

# 令和2年度版 飛騨・美濃じまん白書



令和元年度 飛騨・美濃じまん運動の進捗について

岐阜県観光国際局

# 目次

## 第1章 岐阜県の観光の現状

1 本県の観光の現状	
～令和元年岐阜県観光入込客統計調査～	
(1) 観光入込客数及び観光消費額	1
(2) 観光地点別の集客数（県内トップ10）	2
(3) 行祭事・イベント入込客数（県内トップ10）	3
(4) 観光客の内訳	3
(5) 外国人宿泊客数	5
(6) 経済波及効果（試算）	5

## 第2章 「観光王国飛騨・美濃」に向けて実施した主な取組み

1 観光消費拡大につながる質の高い観光資源づくり	
(1) 広域周遊観光の核づくり	
①広域観光の核となる関ヶ原古戦場の魅力づくり	6
②「東美濃歴史街道」を核とした周遊観光の促進	8
③大河ドラマ「麒麟がくる」を活用した地域の活性化	9
(2) 「岐阜の宝もの」等観光資源の市場化	10
2 主要観光地の魅力を活かした観光誘客プロモーション	
(1) 「世界に誇る遺産」等を核とした誘客	
①3大都市圏における「清流の国ぎふ」の魅力発信	12
②世界に誇る遺産等を活用した周遊型観光の促進	14
③世界に誇る遺産等を活用した滞在型観光の促進	15
④世界に誇る遺産等を活用した集中的な海外プロモーション	16
⑤アジア・欧米の重点ターゲット国からの誘客促進	18
3 世界に選ばれる観光地域づくり	
(1) 競争力の高い観光地域づくり	
①観光人材の育成・確保	18
②広域的な観光地域づくり	18
(2) ユニバーサルツーリズムの普及	
①バリアフリー観光の普及促進	19
②外国人観光客の受入環境整備の支援	19

## 参考資料

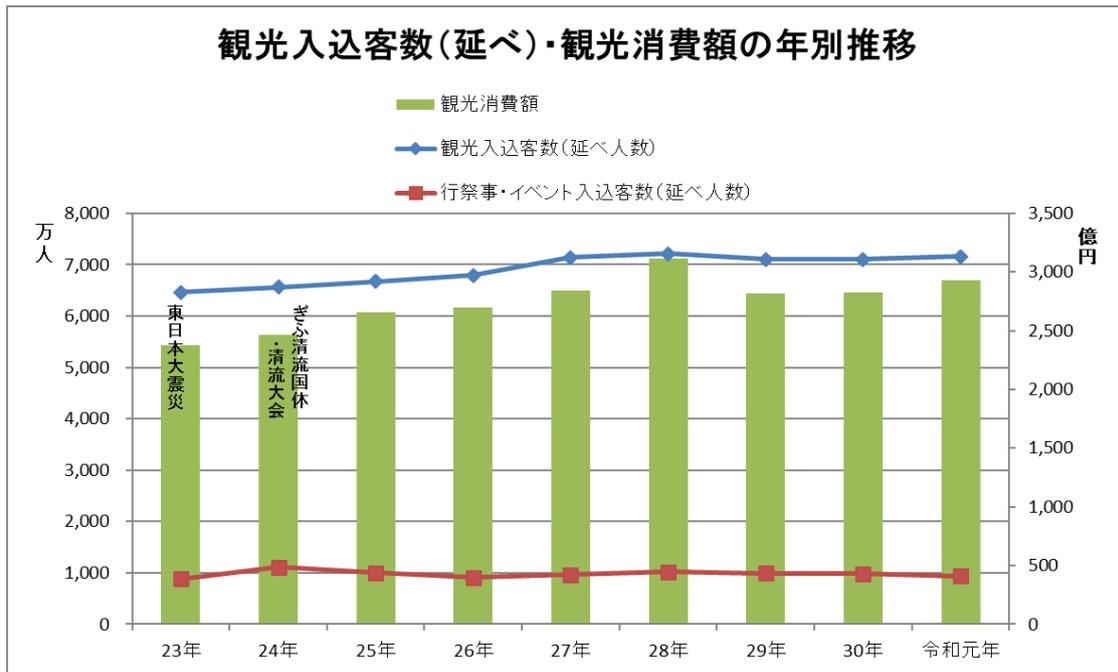
1 みんなでつくろう観光王国飛騨・美濃条例	21
2 「清流の国ぎふ」憲章	24

# 1

# 岐阜県の観光の現状

## 1 本県の観光の現状 ～令和元年岐阜県観光入込客統計調査より～

### (1) 観光入込客数及び観光消費額



区 分		R 1 [2019] (対前年比)	参考：H 3 0 [2018]
観光入込客数(延べ人数)		7,162万8千人 (+0.9%)	7,100万人
行祭事・イベント入込客数(延べ人数)		935万4千人 (△5.2%)	986万5千人
観光消費額	全 体	2,932億83百万円 (+3.9%)	2,821億85百万円
	日帰り客	1,461億33百万円 (+6.1%)	1,377億37百万円
	宿 泊 客	1,471億50百万円 (+1.9%)	1,444億48百万円

※平成23年の調査より、観光庁が策定した「観光入込客統計に関する共通基準」を導入し、調査手法を変更している。

※千人未満を四捨五入しているため、対前年比に誤差が生じることや、内訳の計と合計が一致しないことがある。

○**観光入込客数(延べ人数)**は、7,162万8千人(対前年比+0.9%)となり、前年に比べ増加した。

**行祭事・イベント入込客数(延べ人数)**は、935万4千人(対前年比△5.2%)となり、前年に比べ減少した。

※なお、観光入込客数(実人数)は、4,799万5千人(対前年比+4.3%)と、前年に比べ増加している。

○**観光消費額**の総額は2,932億83百万円（対前年比+3.9%）で、うち日帰り客分は1,461億33百万円（対前年比+6.1%）、宿泊客分は1,471億50百万円（対前年比+1.9%）であった。

○**主な傾向**は、以下のとおり。

- ・台風19号等の影響により中止となったイベントが一部であったものの、前年に比べ年間を通じて天候に恵まれ、旅行しやすい環境にあったと考えられるため、全体として入込客数は増加した。
- ・さらに、改元によりGWが10連休であったこと、平成30年7月豪雨災害のような大規模災害や記録的な猛暑の影響を受けなかったことにより、前年と比較して全体的な入込客数は増加した。
- ・観光消費額は、一人当たりの平均消費額について日帰り客分が増加した（3,428円→3,494円）反面、宿泊客分は減少となった（24,723円→23,830円）。全体の観光消費額は、入込客数の増加に伴い、前年と比較して増加した。
- ・外国人延べ宿泊客数については、前年に引き続き、中国人観光客が大きく増加するなどして過去最高となった（148.4万人→166.0万人）。

## （2）観光地点別の集客数（県内トップ10）

（単位：万人）

順位	観光地点名	入込客数	参考：H30 [2018]	
			順位	入込客数
1	土岐プレミアム・アウトレット	668.3	1	678.2
2	河川環境楽園（アクア・トトぎふ含む）（各務原市）	528.9	2	509.4
3	高山市街地エリア	382.7	3	344.8
4	白川郷合掌造り集落（白川村）	203.1	4	188.8
5	湯の華アイランド（可児市）	168.5	6	162.2
6	千代保稲荷神社（海津市）	160.6	5	170.0
7	伊奈波神社（岐阜市）	147.5	7	147.4
8	世界イベント村ぎふ（岐阜メモリアルセンター）（岐阜市）	142.1	9	136.7
9	千本松原・国営木曽三川公園（海津市）	136.4	8	140.7
10	下呂温泉（旅館の宿泊利用及び日帰り利用）	122.5	10	122.5

○観光地点毎の入込客数は、1位から4位までの地点の順位に変動はなかった。

○令和元年は年間を通して天候に恵まれ、前年のような豪雨災害がなかったこと、夏季を除いて降水量が平年より少なかったことにより、屋外観光施設における入込客数が増加傾向にあった。

○前年に新規オープンした道の駅「パレットピアおおの」、清流長良川あゆパーク（郡上市）やリニューアルオープンしたぎふ清流里山公園が引き続き好評であったほ

か、改元の影響により 道の駅「平成」の入込客数が大幅に増加した。

### (3) 行祭事・イベント入込客数（県内トップ10）

（単位：万人）

順位	行祭事・イベント名	入込客数	参考：H30 [2018]	
			順位	入込客数
1	長良川花火大会（岐阜市）	70.0	1	65.0
2	高山祭	40.0	4	29.6
3	道三まつり（岐阜市）	38.0	6	29.0
4	大垣まつり	37.0	12	22.0
5	ぎふ信長まつり（岐阜市）	34.0	6	28.0
6	郡上おどり	30.8	5	29.1
7	各務原市桜まつり	29.0	15	20.5
8	元気ハツラツ市（大垣市）	28.5	2	44.5
9	日本ライン夏まつり納涼花火大会（各務原市）	24.0	13	21.0
10	チューリップ祭（海津市）	20.6	14	20.6

○行祭事・イベント毎の入込客数の県内トップは、前年と同じ「長良川花火大会」（岐阜市）で70万人、2位は「高山祭」（高山市）で40万人、3位が道三まつり（岐阜市）で38万人となった。

○台風等の影響により、刃物まつり（関市）や濃尾大花火（羽島市・一宮市市民花火大会）などの大規模イベントが中止となった。その一方で、改元のため10連休となったGW期間中に開催された行催事・イベントは大幅に入込客数を伸ばした。

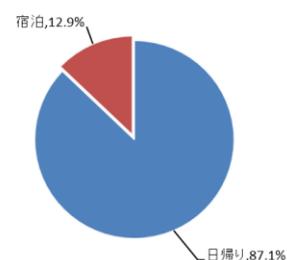
### (4) 観光客の内訳

#### ①日帰り・宿泊別観光客数（実人数）

区分	R1 [2019]（対前年比）	参考：H30 [2018]
全体	4,799万5千人（+4.3%）	4,602万8千人
日帰り客	4,182万0千人（+4.1%）	4,018万5千人
宿泊客	617万5千人（+5.7%）	584万3千人
【うち外国人】	【116万7千人（+14.5%）】	【101万9千人】

令和元年の観光入込客数（実人数）は4,799万5千人であったが、これを日帰り・宿泊別にみると、日帰り客は4,182万人、宿泊客は617万5千人であり、依然として日帰り客が多い。（図1）

図1

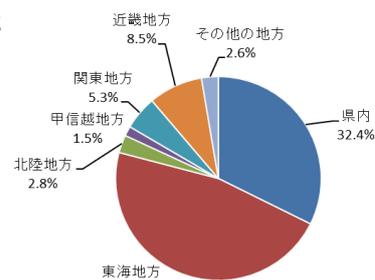


## ②居住地別観光入込客数

居住地別に見ると、県全体では県内客は1,552万6千人（構成比32.4%）、県外客は3,246万8千人（構成比67.6%）と、県外客が多くを占めた。特に飛騨圏域では県外客の割合が79.5%と高い。

県外客のうちおよそ7割が東海地方からの観光客であり、以下近畿地方、関東地方と続いている。（図2）

図2

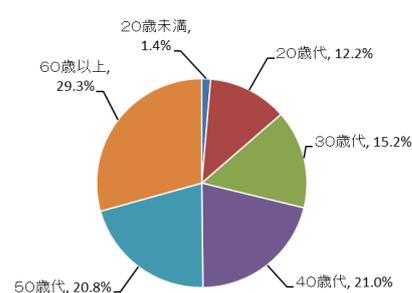


## ③男女別・年齢別観光入込客数

男女別で見ると、男性が2,741万4千人（構成比57.1%）、女性は2,058万1千人（構成比42.9%）と前年に引き続き男性が多かった。

年齢別では、60歳以上が29.3%と最も多く、続いて50歳代、40歳代が多い傾向は変わらない。（図3）

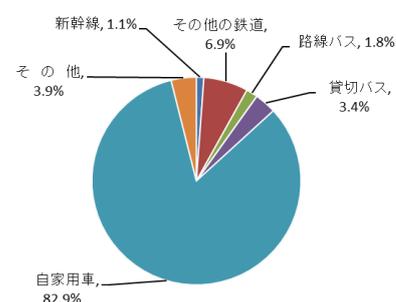
図3



## ④利用交通機関別観光入込客数

利用交通機関別に見ると、自家用車が最も多く全体の82.9%を占め、鉄道や路線バスなどの公共交通機関の割合は低い。（図4）

図4

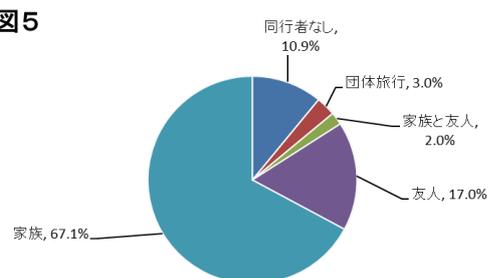


## ⑤同行者人数別観光入込客数

同行者人数別に見ると、「(本人を含め)2~3人」が最も多く全体の69.3%を占め、続いて「(本人を含め)4~5人」が15.0%であった。

同行者別に見ると、「団体旅行」の割合は全体の3.0%にとどまり、「家族」が67.1%と最も多く、次いで「友人」17.0%と個人旅行が主流となっている。（図5）

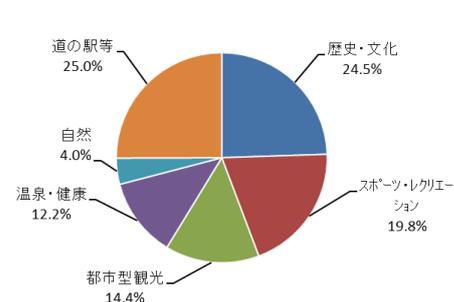
図5



## ⑥観光地分類別観光入込客数

観光地分類別に見ると、「道の駅等」、「歴史・文化」、「スポーツ・レクリエーション」の順に多く、以下、「都市型観光(買物・食等)」、「温泉・健康」、「自然」と続く。（図6）

図6



#### (5) 外国人宿泊客数

外国人の宿泊者数（延べ人数）は166.0万人であり、対前年比11.9%となった。国籍別に見ると、中国が52.7万人で最多、次いで台湾17.7万人、香港9.1万人と続いている。中国からの宿泊が大きく伸びたほか、タイ、マレーシア、ベトナムなどのアセアン、スペイン、フランス、イタリアなどの欧州諸国も伸びている。

出典) 観光庁「宿泊旅行統計調査」(平成31年1月～令和元年12月)

#### (6) 経済波及効果（試算）

令和元年の県内観光消費による経済波及効果（観光関連産業の経済波及効果）を試算したところ、生産誘発額は4,102億74百万円、就業誘発効果は、35,588人となった。

## 2

# 「観光王国飛騨・美濃」に向けて実施した主な取組み

## 1 観光消費拡大につながる質の高い観光資源づくり

### (1) 広域周遊観光の核づくり

#### ①広域観光の核となる関ヶ原古戦場の魅力づくり

関ヶ原古戦場は、壬申の乱、関ヶ原の戦いと天下分け目の合戦が2度繰り広げられた場所であり、歴史資源としての知名度も高い。さらに、近隣には墨俣一夜城や岐阜城など、戦国時代にまつわる資源が多く存在することから、関ヶ原古戦場を核とした滞在・周遊型観光の促進に向け、平成27年3月に策定した「関ヶ原古戦場グランドデザイン」に基づき、観光客受入環境の整備、関ヶ原の魅力発信の強化を行った。

#### ■岐阜関ヶ原古戦場記念館の整備

2020年のオープンに向け、整備を推進。

#### ■史跡の整備

陣跡等へののぼりの設置や、岐阜関ヶ原古戦場記念館開館に合わせた歴史民俗資料館の改修を支援。

#### ■史跡案内サインの設置

関ヶ原町及び周辺市町に解説サイン4基、誘導サイン18基、広域案内サイン4基を設置を支援。

#### ■関ヶ原駅前観光交流館での県産品活用商品販売等の支援

同館物販コーナーにおける県産品を活用した関ヶ原古戦場オリジナル商品の開発・販売活動を支援。

#### ■関ヶ原古戦場アプリの制作

VRシステムを活用し、関ヶ原古戦場の史跡において、当時の地形や軍勢の動きを分かりやすく伝えるアプリを制作。

#### ■広域連携イベント

各市町と連携した講演会や体験事業などの実施を支援。

開催日・会場	イベント名等
5月3日(金)	恵那市 光秀まつり内 チャンバラ合戦、甲冑着付け体験、武将隊殺陣演武
9月21日(土)、10月5日(土) 10月19日(土) 12月14日(土) ～2年2月24日(月)	御嵩町 最強の武将可児才蔵魅力発見事業
9月23日(月祝)～11月17日(日)	関ヶ原町 関ヶ原古戦場サイクリングイベントの開催
9月29日(日)	関市 刃物まつり PR 業務 関ヶ原交流広参加
9月29日(日)	山県市 明智光秀ゆかりの地 山県市ふるさと栗祭り 2019 内 戦国合戦陣営エリアイベント
10月19日(土)	垂井町 ふれあい垂井ピア 2019 東西対抗戦国俳句バトル
11月3日(日)、11月23日(土)	郡上市 郡上八幡城歴史 PR 劇 上演
2月22日(土)	輪之内町 丸毛サミット 関ヶ原の戦い関連史跡スタンプラリー

■関ヶ原武将イベントの開催（5月、10月）

○関ヶ原春の武将イベント～小早川秀秋の決断～

[期 間] 令和元年5月25日(土)・26日(日)

[会 場] 笹尾山グラウンドほか

[参加者] 約17,000人

- [事 業]
- ・歴女トークショー
  - ・東西人間将棋「女流棋士対局」「棋士対局」
  - ・戦国甲冑コスプレコレクション
  - ・武将隊広場
  - ・東西グルメ対決「麺の陣」「肉の陣」
  - ・東西文化 味の競演
  - ・史跡×詰将棋ラリー
  - ・甲冑着付け体験
  - ・東西レク合戦
  - ・棋士と行く関ヶ原古戦場ツアー
  - ・関ヶ原写真コンテスト入賞作品展示

○関ヶ原秋の武将イベント～島津の退き口～

[期 間] 令和元年10月19日(土)・20日(日)

[会 場] 笹尾山グラウンドほか

[参加者] 約54,000人(※同時開催の関ヶ原合戦まつり含む)

[事 業]

- ・花いけバトル関ヶ原の合戦2019、体験教室
- ・戦国甲冑コレクション
- ・BRASS in 関ヶ原
- ・大河ドラマ「麒麟がくる」PR
- ・東西グルメ対決～麺の陣～
- ・東西文化 味の競演
- ・武将隊広場
- ・トークショー「薩摩を語る」
- ・西美濃伝統・郷土芸能
- ・東西レク合戦
- ・ゲティスバーグ・ワートルロー古戦場展
- ・関ヶ原写真コンテスト入賞作品展示
- ・超高速関ヶ原(合戦再現劇)

■関ヶ原ナイト2019の開催(7月)

[期 間] 令和元年7月20日(土)

[会 場] 笹尾山駐車場

[参加者] 約7,650人

[事 業]

- ・野外朗読音楽絵巻～吉継～
- ・関ヶ原古戦場夜市
- ・花火大会

■海外古戦場との交流

ゲティスバーグ国立軍事公園からゲティスバーグの戦いに使用された軍服等の寄贈を受け、企画展を開催。

②「東美濃歴史街道」を核とした周遊観光の促進

2027年のリニア中央新幹線開業を見据え、「岐阜県駅」周辺の周遊観光を促進するため、歴史資源が豊富な同地域の中山道及び国道257号沿線を「東美濃歴史街道」と位置づけ、地元行政・観光関連団体と連携し、地歌舞伎や中山道、東美濃の山城、陶磁器産業等を核とした伝統文化、産業観光地域づくりを推進する取り組みを実施した。

## ■東美濃歴史街道観光の推進

リニア沿線市町の広域的な周遊滞在、観光消費額の増加を図るため、観光施設や体験施設などで「おもてなし特典」を受けることができる「観光パスポート事業」を実施した。

(東美濃観光パスポート)

[期 間] 令和元年6月29日(土)～令和2年2月29日(土)

[参加施設] 366施設

[パスポート発給数] 15,967冊

## ③大河ドラマ「麒麟がくる」を活かした魅力づくり

令和2年の大河ドラマ「麒麟がくる」の放送を絶好の機会と捉え、県と明智光秀ゆかりの県内8市町の行政、観光協会で構成する「岐阜県大河ドラマ『麒麟がくる』推進協議会」を中心に、ゆかりの地の「情報発信」「誘客促進」「受入環境整備」の取り組みを進めた。

## ■情報発信事業

- ・協議会事業情報発信WEBページの開設(平成31年4月26日開設)
- ・ゆかりの地などを紹介するパンフレットやリーフレットの作成
- ・雑誌等でのPR記事の掲載

(大河ドラマ「麒麟がくる」完全読本など34誌、岐阜新聞朝刊紙面7誌等)

## ■誘客促進事業

- ・「道三まつり」協賛特別企画「地歌舞伎特別公演と歴史講演」の開催
- ・「大河ドラマ『麒麟がくる』舞台地“清流の国ぎふ”まるごと応援宣言」の開催
- ・大河ドラマ「麒麟がくる」初回放送パブリックビューイング&トークイベントの開催
- ・スタンプラリーやクイズラリーなどゆかりの地を巡る周遊企画

## ■受入環境整備事業

- ・岐阜県大河ドラマ「麒麟がくる」推進協議会 岐阜の魅力お披露目大会の開催
- ・ぎふ戦国みやげやグルメの開発



(2) 「岐阜の宝もの」等観光資源の市場化

県民一人ひとりが考えるふるさとのじまんを募集した中から、全国に通用する観光資源となることが期待される「岐阜の宝もの」を6件、それに次ぐ「明日の宝もの」を10件認定し、地域が主体となった地域資源の魅力向上に向けた取組みを支援してきた。平成25年度からは、これまでに掘り起こし、磨き上げてきた「岐阜の宝もの」等の新たな観光資源と既存の有名観光資源等との連携を促進し、周遊性を高めることにより、滞在時間の増加による観光消費の拡大に資するための取組みを推進している。

岐阜の宝もの	小坂の滝めぐり、東濃地方の地歌舞伎と芝居小屋、 乗鞍山麓五色ヶ原の森、天生県立自然公園と三湿原回廊、 中山道ぎふ17宿、東美濃の山城	※令和元年度末時点
--------	--	-----------

■ 「清流の国ぎふ」観光回廊づくり推進事業費補助金

本県の恵まれた地域資源・地域特性を活かし、県内の周遊性、滞在時間等を増加させるため、地域主体の広域的な連携や役割分担による取組みに対して、支援を行った。

- ・令和元年度交付件数：13件

■ 中部山岳国立公園トレッキング・ツーリズム推進事業

飛騨エリア既存の有名観光資源に加え、岐阜の宝ものや中部山岳国立公園等の自然資源を中心とした、体験型周遊観光（トレッキングツーリズム）を推進するため、プロモーションの強化や旅行商品の造成販売を行った。

- ・YAMAP、山と溪谷社等のアウトドアメディアと連携したPR
- ・濃飛バス、クラブツーリズム等と連携した自然アクティビティを活用した旅行商品の造成・販売



■ 「中山道ぎふ17宿歩き旅」の推進

「中山道ぎふ17宿」の更なる魅力向上と、沿線関係者の連携強化、地域における運営体制の構築をめざし、各種プログラムの開発・ブラッシュアップ、人材育成、情

報発信等を展開。夏、秋、春の3季にかけて、シンボルイベントとなる「中山道ぎふ17宿歩き旅」を開催した。

(中山道ぎふ17宿歩き旅 夏)

[期 間] 令和元年7月20日(土)～9月22日(日)

[内 容] 体験・散策プログラム(8プログラム、参加者114人)

ウォーキングプログラム(3プログラム、参加者125人)

(中山道ぎふ17宿歩き旅 秋)

[期 間] 令和元年10月5日(土)～11月30日(土)

[内 容] 体験・散策プログラム(50プログラム、参加684人)

ウォーキングプログラム(5プログラム、参加206人)

(中山道ぎふ17宿歩き旅 春)

[期 間] 令和2年2月2日(日)～4月4日(土)

[内 容] 体験・散策プログラム(9プログラム、参加38人)

ウォーキングプログラム(4プログラム、参加149人)



ウォーキングプログラム

#### ■地歌舞伎と芝居小屋を活用した観光誘客の促進

「岐阜の地歌舞伎と芝居小屋」の認知度向上を図り、県内への誘客を促進するため、地元の地歌舞伎保存団体や行政、観光事業者等と連携し、観光地等における特別公演や体験プログラム、定期公演へのツアー誘客等を実施した。

・特別公演 12回開催

[参加者] 616人(うち外国人182人)



はざま座歌舞伎



高山陣屋歌舞伎

- ・地歌舞伎を活用したツアーを造成 17本  
[参加者] 245人

## 2 主要観光地の魅力を活かした観光誘客プロモーション

### (1) 「世界に誇る遺産」等を核とした誘客

#### ① 3大都市圏における「清流の国ぎふ」の魅力発信

観光の基幹産業化に向けて、首都圏、関西圏、中京圏を中心に「清流の国ぎふ」のプロモーションを展開した。

#### ■ JR東日本と連携したプロモーションの実施【首都圏】

飛騨地域観光協議会（県・高山市・飛騨市・下呂市・白川村）において、JR東日本「びゅう」と連携したプロモーションを展開。

- ・びゅうトラベルサービスが運営する「えきねっと」に飛騨エリアの特集ページを開設
- ・JR大宮駅で観光物産展を実施（7月14日～15日）



#### ■ JR東海と連携したプロモーションの実施【首都圏】

（一社）岐阜県観光連盟及びJR東海と連携し、明智光秀ゆかりの地岐阜キャンペーンを展開。

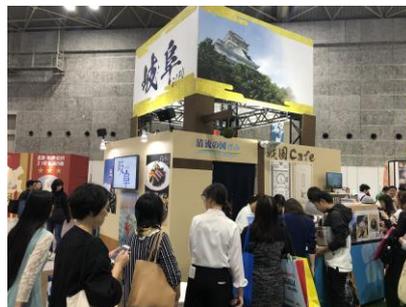
- ・大手旅行会社がゆかりの地への旅行商品を造成し、それらをPRするためJR東海のWEBサイトにキャンペーン特設ページを開設
- ・JR東京駅で、大河ドラマ「麒麟がくる」の舞台・明智光秀ゆかりの岐阜PRイベントを開催（2月22日～24日）



### ■ ツーリズムEXPOジャパンへの出展【関西圏】

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、「岐阜県」の認知度を高めるとともに誘客を促進した。(10月24日～27日)

(来場者数：151,099人 ※イベント全体の実績)



### ■ 観光PRコーナーの設置【関西圏】

関西岐阜県人連合会と連携し、大阪府箕面市内の地域交流・情報発信施設「彩都やまもり」内に観光PRコーナーを設置し、情報提供を実施した。

- ・観光PRコーナーの設置 (来場者数：18,748人)
- ・観光企画展の実施 (毎月)

### ■ PRイベントの開催【中京圏】

「清流の国ぎふ」めぐる旅キャンペーンのキックオフイベントを名古屋市のアスナル金山で開催した。(6月1日)

- ・MAGiC PRINCE トーク&フォトセッション
- ・クリス・グレン岐阜戦国トークショー
- ・観光PRコーナーの設置、戦国土産品等の販売



### ■ 観光PRキャラバン隊によるプロモーション

観光PRキャラバン隊を各地で開催されるイベント等に派遣し、岐阜県の観光の魅力をPRした。

- ・年間50回派遣 (首都圏5回、関西圏5回、中京圏40回)

②世界に誇る遺産等を活用した周遊型観光の促進

■「速旅快走G（ギフ）割！岐阜県周遊ドライブプラン」の販売

NEXCO中日本と連携し、県内の高速道路が定額で乗り放題となる「速旅快走G割！岐阜県周遊ドライブプラン」を造成・販売した。（利用件数：2,059件）



■近隣県と連携した広域観光の推進

○富山県と連携した広域観光の推進

- ・東海北陸自動車道全線開通10周年を記念した、岐阜県飛騨地域及び富山県の周遊エリア内の高速道路が2日間または3日間乗り放題となる「飛騨・富山ドライブプラン」の造成・販売（利用件数：1,235件）



- ・両県の魅力を組み合わせた旅行商品の企画造成  
豊かな地場の恵み 山と海・天然温泉・伝統文化  
飛騨越中を結ぶ旅 【びゅうトラベルサービス】

○愛知県と連携した広域観光の推進（産業観光ネットワーク形成推進事業）

愛知県と連携して、両県の産業観光施設や武将観光施設を巡るスタンプラリーを实

施した。これにより両県の産業観光施設の魅力を一体的にPRすることにより、観光誘客を促進し、両県の観光交流人口の拡大を図った。

- ・産業観光・武将観光PRパンフレット「見にトリップ・いくさトリップ」の作成
- ・「見にトリップ・いくさトリップ」掲載施設を巡るスタンプラリーの実施  
応募数 2,347通

#### ○環白山エリアへの誘客の促進

環白山広域観光推進協議会（岐阜県・石川県・福井県及び関係市町村）において、プロモーションを実施した。

- (i) パンフレット、ポスターの作成・配布
- (ii) プラチナルート白山ドライブスタンプラリーの実施
- (iii) イベントの実施
  - ・郡上おどり in 青山（6月14日～15日）
  - ・白山フェア in 名古屋（8月10日）
  - ・モンベルフレンドフェア in 横浜（9月14日～15日）

#### ■「清流の国ぎふ」観光回廊づくり推進事業費補助金

本県の恵まれた地域資源・地域特性を活かし、県内の周遊性、滞在時間等を増加させるため、地域主体の広域的な連携や役割分担による取組みに対して、支援を行った。

- ・令和元年度交付件数：13件

#### ③世界に誇る遺産等を活用した滞在型観光の促進

「世界に誇る遺産」「食」「戦国・武将」「自然」「歴史・文化」の5つのテーマを丸ごと体験する新しい岐阜旅をコンセプトとして、「清流の国ぎふめぐる旅キャンペーン～体験！武将たちの夢のあと～」を6月1日～3月31日まで市町村と一体となって実施した。

#### ■キャンペーン特設サイトの開設

テーマごとに市町村からの情報を集約し、キャンペーン特設サイトを開設した。

#### ■体験予約サイトを活用した体験プログラムの販売

じゃらんnetの体験サイトで、キャンペーン特別体験プログラムを販売した。

#### ■大手宿泊予約サイトの活用

県内宿泊施設がキャンペーン特別宿泊プランを「じゃらんnet」及び「楽天トラベル」で販売するとともに、キャンペーン期間中、それぞれのWEBサイト内に特設サイト

を開設した。

#### ■福利厚生代行サービス事業者の活用

福利厚生代行サービス事業者と連携し、冬の閑散期の宿泊を促進するキャンペーンを実施した。

- (i) 福利厚生代行サービス事業者のウェブページで岐阜県特集ページを開設
- (ii) 福利厚生代行サービス事業者の会報誌で岐阜県特集ページを掲載

#### ■PRツールの配付

JTBのガイドブック「るるぶ」特別版として、季刊情報誌「岐阜っぽ。」を企画・制作し、県内外でのイベント等で配布したほか、県内市町村（観光協会等）、高速道路のサービスエリア、JR東海の主要駅、道の駅などで配布した。



夏号（6月発行） 10万部（NEXCO 中日本連携・サービスエリア等へ配架）

秋号（9月発行） 5万部

冬号（12月発行） 10万部（JR東海連携・主要駅へ配架）

春号（2月発行） 5万部

#### ④世界に誇る遺産等を活用した集中的な海外プロモーション

##### ■アジア・欧米からの誘客促進

外国人観光客の本県への誘客を促進するため、アセアン（マレーシア、インドネシア）や東アジア諸国・地域（中国、台湾）、欧州諸国（スペイン、アメリカ等）、オセアニア（オーストラリア）を対象に、国の「ビジット・ジャパン（VJ）事業」や近隣県・関係機関等との連携のもと、各種誘客事業を展開した。

- ・海外メディア、旅行会社等の招請、視察旅行のアテンド

実施件数：44件

対象国：16ヶ国・地域

香港、台湾、中国、タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナム、韓国、イギリス、フランス、イタリア、スペイン、オーストラリア、アメリカ

- ・海外旅行博等への出展、海外関係機関へのセールス活動

実施件数：20件

対象国：11ヶ国・地域

台湾、タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナム、スペイン、オーストラリア、アメリカ、ロシア

#### ■着地型体験コンテンツの造成・販売による誘客促進

欧米豪を中心とする個人旅行者の誘客を促進し、県内での宿泊及び観光消費額の増加を図るため、岐阜県の強みを活かした着地型体験コンテンツを造成し、オンラインによる販売促進プロモーションを実施した。

- ・岐阜県ならではの体験コンテンツの造成・販売

「匠の技（木工、陶磁器、和紙、刃物など）」：3件

「自然・アクティビティ」：7件

「伝統・食」：14件 計24件

- ・アクティビティ予約・販売サイトと連携したオンラインでの販売及び販売促進プロモーションの実施
- ・造成した体験コンテンツの実施に向け、県内事業者と県の外国語観光ガイド育成研修を受講したガイドをマッチング

#### ■杉原千畝を活用した誘客

ユダヤ系住民の多いアメリカにおいて、JTB USAと連携した岐阜県観光情報を発信した。

- ・“命のビザ” 岐阜県観光インフォメーションセンターを設置し、杉原千畝関連施設や周辺観光地等の情報提供及び問い合わせ対応
- ・JTB USAのWEBサイト内「岐阜県特集ページ」にて、観光情報を発信
- ・NYで開催された旅行フェアに出展し、観光PRを実施
- ・アメリカ大手コンソーシアムにおける観光プロモーション
- ・アメリカのユダヤ系メディアを招請し、杉原千畝関連施設や県内観光地の取材旅行を実施

## ⑤アジア・欧米の重点ターゲット国からの誘客促進

### ■アジア・欧米からの誘客促進（再掲）

### ■近隣自治体と連携したクルーズ船からの誘客促進

クルーズ船からの本県への誘客を図るため、石川県と連携し、各種誘客施策を展開した。

- ・全国クルーズ活性化協議会におけるプレゼンテーション
- ・クルーズ船会社、オブショナルツアー運営会社へのPR活動
- ・クルーズ船入港時の乗船客に向けた観光PR
- ・クルーズ船見本市（ドイツ）出展による観光PR

## 3 世界に選ばれる観光地域づくり

### （1）競争力の高い観光地域づくり

#### ①観光人材の育成・確保

##### ■旅館で働く魅力の発信とマッチングの拡大

本県観光産業を支える旅館・ホテルの主な業務内容や働くやりがい・魅力について紹介・発信するとともに、就職希望者と県内観光産業事業者とのマッチングを通して、観光産業の人材確保を促進。

- ・「1泊2日シゴト体験」の実施（学生、転職・再就職希望者、留学生向け）
- ・旅館の若女将等による大学等での出前講座の実施（全4回）
- ・学内合同説明会、転職フェア等でのPR
- ・観光業のイメージアップPR（リーフレットや動画等PRツールを活用）
- ・宿泊施設の人事担当者向け採用セミナーの開催（全2回）

#### ②広域的な観光地域づくり

##### ■長良川流域における周遊・滞在型観光地域づくりの推進

県と岐阜市・関市・美濃市・郡上市の行政・観光団体が連携し、長良川上・中流域に存在する魅力的な地域資源の情報発信や着地型商品の造成など、周遊・滞在型の観光地域づくりに向けた取組みを推進した。

- ・周遊滞在型商品造成事業  
サイクリングマップ作成、サイクリングツアー造成
- ・情報発信事業  
長良川流域紹介ホームページ及びパンフレット作成  
WEB旅行商品サイトを活用した販売促進  
旅行ガイドブックへの情報掲載

- ・観光動向把握事業  
観光マーケティング調査
- ・その他  
各種イベントで長良川流域をPR

## (2) ユニバーサルツーリズムの普及

### ① バリアフリー観光の普及促進

誰もが安心して県内を旅行できる仕組みを構築し、新たな観光需要の創出による観光消費額の増加を図るため、岐阜県バリアフリー観光推進協議会を設立し、障がい者団体等と連携し、観光施設のバリアフリー状況を調査し情報発信するとともに、観光関係事業者を対象とした啓発セミナー等を開催した。

- ・観光施設のバリアフリー状況調査（55施設）
- ・WEBサイト「ふらっと旅ぎふ」によるバリアフリー観光情報の発信
- ・バリアフリー観光推進セミナーの開催（5回）
- ・バリアフリー旅行商品を造成（2件）

### ② 外国人観光客の受入環境整備の支援

#### ■ インバウンド向けウェブサイト再構築

（一社）岐阜県観光連盟と協働し、同連盟が運営するインバウンド向けウェブサイトについて、現在の主流となりつつあるデジタルマーケティングに対応し、施策立案に資する各種データの収集と分析が可能であり、外国人旅行者目線で写真や文章を作成することにより、視覚から旅行者をサイトに惹き込むものへ再構築した。

またスマートフォンでの表示にも対応し、サイトからタビマエ、タビナカに、自然や伝統文化を体験するオプションツアーや宿泊の手配も可能な、旅行者に使いやすいサイトとした。

- ・言語 7か国語（英語、フランス語、インドネシア語、中国語繁体字及び簡体字、韓国語、タイ語）
- ・サイトアドレス <https://visitgifu.com/>

#### ■ 外国人観光客受入環境整備事業費

県内事業者が行う外国人観光客の利便性向上を目的とした受入環境整備に必要な経費に対して財政支援を行った。令和元年度は、新たなニーズに対応するため、Wi-Fi 整備、免税店開設、多言語化、トイレ洋式化、決済端末導入準備等に加え、多言語コミュニケーションツール導入等をメニューに加え、増加する外国人観光客の受入整備を促進した。

- ・多言語化整備： 11件
- ・Wi-Fi環境整備： 17件
- ・トイレ洋式化： 6件
- ・ムスリム受入体制向上： 1件
- ・決済端末導入準備事業： 2件
- ・多言語コミュニケーションツール導入事業： 17件
- 合計：54件

#### ■インバウンド向け外国語観光ガイド育成

本県を訪れる外国人の個人及び小グループ旅行を充実させ、旅行客のリピーター化や、SNSでの情報発信等による新規旅行客の獲得につなげるため、単なる観光案内だけでなく、本県の強み（自然、伝統・文化、匠の技など）を深く理解し、英語での確に説明できる観光ガイドを育成するため、ガイドマニュアルを作成するとともに研修会を実施した。

- ・テーマ：第1回「自然・アクティビティ」  
第2回「西濃地方・武将と合戦」  
第3回「食と酒」
- ・受講者数：90名（各回30名）

## <参考資料>

### 1 みんなでつくろう観光王国飛驒・美濃条例

平成19年7月9日公布  
岐阜県条例第39号

#### みんなで作ろう観光王国飛驒・美濃条例

私たちは、古くから「飛驒の国、美濃の国」と呼ばれてきたこの岐阜県を愛してやみません。

この地は、春には桜色に包まれ、夏には深い緑におおわれ、秋には森は赤や黄色に染まり、平野は黄金色に輝き、冬には白く雪化粧をするなど、自然の生みだす五色の彩りに恵まれています。

この地には、日本人の心のふるさとの原風景がいたるところにあります。

この地は、日本の東西交流の中心地として、重要な歴史の舞台になってきました。地の利をいかした独自の文化が生まれ、商いも活発に行われてきました。

そして、太平洋側と日本海側を南北に結ぶ交通網が充実する今日、飛驒・美濃は、日本の東西南北の交流の中心として、明日の舞台になろうとしています。

おりしも、団塊の世代の人々の癒しや自らの再発見を求めたふるさと回帰が進んでいます。

さあ、飛驒・美濃にとって大交流時代の幕開けです。

日本のふるさとの良さをすべて持った飛驒・美濃が、県内外の人たちに癒しを与え、心にゆとりを与えるところとして輝くときです。

観光は、単に観光産業だけではなく、製造業、農林水産業など、幅広く地域経済へ効果をもたらす、すそ野の広いものであり、みんなで大切に育てるべきものです。こうした観光による交流を広げる取組は、明日のふるさとづくりにつながります。

飛驒・美濃には、森林、河川、温泉などの素晴らしい自然、歴史、文化、産業など、日本の貴重な財産として、世界に誇れるものが満ちあふれています。

私たちは、自信を持って、各地から多くの人たちにこの地へ観光に訪れていただくため、総力をあげて、飛驒・美濃のじまんを知ってもらい、見つけだし、創りだす飛驒・美濃じまん運動を進めます。そして、飛驒・美濃を、誇りの持てるふるさとへと発展させていくため、観光王国飛驒・美濃を私たちみんなで作ります。

(めざすもの)

第一条 私たちは、飛驒・美濃のじまんを知ってもらい、見つけだし、創りだす飛驒・美濃じまん運動(以下「じまん運動」といいます。)に取り組むことで、観光産業を基幹産業として発展させ、もって飛驒・美濃の特性をいかした誇りの持てるふるさとをつくります。

(合い言葉)

第二条 私たちは、「知ってもらおう、見つけだそう、創りだそう ふるさとのじまん」を合い言葉に、じまん運動にみんなで行います。

(県の役割)

第三条 県は、じまん運動についての総合的な施策を定め、計画的に取り組みます。

- 2 県は、県民、市町村、観光事業者、観光に関する団体などが、共通の認識のもとお互い連携できるよう、総合的な調整を行います。
- 3 県は、道路をはじめとした交通網など、観光に必要な基盤を整備します。

(じまん運動を進めるしくみ)

第四条 県は、じまん運動の方向性などを検討するしくみとして飛騨・美濃の観光を考える委員会(以下「委員会」といいます。)をつくります。

- 2 県は、飛騨・美濃全体にかかわるじまん運動を進めるしくみとして飛騨・美濃じまん県民会議(以下「県民会議」といいます。)をつくります。
- 3 県は、市町村などと協力して、それぞれの地域で、じまん運動を進めるしくみとして飛騨・美濃じまん地域会議(以下「地域会議」といいます。)をつくります。
- 4 県民会議と地域会議は、一体となってじまん運動を進めます。

(知ってもらおうふるさとのじまん)

第五条 私たちは、ふるさとのじまを県内外の人たちに知ってもらうため、あらゆる機会を利用して積極的に情報を発信します。

- 2 私たちは、豊かな風土に育まれた農林水産物、匠の技により作りだされた地場産品などを積極的に活用するとともに販売します。

(見つけだそうふるさとのじまん)

第六条 私たちは、ふるさとの隠れたじまを見つけたすため、ふるさとについて学びます。

- 2 私たちは、次の時代を担う子どもたちがふるさとに誇りを持つことができるよう、学校、地域、家庭などさまざまなところでふるさと教育を進めます。

(創りだそうふるさとのじまん)

第七条 私たちは、ふるさとのじまを素敵なものに育てるとともに、新しいふるさとのじまを創りだします。

- 2 私たちは、地場産業や地域産業が活発になるよう、ふるさとの特性をいかしたブランド力のある商品の開発に取り組みます。

(おもてなしの心)

第八条 私たちは、「いい旅 ふた旅 ぎふの旅」をキャッチフレーズに、飛騨・美濃に一人でも多くのお客様に何度でもお越しいただき、楽しんでいただくため、一人一人がおもてなしの心でお客様をお迎えします。

(美しい自然を守る観光)

第九条 私たちは、豊かで美しい自然を守るとともに、自然を観察したり体験しながらそのしくみを学び、大切にする観光を積極的に進めます。

(ふるさとの文化にふれる観光)

第十条 私たちは、古いまちなみや素晴らしいふるさとの文化などを大切に、後世に伝えるとともに、お客様にこの文化にふれていただける観光を積極的に進めます。

(ものづくりの心にふれる産業観光)

第十一条 私たちは、伝統技術を持つ匠の技や歴史的・文化的な価値の高い工場、機械設備などのものづくりの現場や製品などを通じて、ものづくりの心にふれる産業観光を積極的に進めます。

(周りの地域や団体との連携)

第十二条 私たちは、一人でも多くのお客様にお越しいただけるよう、周りの地域や広域的な観光に関する団体と連携し、協力してお客様をお迎えします。

(世界中の人たちとの交流)

第十三条 私たちは、観光施設の案内や表示をできるだけ多くの言語で書き表すなど、外国からのお客様に心から楽しんでいただけるよう心がけます。

2 県は、世界中から多くのお客様にお越しいただけるよう、外国との文化・経済交流、青少年の交流などを積極的に応援します。

(お客様にやさしいまちづくり)

第十四条 県は、市町村などと協力して、バリアフリーのやさしいまちづくりを進めるなど、年齢、性別、障害の有無などにかかわらず、お客様に楽しくすごしていただけるよう心がけます。

2 私たちは、観光施設のトイレをきれいにするなど、お客様に気持ちよく観光をしていただけるよう心がけます。

(飛騨・美濃じまんの日)

第十五条 県は、8月21日を飛騨・美濃じまんの日とします。

(飛騨・美濃じまん運動実施計画)

第十六条 県は、じまん運動を計画的に進めるため、飛騨・美濃じまん運動実施計画を定めます。

2 県は、飛騨・美濃じまん運動実施計画を定めるときや変更するときは、委員会と県民会議の意見をききます。

(飛騨・美濃じまん白書)

第十七条 県は、毎年度、じまん運動の成果を白書としてまとめ、評価や検証をし、次の運動につなげていきます。

(その他)

第十八条 この条例に定めることのほか、必要なことについては、知事が定めます。

#### 附 則

1 この条例は、平成十九年十月一日から施行します。

2 岐阜県観光審議会設置条例（昭和四十二年岐阜県条例第三十八号）は、廃止します。

## 2 「清流の国ぎふ」憲章

### 清流の国ぎふ憲章

～ 豊かな森と清き水 世界に誇れる 我が清流の国 ～

岐阜県は、古来、山紫水明の自然に恵まれ、世界に誇る伝統と文化を育んできました。豊かな森を源とする「清流」は、県内をあまねく流れ、里や街を潤しています。そして、「心の清流」として、私たちの心の奥底にも脈々と流れ、安らぎと豊かさをもたらしています。

私たちの「清流」は、飛騨の木工芸、美濃和紙、関の刃物、東濃の陶磁器など匠の技を磨き、千有余年の歴史を誇る鶺鴒などの伝統文化を育むとともに、新たな未来を創造する源になっています。

私たち岐阜県民は、「清流」の恵みに感謝し、「清流」に育まれた、自然・歴史・伝統・文化・技をふるさとの宝ものとして、活かし、伝えてまいります。

そして、人と人、自然と人との絆を深め、世代を超えた循環の中で、岐阜県の底力になり、100年、200年先の未来を築いていくため、ここに「清流の国ぎふ憲章」を定めます。

「清流の国ぎふ」に生きる私たちは、

#### 知

清流がもたらした  
自然、歴史、伝統、文化、技を知り学びます

#### 創

ふるさとの宝ものを磨き活かし、  
新たな創造と発信に努めます

#### 伝

清流の恵みを新たな世代へと守り伝えます

平成26年1月31日 「清流の国ぎふ」づくり推進県民会議

# 令和2年度版 飛騨・美濃じまん白書

～令和元年度 飛騨・美濃じまん運動の進捗について～

岐阜県 観光国際局

令和2年12月