

令和7年度版

飛騨・美濃じまん白書



令和6年度 飛騨・美濃じまん運動の進捗について

岐阜県観光文化スポーツ部

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6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）	3
(4) 観光客の内訳	4
(5) 外国人宿泊客数（延べ人数）	5
(6) 経済波及効果（試算）	5

第2章 世界に選ばれる持続可能な観光地域づくり（令和6年度の取組）

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	6
② ユニバーサルツーリズムの普及促進	8
(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	9

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	11
(2) デジタル技術等の活用による生産性向上の取組支援	11

3 観光消費拡大に向けた誘客プロモーションの展開

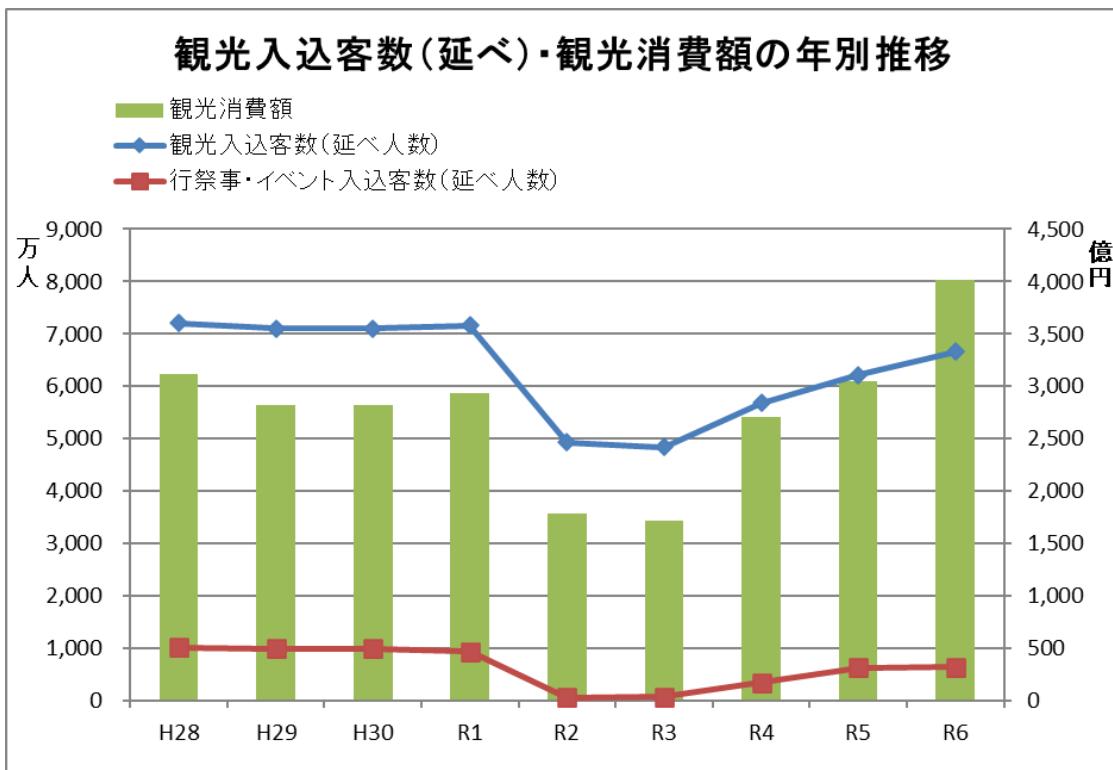
(1) ターゲット層のニーズに合わせた魅力発信	
① じまんの資源の魅力を最大限活用した誘客プロモーションの展開	12
② 時勢を捉えた誘客プロモーションの展開	13
(2) 国内外へのデジタルプロモーションの推進	
① 官民連携によるデジタルマーケティングの推進	14

参考資料

みんなでつくろう観光王国飛驒・美濃条例	15
---------------------	----

1 本県の観光の現状 ~令和6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		R6 [2024]年	参考：R5 [2023]年	参考：R1 [2019]年
観光入込客数 (延べ人数)		6,655万7千人 (対R5年比 + 7.0%) (対R1年比 △ 7.1%)	6,221万9千人	7,162万8千人
行祭事・イベント 入込客数(延べ人数)		642万8千人 (対R5年比 + 3.0%) (対R1年比 △ 31.3%)	623万9千人	935万4千人
観光入込客数 (実人数)		4,469万8千人 (対R5年比 + 2.4%) (対R1年比 △ 6.9%)	4,364万9千人	4,799万5千人
内訳	日帰り客 (83.4%)	3,728万2千人 (対R5年比 △ 1.1%) (対R1年比 △ 10.9%)	3,770万8千人	4,182万人
	宿泊客 (16.6%) 【うち外国人】	741万6千人 (対R5年比 + 24.8%) (対R1年比 + 20.1%) 【165万人】 (対R5年比 + 118.7%) (対R1年比 + 41.4%)	594万人 【75万4千人】	617万5千人 【116万7千人】

区分		R 6 [2024]年	参考：R 5 [2023]年	参考：R 1 [2019]年
観光消費額		4, 012億73百万円 (対R5年比 +31.8%) (対R1年比 +36.8%)	3, 043億55百万円	2, 932億83百万円
内訳	日帰り客	1, 400億90百万円 (対R5年比 △ 2.4%) (対R1年比 △ 4.1%)	1, 434億87百万円	1, 461億33百万円
	宿泊客	2, 611億83百万円 (対R5年比 +62.4%) (対R1年比 +77.5%)	1, 608億67百万円	1, 471億50百万円

※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6年外国人延べ宿泊者数 192.9万人)

○ **観光入込客数（延べ人数）**

- ・6, 655万7千人（対前年比+7.0%）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）**

- ・642万8千人（対前年比+3.0%）で、前年に比べ増加した。

○ **観光入込客数（実人数）**

- ・4, 469万8千人（対前年比+2.4%）と、前年に比べ増加した。

○ **観光消費額**

- ・総額は4, 012億73百万円（対前年比+31.8%）で、うち日帰り客分は1, 400億90百万円（対前年比△2.4%）、宿泊客分は2, 611億83百万円（対前年比+62.4%）であった。

○ **主な傾向**

- ・令和6年は、新型コロナウイルス感染症による外出自粛の影響を受けなくなったことで、観光入込客数（実人数）は前年に比べ増加しており、特に宿泊客数が大きく伸びた。
- ・インバウンドについては、航空便の回復や円安により訪日観光需要が拡大し、前年のみならず令和元年度を大きく上回った。
- ・観光消費額は、入込客数の増加や宿泊料等の上昇に伴い、宿泊客では前年を大きく上回った。
- ・一人当たりの平均消費額については、宿泊客分が大きく伸びた反面、日帰り客分は減少した。

<一人当たり平均消費額>

[R 5年] [R 6年]

日帰り： 3, 805円→ 3, 758円（対前年比△ 1.2%・対R1年比+ 7.6%）

宿泊客： 27, 080円→35, 219円（対前年比+30.1%・対R1年比+47.8%）

(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：R5[2023]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）	477.1	1	479.1	1	668.3
2	河川環境楽園（各務原市）	445.4	2	418.4	2	477.5
3	高山市街地エリア（高山市）	387.1	3	346.8	3	382.7
4	白川郷合掌造り集落（白川村）	200.0	5	163.8	4	203.1
5	伊奈波神社（岐阜市）	179.5	6	139.0	7	147.5
6	湯の華アイランド（可児市）	166.8	4	164.7	5	168.5
7	千代保稻荷神社（海津市）	122.1	8	124.1	6	160.6
8	岐阜公園（岐阜市）	121.9	9	123.0	11	102.2
9	岐阜メモリアルセンター（世界イベント村ぎふ）（岐阜市）	120.7	11	107.9	8	142.1
10	千本松原・国営木曽三川公園（海津市）	116.8	10	119.2	9	136.4

- 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。
- 令和5年に比べ、インバウンドの増加もあり、「白川郷合掌造り集落」が22.1%増、「高山市街地エリア」が11.6%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。
- 「国際陶磁器フェスティバル美濃」（多治見市）や「南飛騨 Art Discovery」（下呂市）のイベント開催市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	行祭事・イベント名	入込 客数	参考：R5[2023]年		参考：R1[2019]年	
			順位	入込客数	順位	入込客数
1	高山祭（高山市）	37.0	4	28.0	2	40.0
2	ぎふ信長まつり（岐阜市）	36.0	1	44.0	5	34.0
2	道三まつり（岐阜市）	36.0	2	41.0	3	38.0
4	郡上おどり（郡上市）	25.7	3	30.1	6	30.8
5	各務原市桜まつり（各務原市）	22.8	5	21.1	7	29.0
6	刃物まつり（関市）	18.0	7	15.0	-	-
7	チューリップ祭（海津市）	17.0	6	18.4	10	20.6
8	大垣まつり（大垣市）	16.0	20	8.0	4	37.0
8	水都まつり（大垣市）	16.0	10	13.0	15	14.0
10	たじみ陶器まつり（春）（多治見市）	15.0	7	15.0	13	16.0
10	土岐美濃焼まつり（土岐市）	15.0	12	12.0	15	14.0

- 前回4位であった「高山祭」（高山市）が県内トップとなった。天候によって入込が大きく変動するため、前年に比べ天候に恵まれたことが要因と考えられる。同様に「大垣まつり」（大垣市）が入込客数を伸ばして上位にランクインした。

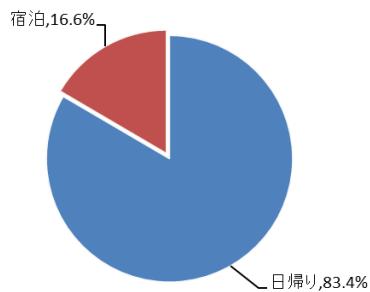
(4) 観光客の内訳

①日帰り・宿泊別観光入込客数の割合

令和6年の観光入込客数（実人数）は4,469万8千人であり、日帰り・宿泊別にみると、日帰り客は3,728万2千人（構成比83.4%）、宿泊客は741万6千人（構成比16.6%）であり、依然として日帰り客が多くを占めた。

（図1）

図1

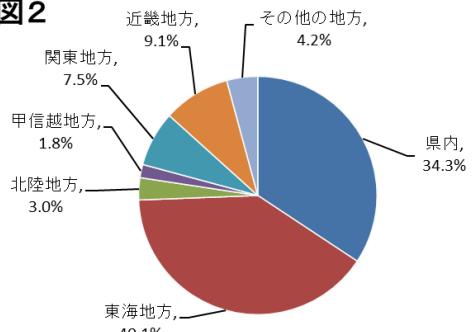


②居住地別観光入込客数の割合

居住地別に見ると、県全体では県内客は1,535万人（構成34.3%）、県外客は2,934万8千人（構成比65.7%）と、県外客が多くを占めた。

県外客のうちおよそ6割が東海地方からであり、以下、近畿地方（9.1%）、関東地方（7.5%）と続いている。（図2）

図2

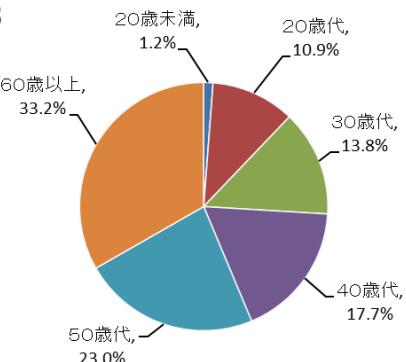


③年齢別・男女別観光入込客数

年齢別では、60歳以上が33.2%と最も多く、続いて50歳代、40歳代、30歳代と続く。

男女別では、男性は2,349万1千人（構成比52.6%）、女性は2,120万7千人（構成比47.4%）と、男性が多い傾向がある。（図3）

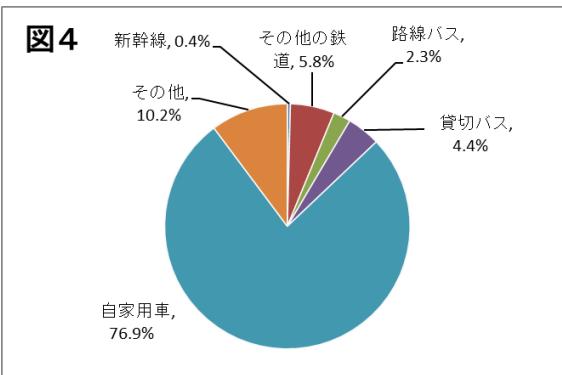
図3



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76.9%を占めている。一方、前年に比べ、路線バス（1.9%→2.3%）、貸切バス（3.9%→4.4%）、その他（9.8%→10.2%）の割合が増っている。（図4）

図4

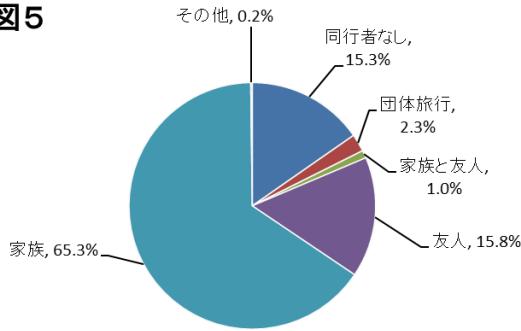


⑤同行者別観光入込客数

同行者別では、「団体旅行」の割合は全体の2.3%にとどまり、「家族」が65.3%と最も多く、次いで「友人」が15.8%と、例年同様、個人旅行が主流となっている。

同行者人数別では、「(本人を含め)2～3人」が最も多く全体の65.2%を占め、続いて「1人(同行者なし)」が15.3%であった。(図5)

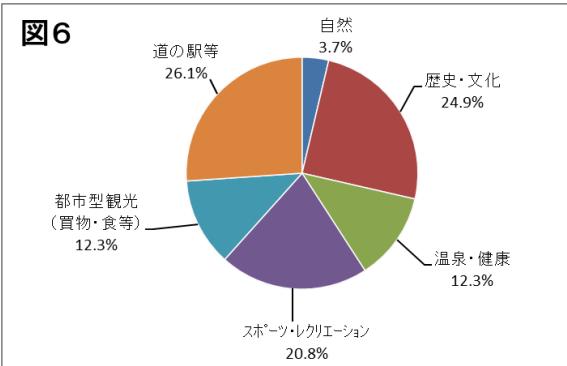
図5



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」(26.1%)、「歴史・文化」(24.9%)、「スポーツ・レクリエーション」(20.8%)の順に多く、以下、「都市型観光(買物・食等)」(12.3%)、「温泉・健康」(12.3%)、「自然」(3.7%)と続いている。(図6)

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192.9万人であり、令和5年に比べ、76%増となった。国籍別に見ると、中国が21.5万人で最多、次いで台湾が18.4万人、香港が12万人と続いている。

(6) 経済波及効果（試算）

令和6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6,080億95百万円、就業誘発効果は63,458人となった。

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（I N S T O）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（I N S T O）」に全国で唯一加入。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～」の支援

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「NEXT GIFU HERITAGE～岐阜未来遺産～」の認定地域が行う魅力向上や受入環境整備を重点的に支援

- ・「NEXT GIFU HERITAGE～岐阜未来遺産～」応援事業〔3件、64,989千円〕

■ 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、P R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を支援

- ・「NEXT GIFU HERITAGE～岐阜未来遺産～」応援事業〔3件、64,989千円〕（再掲）
- ・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、5,248千円〕
- ・その他（観光回廊づくり事業など）〔27件、38,601千円〕

■ インバウンド高付加価値化の推進

訪日外国人個人旅行者向けに高付加価値な着地型体験コンテンツを造成するとともに、海外旅行博等において本県のサステイナブル・ツーリズム等のプロモーションを実施

[造成本数] 40本

[内 容] 着地型体験商品（文化・歴史・伝統・匠の技など）

■ 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

- ・情報共有・意見交換会の定期開催（計8回）
- ・インバウンド観光マーケティング調査
- ・サステイナブル研修会の開催

○持続可能な観光地プロモーション事業

- ・大規模観光展「ツーリズムEXPOジャパン2024（9/26～29、東京ビッグサイト）」でプロモーションを実施
- ・VJTMにおける海外旅行会社との商談
- ・岐阜県教育旅行セミナーへの出展
- ・長良川流域プランディング戦略の策定
- ・インバウンド向けWEBランディングページの作成

■ 「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3回、6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6回、15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

○フラッグシッピイベント「日本ライン・KISOGAWA River to Summit 2024」を開催

[開催日] 令和6年10月26日（土）、27日（日）

[会場] 木曽川中流域一帯（リバーポートパーク美濃加茂、日特スパークテックWKSパーク、日本ラインロマンチック街道行幸公園、犬山城リバーサイド会場）

[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] 約14,000人

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



■ ウェブサイト「ふらっと旅ぎふ」の利便性の向上と情報発信力の強化

○ウェブサイト「ふらっと旅ぎふ」の改修

交通情報の充実やバリアフリースポットの検索機能強化、多言語対応等

○モデルコースの造成・ブラッシュアップ

障がい当事者やバリアフリー調査員、ユニバーサルツーリズムの知見を有する旅行会社から助言を受けながら、モデルコースの造成・ブラッシュアップを実施し、「ふらっと旅ぎふ」で情報発信

・[新規モデルコース] 3コース

・[既存のモデルコースのブラッシュアップ] 10コース

■ 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するとともに、宿泊施設を訪問して講師による個別アドバイスを実施

○セミナー

テーマ：L G B T Qツーリズム基礎セミナー

講 師：(株) アウト・ジャパン 取締役会長 小泉 伸太郎 氏

○個別訪問によるアドバイス

講師が宿泊施設3施設を訪問し、L G B T Qの受入に関するアドバイスを実施

(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心として、関ヶ原古戦場一帯で、「大関ヶ原祭 2024 (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6年9月7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「追憶－関ヶ原外伝 歴史の分水嶺～慶長五年九月十五日～」

○メインイベント

[期 間] 令和6年10月19日(土)・20日(日)

[会 場] 関ヶ原古戦場一帯

[概 要] ・関ヶ原研究大会「基調講演」、「パネルディスカッション」
・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
・海外古戦場スペシャルトーク
・戦国武将観光PR出展

■ 史跡等の整備

関ヶ原町が行う石田三成陣地（笹尾山）の樹木伐採工事など、史跡周辺の環境整備を支援

■ 県内市町との連携強化

戦国・武将観光資源を有する県内22市町で構成する「岐阜戦国・武将観光推進連絡会」による取組を実施

■ 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6年 8月10～12日（大阪市）

○お城EXPO 令和6年12月20～21日（横浜市）

○にっぽん城まつり 令和7年 3月 1～ 2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、PRパネルや映像等を制作

○武将パネル

(竹中半兵衛、森長可・乱丸、織田信長、金森長近、明智光秀、可児才蔵)

○お城タペストリー、ドローン映像

(美濃金山城、苗木城、菩提山城、岐阜城、大垣城、岩村城、大桑城、小島城)

○文化パネル

(関の刃物、美濃和紙、美濃焼)

■ 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等のプロモーションを実施

○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）による相互のブース出展

- ・安土城考古博物館への出展（令和6年9月28日（土））
- ・一乗谷朝倉氏遺跡博物館への出展（令和6年10月5日（土））
- ・安土城考古博物館による岐阜関ヶ原古戦場記念館でのミニ企画展

[期間] 令和6年11月8日～令和7年3月31日

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

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・採用を飛騨地域で実証
[民間プラットフォームによる採用者数] 41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（岐阜県観光連盟主催）

- ・位置情報データ活用研修：2回実施
- ・情報発信研修：3回実施
- ・高付加価値サービス提供研修：1回実施

(2) デジタル技術等の活用による生産性向上の取組支援

宿泊事業者の差別化・高付加価値化の取組を促進するため、セミナーや個別相談会を開催した。

■ 「稼ぐ力」向上セミナーの開催

宿泊事業者を対象に、専門家を招へいし、県内各地においてマーケティングを活用した「稼ぐ力」向上セミナーを開催

- [セミナー実施回数] 8回 [延べ参加者数] 188人
- [個別相談会参加事業者数] 12事業者

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50日（首都圏7日、関西圏6日、中京圏37日）

■ PRツールの配付

エリアWalker特別編集版として、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）：5万1千部
- ・秋号（9月発行）：8万6千部
- ・冬号（12月発行）：4万6千部
- ・春号（3月発行）：4万9千部

■ 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（2件）、台湾、タイ、インドネシア、マレーシア

○海外旅行博等への出展

[実施件数] 12件

[対象国] アメリカ、フランス、スペイン、オーストラリア、香港、台湾（2件）、タイ（2件）、シンガポール、マレーシア、インドネシア

○現地旅行会社・メディアの招請

[実施件数] 8件

[対象国] アメリカ、イギリス、オーストラリア、欧州（ドイツ、スイス）、台湾、韓国、中国

■ インバウンド高付加価値化の推進（再掲）

訪日外国人個人旅行者向けに高付加価値な着地型体験コンテンツを造成するとともに、海外旅行博等において本県のサステイナブル・ツーリズム等のプロモーションを実施

[造成本数] 40本

[内容] 着地型体験商品（文化・歴史・伝統・匠の技など）

① 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。

■ 「ぎふ旅コイン付ドライブプラン」の造成・販売

NEXCO中日本と連携し、県内を含む周遊エリアの高速道路周遊パスと電子観光クーポン「ぎふ旅コイン」をセットにしたドライブプランを造成・販売

[利用件数] 2,597件

■ 富山県と連携した広域観光の推進

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] 1,314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、パンフレット作成やウェブを活用したプロモーションを実施

■ 航空会社・空港と連携した誘客促進

航空会社と連携して、イギリス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・増便を図った。

○航空会社（フィンエアー）と連携したイギリスメディア招請

■ 全国知事会による海外プロモーション

初開催の全国知事会による海外プロモーション（フランス）に参加し、岐阜県ベースにて観光・食・モノをPRし、本県への更なる誘客を促進

○観光プロモーション

・日 時：令和6年10月22日（月）

・場 所：在仏日本大使公邸

・参加者：下川大使、3県知事（宮城・岐阜・三重）、全国知事会、6県担当者等、現地旅行会社、メディア等 約100名

■ 大阪観光局と連携した誘客促進

大阪観光局と連携して、アジアで初めて大阪で開催された「I G L T A世界総会大阪大会」に参加し、商談会やレセプション等において岐阜県のPRを行ったほか、総会に参加したL G B T Q旅行者やメディアをエクスカーションとして岐阜県へ招請した。

○ I G L T A世界総会 2 0 2 4 大阪大会

- ・商談会、オープニングレセプション、総会、エクスカーション等

(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（岐阜県観光連盟主催）

- ・位置情報データ活用研修：2回実施
- ・情報発信研修：3回実施
- ・高付加価値サービス提供研修：1回実施

■ 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126万PV

■ 電子観光クーポン「ぎふ旅コイン」の活用

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3億円

[アプリ登録件数] 約88万件（R 7. 3月時点）

[登録店舗数] 約1,900件（R 7. 3月時点）

<参考資料>

みんなでつくろう観光王国飛騨・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騨・^{ひだ}みのうるさと条例

私たちは、古くから「飛騨の国、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、飛騨・美濃は、日本の東西南北の交流の中心として、^{ひまん}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、飛騨・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騨・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。

飛騨・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、飛騨・美濃のじまんを知ってもらい、見つけだし、創りだす飛騨・美濃じまん運動を進めます。そして、飛騨・美濃を、誇りの持てるふるさとへと発展させていくため、観光王国飛騨・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、飛騨・美濃のじまんを知ってもらい、見つけだし、創りだす飛騨・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、もって飛騨・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、ふるさとのじまん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んを見つけだすため、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、ふるさとのじまんを素敵なものに育てるとともに、新しいふるさとのじまんを創りだします。
- 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）

第十一條 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）

第十二條 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）

第十三條 私たちは、観光施設の案内や表示が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。

令和7年度版 飛騨・美濃じまん白書

～令和6年度 飛騨・美濃じまん運動の進捗について～

岐阜県 観光文化スポーツ部

令和8年1月