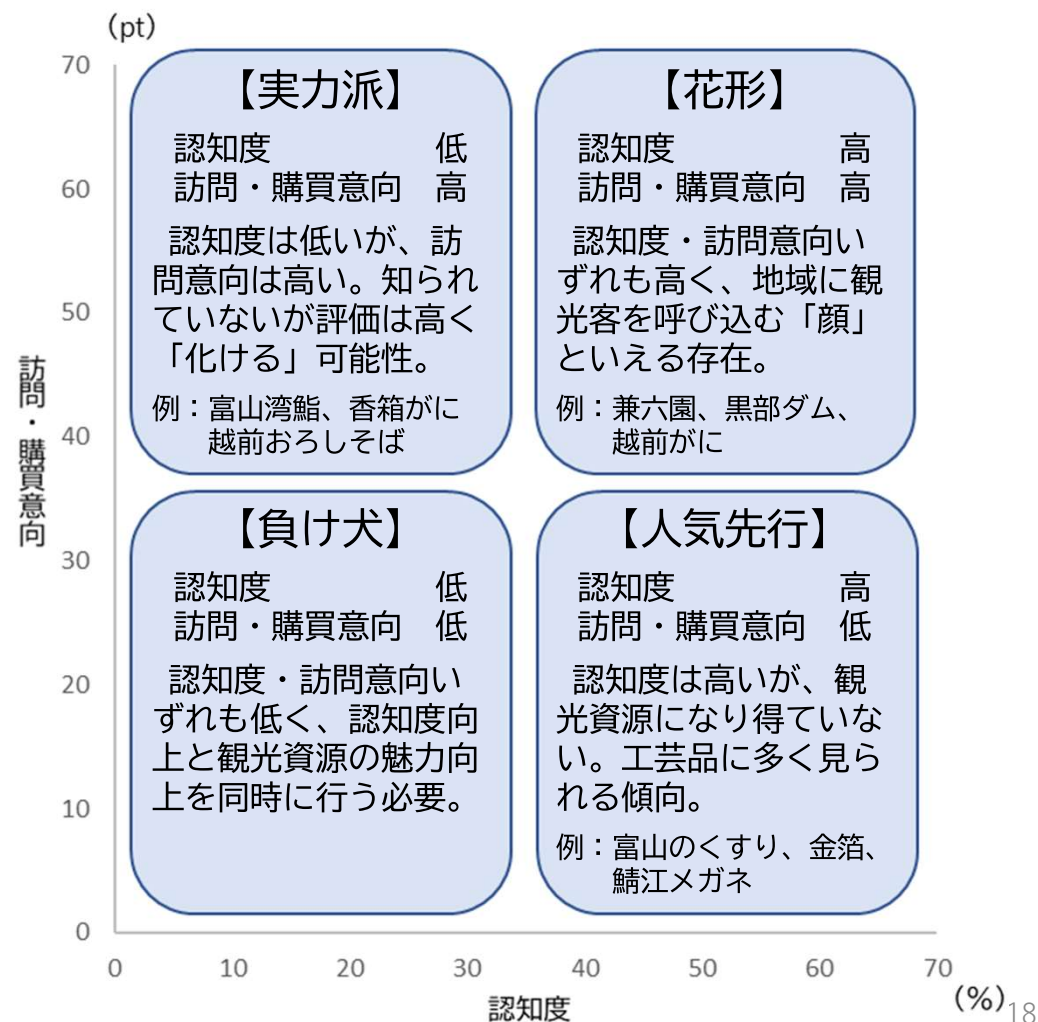
- 観光地・特産品の認知度と訪問・購買意向の関係を右図に示す形でプロットすると、大きく4つに分類できる。

(参考：藤沢和弘「地方創生の視点から行政が取り組むイメージアップ戦略について考える」)

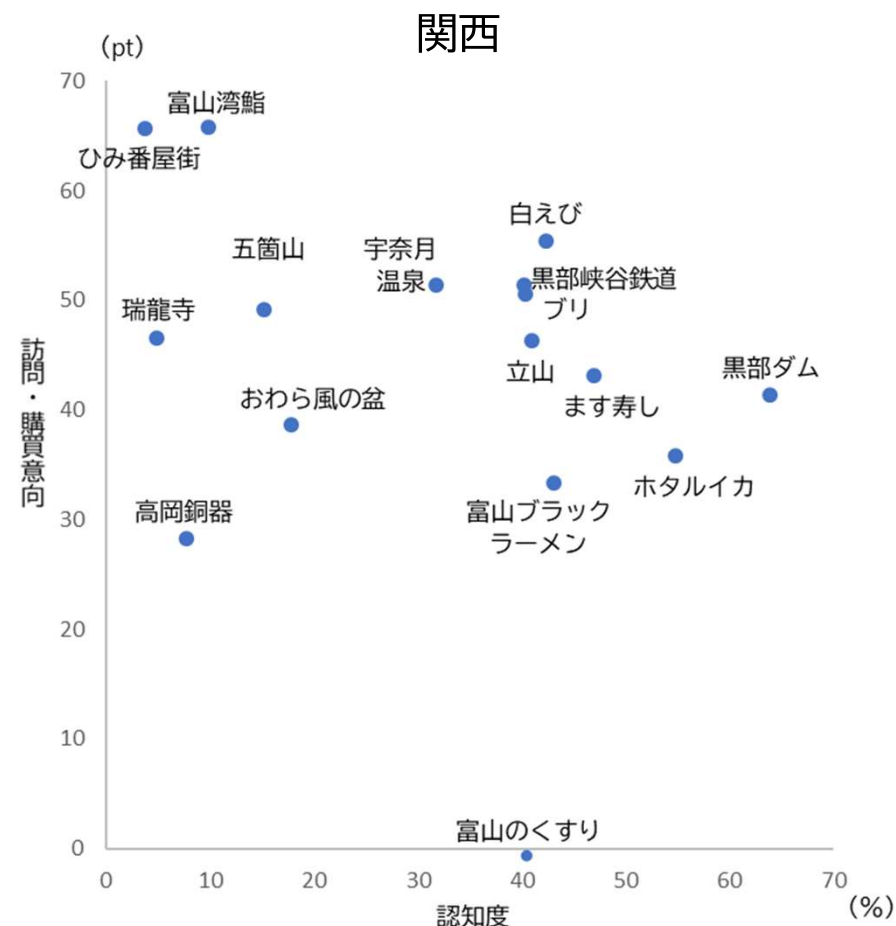
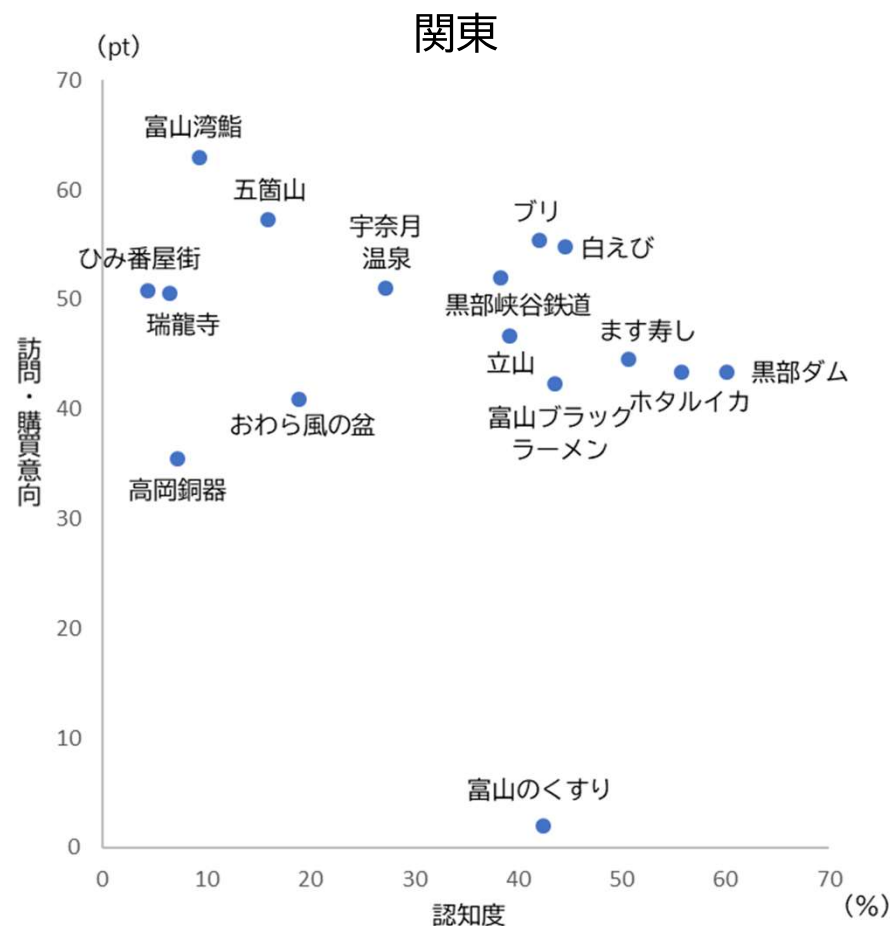
- 【花形】を前面に集客を図りつつ、【実力派】の観光資源をいかに発掘していくかが、息の長い観光振興の鍵を握る。



本物志向の観光振興を



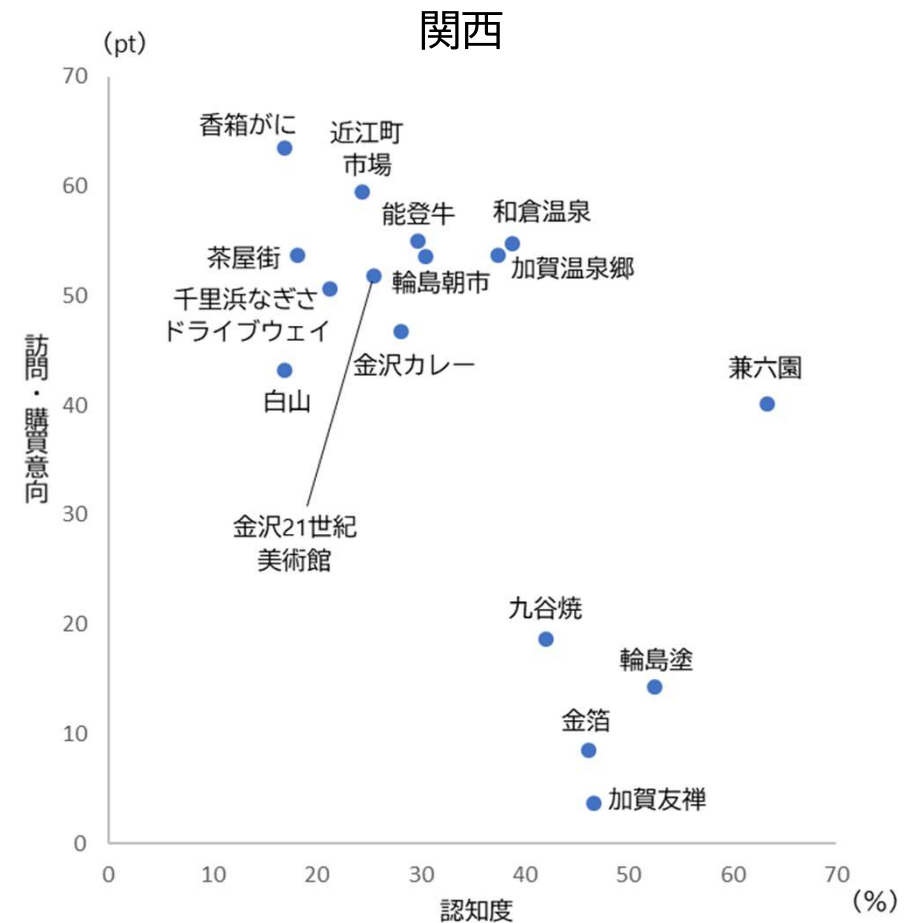
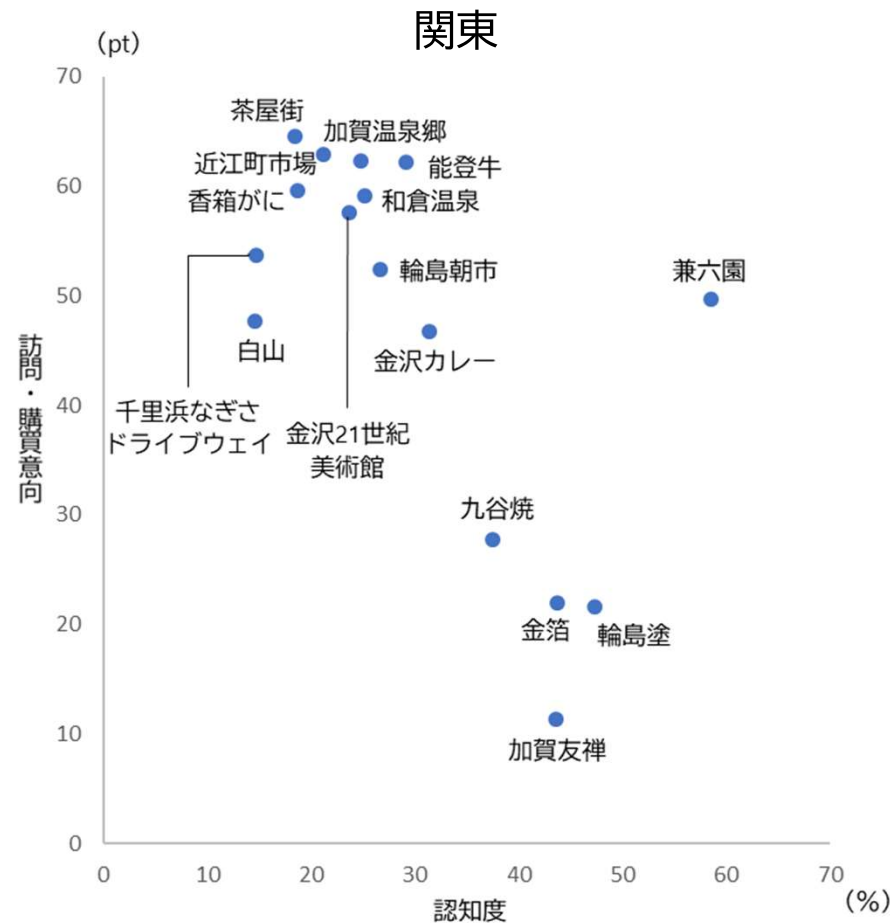
富山県の観光地・特産品の認知度と訪問意向の関係



注1) 関東は東京・埼玉・群馬、関西は京都・大阪。アンケートの回答者数を各都府県の人口で重み付けして算出した値である。

注2) 訪問・購買意向の数値は、これらの観光地・特産品を「知っている」と回答した人に対し、「訪問・購入したい」を100、「どちらかといえば、訪問・購入したい」を50、「どちらともいえない」を0、「どちらかといえば、訪問・購入したくない」を-50、「訪問・購入したくない」を-100とし、その値に回答者数を乗じてポイント化したもの。

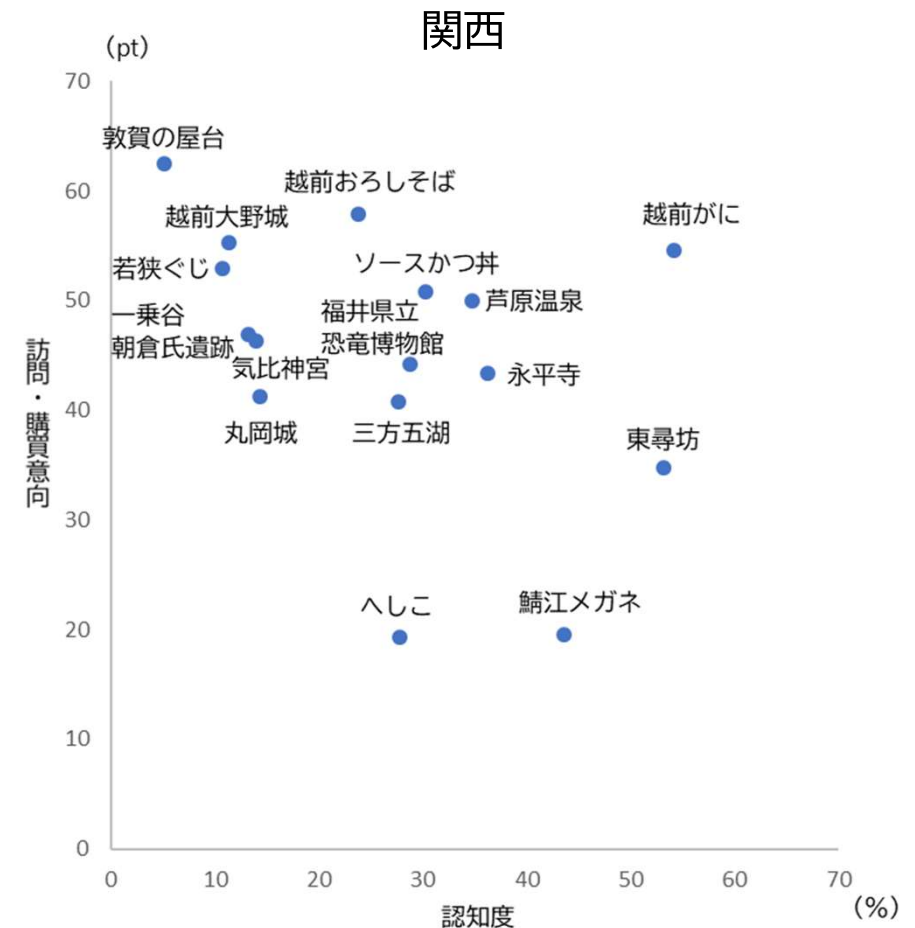
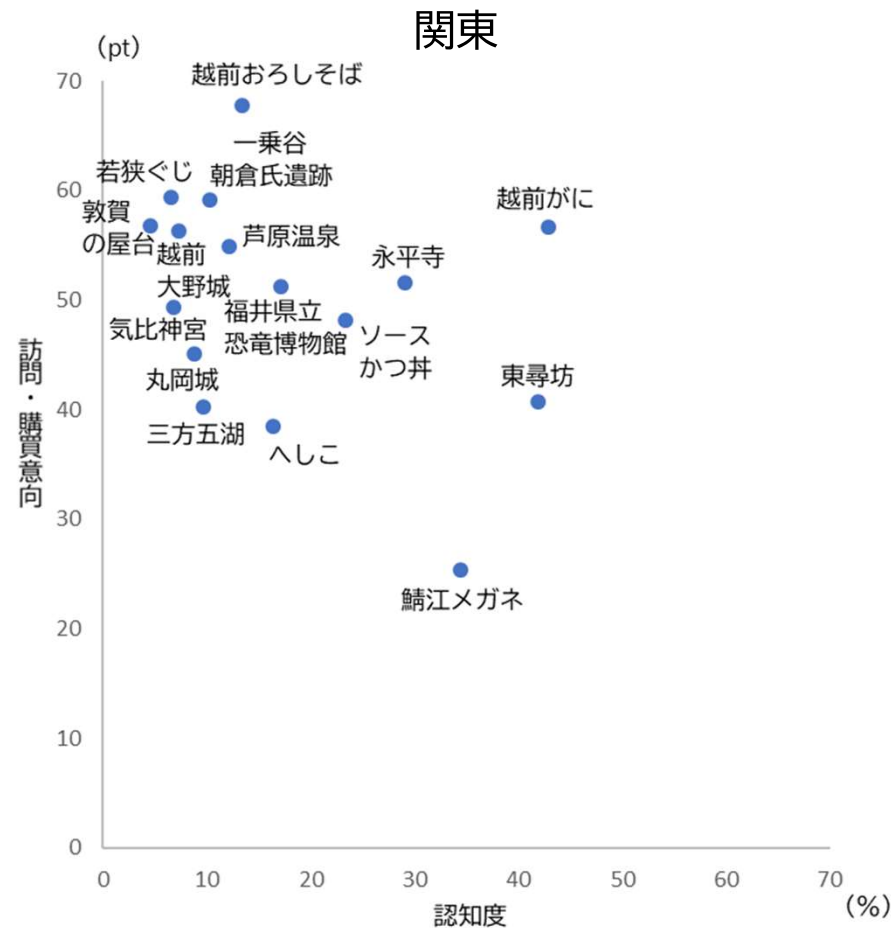
石川県の観光地・特産品の認知度と訪問意向の関係



注1) 関東は東京・埼玉・群馬、関西は京都・大阪。アンケートの回答者数を各都府県の人口で重み付けして算出した値である。

注2) 訪問・購買意向の数値は、これらの観光地・特産品を「知っている」と回答した人に対し、「訪問・購入したい」を100、「どちらかといえば、訪問・購入したい」を50、「どちらともいえない」を0、「どちらかといえば、訪問・購入したくない」を-50、「訪問・購入したくない」を-100とし、その値に回答者数を乗じてポイント化したもの。

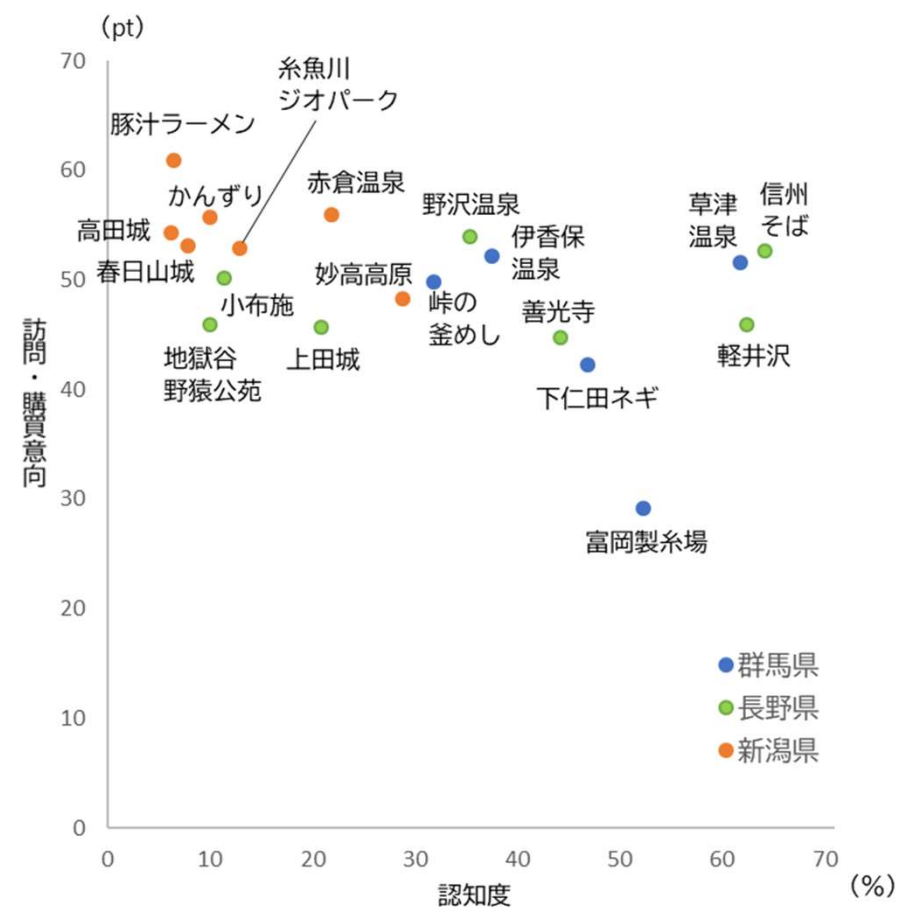
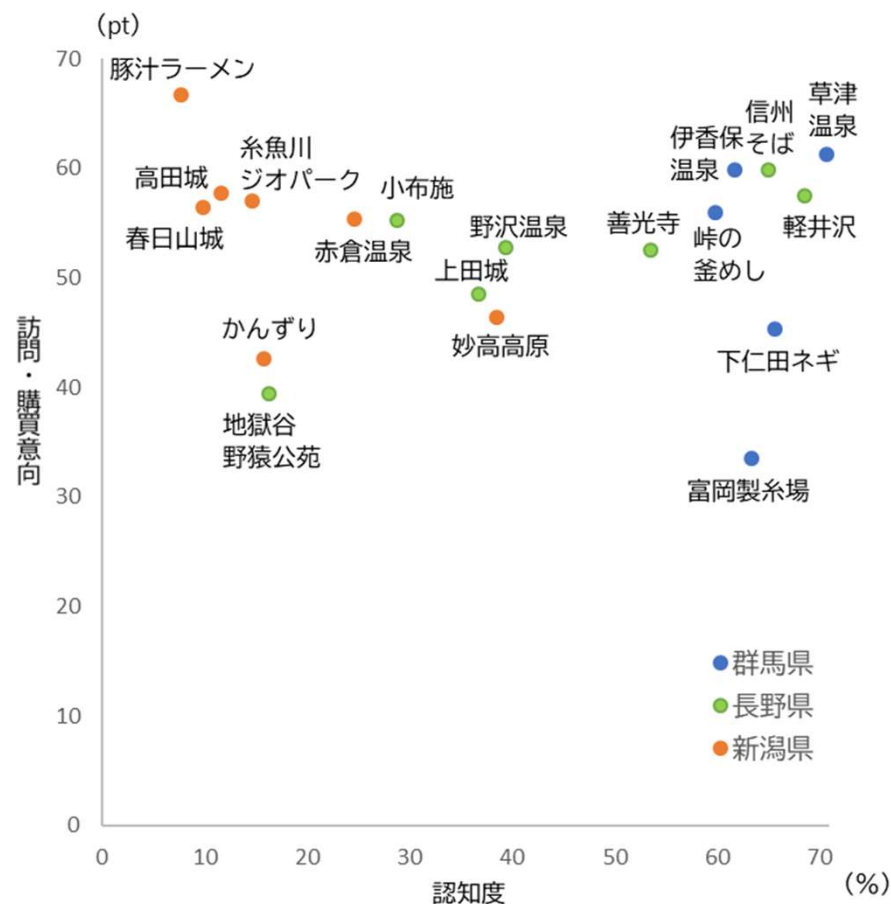
福井県の観光地・特産品の認知度と訪問意向の関係



注1) 関東は東京・埼玉・群馬、関西は京都・大阪。アンケートの回答者数を各都府県の人口で重み付けして算出した値である。

注2) 訪問・購買意向の数値は、これらの観光地・特産品を「知っている」と回答した人に対し、「訪問・購入したい」を100、「どちらかといえば、訪問・購入したい」を50、「どちらともいえない」を0、「どちらかといえば、訪問・購入したくない」を-50、「訪問・購入したくない」を-100とし、その値に回答者数を乗じてポイント化したもの。

上信越の観光地・特産品の認知度と訪問意向の関係



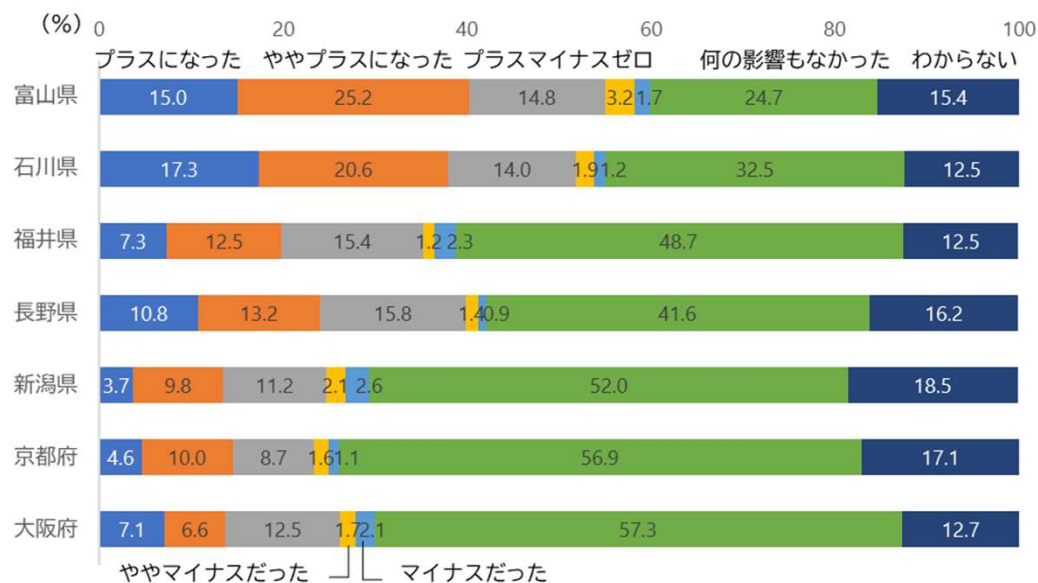
注1) 関東は東京・埼玉・群馬、関西は京都・大阪。アンケートの回答者数を各都府県の人口で重み付けして算出した値である。

注2) 訪問・購買意向の数値は、これらの観光地・特産品を「知っている」と回答した人に対し、「訪問・購入したい」を100、「どちらかといえば、訪問・購入したい」を50、「どちらともいえない」を0、「どちらかといえば、訪問・購入したくない」を-50、「訪問・購入したくない」を-100とし、その値に回答者数を乗じてポイント化したもの。

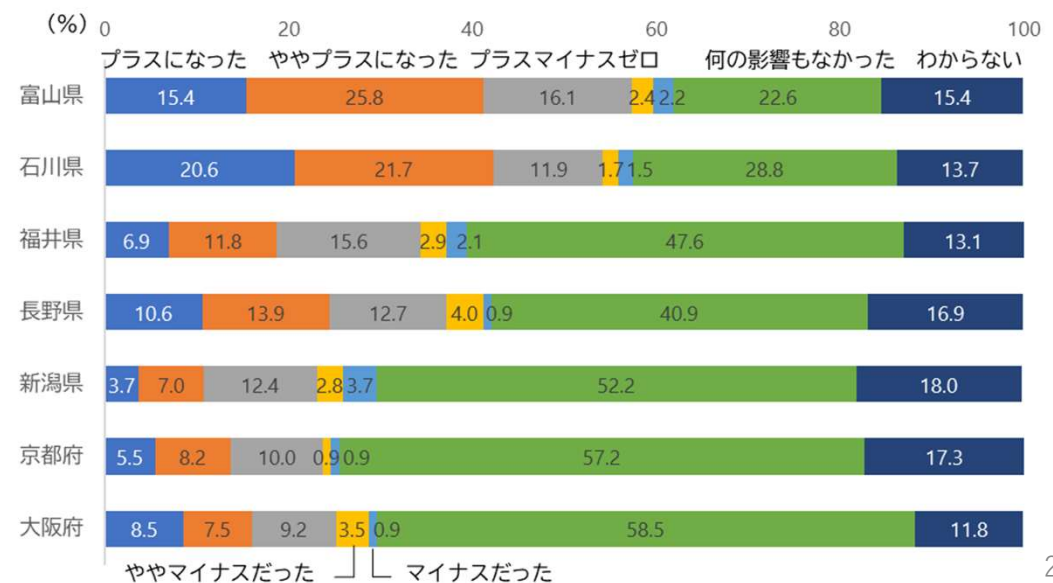
金沢開業に対する評価

- 金沢開業での「自身への生活」「住む市町村」への影響それぞれについて尋ねたところ、石川県での評価が最も高く、次いで富山県であった。
- 自身の生活と住む市町村への影響という点では、両者にあまり差はなかったが、石川県では地域にとってよかったとする回答が目立った。

自身の生活への影響

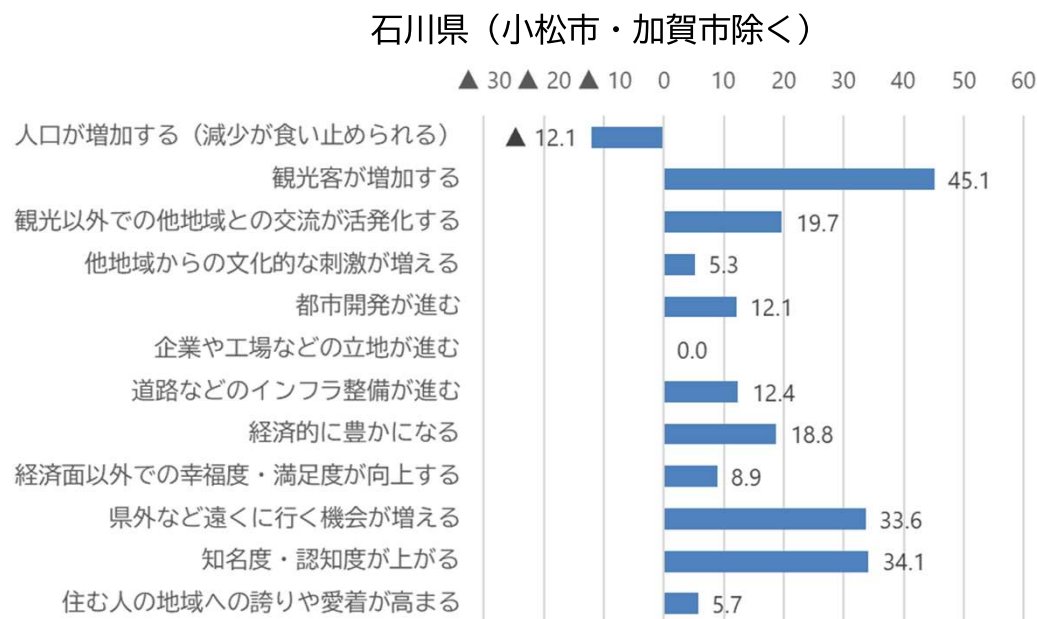
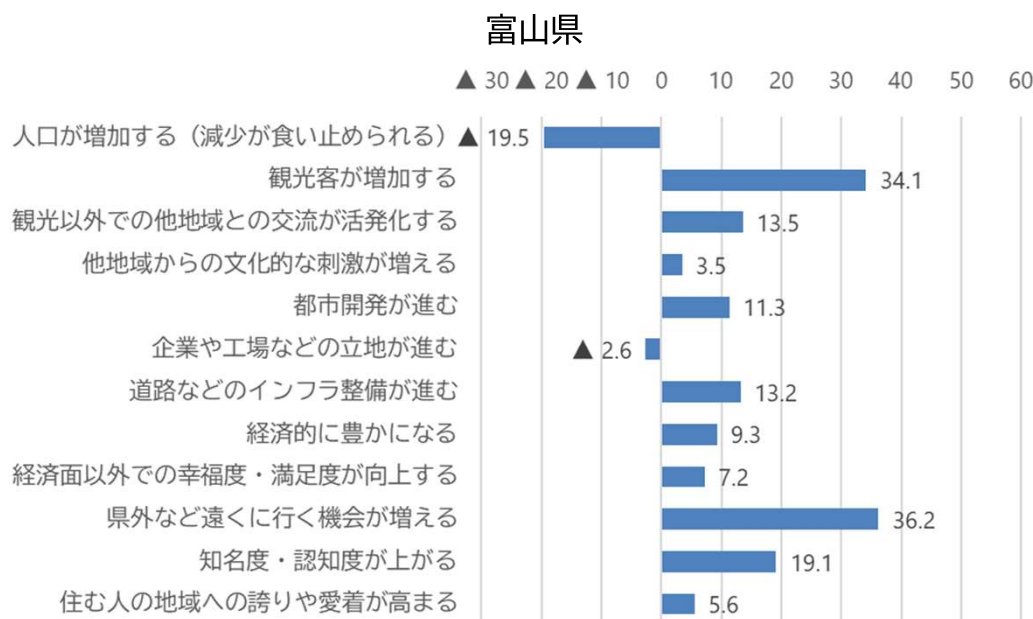


住む市町村への影響



金沢開業時の期待（富山県・一部を除く石川県）

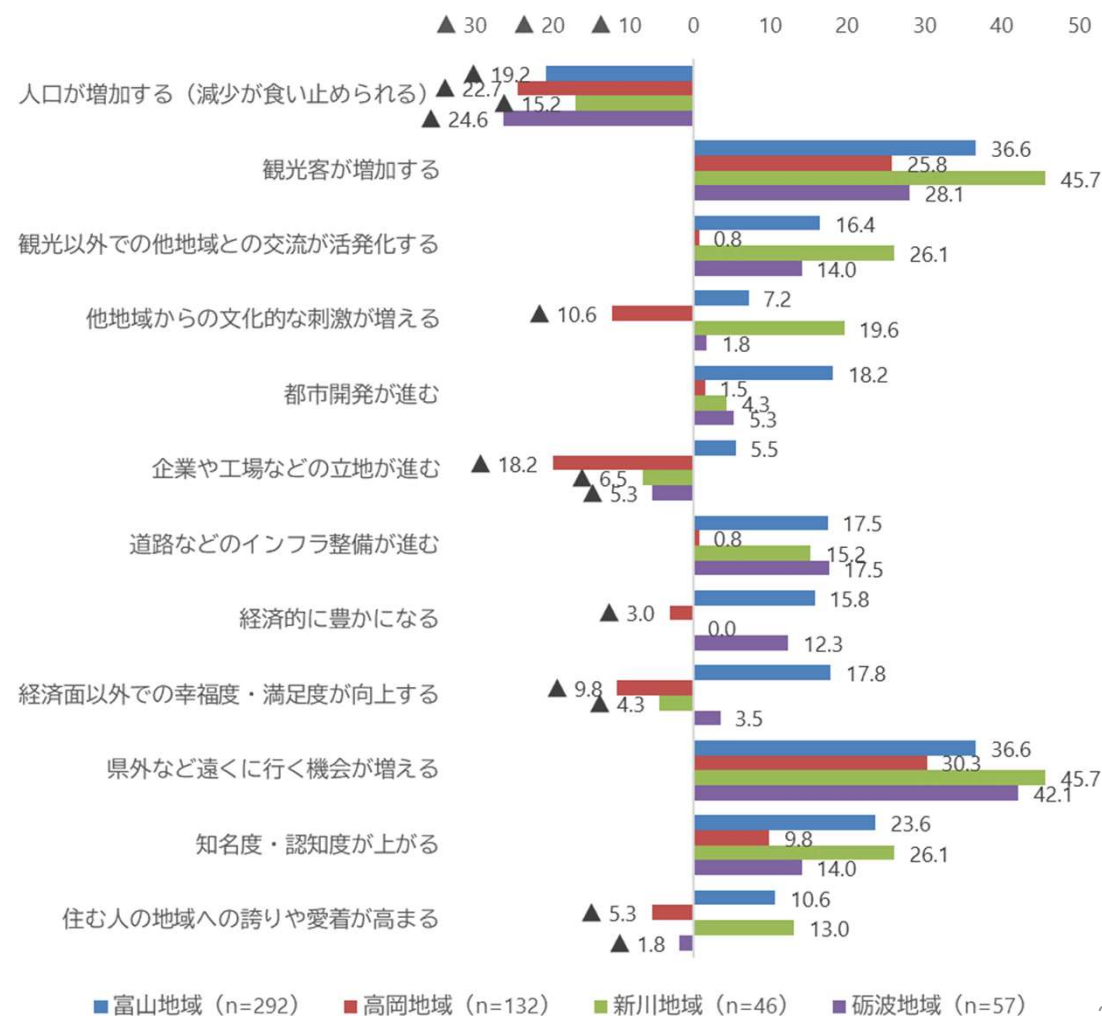
- 北陸新幹線金沢開業の際の期待は、「観光客が増加する」「県外など遠くに行く機会が増える」が上位であったが、石川県の方が期待値が高い。
- 他地域からの文化的な刺激、経済面以外での幸福度・満足度、住む人の地域への誇りや愛着といった無形の効果への期待値は高くなかった。



注) それぞれの項目について「期待していた」を100、「どちらともいえない」「覚えていない・わからない」を0、「期待していなかった」を-100とし、その値に回答者数を乗じてポイント化したもの。

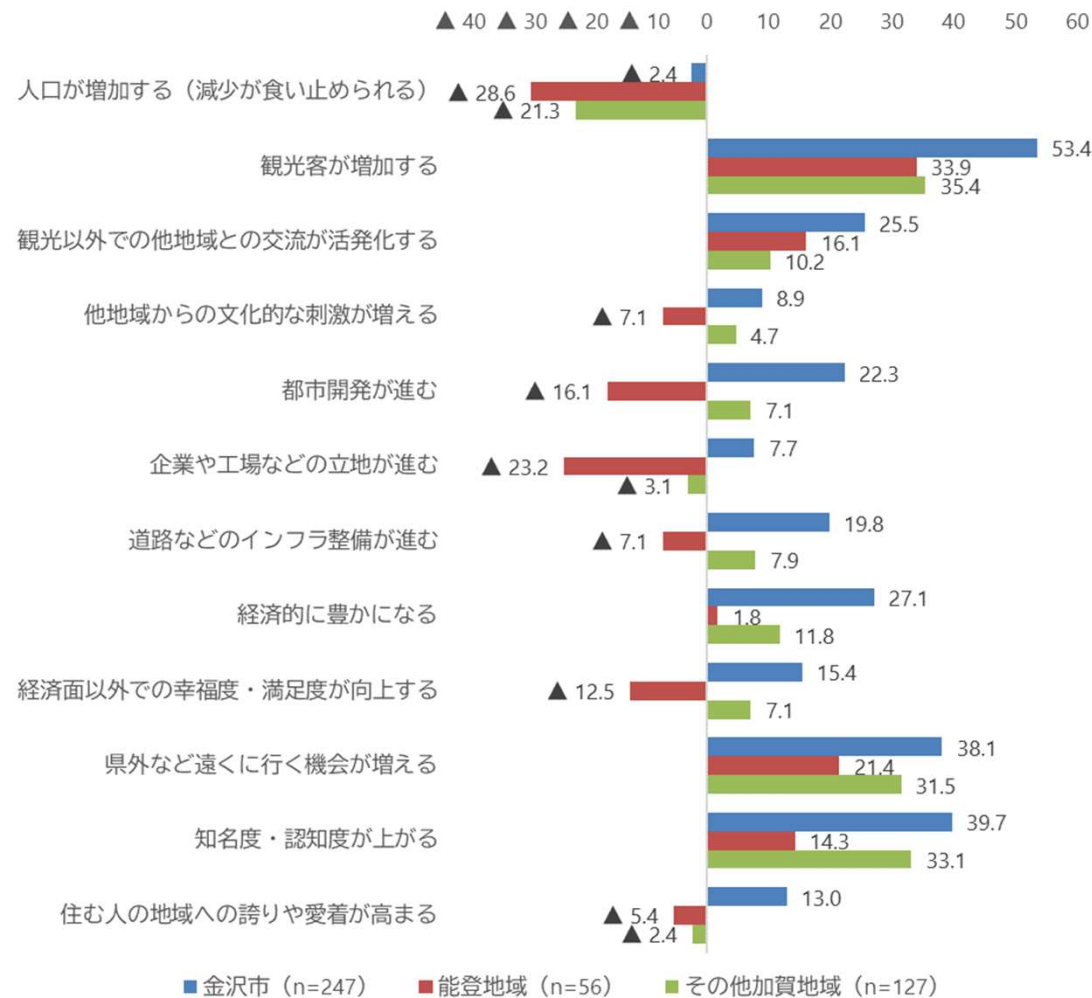
金沢開業時の期待（富山県内の地域差）

- 北陸新幹線金沢開業の際の期待を富山県内の地域別に見ると、地域差が認められる。
- 全体的に富山地域での期待値の高さが目立つが、新川地域でも期待値が高い。
- 在来線時代は全列車が停車していた高岡駅から、通過列車ができるようになった新高岡駅を抱える高岡地域では、新幹線駅ができなかった砺波地域よりもマイナスの評価が目立っている。



金沢開業時の期待（石川県内の地域差）

- 石川県内の地域別に開業時に期待について見てみると、金沢市での期待値の高さがわかる。
- 「観光客が増加する」は全県でプラスとなっており、なかでも金沢市は50ポイントを超え、能登やその他加賀でも30ポイントを超えている。
- その他の項目では、能登でのマイナス評価が目立ち、観光以外での効果への期待感が薄かった様子がうかがえる。

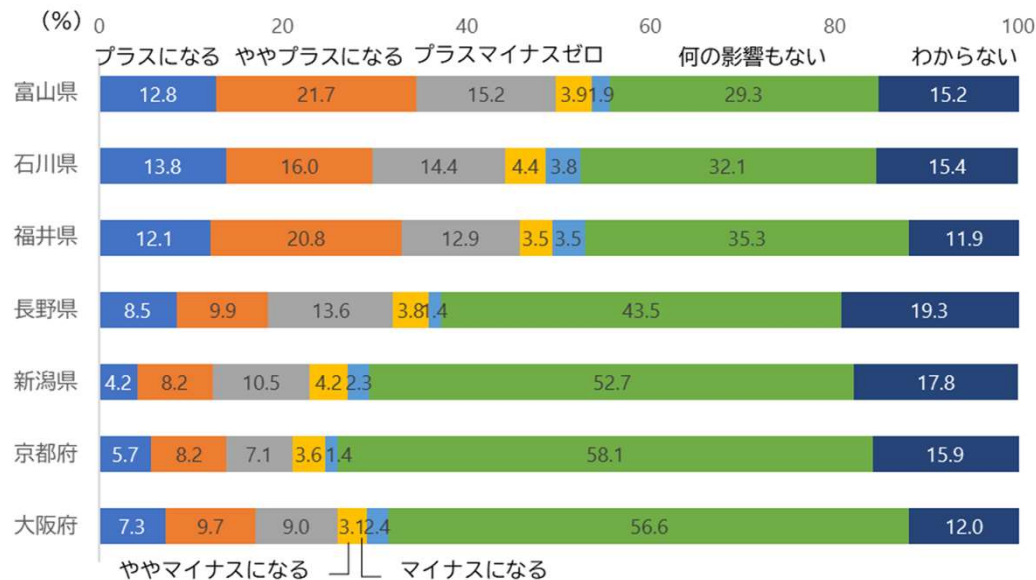


注）その他加賀地域は、かほく市、白山市、能美市、野々市市、川北町、津幡町、内灘町。

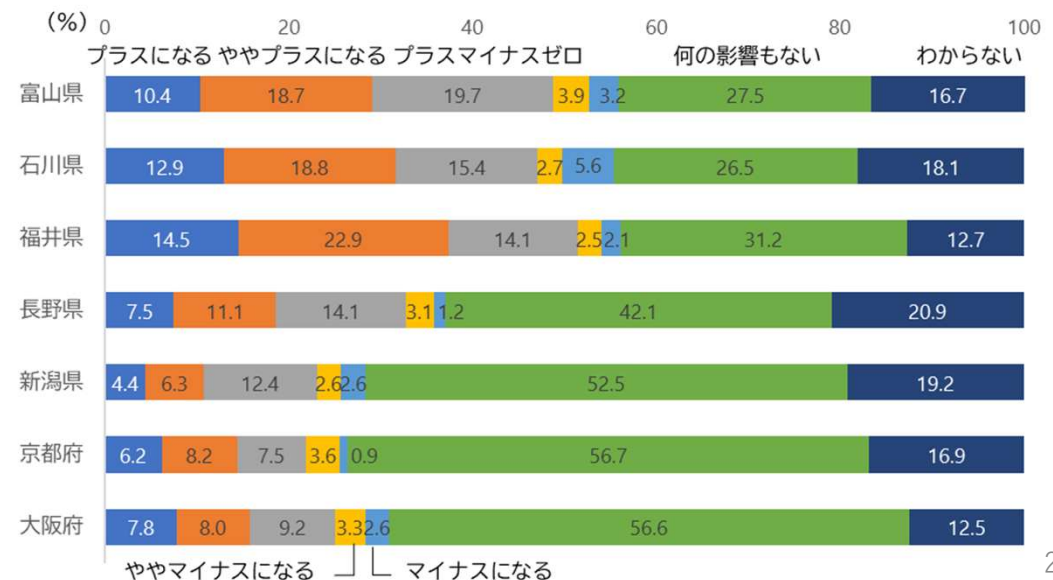
敦賀開業に対する期待

- 敦賀開業での「自身への生活」「住む市町村」への影響について尋ねたところ、福井県での評価と並んで富山県での期待が大きいことがわかる。
- 金沢開業以降の富山県から関西方面への移動は、時間短縮効果以上に乗り換えの負担が大きくなったため、その解消への期待が結果に出たと考えられる。

自身の生活への影響



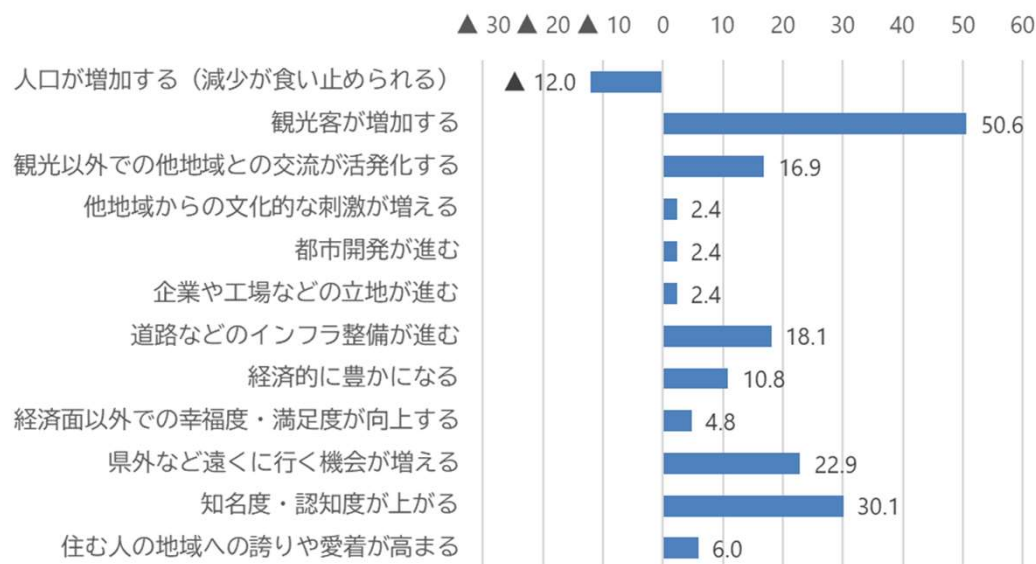
住む市町村への影響



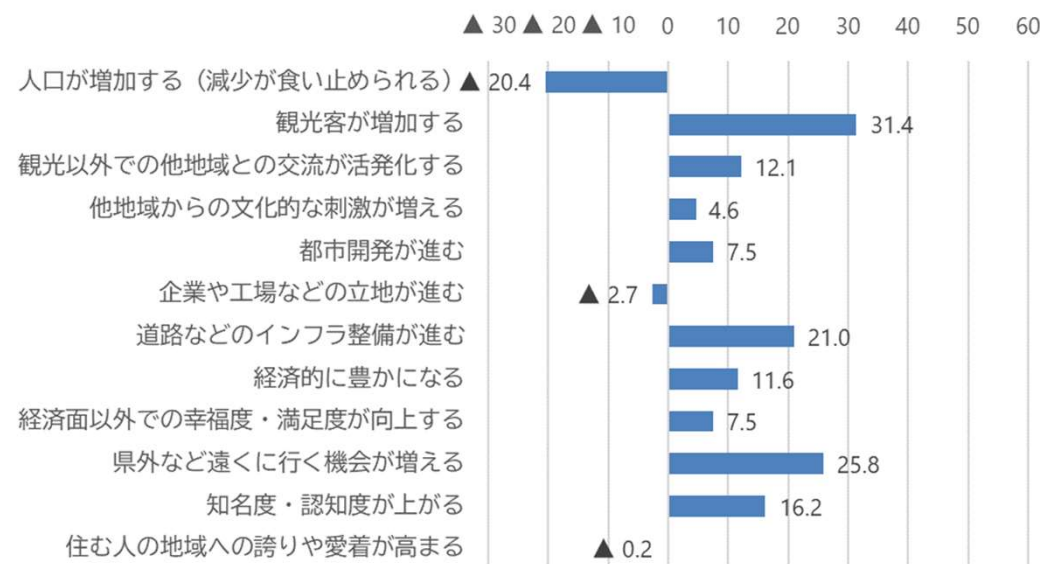
敦賀開業時の期待（石川県西部・福井県）

- 敦賀開業での期待は、石川県西部での「観光客が増加する」への期待値が高い。福井県は全体的に期待値が高くないが「道路などのインフラ整備が進む」の期待値は高い。

石川県（小松市・加賀市）



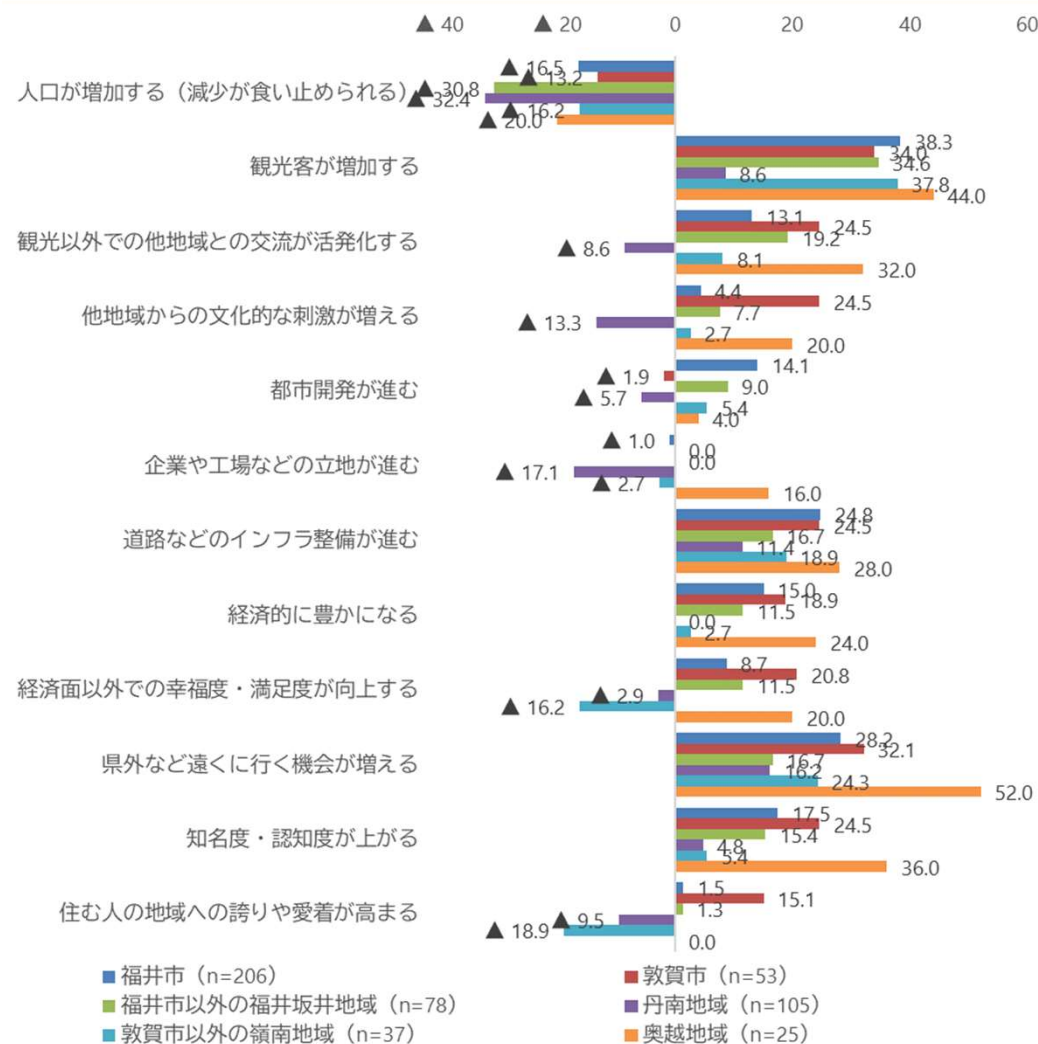
福井県



注) それぞれの項目について「期待している」を100、「どちらともいえない」「覚えていない・わからない」を0、「期待していない」を-100とし、その値に回答者数を乗じてポイント化したもの。

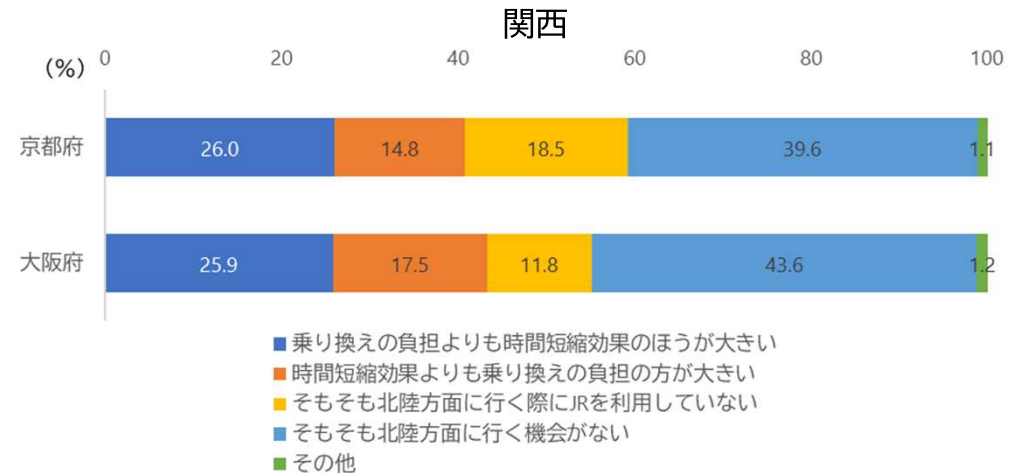
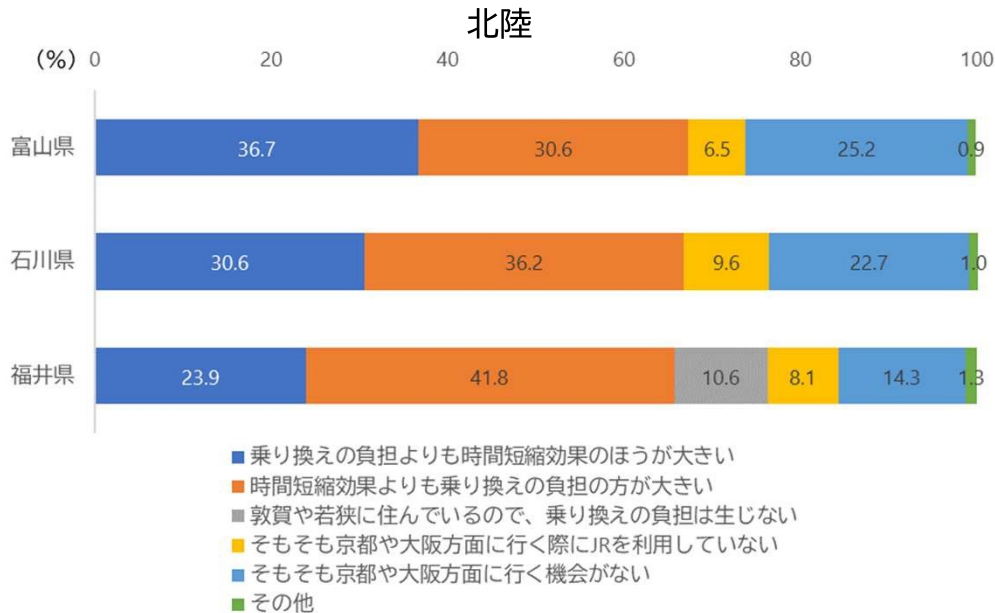
敦賀開業時の期待（福井県内の地域差）

- 福井県内の地域別に敦賀開業時の期待について見てみると、丹南や敦賀市以外の嶺南での期待値が低い傾向が見られる。
- 一方で、新幹線駅のできない奥越地域で期待値が高いことが特徴的である。
- 「観光客が増加する」は、丹南を除いて高い値を示しており、敦賀開業を契機とした観光振興への期待の大きさがうかがえる。



敦賀乗り換えに対する評価

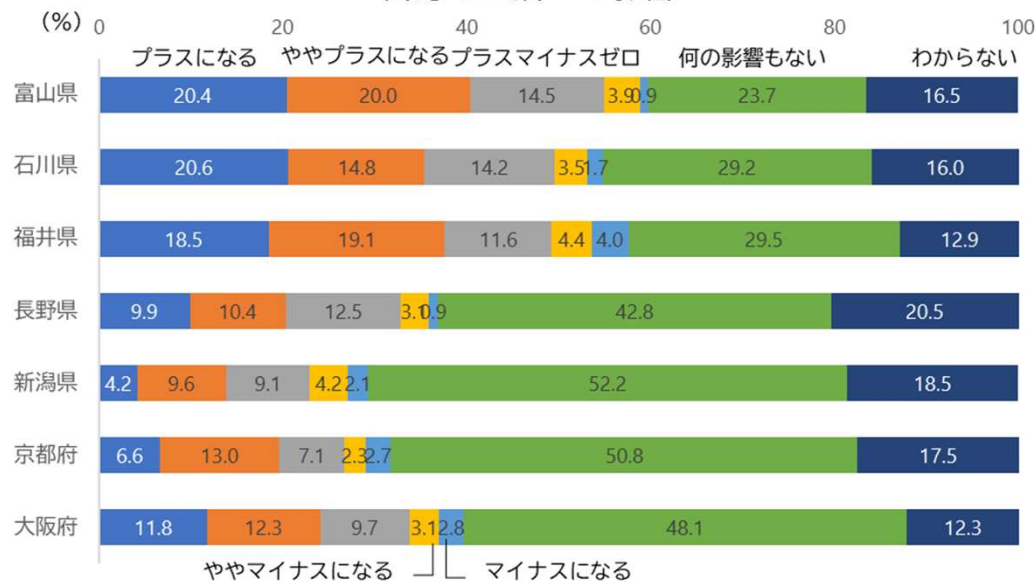
- 敦賀開業に伴って、北陸～関西の移動では敦賀での乗り換えが必要となることについて尋ねたところ、石川・福井では、時間短縮効果＜乗り換えの負担であるが、富山では、時間短縮効果＞乗り換えの負担である。
- 関西の場合は、時間短縮効果＞乗り換えの負担だが、北陸方面に行く機会がないとする割合も高い。



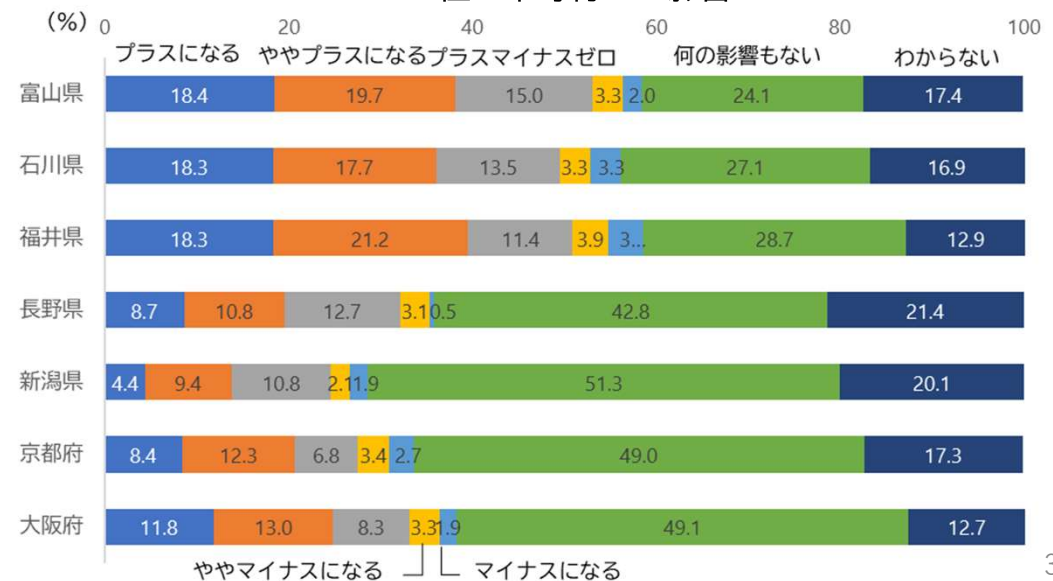
新大阪開業に対する期待

- 新大阪まで開業することへの期待に関しては、北陸3県いずれにおいても高いことがわかる。関西でも京都での期待度は低いですが、大阪での期待度は一定程度あることがわかる。
- 北陸新幹線の新大阪開業は、長野から京都、大阪へ直通が可能になることもあり、長野での期待値も一定程度あることがわかる。

自身の生活への影響



住む市町村への影響



アンケート結果のまとめ

- 北陸新幹線の利用頻度は、低下の一方、**利用頻度の高い層も増えている**。
- 現時点での**福井の観光地は**、富山・石川に比べ**関東での認知度が低い**が、敦賀開業後にどう変化するかが注目される。
- 認知度は低くとも、訪問意向の高い**「実力派」の観光地**も少なくなく、**今後「化ける」**ことも期待される。
- 金沢開業の際の期待では、観光客増、県外への移動機会増が目立った。期待値の動向は**県内でも地域差**があった。敦賀開業での期待に関しては、金沢開業の際の富山や石川ほどの期待値の高さは見られない。
- 敦賀開業での乗り換えに対する評価は、**時間短縮効果を評価する富山と関西、乗り換えの負担増の石川と福井**で異なる結果が出た。
- 新大阪開業への期待値は、北陸各県とも**金沢開業への評価と同じくらい高い**値で、期待の大きさがうかがえる。