

# 北海道新幹線開業の道南への経済効果と 観光振興への視点

日本銀行函館支店

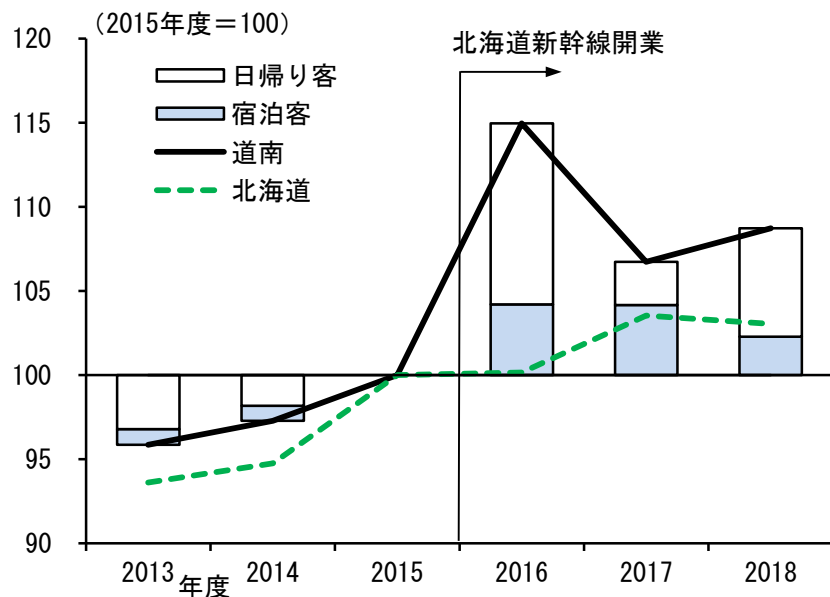
2019年3月

# 1. 北海道新幹線開業の道南への経済効果

# 1-1. 道南の観光入込客数の推移

道南の観光入込客数は、北海道新幹線開業後に全道を上回って増加(図表1)。鉄道による来道者数は、開業1年目には開業前(3年間平均)と比べ約6割の増加となったのち、同3年目には2割弱の増加となっている(図表2)。

【図表1】道南の観光入込客数



(注) 2018年度は年度上期の前年比をもとにした推計値。  
(出所) 北海道「北海道観光入込客数調査報告書」

【図表2】鉄道による来道者数

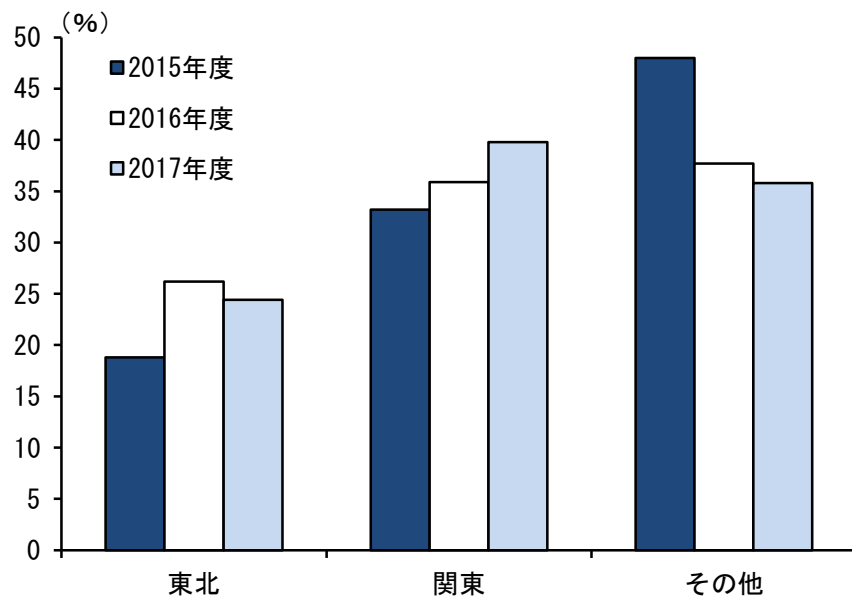


(注) 直近は2019/1月。  
(出所) 北海道観光振興機構「来道者調査」

# 1-2. 道南の観光入込客の属性（居住地別）

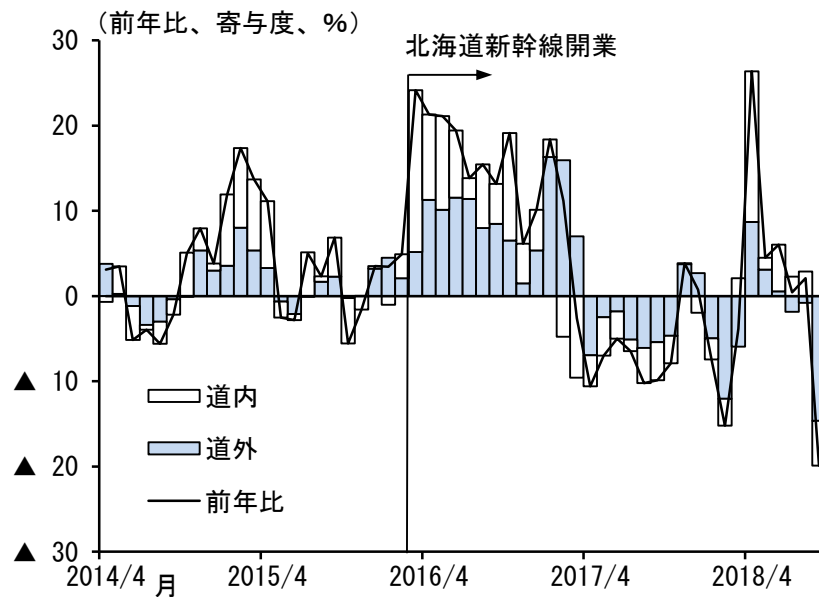
来函者の居住地別シェアをみると、新幹線開業を機に増加したのは主に東北・関東方面からの客（図表3）。また、道内客も増加しており、新幹線開業に伴う道南のPR効果が窺われる（図表4）。

【図表3】来函者の居住地別のシェア



(注) 国内客。  
 (出所) 函館市・函館国際観光コンベンション協会「観光動向調査」、  
 同「観光アンケート」

【図表4】道内外別の道南の観光入込客数

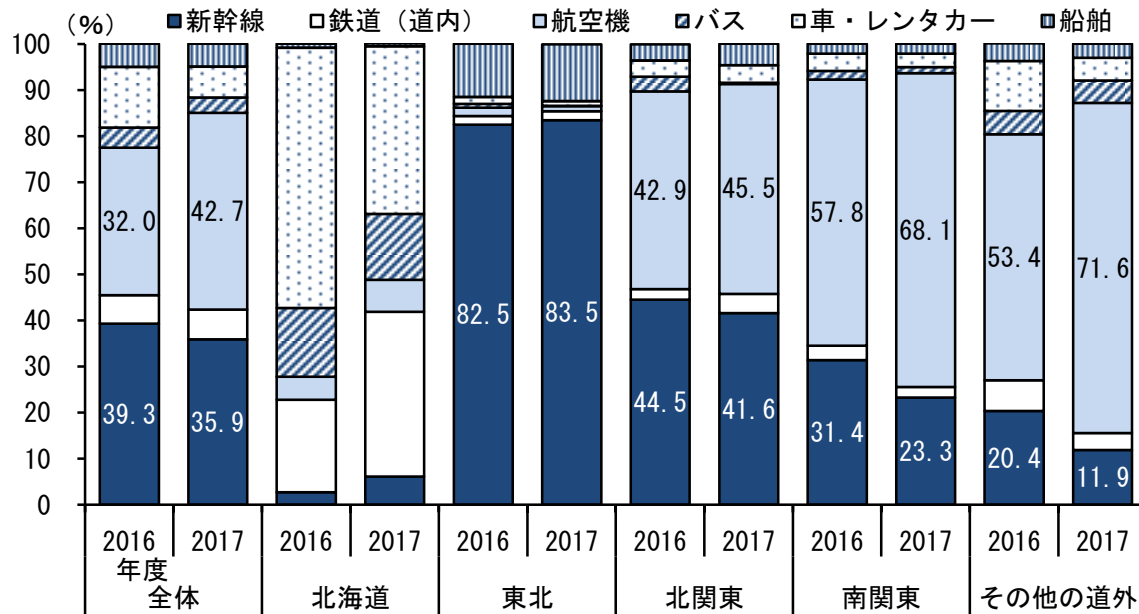


(注) 直近は2018/9月。  
 (出所) 北海道「北海道観光入込客数調査報告書」

# 1-3. 北海道新幹線による来函客（居住地別）

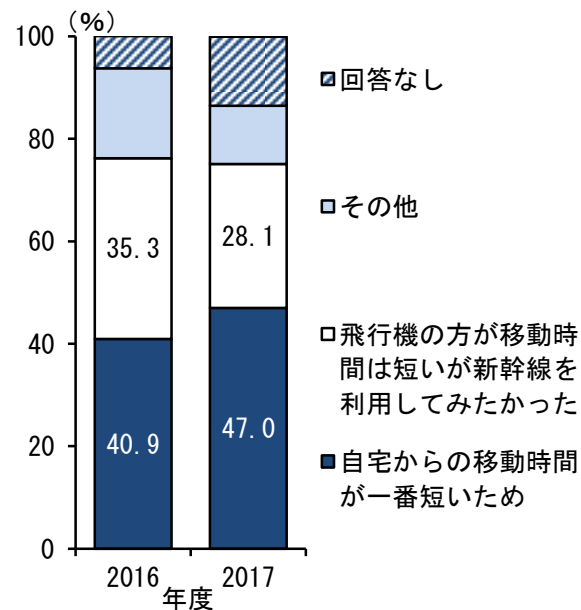
東北からの来函者の8割強、北関東からの来函者の4割強が北海道新幹線を利用(図表5)。新幹線を使った来函者の5割弱が「移動時間の短さ」を理由に挙げている(図表6)。

【図表5】国内居住地別の来函交通手段内訳



(出所) 函館市・函館国際観光コンベンション協会「観光動向調査」

【図表6】新幹線を選択した理由

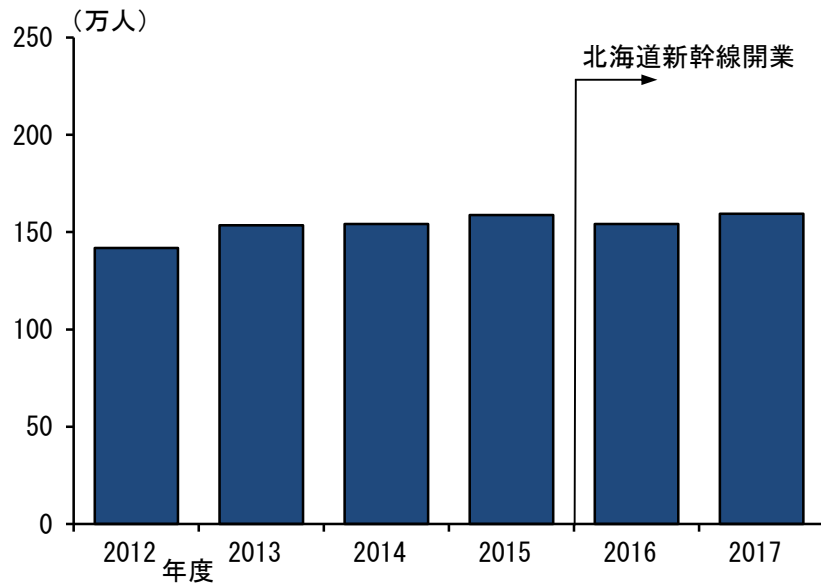


(出所) 函館市・函館国際観光コンベンション協会「観光動向調査」

# 1-4. 航空路線との関係

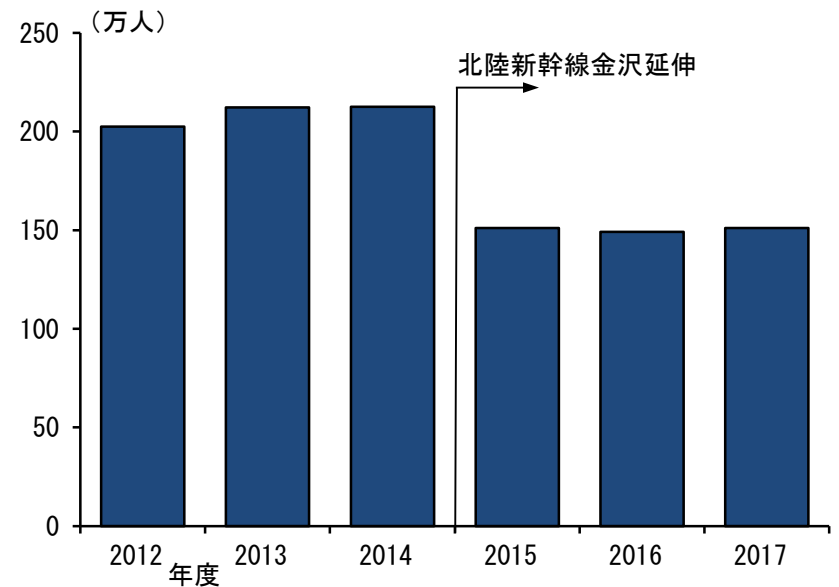
北海道新幹線開業後も函館空港の国内線乗降客数は横ばい圏内で推移している。北陸新幹線の場合とは異なり、航空客が新幹線にシフトする動きは限定的(図表7)。

【図表7】函館空港の国内線乗降客数



(出所) 函館空港ビルデング

【参考】小松空港の国内線乗降客数



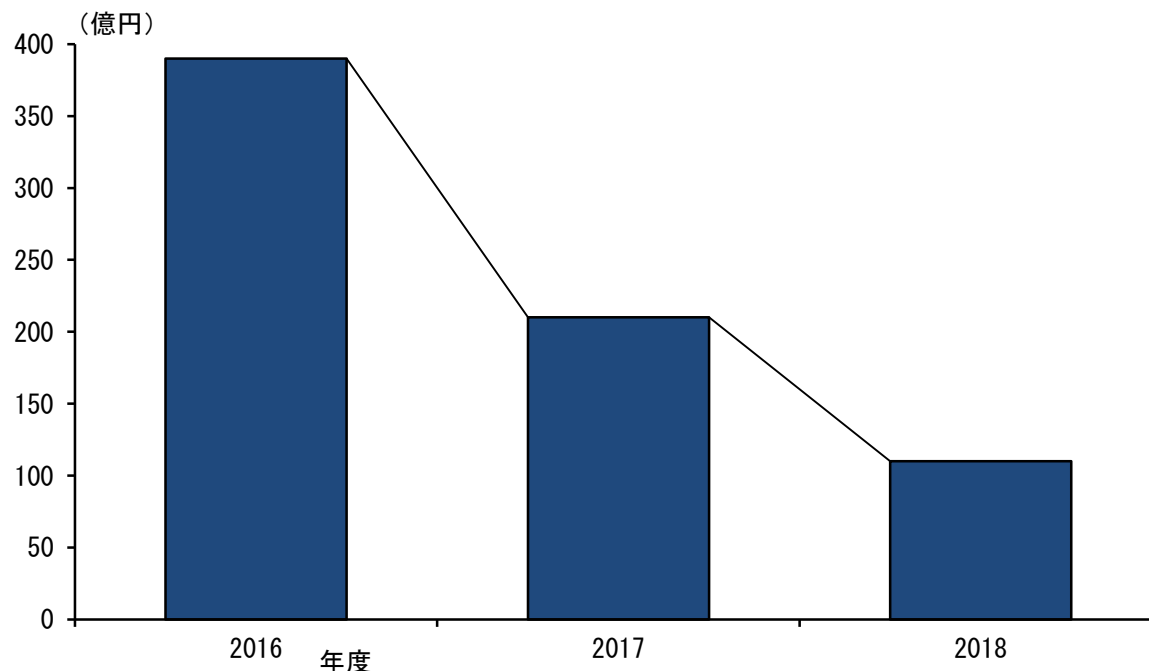
(出所) 小松空港協議会・小松空港国際化推進協議会  
「小松空港の概要」

# 1-5. 北海道新幹線開業の道南への経済効果

新幹線開業による経済効果は、3年間累計で710億円程度（開業1年目：390億円、2年目：210億円、3年目：110億円）と推計される（図表8）。

- 推計結果は、観光入込客数の増加のうちどこまでを新幹線開業の効果と仮定するかにより変動するため、幅を持ってみる必要。
- 本稿では、開業前3年間（2013～2015年度）における道南の観光入込客数のトレンドを上回る部分を新幹線開業の効果と仮定して推計。

【図表8】北海道新幹線開業の道南への経済効果

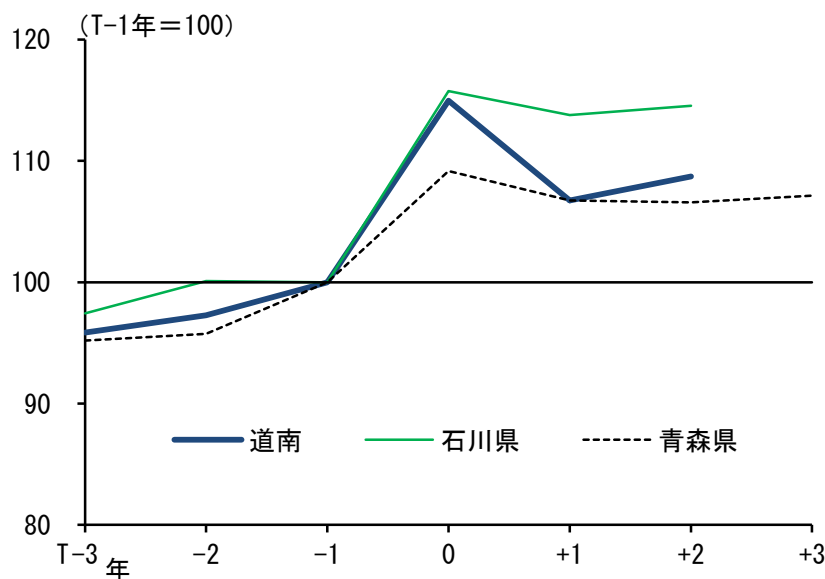


(注) 北海道「平成23年北海道内地域間産業連関表」、同「北海道観光入込客数調査報告書」、函館市・函館国際観光コンベンション協会「観光動向調査」にもとづいて推計（方法は17ページに詳述）。

# 1-6. 新幹線開業効果の地域間比較

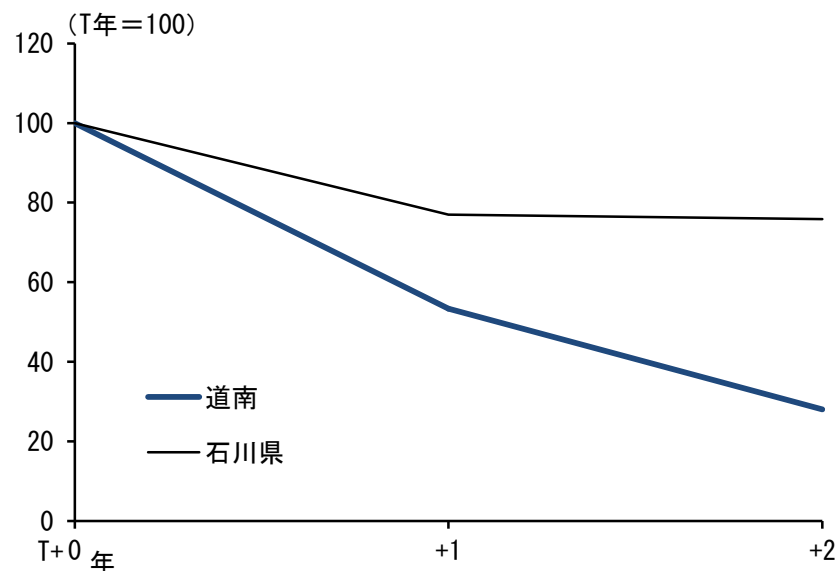
開業1年目における観光入込客数の増加率は、北陸新幹線の金沢延伸時における石川県とほぼ同じレベル。もっとも、開業2年目以降の入込客数の減少率は他地域比大きく(図表9)、経済効果も大きく逡減(図表10)。

【図表9】観光入込客数



- (注) 1. 開業年 (T+0) は、道南は2016年度 (2016/3月開業)、石川県は2015年 (2015/3月金沢延伸)、青森県は2003年 (2002/12月八戸延伸)。  
 2. 道南のT+2年は、年度上期の前年比をもとにした推計値。  
 (出所) 北海道「北海道観光入込客数調査報告書」、石川県「統計からみた石川県の観光」、青森県「青森県観光入込客統計」

【図表10】経済効果の推移



- (注) 1. 開業年 (T+0) は、道南は2016年度、石川県は2015年。  
 2. 道南のT+2年は、年度上期の前年比をもとにした推計値。  
 3. 道南の推計方法は図表8と同じ。石川県は石川県「平成23年石川県産業連関表」、同「統計からみた石川県の観光」、観光庁「旅行・観光消費動向調査」にもとづき、道南と同様の方法で推計。



# 1-7. 新幹線開業効果の一巡の背景

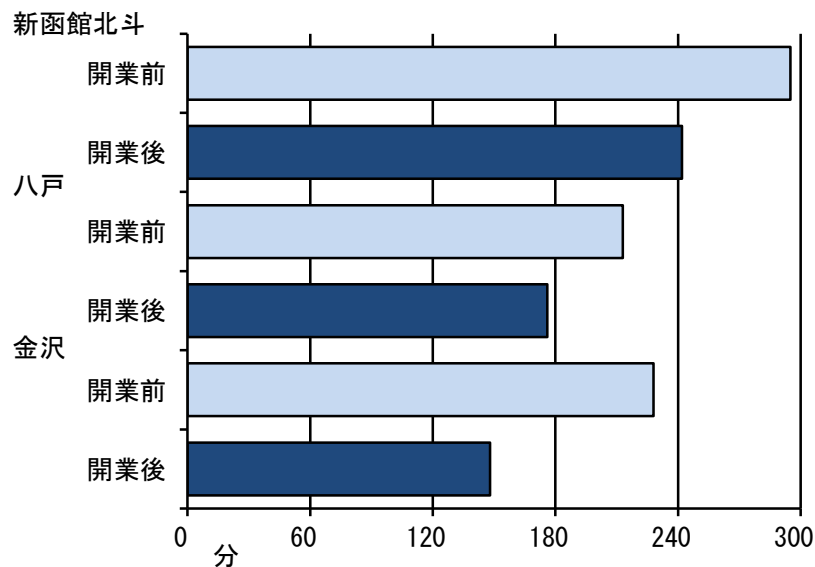
一般に旅行先までの距離が長いほどリピート率は低下する傾向(図表11)。開業前より短縮されたとはいえ、金沢・八戸に比べ東京までの所要時間が長いことがリピート率を高める足かせになっている可能性(図表12)。

【図表11】居住地から旅行先までの距離とリピート率

旅行者の居住地(発地)から旅行先までの距離圏 (%)		
同ブロック	隣接ブロック	遠距離ブロック
47.2	37.0	31.4

- (注) 1. 2012年。  
 2. ブロックとは、東北・関東など全国を9つに分けた地域区分。北海道についてみると、「同ブロック」は北海道、「隣接ブロック」は東北、「遠距離ブロック」は関東以南。  
 (出所) リクルートじゃらんリサーチセンター「じゃらんリピーター追跡調査」

【図表12】東京からの所要時間の変化



- (注) 最短の場合。  
 (出所) 鉄道建設・運輸施設整備支援機構

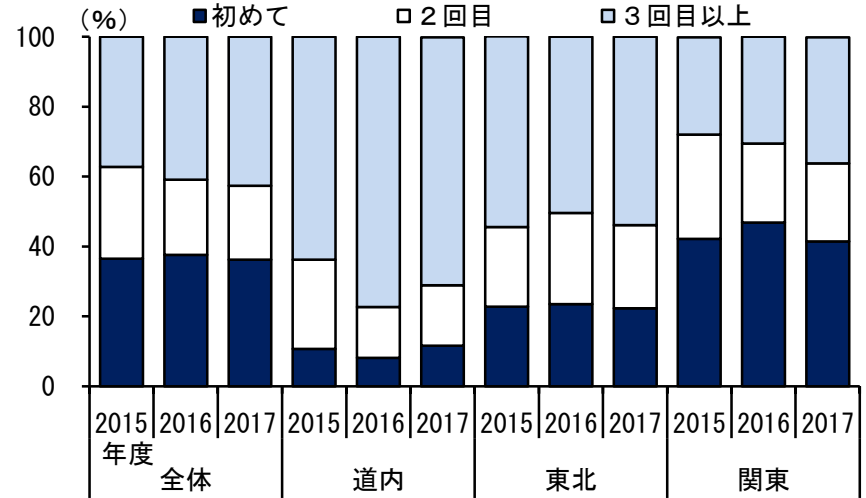
## 2. 道南観光振興への視点

# 2-1. 北海道新幹線の活用

## 2-1-1. 東北からの国内リピーター客の獲得

来函時に北海道新幹線を多く利用する東北からの観光客はリピーターが多い(図表13)。一般にリピーターは現地でしか買えない・食べられないものへの関心が高いことから、当地でもこうしたニーズへの対応が考えられる(図表14)。

【図表13】国内客の居住地域別の  
来函回数



(出所) 函館市・函館国際観光コンベンション協会「観光動向調査」、同「観光アンケート」

【図表14】リピーター(直近訪問時)と非リピーター  
(初回訪問時)の旅先での行動実施率

	リピーター (%)	非リピーター (%)	差 (%ポイント)
名所・旧跡の観光	23.6	38.6	▲ 15.0
新緑や、花見、紅葉、雪景色、海、山などの自然の景色を楽しむ	23.2	27.6	▲ 4.4
移動そのものを楽しむ	15.3	19.5	▲ 4.2
(略)			
居住地では買えないものを発掘して購入する	9.2	6.8	2.4
地元のスイーツやお菓子を食べる	19.8	16.9	2.9
専門店・百貨店で買い物をする	8.9	4.1	4.8

- (注) 1. 2012年。  
 2. 消費・支出活動との関係が強い項目のうち、リピーターと非リピーターの実施率の差が大きい項目を抽出。  
 3. リピーターはこれまでに2回以上同一エリアに来訪し直近の来訪からの経過年数が5年以内。非リピーターはこれまで同一エリアに1回しか来訪したことがなく初回の来訪からの経過年数が6年以上11年未満。

(出所) リクルートじゃらんリサーチセンター「じゃらんリピーター追跡調査」

# 2-1. 北海道新幹線の活用

## 2-1-2. 東北からのインバウンド客の獲得

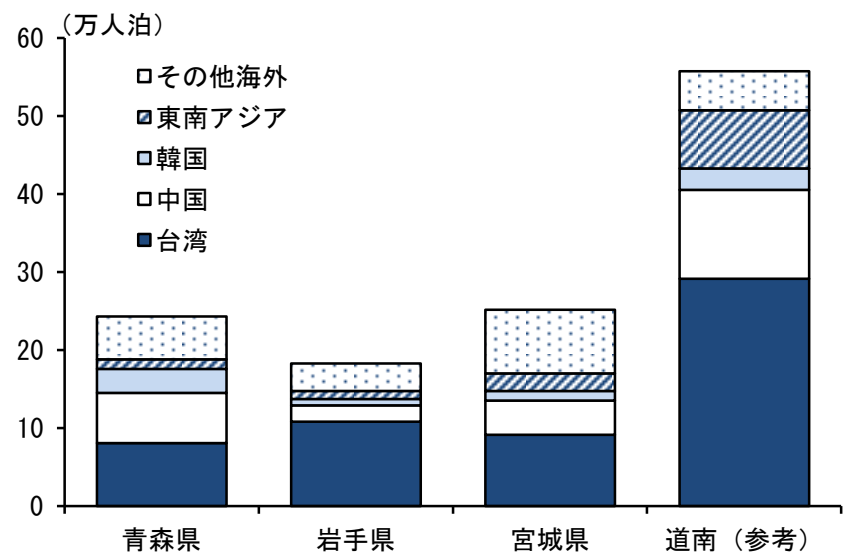
東北を訪れるインバウンド客が滞在の前後に北海道を訪れる割合は小さく、今後、伸ばす余地が大きい(図表15)。また、「韓国」や「その他海外」からの来訪が多いことから、当地インバウンド客の多様化をもたらさうる(図表16)。

【図表15】インバウンド客が各県の滞在直前/直後に北海道に滞在した割合

	(%)	
	滞在直前	滞在直後
青森県	19.2	14.3
岩手県	4.9	4.9
宮城県	5.2	2.8

(注) 1. 2016年。  
 2. 同一県内での滞在が一部含まれている。  
 (出所) RESAS「外国人移動相関分析」  
 (出典: 国土交通省「FF-Data」)

【図表16】東北におけるインバウンド客の国籍(出身地)別延べ宿泊客数



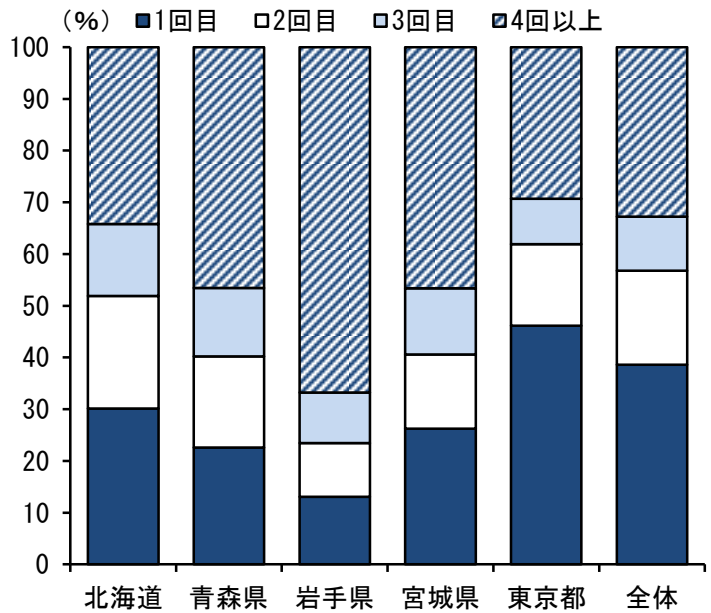
(注) 1. 2017年。  
 2. 東南アジアは、シンガポール、タイ、マレーシア、インドネシア、ベトナム、フィリピンの計。  
 (出所) 観光庁「宿泊旅行統計調査」  
 北海道「訪日外国人宿泊客数」

# 2-1. 北海道新幹線の活用

## 2-1-3. インバウンドリピーター客の獲得

東北を訪れるインバウンド客は来日リピーターの割合が高い(図表17)。来日リピーターのニーズは体験型観光(自然／農漁村、スキー／スノボ、四季体感)であり、道南の四季折々の自然を活かした集客が有効となる可能性(図表18)。

【図表17】インバウンド客の訪問地別 来日回数の割合



【図表18】インバウンド客の次回来日時のニーズ

	今回したこと	次回したいこと	差
繁華街の街歩き	74.4	30.3	▲ 44.1
ショッピング	85.1	43.2	▲ 41.9
日本食を食べること	95.8	55.4	▲ 40.3
自然・景勝地観光	65.5	42.9	▲ 22.6
日本の酒を飲むこと (日本酒・焼酎等)	45.2	22.6	▲ 22.6
(略)			
自然体験ツアー ・農漁村体験	6.7	15.6	8.9
スキー・スノーボード	3.0	16.1	13.1
四季の体感 (花見・紅葉・雪等)	12.9	29.0	16.1

(注) 2017年。  
(出所) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」

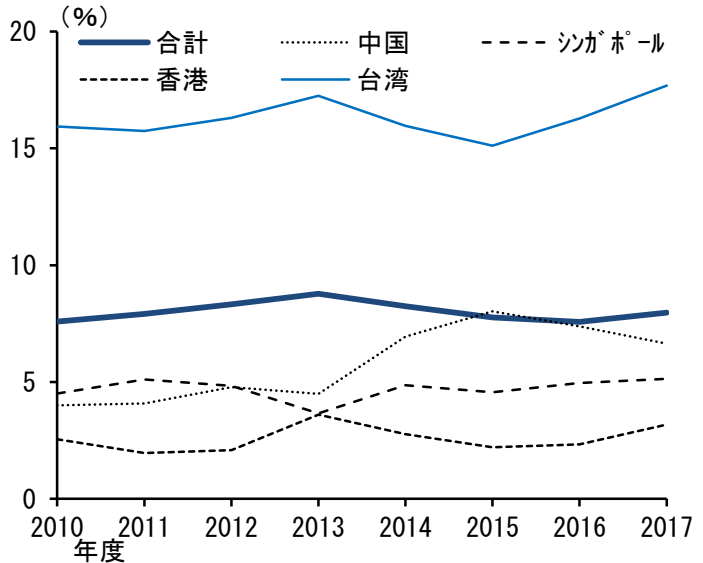
(注) 2017年。  
(出所) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」

# 2-2. 来道インバウンド客の取込

## 2-2-1. ニセコ周辺のインバウンド客の取込

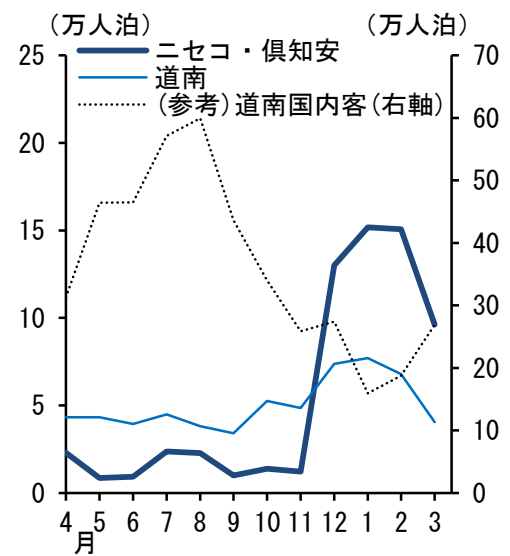
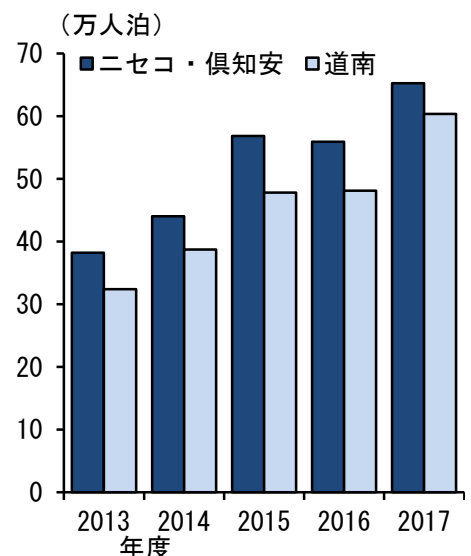
来道インバウンド客の宿泊のうち道南で取り込めているのは1割以下であり、今後伸ばす余地が大きいともいえる(図表19)。急増しているニセコ周辺へのインバウンド客は当地の国内客オフシーズンを埋める存在となりうる(図表20)。

【図表19】来道インバウンド延べ宿泊者数における道南の比率



(出所) 北海道「訪日外国人宿泊客数」

【図表20】インバウンド延べ宿泊者数  
▽年次  
▽月次



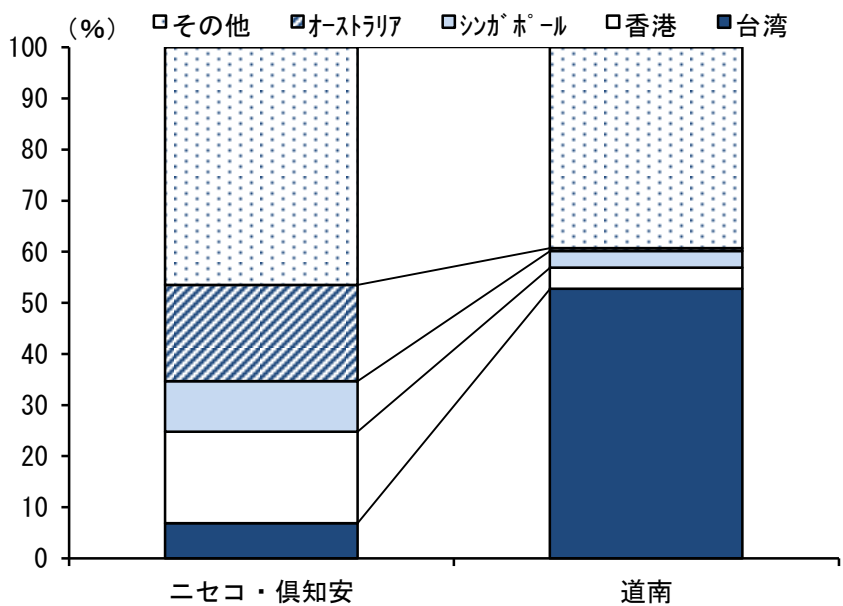
- (注) 1. 右図は2017年度。  
 2. 道南国内客は、「北海道観光入込客数調査報告書」の延べ宿泊者数から「訪日外国人宿泊客数」の延べ宿泊者数を差し引いて算出。  
 (出所) 北海道「北海道観光入込客数調査報告書」、同「訪日外国人宿泊客数」

# 2-2. 来道インバウンド客の取込

## 2-2-2. ニセコ周辺のインバウンド客の特徴

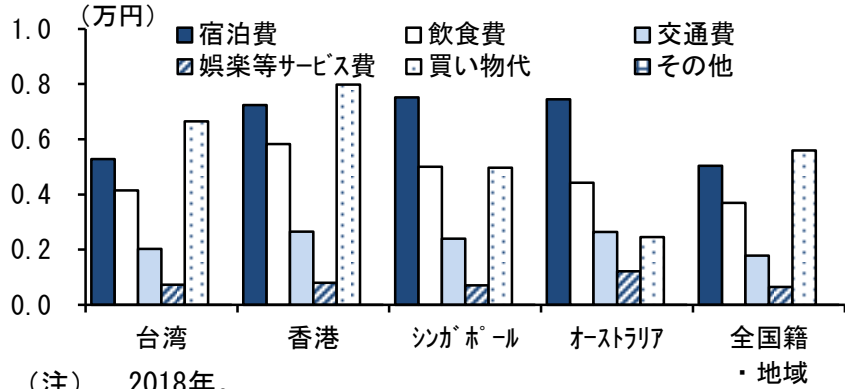
ニセコ周辺に多いオーストラリア・シンガポール・香港からのインバウンド客は宿泊や飲食を中心に旅行支出額が大きいいため、集客できれば経済効果は大きい(図表21、22)。

【図表21】インバウンド延べ宿泊者数の国籍・地域別構成比



(注) 2017年度。  
(出所) 北海道「訪日外国人宿泊客数」

【図表22】国籍・地域別の1泊1人当たり旅行支出額



(注) 2018年。  
(出所) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」

【参考】国籍・地域別の平均泊数

国籍・地域	平均泊数 (泊)
台湾	6.8
香港	6.3
シンガポール	8.3
オーストラリア	13.3
全国籍・地域	9.1

(注) 2018年。  
(出所) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」

# まとめ

- 2016/3月の北海道新幹線開業により、主に東北・関東からの客がシェアを高めるかたちで道南への観光入込客が増加した。
- 新幹線開業による道南への経済効果は、3年間累計で710億円程度と推計される(開業1年目:390億円、2年目:210億円、3年目:110億円)。
  - 推計結果は、観光入込客の増加のうちどこまでを新幹線開業の効果と仮定するかにより変動するため、幅を持ってみる必要。
  - 本稿では、開業前3年間(2013~2015年度)における道南への観光入込客数のトレンドを上回る部分を新幹線開業の効果と仮定して推計。
- 新幹線開業2年目以降、これまでに新幹線が延伸された他地域(石川県、青森県)と比べ観光客数の減少率は大きく、経済効果も逡減している。道南への観光入込客の維持・増大に向けた継続的な取り組みが重要。
- 例えば、新幹線を活用し主に東北から国内客やインバウンド客を集客するほか、来道しているインバウンド客をニセコなどから道南に呼び込んでいく取り組みが考えられる。



# 参考：経済効果の推計方法

## 支出内訳の最終需要増加額

支出内訳（宿泊費・土産購入費・飲食費・市内交通費・その他）

||

## 観光客の増加人数

新幹線開業前3年間（2013～2015年度）のトレンドを上回って増加した道南の観光入込客数を日帰り客と宿泊客別に2016～2018年度について算出。実際的人数がトレンドを下回った場合には増加人数をゼロとした。

- （注） 1. 2018年度は年度上期の前年比をもとに推計。  
2. トrendは2013～2015年度の観光入込客数の線形近似。

×

## 1人あたり消費金額

「函館市観光動向調査」における国内からの日帰り客と宿泊客に関する2016～2018年度の内訳別支出金額。

- （注）2018年度は2017年度計数を使用。

## 直接効果・間接効果

北海道公表の「平成23年北海道内地域間産業連関表（道南地域、63部門）」に合わせて、同「経済波及効果分析ツール（道南圏・平成17年）」の部門分類および各種係数を本店が平成23年基準に修正。その上で2016～2018年度のそれぞれについて支出内訳の最終需要増加額を同ツールの部門毎に振り分けて試算。

振り分け方法は以下の通り。

- ・ 宿泊費は宿泊業
- ・ 土産購入費は商業
- ・ 飲食費は飲食サービス
- ・ 市内交通費は運輸
- ・ その他は分類不明

## 経済効果

2016年度	約390億円
2017年度	約210億円
2018年度	約110億円