

## 25. 岐阜県下呂市

対象地域	岐阜県 下呂市 下呂温泉郷エリア			
申請主体	一般社団法人 下呂温泉観光協会			
計画名	オーバーツーリズム未然防止に地域一体で取り組み、ウェルビーイング向上を目指す「下呂モデル」の構築			
観光客データ		平成31年	令和5年	令和6年
	入込観光客数(千人)	1,025	962	1,006
	- 国内	904	873	878
	- 訪日外国人旅行者	120	89	128
地域の特徴・観光資源等	<ul style="list-style-type: none"> <li>下呂温泉郷エリアは、日本三名泉である「下呂温泉」をはじめとした7つの温泉から成り立ち、御嶽山や飛騨川・馬瀬川など多様な自然の宝による「温泉とお宝体験でディープな日本に浸かれる場所」。</li> <li>観光まちづくりの好循環を目指し、その起点となる地域住民向けの冊子（市民理解ツール）を作成・配布するなど、市民の観光理解を促進する活動も積極的に実施。</li> </ul>			
協議体制	<b>協議の場</b>			
	<p>下呂温泉郷オーバーツーリズム未然防止協議会</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>新たに設定する下呂温泉郷オーバーツーリズム未然防止協議会への住民関係者の参画。</li> <li>調査結果を観光事業者内で共有するだけでなく、地域一体となった協議を実施。</li> </ul>			
協議体制	<b>参加者</b>			
	<b>行政機関</b> 下呂市 観光商工部	<b>有識者等</b> 株式会社リクルート (じゃらんリサーチセンター)	<b>事業者</b> 下呂温泉観光協会会員 下呂温泉旅館協同組合 各機関の加盟外事業者	<b>住民関係者</b> 下呂市商工会 下呂市飲食業組合 各機関の加盟外事業者

### エリアマップ

江戸時代に天領の地として栄え、旧街道の面影を残す萩原。温泉100%プールも。



霊峰 御嶽山の麓に広がる滝のまちに、泉質がずば抜けた温泉が湧く。天然の炭酸泉。



5つのエリア 7つの温泉





飛騨川と馬瀬川が合流し、江戸時代には4つの藩の境の宿場町として栄えた金山。



「日本で最も美しい村」連合に加盟し、地域が持つ資源を活用しながら守る自然豊かな馬瀬。



約千年前から今なお源泉が80.2℃という高温で湧き続ける下呂温泉。

	主な現状・問題点	影響を受けている主な対象
1. 観光客増加による弊害	<ul style="list-style-type: none"> <li>令和6年度のアンケート調査では、観光客増加による「ゴミ捨て」「騒音」等のマナー問題や「特定エリアへの集中（混雑）」を改善点として挙げる意見が寄せられた。</li> <li>一部の観光客のマナーと「集中（混雑）」が観光客や地域住民の満足度を下げている。</li> </ul>	観光客・住民
2. 対策を打つべき事象の“詳細”把握	<ul style="list-style-type: none"> <li>各所からオーバーツーリズムの予兆となり得る課題について声は寄せられている。</li> <li>一方で、優先順位を付けて対策を打つには至っておらず、詳細な課題把握が必要。</li> </ul>	観光客・住民
3. 「喫食需要」への対応	<ul style="list-style-type: none"> <li>「素泊まり」「一泊朝食」の人気により、国内客・訪日客の「喫食需要」が高まっている。</li> <li>住民が入り出りする飲食店も多く、地域一体となって対応方針を定める必要がある。</li> </ul>	観光客・住民

1 昼夜問わず人が押し寄せる足湯スポット



2 特急の到着時間前後には立つ人も出る下呂駅（住民も利用する）



3 観光客が行列を作るスイーツ店



# 3. 背景・要因

## 主な背景・要因

過年度調査において、

- 国内に加え、訪日外国人旅行者も増加  
課題の中でも、対策を打つべき事象の“詳細”把握には至らず

- 国内旅行者／訪日外国人旅行者の「定量＋人流データ」から、国内・訪日／閑散・繁忙のクロス分析を実施。国内・訪日／閑散・繁忙問わず、下呂を訪れる観光客が市内の定番スポットに集中する状況が明らかになるなど「オーバーツーリズムの予兆」を察知した。
- 同事業で行なったアンケート調査からも、今まで察知できていなかった「観光客が増えたことによる弊害」が意見として多く寄せられたため、オーバーツーリズム未然防止に取り組む必要性が出てきていることが判明した。

- 「素泊まり」「1泊朝食」ニーズの増加

- 宿泊プランのニーズ変化と、それに伴う宿泊施設・飲食店側の受入体制整備が必要となった。
- 宿泊施設では人手不足もあり、特に「夕食付予約」の受入が難しくなっている事情もあるため、複数の事業者において「トヨタ生産方式カイゼン」を導入することで少ない人手でも夕食付予約に対応ができるよう体制整備を行なっているが、今後については飲食店側の受入状況や受入意向も加味し、宿泊施設・飲食店双方の受入バランスを見極める必要があると判断した。

## 国内・訪日／閑散・繁忙のクロス分析結果

(下呂市)	冬			春			夏			秋		
	23.12月	24.1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月
①国内来訪	138,849	130,462	135,679	166,194	159,465	164,903	138,440	149,804	224,554	167,433	168,116	191,025
	冬休み			学生旅行			GW			学生旅行		
	12月、1月中旬～3月下旬 冬花火			桜まつり			6月下旬～9月上旬 夏花火			紅葉		
②訪日 宿泊	4,541	5,659	6,479	5,069	5,730	6,676	4,576	4,839	6,134	6,145	5,025	8,050
③訪日 滞在	9,980	10,339	11,950	12,206	11,989	14,852	8,573	8,418	12,936	13,509	11,134	11,981
④国内＋訪日	153,370	146,460	154,108	183,469	177,184	186,431	151,589	163,061	243,624	187,087	184,275	211,056
⑤韓国 宿泊	1,203	399	562	255	238	1,347	473	847	?(200)	?(500)	605	1,137
⑥韓国 滞在	1,804	626	1,186	828	653	1,291	591	476	105	362	825	479
	小中高 休み (12月下旬～1月末、2月中旬～2月末)			GW			夏休み (7月下旬～8月上旬)			旧正月 (最大10日)		
				★大学生 夏休み (6月中旬～8月末)								
⑦香港 宿泊	983	1,035	1,481	1,551	529	1,466	781	253	474	145	325	1,378
⑧香港 滞在	1,556	1,647	1,934	2,078	1,114	1,437	1,367	903	758	464	797	1,906
	クリスマス休暇 春節 (1月末～、3日程度)			復活祭 (4日程)			GW			夏休み (7月初旬～8月末)		
				GW						新年度 連休		
⑨台湾 宿泊	520	1,143	746	1,499	645	676	494	804	975	358	659	1,782
⑩台湾 滞在	1,041	1,951	1,832	1,894	1,161	1,413	1,199	371	670	1,135	1,263	1,296
	冬休み (1/21～2/10)			春休み (4日)			GWなし			夏休み (7月～8月)		
				GWなし						新年度		
	春節 (2月末～3月初旬)											
(岐阜県)												
⑪国内来訪	2,881,324	2,933,719	2,712,425	3,125,761	3,614,234	3,941,862	3,046,738	3,241,588	4,395,196	3,527,097	3,838,676	4,043,651
⑫訪日 宿泊	103,071	93,202	84,241	110,274	125,055	111,968	106,472	93,450	115,067	128,030	152,723	129,693
⑬訪日 滞在	107,325	95,644	90,108	129,685	142,647	126,395	95,968	107,600	133,598	128,828	153,915	117,723
⑭国内＋訪日	3,091,720	3,122,565	2,886,774	3,365,720	3,881,936	4,180,225	3,249,178	3,442,638	4,643,861	3,783,955	4,145,314	4,291,067

## アンケート調査結果

●WEBアンケート:困ったこと・嫌だったこと・改善した方がいいこと RECRUIT

データから抽出した主要な課題トップ10と具体的なコメント

- 駐車場(873件)
  - 駐車場どこにあるのかわかりにくい
  - どこも満車で、停められる場所を探すのに時間がかかる
  - 料金が高く、長時間の観光には向かない
  - 紅葉地周辺の駐車場はすぐ埋まるのに、案内が不十分
  - 「駐車場の空き情報をリアルタイムで知りたい」「車で来る観光客向けのサービスがもっとあればいい」
- 温泉(799件)
  - 温泉の温度が熱すぎず長く入ってられない
  - 施設が古く、シャワーの水圧が弱い、清潔感が足りない
  - 休日や観光シーズンは混雑すぎてゆっくりできない
  - 露天風呂の景色が期待していたほどではなかった
  - 「温泉の温度調整ができると助かる」「貸切風呂や静かに入れる場所があればいい」
- アクセス(436件)
  - バスや電車の本数が少なく、移動が不便
  - 最寄り駅から観光エリアまでのアクセスが悪い
  - 車がないと移動が難しいが、レンタカーも少ない
  - タクシーの数が足りず、待ち時間が長い
  - 「駅やバス停からの送迎がもっと充実していれば便利」「観光スポット間を結ぶシャトルバスがあるといい」
- 道路(265件)
  - 道が狭く、車のすれ違いが大変
  - 観光地周辺は渋滞がひどく、移動に時間がかかる
  - 道路標識が少なく、目的地に迷いやすい
  - 徒歩で移動するにも歩道が狭く、歩きにくい
  - 「カーナビではうまく案内されず迷った」「観光客向けの道路案内をもっと分かりやすくしてほしい」
- 飲食店(194件)
  - 飲食店の数が少なく、選択肢に限られる
  - お昼時や夜はほとんど混んでいて、長時間待たないといけない
  - 予約が取れず、飛び込みでは食事ができないことが多い
  - 夜遅くまで開いている店が少なく、食事の選択肢がない
  - 「人気店はどこも行列で入れなかった」「もう少し気軽に入れるお店が増えてほしい」

## 4. 対策の概要

### 目指す姿

下呂温泉郷各エリアの観光従事者・地域住民のそれぞれが、多種多様な観光客の受入と各自の“ありたい姿”を同時に追求し、地域として観光歓迎度が高まっている状態。

### KGI

(指標) 観光従事者 及び 下呂市民の観光歓迎度

目標値：初年度+10%（令和9年度） | 実績値：未取得

オーバーツーリズム未然防止協議会を、既存の重要組織である誘致宣伝委員会の傘下に設置することで、組織の継続性を担保し、適宜、協議を実施する。

### ■ 補助事業の実施概要

#### 地域全体の観光地域づくりにかかわる事業

#### ① 観光による地域活性を地域一体で歓迎するための“下呂のありたい姿”追求事業

##### 【背景・課題】

- 令和6年度のアンケート調査では、観光客増加による「ゴミ捨て」「騒音」等のマナー問題や「特定エリアへの集中（混雑）」を改善点として挙げる意見が寄せられた。
- 一部の観光客のマナーと「集中（混雑）」が観光客や地域住民の満足度を下げている。
- 各所からオーバーツーリズムの予兆となり得る課題について声は寄せられている。
- 一方で、優先順位を付けて対策を打つには至っておらず、詳細な課題把握が必要である。

##### 【事業内容】

- 観光従事者・下呂市民の観光歓迎度、「飲食店調査（後述）」の調査結果に基づき、課題を明確に把握し、観光客・観光従事者・地域住民それぞれにとつてのありたい姿の実現に向けた「三方良しの未然防止策」を策定する。
- 初年度においては、「三方良しの未然防止策」において、取り組むべき重点指標を決定する。



①②ともに、下呂温泉郷の全エリアを対象とする

#### 調査・分析

#### ② 受入体制整備と喫食需要への対応を目的とした飲食店調査の実施

##### 【背景・課題】

- 「素泊まり」「一泊朝食」の人気により、国内客・訪日客の「喫食需要」が高まっている。
- 住民が出入りする飲食店も多く、地域一体となって対応方針を定める必要がある。

##### 【事業内容】

- 観光客を受け入れる上での飲食店側の課題を現地調査にて把握、令和8年度以降の対応策の検討を開始する。

初年度においては、

- 飲食店における注力課題項目の決定と令和8年度以降のKPI設定
- 飲食店における注力受入整備項目の決定と令和8年度以降のKPI設定を目指す。

# 【本地域における取組マップ】

## KGI：観光従事者及び下呂市民の観光歓迎度

測定手法：下呂市民調査

- 現状値：73.9%（観光従事者） | 67.4%（市民）
- 目標値：初年度+10%（令和9年度）

## 下呂温泉 観光案内図

- 「下呂温泉街」や「下呂駅」に人が集中し、混雑する傾向にある。
- 平準化／分散化／エリア比較観点で、市内全域を対象とした取組みを実施した。



ゴミ捨て、騒音等のマナー問題  
下呂温泉エリアへの集中（混雑）により、  
観光客や地域住民の満足度が低下

「素泊まり」「一泊朝食」の人気により、  
飲食店における喫食需要が拡大  
地域住民が出入りする飲食店における  
受入体制の整備が必要

観光による地域活性を地域一体で歓迎するための  
“下呂のありたい姿”追求事業

**KPI：**  
「三方良しの未然防止策」において取り組むべき重点  
指標の決定  
年度内：3つ以上  
「三方良しの未然防止策」において取り組むべき重点  
指標の目標達成度  
中期 100%

受入体制整備と喫食需要への対応を目的とした  
飲食店調査の実施

**KPI：**  
飲食店における注力課題項目の決定と令和8年度  
以降のKPI設定  
年度内 年間1つ以上  
中期 年間1つ以上  
飲食店における注力受入整備項目の決定と令和8  
年度以降のKPI設定  
年度内 年間1つ以上  
中期 年間1つ以上

## 5-①. 主な取組（詳細）

## 地域全体の観光地域づくりに関わる事業

補助事業①	観光による地域活性を地域一体で歓迎するための“下呂のありたい姿”追求事業		
事業目的	オーバーツーリズム未然防止を契機とした「ALL下呂」体制の確立		
実施主体	一般社団法人 下呂温泉観光協会	実施期間	令和7年8月～令和8年2月

## 【背景・課題】

- 観光従事者を対象とするアンケート調査（令和6年度）では、観光客増加による「ゴミ捨て」「騒音」等のマナー問題や「特定エリアへの集中（混雑）」を改善点として挙げる意見が寄せられた。
- 一部の観光客のマナーと「集中（混雑）」が観光客や地域住民の満足度を下げている。
- 各所からオーバーツーリズムの予兆となり得る課題について声は寄せられている。
- 一方で、優先順位を付けて対策を打つには至っておらず、詳細な課題把握が必要。

## ▼市内各所の混雑



## 【事業内容】

令和6年12月に実施した「観光地点調査」では観光客の属性や来訪理由、満足度等が可視化でき、観光従事者にとっては有益な情報となっている。そこで、本事業では未然防止策の納得感を意識し、下記を実施する。

- ▶ 観光従事者・下呂市民の観光歓迎度を可視化することを目的とした「下呂市民調査」
- ▶ 上記の2種類の調査結果に加え、喫緊の課題を捉える「飲食店調査（後述）」の調査結果を合わせた3つの調査に基づき、地域一体となった協議  
上記により、観光客・観光従事者・地域住民それぞれにとってのありたい姿が盛り込まれた「三方良しの未然防止策」を策定し、納得度を計測する。

## 【推進ポイント】

## 下呂市民調査

- 観光従事者と下呂市民の両者を対象とした設計とする（“地域一体”の醸成）。
- 各人の観光歓迎度を測る他、課題や解決策を提言する機会とする。
- 令和8年度以降も継続的に調査ができるよう、調査後の振り返りや改善について可能な限り実施する。

## 未然防止策の策定協議

- 各調査の内容をもとに“観光協会として”取り組むべきことは何かを明確にした上で策定協議を開始する。
- 参加者同士が互いを認め合うことで、未然防止策に対する納得感を高める他、地域が一体となって観光客を受け入れる風土を醸成する。

## 補助事業①

## 観光による地域活性を地域一体で歓迎するための“下呂のありたい姿”追求事業

### 令和7年度事業の目標 (KPI)

指標名 「三方良しの未然防止策」において取り組むべき重点指標の決定

#### 令和7年度に掲げた目標値

3つ以上の指標を決定する。

#### 事業の成果/目標の検証結果

3つの指標を決定した。

- ・ 時間/エリア分散化 (団体客受入強化による滞在時間/エリアコントロール)
- ・ 情報発信強化 (観光協会HPの更新頻度向上、協会だより 臨時号の発行)
- ・ 住民における経済実感向上 (域内消費の見える化、観光GDPの算出・公表)

### 成果の詳細

#### 【住民意識調査】 実施期間：令和7年8月28日～令和7年9月29日

- ・ サンプル数：399、観光歓迎度：86.5% (内 まあ歓迎する 19%)
- ・ マナーや混雑、訪日客への漠然とした不安、周辺地域への積極誘客に関する声

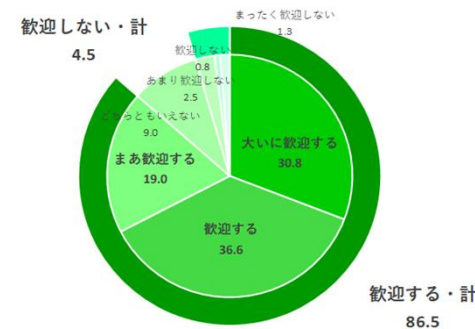
#### 【観光事業者調査】 実施期間：令和7年9月11日～令和7年10月30日

- ・ サンプル数：207、観光歓迎度：90.3% (内 まあ歓迎する 16.4%)
- ・ 働き盛りの30代は、ありたい姿として「普段の自分たちの生活を重視」する傾向

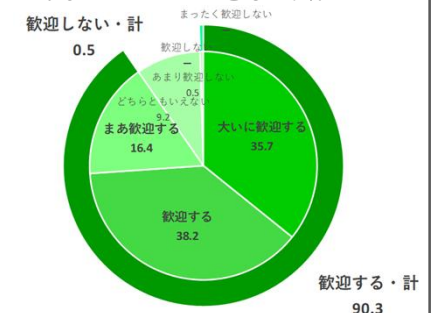
#### 【未然防止協議会】 令和8年1月13日 (火) 10:00～12:00

- ・ 参加者：21名、宿泊施設、体験施設、飲食店、市 商工課・観光課、商工会、自治会関係者 他
- ・ 「現状はオーバーツーリズムとは言えないが、未然防止のために何ができるか」を議論
- ・ エリアの潜在意識をアンケートによって顕在化できたことで、データをもとにした具体的な協議を実施

#### ■【住民】観光客の歓迎度 Q6. あなたは観光客を歓迎しますか？



#### ■【事業者】観光推進への是非 Q6. 観光関連事業に携わる一員として、下呂市が観光を推進していくことに対して、あなたはどのように感じますか？



### 今年度事業を踏まえた継続課題

#### ① データ収集・分析

- ・ 周辺地域への来訪機会創出には、温泉に負けずとも劣らないコンテンツ開発が必要となる。
- ・ 観光GDPの算出は令和7年度より実施。今後はデータ取得精度を向上させる必要がある。

### 次年度以降の方針

#### ① 時間/エリア分散化

- ・ 団体客の積極受け入れによる滞在時間/エリアコントロール

#### ② マナー周知と周辺地域の認知拡大

- ・ 情報発信強化 (情報発信ページの高頻度更新)

#### ③ 域内消費の見える化と住民の経済実感向上

- ・ 観光GDPの算出・公表、住民における経済実感の向上

## 5-②. 主な取組（詳細）

## 受入環境の整備・増強

補助事業②	受入体制整備と喫食需要への対応を目的とした飲食店調査の実施		
事業目的	訪日客含む観光客の受入実態を把握し、対応策の検討を開始		
実施主体	一般社団法人 下呂温泉観光協会	実施期間	令和7年7月～令和8年2月

## 【背景・課題】

- 「素泊まり」「一泊朝食」の人気により、国内客・訪日客の「喫食需要」が高まっている。
- 住民が出入りする飲食店も多く、地域一体となって対応方針を定める必要がある。

## 【事業内容】

- 飲食店調査をきっかけに、観光関連事業者における喫食課題の実態把握と地域へ接続する契機を生む。
- 観光客を受け入れる上での飲食店側の課題を現地調査にて把握する。  
(ex.訪日客を受け入れるにあたっての受入整備状況等)
- 現地調査で判明した課題を踏まえ、令和8年度以降の対応策の検討を開始する。

## 【推進ポイント】

- 観光客の利用が見込まれる飲食店を調査対象とする（例：全国チェーンを除く）。
- 調査のみを目的とするのではなく、飲食店側とのコミュニケーションのキッカケを生み、今後の連携を円滑化させる。
- 集計・分析の際には実現可能性や難易度を加味し、優先順位を付ける。



観光客が行列を作るスイーツ店



夜間には「夕食難民」も

補助事業②	受入体制整備と喫食需要への対応を目的とした飲食店調査の実施
-------	-------------------------------

## 令和7年度事業の目標 (KPI)

指標名	① 飲食店における注力課題項目の決定と令和8年度以降のKPI設定 ② 飲食店における注力受入整備項目の決定と令和8年度以降のKPI設定
-----	--

令和7年度に掲げた目標値	① 年度内目標値：1つ以上設定   中期目標値：年1つ以上設定 ② 年度内目標値：1つ以上設定   中期目標値：年1つ以上設定	事業の成果/目標の検証結果	①②について、1項目ずつ設定した。
--------------	--	---------------	-------------------

## 成果の詳細

**【飲食店調査】**

- 実施期間：令和7年9月1日～令和7年9月30日
- サンプル数：85、日本人受入れ意向：95%、外国人受入れ意向：77%（いずれも条件付含む）
- 「受入拡大」を目指す上では「混雑状況の可視化」や「受入れ体制の構築」などが重要との結果に。
- 8月は「回答しやすく、課題を捉えやすい」調査票設計に注力。
- 閑散期の9月に発送することで時間的にも余裕ができた飲食店に積極的に回答いただけた（電話や突然の訪問にも応じていただけた）。
- 適量の「自由回答欄」を設けることで、飲食店経営者の生の声を拾うことができた。

**【報告会（ワークショップ）】**

- 実施期間：令和7年12月17日（木）13:00～15:00
- 参加者：12名 飲食店経営者、市 商工課・観光課、商工会、旅館組合、観光協会
- 課題を設定した後、飲食店経営者からの意見も参考に「周辺から間接的に支援できることはないか」について
- 飲食店経営者にもご参加いただくことで現場感を知りつつ、周辺からの支援可能性について検討できた。

Q. 店舗では、日本人観光客の受入に前向きですか。

受入れたくない	計 4.7
受入れたたい	計 95.3

Q. 店舗では、訪日外国人旅行者の受入に前向きですか。

受入れたくない	計 23.5
受入れたたい	計 76.5

今年度事業を踏まえた継続課題	次年度以降の方針
----------------	----------

<p><b>① 観光産業の維持・オーバーツーリズム対策</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>「創業から浅い飲食店」と「老舗飲食店」では観光客の受入れ意向に差がある（一律ではない）。</li> <li>郊外エリアの方が席数は多いが、特に訪日外国人旅行者の受入れには慣れていない。</li> </ul>	<p><b>① 混雑状況の可視化</b> 効果検証済の「混雑状況可視化システム」について飲食店への導入を支援する。</p> <p><b>② 受入余力の拡大と柔軟性向上</b> 希望する飲食店に対して「トヨタ生産方式カイゼン」の導入を支援する。</p>
--	---