

観光地間と観光地内の競争と協力について[†]

－岐阜県飛騨地域のケーススタディ－

伊 藤 薫*

概 要

岐阜県飛騨地域を例として、観光地間と観光地内の競争と協力の実情について紹介した。

研究課題1は、「飛騨地域を中心とする観光地の相互の協力関係と競争関係を記述すること」である。(1)日本においては、日本人の国内旅行も外国人の国内旅行も同一地「滞在型」の旅行を選ぶのではなく、他の地域への「回遊型」の旅行を好む傾向が強い。そこで観光客に対しては、「ルート(線)」あるいは「面としての観光地域」の提案が重要となる。(2)しかし宿泊客の観光消費額単価は日帰り客に比較して岐阜県の場合は6.1倍もの大差がある。そのためそれぞれの観光地はルートあるいは面で観光客を呼び込むための「協力」をするが、呼び込んだ観光客をどこで宿泊するかについては「競争」をする。すなわち観光地は、団体戦をしつつ個人戦を戦うということになる。(3)例えば、高山市は松本市、白川村、富山市、金沢市と協議会を結成して「協力」をしている。また広域観光ルートの例としては「昇龍道」がある。(4)観光地間の協力の成果は、明らかにできなかった。

研究課題2は、「飛騨地域の内部での観光産業企業等の競争と協力の実態を記述すること」である。(1)競争の実態の例としては、①高山市の1人当たり宿泊単価は、1998年から2011年に27.2%低下した。また高山市の平均宿泊収容人員も減少傾向にある。②下呂温泉においては、宿泊者数は1990年度の165万人をピークに2010年度は96万5千人まで減少した。これと並行して旅館数は、下呂温泉でも下呂市全体でも減少傾向にある。宿泊単価の低下傾向が推測される。しかし観光地内部での競争の実態は、本研究では充分明らかにできなかった。(2)白川郷では、合掌民宿は価格競争をしていない。お客が多い場合には、相互に近隣の民宿を紹介をしている。価格競争ではなく、宿泊客に対するサービス競争をしていると聞いた。(3)飛騨地域では、白川郷の合掌造り、高山市三町伝統的建造物群、飛騨古川の相場を活かした町づ

† 本研究は、日本中小企業学会2012年度第2回中部部会(2012年7月28日、名古屋大学経済学部)で報告した「観光産業における競争と協力－飛騨地域の地域間と地域内の競争と協力－」を大幅に修正したものである。当日の参加者から貴重なコメントを多数いただき、感謝します。本研究は、平成23年度及び平成24年度岐阜聖徳学園大学経済情報学部研究助成(特別研究)(研究課題(平成24年度):岐阜県と東海地域の人口(人口移動)と経済(産業)に関する基礎的研究(その3)、研究代表者:伊藤薫)を使用して実施した。本報告のために、取材で高山市、飛騨市、下呂市、白川村の各関係機関、住民の皆様をはじめ多数の方々にお世話になった。記して感謝いたします。しかし言うまでもなく、本報告に含まれる誤りは、全て筆者の責に負うものである。

* 岐阜聖徳学園大学経済情報学部。連絡先: kitoh@gifu.shotoku.ac.jp

くりに成功したが、地元の人々の長年にわたる自発的、自主的な町づくりの努力が、結果として歴史的な観光資源の保存に成功した。下呂温泉では源泉の乱開発が湯量の減少、湯温の低下を招き、将来が危惧されたが、温泉事業者が温泉湯の集中管理を実現した。更に、新しい動きとしては、高山市がバリアフリーの町づくりに官民で取り組んで成果を挙げてきた。(4) 下呂温泉では、旅館協同組合が非常に活発な活動を続けてきた。(5) それぞれの観光地では、行政(市町村)、観光協会などの諸団体、観光産業企業が、それぞれの持ち場で官民をあげて「団体戦」を展開している。

以上の2つの研究課題に対する結論は、以下のようにまとめることができる。「飛騨地域の観光地や観光産業は、地域間でも地域内でも重層的に競争をしており、また地域間でも地域内でも重層的に協力をしている」。

1. はじめに

筆者はここ数年、飛騨地域の観光産業を取材してきたが、飛騨地域では観光地間(地域間)の「競争」と「協力」がみられ、また地域内でも旅館・ホテルなどの観光産業の企業間の「競争」と「協力」がみられる。また観光地では官民をあげて観光振興に取り組んでいる。こうした重層的な「競争」と「協力」の実態を明らかにするのが本報告の目的である。

地域における「競争」と「協力」に関しては、マイケル・ポーターの産業クラスター論が著名である^(1, 2)。ポーターは、ハーバード大学の経営学者であるが、産業クラスターの考え方については原著が1998年に公刊され(日本語版は1999年)、経済学でも多数の文献が現れている。日本においては石倉・藤田・前田・金井・山崎『日本の産業クラスター戦略』(有斐閣、2003年)によりまとまった形で紹介され、その後、国内各地のまたアジア圏の産業クラスターについて多数の研究報告が続いている(例:平川・多和田・奥村・家森・徐『東アジアの新産業集積』、学術出版会、2011年)。

こうした「協力」(いわば団体戦)と「競争」(いわば個人戦)の並存は、マイケル・ポーターの指摘を待たずともなく、第二次世界大戦前から日本の中小製造業の各業種、中小小売業(例:商店街、小売市場)など地域の主要産業においても数多くの事例が存在する。筆者は、この関係は日本の中小企業の特徴であると同時に、日本経済を特徴付ける基礎的な構造ではないかと推測している。

さて、本研究の研究課題は以下の2課題である。岐阜県飛騨地域について、

研究課題1: 飛騨地域を中心とする観光地の相互の協力関係と競争関係を記述すること

研究課題2: 飛騨地域の内部での観光産業企業等の競争と協力の実態を記述すること

なお、岐阜県飛騨地域は、古くは東山道に属する「飛騨」の国である。縄文時代からの遺跡が数多く発見され、江戸時代には天領として高山に飛騨代官役所が置かれ、古くから発展した地域である。現在では平成の大合併により高山市、飛騨市、下呂市、白川村の4市村に分かれているが、いずれも観光の街として全国に知られている。

飛騨地域は人口の減少に悩まされているが、同時に人口1人当たり地域所得の全国水準値が低下するという経済問題も抱えている。人口流出と経済力低下の同時発生の問題である（伊藤薫 [2011] を参照）。こうした様相は、単に飛騨地域のみが抱えているのではなく、日本の「地方」と呼ばれる多くの地域に共通する重要な政策課題である。飛騨地域において、観光産業は建設業と並んで主産業の一つであり、例えば、飛騨地域のGDPに対する観光消費額の割合は、15～18%程度と極めて高い。しかしその観光消費額は、2002年をピークに減少してきている。公共投資の減少による建設業の不振と観光消費額の低迷という、主産業の厳しい状況が飛騨経済の経済力の低下をもたらし、これが若年層を中心とする人口流出を招いている。このように観光産業の振興は、飛騨地域にとって極めて重要で喫緊の政策課題となっている。

2. 先行研究

飛騨地域の人口や経済に関する発展状況を包括的に把握した先行研究は、伊藤薫 [2011] が見られる程度である。飛騨の観光産業についての先行研究は少ない。筆者による白川郷と下呂温泉（伊藤薫 [2012 a]）と高山市（伊藤薫 [2012 b]）が知られている。また観光産業についての研究論文は多いが、観光産業について中小企業における競争と協力を分析した先行研究をみても、『日本の中小企業研究1990－1999 第1巻成果と課題』には、記述がないように見受けられる。

3. 観光産業の定義と飛騨観光の推移

3.1 全国の観光消費額の推移

全国的な観光客入込客数や観光消費額は、観光庁から公表されている。

観光庁の公表したプレスリリース「平成22年（2010年）分の旅行消費額（確定値）をとりまとめました！」（2012年5月11日、観光庁Webページ）によれば、国内の旅行消費額は、2005年は28.6兆円、2006年は30.1兆円、2007年は28.2兆円、2008年は27.8兆円、2009年は25.3兆円、2010年は23.8兆円であった。2006年から2010年の減少率は、20.9%である（飛騨圏域ではこの期間に22.4%減少）。2010年の国内旅行消費額23.8兆円の内訳は、日本人の宿泊旅行16.1兆円（構成比は67.5%）、日本人の日帰り旅行5.1兆円（21.4%）、日本人の海外旅行（国内分）1.3兆円（5.4%）、訪日外国人旅行1.3兆円（5.7%）であった。

3.2 「観光入込客統計」の定義

観光についての定義が様々あるように、観光産業（あるいは観光事業）の定義も様々で

ある（溝尾良隆編著 [2009] を参照）。本稿では、データ利用上の便宜を考慮して、利用可能な観光消費額のデータを提供している2つの統計調査について、観光消費額に対する財・サービスを提供している観光産業を考察してみよう。

まず、全国調査の紹介である。国土交通省では2009年12月に「観光入込客統計に関する共通基準」（以下、本節で「共通基準」と表記する）を策定した。現時点では全都道府県でこの共通基準が採用されている訳ではないが、採用都道府県数は今後着実に増加してゆくと考えられる。この共通基準を策定する趣旨は、「都道府県における観光入込客や観光消費額に関しては、従来、多くの地方自治体における調査手法が異なっていたことから、地域間で比較可能な統計として整備すべく、共通の把握方法による調査の導入が求められていた」と述べられている。この共通基準を採用する調査の実施主体は、都道府県であるが、「都道府県と市区町村が相互に連携・協力して実施する必要がある」と述べられている（「共通基準」、p.1）。

この共通基準では、以下のように用語の定義がなされている。

- (1) 観光：本基準では余暇、ビジネス、その他の目的のため、日常生活圏を離れ、継続して1年を超えない期間の旅行をし、また滞在する人々の諸活動。
- (2) 観光消費額単価：観光入込客1人の1回における当該都道府県内での観光消費額。
- (3) 観光消費額：当該都道府県を訪れた観光入込客の消費の総額。

この観光消費額を把握するために、「観光地点パラメータ調査票（標準様式）」では、以下のように調査票様式が定められている。「Q9. 今回の旅行で、使う費用（これから使う予定も含めて）を教えてください。1人当たりの費用を、下記の項目別にご記入ください。」そして、「使う費用」の内訳は、以下のように区分されている。

①交通費（県内分）（県外分）

注：交通費は高速料金やガソリン代を含め、県内・県外分を分けて記入

②宿泊代（県内分）

③土産代（県内分）

④飲食費（県内分）

⑤入場料（県内分）

⑥その他（県内分）

⑦パック料金：県内分のみ、もしくは、県外分を含む

注：今回の旅行がパック旅行である場合には、費用が県内のみか、県外分を含むかを選択。

関係する観光産業事業所の産業大分類は、次節の「岐阜県観光レクリエーション動態統計調査」（図表3-1）と同一であると考えるが、⑦パック料金のみについて、この調査の方が費用項目の区分が多い。

3.3 「岐阜県観光レクリエーション動態統計調査」の定義

飛騨地域の観光産業を観察するには、岐阜県観光レクリエーション動態統計調査⁽³⁾が役に立つ。岐阜県観光レクリエーション動態統計調査の「観光消費額」の内容は、①宿泊費、②飲食費、③交通費、④入場、観覧費、⑤土産、買物費、⑥その他に分類されている。これを参考にして、暫定的ではあるが観光産業の属する産業大分類を図表3-1に示した。観光産業という産業分類は存在せず、観光産業の企業、団体が所属する主要な産業大分類は、G情報通信業、H運輸業、郵便業、I卸売業、小売業、M宿泊業、飲食サービス業、N生活関連サービス業、娯楽業、O教育、学習支援業であり、非常に広い産業に亘っている。以上の他に、都会においては、旅行斡旋業が主要な業種として存在する。

観光産業の特徴は、地域経済に与える経済波及効果が大きいことである。例えば飲食店の使用する食材は当該地域の農業から供給される、あるいは小売業で販売される土産物は、当該地域の製造業で製造される、観光施設は建設業により建設されるなど、観光消費額の支出対象が多く産業に及び、また産業連関を通じて幅広い産業に波及する。すなわち、観光産業の盛衰は、当該地域の多くの産業に波及する特徴がある。なお観光消費額の経済波及効果については、産業連関表を使用した研究例、あるいは行政機関の利用例が多数存在する。しかし飛騨地域について産業連関表を使用して観光消費額の経済波及効果を検討した先行研究は未見である。

図表3-1 岐阜県観光レクリエーション動態調査による「観光消費額」の内容

項目	説明	産業大分類
①宿泊費	観光客が宿泊施設を利用する際の料金。あらかじめ宿泊料金に含まれている食事代、施設内での飲食費、サービス代、税金も含む。	M. 宿泊業、飲食サービス業
②飲食費	観光客がレストラン、食堂、ドライブイン等で支出した食事代、飲食代、菓子代など。ただし、あらかじめ宿泊料金に含まれている食事の代金及び宿泊した施設内での飲食費は除く。	M. 宿泊業、飲食サービス業
③交通費	観光客が訪問先の観光地点間を移動することを主たる目的として支出した交通費(ガソリン代、バス・電車・鉄道などの定期交通機関の運賃、タクシー代、有料道路料金、自動車レンタル料金)。	H. 運輸業、郵便業、 I. 卸売業、小売業
④入場、観覧費	観光客がレクリエーション及び文化施設、スポーツ施設を利用した際の入場料、観覧料。遊覧船や川下り、ロープウェイ等の、観光を伴う交通機関の利用料金も含む。	O. 教育、学習支援業、 H. 運輸業、郵便業、 N. 生活関連サービス業、娯楽業
⑤土産、買物費	観光客が土産、買物等に支出した額。	I. 卸売業、小売業
⑥その他	電話代、コインロッカー代など、①～⑤の分類に含まれない支出。	G. 情報通信業など

注)「観光消費額」とは、「観光客により旅行・滞在中に観光地点、宿泊施設においてなされる下記①～⑥の県内での消費支出の総額をいう。但し、以下の購入及び取得行為は除外する。」と定義されている。

a 営利目的すなわち再販売を目的とする購入及び業務旅行者が雇用主のために行う購入。

b 土地、住宅その他の不動産の取得、美術品その他の高価な物品(自動車、キャラバン・カー、ボート、別荘など)の購入。

c 親類・友人に与える現金及び組織に対する寄付。

日本標準産業分類は、平成19年11月改訂による。

資料)岐阜県観光レクリエーション動態調査要領

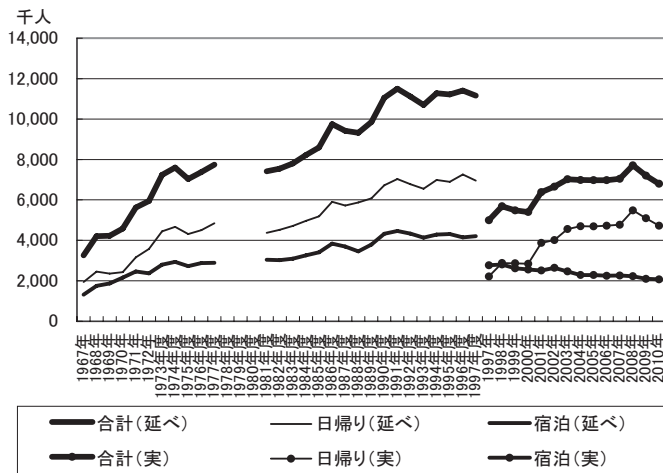
出典)岐阜県農林商工部交流産業課『平成11年岐阜県観光レクリエーション動態調査結果書』2000年6月、pp.58-59

観光消費額は、他の地域の消費者が当該地域に足を運んでなす財・サービスの購入であり、当該地域からみれば「移出」（他の地域への財・サービスの販売）である。この移出額の増大は、地域乗数を通じて当該地域の GDP を増大させ、地域経済の成長率を高める。観光産業の振興は、この意味で地域の経済発展の重要な政策手段の一つであり、全国の都道府県、市町村で重視されている。

3.4 飛騨地域の観光産業の推移

岐阜県においては、古くから岐阜県庁により「岐阜県観光レクリエーション動態調査」が実施されてきた。その調査結果のうち、主要なごく一部を掲載する。この調査は1997年に調査方法が大きく変更された。それは1996年11月に「全国観光統計基準」が制定されたために、この新基準に合わせて1997年分から変更されたものである。変更の主なものは、以下のとおり。①調査対象については、「年間観光客1万人以上または季節的観光客月間1,500人から5万人以上」から「年間観光客50,000人以上または季節的観光客月間5,000人以上」へ、②「延べ人数」から「実人数」へ、③調査期間が年度から暦年へ。

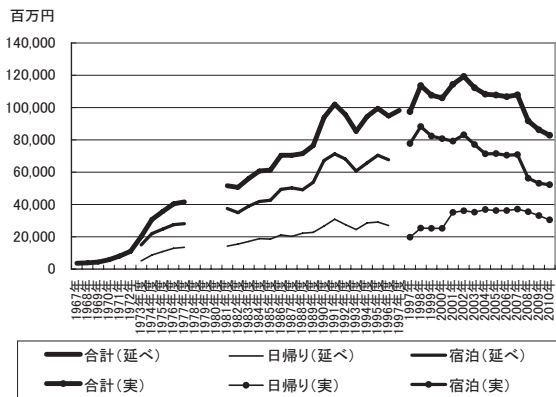
まず、飛騨地域の観光客数についてみてみよう（図表3-2）。延べ人員については、1967年の325万人から1997年度の1,116万人まで大幅な増加であった。実人員では、1997年の500万人から2008年の771万人の急激な増加であった。しかしリーマンショック後の2009年には720万人に、2010年は679万人に急減している。実人員の内訳をみると、日帰り客は2008年まで増加が続いていたが、宿泊客は1998年の281万人から2010年の207万人へ減少が続いており、後述するように、日帰り客より観光消費額の大きい宿泊客の減少を食い止めることが飛騨観光の大きな課題となっている。



注) 1997年から2010年は「全国観光統計基準」(暦年、実人員)による数値。
1978年度から1980年度は、地域区分が不一致のためにデータが欠落。
資料) 岐阜県観光課『岐阜県観光レクリエーション動態調査結果書』など

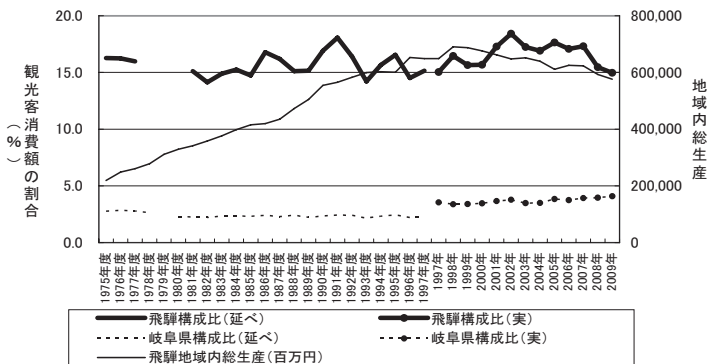
図表3-2 飛騨地域の観光客の推移(1967年~2010年)

観光地間と観光地内の競争と協力について



注) 1997年から2010年は「全国観光統計基準」(暦年、実人員)による数値。
1978年度から1980年度は、地域区分が不一致のためにデータが欠落。
資料) 岐阜県観光課『岐阜県観光レクリエーション動態調査結果書』など

図表 3-3 飛騨地域の観光客消費額の推移 (1967年~2010年)



注) 1978年度から1980年度は、地域区分が不一致のためにデータが欠落。
資料) 岐阜県観光課『岐阜県観光レクリエーション動態調査結果書』など、岐阜県市町村民経済計算

図表 3-4 飛騨地域の地域内総生産と観光客消費額の割合の推移 (1975年度~2009年)

飛騨地域の観光客消費額(図表3-3)についてみると、1967年の36億円から2002年の1,192億円まで順調に増加してきた。しかし、ここ数年は減少傾向にあり、2010年は828億円にまで減少した。この消費額は1989年の水準をやや上回る程度である。その重要な要因が宿泊客の観光客消費額が低迷していることである。2007年(1,079億円)から2010年に至る減少額は251億円、減少率は23.3%と大幅なものであった。

この観光客消費額が飛騨経済に占める重要性を、飛騨地域のGDPに占める割合で検討しよう(図表3-4)。なお、岐阜県市町村民経済計算においては、支出面は推計されていないので、移出額に占める観光客消費額の重要性は把握することができない。

飛騨地域のGDPに占める観光客消費額の割合は、最低が1982年度の14.1%であり、最高が2002年の18.7%である。2009年は急落して15.0%であった。岐阜県全体が2%台から4%台であることと比較すると極めて高く、飛騨経済にとって観光産業が建設業や製造業

に匹敵する主要産業であることは明確である。但し、観光客消費額はその総額が全額GDPになるわけではない。なぜなら、第1の理由は、観光消費のための財・サービスの原材料に「移入」が含まれ、GDP計算のためにはこれを控除する必要があるからである。言い換えると、上記の最大約18%は観光客消費額が飛騨地域のGDPに占める上限を意味している。例えば、食材の利用における「地産地消」が進み飛騨地域の農産物が食材に占める割合が向上するほど、上限の18%に近くなるであろう。しかし2010年10月に高山市の観光関係者に取材した結果では、食材においては流通経路に乗った飛騨地域外の農産物の割合は高く、飛騨産の割合は低いのではないかという話を聞いた。飛騨産の農産物は安定供給が難しいため、とのことであった。移入を控除した観光客消費額がGDPに占める割合の算出には飛騨地域についての産業連関表作成が必要となる。第2の理由は、観光消費の原材料の製造に参加する農業、製造業などの付加価値分を控除する必要があるからである。以上の2理由から、観光産業のGDPに占める割合は、最大約18%よりは小さくなる。しかし、飛騨地域にとって観光産業が重要な産業であることに疑いは無い。

このGDPに占める観光客消費額の割合は、2002年以降低下傾向にあることが観察されるが(図表3-4)、2002年に観光客消費額が多かった要因の一つは2002年4月から9月にNHK連続テレビ小説「さくら」で飛騨高山・古川が舞台となり、観光客が増加したことも一因である。この特需ともいえる2002年の観光客消費額1,192億円から2010年の828億円への364億円の減少(減少率30.5%)は、建設業の不振(総生産額は、最大値の1999年度1,267億円から2009年度466億円へ801億円、63.2%減少)に苦しむ飛騨経済にとって大きな課題であり、観光産業の一層の振興が望まれる。

しかし観光客消費額の総額が2010年で約828億円程度なので、その1割増加でも約80億円であり、観光産業のみで建設業総生産の低下を補うことは難しい。工場誘致、農業・畜産業・林業など、多様な産業施策が必要なことは明らかである。

こうした観光産業の停滞とその振興施策の難しさは、日本の「地方」と呼ばれる多くの地域においても同様の現象が進行していると推察され、筆者こうした事態が日本の各地域が抱える共通の課題であると考えられる。

この観光消費額の減少に関しては、全線開通した東海北陸自動車道(愛知県一宮市を基点都市、富山県砺波市まで184.8km、2008年7月に飛騨清見ICと白川郷ICの間が開通し、全線開通)の影響が検討されるべきであるが、本稿では残念ながらそこまでは検討できない。東海北陸自動車道により愛知県と富山県の間が約3時間で結ばれることとなり、大きな期待があったものの、飛騨地域の観光地には両刃の剣であり、プラス、マイナスの様々な影響があると考えられる。その一つは、飛騨地域での回遊時間の短縮や宿泊地への到着時間の短縮の結果、飛騨地域で宿泊をする必要がなくなった可能性が指摘されている。しかし、①2008年9月に発生したリーマンショック後の日本経済、とりわけ東海経済の低迷からの影響(トヨタショックについては塩見・梅原編著[2011]を参照)、更に②2011年

3月の東日本大震災による自動車生産の大幅な低下の影響は、飛騨地域の観光に大きな影響を与えてきた可能性があり、両者を考慮に入れた分析が望まれる。

本節の最後に、飛騨観光産業の経済波及効果の測定について紹介したい。飛騨地域全体の経済波及効果の測定事例はないと思われるが、高山市については、2012年7月に岐阜県庁が公表した観光産業の経済波及効果測定結果が存在する（清水浩二 [2012]）。岐阜県統計課では岐阜県産業連関表（2005年表）をもとに、岐阜県内への経済波及効果を推計できる「経済波及効果分析システム Ripple（リップル）」を提供しており、これを使用して試算している。清水浩二 [2012] によれば、高山市の平成23年（2011年）の観光消費額の基礎数値は、観光客数は348万人（うち日帰客164万人、宿泊客184万人）、観光消費額は594億円（うち日帰客123億円、宿泊客471億円）である。

観光消費による経済波及効果の算出結果は、直接効果594億円、間接効果345億円であり、合計の総合効果は939億円となっている（筆者注：2009年度のGDPは3,410億円）。就業誘発効果（雇用）は、直接効果8,046人、間接効果2,974人であり、合計の総合効果は11,019人となっている。なお2009年経済センサス基礎調査の従業者数（昼間ベース）は49,664人であった（筆者注：2010年国勢調査の就業者数（常住ベース）は49,467人）。

4. 観光地の地域間協力と競争

4.1 はじめに

本節では「研究課題2：飛騨地域の内部での観光産業企業等の競争と協力の実態を記述すること」を検討する。ここでの仮説は、「回遊型の観光商品の企画においては、隣接する観光地間の協力が必須の条件である」というものである。これを以下の手順で検討する。

(1) ①日本における日本人観光客の旅行スタイルは、滞在型ではなく回遊型が主流である、②日本における外国人観光客の観光客の旅行スタイルは、滞在型ではなく回遊型が主流である、という事実確認をする。(2) 次に回遊型の旅行商品を企画、PRする場合には、魅力が有りがつ分かりやすい旅行商品の企画・PRが重要であることを検討する。最後に(3) 飛騨地域を中心とする観光地間の協力の例を各種の協議会と「昇龍道」について紹介する。

4.2 日本における観光旅行の回遊型

人々は観光旅行に出かける時に、同一地での「滞在型」を選ぶか、あるいは複数の観光地を巡る「回遊型」を選ぶのだろうか。これを日本人国内旅行と外国人国内（インバウンド）旅行について検討しよう。観光地の回遊データは探し出すことができなかったため、宿泊地で代用することとした。

まず日本人の国内旅行について、全国の状況である。国土交通省観光庁編『平成23年版観光白書』（p.37）によれば、平成22年度の日本の国民1人当り国内宿泊観光旅行回数は1.56回と推計され、平均宿泊数は2.39泊とされている（国土交通省観光庁「旅行・観光消費動向調査」による、いずれも暫定値）。そして、同一施設における1人当りの平均宿泊数は、1.29泊となっている（p.155、国土交通省観光庁「宿泊旅行統計調査」による）。以上から、日本人の国内旅行については、2泊3日の旅行が多く、宿泊地を変える姿が浮かび上がる。

次に観光統計が充実している高山市の状況を述べる。高山市観光課「平成23年観光統計」によれば、旅行の全体日程は、日帰り21.7%、1泊45.2%、2泊22.9%、3泊以上10.2%であり、高山での日程は、日帰り37.7%、1泊48.9%、2泊10.5%、3泊以上2.9%である（p.12）。ここでも旅行日程が短く、同一地での2泊以上の宿泊は少ないことが窺える。すなわち日本人の国内旅行の宿泊地については、同一地「滞在型」ではなく、他の地域への「回遊型」が優勢である。

次に、外国人の日本国内旅行についてみてみよう。JNTO編『JNTO日本の国際観光統計（2010）』には、「訪日外客平均滞在日数」が掲載されている（p.80）。これによれば、2008年の7.2日から低下傾向にあり、2010年は6.1日であった。『平成23年版観光白書』によれば、平成22年の同一施設（同一地ではないのに注意）における外国人1人当り平均宿泊数は1.54泊となっている（p.155、国土交通省観光庁「宿泊旅行統計調査」による）。

以上から、外国人旅行者は宿泊場所を変更する「回遊型」旅行をしていることが窺える。なお、高山市については、外国人に限った統計データはなかった。

4.3 観光地の地域間協力の必要性

前節の統計資料から、日本においては日本人も外国人も「滞在型」の旅行を好むのではなく、「回遊型」の旅行を好むことが判明した。

もし全ての旅行について旅行者が宿泊地を完全に固定している「滞在型」を選ぶと仮定すると（例：フランスのバカンスのように）、旅行者の旅行商品の選択はいくつかの候補観光地の中からどこか一つの観光地を選択するか、ということになる。このケースにおいては、観光地は全て競争相手になり協力する必要は生まれない。

一方、日本においては、旅行者が複数の観光地で宿泊する「回遊型」を好む傾向が判明している。この場合においては、旅行者の意思決定においては、どの観光地とどの観光地をセットで旅行するか、また観光地の訪問順序をどうするか、どこに宿泊するかという問題が生ずる。この場合に、観光地の実情に精通した観光客は2泊3日、3泊4日などのコース設定を自ら行い、その地での旅行の楽しみに加えて計画する楽しみも味わうことができるだろう。観光地の実情に疎い観光客にとっては、観光ルート情報の貴重となるであろうし、魅力ある適切なコース設定をした旅行商品の需要が高まる結果となるであろう。そこで観光地サイドとしては、旅行企画企業に対して、自分の観光地を通る魅力ある「ルート」あるいは「面として観光地域」の提案が重要となる。これが、観光地間の協力が生まれる原動力である。しかし、観光地間の競争は決してなくなる。その理由は、日帰り客と宿泊客の観光消費額単価に大きな相違があり、観光地にとってはいかに宿泊客を確保するかが重要な課題であるからである。例えば、岐阜県観光・ブランド振興課「平成22年岐阜県観光レクリエーション動態調査」の調査結果では、平均消費額は日帰り客3,766円、宿泊客23,042円と6.1倍もの大差がある。そこで、それぞれの観光地はまずルートあるいは面で観光客を呼び込むために「協力」をするが、呼び込んだ観光客がルートあるいは面のどこに宿泊するかについては「競争」をする、ということとなる。すなわち、観光地は、団体戦をしつつ個人戦を戦う、ということとなるのである。

4.4 飛騨地域における観光地間の協力の事例

飛騨地域における観光地間の協力の例として、高山市における他観光地との広域連携を紹介する。図表4-1では4事例が紹介されているが、飛騨市、下呂市、白川村は、個別に他の多くの協議会に参加しており、観光協議会の総数は相当数に上ると推測される。こうした観光協議会は特殊な事例ではなく、日本の各地域で実施されている一般的なことである。構成団体は、市村のみのケースと、市村に加えて観光協会、商工会議所・商工会、国道事務所などのケースがある。

図表 4 - 1 高山観光の広域連携

名称	構成団体	設立	趣旨
(1) ぶり街道推進協議会	高山市、飛騨市、富山市、松本市、4市の商工会議所・商工会・観光協会、国土交通省の国道事務所	1999年9月	安房トンネルの開通を機に広域観光の推進、物産の振興並びに観光基幹道路の整備などの諸事業や観光に関わるその地域独自の文化・伝統の掘り起こしと活性化を図る。
(2) 飛騨地域観光協議会	高山市、飛騨市、下呂市、白川村	2005年3月	市町村合併に伴い、「飛騨広域観光協議会」と「飛騨・高山国際観光モデル地区整備推進協議会」を統合し、多様化する観光客のニーズに対応した、広域的かつ弾力的な事業実施を目的としている。
(3) 松本・高山・金沢・白川郷誘客協議会	高山市、松本市、金沢市、白川郷	1989年4月に「松本・高山・金沢国際観光ルート整備推進協議会」設立。2009年4月に白川郷が加わり、現名称となる。	外国人観光客の誘致を図るための国際観光地区の整備と国際観光の振興を図る。
(4) 越中・飛騨観光圏協議会	高岡市、射水市、氷見市、砺波市、小矢部市、南砺市、高山市、飛騨市、白川村ほか各自治体の観光協会及び商工会議所など	2010年3月	富山県と岐阜県の両県にまたがる県境を越えた観光圏を整備することで、新たな観光ルートを形成し、国内外からの観光客の来訪や滞在(2泊3日以上)を促進する。

資料) 高山市観光課「国際観光都市 飛騨高山 ゆくたび感動 = 住みよいまち = 行きよいまち =」2012年10月19日入手。

こうした観光協議会の必要性を、高山市役所の観光担当者の発言からみてみよう。片岡吉則氏(当時、高山市商工観光部参事)は、2010年11月26日に東京で開催された(財)日本交通公社主催の「平成22年度観光実践講座」において「国際観光都市 飛騨高山」の観光戦略」というテーマで講演した。その一部を紹介する。

「ファミトリップや視察・調査等の旅行には、海外からかなり来ていただいています。記者の方たちは大きな宣伝効果を持っています。その場合、高山だけでなく近くの白川郷や金沢、お土産を買うための名古屋などとの連携を心がけています。自分のところだけを売るのではなく、ルートとして売らないと、外国の方は来てくれません。」(p.69)

「ここ10年、私も中国に通っていますが、現地の旅行会社のアウトバウンド担当部長に「日本は銭とヒマがある国だね」とよく言われます。毎日、いろんな知事や市長が入れ替わり立ち替わり会いにきて、日本に現地視察に来てくださいと言う。でも体は1つしかないから行けない。だから若い人に研修として行かせるんですが、若い人には決定権がありませんよね。

その部長が言うのは「どうしてあなたたちはルートで売らないのか」ということです。やはり、ただ現地に行って、うちに来てくださいと言うだけでは、お客さまを送ってられません。

やはり、「線」で売って「面」でアピールすることが必要で、行政の区域ごとで売り込んでいてもダメだということです。中国の人に人気があるのがゴールデンルートですが、今、我々は松本市や金沢市と連携して、関西から北陸、中部を通り、名古屋から東京に出て最後にお土産を買って帰るというルートを売ろうとしています。「新ゴールデンルート」と名付けていますが、やはり、ルートと面で売らないといけません。「高山に来てください、温泉もあるし自然もある」と言っても、彼らはその町にだけ来るわけじゃないんです。

・・・

私がよく言うのは「近くの観光地は、ライバルではなくパートナーだ」ということです。よその観光地には自分のところにはないものがいっぱいあります。ですから、インバウンドの取り組みには、まず近くの観光地をパートナーと見ることから始まると思います。」(pp.73-74)。

近隣にある観光地との連携の重要性については、白川郷観光協会の元職員である阿武悦司氏にも取材（2012年3月23日など）で何回か伺った。「白川郷としては、2時間圏内の観光地との連携を広げてゆきたい。個人旅行の時代には、連携、協力が重要」とのことであった。

第4.3節と本節において、回遊型観光客の多い現代日本の観光地においては近隣の観光地と連携・協力が必要であり、重要であることは判明した。それでは連携・協力の結果、観光客が他の観光地に比較してより一層増加したか否かという連携・協力の効果については、残念ながら本稿では明らかにできなかった。

4.5 広域観光ルートの実例：「昇龍道」

2012年に入って、北陸と中部を結ぶ観光ルート（ドラゴンルート）として、「昇龍道プロジェクト」が注目されている。推進団体は、昇龍道プロジェクト推進協議会（2012年3月9日設立、事務局は中部運輸局、北陸信越運輸局、中部広域観光推進協議会）である。その経緯と概要を紹介する。

中日新聞2012年1月20日付け「“ドラゴンルート”集客作戦」によれば、このドラゴンルートの発案者は、石川県七尾市・和倉温泉の旅館「多田屋」社長の多田邦彦氏（ドラゴンルート推進協議会会長）である。多田氏は、2009年に、地図上で中部空港－能登半島ルートが昇龍の姿に重なると気づいた。2010年8月に、石川県、富山県、岐阜県のホテルや料理店の経営者に呼び掛けてドラゴンルート推進協議会を設立し、中部運輸局や中国駐名古屋総領事館に観光客誘致を働きかけてきた、という。

中日新聞2012年2月6日付け社説「「昇龍道」観光 竜の手になり足になり」によれば、支援してきた中部運輸局が、張立国・駐名古屋中国総領事から「中国人は昇り竜を好む」と太鼓判を押され、国家プロジェクトに格上げた、という。

2012年3月9日に昇龍道プロジェクト推進協議会が設立された。中部運輸局資料（中部運輸局 [2012]）によれば、「昇龍道」によるプロモーションの狙いと効果は、以下の3点

であるという。

1. 9県（愛知県、岐阜県、三重県、静岡県、長野県、石川県、富山県、福井県、滋賀県）が昇龍道として連携することで、観光資源をより効果的にプロモートすることが可能

2. 地域の一体感を高め、ホスピタリティと受入れ体制のレベルアップを自ら進める環境をつくる

3. 昇龍道の認知度が高まり、人気の旅行地として旅行者、特にリピーターが増える

なお、昇龍道プロジェクト推進協議会の役割は、「昇龍道プロジェクトの進捗状況の総合管理、メールマガジン、HPの開設など広報宣伝を通して、参加者への様々な情報提供、自ら海外プロモーションを実施」とされている（中部運輸局 [2012]）。

4.6 観光地の地域間競争と全国の旅行消費額の減少について

観光地の地域間競争は、概念的には「激しい」と考えるが、「競争」の定義、内容を検討した上で、実態把握をする必要がある。しかし本稿ではその検討はできなかった。

なお、全国の旅行消費額は、2006年から減少している。そのために恐らく観光地間の競争は激化し、観光企業間の競争も激化していると推測される。

5. 観光地内の協力と競争

5.1 はじめに

本節では、観光地内での企業間の「協力」と「競争」の実情について検討する。前節と同様に、「協力」については様々な試みがあって、その実例の紹介をすることができる。しかしその効果の測定は難しく、十分検討することができなかった。「競争」についての実態把握は、難しい。本節では、「価格競争」については高山市の宿泊単価の低下を紹介する。また「サービス競争」については、白川郷の民宿のサービス競争を紹介する。「競争の帰結」については、下呂温泉の旅館・ホテル数の減少について報告する。

5.2 旅館・ホテルの価格競争：高山市の宿泊単価の低下

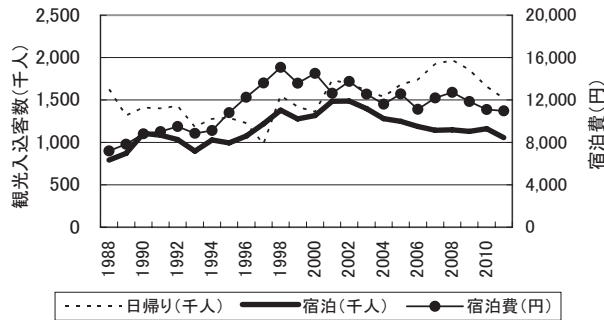
競争の状態を分析する基本は、「同一商品」についての供給側と需要側の競争状態を観察することであろう。「同一商品とは何か」については、財の場合は消費から得られる効用が同一であるように、品質・性能が同じことを意味すると考えられる。チョコレートのような商品は比較的考えやすい。しかし「宿泊サービス」については、「同一宿泊サービス」の構成要素が多数あって、どんな状態が「同一サービス」を指すかは、なかなか把握しにくい問題である。

宿泊サービスについての統計データのうち、見出せたのは高山市の宿泊費についての時

系列データであった。「高山市観光統計」によれば、高山市の観光消費額のうち、宿泊費の最高額は1998年（旧・市域）の15,083円であり、その後、低下を続けて2011年（現・市域）に10,979円にまで低下した（図表5-1）。このデータでは宿泊日数は考慮していないが、「高山市観光統計」では、宿泊日数が掲載されているので（1泊、2泊、3泊以上）、1泊当たりに修正が可能である。また2005年に合併があり、厳密にはデータが連続しないが、継続した低下傾向はほぼ間違いがないと考えられる。

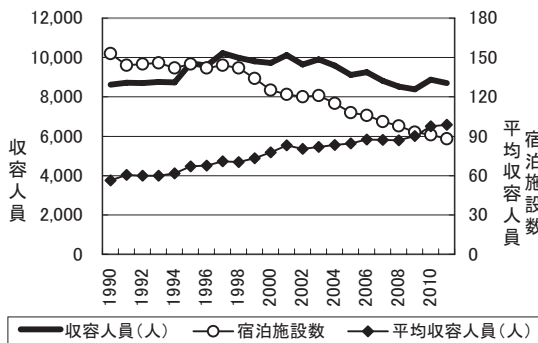
旧・市域についての観光客入込客数をみると（図表5-1）、そのうち宿泊客数は2002年の1,488千人をピークに減少傾向にあり、ほぼ継続して減少して2011年の1,056千人に達した。この9年間の減少率は、29.0%であった。

旧・高山市について宿泊の収容人員をみると（図表5-2）、1997年の10,227人を最大値として、2001年の10,124人からほぼ継続して減少して2009年に8,380人に達した。2011年はやや増加して8,699人となっている。すなわち宿泊者数の減少に並行して、宿泊サービスの供給量の減少も生じていることが分かる。

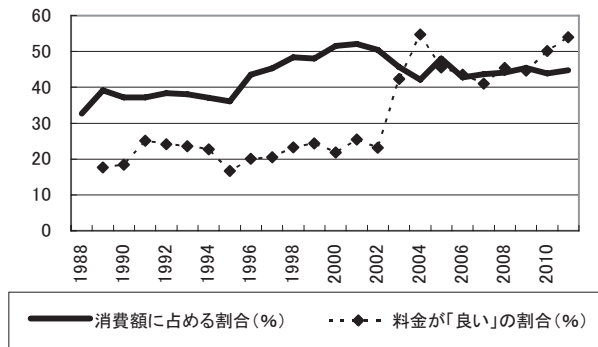


注) 観光入込客数は、旧・高山市による。
 宿泊費は、2004年までは旧・高山市、2005年以降は現・高山市による。
 資料)「高山市の観光統計」

図表5-1 高山市の観光入込客数と宿泊費
 (1988年～2011年)



注) 1月1日現在。但し、2001年から2004年は4月1日現在。
 資料) 高山市商工観光部観光課『平成23年観光統計』
 図表5-2 旧・高山市の宿泊施設数・収容人員の推移
 (1990年～2011年)



注) 2005年2月1日に合併。2005年から2011年は現市域による。

資料) 高山市商工観光部観光課「平成23年観光統計」など

図表 5-3 宿泊費割合と料金が「良い」の割合の推移
(1988年～2011年)

なお、図表 5-3 に示したように、宿泊料金が観光消費額総額に占める割合は、ここ15年間ほど40%から50%であり、宿泊料金はほぼ半額を占める大項目である。またアンケート調査に対する回答者のうち「料金が「良い」の割合」は、ここ10年ほど40%から55%の間にある。ほぼ半数の人が満足している。

以上のように、高山市の宿泊者数が減少傾向にあり、同時に宿泊の収容人員が減少傾向にある中で、観光客の1人当たり宿泊料金が低下傾向にあるのは確実である。宿泊サービスにおける「競争」が激しくなっているか否かに関して、このデータ上の問題点を考えると以下のようなになる。サービスが同一か否か、の問題点である。

問題点1：宿泊室のタイプが同一か否か。すなわち和室か洋室（ビジネスホテルタイプまたはホテルタイプ）か。また宿泊室の広さ、バス・トイレ付か、備品などが同一か、変化があったか。

問題点2：食事の宿泊室への配食サービスの有無。

問題点3：駅や観光スポットへの近さ、駐車場の有無。

仮に、2000年以降の宿泊サービスの質がほぼ同質であると仮定すれば、高山市への宿泊者数（需要）の減少が、供給の減少を上回って、宿泊単価の低下を招いている可能性がある。すなわち、主として需要低下による価格競争が激しくなっている可能性がある。

実情把握が必要なもう一つの問題点が、インターネットの影響である。全国的な旅行サイト、あるいは個別旅館・ホテルのホームページにおいて、価格を明示して宿泊客の募集が行われている。宿泊日の直前に宿泊料金の値引きが実施されることがあるが、この影響で宿泊料金が低下する傾向があると推測される。本研究では実態把握ができなかったが、今後の課題の一つである。

5.3 宿泊客に対するサービス競争：白川郷の合掌民宿

飛騨地域の主要な観光地の一つであり、世界遺産を抱える白川郷の取材では、「価格競

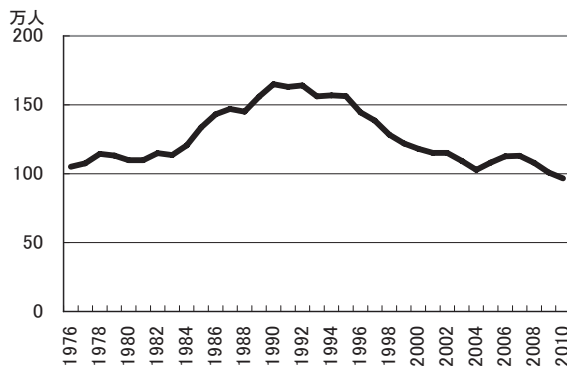
争をさせて、サービス競争をしている」というお話を伺った。

白川郷では、以前は民宿の料金は統一で7,700円程度であった。現在は民宿が8,400円から10,000円程度であり、旅館（2軒）が10,000円から20,000円程度である。傾向としては値上がり傾向にある。取材によれば、当地では「価格競争はしない」という。その根底には「結（ゆい）」の精神があって、ある合掌民宿で聞いたところではお客が多い場合は、近隣の民宿を紹介して泊まってもらおうということであった。

では競争がないか。ある合掌民宿のご主人に伺ったところ（伊藤薫 [2012 a] を参照）、民宿は「サービス競争」を心がけているという。「競争をしないと廃ってゆく」とのことであった。お互いに成功事例を教えあっている、という。筆者の経験では、夕食時にご主人やご家族から、合掌造りの建物について、昔話や動植物についてお話を聞くのは、何度聞いても興味深く、同宿の皆さんは身を乗り出して聞いていた。お金に換算できない喜びである。しかし観光協会のお話しでは、こうした「サービス競争」を無理にしているのではないという。宿泊客は、運が良ければ民宿のご主人、家族から白川郷の昔の生活や動植物のこと、祭りのことなどのお話を伺える、とのことであった。

5.4 宿泊客減少の帰結：下呂温泉の旅館・ホテルの減少

下呂温泉は日本三名泉の一つに数えられる、日本有数の温泉である。下呂温泉の宿泊客数（図表5-4）は、1990年度の165万人をピークに、2010年度は96万5千人まで減少した。20年間の減少率は41.5%に達する。減少の大きな理由は、日本人の旅行形態の変化にあると筆者は考えている。すなわち、職場の団体旅行が激減し、家族あるいは少人数グループ旅行が増加したことである。下呂温泉は名古屋市を中心とする東海圏の企業・官庁の宿泊旅行（例：慰安旅行）の代表的な旅行先であった。しかし現在では職場の団体旅行は、絶滅あるいは絶滅に近い状態にあり、大人数の団体で一部屋に数人が宿泊する旅行形態は激減した。つまり利益率の高い宿泊客が長期にわたって減少を続けてきたことになる。



資料) 下呂温泉旅館協同組合資料

図表5-4 下呂温泉の宿泊者数
(1976年度～2010年度)

そのような状態で、下呂温泉の旅館・ホテルの軒数がどのように変化したかを以下に述べたい。但し、現時点ではデータ収集が進まなかったので、詳しい分析は今後にまつしかない。

下呂温泉旅館共同組合 [1999] によれば、下呂温泉の旅館・ホテルの宿泊施設の最高は、1988年の95軒である。また収容人員の最高は、1993年の10,145人である。旅館・ホテル軒数でみると、1998年に80軒に減少しており、この時点でも15軒の減少となっている。また収容人員は9,859人であった。

2004年3月1日に4町1村が合併して下呂市が誕生した。下呂市の温泉宿泊施設の状況を『下呂市勢要覧』でみると、寮・保養所を含めて、2005年に122施設、収容人員は18,489人であった。2011年は105施設、10,830人に減少している。

以上から、下呂温泉の旅館・ホテルの宿泊施設数は、長期的にみて減少傾向をたどってきたのは、ほぼ間違いがないと考えられる。

図表5-4に示したように、宿泊者数が長期的に減少すると並行して宿泊施設数が減少してきているのは自然な傾向である。宿泊施設数の減少はホテル・旅館の経営を困難にして、競争を激化したのは容易に推測されることである。下呂温泉には、現在、全国チェーンの低価格ホテルが2企業、3ホテルを経営している。いずれも経営に行き詰まったホテルの資産を安く購入して低価格で集客している。1社は1泊2食で7,800円であり、もう1社は8,980円からの料金設定である。こうした低価格路線に従来のホテル・旅館も影響を受けざるを得ない。しかし価格競争に巻き込まれると、地域としてデフレスパイラルに陥る危険性がある。

5.5 飛騨地域の観光地における住民・観光産業・官民の「協力」

飛騨地域の観光地においては、住民、観光産業の企業やホテル・民宿の相互間、官民の協力体制という形で様々な「協力」が行われている。代表的なものが、(1) 観光資源の保存・育成における地域住民や事業者の協力、(2) ホテル・旅館などの事業実施における協同組合組織などでの協力、(3) 観光地内部での官民の協力体制の構築、である。

(1) 観光資源の保存・育成

これについては、以下のものが例として挙げられる。詳細は、伊藤薫 [2011、2012 a、2012 b] を参照。

例1：白川郷の合掌造りは、開発の遅れた荻町地区で保存されてきた。地域の人々は、1971年に「白川村荻町集落の自然環境を守る住民憲章」を掲げ「白川郷荻町集落の自然環境を守る会」が住民の総意に基づき発足した。住民憲章には合掌住宅を「売らない」「貸さない」「壊さない」の三原則が定められた。住宅の熱心な保存活動の結果、1976年に国の重要伝統的建造物群保存地区に指定され、また1995年に「白川郷・五箇山の合掌造り集落」としてユネスコの世界文化遺産に登録された。(伊藤薫 [2012 a] を参照)

例2：高山市の三町の重要伝統的建造物群は、昭和30年代の子供会の宮川の清掃活動を切っ

掛けに、1964年に鯉などの放流を行った。その後1969年の「宮川を美しくする会」の結成という大人たちの運動に発展し、更に屋台の保存、町並み保存へと進んで日本を代表する古い町並みの保存に成功した。1966年に「上三之町町並保存会」が発足したが、その規約には「…会員が地域内において新築、改築する場合、前側だけでも町並にふさわしいよう自主的に創意工夫する…」とされ、住民主導の自主的な町並み保存活動が始まった。1979年に「高山市三町伝統的建造物群」に選定された。(伊藤薫 [2012 b] を参照)

例3：飛騨市古川町は、「相場」(そば)を活かした町づくりで、古い町並み保存に成功した。「飛騨古川町民には、精神文化の根底に祭り文化の継承・生活景観への美的感覚が“そば意識”(周囲との調和と変わることを拒み続ける)として引き継がれてきていました」(村坂有造 [2011]、p.vii)。飛騨古川では、1968年に瀬戸川への鯉の放流が始まった。また長年の間に飛騨風の様式の木造建築が並び、町並みは次第に整ったが、建物の腕木の下には「雲」と呼ばれる文様を彫り込んだ部材が装飾的につけられ、木口を白く塗った木造真壁造りは飛騨の町家としてだれも皆当然のように認識していた(西村幸夫 [1997]、pp.105-106を修正)。こうした住民によるまちづくりの活発な活動は、台湾の教科書にも紹介されている。

以上の3事例は、観光開発を主目的としたものではなく、住民の自発的・自主的な町づくり活動の一環であったが、その結果として優れた観光資源の保存に成功し、現在の観光産業の隆盛をもたらした。共通する要因は、「歴史的資源の保存に成功」したことであるが、この歴史的な観光資源の存在はアラン・フォーバス⁽⁴⁾が観光産業の成功要因として第一に挙げている。

例4：下呂温泉では源泉の乱開発が湯量の減少を招き、将来が危惧されたが、源泉の権利を調整して、1972年に事業協同組合の設立にこぎつけ、温泉湯の集中管理に成功し、その後の観光客増加の対応を可能にした。現在の下呂温泉の温泉湯は、源泉から集められたお湯を一か所にまとめてブレンドし、ホテル・旅館・保養所に配湯している。(伊藤薫 [2012 a] を参照)

次いで、高山市のバリアフリーの町づくりが、観光資源を作り上げる活動として特筆される。

例5：高山市は「住みよいまちは 行きよいまち」という優れた理念を掲げている。1994年に高山市の新市長に当選した土屋守前市長は、観光客の減少に対処するために、1996年から高齢者や障害者の集客を意識したモニターツアーを始めた。失敗など様々な経験をつみながら、古い町並みで有名な三町の建物のバリアフリー、道路の平面歩道の実施、ホテルの客室(ユニバーサルルーム)や大浴場のバリアフリー化など、市役所、市民、観光企業が参加する活動に発展してきた。日本においては今後高齢化が一層進むと予測されているが、高山観光にとっては次第に効果を現すものと期待される。(伊藤薫 [2012 b] を参照)

(2) 協同組合方式によるホテル・旅館の「協力」体制

これは各地で見聞するが、現在までに筆者が知り得たところでは、下呂温泉旅館協同組合が非常に活発な活動を続けており紹介したい。下呂温泉旅館協同組合は1963年に法人化されたが、その前身は1932年発足の下呂温泉宿屋営業組合である。その事業例として、以下のものがある。

①ガス事業法に基づくガス事業、②一般・特別宣伝事業（イベント事業など）、③共同購入事業（固形燃料（全組合員の9割に供給）、箸、トイレ紙、タオル、下呂温泉ミストなど）、④インターネット事業、⑤陳情・要望活動と、多岐にわたっている。

組合員に対してサービスする協同組合であるが、ホテル・旅館の受ける利益は大きいのではないだろうか。またこの協同組合は、「下呂温泉」を地域団体商標として商標登録をし、東日本大震災に際しては、2011年5月に宮城県へ温泉の出前を実施した。

以上のように、この協同組合は、非常に活発な活動を続けている。

(3) 観光地内の官民の「協力」体制

観光地はどこでも市町村（行政）、観光協会、各種の組合が、協力体制を構築している。その例として、白川郷と下呂温泉を紹介する。観光地は、官民をあげて「団体戦」に取り組み、地域間競争を有利に展開しようと努力している。

例1：白川郷の観光産業の官民協力

白川郷の観光産業を支える主な団体や旅館・民宿の役割分担は、以下のようである。

- ①白川村役場産業課：白川村の観光PR（海外でのPRを含む）。取材対応（年間に数十回、岐阜県庁と共同が多い）。観光計画の策定。
- ②白川郷観光協会：観光案内所での観光客、電話の現場対応。旅館、民宿への宿泊客の紹介。人脈づくり。
- ③民宿連絡協議会、旅館組合：お互いに悩みを相談する場所として機能。共同購入はほとんどない。要望を出す。
- ④旅館・民宿など：お客さんのおもてなし。旅館2軒、民宿21軒、飲食店36軒、土産物店23軒。民宿の集客は、個別には行っていないようである。

取材で白川村役場、白川郷観光協会、合掌の宿に何回もお世話になった。その印象は、それぞれの方々がそれぞれの持ち場で熱心に働いてみえる、ということである。白川郷の観光産業のチームワークはとても優れたものであるという印象を持った。

例2：下呂温泉の観光産業の官民協力

下呂温泉の観光産業を支える主な団体や旅館・民宿の役割分担は、以下のようである。

- ①下呂市役所観光商工部観光課：下呂市観光計画の策定など長期的視点の仕事。広域連携。下呂温泉の観光PR（海外でのPRを含む）。各種イベントの実施。「ホスピタリティ都市」宣言の策定・実施。

- ② (社) 下呂温泉観光協会：下呂温泉のPR。広域連携。各種イベントの実施。
- ③ 下呂温泉旅館協同組合：組合員（ホテル・旅館など）に対する宿泊の斡旋、ガス事業、共同購買（品目多数）、陳情・要望活動など。下呂温泉のPR。各種イベントの実施。
- ④ 下呂温泉事業協同組合：温泉湯の集中管理。
- ⑤ ホテル・旅館・民宿・民宿・飲食店・土産物店など：宿泊客、観光客へのおもてなし。宿泊客の集客は、それぞれのホテル、旅館で行っている。

以上の下呂市、観光協会、旅館協同組合など観光関係団体は、各種の委員会によって、重層的で継続的な活動を続けており、下呂温泉全体の観光産業は地域の「団体戦」に熱心に取り組んでいるとの印象を持った。

6. 結論と残された課題

6.1 結論

本研究では2つの研究課題に取り組んだ。

研究課題1は、「飛騨地域を中心とする観光地の相互の協力関係と競争関係を記述すること」であった。この研究課題に対しては、以下のように答えることができる。

(1) 日本においては、日本人の国内旅行も外国人の国内旅行も同一地「滞在型」の旅行を選ぶのではなく、他の地域への「回遊型」の旅行を好む傾向が強い。そこで観光客に対しては、「ルート（線）」あるいは「面としての観光地域」の提案が重要となる。

(2) しかし宿泊客の観光消費額単価は日帰り客に比較して岐阜県の場合は6.1倍もの大差がある。そのためそれぞれの観光地はルートあるいは面で観光客を呼び込むための「協力」をするが、呼び込んだ観光客をどこで宿泊するかについては「競争」をする。すなわち観光地は、団体戦をしつつ個人戦を戦うということになる。

(3) 例えば、高山市は松本市、白川村、富山市、金沢市と協議会を結成して「協力」をしている。また広域観光ルートの例としては「昇龍道」がある。

(4) 観光地間の協力の成果は、明らかにできなかった。

研究課題2は、「飛騨地域の内部での観光産業企業等の競争と協力の実態を記述すること」であった。

(1) 競争の実態の例としては、①高山市の1人当たり宿泊単価は、1998年から2011年に27.2%低下した。また高山市の平均宿泊収容人員も減少傾向にある。②下呂温泉においては、宿泊者数は1990年度の165万人をピークに2010年度は96万5千人まで減少した。これと並行して旅館数は、下呂温泉でも下呂市全体でも減少傾向にある。宿泊単価の低下傾向が推測される。しかし観光地内部での競争の実態は、本研究では充分明らかにできなかった。

(2) 白川郷では、合掌民宿は価格競争をしていない。お客が多い場合には、相互に近隣

の民宿に紹介をしている。価格競争ではなく、宿泊客に対するサービス競争をしていると聞いた。

(3) 飛騨地域では、白川郷の合掌造り、高山市三町伝統的建造物群、飛騨古川の相場を活かした町づくりに成功したが、地元の人々の長年にわたる自発的、自主的な町づくりの努力が、結果として歴史的な観光資源の保存に成功した。下呂温泉では源泉の乱開発が湯量の減少、湯温の低下を招き、将来が危惧されたが、温泉事業者が温泉湯の集中管理を実現した。更に、新しい動きとしては、高山市がバリアフリーの町づくりに官民で取り組んで成果を挙げてきた。

(4) 下呂温泉では、旅館協同組合が非常に活発な活動を続けてきた。

(5) それぞれの観光地では、行政（市町村）、観光協会などの諸団体、観光産業企業が、それぞれの持ち場で官民をあげて「団体戦」を展開している。

以上の2つの研究課題に対する結論は、以下のようにまとめることができる。「飛騨地域の観光地や観光産業は、地域間でも地域内でも重層的に競争をしており、また地域間でも地域内でも重層的に協力をしている」。

6.2 残された課題

本研究では統計資料と多数の取材により、観光産業をめぐる「競争」と「協力」の実態を明らかにしようと試みた。しかし本報告は、未だ不十分である。

飛騨地域の観光産業の「競争」の実態は観光地間においても、観光地内においても未だ明確とはいえない。競争の中身は、価格競争、サービス競争、品質競争、商品開発競争、販路開拓競争を始め構成要素が多数あると考えるが、研究作業としてはまず必要なのは、その内容の列挙と観光地における実態把握が必要である。

また「協力」の実態は、記述がしやすく、本稿において多数の事例を紹介することは可能であった。今後は、その分類作業が必要である。また重要な研究課題は、「協力」の成果であるが、今後の研究課題はその内容、測定方法を明確にすることである。

注

(1) マイケル・ポーターの産業クラスターの代表的な定義は、「クラスターとは、競争しつつしかし同時に協力している、特定分野における、①関連企業、②専門性の高い供給業者、③サービス提供者、④関連産業に属する企業、⑤関連機関（例：大学、規格機関、業界団体）の地理的な集中（状態）である」（筆者訳）。

原文は以下のとおり。（Michael E. Porter, 1998, pp.213-214）

Clusters are geographic concentrations of interconnected companies, specialized suppliers, service providers, firms in related industries, and associated institutions (for

example, universities, standards agencies, and trade associations) in particular fields that compete but also cooperate.

(2) 筆者が2012年に先行研究や学会報告における産業クラスターに関する内外の多数のアンケート調査を調べたところ、下記の特徴を見出した。

特徴1：先行するアンケート調査では、「協力」について手厚く質問しているが、「競争」の質問が弱い。(但し、価格競争や非価格競争の強い弱いについての数値指標は可能か?)

特徴2：先行するアンケート調査では、「イノベーションの内容・成果」の質問が弱い。筆者が考えるイノベーションの例としては、以下のものがあるが、こうした質問は少なかつた。

- ・新製品の開発 (新技術の開発はできても、「商品化」が難しいと聞く)
- ・新技術 (製造方法) の開発
- ・生産組織の改善
- ・特許の取得
- ・新素材の利用
- ・新原料の供給原
- ・新販路
- ・新販売方法の採用
- ・新情報伝達手段：フェイスブック (SNS) など

(イノベーションの強い弱いについての数値指標は可能か?)

(日本のクラスターにおけるイノベーションの具体例を知りたい。)

特徴3：先行するアンケート調査では、マクロ的な「需要の増大・減少」「需要の変化」によるクラスターへの影響の記述が少ない。(分析が供給サイドに偏っている)

(3) 平成23年 (2011年) より岐阜県の観光入込客の統計調査は、大幅に変更されて、その名称は「岐阜県観光入込客統計調査」になった。この新調査によれば2011年の飛騨圏域の観光入込客数は実人員で482.9万人 (「岐阜県観光レクリエーション動態調査」による2010年は679.3万人)、うち日帰客数が246.8万人 (同472.3万人)、宿泊客数が236.2万人 (同207.1万人) となっている。観光消費額は892.0億円 (同828.2億円)、うち日帰客が177.2億円 (同305.1億円)、宿泊客が714.7億円 (同523.1億円) となっている。

(4) 塚屋太一 [2003] (pp.17-18) に、戦後最大のツーリズムプロデューサーと言われたアラン・フォーバス氏が沖縄の観光開発に助言した主張が記されている。

「観光開発に道路とか飛行場とかホテルをつくるのは二の次、それらは観光のサポート・エクイプメント、支える施設であって、観光そのものの施設ではない。まず観光そのものの施設、あれがあるから沖縄にゆきたいというアトラクティブをつくれ」。アトラクティブとは何かと訊いたら、「第一はヒストリー、歴史である。第二にはフィクション、物語である。第三には、リズム&テイスト、音楽と料理である。第四には、ガール&キャンブルだ。第五にはサイトシーイング、景色のいい所だ。そして第六にはショッピング、品揃えがよくて安価な商店街だ。このうちの三つを揃えろ」と教えられた。」

筆者は、日本の場合は上記の6項目に加えて「温泉」も入ると考えている。

参考文献

- 中部運輸局、2012、「中部・北陸圏の観光の推進について～昇龍道プロジェクトによるインバウンドの促進」、44ページ。
- (財) 中小企業総合研究機構 (編集代表 小川英次)、2003、『日本の中小企業研究 第1巻 成果と課題』(中総研叢書2)、同友館。
- 下呂温泉旅館協同組合記念誌編集委員会編、1999、『創立35周年記念誌』、下呂温泉旅館協同組合。
- 平川均・多和田眞・奥村隆平・家森信善・徐正解、2011、『東アジアの新産業集積 地域発展と競争・共生』、学術出版会。
- 石倉洋子・藤田昌久・前田昇・金井一頼・山崎朗、2003、『日本の産業クラスター戦略』、有斐閣。
- 伊藤薫、2011 a、「人口減少と地域間人口移動」、吉田良生・廣嶋清志編『人口ライブラリー9 人口減少時代の地域政策』原書房の第3章、pp.55-80。
- 伊藤薫、2011 b、「岐阜県飛騨地域の人口と経済・産業について－人口減少と所得水準低下の相互関係の分析－」、*Review of Economics and Information Studies* (岐阜聖徳学園大学経済情報学部紀要)、Vol.11、No. 3・4、pp.25-66。
- 伊藤薫、2012a、「岐阜県飛騨地域の観光産業について－白川郷と下呂温泉を例として－」、*Review of Economics and Information Studies* (岐阜聖徳学園大学経済情報学部紀要)、Vol.12、No. 3・4、pp.1-26。
- 伊藤薫、2012 b、「岐阜県飛騨地域の観光産業について－高山市を例として－」、*Review of Economics and Information Studies* (岐阜聖徳学園大学経済情報学部紀要)、Vol.13、No. 1・2、pp.35-63。
- ジェームズ・マック、瀧口治・藤井大司郎訳、2005、『観光経済学入門』、日本評論社。
- 片岡吉則、2011、「「国際観光都市 飛騨高山」の観光戦略」、(財) 日本交通公社『平成22年度観光実践講座講義録 街を活かす 街を楽しむ』、pp.61-74。
- 国土交通省観光庁、2009、『観光入込客統計に関する共通基準』。
- 国土交通省観光庁、2011、『平成23年版 観光白書』。
- 経済産業省・特許庁、2010、『2010 地域団体商標』。
- Michael E. Porter, 1998, "*On Competition*," Harvard Business School Press (日本語版は、マイケル・ポーター (竹内弘高訳)、1999、『競争戦略論 I・II』、ダイヤモンド社)。
- 溝尾良隆編著、2009、『観光学の基礎』(観光学全集第1巻)、原書房。
- 堺屋太一、2003、『東大講義録－文明を解く－』、講談社。
- 清水浩二、2012、「経済波及効果の推計について」(高山市役所における会議報告資料)。
- 塩見治人・梅原浩次郎編著、2011、『トヨタショックと愛知経済 トヨタ伝説と現実』、晃洋書房。

(新聞記事)

2012年1月20日、中日新聞、「“ドラゴンルート” 集客作戦」

2012年2月6日、中日新聞、社説「「昇龍道」観光 竜の手になり足になり」