

予 算 要 求 資 料

令和8年度当初予算

支出科目 款：商工費 項：観光費 目：観光開発費

事業名 個人旅行客誘致推進事業費補助金

(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 海外誘客係 電話番号：058-272-1111(内3955)

E-mail：c11336@pref.gifu.lg.jp

1 事業費 4,000 千円 (前年度予算額： 4,000 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
前年度	4,000	0	0	0	0	0	0	0	4,000
要求額	4,000	0	0	0	0	0	0	0	4,000
決定額									

2 要 求 内 容

(1) 要求の趣旨(現状と課題)

県内最大の民間観光団体であり、日本版DMO(観光地域づくり法人)(R2.1.14登録)である一般社団法人岐阜県観光連盟では、外国人観光客の増加や昇龍道プロジェクトに対応し、アジアを中心としたセールスコールや他県と連携した訪日プロモーションを展開してきた。また、広域連携DMO組織である(一社)中央日本総合観光機構と連携のうえ、広域的なPRを行う必要がある。

令和8年度は、インバウンドの持続的な成長に向けて、国をあげて観光誘客を推進している。

このため、同連盟が実施する台湾など中華圏や東南アジアからの海外誘客促進事業等に対し支援を行い、本県を訪問する外国人観光客の回復につなげる。

(2) 事業内容

DMO等海外誘客広域連携推進事業(セールスコール及び現地セミナー実施、海外メディア等広域連携招請等)

(3) 県負担・補助率の考え方

海外誘客広域連携推進事業 補助率10/10

(4) 類似事業の有無

無し

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	4,000	DMO等海外誘客広域連携推進事業
合計	4,000	

決定額の考え方

4 参 考 事 項

(1) 各種計画での位置づけ

- ・「清流の国ぎふ」創生総合戦略
 - 3 地域にあふれる魅力と活力づくり
 - (2) 次世代を見据えた産業の振興
 - ④世界に選ばれる持続可能な観光地づくり
- ・岐阜県経済・雇用再生戦略
 - 6 世界に選ばれる持続可能な観光地域プロジェクト
 - <観光消費拡大に向けた誘客プロモーションの展開>
 - (5) ターゲット層のニーズに合わせた魅力発信

(2) 国・他県の状況

- ・他都道府県においても同様の事業を実施しており、県が事業予算を負担

(3) 後年度の財政負担

- ・次年度以降も継続して実施する。

(4) 事業主体及びその妥当性

- ・外国人観光客の誘致については、長期計画でも位置づけた県の役割であり、事業費を負担する。

県単独補助金事業評価調書

☐ 新規要求事業

☒ 継続要求事業

(事業内容)

補助事業名	岐阜県観光連盟補助金
補助事業者（団体）	（一社）岐阜県観光連盟 （理由）同事業は民間を中心とした誘客活動であり、県内最大の民間観光団体であり、日本版DMO（観光地域づくり法人）である同連盟が実施するのが効果的であるため
補助事業の概要	（目的）県内最大の民間観光団体であり、日本版DMOである（一社）岐阜県観光連盟が実施する民間を中心とした広域的な誘客活動及びアジアからの個人旅行者誘致事業等に対し支援を行い、本県を訪問する外国人観光客の増加につなげる。 （内容）海外誘客促進事業（観光連盟単独セールス事業、インバウンド商談会事業、高付加価値旅行商品の造成・販売促進事業等）
補助率・補助単価等	定率 （内容）海外誘客促進事業 補助率10/10 （理由）他都道府県においても同様の事業を実施しており、県が事業予算を負担
補助効果	岐阜県の観光消費額の更なる増大
終期の設定	終期 令和9年度 （理由）「清流の国ぎふ」創生総合戦略の目標値を達成するため設定

(事業目標)

・終期までに何をどのような状態にしたいのか

県内外国人延べ宿泊者数の6割以上を占めるアジア市場において、個人旅行者に向けて、広域連携DMO等と連携し、民間と一体となったPRを実現することにより、本県を訪問する外国人観光客の増加につなげる。

(目標の達成度を示す指標と実績)

指標名	事業開始前 (R)	R6年 実績	R7年 目標	R8年 目標	終期目標 (R9)	達成率
①外国人延べ宿泊者数		193万人	170万人	190万人	200万人	96.5%

補助金交付実績 (単位：千円)	R4年度	R5年度	R6年度
	2,858	3,870	3,368

(これまでの取組内容と成果)

令和4年度	観光連盟会員等（民間事業者等）を対象としたベトナム・現地旅行会社等とのオンラインセミナー・商談会、タイ有力メディアへの記事広告掲載
	指標① 目標：13万人 実績：12万人 達成率：92.3 %
令和5年度	観光連盟会員等（民間事業者等）を対象とした台湾セールスコールやインバウンド商談会の実施等
	指標① 目標：70万人 実績：109万人 達成率：155.7%
令和6年度	観光連盟会員等（民間事業者等）を対象とした台湾セールスコールやインバウンド商談会の実施等
	指標① 目標：120万人 実績：193万人 達成率：160.8%

(事業の評価)

・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	インバウンドが回復する中、より具体的な観光商品の造成・販売に特化した事業を実施しており、県が行う魅力の発信と連動することにより需要の喚起、観光入込客数の増、観光消費額の増加が期待できるため、事業の必要性は高い。
・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	ターゲット市場における外国人延べ宿泊者数は順調に回復しており、着実に成果があがっている。
・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	旅行会社や会員観光関連企業から職員の派遣を受け、旅行商品を造成・販売する体制を整え、県と連携、役割分担をして活動している。

(今後の課題)

・事業が直面する課題や改善が必要な事項 インバウンドの持続的な成長に向け、効果的な事業を行う必要がある。
--

(次年度の方向性)

・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 県との役割分担の下、観光商品の造成、販売に特化した事業等を行っており、観光消費額を増やすためには不可欠である。今後も県内事業者のニーズも高い台湾を中心に、アジアの個人旅行客をターゲットとして、魅力ある旅行商品の造成による潜在顧客の掘り起こしを進める。また、県の施策と連動しつつ、広域連携DMOと連携して民間を巻き込んだうえ、周遊型観光地づくりの提案、二次交通の確保、ツアー造成を実施していく。
