

# 予 算 要 求 資 料

令和 2 年度 9 月 補正 予算 支出科目 款：商工費 項：観光費 目：観光開発費

## 事業名 「清流の国ぎふ」めぐる旅PR事業費

(この事業に対するご質問・ご意見はこちらにお寄せください)

商工労働部 観光国際局 観光企画課 国内誘客係 電話番号：058-272-1111 (内 3076)

E-mail：[c11334@pref.gifu.lg.jp](mailto:c11334@pref.gifu.lg.jp)

1 事業費 補正要求額 6,131 千円 (現計予算額：35,567 千円)

### <財源内訳>

区 分	事業費	財 源 内 訳							
		国 庫 支出金	分担金 負担金	使用料 手数料	財 産 収 入	寄附金	その他	県 債	一 般 財 源
現 計 予算額	35,567	0	0	0	0	0	0	0	35,567
補 正 要求額	6,131	0	0	0	0	0	0	0	6,131
決定額	6,131	0	0	0	0	0	0	0	6,131

## 2 要求内容

### (1) 要求の趣旨 (現状と課題)

全国的に観光消費額が減少している国内旅行市場において観光消費額を拡大するためには、旅行検討者に対して「ぎふの魅力」を着実に届け、誘客や周遊を促進する必要がある。そして、WEB等による情報発信とともに、イベントの実施や観光展への参加などによる対面でのPRをバランスよく実施するほか、TVや雑誌などの各種情報媒体を活用して露出強化を図ることも重要となる。

そこで、本事業では、県内市町村や観光協会のほか、JR東海や大阪県人会などとも連携し、対面を中心とした「岐阜県での“めぐる旅”」のPRを行うとともに、TV等の各種メディアへのプロモーションを強化することにより、本県への観光誘客を促進するとともに、観光客の県内滞在時間の延長・観光消費額の拡大を図る。

## (2) 事業内容

### ツーリズムEXPOジャパン出展事業 6,131千円

ツーリズムEXPOは国内最大規模の旅の総合イベントで、観光業者と旅行意欲の強い一般旅行者が多く訪れる。本年はコロナウイルス感染症終息後の旅行需要が高まる中での開催であり、誘客回復に向け、特に有効なPRが可能であることから同イベントに岐阜県ブースを出展する。

※令和2年4月時点で同事業の開催が不確定であったため、同事業に係る経費(11,933千円)を5月補正予算にて減額していた。

- ・会場：東京ビッグサイト 西展示棟
- ・会期：令和3年1月7日(木)～9日(土)

## (3) 県負担・補助率の考え方

岐阜県全域をまたがる国内誘客の推進は県の事業であり、県負担は妥当。

## (4) 類似事業の有無 無

## 3 事業費の積算内訳

### ツーリズムEXPOジャパン出展事業

事業内容	金額	事業内容の詳細
旅費	301	業務旅費
役務費	50	通信運搬費
委託料	2,612	ツーリズムEXPO「岐阜県ブース」企画・運営
使用料及び賃借料	3,168	ツーリズムEXPO出展費
合計	6,131	

## 決定額の考え方

## 4 参考事項

### (1) 各種計画での位置づけ

「清流の国ぎふ」創生総合戦略

3 地域にあふれる魅力と活力づくり

(2) 次世代を見据えた産業の振興

④観光産業の基幹産業化

岐阜県観光振興プラン

### (2) 後年度の財政負担

関係機関との連携、あるいはメディア等への積極的な働きかけにより、岐阜県の観光情報を効果的・継続的に発信する必要があるため、後年度も継続する。

# 事業評価調査書（県単独補助金除く）

- 新規要求事業  
 継続要求事業

## 1 事業の目標と成果

### （事業目標）

- ・何をいつまでにどのような状態にしたいのか  
 一つのエリアで複数泊（連泊）が楽しめる地域が県内に多く存在し、これらを周遊することで、本県の高品質かつ本物の魅力が満喫できる宿泊滞在型観光を定番化する。
- ・第1ステージ(H20-24)観光資源の掘り起こしとブランディング<点の拡大>
- ・第2ステージ(H25-29)宿泊滞在型観光の本格展開<点から線へ>
- ・第3ステージ(H30-)岐阜ならではの宿泊滞在型観光の定番化<線から面へ>

### （目標の達成度を示す指標と実績）

指標名	事業開始前	指標の推移		現在値 (前々年度末時点)	目標	達成率
観光消費の経済波及効果	— 億円 (H-)	4,601億円 (H28)	4,175億円 (H29)	4,172億円 (H30)	5,000億円 (R2)	83.4%
観光入込客数（実数）	— 万人 (H-)	4,696万人 (H28)	4,556万人 (H29)	4,603万人 (H30)	4,600万人 (R2)	100.1%
外国人延べ宿泊者数	— 万人 (H-)	101万人 (H28)	98万人 (H29)	148万人 (H30)	150万人 (R2)	98.7%

### ○指標を設定することができない場合の理由

### （前年度の取組）

- ・事業の活動内容（会議の開催、研修の参加人数等）  
 世界最大級の旅の祭典「ツーリズムEXPOジャパン2019」に出展し、県内各市町村と連携しながら岐阜県観光をPR（来場者数約190,000人）。また、首都圏の岐阜県ゆかりの飲食店や、関西圏の情報発信拠点である大阪岐阜県人連合会等においても、世界に誇る遺産を中心とした岐阜県の観光資源をPRした。

### （前年度の成果）

- ・前年度の取組により得られた事業の成果、今後見込まれる成果  
 三大都市圏を中心に岐阜県の認知度向上を図った。2020年大河ドラマ主人公ゆかりの地もあることから、周辺観光地にも興味をもってもらえた。

## 2 事業の評価と課題

### (事業の評価)

<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 事業の必要性（社会経済情勢等に沿った事業か、県の関与は妥当か） ○：必要性が高い     △：必要性が低い</li> </ul>		
(評価)	○	観光客の県内周遊滞在を促進し、観光消費額を拡大させるため、市町村や観光協会などの関係機関と連携し、また、メディアを活用することによりボリューム層である三大都市圏を中心に観光PRを行い、岐阜県観光への興味を喚起する必要がある。
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 事業の有効性（指標等の状況から見て事業の成果はあがっているか） ○：概ね期待どおりまたはそれ以上の成果が得られている △：まだ期待どおりの成果が得られていない</li> </ul>		
(評価)	○	旅行検討者に直接・間接に情報発信を行うことにより、岐阜県の魅力を認知させることができ、県内への観光誘客及び観光消費額の拡大に有効な事業である。
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 事業の効率性（事業の実施方法の効率化は図られているか） ○：効率化は図られている     △：向上の余地がある</li> </ul>		
(評価)	○	市町村など関係機関と連携し、メディアも活用してプロモーションを展開することにより、旅行検討者へ岐阜県の旬な観光情報を効果的・効率的に発信している。

### (今後の課題)

<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 事業が直面する課題や改善が必要な事項</li> </ul> <p>2020年は大河ドラマ「麒麟がくる」が放映され、また、7月には「岐阜関ヶ原古戦場記念館」もオープンすることから、戦国・武将をフックとしたプロモーションにより、県内への誘客促進につなげるとともに、2021年度以降のプロモーション展開に繋がる取り組みが必要となる。</p>
--

### (次年度の方向性)

<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 継続すべき事業か。県民ニーズ、事業の評価、今後の課題を踏まえて、今後どのように取り組むのか</li> </ul> <p>2020年の大河ドラマ「麒麟が来る」は、岐阜県の認知度向上と誘客を図る上では、絶好の機会となるため、継続的なプロモーションが必要である。</p>
---

### (他事業と組み合わせて実施する場合の事業効果)

組み合わせ予定のイベント又は事業名及び所管課	【○○課】
組み合わせる理由や期待する効果 など	