

長野県白馬エリアにおけるグリーンシーズンの 山岳ツーリズムの特性

－山岳リゾートにおける訪問者分析に基づいて－

坂本優紀・吉沢 直・呉羽正昭・山下亜紀郎・佐藤大輔

キーワード：山岳リゾート，グリーンツーリズム，夏季，スキー場，白馬村，小谷村，白馬エリア

I はじめに

I-1 研究の背景と目的

日本のスキーリゾートは、1990年代前半まで順調な発展プロセスを示してきた。当時のリゾートはスキー場を中心とした山麓地域に広がりをもせ、主に冬季の来訪者をターゲットに展開していた。その中でも、いくつかのリゾートでは、冬季だけでなくグリーンシーズンのツーリズムへの対応もみられた。特に、民宿をはじめとする宿泊施設を受け皿として、グリーンシーズンにおいて学生がスポーツ合宿で滞在する形態が発展した。

しかし、バブル経済崩壊後の1990年代半ば以降、日本国内でスキー観光が停滞もしくは衰退し、多くのスキーリゾートで冬季の訪問者が減少している。個々の自治体やスキー場などはそのような状況に対し、スキー客を維持・増加させようとする努力を重ねてきた。他方、そのような取り組みに加えて、冬季だけではなくグリーンシーズンの訪問者を増やすことで、スキーリゾートの年間訪問者数を一定数安定して確保しようとする地域もみられる。

前者の例としては、子ども連れスキーヤーに特化したサービス展開を強調した、群馬県片品村のかたしな高原スキー場を挙げることができる（呉

羽, 2020)。また北海道ニセコ地域や長野県野沢温泉のように、外国人スキーヤーの増加（呉羽, 2017; 名倉ほか, 2017) に後押しされてスキーツーリズムを推進する例もある。一方、後者の例として既述のようなスポーツ合宿の強化がある。例えば、長野県菅平高原などではさまざまなグラウンド整備を基盤に、ラグビーやサッカーの合宿客にアピールしている（呉羽・渡邊, 2015)。また長野県飯山市戸狩では、農家民宿を基盤にルーラルツーリズムに取り組む事例も多くみられる（渡邊ほか, 2017)。

一般に、スキーリゾートは山麓や山間という空間に立地し、その要素は山麓に位置するリゾートタウンと山地斜面に展開するスキー場である。前述した菅平や戸狩の事例は、リゾートタウンの資源を活かしてグリーンシーズンのツーリズムを推進したものと捉えられる。一方、スキー場やその背後に広がる山岳地域の資源を活かしたスキー以外のツーリズムもまた、スキーに依存しない観光形態として位置づけられる。例えば、トレッキングやマウンテンバイク、ラフティング等がそこでの重要な活動にあげられる。これに加えて、北アルプスのような特異な景観を有する地域や雲海が広がるような地域では、スキー場内のゴンドラリフト（以下ゴンドラと略称）終点付近がその展望

地点としての役割を有する。また、スキー場ゲレンデ内の平坦地を利用したキャンプやグランピングもこれに含めて考えることができる。

スキーリゾートにおけるグリーンシーズンのツーリズムに関する研究は、上述のような合宿や農村ツーリズムの枠組みで検討されてきた（例えば呉羽・渡邊，2015；渡邊ほか，2017）。これらのツーリズムは山麓の集落に集中しており，山岳域には及んでいない。一方，山岳域のツーリズムについては，トレッキング自体の分析を中心に多くの成果がみられる。例えば，小林・ジョーンズ（2017）のような登山者の属性や目的を検討した研究は多数ある。また，登山者の使用するルートから山域の空間利用を解明した松本ほか（2006）や，トレッキングルートの性格を解明した呉羽ほか（2019）などの研究もみられる。一方，登山口の機能に注目した猪股ほか（2017）は，上高地山麓がリゾートとしてよりもゲートウェイ的な性格が強いことを示した。しかし，これらの研究には登山・トレッキングのようなグリーンシーズンのツーリズムと山麓のリゾートタウンとを関係付けた視点はみられない。今後の山岳ツーリズムの発展を検討するためには，リゾートタウンを含んだツーリズムの現状を理解することが求められる。

そこで本稿は，国内でも著名なスキーリゾートを有する長野県白馬エリアにおいて，グリーンシーズンの山岳ツーリズムの特性を山麓のリゾートタウンと関係付けながら明らかにする。具体的には，山岳リゾートを訪問した観光者の属性や形態，目的についての分析に基づいて，スキーリゾートおよび山岳リゾートとしての白馬エリアの山岳ツーリズムの特徴を解明するとともに，今後のツーリズム戦略について検討する。

本稿ではまず，白馬エリアにおける観光者の変化を冬季とそれ以外で比較し，当該地域の観光動態を時系列的に捉える。次いで，ホスト側の活動として，近年，各スキー場が強調しているグリーンシーズンも含めた山岳リゾートとしての取り組みについて，各運営会社が公表している資料や新聞記事と会社への聞き取り調査から整理する。ま

た，グリーンシーズンに来訪する観光客へ構造化アンケート調査を実施し，ゲストの特徴や傾向を明らかにする。本アンケート調査は，2019年7月14日13時から16時において，筑波大学地球学類の学生13名が行った¹⁾。以上の結果を踏まえ，ホスト側とゲスト側の両視点から，白馬エリアにおけるグリーンシーズンのツーリズムを活かした山岳リゾートの展開とその可能性を議論する。

1-2 研究対象地域の概要

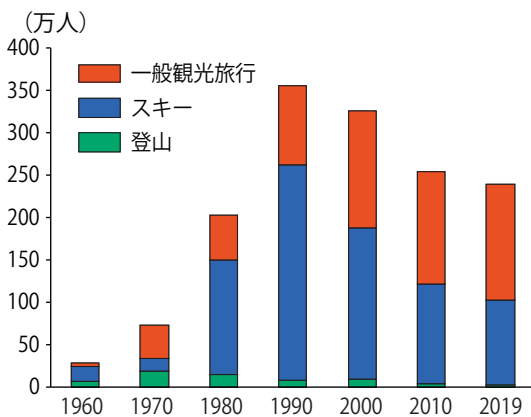
本稿の研究対象地域である白馬エリアは，後立山連峰の東部に位置する長野県白馬村および小谷村からなる（第1図）。東京からは北陸新幹線または上信越自動車道を利用して3時間程度で到達可能である。人口は白馬村が8,929人，小谷村が2,904人であり²⁾，主に標高500mから1,000m程度の間に住居地が立地する。本地域は冬季の積雪に恵まれ，合計8か所のスキー場を有するスキー場集積地域である。1998年の長野五輪の際には，アルペンスキー，クロスカントリースキー，ジャンプスキーの競技会が開催され賑わいをみせた。

近年の白馬エリアでは，白馬村の南に位置する大町市の北部も含めて「HAKUBA VALLEY」の名称で2011年に全スキー場共通リフト券を整備し，2019年には地域連携DMOを設立するなど市町村を越えた観光振興に取り組んでいる。複数のスキー場直下にはリゾートタウンが存在し，そこにはホテル，ペンション，旅館，コテージなどの宿泊施設が集中して立地する。宿泊施設の規模は白馬村では計905軒，収容人数は約37,800人であり，小谷村は計150軒，収容人数は約10,000人である³⁾。なお，観光客の行動はリゾートタウンが集積する白馬村と小谷村南部，すなわち第1図に示した範囲を中心に行われる。

白馬エリアにおける山岳ツーリズムは明治期に開始された。とくに，登山者の増加が観光地化の契機となった。「白馬のあゆみ」編纂委員会(1994)によると，日本近代登山の父と称される英国人ウォルター・ウェストンが白馬村に1894年と1913年に訪れ，彼の著書で白馬岳（標高2,932m）周辺

〔「白馬の歩み」編纂委員会，1994〕。なお，小谷村の杵池スキー場周辺の集落は，外部移住者の流入や外部資本による大規模開発により形成された（白坂，1986）。このように白馬エリアのツーリズムは登山により開始され，スキーヤー訪問の興隆により飛躍的な拡大を遂げた。しかし周知の通り，バブル崩壊に伴い日本全体のスキー観光は衰退し（呉羽，2014），白馬エリアのスキー客数も減少した（第2図）。そうした中で，他地域同様に白馬エリアにおいてもスキー場の閉鎖や宿泊施設閉業が相次いだ。

日本のスキーリゾートの多くは，一般にスキーヤーの訪問に大きく依存する構造を有してきた。それゆえ，スキー観光衰退期においては，それに代わる多様な観光振興策が模索されてきた（呉羽，2017）。白馬村において重要視されたのはグリーンシーズンの観光推進であった。例えば，2016年に制定された白馬村観光地経営計画⁴⁾の基本方針においても，通年型のマウンテンリゾートを目指すことが明記され，また滞在型観光を強化する方針が示されている。2000年代後半から，冬季においてオーストラリア人を中心とした外国人スキーヤーの訪問が増加傾向にあり，彼らの一週間程度の滞在が，滞在型観光を定着させようとする村の方針にも反映されている。その一方，グリーンシーズンにおけるトレッキングや一般的な観光



第2図 白馬村観光入込客数の推移
(1960-2019年)

(白馬村観光統計より作成)

旅行による集客数は減少しており，グリーンシーズンの観光振興が求められる。そうした中，白馬エリアでは近年新たに，集客施設やツーリズムの対象となるサービス（以下，ツーリズム資源）の設置・導入など，グリーンシーズンのツーリズムについて新たな展開が認められる。

II グリーンシーズンのツーリズム資源

本章では，白馬エリア内におけるグリーンシーズンのツーリズムの目的となるツーリズム資源について整理し，グリーンシーズンの山岳ツーリズムの実態の把握を試みる。山岳地域におけるレクリエーション活動を空間的に整理する枠組みを提案したNepal and Chipeniuk (2005)は，山岳地域をリゾートタウンから遠い順に①バックカントリー，②フロントカントリー，③ツーリストセンターの3つに分類した。しかし，これは北米などにおける広大な原生自然空間（Wilderness）を有する山岳空間を想定したもので，日本の山岳ツーリズム空間を整理する上では適切とは言い難い。そこで本稿では，Nepal and Chipeniuk (2005)の枠組みを参考に白馬エリアのツーリズム資源を，リゾートタウンから遠い順および標高の高い順に，①アルパインエリア，②ハイキングエリア，③スキー場エリア，④リゾートタウンに分け整理した（第1表）。

アルパインエリアにおいては，とくに白馬エリア西側に位置する特定の山頂への到達を目的とした本格的登山が実施される。その主要な山頂としては，深田久弥による日本百名山である白馬岳および五竜岳，その他には唐松岳や白馬乗鞍岳などが挙げられる。一般に白馬岳や五竜岳の山頂へ到達するには，1泊2日から2泊3日の行程を要するため，登山者は山小屋やテント場で宿泊することになる。そのため，明治期より登山道整備とともに山小屋の設置が進み，現在，標高2,400m以上のアルパインエリアには，計7か所の山小屋が設置されている。それらは第三セクターである白馬村振興公社による2か所と，明治期以来山小屋

第1表 グリーンシーズンの主要なツーリズム資源（2019年）

エリア	アルパイン	ハイキング	スキー場	リゾートタウン
定義	標高2,400m以上	索道終了地点より2時間程度で到達可能な標高2,400m以下の範囲	スキー場内	リゾートタウン内
主要なツーリズム資源	白馬岳、五竜岳など山頂 山小屋 大雪渓	八方池 八方尾根自然研究路 拇池自然園 大雪渓（白馬尻小屋）	白馬つがいけWOW！ マウンテンハーバー 北尾根高原 岩岳MTB PARK 白馬五竜高山植物園 ヨシナマウンテンバイクパーク	アウトドア・ガイド業 キャンプ場 アウトドアショップ 温泉

（2019年7月現地調査により作成）

事業に取り組む地元企業が運営する5か所からなる。

ハイキングエリアには、山岳景観や自然・高山植物鑑賞を目的としたツーリズム資源が認められる。まず、八方尾根スキー場（以下、八方）上部の標高2,060mに位置する八方池は、白馬エリアのランドマークマウンテンである白馬三山（白馬岳、杓子岳、白馬鑓ヶ岳）を池面の上に望める人気の景観スポットである（写真1）。グリーンシーズンの特定の時期には、索道がスキー場最上部まで運行されるため、そこから1時間半程度で到達可能であり、ハイキングの目的地として親しまれている。八方池までのルートは、八方尾根自然研究路として高山植物保護のための木道が整備されているため歩きやすく、豊富な高山植物の鑑賞が可能である。



写真1 八方池

唐松岳と八方の間に存在する池。白馬三山が湖面越しに見え、トレkkerやハイカーに人気がある。

（2017年9月 吉沢撮影）

また、拇池スキー場（以下、拇池）最上部の西側には、1970年から拇池自然園が設置されている。自然園には、春から秋の特定時期に運行されるゴンドラと拇池ロープウェーを利用して容易に到達できる。園内には計5.5kmの木道が整備され、高山植物および湿原植生の観察が可能である。また、登山者を魅了するものとして白馬大雪渓の存在が挙げられる。白馬大雪渓とは、白馬岳と杓子岳の間の峡谷に形成される日本最大の雪渓で、その標高差は600mに達する。白馬岳登山における主要ルートの一部であるが、大雪渓自体が雄大な峡谷景観を目的としたハイキングの目的地にもなる。登山道開始地点である猿倉からは1時間半程度で到達可能である。

次に、スキー場エリアでは近年新たな夏季利用の開発が認められる。まず、拇池ではフランス発祥のアスレチック施設「白馬つがいけWOW!」が2018年に設置された（写真2）。また、岩岳スキー場（以下、岩岳）の最上部には雄大な白馬三山の山岳景観を正面に望むカフェである「マウンテンハーバー」が2017年に開業した。ここでは、ニューヨーク発祥の人気カフェ「The City Bakery」にて食事を楽しむと同時に、せり出したテラスからの景観もツーリストの目的の一つとなっている（写真3）。また、岩岳には2016年より「白馬岩岳MTB PARK」が設置されており、ゴンドラを利用してスキー場最上部からのマウンテンバイクでのダウンヒルが可能である⁵⁾。八方ではスキー場中間部にある北尾根高原にて、カフェ「北尾根高原テラス」が開業し、雄大な山岳景観を間近に望



写真2 アミダス

梅池に設置されている白馬つがいけwow!のアトラクションの一つ。ネットが張り巡らされた施設の中を進む。
(2019年7月 吉沢撮影)



写真4 北尾根高原の足湯

足湯の他、カフェやグランピング施設が同敷地内に設置されている。
(2019年7月 呉羽撮影)



写真3 マウンテンハーバー

山岳域の景観を前面に売り出した、岩岳山頂に位置するカフェ。
(2019年7月 吉沢撮影)

んでの食事の他に、足湯も設置されている(写真4)。また、2018年からアウトドアブランド「snow peak」で著名な株式会社スノーピークと連携してグランピング施設を設置し、富裕層向けサービスに取り組んでいる。さらに八方では、ゴンドラの終点付近にプールとサウナを有する「マウンテンビーチ」が2019年7月26日に開業した。こうしたスキー場エリアの開発は、索道会社として梅池、岩岳と八方の一部を運営する白馬観光開発グループにより中心的に実施されてきた⁶⁾。白馬観光開発株式会社は1958年に東急資本により創業し

た。スキー観光衰退時、地元索道会社の撤退が相次ぐ中でそれらの索道事業を引き継いで運営索道数を増やした。しかし、経営状況は徐々に悪化し、2012年に東急資本から日本駐車場開発へと親会社を変更した。この変更後、白馬エリアのスキー場におけるグリーンシーズン向けの開発が本格的に開始された。

そのほか、白馬五竜スキー場の最上部には2000年から白馬五竜高山植物園が整備されている。ここでは6月から10月までの期間、300種以上200万株の高山植物を見ながら散策ができるとともに、園内ではレストランが営業している。またHAKUBA47スキー場では、夏季にのみ営業する複合アクティビティ施設にて、キャンプやマウンテンバイク、ジップラインなどの多様なアウトドアアクティビティを楽しむことができる。

最後に、リゾートタウンのツーリズム資源としては、まずアウトドア・ガイド業の存在が挙げられる。白馬エリアには、アウトドア・アクティビティを提供する事業者が複数存在し、白馬村周辺でのプログラム数は100を超える⁷⁾。具体的には、川や湖でのラフティング、カヤック、キャニオニング、SUPに加えて、空のアクティビティである熱気球やパラグライダーなどがある。また、白馬エリアには19か所のキャンプ場が設置され、多く

のキャンパーを惹きつけている⁸⁾。

ここまで述べたとおり、白馬エリアでは自然環境下で行われるアクティビティが主要な訪問目的であり、それらの活動後には温泉施設が利用されることが多い。白馬村内に11か所、小谷村に12か所の温泉施設があり、複数の宿泊施設でも日帰り入浴が可能となっている。また、白馬駅および八方尾根スキー場周辺では、近年、大手アウトドアブランドショップの出店が相次いでいる⁹⁾。これらの施設は、上記アクティビティに必要な用具を現地調達できる手段を提供しているとともに、品揃えの充実した専門店として来店を促している。

Ⅲ ツーリストの特徴

Ⅲ-1 ツーリストの特徴と類型化

本章では白馬エリアに来訪するツーリストの特性を明らかにするために実施した、観光行動に関する構造化アンケート調査の結果を示す。調査では、回答者の属性のほかに、同行者の有無や関係性、発地、白馬エリア内外での観光行動、エリア内での消費額や宿泊日数等を把握した。調査場所は、梅池、岩岳、八方の各ゴンドラ山麓口である。回答数は132であったが、そのうち項目の半数以上が無回答のものと、OMM¹⁰⁾参加者の回答を無効としたため、有効回答数は124であった。OMM参加者の回答を除外した理由は、大会参加を目的とした来訪のため、本稿で議論するツーリストとは目的や行動が異なると考えられるためである。

梅池、岩岳、八方での回答数は、それぞれ44, 39, 41である。回答者の年齢は、20歳代が15, 30歳代が12, 40歳代が25, 50歳代が26, 60歳代が

36, 70歳以上が10であった。

回答者の行動パターンを検討すると、異なる三つのタイプに分類できる。すなわち、①白馬岳や唐松岳等の後立山連峰への登山を目的とするタイプ、②ゴンドラ等を利用し梅池自然園や八方池など標高2,000m前後の山域を2～3時間散策するタイプ、③ゴンドラの終点周辺のみを散策、あるいは終点付近のカフェのみを利用するタイプである(第2表)。本稿ではこれら3タイプを、①アルパイン型、②ハイキング型、③サイトシーイング型(以下、それぞれ①A型、②H型、③S型)とし議論をすすめる。

それぞれのタイプの具体的な特徴を以下に示す。A型は、後立山連峰の山頂到達(ピークハント)や縦走などを目的に高山域で活動するタイプである。A型の具体的な活動内容としては、八方のゴンドラを利用して唐松岳の日帰り往復、大町市の扇沢から入山し鹿島槍ヶ岳から唐松岳を經由して八方に下山、また、猿倉から白馬大雪渓を經由して白馬岳に登頂し、白馬大池を経て梅池のゴンドラで下山等のルートでの登山がみられた。

H型は、ゴンドラ等を利用してハイキングエリアに到着した後、2,000m前後の山域まで活動範囲を延ばすタイプである。本調査では、八方池の景観を楽しんだり、梅池自然園などで高山植物を鑑賞した回答者をH型に分類した。

S型は、ゴンドラを利用しハイキングエリアには到達するものの、ゴンドラ終点周辺の散策にとどまり、他のタイプのようなアクティビティはしないタイプである。S型のツーリストは、ゴンドラ終点にあるカフェや、山岳景観を目的に白馬エリアに来訪する。

第2表 来訪者の分類と活動内容

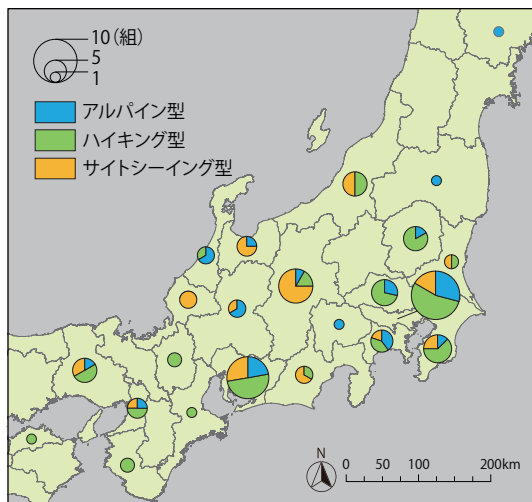
分類	組数	人数	具体的なアクティビティ
アルパイン型	28	78	唐松岳や白馬岳など2,400m以上の山岳域への登山
ハイキング型	59	176	八方池や梅池自然園など2,000m程度の山域を利用
サイトシーイング型	37	109	山麓リフト周辺を周遊

(2019年7月現地調査により作成)

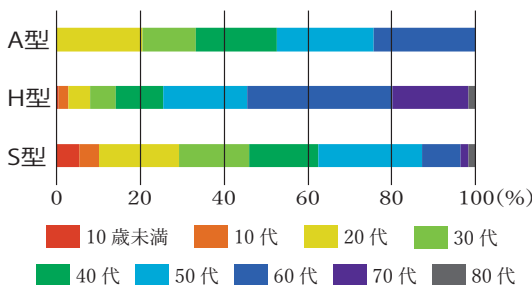
Ⅲ-2 各タイプの特徴と傾向

第3図は、各タイプの発地を示している。回答者124組のうち不明1組を除く123組を図示した。全体としては、東京都からのツーリストが24組と最も多い。次いで、愛知県18組、長野県12組となっており、関東や中部地方からの来訪が多い。一方、各タイプの傾向をみると、A型は岩手県や福島県の東北地方、H型は徳島県や和歌山県など、それぞれ遠方からの来訪があることがわかる。それに比べ、S型は近隣からの来訪が多い。

次いで、各タイプの同行者も含めた年齢構成をみると、A型とS型に比べH型は年齢層が高いことがわかる（第4図）。A型とS型では60歳代以上が20%前後であるのに対し、H型は50%以上と



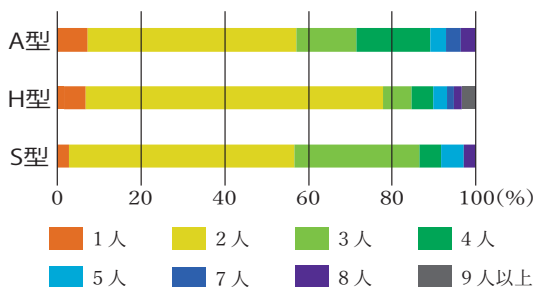
第3図 来訪者の発地とタイプ別割合
(2019年7月現地調査により作成)



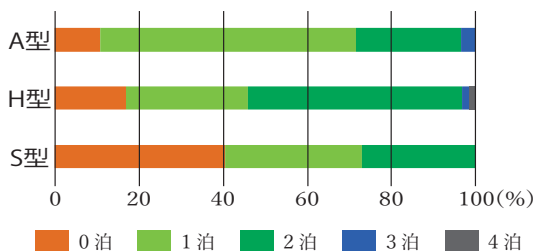
第4図 タイプごとの年齢構成
(2019年7月現地調査により作成)

なっている。またS型は、10歳未満と10歳代が比較的多いのが特徴としてあげられる。上記の結果は、各タイプの同行者数にも反映されている（第5図）。どのタイプも同行者数2人が多いものの、S型は他に比べ3人の割合が30%近くあり親子での来訪傾向が強い。これは、調査の中で聞いた同行者との関係とも一致している。一方、A型は4人以上での来訪も多く、家族以外に、友人や職場関係の同行者、いわゆる登山仲間由来訪しているのであろう。また、H型は先ほどの年齢の結果と合わせると、年齢層の高い夫婦由来訪する傾向が強い。

白馬エリア内での宿泊数を比較すると（第6図）、A型は1泊が17人（約61%）と最も多く、次いで2泊の7人（25%）、日帰りの3人（約11%）となっている。H型は、2泊が30人（約51%）、1泊が17人（約29%）、日帰りが10人（約17%）の順である。S型は、日帰りが15人（約41%）で最も多く、1泊が12人（約32%）、2泊が10人（約27%）の順である。これをみると、H



第5図 タイプごとの同行者数
(2019年7月現地調査により作成)



第6図 タイプごとの宿泊数
(2019年7月現地調査により作成)

型が最も宿泊数が多く、半数以上が2泊以上している。一方、S型は4割が日帰りであり、3タイプの中で最も宿泊数が少ない。同様の傾向は、エリア内での消費額にも表れている。第3表は白馬エリア内における主要なツーリズム資源の利用料をまとめたものである。各タイプによって利用するツーリズム資源が異なっており、消費額に差がある。第7図をみるとH型が最も消費額が大きく、エリア内で3万円以上の割合が50%近くいることがわかる。次いで、A型、S型の順になっている。S型はおよそ3分の1が5,000円未満と回答しており、宿泊数が少ないために滞在時間も短く、消費行動が限られていると考えられる。

最後に、ゴンドラの利用率をみると、A型とH型は八方と拇池が多く、岩岳の利用が極端に少な

いことがわかる（第8図）。一方、S型は岩岳の利用が7割以上を占めており、その他のゴンドラ利用がほとんどみられない。S型の観光客が岩岳に集中する要因は、マウンテンハーバーへの訪問によるものである。

以上のことから、各タイプによって利用する山岳地域が空間的に異なり、あわせて年齢や同行者、宿泊数などのツーリズムの特性も異なることが指摘できる。

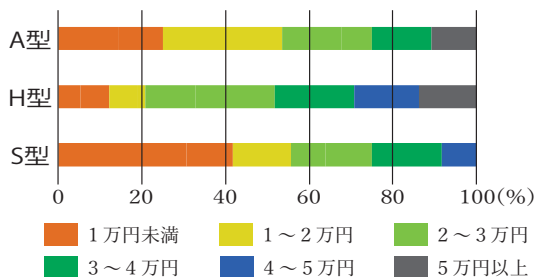
Ⅲ-3 観光行動からみた観光客の特徴

観光行動から各タイプの観光客を分析した結果、それぞれのタイプごとの特徴が明らかとなった。それらは以下のようにまとめられる（第4表）。

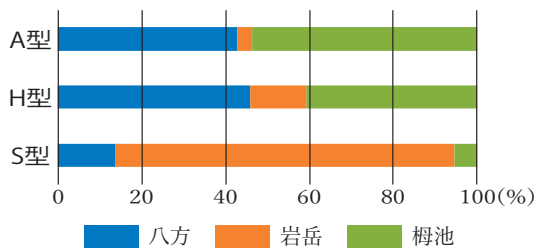
第3表 ツーリズム資源の料金（2019年）

エリア	ツーリズム資源	利用料の目安
アルパイン	山小屋	宿泊費：1泊2食付き：10,000円程度 テント場利用料：1,000円程度
ハイキング	拇池自然園	300円
	拇池最上部までの索道	往復：3,600円
	八方尾根自然研究路	無料
	白馬五竜高山植物園	無料
スキー場	白馬つがいけWOW!	2,300 - 4,700円（利用アクティビティにより変動）
	岩岳最上部までの索道	往復：1,800円
	マウンテンハーバー	テラス入場無料 コーヒー&サンドイッチのセット：1,500円程度
	白馬岩岳MTB PARK	1日券：4,200円 2時間レンタル/温泉付きお試レバック：4,200円
	八方最上部までの索道	往復：大人2,900円
	北尾根高原	入場料金(リフト料金含)：1,200円 グランピング：大人2名77,000円
	マウンテンピーチ	サウナ&ジャグジー1時間：1,500円
	白馬五竜最上部までの索道	往復：大人2,200円
ヨナナマウンテンバイクパーク	1日券：1,000円 4時間：600円	
リゾートタウン	アウトドア・アクティビティ	ラフティング：8,000円 カヤック：5,500円 熱気球：2,500円 パラグライダー・ダンデムフライト：9,000円
	温泉	500-1,000円

（白馬村観光局資料および各ホームページより作成）



第7図 タイプごとの消費額
(2019年7月現地調査により作成)



第8図 タイプごとのゴンドラ利用割合
(2019年7月現地調査により作成)

第4表 来訪者のタイプごとの特徴

分類	属性	特徴
アルパイン型	全年齢, 家族, 友人, 職場関係	山域以外での活動が少ない, 山小屋泊のため消費額が大きい, 北アルプスの山域を求めて遠方からも来訪.
ハイキング型	高齢の夫婦	エリア内の周遊が多い, 宿泊数, 消費額とも大きい, 北アルプスの山域を求めて遠方からも来訪.
サイトシーイング型	親子, 夫婦	エリア外の周遊と組み合わせて来訪, 1泊以内で, 消費額も少ない傾向, 自宅の近隣に位置する立ち寄り地の一つとして認識, 北アルプスの景観も消費しつつ, 他の集客要因(カフェ)の影響を受ける.

(2019年7月現地調査により作成)

A型は年齢や同行者に偏りが少なく、高山域での登山が目的で様々な年齢のグループで来訪する。ただし、本調査では20歳未満の来訪者はおらず、これはグリーンシーズンを通した傾向であると推察できる。A型の観光行動としては、高山域での登山前あるいは下山後の活動が少ないことがあげられる。回答では下山後に入浴や食事などの活動がみられるものの、スキー場エリアやリゾートタウンでのツーリズムに対する影響は少ないと考えられる。消費額に関してみると、3つのタイプの中で2番目である。A型のツーリストによる消費が集中する場所としては、山小屋が考えられる。山小屋の利用料金は1泊2食で約1万円¹¹⁾することから消費額が高くなる傾向にある。一方、A型のツーリストの中にはテント泊による縦走者もあり、テント泊だと1泊およそ1,200円¹²⁾と低価格での宿泊が可能である。しかし、テント泊のツーリストも山小屋での飲食物の購入などで、アルパインエリアにおける消費額は多くなる。

H型は、年齢層が高い夫婦での来訪が多い。このタイプは、白馬エリア内での宿泊数が長く、消費額も多い傾向にある。具体的な行動内容では、エリア内の異なるゴンドラを利用しながら、八方池や梅池自然園などのハイキングエリアを数日にわけて散策している。A型と同じく、北アルプスの山域でのアクティビティを求めて、遠方からの来訪もある。また、H型のツーリストはアルパインエリアに準ずるハイキングエリアでの軽度なアクティビティを求めているため、トレッキング(ハイキング)コースの無い岩岳への来訪は少ない。

S型のツーリストの傾向として、夫婦での来訪に加え、3人での来訪が相対的に多く、年齢層も20歳未満が出現することから、親子での来訪が特徴としてあげられる。S型のツーリストは、エリア内での滞在日数・消費額ともに少なく、一方エリア外の観光を組み合わせていることが多い。すなわち、日帰りなどで様々な観光地を周遊する中で白馬エリアに立ち寄る傾向にあると考えられる。S型の発地は白馬エリアの近隣に位置することが多いため、自宅からの近接性に優れる観光立ち寄り地の一つとして認識していると考えられる。その際、白馬エリアを選択する要素として、山岳景観に加え、マウンテンハーバーのカフェ等の他の集客要因が影響を与えていると考えられる。

IV 夏季山岳リゾートへの発展の可能性

日本の山岳地域において、新規のツーリズム資源を活用したグリーンシーズンの誘客は近年始まったばかりである。先にまとめたように、白馬エリアでのグリーンシーズンの山岳ツーリズムは国内における先進的な事例と位置付けられよう。こうした山岳ツーリズムを充実させていくことで、新たな目的地としての山岳地域、つまり山岳リゾートへの発展がもたらされると考えられる。そのためには、Ⅱで整理したエリア内におけるツーリズム資源の活用と、Ⅲでまとめたツーリストの特性を踏まえた戦略的展開が要求される。

現在の白馬エリアのグリーンシーズンにおける

山岳ツーリズムは、アルパインエリア、ハイキングエリア、スキー場エリア、リゾートタウンで展開しており、A型、H型、S型に分類できるような異なったツーリズム形態が共存している。そのため、それぞれの個別エリアの特性によって異なったツーリズム資源に基づき、ターゲットとなるツーリストに魅力あるアピールが期待できる。他方、ある特定のタイプにターゲットを絞った場合も、現状みられる特定の山岳地域におけるツーリズムではなく、利用する範囲をエリア全体（水平的）にかつアルパインエリアからリゾートタウンまで垂直的に拡大できるような取り組みを実施することが重要となる。

IIで述べたように、各スキー場では魅力的かつ先進的なアクティビティやイベントを導入しており、こうした個別の取り組みをより強化するとともに、それらを水平的に繋げるような仕組みが求められるだろう。そのためには、現在ホスト側でアクターごとに行っている取り組みを束ねるようなシステム作りが必要であり、白馬エリアで観光サービスを提供するアクター間の協力関係の構築が不可欠である。現在、スキー場においては白馬観光開発株式会社を中心とした協力関係が構築され、連携が積極的に推進されている。しかし、アルパインエリアおよびハイキングエリアにおいては、スキー場索道を利用することが多いにもかかわらず、アクターの属性が異なるため、ツーリストの流動を生み出すような協働した取り組みは認められない。

また、リゾートタウンでは観光関係組織の乱立が生じていることも問題として指摘できる。例えば白馬エリア内では、小谷観光協会、梅池高原観光協会、白馬岩岳観光協会、八方尾根観光協会、白馬五竜観光協会、白馬さのさか観光協会の計6つの観光協会が存在する。さらに白馬村役場では、観光地経営を行う組織として2004年に白馬村観光局を設置した。しかし、宿泊施設の閉業による加盟団体の減少や、加盟するアクター側にとっては各観光協会の加盟が重複することへの懸念や、加入のメリットを実感しづらいことなどが要因とな

り、加盟団体は減少傾向にある。その上、小谷村、白馬村、大町市を対象とした地域連携DMOも2019年に設置され、その役割分担が重複する状況となっている。こうした現況を踏まえると、関係組織の役割を見直し、組織の調整を行うことも必要なかもしれない。

さらに、山岳リゾートでの垂直および水平的なツーリスト流動を増やすためには、山岳リゾート内での滞在時間を伸ばす必要がある。日本のツーリズムは、休暇取得の困難により週末・連休に訪問が集中し、山岳リゾートでの滞在時間は欧米の先進国に比べて短いことが指摘されている。現在の白馬エリアでは、冬季の外国人スキーヤーの長期滞在により滞在型ツーリストの受け入れ体制が整備されつつある。そうした滞在形態をグリーンシーズンにも応用し、訪問者の定着を促せるかが今後の課題となろう。特にグリーンシーズンの来訪者の中心は日本人であるため、滞在型ツーリズムの形態を誘発できるような取り組みが期待される。現在、日本全体で「働き方改革」が積極的に推進されており、今後の日本人の余暇行動がどう変わるのかに注目したい。

また、こうしたアクター同士が密に繋がる戦略は、エリア内における水平的かつ垂直的なまちづくりの進展にも貢献すると考えられる。山村での経済活動が衰退している近年、山岳地域のツーリズムは山村振興の柱の一つとなりうるため、ツーリズムを地域の経済活動に取り入れることが重要となる。その際、鍵となるのがホスト主体のツーリズムであり、どのようなツーリズムでゲストを受け入れるのかについて検討するための人材が必要となろう。

次いで、本稿で明らかとなった各タイプの観光形態から、山岳リゾートの発展に向けた提案を述べたい。

まずA型であるが、このタイプはある程度の体力を備えたツーリストである。そのため、エリア全体におけるツーリズムの形態はアルパインエリアを中心として空間的に限定された活動となっている。A型は、山岳リゾート内の山岳ツーリズム

のなかでは伝統的かつ重要であるものの、活動内容からみるとリゾートタウンやそこに居住する地域住民にとっての経済的なメリットは少ないといえる。そのため、現在のところA型のツーリストに焦点を当てるよりも、H型やS型のツーリストに重点を置いた取り組みをする方がよいと考えられる。

そのH型の特徴としては、相対的に長くリゾートタウンに滞在をしながら、数日かけてエリア内の山域をピストンのように散策することが挙げられる。そのため、ヨーロッパアルプスの山岳リゾートで導入されているような共通チケットの発行(呉羽ほか、2019)がツーリズムの形態に適合すると考えられる。すなわち、白馬エリア内のゴンドラを数日間利用可能にするチケットを設定し、日ごとに散策する山域を変えるプランを積極的に誘発する仕掛けを作ることで、さらなる誘客が見込めるだろう。現在グリーンシーズンに導入されている「白馬シャトル」¹³⁾を拡充することで、白馬エリア内での自動車交通を減らし、H型のトレッカーも帰りの自家用車運転を気にせずにのんびりできる。

一方、S型は立ち寄り地として白馬エリアを選択しており、ツーリストによって来訪目的が異なる。そのため、特定の周遊ルートや遊び方を強調するよりも、ゴンドラで展望点などに上がることで様々な楽しみ方があることを前面に押し出すことで、既存のツーリストに対する集客効果と新たなツーリストの興味・関心を惹くことが可能となる。また、共通チケットを発行することで、H型と同様、滞在日数を延ばすことができるかもしれない。また、S型の来訪者が多い岩岳にハイキングができるルートを作ることで、それまでのS型からH型へと転換する契機を促せると考える。例えば、白馬三山が一部展望できるようなルートがあれば、その可能性は高まる。

以上、特にH型とS型についての提案を述べたが、各タイプに合わせた戦略が白馬エリアの山岳ツーリズムを発展させる起爆剤となると期待できるのではないだろうか。

V おわりに

白馬におけるツーリズムは、もともと登山に基づいて発生した形態であった。それが高度経済成長期前後におけるマスツーリズムの興隆とスキーブームによって、多くのスキーヤーが来訪する目的地へと発展した。この傾向はバブル期にさらに顕著になり、冬季に多くの観光者が来訪する地域としての性格を強めた。そのため、白馬エリアでは観光者の受入が主に冬季になされ、リゾートタウンで宿泊する形態が発展した。しかし、近年の国内スキー観光の衰退は、これまで冬季を中心にツーリズムがなされてきた当該エリアにおいて様々な問題を引き起こす結果となった。そうした問題の解決策の一つとして、近年増加しているインバウンドが注目されている。しかし、インバウンドの増加は新たな問題を引き起こしており、さらなる対処の必要がある。

一方、インバウンド以外での対応策として、本稿で論じたグリーンシーズンにおけるツーリズムの推進があげられる。ツーリズムを通年化することで、新たな客層の取り込みと経営の安定化が図れる。特に、近年トレッキングブームによる登山者やトレッカーの増加がみてとれ、新規来訪者を増やす機会が増加していると考えられる。こうした機会を活かし、グリーンシーズンの山岳ツーリズムを展開していくことで、観光者の衰退に歯止めがかけられよう。

他方、当該エリアのツーリズムは山岳地域の資源である自然環境に依存しており、自然環境と開発や利用との関係の中でツーリズムを発展させていくことが重要となる。山岳地域の自然環境を上手に活かしながら展開していくことが望まれる。

また、白馬エリアは多様なタイプの山岳地域(アルパインエリアからリゾートタウン)を有しており、それに基づいて複数タイプの訪問者あるいは訪問目的が存在している。現在は、各タイプに合わせた広報や戦略が確認されていないが、将来的には個別の戦略を打ち出すことも重要となるのではないだろうか。

今後、白馬エリアがスキーリゾートから山岳リゾートへと発展するためには、冬季のインバウンドに依存しない目的地整備が必要となろう。現在では外国人ホストによるビジネスが冬季に展開している。これに対抗するためには、地元住民であ

るホストが、スキーリゾートというよりも山岳リゾートとしての性格を前面に打ち出す取り組みを実施することで、新たな展開が期待できると思われる。

本稿の作成にあたり、白馬観光開発株式会社ならびに白馬村観光局の協力を賜った。また、白馬観光開発株式会社の松村健太郎氏には現地調査の許可や資料提供に関して便宜を図っていただいた。アンケート調査においては観光客の方々から快く回答を得た。アンケート調査は筑波大学地球学類の阿部小麦氏、河原昂平氏、河野あすか氏、小林元春氏、清水友輝氏、白出晶太郎氏、高橋喜行氏、多田駿哉氏、田中知樹氏、富田裕也氏、前野祐里奈氏、松永佳己氏、宮本和奏氏の協力を得た。以上末筆ながら記して感謝の意を表す。

本稿の骨子は第5回山岳科学学会で発表した。また、本稿の作成にあたり筑波大学山岳科学センター機能強化（調査研究）プロジェクト費を使用した。

【注】

- 1) 調査時の天気は、曇り一時少雨であった。
- 2) 国勢調査による2015年時の人口である。
- 3) 一般社団法人 HAKUBA VALLEY TOURISMの日本版DMO形成・確立計画による。 <http://www.mlit.go.jp/common/001301215.pdf>（最終閲覧2020年1月15日）
- 4) 「白馬村観光地経営計画（基礎調査編）」。 https://www.vill.hakuba.lg.jp/gyosei/gyoseijoho/gyosei_sogokeikaku/kanko_kankyo_shinrin/2718.html（最終閲覧2020年1月15日）
- 5) かつて岩岳スキー場では1990年ごろからマウンテンバイクコースが設置されたが、集客が困難になり2000年前半に閉業した。それが2016年に有志によりリノベーションされ、コース数も増加し、2019年現在の姿となっている。コースの特徴は、初心者でも利用できるコースを設置して熟練者のみならず多くのバイカーが利用できる点である。
- 6) 梅池スキー場および八方尾根スキー場では、白馬観光開発グループと地元資本のそれぞれが所有する索道が存在する。しかし、グリーンシーズンに稼働するスキー場最上部に到達する索道は白馬観光開発によって運営されている。ただし、北尾根高原テラスおよびグランピング施設は、地元企業である八方尾根開発によって営業される。
- 7) 前掲3)
- 8) キャンプ場検索サイト「なっぷ」による。 https://www.nap-camp.com/nagano/hakuba_otani/list（最終閲覧2020年1月15日）
- 9) 2013年にPatagonia（白馬駅周辺）、2014年にMontbell（八方）、好日山荘（白馬駅周辺）、2015年にThe North Face（白馬駅周辺）がオープンした。
- 10) OMMとは、Original Mountain Marathonの略称である。調査日の2019年7月14日は、白馬エリアでOMM LITE/BIKE HAKUBA、OTARI 2019が開催されており多数の大会参加者がいた。
- 11) 2019年度の白馬エリア内における山小屋の1泊2食の宿泊料は、唐松岳頂上山荘、白馬山荘、白馬岳頂上山荘、白馬鍾温泉小屋、白馬大池山荘のそれぞれで10,300円である。
- 12) 2019年度の白馬エリア内におけるテント泊の宿泊料は、唐松岳頂上山荘、白馬岳頂上山荘のそれぞれで1,200円である。
- 13) 白馬シャトルの運行期間（2019年）は7月13日（土）から8月25日（日）の毎日と、9月14日（土）から11月4日（月・祝）までの土日祝日である。また、バスチケット乗車料金は、1日フリーバスチケットが大人500円（小人250円）、1回乗車チケットが大人300円（小人150円）である。

[文 献]

- 石井英也 (1977) : 白馬村における民宿地域の形成. 人文地理, **29**, 1-25.
- 市川健夫 (1975) : 『雪国地理誌』 銀河書房.
- 猪股泰広・坂本優紀・呉羽正昭・山下重紀郎 (2017) : 登山者からみた山岳観光地域「上高地」の意味. 人文地理学研究, **37**, 19-40.
- 呉羽正昭 (2014) : 日本におけるスキー場の閉鎖・休業にみられる地域的傾向. スキー研究, **11**(1), 27-42.
- 呉羽正昭 (2017) : 『スキーリゾートの発展プロセス-日本とオーストリアの比較研究』 二宮書店.
- 呉羽正昭 (2020) : スキー場と日本の農山村. 犬井 正編『日本の農山村を識る - 市川健夫と現代の地理学 -』 古今書院, 92-109.
- 呉羽正昭・吉沢 直・松村健太郎 (2019) : オーストリアアルプスのエッツタールにおけるトレッキングルート分析 - トレッキング・ツーリズムの性格解明に向けて -. 人文地理学研究, **39**, 1-18.
- 呉羽正昭・渡邊瑛季 (2015) : 高原リゾート菅平の性格変化. 地図中心, **519**, 14-17.
- 小林昭裕・ジョーンズ トマス (2017) : 北アルプスと富士山における登山者の登山目的や属性等の相違. 日本観光研究学会全国大会学術論文集, **32**, 117-120.
- 白坂 蕃 (1986) : 『スキーと山地集落』 明玄書房.
- 名倉一希・甲斐宗一郎・小泉茜彩子・王 汝慈・呉羽正昭 (2017) : 野沢温泉村におけるスキー観光の変容 - インバウンド・ツーリズムの展開に注目して -. 地域研究年報, **39**, 65-89.
- 「白馬の歩み」編纂委員会 (1994) : 『白馬の歩み 村誌 観光・登山・スキー編 (四)』 白馬村.
- 松本至巨・尾方隆幸・内川 啓 (2006) : 登山者数からみた北アルプス, 後立山連峰の山域区分. 地学雑誌, **115**, 221-235.
- 渡邊瑛季・包 慧穎・玉 小・曾 斌丹 武智玖海人・呉羽正昭 (2017) : 長野県飯山市太田地区におけるスキー観光地域の変化 - スキー観光停滞期の就業形態に着目して -. 地域研究年報, **39**, 41-63.
- Nepal, S.K. and Chipeniuk, R. (2005) Mountain tourism: Toward a conceptual framework. *Tourism Geographies*, **7**, 313-333.

英文タイトル

Characteristics of mountain tourism in snow-free season in Hakuba Area, Nagano Prefecture: Based on visitor analysis in mountain resort

SAKAMOTO Yuki, YOSHIKAWA Nao, KUREHA Masaaki, YAMASHITA Akio and SATO Daisuke