



世界の観光先進地

スイス・ツェルマツト研修を終えて 郡上市行政視察（7/1～7/6）

スイスのツェルマツトは、イタリアとの国境にある人口5700人の小さな町です。空港からも遠く、決して交通の便が良いとは言えませんが、世界中から観光客が訪れ、年間200万泊を数える有数の観光地となっています。

今回、ツェルマツトの先進的な観光地経営を学び、これからの郡上市の観光振興体制の整備や地域内での経済循環などを推進するため、民間の人を含む6名で視察研修を行いました。今月号では、ツェルマツトにおける観光資源やその活かし方などを中心に報告します。

登山者への宿の貸し出しから始まった観光の歴史

ツェルマツトは最初から観光地だったわけではなく、以前は山奥の寒村で土地も痩せており、どうやって冬を越せるかを常に考えながら生活している地域でした。19世紀の半ば、イギリスの貴族によるアルプスの山々の登山が始まり、ツェルマツトのシンボルとなっているマッターホルンは、アルプスの4000m級の山で最後の難関となっていました。

1865年のマッターホルン初登頂を皮切りに、住民たちは訪れる登山者などに自宅の一室を宿として貸して収入を得たことからツェルマツトの観光の歴史が始まりました。

四季折々の自然を満喫できる様々な体験メニュー

ツェルマツトは、スイスでも有名なシンボルであるマッターホルンをはじめとして4000m級の山々に囲まれ、冬はスキーやスノーボード、夏はハイキングや登山、キャンプなど、自然を活かした様々な体験活動を楽しむことができます。また、高山植物や氷河など、四季折々の姿を見せる自然を満喫するため、標高3000mを超える複数の展望台へも高速地下ケーブルカーや山岳鉄道、ロープウェイで行くことができます。共通パスも一日券から用意されておりとても充実していました。

歩いて楽しむことができる一体感のある町並み

ホテルや商店、民家、アパートなどの建物は、高さの制限や外壁の3分の1に木材を使用すること、また、外観の色彩は隣との調和を図る必要があるなど、細かく規制されており、看板も大きさが制限されるなど、一体感のある良好な町並み景観が形成されていました。

このほか、町にはベンチやゴミ箱などが多く設置されており、時には腰を下ろして町並みやマッターホルンを眺めるなど、観光客や住民が歩いて楽しめるよう、思いやり溢れる空間が形成されていました。



観光税・観光促進税を財源とした民間主体の観光地経営

ツェルマツトの観光政策は、観光局（民間組織）が主体となつて、地域共同体や行政、地元のホテル協会と一緒で推進しています。観光局は観光客の動向を前もって探るマーケティング、観光商品開発、ゲストサービスを行っており、宿泊一泊当たりで課税される観光税と、事業者からの観光促進税などを財源として年間予算約9億円で活動しています。

現在、スキーやハイキング、マウンテンバイク、旅行者や

ジャーナリストの訪問対応、ファミリー、企業等の会議や学会、招待旅行などのMICE（マイス／ビジネス旅行）の6つにターゲットを絞って効果的なマーケティングを行っています。

こうしたマーケティングは、各ホテルや鉄道会社等も個々にしっかりと行っており、観光局では、こうした情報を基にマクロで見た傾向を分析して事業者等に還元しています。郡上市でも、こうした来訪者の動向やニーズを的確につかみ、政策を行う必要があります。

高いリピーター率を誇り 来訪者を飽きさせない対応

ツエルマットは夏と冬がシーズンで、リピーター率が年間を通じて約7割とかなり高い割合となっております。何度も訪れていただくということは、受け入れ側でもお客を飽きさせないよう趣向を凝らすことが求められます。そのため、こうしたリピーターのニーズをしっかりとつかみとりながら、ホテル、観光局、レストランやガイドがお客の要望に応え適切な対応をしていることが、リピーター率が高い要因だと感じました。また、ホテルやレストラン等で働く人は、ほぼツエルマットの住民であ

り、他の町から働きに来ている人はごくわずかとのことでした。人口約5000人で年間200万泊に対応するためには、相当省力化が必要となりますが、リピーターのニーズを把握しているため、不要なサービスを省き労働生産性を高めているとのことでした。

地域に根づく自治の精神と 高い環境への意識

ツエルマットには、地域の共同体として約400年以上続いているブルガゲマインデ・ツエルマットがあります。会員数は15000人で、当初は放牧に必要な牧草地などの共有地の管理を目的に組織されました。

マッターホルン初登頂後は、自宅を貸すだけでは増え続ける登山者に対応できなくなったことから、住民自らの手でホテルを建設しました。現在では共有地の管理のほか、地域への投資やホテルやレストラン、売店を多く保有するなど、地域で一番の雇用を生み出しています。

こうして、自分たちのことを自ら行うという「自治」の姿勢を貫いており、行政と両輪となって地域を「経営」しています。ツエルマットでは、ガソリン車など内燃機関の車両は行政や



電気自動車

医者、工事車両などを除いて走行が認められています。そのため、地元企業が製作する電気自動車に限り走行が認められています。

また、この電気自動車は事業者のみが所有可能となっており、住民は徒歩か自転車が必要な交通手段となっています。

こうしたルールは、地域の環境を守り、後世に残していくために住民自ら決定しています。ツエルマットは環境意識も高く、人通りの多い通りや細い路地、また、空き地などにもゴミがほとんど見られません。

地元の人はゴミが落ちていれば当たり前のようにゴミを拾ってゴミ箱に入れる光景が見られました。このほか、店先やベランダには多くの花が飾られていました。枯れた花などは一つ

もなく、常に手入れが行き届いており、自分たちが住んでいる町をきれいにする意識の高さが感じられました。

地元で優先してお金を使い 地元の産業を潤す

ツエルマットの住民は、何をすることも共同意識が強く、何かから恩恵を受けたというよりも、自分が生まれ育った町を良くするために何か貢献したいという意識が強く感じられました。

ツエルマットが観光に力を入れていく中には、主力となる観光産業が潤うことによって他の産業も潤うという考えがあり

ます。例えば電気自動車は、ホテルやレストランなどの事業所が潤うことによって新規購入やメンテナンスが発生し、自分たちの商売につながっているという意識がありました。このほか、建築工事では、例えねじ一本でも地元の工務店を通じて購入したり、スーパーマーケットでは、価格の安い外国産よりも、価格の高い地元産、あるいはスイス産のものを優先して購入したりする光景が見られました。

できる限り地元でお金を使っ て地域の利益になることが大切だということを、企業も、住民も実践しています。

「観光立市郡上」の推進に向け

ツエルマットの事例を郡上オリジナルへつなげる

ツエルマットは、観光振興のためだけでなく、自分たちが住んでいる町が良くなることを追求し、その結果として様々な産業の活性化につなげ、観光をはじめとする第三次産業から第二次産業、第一次産業へと経済効果を波及させていきました。郡上市でもこうした取り組みを実践していく必要があると感じました。

このほか、7割を超えるリピーター客を大切に、リピーターを飽きさせずに楽しませ続けることがツエルマットの観光政策の核心であったと考えます。ツエルマットにおける多くの成功事例は、そのまま郡上市に適用できるものではありませんが、観光立市に向け、郡上市が目指す将来像や目標を明確にし、その実現のために何をしなければならぬかを考えていかなければなりません。

このため、郡上市では、市民や事業者のみならず、行政が手を携えて、郡上オリジナルの取り組みを積み重ねていくことが必要だと考えます。