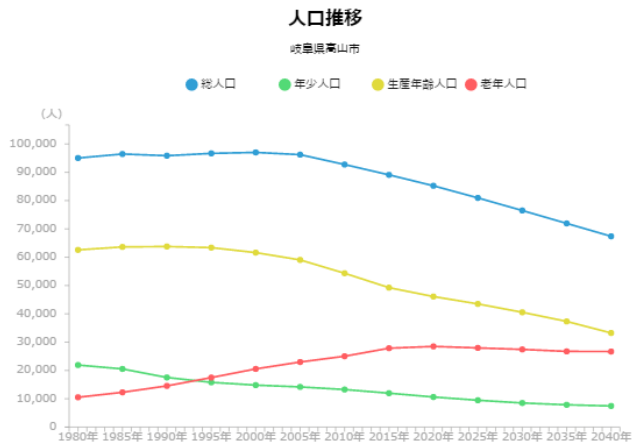


R E S A Sを活用した政策形成

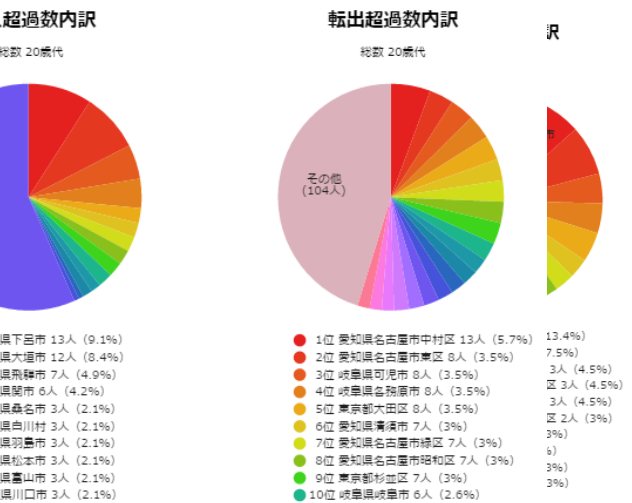
本来はうきは市の政策軽視過程を視察した報告書ですが、非常に容量が多いため後半の高山市の分析編のみをアップします。

報告者：岩垣和彦議員

5. 高山市の分析編
(1) 人口の推移



岐阜県高山市 From-to分析 (定住人口) 2014年



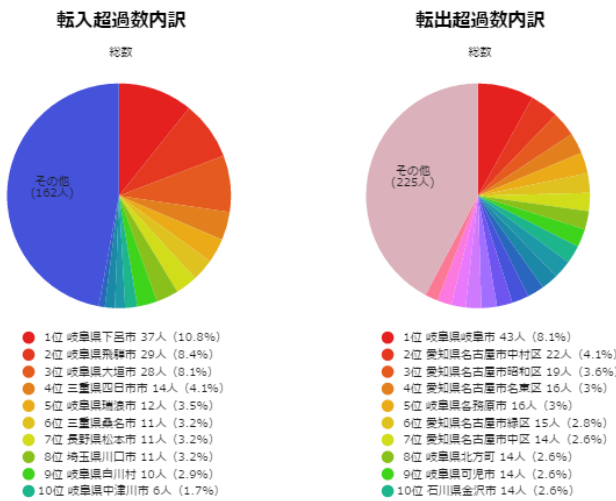
過

となっており、中でも20代前半の若者が進学等によって高山市を離れる場合が多い。40歳代以降の転出は、公務員や会社員などの異動が大半を占めると思われる。なお、高山市の人口減少の要因は、死亡などの自然減少より、進学や就職による社会減少が多くなっている。

※今後の展開に重要な視点 (人口問題)

若者の流出は大学等への進学によるものが多く、名古屋市や岐阜市など中京圏に比較的多くみられる。今後は、年少人口も減少する中で益々、若者の流出が続くことが予想され

岐阜県高山市 From-to分析 (定住人口) 2014年



※ポイント (2015年と2040年比較)

- ・ 総人口 89,095人⇒67,393人
- ・ 老年人口 (65歳以上)
27,864人 (31.2%) ⇒26,689人 (39.6%)
- ・ 生産年齢人口 (15歳～64歳)
49,253人 (55.2%) ⇒33,243人 (49.3%)
- ・ 年少人口 (15歳未満)
11,978人 (13.4%) ⇒7,461人 (11.0%)
- ・ 転入と転出の動向

転入者は飛騨市・下呂市が中心で、転出者は岐阜市や名古屋市が占めている。転出超

自然増減と社会増減の影響度(将来)

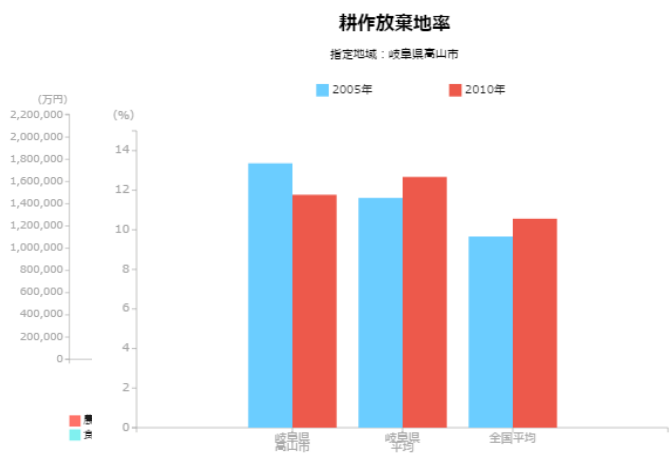
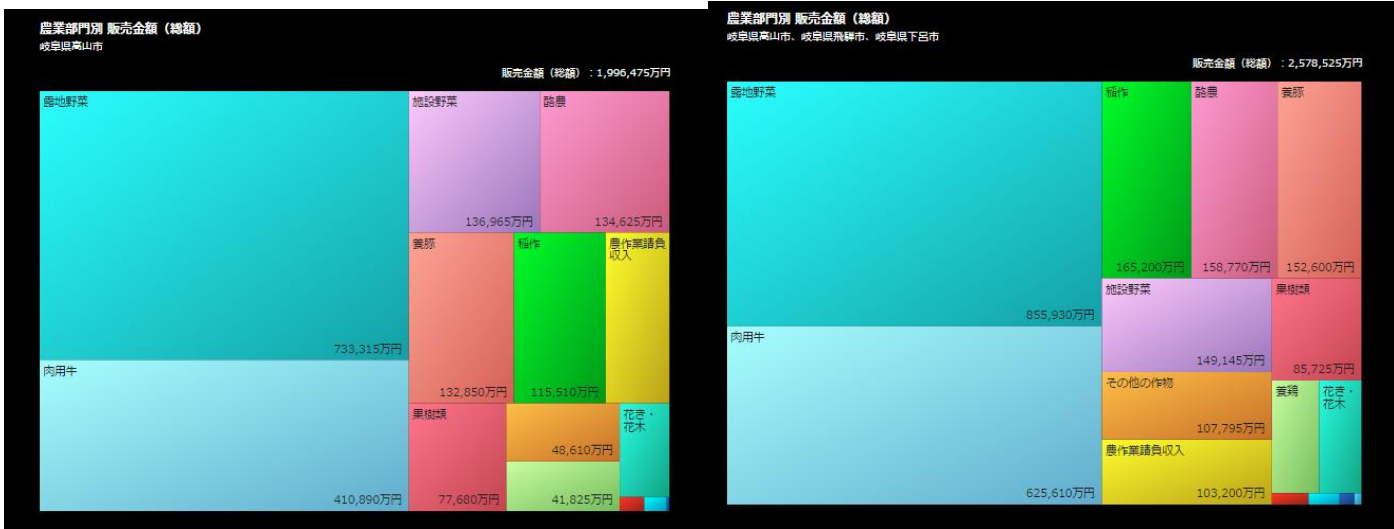
		自然増減の影響度(2040年)					
		1	2	3	4	5	総計
社会増減の影響度 (2040年)	1		瑞穂市、本巣市	美濃加茂市、笠 松町、岐阜市、 池田町、北方町			7 (16.7%)
	2	白川村	安八町、韓之内 町	寒川村、川辺 町、岐阜市、富 加町、善井町、 坂谷町、大野 町、羽島市、恵 那市、関市、多 治良市、土岐 市、各務原市、 可児市、大垣市	御津町、美濃 市、山根市		21 (50%)
	3		高山市	神戸市、八雲津 町、瑞浪市、七 宗町、中津川 市、郡上市、関 ヶ原町、豊老 町、下呂市	海津市		11 (26.2%)
	4			白川町、飛騨 市、揖斐川町			3 (7.1%)
	5						
	総計	1 (2.4%)	5 (11.9%)	32 (76.2%)	4 (9.5%)		42 (100%)

る。したがって、大学卒業後のUターン者を増加させるため、地元学生等（社会人）に対する起業情報の提供は勿論、大学等を通じて高山市のIターン・Jターンへの支援拡充と取り組みPRなどは重要な要素となる。さらに若者定住促進策の強化と奨学金の返済免除や家賃補助などの拡充を図る必要がある。（地元企業や団体に確実に戻れる施策）

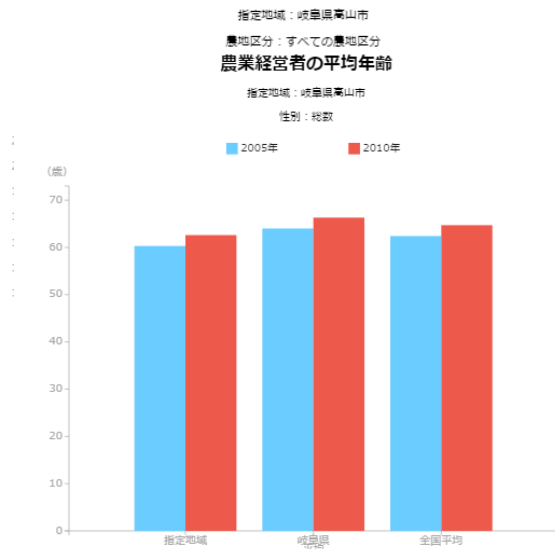
移住者やUターン者の増加策としては、住居と仕事のマッチングを図るために、行政における地元の産業強化のために必要な支援や、行政と民間の役割の中で共に協力して地域経済を盛り上げる補完性の原則が不可欠である。今後、著しく進む高齢化に対応する社会環境整備は勿論のこと、生産年齢人口の減少により地域産業に担い手が圧倒的に不足することから、企業の担い手確保のためにも若者のUIJターンへの施策は極めて重要である。

また、近隣の飛騨市や下呂市の人口が高山市への流入が進むことから、近隣自治体の人口構成は高齢化率が著しく増加するため地域の存続まで問われる可能性もある。飛騨地域を形成するための要素として、観光等における交流人口の増加は欠くことの出来ない施策である。

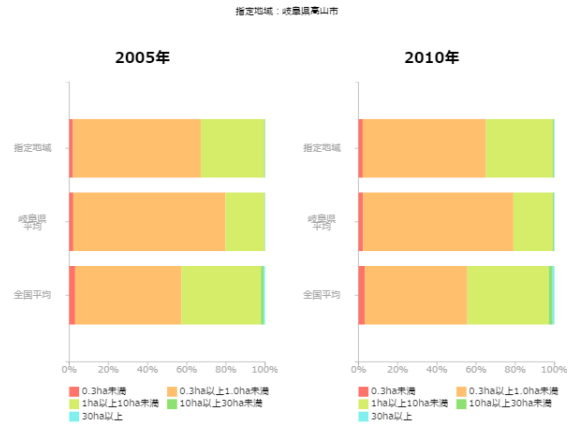
（２）地域農業の分析



経営耕地面積（経営体あたり）

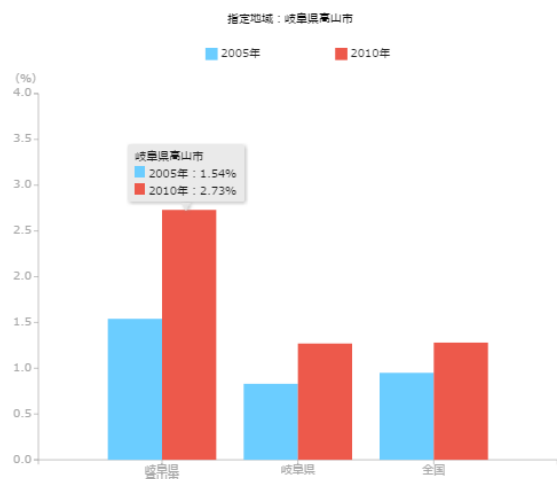


経営耕地面積規模別の経営体の割合



産額は199億円（2010年）

農業経営体の法人化率



億、肉用牛41億、酪農・施設野菜・養豚
其々13億、稲作11億、果樹8億など）

・飛騨市、下呂市、高山市の合算生産額は257億
（2010年）

（野菜85億、肉用牛62億、稲作・酪農・養豚・
野菜で其々約15億、果樹8億など）

・農業生産額の約7割（140億円）が農協に出
れ次いで卸売市場、農協以外の集出荷団体、
者へ直接販売、小売業者の順となる。なお、
への出荷割合は、岐阜県で5割、全国で6割
回っている

- ・耕作放棄地は、2005年に13.36%が2010年に11.77%まで減少した。この数値は全国平均より高いが、2010年に県平均より耕作放棄地が減少した
- ・一経営体の耕作する経営面積は、2005年に111aであったが2010年に147aに増加し県平均の108aは超えたが、全国平均の216aには届かない。耕作する多数の経営体は、経営面積1.0ha未満の農家が約7割を占め、次いで約3割が10ha未満の経営体となっている
- ・農業経営者の平均年齢は、2005年に60歳、2010年に63歳に上昇したが、県平均や全国平均より低い年齢である。農業経営体の法人化は、2005年に1.54%、2010年に2.73%に上昇した。県平均は1.27%全国平均1.28%に留まっている。

※今後の展開に重要な視点（農業問題）

高山市は、広大な面積を有しているが実態は93%を森林で囲まれ耕作面積が確保できない中山間農業の典型である。生産品目は、野菜、肉用牛、稲作、果樹、酪農、養豚などに分類されているが、そのほとんどが農協への出荷となっている。経営面積の拡大には地形的な制約が課せられるため、施設を活用し高付加価値を見いだせる生産物に重点を置き、消費者に高く評価され魅力ある品目の生産、販売方法を模索する必要がある。なお、飛騨は気象条件など若干の差はあるものの、限られた耕作地など地形的に北部、南部と大差がない。ことから飛騨全体の地域農業の持続・発展のためには、生産効率、トマト、ホウレンソウに次ぐ第三品目の選定、地産地消の推進策、6次産業化への成功のカギを探るためには、行政や農協・農業法人・卸売市場・集出荷団体・観光業・飲食業の連携を密にして生産物の更なる高付加価値化と農業生産高の経済波及効果を高めるための議

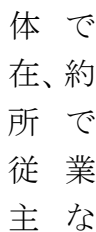
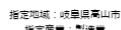
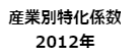
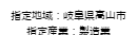
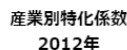
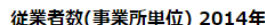
※ポイント・農業生

（野菜73
が円

施設
荷さ
消費
農協
を上

また、更なる法人化の推進は生産効率を向上させ、自由競争に打ち勝つための方策であり、経営として成り立つ地域農業のあり方や、小規模農家のあり方を含めて議論が必要とされる。このことが耕作放棄地の減少と後継者不足や経営者の高齢化などの課題解決への糸口となると期待される。

(3) 産業の分析（製造業）



※ ポイント
(製造業)
・産業全

は2012年現
6,600 事業
45,201 人を
している。
事業所は小

売業 1,692 事業 (9,518 人)、宿泊・飲食業 1,173 事業 (7,457 人)、建設業 754 事業 (3,942 人)、製造業 584 事業 (6,276 人)、娯楽業及び生活関連サービス業 522 事業 (2,134 人)、医療福祉 394 事業 (5,918 人)、この他に運輸・郵便・通信業、金融・保険業、不動産業などで構成されている。

- ・製造業の生産高は 2013 年に 1,207 億円で、食料品製造 (260 億円)、家具製造業 (115 億円)、はん用機械器具製造業 (80 億円)、生産用機械器具製造業 (46 億円)、パルプ・紙加工品製造業 (61 億円) などで構成されている。
- ・製造業での常用従業者全体は 5,483 でその分布は、化学工業 (1,194 人)、食料品製造業 (1,132 人)、家具等製造業 (1,000 人)、はん用機械器具製造業 (434 人)、パルプ・紙加工品製造業 (306 人) などである。
- ・稼ぐ力を示す付加価値額の最も高い業種は、家具・装備品製造業で雇用を吸収する力も他と群を抜いてずば抜けている。次に木材品製造業 (家具除く)、食料品製造業、紙加工品製造業、はん用機械器具製造業の順となっている。
- ・事業所数 (製造業) は年々減少傾向にあるが、他市と比較すればその減り方は少なく、売上高の推移を見ても高山市は減少しつつも浮揚しようとする成果も現れている。他市は確実に右肩下がり状況となっている。

※今後の展開に重要な視点 (製造業)

・市内製造業において、飛び抜けた稼ぎ出す力と雇用吸収力を持ち合せた産業は、家具や装備品など製造業であることから、更に稼ぎ出してもらうためにも原材料の調達支援や雇用の安定と人材確保策が必要である。これら製造産業の魅力を全国へ PR するための方法を模索し地元生産品の宣伝 PR が必要である。また、これらの人材確保策については、課題も残っているが UIJ ターン者による地域産業に就業する方々に対し、家賃補助のみならず空き家を活用した定住対策、子育て支援策など若い人を呼び込む施策の充実を図る必要がある。

また、地元産材を活用した製造品を生み出すことは、食料品製造業、パルプ・紙加工品製造などに於いての活性化となり域内収支の向上に繋がることから、産業を活かすための施策の構築が行政の役割であると認識せざるを得ないと感じる。なお、市内には製菓会社が存在し雇用吸収力が高く、地域外の若い人などが多く従業していることから従業者の定住、地域内の消費促進など広範な捉え方で、働く場の確保や人口減少の抑制策として、行政としての評価と具体的な施策を表わすことも地元自治体として必要である。

今後の経済環境は人口の減少などから厳しさは予想されるが、地元産品の魅力を結び付けた製造品の開発を含めて、「モノづくりの飛騨高山 (匠など)」が他都市に PR 出来、技術者の確保が可能となれば製造業の成長は期待できるものと推察できる。

(4) 観光産業の分析 (観光)

・外国人観光客の入込が増加し、国別では台湾、香港、タイ、中国、米国、豪州、スペイン、イギリス、フランスなどの順となり H27 年の外国人宿泊者数は 36.4 万人を記録した。また、訪問した際に外国人が消費する主なものは、宿泊費、デパート等での買物、レストラン等での飲食、ファッション関係、小物、医薬品、交通費、レジャー関係などとなっている。岐阜県全体で 2015 年に 55 億円が外国人によって消費された。

※今後の展開に重要な視点（観光業）

RESAS 分析による滞在人口率の低さは、春夏の高山祭の入込やイベント等による特定日における観光客が集中しているためと推察できる。よって年間（四季）を通じた「高山の魅力づくり」による観光戦略の必要性から再度検証し、永続的に来高いただける観光地に仕上げる工夫が必要。日本遺産の認定や文化遺産の指定を前提にした観光客数増加を充てにするのではなく、人々に根付く「歴史観、文化度、おもてなしの継承」など、内面から醸し出される人々の魂が、飛騨高山の観光のあり方として必要な時代になっている。

また、平日の入込数が休日の 2 倍以上になっていることを踏まえれば、旅行社のツアーに組み込まれている形態が多いのが特徴と考えられる。宿泊関連業者には客数確保策として有益な方法であり譲れない策である一方、エージェントによって創られる飛騨高山の印象付けは、全国横並びの観光地になり得る可能性も秘めている。したがって、まちのあり方と人々が歴史や文化の関わりを必要とする中で一体となって生き続けられる暮らしの実現が、日本遺産や文化遺産に指定された後も、魅力を出し続けられる飛騨高山となり得ると感じる。

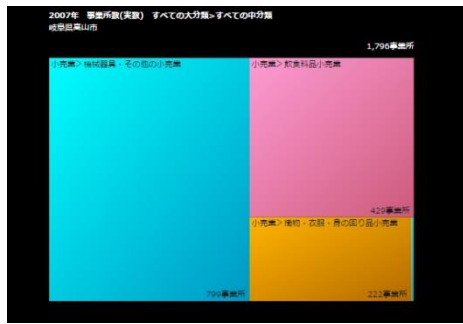
飛騨高山の観光は、歴史・文化を題材にした観光だけでなく、広域なエリアによって生み出された雄大な自然の有りようは、飛騨高山の魅力づくりに磨きをかけるものである。乗鞍岳、穂高岳、槍ヶ岳、焼岳、笠ヶ岳は北アルプスを代表する峰々であり、これまでと同様な山岳観光や温泉の PR は勿論のこと、「山々と共に生き続ける飛騨高山の伝統文化」を活かすことが売り込む視点として必要である。さらに既存の施設の入込数増加策は、必要不可欠でありリピーター客に対して飽きさせない策として創意工夫を凝らした施設づくりへの行政支援も重要な視点と捉える。

国内観光客の動向は、飛躍的に伸びはないものの継続的に県内の近隣市、中京圏、東京、大阪、北陸地方などをはじめ、全国幅広い地域から来高頂いている。特に近郊都市からは、日帰りによる生鮮製品の買い物や有名食堂などへ訪れる観光客も多く存在することから、販売拠点の整備拡充や民間の施設であっても官民が一体となった宣伝 PR も必要である。

外国人観光客が増加しているが観光消費額は国内観光客と比べ少なく、宿泊費や交通費などに特化した消費となっている。外国人のニーズを深く研究し相手の立場に立った観光地での消費に対する考えや意欲を探る必要がある。

飛騨高山は豊富な観光資源を保有しており、他市と比較すれば雲泥の差があり、観光を中心とした経済循環の確立は十分可能であることから、将来に向けた観光戦略を今こそ整えておくことが責務と認識するものである。

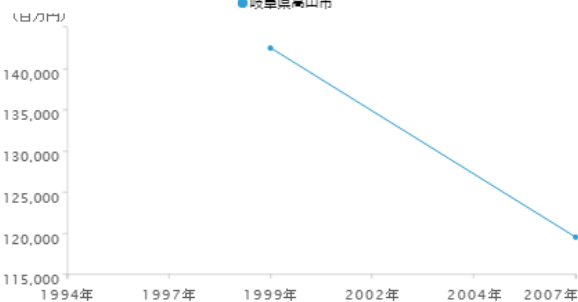
(5) 商業の分析 (卸・小売業など)



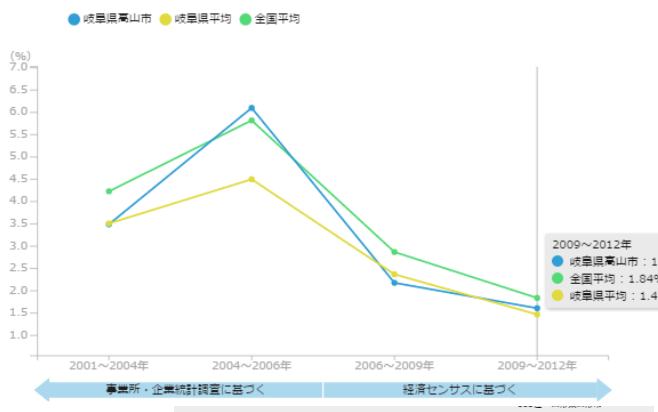
年間商品販売額(実数)の推移

岐阜県高山市

産業：小売業>すべての中分類>すべての小分類



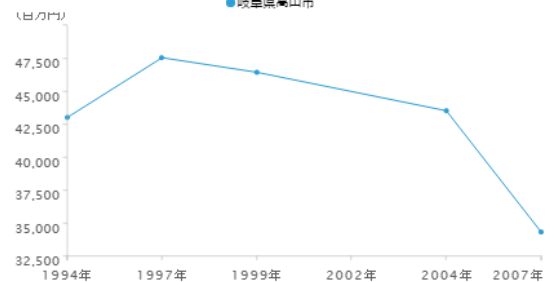
創業比率



年間商品販売額(実数)の推移

岐阜県高山市

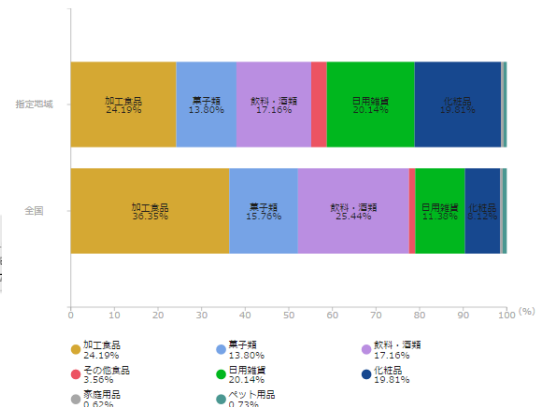
産業：小売業>飲食料品小売業>すべての小分類



購入金額(地域別商品割合)

表示年月：2015年すべての期間

指定地域：岐阜県



※ポイント
(商業など)
・卸小売業の事業所数は、
2007年
で

1,796 事業所 (小売 1,454 事業所で 2014 年には 1,368 事業所)、従業者数 9,586 人 (小売 6,930 人で 2014 年には 7,439 人)、年間販売額 2,269 億円 (小売 1,194 億円で 2014 年には 1,814 億円) となり、年々減少の一途を辿っている。

・小売業の年間販売額は減少しつつも県内では 4 位、全国でも 237 位となり比較的高位に位置づけられている。また、食料品小売業においても県内、全国自治体と比べ比較的高い水準となっている。

・起業創業割合は、2006 年に 6%前後の伸びを示し県や全国の平均を上回ったが、近年は 1.6%前後と低い水準となっている。

・消費形態は、加工食品、飲料・酒類、日用雑貨、化粧品、菓子類などが主に消費されているが、岐阜県は全国と比較し加工食品や飲料・酒類の消費が少なく、日用雑貨や化粧品の消費が多くなっている。

※今後の展開に重要な視点（卸・小売）

市内総生産額（GDP）の大半を占めるのが第 3 次産業であり、その中でも卸小売業による経済の下支えは極めて大きな役割がある。また、従業者数全体の 2 割が卸小売業で従業しており、全業種において雇用吸収力が最も高い業種となっている。

しかし、販売額は年々減少の傾向となっているのは、人口減少、少子高齢化に加えて景気低迷、所得の低下、購買意欲の減退などが理由に挙げられる。特に商店街の売上高や店舗数の減少は、社会的環境の変化と併せて大型店やネット通販、コンビニ店舗の急速な拡大により大きく影響を受けている。但し、高山市における年間販売額が全国と比較して高いのは、観光消費額が影響していると推察できる。

よって「観光まちづくり」を更に強化し「飛騨高山」の観光の主体である「歴史・文化、自然・おもてなし」の充実と更なる魅力づくりへの取り組みを続け、地域住民が一体となった「魅力ある観光まちづくり」を研究し実現することが重要である。

また、中心市街地における賑わいはイベントなどの特定日に限られており、賑わいを興す事業としては重要であるが、各商店の売上増に繋がっていない状況もある。従って消費ニーズが多様化している現状では、魅力と個性あるまちづくりや店舗づくりによって誘客を図る以外に方法を見出すことが出来ないのが現状である。また、伝建地区と中心商店街に対する観光客の印象として、歴史観を区別する中でも一体となった地域として、新旧の対象が区分け（外資を含めた）できるまちづくりとして視点も重要と捉える。

今後の小売業等は、SNS の普及により無店舗経営も拡大すると考えられるため、起業・創業への支援は勿論のこと、地元産品とのマッチングによる商品の研究開発へ支援も必要である。行政は、これら不断的な努力で地元小売業や飲食業などの発展に資するべきである。

（6）高山市の地域経済循環



- ・ 2010 年の生産額（付加価値額）は 3,324 億円で、第 1 次産業 119 億円、第 2 次産業 620 億円、第 3 次産業 2,586 億円で構成され、一人あたり付加価値額は全国と比較し中位となっており、中山間都市としての典型である。
- ・ 市内産業における生産総額は 5,807 億円で構成は、サービス業（1,714 億円）、化学工業（782 億円）、卸小売業（519 億円）、建設業（482 億円）、不動産業（464 億円）、運輸・通信業（447 億円）、金融保険業（350 億円）、公務（283 億円）、農林水産業（218 億円）、電気・ガス・水道（202 億円）の順である。
- ・ 分配（所得）の総額は、3,816 億円となりそのうち地域内で雇用者所得として分配が 1,684 億円、

その他所得の分配が 1,623 億円で地域外から流入した所得は 509 億円である。流入所得は地域外企業の存在によるものと考えられる。また、雇用者所得は一人あたり 340 万円(全国比で 1228 位)、その他所得は一人あたり 230 万円(全国比で 572 位)となる。

・支出(消費)は、域内における民間消費額が 1,960 億円で域外からの流入が 102 億円となっており、流出入率は+5.2%で全国比 632 位である。

域内の設備投資を示す民間投資額は 483 億円、域外への流出した民間投資額は 173 億円で流出入率は-26.3%となり全国比 1,139 位である。

また、その他支出における域内産業の移輸出入収支額は 779 億円で逆に域外へ流出している額は 421 億円となっており、支出流出入率は-35.1%で全国比 524 位である。

・以上から 2010 年の高山市における地域経済循環率は 87.1%を示しており、比較的高くなっている。

※市における地域経済循環の重要な視点

高山市の地域経済全体の 7 割を支える第 3 次産業は、観光などによるサービス業を中心とした構造になっていることから「飛騨高山観光」のあり方が地域経済の命運を担っていると言っても過言ではない。行政と地域・住民・民間が一体となった「伝統・文化・自然・おもてなし」への対応に磨きをかけることが魅力と個性ある地域づくりに繋がると捉えている。また、地元で製造される味噌・醤油・地酒・漬物などの地場産品を利用した製造品の販売によって域内に留まる財が滞留し更に観光客によって購入されることで域外からの消費の流入が続きそれが所得として反映されることになる。従って、地場産品を活かした特産品の開発など、儲かる 6 次産業化を研究し実行させることが重要である。これらが観光とマッチングすることで更なる地元産品の消費に繋がり、所得に転嫁できる可能性は十分に秘めている。

なお、化学工業の占める割合も大きく、外資の企業であっても地域内の従業者が極めて多いことから地域の所得構造に寄与している。今後は従業者数を多く抱える企業に対しては、生産年齢人口が減少する中にもあっても雇用が比較的容易に確保できる施策を探り、官民が一体となった取り組みを続けることが必要である。

(7)「RESAS 分析」における感想

ビックデータは、今後、大いに活用されるべきであり、経済動向のみならず人口減少などから起こり得る人手不足などの地域課題に対しても分析し対応を探る必要がある。また、少子高齢化は、社会環境が一変するような変化の到来であり、医療・介護・福祉・教育などにも活用できると考える。

また RESAS マップにおいて、産業マップの全産業花火図、産業別花火図、企業別花火図、そして自治体比較マップの経営者平均年齢においては、国および地方自治体の職員しか閲覧できない「限定メニュー」となっていることから、個々の詳細まではわからないが、ビックデータを基にした状況を見て、必要な施策を判断する材料としては重要なツールである。今後、行政等においては日常業務においても活用され、地域経済の発展と持続可能なまちづくりのために大いに活用されることを願うものである。

但し、国勢調査や経済センサスのデータを基にしていることからリアルタイムに状況把握が出来ないなど課題は感じるが、これまでの市が公開するデータと乖離する(入込観光客数)部分も見受けられるが、議会としても調査研究を続けるためには活用しがいのあるものと捉えている。

以 上