



魚沼インターチェンジ 名称変更事業

【 実施報告・効果検証(1年経過時点) 】



魚沼市

目次

1 魚沼インターチェンジの概要.....	1
2 名称変更の目的と経過	2
(1)名称変更の目的	2
(2)名称変更の取組の経過.....	3
3 名称変更に向けた事前調査.....	5
(1)経済波及効果の推計.....	5
(2)市民意識調査.....	7
4 名称変更に必要な費用.....	8
(1)費用.....	8
(2)高速道路に係るシステム・標識変更、広報費の財源内訳.....	8
5 名称変更に伴うプロモーション・関連事業.....	10
(1)魚沼市実施分.....	10
(2)ネクスコ東日本実施分.....	18
(3)看板、標識類の変更.....	22
(4)魚沼インターチェンジ誕生記念セレモニー.....	23
6 名称変更効果の検証.....	24
(1)アンケート調査.....	24
(2)名称変更前後の魚沼インターチェンジ利用台数について.....	35
(3)観光客数について.....	38
(4)観光消費額動向について.....	41
(5)実績値に基づく経済波及効果の再算定(参考値).....	43
7 まとめと今後について.....	44

1 魚沼インターチェンジの概要

1 路線名

高速自動車国道関越自動車道新潟線(関越自動車道)

2 所在地

新潟県魚沼市干溝

3 供用開始

1982年12月2日

4 変更前の名称

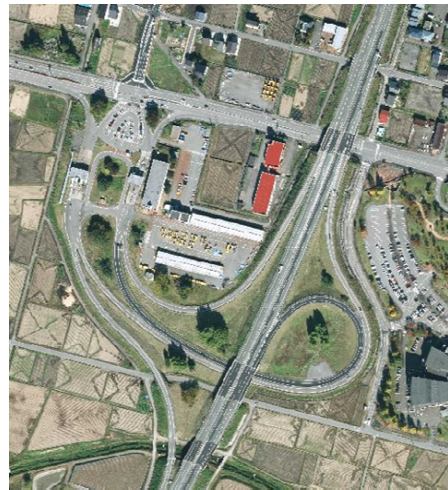
小出(こいで)インターチェンジ

5 変更後の名称

魚沼(うおぬま)インターチェンジ

6 名称変更日

令和6年11月1日(金)



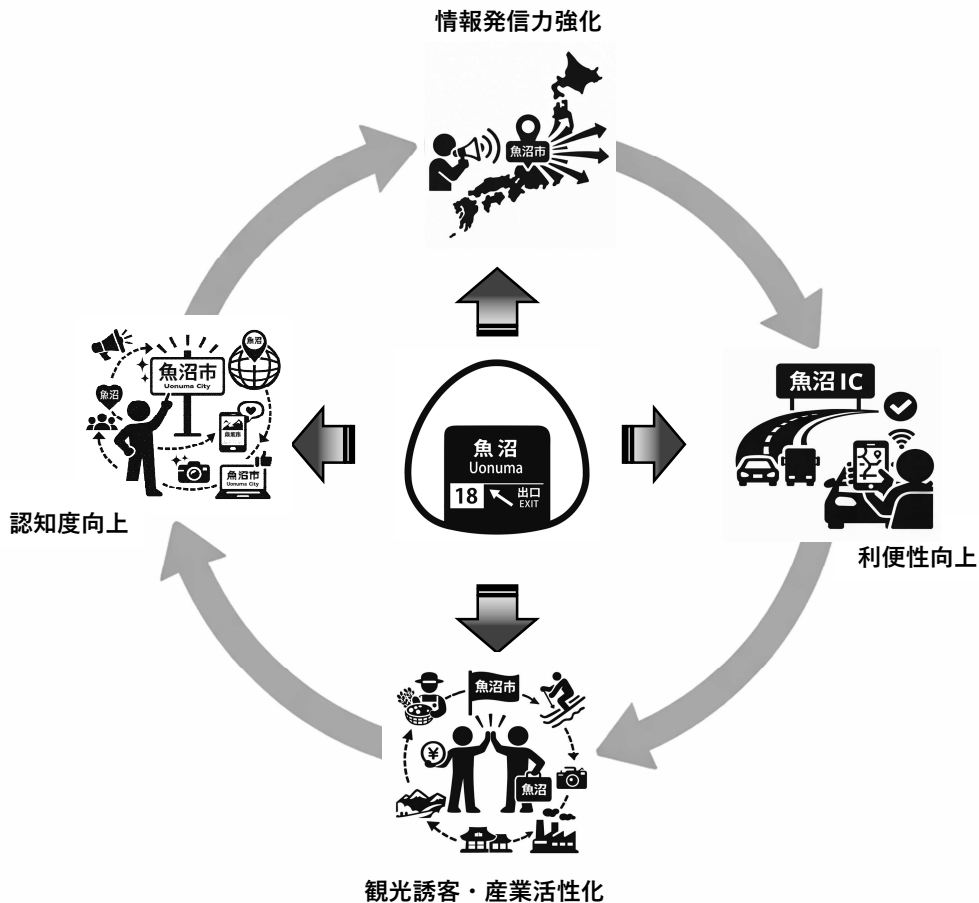
2 名称変更の目的と経過

(1)名称変更の目的

本市は、コシヒカリを始めとする農産物や、奥只見の紅葉、枝折峠の滝雲などの雄大な自然景観、大湯温泉を始めとする温泉地など、多様な地域資源を有しています。また、「魚沼」の名称は、ブランド米の産地として全国的に高い知名度を有しています。

一方で、市民や観光客の移動手段の中心となっている自家用車利用を支える関越自動車道においては、本市の名称を直接示すインターチェンジがなく、本市の玄関口における情報発信力が十分とはいえない状況にありました。年間60万台以上が利用する同自動車道は、本市にとって重要な基幹交通基盤であり、その表示名称は地域の認知度や来訪意欲にも影響を与える要素の一つと考えられます。

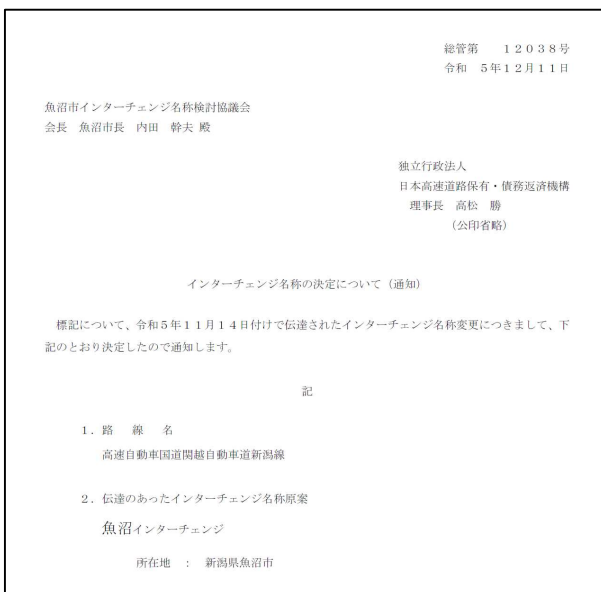
こうした状況を踏まえ、本市の認知度向上及び観光誘客の促進、産業活動の活性化を図るとともに、道路利用者の利便性向上及び県外への情報発信力強化を目的として、市内インターチェンジの名称に「魚沼」の文字を用いる取組を進めることとしました。



(2)名称変更の取組の経過

年月日	内容
令和2年12月15日	東日本高速道路株式会社湯沢管理事務所訪問(趣旨説明) インターチェンジ名称の変更に対する市の意向を伝え、変更に係る要件(周辺・地域住民等との合意形成)や課題、概算費用など変更手続のフローの確認を行った。
令和3年5月～6月	近隣市町趣旨説明訪問(南魚沼市、湯沢町、小千谷市、十日町市、津南町、長岡市)
令和4年7月21日 ～10月3日	インターチェンジ名称変更に伴う経済波及効果推計調査実施 本市が期待する経済活動の活性化を図るため、2か所あるインターチェンジを両方変更するのか、どちらか1か所を変更するのか、より効果がある変更とするため、名称変更に伴う経済波及効果推計調査を実施した。
10月19日	市議会総務文教委員会報告(名称変更案について)
11月10日	市報掲載(名称変更に関する市民意向調査の実施について)
11月16日	市議会総務文教委員会報告(市民意向調査について)
令和4年12月5日 ～令和5年1月13日	市民意向調査実施 市民に対してアンケートによる意向調査を行い、 6割以上が名称変更 に肯定的な意向である結果を得た。
1月24日	市議会総務文教委員会報告(市民意向調査の結果について)
2月10日	市報掲載(市民の意向調査結果について)
2月～3月	関係団体への趣旨説明 ・魚沼市コミュニティ協議会連絡協議会 ・魚沼市観光協会理事会 ・魚沼市商工会連絡協議会
3月1日	市議会総務文教委員会報告(協議会の設立について)
5月18日	第1回魚沼市インターチェンジ名称検討協議会 名称検討協議会を設立し、名称変更するインターチェンジの特定、新たな名称(案)等を提案した。
5月～6月	観光事業者、農業法人、市内事業者に対するアンケートによる調査 6割以上が名称変更に肯定的な意向である結果を得た。
7月14日	第2回魚沼市インターチェンジ名称検討協議会 変更するインターチェンジは「小出」のみとし、名称変更案として「魚沼インターチェンジ」が承認された。
7月24日～8月4日	周辺自治体への意見聴取 魚沼地域の6自治体に対して名称変更に係る意見を伺い、すべての自治体から「魚沼インターチェンジ」に変更することに異議はない旨の意見書を得た。
10月5日	道路標識適正化委員会新潟県部会の開催(書面審議)
11月1日	道路標識適正化委員会新潟県部会の結果報告 「魚沼市インターチェンジ」を名称原案とすることについて、賛成の表決結果の報告を受けた。

12月11日	高速道路を保有している独立行政法人日本高速道路保有・債務返済機構において、「小出インターチェンジ」から「魚沼インターチェンジ」への名称変更が決定された。
令和6年4月1日	インターチェンジ名称変更に係る広告宣伝等支援事業補助金開始 市内事業者支援として、名称変更により生じる看板等広告物の修正や新規作成等に係る費用に対し、補助金を交付
8月1日	第3回魚沼市インターチェンジ名称検討協議会 魚沼インターチェンジへの名称変更日が、市制施行20周年を迎える「令和6年11月1日」に決定された。
11月1日	名称変更日 魚沼インターチェンジ誕生記念セミナー開催



(独)日本高速道路保有・債務返済機構からの決定通知



第3回魚沼市インターチェンジ名称検討協議会の様子



名称変更日当日

3 名称変更に向けた事前調査

名称変更の実現に当たっては、市内に2か所あるインターチェンジについて両方変更するか、どちらか1か所とするか、より効果のある名称変更とするため、また、地域に広く定着し浸透しているインターチェンジ名を変更するには、地域の皆さまの理解と協力が必要なことから、経済波及効果の推計及び市民意向調査を実施しました。

(1) 経済波及効果の推計

「魚沼市観光振興計画」において魚沼市への来訪者数が多い10都県においてインターネットによるアンケート調査を実施し、名称変更した場合の観光客増加数を日帰り客数3.8万人増、宿泊客数2.3万人増と推計しました。観光客増加数を基に新潟県が提供する「分析ツール(観光消費)」を使用して経済波及効果を算定しました。

●実施期間: 令和4年7月～10月

	直接効果 (百万円) A	1次間接 波及効果 (百万円) B	2次間接 波及効果 (百万円) C	総合効果 (百万円) D=A+B+C
I.小出ICのみ変更時の 経済波及効果	1,084	362	217	1,663
II.堀之内ICのみ変更時の 経済波及効果	826	275	165	1,267
III.両IC変更時の経済波及効果	1,291	430	258	1,979

※直接効果

インターチェンジの名称変更による観光客増加分の観光消費支出によって発生する生産額のこと。

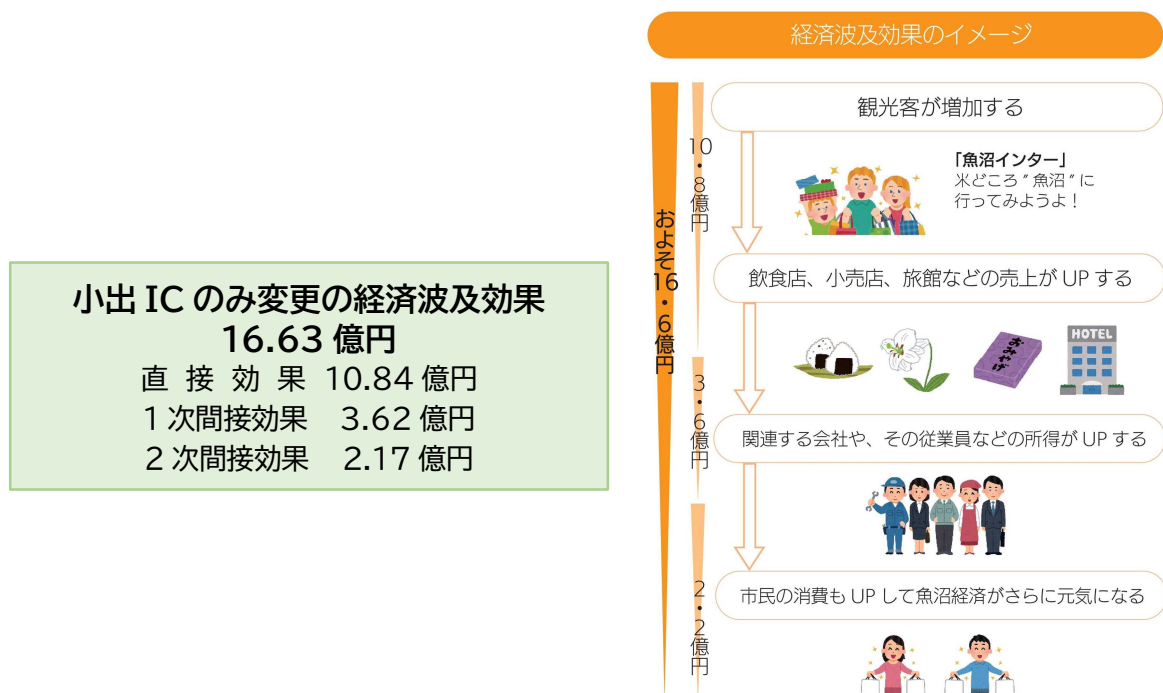
※1次間接波及効果

直接効果で生じた需要の生産において、必要な原材料の購入によって誘発された生産額のこと。

※2次間接波及効果

直接効果及び1次間接波及効果によって生じた雇用者所得が消費に回ることによって誘発された生産額のこと。

経済波及効果のイメージ



経済波及効果の推計結果から、名称変更するインターチェンジは、「小出インターチェンジ」のみとし、名称変更案は「魚沼インターチェンジ」とすることを魚沼市インターチェンジ名称検討協議会にて提案、決定しました。

小出インターチェンジを魚沼インターチェンジとする理由

- 『魚沼』は市の名称であり、魚沼産コシヒカリで示されているように全国的に知名度が高いこと。
- 小出インターチェンジは関東方面からの玄関口としての役割を果たしており、『魚沼』に変更になることで、遠方からの来訪者にとって分かりやすくなること。

堀之内インターチェンジの名称を変更しない理由

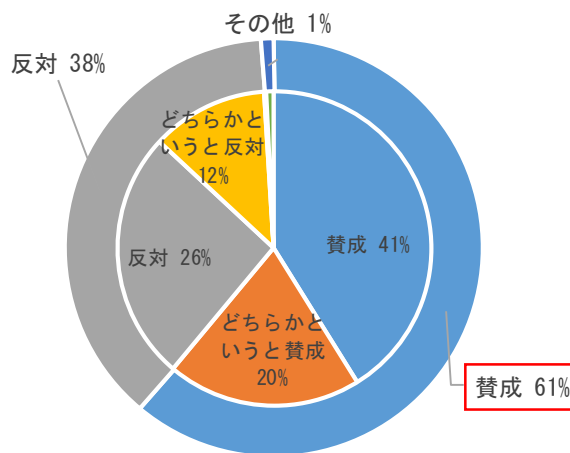
- 堀之内地域はユリの生産地として全国的に定着してきているため、「堀之内インターチェンジ」として継続してPRしていく方が有効であると考えられること。
- 経済波及効果の推計結果や標識等の取替費用から、両インターチェンジの変更をした場合でも、小出インターチェンジのみの変更から大きく費用対効果が増加しないこと。
- 両インターチェンジを同時に名称変更した場合には、魚沼に続く何らかの表記(魚沼中央、魚沼堀之内等)が必要となることが考えられ、文字数の増加に伴い案内板の大きさ、支柱及び基礎にまで影響することになる。それにより、工事費用がかさむことが懸念されること。

(2)市民意識調査

経済波及効果の推計結果から、小出インターチェンジを魚沼インターチェンジに名称変更することとし、周辺・地域住民等との合意形成を目的として、市民、市内の事業者等に対して名称変更に対する意向調査を行いました。

【市民アンケート】

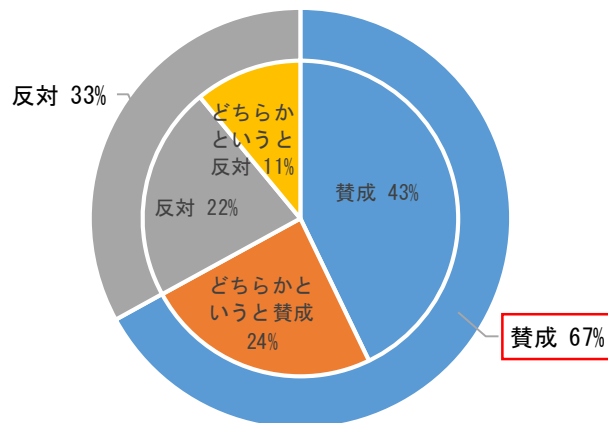
対象者:15歳以上79歳以下の市民3,000人(無作為抽出)
期 間:令和4年12月5日～令和5年1月13 日
回収率:47%(回収数1,420)



『賛成』、「どちらかというと賛成」は**61%**になり、6割以上の市民の皆様はおおむね賛成している結果となった。

【事業者等アンケート】

対象者:観光事業者、農業法人、製造業者等市内事業者 290社
期 間:令和5年5月26日～令和5年6月23日
回収率:31%(回答数91)



『賛成』、「どちらかというと賛成」は**67%**になり、6割以上の事業者がおおむね賛成している結果となった。

4 名称変更に必要な費用

(1)費用

令和6年度インターチェンジ名称変更事業 予算額及び決算額

(単位:万円)

項目	予算額	決算額	増減額	備考
高速道路に係るシステム・標識変更、 広報費に対する負担金	33,000	28,949	△ 4,051	(減額要因) ・各種システム改修費用の減 ・広報費の集約等による減
高速バスに係る 看板変更・システム変更 (高速バス会社に対して負担)	0	105	105	
記念セレモニー経費	22	52	30	
広報経費 (看板・ポスター・のぼり・公用車用マグネット・ 懸垂幕・キャンペーングッズなど)	309	291	△ 18	
シティプロモーション経費 (IC名称変更周知分)	1,200	1,200	0	
インターチェンジ名称変更に係る広告 宣伝等支援事業補助金	400	27	△ 373	
名称検討協議会関係、事務用品等	9	4	△ 5	
合計	34,940	30,628	△ 4,312	

※万円未満四捨五入

(2)高速道路に係るシステム・標識変更、広報費に対する負担金の財源内訳

(単位:万円)

項目	対象額 ①	起債			一般財源 ⑤(①-④)
		合併特例債 ②(①×95%)	過疎対策事業債 ③(①×100%)	合計 ④(②+③)	
広報費に係る負担	4,342		4,340	4,340	2
標識工事費等に係る負担	24,607	23,370		23,370	1,237
合計	28,949	23,370	4,340	27,710	1,239

※万円未満は四捨五入

●起債に係る後年度の普通交付税措置額

※借入金に対する利息を含めず元金のみで算定した参考値

(単位:万円)

項目	普通交付税措置 ⑥(④×70%)	一般財源 ⑦(④-⑥)
広報費に係る負担	3,038	1,302
標識工事費等に係る負担	16,359	7,011
合計	19,397	8,313

(B)

本市の実質的な負担額
(A+B)

9,552 万円

名称変更に係る主な費用である高速道路に係るシステム、標識変更や広報費に対する負担額は、当初、**3億3,000万円**を見込んでいましたが、改修内容の精査や広報の集約により、結果として**2億8,949万円**となり、当初から約4,000万円の減額となりました。

この費用には、財源として合併特例債^{※1}や過疎対策事業債^{※2}を活用し、後年度において約1億9,397万円が普通交付税で措置されるため、本市の実質的な負担額は、**約9,552万円**と算定しています。

※1合併特例債…市町村合併後のまちづくりの経費に使える借金です。事業費の95%まで借入れすることができ、毎年度返済する元利償還金の70%が普通交付税によって措置(手当)されるため、有利な財源とされています。

※2過疎対策事業債…過疎地域に認定された地域が過疎地域自立促進市町村計画に基づいて行う事業の財源として特別に発行が認められた地方債です。事業費への充当率は100%で、毎年度返済する元利償還金の70%が普通交付税によって措置(手当)されるため、有利な財源とされています。

5 名称変更に伴うプロモーション・関連事業

(1)魚沼市実施分

市内に向けては、名称変更の趣旨を分かりやすくお知らせするとともに、機運醸成を図るような様々な場面、場所で目に触れるよう広報しました。市外に向けては、名称変更をPRしながら、本市の認知度向上となるようプロモーションしました。

●ポスター、チラシ

【ポスター B2版:100枚 チラシA4版 1,000枚】

- 掲出先 市役所各庁舎、各公民館、各図書館、子育ての駅 かたつきり、響きの森文化会館
市内郵便局、市内商工会、市内道の駅、市内宿泊施設、観光協会、市内小中学校など



名称変更決定後



名称変更決定前

<ポスターデザイン>
新潟デザイン専門学校 宮澤 夏海さん



【クーポン付チラシ】

表



裏



裏



- 掲出先【北陸自動車道】黒埼SA、米山SA【関越自動車道】越後川口SA、赤城高原SA、上里SA、高坂SA、三芳SA【常磐自動車道】守谷SA、友部SA【東北自動車道】蓮田SA
- 【館山自動車道】市原SA【上信越自動車道】妙高SA【磐越自動車道】阿賀野川SA
近隣道の駅・観光協会、市内宿泊施設、市内観光関連施設など
- 掲出期間 冬ver. 令和6年2月23日から令和6年3月7日まで 6,000部設置
春ver. 令和6年3月18日から令和6年3月31日まで 8,000部設置

クーポン利用実績:85件(利用数調査に回答があった店舗の合計)

●懸垂幕、のぼり等



公用車マグネットシート



カウンタダウンボード

●看板

➤ 設置場所 魚沼市中原地内 魚沼IC付近



名称変更日決定前
令和6年1月～令和6年8月



名称変更日決定後
令和6年8月～令和7年12月

●ケーブルテレビ

NCT ニュース&トピックス ゲツキン内 コレカラ中越
 放送日時 令和6年10月4日(金)18:30～、21:00～
 (※NCT公式YouTube配信あり)
 放送内容 魚沼IC名称変更、市制施行20周年



●魚沼市に泊まって周遊キャンペーン

市制施行20周年と名称変更を記念して、主にマイカー利用の少人数観光客の誘客と市内の周遊促進、観光消費額の向上を図るため、市内宿泊店で使える宿泊施設利用券と市内の土産店、飲食店等で使える土産店等利用券を発行しました。(魚沼市観光協会補助事業)

- ▶ 対象 市外在住でレジャー利用の来訪者
- ▶ 発行枚数 6,000人泊分
- ▶ 発行規程 1人1泊につき宿泊施設利用券1,000円、
 土産店等利用券1,000円を発行
 (最大2泊までとし、土曜・休前日のみの宿泊は対象外)
- ▶ クーポン利用期間 令和6年9月20日から令和6年11月30日まで



【利用実績】
 宿泊施設利用券 4,662枚、土産店等利用券 4,264枚

●魚沼市制施行20周年 × 魚沼IC誕生 × 魚沼市に泊まって周遊キャンペーン

「魚沼市に泊まって周遊キャンペーン」の参加店でのお買い物2,000円以上でオリジナルエコバックプレゼントを実施しました。

- ▶ エコバック配布数 3,000枚
- ▶ 配付期間 令和6年9月20日から無くなり次第終了



エコバックデザイン

●インターチェンジ名称変更に係る広告宣伝等支援事業補助金

「魚沼インターチェンジ」への名称変更により生じる看板等広告物の修正、変更や新規作成等に係る費用に対し、補助金を交付しました。

- 対象 市内に事業所または店舗がある事業者
- 内容 看板等の修正または作成に要する費用(パンフレット、チラシ、ウェブサイト、看板など)
- 補助金額 補助対象経費の2分の1以内(上限5万円)
- 期間 令和6年4月から令和8年3月まで

【補助金交付実績(令和6、7年度)】 10事業者 418千円

●市報、ホームページ

市民の皆さまへ名称変更の取組を分かりやすく、また、継続して市報やホームページでお知らせすることで、機運醸成を図りました。

【市報】

掲載号		内容
令和 4年度	11月10日号	インターチェンジの名称変更を検討しています
	2月10日号	インターチェンジ名称変更について(市民意向調査の結果と今後の方針)
令和 5年度	7月10日号	魚沼市の自慢・PRしたいこと(中学生、新成人アンケート結果)
	8月10日号	名称変更案の決定
	9月10日号	魚沼市をPRするイベント等について市内事業者のみなさんに聞いてみました
	1月10号	「魚沼インターチェンジ」に正式決定
令和 6年度	8月10号	魚沼インターチェンジ名称変更日決定
	10月25号	魚沼インターチェンジ誕生セレモニー開催案内

関係自動車道

「小出インターチェンジ」から
魚沼インターチェンジへ
名称変更を検討しています

「魚沼市」はコシヒカリのブランド米産地として、全国的に高い認知度を誇っているものと自負しておりますが、一方で地味から本市を動かそうとする姿勢には、高道県政や鉄道で魚沼市の位置がわかるインターチェンジ名称の表示(名称)とされていないことから、私どもはかねてより観光誘客や産業活動を発展させるうえで、市内インターチェンジの名称に「魚沼」の文字を入れたいとする思いを抱いておりました。

また、市制施行18年目を迎えたが、市内の更なる一体感の醸成と郷土愛を深めたいと強く願って、小出インターチェンジを「魚沼インターチェンジ」に変更し、地域の発展を促進してまいりたいと考えております。

このように、本市の交差点に「魚沼」の文字が入り、地図に表示されることは、将来を見据えた中で必要不可欠なものであると考えております。

なお、名称を変更する時期については、市制施行20年目にあたる令和6年を目指して検討を進めてまいります。

市長の御挨拶
市長 内田 幹夫

市長の御挨拶について
「魚沼インターチェンジ」および「魚沼インターチェンジ」への名称変更については、多くの市民の皆様から御期待いただいております。つきましては、お考えを伺うためのアンケート調査を実施いたしますので、ご協力をお願いいたします。

アンケート実施期間 令和5年10月1日(金)～10月31日(日)
対象者 市内に住所を有する18歳以上の住民(3,000人(概算))
アンケート実施方法 名称変更に関するアンケートの意向を調査させていただきます。
実施期間 令和5年11月1日(日)～令和5年12月31日(日)
実施場所 市役所市民センター(魚沼市役所)にて実施いたします。

名称変更に必要な費用と関係する経費負担と効果について
インターチェンジの名称変更には関係する経費(約3億円)を必要と見込みます。また、この経費負担については関係する関係機関との協議により、負担額を軽減する取り組みも検討してまいります。

「小出インターチェンジ」から
魚沼インターチェンジへ
変更案を協議会として
決定しました

7月14日に第2回魚沼市インターチェンジ名称検討協議会を開催し、市内事業に実施し、市民の認知度を高め、令和5年11月1日(日)から魚沼インターチェンジの名称変更について協議した。協議の結果、「小出インターチェンジ」を「魚沼インターチェンジ」とする案が協議一致で決定されました。

■委員意見(抜粋)
・高道県政にも新幹線にも対応しうる名称がほしい。魚沼の場所を示すものがない。このチャンスを利用して魚沼の名称だけでなく場所も広げてほしい。
・認知が不足していると思う。市庁舎の周辺に設置して認知度を上げてほしい。
・市庁舎から来た人々の認知度が低い。市庁舎の周辺に設置して認知度を上げてほしい。

主要交通である関係自動車道のインターチェンジの名称に魚沼の文字を入れることで、本市の認知度が上がり、多くの観光客が訪れるようになることを期待しております。

名称変更までの流れ
1. 名称変更の検討
2. 名称変更の決定
3. 名称変更の実施
4. 名称変更の完了

今後は、関係機関で内容を協議し、決定された正式名称(魚沼インターチェンジ)に変更となります。

令和6年11月1日誕生
魚沼インターチェンジ

魚沼インターチェンジの名称変更を
誘客や地域振興につなげよう

関係自動車道

18 魚沼

これまででの取り組みの経緯
●令和5年11月(令和5年) 11月1日(日)から魚沼インターチェンジへ名称変更し、市制施行20周年を迎える令和6年11月1日(日)に決定していただきます。関係機関の協議が完了したことが実現する日があり、実現が待たれる思いです。

「魚沼」の名称を都大規模に直し、市制施行20周年と併せ、高道に誇りを示す名称に決定していただきます。事業費の負担を軽減するため、関係機関との協議を進め、実現を目指します。

経費負担と効果はおよそ16.6億円
経費負担は、関係する関係機関、関係機関の負担にわたります。また、関係機関との協議を進め、実現を目指します。

効果は、観光誘客、産業振興、地域振興にわたります。また、関係機関との協議を進め、実現を目指します。

関係機関との協議は、関係する関係機関、関係機関の負担にわたります。また、関係機関との協議を進め、実現を目指します。

関係機関との協議は、関係する関係機関、関係機関の負担にわたります。また、関係機関との協議を進め、実現を目指します。

【ホームページ】

魚沼市
FISHIKI CITY

キーワード検索
検索

ページID検索
1234567

魚沼市インターチェンジ名称検討

関係情報
魚沼市インターチェンジ名称変更に関するお問い合わせ先
イベント・講座・募集

おすすめ情報
2025年4月3日更新 魚沼市インターチェンジ名称変更に関するお問い合わせ先
2024年10月31日更新 市制施行20周年カウントダウン あと1日

お知らせ
2025年3月31日更新 市制施行20周年記念事業
2024年11月5日更新 「終了しました」魚沼インターチェンジ誕生記念女性セミナーの開催について
2024年8月1日更新 令和6年11月1日魚沼インターチェンジ誕生～小出ICから魚沼ICへ～
2024年1月10日更新 「小出インターチェンジ」から「魚沼インターチェンジ」に名称変更するお知らせ(第1回)
2023年12月21日更新 インターチェンジ名称変更を告知するポスターを作成しました
2023年7月19日更新 「小出インターチェンジ」を「魚沼インターチェンジ」とする名称変更を協議会として決定しました

魚沼市
FISHIKI CITY

令和6年11月1日誕生
魚沼インターチェンジ
ICへ

名称変更するインターチェンジの概要
1. 関係機関、関係機関の負担にわたります。
2. 関係機関の負担にわたります。
3. 関係機関の負担にわたります。
4. 関係機関の負担にわたります。

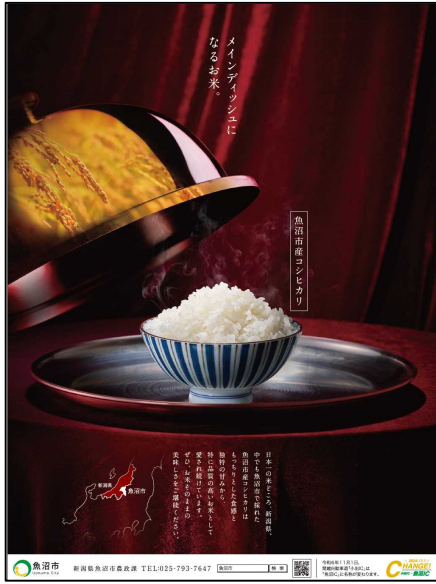
名称変更日
令和6年11月1日(日)

名称変更のこれまでの活動について

●シティプロモーション事業

令和6年度は、名称変更の周知をメインとしながら全国に向けた本市のPRに注力しました。令和7年度は、本市を「知る」から「来る」への取組を強化し、名称変更をいかしたコンテンツの実施により来訪促進を図りました。

項目	場所・時期	内容
令和6年度		
読売新聞朝刊カラー(1面)	令和6年10月31日	「メインディッシュになるお米」 魚沼IC誕生及び魚沼市産コシヒカリPR
フリーペーパー道の駅	【関東版】9月1日発行 【北陸版】10月1日発行	「え！？通り過ぎちゃっていいんですか」 魚沼市IC誕生PR
高速道路SAポスター掲出	令和6年10月14日から10月27日まで 三芳PA、上里SA、高坂SA、赤城高原SA、 米山SA、黒崎PA、越後川口SA	同上
プロモーションリサーチ	令和6年10月	アンケートを実施しながら魚沼ICや 観光のPRを実施 約6,000人回答
魚沼マルシェ開催	【上里SA下り】令和6年10月12日 集客数:約600人 【KITTE丸の内】令和6年10月27日 集客数:約1,500人	魚沼IC誕生及び魚沼市のPR 特産品販売、市産コシヒカリの 体験型コンテンツの実施
令和7年度		
【魚沼IC誕生1周年記念】 キテミテ！魚沼エキタグスタ ンプラリー開催	令和7年8月9日から 令和8年1月8日まで	市内17の施設を周遊して集める デジタルスタンプラリーの実施 参加者数1,650人
【魚沼IC誕生1周年記念】 魚沼マルシェ開催	令和7年11月8日 魚沼市地域振興センター 集客数:約1,200人	魚沼IC及び魚沼市のPR 特産品販売、市産コシヒカリの 体験型コンテンツの実施



新聞広告



フリーペーパー・高速道路 SA ポスター



魚沼マルシェ 上里 SA



魚沼マルシェ KITTE 丸の内



デジタルスタンプラリー



【R7】魚沼マルシェ 地域振興センター

(2)NEXCO東日本実施分

道路利用者に対し、名称変更による混乱が生じないよう広域的かつ多角的な媒体を活用し、名称変更日等について確実な周知を実施しました。

●ポスター、チラシ、テーブルステッカー

【ポスターB2版:250枚、チラシA4版2500枚】

【テーブルステッカー500枚】



➤ 主な掲出先

【東北自動車道】佐野SA、上河内SA、蓮田SA 【北陸自動車道】黒埼SA、米山SA
 【関越自動車道】越後川口SA、上里SA、高坂SA、三芳SA【常磐自動車道】守谷SA、友部SA
 県内道の駅

➤ 掲出期間

令和6年9月1日から令和6年12月31日まで



●ラジオCM

- 放送局:FM新潟、BSNラジオ、FM群馬
- 放送期間:名称変更前後2か月の計16週間
- 放送回数:各局 192回(金・土・日 各4回(朝2回・夕2回))

◆名称変更前◆

NEXCO 東日本からのお知らせです。

11月1日から関越道小出インターチェンジは、魚沼インターチェンジに名前が変わります。お出かけの際は、お間違えのないようご注意ください。
あなたにベスト・ウェイ。NEXCO 東日本

◆名称変更後◆

NEXCO 東日本からのお知らせです。

このたび、関越道小出インターチェンジは、魚沼インターチェンジに名前が変わりました。お出かけの際は、お間違えのないようご注意ください。
あなたにベスト・ウェイ。NEXCO 東日本

●インターネット広告

【バナー広告】

- 掲出期間 名称変更前後2か月の計16週間
- 掲出地域 新潟県、東京都、埼玉県、神奈川県、栃木県、群馬県

【リスティング広告】

- 掲出期間 名称変更前後2か月の計16週間
- 内 容 全国、指定したキーワード検索時に表示



●新聞広告

- 掲出新聞 新潟日報 朝刊（全5段 モノクロ）
- 掲出日 令和6年10月16日、令和6年11月1日 計2回



●横断幕・懸垂幕

- 掲出期間 令和6年10月31日から令和6年12月31日まで

【懸垂幕】

- 設置場所 : 魚沼IC料金所(入口・出口)

【横断幕】

- 設置場所 : 魚沼IC橋 上り下り、大浦トンネル下り、湯之谷第一トンネル上り、湯之谷第二トンネル上り



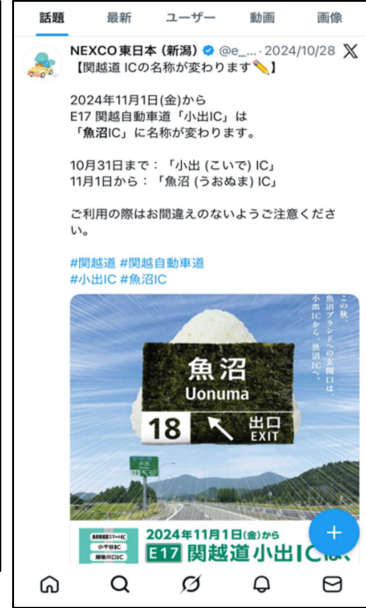
●ホームページ(プレスリリース)、SNS



令和5年12月20日 名称変更決定



令和6年8月1日 名称変更日決定



NEXCO東日本(新潟)公式X

(3)看板、標識類の変更

高速道路、国・県道や市道の標識について、順次「魚沼 IC」へ変更されました。

魚沼 IC 料金所入口

変更前



変更後



下り線出口

変更前



変更後



上り線出口12km手前

変更前



変更後



R17 魚沼市十日町地内

変更前



変更後



(4)魚沼インターチェンジ誕生記念セレモニー

令和6年11月1日の名称変更日当日に魚沼インターチェンジの誕生を祝う記念セレモニーを開催しました。

【日時】 令和6年11月1日(金) 12時30分から13時15分まで

【場所】 魚沼インターチェンジ前 駐車場

【来賓】 16名【一般参観】 約100名

【内容】 除幕、くす玉開披、佐梨保育園歌披露、魚沼IC通行記念記念品贈呈

【一般参観記念品】 ボールペン、バウムクーヘン、マグネットシート、ポケットティッシュ



6 名称変更効果の検証

魚沼インターチェンジへの名称変更から1年経過した時点での状況を把握し、本市への来訪者増加、知名度向上や地域経済の発展に引き続き取り組むために検証を実施しました。

なお、名称変更の効果については、短期間で明確な数値変化として表れにくい側面があることから、本検証ではアンケート調査による定性的項目と、交通量等の定量的項目を組み合わせることで総合的に把握することとしました。

※交通量や観光客数等の項目は、気象条件や社会情勢等の外部要因の影響を受けるため、単年度比較の本検証結果をもって名称変更の効果や評価を断定できるものではないことに留意が必要です。

(1)アンケート調査

名称変更から1年経過後、市民、市内事業者及び市外在住者を対象にアンケート調査を実施し、名称変更に対する印象、認知度への影響、案内のしやすさ等について把握しました。

①市民アンケート

調査期間:令和7年12月25日～令和8年1月20日
調査対象:魚沼市内居住者(15歳以上の市民から3,000人を無作為抽出)
有効回答数:n=1,166件(回答率39%)
調査方法:郵送配布・web回答方式、往復ハガキ
主な調査内容:名称変更に対する評価、認知度向上の実感、期待される効果、
情報接触媒体、自由意見

②市内事業者アンケート

調査期間:令和8年1月15日～令和8年2月11日
調査対象:(一社)魚沼市観光協会会員事業者(133)、(一社)魚沼ものづくり振興
協議会会員企業(57)、令和6年度プレミアム商品券加盟店から50事業者
(無作為抽出)、市内農業法人(26)
有効回答数:n=79件(回答率30%)
調査方法:郵送配布、メール配布・web回答方式
主な調査内容:市民アンケート項目のほか、販路・売上への波及効果の実感

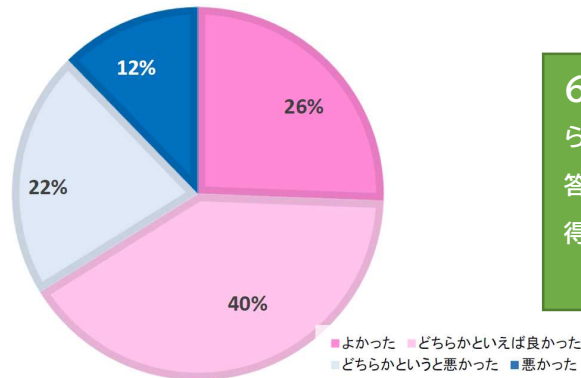
③市外在住者アンケート

調査期間:令和8年1月16日～令和8年1月23日
調査対象:市外居住者(群馬県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、新潟県(魚沼市以外))
有効回答数:n=2,213件
調査方法:web調査会社登録モニターによるwebアンケート調査
主な調査内容:名称変更の認知状況、魚沼市に対する印象、来訪意向等

●名称変更に対する印象(評価)

【問】魚沼ICへの名称変更についてどのように感じますか。

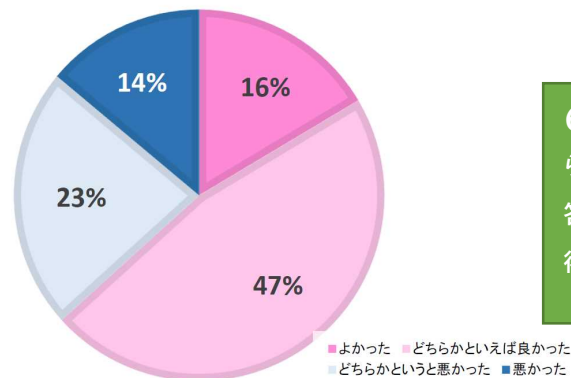
市民



66%が「良かった」「どちらかといえば良かった」と回答しており、肯定的な評価を得ました。

全体(n)	良かった	どちらかといえば良かった	どちらかという悪かった	悪かった
1,164	298	472	251	143
100.0%	25.6%	40.5%	21.6%	12.3%

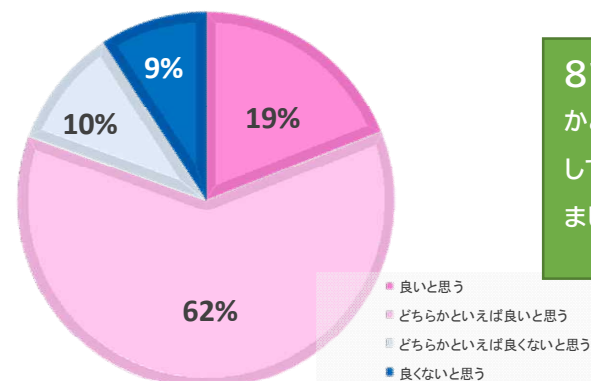
事業者



63%が「良かった」「どちらかといえば良かった」と回答しており、肯定的な評価を得ました。

全体(n)	良かった	どちらかといえば良かった	どちらかという悪かった	悪かった
79	13	37	18	11
	16.5%	46.8%	22.8%	13.9%

市外在住者



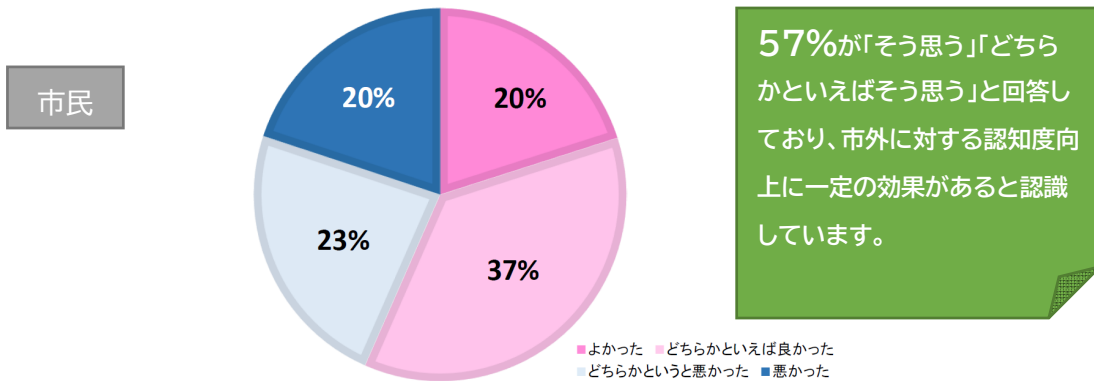
81%が「良かった」「どちらかといえば良かった」と回答しており、肯定的な評価を得ました。

全体(n)	良かった	どちらかといえば良かった	どちらかという悪かった	悪かった
2213	421	1361	229	202
	19.0%	61.5%	10.3%	9.1%

名称変更に対する印象は、いずれも過半数以上が肯定的な評価であり、市外からの評価が市内よりも高い結果でした。全体で、おおむね好意的に受け止められている結果が確認できました。

●認知度向上への効果認識

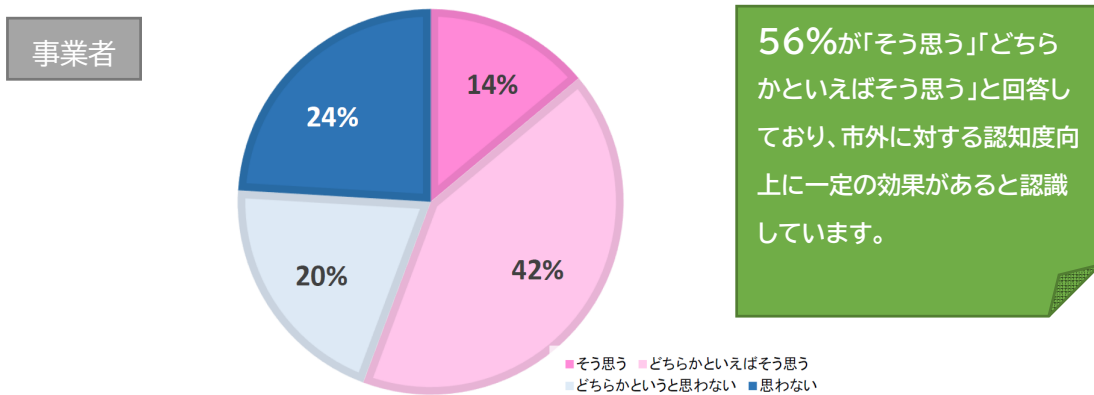
【問】 魚沼ICの名称変更により「魚沼市」の認知度が上がったと思いますか。



全体		そう思う		どちらかといえばそう思う		どちらかというと思わない		思わない	
1,166	100.0%	234	20.1%	426	36.5%	274	23.5%	232	19.9%

(年代別)

	全体	19歳以下	20歳～29歳	30歳～39歳	40歳～49歳	50歳～59歳	60歳～69歳	70歳以上
そう思う	234	23.9%	13.2%	14.9%	14.1%	15.7%	22.9%	32.5%
どちらかといえば そう思う	426	26.1%	34.9%	37.0%	35.4%	44.9%	34.6%	37.0%
肯定計	660	50.0%	48.1%	51.9%	49.5%	60.7%	57.5%	69.5%
どちらかというと思わない	274	22.7%	28.7%	24.3%	26.6%	23.0%	26.1%	16.9%
思わない	232	27.3%	23.3%	23.8%	24.0%	16.3%	16.3%	14.4%
否定計	506	50.0%	51.9%	48.1%	50.5%	39.3%	42.5%	31.3%



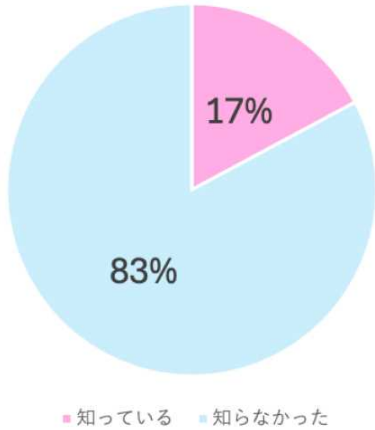
全体(n)	そう思う	どちらかといえばそう思う	どちらかというと思わない	思わない				
79	11	13.9%	33	41.8%	16	20.3%	19	24.1%

全体ではおおむね肯定的に捉えています。年代別では、50歳代以上で肯定的な評価が多い一方で、40歳代以下では、評価が分散していることが確認されました。

市外在住者のみ

●魚沼 IC 名称変更の認知状況

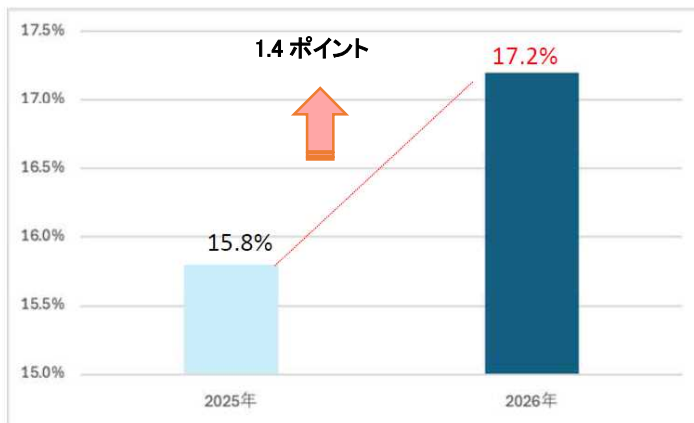
【問】新潟県魚沼市にある関越道小出インターチェンジが、令和6年11月1日に魚沼インターチェンジに名称変更したことは知っていますか。



認知率は、2割程度であり、市外在住者への浸透は十分ではない状況が確認されました。

	n数	%
知っている	381	17.2%
知らなかった	1,832	82.8%
全体	2,213	100.0%

【参考】前年度調査との比較



【参考】2025年度調査 認知×都道府県

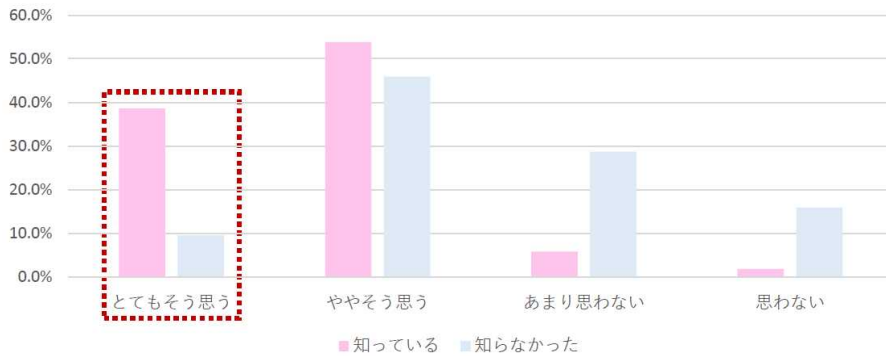
	n数	知っている(回答数/割合)		知らない(回答数/割合)	
群馬県	70	11	15.7%	59	84.3%
埼玉県	423	69	16.3%	354	83.7%
千葉県	332	38	11.4%	294	88.6%
東京都	829	131	15.8%	698	84.2%
神奈川県	498	68	13.7%	430	86.3%
新潟県	93	37	39.8%	56	60.2%
	2,245	354	15.8%	1,891	84.2%

※令和6年10月調査 シティプロモーション事業プロモショナルアンケート調べ

市外(関越自動車道沿線、1都3県)での認知率は高くありませんが、前年度と比較すると小幅ながら上昇しています。本比較から特定はできませんが、シティプロモーションを始めとする情報発信等の取組が寄与した可能性も考えられます。

●名称変更による親近感

【問】名称変更によって、「魚沼市」という名前を以前より身近に感じるようになりましたか。



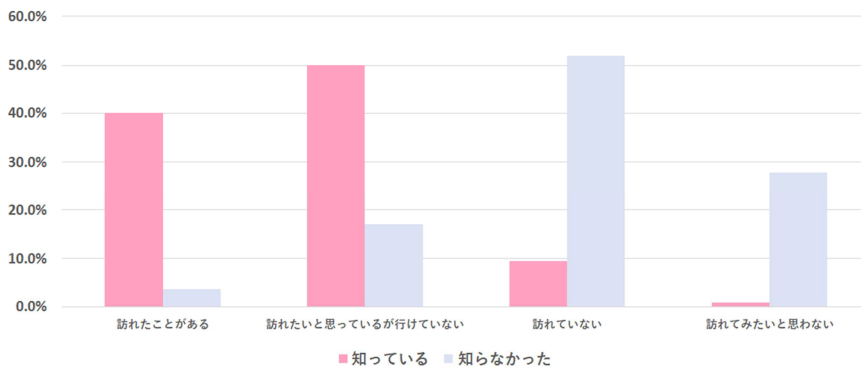
	全体	とてもそう思う	ややそう思う	あまり思わない	思わない
知っている	381	147 (38.6%)	205 (53.8%)	22 (5.8%)	7 (1.8%)
知らなかった	1832	174 (9.5%)	841 (45.9%)	526 (28.7%)	291 (15.9%)
合計	2213	321 (14.5%)	1046 (47.3%)	548 (24.8%)	298 (13.5%)

※名称変更の認知有無とのクロス集計

名称変更を知っている人ほど本市を身近に感じる傾向が高い結果でした。肯定的回答の割合は「知っている」92.4%に対し「知らない」55.4%でした。否定的回答も「知っている」7.6%、「知らない」44.6%で、情報に触れることが親近感や地域イメージの形成に影響している傾向が確認されました。

●名称変更による来訪意向

【問】魚沼ICへ改称後に魚沼市へ来訪したことがありますか。また、訪れてみたいと思いますか。



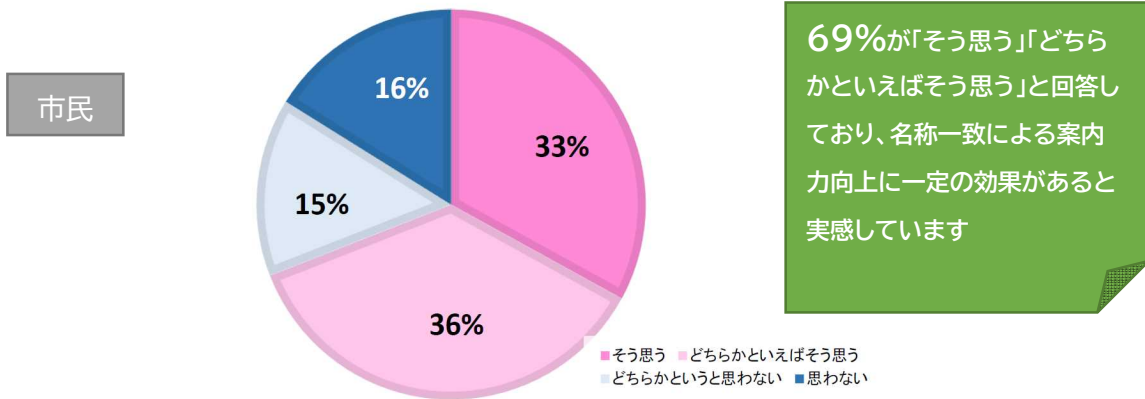
	全体	訪れたことがある	訪れたいと思っているが行けていない	訪れていない	訪れてみたいと思わない
知っている	381	152 (39.9%)	190 (49.9%)	36 (9.4%)	3 (0.8%)
知らなかった	1,832	64 (3.5%)	312 (17.0%)	949 (51.8%)	507 (27.7%)
合計	2,213	216 (9.8%)	502 (22.7%)	985 (44.5%)	510 (23.0%)

※名称変更の認知有無とのクロス集計

名称変更を知っている人ほど来訪意向が高い傾向でした。「訪れた/訪れたい」は知っている89.8%、知らない20.5%でした。一方で、「訪れていない等」は10.2%に対し、79.5%で、情報接触が来訪意向に影響している可能性が確認されました。

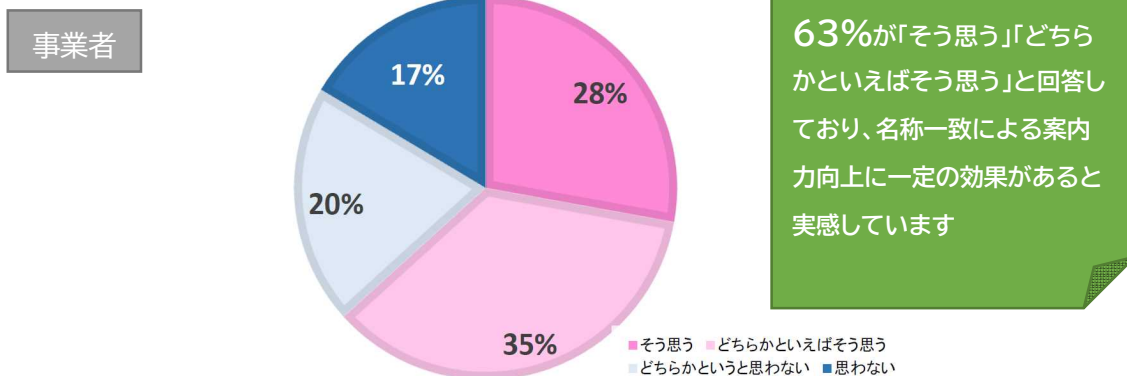
●案内のしやすさへの効果認識

【問】市の名称とインターチェンジの名称が一致したことで、魚沼市への案内がしやすくなったと思いますか。



全体	そう思う	どちらかといえばそう思う	どちらかというと思わない	思わない
1164	384	420	172	188
	33.0%	36.1%	14.8%	16.2%

	全体	19歳以下	20歳～29歳	30歳～39歳	40歳～49歳	50歳～59歳	60歳～69歳	70歳以上
そう思う	384	34.1%	28.7%	28.7%	28.1%	28.7%	35.3%	43.6%
どちらかといえば そう思う	420	36.4%	37.2%	31.5%	38.5%	40.4%	35.3%	34.2%
肯定計	804	70.5%	65.9%	60.2%	66.7%	69.1%	70.6%	77.8%
どちらかというと思 わない	172	13.6%	19.4%	19.3%	15.6%	14.6%	11.1%	11.1%
思わない	188	15.9%	14.7%	20.4%	17.7%	16.3%	18.3%	11.1%
否定計	360	29.5%	34.1%	39.8%	33.3%	30.9%	29.4%	22.2%



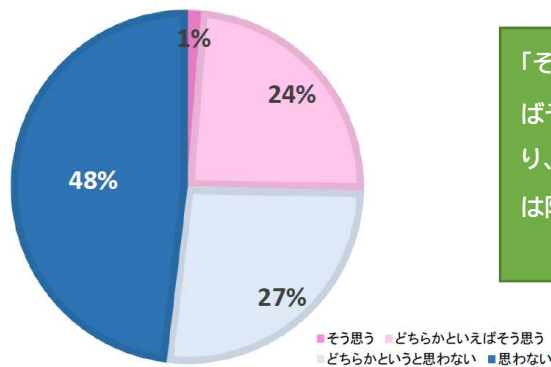
全体(n)	そう思う	どちらかといえばそう思う	どちらかというと思わない	思わない
79	22	28	16	13
	27.8%	35.4%	20.3%	16.5%

市の名称とインターチェンジの名称一致による案内のしやすさは、どの年代でも6割以上が実感している結果でした。一方で、否定的な評価が3割あり、認識には個人差が見られます。

●販路・売上拡大への効果

【問】魚沼ICの名称変更は、販路や売上拡大の契機になったと感じますか。

事業者のみ



「そう思う」「どちらかといえ
ばそう思う」が25%であ
り、販路や売上拡大への実感
は限定的です。

全体(n)	そう思う	どちらかといえばそう思う	どちらかというと思わない	思わない
79	1	19	21	38
	1.3%	24.1%	26.6%	48.1%

▼販路・売上拡大への影響に関する自由意見▼

肯定的評価	否定的評価
将来的な期待 <ul style="list-style-type: none"> ・数年後には期待できると思う ・まだ実感は無い ・街並み整備などが進めば期待できる ・魚沼ブランド向上の一步になればと思う 	売上・販路への影響なし <ul style="list-style-type: none"> ・販路や売上拡大にはなっていないと思う ・特に変化なし ・全く売上などに繋がってる感じはない ・ICの変更のみなら変わらないと思いました
間接的な効果 <ul style="list-style-type: none"> ・市外で話題になることがある ・魚沼インター下車と説明しやすくなった ・関連商品が生まれた 	影響の限定・関係性の低さ <ul style="list-style-type: none"> ・地元の客が主なので変わりはない ・取引先は県外だが移動は新幹線が中心 ・インターの名前と自社製品の関わりがない

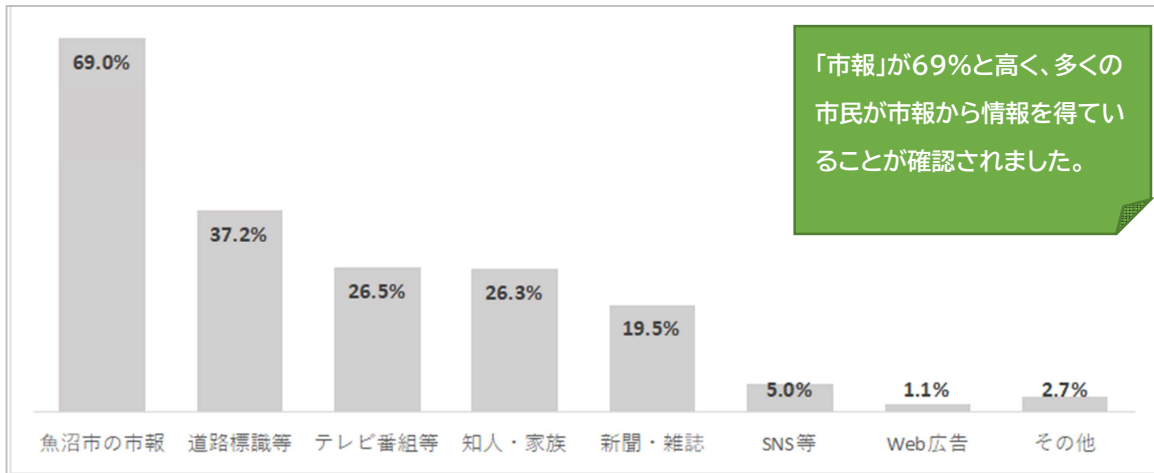
ICの名称変更が販路拡大や売上増加に直接寄与した実感は限定的であり、「影響なし」とする評価が多数を占める現状がわかりました。特に、顧客構成や業態特性により、名称変更との関連性自体が低いとする事業者が多くを占めることも確認されました。

一方で、少数ですが、「関連商品が生まれた」、「魚沼ブランド向上の一步へ」など将来へ期待する声があることも確認されました。

●名称変更に関する情報接触媒体

【問】名称変更について見たり聞いたりした広報媒体は何ですか。(3つまで選択可)

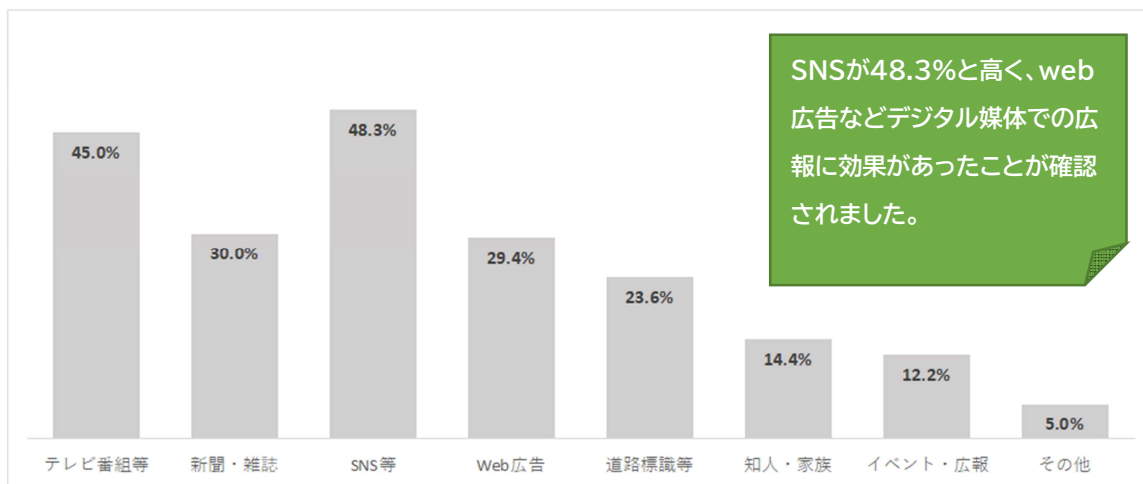
市民



【問】名称変更についてどのように知りましたか。(複数回答可)

※名称変更を知っていると回答した方を対象

市外在住者



市民アンケートでは、市報で定期的に取り組状況を周知してきたことに一定の効果があった一方で、SNS等のデジタル媒体からの接触は低い結果でした。

市外アンケートでは、SNSやweb広告のデジタル媒体からの接触が高い傾向にあり、様々な情報媒体を活用し発信する重要性がわかりました。

●自由意見(市民・市内事業者)

【問】名称変更に対してご意見や感想がありましたら記載してください。

市民や事業者の皆さまからの自由意見を、4つのカテゴリーに分類しました。

「魚沼ブランド」による認知度向上と案内のしやすさ



▼代表意見▼

- ・首都圏から見れば魚沼は良いイメージだと思いますが、ICの名称も同じにすることで、誰でもはっきり分かると思います。『魚沼に行こう!』と思えば魚沼インターで降りればいい。
- ・「魚沼産コシヒカリ」の知名度と地理的な関係が他県からみて分かりやすくなったと思います。
- ・市の名称とインターチェンジの名称が一致したことで、県外の方に魚沼市への行き方を説明するときにわかりやすくなったと感じます。
- ・関東の友人が「魚沼」なら地域がピンとくると言っていた。

費用対効果、必要性に対する疑問

▼代表意見▼

- ・16億円の経済効果は見込めるのか甚だ疑問。正直税金の無駄遣いだと思う。
- ・大きな税金を投入して、名称変えたことでの経済効果は…?あまり感じないように思うから。
- ・税金を使ってまで変える必要があったか疑問に思う。
- ・名称変更より他にお金を使うべき分野がある。
- ・変化を感じない。



名称変更をいかす施策に対する期待

▼代表意見▼

- ・魚沼IC名称変更を機に、来訪者の増加、魚沼市の知名度向上が実現できるよう、来訪者が魚沼市の魅力を感じ、楽しんでもらえるようなまちづくりを進めてほしい。
- ・市の名称とインターチェンジの名称が一致しました。次はどうやって魚沼に全国から足を運んでもらいましょうか。イベントでしょうか。施設でしょうか。集客に繋がる次の手が必要と思います。
- ・変更して1年経過し、すっかり馴染んだ気がします。魚沼市が発展するために型にとらわれず様々な取組や挑戦に期待しています。
- ・今後は、既にある市内の施設やイベントについても、市外・県外から訪れた方が、「来てよかった」、「また、来たい」と思える魅力づくりやPRにより力を入れていただけることを期待しています。

地域名への愛着と変更の混乱



▼代表意見▼

- ・小出という地名を使った物が無くなり、とにかく寂しい。
- ・小出ICのみが変更された結果、堀之内の名称だけが残ってしまい、とても中途半端で統一感が薄く感じます。
- ・「堀之内ICは魚沼市ではないのか？」という印象をもつ人が出なければと思う。『魚沼小出』『魚沼堀之内』の方が良いのではないか。
- ・小出ICを乗り越えて、川口、小千谷、長岡ICまで行ってしまう人がいた。

名称変更による全国的な認知度向上や案内のしやすさについては、肯定的に捉えている声が多くあります。

一方で、「多額の費用(税金)に見合う経済効果や生活向上の実感が伴っていない」という費用対効果に疑問を持つ声もあります。「名称を変えただけで終わらず、どのように地域振興へいかしていくか」という意見や提案を頂き、地域発展への期待も確認されました。

●自由意見(市外在住者)

【問】魚沼IC名称変更や魚沼市の今後の取組に期待していること・感じたことをご自由にお書きください。

市外在住者の皆さまからのご意見を3つのカテゴリーに分けました。

ブランド認知(魚沼＝お米)



▼代表意見▼

- ・「魚沼」というとコメのブランド名で有名なので、市の認知度が高まっていいと思う。
- ・お米でとても有名なので、とてもポジティブな変更だと思います。
- ・自然が豊かなイメージがあります。

情報発信と観光整備への希望

▼代表意見▼

- ・魚沼といえばコシヒカリのイメージが強い。訪ねてみたいという興味はもちろんあり、本場のお米を堪能してみたいが、それ以外にどんな楽しみがある旅先なのかがわからない。
- ・行きたくなるようなPRをしていただくと良いと思います。
- ・魅力的な観光地になれば訪れてみたい。
- ・どのような特産品やイベントなどがあるのか発信してほしい。



【名称変更への評価・関心】

・『魚沼』というコメのブランド名で有名なので、市の認知度が高まっていいと思う。市全体のブランド向上にも役立つのではないかな。

・名前だけ変えたとしても肝心の行き先に魅力がないので、見所を充実させるなどの施策が必要ではないかな。



・IC名称変更されても自分自身訪れることも利用することもない。

・あまりよく知らない地域なのでよくわからない。



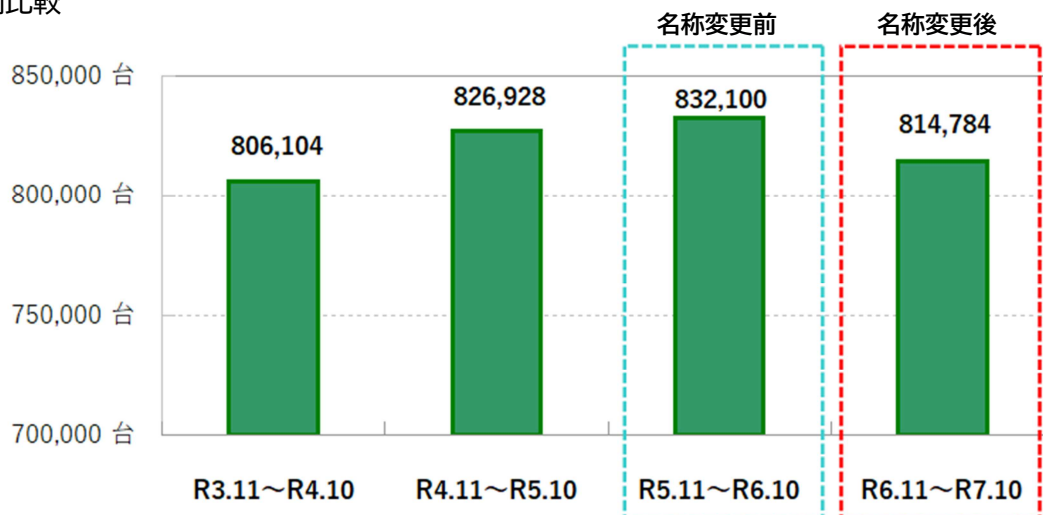
市外在住者からの魚沼市の認知は、「魚沼＝米」というイメージが強く、このブランド認知を前提に名称変更についても「場所が分かりやすくなった」、「イメージが良い」と好意的に捉えていることが確認されました。

一方で、お米以外の魅力(観光地・特産品など)が十分に知られていないことから情報発信の強化を期待する声も確認されました。

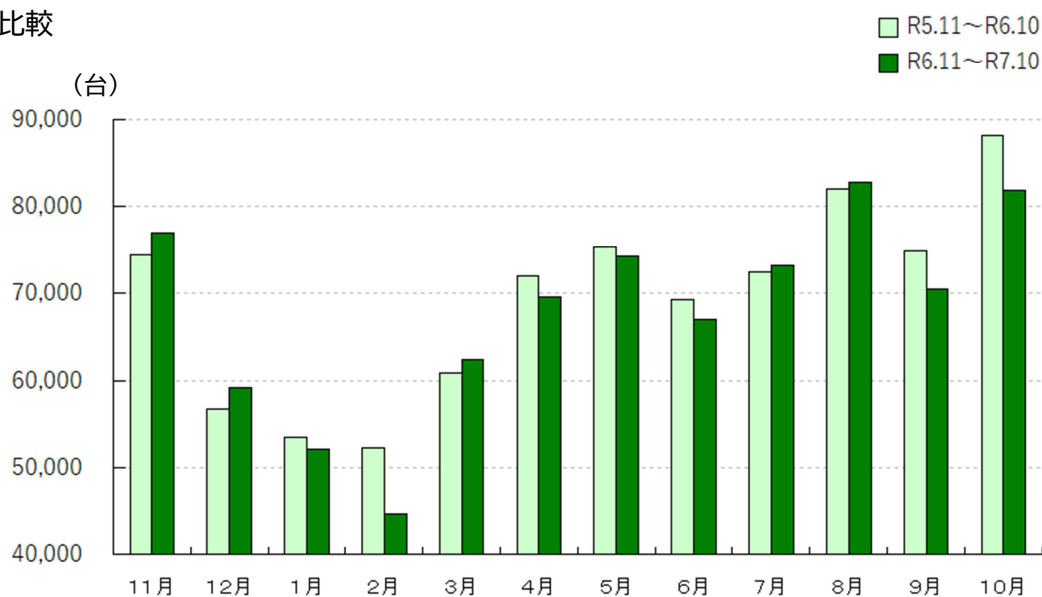
(2)名称変更前後の魚沼インターチェンジ利用台数について

魚沼IC月別利用台数(NEXCO東日本提供)により集計

●年間比較



●月別比較



(単位:台)

	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	合計
R3.11~R4.10	72,064	65,244	48,528	42,287	57,049	64,521	72,769	67,128	72,366	76,407	75,943	91,798	806,104
R4.11~R5.10	72,339	59,565	48,214	48,667	64,203	71,738	75,977	68,730	74,870	83,378	73,609	85,638	826,928
R5.11~R6.10	74,453	56,793	53,472	52,256	60,868	71,997	75,331	69,385	72,545	82,052	74,833	88,115	832,100
R6.11~R7.10	77,071	59,201	52,145	44,751	62,404	69,635	74,229	67,104	73,176	82,737	70,572	81,759	814,784



	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	合計
前年との比較 (台数)	2,618	2,408	-1,327	-7,505	1,536	-2,362	-1,102	-2,281	631	685	-4,261	-6,356	-17,316
前年との比較 (率)	+3.5%	+4.2%	-2.5%	-14.4%	+2.5%	-3.3%	-1.5%	-3.3%	+0.9%	+0.8%	-5.7%	-7.2%	-2.1%

●名称変更前後3か月の前年比較

【名称変更前】R6.8～10月とR5.8～10月の増減比較

	8月	9月	10月	合計
前年との比較 (台数)	-1,326	1,224	2,477	2,375
前年との比較 (率)	-1.6%	+1.7%	+2.9%	+1.0%

【名称変更後】R6.11～R7.1月とR5.11～R6.1月の増減比較

	11月	12月	1月	合計
前年との比較 (台数)	2,618	2,408	-1,327	3,699
前年との比較 (率)	+3.5%	+4.2%	-2.5%	+2.0%

●近隣ICとの比較

R6.11月～R7.10月

(単位:台)

	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	合計
六日町IC	116,335	105,538	89,289	85,707	79,306	99,721	94,633	106,481	97,822	111,509	121,632	102,089	1,210,062
魚沼IC	77,071	59,201	52,145	44,751	62,404	69,635	74,229	67,104	73,176	82,737	70,572	81,759	814,784
堀之内IC	26,289	21,302	19,528	17,061	22,152	23,274	30,665	25,767	27,717	28,790	25,285	28,658	296,488
越後川口IC	61,384	47,294	41,999	37,171	49,458	50,627	59,127	54,282	58,822	67,412	56,087	60,772	644,435

R5.11月～R6.10月

(単位:台)

	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	合計
六日町IC	103,563	85,541	83,369	88,077	95,008	97,373	106,346	96,854	104,506	119,460	102,967	116,335	1,199,399
魚沼IC	74,453	56,793	53,472	52,256	60,868	71,997	75,331	69,385	72,545	82,052	74,833	88,115	832,100
堀之内IC	25,826	19,643	17,936	18,772	21,516	25,913	32,579	26,297	26,995	28,697	27,732	30,068	301,974
越後川口IC	61,363	46,525	42,391	45,614	51,309	54,897	59,624	55,313	60,901	70,751	60,791	65,902	675,381

前年との比較

	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	合計
六日町IC	12,772	19,997	5,920	-2,370	-15,702	2,348	-11,713	9,627	-6,684	-7,951	18,665	-14,246	10,663
	+12.3%	+23.4%	+7.1%	-2.7%	-16.5%	+2.4%	-11.0%	+9.9%	-6.4%	-6.7%	+18.1%	-12.2%	+0.9%
魚沼IC	2,618	2,408	-1,327	-7,505	1,536	-2,362	-1,102	-2,281	631	685	-4,261	-6,356	-17,316
	+3.5%	+4.2%	-2.5%	-14.4%	+2.5%	-3.3%	-1.5%	-3.3%	+0.9%	+0.8%	-5.7%	-7.2%	-2.1%
堀之内IC	463	1,659	1,592	-1,711	636	-2,639	-1,914	-530	722	93	-2,447	-1,410	-5,486
	+1.8%	+8.4%	+8.9%	-9.1%	+3.0%	-10.2%	-5.9%	-2.0%	+2.7%	+0.3%	-8.8%	-4.7%	-1.8%
越後川口IC	21	769	-392	-8,443	-1,851	-4,270	-497	-1,031	-2,079	-3,339	-4,704	-5,130	-30,946
	+0.0%	+1.7%	-0.9%	-18.5%	-3.6%	-7.8%	-0.8%	-1.9%	-3.4%	-4.7%	-7.7%	-7.8%	-4.6%

※上段:台数 下段:率

【変更直後(11月・12月)の交通量は堅調な増加】

名称変更直後の令和6年11月、12月の魚沼インターチェンジの交通量は、前年同月比でそれぞれ+3.5%(約2,600台増)、+4.2%(約2,400台増)と堅調な増加でした。

同時期の近隣インターチェンジでは、横ばいのインターチェンジも複数存在しています。また、名称変更直前の8月から10月までが前年比+1%程度の微増であったことと比較すると秋の行楽シーズンに加え、ニュース報道等での名称変更の話題性が本市への来訪を促進した可能性も考えられます。

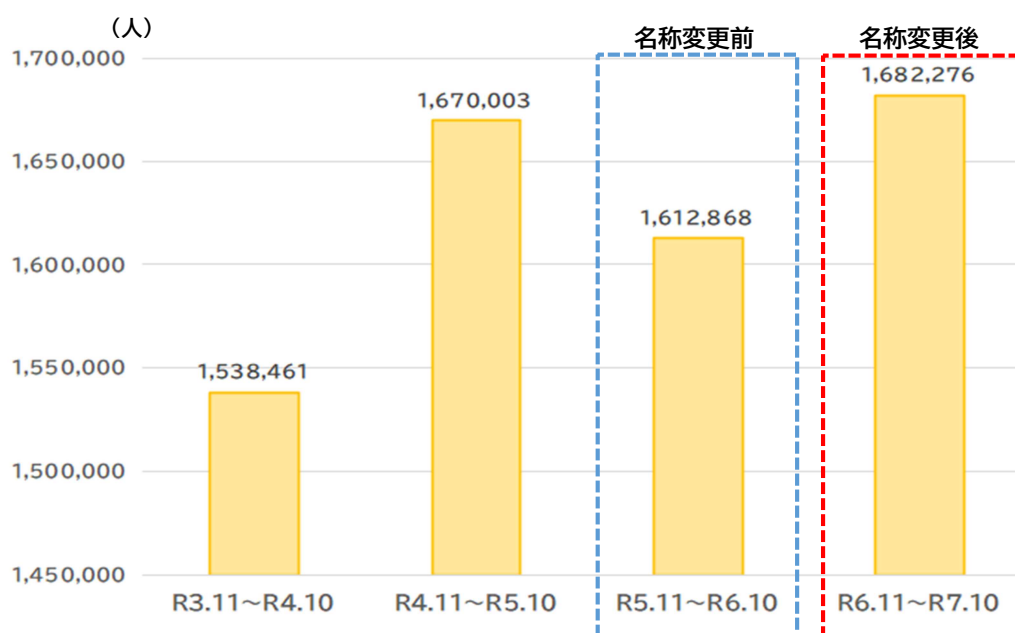
【名称変更後年間比較では微減】

名称変更前後の年間で比較すると-2.1%と小幅に減少しています。2月の前年比-14.4%が大きな要因と捉えられます。近隣インターチェンジとの比較でも軒並み減少していることから、気象条件、曜日配列や社会情勢等の外部要因の影響を受けているものと考えられますが、名称変更が外部要因に影響を受けないほどの来訪促進の動機付けになっていない可能性も考えられます。

(3)観光客数について

宿泊客数・観光入込客数(魚沼市観光動態調査)により集計

●観光入込客数年間比較



(単位:人)

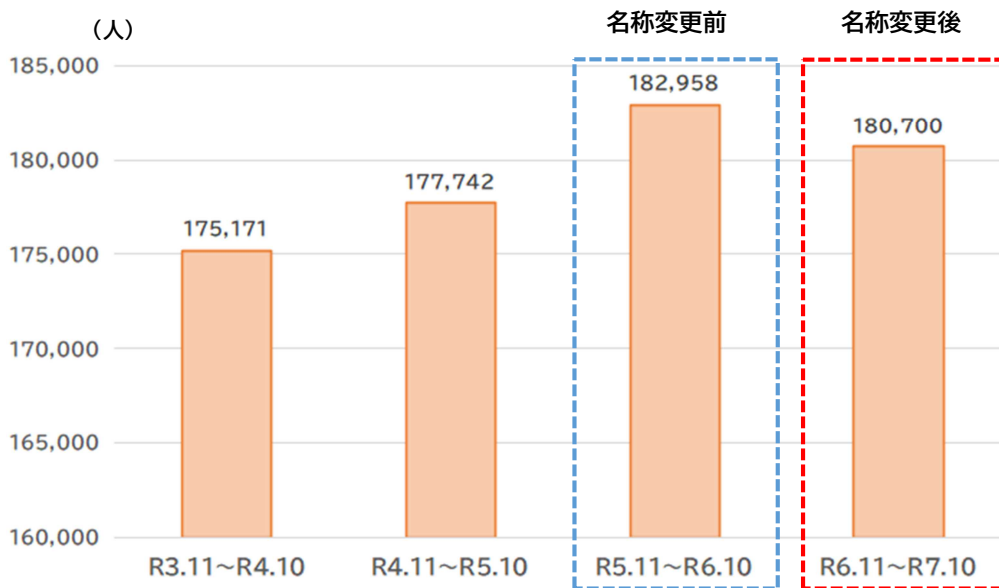
	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	合計
R3.11~R4.10	132,752	58,213	68,808	56,654	63,835	108,313	222,104	126,210	140,243	160,932	179,607	220,790	1,538,461
R4.11~R5.10	130,767	65,866	71,484	85,291	89,667	140,446	245,790	143,453	133,292	184,484	167,588	211,875	1,670,003
R5.11~R6.10	148,659	71,747	63,274	85,942	73,319	130,100	238,095	144,138	116,780	172,804	163,356	204,654	1,612,868
R6.11~R7.10	152,479	74,643	83,236	91,192	93,053	125,914	204,833	135,884	137,455	201,394	183,466	198,727	1,682,276



●前年比較

	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	合計
前年との比較 (人)	3,820	2,896	19,962	5,250	19,734	-4,186	-33,262	-8,254	20,675	28,590	20,110	-5,927	69,408
前年との比較 (率)	+2.6%	+4.0%	+31.5%	+6.1%	+26.9%	-3.2%	-14.0%	-5.7%	+17.7%	+16.5%	+12.3%	-2.9%	+4.3%

●宿泊客数年間比較



(単位:人)

	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	合計
R3.11~R4.10	14,403	11,515	8,180	6,954	8,183	13,295	17,545	18,461	16,488	19,955	18,836	21,356	175,171
R4.11~R5.10	14,664	11,596	9,879	10,730	11,539	11,957	17,946	15,094	16,533	22,589	18,140	17,075	177,742
R5.11~R6.10	14,015	10,917	10,796	12,278	12,743	14,062	16,845	15,632	17,611	21,545	16,886	19,628	182,958
R6.11~R7.10	13,699	11,253	12,231	12,848	11,673	11,303	16,112	15,309	17,024	22,686	17,821	18,741	180,700



●前年比較

	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	合計
前年との比較 (人)	-316	336	1,435	570	-1,070	-2,759	-733	-323	-587	1,141	935	-887	-2,258
前年との比較 (率)	-2.3%	+3.1%	+13.3%	+4.6%	-8.4%	-19.6%	-4.4%	-2.1%	-3.3%	+5.3%	+5.5%	-4.5%	-1.2%

【観光入込客数は名称変更前後比較で+約6.9万人】

名称変更後の1年間の観光入込客数は1,682,276人となり、前年比で+69,408人(+4.3%)と大きく増加しました。

これは、名称変更の経済波及効果の推計で見込んだ「日帰り客3.8万人増」を上回っています。名称変更直後の11月(+2.6%)・12月(+4.0%)の堅調な滑り出しに加え、7月から9月にかけても12%から17%の高い上昇率を記録しています。

【宿泊客数は名称変更前後比較では微減】

名称変更後1年間の「宿泊客数」は180,700人となり、前年比で-2,258人(-1.2%)の微減となりました。前年を上回る月もあったものの、年間を通すと、名称変更の経済波及効果の推計で見込んだ「宿泊客数2.3万人増」には届きませんでした。観光入込客数が大きく伸びていることと比較すると、「宿泊に結びつけられていない」という現状が確認されます。

一方で、12月(+3.1%)、1月(+13.3%)、2月(+4.6%)は、前年を上回っています。IC交通量が前年同月比-14.4%と減少した2月においても宿泊客は増加を維持できたことが確認されます。

交通量と同様に、観光客数の動向についても、気象条件、曜日配列や社会情勢等の外部要因の影響を受けるため、単年度の比較のみをもって効果を確定できるものではありません。

しかしながら、市制施行20周年と名称変更を記念したクーポン発行「魚沼市に泊まって周遊キャンペーン」の観光施策、令和7年8月から令和8年1月実施の市内周遊「キテミテ！魚沼エキタグスタンプラリー」のシティプロモーションやNEXCO東日本の販売するドラ割「ウインターパス2025セットプラン」の首都圏発着の目的地エリアに市内スキー場が追加になったことなど、魚沼インターチェンジを起点とした取組の成果の端緒が現れてきたものとも考えられます。

(4)観光消費額動向について

(一社)魚沼市観光協会実施 観光動向調査アンケート結果より抜粋

【観光動向調査アンケート】

調査期間:令和7年6月～令和8年2月

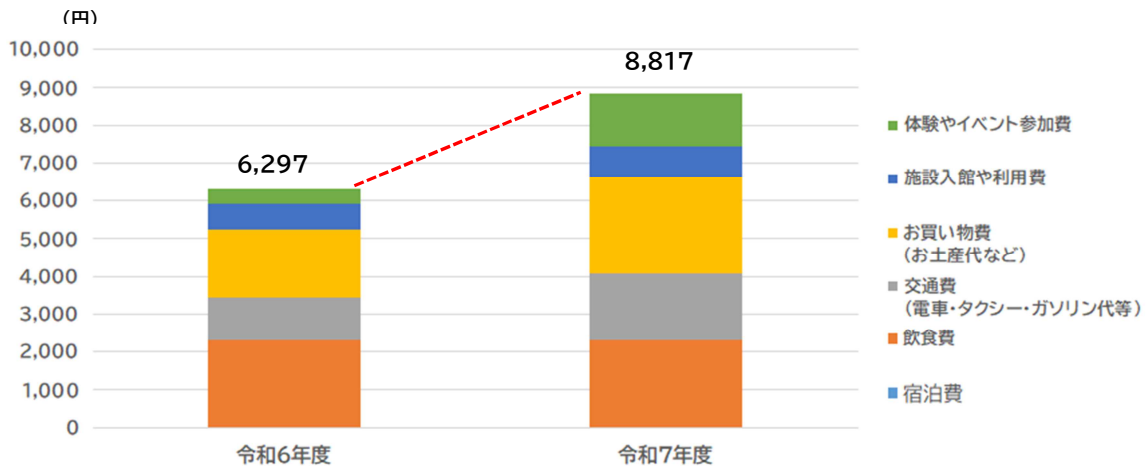
配布方法:イベント会場5か所、観光施設10か所、宿泊施設7か所にアンケート用QRを設置または配布

有効回答数:n=1,230件

調査方法:web回答方式

主な調査内容:旅行の目的、移動手段、宿泊有無、消費額ほか

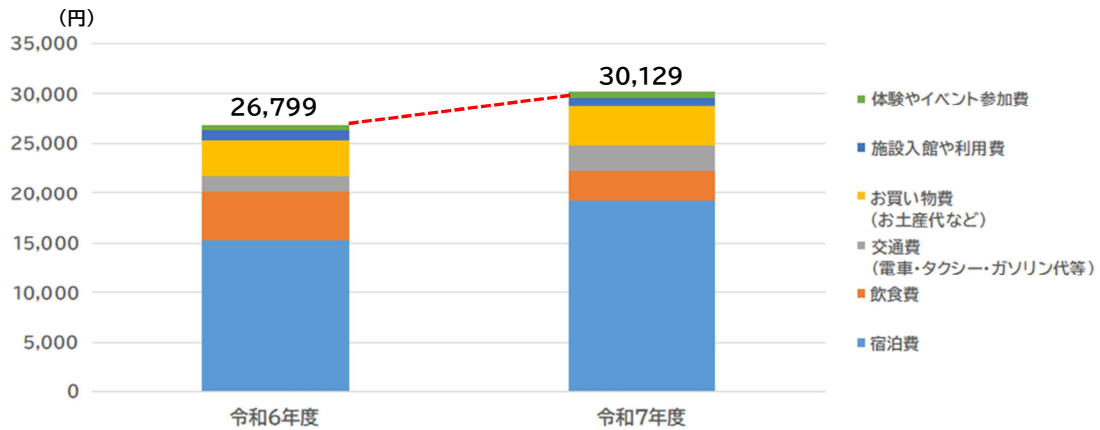
●【日帰り】平均消費額比較



(単位:円)

年度	宿泊費	飲食費	交通費 (電車・タクシー・ガソリン代等)	お買い物費 (お土産代など)	施設入館や利用費	体験やイベント参加費	合計
令和6年 ①		2,287	1,134	1,796	686	394	6,297
令和7年 ②		2,284	1,762	2,545	834	1,392	8,817
増減額 (①-②)		-3	628	749	148	998	2,520
増減率 (①/②)		-0.1%	+55.4%	+41.7%	+21.6%	+253.3%	+40.0%

●【宿泊】平均消費額比較



(単位:円)

年度	宿泊費	飲食費	交通費 (電車・タクシー・ガソリン代等)	お買い物費 (お土産代など)	施設入館や利用費	体験やイベント参加費	合計
令和6年 ①	15,175	4,826	1,719	3,502	1,067	510	26,799
令和7年 ②	19,171	3,063	2,556	3,816	969	554	30,129
増減額 (②-①)	3,996	-1,763	837	314	-98	44	3,330
増減率 (②/①)	+26.3%	-36.5%	+48.7%	+9.0%	-9.2%	+8.6%	+12.4%

【日帰り客の消費単価増(体験・購買意欲の向上)】

令和7年度の日帰り客の1人当たり平均消費額は8,817円で、令和6年度の6,297円から約2,500円増加しました。物価高騰による影響を含んでいるものと考えられますが、「お買い物費(前年比+749円)」や「体験・イベント参加費(前年比+998円)」は伸びており消費意欲の高まりが確認されます。

【宿泊客の消費動向】

令和7年度宿泊客の1人当たり平均消費額は30,129円で、令和6年度の26,799円から約3,300円増加しました。主な要因は、宿泊費(前年比+3,996円)の増加でした。宿泊客の消費額は、日帰り客と比較すると約3.4倍と高くなっています。

【観光客数との比較(総括)】

名称変更後1年間の日帰り客数は約6.9万人増加しており、「日帰り客消費単価」も上昇傾向にあるため、市内に新たな経済効果創出の兆しが確認されます。

一方で、宿泊客の消費額も上昇しているものの、増加率は、日帰り客に比べて低く、宿泊客数も減少していることから、日帰り客や通過客を「宿泊」に転換させていく魅力発信や早朝、夜間の体験など滞在時間を延ばすようなコンテンツの提供が更に重要になります。

※交通量や観光客の動向と同様に、物価高騰等の社会情勢の外部要因の影響を受けるため、単年度の比較のみで効果を確定できるものではないことに留意が必要です。

(5) 実績値に基づく経済波及効果の再算定(参考値)

名称変更から1年が経過した時点での観光客数等の実績を踏まえ、事前調査の推計で用いた新潟県提供の「分析ツール(観光消費)」を活用し、現時点における経済波及効果の再算定(シミュレーション)を行いました。

●算定の前提条件

- ・日帰り客の増加数: +6.9万人(実績値に基づく)
- ・宿泊客の増加数: ±0人(実績値から増加分なしとして設定)

※実績値: 令和7年度実績

●再算定結果

上記の条件で試算した結果、現時点での名称変更に伴う経済波及効果は約10.95億円と推計されました。

10.95 億円	
直接効果	7.22 億円
1次間接効果	2.36 億円
2次間接効果	1.37 億円

当初の推計「16.63億円(日帰り3.8万人増・宿泊2.3万人増を想定)」には達していませんが、これは、消費単価が高い「宿泊客」の増加分がないことが主な要因です。

一方で、日帰り客の大幅な増加のみで、約10億円の経済波及効果が推計された点は、効果の兆しを感じられるところです。

今後は、観光消費額動向にも記載のとおり日帰り客や通過客を「宿泊」に転換していくことが重要です。

【本算定結果に関する留意事項(参考値としての位置づけ)】

本結果は、新潟県提供の分析ツールに、実績に基づく仮定値により算出した参考推計値(目安)であり、確定した経済効果(実数)を示すものではありません。

7 まとめと今後について

魚沼インターチェンジへの名称変更は、全国的に知名度の高い「魚沼」を冠し、市の名称と一致したことで、市外からの来訪者に対する分かりやすさや、本市の認知度向上といった点において、一定の効果があつたと評価できます。

特にアンケート調査においては、名称変更の趣旨に添った肯定的な意見が多く寄せられました。

インターチェンジ交通量や観光客に関する定量データは天候、社会情勢等の外部要因に左右されやすいため、1年間という短期間でデータのみに名称変更の効果(増減)を断定することは困難なものの、現時点では、当初の経済波及効果の推計である観光客数増加について、宿泊客数は達成できていませんが、日帰り客数では大幅に上回ることができました。また、観光消費額の上昇傾向ともあいまって、良好な変化の兆しが見えてきました。

本市では、名称変更後の地域発展についても継続的に取り組み、シティプロモーションにおいて、魚沼 IC 誕生 1 周年記念イベントやスタンプラリー等を実施し、来訪促進を図っています。

今後も、観光施策や情報発信と連動させることで、名称変更の効果をより一層高めていくとともに、市全体がその効果を実感できるよう市・市民・事業者の全体で本市の魅力向上を図るよう努めてまいります。



「魚沼インターチェンジ名称変更事業【実施報告・効果検証(1年経過時点)】」

令和8年4月作成

(インターチェンジ名称検討協議会事務局)

魚沼市総務政策部企画政策課

〒946-8601 新潟県魚沼市小出島910番地

TEL:025-792-1425

FAX:025-792-9500

<https://www.city.uonuma.lg.jp/>



魚沼市

