



人口減少社会における観光と地域づくり

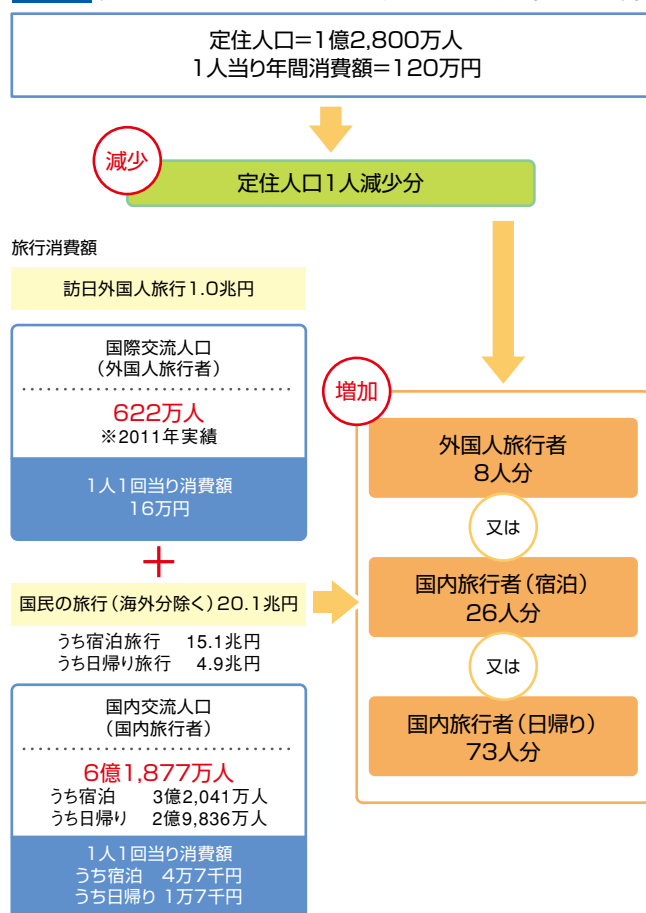
Tourism

Community

目次

- 1 はじめに
- 2 観光の現状
- 3 岐阜県の観光の現状と課題
- 4 地域の活力につながる観光
- 5 おわりに

図表1 観光交流人口増大による定住人口の補完(2011年)



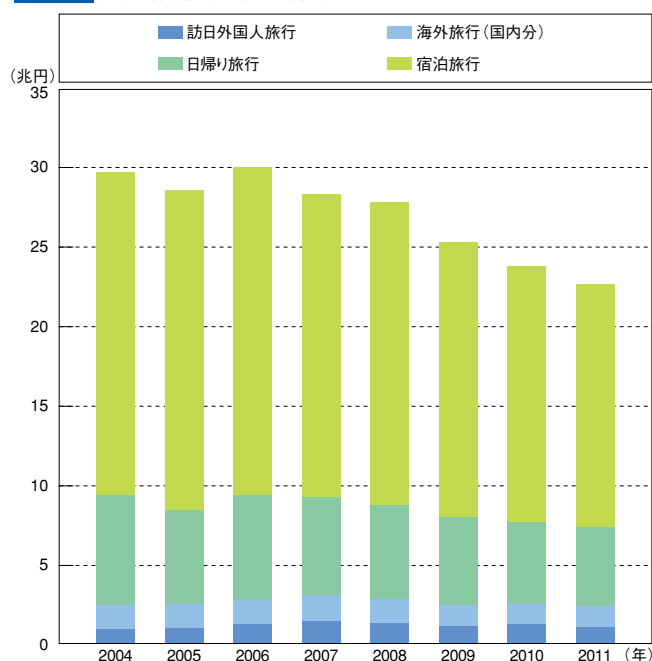
出所:総務省「人口統計」「家計調査」、観光庁「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」、JNTO「訪日外客数」、観光庁資料を参考に共立総合研究所にて作成

1 はじめに

日本は本格的な人口減少社会に入っている。今年3月に国立社会保障・人口問題研究所から発表された将来推計人口によると、2040年には全都道府県で人口が減少するという結果となった。岐阜県においても2010年比約20%の減少が推計されている。定住人口の減少による地域内需要の縮小は避けられないが、定住人口1人の減少分を外国人旅行者なら8人、国内旅行者(宿泊)なら26人、国内旅行者(日帰り)なら73人増加することで補うことができるとの試算の^(注1)(図表1)ように、交流人口を拡大することで地域に活力をもたらすことは可能だ。そのため、全国各地で観光振興の取り組みが進められている。

観光は地域密着型産業であり、その担い手となる地域

図表2 国内旅行消費額の推移



出所:観光庁「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」より共立総合研究所にて作成

住民抜きには語ることはできない。観光による産業振興は地域振興の一環でもあり、その推進にあたっては地域づくりの視点も重要だ。

本稿では観光と地域づくりのあり方について岐阜県での取り組みを中心に考えていきたい。

2 観光の現状

近年観光は国の重要政策にも位置づけられ、観光立国の実現に向け「住んでよし、訪れてよしの国づくり」を合い言葉に各種施策が進められている。まず、観光の現状を簡単に確認していく。

(1) 国内旅行消費額の推移

国内旅行消費額の推移をみると、2011年の国内旅行消費額は合計22.4兆円（対前年比4.4%減）で、その内日本人を見ると、国内宿泊旅行が15.1兆円（同4.1%減）、日帰り旅行が4.9兆円（同2.3%減）と9割以上を占めた。縮小傾向にあるとはいえ、日本人の国内旅行消費市場

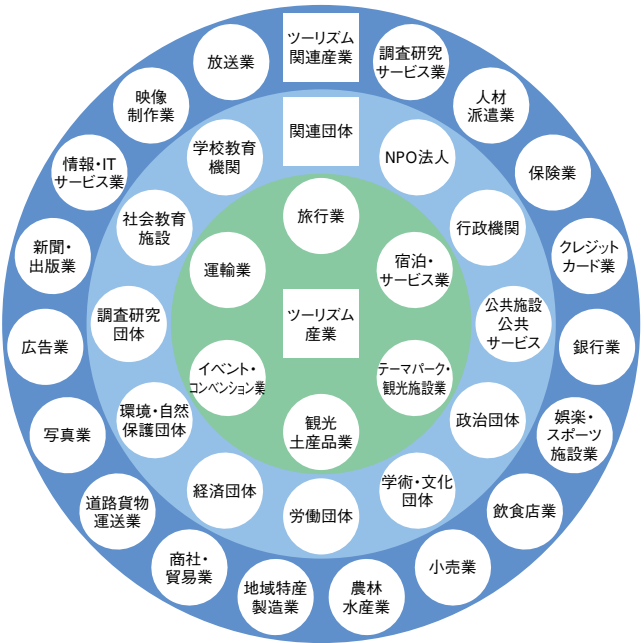
はまだまだ大きいものがある（図表2）。近年は外国人旅行者の取り込みが注目されているが、日本人旅行者の取り込みもそれ以上に重要といえる。

(2) 国内旅行消費の経済波及効果

観光関連産業は、旅行業、宿泊業、運輸業といった基幹部分を担う産業のほか、小売業、飲食店業、施設業など裾野が広く、その効果は地域に幅広く及ぶ（図表3）。

2011年の国内旅行消費の経済波及効果46.4兆円の内訳をみると、運輸業（7.18兆円）、食料品産業（3.64兆円）、宿泊業（3.59兆円）が多くを占める。また、雇用効果は397万人で、その内訳は飲食店業（57.6万人）、小売業（48.8万人）、農林水産業（42.1万人）となっている（図表4）。このように国内旅行消費は観光に直接関係する産業のみならず、食料品産業、飲食店業、農林水産業など、特に高齢化の進展や人口減少等により、地域の活力が失われつつある中山間地で主力となることが多い産業への波及効果も大きいことがみてとれる。

図表3 ツーリズム産業の範囲



出所:日本観光振興協会

図表4 国内旅行消費の経済波及効果

	旅行消費額	経済波及効果	雇用効果
	22.4兆円	46.4兆円	397万人
(主な内訳) 農林水産業	0.25兆円	1.11兆円	42.1万人
食料品産業	1.77兆円	3.64兆円	19.4万人
運輸業	5.64兆円	7.18兆円	41.0万人
小売業	1.39兆円	2.26兆円	48.8万人
宿泊業	3.48兆円	3.59兆円	35.9万人
飲食店業	2.42兆円	2.72兆円	57.6万人
旅行サービス業等	1.46兆円	1.83兆円	16.5万人

出所:観光庁「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」より共立総合研究所にて作成

3 岐阜県の観光の現状と課題

続いて岐阜県の観光の現状を概観する。

岐阜県は美濃地方（岐阜圏域、西濃圏域、中濃圏域、東濃圏域）と飛騨地方（飛騨圏域）の5圏域に分かれており、その特徴もさまざまである（図表5）。

（1）入込客数と観光消費額

観光庁「共通基準による観光入込客統計」^{（注2）}にて2011年における岐阜県内の観光入込客数を見ると、岐阜県全体では約3,589万人と全国8位となった。その内訳は、宿泊約420万人、日帰り約3,170万人と日帰り客が9割弱を占める（図表6）。

圏域別で見ると、美濃地方の4圏域は概ね750～800万人で9割以上が日帰り客である。その一方、飛騨圏域は480万人と、観光入込客数は少ないものの約半数が宿泊客である（図表7）。そのため、観光消費額においては宿泊客の割合が高い飛騨圏域が他の圏域を大幅に上回っている（図表8）。

また、地域に与える経済的影響という点では、絶対数

だけでなく定住人口との比率も重要である。なぜなら、仮に年間100万人が訪れたとしても、人口が5万人の地域と500万人の地域ではそのインパクトは異なるからである。

そこで、岐阜県及び圏域別の人口一人あたりの観光入込客数と観光消費額をみると、岐阜県の人口一人あたりの観光入込客数は約17.3人（全国4位）、圏域別では岐阜圏域を除いて全国平均を上回っている。その一方、岐阜県の人口一人あたりの観光消費額は約114.5千円（同26位）、圏域別では宿泊客割合が高い飛騨圏域を除いて全国平均を下回っている（図表9）。

岐阜県では人口あたりで見ると数多くの観光客の入り込みがあるものの、飛騨圏域を除き日帰り観光客の割合が高いこともあって観光消費に結びついていないことがうかがえる。

（2）宿泊観光の動向

観光庁「宿泊旅行統計調査」^{（注3）}によれば、都道府県別の目的別延べ宿泊者数を見ると、岐阜県は年間延べ約558万人（全国27位）の宿泊者があり、その内訳は観光目的が約370万人（19位）、観光目的以外（ビジネス

図表5 圏域別特徴

A. 岐阜圏域

市町村：岐阜市・羽島市・各務原市・山県市・瑞穂市・本巣市・羽島郡（笠松町、岐南町）・本巣郡（北方町）
面積：992.53km² 人口：80.7万人 高齢化率：23.6%
域内総生産：1次148億円、2次6,352億円、3次2兆1,871億円
製造品出荷額：1兆3,061億円
主な観光資源：長良川の鵜飼、川原町の風情あるまちなみ、美濃竹鼻まつり・ふじまつりなど

B. 西濃圏域

市町村：大垣市・海津市・養老郡（養老町）・不破郡（関ヶ原町、垂井町）・安八郡（輪之内町、安八町、神戸町）・揖斐郡（池田町、揖斐川町、大野町）
面積：1,433.36km² 人口：38.1万人 高齢化率：24.6%
域内総生産：1次169億円、2次4,888億円、3次7,947億円
製造品出荷額：1兆2,251億円
主な観光資源：関ヶ原古戦場、養老元元の起源地、谷汲山華厳寺など

C. 中濃圏域

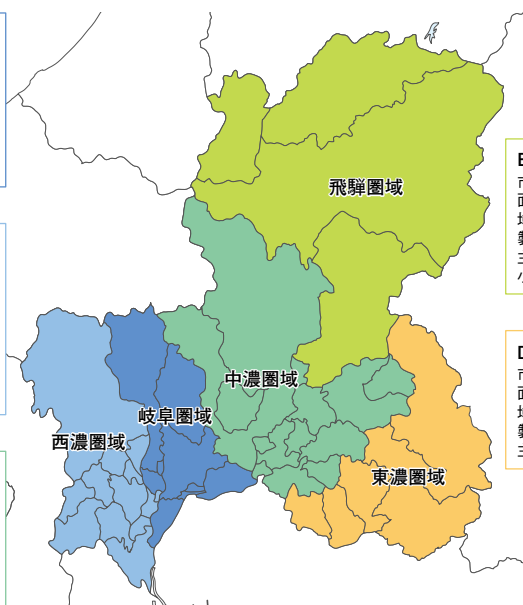
市町村：関市・美濃市・美濃加茂市・可児市・郡上市・加茂郡（坂祝町、富加町、川辺町、七宗町、八百津町、白川町、東白川村）・可児郡（御嵩町）
面積：2,454.87km² 人口：37.9万人 高齢化率：25.1%
域内総生産：1次128億円、2次5,413億円、3次7,511億円
製造品出荷額：1兆3,637億円
主な観光資源：郡上鮎、郡上おどり、関の刃物、美濃和紙など

E. 飛騨圏域

市町村：高山市・飛騨市・下呂市・大野郡（白川村）
面積：4,177.59km² 人口：15.5万人 高齢化率：30.5%
域内総生産：1次170億円、2次1,346億円、3次4,146億円
製造品出荷額：2,388億円
主な観光資源：白川郷、高山、奥飛騨・下呂の温泉郷、飛騨牛、小坂の滝や五色ヶ原など

D. 東濃圏域

市町村：中津川市、恵那市、瑞浪市、土岐市、多治見市
面積：1,562.82km² 人口：34.4万人 高齢化率：26.9%
域内総生産：1次116億円、2次2,958億円、3次7,383億円
製造品出荷額：7,439億円
主な観光資源：美濃焼、地歌舞伎、岩村城跡など



（注）域内総生産は2010年度、製造品出荷額は2011年、人口、高齢化率は2012年10月出所：各種資料より共立総合研究所にて作成

目的)が約187万人(34位)と観光目的の割合が66.4%を占める。(図表10)。岐阜県をビジネス目的で訪問する場合の宿泊先は主に愛知県を含めて選定されることも少なくないと想定され、岐阜県において宿泊客を増加させるためには、観光目的での宿泊の増加を目指す必要がある。

日本観光振興協会の「観光の実態と志向〈平成23年度版〉(第30回)」調査^(注4)によると、宿泊旅行の参加率は43.1%(前年差6.6ポイント減)と大幅に下落しているが、参加希望は76.2%(同1.0ポイント減)と潜在需要は依然として高い(図表11)。

今後は、地域の魅力を高めると同時に行動を促すストー

リーを提供するなどの仕組みづくりが重要となる。また、とにかく日帰りでも一度訪問してもらうことで魅力が伝わり、結果としてリピーターや宿泊客の増加につながっていく。

(3) 岐阜県の観光における課題と方向性

A. 岐阜県の観光の課題

以上から岐阜県の観光における課題として以下の二点が指摘できる。

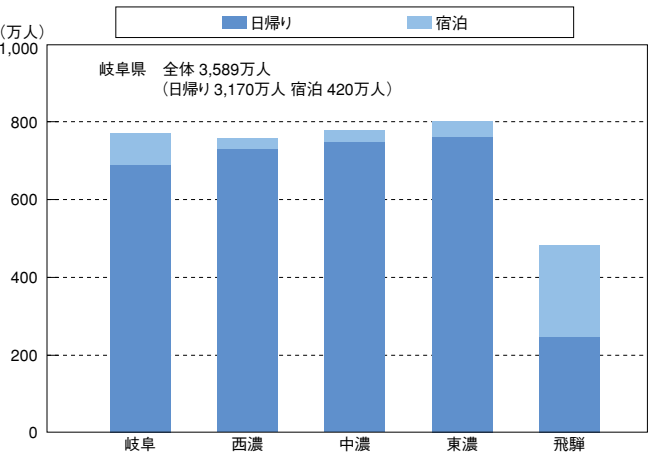
- ① 大多数が日帰り観光客であること
- ② 地域のブランド力が低いこと

図表6 都道府県別観光入込客数(2011年)

都道府県	順位	合計(千人)	順位	宿泊(千人)	順位	日帰り(千人)	日帰り観光率(%)
東京都	1	424,198	1	29,842	1	394,356	93.0
埼玉県	2	86,513	28	3,791	2	82,722	95.6
千葉県	3	83,420	5	12,350	3	71,070	85.2
愛知県	4	81,748	6	11,648	4	70,100	85.8
兵庫県	5	68,955	7	10,924	5	58,031	84.2
静岡県	6	64,423	2	14,637	6	49,786	77.3
北海道	7	47,482	3	14,453	7	33,029	69.6
岐阜県	8	35,892	24	4,195	8	31,697	88.3
長野県	9	35,561	4	13,878	13	21,683	61.0
栃木県	10	35,468	12	6,771	9	28,697	80.9
新潟県	11	30,481	9	7,921	11	22,560	74.0
三重県	12	29,085	8	7,985	14	21,100	72.5
群馬県	13	28,882	11	6,980	12	21,902	75.8
茨城県	14	26,638	30	3,460	10	23,178	87.0
山梨県	15	24,110	18	5,421	16	18,689	77.5
滋賀県	16	23,687	27	3,891	15	19,796	83.6
宮城県	17	21,798	10	7,919	21	13,879	63.7
広島県	18	20,876	14	6,063	19	14,813	71.0
大分県	19	19,831	22	4,927	18	14,904	75.2
熊本県	20	19,567	17	5,441	20	14,126	72.2
奈良県	21	18,864	40	1,662	17	17,202	91.2
福島県	22	18,136	15	5,721	23	12,415	68.5
山形県	23	16,697	25	4,160	22	12,537	75.1
鹿児島県	24	16,644	21	4,956	24	11,688	70.2
石川県	25	15,494	16	5,649	31	9,845	63.5
山口県	26	14,662	32	3,220	25	11,442	78.0
岡山県	27	14,592	26	4,001	28	10,591	72.6
岩手県	28	14,533	20	5,105	33	9,428	64.9
香川県	29	14,068	33	2,865	26	11,203	79.6
青森県	30	13,504	31	3,417	29	10,087	74.7
佐賀県	31	13,463	35	2,574	27	10,889	80.9
愛媛県	32	12,593	29	3,669	34	8,924	70.9
宮崎県	33	12,535	37	2,459	30	10,076	80.4
秋田県	34	12,072	36	2,520	32	9,552	79.1
沖縄県	35	10,974	13	6,150	39	4,824	44.0
鳥取県	36	10,349	38	2,324	35	8,025	77.5
和歌山県	37	10,259	23	4,296	38	5,963	58.1
長崎県	38	9,722	19	5,147	40	4,575	47.1
鳥取県	39	9,363	39	2,203	37	7,160	76.5
徳島県	40	9,033	41	1,559	36	7,474	82.7
高知県	41	6,311	34	2,582	41	3,729	59.1

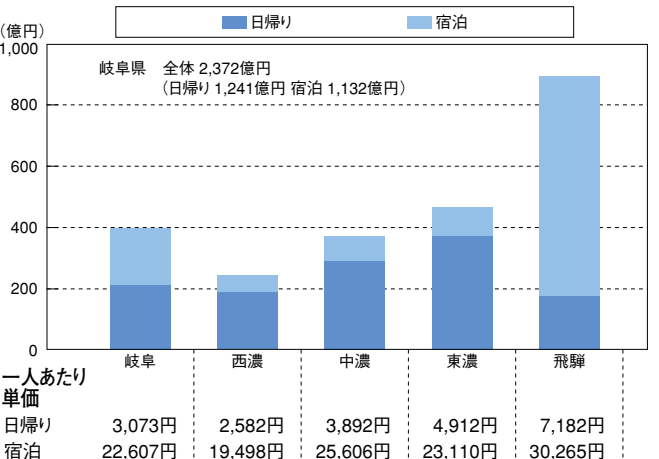
出所:観光庁「共通基準による観光入込客統計」より共立総合研究所にて作成

図表7 圏域別入り込み客数(実数)



出所:岐阜県「平成23年岐阜県観光入込客統計調査」

図表8 圏域別観光消費額



出所:岐阜県「平成23年岐阜県観光入込客統計調査」

図表9 人口一人あたりの観光入り込み客数と観光消費額(2011年)

人口一人あたり入り込み客数

人口一人あたり観光消費額

順位		(人)	順位		(千円)
1	東京都	32.1		飛騨圏域	566.2
	飛騨圏域	30.7	1	沖縄県	388.0
2	山梨県	28.1	2	東京都	303.0
	東濃圏域	23.0	3	山梨県	296.0
	中濃圏域	20.3	4	静岡県	233.2
	西濃圏域	19.7	5	岩手県	229.5
3	栃木県	17.7	6	長野県	229.0
4	岐阜県	17.3	7	長崎県	185.1
5	静岡県	17.2	8	栃木県	164.2
6	滋賀県	16.8	9	石川県	159.3
7	大分県	16.7	10	大分県	157.4
8	長野県	16.6	11	千葉県	153.4
9	鳥取県	16.0	12	滋賀県	153.0
10	佐賀県	15.9	13	新潟県	149.6
11	三重県	15.7		全国平均	145.8
	全国平均	14.8	14	秋田県	142.0
12	島根県	14.5	15	香川県	136.0
13	群馬県	14.4	16	鹿児島県	134.3
14	山形県	14.4		東濃圏域	133.9
15	香川県	14.2	17	三重県	131.0
16	奈良県	13.5	18	群馬県	123.2
17	千葉県	13.4	19	北海道	122.1
18	石川県	13.3	20	高知県	121.2
19	新潟県	12.9	21	和歌山県	120.0
20	兵庫県	12.4	22	山形県	118.4
21	埼玉県	12.0	23	島根県	118.1
22	徳島県	11.6	24	福島県	117.2
23	秋田県	11.2	25	熊本県	115.3
24	宮崎県	11.1	26	岐阜県	114.5
25	岩手県	11.1	27	宮崎県	113.5
26	愛知県	11.0	28	鳥取県	104.5
27	熊本県	10.8	29	青森県	104.3
28	和歌山県	10.3	30	佐賀県	100.7
29	山口県	10.2	31	宮城県	99.5
30	青森県	9.9		中濃圏域	97.1
31	鹿児島県	9.8	32	山口県	89.1
	岐阜圏域	9.5	33	兵庫県	88.6
32	宮城県	9.4	34	愛媛県	87.3
33	福島県	9.1	35	奈良県	80.6
34	茨城県	9.0	36	徳島県	76.3
35	愛媛県	8.8	37	愛知県	70.8
36	北海道	8.7	38	広島県	65.5
37	高知県	8.3	39	岡山県	64.7
38	沖縄県	7.8		西濃圏域	63.9
39	岡山県	7.5	40	茨城県	60.3
40	広島県	7.3		岐阜圏域	49.1
41	長崎県	6.9	41	埼玉県	42.2

(注) 2013年3月29日時点で集計済みの41都道府県と比較(除外:神奈川県、富山県、福井県、京都府、大阪府、福岡県)

出所:観光庁「共通基準による観光入込客統計」、総務省「人口統計」より
共立総合研究所にて作成

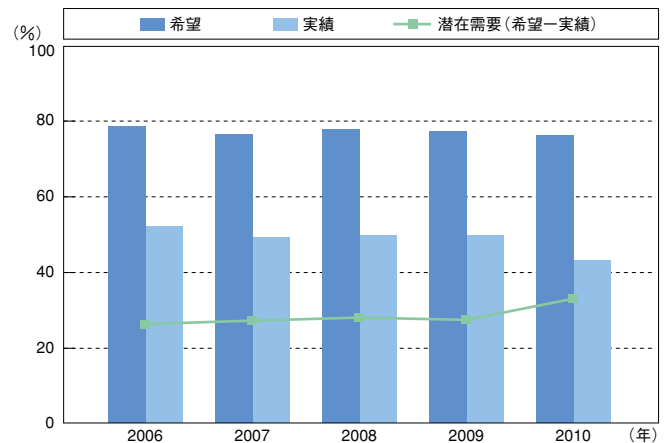
図表10 都道府県別延べ宿泊者数(上位5都道府県と東海三県)

	延べ宿泊者数 (万人)		観光目的の宿泊者が 50%以上(万人)		観光目的の宿泊者が 50%未満(万人)		観光目的 割合(%)
全国	順位	41,723	順位	20,738	順位	20,839	49.7
東京都	1	4,153	8	751	1	3,389	18.1
北海道	2	2,729	1	1,655	3	1,053	60.6
大阪府	3	2,176	13	537	2	1,639	24.7
静岡県	4	1,941	3	1,237	7	698	63.7
長野県	5	1,938	2	1,429	13	507	73.8
愛知県	11	1,241	24	317	5	918	25.5
三重県	19	757	16	477	25	279	63.0
岐阜県	27	558	19	370	34	187	66.4
高知県	43	293	242	131	42	162	44.6
島根県	44	281	40	144	44	137	51.3
佐賀県	45	270	43	130	43	140	48.1
奈良県	46	203	33	191	47	11	94.1
徳島県	47	196	47	50	45	130	25.2

(注) 延べ宿泊者数には目的不詳も含む

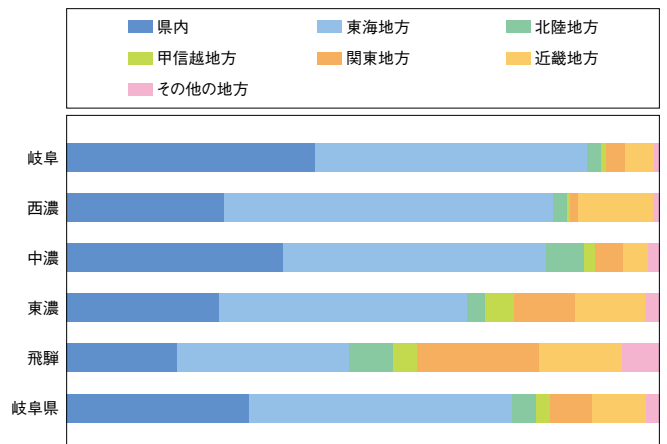
出所:観光庁「宿泊旅行統計(2011年)」

図表11 宿泊旅行の参加率



出所:日本観光振興協会「観光の実態と志向(第30回)」より共立総合研究所にて作成

図表12 圏域別居住地別観光入込客数



出所:岐阜県「平成23年岐阜県観光入込客統計調査」

岐阜県は日本の真ん中に位置し元々交通の便は良かった。近年はそれに加え東海北陸道や東海環状自動車道東回りの開通など高速道路網が充実し、さらに便利になった。ただし、日帰り観光圏が拡大したということは裏を返せば宿泊する必要性も低くなっているということでもある。また、入込客の居住地をみると、飛騨圏域や東濃圏域では、関東地方や近畿地方など遠方からの来訪も見受けられるものの、岐阜圏域、西濃圏域、中濃圏域では県内や東海地方など近隣からの来訪が8割以上を占めている(図表12)。その結果、宿泊施設の稼働率も伸びていない。観光庁「宿泊観光統計」によると岐阜県の定員稼働率^(注5)は約28.3%と全国平均を下回っている(図表13)。

地域のブランド力として「地域ブランド調査2012」^(注6)の市町村別ランキングを見ると、上位100位に岐阜県の飛騨市(30位)、高山市(32位)、下呂市(64位)と飛騨圏域の3市がランクインしている(図表14)。一方、都道府県別ランキングにおいて岐阜県は全都道府県中36位となっている(図表15)。

世界遺産登録された白川郷、温泉地など多くの観光資源を有する飛騨圏域は高いブランド力を有しているが、それが必ずしも岐阜県全体のブランド力につながっていないことがうかがえる。

図表13 都道府県別定員稼働率(上位下位5都道府県と東海三県)

	定員稼働率		観光目的の宿泊者が50%以上		観光目的の宿泊者が50%未満	
	順位	(%)	順位	(%)	順位	(%)
	順位	(%)	順位	(%)	順位	(%)
大阪府	1	59.0	1	49.2	1	63.2
東京都	2	54.5	2	43.3	2	57.9
宮城県	3	45.4	7	34.5	3	57.2
福岡県	4	45.3	10	30.1	6	52.0
京都府	5	45.0	3	42.9	4	54.6
愛知県	9	39.8	21	25.6	8	49.3
全国		34.3		27.5		45.8
岐阜県	36	28.3	23	24.9	33	38.8
三重県	41	25.7	33	21.8	38	36.8
山梨県	43	24.6	27	23.1	45	31.6
新潟県	44	24.5	44	18.7	28	39.7
福井県	45	22.3	47	16.6	43	35.6
長野県	46	21.9	42	19.1	38	36.8
奈良県	47	21.1	34	21.7	47	14.0

出所:観光庁「宿泊旅行統計(2011年)」

B.方向性

訪問者は観光に何を求めるのか。その地に足を運び、その地の雰囲気を感じ、その地の食事を食べ、その地の人々との交流を愉しむなど、訪問者は観光によって自分だけの体験を求める。独自のストーリーづくりにどう貢献できるかが、その地のブランド力となる。

地域のブランド力を高めるためには、まず自分たちが地域の宝を知り、誇りを持って伝えることができないとまらない。そのためにはまず地域の文化、歴史を知る

図表14 2012年市区町村別地域のブランド力(東海三県の上位100位以内)

順位	市区町村名	都道府県名	魅力度
24	名古屋市	愛知県	30.5
30	飛騨市	岐阜県	28.9
32	高山市	岐阜県	28.6
43	伊勢市	三重県	24.7
64	下呂市	岐阜県	22.5
81	志摩市	三重県	20.6
94	鳥羽市	三重県	19.3

出所:(株)ブランド総合研究所「地域ブランド調査2012」

図表15 都道府県別地域のブランド力(上位下位5都道府県と東海三県)

順位		都道府県名	魅力度	
2012年	2011年		2012年	2011年
1	1	北海道	63.9	70.7
2	2	京都府	54.6	53.4
3	3	沖縄県	48.4	50.3
4	4	東京都	41.1	40.3
5	5	奈良県	35.9	34.0
15	20	愛知県	19.9	17.7
26	28	三重県	14.9	13.7
36	35	岐阜県	12.0	12.6
43	35	福島県	9.2	12.6
44	42	栃木県	9.1	10.3
45	46	佐賀県	8.9	7.5
46	47	茨城県	7.8	7.2
47	44	群馬県	7.6	9.8
47都道府県平均			26.6	27.1

出所:(株)ブランド総合研究所「地域ブランド調査2012」

ことが大切である。そして、地域が持つ価値を改めて見つめ直し、それを磨いていく過程で、地域への誇りと愛情が生まれる。このように県内各地で発掘された観光資源を岐阜の魅力として県内外に発信し、いかに来訪客の増加につなげていくかが重要である。宿泊客の増加のためには、圏域の各地点をスポットで見せるのではなく、圏境や県境を超えて、連携し宿泊観光客の増加につながるようなストーリーと周遊性を持った宿泊滞在型観光ルートの提案が必要となる。

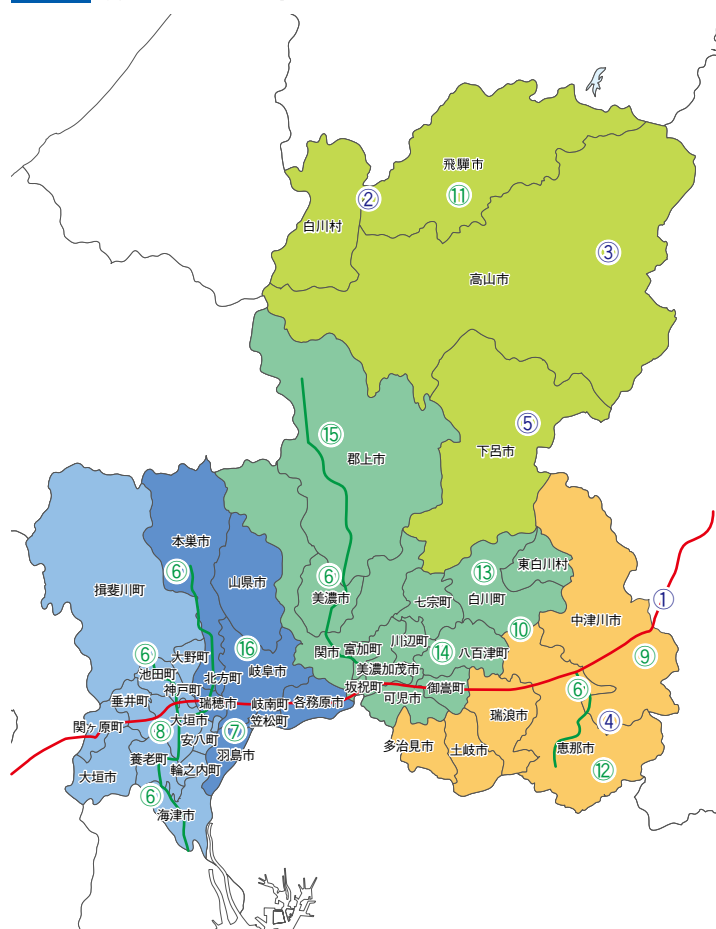
(4) 岐阜県の取り組み

岐阜県では2007年7月に「みんなでつくろう観光王国 飛騨・美濃条例」を制定し、飛騨・美濃じまん運動を推

進してきた。飛騨・美濃じまん運動とは「知ってもらおう、見つけだそう、創りだそう ふるさとのじまん」を合い言葉に、県民一人一人が身近にある様々な地域資源に磨きをかけ、情報発信していく取り組みを通じて、観光産業を基幹産業に発展させ、飛騨・美濃の特性を活かした誇りの持てるふるさとづくりを進めることである。そうして集まった「ふるさとじまん」の中から、今後の岐阜県の観光振興につながるものを「じまんの原石」として選定し、その中から全国に誇るべきものを「岐阜の宝もの」として、誇るべきものになると期待されるものを「明日の宝もの」として認定している(図表16)。

2008年度からスタートした「岐阜県観光振興プラン」の第1ステージでは、「点の拡大」として観光資源の掘り

図表16 岐阜の宝ものと明日の宝もの



出所:岐阜県ホームページなどから共立総合研究所にて作成

岐阜の宝もの

①	中山道 ゑふ17宿	中津川市・恵那市・瑞浪市・御嵩町・可児市・美濃加茂市・坂祝町・各務原市・岐阜市・瑞穂市・神戸町・大垣市・垂井町・関ヶ原町	岐阜、西濃、中濃、東濃
②	天生県立自然公園と三湿原回廊	飛騨市・白川村	飛騨
③	乗鞍山麓五色ヶ原の森	高山市	飛騨
④	東濃地方の地歌舞伎と芝居小屋	恵那市・中津川市・瑞浪市	東濃
⑤	小坂の滝めぐり	下呂市小坂町	飛騨

明日の宝もの

⑥	岐阜ローカル鉄道の旅 [養老鉄道・明知鉄道・長良川鉄道・樽見鉄道]	海津市・揖斐川町・恵那市・中津川市・郡上市・美濃加茂市・大垣市・本巣市	岐阜、西濃、中濃、東濃
⑦	美濃竹鼻まつり・ふじまつり	羽島市	岐阜
⑧	大垣の水景物語 [大垣の湧水・地下水・水まんじゅう・住吉燈台・船町港・赤坂港・木柵・名水わさび・水屋群などの風景と輪中文化]	大垣市	西濃
⑨	中津川の栗きんとん巡り	中津川市	東濃
⑩	笠置山クライミングエリア	恵那市	東濃
⑪	種蔵(たねくら) [棚田と板倉の風景]と山里文化	飛騨市	飛騨
⑫	岩村城跡(じょうせき)と岩村城下町	恵那市	東濃
⑬	美濃白川四季彩街道	白川町	中濃
⑭	八百津のおやつ	八百津町	中濃
⑮	郡上鮎	郡上市	中濃
⑯	川原町界隈	岐阜市	岐阜

岐阜の宝もの(じまんの原石)認定基準

①	今までにない新しいタイプの観光資源としての魅力がある。
②	長期間にわたり魅力を発することができる持続性を有し、岐阜県ならではのオリジナリティーがある。
③	リピーター確保につながる「もっと知りたい、もっと体験したい」と思わせる内容である。
④	他の観光資源との連携の可能性がある。
⑤	現地スタッフや関係者による継続的な受入体制ややる気がある。
⑥	交通アクセスが確保できる。

図表17 岐阜県の観光施策の展開と数値目標

第1ステージ (2008～2012年度)

- ◆観光資源の掘り起こしとブランディング
- ・国内外における本県の知名度及びブランド力の向上
- ・本県への観光の動機付け強化

<点の拡大>

魅力的な観光資源の拡大

各地域の強みとなり得る観光資源（魅力の源泉）の拡大を通じた、県内周遊観光の土台づくり

第2ステージ (2013～2017年度)

- ◆宿泊滞在型観光への本格展開
- ・国内外からの宿泊滞在型観光の促進
- ・観光消費額の拡大

<点から線へ>

宿泊滞在型観光の創出

個々の観光資源の魅力をさらに高めるとともに、これら観光資源間の連携強化による周遊観光の促進

第3ステージ (2018年度～)

- ◆岐阜ならではの宿泊滞在型観光の定番化
- ・観光産業の基幹産業化

<線から面へ>

周遊『連泊』型観光の定着

連泊が楽しめる地域が多く存在し、これらを周遊することで、本県の高品質かつ本物の魅力が満喫できる周遊『連泊』型観光の定着

出所：岐阜県「岐阜県観光振興プラン」より共立総合研究所にて作成

起こしとブランディングが進められてきた。その成果を踏まえて新たに2013年度からの第2ステージでは「点から線」として宿泊滞在型観光への本格展開に向けた施策が進められている（図表17）。

こうした地域の宝を見つけ出す過程において、地域住民に地域づくりの主体であるという自覚と責任感が生まれていくのである。

4 地域の活力につながる観光

前述の通り観光産業は裾野が広く、様々な形で地域に波及効果をもたらす。また、観光による産業振興は地域振興の一環でもあり、地域で生活する住民抜きには語

ることはできない。観光振興にあたっては、暮らしの豊かさを目指す経済的な視点と地域住民の生活の場としての地域づくりの視点の両面をバランスよく進めることが大切である。

(1) 経済的な視点

地域活性化のためには観光振興によって地域にどれだけのお金が落ちるかという視点が重要になってくる。地域内のヒトやモノの動きが増えれば、結果として地域内消費が増え経済活性化につながる。

地域内消費は、来訪客数×（物品・サービス）消費額（数量×価格）である。来訪客数に関しては、新規来訪者の獲得のほか、地域のファンを増やしいわば第2の住民となるようなリピーターを増やす取り組みも必要である。

最近は消費者ニーズの多様化が進んでいるといわれており、また、マーケティングの考え方も、売る戦略（取引）から売れ続ける戦略（関係性）へと変化している。「1度訪れてもらう」だけではなく、「繰り返し何度も訪れてもらう」ことが重要なのである。

加えてSNS^(注7)などIT技術の浸透により、関心のある消費者に地域の詳細な情報を直接届けられる時代になった。それにより今までマスツーリズムの中に埋もれがちであった地域の隠れた名所・名品に新たな光があたる可能性がでてきた。

来訪者にとって価値ある商品・サービスを提供し、リピートを促しながら、あと一泊の滞在、あと一カ所の立ち寄り、あと一品の購入を促す仕組みを作っていけるかが知恵の出どころである。

仮に既存宿泊客があと1泊した場合、既存日帰り客があと1カ所立ち寄った場合の経済波及効果を試算したところ、宿泊客があと1泊した場合の観光消費増加額は岐阜県全体で約691億円、日帰り客が1カ所立ち寄った場合の観光消費増加額は約337億円となった。また、日帰り客の10%が宿泊客になった場合の観光消費増加額は約690億円となった（図表18）。



人口減少社会における 観光と地域づくり

図表18 入り込み客数が増加した場合の経済波及効果

①宿泊客があと1泊した場合

試算方法

観光消費増加額(直接効果)＝宿泊入込客数×1人あたり消費増加額
1人あたり消費増加額…宿泊旅行における宿泊で変動する費用を算出し、
平均宿泊数で除した金額

	宿泊入込客数(人)	1人あたり 消費増加額(円/人)	観光消費 増加額(億円)	間接効果(億円)	総合効果(億円)
岐阜圏域	818,395	13,796	113	72	185
西濃圏域	297,580	11,899	35	23	58
中濃圏域	318,004	15,627	50	32	81
東濃圏域	400,178	14,103	56	36	92
飛騨圏域	2,361,555	18,470	436	278	714
岐阜県	4,195,712	16,460	691	440	1,130

②日帰り客があと1ヶ所立ち寄った場合

試算方法

観光消費増加額(直接効果)＝日帰り入込客数×1人あたり消費増加額
1人あたり消費増加額…日帰り旅行における立ち寄りで変動する費用を算出し、
平均訪問地点数で除した金額

	日帰り入込客数(人)	1人あたり 消費増加額(円/人)	観光消費 増加額(億円)	間接効果(億円)	総合効果(億円)
岐阜圏域	6,886,162	834	57	37	94
西濃圏域	7,278,017	701	51	33	84
中濃圏域	7,457,283	1,057	79	51	129
東濃圏域	7,607,514	1,334	101	65	167
飛騨圏域	2,467,837	1,950	48	31	79
岐阜県	31,696,813	1,063	337	217	553

③日帰り客の10%が宿泊客になった場合

試算方法

観光消費増加額(直接効果)＝日帰り入込客数×10%×1人あたり消費増加額
1人あたり消費増加額…宿泊旅行における宿泊で変動する費用から日帰り旅行における立ち
寄りで変動する費用を差し引いた金額

	宿泊になる 入込客数(人)	1人あたり 消費増加額(円/人)	観光消費 増加額(億円)	間接効果(億円)	総合効果(億円)
岐阜圏域	688,616	18,443	127	81	208
西濃圏域	727,802	15,971	116	74	190
中濃圏域	745,728	20,501	153	97	250
東濃圏域	760,751	17,182	131	83	214
飛騨圏域	246,784	21,794	54	34	88
岐阜県	3,169,681	21,770	690	439	1,129

(注) 端数処理の関係で合計が合致しない場合がある
出所:観光庁「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」、岐阜県「2005年
岐阜県産業連関表(34部門表)」平成23年岐阜県観光入込客統計調査」
から共立総合研究所にて作成

(2) 地域づくりの視点

地域活性化の第一歩は地域の魅力を高めることである。では地域の魅力とは何なのか。地域特有の美しい自然や神社仏閣、歴史あるまちなみ、伝統あるお祭り、匠の技術、郷土料理など数多くが挙げられる。

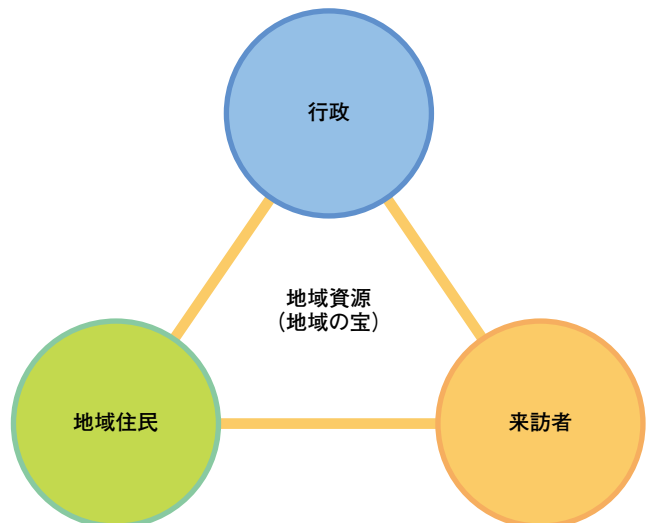
観光振興のあり方も「観光施設での物産、飲食のサービス」から「地域での体験を含めた総合的なサービス」へと変化してきている。地域社会を担う、住民、企業・団体、行政、来訪者など関係者全体が、地域資源を中心に互いに手を携えることが地域の魅力づくりにつながる(図表19)。

地域の魅力をどのように発見し、育てていったらよいのだろうか。それは、日常的すぎて日々の生活において自分たちではなかなか気づかない地域の自然、伝統、匠・名人の技、祭り、習慣などに再び目を向けることから始まる。

人は、生活に根ざした文化に本物を感じる。文化とはそのまちの歴史、生活から醸成される。サービスはそれぞれの事業者が提供するものだが、それを支える文化は地域住民が育て、守るべきものである。

観光振興のために住民が我慢する構図は本来ではないし持続性が生まれない。観光振興が地域づくりにつながり、地域づくりの取り組みが観光振興につながる。それが理想である。

図表19 観光振興の担い手



出所:各種資料より共立総合研究所にて作成

コラム 二戸市の宝探し

岩手県二戸市の「宝探し(美しく楽しいまちづくり事業)」の取り組みでは、掘り起こされた地域の宝を地域活性化につなげるためのプロセスを5段階に分けて整理している。

そこではまず住民1人1人が地域に残された自然や文化、歴史など「地域の宝」を認識し、掘り起こす(①宝を探す)。そして、その宝を住民同士で磨き(②宝を磨く)、自信を持って自慢できるものにしていく(③宝を誇る)。そして、地域外にわかりやすい形でしっかりと発信(④宝を伝える)し、最終的に産業に結びつける(⑤宝を活かす)というものである。

宝探し5段階プロセス

段階		内容
探	宝を探す	地域固有の自然、歴史、文化、産業、人などの資源を地域住民自身が発掘・再発見するための活動
磨	宝を磨く	発掘・再発見された宝を保存・伝承・発展させるための活動
誇	宝を誇る	宝の価値を認識し、地域の中で価値認識を共有するための活動
伝	宝を伝える	地域の外に向かって、宝を発信するための活動
興	宝を興す	宝を活用して産業に結びつけるための活動

出所:真板・比田井・高梨「宝探しから持続可能な地域づくりへ」

地域づくりは一朝一夕になるものではない。長期的な視野を持ち継続的に進めていくものである。観光と地域づくりを一体的な取り組みとして進めることが大切だ。

岐阜県においても昨年度のぎふ清流国体・ぎふ清流大会開催時に、各地域で独自に工夫したおもてなし活動がみられた。これは、地域を改めてみつめ、まとまる素晴らしい機会となった。こうした活動を引き続き進めていくことで、訪れた「人」だけでなく、そこに住む「人」も大切にするような地域文化が培われる。来訪者にとっても魅力ある地域であるためには、住民にとって魅力的な地域となる必要がある。

5 おわりに

民間の調査によると岐阜県はまじめな県民性が災いしてか観光に関する自己評価は低い^(注8)。だが自分たちが胸を張って薦められない場所には誰も魅力を感じないものだ。概して隣の芝は青くみえるものである。無い物ねだりをするのではなく、新たな目で地域を見つめ、あるものに光を当て活かしていくことが必要である。自分たちにはごく当たり前のことで、来訪者から見ると新鮮で素晴らしいことはたくさんある。

観光を単なる産業政策の一つとして捉えるのではなく、地域づくりの一環とすることで持続性のある取り組みとなり、それが「住んでよし、訪れてよしのまちづくり」につながるのである。

- (注1) あくまで消費面に着目した統計上の試算であり、中心的な担い手となる定住人口の増加策も必要不可欠であることはいうまでもない。
- (注2) 「観光入込客統計に関する共通基準」に基づき都道府県が調査を実施し、観光庁でとりまとめ全国集計した統計。
- (注3) 全国約2万先の宿泊施設を対象として、四半期ごとに宿泊旅行者数などをまとめた調査。
- (注4) 全国の男女(計4,500人)を対象に、宿泊観光旅行の動向と志向に関するアンケート調査を実施し、国民の観光旅行の実態や動向等をまとめた調査。
- (注5) 一定期間内の宿泊者数を総収容人数(定員)合計で除した数値。部屋ごとの稼働率を表す客室稼働率より利用状況が詳細に把握できる。
- (注6) 全787市(2012年4月末現在)、東京23区、190の町村を加えた計1000の市区町村と47都道府県を調査対象として全国約3万人にアンケートを実施している。
- (注7) ソーシャル・ネットワーキング・サービス(social networking service)とは、人と人のつながりを促進・サポートするコミュニティサービス。Twitter、Facebookなど。
- (注8) ジャらん「ご当地調査」

(2013.5.29) 共立総合研究所 調査部 渡邊 剛