

# 令和6年度版 飛騨・美濃じまん白書



令和5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 5 年岐阜県観光入込客統計調査より～

(1) 観光入込客数（延べ）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 世界に選ばれる持続可能な観光地域づくり（令和 5 年度の実施計画）

### 1 サステナブル・ツーリズムの推進

(1) 地域資源の保全・活用による観光地域づくり	
① 「住んでよし、訪れてよし」の地域づくりの促進	7
② ユニバーサルツーリズムの普及促進	9
(2) 関ヶ原古戦場を核とした戦国・武将観光の推進	
① 戦国・武将を切り口とした広域周遊観光の推進	10

### 2 観光人材の確保・育成及び生産性の向上

(1) 地域連携による観光人材の確保・育成	
① 観光人材の確保及び職場環境改善の促進	12
(2) デジタル技術等の活用による生産性向上の実施計画支援	
① 生産性向上による職場環境改善の支援	12

### 3 観光消費拡大に向けた誘客プロモーションの展開

(1) ターゲット層のニーズに合わせた魅力発信	
① じまんの資源の魅力を最大限活用した誘客プロモーションの展開	13
② 時勢を捉えた誘客プロモーションの展開	14
(2) 国内外へのデジタルプロモーションの推進	
① 官民連携によるデジタルマーケティングの推進	15

## 参考資料

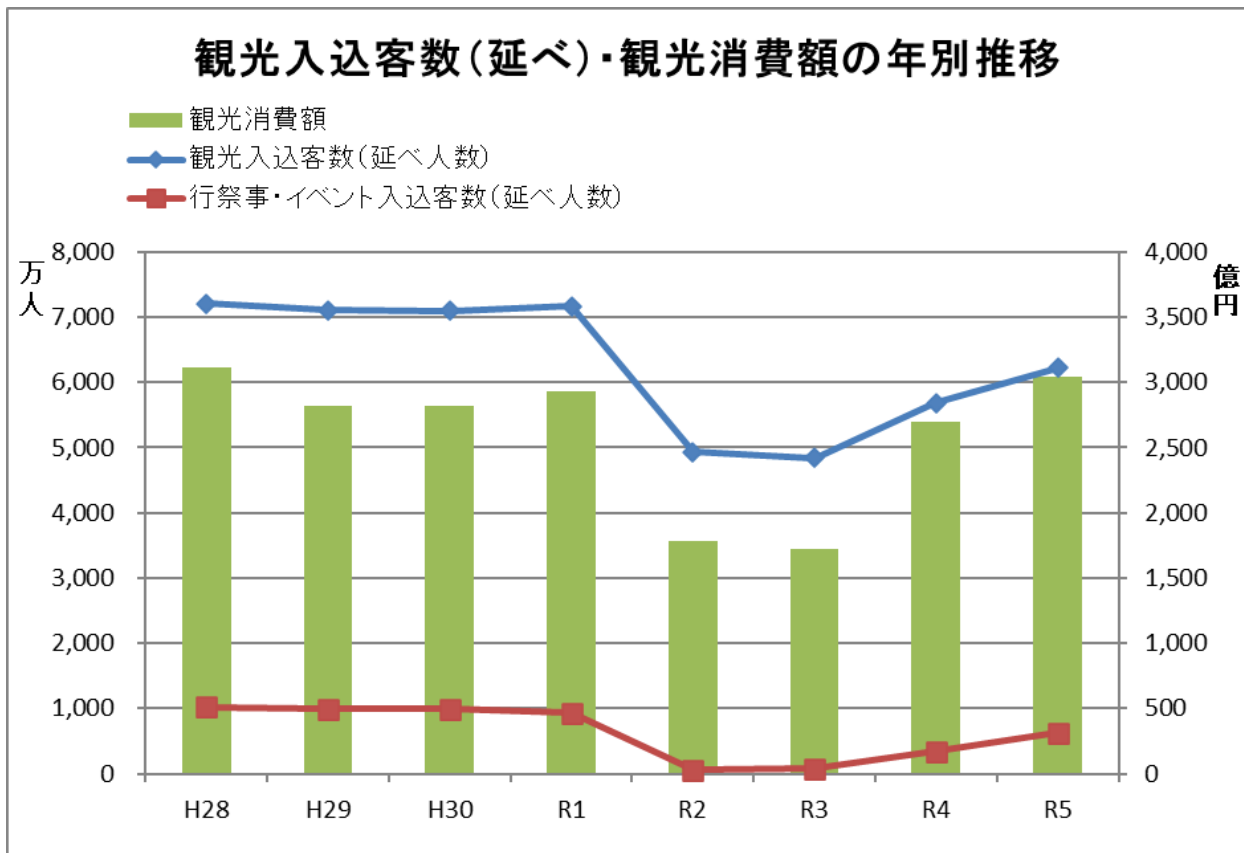
1 みんなでつくろう観光王国飛騨・美濃条例	16
2 「清流の国ぎふ」憲章	19

# 1

# 岐阜県の観光の現状

## 1 本県の観光の現状 ～令和5年岐阜県観光入込客統計調査より～

### (1) 観光入込客数（延べ）・観光消費額



区 分	R 5 [2023] 年	参考：R 4 [2022] 年	参考：R 1 [2019] 年
観光入込客数 (延べ人数)	6, 2 2 1 万 9 千人 (対 R4 年比 + 9.5%) (対 R1 年比 △13.1%)	5, 6 8 3 万 8 千人	7, 1 6 2 万 人 8 千人
行祭事・イベント 入込客数 (延べ人数)	6 2 3 万 9 千人 (対 R4 年比 +84.1%) (対 R1 年比 △33.3%)	3 3 8 万 8 千人	9 3 5 万 4 千人
観光入込客数 (実人数)	4, 3 6 4 万 9 千人 (対 R4 年比 + 2.4%) (対 R1 年比 △ 9.1%)	4, 2 6 2 万 6 千人	4, 7 9 9 万 5 千人

内 訳	日帰り客 (86.4%)	3, 7 7 0 万 8 千人 (対 R4 年比 + 0.4%) (対 R1 年比 △ 9.8%)	3, 7 5 6 万 5 千人	4, 1 8 2 万人
	宿 泊 客 (13.6%) 【うち外国人】	5 9 4 万人 (対 R4 年比 +17.4%) (対 R1 年比 △ 3.8%) 【 7 5 万 4 千人】 (対 R4 年比 + 625%) (対 R1 年比 △35.4%)	5 0 6 万 1 千人  【 1 0 万 4 千人】	6 1 7 万 5 千人  【 1 1 6 万 7 千人】
区 分		R 5 [2023] 年	参考：R 4 [2022] 年	参考：R 1 [2019] 年
観光消費額		3, 0 4 3 億 5 5 百万円 (対 R4 年比 +12.6%) (対 R1 年比 + 3.8%)	2, 7 0 2 億 4 7 百万円	2, 9 3 2 億 8 3 百万円
内 訳	日帰り客	1, 4 3 4 億 8 7 百万円 (対 R4 年比 + 5.8%) (対 R1 年比 △ 1.8%)	1, 3 5 6 億 5 2 百万円	1, 4 6 1 億 3 3 百万円
	宿 泊 客	1, 6 0 8 億 6 7 百万円 (対 R4 年比 +19.5%) (対 R1 年比 + 9.3%)	1, 3 4 5 億 9 5 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5年外国人延べ宿泊者数 1 0 9 . 6 万人)

- **観光入込客数（延べ人数）**
  - ・ 6, 2 2 1 万 9 千人（対前年比+ 9.5%）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）**
  - ・ 6 2 3 万 9 千人（対前年比+84.1%）で、前年に比べ増加した。
- **観光入込客数（実人数）**
  - ・ 4, 3 6 4 万 9 千人（対前年比+2.4%）と、前年に比べ増加した。
- **観光消費額**
  - ・ 総額は 3, 0 4 3 億 5 5 百万円（対前年比+12.6%）で、うち日帰り客分は 1, 4 3 4 億 8 7 百万円（対前年比+5.8%）、宿泊客分は 1, 6 0 8 億 6 7 百万円（対前年比+19.5%）であった。

○ **主な傾向**

- ・令和5年は、全国旅行支援(1/10-6/30)の旅行割引キャンペーンや、5月に新型コロナウイルス感染症の感染症法上の位置付けが5類に変更され、外出自粛が解除されたことが追い風となり、観光需要が拡大し、観光入込客数（延べ人数）は前年に比べ増加した。
- ・インバウンドについては、4月の水際措置撤廃以降着実に増加したものの、新型コロナ前までの回復には至らなかった。
- ・観光入込客数の伸びに比べて観光消費額の伸び率が大きく、観光消費額は前年のみならず、令和元年度を上回った。
- ・同様に、平均消費単価も、日帰り・宿泊ともに増加した。

日帰り： 3,611円→ 3,805円（対前年比+5.4%）（対R1年比+8.9%）  
 宿泊客：26,594円→27,080円（対前年比+1.8%）（対R1年比+13.6%）

**（２）観光地点別の集客数（県内トップ１０）**

順位	観光地点名	入込客数	参考：R4[2022]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（土岐市）	479.1	1	493.0	1	668.3
2	河川環境楽園（各務原市）	418.4	2	408.9	2	477.5
3	高山市街地エリア（高山市）	346.8	3	229.4	3	382.7
4	湯の華アイランド（可児市）	164.7	4	161.7	5	168.5
5	白川郷合掌造り集落（白川村）	163.8	12	60.6	4	203.1
6	伊奈波神社（岐阜市）	139.0	5	130.3	7	147.5
7	養老公園（養老町）	126.6	6	123.5	—	—
8	千代保稲荷神社（海津市）	124.1	8	110.0	6	160.6
9	岐阜公園（岐阜市）	123.0	9	97.6	11	102.2
10	千本松原・国営木曽三川公園（海津市）	119.2	7	112.6	9	136.4

（単位：万人）

- 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4年に比べ、訪日観光客の増加もあり、「白川郷合掌造り集落」が170.1%増、「高山市街地エリア」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。
- 令和4年と比べた入込客数の増加率をみると、豪雨による道路崩壊で一部通行止め（R4.8～10）となっていた「白山・白川郷ホワイトロード」が12万0千人、665.5%増（R1年比56.6%増）で最も増加し、コロナ前の令和元年を上回る入込客数となった。

### (3) 行祭事・イベント入込客数（県内トップ10）

順位	行催事・イベント名	入込客数	参考：R4[2022]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（岐阜市）	44.0	1	62.0	5	34.0
2	道三まつり（岐阜市）	41.0	4	16.0	3	38.0
3	郡上おどり（郡上市）	30.1	9	7.2	6	30.8
4	高山祭（高山市）	28.0	5	15.5	2	40.0
5	各務原市桜まつり（各務原市）	21.1	7	10.0	7	29.0
6	チューリップ祭（海津市）	18.4	3	17.9	10	20.6
7	刃物まつり（関市）	15.0	8	9.0	－	－
8	たじみ陶器まつり（春）（多治見市）	15.0	2	18.0	13	16.0
9	航空祭（各務原市）	13.8	24	3.5	32	6.5
10	水都まつり（大垣市）	13.0	38	2.0	15	14.0

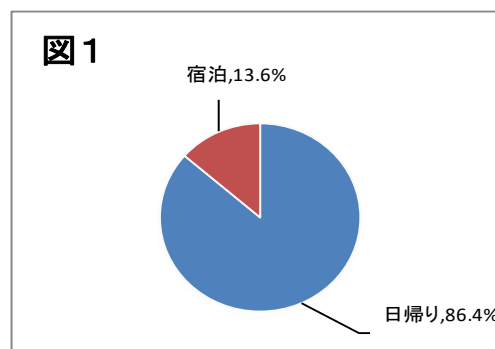
（単位：万人）

- 県内トップは、騎馬武者行列に著名人が参加した前年には及ばなかったものの、前年と同じ「ぎふ信長まつり」（岐阜市）、2位は「道三まつり」（岐阜市）で、ともにコロナ前を超える入込客数となった。
- 3位は、4年ぶりの通常開催となった「郡上おどり」で、コロナ前に迫る入込客数となった。
- コロナ禍において中止されていた行催事・イベントが本格的に再開されたことにより、令和4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の割合

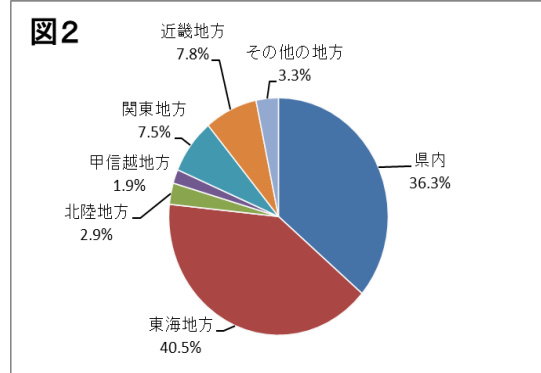
令和5年の観光入込客数（実人数）は4,364万9千人であり、日帰り・宿泊別にみると、日帰り客は3,770万8千人（構成比86.4%）、宿泊客は594万人（構成比13.6%）であり、依然として日帰り客が多くを占めた。（図1）



## ②居住地別観光入込客数の割合

居住地別に見ると、県全体では県内客は1,583万8千人（構成36.3%）、県外客は2,781万人（構成比63.7%）と、県外客が多くを占めた。

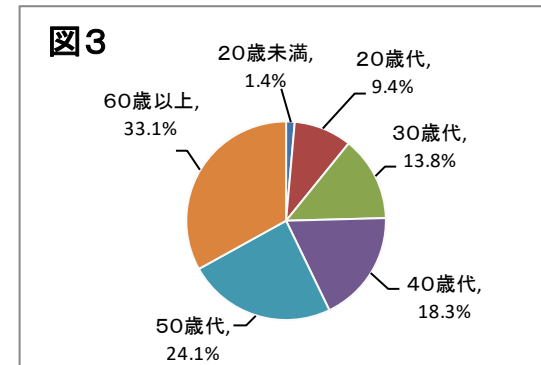
県外客のうちおよそ6割が東海地方からの観光客であり、以下近畿地方、関東地方と続いている。（図2）



## ③年齢別・男女別観光入込客数

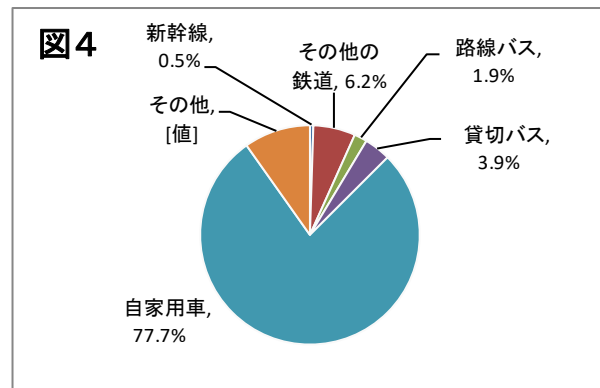
年齢別では、60歳以上が33.1%と最も多く、続いて50歳代、40歳代、30歳代と続く。（図3）

男女別では、男性が2,317万9千人（構成比53.1%）、女性は2,047万人（構成比46.9%）と男性が多い傾向がある。



## ④利用交通機関別観光入込客数

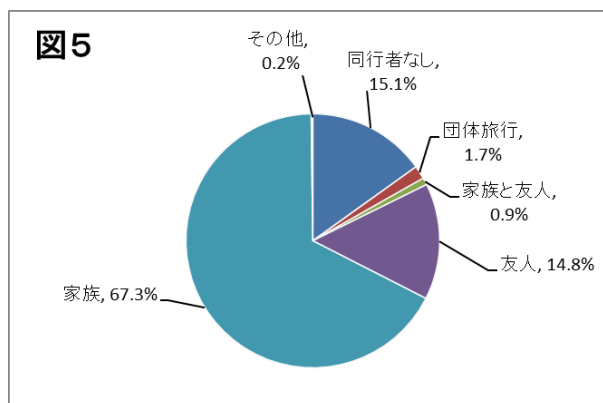
利用交通機関別に見ると、自家用車が最も多く全体の77.7%を占め、鉄道や路線バスなどの公共交通機関の割合は低い。前年に比べ、その他の鉄道（5%→6.2%）、貸切バス（2%→3.9%）の割合が増えている。（図4）



### ⑤同行者別観光入込客数

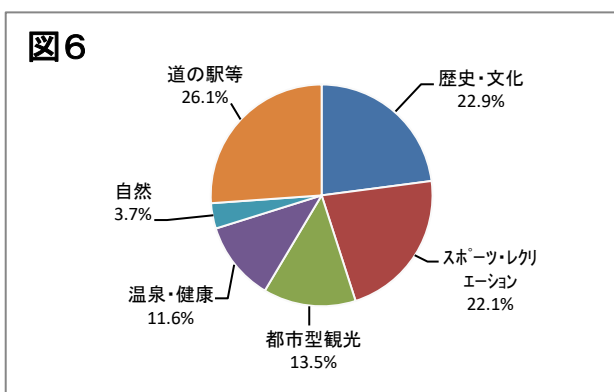
同行者別では、「団体旅行」の割合は全体の1.7%にとどまり、「家族」が67.3%と最も多く、次いで「同行者なし」が15.1%と個人旅行が主流となっている。（図5）

同行者人数別では、「（本人を含め）2～3人」が最も多く全体の66.0%を占め、続いて「（本人を含め）4～5人」が14.5%であった。



### ⑥観光地分類別観光入込客数の割合

観光地分類別では、「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」、「温泉・健康」、「自然」と続く。（図6）



## （5）外国人宿泊者数（延べ人数）

外国人延べ宿泊者数（延べ人数）は109.6万人であり、令和4年に比べ、801.6%増となった。国籍別に見ると、台湾が8.5万人で最多、次いで香港が6.6万人、韓国が5.4万人と続いている。

## （6）経済波及効果（試算）

令和5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4,450億23百万円、就業誘発効果は、40,243人となった。



# 2

## 世界に選ばれる持続可能な観光地域づくり（令和5年度の実施）

### 1 サステイナブル・ツーリズムの推進

#### （1）地域資源の保全・活用による観光地域づくり

##### ①「住んでよし、訪れてよし」の地域づくりの促進

世界に選ばれる観光地域づくりに向けて、「NEXT GIFU HERITAGE～岐阜未来遺産～」など、各地域の取組みを支援し、観光をテーマに「稼げる」地域づくりを促進した。

#### ■ 持続可能な観光地づくり国際ネットワーク（INSTO）への加入

世界観光機関（UN Tourism）が主宰する「持続可能な観光地づくり国際ネットワーク（INSTO）」に全国で初めて加入。世界の先進地と情報共有し、国際的な会議で当県の取組みを発信するとともに、指標に基づくモニタリングと評価を行い、観光関係者による協議会で定期的に情報を共有

#### ■ 「NEXT GIFU HERITAGE～岐阜未来遺産～」の認定

持続可能な観光の国際指標を取り入れ、本県の持続可能な観光の先進的取組みであり、世界から選ばれる旅先となり得る地域・観光プログラムを「NEXT GIFU HERITAGE～岐阜未来遺産～」として初めて認定

〔令和5年度認定地域〕2件

- ・飛騨小坂～自然のめぐみを体験、滝めぐり、湯めぐり～（下呂市）
- ・恵那岩村の山城・城下町と農村景観めぐり（恵那市）

#### ■ 岐阜未来遺産プロモーションの実施

認定プログラムのサステイナブルな魅力を国内外に発信し、誘客につなげるため、多言語のパンフレット、PR動画を作成

#### ■ 「清流の国ぎふ」観光振興事業費補助金による地域への支援

「岐阜未来遺産」認定地域の取組みや、地域主体の観光回廊づくりなど、市町村、観光事業者、観光関係協議会等が実施する観光振興の取組みを支援

- ・「NEXT GIFU HERITAGE～岐阜未来遺産～」応援事業〔2件、55,955千円〕
- ・サステイナブル・ツーリズム推進事業〔1件、5,000千円〕
- ・木曽川中流域観光資源魅力向上推進事業〔4件、5,230千円〕
- ・その他（観光回廊づくり事業など）〔15件、17,237千円〕

■ 長良川流域における周遊・滞在型観光地域づくりの推進

○サステイナブル・ツーリズム理解促進事業

- ・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：6月12日（岐阜県庁／参加者24名）

第2回：1月31日（岐阜市／参加者29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を造成・販売

○情報発信事業

- ・サステイナブル・ツーリズムの体験やキャリア教育に活用できる「長良川流域ワークブック」を制作
- ・大規模観光展「ツーリズムEXPOジャパン2023（10/26～29、インテックス大阪）」でプロモーションを実施

■ 「東美濃歴史街道」を核とした周遊観光の促進

○首都圏プロモーション事業

- ・東美濃地域の様々な文化や資源の首都圏における認知向上及び誘客促進のため、プロモーションを実施（計2回、34日間）

○中京圏プロモーション

- ・中京圏の観光客等に対し東美濃地域の認知向上及び周遊促進のため、プロモーションを実施（計4回、7日間）

■ 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

○フラッグシップイベント「日本ライン・KISOGAWA River to Summit 2023」を開催

〔開催日〕 令和5年11月4日（土）、5日（日）

〔会場〕 木曽川中流域一帯

〔内容〕 川遊び（ジェットボート、船上サウナ、遊覧船等）、トレイルランニング、ガストロノミー・ウォーキング、マルシェ 等

〔来場者〕 13,020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」での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とともに、「ふらっと旅ぎふ」の認知度向上およびアクセス数の増加を目的として、インフルエンサーを招へいた動画コンテンツを制作し、YouTube で配信

[タイトル]

【手足麻痺】車いすで行く岐阜県バリアフリー観光～Day1～【多治見市】

【手足麻痺】車いすの私が岐阜で一泊！バリアフリー観光してきました～Day2～【恵那市】

[出演]

しょうこちゃんねる

### ■ 県内観光地のバリアフリー状況の調査

新たにオープンした観光施設等を中心に、調査員によるバリアフリー状況調査を実施

[調査を実施した施設数] 23施設

### ■ ユニバーサルツーリズムに関する啓発セミナーの開催

観光・宿泊施設、観光協会、市町村等の観光関係者を対象に、ユニバーサルツーリズムの基礎知識や、配慮が必要な方への対応方法等について学ぶセミナーを開催

[講演内容]

#### ①誰もが楽しめる旅を目指して～ユニバーサルツーリズムの推進～

講師：(株) JTB 全社ユニバーサルツーリズム推進担当課長 関 裕之 氏

#### ②いつまでも安心して楽しい旅を～体や健康に課題がある方の旅の支援～

講師：NPO法人日本トラベルヘルパー（外出支援専門員）協会会長

(株) SPI あ・える倶楽部 代表取締役 篠塚 恭一 氏

### ■ ユニバーサルツーリズム実態調査の実施

ユニバーサルツーリズムに関する実態・ニーズを把握するため、障がい者や高齢者を対象としたウェブアンケートを実施

## （２）関ヶ原古戦場を核とした戦国・武将観光の推進

### ① 戦国・武将を切り口とした広域周遊観光の推進

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、歴史資源としての知名度も高い関ヶ原古戦場を中心に、県内外の戦国・武将観光資源をつなぎ合わせ、広域周遊観光を推進した。

#### ■ 関ヶ原古戦場イベント

岐阜関ヶ原古戦場記念館を中核として、関ヶ原古戦場一帯で、「大関ヶ原祭２０２３（関ヶ原ナイト、メインイベント）」を開催

##### ○関ヶ原ナイト

- 〔期 間〕 令和５年９月９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「関ヶ原の記憶」～慶長五年九月十五日～  
・関ヶ原夜市

##### ○メインイベント

- 〔期 間〕 令和５年１０月１４日（土）・１５日（日）
- 〔会 場〕 笹尾山グラウンドほか
- 〔概 要〕 ・関ヶ原研究会設立記念トーク  
・東西対決 花いけバトル  
・天下分け目の関ヶ原東西人間将棋  
・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  
・戦国武将観光ＰＲ出展

#### ■ 史跡等の整備

関ヶ原町が行う小早川秀秋陣地（松尾山）など、史跡周辺の環境整備を支援

#### ■ 県内市町との連携強化及びイベント開催等に対する支援

戦国・武将観光資源を有する県内２２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するとともに、戦国武将観光推進事業費補助金（９市町１８件採択）により、県内市町を支援

#### ■ 全国規模のお城イベントへのブース出展

県内の戦国関連史跡をＰＲするため、全国規模のお城イベントに「岐阜戦国・武将観光推進連絡会」と連携しブースを出展

- 大阪・お城フェス 令和５年 ８月１１～１３日（大阪市）
- お城ＥＸＰＯ 令和５年１２月１６～１７日（横浜市）
- につぼん城まつり 令和６年 ３月 ２～ ３日（名古屋市）

## ■ 広報ツールの制作

「岐阜戦国・武将観光推進連絡会」と連携し、城郭等の戦国関連史跡をまとめたガイドブック「岐阜の城百景」を制作（A5サイズ、30,000部）

## ■ 県内巡回イベントの実施

県内の史跡や本県ゆかりの戦国武将らについて楽しく学ぶ「ぎふ戦国キッズフェスタ」を県内5箇所のショッピングモールにて開催

〔期日・会場〕 令和5年8月から10月までの計9日間、5会場

〔内 容〕 ・戦国武将パネルクイズ

・お城ペーパークラフト親子体験

・戦国大名家紋クイズ

・お城ジオラマ展示

・パンフレット配架

## ■ 首都圏メディアに対するPR活動

首都圏等での認知向上につなげるため、本県の戦国・武将観光資源の魅力をニュースリリースの配信、記者発表会、取材誘致、SNS投稿により発信

## ■ 近隣自治体との連携プロモーション

滋賀県及び福井県と連携し、イベントへの相互出展や、歴史観光施設等を巡る周遊ラリー等を実施

○3館連携（岐阜関ヶ原古戦場記念館、一乗谷朝倉氏遺跡博物館、安土城考古博物館）の連携による周遊スタンプラリーを実施

〔期間〕 令和5年11月18日（土）～令和6年3月24日（日）（4ヶ月間）

○ゲーム会社と連携し、3県の史跡等を巡る周遊企画を実施

〔期間〕 令和6年3月14日（木）～5月9日（日）（2ヶ月間）

## 2 観光人材の確保・育成及び生産性の向上

### (1) 地域連携による観光人材の確保・育成

#### ① 観光人材の確保及び職場環境改善の促進

宿泊事業者の人材確保に向けたモデル事業を実施するとともに、地域の観光事業者等を対象に観光人材の育成研修を実施した。

##### ■ 宿泊事業者の人材確保モデル事業の実施

宿泊事業者の採用力強化・人材定着に向け、セミナーを実施するとともに、民間の人材採用プラットフォームを活用した求人・採用を高山市内で実証

[民間プラットフォームによる採用者数] 22 人

##### ■ 観光人材育成研修の実施

地域DMO、市町村、観光協会、観光事業者等を対象に、データの分析・活用方法や効果的な情報発信の方法について学ぶ観光人材育成研修を実施

- ・宿泊データ活用研修（岐阜県観光連盟）：1回実施（6月）
- ・位置情報データ活用研修（岐阜県観光連盟）：3回実施（5月、7月、9月）
- ・情報発信研修（岐阜県観光連盟）：3回実施（5月、9月、1月）
- ・日本観光振興協会中部支部共催セミナー：1回実施（1月）

### (2) デジタル技術等の活用による生産性向上の取組み支援

#### ① 生産性向上による職場環境改善の支援

宿泊事業者の職場環境改善のため、生産性向上セミナーを開催した。

##### ■ デジタル技術の活用等による生産性向上セミナーの開催

宿泊事業者を対象に、専門家及び先進的に取り組む宿泊事業者を招へいし、県内各地においてデジタル技術の活用等による生産性向上セミナーを開催

[実施回数] 7回 [参加者数] 235人

### 3 観光消費拡大に向けた誘客プロモーションの展開

#### (1) ターゲット層のニーズに合わせた魅力発信

##### ① じまんの資源の魅力を最大限活用した誘客プロモーションの展開

旅行博やイベント等を通じて、ターゲット層に合わせた本県ならではの観光資源の魅力発信及び誘客プロモーションを実施した。

##### ■ 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

〔派遣日数〕年間54日（首都圏8日、関西圏6日、中京圏40日）

##### ■ 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。」を企画制作し、県内外のイベント、県内市町村（観光協会等）、NEXCO中日本管内SA、道の駅等で配布

- ・夏号（6月発行）：4万7千部
- ・秋号（9月発行）：8万3千部（NEXCO中日本管内SAへ配架）
- ・冬号（12月発行）：6万5千部
- ・春号（3月発行）：6万5千部

##### ■ アジア・欧米豪からの誘客促進

アジア・欧米豪をターゲットに、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〕8件（委託）

〔対象国〕アメリカ、オーストラリア、中国、台湾、タイ、インドネシア、シンガポール、マレーシア

○海外旅行博等への出展

〔実施件数〕16件

〔対象国〕アメリカ、イギリス、フランス、スペイン、オーストラリア、香港、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

○現地旅行会社・メディアの招請

〔実施件数〕13件

〔対象国〕アメリカ、イギリス、オーストラリア、欧州、香港、台湾、韓国、タイ、マレーシア、フィリピン

■ 新たなインバウンド旅行スタイルの促進

現地旅行会社等と連携して、ドライブ旅行などの旅行商品造成を実施するとともに、海外旅行博等において新たなインバウンド旅行スタイルのプロモーションを実施

〔対 象 国〕 台湾、マレーシア

〔内 容〕 ドライブ旅行の情報発信、商品造成など

② 時勢を捉えた誘客プロモーションの展開

近隣県及び関係機関と連携し、広域周遊観光の誘客プロモーションを実施した。

■ 「岐阜県周遊ドライブプランG割」の造成・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「岐阜県周遊ドライブプランG割」を造成・販売

〔利用件数〕 2, 990件

■ 富山県と連携した広域観光の推進

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」を造成・販売

〔利用件数〕 2, 222件

■ 石川県、福井県と連携した環白山エリアの広域観光の推進

環白山広域観光推進協議会（3県と関係市町村）において、プロモーションを実施

○プラチナルートパンフレット作成

- ・ 自然・体験・文化・食・祭りを切り口とした情報を掲載し、裏面に「ぐるっと白山周遊イラストマップ」を使用したパンフレットを作成（4万部）

○ウェブを活用したプラチナルートの魅力発信事業

- ・ インスタグラムアカウント（gurutto\_hakusan）を活用した情報発信
- ・ 地元ライターによる記事執筆、ぐるっと白山HPへの掲載

○出向宣伝やイベントによる情報発信事業

- ・ 日本三霊山写真パネル展（富山県）
- ・ 飛越能経済観光都市懇談会観光プロモーション（福井県）
- ・ ツーリズムEXPOジャパン2023（大阪府）

■ 航空会社・空港と連携した誘客促進

航空会社と連携して、台湾及び香港からメディアを招請し、本県の知名度向上と中部国際空港への直行便の復活・増便を図るとともに、関西圏への情報発信を実施

○航空会社（ピーチ）と連携した台湾・香港メディア招請

○台湾プロ野球球団（楽天モンキーズ）と連携した現地プロモーション

（誘客キャンペーン「岐阜県DAY」の実施）



## (2) 国内外へのデジタルプロモーションの推進

### ① 官民連携によるデジタルマーケティングの推進

デジタルマーケティング手法を活用して、国内外へプロモーションを実施するとともに、県内観光関係者のマーケティング人材の育成を促進した。

#### ■ 観光人材育成研修の実施（再掲）

地域DMO、市町村、観光協会、観光事業者等を対象に、データの分析・活用方法や効果的な情報発信の方法について学ぶ観光人材育成研修を実施

- ・宿泊データ活用研修（岐阜県観光連盟）：1回実施（6月）
- ・位置情報データ活用研修（岐阜県観光連盟）：3回実施（5月、7月、9月）
- ・情報発信研修（岐阜県観光連盟）：3回実施（5月、9月、1月）

#### ■ 位置情報分析ツールの活用

位置情報分析ツール「おでかけウォッチャー」を活用した観光客の動向分析及びデータに基づいた観光誘客促進事業を実施（岐阜県観光連盟）

#### ■ デジタルマーケティング手法を活用した情報発信

外国人向け観光情報サイトを活用し、本県が誇るサステイナブルな魅力を効率的かつ効果的に世界に発信する仕組みを強化

〔外国人向け観光情報サイトPV数〕約107万PV

#### ■ デジタルマーケティング人材育成研修の実施

観光事業者向けのデジタルマーケティングオンライン研修を実施

〔実施期間〕令和5年10月23日～令和6年3月19日

〔受講者数〕約350人

#### ■ 観光事業者のデジタルマーケティング活用支援

県内観光事業者が行う、SEO対策やオンライン広告などデジタルマーケティングを活用したプロモーションに対して助成

〔交付先〕15件

〔総事業費〕26,809千円

〔補助金額〕12,207千円

#### ■ 電子観光クーポン「ぎふ旅コイン」の活用

全国旅行支援終了後の国内旅行需要の落ち込みを抑え、観光需要の創出、観光消費の拡大を図るため、プレミアム付き「ぎふ旅コイン」を販売するとともに「ぎふ旅コイン」利用データ及びアンケート結果を分析したキャンペーンを実施

〔利用実績〕約10.2億円

〔アプリ登録件数〕約87万件（R6.3月時点）

〔登録店舗数〕約2,800件（R6.3月時点）

## ＜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<sup>ひだ</sup>驒・美<sup>みの</sup>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、自然の生み出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育まれ、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し、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つくります。

（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、共通の認識のもとに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鵜飼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年先の未来を共に築いていくため、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

そして、

**共**

ふるさとへの愛着と誇りを胸に、

一人ひとりが輝く未来を共に築きます

# 令和6年度版 飛騨・美濃じまん白書

～令和5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7年1月