

飛騨高山学会 「ニューツーリズム」に最適な 平湯温泉

名古屋外国語大学
現代国際学部 国際教養学科
佐藤ゼミナール
清水深咲 ナオミアニサ

目的

- 欧米人観光客を念頭に置いた
奥飛騨温泉郷平湯温泉での
ニューツーリズム推進のための現状分析
- 平湯温泉を「ニューツーリズム」に最適な場所として
売り出していくことの有益性を示す

ニューツールイズムの概念

ニューツーリズムとは

- 社会や人々の意識の変化とともに生じた「持続可能な観光」SDGs(持続可能な開発目標)の理念により近い観光形態
(尾家2010: pp.26-28)

- テーマ性が強く、体験型・交流型の要素を取り入れた新しい観光形態 (観光庁2010: p.78)

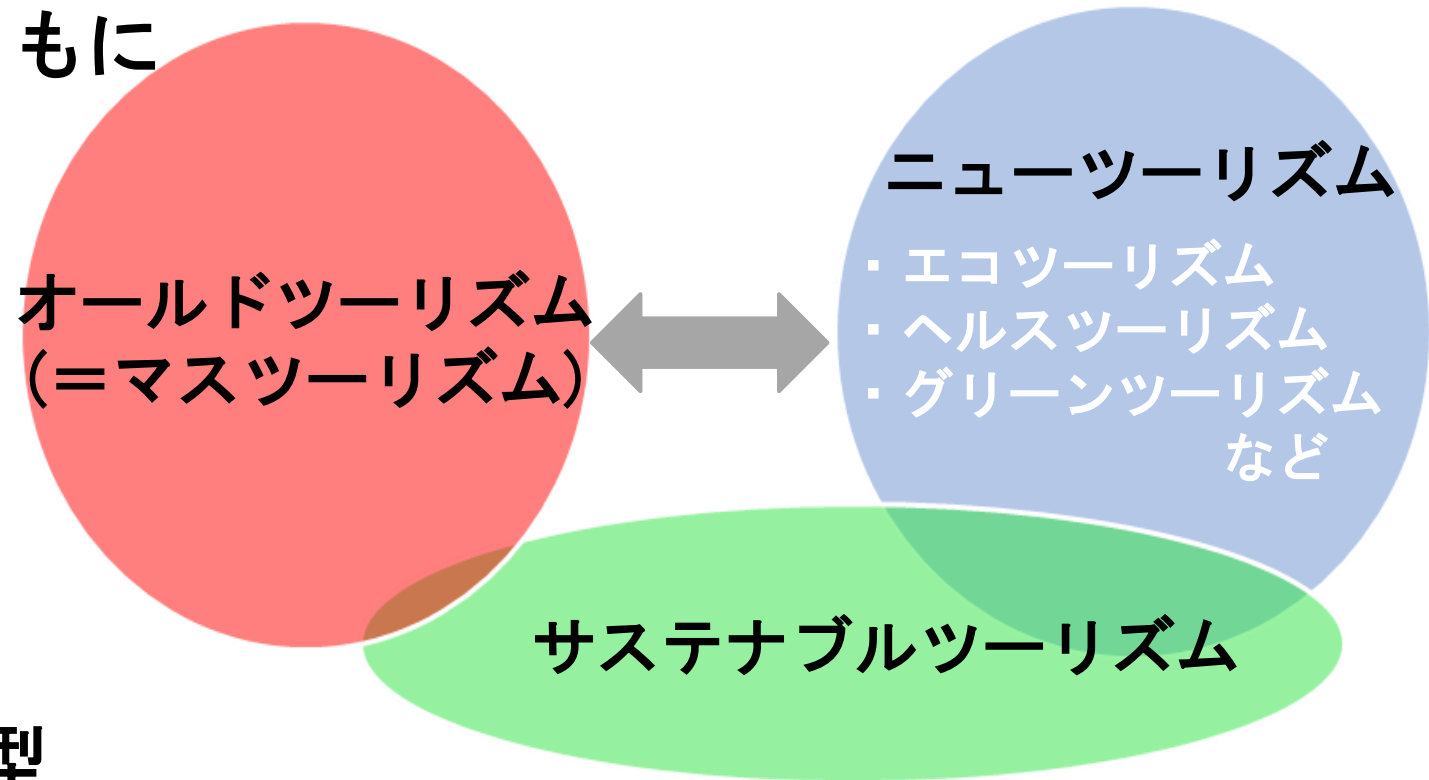


図1: オールドツーリズム・ニューツーリズム・サステナブルツーリズムの関係性
(島川崇『新しい時代の観光学概論』を基に、筆者作図)

ニューツーリズムの具体的な事例

- エコツーリズム

北海道の阿寒 マリモのエコツアー

- ヘルスツーリズム

長野県木曽町 木曽馬とウォーキング、地元野菜を使用した食事

- グリーンツーリズム

新潟県 コシヒカリを使った料理教室、ブランド米のプロモーション
など

ニューツーリズムの将来性

- 従来型のオールドツーリズムがなくなることはないが、
「ニューツーリズムの成長率がオールドツーリズムのそれを
上回るであろう」(尾家1997:p.30)
 - ニューツーリズムは観光地域づくりにおいて
重要な手法の1つとして考えられる(井口 2017:p.17)
- 多様化する観光客のニーズに合った新たな選択肢になりうる

ニューツーリズムの成立条件

- ・「ニューツーリズムは**新しい旅のスタイル**を志向する**ツーリスト(ニューツーリスト)**からだけでなく、**新しい旅のスタイルにあった着地型観光商品**を提供する**事業者(ニューサプライヤー)**の出現によって成り立つものである」(王・中村2019)

→前半の条件のニューツーリストについてまず検討する

ニューツーリストとして 欧米人観光客に着目

①欧米人の自然嗜好

欧米人が訪日前に最も期待していたこと

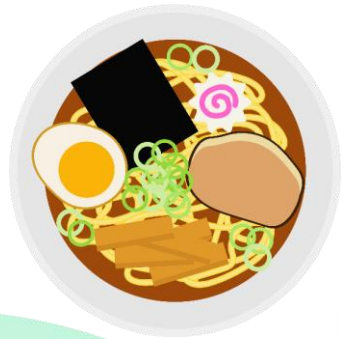
第1位 日本食を食べること(約39%)

第2位 自然・景勝地観光(約15%)

第3位 日本の歴史・伝統文化体験(約13%)

(国土交通省観光庁 2020)

→奥飛騨の自然を上手くアピールできれば、欧米圏からのインバウンドを平湯温泉に呼び込める可能性も十分にある



②地方への関心の高さ

地方を訪問したと答えた人の割合 (国土交通省観光庁 2015)

アジア人観光客

45.2%

欧米人観光客

56.5%



→欧米人はアジア人よりも地方への関心が高い

③滞在日数の長さ

7日以上滞在する人の割合 (国土交通省観光庁 2019)

全国籍・
地域の観光客

平均38.3%

欧米人観光客

平均87.4%

→欧米人は滞在日数が圧倒的に長い

④欧米人のSDGs 取り組み意識の高さ

SDGsの国別達成度
上位15か国中、**14か国が欧米**

既に**SDGs全体の
8割以上を達成**

表1: SDGsの国別達成度 上位15か国(**赤字は欧米**) 単位: %

ランク	国	達成度
1	フィンランド	85.90
2	スウェーデン	85.61
3	デンマーク	84.86
4	ドイツ	82.48
5	ベルギー	82.19
6	オーストリア	82.08
7	ノルウェー	81.98
8	フランス	81.67
9	スロベニア	81.60
10	エストニア	81.58
11	オランダ	81.56
12	チェコ	81.39
13	アイルランド	80.96
14	クロアチア	80.38
15	ポーランド	80.22

(出典: Sustainable Development Report 2021を一部抜粋、筆者作成)

例) 欧米人の消費行動

- イギリスの消費者のおよそ3人に1人が
環境や持続可能性への配慮がなされている商品を好んで選び、
反対に、そのような配慮に欠けた商品の場合は購入しない
(Deloitte 2021)
- 旅行先を選ぶ際にも、環境への配慮やSDGs達成に向けての取り組みを積極的に行っている観光地により魅力的を感じるのでは

SDGs未来都市としての社会的責任

- 2021年5月、高山市は国のSDGs未来都市に
 - 世界を魅了し続ける国際観光都市化を目指して積極的に取り組みを行うことを宣言
- 高山市には、全国の観光地に先駆けて、人にも環境にも優しいニューツーリズムを促進していく責務がある

ニューツーリズムの成立条件

- 「ニューツーリズムは新しい旅のスタイルを志向する
ツーリスト(ニューツーリスト)からだけでなく、
新しい旅のスタイルにあった着地型観光商品を提供する
事業者(ニューサプライヤー)の出現によって
成り立つものである」(王・中村2019)

→前半の条件は満たしている。では、後半の条件は？

後半の条件を言い換えると

新しい旅のスタイルにあった着地型観光商品を提供する事業者の出現によって成り立つ

→ニューツーリズムのスタイルにあった
その地域ならではの観光資源を活かした
観光商品や体験プログラムを提供する事業者の出現
によって成り立つ

平湯温泉で
ニューツーリズムは
成立するか

現地調査概要

- **調査期間**：2021年10月23日から24日
- **調査対象**：平湯温泉で開業している宿泊施設23軒のうち
調査を承諾した18軒
- **調査方法**：現地視察・アンケート調査（留め置き・聞き取り）
- **質問項目**：宿泊施設の運営状況や国内外観光客の動向、SDGsへの
取り組み、新型コロナウイルス対策や宣伝方法など

平湯温泉とは

- ・ 奥飛騨温泉郷の入り口に位置
- ・ 高山市街地からもバスや車でアクセス可能

- ・ 平湯大滝
- ・ キャンプ場
- ・ 平湯神社など

地理

人口

平湯温泉

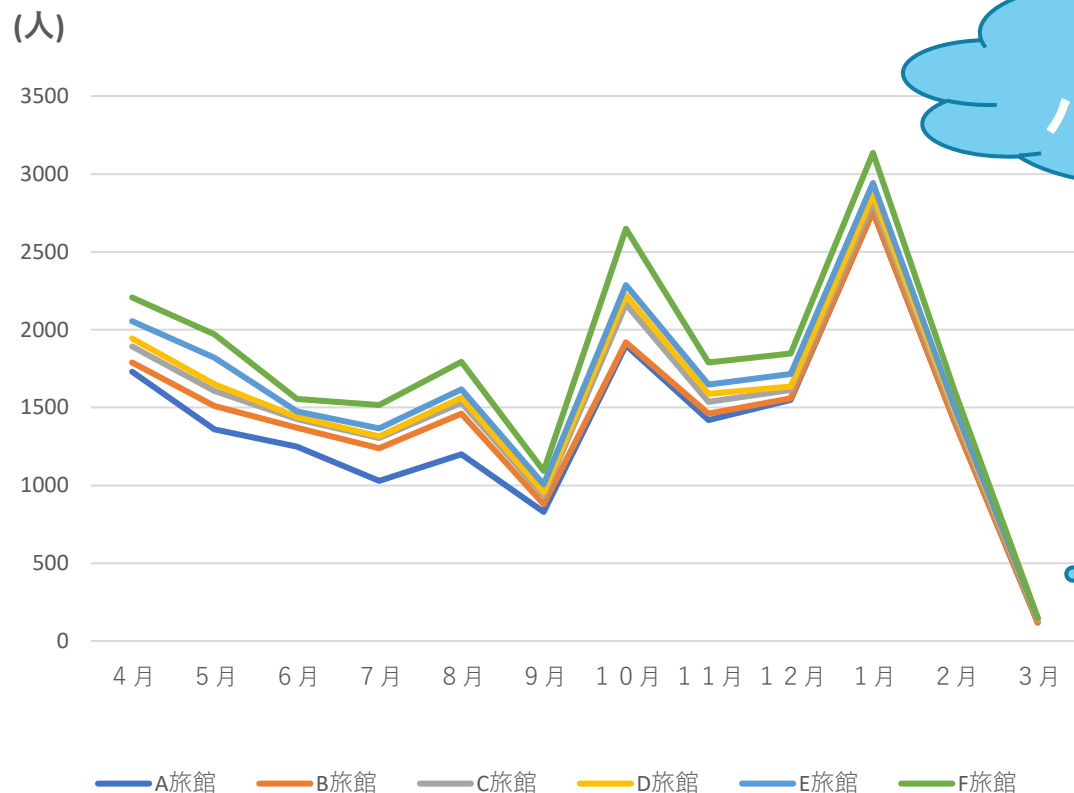
観光地

特徴

- ・ 約180人(2021年)
- ・ 宿泊業や観光業に携わっている方がほとんど

- ・ 奥飛騨温泉郷の温泉地の1つ
- ・ 治療温泉としても利用されている

コロナ前とコロナ禍の動き



3/11 WHO
パンデミック宣言

平湯温泉の外国人宿泊客数は、新型コロナウイルスの感染拡大により激減したが、
UNWTO(2021)の専門家の約半数が
2024年以降、国際観光が
コロナ前の水準まで回復する
と考えている

図3：平湯温泉外国人宿泊客数推移
2019年4月～2020年3月
(アンケート結果を基に、筆者作図)

平湯温泉で着地型観光商品を提供する事業者

- 平湯温泉の事業者のSDGsに対する潜在的な意識はかなり高い

→平湯温泉に根差したSDGsの考え方は、
豊かな自然や質の良い温泉と並ぶ、平湯温泉の魅力の1つ

- ニューツーリズムの一要素である「持続可能な観光」やSDGsに配慮しながら着地型観光商品を提供している事業者

例) 温泉の熱交換を利用した宿泊施設、農家直販市場、平湯民俗館、
食品ロス削減に配慮した土産物の販売を行う宿泊施設など

▽多言語対応看板



▽地元食材の使用



△EV充電スポット



△農家直販市場

▽間引きされた林檎を 使用した土産物



考察

- 平湯温泉にはSDGsの理念により近いニューツーリズムのスタイルにあった考え方を持ち、着地型観光商品を提供している事業者がいる
→ニューツーリズムの成立条件を満たしている
- ヘルスツーリズムに適した温泉やエコツーリズムに活かせる豊かな自然があるなど環境面でも非常に恵まれている
→エコツーリズムやヘルスツーリズムを組み合わせたニューツーリズムを推進するのに最適な観光地であるといえる

考察

- 特に、欧米人観光客は

「滞在日数が長く」、「地方に関心が高く」、
「自然・文化体験を好む」傾向が強い

→ニューツーリズムの対象として注目するに価する

考察

- このことを念頭に、ニューツーリズムに最適な場所として平湯温泉をアピールすれば、海外からの新たな客層として、ニューツーリズムに魅力を感じる欧米からの観光客獲得が望まれる
- 将来的には平湯温泉だけでなく、奥飛騨温泉郷に属するその他の温泉地をまきこみながら、地域一丸となってニューツーリズムを推進していけば、奥飛騨温泉郷全体としての活性化も図れるのではないだろうか

参考文献

有馬貴之・菊池俊夫[2015]『よくわかる観光学2 自然ツーリズム学』朝倉書店

井口梓[2017]「ニューツーリズムによる観光地域づくり」調査研究情報誌ECPR : pp. 17-23

<http://www.ecpr.or.jp/pdf/ecpr39/17-23.pdf> (最終閲覧日 : 2021年10月28日)

尾家建生[2010]「ニューツーリズムと地域の観光産業」大阪観光大学開学10周年記念号 :

pp. 25-37. library.tourism.ac.jp/no.10Tateo0ie.pdf (最終閲覧日 : 2021年10月11日)

尾家建生・金井萬造 [2008]『これでわかる！着地型観光』学芸出版社

王静・中村忠司[2019]『新・観光学入門』晃洋書房 p. 129

経済産業省[2021]「OECD 経済協力開発機構

https://www.meti.go.jp/policy/trade_policy/oced/index.html

(最終閲覧日 : 2021年11月22日)

国土交通省観光庁[2010]「ニューツーリズム旅行商品 創出・流通促進ポイント集

(平成21年度版)」平成20年度 ニューツーリズム創出・流通促進事業 事業報告書 : p. 78

https://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/archive/pdf/newtourism_2008_01.pdf

(最終閲覧日 : 2021年11月22日)

国土交通省観光庁[2015]「平成26年訪日外国人観光客の地方訪問状況」

<https://www.mlit.go.jp/common/001107179.pdf>(最終閲覧日 : 2021年11月26日)

参考文献

国土交通省観光庁[2020]「訪日外国人消費動向調査」

<https://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/toukei/syouthityousa.html>(最終閲覧日:2021年10月28日)

Sustainable Development Report[2021]「Rankings The overall performance of all 193 UN Member States」

<https://dashboards.sdindex.org/rankings>(最終閲覧日:2021年11月22日)

島川崇[2020]『新しい時代の観光学概論 持続可能な観光振興を目指して』ミネルヴァ書房 p.46

島川崇[2002]『観光につける薬 サステイナブル・ツーリズム理論』同友館

高山市[2021]「SDGs未来都市たかやま」

<https://www.city.takayama.lg.jp/shisei/1005745/1006633/index.html>(最終閲覧日:2021年10月28日)

高山市[2021]「令和3年4月1日現在 行政区画別(町丁別)人口・世帯数

https://www.city.takayama.lg.jp/_res/projects/default_project/_page_/001/002/189/r03.04.1_t.pdf

(最終閲覧日:2021年11月26日)

中小機構[2016]「着地型観光商品 開発・販路開拓事例」 <https://www.smrj.go.jp/ebook/chakuchi/book.pdf>

(最終閲覧日:2021年11月29日)

Deloitte[2021]「Shifting sands: Are consumers still embracing sustainability?

Changes and key findings in sustainability and consumer behaviour in 2021」

[https://www2.deloitte.com/uk/en/pages/consumer-business/articles/sustainable](https://www2.deloitte.com/uk/en/pages/consumer-business/articles/sustainable-consumer.html)

[consumer.html](https://www2.deloitte.com/uk/en/pages/consumer-business/articles/sustainable-consumer.html)(最終閲覧日:2021年11月22日)

参考文献

日本経済新聞 [2017] 「長野・木曽町の開田高原、ヘルスツーリズムで誘客」 2017年4月20日

<https://www.nikkei.com/article/DGXLZ015500250Z10C17A4L31000/>

(最終閲覧日：2021年11月25日)

日本経済新聞[2016]「訪日客、新潟県へGO！ グルメと農業体験で集客作戦」 2016年9月10日

https://style.nikkei.com/article/DGXLASFB09H4L_Z00C16A9L21001?channel=DF220420167266

(最終閲覧日：2021年11月25日)

平湯温泉観光協会 平湯温泉旅館協同組合[n.d]「平湯温泉施設一覧」

<http://hirayuonsen.or.jp/stay.php>(最終閲覧日：2021年10月31日)

毎日新聞[2017]「国立公園のブランド化 自然の保護と活用両立を」 2017年5月4日朝刊政治面

<https://mainichi.jp/articles/20170504/ddm/005/070/054000c>

(最終閲覧日：2021年11月25日)

UNWTO[2021]「世界観光指標(World Tourism Barometer) 2021年5月号について」

https://unwto-ap.org/wp-content/uploads/2021/06/final_2021.06.02__Barometer.pdf(最終閲覧日：2021年11月26日)

早稲田インバウンド・ビジネス戦略研究会 [2019] 『インバウンド・ビジネス戦略』

日本経済新聞出版社