

# 平成25年度施策評価シート

基本施策	人々のこころを魅了する滞在型・通年型の観光地づくりを行う		
総合計画での位置付け	政策	4	「にぎわい」のあるまちをめざして
	分野	1	観光
主要な計画	・産業振興計画		
基本施策を実施する背景や課題・目的	<p>・官民一体となったもてなしのこころの醸成やユニバーサルデザインに配慮した施設整備、東海北陸自動車道の全線開通、フランスのミシュラン・グリーンガイド・ジャポンにおける最高評価である三ツ星での紹介、積極的な誘客活動などにより、本市における観光客の入込み数は増加傾向にある。特に外国人観光客数の増加が顕著となっており、平成17年の89,500人から平成25年には151,000人となっている。しかし、経済情勢の変化などが今後の入込み数に影響を与えることが懸念される。</p> <p>・本施策は、豊かで安定した市民生活を営むことのできる基盤として、地域の資源や特性を活かした産業が活発な「にぎわい」のあるまちづくりをすすめるため、人々のこころを魅了する滞在型・通年型の観光地づくりを行うことを目的としている。</p>		

## 1 概要

施策	目的	施策の内容	対象	施策の内容の目的	これまでの取り組み	担当部署
1 多様な観光需要への対応	外国人を含むすべての観光客が安心して訪れることができる通年型・滞在型観光地としての魅力を向上させるとともに、新たな観光客層の掘り起こしを図る。	豊富な地域資源の活用と連携による個性ある観光地としての魅力の向上	観光客	・観光事業の振興及び年間を通じた観光客の誘致促進。 ・ウルトラマラソン開催による地域のPR、新たなターゲットの獲得。	・観光協会等への助成や地域イベントの開催等により、豊富な地域資源の活用を図っている。 ・新規の取組みとして広大な市域を活用したウルトラマラソンを開催し、エイドステーション等では地域の特産品を提供するなど、地域資源の活用とPRを図っている。	商工観光部
		通年型観光地としての魅力の向上	観光客	・高山訪問の動機づけ及び通年型観光の魅力向上による観光客誘致。	・飛騨・高山観光コンベンション協会や飛騨高山旅館ホテル協同組合等、民間団体と連携して、四季を通じて魅力あるイベントの開催、桜・紅葉・スキー場等の季節ごとの観光情報発信などを実施し、通年型観光地としての魅力向上を図っている。	商工観光部
		滞在型観光地としての魅力の向上	観光客	・高山訪問の動機づけ及び周遊型・滞在型観光の魅力向上による観光客誘致。	・県や民間団体と連携して、グリーンツーリズム関係団体への助成、体験型旅行パンフレットの作成、スポーツツーリズムの推進（ウルトラマラソン等の開催）、スタンプラリー等の事業に取り組み、滞在型観光地としての魅力向上を図っている。 ・観光客の滞在時間の延長を図るため、新たな着地型旅行商品の造成やニーズに関する調査を実施している。	商工観光部
		すべての人々が安心して訪れることのできる福祉観光都市としての魅力の向上	観光客	・情報通信技術を活用した観光情報の積極的な提供。	・パンフレットや散策マップにバリアフリー情報や災害時避難場所を掲載し、安心して訪れることができる体制づくりを図っている。 ・市内10箇所にタッチパネル式のバリアフリー観光情報提供端末を設置し、高山市を訪れた観光客に対し、観光情報の提供を行っている。	商工観光部
		外国人がひとり歩きできる国際観光都市としての魅力の向上	市内観光関連事業者 市民	外国人観光客が必要とする情報を媒体等により、いつでも容易に入手することができる。	・JR高山駅前のビジットジャパン案内所や古い町並内の観光案内所を設置するとともに、街中に観光ガイドを配置し、外国人観光客の問い合わせに対応している。 ・平成8年に市外国語ホームページを開設している。現在は11言語に対応している。 ・観光パンフレット(6言語)や散策マップ(9言語)を作成するとともに、案内表示(4言語)を設置している。 ・市内の主要な箇所に多言語による案内看板を設置している。(支柱側型40か所、路面埋込型65か所260枚)	海外戦略室

2	受入体制の整備	地域の伝統をまもりながら、観光客をもてなしのころをもって迎える体制の整備を図る。	訪れる人をまちぐるみであたたかく迎えるもてなしのころの醸成	観光客	・来訪者の受入体制整備。	・飛騨高山観光大学や県観光連盟と連携したおもてなし研修会を開催し、おもてなしのころの醸成を図っている。 ・観光客からの苦情に対して、懇切丁寧な対応を心掛けるとともに、関係者への情報提供や改善要請をしている。	商工観光部
				市内観光関連事業者 市民	市民や事業者が外国人観光客に声を掛けることができる。	・「もてなしの匠 心得長」を作成し、市内の宿泊・飲食関係事業者等に配布し研修を実施している。 ・事業者の施設内に設置される外国語による案内表示やパンフレット等の作成に対して補助金を交付している。 ・ボランティアを募り、外国人観光客への案内をしている。	海外戦略室
			地域を愛し、伝統を守り後世に伝えるという日々の生活文化が訪れる人々の心に響くような観光地としての環境の醸成	観光客 屋台組	・高山祭の認知度の向上と来訪者の増加を図る。 ・高山祭を安全に実施する。	・高山祭協賛会を通して、伝統文化を守り伝える観点から各屋台組への支援を実施している。 ・飛騨高山に伝わるおもてなし文化や伝統芸能を保存、伝承するため、技術修得支援や後継者育成支援に取り組んでいる。 ・子供伝承芸能の発表の場を設けるなど、伝統文化の継承に努めている。	商工観光部
				市内観光関連事業者 市民	・市民や事業者が外国人観光客に声を掛けることができる。	・「もてなしの匠 心得帳」を作成し、市内の宿泊・飲食関係事業者等に配布し研修を実施している。 ・外国人が高山観光を楽しむための便利情報や外国人観光客に高山産の名産品を紹介するガイドブックを作成し事業者に配布している。 ・海外からの交流団体の受け入れに際し、ホストファミリーを募り、日本の生活文化を体験させるとともに、市民レベルの交流を推進している。	海外戦略室
			観光振興を担う人材や観光ボランティアの育成・強化	観光客	・来訪者の受入体制整備。 ・周遊型・滞在型観光の魅力の向上による観光客誘致。	・地方自治体や観光協会、観光関係事業者を対象に、観光振興や地域活性化について学習するために観光大学を開催し、人材育成・強化に取り組んでいる。 ・飛騨民俗村で活動するボランティアガイド団体を支援し、ボランティアの育成・強化を図っている。	商工観光部
			訪れる人が必要とする情報の提供	観光客	・観光情報発信の強化 ・情報通信技術を活用した観光情報の積極的な提供。 ・観光客満足度を高める。	・散策マップ(日本語含めて10言語)、多言語表記の案内看板、ライブカメラ、スマートフォン向けHP、携帯電話のGPS機能を活用した観光情報提供システム等により、効果的な情報提供を行っている。 ・観光案内所を設置し、日本語と英語により窓口案内及び電話・メール案内を行っている。	商工観光部
			農林畜産業や商工業分野などと連携した「飛騨高山」にふさわしい土産品や特産品の地元での開発・生産・販売の推進	市内中小企業者	特産品をはじめとする地場産品が多く開発され、出荷額等が増加する	・土産品振興奨励審査会を開催し、新作土産品及び推奨土産品を審査・公表し、市民、観光客等へのPR、販売促進を行っている。 ・飛騨高山ブランド振興事業補助金により、産業団体等が行う新商品開発事業等にかかる経費の一部を助成し、取り組みを促進している。	商工観光部
地元産土産品や特産品のパッケージなどのデザインの向上	市内中小企業者	特産品をはじめとする地場産品が多く開発され、出荷額等が増加する	・土産品振興奨励審査会を開催し、新作土産品及び推奨土産品を審査・公表し、パッケージデザイン等も含めた特産品等の品質の向上を図っている。	商工観光部			
	JR高山本線、高速バスや地域内バス路線などの充実による訪れる人の利便性の向上	市民 観光客	・市民も観光客もだれもが「自由」に、「簡単」に、「安全」に、「快適」に利用することができる、そして「同様のサービス」を享受できるようなシステムを確立する。	・高山本線強化促進同盟会などによる情報収集、要望活動 ・平成23年度に公共交通を再編し、1乗車100円の自主運行バスとして「のらマイカー、まちなみバス」を運行している。また、同じく幹線バスにおいても旧市町村内の乗降が、1乗車100円となるよう「市民乗車バス」を発行している。	企画管理部		
3	観光関連施設の整備	自然資源などの豊かな地域資源を活用した観光関連の整備により、滞在型観光地としての魅力の向上を図る。	豊かな地域資源を活用した観光関連施設の整備	観光客	・自然資源の活用施設や体験交流施設など観光関連施設の整備を促進することにより、滞在型観光地づくりの推進と地域振興を図る。	・民俗村、キャンプ場、温泉施設、スキー場等の自然や歴史などの地域資源を活用した観光関連施設(30施設)の管理運営(うち指定管理27施設)及び施設整備を行っている。 ・山岳観光の拠点として、新穂高地区に観光案内、休憩所、公衆トイレ、登山指導センターの機能を備えた施設を建設している。	商工観光部
			農林畜産業や生涯学習分野などと連携した観光関連施設の多面的な活用	観光客	・他の分野と連携した観光関連施設の活用により、滞在型観光地づくりの推進と地域振興を図る。	・農村体験、工芸体験を実施し、観光関連施設の活用を図っている。 ・市民活動の発表やイベント開催の場所として提供するなど施設の活用を図っている。	商工観光部

## 2 指標の推移

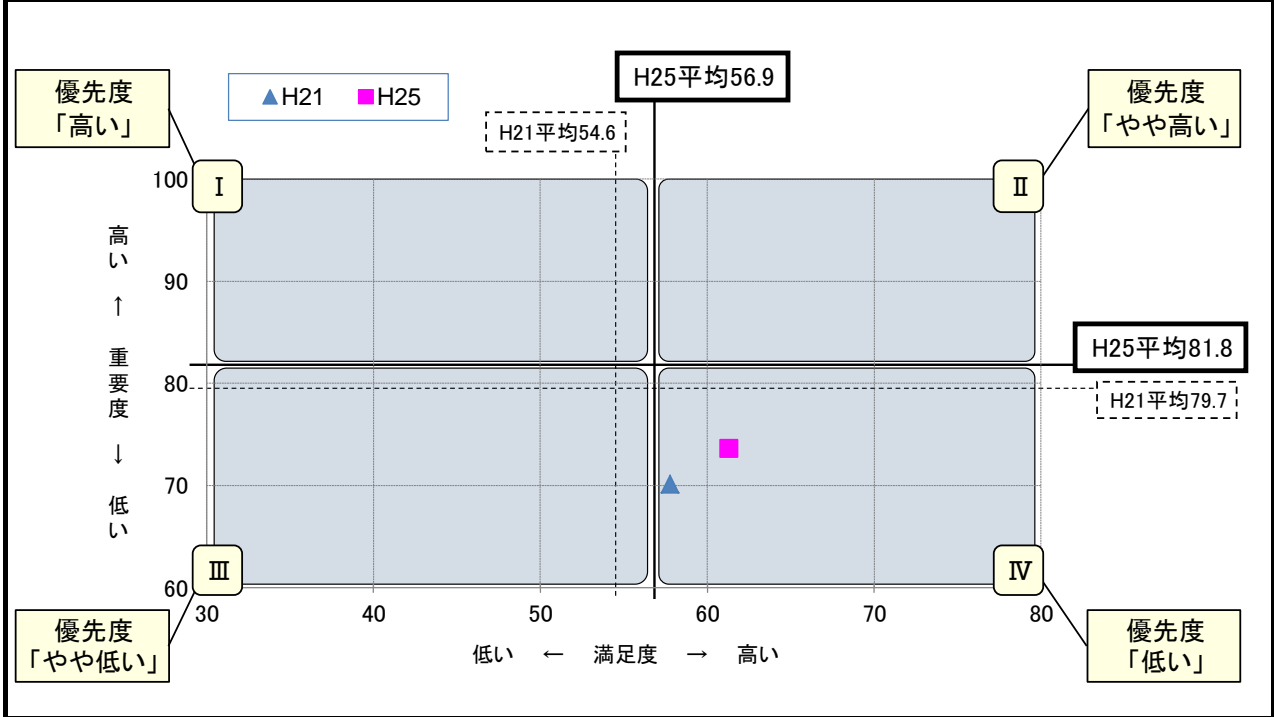
指標名	単位	関連 施策	好まし い 方向	H21	H22	H23	H24	目標	指標値の把握方法 目標値設定の考え方
観光客入込数(日帰り)	千人		↑	1,983	1,760	1,641	1,808	5,000 (日帰り+ 宿泊)	観光施設入込数、交通 量等より指標値把握。
観光客入込数(宿泊)	千人		↑	2,057	2,052	1,840	1,961	5,000 (日帰り+ 宿泊)	観光施設入込数、交通 量等より指標値把握。
観光客入込数(1月～3月)	千人		↑	859	780	710	772		
観光客入込数(4月～6月)	千人		↑	936	935	808	948		
観光客入込数(7月～9月)	千人		↑	1,117	1,070	981	1,020		
観光客入込数(10月～12月)	千人		↑	1,128	1,027	982	1,029		
旅行の日程(1泊の割合)	%		↑	48	52	49	56		
旅行の日程(2泊の割合)	%		↑	9	10	10	12		
旅行の日程(3泊以上の割合)	%		↑	2	2	3	2		
初めて来訪の割合	%		↑	33	32	28	31		
飛騨高山ウルトラマラソン参加者	人	1-ア	↑	-	-	1,017	1,718		
外国人観光客数(宿泊者数)	人	1-オ 2-ア 2-イ	↑	148,000	187,000	95,000	151,000	300,000	H21(148,000)の倍増 市長公約
観光案内所での外国人への案内 件数(観光案内所案内件数の内 数)	件	1-オ	↑	15,176	17,155	9,334	30,054	30,000	H21(15,176)の倍増
ボランティア通訳登録者数	人	2-ア	↑	101	110	128	125	150	H21(101)の1.5倍を想定
高山祭人出数	人	2-ア	↑	344,000	348,000	370,000	411,000		

ホストファミリー登録者数	人	2-イ	↑	89	93	93	91	150	H21(89)の1.5倍を想定
観光案内所案内件数	件	2-エ	↑	319,558	274,036	242,316	301,485		
高山市推奨土産品の登録件数	件	2-オ	↑	182	185	207	213	300	年間の登録件数100件(3年間有効)、年度ごとの登録件数の合計300件を目標とする。
飛騨高山ブランド振興事業補助金による海外展示会における商談・情報収集件数	件	2-オ	↑	282	152	251	345	300	過去の実績をもとに、海外展示会1回あたり150件の商談・情報収集件数を目標とする。
飛騨高山ブランド振興事業補助金による新商品開発助成件数	件	2-オ	↑	0	0	0	2	2	新商品開に係る計画等の審査を実施し、年間2件の助成を行う。
木工関係業種の製造品出荷額等	億円	2-オ 2-カ	↑	153.5	147.5	131.3	123.6		工業統計により把握
特産品の製造品出荷額等	億円	2-オ 2-カ	↑	62.6	74.4	55.5	53.6		工業統計により把握
1便あたり平均利用者数	人	2-キ	↑	—	—	3.1	3.8		・前年度より利用者数を増やす
延べ利用者数	人	2-キ	↑	—	—	179,882	173,611	200,000	・市民1人につき平均2回以上乗車
高山本線強化促進同盟会	回	2-キ	—	1	1	1	1	1	・総会が年1回開催される
リニア中央新幹線建設促進岐阜県期成同盟会	回	2-キ	—	1	1	1	1	1	・総会が年1回開催される
観光施設利用者数 (比較可能な23施設の数値)	人	3-ア	↑	974,571	918,397	907,996	907,834		
スキー場利用者数(3スキー場)	人	3-ア	↑	129,293	120,664	129,012	123,442		
駐車場利用台数(新穂高・あかんだな)	台	3-ア	↑	88,937	94,400	88,753	98,069		

担当部局	補足説明
企画管理部	<ul style="list-style-type: none"> <li>・市町村合併後、地域ごとに運行形態、料金体系が異なり、地域間格差が生じていたが、平成23年3月に高山市地域公共交通戦略を策定し、新しい公共交通体系を構築した。そのため、平成22年以前の指標なし。</li> <li>・効率的、効果的な運行とするため、1便あたりの平均利用者数が1人未満となっている便についてデマンド化や廃止などを実施したことにより、1便あたりの平均利用者数が増加している。</li> </ul>
商工観光部	<ul style="list-style-type: none"> <li>・観光客入込数は、長引く国内景気の低迷に加えリーマンショック以降の世界的な景気の悪化により、H21以降減少傾向が続き、特にH23は東日本大震災の影響もあり大幅に減少した。その後、官民一体の誘客対策等の効果もあり、震災以前の水準まで回復している。</li> <li>・外国人観光客入込数は、積極的な誘客事業の展開に加え、国の施策の後押しもあり、順調に増加していたが、H23には国内同様、東日本大震災の影響で大幅に減少した。H24以降、欧州経済危機や竹島・尖閣諸島問題等の影響もあったが、震災前の水準にまでは回復している。</li> <li>・市内の市推奨土産品等の登録件数の増加を図るため、平成25年度から土産品振興奨励審査会の開催回数を年1回から年2回に変更している。</li> <li>・飛騨高山ブランド振興事業補助金の活用による新商品開発を促進するため、平成24年度から補助率、補助限度額の拡充を図った結果、平成24年度は2件の利用があった。</li> <li>・製造品出荷額等は、各年度に公表した工業統計の数値で、基礎となるデータは各年度の2年前の工業統計数値である。</li> </ul>
海外戦略室	<ul style="list-style-type: none"> <li>・平成22年に187,000人を記録した外国人観光客数が翌年の東日本大震災で半減(95,000人)している。</li> <li>・翌年(平成24年)には151,000人に回復している。</li> <li>・平成25年1月から6月までのサンプル調査の結果、平成22年同期比で16.4%の増加、平成24年同期比で47.9%の増加となっている。</li> <li>・この増加の要因は、東日本大震災以降、官民一体となった現地でのプロモーションや各種誘客活動、トップセールス、また、市民や事業者による受入れのための努力が奏功しているものと考えている。</li> <li>・また、平成24年秋から続いている円安も影響していると考えており、これに加え、東日本大震災から2年が経過し、その影響が小さくなったことなども考えられる。</li> <li>・外国人観光客が必要とする情報を媒体等により、いつでも容易に入手することができるよう、市街地に公共的な無料Wi-Fiを整備するとともに、外国語ホームページのモバイル版の作成も検討する必要がある。</li> </ul>

3 市民アンケートの結果

		現在の「満足度」		今後の「重要度」		市民満足度を高めるために改善等を行う優先度	
H21 (前回)	点数	57.8	(平均) (54.6)	70.1	(平均) (79.7)	IV	低い
	順位	42施策中 15 番目		42施策中 38 番目			
H25 (今回)	点数	61.3	(平均) (56.9)	73.6	(平均) (81.8)	IV	低い
	順位	43施策中 11 番目		43施策中 38 番目			



※「満足度」、「重要度」・・・まちづくり市民アンケートに対する各項目の回答件数をもとに点数化した数値

$$\text{満足度} = \frac{(\text{満足}) \times (50) + (\text{やや満足}) \times (25) + (\text{やや不満}) \times (-25) + (\text{不満}) \times (-50)}{(\text{回答数}) - \{(\text{分からない}) + (\text{無回答})\}} + 50$$

$$\text{重要度} = \frac{(\text{重要}) \times (50) + (\text{やや重要}) \times (25) + (\text{あまり重要でない}) \times (-25) + (\text{重要でない}) \times (-50)}{(\text{回答数}) - \{(\text{分からない}) + (\text{無回答})\}} + 50$$

※市民満足度を高めるために改善等を行う優先度

「満足度」が平均未満で「重要度」が平均以上の施策	→	I 優先度が「高い」
「満足度」が平均以上で「重要度」が平均以上の施策	→	II 優先度が「やや高い」
「満足度」が平均未満で「重要度」が平均未満の施策	→	III 優先度が「やや低い」
「満足度」が平均以上で「重要度」が平均未満の施策	→	IV 優先度が「低い」

4 一次評価(担当部局による評価)

担当部局		海外戦略室	
施策	施策の内容	七次総合計画における検証(成果や課題)	今後の方向性
多様な観光需要への対応	外国人がひとり歩きできる国際観光都市としての魅力の向上	<ul style="list-style-type: none"> <li>・タイ語の観光パンフレットや散策マップを作成するなど対象言語を増やしている。</li> <li>・外国語ホームページの運営のみならず、facebookや微博(中国版ツイッター)を開設し、旬な情報を発信している。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・今後も増加が見込まれる地域に的確に当市の魅力を伝えるために多言語での情報発信を行うとともに、地図や案内標識の適切な作成・配置を行う。</li> <li>・いつでも容易に必要な情報が入手できるよう、Wi-Fi環境の整備やスマートフォン用の観光ホームページを作成し、利便性の向上を図る。</li> </ul>
受入体制の整備	訪れる人をまちぐるみであたたかく迎えるもてなしのこころの醸成	<ul style="list-style-type: none"> <li>・おもてなし国際化促進事業補助金の交付により、事業者の案内看板やパンフレットの多言語化が図られている。</li> <li>・事業者等を対象に、ムスリム(イスラム教徒)の受入れに関するセミナーを開催するなど、今後来訪が見込まれる地域の受入れに関する研修会を開催し、市民をあげてあたたかく迎え入れるための意識の醸成を図った。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・今後も引き続き、事業者の外国人旅行者受入れのための取組みを支援し、国際観光都市としての受入れ体制の整備を図る。</li> <li>・市民や事業者を対象としたおもてなしのための研修会を開催し、国内外からの観光客をあたたかく迎え入れられるよう意識の醸成を図る。</li> <li>・外国人観光客を案内するためボランティア通訳の登録者数を増やす。</li> </ul>
	地域を愛し、伝統を守り後世に伝えるという日々の生活文化が訪れる人々の心に響くような観光地としての環境の醸成	<ul style="list-style-type: none"> <li>・おもてなし国際化促進事業補助金の交付により、事業者の案内看板やパンフレットの多言語化が図られている。</li> <li>・外国人旅行者が高山観光を楽しむための便利情報(交通情報、状況会話フレーズ等)を集約したブラクティカルガイドや、外国人観光客に高山産の名産品を外国人旅行者の嗜好に合わせて情報提供するガイドブックを作成し事業者に配布するなど観光地としての環境の醸成を図った。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・今後も引き続き、事業者の外国人旅行者受入れのための取組みを支援し、国際観光都市としての受入れ体制の整備を図る。</li> <li>・市民や事業者を対象としたおもてなしや地域産品販売のための研修会を開催し、国内外からの観光客に当市の魅力を知っていただけるよう意識の醸成を図る。</li> <li>・海外からの交流団体の受け入れに際し、日本の生活文化を体験させるとともに、市民レベルの交流を推進するため、ホストファミリーの登録件数を増やす。</li> </ul>
総括		<ul style="list-style-type: none"> <li>・今後も物流・交流と一体となった外客誘致を推進し、地域の活性化を図る。</li> </ul> <p>外国人観光客の誘客及び受入時</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・地場産品の魅力や特徴を伝え販売を促進</li> <li>・地域の伝統文化とのふれあいの場の提供</li> </ul> <p>国内外での地場産品の販売促進時</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・地場産品を含めた地域の歴史・風土・文化などの紹介し誘客を促進</li> </ul> <p>海外との人や文化の交流時</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・地場産品の魅力や特徴を伝え販売を促進</li> <li>・地域の魅力を伝え誘客を促進</li> </ul>	

担当部局		企画管理部	
施策	施策の内容	七次総合計画における検証(成果や課題)	今後の方向性
受入体制の整備	JR高山本線、高速バスや地域内バス路線などの充実による訪れる人の利便性の向上	<ul style="list-style-type: none"> <li>・市町村合併後、地域ごとに運行形態、料金体系が異なり、地域間格差が生じていたが、市内のどこに住んでいても、同じ市民として最低限の移動サービス水準を確保するよう平成23年3月に高山市地域公共交通戦略を策定し、新しい公共交通体系を構築した。</li> <li>・「市民乗車バス」の発行により、旧市町村内での乗降が1乗車100円と統一できた。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・高山市の公共交通を持続的に発展させるため、交通事業者、市民、行政の三者で協働して守り、育てていく。</li> <li>・そのためには市民との意見交換や市民参加型の利用促進策を図ることにより地域公共交通に対する理解を深めてもらうことが必要であり、目標に対する評価・検証の結果を地域へもフィードバックしていくなど、地域公共交通について考えてもらう機会を創出していく。</li> </ul>
総括		<ul style="list-style-type: none"> <li>・他事業者が運行しているJR高山本線や高速バスとの乗り継ぎに課題はあるが、自主運行している「のらマイカー、まちなみバス」の乗り継ぎと運行の利便性の向上を図った。</li> <li>・高山市の公共交通を持続的に発展させるため、交通事業者、市民、行政の三者で協働して守り、育てていく。</li> <li>・そのためには市民との意見交換や市民参加型の利用促進策を図ることにより地域公共交通に対する理解を深めてもらうことが必要であり、目標に対する評価・検証の結果を地域へもフィードバックしていくなど、地域公共交通について考えてもらう機会を創出していく必要がある。</li> </ul>	

担当部局		商工観光部	
施策	施策の内容	七次総合計画における検証(成果や課題)	今後の方向性
多様な観光需要への対応	豊富な地域資源の活用と連携による個性ある観光地としての魅力の向上	<ul style="list-style-type: none"> <li>・自然・伝統文化等の従来からの資源に加え、ウルトラマラソンやアニメ「氷菓」を活用したイベント等の実施により、新たな観光客層の掘り起こしができた。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・多様な資源の掘り起こしと活用により、個性ある観光地としての魅力向上に取り組む。</li> </ul>
	通年型観光地としての魅力の向上	<ul style="list-style-type: none"> <li>・永年にわたって閑散期である冬期間を中心にイベント等を開催し、通年型観光地として位置付けられるようになった。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・閑散期を中心とした対策を強化し、通年型観光地としてさらなる魅力の向上を図る。</li> </ul>
	滞在型観光地としての魅力の向上	<ul style="list-style-type: none"> <li>・豊富な地域資源を活用しながら滞在型観光地としての飛騨高山の魅力を発信しているが、支所地域への周遊を促す施策が必要である。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地域資源の連携強化により、支所地域を含めた滞在型観光地としての魅力向上を図る。</li> </ul>
	すべての人々が安心して訪れることのできる福祉観光都市としての魅力の向上	<ul style="list-style-type: none"> <li>・市内10箇所にタッチパネル式の観光情報提供端末を設置し、高山市を訪れた観光客に対し、観光情報の提供を行っている。</li> <li>・固定端末であるため、移動しながらの利用ができない。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・情報通信技術の発展等の状況を見ながら、観光客が求めている情報を提供できるようさらなる充実を図る。</li> </ul>



受入体制の整備	訪れる人をまちぐるみであたたかく迎えるもてなしのこころの醸成	<ul style="list-style-type: none"> <li>・従前から観光客をまちぐるみで迎える体制は整っているが、常に気を緩めることなく観光関係者や一般市民に向けて働き掛けていく必要がある。</li> <li>・外国人や高齢者、障がい者など多様化する観光客へのおもてなしの対応も強化する必要がある。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・観光大学、広報、HP等を活用して、市民をふくめた取り組みとして強化する。</li> </ul>
	地域を愛し、伝統を守り後世に伝えるという日々の生活文化が訪れる人々の心に響くような観光地としての環境の醸成	<ul style="list-style-type: none"> <li>・屋台組を支える人材が減少傾向にあり、今後、屋台の維持に不安がある。</li> <li>・「飛騨高山おもてなし文化振興協会」を設立し、飛騨高山に伝わるおもてなし文化や伝統芸能を保存、伝承のため技術修得支援や芸妓育成に取り組んだ。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・今後も伝統文化や伝統芸能を守り伝える団体等への支援を継続する。</li> <li>・屋台組を支える人材を確保につながる施策を検討する。</li> <li>・おもてなし文化振興事業受講者の確保及び労働環境の体制づくり</li> </ul>
	観光振興を担う人材や観光ボランティアの育成・強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>・観光施設内に特化したボランティアガイド団体は存在するものの、市街地を対象にした団体はない。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・全市的なボランティアの育成を検討する。</li> </ul>
	訪れる人が必要とする情報の提供	<ul style="list-style-type: none"> <li>・日本語と英語を駆使して、観光案内所窓口及び電話で観光案内を行ってきた。</li> <li>・9か国語の外国語版も含めた観光パンフレットの提供を行ってきた。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・観光案内所に指定管理者制度を導入し、観光関連団体や事業者と連携したきめ細やかな情報提供が可能な体制を強化する。</li> </ul>
	農林畜産業や商工業分野などと連携した「飛騨高山」にふさわしい土産品や特産品の地元での開発・生産・販売の推進	<ul style="list-style-type: none"> <li>・推奨土産品登録証紙の見直しを行うなど、当該奨励制度により市内で製造される土産品の振興を図っているが、市外土産品の比率は増加傾向にある。</li> <li>・飛騨高山ブランド振興事業補助金による海外展示会への出展事業を支援することにより、海外における商談・情報収集件数が増加している。</li> <li>・推奨土産品の登録件数は、年々増加しているが、地場産業、特産品等の出荷額等の減少傾向に歯止めがかかっている。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・事業者との連携を密にしながら、より効果が高い推奨土産品のPR方法、販売促進の方策を検討していく必要がある。</li> <li>・飛騨高山ブランドの国内外に向けた積極的な展開を促進するため、飛騨高山ブランド振興事業補助金の周知に取り組むとともに、事業者へ積極的な取り組みを働きかける必要がある。</li> </ul>
	地元産土産品や特産品のパッケージなどのデザインの向上	<ul style="list-style-type: none"> <li>・推奨土産品登録証紙の見直しを行うなど、当該奨励制度により市内で製造される土産品の振興を図っているが、市外土産品の比率は増加傾向にある。</li> <li>・推奨土産品の登録件数は、年々増加しているが、地場産業、特産品等の出荷額等の減少傾向に歯止めがかかっている。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・事業者との連携を密にしながら、より効果が高い推奨土産品のPR方法、販売促進の方策を検討しながら効果的な事業を実施する。</li> </ul>

観光関連施設の整備	豊かな地域資源を活用した観光関連施設の整備	<ul style="list-style-type: none"> <li>・現在、管理している観光関連施設は、滞在型・通年型の観光地づくりに一定の役割を果たしているものの、地域活性化を目的として整備された経緯もあり、施設の維持管理経費を施設使用料等の収入で賄うことが困難なものがほとんどで、事業の持続性については課題がある。</li> <li>・経年劣化による大規模修繕の時期を迎えている施設や類似施設が多く、施設整備を検討するうえで、既存施設の改廃も併せて考えなければならない。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・利用者ニーズ、収支計画等を踏まえたうえで、観光関連施設の整備を図る。</li> <li>・既存施設の維持管理(施設の改廃を含む)と有効活用を図ることに重点をおいた施設整備計画を策定する。</li> </ul>
	農林畜産業や生涯学習分野などと連携した観光関連施設の多面的な活用	<ul style="list-style-type: none"> <li>・グリーンツーリズムや様々な体験の場として活用していくことは重要であるが、収益面での効果があるものでないと継続・拡大していくことは困難である。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・魅力あるソフト事業を展開し、施設の収益性の向上を図る。</li> </ul>
総括		<ul style="list-style-type: none"> <li>・市民アンケートにおいては、施策に対して比較的高い満足度が得られている一方、施策全体の中における重要度の順位は低位である。</li> <li>・このことは、今まで継続してきた滞在型・通年型の観光地づくりの取組みの方向性は、市民から一定の評価を得ているものと考えられる。</li> <li>・今後は、従前から実施している事業に継続して取り組むことを基本としつつも、社会経済情勢の変化や観光客ニーズの多様化への的確な対応、経営資源の効率的・効果的な投入の観点から、マーケティングによる戦略的方針にもとづいて、個別事業の見直しや新規事業の立ち上げを検討していく必要がある。</li> <li>・市内で開発、生産される特色ある土産品は、市のブランドイメージを構成する重要な要素であり、飛騨高山ブランドの新商品開発や販路開拓などの取組みは、外貨獲得、雇用創出など地域の活性化に向けた効果が高いため、現在の支援制度を市内事業者積極的に活用していただくよう、更なる制度の周知に取り組むとともに、意欲ある事業者や団体等の積極的な取り組みを働きかける必要がある。</li> </ul>	

5 二次評価(企画課、総務課、財政課評価)

課題	今後の方向性
<p>主な課題としては、</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・観光客数が伸び悩んでいる。</li> <li>・市有観光施設については、維持管理経費を使用料等の収入で賄うことができないものがほとんどである。</li> </ul> <p>といったことが上げられる。</p>	<p>市民アンケートの結果、施策に対する現在の満足度は高く、今後の重要度は低くなっているが、観光は市の主要産業であり、経済や雇用に大きな影響を及ぼすことを踏まえ、産業振興計画や海外戦略ビジョンに基づき、多様な観光需要への対応を図るとともに、受け入れ体制を整備していく必要がある。</p> <p>特に、誰もが「行ってみたい」、「また、来たい」と思えるような魅力ある観光地として強化を図っていく必要がある。</p> <p>また、市有観光施設については、施設の必要性等について再検討し、整理していく必要がある。</p>

6 外部有識者の評価・意見

七次総合計画における検証に対する評価・意見
<p>・平成21年以降、観光客入込数(日帰り・宿泊)は横ばい、通年観光について大きな変化は無し、外国人観光客は平成17年以降増加傾向であるが、施策の目的・目標の達成に向けて、具体的な成果が明らかになっているのは、外国人観光客の増加が中心である。一方、所管部門の評価として、実施すべき施策は着実に実施していることになっている。すなわち、施策は実施しているが、その効果が不明な点が多い状況である。</p> <p>・観光客入込数、外国人観光客の増加や、通年観光の実現という目標の達成に向けては、ターゲットを誰にするのか、どの様なステップや施策・事業で目標の達成を目指していくのかなど、戦略的な取り組みが必要と考える。</p> <p>・観光客を増やすための情報発信、受け入れ体制の整備、関連施設の整備等を内容としているが、相互の取り組みのつながりが不明確で、評価の指標も活動指標が多く、各施策の成果がよく見えない。</p>
今後の方向性に対する評価・意見
<p>・日本全国で、観光資源を活用した産業振興を中心とする地域活性化の取組が活発になっているなか、高山市の観光振興は競争が激化していることを認識の上、ターゲットは誰なのか、そのターゲットに対してどの様に誘客するのか、滞在日数を伸ばすためにはどうすれば良いのか、リピーターを増やすためにはどうすれば良いのかなど、マーケティングの視点から十分に検討された戦略を立案の上、選択と集中の視点から戦略に即した施策・事業を推進することが重要である。</p> <p>・企業や市民との連携、市民意識の向上など、市だけで対応できない課題が多く、幅広い主体の参画を促す仕組みが必要であり、政策の体系的な展開と評価の仕組みが必要である。</p>
その他意見
<p>・観光関連産業は高山市にとって非常に重要な産業であると認識するが、予算・職員数・関連団体の体制などを考慮した場合、網羅的な施策・事業を幅広く展開することが良いのか、重要な施策・事業に集中して取り組むことで、必要な成果を確実に獲得していった方が良いのか、しっかりと検討する必要があると考える。</p> <p>・これまでに築き上げた高山ブランドをさらに大きく育てるために、民間事業者などと連携しながら市として何ができるのか検証を加える必要がある。</p>

【参考】基本施策に関連する予算事業の分析・評価(平成25年度事業評価における担当課評価)

関連 施策	事業 コード	事業名	評価					点数	事業費決算額(千円)	
			市民ニ ズの確認	市が実 施する必 要性	活動内 容の有 効性	執行方 法の効 率性	政策面 における 評価		H23年度	H24年度
1-ア	62140	飛騨高山ウルトラマラソン実行委員会	B	B	A	B	A	70	1,000	10,000
1-ア	62145-1	観光協会等補助金(コンベンションを)	A	A	B	B	B	70	95,317	108,405
1-イ、2-ウ	62130	飛騨高山観光客誘致推進協議会員 担金	A	A	B	B	B	70	19,200	19,300
1-エ、2-イ	62150	観光振興関係事務費	A	A	B	B	B	70	10,162	8,853
1-オ、2-ア・イ	21526	海外戦略推進事務費	A	A	B	A	B	80	34,218	41,142
1-オ、2-ア・イ	21525	国際交流事務費	B	A	B	A	B	70	1,802	6,299
2-ア、イ	62110	高山祭事業費	A	A	B	B	B	70	5,227	5,645
2-エ	62100	観光宣伝推進事業費	A	A	B	B	B	70	19,695	15,672
2-エ	62315	観光案内所運営事業費	B	B	A	B	A	70	4,423	4,407
2-エ	62320	観光施設管理事務費	A	A	B	A	B	80	404	416
2-オ、カ	61110	観光土産品奨励振興事業費	B	A	B	A	A	80	637	432
2-オ	61147	飛騨高山ブランド振興事業補助金	A	A	B	A	B	80	4,000	5,659
2-キ	21600	総合交通対策事業費	A	A	B	B	A	80	271,212	218,607
2-キ	21605	JR関連推進事業費	A	A	B	A	B	80	155	138
3-ア	62300	観光施設運営事業費	B	B	B	A	B	60	130,097	217,836
3-ア	62304	スキー場運営事業費	B	B	B	A	B	60	19,774	17,855
3-ア	11120	奥飛騨温泉郷観光施設運営事業費	B	B	A	B	A	70	14,120	14,351
3-ア	11125	飛騨高山スキー場運営事業費	B	B	B	B	B	50	69,542	59,929

集計	区分	個数					平均点	H23年度	H24年度
	A	10	12	3	8	5	71.11	700,985	754,946
	B	8	6	15	10	13			
	C	0	0	0	0	0			
	-	0	0	0	0	0			