

北陸新幹線金沢延伸に伴う期待

公益財団法人長野県中小企業振興センター

マーケティング支援センター プロジェクトマネージャー 大倉 芳郎

1 北陸新幹線金沢延伸により期待される経済効果

来たる平成27(2015)年3月14日、北陸新幹線長野-金沢間の開業が予定されている。富山県、長野県の両県の開業に伴う「期待」と「不安」について私見を述べたい。

JR長野支社長説明(平成22年1月21日)によると、この延伸により従来航空機、鉄道等を利用していた人が北陸新幹線を利用することとなり、利用者数が現在の2.5万人/日から4.25万人/日と1.7倍に増えるとのことである。更に、開業10年後の経済波及効果として年間1,020億円、雇用創出効果として年間約1,100人の増が期待されている(平成24年4月、国土交通省鉄道局発表)。

問題はこれらプラス面として期待される効果が、富山県及び長野県にもたらされるか否かである。長野県は新幹線開業による経済効果等について過去の経験があり(1997年に東京-長野間で新幹線が開業)、上記問いに対する回答が見いだせるのではと考え、関連資料を当たった。

まず、首都圏-長野間の移動人数(鉄道、車等)をみると、1990年には年間およそ2,000万人の利用者があり、これが新幹線開業3年後の2000年には2,130万人に増えたものの、2005年にはなぜか再び2,000万人に減少している(新幹線の利用者数は950万人前後とほぼ横ばい)。長野県内の人口動態では1995年から2000年の間の新幹線停車駅(長野、上田、佐久平、軽井沢)周辺では1.3%の人口増(同期間の長野県全体では1%増)となっているが、事業所数では1996年から2001年に長野県全体で7.2%減、特に長野市の落ち込みが大きく9.9%減となっている。

東京等に本社を置く企業が新幹線開業後に長野

市内の支店・出張所を閉鎖、あるいは、ネット等の通信インフラの発達等から、長野-東京出張が不要となったことが主たる原因として挙げられる。金沢まで延伸の結果、富山においても同様の事態が生じることが懸念される。

しかし、今後もっと大きな懸念材料として日本全体の人口減少がある。長野県の人口も2001年の222万人をピークに2024年には196万人への減少が予想され、従業員数においても1986年の122万人から2024年には97万人にまで落ち込みが予想されている。総論として、外から人を呼び込んでくる積極的な働きかけをしない限り、北陸新幹線延伸によるプラスの経済効果はあまり期待できないということである。

悲観的な見方が先に出てきてしまったが、これら課題が明らかとなれば、対策も自ずから見えてくる。

2 延伸効果をどの様にプラス化するか

それでは、北陸新幹線延伸の経済効果をプラス化するために、どのような方法があるだろうか。以下に三つ挙げる。

- ①魅力ある産業の創設：北陸新幹線開業に伴い、利便性が高まることでコストの高い首都圏ではなく、低コストの長野・富山での起業が可能となる。それら起業を優遇する魅力ある環境・税制等の整備。
- ②大学・企業等の研究機関の積極的な誘致：新たな産業創生に繋がる研究・開発を積極的に支援し、それを地場の企業で新産業として育成してゆく。この企業誘致・新産業創生により、社会資本、雇用、所得、消費の増加という好循環を作り、人口の流入を増やす。
- ③国内外からの観光客の増大

このうち、最も即効性が期待できるものが「③国内外からの観光客の増大」ではないかと考える。

ちなみに、長野県には2012年に25万人、2013年に36万人の外国人観光客が訪れている(2013年の内訳:台湾12.5万人、香港3万人、韓国・中国1.7万人、オーストラリア6.1万人、米国1.9万人(平成26年9月17日付長野県観光部プレスリリース))。

日本政府も海外からの観光客誘致を大きな目標としている。では、実際にどのようにしたら海外の観光客から評価を得られ、リピーターとなり、かつ、クチコミ等を通じた更なる観光客の開拓に繋げられるか。この点についてお話ししたい。

(1) 観光資源の再発掘

(a) 街並みの保存

筆者は長い海外での駐在時代に、多くの観光地等を訪れる機会があったので、日本の観光施設と海外の施設等の違いについて気がついた点を述べたい。

欧州の多くの名だたる観光都市にはいわゆるOld City (仏Vieux Quartier,独Altstadt)がある。Old Cityは教会を中心に置き、周辺にはかつての歴史在る街並みがそのまま保存されている。外観は何世紀も変わらぬ姿を保存しながらも、内部は商店、市場、銀行、レストラン、ホテル等として利用され、そこに住む人々にとっても(住民にとってはいささかの不都合があるかもしれないが)、増してや観光客にとっても、散策をしながら歴史を感じ、美術館、博物館を訪れ、買い物も楽しみ、かつ地場の食事も楽しみ、滞在をする場(住民には生活の場)として活かされている。

日本では古いものは不都合、不便といった理由が優先され、本来守るべき価値ある建築物が破壊・撤去され、味気無い近代建築に取って変わられることが多かった。その結果、どこも画一的な商店街となり、一様に廃れ、シャッター街と化してしまった。これでは、自ら観光客に来て頂かなくても結構と言わんばかりであり、自分でその結

果を招いてしまったといっても過言ではない。

今、日本でも歴史的価値のある建築物を保存し、かつ、観光資源として利用するという気運が出てきている。街並みもかつての宿場町の様相が残され、観光客も訪れている。しかし、残念なことだが、欧州のそれに比較していかにも単発的であり、集落全体としてこの環境をどの様にしたら観光客から評価されるものとなり得るのかという、真の意味での「おもてなし」の意気込みが感じられないものが多い。例えば、どこでも手に入るような名前だけ地場産と称したいいわゆる「大量生産のおみやげ」は極端な話魅力が無い。素朴なもので構わないので「ここでしか手に入らないもの」があるはずであり、それが何かを発掘・発見することが大切である。

観光客の行動を見ればわかることだが、街を見て、散策し、そして店を覗き、それから食事をし、そして最後に宿泊先に戻って休む。それらの行動を一つ一つ分析し、いかに観光客の心を掴むことができるかで、ビジネスチャンスが生まれ、更にはリピーターの獲得に繋げることが可能となる。

(b) 地産・地消の食材

観光客にとって食事がメインイベントであることは論を待たない。しかしこれまた「さしみ」、「しゃぶしゃぶ」等の定番の日本食ではなく、そこでしか食べられない特産物を食材として提供することが大切である。

「風土」、「歴史」、そしてそこに住む人々がどのような生活をしてきて今日が有るのかを物語るのが地場の食事ではないだろうか。観光客にとっては都会で食べられるありきたりの食事は感心しない。例え、素朴であっても、これこそが地場の自慢の食事だというものを提供する。それが何なのかを探求することが大切だ。

(c) 自然

自分が暮らして毎日見ている自然・風景にどれほどの価値があるのか地元の人には分からない。

それを評価出来るのは外から来た人である。第三者にその「価値」を評価して貰い、その価値を高め、認知してもらう努力が不可欠である。

(d) 宿泊施設等

幸いなことに長野県は全国2位の温泉数を誇り、この温泉を利用した宿泊施設が多数存在している。宿泊施設では、外国人観光客の数が増えることで、どのような対応が必要となるのだろうか。当然、最低限英語での表記は不可欠であるが、「おもてなし」とは単に英語で説明したから、それが満足につながるかとなると全く関係が無い。仮に日本語しか話せなくても、身振り・手振りで意思疎通を図る努力をすれば外国人観光客は、それを親切な行動と受け取り、旅の喜びが増すこととなるだろう。

大型旅館、大広間での宴会、大浴場の3点セットがかつての国内観光のスタンダードだったかもしれないが、外国人観光客にはあまり評価されていないのではないだろうか。

これからは、むしろ小さな旅館でもスタッフが誠心・誠意相手の立場に立ったきめ細かいサービスを提供できる場所となることが肝心であろう。

(2) 新たな連携観光資源の開発

従来、「長野」も「富山」も自県内の観光資源開発に関心を向けてきた。しかし、北陸新幹線延伸で最も大きなメリットを得るのは間違いなく「金沢」である。これに対して通過駅となる「富山」・「長野」が得るメリットは何の手も打たなければ、あまり大きくはないだろう。両県が連携して新たな観光ルートを開発に取り組み、金沢ではなく、「富山」・「長野」で宿泊してもらう「旅」を創生する必要がある。

海外からの入口として、新幹線より便利なのは国際線航空便である。観光客には、まず、国際線が就航する「富山空港」に入ってもらい、富山ならではの「おもてなし」を提供し、その後長野

県に移動してもらう等の観光ルートをいくつか作り、観光客の希望に沿ってツアーを設定し、いずれかの県内で宿泊をしてもらうこと。当然ながら到着便に併せての移動手段は待ち時間が無いようにタイムテーブルを整えられるよう各交通手段の連携が不可欠である。

東南アジアからの観光客には、体験型ツアーや医療観光（Medico Tourism）等の提案も検討してはどうだろうか。これについても関係者での事前の根回しが必要であることは論を待たない。

筆者が欧州で暮らした経験では、欧州ではこんなところと思われる場所にまで、日本人観光客を見かけることがよくあった。しかし、「富山」・「長野」両県を訪れる欧米人は少ない。もちろん東南アジアからの観光客を増やすことも大事ではあるが、欧米からの観光客誘致にも注力しなければならない。

その有力な候補として、富山・岐阜の五箇山・白川郷や長野の木曾の歴史ある街並み等が挙げられるのではないかと。有力な観光資源を活用するためには、地元の住民と海外からの観光客がWIN-WINの関係となるようにいかに最高の「おもてなし」を提供できるのかを十分に研究する必要がある。

そこでの「おもてなし」は間違いなく彼らにとって一生忘れられない記憶として残り、新たな観光客誘致に繋がるものとなるだろう。

欧米からの観光客にとっては、日本は遠距離で費用も高コストとなる。だからこそ、それを支払ってでも来るだけの価値がある旅となるように評価して貰い、リピーターや新たな観光客誘致に繋がるものとすべきではないかと思う次第である。