

観光地域経済調査 からみる高山

—「観光地経営」という考え方の必要性—

目次

- 1. はじめに
- 2. 観光地域経済調査とは
- 3. 調査結果からみる高山の特徴
- 4. 調査結果からみる高山の強み
- 5. 高山の「観光ハブ都市」化への提案
- 6. おわりに—「観光地経営」という考え方の必要性—

1. はじめに

景気の回復基調や、訪日外国人旅行者の増加などを背景に、自動車を中心としたものづくりの集積地として従来アピールしてきた中部地方において、「観光」に対する関心と期待がかつてないほど高まっている。官民を挙げて中部・北陸地方の知名度向上と海外からの誘客に取り組んでいる「昇龍道プロジェクト」などがその典型だ。

このような中部地方で早くから観光振興を推進し、全国的にも成功モデルの一つに挙げられているのが岐阜県高山市だ。国内のみならず、海外でも日本を代表する観光地として高く評価され、外国人観光客も多く訪れている。

本稿では、高山の観光地としての特性を改めて探るにあたって、観光庁が2012年に初めて実施した「観光地域経済調査」に注目した。これは、観光によって地域にもたらされる「お金の流れ」を明らかにするための新しい統計調査である。

今回は、観光地域経済調査の速報集計においてデータが公表された岐阜県内の観光地の結果をもとに、高山(主に市中心部)の観光産業の特徴や強みを検証する。その上で、観光をより地域経済の活性化につなげる考え方を提案したい。

2. 観光地域経済調査とは

観光地域経済調査は、観光が地域の経済や産業にどのような影響を及ぼしているのかを定量的に把握する国の一般統計調査だ。地域の産業振興や観光振興施策、マーケティングの基礎データに活用されることを目的としている。試験調査や予備調査を経て、2012年9月から初の本調査が行われた。

調査方法は、全国の「観光地域」にある宿泊、飲食、旅客輸送、輸送設備レンタル、旅行代理店、文化、スポーツ・娯楽、小売などの「観光産業事業所」(観光客^(注1)に対して直接商品の販売やサービスの提供をしている事業所)に、調査票を郵送して回答してもらう。観光客を対象とした調査ではなく、観光に携わる企業や個人経営の商店・飲食店などを対象としているところが特徴だ。

ここでいう「観光地域」とは、1950年(昭和25年)合併前の旧市町村(全国約11,000地域)のうち、観光地点^(注2)が存在する5,861地域を指す。これは、例えば一つの市町村の全域が「○○温泉」といった観光地であるとは限らないため、現行の市町村単位より小さい範囲で抽出された。これによって、観光地ごとの経済構造のタイプが把握できる。

調査内容は、事業所の経営組織や従業員数の状況、売上高や営業費用・調達の状況、サービス・広告・マーケティングの実施状況など多岐にわたる(2012年本調査の対象時期は、売上高などは2011年1~12月、経営組織などは2011年末時点)。観光という切り口で事業所のデータを把握することで、観光によって発生する地域内外の資金循環を「見える化」した、いわば「経済センサス」の観光版ともいえる。

3. 調査結果からみる高山の特徴

観光地域経済調査の2012年本調査は、全国の観光地域の中から904地域の子計88,575事業所に調査票を配布し、44,215事業所から回収した(回収率49.9%)。有効票数は35,603だった。

観光庁は2013年8月に速報集計を公表し、有効回収数20以上だった469観光地域について比較整理を行った。岐阜県では12の観光地域が対象となっている(図表1、2)。

さらに、このうち有効回収数60以上で、回収データから推定した観光客向けの売上金額の標準誤差率が20%以下と小さい78地域を「参考地域」として、詳細な集計結果を公表した。岐阜県では「高山市(高山市)」(=1950年以前の旧高山市域)と、「中津川市(中津町)」(=1950年以前の旧中津町域)の2地域が該当している。

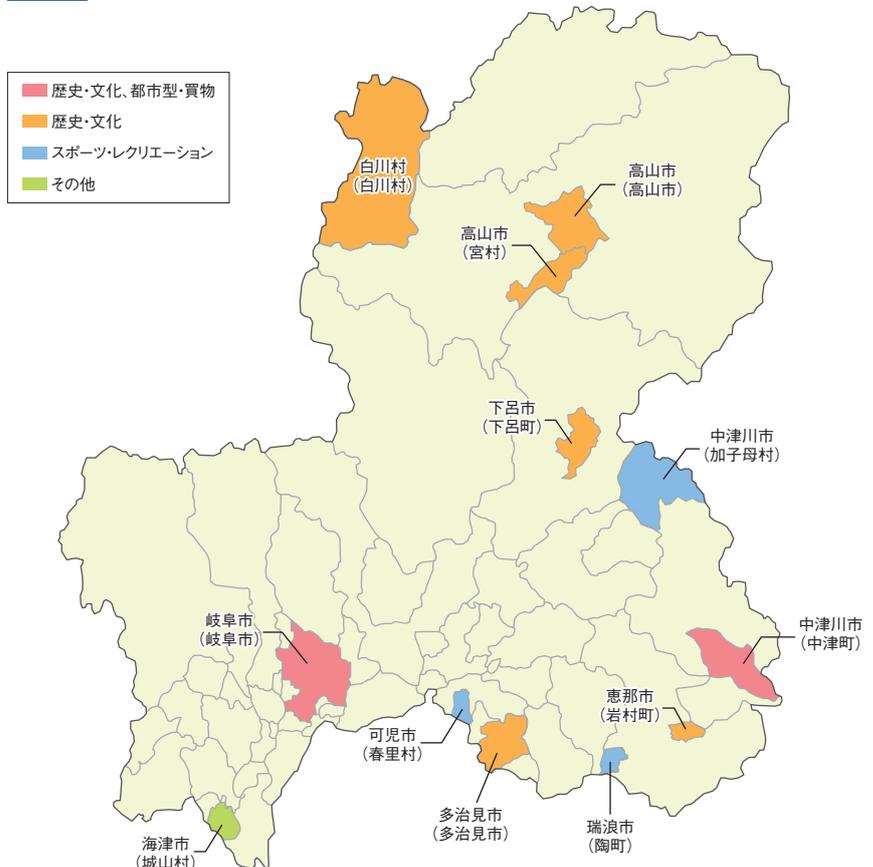
これらの公表データから、まず、岐阜県の12観光地域における高山の特徴を検証する。なお、各観光地域の表記のカッコ内は合併前の旧市町村名である。

図表1 観光地域経済調査で速報集計が公表された岐阜県内の観光地域(有効回収数20以上)

観光地域	観光地域類型	地域内の主な観光地点
岐阜市(岐阜市)	歴史・文化、都市型・買物	岐阜城、岐阜公園
高山市(高山市)	歴史・文化	高山地域(※高山陣屋など含む旧市域一帯)
多治見市(多治見市)	歴史・文化	虎渓山永保寺、多治見修道院
海津市(城山村)	その他	南濃温泉「水晶の湯」
可児市(春里村)	スポーツ・レクリエーション	ゴルフ場(※花フェスタ記念公園は地域外)
中津川市(中津町)	歴史・文化、都市型・買物	中山道(※馬籠宿は地域外)、子ども科学館
中津川市(加子母村)	スポーツ・レクリエーション	かしも産直市
恵那市(岩村町)	歴史・文化	岩村城跡、岩村城下町
瑞浪市(陶町)	スポーツ・レクリエーション	ゴルフ場
下呂市(下呂町)	歴史・文化	下呂温泉、下呂温泉合掌村
白川村(白川村)	歴史・文化	白川郷合掌造り集落、合掌造り民家園
高山市(宮村)	歴史・文化	飛騨一宮水無神社、臥龍桜

出所:観光庁「観光地域経済調査(速報)」,平成25年岐阜県観光入込客統計調査よりOKB総研にて作成
 (注1)「観光地域」の並び順は、観光地域経済調査に基づく。カッコ内は1950年(昭和25年)合併前の旧市町村名。図表2以降も同様。
 (注2)「観光地域類型」は、観光庁の「観光入込客統計に関する共通基準」による観光地点の特性(中分類)に基づく。「地域内の主な観光地点」の特性と一致しない場合がある。
 (注3)「地域内の主な観光地点」は、岐阜県観光入込客統計調査の市町村別集計表で集計対象だった観光地点から最大2つまで抜粋した。ゴルフ場は固有名詞を省略している。

図表2 速報集計が公表された岐阜県内の観光地域



出所:観光庁「観光地域経済調査(速報)」よりOKB総研にて作成

(1) 売上高でみる「観光依存度」

最初に、12観光地域の観光産業事業所における「主な事業の売上高」「観光売上高」「観光割合」を抜粋・算出したのが図表3だ。それぞれの用語の説明は以下の通りである。

- ・主な事業：事業所が行っている事業のうち、売上金額または割合が最も大きな事業
- ・観光売上高：主な事業の売上高のうち、観光客向けの売上金額
- ・観光割合：主な事業の売上高のうち、観光売上高が占める割合

「主な事業の売上高」や「観光売上高」からは、各地域の経済規模や、観光地としての売り上げ規模がわかる。例えば、高山市（高山市）と下呂市（下呂町）は、観光地としての売り上げは似たような規模である。

「観光割合」からは、一定の地域性がみて取れる。全国平均14.1%に対して、高山市（高山市）は35.9%と大きく上回っているが、同じく参考地域の中津川市（中津町）は12.1%にとどまる。また、下呂市（下呂町）、白川村（白川村）、高山市（宮村）の3地域は、高山市（高山市）より観光割合が高い。

観光庁は、観光売上高や観光割合を、その地域の

図表3 12観光地域における観光産業事業所の観光売上高と観光割合

観光地域		総額・総割合	業種別の内訳			
			宿泊サービス、 飲食サービス	旅客輸送サービス、 輸送設備レンタルサービス、 旅行業、 その他の予約サービス	文化サービス、 スポーツ・娯楽サービス	小売
岐阜市(岐阜市)	主な事業の売上高(百万円)	254,424	68,441	34,747	4,482	146,753
	観光売上高(百万円)	27,388	6,127	19,562	1,700	-
	観光割合	10.8%	9.0%	56.3%	37.9%	-
高山市(高山市)	主な事業の売上高(百万円)	59,104	17,484	5,647	891	35,081
	観光売上高(百万円)	21,213	9,051	4,104	80	7,978
	観光割合	35.9%	51.8%	72.7%	9.0%	22.7%
多治見市(多治見市)	主な事業の売上高(百万円)	82,854	15,208	6,991	1,198	59,456
	観光売上高(百万円)	6,793	737	5,311	-	745
	観光割合	8.2%	4.8%	76.0%	-	1.3%
海津市(城山村)	主な事業の売上高(百万円)	1,486	658	-	32	797
	観光売上高(百万円)	424	135	-	-	289
	観光割合	28.5%	20.5%	-	-	36.2%
可見市(春里村)	主な事業の売上高(百万円)	6,501	336	-	X	X
	観光売上高(百万円)	634	4	-	-	630
	観光割合	9.8%	1.3%	-	-	-
中津川市(中津町)	主な事業の売上高(百万円)	33,761	4,905	769	625	27,463
	観光売上高(百万円)	4,101	507	198	1	3,395
	観光割合	12.1%	10.3%	25.7%	0.1%	12.4%
中津川市(加子母村)	主な事業の売上高(百万円)	2,425	255	-	-	2,171
	観光売上高(百万円)	537	65	-	-	472
	観光割合	22.2%	25.6%	-	-	21.7%
恵那市(岩村町)	主な事業の売上高(百万円)	1,867	X	-	X	1,460
	観光売上高(百万円)	180	X	-	X	93
	観光割合	9.6%	-	-	-	6.4%
瑞浪市(陶町)	主な事業の売上高(百万円)	1,838	143	-	1,105	590
	観光売上高(百万円)	3	3	-	-	0
	観光割合	0.2%	1.9%	-	-	0.0%
下呂市(下呂町)	主な事業の売上高(百万円)	36,563	12,997	624	141	22,801
	観光売上高(百万円)	21,292	10,870	175	113	10,134
	観光割合	58.2%	83.6%	28.1%	80.0%	44.4%
白川村(白川村)	主な事業の売上高(百万円)	1,977	872	13	276	815
	観光売上高(百万円)	1,053	652	13	256	132
	観光割合	53.3%	74.8%	100.0%	92.6%	16.2%
高山市(宮村)	主な事業の売上高(百万円)	1,039	396	X	-	X
	観光売上高(百万円)	453	307	X	-	X
	観光割合	43.6%	77.6%	-	-	-

出所：観光庁「観光地域経済調査(速報)」よりOKB総研にて作成

(注1)「-」は該当数字がないもの及び計算できないもの。

(注2)「X」は集計対象の事業所が1または2で、結果を公表すると個々の秘密が漏れるおそれがあるため数値が秘匿された箇所。

集計対象が3以上の値であっても、集計対象が1または2の事業所の数値が合計との差し引きで判明する箇所を含む。

(注3)四捨五入の関係で計算された数値が合わない場合がある。

「観光への依存度」を表す指標だとしている。高山市（高山市）は観光売上高、観光割合ともに上位にあり、観光依存度が相対的に高い地域だといえる。

ただ、観光割合が50%を超えるような状況ではなく、地域内の観光に携わる事業所が、観光客向け以外（地域内外の企業・住民向けなど）でも一定の収入を得ていることがわかる。言い換えれば、戦略次第では、地域全体の観光売上高をさらに増やせる可能性があると考えられる。

(2) 調達状況でみる「観光の地域貢献度」

次に、12観光地域の観光産業事業所（ここでは法人のみ）が、商品の原材料などを地元からどの程度調達しているかについて、調達先別の「調達額」と「調達割合（調達率）」を抜粋・算出したのが図表4だ。

ここでいう調達額とは、売り上げに対応する商品の仕

入・材料費と、業務の外注費の合計を指す。例えば、ある町の観光地のレストランが料理に使う野菜を地元農家から仕入れた場合、その観光地と同じ町内から調達した（町内の事業者仕入・材料費を支払った）ことになる。

観光地域経済調査では、調達先（支払先）を以下の4つに分けて調達額を集計している。

- ・その観光地域と同じ市区町村内
- ・その観光地域と同じ都道府県内
- ・都道府県外
- ・輸入

高山市（高山市）は、市内からの調達割合である「地元調達率」が全体の47.4%を占め、高山市以外の岐阜県内や、県外からの調達率を上回っている。

高山市（高山市）は、12地域の中でも地元調達率の高さが目立つ。高山市（高山市）より地元調達率が高い

図表4 12観光地域における観光産業事業所(法人)の調達状況

観光地域	調達額(百万円)	調達先(支払先)別の内訳 ※下段は調達額に占める割合				
		同じ市町村内	岐阜県内	県外	輸入	不詳
岐阜市(岐阜市)	62,409	24,111 38.6%	6,172 9.9%	11,964 19.2%	18,568 29.8%	1,595 2.6%
高山市(高山市)	23,245	11,014 47.4%	2,580 11.1%	9,651 41.5%	— 0.0%	— 0.0%
多治見市(多治見市)	42,848	2,605 6.1%	14,157 33.0%	25,651 59.9%	436 1.0%	— 0.0%
海津市(城山村)	51	22 43.4%	23 46.1%	5 10.5%	— 0.0%	— 0.0%
可見市(春里村)	3,993	978 24.5%	1,478 37.0%	1,536 38.5%	— 0.0%	— 0.0%
中津川市(中津町)	16,065	1,945 12.1%	2,967 18.5%	11,115 69.2%	38 0.2%	— 0.0%
中津川市(加子母村)	870	418 48.0%	407 46.7%	46 5.2%	— 0.0%	— 0.0%
恵那市(岩村町)	616	13 2.1%	222 36.1%	381 61.8%	— 0.0%	— 0.0%
瑞浪市(陶町)	977	2 0.2%	8 0.8%	967 99.0%	— 0.0%	— 0.0%
下呂市(下呂町)	21,843	7,983 36.5%	2,985 13.7%	10,875 49.8%	— 0.0%	— 0.0%
白川村(白川村)	135	34 25.2%	44 32.5%	57 42.3%	— 0.0%	— 0.0%
高山市(宮村)	134	118 87.8%	9 6.8%	7 5.4%	— 0.0%	— 0.0%

出所:観光庁「観光地域経済調査(速報)」よりOKB総研にて作成
(注1)「—」は該当数字がないもの。
(注2)四捨五入の関係で計算された数値が合わない場合がある。

のは、調達額そのものが小さい地域に限られている。なお、全国平均は22.3%だ。

観光庁は、地元調達額や地元調達率を、「観光の地域への貢献度」を表す指標だとしている。高山市(高山市)は地元調達額、地元調達率ともに上位にあり、観光の地域貢献度が相対的に大きい。観光によってもたらされる資金が地域内に還元され、地場産業の収益に結びついていく経済循環があるといえる。

逆に、地元調達率が低い観光地域は、観光によってもたらされる資金が地域外へ流出していると考えてよい。

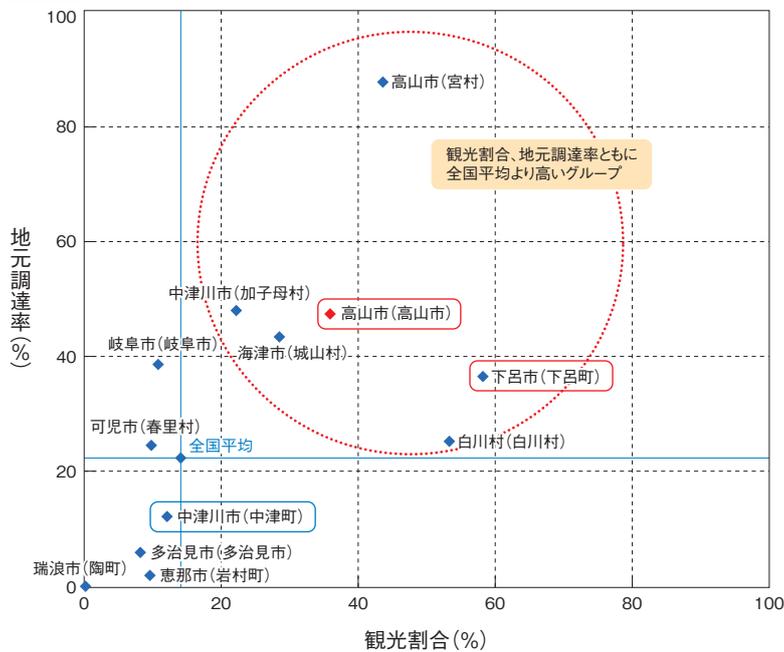
(3) 観光産業構造のグループ化

前項までの「観光割合」と「地元調達率」の12観光地域の散布状況を示したのが図表5だ。

高山市(高山市)は観光割合、地元調達率ともに全国平均より高いグループに入る。全国平均より高いグループは、12地域のうち半数の6地域となったが、高山市(高山市)と下呂市(下呂町)以外の4地域は、観光売上高や地元調達額が小さい、小規模な観光地である。

そこで次章では、高山市(高山市)と、高山と観光売上高が同程度の下呂市(下呂町)、高山と同じく参考地域の中津川市(中津町)の3地域を比較し、高山の観光産業の強みを探る。

図表5 12観光地域の「観光割合」と「地元調達率」



出所:観光庁「観光地域経済調査(速報)」よりOKB総研にて作成

4. 調査結果からみる高山の強み

(1)「宿泊客」も「日帰り客」も受け入れられる

はじめに、高山市(高山市)、下呂市(下呂町)、中津川市(中津町)の3観光地域の観光産業事業所の「経営組織」と「業種」の構成を比較する(図表6)。

図表6 3観光地域の観光産業事業所比較

観光地域	観光産業事業所総数(事業所)	経営組織別 ※下段は総数に占める割合			業種別 ※下段は総数に占める割合			
		個人	法人	外国の会社、その他	宿泊サービス、飲食サービス	旅客輸送サービス、輸送設備レンタルサービス、旅行業、その他の予約サービス	文化サービス、スポーツ・娯楽サービス	小売
高山市(高山市)	1,366	747	619	-	648	74	18	626
		54.7%	45.3%	0.0%	47.4%	5.4%	1.3%	45.8%
下呂市(下呂町)	285	96	189	-	102	11	3	169
		33.7%	66.3%	0.0%	35.8%	3.9%	1.1%	59.3%
中津川市(中津町)	554	351	194	9	267	57	6	224
		63.4%	35.0%	1.6%	48.2%	10.3%	1.1%	40.4%

出所:観光庁「観光地域経済調査(速報)」よりOKB総研にて作成
(注)業種別の割合の合計は、四捨五入の関係で100%にならない場合がある。

高山市(高山市)は、経営組織別では「個人」の割合が「法人」の割合を上回るが、3地域の中で双方の割合の差が最も小さい。事業別でも「宿泊サービス、飲食サービス」と「小売」の割合の差が最も小さい。

これは、事業所総数の多さが平準化につながっているとみられ、結果として高山の観光産業は、「宿泊客」と「日帰り客」の双方に対応できる事業所構成になっていることがみて取れる。

(2)「個人客」のニーズに対応できる

次に、3観光地域の観光産業事業所が、どういった観光客に商品の販売やサービスの提供をしているかを比較する(図表7)。

高山市(高山市)は、「個人への直接販売」による売上げが、主な事業の売上高全体の73.5%を占める。一方、旅行代理店など「企業・団体」への売上げは20%に満たない。

他の2地域と比べても「個人への直接販売」の割合が最も高く、金額ベースでも多い。逆に「企業・団体」の割合は最も低く、金額ベースでは下呂市(下呂町)を下回っている。高山の観光産業が、より「個人客」相手の商売をしていることがわかる。

高山市は1980年代後半から外国人旅行者の誘致や観光情報の多言語化など国際観光施策を推進し、欧米などからの個人観光客を早くから受け入れてきた経緯

がある。1990年代にはバブル経済が崩壊して、国内旅行も企業の社員旅行などに代表される団体客が減少し、個人・小グループ客へのシフトが本格化した。結果として高山の観光産業は、比較的早くから個人客のニーズに対応できる経営構造に転換してきたと考えられる。

(3)進む「地産外消」

第3章で取り上げた観光産業事業所(法人)の調達状況について、高山市(高山市)と中津川市(中津町)の詳細を示したのが図表8だ。

高山市(高山市)は「地元調達率」が相対的に高い点は、第3章で述べた。さらに図表8からは、「農林水産物、加工食品、調味料、飲料」を、市内と県内からの調達でほぼまかなっていることがわかる。地元の食材を、地域外から来る観光客にも提供する「地産外消」が進んでいることがわかる。

「繊維製品、履物・皮革製品、陶磁器・ガラス製品、紙製品、木製品」は、市外(県内と県外)からの調達が多い。伝統工芸品といった食品以外の土産品などは、飛騨地方全域のほか、県外からも仕入れていることが考えられる。

高山市(高山市)と中津川市(中津町)の調達構造の違いは興味深い。図表8をみると、中津川市(中津町)は県外からの調達が全体の約7割に達しており、「県内」対「県外」の調達比が、高山市(高山市)とほぼ

逆転している。さらに県外調達の内訳では「農林水産物、加工食品、調味料、飲料」の割合の高さが目立つ。これは、例えば全国的にも知られている東濃地方の銘菓「栗きんとん」の材料となる栗について、県産栗の生産増の取り組みは進んでいるものの、不足分を主に九州産でまかなっていることなどが反映されているとみられる。

下呂市(下呂町)は参考地域でないため、調達先ごとの品目別割合が公表されていないが、図表4をみると、市内からの調達が全体の36.5%に上るものの、県外からの調達が

図表7 観光産業事業所の主な事業の相手先別売上高比較

観光地域	主な事業の売上高総額(百万円)	相手先別の内訳 ※下段は総額に占める割合		
		個人(直接販売)	個人(手数料支払)	企業・団体
高山市(高山市)	59,104	43,460	2,748	11,466
		73.5%	4.7%	19.4%
下呂市(下呂町)	36,563	18,166	4,455	13,440
		49.7%	12.2%	36.8%
中津川市(中津町)	33,761	24,682	1,851	7,229
		73.1%	5.5%	21.4%

出所:観光庁「観光地域経済調査(速報)」よりOKB総研にて作成

(注1)「個人(手数料支払)」は、他の企業に販売手数料(クレジットカード利用による決済手数料を除く)を支払って個人に販売したもの。

(注2)相手先不詳があるため、または四捨五入の関係で計算された数値が合わない場合がある。

49.8%とさらに上回っている。図表では紹介していないが、下呂市(下呂町)の場合、調達額(21,843百万円)の約半分を「石油・石炭製品」(10,212百万円)が占めている。ホテルの空調の燃料などを県外から多く仕入れていると見込まれる。

(4) 事業所がみずから「プロモーション」

最後に、高山市(高山市)、下呂市(下呂町)、中津川市(中津町)の3観光地域の観光産業事業所の「主なサービス・広告・マーケティングの実施状況」を比較する(図表9)。

観光地域経済調査は、すべての観光産業事業所に対して、観光客向けの各種サービスの提供状況や、広告・マーケティングの実施状況など計24項目(「いずれも実施していない」を含む)について質問している。図表9は、このうち全国平均が算出されている主な項目をグラフ化した。

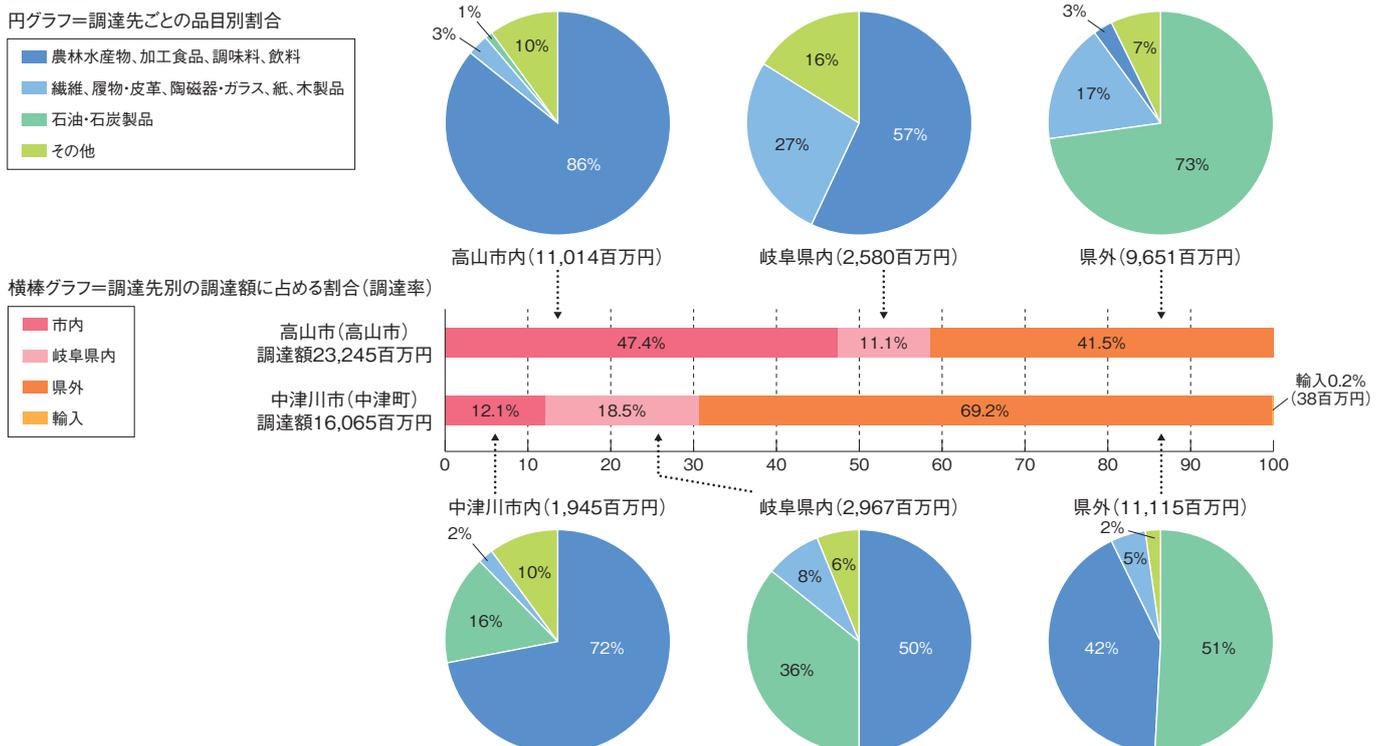
高山市(高山市)と下呂市(下呂町)は、「外国語による

案内表示が整備されている」「クレジットカードの利用が可能である(例:VISA、MasterCard、JCBなど)」「パソコン対応の自社ホームページがある」「顧客名簿がある」の各項目の実施率が、いずれも全国平均を上回っている。

一方、「地域の他事業所と連携したプロモーションを実施している」と「ソーシャル・メディアを利用したプロモーションを実施している(例:mixi、facebook、Twitterなど)」の2項目は、高山市(高山市)がほぼ全国平均並みの実施率であるのに対し、下呂市(下呂町)はともに全国平均を下回っている。中津川市(中津町)はソーシャル・メディアを利用したプロモーションの実施率が全国平均より低い。

近年の若者や外国人観光客は、インターネットで観光情報を収集し、彼らの口コミで情報が広がるケースも少なくない。高山市(高山市)の観光産業事業所は、こうした状況を想定したプロモーション意識が比較的高く、行政とは別に、ホテルや飲食店などが個別あるいは連携して広告宣伝する動きが出ていると考えられる。

図表8 高山市(高山市)と中津川市(中津町)の調達構造比較



出所:観光庁「観光地域経済調査(速報)」よりOKB総研にて作成

5. 高山の「観光ハブ都市」化への提案

第3章と第4章は、観光地域経済調査からみえてくる高山の観光産業の特徴や強みについて指摘してきた。

高山の旧市域では、観光が基幹産業として地域内の資金循環を生み出し、地域経済に貢献している構造がみられる。また、個人や小グループによる旅行スタイルの広がりや、外国人旅行者の増加など近年の観光客の変化に対応した事業運営をしていることがわかる。

こうした自立した観光産業構造のベースがある高山が、観光売上高や観光の地域貢献度をさらに高めていくための取り組みとして、本稿では高山の「観光ハブ都市」化を提案したい。

(1) 高山を広域的な滞在型観光のハブ都市に

「ハブ(hub)」は英語で車輪の中心部の意であることから、転じて交通機関の結節点や拠点機能を指すよう

になり、「ハブ空港」「ハブ港湾」などの用語で使われている。

従って、観光における「ハブ都市」は、交通の便利な場所に位置し、その都市自体が観光地であると同時に、観光客が周辺地域へ足を延ばす際の「拠点地(出発地や帰着地)」として機能するイメージとなる。

観光ハブ都市の狙いは、「滞在型観光」を促すことにある。滞在型観光は、旅行者が拠点地に連泊しながら、自分の関心や興味・テーマに沿った周辺地域を選んで訪問する観光スタイルで、個人や小グループで主体的にプランを立てて旅行する国内外の観光客がターゲットだ。

拠点地では、長期滞在によって宿泊・飲食回数が増え、土産品の購入なども短期滞在より上積みされることから、地域の観光消費(=観光産業事業所の観光売上高)の押し上げに寄与し、観光の地域貢献度を高めることが期待できる。

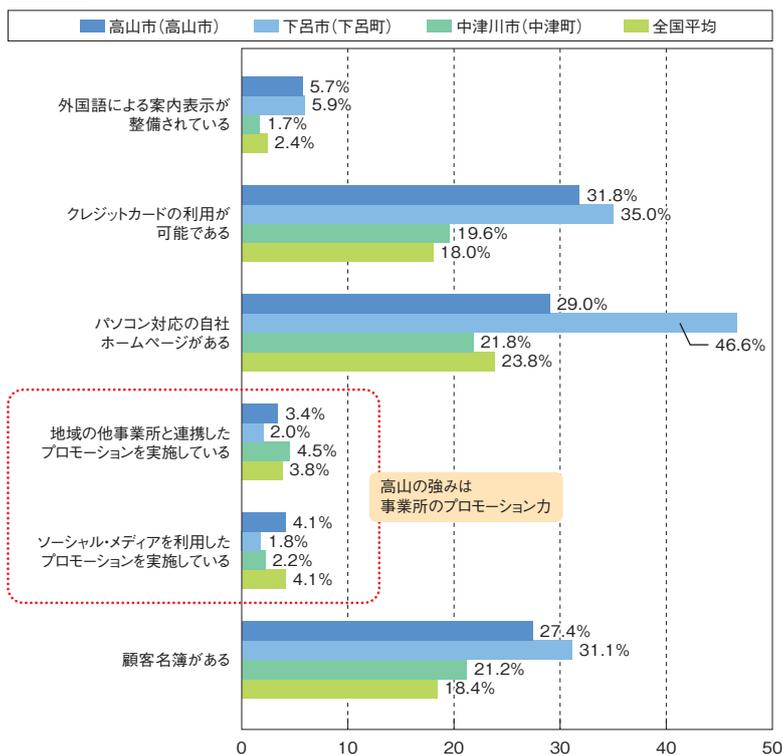
高山市は、市の第八次総合計画(2015~2024年度)

において「ハブ観光地化の推進」という方向性を掲げ、周辺地域からの交通アクセスや宿泊施設などの受け入れ体制が充実した観光地を目指すとしている。高山市の場合、ハブ観光地の概念や機能を一段と広げて、「広域的な長期滞在型観光のハブ都市」となるような戦略が有効だと考える。

歴史ある城下町としての観光ブランドを高めてきた高山市は、2005年2月1日に周辺の2町7村と合併したことで、奥飛騨温泉郷、乗鞍スカイライン、臥龍桜・荘川桜など自然に恵まれた観光資源を有する自治体となった。現在でも、市中心部から郊外へ足を延ばす観光プランや、郊外でのグリーンツーリズム(農山村体験型観光)が提案されている。

また、高山市の周辺には、白川郷合掌造り集落(白川村)や飛騨古川(飛騨市)、神岡(同)、郡上八幡(郡上市)、下呂温泉(下呂市)など岐阜県内の観光資源はもちろんのこと、富山県

図表9 観光産業事業所の主なサービス・広告・マーケティングの実施状況比較



出所:観光庁「観光地域経済調査(速報)」よりOKB総研にて作成

五箇山地域(相倉・菅沼合掌造り集落)、乗鞍岳、上高地及び長野県松本市、金沢市など、バス・マイカーや鉄道で1~2時間程度で移動できる県外の観光地が放射状に点在している。つまり、高山市中心部を拠点地とした「県境越え」の長期滞在型観光が楽しめると考えてよい。「広域的な長期滞在型観光のハブ都市」としての高山は、**図表10**のようなイメージになるだろう^(注3)。

(2)多様化で「環境を整える」

「観光ハブ都市」は、①長期滞在にふさわしい宿泊・飲食施設の受け入れ容量や種類が確保されている②周辺地域へ行くための交通機関が便利で使いやすい③その都市の中にも複数の観光対象があり、旅行者のプラン変更に対応できる④ターゲットを絞った戦略的な誘客の情報発信ができる——といった環境を整えることが必要になる。

高山市の場合、観光地域経済調査の結果からも、「観光ハブ都市」となりうる産業構造のベースがあることは明らかだ。

今後はさらに、長期滞在の観光客ならではのニーズ

(例えば、夜遅くに周辺観光から戻ってきても飛騨牛料理を楽しめるような飲食店など)を汲み取り、現状下で足りないものを加えていく多様化の発想で取り組みを進めるべきだ。

高山市を全体で見れば、市の人口減少などを背景に、市内の卸売業、小売業の年間商品販売額はともに減少傾向だ。観光客でにぎわう古い町並みに近い中心商店街区域でも、商店数や従業者数、年間商品販売額が減る傾向にある^(注4)。「観光ハブ都市」化が進めば、中心商店街区域に滞在型観光客のニーズを踏まえた新たなビジネスが生まれることなども期待できる。

(3)拠点地化で「課題を反転させる」

近年の高山市の観光入込客数は、全体では増加しているものの、「日帰り客」の伸び率と比べて「宿泊客」の伸び率が小さくなっている^(注5)。市の観光関係者の間には、新幹線や高速道路など交通アクセスの向上で遠方から訪問してもらいやすくなった反面、観光客の滞在時間が短くなり、有名な場所だけを見て「通過される」観光地になってしまうことへの危機感がある。また、観光による地域活性化の取り組みが各地で

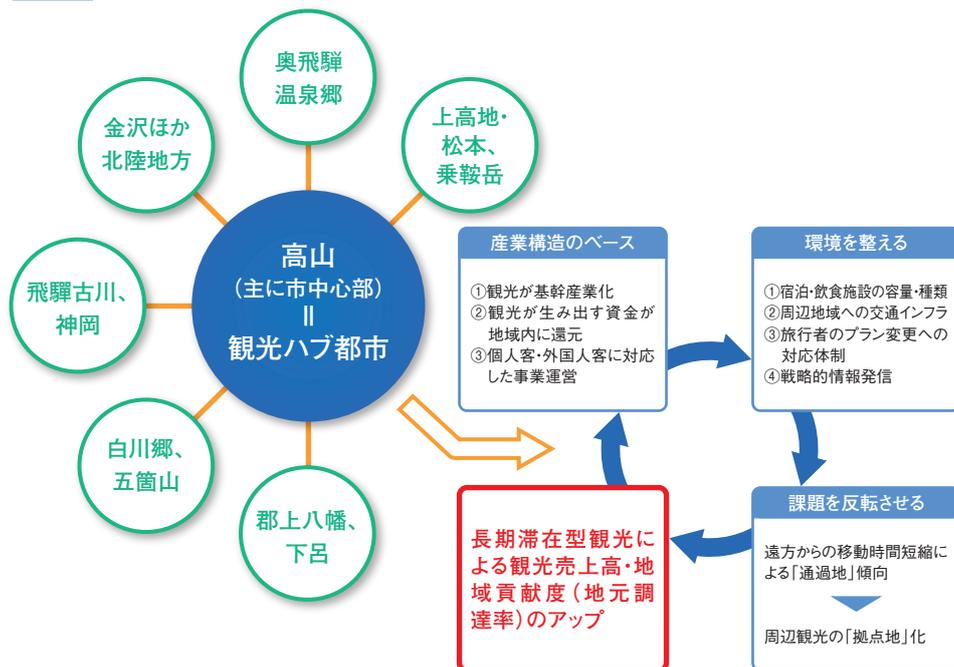
広がる中で、全国的な観光地間競争が激しくなることへの対応にも迫られている。

従って、「観光ハブ都市」化でこうした課題を反転させていくことが望ましい。

首都圏などからの移動時間が短くなったからこそ、「まず高山を拠点にすれば、周辺移動がラク」という広報戦略を強め、山岳観光や農山村体験などをじっくり楽しみたい国内外の観光客をこれまで以上に取り込んで、観光客の滞在時間の増加を図るべきだ。

高山市の場合、東海北陸

図表10 「観光ハブ都市」としての高山のイメージ



出所:各種資料よりOKB総研にて作成

自動車道などの高速道路網を使って、マイカーやレンタカーでドライブ観光旅行をする際の拠点地にもしてもらいやすい。

みずから運転して長期旅行するスタイルは、大陸に居住する欧米人にもなじみがある。訪日旅行のリピーターの増加に伴って、外国人旅行者のドライブ観光需要は今後高まることが期待できるだろう。

ドライブ観光の情報発信拠点は、サービスエリア・パーキングエリアや「道の駅」などがあるが、JR高山駅前など市中心部に、ドライブ観光専門の情報提供や、レンタカーなどのサービスを、外国語対応を含めて一元的に行う場所・施設があってもいい（なお、この場合は古い町並みへのマイカー進入規制などの検討に支障のないエリアで考えたい）。

今年4月に着手されたJR高山駅の改築（2016年秋完成予定）と、駅の東西広場などの周辺整備（2017年度完了予定）を通じて、「観光ハブ都市」の玄関口の機能を高めることも必要だろう。

例えば、駅前の観光案内施設は、市内や近隣の観光情報だけでなく、「観光ハブ都市」として北陸各県や長野県を含む周辺地域の観光情報を総合的に提供していくべきだ。

長期滞在の要となる宿泊施設の案内は、ホテル、旅館、民宿といった業態別ではなく、外国人への対応などサービス内容に応じて紹介できることが望ましい。高山市入りしてから、雨天で乗鞍岳へ行く日を延ばすなどプランを変更することになった旅行者に対して、観光案内施設のスタッフがその場で代わりの都市内観光や周辺観光プランを提案・手配するようなサービスも考えられるのではないかな。

6. おわりに —「観光地経営」という考え方の必要性—

目下、政府が掲げる「まち・ひと・しごと創生（地方創生）」に基づいて地方版総合戦略の策定を進めている自治体では、観光を地域活性化の一つとして考えているところも少なくないだろう。

今回取り上げた観光地域経済調査は、すべての自治体のデータが公表されているわけではないが、調査対象外の市町村であっても、自分のまちの観光産業構造を客観的にとらえるヒントになる。

観光客が訪れることで生まれる需要をどこまで地元でまかなえるか、観光客から得た利益をどこまで地元で還元できるかという「地域と観光のバランス」を考えていけば、観光のために生かすべき地域資源や、育てるべき地場産業も絞られてくる。逆に、観光をまちおこしの主要施策としない選択もあっていい。

地域によって地形や自然、交通や産業、住む人の気質も異なるように、すべての地域が「同じ型」にはまった観光地を目指すことは不可能である。

だからこそ、観光地を有する市町村や地域には、みずから観光をマネジメントする視点、すなわち「観光地経営」という考え方が今こそ必要だろう。

（注1）「観光客」とは、観光を目的とした宿泊・日帰り旅行者（観光を兼ねたビジネス客、帰省客を含む）をいい、目安として所要時間（移動時間と滞在時間の合計）が8時間以上、または片道の移動距離が80km以上の場合をいう。

（注2）「観光地点」とは、観光庁の「観光入込客統計に関する共通基準」に定められている観光・ビジネスの目的を問わず、観光客の集客機能を持つ施設またはツーリズムなどの観光拠点となる地点であり、以下の基準をすべて満たすものをいう。

（1）非日常利用が多い（月1回以上の頻度で訪問する人数の割合が全体の半分未満）と判断される地点

（2）観光入込客数が適切に把握できる地点

（3）前年（観光地域経済調査の2012年本調査は対象時期の前年にあたる2010年）の観光入込客数が年間1万人以上、もしくは前年のいずれかの月で観光入込客数が5千人以上である地点

（注3）ハブ観光地化の推進に向けた取り組みは、高山市のほか、北海道・道央地域や静岡県御殿場市などの例がある。参考文献参照。

（注4）高山市商工課「平成24年経済センサスー活動調査結果を基にした高山市の商業」参照。

（注5）高山市観光課「観光統計」参照。

〈参考文献〉

高山市第八次総合計画（2015年3月）

道央地域観光戦略会議提言書「ハブ観光のつくりかた」（2009年6月）

静岡県御殿場市商工観光課「観光ハブ都市づくりの推進について」（2014年3月）

（2015.5.1）OKB総研 調査部 中村 紘子