

平成28年度  
七尾市産業・地域活性化懇話会に係る  
事業化調査研究報告書

金沢大学

佐無田 光

高山 純一

西村 茂



## 平成28年度七尾市産業・地域活性化懇話会に係る事業化調査研究報告書

### 目次

- 1 はじめに . . . . . 1  
人間社会研究域 経済学経営学系 教授 佐無田 光
  
- 2 各分科会のまとめ
  - (1)地域資源（魅力）と広域交通（経路）を活用した観光活性化 . . . 3  
理工研究域 環境デザイン学系 教授 高山 純一
  
  - (2)地域内経済循環と6次産業化 . . . . . 21  
人間社会研究域 経済学経営学系 教授 佐無田 光
  
  - (3)「地域包括ケア」を支える医商工連携 . . . . . 35  
人間社会研究域 法学系 教授 西村 茂



## ◆はじめに

佐無田 光

金沢大学 人間社会研究域 経済学経営学系 教授

七尾市産業・地域活性化懇話会は、「七尾モデル」とも言える、全国的に見ても先進的な取り組みです。

特徴は二つあります。一つは産業連関分析を基に課題を抽出した上で、各分科会が地域の実態を調査、分析するといった具合にエビデンスに基づき政策形成を試みる点です。もう一つは七尾市、七尾商工会議所、能登鹿北商工会、のと共栄信用金庫、金沢大学の 5 者が連携し、地域の課題を共有しながら一体となって取り組んでいる点で、このような体制は類例を見ません。

懇話会は平成 26 年度からスタートし、当初は 2 年間の連携事業として 5 分科会で活動しました。昨年度に一旦とりまとめを行い、課題を明確にしたところですが、より具体的な政策の立案、実行に取り組むため、事業を 2 年間延長させていただきました。関係者の皆様にはご協力いただき、大変感謝しています。

今年度は 5 分科会の中でも、事業化に向けてさらに分析と検討を必要とする第 2、第 3、第 5 の 3 分科会について継続的に取り組みを進めてきました。ちなみに『海業』をテーマとした『里山里海』のブランド資源化に取り組む第 1 分科会では、「能登島ペスカグリネットワーク」という団体を組織し、海業の推進、スローツーリズムの推進に向け、交付金を申請する予定となっています。



『地域資源(魅力)と広域交通(経路)を活用した観光活性化』  
についての報告

金沢大学 理工研究域 環境デザイン学系 教授 高山 純一





## ◆各分科会のまとめ(1)

『地域資源(魅力)と広域交通(経路)を活用した観光活性化』についての報告  
高山 純一／金沢大学 理工研究域 環境デザイン学系 教授

第 2 分科会では北陸新幹線開業前後における旅行者動態の変化・実態を把握するため、旅行者にアンケートを取りました。合わせて、七尾市の職員と旅行者の意識の違いを探るためにアンケートを行いました。今年度は学生がこれらのアンケート結果の分析を進め、修士論文としてまとめましたので、成果の一部を紹介します。

旅行者アンケートの対象地域は和倉温泉の旅館と七尾市内のビジネスホテル、能登島の民宿、能登小牧台の国民宿舎です。例えば、北陸新幹線開業後、和倉温泉では金沢方面からレンタカーで来る人が増え、七尾市内では団体バスや JR の利用者が増えたといった変化が見て取れました。また、能登島ではスポーツ合宿で訪れる学生が多く、能登小牧台であれば二人連れで年配の旅行者が多いなど、場所ごとの旅行者の特徴も明らかになりました。さらに誘客を図るためには、こうした特性を考慮した上で、ターゲットとなる客層を満足させる対応が必要と言えます。

旅行者の訪問回数を調べると、初めての方と 4 回以上訪れたリピーターがともに 30%以上を占めています。両者を比較した結果、顕著だったのはリピーターが初めての人に比べ、「夜でも賑わっている」「夜景が楽しめる」など夜間観光を重視している点です。このことから、七尾へ何度も足を運んでもらうには夜間観光の充実が有効と言えそうです。また、リピーターは和倉温泉の泉質も重要視していますから、泉質をしっかりと維持していくことも大切です。

一方、初めての旅行者はリピーターに比べ、交通の便に対する満足度が低いのが特徴です。実際に交通手段はあるのに知られていないという側面がありますから、新規客の獲得には、交通利便性に関する広報活動を充実させる必要があるでしょう。同時に、アンケート結果からはきれいな夜景や清潔感の創出が重要であることも明らかになっています。

七尾市職員と旅行者の間にも意識の違いが認められる部分があり、このギャップを考慮した上で、観光施策を立案することが求められています。

# 『地域資源(魅力)と広域交通(経路)を活用した観光活性化』について

## 北陸新幹線金沢開業前後における観光動態分析 (和倉温泉・七尾地域) から見える課題

金沢大学 理工研究域 環境デザイン学系

高山 純一 教授

藤生 慎 助教

金沢大学 先端科学・イノベーション推進機構

平子 紘平 特任助教

### 北陸地域とは

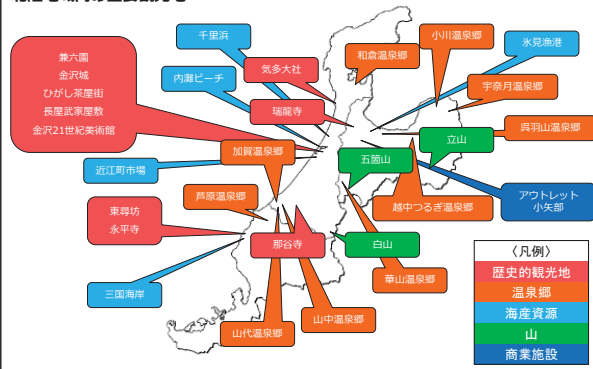
品目	順位	割合	全国順位	割合
フグ類	全国1位	(石川県16.9%)	全国3位	(富山県7.5%)
ブリ類	全国4位	(石川県7.3%)		
サケ・マス類	全国4位	(富山県0.4%)		
ホッケ	全国3位	(石川県0.3%)		
ザワラ	全国2位	(福井県11.4%)	全国5位	(石川県6.1%)
ハタハタ	全国4位	(石川県13.8%)		
アマダイ類	全国4位	(福井県8.2%)		
ニギス	全国1位	(石川県28.3%)		
サンマ	全国5位	(富山県6.3%)		
海産哺乳類	全国4位	(石川県4.0%)		
イカ類	全国4位	(石川県6.9%)		

引用：地域ラボトリ「平成25年度 漁業・養殖業生産統計」

観光地	伸び率
兼六園	伸び率+142%
ひがし茶屋街	伸び率+187%
長町武家屋敷休憩館	伸び率+185%
金沢21世紀美術館	伸び率+128%

引用：石川県金沢市・兼六園管理事務所、金沢市広域広聴課「金沢市内主要観光地の入出」

北陸地域内の主要観光地



### 2015年総まとめ！年間人気ランキング

観光地	順位	前年比	順位	前年比	順位	前年比
予約急上昇のレンタカー貸出エリア	全国1位	(富山県 前年比+71.1%)	全国2位	(石川県 前年比+68.5%)		
国内旅行年末年始・人気急上昇エリア	全国1位	(富山県 前年比+68.9%)	全国3位	(福井県 前年比+37.5%)	全国7位	(石川県 前年比+36.5%)
年間注目エリア	全国1位	(石川県 前年比+40.1%)	全国4位	(富山県 前年比+32.0%)		
予約急上昇のバス路線	全国2位	(大阪+福井県/石川県 前年比+787.3%)				

引用：楽天トラベル「2015年総まとめ！年間人気ランキング」

- 観光スポット及び観光資源が豊富，立地がいい。
- 今，観光目的地として最も注目されており，当地域の観光行政にとって，観光動態の実態解明は急務である。

## 既存研究の整理と本研究の位置付け

### ① 観光分野における旅行者動態・周遊行動に関する研究

- 佐々木ら<sup>1)</sup>は山梨県及び長野県の訪問者を対象としたアンケート調査に基づいて観光客の周遊特性を把握し、周遊特性から観光客の想起している観光圏を、潜在セグメントモデルを推定し分析している。潜在セグメントを規定する有意な変数がなく、想起観光圏域を推定できていないことを報告している。
- 伊藤<sup>2)</sup>は、宮島における来島者を対象としたアンケート調査及びGPSロガーデータに基づいて、歩行者中心の観光地における観光客の歩行距離と消費行動の実態を分析している。観光客の周遊パターンや土産物購買が滞在時間の中心であることなどを報告している。
- 末原ら<sup>3)</sup>は、国の事業評価制度に則り、九州新幹線開業5年目に実施した事業評価を基に、観光を中心に沿線内外での取組み・効果を紹介し、新幹線沿線外の地域でも開業効果を広域的に享受できる可能性や観光地の地域特性によって魅力向上の施策が異なることを明らかにしている。

### ② 観光分野における旅行者意識に関する研究

- 轟ら<sup>4)</sup>は、石川県能登半島地震に関する行政の対応状況を整理し、アンケート調査に基づく、風評被害に対する旅行者意識の実態及び行政の対策の影響を分析している。
- 藤井ら<sup>5)</sup>は、ドライブ観光総合情報誌が観光行動や意識に与える影響について分析しており、旅行者による掲載スポットへの来訪意図や来訪経験などを示している。

観光分野における研究を  
レビューした結果

新幹線開業の前後における旅行者の動態変化に関する分析や観光行政職員と旅行者意識の相違及びそれらと旅行者動態や満足度の関連性に関する研究が十分になされておらず、現在、情報蓄積の段階であるといえる。

3

## 本研究の背景と目的

### (背景)

#### ■ 2015年3月『北陸新幹線開業』

→益々の交流人口拡大が期待されている。北陸地域では、旅行者数の増加や注目度の上昇が見られ、観光振興地域として、今、大きな局面を迎えているといえる。



#### ■ 新幹線開業に伴う観光分野の研究、及び行政職員と旅行者の意識に関する研究が不十分

→昨今、九州地域を始めとした数多くの国内観光振興地域が、旅行者の滞在時間の引き伸ばしやリピーターの獲得を目指す一方で、北陸地域における新幹線開業に伴い増加した新規旅行者の受け入れ態勢が十分であるかの検討、及び、新幹線開業前後における旅行者動態・意識の変化や開業後における観光実態の把握が十分であるとはいえない。

#### ■ 平成28年度『七尾市総合戦略』

→豊富な地域資源や地域文化財を全面的に活用して、交流人口の拡大を図りたい。そのためにも積極的なPR活動を行い、魅力を発信したい。

### (目的)

- ① 北陸新幹線開業の直前・直後における旅行者動態の変化や現状の把握
- ② 訪問回数別旅行者意識を把握し、リピート要因・新規旅行者層の明示
- ③ 行政職員と旅行者との意識の違い、及びPRすべきターゲットの明確化

### (調査・分析方法)

- 調査方法：アンケート調査法
- 分析方法：基礎集計，多変量解析

4

# アンケート調査票・概要

## 『旅行者アンケート調査票』について

- 配布方法：旅館受付にて手渡し配布
- 回収方法：後日郵送回収



旅行者アンケート調査票（詳細版・表面）

旅行者アンケート調査票（詳細版・裏面）



旅行者アンケート調査票（簡易版・左：表面、右：裏面）



七尾市役所職員WEBアンケート

5

# アンケート調査・概要

	簡易版	詳細版	地元職員	
調査期間	2014年11月 ～2016年3月（17ヶ月）	2015年4月 ～2016年3月（12ヶ月）	2015年11月 ～2016年12月（2ヶ月）	
対象地域	1. 和倉温泉 2. 七尾市内 3. 能登島 4. 能登小笠台	1. 和倉温泉 2. 七尾市内	1. 七尾市役所職員	
調査項目	1. 旅行目的 2. 同伴者 3. 旅行人数 4. 滞在期間 5. 利用交通手段 6. 居住地 7. 旅行頻度 8. 訪問回数 9. 性別	1. 年齢 2. 性別 3. 職業 4. 居住地 5. 旅行人数 6. 同伴者 7. 滞在期間 8. 性別 9. 利用交通手段 10. 訪れた観光スポット 11. 訪れたお土産 12. 訪れた食事場 13. 参加した体験プログラム 14. 訪れた観光施設 15. 訪問動機	16. 訪問回数 17. 今回までに参加した季節 18. のイベント 19. 再訪希望 20. 次回の希望訪問季節 21. 次回の希望滞在期間 22. 次回の希望利用交通手段 23. 満足度 24. 満足した項目 25. 希望旅行プラン 26. 温泉街に求める項目 27. 和倉温泉に対する評価	1. 年齢 2. 性別 3. 職業（勤務経路部門） 4. 世帯内家族構成 5. 居住地 6. 同伴者別旅行回数 7. 最大旅行日数 8. 前回旅行の予算 9. 近郊旅行の利用交通手段 10. 予想人気観光スポット 11. 予想人気お土産 12. 予想人気食事場 13. 予想人気体験プログラム 14. 予想人気観光施設 15. 予想旅行層層変化 16. 予想旅行者増加層 17. 予想人気季節イベント 18. LiHoター増加予想 19. 予想人気季節 20. 予想旅行者増加期間 21. 交通の課題点 22. 強み 23. 弱み 24. 必ずする旅行プラン 25. 求めるもの 26. 評価 27. 土産物材 28. 七尾市内観光行政に対する長所・短所
回収率	回収枚数：2530枚 (配布枚数：22500枚 回収率：11%)	回収枚数：316枚 (配布枚数：10000枚 回収率：3%)	回答数：159	

6

# アンケート調査票・回収状況

全旅行者アンケート調査票 回収状況					
簡易版アンケート調査票		詳細版アンケート調査票		(参考) 学生手配布	
回収枚数	配布枚数	回収枚数	配布枚数	配布数	回収枚数
2530	22500	316	10000	600	146
回収率 11.24%		回収率 3.16%		回収率 24%	

『月別アンケート回収状況』について  
 簡易版は冬季における回収枚数が多い。  
 詳細版は夏季・冬季の回収枚数が多い。

『最終アンケート回収状況』について  
 手渡しアンケートの回収率としてはかなり低い。  
 要因は、新幹線開業に伴い、本調査と同様な調査依頼が  
 旅館に殺到したためと考えられる。

	簡易版アンケート調査票 回収状況				詳細版アンケート調査票 回収状況					
	和倉温泉街	七尾市内	能登島	能登小牧台	和倉温泉街	七尾市内	能登島	能登小牧台		
	回収(枚)	配布(枚)	回収率(%)	回収(枚)	配布(枚)	回収率(%)	回収(枚)	配布(枚)	回収率(%)	
開業前	2014年11月	163	a	276	b					
	2014年12月	109	(a)+20	197	(a)+20					
	2015年2月	104	00	155	00					
	2015年3月									
開業後	2015年4月			6						
	2015年5月			16		3				
	2015年6月	4000	1.20%	1	4000	2.38%	78	1000	25.30%	
	2015年7月						153	1000	16.40%	
	2015年8月	48		72		117				
	2015年9月					55				
	2015年10月									
	2015年11月	27				113		150		
	2015年12月	382	4000	10.23%	243	4000	6.08%	10	1500	8.20%
	2016年1月							41	1000	19.10%
2016年2月										
2016年3月										
合計	833	8000+a	-	966	8000+b	-	376	2500	15%	

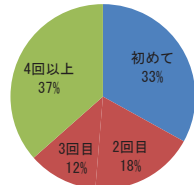
## 1. 北陸新幹線開業前後における旅行者動態の変化・実態把握

旅行者アンケートの基礎集計結果・多変量解析結果を用いて、開業前後での変化から新規旅行者を明確化、及び開業後における旅行者の地域特性を把握しターゲットを明確にした。

旅行者アンケート調査・まとめ	和倉温泉街	七尾市内	能登島	能登小牧台
開業に伴った変化	<ul style="list-style-type: none"> <li>高齢旅行者が大きく増加。</li> <li>退職者の旅行が大きく増加。</li> <li>滞在期間が増増。</li> <li>関東からの旅行者割合に変化なし。</li> <li>中部からの旅行者は大きく増加。</li> <li>金沢方面からのレンタカー利用が増加。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>高齢旅行者が増増。</li> <li>退職者の旅行が増増。</li> <li>観光目的旅行者が大きく増加。</li> <li>滞在期間が増増。</li> <li>関東からの旅行者が増増。</li> <li>平均旅行回数の少ない旅行者が増加。(要因：観光目的旅行者の増加)</li> <li>団体バス・JR(金沢方面)の利用者が増加。</li> </ul>	-	-
開業後の実態	<ul style="list-style-type: none"> <li>関西地域からの旅行者が最大割合。</li> <li>二人・夫婦・家族旅行が非常に多い。</li> <li>自動車を利用した旅行が非常に多い。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>男性旅行者が女性旅行者の約3倍。(要因：ビジネス目的旅行者や家族旅行が多い)</li> <li>会社員旅行者が全体の約半数。</li> <li>滞在期間が比較的長い。</li> <li>個人・家族旅行が非常に多い。(要因：ビジネス目的旅行者の同業者には個人・家族旅行が多い)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>学生旅行者が比較的多い。(要因：合宿目的地として利用されているため)</li> <li>旅行者の殆どが遠方居住者。特に、中部からの旅行者割合が非常に大きい。</li> <li>5人以上・友人同伴旅行が非常に多い(おそらくスポーツの団体合宿)</li> <li>団体バス旅行が比較的多い。また、自動車旅行が非常に多い。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>旅行者の平均年齢が約60歳と非常に高い。</li> <li>滞在期間が比較的長い。</li> <li>旅行者の殆どが遠方居住者。</li> <li>二人・夫婦旅行が非常に多い。</li> <li>旅行回数が多い旅行者が比較的多い。</li> <li>自動車旅行が非常に多い。</li> </ul>
まとめ・課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>高齢旅行者をターゲットとした観光地づくりにより、新規旅行者の獲得が見込める。</li> <li>夫婦旅行をターゲットとした観光地づくりにより、満足度向上やリピーターの獲得が見込める。</li> <li>レンタカー・自動車利用者に快適な観光地づくりが必要。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ビジネス旅行者と思われる回答が多く見られた。</li> <li>ビジネス目的旅行者(個人旅行者、家族旅行者)をターゲットとしたサービスが効果的である。</li> <li>観光目的旅行者の増加も見られ、団体バスや鉄道旅行者に対応した(徒歩等の移動手段に適した)観光地づくりにより、新規旅行者の獲得が見込める。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>スポーツ団体合宿旅行者と思われる回答が多く見られた。</li> <li>遠方旅行者(特に中部居住者)や団体旅行者(おそらくスポーツ合宿旅行者)、マイカー旅行者(昇龍道?)をターゲットとした観光地づくりにより、観光地やスポーツ合宿地域として発展が見込める。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>余暇のある高齢旅行者と思われる回答が多く見られた。</li> <li>高齢旅行者、遠方旅行者、夫婦旅行、マイカー利用者(昇龍道?)をターゲットとした観光地づくりが必要。</li> <li>旅行回数が多い旅行者を満足させる、ご当地ならではの観光地づくりが必要。</li> </ul>

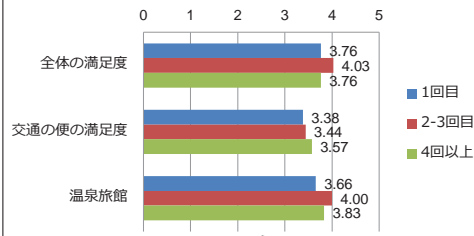
## 分析結果（訪問回数別満足度・基礎集計）

和倉訪問回数 (N=230)



『和倉訪問回数』について  
リピーターが全体の約3分の2

訪問回数×満足度 (N=230)

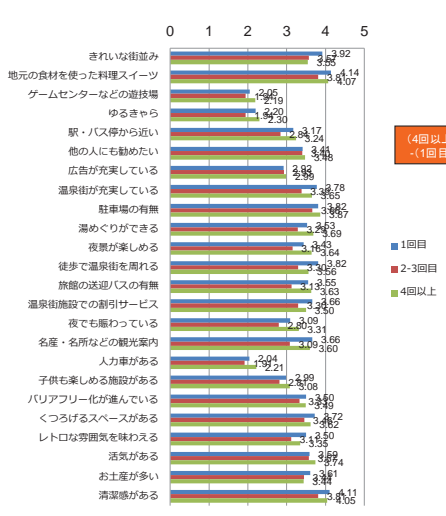


『交通の便の満足度』について  
訪問回数を重ねるに連れて満足度上昇

「知っていれば便利である交通が、现阶段では広く知られていない」等の原因が予測できる。九州広域観光連携の施策を例に、観光地の一括管理・一括広報による観光地間移動の情報取得を容易にするなどの対策が満足度の向上に繋がると考えられる。

## 分析結果（訪問回数別重視度・基礎集計）

訪問回数×重視度 (N=230)



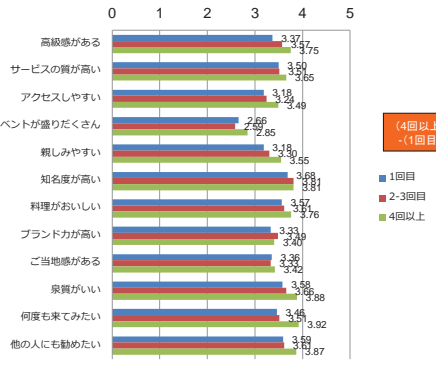
訪問回数別重視度

重視度	1回目	2-3回目	4回以上	(4回以上)-(1回目)	4回以上が重視
きれいな街並み	3.92	3.57	3.55	-0.37	
地元の食材を使った料理スイーツ	4.14	3.81	4.07	-0.07	
ゲームセンターなどの遊技場	2.05	1.94	2.19	0.14	○
ゆるきゃら	2.20	1.94	2.30	0.10	○
駅・バス停から近い	3.17	2.84	3.24	0.07	○
他の人にも勧めたい	3.41	3.40	3.48	0.07	○
広告が充実している	2.92	2.93	2.99	0.07	○
温泉街が充実している	3.78	3.39	3.65	-0.12	
駐車場の有無	3.82	3.66	3.87	0.05	○
湯めぐりができる	3.53	3.29	3.69	0.16	○
夜景が楽しめる	3.43	3.16	3.64	0.21	○
徒歩で温泉街を周れる	3.82	3.30	3.56	-0.26	
旅館の送迎バスの有無	3.55	3.13	3.63	0.08	○
温泉街施設での割引サービス	3.66	3.30	3.50	-0.16	
夜でも賑わっている	3.09	2.80	3.31	0.22	○
名産・名所などの観光案内	3.66	3.09	3.60	-0.06	
人力車がある	2.04	1.91	2.21	0.17	○
子供も楽しめる施設がある	2.99	2.81	3.08	0.10	○
バリアフリー化が進んでいる	3.50	3.33	3.49	-0.01	
くつろげるスペースがある	3.72	3.46	3.62	-0.10	
レトロな雰囲気味わえる	3.50	3.11	3.35	-0.15	
活気がある	3.59	3.57	3.74	0.15	○
お土産が多い	3.81	3.44	3.44	-0.16	
清潔感がある	4.11	3.81	4.05	-0.08	

訪問回数4回以上の旅客が1回目の旅客よりも重視する項目が、『夜でも賑わっている・夜景が楽しめる』等、『夜間観光』に関する項目である傾向が見られた。検討すべき課題である。また、訪問回数4回以上の旅客が最も重視する項目は『地元の食材を使った料理スイーツ』であった。

# 分析結果（訪問回数別評価・基礎集計）

訪問回数×評価 (N=230)



(4回以上)  
-(1回目)

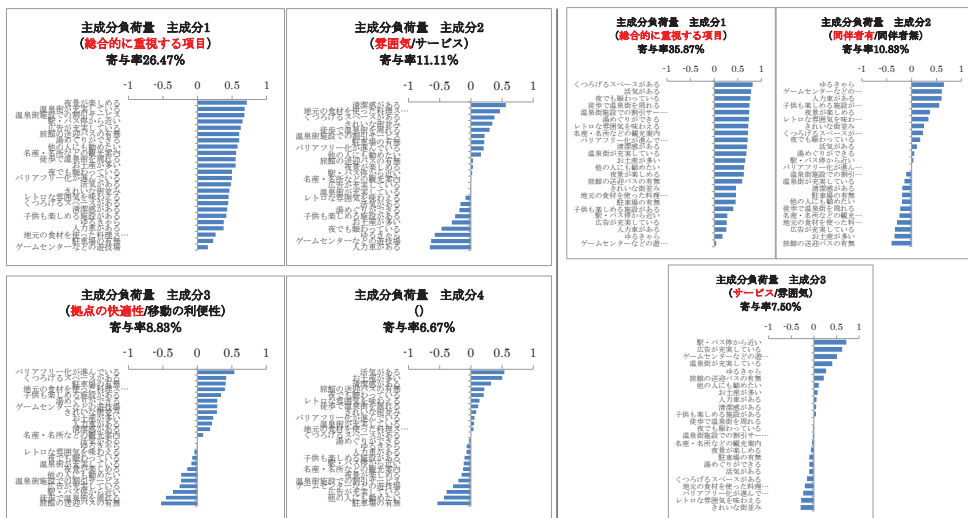
『全項目』において  
訪問回数4回以上が1回目より高評価

評価	1回目	2-3回目	4回以上	(4回以上)-(1回目)	4回以上が評価
高級感がある	3.37	3.75	3.75	0.38	○
サービスの質が高い	3.50	3.65	3.65	0.15	○
アクセスしやすい	3.18	3.49	3.49	0.30	○
イベントが盛りだくさん	2.66	2.85	2.85	0.19	○
親しみやすい	3.18	3.55	3.55	0.38	○
知名度が高い	3.68	3.81	3.81	0.13	○
料理がおいしい	3.57	3.76	3.76	0.20	○
ブランド力が高い	3.33	3.40	3.40	0.08	○
ご当地感がある	3.36	3.42	3.42	0.06	○
泉質が良い	3.58	3.58	3.58	0.00	○
何度も来てみたい	3.45	3.92	3.92	0.48	○
他の人にも勧めたい	3.59	3.87	3.87	0.28	○

『(訪問4回以上)-(1回目)』について  
差が大きいもの：「何度も来てみたい」  
「高級感がある」「親しみやすい」「アクセスしやすい」「泉質が良い」

『何度も来てみたい・高級感がある・親しみやすい・アクセスしやすい・泉質が良い』における満足度の差を縮めることがリピーターの獲得への課題と言える。

# 分析結果（訪問回数別重視度・主成分分析）



重視度 (訪問回数1回目の旅客)

重視度 (訪問回数4回以上の旅客)

『主成分分析』について  
 > 多変量データから新たな総合指標を作り出す。  
 > 各変数のレンジが重みとなる。

## 分析結果（訪問回数別重視度・主成分分析）

### 『雰囲気』について

訪問1回目：清潔感を最重視  
訪問4回以上：きれいな街並みを最重視

### 『サービス』について

訪問1回目：人力車を最重視  
訪問4回以上：駅・バス停からの近さを最重視

比較表（主成分分析・重視度）

重視度	訪問回数1回目	重視度	訪問回数4回以上
総合	夜景が楽しめる (寄与率26.47%)	総合	くつろげるスペースがある (寄与率35.87%)
雰囲気 /有料サービス	清潔感がある 人力車がある (寄与率11.11%)	同伴者有 /同伴者無	ゆるキャラ 旅館の送迎バスの有無 (寄与率10.83%)
拠点の快適性 /移動の利便性	バリアフリー化が進んでいる 旅館の送迎バスの有無 (寄与率8.83%)	有料サービス /雰囲気	駅・バス停から近い きれいな街並み (寄与率7.50%)
	活気がある 駐車場の有無 (寄与率6.67%)		累積寄与率54.20%
	累積寄与率53.08%		

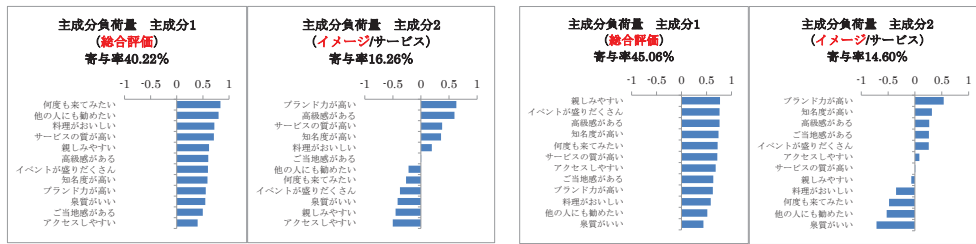
### 『総合』について

訪問1回目：夜景を最重視  
訪問4回以上：くつろげるスペースを最重視

リピーターの獲得にはきれいな街並みや駅・バス停の整備が大きなウエイトを占めること、また、新規旅客の獲得にはきれいな夜景や清潔感の創出に注力する必要があるといえる。

13

## 分析結果（訪問回数別評価・主成分分析）



評価（訪問回数1回目の旅客）

評価（訪問回数4回以上の旅客）

比較表（主成分分析・評価）

評価	訪問回数1回目	評価	訪問回数4回以上
総合評価	何度も来てみたい 他の人にも勧めたい (寄与率40.22%)	総合評価	親しみやすい イベントが盛りだくさん (寄与率45.06%)
イメージ /サービス	ブランド力が高い 高級感がある アクセスしやすい 親しみやすい (寄与率16.26%)	イメージ /サービス	ブランド力が高い 知名度が高い 泉質が良い 他の人にも勧めたい (寄与率14.60%)
	累積寄与率56.48%		累積寄与率59.66%

### 『イメージ』について

訪問1回目：ブランド力を最評価  
訪問4回以上：ブランド力を最評価

### 『サービス』について

訪問1回目：アクセスの容易さを最評価  
訪問4回以上：泉質を最評価

### 『総合評価』について

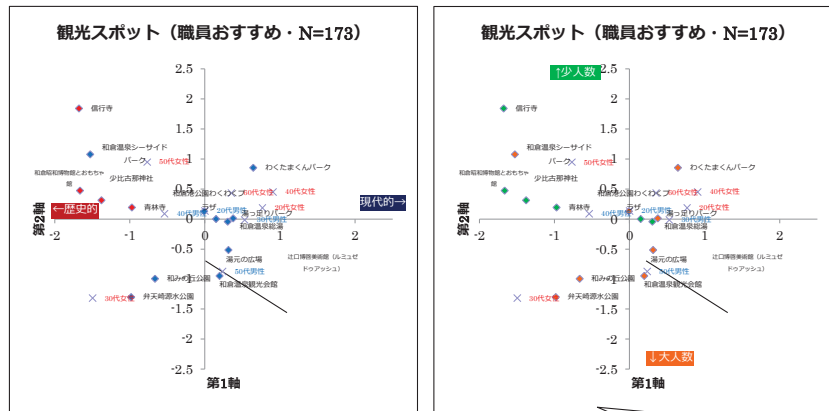
訪問1回目：料理を最評価（※）  
訪問4回以上：親しみやすさを最評価

ブランド力を活用した商業展開がリピーター・新規旅客には有効であることがわかった。また、サービスに関しては泉質の維持がリピーターの獲得には有効であることがわかった。

14



## 分析結果（コレスポネンズ分析・例）



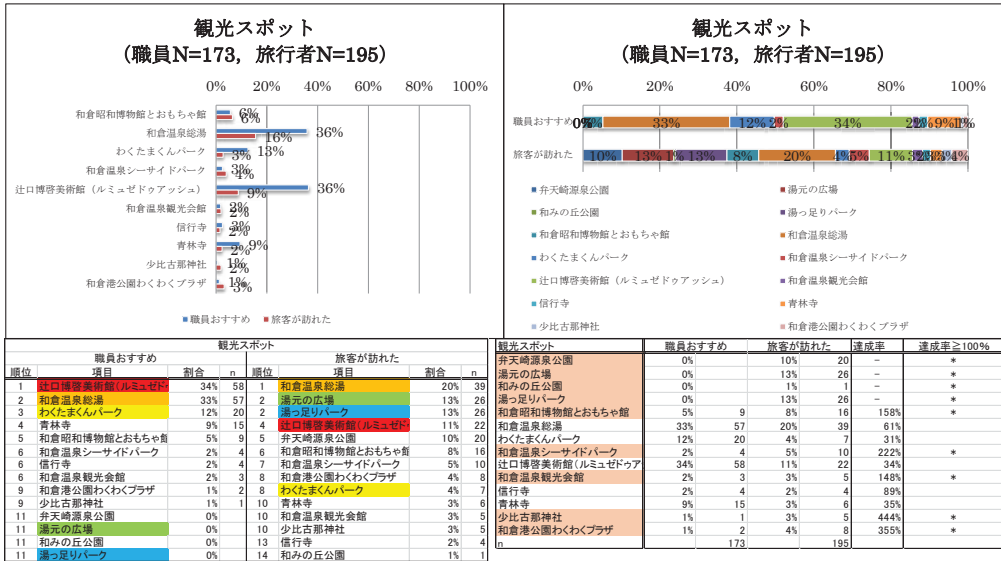
『コレスポネンズ分析』について  
 > 関連の強いカテゴリは近くに、弱いカテゴリは遠くにプロットされる  
 > 異なる項目の位置関係は、原点からの方向で判断する

コレスポネンズ分析によって旅行者の動態傾向を把握し、旅行者意識の分析をする。  
 （分析例）男性職員は現代的で大人数で訪れる観光スポットをおすすめし、女性職員は現代的で少人数で訪れる観光スポットをおすすめする傾向がある。

## 2. リピーター・新規旅行者層の特徴

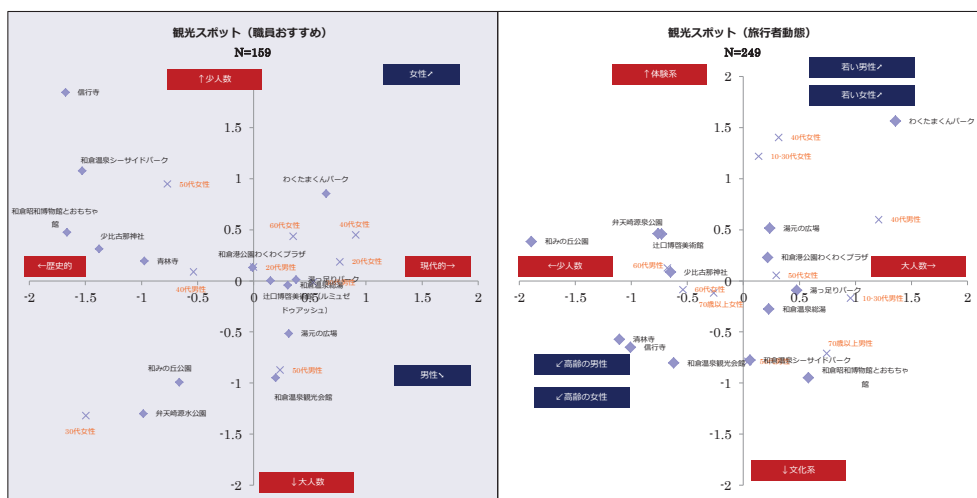
新規旅行者獲得への課題 (和倉温泉街・七尾市内)	リピーター確保への課題 (和倉温泉街・七尾市内)
<ul style="list-style-type: none"> <li>・「知っていれば便利である交通手段」の広報活動</li> <li>・きれいな夜景や清潔感の創出 (・ブランド力を活用した商業展開が有効)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・夜間観光の整備が、きっかけになりそう</li> <li>・新規旅行者の「何度も来てみたい」「高級感がある」「親しみやすい」「アクセスしやすい」「泉質が良い」の評価を向上させる施策が重要</li> <li>・きれいな街並みやアクセスしやすい駅・バス停の整備が重要</li> <li>・泉質の維持 (・ブランド力を活用した商業展開が有効)</li> </ul>

# 分析結果（観光スポット・基礎集計）



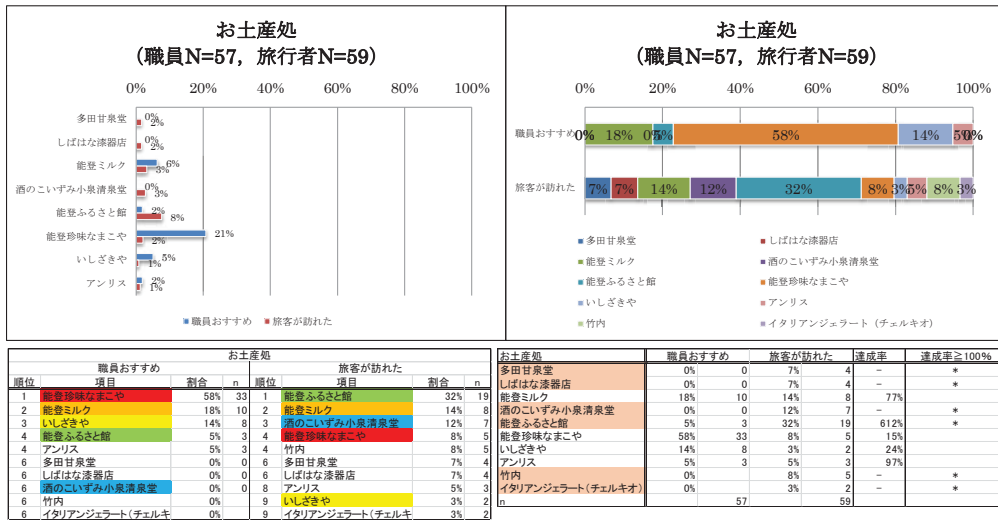
地元職員が「和倉温泉総湯」「和倉温泉観光会館」を集中しておすすめしている一方、旅行者動態は比較的分散している。旅行者動態の順位付けにおいて、先述の2スポットは上位に位置しているため、人気であることに間違いはないが、過度で偏りのある意識であると言える。

# 分析結果（観光スポット・コレスポネンス分析）



旅行者動態傾向が年齢によって変化する点に対し、地元職員は性別によっておすすめする観光スポットの傾向が変化する点に意識の違いが見られた。

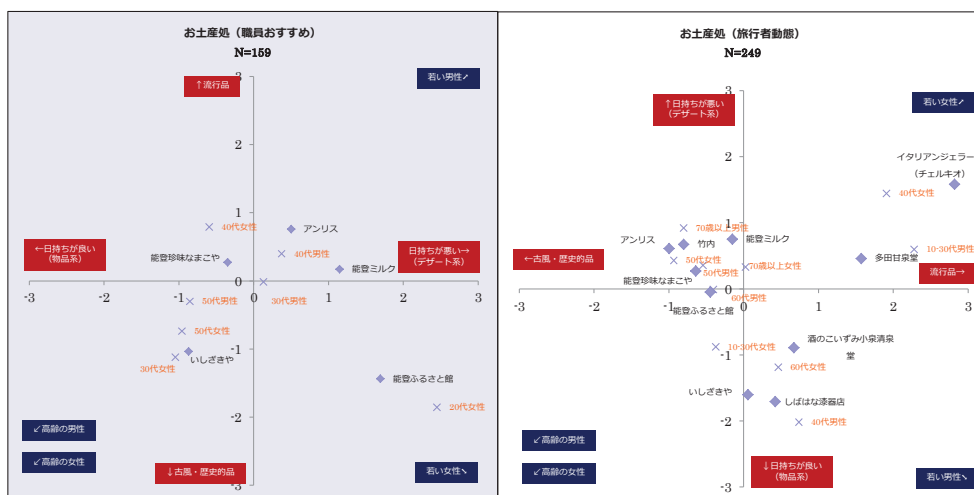
## 分析結果（お土産処・基礎集計）



地元職員による回答の約58%が「能登珍味なまこや」である一方、旅行者回答割合は約8%程度であり、達成率は約15%と非常に低い値であった。また、能登ふるさと館においては、地元職員と旅行者意識に非常に大きな違いが見られた。

19

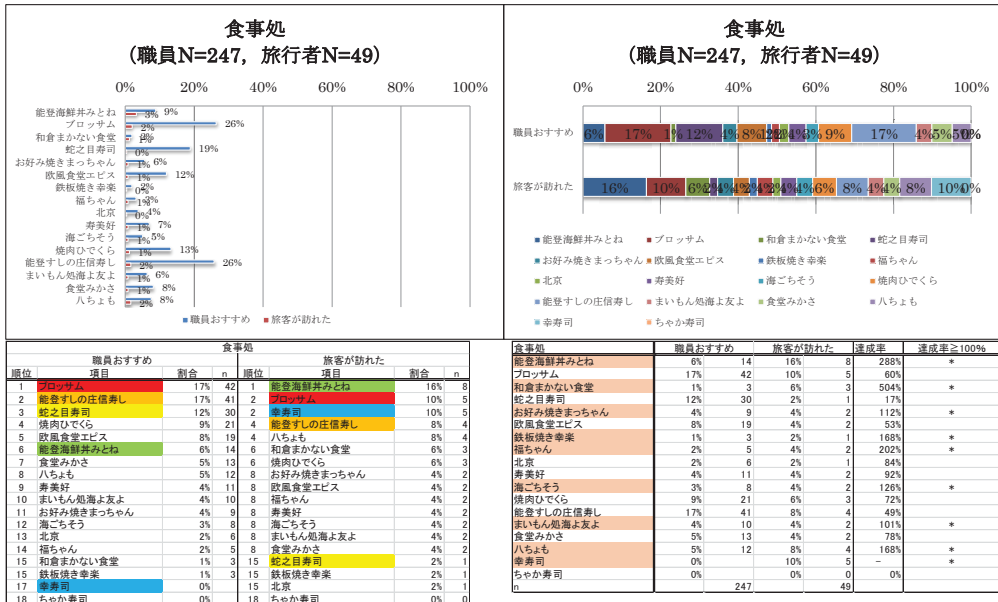
## 分析結果（お土産処・コレスポネンス分析）



若い男性においては流行品のお土産処を、高齢の男性においては歴史的品のお土産処を、若い女性においては日持ちが悪い品のお土産処を、高齢の女性においては日持ちが良い品のお土産処を選択している点は一致したが、それ以外で意識の違いが見られた。

20

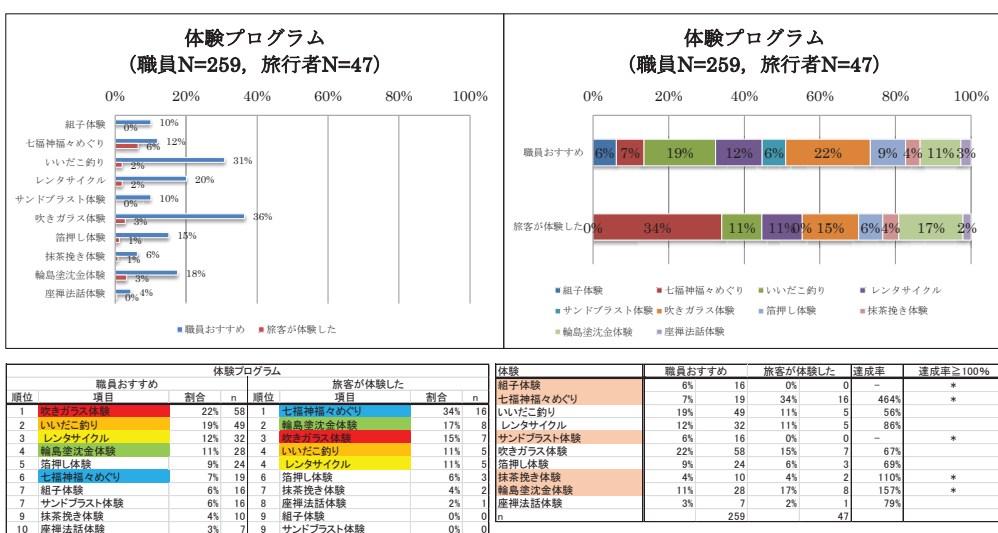
# 分析結果（食事処・基礎集計）



両者ともに回答の分散が見られ、その点は意識の一致が見られた。また、順位付けの上位群においても、概ね意識の一致が見られた。

21

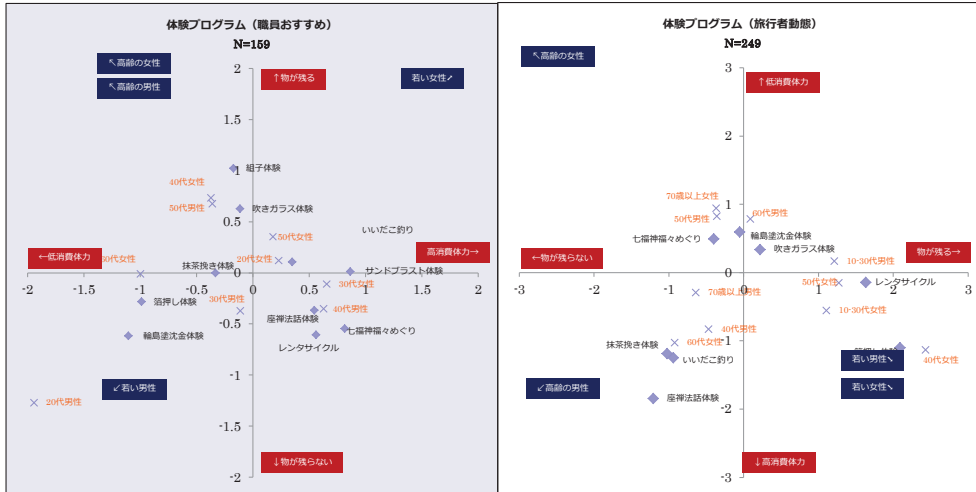
# 分析結果（体験プログラム・基礎集計）



「七福神福々巡り」において、両者の意識の違いが見られた。旅行者に多く参加されているものの、地元職員におすすめされおらず、また、後述の満足した項目にて旅行者に選択されていないことなどから、「七福神福々巡り」の改善が体験プログラムの満足度向上に大きな影響を与えるといえる。

22

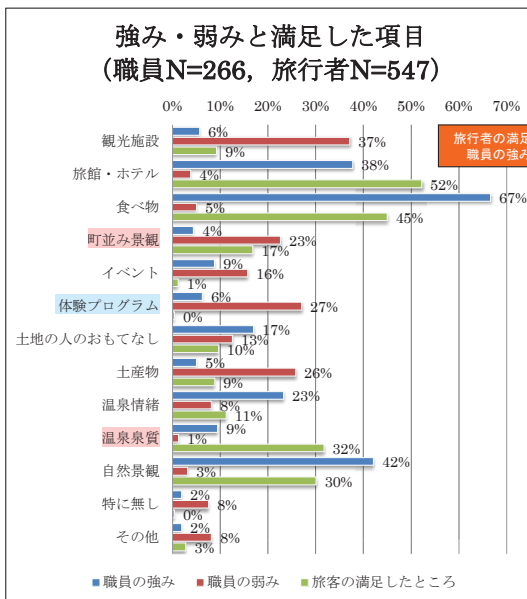
## 分析結果（体験プログラム・コレスポネンス分析）



若い女性旅行者に対する職員意識は概ね正確である一方、若い男性に対する職員意識は全くの真逆であるといえる。

23

## 分析結果（満足度と強み・基礎集計）



選択項目	職員の強み	旅客が満足	達成率	達成率 ≥ 100%
観光施設	2%	4%	171%	*
旅館・ホテル	16%	24%	145%	*
食べ物	29%	20%	71%	
町並み景観	2%	8%	401%	*
イベント	4%	1%	14%	
体験プログラム	3%	0%	7%	
土地の人のおもてなし	7%	4%	59%	
土産物	2%	4%	184%	*
温泉情緒	10%	5%	51%	
温泉泉質	4%	14%	352%	*
自然景観	18%	14%	75%	
特に無し	1%	0%	22%	
その他	1%	1%	156%	*

### 満足度の達成率

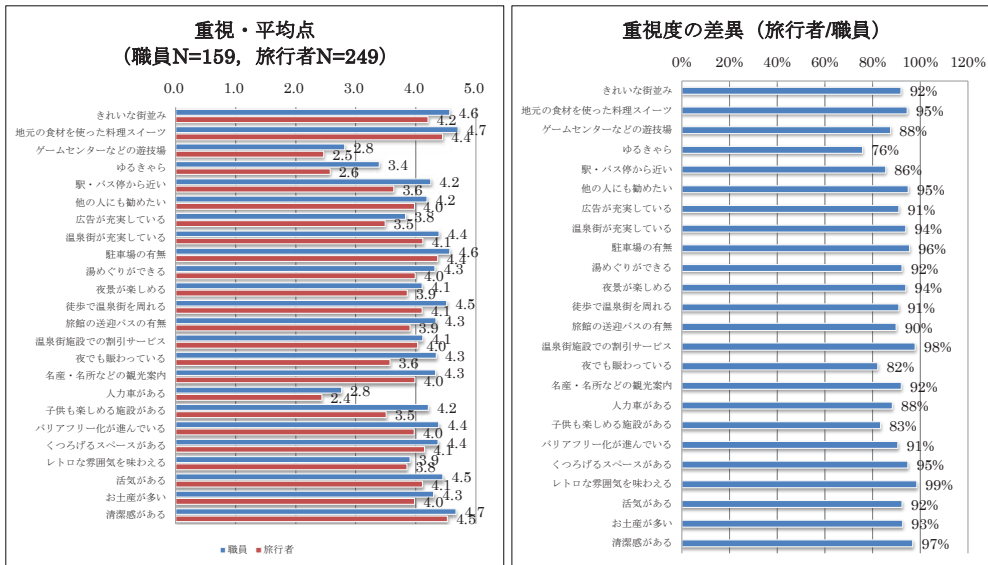
職員が強みとしている割合を成果指標とした場合、旅客満足度の達成率は5/12であった。

達成率が著しく高いものは『町並み景観・温泉泉質』であり、職員が強みとする以上に旅行者が訪れていることがわかった。

一方、達成率が著しく低いものは『体験プログラム』であり、課題として検討すべき項目である。

24

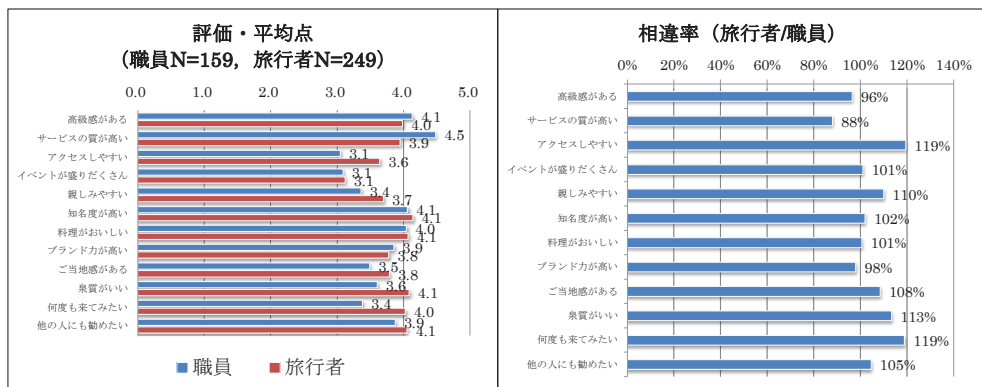
## 分析結果（重視度・基礎集計）



また、最も差異の大きかった項目は「ゆるきゃら」であり、旅行者は地元職員よりあまり重視していないこと及び意識の相異が明らかとなった。

25

## 分析結果（評価・基礎集計）



旅行者が最も評価している項目は「知名度が高い」であり、地元職員が最も評価している項目は「サービスの質が高い」である。つまり、和倉温泉街に対する魅力の意識に相違が見られた。また、旅行者が最も評価しない項目は「アクセスしやすい」であり、地元職員が最も評価しない項目は「イベントが盛りだくさん」となっている。ここにも、和倉温泉街に対する課題意識に相違が見られた。

26

## まとめ

### (研究目的と成果)

- ① 北陸新幹線開業の直前・直後における旅行者動態の変化や現状の把握  
→和倉温泉街においては高齢の夫婦・家族旅行者を、七尾市内においてはビジネス目的旅行者を、能登島においては中部地域からのスポーツ合宿団体旅行者をターゲットとし、また、能登小牧台においては年間旅行回数の多い旅行者を満足させる対応の必要性が明らかとなった。
- ② 訪問回数別旅行者意識を把握し、リピート要因・新規旅行者層の明示  
→リピーターの獲得には夜間観光の整備であったり、泉質の維持が大きなウェイトを占めていることが明らかとなった。また、新規旅行者の獲得には「知っていれば便利である交通手段」の広報活動やきれいな夜景・清潔感の創出が重要であることが明らかとなった。
- ③ 行政職員と旅行者との意識の違い、及びPRすべきターゲットの明確化  
→旅行者満足度が特に低い体験プログラムにおいて、若い女性旅行者に対する職員意識は概ね正確である一方で、若い男性旅行者に対する職員意識は全くの真逆であること、また、和倉温泉街に対して総合的に最も求めているものを、旅行者が“清潔感がある”としている一方で、職員は“清潔感がある”を最も求めないとしているなどを明示した。

27

## まとめ (課題)

### (課題)

- ① 北陸新幹線開業の直前・直後における旅行者動態の変化や現状の把握  
→北陸地域内における自動車旅行に着目した旅行者の周遊行動パターンの明示的表現方法の検討。
- ② 訪問回数別旅行者意識を把握し、リピート要因・新規旅行者層の明示  
→北陸地域におけるリピーター及び新規旅行者の行動選択要因や当地域に感じている魅力の定量的評価方法の検討。
- ③ 行政職員と旅行者との意識の違い、及びPRすべきターゲットの明確化  
→地元職員及び旅行者における両者の意識の違いが、当地域の観光分野に与えている影響やその関連性の定量的評価方法の検討。

28





## 『地域内経済循環と6次産業化』についての報告

金沢大学 人間社会研究域 経済学経営学系 教授 佐無田 光



## ◆各分科会のまとめ(2)

『地域内経済循環と6次産業化』についての報告

佐無田 光／金沢大学 人間社会研究域 経済学経営学系 教授

第3分科会では水産物の付加価値アップに向け、冷蔵冷凍・選別・保管・一次加工等の機能を担う事業の立ち上げを目指して検討を進めています。

事業を立ち上げるためには、どのような商品が、どの程度売れるのか、見極めが重要です。そこで今年度は七尾市がブランド化に力を入れている「能登ふぐ」に焦点を当て、平成29年1月14日に「どんたく金沢西南部店」で試食アンケート調査を実施しました。

その結果、能登ふぐを知っている人は50%近くいて、ふぐを食べたことのある人も約80%いました。試食として提供した唐揚げは好評で、今後ふぐを食材として意識するといった意見もありました。一方で、トラフグのような高級品のイメージで捉えられていて、日常的に食べるには高価という意見もありました。しかし、まふぐ、ごまふぐ、ぎんふぐといった品種は安く提供できますから、ふぐを日常的に地元の人が食す消費文化を作り出していける可能性は十分にあると手応えを感じました。

これを踏まえ、1年間でどの程度を販売できるのかを見極めるため、来年度は地元の加工業者から仕入れた能登ふぐの販売に取り組みます。販路としては地元のスーパー、首都圏、地元の旅館という3つを考えています。このうち旅館向けには一定のブランド価格での販売を検討しています。

取り組みにあたって、(公財)石川県産業創出支援機構の補助金の活用を目指し、2年目、3年目と徐々に魚種を増やしていければと考えています。

最終目標は一次加工を手がける合弁事業体を、農漁業者や食品加工業者、スーパー等の出資により設立することです。これにより、地域全体のメリットになると考えています。

最後に懇話会メンバーの皆様に対するご協力のお願いです。まず、能登ふぐを浸透させるため、七尾市にはキャンペーンの旗振り役を担っていただきたいと思っています。また、販売に一定のめどがつき、合弁事業体を設立する段階では共同出資に向けた合意形成に一役買っていただけるとありがたいです。さらに中間的な加工や保管のために必要な用地についても、ご検討をお願いします。

七尾市産業・地域活性化懇話会 報告会

【分科会3】

地域内経済循環と6次産業化

佐無田 光(金沢大学人間社会学域)

2017年3月16日

学習と協働による地域政策デザイン

- 地域の現状に対応した課題解決を進めるための具体的な手順＝政策工程をデザインする。
- ①現状の分析、定量的・定性的把握。
- ②地域の関係者による学習コミュニティの形成。先進事例や関係者のヒアリング。課題の共有。
- ③関係者の合意形成と事業実験。地域のアクターの連携による新しい組織化。
- ④地域資源の需給バランスに応じたサプライチェーンの調整。

## 第3分科会(地域内経済循環と6次産業化)の課題

- 七尾市の農漁業資源の77%は、そのままの形で地域外に売られている。地域内で加工されたり(食料品工業)、消費されたり(宿泊業、飲食店、医療福祉等)しているのは、地域外製品の割合が63%と多い。他方で、水揚げされた低未利用魚がほとんど値がつかない形で取引されるなど、資源と市場に不一致がある。
- →中間的な加工・流通の機能を担う事業を地元で立ち上げられないか。
- ひとまず水産資源に焦点を当て、地域の主要な関係者の合意形成を経て、事業実現の道筋をつけることが目標。

## 第3分科会の体制

- メンバー:七尾商工会議所(事務局)、能登鹿北商工会、のと共栄信用金庫、石川県漁協矢田新支所、能登わかば農業協同組合、七尾市産業振興課・里山里海振興課、金沢大学(佐無田、平子)、石川県立大学(山下)、(オブザーバー)中部経済産業局北陸支所。
- 「ななお創業応援カルテット」や「のと七尾6次産業化支援機構」との連携。
- 6次産業化ワーキングG:(株)鹿渡島定置、(株)のとじまファーム、(株)能登半島、(株)山田屋、すぎ省水産(株)、山成商事(株)、のと楽、金沢大学(佐無田、平子)、のと共栄信用金庫、七尾商工会議所、七尾市役所、ISICO(中出)

## 第3分科会の活動経過(1年度目)

- 第1回(H26.7.14) 分科会の方針確認。
- 第2回(H26.8.11) 加工場のイメージ等に関する情報共有。
- 第3回(H26.9.12) 平成22年度活性化ファンドの事例報告等。
- 第4回(H26.10.8) 市内水産加工業者のヒアリング報告等。
- 第5回(H26.11.14) 長崎市の松浦水産基地の視察報告等。
- 第6回(H27.1.15) 杉原省氏(すぎ省水産社長)報告。
- 第7回(H27.2.24) 酒井秀信氏(鹿渡島定置社長)報告。
- 第8回(H27.3.30) 1年度目の取りまとめと今後の方向性。

## 第3分科会の活動経過(2年度目)

- 第9回(H27.4.20) 下村政雄氏(日本水産資源保護協会事務局長)報告。
- 第10回(H27.5.25) 関係者聞き取り調査の予定確認。
- 第11回(H27.7.10) 聞き取り調査結果の報告等。
- 第12回(H27.8.7) 6次産業化ワーキングGの設置方針確認。
- 第1回ワーキング(H27.10.14) ワーキングGの立ち上げ。
- 第2回ワーキング(H27.11.26) 事業化の方針について。
- 第3回ワーキング(H27.12.18) 食品加工場の検討
- 第4回ワーキング(H28.1.28) 資源・商品・販路の検討。
- 第5回ワーキング(H28.2.24) 今後の工程表について。
- 第13回分科会(H28.3.28) ワーキングの報告と2年の総括。

## 水産物流通の課題

- 水揚げ→一次選別→魚市場→出荷  
↓(→保管:低温庫)  
二次選別→加工処理→出荷  
(→保管:凍結庫)
- 水産物は、水揚げ量の変動が多く、多種類で、鮮度劣化が激しい。
- →冷蔵冷凍・選別・加工・排水・残渣処理等の機能が整備されていれば、人件費コスト等を抑制し、付加価値があがることにつながるのでは。

## 第3分科会の活動内容

取組み課題	内容
1 地域の現状と課題の整理	①データから見る産業構造 ②これまでの取組み事例から分析と共有 ③資源の現状と利活用
2 企業への聞き取り調査 (H26.10月)	水産加工企業 10社訪問。仕入、販売先の状況、加工内容と設備。残渣処理など。
3 水産資源の活用と食品加工場の可能性の検討	①水産資源の精査と活用方法 ②水産加工場のイメージ(路線) 調整セクション(二次選別、冷凍、冷蔵、チルド、箱詰等)
4 1次・2次事業者と意見交換 (H27.1・2月)	(株)鹿渡島定置、すぎ省水産(株)
5 勉強会の実施 (H27.4月) [講師]公益社団法人 日本水産資源保護協会	テーマ: 国産水産物の流通の現状、各地の事例、今後の動向について ~水産物流通の現場における目詰まり解消の取組状況について~
6 企業への聞き取り調査 (H27.6~7月)	14社訪問: 定置網2社、魚市、水産加工4社、旅館6社。冷凍・冷蔵機能も含めた加工場の必要性及び進める組織への参画について。

## プロジェクト検討ワーキングの活動内容

取組み課題	内容
1 第1回検討ワーキング 「事業の趣旨と今後の参画について」	①事業目的及びこれまでの経過について ②意見交換
2 第2～5回検討ワーキング 「市内事業者が共同で運営する多様なニーズに対応した食品加工所等について」	①名物を生み出す ②取扱う魚と冷凍・加工商品 ③必要となる設備(冷凍・保管・解凍等)と規模・能力 ④資源量の確保と販売先 ⑤事業費の検討(補助金・ファンド等の活用)

→取扱う商品(商品開発)を何にするのか。旅館・スーパーが求めるものなどを参考に、試作品も含め、検証・協議。

→必要となる冷凍技術についても検討。

## 第3分科会の活動経過(3年度目)

- 第6回ワーキング(H28.7.5) ワーキングGの再起動。
- 第7回ワーキング(H28.8.5) 戦略商品の設定。
- 第8回ワーキング(H28.9.2) 能登ふぐ報告&試食会。
- 能登ふぐ事業協同組合との話し合い(H28.9.20)。
- 第9回ワーキング(H28.10.7) スーパー店頭試食会の企画。
- 第10回ワーキング(H28.11.18) 試食&アンケートの準備。
- どんたく金沢西南部店での試食アンケート調査(H29.1.14)。
- 第11回ワーキング(H29.1.20) 試食&アンケートの報告。
- 第12回ワーキング(H29.2.28) 来年度の方針の合意。
- 第13回ワーキング(H29.4.17予定)



## 今年度の議論の整理

- 漁獲変動に対応し四季を活かすには、魚種を絞らない「七尾魚」ブランドと一定のストックが必要。
- **現状では獲れてもストックできない**。中間的な冷凍・保管・一次加工機能を作ることに関しては総論賛成。しかし、どのような商品をどの程度作るかによって、必要な設備が変わってくる。箱物の投資には躊躇。
- →どのような商品が、どこまでの販売が見込めるかという見極めが重要。
- →柱となる地域の特性を活かした名物商品として、「能登ふぐ」に焦点を当てる。

2017年1月14日 どんたく金沢西南部店 10:00～



## 能登ふぐ商品試食アンケート調査

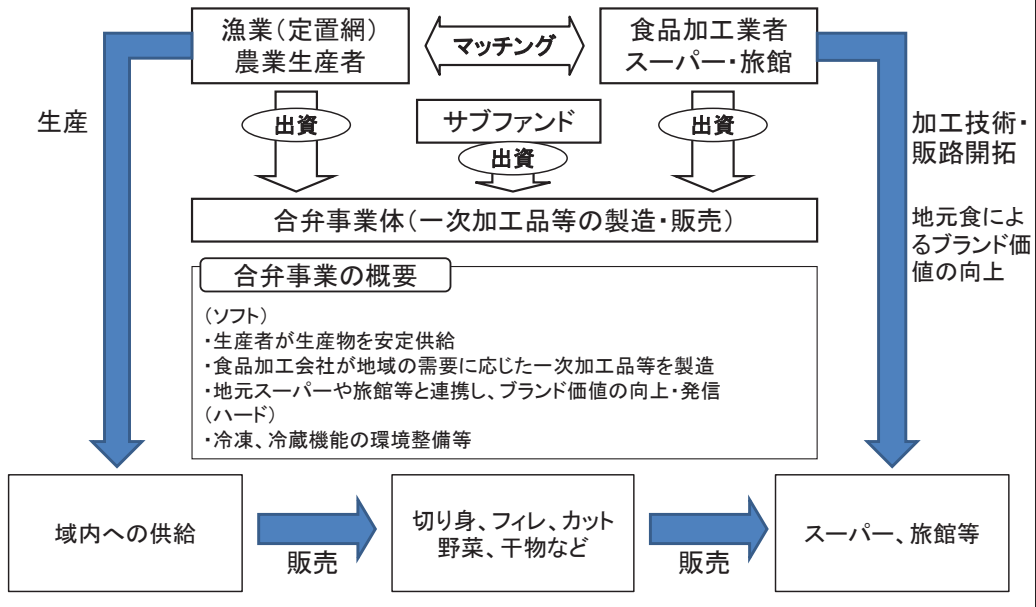
- 回答数107。女性56.1%。30～60代で80.4%。
- 能登ふぐブランドを知っている48.6%。
- ふぐを食べたことある79.4%。
- 魚を食べる頻度は週2回以上64.5%。
- 唐揚げが好評。身はふりふり。ただし少し高いという意見が散見。骨が少し気になる。
- これからふぐを意識するという意見。
- 能登の地元のでっさを買いたいという要望も。

## 来年度の方針について

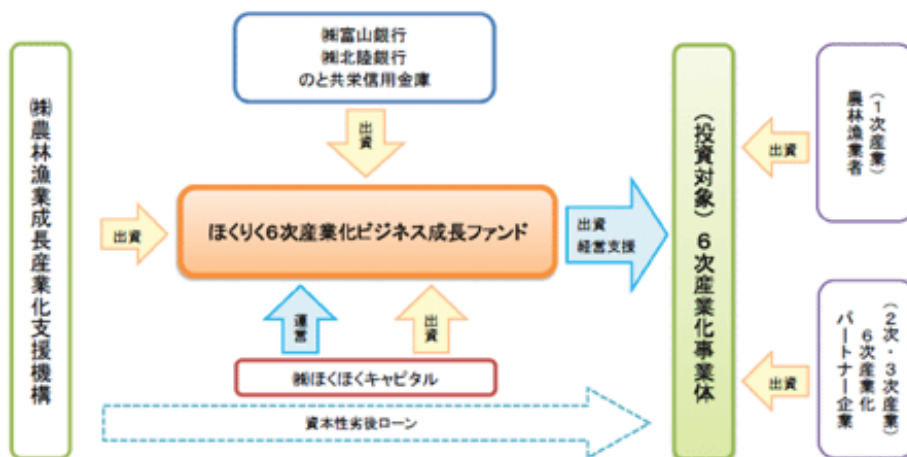
- 能登ふぐを年間を通じて七尾から販売し、どのくらいの販路の量を見込めるかを判断する。地元加工業者から仕入れる。
- 地元スーパー: 県内消費者に対して日常の食材としてふぐ(まふぐ、ごまふぐ、ぎんふぐ)を認識してもらう。
- 加工して県外販売: 主に首都圏向け市場開拓。
- 地元旅館でふぐ料理を一定のブランド価格で販売を企画(できると良い)。
- ISICOの補助金申請を検討(生産者ベース)。1年目は能登ふぐ。2年目、3年目と魚種を増やしていければ。

### 事業想定イメージ

【内容】 地元生産物を切り身、フィレ、干物、カット野菜等に加工し、地元スーパーや旅館等の需要に応じた商品として販売する。また、域外向け加工品の製造・販売にも取り組む。



### ほくりく6次産業化ビジネス成長ファンド



- 6次産業化事業体に対してファンドが上限50%の出資。
- 農林漁業者がパートナー企業の出資を上回る必要。

## ご協力のお願い

- 1. 「七尾市」の事業として、ふるさと振興とも絡めて、来年度「能登ふぐ」キャンペーンの旗を振ってもらえるとありがたい。(ex.毎月29日はふぐの日)
- 2. 販売量に一定の目処がついた段階で、事業体と設備投資にお金を出せる(共同出資)かどうか。合意形成に一役買っていただけるとありがたい。
- 3. インフラ(場所)のことも考えておかなければならない。

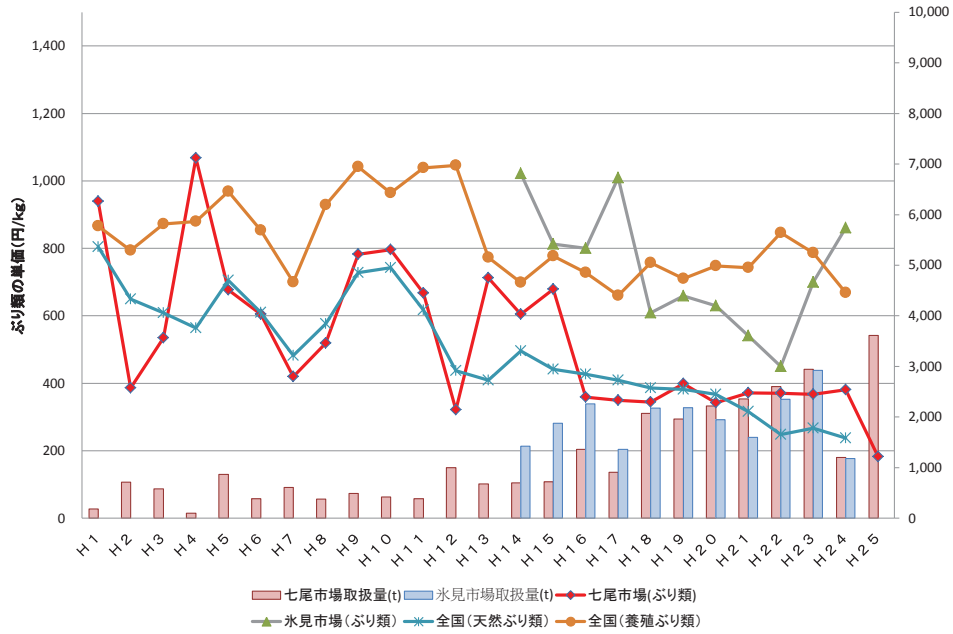
七尾水産市場における魚種別取扱量と取扱額  
(2003～14年合計)

価格帯(円/kg)	取扱量(t)	取扱額(万円)
～99	38,101	106,747
100～199	3,128	37,521
200～299	20,954	516,775
300～399	30,745	1,063,299
400～499	5,318	257,934
500～599	24,006	1,377,443
600～	5,202	390,534
合計	105,050	2,978,736

取扱量が多いが、  
単価が安く、もう  
からない。

単価の高い魚は  
取扱量が少ない。

### ぶり類価格経年変化





# 『「地域包括ケア」を支える医商工連携』についての報告

金沢大学 人間社会研究域 法学系 教授 西村 茂





### ◆各分科会のまとめ(3)

『「地域包括ケア」を支える医商工連携』についての報告

西村 茂／金沢大学 人間社会研究域 法学系 教授

第5分科会では、高齢者を元気にするため、買い物を支援する取り組みについて調査、検討を進めています。

今年度は主に3つの活動を行いました。1つ目は移動販売事業者への聞き取り調査です。それによると、移動販売の利用率は年々減少しているものの、中能登町や高齢者施設では利用したいとの要望もあるようです。また、JAでは平成29年度に9支店から3支店に縮小するのに伴い、移動販売の拡充を構想しています。地元スーパー・どんたくは移動販売車「とくし丸」と連携し、商品ロスやどんたくの負担、ガソリン代など車にかかる経費はドライバー（オーナー）負担という形で今年度から事業を始めています。移動販売事業者は市との連携を要望しており、健康に関するチラシを作ってもらえれば、利用者に配布していきたいとしています。

2つ目は七尾市内のどの地域に問題があるのかをきめ細かく把握するためのマップ作りです。マップにはスーパー、コンビニのほか、高齢者の利用頻度が高い病院、介護施設、健康づくり教室、寄り合いの場、バス停をマークし、それらを中心に、歩いて行ける距離として半径500メートルの範囲を円で示しました。まだ制作途中ですが、完成すれば、どの地域が買い物に不便なのかがより分かりやすくなります。また、買い物には不便でも、寄り合いの場を移動販売のルートに組み入れるなど、高齢者が買い物しやすい環境づくりに役立つと考えています。

3つ目は高齢者のニーズや行政の課題を把握するための住民アンケート調査です。これについてはまだ中間的な集約しかできていませんが、一人暮らしおよび高齢者夫婦のみの世帯が回答者の約半数を占めています。同時に半数近くが買い物に不便を感じていて、改善策として移動販売車を挙げる声はトップだったことから、買い物支援に取り組む意義は大きいとあらためて感じました。

一口に七尾と言っても広いですから、今後はマップを充実させるとともに、アンケート結果を地域ごとに分析し、市内各地域の具体的課題と対応策を明確にしたいと思います。一方で高齢者に適切な栄養状態を維持してもらうため、移動販売の利用者に情報提供するなど、目に見える成果を作っていきたいと考えています。

## 『「地域包括ケアシステム」を支える医商工連携』分科会の活動：高齢者の買い物支援の取り組み

金沢大学・法学系  
西村茂  
2017年3月16日

### なぜ「買い物」が重要なのか？

- **福祉課題**

要支援者及び家族に対する支援。買い物代行はその1つ（富山県）

- **中山間地域振興**

集落の維持・活性化。買い物支援はその1つ。（富山県）

- **家事支援**

一人暮らしの高齢者世帯に対して、日常生活に必要な家事支援（小松市）

- **移動（外出）の保障**

買い物支援はその1つ

## 買い物、食を主目標とした取り組み

高齢者が1人で買い物に外出できる

- ・ 日常生活動作能力(排泄、入浴、食事、更衣)

⇒より複雑で高次の動作

- ・ 手段的日常生活動作能力（**買い物**、金銭管理、洗濯、外出）

## 身体面、物理面、心理面から考える

- ・ **健康寿命を延ばす**

生活の質の維持・向上、医療費や介護給付費等の増大を抑制するには、平均寿命の延び以上に健康寿命を延ばすことが重要。そのためには、栄養・食生活をはじめとした生活習慣の改善を通じて、生活習慣病の発症予防及び重症化予防を図ること。地域高齢者等においては、低栄養状態を予防又は改善し、適切な栄養状態を確保することも重要。その手段の一つとして、配食の果たす役割は実に大きい。在宅医療・在宅介護の推進から、施設以外でも健康・栄養状態を適切に保つこと、かつ口から食べる楽しみも十分得られるような食環境整備は極めて重要。**良質な配食事業**に対するニーズは今後ますます高まる。

(厚労省「地域高齢者等の健康支援を推進する配食事業の栄養管理の在り方検討会報告書」平成29年3月1日)

「配食」を「移動販売」に置き換えて読める

## 配食について

「ニッポン一億総活躍プラン」（2016年6月2日閣議決定）において、

「配食を利用する高齢者等が適切な栄養管理を行えるよう、事業者向けのガイドラインを作成し、2017年度からそれに即した配食の普及を図る。」と示された。

※配食サービスとは

在宅での摂取用として、次に掲げる食事を継続的に宅配する事業。

主食、主菜及び副菜の組合せを基本とする、1食分を単位とした調理済みの食事(冷凍食品等を含む)

⇨宅配される食材料、寿司、ピザ等

## バリアフリー

高齢者は運動機能が低下。高齢者にとって、住宅内には様々なバリアが多く、日常生活を送ることが難しくなっているケース。高齢者のみの世帯では、日々の生活自体が大変、住み慣れた住宅に安全・安心かつ快適に住み続けられるためにバリアフリー改修が必要。

(国土交通省国土技術政策総合研究所 研究資料「高齢者等の身体特性に対応したバリアフリー改修の計画手法」)。

住宅を買い物・外出に置き換えて読める

## 会話・交流により元気になる

- 買い物には会話がある。
- 商店内の空きスペースを利用した、地域住民の交流という取り組みがある。各種福祉関係団体のカフェなど。ボランティアが提供する飲み物を交えて会話を楽しめる地域の交流拠点

## 買い物支援策の意義

以上のような点から

買い物や食から地域の課題を整理し、高齢者を元気にする施策を体系化できるのではないかと考える。

## 1019市町村(2014年)で実施中の取組

物流ネットワークを活用した地域支援の取組  
(国土交通省「地域を支える持続可能な物流システムのあり方に関する検討会  
報告書」2015年3月)

高齢者等の見守り	326
給食サービス	184
買い物支援	167
介護サービス	90
バス、タクシー、NPO運送の活用	77
その他	41

## 多様な活動内容の評価

「見守り」は非常に重要な活動

しかしそれだけでは不十分ではないか

栄養や運動にまでは関わらない

## 店舗⇒住宅(物の移動)

見守り活動が可能

**a)宅配（給食サービスほか、行政による業者支援）**

(福井市)福井市商店街連合会が主体となり、買い物に支障をきたす住民（市内全域）に商品の宅配サービス

(小矢部市)買い物弱者を対象に移動販売・宅配サービス等の買い物支援事業を実施する事業者に対し、事業の初期費用及び運営費用の一部を補助(買い物支援事業補助金)

**b)買い物代行(購入、配達、支払い)行政による業者支援**

(北海道・黒松内町) NPO法人が地域内商店で購入代行・配達・支払代行。安否確認、見守りを兼ねる

**c)移動販売業者への財政支援**

(経済産業省「平成28年度 地方公共団体における買物弱者支援関連制度一覧」2016年4月(⇒北海道と北陸の自治体の取り組み)より)

## 住宅⇒店舗(人の移動)

外出するという意義

品物を見て選べる

交流、声かけも可能

**a)新規店舗**

(金沢市)生鮮三品を含む食料品店の新規出店促進及び既存店の振興。①店舗改装工事(補助率1/2)②移動販売車両等の設備購入費(補助率1/2)

**b)公共交通の充実**

運行、運行委託、行政による業者、住民への補助

## 七尾市の買い物環境

- ・ 七尾フィッシャーマンズワーフ能登食祭市場
- ・ 辻口博啓美術館 ルミューゼ ドゥ アッシュ

### 食料品

- ・ どんたく、生協、JA

### 日用品

- ・ コメリ、ロッキー、カーマ、ヤマキシ、ナフコと郊外型ホームセンターが5店舗
- ・ 駅前にパトリア(ピアゴ)
- ・ かほく市か、高岡市にあるイオンモール
- ・ 洋服はユニクロ、しまむら、JACK、MATSUYA

### 飲食店

- ・ 寿司屋
- ・ 中華、カレー（ココイチ、チャンピオンカレー、ゴーゴーカレー）、すき家、モスバーガー、ココス、8番らーめん
- ・ うなぎ屋、焼き鳥屋、焼肉屋、おでん屋など

### お洒落処

## 問題は移動手段

## 分科会の取り組み

- ・ 健康福祉部福祉課・健康推進課・保険課と産業振興課による協議
- ・ 定期的に問題を協議し、課題を把握する作業
- ・ 分科会の課題の明確化・意識化



## 2016年度の分科会での取り組み①

- 移動販売事業者への聞き取りにより、地域・住民の実態を把握する作業
- JA どんたく 個人事業者
- 移動販売車への補助金を活用

## 移動販売の現状

- 年々利用率が減少している。他方で、中能登町や高齢者施設から要望がある。
- JAの支店が2017年度に9支店から3支店になるため移動販売を拡充する予定
- 利用者は、買物難民としてではなく、友達として見ている。通院の日に病院へ行ってなかったら「病院へいけ」と叱る。
- ロコミなどで新しい顧客を確保
- 救える命もあった。相互に市と連携できれば良い。
- 「とくし丸」

商品ロスは、どんたく側の負担。ガソリン等、車にかかる経費は、ドライバー（オーナー）負担。酒、タバコ、冷凍食品以外の1300点の商品を取り扱う。商品の値段は、バーコードが付いたもののみ店舗価格から10円プラス。

## 市との連携を要望

- 健康に関するチラシの配布もしていきたい。
- 高齢者のルートが決められているので回れない。  
緩和してほしい。

## 2016年度の分科会の取り組み②

### 市内のどの地域が問題かを把握する作業

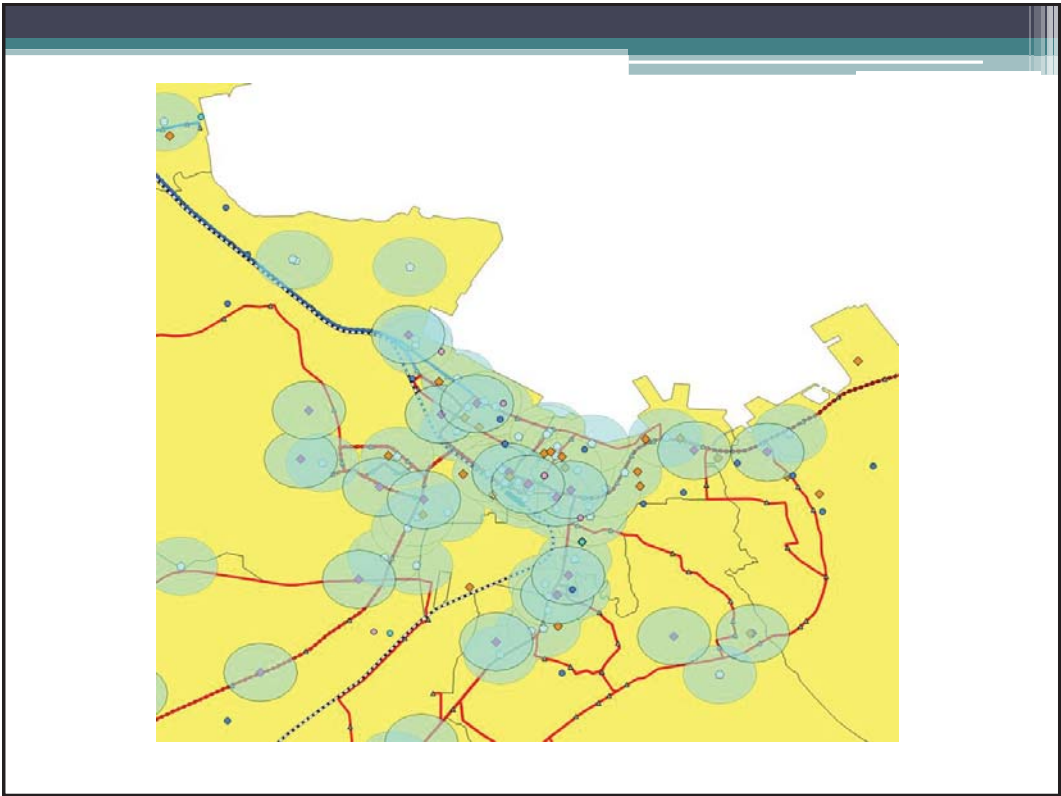
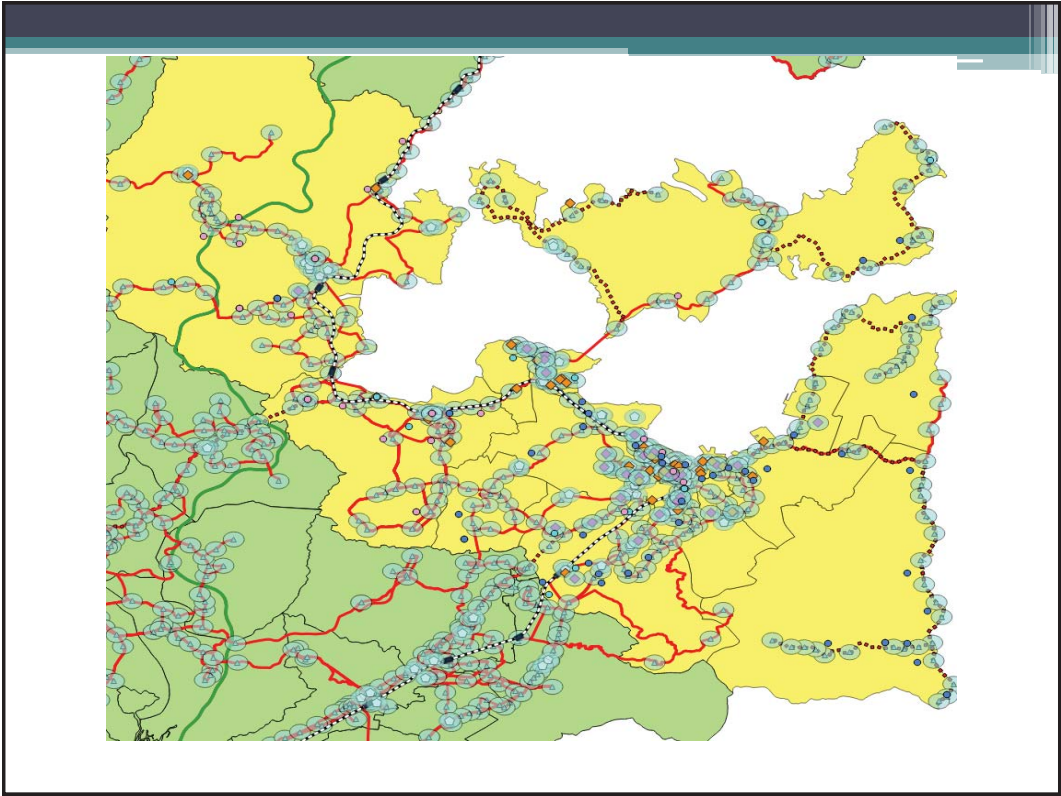
GIS（地理情報システム）を活用してアクセスマップを独自に作成。半径500m（歩いて行ける距離）

- 丸 青薄緑・・・介護施設、
- 丸 青・・・健康づくり教室
- 丸ピンク・・・よりあいの場
- ひし形 オレンジ・・・スーパー
- ひし形 紅・・・コンビニ
- 五角形 白・・・病院
- 三角形 灰色・・・バス停

使用したデータ（基本データは、国土地理院）

1. 「介護予防グループデイ」住所を付与したデータ
2. 「いきいき健康クラブ」住所を付与したデータ
3. 「よりあいの場」住所を付与したデータ

※農林省の作成した既存のマップは「約500m四方の単位で、生鮮品販売店舗への徒歩アクセス困難の人口割合」を色分けしたもの。どこにどのような店舗・施設があるかはわからない

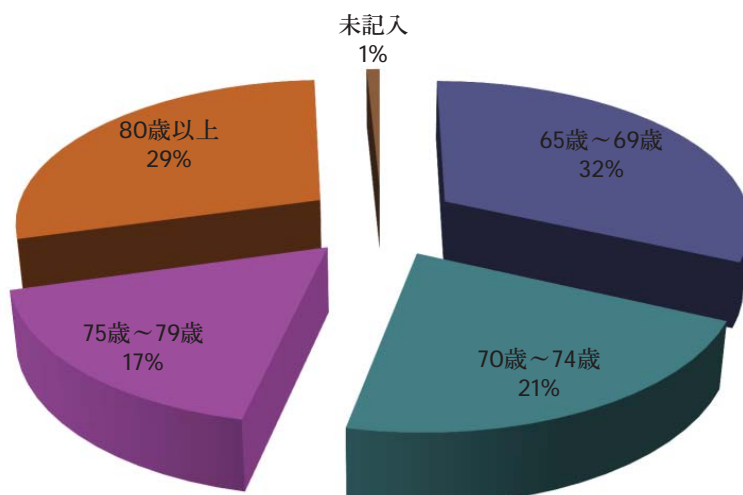


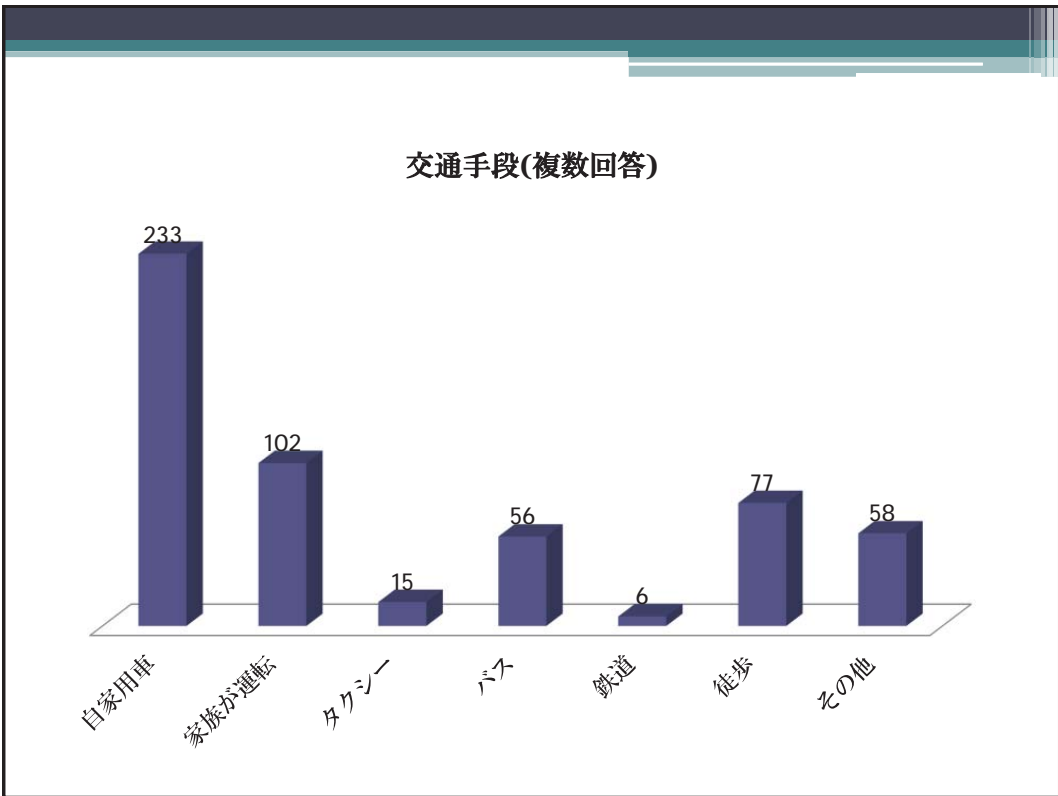
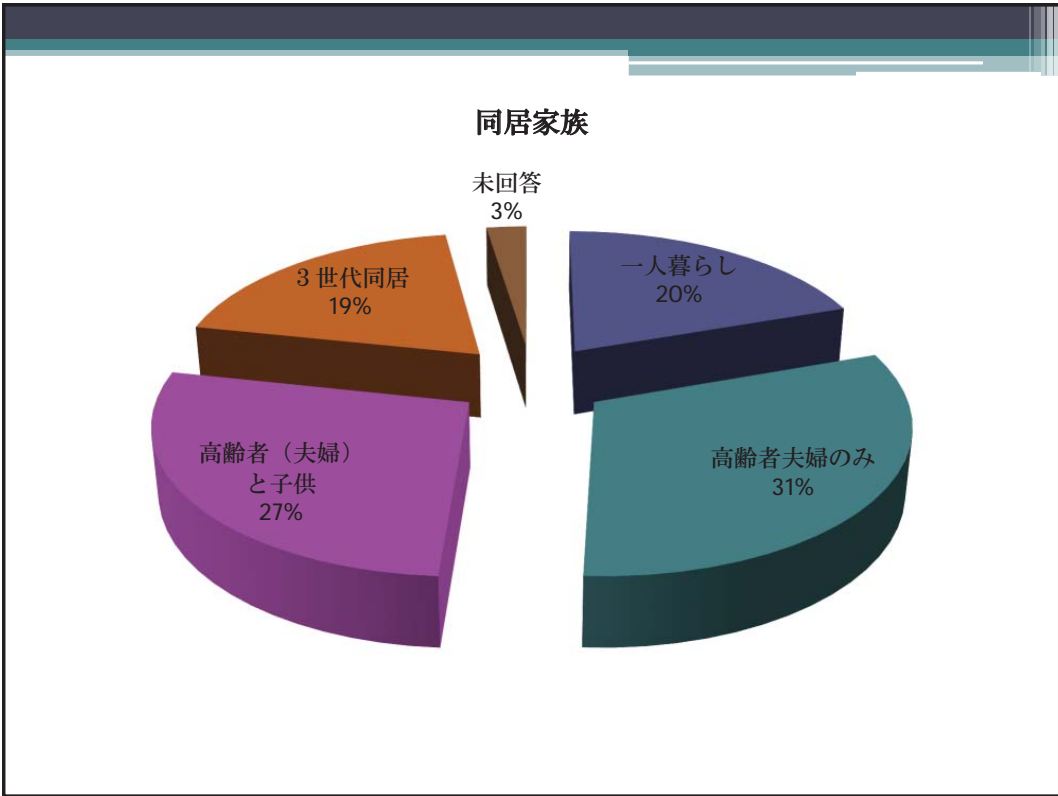
## 2016年度の分科会の取り組み③

住民アンケートによるニーズ、行政の課題把握

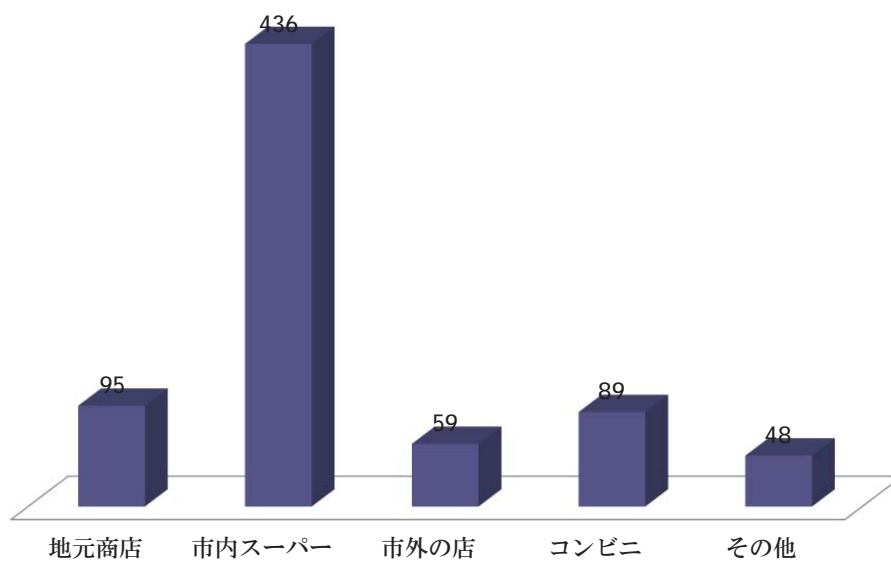
- 65歳以上対象・無作為抽出
- 2017年2月3日～15日(郵送・返信)
- 493名から回答

年齢構成





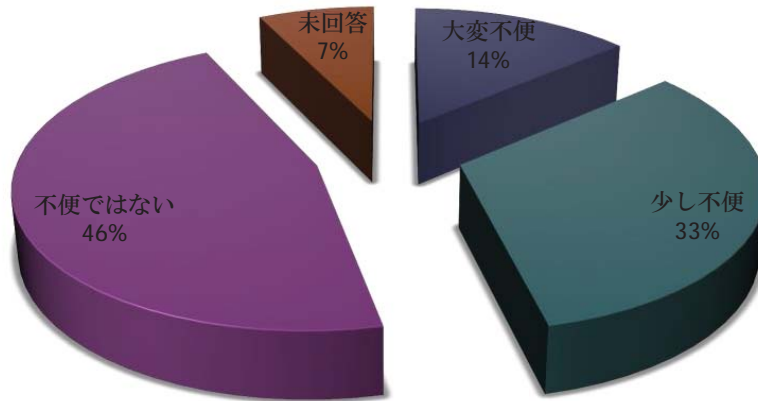
利用する店(複数回答)



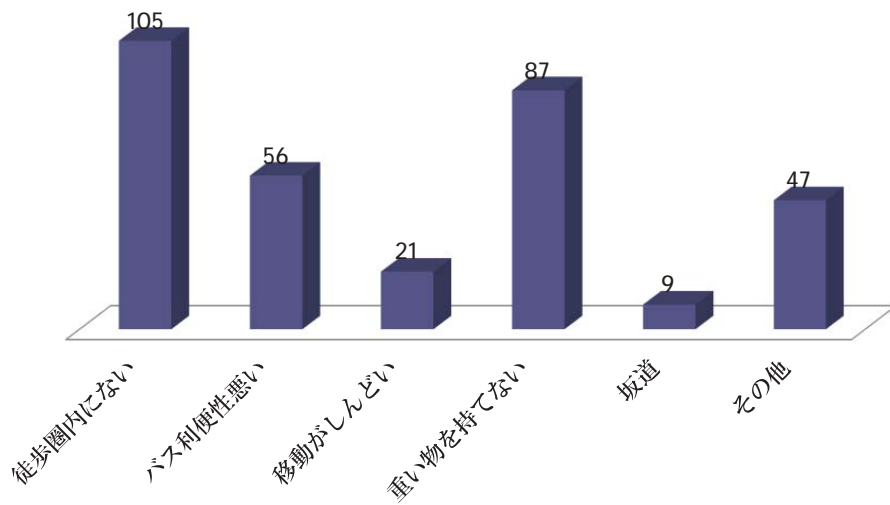
## その他の内訳

JA10人  
生協13人  
移動販売7人

### 買い物の便・不便

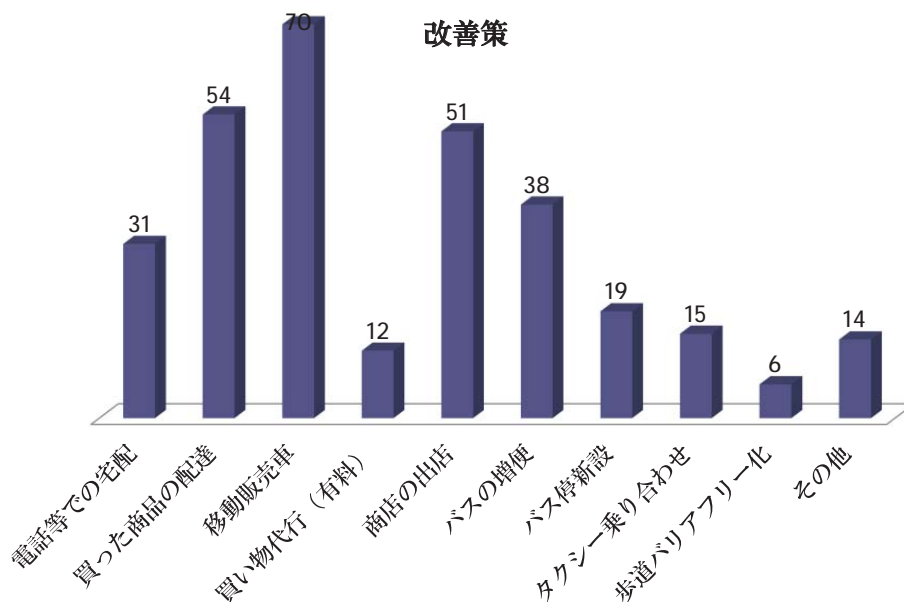


### 不便の理由(複数回答)



## 「その他」の理由の記述

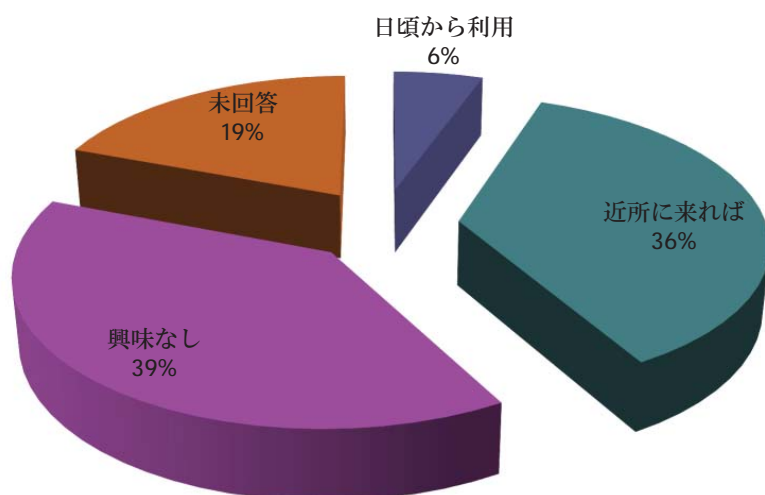
- 運転できなくなった、運転が不安、運転が億劫、運転できなくなるときが大変心配、駐車の際に何回か車を傷つけた、ガソリン代、高齢者なので運転が心配
- バスの乗降り時間がかかり皆様のご迷惑に、七尾から金沢へ直接行くバスがない
- 店がない、閉店した、近くにない、毎日の買物（食品）で走行距離が長い、時間がかかる
- 自分で行けない、多くて持てない、膝が悪い、車道を横断できない、思うように歩けない、障がい者、レジが難しい、息子の休日にしか出かけられない
- 品数少ない、品揃えが多い店は遠い、スーパーがない、店が選べない、日用品が少ない、1箇所では済まない、安くて品質の良い品のある店があればよい
- 雨の日が困る、冬の雪道





移動販売への要望が多い

移動販売について



## 分科会の今後の課題

産業、観光における具体的な成果？  
住民の生活における目に見える成果？

### ①市内各地域の具体的課題と対応策を明確にする

作成した地図とアンケート調査の具体的な活用を検討する必要

### ②健康的な食事という課題取り組む

どのようにしたら栄養面を、住民、事業者に取り入れてもらえるか？

配食サービスに比較すると、栄養面では自宅調理には課題がある

- ・利用者等への情報提供、移動販売に関する相談先など
- ・事業者への指導

## 買い物環境実態アンケート調査

(調査へのご協力をお願い)

七尾市では、金沢大学と協働で、日常の買い物に困難を抱える方の状況を把握するために、アンケート調査を行うことになりました。

今後、この調査結果を参考に、対策などを検討し、問題の解消に努めてまいります。

ご回答いただきました内容については、「七尾市個人情報保護条例」に基づいて、適正に取り扱い、調査目的以外に使用することはありません。

お忙しいところ誠に恐縮ですが、趣旨をご理解いただき、ご協力お願いいたします。

平成 29 年 1 月

七尾市長 不嶋 豊和

(公 印 省 略)

【問い合わせ先】 七尾市産業部産業振興課 担当：立川・室屋

☎ 0767-53-8565

### 【アンケート調査票】

問 1 はじめにあなたご自身のことについてお伺いします。

① あなたの性別について、該当する番号に○をつけてください。

1. 男性    2. 女性

② あなたの年齢について、該当する番号に○をつけてください。(平成 29 年 1 月 1 日現在の満年齢)

1. 65 歳～69 歳    2. 70 歳～74 歳    3. 75 歳～79 歳    4. 80 歳以上

③ あなたの住所の郵便番号を記入してください。

〒□□□□—□□□□ (※個人が特定されることはありません)

④ あなたの家族構成について、該当する番号に○をつけてください。選択肢 3 または 4 に○をつけた方(同居の家族がいる方)は、その続柄に○をつけてください。

1. 一人暮らし    2. 高齢者夫婦のみ    3. 高齢者(夫婦)と子供    4. 3世代同居

1. 配偶者    2. 息子(婿)    3. 娘(嫁)    4. 孫    5. その他( )



③ ②で回答した内容を改善するために、何が必要ですか。該当する番号に○をつけてください。  
(複数選択可)

1. 電話・FAX、御用聞きによる宅配サービス
2. お店で買った商品の配達サービス
3. 移動販売車
4. 買い物代行サービス (有料)
5. 近所への商店の出店
6. バスの増便
7. バス停の新設
8. 近所の人とタクシー等に乗り合わせて行けるよう町内で取り組む
9. 歩道のバリアフリー化
10. その他 ( )

④ 移動販売車についてお伺いします。次の中から1つ選んで番号に○をつけてください。

1. 日頃から利用している
2. 近所に来れば利用したい
3. とくに興味はない

問4 買い物環境の向上について、行政、商店、事業者に対するご意見などございましたら、ご自由にお書きください。

※交通環境に関するものも含めて、お書きください

調査にご協力いただきありがとうございました。

同封の返信用封筒に入れて2月15日までに投函してください。