

飛騨高山観光ビジョン

高山市のコアバリューの定義

当ビジョンで取り組む施策の方向性

【高山市の観光ビジョン・コアバリュー】 かけがえのないこの日常が わたしたちの宝物

圧倒的な自然環境のもとで、本物の文化・伝統が根付く市民の日常が将来にわたって持続可能な地域であり続けること。当地のコアバリューを「市民の日常そのもの」と位置付けることで、「住んでよし、訪れてよし」を市民と来訪者の両方が実感できる地域とします

【住んでよし】

- ・観光を起点とした新産業の創出や域内経済の活性化により、元気で魅力ある地域を実現
- ・所得水準の向上と雇用機会の創出が、人材の流出減や流入超による少子化対策と、市民の生活水準の維持・向上に直結
- ・自然環境の維持・保全につながる先進的な施策の展開
- ・地域に根付く文化・伝統・食など市民の日常を構成する無形資産を継承する仕組みの構築
- ・観光客増加に起因する市民の不安、不快、不利益に配慮した施策の展開による暮らしの質の向上
- ・当地の日常に対する来訪者の高い評価が、市民のシビックプライドにつながる好循環の醸成

【訪れてよし】

- ・観光コンテンツを個別に見聞するだけの「テーマパーク」ではなく、市民との触れ合いや交流を通じて、市民の日常が育む特別な世界観を実感できる観光体験
- ・当地の将来ビジョンの実現に賛同・参加することを実感し、交流人口から関係人口への移行も視野に入れた新しいツーリズム体験

【市民目線の視点①】

市民の日常に対する**満足度を継続的に検証**する体制とし、市民目線から観光地経営の課題に向き合う施策を展開します

【市民目線の視点②】

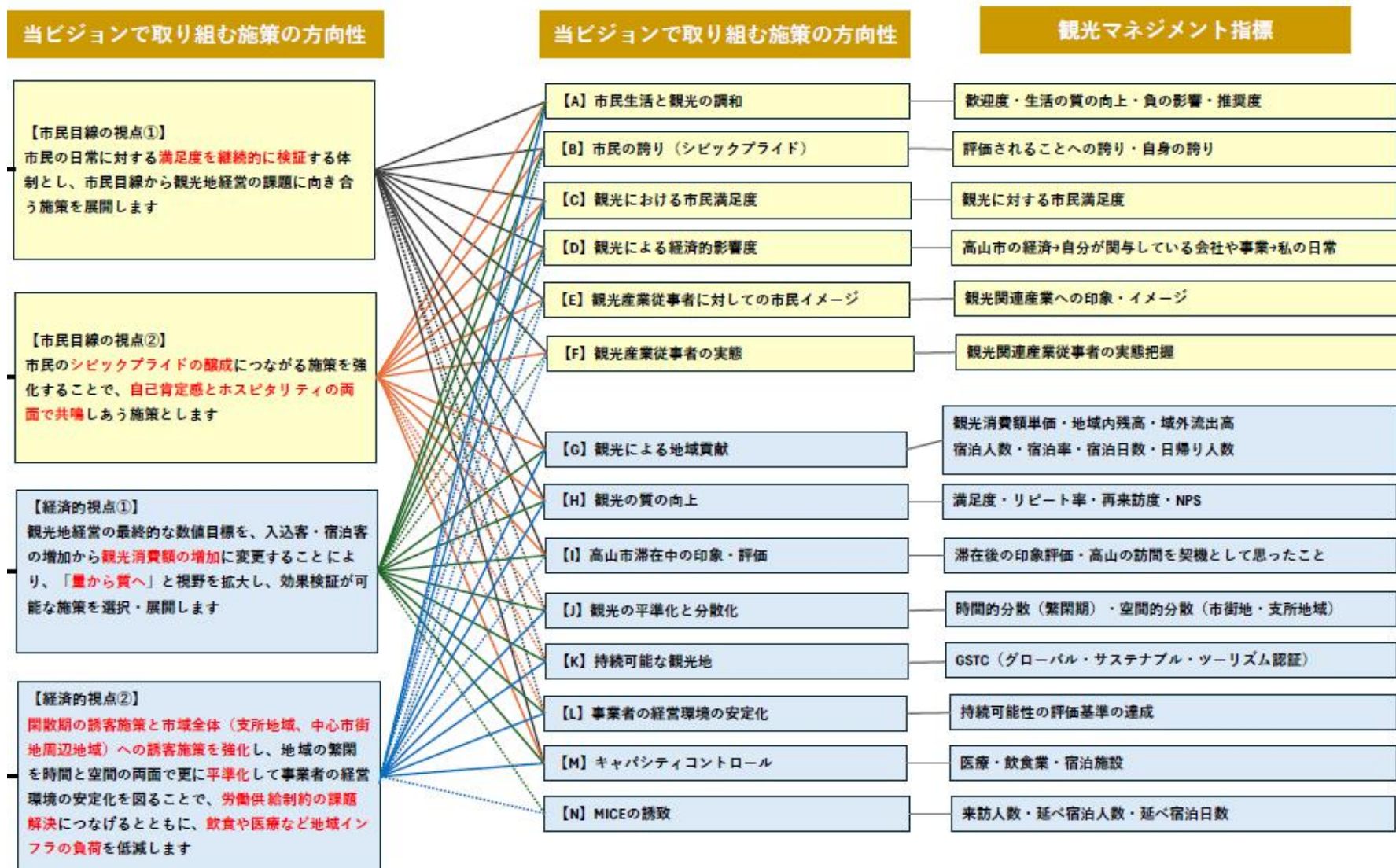
市民の**シビックプライドの醸成**につながる施策を強化することで、**自己肯定感とホスピタリティの両面で共鳴**しあう施策とします

【経済的視点①】

観光地経営の最終的な数値目標を、入込客・宿泊客の増加から**観光消費額の増加**に変更することにより、「**量から質へ**」と視野を拡大し、効果検証が可能な施策を選択・展開します

【経済的視点②】

開散期の誘客施策と市域全体（支所地域、中心市街地周辺地域）への誘客施策を強化し、地域の繁栄を時間と空間の両面で更に**平準化**して事業者の経営環境の安定化を図ることで、**労働供給制約の課題**解決につなげるとともに、**飲食や医療など地域インフラの負荷を低減**します



●市民目線の視点

項目		現状回収状況	重点指標案	調査方法	調査対象（分類）
【A】市民生活と観光の調和					
歓迎度	1 観光客に来訪してほしいと思う市民の割合	72.5%	●	市民アンケート調査	①全市民
	2 観光客の来訪により、経済的な効果やまちが活気にあふれると思う市民の割合	80.1%	●		
	3 高山市が魅力的な観光地であると思う市民の割合	72.8%			
	4 観光振興により地域の文化や自然が保存・継承されると思う市民の割合	47.1%			
生活の質の向上	5 観光振興により高速バスなどの交通アクセスが向上すると思う市民の割合	75.8%			
	6 観光振興により観光スポットやコンテンツの増加により休日や余暇の楽しみが増えると思う割合	39.4%			
	7 観光振興により新規出店が増加するなど買物環境が向上すると思う市民の割合	46.3%			
	8 観光振興により就労機会の増加、仕事の取引や売り上げの増加などに繋がると思う市民の割合	63.8%			
	9 観光振興により国内外の来訪者との交流の機会が増えると思う市民の割合	53.9%			
負の影響	10 観光により交通渋滞や混雑が発生すると思う市民の割合	88.7%	●		
	11 観光客のマナー違反（ごみのポイ捨て、食べ歩き、騒音など）により迷惑すると思う市民の割合	75.8%	●		
	12 宿泊施設が近隣にできたことに伴う良くない影響（騒音、ごみ、車両の出入りなど）によって迷惑する人がある				
	13 観光による廃棄物の増加など、環境破壊につながると思う市民の割合	56.3%			
	14 観光振興により町並や景観が損なわれると思う市民の割合	34.0%	●		
	15 不特定多数の来訪者により、治安が悪化すると思う市民の割合	44.8%			
	16 観光地化により物価が上昇すると思う市民の割合	58.3%			
推奨度	17 親せき、友人などに高山市での観光をおすすめしたいと思う市民の割合	65.4%			

指標の基となるデータ収集及び分析手法の検討__ マネジメント指標と調査方法について

●市民目線の視点

項目			現状回収状況	重点指標案	調査方法	調査対象（分類）
【B】市民の誇り（シビックプライド）						
誇り	18	高山市が観光に関して評価されることを誇りに思う市民の割合	76.8%		市民アンケート調査	①全市民 ②一般市民 ③観光事業者
	19	自分の町に『誇り』や『愛着』を感じる市民の割合	×	●		
【C】観光における市民満足度			回収状況	重点指標案	調査方法	調査対象（分類）
満足度	20	高山の観光は高山市民にとって満足できる状態であると思う市民の割合	33.0%	●	市民アンケート調査	①全市民 ②一般市民 ③観光事業者
【D】観光による経済的影響度			回収状況	重点指標案	調査方法	調査対象（分類）
経済的影響度	21	現在の高山の観光は「高山市の経済」により影響を与えていると思う市民の割合	74.5%		市民アンケート調査	①全市民 ②一般市民 ③観光事業者
	22	現在の高山の観光は「自分が関与している会社や事業」により影響を与えていると思う市民の割合	68.2%			
	23	現在の高山の観光は「私の日常生活」により影響を与えていると思う市民の割合	58.3%	●		
【E】観光産業従事者に対しての市民イメージ			回収状況	重点指標案	調査方法	調査対象（分類）
イメージ	24	観光関連産業について「給与・待遇がよさそう」と思う市民の割合	11.2%		市民アンケート調査	②一般市民
	25	観光関連産業について「休みがきちんととれる」と思う市民の割合	5.2%			
	26	観光関連産業について「将来性がある」と思う市民の割合	26.1%			
	27	観光関連産業について「親類・友人等に就業をすすめたい」と思う市民の割合	8.4%			
【F】観光産業従事者の実態			回収状況	重点指標案	調査方法	調査対象（分類）
実態	28	自分の仕事や勤務先は「仕事に対してやりがいを感じ満足度している」と思う観光関連産業従事者の割合	67.1%	●	市民アンケート調査	③観光事業者
	29	自分の仕事や勤務先で「働くことを他人にすすめたい」と思う観光関連産業従事者の割合	29.8%	●		
	30	自分の仕事や勤務先は「給与・待遇がよい」という観光関連産業従事者の割合	×			
	31	自分の仕事や勤務先は「休みがきちんととれている」という観光関連産業従事者の割合	×			
	32	自分の仕事や勤務先は「将来性がある」という観光関連産業従事者の割合	×			

指標の基となるデータ収集及び分析手法の検討__ マネジメント指標と調査方法について

● 経済の視点

項目			現状回収 状況	重点指標案	調査方法		備考			
【G】観光による地域貢献										
観光消費額単価	1	日本人観光総消費額・単価	●	●	日本人	現状：ハガキ調査 今後：R6来訪外国人アンケートベースへ内容変更を 検討	・日本人数値の現状（ハガキ）項目 宿泊費（食事セット料金を含む）、飲食費 （宿泊先以外）、土産物、交通費、施設見学 料、その他			
	2	外国人観光総消費額・単価	●	●						
	3	日本人1人あたりの観光消費額・各単価（宿泊）	●							
	4	日本人1人あたりの観光消費額・各単価（日帰り）	●		外国人	R6来訪外国人アンケートベース				
	5	外国人1人あたりの観光消費額・各単価（宿泊）	●							
	6	外国人1人あたりの観光消費額・各単価（日帰り）	●							
地域内残高	7	供給：市内調達額(飲食)	－		産業関連表		産業関連表については5年に1度程度の更新に なるため、簡易的に推移が見える仕組みがあ れば活用したい			
	8	供給：市内調達額(宿泊)	－							
	9	供給：雇用者所得（飲食）	－							
	10	供給：雇用者所得（宿泊）	－							
域外流出高	11	地域際収支_移輸出－移輸入(飲食)	－							
	12	地域際収支_移輸出－移輸入(飲食)								
延べ宿泊人数	13	延べ宿泊人数（全体）	1,918,000	●	現状：宿泊施設データ 今後：宿種別を追加検討（ホテル・旅館・簡易宿所ほか・届 け出住宅など宿種ごとのクロスデータで分析の精度を上げる）					
	14	延べ宿泊人数（国内）	1,465,500							
	15	延べ宿泊人数（外国人）	452,500							
	16	延べ宿泊人数（修学旅行）	33,572							
延べ宿泊率	17	延べ宿泊率（全体）	×	●						
	18	延べ宿泊率（日本人）	×							
	19	延べ宿泊率（外国人）	×							
宿泊日数	20	平均宿泊日数（全体）	×	●						
	21	平均宿泊日数（日本人）	×							
	22	平均宿泊日数（外国人）	×							
日帰り人数	23	延べ日帰り人数（全体）	2,154,000	●				現状：日帰り人数の根拠確認 今後：日帰り人数の定義・根拠整理、国内についてはおでか けウォッチャーの数字が参考値として活用可能（人数・発 地・年齢など獲得可能）		
	24	延べ日帰り人数（日本人）	×							
	25	延べ日帰り人数（外国人）	×							

指標の基となるデータ収集及び分析手法の検討__ マネジメント指標と調査方法について

● 経済の視点

【H】観光の質の向上			回収状況	重点指標案	調査方法		備考
満足度	26	総合満足度（日本人）	●	●	日本人	現状：ハガキ調査 今後：R6来訪外国人アンケートベースへ 内容変更を検討	●日本人数値の現状（ハガキ）項目の検討が必要 【満足度】 「宿泊施設について」 良い（安い）・普通・悪い（高い） 料金、接客態度、料理、部屋、風呂、冷暖房 「交通機関について、土産品の印象、観光施設の印象」 良い（安い）・普通・悪い（高い） 【再来訪意向】 Q：また高山を訪れたいですか。 A：必ず訪れたい・機会があれば訪れたい・思わない
	27	総合満足度（外国人）	●	●			
	28	個別項目満足度（日本人）	●				
	29	個別項目満足度（外国人）	●				
リピート率	30	リピート率（日本人）	●	●	外国人	R6来訪外国人アンケートベース	
	31	リピート率（外国人）	●	●			
再来訪意向	32	再来訪意向度（日本人）	●				
	33	再来訪意向度（外国人）	●				
NPS	34	NPS（日本人）	×	●			
	35	NPS（外国人）	●	●			
【I】高山市滞在中の印象・評価			回収状況	重点指標案	調査方法		備考
印象評価	36	滞在後の印象評価（日本人）	×		日本人	現状：調査していない 今後：R6来訪外国人アンケートベースへ 内容変更を検討	・高山は自然・環境を守る取り組みがなされている ・高山は街が清潔に保たれている ・高山は安全・安心に旅ができる配慮がされている ・高山の地域文化を継承する取り組みが施されている ・高山での体験を通じて高山の人・歴史に触れられる環境にある
	37	滞在後の印象評価（外国人）	●				
	38	高山の訪問を契機として思ったこと（日本人）	×		外国人	R6来訪外国人アンケートベース	・高山では自然・環境に配慮しながら旅行したい ・高山の街の清潔さの維持を意識して旅行したい ・高山での旅行・体験を通じて、高山の地域文化の継承に貢献したい ・高山の住民の暮らしや、歴史文化を尊重したい ・高山では住民とよりふれ合う機会が欲しい
	39	高山の訪問を契機として思ったこと（外国人）	●				
【J】観光エリアの平準化・分散化			回収状況	重点指標案	調査方法		備考
時間的分散	40	繁閑の差を埋める平準化の状況	▲	●	今後：AIカメラ・観光統計分析		
空間的分散	41	支所地域、中心市街地周辺地域への誘客による平準化の状況	▲		今後：AIカメラ・おでかけウォッチャーGPSデータ		GPSデータ：発地・性別・年齢・滞在携帯（宿泊・日帰り）など

指標の基となるデータ収集及び分析手法の検討__ マネジメント指標と調査方法について

● 経済の視点

【K】 持続可能な観光地			回収状況	重点指標案	調査方法		備考
GSTC	42	持続可能性の評価基準の達成	シルバー	●	GSTC基準モニタリング		観光と管理 (11/17),自然と景観 (11/17)、環境と気候 (9/18)、文化と伝統 (3/6)、社会福祉 (5/11)、ビジネスとコミュニケーション (5/11)
【L】 事業者の経営環境の安定化			回収状況	重点指標案	調査方法		備考
経営管理の安定化	43	財務分析等を適切に行い、収益性向上等の経営改善を実施しているか	×		市民アンケートにて調査 ④事業主		市民アンケートの属性区分に「事業主」を設けて分岐させる
	44	労働時間の柔軟化や、閑散期における人員配置の工夫など、人材を有効活用するための取組を実施しているか	×				
	45	ICTなどのデジタル技術の活用により、業務効率化に向けた取組を実施しているか	×				
	46	技術向上のための研究や昇進機会の付与等、従業員の士気向上に繋がる取組を実施しているか	×				
	47	観光閑散期の対策として、施設・店舗や人材・ノウハウなどの経営資源を有効に活用した新たな取組を実施しているか	×				
	48	長期的な視点のもと、設備投資等の取組を実施または検討しているか	×				
	49	GSTC基準に基づく認証を取得している事業者の数	×				
【M】 キャパシティコントロール			回収状況	重点指標案	調査方法		備考
医療	50	主要医療機関における外国人受診者のピーク月の人数	●	●	医療機関からの月次報告		
飲食	51	店に行ったが満席で入れなかった割合（日本人）	—		日本人	現状：調査していない 今後：R6来訪外国人アンケートベースへ内容変更を検討	
	52	店に行ったが満席で入れなかった割合（外国人）			外国人	R6来訪外国人アンケートベース	
宿泊施設	53	調査方法も含め今後の検討案件	—				
【N】 MICEの誘致				重点指標案	調査方法		備考
MICE	55	MICEを介した来訪人数	●		MICE関連データ		
	56	MICEを介した延べ宿泊人数	●		MICE関連データ		
	57	MICEを介した延べ宿泊日数	●		MICE関連データ		