

「協働」と「連携」によるまちづくり⑮
 岐阜県高山市の国際観光振興事業

大きな成果を上げている

「外国人が安心して二人歩きができるまち」

- 【写真】 1 「飛驒の里」で日本の秋を楽しむ
 2 北アルプスと飛驒山脈に抱かれるようなまち
 3 市内を流れる宮川にかかる『中橋』
 4 新穂高ロープウェイ
 5 多言語で表記された「ぶらり散策マップ」を見る観光客



1

ここ数年、訪日外国人の数が急激に増加している。政府は、2020年の東京オリンピックまでに訪日外国人2,000万人を目標値にしているが、今年度は1,900万人を突破する勢いだ。その理由は、中国・アセアン地域での中間層の激増や、中国・アセアン諸国からの旅行客へのビザ要件の緩和、「円安」による為替効果などが挙げられる。今回の特集は、訪日外国人の誘客に成功している岐阜県高山市の事例を紹介する。

岐阜県高山市は、古い町並み(伝統的建造物群保存地区)や、日本三大美祭のひとつである春・秋の高山祭など、歴史的文化資源が豊かなまちである。それに、多くの自然や温泉資源が加わり、「滞在型・体験型・通年型観光地」として、四季を通じて楽しむことができる中部地方を代表する観光地となっている。

平成17年に周辺9町村と合併し、東京都とほぼ同じ面積を持つ日本

10年間で5倍の外国人が訪れる
 国際観光都市として急成長

一広い市となった。現在の人口は約9万人。飛驒山脈の懐に抱かれたまちは、「日本の原風景を残す街」「飛驒の小京都」とも言われている。

中でも、国選定重要伝統的建造物群保存地区となっている上三之町は、観光客に最も人気のあるエリアだ。江戸時代から続く町並みを歩くと、「散策マップ」や、タブレット端末を手にした外国人が多いことに驚かされる。通りを散



3



4



5

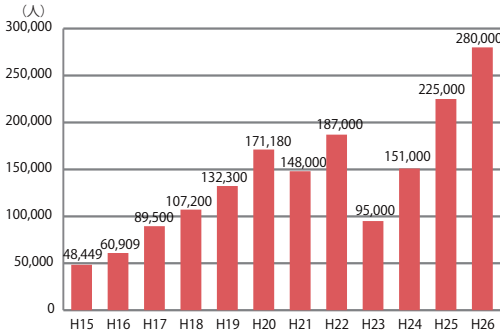


2

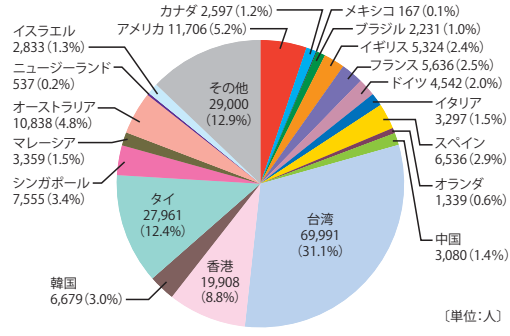


たかやま
■高山市情報■
 【人口】90,866人(平成27年11月1日現在)
 【面積】2,177.61km²
 【発電所データ】
 栃尾・中崎・池ノ尾・見座・葛山・根方・旗針・池ノ俣・尾上郷・久々野・朝日、他4水力発電所
 【本特集問合せ先】
 (一社)飛驒・高山観光コンベンション協会
 ☎0577-36-3315
 高山市 ブランド・海外戦略部 海外戦略課
 ☎0577-35-3346

■高山市の外国人観光客の推移(宿泊者)



■高山市の外国人宿泊者数(国別)平成25年度



策する観光客のほとんどは外国人と言ってよいほどだ。夜になると、市内の食事処では、飛騨地方の郷土料理を楽しむ外国人観光客の姿があらこちらに見える。

海外における高山市の評価は高い。平成19年度の「MICHELIN Voyager Pratique Japan」において「必ず訪れ

「外国人が安心して一人歩きができる」受け入れ環境の整備

昨今の訪日外国人の激増に伴い、全国各地の市町村では、外国人誘客事業、いわゆる「インバウンド事業」が推進されている。

しかし、課題も多い。整理すると、①受け入れ環境の整備、②情報発信、③広域観光ルートの形成などが挙げられる。

そうした課題を高山市では、どのように克服してきたのであろうか。

高山市の国際観光振興の取り組みは、昭和60年代初頭から始まった。高山市を訪れる観光客数が約200万人を突破した時期に、具体的な外国人誘客事業に着手する。昭和61年、国の「国際観光モデル地区」に指定されて「国際観光都市宣言」を行い、英文併記の誘導看板を設置した。

以降、「飛騨高山国際協会」の設立、「飛騨高山観光案内所(ビジッ

度で約400万人。そのうち外国人観光客数は宿泊者ベースで28万人であり、今年度は確実に30万人を越す勢いである。人口約9万人の地方都市に、約3倍の外国人が宿泊していることになる。高山市は、10年前に比べて約5倍の伸びを示しており、訪日外国人が訪れる観光地として急成長しているのだ。

飛騨・高山地域の観光事業のベースとなっているのは「安心・安

全・快適なバリアフリーのまちづくり」の推進だ。高山市では、平成8年ごろから、モニターツアー等を実施。障がい者や外国人観光客へのヒアリングを行い、公共施設のバリアフリーを進めてきた。観光情報端末には音声ガイドや手話アニメーション、多目的型公衆トイレ、歩車道段差解消などの整備を行った。

市内各所には、こうし

たマップの他に各国語のパンフレットが常時置かれている。ヘブライ語のマップは東京都でも行っていない。

最近の外国人観光客に必須のインターネット接続環境、いわゆる「無料Wi-Fi」も整備され、昨年8月からサービスが開始された。現在は駅から古い町並みを囲むエリアだが、今後さらに拡大する予定だ。

観光客は7日間無料で使用でき、利便性向上だけでなく、サービス提供側は緊急発信などに加え、観光客の動向把握などのマーケティングへの活用も期待できる。

最近、注目されている、いわゆる「ハラル対応」も、料理や宿泊環境などの最低限の情報を開示して、イスラム圏からの旅行者に選んでもらうようになっている。



(右)「無料Wi-Fi」と「ムスリム対応」の看板
 (左)4ヶ国語で表記されている誘導看板
 (右)高山駅前の「飛騨高山観光案内所」
 (左)「飛騨高山観光案内所」ではスタッフが英語対応



11言語の「ぶらり散策マップ」



ホームページの言語は12言語に上る。写真はタイ語

徹底した多言語化による 情報発信と海外発展

高山市の情報発信は徹底している。

平成8年に観光ホームページで英語版の情報発信を開始し、平成14年から16年にかけて、中国語(繁体字)、韓国語、中国語(簡体字)、ドイツ語、フランス語、イタリア語

を、平成20年以降はスペイン語、ポルトガル語、ロシア語、タイ語を追加して、日本語を含めると12言語のページを持つサイトとなった。

現在、地方都市の観光情報ホームページで、高山市以上の多言語で運営するサイトはない。

「外国人のニーズに対応したものの」とは言うものの、徹底した情報発信の熱意は敬服に値する。また観光パンフレットも英語、韓国語、中国語(繁体字、簡体字)、フランス語、タイ語の6カ国語で作られている。

の大きな武器となっている。

ただ、以上のような受け入れ体制を整え、情報発信するだけで誘客が成功するほど、観光業は甘くない。それと同時に、営業活動にも積極的に取り組んできた。

海外で開催される旅行博などへの出展は、昭和60年のイギリスで開催されたジャパンフェスティバルを皮切りに、平成20年までに41回を数える。平成20年からは中国、台湾での旅行関連イベントでは、高山市単独のブース出展を行ってきた。これらの出展は、地域へのPRはもちろん、エージェント訪問、商談会等での営業においても、効果的なものであった。

「おもてなし」のDNAと「民間主導」で事業を推進

ることだ。

高山市の直接的な観光収入は年間約700億円と推定される。そのうち少なくとも見積もっても約7%(約49億円)が、訪日外国人からの収入として直接的なものとなる。

その成功要因はどこにあるのであろうか。

高山市の外国人観光客誘致事業で最も特徴的なのは民間主導であることだ。

■高山市 観光客数と主な出来事

年	観光客数:人 (うち外国人)	主な出来事
昭和30年		高山祭がNHKで全国に初放映
昭和35年		◆アメリカコロラド州デンバー市と姉妹都市提携
昭和41年	192,000	上三之町街並保存会結成。国鉄の周遊地に指定される
昭和43年	380,000	観光映画「飛驒の高山」が全日本観光映画コンクールで16ミリ部門最優秀賞を受賞
昭和45年	660,000	国鉄キャンペーン「ディスカバージャパン」により「心のふるさと飛驒高山」として全国的に注目を浴びる
昭和46年	1,043,000	長野県松本市と姉妹都市提携
昭和48年	1,626,000	第一次石油ショック。乗鞍スカイライン開通
昭和51年	2,052,000	観光客200万人突破
昭和54年	1,934,000	第二次石油ショック
昭和57年	1,856,000	社団法人飛驒高山観光協会発足(高山観光協会から法人化)
昭和59年	1,970,000	高山本線全線開通・高山駅開業50周年
昭和60年	1,868,000	◆英語版観光パンフレット作成(JNTO)
昭和61年	2,308,000	◆国際観光都市宣言。国際観光モデル地区に指定。観光案内誘導看板整備(英文併記)
昭和62年	2,122,000	◆飛驒観光案内所(JR高山駅前)「J」案内所に指定
平成元年	2,188,000	首都圏キャンペーン開始
平成2年	2,518,000	特急「ワイドビューひだ」高山一名古屋間8往復。◆五ヶ国語会話集作成(英・仏・独・韓・中)
平成6年	2,305,000 (30,483)	高山本線全線開通・高山駅開業60周年記念SL運行
平成8年	2,302,000 (23,856)	関西キャンペーン開始。旅フェアに出展開始。◆インターネットによる観光情報発信開始(日本、英)
平成10年	2,932,000 (32,875)	東海北陸自動車道と名神高速道路一宮JCT接続。飛驒高山温泉利用組合設立。◆外客来訪促進地域に指定ウエルカムマップ(英語)作成。中国語(繁体字)版パンフレット作成(JNTO)
平成11年	2,697,000 (40,280)	特急「ワイドビューひだ」高山一名古屋間10往復。特急「ワイドビューひだ」高山一大阪間1往復。東海北陸自動車道荏刈IC供用開始。◆飛驒・高山コンベンションビュロー設立。◆国際会議都市に指定
平成13年	3,218,000 (39,664)	飛驒高山ふれあい21事業(観光客300万人突破)。NHK BS2が募集した21世紀に残したい風景で全国第4位に選ばれる。◆中国語(簡体字)版観光パンフレット作成(JNTO)
平成14年	3,183,000 (47,822)	飛驒高山ふれあい21事業(観光客300万人突破)。NHK BS2が募集した21世紀に残したい風景で全国第4位に選ばれる。◆中国語(簡体字)版観光パンフレット作成(JNTO)
平成15年	3,008,000 (48,449)	飛驒ふれあい21事業(観光客300万人突破)。NHK BS2が募集した21世紀に残したい風景で全国第4位に選ばれる。◆中国語(簡体字)版観光パンフレット作成(JNTO)
平成16年	2,817,000 (60,909)	第1回優秀観光地づくり賞金賞・国土交通大臣賞受賞。中部縦貫自動車道高山山西IC供用開始。◆観光ホームページにドイツ語、フランス語、イタリア語を追加
平成17年	4,257,000 (89,500)	合併により新・高山市が誕生。中部国際空港(セントレア)開港。愛・地球博開催。東海環状自動車道美濃関JCT～豊田東JCT供用開始。
平成19年	4,345,000 (107,200)	JR6社による岐阜県ディスティネーションキャンペーン。◆外国語版ぶらり散策マップ作成(英語・中国語簡体字・中国語繁体字・フランス語・イタリア語)。◆ミシュラン・オレンジブックにて三つ星獲得
平成20年	4,261,000 (171,180)	◆フランス語版観光パンフレット作成(JNTO)。◆外国語版ぶらり散策マップ作成(スペイン語・ドイツ語)
平成21年	4,040,000 (148,000)	◆CITM2008(上海)に出展(高山市単独)。◆観光ホームページにタイ語を追加
平成22年	3,812,000 (187,000)	◆松本・高山・金沢・白川郷誘客協議会を設立。◆BITE2009(北京)に出展(高山市単独)。◆ITE2009(香港)に出展(高山市単独)。◆CITM2009(昆明)に出展(高山市単独)。◆外国語版ぶらり散策マップ作成(韓国語)
平成23年	3,481,000 (95,000)	◆外国語版ぶらり散策マップ作成(タイ語)。◆WTF2010(上海)に出展(クレア北京のブースに参加)
平成24年	3,769,000 (151,000)	東日本大震災発生。◆海外戦略室設置(国際誘客、外販、文化交流)。外国語ホームページ全面リニューアル。英語版facebook(SNS)、中国版ウェイボ(SNS)。◆受け入れ環境水準向上事業。◆TITF2011(タイ)に出展(広域連携)。◆CITE(広州)に出展(高山市単独)
平成25年	3,945,000 (225,000)	◆昇龍道プロジェクトへ参加。◆古い町並み等外国語ガイド。◆観光庁長官表彰。◆ルーマニア シビウ市と友好都市提携。◆ソラマチタウン ラ・ソランドでの飛驒の食材PR
平成26年	4,025,000 (280,000)	北陸飛驒3つ星街道誘客推進協議会設立。飛驒地酒ツーリズム協議会設立。飛驒高山おもてなし文化振興協会設立。◆ペルー共和国ウルクバンバ郡と友好都市提携
平成27年		無料Wi-Fiスポット12ヶ所整備
平成27年		北陸新幹線開業。◆外国語版ぶらり散策マップ作成(ヘブライ語)

◆は国際観光振興関連事業

である。平成15年当時から、民間

連携の話から始まる。

レベルで異業種間の連携・協働が推進された。この協議会が中心となって、積極的な誘致活動を展開し、行政はその支援に徹している。

その後、昭和62年に国際観光モデル地区指定を受けた長野県松本市や石川県金沢市、と岐阜県白川郷を加えた「松本・高山・金沢・白川郷誘客協議会」を平成21年に設立、平成22年からは「越中・飛驒観光圏協議会」の設立等を経て、平成24年の中部運輸局の「昇龍道プロジェクト」に参加した。

外国人観光客誘致に向けて必須といわれる広域連携についても、高山市民間レベルの動き出しは早かった。現在、国が進める「広域観光周遊ルート形成計画」では、国内8つのルートが認定されているが、その先鞭をつけた『昇龍道』

また、日本の観光魅力を海外に広報・宣伝する日本政府観光局(JNTO)と積極的に連携している

金融機関などが一体となって設立した「飛驒高山国際誘客協議会」

川島の「和倉温泉観光協会」との



市内の居酒屋で。コスタリカから来た観光客



町並みを散策する外国人観光客

「飛驒の里」を散策する

きたという。蓄積され、「自信」を持つようになってきたという。

が、受け入れていくうちに、民宿や市内の飲食業者レベルでも接客のノウハウが蓄積され、「自信」を持つようになってきたという。

泉観光地でないことが幸いした。温泉観光地は団体観光客に頼りがちだが、それでは外国人観光客を迎えるのは難しい。当初、外国人を受け入れるのに難色を示す宿泊業者がいなかったわけではないが、受け入れていくうちに、民宿や市内の飲食業者レベルでも接客のノウハウが蓄積され、「自信」を持つようになってきたという。

てなし研修」や、ホームページ・パンフレットの多言語化などで翻訳家の紹介などの協力をお願いしたが、日本政府観光局にとっても、世界各地に置く都市のパンフレットの種類が増えるのは歓迎するところだった。

そうしたことに加え、飛驒・高山地方の持つ「おもてなし」の伝統が、地域の人々に根付いていることも見逃せない。

「一般的には、当初、外国人観光客を迎えるのに、地域でのコンセンサスが取れるかが、大きな課題でしょう。でも、お迎えしていくうちに、慣れていくものです。飛驒高山地方には、外国人に限らず訪れ



(一社)飛驒・高山観光コンベンション協会 会長 堀 泰則 さん

冬は陸の孤島となるような飛驒・高山地方だが、「こんな山中によく来てくれました」という感謝の念がDNAとして受け継がれているのだ。外国人に特別身構えることなく、試行錯誤しながら地域が慣れていけば、訪日観光客を迎える民度が高まるのだという。

強く、自然にお迎えすることができました」と会長の堀さんは語る。

てくれた人に対する「感謝」の念が

戦略的な高山市の国際観光振興事業

飛驒・高山地域の今後の課題について、高山市ブランド・海外戦略部海外戦略課主任の葛井孝弘さんは次のように語る。

「いかに消費していただくかで。当市は、飛驒の匠」と言われる漆器や木工などの伝統工芸品や、飛驒牛、リンゴなど特産品も豊富です。中部経産局等の関係機関や市内の生産業者、商店街との連携を、もっと深いものにしていくことと、着地型の旅行事業者との連携を強めていかなければならぬ、と思っています」

コンベンション協会事務局次長の小瀬光則さんも、観光に続く地場産業の進展に、次のように期待する。

「観光は、災害・戦争などの外



(一社)飛驒・高山観光コンベンション協会 事務局 次長 小瀬 光則 さん



高山市 海外戦略課 主任 葛井 孝弘 さん

的要因や、国の政策の影響を受けやすいものです。そこが辛いところなのですが、今は観光で頑張っているの、それに続く地場産業が強くなってほしい」

にいられた地域外との、「連携パートナー」を増加していくことも、狙いのひとつなのだ。

葛井さんは、地域外との連携も、さらに必要だと語る。前述したへさらに必要だと語る。前述したへ「ふらり散策マップ」も、もちろん観光客向けであることは確かだが、こうした受け入れ姿勢を見せることで、高山市のプレゼンスを高め、海外まで視野



漆器工芸品「飛驒春慶」



飛驒高山地方の高級ブランド「飛驒牛」

『昇龍道プロジェクト』

現在、訪日外国人誘客事業で大きな課題のひとつに、広域観光周遊ルートの形成がある。

訪日外国人のニーズの多様化に伴い、観光庁は、本年6月に8つの「広域観光周遊ルート形成計画」の国土交通大臣認定を発表した。

従来から、成田(羽田)から東京⇒富士山(静岡・中京圏)⇒京都(関西圏)といった、いわゆる「ゴールデン・ルート」が外国人観光客の定番ルートであった。

今回の大臣認定は、外国人観光客の多様化に伴って、この他に「複数の都道府県を跨るテーマ性・ストーリー性を持った一連の魅力ある観光地をネットワーク化し、外国人旅行者の滞在日数に見合った『広域観光周遊ルート』の形成を促進し、海外へ積極的に発信する」もの。

その先駆けになっているのが『昇龍道プロジェクト』で、中部国際空港セントレアや能登空港、富山きときと空港、小松空港、富山静岡空港などの空港を結ぶ、龍が蛇行するようなルートとなっている。



『昇龍道』のポスター