

平成27年度版
飛騨・美濃じまん白書



平成26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

P

第1章 岐阜県の観光の現状

1 本県の観光の現状	
～平成26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	2
(3) 行祭事・イベント入込客数	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	5

第2章 「観光王国飛騨・美濃」に向けて実施した主な取組

1 地域特性を活かした宿泊滞在型観光地「清流の国ぎふ観光回廊」づくり	6
(1) 観光資源間の連携促進	12
(2) 観光資源の更なる魅力向上	19
(3) 受入体制の強化・充実	
2 大都市圏をメインターゲットとした国内誘客の促進	20
(1) 様々な情報媒体を活用した魅力発信	23
(2) 集客に直結するキャンペーン・イベントの展開	26
(3) 魅力ある旅行商品の造成促進	
3 海外の動向を踏まえた誘客戦略の展開	28
(1) プロモーション活動の継続的かつ着実な展開	30
(2) ターゲット市場の的確なマーケティング	

参考資料

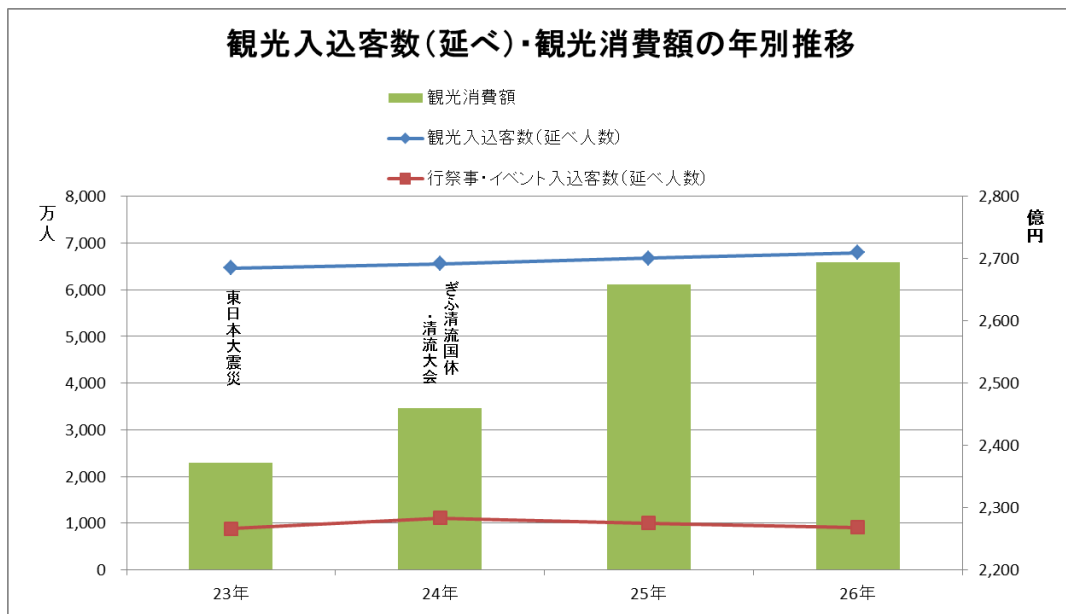
1 みんなでつくろう観光王国飛騨・美濃条例	31
2 「清流の国ぎふ」憲章	34

1

岐阜県の観光の現状

1 本県の観光の現状 ～平成26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



区 分		平成26年 (対前年比)	参考：平成25年
観光入込客数(延べ人数)		6,791万人(+1.8%)	6,673万5千人
行祭事・イベント入込客数(延べ人数)		909万5千人(▲9.2%)	1,001万8千人
観光消費額	全 体	2,694億41百万円(+1.3%)	2,658億77百万円
	日帰り客	1,155億77百万円(▲7.7%)	1,252億80百万円
	宿 泊 客	1,538億64百万円(+9.4%)	1,405億97百万円

※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。

出典) 平成26年「岐阜県観光入込客統計調査」

- 観光入込客数**(延べ人数)は6,791万人(対前年比+1.8%)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909万5千人(対前年比▲9.2%)であった。夏休み期間である8月や秋の週末に台風が重なるなど、行楽期に天候に恵まれず、減少となった。

- 観光消費額**の総額は2,694億41百万円(対前年比+1.3%)で、うち日帰り客分は1,155億77百万円(対前年比▲7.7%)、宿泊客分は1,538億64百万円(対前年比+9.4%)であった。

宿泊客分は、宿泊客数の増加とともに、宿泊客一人当たりの平均消費額が26,522円から27,598円に上昇したため、増加した。一方で、日帰り客分は、日帰り客数の減少とともに、日帰り客一人当たりの平均消費額が3,780円から3,694円に落ち込んだことにより、減少した。全体の観光消費額は、宿泊客数の消費額の伸びに伴い、前年と比較し増加した。

(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 (万人)	参考：25年	
			順位	入込客数 (万人)
1	土岐プレミアム・アウトレット	591.6	1	566.5
2	河川環境楽園(アクア・トトぎふ含む)(各務原市)	500.7	2	460.2
3	高山市街地エリア	312.3	3	298.9
4	湯の華アイランド(可児市)	206.2	11	82.3
5	千代保稲荷神社(海津市)	175.5	4	189.4
6	千本松原・国営木曾三川公園(海津市)	154.7	6	144.7
7	伊奈波神社(岐阜市)	149.7	5	149.7
8	世界イベント村ぎふ(岐阜メモリアルセンター)(岐阜市)	131.6	8	120.7
9	白川郷合掌造り集落(白川村)	129.5	7	123.9
10	下呂温泉(旅館の宿泊利用及び日帰り利用)	111.5	9	115.9

出典)平成26年「岐阜県観光入込客統計調査」

- 観光地点毎の入込客数は、1位から3位までの地点の順位に変動はなかった。
- 11月に増床を行った土岐プレミアムアウトレットや、アクア・トトぎふが10周年を迎え、特別企画展を開催した河川環境楽園などが大幅に入込客数を伸ばした。
- また、前年に11位であった湯の華アイランドが、平成25年12月にリニューアルを行ったことで大幅に入込客数を伸ばし、4位にランクインした。

(3) 行祭事・イベント入込客数（県内トップ10）

順位	行祭事・イベント名	入込客数(万人)	参考：25年	
			順位	入込客数(万人)
1	長良川花火大会（岐阜市）	65.0	1	67.0
2	元気ハツラツ市（大垣市）	32.5	6	30.0
3	高山祭	30.2	5	30.3
4	道三まつり（岐阜市）	30.0	32	9.0
5	郡上おどり	25.1	4	30.5
6	刃物まつり（関市）	25.0	8	25.0
7	多治見茶碗まつり	23.0	10	23.0
8	大垣まつり	22.0	14	16.0
9	チューリップ祭（海津市）	21.6	12	19.3
10	ぎふ信長まつり（岐阜市）	20.5	2	37.0
10	各務原市桜まつり	20.5	8	25.0

出典) 平成26年「岐阜県観光入込客統計調査」

○行祭事・イベント毎の入込客数の県内トップは、昨年と同じ「長良川花火大会」（岐阜市）で65万人、2位が「元気ハツラツ市」（大垣市）で32万5千人、3位が「高山祭」（高山市）で30万2千人となった。

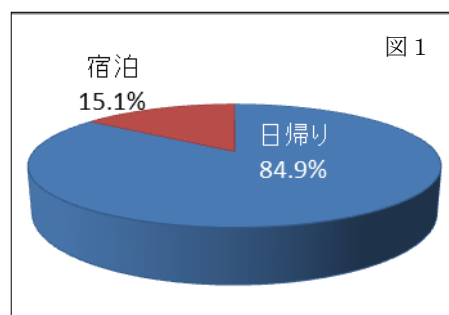
○天候によって入込が大きく変動するため、前年に天候不順であった「道三まつり」や「大垣まつり」が大幅に入込客数を伸ばして上位にランクインした一方、好天に恵まれなかった「ぎふ信長まつり」などが順位を下げた。

(4) 観光客の内訳

①日帰り・宿泊別観光客数（実人数）

区分	平成26年（対前年比）	参考：平成25年
全体	3,686万3千人（▲4.1%）	3,844万1千人
日帰り客	3,128万7千人（▲5.6%）	3,314万人
宿泊客	557万5千人（+5.2%）	530万1千人

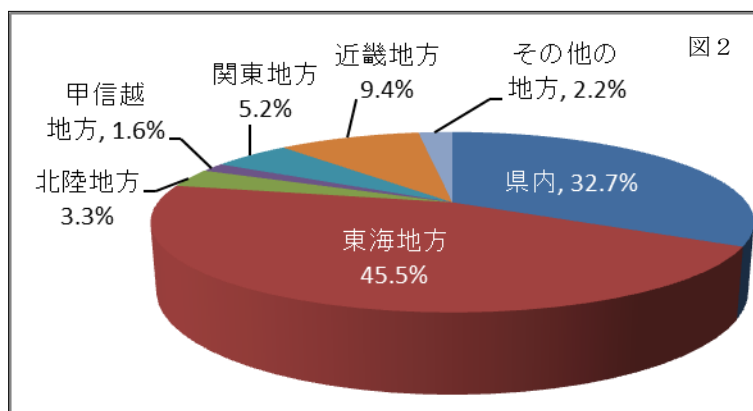
平成26年の観光入込客数（実人数）は、3,686万3千人であったが、これを日帰り・宿泊別にみると、日帰り客は3,128万7千人、宿泊客は557万5千人であり、依然として日帰り客が多いものの、宿泊客の占める割合は前年より1.3ポイント増加した。（図1）



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1,204万8千人（構成比32.7%）、県外客は2,481万5千人（構成比67.3%）と、県外客が多くを占めた。

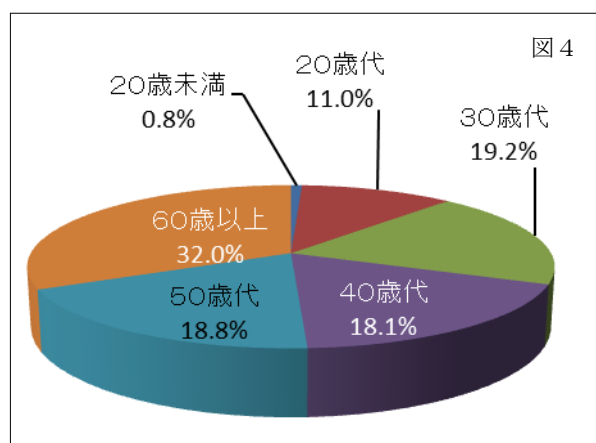
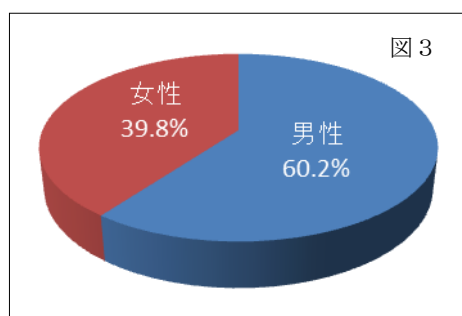
県外客のうち約7割が東海地方からの観光客であり、以下近畿、関東地方と続いている。（図2）



③男女別・年齢別観光入込客数

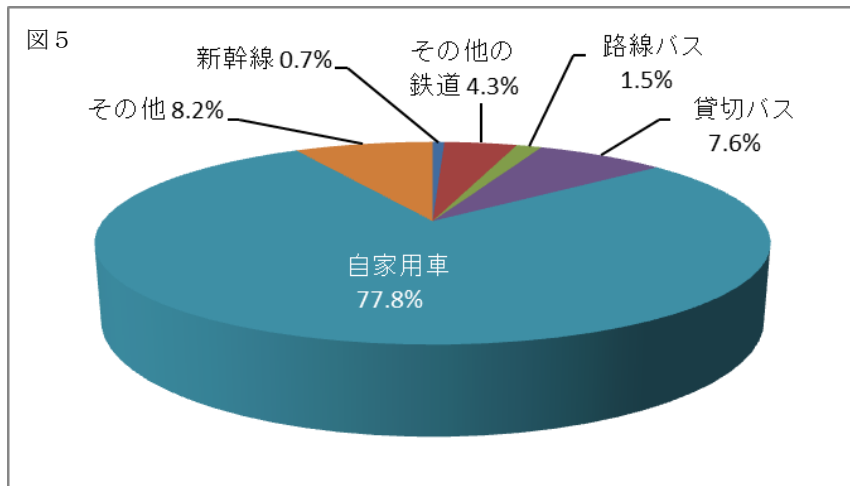
男女別で見ると、男性が2,218万6千人（構成比60.2%）、女性は1,467万6千人（構成比39.8%）と前年に引き続き、男性が多かった。（図3）

年齢別では、60歳以上が32.0%と最も多く、以下30歳代、50歳代と続いている。（図4）



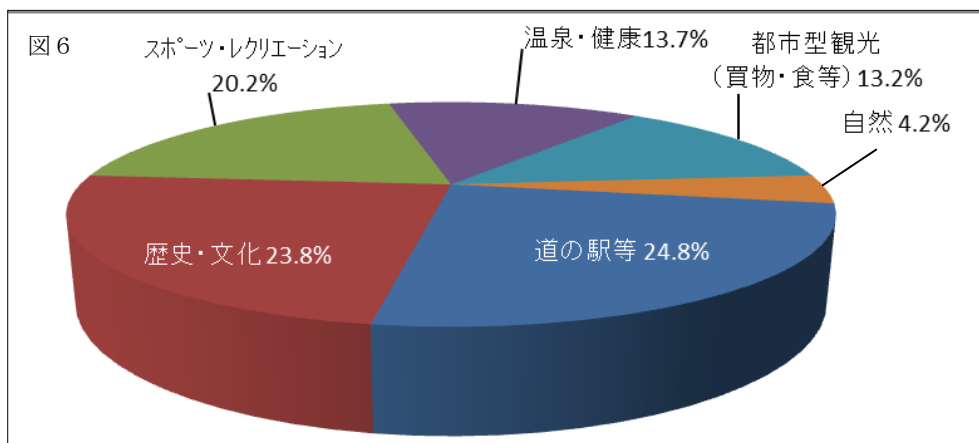
④利用交通機関別観光入込客数

利用交通機関別に見ると、自家用車が最も多く全体の77.8%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5）



⑤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、「温泉・健康」、「都市型観光（買物・食等）」、「自然」と続く。（図6）



（5）外国人宿泊客数

外国人の宿泊者数（延べ人数）は59.8万人となり、対前年比+43.4%と大幅に増加した。国別に見ると、中国のほか、マレーシア、フランスなどからの宿泊が大きく数字を伸ばした。

出展）観光庁「宿泊旅行統計調査」（平成26年1月～12月）

（6）経済波及効果（推計）

平成26年の生産誘発額は4,124億31百万円、就業誘発効果は39,872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

1 地域特性を活かした宿泊滞在型観光地「清流の国観光回廊」づくり

(1) 観光資源間の連携促進

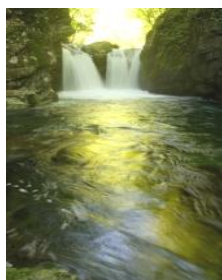
■ 「岐阜の宝もの」活用プロジェクトの推進

飛騨・美濃じまん運動を具体的に推進するため、平成19年度から県民一人ひとりが考えるふるさとのじまを募集し、延べ1,811件の応募の中から、今後の観光振興に資する「じまの原石」を56件選定。その中から、全国に通用する観光資源になることが期待される「岐阜の宝もの」を5件、それに次ぐ「明日の宝もの」を11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、県内宿泊と県内周遊の必然性向上を図る取組を推進している。

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
明日の宝もの	川原町界限、郡上鮎、八百津のおやつ、美濃白川四季彩街道、 岩村城跡と岩村城下町、中津川市の栗きんとん巡り、 笠置山クライミングエリア、種蔵「棚田と板倉の風景」と山里文化、 美濃竹鼻まつり・ふじまつり、 大垣水景物語（大垣の湧水・地下水、水まんじゅう、住吉燈台・船町港・赤坂港、木柁、名水わさび、水屋群などの風景と輪中文化）、 岐阜ローカル鉄道の旅（養老鉄道、長良川鉄道、明知鉄道、樽見鉄道）
じまの原石	岐阜城パノラマ夜景、羽島市歴史民俗資料館・羽島市映画資料館、 各務原キムチで都市おこし、伊自良連柿・富有柿・おふくろ柿、 木曾川凧揚げ大会と木曾川エリア、「おちょぼさん」門前町、ベーめん、 谷汲門前町、徳山ダム、薬草、池田山、刃物ミュージアム回廊、 まちな名物つるむらさきうどん、神と仏の里いとしろ、食品サンプル、 飛騨美濃せせらぎ街道、美濃焼と日本酒の融合「美濃陶酔」、 美濃焼窯場めぐり、笠原のタイル、こころのふるさと「虎溪山地区」、 清流付知峡で自然浴、櫻堂薬師、山岡細寒天と恵那山麓寒天豚、 温故知新 大正100年への誘い、串原の布ぞうり、土岐市の窯元めぐり、 ふるさと体験飛騨高山、東山寺町と文化財めぐり、龍の瞳、鶏ちゃん

【岐阜の宝もの】



小坂の滝めぐり



乗鞍山麓五色ヶ原の森



東濃地方の地歌舞伎と
芝居小屋



天生県立自然公園と
三湿原回廊



中山道ぎふ17宿

■観光資源間の連携による宿泊滞在型モデル地域の創出

○「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に対して、必要と認める経費について支援を行った。

・平成26年度交付件数：21件

■観光資源ブラッシュアップ推進事業

○「観光資源ブラッシュアップミーティング」の開催

地域資源の更なる魅力向上並びに地域における観光消費額の拡大を目的とした「観光資源ブラッシュアップミーティング」を開催した。

・開催日：平成27年3月3日(火) じゅうろくプラザ(岐阜市)

・内 容：基調講演 テーマ「田舎ビジネスおしえちやる」

講 師：(株)四万十ドラマ 代表取締役 畦地履正 氏

参加者：県内観光関係者、行政関係者等 約100人

処方箋ワークショップ

参加者：「岐阜の宝もの」「明日の宝もの」関係者 約30人

コーディネーター：「岐阜の宝もの」認定専門委員 7人



基調講演の様子



処方箋ワークショップの様子

○観光資源ブラッシュアップ有識者派遣支援事業

地域が主体的に行う地域資源のブラッシュアップの取組を支援するため、地域からの要請に応じ、必要な有識者の派遣を行った。

- ・平成26年度派遣実績：2団体（4回）

■観光資源連携確立事業

○「中山道ぎふ17宿」連携確立事業

「岐阜の宝もの」である「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。秋には、シンボルイベントとなる「中山道ぎふ17宿歩き旅2014」を開催した。

「中山道ぎふ17宿歩き旅2014」

- ・期 間：平成26年9月28日(日)～11月30日(日)
- ・内 容：体験プログラム(25コース)、散策プログラム(23コース)、
ウォーキングプログラム(5コース)、スタンプラリー
- ・参加者：約5,000人



体験プログラムの様子



ウォーキングプログラムの様子

■主要観光地の再生

○充実する交通インフラを活かした主要観光資源の誘客強化

平成32年の東海環状自動車道全線開通や平成39年のリニア中央新幹線開業など、今後、本県の交通インフラはますます充実する。これを本県の観光入込客の拡大に向けて最大限活かすため、主要な観光資源の魅力向上や再整備について、市町村等が取り組む事業への支援を行った。

(関ヶ原古戦場)

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、滞在・周遊

型観光の促進に向け、関ヶ原古戦場の集客力を高めるため、関ヶ原町が行う取組みに対して支援を行った。

- ・「関ヶ原古戦場グランドデザイン」の策定

古戦場の整備と活用の指針となる「関ヶ原古戦場グランドデザイン」を関ヶ原古戦場グランドデザイン策定懇談会での議論を経て、平成27年3月に策定。

- ・関ヶ原古戦場整備事業

「関ヶ原古戦場グランドデザイン」に位置づけられる事業の中で、優先度の高い「大谷吉継陣跡」の駐車場整備や、徳川家康最後陣地の整備のための測量調査を実施。

(恵那山南山麓)

重要伝統的建造物群保存地区である「岩村町本通り」、県が平成23年度に「明日の宝もの」に認定した「岩村城跡と岩村城下町」が所在する恵那山南山麓は、リニア中央新幹線開業を観光誘客に活かすことができるエリアである。城下町の電線地中化や、地元の熱心な取組により、近年観光客数が増えているが、さらなる魅力向上や、「明知鉄道」など周辺観光資源と組み合わせた滞在・周遊型観光推進に向け、恵那市が実施する観光振興の取り組みを支援した。

- ・蒸気機関車による観光再生可能性調査

蒸気機関車の復元を通じた観光再生に伴う効果と課題を調査。

- ・Wi-Fi 環境の整備

岩村・明智・大井宿等においてWi-Fi環境を整備。

- ・岩村城下町まちなみ放送設備設置事業

観光客へのイベント告知等を目的に、本通りに放送設備を設置。

- ・案内誘導看板の設置

市内主要道路や公共施設等、岩村地区への案内サインの充実・統一化を実施。

- ・岩村城跡周辺の環境整備

岩村城跡周辺にて眺望を阻害する立木の伐採、城跡の石垣保護の実施や、登城口から城跡までの観光道路の舗装整備を実施。

- ・外国人誘客に備えた受け入れ環境の整備

研修会や勉強会、他観光地の視察など地元の観光客受け入れ環境を整備。

- ・岩村城下町、中山道等のパンフレット作成

女性を対象としたパンフレットや冊子等配布物を作成。

- ・観光案内コンテンツの充実

Webの多言語対応、宿泊予約システムの整備を実施。

(県営4公園の誘客強化)

県営公園の中でも集客力が高く、かつ、対策を施すことで誘客の強化が期待できる「花フェスタ記念公園」(可児市)、「平成記念公園日本昭和村」(美濃加茂市)、

「養老公園」(養老町)、「世界淡水魚園水族館・世界淡水魚園」(各務原市)について、集客効果の高いイベントの開催やテレビ等を活用した広告宣伝、訪日観光客や団体客の誘致に向けた旅行代理店の招へいや、商談会への参加など誘客拡大に向けた取り組みを、各公園の指定管理者と連携して推進した。

(花フェスタ記念公園)

- ・春、秋のバラまつり、「花フェスタ2015ぎふ」の集客増を狙った広報対策を実施。

(平成記念公園日本昭和村)

- ・繁忙期(夏・秋季)来園者のかさ上げに向けた広報対策を実施。
- ・飲食施設の改修設計・工事を実施。

(養老公園)

- ・外国人観光客の受入体制を整備(Wi-Fi環境整備、多言語パンフレット作成)。
- ・関西エリアを対象とした団体客向けモニターツアーを実施。
- ・滝谷沿い商店修景パース図を作成。

(世界淡水魚園水族館、世界淡水魚園)

- ・水族館開館10周年に伴うセレモニーの開催、記念品の配布、広報を実施。
- ・閑散期対策を目的とした、イルミネーションイベントを拡充。

(4公園の周遊可能性を検討するための調査等)

- ・4公園の周遊可能性を計るための入園料割引クーポンの作成・配布、及びアンケート調査を実施。
- ・台湾旅行社等を対象としたモニターツアーを実施。
- ・県営公園共通パンフレットを作成。
- ・4公園の春季の集客増を狙った広報対策を実施。
- ・屋内用デジタルサイネージを設置。

■各地域の魅力の源泉(人、景観、歴史、文化、まち、食、産業等)を活かしたテーマ別観光の推進

○地場産業観光推進事業

「美濃和紙」「美濃焼」「関の刃物」等、全国的に有名な地場産業を活用した産業観光の確立をめざし、ターゲット別(教育旅行・団体旅行・グループ旅行・個人旅行)向け事業を実施した。

- ・各資源の現状調査・分析及び課題把握
- ・ターゲット別受入体制の整備(旅行プラン提案、モニターツアーの実施、商品化促進に向けたセールス用PRツールの作成、現地視察の実施等)

○『円空』のふるさとぎふ」連携確立事業

本県ゆかりの僧侶「円空」を観光資源として活用するために必要な調査を実施し、「『円空』のふるさとぎふ」として本県をPRするためのツールを作成した。また、関係市町村との情報共有を図った。

- ・円空仏を所有または公開する県内施設・寺院等の現状調査
- ・過去5年間の「円空」を活用した旅行商品造成状況の調査
- ・「円空」ガイドブックの作成



「円空」ガイドブック

■周遊観光を促進する情報ツールの作成

○PRツール発行事業

観光客が県内各地域を広く周遊し、県内に長く滞在する「めぐる旅」を「『清流の国ぎふ』めぐる旅キャンペーン」として積極的にPRするため、季刊情報誌「岐阜っぽ。」を企画・作成し、高速道路のサービスエリアや県内市町村、道の駅などへ配布した。

(発刊概要)

- ・ 6月：夏号 15万部
- ・ 12月：冬号 4万部
- ・ 3月：春号 4万部

※雑誌じゃらん（東海版）にブック・イン・ブック形式で綴じ込み、本誌とともに流通させたほか、個別に4万部を作成し、県内市町村や道の駅へ配布



「岐阜っぽ」夏号



「岐阜っぽ」冬号



「岐阜っぽ」春号

(2) 観光資源の更なる魅力向上

■エコツーリズムの推進

県内の豊かな自然を保全しつつ、自然観光資源として活用しエコツーリズムを推進するため、関係団体等の活動を支援した。

○活動助成 5団体

- ・根の上高原観光保勝会
- ・荘川観光協会
- ・NPO 法人 飛騨小坂200滝
- ・NPO 法人 農林業経営支援センター
- ・NPO 法人 白川郷自然共生フォーラム

○エコツーリズム連携会議

- ・開催日：平成26年12月11日(木)
- ・場 所：中濃総合庁舎
- ・内 容：基調講演、活動発表、意見交換会
- ・参加者：28名

○エコツーリズム経営セミナー

- ・開催日：平成26年12月12日(金)
- ・場 所：中濃総合庁舎
- ・内 容：講義、ワークショップ
- ・参加者：13名

■グリーンツーリズムの推進

豊かな自然や伝統文化とその恵みに育まれた農林漁業などの地域資源を活かし、岐阜県ならではのグリーン・ツーリズムを推進するために、関係市町村及び関係団体と連携し、「受入体制の充実」と「情報発信力の強化」に取り組んだ。

○受入体制の充実

- ・集楽ふれあい体験農園セミナーの開催

農園を活用した交流に関するノウハウ等を伝授し、「体験農園」の取組を広げるとともに、魅力的なプログラムへの発展など、集落の再生、都市農村交流の促進を図るセミナーを実施した。

開催日：平成26年8月8日(金)

場所：郡上市 和良町民センター

- ・ぎふの田舎の魅力アップ支援事業の実施

地域資源を活かしたグリーン・ツーリズムなど、農村側実践団体による都市と農村の交流を促進する企画の作成や実践、情報発信等の活動について支援した。

支援実績：2団体

○情報発信力の強化

- ・岐阜県ならではのイメージ創出と発信

岐阜県内の地域資源等を活用し、「ぎふならではの」のグリーン・ツーリズムのブランド構築に向け、プロモーション戦略プランとシンボルマークを策定した。



- ・メールマガジン「ぎふの田舎へいこう！」通信の充実

企業や都市住民に対して、岐阜県の農村地域での体験情報等を積極的に提供するメールマガジンを発行した。

発行頻度：月1回

発行部数：約1,300部

- ・「ぎふの田舎へいこう！キャンペーン2014」の実施

登録施設との協働により、施設利用者を対象に抽選で県産品などをプレゼントする誘客キャンペーンをトヨタ自動車運営ドライブサイト「GAZOO.com」と連携し実施した。

参加施設数：56施設

応募者数：460名

■県産農産物の魅力発信の強化

○Facebook「飛騨・美濃旬の味～岐阜うまいもの大集合～」の開設

平成26年度もFacebookを継続し、岐阜県の食や農産物の旬の味について、情報発信を行った。

- ・平成26年度実績：159回

○朝市・直売所の活性化

魅力ある農産物直売所づくり、安全・安心な農産物の生産拡大等に向け、直売所の運営者、店員、生産者等を対象に研修会を開催した。

- ・平成26年度実績：1回

■国内外に発信できる岐阜県ブランドの一翼を担う商品の開発支援

県内モノづくり企業の意欲的な商品開発プロジェクトを対象として、プロダクトデザイナーとのマッチングによるデザイン開発支援を行うことで、顧客（消費者）の視点に立った付加価値の高いモノづくり、品質・デザイン性・機能性に優れた国内外に発信できる岐阜県ブランド商品の開発支援を行った。

- ・開発支援を行ったプロジェクト件数：16件

■フードビジネス販路開拓推進事業

県内食品製造・加工業者の利益拡大と継続的な発展を図るため、商談会及び物産展を行い、清流の国ぎふをアピールしながら、県産品の販売促進に努めた。

【商談会】

ビジネスサミット 2014	平成 26 年 6 月 3 日(火)	名古屋市
FOODEX JAPAN 2015	平成 27 年 3 月 3 日(火)～6 日(金)	千葉市

【県産品フェア】

イオン「清流の国ぎふフェア」	平成 26 年 10 月 3 日(金)～5 日(日)	各務原市
イオン「西美濃・北伊勢フェア」	平成 27 年 2 月 20 日(金)～22 日(日)	三重県東員町

■「県産品愛用推進宣言の店」の指定

県産品愛用による地産地消を推進するため、県内産の食材を利用した料理を提供している飲食店や、県内の商品を多数揃えた販売店を「県産品愛用推進宣言の店」に指定し、ホームページ等で広く県民に紹介。県産品の利用拡大を行った。

・平成 26 年度指定店：11 店舗

(※全 348 店舗：飲食の部 244 (うち県外 2)、食品製造販売の部 28、食品販売の部 76)

■「飛騨・美濃すぐれもの」PR 事業

産地の特性を活かし、安全性、品質等の基準を満たした優良な県産品を「飛騨・美濃すぐれもの」として認定し、県産品の看板商品として PRするとともに、百貨店等の催事や各種イベントへの出展など、消費者と直結した販売戦略を展開した。

○「飛騨・美濃すぐれもの」の認定

・平成 26 年度認定商品：12 点 (食品 10 点、非食品 2 点)

(※全 62 点：食品 52 点、非食品 10 点)

○認定商品の販売、PR 支援

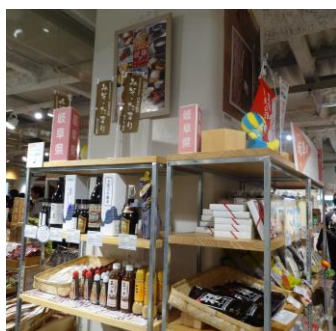
・食のセレクトショップへの出店

JR 秋葉原駅高架下にある全国のすぐれた食品を取り扱うセレクトショップ「日本百貨店しょくひんかん」内に「飛騨・美濃すぐれもの」コーナー「岐阜すぐれものマルシェ」を設置。岐阜県の魅力発信と認定商品の販売支援を行った。

出店商品：21 点 (19 社)



- ・首都圏の高質スーパーマーケットにおける販売プロモーション
首都圏を中心に展開する高質スーパーマーケット「紀ノ国屋」が開催するご当地グルメフェア「飛騨美濃ウィーク」において、「飛騨・美濃すぐれもの」のPRを行った。
実施期間：平成27年1月21日(水)～27日(火)
実施店舗：東京都内4店舗、神奈川県内2店舗にて同時開催
- ・各種メディア、インターネット等を活用した情報発信
「東京Walker」10月号
「岐阜ポータルフォリオ（観光資源等紹介サイト）」でのPR



「日本百貨店しょくひんかん」店内



紀ノ国屋「飛騨美濃ウィーク」の様子

■都内のセレクトショップと連携した県産品の販売強化

県内モノづくり企業の商品開発力向上、消費者直結型のビジネスモデル構築及び首都圏における販路開拓等の支援を目的に、都内でセレクトショップを運営するメイド・イン・ジャパン・プロジェクト㈱と締結（平成22年2月24日）した連携協力に関する協定に基づき、各種事業を実施した。

○県産品のテストマーケティング

首都圏の高感度な消費者の意見や、また、在日外国人の来店が多い同ショップの強みを活かし、外国人の生の声を聞ける機会を提供することで、大都市圏のみならず、海外販売も視野に入れた県内モノづくり企業の商品開発力の向上を図った。

- ・首都圏向けテストマーケティング

実施期間：平成27年1月2日(金)～1月31日(土)

販売実績：20社・39商品

- ・海外向けテストマーケティング

実施期間：平成26年10月1日(水)～11月30日(日)

販売実績：10社・49商品

○マーケティングイベント

テストマーケティング期間中に参加県内モノづくり企業に対し、モノづくりへの関心が高い首都圏の消費者や、各国大使館・外資系企業などの在日外国人及びその家族の方と直接交流し、意見交換を行うマーケティングイベントを開催。顧客（消費者）視点のモノづくりを推進するヒントを得る機会、商品価値伝達スキル向上の場を提供した。

- ・実施回数：3回
- ・参加企業：14社

○県産品常設販売コーナーの設置（通年）

東京ミッドタウンにあるセレクトショップ「THE COVER NIPPON」内に「岐阜県産品コーナー」を設置し、岐阜県産品のブランド発信を図った。また、ユネスコ無形文化遺産登録にちなみ、「本美濃紙」の特集を行った。



THE COVER NIPPON 店内の様子



マーケティングイベントの様子

■名古屋圏のインテリアショップと連携した商品価値伝達力の向上支援

県内モノづくり企業の商品価値伝達力向上及び名古屋圏における販路開拓支援を目的に、名古屋圏の高品質なインテリアショップにおいて、テストマーケティングを実施した。

○県産品のテストマーケティング

名古屋圏7店舗において県産品のテスト販売を実施。実施に伴い、参加企業が各ショップバイヤーに対し、商品のアピールポイント等をプレゼンテーションする機会や各ショップの売り場担当者とコミュニケーション促進、消費者（顧客）に商品を直接アピールする機会の設置など、商品価値伝達力の向上に向けた取り組みを行った。

- ・実施回数：1回
- ・販売実績：25社・142商品



テスト販売実施店舗の様子

■県産品販売・情報発信拠点「THE GIFTS SHOP」の開設

平成26年3月に策定した「岐阜県成長・雇用戦略」において最重要プロジェクトに位置付けられている「県産品販路拡大・海外展開支援プロジェクト」として、県産品の大幅な販路拡大に取り組んでいる。

○県産品販売・情報発信拠点の開設

平成26年9月26日(金)、JR岐阜駅隣接する商業施設「アクティブG」2階に県産品販売・情報発信拠点「THE GIFTS SHOP」を開設。陶磁器、紙、刃物・金属、木工・家具、繊維、食品、プラスチックといった県内の地場産業を中心とした県産品を、ライフスタイルを模したディスプレイにして販売。

・販売点数 約1,500アイテム(平成27年3月現在)

○ショップ機能を活用した事業者に対する支援

「THE GIFTS SHOP」において、季節にあわせた特集や、地域や産業、県関連イベントなどにスポットをあてた企画コーナーを設置。更に、ワークショップやテストマーケティングも定期的を開催し、県民や観光客に対する情報発信のみならず、事業者に対する販売・マーケティング拠点として、ショップの機能を活用した支援を行っている。



「THE GIFTS SHOP」外観

■農産物のブランド力の向上と新たな特産品づくり

○野菜

アスパラガスなどの新たな品目の産地育成や朝市・直売所における品揃えの充実を図るために必要な機械・施設等の導入を支援した。

○いちご

岐阜市内の商業施設において消費宣伝PRイベントを開催し、本県育成品種「濃姫」、「美濃娘」の食べ比べを行い、認知度の向上を図った。

○えだまめ

収穫体験イベントの開催を支援し、岐阜えだまめ及び産地の魅力をPRした。

○かき（柿）

- ・産地に対し、高糖度で外観品質の良い「袋掛け富有柿」の生産拡大に向け、必要な技術の普及に努めた。
- ・全農岐阜県本部と連携し、都市圏の果物専門店・量販店にて「袋掛け富有柿」、「果宝柿」の消費宣伝PRイベントを開催し、認知度の向上を図った。

○くり

- ・「ぼろたん」の生産拡大に向け、必要な技術の普及に努めた。
- ・名古屋や県内のイベントにおいて「ぼろたん」焼き栗の販売を行い、認知度の向上を図ったほか、地元料理店や明知鉄道と連携し、「ぼろたん」を使用した栗料理を味わう特別列車を運行し、新たな商品づくりに向けた取り組みを行った。

○飛騨・美濃伝統野菜

県内で古くから栽培されており、特色のある野菜・果樹等を「飛騨・美濃伝統野菜」として認証している。PRパンフレットやポスターの配布や各種メディア・消費者に対して品目の情報提供を行うことにより、認知度の向上に努めた。

(3) 受入体制の強化・充実

■外国人観光客のおもてなし体制の向上

急増する外国人観光客のおもてなし体制の整備促進を図るため、観光事業者を対象としたセミナーの開催など各種取り組みを実施した。

○外国人観光客受入推進セミナー

- ・開催日：平成26年7月14日(月)
- ・開催地：高山市
- ・参加者：観光関連事業者等 約100名
- ・内容：消費税免税制度、多言語化、無料公衆無線LAN環境、ネット予約の活用、ムスリム観光客対応

○ムスリム観光客受入れに関するアンケート調査

県内観光事業者のムスリム観光客受入に対する意識、対応状況を把握し、今後の施策に役立てるため、アンケート調査を実施。

○案内表示等の多言語化の推進

- ・県の観光ホームページに、フランス語、タイ語、インドネシア語を追加。
(計7言語対応)
- ・県の観光パンフレットにベトナム語を追加。(計8言語対応)
- ・県営公園4施設の多言語マップの作成。(計4言語対応)

○インターネット接続環境整備 (Wi-Fi 整備)

- ・養老公園内でのインターネット環境整備。
- ・恵那市が行う恵那市岩村町でのインターネット環境整備に対し、補助。

○免税店拡大

セミナーや商店街振興組合等の業界団体を通じた免税制度の周知、免税店登録の働きかけを実施した。

2 大都市圏をメインターゲットとした国内誘客の促進

(1) 様々な情報媒体を活用した魅力発信

■各種メディア（雑誌や新聞、テレビ、映画など）を通じた魅力の発信

○メディア活用型観光PR推進事業

大都市圏（東京・大阪・名古屋）のメディアに対し、継続的なコンタクト活動（ヒアリング・交渉・調整など）を実施するとともに、ニュース性のある情報の提供を積極的に行った。

あわせて、興味を持ったメディアを本県へ招聘し、現地取材を通じて紙面掲載やテレビ番組放映につなげ、本県の露出増加を図った。

- ・80のメディアに掲載（放映）

広告換算費：約10億7千万円

- ・「岐阜プレゼンテーション in 名古屋」の開催

第1回：平成26年7月 25日(金) 29社 37名のマスコミ等参加

第2回：平成27年3月 18日(水) 34社 49名のマスコミ等参加



「岐阜プレゼンテーション in 名古屋」の様子

■観光PRキャラバン隊事業

本県観光の情報を積極的かつ直接的に県内外に発信するため、観光キャラバン隊を編成し、各地で開催されるイベント等に派遣して、岐阜県観光の基本情報や旬な情報などを提供し、岐阜県の観光魅力のPRを行った。

- ・活動回数：年間計61回（関東8回、関西6回、東海47回）

■首都圏・関西圏にある県内企業等と連携した観光PR推進事業

○貝印(株)との連携

本県ゆかりの刃物・キッチン用品メーカーである貝印(株)と連携し、本県の「食」をテーマとした観光プロモーションを展開した。

- ・「清流の国ぎふ 観光交流会 ～旅して出会った岐阜の味～」の開催
開催日：平成26年11月26日(木)
会 場：貝印(株)本社ショールーム「K a i H o u s e」
参加者：首都圏のメディア関係者、料理研究家、料理教室主催者等 約50人
内 容：人気料理家（庄司いずみさん、ヤミーさん）による岐阜県食材を使った料理を試食しながら、県の観光プロモーションを行った。



「清流の国ぎふ 観光交流会」の様子



岐阜県食材を使ったメニュー

- ・人気料理家による岐阜県食材を使った料理教室の開催
開催日：平成27年1月28日(木)、1月31日(土)
会 場：貝印(株)本社ショールーム「K a i H o u s e」
講 師：ヤミーさん、庄司いずみさん
参加者：首都圏在住の女性 約40人（各回20人）
- ・情報発信
貝印(株)のWebページ「K a i H o u s e」や、情報マガジン「K a i H o u s e」での情報発信を行った。

○関西岐阜県人連合会との連携

関西岐阜県人連合会と連携し、観光プロモーションを展開するとともに、岐阜県の認知度調査を実施した。

- ・大阪シティ信用金庫における岐阜県観光PRコーナーの設置
実施期間：平成26年12月2日(火)～26日(金)
実施店舗：本店及び八尾北支店
- ・「OSAKA光のルネッサンス2014」における岐阜県観光ブースの出展
実施期間：平成26年12月14日(日)～25日(木)
実施会場：大阪中之島公園一帯
- ・「てんま天神梅まつり」における岐阜県観光ブースの出展
実施期間：平成27年3月13日(金)～15日(日)
実施会場：大阪天満宮

■岐阜フィルムコミッション事業の推進

岐阜県の新たな地域資源の活用や、観光交流・地域振興につながるよう、映画やテレビをはじめとする映像作品を支援する「フィルムコミッション事業」を推進。

○平成26年度誘致・支援作品：11作品

○支援した主な作品

- ・ドラマ「警視正日の丸教授の事件ノート」(テレビ東京)

放 送：平成26年7月

撮影地：岐阜市、関市

撮影日：平成26年5月

- ・バラエティ「秘密のケンミンSHOW」(日本テレビ)

放送：平成26年7月

撮影地：岐阜市、高山市

撮影日：平成26年5月

- ・バラエティ「ナニコレ珍百景」(テレビ朝日)

放 送：平成26年8月

撮影地：岐阜市、関市

撮影日：平成26年5月～6月

(2) 集客に直結するキャンペーン・イベントの展開

■インターネット予約サイトPR事業

- 「じゃらんnet」「楽天トラベル」でのPR

観光客が県内各地域を広く周遊する「めぐる旅」を『清流の国ぎふ』めぐる旅キャンペーン」として、積極的に情報掲載等のPRを実施し、県内に長く滞在する旅を提案した。

- ・実施期間：平成26年12月～平成27年3月
- ・期間中の人泊数実績（対前年伸び率）

じゃらんnet 227,013 (105.5%)

楽天トラベル 256,399 (108.4%)

■ターゲット別国内誘客推進事業

地域ごとに誘客戦略を定め「清流の国ぎふ」めぐる旅のPR活動を展開。

- 首都圏：北陸新幹線の開通を見据えた新たな宿泊旅行客の獲得

- ・日本百貨店6店舗と連携して岐阜県フェアを開催（11月～12月）
- ・東京シティアイにて岐阜県観光物産展を開催（2月）
- ・他県連携によるPRイベント相互出展の実施（富山県、石川県）

- 関西圏：地理的な優位性を訴求する新たな宿泊旅行客の獲得

- ・JTB関西のカウンター営業店舗10店舗にて、岐阜県PRコーナーを設置
- ・JTB会員向けメルマガにて情報発信
- ・トラベルカフェ3店舗にて岐阜県フェアを開催

- 中京圏：旬な情報や新たなめぐり方の提案等によるリピーターの確保

- ・JR名古屋駅イベント（4回〔5月、9月、12月、3月〕実施）
- ・マスコミとの情報交換会（2回実施）



JR名古屋駅での観光展の様子

■周遊観光を促進する情報ツールの作成（再掲）

■「飛騨・美濃すぐれものPR事業（再掲）」

■第4回高橋尚子杯ぎふ清流ハーフマラソンの開催

シドニー五輪マラソン金メダリストの高橋尚子さんが大会長を務める「第4回高橋尚子杯ぎふ清流ハーフマラソン」を開催し、国内外の有名選手や47都道府県からの一般ランナー約1万人、ボランティア約3千人が参加したほか、約13万6千人の観衆がメイン会場・沿道に繰り出した。大会では、本県の観光・食・モノを一体的にPRするイベントなどを併せて開催し、岐阜の魅力为全国に発信した。

- ・開催日：平成26年5月18日（日）
- ・参加者：11,458人（ハーフ：10,292人、3km：1,166人）
- ・内容：岐阜県のB級グルメや県産品販売などの「楽市・楽座」を設置するとともに、高橋尚子さんのランニングクリニック、サンプラザ中野くんのライブなど、多彩なステージイベントを実施。
また、地元のまちづくり団体や商業団体などが、沿道応援やランナーへのおもてなし、関連イベントを主体的に実施。



道路を埋め尽くすランナー



長良川沿道を走るランナー

■清流ミナモ賞の表彰

県内各地での「清流の国ぎふ」づくりの取組みを一層盛り上げていくため、地域の魅力を大いに高め「清流の国ぎふ」づくりに多大な貢献をした6団体に「清流ミナモ賞」を授与した。

受賞団体名	主な活動
飛騨高山ブラックブルズ岐阜	日本ハンドボールリーグに参戦
長良川ふれあいマラソン大会 実行委員会	障がいの有無や性別・年齢を問わず、誰もが参加出来るマラソン大会を実施
木曾三川子ども狂言クラブ	木曾三川を舞台とした狂言を創作し実演
岐阜県立岐阜高等学校自然科学部生物班	絶滅危惧種カスミサンショウウオの保護活動
城下町ホットいわむら	創意工夫を凝らしたイベントを開催し、城下町に賑わいを創出
笠周地域木の駅実行委員会	「木の駅プロジェクト」を実施

■大規模イベント・コンベンションの誘致

観光消費額や宿泊者数の拡大など地域経済の活性化に寄与する大規模イベント・コンベンションの誘致・支援を行った。

○主な誘致活動

- ・「第24回国際ミーティング・エキスポ」に岐阜県ブースを出展

実施期間：平成26年12月9日(火)・10日(水)

会 場：東京国際フォーラム

○開催を支援した主なコンベンション

- ・第11回日本乳癌学会中部地方会

開 催 日：平成26年9月13日(土)～14日(日)

場 所：岐阜市

参加者数：約400人

- ・第34回東海北信越美容協議会研修会・第99回トップマスターズモード発表会

開 催 日：平成26年9月1日(月)～2日(火)

場 所：高山市

参加者数：約2,400人

- ・飛騨高山グルメグランプリ

開 催 日：平成26年9月6日(土)～7日(日)

場 所：高山市

参加者数：約17,000人

(3) 魅力ある旅行商品の造成促進

■北陸新幹線連携PR事業

北陸新幹線の開業により岐阜県へのアクセスが向上する首都圏を最重要ターゲットに設定し、飛騨地域観光協議会〔北陸新幹線対策特別専門委員会〕において、飛騨3市1村と共に北陸新幹線開業を契機としたプロモーションを展開した。

○主要事業

- ・JR東日本「びゅう 飛騨」リーフレットの作成と首都圏「びゅうプラザ」店舗への設置
- ・JR東日本の首都圏の駅及び車内へのポスター掲出
- ・富山県と連携しての旅行商品の造成

■高山本線全線開通80周年PR事業

北陸新幹線の開業により岐阜県へのアクセスが向上する首都圏と、プロモーションが不足している関西圏を重要ターゲットに設定し、沿線10市町及びJR東海とともに「高山本線全線開通80周年共同宣伝委員会」を組織し、高山本線全線開通80周年を契機としたプロモーションを展開した。

○主要事業

- ・特急「ワイドビューひだ」車体及び「キハ40・48系」ヘッドマークデザインコンテストの実施
- ・イベントガイドブック、観光情報誌「Shupo」特別版の作成
- ・特別列車の運行と車内での沿線市町によるおもてなし
- ・岐阜県観光連盟との連携による沿線店舗、宿泊施設等による記念商品の発売



「80周年記念列車出発式」の様子



80周年特別列車でのおもてなしの様子

■NEXCO中日本連携PR事業

『清流の国ぎふ』めぐる旅キャンペーン2014夏」と銘打ち、NEXCO中日本と連携し、高速道路を活用した誘客事業を行った。

○「速旅 ぐるっとG（ギフ）割ドライブプラン」

- ・岐阜県内の高速道路をお得に乗り降りできる割引プラン（通称：G（ギフ）割）を造成した。

最終利用者数：2,006件

○「G（ギフ）割総選挙」

- ・県内42市町村それぞれの“観光イケメン公務員・G（ギフ）メン”が行う、各市町村一押しの観光素材のPR合戦「G（ギフ）割総選挙」を実施し、キックオフイベントを行ったほか、新東名高速道路7カ所のSAの広告媒体を自治体として初めて独占し、PRを行った。



「速旅ぐるっとG割ドライブプラン」



「G割総選挙」キックオフイベントの様子

3 海外の動向を踏まえた誘客戦略の展開

(1) プロモーション活動の継続的かつ着実な展開

■海外誘客の推進

外国人観光客の岐阜県への誘客を促進するため、アセアン諸国（シンガポール、マレーシア、タイ等）や東アジア諸国（中国、台湾等）、フランスを重点市場と位置付け、国の「ビジット・ジャパン」（VJ）事業や近隣県・関係機関との連携のもと、各種誘客事業を展開した。

○海外メディア・旅行エージェント等の招へい、視察旅行へのアテンド

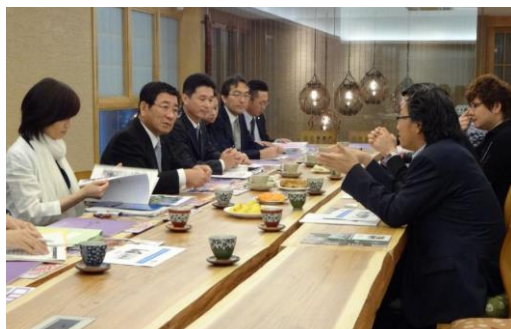
- ・実施件数：55件
- ・対応国：シンガポール、タイ、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナム、ミャンマー、インド、韓国、中国、香港、台湾、フランス、イギリス、ドイツ、オーストラリア、アメリカ

○岐阜県観光セミナーの開催

- ・平成26年12月：中国（上海）

○国際観光展への出展、海外での関係機関へのセールス活動

- ・シンガポール（6月、8月、2月）
- ・マレーシア（5月、9月、10月、3月）
- ・タイ（8月、11月、2月）
- ・インドネシア（8月、11月、3月）
- ・ベトナム（8月、10月、3月）
- ・フィリピン（11月、2月、3月）
- ・中国（5月、6月、11月、3月）
- ・台湾（6月、11月、1月）
- ・韓国（5月）
- ・フランス（11月、2月）
- ・イギリス（2月）
- ・ドイツ（3月）



大手訪日旅行会社関係者との面談（マレーシア）



メディア、旅行事業者等へのPR（インドネシア）

■欧州をターゲットとした新たなプロモーション

欧州からの誘客を図るため、欧州の流行発信地であるフランスにおいて大規模なプロモーションを初めて実施した。

○コルマール国際観光展への出展

- ・実施期間：平成26年11月7日（金）～9日（日）
- ・会場：コルマール市パルク・エクスポ
- ・内容：観光、地歌舞伎のパフォーマンス、県産品、日本酒などを一体的にPR。日本の出展者の中で群を抜いた規模のPRを実施。
- ・来場者数：約3万人



岐阜県ブースを視察する知事



地歌舞伎パフォーマンスの様子

■外国人観光客のおもてなし体制の向上（再掲）

(2) ターゲット市場の的確なマーケティング

■海外のマーケティング拠点づくり・海外販路開拓のパートナーづくり支援

ジェットロ等との連携により、海外に連携型アンテナショップ・ネットワークを構築するため、セレクトショップ等の招へいやテスト販売を行い、県産品の海外販路開拓・拡大販売を支援した。

○平成26年度の取組

・インドネシア・ジャカルタ

ジャカルタのセレクトショップにおいて、「ギフト・デザイン・ウィーク」のオープニングイベントを開催。

・フランス・パリ

パリのセレクトショップにおいて、テストマーケティングを実施。

・スイス・チューリッヒ

チューリッヒのセレクトショップにおいて、「Gifu, Heartland of Japan」と題した県産品テストマーケティング・オープニングイベントを開催。



ジャカルタ



パリ



チューリッヒ

・シンガポール、ニューヨーク、オークランド、ロサンゼルス

海外連携型アンテナショップ候補である各地のセレクトショップ・オーナー等を招へいし、県内企業の訪問及び商談を行った。

<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

平成27年度版 飛騨・美濃じまん白書

～平成26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

平成27年12月