

「つながる北陸」新幹線レポート：vol.4 小松駅・加賀温泉駅・芦原温泉駅

北陸新幹線敦賀開業を契機とした温泉地のリブランディングに向けて
－“伝統と新しさ”による多様な顧客の獲得を－

【要旨】

- ・ 2024 年 3 月 16 日の北陸新幹線敦賀開業により、石川県に「加賀温泉駅」、福井県に「芦原温泉駅」ができ、富山県の「黒部宇奈月温泉駅」と合わせ、北陸は三県いずれにも「温泉」駅があり、且つ、うち 2 駅が隣り合う、珍しい地域となる。また、新たに新幹線駅が開業する「小松駅」にも市内に北陸最古の名湯「粟津温泉」がある。北陸新幹線敦賀開業の効果を最大化するためには北陸全体で取り組む必要があるが、各県の温泉地が新幹線で繋がる「温泉」こそ、北陸が一体感を持って打ち出すことができる地域資源である。
- ・ 温泉は、観光スタイルやニーズの変化に対応が遅れているとの指摘もあるが、温泉地自体の空間的魅力を再構築することで、観光地として再生している事例が増えている。足下では、長期旅行や仕事（ワーケーションなど）の一要素として温泉地滞在が位置づけられるようになってきており、今後は、より多様で幅広い観光資源と関連づけることで、温泉地の価値が高まり、広域交流の拠点となる可能性がある。
- ・ 北陸においても、各温泉地で地域資源の分析や新たな動きは始まりつつある。新幹線開業後も、数ある全国の温泉地から北陸の温泉地を選び訪れてもらうためには、開業による変化をとらまえた、温泉地としてのブランディングの一層の強化が必要だ。
- ・ 西九州新幹線開業により温泉駅が新設された嬉野温泉・武雄温泉では、新幹線開業を契機として、嬉野温泉では「嬉野茶や肥前吉田焼などの地域伝統産品を、温泉地を舞台に徹底して魅せることによる高付加価値化」、武雄温泉では「温泉地でサウナやアートなど新しいコンテンツを展開することによる、新たな価値創出・新しい顧客獲得」に繋げている。
北陸の温泉地においても、地域が有する「ホンモノの北陸を魅せる」ことに加え、新幹線により域外からもたらされる「新しいコンテンツや概念を取り込む」ことで、新たな顧客層の獲得・温泉地の新たな楽しみ方の提案・価値創出に繋がる可能性もあり、開業を契機としたリブランディングに向け、関係者の力を結集させて取り組みを進めることが大切だ。
- ・ 敦賀開業で温泉関連駅が繋がる北陸は、最もわかりやすく「温泉」と「地域」を結び付けて発信できる地域となる。この訴求力をさらに高めるためには、北陸の温泉地に携わる関係者間の相互交流・理解、温泉地間の連携をさらに深め、「北陸温泉地」全体でリブランディングに向けて取り組んでいくことが求められる。
- ・ 敦賀開業を契機に、これまでの概念にとらわれない、新しい魅せ方や楽しみ方の提示(温泉地のアンラーニング)により北陸温泉地のブランドが一層強化され、地域全体に新しい価値をもたらすことが期待される。

(北陸支店 飯田一之・宮原吏英子)

2023 年 9 月

株式会社日本政策投資銀行北陸支店

(協力：株式会社日本経済研究所)

「つながる北陸」新幹線レポートシリーズについて

北陸新幹線敦賀開業に伴い、新たに6つの駅（小松駅、加賀温泉駅、芦原温泉駅、福井駅、越前たけふ駅、敦賀駅）が設置される。(株)日本政策投資銀行北陸支店では、敦賀開業を迎える北陸地域の各エリアに焦点をあて、北陸新幹線開業が地域にもたらす影響や変化、開業効果を最大限に活かす視点について考察するレポートを複数回にわたり取りまとめる。第四弾となる本稿では、歴史ある温泉地を有する、小松駅（石川県小松市）・加賀温泉駅（石川県加賀市）・芦原温泉駅（福井県あわら市）を取り上げる。

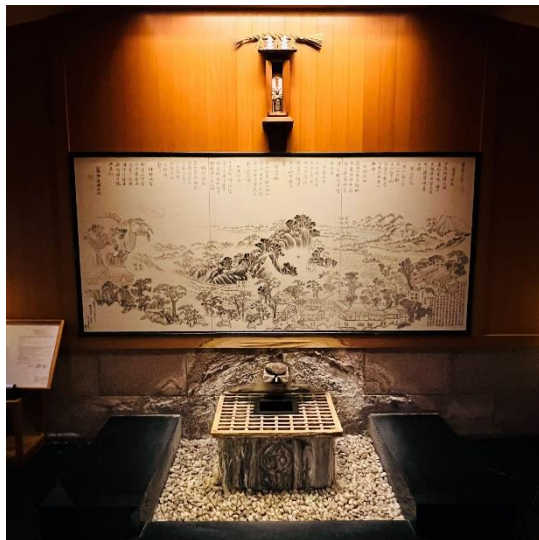
目次

1. 北陸新幹線敦賀開業によりつながる北陸・温泉
2. 日本における温泉の位置づけ
3. 観光資源としての温泉
4. 北陸の温泉駅周辺温泉地の動き
5. 西九州新幹線：嬉野温泉・武雄温泉における、新幹線開業を契機とした取り組み
6. 先行地の取り組みを踏まえた、北陸温泉地への示唆
7. 新幹線開業を「北陸温泉地」発信の契機に

【Appendix】

1. 全国の主要温泉地
2. 北陸新幹線敦賀開業により新たに設置される駅の概要
3. これまで公表した新幹線/観光関連の当行レポート
4. 小松商工会議所 80 周年記念座談会「北陸新幹線小松駅開業と小松の新しいかたち」

【北陸温泉地六景】

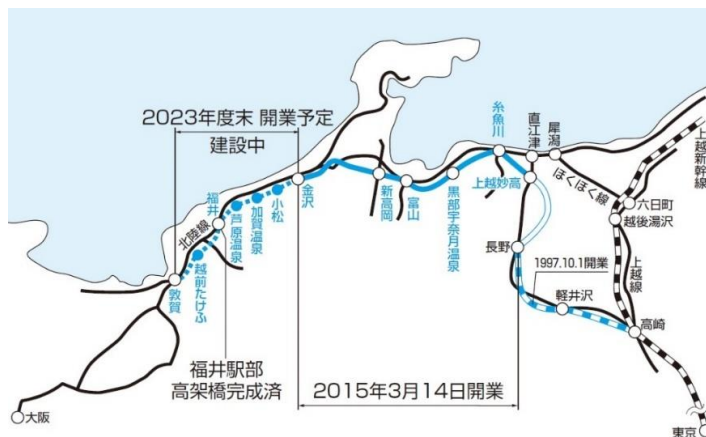


(写真) 左上段「山代温泉・古総湯」、右上段「片山津温泉・芸妓検番『花館』」、左中段「粟津温泉・北陸最古の宿」、
右中段「黒部峡谷・宇奈月温泉」、左下段「あわら温泉・屋台村」、右下段「山中温泉・あやとりまし」
(撮影：当行 飯田一之)

1. 北陸新幹線敦賀開業により'つながる'北陸・温泉

- 北陸新幹線敦賀開業日が2024年3月16日に決まり、いよいよあと半年余りとなった。敦賀まで延伸することで福井県と首都圏が繋がるだけでなく、2015年の金沢開業以降、金沢駅での乗り換えを余儀なくされていた北陸三県(富山県、石川県、福井県)が再び新幹線で繋がり、県都間が1時間以内で結ばれることとなる。北陸地域内の交流促進が期待されるほか、域外からの来訪者増加により地域経済が活性化することはもちろん、人流や物流、心象風景が大幅に変容することから、北陸全体に大きな変化をもたらすことが予想される【図表1-1】。
- 当行では「つながる北陸」をテーマに、敦賀開業を迎える北陸地域の各エリアに焦点をあて、北陸新幹線開業が地域にもたらす影響や変化、開業効果を最大限に活かす視点について考察するレポートをシリーズで公表している。各レポートでは、それぞれ異なる地域を取り上げているが、いずれも、開業効果を最大限に活かすためには、「北陸が一体感を持って打ち出すこと」が重要であると訴えている。
- 本稿では、そのための一つの資源となる「温泉」に着目したい。敦賀開業により駅名に温泉が入る「温泉駅」が北陸三県全てに設置され、且つ、うち2駅が隣り合う珍しいエリアとなること、新たに新幹線駅が開業する小松駅も市内に北陸最古の温泉地・粟津温泉があることなどから、「つながる北陸」の象徴としても意味があろう【図表1-2】。これまで温泉が担ってきた役割を整理しながら、敦賀開業を契機に、単なる観光資源としてのみならず、地域に新たな価値を生み出す手段としての「北陸温泉地」の可能性について考察したい。

図表1-1：北陸新幹線敦賀開業の概要（ルート図）



(出所) 西日本旅客鉄道(株)提供

(注) 西日本旅客鉄道(株)及び東日本旅客鉄道(株)は、北陸新幹線敦賀開業日を2024年3月16日として発表した。(2023年8月30日リリース)

図表1-2：北陸新幹線で'つながる'北陸の温泉地

県	駅名	温泉地名	泉質	特徴等
富山県	黒部宇奈月温泉駅	宇奈月温泉	単純温泉	富山県下最大の規模、黒部峡谷の玄関口、開湯100周年
石川県	加賀温泉駅	山代温泉	硫酸塩泉	薬師山の麓の田園地帯に位置、1300年の歴史を誇る
		山中温泉	硫酸塩泉	溪谷の温泉地で古九谷の発祥地、開湯1300年
		片山津温泉	塩化物泉	霊峰白山を望む柴山湯の湖畔に位置
	小松駅	粟津温泉	塩化物泉	奈良時代の高僧・泰澄大師が発見、北陸最古の歴史
福井県	芦原温泉駅	芦原温泉	塩化物泉	福井県下最大の規模、関西・中京の奥座敷、開湯140周年

(出所) 各種資料より当行グループ作成

(注) 加賀温泉郷は、山代温泉・山中温泉・片山津温泉・粟津温泉の4つの温泉地からなる。

2. 日本における温泉の位置づけ

- 日本における温泉の位置づけは時代とともに変化している。「温泉」や「旅館宿泊」そのものが目的だった時代を経て、2000 年前後からは「温泉地」で時間を過ごすことが重視されるようになり、空間的魅力創出の必要性が高まった。さらに、「空間」の捉え方も、時代を追うごとに広範囲になっている【図表 2-1】。
- 現在、旅行スタイルの変化に対応できない温泉地を巡る状況は厳しいが、温泉地自体の空間的魅力を再構築することで観光地として再生している事例も増えており、温泉利用施設における宿泊者数も、近年は増加傾向にある【図表 2-2,2-3】。
- 足下では、長期旅行や仕事場の一要素として温泉地滞在が位置づけられるようになってきており、今後は、より多様で幅広い観光資源と関連づけることで、温泉地の価値が高まり、広域交流の拠点となる可能性がある。国としても、温泉地には、温泉だけでなく多様な自然、歴史・文化、食など様々な魅力が詰まっており、温泉地周辺の地域資源を多くの人々が楽しみ、温泉地に滞在することを通じて心身ともにリフレッシュすること、そして温泉地を多くの人々が訪れることで、温泉地自身のにぎわいを生み出していくことを目指す「新・湯治推進プラン」を掲げている。【図表 2-4】。

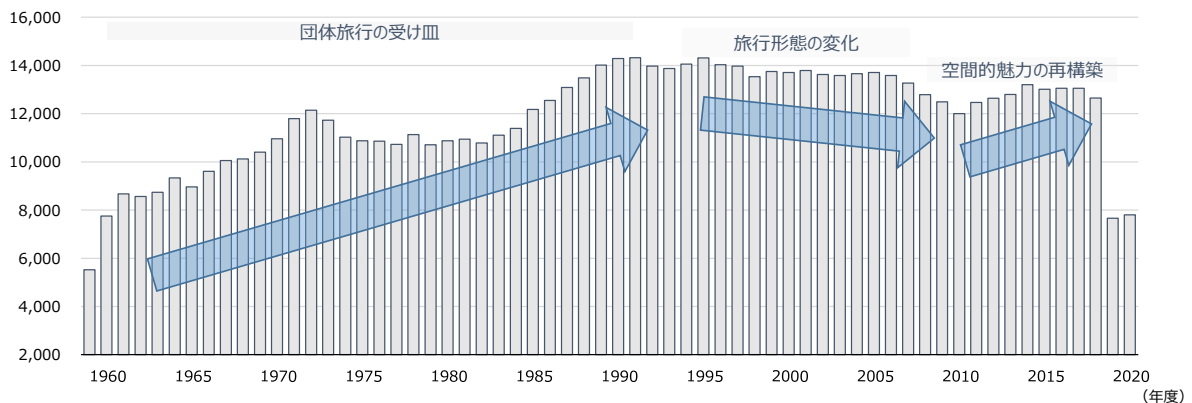
図表 2-1：温泉の位置づけの変遷

	～戦後	高度経済成長期	2000年前後	今後
目的	治癒・治療 保養地	団体旅行の受け皿	温泉「地」を楽しむ (温泉地滞在)	心身のリフレッシュ (生活や旅行の一部 として温泉地に滞在)
スタイル	治療のため 長期滞在	団体旅行 (旅館で完結)	温泉街の散策 (旅館が中心とまらない)	温泉を拠点とした 観光・仕事・生活 (周遊観光、体験型ツーリズム、 ワーケーションなど)
客層	地元住民、 療養目的で来る人	団体客 (社員旅行など)	国内・個人・観光客 (女子旅など)	インバウンド含めた あらゆる年代・属性の客
空間的 魅力の 捉え方				

(出所) 環境省「新・湯治推進プラン」、ヒアリング、その他公表資料等をもとに当行グループ作成

図表 2-2：温泉利用施設における宿泊者数の推移（全国）

(延べ宿泊利用人員、万人)



(出所) 環境省「温泉利用状況」より当行グループ作成

図表 2-3：近年の主な温泉観光地の再生取り組み事例

温泉地	場所	時期	概要
湯田中温泉	長野県山ノ内町	2013年頃～	八十二銀行による湯田中温泉活性化の取組から始まり、山ノ内町のまちづくりをリードする司令塔としてWAKUWAKUやまのうちが設立、温泉街の遊休物件をリノベーションすることで環境を整備しつつ、事業の担い手育成も実施している
長門湯本温泉	山口県長門市	2015年頃～	行政と星野リゾートを中心とする民間が連携し、面的再生を目指す「長門湯本温泉まちづくり計画」を策定、エリアマネジメント法人も設立され、2031年には全国温泉地トップ10を目指す、2020グッドデザイン賞受賞
雲仙温泉	長崎県雲仙市	2019年頃～	「雲の上の避暑地へ」を基本コンセプトに、健康志向やリモートワークなど新しい需要に応え、2030年には雲仙温泉を含めた島原半島で「6日間滞在できるリゾート」の実現を目指す
黒川温泉	熊本県南小国町	1975年頃～	温泉地再生の元祖ともいえる地域、未来のありたい姿を表した「黒川温泉2030年ビジョン」を2021年に策定、温泉街全体を1つの大きな旅館と見立てた「黒川温泉一旅館」を地域理念に、持続可能な温泉地に向けた取組が進行中

(出所) 各種資料より当行グループ作成

図表 2-4：環境省「新・湯治推進プラン」

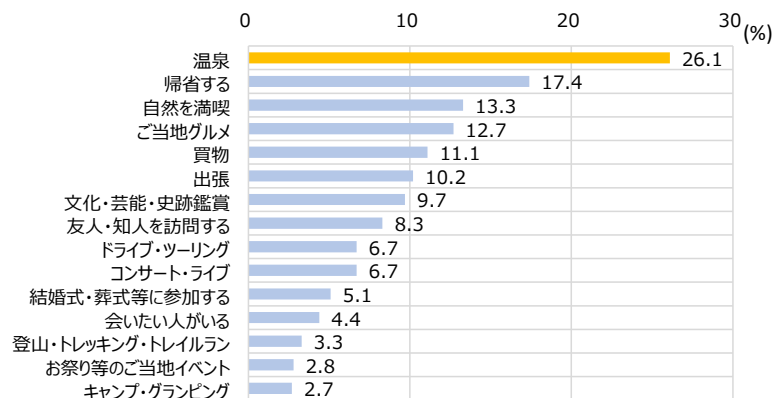


(出所) 環境省「自然等の地域資源を活かした温泉地の活性化に向けた提言」（2017年7月）

3. 観光資源としての温泉

- ・ 次に、観光資源としての温泉の価値についてみていきたい。観光庁の調査では、「温泉」を目的として宿泊旅行を実施する人の割合は相対的に高い【図表 3-1】。
- ・ インバウンド客にとっても「温泉」は人気のコンテンツであり、当行地域調査部及び(公財)日本交通公社が実施した調査「DBJ・JTBF アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査 2022 年度版」によると、訪日希望者に地方で体験したい活動を尋ねたところ、アジアで「温泉を楽しむこと」の選択率が高い結果となった。【図表 3-2】。
- ・ さらに、国内客について、敦賀開業に向けて当行北陸支店が北陸・首都圏・関西圏在住者を対象に実施したアンケート調査(2022 年 10 月実施)を振り返ると、「敦賀開業後、観光目的で泊まってみたい宿泊施設」は三県ともに「旅館」がトップで、いずれも 6 割程度の選択率であった。北陸地域において、「温泉」や「旅館」の存在は宿泊旅行を促す重要な要素となる。
- ・ このように、観光資源としての温泉の価値は広く知られているところであり、旅行形態の変化に伴う温泉地の盛衰については、温泉そのものの評価ではなく、温泉地としての空間的魅力的創出やブランディングによるところが大きいと思われる。

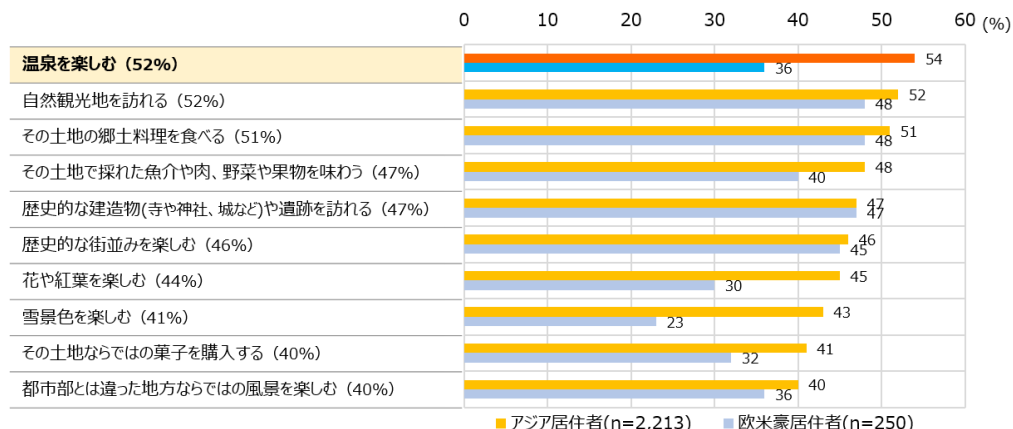
図表 3-1：目的別宿泊旅行の実施率



(出所) 観光庁「観光白書(令和 4 年版)」p85 図表Ⅱ-50 より当行グループ作成

(注) 「コロナ前の 2019 年の 1 年間、それぞれを主な目的とした宿泊(実家・セカンドハウス等も含む)を伴う移動を実施したか」に対する回答を示す。

図表 3-2：訪日希望者が地方訪問時にしたい活動



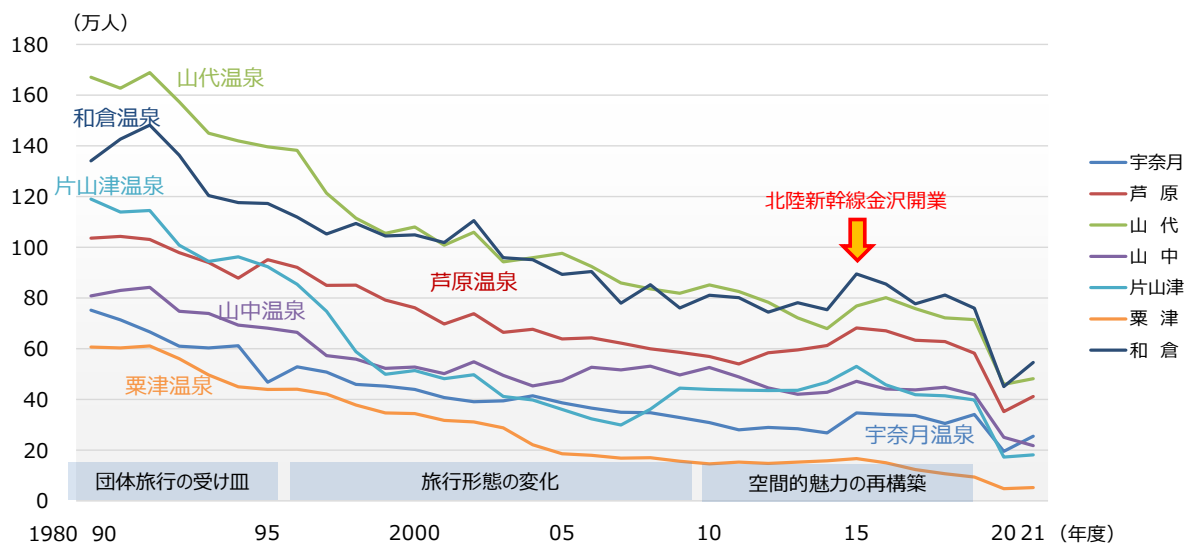
(出所) 「DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査 2022 年度版」

(注) 全 22 項目のうち、上位 10 位の選択率を記載。

4. 北陸の温泉駅周辺温泉地の動き

- ・ 北陸主要 7 温泉地は、1990 年頃をピークに宿泊客数は減少をたどっている。2015 年の北陸新幹線金沢開業時に上向いたものの、コロナ前 2019 年までに開業前水準まで戻っている。【図表 4-1】
- ・ また、観光経済新聞社が主催する「にっぽんの温泉 100 選」において、第 1 回(1987 年度)では和倉温泉が 1 位、山代温泉が 8 位と、北陸の温泉地がトップ 10 に 2 つランクインしていたが、最新の第 36 回(2022 年度)では、草津温泉が 20 年連続の 1 位となり、トップ 10 から北陸の温泉は姿を消している【図表 4-2】。
- ・ 最近では、北陸の各温泉地においても、新幹線開業や開湯周年記念など大きな節目を迎え、地域の資源を分析し、温泉地としての高付加価値化を目指す動きが出始めつつある【図表 4-3】。

図表 4-1：北陸 7 温泉地の宿泊客数



(出所)北陸観光協会「主要温泉地宿泊状況」より当行グループ作成

(注)青枠内は、全国的な温泉地の傾向 (5 ページ図表 2-2)

図表 4-2：にっぽんの温泉 100 選 (上位 10 位)

	1位	2位	3位	4位	5位	6位	7位	8位	9位	10位
第1回 (1987年度)	和倉	雲仙	指宿	登別	玉造	別府	温海	山代	三朝	鬼怒川
第10回 (1996年度)	古牧	登別	和倉	秋保	指宿	鬼怒川・河治	温海	雲仙	上山	湯の川
第20回 (2006年度)	草津	由布院	登別	黒川	指宿	道後	別府	和倉	下呂	有馬
第30回 (2016年度)	草津	別府八湯	指宿	由布院	下呂	道後	有馬	登別	黒川	城崎
第36回 (2022年度)	草津	下呂	道後	別府八湯	登別	指宿	有馬	箱根	由布院	城崎

(出所) 観光経済新聞社「にっぽんの温泉 100 選」より当行グループ作成

(注) 「にっぽんの温泉 100 選」：旅行会社社員など“旅のプロ”が選んだ温泉ランキング。1 年に 1 回実施・発表。第 36 回は有効投票数 12,778 票(有効回収ハガキ&ウェブ投票 2,862 枚)にもとづき、観光 8 団体による審査委員会が認定した。 https://www.kankokeizai.com/100sen_36/what100/

図表 4-3：北陸の各温泉駅周辺温泉地の動き

芦原温泉：温泉地全体で宿泊効果を享受する仕掛けづくり、高付加価値に繋がるブランディング	
芦原温泉旅館協同組合「あわらReborn計画」の策定	2023年の開湯140周年を機に、芦原温泉旅館協同組合では、初めての長期(5か年)計画である「あわら温泉Reborn計画」を策定。 若手経営者らが中心となり、「次世代に残せる芦原温泉にしたい」との想いで、<u>体制づくりから体験プログラム・イベント企画、異業種とのコラボレーションなど、温泉地一体となって新たな挑戦を仕掛けている。</u> 稼働率や来訪者行動などデータに基づいた将来予測・現状把握を行うことにより、的確なアプローチを狙う。
温泉地でまちを知る仕掛け	ターミナル駅である「あわら湯のまち駅」前に2007年に整備された屋台村は、今でも多くの観光客が訪れ、地元住民の交流・情報交換の場として機能。 旅館に客をとどめず、温泉地を歩き、飲食や買い物を楽しみ、まちを知ってもらうことができる。
市内の他業種との連携	あわら市内の農家、醤油屋、寿司屋など他業種と連携し、旅館の宿泊客が地域の食文化に触れることができる体験プログラムにも注力。 <u>温泉や観光だけにとどまらず地域産業全体に波及することで、芦原温泉地全体としての魅力向上に繋がり、高付加価値の時間・空間を提供するという好循環が生み出されている。</u>
加賀温泉：4つそれぞれの温泉地の特色と加賀の文化で高付加価値化を狙い、より広いエリアで魅せる	
伝統的産品や食文化の体験	山中漆器や九谷焼など、加賀に根付く歴史・伝統・文化を温泉地で体験できるプログラム(温泉地での文化観光)を提供。
ハブスポットとしての利便性	最近では大学生や若い女性のグループ旅が増加。若者は行動範囲が広いいため、より広いエリアで消費に繋がる様々な体験を用意することが滞在時間を伸ばすポイントになる。 金沢にも、永平寺・東尋坊など福井の観光スポットにも近い「ハブスポット」である立地の強みを生かし、広域観光の拠点地としても認知を広めていく。
高付加価値温泉地に向けた取り組み	2023年5月、加賀温泉として観光庁「地域一体となった観光地・観光産業の再生・高付加価値化事業」に採択。 観光産業従事者が不足するなか、観光客数より消費単価を上げていく戦略。 そのためにも、<u>4つの温泉地それぞれの特色、文化をうまく打ち出し、加賀温泉郷の魅力を高める整備等に繋げたい。</u>
宇奈月温泉：発祥の歴史と産業、立地環境を基盤にした温泉地ブランディング	
北陸新幹線金沢開業を経て	2015年北陸新幹線金沢開業により、黒部宇奈月温泉駅が開業済。 2024年に、敦賀開業や黒部宇奈月キャニオンルート開業などの大きなイベントが控えており、「100年後の宇奈月」を見据え、<u>宇奈月温泉のブランディングに力を入れる。</u>
ゼロカーボン温泉地への挑戦	2010年頃から宇奈月の自然環境を生かしたゼロカーボンまちづくりに取り組み。 黒部川の電源開発の歴史から生まれた温泉地として、電気自動車の普及やエネルギーの地産地消を目指し、<u>自然に負荷をかけない温泉地としてメッセージを打ち出している。</u>
高付加価値エリアに向けた取り組み	観光庁「地域一体となった観光地・観光産業の再生・高付加価値化事業」に採択。 黒部宇奈月の歴史と産業、立地環境を基盤にした唯一無二の温泉地として、ブランディング、高付加価値化に取り組む。

(出所) ヒアリングより当行グループ作成

5. 西九州新幹線：嬉野温泉・武雄温泉における、新幹線開業を契機とした取り組み

- ・ 前章でみたように、北陸の各温泉地でも新たな取り組みは始まっているが、新幹線開業後も、数ある全国の温泉地から北陸の温泉地を選び訪れてもらうためには、開業による変化をとらえた温泉地としてのブランディングの一層の強化が必要だ。
- ・ 2022年9月の西九州新幹線開業により、武雄温泉駅(佐賀県)～長崎駅(長崎県)間が新幹線で繋がった。西九州新幹線は、営業区間が短い点(66 km)や、大都市圏(博多)と直接繋がっていない点など、北陸新幹線との違いはあるが、同様に「温泉駅」が新設される温泉地における新幹線開業を契機とした取り組みについて、当行では嬉野温泉・武雄温泉の関係者らに話を聞いた。

嬉野温泉（佐賀県嬉野市）：

嬉野の「地域文化や歴史に触れられる温泉地」として、個々の資源のみならず地域全体の価値を高める

嬉野温泉を有する嬉野市は、歴史ある嬉野温泉・嬉野茶・肥前吉田焼・日本酒などの産品を有する。

県内10市のうち唯一鉄道駅を有していない市であったが、「嬉野温泉駅」開業により約100年ぶりに鉄道駅が新設された。「湯どころの趣ある駅」をイメージした駅舎のそばには、足湯・手湯・公園を備える道の駅「うれしの まるく」も整備された。

入込客の変化	・ 開業後、温泉地の入込客は増えている。県外客では、新幹線で1時間強⇒24分（▲43分短縮）となった長崎からの入込が増加。 ・ 九州の一部を走る新幹線であるため、大都市圏での認知向上に余地はあるが、地元や沿線地域に向けたプロモーション・誘客にも、丁寧に取り組んでいる。
インバウンドの動向	・ 嬉野を訪れるインバウンド客はアジアが主であり、約7割が韓国客。足下は台湾も増加傾向。 ・ 2泊3日程度の短い旅行が定番。飛行機で来日し、移動はレンタカー、うち1泊は温泉に宿泊する傾向が強い。
宿泊施設	・ 外資系や県外資本のホテル開業等、施設は増えており、宿泊単価も上昇しつつある。一方、働き手が不足しており、全室稼働できない旅館が多い。
二次交通	・ 駅から温泉地まで約2kmあるため二次交通の充実は必須。 ・ タクシー・市内バス・旅館送迎バスは運転手不足等で不足気味だが、レンタサイクルは好調であり、主にインバウンド客が利用。
温泉地を活用した地域ブランディング	・ 温泉を目的に訪れる客だけでなく、他の観光資源を目的に来た人に嬉野温泉地に宿泊してもらう視点も重要。キャンプ、テントサウナ、茶摘み、日本酒など、様々な体験型ツーリズムが温泉とセットに展開され、嬉野が有する地域資源・コンテンツを目指して来た客を温泉地に滞在させている。 ・ 足下では、地元の温泉地・旅館・食・茶農家・窯元らがチームを組み、新たな旅のスタイルを提案する「Tea tourism」(嬉野茶時プロジェクト)など、温泉地や各旅館を舞台に、嬉野茶や肥前吉田焼など、嬉野の「文化資産」に触れられる場が複数でき始めている。「地域文化や歴史に触れられる温泉地」として、個々の産品のみならず、嬉野全体の価値向上に繋げ、高単価層の顧客獲得に成功している。

武雄温泉（佐賀県武雄市）：

- ・温泉地で新しいコンテンツを魅せることで、新たな価値を創出
- ・西九州のハブ駅として、「幅広い地域資源や情報と繋がる温泉地」として存在感を高める

西九州新幹線開業に向け、市が主導して新幹線駅周辺地区を整備。交流の拠点となっている武雄図書館～武雄温泉駅～温泉通り商店街をつなぎ、人が回遊する仕掛けを整えてきた。

開業に向けた行政の動き	・新幹線開業を見据え、都市計画等ハード整備を行う部署と、商工観光のソフト事業を行う部署を統合し、「ハブ都市・新幹線課」に再編。西九州エリアの「ハブ都市」としての位置づけを明確にし、賑わい拠点を創出・繋ぎ、魅力創造に向けたまちづくり整備・規制緩和等に一体となって取り組んできた。 ・新幹線駅周辺整備については、5年間(2018～22年度)の行動計画を6つの柱に分けて策定。ロードマップには、目指す姿や具体的実施体制について、項目ごとに細かく記載されている。 ・民間が空間を使いやすいよう、行政は規制緩和・ハード整備に注力し、利用の自由度を高めた。駅から温泉地に向かう旧市役所跡地や高架下での、スケートボード大会・夜市マーケット・キャンプイベントなど、様々な民間提案により人の流れがつけられている。
入込客の変化	・2022年(開業年)の観光客数は前年比1.35倍。コロナ前水準まで回復した。 ・福岡との時間短縮効果はもちろんのこと、長崎との往来活性化が大きな変化。(武雄～長崎間：最大約90分⇒約30分へ短縮)
二次交通	・周遊バス・レンタサイクル・タクシー・レンタカーなど、駅からまちへ移動する交通機関の利用状況は増えている。特にレンタサイクルは、開業後急増(前年同期比400%以上の増加)。一方、運転手不足が大きく、需要があっても増やせない現状が課題。
新幹線駅の位置づけ	・「西九州エリアのハブ都市」としての機能に特化。「幅広い地域資源や情報と繋がる温泉地」としてコンセプトを発信し、存在感を高めている。 ・温泉のコンセプトを存分に感じられる新幹線駅に降り立った瞬間から、西九州エリアの様々な情報や産品に触れ、各地へ足を伸ばしてもらうことを狙っている(武雄から西九州エリアへ)。 ・武雄市の観光案内所は在来線側に集約し、新幹線側は、観光交流センター「武雄旅書店」として、西九州エリア全体を扱う。結果として、在来線観光案内所の物販の売上も伸び、機能分担が相乗効果を生んでいる。 ・駅前で定期的に行われるイベントは、市外の事業者の利用も多く、西九州のハブ・ショーケースとして認知が向上している。
地域にとっての新幹線の意義	・長崎との時間短縮効果が大きい。これまで博多まで出かけていた懇親会や買い物場所として、長崎が選択肢に入るようになり利便性が高まった。 ・地元に残りたくても県外に出ざるを得なかった学生や、長崎・福岡に単身赴任していた会社員が、武雄から通勤・通学可能となった。市では、通勤・通学定期代に半額補助を出し、「武雄で暮らしながら働く・学ぶ」を推進。
温泉地を活用した地域ブランディング	・「温泉」がつく駅名をJRにお願いしたことからわかるように、「温泉地があるまち」のメッセージは大切にしている。温泉の源泉は駅まで届いていないが、駅で温泉を感じられる工夫や、駅から楼門(温泉地)までを遠く感じさせない動線・まちづくりの工夫を重視した。

- ・ 温泉を核にしながら、ホテルの一部廃墟となった空間を活用したアート展示や人気のサウナスポットなど、新しいコンテンツと温泉をうまくセットで魅せる。
- ・ 市として、ホテル誘致も積極的に行う予定。足下でも、新規開業やリニューアルが予定されている宿泊施設が複数あり、団体向けから個人向けへの転換が主流。
- ・ 宿泊施設は高付加価値化の流れにある。高単価施設が人を集めているなか、地元事業者らにも「質を高めれば、対価をとっても宿泊客がくる」という意識が芽生えている。

開業後の両市の「おでかけ指数」は九州全体や佐賀県に比べても高く(九州経済調査会調べ)【図表 5-1】、ホテルや店舗、サテライトオフィスの進出などの新しい投資も呼び込まれている。

図表 5-1：開業 5 か月間のおでかけ指数（九州全体比）

	開業1か月前	1か月目	2か月目	3か月目	4か月目	5か月目
九州(おでかけ指数)	56.0	72.8	74.9	64.1	65.1	57.2
九州の指数との差						
佐賀県	-3.5	-2.4	3.7	-0.1	5.3	-0.8
武雄市	-2.3	18.3	21.9	12.0	5.6	6.2
嬉野市	-1.5	11.4	17.1	18.5	8.8	13.9

(出所)公益財団法人九州経済調査協会

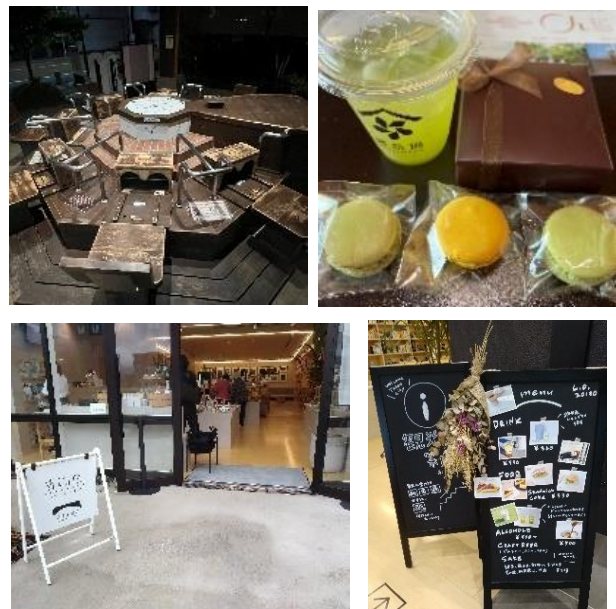
- (注)1. おでかけ指数：九州経済調査協会(九経調)が提供している人流モニタリングプラットフォーム「おでかけウォッチャー」の掲載データの一部を集約し、全国における非日常的な人流を可視化する指標として九経調が開発した指標。コロナ拡大前である 2019 年の日平均を 100 とした指数。
2. 「九州」の指数との差を表記。

図表 5-2：西九州新幹線ルート（概要）



- 長崎～武雄温泉：新幹線区間（西九州新幹線）
- 武雄温泉～博多：在来線特急区間

(出所) 長崎新幹線・鉄道利用促進協議会



(出所) 当行撮影
(上段左・嬉野温泉「湯宿広場」の足蒸し湯、上段右・旅館で味わう嬉野茶、下段左・武雄温泉駅の観光交流センター(外側入口)、下段右・武雄温泉駅観光協会(駅側入口))

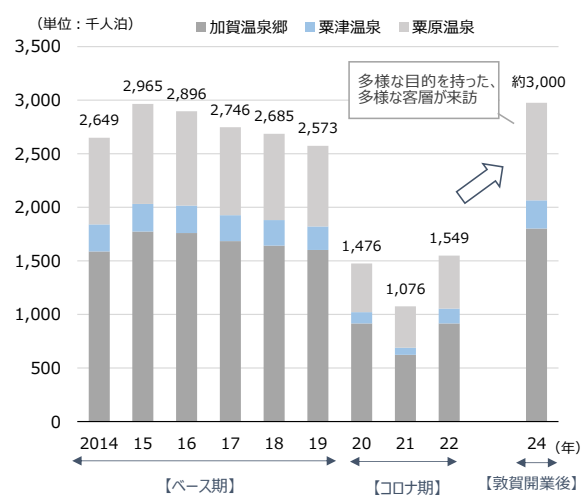
6. 先行地の取り組みを踏まえた、北陸温泉地への示唆

西九州新幹線は開業から約1年が経過したところであり、開業効果の推移は今後も注視する必要があるが、新幹線開業を契機とした温泉地の魅力向上に向けた動きや意識醸成の取り組みは、北陸温泉地にとってもヒントになると思われる。以下に、示唆をまとめた。

(1) 開業による変化をとらえた、官民の着実な取り組み

- ・西九州新幹線開業により、嬉野温泉には約100年ぶりに鉄道駅が新設された。駅ができたことで、嬉野温泉への入込客は開業前よりも増え、特に長崎からの入込が増加した。開業による入込増・注目度向上の機会を逃さず、嬉野温泉地では、Tea Tourismなどに代表されるように、地元の民間事業者らが主体的に地域資源・地域文化の新しい魅せ方に挑戦し始め、付加価値が顕在化。観光コンテンツ(体験ツーリズム)として、高価格サービスの提供を実現している。
- ・武雄温泉は、従来の佐世保・博多方面(佐世保線)に加え、新幹線開業により長崎と直接繋がる「交通の要所」となった。こうした変化をとらまえ、武雄温泉では、行政が主導して「西九州のハブ都市」としての位置づけを明確にし、まちにおける「温泉地」や「温泉駅の位置づけや役割」を整理。駅から温泉地までの賑わいづくりに向けた規制緩和やハード整備・制度制定に取り組み、民間活力を継続して呼び込んでいる。
- ・北陸では、開業により首都圏と直接繋がり、旅客輸送量も増加。時間短縮効果や認知度向上も見込めることで、インバウンド客を含め、より多くの客が訪れるだろう。今まで以上に多種多様な目的を持った様々な客層に、訴求力の高いアプローチをしていくため、あらためて、地域資源の分析、プロモーションの工夫による高付加価値化・ブランディング強化に取り組むことが求められている。官民双方がそれぞれの役割において力を結集し、個々の温泉地での取り組みを深め、輪を拡げていくことが大切になる。【図表6-1,6-2】

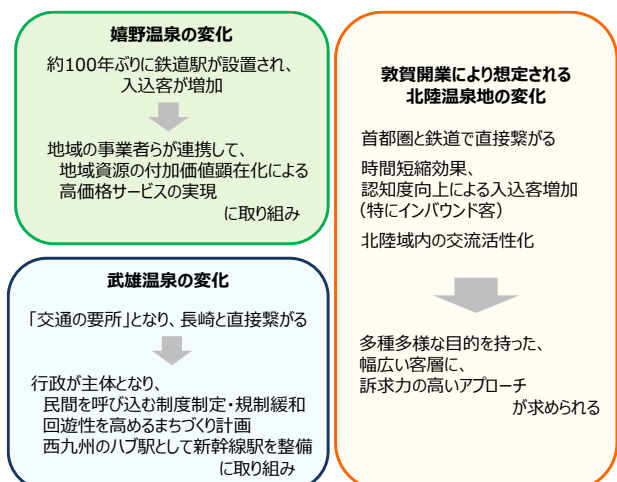
図表 6-1 :
温泉地宿泊者数の推移・敦賀開業後の試算(参考推計)



(試算方法) ベース期の平均宿泊者数+ベース期の平均宿泊者数×関東(首都)圏・関西圏の割合×増加率(推計)

(出所) 石川県「統計からみた石川県の観光」、あわら市「あわら市観光白書」、日本政策投資銀行「北陸新幹線敦賀開業による福井県内への経済波及効果」、「北陸新幹線敦賀開業による石川県内への経済波及効果」などより、当行グループ作成

図表 6-2 :
新幹線開業による変化



(出所) ヒアリング等より当行グループ作成

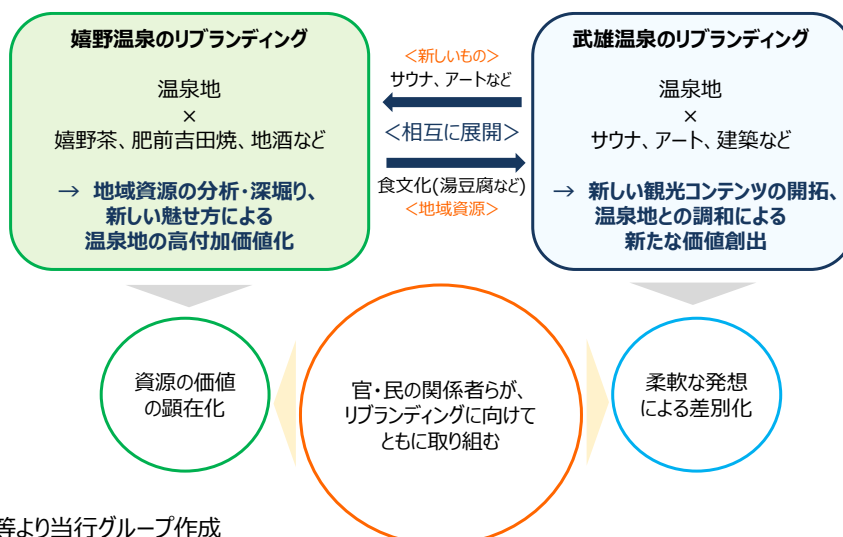
(2) 温泉地のリブランディング

- ・ 嬉野温泉では、嬉野茶や肥前吉田焼などの地域資源を、嬉野温泉を舞台に徹底して深掘り・魅せることにより、個々の産品だけでなく温泉地の高付加価値化に繋げている。嬉野に受け継がれる複数の資源を掛け合わせ、嬉野の風土・歴史・携わる人とともに魅せることで、そこにしかない体験や空間を提供している。
- ・ 武雄温泉では、温泉と新たな観光コンテンツの調和を図ることで、他の温泉地との差別化を目指してきた。歴史ある温泉地の良さを基盤にしながらも、サウナ、アート、現代建築など新しいコンテンツを開拓することで、温泉地の新しい価値の創出・新しい顧客層の獲得を実現している。
- ・ いずれも、新幹線開業でこれまでアクセスしにくかった地域との利便性が高まることを見据え、より多くの、幅広い年代・国/地域の客層にアプローチすべく、官・民それぞれが、または一体となって、「地域資源の新しい魅せ方による高付加価値化」(嬉野温泉)や「新しいコンテンツとの調和による新たな価値創出」(武雄温泉)に取り組み、温泉地のリブランディングに挑戦している。
- ・ 言うまでもなく北陸温泉地には、九谷焼・山中漆器・越前漆器・越前和紙などの伝統産品のほか、歴史・自然・食や祭りなどの文化、携わる人々など、有形・無形の資源は豊富にある。こうした「ホンモノの北陸」を温泉地で徹底して魅せることに加え、新幹線によって域外からもたらされる新しいコンテンツや潮流・概念を柔軟に温泉地に取り込む発想を持つことで、新たな顧客層の獲得・温泉地の新たな楽しみ方の提案・価値創出に繋がる可能性がある。開業を契機としたリブランディングに向け、これまでの概念にとらわれず、関係者の知恵を結集させて取り組みを進めることが大切だ。【図表 6-3】

(3) 開業により近距離となる周辺地域との往来活性化

- ・ 加えて、嬉野・武雄ともに、新幹線開業により長崎との時間距離が縮まり、商業・観光・通勤通学等、想定以上に往来が活性化したとの声が聞かれた。
- ・ 北陸でも、敦賀開業後は三県都間が 1 時間以内で結ばれ、北陸地域内の交流活発化が期待されている。北陸・首都圏・関西在住者を対象に当行が実施した「北陸新幹線敦賀開業に関する意識調査」でも、「敦賀開業後は福井への訪問回数が増える」とした富山県在住者が約 4 割と他の居住者に比べ割合が高く、新たな誘客層となることが示された。北陸の温泉地についても、首都圏や関西圏のみならず、北陸域内に向けての丁寧な情報発信、三県の温泉地間の相互理解・相互交流、機運醸成も求められよう。

図表 6-3：嬉野温泉・武雄温泉のリブランディング



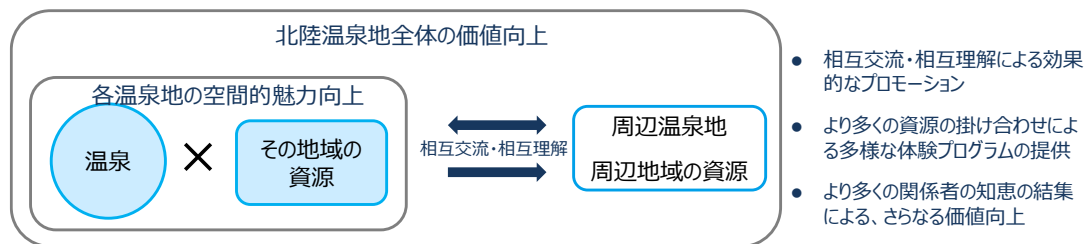
(出所) ヒアリング等より当行グループ作成

7. 新幹線開業を「北陸温泉地」発信の契機に

- 北陸地域は、敦賀開業により温泉駅が繋がることにより、わかりやすく「温泉」と「地域」を結び付けて発信できる好機を迎える。個々の温泉地でも、地域資源の分析や新しい動きは始まりつつあるが、開業後に温泉地を訪れる、多様な来訪目的を持った多様な客層にアプローチするためには、現在、進められている個々の温泉地での取り組みと合わせ、北陸温泉地間の連携を深め、「北陸温泉地」全体としてのブランディング強化を図ることが重要だ(※)。**【図表 7-1, 7-2】**
- 西九州新幹線沿線でも、嬉野市・武雄市・有田町ではもともと近隣市として自治体間連携は進んでいたが、新幹線開業を機にさらに一体で取り組みを進めているとの話が聞かれた。温泉・食文化・伝統産品などそれぞれ異なる観光資源を持つことが強みになるだけでなく、自分の地域が有していない機能や資源を補いあえるメリットがあるようだ。
- 北陸でも、地域全体で打ち出すことで、北陸が有する多種多様な資源の魅せ方の幅が広がるだけでなく、北陸域内での滞在日数長期化や、温泉地で得た情報をもとにした北陸観光や消費行動、北陸リピーターの獲得にも繋がり得るため、地域全体への波及効果の点からも意義がある。足下でも、沿線3温泉の連携や旅行商品化を目指す動きが出ており、さらなる相互理解・交流を進め、効果的なプロモーションに繋げることが求められる。
- 敦賀開業後を契機として、これまでの概念にとらわれない、新しい魅せ方や楽しみ方の提示(温泉地のアンラーニング)により北陸温泉地の空間的魅力が高まり、ブランドが一層強化されることで、地域全体の価値向上に繋がることが期待される。

(※)観光庁「地方における高付加価値なインバウンド観光づくり」モデル観光地に、「北陸エリア」が全国11地域のひとつとして選定。「北陸」としてのブランディングに向け、取り組みの強化・加速化が求められている。

図表 7-1：新幹線開業を契機とした「北陸温泉地」としてのブランディング強化に向けて



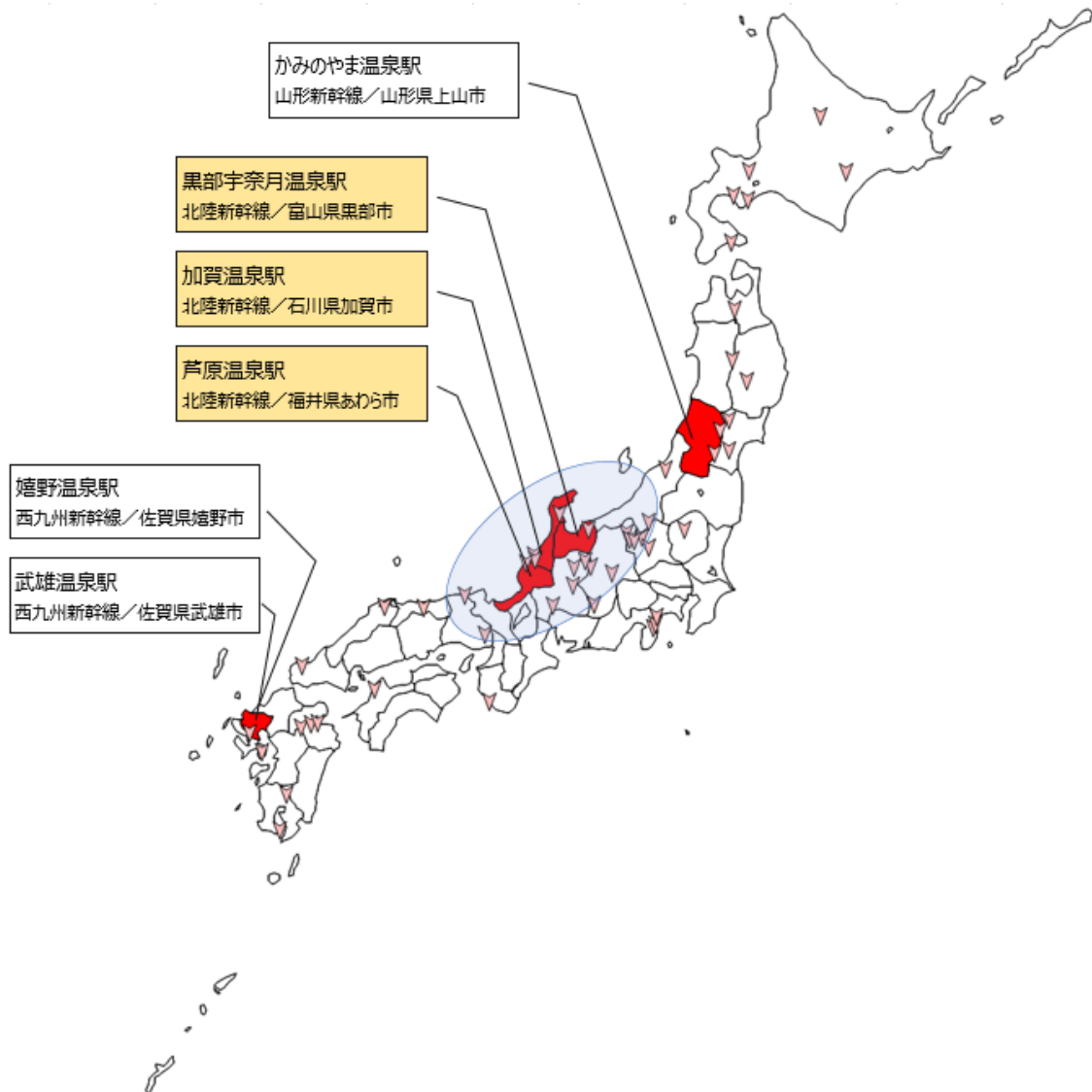
(出所) 当行グループ作成

図表 7-2：北陸地域への開業効果を最大化するために

考え方	一般的な方策	北陸温泉地の場合
観光入込客の拡大	交通基盤整備 地域ブランド向上	北陸新幹線敦賀開業 三県それぞれの特色ある温泉地の存在
×		
消費単価の拡大	滞在時間延長 高付加価値化	温泉地としてのブランディング強化 (地域が有する地域資源を魅せる+新しい概念の取込み) 温泉地同士、温泉地と地域資源の連携・掛け合わせ
×		
域内調達の拡大	地域資源活用 バリューチェーンの取込み	地域産品・サービスの活用 地域内の他業種との連携

(出所) ヒアリング等より当行グループ作成

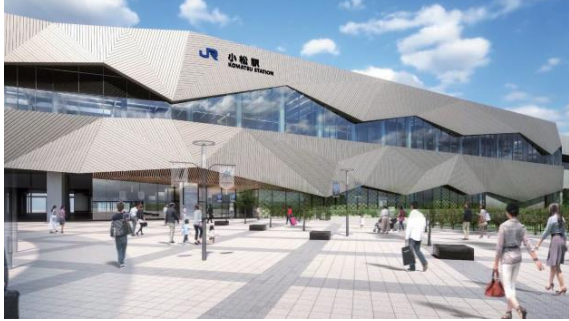
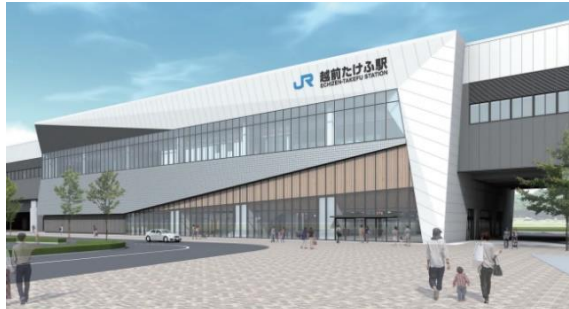
【Appendix1】全国の主要温泉地



(出所) (株)観光経済新聞社「第 36 回「にっぽんの温泉 100 選」のうち上位 50 箇所」をもとに当行グループ作成

(注) 赤地は、名称に温泉が入る新幹線の駅がある県

【Appendix 2】北陸新幹線敦賀開業により新たに設置される駅の概要

小松駅  ・ふるさとの伝統を未来へつなぐ『ターミナル』 ・慣れ親しんだ白山の雄大な山並みと未来を感じるターミナル ・松任谷由実氏、松任谷正隆氏が制作。小松駅に降り立つ人、小松駅を通過する人が、ふと空を見上げて元気になるような、マーチを感じさせる勇気が湧くメロディ。	加賀温泉駅  ・加賀の自然と歴史、文化を見せる駅 ・温泉郷の風情と城下町の歴史を感じさせる駅 ・松任谷由実氏、松任谷正隆氏が制作。短いメロディの中にある「加賀」という響きと「温泉」が相まった、いかにも雅で秘めやかな日本の風情が感じられるメロディ。
芦原温泉駅  ・あわらの大地に湧き出る贅の駅 ・あわら温泉の癒しと旅情が漂う駅 ・作曲家・堀田庸元氏（あわら市出身）が制作。竹田川や湧き上がる温泉をコンセプトに、光輝くあわら市の未来に向け、明るく、爽やかで、エネルギッシュなメロディ。	福井駅  ・太古から未来へ ～悠久の歴史と自然がみえる駅～ ・悠久の歴史を未来へつなぐシンボルゲートとなる駅 ・Symphonic「悠久の一乗谷」：葉加瀬太郎氏が制作。葉加瀬氏が一乗谷朝倉氏遺跡を訪れた際に感じた、明媚な景色と時間、山の手触りや谷を吹く風の香りを表現。
越前たけふ駅  ・伝統・文化を未来につなぐシンボルとしての駅 ・コウノトリが飛翔する未来への道標となる駅 ・現代音楽作曲家・細川俊夫氏が制作。聴くたび楽しく、ユーモアがあり、うれしくなるメロディ。音響合成技術により「越前打刀物」の打撃音を作曲に活用。	敦賀駅  ・空にうかぶ ～自然に囲まれ、港を望む駅 ・煌めく大海から未来へ飛翔する駅 ・「来い来い敦賀」：作曲家・佐淡豊氏が制作。明るく爽やかで聞きあたりのよい音調とし、敦賀駅のデザインイメージである「煌めく大海から未来へ飛翔」及び新幹線の疾走感を連想できる曲。

（出所）「北陸新幹線 金沢・敦賀間 地域に愛される駅をめざして」（JR TT 鉄道・運輸機構）、「北陸新幹線（延伸区間 6 駅）発車メロディの決定について」（JR 西日本）をもとに当行作成

（注）イメージ画下のフレーズは、上段がデザインコンセプト、中段はデザインイメージ、下段は発車メロディを示す。

【Appendix 3】これまで公表した新幹線/観光関連の当行レポート

公表年度	タイトル
2013	北陸新幹線金沢開業による石川県内への経済波及効果
2015	北陸地域における産業観光の可能性について
2016	北陸新幹線金沢開業による観光活性化が石川県内に及ぼす経済波及効果 － 交流がもたらす経済波及効果は 678 億円 －
2016	北陸地域における観光マーケティングの必要性 － DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査より －
2017	北陸新幹線開業を契機とした金沢市内におけるホテル投資動向
2019	北陸新幹線敦賀開業による福井県内への経済波及効果 － 観光・ビジネス両面からの交流人口増加がもたらす経済波及効果は推計 309 億円－
2020	富山・石川・福井県民のマイクロツーリズムに対する意識調査
2021	新幹線の経済・社会効果 ～2010 年以降の 3 県経済のふり返りから～
2021	新幹線の経済・社会効果 ～新幹線で動き出した福井市の街づくり～
【つながる北陸】新幹線レポート	
2022	「つながる北陸」新幹線レポート：vol.1 越前たけふ駅 “the ECHIZEN” ～越前たけふ駅が呼び覚ますゲニウス・ロキ～
2022	「つながる北陸」新幹線レポート：vol.2 福井駅 北陸新幹線敦賀開業に関する北陸・首都圏・関西在住者の意識調査 ～福井が開業効果を最大限活かすために～
2023	「つながる北陸」新幹線レポート：vol.3 金沢駅 北陸新幹線敦賀開業による石川県内への経済波及効果 ～経済波及効果は推計 279 億円、金沢駅のハブ機能を高め全域への波及を～

レポートの全文は、当行ウェブサイトで公表しております。

【Appendix 4】

小松商工会議所 80 周年記念座談会「北陸新幹線小松駅開業と小松の新しいかたち」

〔座談会参加者〕

小松商工会議所 会頭/西 正次、コマツ栗津工場 工場長/保川 高司、公立小松大学 学長/山本 博、

小松商工会議所 青年部 顧問/小野 知一郎、小松商工会議所 青年部 女性活躍推進部会長/梶 あい子

〔ファシリテーター〕 ㈱日本政策投資銀行 北陸支店 企画調査課長/飯田 一之

座談会の内容は、小松商工会議所ウェブサイトでご覧になれます。 <https://komatsu-cci.or.jp/10307>

©Development bank of Japan Inc.2023

本資料は情報提供のみを目的として作成されたものであり、取引等を勧誘するものではありません。本資料は当行が信頼に足ると判断した情報に基づいて作成されていますが、当行はその正確性・確実性を保証するものではありません。本資料のご利用に際しましては、ご自身の判断でなされますようお願いいたします。本資料は著作物であり、著作権法に基づき保護されています。本資料の全文または一部を転載・複製する際は、著作権者の許諾が必要ですので、当行までご連絡ください。著作権法の定めに従い引用・転載・複製する際には、必ず、『出所：(株)日本政策投資銀行』と明記して下さい。

(お問い合わせ先)

株式会社日本政策投資銀行 北陸支店 企画調査課（電話：076-221-3216／E-mail：hrinfo@dbj.jp）