

# 体験・滞在型観光による地域活性化

|               |       |
|---------------|-------|
| 企画・人材育成グループ   | 松浦 宏太 |
| 企画・人材育成グループ   | 沼尾 亮  |
| 地域創生・情報広報グループ | 山岸 美貴 |

## 目次

|                      |    |
|----------------------|----|
| 1. はじめに .....        | 3  |
| (1) 調査の背景と目的         |    |
| (2) 調査事例の選定          |    |
| 2. 調査事例 .....        | 4  |
| (1) 岐阜県高山市 .....     | 4  |
| ① 高山市の概要             |    |
| ② 取組の経緯              |    |
| ③ 取組の内容              |    |
| ④ 取組の効果              |    |
| ⑤ 今後の展望              |    |
| (2) 山梨県北都留郡小菅村 ..... | 6  |
| ① 小菅村の概要             |    |
| ② 取組の経緯              |    |
| ③ 取組の内容              |    |
| ④ 取組の効果              |    |
| ⑤ 今後の展望              |    |
| (3) 福岡県うきは市 .....    | 8  |
| ① うきは市の概要            |    |
| ② 取組の経緯              |    |
| ③ 取組の内容              |    |
| ④ 取組の効果              |    |
| ⑤ 今後の展望              |    |
| 3. おわりに .....        | 10 |

## 1. はじめに

### (1)調査の背景と目的

コロナ禍の3年間により、インバウンドの減少や行動制限に伴う観光消費額の落ち込みは、我が国の観光産業において深刻な課題となった。また、人口減少に起因する日本人の国内旅行消費額も、今後は頭打ち状態になるとも予想されている。

さらに、人々が「観光に求めるもの」も変化しており、地域文化や自然環境を体験する旅行へのニーズの高まりなどを見せている（体験型観光）。加えて、ひとつひとつの滞在地における滞在時間を長くし、地域住民との交流や、その地域ならではの体験を得ることを旅行の目的とした観光も増えている（滞在型観光）。

コロナ禍を経て、価値観の変容や社会ニーズが大きく変わる中で、観光産業による地域活性化を図るためには、変化する社会情勢や市場に対応し、地域住民も観光の経済効果を実感できるよう、持続可能な観光地域づくりを行っていく必要がある。

これらの考えのもと、自治体の観光産業に対する新しい業界のあり方や編成にも一部繋がっているという仮説を立て、調査を実施した。

### (2)調査事例の選定

本調査では自治体の規模や観光の特色が異なる地域に着目し、体験観光・滞在型観光に注力した自治体の事例を調査先として選定した。

- ①岐阜県高山市 観光課
- ②山梨県小菅村 源流振興課
- ③福岡県うきは市 うきはブランド推進課

## (1) 岐阜県高山市

### ①高山市の概要

高山市は岐阜県の北部に位置し、人口 83,461 人（令和 5 年 10 月 1 日現在）、面積は 2,177.61 平方キロメートルで、全国の市の中で最も広い。飛騨市と併せて、観光のエリアなどとして「飛騨高山」と呼ばれることが多く、高山市には城下町の風景が広がり、「飛騨の小京都」と表現され世界的にも有名な観光地となっている。

飛騨山脈や槍ヶ岳などの山々に囲まれており、空港が無く新幹線は県の南端を横切るのみで交通の利便性は豊かではないが、観光資源としては、奥飛騨温泉郷、高山祭（春と秋に開催）、赤かぶら、朴葉みそ、さるぼぼなどの伝統的な文化が豊富にある。

### ②取組の経緯

当初、高山市は産業等の面で他の自治体との競争において勝るものがなかった。昭和 38 年頃から国内で観光地として評価が高まってきたことから、行政が積極的に関わって観光産業を伸ばしていく方針となった。

その後、観光業を推進していくなかで、国内だけでなく国外からの観光客も獲得しようという機運が高まり、市はインバウンドに先行して取り組む自治体等に直接足を運び事例を学ぶとともに、それらの結果を踏まえたインバウンド対策に取り組み始めた。

### ③取組の内容

高山市では、酒蔵を実際に見学する酒蔵ツアーや伝統工芸品の作成などを行う体験型のコンテンツが多数存在し、主に海外からの観光客から人気を得ているため、滞在時間の増加につながっている。

旅行者の滞在時間を伸ばすにあたっては、国によって休暇の長さは異なるため一律に考えられるものではないが、体験型のコンテンツ数を増やす他に、「高山市に旅行・滞在すること」自体に価値を見出してもらうことが滞在時間の増加につながる。そのためのインバウンド対策がプロモーションや外国人旅行者の受け入れ環境の整備である。具体的には、SNS の活用や、観光ウェブサイトやパンフレットの多言語化を図るなどインバウンドニーズに対応したソフト面の環境整備を整えて海外の方を呼び込んだ。また、ハード面の整備としては、フリーWi-Fi の設置、外国人旅行者が体調を崩した際に症状を聞いて病院を選ぶまでをワンストップで行う窓口の設置を行い、外国人旅行者が安心して高山市を観光できるように環境を整えた。

一方で、海外からの観光客が増えることで、受け入れ側の市民にとってはストレスを感じることもある。特にインバウンドを推進する行政としては、「市民がどう考えるか」という視点を大切にすべきであり、高山市は市民に対しても観光に関する意識調査を行い、旅行者を受け入れることにより市民への影響がある場合は、対話を通して市民の理解を得ている。

#### ④取組の効果

新型コロナウイルス感染症が流行する前の 2019 年には、年間 61 万人の外国人観光客が訪れた。外国人宿泊者数も 2011 年から 2019 年まで毎年 5 万人以上のペースで増加している。アジア圏だけでなく、北米や欧州からの観光客も多いところが他の自治体と比較して特筆すべき点であり、さらなる観光客の増加が期待できる。

この結果、観光産業に対する伸びしろが明確になり、熱意をもった若者や移住者の U ターンや I ターンが増えている。高山市で起業し、観光業に熱心に取り組みたいと思ってもらえる場所になっている。

#### ⑤今後の展望

令和 5 年 5 月 8 日、新型コロナウイルス感染症が 5 類へと移行され、海外からも観光客が入国できるようになったため、再びインバウンドを核とした観光産業を推進している。観光客へのアンケートを対面形式とするなど、リアルな声を集めて事業に活かし、観光客が体験・滞在しやすい環境づくりに努めていく。

喫緊の課題として、観光産業を担う人材の賃金の低さや労働環境の改善に向けた取り組みに加え、感染症の流行を起因とする旅行の低下による雇用の解消が原因となり、結果としてその担い手である事業者が減少し、同時に高齢化が進んでいる。デジタル技術等を駆使して、旅行者を多く受け入れることを可能にし、事業者の観光産業に対する意欲を上げていく仕組みづくりを目指している。

観光客を受け入れる市民、体験を提供する事業者、滞在してもらった観光客のすべての満足度を高める観光を推進していく必要がある。

## (2) 山梨県北都留郡小菅村

### ①小菅村の概要

小菅村は山梨県の北東部に位置し、人口 612 人（令和 5 年 9 月 1 日現在）、面積は 52.78 平方キロメートルで、面積のうち 95%は森林で構成されており、多摩川・相模川の源流を育む豊かな自然に恵まれている。大自然を活かしたハイキングコースやアクティビティによる森林体験など、「多摩源流」をキーワードに村づくりに取り組んでいる。東京都奥多摩町とも隣接しており、例年 5 月 4 日に開催される「多摩源流まつり」は「水と火と味の祭典」として、村民が一丸となって運営し、新型コロナウイルス感染症流行以前は毎年 1 万人を超える人出で賑わっていた。

### ②取組の経緯

平成 22 年に小菅村と大月市をつなぐトンネル整備事業が開始された際に村全体の整備に着手。民間コンサル会社（株式会社さとゆめ）と協働し、「道の駅こすげ」の開業を計画。平成 26 年 12 月に松姫トンネル開通後、平成 27 年 3 月に「道の駅こすげ」を開業した。この事業をきっかけに官民協働による「700 人の村が一つのホテルに。」をコンセプトとした観光村づくりを進めていくこととなる。

### ③取組の内容

平成 29 年に「株式会社源」を設置。村長を代表取締役とし、村内の観光産業に関わる経営主体（道の駅、温泉施設、フォレストアドベンチャーなど）を一つの団体に統合した。さらに、株式会社源が、インターネット総合情報サイト「こ、こすげえー」の運用を開始。地域住民や地域おこし協力隊らが「村民ライター」となり、情報発信を担うこととなった。

平成 30 年には「こすげ村人ポイントカード」を運用開始。小菅村住民を「1 / 1 村人」とするだけでなく、村外から小菅村に関わりのある人を「1 / 2 村人」とした（任意加入）。

「村人」は村内加盟店での買い物をした際にポイントが付与され、村内の様々なイベントに関する情報を得られるなどの特典が設けられている。また、貯まったポイントが失効した場合、村へ寄附される仕組みとするなど、「村人」の地域での行動が無駄にならないように考えられている。

また、同時期に「株式会社さとゆめ」と古民家再生事業を主業とする「株式会社 NOTE」と共に新たに「株式会社 EDGE」を設置。村長も経営陣の一人となり、古民家ホテルの開発・運営事業に着手した。これまでは、道の駅や温泉施設などの利用を主目的とした観光客が多い状況であった（村外宿泊率 15.5 ポイント>村内宿泊率 8.3 ポイント）ため、観光キャパシティを上げるための取組として計画。開業までに必要となった資金は農林水産省の農山漁村振興交付金（農泊推進対策）と、株式会社 EDGE が銀行からの融資を受ける形で資金調達した。令和元年には空き家となっていた地元名士の邸宅をリノベーションした「大家」を開業。「大家」を客室、温泉施設を「大浴場」と考えるなど、村全体を一つのホテルと見立て

た分散型ホテルとした運営がスタートした。

#### ④取組の効果

新型コロナウイルス感染症流行以前は都心からのアクセス向上や、上記の様々な取り組みが功を奏し、平成 26 年～平成 30 年までの 5 年間で年間の観光客数が約 8 万人から約 18 万人に増加。コロナ禍となってからも「大家」についても客足は良好であり、令和 2 年には村の特徴的な地形である急峻な崖際に建てられていた倉庫をリノベーションし、「崖の家」として新たなホテルを開業した。これらのホテルで提供される料理に使われている食材の多くは村内で採れたものを使用しており、小菅村の食文化を体験することができる。また、「大家」、「崖の家」に携わる現地スタッフも全員が住民であり、宿泊者は希望があれば農業体験などを通じて、小菅村の文化を体験できる仕組みが作られている。

#### ⑤今後の展望

上記の取り組みを行うにあたり、村の外の人材や団体を活用するという点について、当初は住民からの否定的な反応も見られた。観光産業に携わる住民から順番に説得していくうちに、コンセプトや価格帯が既存の旅館とは大きく異なることから徐々に受け入れられていった。行政としては観光だけで地域を作っていくことは困難であると考えており、古民家ホテルについても、地元に残る空き家をどう活用していくかを住民と共に考え、会議を重ねた上での結論だった。「こすげ村人ポイント」も同様に、対外的よりも住民のために制度を作れた点が良かったと考えているようであった。

小菅村では、観光以外にも様々な取り組みが行われている。民間運輸会社と連携し、ドローンを使った配送システムの実験や、道の駅では全国初となる「ふるさと納税自販機」の設置など、対外的な話題作りに積極的な姿勢を見せている。行政職員の副業も村の観光産業に関する部分については認められているとのことである。観光産業にかかわらず、今後も多くの住民や団体を巻き込むことで、地域に寄り添った持続可能な村づくりを継続していくことが鍵となりそうである。

### (3) 福岡県うきは市

#### ①うきは市の概要

うきは市は福岡県の南東に位置し、人口 27,988 人(令和 5 年 4 月 1 日現在)、面積は 117.46 平方キロメートルで、山麓部に果樹地帯が広がっている。うきは市は、農業産出額に占める果実の割合が、全国平均(9%前後)を大きく上回る 34%である。環境省が指定する日本名水百選や林野庁が指定する水源の森百選など水にまつわる 4 つの「日本百選」に選ばれている水のまちで、全国の市で唯一上水道がないまちでもあり、約 9 割の市民が塩素処理されていない天然の地下水を利用している。市の南部には久留米市と大分市を結ぶ久大本線、北部近くには大分自動車道が通っており、福岡県都市部や大分県別府市へはそれぞれ 1 時間程度で移動できる。

#### ②取組の経緯

平成 26 年に閣議決定された「まち・ひと・しごと創生長期ビジョン」「まち・ひと・しごと創生総合戦略」を受け、地方創生を担う最前線のセクションとして、うきはブランド推進課が新設された。課では、創業支援と外部からの新規参入人材の獲得により街の多様性を生み出すことによる観光振興を行う方針を打ち出した。

当時のうきは市の観光は、福岡都市圏から温泉街を目的とした大分県方面への観光客の経由地として訪れる、立ち寄り型観光が主であった。市では経由地から目的地として進化することを目指して令和 3 年にうきは市観光振興計画を策定した。

#### ③取組内容

うきは市では観光振興に関連した取組が大きく 2 つ行われている。1 つ目の創業支援で、新たな事業が継続していくかの見極めについて、相談者が明確なビジョン(うきは市の街・観光の在り方への理解、なぜうきは市で創業したいか等)を持っているかを意識している。地域おこし協力隊については、福岡県内で最も受入数が多く、意欲のある活動者を積極的に受け入れている。また、古民家リノベーションの事業者とも協働し、古民家を活用した高単価な宿泊施設の誘致し、市内滞在時間を延ばすことによる消費額増に向け取組んだ。行政が現場のプレーヤーとなることはできないため、行政主導での新たなコンテンツを創り出すことよりも、新規事業者が活動しやすい環境を整えることを心掛けているという。

2 つ目は(一社)うきは観光みらいづくり公社と連携したデータ分析である。うきは市では、平成 28 年から観光に関するデータ取得を行っており、現在はこの公社へ委託している。観光客向け・事業者向けのアンケートを取っており、観光客向けの調査については道の駅と JA の直売所で、対面形式とウェブ形式の 2 種類を実施している。



#### ④取組の効果

創業支援の取組により、他地域では再現性の低い店舗が長く事業を継続し、まちの多様性が生まれたことで、うきは市を目的地として訪れる観光客の増加につながった。また、うきは市で創業した事業者が SNS で自身の活動を発信しフォロワーを増やしており、うきは市が目的地として考えてもらえる一助となっている。宿泊キャパシティとしても、令和 5 年夏には米ホテル大手のマリオットが宿泊のみに特化したホテルを開業。泊食分離による地域への経済効果が期待できる。

一般社団法人うきは観光みらいづくり公社と連携して取得し、分析された観光データについては、観光振興計画策定時に根拠資料として活用されるだけでなく、オープンデータの取得が難しい市内の事業者や創業相談者に対し、マーケティング調査や行政からの補助金を申請する際の資料として提供されており、民間が活動しやすい環境づくりにつながっている。

#### ⑤今後の展望

観光振興計画第 1 期は令和 3 年度から 3 年間の計画で、令和 5 年度が 3 年目である。第 1 期の評価としては、上記の取組の結果、福岡都市圏からの観光客の獲得ができたと言える。

今後の課題としては、中心市街地活性化や、宿泊施設の設置による観光客増加に起因するオーバーツーリズムへの対策を考えていかなければならない。既存事業者と新規事業者、既存の住民と観光に力を入れたいと考える新しい住民では、地域のあり方について考え方が違う。例えば、新しい住民にとっては駐車場を示す看板を大きくしたい希望がある一方で、既存の住民にとっては文化財や景観など、これまでの暮らしを維持したいと考えるなど、地域住民の生活に密接する部分ほど難しくなる。行政の役割としては、住環境とのバランスのとり方をどのように考えていくかが求められている。

### 3 おわりに

各自治体において、体験・滞在型観光に注力した結果、観光客数の増加と滞在時間増による現地での消費額の増加による地域経済への好影響があったと見られる。これにより、その地域の観光産業に新たな可能性が見出され、地域への UI ターンや公務員の副業への取組、地域での新規事業者の誘致につながっていた。このことから、地域が周遊地ではなく目的地となることは、その地域の活性化への期待を大きくする効果もある。

一方で、体験・滞在型観光が地域に定着していく過程では、オーバーツーリズムなどの問題が既存の地域住民にとってストレスと感知することが避けられない。そのため、行政に期待される役割としては、住民や事業者の間に入り、地域の観光に対する理解や方向性をすり合わせることにあると考えられる。

高山市では、インバウンド需要による外国人観光客の取り込みに力を入れる一方で、市民に対する意識調査を行いながら、コロナ禍で生じた観光事業者の労働力不足や賃金低下といった問題にも積極的に対処していく方針である。

小菅村では、新たな観光事業に否定的な村民や既存観光事業者との議論や対話の中で得られた理解を元に、新たな観光施策に取り組んでいる。

うきは市では、地域に寄りそった新規創業者を積極的に支援することで多様性に富んだまちづくりを行うことができている。今回調査を実施した自治体では、観光客の増加に対する施策を打ち出すだけでなく、地域の実情に目を向け、地域を良くしていきたいという根本的な目標・視点を大切にしていると言える。

今回、新型コロナウイルス感染症の流行以前から観光振興に力を入れている自治体の調査を行ったところ、それぞれコロナ禍で一定の打撃は受けたものの、観光客数は再び増加傾向にあるとのことであった。オンライン会議が働き方のスタンダードに加わるなど、コロナ禍を経て、社会の仕組みや人々の考え方にも変化が生まれている。加えて、ワーケーションなどの新しい働き方がより普及することとなれば、体験・滞在型観光ともつながる可能性があり、その地域を訪れる価値を一層求められることになる。

今回の調査から、観光客や事業者だけでなく、地域住民の暮らしに寄りそった環境づくりを進めることで、体験・滞在型観光を推進する地域の中でもより選択肢としての強みを持つ自治体となるのではないかと感じた。