

令和5年度版 飛騨・美濃じまん白書



令和4年度 飛騨・美濃じまん運動の進捗について

岐阜県観光国際部

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4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	1
(2) 観光地点別の集客数（県内トップ10）	3
(3) 行祭事・イベント入込客数（県内トップ10）	4
(4) 観光客の内訳	4
(5) 外国人宿泊客数（延べ人数）	6
(6) 経済波及効果（試算）	6

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	7
② 大河ドラマを活かした魅力づくり	11
③ 県内市町と連携した戦国・武将観光の推進	12
④ 「東美濃歴史街道」を核とした周遊観光の促進	13
(2) 観光資源の市場化	13

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	15
② 周遊型観光の促進	16
③ 滞在型観光の促進	17
④ 集中的な海外プロモーションの展開	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	19
② 観光産業の生産性向上	19
③ 広域的な観光地域づくり	19
(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	21
② 外国人観光客のニーズに即した情報発信	21

参考資料

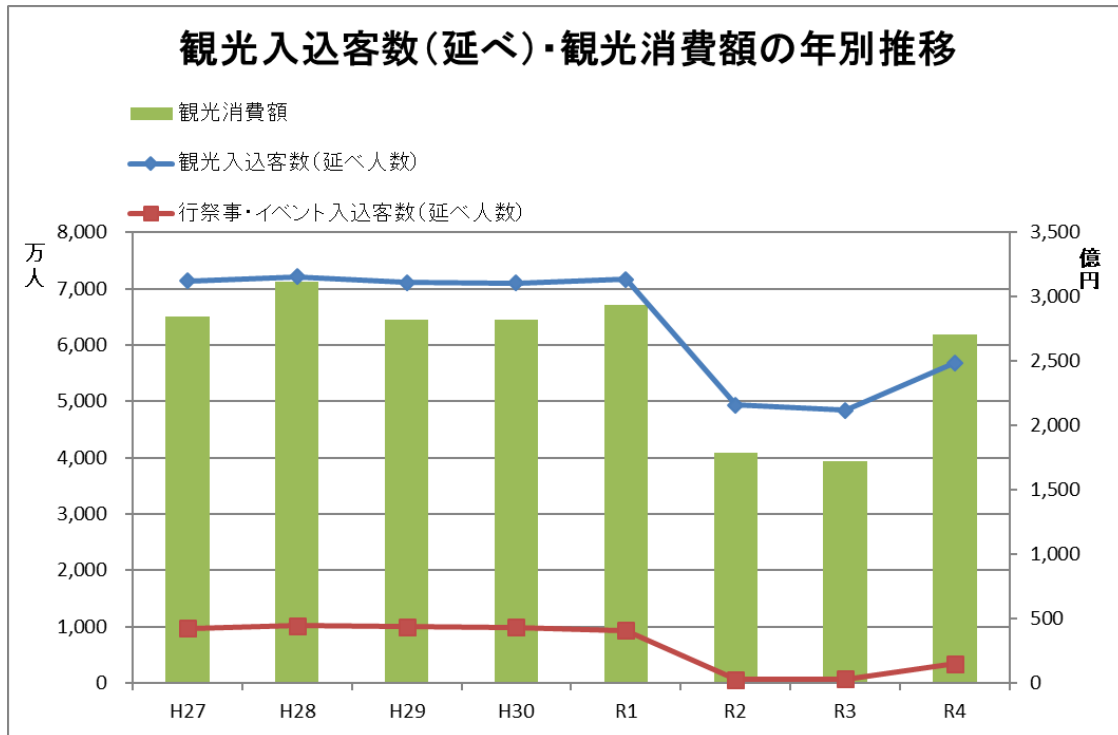
1 みんなでつくろう観光王国飛騨・美濃条例	22
2 「清流の国ぎふ」憲章	25

1

岐阜県の観光の現状

1 本県の観光の現状 ～令和4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 4 [2022]年	参考：R 3 [2021]年	参考：R 1 [2019]年
観光入込客数 (延べ人数)		5,683万8千人 (対R3年比 + 17.5%) (対R1年比 △ 20.6%)	4,837万9千人	7,162万人8千人
行祭事・イベント 入込客数(延べ人数)		338万8千人 (対R3年比 + 352.9%) (対R1年比 △ 63.8%)	74万8千人	935万4千人
観光入込客数 (実人数)		4,262万6千人 (対R3年比 + 11.0%) (対R1年比 △ 11.2%)	3,841万6千人	4,799万5千人
内 訳	日帰り客	3,756万5千人 (対R3年比 + 7.2%) (対R1年比 △ 10.2%)	3,504万7千人	4,182万人
	宿泊客	506万1千人 (対R3年比 + 50.2%) (対R1年比 △ 18.0%)	336万9千人	617万5千人
	【うち外国人】	【10万4千人】 (対R3年比 + 363.5%) (対R1年比 △ 91.1%)	【2万2千人】	【116万7千人】

区 分		R 4 [2022]年	参考：R 3 [2021]年	参考：R 1 [2019]年
観光消費額		2, 7 0 2 億 4 7 百万円 (対 R3 年比 + 57.0%) (対 R1 年比 △ 7.9%)	1, 7 2 1 億 4 1 百万円	2, 9 3 2 億 8 3 百万円
内 訳	日帰り客	1, 3 5 6 億 5 2 百万円 (対 R3 年比 + 40.7%) (対 R1 年比 △ 7.2%)	9 6 4 億 2 7 百万円	1, 4 6 1 億 3 3 百万円
	宿泊客	1, 3 4 5 億 9 5 百万円 (対 R3 年比 + 77.8%) (対 R1 年比 △ 8.5%)	7 5 7 億 1 4 百万円	1, 4 7 1 億 5 0 百万円

※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。
 ※宿泊客の「うち外国人」については、観光庁の宿泊旅行統計調査における本県の外国人延べ宿泊者数をもとに算出している。
 (令和4年外国人延べ宿泊者数 12.2万人)

○ **観光入込客数（延べ人数）**

・ 5, 6 8 3 万 8 千人（対前年比+17.5%）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）**

・ 3 3 8 万 8 千人（対前年比+352.9%）で、前年に比べ増加した。

○ **観光入込客数（実人数）**

・ 4, 2 6 2 万 6 千人（対前年比+11.0%）と、前年に比べ増加した。

○ **観光消費額**

・ 総額は 2, 7 0 2 億 4 7 百万円（対前年比+57.0%）で、うち日帰り客分は 1, 3 5 6 億 5 2 百万円（対前年比+40.7%）、宿泊客分は 1, 3 4 5 億 9 5 百万円（対前年比+77.8%）であった。

○ **主な傾向**

- ・ 第一四半期（1月～3月）は、まん延防止等重点措置区域の指定により行動制限を受けるなど、新型コロナの影響を大きく受けたものの、第二四半期以降（4月～）は、県民割(4/5-28)、ブロック割(5/9-10/10)、全国旅行支援(10/11-12/27)と、順次対象を拡大実施した旅行割引キャンペーン等により、観光需要が拡大し、観光入込客数は前年に比べ大きく増加した。
- ・ インバウンドについては、個人旅行者の受入れ再開が10月からであったため、令和4年中は本格的な回復には至らなかった。
- ・ 観光消費額についても、旅行割引キャンペーン等が、旅行単価の上昇に繋がり、一人あたり平均消費額が大きく増加した。

日帰り： 2,751円 → 3,611円 (対前年比+ 31.3%)
 宿泊客： 22,473円 → 26,594円 (対前年比+ 18.3%)

(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：R3[2021]年		参考：R1[2019]年	
			順位	入込客数	順位	入込客数
1	土岐プレミアム・アウトレット	493.0	1	502.1	1	668.3
2	河川環境楽園	408.9	2	352.1	2	477.5
3	高山市街地エリア	229.4	4	137.9	3	382.7
4	湯の華アイランド	161.7	3	147.0	5	168.5
5	伊奈波神社	130.3	7	98.2	7	147.5
6	養老公園	123.5	—	—	—	—
7	千本松原・国営木曾三川公園	112.6	5	120.5	9	136.4
8	千代保稲荷神社	110.0	6	101.9	6	160.6
9	岐阜公園	97.6	8	63.5	11	102.2
10	下呂温泉（旅館の宿泊利用及び日帰り利用）	91.3	9	60.4	10	122.5

※「養老公園」については、今回から「楽市楽座・養老」、「養老天命反転地」、「岐阜県こどもの国」の入込客数を含んだ数値を掲載。

- 新型コロナウイルス感染症による行動制限が緩和されたものの、屋外観光施設のニーズが引き続き高く、令和3年に比べ「河川環境楽園」、「岐阜公園」といった公園を中心に入込客数が増加した。
- 令和3年に比べ「高山市街地エリア」が66.4%増、「下呂温泉（旅館の宿泊利用及び日帰り利用）」が51.2%増となるなど、特に飛騨地域の観光地点で入込客数が増加した。

(3) 行祭事・イベント入込客数（県内トップ10）

（単位：万人）

順位	行催事・イベント名	入込客数	参考：R3[2021]年		参考：R1[2019]年	
			順位	入込客数	順位	入込客数
1	ぎふ信長まつり	62.0	-	-	5	34.0
2	たじみ陶器まつり（春）	18.0	2	15.0	13	16.0
3	チューリップ祭	17.9	1	19.7	10	20.6
4	道三まつり	16.0	-	-	3	38.0
5	高山祭	15.5	12	1.9	2	40.0
6	土岐美濃焼まつり	14.0	-	-	16	14.0
7	各務原市桜まつり	10.0	5	3.2	7	29.0
8	刃物まつり	9.0	8	2.1	-	-
9	郡上おどり	7.2	-	-	6	30.8
10	みのじのみのもり祭	7.0	-	-	23	10.0

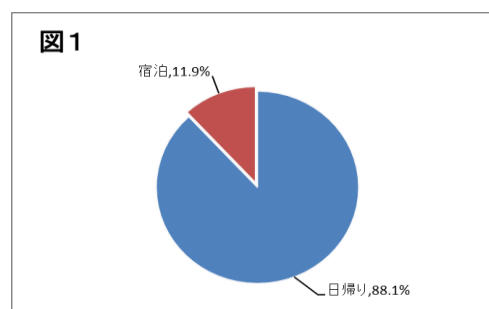
○行祭事・イベント毎の県内トップは、3年ぶりの開催となった「ぎふ信長まつり」（岐阜市）の62.0万人であった。

○コロナ禍において中止されていた行祭事・イベントが再開されたことにより、令和3年より入込客数は大幅に増加した。

(4) 観光客の内訳

①日帰り・宿泊別観光入込客数（実人数）

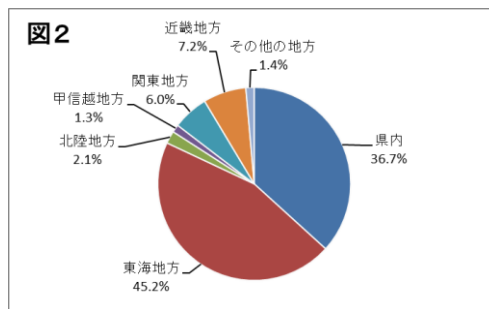
令和4年の観光入込客数（実人数）は4,262万6千人であり、日帰り・宿泊別にみると、日帰り客は3,756万5千人（構成比88.1%）、宿泊客は506万1千人（構成比11.9%）であり、依然として日帰り客が多くを占めた。（図1）



②居住地別観光入込客数（実人数）

居住地別に見ると、県全体では県内客は1,564万1千人（構成36.7%）、県外客は2,698万4千人（構成比63.3%）と、県外客が多くを占めた。（図2）

県内客の割合はコロナ前の令和元年の32.4%から36.7%に増加しており、新型コロナウイルスの影響により、近隣を目的地とする観光が増えたことや、旅行割引キャンペーンを実施したことなどが要因であると考えられる。



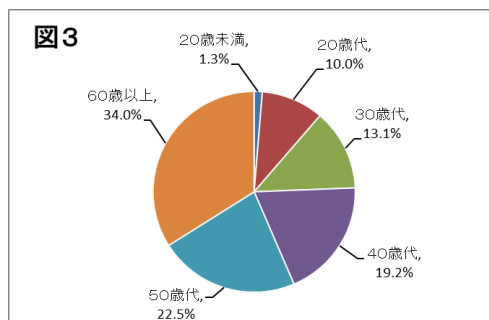
③年齢別・男女別観光入込客数（実人数）

年齢別では、60歳以上が34.0%と最も多く、続いて50歳代、40歳代、30歳代と続く。

（図3）

男女別では、男性が2,419万6千人（構成比56.8%）、女性は1,842万9千人（構成比43.2%）と男性が多かった。

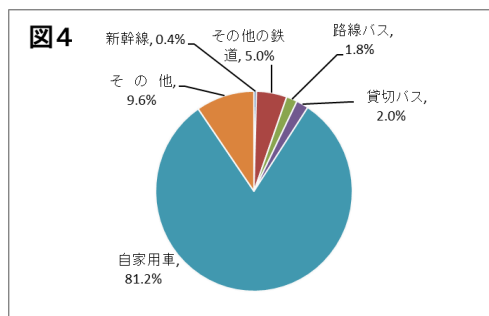
60歳以上の割合は令和元年の29.3%から34.0%に増加しており、全国旅行支援が、とりわけ平日の観光促進を図る内容であったことから、平日に観光しやすい高齢層が増えたと考えられる。



④利用交通機関別観光入込客数（実人数）

利用交通機関別に見ると、自家用車が最も多く全体の81.2%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）

コロナ前の令和元年と比較すると、貸切バス（3.4%→2.0%）、新幹線（1.1%→0.4%）、その他の鉄道（6.9%→5.0%）の割合が減っており、新型コロナウイルスの影響により、団体ツアーや公共交通機関の利用が減ったと考えられる。

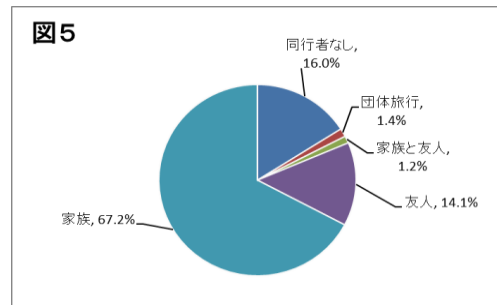


⑤ 同行者別観光入込客数（実人数）

同行者別では、「団体旅行」の割合は全体の1.4%にとどまり、「家族」が67.2%と最も多く、次いで「同行者なし」が16.0%と個人旅行が主流となっている。（図5）

同行者人数別では、「(本人を含め) 2～3人」が最も多く全体の67.1%を占め、続いて「(本人を含め) 4～5人」が13.7%であった。

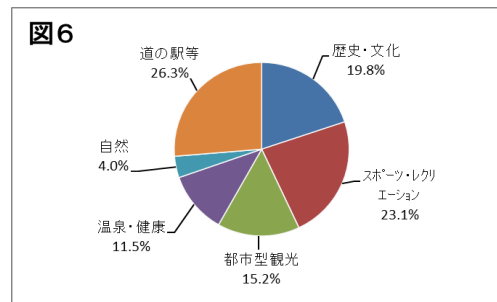
コロナ前の令和元年と比較すると、「同行者なし」の割合が10.9%から16.0%に増加したほか、「友人」が17.0%から14.1%に減少しており、新型コロナウイルスの影響により個人旅行が増加したと考えられる。



⑥ 観光地分類別観光入込客数の割合（実人数）

観光地分類別では、「道の駅等」、「スポーツ・レクリエーション」、「歴史・文化」の順に多く、以下、「都市型観光」、「温泉・健康」、「自然」と続く。（図3）

コロナ前の令和元年と比較して大きな増減はないが、「スポーツ・レクリエーション」の割合が19.8%から23.1%に増加した。



(5) 外国人宿泊客数（延べ人数）

外国人の宿泊者数（延べ人数）は12.2万人であり、過去最低となった令和4年に比べ293.5%増となった。国籍別に見ると、タイが0.79万人で最多、次いでシンガポールが0.68万人、香港0.65万人と続いている。

（出典）観光庁「宿泊旅行統計調査」（令和4年1月～12月）

(6) 経済波及効果（試算）

令和4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3,943億77百万円、就業誘発効果は、35,576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、観光客の受入環境整備、関ヶ原古戦場の魅力を発信した。

■ 岐阜関ヶ原古戦場記念館（以下「記念館」。）

令和2年10月21日に開館し、令和4年度末までの2年5か月余りで約28万人が来館。

■ 記念館における企画展示

○春の特集展示「錦絵に見る関ヶ原の武将たち」

【会 期】 令和4年4月23日（土）～5月29日（日）／開館日32日

【来館者数】 16,526名（期間中）

【概 要】 幕末から明治期に人気を博した錦絵の展示により、関ヶ原の戦いで活躍した武将たちがその後どう語られ描かれてきたのか、当時の歴史観や社会観を踏まえて紹介。

○夏の特集展示「ねこねこ日本史@関ヶ原2022」

【会 期】 令和4年7月16日（土）～9月4日（日）／開館日44日

【来館者数】 28,439名（期間中）

【概 要】 子どもにも分かり易く関ヶ原の戦いを学んでもらうため、「ねこねこ日本史」に登場する徳川家康、石田三成など関ヶ原の戦いゆかりのキャラクターたちが自身にちなんだ展示品を分かりやすく解説するキャプションを設置。

○「合戦の日」関連企画「関ヶ原の戦いと史跡地—南宮山のその時その後そして今—」

【会 期】 令和4年9月13日（火）～10月23日（日）／開館日36日

【来館者数】 20,749名（期間中）

[概要] 合戦当日動かなかった南宮山の毛利勢。その時、南宮山では、何が起こっていたのか。合戦後の南宮山はどのような運命をたどったのか。合戦の影響とその後の復興から現在までの歴史を紹介。

○秋の企画展「島津家の関ヶ原」

[会期] 令和4年10月15日（土）～12月4日（日）／開館日44日

[来館者数] 25,454名（期間中）

[概要] 岐阜県と鹿児島県の姉妹県盟約50周年を記念し、関ヶ原合戦のハイライトの一つ「島津の退き口」で有名な島津家の合戦前後の動きを史料に基づいて紹介。

○冬の特集展示「関ヶ原の陣跡は、どのように比定されたのか～神谷道一の挑戦～」

[会期] 令和5年2月7日（火）～3月5日（日）／開館日25日

[来館者数] 9,205名

[概要] 関ヶ原合戦参戦武将の布陣地がどのように決められたのか。その基礎を作ったといわれる明治期の郷土史家 神谷道一氏の取組みを紹介。

■ 記念館企画展との連携事業

○夏休みの企画イベント「ねこねこ日本史@関ヶ原2022」

[期間] 令和4年7月16日（土）～9月4日（日）

[会場] 記念館2階戦国体験コーナー

[概要] NHKEテレで放送され、小学生を中心に人気となったアニメ「ねこねこ日本史」とのタイアップで、記念館初となる子供向け企画。西軍東軍各10武将キャラクターが自己紹介するキャラクター列伝や関連する観光地を紹介するパネルを展示。その他、スタンプラリーやキャラクターとの記念撮影を実施。

○パネル展示「島津義弘と島津の退き口」

[期間] 令和4年10月15日（土）～12月14日（日）

[会場] 記念館2階戦国体験コーナー

[概要] 島津義弘の生涯や居城の変遷などをパネルで紹介。関ヶ原から異世界に飛ばされた主人公・島津豊久が活躍する「ドリフターズ」（平野耕太作、月刊ヤングキングアワーズ連載中）の原画を展示。

○島津義秀氏「薩摩琵琶独演会」

[日時] 令和4年10月15日（土）18:00～19:00

[会場] 記念館前庭

[概要] 島津義弘の子孫で加治木島津家十三代当主である島津義秀氏を迎え、薩摩琵琶の生演奏、島津氏に関するトークを楽しむ。

■ 近隣県・県内市町村との連携PR

[日時] 令和4年4月～

[会場] 記念館1階広域観光情報コーナー

[概要] 記念館の魅力向上や広域周遊観光の推進に向け、関ヶ原の戦いや戦国時代に関連した市町村の観光PRイベントを開催。

- ・福井県（令和4年10月8日～11月6日）
- ・輪之内町（同年5月28日～7月10日）
- ・輪之内町（朝市）（同年4月30日、7月2日）
- ・岐阜市（同年7月16日～8月28日）
- ・大垣市（同年9月1日～10月2日）
- ・山口市（同年11月12日～12月11日）
- ・御嵩町（同年11月20日）
- ・大垣市（令和5年2月7日～3月17日）

■ 関ヶ原古戦場イベント

記念館を中核に、関ヶ原古戦場一帯で、3日間連続の「大関ヶ原祭2022（関ヶ原ナイト、武将イベント）」及び、「関ヶ原春開き2023」を開催。

○関ヶ原ナイト

[期間] 令和4年10月8日（土）

[会場] 笹尾山駐車場特設ステージ

[概要] ・野外朗読音楽絵巻「関ヶ原 夜想語」～高台院様日記異聞～
・関ヶ原夜市

○武将イベント

[期間] 令和4年10月9日（日）・10日（月・祝）

[会場] 笹尾山グラウンドほか

[概要] ・関ヶ原トーク「将軍！家康を語る」「ときめき！関ヶ原講座」
・関ヶ原を学ぶ東西クイズ対決
・天下分け目の関ヶ原東西人間将棋
・東西武将！墨絵ライブペイント
・歴史絵巻プロジェクションマッピング
・岐阜関ヶ原古戦場記念館ナイトミュージアム
・東西お国自慢交流ステージ、戦国観光物産展

○関ヶ原春開き2023

- [期 間] 令和5年3月21日(火・祝)
[会 場] 関ヶ原ふれあいセンターふれあい広場ほか
[概 要] ・花いけバトル関ヶ原の合戦2023～春の陣～
・関ヶ原鉄砲隊火縄銃砲術演武
・武将隊演舞合戦
・戦国縁日、ワークショップ
・楽市楽座、グルメコーナー
・関ヶ原写真コンテスト知事賞表彰、入賞作品展示

■ 関ヶ原2022特別講演会(リレー講演会)

○シリーズ1「戦争と平和を考える」

太平の世の礎となった関ヶ原合戦とその後における徳川家康の外交戦略についてと、ウクライナの現状解説とともに、今後の日本外交のあるべき姿を考察した2部構成の講演会を開催。

- [日 程] 令和4年12月17日
[会 場] 関ヶ原ふれあいセンター
[講演1] 徳川家康の外交戦略と平和外交
(講師:丸島 和洋 東京都市大学准教授)
[講演2] ウクライナ危機と日本外交のあるべき姿
(講師:廣瀬 陽子 慶応義塾大学教授)

○シリーズ2「家康をめぐる」

徳川家康を取り巻く様々な人との関係性を着目しながら、その人物像について掘り下げる大河ドラマ「どうする家康」放送に合わせた講演シリーズ。

- (1)[日 程] 令和5年1月15日
[会 場] 関ヶ原ふれあいセンター
[演 題] 徳川家康という人
(講師:本郷 和人 東京大学史料編纂所教授)
(2)[日 程] 令和5年2月26日
[会 場] 関ヶ原ふれあいセンター
[演 題] 徳川家康正妻 築山殿の生涯
(講師:黒田 基樹 駿河台大学教授)
(3)[日 程] 令和5年3月21日
[会 場] 関ヶ原ふれあいセンター
[演 題] 徳川家康と武田信玄
(講師:平山 優 歴史学者)

■ 史跡等の整備

関ヶ原町が行う徳川家康最初陣地（桃配山）など、史跡周辺の環境整備を支援。

■ 戦国・武将観光関連商品の開発

記念館売店などで販売する戦国・武将観光関連の土産品を、40品目以上開発。

■ 海外古戦場との交流

ゲティスバーグ国立軍事公園から、記念館がゲティスバーグの戦い当時のサーベルを受領。在名古屋米国領事館首席領事から知事へ贈呈。寄贈品は記念館にて展示。

②大河ドラマを活かした魅力づくり

令和4年の大河ドラマ「鎌倉殿の13人」の放送を契機に、「承久の乱」の激戦地となった各務原市、可児市等の舞台地について、連携して情報発信を図った。

また、令和5年の大河ドラマ「どうする家康」の放送を契機に、関ヶ原古戦場をはじめとする県内のゆかりの地のプロモーションを、関係市町村と連携して情報発信を図った。

■ 大河ドラマ「鎌倉殿の13人」パネル展

○壬申の乱・承久の乱・関ヶ原 決戦はいつも岐阜展

・東京都港区立三田図書館（令和4年9月23日～30日）

○ゆかりの市町を紹介する巡回パネル展

・中津川市（令和4年4月11日～22日）

・大垣市（同年4月29日～5月29日）

・瑞浪市（同年6月15日～29日）

・飛騨市（同年7月15日～31日）

・岐阜市（同年8月11日～28日）

・関ヶ原町（同年9月16日～29日）

・可児市（同年10月15日～28日）

・各務原市（同年11月8日～30日）

・岐阜市（同年12月13日～27日）

■ 大河ドラマ「どうする家康」パネル展

○ゆかりの市町を紹介する巡回パネル展

・愛知県扶桑町（令和5年1月13日～19日）

・大垣市（同年1月20日～2月3日）

・輪之内町（同年2月6日～22日）

・美濃市（同年3月1日～14日）

・郡上市（同年3月18日～29日）

■ 大河ドラマ「どうする家康」観光PRブース（JR名古屋駅）

愛知県と共同で、甲冑（複製品）、PR映像、関ヶ原の戦い紹介パネル等を展示するPRブースをJR名古屋駅コンコースに設置

〔期 間〕 令和5年1月25日～3月23日

■ 大河ドラマ「どうする家康」展・岐阜 関ヶ原

番組パネルや出演者全身パネル、出演者直筆サイン、ドラマ使用衣装等を展示

〔場 所〕 岐阜関ヶ原古戦場記念館

〔期 間〕 令和5年1月17日～3月31日

■ 「家康、命運の地 関ヶ原」展

徳川家康ゆかりの武将の甲冑（複製品）、ゆかりの市町村紹介パネル等を展示

〔場 所〕 岐阜関ヶ原古戦場記念館

〔期 間〕 令和5年1月17日～3月31日

③県内市町と連携した戦国・武将観光の推進

県内全域の戦国・武将観光を推進するため、共同プロモーションや情報共有を行うとともに、市町村による戦国・武将観光に関連した事業やコンテンツの充実を支援した。

■ 県内市町との連携強化

戦国・武将観光資源を有する県内の20市町とともに、令和3年度に設置した「岐阜戦国・武将観光推進連絡会」による取組みを実施

■ イベント開催等に対する支援

戦国武将観光推進事業費補助金（13市町22件採択）

■ 観光資源を巡る周遊ルートを紹介

城郭等の戦国関連史跡や周辺観光地の魅力をPRする記事を新聞に掲載（計20回）したほか、記事を再編集した冊子2千部を制作

■ デジタル周遊スタンプラリー

史跡や歴史観光施設等を巡るスタンプラリーを実施し、各コース制覇者に「ぎふ旅コイン」を特典として付与

〔期 間〕 令和4年9月21日～令和5年1月31日

〔概 要〕 ・県内20市町計37スポット（6コースに分類）

・参加実績：12,624名

・コイン付与額：約9,886千円（うち使用額：約9,297千円）

④「東美濃歴史街道」を核とした周遊観光の促進

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、中山道、東美濃の山城、陶磁器産業等を核とした歴史文化、産業観光地域づくりを推進する取組みを実施した。

■ プロモーション事業

- 「#私が撮る東美濃」フォトキャンペーン（令和4年8月25日～11月25日）
 - ・インスタグラムを活用したフォトコンテストを実施
- Meets Higashi-Mino（令和5年3月4日～5日）
 - ・東美濃の地酒、美濃焼等を活用したプロモーションイベントを開催

■ 情報発信事業

- パンフレット等PRツールを作成

■ 特産品振興事業

- ひと手間のある暮らし展 東美濃セレクション（令和5年2月23日～27日）
 - ・東美濃地域にある、まだ多くの方に知られていない良品をジェイアール名古屋タカシマヤの催事を通じて発信

■ 旅行商品造成支援

- 地域内を周遊する旅行商品造成を支援
- 東美濃地域の着地型商品についてのプロモーションを実施

■ 東美濃地域の観光振興に関する基礎調査

- リニア開業に向け、開業によりアクセス性が飛躍的に向上する首都圏に対し効率的かつ効果的なプロモーションを展開するための基礎調査を実施

（2）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。

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た。

そして、令和4年6月、サステイナブル・ツーリズムが世界の潮流となる中、「岐阜の宝もの」の認定基準に持続可能な観光の国際指標を取り入れ、世界から選ばれる旅先と

なりうる観光プログラムを「NEXT GIFU HERITAGE ～岐阜未来遺産～」として認定する新制度をスタートさせた。

(＊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

■ 「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を支援。

新たな補助メニューとして、日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D）に基づき、地域の利害関係者が一体となった持続可能な観光地づくりに資する取組みを支援するため「サステイナブル・ツーリズム推進事業」を創設。

[令和4年度交付件数] 18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、大手山岳メディアと連携した誘客キャンペーンやYouTube動画によるプロモーションを実施。

○「乗鞍岳登頂記念スタンプラリー」コンプリート達成者数：851人

○「飛騨から登る北アルプス2022フォトコンテスト」応募数：428点

○YouTube動画によるプロモーション

・「山と溪谷チャンネル」視聴回数：1.4万回

・「オトナ女子の山登り」視聴回数：4万回



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。

■ 京王電鉄連携事業【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、京王電鉄（株）の運営する「中部地方インフォメーションプラザ in 京王新宿」へ年間を通じて映像の放映を実施し、パンフレットを設置。

[期 間] 令和4年4月1日～令和5年3月31日

[来場者数] 153,807人



■ 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。

[来場者数] 18,502人

[催し事] 観光企画展の実施（毎月）

■ 関西プロモーション事業【関西圏】

飛騨地域観光協議会において、関西エリアをターゲットに商品の造成・販売を行い、駅構内のデジタルサイネージや旅行雑誌等、現地・ウェブ両面でプロモーションを実施。

[秋] 商品数：2商品／催行数：3回／来訪者数：70名

[冬] 商品数：2商品／催行数：2回／来訪者数：22名



■ 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。

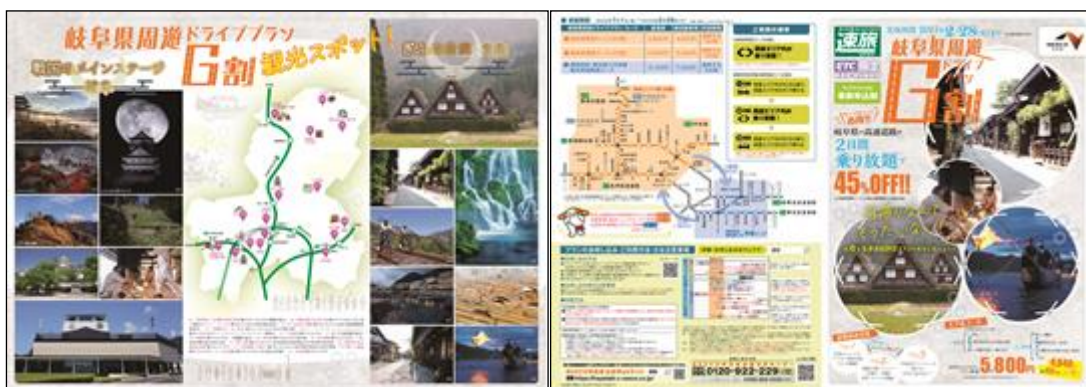
[派遣日数] 年間54日（首都圏11日、関西圏6日、中京圏37日）

②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」

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。

[利用件数] 2,995件



■ 近隣県と連携した広域観光の推進

○ 富山県連携

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] 2,462件



○愛知県連携（観光施設ネットワーク形成推進事業）

愛知県と連携し、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実施。

- ・産業観光・武将観光PRパンフレット「見にトリップ・戦トリップ」の作成
- ・「見にトリップ・戦トリップ」掲載施設を巡るスタンプラリーの実施

[令和4年度応募数] 3, 543人

○近隣県連携（環白山エリア）

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。

(1) プラチナルート白山周遊キャンペーン

- ・Instagramを活用したフォトコンテストの開催（応募総数：102点）
- ・Instagramアカウント（hakusan_1300）を活用したプラチナルートの情報発信

(2) 自然・食などの環白山地域の魅力発信事業

- ・(株) ディスカバー・ジャパンとタイアップし、ウェブ記事等を発信
- ・出向宣伝やイベントによる情報発信

(3) SDGs やサステイナブルに関連した取り組み

- ・SDGs を体感できるツアーを商品化
- (※最小催行人数に達しなかったため開催は見送り。)

■「清流の国ぎふ」観光回廊づくり推進事業費補助金（再掲）

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を支援。

[令和4年度交付件数] 18件

③滞在型観光の促進

■ 体験予約サイトを活用した体験プログラムの販売

V I S I T岐阜県の体験サイトで、キャンペーン特別体験プログラムを販売。

■ 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、それぞれのウェブサイト内に特設サイトを開設。

■ PRツールの配付

昭文社の雑誌「ことりっぷ」特別版として、季刊情報誌「岐阜っぽ。」を企画制作。県内外のイベント、県内市町村（観光協会等）、JR東海主要駅、道の駅等で配布。



夏号（ 6月発行）：8万5千部（J R東海連携・主要駅へ配架）

秋号（ 9月発行）：8万7千部

冬号（12月発行）：4万7千部

春号（ 3月発行）：4万7千部

④集中的な海外プロモーションの展開

■ アジア・欧米からの誘客促進

新型コロナウイルス感染症の収束後のアジア・欧米からの観光客の速やかな回復及び更なる誘客促進を目指し、アセアン諸国（タイ、マレーシア、インドネシア、ベトナム等）や東アジア諸国・地域（台湾等）、欧米諸国（アメリカ、イギリス等）、オセアニア（オーストラリア）を対象に、国や近隣県・関係機関等との連携のもと、各種誘客事業を展開。

○現地における情報発信（観光レップ・PRエージェンシー等活用）

〔実施件数〕 21件（委託）

〔対象国〕 アメリカ、イギリス、フランス、オーストラリア、中国、香港、台湾、ベトナム、タイ、マレーシア、シンガポール、インドネシア

○海外旅行博等への出展

〔実施件数〕 8件

〔対象国〕 アメリカ、フランス、香港、台湾、タイ、マレーシア、シンガポール、インドネシア

■ ドライブツーリズムの推進

アフターコロナにおける世界的トレンドである、自然・屋外・少人数での体験ニーズに合致した、車（レンタカー）によるドライブツーリズムを推進。

○特設サイトを設け、台湾、マレーシア、シンガポール等に向けたPR映像、情報発信等を実施

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。

- ・旅館の若女将等による大学等での出前講座の実施（全1回）
- ・学内合同説明会、転職フェア等でのPR（全2回）

②観光産業の生産性向上

■ デジタル技術の活用等による県内宿泊施設の生産性向上

県内12モデル宿泊施設に専門家を派遣し、デジタル技術の活用等による生産性向上の支援するとともに、モデル宿泊施設の取組み等を「生産性向上事例集」としてまとめ、県内宿泊施設に配布し、業界全体の生産性向上の取組みを促進。

県内宿泊施設が行うデジタル技術等を活用した生産性向上に向けた取組みや効果的かつ効果的なプロモーション等を支援する補助制度を創設し、支援を実施。

[採択件数] 90件

③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

長良川流域が、サステイナブル・ツーリズムの国際認証機関（Green Destinations）から2021年「世界の持続可能な観光地100選（TOP100選）」に選出されたことを契機とし、サステイナブル・ツーリズムに対する地域関係者（自治体、観光協会、観光関連事業者等）の理解促進を図るとともに、持続可能な観光地域ならではの観光商品の造成及びプロモーションを展開し、長良川流域観光の認知度向上とブランド力強化を図った。

○サステイナブル・ツーリズム理解促進事業

・事業者向け研修会の開催

9月13日（美濃市／参加者19名）

・地域関係者間での情報共有・意見交換会の定期開催

第1回： 9月13日（美濃市／参加者19名）

第2回： 11月25日（オンライン／参加者15名）

第3回： 1月25日（オンライン／参加者16名）

第4回： 3月17日（岐阜県庁／参加者9名）



○周遊滞在型商品造成事業

- ・サステイナブル・ツーリズムの視点を盛り込んだ、持続可能な観光地域ならではの体験ができる観光コンテンツの造成・販売。

○情報発信事業

- ・ウェブサイト「長良川STORY」におけるサステイナブル・ツーリズムの特設ページ設置
- ・大規模観光展「ツーリズムEXPOジャパン2022」でのプロモーション
9月22日～25日（東京ビッグサイト）
- ・白川村（2020年「TOP100選」選出地域）との連携事業

(1)地域課題の解消

白川村内の合掌民宿に岐阜提灯を設置して一般住宅と区別し、観光客の無断侵入防止と、宿泊客へのおもてなしを向上

(2)両地域相互での魅力発信

流域4市と白川村でTOP100選に選ばれた理由や魅力をPRする巡回パネル展の開催。（10月6日～11月6日）



○観光マーケティング調査の実施

■ 木曽川中流域における周遊・滞在型観光地域づくりの推進

木曽川中流域の魅力ある地域資源を活用し、「賑わい創出」による誘客促進及び観光消費額の拡大を図るため、木曽川中流域の5市町（美濃加茂市、各務原市、可児市、坂祝町、犬山市）の官民が連携し、流域一帯でフラッグシップイベントの開催、新たな魅力づくりとして観光コンテンツ造成を実施。

○フラッグシップイベント「日本ライン・KISOGAWA River to Summit 2022」開催

[開催日] 令和4年11月5日（土）、6日（日）

[会場] 木曽川中流域一帯

[内容] 川遊び（川下り、渡し舟、遊覧船等）、里山トレッキング、ウォーキング、マルシェ 等

[来場者] 6,416人

○観光コンテンツ造成

- ・木曽川中流域の歴史・文化・食・自然などの体験を提供する上質で特別感あるコンテンツ「木曽川 極上の8つの体験」を造成し、モニターツアーを実施。

(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、障がい者団体等からなる岐阜県バリアフリー観光推進協議会と連携し、県内のバリアフリー状況などの情報発信を実施した。

■ ウェブサイト「ふらっと旅ぎふ」(<https://www.flat-gifu.com/>)

バリアフリー観光情報の発信



■ バリアフリー観光動画の制作・配信

県内の観光スポットの魅力とバリアフリー状況を障がいのある方に広く知っていただくため、車椅子 Youtuber と連携し、県内のバリアフリー観光のモデルコースを体験する動画コンテンツを2本制作し、ウェブサイト「ふらっと旅ぎふ」、Youtube で配信

[タイトル] 車椅子トラベラーが行く「ふらっと・ぎふの旅」

[出演] 車椅子トラベラー 三代 達也 氏

② 外国人観光客のニーズに即した情報発信

■ 外国人向け観光情報ウェブサイトを活用した情報発信

外国人向け観光情報ウェブサイト「VISIT GIFU」を活用し、豊かな自然や歴史、文化など本県が誇る持続可能な観光地としての魅力を多言語で世界に発信

■ デジタルマーケティング活用人材育成

県内観光関連事業者等を対象に、デジタルマーケティングに関する知識やスキルの向上を支援するため、オンライン研修を実施

<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

みんなでつくろう観光王国飛^{ひだ}驒・美^{みの}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取り組みます。

(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驒・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、飛驒・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驒・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驒・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、飛驒・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し、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。

(ものづくりの心にもつれる産業観光)

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、ものづくりの心にもつ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。

(飛驒・美濃じまんの日)

第十五条 県は、8月21日を飛驒・美濃じまんの日とします。

(飛驒・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、飛驒・美濃じまん運動実施計画を定めます。

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

(飛驒・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5年度版 飛騨・美濃じまん白書

～令和4年度 飛騨・美濃じまん運動の進捗について～

岐阜県 観光国際部

令和5年12月