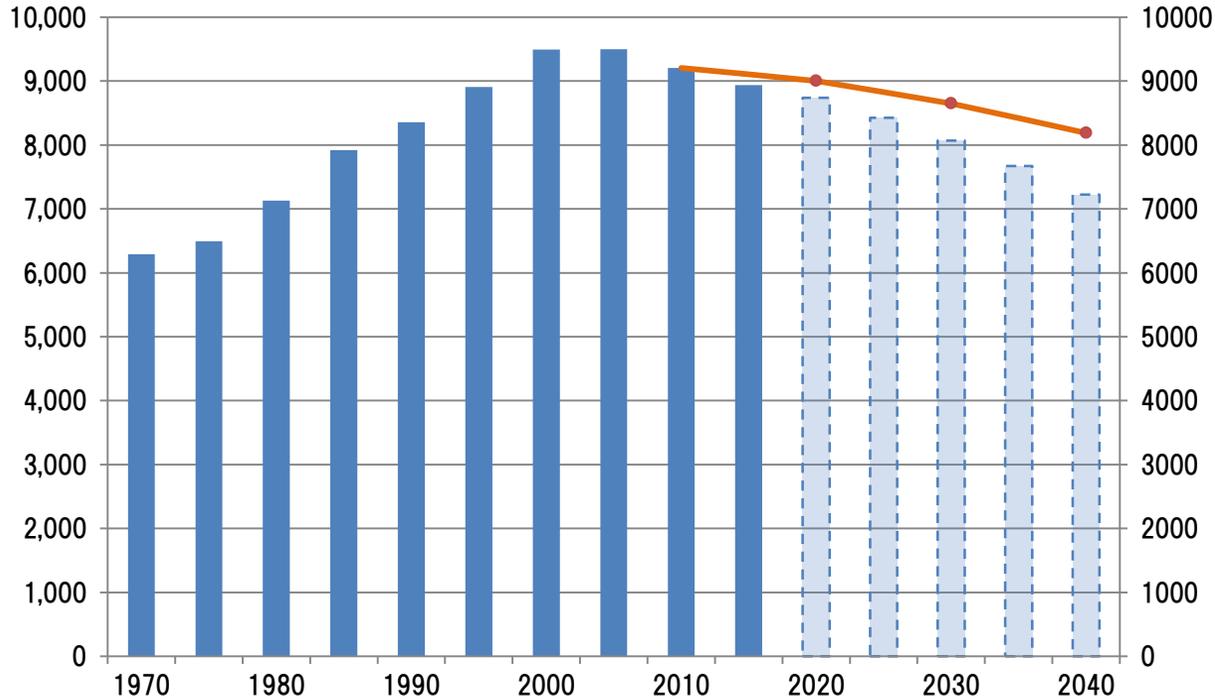


白馬村における観光の現状と課題

白馬村の人口推移①

- 人口は全国的なスキーブームとも相まって昭和50年代から大きく増加し、平成17年にピークの9,500人に達した。
- その後、少子高齢化の影響等により減少に転じ、平成54年（2040年）には昭和50年代と同水準の人口規模まで落ち込むと予想されている。

人口の推移と展望



人口と世帯数の推移

年次	世帯数	人口			一世帯当人口数	人口密度 (1km ² 当り)
		総数	男	女		
1970 (S45)	1,548	6,292	3,080	3,212	4.1	34
1975 (S50)	1,687	6,495	3,193	3,302	3.9	35
1980 (S55)	1,995	7,131	3,549	3,582	3.6	39
1985 (S60)	2,300	7,919	3,892	4,027	3.4	43
1990 (H 2)	2,544	8,356	4,146	4,210	3.3	46
1995 (H 7)	2,964	8,906	4,449	4,457	3.0	48
2000 (H12)	3,339	9,492	4,671	4,821	2.8	52
2005 (H17)	3,542	9,500	4,687	4,813	2.7	50
2010 (H22)	3,239	9,205	4,522	4,683	2.8	49
2015 (H27)	3,477	8,929	4,427	4,502	2.6	47

人口の将来推移の推計

年次	人口		
	総数	男	女
2020 (H32)	8,738	4,228	4,510
2025 (H37)	8,424	4,043	4,381
2030 (H42)	8,071	3,830	4,241
2035 (H47)	7,670	3,594	4,076
2040 (H52)	7,226	3,348	3,878

白馬村の人口推移②

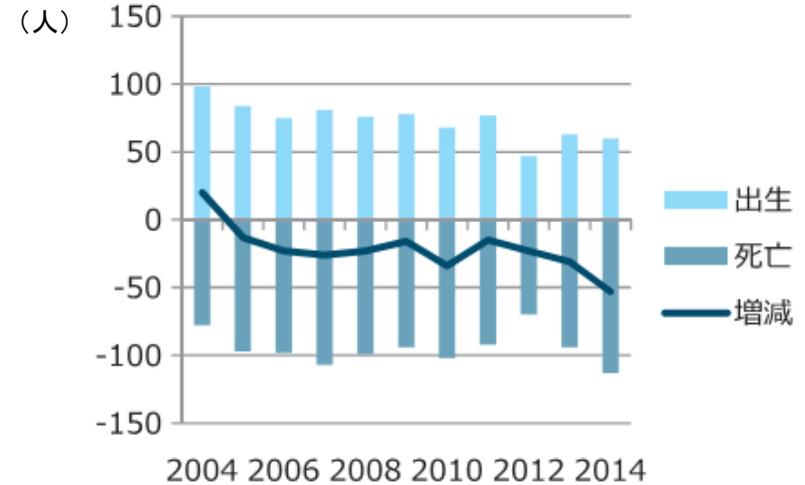
- 平成17年から死亡数が出生数を上回る自然減少が続いており、この傾向はますます増加していくことが予想される。
- 移住等による社会増減については、外国人転入者が大幅に増加したことから、ここ数年は増加に転じている。ただし、景気動向に左右されやすい職業の生産年齢人口層の増減は、今後の経済状況により変動することに留意が必要。

人口の自然増減・社会増減の推移

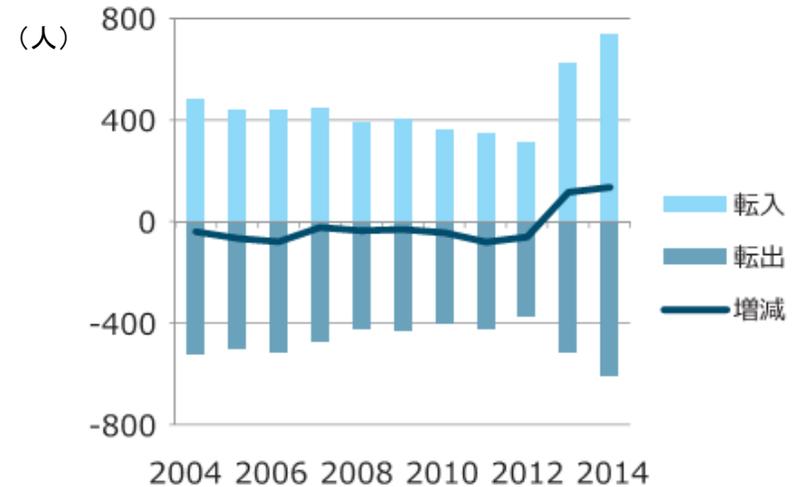
(人)

年次	自然増減			社会増減		
	出生	死亡	増減	転入	転出	増減
2004 (H16)	98	78	20	483	522	△39
2005 (H17)	84	97	△13	440	504	△64
2006 (H18)	75	98	△23	438	515	△77
2007 (H19)	81	107	△26	446	469	△23
2008 (H20)	76	99	△23	388	423	△35
2009 (H21)	78	94	△16	401	431	△30
2010 (H22)	68	102	△34	360	403	△43
2011 (H23)	77	92	△15	343	421	△78
2012 (H24)	47	70	△23	314	373	△59
2013 (H25)	63	94	△31	625	514	111
2014 (H26)	60	113	△53	735	606	129

自然増減の推移

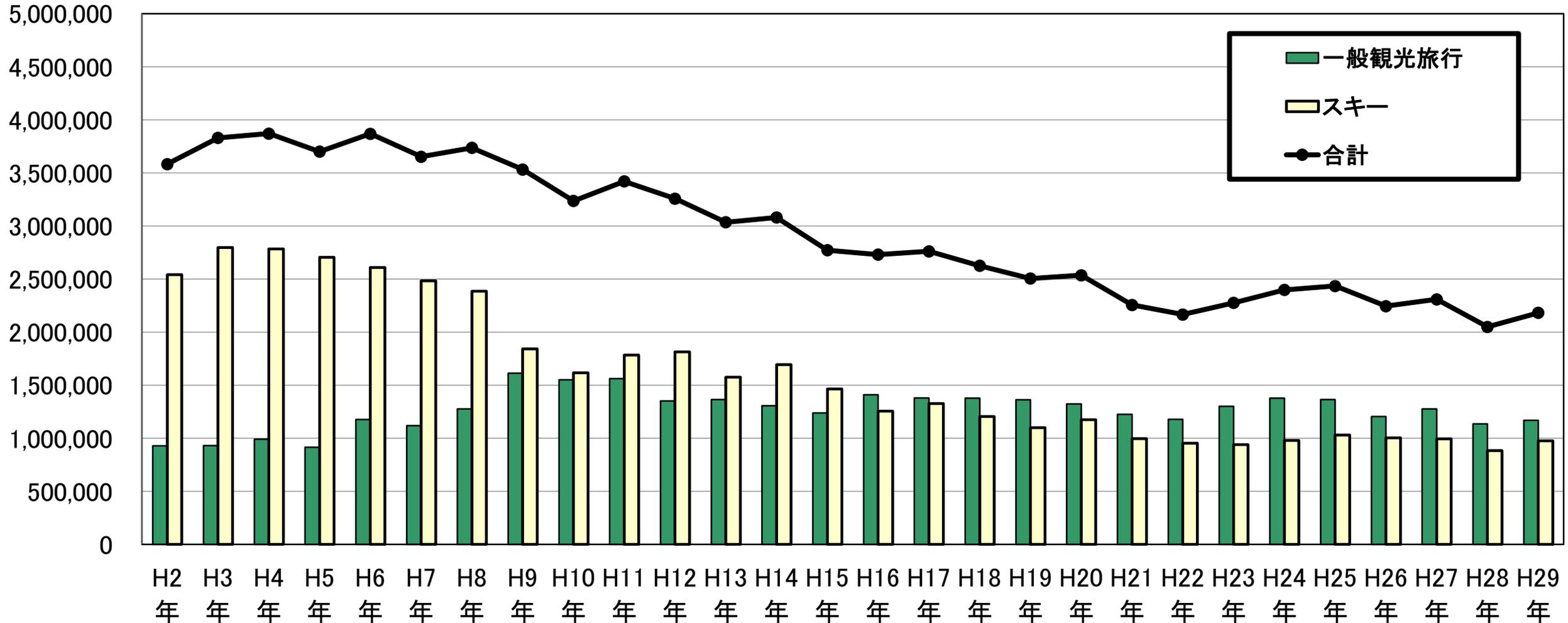


社会増減の推移



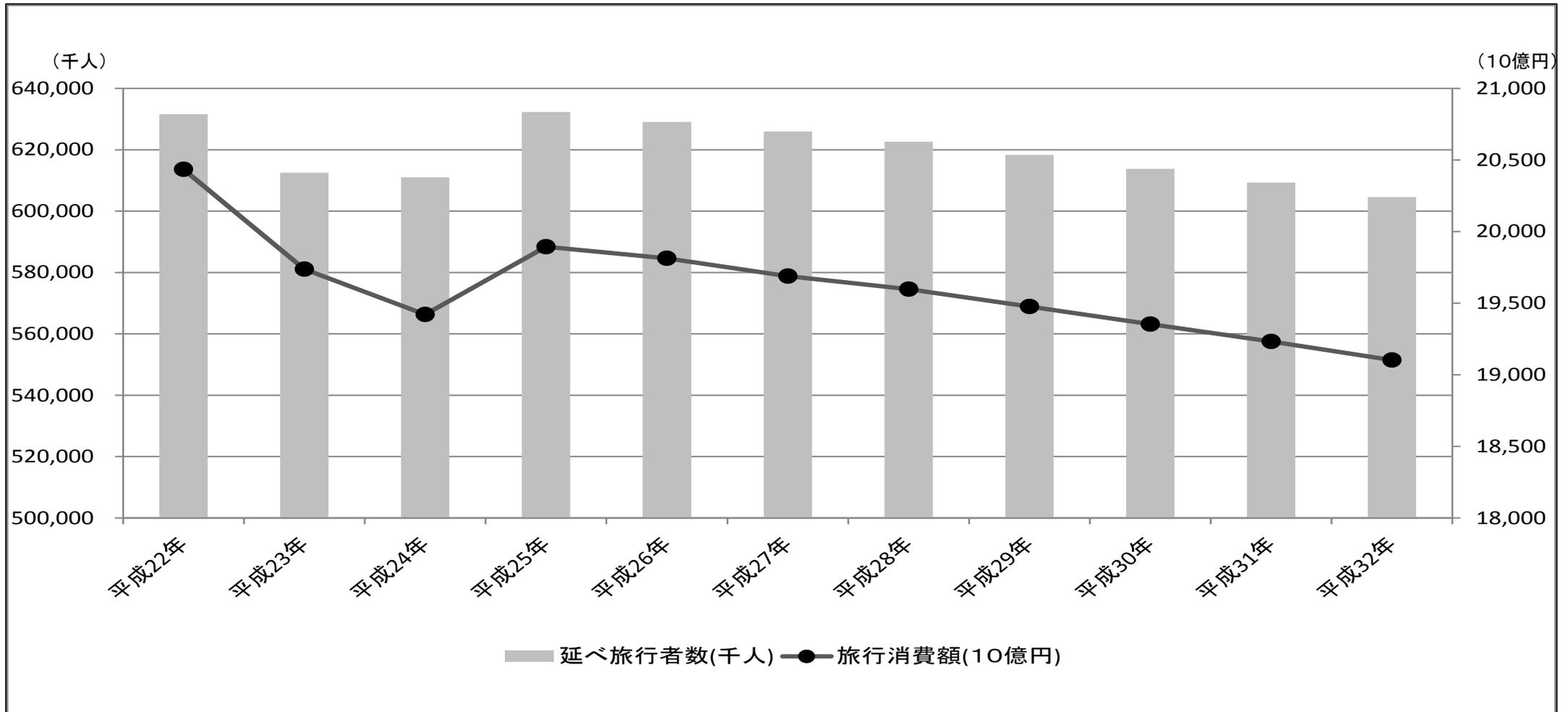
白馬村の観光地利用者延数の推移

- 延べ観光客数は平成6年をピークに減少が続いている。
- スキーを目的とした外国人観光客数は大きく増加しているものの、日本人観光客数の減少により、延べ観光客数は今後さらに減る可能性がある。



国内延べ旅行者数及び国内旅行消費額の予想

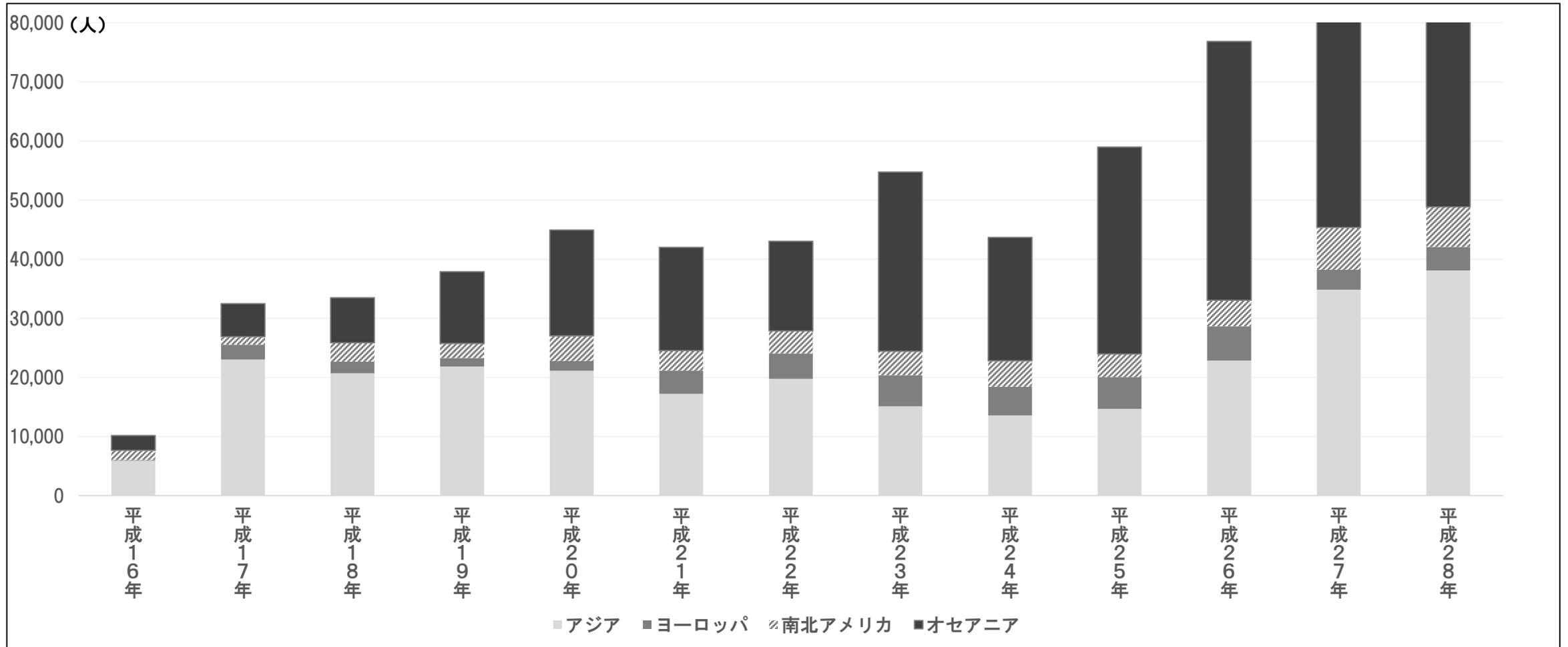
- 全国的に見ても、日本人観光客数及び旅行消費額は減少傾向であり、今後もさらなる減少が見込まれる。



(観光庁「交通政策審議会観光分科会(第22回)」より)

白馬村の外国人延べ宿泊者数の推移

- 白馬村を訪れる外国人観光客はこの10年間で大幅に増加。
- 週末の1泊2日型が中心の日本人観光客と異なり、スキーシーズンに訪れる外国人観光客は1週間から10日間程度にわたって滞在している。
- 宿泊施設で提供される夕食をとらずに村内の飲食施設に出かける比率が高いため飲食施設の容量不足が指摘されている。また、食事に出かける場面も含め、村内を移動するための交通手段も不十分との指摘がある。



白馬村観光に関する市場調査

全国の観光客を対象とした「地域イメージ調査」「観光客流動調査」「観光客満足度調査」について、一括してインターネットによる調査を実施した。

- 調査時期 平成27年2月
- 調査方法 インターネット調査
- 調査対象 全国の18歳以上1,000名、うち白馬村来訪経験者500名

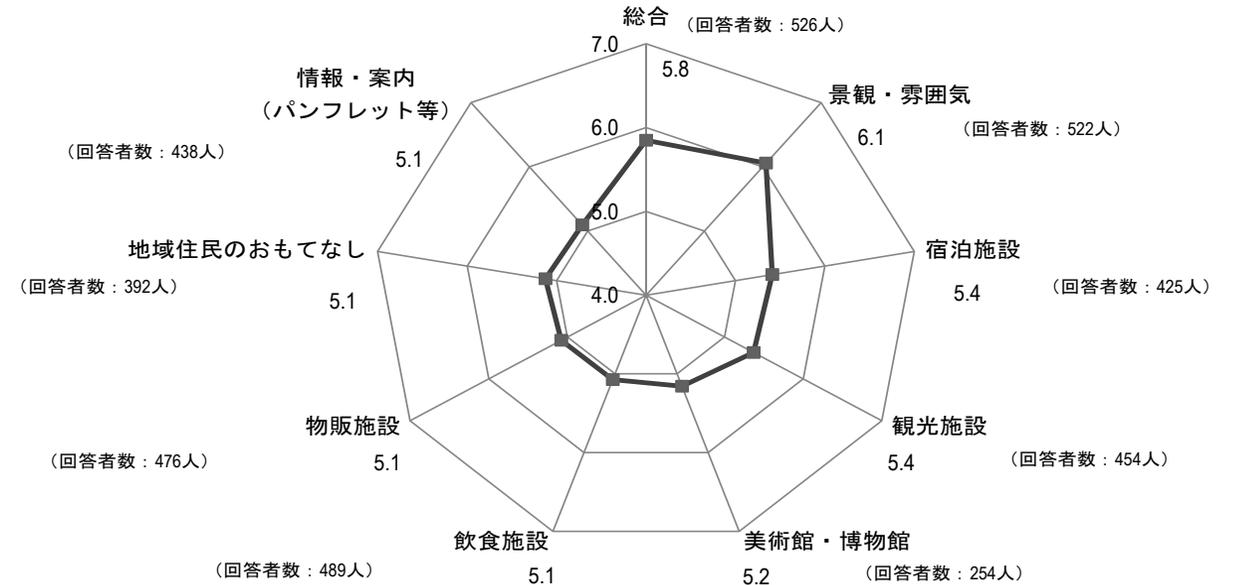
白馬村の認知度

- 白馬村に「行ったことがある」「行ったことはないが知っている」が91%を占める一方、若い世代では白馬村を「知らない」割合が高い。

		2年以内(2013年以降)に行ったことがある	2年より前(2012年以前)に行ったことがある	行ったことはないが知っている	知らない	合計
12-19	n	14	3	4	6	27
	%	51.9	11.1	14.8	22.2	100.0
20-24	n	31	4	15	13	63
	%	49.2	6.3	23.8	20.6	100.0
25-29	n	36	5	15	15	71
	%	50.7	7.0	21.1	21.1	100.0
30-34	n	40	9	20	12	81
	%	49.4	11.1	24.7	14.8	100.0
35-39	n	48	7	31	9	95
	%	50.5	7.4	32.6	9.5	100.0
40-44	n	43	15	20	7	85
	%	50.6	17.6	23.5	8.2	100.0
45-49	n	40	10	23	6	79
	%	50.6	12.7	29.1	7.6	100.0
50-54	n	38	13	24	1	76
	%	50.0	17.1	31.6	1.3	100.0
55-59	n	43	16	21	6	86
	%	50.0	18.6	24.4	7.0	100.0
60-	n	193	71	102	24	390
	%	49.5	18.2	26.2	6.2	100.0
合計	n	526	153	275	99	1053
	%	50.0	14.5	26.1	9.4	100.0

白馬村滞在の総合満足度評価

- 白馬村における観光の各項目について、各項目を7点満点として、「景観・雰囲気」が6.1と最も高い評価を受けている。



冬期インバウンド調査結果①

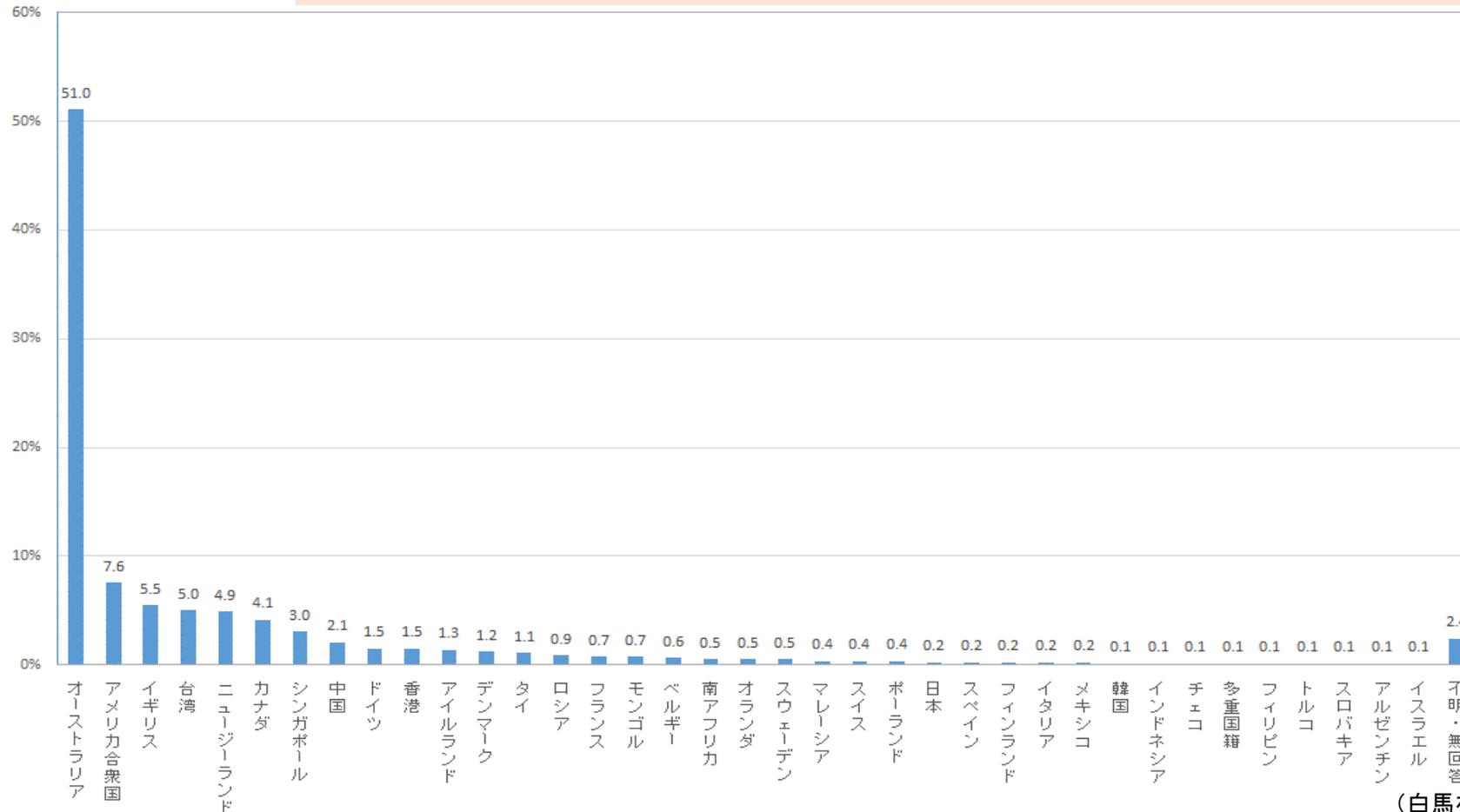
冬期の外国人観光客を対象としてアンケート調査を行った。

- 調査時期 平成29年1月3日～3月30日
- 調査対象 外国人観光客（スキー場で回収された調査票885票、宿泊施設で回収された調査票21票）
- 調査言語 日本語、英語

※白馬村観光地経営会議において、特に中国、韓国、台湾等の回答数について、実際との乖離がある可能性があるとの意見があった。

基本属性 ①国籍

- 回答者は、計37種の国籍を有していた。
- 回答者の約半数（419名、51.0%）がオーストラリア国籍を有し、もっとも高い割合を示した。

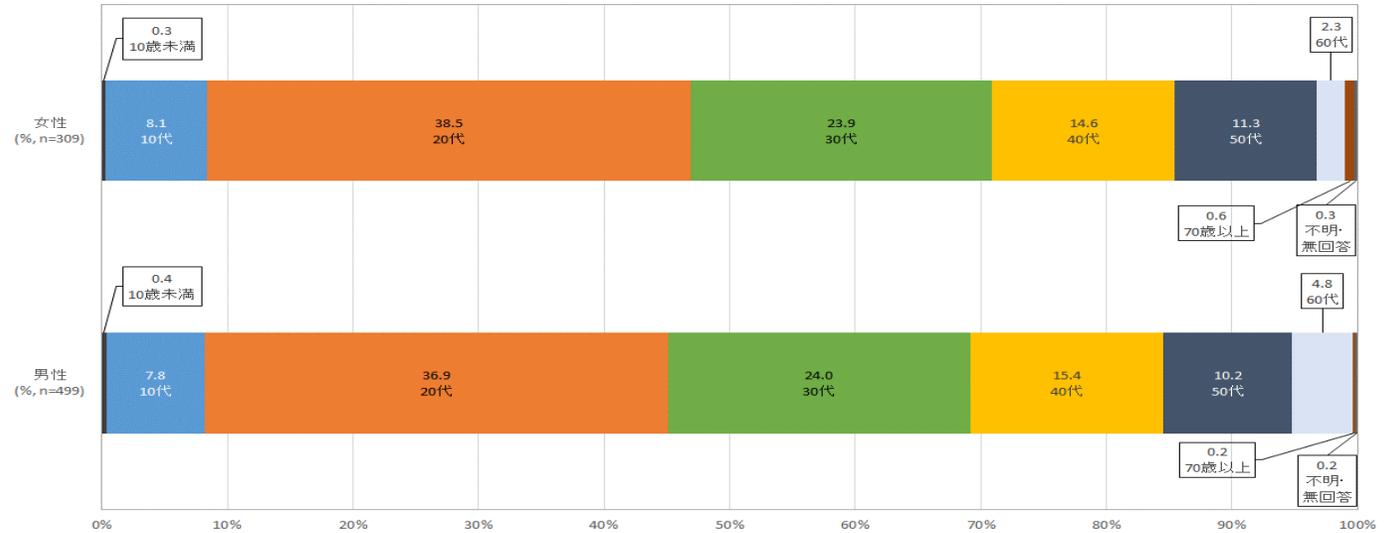


（白馬村「冬期 インバウンドアンケート調査結果」より）

冬期インバウンド調査結果②

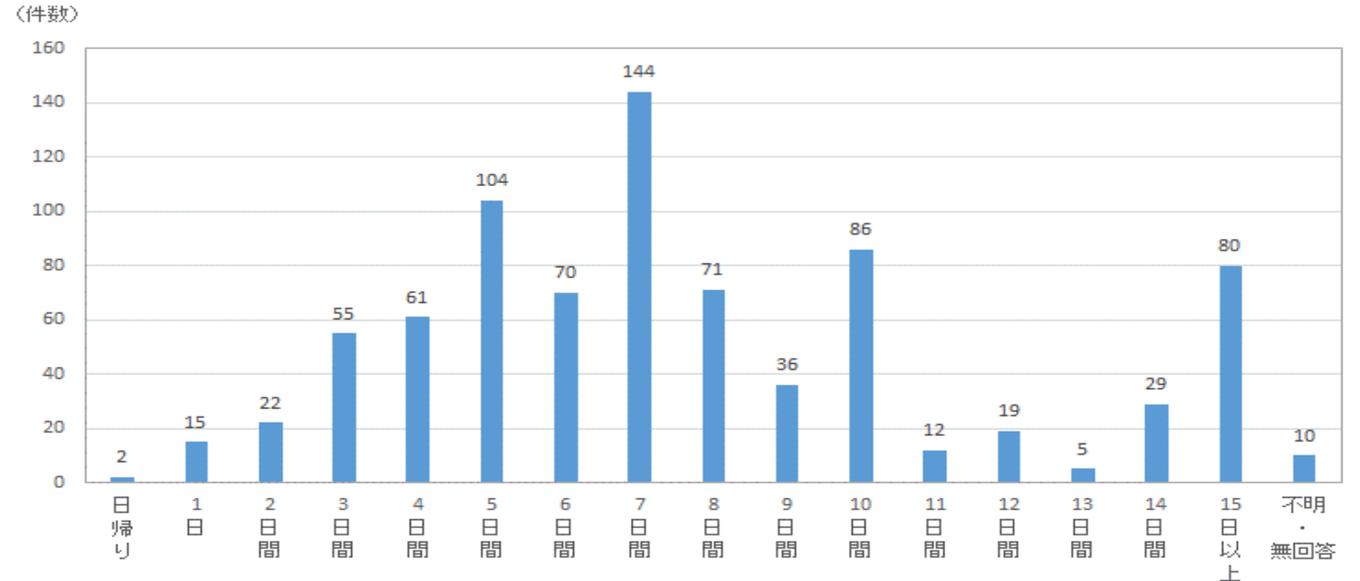
基本属性 ②性別と年代

- 男女ともに、最も多かった年代は20代であり、2番目以降には30代、40代、50代がそれぞれ続いた。
- 各年代が占める割合を男女間で比較すると、20代および50代は女性の方が、60代は男性の方が高かったが、全体として年代の分布に性別の差はみられなかった。



基本属性 ③滞在日数

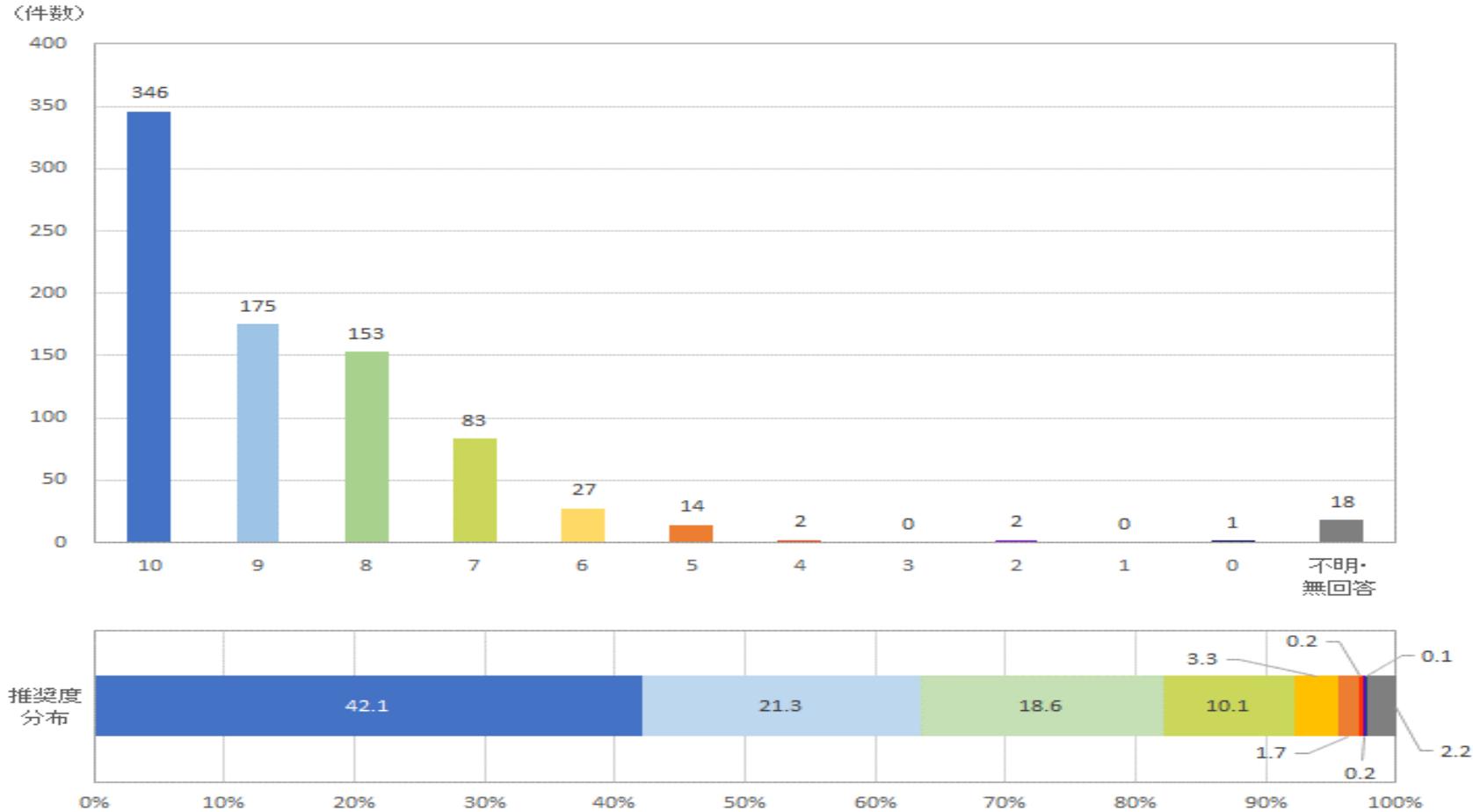
- もっとも回答数の多かった滞在日数は「7日間」であり、全回答者の2割弱(144件、17.5%)が選択した。2番目には「5日間」(104件、12.7%)が、3番目には「10日間」(86件、10.5%)が、それぞれ続いた。



冬期インバウンド調査結果③

利用したスキー場の推奨度

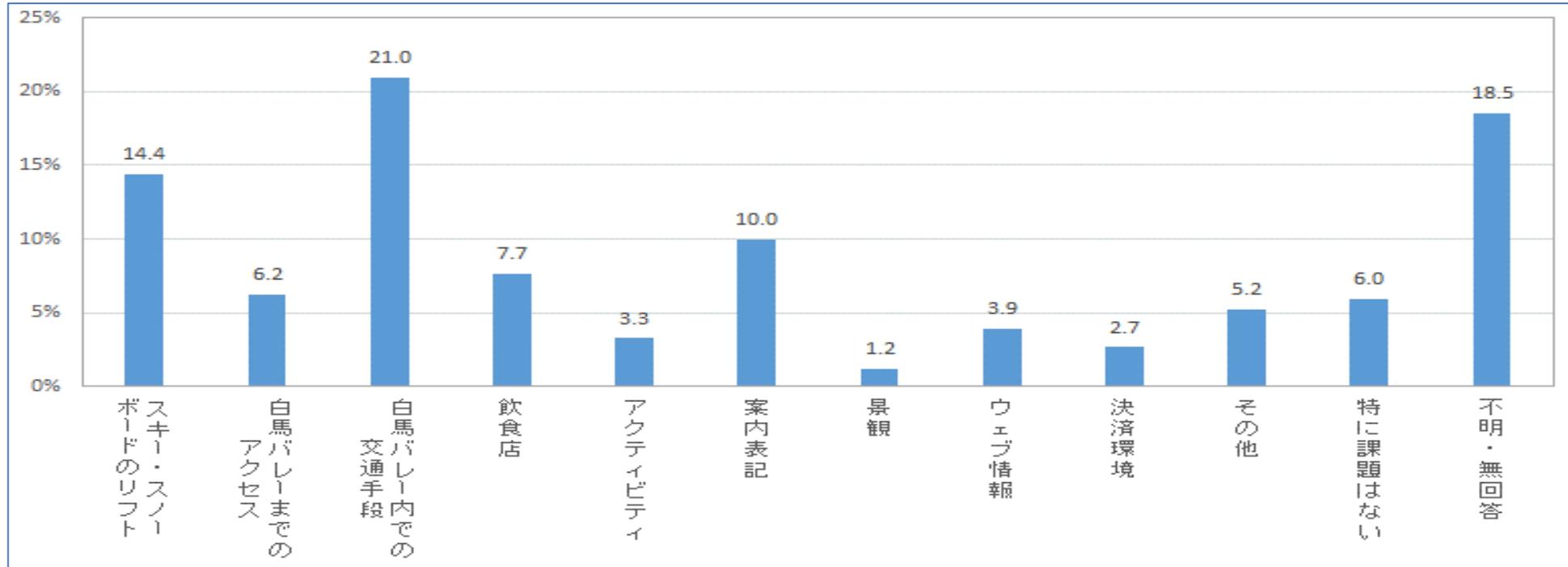
- 有効回答803件の平均推奨度は8.82、中央値は9であり、全体として高い推奨度が回答されていた。



冬期インバウンド調査結果④

白馬村観光において解決すべき課題（最も優先度の高い課題）

- 全体のおよそ2割（172件、21.0%）が、「白馬バレー内での交通手段」を課題として選択。その他、「スキー場のリフト」「案内表記」「飲食店」等が課題として挙げられた。具体的には、以下の記述がみられた。



自由記述

- もうちょっとシャトルバスを増やしてほしい
- 1つだけ改善点を挙げるなら、もっと頻繁にバスを走らせてほしい
- 無料のシャトルバスでは、午前中に岩岳を登って夜に戻ってくることができない。
- バスのサービスを向上して。バスの外側にスキーの荷台を設置する必要がある。
- もっとシャトルバスが走っていれば、もっと高い評価を付けた。
- リフトが古すぎ、リフトの設備を最新化すること。
- ウェブサイトを色々探したが、分かりにくい。
- 移動に関する情報が溢れすぎていて分かりにくい。簡潔なウェブサイトが1つあればよい。
- 複雑なので、適切な標識をコースに設置してほしい。（スキー場）
- 夜の遊び、スキー後のオプションがもっとほしい。

夏季来訪者調査結果①

夏季の観光客を対象としてアンケート調査を行った。

■ 調査時期 平成29年8月4日～10月31日

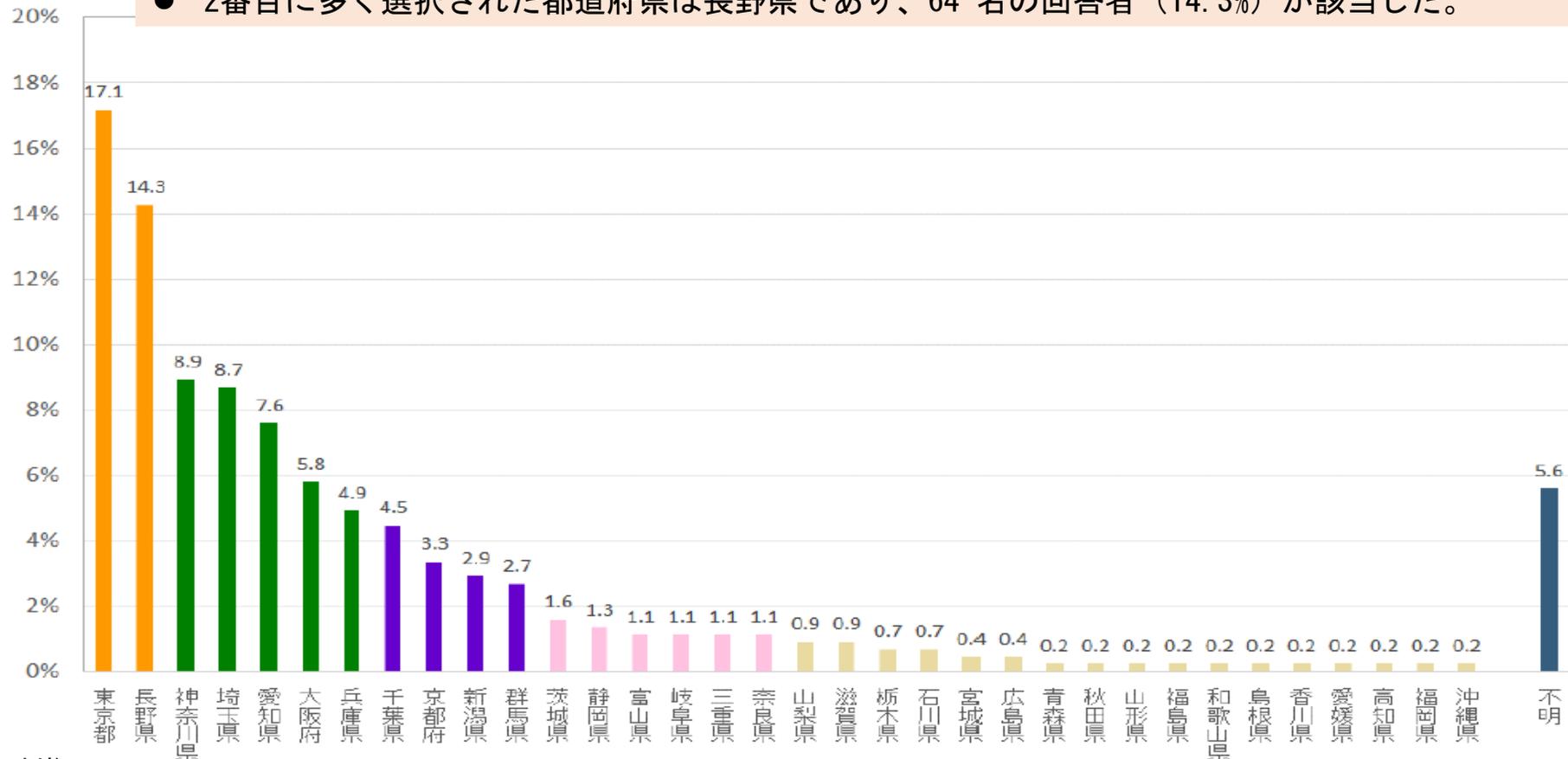
■ 調査対象 日本人・外国人観光客

白馬村内及び周辺の31地点で調査を実施。調査地点は、観光協会、アクティビティ事業者、温泉施設、リフト乗り場、飲食施設、インフォメーションセンター、山小屋、駅等から選出し、インターネット調査票及び紙調査票による調査を行った。

■ 調査言語 日本語、英語

基本属性 ①居住地

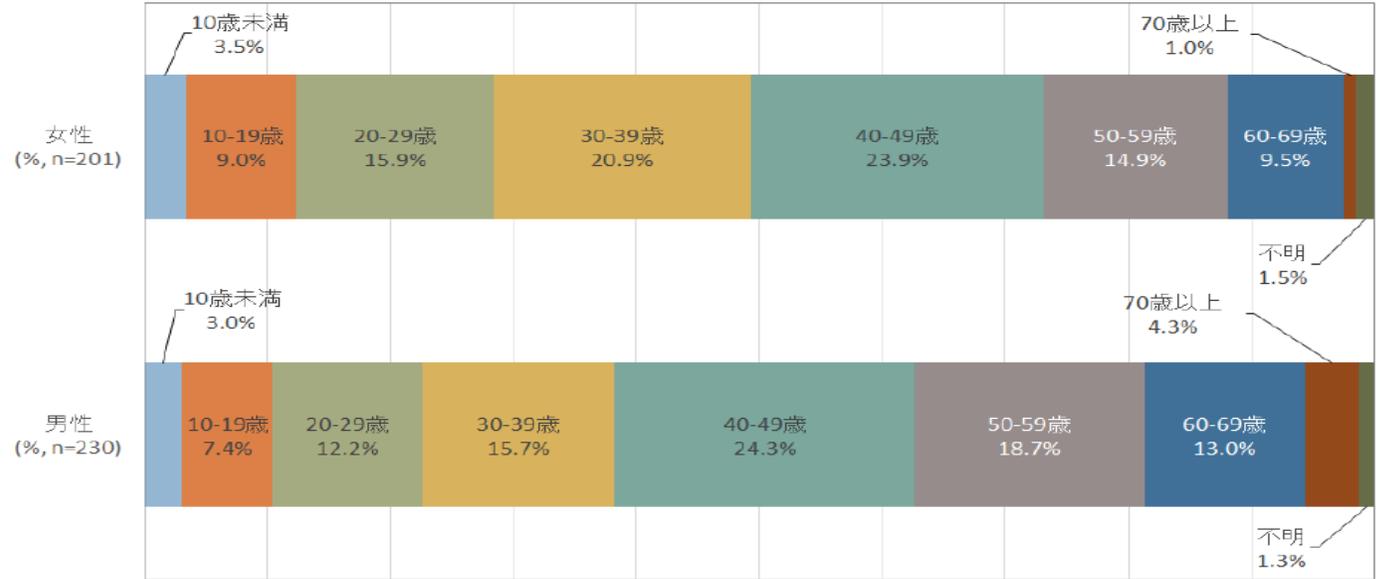
- もっとも多く選択された都道府県は東京都であり、77名の回答者（17.1%）が該当した。
- 2番目に多く選択された都道府県は長野県であり、64名の回答者（14.3%）が該当した。



夏季来訪者調査結果②

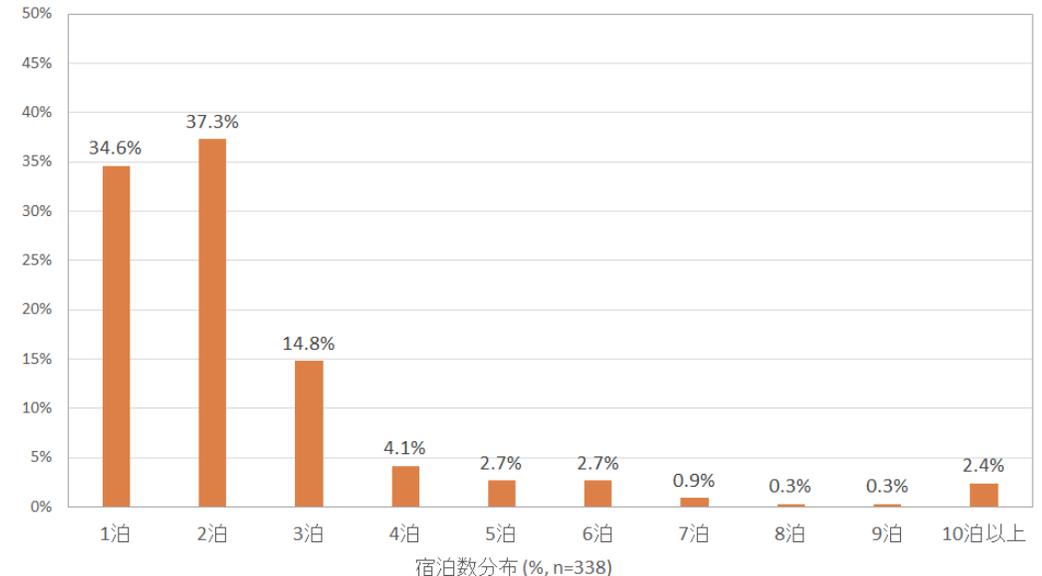
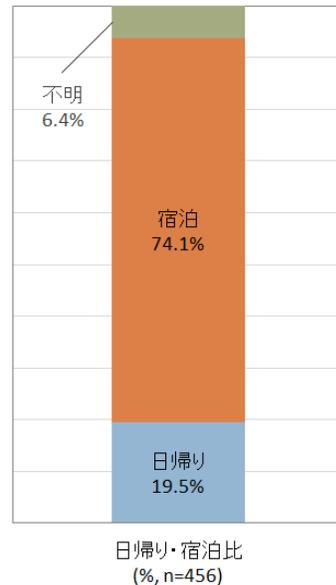
基本属性 ②性別と年代

- 回答者456名のうち、230名（50.4%）が男性であり、201名（44.1%）が女性であった。
- もっとも多く選択された年代区分は40歳以上49歳以下であり、全体で107名（23.5%）が該当した。2番目に多く選択された年代区分は30歳以上39歳以下であり、全体で78名（17.1%）が該当した。



基本属性 ③滞在日数

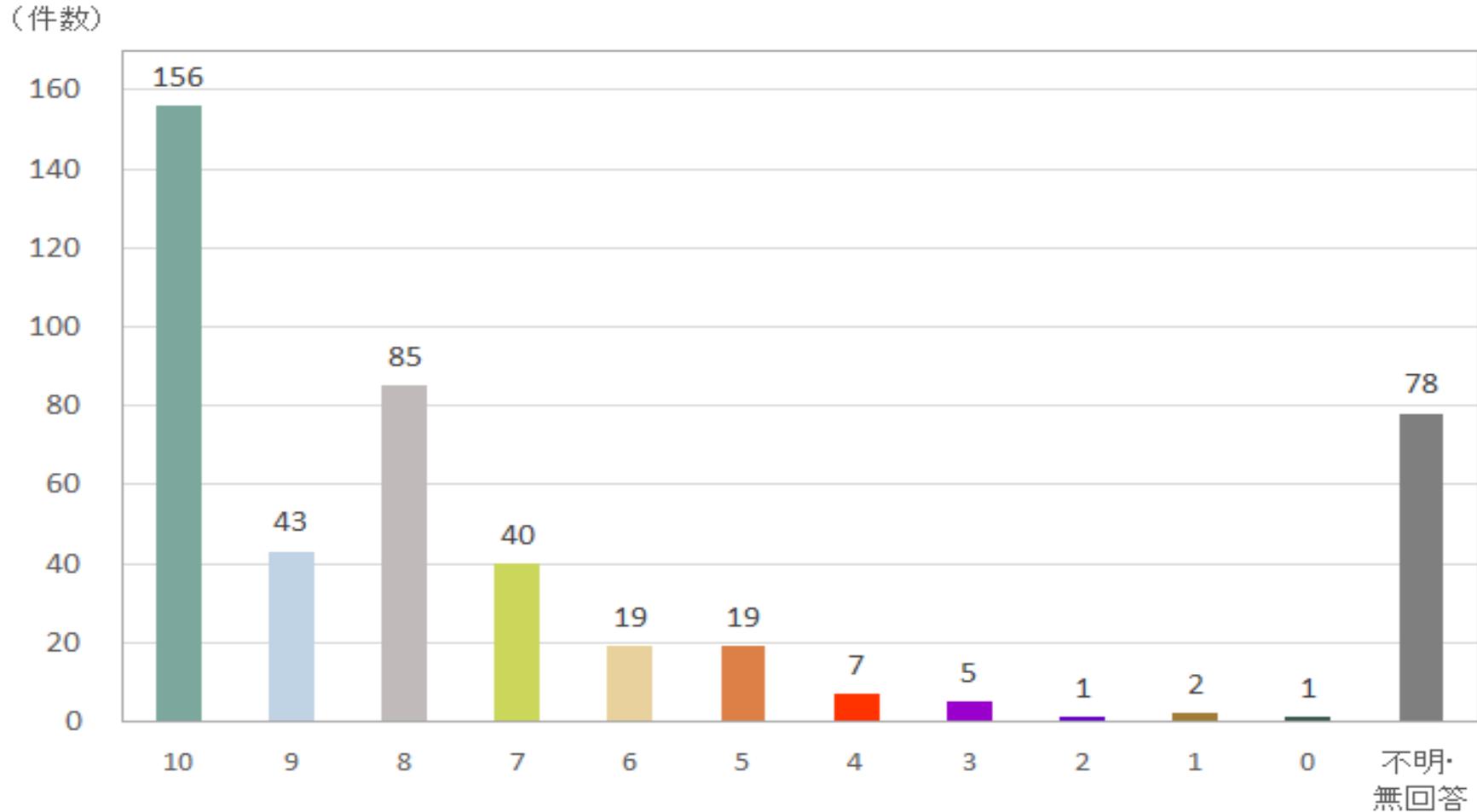
- 宿泊旅行のうち、もっとも多く選択された泊数は2泊であり、126名（37.3%）が該当した。2番目に多く選択された泊数は1泊であり、111名（34.6%）が該当した。



夏季来訪者調査結果③

白馬村の推奨度

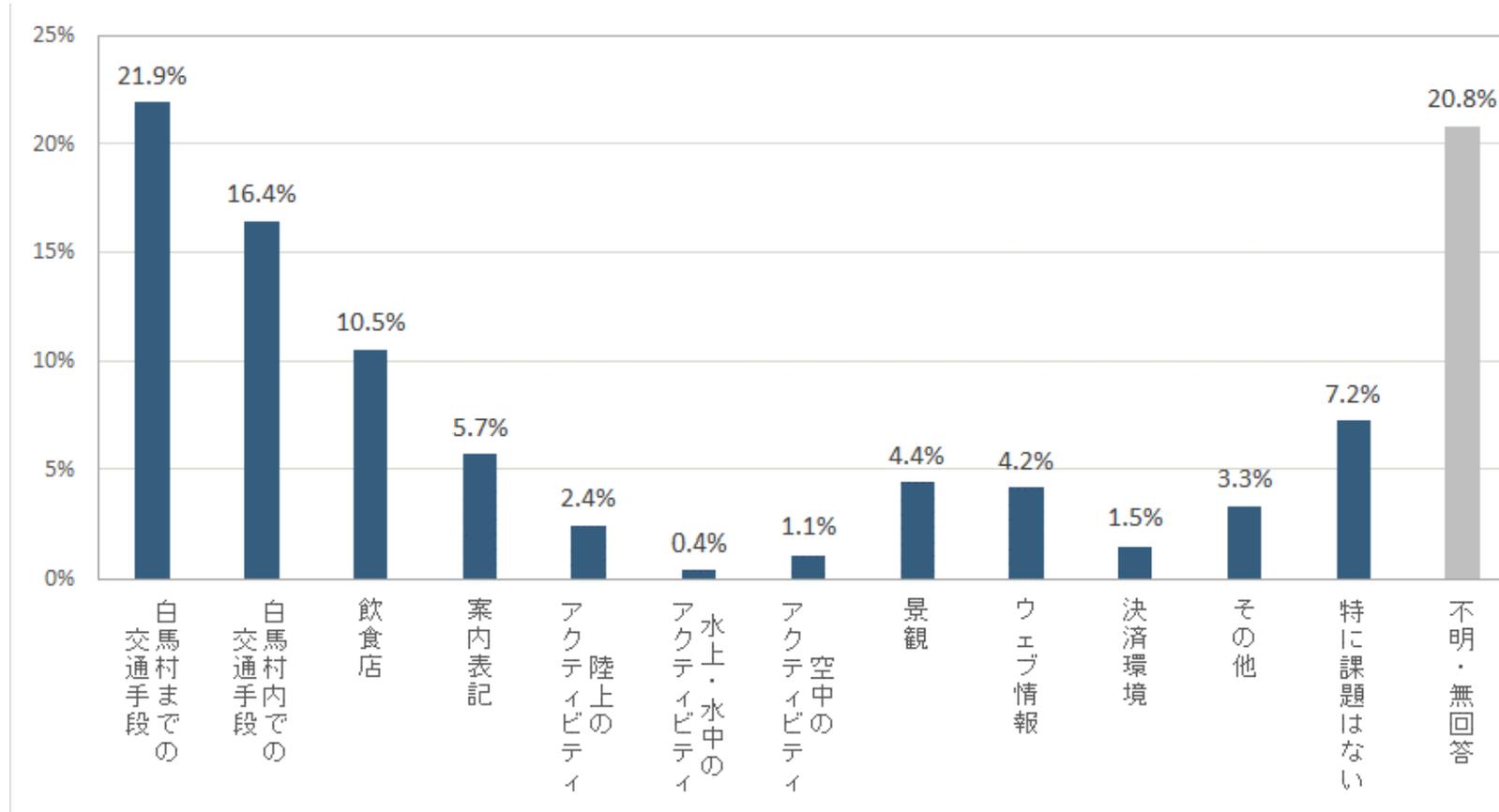
- 全体の3割超（156件、34.2%）が、最も高い推奨度である10を選択していた。2番目以降には8（85件、18.6%）、9（43件、9.4%）、7（40件、8.8%）が、順に続いた。



夏季来訪者調査結果④

白馬村観光において解決すべき課題（最も優先度の高い課題）

- もっとも多く選択された課題は「白馬村までの交通手段」であり、100件（21.9%）が該当した。
- 2番目以降には「白馬村内での交通手段（75件、16.4%）」、「飲食店（48件、10.5%）」、「案内表記（26件、5.7%）」が、順に続いた。



夏季来訪者調査結果⑤

自由記述

- 白馬はアウトドアの体験施設は多いと思いますが 毎回雨の日に行ける場所が余り無いので陶芸体験の施設などがあると嬉しいと思います。
- 天気が悪いと行けるところは少ないのは残念だが、近くに美術館などもあり楽しめた。今回、白馬の道の駅のチラシ等をみた際に、ご来光のイベントや熱気球のイベント等色々やっていることを知れたので、次回は天気が安定した時に来たいなど思っている。天気が影響することは仕方がないが、その時に代わりになるような限定イベントやカフェがあると良いです。
- 駐車場のうち、リフトそばを中心にすぐ満車になる。シャトルバス等の充実でふもとの駐車場から便利に行けるとよい。
- 白馬村全体的に広く観光スポットが点在しているので、車での移動が必須と感じます。日帰りだと一カ所にて目的を果たすとなかなか次へと意識が向きませんので、駅周辺からコンパクトに散策できると良いと思います。そのために大きな駐車場がいくつかあると嬉しいです。
- 白馬らしいメニューの飲食店かチェーン店を充実させて欲しいです。
- 温泉の質が良い。電線が景観を損ねている。
- 村内の観光地としての付加価値をあげるために、村の家並みの整備、草刈等の義務付けなどもっと村全体で取り組んで付加価値をあげたらもっと素晴らしい観光地になる。(カナダのプリンスエドワード島などが良い例)
- もっとリゾートの雰囲気があると嬉しい。
- スイスみたいにきれいな山岳都市にしてほしい！世界級リゾートを言葉だけで終わらせないでほしい！
- 無理にメニューを増やすのではなく、素晴らしい景観をそのまま心地良く連泊できるようにしてほしい。

(白馬村「夏季来訪者調査結果」より)

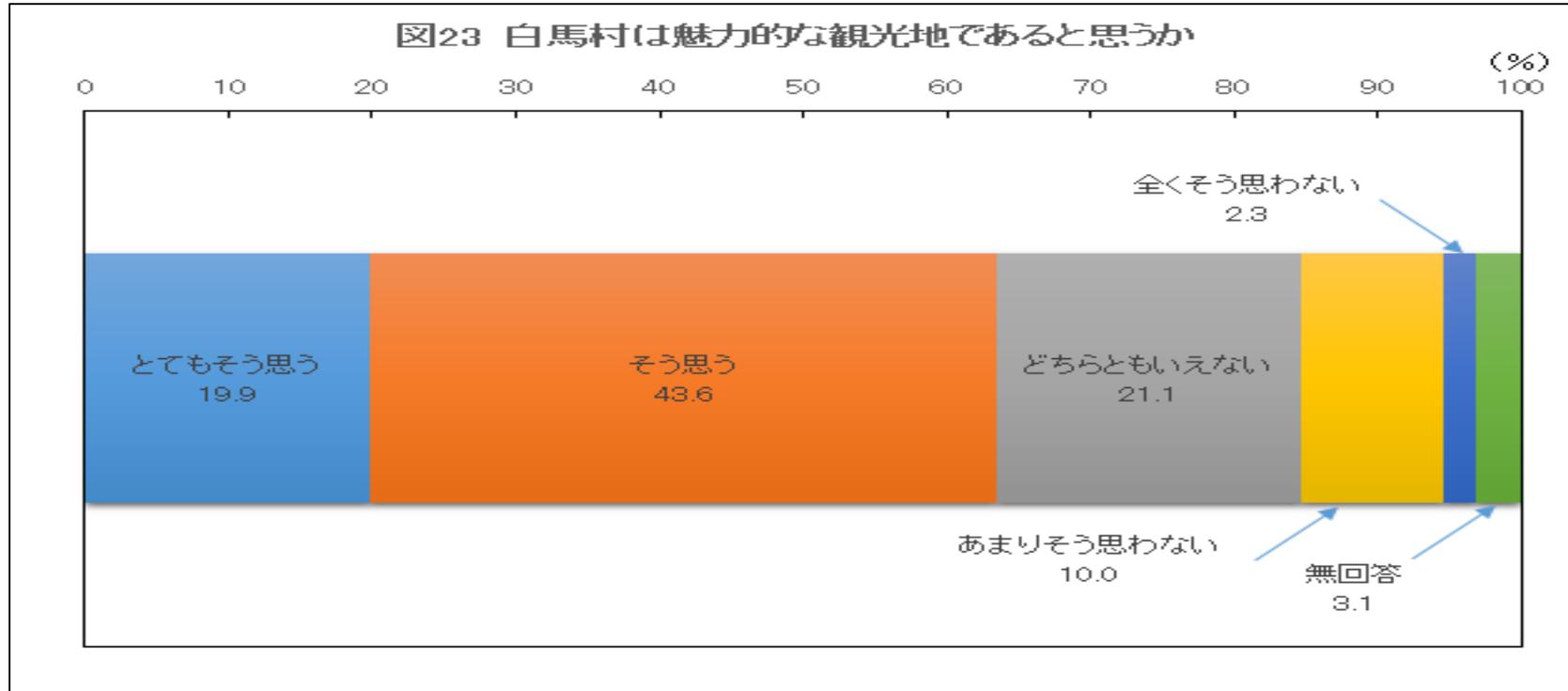
観光・交流に関する住民意識調査①

白馬村の住民を対象として、観光に対する意識調査を行った。

- 調査時期 平成26年1月23日～2月20日
- 調査対象 住民基本台帳（平成26年1月1日現在）をもとに地区別、年代別（20～70歳代）に無作為に抽出した2,077名
日本人2,020名、外国人57名
神城地区296名（31.1%）、北城地区629名（66.1%）、無回答27名（2.8%）

住民から見た観光地としての魅力度

- 白馬村を観光地として魅力あると回答した人は、65.5%（「とてもそう思う」「そう思う」の合計）。

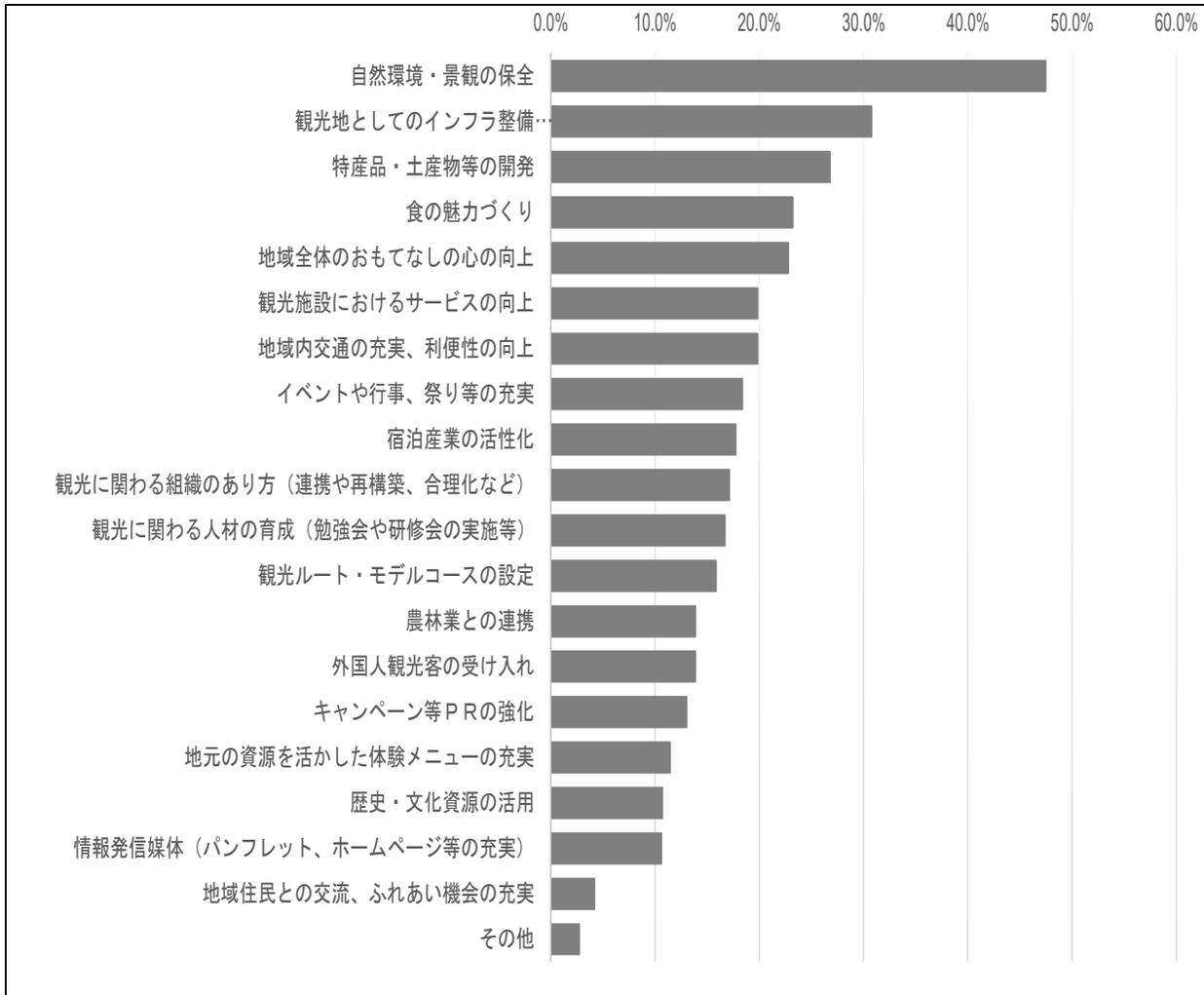


（白馬村「観光・交流に関する住民意識調査」より）

観光・交流に関する住民意識調査②

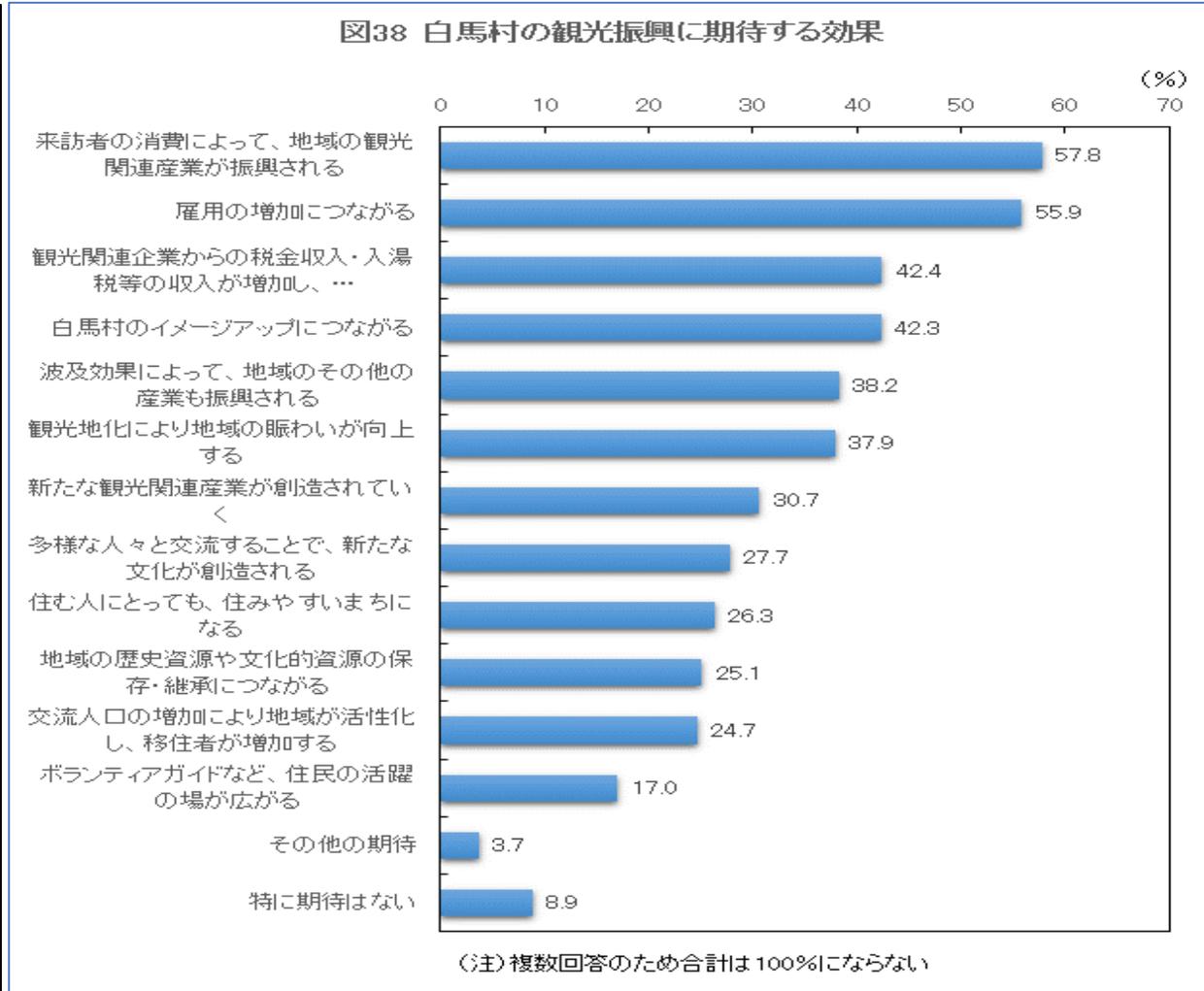
住民が重要と考える観光施策

- 「自然環境・景観の保全」が47.5%と最も高いほか、「観光地としてのインフラ整備」「特産品・土産物等の開発」「食の魅力づくり」が重要施策として挙げられている。



観光振興に対する今後の効果・期待

- 住民からは、観光振興による効果として、「来訪者の消費による観光関連産業の活性化」「雇用の増加」「観光関連企業からの税収増加」「白馬村のイメージアップ」等が期待されている。



白馬村観光地経営計画①

- 「観光地を経営する」視点を意識しながら、①経営に資する資源を捉えその状況を把握した上で、②白馬村が観光地として目指すべき姿や進むべき道、実施すべき施策・プロジェクトなどを示すとともに、③これらを確実に実行し、必要な改善を施しながら継続していくための体制や方策も同時に提示することとして、平成28年3月に「白馬村観光地経営計画」を策定した。



恵まれた自然、
山と雪が育む生活・文化を未来に残す
マウンテンリゾート・Hakuba

白馬村観光地経営計画
<概要版>



- 白馬村観光地経営計画 策定の背景と位置づけ
- 観光地経営戦略の体系
- 白馬村の観光地経営に向けた課題と可能性
- 計画管理・推進の考え方
- 白馬村観光地経営計画のコンセプト
- 戦略的重点プロジェクト
- 計画推進に向けた関係者の役割
- 計画推進のスケジュール

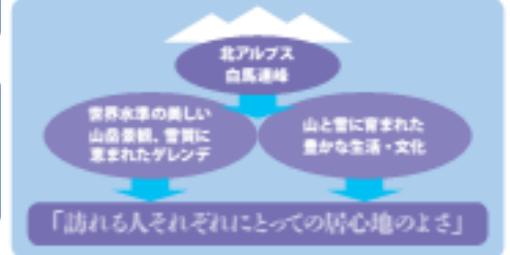
平成28年3月
白馬村

理念

- 観光の手段によって地域を活性化し、**自分たちの生活の場として次世代に自信を持って引き継ぐことのできる白馬村を実現します。**
- 観光の視点で地域の魅力をさらに磨き上げ、**高い誇りを持って世界中からの来訪者を迎えることのできる白馬村を実現します。**
- 旅行者にとって『何度でも訪れたい／ここに留まりたい白馬村』、生活者にとって『ずっと住み続けたい白馬村』、村外に転出した次世代の若者も『いつか帰りたい白馬村』を目指します。
- オリンピック開催経験を有する白馬村として村民がそれぞれの立場で「世界水準」を意識して来訪者を受け入れます。

目標像

恵まれた自然、
山と雪が育む生活・文化を未来に残す
マウンテンリゾート・Hakuba



基本方針

- 基本方針1 白馬村全体、広域白馬エリア全体で観光の効果の最大化を視野にいれ、産業間・地区間・取組主体間の連携を進めます。
- 基本方針2 白馬連峰を核に、地域に根ざした自然・歴史・文化の多面的な活用と、それらを支える人材の育成・活用を進めます。
- 基本方針3 「スキー目的＋グリーンシーズン周遊」型から「オールシーズン×滞在」型への転換を図ります。
- 基本方針4 客観的な数値データによる現況の把握と成果の評価、検証に取り組みます。

観光地経営戦略の体系

魅力づくりに関する戦略

- 戦略1 観光の資産価値の最大化
- 戦略2 白馬村を訪れ滞在する価値の多様化
- 戦略3 観光の魅力要素の次世代への継承

産業・経済の強化に関する戦略

- 戦略4 宿泊施設とスキー場の再活性化
- 戦略5 地場産業と連携した地域経済の強化

人づくり・受入体制づくり・仕組みづくりに関する戦略

- 戦略6 観光を支える担い手の育成・支援
- 戦略7 誰もが安心できる観光受入体制の構築
- 戦略8 地域全体での白馬ブランドの構築

経営基盤構築に関する戦略

- 戦略9 計画推進体制の構築と財源の確保
- 戦略10 計画推進の基盤となる統計の整備

白馬村観光地経営計画②

計画推進の考え方

①推進体制

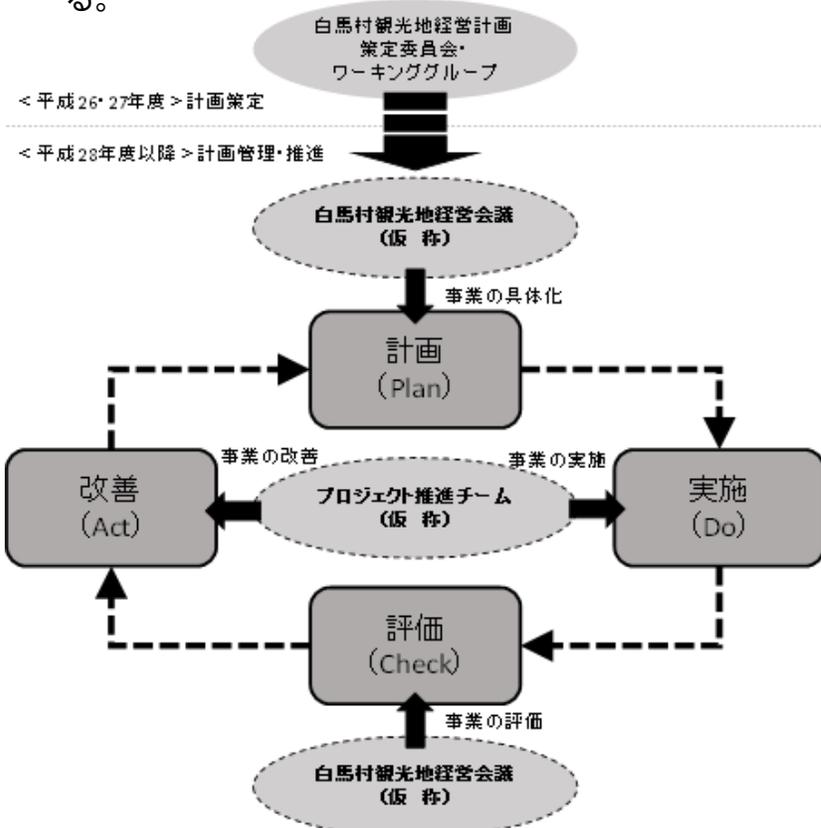
- PDCAサイクルに即して「計画→実施→評価→改善」の流れで取り組むため、計画全体の進捗管理を行う「白馬村観光地経営会議」を組織。
- 白馬村観光地経営会議は「白馬村観光地経営計画策定ワーキンググループ」のメンバーを中心に「同策定委員会」メンバー及びその他村内の関係者から構成され、事業の進捗状況の確認、成果の評価等を行っている。

②経営指標と目標数値の設定

- 計画の目標を着実に実現していくため、事業の進捗状況と成果を把握・分析した上で、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・継続的に見直すことが求められる。成果指標の設定、目標数値の考え方については白馬村観光地経営会議において検討する。

③計画推進のための財源

- 計画を推進するための財源として、白馬村の自主財源（地方税等）や依存財源（国の補助事業等）等の公的資金に加え、新たな財源創出も含めた民間資金の投入を検討する。
- 新たな財源の考え方については利益を受けるものと負担するものとの関係から大きく「受益者負担」と「一般協力」があり、事業の性格等に応じて適切な手法を選択する。



計画推進のスケジュール

