

高山市の海外誘客についての取り組み



永田友和 NAGATA, Tomokazu

高山市飛騨高山プロモーション戦略部海外戦略課長

平成 8 年高山市役所入庁。平成 27 年に観光庁派遣、平成 29 年に日本貿易振興機構派遣後、平成 31 年商工観光部商工課商工係長。令和 3 年 4 月より現職。

海外戦略課は、インバウンドの促進、海外販路の開拓、多様な国際交流の促進の 3 つを柱とした活動を行っている。

ABSTRACT

This section introduces Takayama City's efforts to attract overseas visitors. In addition to aggressive promotion, infrastructure development for travelers, and collaboration with neighboring municipalities, the city is working on three actions in the Corona Disaster. The presentation will also introduce the city's efforts in future tourism policies, which will focus on sustainability and high value-added.

1. 高山市の概要

高山市は、岐阜県の北部、飛騨地方の中央に位置し、周囲を飛騨市、下呂市、郡上市、大野郡白川村、長野県、富山県、福井県、石川県に囲まれている。平成 17 年の市町村合併により、高山市は、東西に約 81km、南北に約 55km となり、面積は 2,177.61 k m²の日本一広い市となった。面積の約 92.1%は森林で占められ、山や川、溪谷、峠などで地理的に分断され、標高差も 2,000 mを超えるなど、地形的に大きな変化に富んでいる。

市の人口は、市町村合併当時、96,000 人を超えていたものの、令和 3 年 4 月 1 日現在は、85,000 人台にまで落ち込んでおり、65 歳以上の高齢者の割合が約 40%となるなど、高齢化が進んでいる。

観光産業が盛んであり、古い町並や春と秋に行われる高山祭などの歴史的文化資源のほか、豊かな自然や温泉資源、飛騨牛や日本酒などの食文化、飛騨春慶や一位一刀彫をはじめとする伝統工芸や匠の技が生きる飛騨の家具、四季ごとに開催されるイベントなど、多彩な魅力に惹かれ、多くの観光客が訪れている。



古い町並

2. 高山市の新型コロナウイルス感染症による影響

新型コロナウイルス感染症の拡大以前においては、高山市を訪れる観光客は、平成 31 年に 470 万人を超えていたものの、令和 2 年には、230 万人、令和 3 年には、200 万人を割り込んでおり、観光関連産業を中心に、市内経済へ大きな損失を与えている。特に外国人観光客の減少が著しい。平成 31 年に 61 万人を超える宿泊数を記録していたものの、令和 2 年には 10 万泊、令和 3 年には 3 千人弱にまで数字を落としている。

3. コロナ禍以前までのインバウンド施策について

コロナ禍以前までの高山市の主な取り組みについて紹介する。

高山市では、昭和61年に国際観光都市宣言を行って以来、30年以上にわたり、海外からの誘客に取り組んできた。

平成23年には、海外に向けた施策を総合的に推進するため、海外戦略部門を設置し、インバウンドの促進、海外販路の開拓、多様な国際交流の推進に取り組んできた。インバウンドを促進するため、以下のような取り組みを行っている。

① 積極的なプロモーション

市長が直接、海外の旅行会社、メディア、航空会社、駐日外国公館などに訪問することで、より権限のある役職を有するキーマンとの面談が可能となり、民間の取り組みを後押しし、実績へとつなげることができる。また、海外旅行博・見本市にも積極的に出展し、飛騨高山をアピールしている。高山を訪れる海外旅行代理店、メディアも多くあり、丁寧に対応しつつ、飛騨高山のPRを行っている。

② インバウンド推進のためのインフラ整備

多言語にこだわった、ニーズにあう情報発信を行っている。ホームページは11言語、多言語パンフレットも最大12言語を用意するとともに、Wi-Fi環境を整えるなど、多くの外国人観光客が一人で飛騨高山を歩くことが可能な環境構築に取り組んでいる。また、Facebook、Instagram（Visit Hida Takayama）などのSNSによる情報発信も積極的に実施し、飛騨高山の魅力を、日々、世界に向け発信している。



③ 広域連携

外国人旅行者の多くは、長い日にちをかけて日本国内を旅行するため、一つ一つの観光地の点によるプロモーションのほか、複数の観光地をつなげた線（ルート）でのプロモーションが効果的と考えている。ミシュラン・グリーンガイドで3つ星評価の観光地で構成する「北陸・飛騨・信州3つ星街道」やユダヤ民族をターゲットとした「杉原千畝ルート」など、周辺自治体と連携した取り組みを行っている。

4. コロナ渦におけるインバウンド施策について

外国人観光客が訪れないなか、次の3つの視点に分けて、インバウンドに取り組んでいる。

① Dreaming アクション

高山への訪問を想起させる、高山を忘れさせない取り組みとして、徹底した情報発信を行っている。具体的には、Facebook等SNSによる継続的な情報発信のほか、YouTube動画の作成や、特設ページを開設し誘導するための広告、JNTO（日本政府観光局）と連携した動画によるライブ配信などを行った。

② Planning アクション

高山市への訪問のために計画させる取り組みとして、オンライン商談会への積極的な参加等を行っている。アメリカ、イタリア、フランス、台湾等の旅行会社とのオンライン商談を行い、観光地として高山の魅力を訴えている。

③ Welcoming アクション

訪問した時にがっかりさせない受入環境の整備に向けた取り組みとして、高山が安全で安心な観光地であることを実感させるための取り組みを行っている。徹底的な感染予防対策の推進のため、新型コロナウイルス対策感染防止・おもてなし支援事業補助金を令和 2 年度に実施し、店舗でのアクリル板購入や、空気清浄機の導入、消毒液の購入といった感染予防対策へ補助した。また、外国人向けの医療に関する相談を受け付けるワンストップ医療相談窓口を令和 4 年 5 月より設置し、運用を開始している。

■ コロナ禍におけるインバウンドへの取り組み
1. Deaming アクション
高山への訪問を想起させる、高山を忘れさせない取り組み
徹底した情報発信
・facebook等SNSによる継続的な情報発信 (Visit Hida Takayama)
・YouTube動画の作成
・特設ページの開設、特設ページへ誘導するための広告
・JNTO(日本政府観光局)と連携した動画によるライブ配信 等
2. Planning アクション
高山市への訪問のために計画させる取り組み
オンライン商談会への積極的な参加
・アメリカ、イタリア、フランス、台湾等の旅行会社等とのオンライン商談
3. Welcoming アクション
訪問した時にがっかりさせない受入環境の整備に向けた取り組み
旅行者に安全で安心であると実感させる
・徹底的な感染予防対策の推進(新型コロナウイルス対策感染防止・おもてなし支援事業補助金)
・域外からの来訪者受け入れに対する不安や抵抗感の払拭のための異文化理解、多文化共生の促進 (「Hida takayama together」Facebookページの開設)
・医療機関と連携した取り組み(外国人向けワンストップ医療相談窓口)

5. 今後のインバウンド施策について

世界的に、特に欧州において、持続可能性への関心が高まるなか、持続可能性をアピールできる旅行商品であることの重要性が高まっている。高山市としても、持続可能な観光に取り組むことが必要と考えており、広大な自然、伝統ある文化、魅力ある食、豊富な温泉資源などを観光に更に活用していく必要があると考え、次のような取り組みを行うこととしている。

また、国においては、インバウンドの一人あたりの消費額を高めるため高付加価値化に強く取り組んでおり、高山市としても、観光がもたらす市内への経済効果を高めるため、民間による取り組みを積極的に支援しようとしている。

① 松本高山 Big Bridge 構想

中部山岳国立公園の地域資源を最大限活用し、上質で多様な利用と滞在を提供する「世界水準のデスティネーション」目指すため、環境庁、岐阜県、長野県、高山市、松本市、両市内の観光協会、バス事業者、山小屋事業者等で組織を構成する組織を立ち上げ、国内外からの観光客が訪れる滞在型観光の整備に取り組む。また、国においては、「地方における高

付加価値なインバウンド観光地づくりモデル観光地」の公募を開始しており、全国で10地域前後が採択される予定となっている。松本市と高山市が中心となり、採択に向けて取り組みをすすめている。



② 持続可能な観光推進モデル事業

持続可能な旅行と観光の世界標準である GSTC 基準や、ビジネスや地域におけるベストプラクティス（優良事例）の紹介のほか、ディスカッション、フィールドワークを通して、旅行や観光における持続可能性の実践とその改善を行うために必要な知識と手法について学ぶ取り組み。世界的な GSTC トレーナーである高山傑氏を招き、市内の観光関連事業者等を対象とした GSTC サステナブルツーリズム研修を実施した。

6. 最後に

高山市は、令和3（2021）年5月に、国の「SDGs 未来都市」に認定され、同年8月に「高山市 SDGs 未来都市計画」を策定した。市として SDGs への取り組みは、まだ、日が浅く、今後一層の勉強が必要と考えている。観光面では、持続可能な観光が、世界的な潮流から見ても、旅行商品の差別化の一因となるなど、ますます重要な視点に位置付けられており、市内の観光関連事業者の理解を高める取り組みが重要であると考えている。また、高山市として持続可能な観光地としての強みや課題を整理し、認識したうえで、外部に向けてPRしていくことが大切であると考えている。観光産業を持続可能なものとしていくためには収益性をあげ、地域で経済を循環させることが重要であり、高付加価値化に関する取り組みも重要である。



シンポジウムの様子



高山から zoom 参加の永田氏