観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：令和７年７月３１日

１．観光地域づくり法人の組織

申請区分 ※該当するものを〇で囲むこと	広域連携ＤＭＯ・地域連携ＤＭＯ・地域ＤＭＯ	
観光地域づくり法人の名称	（特非）ORGAN	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	区域を構成する地方公共団体名 岐阜市、関市、美濃市、郡上市	
所在地	岐阜県岐阜市	
設立時期	平成２３年２月１７日	
事業年度	４月１日から翌年３月 31 日までの１年間	
職員数	１０人【常勤８人（正職員８人）、非常勤２人】	
代表者（トップ人材：法人の取組について対外的に最終的に責任を負う者） ※必ず記入すること	（氏名） 蒲　勇介「専従」 特定非営利活動法人 ORGAN	平成 15 年より 13 年間岐阜市及び長良川流域の観光まちづくり事業に従事。官民協働のコーディネーションやワークショップ等場づくりの専門家として活動している。NPO 法人 ORGAN 理事長。長良川温泉泊覧会（通称長良川おんぱく）プロデューサー。
データ分析に基づいたマーケティングに関する責任者（ＣＭＯ：チーフ・マーケティング・オフィサー ※必ず記入すること	（氏名） 淺野　草平「専従」 特定非営利活動法人 ORGAN	出版・広告業界で編集並びに広告営業・プロモーション・マーケティングに従事。現在は DMO、DMC 部門のマネージャーとして着地型体験商品の造成や運営マネジメントを行う。ウェブサイト「長良川 STORY」編集、ライター。国内旅行業務取扱管理者。
財務責任者（ＣＦＯ：チーフ・フィナンシャル・オフィサー） ※必ず記入すること	（氏名） 籠原　潤一「理事」 （出身組織名） （株）十六銀行	2004 年に（株）十六銀行へ入行。中小企業向けの融資相談、経営相談に従事する傍ら、NPO 法人 ORGAN の立ち上げに参画。理事として経営やファンドレイジングに携わる。当法人での取り組みを著したレポート「長良川流域の手しごとが抱える課題と解決への取組-長良川てしごと町家 CASA を通して-」は第 22 回中小企業組織活動懸賞レポート本賞を受賞。
小売部門の責任者	（氏名） 河口　郁美「専従」	沖縄県立芸術大学卒業後、（株）中川政七商店に勤務。伝統工芸品のバイイング・店舗マネジメントに従事する。平成 28 年より「長良川デパート

様式１

※各部門責任者のうち専従の者については、氏名の右横に「専従」と記入すること	（出身組織名） （株）中川政七商店	湊町店」店長。「長良川てしごと町家 CASA」では店舗責任者を務める。店舗プロデュースや商品開発を通して長良川流域ブランドの確立に向けた取り組みを行うとともに、令和元年度は「岐阜和傘協会」設立と後継者育成事業に携わる。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	岐阜県 ・観光文化スポーツ部観光文化スポーツ政策課（観光事業に関する連携） ・観光文化スポーツ部観光資源活用課（観光事業に関する連携） ・観光文化スポーツ部観光誘客推進課（観光事業に関する連携） ・農政部里川・水産振興課（観光事業に関する連携） ・商工労働部地域産業課（地場産業振興に関する連携） 岐阜市 ・魅力づくり推進部観光コンベンション課（観光事業に関する連携） ・まちづくり推進部まちづくり景観課（空き家活用・まちづくりに関する連携） ・教育委員会（生涯学習・まちづくり・歴史まちあるきに関する連携） 関市 ・産業経済部観光課（観光事業に関する連携） 美濃市 ・産業振興部美濃和紙推進課（観光事業に関する連携） 郡上市 ・商工観光部観光課（観光事業に関する連携）	
連携する事業者名及び役割	【観光関連団体】 ・（一社）岐阜県観光連盟（観光事業に関する連携） ・（公財）岐阜観光コンベンション協会（観光事業に関する連携） ・（一社）関市観光協会（観光事業に関する連携） ・美濃市観光協会（観光事業に関する連携） ・（一社）郡上市観光連盟（観光事業に関する連携） 【観光事業者】 ・長良川温泉旅館組合（商品開発、マーケティング調査） ・岐阜ホテル会（商品開発、マーケティング調査） ・宿泊事業者（商品開発、マーケティング調査） ・土産物店や道の駅（商品開発、マーケティング調査、共同 PR） ・交通事業者（商品開発） 【地元金融機関】 ・株式会社十六銀行（創業支援・空き家活用・新商品や名物などの開発支援） ・株式会社十六総合研究所（マーケティングに関する連携） ・カンダまちおこし株式会社（マーケティングに関する連携） ・岐阜信用金庫（創業支援・空き家活用・新商品や名物などの開発支援） ・関信用金庫（創業支援・空き家活用・新商品や名物などの開発支援） ・八幡信用金庫（創業支援・空き家活用・新商品や名物などの開発支援） 【教育機関】 ・岐阜大学（マーケティング調査・講義・インターン受入れ・事業連携） 【まちづくり団体】 ・柳ケ瀬を楽しいまちにする株式会社（コンテンツ造成に関する連携） ・岐阜まち家守（不動産リース、エリア開発事業に関する連携）	
官民･産業間･地域間との持続可能な	【該当する登録要件】② 当ＤＭＯが事務局となり定期的に情報共有会や意見交換会を開催し、観光関連団体・金融機関・観光事業者との観光情報の共有ができる体制を構築。個別の	

様式１

連携を図るための合意形成の仕組み	事業において多様な関係者が参画する官民協同の推進組織（長良川流域観光推進協議会）や観光事業者と連携しながら、流域観光の振興及び課題解決に努める。
地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進の取組	１．長良川温泉泊覧会の企画運営 平成 23 年より「長良川温泉泊覧会」（通称「長良川おんぱく」）を企画・運営。長良川流域に存する多様な主体と連携しながら、地域資源の発掘及びブラッシュアップ、活用に関する啓もう活動を行っている。これまで約 1400 の体験プログラムを造成してきた。 ２．ファシリテーター型人材育成（教育／地域づくり／観光）業務の実施 （１）長良川みちくさゼミ（平成 22 年度～／岐阜市教育委員会） 岐阜市内在住者を対象に開講している実践型ゼミ。町歩きやワークショップを通してファシリテーションのスキルを実践的に学び、参加者が主体的に町づくりに参与していくきっかけづくりを行っている。 （２）岐阜まちづくりコーディネーター養成講座「つなぐ人カレッジ」講師 （平成 24 年度～/（一財)岐阜市にぎわいまち公社、岐阜市） 岐阜市及び長良川流域在住者を対象に実施している、「まちづくりコーディネーター」の育成講座。 （３）「長良川システムサポーター」育成事業（令和元年～現在） 地域連携の観光推進の前提となった「世界農業遺産清流長良川の鮎」の背景にある「長良川システム」を学び語ることができる人材の育成を岐阜県と連携し育成。ツアーガイドや講師として派遣している。 ３．観光ビジョンづくりワークショップ業務の受託・運営 平成 30 年度　美濃市「未来のカタチ」創造事業（美濃市総務部総合政策課） 地域住民を対象に、持続可能な観光地域づくりに向けたワークショップ等を開催し、当該市における住民の意識啓発・参画促進を図った。 ４．その他 （１）岐阜県ふるさと教育（岐阜県教育委員会）のアドバイザリー業務 ・令和元年-令和 6 年度地域産業の担い手育成総合戦略事業 （岐阜城北高校／長良高校／本巣松陽高校／大垣特別支援学校／根尾学園／大垣桜高等学校） ・令和 6 年～現在　藍川北学園「わかあゆ学」講座設計及び講師 （２）インターンの受入れ 岐阜大学地域協学センターと観光地域づくりに関する連携協定を締結し、毎年 3 名程度のインターンを受入れている。 【受入れ実績】 令和 4 年度：1 名　　令和 5 年度：2 名　令和 6 年度：2 名 （３）講演などを通した啓発活動 定期的に観光まちづくりに関する市民への啓発活動を DMO として行っている。 【実績例】 ・連続講座「みんなの図書館おとな夜学」（岐阜市教育委員会、平成 27 年～現在） ・「世界自然遺産を通じての地域との連携」（岐阜大学、令和 5 年） ・「ビジネスに直結させる産業観光」（名古屋商工会議所、令和 5 年）

<table>
<tr><td></td><td>・「持続可能な文化の継承と岐阜のまちづくりを考えよう」（カンダまちおこし、令和７年）
他多数</td></tr>
<tr><td>法人のこれまでの活動実績</td><td>【活動の概要】
<table>
<tr><th>事業</th><th>実施概要</th></tr>
<tr><td>情報発信・プロモーション</td><td>●流域情報を発信するウェブサイトの運営
・「長良川 STORY」（http://nagaragawastory.jp/）の運営

●流域情報を発信する観光ガイドブックの制作
・長良川流域周遊ガイドブック「長良川 STORY」の制作

●プロモーション動画の制作
・「LIVING WITH NAGARAGAWA」プロモーション動画の制作・公開

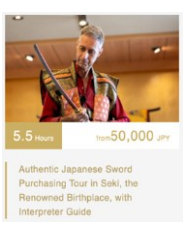
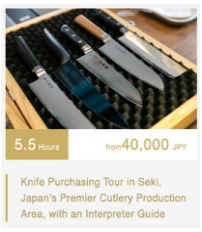
●「長良川 STORY」のブランド認知向上事業
・SNS を活用した双方向的なビジュアルアイデンティティ構築と「長良川 STORY」のブランド認知のためのフォトコンテストを令和 2 年度長良川流域観光推進協議会の事業として実施

・令和３年度長良川流域魅力発信事業
a. ニューノーマルに対応した体験冊子の作成
b. 県内都市公園を巡回するキャラバンイベントの開催
（3 ヶ所　計 10 日間）

・令和 4 年度「長良川流域サステイナブル・ツーリズム」特設ページの作成

・「長良川 STORY」ブランド認知向上のため、令和 2 年度より「長良川流域観光推進協議会」として観光展や商談会へ出展</td></tr>
<tr><td>受入環境の整備</td><td>●令和 3-4 年度世界に誇る DMO 形成促進事業
実施内容：
日本人ガイド組織との連携体制の確立
通訳ガイド組織の運営
ガイド付きツアー／コンテンツの企画
ガイド派遣窓口の明確化

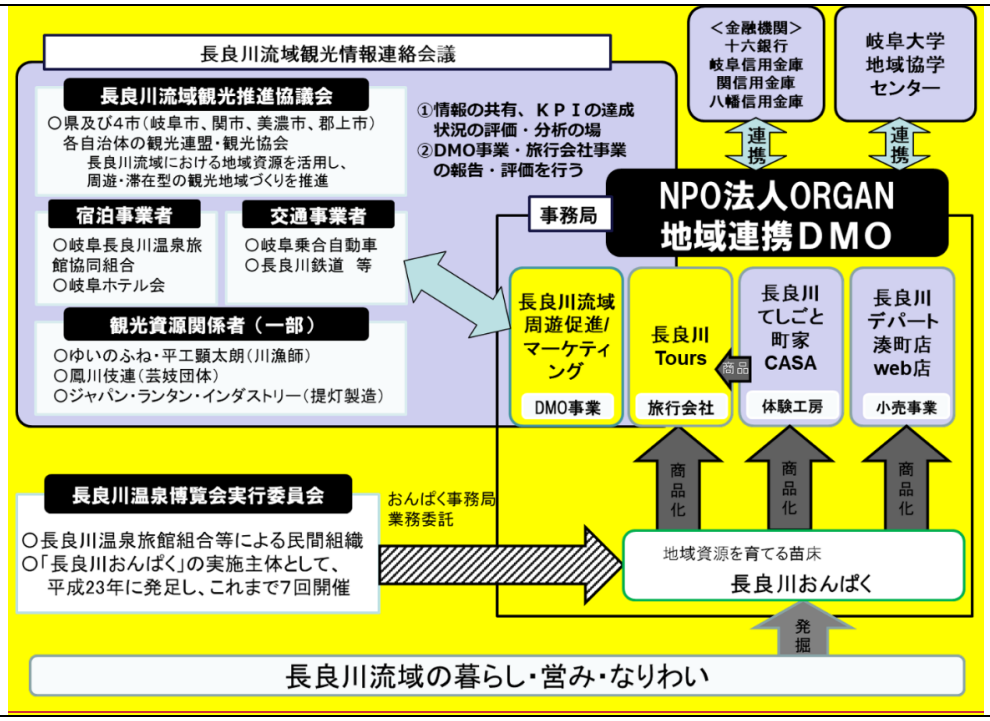
●令和 3-4 年度「地域一体となった観光地の再生・観光サービスの高付加価値化事業」
長良川温泉エリアを中心とした、物件の高付加価値及びエリア開発事業</td></tr>
</table></td></tr>
</table>

		●令和５年　ウェブチケット「NAGARAGAWA EX TICKET」の造成と活用を契機とした周遊ルート創出及び域内経済循環促進事業 流域４市で共通利用可能なウェブチケットアプリ「長良川体験チケット」の造成・販売 ●令和 5-7 年度　DMO 体制整備事業 専門人材による長良川温泉への FIT 宿泊誘客体制の構築、モニターツアーの開催、オペレーション受け入れ体制の整備
	観光資源の磨き上げ	●令和元年度最先端観光コンテンツインキュベーター事業 実施内容：「長良川鵜飼桟敷」の実証実験 ●令和２年度ナイトタイムエコノミー推進にかかるコンテンツ造成事業 実施内容：３つのコンセプトに基づく周遊型コンテンツの造成 ●令和３年度　外国人観光客広域周遊促進事業 「流域周遊コンテンツとしての「鵜飼漁」再定義と新たな旅客導線創出事業」 ●令和４年度　看板商品創出事業 看板土産商品「川のテロワール」開発を契機とした「長良川流域サスティナブルツーリズム」ブランド創出事業 実施内容：流域の魚食・発酵食文化のリブランド及びツアー商品化 ●令和 5-6 年度訪日外国人周遊促進事業 長良川『匠』の旅～持続可能な川の恵みを巡る～   ●令和 6 年観光新発見事業 金華山・長良川温泉を中心としたライトなアウトドアアクティビティの造成

【定量的な評価】

	●主な指標 DMC 経由の宿泊誘客数＝150 組 278 泊（令和 6 年 12 月～令和 7 年 7 月現在） 体験コンテンツ造成数＝17 コンテンツ （うち多言語対応可能 13 コンテンツ） 体験コンテンツ延べ利用者数＝618 名 物件開発数：4 軒 物件活用数：7 事業者 長良川体験チケット売上枚数＝2,558 枚 電子チケットシステム造成数＝1 システム ガイド組織数：1 組織 登録通訳ガイド数：13 名 ●長良川関連商品売上額（直近３年） ※当法人が「長良川ブランド」で販売する商品の売上総額 令和 3 年度：35,925,000 円（約半年の改装に伴う店舗休業期間あり） 令和 4 年度：72,952,000 円 令和 5 年度：77,448,733 円
実施体制 ※地域の関係者との連携体制及び地域における合意形成の仕組みが分かる図表等を必ず記入すること（別添可）。	**【実施体制の概要】** 地域連携 DMO である NPO 法人 ORGAN が主体となり、長良川流域観光推進協議会をはじめ、宿泊・交通事業者など幅広い観光関連事業者を包含した情報交換会を組織し、流域観光の推進及び課題解決にむけた取組を行う。 （１）特定非営利活動法人 ORGAN（DMO） ・流域の観光情報収集及び事業計画、進捗を共有する会議体の事務局運営 ・観光マーケティング調査の実施（質的調査） ・高付加価値市場のデータ収集及び分析の実施 ・流域資源を起点とした、周遊観光の促進 ・流域資源を活用した高付加価値商品の造成・販売・流通経路開拓 ・流域資源を活用した高付加価値旅行商品の造成・販売 ・上記に伴う、流域商品の消費単価の増進 （２）長良川域観光推進協議会 ・長良川上・中流域の行政、観光関連団体、地元金融機関等で構成する官民連携組織 ・観光マーケティング調査の実施（量的調査） ＜長良川流域観光推進協議会構成メンバー＞ ・行政（岐阜県、岐阜市、関市、美濃市、郡上市） ・観光関連団体 （３）観光事業者 ・交通事業者：情報提供／周遊導線の確保／旅行商品の開発 ・宿泊事業者：情報提供／宿泊セット旅行商品の造成 （４）その他機関 ・金融機関（情報提供・事業連携） ・教育機関（情報提供・事業連携・啓発活動） **【実施体制図】**

様式１



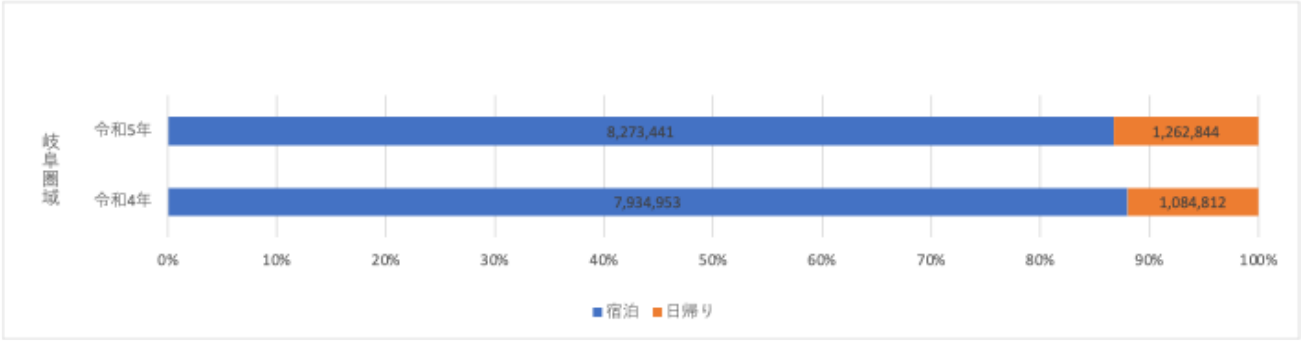
２．観光地域づくり法人がマネジメント・マーケティングする区域

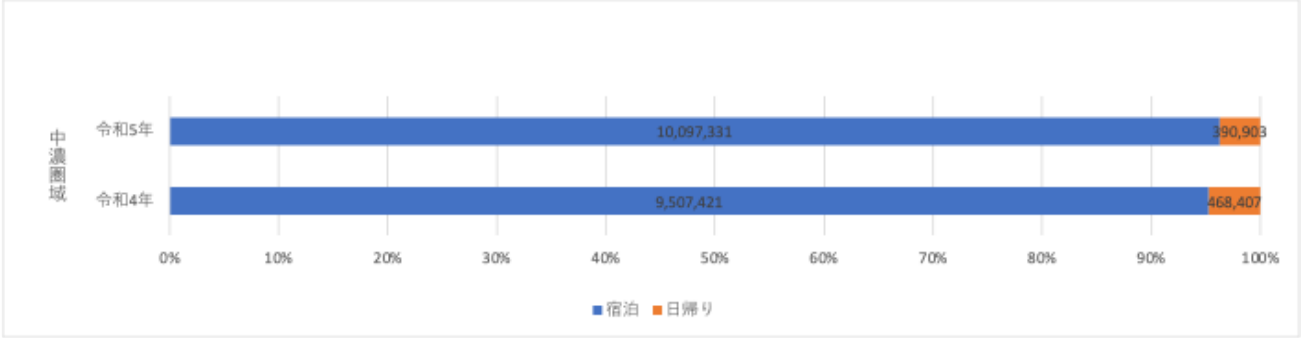
【区域の範囲が分かる図表を挿入】

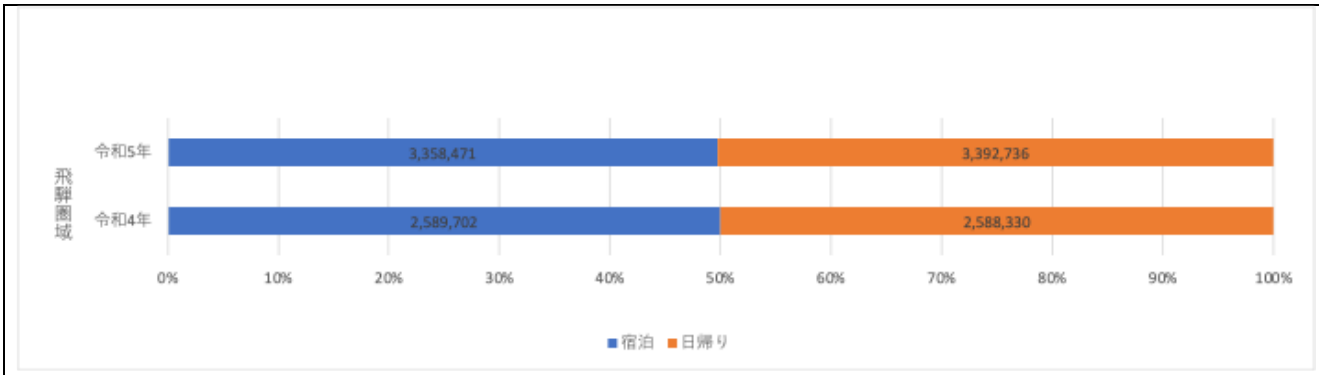
【区域設定の考え方】
以下の観点から、区域を設定する。
（１）平成 27 年 12 月に「清流長良川の鮎」が世界農業遺産として認定されたことを受け長良川上・中流域（岐阜市・関市・美濃市・郡上市）の 4 市域を広域観光エリアとして、地元 4 市をはじめ、観光関連事業者等が連携して、地域資源を活用した観光振興に取り組んでいる。
（２）平成 23 年度より当該地域を対象に長良川温泉泊覧会実行委員会が「長良川温泉泊覧会（通称：長良川おんぱく）」を実施している。

【観光客の実態等】
令和 3 年の岐阜県観光入込客統計調査結果によると当該地域の入込客は延べ 2,024 万人であり、岐阜県全体の 46%を占めている。
旅行者の属性を把握するため、
（１）旅行者のうち日帰り・宿泊の構成比を令和 3 年の「岐阜県観光入込客統計調査」の結果を基に、各市が属する圏域単位で分析した。（流域各市単位で同様の項目の調査は未実施）
※岐阜市＝岐阜圏域　　※関市・美濃市・郡上市＝中濃圏域
（２）当エリアへの旅行者の出発都道府県を令和 3 年度「長良川流域観光マーケティング調査」（長良川流域観光推進協議会）の結果を基に分析した。分析の結果、明らかになった特徴は以下の通りである。

≪特徴１≫日帰り客が多い
下図のとおり、岐阜圏域、中濃圏域は県内他地域（飛騨地域）と比較していずれも日帰り客が圧倒的に高い割合を占めている。

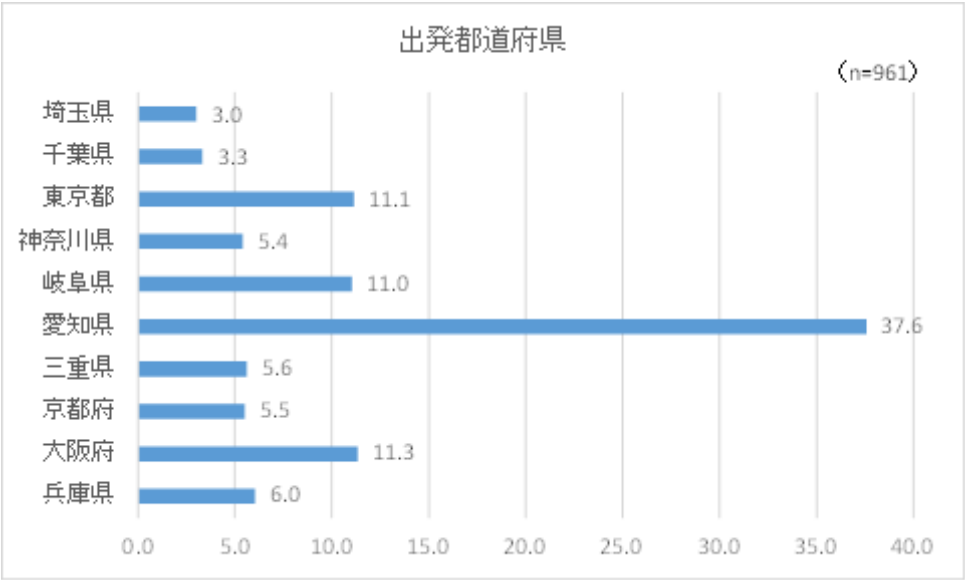






≪特徴２≫東海地方居住者が主要顧客

（図 2）のとおり、長良川流域訪れる観光客は愛知県や岐阜県といった東海地方居住者が高い割合を占める。



様式１

【観光資源：観光施設、商業施設、自然、文化、スポーツ、イベント等】
※観光資源の活用方法についても記入すること。

	施設名	備考欄	R6	R5	R4	R3	R2
岐阜市	岐阜市歴史博物館	R2は「大河ドラマ館」として営業	50,669	51,204	36,987	52,457	135,218
	岐阜城		291,480	291,819	225,062	137,319	196,243
	長良川鵜飼	乗船者数	83,768	73,101	52,889	13,910	15,310
	長良川うかいミュージアム		123,871	136,599	102,775	56,123	59,424
	宿泊者数	国内	677,996	592,463	580,755	410,857	398,751
	宿泊者数	インバウンド	65,087	47,604	7,512	2,984	11,020
関市	関鍛冶伝承館		35,299	30,717	16,041	14,954	12,749
	せきてらす	入物会館＋せきてらす	215,574	155,257	124,923	123,042	-
	小瀬鵜飼	乗船者数	5,655	6,135	4,436	2,326	2,251
	宿泊者数	国内	154,188	126,329	80,873	107,225	90,331
		インバウンド	3,801	2,621	1,316	486	1,727
美濃市	美濃和紙の里会館		29,747	28,823	27,470	29,883	19,607
	うだつのあがる町並み	3施設入館者数＋観光協会・駐車場	123,296	146,033	123,818	76,534	76,534
	宿泊者数	国内・インバウンド合算	25,968	22,138	19,082	10,158	8,513
郡上市	観光ヤナ		24,171	23248	20,319	-	14,001
	郡上八幡	博覧館＋八幡城＋旧庁舎記念館・慈恩禅寺	320,128	298,597	243,547	188,431	165,769
	アウトドア体験	めいほう高原 N.A.O.明野高原キャンプ場 ひるがの高原キャンプ場 アウトドアイン母袋　※母袋温泉 釣り ラフティング 冒険の森 石徹白 の合計人数	262,676	259,643	202,697	213,850	164,779
	宿泊者数	国内	415,230	413,694	395,771	295,940	310,206
		インバウンド	16,555	10,788	1,417	124	5,700

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

１．岐阜市

（１）長良川温泉（旅館、ホテル）

・施設数：5 軒

・収容力：客室数 601 室

・収容人数：2,310 人

（２）長良川温泉以外のホテル（岐阜駅前周辺）

・施設数：30 軒

・収容力：客室数 2,146 室、収容人数 3,346 人

２．関市

・施設数（旅館、ホテル、民宿）：13 軒

・収容力：客室数 506 室

・収容人数：848 人

３．美濃市

・施設数（旅館、ホテル、民宿）：18 軒

・収容力：客室数 150 室

・収容人数 380 人

４．郡上市

・施設数（旅館、ホテル、民宿、キャンプ場など）：153 軒

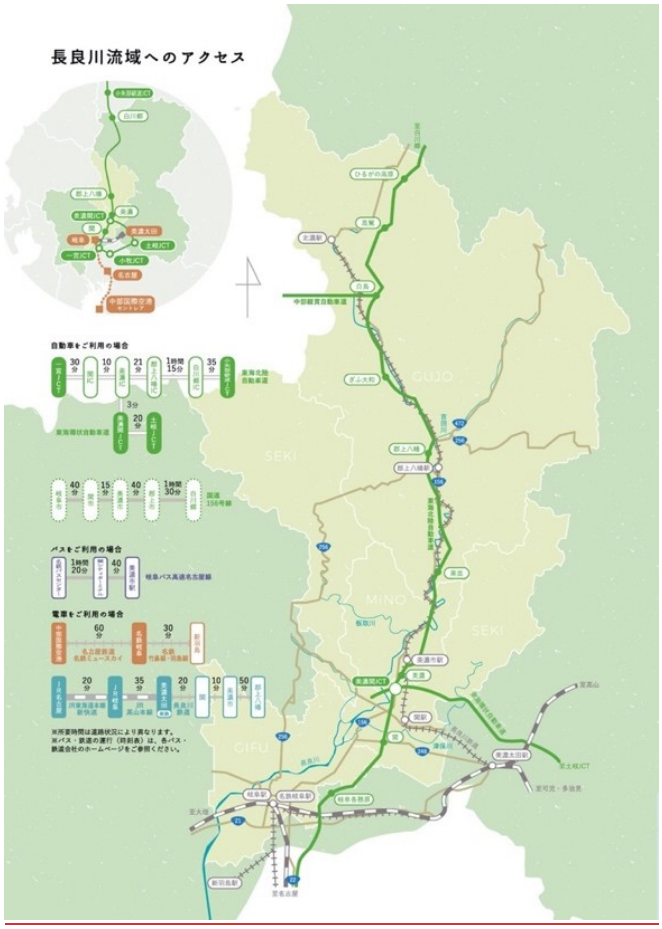
・収容力：客室数 1,613 室（キャンプ場は含まず）

・収容人数 10,052 人

【利便性：区域までの交通、域内交通】

４市の拠点となる岐阜市は、名古屋から電車で約２０分であり、東京から約２時間、大阪から約７０分とアクセスが良い。４市域には、４市を営業区域で運行するバスやローカル鉄道などが整備されており、周遊が可能である。

また自家用車利用の場合、各市は高速道路（東海北陸自動車道）のインターチェンジを有しており、県内外から容易にアクセス及び周遊が可能である。



≪区域までの交通≫
（１）高速道路：東海北陸自動車道（各市に１つ以上のＩＣあり）
（２）鉄　　道：ＪＲ岐阜駅、名鉄岐阜駅
（３）高速バス：名古屋駅、東京駅などからの高速バスあり

≪域内交通≫
（１）バ　　ス：岐阜乗合自動車株式会社
（２）鉄　　道：長良川鉄道（関市・美濃市・郡上市の 3 市を運行）

【外国人観光客への対応】
これまでは各市単体で受入体制の整備を行いながら、旅行博出展等のプロモーション活動を行っている。今後は 4 市が連携して進めて、更なる訪問者、宿泊客数増を目指す。
●JNTO 認定外国人観光案内所の設置（令和 4 年 7 月現在）
・岐阜市観光案内所（岐阜市）
・東海北陸道　長良川サ-ビスエリア　下り線　エリア・コンシェルジュ（関市）
・東海北陸道　関サ-ビスエリア　上り線　エリア・コンシェルジュ（関市）
・美濃市観光案内所「番屋」（美濃市）
・郡上八幡旧庁舎記念館（郡上市）
・郡上市観光連盟（郡上市）
・東海北陸道　ひるがの高原サービスエリア　上り・下り線（郡上市）
●長良川めぐるツアーズのインバウンド向け高付加価値ブランド「LIVING WITH NAGARAGAWA」の展開
●長良川めぐるツアーズ専属通訳ガイド組織の形成（令和元年度世界水準の DMO 形成促進事業）

●周遊促進ツール「長良川体験チケット」インバウンド版の造成・販売
●BtoB 宿泊予約システムの構築（DMO が運営）

３．各種データ等の継続的な収集・分析

収集するデータ	収集の目的	収集方法
旅行消費額	来訪者の消費活動の動向を分析し、消費単価向上に繋げるため。	設定期間内における流域内の宿泊者を対象としたウェブ調査
延べ宿泊者数	宿泊者数の推移を把握するため。	流域各市の調査結果を集計
来訪者満足度	来訪者の満足（不満足）に繋がっている要因を分析し、戦略立案に繋げるため。	設定期間内における流域内の宿泊者を対象としたウェブ調査
リピーター率	リピーター顧客の動向を把握し、戦略立案に繋げるため。	設定期間内における流域内の宿泊者を対象としたウェブ調査
ＷＥＢサイトのアクセス状況	地域に対する顧客の関心度や施策の効果等を把握するため。	「長良川流域」に特化した情報発信をしている当 DMO が運営するウェブサイトの PV 数を合算
エリア内周遊度	長良川流域４市域間での周遊動向を把握し、滞在時間増大施策に活かすため。	設定期間内における流域内の宿泊者を対象としたウェブ調査

４．戦略

（１）地域における観光を取り巻く背景

長良川流域には、岐阜市の「鵜飼」や「岐阜城」、関市の「刃物」や「モネの池」、美濃市の「うだつの上がる町並み」や「美濃和紙」、郡上市の「郡上踊り」や「ひるがの高原」など多様な資源を核にコロナウイルス感染症拡大前の令和元年には年間約 2000 万人の観光客が訪れている。

一方、岐阜県が継続的に実施している観光動態調査によると、当該エリアを訪れる旅行者の 9 割を近隣圏からの日帰り旅行者が占めており、また長良川流域観光推進協議会が実施した調査では、来訪地の周辺市域を周遊する旅行者の割合は約 50%にとどまっていることが分かった。

同調査によって旅行消費額と滞在時間の比例関係が明らかになっており、総体的な流域の観光振興のためにも地域資源を活用した周遊促進及び滞在時間の延伸に資する仕掛けづくりが急務であると考えられる。

また多様な観光資源に恵まれた本エリアであるが、「鵜飼」や「郡上踊り」など季節限定の集客核が多く、また天候や天災等の影響で年間の入込客数が大きく左右されるという課題を抱えている。

加えて長良川温泉の冬季の宿泊者数がピークの夏季の 4 割程度であるという調査結果からも、エリア全体が通年観光の目的地化されていないこと推察できる。

特に豪雨による河川増水や感染症等の不測の失客リスクに対応するためにも、「周遊」「地域資源活用」「高付加価値化」を軸に多様な関係者を巻き込みながら、従来のスタイルにとらわれない観光資源を開発していくことが地域連携 DMO である当法人に求められる役割である。

様式１

（２）地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み（Strengths） S1：「日本三大清流」長良川流域の豊富な自然資源 S2：長良川流域の豊富な水産資源 S3：長良川流域の自然資源や長良川水運を背景に育まれた和紙、提灯、和傘、刃物などの豊富な文化資源 S4：上記資源を核とした「持続可能な観光地」としての認知向上 ・2021 年 世界の持続可能な観光地 100 選選出 S5:川原町(岐阜市),うだつの上がる町並み(美濃市),郡上八幡城下町(郡上市)など特徴的の景観が残されている S6：長良川温泉の外部評価の向上 ・日本の温泉 100 選　7 年連続選出 ・2017 年度 温泉総選挙 女子旅部門第 1 位 S7:「清流長良川の鮎」世界農業遺産決定により長良川、長良川の鮎の認知度向上 S8:「長良川流域観光推進協議会」の発足による広域連携（岐阜市・関市・美濃市・郡上市）の観光事業の展開 S9：流域に 2 つの集客エリアが存在 ※郡上エリア：愛知県各自治体から来訪多数 ※岐阜エリア：名古屋市からの来訪多数 S10：シーズナリティに対応した観光資源がある S11：豊かな風土が育む食材（農産物・水産物）や伝統が育む郷土食がある	弱み（Weaknesses） W1：東海地方以外からの来訪が少ない W2：20 代 30 代にフックする観光資源が少ない W3:新規来訪者の割合が低い W4:公共交通機関の整備が不十分 W5:宿泊率が低い（消費単価が伸びない） W6:目的地としてではなく立ち寄り地である（消費単価が伸びない） W7:行政区分をまたいだ統一的なプロモーションが不十分 W8:来訪目的における川資源・自然資源への依存度が高く、悪天候時やオフシーズンの代替資源が少ない。
外部環境	機会（Opportunity） O1：東海環状道路の西回り完成により県西部以西（三重県含む）からのアクセスが容易になる O2：中京大都市圏・関西大都市圏からのアクセスの良さ O3：ゴールデンルートからのアクセスの良さ O4：アクセスの良さにも関わらずオーバーツーリズムが深刻化しておらず、将来的な誘客戦略の確立、動線のコントロールが比較的容易である O5：長良川流域がプロモーションの際に強みとしてきた自然との共生や資源循環のストーリーが浸透しやすい「SDGs」「サステイナブル・ツーリズム」等の社会的機運の高まり。	脅威（Threat） T1:気候変動（鵜飼、スキー等気象条件に左右される資源が多い） T2:北陸新幹線全線開通 ※関東から日本海側への直接のアクセス、プロモーションの活発化 T3:東海環状道路全面開通（他エリア（三重県等）へのアクセス短縮による観光客の減少、リピーター層の流出） T4:周辺エリアへの集客施設の開設（レゴランド、ジブリパーク等）

※上記に加え、ＰＥＳＴ分析等の他のマーケティング分析手法を用いて分析を行っている場合は、その内容を記入（様式自由）。

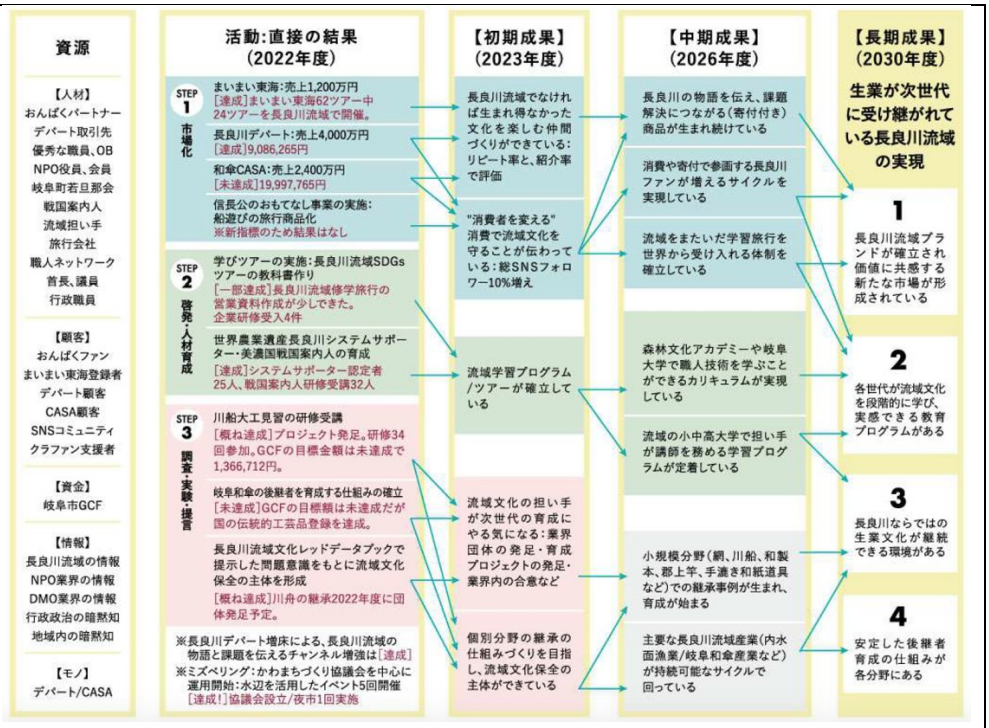
（３）ターゲット

○第１ターゲット層　国内旅行者（とりわけ関東圏在住の 30～40 代のクリエイティブクラス）
○選定の理由 和傘をはじめとした長良川流域の高単価商品の購買層と一致する部分が多く、独自 KPI の達成のためにも今後伸長させるべきターゲットであると考え設定した。 （平成 28 年度、平成 29 年度「長良川デパート湊町店」顧客動向より） ○取組方針 「手仕事」「伝統工芸」などに価値を見出し、相応の対価を支払う東京都在住の３０～４０代の割合が高く、希少な工芸体験・町歩きなどこれらの層にフックする独自の高付加価値コンテンツを造成しプロモーションを展開。長良川流域への来訪を促す。
○ターゲット層２　外国人旅行者（とりわけ欧州の FIT）
○選定の理由 a.和傘をはじめとした長良川流域の高単価商品の購買層と一致する部分が多く、独自 KPI の達成のためにも今後伸長させるべきターゲットであると考え設定した。 （平成 28 年度～令和 6 度「長良川デパート湊町店」「和傘 CASA」顧客動向より） b.令和元年度「最先端観光コンテンツインキュベーター事業」の集客を通して、当該層に長良川流域の高単価高付加価値商品がリーチすることが実証されたため。 c.ゴールデンルート、昇龍道等の主要観光エリアに近接し、「温泉」「自然」「歴史資源」「アクティビティ」等、外国人に選好される資源が揃っている点。 ○取組方針 希少な伝統体験・町歩きなど、この層にフックする独自の高付加価値な外国語版コンテンツを造成。国内 DMC や海外エージェントと連携を深め、ファムトリップの受け入れ、海外向けのプロモーションを展開することで飛騨高山・京都など周辺圏域へ流出していた旅行者の長良川流域への来訪を促す。 令和 6 年より DMC と連携した流域宿泊施設への送客を開始。令和 7 年には専門人材の助言のもと、BtoB の宿泊予約システムを構築。DMC や海外 AGT に提供を開始より円滑な FIT 受け入れ体制を構築する。

（４）観光地域づくりのコンセプト

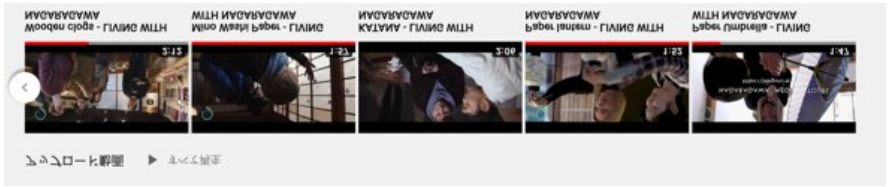
①コンセプト	「長良川流域サステイナブル・ツーリズム」 （LIVING WITH NAGARAGAWA）
②コンセプトの考え方	・川に寄り添う暮らしや風土、景観・文化資源の魅力を伝える「流域ツーリズム」の世界標準を確立する。 ・生業が次世代に受け継がれている長良川流域の実現

様式１



５．関係者が実施する観光関連事業と戦略との整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーション

項目	概要
戦略の多様な関係者との共有 ※頻度が分かるよう記入すること。	①「長良川流域観光情報連絡会議」 関係者に対する、DMO の取り組み方針及び事業進捗の共有 ②「長良川温泉マーケティング委員会」 流域観光の課題抽出及び振興方針を検討する
	①流域の観光関連団体・観光事業者・交通事業者らが参画する「長良川流域観光推進協議会」のメンバーと、年４回程度の観光情報やデータの共有及び課題の検討・戦略の共有をする意見交換会や情報共有会を実施。 ②流域最大の泊地である長良川温泉の宿泊関係者及びシンクタンクとともに月１回、データの収集及び分析・活用方針について検討、戦略立案につなげる会合を令和２年度末より開催している。
観光客に提供するサービスについて、維持･向上・評価する仕組みや体制の構築	（１）観光マーケティング調査における宿泊その他のサービス満足度の量的な把握並び、長良川流域来訪した方を対象にしたヒアリング調査を行い、観光関連団体向けにフィードバック （２）「長良川流域観光推進協議会」上での主要観光事業者との情報交換による課題抽出及び解決に向けた戦略の立案を行っている。 （３）特定非営利活動法人 ORGAN の自主事業「長良川おんぱく」による着地型旅行商品のシーズ造成過程で、受け入れ体制の構築及びサービス品質の向上をサポートしている。

	（４）「長良川体験チケット」を活用した流域周遊モデルを構築し、宿泊施設をはじめとした観光事業者へ適宜研修等を実施し提案及び周知を図った。 （５）令和２年度末より岐阜長良川温泉旅館協同組合及び十六総合研究所と連携して、加盟施設を対象にした統計データ取得の取り組みを開始。分析結果を PR やコンテンツ造成などの施策に活かす。 （６）令和３年度より「地域一体となった観光地の再生・観光サービスの高付加価値化事業」を基軸とした、長良川温泉エリアのマーケティング及びエリア開発事業の展開。 （７）「世界の持続可能な観光地 100 選」選出を契機に令和４年度より、長良川流域観光推進協議会及び参画自治体と連携し、 長良川流域のサステイナブル・ツーリズムコンテンツの造成及び情報発信事業を展開。
観光客に対する地域一体となった戦略に基づく一元的な情報発信･プロモーション	流域情報を発信するウェブサイトの運営 ・「長良川 STORY」（http://nagaragawastory.jp/）の運営 ●流域情報を発信する観光ガイドブックの制作 ・長良川流域周遊ガイドブック「長良川 STORY」の制作 ●プロモーション動画の制作 ・「LIVING WITH NAGARAGAWA」プロモーション動画の制作・公開  ●「長良川 STORY」のブランド認知向上事業 ・SNS を活用した双方向的なビジュアルアイデンティティ構築と「長良川 STORY」のブランド認知のためのフォトコンテストを令和２年度長良川流域観光推進協議会の事業として実施 令和３年度長良川流域魅力発信事業 a. ニューノーマルに対応した体験冊子の作成 b. 県内都市公園を巡回するキャラバンイベントの開催 （3 ヶ所　計 10 日間）

様式１

・令和４年度「長良川流域サステイナブル・ツーリズム」特設ページの作成

・「長良川 STORY」ブランド認知向上のため、令和２年度より観光展や商談会へ出展

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

様式１

６．ＫＰＩ（実績・目標）

※戦略や個別の取組を定期的に確認・改善するため、少なくとも今後３年間における明確な数値目標を記入すること。
※既に指標となりうる数値目標を設定している場合には、最大で過去３年間の実績も記入すること。

（１）必須ＫＰＩ

指標項目		2022（Ｒ４）年度	2023（Ｒ５）年度	2024（Ｒ６）年度	2025（Ｒ７）年度	2026（Ｒ８）年度	2027（Ｒ９）年度
●旅行消費単価（円）	目標	37,000	37,000	40,000	43,000	45,000	47,000
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	34,700	17,000	21,158			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●延べ宿泊者数（千人）	目標	882	1000	1100	1150	1200	1250
		（ ）	（ ）	(70)	(85)	(100)	(115)
	実績	1076	1118	1292			
		(10)	(60)	(83)			
●来訪者満足度（%）	目標	34	36	38	40	42	44
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	39.7	33	25.1			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●リピーター率（%）	目標	64	65	66	67	68	69
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	59	74.6	49.2			
		（ ）	（ ）	（ ）			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】
コロナ以降の令和 3 年を基準に据え、前後の年の数値を決定した。

【設定にあたっての考え方】
●旅行消費額
観光マーケティング調査で計測した宿泊者の宿泊代金を除く一人当たりの旅行消費額平均を計数対象とした。宿泊率の高い飛騨地方の宿泊者旅行消費額（ともに平成 28 年データ）を令和 3 年段階の当エリアにおける目標数値と定め、各年次の目標を設定した。
●延べ宿泊者数
年間の宿泊者増加目標を 50000 人と定め R5 年の実績を基礎数値として各年次の目標を設定した。
●来訪者満足度
観光マーケティング調査で計測した満足度の項目における「総合的な満足度」で「満足」と答えたものの割合を集計対象とした。平成 28 年実績を基準数値として、平成 30 年以降毎年約 2 ポイントずつ向上することを目標に各年次の数値を定めた。
●リピーター率
観光マーケティング調査で計測した過去 5 年間における長良川流域への「宿泊を伴う複数回来訪者の割合」を集計対象とした。毎年 1 ポイントずつ向上することを目標に各年次の数値を定めた。

様式１

（２）その他の目標

指標項目		2022 （Ｒ４） 年度	2023 （Ｒ５） 年度	2024 （Ｒ６） 年度	2025 （Ｒ７） 年度	2026 （Ｒ８） 年度	2027 （Ｒ９） 年度
●長良川関連商品売上額（千円）	目標	65,000	72,000	75,000	80,000	85,000	90,000
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	72,952	62,850	77,448			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●エリア内周遊度（%）	目標	65	67	40	45	50	55
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	59	29.3	31.7			
		（ ）	（ ）	（ ）			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値
※各指標項目の単位を記入すること。

指標項目及び目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】

コロナ以降の令和 3 年を基準に据え、前後の年の数値を決定した。

【設定にあたっての考え方】

●長良川関係商品売上

令和 3 年現在、「長良川」という切り口で体験企画や商品開発、販売を行っている「長良川、めぐるツアーズ」「長良川おんぱく」及び「長良川デパート湊町店」「長良川てしごと町家 CASA」における売上額を集計対象とした。令和 3 年の売上目標を 6,000 万円と定め、各年次の目標数値を設定した。

●エリア内周遊度

観光マーケティング調査における「2 市以上来訪者したもの割合」を集計対象とした。令和 2 年の目標を 60%と定め、各年次の数値を設定した。

様式１

７．活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

※少なくとも今後３年間について、計画年度毎に（１）収入、（２）支出を記入すること。
※現に活動している法人にあっては、過去３年間の実績も記入すること。

（１）収入

年（年度）	総収入（円）	内訳（具体的に記入すること）
2022（Ｒ４） 年度	146,301,924（円）	【国からの補助金】8,827,378 【市町村からの補助金】782,000 【収益事業】135,931,646 【受取寄付金】760,900 （円）
2023（Ｒ５） 年度	145,238,660（円）	【国からの補助金】17,151,830 【市町村からの補助金】4,997,850 【収益事業】122,403,430 【受取寄付金】685,550 （円）
2024（Ｒ６） 年度	181,313,231（円）	【国からの補助金】11,997,819 【都道府県からの補助金】19,000 【市町村からの補助金】0 【収益事業】127,141,852 【会費】130,000 【特定財源（宿泊税、入湯税、負担金等）】462,398 【受取寄付金】1,089,800 【休眠預金助成金】40,472,362 （円）
2025（Ｒ７） 年度	170,000,000（円）	【国からの補助金】3,000,000 【市町村からの補助金】2,000,000 【収益事業】164,000,000 【受取寄付金】1,000,000 （円）
2026（Ｒ８） 年度	190,000,000（円）	【国からの補助金】3,000,000 【市町村からの補助金】2,000,000 【収益事業】184,000,000 【受取寄付金】1,000,000 （円）
2027（Ｒ９） 年度	200,000,000（円）	【国からの補助金】3,000,000 【市町村からの補助金】2,000,000 【収益事業】194,000,000 【受取寄付金】1,000,000 （円）

（２）支出

様式１

年（年度）	総支出	内訳（具体的に記入すること）
2022（Ｒ４） 年度	128,281,000（円）	【管理費】9,562,219 【小売販売】62,637,501 【不動産サブリース部門】 6,363,626 【観光関連事業】21,638,192 【地域資源を使った体験交流型観光事業】16,309,378 【地域づくりに関する事業】29,247,596 （円）
2023（Ｒ５） 年度	146,058,512（円）	【管理費】10,784,921 【小売販売】58,149,021 【不動産サブリース部門】5,188,002 【観光関連事業】15,971,030 【地域資源を使った体験交流型観光事業】13,721,003 【地域づくりに関する事業】41,249,005 （円）
2024（Ｒ６） 年度	161,270,508（円）	【管理費】13,398,715 【小売販売】60,729,988 【不動産サブリース部門】8,032,181 【観光関連事業】12,971,738 【地域資源を使った体験交流型観光事業】11,436,892 【地域づくりに関する事業】54,700,994 （円）
2025（Ｒ７） 年度	145,000,000（円）	【管理費】11，000，000 【小売販売】60，000，000 【不動産サブリース部門】6，000，000 【観光関連事業】15，000，000 【地域資源を使った体験交流型観光事業】13，000，000 【地域づくりに関する事業】40，000，000 （円）
2026（Ｒ８） 年度	155,500,000（円）	【管理費】12,000,000 【小売販売】70,000,000 【不動産サブリース部門】7,500,000 【観光関連事業】13,000,000 【地域資源を使った体験交流型観光事業】13,000,000 【地域づくりに関する事業】40,000,000 （円）
2027（Ｒ９） 年度	170,000,000（円）	【管理費】12,000,000 【小売販売】70,000,000 【不動産サブリース部門】8,000,000 【観光関連事業】13,000,000 【地域資源を使った体験交流型観光事業】15,000,000

		【地域づくりに関する事業】40,000,000 （円）

（３）自律的･継続的な活動に向けた運営資金確保の取組･方針

（１）実店舗『長良川デパート湊町店』での流域特産品の販売
　長良川の川湊であり流域の長良川水運の拠点であった岐阜市湊町にて、流域特産品の販売を行う店舗を運営。和傘・美濃和紙製品・刃物といった流域を代表する工芸品をはじめ、「長良川」に特化した商品の販売を行う。

（２）実店舗『和傘 CASA』での流域特産品である岐阜和傘・岐阜提灯の販売
　長良川の川湊であり流域の産品取引の中心地であった岐阜市湊町にて、体験観光の受け入れも可能な伝統工芸の拠点『長良川てしごと町家 CASA』を運営。小売店での工芸品の販売を行う。

２．長良川ならではの資源を活用した着地型旅行商品の造成・販売
（１）『長良川体験チケット』の造成・販売
　長良川流域内での周遊度を上げるとりくみとして、チケット制で体験と引き換えられる仕組みを造成。地域の主要な交通事業者である岐阜乗合自動車株式会社（岐阜バス）と連携し、チケット販売を行う。今後もプログラム数及び販売箇所増につとめ、売上の伸長を図っていく。

（２）旅行会社「長良川めぐるツアー」による高付加価値旅行商品の販売
平成 30 年 7 月に NPO 法人 ORGAN を母体として旅行会社を設立（「「淺野草平」を旅行業務取扱管理者に選任)。長良川流域の伝統工芸をはじめとした体験型旅行商品を造成し、販売を行う。

（３）DMC 及び海外 AGT 連携した宿泊誘客を核とした FIT の受け入れ
　令和 6 年より DMC と連携し「長良川温泉」への FIT の宿泊誘客を開始。令和 7 年度より BtoB の宿泊予約プラットフォームを導入し、翌年度以降の本格的な運用と旅行者の受け入れを開始予定。10%の送客手数料収入を織り込んでおり令和 8 年中には粗利で 1000 万円の収入が見込まれる。

３．「長良川おんぱく」のノウハウ移転及びシステム販売
　独自開発したウェブプラットフォームに加え、おんぱく参加者による自律分散的な体験プログラムの造成スキームや運営手法等を他地域に販売する。

４．「長良川流域観光連絡会議」を核とした多様な主体との事業連携の促進
　「長良川流域観光推進協議会」や流域自治体、その他観光関連事業者との情報共有を密にすることで、地域の観光課題の解決や周遊促進につながる施策を構想し提案。連携して事業を実行していく。

５．遊休不動産活用したエリアブランディング事業（不動産サブリース）
　当該エリアに点在する遊休不動産を、エリアの魅力向上を目的にリノベーションし、課題解決に資する店舗等を誘致しサブリースを行う。

８．観光地域づくり法人形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見

・特定非営利活動法人 ORGAN を、4 市（岐阜市、関市、美濃市、郡上市）にまたがる長良川上中流域エリアの観光をマーケティングおよびマネジメントする、地域連携ＤＭＯとして登録したいので特定非営利活動法人 ORGAN と連携をはかります。（岐阜県）
・特定非営利活動法人 ORGAN を、岐阜市内長良川流域エリアの観光をマーケティングおよびマネジメントする地域連携ＤＭＯとして、今後、連携を図っていきたいため、特定非営利活動法人 ORGAN と連携をはかります。（岐阜市）
・特定非営利活動法人 ORGAN を、関市内の長良川流域エリアの観光をマーケティングおよびマネジメントする地域連携ＤＭＯとして、今後、連携を図っていきたいため、特定非営利活動法人 ORGAN と連携をはかります。（関市）
・特定非営利活動法人 ORGAN を、美濃市内の長良川流域エリアの観光をマーケティングおよびマネジメントする地域連携ＤＭＯとして、今後、連携を図っていきたいため、特定非営利活動法人 ORGAN と連携をはかります。（美濃市）
・特定非営利活動法人 ORGAN を、郡上市内の長良川流域エリアの観光をマーケティングおよびマネジメントする地域連携ＤＭＯとして、今後、連携を図っていきたいため、特定非営利活動法人 ORGAN と連携をはかります。（郡上市）

９．マネジメント・マーケティング対象区域が他の地域連携ＤＭＯ（県単位以外）や地域ＤＭＯと重複する場合の役割分担について（※重複しない場合は記載不要）

【他の地域連携ＤＭＯや地域ＤＭＯとの間で、重複区域に関する連携や役割分担等について協議を行った（行っている）か】
長良川流域観光推進協議会の担当者会議及び DMO 主催の意見交換会等において、互いの事業やその目的・目標等を共有し、相補的に事業設計をしている。

【区域が重複する背景】
当法人（地域連携 DMO）は流域４市を対象としているが、地域 DMO の「郡上市観光連盟」は郡上市の旧町域ごとに置かれた観光協会と連携し各エリアを活動エリアに、「岐阜観光コンベンション協会」（候補法人）は岐阜市のみを活動エリアにしているため。

【重複区域における、それぞれの DMO の役割分担について】
郡上市観光連盟（地域 DMO）
特に郡上市内の観光振興に主眼に置いた事業を展開。

岐阜観光コンベンション協会（候補法人）
岐阜市への MICE 誘客を中心にしたコンテンツ造成や事業を展開

当法人（地域連携 DMO）
郡上市を含めた流域各市の「周遊促進」に主眼を置いた事業を展開。

【前述の役割分担等によって、効率的、効果的な活動の遂行が期待できるか】
長良川流域観光推進協議会の担当者会議及び DMO 主催の連絡協議会において、互いの事業やその目的・目標等を共有し、相補的に事業設計をしている。

１０．記入担当者連絡先

担当者氏名	淺野　草平
担当部署名（役職）	DMO・DMC 事業部　マネージャー
郵便番号	500-8009
所在地	岐阜市湊町 45
電話番号（直通）	058-269-3858
ＦＡＸ番号	058-269-3857
Ｅ－ｍａｉｌ	asano_s@onpaku.asia/info@onpaku.asia

１１．関係する都道府県・市町村担当者連絡先

都道府県･市町村名	岐阜県
担当者氏名	森本　朋花
担当部署名（役職）	観光国際部 観光資源活用課　観光コンテンツ係（主任）
郵便番号	500-8570
所在地	岐阜市薮田南 2-1-1
電話番号（直通）	058-272-8084
ＦＡＸ番号	058-278-2674
Ｅ－ｍａｉｌ	morimoto-tomoka@pref.gifu.lg.jp

都道府県･市町村名	岐阜市
担当者氏名	三輪　睦未
担当部署名（役職）	岐阜魅力づくり推進部　観光コンベンション課
郵便番号	500-8701
所在地	岐阜市司町 40 番地 1
電話番号（直通）	058-265-3984
ＦＡＸ番号	058-214-2440

Ｅ－ｍａｉｌ	kankou@city.gifu.gifu.jp

都道府県･市町村名	関市
担当者氏名	衣斐　七海
担当部署名（役職）	産業経済部　観光課
郵便番号	501-3894
所在地	関市若草通 3-1
電話番号（直通）	0575-23-7704
ＦＡＸ番号	0575-23-7741
Ｅ－ｍａｉｌ	kankou@city.seki.lg.jp

都道府県･市町村名	美濃市
担当者氏名	纐纈　貴哉
担当部署名（役職）	産業振興部 美濃和紙推進課
郵便番号	501-3792
所在地	美濃市 1350
電話番号（直通）	0575-33-1122 内線 242
ＦＡＸ番号	0575-31-0052
Ｅ－ｍａｉｌ	minowashi_290@city.mino.lg.jp

都道府県･市町村名	郡上市
担当者氏名	清水　有紗
担当部署名（役職）	商工観光部　観光課
郵便番号	501-4222
所在地	郡上市八幡町島谷 130-1
電話番号（直通）	0575-67-1808
ＦＡＸ番号	0575-67-1820
Ｅ－ｍａｉｌ	kankou@city.gujo.lg.jp

（登録）【地域連携】（特非）ORGAN

様式2

記入日： 令和7年7月31日

基礎情報

【マネジメント・マーケティング対象とする区域】
岐阜県岐阜市、関市、美濃市、郡上市
【設立時期】 平成23年2月17日
【設立経緯】
（例）①区域に観光協会があるが、役割分担等をした上でDMO新設
【代表者】 蒲　　勇介
【マーケティング責任者（CMO）】 淺野　草平
【財務責任者（CFO）】 籠原　潤一
【職員数】 10人（常勤8人（正職員8人）、非常勤2人）
【主な収入】
収益事業　127百万円、休眠預金寄付金　40百万円（R6年度決算）
【総支出】
事業費　139百万円、一般管理費　13百万円（R6年度決算）
【連携する主な事業者】
行政（1県4市）、観光関連団体（岐阜県観光連盟、4市の観光協会）
地元金融機関（十六銀行、岐阜信用金庫）、観光事業者団体（バス・タクシー、旅館組合、ホテル会、旅行会社、旅行業協会）

KPI（実績・目標）

※（　）内は外国人に関するもの。

項目		2022（R4）年度	2023（R5）年度	2024（R6）年度	2025（R7）年度	2026（R8）年度	2027（R9）年度
旅行消費単価（円）	目標	37,000（　）	37,000（　）	40,000（　）	43,000（　）	45,000（　）	47,000（　）
	実績	34,700（　）	17,000（　）	21,158（　）	—	—	—
延べ宿泊者数（千人）	目標	882（　）	1000（　）	1100（70）	1150（85）	1200（100）	1250（115）
	実績	1076（10）	1118（60）	1292（83）	—	—	—
来訪者満足度（%）	目標	34（　）	36（　）	38（　）	40（　）	42（　）	44（　）
	実績	39.7（　）	33（　）	25.1（　）	—	—	—
リピーター率（%）	目標	64（　）	65（　）	66（　）	67（　）	68（　）	69（　）
	実績	59（　）	74.6（　）	49.2（　）	—	—	—

戦略

【主なターゲット】
国内旅行者（とりわけ関東圏在住の30～40代のクリエイティブクラス）
外国人旅行者（とりわけ欧州系のFIT）

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
・「てしごと」「持続可能性」などの本物志向の顧客へのアプローチ
・欧州系DMCと連携した宿泊誘客を核とした周遊モデルの提案

【観光地域づくりのコンセプト】
長良川流域ツーリズム

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】
・長良川めぐるツアーズ
・川のテロワール
・長良川流域サステイナブル・ツーリズムコンテンツ
・長良川体験チケット

【受入環境整備】
・美濃国戦国案内人
・長良川流域通訳ガイド
・長良川システムサポーター
・BtoB宿泊予約システムの構築

【情報発信・プロモーション】
・長良川STORY
・長良川流域フォトコンテスト
・VJTM、ITBへの出展

【その他】
・長良川デパート湊町店
・和傘CASA
・CASA Stella、体験スタジオ等物件開発