

再起動 北陸新幹線

第5回 北陸新幹線沿線の観光資源に対する認知度と訪問意向

富山国際大学 准教授 大谷 友男



「再起動 北陸新幹線」第4回では、北陸新幹線の金沢開業と敦賀開業に対する評価や期待について、2023年2月に実施したアンケートをもとに分析した。今回は同じアンケートにおいて実施した北陸・上信越地域の観光資源の認知度や訪問・購買意向に関する結果から、これら観光資源の立ち位置と敦賀開業後の観光振興策の方向性について検討した。

はじめに

連載の第2回「開業効果に沸いた北陸新幹線沿線の観光とその後」では、主に北陸新幹線金沢開業から約8年での変化をもとに現状分析を行った。しかし、今春の敦賀開業に向けては、北陸の観光地が人々からどのように評価されているかを知ることが集客を図る上で重要である。

そこで筆者は、東京から大阪までの北陸新幹線沿線10都府県の住民を対象としたアンケート調査を実施し、北陸・上信越地域の観光資源の認知度や訪問・購買意向について尋ねた。アンケートの結果から、北陸地域の観光における現在地を確認するとともに、今後の集客に向けた戦略を考えるヒントが得られると考える。また、上信越地域の観光資源に対しても同様の調査を行ったことで、地域間の比較や、北陸新幹線でつながっているこれらの地域との連携の可能性を考える一助になるであろう。

なお、このアンケートは、金沢開業から8年が経過した現在の住民の意識や評価、今春に迫った敦賀開業、さらにはその先の新大阪までの延伸に対する期待などについても尋ねており、その結果と分析は、連載第4回「沿線住民の意識から見た

金沢開業に対する評価と敦賀開業への期待」にて報告済である。

1 アンケート調査の概要

本稿での分析に用いるアンケート調査の概要は、以下に示すとおりである。

対 象：北陸新幹線沿線（東京、埼玉、群馬、長野、新潟、富山、石川、福井、京都、大阪の10都府県）在住の20歳以上の男女。年代、男女の割合が均等になるよう設定。

回 答 数：下表のとおり

	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

調査対象資源：

食、名所・旧跡、工芸品、温泉などがバランスよくなるよう考慮し選定。各県で類似ジャンルの観光資源があることで地域間比較が可能になるよう配慮した。また、北陸の観光資源の相対的な位置づけを明らかにするための比較対象として、上信越地域の観光資源も選択肢に加えている。上信越地域の観光資源に関しては、北陸新幹線沿線に相当する地域（群馬県は北毛・西毛、長野県は北信・東信、新潟県は上越）のものを選定した。

北陸3県は各県16資源、上信越地域は、群馬県5、長野県と新潟県は各7資源を抽出。具体的な観光資源は下表のとおり。

県名	資源数	調査対象の観光資源
富山県	16	白えび、ホタルイカ、ブリ、富山ブラックラーメン、富山湾鮎、ます寿し、富山のくすり、高岡銅器、宇奈月温泉、黒部ダム、黒部峡谷鉄道、立山、おわら風の盆、五箇山、瑞龍寺、ひみ番屋街
石川県	16	香箱がに、金沢カレー、能登牛、九谷焼、輪島塗、加賀友禅、金箔、兼六園、金沢21世紀美術館、近江町市場、茶屋街（主計町・ひがし・にし）、白山、千里浜なぎさドライブウェイ、輪島朝市、和倉温泉、加賀温泉郷（山中・山代・片山津・粟津）
福井県	16	越前がに、ソースかつ丼、越前おろしそば、若狭ぐじ、へしこ、鯖江メガネ、東尋坊、一乗谷朝倉氏遺跡、永平寺、福井県立恐竜博物館、越前大野城、丸岡城、敦賀の屋台、気比神宮、三方五湖、芦原温泉
群馬県	5	下仁田ネギ、峠の釜めし、富岡製糸場、草津温泉、伊香保温泉
長野県	7	信州そば、軽井沢、上田城、善光寺、小布施、野沢温泉、地獄谷野猿公苑
新潟県	7	豚汁ラーメン、かんずり、高田城、春日山城、妙高高原、赤倉温泉、糸魚川ジオパーク

質問内容：

左記の観光資源について知っているかどうかを尋ねた上で、「知っている」と回答した人には、その観光資源を、訪問したい／購入したいと思うかを5段階評価で尋ねた。

訪問意向のポイント算出方法：

D.I.の算出と同じ要領で、「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として、それぞれの構成比を乗じて累計した。

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

2 北陸の観光資源の認知度

観光資源の認知度は西高東低

関東、関西という二大マーケットにおける北陸3県の観光資源の認知度上位10資源は、表1、2に示すとおりとなった。

1位から3位までは、関東・関西ともに同じで、1位黒部ダム（関東60.1%、関西63.9%）、2位兼六園（関東58.6%、関西63.4%）、3位ホタルイカ（関東55.7%、関西54.8%）であった。4位以下も含めた認知度上位10資源の特徴について見てみると、名所・旧跡から食、工芸品に至るまで幅広く、特定の分野に偏っているわけではない。

認知度を上信越と比較してみると、上位の観光資源では、草津温泉（関東70.7%、関西61.8%）、軽井沢（関東68.6%、関西62.4%）、信州そば（関東65.0%、関西64.2%）は、北陸の観光資源よりもやや高い認知度となっている。本調査では、立山黒部アルペンルート（黒部ダム、立山、室堂、称名滝など）や金沢（兼六園、金沢21世紀美術館、

近江町市場、茶屋街など」といった複数の観光資源を包含するような広域的な名称は、回答者が想起するイメージが多種多様になることが考えられたため、選択肢に含まなかった。仮に「金沢」という選択肢があった場合には、兼六園や近江町市場、茶屋街などのイメージを総合して、草津温泉や軽井沢、信州そばと同等かそれ以上の高い認知度を示したのではないかとと思われる。

表1 北陸の観光資源の認知度10傑（関東）

観光資源名	所在地	認知度（%）
黒部ダム	富山県	60.1
兼六園	石川県	58.6
ホタルイカ	富山県	55.7
ます寿し	富山県	50.6
輪島塗	石川県	47.3
白えび	富山県	44.6
金箔	石川県	43.7
加賀友禅	石川県	43.6
富山ブラックラーメン	富山県	43.6
越前がに	福井県	42.9

資料：沿線住民へのアンケート調査

（注）東京都、埼玉県、群馬県の回答を3都県の人口比でウェイトバックした値

表2 北陸の観光資源の認知度10傑（関西）

観光資源名	所在地	認知度（%）
黒部ダム	富山県	63.9
兼六園	石川県	63.4
ホタルイカ	富山県	54.8
越前がに	福井県	54.1
東尋坊	福井県	53.1
輪島塗	石川県	52.5
ます寿し	富山県	47.0
加賀友禅	石川県	46.6
金箔	石川県	46.2
鯖江メガネ	福井県	43.6

資料：沿線住民へのアンケート調査

（注）京都府、大阪府の回答を2府の人口比でウェイトバックした値

北陸の観光資源に対する関東と関西での違いに関しては、全体的に関西での認知度が高い傾向にある。また、関東での認知度10傑は、越前がに（10位、42.9%）を除いて、富山県と石川県の観光資源で占められている。一方、関西においては富山県で3つ、石川県で4つ、福井県で3つの観光資源が入っており、北陸3県間での開きは見られない。

関西と関東で認知度の差が10ポイント以上ある観光資源は9つあり、いずれも関西での認知度が関東より高いもので、和倉温泉、加賀温泉郷（ともに石川県）を除くと、すべて福井県の観光資源である。そして、最もポイント差の大きい芦原温泉は、関東の12.2%に対し、関西では34.7%で、ポイント差は22.5となっている（表3）。

表3 関東と関西で認知度の差が10%以上の観光資源（%）

観光資源名	所在地	認知度		差異
		【関西】	【関東】	
芦原温泉	福井県	34.7	12.2	22.5
三方五湖	福井県	27.6	9.7	17.9
和倉温泉	石川県	38.8	25.2	13.6
加賀温泉郷	石川県	37.4	24.8	12.6
福井県立恐竜博物館	福井県	28.7	17.2	11.5
へしこ	福井県	27.7	16.3	11.4
越前がに	福井県	54.1	42.9	11.2
東尋坊	福井県	53.1	41.9	11.2
越前おろしそば	福井県	23.8	13.4	10.4

資料：沿線住民へのアンケート調査

（注）ポイント差が大きいものから順に記載

北陸新幹線開業を契機に

関東での認知度が高まった可能性

これとは逆に、上信越の観光資源は、群馬県の峠の釜めし（関東59.8%、関西31.9%の27.9ポイント差）や伊香保温泉（関東61.8%、関西37.6%の24.2ポイント差）を筆頭に、関東での認知度が関西を10ポイント以上上回るものが多

い。この結果から、北陸、とりわけ福井県の観光資源は関東ではまだまだ知られていないことがわかる。

このような結果となった背景には、もともと北陸の観光資源は、文化的・歴史的につながりの強い関西ではなじみがあったのに対し、関東とのつながりが弱かったためと考えられる。それが北陸新幹線金沢開業によって関東における富山県と石川県の観光資源の露出が増え、認知度が向上した可能性が考えられる。もし、そうであるならば、福井県の観光資源の認知度も今春の敦賀開業以降は向上することが期待される。

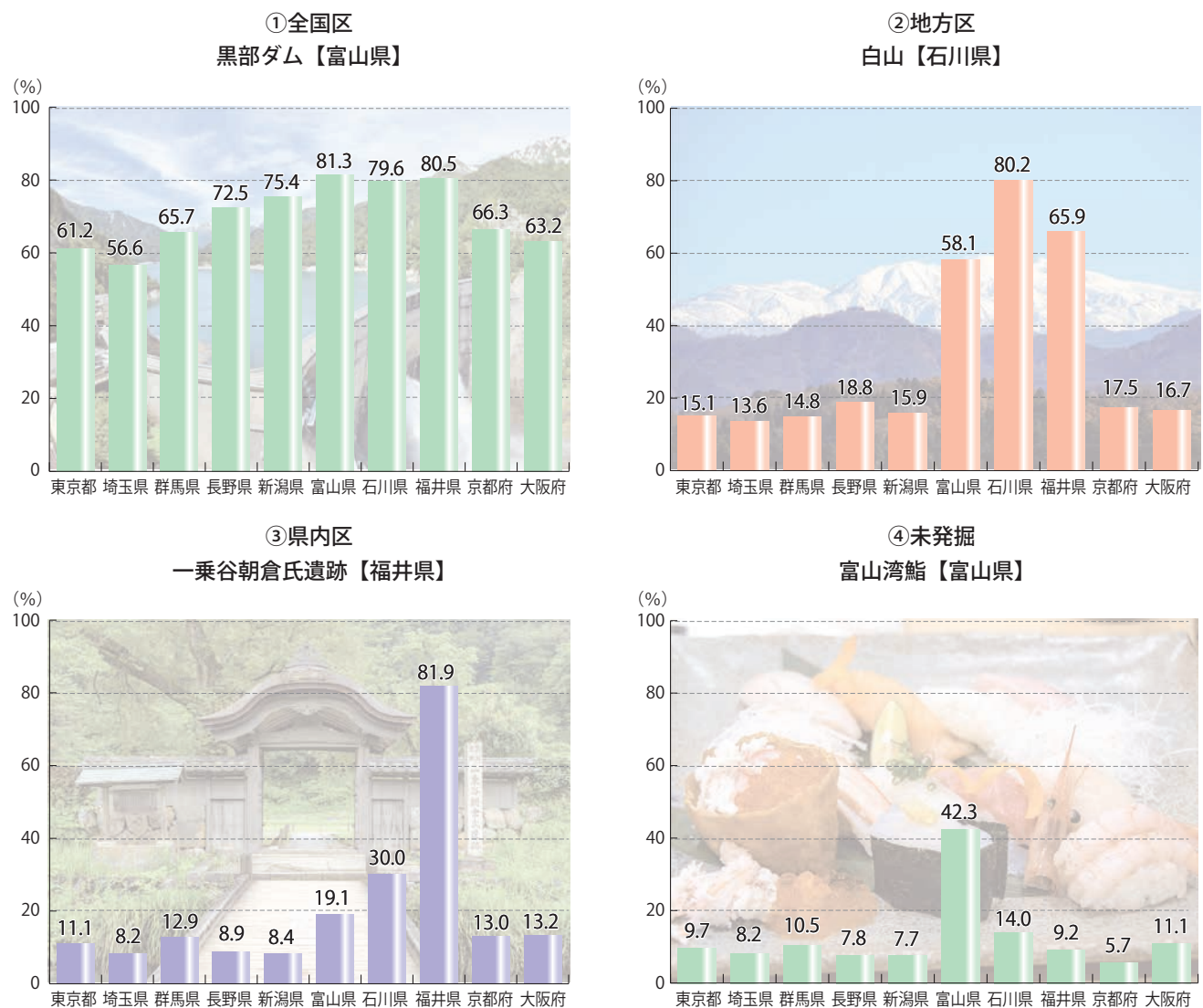
認知度の地域差から見た観光資源の特徴

前段では観光の主たるマーケットとなる関東、関西における認知度の結果からその特徴を見たが、ここでは10都府県での認知度の違いから、観光資源の特徴を①全国区、②地方区、③県内区、④未発掘の4つに分類して見ていきたい（図1）。

①全国区

認知度の値そのものが高だけでなく、地域別の認知度で見ても、観光資源が所在する県や近隣県はもとより、関東や関西でも高い認知度を誇る観光資源である。これらは全国区の知名度を有す

図1 都府県別認知度の違いによる観光資源の4分類



る観光資源であるといえよう。具体的には、黒部ダム（富山県）や兼六園（石川県）、越前がに（福井県）などが該当するほか、上信越では草津温泉（群馬県）や軽井沢（長野県）が該当する。

②地方区

これに該当するのは、自県や近隣県（同じ北陸圏内）での認知度は全国区の観光資源と同じ程度に高いが、関東や関西といった他地域での認知度は低い観光資源である。具体的には、五箇山（富山県）や白山（石川県）、越前おろしそば（福井県）などが該当する。

③県内区

県内区に分類される観光資源は、自県での認知度は高いが、関東や関西などの他地域はもとより近隣県での認知度も低い観光資源である。具体的には、瑞龍寺、ひみ番屋街（いずれも富山県）、一乗谷朝倉氏遺跡、気比神宮（いずれも福井県）のほか、かんずり（新潟県）などが該当する。

④未発掘

これに該当するのは、自県での認知度もまだ高くはなく、近隣県を含めた他地域での認知度も低い観光資源である。具体的には、富山湾鮎（富山県）や敦賀の屋台（福井県）などが該当する。

認知度が高ければいいとは限らない

以上、観光資源をその認知度の地域差から4つに区分したが、全国区であればいい、未発掘であれば悪いというものではない。全国区の観光資源は、確かにその地域の「顔」となる観光資源であるが、一方で、すでに知られ過ぎていて、観光客を呼び込めるかどうかは別次元の話である。逆に、県内区や未発掘といった観光資源の中にも評価の高い観光資源はある。認知度の高低に一喜一憂するのではなく、これらの観光資源の認知度に応じて、今後のプロモーション戦略を展開していくことが重要である。

実際、「未発掘」の例として示した富山湾鮎は、北陸新幹線金沢開業にあわせて売り出された新しいメニューで、認知度の低さは誕生からの日が浅いためと考えられる。富山湾鮎は、富山湾産の地魚を使った寿司10貫を、県産米のシャリで握り、富山らしい汁物とセットにして2,700～5,500円（税込、店舗により価格が異なる）で提供されている。観光客にとっては、富山ならではの味を楽しむことができるため満足度も高く、寿司店にとっては、客単価を上げることを実現できており、観光を付加価値の高い産業にしていこうための取り組みとしても高く評価できるものである。

なお、今回調査対象となった観光資源の地域別・都府県別認知度については、末尾に参考資料として数値を掲載した（参考表1～4）。

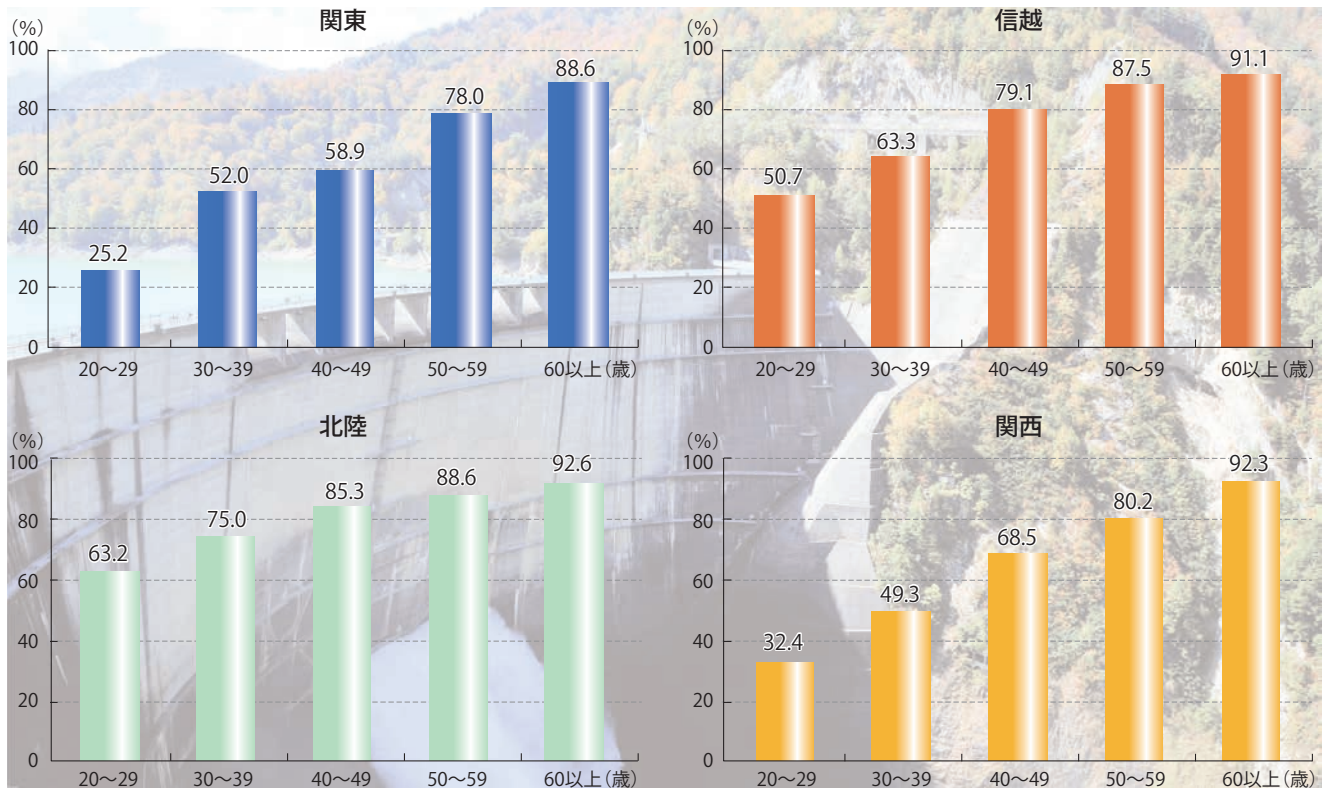
認知度の高い観光資源でも若年層では…

認知度について、回答者の年代別に見てみると、全体的には上の年代ほど認知度が高く、若い世代になるにつれて認知度が低くなる傾向にある。

図2は北陸の観光資源の中で最も認知度の高かった黒部ダムの年代別・地域別認知度を示したものだが、どの地域においても上の年代ほど認知度が高い。60歳以上における認知度は、関東88.6%、信越91.1%、北陸92.6%、関西92.3%で、どの地域も非常に高い値となっている。一方、20～29歳の認知度は、地元である北陸は63.2%と高い値になっているが、関東では25.2%、関西では32.4%と低く、グラフが階段状になっていることが特徴である。

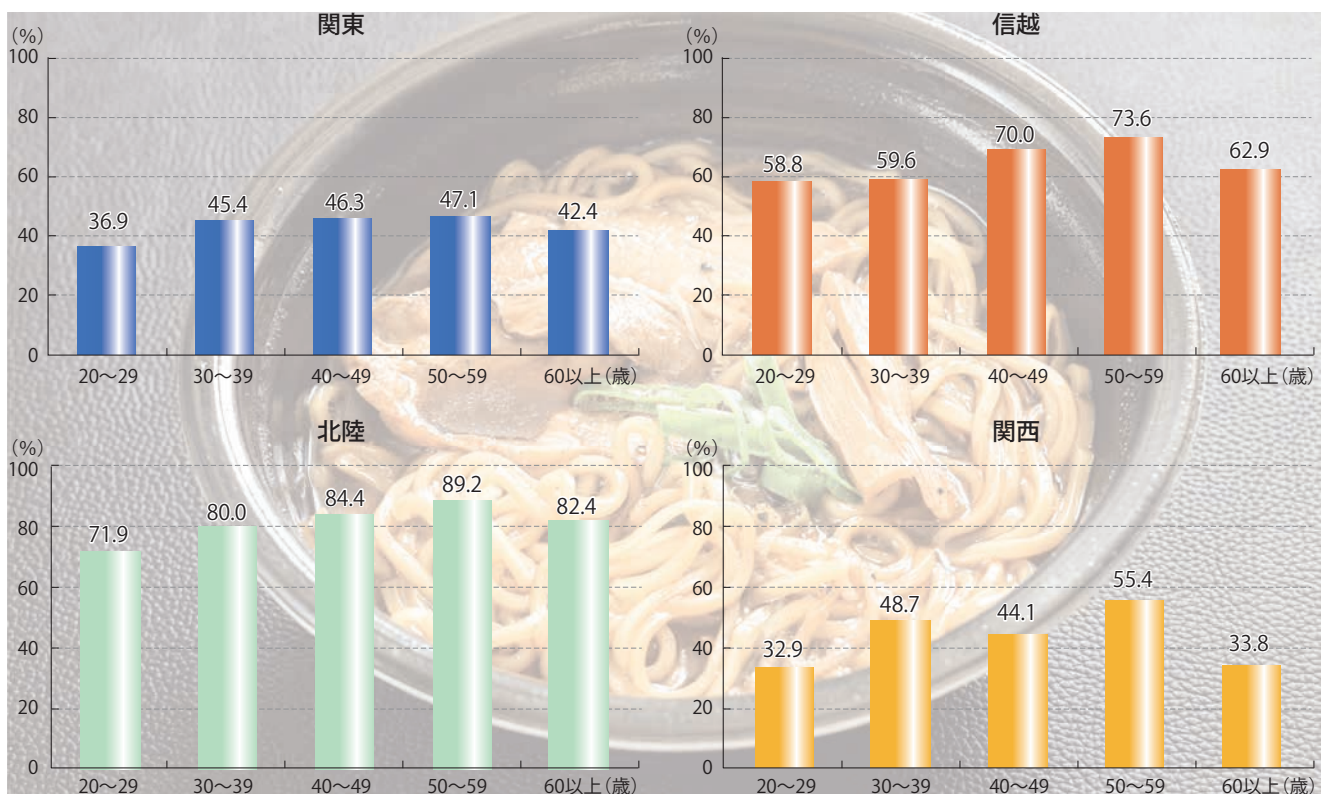
こうした傾向は黒部ダムに限らない。兼六園や東尋坊といった古くからの観光資源は、こうした傾向が見られる。これらの観光資源は、上の年代ほど、これまでの旅行経験や報道、あるいは学校教育などを通じて、その存在を知るようになったためと考えられる。

図2 年代別・地域別認知度の違い（黒部ダム）



資料：沿線住民へのアンケート調査

図3 年代別・地域別認知度の違い（富山ブラックラーメン）



資料：沿線住民へのアンケート調査

これとは対照的に、年代別の差がほとんどない観光資源もある。図3は富山ブラックラーメンの認知度であるが、どの地域でも年代別の認知度に大きな開きはない。20～29歳における認知度は関東では36.9%、関西では32.9%で、いずれも前述した黒部ダムよりも高い認知度を誇っている。

富山ブラックラーメンは、戦後から存在していた富山特有のラーメンではあるが、現在のようにご当地ラーメンとして認識されるようになったのは2000年代以降のことである。このように比較的新しい観光資源の場合は、認知度の年代差が比較的小さくなる傾向が見られる。富山ブラックラーメン以外にも、金沢21世紀美術館（2004年開館）や2000年代頃からその名称が浸透した金沢カレーなども似たような傾向にある。

今後の観光プロモーション戦略を考える上では、前述した地域差だけでなく、認知度の年代差にも注目する必要がある。古くからの観光地は、すでに知られていることを前提にプロモーションが行われることが少なくないが、若者をターゲットとするのであれば、「知られていない」ことをスタートラインにプロモーションを仕掛けていくことが必要になるだろう。

3 訪問・購買意向と認知度の関係

観光資源の認知度が高くても、それが訪問・購買意向につながるとは限らない。観光客を受け入れる側の地域にとっては、行ってみたい、買ってみてみたいと思われなければ、観光振興には結びつかないからである。認知度と訪問・購買意向の関係性については、藤沢和弘（2018）「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」の先行研究があり、本報告でも同じ枠組みで検討する。なお、同論文とは調査対象や方法も異なるため、結果を単純に比較することはで

きない。

前節でみた観光資源を「知っている」と回答した人に、訪問・購買意向を尋ねた結果（ポイントの算出方法は第1節に記載）は表4・5、北陸の観光資源認知度と訪問・購買意向の関係を示したのが図4～6である。

表4 北陸の観光資源の訪問・購買意向10傑（関東）

観光資源名	所在地	訪問・購買意向
越前おろしそば	福井県	67.8
茶屋街	石川県	64.6
富山湾鮎	富山県	62.9
近江町市場	石川県	62.9
加賀温泉郷	石川県	62.2
能登牛	石川県	62.1
香箱がに	石川県	59.6
若狭ぐじ	福井県	59.4
一乗谷朝倉氏遺跡	福井県	59.2
和倉温泉	石川県	59.1

資料：沿線住民へのアンケート調査

- (注) 1. 訪問・購買意向ポイントの算出方法は第1節に記載
2. 東京都、埼玉県、群馬県の回答を3都県の人口比でウエイトバックした値
3. 加賀温泉郷は、調査票では「加賀温泉郷（山中・山代・片山津・粟津）」。茶屋街は「茶屋街（主計町・ひがし・にし）」

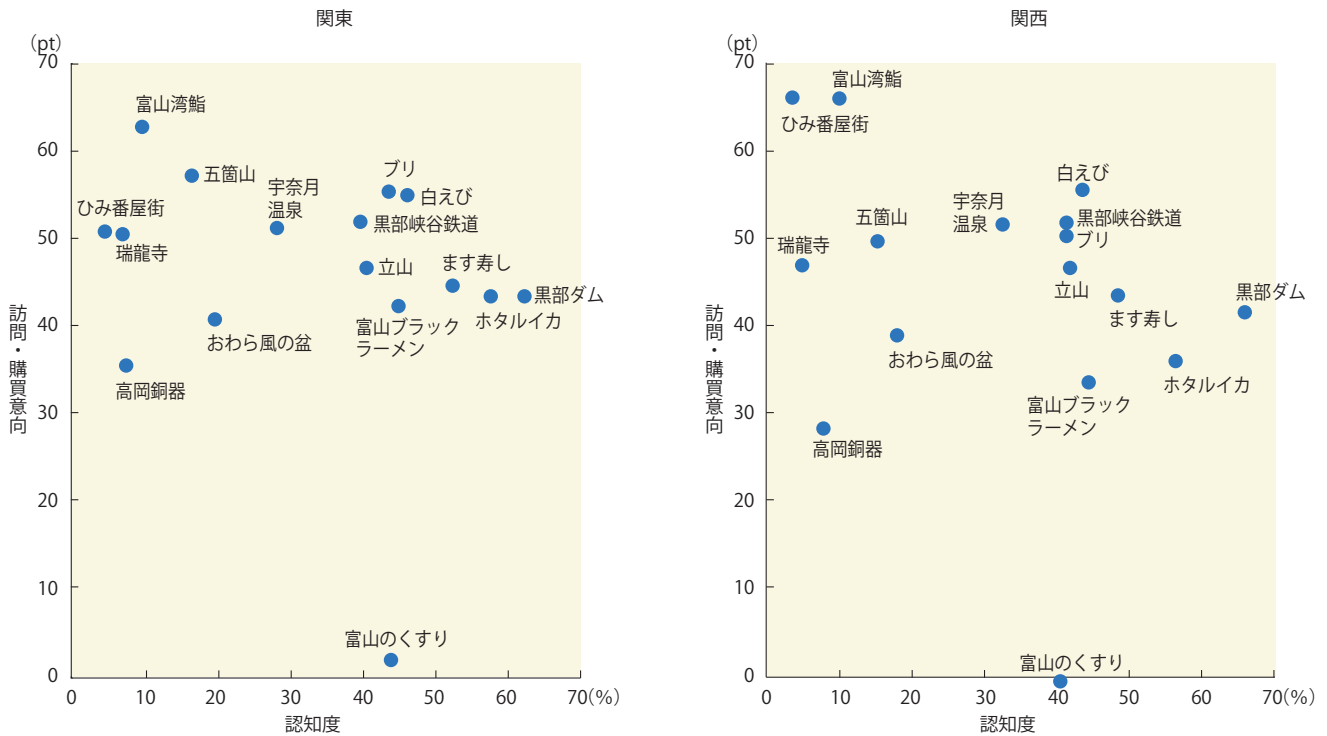
表5 北陸の観光資源の訪問・購買意向10傑（関西）

観光資源名	所在地	訪問・購買意向
富山湾鮎	富山県	65.8
ひみ番屋街	富山県	65.6
香箱がに	石川県	63.5
敦賀の屋台	福井県	62.4
近江町市場	石川県	59.5
越前おろしそば	福井県	57.9
白えび	富山県	55.4
越前大野城	福井県	55.3
能登牛	石川県	55.0
和倉温泉	石川県	54.8

資料：沿線住民へのアンケート調査

- (注) 1. 訪問・購買意向ポイントの算出方法は第1節に記載
2. 京都府、大阪府の回答を2府の人口比でウエイトバックした値

図4 富山県の観光資源の認知度と訪問・購買意向の関係

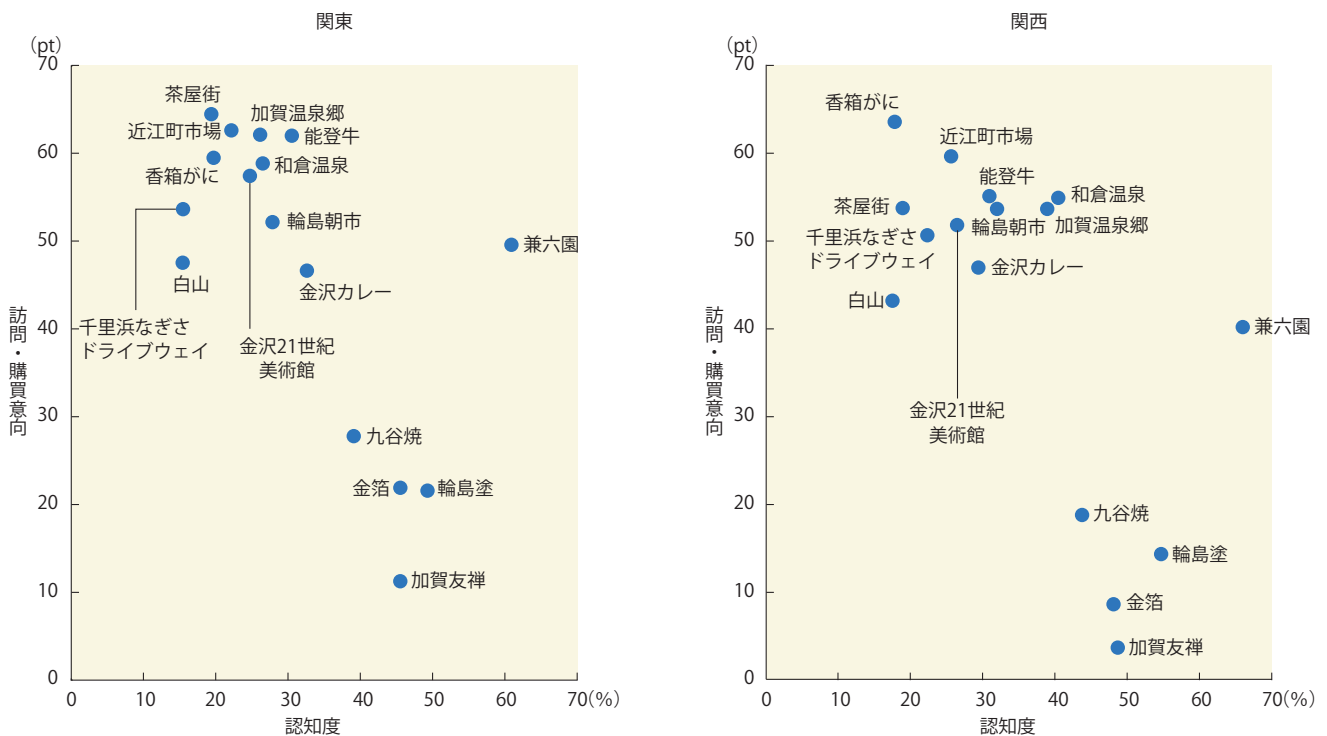


資料：沿線住民へのアンケート調査

(注) 1. 訪問・購買意向ポイントの算出方法は第1節に記載

2. 関東は、東京都、埼玉県、群馬県の回答を3都県の人口比で、関西は京都府、大阪府の回答を2府の人口比でウエイトバックした値

図5 石川県の観光資源の認知度と訪問・購買意向の関係



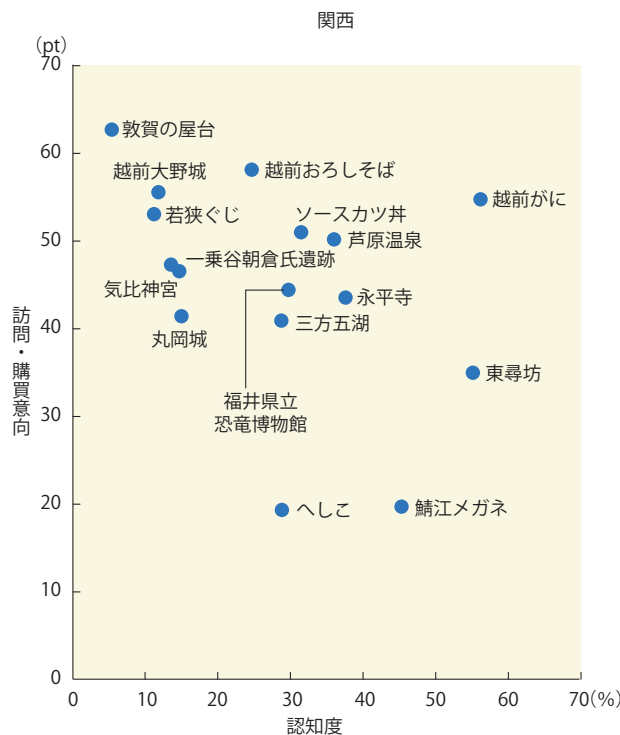
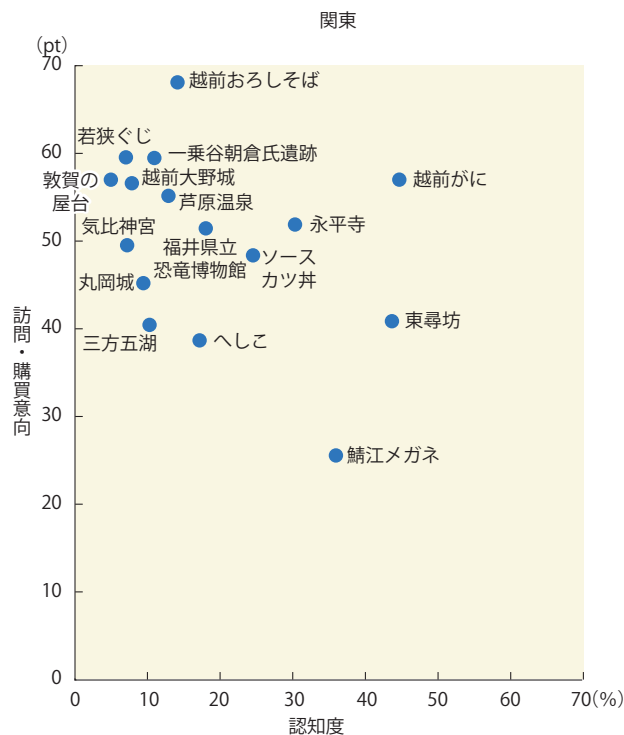
資料：沿線住民へのアンケート調査

(注) 1. 訪問・購買意向ポイントの算出方法は第1節に記載

2. 関東は、東京都、埼玉県、群馬県の回答を3都県の人口比で、関西は京都府、大阪府の回答を2府の人口比でウエイトバックした値

3. 加賀温泉郷は、調査票では「加賀温泉郷(山中・山代・片山津・粟津)」。茶屋街は「茶屋街(主計町・ひがし・にし)」。

図6 福井県の観光資源の認知度と訪問・購買意向の関係



資料：沿線住民へのアンケート調査

(注) 1. 訪問・購買意向ポイントの算出方法は第1節に記載

2. 関東は、東京都、埼玉県、群馬県の回答を3都県の人口比で、関西は京都府、大阪府の回答を2府の人口比でウエイトバックした値

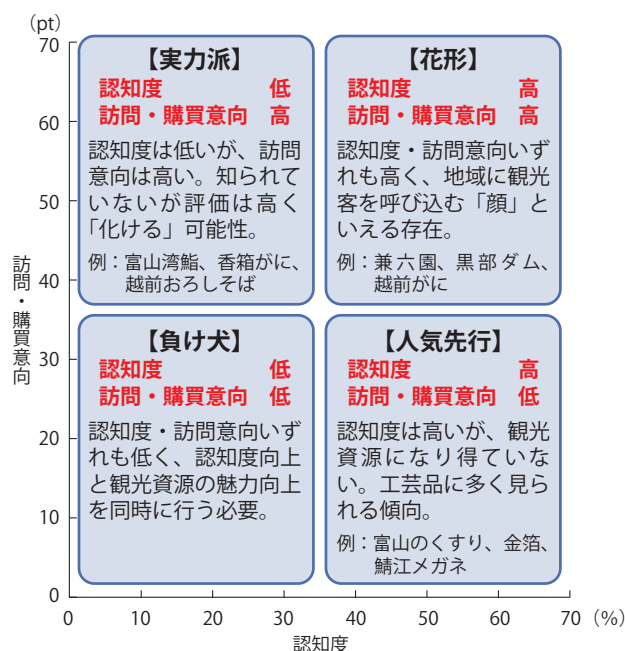
訪問・購買意向のポイントは、0（中間）を起点に▲100（最低）から100（最高）の間で示されるが、対象が観光資源であるため、多くの回答者が訪問したい、購入したいといった前向きな回答をする傾向があり、そのポイントがマイナスになることは少ない。その結果、ほとんどの観光資源の訪問・購買意向は40～70ポイントの付近に集中している。

訪問・購買意向上位の観光資源は、関東では、越前おろしそば（67.8）、茶屋街（64.6）、富山湾鮎、近江町市場（いずれも62.9）が上位で、関西では、富山湾鮎（65.8）、ひみ番屋街（65.6）、香箱がに（63.5）が上位であった。全体的な傾向として、認知度の高い観光資源よりも、むしろ認知度が低い観光資源の方が上位に位置していることがわかる。

認知度と訪問・購買意向の関係から、これらの観光資源の位置づけを整理・分類したものが図7である。

認知度、訪問・購買意向ともに高い観光資源は「花形」に位置づけられ、地域に観光客を呼び込

図7 認知度と訪問・購買意向から見た位置づけ



資料：藤沢（2018）をもとに筆者作成

む「顔」となる存在である。北陸の観光資源では、黒部ダムや兼六園、越前がになどがこれに該当する。

一方、認知度は高いが、訪問・購買意向が低い観光資源は「人気先行型」といえる。ここに該当するのは、富山のくすりや加賀友禅、鯖江メガネといった工芸品がほとんどである。これは藤沢(2018)のレポートでも同様の結果となっており、工芸品の購買意向は低い値が出る傾向にあるといえよう。工芸品の認知度は、社会の授業などでの知識を通じて高い値になるものの、それが訪問・購買意向には結び付きにくい(葉やメガネを購入したいと回答する人はそう多くないことは想像できる)。そのためこれらを観光資源とする産業観光は知名度に比して一般受けしにくいことは否めない。とはいえ、2017年にオープンした能作(高岡市)の工場は、鋳物製作体験やカフェ、ショップなどが併設され、多くの客でにぎわっている。集客が難しそうな工芸品に関しても、内容と演出次第で集客が可能であることを示す好例といえよう。

図中の左上に位置する、認知度は低い、訪問・購買意向が高い観光資源は、知っている人は多くないものの、知っている人の中では評価が高いことから「実力派」の観光資源といえる。先述した富山湾鮎のほか、香箱がに、越前おろしそばなどが該当する。図6の関東における福井県の観光資源の認知度と訪問・購買意向の分布を見ると、富山県や石川県、関西における福井県の分布とは異なり、左上に寄っている。現時点で福井県の観光資源は、関東圏では知られていないものの、今春の敦賀開業を契機に広く知られ、高い評価を得られるようになれば「花形」の観光資源に脱皮する。そのためには、一時的な認知度アップに終始するのではなく、観光資源そのものの魅力を磨くといった本物志向の観光振興策が問われる敦賀開業になるであろう。なお、認知度も訪問・購買意向も低い「負け犬」に該当する観光資源はなかった。

おわりに

本レポートでは、東京から大阪までの北陸新幹線沿線都府県に在住の人を対象に実施したアンケートのうち、沿線の観光資源の認知度と訪問・購買意向について尋ねた結果をまとめた。

北陸の観光資源の認知度を関東と関西で比較すると、西高東低の傾向が認められる。なかでも福井県の観光資源の認知度は、関東で低水準にあるが、今春の敦賀開業を契機に認知度向上が図られるものと期待される。また、観光資源の認知度は、全国区のものから地方区、県内区、未発掘に分類され、今後のプロモーション戦略を考える上では、この地域差を踏まえることが重要と考える。このほか、年代別の認知度にも違いが見られ、古くからの観光資源は高齢層ほど知られているが、若年層にはあまり浸透していないといったことや、新しい観光資源に関しては年代別の認知度に差がないこともわかった。

これらの観光資源の訪問・購買意向について見ると、認知度の低いものであっても評価の高いものも少なくない。認知度の高低に一喜一憂するのではなく、これらの観光資源を磨き上げ、北陸の地域全体としての魅力を高め、敦賀開業後の観光振興を進めていくことが求められる。

元日に発生した能登半島地震は、現時点では復旧が急がれる状況であるが、今後は復興を目指すフェーズへと移行していく。能登の復興においては観光が果たす役割は大きい。北陸新幹線の敦賀開業の効果をいかに能登の復興に結びつけるかを考えていくことが求められる。

参考文献

藤沢和弘(2018):「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」地域研究交流No.98、pp18-26.

参考表 1 富山県の観光資源の認知度

(%)

	関東				信越			北陸				関西		
	東京都	埼玉県	群馬県		長野県	新潟県		富山県	石川県	福井県		京都府	大阪府	
黒部ダム	60.1	61.2	56.6	65.7	74.0	72.5	75.4	80.4	81.3	79.6	80.5	63.9	66.3	63.2
ホタルイカ	55.7	58.4	49.8	59.0	67.8	65.9	69.6	81.5	86.1	81.7	75.1	54.8	58.3	53.8
ます寿し	50.6	48.2	52.7	60.0	70.1	64.7	75.2	81.4	85.2	81.5	76.3	47.0	46.2	47.2
白えび	44.6	46.6	40.5	46.2	58.3	54.6	61.8	81.8	90.2	81.5	70.7	42.3	45.1	41.5
富山ブラックラーメン	43.6	43.7	41.1	51.4	64.9	59.3	70.0	81.4	84.8	81.9	75.9	43.1	48.5	41.5
富山のくすり	42.4	42.3	40.7	49.5	52.2	49.2	55.0	69.5	76.3	69.2	60.9	40.8	42.4	40.3
ブリ	42.1	42.1	40.9	47.1	52.3	51.1	53.4	78.3	84.6	80.0	67.4	40.4	40.5	40.3
立山	39.3	40.4	36.8	40.0	47.9	48.7	47.1	73.2	77.9	74.4	65.1	40.9	43.7	40.1
黒部峡谷鉄道	38.4	39.2	36.6	38.6	47.5	41.4	53.2	68.1	74.8	67.9	59.5	40.2	45.3	38.7
宇奈月温泉	27.3	27.2	26.6	31.0	38.5	35.8	41.0	66.0	78.7	65.0	50.5	31.7	34.4	30.9
おわら風の盆	19.0	19.4	16.6	24.8	21.4	20.5	22.2	57.0	76.3	50.2	41.2	17.8	18.0	17.7
五箇山	16.0	16.3	14.3	19.5	16.1	15.5	16.6	58.3	74.2	59.6	34.9	15.2	15.5	15.1
富山湾鮎	9.3	9.7	8.2	10.5	7.7	7.8	7.7	22.8	42.3	14.0	9.2	9.9	5.7	11.1
高岡銅器	7.2	7.1	6.8	9.5	9.9	11.1	8.9	39.0	64.9	32.1	14.3	7.7	8.4	7.5
瑞龍寺	6.5	6.9	5.7	7.1	5.0	5.9	4.2	37.3	68.1	27.9	9.8	4.9	3.9	5.2
ひみ番屋街	4.3	5.2	2.7	4.3	5.6	6.6	4.7	32.3	65.3	20.0	6.0	3.7	3.6	3.8

資料：沿線住民へのアンケート調査

(注) 関東、信越、北陸、関西の値は各都府県の人口比でウエイトバックした値

参考表 2 石川県の観光資源の認知度

(%)

	関東				信越			北陸				関西		
	東京都	埼玉県	群馬県		長野県	新潟県		富山県	石川県	福井県		京都府	大阪府	
兼六園	58.6	58.9	57.5	60.5	71.3	68.7	73.8	82.8	76.6	88.3	83.0	63.4	64.0	63.2
輪島塗	47.3	46.1	47.3	56.2	56.2	53.4	58.8	73.8	66.6	82.3	70.9	52.5	54.7	51.9
金箔	43.7	43.5	41.6	52.9	55.5	56.2	54.8	76.1	69.9	85.4	70.5	46.2	45.3	46.5
加賀友禅	43.6	44.0	41.4	49.5	46.8	44.5	48.9	69.3	59.6	81.3	64.5	46.6	48.1	46.2
九谷焼	37.5	39.5	32.5	42.4	44.7	44.2	45.2	71.3	60.9	84.0	66.5	42.0	43.7	41.5
金沢カレー	31.4	31.9	28.6	37.6	39.4	43.5	35.6	71.6	61.6	86.2	63.8	28.1	30.8	27.4
能登牛	29.2	29.6	26.1	38.1	32.3	31.8	32.8	69.1	61.0	83.3	59.0	29.7	29.6	29.7
輪島朝市	26.7	25.1	28.2	32.9	32.1	33.2	31.1	62.8	54.5	77.7	51.8	30.5	34.2	29.5
和倉温泉	25.2	24.1	26.1	29.5	34.7	34.8	34.7	71.9	66.4	82.3	63.8	38.8	41.7	38.0
加賀温泉郷	24.8	25.8	22.7	26.2	31.2	29.2	33.0	70.8	64.6	79.0	67.1	37.4	40.3	36.6
金沢21世紀美術館	23.6	25.3	20.5	23.8	25.7	22.8	28.3	72.3	61.8	85.6	67.1	25.5	23.9	25.9
近江町市場	21.2	22.2	19.3	21.4	28.2	28.5	27.9	73.8	65.9	86.0	66.5	24.4	27.1	23.6
香箱がに	18.8	19.1	18.2	18.1	21.6	21.2	22.0	56.4	46.8	76.5	39.7	17.0	15.3	17.5
茶屋街	18.5	19.6	15.7	21.0	21.3	19.1	23.4	63.8	55.8	81.2	48.7	18.2	17.3	18.4
千里浜なぎさドライブウェイ	14.8	13.2	15.9	21.4	22.1	23.5	20.8	69.4	61.0	83.1	60.3	21.2	22.1	21.0
白山	14.6	15.1	13.6	14.8	17.3	18.8	15.9	68.7	58.1	80.2	65.9	16.9	17.5	16.7

資料：沿線住民へのアンケート調査

(注) 1. 関東、信越、北陸、関西の値は各都府県の人口比でウエイトバックした値

2. 加賀温泉郷は、調査票では「加賀温泉郷（山中・山代・片山津・粟津）」。茶屋街は「茶屋街（主計町・ひがし・にし）」

参考表3 福井県の観光資源の認知度

(%)

	関東				信越			北陸				関西		
	東京都	埼玉県	群馬県	富山県				石川県	福井県					
越前がに	42.9	42.6	42.3	47.6	53.7	52.7	54.6	75.7	65.5	77.7	86.7	54.1	56.0	53.5
東尋坊	41.9	41.8	41.1	45.7	48.5	48.5	48.5	78.0	69.0	79.6	87.7	53.1	59.0	51.4
鯖江メガネ	34.4	34.5	33.9	35.7	38.7	35.5	41.7	71.8	59.9	73.1	86.1	43.6	48.5	42.2
永平寺	29.1	30.3	26.4	31.4	32.6	34.1	31.1	69.0	55.7	69.8	85.9	36.3	41.0	34.9
ソースかつ丼	23.4	23.4	23.4	23.3	24.9	24.7	25.1	69.0	53.1	70.4	88.6	30.3	33.0	29.5
福井県立恐竜博物館	17.2	18.0	15.5	18.1	21.4	20.0	22.7	68.1	56.2	66.2	87.1	28.7	35.8	26.7
へしこ	16.3	17.0	15.2	15.7	17.2	16.2	18.0	51.2	30.8	47.7	84.0	27.7	36.2	25.2
越前おろしそば	13.4	13.7	11.6	18.1	11.4	11.5	11.2	62.4	42.3	63.7	87.9	23.8	22.1	24.3
芦原温泉	12.2	11.3	12.7	16.2	15.8	12.9	18.5	61.3	46.8	59.4	83.8	34.7	39.6	33.3
一乗谷朝倉氏遺跡	10.3	11.1	8.2	12.9	8.7	8.9	8.4	39.7	19.1	30.0	81.9	13.2	13.0	13.2
三方五湖	9.7	10.2	8.6	10.5	9.1	10.1	8.2	48.1	28.0	44.0	81.3	27.6	35.1	25.5
丸岡城	8.8	9.2	8.0	8.6	10.0	11.5	8.7	51.1	29.9	50.0	81.5	14.4	17.5	13.4
越前大野城	7.3	7.6	6.8	7.1	6.1	6.4	5.9	41.7	20.0	37.5	77.1	11.4	12.3	11.1
気比神宮	6.8	7.1	5.7	9.0	6.4	7.3	5.6	36.6	16.3	25.0	80.9	13.9	15.5	13.4
若狭ぐじ	6.6	6.6	7.0	4.3	5.9	5.9	5.9	16.1	6.5	7.3	42.0	10.8	15.3	9.4
敦賀の屋台	4.5	4.0	5.2	5.7	3.1	3.8	2.6	16.1	4.3	8.7	43.0	5.1	5.7	5.0

資料：沿線住民へのアンケート調査

(注) 関東、信越、北陸、関西の値は各都府県の人口比でウエイトバックした値

参考表4 上信越の観光資源の認知度

(%)

		関東				信越			北陸				関西		
		東京都	埼玉県	群馬県		長野県	新潟県		富山県	石川県	福井県		京都府	大阪府	
群馬県	草津温泉	70.7	68.6	70.7	86.2	76.4	75.3	77.5	67.7	66.6	68.5	68.2	61.8	61.7	61.8
	下仁田ネギ	65.7	62.6	66.1	85.7	69.4	70.8	68.1	51.3	50.5	52.1	51.1	46.9	47.4	46.7
	富岡製糸場	63.4	60.5	63.2	84.8	69.4	68.2	70.5	61.0	60.7	60.6	62.2	52.4	55.6	51.4
	伊香保温泉	61.8	58.2	63.2	82.9	64.3	60.0	68.4	41.5	40.8	42.7	40.7	37.6	41.0	36.6
	峠の釜めし	59.8	57.0	59.5	81.4	61.0	70.4	52.2	36.2	42.7	35.8	27.9	31.9	28.9	32.8
長野県	軽井沢	68.6	67.4	68.0	79.5	79.9	82.1	77.8	72.2	70.9	72.9	72.8	62.4	63.6	62.0
	信州そば	65.0	64.3	64.3	72.9	79.2	83.5	75.2	67.4	65.9	69.0	67.2	64.2	66.7	63.4
	善光寺	53.5	51.8	53.2	67.6	75.7	83.8	68.1	55.4	56.2	55.4	54.1	44.3	46.5	43.6
	野沢温泉	39.3	38.5	39.1	46.2	65.9	78.1	54.6	37.2	38.4	37.1	35.6	35.4	32.1	36.3
	上田城	36.7	34.0	38.6	48.6	55.8	76.7	36.3	27.9	29.3	28.8	24.5	20.8	24.4	19.8
	小布施	28.8	27.4	27.5	44.3	61.9	78.4	46.6	24.1	33.8	22.7	13.3	11.4	13.2	10.8
	地獄谷野猿公苑	16.3	15.4	15.5	25.7	45.4	67.3	25.1	13.7	13.4	14.2	13.5	10.0	10.9	9.7
新潟県	妙高高原	38.5	37.8	35.7	54.3	70.4	65.2	75.2	51.5	54.0	56.0	41.6	28.9	29.2	28.8
	赤倉温泉	24.6	25.8	22.0	26.2	50.0	36.5	62.5	27.2	32.3	25.6	22.9	21.9	21.9	21.9
	かんずり	15.7	15.1	15.9	19.5	43.8	24.0	62.3	11.2	12.8	10.6	9.8	10.0	9.6	10.1
	糸魚川ジオパーク	14.6	13.5	14.3	24.3	43.2	30.8	54.8	23.4	27.5	25.4	14.8	12.9	15.7	12.0
	高田城	11.6	11.8	9.3	18.6	50.6	29.9	69.8	10.5	13.9	10.2	6.2	6.2	6.6	6.1
	春日山城	9.8	9.2	9.3	15.7	36.7	23.8	48.7	13.0	17.1	11.7	9.4	7.8	8.7	7.5
	豚汁ラーメン	7.7	7.1	7.7	11.9	27.6	15.3	39.1	5.4	4.6	6.0	5.6	6.5	7.7	6.1

資料：沿線住民へのアンケート調査

(注) 関東、信越、北陸、関西の値は各都府県の人口比でウエイトバックした値