

県内企業の北陸新幹線延伸に関するアンケート調査結果

本調査は、県内企業経営者に対し四半期ごとに行なっている「四半期別業況アンケート調査」の付帯調査として実施したものです。調査実施内容については次頁をご覧ください。



調査結果のポイント

北陸新幹線延伸：東北信地域の非製造業を中心に営業エリア拡大等の動きあり

- ・ 北陸新幹線延伸による営業エリアの変化については、東北信地域の非製造業で「延伸により北陸地域まで営業エリアを拡大した」との回答が13.5%あり、同地域の製造業（3.8%）を上回った(図表1)。延伸前は製造業と比べ北陸地域を営業エリアとしている非製造業は少なかったが、今回の延伸をきっかけとした人の交流の活発化にビジネスチャンスを見出したものと思われる。
- ・ 北陸新幹線延伸に伴う事業面での新たな対応・取組強化の状況については、東北信地域の非製造業で「既の実施」が13.1%、「検討中」が7.5%となった(図表2)。
- ・ 事業面での対応を行った企業の具体的な取組内容では、「展示会への出展」や「駅広告看板の設置」、「北陸方面の新規得意先へのアプローチ」などが多い(図表3)。

間もなく北陸新幹線延伸から1年を迎えるにあたり、全体では割合は多くないものの、卸小売業やサービス業など非製造業を中心に新たな動きが出ている。移動時間の短縮により北陸地域が身近になったことで、延伸前に比べると事業者の目が北陸地域に向きつつあることが調査の結果からうかがえる。

照会先 一般財団法人 長野経済研究所 調査部
電話 026-224-0501
担当： 桑井、寺嶋

【 調 査 の 概 要 】

実施時期 : 2015 年 12 月中旬～2016 年 1 月上旬

実施方法 : 業況アンケート調査（2015 年 10-12 月期）の付帯調査
として実施（郵送方式）

対象企業 : 県内企業 709 社

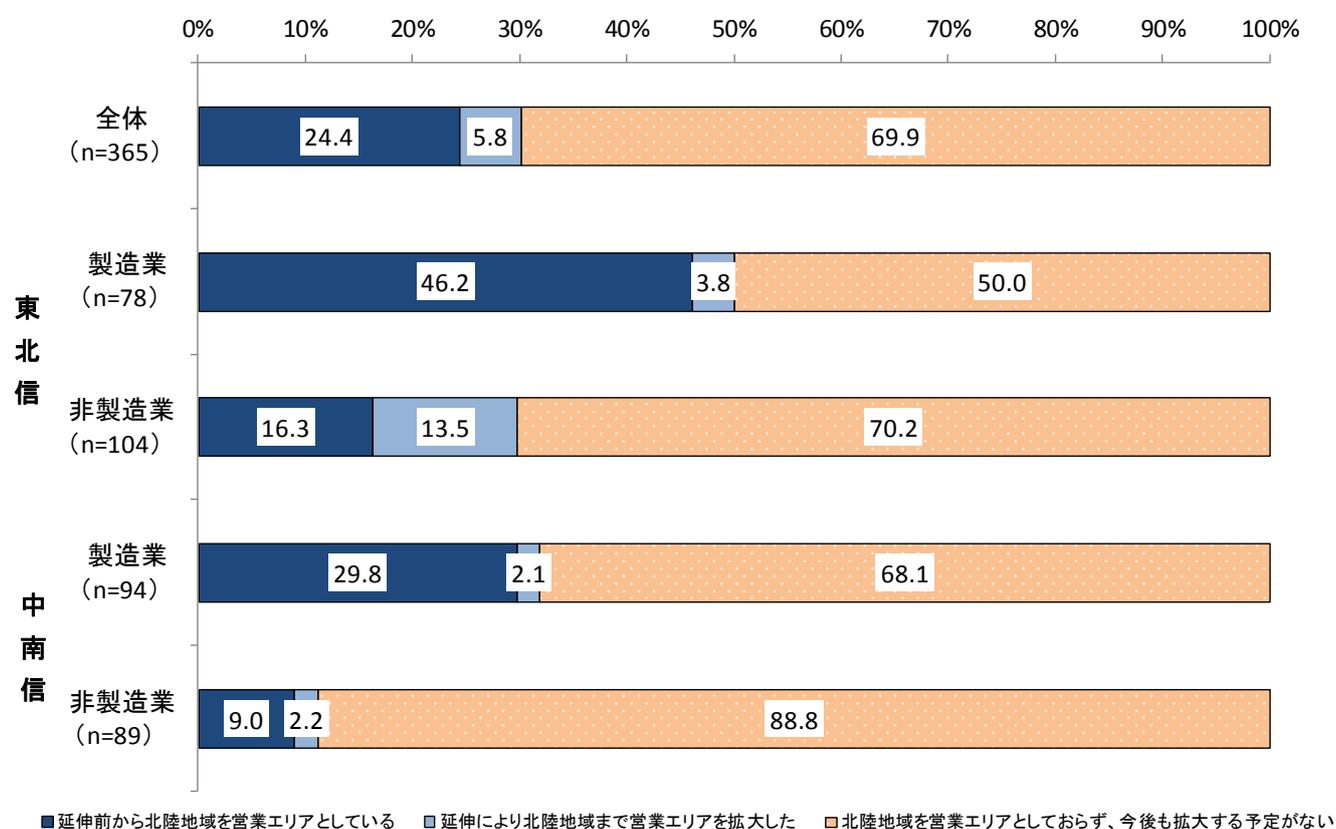
回答企業数 : 365 社（ 回答率 51.5% ）
うち製造業 172 社、非製造業 193 社

※ グラフ等の回答割合については四捨五入して表記したため、合計が 100 に
ならないことがある

1. 北陸新幹線延伸による営業エリアの変化（図表 1）

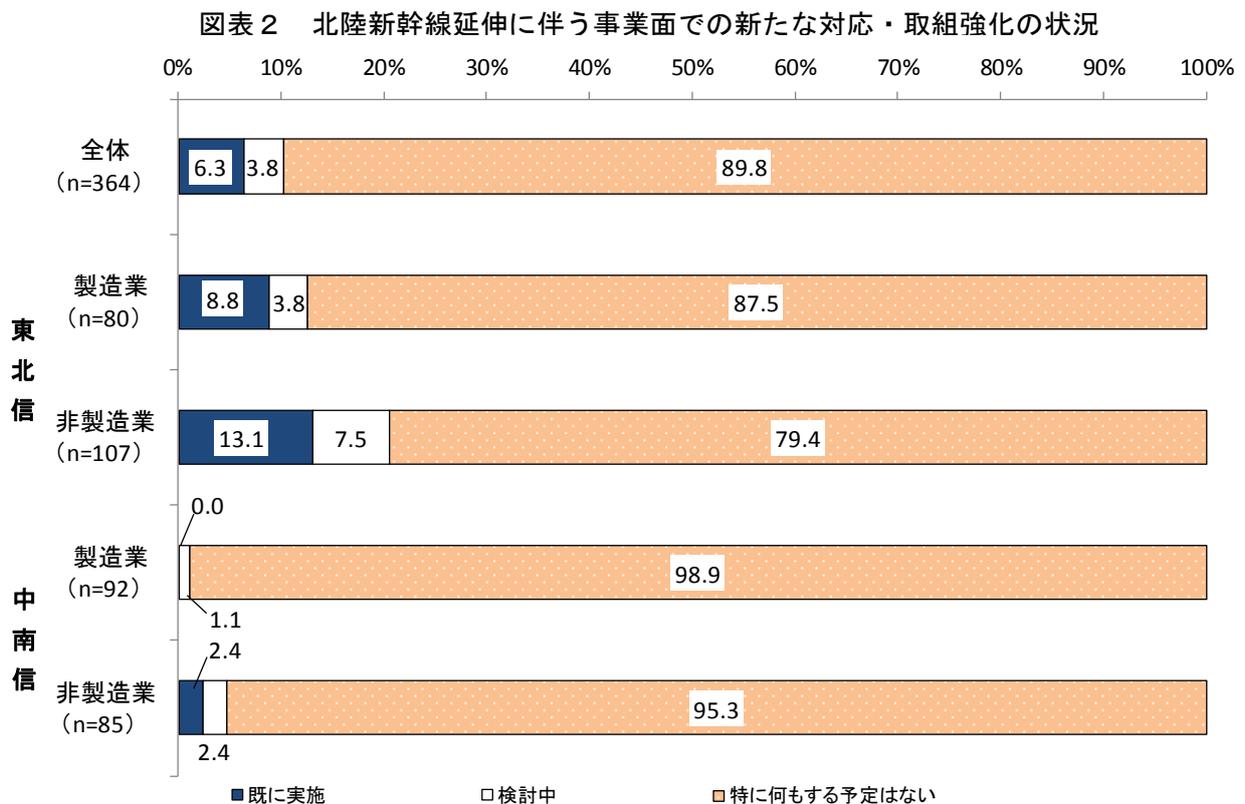
- 2015 年 3 月の北陸新幹線延伸による自社の営業エリアの変化について尋ねると、全体では「延伸により北陸地域まで営業エリアを拡大した」との回答が 5.8%となった。
- 東北信・中南信の別でみると、北陸新幹線の沿線である東北信地域の非製造業で「延伸により北陸地域まで営業エリアを拡大した」との回答が 13.5%あり、同地域の製造業（3.8%）を上回った。
- 一方、「延伸前から北陸地域を営業エリアとしている」と回答した企業は製造業が多く、東北信地域が 46.2%、中南信地域も 29.8%となっている。

図表 1 北陸新幹線延伸による営業エリアの変化



2. 北陸新幹線延伸に伴う事業面での新たな対応・取組強化の状況（図表2・3）

- 北陸新幹線延伸に伴う事業面での新たな対応・取組強化の状況について尋ねると、全体では「既の実施」が6.3%、「検討中」が3.8%となった。
- 東北信・中南信の別では、東北信地域の非製造業で「既の実施」が13.1%、「検討中」が7.5%となり、合わせて約2割の企業が事業面での新たな対応や検討を行っている状況がうかがえる。また、同地域の製造業でも「既の実施」が8.8%、「検討中」が3.8%となっている。
- なお、「既の実施」と回答した企業の具体的なビジネスの取組内容では、「展示会への出展」や「駅広告看板の設置」、「北陸方面の新規得意先へのアプローチ」などが多い。



(注)「特に何もする予定はない」には、図表1で「延伸前から北陸を営業エリアとしている」と回答した企業も含まれる。

図表3 主な取組内容

業種	取り組み内容
製造業	展示会への出展
	駅ビルへの出店
	駅広告看板の設置
卸小売業	石川県、富山県での新規取引先の開拓(特に海産物、農産物)
	北陸方面の新規得意先へのアプローチ
	M&Aによる子会社化
建設業	大手建設会社、地元有力建設会社からの受注活動
	本社を松本市から長野市へ移転予定
サービス業	北陸にセールスセンターを新設
	パートナー企業の拡大
	市町村等の観光パンフレット・ポスター等の作成の提案
	富山市、金沢市を中心に旅行エージェントへの営業活動
	CM等での広告拡大

以上