

## [要旨]

本研究は岐阜県高山市の観光イメージの変化を明らかにし、社会的状況の変化から考察した。研究にあたり、1925年から2016年間の約150冊の旅行案内書の記載を分析した。その結果、高山の観光イメージは次のように分けられることが明らかとなった。まず、戦前は「小京都」、「北アルプス登山口」としてのイメージを持っていた。次に戦後から1960年代前半にかけては道路の整備や登山ブームにより、「北アルプス登山口」としてのイメージが強まった。1960年代後半からは都市部で失ったものが高山ではまだ生きていと捉えられ「日本のふるさと」のイメージが持たれるようになった。そして、そのイメージは1970年のディスカバージャパンキャンペーンにより、強まることとなった。これにより高山は日本の高山になった。2000年代になると外国人観光客の増加、ミシュラン三ツ星の獲得を受け、国際的な観光地としてのイメージを持つようになった。国内に対してだけでなく、海外に対しても日本を代表する観光地となった。