

[6]重要プロジェクト工程表【観光産業の基幹産業化プロジェクト】

区分	H26~H28	H29 (2017年度)	H30 (2018年度)	H31 (2019年度)	H32 (2020年度)	数値目標
I 観光消費拡大につながる質の高い観光資源づくり						
広域周遊観光の核づくり	< (1) 関ヶ原古戦場の再生 > 関ヶ原古戦場ランドデザインを策定(H27.3) 「発信！発進！関ヶ原2015」開催(H27.10) 「関ヶ原2016」開催 ・世界古戦場サミット(H28.3) ・徳川家康(H28.6) ・石田三成(H28.10)	関ヶ原古戦場ビジターセンター(仮称)の建設・展示設計 周辺市町における史跡等誘導看板・説明案内板整備の促進 広域周遊観光の核となる武将イベントの開催、周辺市町における関ヶ原関連イベントの支援 新たな商品開発など地元消費拡大の仕組みづくり、近隣県と連携した武将観光による戦略的な誘客活動 世界の古戦場と連携した海外でのPR、史跡等の整備促進	ビジターセンター(仮称)の建設・展示物制作	合戦420年 供用開始		・観光消費の経済波及効果をH32年までに5,000億円を目指す (H27:4,214億円)
	< (2) リニア岐阜県駅周辺の観光振興 > 恵那山南山麓地域 ・岩村城下町のゲストハウス整備(H28.3) ・まち歩きクーポン導入(H28.11)	新「ひがしみの歴史街道(東濃地域の中山道及び国道257号沿線)」を核とした広域周遊観光の促進 ■中津川市・恵那市(リニア岐阜県駅周辺)の主要観光地点の観光マーケティング ■リニア岐阜県駅周辺の観光資源を活用した着地型商品の造成、受入環境整備の充実 ■リニア岐阜県駅周辺の観光資源をめぐる宿泊促進キャンペーン 岩村城下町に関する「おんな城主 直虎」連携プロモーション		女城主キャラバン、日本3大山城連携PR		
「岐阜の宝もの」等観光資源の市場化	< (3) 観光資源の市場化 > 「中山道ぎふ17宿歩き旅」外国人観光客向けプログラム提供(H27~) 地歌舞伎特別公演による外国人誘客(H27~) 愛知県と連携した産業観光PR(H27~)	歴史街道観光の推進 新■歴史街道の環境整備(インフォメーションスポットの整備促進) ■中山道ぎふ17宿歩き旅(体験型プログラムの拡充、常時提供の促進) ■地歌舞伎と芝居小屋を活用した外国人誘客(芝居小屋の受入環境整備、主要観光地における特別公演の開催) ■「ひがしみの歴史街道」を核とした広域周遊観光の促進【再掲】 愛知県と連携した産業観光周遊ルートの形成	航空宇宙博物館 リニューアルオープン			・観光入込客数(実数)をH32年までに4,600万人を目指す (H27:4,360万人)
	< (4) ITを活用した観光資源のブラッシュアップ >	自然・歴史など特色ある観光資源を活かした体験型プログラムの充実、市場化の促進(トレッキングなど) アニメなど旬のコンテンツと地域の観光資源とを組み合わせた旅行商品化の促進 VR、AR技術を活用した着地型観光サービスの導入促進				

区分	H26~H28	H29 (2017年度)	H30 (2018年度)	H31 (2019年度)	H32 (2020年度)	数値目標
II 主要観光地の魅力を活かした観光誘客プロモーション						
「世界に誇る遺産」等を核とした誘客	< (5) 3大都市圏をターゲットとした国内誘客プロモーション > 高山本線 80 周年を契機としたPR (H26) 北陸新幹線の延伸開業、白川郷合掌造り集落世界遺産登録 20 周年を契機としたPR (H27)	養老改元 1300 年 白山開山 1300 年 信長岐阜入城 450 年			東海環状自動車道 西回り・追加開通	・外国人延べ宿泊者数を H32 年までに 150 万人を目指す (H27:93 万人)
		「世界に誇る遺産」と周辺観光資源、さらには飛騨地域などの人気観光地とを組み合わせた周遊ルートの形成・PR 大手宿泊予約サイトと連携した宿泊促進キャンペーン 交通事業者と連携した誘客プロモーション、旅行会社による県内周遊旅行商品の造成促進				
国際旅行博等への出展 82 回 (H26~) 米、仏、ベトナムなど新市場の開拓 (H26~) 昇龍道ミッション派遣等 中部各県と連携したPR	< (6) アジア・欧米をターゲットとした海外誘客プロモーション >				東京リリック・パブリック	
	「世界に誇る遺産」と周辺観光資源、さらには飛騨地域などの人気観光地を組み合わせた周遊ルートの形成・PR 知事トップセールスを始めとする戦略的な誘客プロモーション ■アジア諸国をターゲットとした旅行博出展、現地旅行会社・メディア招へい、ネットを通じた情報発信 ■欧米をターゲットとした旅行博出展、現地旅行会社・メディア招へい、ネットを通じた情報発信					
	昇龍道プロジェクト、クルーズ船客誘致など広域連携による誘客					
III 世界に選ばれる観光地域づくり						
競争力の高い観光地域づくり	< (7) 観光産業を支える人材の育成 > 旅館・ホテル等の従業員スキルアップ研修 (H27~)	観光地域づくりの推進組織 (DMO) の中核人材の育成 観光産業における「おもてなし人材」の育成・確保				
	< (8) 持続可能な観光地域づくり > 日本版DMO候補法人観光庁登録 (H28) ・地域DMO3件 ・地域連携DMO1件	観光地域づくりの推進組織 (DMO) の形成支援 (観光マーケティング導入や観光戦略策定を促進) 広域的な観光地域づくりの推進<長良川流域、下呂・中津川> ■長良川流域:周遊型、宿泊滞在・二次交通連携商品の造成 ■下呂・中津川:個人向け・団体向けプログラム、土産品開発			広域的な観光地域づくりの推進 ※ニーズに応じて個別エリアを支援	
ユニバーサルツーリズムの普及	< (9) バリアフリー観光の普及 > バリアフリー観光推進協議会設立 (H28.9) バリアフリー状況調査 (H28~)	県内観光地のバリアフリー状況調査 バリアフリー観光WEBサイトによる情報発信 県内観光関係者に対するバリアフリー観光の普及啓発セミナー等の実施			バリアフリー観光情報の発信強化、充実化 (情報更新、モデルルート造成、コンテンツの充実化)	
	< (10) 外国人観光客の受入環境整備 > 助成制度創設 (H28) ムスリム受入専門家の招へい (H27~)	Wi-Fi 環境整備、案内表示等多言語化、消費税免税店開設の促進 (助成制度等による支援) ムスリム観光客対応力の向上 (ムスリム受入専門家の招へい・意見交換等)				

