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

目　次

１．　開催概要 1

２．　議事録 2

開会挨拶 2

第一部 3

（１）観光行政をめぐる最近の動きと九州新幹線開通に関する観光振興策 3

（２）取組事例紹介 7

①新潟県 7

②長野県 10

③富山県 13

④石川県 16

⑤東日本旅客鉄道（株） 20

⑥西日本旅客鉄道（株） 23

第二部　パネルディスカッション 26

閉会挨拶 39

３．　来場者アンケート概要 40

巻末資料 43

1. 開催概要

名　称：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
日　時：平成２５年７月９日（火）13:30～16:15
場　所：ポルテ金沢６階 金沢市アートホール
参加者：約 300 名

＜プログラム＞

13:30 開 会

13:30 第一部

（１）観光行政をめぐる最近の動きと九州新幹線開通に関する観光振興策

観光庁 総務課長 水嶋 智氏

（２）取組事例紹介

新潟県 産業労働観光部 観光局長 田村定文氏
長野県 観光部長 野池明登氏
富山県 観光・地域振興局長 日吉敏幸氏
石川県 観光戦略推進部長 蟹由 尚氏
東日本旅客鉄道（株）北陸営業センター所長 黒田英朗氏
西日本旅客鉄道（株）金沢支社 副支社長 山田潤一氏

休憩・・・

2. 議事録

開会挨拶

北陸信越運輸局長 和迩 健二氏

皆さん、こんにちは。北陸信越運輸局長の和迩です。本日は、皆さんお忙しい中ご来場いただき、大変ありがとうございました。また、皆さま方には、観光行政に対しご理解・ご協力をいただき、厚く御礼を申し上げます。ただ今もありましたけれども、北陸新幹線金沢開業は、あと2年を切っています。待ち遠しく思っておられる方もいると思います。また、開業に向けていろいろな取組を進めている方からすれば、もう目前という状況かと思います。駅名も発表されました。また、この冬には試験走行も始まるという状況です。

北陸新幹線の概要について、お配りした資料に今日の次第がありますけれども、その次に「北陸新幹線概要」という紙を入れています。ご覧のとおり、多くの方はご存じかもしれませんが、現在の長野から新潟県の上越市を通って、富山県を通って、この金沢に至るという、4県を通るルートであり、現在、金沢～東京間は鉄道で 4 時間弱かかりますが、約2時間半になります。移動距離が短くなるということは流動を本当に促進していくと思いますし、いろいろな地域活性化ということにつながります。これは他の地域の新幹線延伸においても明らかになってきたことです。

17年に着工されてから、関係者の方々は、地域振興あるいはビジネス展開といったことで、いろいろな取組をされてきたと思っています。このシンポジウムでは、北陸新幹線の延伸開業、その効果を最大限に発揮していくために、関係者の方々が取り組まれている、例えば、広域観光のルートの造成であるとか、あるいは観光資源に至る二次交通の整備であるとか、そういったことをあらためて共有させていただき、さらに連携を深めていく、そして地域振興につなげていく。そういったことについて、この今回のテーマには「北陸地域の観光の活性化に向けて」という副題がありますけれども、ご議論させていただきたいと思っています。

この後、北陸新幹線の延伸に関して、観光庁、それから延伸地域の観光に携わっている、観光を担っている各県の皆さん、それからＪＲの方々に状況をご説明いただき、その後、新幹線を活用した観光振興のあり方というテーマでパネルディスカッションをさせていただくと。こういった形で進めていくことを考えています。

実は、本日の開催をご案内しましたところ、非常に多くの方から参加のご希望がありました。大変申し訳なかったのですけれども、やむを得ず、参加を遠慮いただいた方々もいる状況でした。大変申し訳なく思うとともに、皆さま方の関心が非常に高いということをあらためてかみしめているところです。本日の開催が、ご出席の皆さま方の取組の一助となっていくことを、そして連携強化、地域振興といったところにつながっていくことを本当に期待をしています。また北陸信越運輸局としても、皆さまとともに観光振興、地域振興に取り組んでいきますので、ぜひよろしくお願いいたします。

最後になりましたが、皆さま方のご発展を祈念して、私の開会の挨拶とさせていただきます。本日はありがとうございました。

第一部

（１）観光行政をめぐる最近の動きと九州新幹線開通に関する観光振興策

観光庁 総務課長 水嶋 智氏

皆さん、こんにちは。
（以下スライド併用）

スライド２

今から10年前、平成15年、日本の当時の総理大臣が小泉純一郎さんでした。小泉元総理は倍や半分が大好きで、交通事故で死ぬ人の数を半分にしよう、世界中から日本に来てくれる人の数を倍にしようと。当時、世界から日本に年間500万人の方が来ていました。それを1000万人にしようということをおっしゃったのが平成15年です。これがビジット・ジャパンという国の政策の始まりでした。

それから5年後、平成20年には今度は国の役所で観光庁というものができました。それからまた5年たちました。2回の政権交代がありましたが、今の政権も再び観光に大変力を入れようとしています。6月には観光立国推進閣僚会議というところで、アクション・プログラムというものを取りまとめました。これは政府全体の政策である「日本再興戦略－JAPAN is BACKー」の中でもきっちり位置づけられています。

スライド３

その中で、1000万人、さらにはその先の目標である2000万人、そういった目標に向けて、国の政策を着実にやっていこう、①日本ブランドの作り上げと発信、②ビザ要件の緩和、③外国人旅行者の受入の改善、④国際会議等の誘致、そういったことをしっかりやっていこうではないかということが政策的にも明確に決められたわけです。

スライド４

観光が持つ経済効果を表にしています。今、22.4兆円という経済効果が書かれていますけれども、どうして国がこんなに「観光」「観光」と言って一生懸命やっているのでしょうか。

大変暑い夏ですね。今から約34年たった2047年、この国の人口がどのくらいになっているか。ご存じの方もいらっしゃると思うのですが、2047年にはこの国の人口は1億人を切ると言われています。1億人を切るということは、今、この国の人口は1億2800万人ですから、この国から、何と花の都東京が丸二つ分消えてなくなります。それが、これから34年間に起きるのです。34年、随分遠い未来ではないか、自分はもうそのころどうなっているか分からないと思っている方もいらっしゃるかもしれません。この暑い夏。暑い夏で皆さん、歌で思い出すグループはどこですか。夏と言えば湘南、湘南といえばサザンオールスターズ。サザンオールスターズが「いとしのエリー」という歌を歌ったのを覚えていますか。覚えている人は手を挙げてください。これが今から34年前なのです。この歌は覚えているでしょう。要はそれぐらいの長さの間に、この国から東京が二つ消えてなくなるのです。34年。それぐらいにこの国の形というのは急激に変わっていきます。しかも、それは地域的な偏在を伴う人口減少という形で、この国の形が変わっていきます。

では、どうやってこの国の活力を将来にわたって維持していくのか。それはこの国の作り方を根本的に変えていかなくてはいけません。それはいろいろな人たちが出入りをしてくれる国、あるいは都会の人が地方へ出か

けていく国、そうやって経済活動を地方の隅々にまで行き渡らせるような、地域の活力を隅々まで行き渡らせるような、そういう国にこの国を本当に変えていかなくてはいけません。

観光立国というのは、一部の業界の方だとか、一部のお土産物屋だとか、一部の運輸事業者だとか、観光事業者だけが潤うような、そういう矮小（わいしょう）化された政策では決してありません。この国の元気を次の世代に引き継いでいくために、恐らく国民の皆さんが全員一生懸命になってやらなければいけないのが観光立国なのだということを最初に申し上げておきたいと思っています。

スライド 5

今、世界から、大体 836 万人の方が 2012 年に来てくださいました。どこの国から来ていただいているかということなのですが、1 番多いのは韓国の方、2 番目は台湾、3 番目は中国です。約 4 分の 3 がアジアから来てくださっています。

スライド 6

今、外交的に非常に難しい問題を抱えています。中国との関係は、皆さんご存じかと思いますが、尖閣の問題があります。これで中国から日本に来てくださる人数が今、がくっと減っています。当然、あれだけの大きな人口ですから、日本人は中国の方がこれから日本にいろいろな恩恵をもたらしてくれるのではないかということで非常に期待しているのですが、尖閣の問題がありましたので、中国から日本に来ている方の数は、これを見てください、赤の棒が下に落ちていますけれども、前年と比べると大体 3 割落ちています。それぐらいに外交関係は悪影響を及ぼしてしまっています。

しかし、そんなに悲観することもないかとも思います。このグラフを見てください。中国の人は 3 割落ちていますが、1 月から 5 月まで、全体の数で言うとおかげさまで過去最高を記録しています。それはなぜかというと、中国の落ち込みを他の国々がカバーしてくれているからです。東南アジアの経済が今非常に元気になってきています。この右のグラフを見ていただければ分かるのですが、タイやフィリピンやベトナム、そういったところから来てくださっている方が今非常に伸びています。このまま頑張れば、いよいよ十年前に小泉総理が、当時の総理がおっしゃっていた、1 年間で海外から日本へ来て下さる方の数が 1000 万人を超える、ということを今年の年末には実現できるかもしれません。

スライド 7

そのためにわれわれ政府は何をやっているかというと、ビザの緩和というのをこの 7 月 1 日からやっています。例えばタイやマレーシアから来ていただける方は、今まで数次ビザでした。1 回ビザを発行していれば何回も来られるのですが、ビザは必要でした。しかし、この 7 月 1 日からとうとう、タイやマレーシアから来ていただかれる方に関してはビザは要らないということに制度を変えました。ベトナム・フィリピンから来てくださる方も、今までは 1 回しか駄目な一次ビザというものだったのですが、何回でも来られるような数次ビザということにしました。非常に外国の方が日本に来やすくなりました。実は、お隣の韓国はそういうことを以前からやっていました。それとようやく肩を並べるぐらいに、日本の制度も変わってきました。

ここ石川は、実はインバウンドの先進県なのです。その方もいらっしゃると思いますけれども、能登半島などは台湾からチャーター

便を飛ばして外国のお客さんを受け入れるということを既にやってきていらっしゃいます。皆さんよくご存じだと思います。そういうインバウンドの先進地でもあるこの北陸に、いよいよ新幹線がやってきます。では、過去においてどういうケースがあったのか、少し九州をご参考までに見てみましょう。

スライド 9

九州新幹線は、若干変則的な形で対応しました。先に対応したのは南九州なのです。新八代から鹿児島までが先にできました。その後、熊本県の新八代から博多の方までが開業して、それで全部、一気通貫でつながりました。全部つながったのが 2 年前の 3 月 12 日。そうです、あの震災の日の翌日ということです。

スライド 10

九州の方は随分便利になりました。例えば新大阪から鹿児島まで電車で、3 時間 44 分で行けるようになりました。新大阪から熊本までは 3 時間、博多から鹿児島までは何と 1 時間 17 分で行けるようになったのです。新幹線ができる前は 4 時間かかっていたところが、1 時間 17 分で行けるようになりました。博多と熊本は、今、何と 33 分。33 分で博多と熊本が結ばれる。今九州はそういう状況になっています。

スライド 11-12

当然、受け入れのためのいろいろな努力を九州の皆さんにもしていただきました。これはアクセスのご紹介です。例えば関西方面から出て、それが九州にお客さまが新幹線で着く。その九州に着いたお客さまがどのように九州の各ローカルなエリアまで行っていただくかということで、皆さん、鉄道のダイヤやネットワークを非常に工夫してくださいました。

また鉄道だけではなく、バスのアクセスも皆さん工夫をしてくださいました。例えば九州は、残念ながら東からの縦の交通がすごく弱いのです。日豊本線というのはいわゆる線型が悪くて、がたがたがたがたしているのです。西側はこの鹿児島本線の新幹線ができて屋台骨が通りました。そうすると、例えば宮崎あたりからバスで新幹線にアクセスしてそのまま福岡まで行く方が早い。こういうアクセスもできて、九州の中の交通の流動が非常に良くなったということです。

スライド 13

九州の皆さんはいろいろな取組をされました。これはＪＲ九州のキャンペーンの例を引用させていただいていますけれども、例えば、少し面白い話だと、新幹線に手を振ってくださいという方々を募集したのです。一般の方をそういう形で募り、皆さんが手を振ってくださっている様子を放送して盛り上げたりしました。これは YouTube のビューの回数が 400 万回を超えたと言われていますけれども、地域ぐるみで九州で皆さん新幹線の開通を盛り上げようとしました。たまたま震災と重なってしまったものですから、九州はそういう残念な面があったのですが、こういう努力をしてもらったわけです。

スライド 14

数字的にはどういう効果があったのかということです。右側は利用者の数ですが、右の上の方は熊本と鹿児島中央駅です。ここの鉄道利用者は 64%増えました。その下に書いてあるのは、博多と熊本の間ですが、これは利用者の数が 38%増えたということです。

スライド 15

鹿児島を例にとってみましょう。鹿児島は九州の一番南の端ですけれども、左側は開業後、鹿児島県での延べ宿泊客数がどれぐらいになったかということをグラフで示しています。数字が少し小さいですが、前年比で、平均で 19.6%増えています。右の方は、いわゆる主要観光施設ですが、これは対前年比で 27.3%増えています。県の方で試算をされた鹿児島県への経済効果は 464 億円だということです。

これはあくまで一つの例にすぎません。北陸の新幹線に関しては、これから各県の皆さんやＪＲの皆さんの取組がご紹介されるということで、議論していただきたいと思っていますけれども、もう昔のように中央政府、国が公共事業で地域を活性化するということはなかなか難しくなってきているのです。国の予算というのは年間 90 兆円しかないのです。そのうち 30 兆円は社会保障、年金や医療に消えてなくなります。20 兆円は地方公共団体に渡す地方交付税で消えてなくなります。次の 20 兆円は国債の償還、過去の借金の返済で消えていくのです。国が政策的に使える予算というのは今たった 20 兆円しかないのです。20 兆円のうち、今公共事業で全国に配分しているお金はたった 5 兆円しかないのです。ピークのころは補正予算を入れて 15 兆円あったのです。公共事業の規模はそれぐらい今落ちているのです。では、消費税を上げて公共事業のためにもう一回使って、地域活性ができるか。消費税を 1%上げてどのぐらい税収入が増えるかというと、2.5 兆円なのです。仮に昔の水準に公共事業を戻そうと思ったら、その財源を消費税だけで仮に賄おうと思ったら、そのためだけに消費税を5%上げるというようなことをしなくてはなりません。そんなことはなかなか国民社会に受け入れられません。何が言いたいかというと、中央政府が税金を集めてそれを地方に配分して地方の経済を活性化していくということをこの国はもうできないということです。

では、人々の流動性を高めて、定住する人口に加えて交流する人口を増やし、地域に経済活動を起こして地域の経済の活性力を上げていこうと。それが観光立国であり、新幹線を建設していることの意義だとわれわれは思っています。江戸時代、日本の大動脈はどこでしたか。東名高速ではないです。江戸時代の日本の物流の大動脈は何でしたか。そうです。日本海側は北前船です。当時それが日本の大動脈で、日本海側はずっと日本の物流として、文化と交流と、それを全部運んでいたわけです。それから長い時間がたちました。日本の人の流れは東海道中心の時代がありましたが、21 世紀にいよいよ北陸に現代の北前船が来るのです。それがこの北陸新幹線です。これを皆さんがどのように地域の活性化に役立てていくか、今日はこれから関係者の皆さんのご議論が始まるということで、私自身も期待しています。ご清聴ありがとうございました（拍手）。

（２）取組事例紹介

①新潟県

産業労働観光部 観光局長 田村定文氏

新潟県観光局長の田村です。どうぞよろしくお願いします。まず、最初に、新潟県の取組ということで、紹介をさせていただきたいと思います。

スライド１

最初に、「関西もターゲットに」という表題がありますけれども、北陸新幹線が開業しますと、大阪から新潟県までの所要時間は、従来よりも1時間短縮されて3時間半ということになります。これにより、新潟が関西からも鉄道の旅行圏内に入ると考えております。関西で行ったアンケートなどを見ても、遠いという意識がかなり軽減されるということが分かっています。このため、これまで主にターゲットとしてきた首都圏に加え、関西からの誘客にも力を入れていくこととしています。

スライド２

平成 27 年の春に北陸新幹線が開業するわけですけれども、ちょうどその 1 年前の春、新潟はデスティネーションキャンペーン（DC）を迎えます。これまで秋を重点にキャンペーンを行ってきたのですけれども、平成 23 年から春のキャンペーンにも力を入れており、今回の DC は北陸新幹線開業を見据えた絶好のタイミングで、本県を大きく露出できるチャンスであると考えています。

北陸新幹線開業、それから、その先の北海道新幹線開業など、観光の流動が変化をする中で、一過性の盛り上がりで終わらせることなく、年々ステップアップしていけるように意識をして取り組んでいきたいと考えています。

スライド３

来年の春に開催する DC について若干、ご紹介をさせていただきます。テーマは「うまさぎっしり新潟～彩とりどりの春めぐり～」です。

新潟の春は、一言で春と言っても、残雪、それから新緑、そして初夏といった変化を同時期に楽しんでいただけることができる季節だと思っています。これは非常に広い県土と多彩な自然環境を持つ新潟ならではのものではないかと思っています。本県の強みである「食」を中心としながら、新潟らしさあふれる春の魅力を、「花」「酒」「雪」「匠」といったさまざまなコンテンツの受入企画、イベントで多くのお客さまをお迎えすべく準備を進めているところです。

スライド４

その「食」に関する取組を少し紹介させていただきます。新潟と言えば、日本一の米どころということで、皆さまご存じのことと思いますけれども、この「にいがた朝ごはん」プロジェクトは、本当においしい朝ご飯をお客さまに食べてもらいたいという本県の旅館の若旦那たちの発想からスタートしたものです。一昨年の秋から始まった企画ですけれども、その土地でとれたコシヒカリをその土地の水で炊き上げ、その土地に伝わるおかずと一緒に味わっていただくというもので、大変好評をいただいています。年々パワーアップをしており、今年の春は 21 の地域、140 軒以上の旅館で展開しています。

スライド５

また米どころ新潟は、日本一の日本酒王国

でもあります。新潟県内には 92 の酒蔵がありますけれども、銘柄のバリエーションの豊かさ、それから地域ごとの地酒の個性、これを楽しむことができます。見学を受け入れているような酒蔵も多いですし、それから新潟駅・越後湯沢駅には駅中施設でぽんしゅ館というのがあるのですけれども、いろいろな銘柄を気軽に楽しむことができるということで、新潟の地酒のおいしさと奥深さを実感していただけると思っています。

また、今年の 3 月にスタートした企画「にいがた地酒の宿」。これは日本一の酒どころ新潟に泊まっていただくお客さまに、その時期、その場所でしか出会うことのできない究極の晩酌。これは料理と地酒のベストマッチングといいますか、ワインでいえばマリアージュということになりますけれども、これを提供するというもので、県内 23 地域の 65 の宿が地元の酒蔵とタッグを組んで、それぞれの地酒に合う地元の食材を生かしたメニューを開発して提供しています。

以上、DC の取組の一部をご紹介させていただきましたけれども、来年本番までにさらに磨き上げて、「うまさぎっしり新潟」の春の魅力をアピールして、誘客につなげたいと思っています。

スライド 6

次に、関西圏への情報発信についてです。北陸新幹線金沢開業により、関西から新潟県の糸魚川駅、それから上越・妙高駅間の移動時間が 4 時間を切ることになります。新潟県は関西の旅行圏に入ると思っています。また上越市の直江津港とポートで結ばれている佐渡は関西でも知名度がありますし、主な旅行先として期待をされているところです。

そこで関西の誘客に当たり、上越地域や佐渡地域への旅行エージェントの招聘（しょうへい）や観光セミナーを開催するとともに、長野県とも連携をして共同観光の PR を行っています。それで相乗効果を図っているところです。

さらに、今年度からは新潟県の大阪事務所の職員を増員するなど機能の拡充をして、今後観光物産展や商談会などのプロモーション活動に積極的に取り組んでいくことにしています。

スライド 7

次に北陸新幹線開業を見据えた観光周遊ルートについてです。本県にはさまざまな観光素材がありますけれども、それらをつなぐ、そして二つの新幹線を利用したルートを提案しています。北陸新幹線が開業しますと、新潟県内には、北陸新幹線と上越新幹線という二つの新幹線が走ることになります。この二つの新幹線を利用して県内の観光地を巡る周遊観光ルートの例として幾つかのルートを提案しています。

スライド 8

一つは佐渡ならではの歴史と文化に触れ、トキを育む島内を巡る「トキめき佐渡宝島ルート」、そしてもう一つは、新鮮な海の幸がそろう日本海沿岸を進み、ものづくり、匠の技に触れる「トキめき日本海ルート」です。

スライド 9

また、二つの新幹線に挟まれた地域の周遊ルートですけれども、この「信州・越後里山ルート」は里山ならではの風景の美しさと食文化を満喫できるルートとして提案をしているものです。この地域には JR のびゅうばすが運行されていますけれども、新幹線駅から各地を結ぶ交通アクセスや観光客の流動を創出する仕組みが必要だと考えています。

スライド 10

次に新潟からの観光周遊ルートです。これは羽越本線を利用して、村上・山形へ向かうルート、それから SL ばんえつ物語号が走る磐越西線を利用した福島県へとつながるルートです。

スライド 11

次にインバウンドの取組についてですが、新潟県の外国人延べ宿泊者数は平成 24 年時点で 9 万 6000 人強と、中国などからの宿泊数の減少などが影響して、いまだ震災前の水準に回復していない状況です。ここに示しているのは、富山県さん、石川県さんの協力のもと、昨年から新潟県が韓国向けに提案をしているもので、仁川空港から小松空港 in で、各県の代表的な観光地を周遊し新潟空港 out の観光コースです。これは新幹線開業によって、より魅力的な観光コースになると思っています。

スライド 12

最後に公衆無線 LAN の整備促進についてです。日本を訪れた外国人旅行者の多くが旅行中困ったこととして、公衆無線 LAN の環境を挙げています。今年度から、観光案内所、それから宿泊施設などへの公衆無線 LAN スポットの整備促進のために、その費用の一部を補助することにしております。

以上、簡単ではありますけれども、北陸新幹線開業に向けた新潟県の取組について紹介をさせていただきました。どうもありがとうございました（拍手）。

②長野県

観光部長 野池明登氏

長野県観光部の野池です。それでは、長野県の取組のご紹介をさせていただきたいと思います。

スライド2

今回の新幹線の延伸ですけれども、これまでの直線型の新幹線の延伸と違い、ちょうど、ぐるっと周回をする、初めての周回軌道の新幹線ということで、県境を越えた接点がさまざまできます。そこにいろいろな可能性が生まれますので、新幹線延伸の価値を長野県も創出しているところです。

スライド3-5

長野県にはさまざまな観光素材がありますが、その効果は新幹線沿線だけでなく、例えば北陸方面から岐阜県を経由して上高地、松本方面にも及ぶ、大変幅広い効果が期待されます。温泉やスノーリゾートは、長野県が誇る資源ですが、最近では平均寿命が男女とも日本一ということで、健康長寿という切り口で、健康に良いライフスタイルや食などを旅行商品として開発できないかという研究も進めているところです。

スライド6

食ですけれども、各県さまざまなおいしい食がありますが、長野県では「おいしい信州ふーど（風土）」ということで売り出しています。高品質の「プレミアム」、これは牛肉等があります。また、長野県が開発したブドウやリンゴの「オリジナル」品種。それから伝統野菜、ソバ、おやきなどの「ヘリテイジ」。職員皆で「おいしい信州ふーど（風土）」のセールスをしているところです。

スライド7

特に食の中で知っていただきたいものが二つあります。NAGANO WINE と信州ジビエです。長野県はワイン用ブドウの生産量が実は日本一です。また品質の方も国内外のコンクールで多数金賞を頂いております。また鹿肉、ヨーロッパではジビエというと大変人気のメニューですけれども、ヘルシーな信州ジビエと、ワインのマリアージュということで売り出しております。「世界が恋する、NAGANO WINE」を広く知っていただきたいと思っております。

スライド9

長野県のブランド戦略は観光ばかりではありません。長野県の価値をもっともっと高めていこう、もっともっと知っていただこうということで、「しあわせ信州」というキャッチフレーズで、今年度からスタートしているところです。長野県でたくさんの「しあわせ」を多くの人と分かち合いたいという思いが込められています。

また、なかなか発信が苦手と言われている信州人ですけれども、「掘り起こそう、足元の価値。伝えよう、信州から世界へ。」をスローガンに、県民運動として展開を始めたところです。

スライド10

取組の重点化方針ということですが、経済界を中心に「新幹線延伸を活用した経済活性化協議会」というものを立ち上げて、関係機関がしっかりと連携をとりながら、オール長野県で取組を進めているところです。

スライド 11

六つのプロジェクトがあります。まず一つは、「新幹線停車駅観光ハブ化事業」です。もう一つは、長野県に新駅ができます。飯山駅です。それを長野県全体で徹底宣伝をしていこうというプロジェクトです。三つ目は、これが一番大事なキーワードだと思っていますけれども、「沿線各県の連携による相乗効果プロジェクト」です。それから四つ目は、「経済効果を全県波及プロジェクト」です。新幹線沿線だけではなく、長野県全域に効果が期待される新幹線の延伸です。新幹線が延伸した年の春には善光寺の御開帳、またその翌年には諏訪大社の御柱祭と、長野県の二大催事が続くわけです。それから、誘客の基礎をしっかりと支える「おもてなし」。これはオール信州でしっかりと取り組んでいかなくてはいけません。また情報発信ですけれども、JR 長野駅の再整備が行われていますし、今あらためて注目されている軽井沢の魅力アップも計画されているところです。

スライド 12-13

ただ今お話いたしました新幹線の停車駅を観光の核にしようというプロジェクトです。既存駅の軽井沢、佐久平、上田、長野、それに飯山新駅を中心にミニ観光圏をつくろうという取組です。駅から大体 4km 圏ですと 4 時間、半日充分楽しんでいただけます。また駅から 10km ないし 20km 圏、8 時間楽しく過ごせると宿泊につながるということで、新幹線の停車駅ごとにチームを組んで、地域づくりや観光商品開発に大勢の皆さんが関わって取り組んでいるところです。

スライド 14

また後のシンポジウムの場でも触れることができればと思っていますが、「立山黒部アルペンルート」を核とした広域連携、それから先ほどの松本・上高地、岐阜県・北陸の広域観光ルートは、長野県にとっては非常に大事な核になっていくものです。特に飯山新駅は、新潟県妙高市にも入っていただき、信越 9 市町村広域観光連携会議というものを立ち上げています。写真を見ていただくと、自然、祭り、文化、スノーリゾート、温泉、果物、スノーモンキー、いろいろありますけれども、年間 1130 万人が訪れる長野県の北の一大リゾート地です。「信越自然郷」というコンセプトで、これからさらに売り出していきたいと思っています。

スライド 15

また、インバウンドですが、首都圏、北陸方面、どちらからも in・out 双方あるわけですが、信州松本空港は現在国際定期便がないので、富山空港・小松空港を利用したインバウンド、あるいは長野県民のアウトバウンドで相互誘客というよりも相互送客というくらいの気持ちで取り組みたいと思っています。

スライド 16

また、海と山の違った魅力を組み合わせて相乗効果を発揮するということで、海の幸×山の幸、海の宿×山の宿、いろいろな可能性が広がるのではないかと思っているところです。

沿線各県とは既に首都圏あるいは関西圏で連携して取組を進めているところですし、軽井沢のホテルでは石川・富山の食の祭典も開催していただき、大好評でした。また長野県も富山・金沢では、物産展、商談会、観光 PR など、いろいろ計画をさせていただいているところです。

キーワードは、県境を越えた沿線地域の相

乗効果、Win-Winの関係がこの新幹線の可能性をより高めてくれるのではないかと考えているところです。以上です。どうぞよろしくお願いします（拍手）。

③富山県

観光・地域振興局長 日吉敏幸氏

富山県の観光・地域振興局長の日吉です。よろしくお願いします。

スライド 1

現在の富山県と三大都市圏との旅行者数は、鉄道利用では京阪神で 154 万人、東海で 43 万人、約計 200 万人、一方で首都圏側は鉄道で 121 万人、そして航空機で 78 万人ということで合計 200 万人、ほぼ拮抗する状況になっています。しかし、新幹線が開業しますと東京～富山が 2 時間 7 分と、約 1 時間短縮されます。

もう一つは、輸送能力も 600 万席から約 3 倍の 1900 万席、これは「あさま」と同じ本数 27 本が北陸に来るという前提で計算しているのですが、これでいくと約 3 倍になるということで、首都圏と北陸が直接結びつくことで大きな旅客流動が生まれると考えています。

スライド 2

富山県内には三つの新幹線駅があります。先日、駅名が公表されたわけですが、県都の拠点となる富山駅、県西部の拠点となり、また能登や飛騨地域への玄関口となる新高岡駅、そして、県東部の中心となる黒部宇奈月温泉駅。これは新幹線の駅名の名称としては平仮名では一番長いと言われています。新高岡駅と黒部宇奈月温泉駅は在来線の駅と離れていますので、それぞれ JR 城端線の新駅そして富山地方鉄道の新駅が設置されて、二次交通が整備される予定になっています。

スライド 3

観光・交流という観点で、私どもの姿勢としては、北陸新幹線を活用した二つの広域観光ルートを考えています。

一つは北陸を周遊する観光ルートです。これは新幹線開業後の平成 27 年 10 月から 12 月に、北陸 3 県でデスティネーションキャンペーンが実施されることが決定されています。まず、これをベースにしたいと考えています。

この上で、もう一つは立山黒部アルペンルート、あるいは高山を結ぶ北アルプス周遊ルートというものを構築していくべきではないかと考えています。

特に北アルプスの方は新幹線が通り、長野との結びつきが強まりますので、岐阜・長野と合わせた広域化が必要になってくるだろうと思っています。そういうことで石川県や長野県、新潟県をはじめ、福井、岐阜といった各県と連携をして誘客を促進したいと思っています。

スライド 4

夏には、本県のキラーコンテンツである立山黒部を生かしたプロモーションを行っています。今年初めて JR 東日本の「びゅう」とタイアップし、旅行商品「立山黒部＆富山」を造成しました。立山黒部アルペンルートだけではなくて、下山後に富山県内を楽しんでもらえるように提案しようというものです。

この他、首都圏を中心に PR を行っています。JR 山手線の車体広告や「じゃらん」の関東東北版と他への掲載、それから全国規模の登山用品ショップにタペストリーを掲出するということも行っています。その中で例えば、立山は日本で初めて発見された立山氷河、また日本で一番高い所にあるラムサール条約登録湿地である弥陀ヶ原や大日平を PR していきたいと思っています。

さらに山ガールガイドによるガイドツアーや「立山黒部アルペンフェスティバル」の開催も考えています。

スライド5

観光客に県内を周遊していただくためには二次交通の整備が非常に重要であるということで、今年3月に世界遺産の五箇山合掌造り集落の冬のライトアップと富山湾鮨を楽しむバスツアーを実施したのですが、大変好評でした。食べ物というのは大変効果があると思っています。

また、昨年、新湊大橋ができたのですが、その周辺には海王丸パークや、きっときと市場という魚市場があります。さらには氷見の方でひみ番屋街ができ、ゴールデンウイークだけで10万人入っているような、人が集まるポイントになっています。そこで今年は、ＪＲ富山駅から、新湊・氷見を結ぶバスを走らせようと考えています。仮称で「ぶりかにバス」という名前を考えていますが、これを10月から運行したいと思っています。

このほか、富山地方鉄道のレールが整備されていますので、観光列車の導入を支援したり、あるいはタクシーにおいても高岡駅で「駅から観タクン」が開始されたり、そういう努力をしているところです。

スライド6

次は海外の話になります。国際観光です。立山黒部アルペンルートの外国人旅行客について、その内訳を見ますと、富山－台北便が通ったということもあり、台湾が大変多いということがあります。近年ではタイやインドネシアなどの東南アジアの方々も増えてきています。今年4月、5月の実績で見ますと、過去最高の人数になっています。個人客で大変富山駅周辺がにぎわっているわけですが、一方で、飲食店のメニューが分からない、あるいは観光案内所に大行列ができるなどの問題も発生しているという状況です。

こうした立山黒部アルペンルート等を活かした観光モデルルートを設定して、近隣県と連携し、海外でプロモーションを現在行っています。ここに書いたルートについては、まだ新幹線が開業していないのでちょっと狭い形になっていますが、新幹線開業を見越したルートもPRしていきたいと思っています。

スライド7

県では23年7月から富山県ロケーションオフィスを作って、積極的に映画を誘致しています。「おおかみこどもの雨と雪」の舞台のモデルになった民家、花の家は、7月3日現在で訪問者が9000人と、封切りから1年で約1万人近くの人が来られています。アニメもなかなか効果が高いと思っています。

最近では日本で30年ぶりとなるインド映画のロケも行いました。主演の女優さんはハンシカ・モトワニさんというのですが、大変美人でスタイルも抜群でした。

現在、木村大作監督の「春を背負って」という映画も撮影して、来年6月に封切り予定です。

こうした映画のロケ地誘致により、観光客の増加を図っていきたいと考えています。

スライド8

最後に、観光からやや離れるかもしれませんが、新幹線開業により、ライフスタイルやビジネススタイルにパラダイムシフトが生じるだろうと思っています。具体的に申しますと、首都圏で働いて休日は富山といったようなケースも考えられるのだろうということです。また空き家に都会からクリエイター

の方が定住されて、地域振興につながるケースもあるだろうと考えています。新幹線の開通により、首都圏からの定住・半定住が進めば、その家族・友人などの訪問者が増えるのではないかと思っています。こうした効果というのも新幹線効果の一つであろうと思っています。

以上です。ありがとうございました（拍手）。

④石川県

観光戦略推進部長 蟹由 尚氏

皆さん、こんにちは。石川県の観光戦略推進部長の蟹由です。今回のシンポジウムの開催地として、特に県外からお運びいただきました皆さんに心より歓迎を申し上げたいと思います。時間に限りがございますので、早速私どもの取組みを少しご報告させていただきたいと思います。

スライド1

石川県では、北陸新幹線の金沢暫定開業は本県飛躍の千載一遇のチャンスであろうと捉え、開業効果を県内一円に波及させるための官民一体となった取組、特に行動指針としてアクションプラン「STEP21」を平成21年3月に策定をしました。この「STEP21」というのは、資料の方にも書いてありますが、Shinkansen Two-way Exchange Plan というものの頭文字といいましょうか、そこからとったもので、新幹線を活用した双方向による交流人口の拡大計画というふうに捉えているわけです。この「STEP21」では観光誘客の拡大など三つの基本戦略を達成するために、おもてなし、食文化、そして歴史・景観を生かした地域づくりの三つを重点プロジェクトとして、官民一体となって取り組んでいるところです。画面上では、下の方に民間の取組事例を何例か紹介していますが、これは皆さま方のお手本にしていただくリーディング事業ということで、県が認定した事業です。こうした事業がさまざまな形で広がり、多くの方のお手本となって、県内各地で石川の魅力がさらにアップすること、そうした活動の裾野が広がることを私どもも期待しているところです。

スライド2

そしてこうした民間の取組に加え、県としての観光誘客のために取り組まなければならないということで、今年の3月に、特に観光面から開業効果を引き出して、県内全域に観光客を誘うための取組方針である「新幹線開業PR戦略実行プラン」を策定させていただきました。

このプランについて、これから少しそのポイントをかいつまんでご報告させていただきたいと思います。

まずこの戦略の目的、目標です。このプランでは、右の図にあるように温泉に代表される石川のおもてなし、そして海・山の幸に恵まれた食、さらには兼六園や白山などの歴史・景観、これに加えて、能登や加賀の里山里海、そして九谷焼・輪島塗といったさまざまな伝統工芸。こういった本県のあらゆる観光魅力を総動員して、首都圏などへ、一つは効果的な情報発信、そしてもう一つは観光客をお迎えする受け地での魅力づくりに取り組もうという計画で、実は首都圏からの入込客数を 500 万人という大きな目標を掲げているところです。この目標500万人ですが、資料にもありますように新幹線開業で首都圏から時間距離がこれまで石川県と結んでいた関西・中京並の2時間30分に短縮されることから、そのエリア人口に対する入込比率、現状関西では13%、中京圏では14%、首都圏は5.5%ですが、これを少なくとも関西・中京並に引き上げることによって、500万人の入込を達成しようという目標を掲げたところです。

スライド3

そして具体的な取組として、まず効果的な情報発信という切り口ですが、一つには首都

圏で話題性、あるいはインパクトのあるキャンペーンを打っていきたいと考えています。そして、それの大きな柱に位置付けているのが、日本橋・京橋まつりとのタイアップです。具体的には、皆さんご案内のように江戸の昔から五街道への旅の出発点とされていました日本橋、特に中山道から北陸道への道はまさに北陸新幹線のルートに重なっています。こうした由緒のある日本橋を舞台に毎年 10 月に日本橋・京橋まつりというのが開催されています。ぜひこの由緒あるイベントの場で、開業 100 日前ぐらいになろうと思いますが、26 年の秋には加賀・能登・金沢の祭りや芸能、食、そして工芸など、石川の魅力をまるごと持ち込んで首都圏の皆さんに、新幹線の開業と石川の魅力を大いに印象付けたいと考えています。

さらには、新幹線開業の 1 年後には北海道新幹線の函館開業が予定されており、人の流れが別の方向へ向くということもありますので、ぜひ金沢開業効果の持続、そして拡大のために、27 年秋には北陸 3 県が共同して、JR6 社の皆さんと一緒にデスティネーションキャンペーンを実施するということも計画しているところです。

スライド 4

さらには、当然ながら、新幹線の沿線地域との連携も大事なことだと思っています。そういった沿線の皆さんにも石川の魅力を発信していきたいと考えています。そんな中で大宮や長野、そういったところで石川の観光と物産展を開催、さらには新幹線開業により、これまで 4 時間近くかかっていました長野県とは 1 時間半ほどで結ばれます。この長野県との観光誘客の面での連携も大変大事だと考えており、既に今年の 4 月から若手の職員を国内観光・国際観光の県の部門に相互派遣して、実務に携わっていただいているところです。こうしたことで、長野県との連携を深めていきたいと考えています。

スライド 5

それから、受け地での魅力づくりです。地元での魅力づくりとしては、特に開業直後の時期においては、来県される旅行者の皆さんに本県の食や物産、祭りなど、石川の魅力をしっかりお伝えし、県内全域に足を運んでいただく。そういった仕掛けづくりといいましょうか、きっかけづくりが重要と考えています。

そのために、まず石川の魅力を体感できる開業イベントとして、開業直後の 4 月、満開の桜の下で金沢城公園において伝統芸能や物産を一堂に会した大型イベントを開催したいと考えています。また、4 月から 5 月にかけては能登、加賀でも、地域の魅力が満喫できるエリアイベントを開催したいと考えています。

さらに、地域の観光情報センターの機能も高めていかなくてはならないと考えています。現在、金沢駅に石川県金沢観光情報センターというものが開設されています。これを単に金沢だけの観光案内所とするのではなく、新幹線金沢駅を石川県全体の玄関口と捉えて駅に降り立たれた観光客の皆さんを県内一円、さらには今後西へ延伸されます新幹線をにらみ、加賀方面、その先の福井県へという広域連携も念頭に、観光客の皆さんのニーズにワンステップで応えられる質の高いサービスが提供できるような機能を観光情報センターにプラスしていきたい。そんなことも考えています。

スライド 6

さらには、県内各地の観光客を誘うための

取組として、新幹線開業により、当然のことながら、県内滞在時間が拡大します。そして、今年の春から能登里山海道と名称を変え無料化した能登有料道路を十分活用し、ぜひ多くの皆さんに石川の隅々まで訪れていただきたい。そのために地元の皆さん、地域の皆さんと一緒になって新たな観光の魅力の発掘と磨き上げ、そしてエージェントの皆さんにはぜひ金沢から能登へ、金沢から加賀へという、各エリアを絡めた広域観光商品を作っていただきたい。そんな働き掛けもこれからは行っていきたいと考えています。

スライド7

さらに、というか、これは参考までの話ですが、こうした計画も役所的にいうと財源面での裏付けがなければ絵に描いた餅です。行政の基本は、基本的には単年度会計主義ということになっています。毎年度の予算編成過程を通じて、今ほどプランに定められたような事業を実施するわけですが、開業時が 27 年春ということになりますと、まさに年度をまたいでさまざまな事業がピークを迎えるというようなことも考えられます。こうした年度をまたぐ事業の実施、あるいは調整というのは、行政はいささか動きづらいというか、行動しづらい面があります。そこで、このプランにかける事業を財源に担保して、また、年度の壁を越えて確実に実施するための仕組みとして、新幹線開業 PR 推進ファンドを開設することにしました。このファンドによる運用益を有効に活用して、事業を確実に実施したいと考えています。

ファンドの規模は 120 億円、5 年間の想定運用益を 6 億円です。従来石川県が取り組んできた基本的な首都圏 PR の 5 年間分の予算は 4 億円です。これを超えますと総額 10 億円余の、プラン実行のための財源のめどが立ったというところです。これにより、従来ベースに対して 2.5 倍の予算となったわけです。なお、このファンドの造成には県が半分の 60 億円、そして県内市や町の皆さんに 20 億円、さらに残り 40 億円については、ふるさといしかわ債、いわゆる県債を県民の皆さんに購入していただく。こうした形で、県民や企業の皆さんにもご協力していただこうという仕組みを考えています。今年の夏からこの県債を販売させていただくことにしていますが、5 年固定金利一括償還、そして基準金利は国債をベースに考えていますが、＋0.23%。0.23%というのは実は新幹線で首都圏から時間が 2 時間 30 分になると。それを少しちゃっかり活用させていただいて、＋0.23%のプレミアムを付け、皆さんと一緒になって、首都圏から、あるいは石川県発展の礎を築いていきたいというようなことを考えています。プランもでき、そして資金のめどもたったということで、後は私ども実行のみということです。これからそういった方面に頑張っていきたいと思います。

スライド8

あと、参考ながらと言いましょうか、広域観光の面で少しだけ付け加えさせていただきたいと思います。観光客はことさら県境というものの意識はないと私どもは考えています。県境を意識するのは、いうならばカーナビの音声案内、行政区域という枠組みに縛られている役人だけだと思います。県境と言う垣根を越えて、特に歴史的にも文化的にもつながりの深い隣県あるいは地域が一体となってその魅力を発信すれば、相乗効果が大いに発揮されて大きな魅力的な観光資源が形成されると考えています。こうした観点から、石川県では当然ながら北陸 3 県という枠組み、さらには白山を中心とした福井・岐阜

県との連携、さらには新幹線の関西延伸を見据えた加賀・越前地域の連携ということに取り組んでいます。

さらには、新幹線というとどうしても首都圏に注目が集まるわけですが、私どもとしますと、関西・中京も大事なお客さまと考えています。実はこういった共通の問題意識を有する遠隔の自治体との交流、あるいは連携も大事だと思っています。具体的にはともに首都圏、関西・中京から時間距離が同程度に位置し、例えば兼六園と栗林公園、これは大名庭園ですが、その他漆工芸では日本を代表する輪島塗と香川漆器。こうした共通資源を有する香川県、もちろん、うどんと加賀料理などでは相対する魅力もありますけれども、そうした魅力をお互いに際立てて発信するということで、相互交流のみならず、新幹線開業で注目が集まる首都圏、さらには関西・中京から、お互いの共通の市場に打って出ようという取組を進めており、実は昨年から観光パートナーシップ協定というのを香川県さんと結ばせていただいております。その第一弾として、昨年の秋には大阪駅の時空の広場で両県の知事が出席して共同キャンペーンも実施したところです。今年度はさらに中京、そして首都圏にもそういったことを打って出たいと考えています。

加えて、今後力を入れるべきはやはり新幹線開業を見据えてのインバウンド対策だろうと思います。個人旅行者が多いとされる欧米豪などをターゲットに、例えば、首都圏の空港から入国され、一定期間 JR が乗り放題となるジャパンレールパスで北陸新幹線の利用を働き掛け、信越・北陸の旅を楽しんでいただいて、北陸の空港から出国、または首都圏へ戻る、あるいは関西まで足を延ばしていただける。こういったこれまでの東海道ゴールデンルートとは異なる新たなゴールデンルートの形成ということも目指して、信越・北陸の自治体あるいは観光事業者等が連携する取組をぜひ立ち上げていきたいと考えています。

以上、大変駆け足なご説明になりましたが、石川県の取組をご紹介させていただきました。ありがとうございました。（拍手）

⑤東日本旅客鉄道（株）

北陸営業センター所長 黒田英朗氏

ただ今ご紹介にあずかりました JR 東日本北陸営業センター所長の黒田です。

スライド 2-3

北陸営業センターは、金沢の方はご承知かと思いますが、この 4 月に開設されました。この北陸営業センターは、北陸と首都圏の双方向の流動をつくる、そしてさらには新潟・長野・岐阜、そしてこの北陸の広域観光ルートを整備していく。これらを地元の皆さまと連携しながら取り組んでいくということのために、こちらの北陸の地に開設しました。

この地元との連携というのは弊社のグループ経営構想にも「地域に生きる」という表現の下、書かれています。弊社としては大変重視しています。

スライド 4

観光と地元との連携を非常に弊社が大切にしていますのは、こちらに弊社東日本のエリアが出ていますが、その新幹線というのは実は需要の中身を見ますと、ビジネスが半分、観光が半分です。左下にある東海道新幹線がビジネス需要が 8 割を占めているのとは異なり、非常に観光の比重が高いのが特徴となっています。ということは何かと言いますと、民営化してから＊8 回（01:11:21）＊新幹線の開業を繰り返してきているわけですが、その間、長年沿線人口が必ずしも多いと言えない中、地元と連携しながら延伸したところ、開業したところの地域の魅力を、ここは恵まれているのですが、首都圏という非常に大きな市場に売り込んでいくことを連携してやってきたのです。そういう歩みの中で、今の各 JR 東日本の新幹線の需要が確保されているわけです。

スライド 6

では北陸新幹線ができる中で、われわれが何に取り組んでいこうと思っているか。一番冒頭の、上のところに書いてあるとおり、持続可能な観光コンテンツを整備していくということを行います。今までの話の中でも出てきていますが、少子高齢化で人口が減っていきます。厳しい時代の中、やはりシルバー層だけはこれから人口が 10 年間伸びていきますので、ここをがっちりしっかりつかむと。そして、新幹線が開業しますとやはり気軽に個人旅行に来られるお客さまが増えます。ここも個人旅行による多様なニーズに応えていきながら、がっちりつかむと。

特に一番右が分かりにくいと思いますが、開業ブームに対応して、一極集中の緩和です。一極集中とは何かといいますと、恐らくこの新幹線の終点が今の時点で金沢ですし、金沢の知名度はいろいろなアンケート調査からも出てきているとおり、非常に高い。先ほど発表にもありましたように、新幹線の輸送力というのは飛躍的に大きくなります。その中で、週末やゴールデンウイークなどの需要期に金沢にお客さまが集中したのでは宿泊施設が足りなくなってしまいます。それで、あまりお客さまの望まない宿泊施設に泊まったりするとあまりいい思いをしないで帰られてしまい、北陸のイメージの低下にまでつながってしまいます。そうするとなかなか 2 回目に来てもらえなくなってしまう。そういうところを避けるように広域観光ルートを整備していくことで、金沢のさらに一歩先の北陸へ歩んでもらう。ということによって、もう少し北陸の奥深さを知ってもらい、さらにはもう一回行ってみようというところに

つなげていきたい。そういうところが取り組んでいきたいところです。

少し話を変えますと、先日東北の方に出張に行きました。東北の観光関係の人と名刺交換をするときに、名刺を差し出すと「北陸ですか」と。やはり東北の観光関係の方は非常に敏感に反応されます。要は、東京の大きなマーケットを東北の観光関係の人たちもターゲットに取り組んでいます。そこに2年後に北陸新幹線ができるということで、この北陸の魅力ある観光地がライバルになるということをやはり敏感に感じていて、皆さん対策を立てています。

スライド7

そういう厳しいライバルがひしめく首都圏という市場に北陸新幹線が結びつけるわけで、そこをどう取ってくるかということになってきます。ここの地図を囲んだところに書いてありますように、北陸の風土は、右に写真を三つぐらい並べてありますが、非常に個性豊かです。文化・工芸そのレベルの高さもやはりピカイチだと思います。これは誇っていいものだと思います。これをうまく生かしていければ、決して他のライバルに負けることはないと思うのですが、そんな世の中単純ではありませんし、首都圏のお客さまもそんなに優しいわけではありません。要は、この素晴らしい素材をどういう具合に首都圏のお客さまに売り込んでいくかというところが非常に難しいことだと思います。

そこで、下に書いてあるとおり、今いろいろな自治体と協力しながらモニターツアーをやるなどしながら、どういった商品がどういう具合に売れて、お客さまの反応はどうなのだという知見を今ためているところです。モニターツアーをやったりするのは今のうちにやっていかなければいけないことです。新幹線が開業してから悠長にやっていたのでは、せっかくの需要を取り逃してしまいます。今のうちにこういった試行錯誤、準備というものをやっておかなければいけません。もう2年を切って、1年と8カ月ぐらいでしょうか、このうちにやっておかなくてはならないだと思っています。

スライド8

それで、広域観光ルートに取り組んでいますのが、この赤い六つの矢印です。ざっくりした地図にプロットさせていただいていますが、六つの方面に取り組んでいます。時間がないので簡単に説明しますと、二つに大きく分かれると思います。縦の広域観光ルートと、横の広域観光ルート。すごく雑ですけれども、分かりやすく言うと縦の観光ルートの特徴は、すみません、矢印の方向で長野県から怒られると思いますが、海から山へという方向になっています。このルートの特徴は、海辺、山という形で非常にそれぞれの観光地の特色がはっきりしている、重ならない。というところでルートとしては非常にお客さま受けがいいです。ただ、山間部に入ることもあり、二次交通の確保にやや難点があるところが課題です。それが縦のルートです。

横のルートは非常に人口密度が高く、比較的交通アクセスも恵まれています。ただ、逆に言うと、海辺の町、海辺の町、海辺の町という形でつながる関係もあり、それぞれの町といいますか観光地の役割、位置付けを明確にしておかないと、何か同じような所が次から次へと出てくるというようなルートになってしまう。これが横へのルート展開の課題かなと。

そういうところを意識しながら、どういう具合にそれぞれの観光地の特色をつけながら広域観光ルートをつくっていかなくては

いけないのかを、何分にも北陸営業所ができてまだ 3 カ月なのでご容赦いただきたいのですが、取り組んでいるところです。

スライド 9

新幹線開業に向けてどんなイメージで進めているかというところをお話させていただきますと、一番上の四角にありますように、「大人の休日倶楽部」、これは弊社がシルバー層向けに作っている会員組織で 165 万人ぐらいの会員数を抱えています。こちらの方に毎月旅カタログという形で旅行商品のご案内を送らせていただいています。これは 7 月号ですけれども、大体 80 商品ぐらい載っています。ちなみに、まだ新幹線は開通していませんし、この北陸というのは東日本のエリアではないのですが、そのうちの 2 割が北陸の商品となっています。

こういった形で試行錯誤していきながら、最終的には個人旅行商品を作っていきたいと思っています。新幹線開業で需要が増え、そして開業キャンペーンや北陸デスティネーションキャンペーンという中で、首都圏に情報を送るチャンスが恵まれている。この中でしっかりと個人旅行に対応した形に定着をさせていきたいと考えています。

スライド 10

飛ばしてしまいましたが、そうした広域観光ルートを整備していくことが首都圏の需要をしっかり取り込むことにもつながり、先ほどの発表にもあったとおり、この広域ルートが将来的にはインバウンドの受け皿にもなります。東京から新幹線で北陸を回って関西へ抜けていくということも可能となります。そういった形で、これから 10 年以上たってシルバー層の伸びが止まってきた中でもインバウンドを延ばしていきながら、しっかりと観光として地域を支えていきたい。そのような取組を皆さまとぜひ一緒にやっていきたいと思いますので、これからもよろしくお願いします。ご清聴ありがとうございました（拍手）。

⑥西日本旅客鉄道（株）

金沢支社 副支社長 山田潤一氏

JR 西日本金沢支社副支社長の山田です。私の方から、若干お時間をいただいていますので、説明をさせていただきたいと思います。

スライド 2

まず、北陸新幹線の金沢開業によります地域の活性化効果を最大限に高めていくためには、ここに書いておきました四つの観点・要素が重要ではないかと考えています。一つ目は「持続させる」ということ。北陸新幹線の開業効果を一過性のものとするのではなく、5 年 10 年と息の長いものにさせていくことが大切だという観点です。次に「エリアを広げる」ということです。どこか特定の場所に人が集中するというのではなく、北陸という広いエリア全体にその効果を波及させていくという観点です。そして、「裾野を広げる」ということ。観光業界が一致協力して取り組むということはもちろんですが、その他の幅広い業種を巻き込み、相互に連携を図ることにより、新たな魅力をご提案していけるのではないかと認識しています。最後に、「マーケットを広げる」ということです。首都圏はもちろんですが、全国津々浦々、そして海外からお客さまを呼び込む絶好の機会であろうかとも思っています。これからこの四つにつきまして、順にお話をさせていただきたいと思います。

スライド 3

一つ目、「持続させる」です。新幹線の開業により、お客さまの数は確実に増えると想定されるわけですが、それを一過性のものとすることなく、何度でもお越しいただく、リピーターになっていただくということが大変重要です。そのためには、例えば京都、パリ、ロンドンに匹敵するぐらいのブランド力を北陸の地に付けていくということです。北陸という地域は、歴史、文化が非常に厚い地域です。加賀百万石が育みました歴史・文化があります。またこの地域に根付いた風土や人、それから温泉文化によるおもてなしの心、こうした北陸の持つ魅力・良さを生かしながら、コンセプトを明確にした観光素材をご用意して、お客さまにご提案する。そして実際に北陸の地を訪れられたお客さまの満足度を高めるために、全員参加でおもてなしをする。こういったことが大切ではなかろうかと思っています。PR も大変重要ですが、お越しいただいたお客さまに北陸のファンになっていただく。自ら口コミや Facebook などでご自身の体験や思いを伝えたい。そうお客さまに思っていただけるような魅力ある地域にしていかなければならないと考えています。

スライド 4

それから、二つ目の「エリアを広げる」ということです。新幹線が開業しますと、北陸エリアは首都圏・中京圏・関西圏という三大都市圏からの時間距離がほぼ同じということになります。また北陸新幹線はもちろんですが、立山黒部アルペンルート、白山スーパー林道、3 つ星街道など、さまざまなルートでの招致も可能です。さらには、この北陸は東西 300km という広いエリアの中にたくさんの魅力が隠れています。そのためこれらをつなぎ、パッケージングしていくという観点も必要かと思っています。魅力的な観光地をつなぎ、広域の周遊観光ルートをご用意することにより、この北陸の地が持つ多彩な魅力を効果的にご体験いただけるのではないか

と思っています。当社としても、この北陸三県から新潟へのルート、立山黒部アルペンルートでつながる富山から長野へのルート、白山スーパー林道でつながる石川から岐阜県へのルートなど、この具体的なルートを設定して、旅行会社さまなどへの働き掛けを行い、ぜひ商品化につなげていきたいと思っています。

スライド5

このスライドは平成23年に九州新幹線が全線開業した際の新たな観光ルートです。九州新幹線が縦軸のメインルートとなり、これに対する横軸のルートとして熊本から阿蘇、湯布院、別府に通じるルート、それから阿蘇を通り宮崎県の高千穂に通じるルート、また海を渡り、雲仙、長崎、ハウステンボスに通じるルート。こういった新たなルートが形成され、新たな観光需要、旅行需要が生まれてきたということです。

スライド6

続いて三つ目、「裾野を広げる」ということです。今日では、来て、見て、食べて、といった物見遊山の旅行ではなく、体験したい、発見したい、自分を高めたいというように、ニーズがますます多様化しています。こうした多様化したニーズにお応えしていくためには旅館・ホテル・お土産物屋さんといった直接的な観光事業者の皆さま方だけではなく、農業・伝統産業など、幅広い業種の方にご参加いただき、そして官民挙げて連携してさまざまな企画を考え、ご提案をしていく必要があるかと思っています。農業体験では、石川県の能登に世界農業遺産である能登里山里海がありますし、酒蔵見学、あるいは特色ある伝統工芸などを学ぶ、体験する企画も、魅力ある観光資源と十分になり得ると思っています。新たな提案にどんどんチャレンジしていく必要があろうかと思います。私どもも汗をかいてチャレンジしていきたいと考えています。

また、学生さんや子どもさんなども参加して、全員参加で推進したいという思いもあり、まちの美化、とりわけ女性のお客さまに対しましてトイレの美化は非常に大切な受け入れ準備の一つであると思っています。

スライド7

ここまでエリアを磨く重要性についてお話をさせていただいたわけですが、この北陸のブランドを確立し定着させていくためには、エリアを磨き続けることも必要だと思います。新幹線の開業時はもちろんですが、その前後の取組も大変重要です。

後ほどご説明しますが、弊社では毎年冬に「Japanese Beauty Hokuriku」というキャンペーンを展開してきました。こうしたキャンペーンを活用しながら、新たな観光素材の開発・展開にトライアルし、その効果を検証し、そして改良・工夫を行い、エリアを磨き上げることにつなげていくこととしています。そして、こうした取組は開業後にも継続的に行っていくということが大変重要であると思っています。そうしなければ、ややもすれば一過性のお祭り騒ぎで終わってしまうのではないかと、大変危惧しているわけです。

スライド8

この「Japanese Beauty Hokuriku」というキャンペーンですが、平成16年から継続的に取り組んでいます。北陸三県の皆さま方をはじめ、JR東日本さま、JR東海さまとの連携により実施しているものです。これまでの取組では、毎回キャンペーンをめがけて新たな素材や二次アクセスの準備をして旅行会

社さまに働き掛け、そして三大都市圏で商品化していただいています。

例えば、富山湾鮨、福井県恐竜博物館の見どころダイノツアーなどの商品はこうした中で設定してきたものです。ここに実績のグラフを記載させていただいていますけれども、富山ぐるっとグルメぐり、金沢の和菓子めぐり、東尋坊食べ歩きといった食べ歩きクーポンですが、このキャンペーンを通じて改良を行い、平成 24 年度には期間中合計で 5000 人を超えるお客さまにご利用いただいています。冬の北陸は、観光のオフシーズンといったご認識もあろうかと思いますが、冬こそおいしい海の幸、雪景色を眺める温泉といった冬の魅力を伝えてきています。

全国から、海外からのお客さまに、心より満足いただける素材、おもてなしといったものは一朝一夕でできるものではありません。継続的な努力によって積み上げるものだと思っています。

スライド 9

最後になりましたが、「マーケットを広げる」ということについてお話をさせていただきます。先ほどからご紹介がありましたように、2015 年秋に北陸デスティネーションキャンペーンの開催が決定しています。全国での駅ポスター・車内ポスターの掲示、テレビ番組での放映、雑誌、Web での掲載などさまざまなプロモーションを行っていきます。仮に今申し上げたようなプロモーション活動を有料で行うとすれば 、優に 10 億円は超える規模になろうかと思います。全国へ向けて情報発信を行い、首都圏はもちろん北海道から九州まで、全国津々浦々、そして海外から北陸への誘客に取り組んでいきたいと思っています。

スライド 10

新幹線の開業によって、北陸はもちろんですが、長野・新潟といった新幹線沿線の県も大変注目を浴びています。このチャンスを逃すことなく、地元の皆さま方とともに、魅力を十分に磨き上げ、PR し、この北陸エリアの観光振興にぜひつなげていきたいと考えています。ご清聴ありがとうございました（拍手）。

第二部　パネルディスカッション

「北陸信越地域の新幹線を活用した観光振興のあり方」

＜モデレーター＞

跡見学園女子大学 観光ﾏﾈｼﾞﾒﾝﾄ学科 准教授 村上雅巳氏

＜コメンテーター＞

(株)リクルートライフスタイル じゃらんリサーチセンター センター長 沢登次彦氏

＜パネリスト＞

観光庁 総務課長 水嶋 智氏

新潟県 産業労働観光部 観光局長 田村定文氏

長野県 観光部長 野池明登氏

富山県 観光・地域振興局長 日吉敏幸氏

石川県 観光戦略推進部長 蟹由 尚氏

東日本旅客鉄道（株）北陸営業センター所長 黒田英朗氏

西日本旅客鉄道（株）金沢支社 副支社長 山田潤一氏

村上氏

こんにちは。村上です。あらためてよろしくお願いします。本日は、北陸新幹線の金沢延伸開業に向けた観光シンポジウムということで、第一部は、観光庁の水嶋課長以下、各県の局長及び、部長、それから JR 東日本・西日本のそれぞれの地元の所長、副支社長から、現在の取組状況や現在の取り巻く観光の状況といったあたりを語っていただきました。私もすぐ前で聞いておりまして、特に、北陸 4 県、長野、新潟を含めて、各県の取組状況は非常に進んでいると思いました。

それから、本日のシンポジウムは、北陸信越運輸局さんからお話をいただきましたが、300 名の定員があっという間にいっぱいになったということで、地元も北陸新幹線に対する期待というか、熱気が非常にあると感じております。この熱気を今日のシンポジウムを契機として、明日以降、ぜひ首都圏の方に持っていければと思っていますので、会場の皆さんもよろしくお願いします。

それでは、早速、今日の本題に入りたいと思います。1 時間弱と非常に限られた時間で、パネリストも人数が多いのでテーマを二つに絞らせていただきたいと思います。北陸新幹線開業に向けた取組状況は一部でありましたが、やはりこのような地域、特に地方の観光においては、拠点の駅までは観光客の方がよく来られますが、そこからの二次交通がどこでも問題になります。まず一つのテーマとしては、新駅からの二次交通についてということにしたいと思います。後半は、どこの県からもあったように、単県だけで取り組んでいると非常に厳しいものがありますので、広域連携、それから当然、消費者、旅行者の立場に立っても、広域観光が今求められています。そのような広域的な観光周遊ルートをどうつくっていくか。それに伴って、特にインバウンドの動きは広域観光ですので、インバウンドにどうつなげていくか、そのあたり

を話していただければと思っています。

それでは、まず新潟県の田村観光局長から、新潟県で糸魚川と上越妙高という新しい駅ができますが、駅から各観光資源へのアクセスの検討状況をお話しいただければと思います。

田村氏（新潟県）

新潟県の中には、北陸新幹線の駅が新しく二つできます。今、お話がありましたように、上越妙高と糸魚川という二つの駅ができます。それぞれお話をさせていただきます。

上越妙高については、上越市という場所にあります。周辺の地域を含めて、佐渡市なども含めた形で広域連携会議をつくっていました。その中で二次交通についても、いろいろ検討をしています。当然、在来線は並行在来線という形に変わりますし、特に私どもはできれば関西方面からお客さんを呼んできたいと考えておりますので、その中で大きなポイントになるのが、やはり佐渡ということもあります。ですから、上越妙高駅から佐渡へのアクセスが非常に重要になってくるかと思っています。その連携会議の中では、例えばシャトルバスや定期バスというようなことで、交通事業者も交えて、今、検討を進めているところです。

その場合のもう一つ大きな要素は、直江津港から佐渡へ渡るわけですが、その航路自体も現在は、1 日 1.5 往復という変則的なダイヤになっており、観光客などからは使い勝手があまりよろしくないと言われています。その航路の充実・強化に向けて、県と上越市、佐渡市、運行事業者である佐渡汽船の中で、新幹線開業に向けて充実する方向で、今、検討しているところです。

それから、糸魚川も市を中心に交通事業者と一緒になって、平成 19 年度からそれぞれ四季に応じた観光コースを周遊する定期観光バスを運行しています。また、23 年度からは、土・日・祝日に限りますが、100 円で市内の観光地を巡れるような「街めぐりバス」を運行しています。

また、大糸線というローカル線がありますが、そこと北陸本線を利用した広域観光ルートなどについても、長野県の市、富山県の市などと一緒に今、検討を進めています。

村上氏

ありがとうございます。今、田村局長からありましたように、私も数年前、上越市に勤務していた関係で、上越市の取組をお伝えしたいのですが、上越市は、新幹線まちづくり推進上越広域連携会議というものをつくりました。これで「越五の国へ」というようなプロジェクトをやっています。その越後の「後」というのは普通は「後ろ」という字を書きますが、今は漢字の「五」を使っています。というのは、今回新しく駅名が決まったように、上越妙高ですから、上越市と妙高市と今、局長が言われたように、佐渡への入り口ということで、柏崎市、それから十日町市、佐渡市の 5 市で、駅のない地域も含めて連携で新幹線のまちづくりということで、観光に限らず、まさに福祉や医療、教育も含めたまちづくりを推進しているのです。これはアクセス、二次交通に限らず、そのような取組をされています。

それでは、長野県の野池部長に、先ほどのご説明でもありましたように、県内に五つの駅が存在することになり、特に飯山駅が新しくできるわけですが、それらをハブ化する事業を展開したいということでした。その辺を二次交通と絡めて詳しく説明していただければと思います。

野池氏（長野県）

それでは、新幹線停車駅ハブ化事業を二次交通と絡めて説明をということです。長野県には新駅飯山駅ができますが、これは新幹線駅と在来線駅が併設ということで、極めて利便性、接続はいいわけです。飯山に関して言えば、在来線の飯山線の活性化と、飯山駅から信越 9 市町村エリアの観光地にどうやってお客さまを運ぶかという二つの課題があります。新幹線の既存駅、例えば上田では、上田駅を起点に運賃低減バスを運行し、鹿教湯温泉や菅平高原など遠隔地へもリーズナブルな運賃でバスを利用していただける取組をこの秋にスタートさせる予定です。

また、軽井沢では、軽井沢フリーパスということで、並行在来線のしなの鉄道と路線バスが連携して、1 日あるいは 2 日乗り降り自由のパスを販売して、利便性の向上を図っているところです。

飯山の方は、先ほどの「信越 9 市町村広域観光連携会議」の中に交通アクセス案内所部会を交通事業者の皆さんにも加わっていただき立ち上げて、今、盛んに検討を進めているところです。停車本数、どのぐらいの乗降客を目標にするかというシミュレーションとセットで、バス、レンタカー、タクシー等の組み合わせで、どんな輸送手段がいいかということを検討している状況です。

鉄路は在来線の飯山線がありますが、これは先日、「走る農家レストラン」という取組をしました。飯山線の各駅で地元食材の料理が順番に出てくる。ご当地食材のおいしい料理とおもてなしで、首都圏からもお客さんが見えて大盛況でした。

二次交通は手段にとどまらず、しなの鉄道もイベント列車等いろいろなものを工夫していますが、二次交通自体が目的になるような仕組みができないかと考えています。以上です。

村上氏

ありがとうございます。今、二次交通が手段ではなく、二次交通自体がいわゆる旅の目的というか、目的地に行く前の楽しみになるようなというご発言があったと思いますが、これは非常に重要だと思います。本当はこのテーマを各県の方にお話ししていただきたいところですが、時間の関係で、じゃらんリサーチセンターの沢登さんから二次交通について、消費者の目からどういうことに気を付けたらいいのか、そのあたりのアドバイスがありましたらということで、このテーマのまとめにしたいと思います。

沢登氏

じゃらんの立場で二次交通というのはなかなか難しいと思いましたが、消費者側の観点ということで言うと、二次交通ということを含めたアクセス面は、新規の人に初めて来てもらうためにも、もう一回来てもらう、リピーターのためにもすごく重要な要素だと思っています。2 県とも積極的に取り組まれて素晴らしいと思いました。

新規ということで言うと、ストーリー性を持った観光ルートで、行きたいという気持ちにはなりますが、実際消費者が行くと決めるのは交通手段、要は行けるのか、スムーズなのかというあたりがきっとポイントになるだろうと。

二次交通ということで三つほど消費者側の観点でお話しすると、一つは連携ということだと思っています。これは乗り継ぎのところがすごくポイントになるだろうと。私も旅をするときに、在来線を降りて、路線バスの乗り継ぎになぜか 1 時間待つとか。この辺は交通事業者の協議会をつくり、一緒に考えら

れているということなので、このまま進めていただけたらなと。

もう一つは、細かい情報まで情報をちゃんと届けていくということが大事です。一つ一つの情報は大したことはないと思うかもしれませんが、いつ出発するのかという始発情報や、路線バス自体の始発情報などを計画するときに。特に皆さん、最初の話でおっしゃっていたように、これからは個人として持続可能な地域づくりをしていきたいというときには、個人の人たちがこの地域に訪れるときには、細かい情報までしっかり事前に提供できるかということ。それと、到着して調べたいと思ったときに調べられるかどうか。ほとんどの人たちがスマートフォンを持っていくので、例えばグーグルなどで、「糸魚川二次交通」と入れたら、普通に出てきて、スムーズに進めるかどうか。この辺が二つ目のポイントではないかと。

三つ目は、コンシェルジュ的な機能の中で、自分たちの路線だけでなく、他の交通事業者の時刻表まで分かって、困っている人に提供できるかどうかです。多分ホスピタリティがすごく問われるのはこういうことだろうと思っています。二次交通はリピーター要素の中ですごく重要になっています。地域の人たち、企業の人たちが、困っている人に聞かれたときに、自分の企業の情報だけでなく、つながっている情報まで答えられるかどうか。多分、この辺まで設計していくと、素晴らしい地域づくりになって、一度訪れた人が二度、三度訪れてくれるのではないかと思いました。

村上氏

ありがとうございます。今の二次交通についての沢登さんのお話は非常に重要です。ポイントは連携と、細かい情報まで提供できているか、調べたいときに調べられるか。それから、自分の地域だけでなく、例えば隣の地域、その先の地域までの情報をコンシェルジュ的な人がいて、すぐに教えてもらえるかということだと思います。まさに新幹線は来ますが、それぞれの駅、特に新駅からの二次交通については、今のような要素を入れて、開業までに整備をされたらいいのではないかと思います。

特に、私も住んでいましたが、地方に行くと皆さま方は車を一人 1 台以上持っているのでどこに行くにも困りませんが、観光客は全員レンタカーなどの車で移動するわけではないので、本当に駅に降りたら、路線バスなどの時間が 1 時間待ちなどということのないようにされたらいいのではないかと思います。ありがとうございました。

それでは、今回のメーンというか、もう一つのテーマに移りたいと思います。それぞれ各県の発表の中にも、広域連携、広域観光ルートというようなキーワードが幾つも出てきたと思いますが、これについて、まさに北陸新幹線というブランドで首都圏、あるいは関西圏にアピールすべきではないかと思います。広域的に連携する、広域観光客の立場からすれば、広域周遊ということが重要だと思いますので、このあたりについての説明をまた各県ごとにしていただければと思います。

最初に、石川県の蟹由部長、説明の中にも長野県との連携などのお話もありましたが、そのあたりをもっと詳しく戦略的にお伝えいただければと思います。よろしくお願いします。

蟹由氏（石川県）

ありがとうございます。長野県さんとの連携ということで、本来は長野県の野池部長か

らご紹介があった方がよかったのかもしれませんが、私からも少しご紹介させていただきます。

いずれにしても、北信越4県という枠組みも大事ですが、私ども石川県というところを考えてみると、当然、西の方には福井県がありますし、白山を背にすると岐阜県があります。そのような隣県の皆さんと広域的に結んで情報を発信していくということは、まさに想像が及ばないぐらいの相乗効果を発揮するだろうと思っています。

その中で、今、新たに進めているのが長野県との取組です。長野県さんとは、今年の4月から職員を相互に派遣しております。また、私どもから派遣した職員は、長野県さんの国際観光の部門で仕事をさせていただいていますし、長野県から石川県に派遣いただいた職員には、私どもの首都圏PR戦略の仕事で毎日汗をかいていただいています。

今後、長野県さんとの連携というと、最初に思い浮かべるのは、何といっても27年の春に行われる善光寺ご開帳です。これについては、7年に一遍、実際、暦では6年に一遍ということになりますが、日本中から700万人のお客さんがみえます。聞くところによると、そのうちの200～300万人は首都圏からで、残りの方は全国津々浦々からです。そのような皆さんに、これまでは長野県と石川県は列車では4時間ぐらいかかっていました。善光寺にお参りをしたら、石川県まで、あるいは北陸まで足を延ばそうということは、旅行商品としてはあり得なかったと思います。しかし、今度は新幹線で1時間足らずで結ばれます。ぜひ善光寺をお参りしていただいた後、北陸の温泉を楽しんでいただく。あるいは逆に、関西方面から北陸の温泉をまず楽しんでいただいて、善光寺さんにお参りいただく。そういうような形で700万人を800万人、900万人を善光寺さんにお呼びする。こういう取組は可能性が大いにあると考えています。

それから、長野県さんとはそれ以外にも、さまざまな形で観光情報も共有していきたいと思っています。先ほど県の紹介の中で、県の観光情報センターの機能アップのことを紹介させていただきました。その中では、当然ながら、石川県にとどまらず、長野県さんの情報、あるいはお隣の福井県さんの情報など、新幹線は取りあえず暫定金沢までですが、その後、西へ延びます。ぜひ西へも注目しながら、広域観光を進めていきたいと考えています。

村上氏

ありがとうございます。今、まさに連携の中でも究極的な職員の相互乗り入れというところまでやっていらっしゃるということで、これは本当に一過性ではなく、新幹線が来た後もずっと続ければ、本当の意味での連携、相互連携ができるのではないかと思います。今日は自治体の方も多いと思いますが、そういう方式もあるのではないかという、非常に示唆に富んだ説明だったと思います。

それでは、次に富山県の日吉局長から、富山は黒部アルペンルートなどの広域ルートの話もありました。特に力を入れていきたい、あるいは大勢の皆さんにお披露目したいというようなものがありましたら、広域連携というキーワードでお話しいただければと思います。

日吉氏（富山県）

新幹線なり、海外のお客さんなどを含めてものを考えた場合、個人客というのがキーワードになってくるだろうと思います。個人客が大変増えてくるというような状態にどう

対応していくかを考えていかなければいけないだろうと。そういう場合でも、受けるときは当然、いわゆる広域観光を意識する必要がありますので、先ほど説明もしましたが、例えば黒部アルペンルートという、本県から長野へ抜けられる大きなルートがある。これは国内のお客さまをはじめ、海外からのお客さまも評価が高いので、こういう形でまず連携していくということが大事になってくるだろうと思います。

もう一つは、例えば新高岡からは、昨年度、五箇山、白川を抜けて高山という、高速バスで実証実験を行いました。今後も引き続き、このようなことを検討し、高岡から飛騨地方への連携ということも考えていきたいと思っています。もちろん広域連携ということになると、先ほども言いましたが、北陸3県デスティネーションキャンペーンということで、これは北陸で受ける。何といっても首都圏の人口と相対するには、北陸のばらばらの県では圧倒されてしまいますので、少なくとも3県が合わさった形でPRしていくことが大事であろうということです。

それから、インバウンドの関係で申し上げると、広域観光ルートというのは大事になってくると思います。先ほども少し申し上げましたが、アルペンルートの他に、高山を抜けるような形での北アルプスの周遊ルートのようなものにも取り組んでいけば、当然新幹線を活用して海外の方も大いに利用できるのではないかと思います。外国人の観光客についてはWeb、Wi-Fi等をいかに整備していくかということが一つの課題になっていると思います。また、多言語表記など、どうやってメニューを伝えるのかというようなことも大事になっていくだろうと思っています。このように、個人客あるいは海外のお客さんが増えていくということを想定すると、多方面にわたる対策が必要になってくると思いますので、これからもしっかり対応していかなければいけないと思っています。

それから、もう1点は、今年は特に円安の影響もあって、全国的にもそうだと思いますが、台湾やタイなど、海外からのお客さんが増えてきています。そのようなことで、あまりにも急激に増えているという面もあって、対応が遅れ気味でいろいろ問題があるようなケースもあります。先ほども申し上げましたが、本県は1.6倍と急激に増えているような状態があるので、この対応についても、これからもある程度増えることを前提に対応していかなければいけないのだろうと思っています。

以上です。

村上氏

ありがとうございます。富山県さんは、立山黒部アルペンルートという非常にキラーコンテンツがあるので、もともとインバウンドについては先進県です。その中で、やはりWi-Fiの整備など、海外から来られる方も今はスマホを持っていらっしゃる方がほとんどだということです。そのあたりも、仮に富山県さんだけが整備して、他の県がしなかった場合、県境を越えたらつながらず切れてしまうわけですから、そのようにならないようにということで、これもまさに連携の中での重要な協議事項ではないかと思います。

それから、最後にもう少し時間があれば触れたいと思いますが、インバウンドは大体北陸は、台湾や韓国、中国の方が多かったのですが、最初の水嶋課長からの説明で、今は東南アジアからのインバウンドが非常に増えていると。国としても、そこに力を入れようというような傾向もあります。これはまさに単県だけ、単一地域だけではなかなかうまく

いかないと思います。このあたりも今後の課題かなと思っています。

それでは、長野県の野池部長、インバウンドも含めて、広域連携の取組についてお話ししていただければと思います。

野池氏（長野県）

広域連携については、新潟県さん、富山県さん、石川県さんと、さまざまな取組を進めており、今年度も具体的な計画があります。金沢の先にある大阪からのお客さんも相当増えるのではないかということで、新潟県さんと一緒に関西方面でのプロモーションも頑張っていきたいと思っています。

個別の話は置いておいて、このような時代の中で、新幹線が各県を貫いて延伸するときに、パイの奪い合いはあり得なくて、新しいマーケットを創出していくという方向性が極めて重要になってきます。県内でも広域という視点で、自分の観光地に来てほしければ、お隣の観光地も一緒に売ろうというように意識がだいぶ変わってきました。例えばパンフレットを作るときも、少し前までは、自分のところの観光地だけきれいに囲ったパンフレットがありましたが、最近は周辺あってこそ自分の観光地というように、全く変わってきました。これは県レベルでも同じことが言えると思います。

先ほどの石川県さんのご説明の中にもありましたが、金沢駅の観光情報センターで全県のことを発信しよう、また、お互いの県の観光情報センターでお互いの観光地のことを紹介できるようにしようというのは、素晴らしいことだと思いました。先ほど沢登先生が言われたように、きめ細かなことを着実にやっていくことが効果をきちんと出していくことにつながるのではないかと思っています。

村上氏

ありがとうございます。今の観光パンフレットは、周辺地域が載っていてこそ観光パンフレットという非常に重要なお話がありました。一昔前だと、ややもすると、自分のところだけの地図で、地域や県境があると、その先は真っ白という地図がたくさんありました。今はそういうものがだいぶなくなったようですが、ますます周辺地域まで載っているものが必要になるのではないかと思っています。

それでは、最後に新潟県の田村観光局長、ご説明の中でも、例えば小松空港 in、新潟空港 out というようなお話もありましたが、広域連携とインバウンドを少し絡めて新潟県の戦略なりをお話しいただければと思います。

田村氏（新潟県）

今、長野県さんのお話にもありましたが、関西方面からの誘客という点については、長野県さんと一緒に観光 PR を行っています。また、インバウンドに関係ありますが、例えばオーストラリアのスキー客を新潟と長野でアライアンスをつくって、今、誘客に努めたりしています。また、先ほどもお話をさせていただいたように、インバウンドで、それぞれ空港を持っているので、それぞれのところから入って、途中を例えば新幹線で移動しながら、別の空港から抜けていくというような取組は十分考えられて、現在もいろいろ協力しながらやっています。

そうした個々の取組もそうですし、県同士だけということでなく、例えば今、観光庁さんで広域観光圏、観光圏の事業をやられていますが、あれも県をまたいだ市町村なり、それぞれの事業者、旅館などが連携し合ってや

っている広域的な取組であると思います。例えば新潟であれば、糸魚川のところで先ほども少し触れましたが、白馬村と糸魚川市、それから富山県の朝日町といったところと連携しながら、誘客をしようというような取組もありますので、連携はさまざまなパターンが考えられるだろうと思っています。それぞれお互いに Win-Win の関係になれるような形で、連携が今後も多分、いろいろ進んでいくのではないかと思っています。

村上氏

ありがとうございます。既に大小織り交ぜていろいろな連携は動いていますが、今回は北陸新幹線金沢開業を見据えてということですので、空港もこの地域には幾つかありますから、空港と JR の新幹線をつないで広域的にというような動きも今後出てくると思います。

それでは、お待たせしました。JR のかたにもご意見をいただきたいと思います。4 県のお話がありましたが、今後、北陸新幹線の開業を見据えて JR として協力できること、あるいは連携していかなければいけないことという観点からお話をしていただければと思います。

最初に、JR 東日本北陸営業センターの黒田所長よろしくお願いします。

黒田氏（東日本旅客鉄道（株））

広域観光ルートというところで、私ども鉄道会社が協力できるのは、特に東日本の場合、首都圏に駅というネットワークがあるので、こちらの方でこれからつくっていく広域観光ルートの情報発信です。広域観光ルートを継続的にやっていく上で一番大変なのは、採算ベースに乗る需要をつくり出すというところです。ここが採算ベースに乗るようにというチャンスが、先ほど述べたとおり、新幹線開業だと思いますし、そのチャンスを生かすための情報を首都圏のお客さまに伝えていくというところで協力をしながらやっていけるのではないかと思います。

もう 1 点、観光ルートに期待しているのは、大規模な観光ルートもあるし、小規模な町と町をつなげるというものもあると思います。よく、新幹線の停車する駅からうちの町は遠い、だからなかなか来てもらえない、波及効果は難しいのではないかと、やや諦めムードのところもあります。しかし、その手前の町、さらに駅の最寄りの町と連携してラインをつくっていけば、小規模な広域観光ルートなのかもしれませんが、少し停車駅から離れたところまでお客さまを引っ張ってこられる。こういうことが広域観光ルートの素晴らしさではないかと思います。

先ほど、最後に高山の例を挙げようかと思いましたが、新幹線の停車駅からは比較的遠いところですが、間に五箇山や白川郷などが入ったり、長野からであれば、松本、そして例えば上高地や奥飛騨温泉郷が入ることによって、首都圏から所要時間はかかる中でも、観光をしているうちにいつの間にか遠いところまで行ける。そういうところが広域観光ルートの魅力ではないかと思って、そこにはしっかり取り組んでいきたいと思っています。

村上氏

ありがとうございます。今のお話では、JR 東日本さんは首都圏にあれだけの駅があるので、情報発信拠点としては非常に素晴らしいものが質、量ともあります。これを本当に活用しない手はないということですので、そこのあたりでの連携を図り、いい広域観光ルートの商品さえできれば、まさに情報発信に

ついてはそこを拠点として発信し、北陸新幹線に乗っていただくというようにできればと思います。

では、続いて JR 西日本金沢支社の山田副支社長から、西日本として、このような広域連携、あるいはそれに伴うインバウンドの推進についてお話しいただければと思います。

山田氏（西日本旅客鉄道（株））

まず、新幹線自体、首都圏と北陸を結ぶ大動脈ですが、例えば長野と北陸は１時間ちょっとぐらいで結ばれるということですから、まずこの新幹線自体が広域周遊ルートの背骨を成す一つの重要な部分になり得ると思っています。

それから、新幹線の駅から次の目的地へという観点では、まず、これは二次アクセスだけではなく、広域周遊という観点でも、地元の私鉄さま、それから私どもから並行在来線を引き継いでいただく各県の第三セクター会との連携が非常に重要になってくるかと思います。具体的にはこれからということになりますが、例えばダイヤを相互に調整していくとか、周遊切符のようなものを一緒に作っていくなども、広域周遊、観光ルートをつくっていく上で非常に重要な要素になるのではないかと思っています。

それから、北陸の地は非常に道路網が発達しています。場合によっては、新幹線を降りられたら、高速道路で、車で、あるいはバスで、特に大勢で、一団でお越しになる団体のお客さまの場合、バスが非常に重要な要素になってくるのではないかと思います。バスを毎日何便も走らせるということが非常に大切なアクセスとなり、そして広域周遊ルートを成すという意味でも、非常に重要になってくると思います。しかし、今、黒田所長からもありましたように、採算に乗るだけの利用・需要をいかに確保していくかということが決め手になるところかと思います。そのためのデスティネーションキャンペーンであり、告知宣伝活動であるということだと思っています。安定的にこのような周遊ルートを維持していく、そして二次アクセス網を維持していくことが、今後の持続性という観点から非常に大きなポイントになってくると思います。それができれば、インバウンド、海外からの誘客の仕掛けとして十分機能し得ることになるのではないかと思っています。そこまで見据えた中で、地元の皆さま方と手前ども、そして東日本さんと手を携えて取組を進めたいと思っています。

村上氏

ありがとうございます。JR 西日本の山田副支社長の口から、駅からはバスがいいのではないかという話もありましたが、確かにこちらの北陸の方は高速道路網も結構整理されているので、二次交通の面では、駅からバスあるいはレンタカーなどで個人客の方は行ってもらうという手もあるかもしれません。団体の場合はやはりバスでの周遊というようになると思いますので、そのあたりの整備も必要ではないかということで、そのあたりの交通事業者との連携も今後、非常に重要になってくるのではないかと思っています。

それでは、一通り回りましたので、今、それぞれのコメントをお聞きになった観光庁の水嶋課長から、今後の広域連携の在り方や国が進めるインバウンドの推進を絡めて、アドバイスなどをいただければと思います。

水嶋氏（観光庁）

お時間が限られているので、手短に。今日のご議論を聞かせていただいて、私は仕事柄いろいろなシンポジウムに出させていただ

く機会も多いのですが、今日のシンポジウムはお世辞抜きに、ものすごくレベルが高いです。話をしていらっしゃる方も、ものすごくご自身で汗をかいていらっしゃる人たちだし、聞いていらっしゃる方々も恐らく相当プロの方です。問題意識の相当深い方だという印象を、ここに座っていてものすごく受けました。そういう意味では、私があまり申し上げるまでもないので、蛇足になってしまいますが、あえて3点。

一つは、二次交通ということです。これは結局、地域内の交通をどうするかという問題です。これは観光面においても極めて重要ですし、地域の生活交通としてもすごく重要だということです。地域の生活交通をいわゆる交通事業者さんのビジネスにお任せするという形で地域の交通網を維持している国は、先進国では恐らく日本だけです。ヨーロッパの国々は、運賃収入で得られる収入は良くて5割、悪ければ1割ぐらいで、都市の中の交通を維持するような形で、自治体が財政的なリスクを取るような形で地域内の交通を運営しているような場合が非常に多いです。われわれもせっかく新幹線という強力な装置が出来上がるわけですから、これを観光あるいは生活交通とどうリンクさせるか。これは先ほどからもお話が出ていますが、事業者と自治体の皆さん、ここは特に基礎自治体の出番が非常に多いと思いますので、しっかり議論していただくことが必要になってくるのではないかと思います。JR さんからバスの話が出ていましたが、レンタカーも恐らくすごく大事です。その活用もぜひ考えていただくということがあると思います。

2 番目に、広域の連携ということですが、今日はいみじくもパネラーの皆さんは、県の代表の方が出てきてくださっています。新幹線幹線交通ということなので、これを広域の中でどう生かしていくかということは、県の役割が相当大きいのだろうと。今日、来ていらっしゃる県の皆さんは、その役割を十分に自覚して着実に取り組んでいらっしゃるということをお世辞抜きで、非常に感じました。今回の新幹線ができると、東京－金沢が2時間半ということで、すごい時間短縮効果があるということです。これはどういうことかというと、今回、北陸新幹線は和迩局長からお配りいただいた資料を見ると、長野－金沢間は228km です。これはどういう意味か。先ほど私がご紹介した九州新幹線は 290km です。北海道で、今度は函館までできて、その次に函館から札幌まで延びますね。函館から札幌まで新幹線で何キロぐらいあるかご存じですか。北海道の南西のところをちょっと結んでいるように見えますが、実はあれは 300km あります。北海道の中だけちょっと結んでいるように見えて、あれは 300km で、今回できる北陸新幹線の 1.5 倍ぐらいの長さがあります。何が言いたいかというと、実は北陸は皆さんお近くなのです。これを生かさない手はないぞということです。

それで3番目に、インバウンドに関連してということですが、恐らく JR さんのレールパスを持った人たちが、すなわち外国人の方が相当このエリアをたくさん移動することになるのだろうと思います。恐らくこういうものは、われわれの予測を超えて、目の前の風景が変わっていく。われわれの想像を超えるようなペースで、恐らく北陸地域の景色が変わっていくという心の準備をしておかなければいけないのではないかと思っています。今までインバウンドではゴールデンルートという言葉がよく使われていました。これは東京に入った人が、箱根や富士山を見て、その後、京都を見て、大阪から出ていく。場合によっては、広島の原爆資料館を見ていく。

このような東海道の方がゴールデンルートと言われていましたが、今度はもう一つ、日本にゴールデンルートができるのではないか。これは長野から日本海を回って、日本のもう一つの美しさを、もう一つの良さを見ていってもらう。そういう旅の形をこの地域が一体となって世界に向かって情報発信していくことが必要になってきているのではないかと思います。

昔、僕たちが子供のとき、外国の人といったら、アメリカ人やヨーロッパ人を想像しました。アメリカやヨーロッパから見たら、日本は小さな島国の遠い遠いところにある点です。ところが、アジアから見たら日本は近いので、日本は点ではないのです。立派な面です。アジアの中では、日本は北限です。今、経済がどんどん伸びている人は、雪が積もった立山、雪が積もった地域は自分たちの生活の中でないのです。アジアの中での北限に位置しているという立地上の戦略性を生かして、もう一つの日本のゴールデンルートを世界に向けて情報発信していくことが必要になってくるのではないかと思います。どうもありがとうございました。

村上氏

ありがとうございました。一つキャッチコピーが決まってしまったのではないでしょうか。「もう一つのゴールデンルート　北陸」、どうでしょうか。ということで、今、水嶋課長から、私たちでは抜け落ちていた視点を指摘していただきました。北陸というのは、首都圏、東京の方に住んでいると、どうしても遠いというイメージが今まではありましたが、それは距離的にはそんなに遠くないのですね。ただ、心理的な距離があったという感じがあります。それが今回の北陸新幹線で完全に払拭されるということです。心理的な距離というものが観光には非常に重要ですが、これが払拭されるので、ここを全面的にアピールしたらどうかという話。それから、アジアの中では北限にあるということで、ある意味では、本当に憧れを持たれているところもあります。先ほど言いましたように、東南アジアからのお客さんも非常に増えています。今までは東アジア中心のインバウンド戦略でしたが、ASEAN 諸国というか、東南アジアの辺りからの誘客は国を挙げて力を入れようとしています。北陸新幹線を契機に北陸にもどんどん東南アジアの人を呼ぶためにはどうしたらいいか。このあたりもインバウンド戦略として条件整備をしていく必要があるかと思っています。ありがとうございました。

それでは、じゃらんの沢登さんから、先ほどのような消費者目線というか、旅行者の視点から、広域連携、インバウンドについてアドバイスをいただければと思います。

沢登氏

今日、私もこちらに来て、皆さんと議論をして、熱意というか、北陸新幹線開通をチャンスと捉えて、変革を起こしていこうと思われているので、これは素晴らしいと思いました。開通まで 1 年 9 カ月ぐらいでしょうか。このタイミングで、このように思っているということは素晴らしいと思いました。

ただ、首都圏側が全くまだ同じような感覚ではないということです。ですから、1 年 9 カ月をかけて、どうやってムーブメントをつくっていくのか。これが新幹線開通だから北陸へ行こうとなったら、多分大きな成果は得られないと思います。「北陸にはこんな魅力があるんだよ。そういえば、新幹線も開通するから行きやすいね」と。これは順番を間違えてしまうと、多分一過性で終わってしまう。

ある程度の人、いつか行こうと思う人は1回は来てくれると思いますが、そこの地域の魅力が良くなっていないと、結局は1回で終わってしまう。新幹線開通は地域づくりにとってもすごくチャンスだと思っています。いろいろな人たちがこれをきっかけに、普段まとまれなかった人たちがまとまるチャンスであったり、もう一歩突き抜けられなかったイノベーションを起こすことが、こういうときだからできるのではないかと。そうすると、地域の魅力をどうやって上げていくのかということが一番大事なことではないかと思います。新幹線を活用してもらう。「そういえば 2 時間半で行けるようになったんだよね」というようになっていくと、すごく大きなムーブメントになるのではないかと思います。

それから、キーワードというか、皆さんのお話を聞いていて、これから大事なのは競争と連携だとすごく思いました。各県の皆さんが地域の中で新しい何かの仕掛けや取組をしのぎを削ってやっていただき、ここはライバル意識を持って、他県が少しでも何か新しい発見をしたら、それを超えるものを生み出していかなければいけないという競争的な心理が働くと素晴らしいのではないかなと。しかし、首都圏や海外などのプロモーションはきっと点でやっても全く意味がないことだと思いますので、そこはしっかり協力してやっていく。ですから、競争と連携の使い分けをしっかりやっていくことが成功につながるのではないかと思いました。

以上です。

村上氏

ありがとうございます。今、最後に非常に重要なコメントがありました。順番は、新幹線が来るから人が来るのではないと。やはりそこに魅力があるから。それで新幹線が来て、「2 時間半で行けるんだ。じゃあ行こう」というようになる。その辺の順番を間違えると本当に一過性になってしまうというようなお話もありました。それから、まさに競争と連携です。

今日はそれぞれ各県から、本当にレベルの高い取組状況と熱意を聞かせていただきました。先ほど沢登さんが言われたように、私も今日、最後に締めてくれと言われたときに、これだけは皆さんにお伝えしようと思ったのですが、私は大学で観光政策などを女子学生に教えております。担当のゼミ生が 1 年から 4 年生まで合わせると、全部で 90 人ぐらいのゼミ生がいます。当然、観光マネジメント学科なので、観光業界などに憧れていて、他の学科の学生よりは、観光について非常に関心が高いわけです。ですから、今、若者の海外旅行離れなどと言われていますが、うちのゼミ生は結構勝手にどんどん海外旅行に行っています。この前も、ベトナムに行ってくるからゼミを休ませてくれと。女の子ですが、そのように非常にアクティブな子がたくさんいます。

この役割を依頼されたときに、観光マネジメント学科の私のゼミ生に、「北陸新幹線が金沢まで延伸することを知っている人」と言ったときに、本当に誰一人知りません。というのが現実です。ですから、今日この会場の 300 人の定員があっという間にいっぱいになったということで、地元では非常に熱気がありますが、まだまだ首都圏では北陸新幹線金沢延伸、金沢開業について厳しい現実を言えば、関係者以外、誰一人話題に挙げていません。ですから、今日私がお伝えしたいのは、今日の熱気をこの 4 県が連携をして、各県がバラバラに行くのではなく、4 県で北陸新幹線というブランドで、まずは首都圏にキャン

ペーンなり、プロモーションなりをしていただければと思います。観光においては、選ばれるときにその対象にならなければ選ばれる可能性は全然ないので、まずは話題に上ること、例えば今後は私があえて情報提供しなくても北陸新幹線のことを少なくとも私のゼミ生がみんな知っているぐらいにならないといけないと思います。

もう一つは、そういう意味で、もちろん連携は非常に重要で、広域観光も二次交通も重要ですが、北陸新幹線が来るということで、新しい駅もできて、ハード整備がどんどん進むと思いますが、そこにソフト、一番言いたいのはそこに「人」がいるかどうかです。先ほど、隣の地域まで含めたコンシェルジュ的な人を整備するというようなご発言もあったように、もっと言うと、そこに魅力的な人がいるかどうかというのが決め手になるのではないかと思います。「人物観光」のような名称で、跡見学園女子大学は今、それを一生懸命進めていますが、地域の人に会いにいくのが主目的になる旅というようなイメージです。北陸に行く目的として北陸の人に会いにいくというようなことでソフト。そこに行くとガイドしてくれる人、案内をしてくれる人、困ったら助けてくれる人がどこの駅にもいる。そこの駅だけではなく、どこの地域にもそういう魅力的な「人」がいること。ガイドさんと一言で言ってしまうと狭くなりますが、そのようなソフトも同時に整備していく必要があるのではないかということです。先ほどおもてなしの心ということが各県から出ましたが、その考え方が軸にあって、そこに北陸新幹線が開通すれば、鬼に金棒という気がします。

ですから、どこかの県で、大学との連携などという言葉があったように、一つの方法としては、例えば首都圏にキャンペーンを打つときに、ただ、こちらの人が行くだけではなく、例えば首都圏の大学に観光学部や観光学科を持っているところがたくさんありますが、そこの学生と一緒になって北陸を PR するなどというようなやり方もあるのではないかと思います。というのは、たまたま今日、7 月 9 日は、観光庁が主催している、観光学部、観光学科のある大学の学長・学部長会議がちょうど今この時間に、今年の会場の玉川大学で開かれています。観光庁も観光人材育成には力を入れております。ですから、そういうところの学生を使う。人と連携するという意味では、そういうところを活用されたら、その人たちがファンになればまた来るわけです。ですから、ハード整備と同じように人との関わり、ソフトの整備をされたらいいのではないかと思っています。

いずれにしても、北陸新幹線は開業間近です。あと 1 年ちょっとということになりますので、このチャンスを活かさない手はないと思います。先ほど沢登さんが言われたように、一丸となって首都圏あるいは関西圏で、北陸の新幹線、北陸の地域のムーブメントを起こすぐらいの勢いでやっていただければと思います。今日のシンポジウムがその大きなきっかけになれば、関わらせていただいた一人として本望です。今日は長時間にわたりお付き合いいただきまして本当にありがとうございました（拍手）。

閉会挨拶

北陸信越運輸局企画観光部長
桑田龍太郎氏

国土交通省北陸信越運輸局企画観光部長の桑田です。本日、ご来場の皆さま方、お忙しい中、最後までご清聴いただきまして、誠にありがとうございました。また、事例発表やパネルディスカッションにご登壇いただいた皆さまにおかれましては、貴重なご報告やご意見をいただきまして、感謝申し上げます。特にパネルディスカッションにおいては、コメンテーターをお務めいただいたじゃらんの沢登様には、大変有意義なご指摘を頂戴しました。また、進行役（モデレーター）をお務めいただいた村上先生には、議論の円滑な進行と総括を頂戴しまして本当にありがとうございました。

本日のシンポジウムは、北陸新幹線金沢延伸に向けての沿線 4 県の観光担当の部局長さま、それから JR 東日本、西日本の地元の責任者の皆さまが一堂に会するという、かつてない企画でした。まさに、北陸新幹線の金沢開業を間近に控えた、今ならではの画期的な企画であったと考えております。

先ほどのパネルディスカッションにおいてもご議論いただきましたが、北陸新幹線の効果を最大限に発揮していくためには、まさに広域的な観光周遊ルートづくりが不可欠であり、本日、ステージに上がられた皆さまを中心にして、県境を越えた広域的な取組がこれからキーになってまいります。お話の中でもありましたが、各県が競い合ってそれぞれの観光資源を磨きつつも連携し合うということが、沿線地域全体としての観光の競争力、観光需要の掘り起こし、首都圏あるいは世界からの観光需要の掘り起こしにつながっていきます。これは東北や九州といった観光地にブロックとして勝てるという観光地域づくりにもつながっていくと考えています。

また、新しいゴールデンルートだという話がありましたが、そういう取組の一環としては、既に中部、北陸地域においては、名古屋を起点として石川能登に向けての「昇竜道プロジェクト」というプロモーションの看板があります。この北陸新幹線が北陸新幹線道というわけではありませんが、北陸信越の東西の新しいプロモーションの軸を提供する、連携の軸を提供するということになるのではないかということを、お話を聞いて実感した次第です。

本日のシンポジウムが、まさにそのような取組に向けて、各県の連携に弾みがつくことのきっかけになることを主催者として願ってやまないところです。北陸信越運輸局、国土交通省としましても、各地域のご関係の皆さまとともに、北陸新幹線の開業を生かした観光振興に今後一層取り組んでまいりたいと考えておりますので、ご来場の皆さま方も含め、引き続きご支援、ご協力のほど、どうぞよろしくお願い申し上げます。

最後になりますが、本日お集まりの全ての皆さま方のますますのご発展、ご健勝と、北陸新幹線の金沢開業を通じた北陸信越地域の観光振興の成功を祈念しまして、閉会に当たっての私からのご挨拶とさせていただきます。本日は本当にありがとうございました（拍手）。

3. 来場者アンケート概要

来場者に対し、以下のとおりアンケートを実施した。

・アンケート用紙

H25.7.9
北陸信越運輸局
企画観光部

来場者アンケート

本日はお忙しい中「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」にご来場いただき、誠にありがとうございました。今後の業務の参考とさせていただきますので、アンケートにご協力をお願いいたします。

Ⅰ．シンポジウムの内容について、お答えください。

	とても満足した	どちらかというと満足した	どちらとも言えない	どちらかというと不満だった	とても不満だった
1．第一部（1） 九州新幹線事例紹介について	5	4	3	2	1
	（感想や、もう少し詳しく聞きたかった点など）				
2．第一部（2） 各県、ＪＲ取組事例紹介について	5	4	3	2	1
	（感想や、もう少し詳しく聞きたかった点など）				
3．パネルディスカッション	5	4	3	2	1
	（感想や、もう少し詳しく聞きたかった点など）				

Ⅱ．北陸新幹線の金沢延伸開業にあたり、地域の取り組みとして求められるものは何でしょうか。

Ⅲ．今回のシンポジウムについて、お気づきの点、ご意見等がありましたら、ご記入ください。

Ⅳ．所属について、○をつけてください。

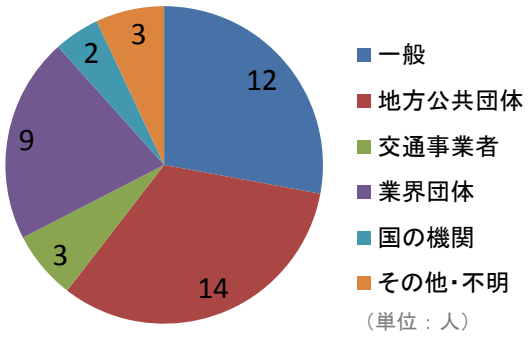
1．一般　2．地方公共団体　3．交通事業者　4．業界団体　5．コンサルタント
6．NPO　7．大学などの教育関係者　8．国の機関　9．その他（　　）

ご協力ありがとうございました。お帰りの際に、受付の回収BOXへ投函いただくか、後日FAX（025-285-9171）（北陸信越運輸局企画観光部）に送付ください。

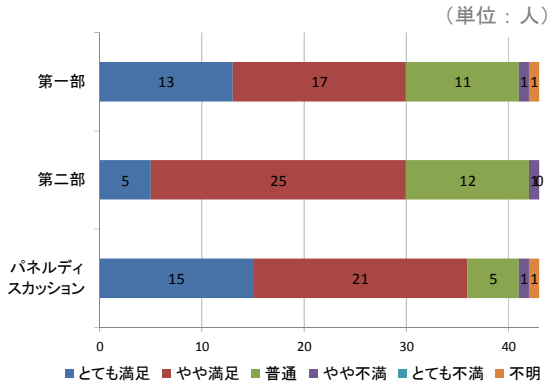
・アンケート結果概要

シンポジウム参加者に対しアンケートを依頼し、出席者 300 名の内、43 名から回収 した（回収率 14.3%）

①属性



②満足度



③頂いたご意見（主なもの）

第一部の主な意見
・表現力が高かった。 ・発表がとても上手で、聞き入ってしまった。 ・時間が短く、二次交通の情報が聞けなかった。 ・具体的に、１２Ｐの取組事例のルートの書き方が分かりやすかった。 ・時間が短すぎる。成功事例に加え、課題などについても聞きたかった。 ・九州以外の事例も聞きたかった。
第二部の主な意見
・コンパクトにまとめられていた。各県の特長が出ていた。 ・やや画一的か。沢山詰め込みすぎて、最後に頭に残りにくかった。 ・もう少し各県、的を絞って紹介した方が良かった。 ・もっと詳しく聞きたかったが、時間が足りなかった。 ・石川県の取り組みについて詳しく聞きたかった。旅行業者の話も聞きたかった。 ・ＪＲの細かい取組を紹介すべき。 ・各県の取り組みが最終的に一つの形となり、展開される必要性を感じた。
第三部の主な意見
・時間が短かった。 ・パネラーが多すぎて、深さが足りなかった。 ・もう少しパネルディスカッションの時間をとってほしかった。 ・跡見学園の学生の動き（今の大学生の考え方）をお聞きすることは大変重要だった。 ・民間の立場ということで「じゃらん」の方の意見が参考になった。 ・沢登さんのコメントをもう少し聞きたかった。 ・第一部の内容について、掘り起こして聞けたので満足した。改めて、他の地域との連携を深めていきたい。 ・関係者の連携は理解したので、実効を進めて頂きたい。 ・首都圏ＰＲの必要性を感じた。

Ⅲ　今回のシンポジウムについて、お気づきの点、ご意見等があればお教え下さい
・首都圏の巨大ﾏｰｹｯﾄをどう広域に連携していくかが、北陸の経済発展に繋がっていくのではいか。 ・会場が小さい。もう少し一般の方にも聞いてもらいたいようにした方が良い。 ・地元の活性化のため交流人口の拡大をもっとアピールすべき。北陸→首都圏をもっとＰＲして地元の気運を高めては。 ・今、旅行者である６０歳以上の方々の趣味をリサーチする機会が多いが、跡見学園の女子学生の話のように、今の若者もこれからのターゲットになることを見据え、何を考えているか聞くべき。 ・今の段階では仕方がないが、今回はほとんど官（自治体）からの考え方に偏っていたと思う。今後発展出来れば良いが。 ・「競争と連携」という言葉があったが、他県の取り組みを拝見して、まだまだ競争できるまでの地元の素材や気運が育っていないと痛感した。もっと、地元の魅力を高めていく取り組みを地道に進めていかなければならないと思った。 ・市町村レベルでは広域連携をやっているが、外へのＰＲとして今ひとつ。今回参加した４県で連携し、関西・首都圏に大規模なプロモーションが重要。 ・多様な方が来場され、関心の深さが実感できた。収容力のある大きな会場で開催しても良かったのでは。 ・出演者が多く、時間が足りない。 ・会場が狭いと思う。これだけ関心のある内容なので、もっと広いキャパで実施すべき。 ・将来も北陸観光が都会の皆さんに受け入れられ、相乗効果も出るように、対策を長く続けることが大事。 ・一年前もやってほしい。 ・こうしたシンポジウムの継続開催を望む。 ・今までにない濃い内容で多くの気づきがあった。金沢延伸開業までに、また開催されると、双方にとって刺激にもなり、意識の共有になると思った。 ・パワポが見づらかった。全体的に非常に興味深く、面白かった。