

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 インバウンド高付加価値化推進事業費

(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 41,290 千円 (前年度予算額： 60,009 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	60,009	15,841	0	53	0	0	0	0	44,115
要求額	41,290	0	0	25	0	0	0	0	41,265
決定額	41,290	0	0	25	0	0	0	0	41,265

2 要 求 内 容

(1) 要求の趣旨(現状と課題)

観光消費額の拡大が課題となっているため、県内の観光資源を活用した付加価値の高い旅行商品の造成やプロモーションを行うとともに、付加価値の高い体験を求める旅行者に集中的にアプローチすること等により、県内観光事業の高付加価値化を行う必要がある。

世界遺産・グリーンディステーションTOP100やシルバーアワード・ベストツーリズムビルレッジなど世界基準の県内観光資源の海外旅行博・商談会でのPR、OTA等と連携した高付加価値旅行商品の造成やPR、欧米豪やアジアの高付加価値旅行者層とのネットワーク構築等により、インバウンドの高付加価値化を図る。

(2) 事業内容

■高付加価値の着地型体験コンテンツ商品造成・販売促進【10,000千円】

外国人観光客の個人旅行化に対応し、サステナブルなコンテンツを体験できる「高付加価値着地型ツアー」のプロモーションや旅行検索サイト及びOTAと連携した販売促進プロモーションを実施。

■旅行博等出展によるテーマ型誘客プロモーション事業【21,150千円】

海外旅行博や商談会等に出展し、市場・顧客ニーズに即したテーマによる岐阜県観光のPRを実施。(対象：台湾、東南アジア、欧米など)

■高付加価値旅行者誘客プロモーション【10,140千円】

高付加価値旅行者向け商談会への出展等の取組により、旅行会社等とのネットワークを構築。

(3) 県負担・補助率の考え方

外国人観光客の誘致による観光産業の振興、県経済の活性化は県が率先して実施すべきものであり、県負担は妥当。

(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
報償費	190	プロポーザル評価会議
旅費	5,632	県内アテンド、海外出張旅費等
需用費	2,764	県産品等
役務費	1,250	モバイル端末通信費等
委託料	31,156	旅行商品造成・販売支援、招聘、情報発信等委託費
負担金	298	V J T M、商談会参加費等
合計	41,290	

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

- ・国、他都道府県においても同様の事業を実施しており、国、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、創生総合戦略でも位置づけた県の役割であり、事業費を負担する。

事業評価調査書（県単独補助金除く）

新規要求事業

継続要求事業

1 事業の目標と成果

（事業目標）

・何をいつまでにどのような状態にしたいのか

従来から岐阜県への来訪が多いアジア、欧米豪市場をターゲットに、集中的な旅行商品造成や現地における情報発信等を実施することにより、本県を訪問する外国人観光客のさらなる増加を目指す。

（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%

○指標を設定することができない場合の理由

（これまでの取組内容と成果）

令和4年度	
令和5年度	
	指標① 目標： 実績： 達成率：
令和6年度	アジア・欧米等の旅行博等への出展、全国知事会フランス観光プロモーション等を実施した結果、外国人延べ宿泊者数はコロナ前の令和元年（166万人）に比べて116%まで回復。 また、高付加価値着地型体験コンテンツ造成事業において約40本を造成。
	指標① 目標：120万人 実績：193万人 達成率：160.8%

2 事業の評価と課題

(事業の評価)

<p>・ 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) <small>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</small></p>	
(評価) 3	インバウンド推進は国および地域における経済成長・外貨獲得の重要な柱であり、地域間の競争も激化しているため、事業の必要性が増加している。
<p>・ 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) <small>3 : 期待以上の成果あり 2 : 期待どおりの成果あり 1 : 期待どおりの成果が得られていない 0 : ほとんど成果が得られていない</small></p>	
(評価) 3	ターゲット市場におけるインバウンド数は順調に回復している。
<p>・ 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) <small>2 : 上がっている 1 : 横ばい 0 : 下がっている</small></p>	
(評価) 2	旅行博出展事業に係る準備・調整業務等において、効率化を図っている。

(今後の課題)

<p>・ 事業が直面する課題や改善が必要な事項 本県の認知度向上及び外国人観光客の増加を図るには、一過性ではなく、継続的かつ地道な取り組みが必要である。</p>
--

(次年度の方向性)

<p>・ 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 インバウンドの推進については、県内宿泊施設をはじめ観光事業者からの要望も多く、県が海外誘客に積極的に取り組むことが重要であるので、県内事業者との連携・協力により、継続して事業を実施する。</p>
--

(他事業と組み合わせて実施する場合の事業効果)

組み合わせ予定のイベント 又は事業名及び所管課	【〇〇課】
組み合わせる理由 や期待する効果 など	