

# 北陸新幹線開業後の高山市観光者の移動経路変化予測<sup>1</sup>

Prediction for Moving Path Changing of Tourists to Takayama City  
after Opening Hokuriku Shinkansen to Traffic.

知識経営研究室 修士課程2年 張 毅鉞<sup>2</sup>

ZHANG, Yicheng, 2<sup>nd</sup> Year Master's Student, Knowledge Management Laboratory

知識経営研究室 教授 畦地真太郎

AZECHI, Shintaro, Professor, Knowledge Management Laboratory

**概要：**本論文は、首都圏在住日本人に対するインターネット調査により、北陸新幹線開業前後での高山への旅行ルートを選択に差異が生じるかということについて検討を行ったものである。結果は、中部国際空港を中心としたインバウンド観光への影響の文脈で分析された。さらに高山市への旅行経験とイメージの関係について検証することにより、高山観光がリピーターを獲得する方法についても考察された。

**Abstract :** This article discusses about how Hokuriku Shinkansen opening influences to tourists' choice of path going to Takayama City from the metropolitan area. We collect data by the internet questioner research on two points of time, before and after Hokuriku Shinkansen opening to traffic. The result is analyzed on the context of inbound tourism, a revitalization promotion of Centrair Airport, named 'Shoryudo.' Furthermore, we try to consider about how Takayama tourist trades get repeaters, by analyzing tourists' image of Takayama city.

高山市は日本の観光地の中でも先進地域とされている。高山市では、主に古い町並みを整備することにより、観光客を呼び込み、増加させることに成功してきた。飛騨観光の中心地として、宿泊施設の整備などにも力を入れてきた経緯がある [1]。

高山市は近年、外国人観光者を増加させるための施策を講じている [2]。例えば 2011(平成 23) 年に、中部輸送局は「岐阜県飛騨地方における外国人観光客の移動容易化のための言語バリアフリー化調査」という報告書を提出し [3]、高山市における外国人旅行者の受け入れ環境整備の取り組みを行った。

高山市の 2014 年の観光入込客数は 402 万 5000 人である。外国人の延べ宿泊客数は

2014 年には過去最高の 28 万人（対前年比 24.4% 増）となった。高山市は人口 9 万 2000 人の地方都市であり、住民の 3 倍強の外国人が年間に宿泊したこととなる。

現在、高山市は“昇龍道プロジェクト”における観光地の一つと位置づけられている。昇龍道プロジェクトでは、中部国際空港を発着するインバウンド観光者が中部北陸 9 県を周遊することを目的としている。

一方で、2015 年 3 月には北陸新幹線が開通し、首都圏から北陸地方へのアクセスが向上した。そのため、観光者の高山市への到達経路も、従前の名古屋経由（東海道新幹線利用）から、富山経由（北陸新幹線利用）へシフトする可能性が高い。そこから、インバウ

ンド観光者が中部国際空港を利用せず、利便性が高く首都圏に近い成田および羽田の両国際空港を利用する可能性が高いと思われる。

本研究では、北陸新幹線開業前後で、首都圏在住者の高山市への到達経路がどのように変化するかを調査した。その結果により、インバウンド観光者の高山市への移動経路の変化を、間接的ではあるが推測する。それにより、将来の昇龍道プロジェクトのあり方について考察を行う。

さらに本論文では、さらに高山市への旅行経験とイメージの関係について検証することにより、高山観光がリピーターを獲得する方法についても考察した。

### 1. 高山市のインバウンド観光の現状

高山市への1970年から2014年までの44年間の観光客入り込み数のデータ[4]を元に、近年についての分析を行う。高山市を訪問した観光客数は2007年の434万人をピークに、サブプライム危機、消費低迷などから下降した。さらに東日本大震災があった2011年には348万人まで落ち込んだ。2014年は、上半期が前年比約6%増で推移したが、下半期は豪雨(8月)、御嶽山噴火(9月)の自然災害が影響して、伸びが鈍った。2014年に28万人が見込まれる外国人観光客数は前年比15%増で過去最高となり、特に欧米からの旅行者が2013年比で50%近く増加した。アジア系観光客は外国人観光客全体の64.5%にあたる。一方で、近年の訪日観光客の主力となった中国人は、台湾人と中国人を合計した宿泊者数の統計中、比率にしてわずか1.8%しかない。また、外国人宿泊者数は増加傾向にあるとはいえ、日帰り観光客とほぼ同数であり、通過型観光者が多いという特徴も見られる。外国人観光者の宿泊客の割合は、2014年は2013年より減少し、49.7%(2013年は50.2%)であった。対応して、日帰り客の割

合は2014年では50.3%(2013年は49.8%)となっている。

観光庁の宿泊旅行統計調査によれば[5]、2012年に外国人延べ宿泊者数が20万人を超えた都道府県は18である。中部地方では、愛知県92万人(全国6位)を筆頭に、ゴールデンルートの一隅であり「富士山」を有する静岡県が47万人、山梨県が35万人、長野県が29万人となっている。金沢がある石川県は17万人に過ぎない。岐阜県は25万人となっており、石川県よりは多くの外国人宿泊数があるが、うち高山市が15.1万人であり、地域的に非常な偏りが生じている点が特徴的である。

以下、表1～表3に、外国人旅行者数についての分析を行う。なお、表中の“昇龍道”

表1. 訪日外国人数(2014年)(出典[6])

|    | 訪日外国人数(人) | 割合(%) | 観光客       | 割合(%) |
|----|-----------|-------|-----------|-------|
| 台湾 | 2,829,821 | 21.1  | 2,674,426 | 24.6  |
| 韓国 | 2,755,313 | 20.5  | 2,285,069 | 21.0  |
| 中国 | 2,409,158 | 18.0  | 1,753,572 | 16.1  |
| 香港 | 925,975   | 6.9   | 886,308   | 8.1   |
| 米国 | 891,668   | 6.6   | 611,075   | 5.6   |

表2. 岐阜県の外国人宿泊割合(2014年)(出典[5])

|    | 宿泊数(人)  | 割合(%) |
|----|---------|-------|
| 台湾 | 122,560 | 26.8  |
| 中国 | 53,930  | 11.8  |
| 香港 | 43,730  | 9.6   |
| タイ | 42,900  | 9.4   |
| 米国 | 24,210  | 5.3   |

\*従業者数10人以上の施設

は、昇龍道プロジェクトに参加する9県（三重、愛知、静岡、滋賀、岐阜、福井、石川、長野、富山）の総称である。

外国人の訪日の目的は、大きくは観光とビジネス（留学等の長期滞在も含む）に分類される。台湾、中国と香港を合計した中国語圏からの観光客数は、全体の48.8%であり、およそ半数である（表1.）。これに韓国や、表中では割愛したアジア諸国からの観光客を合計すると、全体の8割以上を占めている。なお、先に述べたとおり、2015年の中国人観光客の数は韓国を超えると予測されている。

国土交通省のデータによると（表2.）岐阜県外国人宿泊数の中では、中国人の割合は少ないが、2013年と比べて、伸び率は79.6%（30,020人）で非常に高い[5]。

表3.では、広域順で、昇龍道9県、中部地方、岐阜県、高山市に宿泊した外国人客数を比較している。昇龍道9県および中部地方全体で見ると、宿泊した中国人の割合は、観光目的で日本に入国した外国人全体における割合を大きく超えている。一方で、高山市に限って

述べると、中国人の宿泊者は上位5位から消える（5位は豪州と表記したオーストラリア人となる）。高山市に宿泊する中国人は、全外国人宿泊数に比して1.8%（5,074人）である。

高山市に宿泊する中国人が少ないことについては、原因が3点考えられる。1点目は、訪日中国人観光客に人気のあるツアールートに、高山市が含まれていない点である。中国人観光客にとって一番人気のルートは、大阪から名古屋を経て東京に至る（あるいはその逆）のゴールデンルートである。このルートでは、中国人旅行客は京都を観光し、東京で買い物をして帰途につく（あるいはその逆）という行動を取る。名古屋は中間地点として利用されることが多いが、特段の観光地としてはみなされていない。多くの中国人観光客は、団体観光バスで大阪から東京（あるいはその逆）に移動する中継地として、宿泊するために名古屋を経由する。

2点目は、中国人観光客の目的が爆買いに象徴されるような「買い物」に偏っている点

表3. 地域区分別外国人宿泊者数（2014年）（出典 [4][5][6] を合成・整理）

|    | 観光入国者数                        | 昇龍道9県                         | 中部地方                        | 岐阜県                         | 高山市                        |
|----|-------------------------------|-------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|----------------------------|
| 台湾 | 2,674,426人<br>(24.6%)<br>(1位) | 947,720人<br>(23.5%)<br>(2位)   | 482,120人<br>(16.9%)<br>(2位) | 122,560人<br>(26.8%)<br>(1位) | 66,296人<br>(23.7%)<br>(1位) |
| 韓国 | 2,285,069人<br>(21.0%)<br>(2位) |                               | 159,970人<br>(5.6%)<br>(5位)  |                             |                            |
| 中国 | 1,753,572人<br>(16.1%)<br>(3位) | 1,022,160人<br>(25.3%)<br>(1位) | 921,190人<br>(32.4%)<br>(1位) | 53,930人<br>(11.8%)<br>(2位)  |                            |
| 香港 | 886,308人<br>(8.1%)<br>(4位)    | 222,780人<br>(5.5%)<br>(5位)    |                             | 43,730人<br>(9.6%)<br>(3位)   | 22,248人<br>(8.0%)<br>(3位)  |
| 米国 | 611,075人<br>(5.6%)<br>(5位)    | 230,360人<br>(5.7%)<br>(4位)    | 176,100人<br>(6.2%)<br>(4位)  | 24,210人<br>(5.3%)<br>(5位)   | 15,678人<br>(25.3%)<br>(4位) |
| タイ |                               | 252,400人<br>(6.3%)<br>(3位)    | 204,840人<br>(7.2%)<br>(3位)  | 42,900人<br>(9.4%)<br>(4位)   | 27,631人<br>(5.7%)<br>(2位)  |
| 豪州 |                               |                               |                             |                             | 14,516人<br>(5.2%)<br>(5位)  |

である。旅行消費額の多い国、地域では中国、台湾、韓国、米国、香港の順となる [7]。2013年と比べると、中国の旅行消費額は約2倍で、増加率は非常に高い。費目別旅行消費額を国籍・地域別にみると、「宿泊料金」と「飲食費」、「交通費」は台湾と中国で高い。中国は「買物代」も高い。特に中国の「買物代」は3,070億円と他の国籍・地域に比べ突出して高い。「買い物」は中国人にとって日本旅行の不可欠となっている。名古屋市内は日本3大都市圏の一つであるために、比較的買い物に便利である。よって、宿泊地として余った時間は、観光よりも買い物に費やされることとなる。高山市には自然や古い町並みといった観光資源が多い。一方で、人口10万人弱で交通が便利とは言えない高山市においては、中国人が注目する「買い物」に対応できる環境が整っていない。この2つの要素により、中国人観光客はゴールデンルートに集中し、買い物（爆買い）を行い、それに対応できない高山市に対する興味は低いままとな

り、ますます中国人観光客はゴールデンルートから外に出なくなる。

3点目の原因として、高山市の観光資源は、中国人観光客の興味を引くものではないのではないかという推測が挙げられる。表4によると、高山市におけるアジア系の観光客の比率は全国平均より下回り、逆に欧米人の比率が高い。考えられる理由の1つは、もし中国人観光客が高山を訪れていたとしても、データが「宿泊客数」に基づくために、通過型観光を行なっている場合は数値に反映されないということである。理由の2つ目は、高山市は日本的な文化（古い町並み）と積雪・降雪を観光資源としているため、雪の降らない東南アジア地域（台湾、香港、タイなど）

表4. 全国と高山市の外国人宿泊客割合の比較  
(出典 [4][6] を合成・整理)

|     | 全国    | 高山    |
|-----|-------|-------|
| アジア | 83.2% | 64.5% |
| 欧州  | 6.4%  | 20.2% |
| 北米  | 0.4%  | 7.3%  |

表5. 高山市への外国人来訪動態 (出典 [3][4] を合成・整理)

| 外国人合計 | 平成 21 年 |         |        | 平成 26 年 |         |        | 平成 26 年 / 平成 21 年 (%) |         |
|-------|---------|---------|--------|---------|---------|--------|-----------------------|---------|
|       | 人数      | 地域別 構成比 | 全体構 成比 | 人数      | 地域別 構成比 | 全体構 成比 |                       |         |
| アジア   | 中国      | 2663    | 3.69%  | 1.80%   | 5074    | 2.81%  | 1.81%                 | 190.54% |
|       | 台湾      | 32515   | 45.04% | 21.97%  | 66296   | 36.72% | 23.68%                | 203.89% |
|       | 香港      | 10069   | 13.95% | 6.80%   | 22248   | 12.32% | 7.95%                 | 220.96% |
|       | 韓国      | 3296    | 4.57%  | 2.23%   | 6461    | 3.58%  | 2.31%                 | 196.03% |
|       | タイ      | 9181    | 12.72% | 6.20%   | 27631   | 15.30% | 9.87%                 | 300.96% |
|       | シンガポール  | 3631    | 5.03%  | 2.45%   | 8842    | 4.90%  | 3.16%                 | 243.51% |
|       | マレーシア   | —       | —      | —       | 10200   | 5.65%  | 3.64%                 | —       |
|       | インド     | —       | —      | —       | 629     | 0.35%  | 0.22%                 | —       |
|       | インドネシア  | —       | —      | —       | 1936    | 1.07%  | 0.69%                 | —       |
|       | ベトナム    | —       | —      | —       | 406     | 0.22%  | 0.15%                 | —       |
|       | フィリピン   | —       | —      | —       | 645     | 0.36%  | 0.23%                 | —       |
|       | 中東      | 1689    | 2.34%  | 1.14%   | 6866    | 3.80%  | 2.45%                 | 406.51% |
|       | その他     | 9145    | 12.67% | 6.18%   | 23334   | 12.92% | 8.33%                 | 255.16% |

北陸新幹線開業後の高山市観光者の移動経路変化予測

|       |          |        |         |        |        |         |        |         |
|-------|----------|--------|---------|--------|--------|---------|--------|---------|
|       | アジア計     | 72189  | 100.00% | 48.78% | 180568 | 100.00% | 64.49% | 250.13% |
| ヨーロッパ | イギリス     | 5188   | 11.47%  | 3.51%  | 7542   | 13.31%  | 2.69%  | 145.37% |
|       | フランス     | 6517   | 14.41%  | 4.40%  | 8715   | 15.38%  | 3.11%  | 133.73% |
|       | ドイツ      | 4586   | 10.14%  | 3.10%  | 5372   | 9.48%   | 1.92%  | 117.14% |
|       | イタリア     | 5442   | 12.04%  | 3.68%  | 5392   | 9.51%   | 1.93%  | 99.08%  |
|       | スペイン     | 6542   | 14.47%  | 4.42%  | 11161  | 19.69%  | 3.99%  | 170.60% |
|       | オランダ     | 1178   | 2.61%   | 0.80%  | 2491   | 4.40%   | 0.89%  | 211.46% |
|       | ロシア      | 104    | 0.23%   | 0.07%  | 245    | 0.43%   | 0.09%  | 235.58% |
|       | スイス      | —      | —       | —      | 1659   | 2.93%   | 0.59%  | —       |
|       | その他      | 15660  | 34.63%  | 10.58% | 14101  | 24.88%  | 5.04%  | 90.04%  |
|       | ヨーロッパ計   | 45217  | 100.00% | 30.55% | 56678  | 100.00% | 20.24% | 125.35% |
| 北米    | アメリカ     | 13077  | 84.99%  | 8.84%  | 15873  | 77.83%  | 5.67%  | 121.38% |
|       | カナダ      | 2309   | 15.01%  | 1.56%  | 4521   | 22.17%  | 1.61%  | 195.80% |
|       | 北米計      | 15386  | 100.00% | 10.40% | 20394  | 100.00% | 7.28%  | 132.55% |
| 中南米   | メキシコ     | 162    | 4.55%   | 0.11%  | 299    | 6.92%   | 0.11%  | 184.57% |
|       | ブラジル     | 2798   | 78.57%  | 1.89%  | 2900   | 67.10%  | 1.04%  | 103.65% |
|       | その他      | 601    | 16.88%  | 0.41%  | 1123   | 25.98%  | 0.40%  | 186.86% |
|       | 中南米計     | 3561   | 100.00% | 2.41%  | 4322   | 100.00% | 1.51%  | 121.37% |
| オセアニア | オーストラリア  | 9064   | 85.82%  | 6.12%  | 14516  | 83.39%  | 5.18%  | 160.15% |
|       | ニュージーランド | 422    | 4.00%   | 0.29%  | 753    | 4.33%   | 0.27%  | 178.44% |
|       | その他      | 1076   | 10.19%  | 0.73%  | 2139   | 12.29%  | 0.76%  | 198.79% |
|       | オセアニア計   | 10562  | 100.00% | 7.14%  | 17408  | 100.00% | 6.22%  | 164.82% |
|       | アフリカ     | 1088   | 100.00% | 0.74%  | 630    | 100.00% | 0.23%  | 57.90%  |
|       | 計        | 148003 |         |        | 280000 |         |        | 189.19% |

「—」はデータなし

\*高山市への宿泊者全体に対する外国人比率 平成21年 3.66%  
平成26年 6.96%

における人気や、京都などに飽きた欧米圏の人たちへの人気が高いのではないかとことである。オーストラリア人については、日本と季節が逆であるため、スキーやスノーボードなどウィンタースポーツに関連して移動を行っているのではないかと推測される。

中国人観光客が高山に興味を持たない3点の原因について考察するために、表5.を用いて、他の地域からの高山市の宿泊客について、来訪動態を分析する。高山市への外国人来訪動態では、2009年（平成21年）と2014年（平成26年）を比較すると、来訪者の国

籍・地域の構成の変化が見られる。アジア地域の影響力が増大し、2014年に高山市を訪れた外国人全体の65%を占めている。最も注目すべきなのは台湾である。アジア地域の中では台湾の割合は2009年より若干減少している（45%→37%）が、これはアジア全体の観光者数が非常に増大したためであり、全外国人来訪者数の中では増加している（203.89%）、台湾以外では、タイ（300.96%）、香港（220.96%）、シンガポール（243.51%）韓国（196.03%）や中国（190.54%）などのすべてのアジアの国・地域からの来客の比率

が上昇している。中東から来た観光客が、アラブ首長国連邦などを中心に増加していることも注目すべきで、2009年と2014年を比較すると、406.51%となっている。全体的に2009年から2014年の5年間で、アジア全体の来訪者数は2.5倍以上(250.13%)に増加している。アジアに対して、ヨーロッパ、北米、オセアニア地域の増長は緩やかであり、一部のヨーロッパの国では減少に転じている。

以上のことから、高山市への外国人観光客の興味は高くなっており、それが来訪外国人数の増加につながっていると考えることができる。特に欧米圏よりはアジア圏での関心が高くなっており、増加割合でも実数でも、欧米圏を上回っていることが示された。一方で、中国人については観光客数が増加傾向にあるものの、増加割合も他のアジア圏と大差なく、実数においては既に見たとおり、他のアジア諸国に比べて少ない。高山市が外国人観光客を誘致し、十分に対応するためには、欧米人へのサービスのみならず、アジア人を対象としたサービスを拡充する必要があると考えられる。

## 2. 昇龍道プロジェクトと北陸新幹線開業

2012年に日中は国交正常化40年を迎えた。これを背景に「中部運輸局と北陸信越運輸局及び中部広域観光推進協議会は、中部北陸9県の自治体、観光関係団体、観光事業者等と協働して中部北陸圏の知名度向上を図り、中華圏からのインバウンドを推進するため、『昇龍道プロジェクト』に取り組んでいる」とされている[8]。

昇龍道とは、現実的には中部国際空港を起点とし、名古屋から南は三重県(伊勢・志摩や世界遺産熊野古道)方面、北は岐阜県を経由して石川県の金沢市、富山県の富山市などを含み、能登半島まで北上する観光ルートである。具体的には、能登半島を龍の頭に見立

て三重県を尾に見立てて、南北(縦)の軸を龍の姿に重ねてイメージしている。極東地区では龍は神秘的な空想上の動物であり、王などの良いイメージを想起させるが、欧米人にとってdragonは邪悪な生物である。中部輸送局はこの点に気づいているかもしれないが、昇龍道の英語表記はdragon roadではなくsyoryudoとなっている。

昇龍道プロジェクトが行われた原因には、中部・北陸エリアがインバウンド後進地域と言われていたことがある。観光庁の2012年の宿泊統計によると、都道府県別延べ外国人宿泊者数の状況は、1位の東京都が829.1万人泊、2位の大阪府が306.1万人泊である一方、昇龍道の「9県の合計」が、251万人泊と、大きく差をあけられた結果となっている。この原因としては、中部国際空港の国際空港としての機能の弱さが挙げられる。2014年の成田空港の国際線発着回数は152,787回、羽田空港がおよそ90,000回、関西国際空港は95,159回であったのに対し、中部国際空港ではおよそ30,000回の水準に留まっている。これは、いわゆるゴールデンルート形成の一因にもなっており、名古屋経由での出入国が行われないことが、中部地区での観光需要の低下につながっているとも言える。昇龍道プロジェクトは、中部国際空港の利用活性化の一端を担っている。

中国語圏においては、中部地方に対する認知が低いという点も、昇龍道プロジェクトが敢えて“龍”という二義性を持ったキャラクターを用いた原因になっている。JNTO(日本政府観光局)が、中華圏の訪日観光を扱う旅行会社115社にアンケートした結果、販売に力を入れたい日本の地域は、1位がゴールデンルート(東京一大阪間)71%、2位が北海道の71%、次いで沖縄の67%、東京が33%、関西が27%、九州が23%と続く。中部・北陸エリアは「その他」に含まれているはず

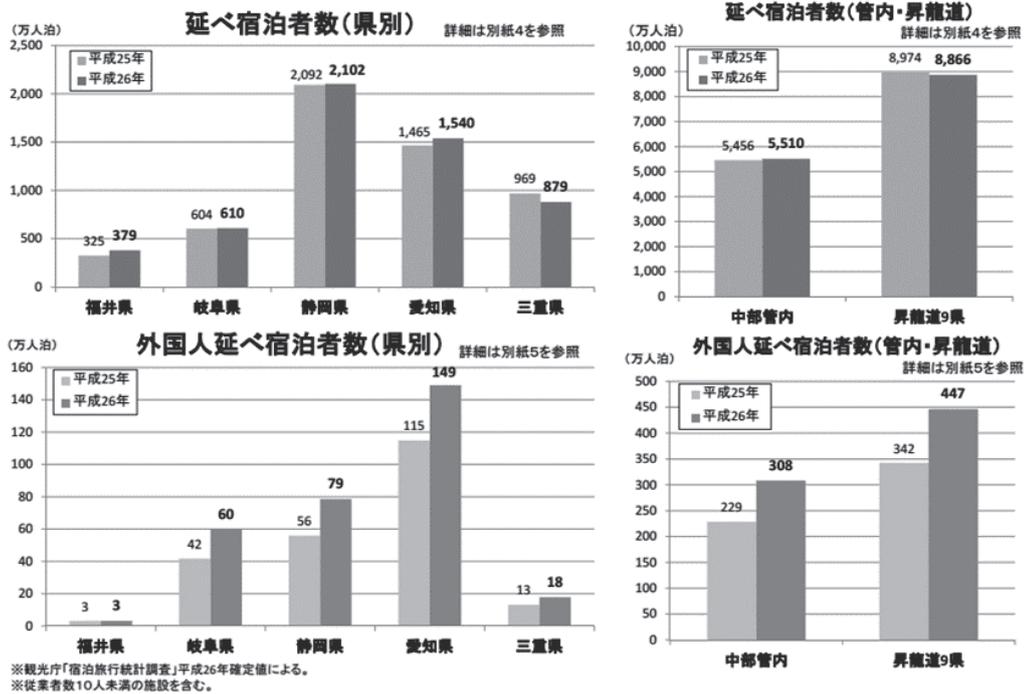


図1 延べ宿泊者数・外国人延べ宿泊者数 (出典 [9])

平成26年 国籍(出身地)別外国人延べ宿泊者数構成比(確定値)

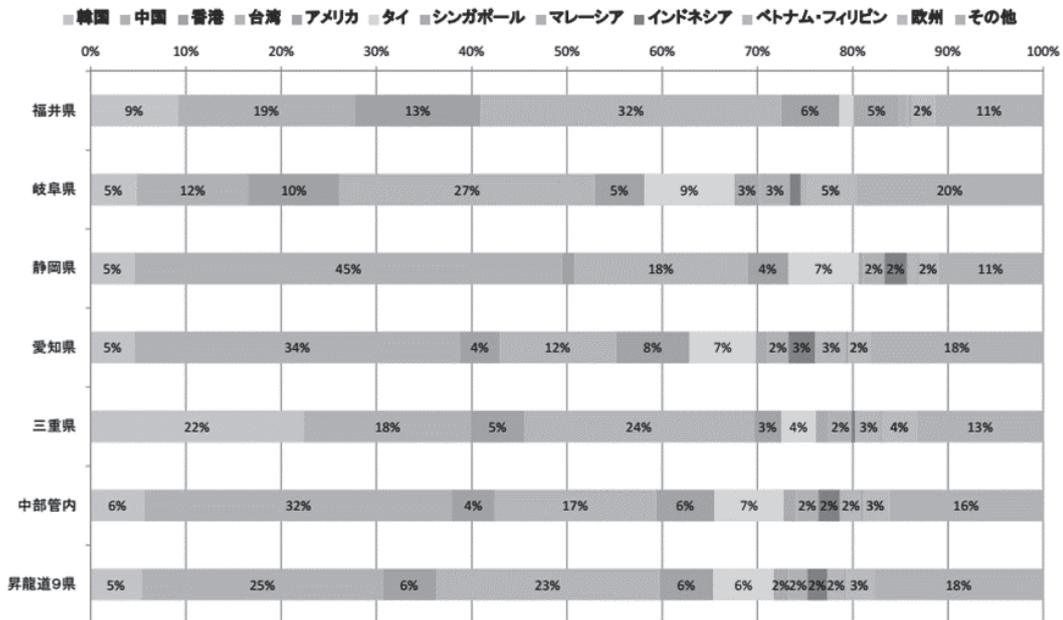


図2 国籍別外国人延べ宿泊者数構成比 (出典 [9])

だが、そもそも認知されているかどうか怪しいという驚愕の結果になっている。

昇龍道プロジェクトが発足してから3年が

経過し、中部地域の積極的なPRと知名度向上に貢献していると考えたいが、中部地域の観光が成長しているという積極的な証拠は見

いだせない。宿泊者数は増え続けているが、依然として、宿泊者の割合は全国平均水準より低い [9]。

図 1. に示すように、中部地方全体の外国人宿泊者数は三重県を除いて、わずかに増大している。問題は昇龍道 9 県では外国人宿泊客は大幅に増加しているが、宿泊者全体ではマイナス成長となっていることである。日本人宿泊客の人数は、かなり減っているとみられる。

図 2. を見ると、岐阜県の中国人観光客の比率が一番低いとみられる。逆に、台湾からの観光客が最も多い。これは 1 節で分析したとおり、台湾では見ることのできない雪の存在が魅力的なのだと考えられる。問題点としては昇龍道プロジェクトに挙げられた観光スポット（地方）が分散しすぎていることである。これでは個人客が観光スポット間を移動することは大変である。もし昇龍道プロジェクトが個人客を呼び込むのであれば、交通面でのサービス向上を行い、外国人が気軽に日本の公共交通を利用できるようになることが非常に重要である。

一方で、昇龍道プロジェクトの成功に対して、非常に強い影響を及ぼすと考えられる事態が生じた。北陸新幹線の開業である。

2015 年 3 月 14 日、北陸新幹線が開業した。これに伴い、首都圏から高山への鉄道を用いた所要時間は 4 時間 45 分から 3 時間 40 分まで大幅に短縮された。首都圏住民にとって、元々遠い存在と思われていた高山市は、距離感が小さくなったと考えられる。

昇龍道プロジェクトでは中部国際空港を出入り口とした中部・北陸圏へのインバウンド誘致を行っているが、北陸新幹線の開業により、北陸のみならず高山を含む岐阜県北部へのアクセスが、便利な首都圏経由で行われるのではないかという可能性が懸念される。特に JR 東日本と JR 西日本では共同で、北陸

新幹線 金沢・富山～長野間開業を契機に北陸・中部・上信越エリアを広域的に周遊する新たな観光ルートの整備を進めている。一方、JR 東海は可能輸送量が逼迫する東海道新幹線の代替ルートとして、北陸新幹線経由での中部地方へのアクセスを歓迎している向きも感じられる。国際線発着便が少なく、相対的に交通の不便な中部国際空港および名古屋から中部方面へ観光に向かうルートの利用者数は減少すると考えられる。

また、高速鉄道の元祖である新幹線は、外国人の中ではかなり知名度が高い。北陸新幹線のために新たに採用した「W7 系」車両は先端技術の結晶であり、サービス面も充実されている。新幹線で日本海側の景色をみるのが可能となったこともあり、外国人観光客が「北陸新幹線に乗ってみたい」と考え、従来ルートを選択しないという可能性も高まったと言える。

### 3. 調査の目的

以上の考察を元に、本調査では以下の仮説を検証する。

仮説：北陸新幹線の開業により、高山市への旅客到着ルートが変わる

この仮説が支持されるのであれば、中部国際空港から入国する観光客はさらに減り、ほとんどの観光客が便利で首都圏の近い成田・羽田空港経由で入国するようになる可能性が大きい。よって昇龍道プロジェクトは深刻な打撃を受ける可能性が高い。

### 4. 調査方法

調査はインターネット調査会社に委託して行われた。調査会社は NTT コム・マーケティング・ソリューション株式会社であり、同社が提供する「NTT コム リサーチ」サービス

を利用した。

調査対象は、首都圏南部(東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県)に在住する、同サービスの登録モニターである。これは、首都圏在住者で、旅行の出発地を東京駅と設定することが可能な調査対象を想定し、その人たちが北陸新幹線の開業前後で、どのようにルート選択を行うかを比較検討するための設定である。

調査は北陸新幹線の開業前の調査(第1回調査)と、北陸新幹線の開業後の調査(第2回調査)の2回が行われた。これは、北陸新幹線の開業前後で、①北陸新幹線開業前の北陸新幹線に対する利用者の期待、②北陸新幹線開業後の実際のルート選択、の2点を比較検討することを目的としたためである。

以下に、第1回調査と第2回調査の概要を示す。

#### ①第1回調査(北陸新幹線開業前調査)

調査日時：2015年2月12日(木)～13日(金)

調査対象：首都圏南部(東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県)に在住する日本人

調査内容：

1. 首都圏在住者の高山市への旅行ルートが、北陸新幹線の開業前後で、どのように変化するかを検討する。調査日時は北陸新幹線の開業前のため、①その時点での首都圏から高山への旅行ルートを選択してもらい、②さらに北陸新幹線開業後の高山への旅行ルートを予想・選択してもらった。
2. 高山市に対するイメージの調査：距離感、旅行に対する意欲、魅力
3. 高山市の名物と観光スポットに対する認知調査：高山市について興味のある食べ物、高山市について興味のある観光スポット

総回答数：208 サンプル

#### ②第2回調査(北陸新幹線開業後調査)

調査日時：2015年7月16日(木)～17日(金)

調査対象：首都圏に在住する日本人

調査目的：第1回調査の調査項目と同一の構成をしている。

1. 首都圏在住者の高山市への旅行ルートが、北陸新幹線の開業前後で、どのように変化するかを検討する。調査日時は北陸新幹線の開業後のため、その時点での首都圏から高山への旅行ルートを選択してもらった。結果は、第1回調査の結果と比較検討される。
2. 高山市に対するイメージの調査：距離感、旅行に対する意欲、魅力
3. 高山市の名物と観光スポットに対する認知調査

総回答数：206 サンプル

#### 4-1. 調査の構成と質問項目

第1回調査・第2回調査とも質問項目は同一構造であるが、高山市への旅行ルート選択(第1回調査の質問6-1、質問6-2、第2回調査の質問5-1)における教示は異なる。これは、第1回調査においては北陸新幹線開業前の旅行ルートおよび開業後に予想されるルートを問うたものであるのに対し、第2回調査においては北陸新幹線開業後の旅行ルートを問うたものであるからである。

各質問の設定意図については、以下に示すとおりである。なお、以下では本論文で分析に用いた項目のみを取り上げる。

**質問 1. 「あなたは今までに一度でも岐阜県高山市に行ったことがありますか？」**

高山市への旅行経験を問うた項目。独立変数として利用し、高山市へのリピーター(あるいは潜在的リピーター)が求める要因について分析するために設定した。「① 行ったことがある ② 行ったことがない」の2件法

により測定した。

質問2.「あなたは、高山市にどのくらい行ってみたいですか？」

高山市に旅行したいという動機づけに関する項目。従属変数として用いた。北陸新幹線の開業後には、高山市へ旅行したいという動機づけが変動する(高くなる)と予測した。「① 行きたくない ② どちらかという行きたくない ③ どちらともいえない ④ どちらかという行きたい ⑤ 行きたい」の5件法により測定した。

質問3.「あなたは、高山市にどのくらい魅力を感じますか？」

高山市に対する魅力を測定する項目。従属変数として用いた。北陸新幹線の開業後には、高山市への魅力が変動する(高くなる)と予測した。「① 魅力がない ② どちらかという魅力がない ③ どちらともいえない ④ どちらかという魅力がある ⑤ 魅力がある」の5件法により測定した。

質問4.「あなたは、高山市がどのくらい近いと思いますか？」

高山市に対する距離的なイメージを測定する項目。従属変数として用いた。北陸新幹線の開業後には、高山市へのイメージは“近い”方向に変動すると予測した。「① 遠い ② どちらかという遠い ③ どちらともいえない ④ どちらかという近い ⑤ 近い」の5件法により測定した。

(第1回調査) 質問6.、(第2回調査) 質問5.  
「高山市への旅行についておうかがいします。」

この項目では、首都圏から高山市への旅行ルートとして、どの経路を選択するかについて質問した。第1回調査における質問6-1.

は、北陸新幹線開業前時点でのルート選択である。第1回調査における質問6-2.は、北陸新幹線開業前時点での、北陸新幹線開業後に選択したいルートである。第2回調査における質問5-1.は、北陸新幹線開業後時点でのルート選択である。

全ての質問においては、首都圏から高山市に至る地域を白地図によって示し、その中に複数のルートを描き入れた。それによって、具体的な経路を回答者にイメージしてもらうこととした(図3.) (この図では北陸新幹線開業後のルートが示されている)。

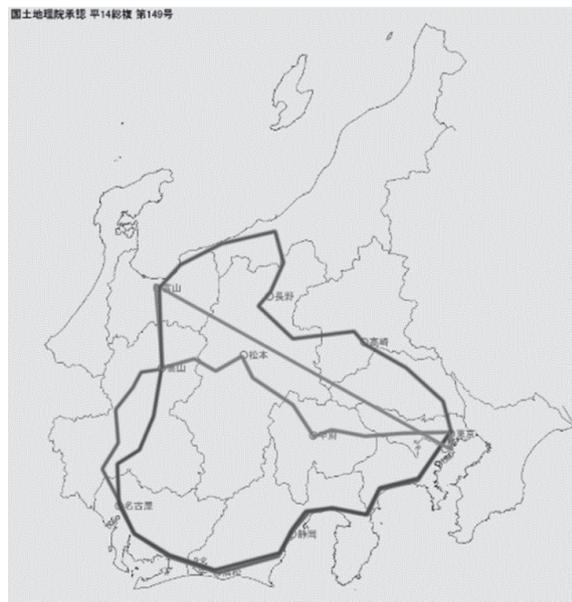


図3 首都圏から高山市に至るルートのイメージ図

また、第1回調査における質問6-3.、第2回調査における質問5-1.においては、そのルートを選択した理由について自由回答により記述してもらった。

(第1回調査) 質問6-1.「今(ご回答の時点で)、あなたが高山市を訪問するとすれば、どの交通手段を使いますか?図にある経路のうち、あなたが使いたい経路の番号を1つだけ選んで回答してください。(ただし、東京駅から出発するものとします)」

5つの選択肢の中から1つを選択回答してもらうこととした。選択肢には、図中に示された経路の色と説明、所要時間が付されている。選択肢は以下の通りである。「①茶色 上越新幹線—ほくほく線—高山本線を利用（乗り換え3回、所要時間5時間前後）②水色 飛行機—高山本線を利用（乗り換え4回、所要時間4時間30分前後）③青色 高速バスを利用（乗り換え1回、所要時間6時間前後）④緑色 東海道新幹線—高山本線を利用（乗り換え1回、所要時間4時10分前後）⑤紫色 東海道新幹線—高速バスを利用（乗り換え1回、所要時間4時間40分前後）」

（第1回調査）質問6-2.「2015年3月14日に北陸新幹線が東京から金沢まで開業します。北陸新幹線開業後、あなたが高山市を訪問するとすれば、どの交通手段を使いますか？図にある経路のうち、あなたが使いたい経路の番号を1つだけ選んで回答してください。（ただし、東京駅から出発するものとします）」

5つの選択肢の中から1つを選択回答してもらうこととした。選択肢には、図中に示された経路の色と説明、所要時間が付されている。選択肢は以下の通りである。「①茶色 北陸新幹線—高山本線を利用（乗り換え1回、所要時間3時間40分前後（予定））②水色 飛行機—高山本線を利用（乗り換え4回、所要時間4時間30分前後）③青色 高速バスを利用（乗り換え1回、所要時間6時間前後）④緑色 東海道新幹線—高山本線を利用（乗り換え1回、所要時間4時10分前後）⑤紫色 東海道新幹線—高速バスを利用（乗り換え1回、所要時間4時間40分前後）」

（第2回調査）質問5-1.「今（ご回答の時点で）、あなたが高山市を訪問するとすれば、どの交通手段を使いますか？図にあ

る経路のうち、あなたが使いたい経路の番号を1つだけ選んで回答してください。（ただし、東京駅から出発するものとします）」

5つの選択肢の中から1つを選択回答してもらうこととした。選択肢には、図中に示された経路の色と説明、所要時間が付されている。選択肢は以下の通りである。「①茶色 北陸新幹線—高山本線を利用（乗り換え1回、所要時間3時間40分前後（予定））②水色 飛行機—高山本線を利用（乗り換え4回、所要時間4時間30分前後）③青色 高速バスを利用（乗り換え1回、所要時間6時間前後）④緑色 東海道新幹線—高山本線を利用（乗り換え1回、所要時間4時10分前後）⑤紫色 東海道新幹線—高速バスを利用（乗り換え1回、所要時間4時間40分前後）」

（第1回調査）質問6-3.、（第2回調査）質問5-2.「{(第1回調査)質問6-2.、(第2回調査)質問5-1.}の回答についておたずねします。なぜ、その経路を使って旅行しようと思いましたか？理由をご自由にお書きください。」

自由記述により、高山市へのルート選択の理由を記述してもらった。

（第1回調査）質問6-4.、（第2回調査）質問5-3.「北陸新幹線の開業にあたって、どのようなサービスがあると、高山に行きやすくなると思いますか？あてはまるものすべてを選んで回答してください。」

高山市への旅行の魅力を向上させるための旅行サービス内容について、複数回答形式で選択してもらった。選択肢の内容は以下の通りである。「①高山までの割引切符があるとよい ②今までよりも移動時間が短くなるとうい ③新幹線と特急の両方に無線LANがついてればよい ④駅弁が美味しければよい ⑤

切符をインターネットで買えればよい ⑥ポイントが溜まればよい ⑦高山で使えるクーポンがもらえればよい ⑧高山までの特急の便数が多くなればよい ⑨車両販売があればよい ⑩くつろげる車内設備があればよい ⑪高山市までの特急の乗り続きがよければよい」

## 5. 結果と考察

### 5-1. 北陸新幹線開業後の経路の変化

首都圏から高山市への旅行ルートを選択について、北陸新幹線開業前の選択（第1回調査、質問6-1）、北陸新幹線開業前に予想する北陸新幹線開業後の選択（第1回調査、質問6-2）、北陸新幹線開業後の選択（第2回調査、質問5-1）について、それぞれの選択肢が選択された割合を求めた。結果は図4.に示す通りである。

結果は、それぞれの選択肢（ルート）ごとにまとめた。

#### ① 「北陸—高山本線」ルートの分析結果

このルートは、北陸新幹線開業前については、ほくほく線を経由して高山線に乗り換

えるものである。回答者への情報としては、乗り換え回数が多く（3回）、所要時間も長い（5時間前後）ことが示されている。他のルートに比べると、かなり不便であり、このルートが選択された割合は少なくなっている（12.5%）。質問6-2.では、北陸新幹線開業前の時点において北陸新幹線経由のルートが示された。このルートが選択された割合は64.9%となっており、多くの人が高山市への旅行ルートとして、北陸新幹線の開業に期待している様子が理解できる。開業後の実際のルート選択（質問5-1）については59.7%と、開業前の期待は若干覚めた様子となったが、それでも第2の選択肢である東海道新幹線ルート（19.4%）の2倍以上の選択を集めている。

#### ② 「飛行機—高山本線」の分析結果

5-2節に示すとおり、首都圏の回答者は高山市について、やや遠いというイメージを持っている。距離が遠い場所への移動については飛行機を選択する傾向が高くなり、特に旅行時間が4時間を超える場合にはその傾向が強くなることが知られているが、高山につ

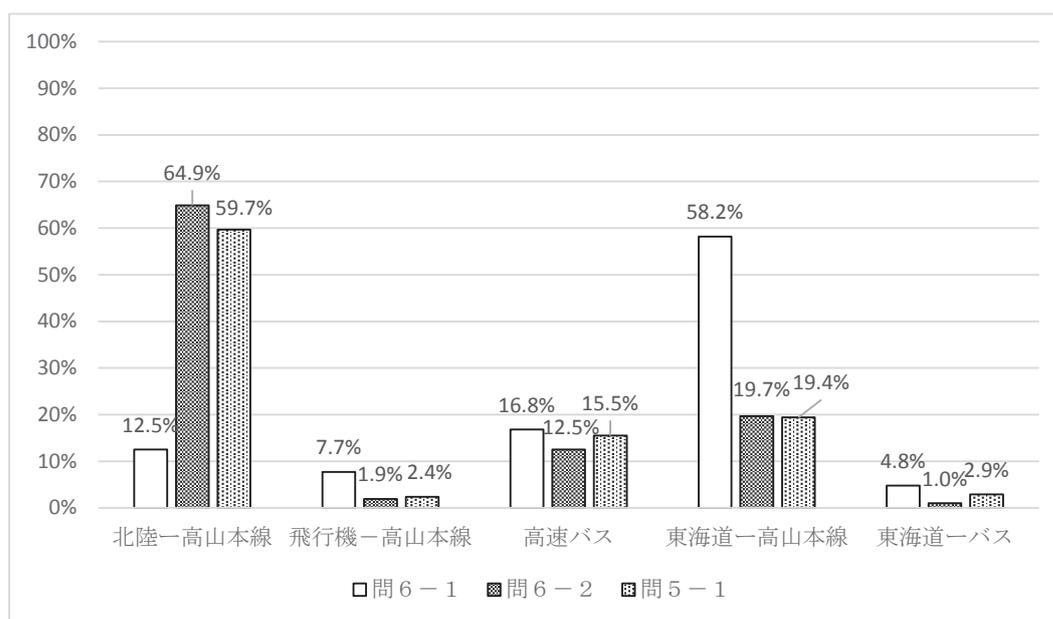


図4. 経路開業前後分析

いてはあまり当てはまっているとは言えない。北陸新幹線開業前（質問6-1.）においては、ある程度の回答者が飛行機を用いるルートを選択した（7.7%）。しかし質問6-2.においては、北陸新幹線への期待が高いせいか、将来に飛行機を使うルートを選ぶだろうと回答した人の割合は非常に小さくなった（1.9%）。北陸新幹線開業後（質問5-1.）においても、飛行機を用いるルートを選んだ回答者の割合は小さいままだった（2.4%）。

この原因は、飛行機を利用して高山に向かうためには、やや遠い小松空港を利用する必要があるという点である。また東京駅出発をルート選択の条件としたことも含めて考えると、飛行機の乗降前後における乗り換え回数が敬遠されたのではないかと推測される。飛行機の搭乗時間は短いのだが、乗降時の手続きや待ち合わせの時間などを加算すると、特に北陸新幹線を用いたルートと比べて有利なルートと言うことはできないだろう（4回、4時間30分前後）。

### ③ 「高速バス」の分析結果

一般的には高速バスは便利な交通手段だが、目的地への距離が遠くなるに従い、他の高速交通に比べると飛躍的に時間がかかってしまうようになる。今回の首都圏から高山市までの旅行ルートにあたっては、東京駅から新宿駅までの経路・乗り換えを含めなくとも、新幹線や飛行機より多くの時間がかかってしまう（6時間前後）。このため、利用者は少ないと予想した。

しかし、結果は予測に反した。北陸新幹線開業前のルート選択（質問6-1.）においては、5つのルートの中で2番目に多い選択がされていた（16.8%）。北陸新幹線開業後についてのイメージ（質問6-2.）においては、やや選択割合が下がったが（12.5%）、開業後のルート選択（質問5-1.）においては、

ほぼ開業前と同一水準の選択割合となった（15.5%）。

この理由に対して、自由記述欄（第1回調査の質問6-3.、第2回調査の質問5-2.）を分析してみたところ、「面倒な乗り換えが不要だから」「安いから」「一晩寝れば着くから」「家からバス乗り場（新宿）に出やすいから」などの経済性、利便性について評価する回答が見られた。この強みにより、北陸新幹線が開業した今後も、高速バスによるルートは廃れないのではないかと考えられる。

### ④ 「東海道—高山本線」の分析結果

東海道新幹線は開業以来50年以上に渡り、日本の交通の大動脈である。北陸新幹線開業前においては高山市への旅行ルートとして（質問6-1.）、半数以上の回答者がこのルートを選択した（58.2%）。ところが、北陸新幹線開業前における開業後のイメージ（質問6-2.）においては、東海道新幹線と高山本線を通るルートを選択した回答者の割合は19.7%であった。これは、北陸新幹線の開業に対する期待が含まれているとも考えられたが、開業後のルート選択割合（質問5-1.）においては、わずかに選択割合を減らし、19.4%となった。

このことは、首都圏から高山市への旅行ルートとして、北陸新幹線開業後には、東海道新幹線を利用するという選択が少なくなっていることを意味する。元々、東海道新幹線の輸送容量は逼迫しており、JR東海は優等列車の「のぞみ」から緩行列車の「こだま」などへの乗客の振替を行うキャンペーンを行ったりしている。そのような状況から見ると、北陸新幹線の開業によって北陸あるいは岐阜県北部（飛騨地方）方面への乗客が、東海道新幹線から北陸新幹線に流れる状態は、JR東海にとっては（例えそれが乗客減であっても）望ましいと言えるのかもしれない。し

かし、名古屋および東海地区にとっては、このことは単純に旅行者が減少することを意味しており、ひいては名古屋出発で飛騨・北陸方面に旅客を誘導するという昇龍道への影響も心配される現象である。

#### ⑤ 「東海道一バス」の分析結果

東海道新幹線を経由して、名古屋からJR高山本線に乗り換える(④のルート)のではなく、高速バスを用いて高山市に入るルートについては、高山本線を使うルートより利用者が多いと予想していた。しかし、北陸新幹線開業前のルート選択(質問6-1.)においては、わずか4.8%の回答者しか選択せず、開業後のルートイメージ(質問6-2.)においては1.0%、開業後(質問5-1.)についても2.9%と、ほとんどの回答者が選択しないルートとなった。

④と⑤の違いは、東海道新幹線で名古屋に到着後、JR高山本線に乗り換えるか、高速バスに乗り換えるかという違いだけである。実際には高山本線の特急「ひだ」の本数よりも、名古屋駅バスターミナルを出発する高山行き高速バスの方が本数が多く、便利である。さらに、高山市の観光パンフレット等には路線バスの時刻や路線図などは明記されているが、JRの特急「ひだ」については明記されていない。情報量やアクセスのしやすさから考えると、名古屋から高山へ向かうのには、高速バスを用いた方が便利である。さらに料金についても、高速バスの方が安い。

にもかかわらず、高速バスが選択されなかった原因については、以下のようなことが考えられる。まずは、高山市が提供している情報が、首都圏の住民に届いていないということではないだろうか。高山市では、高速バスの利用の方が便利であると考え、広報を行っているが、首都圏の住民に対して周知がされていないということが考えられる。もしそうだとしたら、その他の観光スポットや名産についての情報も、同様に届いていない可能性が考えられる。

一方で、よく知らない土地での鉄道からバスへの乗り継ぎに不安があるということも考えられる。名古屋駅バスターミナルは名古屋駅に隣接しており、例えば暑さ・寒さや雨天時に移動するのが大変というわけではない。しかし、それは現地の住民だから知っていることであり、名古屋に来たことのない首都圏の住民にとっては、どのような状況になっているか分からないことである。高速バスによる高山市への旅行ルートが選択されるためには、バスそのものよりも、名古屋駅バスターミナルについての案内と宣伝を強化する必要があるのかもしれない。

#### 5-2. 高山市への旅行経験による旅行意欲・魅力・距離イメージの分析

高山市への旅行経験を質問1.で測定し、独立変数とした。質問2、質問3、質問4.を従属変数とし、平均値を取った上で、一元配置分散分析を行った。結果は、表6.に示す

表6. 質問2～質問4に関する回答の分析

|                                | 質問1.「① 行ったことがある」 | 質問1.「② 行ったことがない」 | F(1, 412) | 有意水準(p) |
|--------------------------------|------------------|------------------|-----------|---------|
| 質問2.「あなたは、高山市にどのくらい行ってみたいですか？」 | 4.00             | 3.30             | 56.65     | .000    |
| 質問3.「あなたは、高山市にどのくらい魅力を感じますか？」  | 4.06             | 3.27             | 74.82     | .000    |
| 質問4.「あなたは、高山市がどのくらい近いと思いますか？」  | 1.70             | 1.81             | 1.40      | .237    |

通りである。以下は、質問 2、質問 3、質問 4. それぞれについて結果の考察を行う。

「質問 2. あなたは、高山市にどのくらい行ってみたいですか?」の分析結果

この従属変数に対しては、 $F(1,412) = 56.65$  ( $p=.000$ ) の主効果が見られた。高山市に1度でも行ったことのある人は、1度も行ったことのない人より、高山市へ行く意欲が高いということが分かった。このことは、高山市における観光の経験は、潜在的にリピーターを作り出す可能性があることを示している。

「質問 3. あなたは、高山市にどのくらい魅力を感じますか?」の分析結果

この従属変数に対しては、 $F(1,412) = 74.82$  ( $p=.000$ ) の主効果が見られた。高山市に1度でも行ったことのある人は、1度も行ったことのない人より、高山市に対して魅力を感じているということが分かった。

この結果についても、高山市の観光がリピーターを獲得する潜在力を持っているということを示している。一方で、高山市の観光宣伝が足りないために、首都圏の住民に対して魅力が伝え切れていない結果だと考えるこ

ともできる。高山市は、一度行ったことのある人にとっては期待を超えた体験のできる場なのだと考えることができる。では高山市は、その期待を最初から向上させるような宣伝に取り組むべきではないだろうか。

「質問 4. あなたは、高山市がどのくらい近いと思いますか」の分析結果

この従属変数に対しては、 $F(1,412) = 1.40$  ( $p=.237$ ) となり、統計的に有意な主効果は見られなかった。高山市に1度でも行ったことのある人と1度も行ったことのない人の間で、高山市の近さに関するイメージに変わりは無かった。

なお、回答の平均値  $M=1.70$  ということから、首都圏在住者は高山市に対して「やや遠い」というイメージを持っていることが分かる(5-1節②の分析に関連)。

### 5-3. 高山市への旅行経験により求める旅行サービスの違い

高山市への旅行経験を質問 1. で測定し、独立変数とした。第1回調査の質問 6-4. と第2回調査の質問 5-3. について、それぞれの項目に対する選択割合を算出した。それぞれについて $\chi^2$ 検定を行い、統計的な効果を

表 7. 質問 6-4. (質問 5-3.) の分析結果

|                             | 質問 1. 「① 行ったことがある」 | 質問 1. 「② 行ったことがない」 | $\chi^2(1)$ | 有意水準 (p) |
|-----------------------------|--------------------|--------------------|-------------|----------|
| ①高山までの割引切符があるとよい            | 64.8%              | 55.8%              | 3.35        | .082     |
| ②今までよりも移動時間が短くなるとよい         | 52.1%              | 42.6%              | 3.64        | .070     |
| ③新幹線と特急の両方に無線 LAN がついていけばよい | 10.9%              | 10.8%              | 0           | 1.000    |
| ④駅弁が美味しければよい                | 15.2%              | 15.3%              | 0           | 1.000    |
| ⑤切符をインターネットで買えればよい          | 18.8%              | 20.9%              | 0.27        | .619     |
| ⑥ポイントが溜ればよい                 | 11.5%              | 12.4%              | 0.08        | .878     |
| ⑦高山で使えるクーポンがもらえればよい         | 25.5%              | 16.1%              | 5.51        | .023     |
| ⑧高山までの特急の便数が多くなればよい         | 39.4%              | 20.9%              | 16.77       | .000     |
| ⑨車両販売があればよい                 | 10.3%              | 4.0%               | 6.43        | .014     |
| ⑩くつろげる車内設備があればよい            | 18.2%              | 20.5%              | 0.33        | .614     |
| ⑪高山までの特急の乗り継ぎがよければよい        | 52.1%              | 39.3%              | 6.55        | .012     |

測定した。結果は、表7.に示す通りである。以下においては、質問6-4.(質問5-3.)で有意水準が $p<.10$ となった項目(①、②、⑦、⑧、⑨、⑩)についてのみ、結果の考察を行う。

① 「高山までの割引切符があるとよい」の分析結果

この項目については、 $\chi^2(1) = 3.35$  ( $p=.082$ )の弱い有意差が見られた。高山市に1度でも行ったことのある人は、1度も行ったことのない人より、高山までの割引切符があると良いと感じている傾向があることが分かった。一方で、両者とも割合は50%を超えており、高い選択割合だと思われる。一般的に、首都圏から高山までの切符の値段はやや高いと思われているのではないだろうか。

② 「今までよりも移動時間が短くなるとよい」の分析結果

この項目については、 $\chi^2(1) = 3.64$  ( $p=.070$ )の弱い有意差が見られた。高山市に1度でも行ったことのある人は、1度も行ったことのない人より、高山までの移動時間が短くなれば良いと感じている傾向があることが分かった。

これについては、首都圏から見て高山市が遠いと思われている傾向を示していると考えられる。さらに、1度でも高山に行ったことのある人は、旅程の長さ(遠さ)について経験しており、実感として遠さを感じているということなのではないだろうか。

⑦ 「高山で使えるクーポンがもらえればよい」の分析結果

この項目については、 $\chi^2(1) = 5.51$  ( $p=.023$ )の有意差が見られた。高山市に1度でも行ったことのある人は、1度も行ったことのない人より、高山で使えるクーポンがあれば良いと感じていることが分かった。

高山市の観光パンフレット等や、観光雑誌などには、市内で使用できる割引クーポンが付属していることが多い。多くの観光スポットの入場料や飲食店・土産物店で、実際にクーポンを用いた割引が行われている。高山に1度でも行ったことのある人の方がクーポンを求めているということは、逆に考えると、高山市内での観光が割高であると感じているということではないだろうか。いわゆる観光地価格や、名物・名産の割高感というものが存在すると思われるが、高山市は再度その点についてチェックする必要があるのではないだろうか。

⑧ 「高山までの特急の便数が多くなればよい」の分析結果

この項目については、 $\chi^2(1) = 16.77$  ( $p=.000$ )の有意差が見られた。高山市に1度でも行ったことのある人は、1度も行ったことのない人より、高山までの特急の便数が多くなれば良いと感じていることが分かった。

これは②「今までよりも移動時間が短くなるとよい」の分析結果にも見られたことであるが、高山に1度でも行ったことのある人の方が、高山へ行くことの不便さと距離の遠さを感じているということができのではないだろうか。名古屋方面からの特急「ひだ」の本数は1時間に1本程度であるが、多くは行き先が高山である。現状(2015年12月現在)では富山と高山の間の特急「ひだ」は1日4便しかない。この不便さについては、高山に行った経験のある人間が、切実に実感している点であるということが考えられる。

⑨ 「車両販売があればよい」の分析結果

この項目については、 $\chi^2(1) = 6.43$  ( $p=.014$ )の有意差が見られた。高山市に1度でも行ったことのある人は、1度も行った

ことのない人より、車両販売があれば良いと感じていることが分かった。

これについても、高山市に行ったことのある人間が、距離が長く時間がかかることを痛感していることを意味していると考えられる。車両販売があれば良いと考えている人の割合は平均すると10%以下と低いものであるが、1度でも高山市に行ったことのある人にとっては、車両販売がないことについて非常に不便を感じたということではないだろうか。現在、JR東海では経費削減のために、特急車内での車両販売を停止している（特急「ひだ」では2013年3月15日をもって終了）。これは、コンビニ等で飲食物を買ってから乗車する人が多くなったことや、車両販売では品数が限られるからであると説明されている。一方で、長時間の乗車中には、突然に喉が渇いたりお腹が空いたりすることもあるだろう。このことから、今回の調査結果に見られたような車両販売の“復活”を求めるような声が挙がるのではないだろうか。

⑪ 「高山までの特急の乗り継ぎがよければよい」の分析結果

この項目については、 $\chi^2(1) = 6.55$  ( $p=0.012$ ) の有意差が見られた。高山市に1度でも行ったことのある人は、1度でも行ったことのない人より、特急の乗り継ぎが良ければ良いと感じていることが分かった。

この項目についても、②「今までよりも移動時間が短くなるとよい」や⑧「高山までの特急の便数が多くなれば良い」の分析結果と同様に、1度でも高山に行ったことのある人の方が、高山までの距離と移動時間の長さを実感している結果を表していると考えられる。

また、傾向としては、⑧「高山までの特急の便数が多くなれば良い」の結果に似ており、双方の項目が連携していることが分かる。現

在、名古屋駅からの新幹線と特急「ひだ」の乗り継ぎは「ひだ」の本数の少なさも原因となって、あまり良いものとは言えない。また、富山―高山間の便数は非常に少なく、旅行計画を十分に練ってから首都圏を出発しないと、富山駅で長時間待たされる可能性がある。遠くても、ある程度は気軽に出発できる体制とすることが、観光客の誘致とリピーターの獲得につながるのではないだろうか。

## 6. 総合論議

本論文では、2回のインターネット調査により、北陸新幹線開業に伴う高山市への観光客の移動経路の変化に、リピーターを向上させるために要因などについて測定した。

3節に述べた仮説「北陸新幹線の開業により、高山市への旅客到着ルートが変わる」は、5-1節に示した結果と考察により支持された。首都圏在住者は、北陸新幹線の開業により、東海道新幹線ではなく北陸新幹線を用いて高山市へアプローチすることが示された。

5-2節に示した分析結果により、高山市に1度でも行ったことのあるものは、高山市に対して「行ってみたい」「魅力を感じる」という肯定的なイメージを抱くことが分かった。このことは、高山市が潜在的にリピーターを獲得できる、観光資源としての魅力を持つことを意味している。一方で、高山市が「やや遠い」というイメージには変化が見られなかった。

5-3節においては、リピーターへの魅力を向上する施策の部分について分析を行った。設定した設問について高山に行ったことのある人とならない人の反応間に、統計的な有意差が認められる項目だけ（11項目中6項目）を分析した。その結果、観光客は高山への距離感（時間の長さ、便数の多さ、乗り継ぎの良さ）、旅行コスト（切符の値段、高山で使えるクーポン）などを強く意識していることが

分かった。今後の高山市がリピーターを増加させるために重点的に改善すべき点を把握することができた。

本研究の反省点として、調査項目が事前に十分に整理・設計できていなかった点が挙げられる。主要な独立変数として北陸新幹線の開業前後という「調査時点」を想定したが、観光スポットや食べ物の人気については、新幹線の開業によって大きく変動するとは考えにくいことを予測すべきだった（本論文においては分析を行っていない）。むしろ、高山市へのリピーターを効果的に捉えるための独立変数を設定すべきであった。以降、高山市や他地域での同様の調査を行う場合には、効果的な独立変数の設定に気を配りたい。

#### 注

\*1 本論文は、朝日大学大学院経営学研究科 2015 年度修士学位論文「増大する外国人旅行者への高山市の対応分析：北陸新幹線の開業の与える影響」（張毅鉞）の一部（研究 2）を再構成・加筆修正の上で発表するものである。

\*2 2015 年度（2016 年 3 月）修了。

#### 引用・参考文献

- [1] 伊藤 薫：飛騨地域の観光地間と観光地内の競争と協力—中小企業を中心とする実証的分析—, Review of economics and information studies 15(1・2), 49-72, 2014-09-30.
- [2] 飛騨高山観光協会：町ぐるみで情報発信に努め外国人観光客を引き寄せる。  
([http://wizbiz.jp/pages/magazine\\_genki\\_city.jsp](http://wizbiz.jp/pages/magazine_genki_city.jsp))
- [3] 中部運輸局：「岐阜県飛騨地方における外国人観光客の移動容易化のための言語バリアフリー化調査」.
- [4] 高山市商工観光部観光課：平成 26 年度観光統計.
- [5] 国土交通省観光庁：「宿泊旅行統計調査」2014 年.
- [6] 日本政府観光局：「訪日外客数の動向」2014 年.
- [7] 国土交通省観光庁：訪日外国人の消費動向 平成 26 年年次報告書.
- [8] 昇龍道プロジェクト【中部運輸局】.  
(<http://www.tb.mlit.go.jp/chubu/kikaku/syoryudo/>)
- [9] 中部運輸局企画観光部：宿泊旅行統計 平成 26 年・年間値（確定値）.