

予 算 要 求 資 料

令和7年度3月補正予算

支出科目 款：商工費 項：観光費 目：観光開発費

事業名 観光DX推進事業費補助金 (R8分)

(この事業に対するご質問・ご意見はこちらにお寄せください)

観光文化スポーツ部 観光誘客推進課 国内誘客係 電話番号：058-272-1111(内3959)

E-mail：c11336@pref.gifu.lg.jp

1 事業費 3,670 千円 (現計予算額：0 千円)

<財源内訳>

| 区 分 | 事業費 | 財 源 内 訳 | | | | | | | |
|------------|-------|------------|------------|------------|------------|-----|-----|-----|------------|
| | | 国 庫 支出金 | 分担金 負担金 | 使用料 手数料 | 財 産 収 入 | 寄附金 | その他 | 県 債 | 一 般 財 源 |
| 現 計 予算額 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 補 正 要求額 | 3,670 | 1,835 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1,835 |
| 決定額 | | | | | | | | | |

2 要 求 内 容

(1) 要求の趣旨 (現状と課題)

岐阜県観光連盟は、令和2年度に地域連携DMO(現都道府県DMO)として登録されて以降、DMOに求められる「観光地域マーケティング・マネジメント」機能を強化するため、さまざまなデータを収集しており、それらを総合的に分析し、政策立案、事業実施に活用することで、岐阜県の観光マーケティング機能の強化に努めている。

位置情報データについては、令和5年度にリクルート社が提供する「おでかけウォッチャー」を導入し、来訪者分析や日帰り客やイベントの動態等の分析に活用している。当該システムについては、県内の希望する地域DMO等が閲覧できる環境を整備している。

(2) 事業内容

「おでかけウォッチャー」により、位置情報データを収集・分析。

宿泊、消費、WEB等データと合わせて総合的に分析することで、精度の高い観光マーケティングを実現。また、地域DMO等の支援として、県(観光連盟)が基幹契約を締結することによって、参画を希望する地域DMO等へ安価で利用できるようにしている。(参画団体は応分の負担あり)。

参画していない地域DMOや観光事業者等へは、観光連盟が発行しているレポートで分析結果を還元し、それぞれが実施する誘客事業等へ活用してもらう。

※ 実施主体：(一社)岐阜県観光連盟

(3) 県負担・補助率の考え方

岐阜県全域にまたがる国内誘客の推進は県の事業であり、県負担は妥当。
補助率：10/10

(4) 類似事業の有無

無

3 事業費の積算 内訳

| 事業内容 | 金額 | 事業内容の詳細 |
|------|-------|----------------------|
| 補助金 | 3,670 | 位置情報データによる観光動態の収集と分析 |
| 合計 | 3,670 | |

決定額の考え方

4 参考事項

(1) 各種計画での位置づけ

岐阜県長期構想

Ⅱ ふるさと岐阜県の資源を活かした活力づくり

3 地域の魅力を高め、観光交流を拡大し、消費を増やす
(人を呼び込み、地域の消費を拡大するために)

岐阜県観光振興プラン

(2) 国・他県の状況

位置情報データ分析（おでかけウォッチャー）：愛知県、東京都、京都府、奈良県、広島県、高知県、長崎県、沖縄県等が実施。

(3) 後年度の財政負担

データ収集・分析は継続的に実施することが必要である。客観的なデータをもとに毎年度毎に事業評価を行い、効果的な事業実施に努めている。

県単独補助金事業評価調書

| |
|--|
| <input type="checkbox"/> 新規要求事業 |
| <input checked="" type="checkbox"/> 継続要求事業 |

(事業内容)

| | |
|-----------|---|
| 補助事業名 | 観光DX推進事業費補助金 |
| 補助事業者（団体） | （一社）岐阜県観光連盟 （理由） 地域連携DMO（現都道府県DMO）として登録（R2年1月） |
| 補助事業の概要 | （目的） 観光連盟が、都道府県DMOとして実施する、宿泊施設等と連携した宿泊データや位置情報データ等の収集・分析及びデータに基づく誘客事業等を支援。 （内容） 「位置情報データ」を活用した観光マーケティング。 |
| 補助率・補助単価等 | 定率 （内容） 10/10（事業費、事務費） （理由） 県の国内誘客事業と連携する事業 |
| 補助効果 | 客観的なデータに基づく効果的なマーケティングが可能 |
| 終期の設定 | 終期：令和9年度 （理由） DMOとして継続的なデータ収集・分析は必要。また、令和8年1月にDMOの登録を更新する必要がある。 |

(事業目標)

| |
|---|
| <p>・終期までに何をどのような状態にしたいのか</p> <p>都道府県DMOとして、宿泊データ、WEBアクセスデータ、消費データ、位置情報データを収集し、総合的に分析することにより観光マーケティングを推進する。また、県や市町村へ分析結果を共有することにより、それぞれが実施する事業に活用してもらい効果的な誘客を図る。</p> |
|---|

(目標の達成度を示す指標と実績)

| 指標名 | 事業開始前 (R) | R5年度 実績 | R6年度 目標 | R7年度 目標 | 終期目標 (R9) | 達成率 |
|-----------------|--------------|------------|------------|------------|--------------|-------|
| | | | | | | |
| ①観光消費額 | / | 3,044億円 | 3,100億円 | 3,300億円 | 3,600億円 | 84.6% |
| ②観光入込客数 (実数) | / | 4,365万人 | 4,800万人 | 4,900万人 | 5,300万人 | 82.4% |

| | | | |
|--------------------|------|------|-------|
| 補助金交付実績 (単位：千円) | R3年度 | R4年度 | R5年度 |
| | / | / | 6,270 |

(これまでの取組内容と成果)

| | |
|-------|--|
| 令和3年度 | <ul style="list-style-type: none"> 取組内容と成果を記載してください。 |
| | 指標① 目標：___ 実績：___ 達成率：___ % |
| 令和4年度 | |
| | 指標① 目標：___ 実績：___ 達成率：___ % |
| 令和5年度 | <ul style="list-style-type: none"> 「おでかけウォッチャー」を利用し、最大2,000スポットの人流データから、観光客の動向分析を実施。 「おでかけウォッチャー」から得られた位置情報ビッグデータを基にしたWeb広告を配信し観光誘客を促進。 (配信媒体：Facebook、Instagram、Google) |
| | 指標① 目標：2,900億円 実績：3,044億円 達成率：105.0 % |

(事業の評価)

| | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> 事業の必要性(社会情勢等を踏まえ、前年度などに比べ判断) 3：増加している 2：横ばい 1：減少している 0：ほとんどない | |
| (評価) 3 | 都道府県DMOとして客観的なデータに基づき、観光客の動きを可視化し、データに基づいた事業を実施することが求められる。地域DMO等へ、安価で提供することで活動を支援している。 |
| <ul style="list-style-type: none"> 事業の有効性(指標等の状況から見て事業の成果はあがっているか) 3：期待以上の成果あり(単年度目標100%達成かつ他に特筆できる要素あり) 2：期待どおりの成果あり(単年度目標100%達成) 1：期待どおりの成果が得られていない(単年度目標50~100%) 0：ほとんど成果が得られていない(単年度目標50%未満) | |
| (評価) 3 | データに基づいた効果的な政策立案、誘客事業を実施し、結果の検証を行っている。また、令和6年度は県内17の団体が利用(参画)しており、評価も高い。 |
| <ul style="list-style-type: none"> 事業の効率性(事業の実施方法の効率化は図られているか) 2：上がっている 1：横ばい 0：下がっている | |
| (評価) 2 | 地域DMO等でも活用できる仕組みとしており、また、令和6年度からは利用する団体に応分の負担金を求めることとしている。 |

(今後の課題)

| |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"> 事業が直面する課題や改善が必要な事項 <p>県内の観光マーケティング機能の強化のためには、地域DMOを含めて、マーケティング人材の育成が課題である。</p> |
|--|

(次年度の方向性)

| |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"> 継続すべき事業か。県民ニーズ、事業の評価、今後の課題を踏まえて、今後どのように取り組むのか <p>都道府県DMOとして、客観的なデータ分析に基づくマーケティングは、継続的に実施する必要がある。また、地域DMO等の支援を継続的に実施していく。</p> |
|--|