

# 東北中央自動車道利活用のための 具体的な情報発信のアイデアについて



山形河川国道事務所

# 0. 目次

## (1) 東北・関東地区における東北中央自動車道の認知度調査(第2回)の結果

### 1) 認知度調査概要

### 2) 東北中央自動車道の認知度結果

### 3) 東北中央自動車道の認知度結果(開通を知った理由)

### 4) まとめ

## (2) 具体的な情報発信のアイデア

### 1) 目的など

### 2) 山形の魅力と東北中央道のイメージ戦略について

### 3) 具体的な情報発信のアイデア

# 1-1). 認知度調査概要

## (1) 調査目的

前回実施した東北中央自動車道の認知度に対し、各関係機関が認知向上に向け取り組んだ効果の検証を目的に、東北中央自動車道への認知状況について現状把握を行うことを目的とし実施したものの。

## (2) 調査概要

### 1) ネット調査(第2回目)

#### ① 調査実施対象

以下の地域に居住している方を対象とした。

- ・東北地方(青森県、岩手県、秋田県、宮城県、山形県、福島県)・新潟県
- ・関東地方(茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県)

#### ② 調査実施方法

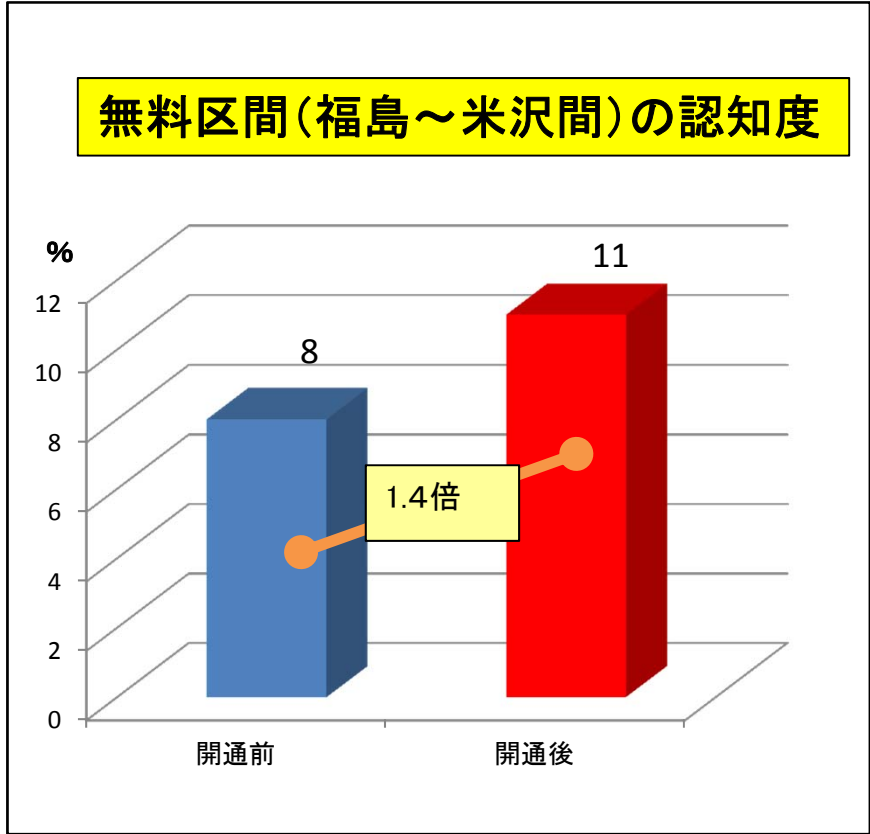
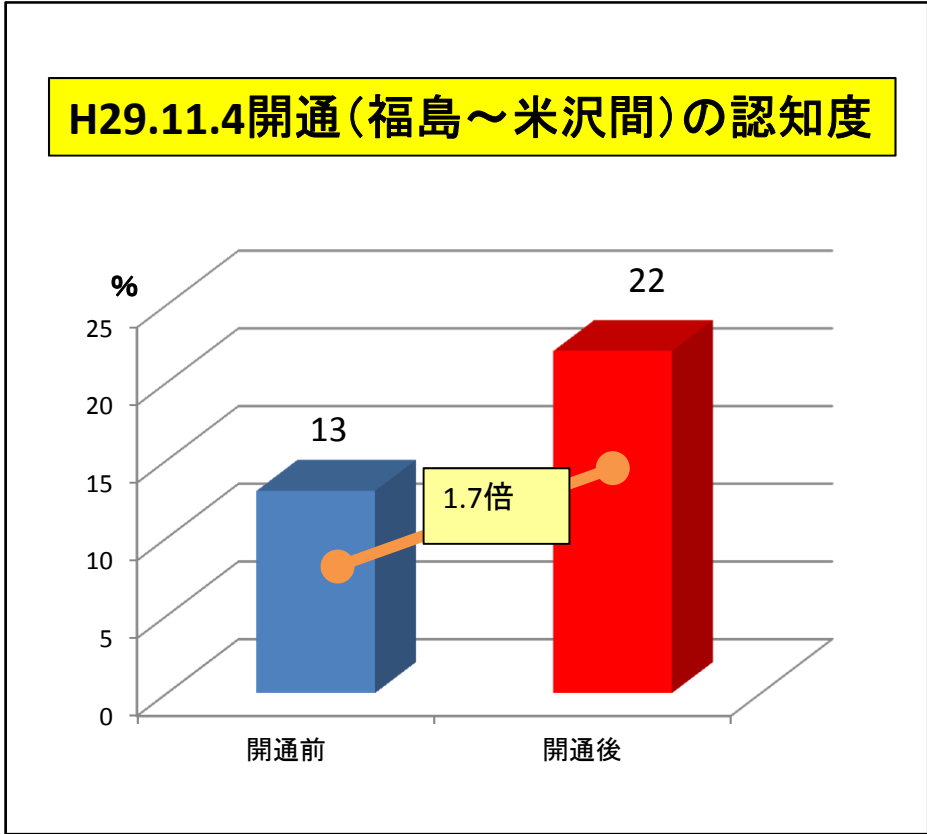
実施期間: 2018年1月

回収総数: 500件

注) 調査概要及び調査実施方法は、東北中央自動車道に関する認知状況について前回調査(第1回目)との比較が出来るように設置している。

# 1-2). 東北中央自動車道の認知度結果

- 開通の認知度は、開通前の1.7倍の22%である。(前回調査より9ポイント向上)
- 無料区間の認知度は、開通前の1.4倍の11%である。(前回調査より3ポイント向上)

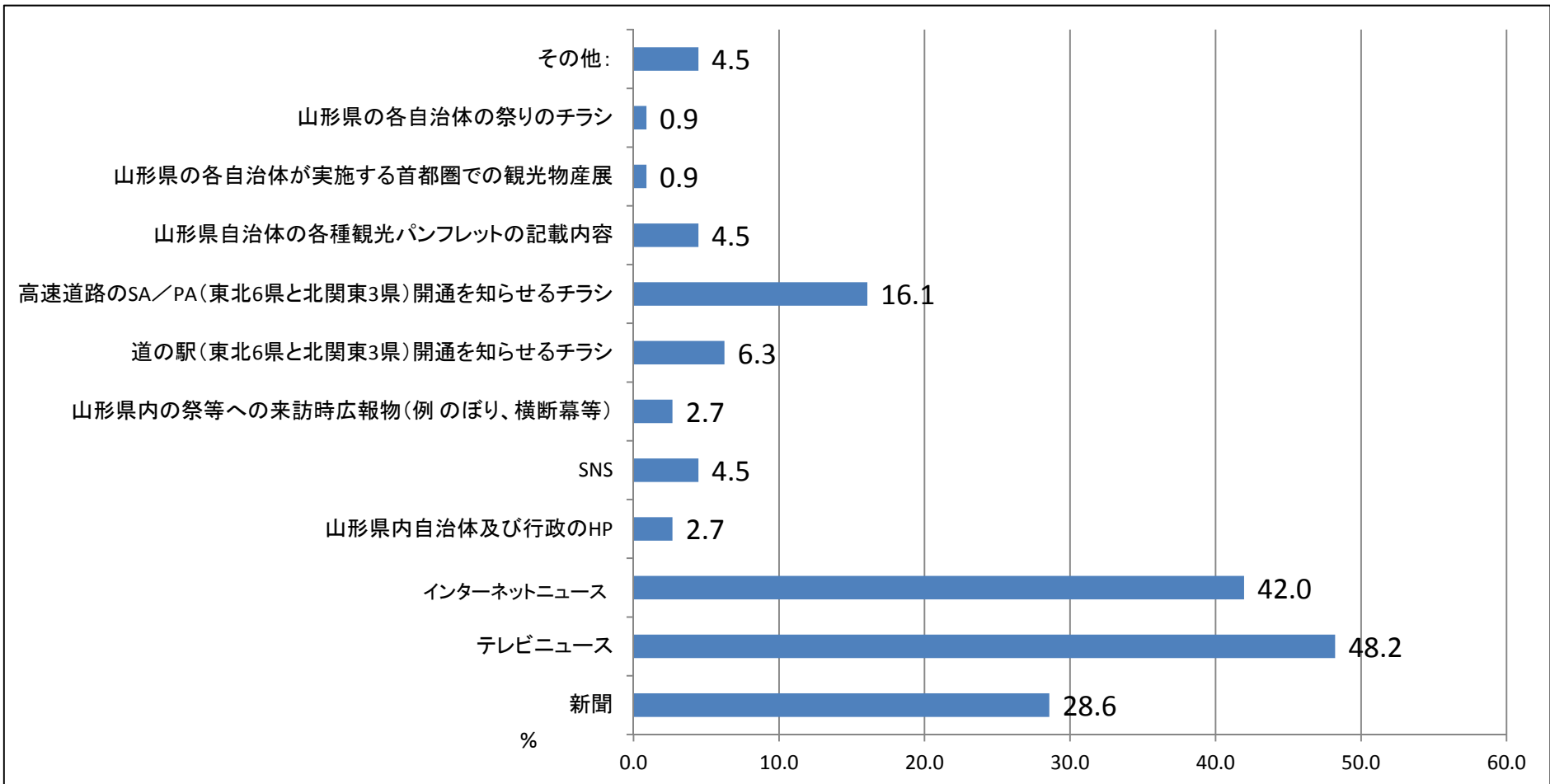


開通前: H29.1月調査    開通後: H30.1月調査

# 1-3). 東北中央自動車道の認知度

○開通を知った理由としては、「テレビニュース」が一番高く48.2%、次いで「インターネットニュース」42.0%、「新聞」28.6%、「高速道路SA/PAの開通チラシ」16.1%となった。

## H29.11.4福島～米沢間の開通を何で知ったか？



## 1-4). まとめ

- 東北中央自動車道（福島～米沢間）の開通及び無料通行に関する認知度は前回調査時より認知されているもののまだまだ低い状況、今後も利活用促進に向け関係機関連携のもと、積極的な情報発信の継続が必要である。
- 開通を知った経路は「テレビニュース」「インターネットニュース」が高く、メディアを積極的に活用することで、より多くの方々に知って頂く機会となる。  
今後の開通に向けては、山形県内はむろん首都圏で放映してもらうための工夫や戦略なども必要と考えられる。
- また、高速道路のSA/PAの開通チラシの効果が、他のチラシによる広報より高い結果となっている。福島～米沢間開通時の広報チラシは東北道の休憩施設（SA/PA）のみの広報となっていたことから、その他高速道路（北関東道、常磐道、磐越道、関越道）を含め情報発信を行うことで、更なる認知の向上や山形県への来訪の機会を増やすことが期待できる。

## 2-1). 具体的な情報発信のアイデア

### (1) 目的

東北中央自動車道の認知度調査結果からも、今後ますます東北中央道の認知度を向上し、より多くの方々に利活用頂くため、積極的な情報発信が必要であると考えます。

このことから、東北中央自動車道利活用による具体的な情報発信のアイデアについて提案するものである。

### (2) 山形の魅力と東北中央道を関連させたイメージ戦略について

東北中央自動車道を利用し自家用車で山形県内に来訪してもらうため、山形県の魅力である「食、温泉、スキー場」などと東北中央道を関連させたイメージ戦略「キャッチコピー」を利用しながら、各自治体等の観光物産協会などと連携した情報発信を行う。

### (3) 具体的な情報発信のアイデアについて

首都圏等に対する具体的な情報発信のアイデアの提案として、『山形県』VS『〇〇県』といった山形県と同様の魅力を持つ地域への来訪者に対し、積極的な情報発信などを行い、来訪してもらうためのアイデアの提案。

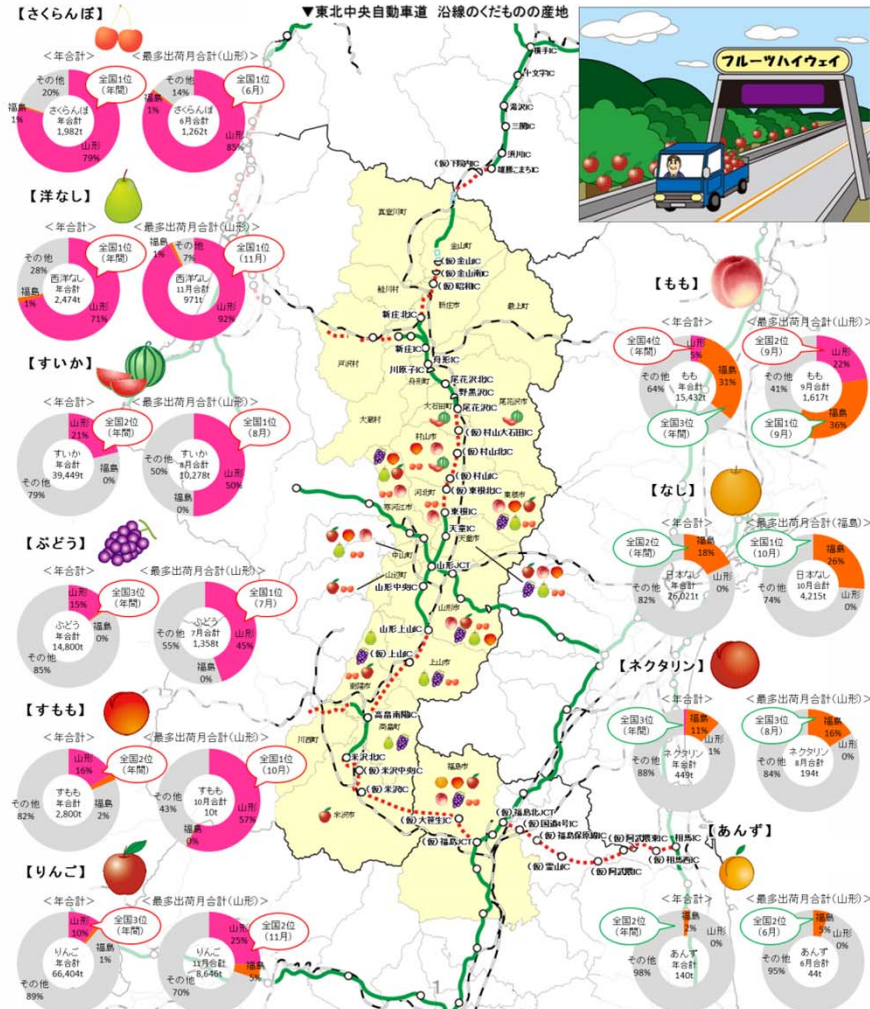




# 2-2). 山形の魅力と東北中央道のイメージ戦略について

## 日本一の『フルーツハイウェイ』 東北中央自動車道

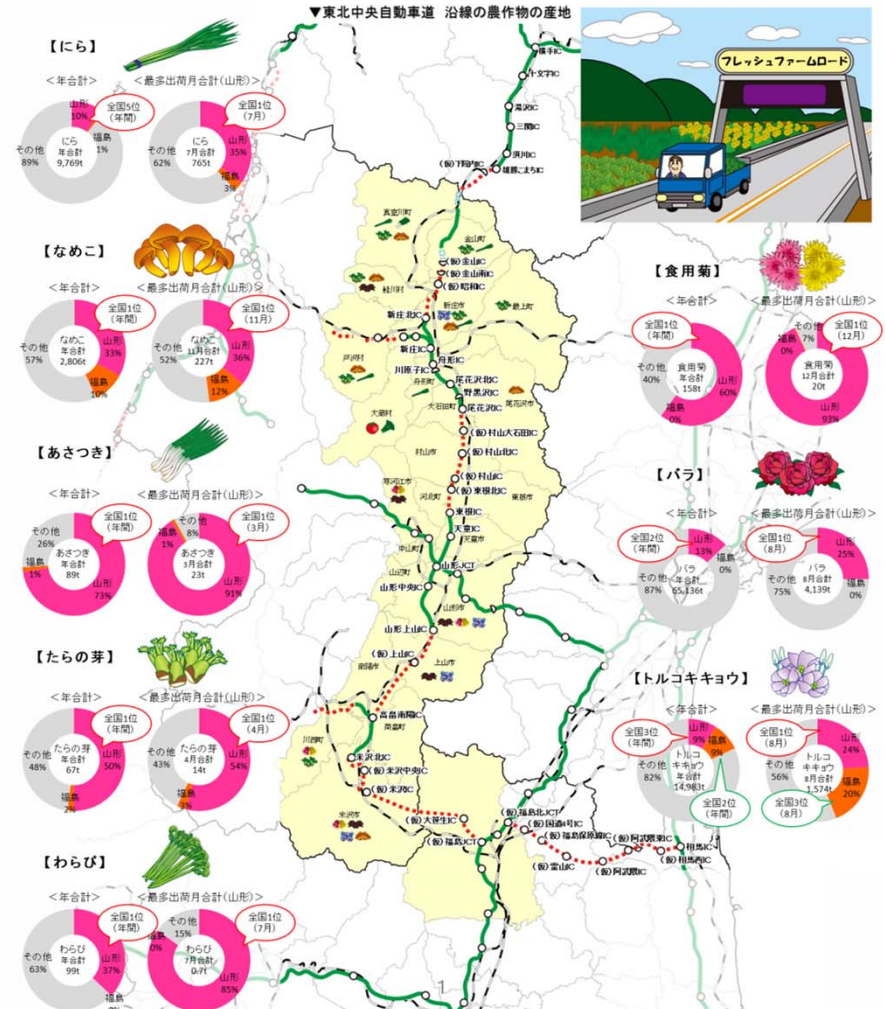
- ◆ 東北中央自動車道の沿線は、『くだもの』の産地です。
- ◆ 『さくらんぼ』『洋なし』は、東京市場で全国一の出荷量、主要10品目の東京市場シェア(重量ベース)は約20%を占めています。
- ◆ 東北中央自動車道は、たくさんの美味しいくだものを運ぶ日本一の『フルーツハイウェイ』です。



資料: 東京中央卸売市場統計(H26), おいしい山形推進機構事務局HPより ※年間出荷量は上記品目における山形県・福島県の合計値

## 日本一の『フレッシュファームロード』 東北中央自動車道

- ◆ 東北中央自動車道の沿線は、『野菜・きのこ・花卉』の産地です。
- ◆ 『なめこ』『わらび』等は、東京市場で全国一の出荷量、主要8品目の東京市場シェア(重量ベース)は約15%を占めています。
- ◆ 東北中央自動車道は、首都圏へたくさんの新鮮な野菜、農作物を運ぶ道路です。

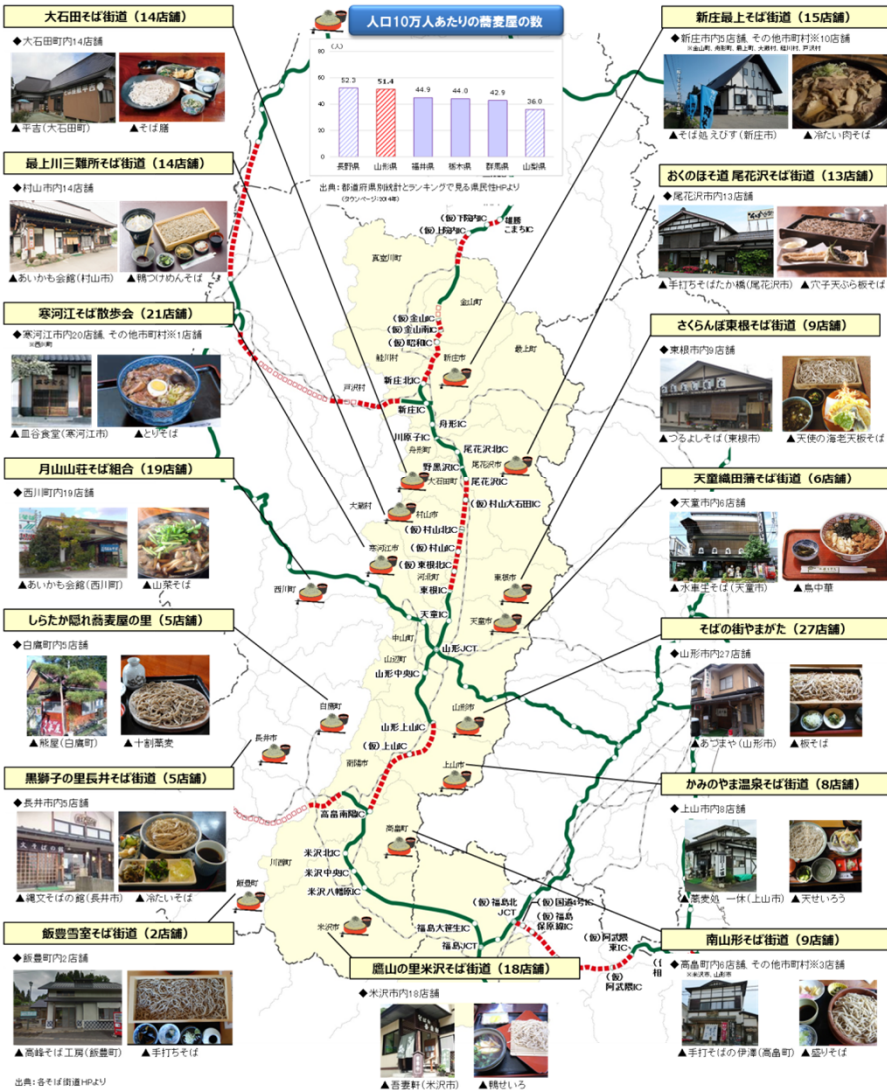


資料: 東京中央卸売市場統計(H26), おいしい山形推進機構事務局HPより ※年間出荷量は上記品目における山形県・福島県の合計値

# 2-2). 山形の魅力と東北中央道のイメージ戦略について

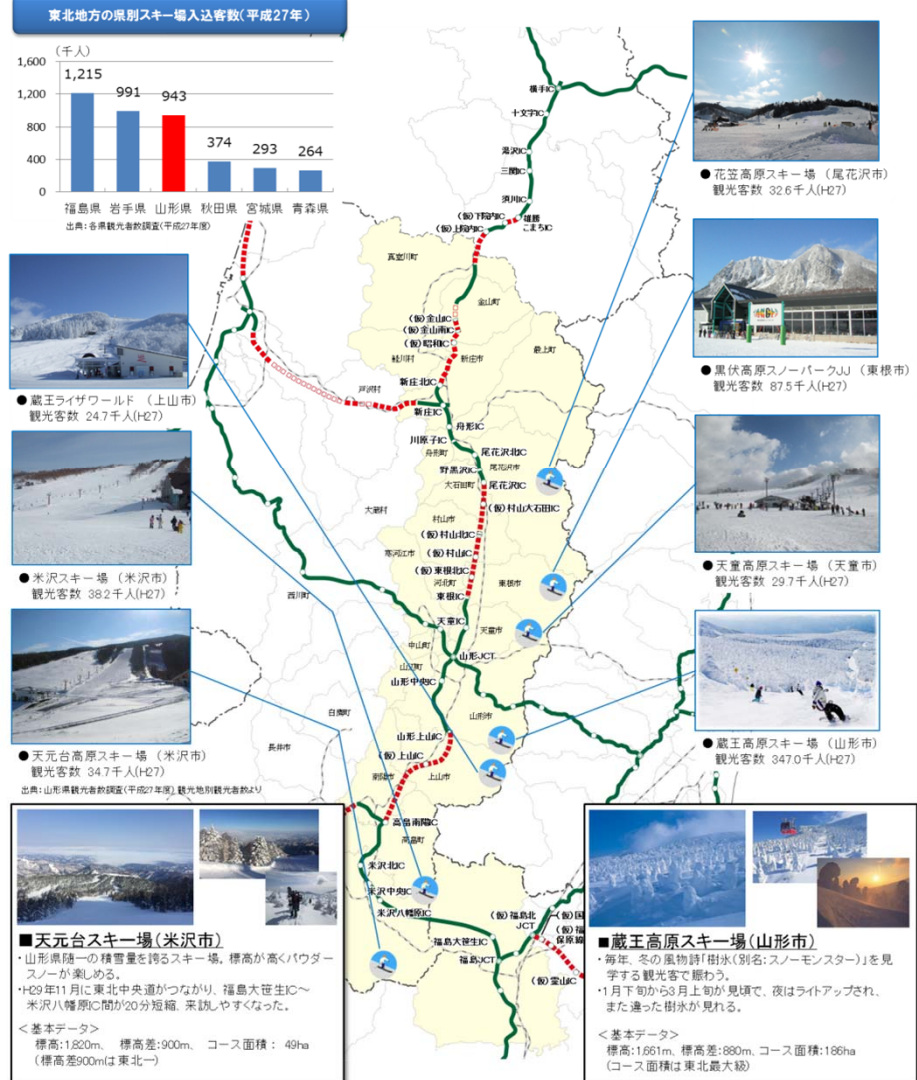
## 日本一の『そば街道』 東北中央自動車道

- ◆山形県は、人口10万人あたりの蕎麦屋の数が全国でもトップクラスです。
- ◆全国的にも有名な大石田そばをはじめ、各市町村に数多くの蕎麦屋が立地し、県外からも多くのお客さんが訪れます。



## 「東北中央自動車道」でスキー場巡り!

- ◆山形県のスキー場入込客数は、年間で約95万人であり、福島県・岩手県に次いで3番目である。
- ◆樹氷で有名な蔵王高原スキー場はコース面積が東北最大級を誇り、年間35万人が訪れる。また、米沢市の天元台スキー場は標高1820m標高差は東北一の900mを誇るスキー場であり、パウダースノーが楽しめる。



## 2-3). 具体的な情報発信のアイデアについて

### ■『山形県』vs『〇〇県』について

首都圏から近い「長野県」・「山梨県」は、南関東地域の居住者が観光目的で乗用車で訪れる来訪先の上位であったり、山形の魅力のひとつである果物狩りでも、人気のエリアランキングの上位に位置している。

このことから、『山形県』VS『長野県』『山梨県』として首都圏居住者に向けた情報発信のアイデアを提案する。

### ●南関東の人が『観光』で訪れる関東以外の行き先

(出典: 全国幹線旅客純流動調査(2010年) 国交省)  
(南関東: 埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県)

順位	都道府県	旅行者(人/日)
1位	静岡県	78,200
2位	<b>山梨県</b>	50,700
3位	<b>長野県</b>	25,100
4位	福島県	11,300
5位	新潟県	9,000
6位	愛知県	6,100
7位	宮城県	2,600
8位	<b>山形県</b>	2,500
9位	岐阜県	1,500
10位	三重県	1,400

※交通機関: 乗用車等 ※旅行目的: 観光、  
※秋期休日一日の旅行者数

### ●秋の果物狩り旅行が人気のエリアランキング

(出典: 楽天トラベルHP 2017年、2016年)

2017年		2016年	
順位	都道府県	順位	都道府県
1位	<b>山梨県</b>	1位	<b>山梨県</b>
2位	福島県	2位	石川県
3位	北海道	3位	福島県
4位	<b>長野県</b>	4位	群馬県
5位	石川県	5位	三重県
6位		6位	<b>長野県</b>

### 長野県の地域資源イメージ

<豊かな自然>



北アルプス

<名物料理>



信州そば

<豊富な農産物>



りんご

### 山梨県のイメージ

<豊かな自然>



富士山

<名物料理>



ほうとう

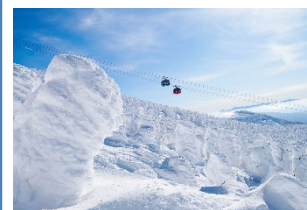
<豊富な農産物>



桃

### 山形県のイメージ

<豊かな自然>



蔵王

<名物料理>



冷やしラーメン

<豊富な農産物>

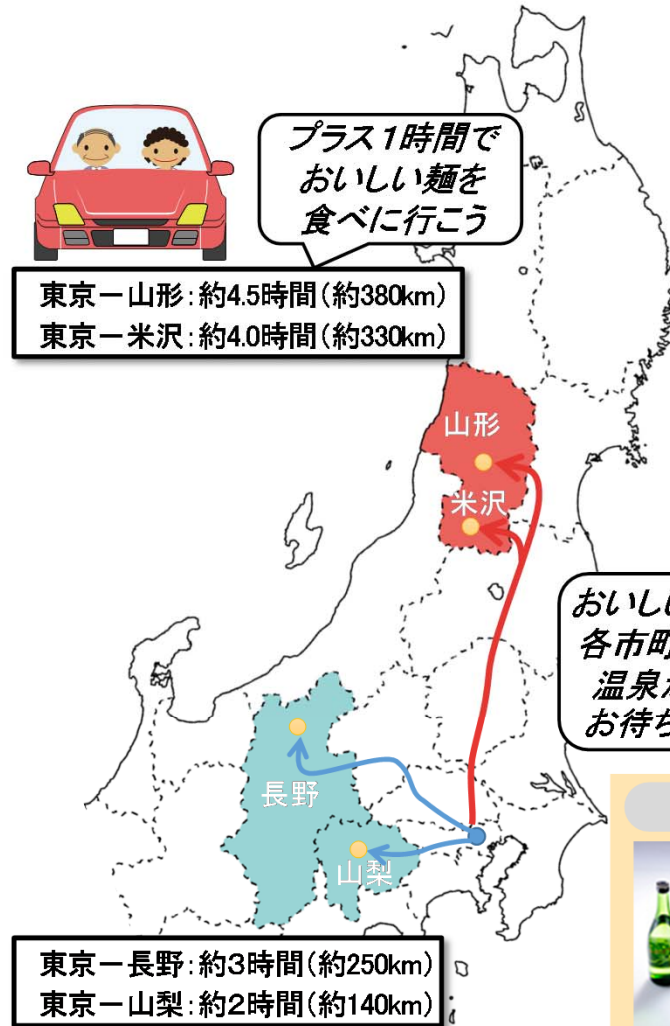


さくらんぼ

## 2-3). 具体的な情報発信のアイデアについて

### ■長野県・山梨県へ来訪する首都圏居住者への『山形の魅力売り込み作戦』

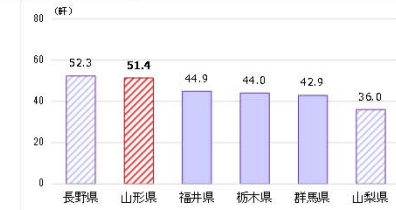
山形の魅力である「そば、温泉、果物」などは、首都圏居住者にとって同様な魅力を持ち首都圏に近い「長野県」「山梨県」に目が向く。「長野・山梨」へ観光に出かける首都圏居住者に対し、ターゲットを絞って**山形の魅力を積極的に売り込み、効果的な観光誘客**を行う。



出典: 所要時間・距離(Google map)東京日本橋から各県庁・市役所間

◆首都圏に近い長野県・山梨県に負けないくらい、  
山形県には“おいしいそば・ラーメン”がたくさんあります。

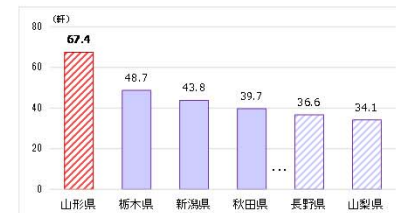
#### 山形そば



▲人口10万人あたりのそば屋の数

(タウンページ: 2014年)

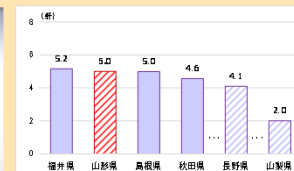
#### 山形ラーメン



▲人口10万人あたりのラーメン屋の数

(タウンページ: 2017年)

#### 日本酒



▲人口10万人あたりの日本酒の酒造場数

出典: 都道府県別統計とランキングで見る県民性HPより

#### 温泉



観光入込客: 32.3万人

観光入込客: 108.8万人

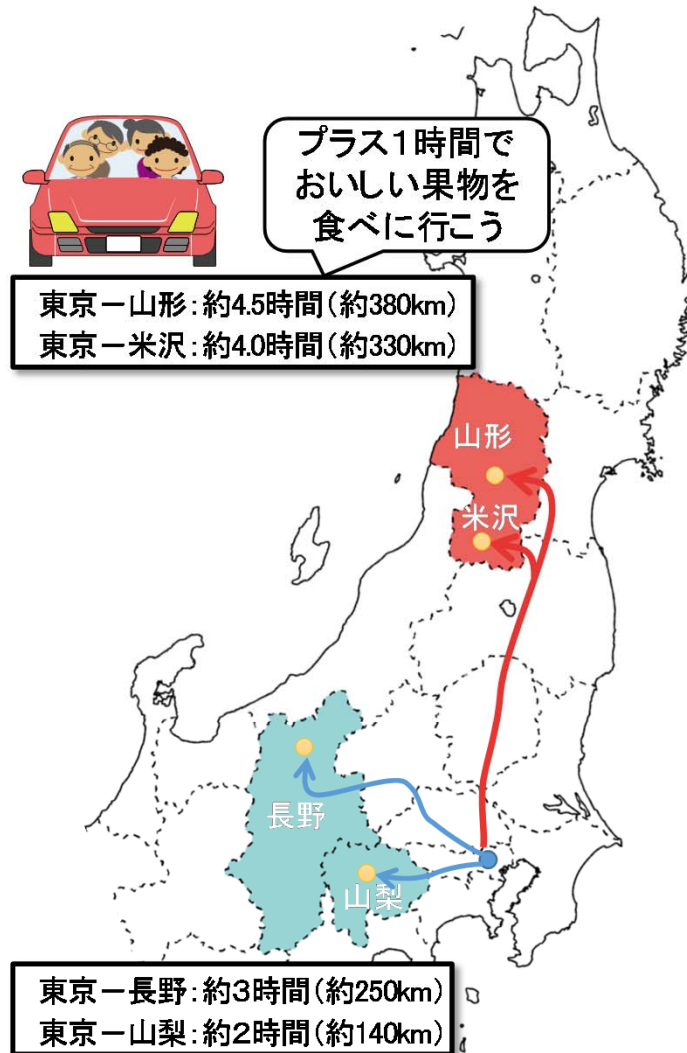
銀山温泉

蔵王温泉

## 2-3). 具体的な情報発信のアイデアについて

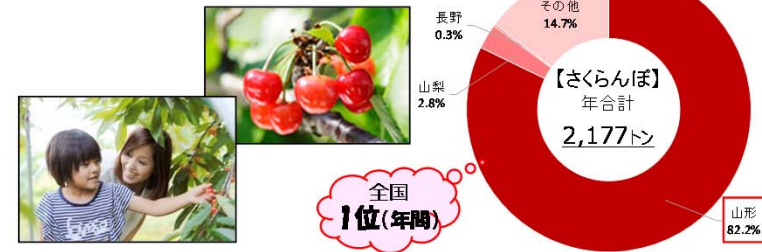
### ■長野県・山梨県へ来訪する首都圏居住者への『山形の魅力売り込み作戦』

山形の魅力である「そば、温泉、果物」などは、首都圏居住者にとって同様な魅力を持ち首都圏に近い「長野県」「山梨県」に目が向く。「長野・山梨」へ観光に出かける首都圏居住者に対し、ターゲットを絞って**山形の魅力を積極的に売り込み、効果的な観光誘客**を行う。



◆首都圏に近い長野県・山梨県に負けないくらい、山形県には“おいしい果物”がたくさんあります！

#### さくらんぼ



#### 西洋なし類



#### すいか類

