

人口減少地域における観光資源の活用 ～富山県朝日町を対象とした分析と提言～

富山大学 中村和之ゼミ 3年

発表の流れ

1. 研究の動機
2. 研究の着眼点
3. 先行研究
4. 研究の方法
5. 研究の結果
6. 政策提言
7. 参考文献

研究の動機

• 研究の動機

今、日本では地方創生が叫ばれ、その重要性が問われており、その問題は身近な問題となっている。私たちも日々の大学生活で耳にする機会が多く、他人事の問題ではないことから関心を持つようになった。しかし、実際の現場で具体的にどのような政策を行い地方創生に結びついているのかがわからなかった。そんな中で富山県朝日町が人口減少問題を抱え、地方創生が求められていることを知り、富山大学生として何か力になりたいと考えた。



そこで → 調査し分析することで人口減少問題の解決策を提言する

富山県朝日町を例にとり、研究対象とした

人口減少による影響

地方への影響

- ・労働人口の減少による地方経済の縮小
- ・少子高齢化
- ・税収の減少
- ・過疎化による空き地問題
- ・公共サービスの低下
- ・地域のコミュニティの機能低下



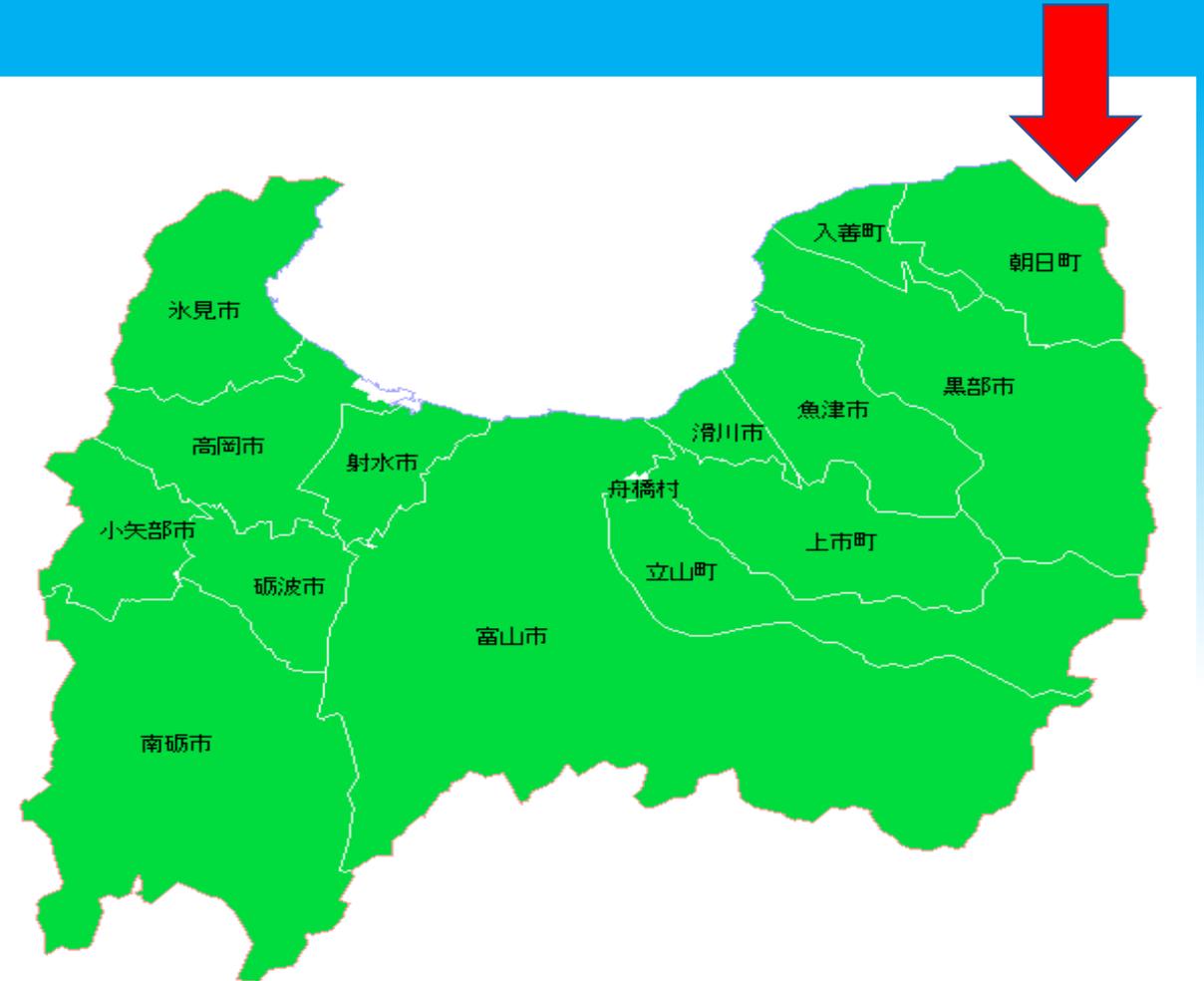
さらなる人口減少へ

都市への影響

- ・待機児童問題
- ・高齢者の増加による社会保障費の増加
- ・交通機関の混雑や道路の渋滞

朝日町についての説明

- 朝日町は富山県東部に位置する町で、人口は約11000人、主な産業は建設業であり、人口減少に直面する典型的な自治体である
- 民間の有識者らでつくる2014年に開かれた日本創成会議で朝日町は、富山県で唯一消滅可能性都市であると指摘されてしまった



朝日町の現状

• 朝日町の人口は2000年15915人



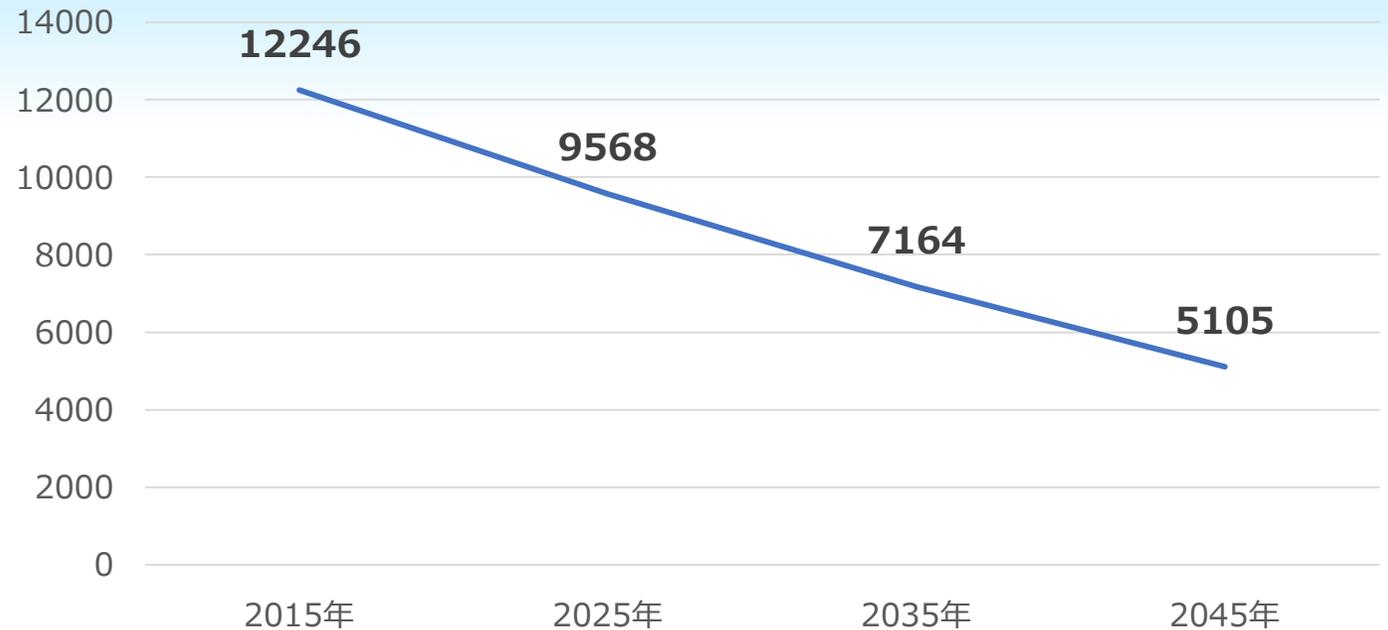
2019年11907人

25%減少

このままいくと80年で人口0に...

人口 (人)

富山県朝日町の将来人口推計



朝日町の観光資源

朝日町
二大観光地

• 朝日町の観光資源

ヒスイ海岸 (ヒスイが打ち上がる海岸)

日本ではヒスイ海岸と糸魚川につながる
限られた地域のみ

入込観光客数 H30:102000人/年間



春の四重奏

朝日岳を背景に、桜並木、菜の花、チューリップの自然のカルテット



過去最高

今年43000人訪問

朝日町の観光資源

- 朝日町の観光資源とイベント
 - なないろKAN
 - 小川温泉
 - ビーチボール大会
 - 朝日町発祥のスポーツで
幅広い年齢層で楽しむことができる

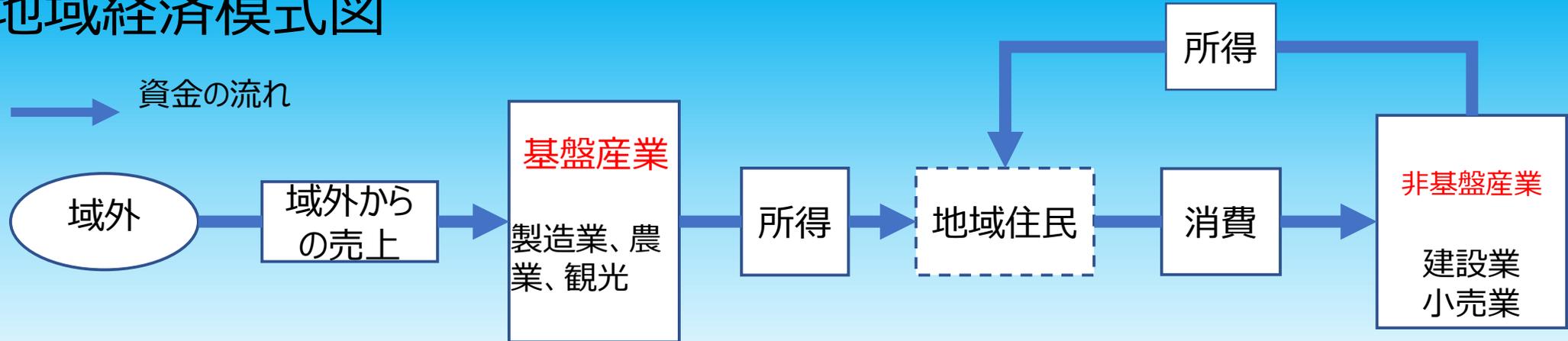


今年328チーム、1295人参加
毎年、約1600人参加



研究の着眼点

地域経済模式図



基盤産業の人手が減少 ➡ 域外からのお金が減少
域外からのお金を獲得することが地域経済発展の起点

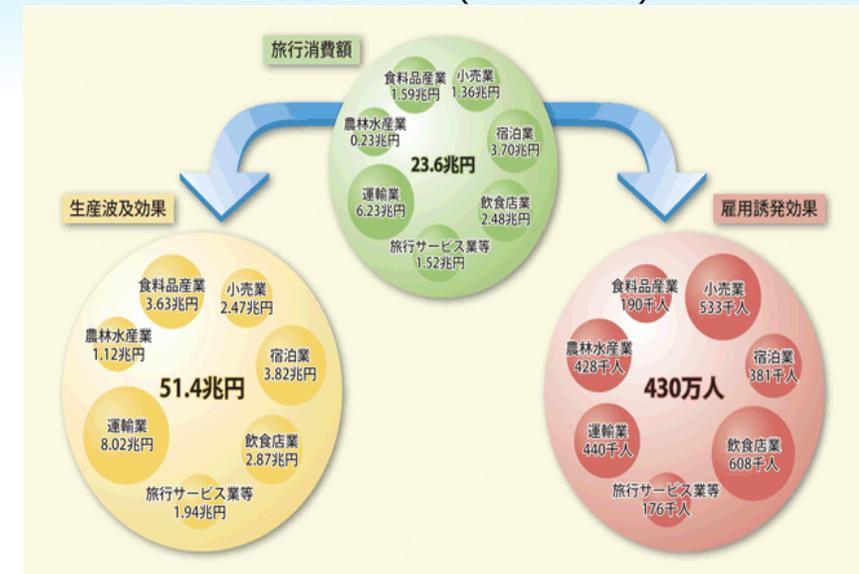
観光

研究の着眼点

なぜ観光資源に着目したか？

→観光は、地域の幅広い産業に高い経済波及効果と雇用創出効果が期待できる。観光は地域経済全体を押し上げられる。

図 産業別経済効果(平成20年度)



出典 JTB地域交流プロジェクト「なぜ今観光が必要とされているのか？」より参照

<https://www.jtb.co.jp/chiikikoryu/why.asp>

(注) 国土交通省観光庁「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究IX」による。

先行研究

- 三宅ら（2017）の先行研究

姫路城を訪れる訪日外国人観光客にアンケート調査を実施し、農村地域に眠っている資源を新しい価値として提供できる形を提案した。農村地域の資源を着地型観光^{*1}という形では生かすことは難しいと結論づけている。

- 香月（2018）の先行研究

全国で観光地域づくりの取り組みが進められているが、持続的な誘客に結びついていないと論じている。そのため観光地域づくりに関して、観光地の魅力向上につながる要因を定量的に明らかにした。それは、観光資源の充実、観光地ブランド^{*2}の明確化である。

*1 旅行会社が企画するのではなく、旅行者を受け入れる地域が企画するもの

*2 他の観光地との差別化を明確におこない観光地の中心的・本質的部分を表し、観光地としての特性を恒久的に示すもの

先行研究と自分たちの研究の違い

- 三宅ら（2017）の研究との違い

農村地域の観光資源の中でも伝統的な祭事や芸能などは都市部でも披露することを提案している。しかし、朝日町の観光資源は自然に関するものが多く移動させることが難しい。朝日町の着地型観光を強化する手立てを考えたい。

- 香月（2018）の研究との違い

観光資源の充実は難しいが、朝日町のブランド力を高めることは可能であると考えられる。この研究では分析対象を城址天守閣が存在する地域に限定している。我々の研究では、城址を有しない地域における観光地の魅力向上の要因を明らかにしたい。

研究の方法

研究方法は以下の4つから構成される

- ・理論分析
- ・朝日町役場の職員からの聞き取り調査
- ・アンケート調査
- ・インタビュー

理論分析

- ある地域の人口は非就業者人口と就業者人口から構成されるとする

非就業者：子供や高齢者→ N_s とおく

就業者：働いている人々→ L とおくと $N = N_s + L$

N 人

- 就業者 (L) は基盤産業, 非基盤産業のいずれかで働く

基盤産業：地域外に移輸出できるモノやサービスを生産する産業

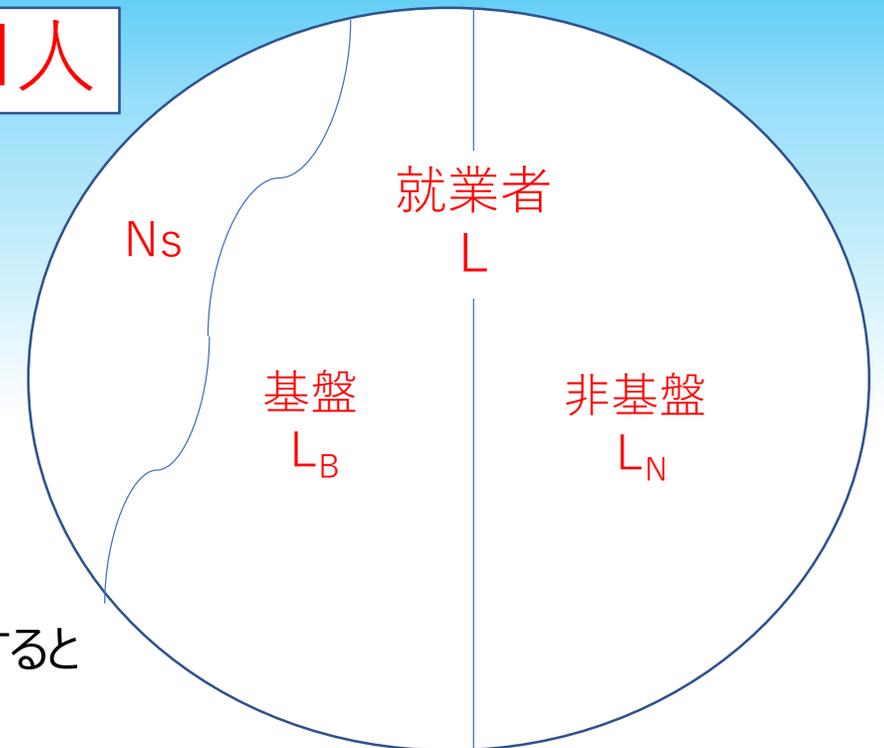
例：観光業、農林漁業、製造業、宿泊業

非基盤産業：地域で暮らす人々の生活を支える産業で地域外からは移輸出できないモノやサービスを生産する産業

例：建設業、小売業、対個人サービス、公共的サービスなど

- 基盤産業で働く人の数を L_B 非基盤産業で働く人の数を L_N とすると

$$L = L_B + L_N \text{ となる}$$



理論分析

非基盤産業での雇用者はその地域内を主な販売市場としているために地域の人口に依存している。
だが、非就業者（ N_S 、主に高齢者）の生活を支えていくためには多くの人手が必要

- 一人の就業者の暮らしを町内で支えるためには β_L 人の非基盤産業での労働投入が必要
- 一人の非就業者の暮らしを町内で支えるためには β_S 人の非基盤産業での労働投入が必要

非基盤産業で働く人（ L_N ）に対する需要を以下のように表すと、 $L_N = \beta_S N_S + \beta_L L_B + \beta_L L_N$

$$\Rightarrow L_N = \frac{\beta_S}{1-\beta_L} N_S + \frac{\beta_L}{1-\beta_L} L_B \quad \text{【} 0 < \beta_L < 1, \text{ また, } \beta_L < \beta_S, \text{ だとする】}$$

$L = L_B + L_N$ と $L_N = \frac{\beta_S}{1-\beta_L} N_S + \frac{\beta_L}{1-\beta_L} L_B$ の式を総人口を表す $N = N_S + L$ に代入

$$\Rightarrow \Delta N = \frac{1 - \beta_L + \beta_S}{1 - \beta_L} \Delta N_S + \frac{1}{1 - \beta_L} \Delta L_B$$

理論分析：悲観的なケース

朝日町では総人口（ N ）が増加せずに非就業者人口（ N_S ）が増加する可能性が高いので、、、

$$\frac{1 - \beta_L + \beta_S}{1 - \beta_L} \Delta N_S = -\frac{1}{1 - \beta_L} \Delta L_B \quad \Rightarrow \quad \frac{\Delta L_B}{\Delta N_S} = -(1 - \beta_L + \beta_S) < -1$$

➡ 非就業者（ N_S ）が1人増えると基盤産業（ L_B ）が1人以上減少

非就業者の生活を支えるためには多くの非基盤産業のサービスが必要

朝日町では人手が足りずに**基盤産業から非基盤産業へ人手を移すことになる**

基盤産業の人手が減少する ➡ **地域外からの所得減少**

理論分析：好循環ケース

基盤産業での人口 (L_B) を増加させることができるとこれを支える非基盤産業 (L_N) の労働需要も増える

$$\Delta N = \frac{1 - \beta_L + \beta_S}{1 - \beta_L} \Delta N_S + \frac{1}{1 - \beta_L} \Delta L_B$$

➡ $\left. \frac{\Delta N}{\Delta L_B} \right|_{\Delta N_S=0} = \frac{1}{1 - \beta_L} > 1$

基盤産業での人口の増加以上にその地域の総人口が増えることになる
非基盤産業サービスの増加は地域内市場を拡大させ、地域内の所得を増加させることができるようになるため、**地域内経済は好循環になる**

朝日町役場職員からの聞き取り調査結果

概要

2019年7月29日に朝日町商工観光課の職員の方をお招きして、朝日町の現状と町でこれまで行ってきた観光客を増やすための取り組みについてお話を伺い、その後参加者全員でディスカッションを行った

分かったこと

- ・3月の第3週と第4週に長野県内のJR線や金沢駅構内、列車内で春の四重奏のイベント広告を設置したり、ラッピング列車の運行などさまざまなプロモーション活動を行っている
- ・ヒスイ海岸近くに昨年の10月に建設された観光交流施設「ヒスイテラス」の中の商業施設の誘致を現在検討中
- ・訪日外国人を増やすため、台湾の旅行博にブースを出展

アンケート概要

アンケートは4回に分けて実施

1. 調査場所と日時

- ヒスイ海岸→8月10日(土)、8月11日(日) 8:00~16:00
- ビーチボール大会→9月15日(日) 8:00~14:00
- 富山大学経済学部1年生→10月18日(金) 10:00~10:15

2. 方法

- それぞれヒスイ海岸来訪者、ビーチボール大会参加者、
「経済学入門」履修者に対しゼミ生が質問票を渡し、その場で記入・回収

3. 回収枚数

- 8月10日(土)104枚
- 8月11日(日)149枚
- 9月15日(日)60枚
- 10月18日(金)118枚

アンケート調査を行う目的

- ・ヒスイ海岸の場合

朝日町を代表する観光地で調査することで、朝日町の観光地が十分に活用されているかを明らかにし、朝日町の観光地が抱える問題点を明らかにする。

- ・ビーチボールの場合

朝日町発祥のスポーツで全国各地から参加者が訪れるため、県外の人々が持っている朝日町のイメージや観光地の知名度を明らかにできる。また、ビーチボールを観光につなげる可能性を探ることができる。

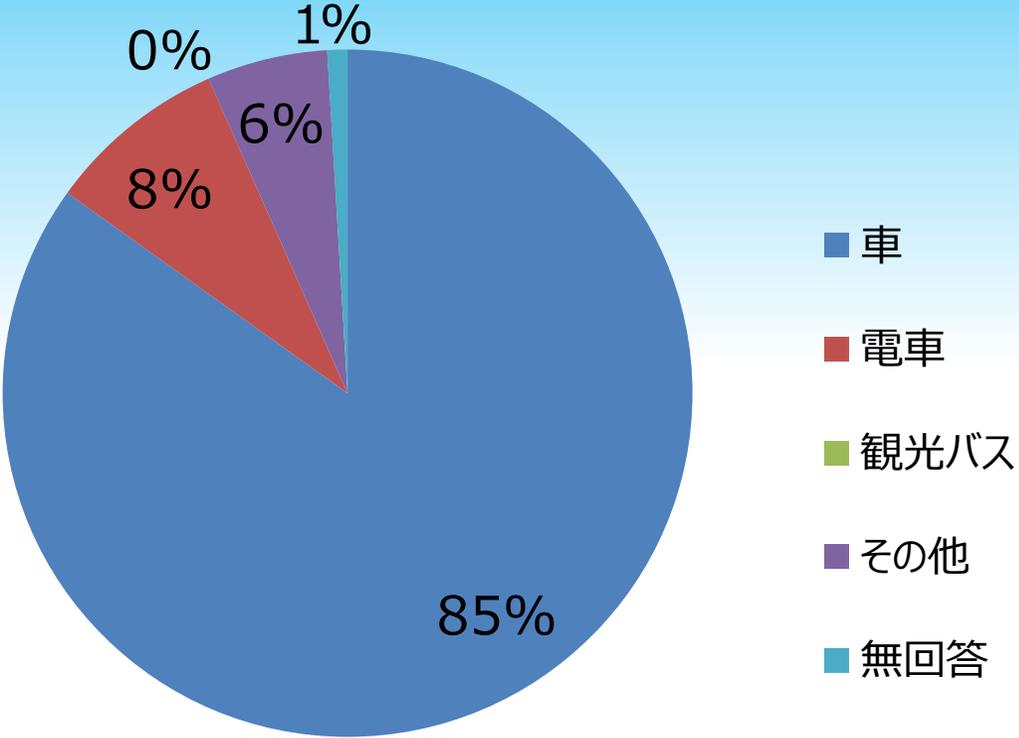
- ・富山大学経済学部一年生の場合

朝日町の知名度と若者が観光地を選ぶうえでどのような事柄を重要視しているのかを明らかにする。

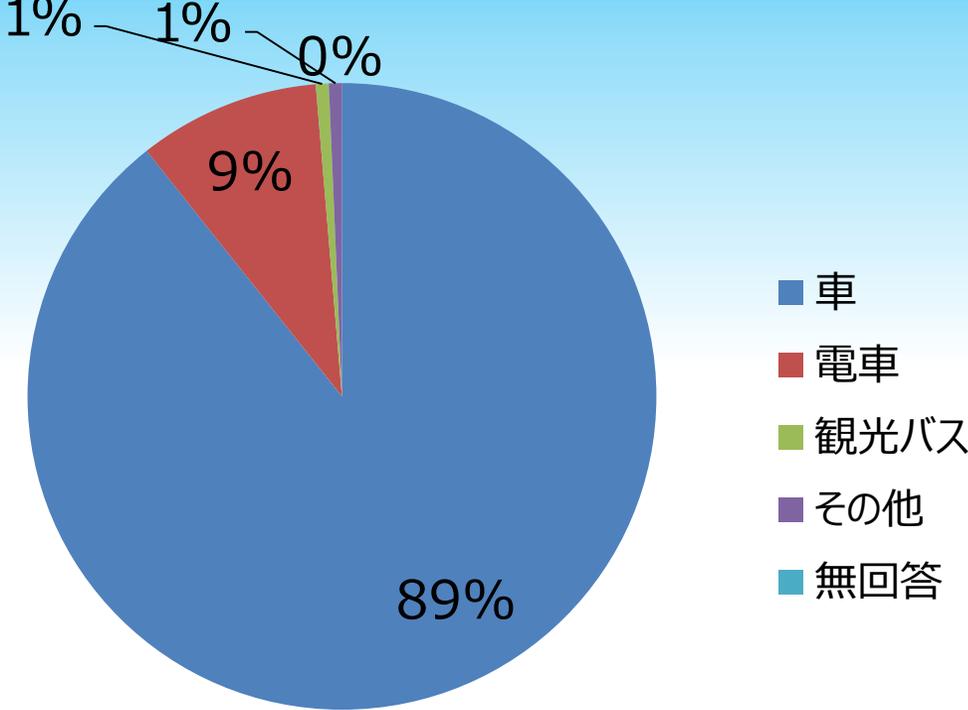
アンケート結果：交通手段の項目

どのような交通手段でお越しになりましたか？

ヒスイ海岸8月10日



ヒスイ海岸8月11日

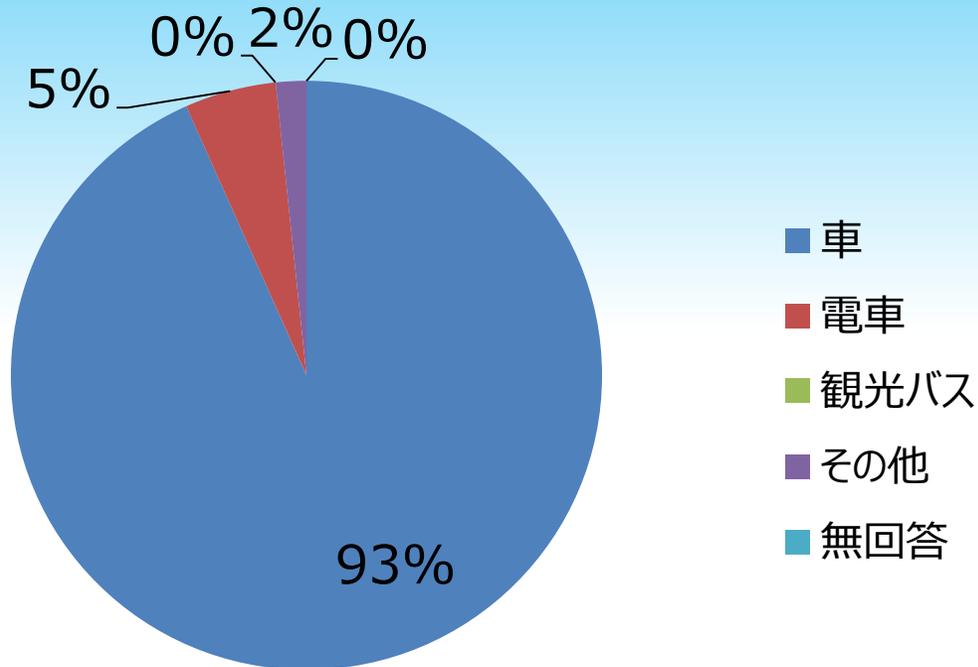


富山県朝日町ヒスイ海岸でのアンケート調査
(8月10日 N=104、8月11日 N=149)

アンケート結果：交通手段の項目

どのような交通手段でお越しになりましたか？

ビーチボール大会9月15日



いずれの日も車で来た人が全体の8割を超えていた



公共交通機関が十分に活用されていない

富山県朝日町ビーチボール大会でのアンケート調査 (N=60)

なぜ公共交通機関が活用されていないのか？

春の四重奏⇔ヒスイ海岸
徒歩：約1時間半 車：約10分

春の四重奏⇔小川温泉
徒歩：2時間半 車：約20分

春の四重奏⇔なないろKAN・アリーナ
徒歩：約40分 車：約10分

春の四重奏⇔泊駅
徒歩：約40分 車：約10分

観光地が点在していることがわかる

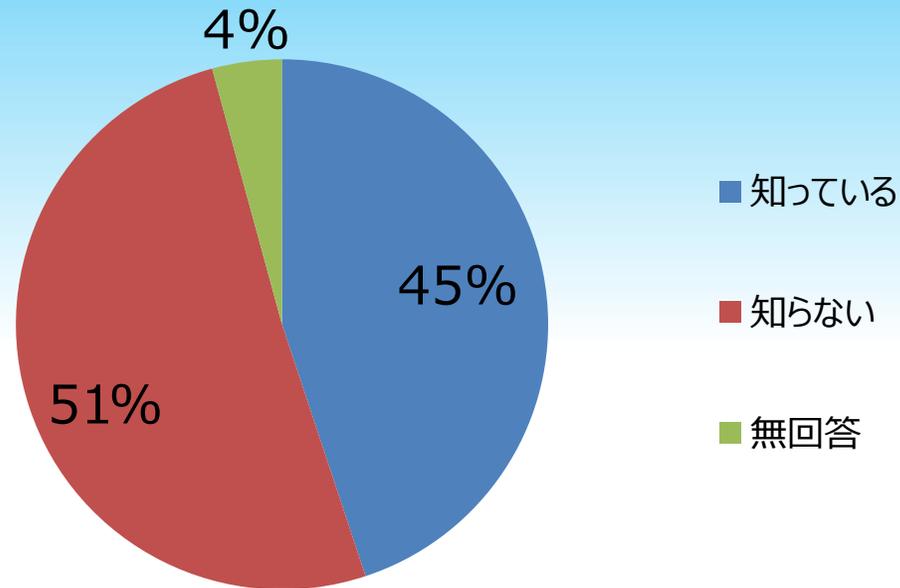
路線バスは2時間に1本しか走っていないので
利便性に欠けている

* 図は直線距離
* google mapより作成



アンケート結果:認知度の項目

富山県朝日町を知っていますか？

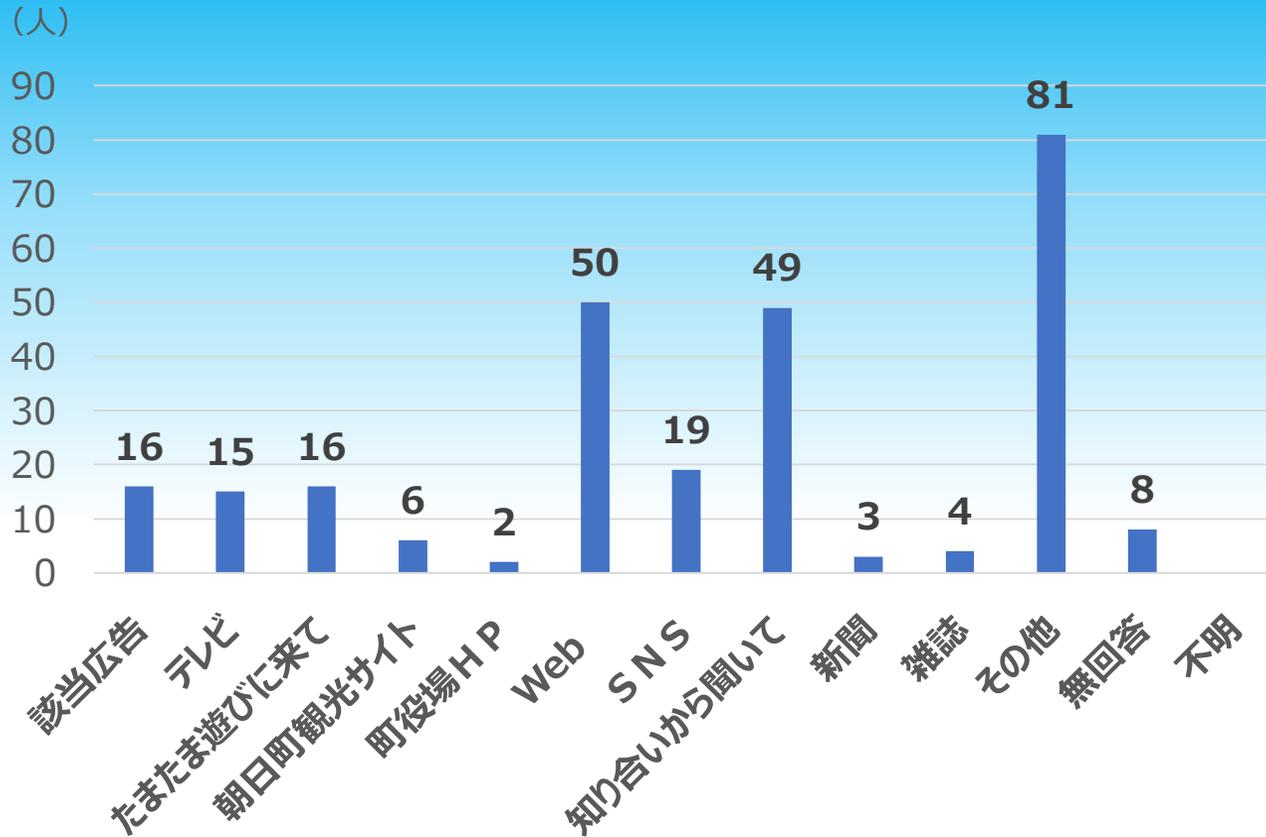


知らない学生が半数以上！

認知度を上げる仕掛けが必要

アンケート結果：認知手段の項目

「朝日町 ヒスイ海岸」を何でお知りになりましたか？



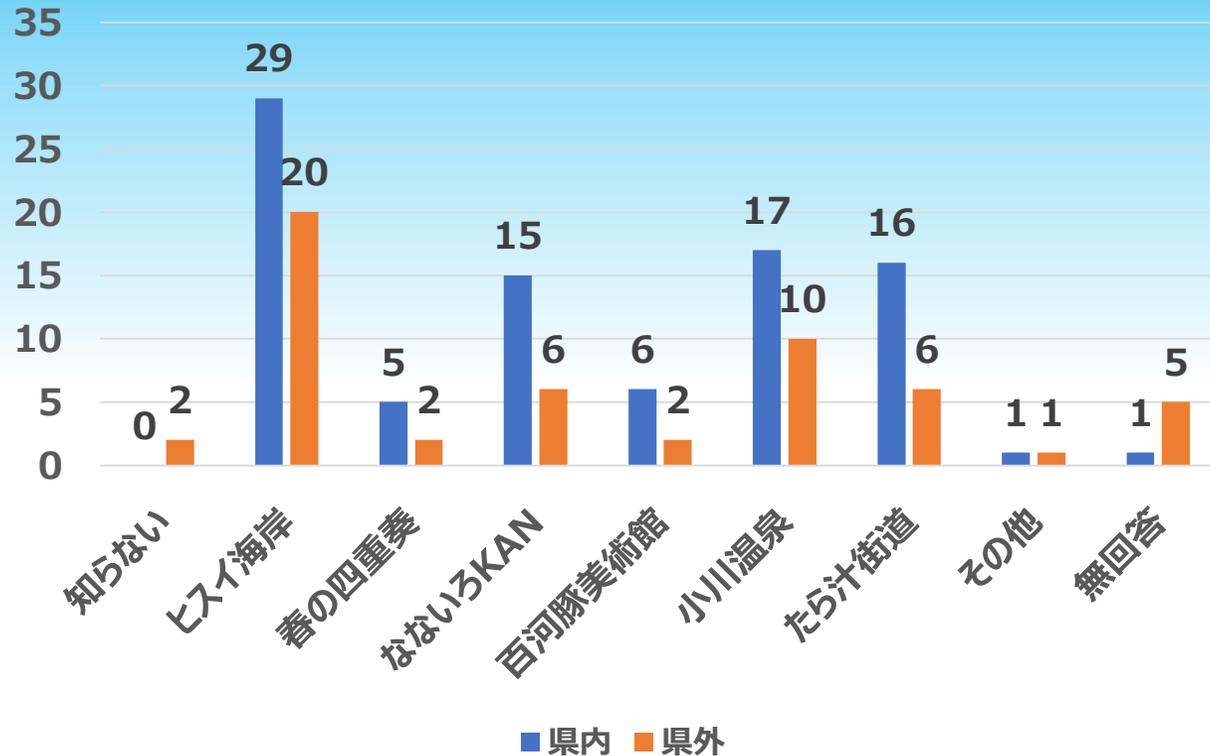
「web」が最も高い割合を占めている

観光サイトの割合が想像以上に低い

SNSは現状低い

県内から来た人と県外から来た人の町内観光地の認知度の差

朝日町の観光地について知っている場所があれば教えてください



すべての項目で**県外から来た人は県内から来た人**に比べて**町内観光地の認知度が低い**



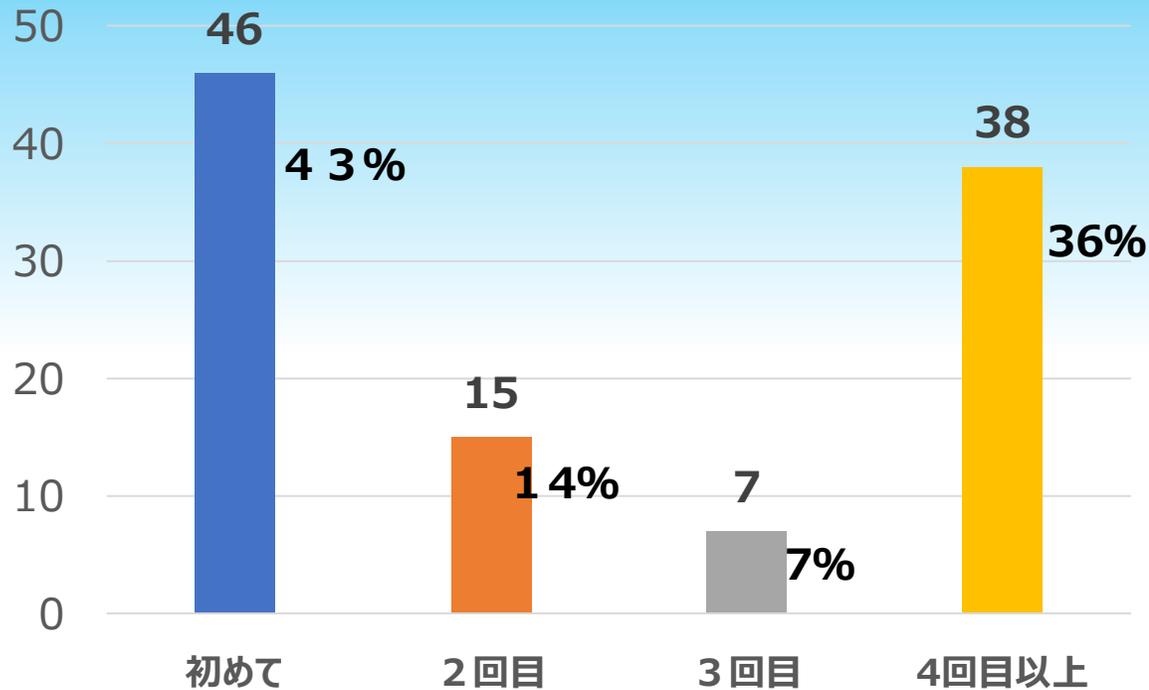
県外の人へのPRが不十分！

富山県朝日町ビーチボール大会でのアンケート調査 (N=60)

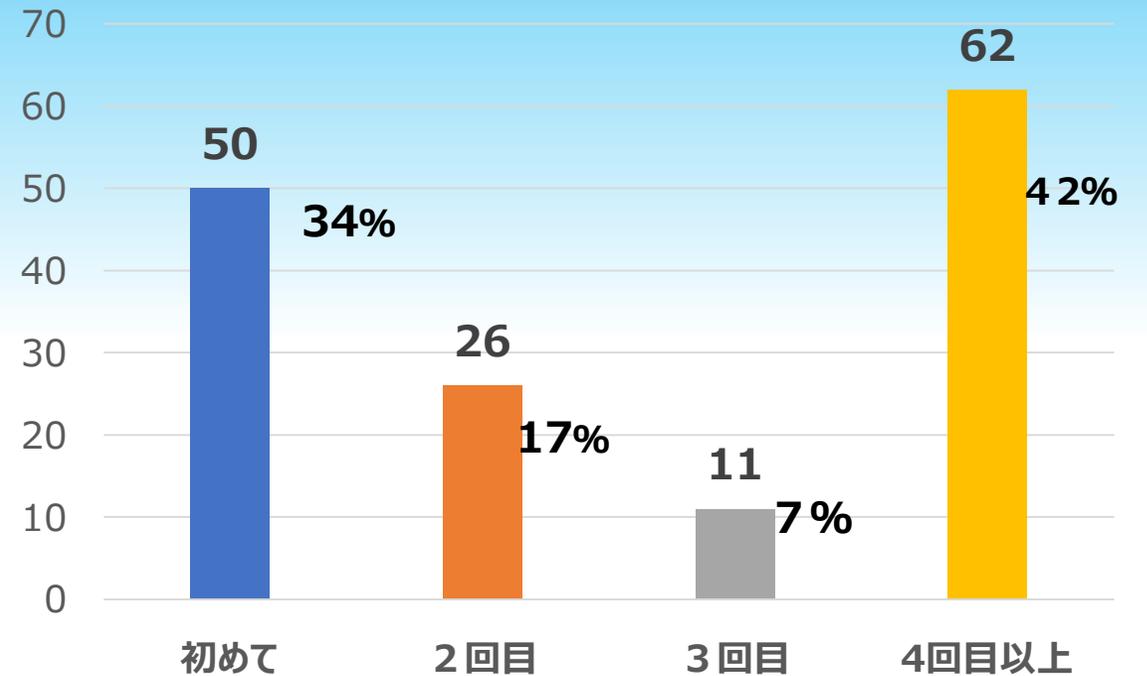
アンケート結果:訪問履歴の項目

「朝日町 ヒスイ海岸」にお越しになられたのは何回目ですか？

ヒスイ海岸8月10日



ヒスイ海岸8月11日



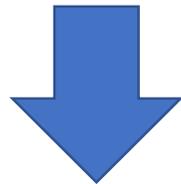
富山県朝日町ヒスイ海岸でのアンケート調査(8月10日 N=104、8月11日 N=149)

訪問履歴の項目の集計結果（続き）

- ・ 8月10日のリピーター率は32%
- ・ 8月11日のリピーター率は42%

・リピーター率 = リピーターの人数 ÷ 観光客の総数
(4回以上の回答者は地元や近隣住民が多いと考えられるので、計算には入れない)

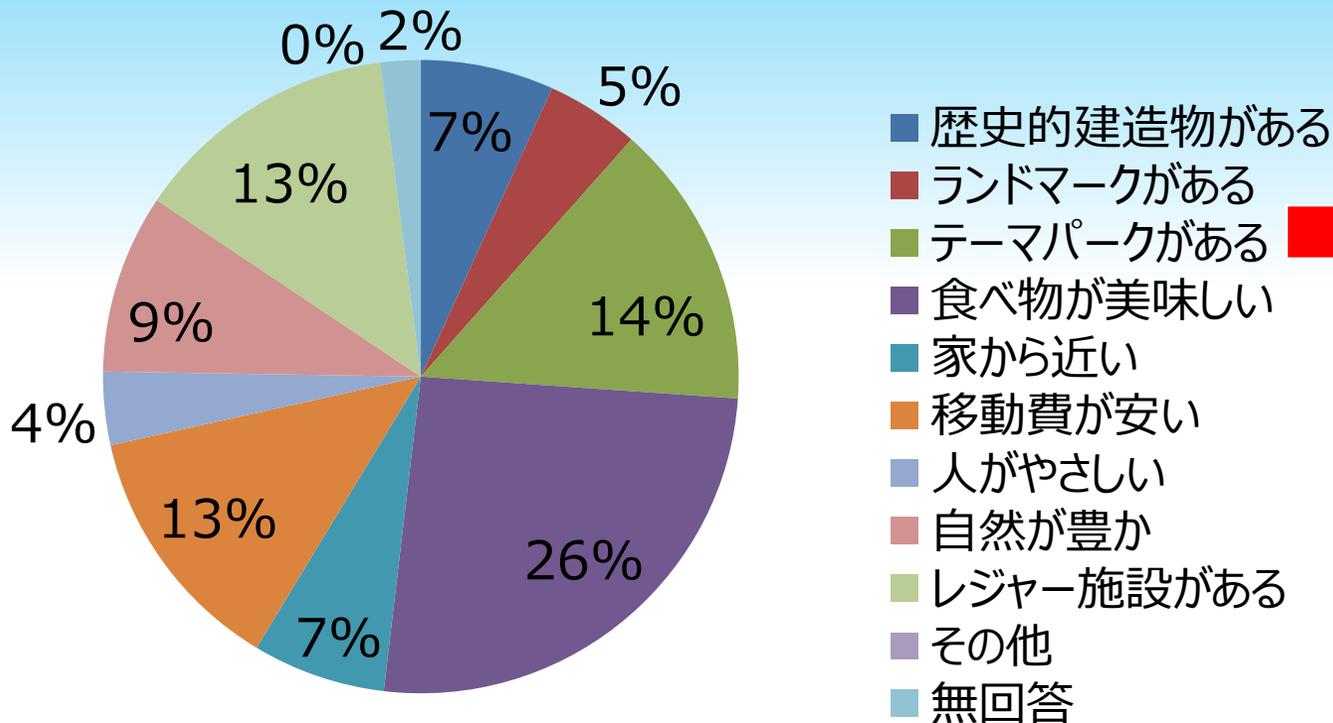
 二日間ともにリピーター率は50%以下
イベントのあった11日に比べて、10日はリピーター率が低い



リピーターを増やすことが求められる

アンケート結果:若者が観光地に求める要素の項目

あなたが繰り返し行きたいような観光地はどのようなところですか？

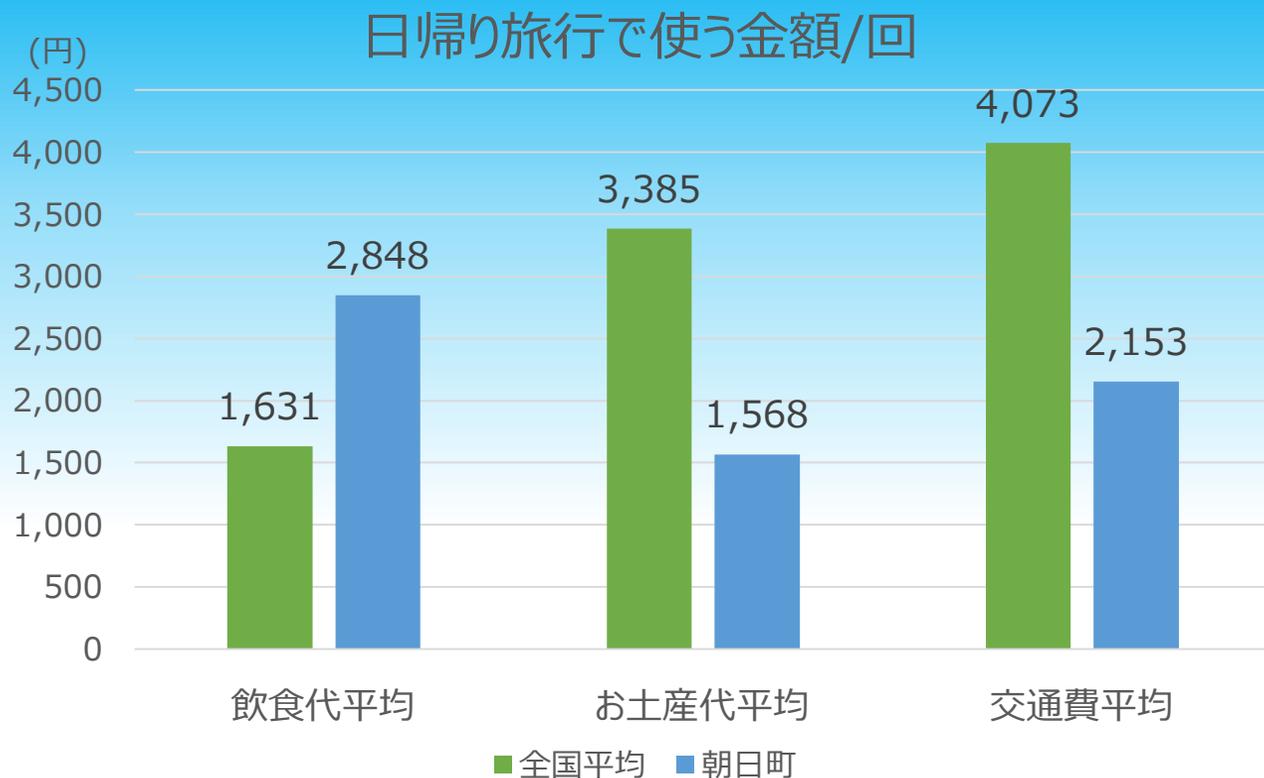


食べ物のおいしさが最も多い

朝日町を食で有名にできないか？

富山大学経済学部の1年生に対するアンケート調査 (N=118)

日帰り旅行で使う平均金額の比較



飲食費平均が全国よりも高い

→ **食べ物に強み有**

お土産代平均が全国平均の半分以下

→ **お土産が少ない、お土産を買う場所が少ない**

インタビュー概要

□日時と対象

8/10→昭和女子大海の家プロジェクト代表者

□内容

都会に住む人目線の朝日町の印象を聴くことで、旅行先として朝日町に魅力があるかを明らかにする

インタビューの概要

- 昭和女子大海の家プロジェクト 8月10日・11日
今年で4年目を迎える地域活性化プロジェクト
 - 焼きそば、ねばねば丼、モズク丼などの朝日町の食材を使った商品の販売
 - 昭和女子大考案のイベント
-
- 2日間のお祭り『ヒスイ海岸 サマーフェスティバル』
 - 8月10日・11日の2夜 星空のナイトシアター
8月11日 宮崎ヒスイ海岸マリンフェスタ



インタビューの結果

昭和女子大のプロジェクト代表者へのインタビュー

- ・東京にはない魅力があり、二日間を通して町が変わっていくような実感が持てる
 - ・町の人たち同士がとても仲が良く、距離感の近さを感じた
- また、町の人たちのおもてなしがとても良かった

➡ 朝日町には滞在したら、わかる良さがあるのではないか



PRが足りていないので良さが伝わっていない

研究の結果

調査の結果、朝日町が観光資源を活用する上での問題点

- 朝日町にお金を落とす仕組みが不足している
- 観光地の認知度があまり高くない
- 観光地が点在している上に、交通手段も不十分であるため観光客が観光し辛い

政策提言

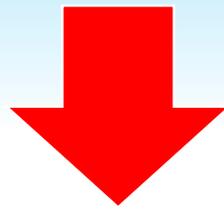
アンケート調査、聞き取り調査、理論分析の結果をもとに
私たちは以下の3つを朝日町への提言とする

- ① SNSを活用した広告プロモーション
- ② レンタサイクルの充実
- ③ 食のPR

① SNSを活用した広告プロモーション

なぜ、SNSを活用したプロモーション活動なのか？

世界最大級の総合旅行サイトであるエクスペディア・ジャパンの調査によれば、1982年から1999年の間に生まれ、インターネットが普及した環境で育ったミレニアル世代の4人に1人は旅先探してSNSを利用するという結果が出ている



SNSをうまく活用できれば、朝日町の若者の観光客を増やせる

出典 「ミレニアル世代の旅行比較調査～国内・年代別編～ 「ミレニアル世代」の4人に1人が旅行先はSNSで決める」 <https://welove.expedia.co.jp/press/25030/>

地方自治体がSNSを活用したプロモーション活動で成功した事例

• Instagram

神奈川県葉山町

三浦半島西部に位置する人口31683人（*1）の町である。2015年6月に公式アカウントを開設し、フォロワーは3万人（*2）にまで増加した。アカウントを開設した2015年度に人口の社会増減（*3）が大きくプラスに転じた。「#葉山歩き」という独自のハッシュタグを設けたり、また文章がタメ口調で書かれている。

* 1 2019年10月1日現在 * 2 2019年11月16日現在 * 3 転入者数から転出者数を引いたもの

出典 「Instagramを活用した自治体プロモーション」 <https://quartet-communications.com/info/sns-ads/49919>

日経BP総研「人が集まる自治体SNS、葉山町の公式Instagramに学ぶ10カ条」

<https://project.nikkeibp.co.jp/atclppp/PPP/434167/041800105/?P=2>

地方自治体がSNSを活用したプロモーション活動で成功した事例

- Instagram

葉山町以外の自治体を調べると、

プロモーションで成功している自治体の共通点として

投稿に**英語のハッシュタグ**もつけていることが分かった

例 岐阜県白川村、岐阜県下呂市 など

朝日町観光協会の投稿の**ほとんどは日本語のハッシュタグのみ**



英語のハッシュタグもつけるべき！

インスタの広告を活用したプロモーション活動

インスタ広告の活用により業績を上げた企業の事例

土屋鞆製造所

キャプション広告や見出しをつけた広告など、4種類の広告を配信した。その結果、**リーチ数50万人**を記録し、**ブランド認知度を6%も上昇**させることに成功した。

出典 オクゴエ！「インスタグラム広告はスモールビジネス向け！費用や出し方を徹底解説」

<https://okugoe.com/instagram-advertisement/#tutiya>

PLAN-B「Instagramのマーケティング活用事例3選と活用のポイント！」

<https://service.plan-b.co.jp/blog/marketing/2128/>

ストーリーズ広告を活用したプロモーション活動

ストーリーズ広告のメリット

- ・若者（特に10～20代女性）への認知度拡大に効果的
- ・少ない費用で始められる
- ・ターゲットを絞ることができる
- ・画像、動画中心→海外へのアプローチも比較的容易



朝日町にも効果が見込める!

②レンタサイクルの充実

移動手段の対策

考えられる対策として、、、

- 公共交通機関の本数を増やす
- カーシェアリング
- レンタサイクル



移動手段対策：公共交通機関

- 電車やバスといった公共交通機関の本数を増やしたからといって観光客数が増えるわけではない
- 観光客が増えなければ赤字になり採算がとれない
- 過去に富山市から朝日町への直通バスが無くなった事例もある



実現可能性は低いと考えられる

移動手段対策：カーシェアリング

- 朝日町の訪問者は車で来る人がほとんどなので別の車に乗り換えることは考えにくい
- 利用されないと維持費がかさむ
- 乗り捨てることがしづらい



カーシェアリングの実用性は低い

移動手段対策：レンタサイクル

観光におけるメリット

- バスなどの公共交通機関の不足を補うことができる
- 朝日町の自然の風景を楽しめる
- 好きなタイミングで乗り降りできる

デメリット

- 天候に左右される⇒朝日町の観光資源は自然が多いので天候が悪い時は観光客があまり来ないことが予想される

➡ レンタサイクルは実用性が高い

③『食』のPR

たら汁とは、タラを頭の先から内臓まで全てを鍋に入れて煮た郷土料理です。



たら汁

新規観光客獲得のためのPR

- 朝日町は食べ物に強みがあるが、ヒスイ海岸などに比べてアピールが弱い
⇒『食』をPRすることで新規観光客の増加につながるのでは？

例) 給食で提供、及び給食便りに掲載、配布
グルメマップの作成、配布

リピーター獲得のためのPR

- 若者は繰り返し行きたくなる観光地の要素として『食べ物がおいしい』ことを挙げた

⇒『食』のPRはリピーター獲得にも効果が見込める

例) ヒスイテラスの空きスペースにお土産の販売所を設置
ふるさと納税の返礼品にタラ汁などの名産品を追加
四重奏やビーチボール大会などのイベントで飲食店の
クーポン配布



まとめ

この研究を通して朝日町には観光地としてのポテンシャルはあるが十分に活かしきれていないことが分かった

その問題に対して我々は観光という観点から解決策を提言した

今後の課題としては、更に観光地の認知度を上げ、朝日町にお金を落とす政策を考えていく必要がある

参考文献

- ・経済産業省 資料 地域経済分析の考え方とポイント
(https://www.meti.go.jp/committee/kenkyukai/sansei/kaseguchikara/pdf/009_03_01.pdf)
- ・中村良平 田淵隆俊『都市と地域の経済学』有斐閣ブックス,1996年,pp.198-199
- ・観光庁 旅行・観光消費動向調査「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究（2017年版）」
(<https://www.mlit.go.jp/common/001299888.pdf>)
- ・「ミレニアル世代の旅行比較調査～国内・年代別編～ 「ミレニアル世代」の4人に1人が旅行先はSNSで決める」
(<https://welove.expedia.co.jp/press/25030/>)
- ・「Instagramを活用した自治体プロモーション」(<https://quartet-communications.com/info/sns-ads/49919>)
- ・日経BP総研「人が集まる自治体SNS、葉山町の公式Instagramに学ぶ10カ条」
(<https://project.nikkeibp.co.jp/atclppp/PPP/434167/041800105/?P=2>)
- ・オクゴエ！「Instagram広告はスモールビジネス向け！費用や出し方を徹底解説」
(<https://okugoe.com/instagram-advertisement/#tutiya>)
- ・PLAN-B「Instagramのマーケティング活用事例3選と活用のポイント！」
(<https://service.plan-b.co.jp/blog/marketing/2128/>)
- ・富山のおいしいを発見。富山の食ポータルサイト 越中とやま食の王国 「かぶら寿しvsたら汁」
(https://shoku-toyama.jp/feature/f_vol10.php)
- ・三宅康成、山田葵、小林弘嗣、井原友健(2017)「農村地域の観光資源活用に関する一考察～外国人旅行者へのアンケート調査をもとに～」
『兵庫県立大学環境人間学部研究報告』19巻,135-142頁.
- ・香月義之(2018)「観光地の魅力向上の要因分析」『同志社政策科学研究』20巻1号, 75-88頁.

謝辞

- 朝日町商工観光課職員の皆様
- ヒスイ海岸の来訪者の皆様
- 昭和女子大学海の家プロジェクトの皆様
- ビーチボール大会関係者及び参加者の皆様
- 富山大学経済学部一年生の皆様

ご協力いただきありがとうございました！

ご清聴ありがとうございました