



道路が拓く， 交流型の地域振興

会津縦貫道路活用へのヒント
2015.8.3

東北大学教授
災害科学国際研究所
大学院工学研究科土木工学専攻
奥村 誠

本日のお話のもくじ

1. 所要時間・費用減少の効果
 2. 東北の第一の特徴
 3. 東北の第二の特徴
 4. 交流のターゲットは？
 5. 会津縦貫北道路の意義
- 付録：観光庁ビッグデータ調査



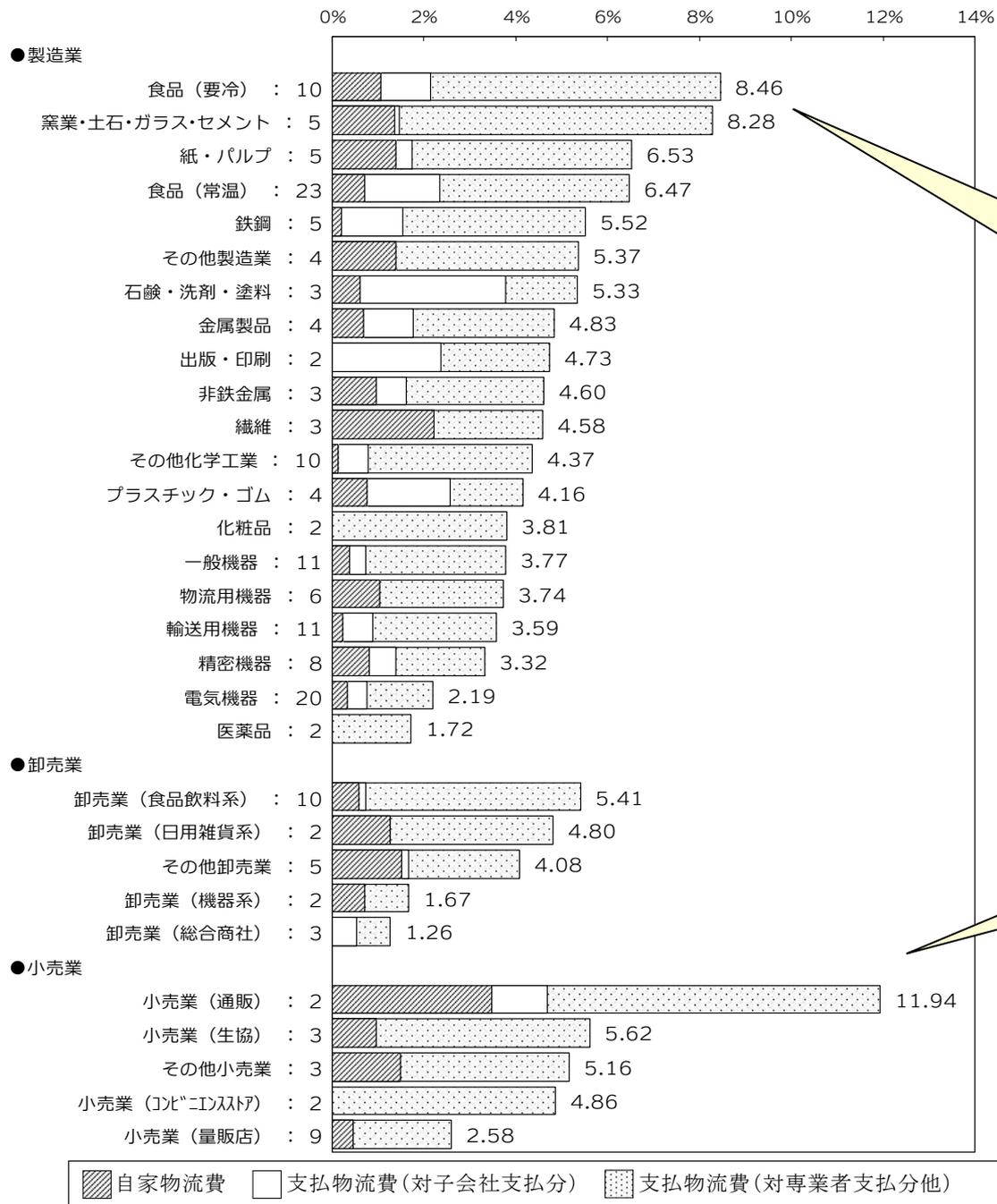
1. 所要時間・ 費用減少の効果



輸送費の減少では、 売り上げは増えない

- ❖ ものの値段に占める、交通費の割合はせいぜい10%
(産業連関表による; 最大は要冷食品)
- ❖ 道路の改善で輸送費が仮に半分になったとしても、販売額の低下は5%
- ❖ 価格が5%安くなっただけで、売り上げが爆発的に増える見込みはない

図表1-3 売上高物流コスト比率（業種小分類別）



価格に占める
物流コストの
割合

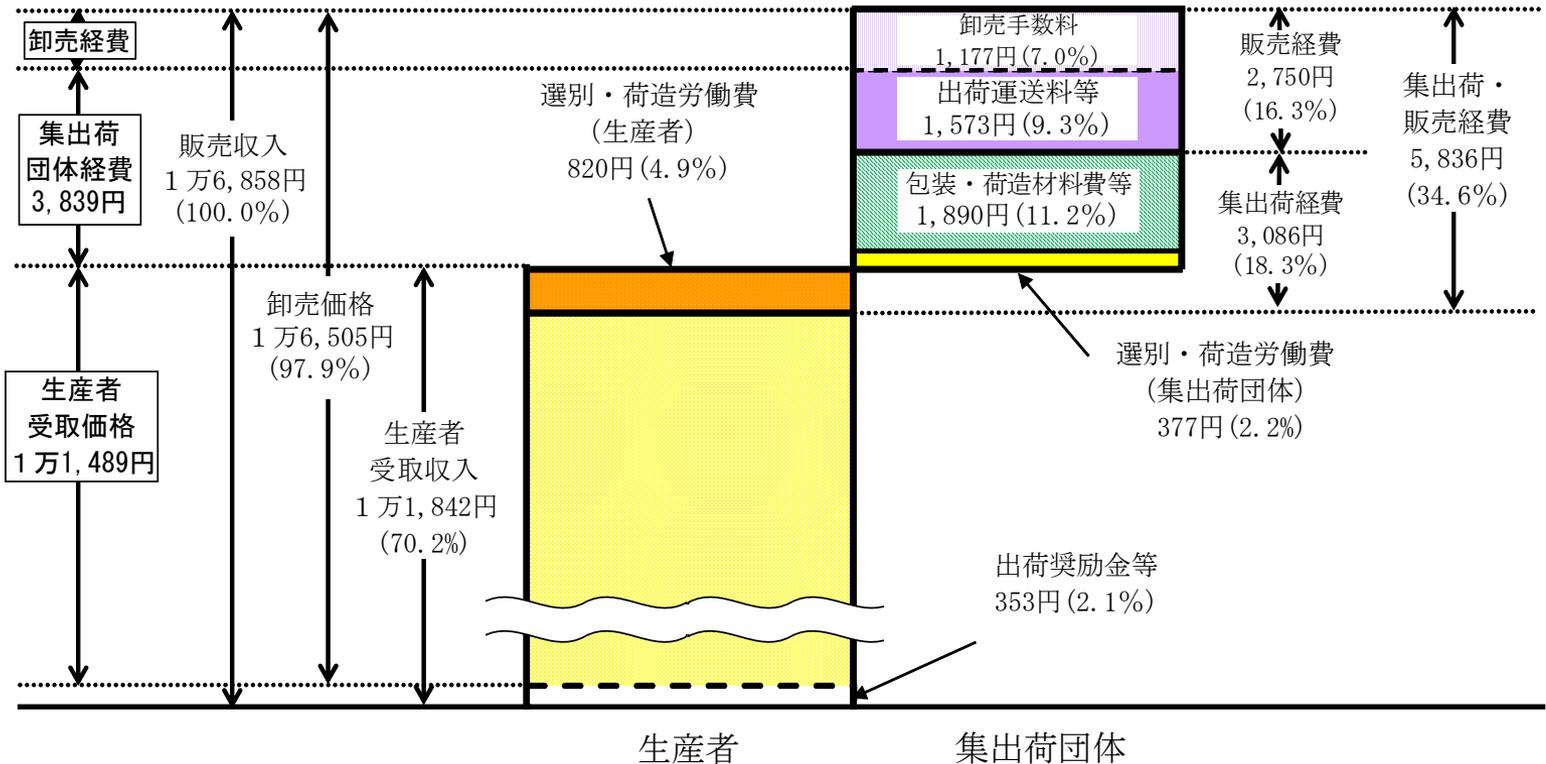
製造業では、
食品工業（要冷）
窯業で 8%

小売業では、
通販が12%

日本ロジステック協会
2012年

青果物の輸送費用は経費の9.3%

図2 集出荷団体の流通経費等（青果物平均・100kg当たり）（平成25年度）



注：（ ）内の数値は、販売収入に占める各経費等の割合であり、1集出荷団体当たりの数値を用い算出している。このため、図中の数値（100kg当たり）を用いて算出した値と一致しない場合がある（以下の図3及び図4について同じ。）。

農水省：食品流通段階別価格形成調査 ・青果物経費調査（平成25年度）

コストの削減では客は増えない

- ⊕ 日本の観光旅行の総量は減少しつつある
 - ⊕ 総人口の減少×高齢化×一人当回数の減少
- ⊕ 一時的に増えても、次の目新しい行き先ができると、簡単に移動する
- ⊕ 行きやすくなること × **行き先の魅力**
- ⊕ 風評被害に負けない、本当の魅力とは？

国民生活基本調査における 人口当たりの平均旅行回数の変化

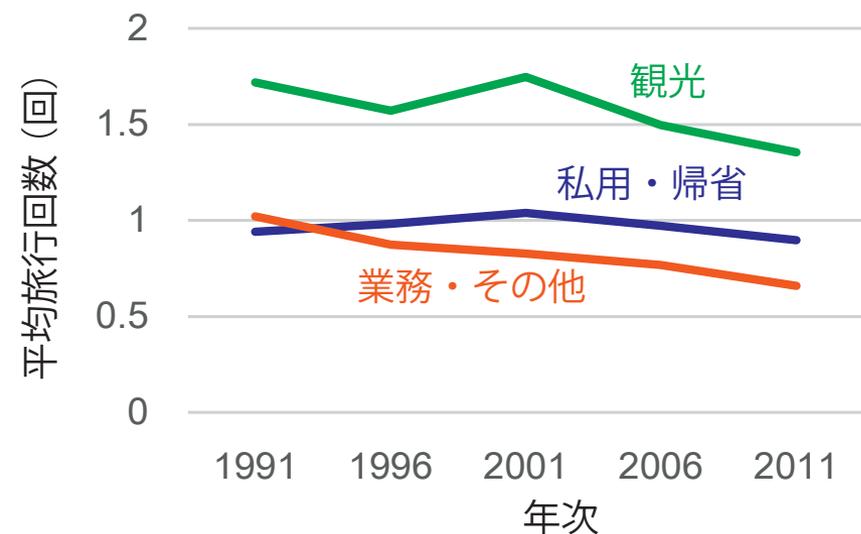


図 40 集計平均値の経年変化（目的間比較）

宿泊旅行（一人当たり）

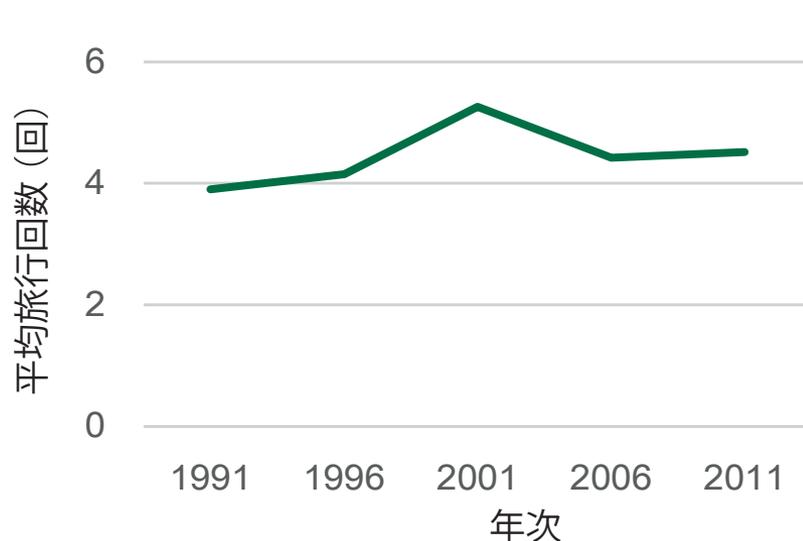


図 44 集計平均値の経年変化（日帰り（行楽））

日帰り旅行（一人当たり）

国民生活基本調査における 人口当たりの平均旅行回数の変化

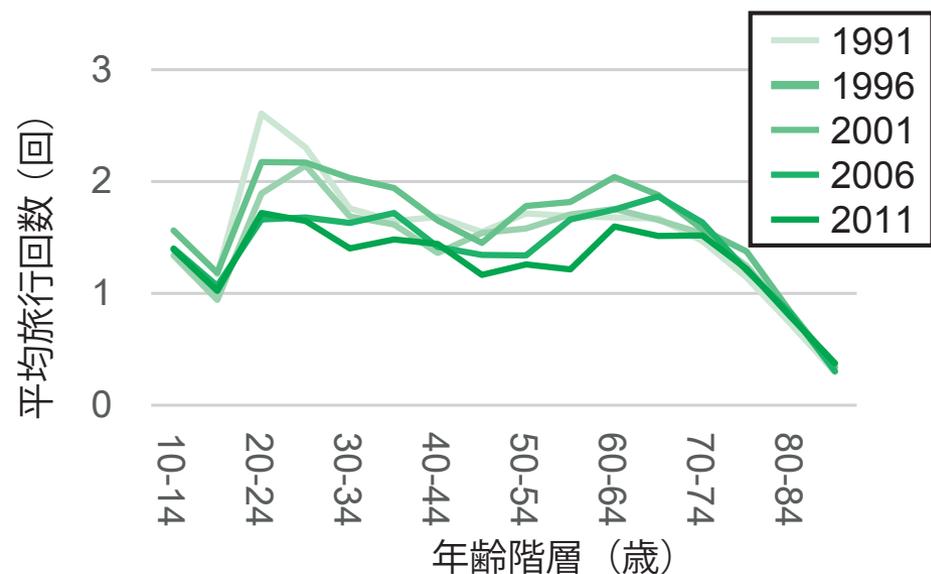


図 10 平均値の年齢階層比較 (観光)

宿泊旅行(一人当たり)

20代と60代にピークがある
両方とも経年的に低下

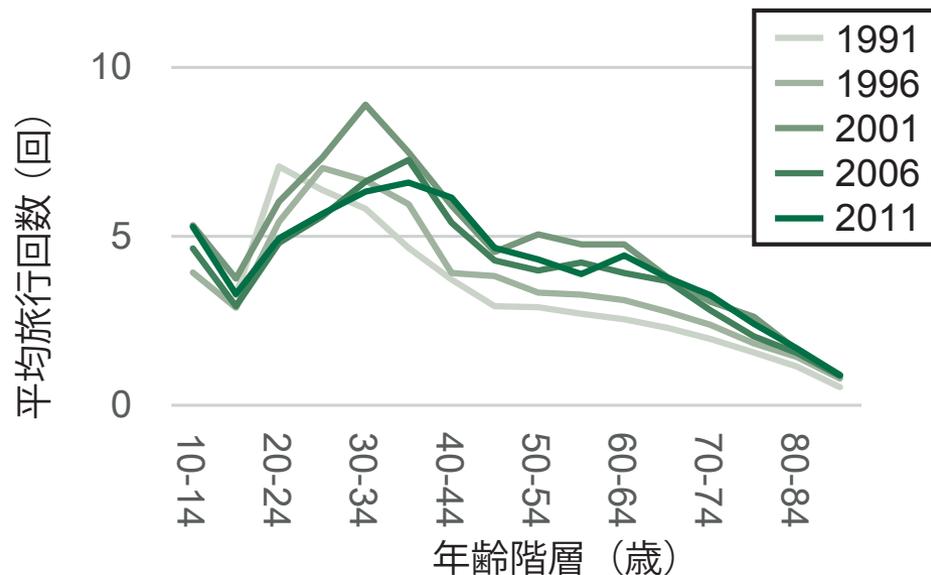


図 47 平均値の年齢階層比較 (日帰り(行楽))

日帰り旅行(一人当たり)

30代ピークで加齢により低下
近年は減少傾向

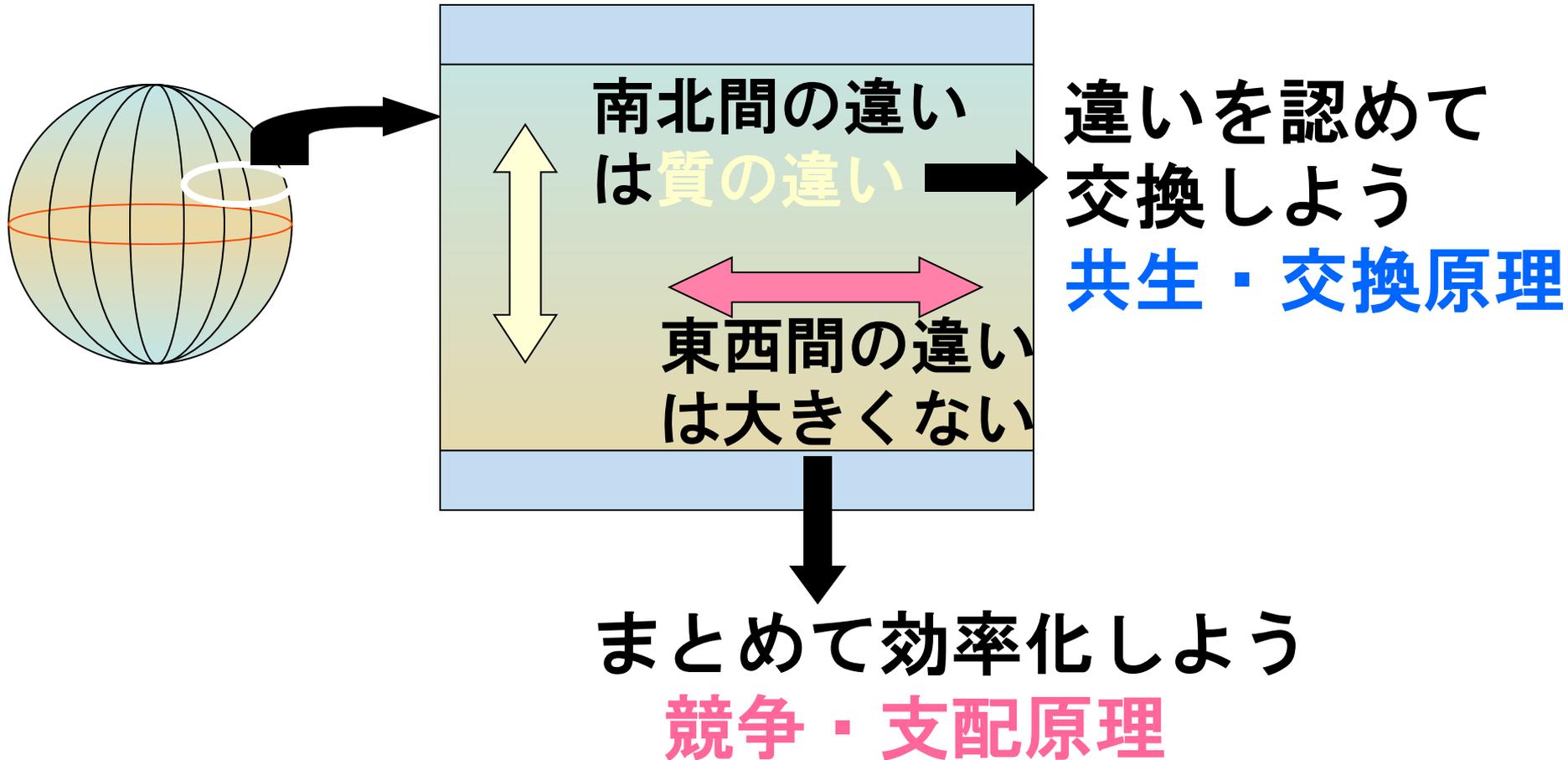


2. 東北の第一の特徴 北国さを生かす

東北の特徴とは？

- ❁ **北国性**：遠い，寒い，暗い
 - ❁ 中央（上方・江戸）とは同じ原理では説明できない別の土地
 - ❁ **北国**特有の気候・風土
 - ❁ **北国**特有の水産物，農作物
 - ・「食わず嫌い」に魅力を伝える
 - ❁ じっくりと自然に向き合い，手を抜かない人々のまじめな気質

「北国さ」とは？



これからの世界の中では 「北国」は狙い目

世界の今後の経済発展は「暑い所」か「寒い所」
で起こる（天然資源の開発）

→「北国」に生きる知恵,
北国の技術が重要になる

地球温暖化によって「北国」の希少価値は高まる

→世界的に、「寒いところ」への観光が増える

→利根川流域に雪がなくなり,
関東で水・電気が欠乏

賃金が高い日本の産業戦略 【消費者】を生かす！

- ❁ コスト面での比較優位は長続きしない
 - ❁ 宮城県の自動車産業
 - ・（国内では）労働力が安く，ロシアに運びやすい？
- ❁ そもそも日本の賃金は，アジア諸国より高い
 - ❁ 高賃金を払っていることを強みとして生かす
 - ❁ 購買力を持ち，新製品に興味を持つ消費者
 - ・ 海外旅行やメディアを通じて国際的に宣伝
 - ・ 試作段階からクレームをつけて改善を提案
 - ・ 商品を使いこなすためのソフトウェア，工夫
- ❁ 消費者とものづくりとの2人3脚で商品を鍛える

東北で鍛えるべき北国の産業

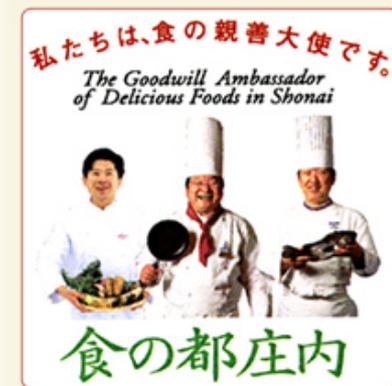
- ❖ 世界の歴史上，経済は温帯で発展
 - ❖ 多くの製品は温帯向きに開発されてきた
 - ❖ 他の地域ではそれを無理をして使っている
- ❖ 今後の経済発展は熱帯，冷帯中心（BRICs）
- ❖ 寒冷地にあった製品の提案と開発
 - ❖ ロシアの鉄道：復水式蒸気機関車
 - ❖ エネルギーや資源を無駄にしない製品
 - ❖ 温度変化による劣化を防いだ製品
 - ❖ 氷や雪の上をうまく使う乗り物？
- ❖ 寒い環境の中で，使用者からフィードバックを受けながら，商品・製品を鍛えること

中途半端な東北の売り出し能力

- ❖ 北海道は十分ブランド化できている
 - ❖ 北海道にしか「ないもの」がイメージできる
 - ・本当は北欧やカナダのイメージかも？
- ❖ 東北は売込みがへた
 - ❖ まず、名前がわかり難い
 - ・「南東北の旅」？どこのこと？
 - ❖ 自ら評価できず首都圏からの評価に頼る
 - ・「いわて食材倶楽部」「食材王国みやぎ」
 - ❖ 相手の地域（東京）に「ないもの」の評価を、相手の地域に任せることの不思議



自分たちの持ち物を、 自分自身で評価しよう



- ❁ 食材はその地域に中で新鮮さを保ったまま、風土にあった料理に使われて、真価を発揮できる
- ❁ 「食の都・庄内」プロジェクト
 - ❁ 地域の生産者・消費者・山形大学農学部などが連携し、在来作物や特別栽培農産物、庄内浜で水揚げされた魚介類などのこだわりの食材を地域の資源として活かし、歴史や風土に育まれた食文化の再発掘や安全・安心で豊かな食生活を提案しながら進めるブランドづくり
 - ❁ イタリア料理「アル・ケッチアーノ」奥田政行シェフ

東北らしい観光：北国の観光

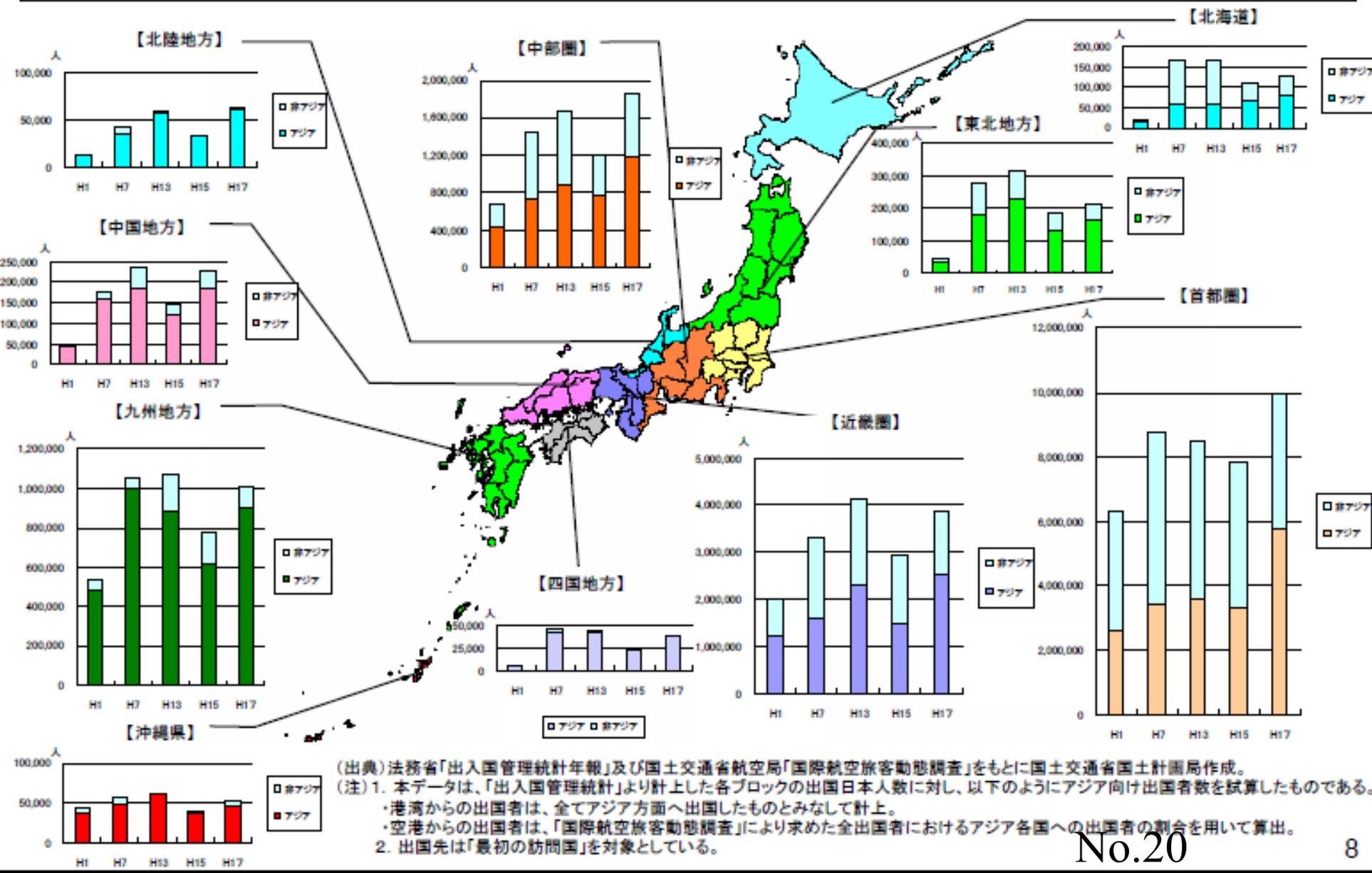
- ❖ 地域の風土に自信を持って！
 - ❖ 観光客は，日常と異なる場所を目指す
 - ❖ そのような場所の実情を知らないのが当たり前
 - ❖ 訪問地をよく知っているのは地元の人々のはず
 - ・自分たちの風土、暮らし、文化、歴史の理解は？
- ❖ 自分で地域の環境の楽しみ方を学べ！
 - ・その日の天候や客の能力に合わせて適切な雪質と地形を持つスキーゲレンデを細かく紹介する
 - ・訪問者の持つ持病や体の状態に応じて適切な温泉と入浴の方法を助言（蔵王温泉・温泉ソムリエ講座）
- ❖ 他人が来ないなら，地域の施設は自分達で使え！

東北人は、もっと遊ぼう！

	都道府県名	海外渡航者数 (人口1万人当たり)			携帯電話等普及率			インターネット利用の行動者率		
		人	順位	海外渡航者数 (人)	%	順位	携帯電話等契約数 (契約)	%	順位	インターネット利用の行動者数 (千人)
	全 国	1,372.4		17,534,565	75.9		96,483,732	59.4		67,500
1	北 海 道	597.3	37	334,536	68.3	23	3,848,033	54.5	26	2,706
2	青 森 県	342.2	47	48,682	56.8	46	829,511	44.4	47	559
3	岩 手 県	403.0	45	55,407	56.6	47	785,893	45.9	44	561
4	宮 城 県	693.1	32	163,189	75.6	7	1,772,180	55.7	19	1,169
5	秋 田 県	375.0	46	42,521	57.1	45	659,981	45.4	46	461
6	山 形 県	517.7	40	62,513	59.7	43	723,751	45.7	45	491
7	福 島 県	598.1	36	124,394	59.6	44	1,252,698	47.6	41	877
8	茨 城 県	1,108.7	14	329,467	68.8	19	2,056,000	56.4	18	1,493
9	栃 木 県	1,004.1	17	202,342	68.6	21	1,377,620	54.8	25	982
10	群 馬 県	967.9	19	195,585	68.6	21	1,386,052	55.7	19	996
11	埼 玉 県	1,518.8	8	1,074,016	74.1	10	5,204,353	64.6	3	4,091
12	千 葉 県	1,809.0	3	1,098,694	73.5	11	4,437,370	64.6	3	3,513
13	東 京 都	2,535.3	1	3,209,470	113.5	1	13,931,459	70.8	1	8,139
14	神 奈 川 県	2,150.1	2	1,898,496	79.2	4	6,887,241	70.7	2	5,583
15	新 潟 県	635.6	35	153,714	60.7	40	1,479,365	50.2	34	1,084
40	福 岡 県	1,104.0	15	558,008	75.3	9	3,786,891	57.3	15	2,553
41	佐 賀 県	706.4	30	60,941	62.8	34	548,024	48.5	37	364
42	長 崎 県	588.1	38	86,242	61.6	39	920,454	48.3	40	618
43	熊 本 県	703.7	31	129,230	62.6	35	1,164,209	51.6	32	830
44	大 分 県	660.3	33	79,614	62.5	36	763,025	49.7	35	527
45	宮 崎 県	491.0	43	56,366	60.5	41	709,715	49.2	36	495
46	鹿 児 島 県	451.8	44	78,752	60.0	42	1,056,217	47.2	42	719
47	沖 縄 県	577.7	39	79,046	65.3	29	901,996	48.5	37	567
	時 点	平成18年			平成18年3月31日			平成18年10月20日		

伸びていない東北からの出国者

各広域ブロック内の港湾・空港からアジアへ出国した日本人数の推移を試算。特に、三大都市圏以外の地方ブロックにおける出国日本人数が大きく増加していることがわかる。(なお、平成15年は、SARSの影響等により全世界で航空旅客が減少)



会津

あつたんです。
まだ、極上の日本が…。



3. 東北の第2の特徴 多自然性を生かす



日本の他地域(や外国)にない 東北の特徴とは？

- ❖ 異境性(北国性)
- ❖ 原境性(発展から遅れて原日本が残存)
 - ❖ 遅れた地域, 取り残された地域?
 - ・ 環境問題, 開発の負の側面への反省
 - ❖ 多自然地域「周回遅れのトップランナー？」
 - ・ じっくりと自然に向き合う。量より質。

自然のペースに合わせた生き方

無理をしない。急がない。
確かに時間はかかる。

でも、じっくりと時間をかけて取り組む
少数を選び、手塩をかけて「はぐくむ」

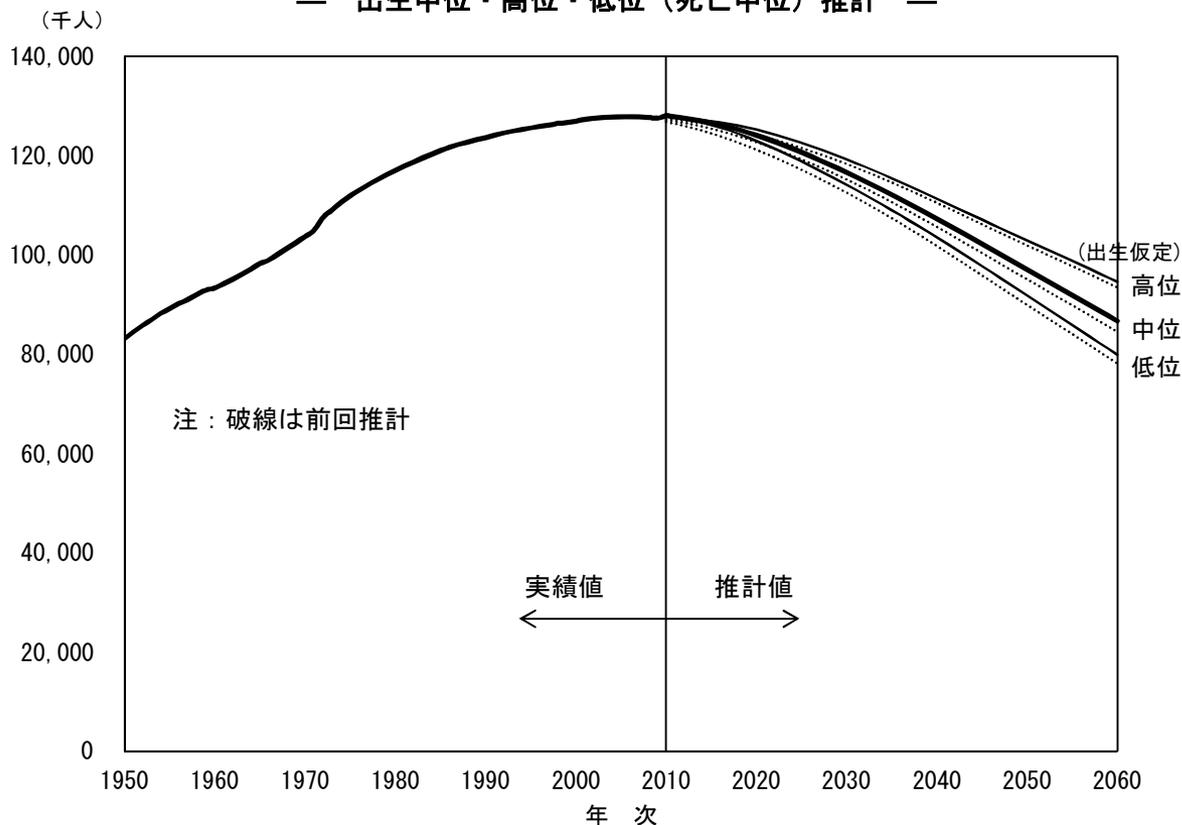
「量」よりも「質」

スローライフ
ロハス・エコ

低価格ではなく, 高価格 (付加価値)で勝負の時代

安くしても売れる量は限られる(人口減)

図1-1 総人口の推移
— 出生中位・高位・低位(死亡中位)推計 —



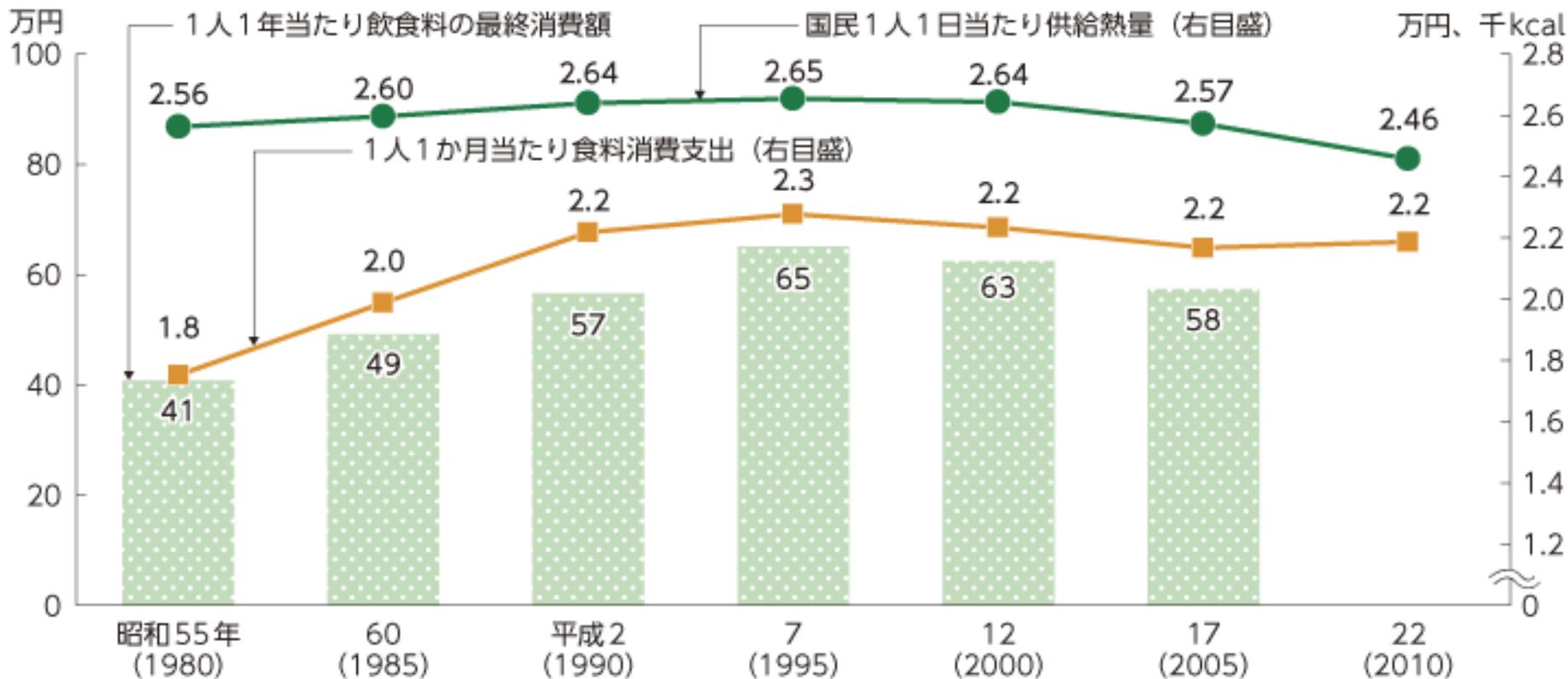
社会保障・人
口問題研究所
H24推計

低価格ではなく, 高価格 (付加価値)で勝負の時代

売れる量は限られる(飽食による消費減)

農水省HP

図2-3-6 1人1年当たり飲食料の最終消費額、1人1か月当たり食料消費支出及び国民1人1日当たり供給熱量の推移

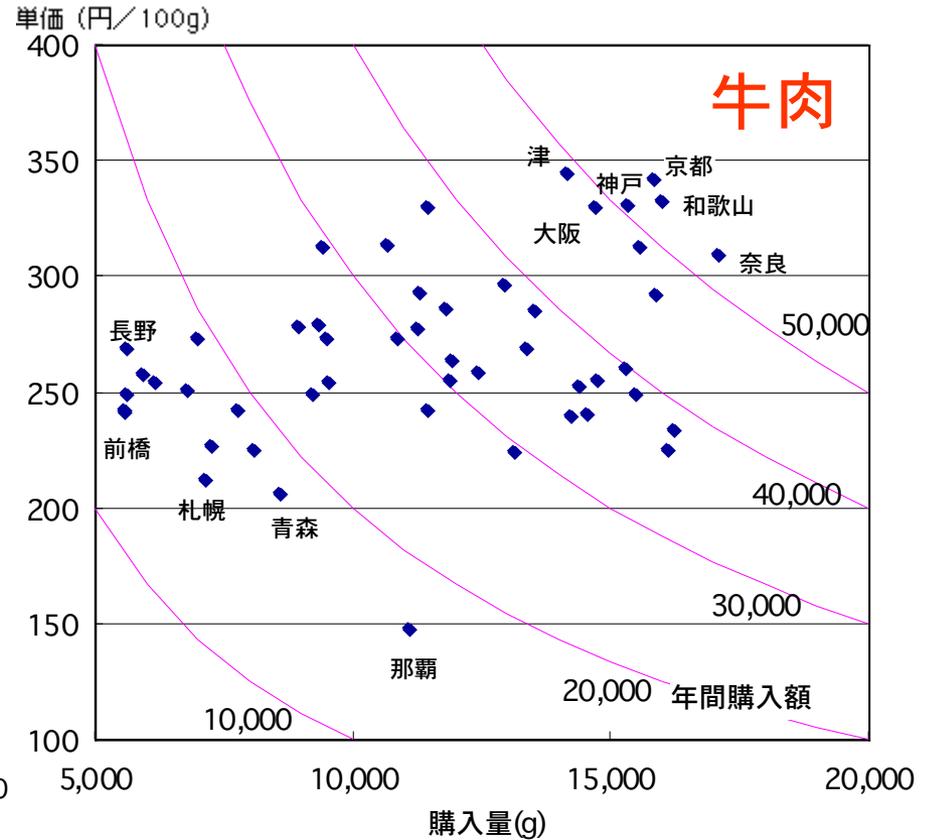
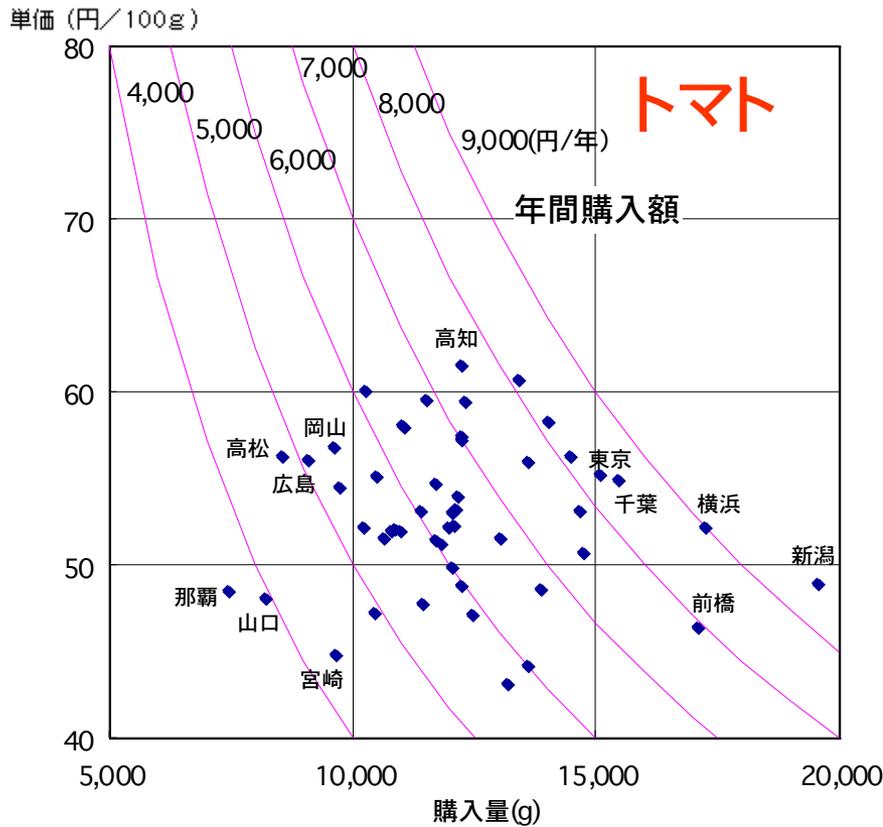


資料：農林水産省「農林漁業及び関連産業を中心とした産業連関表」「食料需給表」、総務省「国勢調査」、「家計調査」(全国・二人以上の世帯)を基に農林水産省で作成

注：1) 家計調査において、平成7 (1995) 年以前は農林漁家を除く。

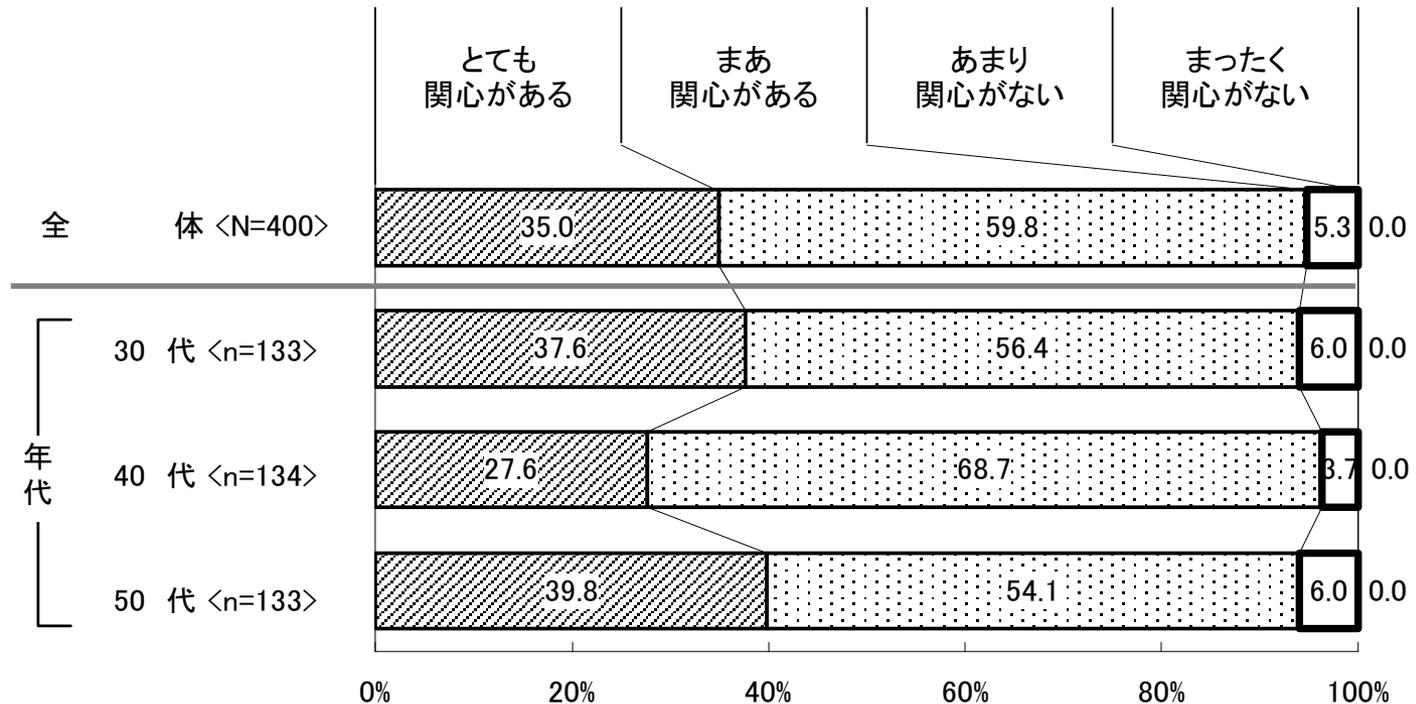
高価格(付加価値)で勝負

これだけ違う購入価格(家計消費調査)



食生活に対する意識 農林中央金庫調査(2015.6)

図 20. “食の安全” について、どの程度関心を持っているか

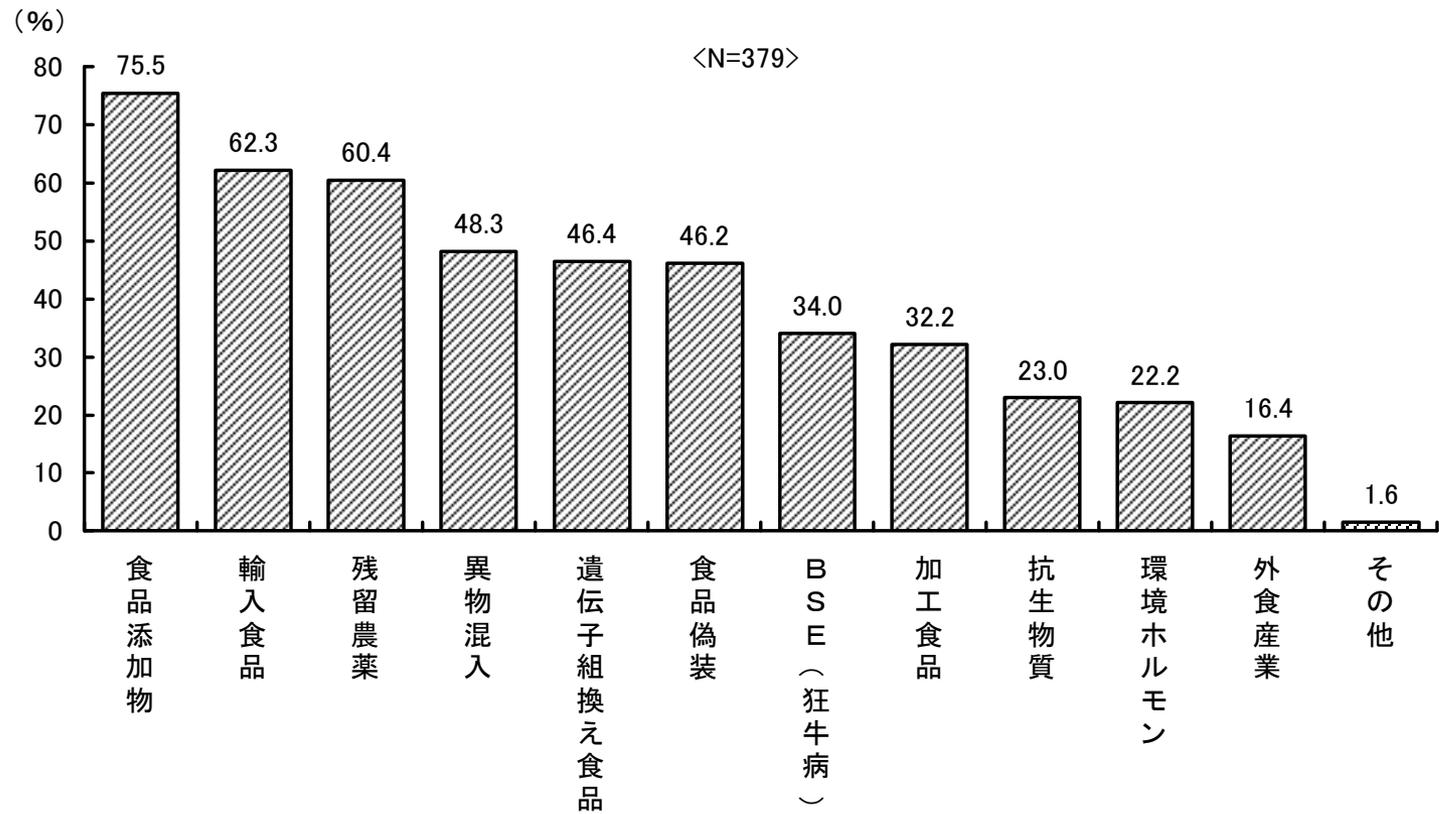


食品の安全性に強い関心がある。

食生活に対する意識

農林中央金庫調査(2015.6)

図 21. どんなことに関心があるか（複数回答）



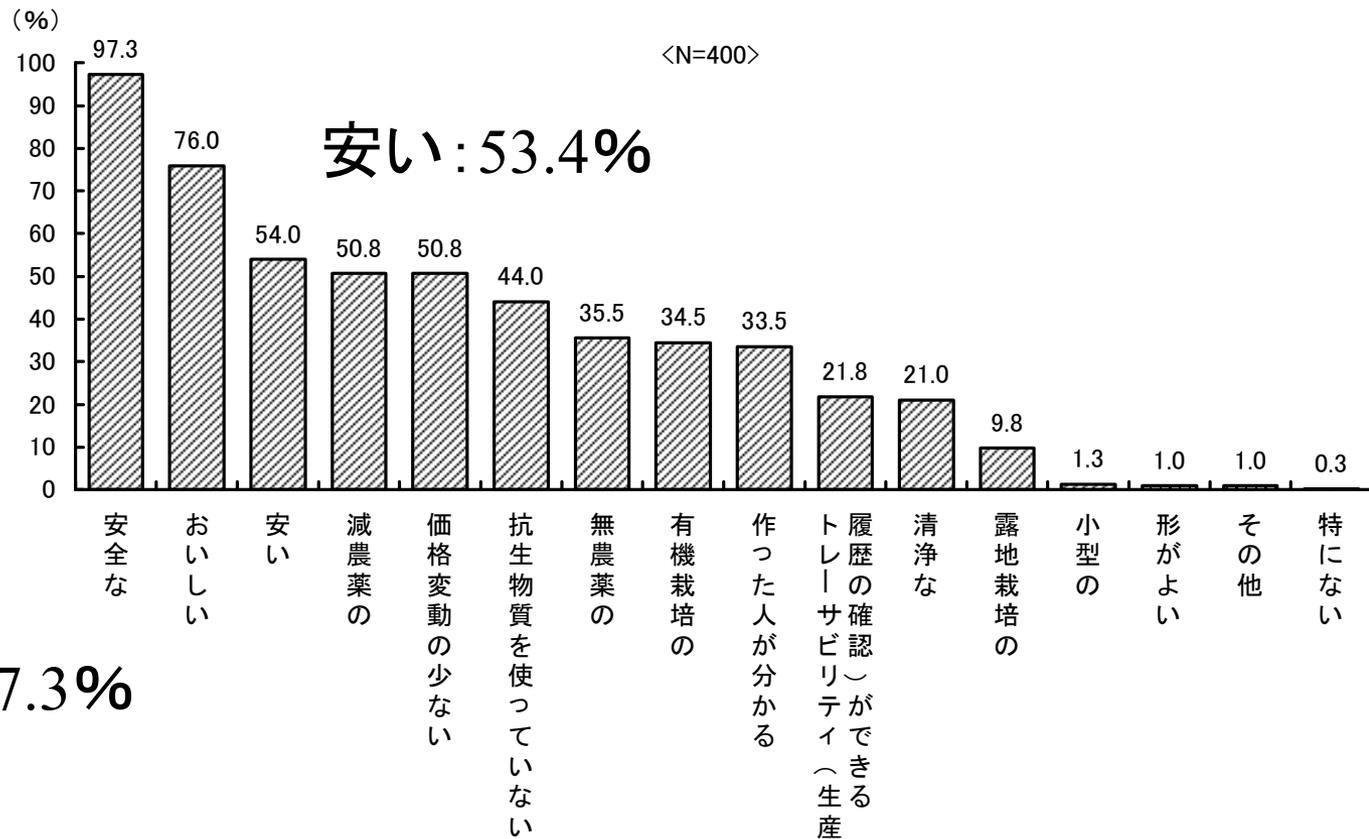
年代	関心率 (%)												
	食品添加物	輸入食品	残留農薬	異物混入	遺伝子組換え食品	食品偽装	BSE (狂牛病)	加工食品	抗生物質	環境ホルモン	外食産業	その他	
	30代 <n=125>	73.6	55.2	59.2	44.0	36.8	40.8	25.6	28.0	16.0	20.8	15.2	2.4
40代 <n=129>	70.5	65.9	59.7	51.9	48.1	45.0	38.0	27.9	24.0	20.2	13.2	1.6	
50代 <n=125>	82.4	65.6	62.4	48.8	54.4	52.8	38.4	40.8	28.8	25.6	20.8	0.8	

食生活に対する意識

No.29

農林中央金庫調査(2015.6)

図 37. これからの“農畜水産物”について、どんな要望があるか（複数回答）



安全な:97.3%

年代	割合 (%)																
	30代 <n=133>	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46
30代 <n=133>	98.5	72.9	57.9	45.9	47.4	36.1	33.8	30.1	28.6	15.0	15.8	7.5	1.5	1.5	0.8	0.8	
40代 <n=134>	97.0	79.9	58.2	50.0	53.0	46.3	35.1	35.8	36.6	24.6	17.9	9.7	1.5	0.7	0.7	-	
50代 <n=133>	96.2	75.2	45.9	56.4	51.9	49.6	37.6	37.6	35.3	25.6	29.3	12.0	0.8	0.8	1.5	-	

安全への信頼性を作ること

安全で信頼できるものなら、値段が少々高くても構わない。

- ・自分の目と手で確かめる時間はない
- ・信頼のおける流通業者が確認
- ・産地の自然環境が守られている
- ・栽培家が健康で誇りのある生活

信頼性を作るには

地域の特性にあった無理のない作り方

・安売りや過度の安定供給はマイナス

大量生産・近代化・見栄え重視というこれ
までの方向とは矛盾することもある

・無農薬栽培・ワックス加工の省略など

意味を消費者に納得させることが必要

・見て、学んでもらうこと

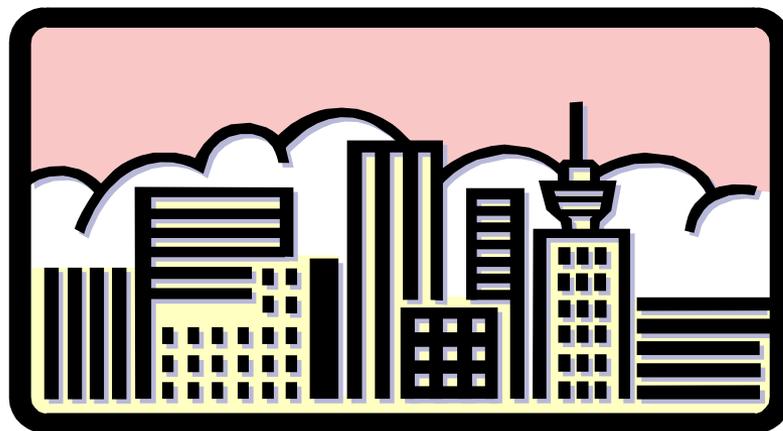
・説明に出かけること

人的交流

都会の豊かさは借り物？

都会の魅力は、実は世界・外国の窓口の魅力
都会や外国の情報はITで流れてくる
流通にもそのうち乗っかってくる
いざとなれば、遊びにいけばよい

都会にある魅力は、これからの時代、ますます
容易に手に入るようになるものが多い

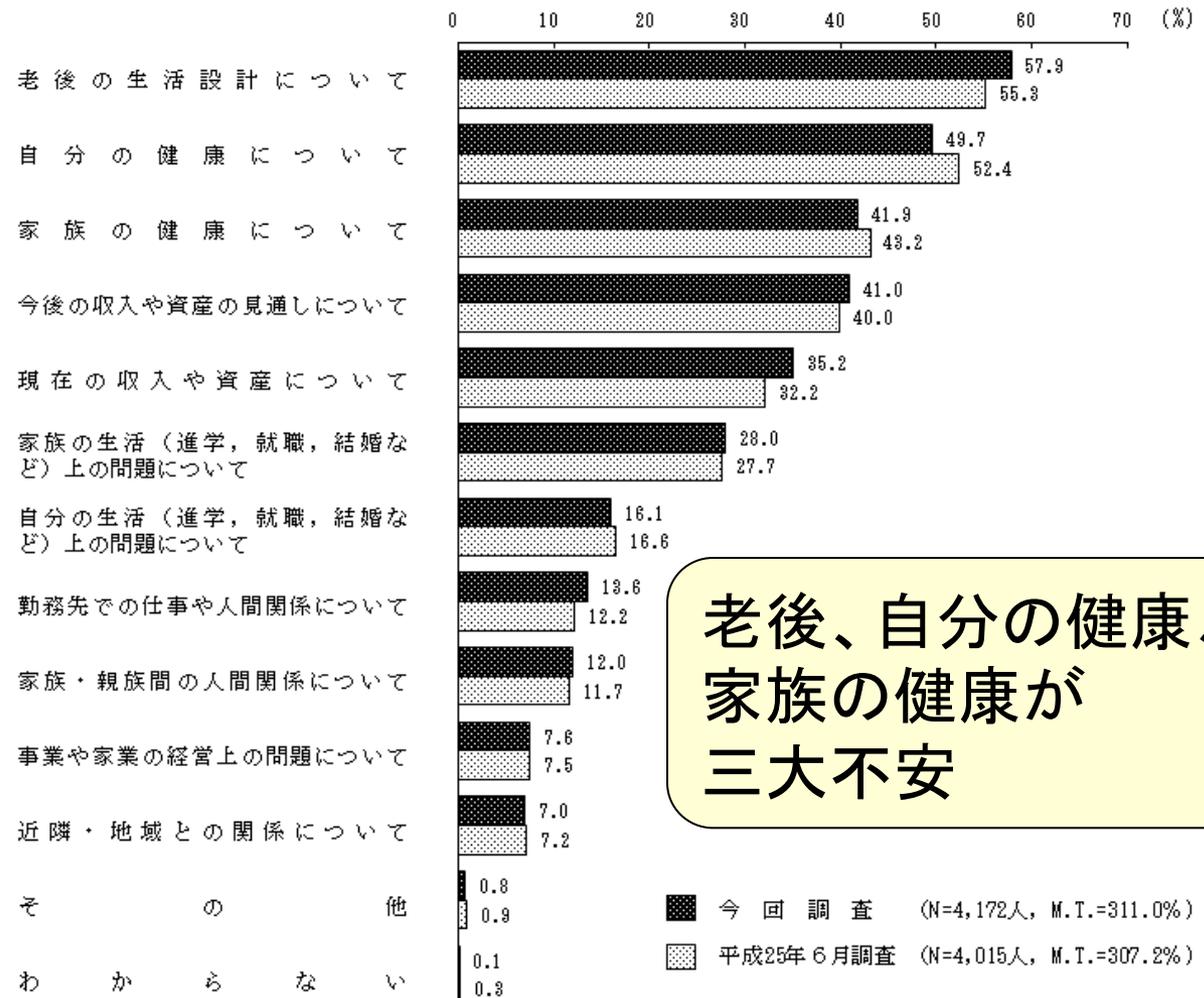


都市生活にはリスクが多い

内閣府：国民生活に関する世論調査（H26.6）

図24 悩みや不安の内容

（日常生活の中で、「悩みや不安を感じている」と答えた者に、複数回答）



老後、自分の健康、
家族の健康が
三大不安

都市では、自分の力で食料、水、エネルギーが調達できない

他人に頼る必要がある

他人が信じられなければ、リスクだらけの世界

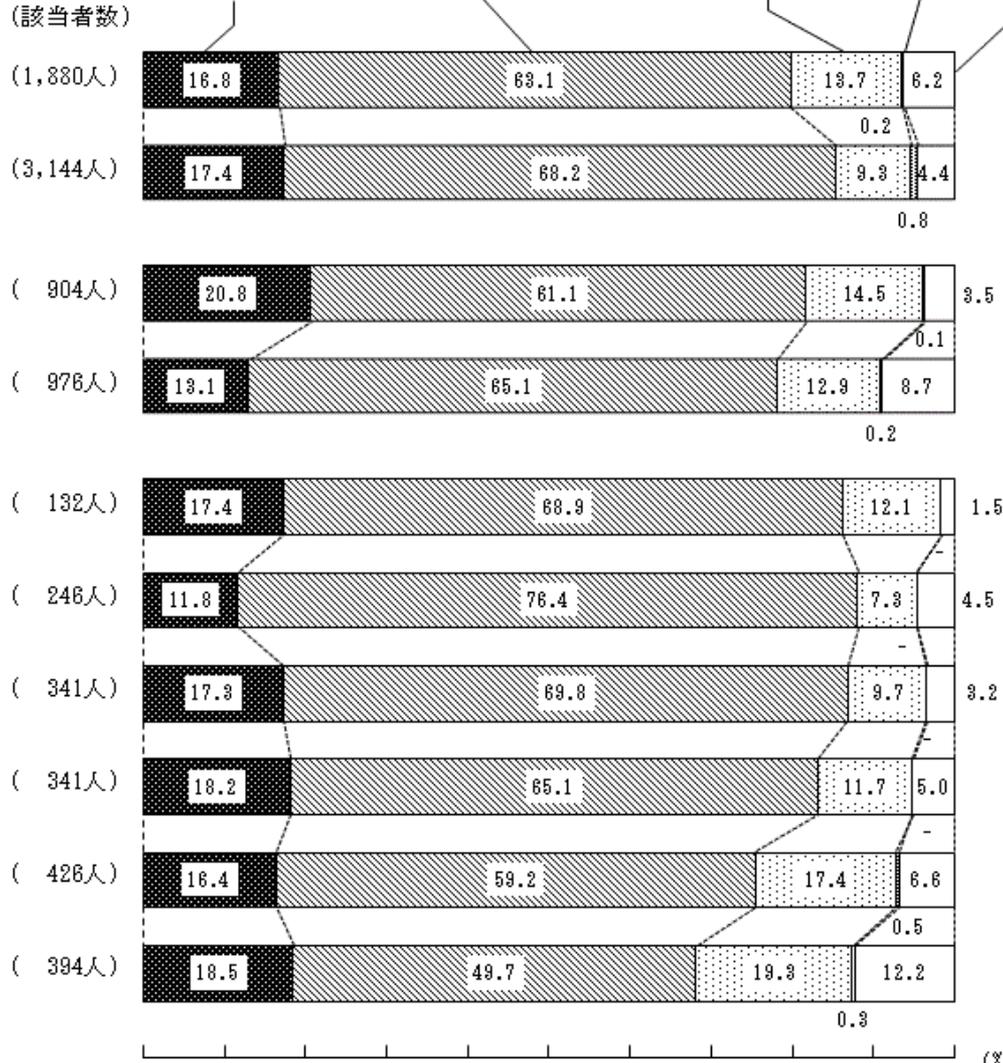
都市住民は農村に住みたい！

経済性・効率性の観点よりも、国土・環境保全などの機能を重視すべきである
 経済性・効率性の向上に努めつつ、国土・環境保全などの機能も重視すべきである
 国土・環境保全などの機能よりも、経済性・効率性の観点を重視すべきである
 その他
 わからない

内閣府
 農山漁村に関する
 世論調査(H26.6)

環境保全機能を求める声が多い。

都市生活への
 アンチ・テーゼ
 (オアシス)



大都市が失ったもの

大都市では

いい自然環境(空気、水)は買えない
通勤時間が長く、自由な時間が取れない
地方の面白いコトの情報は流れてこない



多自然地域では

いい自然環境の恵みを楽しむことができる

大都市のことは、マスコミが教えてくれる

大都市で売れたものは、通販で入手できる

外国に行けば、大都市の魅力がより安く味わえる

仲間を作り、楽しむための時間が豊かにある

多自然地域のほうが本当は豊かな時代になった

高付加価値のための条件

環境の良い農村に住むことはできないが、農畜産物を通してその恵みを享受したい。

環境と生き方の地域コンテスト

- ・産地の自然環境が守られている
- ・栽培家が健康で、誇りを持って農業に取り組んでいる

都市住民がうらやむ結果として、農畜産物の高付加価値化ができる。

地域の生活改善＋交流→農業振興

交流の必要性と道路の役割

道路は、都会にはない**環境と健康な生活をアピールする手段**

- 流通業者と消費者に来てもらう
- 栽培家が自ら説明とアピールに出かける

重要なのは物流ではなくて**人的な交流**

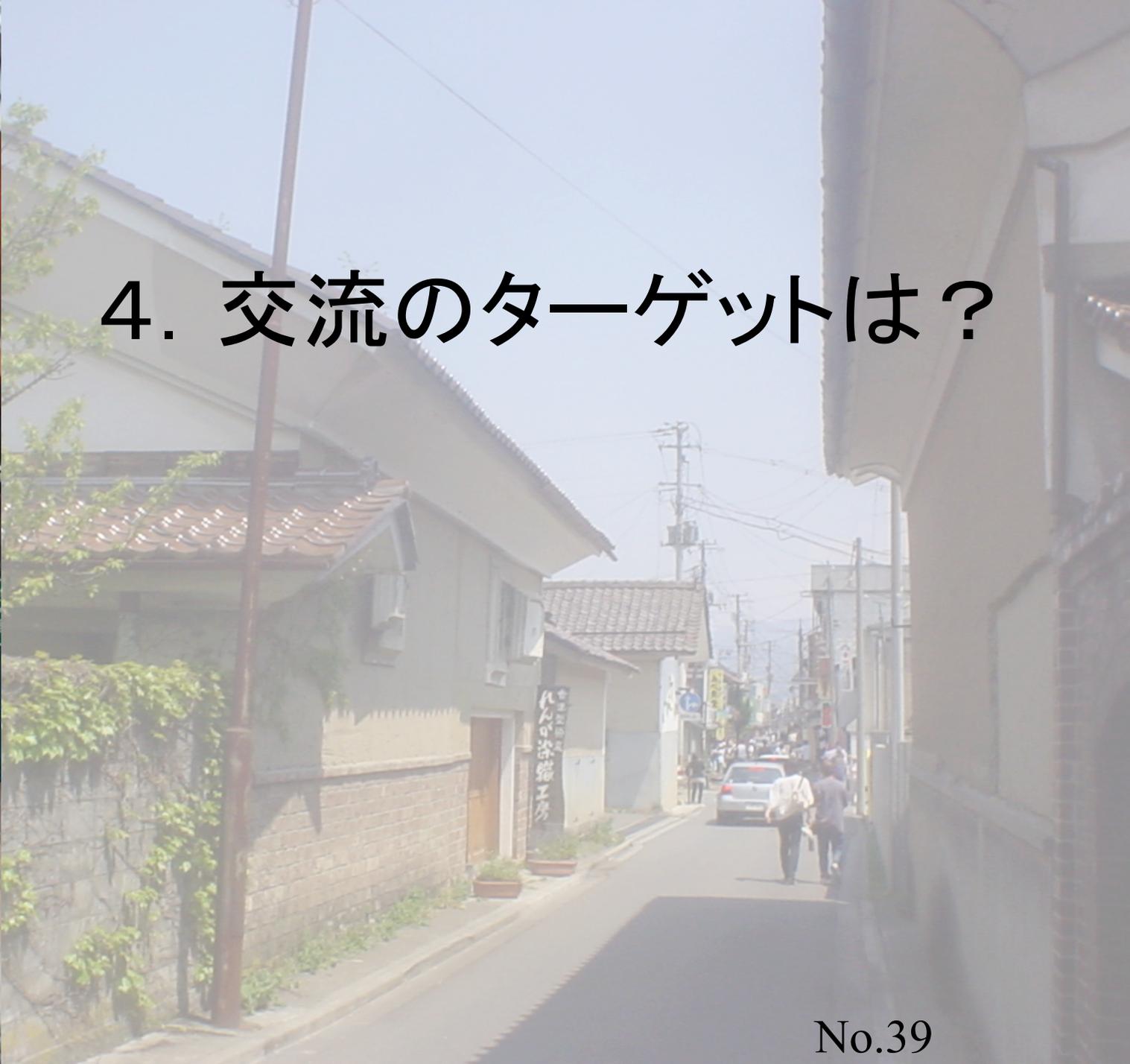
- 「違い」を持つこと
- 全ての機会がアピールのチャンス
- 観光・農業・商業・環境政策の総合化

東北らしい多自然型観光

- ❁ 地元の生活を体験することに価値がある
- ❁ 「標準的なサービスの型」にこだわるな
 - ❁ 山の中の温泉で「はまちの刺身」を出すな！
 - ❁ 誰も大都会の料亭並の料理は期待しない
 - ❁ 自分や、知り合いの手で集められた素性がわかり、信用できる食材のみを使うべき
- ❁ その地域の制約を表に出せ！
 - ❁ 時化れば食べられない魚にこそ意義がある



4. 交流のターゲットは？



東北には 遊ぶ人・若者はいないのか？

東北は全体として、高齢化が進む

東北は全体として、賃金が低い

遊ぶ余裕のある人が少ない

東京・関東から人を呼び込むしかない各地

域が熾烈に競争しており、

東北に来てもらうことはなかなか困難！

本当か？

大都市比較統計表

(最新版は2014.7発表)

子供の割合は中ぐらい

(平成22年10月1日)

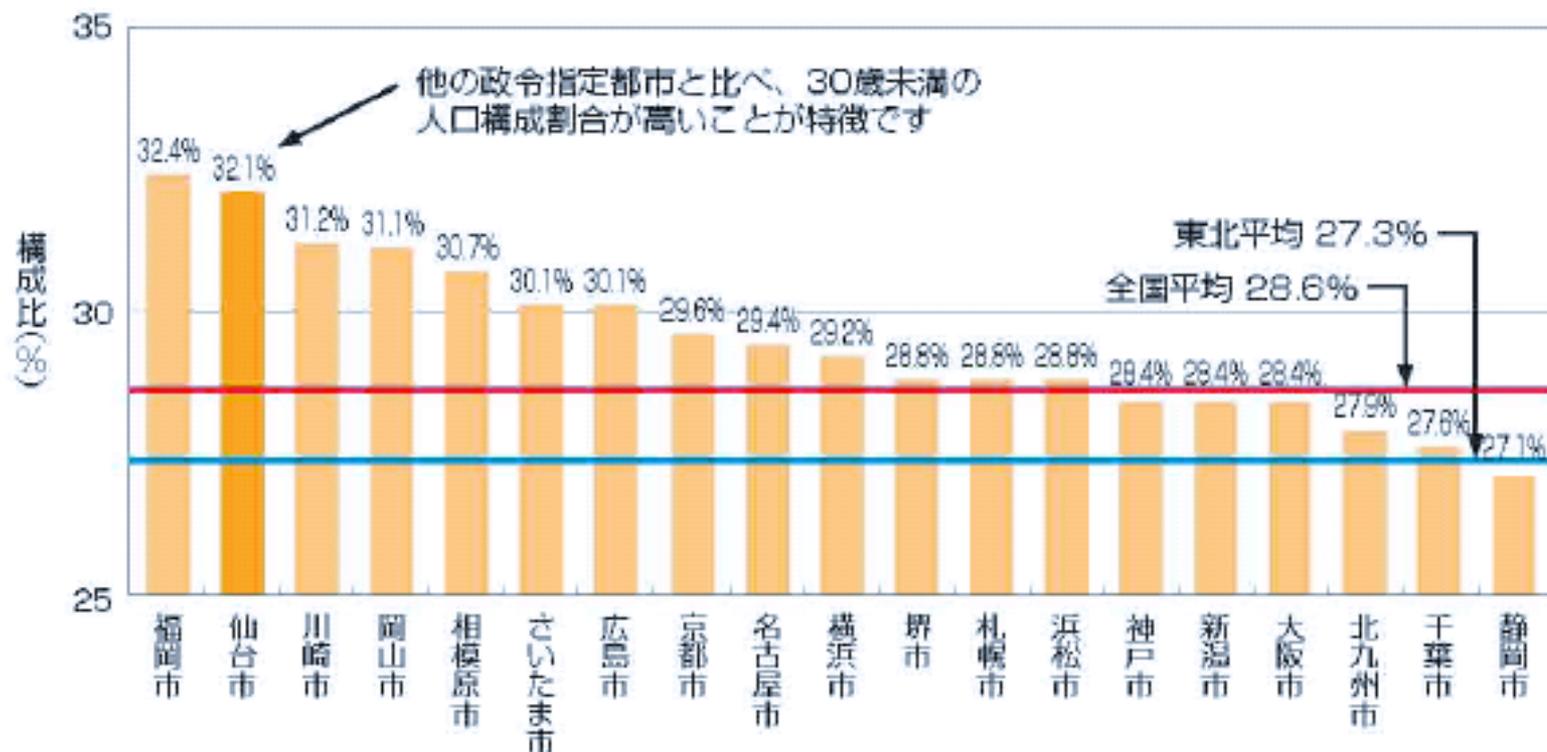
都市名	15歳未満	割合 (%)	15~64歳	割合 (%)	65歳以上	割合 (%)	平均年齢	年齢中位数
札幌市	224,212	11.7	1,292,313	67.7	391,796	20.5	44.4	44.1
仙台市	136,832	13.3	703,379	68.2	191,722	18.6	42.3	41.0
さいたま市	166,926	13.8	813,060	67.0	233,564	19.2	42.8	42.2
千葉市	123,972	13.3	606,496	65.3	198,850	21.4	44.0	43.6
川崎市	185,571	13.1	988,540	70.0	237,298	16.8	41.5	40.0
横浜市	486,262	13.3	2,440,385	66.6	736,216	20.1	43.4	42.7
相模原市	93,750	13.1	481,281	67.5	138,094	19.4	42.8	42.0
新潟市	103,346	12.8	516,311	64.0	187,371	23.2	45.3	45.6
静岡市	91,673	12.9	444,745	62.4	176,033	24.7	45.9	46.5
浜松市	112,093	14.1	499,213	63.0	181,347	22.9	44.7	44.8
名古屋市	289,642	13.0	1,463,977	65.8	471,879	21.2	43.8	42.9
京都市	171,090	11.9	935,200	65.1	330,047	23.0	44.6	43.7
大阪市	308,093	11.7	1,734,432	65.7	598,835	22.7	44.8	43.7
堺市	117,750	14.0	531,324	63.4	189,318	22.6	44.3	43.8
神戸市	194,963	12.7	980,959	64.1	354,218	23.1	45.0	45.2
岡山市	100,175	14.3	450,108	64.2	151,140	21.5	43.6	42.6
広島市	167,793	14.5	755,983	65.5	231,145	20.0	43.1	42.4
北九州市	126,391	13.0	599,183	61.7	244,860	25.2	46.1	47.1
福岡市	191,824	13.3	997,884	69.1	254,085	17.6	41.9	40.5

仙台の高齢化率(65歳以上人口率)は、川崎、福岡に続き3番目に低い。
平均年齢、年齢中位数も同様。

横浜・東京都区部より若い

仙台には若者が多い

図 30歳未満人口構成比の比較



資料：国勢調査（平成22年（2010年））

仙台近辺の遊ぶ人

・若者を使え！

- 仙台は東京より若者の割合が高い
 - 若者相手の商売はやりやすい
 - 相手となる若者が多い
 - 賃金が安い，働き手が多い
 - 東京に比べ，地価が圧倒的に安い
 - アンテナショップなら，東京より仙台に
- 若者に来てもらうなら，まずは仙台から来てもらう方法を考えるべき！

実際には、住民票を移していない多くの人々が仙台に流入！

※ 数値上、客数は増加していますが、復興関連宿泊者等の需要によるものであります。

(単位：千人)

	H 2 2	H 2 3	増減数	前年比
仙 南 圏 域	607	672	65	110.9%
仙 台 圏 域	5,649	6,439	790	114.0%
大 崎 圏 域	926	963	37	103.9%
栗 原 圏 域	87	60	△ 27	68.8%
登 米 圏 域	26	22	△ 4	84.7%
石 巻 圏 域	311	45	△ 266	14.6%
気 仙 沼 圏 域	441	216	△ 225	49.1%
合 計	8,047	8,417	370	104.6%

※四捨五入の関係で一致しない場合があります。

参考 (四半期ごと対前年比)

	1～3月	4月～6月	7月～9月	10月～12月	年計
県全体	87.4%	115.5%	106.8%	105.9%	104.6%

宮城県観光宿泊統計より

No.44

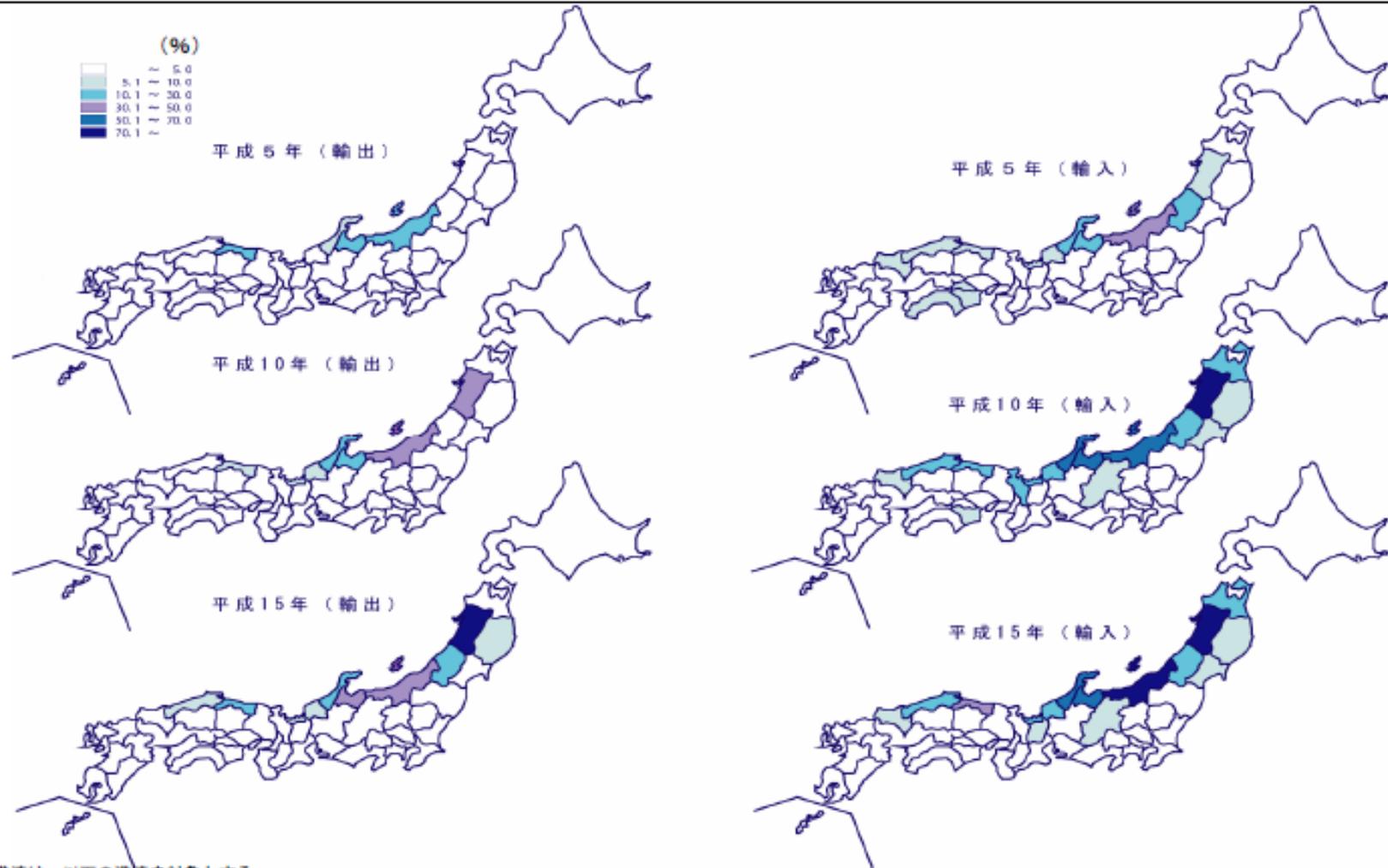
「支援者」に仙台・東北の良さを！

- ❖ 支援者にも，休息や遊びは必要
 - ❖ 助けてもらうお返しとして，
 - ❖ 地域の生活を体験，満喫してもらう
 - ❖ 時代の最先端の「スローライフ」の体験
- ❖ 東北のファン，長期的なサポーターになってもらう
 - ❖ そのうち，家族や友人も連れてきてもらう
- ❖ 全く東北と関連のない東京の人を東北に来てもらうよりはよっぽど可能性が大きい。

注目される日本海岸の港湾

No.46

各都道府県の外貿コンテナ貨物量の合計に対する日本海側の港湾を利用した外貿コンテナ貨物量の合計の割合を見た場合、年を追う毎に日本海側の港湾の取扱い割合は増加している。

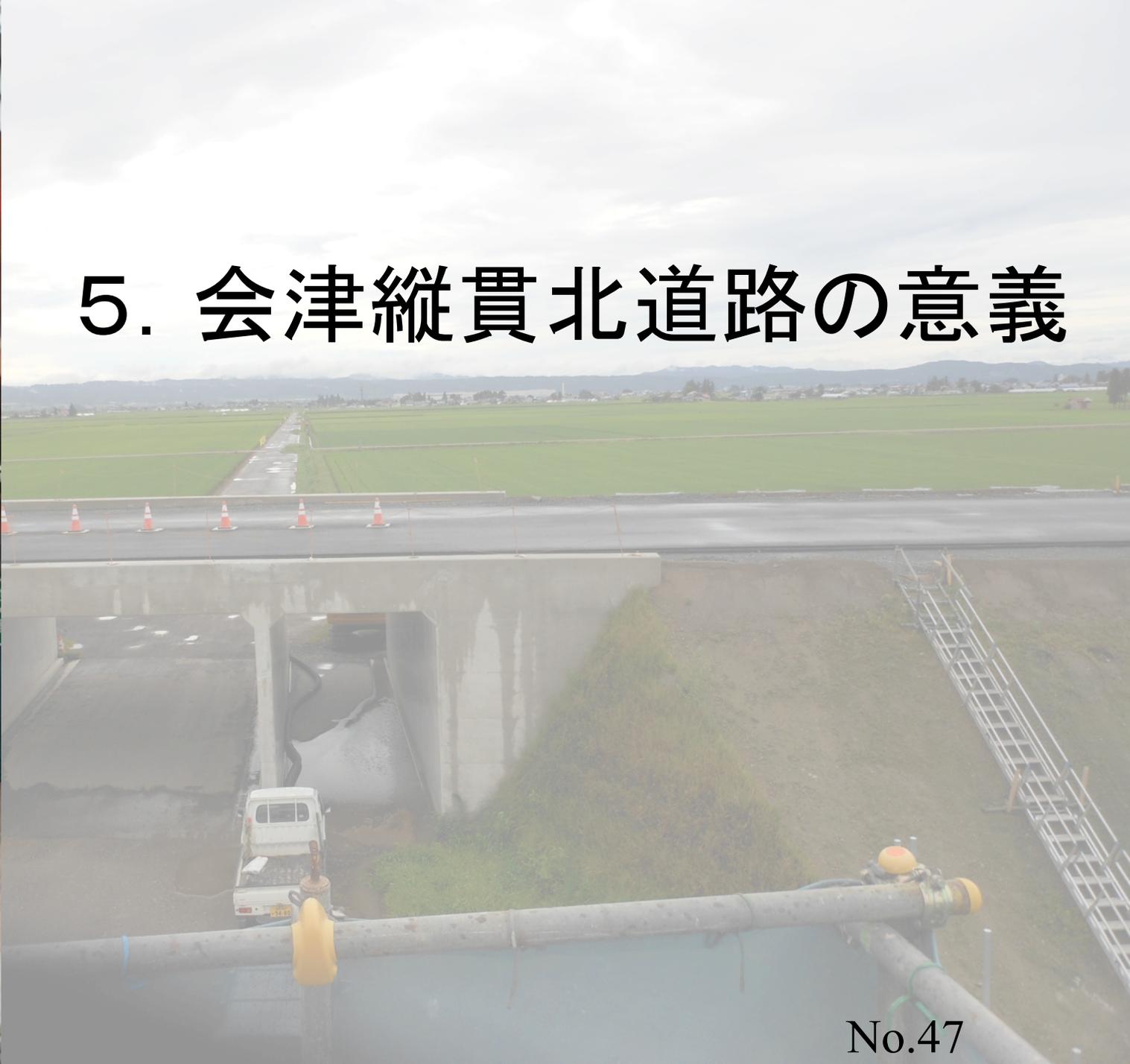


※日本海側の港湾は、以下の港湾を対象とする。
平成5年度：新潟、伏木富山、金沢、敦賀、舞鶴、境、下関
平成10年度：秋田、酒田、新潟、直江津、伏木富山、金沢、敦賀、舞鶴、境、下関
平成15年度：秋田、酒田、新潟、直江津、伏木富山、金沢、敦賀、舞鶴、境、浜田、下関

(出典) 国土交通省港湾局「全国輸出入コンテナ貨物流動調査」をもとに国土交通省国土計画局作成



5. 会津縦貫北道路の意義



山形～福島～会津～日光～新潟をつなぐことで何を生み出せるか？

❊ 地域資源

❊ 融合による付加価値の創出

- ❖ 世界に売り出せる技術の創出ができるか？

❊ 新しい技術融合の可能性

- ❖ $6次産業 = 1次産業 \times 2次産業 \times 3次産業$

- ❖ 食品と温度管理の技術

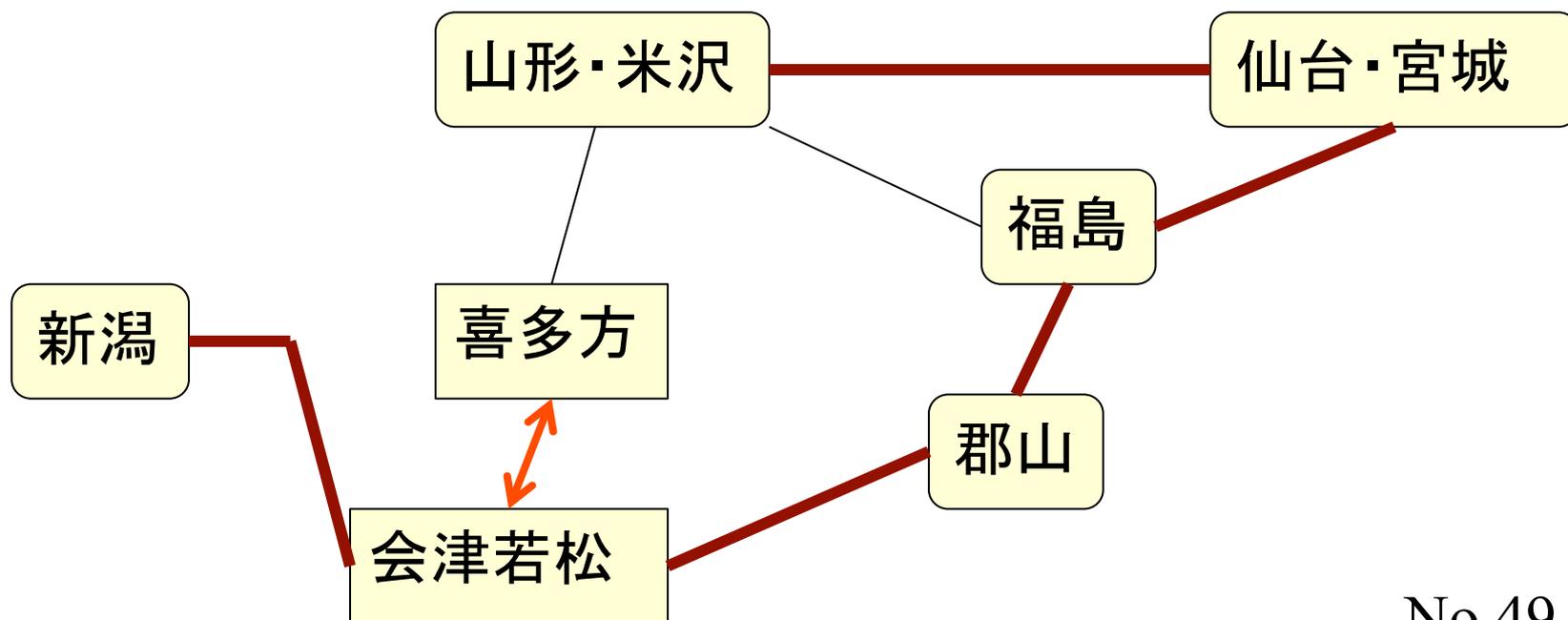
- ❖ 米と発酵食品の技術隣の地域の素材に自分の技術を適応すると？

❊ 国際物流の表通り「日本海航路」への窓口

- ❖ 今後の中国北部・ロシアへの足がかり

会津縦貫北道路の役割

- ❊ 会津にとって、ターゲットとして有望な仙台からの周遊ルートができる
- ❊ 関東に次いで入り込みが多い、新潟・山形との連携強化ができる





主人公は皆さんです。

地域に作られた道路を、
「他の地域の人がどう使うのか」
を考える前に、
「自分たちがどう使うのか」を
よく考えてください。

ご清聴ありがとうございました

付録：会津の観光行動の実態 観光庁：調査報告書(2015.4)

- ❖ 観光ビッグデータを活用した観光振興／GPSを利用した観光行動の調査分析
- ❖ <http://www.mlit.go.jp/kankocho/shisaku/kankochi/gps.html>
- ❖ NTTdokomoの携帯オートGPS機能利用者(全国約50-70万人)の位置情報を、ゼンリンデータコム社が統計化したもの
- ❖ 福島県内に3時間以上8日未満滞在した人口を「入込客」を見なし、分析
- ❖ 単身赴任者などの実家への帰省を含む

福島県への観光客の出発地

表 3-8-4 出発都道府県別 観光客数と割合 (2012年11月～2013年10月)

都道府県	推計人数(万人)	日帰り・宿泊合計	日帰り	宿泊
宮城県	460.5	18.8%	70.2% (13.2%)	29.8% (5.6%)
東京都	297.0	12.1%	39.1% (4.7%)	60.9% (7.4%)
茨城県	276.9	11.3%	69.8% (7.9%)	30.2% (3.4%)
埼玉県	214.5	8.7%	47.4% (4.1%)	52.6% (4.6%)
栃木県	186.5	7.6%	72.3% (5.5%)	27.7% (2.1%)
千葉県	167.3	6.8%	45.6% (3.1%)	54.4% (3.7%)
神奈川県	166.6	6.8%	36.8% (2.5%)	63.2% (4.3%)
新潟県	131.8	5.4%	63.7% (3.4%)	36.3% (1.9%)
山形県	124.5	5.1%	69.1% (3.5%)	30.9% (1.6%)
群馬県	55.6	2.3%	56.5% (1.3%)	43.5% (1.0%)
岩手県	52.2	2.1%	53.1% (1.1%)	46.9% (1.0%)
秋田県	37.4	1.5%	44.7% (0.7%)	55.3% (0.8%)
青森県	37.1	1.5%	50.3% (0.8%)	49.7% (0.8%)
静岡県	29.9	1.2%	37.0% (0.5%)	63.0% (0.8%)
大阪府	26.6	1.1%	39.5% (0.4%)	60.5% (0.7%)
北海道	26.4	1.1%	49.7% (0.5%)	50.3% (0.5%)
愛知県	25.8	1.1%	38.0% (0.4%)	62.0% (0.7%)
長野県	19.4	0.8%	40.9% (0.3%)	59.1% (0.5%)
兵庫県	16.6	0.7%	37.2% (0.3%)	62.8% (0.4%)
京都府	10.1	0.4%	35.7% (0.1%)	64.3% (0.3%)
その他	91.8	3.7%	35.1% (1.3%)	64.9% (2.4%)

✪ 東京ではなく、宮城が1位

各地から福島に来た観光客のうち、 どの位が会津に来ているか？

表 3-8-9-1 出発都道府県(観光客数上位 10 位まで)別 交流エリアへの滞在者数(会津地方) の比率

(2012 年 11 月～2013 年 10 月)

順位	都道府県	交流エリア訪問										
		芦ノ牧温泉エリア	会津若松中心エリア	喜多方市街エリア	西会津エリア	大内宿エリア	猪苗代エリア	東山温泉エリア	南会津エリア	磐梯高原エリア	尾瀬・檜枝岐温泉エリア	柳津・三島エリア
1位	東京都	2.6%	24.9%	7.6%	1.5%	8.3%	14.4%	6.7%	3.2%	11.5%	1.1%	1.8%
2位	宮城県	1.2%	18.4%	5.9%	1.6%	3.8%	10.7%	3.8%	0.6%	8.3%	0.3%	1.3%
3位	茨城県	1.6%	13.6%	4.7%	1.2%	7.7%	17.8%	3.6%	4.4%	14.0%	1.0%	0.9%
4位	埼玉県	3.4%	24.6%	6.4%	1.9%	11.7%	14.6%	6.9%	5.8%	10.5%	1.8%	1.8%
5位	新潟県	1.5%	28.9%	12.0%	21.7%	7.2%	20.7%	5.7%	1.3%	12.7%	1.1%	6.1%
6位	栃木県	1.2%	15.5%	5.7%	1.5%	9.4%	13.2%	3.2%	12.5%	10.0%	2.3%	1.3%
7位	神奈川県	3.2%	26.0%	6.9%	1.3%	10.2%	13.8%	8.0%	3.8%	11.9%	1.5%	2.0%
8位	千葉県	3.9%	23.9%	7.3%	1.5%	11.6%	17.9%	7.0%	5.3%	14.1%	2.1%	1.6%
9位	山形県	1.3%	21.9%	12.0%	3.7%	4.5%	12.5%	4.3%	1.2%	9.8%	—	1.8%
10位	群馬県	2.3%	27.7%	8.4%	1.1%	11.6%	14.0%	7.9%	4.4%	8.0%	1.6%	1.2%

<表の見方・留意点>

- 「東京都からやってきた観光圏への観光客のうち、14.4%の方が、猪苗代エリアで滞在した」とみる。
- 出発都道府県ごとの観光圏への観光客数を母数として比率を算出した。複数の交流エリアに滞在する観光客もみられるため、各行の“%”の合計はそれぞれ 100%超となる。

会津に来た観光客は、 ほかにどこを訪問しているか？

表 3-8-17 交流エリア別圏外立ち寄り市町村上位 立ち寄り人数と割合（2012年11月～2013年10月）

(会津地方)

会津若松中心エリア

順位	市区町村名	推計人数(人)	割合
1	宮城県仙台市	323,190	6.9%
2	新潟県新潟市	252,694	5.4%
3	栃木県那須郡那須町	177,934	3.8%
4	東京都千代田区	143,586	3.1%
5	栃木県宇都宮市	117,667	2.5%
6	栃木県日光市	103,672	2.2%
7	山形県米沢市	86,465	1.9%
8	栃木県那須塩原市	79,038	1.7%
9	山形県山形市	77,458	1.7%
10	神奈川県横浜市	70,926	1.5%

猪苗代エリア

順位	市区町村名	推計人数(人)	割合
1	新潟県新潟市	135,745	5.1%
2	宮城県仙台市	133,703	5.0%
3	栃木県那須郡那須町	133,670	5.0%
4	栃木県宇都宮市	81,863	3.1%
5	東京都千代田区	57,207	2.1%
6	栃木県那須塩原市	49,983	1.9%
7	栃木県佐野市	47,371	1.8%
8	山形県米沢市	41,899	1.6%
9	埼玉県さいたま市	36,603	1.4%
10	神奈川県横浜市	36,233	1.4%

<表の見方・留意点>

- ・ 会津若松中心エリアに滞在した人の6.9%が、前後に仙台市に立ち寄っていることになる。
- ・ 割合の分母は立ち寄り者の延べ人数でとっている。

どこから来た観光客が、 会津で長く滞在しているか？

表 3-8-19 交流エリア別圏外宿泊市町村(上位)と交流エリアの平均滞在時間

(2012年11月～2013年10月)

(会津地方)

会津若松中心エリア [平均滞在時間 2:37]

圏内日帰り滞行者

順位	市区町村	推計人数 (人)	圏内日帰り滞行者 に対する比率	平均 滞在時間
1	宮城県仙台市	44,380	5.9%	2:03
2	新潟県新潟市	30,655	4.1%	1:52
3	新潟県新発田市	22,981	3.1%	2:02
4	山形県山形市	17,119	2.3%	1:56
5	栃木県那須郡那須町	13,188	1.8%	1:54
6	山形県米沢市	12,697	1.7%	2:01
7	栃木県那須塩原市	12,654	1.7%	1:52
8	栃木県日光市	11,961	1.6%	2:04
9	栃木県宇都宮市	9,103	1.2%	2:11
10	新潟県村上市	6,943	0.9%	2:02
	交流エリアに滞在した圏内 日帰り滞行者数	747,347		1:59

圏内宿泊滞行者

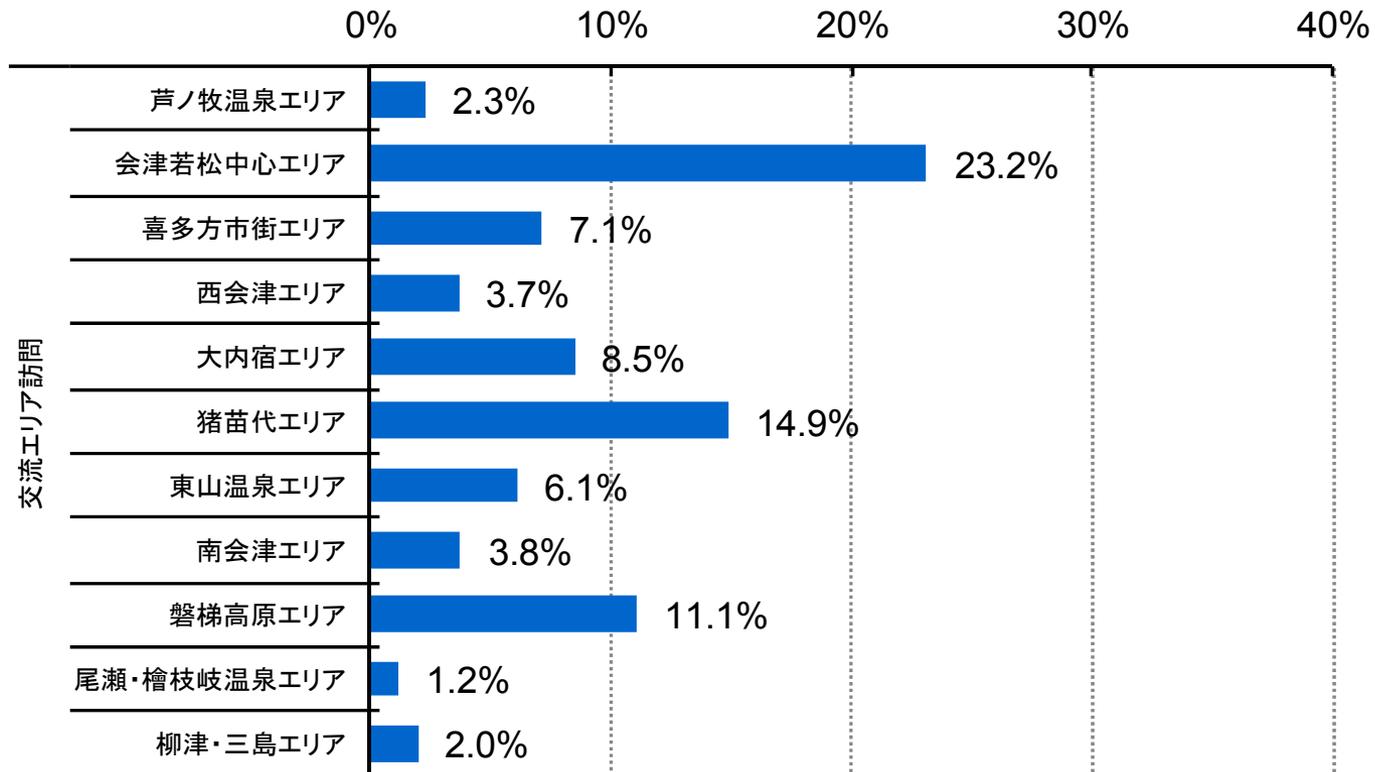
順位	市区町村	推計人数 (人泊)	圏内宿泊滞行者に 対する比率	平均 滞在時間
1	宮城県仙台市	49,628	3.2%	3:00
2	新潟県新潟市	25,870	1.7%	2:52
3	栃木県日光市	21,841	1.4%	2:52
4	山形県山形市	14,487	0.9%	2:19
5	栃木県那須郡那須町	13,761	0.9%	2:35
6	栃木県宇都宮市	13,290	0.9%	5:12
7	神奈川県横浜市	11,770	0.8%	4:13
8	山形県米沢市	11,458	0.7%	3:16
9	岩手県盛岡市	9,171	0.6%	2:27
10	栃木県那須塩原市	7,994	0.5%	2:26
	交流エリアに滞在した圏内 宿泊滞行者数	1,561,706		3:03

<表の見方・留意点>

- 日帰り(左)は、例えば会津若松中心エリアに滞在した日帰り滞行者の5.9%が前後に仙台市に宿泊している。該当する滞行者の会津若松中心エリアでの平均滞在時間は2時間3分4秒である。
- 宿泊(右)福島県の宿泊滞行者で会津若松中心エリアに滞在した人のうち3.2%が前後に仙台市に宿泊している。該当する滞行者の会津若松中心エリアでの平均滞在時間は3時間00分34秒である。
- 滞行者数の上位10市町を提示している。
- 比率の分母は各交流エリアに滞在した圏内日帰り／宿泊それぞれの滞行者数でとっている。

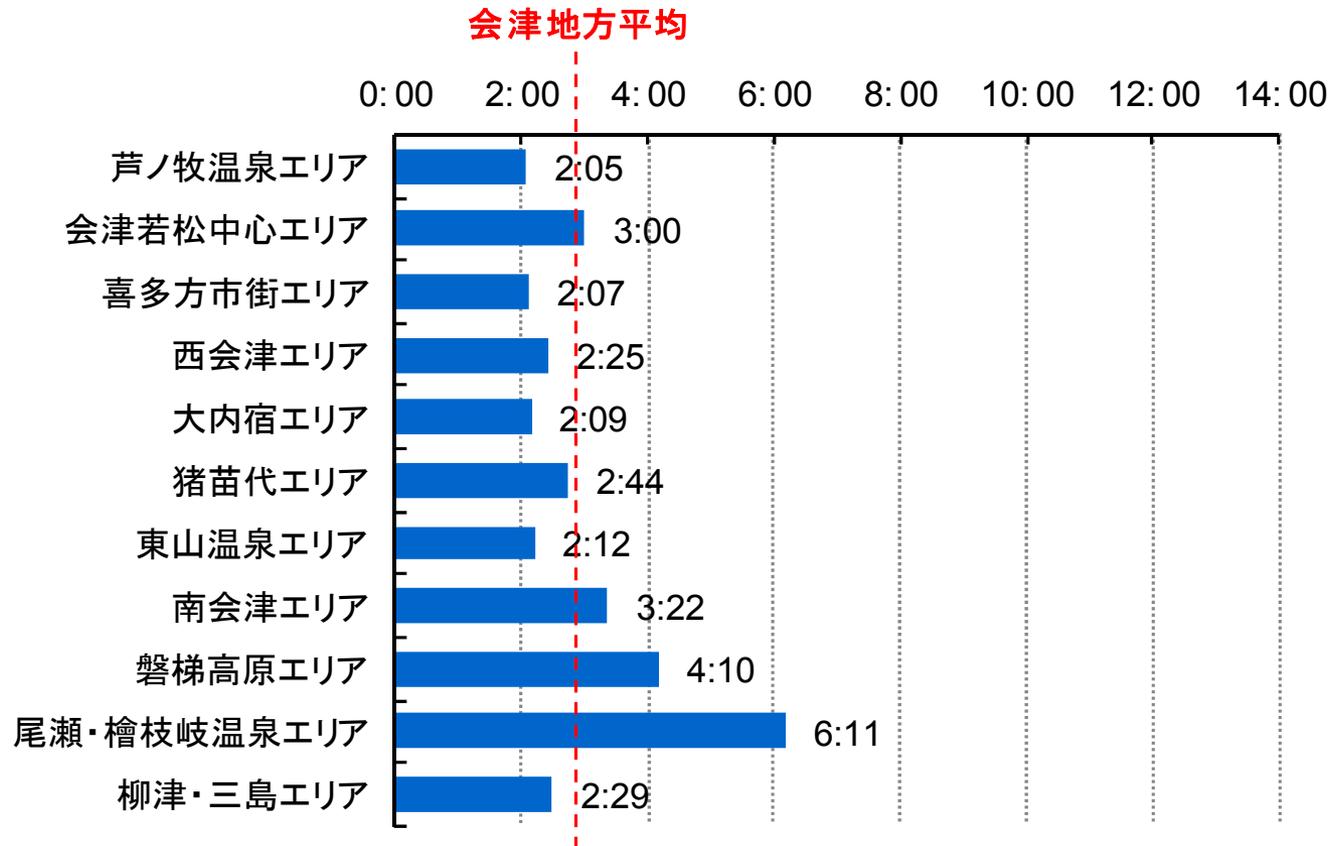
会津の観光エリア別来訪者数

図表 3-8-5-1 交流エリア別(会津地方) 観光客数の比率 (2012年11月~2013年10月)



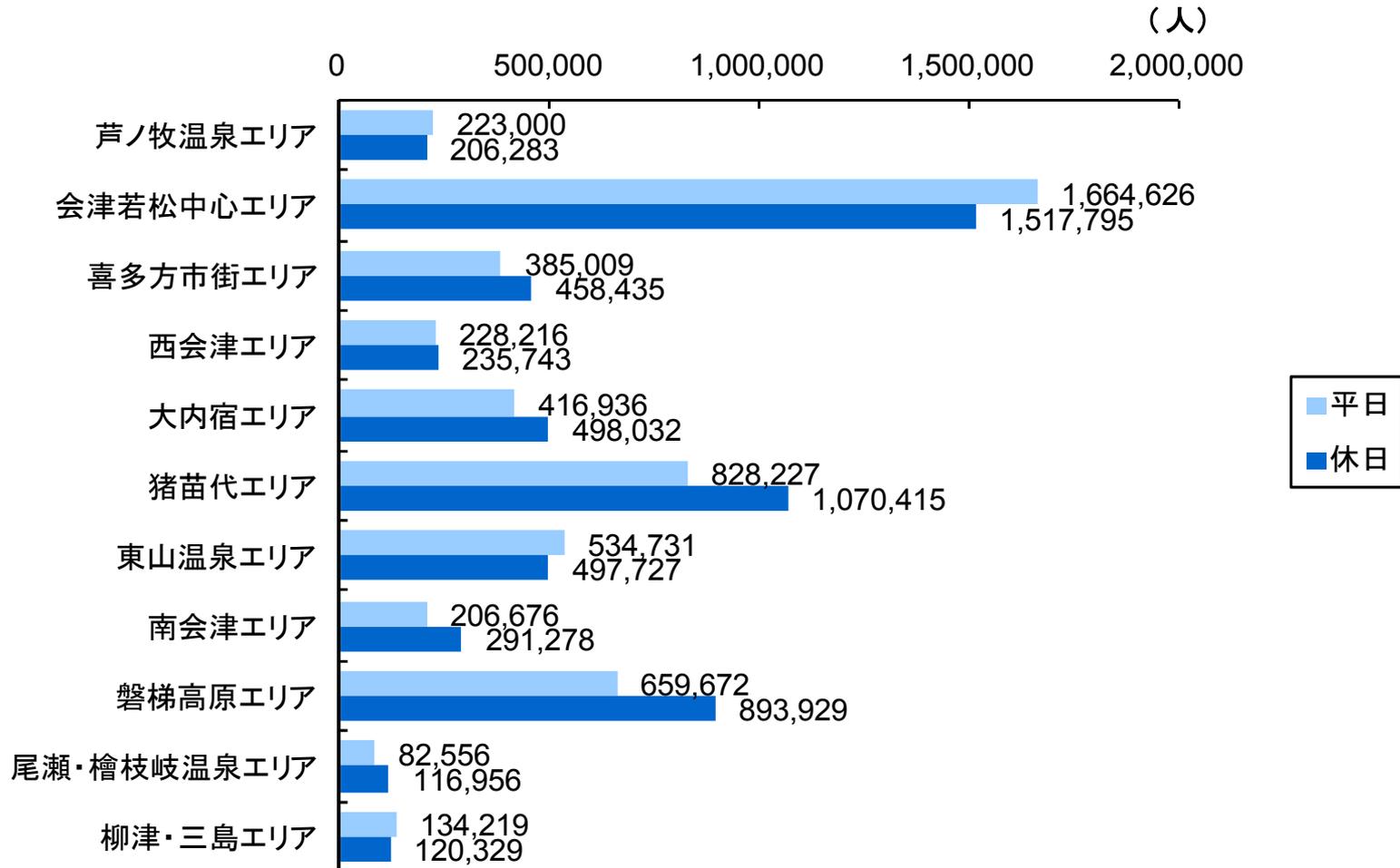
会津の観光エリア別平均滞在時間

図表 3-8-6-1 交流エリア別(会津地方) 平均滞在時間 (2012年11月～2013年10月)



平休日別観光エリア別来訪者数

図 3-8-10-1 交流エリア別(会津地方)平日・休日別の延べ滞在者数(2012年11月～2013年10月)



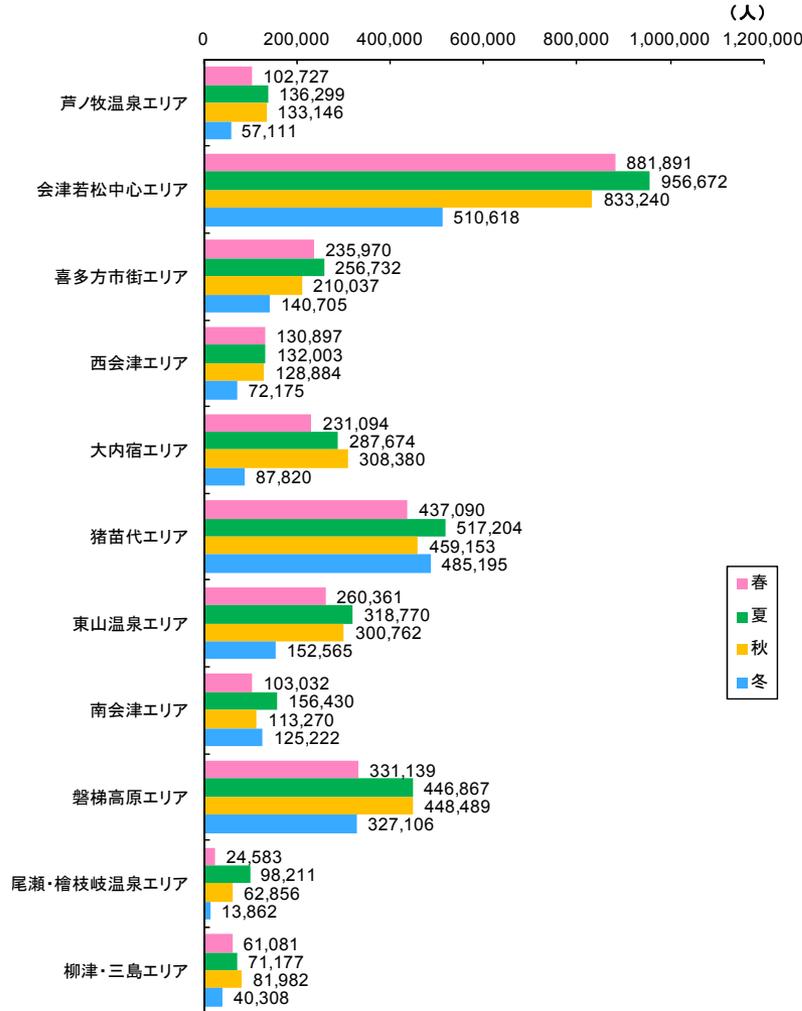
平休日1日当たりエリア別来訪者数

図表 3-8-7-1 交流エリア別(会津地方)平日・休日別の1日あたり滞在者数(2012年11月～2013年10月)

交流エリア	平日(人)	休日(人)	休日/平日 比
芦ノ牧温泉エリア	899	1,763	1.96
会津若松中心エリア	6,712	12,973	1.93
喜多方市街エリア	1,552	3,918	2.52
西会津エリア	920	2,015	2.19
大内宿エリア	1,681	4,257	2.53
猪苗代エリア	3,340	9,149	2.74
東山温泉エリア	2,156	4,254	1.97
南会津エリア	833	2,490	2.99
磐梯高原エリア	2,660	7,640	2.87
尾瀬・檜枝岐温泉エリア	333	1,000	3.00
柳津・三島エリア	541	1,028	1.90

観光エリア別季節別滞在者数

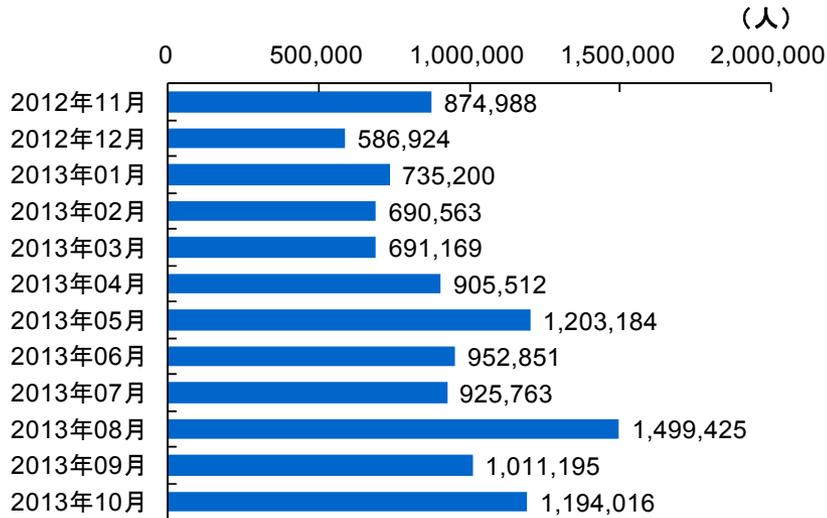
図 3-8-13-1 交流エリア別(会津地方)季節別延べ滞在者数
(2012年11月～2013年10月)



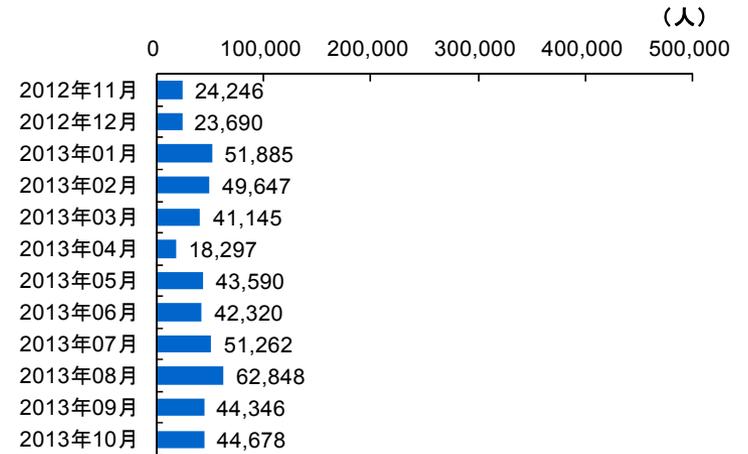
※春は3～5月、夏は6～8月、秋は9～11月、冬は12～2月を集計した

観光エリア別月別滞在者数

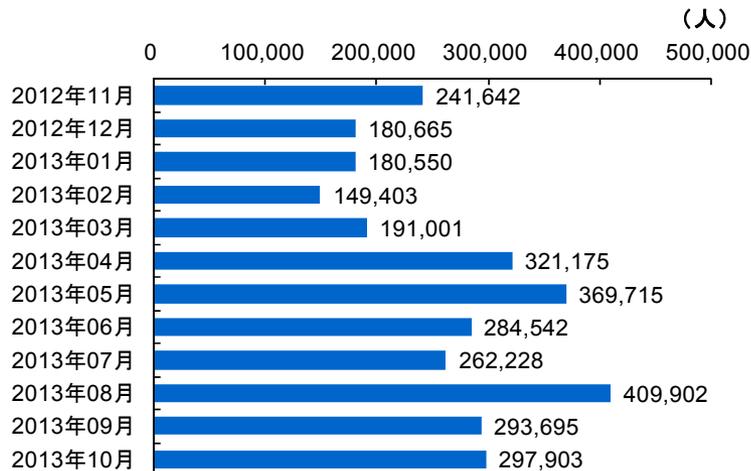
会津地方合計



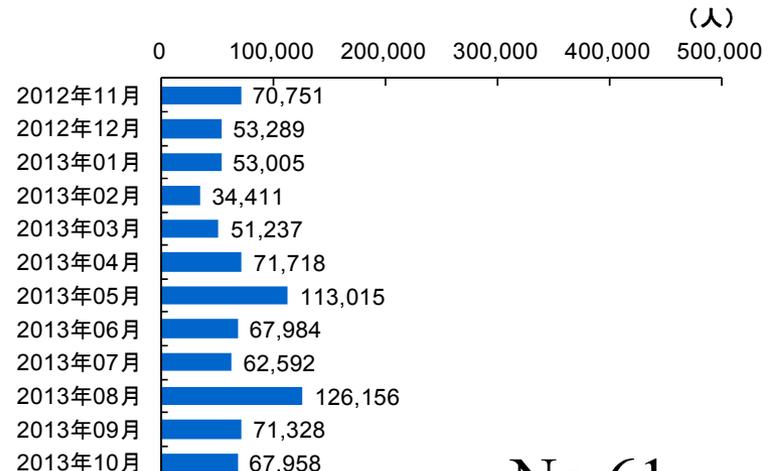
南会津エリア



会津若松中心エリア

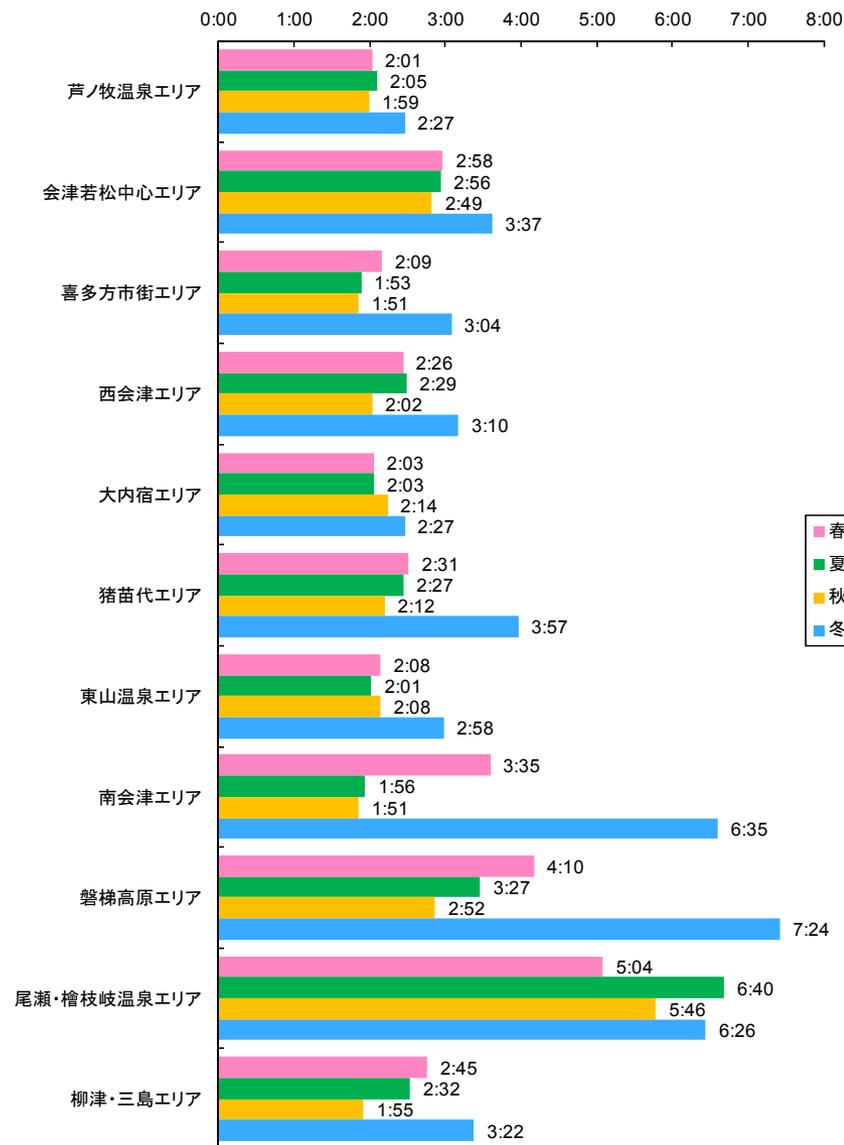


喜多方市街エリア



観光エリア別季節別平均滞在時間

図 3-8-15-1 交流エリア(会津地方)別季節別平均滞在時間
(2012年11月～2013年10月)



福島県観光者の周遊行動

表 3-8-22 滞在交流エリア組合せ順位【2ヶ所】（2012年11月～2013年10月）

順位	滞在 1	滞在 2	推計人数	割合
1	会津若松中心エリア	東山温泉エリア	525,525	5.9%
2	猪苗代エリア	磐梯高原エリア	506,195	5.6%
3	会津若松中心エリア	猪苗代エリア	505,587	5.6%
4	会津若松中心エリア	大内宿エリア	471,631	5.3%
5	会津若松中心エリア	喜多方市街エリア	309,288	3.4%
6	会津若松中心エリア	磐梯高原エリア	305,592	3.4%
7	ハワイアンズエリア	小名浜エリア	195,037	2.2%
8	大内宿エリア	東山温泉エリア	175,006	1.9%
9	芦ノ牧温泉エリア	会津若松中心エリア	169,489	1.9%
10	大内宿エリア	猪苗代エリア	169,096	1.9%
11	猪苗代エリア	東山温泉エリア	160,823	1.8%
12	喜多方市街エリア	猪苗代エリア	144,724	1.6%
13	喜多方市街エリア	磐梯高原エリア	142,127	1.6%
14	芦ノ牧温泉エリア	大内宿エリア	140,969	1.6%
15	大内宿エリア	磐梯高原エリア	136,068	1.5%
16	土湯エリア	磐梯高原エリア	134,731	1.5%
17	磐梯熱海温泉エリア	猪苗代エリア	134,657	1.5%
18	いわき湯本エリア	ハワイアンズエリア	126,694	1.4%
19	いわき湯本エリア	小名浜エリア	117,577	1.3%

50.9%

会津観光者の周遊行動

図 3-8-25-1 滞在した交流エリア間の結びつき【会津地方】(地図版)



会津観光者の周遊行動

図 3-8-25-1 滞在した交流エリア間の結びつき【会津地方】(地図版)

