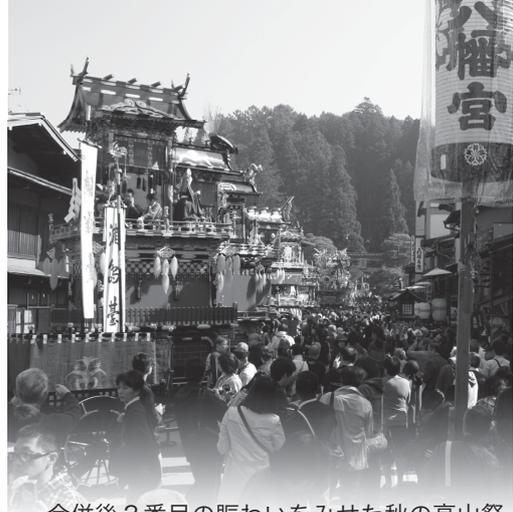


回復してきます。高山市の観光



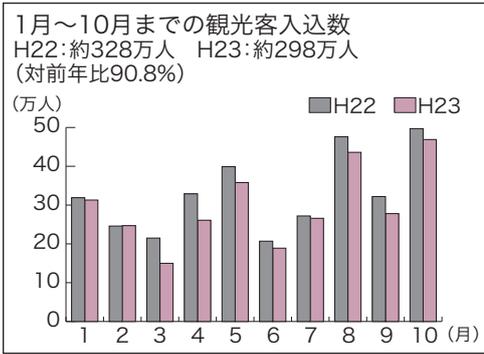
合併後2番目の賑わいをみせた秋の高山祭

市では3月11日に発生した東日本大震災で被災された地域が、一日も早く復興することを祈っております。

市では、飛騨高山から元気を発信し、地域を盛り上げることで、日本全体が早く元気になることを願い、震災直後から国内外からの観光客誘致活動に、積極的に取り組んできました。

震災直後、国内では旅行に対する自粛ムードが広がり、海外では原発事故に対する安全性への懸念から、高山市を訪れる観光客数が前年同期比で約30%も減少しました。こうした中、一日も早い観光客の回復を目指すため、市では官民一体で国内外への積極的な誘客事業を行ってきました。また、被災地の復興祈願と地域の元気を発信するため、各地域の祭りやイベントは通常通りに実施していただきました。

その結果、10月末現在で前



年同期比91%近くまで観光客入込数が回復しています。引き続き、官民一体で国内外への観光客誘致事業に取り組んでいきます。

○主な取組み

【国内誘客】通常の誘客キャンペーンを前倒しして、関西エリアなどでの緊急誘客キャンペーンを実施しました。また、地場産品の早期販売につなげるため、市長のトップセールスにより実現したデパートでの飛騨高山展も開催しました。あわせて、3市1村で構成する飛騨市長連合の枠組みも活用しながら、広域的な誘客宣伝や飛騨牛の風評被害の払しょくのためのキャンペーンなどを積極的に進めました。

【海外誘客】海外からのメディア、旅行会社などの招聘を例年以上に積極的に受入れ(H22年度26件321人、H23年度41件344人〔前年同期〕)、地域の安全・安心と魅力を強くPRしました。また、海外からの誘客のほか、交流・交易による市の活性化を図るため、市長や副市長自ら海外の行政機関、旅行代理店、企業などの代表と面談し、市の熱意や決意を伝え、民間レベルでの交流と交易の機会創出へつなげる活動も行っています。

～観光関係者の声をご紹介します～



Aさん 6月以降観光客が増えていますが、観光客は昨年と比べるとまだ少なく感じます。行政はじめ関係諸団体や事業者の方のより一層の努力を期待します。



Bさん 震災を始めいろんな要因で全体的に消費額が落ちていると思います。市でもさらに誘客事業に取り組んでいただくとともに、消費拡大の施策も期待します。



Cさん 外国人も徐々に戻ってきていると思いますが、高山をはじめ日本全体の早い外国人観光客の回復を願っています。

問合せ先 観光課 35-3145 海外戦略室 35-3346

震災後に取り組んだ主な誘客事業	
3月	・首都圏の旅行会社へ修学旅行など誘致資料を送付
4月	・安心して高山へ旅行できるとの市長メッセージと、春の高山祭の様子をインターネットで世界配信 ・関西圏の旅行エージェントなどへ誘客キャンペーン ・岐阜県と連携した誘客キャンペーン(4月以降毎月実施) ・高山市を訪れた外国人観光客へ歓迎用ノベルティを提供
5月	・毎週土日に県などとタイアップし、中京圏で誘客キャンペーン ・首都圏・中京圏の企業に対し、節電対策のための夏休み旅行を提案(首都圏100社、中京圏15社) ・飛騨高山展を開催(松本井上百貨店) ・朝市の様子をインターネットで世界配信
6月	・韓国ヘトップセールス(ソウル) ・香港国際旅遊展に出展(香港)
7月	・飛騨高山展を開催(横浜高島屋・名古屋松坂屋) ・首都圏・関西圏の旅行エージェントなどへ誘客キャンペーン
8月	・高速道路サービスエリアで誘客キャンペーン(吹田SA・川島SA) ・中国で観光セミナーを開催(上海・南京・蘇州) ・facebookを活用して英語で観光情報を発信開始
9月	・中国国際旅遊産業博覧会に出展(広州)
10月	・FCぎふの試合会場で誘客キャンペーンと飛騨牛のPR ・韓国で観光セミナーを開催(ソウル) ・秋の高山祭の様子をインターネットで世界配信
11月	・J Rと連携した冬の誘客キャンペーン ・台北国際旅行博に出展(台北)