

## 高山市経営戦略立案に係る有識者会議(テーマ:観光)

【事前配布シート】氏名: 今村まゆみ

## 《委員の皆様へのお願い》

視察及び第1回有識者会議を踏まえて、「地域資源を活かした持続可能な産業・経済の確立」に向けて観光分野において高山市が今後取り組むべき視点や方策について、以下にご記入ください。

第2回有識者会議は、これらのご意見を基に意見交換をさせていただき予定です。

## ご依頼①:

下表の「観光資源」「プロモーション」「受入態勢」の項目で“来訪”→“滞在”→“再来訪”に向けて第1回有識者会議で皆様からいただいたご意見を記入しております。

また、次頁「体制」「人材」の項目についても、いただいたご意見を記入しています。各項目において、加えるべきご意見・視点等があれば、「新たなご意見」の部分に追記いただきたくお願い申し上げます。

|                   |        | 来訪   | 滞在  | 再来訪(リピート)   |
|-------------------|--------|--|---|---|
| 観光資源<br>(ハード・ソフト) | 第1回ご意見 | <ul style="list-style-type: none"> <li>観光を城下町内に狭めず伝統産業の中での広がり等、観光としての広がりを作る必要がある。</li> <li>春慶塗の分業による工房や割り箸作り等職人の作る工程や工場を見せると面白いのではないかな。</li> <li>ナイトさるくのような夜の食べ歩きのようなものを開発してはどうか。</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>城下町だけを見るコンパクトな観光ではなく、久々野や国府等も回遊させて連泊させていく提案が必要。</li> <li>団塊シニアを見据えた滞在型の観光を考えていく必要がある。</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>城下町は全国に増えており、見飽きてきている。裏通りにある住民の暮らしは観光客にとっての魅力である。</li> <li>城、寺院群、武士、商人という城から城下町までを立体的な形で奥深さを堪能してもらえればリピートもしてくれるのではないかな。</li> </ul> |
|                   | 新たなご意見 | <ul style="list-style-type: none"> <li>まちの博物館の案内板の説明が浅くて雑な印象を受ける。高山への理解度が浅い人にとっては魅力や面白さが伝わりにくい。特に城下町としての価値や区割りについては、あの施設での説明が肝心。</li> <li>高山グルメは、セットにして「とっておきの朝食セット」として宅配できるだけの価値がある。まるっとプラザなどで販売して、ファンを増やす仕掛けがほしい。</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>城下町歩きだけで終わらせない回遊ルートの提案</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>来訪頻度や興味別のルート提案が要。・寺院群などは通好みなので魅力を再発掘し、観光資源としての加工を行うと魅力がアップする。</li> </ul>   |
| プロモーション           | 第1回ご意見 | <ul style="list-style-type: none"> <li>御膳、箸、料理全て高山で揃えることができ高山の文化として物語ができる。こうしたことを発信していく必要がある。</li> <li>マイカー型の観光に合わせた情報の発信が必要。</li> <li>城下町を俯瞰できるイラストによるまち歩きマップ(特に醬油屋・味噌屋・地酒)が必要。</li> <li>飛騨高山は関西圏への露出は多いが関東圏の露出は少ないためもっとPRが必要。</li> <li>高山市は東京都と同じ大きさというキーワードは関東圏の人間には身近に感じる良いキーワードでありもっとPRしてよいのではないかな。</li> <li>物産展より常設のアンテナショップのような常に情報発信できる場が有効。</li> <li>Facebook やブログ等の第三者による情報発信を仕掛けるために若年層を連れてくるような雑誌やネットへのアピールが必要。</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>滞在型観光のためにはこれまでの観光情報ではなく、コインランドリー・薬局等の暮らしの情報が必要でありそうした情報を編集していく必要がある。</li> </ul>                  |   |
|                   | 新たなご意見 | <ul style="list-style-type: none"> <li>PRしたい高山のコンセプトや、キャッチフレーズ、およびターゲット設定の必要がある(そのためには、魅力の掘り起こしと絞り込みが必要。現状では絞り込みができていないので、関東エリアのには特にブランド力が弱い)</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>関東をターゲットに夜や朝の魅力を訴求し(城下町の夜の町歩き、宗和流本膳やお酒の魅力、朝食の良さ、朝市の楽しさ)、滞在を狙う</li> </ul>                         | <ul style="list-style-type: none"> <li></li> </ul>  |
| 受入態勢              | 第1回ご意見 |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>他地域ではラフティングやサイクリング等をする若者の滞在型観光も増えており、倉庫を改装した宿泊施設やオートキャンプ場の宿泊形態も増えており、そうした受入態勢の整備も必要。</li> </ul>  |   |
|                   | 新たなご意見 | <ul style="list-style-type: none"> <li></li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li></li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li></li> </ul>  |

|     |                |  |
|-----|----------------|--|
| 体 制 | 第 1 回<br>ご 意 見 | (上表を実現するために必要となる体制)<br><ul style="list-style-type: none"> <li>既存の観光施設の観光客が減る一方で道の駅やアウトレットモール等では観光客が伸びている。これらを統計的に観測するとともにここでの消費を伸ばしていく取り組みが必要。</li> </ul>  |
|     | 新 た な<br>ご 意 見 | <ul style="list-style-type: none"> <li>現状がどのような体制なのか、まだ把握しきれていないので、なんとも記入しにくいです</li> </ul>   |
| 人 材 | 第 1 回<br>ご 意 見 | (上表を実現するために必要となる人材)<br><b>【専門家】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>県外のプロデューサー人材を招聘し、県内の専門家と連携して、客観性と専門性で高山市の良さをPRしてくのが有効。</li> </ul> <b>【育 成】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>高山はこれまで観光客が来てくれていたため、自ら働きかける姿勢が育っておらず工夫するということをしてこなかったのではないかと。</li> <li>高山の子どもたちが外に出て行った際に観光大使として高山の魅力を語るができるような教育が必要。</li> </ul> |
|     | 新 た な<br>ご 意 見 | <b>【専門家】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li></li> </ul> <b>【育 成】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li></li> </ul>  |
|     |                |  |

**ご依頼②:**

上表において、高山市が今後特に取り組んでいくべき「重点事項」と思われることや、「強化すべき事項」、それぞれの取り組みについて「組み合わせて取り組んでいくべき事項」についてお考えをご記入ください。その際、できるだけ行政・市民・民間事業者等が担う役割を明確にしてご記入ください。

|                     |  |
|---------------------|--|
| 重点的に取り組むべき事項        | <ul style="list-style-type: none"> <li>上記にも書いた通り、高山とはどんな町か？の言語化（コンセプト、キャッチフレーズ）とターゲット設定。現状、これだけの観光エリアなのに、市や観光協会のHPにキャッチフレーズと思われるメッセージがないのが意外です。</li> </ul> |
| 取り組みを強化すべき事項        | <ul style="list-style-type: none"> <li>A級の観光資源、特産品があるのに、それが伝わるよう伝えていない。各スポットでの案内、情報発信ツール（パンフレット類、HPなど）の質の強化が必要</li> </ul>                                  |
| それぞれを組み合わせて取り組むべき事項 | <ul style="list-style-type: none"> <li></li> </ul>   |

以上、ご記入ありがとうございました。

## 高山市経営戦略立案に係る有識者会議(テーマ:観光)

【事前配布シート】氏名:  丁野 朗

### 《委員の皆様へのお願い》

視察及び第1回有識者会議を踏まえて、「地域資源を活かした持続可能な産業・経済の確立」に向けて観光分野において高山市が今後取り組むべき視点や方策について、以下にご記入ください。

第2回有識者会議は、これらのご意見を基に意見交換をさせていただき予定です。

### ご依頼①:

下表の「観光資源」「プロモーション」「受入態勢」の項目で“来訪”→“滞在”→“再来訪”に向けて第1回有識者会議で皆様からいただいたご意見を記入しております。

また、次頁「体制」「人材」の項目についても、いただいたご意見を記入しています。各項目において、加えるべきご意見・視点等があれば、「新たなご意見」の部分に追記いただきたくお願い申し上げます。

|                   |            | 来訪   | 滞在  | 再来訪(レポート)   |
|-------------------|------------|--|---|---|
| 観光資源<br>(ハード・ソフト) | 第1回<br>ご意見 | <ul style="list-style-type: none"> <li>観光を城下町内に狭めず伝統産業の中での広がり等、観光としての広がりを作る必要がある。</li> <li>春慶塗の分業による工房や割り箸作り等職人の作る工程や工場を見せると面白いのではないかな。</li> <li>ナイトさるくのような夜の食べ歩きのようなものを開発してはどうか。</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>城下町だけを見るコンパクトな観光ではなく、久々野や国府等も回遊させて連泊させていく提案が必要。</li> <li>団塊シニアを見据えた滞在型の観光を考えていく必要がある。</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>城下町は全国に増えており、見飽きてきている。裏通りにある住民の暮らしは観光客にとっての魅力である。</li> <li>城、寺院群、武士、商人という城から城下町までを立体的な形で奥深さを堪能してもらえればリピートもしてくれるのではないかな。</li> </ul> |
|                   | 新たな<br>ご意見 | <ul style="list-style-type: none"> <li>「春慶塗の分業…」は、従来型の産業観光を脱皮した「ファクトリーパーク」「まち中の製販一体」の新たなビジネスモデルの構築が重要</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>既存の宿泊施設も含めて、連泊・長期滞在型の新しい「泊」の形態の創出。空き町屋の再生・活用など泊の魅力づくり</li> </ul>                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li></li> </ul>  |
| プロモーション           | 第1回<br>ご意見 | <ul style="list-style-type: none"> <li>御膳、箸、料理全て高山で揃えることができ高山の文化として物語ができる。こうしたことを発信していく必要がある。</li> <li>マイカー型の観光に合わせた情報の発信が必要。</li> <li>城下町を俯瞰できるイラストによるまち歩きマップ(特に醬油屋・味噌屋・地酒)が必要。</li> <li>飛騨高山は関西圏への露出は多いが関東圏の露出は少ないためもっとPRが必要。</li> <li>高山市は東京都と同じ大きさというキーワードは関東圏の人間には身近に感じる良いキーワードでありもっとPRしてよいのではないかな。</li> <li>物産展より常設のアンテナショップのように常に情報発信できる場が有効。</li> <li>Facebook やブログ等の第三者による情報発信を仕掛けるために若年層を連れてくるような雑誌やネットへのアピールが必要。</li> <li></li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>滞在型観光のためにはこれまでの観光情報ではなく、コインランドリー・薬局等の暮らしの情報が必要でありそうした情報を編集していく必要がある。</li> </ul>                  |   |
|                   | 新たな<br>ご意見 | <ul style="list-style-type: none"> <li>「長崎さるく」のような、マップ片手の「遊さるく」、ガイドをつけた「学さるく」、ダイブな高山を体験する「通さるく」などの体系化を図る。特に夜のまち歩きはポイントか</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>「滞在型…(高山暮らし)」を可能にするためには、情報だけでなく、滞在客と地域(コミュニティー)の交流環境の創出が不可欠</li> </ul>                           | <ul style="list-style-type: none"> <li></li> </ul>  |
| 受入態勢              | 第1回<br>ご意見 |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>他地域ではラフティングやサイクリング等をする若者の滞在型観光も増えており、倉庫を改装した宿泊施設やオートキャンプ場の宿泊形態も増えており、そうした受入態勢の整備も必要。</li> </ul>  |   |
|                   | 新たな<br>ご意見 | <ul style="list-style-type: none"> <li>「マイカー型の観光…」は、情報だけでなく、まちなかのモーダルマネジメント(モータープール・歩行動線等)を確立する</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>テーマをもって高山を訪れる客(テーマ客=歴史・建築・スポーツ…)の交流・コミュニケーションが促進できるような新たな泊の形態の創出</li> </ul>                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>滞在・リピートのキーワードは「コミュニティー」。四季毎・毎年訪問する源泉の一つは「人間関係」</li> </ul>  |

|    |            |   |
|----|------------|---|
| 体制 | 第1回<br>ご意見 | (上表を実現するために必要となる体制)<br><ul style="list-style-type: none"> <li>既存の観光施設の観光客が減る一方で道の駅やアウトレットモール等では観光客が伸びている。これらを統計的に観測するとともにここでの消費を伸ばしていく取り組みが必要。</li> </ul>   |
|    | 新たな<br>ご意見 | <ul style="list-style-type: none"> <li>まち歩き型観光のモデルコースの設計・高度化と、これらの受け皿となるガイド情報編集、まち歩きアプリ制作などを事業として推進する民間母体（長崎さるくのコンパルドールのような）の創出と運営。また上記に係らず、観光まちづくりに民間の力をどのように活かしていくのかの体系づくりも不可欠です。</li> </ul>        |
| 人材 | 第1回<br>ご意見 | (上表を実現するために必要となる人材)<br>【専門家】<br><ul style="list-style-type: none"> <li>県外のプロデューサー人材を招聘し、県内の専門家と連携して、客観性と専門性で高山市の良さをPRしてのが有効。</li> </ul>   |
|    |            | 【育成】<br><ul style="list-style-type: none"> <li>高山はこれまで観光客が来てくれていたため、自ら働きかける姿勢が育っておらず工夫するということをしてこなかったのではないか。</li> <li>高山の子どもたちが外に出て行った際に観光大使として高山の魅力を語るができるような教育が必要。</li> </ul>                       |
|    | 新たな<br>ご意見 | 【専門家】<br><ul style="list-style-type: none"> <li></li> </ul> 【育成】<br><ul style="list-style-type: none"> <li>「飛騨高山観光大学」などの人材育成講座を通年のカリキュラムとして運営し、体系的な講座と実習体制を設ける。1期生が2期生以下を指導するような仕組みづくりも重要。</li> </ul> |

### ご依頼②:

上表において、高山市が今後特に取り組んでいくべき「重点事項」と思われることや、「強化すべき事項」、それぞれの取り組みについて「組み合わせて取り組んでいくべき事項」についてお考えをご記入ください。その際、できるだけ行政・市民・民間事業者等が担う役割を明確にしてご記入ください。

|                     |   |
|---------------------|---|
| 重点的に取り組むべき事項        | <ul style="list-style-type: none"> <li>高山は豊富な歴史と文化伝統という資源をもっていますが、これらを時代の価値観に沿ってイノベーションすることが不可欠です。特に春慶などの伝統工芸を基盤とする新たな産業創出や若手人材の確保・育成など、持続的な産業基盤＝観光資源の再確立が重要だと思います。</li> </ul>                                |
| 取り組みを強化すべき事項        | <ul style="list-style-type: none"> <li>「よそ者（外国人）」「わか者（新たな観光概念とニーズをもつ人々）」「ばか者（特定の深いテーマをもつ人々＝おたく）」に対して、どのようなコンテンツと受入体制が構築できるのか。これまでの観光の体制の総合的なチェック・見直しが必要です。</li> </ul>   |
| それぞれを組み合わせて取り組むべき事項 | <ul style="list-style-type: none"> <li>観光は地域魅力の総合概念。農林漁業や商工業などの「なりわい」の再生・活性化の課題と不可分の関係にあります。「産業創出計画」の中に観光施策・計画を明確に位置づけるような再体系化が必要だと思います。また、二次交通や環境・景観計画、文化財の保全と活用施策など、持続的な地域づくりを進めるための施策ミックスも重要です。</li> </ul> |

以上、ご記入ありがとうございました。