

# 高速道「姫路鳥取線」活用方策

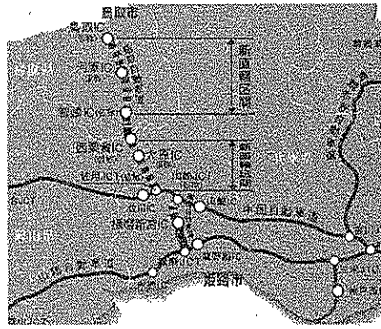


---

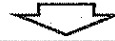
～「姫路鳥取線」を生かした地域づくり  
の行動に向けて～

(財)とっとり政策総合研究センター

## 姫路鳥取線の特徴と基本課題



- 鳥取県東部の高速道路網への連結
- 無料高速道路
- 大阪圏等との時間短縮

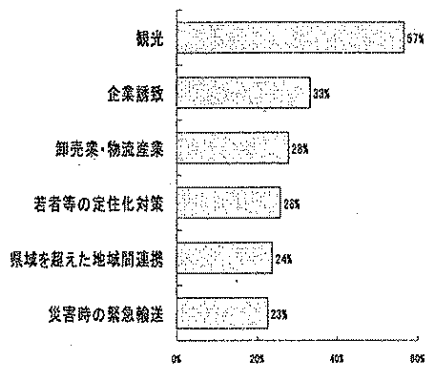


- プラス効果最大化とマイナス効果の抑制

## 道路への期待

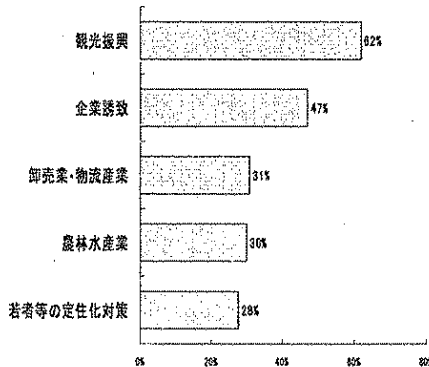
### ○県民の期待

姫路鳥取線を生かしていくべき分野(3つ選択)



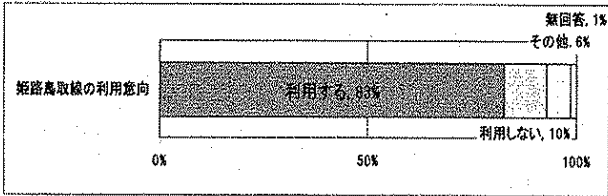
### ○企業の期待

姫路鳥取線を生かしていくべき分野(3つ選択)

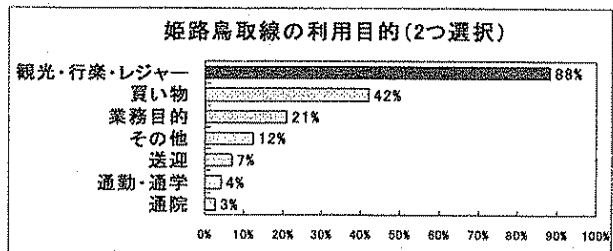


# 県民の利用

## ○利用意向

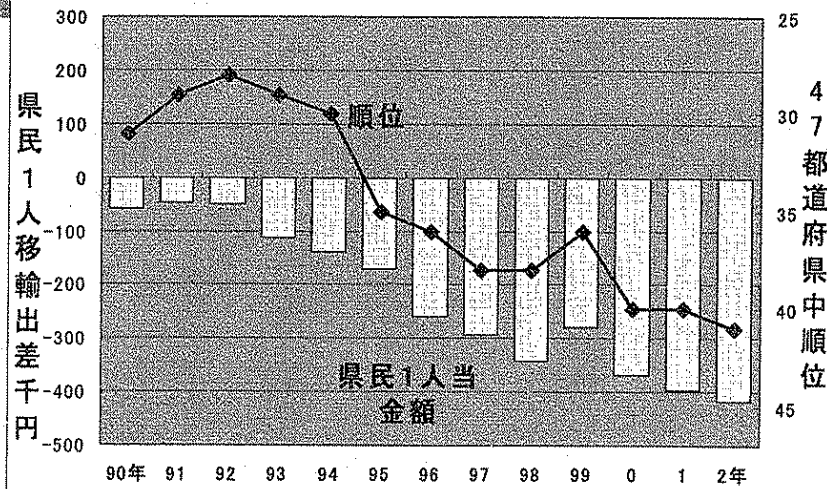


## ○利用目的

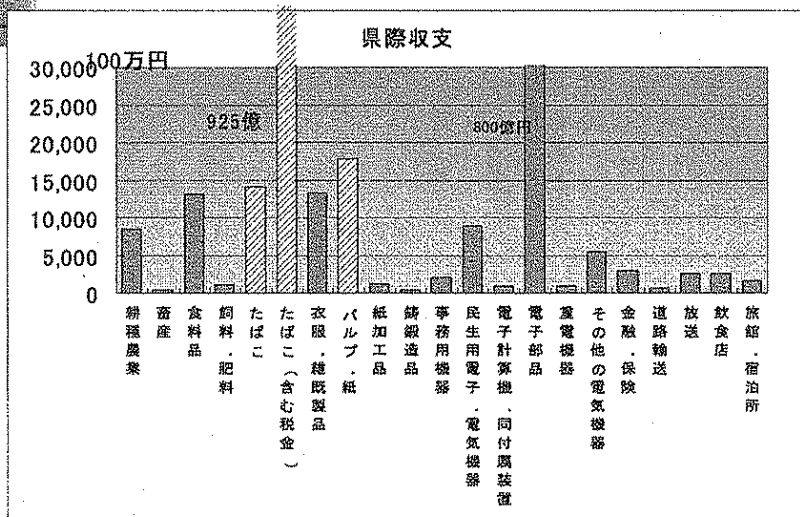


# 鳥取県の移輸出入差推移 都道府県間順位

移輸出入差と順位

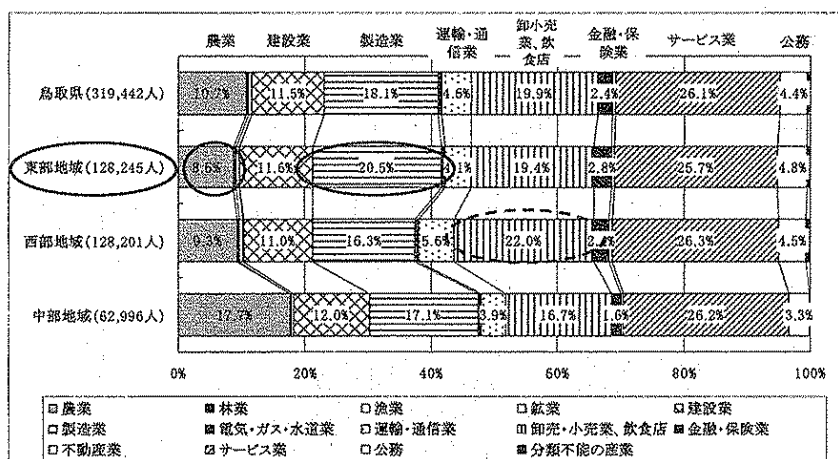


## 比較優位産業 収支(移輸出ー移輸入)プラス産業 2000年産業連関表 104部門中21部門

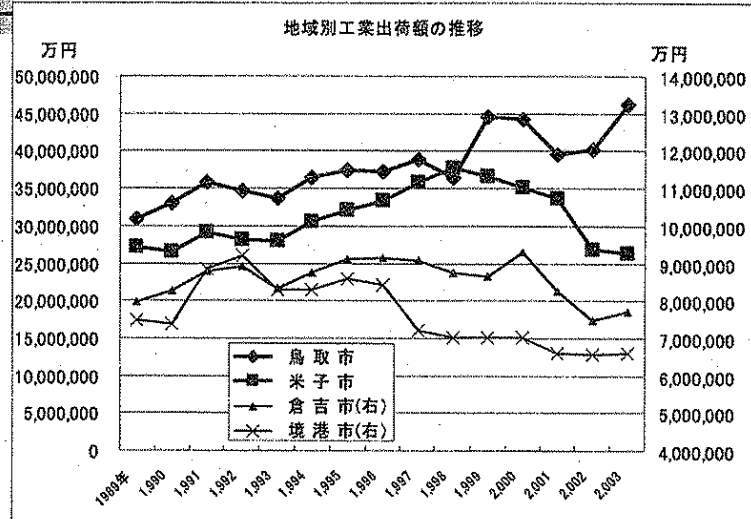


## 県内地域別産業構造

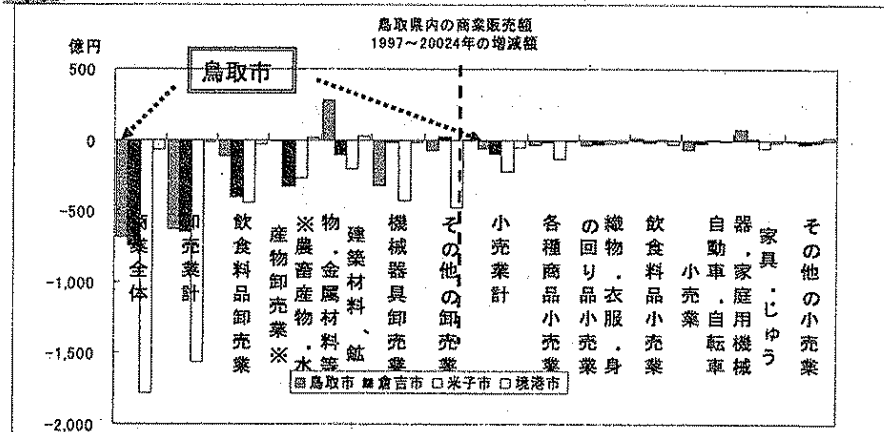
15歳以上就業者数比率(地域別、平成12年)



## 県内地域別の工業出荷額の推移

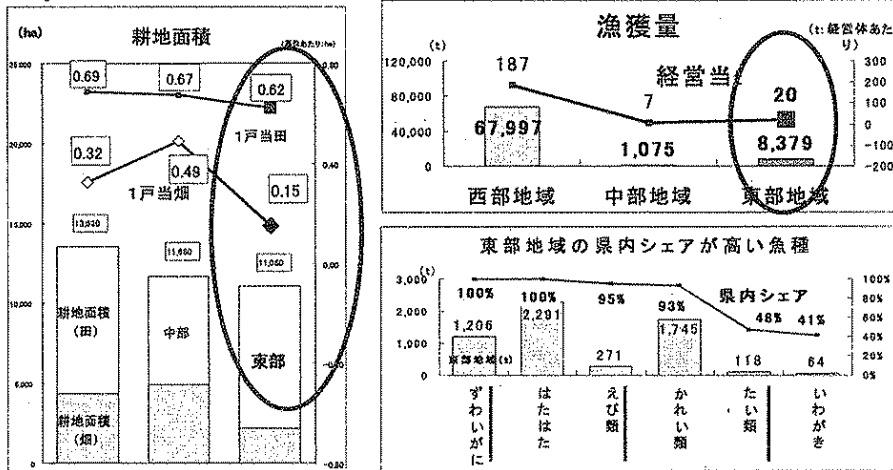


## 県内各市の商業販売額増減 2002年-1997年



# 農林水産業の現状

## 地域別の状況 東部は小規模



# 農林水産業における高速道路の活用事例

| 事例        | 概要   |
|-----------|--|
| 鮮度を生かした販売 | <ul style="list-style-type: none"> <li>青森県／東北縦貫自動車道</li> <li>青森県のトマトは、東京での店頭販売まで3日間 ⇒ 収穫翌日の開店時から店頭販売を実現</li> </ul>   |
| 販路の拡大     | <ul style="list-style-type: none"> <li>鳥取県／米子道</li> <li>境港港の京浜、京阪神への出荷量が7倍～24倍</li> <li>愛媛県／松山自動車道</li> <li>都市圏への所要時間短縮 活魚や青果の販路拡大</li> <li>青果：東京まで20時間 ⇒ 15時間へ</li> <li>活魚は船で大阪まで20時間 ⇒ トラック輸送9時間へ</li> </ul> |

## 農林水産業における活用方向(1)

農林水産業は、地域の特色を発信する産業

### ○方向

- 価値の付加: 鮮度、地域固有の産物としての販売
- 神戸・大阪等の大都市市場の対応: 鮮度、特産品を価値として販売
- 観光客をターゲットとした農水産物の直販・土産品化の推進
- 「食」の魅力づくりによる、農水産物の活用と観光振興の一体的推進

## 農林水産業における活用方向(2)

### ○取組み課題

#### <生産面>

- 産直販売や観光客への直販に対応した生産体制整備
- 生産従事者の減少が生産拡大の制約  
→ 担い手の確保・育成や株式会社化など生産組織の再構築

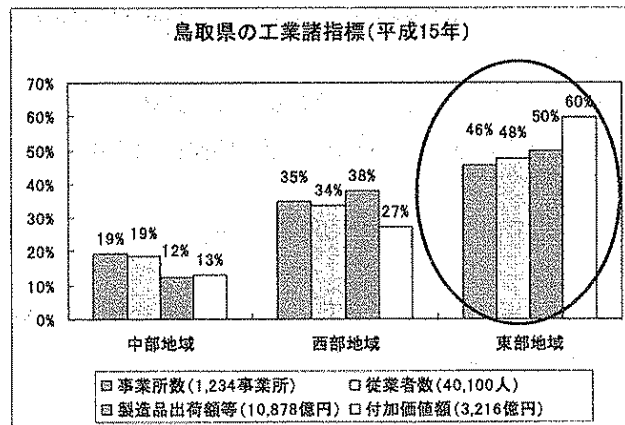
#### <流通・販売面>

- 大手流通業との連携などによる産直販売マーケットの開拓と体制の整備
- ブランドの確立・共有化

## 製造業の現状(1)

### 製造業比率の高い東部地域

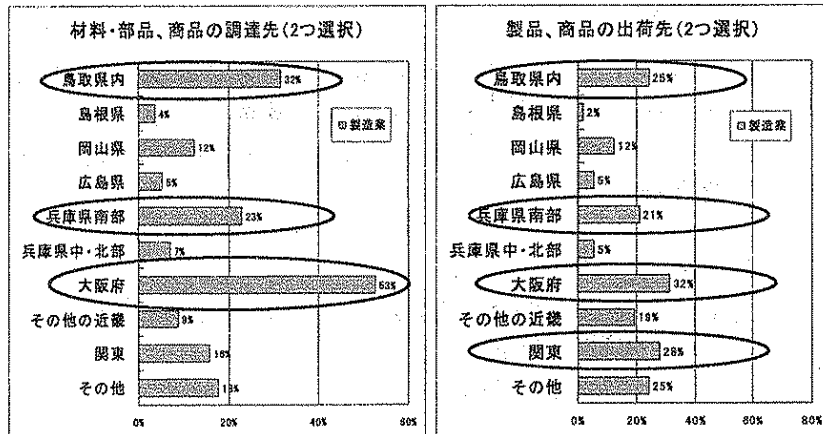
#### ○地域別の製造業の状況



## 製造業の現状(2)

### 調達は関西圏、出荷は広域

#### ○製造業の調達・出荷先





## 製造業等における効果(1)

### 企業内努力との結合

#### ○物流の時間短縮やコスト削減効果

| 事例           | 概要   |
|--------------|--|
| 物流コスト低減      | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 島根県／米子道           <ul style="list-style-type: none"> <li>・ パソコン製造業のA社: 製品倉庫を統廃合、在庫6割削減 総合的物流合理化</li> </ul> </li> </ul>      |
| 共同配送によるコスト低減 | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 中国地方           <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 食品製造業3社の中国地区5県への共同配送</li> <li>・ 配送車両数の約30%削減</li> </ul> </li> </ul> |

#### ○企業の総合的経営努力が基本

## 製造業等における効果(2)

### 誘致 地域としての取り組み

- 県民・企業の期待
  - 企業誘致が2位
- 誘致実現性の懸念
  - 企業の立地ポテンシャルの評価
- 宮崎県／九州縦貫自動車道宮崎線
  - 高速道の開通を機に
  - IC隣接工業団地の造成 ← (新規立地企業の約半数がIC20km)
  - 積極的な企業誘致を展開

⇒ 新たな企業立地が進展



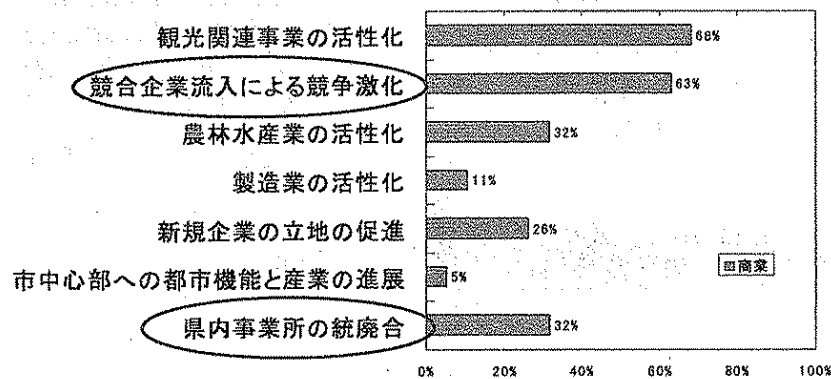
## 製造業誘致における対応

- 姫路鳥取線を契機とし戦略的誘致の展開
  - 誘致活動の有機的展開
  - 企業立地支援策の充実
  - 目的(業種)を定め誘致、集積推進
  - 企業ニーズに即した立地整備などの促進
  - 県内企業・行政の共同
- 山陰道整備など基盤充実

## 商業 マイナス影響の懸念

### ○商業事業者の影響予想

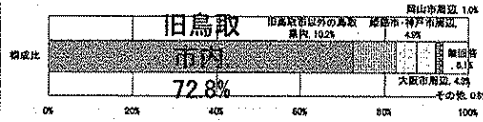
姫路鳥取線開通の影響(3つ選択)



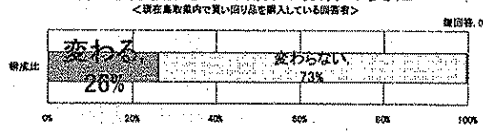
## 商業 購買構造の変化

- 購入場所が県外へ  
15%
- 阪神地域へ出掛ける  
頻度増加: 約50%、  
20歳代は60%超
- 消費流出懸念  
郊外型の大規模店舗も  
認識

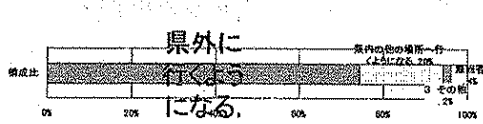
買い回り品購入に最もよく行く場所



姫島線開通時の購入場所の変化



変化の場所



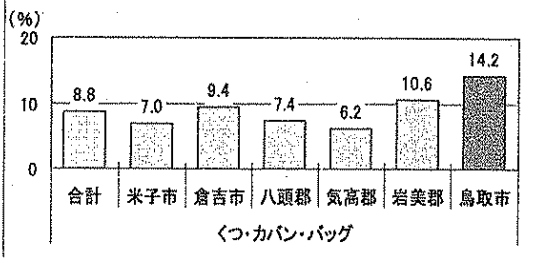
## 高速道路整備の商業への影響(1)

### ○消費の流出

| 事例            | 概要   |
|---------------|--|
| 消費行動のストロ効果が発現 | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 徳島県/神戸淡路鳴門自動車道</li> <li>・ 京阪神へフェリーで3時間⇒1時間40分</li> <li>・ 日帰り圏の拡大</li> <li>・ 徳島市から阪神方面へ高次買い回り品の流出</li> </ul> |

東部地域では現状でも  
県外購買率が高い

県外購買率(平成16年)



## 高速道路整備の商業への影響(2)

### ○大規模小売店舗、コンビニチェーンの進出

| 事例             | 概要   |
|----------------|--|
| コンビニの出店<br>活発化 | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 島根県/浜田自動車道、浜田道路</li> <li>・ 広島市のコンビニチェーン 高速道の開通以降<br/>⇒島根県西部に多店舗展開</li> <li>・ 島根県内荷下ろし基地まで毎日3回配送<br/>⇒全品目の輸送について高速道路を利用</li> </ul> |
| IC周辺に商業施設が集中   | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 香川県/高松自動車道</li> <li>・ 大規模小売店舗⇒IC10km圏内に70%が集中</li> <li>・ 香川県の小売店販売額増加率⇒全国平均以上</li> </ul>  |

## 高速道路整備の商業への影響(3)

### ○卸売業への影響

- 米子道 岡山まで全線開通時の影響
  - メーカーの取引先卸売業者の絞り込み
  - メーカーから小売業者への直接配送
  - メーカー系の卸売業者が展開

## 商業の対応(1)

### ○小売業の方向性

- 県外への消費流出



- 中心市街地と郊外型を合わせた地域全体の商業集積の魅力向上
  - 神戸・大阪等への消費流出を抑制
  - 岡山県・兵庫県の隣接エリアからの消費を吸収
- 中心市街地の新たな役割・商業集積拠点化
  - 買回り商品の店舗の集積、賑わい

## 商業の課題と対応(2)

### ○卸売業の方向性

- 全国的な傾向「中抜き」現象 構造的変化の進行
- 一般小売店等の衰退 地場の卸売業の売上減少



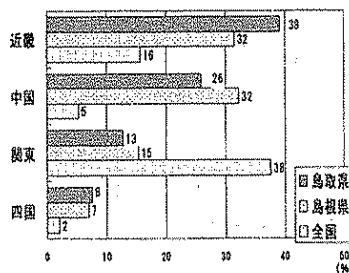
- 特色ある卸売機能の展開
- 運輸業・製造業などの関連産業や他地域の卸売業との連携により、物流・情報システムの協業化等

# 鳥取県観光の特徴

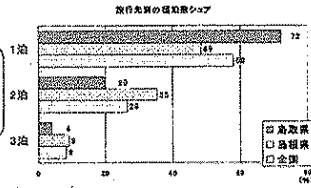
## ○他府県と比べた鳥取の特徴

近畿からの旅行者が4割を占める

旅行先別の旅行者居住地シェア(平成17年)

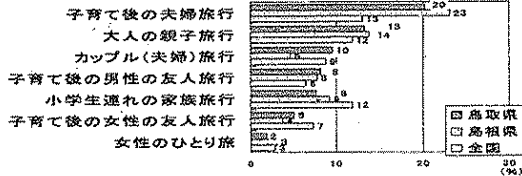


2泊以上の宿泊旅行が少ない



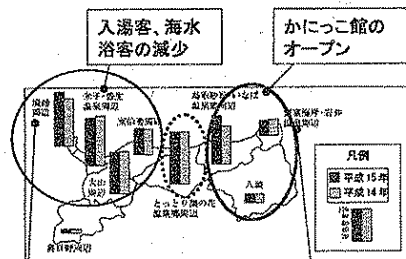
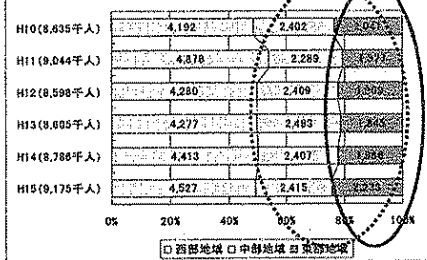
子育て後の夫婦旅行が多く、小学生連れの家族旅行が少ない

旅行先別の同行者タイプシェア(平成17年)



# 地域別の観光入り込み客数

地域別観光客入り込み客数(平成10年~15年)



資料:「観光客入り込み動向調査」(鳥取県文化観光局観光課)

東部地域の入り込み客数は県全体の2割余り

東部地域は西部地域に比して観光資源は少ない

## 観光における課題

### ○課題

- 関西マーケットでの鳥取観光の存在感は薄い
  - 関西の旅行業企業：鳥取の観光の情報が少な。何が  
あり、何ができるのか。食は「かに」以外何があるのか
- 地域内の視点から、全国的観光マーケットの観点  
から観光資源の掘起し・再評価の必要
- 分野や地区個別の取組みが中心

## 旅行会社の山陰旅行プランの現状

| 出発 | 着地 | 宿泊             | 立ち寄り先  | 開催<br>日数 | 確定<br>日数 | 確定<br>比率 |
|----|----|----------------|--|----------|----------|----------|
| 東京 | 岡山 | 玉野<br>皆生       | 姫路城、鳥取砂丘、白兔海岸<br>松江市内、出雲大社、足立美術館               | 18       | 17       | 94%      |
| 東京 | 大阪 | 城崎<br>皆生       | 鳥取砂丘、白兔海岸、足立美術館<br>松江市内、出雲大社                   | 26       | 24       | 92%      |
| 東京 | 出雲 | 皆生<br>城崎       | 松江市内、出雲大社、魚市場、<br>水木しげるロード、鳥取砂丘、白兔海岸<br>天橋立、姫路 | 31       | 24       | 77%      |
| 東京 | 京都 | 城崎<br>大山<br>玉造 | 鳥取砂丘、白兔海岸、三徳山<br>松江市内、出雲大社、<br>足立美術館           | 5        | 2        | 40%      |
| 梅田 | 鳥取 | 一              | 賀露、鳥取砂丘、浦富、余部                                  | 13       | 5        | 38%      |
| 大阪 | 倉吉 | 三朝             |  | 30       | 11       | 37%      |

## 観光における対応

### ○対応

- 地域の関係主体が連携して総合的に取り組んでいくこと、そのコーディネート機能の構築
- 観光資源の創出、既存資源の魅力向上、観光ネットワークの形成
- 農水産物を生かした「食」や土産品などによる一体的魅力向上
- 観光プロモーションの総合的展開
  - ・関西からの「近さ」をアピールする地域プロモーション
  - ・関係分野・関係者が連携した共通の地域イメージや地域ブランドの形成

## 中山間地域への姫路鳥取線の活用

### ○地域の課題

- 高齢化が進むなか人口が減少
- 定住促進、地域コミュニティの活性化

・就業の場づくり  
・生活基盤の強化、U・J・Iターンの受け入れ体制の整備



- 自然や農水産業など地域資源を活用した観光・レクリエーション需要取り込みによる地域産業活性化
- 鳥取市中心部の都市機能との連結



## 自然と農林水産業など地域資源を生かした体験型観光の可能性

- 農漁業など体験型観光市場は拡大
- 複数の地区で、「文化」「人」「食」「もの」「自然・環境」など地域の資源・資産を活用した「地域づくり」を実践中

| 市町村名          | 取組みの概要  |
|---------------|---|
| 岩美町           | ○ 岩美自然学校(兵庫県の小中高生の交流と農漁業体験)   |
| 八頭町<br>(旧八東町) | ○ ホームステイ交流による地域活性化(都市部との交流)<br>○ 安心して食べられる農産物「八東ブランド」育成によるまちづくり(ブランド化)<br>○ 村出身者とともに取り組む雷とワサビのむらづくり(雷を使ったイベント等) |
| 若狭町           | ○ 人と食、文化の地産地消を目指した村づくり(昔ながらの加工品の伝承)   |
| 智頭町           | ○ ゆとりと活力のある「スロータウン智頭」(空家や耕作放棄地を有効活用)<br>○ 伝統文化を活かした都市との交流の地域経営(宿泊・農村体験のグリーンツーリズム)<br>○ 三世代同居の村づくり(農業体験学習と交流)    |

## まとめ 活用の方向

- 「誰かがやるだろう」から、主体的に行動
  - ↓
  - 役割の明確化、実行の仕組み構築
    - 重点的に取り組むべき事項の明確化と実行
  - 地域の総合力の発揮
    - 各分野・各主体の取組みを統一的に実施
      - ◇ 地域プロモーション
      - ◇ 農水産業—商業、観光—農水産業—中山間地域の地域づくり
    - コーディネート機能と仕組みの形成