

飛騨小坂観光まちづくり計画

2024-2032

目次

1. はじめに	2
1-1 計画策定の背景・目的.....	2
1-2 計画の位置付け	3
1-3 計画期間.....	3
2. 観光に関する動向.....	4
2-1 国の観光動向	4
2-2 岐阜県の観光動向.....	5
2-3 飛騨小坂地域における観光動向	7
3. 飛騨小坂における観光の課題	22
3-1 観光に関する自己分析	22
3-2 課題の整理	24
3-3 ペルソナ像.....	25
4. 飛騨小坂の観光が目指す姿	28
4-1 基本理念.....	28
4-2 目標値の設定.....	29
5. 観光戦略.....	30
5-1 実現に向けた方針	30
5-2 行動計画・アクションプラン	30
6. 計画推進のための役割と体制	44
6-1 各主体の役割	44
6-2 計画推進の体制.....	44
6-3 進行管理及び成果検証	44
飛騨小坂会議体設置要綱	45
飛騨小坂観光まちづくり計画 検討過程.....	46

1. はじめに

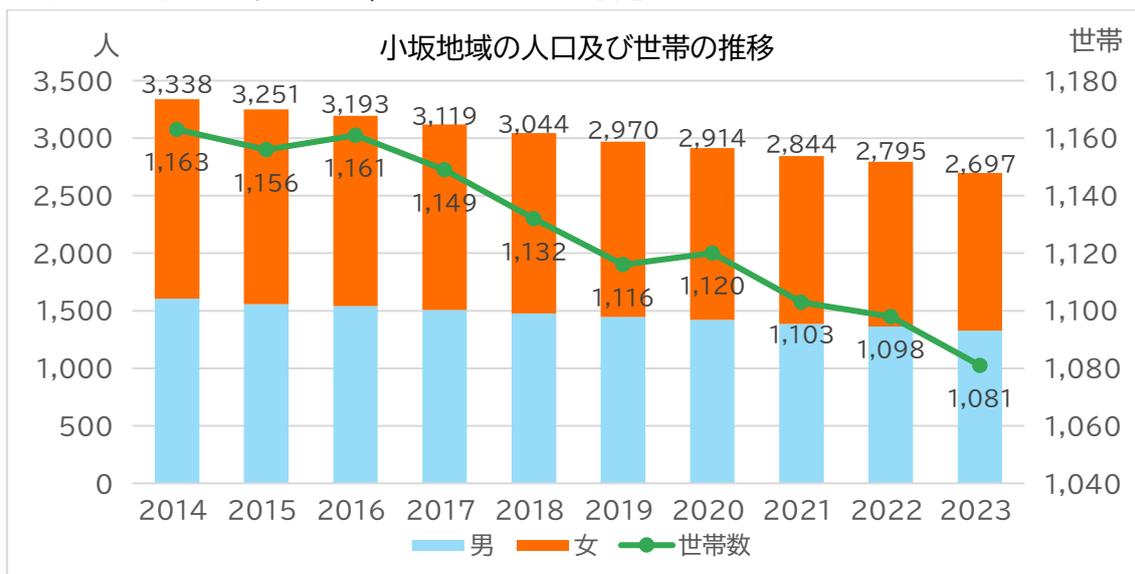
1-1 計画策定の背景・目的

(1)背景

岐阜県下呂市の飛騨小坂地域は、日本一滝が多い町として親しまれ、落差5メートル以上のものだけでも216も存在し、さまざまな滝が非日常体験を提供し続けています。これらの自然資源や滝のガイドを通じたまちづくりの取り組みなどが高く評価され、2008年8月23日に「岐阜の宝もの」第一号の認定を受け、観光振興に取り組んできました。

また、2023年6月12日に観光プログラム「飛騨小坂～自然のめぐみを体験、滝めぐり、湯めぐり～」が「NEXT GIFU HERITAGE～岐阜未来遺産～」の認定を受けました。持続可能な観光地を目指した基盤づくりや多様な客層の獲得、滞在型観光地としての検証などが、飛騨小坂地域の今後の観光の在り方を左右する要となります。

しかし、飛騨小坂地域は人口減少の一途を辿っています。国立社会保障・人口問題研究所の将来人口推計では今後も更に減少し、市内全体で見ても、2020年に30,428人だった人口が2050年には15,154人になると想定されています。



出所:「下呂市の人口と世帯数」をもとに編集して作成

(2)目的

担い手不足をはじめ観光を取り巻く環境は近年大きく変化しています。いわゆる観光事業者のみならず、さまざまな業種(農業、林業、漁業、教育等)の関係者を巻き込み、まちづくりの核となり得る会議体の体制を構築することで、一枚岩の地域として方向性を統一し、持続可能な観光地経営を目指す必要があります。

そこで、観光を軸に、現状の社会情勢やニーズの変化に応じた地域振興をより一層充実させることを目的として、中長期的な展望を示す「飛騨小坂観光まちづくり計画」を策定します。

1-2 計画の位置付け

本計画は、飛騨小坂地域の観光分野における施策および事業を示す指針として位置付けます。計画の推進にあたっては、下呂市総合計画との整合性を図ります。

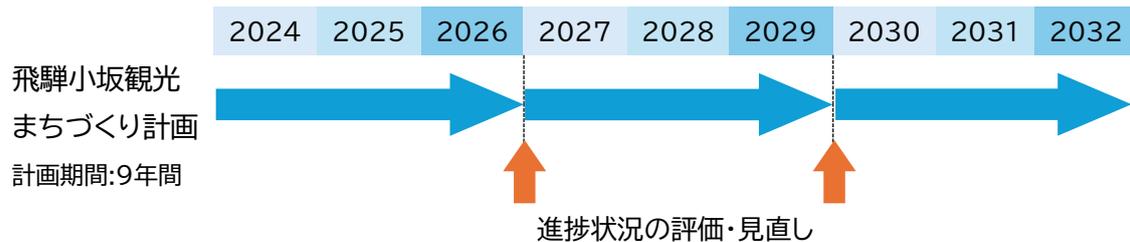
また、国や岐阜県が示す観光関連の指針や持続可能な開発目標(SDGs)の考え方も踏まえた計画とします。



1-3 計画期間

本計画の期間は、観光まちづくりに関する長期計画として2024(令和6)年度から2032(令和14)年度までの9年間とします。

観光を取り巻く状況は、国内で新型コロナウイルス感染症が2020年から流行したことをはじめ、ここ数年でも大きく変化しました。当然、今後も移りゆく社会情勢の変化に対応するため、概ね3年ごとに計画を見直します。



2. 観光に関する動向

2-1 国の観光動向

(1) 日本人の国内旅行の動向

2022年、日本人の国内旅行者数は延べ41,785万人で、そのうち宿泊旅行が23,247万人、日帰り旅行が18,539万人でした。国内旅行の支出額は17兆1929億円で、そのうち宿泊旅行が13兆7559億円、日帰り旅行が3兆4370億円でした。これらの数値は、「GoToトラベルキャンペーン」や「全国旅行支援」など、国内旅行を促進する取り組みの影響で、前年から大幅に回復しました。

(千人)

旅行者の中で最も多かったのは40代で、その次に50代、20代と続きます。ただし、4~50代は日帰り旅行も多く、20代は宿泊旅行が多い傾向です。旅行経験率や平均旅行回数、宿泊数は20代が最も多い傾向があります。そして、国内旅行の形態としては、90%以上が個人旅行です。

出所：観光庁「旅行・観光消費動向調査」「旅行・観光消費動向調査 2022年年間値(確報)」をもとに編集して作成

年齢	国内旅行	宿泊旅行	日帰り旅行
合計	417,854	232,467	185,387
9歳以下	33,410	19,803	13,607
10代	26,839	16,408	10,430
20代	66,444	40,399	26,045
30代	54,666	31,765	22,901
40代	68,107	35,058	33,049
50代	67,845	37,160	30,686
60代	49,535	26,889	22,646
70代	37,329	17,935	19,394
80代以上	13,679	7,051	6,628

(2) 訪日外国人の動向

2022年より新型コロナウイルスの水際対策が段階的に緩和されたことで、訪日外国人旅行者は383万2,110人と大幅に増加し、前年比15.3倍となりました。

観光庁は「観光立国推進基本計画(第4次)」で2025年の目標値とし

て訪日外国人および日本人の海外旅行者数を「2019年水準越え」としています。2023年の推計者数は2,506万人で2019年と比較し約78%まで回復しています。

ただし「質の向上を強調し、人数に依存しない指標」として、新たに訪日外国人旅行消費額単価(20万円/人)および訪日外国人旅行者一人当たり地方部宿泊数(2泊)を目標としています。旅行者の国籍別傾向として、アジアは消費額と平均泊数は少ないが旅行者数が多く、欧州・米国・豪州は旅行者数は少ないが消費額と平均泊数が多い傾向にあります。

出所：日本政府観光局(JNTO)「日本の観光統計データ」をもとに編集して作成



2-2 岐阜県の観光動向

(1)現状

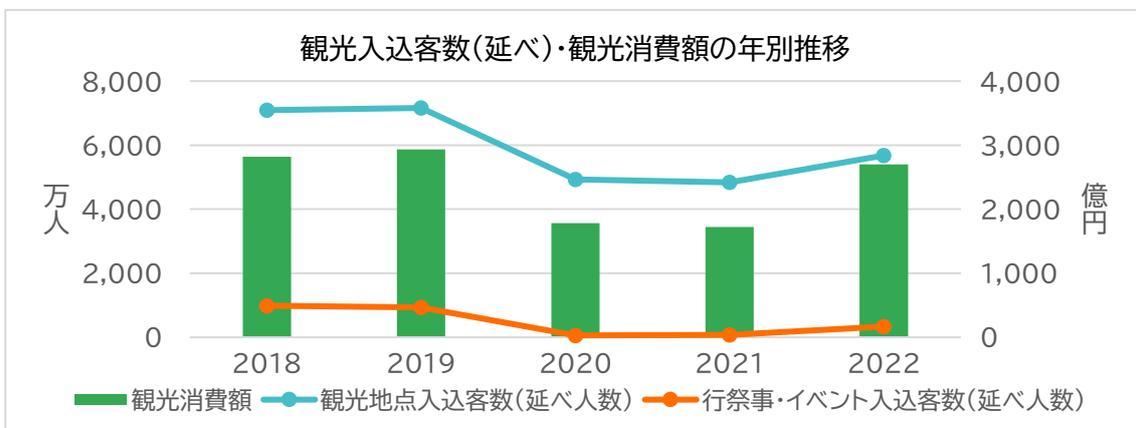
2022年、岐阜県の観光産業は、全国旅行支援やインバウンドの再開などの明るい話題もある中、新型コロナウイルスの感染拡大や物価・原油価格の高騰により、依然として厳しい状況が続きました。特に人材不足が顕著で、インバウンド需要が回復しながらも、施設が従業員を確保できず宿泊制限を余儀なくされるケースも見られました。

岐阜県観光連盟では、地域連携DMOとして「観光マーケティング機能の強化」「ぎふ旅コインによる観光消費拡大」「滞在コンテンツの整備・販売促進」をはじめ、国内誘客促進や海外誘客促進、情報発信など多岐にわたる取り組みが行われています。

(2)観光入込客数・観光消費額の推移

出所：令和4年岐阜県観光入込客統計調査をもとに編集して作成

- 1.観光入込客数(延べ人数) …5,683万8千人で前年比17.5%増加した。
- 2.行祭事・イベント入込客数(延べ人数) …338万8千人で前年比352.9%増加した。
- 3.観光入込客数(実人数) …4,262万6千人で前年比11.0%増加した。
- 4.観光消費額…総額は2,702億47百万円(対前年比+57.0%)で、うち日帰り客分は1,356億52百万円(対前年比+40.7%)、宿泊客分は1,345億95百万円(対前年比+77.8%)であった。



■主な傾向

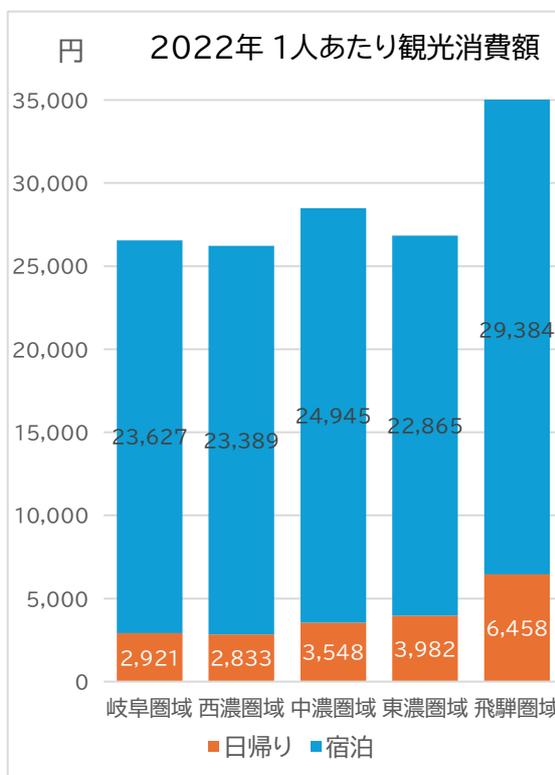
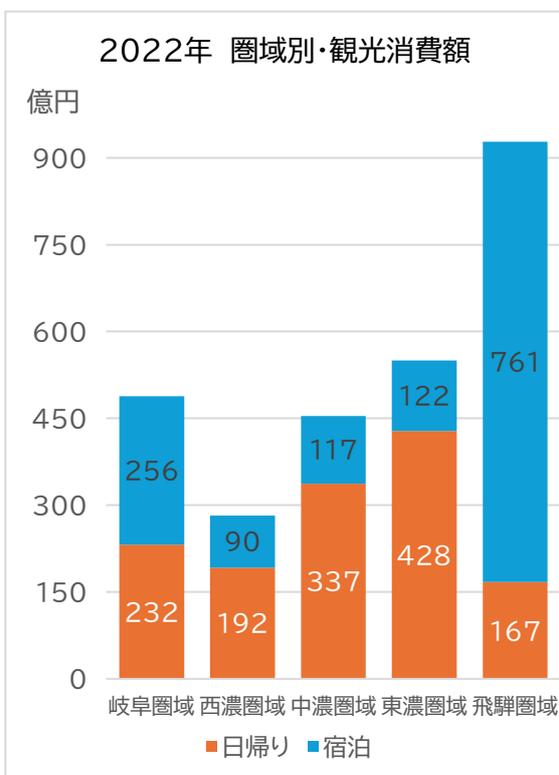
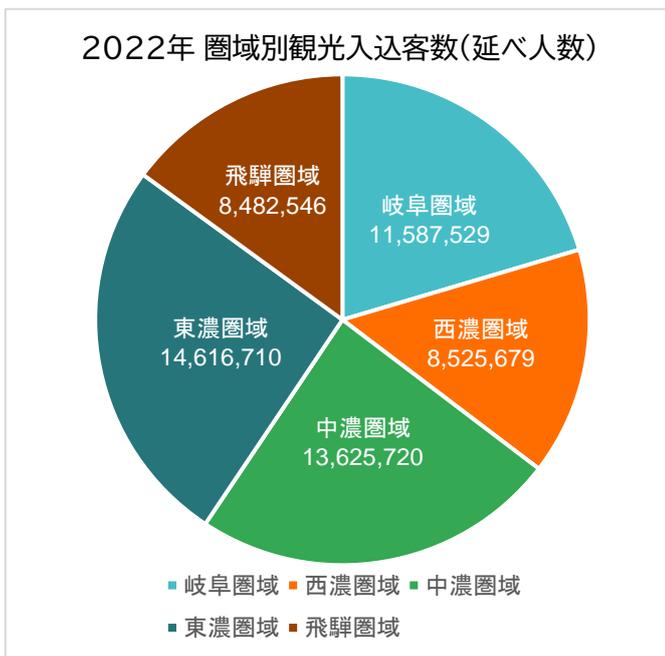
- 令和4年は第一四半期(1月～3月)、まん延防止等重点措置区域の指定により行動制限を受けるなど、新型コロナの影響を大きく受けたものの、第二四半期以降(4月～)は、県民割(4/5-28)、ブロック割(5/9-10/10)、全国旅行支援(10/11-12/27)と、順次対象を拡大実施した旅行割引キャンペーン等により、観光需要が拡大し、観光入込客数は前年に比べ大きく増加した。
- インバウンドについては、個人旅行客の受入れ再開が10月からであったため、令和4年中は本格的な回復には至らなかった。
- 観光消費額についても、旅行割引キャンペーン等が、旅行単価の上昇に繋がり、一人あたり平均消費額が大きく増加した。

(3) 圏域別の観光動向

入込客数は東濃圏域が最も多く、次いで中濃圏域、岐阜圏域、西濃圏域の順になりました。飛騨圏域が最も少なく、8,482,546人です。

しかし、観光消費額で見ると、飛騨圏域が最も多いことが分かります。圏域別では宿泊の消費額が最も高く、1人あたりの観光消費額では日帰り・宿泊のいずれも最も高い水準です。世界遺産「白川郷」をはじめ、高山市街地・下呂温泉市街地・奥飛騨温泉郷といった県内でも代表的な観光所要地が集中している傾向が顕著に表れています。

これらの要因の一つとして、近年、高山市街地に大規模宿泊施設の開業が相次いでいることや、インバウンド需要を取り込んだゲストハウスの宿泊者が、観光入込客数・消費額とも増加に寄与していると思われます。また、下呂温泉市街地の客数がコロナ禍前の9割まで回復していることも挙げられます。



出所：令和4年岐阜県観光入込客統計調査をもとに編集して作成

2-3 飛騨小坂地域における観光動向

(1) 主要観光施設別入込客数

新型コロナウイルス感染症の影響により、近年は来訪者が減少しています。

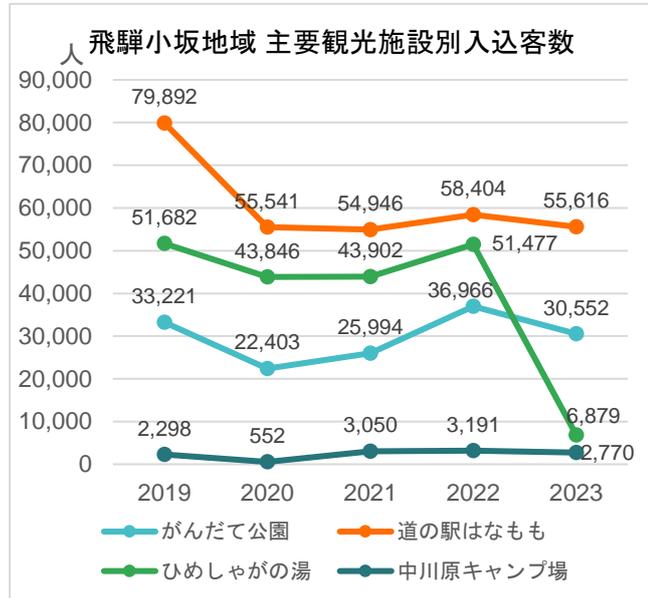
●「がんだて公園」はコロナ禍前の水準まで回復傾向にあります。

●落合区自治会で管理する「中川原キャンプ場」は、アウトドア需要の高まりにより、利用者が増えましたが今後やや減少の傾向にあります。

※日帰り入浴施設「ひめしゃがの湯」は2023年1月より一時休館中。

出所：飛騨小坂観光協会統計データ

落合区自治会中川原キャンプ場利用者データ



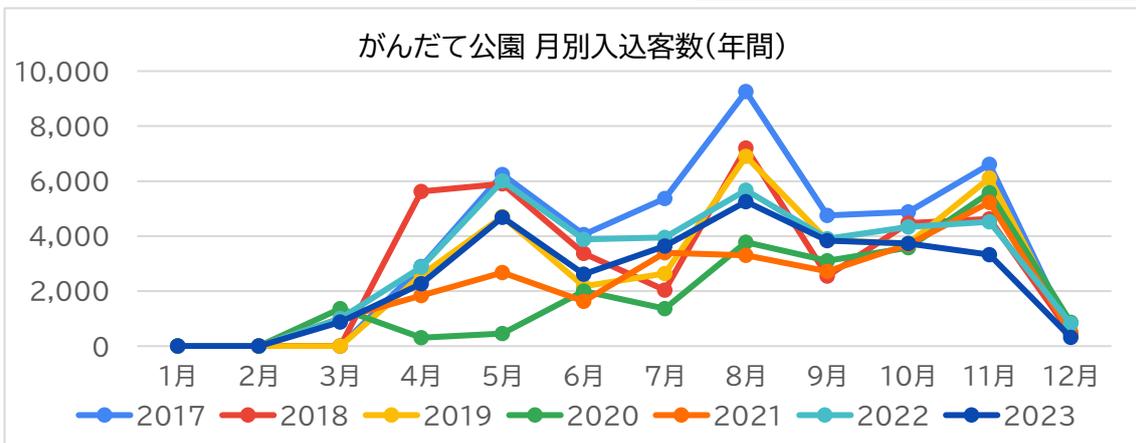
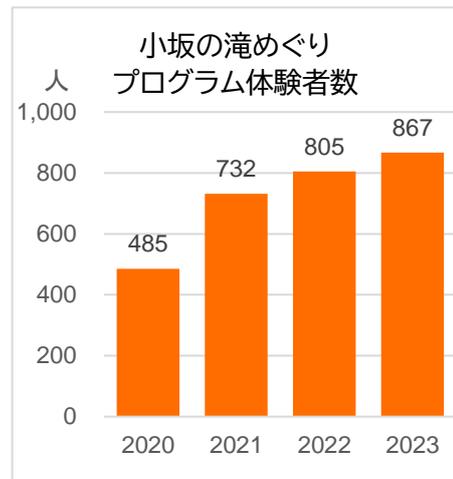
(2) 代表的体験プログラム「小坂の滝めぐり」の体験者数・がんだて公園入込客数

「小坂の滝めぐり」はNPO法人200滝や216 worksなどの観光ガイドが主体となって展開する、飛騨小坂地域の自然資源を活かした代表的体験プログラムです。令和2年7月豪雨やコロナ禍を経て、着実に体験者数を増やしています。

がんだて公園の入込客数を月別に集計すると、7月から8月にかけての夏季と11月に集中しており、年間を通じた集客力が課題となっています。

※1～3月は冬季の氷瀑ツアー参加者分も集計。

出所：飛騨小坂観光協会統計データ



(3) デジタル観光統計サービス「おでかけウォッチャー」による分析

出所: おでかけウォッチャーをもとに編集して作成

140以上のスマートフォンアプリを通じて位置情報の取得を許可した月間3,000万人の位置情報データを活用した、観光スポットの人流を可視化するツール「おでかけウォッチャー」を利用し、飛騨小坂地域の来訪者属性(来訪地、発地、属性、周遊)の分析を行いました。

ただし、ツール仕様上の集計対象は発地から一定の距離を離れた来訪者であるが、飛騨圏域においては移動距離が必然的に長くなる地理的条件のため、サンプルの数値はいわゆる観光客に限定されない場合もあります。よって、あくまで人流動態の推測とします。

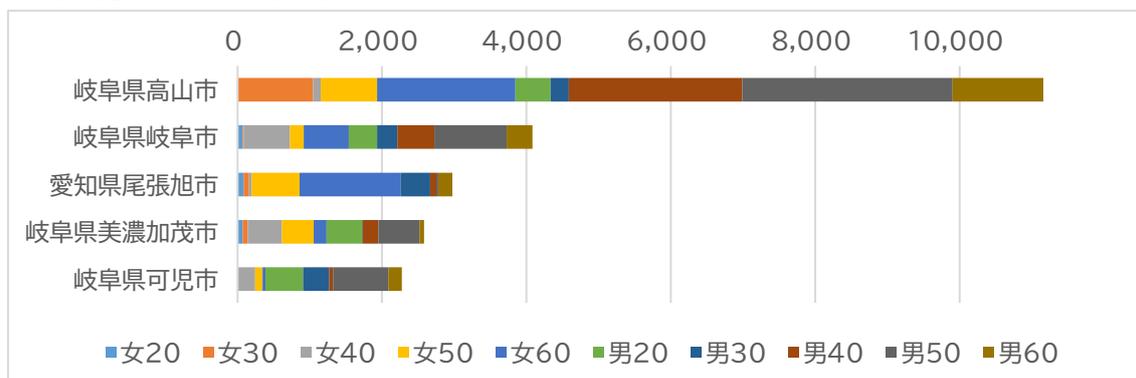
なお、属性はアンケート情報等に基づく推定性年代比率に来訪者数を乗じた、男女別の20～60歳代の計10区分を分析対象としています。

■ 飛騨小坂地域 集計登録スポット ※順不同

JR飛騨小坂駅、がんだて公園～あかがねとよ、がんだて公園～からたに滝、がんだて公園～三ツ滝、ひめしゃがの湯、ローソン下呂小坂町店、中川原キャンプ場、小坂なりバーベース、小黒川釣り場、日本一の溶岩流展望台、浄福寺、湯屋飲泉場、濁河温泉、道の駅南飛騨小坂はなもも、飛騨頂上、古子の紅梅、ふれあいの森、下呂市小坂美術品展示館

■ 全登録スポット

発地×属性 2023年上位5地域



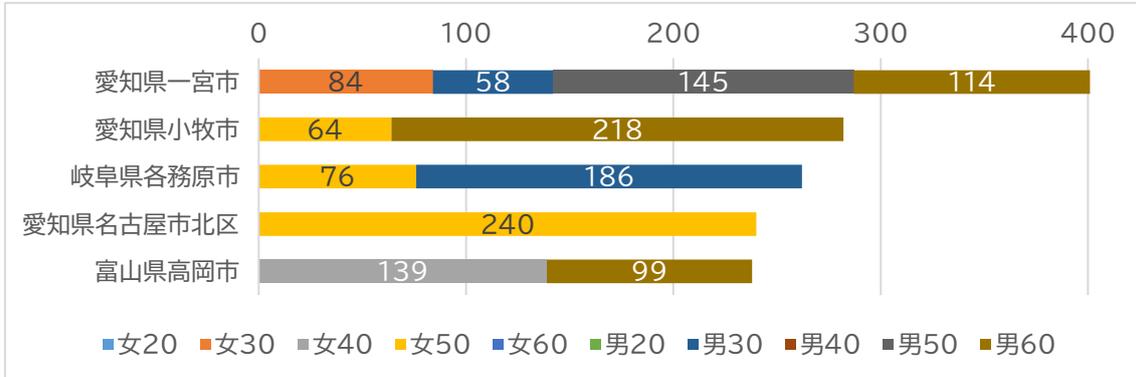
● 地域内全登録スポットの発地×属性では、隣接の高山市からの40～60代の男性来訪者が最も多くなっています。県外からの来訪者に着目すると、愛知県の女性が多い傾向にあることが分かりました。

● いずれの地域においても20代の割合が少なく、50代以降の割合が多くなっています。

● 高山市内からの通勤者や、下呂市街地方面への移動分が多いと考えられます。

■ がんだて公園

発地×属性 2023年上位5地域

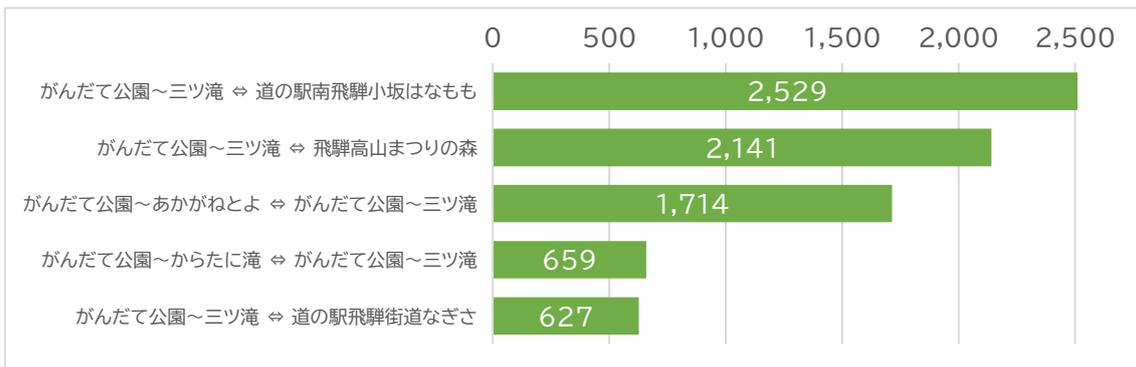


● 滝めぐりの要所となる「がんだて公園」では、一宮市、小牧市、各務原市の順に多く、愛知県からの来訪者が多い傾向にあることが分かりました。

● 市内の全ての登録スポットで分析した場合でも、愛知県一宮市からの来訪が多いことが分かりました。(1. 岐阜市、2. 高山市、3. 一宮市、4. 春日井市、5. 豊田市)

● 年代層に偏りがあることから、ツアー旅行参加者などの団体客が多いと考えられます。

スポット間周遊者数 2023年上位5スポット

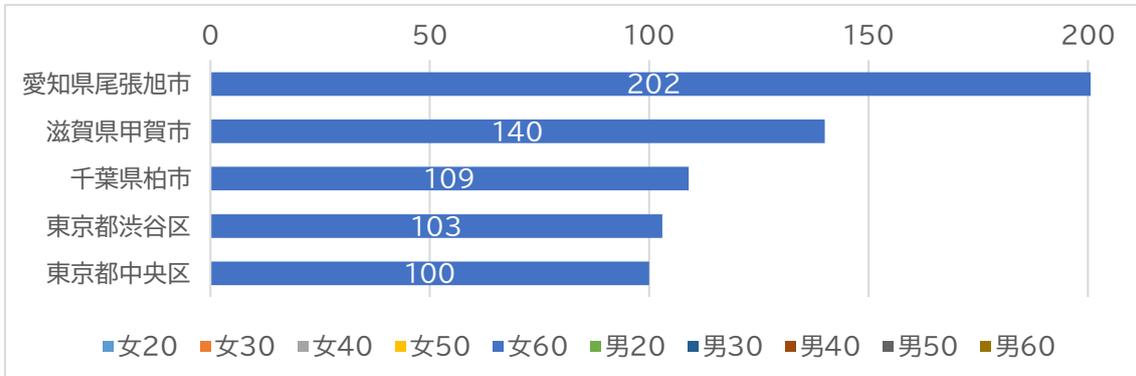


● スポット間周遊者数では、道の駅はなももとの往来が最も多く、次いで飛騨高山まつりの森との往来が多いことが分かりました。

● 複数ある滝のコースうち、がんだて公園から最も近い三ツ滝のみ見学して移動する傾向が多いと考えられます。

■JR飛騨小坂駅

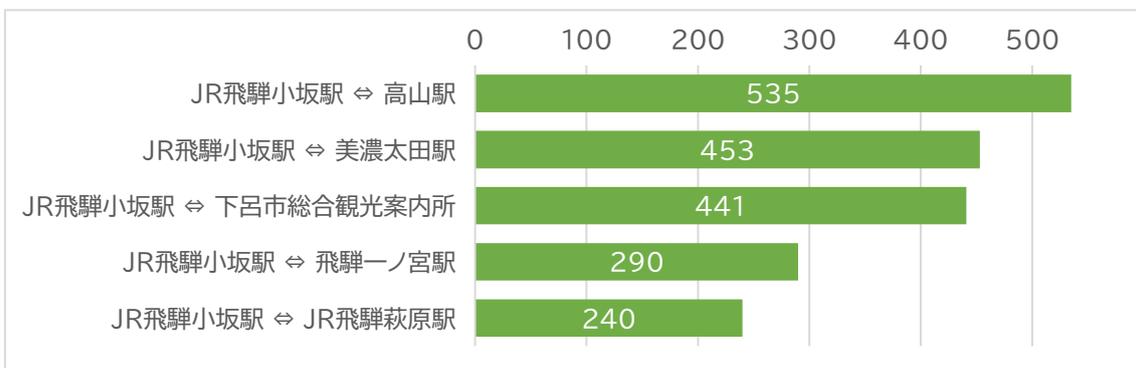
発地×属性 2023年上位5地域



●公共交通の整備が乏しい地域であり、電車のダイヤ本数も少ないことやJR飛騨小坂駅そのものが目的地にならない現状から、駅での滞在時間は短くなる傾向にあると推測し、集計数も少ないと判断します。

●いずれの地域においても60代女性の割合が多く、自動車での移動を好まない友人同士での来訪が多いと考えられます。

スポット間周遊者数 2023年上位5スポット

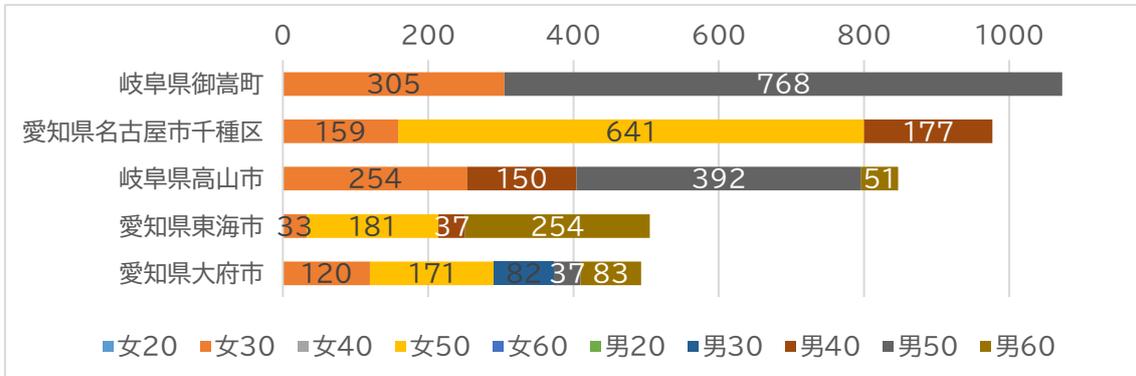


●スポット間周遊者数では、高山駅や下呂市総合観光案内所(JR下呂駅前)との往来が多いことが分かりました。

●飛騨小坂地域で観光した後、高山市街地や下呂市街地で宿泊をしている可能性が高いと考えられます。

■濁河温泉

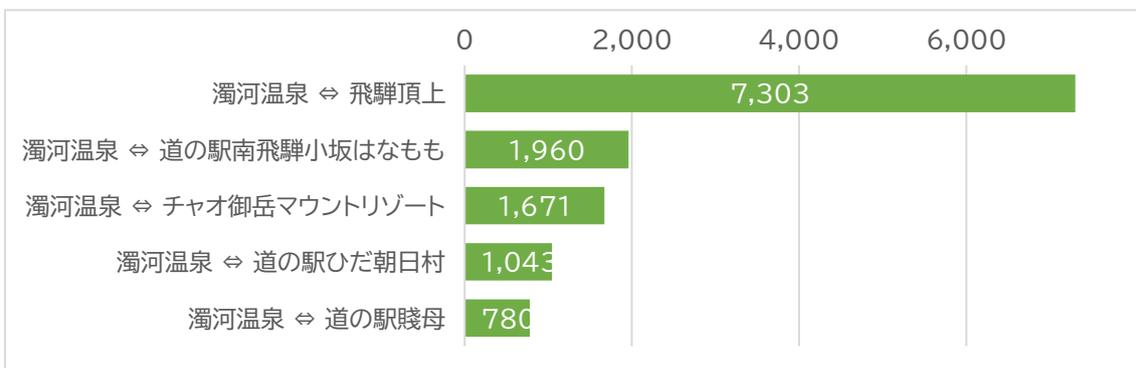
発地×属性 2023年上位5地域



●濁河温泉では、がんだて公園などとは異なり御嵩町、名古屋市千種区、高山市からの来訪者が多いことがわかりました。いずれの地域も年代層が高い傾向にあり、濁河温泉利用者層と一致します。

●愛知県からの来訪者が多い理由の一つとして、飛騨御嶽高原高地トレーニングエリアの利用者と考えられます。

スポット間周遊者数 2023年上位5スポット

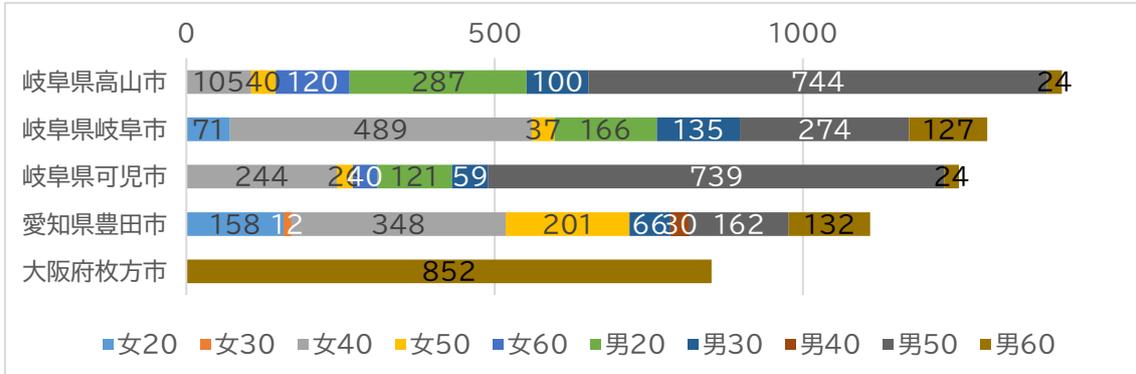


●スポット間周遊者数では、飛騨頂上間での往来が圧倒的多数で、登山を目的とした旅行者が多いと考えられます。

●道の駅はなももからの移動は当然ながら、高山市間や中津川市間の周遊者も一定数いることがわかりました。

■道の駅 南飛驒小坂はなもも

発地×属性 2023年上位5地域



●道の駅はなももでは、高山市、岐阜市、可児市の順に多く、岐阜県内からの来訪者が多いことが分かりました。

●いずれの地域においても40～50代の割合が多く、自動車やバイクで移動する来訪者やバスでのツアー旅行参加者などの団体客が多いと考えられます。

スポット間周遊者数 2023年上位5スポット

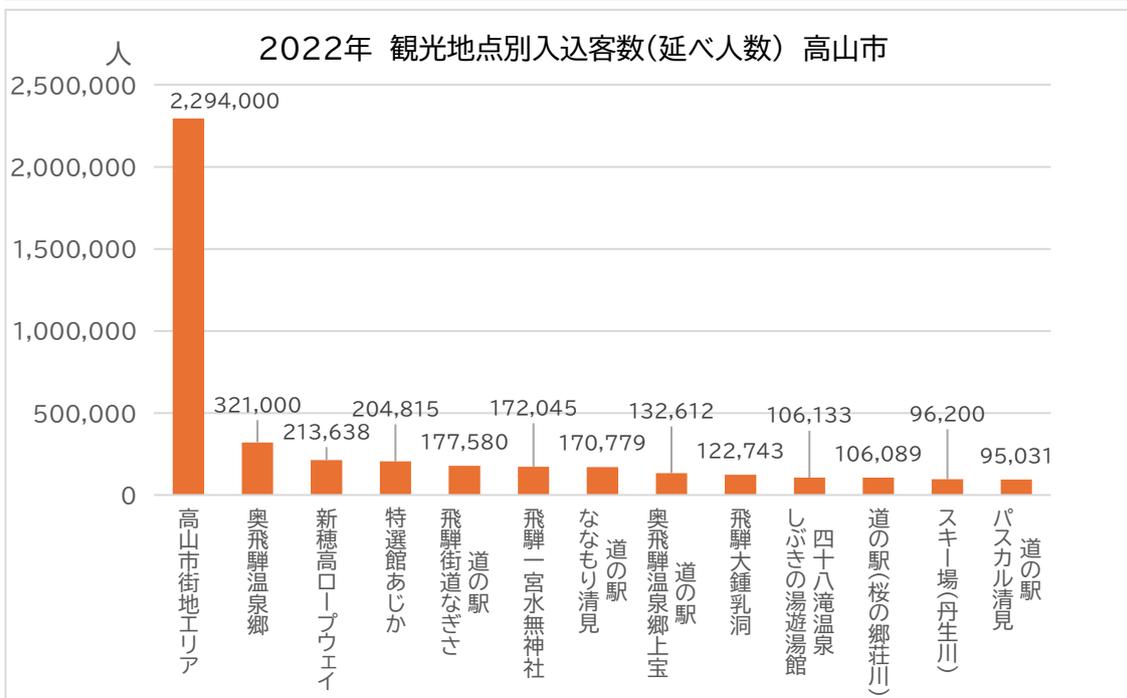
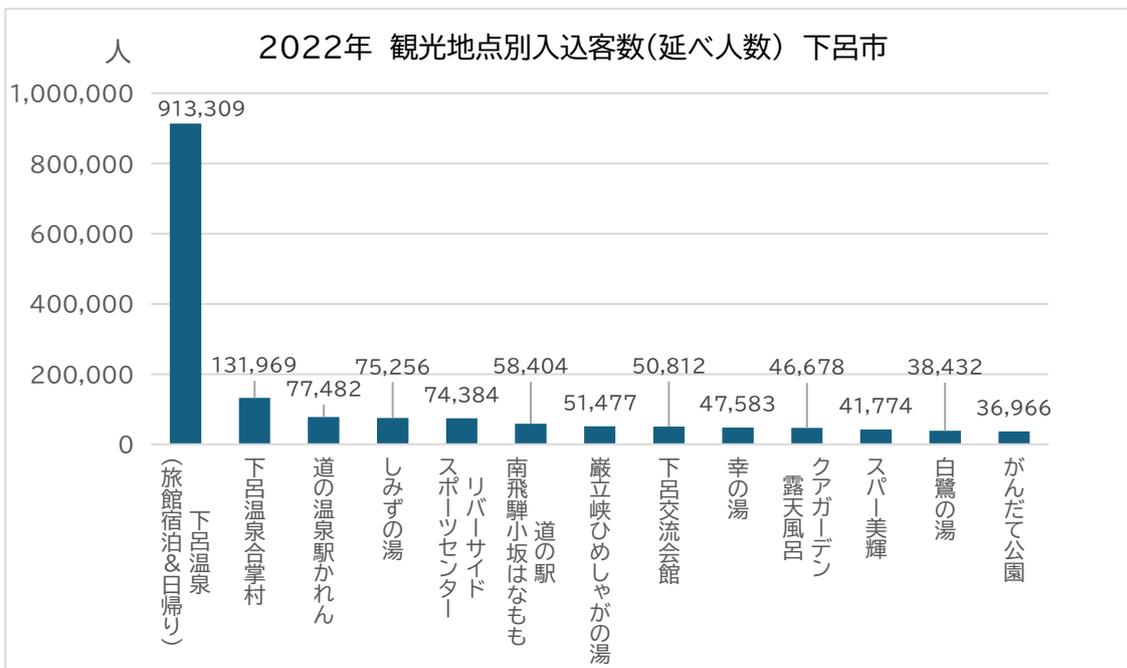


●スポット間周遊者数では、道の駅飛驒街道なぎさ間との往来が多いことが分かりました。

●近隣の道の駅との往来が多い傾向にあり、自動車やバイクでのドライブの立ち寄り需要や、ツアーバスでの休憩地としての利用が多いと考えられます。また、がんだて公園への周遊の主要スポットであると判断できます。

(4)近隣観光地点別入込客数

岐阜県観光入込客統計調査によると、観光客は下呂市・高山市とも、いわゆる観光中心地に局所的に集中しています。飛騨小坂地域は両所の中間地に位置し、通過型観光から滞在型観光へ転換し、いかに誘客に繋げるかが課題と言えます。



※観光地点の定義 非日常利用が多いと判断される地点。観光入込客数が適切に把握できる地点。前年の観光入込客数が年間1万人以上、若しくは前年の特定月の観光入込客数が5千人以上である地点。

出所:令和4年岐阜県観光入込客統計調査をもとに編集して作成

(5)住民アンケートおよび観光関係事業者へのヒアリング

観光に関する意識や課題、期待の把握を目的とした住民アンケートおよび観光関係事業者へのヒアリングを実施しました。※択一式の選択理由は一部を抜粋し掲載しています。

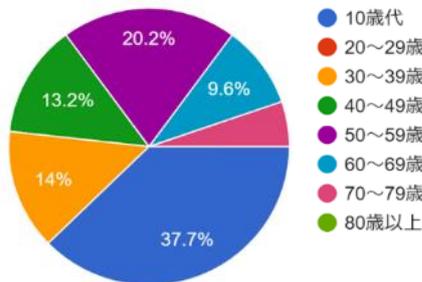
住民アンケート

■調査対象者 下呂市小坂地域住民 ■実施期間 2023年12月1～7日

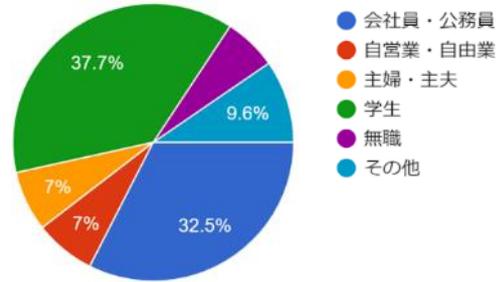
■調査方法 広報げろ折込チラシ、Meta広告(Instagram・Facebook)でのWEB回答

■回答数 139名

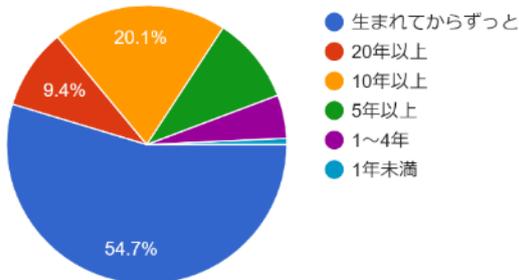
年代



職業

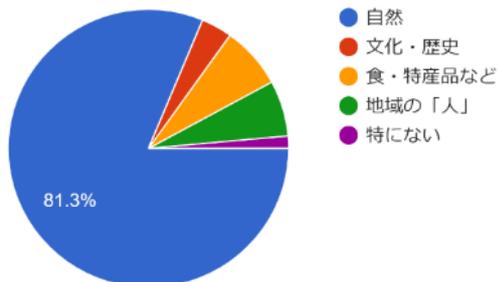


あなたは小坂町に何年前から住んでいますか



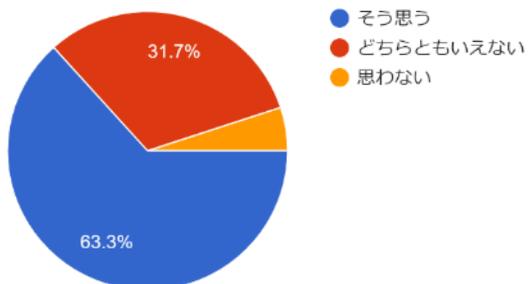
小坂で友人や知人に一番オススメできる

小坂の場所やモノは何ですか



- ・御嶽山が全ての源
- ・216ある滝
- ・自然が豊かで、川の水や景色がきれい
- ・鉱泉を使ったおいしい料理
- ・人と人のつながりがとても深く、地域に住む人たちが魅力

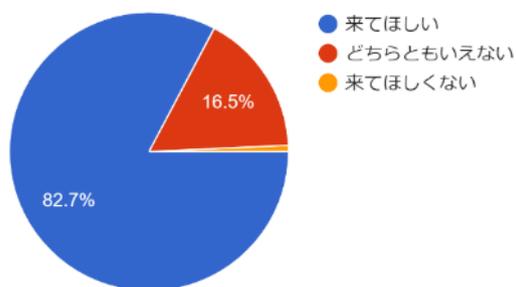
あなたから見て、小坂は魅力的な
観光地だと思いますか



- ・初めて来たときは何もない絶望感があったが、人の暖かさや自然遊びの宝庫
- ・大規模な観光地と比べ、成熟しきっていないのが最大の魅力

- ・アクセスが悪く PR 力も不足している

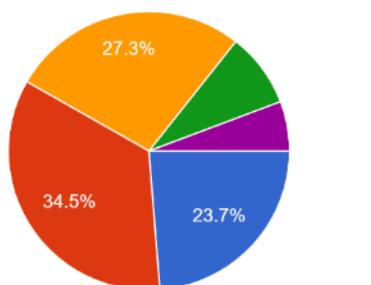
観光客の来訪をどう思いますか



- ・過疎化がどんどん進んでいて寂しい
- ・小坂の魅力をもっと知ってほしい
- ・特に濁河

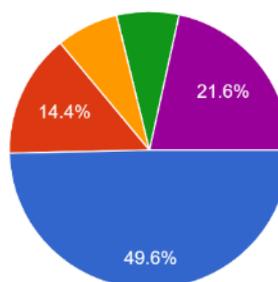
- ・どちらでもいい

観光客の増加による生活環境へのプラスの変化について一番期待することは何ですか



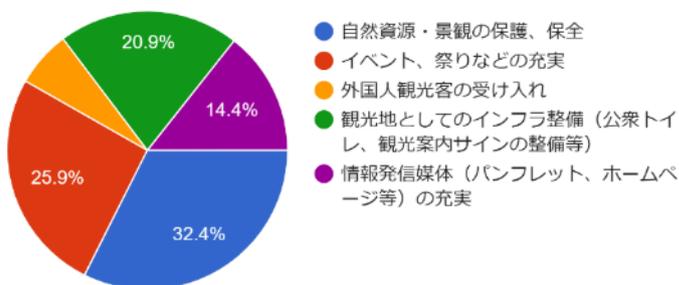
- 観光地化が進むことでインフラ整備や資源保存が進むこと
- 観光地化が進むことで地域の賑わいが向上する
- 交流人口の増加により地域が活性化し、移住者が増加する
- 観光案内や体験ガイド等、市民が活躍する場が増加する
- 生活環境の変化を期待しない

観光客の増加による生活環境へのマイナスの変化について一番不安なことは何ですか



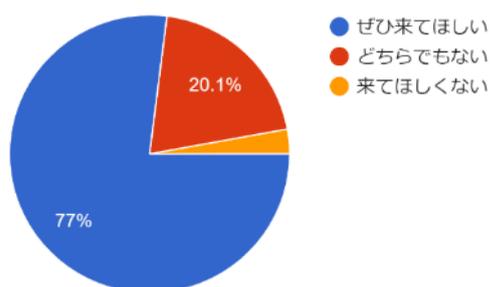
- 騒音やゴミの排出などにより、生活環境が悪化する
- 不特定多数の来訪者により、治安が悪化する
- 観光地化により、まちなみや景観が悪化する
- 交通量が増加し、交通渋滞や混雑が発生する
- 生活環境の変化に不安はない

今後の小坂の観光振興施策について
一番必要なことは何ですか



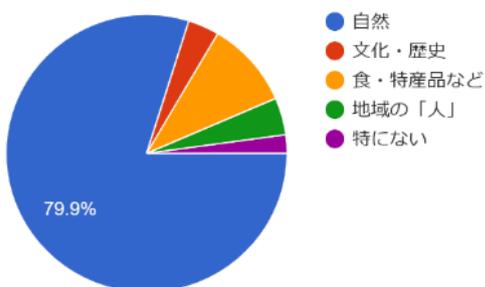
- ・イベントで小坂を広めたい
- ・宣伝力が弱い
- ・売りである自然をないがしろにする
と観光客は寄り付かない
- ・インフラ整備し快適に楽しんで

外国人観光客についてどう考えますか



- ・ディープな魅力を知ってほしい
- ・外国人も関係なく楽しんでほしい
- ・高山には外国人観光客が来ているから小坂
にも来てほしい
- ・来てほしいが、英語など対応できる人材や場
所が少ない

外国人観光客に一番オススメできる
小坂の場所やモノは何ですか



- ・滝や巖立峡を見てほしい
- ・外国人にあまり馴染みがない食べ物や、びっ
くりするほどおいしいものがある
- ・小坂オリジナルなものが多い
- ・都会では体験できない文化や歴史

小坂であまり知られていないようなオススメの観光スポットがあれば教えてください(任意)

※一部抜粋

- ・どんびき平の鏡池ダム(厳密には貯水池?)右岸からの景色
- ・としちゃん食堂から見る紅葉
- ・坂下のヒノキ群
- ・小坂の昔話
- ・赤沼田の烏帽子岩
- ・早朝のからたに滝

小坂にあったらいいなと思うことを教えてください(自由記述)

※一部抜粋

- ・公共交通機関
- ・グランピング施設
- ・家族連れが楽しめるスポット。
- ・以前のふれあいの森の滑り台
- ・湯屋小学校の校庭の活用
- ・今あるものをリノベーションして活用
- ・みんなで遊べる場所、公園の遊具
- ・ショッピングセンター
- ・働く場所

小坂にお住まいの皆さまへ

観光に関する
WEBアンケート
ご協力のお願い

スマホやタブレットで読み取ってください

QRコード

回答期限：12月7日(木)
所要時間：約10分

※ご回答内容は行政機関や本協会による地域の発展を目的に活用いたします。
※無記名で実施しますので、個人情報特定されることはありません。

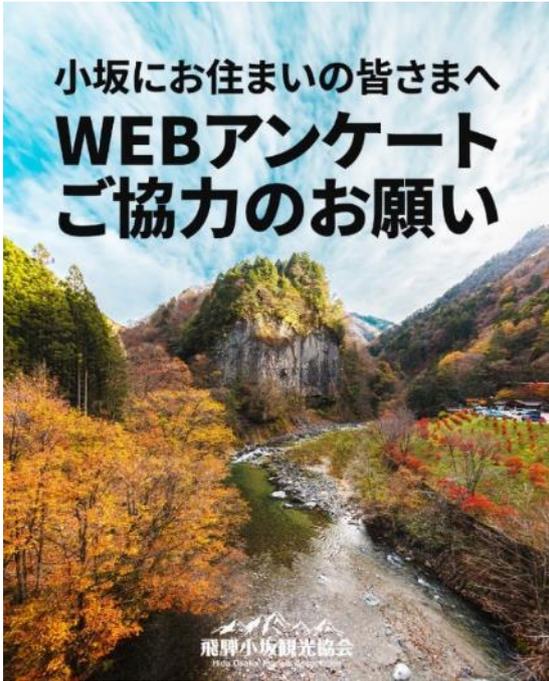
ご回答はお一人様につき1回お願いします。

今年6月に「飛騨小坂～自然のめぐみを体験、滝めぐり、湯めぐり」が「岐阜未来遺産」に認定され、世界から選ばれる期待値の高い地域というお墨付きをいただきました。
飛騨小坂観光協会では「(仮称)観光を活用したまちづくり計画」の策定を計画をしています。
そこで、まずは住民の皆さまのお声を伺いたたく本アンケートを実施します。

ご協力よろしくお願ひいたします。
飛騨小坂観光協会事務局 担当：清水・遠藤
☎0576-62-2570

▲広報げろ折込チラシ

小坂にお住まいの皆さまへ
WEBアンケート
ご協力のお願い



飛騨小坂観光協会
Hida Koba Association

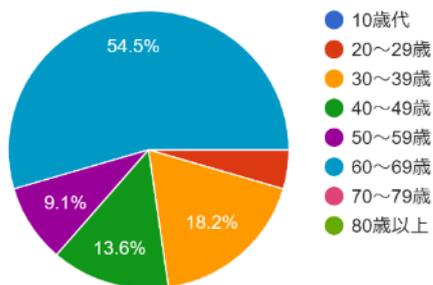
▲Meta広告

観光関係事業者へのヒアリング

■調査対象者 小坂地域の宿泊業、飲食業、アクティビティ業等のうち主要事業者を抽出

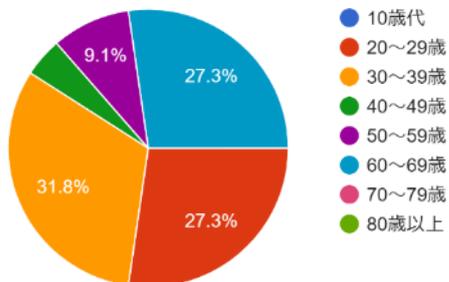
■実施期間 2023年11月15～16日 ■調査方法 個別訪問 ■回答数 22事業者

貴施設の利用者のメイン年代層



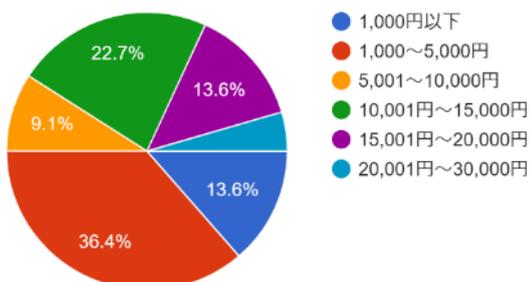
- ・登山客やツーリング客、目的で違う
- ・夏場は若い人。社会人・家族連れも来る
- ・温泉を楽しまれるのは40～70代
- ・提供している料理は年齢を問わない
- ・最近は娘と母親という親子連れも多い

今後、最も利用が増えてほしい年代層



- ・お客さんの価値観に合うものを提供する
- ・未婚くらいの層に来てほしい
- ・同年代と話したい。若い子より話しやすい
- ・年齢層は特に考えていない。アクティビティによって客層が異なる

中心となる客単価層

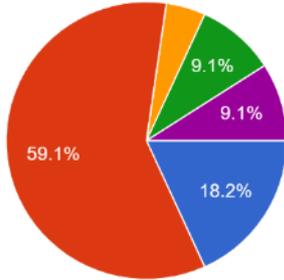


※客単価

…宿泊費、飲食費、土産代、体験料など

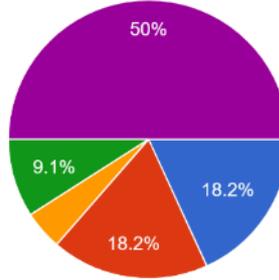
※ヒアリング先にランチ利用の飲食業や、飲食を提供できない民泊業が含まれるので平均すると低い傾向で、高価格帯は無い

観光客の増加による生活環境へのプラスの変化について一番期待することは何ですか



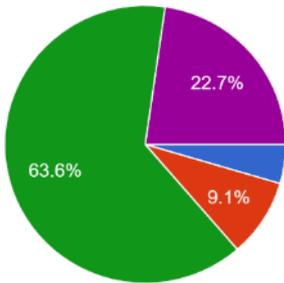
- 観光地化によりインフラ整備や資源保存が進むこと
- 観光地化により地域の賑わいが向上する
- 交流人口の増加により地域が活性化し、移住者が増加する
- 観光案内や体験ガイド等、市民が活躍する場が増加する
- 観光客増加によるプラスを期待しない

観光客の増加による生活環境へのマイナスの変化について一番不安なことは何ですか



- 騒音や雰囲気破壊により、生活環境が悪化する
- 不特定多数の来訪者により、治安が悪化する
- 観光地化により、まちなみや景観が悪化する
- 交通量が増加し、交通渋滞や混雑が発生する
- 観光客増加によるマイナスは感じない

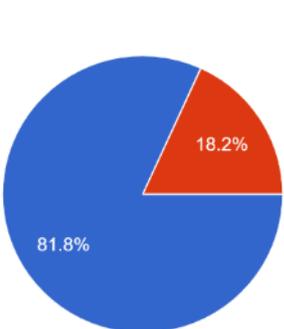
今後の小坂に一番必要な観光振興施策について、お考えに近いものはどれですか



- 自然資源・景観の保護、保全
- イベント、祭りなどの充実
- 外国人観光客の受け入れ
- 観光地としてのインフラ整備（公衆トイレ、観光案内サインの整備等）
- 情報発信媒体（パンフレット、ホームページ等）の充実

- ・交通手段がない。外国人観光客は駅までサービスで迎えに行っている
- ・価格設定が大事。安売りはダメ
- ・そもそも小坂の認知度が低い
- ・濁河温泉へ行く道の整備

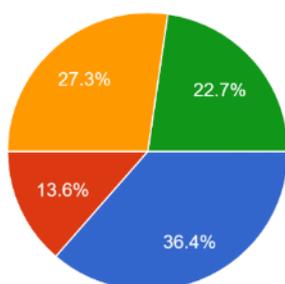
WEBやSNSを活用して集客していますか



- している
- していない

- ・通行止めのお知らせや、積雪情報をしている
- ・宿泊予約サイトを見て来てくれる人が多い
- ・フォロー数が増えて、注文につながっている
- ・電話のみで予約を受付している

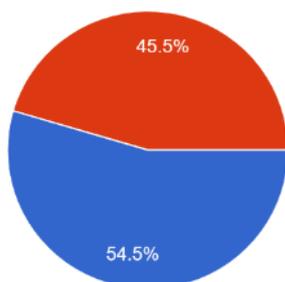
SNSの反響を感じたことはありますか



- ある
- ない
- これまではないが、今後あってほしい
- SNSの反響の必要性を感じていない

- ・やり手がない
- ・Google検索結果、Googleマップの中身を気にして分析している
- ・ネットにはフェイク情報も多い
- ・若い人へのPRをしていきたい
- ・時代に併せた情報提供が必要
- ・Instagram 広告をやりだしたら、費用対効果が優れていた

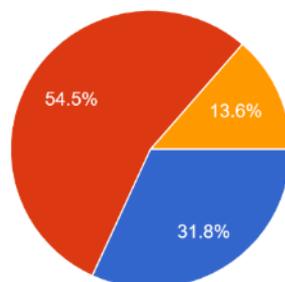
外国人観光客についてどう考えますか



- ぜひ来てほしい
- どちらでもない
- 来てほしくない

- ・来るもの拒まず。一生懸命探して来てくれる人は日本の文化を大切にしてくれる
- ・少しは日本語が分かる前提で来ている
- ・マナーが悪いのであればやりたくない
- ・言葉の壁がある
- ・本当の気持ちが伝わらないのがもどかしいと感じることがある

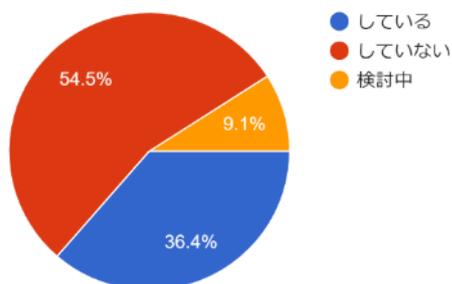
外国人観光客に対応するための施策やサービスはありますか



- ある
- ない
- 検討中

- ・英会話教室で習ったことを実践している
- ・特に風呂関係は必要と思う
- ・スマホの翻訳アプリで対応している
- ・優先度が低い
- ・旅行前段階から調べて来てくれる

外国人観光客向けに、多言語対応の
情報提供や案内を実施していますか



- ・英語のメニュー表を作成している
- ・海外予約のたびに苦勞している
- ・了承して来てもらえるなら構わないが、積極的にウェルカムではない
- ・特別な対応はしていない。旅館としては困らないが満足してもらえるか分からない
- ・英語や韓国語のメニューが必要とは感じる

■その他意見

- ・メインが巖立峡しかない。今あるものをどう活かすかが大切で、賑わいや活気が必要。
- ・飲食店が少なく、商店の閉まる時間も早い。他地域とは違う利点を魅せたい。
- ・どこにでもあるテーマパークのような観光地は不要。コアなファンがほしい。
- ・子どもたちや若いガイドを地域一体となって育てる環境が必要。

■外国人観光客に対する所感

(1)総合

- ・事業者によって、日本語以外での接客対応の可否に大きな差がある。
- ・英語であれば身振り手振りやスマホアプリで何とか意思疎通できる。
- ・地域が提供できる価値をよく理解して来訪してくれる分には困り感が少ない。
- ・一部のアジア圏はマナー問題に懸念があるので、自分たちも一緒に考えたい。

(2)宿泊業

- ・とにかく温泉好きに来てもらい、小坂温泉郷の良さを味わってほしい。
- ・近隣の宿泊施設がどこも満室なので、小坂地域に来ているパターンが多くある。

(3)飲食業

- ・日本人の味好みと異なる場合があり、要望を捉えられているか自信が持てない。
- ・日本人よりも客単価が高い傾向があるので、ありがたい。

(4)アクティビティ業

- ・来訪者の傾向として欧米圏に関してはアメリカやイギリスからが多く、アジア圏に関してはシンガポールや台湾からが多い。
- ・これまで英語圏にしか情報発信を実施していないので、多言語化を見据えたい。

3. 飛騨小坂における観光の課題

3-1 観光に関する自己分析

地域の観光振興を充実させ、持続可能な観光地経営の実現には、観光消費額の増加が必要不可欠です。関係人口を増やし、地域の経済効果や住民満足度を向上させる好循環を構築するため、観光地域マーケティングの手法を取り入れ、「VRIO分析」「SWOT分析」のフレームワークを用いた自己分析を実施しました。

■VRIO分析

観光資源である「ヒト・モノ・カネ・情報」が、競合他地域に比べてどれほど優位性があるのか、地域資源・コンテンツの競争力を分析しました。

カテゴリー	Value 経済価値	Rarity 希少性	Inimitability 模倣困難性	Organization 組織	競争優位の 状態
温泉	○	○	○	×	潜在的な 競争優位
滝めぐり	○	○	○	△	持続/潜在的 競争優位
インバウンド	△	△	△	△	競争劣位
炭酸泉	○	○	○	△	持続/潜在的 競争優位
小坂川 (釣り等)	△	△	△	△	競争劣位

●温泉…高濃度天然炭酸泉や御嶽山飛騨側登山口の濁河温泉は、まさにここにしかない魅力である。組織はあるが、事業者間の連携不足など課題がある。

●滝めぐり…ここにしかない魅力価値であるが、発信力が足りない。組織はあるが、世代交代ができておらず、熱量も差がある。

●インバウンド…経済価値が不確かで、事業者によって受け入れ体制にバラツキがある。担い手が足りない。

●炭酸泉…魅せ方、売り方次第では価値の高い資源と言える。地域で連携してPRする必要などがある。

●小坂川(釣り等)…他地域にも優れた釣り文化がある。釣り人単体では観光消費増に繋がらないと考え、宿泊などと連携が必要である。

■SWOT 分析

競合や市場トレンド等といった地域を取り巻く外部環境(コントロールできないもの)と、地域の資源やブランド力、質等といった内部環境(自地域がコントロール可能なもの)をプラス面、マイナス面に分けて整理しました。

	プラス要素	マイナス要素
内部環境	<p>Strength(強み)</p> <ul style="list-style-type: none"> ●日本一滝の多いまち ●御嶽山の恵みを受けた、他地域では真似できない本物の自然景観 ●高濃度天然炭酸泉は国内でも希少な存在で高価値化できる要素がある ●磨けば宝物になれる魅力がある 	<p>Weakness(弱み)</p> <ul style="list-style-type: none"> ●情報発信力に欠け、知名度も低く観光客数が少ない ●人口減少が加速している ●住環境や教育環境など子どもにとって魅力が少ない ●二次交通手段が貧弱
外部環境	<p>Opportunity(機会)</p> <ul style="list-style-type: none"> ●JR 高山本線「飛騨小坂駅」という交通手段 ●「岐阜未来遺産」への認定 ●金沢⇄高山⇄白川村⇄下呂温泉⇄京都など広域観光周遊ルートの道中に位置する 	<p>Threat(脅威)</p> <ul style="list-style-type: none"> ●飛騨高山など近隣他地域では新しい商売を始めるために適した風土がある ●観光に費やす予算の差 ●観光事業者の高齢化と後継者不足 ●空き家の増加と商店の減少

3-2 課題の整理

近年の観光動向や飛騨小坂地域の現況を踏まえ、観光面の課題を以下に示します。

課題1. 持続可能な観光地域づくりに向けたブランディング

- 特に来てほしいコアターゲット層が不明瞭で一貫性に欠ける。
- 既存資源や地域ならではの強みをさらに活用し、新たなコンテンツを創出するなどし、ファンを増やす取り組みが必要。
- 観光関連事業における価格設定において、高価格帯のものが少ない。インバウンド需要も踏まえた高付加価値化を実施し、観光消費額の向上を図る必要がある。

課題2. ターゲットに応じたマーケティング

- 来訪者の需要や行動が肌感覚で漠然としていて、数値化できていない。来訪者属性やニーズ調査を実施し、検証する必要がある。
- 地域にとって、本当に来てほしいターゲットや求められていること、価値提供できることを分析する必要がある。

課題3. 飛騨小坂の魅力を伝えるプロモーション

- 地域外への情報発信が貧弱。メディア発信スキルを高め、優れた自然資源などに興味を持ってもらうことが必要。
- 地域住民自らも地域の魅力を再認識し、活動を活発化する。

課題4. 来訪者満足度を高めるための受け皿整備

- 地域に来てもらっても、回遊する交通手段や情報が少ない。インフラ整備の推進で満足度を高める必要がある。
- 担い手、後継者不足が喫緊の課題。

課題5. 飛騨小坂の観光基盤を下支えする体制整備

- 自治体や観光協会(DMO)、商工会、関係各機関との関係性は構築できているが、地域内の観光関連事業者間の横の繋がりが弱いのが現状。情報共有の場を持つことや、各事業者が相互連携して事業を推進する体制整備が必要。

課題6. 観光危機管理対策の意識醸成

- 2014年の御嶽山噴火、新型コロナウイルス感染症拡大や、令和2年7月豪雨による国道41号線の護岸崩壊・路面崩落など未曾有の危機は、地域に甚大な被害をもたらした。
- 観光産業の被害を最小限に抑えるための仕組みや体制、危機管理に関する事前対策の検討が必要。

3-3 ペルソナ像

観光事業を実現・展開していくためには、その事業が具体的にどのような人々に訴求するものなのか、ターゲット属性や旅行動機を明確に可視化することが重要です。そのため、重視すべき抽象的な観光客モデルとして「ペルソナ」を設定します。

前項までの観光動向や自己分析などから、インバウンド需要も見据えた中で、日本国内、欧米圏、アジア圏の3つのペルソナを設定し、訴求力のある観光戦略・商品・サービスを検討します。また、飛騨小坂の強みである「滝めぐり・湯めぐり」や、住民 WEB アンケート調査より、共通して自然景観に関心の高い層をターゲットに設定します。

■日本国内



愛知県一宮市在住の子ども連れ 4人家族

家族構成:父・母・長女・長男

住居:賃貸マンション

世帯年収:500万円

移動手段:自家用車

価値観:家族の時間を大切にしつつアクティブにお出かけしたい。子どもの長期休暇は必ず旅行に行きたい。自然に魅力を感じ、子どもたちにもいろいろな体験をさせたい。

休日の過ごし方:近所の公園やショッピングモールに行くことが多い。季節に合わせてキャンプなどアウトドアも楽しみ、友人家族を誘うこともしばしば。

【父】氏名:一宮 滝男 年齢:38歳
職業:メーカー勤務 年収:400万円
趣味:キャンプやスノーボードなどの
アウトドアスポーツ
情報収集:スマホニュース、新聞

【母】氏名:一宮 湯美子 年齢:35歳
職業:パートタイム勤務 年収:100万円
趣味:料理、雑貨やインテリアの
DIY、ハーブガーデン
情報収集:SNS、テレビ番組

【長女】氏名:一宮 華 年齢:10歳
職業:小学4年生
趣味:ダンス教室に通う。スポーツが得意

【長男】氏名:一宮 巖 年齢:7歳
職業:小学2年生
趣味:ゲーム。やや引っ込み思案

■ 欧米圏



イギリス・ロンドン在住の サイクリング&温泉好きカップル

家族構成: 婚前のカップル

住居: 賃貸マンション

世帯年収: 1,200 万円

移動手段: 公共交通機関

価値観: 本物志向で旅行好き。
その地域の歴史的価値を肌で学び、自分の生活知識をより豊かにしたいと考える。日本の大地の成り立ちに関心があり、島国文化を学びたい。

背景: 過去に一度は来日したことがある。または来日して3~4日目。
(例: 羽田 or 成田 → 金沢 → 白川郷 → 飛騨高山 → 下呂 → 名古屋 → 伊勢・志摩 → 熊野 → 奈良 → 関空)

【男性】

氏名: ジェームズ・スミス 年齢: 31 歳
職業: IT エンジニア 年収: 600 万円
趣味: サイクリング、日本で流行の音楽
情報収集: YouTube、Google Maps

【女性】

氏名: マーガレット・ハリス 年齢: 29 歳
職業: 小学校教員 年収: 600 万円
趣味: ピアノ、テニス、日本のアニメ
情報収集: YouTube、Instagram

イギリスの国民性

- ・集団よりも自分の意志や自由、価値観を大切にする個人主義者が多い。
- ・礼儀を大切にし、マナーを重んじる日本人と似通う点がある。
- ・イギリスは比較的悪天候が多く、晴れ空やアウトドアが根強い人気を誇る。
- ・食への興味関心は薄い。
- ・Bath の語源となった「バース市」は古代ローマから続く温泉保養地であり、飲泉文化がある。

イギリスの国土は平野が多く、スコットランドなどまで足を伸ばさなければ標高の高い山が無い。一方で、「フットパス」を代表にウォーキングが国民的なレジャーである。「フットパス」…イギリスを発祥とする『森林や田園地帯、古い街並みなど地域に昔からあるありのままの風景を楽しみながら歩くこと【Foot】】ができる小径【Path】』のこと。国土を網の目のように縫い国民は積極的に歩くことを楽しむ。近年、日本においても様々な地域において各々の特徴を活かした魅力的なフットパスが整備されてきている。

出所: 日本フットパス協会 <https://japan-footpath.jp/>

■アジア圏



台湾・台北市在住の絶景めぐり好き 中年夫婦

家族構成:夫婦

住居:持ち家

世帯年収:500万円

移動手段:レンタカー

価値観:中堅富裕層で日本旅行が好き。優れた自然や文化・景観へ足を運び、自分の目で見たい。日頃からSNSを通じて情報収集する。旅先ではFacebookを欠かさず更新し、承認欲求が高い。

背景:過去に何度か来日したことがある
旅行期間3日目
(例:中部国際空港→金沢→下呂→名古屋・中部国際空港)

【夫】

氏名:陳 建宏 年齢:55歳

職業:不動産会社経営 年収:400万円

趣味:絶景巡り、トレッキング

情報収集:YouTube、Facebook

【妻】

氏名:陳 美玲 年齢:54歳

職業:不動産会社事務員 年収:100万円

趣味:絶景巡り、料理、温泉

情報収集:YouTube、Facebook

台湾の国民性

- ・歴史的背景もあり親日国家で、日本語を学ぶ国民も多くいる。
- ・血縁関係の結びつきを大切にする人が多く、家族と過ごす時間を優先する。
- ・集団よりも個人主義を好み、独立心が強く、起業や海外留学などに挑戦する風土がある。
- ・国土の南北に渡り5つの山脈が並び、中でも国内最高峰の標高4,000m級の「玉山」は海外の登山客からも注目を集める。

台湾人の訪日時期は、大型連休を除き1年を通して偏りが少ない。台湾には春・秋・冬が無く、四季を味わえる日本の桜や紅葉、雪景色は価値があるものと認識されている。

台湾には3,000m以上の山が268箇所存在し、2019年10月、政府が「山林開放政策」で巨額の予算(4年間で日本円約26億円)を投じ、登山の利便性向上や登山道・山小屋などのインフラ整備が進む。こうした政策の後押しもあり、登山ブームが起きた。登山愛好家の中には、旅行先の日本で登山を楽しむ人も多くいる。

4. 飛騨小坂の観光が目指す姿

4-1 基本理念

前項までで整理した課題を解決し、持続可能な観光地域づくりを目指すにあたり、飛騨小坂地域が価値提供できる観光の魅力を踏まえ、今後目指すべき姿を基本理念と基本方針として設定しました。

■課題

- 課題-1 持続可能な観光地域づくりに向けたブランディング
- 課題-2 ターゲットに応じたマーケティング
- 課題-3 飛騨小坂の魅力を伝えるプロモーション
- 課題-4 来訪者満足度を高めるための受け皿整備
- 課題-5 飛騨小坂の観光基盤を下支えする体制整備
- 課題-6 観光危機管理対策の意識醸成

■ペルソナ像

- 日本人「愛知県一宮市在住の子ども連れ4人家族」
- イギリス人「ロンドン在住のサイクリング・温泉好きカップル」
- 台湾人「台北市在住の絶景めぐり好き中年夫婦」

■基本理念

ありのままの御嶽に出会い、日常の休み時間を飛騨小坂で

観光客の需要は、決められたルートを集団で回る旅行形態から、個人のこだわりに沿ったテーマを重視して自由に周遊・滞在し、個々の感性を満足させる思考へ進んでいます。

また、飛騨小坂でしか味わえない本物の自然環境の価値を肌で体験し、感動に繋げることが、地域本来の魅力と来訪者の満足度を高めるポイントです。

さらに、人口減少が進む地域にとって、「自然」「文化」「人」を観光資源に結びつける上で重要な考えが持続可能な観光地域づくり「サステナブル・ツーリズム」の観点です。

■基本方針

- 方針-1 来訪者調査及びブランディング・プロモーション戦略の検討
- 方針-2 観光消費額増に向けた滞在型コンテンツ等の造成
- 方針-3 受け入れ体制整備とおもてなしの実践
- 方針-4 戦略の効果的な推進
- 方針-5 安全・安心な観光地域づくり

4-2 目標値の設定

基本理念と基本方針に基づく本計画の目標値を設定し、計画を推進します。課題解決の実現に向け、目標値を以下のとおり設定します。

■目標設定の前提

持続可能な観光地域づくりを実現するには、観光入込客数だけでなく、経済水準を追い求める「稼ぐ観光」を目指すことが重要です。

また、「稼ぐ観光」を実現するには、現在の通過型観光から滞在型観光への転換を図る必要があります。体験プログラムや商品開発、周遊性の向上など、滞在時間拡大に向けた取り組みを推進していく必要があります。滞在時間が拡大することで、消費額や宿泊者数の増加も期待できます。

さらに、地産地消や地元食材を活用した土産品の開発などさまざまな施策を講じて、飛騨小坂地域の魅力を創出・発信し、体感してもらうことで「ファン」を増やし、リピーターや交流人口の獲得にも注力する必要があります。

■宿泊客の1人あたり平均宿泊費

施設分類	現状値	目標値		
	2023年	2026年	2029年	2032年
旅館	¥17,069	¥17,500	¥18,000	¥20,000
民泊	¥4,083	¥4,500	¥5,000	¥5,500
キャンプ場	¥3,750	¥4,000	¥4,300	¥4,500

■観光施設入込客数

施設名称	現状値	目標値		
	2023年	2026年	2029年	2032年
がんだて公園	30,552人	45,000人	54,000人	100,000人
道の駅はなもも	55,616人	60,000人	65,000人	70,000人
ふれあいの森	1,549人	2,500人	3,000人	4,000人
ひめしゃがの湯	2022年	2024年	2029年	2032年
	51,477人	50,000人	55,000	60,000

■外国人入込客数

施設名称	現状値	目標値		
	2023年	2026年	2029年	2032年
宿泊	152人	300人	700人	1,000人
体験プログラム	86人	550人	1,200人	3,300人

5. 観光戦略

5-1 実現に向けた方針

目標値の達成を実現するため必要となる取り組みを、基本方針ごとの行動計画(アクションプラン)を立て、計画期間の中で段階的に展開していきます。

サステナブル・ツーリズムの概念に則り、観光産業に直結しない団体であっても、観光が地域社会や経済に与える効果を飛騨小坂地域一丸となって発揮するため参画します。

5-2 行動計画・アクションプラン

方針-1 来訪者調査及びブランディング・プロモーション戦略の検討

アクションプラン

- 1・ニーズ調査/ビッグデータ等の活用
- 2・ブランド戦略の再構築
- 3・多様な媒体を活用した情報発信

※団体ごとに紐づくアクションプランを記載しています。主な実施主体としての番号記載がない場合でも、意見交換等の場において各団体の知見や要望の共有を図り、協力体制の構築を推進します。

実施主体

	団体名	アクションプラン No.(主な実施主体)※		
		1	2	3
○	下呂市 小坂振興事務所/観光課	1	1, 2	2, 3
○	飛騨小坂観光協会	1, 2	1, 2	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7
○	岐阜県			2
○	(一社)下呂温泉観光協会	1		3
○	NPO 法人飛騨小坂 200 滝	2	1	1
○	湯屋・下島温泉組合/シュワシュワ会	2		
○	濁河温泉管理組合	2		
○	小坂町商工会	1		7
○	益田川漁業協同組合小坂支部	2		
	小坂町森林造成組合			
	猟友会小坂支部			
○	南飛騨小坂はなもも産直市運営協議会	2		
	自治会連合会			
	市民個人・団体			
○	児童生徒			7
	小坂コミュニティースクール			
	下呂市消防団小坂方面隊			
	下呂市社会福祉協議会小坂支部			

アクションプラン 1・ニーズ調査/ビッグデータ等の活用

概要 小坂地域内の主要な観光関係施設における来訪者アンケート調査や、WEB を活用した入込数調査等により、ニーズを調査・分析します。また、これまで肌感覚で漠然と事業展開してきた面もあるなか、蓄積する統計データや近年のビッグデータを活用して、来訪者の特性やニーズを分析し、観光戦略に活かします。

主な取り組み

No.	取り組み名	主な実施主体	実施計画
1	観光まちづくり計画策定事業	市 観光協会 商工会	長期
2	観光統計整備事業	観光協会 下呂温泉観光協会 NPO 法人飛騨小坂 200 滝 湯屋・下島温泉組合/シュワシュワ会 濁河温泉管理組合 益田川漁業協同組合小坂支部 南飛騨小坂はなもも産直市運営協議会	長期

※長期(本計画期間中を含め長期的に実施するもの)、短期(1～3年)、中期(3～5年)を目安として記載。

アクションプラン 2・ブランド戦略の再構築

概要 アクションプラン 1 の結果を踏まえて、地域として求めるメインターゲットを設定の上、ターゲットを惹きつけるための施策展開を実施します。

主な取り組み

No.	取り組み名	主な実施主体	実施計画
1	滝めぐり ランドデザイン構築	市 観光協会 NPO 法人飛騨小坂 200 滝	中期
2	観光まちづくりブランディング&リブランディング	市 観光協会	長期

アクションプラン 3・多様な媒体を活用した情報発信

概要 ホームページやマスメディア、地域メディアとの連携を強化するとともに、近年急速に発達する SNS など様々な媒体を用いて、メインターゲットに適したより効果的な情報発信の手法と内容を検討します。

また、地域の次世代を担う児童生徒のより柔軟な発想も踏まえながら、情報発信力を強化します。

主な取り組み

No.	取り組み名	主な実施主体	実施計画
1	滝めぐり WEB ページ制作	NPO 法人飛騨小坂 200 滝 観光協会	短期
2	パンフレット制作 (日本語/英語)	観光協会	短期
3	国内外プロモーション活動	市 観光協会 下呂温泉観光協会	長期
4	メディア・インフルエンサー 招請	市・岐阜県 観光協会	長期
5	高山市旅行者向け観光 情報誌での広告掲載	観光協会	中期
6	ストックフォトの 撮影・蓄積	観光協会	中期
7	WEB 情報発信力の強化	観光協会 商工会 児童生徒	長期

方針-2 観光消費額増に向けた滞在型コンテンツ等の造成

アクションプラン

- 1・滞在型観光に向けたコンテンツ開発・強化
- 2・周辺市町村との連携
- 3・地産地消の推進

実施主体

	団体名	アクションプラン No.(主な実施主体)		
		1	2	3
○	下呂市 小坂振興事務所/観光課	4, 5	1	
○	飛騨小坂観光協会	1, 2, 3, 4, 5	1, 2, 3	1, 2
○	岐阜県		3	
○	(一社)下呂温泉観光協会		1	
○	NPO 法人飛騨小坂 200 滝	1, 3, 4, 5		
○	湯屋・下島温泉組合/シュワシュワ会	1, 2		
○	濁河温泉管理組合	1, 2		
○	小坂町商工会			1, 2
○	益田川漁業協同組合小坂支部			1
○	小坂町森林造成組合			
○	猟友会小坂支部			1
○	南飛騨小坂はなもも産直市運営協議会			1, 2
	自治会連合会			
○	市民個人・団体			
	児童生徒			
○	小坂コミュニティースクール	4, 5		
	下呂市消防団小坂方面隊			
	下呂市社会福祉協議会小坂支部			

アクションプラン 1・滞在型観光に向けたコンテンツ開発・強化

概要 国内外の旅行需要を確実なものにするため、オンライン上の旅行予約会社(Online Travel Agent)の施策においてクーポンを配信するなど機能強化を推進します。

また、宿泊施設におけるサスティナビリティの向上を目指し、施設改修に係る改修費用の補助事業を展開します。

さらに、滝めぐりを中心に滞在時間拡大に繋がるコンテンツの開発・強化を推進します。

主な取り組み

No.	取り組み名	主な実施主体	実施計画
1	日本人向け OTA 強化	NPO 法人飛騨小坂 200 滝 湯屋・下島温泉組合/シュワシュワ会 濁河温泉管理組合 観光協会	短期
2	宿泊施設改修補助金	湯屋・下島温泉組合/シュワシュワ会 濁河温泉管理組合 観光協会	中期
3	滝めぐりロングステイ化 プログラム	NPO 法人飛騨小坂 200 滝 観光協会	短期
4	(旧)湯屋小学校廃材の 利活用検討	市 NPO 法人飛騨小坂 200 滝 観光協会 小坂コミュニティースクール	中期
5	公園整備	市 NPO 法人飛騨小坂 200 滝 観光協会 小坂コミュニティースクール	中期

アクションプラン 2・周辺観光地との連携

概要 小坂地域の観光産業の発展には、近隣地域との連携が必須となります。下呂温泉観光協会をはじめとする関係機関・団体・施設や高山市内の観光関連事業者と連携したプロモーションを展開していきます。

主な取り組み

No.	取り組み名	主な実施主体	実施計画
1	下呂温泉観光協会との連携	観光協会 下呂温泉観光協会	長期
2	高山市観光協会との連携	観光協会	長期
3	観光広域連携	市 岐阜県 観光協会	長期

アクションプラン 3・地産地消の推進

概要 観光消費拡大のうち現地消費を増加させるには、優れた土産品が重要です。小坂地域の良さをふんだんに詰め込んだ、新たな土産品の開発を検討していきます。

さらに、来訪者が地元産品を手に取りやすい仕組みを、道の駅をはじめとする産地直送販売所等において推進します。

主な取り組み

No.	取り組み名	主な実施主体	実施計画
1	地元食材を活用した土産品開発	観光協会 商工会 益田川漁業協同組合小坂支部 獺友会小坂支部 南飛騨小坂はなもも産直市運営協議会	中期
2	地元産品の販売促進	観光協会 商工会 南飛騨小坂はなもも産直市運営協議会	長期

方針-3 受け入れ体制整備とおもてなしの実践

アクションプラン

- 1・アクセス性の向上
- 2・回遊性の向上
- 3・賑わい創出
- 4・冬季の資源検討
- 5・インバウンド誘客に資する取り組み

実施主体

	団体名	アクションプラン No.(主な実施主体)				
		1	2	3	4	5
○	下呂市 小坂振興事務所/観光課	1, 2	2, 6	1, 2, 3, 6	1	
○	飛騨小坂観光協会	1, 2	1, 2, 3, 4, 5, 6	1, 2, 3, 4, 5, 6	1	1, 2, 3
○	岐阜県				1	
○	(一社)下呂温泉観光協会					
○	NPO 法人飛騨小坂 200 滝	1, 2	2, 3, 4, 5, 6	2, 4, 6		1, 3
○	湯屋・下島温泉組合/シュワシュワ会	2				3
○	濁河温泉管理組合	1, 2	2	4	1	3
○	小坂町商工会					2
	益田川漁業協同組合小坂支部					
○	小坂町森林造成組合			1		
	猟友会小坂支部					
	南飛騨小坂はなもも産直市運営協議会					
○	自治会連合会	2		1		
○	市民個人・団体					
○	児童生徒					
	小坂コミュニティースクール					
	下呂市消防団小坂方面隊					
○	下呂市社会福祉協議会小坂支部					

アクションプラン 1・アクセス性の向上

概要 自動運行バス等の新たな交通手段を含めた移動手手段の実証実験を検討し、より効果的かつ効率的な域内交通の在り方を検討します。また、来訪者の利便性向上と、冬の除雪作業の円滑な施工など、安全確保に繋げるため、主要観光関係施設駐車場へライブカメラ導入を推進します。

主な取り組み

No.	取り組み名	主な実施主体	実施計画
1	ライブカメラ導入	市 観光協会 濁河温泉管理組合 NPO 法人飛騨小坂 200 滝	短期
2	新たな交通手段の導入 検討および既存交通手段 の拡充	市 観光協会 NPO 法人飛騨小坂 200 滝 湯屋・下島温泉組合/シュワシュワ会 濁河温泉管理組合 自治会連合会	長期

アクションプラン 2・回遊性の向上

概要 JR 高山本線飛騨小坂駅を起点とし、がんだて公園、各滝までの回遊性向上を検討します。滝めぐりにおける回遊促進に資する案内・誘導サインの設置整備等を検討します。

主な取り組み

No.	取り組み名	主な実施主体	実施計画
1	e-bike・電動モビリティ 整備	観光協会	中期
2	Wi-Fi 整備	市・観光協会 濁河温泉管理組合 NPO 法人飛騨小坂 200 滝 自治会連合会	中期
3	滝巡りバリアフリー化	観光協会 NPO 法人飛騨小坂 200 滝	中期
4	新規滝めぐり遊歩道の 造成	観光協会 NPO 法人飛騨小坂 200 滝	長期
5	滝めぐり多言語看板整備	観光協会 NPO 法人飛騨小坂 200 滝	短期

6	森林鉄道敷設	市 観光協会 NPO 法人飛騨小坂 200 滝	長期
---	--------	-------------------------------	----

アクションプラン 3・賑わい創出

概要 地域住民が主役となって新たな賑わいと交流を生み出すため、がんだて公園でマルシェ開催やかつて実施されていた御嶽マラソンの再開を検討します。

また、飛騨小坂駅から徒歩圏内の商店街の活性化や観光消費拡大を図るため、新たな名所として近くの山一帯に四季桜を植林します。

主な取り組み

No.	取り組み名	主な実施主体	実施計画
1	桜の植林	市 観光協会 自治会連合会 小坂町森林造成組合	長期
2	がんだて公園マルシェ	市 観光協会 NPO 法人飛騨小坂 200 滝 市民個人・団体	中期
3	御嶽マラソン	市 観光協会 濁河温泉管理組合	中期
4	冬季の魅力開発	観光協会 NPO 法人飛騨小坂 200 滝 濁河温泉管理組合	中期
5	既存観光施設の ブラッシュアップ	観光協会	長期
6	根尾の滝遊歩道 整備イベント	市 観光協会 NPO 法人飛騨小坂 200 滝	短期

アクションプラン 4・冬季の資源検討

概要 来訪者にとって、冬季期間の積雪は濁河温泉エリアへのアクセスが困難を極めま
す。通年で観光できる仕組みを実現するため、除雪作業に関する諸問題やインフラ整備等
の課題解決を検討します。

主な取り組み

No.	取り組み名	主な実施主体	実施計画
1	冬季休業対策	市 岐阜県 観光協会 濁河温泉管理組合	長期

アクションプラン 5・インバウンド誘客に資する取り組み

概要 外国人観光客の観光ニーズは多様であり、国籍・文化・宗教等によりきめ細やかな
対応や受け入れ側の理解が必要です。そのため、観光関連施設等において、メインターゲ
ットに即した言語表記の看板設置やパンフレット案内をはじめ、快適に観光を楽しめるよ
う、キャッシュレス化を推進します。

主な取り組み

No.	取り組み名	主な実施主体	実施計画
1	多言語化の推進	観光協会 NPO 法人飛騨小坂 200 滝	中期
2	キャッシュレス決済導入 の推進	観光協会 小坂町商工会	中期
3	インバウンド向け OTA 強化	観光協会 NPO 法人飛騨小坂 200 滝 湯屋・下島温泉組合/シュワシュワ会 濁河温泉管理組合	短期

方針-4 戦略の効果的な推進

アクションプラン

- 1・情報共有の場づくり
- 2・日本版持続可能な観光ガイドラインの取り組み
- 3・担い手や後継者の確保&育成

実施主体

	団体名	アクションプラン No.(主な実施主体)		
		1	2	3
○	下呂市 小坂振興事務所/観光課	1		2
○	飛騨小坂観光協会	1	1	1, 2
	岐阜県			
	(一社)下呂温泉観光協会			
○	NPO 法人飛騨小坂 200 滝			1
○	湯屋・下島温泉組合/シュワシュワ会			
○	濁河温泉管理組合			
○	小坂町商工会			1
○	益田川漁業協同組合小坂支部			
○	小坂町森林造成組合			
○	猟友会小坂支部			
○	南飛騨小坂はなもも産直市運営協議会			
○	自治会連合会	1		
○	市民個人・団体			
○	児童生徒			1
○	小坂コミュニティースクール			1
	下呂市消防団小坂方面隊			
○	下呂市社会福祉協議会小坂支部			

アクションプラン 1・情報共有の場づくり

概要 小坂地域の各種観光施策を継続して推進していくため、地域内の情報の共有や知見の交流・連携体制構築を目的に、観光関連団体や行政機関等が集まる場の創出を推進します。

主な取り組み

No.	取り組み名	主な実施主体	実施計画
1	小坂まちづくり会議体の設置	市 観光協会 自治会連合会	長期

アクションプラン 2・日本版持続可能な観光ガイドラインの取り組み

概要 地域のブランディング力や国際競争力の向上を推進します。

主な取り組み

No.	取り組み名	主な実施主体	実施計画
1	JSTS-D 認証取得の検討	観光協会	長期

アクションプラン 3・担い手や後継者の確保&育成

概要 持続可能な観光地づくりを目指すにあたり、担い手・後継者の確保・育成対策は喫緊の課題です。観光ガイドの育成や宿泊施設等における後継者不足解消のため、事業継承の取り組みを推進します。

また、関係人口の創出・拡大や人材確保を目指し、「小坂のファンづくり」を推進します。

主な取り組み

No.	取り組み名	主な実施主体	実施計画
1	人材育成	観光協会 NPO 法人飛騨小坂 200 滝 小坂町商工会 児童生徒 小坂コミュニティースクール	長期
2	小坂のファンづくり	市 観光協会	長期

方針-5 安全・安心な観光地域づくり

アクションプラン

1・観光危機管理対策の推進

実施主体

	団体名	アクションプラン No.(主な実施主体)
		1
○	下呂市 小坂振興事務所/観光課	1, 2, 3
○	飛騨小坂観光協会	2, 3
○	岐阜県	2
	(一社)下呂温泉観光協会	
	NPO 法人飛騨小坂 200 滝	
○	湯屋・下島温泉組合/シュワシュワ会	3
○	濁河温泉管理組合	3
	小坂町商工会	
	益田川漁業協同組合小坂支部	
○	小坂町森林造成組合	
○	猟友会小坂支部	
	南飛騨小坂はなもも産直市運営協議会	
○	自治会連合会	
	市民個人・団体	
	児童生徒	
	小坂コミュニティースクール	
○	下呂市消防団小坂方面隊	
○	下呂市社会福祉協議会小坂支部	

アクションプラン 1・観光危機管理対策の推進

概要 観光危機管理先進地等の事例を踏まえ、観光危機管理に関する課題や必要となる取り組みの認識を深める機会創出を検討します。

地域住民や来訪者にとって安心・安全な観光地域づくりの一環として、防災・減災に資する取り組みを推進します。

主な取り組み

No.	取り組み名	主な実施主体	実施計画
1	防災行政無線設置	市	短期
2	観光危機管理計画の策定検討	市 岐阜県 観光協会	長期
3	道路危険箇所の安全対策整備	市 観光協会 湯屋・下島温泉組合/シュワシュワ会 濁河温泉管理組合	長期

6. 計画推進のための役割と体制

6-1 各主体の役割

本計画の基本理念「ありのままの御嶽に出会い、日常の休み時間を飛騨小坂で」を推進するためには、観光まちづくりに携わる各主体の役割を明らかにした上で、相互連携を図りながら取り組むことが必要です。

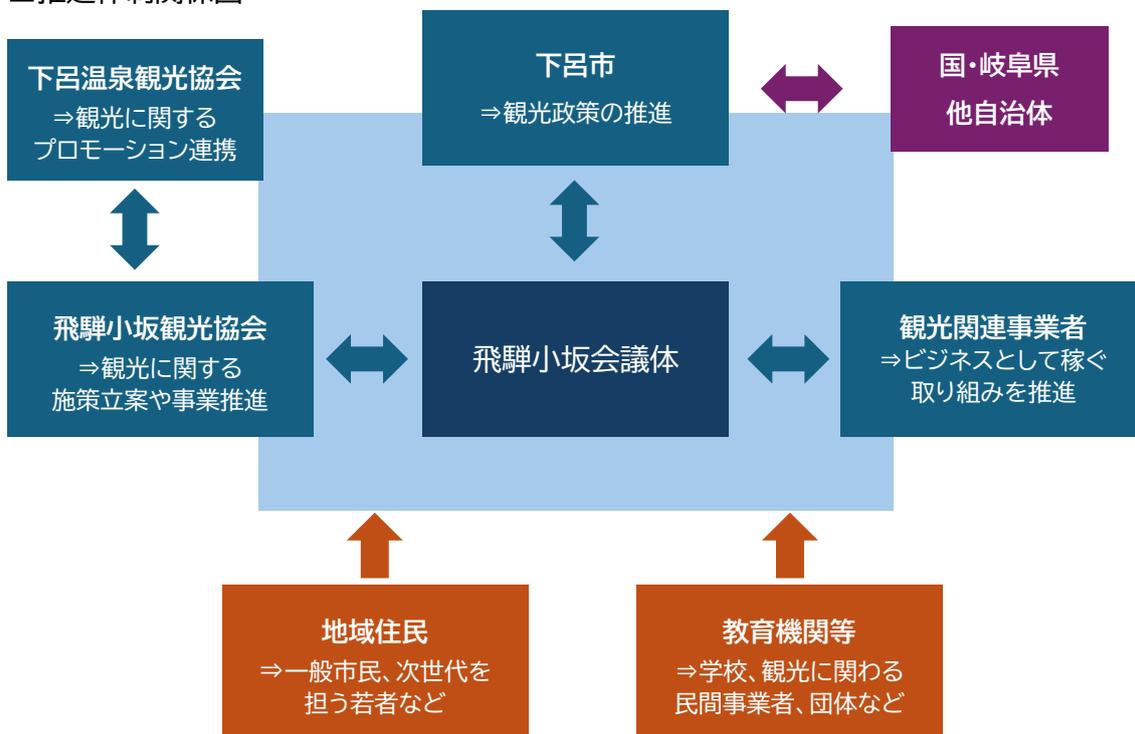
- (1) 飛騨小坂観光協会の役割…推進主体として事業を積極的に展開します。
- (2) 観光関連事業者の役割…観光を契機にビジネスとして稼ぐ取り組みを進めます。
- (3) 地域住民の役割…魅力を再認識し、地域内外のモノやコトを積極的に交流します。

6-2 計画推進の体制

下呂市、飛騨小坂観光協会に加え、小坂地域内の観光関連事業者やその他関係機関等と連携・協働しながら、本計画に示すアクションプランを推進していきます。

計画推進には、進捗状況・目標値の達成状況・課題などについて、飛騨小坂観光協会が牽引役となり各事業者間で定期的に情報共有する仕組みづくりとして「飛騨小坂会議体」を設置します。

■推進体制関係図



6-3 進行管理及び成果検証

本計画で設定した目標値に基づき、進捗状況を定期的に点検します。また、必要に応じてアクションプランの追加・修正・削除等の見直しを行います。

飛騨小坂会議体設置要綱

(趣旨)

第1条 この要綱は、飛騨小坂会議体(以下「会議体」という。)の設置及び運営について必要な事項を定めるものとする。

(所掌事項)

第2条 会議体の所掌事項は、次に掲げるとおりとする。

- (1) 飛騨小坂観光まちづくり計画の推進に向けて必要な事項の検討を行い、各事業内容について、進捗状況と成果の把握、分析を行い計画内容について外部環境の変化にも柔軟に対応しながら定期的・継続的に見直しを行うこと。
- (2) 飛騨小坂地域に関する新たな観光財源の用途決定に関すること。
- (3) 次期計画の策定に向けて、必要な事項について調査・研究及び検討を行うこと。

(組織)

第3条 会議体の委員は、次に掲げる者又は団体に属する者のうちから観光協会長が委嘱する。

- (1) 飛騨小坂観光協会事務局
- (2) 識見を有する者
- (3) 観光に関連する市内の団体
- (4) 関係行政機関、団体等
- (5) その他観光協会長が必要と認める者

(委員の任期)

第4条 委員の任期は、2年とし、再任を妨げない。ただし、委員が欠けた場合の後任の委員の任期は、前任者の残任期間とする。

(会長及び副会長)

第5条 会議体に会長及び副会長各1人を置き、それぞれ委員の互選により選任する。

2 会長は、会務を総理し、会議体を代表する。

3 副会長は、会長を補佐し、会長に事故があるとき又は会長が欠けたときは、その職務を代理する。

(会議)

第6条 会議体の会議(以下「会議」という。)は、会長が必要に応じ招集し、会長がその議長となる。

2 会議は、委員の半数以上の出席がなければ開くことができない。

3 会議の議事は、出席委員の過半数で決し、可否同数のときは、会長の決するところによる。

4 会長は、会議において必要があると認めるときは、関係者の出席を求めることができる。

5 会長は、必要があると認めるときは、書面にて会議を開催することができる。

(専門委員会)

第7条 会議体には、具体的かつ専門的に調査、検討を行うため、専門委員会を置くことができる。

(庶務)

第8条 会議体の庶務は、飛騨小坂観光協会事務局において処理する。

(その他)

第9条 この要綱に定めるもののほか、会議体に関して必要な事項は、会長が別に定める。

附則

この要綱は、2024年4月1日から施行する。

飛騨小坂観光まちづくり計画 検討過程

本計画の策定にあたっては、以下のように観光関連事業者へのヒアリングや地域住民アンケートをはじめ、「飛騨小坂観光協会と語る会」「飛騨小坂湯めぐり滝めぐり委員会」および「飛騨小坂観光まちづくり会議」を開催し、検討を重ねました。

実施年月日	会議名	概要
2023年11月15～16日	事業者ヒアリング	●観光関連事業者への個別聞き取り調査
2023年11月29日	飛騨小坂観光協会と語る会	●事業者ヒアリング結果共有 ●各団体の現状共有 ●計画策定方針の説明
2023年12月1～7日	住民 WEB アンケート調査	●広報げろ・Meta 広告を活用した住民意識調査
2023年12月14日	第1回 飛騨小坂湯めぐり滝めぐり委員会	●マーケティング手法に基づくワークショップ ●ペルソナ像の仮設
2023年12月18日	第1回 飛騨小坂観光まちづくり会議	●本計画の概要説明 ●事業者ヒアリング・住民アンケート結果共有
2024年1月18日	第2回 飛騨小坂湯めぐり滝めぐり委員会	●事業計画素案の意見交換
2024年1月23日	第2回 飛騨小坂観光まちづくり会議	●事業計画案の意見交換
2024年2月14日	第3回 飛騨小坂湯めぐり滝めぐり委員会	●計画書(素案)の意見交換
2024年2月16日	第3回 飛騨小坂観光まちづくり会議	●計画書(素案)

この計画書は岐阜県からの補助金を受けています。 令和6年2月29日 飛騨小坂観光協会



飛騨小坂観光まちづくり計画

2024年2月

発行 | 飛騨小坂観光協会

編集 | 株式会社大清 観光広報事業部

〒509-3104 岐阜県下呂市小坂町小坂町13番地1

株式会社大清 くるまや18番内

TEL:0576-62-2570

FAX:0576-62-2577

URL:<https://hidaosaka-kanko.com/>