

2. 設問毎のポイント

◇北陸への来訪意向

- ・ 北陸への来訪・居住経験は、「何回か行ったことがある」が48.4%と最も高い。また、「行ったことはない」(26.9%)と、約7割以上の方が北陸への来訪・居住経験を持つ。
- ・ 北陸への来訪意向は、「行ってみたい」が41.6%、「まあ行ってみたい」が37.8%、合わせると79.4%と約8割となる。
- ・ 北陸への交通手段は、「鉄道」が48.9%、「自動車」が35.3%、次いで「飛行機」が11.6%となった。
- ・ 北陸3県への来訪意向は、「石川県」が78.3%で最も高く、次いで「富山県」(57.8%)、「福井県」(42.7%)と続く。
- ・ 北陸への来訪意向理由は、「温泉でゆったりくつろぐ」が74.8%と最も高く、次いで「他の地域では味わえない食を堪能する」(59.7%)が高い。

◇北陸への居留意向

- ・ 北陸3県への居留意向は、「住んでみたい」「まあ住んでみたい」を合わせると、石川県(11.1%)、富山県(7.8%)、福井県(6.3%)となった。
- ・ 居留意向理由をみると、3県とも「自然環境が良いため」が最も高い。「観光資源が多いため」に関しては、石川県(28.8%)、富山県(20.1%)、福井県(15.6%)と石川県で顕著に高い。
- ・ 北陸への居住条件としては、「安定した仕事」(63.6%)、「病院などの医療機関の充実」(63.6%)が並んで最も高い。
- ・ 北陸への定住支援としては、「職探しへの支援」が71.3%と最も高く、次いで「定住に関する情報提供」(54.7%)、「住宅確保への支援」(53.3%)と続く。

◇北陸の各種資源の認知度および購買意向等

- ・ 北陸に関する情報接触の有無としては、接触がある人は22.6%、接触がない人は77.4%となった。
- ・ 北陸に関する情報の接触経路としては、「テレビ番組」が47.1%と最も多くなった。次いで、「新聞」(36.3%)、「WEBサイト」(30.2%)と続く。
- ・ 福井県の各種資源に対する認知度は「越前がに」(81.6%)、「東尋坊」(72.7%)などが高い。訪問・購買意向も同様に、「越前がに」(61.4%)、「東尋坊」(38.8%)と高い。
- ・ 石川県の各種資源に対する認知度は、「兼六園」(86.2%)、「輪島塗」(82.2%)などが高い。訪問・購買意向では、「兼六園」(55.9%)、「輪島朝市」(38.5%)などが高い。
- ・ 富山県の各種資源に対する認知度は、「立山黒部アルペンルート」(66.9%)、「黒部峡谷のトロッコ電車」(60.0%)などが高い。訪問・購買意向も同様に「立山黒部アルペンルート」(50.5%)、「黒部峡谷のトロッコ電車」(44.7%)などが高い。