

総務環境委員会 調査報告書（まとめ）

1. 人口の推移（高山市全体）

高山市の人口は、H17年の合併当初は97,000人余りあったのが、H30年では88,000人台となり約9千人余りが減少した。この中でも大きな課題は少子高齢化が急激に進行していること、また生産年齢人口が減少を続ける中であって高山市全体の産業構造をどう整え、経済基盤を強固にするかが最大の鍵となっている。

人口の自然動態では、H17年の1年間の出生数814人、H29年に710人と単年比較しても1年間の出生数は100人程度減少し、死亡者数はH17年938人、H29年には1,164人と1年間で200人以上の死亡者数となり年々増加している。一年間の出生数の倍以上が死亡することで自然動態は著しい減少の一途を辿っている。

社会動態では、H17年における1年間の転入者数3,012人、転出者数3,386人で374人の転出超過となっていた。H29年には転入者数2,291人、転出者数2,536人で245人が転出超過になっている。転入者数と転出者数は年によって多少のバラつきはあるものの毎年100～500人程度の転出超過が続いている。また、これらの数値は住民基本台帳を基に算出している数値であり、若年層が大学等へ進学する場合に住所を残したままの転出者がカウントされていないため、現実にはもっと多くの転出者数が予想される。

世帯数はH17年33,541世帯が、H31年1月現在では35,644と人口減少とは逆に2,100世帯が増加している。これは若年層の世帯分離や高齢者単独世帯の増加に起因するものとされている。

労働力人口（15歳～64歳）は、H17年に59,050人（占有率61.4%）であったものが、H27年には49,548人（占有率55.6%）と減少しており、人口減少社会の中で労働力不足と事業継承問題が顕在化している。

2. 奥飛騨地域（上宝地域）の人口推移

上宝地域の人口は、H30年4月1日現在で2,999人まで減少している。23年前の1995年には4,083人、2005年には4,011人であったが、合併以後の13年間に1,012人の減少となり減少率25.2%と高い数値を示している。平成17年とH30年の減少率を支所地域と比較して最も高いのは高根地域の59.8%、上宝地域25.2%、朝日地域の23.7%の順となっている。

	H17	H26	H27	H29	H30	H17比(%)
高山地域	66,430	63,530	62,992	62,541	62,243	93.7
丹生川地域	4,719	4,441	4,408	4,362	4,314	91.4
清見地域	2,657	2,531	2,483	2,454	2,397	90.2
荘川地域	1,345	1,175	1,157	1,131	1,098	81.6
一之宮地域	2,659	2,600	2,537	2,544	2,504	94.1
久々野地域	4,132	3,666	3,643	3,579	3,497	84.6
朝日地域	2,155	1,754	1,730	1,681	1,645	76.3
高根地域	814	366	358	345	332	40.8

国府地域	8,101	7,686	7,614	7,588	7,537	93.0
上宝地域	4,011	3,189	3,102	3,040	2,999	74.8

上宝地域の高齢化率は、H29 年 4 月現在で 39.4%であり、高根地域 57.1%、荘川地区 40.3%、次いで上宝の順となっている。今後も 2040 年までこの傾向は当分続くと予測され、上宝地域の高齢化率は 43.9%、人口 2,300 人まで減少することが見込まれている。

高山市の地域別高齢者等の状況（平成29年4月1日現在）

	計	男性	女性	65 歳以上	男性	女性	高齢化率	男性	女性
合計	89,265	42,459	46,806	28,118	11,920	16,198	31.50%	28.10%	34.60%
高山	62,541	29,548	32,993	18,880	7,911	10,969	30.20%	26.80%	33.20%
丹生川	4,362	2,142	2,220	1,369	595	774	31.40%	27.80%	34.90%
清見	2,454	1,222	1,232	823	366	457	33.50%	30.00%	37.10%
荘川	1,131	537	594	456	193	263	40.30%	35.90%	44.30%
一之宮	2,544	1,202	1,342	819	344	475	32.20%	28.60%	35.40%
久々野	3,579	1,680	1,899	1,310	566	744	36.60%	33.70%	39.20%
朝日	1,681	795	886	650	276	374	38.70%	34.70%	42.20%
高根	345	172	173	197	86	111	57.10%	50.00%	64.20%
国府	7,588	3,691	3,897	2,417	1,078	1,339	31.90%	29.20%	34.40%
上宝	3,040	1,470	1,570	1,197	505	692	39.40%	34.40%	44.10%

高山市の 2040 年高齢化率の予測（2010 年国勢調査）

	2040 年高齢化率	人口増減率 2010⇒2040	2010	2020	2030	2040
高山	38.20%	▲23.4%	63,955	60,115	54,671	48,994
丹生川	39.40%	▲26.1%	4,548	4,117	3,739	3,362
清見	41.80%	▲26.6%	2,511	2,267	2,054	1,843
荘川	47.90%	▲36.2%	1,241	1,065	918	792
一之宮	39.00%	▲22.7%	2,616	2,450	2,255	2,023
久々野	38.70%	▲28.6%	3,793	3,380	3,023	2,707
朝日	41.60%	▲30.3%	1,869	1,631	1,460	1,302
高根	67.70%	▲57.6%	474	353	278	201
国府	40.30%	▲28.3%	8,114	7,329	6,563	5,819
上宝	43.90%	▲34.0%	3,626	3,180	2,779	2,394
全域	39.00%	▲25.1%	92,747	85,887	77,740	69,437

上宝地域の生産年齢人口

上宝地域の年齢階層別の人口分布は H30 年 4 月現在で、年少人口（0～14 歳）9.6%、生産年齢人口（15～64 歳）50.9%、高齢者人口（65 歳以上）39.5%となり、年々高齢者が増加し年少者と現役世代が減少の一途を辿っている。平均年齢は男性 50.5 歳、女性 54.8 歳となっている。

	男性	女性	計	割合%
年少人口（0～14歳）	135	152	287	9.6
生産年齢人口（15～64歳）	815	711	1,526	50.9
高齢人口（65歳～）	501	685	1,186	39.5
合 計	1,451	1,548	2,999	100.0

地区別の人口推移（H17年度対比）

	H30				H17					
	男性	女性	合計	世帯数	男性	女性	合計	世帯数	人口減少率（%）	世帯増加率（倍率）
奥飛騨温泉郷平湯	89	96	185	85	93	103	196	82	94.4%	1.04
奥飛騨温泉郷福地	44	47	91	43	51	58	109	38	83.5%	1.13
奥飛騨温泉郷一重ヶ根	208	188	396	170	251	238	489	181	81.0%	0.94
奥飛騨温泉郷村上	46	60	106	42	60	69	129	36	82.2%	1.17
奥飛騨温泉郷中尾	42	48	90	36	65	71	136	40	66.2%	0.90
奥飛騨温泉郷神坂	41	33	74	55	50	53	103	42	71.8%	1.31
奥飛騨温泉郷栃尾	116	121	237	93	139	129	268	83	88.4%	1.12
奥飛騨温泉郷今見	26	29	55	21	36	32	68	22	80.9%	0.95
奥飛騨温泉郷田頃家	35	36	71	34	52	56	108	36	65.7%	0.94
奥飛騨温泉郷蓼之保	2	2	4	2	3	3	6	2	66.7%	1.00
奥飛騨温泉郷柏当	4	14	18	10	18	25	43	17	41.9%	0.59
奥飛騨温泉郷笹嶋	5	5	10	4	14	10	24	8	41.7%	0.50
奥飛騨温泉郷小計	658	679	1,337	595	832	847	1,679	587	79.6%	1.01
	H30				H17					
	男性	女性	合計	世帯数	男性	女性	合計	世帯数	人口減少率（%）	世帯増加率（倍率）
上宝町葛山	3	4	7	5	10	11	21	10	33.3%	0.50
上宝町長倉	41	40	81	33	63	62	125	40	64.8%	0.83
上宝町岩井戸	18	18	36	15	21	24	45	13	80.0%	1.15
上宝町鼠餅	3	4	7	5	9	8	17	8	41.2%	0.63
上宝町金木戸	1	4	5	4	3	7	10	4	50.0%	1.00
上宝町双六	35	40	75	28	51	54	105	29	71.4%	0.97
上宝町中山	16	15	31	12	17	19	36	12	86.1%	1.00
上宝町見座	51	55	106	37	70	81	151	43	70.2%	0.86
上宝町新田	4	5	9	4	7	10	17	6	52.9%	0.67
上宝町宮原	72	79	151	62	92	91	183	56	82.5%	1.11
上宝町在家	68	85	153	60	79	109	188	56	81.4%	1.07
上宝町本郷	226	250	476	175	292	317	609	175	78.2%	1.00
上宝町吉野	91	86	177	64	111	115	226	63	78.3%	1.02
上宝町荒原	15	17	32	15	27	31	58	21	55.2%	0.71
上宝町蔵柱	149	167	316	105	196	195	391	115	80.8%	0.91
上宝町 小計	793	869	1,662	624	1,048	1,134	2,182	651	76.2%	0.96
合計(上宝支所)	1,451	1,548	2,999	1,219	1,880	1,981	3,861	1,238	77.7%	0.98

上宝地域では奥飛騨地域・上宝地域とも約23%の人口減少であり、特に上宝地域における減少率が高くなっている。また、比較的人口が集中している地区では世帯数が増加し一人暮らし高齢者が増加している傾向が予想される。

3. 上宝地域の経済概況

上宝地域（奥飛騨温泉郷含む）は観光関連産業と土木建設業が基幹産業となっており、事業所数は

約 250 事業所、従業員数は常用・臨時併せて約 1,000 名となっている。

(1) 観光関連産業

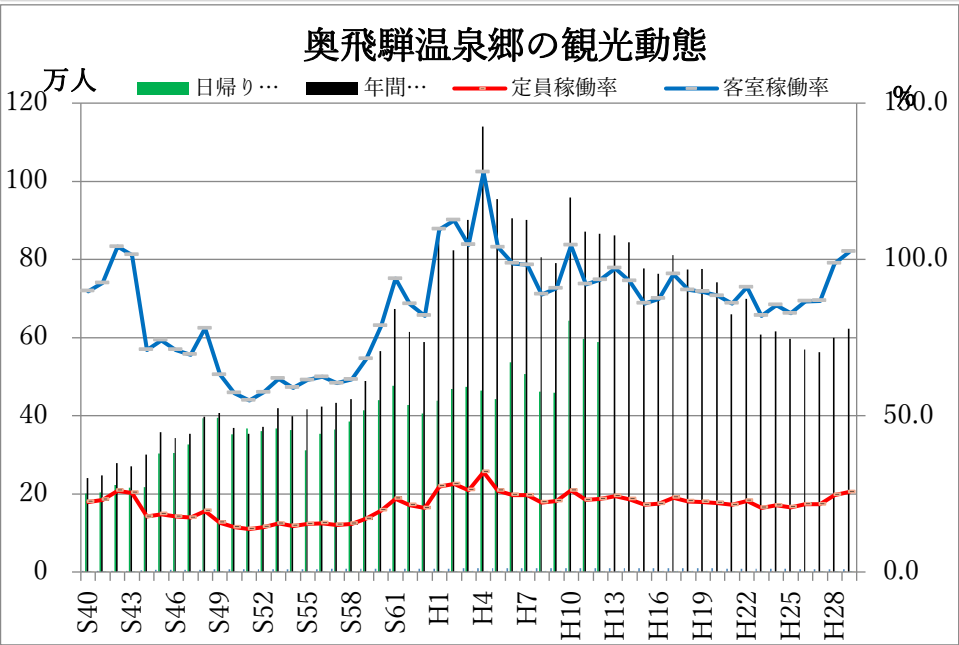
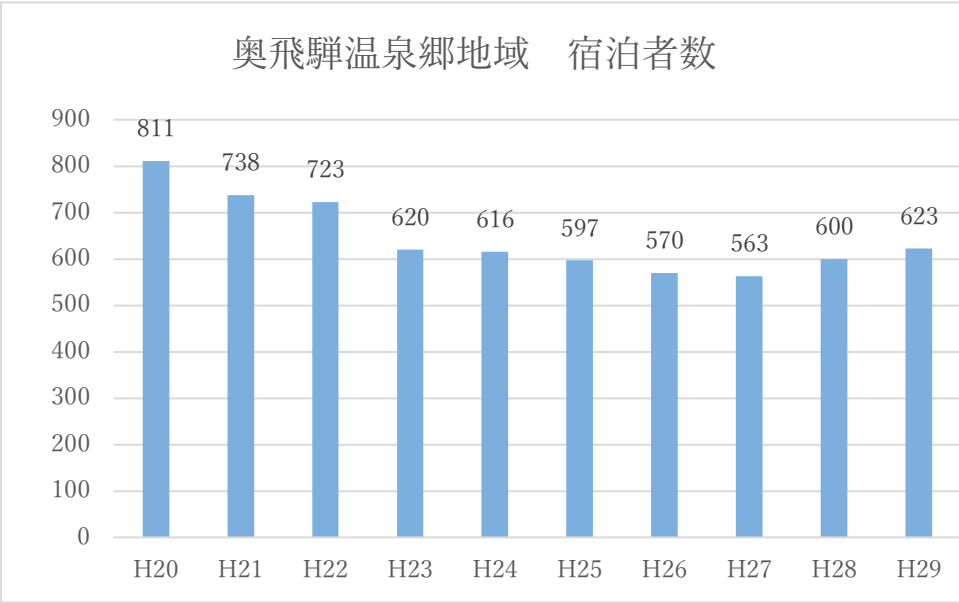
観光関連産業は平成の初め頃をピークとして 160 軒を超えていた宿泊施設も現在は、107 軒（H29.1 現在）で最近では経営を存続していても運営を外部資本に移管している施設が増加傾向にある。観光による地域の経済の波及については、H29 年宿泊者数 62 万 3 千人に観光消費額 34,382 円を乗ずると 214 億円と推測される。

奥飛騨温泉郷の観光客数（宿泊者数）はピーク時には、平成 4 年に 114 万人を記録したがバブル崩壊とともに年々宿泊者数は減少の一途を辿っている。ただ、平成 27 年の 56 万 3 千人を底として近年は若干の増加傾向にもなっている。

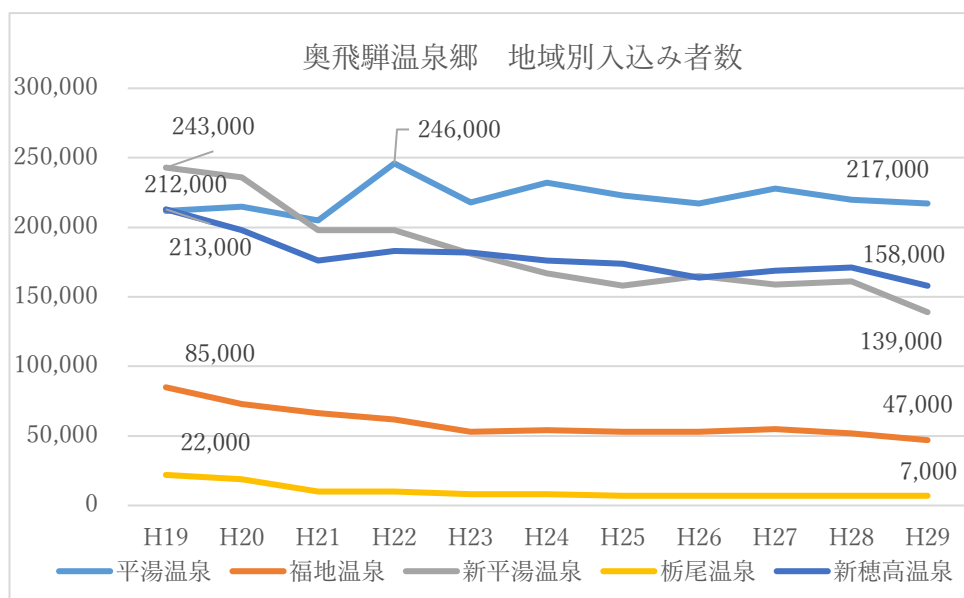
また、バブル期に繁

栄したことを契機に旅館や民宿が増加したが、その後の長引く景気低迷を背景に事業存続が危ぶまれる事業者も増え個々の経営が苦境に立たされている。

今後、増加が見込まれる外国人観光客や北アルプスの大自然を背景に更なる創造によって宿泊者数の増加と地域活性化に繋げることが重要である。



奥飛騨温泉郷10年間の宿泊客数の動態（入湯税ベースで換算する客数）												
	H19	H20	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H19年比増加率
平湯温泉	212,000	215,000	205,000	246,000	218,000	232,000	223,000	217,000	228,000	220,000	217,000	102.4%
福地温泉	85,000	73,000	66,500	62,000	53,000	54,000	53,000	53,000	55,000	52,000	47,000	55.3%
新平湯温泉	243,000	236,000	198,000	198,000	181,000	167,000	158,000	165,000	159,000	161,000	139,000	57.2%
栃尾温泉	22,000	19,000	10,000	10,000	8,000	8,000	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000	31.8%
新穂高温泉	213,000	198,000	176,000	183,000	182,000	176,000	174,000	164,000	169,000	171,000	158,000	74.2%
合計	775,000	741,000	655,500	699,000	642,000	637,000	615,000	606,000	618,000	611,000	568,000	73.3%



入湯税ベースで地域別宿泊者数を10年間で比較すると客数を増加若しくは維持しているのは、平湯温泉のみとなっている。次いで新穂高温泉が74%で残りの地域はH19年比で約半数若しくは3割の状況が連続している。

比較的に景気動向の影響を受けにくいと思われた福地温泉でも宿泊客がH19年比で半数程度に減少している。

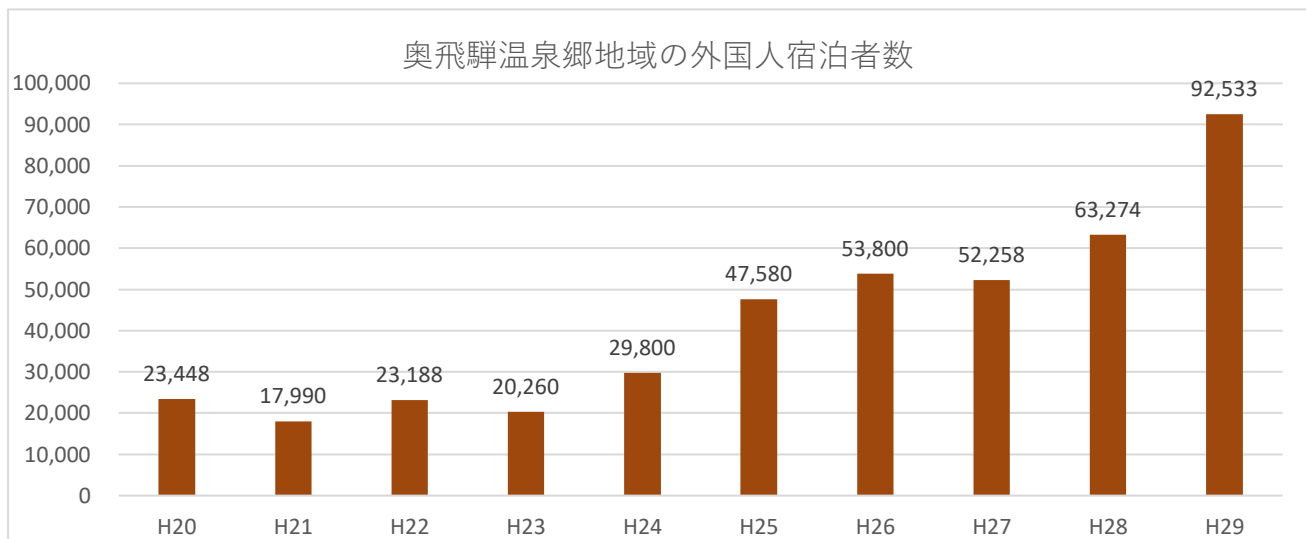
※収容人数と宿泊者数の推移

奥飛騨温泉郷地域の収容人数と採算目標										
	H20	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29
施設数	147	145	137	132	127	127	121	117	107	107
収容人数	8,679	8,516	8,248	8,032	7,908	7,908	7,215	7,112	6,664	6,664
年間宿泊者数の実績	811,000	738,000	723,000	620,000	616,000	597,000	570,000	563,000	600,000	623,000
定員稼働率	25.6%	23.7%	24.0%	21.1%	21.3%	20.7%	21.6%	21.7%	24.7%	25.6%
稼働率30%での目標宿泊者数	950,351	932,502	903,156	879,504	865,926	865,926	790,043	778,764	729,708	729,708
稼働率50%での目標宿泊者数	1,583,918	1,554,170	1,505,260	1,465,840	1,443,210	1,443,210	1,316,738	1,297,940	1,216,180	1,216,180
稼働率80%での目標宿泊者数	2,534,268	2,486,672	2,408,416	2,345,344	2,309,136	2,309,136	2,106,780	2,076,704	1,945,888	1,945,888
高山地域の収容人数と採算目標										
	H20	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29
施設数	98	93	91	88	92	127	89	86	82	97
収容人数	8,529	8,380	8,883	8,699	8,759	7,908	8,605	8,475	8,140	8,432
1施設当り収容人数	87	90	98	99	95	62	97	99	99	87
年間宿泊者数の実績	1,150,000	1,131,000	1,163,000	1,058,000	1,162,000	1,203,000	1,252,000	1,330,000	1,402,000	1,394,000
定員稼働率	36.9%	37.0%	35.9%	33.3%	36.3%	41.7%	39.9%	43.0%	47.2%	45.3%
稼働率50%での目標宿泊者数	1,556,543	1,529,350	1,621,148	1,587,568	1,598,518	1,443,210	1,570,413	1,546,688	1,485,550	1,538,840
稼働率80%での目標宿泊者数	2,490,468	2,446,960	2,593,836	2,540,108	2,557,628	2,309,136	2,512,660	2,474,700	2,376,880	2,462,144

奥飛騨温泉郷と高山地域における宿泊者数、施設数、収容人員を比較して稼働率をみると、奥飛騨地域の稼働率は高山地域と比べ低調に推移しており、過去10年間2割代で変動していない。高山地域はH20年と比較し稼働率は9%増加している。両地域とも外国人旅行者が増加していることから稼働率は増加の傾向にあるが、奥飛騨地域の稼働率を高山地域並みに揃えるには、宿泊者数100万人の達成は実現しなければならない。

※外国人観光客の増加

奥飛騨温泉郷地域 外国人宿泊者数										
	H20	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29
アジア	22,830	16,920	21,577	19,715	28,946	45,559	46,278	48,494	56,908	85,985
中東									287	456
ヨーロッパ	260	700	915	290	376	1,100	4,434	2,520	3,712	3,612
北米	315	210	394	140	310	564	1,608	738	1,535	1,448
中南米	0	30	60	10	14	44	270	46	54	109
オセアニア	43	120	234	100	153	311	1,210	460	770	917
アフリカ	0	10	8	5	1	2	0	0	8	6
合計	23,448	17,990	23,188	20,260	29,800	47,580	53,800	52,258	63,274	92,533

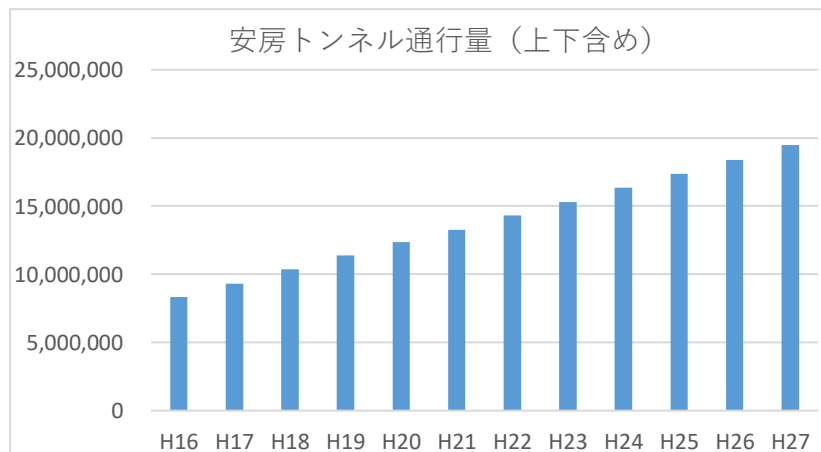


高山市で宿泊した外国人観光客数は、H29年に51万4千人を記録し、H30年には更に上回り54万人を超え年々増加の一途を辿っている。奥飛騨温泉郷地域においても同様に外国人旅行者は増加しており、H29年に92,533人が宿泊している。H21年の17,990人と比較して5.1倍の増加となっている。国別ではアジア諸国からの来訪者が最も多く、台湾、香港、中国、タイ、シンガポール、マレーシアの順となっている。次にヨーロッパ、北米からの来訪者が増加しているが全体の中で占有率は比較的に少ないことからアジア方面の来訪者に注力する必要がある。

(2) 安房トンネル通行量

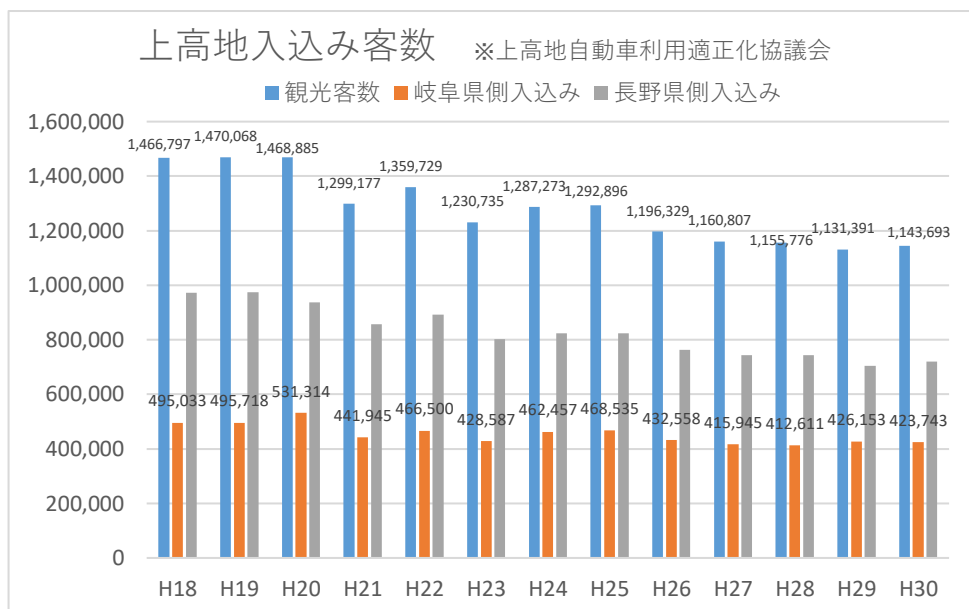
	H16	H17	H18	H19	H20	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27
上下線台数	8,329,932	9,326,443	10,355,728	11,368,644	12,345,740	13,259,832	14,316,040	15,309,363	16,337,524	17,377,898	18,398,718	19,491,887

安房峠道路は全長H9年12月に開通し中部縦貫道として位置づけられ、安房トンネル（全長4,370m）の完成により安房峠の通行に懸念であった夏場の渋滞や冬期閉鎖などが解消され、年々通行量は増加を辿っている。但し、奥飛騨地域の観光客入込客数は通行量に比例してない現状である。



(3) 上高地への観光客数

平湯温泉へ訪れる目的として上高地へアクセスするための来訪者が多いのも実態である。最近では登山・トレッキングブームも一段落したことから減少傾向になっているものの、H30年に114万人が上高地へ訪れており、そのうち平湯温泉からの入込み客数は過去13年間で40万人を下回ることはない。これは、安房トン



ネル開通やアカンダナ駐車場の効果により、中部・関西圏からは長野県側からのアクセスより平湯温泉側からの利便が向上しているため過去5年間の推移をみてもさほど減少になっていないことがわかる。H30年の交通手段の分布はタクシー15,983人(3.8%)、路線バス146,463人(34.6%)、観光バス238,545人(56.3%)、その他でマイクロ、許可車の内訳となっている。

平湯温泉を訪れる40万人以上の観光客の動線を活かし地域活力に繋げることは不可欠と考える。

(4) 奥飛騨観光協会

奥飛騨観光協会は年間約6,800万円の予算で観光誘客事業を推進している。会員数は旅館等を営む事業者169の正会員と7地元企業で構成されている。運営経費の収入については、会員からの会費収入(1,585万円)、繰越金(1,000万円)、高山市観光協会等からの負担金収入(317万円)、高山市補助金(370万円)、事業収入(260万円)、指定管理料収入(2,700万円)、借入金(500万円)などで収入全体が構成されている。支出については、情報発信や誘客宣伝事業に約21%、指定管理施設等の管理事業に約40%、観光協会に直接係る管理運営費に24%、借入金返済と温泉供給事業に10%を占めている。この他に奥飛騨温泉郷の観光イベント事業として氷室そばまつり、福地夏祭り、いで湯夏祭り、新穂高紅葉散策、タルマライトアップ、中尾かまくら祭り、平湯大滝結氷祭りなど運営するために総額1,500万円で別途予算が編成されている。収入は高山市から補助金800万円、奥飛騨温泉郷観光協会から約600万円で構成され支出は、全額各イベント事業に充当されている。

観光振興には、情報発信や誘客宣伝に殆どの経費が割かれてしまうのが実態であり、その経費を会費収入で賄っている。169の正会員には大小様々な事業者があり会費捻出における個々の負担感も募っている。さらに各温泉地区(単組)におけるイベント事業の展開には別途の会費を捻出している実態があり、これらを併せて負担は増す傍ら、宿泊者数が減少する中では将来に繋がる設備投資にまわす経費の捻出が困難となり好循環に繋がっていない状況がある。

※宿泊施設会費算定基準表（奥飛騨温泉郷観光協会）

	基礎算定額	対 象	
基本会費	26,000 円／軒	宿泊施設（旅館組合員）を対象	
部屋数会費	7,400 円／室	ドライバー、添乗員部屋および従業員部屋は対象外	
グレード割引 (右記対象部屋)	▲4,000 円／室	※客室全体面積を対象とし次の条件を満たす部屋 (ベランダ・テラス部分を除く)	
	▲和室	17 畳 (約 28 m ²) 未満	※バス・トイレ・床の間・踏み込み 等も含む
	▲洋室	28 m ² 未満	
グレード加算	800 円／室	ユニットバス以外の客室浴槽がある部屋 ※3.3 m ² (1 坪) 以下のユニットバスは除く	

※一般施設会費算定基準表（奥飛騨温泉郷観光協会）

基本会費						
26,000 円／軒						
飲食店	卸売	売店	入浴	保養所	キャンプ場	観光・見学
3,000 円	3,000 円	3,000 円	14,000 円	14,000 円	14,000 円	19,000 円

4. 高山地域の観光関連団体

（1）飛騨高山旅館ホテル協同組合

高山市内においては、ホテル 17 施設、旅館 35 施設、民宿・ペンション 12 施設、ドミトリー 7 施設の 71 軒が加盟する飛騨高山旅館ホテル協同組合が高山の観光振興のための誘客宣伝キャンペーンや各種イベント事業や観光案内所の事業運営を行なっている。飛騨高山旅館ホテル協同組合の予算は総額約 4,200 万円程度となっている。収入は販売事業収益（案内手数料）350 万円、購買事業収益（物資売上）1,350 万円、指定管理料 1,350 万円、賦課金（組合費）858 万円、事業外収入 278 万円となり、支出については、販売事業費用と購買事業で 1,570 万円、指定管理 1,350 万円、一般管理費 810 万円、事業外費用の 430 万円が主な支出となっている。賦課金徴収の基準は基準が設けられており次の基準により算定されている。

※飛騨高山旅館・ホテル協同組合賦課金（組合費）基準表

ランク別

ランク別区分			均等割り	
			月 額	年 額
1	ホテル A	200 部屋以上	30,000 円	360,000 円
2	ホテル B	151～199 部屋	10,000 円	120,000 円
3	ホテル C	100～150 部屋	8,000 円	96,000 円
4	ホテル D	50～99 部屋	6,000 円	72,000 円
5	ホテル E	25～49 部屋	5,000 円	60,000 円
6	ホテル F	1～24 部屋	3,000 円	36,000 円
1	旅館 A	50 部屋以上	15,000 円	180,000 円
2	旅館 B	25～49 部屋	10,000 円	120,000 円
3	旅館 C	16～24 部屋	6,000 円	72,000 円

4	旅館 D	11～15 部屋	4,000 円	48,000 円
5	旅館 E	6～10 部屋	3,000 円	36,000 円
6	旅館 F	1～5 部屋	2,000 円	24,000 円
1	民宿＆ペンション A	25 部屋以上	5,000 円	60,000 円
2	民宿＆ペンション B	11～24 部屋	3,000 円	36,000 円
3	民宿＆ペンション C	1～10 部屋	2,000 円	24,000 円
1	ドリーミー A	25 部屋以上	3,000 円	36,000 円
2	ドリーミー B	6～24 部屋	2,500 円	30,000 円
3	ドリーミー C	1～5 部屋	1,000 円	12,000 円

収容人数割り

宿泊単価		収容人数割り	
		月 額	年 額
1	5,000 円未満	5 円	60 円
2	5,000 円以上～10,000 円未満	10 円	120 円
3	10,000 円以上～15,000 円未満	15 円	180 円
4	15,000 円以上～20,000 円未満	20 円	240 円
5	20,000 円以上	25 円	300 円

※H30 年度飛騨高山旅館ホテル協同組合賦課金（組合費）

区 分	軒数	均等割り	人員割	組合費計	県旅連組合費
ホテル	17	2,148,000 円	697,800 円	2,845,800 円	1,408,600 円
旅館	35	2,178,000 円	332,910 円	2,510,910 円	994,840 円
民宿・ペンション	12	360,000 円	41,340 円	401,340 円	137,500 円
ドミトリ	7	165,000 円	35,580 円	200,580 円	87,500 円
計	71	4,851,000 円	1,107,630 円	5,958,630 円	2,628,440 円

（２）一般社団法人飛騨・高山観光コンベンション協会

コンベンション協会は、コンベンション事業と観光事業、ツーリストインフォメーション等事業の３会計に跨り、H30 年度予算は 5,048 万円となっている。コンベンション事業部で 1,300 万円、観光事業部で 3,729 万円、ツーリストインフォメーション事業に 5 万円である。

主な収入は、会費（440 会員）収入 1,771 万円 35%、事業収入が 820 万円 16%、補助金 1,770 万円 35%、受託収入 511 万円 10%、負担金収入 152 万円 3%で構成されている。支出については、誘致活動、観光宣伝事業や観光イベント事業が多くを占め、2,900 万円が充当され約 58%が占めている。この他に人件費などの管理費総額は 2,164 万円 42%が概略の予算立てとなっている。

特に観光イベント事業費は 1,643 万円となり、市内の春イベント、夏イベント、秋イベント、冬イベントなど約 15 のイベント事業を展開している。

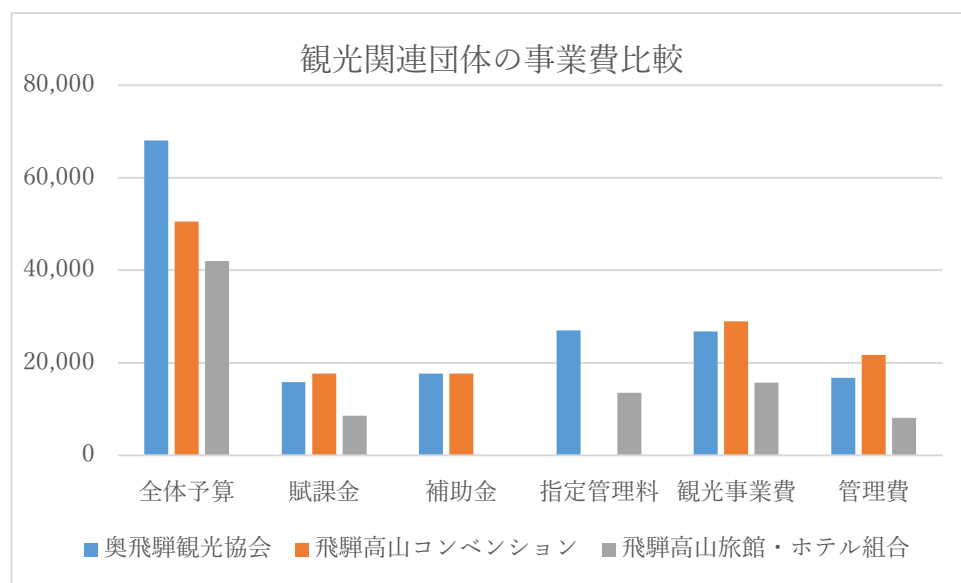
(3) 観光関連団体の事業費の比較

奥飛騨観光協会の事業費の構成は最も額が多いが実際に観光振興事業に直接投資できる事業費は2,675万円程度である。更に賦課金は1,585万円で加盟組合員数が107軒と少ないために各事業者にかかる負担感を払拭できないでいる。

一方、飛騨高山コンベンション協会と飛騨高山ホテル旅館組合の事業に

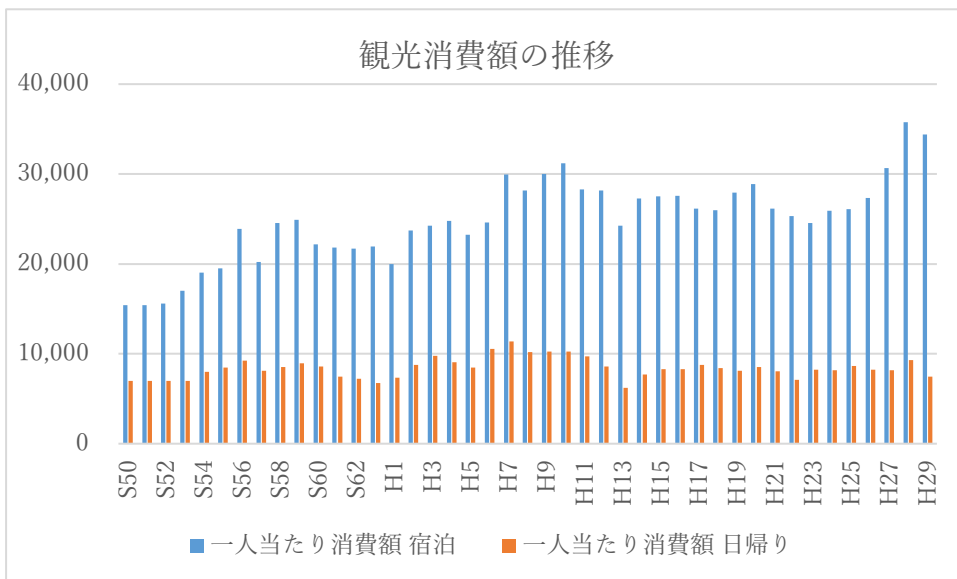
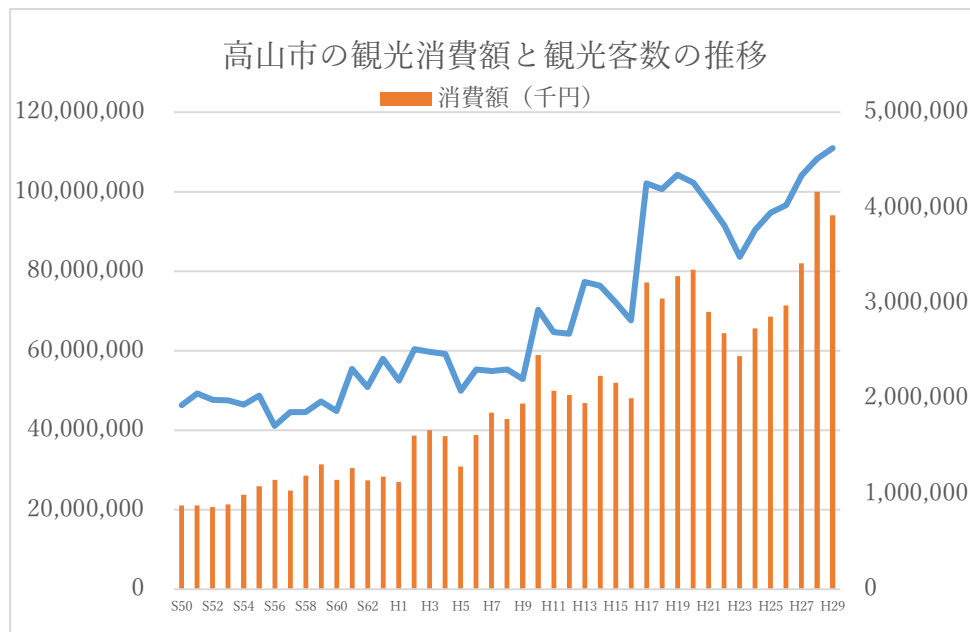
ついては、其々の予算規模は奥飛騨観光協会より小さいが、高山地域の観光振興を目的に役割を担っていることの同一部分は多く、一体的に活動できるメリットは大きい。従って両者の事業費を合算すれば全体予算では9,200万円、観光事業費に4,470万円が投入できる。また、賦課金は飛騨高山ホテル旅館組合の場合、71軒で858万円を拠出し、コンベンション協会の賦課金の詳細は不明であるが、全体で440会員から1,770万円の拠出で成り立っている。

奥飛騨地域と高山地域の賦課金徴収の比較については、事業者数が圧倒的に異なるため支出できる観光振興における事業規模に格差が生じることは当然である。従って、奥飛騨地域はイベント開催によって集客を図っているが単発事業の傾向となり、事業を増加するには原資が必要となり好循環に繋がっていない。逆に高山地域は、組合員数も多く事業規模も膨らませやすく飛騨高山コンベンションと飛騨高山ホテル旅館組合が相互協力し観光振興事業を実施することで、宣伝効果もあって集客に繋がり好循環となっている。



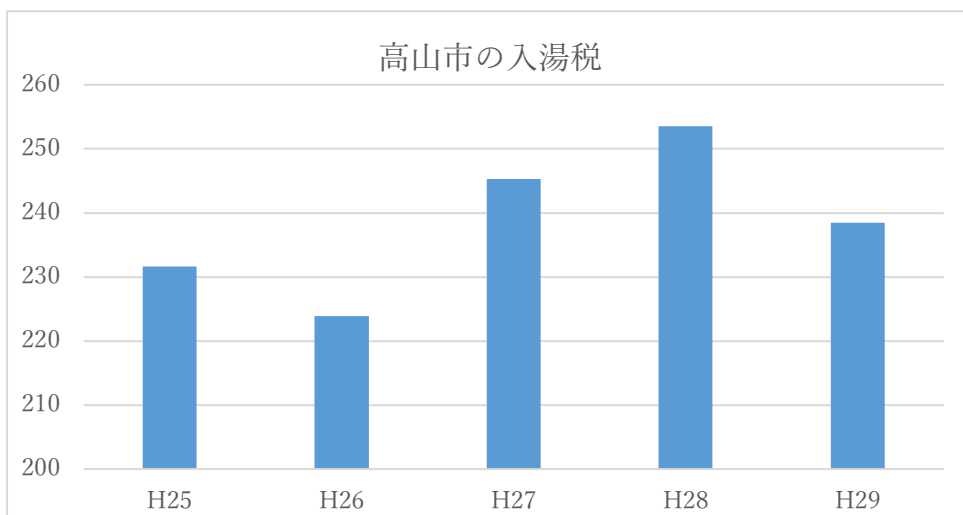
5. 高山市の観光客数と消費額

飛騨高山の観光は、春秋の高山祭りをはじめ、古い町並み景観がそのまま保存されていることなどから、昭和38年に『暮らしの手帳』で紹介され、昭和45年国鉄の「ディスカバー・ジャパン」キャンペーンにより全国から注目されるようになった。その後、観光客も急増するとともに観光関連団体の懸命な取り組みによって現在の観光都市となっている。観光客数についてH29年は460万人を超え昭和50年比で2倍以上に膨れ上がっている。観光消費額も同様に右肩上がりが増加し同期比で2倍に増加している。但し、日帰り観光客の一人当たり消費額は殆ど変化がない。加えて市民全体の所得増加に効果は薄く、右肩上がりには所得が増加している状況ではない。



6. 入湯税の状況

高山市の入湯税は、H17年以降、2億円を超える収入を確保しており、H28年には2億5千万円を超えている。また、入湯税は全額観光振興事業に振り分けられ、観光宣伝推進事業（観光客向けパンフレット作成）、観光誘客推進事業（全国誘客キャンペーン）、飛騨高山ウ



ルトラマラソン開催事業、観光協会等補助金（市内の観光協会が連携して行うＴＶ・ＷＥＢ等での広告宣伝事業への補助など）、海外戦略推進事業（海外からの観光客誘致に向けてのＰＲなど）に入湯税を観光振興のための財源として活用している。なお、高山市では入湯客に対して、１日１５０円（１泊２日は１日換算）の入湯税をお願いしている。（高山市税条例第１５４条の４）

※（地方税法第７０１条）

入湯税は次の目的の費用に充てるために入湯客に課税

目的税のため使途は限定されている

- ・環境衛生施設の整備
- ・鉱泉源の保護管理施設の整備
- ・消防施設等の整備
- ・観光の振興（観光施設の整備を含む。）

7. 上宝地域（奥飛騨地域）の事業者数と従業員数

（１）事業者数と従業者数

上宝地域は、奥飛騨温泉郷地域を含め 289 事業者数があり、そこで就労されている人数は 1,979 人となっている。（H28 経済センサスより）

奥飛騨温泉郷地域の事業者数は、212 事業者で従業者は 1,604 人となり、上宝地域全体の 81% を占めている。地区別に占める従業者数の割合は、一重ヶ根 27%、平湯 23%、神坂 17.6%、栃尾 7.4%、福地 7.3% の順になっている。主に栃尾・村上地区を除き殆どが宿泊事業に携わる従業者が多く占めている。また近年は観光客数の低迷により廃業する宿泊事業者が増加傾向にあることから、10 年前と比較して事業者、従業者数とも減少している。

現在は、事業所数約 250、従業者数約 1,000 人程度と激減している。（高山北商工会の調べ）

（２）土木建設業

上宝地域（奥飛騨温泉郷）は、電源開発や砂防関連の土木事業が多く、奥飛騨温泉郷の入込客数ピーク時には宿泊施設等の建築・改修工事等も多かった。現在では建築関連の工事は大幅に規模を縮小してしまった。土木工事については堅調に推移しており H29 年度の建設業関連の売上は約 25 億円（高山北商工会調べ）である。公共事業が主体のため年度によって振幅は大きい雇用を受け皿となっている。

（３）上宝地域（奥飛騨温泉郷）の産業と経済の動向

観光関連、土木建設関連ともに最近の人手不足は深刻さの度合いを深めている。宿泊施設は最盛期

	事業所数	従業員数
奥飛騨温泉郷一重ヶ根	53	437
奥飛騨温泉郷今見	1	3
奥飛騨温泉郷笹嶋	1	17
奥飛騨温泉郷神坂	21	283
奥飛騨温泉郷赤桶	1	3
奥飛騨温泉郷村上	16	103
奥飛騨温泉郷中尾	31	95
奥飛騨温泉郷田頃家	8	40
奥飛騨温泉郷栃尾	24	119
奥飛騨温泉郷柏当	2	10
奥飛騨温泉郷福地	16	118
奥飛騨温泉郷平湯	38	376
奥飛騨温泉郷 小計	212	1,604
上宝町吉野	5	28
上宝町宮原	1	1
上宝町見座	6	53
上宝町荒原	2	5
上宝町在家	9	73
上宝町蔵柱	7	39
上宝町中山	3	16
上宝町長倉	3	11
上宝町本郷	41	149
上宝町 小計	77	375
合 計	289	1,979

が7月～11月に集中しており季節変動の要因が大きいのとアクセスの悪さから派遣社員の確保も困難な状況である。土木建設業も技術者不足が深刻であり、上宝地域だけでは確保できず周辺市町村から通勤している従業員が増えている。また、上記以外にも特産品である「飛騨山椒」が好評を得ており、近年では「ジャパニーズ・スパイス」として海外へも販路を拡げ始めている。また、和仁農園やまんな農場の農産物の生産および直接販売も顕著である。

8. 高山信用金庫の奥飛騨温泉郷の活性化への提言(2008年1月)

2008年に信金は、宿泊者数の減少、少子高齢化による人口減少、雇用機会の喪失、観光や商業等の事業環境の複雑多様化など多くの課題を抱える中で高山市全体を含めたまちづくりと活性化に資することを目的として提言を纏めている。地元金融機関の役割は地域経済に貢献する使命を持っており、地域課題を改めて調査し、認識を深め問題解決のための糸口としての提言とされています。

信金が当時纏めた調査結果は以下の通り(2007年6月20日～7月4日)

- ・奥飛騨観光協会会員 147 館にアンケート配布⇒回収 41 票(回収率 27.9%)
- ・回収率⇒平湯 7 票(29.2%)、福地 11 票(84.6%)、新平湯 13 票(29.5%)、栃尾 5 票(26.3%)
新穂高 5 票(10.6%)

・調査結果

(1) 規模(部屋数、定員数、従業員数、露天風呂数)

平均で1施設あたりの部屋数 18.9 室、定員数 71.2 人、従業員数 9.3 人

露天風呂数は、1施設あたり平均4個の露天風呂を所有しており、奥飛騨温泉郷 145 館に換算すると 600 近い露天風呂が存在する。(神の湯、荒神の湯、新穂高の湯等を含めない)この数は全国の温泉地でも数の多さは上位に相当する。

(2) 経営者の年齢

経営者の年齢は 40 歳～50 歳代と 40%を占め、30 歳と 60 歳代が其々 10%程度となっている。

10 年前の経営者の平均年齢が 50.4 歳であったので当時は後継者難で悩む旅館はなかった。

(3) 営業年数

営業年数 40 年～50 年未満が 22%で最も多く、次いで 30 年～40 年未満と 20 年～30 年未満が 19.5%であった。30 年以上の旅館の半数が老朽化を懸念。しかし、20 年未満の旅館も 3 割存在。

(4) 年商

年商 1,000 万円未満が 32.5%と最も多く、次に 1 億～3 億円未満が 20%、1,000 万～3,000 万未満と 5,000 万～1 億未満が 15%である。3,000 万円未満の旅館が半数存在する一方で、5,000 万円以上も約半数あり二極化が進んでいる。全体の平均は約 9,500 万円で従業員一人当たり約 1,000 万円、1 室当たり 500 万円の年商となっている。

(5) 後継者

後継者はいるが事業を継ぐかわからない回答が 50%と最も多い。次いで当面後継者の心配はないとする回答が 25%であり、10 年前は後継者問題が顕在化していなかった。しかし、現在は後継者があっても事業を継がせる意思は薄れてきていないか。

(6) 宿泊者動向

5 年前と比較して宿泊者が 10%以上減少しているとの回答が 52.6%と半数以上を占め、次いで 5～10%程度減少しているが 31.6%となり、80%以上が減少している回答であった。反対に 10%超の旅館では客数が増加しているところもあり、二極化は当時から進んでいた。

(7) 客室稼働率

客室稼働率は、20%台の回答が最も多く全体の29%、次いで40%台が22.6%、50%台が19.4%となっている。アンケートでの客室稼働率の平均は、約40%となるが平均年商が約9,500万円を踏まえると1室あたりの平均宿泊料金は約34,400円となる。JTBや観光経済新聞のデータを参考にとすると目標とするべき客室稼働率は50～55%程度の設定が基本（定員稼働率は30%程度となる）。稼働率が50%に上昇すると1室あたりの宿泊金額が変わらなければ平均年商が約2,400万円増大し、年商は1億2,000万円（客室あたり売上約630万円）と25%以上増加する。

(8) 目的

宿泊者の目的は、温泉75.6%、凍寒への宿泊53.7%、自然（登山・釣り等）24.4%の順になっている。温泉や自然といった奥飛騨温泉郷の地域資源と各旅館それぞれに魅力を感じていると認識している。

(9) 客層

客層は中高年夫婦が90.2%、若年カップル43.9%、子連れ家族29.3%、兄弟・親戚連れ25%の順で、年齢層は中高年が多いが特別に固定化しているわけでもない。

(10) リピーター率

リピーター率の平均は約26%で宿泊者4人に1人がリピーターである。また、リピーター率と5年前の宿泊者数の動向をみると全体で宿泊者数は減少しながらも、リピーター率が低い旅館では宿泊者数が増加したところも一定程度ある。旅館経営の安定化にリピーター確保は重要であるが、客数増加のためには新規開拓も不可欠である。

(11) 宿泊者の住所地

愛知県92.7%、岐阜県56.1%、東京都36.6%となっている。交通の便の良い東海地方に加え東京からの宿泊者は増加している。なお、隣接する富山県26.8%、長野県2.4%、石川県7.3%に留まっており宿泊者の掘り起しが期待される。

(12) 滞在日数

平均は1泊90%、2泊10%となり平均滞在日数は1.11泊となる。これを踏まえると実質の宿泊者数は実態の9割となる。

(13) 当館のセールスポイント

各施設の売りを尋ねたところ、温泉68.3%で最も多く、食事53.7%、価格26.8%、接客・おもてなし19.5%となっている。温泉、食事・価格等が宿泊者の目的に合致しているが、一方で自然を目的とした宿泊者を満足させる風景・景観を売りにしている旅館は少ない。

(14) 客単価

平均の客単価は1万～2万円が52.5%で過半数を占め、次いで1万円未満が40%となっている。平均は約12,500円となり平均年商9,500万円であり、1施設あたりの年間宿泊者数は約7,500人で奥飛騨温泉郷全体の平均より多い。全体平均の5,300人に平均単価を乗ざると6,800万円となり、奥飛騨温泉郷全体の平均年商は6,500万～7,500万円程度と推測できる。また、1室あたりの売上げが34,400円であるため、1室あたり平均2.7人が宿泊していることになる。客室稼働率が10%アップすると宿泊者数は約1,900人（約25%）増え約9,500人となる。さらに客単価が1万円未満の施設は価格を売りにしており、一般的に温泉旅館は高いイメージのところを手ごろな価格帯の施設の存在をアピールできる要素である。

(15) 予約ルート

予約に関しては、直接電話が 56.1%、他社の Web サイト 17.1%、自社 HP 14.6% でエージェントを通じては 10% 未満と少ない。直接電話では旅行情報誌やガイドブック、紹介記事若しくは広告を通じて予約を入れているが、電話の対応いかんでも宿泊者獲得の大きなポイントである。また、自社 HP より他社の Web 経由が多くなっているが、楽天トラベル、じゃらん net 等が宿泊施設紹介サイトの利用が多い。手数料とのバランスを考える必要はあるが、こうした紹介サイトの活用も検討の余地がある。予約ルートと客単価の関係では、電話予約で 1 万円未満が 50% 超であるが、自社 HP または他社 HP 経由では高単価の宿泊者数の割合が高まっており、ネットを使った顧客開拓は売上げ増に結びつく可能性が高い。また、平湯温泉の旅館紹介所は主な予約ルートとして回答がなく、その必要性について検討が必要。

(16) データ管理

データ管理を実施していない施設が 26.8% と 4 分の 1 を占め、何らかの形でデータ管理を実施している施設は 4 分の 3 以下である。管理している施設のうち 90% が宿帳から作成され、お客様アンケートや会員制組織の取り組みは殆どない。

(17) リピーター施策

データ管理をしている 30 施設の中で具体的なりピーター獲得策を行なっているのは 3 分の 2 であり、3 分の 1 は蓄積したデータを活用されていない。施策を講じている施設で 50% は DM 送付を行ない、次いで 40% でリピーター限定の特別プランの提供を実施している。但し、DM 送付は全体の 25% 程度であるが、宿泊者の約 26% がリピーターであることは、DM の効果と温泉地として満足度が高いと思われる。

(18) 外国人の受入れ

外国人を希望があれば受け入れる施設は 71.8% で最も多く、受け入れないようにしているが 20.5% で奥飛騨温泉郷として外国人宿泊者の受入は消極的である。今後の新規顧客開拓には外国人も視野に入る。

(19) 5 年前との比較（外国人宿泊者）

外国人宿泊者の動向を 5 年前と比較してほぼ変化ないが 64.7% を占め、増加傾向にあるが 23.5%、減少傾向にあるが 11.8% であることを踏まえれば、奥飛騨温泉郷に宿泊する外国人は増加傾向にある。しかし、宿泊者が 10% 程度減少していることを踏まえれば、日本人宿泊者の割合が高く、その日本人宿泊者が減少していると思われる。

(20) 外国人への対応

外国人への対応を聞いたところ、特別な対応をする予定がないが 58.1% で最も多く、日本語である程度カバーできる 11.1% を含めると外国人観光客に対する意識は現状維持の方針が伺える。一方、外国語併記、外国語対応可能な従業員の確保など積極的な対応をしている又は検討している施設も少なくない。

(21) 日帰り入浴の客数動向

日帰り入浴を実施している質問に回答があったのは 21 施設で、概ね半数が日帰り入浴を実施。奥飛騨温泉郷内の約 70 施設にある 300 以上の露天風呂は宿泊しなくても露天風呂が利用可能と推定される。実際、平湯温泉の総合案内所の「奥飛騨温泉郷日帰り立ち寄り湯の紹介」では、平湯 9 館、福地 2 館、新平湯 18 館、栃尾 4 館、新穂高 21 館の計 54 館が料金、入浴時間が紹介されている。しかし、日帰り入浴を行なっている施設の 66.7% で客数は減少傾向にあるとしている。これは利用者

ニーズがないわけではなく、施設のアピール不足ではないだろうか。温泉目的の宿泊者が多く、温泉が売りの施設が多い地域の割には日帰り入浴の情報発信が不足気味であり、受入可能な施設だけでも積極的にアピールする必要性が高い。

(22) 日帰り入浴の平均人数

年間の日帰り入浴平均人数は1施設を除き全ての施設で1,000人未満となっており、1日平均2人から3人程度である。この程度の利用人数では手間、コストの兼ね合いでマイナス面が大きい。もう少し利用人数を増やせるのではないか。

(23) 日帰り入浴の平均料金

日帰り入浴の料金は、500円未満が71.4%と多数を占め、1,000円以上では昼食とのセット料金が含まれているが、入浴～食事～入浴のスタイルは奥飛騨温泉郷の滞在時間を延長させることができ、一定の集客能力があり対応を検討する必要はないか。料金の平均は700円程度となるが、多くが設定している500円未満は岐阜県の銭湯の料金400円と大差なく、温泉と露天風呂の強みを考えれば料金引き上げも検討できるのでないか。

(24) 従業員教育の実施状況

従業員教育について特に行っていないが73.2%と多数を占め、地域全体で殆ど従業員教育が実施されていない。しかし、旅館は女将をはじめ仲居、フロントの対応が宿泊者の評価に繋がると思われ、従業員への教育の必要性は高い。実際、客室稼働率と従業員教育の関係では、稼働率の高い施設では従業員教育を定期的に実施している割合が高く、従業員教育への姿勢が経営に結びついている。

(25) 従業員教育の実施場所

従業員教育を実施している11施設で実施場所を聞いたところ社内で実施が90.9%と多数を占め、各自が独自で従業員教育を実施。しかし、内部研修のみでは系統だったプログラムでの実施やより専門的な知識の習得、高度なサービス体験、対象者別の教育実施などが困難なケースもあるため、地域全体で外部機関との連携や教育プログラムの開発が検討される必要がある。

(26) 教育対象

従業員教育を実施する11施設に教育の対象を聞いたところ、すべての旅館で全従業員を対象にしているが、仲居、フロント、板場など役割に応じて必要なスキル、知識等が異なることもあり、対象者別の教育を検討すべき施設もあるだろう。

(27) 教育担当者

教育担当は、女将が45.5%で最も多く、経営者が36.4%で殆どが女将か経営者となっている。各施設では経営者層の意向を反映した教育内容になっているが、教育をするためには経営者や女将も社会環境や新しい経営知識、他の旅館の動向など絶えず情報収集する必要がある。地域として経営者、女将へのセミナー、勉強会等による情報提供を考えるべきである。

(28) 従業員の平均年齢

平均年齢は、40～50歳未満と50～60歳未満が33.3%で最も多く、30～40歳未満が18.2%となり、従業員の平均年齢は46歳となる。

(29) 勤続年数

勤続年数は10年未満の36.4%が最も多く、次いで5年未満33.3%、20年未満27.3%となっている。平均勤続年数は8.4年であり、平均年齢46歳を考えると30歳後半で採用している施設が多い。従業員教育を実施していない施設が多いことから、当館での経験は大きな財産であり、長く勤続で

きるよう待遇や勤務時間、休日など福利厚生に配慮する視点は欠かせない。

(30) 従業員確保

従業員の確保についての意向は、現状のままでよい 48.5%で最も多く、できれば増やしたい 39.4%、早急に増やしたい 12.1%となり従業員確保は半数以上の施設で課題となっている。但し、宿泊者が減少し厳しい経営環境の中では従業員の過剰感を感じていない。従業員確保には、募集等に要する費用や労力がかかるため、対応に苦慮する経営者は少なくない。今後、地域全体で従業員確保のためのルート開拓などの展開が必要と思われる。

(31) 雇用形態

雇用形態は、すべて地元住民であるとの回答が 54.2%と過半数を占めるものの、複数の部門に派遣社員がいるが 20.8%、板場・仲居に派遣社員がいるが 16.7%で派遣社員も相当数存在している。派遣社員の確保にも費用や労力が必要のため、派遣会社の開拓・連携が求められる。

(32) 地元産食材の利用

地元産食材の利用を聞いたところ、5〜8割を使っているが 44.4%と最も多く、8割以上使っているが 36.1%、80%以上の施設で5割以上の食材を使っている。しかし、多数の地元食材を利用していることを宿泊者に伝えなければ宿泊者は実感できない部分である。地元食材の使用割合とリピーター率を野関係は、8割以上地元食材を利用する施設はリピーター率も 50%以上の施設もある。地元食材の利用が魅力を高めるポイントでもある。また、地元食材の利用割合と宿泊者数の動向をみると、全体的に宿泊者数の減少にありながらも、積極的な地元食材の活用で経営環境の改善に繋がることも考えられる。

(33) 食事の工夫

食事の工夫を聞いたところ、実施していないが 31.7%、食事が売りとの回答が半数以上と多い中、30%以上は特段の工夫をしていない。工夫している施設の中には、食事時間を柔軟に対応するが 57.1%で最も多く、お客様の好みに対応が 48.4%、夕食に複数メニューを用意が 39.3%となっている。食事時間やメニューなど宿泊者のニーズに対応する努力は必要である。

(34) 使用している地元食材

実際に使用している地元食材を聞いたところ、飛騨牛 82.9%、岩魚 75.6%、漬物 73.2%、山椒・豆腐・あげが 70.7%と上位を占める。他方、りんご・桃などのフルーツ類、地鶏・とんちゃん・鶏ちゃん、唐辛子類の使用割合は 20%以下である。こうした食材も高山の食文化・特産品のものも少なくなく、多様な地元食材を活用するべきでもある。

(35) 飛騨産の家具使用状況

飛騨産家具の使用状況を聞いたところ、施設内にいくつかあると回答したのが 41.5%で最も多く、一部の部屋にあるが 14.6%、多くの部屋にあるが 12.2%を含めると 70%近い施設で飛騨産の家具を配置している。しかし、使用されていないも 31.7%におよんだ。飛騨高山として伝統産業が多いイメージがある中で、今後、家具メーカーと提携・連携によって負担軽減を図る中で、飛騨家具の設置を検討できないか。

(36) 飛騨産の食器類使用

飛騨産食器の使用状況を訊ねたところ、使用している中で春慶塗のお盆を使用している回答が 64%と最も多く、次いで箸置き、茶托（ともに春慶）が 32%となった。飛騨産の食器類など他地域で触れることは困難でもあり、各施設で宿泊者に説明することで宿泊者に飛騨の伝統文化を伝えることが必要ではないか。また、39%は使用していないと回答しており、4割近い施設では春慶、焼き

物など伝統工芸品は使用していない。

(37) ペット同伴の受入

ペット同伴の受入については、補助犬等の一部受入れ先は 20%程度存在するものの、受入不可能な施設が多い。但し、最近ではペットの所有者が多く旅行も一緒に行く方々が増加している中ではニーズもあり、新規の顧客開拓に繋がるとも言える。宿泊者のニーズや必要となる付帯設備など勘案しながら検討する余地はないだろうか。

(38) イベントの実施状況

イベントの実施状況を訊ねたところ、対応していないが 79.6%で大多数を占め、殆どの施設で宿泊のみのサービス提供となっている。宿泊以外でも楽しめるプログラムが提供・提案できれば新規顧客の開拓や滞在時間の延長、宿泊者数の増加に繋がるのではないかと。何らかの対応をしている施設では、外部との連携が 11.4%で多くなっており、独自でのプログラムが困難な施設では、積極的に外部と連携してツアー等を提供することが重要であろう。

(39) 地域との連携状況

地域関係者との連携状況を訊ねたところ、連携していないが 68.3%と圧倒的に多く、宿泊者にプログラムを提供し滞在してもらう観光地を目指す場合には、先ず受入れ態勢の整備が大きな課題と考える。実際に連携している施設では、奥飛騨温泉郷周辺の観光施設と連携しているところが 24.4%と多く、周辺における他の産業（農業・建設等）や高山市内の事業者と連携しているケースが少ない。各施設では宿泊予約者に事前にパンフレットの送付を行なっていることも少なく、周辺施設の観光施設や他事業のパンフレットや割引券を同封することは容易に行なえるのではないかと。

(40) 経営方針

今後の経営方針を訊ねたところ、現状維持が 63.9%と最も多いが、各経営者が現状に満足していることは考えにくいと。経営環境が現状維持を余儀なくさせているのが実態である。また、経営の拡大が 19.4%みられると同時に、縮小も 16.7%あり廃業を明確にしている経営者はないものの、奥飛騨温泉郷全体の部屋数や収容人員は減少する可能性がある。

(41) 経営課題

今後の経営課題を訊ねたところ、新規顧客の増大が 47.4%で最も多く、次いでリピーター客の定着化が 23.7%、客単価引き上げは 10.5%となっている。殆どの事業者が宿泊者増加を経営課題と捉えており、新規顧客開拓やリピーター定着の両方が重要な経営課題

9. 奥飛騨温泉郷 GAP 調査報告書

2017 年 11 月から 12 月にかけて株式会社リクルートじゃらんリサーチセンターが、奥飛騨温泉郷 GAP 調査を実施している。対象者はインターネットリサーチ「マクロミル」のモニター会員の 1,040 人で、年代は 20 歳代～60 歳代以上、性別は男性 50%、女性 50%をターゲットにして実施している。対象者のエリア別では首都圏 260 名、関西圏 260 名、中京圏 310 名、北陸圏 210 名となっている。

(1) 奥飛騨温泉郷への旅行経験

奥飛騨温泉郷への旅行経験を訊ねたところ、「飛騨高山は知っているが行ったことはない」は 51.2%でその中でも中京圏が最も割合が高く 59.0%に及んだ。また、「知らないし行ったこともない」は 20.9%でその内、首都圏 28.5%、関西圏 28.1%となった。

「知らないし行ったこともない」を年齢別に見ると、最も低いのは、20 歳代の男女で 32.7%、年齢が上がるごとに認知度も上がる傾向にあるが「そもそも知らない」という割合が、飛騨高山と比較

して全体的に高いことがわかる。

(2) 奥飛騨温泉郷への同行者

奥飛騨温泉郷への同行者については、「夫婦」が約 26%で最も高く、次いで「大人だけの家族、親類」が約 20%、「小学生以下の子どもを含む家族・親類」が約 13%となっている。

年代別では、若年層は男性一人旅・男子だけのグループの割合が高く、女性はグループ・家族の割合が高い。年齢を重ねると家族・夫婦の旅の割合が増える。グループ旅行に関して男性は若年層に強い傾向があるが、女性は 20 歳代・60 歳代以上でグループが高い傾向。

(3) 奥飛騨温泉郷への旅行目的

奥飛騨温泉郷への旅行目的については、「温泉や露天風呂」が約 58%で最も高く、次いで「地元の美味しい物を食べる」が約 39%、「宿でのんびり過ごす」が約 34%となっている。

「温泉・露天風呂」が目的として最も高く、より女性の方が高い傾向であった。次いで「宿でのんびり過ごす」の数値が最も高いが、年齢別にみると 20 歳代男女が最もその数値が高い。逆に「上高地・乗鞍・新穂高ロープウェイ」など行動目的が伴う項目については、40 歳以上が平均値より高い傾向。「地元の美味しいものを食べる」について男性は全体平均よりも低い傾向にあるが女性は高い。

(4) 奥飛騨温泉郷の到着前後の立ち寄り先

奥飛騨温泉郷に到着する「前」に立ち寄った場所として「飛騨高山」が約 52.2%で最も高く、次いで「立ち寄っていない」が約 17.9%、「白川郷」が約 25.8%となっている。

また、奥飛騨温泉郷に到着した「後」に立ち寄った場所として、「立ち寄っていない」が約 32%で最も高く、次いで「飛騨高山」が約 27.5%、「白川郷」が約 15.8%となっている。

(5) 奥飛騨温泉郷への来訪未経験の理由

来訪への未経験理由については、「他に訪問したい観光地があるから」と「旅行先として特にイメージが浮かばなかったから」が同率で約 24%と最も高く、次いで「居住地域からのアクセスが不便だから」が約 18%になった。

20 歳・30 歳代の男女とも「名前も知らずどこにあるのかも分からない」「名前は知っているがどんなところか分からない」「行き方が分からない」が全体平均よりも高め。特に 60 歳代以上は「名前も知らず、どこにあるのかもわからない」は低く、認知度は高いとみられるが「他に訪問したい観光地があるから」「旅行先として特にイメージが浮かばなかったから」など旅行先の検討段階の数値が高い傾向。

(6) 奥飛騨温泉郷の観光資源に関する認知度・興味度

・全 体

「認知度も高く興味も高い」項目は、飛騨高山・下呂温泉・白川村・北アルプス・上高地・奥飛騨温泉郷・新穂高ロープウェイ・乗鞍」の順になっている。5つの温泉地に関しては認知度が低く「奥飛騨温泉郷」と認知されている可能性が高いと考える。また、「認知度は低いに興味はある」項目が多く、今後の戦略によっては旅の目的ともなる可能性を秘めている。(雪見露天・北アルプス大橋・冬のライトアップ・新穂高の湯・平湯大滝公園・古民家の湯宿・露天風呂日本一など)

・60 歳代以上

全年代で最も「認知度も高く興味も高い」項目が多く、殆どの項目を知っている状態。「認知度は低いに興味はある」項目として、北アルプス大橋・平湯大滝・露天風呂の数日本一・おもてなし・福地温泉・宿の立ち寄り温泉があげられる。

1) 奥飛騨温泉郷の認知度・興味度

設問1：奥飛騨温泉郷は飛騨高山市街地から松本方面へ車で約1時間。北アルプスの絶景や山里の自然に囲まれた湯量豊富な5つの温泉地からなる温泉郷である。

集計：「よく知っている」「だいたい知っている」「聞いたことがある」を合せた認知度は約63%であった。また、「興味がある」「やや興味がある」を合せた興味度は約60%である。

2) 平湯温泉の認知度・興味度

設問2：奥飛騨温泉郷の中で最も標高の高い1,200mの場所にあり、中部山岳国立公園の自然に囲まれた温泉地。宿により泉質も異なり様々な温泉を愉しむことができる。

集計：「よく知っている」「だいたい知っている」「聞いたことがある」を合せた認知度は約48%であった。また、「興味がある」「やや興味がある」を合せた興味度は約55%である。

3) 福地温泉の認知度・興味度

設問3：奥飛騨温泉郷の中でも山の静寂に包まれた温泉地。温泉街には朝市があり四季折々の野菜や山椒、天然きのこ、民芸品などが並び地元の特産品を購入することができる。

集計：「よく知っている」「だいたい知っている」「聞いたことがある」を合せた認知度は約26%であった。また、「興味がある」「やや興味がある」を合せた興味度は約45%である。

4) 新平湯温泉の認知度・興味度

設問4：奥飛騨温泉郷の中心に位置し、宿泊施設の他飲食店やお土産店が立ち並ぶ温泉地。

集計：「よく知っている」「だいたい知っている」「聞いたことがある」を合せた認知度は約41%であった。興味がある」「やや興味がある」を合せた興味度は約52%である。

5) 栃尾温泉

設問5：清流蒲田川と平湯川の合流付近に広がる温泉地で素朴な民宿が多く、のどかで静かな雰囲気の特徴。また、蒲田川は溪流釣りも楽しめる。

集計：「よく知っている」「だいたい知っている」「聞いたことがある」を合せた認知度は約27%であった。興味がある」「やや興味がある」を合せた興味度は約42%である。

6) 新穂高温泉

設問6：槍ヶ岳や穂高連峰など北アルプスの登山口にある温泉で、眺望豊かな宿泊施設が点在している。

集計：「よく知っている」「だいたい知っている」「聞いたことがある」を合せた認知度は約52%であった。興味がある」「やや興味がある」を合せた興味度は約55%である。

7) 白川郷

設問7：ユネスコ世界文化遺産に登録され、多くの観光客で賑わう白川郷。茅葺屋根の合掌集落が立ち並ぶ田園風景が特徴的である。

集計：「よく知っている」「だいたい知っている」「聞いたことがある」を合せた認知度は約90%であった。興味がある」「やや興味がある」を合せた興味度は約73%である。

8) 下呂温泉

設問8：日本三名泉で知られる下呂温泉。温泉の泉質から「美肌の湯」とも言われ多くの宿泊客で賑わう温泉地。

集計：「よく知っている」「だいたい知っている」「聞いたことがある」を合せた認知度は約91%であった。興味がある」「やや興味がある」を合せた興味度は約72%である。

9) 飛騨高山

設問9：江戸時代からの町並みが今もなお保存された「古い町並み」には多くの観光客が訪れる。

集 計：「よく知っている」「だいたい知っている」「聞いたことがある」を合せた認知度は約 88%であった。興味がある」「やや興味がある」を合せた興味度は約 73%である。

10) 上高地

設問 10：中部山岳国立公園の一部になっており、国の文化財に指定されている上高地は、奥飛騨温泉郷平湯温泉から約 20 分と、奥飛騨からのアクセスは良好である。

集 計：「よく知っている」「だいたい知っている」「聞いたことがある」を合せた認知度は約 78%であった。興味がある」「やや興味がある」を合せた興味度は約 69%である。

11) 乗鞍

設問 11：乗鞍岳畳平（2,702m）までシャトルバスで送迎し、登山道の整備もされていることから、標高 3,000m級の山としては、日本一登りやすいと言われ、子どもから年配の方まで多くの方が登山に訪れる。

集 計：「よく知っている」「だいたい知っている」「聞いたことがある」を合せた認知度は約 70%であった。興味がある」「やや興味がある」を合せた興味度は約 59%である。

12) 北アルプス

設問 12：奥飛騨温泉郷は北アルプスの玄関口として知られている。本格的な登山をしたい人も登山デビューしたい人にも最も人気の山岳エリアで、その麓に奥飛騨温泉郷は広がる。

集 計：「よく知っている」「だいたい知っている」「聞いたことがある」を合せた認知度は約 82%であった。興味がある」「やや興味がある」を合せた興味度は約 63%である。

13) 新穂高ロープウェイ

設問 13：ゴンドラに乗って気軽に標高 2,000mを超える絶景を愉しむことができ、アルプス山脈に囲まれた大自然を年中体感することができる。

集 計：「よく知っている」「だいたい知っている」「聞いたことがある」を合せた認知度は約 64%であった。興味がある」「やや興味がある」を合せた興味度は約 61%である。

14) 冬のライトアップイベント

設問 14：毎年 1 月～2 月の間、奥飛騨温泉郷の 5 つの温泉地では、かまくら体験や雪像ライトアップなど様々なイベントが開催される。

集 計：「よく知っている」「だいたい知っている」「聞いたことがある」を合せた認知度は約 37%であった。興味がある」「やや興味がある」を合せた興味度は約 59%である。

15) 雪見露天

設問 15：雪深い奥飛騨温泉郷は、例年 12 月～3 月くらいにかけて雪見露天風呂の温泉を愉しむことができる。

集 計：「よく知っている」「だいたい知っている」「聞いたことがある」を合せた認知度は約 38%であった。興味がある」「やや興味がある」を合せた興味度は約 62%である。

16) 深緑（閑散期の 6 月）

設問 16：連休もなく梅雨の時期で旅行が懸念される 6 月は、奥飛騨の大自然の新緑が 1 年で最も美しい時期となり、地元の方は「この時期の山が一番美しい」と言い、大自然の美しさを体感することができる。

集 計：「よく知っている」「だいたい知っている」「聞いたことがある」を合せた認知度は約 35%

であった。興味がある」「やや興味がある」を合せた興味度は約 56%である。

17) 古民家の湯宿

設問 17：奥飛騨温泉郷には木の温もりに包まれる古民家の宿が多く存在する。囲炉裏を囲み、囲炉裏を囲んだ食事を味わうなど、ノスタルジックな雰囲気を楽しむことができる。

集 計：「よく知っている」「だいたい知っている」「聞いたことがある」を合せた認知度は約 41%であった。興味がある」「やや興味がある」を合せた興味度は約 54%である。

18) 足湯

設問 18：奥飛騨温泉郷は源泉が多く存在し、そこから噴出する温泉は高温で湯量が豊かなため、数多くの無料の足湯があり、気軽に無料で温泉を楽しむことができる。

集 計：「よく知っている」「だいたい知っている」「聞いたことがある」を合せた認知度は約 53%であった。興味がある」「やや興味がある」を合せた興味度は約 51%である。

19) 露天風呂の数

設問 19：湯量豊富な奥飛騨温泉郷は宿泊施設、日帰り温泉施設とも大自然を望みながら温泉露天風呂を楽しむことができ、その「露天風呂の数は日本一」とも言われている。

集 計：「よく知っている」「だいたい知っている」「聞いたことがある」を合せた認知度は約 32%であった。興味がある」「やや興味がある」を合せた興味度は約 52%である。

20) 国民温泉保養地

設問 20：奥飛騨温泉郷は環境庁が定める「国民温泉保養地」に認定されている。認定条件としては、泉効が顕著であること・湧出量が豊富であること・利用上適正な温度を有すること・環境衛生的条件が良好であること・附近一帯の景観が佳良であること・温泉気候学的に休養地として適していること、などが挙げられる。

集 計：「よく知っている」「だいたい知っている」「聞いたことがある」を合せた認知度は約 26%であった。興味がある」「やや興味がある」を合せた興味度は約 43%である。

21) 平湯大滝公園

設問 21：落差 64m、幅 6mの平湯大滝は飛騨三大名瀑のひとつで、日本の滝百選にも選定されている。毎年 2 月には滝の結氷した姿をライトアップする平湯大滝結氷まつりが開催される。

集 計：「よく知っている」「だいたい知っている」「聞いたことがある」を合せた認知度は約 34%であった。興味がある」「やや興味がある」を合せた興味度は約 56%である。

22) 新穂高の湯

設問 22：槍ヶ岳や笠ヶ岳など四季折々の奥飛騨の自然を楽しみながら温泉を満喫できる溪流沿いのダイナミックな露天風呂。4 月～10 月までの期間限定営業で入浴料は清掃協力金の 300 円。

集 計：「よく知っている」「だいたい知っている」「聞いたことがある」を合せた認知度は約 40%であった。興味がある」「やや興味がある」を合せた興味度は約 59%である。

23) 北アルプス大橋

設問 23：新穂高温泉中尾高原と鍋平園地を結ぶ橋。全長 150m、高さ 70m。橋からは笠が岳、陽枝岳を望むことができ、ドライブルートとして人気の高いスポット。例年 5 月頃の深緑、

10月頃の紅葉の時期には、ひととき美しい絶景を楽しめる。

集計：「よく知っている」「だいたい知っている」「聞いたことがある」を合せた認知度は約37%であった。興味がある」「やや興味がある」を合せた興味度は約60%である。

24) おもてなし

設問24：2014 じゃらん人気温泉地ランキング・全国温泉地満足度ランキング（最近1年間に行ったことのある温泉地のうち「満足した」温泉地）部門で、総合1位に輝くなど、満足度の高い温泉地としてリピーターが多い温泉地である。

集計：「よく知っている」「だいたい知っている」「聞いたことがある」を合せた認知度は約26%であった。興味がある」「やや興味がある」を合せた興味度は約48%である。

25) 温泉を活用した海食材

設問25：奥飛騨の温泉熱を活かしてチョウザメ（キャビア）やすっぽん、とらふぐなど高級食材の養殖に成功し、それを味わえる宿泊施設もある。

集計：「よく知っている」「だいたい知っている」「聞いたことがある」を合せた認知度は約26%であった。興味がある」「やや興味がある」を合せた興味度は約45%である。

26) 温泉を活用した南国食材

設問26：奥飛騨の温泉熱を活かして南国果物のドラゴンフルーツやバナナの栽培に成功し、それらを味わえる宿泊施設もある。

集計：「よく知っている」「だいたい知っている」「聞いたことがある」を合せた認知度は約18%であった。興味がある」「やや興味がある」を合せた興味度は約39%である。

27) 日帰り温泉・立ち寄り温泉

設問27：湯量豊富で様々な泉質が楽しめる奥飛騨温泉郷は、日帰り温泉施設も充実しており、大自然の絶景と温泉を楽しむことができる。

集計：「よく知っている」「だいたい知っている」「聞いたことがある」を合せた認知度は約43%であった。興味がある」「やや興味がある」を合せた興味度は約50%である。

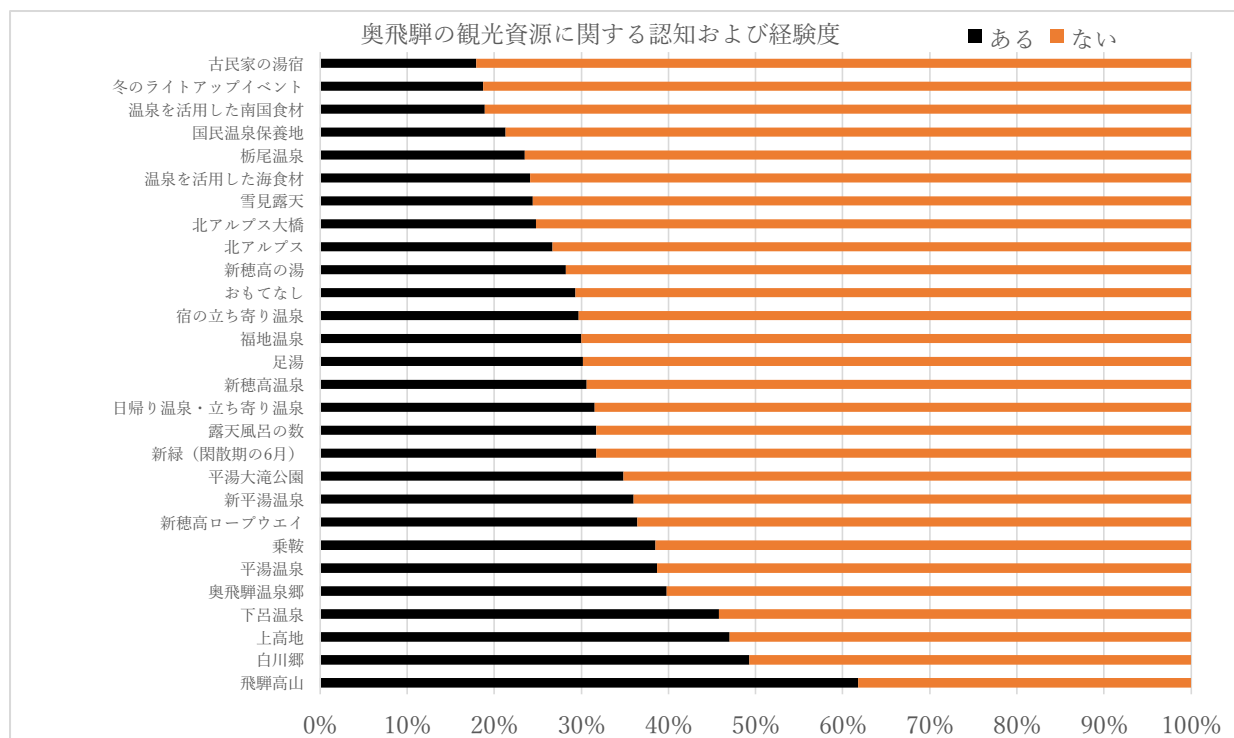
28) 宿の立ち寄り温泉

設問28：奥飛騨温泉郷は昼間、立ち寄り温泉として温泉が楽しめるように開放している宿も多く、旅の途中に宿の日帰り温泉として利用することもできる。

集計：「よく知っている」「だいたい知っている」「聞いたことがある」を合せた認知度は約33%であった。興味がある」「やや興味がある」を合せた興味度は約48%である。

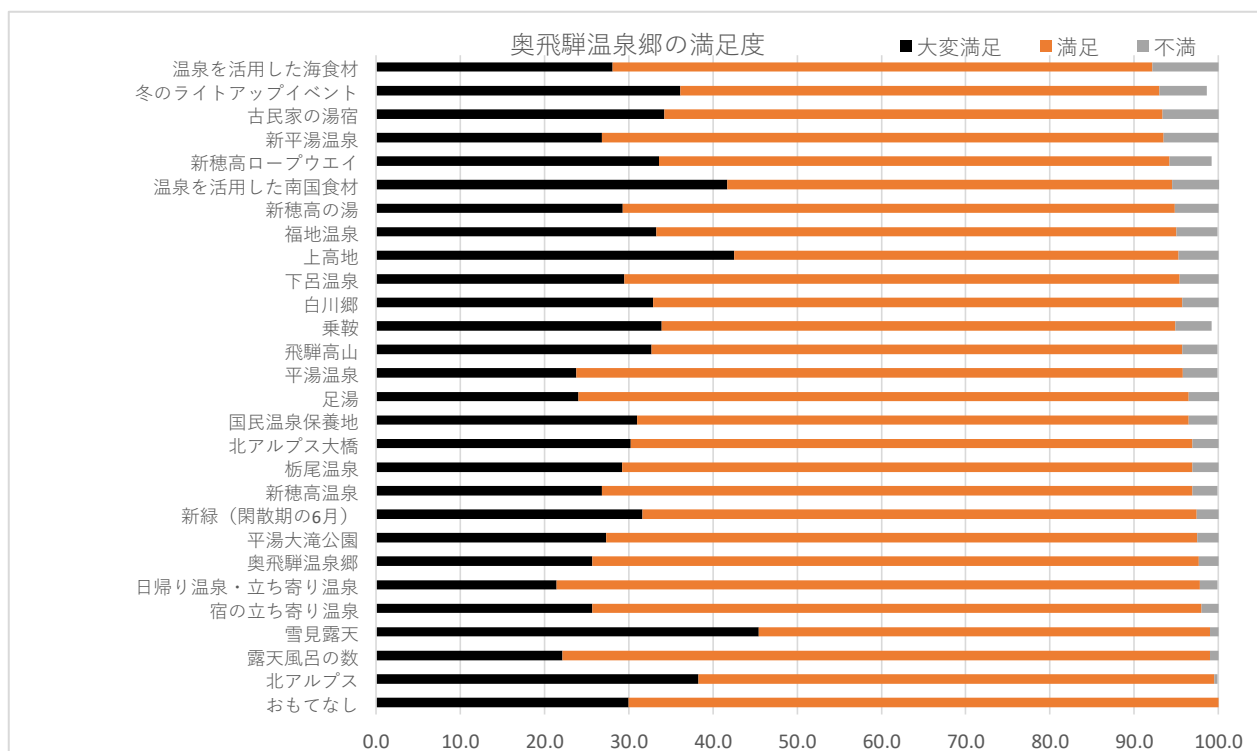
(6) 奥飛騨温泉郷の観光資源に関する経験度

奥飛騨温泉郷の観光地や観光資源、観光施設などを知っている方を対象に、観光地や観光資源や観光施設などを訪れたり、見たり、経験したことがあるかを訊ねた。



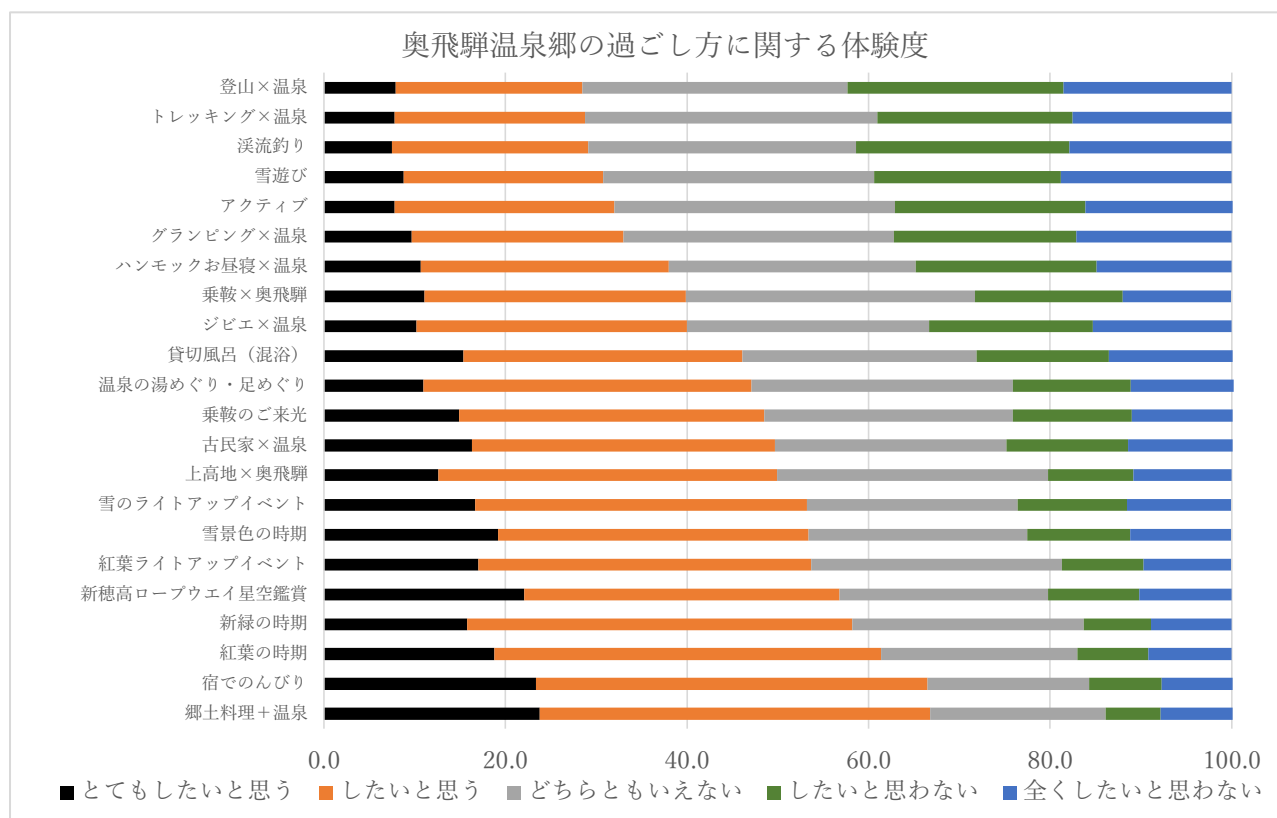
(7) 奥飛騨温泉郷の観光資源に関する満足度

奥飛騨温泉郷にある観光地や観光施設、観光資源を訪れたり、見たり、経験した方を対象に、それぞれの満足度について訊ねています。



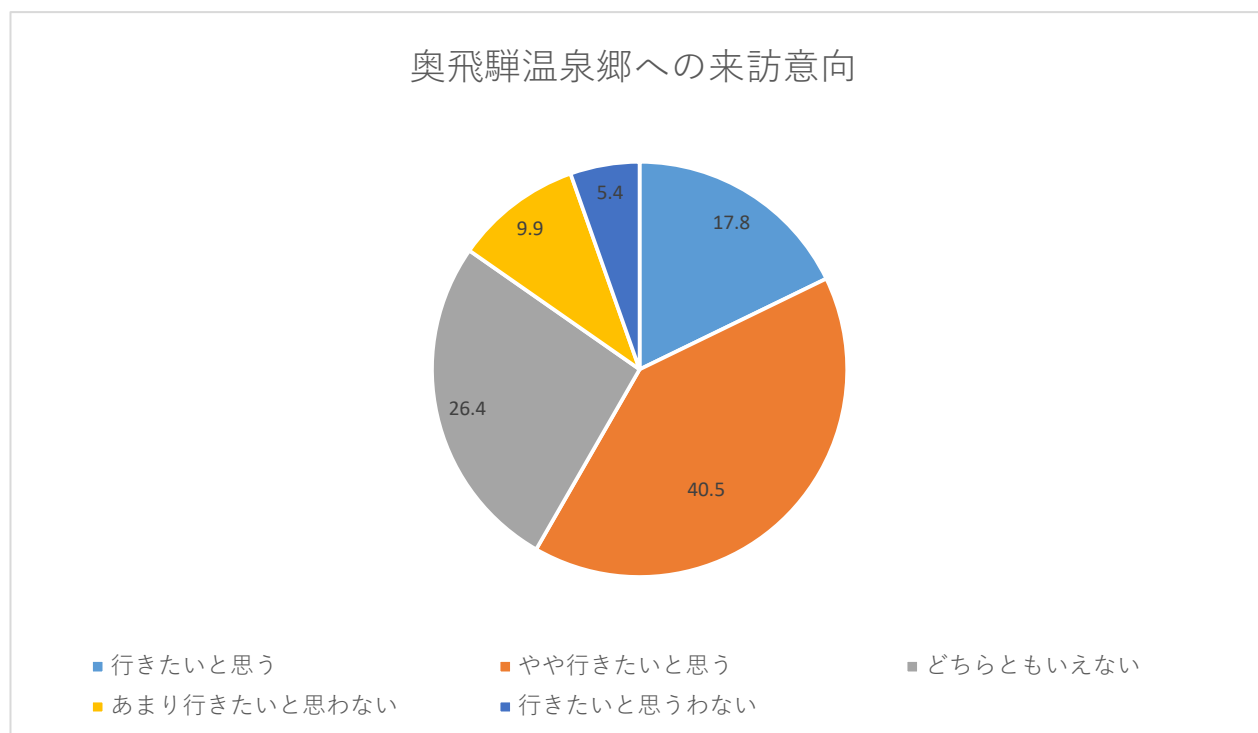
(8) 奥飛騨温泉郷の過ごし方に関する体験度

奥飛騨温泉郷へ旅行で行くとしたら、奥飛騨温泉郷ではどんな過ごし方（体験）をしたいですか。奥飛騨温泉郷へ行ったことがない人もイメージで回答している。



(9) 奥飛騨温泉郷への来訪意向

今後1年の間に、奥飛騨温泉郷へ旅行で行きたいと思いますか



★奥飛騨温泉郷地域の活性化策

1. 観光振興における課題と今後の方向性（GAP 調査等の重要性を認識する）

（株）リクルートの GAP 調査の報告や、2008 年に高山信用金庫が取り組んだ「奥飛騨温泉郷の活性化への提言」で類似する内容の結果が出されている。これらから課題と方向性を抽出できるデータによって奥飛騨の景況悪化に伴う打開策および地域振興の根源が見出されるものと捉えている。しかし、高山信用金庫が 11 年前に提言している内容について、深く検討され対策を講じられた様子は伺えず GAP 調査で示された報告書にある課題を整理された形跡も見ることはいえない。

この他にグローバルハイスクールに指定された高山西高等学校も、奥飛騨温泉郷をアピールすることを目的に研究を行ないその結果を報告しています。高校生も指摘しているように奥飛騨温泉郷の特徴は、天然温泉が豊富（湯の量が全国 3 位）、飛騨山脈の景観（絶景）、古風な温泉街、秘境感（都市から離れた神秘的な場所）、5 つの温泉など、他の温泉街と特質すべき特長を掲げています。課題は、①リピーターは少ないが外国人は多く冬の観光客は少なく夏場の入込み者が多い、②古風な雰囲気ของ宿泊施設が多く交通の便が悪い、飲食店が少ない、③後継者が少なく正社員が少ないなどの課題をあげている。このようにリピーター向上対策、冬期の入込み増加策、家族連れや若者の観光客の増加策などについて高校生の視点で解決策を提案しています。この調査において、高校生が悩んだのは、魅力を維持するために秘境感を守る考え方と、不便さを解消することの矛盾に悩んだと最後に結んでいる。この矛盾は、魅力を守ることと集客力を向上させることを同時並行に対策しても成功する可能性が低いことの裏づけである。優先することは魅力度向上が先決でありその結果として集客増加に繋がる。万が一、同時並行での取り組みが成功したとしても一過性であり永続的な対応こそ重要である。

ここで GAP 調査、高山信用金庫の提言、高山西高等学校の研究でも記されているように、奥飛騨温泉郷の認知度や満足度の向上にためには、既存の資源を再度見つめ直し、何が求められているかのデータを把握し、既存の観光資源の魅力アップに繋がる方策を探り出すことが必要である。さらにその精度を上げるとともに宿泊事業者や関係団体、他の事業者との関係を強固なものにし、相互の信頼関係の下で誘客宣伝を継続して行なう。そこでリピーター対策、新規顧客創出のためのデータ集積とその対応を繰り返すことで宿泊者増加による経済活性および地域活性に繋げる考え方が重要。そのための資源は揃っているとの結論に至る。その資源の磨き方の再認識が重要である。民間企業が生き残るためには経営マネジメントは必須であり、目標管理（達成すべき目標の設定）、業務管理（目標に応じた業務の構築、進捗の確認）、人材管理（モチベーションや個々の成長により人を輝かせる方法の模索）、組織管理（個々の役割を交替させ組織のパフォーマンスを最大化させる）、リスク管理（リスクの回避や軽減）、フェーズマネジメント（より発展するために今いる位置と今後の方向性の認識）、中間マネジメント（経営者と現場の中間で其々の話を聞く中間管理職の役割）など常に考慮する必要がある。

これに加え企業活動の継続には、マーケティングも欠くことができず「顧客のニーズに合ったものを最適な形で提供される市場を作り出すための活動」は不斷の努力で実施しなければ事業の存続が危

ぶまれる結果に繋がる。従って、きめ細かなデータ分析を積み重ねる努力を官民が連携して取り組むことが必要ではないか。その取り組みが結果として繋がっているのが下呂温泉の取り組みが事例としてあげられる。

一方、行政はマーケティング強化のために関係団体と連携し、プロモーション活動の強化・支援については、明確にターゲットを絞り、ニーズを把握し、継続的に誘客宣伝を戦略的に実施する必要がある。また、観光振興や地域振興を進めるためには、繰り返し再投資を行ない、顧客満足度の増加と地域所得の増加をめざし、地域の環境づくりを牽引する役割を果たすことが役割である。そのために、地域を専門的に分析する専門官の配置と採用は重要な意味を持つ時代が間違いなく迫っている。

2. 鉱泉地課税の負担感と入湯税検討の必要性

平湯地区との意見交換の際に出された意見の中に、「鉱泉地の固定資産税は高すぎるため見直し」を求める意見がある。この問題は以前から指摘をされてきたが鉱泉源を所有する者に特化した課題と捉えられがちな面もあり、これまで見過ごされてきた感は否めない。しかし、現況において宿泊者数や消費額の減少、人口減少による担い手不足等を要因として宿泊事業の経営悪化により地域活力が減退していることも事実である。また、宿泊事業の経営不振が続く中で、鉱泉地の泉源に対し固定資産税が評価基準に基づいて算定されており、税額の負担に耐えられない事業者が増加している。

鉱泉地の評価基準は、①鉱泉地は1箇所あたり16㎡を評価面積とする。②1箇所あたりの固定資産評価基礎価格は360万円とする。③評価係数として温度と湯量の2項目を評価基礎価格に乗ずる。とされており、評価係数項目のいずれも温度が高く、湯量が多いほど数値は高く、この係数は比例的になるものではなく、温度が高いほど或いは湯量が多いほど増額する仕組みになっている。参考として温度35度と70度では係数が2.3倍になる。温度が高温または湯量が多くなるに従い機器設備の更新時期は早くなり改修費が増加する結果に繋がる。従って高山地域の場合は、泉源の温度が低く湯量も奥飛騨温泉郷と圧倒的な違いがあること、さらに宿泊者数の減少による宿泊事業の経営悪化が顕在化していることを踏まえ、鉱泉地課税の負担軽減または、入湯税の用途について「鉱泉源の保護管理施設の整備」に充当できるため相応の配分を検討する必要がある。

また、入湯税についてはこれまで2.2億円以上の税収が確保されるなか、全額を観光振興事業に配分している。観光振興には宣伝費やPR事業に多額な財源を必要とするため、鉱泉源の保護管理施設の整備への配分は検討材料であるが、それを除いてあり方自体に異議を唱えるものではない。但し、全体の観光客数の増加（外国人増加）があっても地元消費の伸びが比例しない実情のなかで、観光客誘致と満足度向上のための財源確保の手段が限定されている。そこで、別府市や釧路市が行なっているような累進性のある新たな入湯税の仕組みを考える時期でもある。確かに入湯税は預かり税であるが、小規模な宿泊事業者は、宿泊者から税込みを求められるケースが多く納税義務者である旅館ホテルが入湯税を負担している場合もある。また、エージェントやネット決済の場合などチェックアウト時に入湯税を支払うケースもあり一部では納税義務者が負担している場合もある。従って事前調査は必要であるが、宿泊料金や飲食料金の額に応じた累進性のある新入湯税を検討し、税収増を図りながら観光振興等に充てる財源確保とともに更なる観光客増加に繋げる必要性を感じる。

3. 産業振興基本条例と自治体の役割

H21年6月に高山市産業振興基本条例が制定された。その目的は市内において域外資本の事業参入により地域所得が域外流出することを懸念し、その目的および産業振興計画の策定、また市・事業者・

産業振興団体の役割を其々明記した。

第1条の目的に「市の産業基盤の安定および強化並びにまちの活力の増進を図るとともに、地域の伝統文化を伝承し、もって地域経済の活性化及び市民生活の向上に寄与することを目的とする。」

第5条に市の役割として産業振興計画の策定を前提に「事業者への積極的支援、良好な環境づくり」に努め、事業者、産業振興団体、市民、国、県及び研究機関との連携で、相互に情報交換および協力が可能な体制の構築に努める」

第6条に事業者の役割として「地域住民との協調、市民の良好な生活環境の保全、地域環境の負荷低減並びに市民の消費生活の安定及び安全確保に配慮する。」また「事業者は産業振興団体に積極的に加入し、市または産業振興団体が行なう産業振興のための施策または事業に率先して参画及び協力するよう努めるものとする」

第7条に産業振興団体の役割として「自らの組織強化を図りながら、事業者の創意工夫及び自助努力を支援する活動を行なうとともに、市と協力し積極的に産業振興のための施策を実施するものとする。」

以上の条文を根幹として9条で構成されている。H21年の当時、外部資本の進出に脅威を持った関係団体が市と調整し、外部資本との協力体制を築くために其々の役割を明記したが、H31年2月現在では相当数（約10企業）の外部資本の進出が予定されていることを踏まえ条例制定の効果があったのか、また市は進出企業とどう関わってきたのか検証されるべきである。特に市と外部資本との関わりは、条例の設置「目的」や「市の役割」に沿った取り組みや施策の展開がどの程度あったのか疑問に思う。観光関連のような観光客の満足度を向上させるための事業は、既存の閉鎖的思考に留まらず市内事業者だけでなく飛騨高山のまちを構成する全ての事業者（域内、域外含め）など関係者全体で魅力の探求に繋がる考え方が不可欠であり、特定の関係者との絡みで具体的施策を協議してもイベントなど狭い範囲でのやり取りに過ぎず恒常的かつ安定的な効果が薄くなってしまい限定的に留まる可能性は払拭できない。結果的に観光する側の真理として一過性として満足度への効果あるものの、事業者側には安定した消費に結びつかず、消費部分の多くが資本の大きな事業者に吸収され、効果が域外に流出することは容易に想定できるのではないか。地元が知恵と労力を費やせば費やすほど大資本にとって効果があるのではないか。

従って、産業振興計画はあくまで既存事業との整合を図った所謂、当たり障りのない計画であってそれを執行することが行政の真の目的ではない。あくまで産業振興基本条例に掲げた目的である「地域経済の活性化と市民生活の向上」および市の役割とする「事業者などとの連携による情報交換と協力体制の構築」を図る為に取り組む責務を最重要とするべきである。

4. 地域と企業の協働・連携（あかんだな駐車場との関連）

奥飛騨温泉郷における宿泊観光客数が減少する中で地域振興を図るためには、以前にも提起した日帰り観光客の誘客による消費行動を促す仕組みづくりは重要と考える。そこで平湯地区においては、奥飛騨温泉郷の玄関口であり、関東方面から高山に訪れる際の有名な温泉街、更に上高地へアクセスする際の西側の玄関口でもある。特に上高地へのアクセス拠点としての平湯温泉は、安房トンネル開通前の安房峠を通行する時代から長く浸透している場所でもあり、トンネル開通と同時に急激に増加し、近年上高地への入込み客数が相対的に減少する中であっても年間40万人超の観光客が平湯地区を訪れている現実がある。その殆どが自家用車の観光客でありアカンダナ駐車場を利用している。しかし、当駐車場は温泉街から離れているため、上高地へ訪れる観光客は自家用車を降りた後は、直接バ

スやタクシーに乗車し上高地に直行し、帰りもバス・タクシーを下車した後は自家用車に分乗し帰路に向かう観光客が殆どを占めているのが実態である。年間 40 万人超の観光客の足を引き止めるだけの魅力の創出と人を回遊させるための都市空間の創出は不可欠である。上高地へ訪れる観光客の足を向かわせるための魅力向上への工夫を地域として創り出す意識は重要である。また、市は都市空間づくりと併せて観光振興を図る必要性から温泉街に近い場所に公共駐車場の整備を進めるべきである。温泉街周辺は市有地が多数点在し、上宝村当時からの登記も不明確で整理されないでいる。市は H30 年度に平湯地区の市有地の登記整理の実施、また奥飛騨温泉郷活性化基本構想を策定する中、回遊を促す施策として環境省との絡みも必要となるが、それらを併せて駐車場、ビジターセンター問題など早急に次代のあり方の検討に入る必要性はないか。さらに地域や宿泊事業者のみならず、小売店、飲食店、エージェント、交通事業者、調査会社（リクルート）、金融機関、観光関係団体と域内、域外に関係なく、お互いの利点を共有し相互に協力し創意工夫によって魅力（ソフト面やコト消費）を生み出し地域活性を導き出すことは不可能なのか。それは平湯地区に関わる当事者間のみが見出せるところであり、行政が方向性を描いても地域の主体性がなければ意味のないことは明白である。それが見出せないとすれば大きな資本だけが有利になり、地域から魅力を搾取され続け小規模既存事業者だけが困窮を極めることにならないだろうか。

他地域と比較した場合にこれだけの観光客数が訪れる拠点地域は飛騨地域でも他にはないことから、その恩恵を得ていることの認識を新たにする必要はないか。他の支所地域からみれば羨ましい限りとは言えないだろうか。それを活かすことが出来るのは、地域の関係者しかいないはずである。

あかんだな駐車場事業は、市の観光施設事業特別会計として高山スキー場の事業と合算で会計処理され、実質あかんだな駐車場収益が高山スキー場の赤字補填に充てられている。H29 年度における駐車場収益は約 3,100 万円を超えており、長年継続して 3,000 万円前後を確保している。しかし、その収益の殆どはスキー場の施設整備等に充当され、奥飛騨地域の観光振興の維持発展のために還元されていない。確かに一般会計の観光部所管の事業や入湯税で別途還元されていることは事実であるが、高山スキー場に限らず他の 2 施設のスキー場も含めて自立の為の経営が長年求められているにも関わらず、棚上げ状態になっている。これは指定管理施設全体でも言えることであるが事業の負債を市が抱えたり（公益性の高い事業を除く）、他の事業収益で負債を賄うことは負債事業の単なる延命であり自立どころか結論を先延ばしにしているに過ぎない。よって其々の地域は地域特性が異なるからこそ、事業収益と地域所得が確保されていることは紛れもないところで、宿泊観光客の減少による地域活力の減退など、その根底が失われつつある現在では市の考え方も変革する必要がある。今後、H34 年 3 月の貸借契約満了までには、あかんだな駐車場の経営を民間に委ねるための方策（協議会方式）など再度模索し、実施主体を市と切り離す時期に来ていないか。また、他の施設も同様にあり方についての方向性が早急に求められる。

※あかんだな駐車場の経過

アカンダナ駐車場は、S62 年に建設省から中部縦貫道の工事残土処分場として依頼を受けトンネル残土で埋め立てられ、H5 年に環境庁より国立公園事業「平湯駐車場事業」として承認を受け、当時の上宝村と土地管理者である平湯温泉協同組合が賃貸料無料で土地使用契約を締結した。H7 年にアカンダナ駐車場整備工事を着工し、H9 年に土地所有者 13 名と土地賃貸契約を無償で締結し、H9 年 12 月 6 日から安房トンネル供用開始したこと踏まえ、H10 年 4 月から駐車場の供用を開始した。その後 H15

年に第4駐車場を増設し自動料金収受システムを導入した。H22年には土地所有者の管理社である(有)ひら湯の郷と市は賃貸料無償で土地貸借契約を締結している。H23年からは賃貸料が有料の契約となりH34年3月31日までの契約期間となっている。

5. 金融機関との連携・活用（債権放棄と今後のあり方やクラウドファンディングの活用）

市内の信用金庫は、2008年に奥飛騨温泉郷の活性化への提言を纏めている。これは地元信用金庫の合併に伴い、奥飛騨温泉郷への貸付額が増大したことで、金融機関として地元経済の活性化への役割を担う共に持続可能な地域経済に貢献するという使命を果たす観点から、自ら調査し問題解決の糸口をまとめたものです。それから11年が経過する今でも問題の本質に変化がないことが浮き彫りになっている。また、当委員会は、H30.11.19と12.17の2回に渡り、「地元金融機関の地域貢献と地域振興について」地元金融機関2行の役員と参考人招致という形式で意見交換を実施し指摘を頂いている。※詳細については別紙に記載のとおり。

6. 広域連携による魅力創出（ジオパーク構想や山岳観光への認識）

奥飛騨温泉郷の環境や自然を観光振興の根源とすることは地域特性を活かす上で欠かせない施策のひとつである。そうした中で、現在取り組んでいる飛騨山脈ジオパーク推進協議会において、日本ジオパーク認定を目指す活動は、地域ブランドや知名度の向上のための施策として重要であるが、ジオサイトの選定やガイド養成、市民の認知度など課題も大きく、認定後の継続に対してもハードルが高いため魅力、認識、周知に加え時間と財源が必要な施策と思われる。但し、ジオサイト選定時等における調査や周知の活動を通じて、個々の魅力を再認識し多くの市民や来訪者に知っていただくこと、また学習機能も備えるなど意義のある取り組みであることは理解しているが、他のジオパークでも見られるように観光振興に直結するとは限らず、限定的な部分に留まる可能性は高い。

むしろ、中部山岳国立公園の魅力を再度認識し、登山者を始め幅広く来訪者に伝え穂高連峰、槍ヶ岳、乗鞍岳、上高地の大自然をツールとして更なる観光振興を図るには、圏域を越え松本市や富山市との連携も強固にしながら山岳観光を積極的に推進する地域の強い意思と、それを支える各事業者との連携協力も欠くことができず、さらに地域経営に責任を持った行政の姿勢や対応は不可欠である。

※詳細は別紙に記載

7. 外国人観光客への対応

奥飛騨温泉郷へのH29年の外国人宿泊者数92,533人となっている。H21年の17,990人と比較して5.1倍の増加である。国内観光客数の減少を外国人で補っている状況であるが、外国人の伸び率より国内客の減少率が高いため、全体的に宿泊者数の減少に歯止めが掛からない。しかし、政府は年々訪日外国人の受入を拡大する見通しもあり。2020年に4,000万人、2030年に6,000万人にの目標を掲げている。外国人旅行者の増加はビザの緩和、為替変動（円安）なども後押ししているが、日本という国の魅力が世界に浸透しているのは、他国と比較し先進国の中でも真面目で几帳面な国民性、きれいな国というイメージが前提であろう。戦後73年が経ちこの間、製造業が日本経済を牽引しGDPは世界第2位を占めるまでになった。しかし、最近是新興国の攻勢に押されている。但し、日本には観光先進国の4条件が揃っており、四季、自然、文化、食といった魅力を求めて外国人旅行者は今後も拡大することは間違いないところである。

今後は、国内旅行者への温泉、自然、文化へのアピールを続けると同時に、外国人次対応は欠かせ

ない時代に間違いなく入っている。よって観光サイトには外国語併記の案内看板、各施設内での外国語対応が可能な人材の確保、外部研修など従業員教育の徹底、地元食材や伝統工芸等を導入した経営戦略、高温の天然温泉や多く存在する露天風呂の魅力づくりなど、新規顧客開拓には必ず必要な施策ばかりであり、他にはない魅力づくりのツールが揃っているため、これらの発信と中身の充実を確実に実施することで成果が上がると考える。

また、日本国内はもとより世界各国に誘客宣伝することは、専門的な知見、経験、財源が必要であり単一地域のみで対応できることではない。よって、高山市全体または県、国、関係機関と強固に連携し積極的な対応を早急にとる必要がある。

現在、宿泊観客数の減少を補うのは間違いなく外国人旅行者であることは紛れもない事実であり、これらの対応に消極的になれば観光振興は勿論のこと、地域の衰退に拍車が掛かることは間違いのないところである。

8. 産業・経済政策強化の専門部署設置とキャリア登用による地域振興策の必要性

H25年3月高山市議会文教経済委員会は、「高山市産業振興ビジョンの策定」について政策提言を行なっている。これは、観光行政を総合行政として捉え、観光振興策の中長期的な取り組みから見る総合体系を構築し、将来像を見据えた新たな戦略を盛り込んだ高山市観光振興ビジョンを策定するよう対応を求めたものである。

この提言の視点には、ビジョンの目的、理念、信条を掲げ将来像を明示し、さらに総合体系を明確にして戦略性を向上させることが狙いであった。さらに民間との意識共有と協働を進めることが重要と掲げている。

また、ビジョンの目標と視点として欠くことが出来ないものとして以下を列举した。

- ①高山ブランドの確立・維持・発展のためには、地産地消の推進、宿泊客および日帰り客消費額の増加、景観保全と再発見、観光行政から見る商業政策と都市計画の展開について述べている。
- ②情報伝達力の強化として、高機能携帯機器（スマホ等）の普及が拡大する中で、高山の実情に則したシステムと魅力あるコンテンツの開発・活用・周知について、民間など研究機関と連携し推進を図るよう進められたい。その上で誘客のための発信力強化、来訪者のための提供力強化を求めている。
- ③観光事業を総合運営する民間会社の活用を掲げている。これは観光消費額を増加させ、稼げる観光への転換するための民間力の活用及びまちづくり会社の見直しと再生を求めている。

6年前の提言であるが、観光振興のために抱える課題は大きく変化していないことがわかる。むしろ高山地域に訪れる外国人は増加し続ける中であっても、観光消費額や市内GDPが目まぐるしく増加している状況でもなく、地域所得は減少もしくは維持するのに精一杯な状況が多い。奥飛騨温泉郷地域でも同様に宿泊者数は減少に歯止めがかからず、外国人は増加しているが国内旅行者の減少を穴埋めできるまでに至っていない。H25年の文教経済委員会の提言にも、産業経済戦略会議を立ち上げることも指摘しているが実現していない。（H31年度予算で対応する予定）

地域のあり方は、産業や観光の振興と相まって地域振興と繋がり、双方が深く連動しているため、其々切り離して考えることは困難である。特に小さな町では、産業や観光、地域を支えているのは、同一の人間が全体に何らかの形で深く関わっているからである。それらを順方向に回転させるには、行政内でこれらに対応する専門部署を設け、その職員と金融機関、事業者、関係団体等が産業と観

光の振興、地域の振興を連動させ総合的に整える態勢づくりを行なう組織を早急に立ち上げるべきである。

ここで高山地域のように観光客数が増加しているから、各事業者や市民が豊かになっているのかと言えばそうではない。観光を産業としてこれを基に地域づくりを整えるとすれば、下記に示す循環サイクルを確実に整えることは不可欠である。観光客数が増加しても地域所得が増加しないことは、他の観光都市で実証済みである。

＝ 観光を産業にするための方程式 ＝

観光で仕事を作る（雇用をつくる）＝ 観光客数 × 観光客単価 × 域内調達率

（1次、2次、3次調達）

ホテルや高級旅館も東京の資本や最近では外国資本まで参入している。たくさんの観光客が来て、観光消費額も多いけれどそのお金は全部外に出ていってしまう。ですから観光客数が増えて賑わいがある、観光消費がある程度あっても人口は減り地域は衰退する。（入湯税と固定資産税が入ってくればよいと考える自治体経営なら何も言うことはないが・・・）

地域の課題設定については「KOKO」の取り組みから脱却することが大切で、そもそも課題設定の捉え方に問題があると認識している。「KOKO」とは「K」…「勘」、「O」…「思い込み」、「K」…「経験」、「O」…「思いつき」などが最も失敗する原因と言われる。

これらの課題解決には、外部からのキャリア登用も視野に入れ、観光振興・産業振興・地域振興策を総合的に整える優秀な人材の登用も必要な時代に入っている。