観光地域づくり法人形成･確立計画

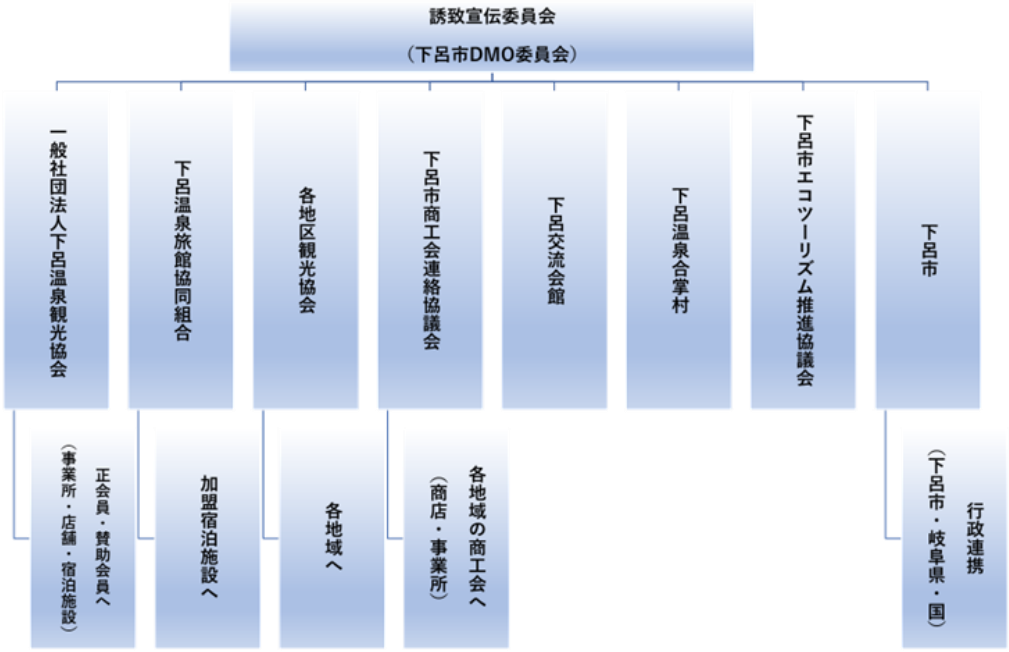
記入日：令和６年７月３１日

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	一般社団法人下呂温泉観光協会	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	岐阜県下呂市	
所在地	岐阜県下呂市森 922-6	
設立時期	昭和 21 年 12 月 5 日（社団法人化は平成 7 年 5 月 10 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	12 人（常勤 10 人（正職員 5 人、契約職員 5 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） 瀧　康洋 （出身組織名） ㈱水明館	下呂温泉「水明館」の代表取締役であり、（一社）下呂温泉観光協会及び下呂市エコツーリズム推進協議会の会長として、明確な方向性を示し、確実な事業展開を実施するとともに組織全体の中心的な役割を担っている。また、マーケティング・マネジメントに年々磨きをかけ、コロナ禍等で縮小するマーケットに対しても適切な事業を展開し成果をあげてきた。また、地域主導でリーダーシップを発揮し地域の観光を牽引。
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	（氏名） 富永　祐介「専従」 誘客プロモーション・マネジメント担当	国内外におけるプロモーション全般の管理及び、全国各地の旅行会社等へのセールス活動、行政（下呂市）や民間事業者と連携した観光振興を推進する。また、CFO とともに協会が行う事業運営にかかる予算全般の管理も行う。
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） 今井　奈美「専従」 古田　喜久雄「税理士」（監督） （出身組織名） 税理士法人アルカディア「税理士」	全経簿記検定 1 級資格を取得しており、運営収支や財源確保に関する一般社団法人下呂温泉観光協会の持続可能な運営に関する実務を担う。 税理士は、税理士法人飛騨会計事務所で 10 年間勤務。一般社団法人下呂温泉観光協会の理事として持続可能な運営のため、運営収支や財源確保に関する内容に対して監視や検査を担う。
交流研修・おもてなしイベント責任者	（氏名） 桂川　由美子「専任」	各種イベント・各種交流研修・セミナー・育成に関する事業を担う。
MICE・イベント・まちづくり担当	（氏名） 細江　里子「専任」	下呂市内全域における MICE 誘致、助成金による支援活動などの営業展開。各種イベント・まちづくり（植栽・街の清掃活動等）に関する事業を担う。

様式１

インバウンド事業・トヨタ生産方式カイゼンリーダー責任者	（氏名） 川上　誓也「専任」	各種インバウンドにおける事業や調査・誘客事業の展開。トヨタ生産方式に基づくカイゼンリーダーとして地域への生産性向上に関する事業を担う。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	下呂市役所　観光商工部　観光課 国、県または他市町村との連絡調整、連携事業の実施、財源確保	
連携する事業者名及び役割	◆下呂温泉旅館協同組合 下呂温泉地域の宿泊(斡旋・予約)・インバウンド事業等を取りまとめる。 ◆下呂市商工会連絡協議会 下呂市全域・5つの商工会※1の連携による事業展開。(特産品開発・経営指導等) ◆下呂市内観光協会 下呂市全域・5つの観光協会※2の連携による事業展開。 ◆下呂市下呂温泉合掌村事業 下呂温泉最大の観光施設であり、宿泊観光の要となる。 ◆下呂交流会館 下呂市最大のキャパシティーを誇る複合施設。MICE誘致の要となる。 ◆下呂市エコツーリズム推進協議会 環境保全、地域資源の掘り起し、ツアー開発のサポート他 ◆下呂市総合観光案内所・下呂市観光交流センター「湯めぐり館」 観光情報の発信拠点としての連携による事業展開。 ◆NPO法人みらいろ ◆事業毎に連携する民間事業者 マーケットに応じて、事業毎に強みをいかした事業者との連携 ※1 下呂商工会・萩原町商工会・金山町商工会・下呂市馬瀬商工会・小坂町商工会 ※2 下呂温泉観光協会・飛騨萩原観光協会・金山町観光協会・南飛騨馬瀬川観光協会・飛騨小坂観光協会	
官民･産業間･地域間との持続可能な連携を図るための合意形成の仕組み	（該当する要件） 国内外からの誘客に伴う地域経済の発展を主とした団体。事業報告及び収支決算、事業計画案及び予算案については、年1回の通常総会によって議決。各事業は4つの委員会によって取りまとめられ、地域の多様な関係者（宿泊事業者、交通事業者、行政、建設関係業者、飲食店、小売店、金融機関・税理士法人等）にて構成される理事会で承認後、(令和6・7年度48名構成）各委員会にて実行する。マーケットの変化等により修正がある場合は、各委員会によって修正された議案を再度理事会において審議・決議される。 特に、誘致宣伝委員会では、各種データ分析（HP閲覧数、宿泊データ等）や機会をとらえたアンケート調査・動向調査等に応じた、マーケティング戦略を企画する会合を月一回開催。 誘客プロモーションは月次での迅速な打ち手が成果創出に寄与。連携する諸事業者が出席し、各地域が同じ目標に向けて連携・合意形成している。地域連携や財源確保などをテーマに、下呂市に最適なDMOの組織体制や運営方針を定めることとし、観光地域づくりの推進主体を担う。	

	（誘致宣伝委員会のイメージ）  策定したプロモーション計画は、毎月の会議にて事業実施結果の検証をデータに基づいて行い、日々変化する観光客のニーズに柔軟に対応できるよう、未達成要因および改善策を検討しプロモーション内容を変化させ観光客にアプローチし誘客に努めている。（高速 PDCA サイクル）
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	観光従事者・会員に関しては、事業報告・収支決算・事業計画案・予算案を年一回の通常総会にて公表。 研修や視察の際に、より理解を促進するために CEO による当 DMO の成果と今後の展望について PPT 資料をもとに説明している。 また、宿泊データ分析システム参画事業者に関しては、毎日下呂市全体の傾向を自施設と比べるなどチェックできる体制が整っている。 地域住民に対しては、年に 4 回、観光地域づくりに関する取り組みや事業の紹介を掲載する「協会だより」を発行し、市内全域に新聞折り込みにて配布している他、地域住民と協働した環境美化活動の実施している。 コミュニティ・スクール 学校と家庭、地域が一体となって児童を地域社会と関係を持たせることで、力を育み心豊かでたくましく生きる児童生徒の育成や地域の誇りを醸成させることを目的に、DMO が主（共）催するイベントにボランティア参加してもらうことを実施。また、その他の団体からもボランティアの依頼をコミュニティ・スクール事務局が受け、実施する体制ができている。
法人のこれまでの活動実績	**【活動の概要】** 発見以来千年にわたって湧き出る「下呂温泉」への観光・宿泊客誘致を発足以来約 70 年に亘って行っている。 （主な事業） 〇日本三名泉の締結(草津・有馬・下呂:H8) 〇韓国儒城温泉との友好提携(H9)

	○観光客誘致会議の開催(関西・関東・中部の旅行業者を招請) ○全国各所における下呂温泉観光展の実施(旅フェアなど) ○全国旅行業者訪問(毎年:関東・関西・中部・北陸・中国・四国・九州) ○サマーフェスティバル in 下呂温泉の開催(毎年 7 月～8 月) ○マチオンフェスの開催（年 1 回） ○キャンドルイルミネーションの開催(毎年 12/24) ○観光セミナーの開催(年 1 回) ○おもてなし研修の開催(年 1 回) ○湯けむり横丁にぎわいバザールの開催(H27.9～H30.11) ○アンテナショップの開設(東京都吉祥寺 H27.9～H28.2) ○台中市温泉観光協会との友好提携（H29.2） ○電動レンタサイクルの運営（H30～） ○花木の植栽と定期的な管理（毎年） ○飛騨川クリーン大作戦　清掃活動（毎年 3 月） ○エコツーリズム推進全体構想認定に伴う道路運送法の特例を活用した体験型商品の開発（H30） ○宝探し事業（H30）　1054 枚／2714 種類の観光資源の掘り起し ○フェノロジーカレンダー活用による商品開発（H30） ○ワンコイントリップ事業（H28～R1） ○ガイド人材育成事業（H28～） ○デジタルプロモーションの実施（毎年実施） ○宿泊施設等と連携したデータ収集・分析事業（R2～） ○宿泊施設と着地型観光事業者の連携事業（H29～） ○着地型体験 PR 動画素材作成（R2/4 本制作） ○素肌美人スイーツ商品開発事業（H28～） ○観光地点調査（満足度・消費額・リピーター率）（H29～） ○SDGｓ事業認定の取得（R2～） ○市民参画イベント「下呂で遊ぼう」の実施（R2～） ○着地型体験 PR 動画配信活用事業（R3） ○下呂まる得ガイドブック「よりみち下呂」作成事業（H30～） ○下呂市周遊スタンプラリー事業（R2～） ○下呂温泉郷湯めぐりスタンプラリー事業（R2～） ○下呂温泉郷公式アプリ促進事業（R2～） ○データ利活用における人材育成（R3～） ○下呂市体験一元化 WEB サイト構築事業（R3～） ○アドベンチャーツーリズム造成等事業(R3) ○広域周遊観光促進のための観光地域支援事業（R3） ○地域の観光資源の磨き上げを通じた域内連携促進事業(R3) ○既存観光拠点の再生・高付加価値化推進事業（R3） ○下呂未来創造プロジェクト（5G・DX を活用した観光振興）の締結（R3） ○下呂市体験 WEB サイト促進・クーポン事業（R4～） ○おでかけウォッチャーを活用した観光動態分析事業（R4～） ○「第２のふるさとプロジェクト」モデル実証事業（R4～） ○広域周遊観光促進のための観光地域支援事業（R4） ○DX の推進による観光・地域経済活性化実証事業（R4～） ○サステナブルな観光コンテンツ強化事業（R4） ○地域独自の観光資源を活用した地域の稼げる看板商品の創出事業（R4） ○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（R4） ○持続可能な観光推進モデル事業（R4） ○人流データを活用した観光プロモーション事業（R4）

	○岐阜県サステナブル・ツーリズム推進事業（R4） ○地域文化総合活用推進事業（R4） ○食文化ストーリー創出・発信モデル事業（R4） ＜令和 5 年度実施事業＞ ○先駆的ＤＭＯアクションプラン策定 ○先進的な広域周遊観光促進支援事業（下呂観光プラットフォーム構築事業） ○先進的な広域周遊観光促進支援事業（インバウンド多言語ページ Wed 広告事業） ○先進的な広域周遊観光促進支援事業（口コミ・レシート分析事業） ○サステナブルな観光に資する好循環の仕組みづくりモデル事業 ○第２のふるさとづくりプロジェクト 継続した来訪促進のためのモデル実証事業 ○地域一体となった観光地・観光産業の再生・高付加価値化事業 ○地域一体となった観光地・観光産業の再生・高付加価値化事業　面的 DX 化事業 ○インバウンドの地方誘客や消費拡大に向けた観光コンテンツ造成支援事業 ○観光再始動事業 ○地域文化総合活用推進事業 ○岐阜県観光回廊づくり推進事業費補助金（商工会 HP 改修及び、WEB 広告効果測定の実施） ○岐阜県観光回廊づくり推進事業費補助金（サステナブル・ツーリズム事業） 観光調査事業（観光客・市民）・下呂温泉郷マイスター研修 ○ぎふ DX 推進事業補助金（未来宿泊予測人材育成・分析事業） ○おでかけウォッチャーを活用した観光動態分析事業 ○下呂市エコツーリズム推進全体構想見直し・環境保全事業 ＜令和 6 年度実施事業＞ ○宿泊データ分析システム・産業連関表の活用事業 ○下呂温泉郷公式アプリ促進事業 ○乗換案内アプリ「下呂温泉モード」活用事業 ○下呂市ガイドブック「よりみち下呂」制作事業 ○デジタルマーケティング・プロモーション・アクセス解析と人流解析事業 ○観光地域づくり法人（DMO）を核とした世界的な観光地経営モデル事業 ○特別な体験の提供等によるインバウンド消費の拡大・質向上推進事業 ○地域観光新発見事業 ○歴史的資源を活用した観光まちづくり推進事業 ○地域文化財総合活用推進事業 ○伝統文化親子教室事業 ○観光回廊づくり推進事業費補助金サステナブル・ツーリズム事業 ○おでかけウォッチャーを活用した観光動態分析事業 ○下呂市エコツーリズム推進全体構想見直し・環境保全事業 **【定量的な評価】** 全国への営業・イベント出展・広告出稿等の露出は基より昭和 40 年より全宿泊施設からデータを収集した「宿泊調査」を開始。これにより、地域全体としての結束力の向上や宿泊客の動向把握、宿泊客誘致の為の具体的戦略立案等、人気温泉地としての地位を確立していくことに成功した。 また、近年加速するデジタル化（DX）への対応の為、デジタルプロモーションによるアクセス解析や宿泊調査の宿泊データ分析システムやＣＲＭアプリ・お

	でかけウォッチャーやウネリーによる人流解析の活用により、迅速かつ詳細な分析による検証可能な戦略立案を確立した。 下呂市民総参加による「宝探し」事業において、眠っている観光資源 2,714 種類を掘り起こし、それらをまとめた「フェノロジーカレンダー」として発行。これを活用したエコツアープログラムを開発し下呂市民限定の体験ツアー「ワンコイントリップ」を開催。参加者へアンケート調査を行いツアープログラムの質の向上、観光資源の磨き上げに成功した。 また、毎月 10 日までに各地域の体験プログラムのデータ収集・分析を行い今後、道路運送法の特例を活用しながら新たな商品開発や価値創出に役立てている。 人材育成事業も下呂市および周辺地域において、地域の資源を活用したエコツアーの企画・実施を行う人材を育成するためにエコツアーガイド講習会の開催や文化庁の補助事業を活用するなど、ガイダンス機能の強化を行っている。 また、宿泊施設と着地型観光事業者との連携により滞在時間延長、顧客満足度の向上、旅行消費額の増加に成功した。 令和 4 年度には、「宿泊施設等と連携したデータ収集・分析事業」でのシステム拡充や、「下呂温泉郷公式アプリ」新機能の積極的な運用、体験 WEB サイト促進クーポン事業、各種システムを活用した人流及び観光動態分析事業等の幅広い活動を展開。 補助金を活用した事業も多く展開し、第 2 のふるさとプロジェクトモデル実証事業や、DX の推進による観光・地域経済活性化実証事業、宿泊施設や飲食店の改修を行う高付加価値化事業等多くの事業を行った。県の補助金では人流データを活用した観光プロモーション事業、岐阜県サステナブルツーリズム推進事業を展開。 令和 5 年度には、「宿泊施設等と連携したデータ収集・分析事業」において、域内 GDP 向上のための観光消費額をはかるシステムの構築や、「面的 DX 事業」にてサイネージを活用したイベント情報及び飲食店の空き状況の把握や、「下呂温泉郷公式アプリ」新機能における積極的な運用、体験 WEB サイト促進クーポン事業、各種システムを活用した人流及び観光動態分析事業等の幅広い活動を展開。 また、国の補助金を活用した事業も多く展開し、第 2 のふるさとプロジェクトモデル実証事業や、合掌村のライトアップ及び温泉街の居酒屋をめぐる観光再始動事業、宿泊施設や飲食店の改修を行う高付加価値化事業等多くの事業を行った。 県の補助金では、位置情報を活用した WEB 広告配信及び効果測定による温泉街飲食店活性化事業や、岐阜県サステナブルツーリズム推進事業で温泉マイスター等、地域に誇りをもたせる事業を展開。 令和 6 年度は宿泊施設と連携したデータ収集・分析事業、観光アプリ事業、下呂市ガイドブック制作事業、着地型 PR 事業の自主事業他、国や県の補助金を活用し、観光地域づくり法人（DMO）を核とした世界的な観光地経営モデル事業、特別な体験の提供等によるインバウンド消費の拡大・質向上推進事業、地域観光新発見事業、伝統文化親子教室事業、清流の国ぎふ観光振興事業を展開した。 ◆キャンペーン・イベント出展回数 ◎岐阜県主催参加数 平成 24 年度 30 回、平成 25 年度 41 回、平成 26 年度 34 回、平成 27 年度 22 回、平成 28 年度 33 回、平成 29 年度 29 回、平成 30 年度 30 回　令和元年度 44 回　令和 2 年度 34 回　令和 3 年度 15 回　令和 4 年度 25 回　令和 5 年度 29 回　令和 6 年度 34 回

◎パンフレット配布枚数
令和 3 年度：年間 17,920 部　令和 4 年度：年間 36,570 部　令和 5 年度：年間 36,400 部　令和 6 年度 33,720 部

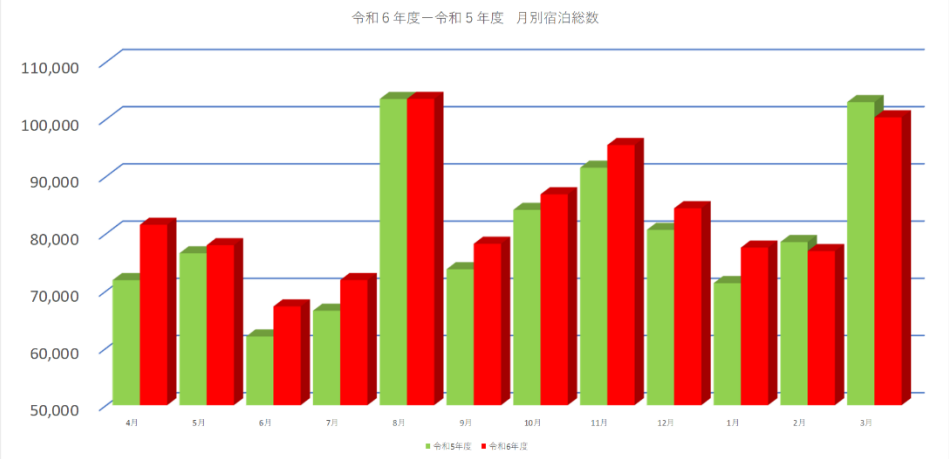
◆キャラバン訪問件数平成 30 年度：年間 272 件　令和元年度：年間 283 件　令和 2 年度：年間 375 件（商談会 6 回）令和 3 年度：年間 364 件　令和 4 年度：年間 361 件　令和 5 年度：年間 364 件　令和 6 年度：年間 387 件

◆宿泊者数の推移

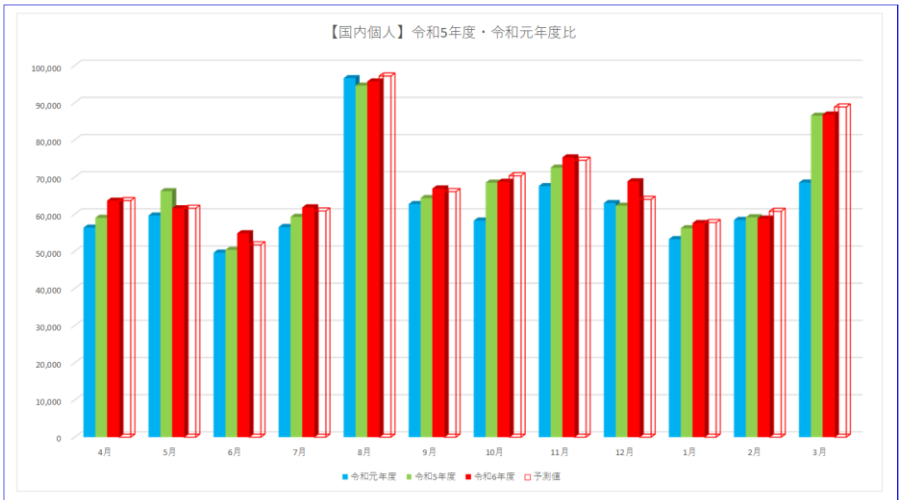
昭和 42 年度	737,632	平成 8 年度	1,445,273
昭和 43 年度	812,760	平成 9 年度	1,385,209
昭和 44 年度	843,011	平成 10 年度	1,281,765
昭和 45 年度	862,637	平成 11 年度	1,220,071
昭和 46 年度	951,780	平成 12 年度	1,178,293
昭和 47 年度	1,009,069	平成 13 年度	1,150,584
昭和 48 年度	1,126,878	平成 14 年度	1,150,663
昭和 49 年度	1,153,813	平成 15 年度	1,093,188
昭和 50 年度	1,071,633	平成 16 年度	1,028,254
昭和 51 年度	1,051,163	平成 17 年度	1,082,673
昭和 52 年度	1,075,476	平成 18 年度	1,126,427
昭和 53 年度	1,143,121	平成 19 年度	1,129,220
昭和 54 年度	1,132,376	平成 20 年度	1,075,295
昭和 55 年度	1,096,816	平成 21 年度	1,008,368
昭和 56 年度	1,098,081	平成 22 年度	965,369
昭和 57 年度	1,149,412	平成 23 年度	1,003,361
昭和 58 年度	1,133,314	平成 24 年度	1,015,276
昭和 59 年度	1,205,419	平成 25 年度	1,017,908
昭和 60 年度	1,335,126	平成 26 年度	984,501
昭和 61 年度	1,435,273	平成 27 年度	1,042,570
昭和 62 年度	1,471,911	平成 28 年度	1,048,243
昭和 63 年度	1,454,983	平成 29 年度	1,104,404
昭和 64 年度･平成元年度	1,561,560	平成 30 年度	1,080,063
平成 2 年度	1,652,760	令和元年度	1,037,616
平成 3 年度	1,628,969	令和 2 年度	512,498
平成 4 年度	1,636,943	令和 3 年度	582,564
平成 5 年度	1,561,841	令和 4 年度	931,432
平成 6 年度	1,596,810	令和 5 年度	963,258
平成 7 年度	1,563,254	令和 6 年度	1,001,852

◆令和６年度実績数値

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	計
令和6年度	81,534	77,960	67,258	71,860	103,526	78,208	86,848	95,468	84,414	77,541	76,926	100,309	1,001,852
令和5年度比	9,680	1,414	5,246	5,355	17	4,452	2,719	3,961	3,775	6,214	▲ 1,583	▲ 2,656	38,594
	113.5%	101.8%	108.5%	108.1%	100.0%	106.0%	103.2%	104.3%	104.7%	108.7%	98.0%	97.4%	104.5%
令和5年度	71,854	76,546	62,012	66,505	103,509	73,756	84,129	91,507	80,639	71,327	78,509	102,965	963,258



＜国内個人宿泊者数＞



	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	計
令和6年度	63,651	61,599	54,880	61,850	95,729	66,921	68,737	75,286	68,862	57,626	58,818	86,814	820,773
令和5年度	59,044	66,204	50,424	59,281	94,631	64,355	68,494	72,554	62,310	56,228	59,187	86,522	799,234
令和元年度	60,033	63,300	52,172	56,552	96,624	62,739	60,598	69,180	62,999	53,306	58,456	68,516	764,475
予測値	63,651	61,599	51,783	60,879	97,181	66,089	70,340	74,509	63,989	57,743	60,782	88,854	817,400
R6-R1	3,618	▲ 1,701	2,708	5,298	▲ 895	4,182	8,139	6,106	5,863	4,320	362	18,298	56,298
R6-R5	4,607	▲ 4,605	4,456	2,569	1,098	2,566	243	2,732	6,552	1,398	▲ 369	292	21,539
R6-予測値	0	0	3,097	971	▲ 1,452	832	▲ 1,603	777	4,873	▲ 117	▲ 1,964	▲ 2,040	3,373
元年度比	106.0%	97.3%	105.2%	109.4%	99.1%	106.7%	113.4%	108.8%	109.3%	108.1%	100.6%	126.7%	107.4%
5年度比	107.8%	93.0%	108.8%	104.3%	101.2%	104.0%	100.4%	103.8%	110.5%	102.5%	99.4%	100.3%	102.7%
予測比	100.0%	100.0%	106.0%	101.6%	98.5%	101.3%	97.7%	101.0%	107.6%	99.8%	96.8%	97.7%	100.4%

◆主な実績・成果

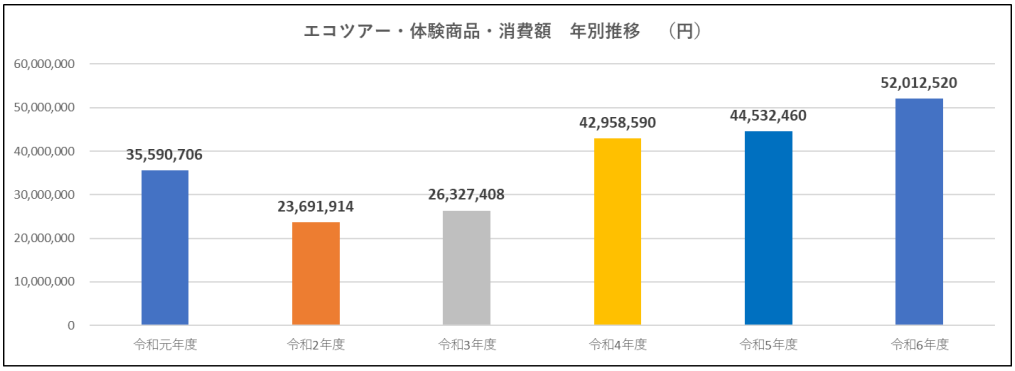
2018 年　　エコツーリズム推進法に基づく、主務大臣（環境大臣、国土交通大臣、文部科学大臣、農林水産大臣）よる全体構想の認定
2018 年度　第 14 回エコツーリズム大賞　「優秀賞」受賞
2019 年度　第 5 回ジャパン・ツーリズム・アワード　地域部門　入賞
2020 年度　第 16 回エコツーリズム大賞　「特別賞」受賞
2020 年度　日本 SDGｓ協会　事業認定
2021 年度　第 35 回にっぽんの温泉 100 選　第 2 位　サステナブルな活動に対する「実行委員会特別賞」も受賞しW受賞
2022 年度　じゃらん編集長が選ぶ元気な地域大賞　受賞
（2016 年・2018 年・2020 年にも受賞　計 4 回受賞）
2022 年度　第 14 回「観光庁長官表彰」受賞

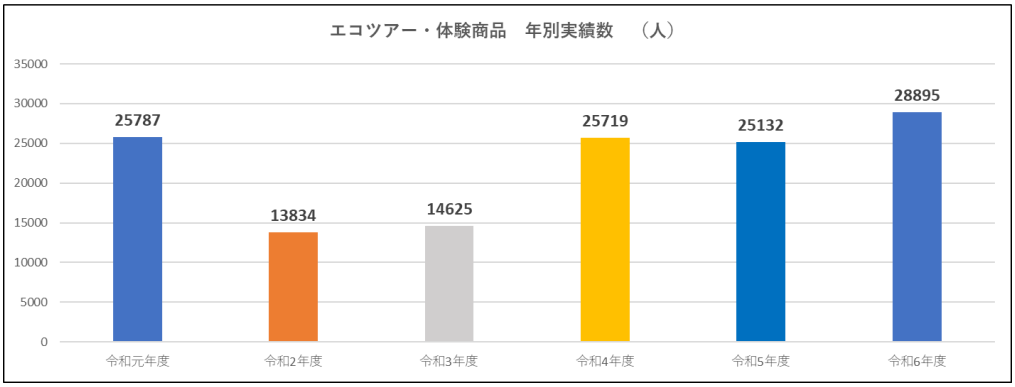
2022 年度　旅行新聞主催　「日本ツーリズム・オブ・ザ・イヤー」
2022 年度　世界の持続可能な観光地 100 選（TOP100 選）
2022 年度　第 36 回にっぽんの温泉 100 選　第 2 位　他
2022 年度　国際認証機関（Earth Check）
「Leading Destinations of World Program」日本初の認定
2023 年　　先駆的 DMO　選定

◆観光経済新聞社主催「にっぽんの温泉 100 選」

温泉名	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年	2025 年
下呂	3	2	2	2	3	

◆エコツアー・体験型商品・消費額の推移（H30～）
平成 30 年度：20,036 人/32,585,030 円　令和元年度：25,787 人/35,590,706 円
令和 2 年度：　13,834 人/23,691,914 円　令和 3 年度：14,625 人/26,327,408 円
令和 4 年度：　25,719 人/42,958,590 円　令和 5 年度：25,132 人/44,532,460 円
令和 6 年度：　28,895 人/52,012,520 円

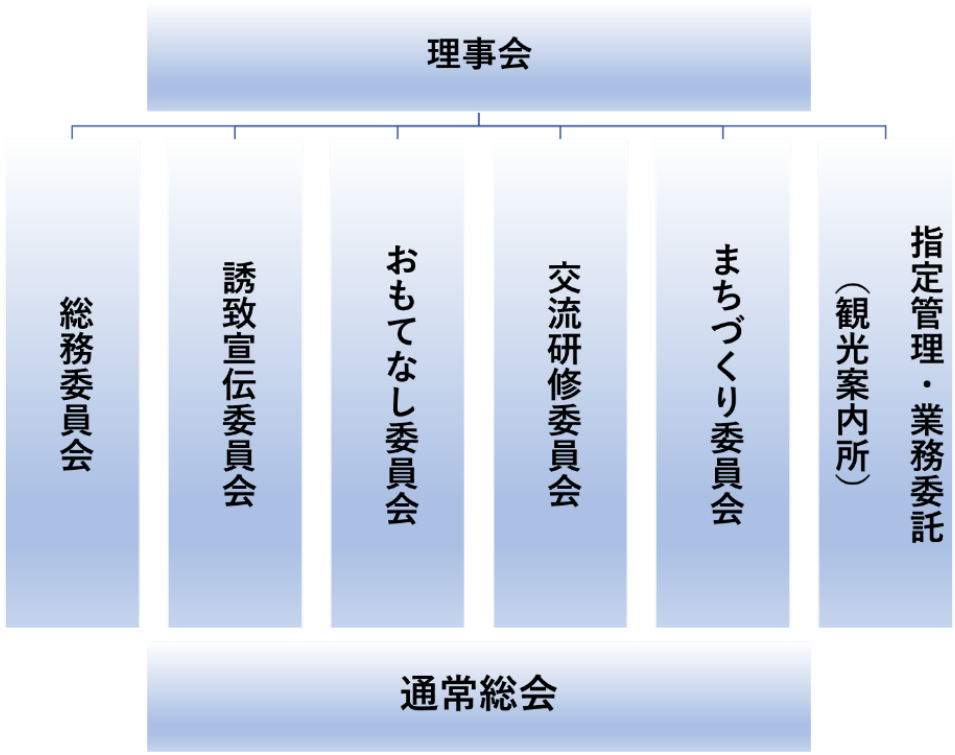
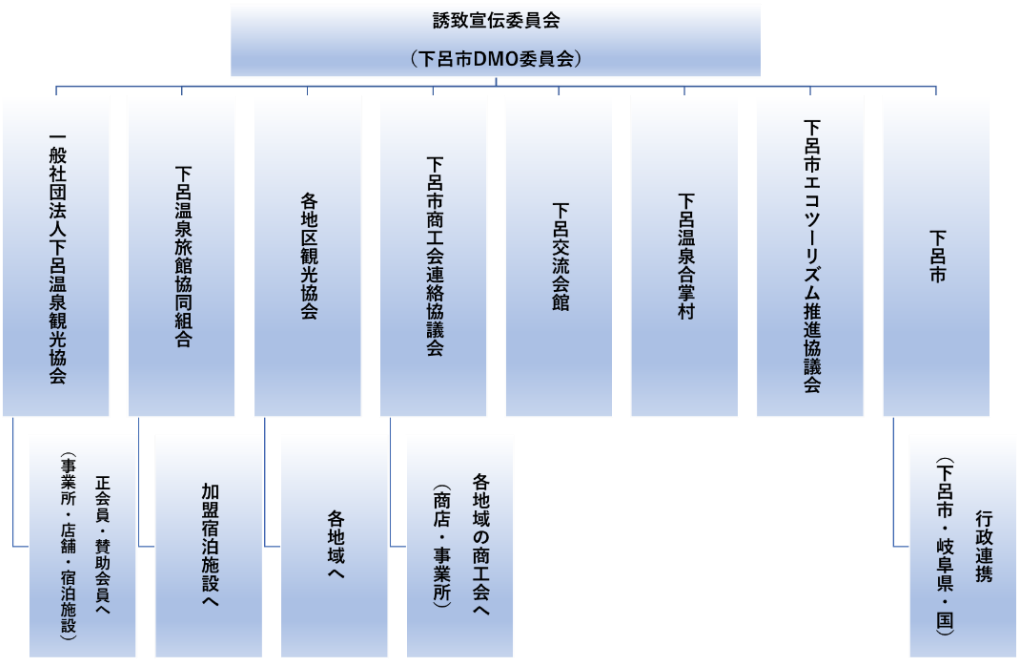




エコツーリズムによる体験商品・エコツアーの消費額はコロナ禍前の R1 年度が約 3,600 万円に対して、R2 年度は約 2,400 万円、R3 年度 2,600 万円、R4 年度約 4,300 万円、R5 年度約 4,450 万円、令和 6 年度 5,200 万円と右肩上がりで一定以上の収益を得ている。
実績人数においても、令和 6 年度は元年度比でプラス 3,108 人となっている。

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

【実施体制の概要】
国内外からの誘客に伴う地域経済の発展を主とした団体。事業報告及び収支決算、事業計画案及び予算案については、年 1 回の通常総会によって議決。各事業は 4 つの委員会によって取りまとめられ、地域の多様な関係者（宿泊事業者、交通事業者、行政、建設関係業者、飲食店、小売店、金融機関・税理士法

入すること（別添可）。	人等）にて構成される理事会で承認後、（令和 6・7 年度 48 名構成）各委員会にて実行する。 **【実施体制図】下呂温泉観光協会組織図**  **【実施体制図】誘致宣伝委員会（DMO 委員会）** 

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】

平成 16 年に 4 町 1 村が合併し現在の下呂市に。従来の旧町村の区域を維持させながら、区域ごとの観光資源と培ってきたノウハウを有効活用しプロモーションを展開する。

対外的プロモーション戦略に長けている下呂エリアを中心に集客を図り、下呂を起点とした各地域への周遊観光による消費の拡大を目指す。また、下呂市の持続可能な観光の推進においては、地域のコアエリア（集客拠点）からの情報発信をもとに、サテライトエリア（地域の宝）を巡り、地域の自然・文化・歴史そして生活を追体験できる地域丸ごとミュージアムを創出し、サステナブルに発展する仕組みを構築する「下呂市エコミュージアム構想」の実現を目指す。

【観光客の実態等】

中部圏(愛知・岐阜・三重・長野・静岡)からの来訪者が 52.2%を占めるが、遠方からの来訪意欲の傾向が見られる。(HP・WEB 解析）来訪者の性別・年代ともに平準化の傾向。下呂温泉がある下呂地域を目的とした来訪者は、同所を起点に萩原地域、小坂地域、金山地域、馬瀬地域へと周遊している。各地域の宿泊キャパシティは下図を参照。

【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】
下呂地域：日本三名泉下呂温泉、9 箇所の足湯、合掌村、下呂交流会館、下呂温泉まつり、サマーフェスティバル、いでゆ朝市、下呂温泉花火ミュージカル、下呂温泉花火物語、鳳凰座歌舞伎、白雲座歌舞伎、田の神祭り
金山地域：飛騨金山温泉、金山巨石群、筋骨めぐり、金山湖カヤック
萩原地域：飛騨川温泉、酒蔵見学、天領朝市、南ひだ健康道場、南飛騨 ArtDiscovery（隔年開催予定）
馬瀬地域：南飛騨馬瀬川温泉、日本一の鮎、水辺の館、「日本で最も美しい村連合」加盟の里山風景
小坂地域：濁河・湯屋・下島温泉、厳立峡、NEXT GIFU HERITAGE 岐阜未来遺産に認定された「小坂の滝めぐり」、御嶽パノラマライン

上記の観光資源等を最大限活用できるように HP 内に下呂市体験一元化予約サイト「下呂温泉郷＋」を構築している。（https://gero-taiken.gero-spa.com/）
その他、当 DMO と連携している下呂市エコツーリズム推進協議会による資源の掘り起こしを継続的に実施し観光資源の活用を促進している。

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

地域名	施設数	収容力(人)
下呂	49	7,481
萩原	7	186
小坂	10	371
馬瀬	4	174
金山	4	96
合計	74	8,308

【利便性：区域までの交通、域内交通】
◆下呂温泉のアクセス状況
鉄道：東京から約 3 時間 10 分，大阪から約 2 時間 10 分，自家用車：高山 IC，中津川 IC，富加関 IC，美濃加茂 IC などからそれぞれ約１時間

◆下呂温泉への来訪者の構成比
令和 2 年度　自家用車：81.71%　鉄道：12.34%　バス：0.19%
令和 3 年度　自家用車：77.73%　鉄道：14.92%　バス：2.85%
令和 4 年度　自家用車：75.10%　鉄道：18.92%　バス：0.06%
令和 5 年度　自家用車：59.99%　鉄道：25.28%　バス：8.43%
令和 6 年度　自家用車：64.81%　鉄道：27.23%　バス：6.95%

◆年間 100 万人が宿泊する下呂温泉を起点に、各エリアまでの距離は最大で片道 30km 以上のエリアもある。自家用車以外の観光客は下呂駅を中心に温泉街散策もしくは、時間及び周遊箇所が限られる二次交通を利用することとなるが、地域によっては時間帯や路線がない状況である。

◆下呂市観光交流センターと駅前案内所で保有する、電動アシスト付自転車のレンタサイクルが好評を得ている。令和 4 年 4 月からは新たにアプリでの 24 時間貸出可能な電動アシスト付き自転車の導入を開始して使用状況を検証している。

◆「おでかけウォッチャー」や「ウネリー」等で旅行者の人流動向を分析するコンテンツの確立はされており、「おでかけウォッチャー」に関しては各地域の観光協会で毎日分析が可能。（月１回会議で情報共有）
◆下呂市エコツーリズム推進全体構想にのっとった「道路運送法に基づく旅客自動車運送事業の許可」を活用した二次交通を確保したツアーを実施

【外国人観光客への対応】
① 指さし会話帳:外国人向けパンフレットを活用し外国人との会話をサポート。飲食店版、小売店版、疾病サポート版を市内に配布。言語は中国語２種、韓国語１種、英語１種の計４種。
誘客用パンフレット作成９言語（英語、中国語（繁体字、簡体字)、韓国語、タイ語、フランス語、ドイツ語、イタリア語、スペイン語）

②Pocket Wi-Fi の貸出:下呂地域の宿泊施設にて無料貸出。

③外国語対応可能案内所の認定制度で、下呂市総合観光案内所が JNTO の「カテゴリー①」として登録認定を得ている。

④下呂温泉街の道標看板・案内図看板整備
・ピクトグラム（トイレ、公園、足湯、避難所等）の追加
・多言語化（日本語、英語、簡体字、繁体字、韓国語）

⑤“日本三名泉”下呂温泉でインバウンドが堪能する先駆的「夜の温泉街歩き体験」
宿泊、飲食、文化体験を繋ぐ「下呂温泉ナイトタイムエコノミー」実証事業の実施
・下呂温泉合掌村のライトアップ
・居酒屋から居酒屋へ飲み歩き「THE　HASHIGO 体験」
・温泉街を浴衣姿で居酒屋、飛騨の郷土料理・地酒体験（ウェルカム１酒(ﾋﾞｰﾙ)付き）

⑥インバウンド向け多言語 HP の改修及び WEB 広告配信の実施
・「下呂温泉の旅館体験を最大限に楽しむ」・「下呂周辺エリアのおすすめアクティビティを温泉宿泊と合わせて楽しむ」・「下呂のおすすめグルメの３本記事を公開」。
－それぞれ、英語、繁体字、簡体字、韓国語の４言語で作成。
・アメリカ、カナダなどの英語圏、台湾、香港などの繁体字圏、中国、韓国を中心に、各言語に最適化したディスプレイ広告を作成。各国向けに広告出稿を行い、下呂温泉の情報を訴求した。
【表示回数合計 2,131 万回、広告クリック回数合計：399,665 回】

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
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。	Google アナリティクスを活用して実施
観光入込客数	区域内来訪者数把握のため 観光誘客促進のため	岐阜県観光入込客統計調査
延べ宿泊者数	延べ宿泊者数	下呂温泉宿泊統計調査 宿泊データ分析システム
旅行消費額	経済効果測定のため	観光・宿泊施設での留置調査／CRM アプリ・下呂市景況調査
来訪者満足度	評価把握による継続的来訪のため	観光・宿泊施設での留置調査
住民満足度 ※令和７年度取得予定	観光振興に対する地域住民の理解度を測るため	アンケート調査の実施（予定）

４．戦略

（１）地域における観光を取り巻く背景

年間約 100 万人が宿泊する下呂温泉を中心とした下呂市は、周辺有名観光地への周遊利便性も高く、観光立市として観光が基幹産業となっている。その中で下呂温泉エリアでは 50 年前より全宿泊施設における宿泊調査を実施し、そのデータを基に日々変化する観光市場に対し適切なプロモーション行ってきた。それにより来訪者数の安定が図られ、地域経済へ多大な効果がもたらされたのと同時に全国における人気温泉地としての地位を確立している。
また、近年では WEB 関連のデジタルマーケティングにも着手し、従来のアナログマーケティングと合わせ、より精度の高いデータ分析を毎月のマネジメント会議で行うことによって観光市場への適切なプロモーションへ繋げている。
また、宿泊データ分析システムや CRM アプリ、アクセス解析によるデジタルプロモーション、キャンペーン・キャラバンにより、人口減少や新型コロナウイルス禍、大規模災害などによる地域経済社会等の影響、観光市場に対して、よりスピーディーな細かい分析による検証可能な戦略立案が確立できた。令和 4 年度はシーズン毎に動くターゲットに対して幅広い層に対してプロモーションを行い、国内の新規顧客の獲得と既存の顧客のリピーターを同時に獲得した事により、宿泊客数が約 9 割まで回復し、国内個人客は令和元年度に比べ 109,426 人、114.6%で過去最多の増加となった。
昨年対比では、新規顧客 173%、314,093 人増、リピーター数は 122.7%、34,775 人増で、マーケティング・マネジメントが機能した。(高速な PDCA サイクルを展開)
令和 5 年度はクーポン支援等がない中、国内の全都道府県から誘客することを目的としたプロモーションを行い、過去最高を記録した前年の国内個人の数字に対して 92.9%と善戦し国内団体においては前年比 146.5%と増加した。さらにインバウンドも復調傾向にあり、前年比は個人、団体とも 400%を超える結果となった。

地域特性や地域経済のなかで、周辺の 4 地域(小坂・萩原・馬瀬・金山)と強い連携に基づいた整備・開発、情報発信ならびに受け入れ態勢の強化を行った。
また、エコツーリズムと DMO を複合させた「E-DMO」の活動により来訪客を呼び込む流れを確立させ、プロモーション戦略と合わせることで、滞在時間の延長、顧客満足度の向上、旅行消費額の増加につなげていくこととしている。
更に、新型コロナウイルス禍の中いち早く独自のガイドライン（宿泊施設・体験事業者）を作成し、安心・安全な受け入れ態勢で下呂市を PR した。
MICE である「全国エコツーリズム大会 in 下呂市」の成功や SDGｓ事業認定の取得により各地域の結束が深まり、より各地域との連携がスムーズになり、地域住民との交流を通して新たな雇用の創出や担い手不足の解消、交流人口の増加につなげることとしている。

今後、DMO のビジョンの実現に向け、地域住民、地域事業者、関連団体、行政等、地域のステークホルダーを巻き込んだ施策を実施する。

・DMO として持続可能な組織運営を実施するため、データに基づく戦略・計画の策定・実行に向けた体制整備、安定財源の確保の検討、行政等への働きかけ及び、今後の人材育成の検討を進める。
・インバウンドを初め、地域としての観光客のターゲットポートフォリオを調査、検討し、ターゲットに応じた施策を検討する。
・住民を初め、地域の人々の観光への理解、地域への誇りの醸成に向け、実態調査から具体的な施策の検討、実行を実施する。
・観光地としてホスピタリティ、サービスレベルの向上に向け、地域の事業者をはじめとする関係者の知識、生産性の向上を支援する。
・観光の力を活用した地域全体の GDP 向上、経済活性化に向け、広域周遊の推進、滞在時間の増加、繁閑の平準化等、地域一体での取組みのための市内の観光協会や、関係者との連携を推進する。

（２）地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み（Strengths） ・50 年以上続くデータ収集と、それに基づく地域一体となった継続的かつ戦略的なプロモーション活動 ・日本三名泉として、周辺地域には無い泉質の良さを誇る温泉 ・御嶽山や飛騨川、馬瀬川など、エコツーリズムのフィールドとなる多様性のある自然	弱み（Weaknesses） ・宿泊施設・観光施設等の清潔感の欠如 ・脆弱な道路交通網(二次交通、高速道路)や5 つの地域を結ぶ交通網の不足（コアエリアとサテライトエリアの二次交通） ・観光ニーズに対応した滞在コンテンツ認知度不足とブラッシュアップ ・下呂市人口の減少
外部環境	機会（Opportunity） ・個人旅行の主流化やミレニアム世代・Z 世代の観光ニーズの変化 ・リニアの整備をはじめとする下呂までのアクセス向上 ・観光業のデジタル化の推進 ・高山本線の新型車両の導入 ・「南飛騨 ArtDiscovery」の開催 ・NEXT GIFU HERITAGE 岐阜未来遺産に認定された「小坂の滝めぐり」	脅威（Threat） ・水害や御嶽山噴火等の大規模自然災害 ・新型コロナウイルス禍による国内及び海外の観光市場の変化・影響 ・国内人口の減少 ・観光マーケットの多様化

※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

〇第１ターゲット層
国内個人客の幅広い層

〇選定の理由　〇取組方針
当 DMO は幅広い属性に対しプロモーションを実施し、宿泊施設が特性を活かしたターゲットを設定。
データに基づいた現状把握を通じ、国内の新規顧客の獲得と既存の顧客のリピート率向上に向けて精緻化していく。
宿泊者数は、様々な観光市場の変化や季節毎に変化するため、市場に応じて割合はマネジメントする必要があると考えている。
平準化（10 万人×12 ヵ月）することで閑散期と繁忙期の差をなくし、安定的な雇用や永続可能な安定経営を目指している。

R6 宿泊者数：1,001,852 人
国内個人客：820,773 人　団体客：69,634 人　インバウンド：127,033 人
R5 宿泊者数：963,258 人
国内個人客：799,234 人　団体客：81,185 人　インバウンド：89,025 人
R4 宿泊者数：931,432 人
国内個人客：860,180 人　団体客：50,749 人　インバウンド：20,503 人
R1 宿泊者数：1,037,616 人
国内個人客：750,754 人　団体客：166,966 人　インバウンド：119,896 人

〇ターゲット層
MICE 団体

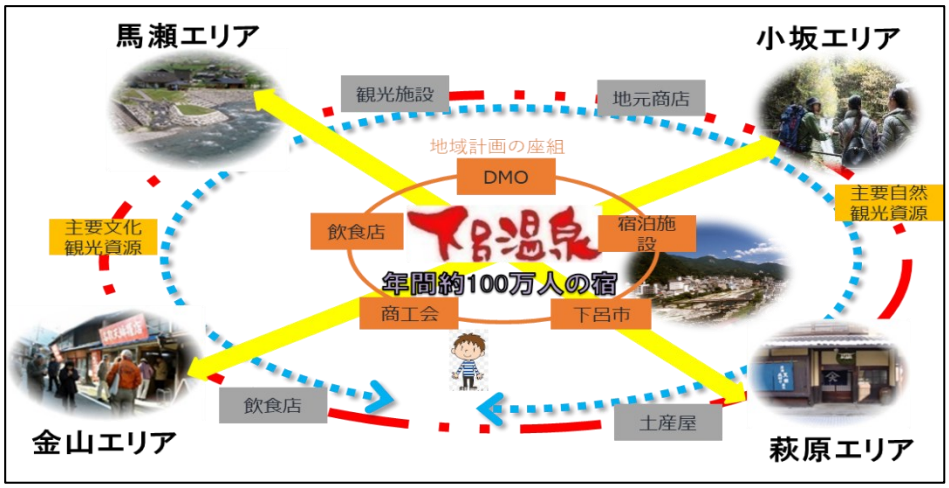
○選定の理由　○取組方針 決まった時期に毎年訪れてくれる団体リピーターとしてターゲティング。 宿泊施設の稼働率の向上や地域内消費を拡大させるべく、小規模から大規模コンベンションに至るまで、当地の宿泊施設の特徴や助成金制度（コンベンション・バス助成）を生かした誘致を行うため、きめ細やかな国内誘客キャラバンを実施している。 R6 宿泊者数（団体客）：69,634 人 R5 宿泊者数（団体客）：81,185 人 R4 宿泊者数（団体客）：50,749 人 R1 宿泊者数（団体客）：166,966 人
○ターゲット層 インバウンド（幅広い国に対してアプローチ）
○選定の理由　○取組方針 近年増加傾向にあり、個人・団体ともにターゲティング。 インバウンドは災害等の非常事態に大きく左右されるため、数か国に絞るのではなく幅広い国へのアプローチを実施している。また、国内市場の閑散期にインバウンドを誘致することで、宿泊客数の平準化のためにも必要である。 R6 宿泊者数（インバウンド）：127,033 人 R5 宿泊者数（インバウンド）：89,025 人 R4 宿泊者数（インバウンド）：20,503 人 R1 宿泊者数（インバウンド）：119,896 人

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	**【地域ビジョン】** 市民と観光客の笑顔があふれるまち ・市民が共通の意識を持ち、一体となってお客さまをおもてなしすることができるホスピタリティあふれるまち ・地域の伝統や文化・美しい風土を次世代へ守り受け継ぎ、誇りを持って案内できる観光教育の充実 訪れたい・住んでみたい街並み景観の整備 ・飛騨街道をたどる下呂温泉の歴史的資源を活用した観光まちづくり ・住民が歴史的資源を認識し、活かし、未来へつなげるための基盤づくり 観光を切り札とした地域経済の活性化 ・観光の活性化を他の産業へ波及させ、市民生活の質の向上を目指す ・下呂温泉を核とした観光の恩恵が市内の津々浦々まで浸透する仕組みづくり 持続可能な観光地づくり ・E-DMO によるマネジメントやエコツーリズムの推進、SDGs の取り組み ・自然資源の活用による持続可能な観光（サステナブルツーリズム）を意識した観光体験プログラムの造成

	【DMO としてのビジョン】 地域の観光の力を最大限活用し GDP 向上による地域経済の活性化とともに、人々の地域への誇りに基づく地域一体での持続可能な観光地づくりを、地域のステークホルダーと連携して推進する。 ・地域事業者との連携及び、事業・経営支援による地域観光の活性化、GDP の向上 ・住民の観光への理解、知識の向上及び、観光への参画の推進による住民、観光客双方の満足度向上 ・市内の観光協会等、下呂市全体での関係者との連携の推進による地域一体での観光地づくり 唯一無二である自然・文化の財産を、地域の人々のみならず国内外からの来訪者から愛される周遊型の滞在として輝かせる。 ・日本三名泉のひとつとして知られている下呂温泉は 1,000 年もの歴史を持ちます。大地の恵みがもたらしたその良質な泉質は、厳しい管理のもとで長期に渡り守り継がれた地域の大切な財産です。市内の個性豊かな宿泊施設や周辺にある魅力的な資源と、温泉が共存することで、下呂市を「唯一無二」な魅力的な地域としてより一層輝かせています。「下呂温泉と周辺エリアの自然・文化・歴史・暮らし・産業」が下呂市への旅のスタイルとして浸透するために、この地に暮らす多くの人々や事業者全体の関わりを密にし、エリア間の「人・ビジネス・情報」の循環が活発になり、観光振興のみならず、地域の人々の暮らしが下呂市に対する誇りや愛着の気持ちとともに、豊かになっていくことを目指す。
② コンセプトの考え方	全国の温泉地の中でも評価の高い下呂温泉。特に中部圏域においては随一の知名度を誇り、来訪意向も高い温泉地として認知されている。山間に良質の温泉がこんこんと湧き出る宿場町として、年代・性別・初回・再訪問わず幅広い顧客に支持され、年間 100 万人以上の宿泊により、市全体の経済を牽引し、活性化に大きく寄与している。 これらの効果は下呂温泉地域のみならず、周辺の観光資源を持つ市内 4 地域にも来訪客を呼び込む流れが確立されつつある。 単独としては集客力が弱い観光コンテンツを、互いの強い連携の中で整備・開発し、情報発信ならびに受け入れ態勢の強化から地域間のマッチングが整備され、観光客の滞在時間延長や顧客満足度の向上が図られている。 また、エコツーリズムと DMO による「E-DMO」の活動を通して、世界の持続可能な観光地 100 選の選出や、国際認証機関 Earth Check における「Leading Destinations of World Program」の日本初認定など、他地域との差別化を図り、サステナブルな取組を世界に発信できる体制が確立されつつある。 下呂市としても下呂市観光計画を掲げ、「ホスピタリティ都市宣言」によって来訪者目線のまちづくりを実施しており、そうした動きとも整合性を図りながら、下呂温泉を中心とした観光マーケティングを継続・強化し、顧客の動向を一早く分析し次の戦略を打ち出すことで、地域間競争に打ち勝つ強い地域が生まれると考えられる。一方で、行政間で行われている広域連携を活用し、多様な誘客・発信ツールを最大限に活かすことができる。

＜下呂温泉を起点とした周遊観光地の確立＞



＜データ分析・プロモーション全体像＞

＜世界の持続可能な観光地 100 選（TOP100 選）選出＞

＜下呂市観光計画ロゴ＞

「EarthCheck Leading Destinations of the World Program」日本初の参加認定

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。	○誘致宣伝委員会（下呂市 DMO 委員会） ○協会だより発行
	○下呂温泉観光協会を中心とした委員会を毎月１回開催し、参加者である市内各関係団体への情報共有及び協議を行う。内容としては宿泊統計等のマーケティングデータ分析及び、プロモーション全般の成果報告を行っている。 ○市民向けに協会だよりを年４回発行し、観光協会の事業報告や宿泊統計データ等を発信している。
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	○国内外の先進観光地への研修実施や、宿泊施設等における社員向けの近隣観光地現地視察の実施。 ○トヨタ生産方式「カイゼン」を用いた生産性向上支援訓練の実施。 ○会員に向けて「トヨタ生産方式カイゼンリーダー養成講座」の受講推奨活動の実施。
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	○OTAWEB 特集ページへの掲載、ターゲティングメルマガ配信、クーポン発行、インフルエンサーを活用したプロモーション、Google を活用したリスティング広告配信及び Google アナリティクスによる分析、SNS 広告配信、新聞・雑誌広告出稿、メディア関係からの取材受入 ○岐阜県主催観光展への参加 ○全国旅行会社への訪問セールス活動、旅行会社及び各種観光関係団体主催商談会への参加 ○海外 AGT への訪問セールス、海外商談会への参加、海外旅行博への出展

※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
●旅行消費額（百万円）	目標	52,000	52,000	52,000	52,000	52,000	52,000
	実績	57,970	46,717	47,237			
●延べ宿泊者数（千人）	目標	930	950	970	1,010	1,030	1,050
		(50)	(80)	(100)	(150)	(170)	(190)
	実績	931	963	1,001			
		(2.0)	(89)	(127)			
●来訪者満足度（%）	目標	90	92	96	96	96	96
	実績	88	95	88			
●リピーター率（%）	目標	20	20	20	20	20	20
	実績	18.5	15.7	15.3			

※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】
これまで下呂温泉では、昭和 40 年代から宿泊者数のデータを蓄積しており、上記組織体において 50 年以上に渡り、地域一体となってエリア内の観光関連データを収集・分析を実施。地域主導でデジタルツールを活用し高精度にデータを分析・加工し、戦略会議やプラットフォームにて地域に還元しており、プロモーション内容を変化させ観光客にアプローチし誘客に努めている。
シーズン毎に訪れるターゲットが変化するため、幅広い属性に対してプロモーションを実施。データ分析による現状把握を通じ、国内外における新規顧客の獲得と既存顧客のリピート率向上に向けて精緻化していく。その指標として把握する必要がある旅行消費額、宿泊者数、来訪者満足度、リピーター率の 4 つを必須 KPI として取り組む。

【設定にあたっての考え方】
●旅行消費額
当地で実施する観光地点調査を参考に、消費単価 50,000 円×104 万人にて旅行消費額の目標値を設定した。
R6 年度は前年比プラス 5 億 2 千万円であったが、一人当たりの消費単価は 2,010 円減少している。近年の物価高等も影響し泊食分離が進んでいることが要因と考えている。

●宿泊者数
R6 年度の宿泊者数は 1,001,852 人となり、5 年ぶりに 100 万人を達成することができた。しかし、内訳をみると国内団体が大きく減少しており、コロナ前と比較するとまだ 3 割程度の数字となっている。目標数値については、国内個人・団体、海外個人・団体の数字に、前年比を掛け合わせることで算出。令和 8 年度以降の目標は海外宿泊者が年 2 万人程度増加すると見込み算出している。

●来訪者満足度
観光地点調査の実績値より R5 年度のみ満足度 95%という結果が出たが、近年の結果を平均すると 88%前後で推移しているため、目標は 90%と設定した。調査を継続して行い、満足度に変化があった際に目標数値を変更したい。

●リピーター率：
R4 年度の実績を基に、5 人に 1 人がリピーターとなることを目標に設定した。
R6 年度はリピーター率が 15.3%で着地し、前年比では若干の減少となったが、新規顧客とリピーターのバランスはとれていると分析している。予測に関しては引き続き 20%を目標としたい。

（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
●宿泊施設稼働率（%）	目標	43	52	59	60	60	60
	実績	49	57	54			
●コンベンション開催件数（件）国内	目標	43	115	115	115	115	115
	実績	47	56	78			
●コンベンション宿泊者数（人）国内	目標	4,868	13,523	13,793	14,000	14,000	14,000
	実績	8,849	8,597	10,287			
●AGT 訪問件数（件）	目標	400	400	400	400	400	400
	実績	361	364	387			

※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】
下呂市の観光地経営における最も重要な指標は宿泊者数であるが、宿泊者の誘致・集客には季節的あるいは曜日による変動が大きく、それは観光地としての経営ロスにつながる。そのため AGT

による集客やMICEまたはインバウンドによる誘致を積極的に行い「平準化」を目指す必要がある。しかし、新型コロナウイルスの影響など観光マーケットの変化よるコンベンション開催の宿泊者数やインバウンドは状況が変化する。
そのため、旅行社への訪問件数を指標に加え、旅行業界の動向を旅行社から情報収集することで、観光市場の変化に対し傾向の波を逃すことのないように誘客のための重要な指標とする。また、キャンペーンを継続的実施しリアルな個人客の現場の声を聞くことで個人客のトレンドをつかみプロモーション戦略に役立てる。

【設定にあたっての考え方】
●宿泊施設の稼働率
施設規模によってばらつきがあるものの、年平均50%台で推移している。
R6年度は54%と若干稼働率は減少しているが、宿泊者数は100万人の大台を超えている。R7年度以降の目標値は一旦60%を目標とする。

●コンベンション開催件数、宿泊者数
コンベンションの開催件数や規模により、それに伴う宿泊者数も大きく変わるが、全国大会などの大型MICEや、毎年継続して開催されている合宿・各種大会などの誘致も引き続き取り組んでいく。
R6年度は年間宿泊者数も1万人を突破し、コロナ前の水準に戻りつつある。R7年度以降目標は1万4千人としているが、予算上限MAXの数字を置いている。

●旅行社訪問件数
旅行業界の動向を旅行社（AGT）から情報収集することで、旅行市場の波を逃さず誘客してく。
R6年度は387件訪問をしたが、更に変化の早い観光市場に対応するためR7年度以降は400件を目指す。

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）	
2021（Ｒ３）年度	167,558,746円	【負担金収入】	82,648,030円
		【国県市町村からの補助金】	49,338,596円
		【会費収入】	14,321,116円
		【受託事業収入】	11,848,100円
		【雑収入】	578円
		【収益事業収入】	1,766,720円
		【前期繰越収支差額】	7,635,606円
2022（Ｒ４）年度	318,829,809円	【負担金収入】	15,295,660円
		【国県市町村からの補助金】	230,862,400円
		【会費収入】	14,252,352円
		【受託事業収入】	39,998,654円
		【雑収入】	761円
		【収益事業収入】	7,624,003円
		【前期繰越収支差額】	10,795,979円
2023（Ｒ５）	282,071,712円	【負担金収入】	16,200,890円

年度		【国県市町村からの補助金】	203,250,500 円
		【会費収入】	14,217,868 円
		【受託事業収入】	29,859,674 円
		【雑収入】	676 円
		【収益事業収入】	11,319,458 円
		【前期繰越収支差額】	7,222,646 円
2024（Ｒ６）年度	256,423,641 円	【負担金収入】	31,470,799 円
		【国県市町村からの補助金】	119,085,000 円
		【会費収入】	15,361,231 円
		【受託事業収入】	71,925,984 円
		【雑収入】	43,475 円
		【収益事業収入】	8,000,814 円
		【前期繰越収支差額】	10,536,338 円
2025（Ｒ７）年度	221,145,369 円	【負担金収入】	35,600,000 円
		【国県市町村からの補助金】	125,269,600 円
		【会費収入】	15,405,596 円
		【受託事業収入】	31,126,700 円
		【雑収入】	5,000 円
		【収益事業収入】	5,700,000 円
		【前期繰越収支差額】	8,038,473 円
2026（Ｒ８）年度	221,145,369 円	【負担金収入】	35,600,000 円
		【国県市町村からの補助金】	125,269,600 円
		【会費収入】	15,405,596 円
		【受託事業収入】	31,126,700 円
		【雑収入】	5,000 円
		【収益事業収入】	5,700,000 円
		【前期繰越収支差額】	8,038,473 円

（２）支出

年（年度）	総支出	内訳（具体的に記入すること）	
2021（Ｒ３）年度	156,762,767 円	【一般管理費】	26,834,988 円
		【国内外プロモーション(キャラバン含む)】	99,870,051 円
		【ＤＭＯ事業】	7,149,715 円
		【調査研修啓発費】	2,072,630 円
		【受託事業運営費】	14,066,114 円
		【負担金】	187,460 円
		【会議費・事務費等】	6,581,809 円
2022（Ｒ４）年度	311,647,163 円	【一般管理費】	27,496,720 円
		【国内外プロモーション(キャラバン含む)】	110,536,651 円
		【ＤＭＯ事業】	110,167,751 円
		【調査研修啓発費】	3,690,818 円
		【受託事業運営費】	43,855,092 円
		【負担金】	7,261,463 円
		【会議費・事務費等】	8,638,668 円
2023（Ｒ５）年度	271,535,374 円	【一般管理費】	28,203,711 円
		【国内外プロモーション(キャラバン含む)】	95,129,763 円
		【ＤＭＯ事業】	93,153,172 円

		【調査研修啓発費】 4,858,285 円 【受託事業運営費】 34,379,584 円 【負担金】 6,571,369 円 【会議費・事務費等】 9,239,490 円
2024（Ｒ６）年度	248,385,168 円	【一般管理費】 32,161,422 円 【国内外プロモーション(キャラバン含む)】 96,260,252 円 【ＤＭＯ事業】 49,353,410 円 【調査研修啓発費】 20,722,423 円 【受託事業運営費】 35,682,051 円 【負担金】 6,873,075 円 【会議費・事務費等】 7,332,535 円
2025（Ｒ７）年度	219,045,369 円	【一般管理費】 32,320,000 円 【国内外プロモーション(キャラバン含む)】 102,062,369 円 【ＤＭＯ事業】 22,432,000 円 【調査研修啓発費】 4,010,000 円 【受託事業運営費】 44,150,000 円 【負担金】 5,450,000 円 【会議費・事務費等】 8,621,000 円
2026（Ｒ８）年度	219,045,369 円	【一般管理費】 32,320,000 円 【国内外プロモーション(キャラバン含む)】 102,062,369 円 【ＤＭＯ事業】 22,432,000 円 【調査研修啓発費】 4,010,000 円 【受託事業運営費】 44,150,000 円 【負担金】 5,450,000 円 【会議費・事務費等】 8,621,000 円

※令和７・８年度収入より支出が多くなっているが、前期繰越金により支出予定は全て賄うことが可能

（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

・会員数増加のため、新規店舗等への声掛け活動の実施。
・入湯税を用いた安定財源の確保は既にできている。令和 7 年 10 月より宿泊税も導入される予定であるため、今後の継続的な活動のためにも行政と用途について検討していく。
・補助金を積極活用し、限られた予算以上の事業を実施していく。

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

下呂市は、一般社団法人下呂温泉観光協会を中心とした組織を地域 DMO として申請することとします。

様式１

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）

（一社）岐阜県観光連盟や中央日本観光総合機構、JNTO、UNWTO 等の団体の各種マーケティング資料や実施事業に対し、当地のマーケティングデータを照らし合わせ、受入環境整備やプロモーション戦略を実施している。毎年 12 月頃には、次年度のプロモーション計画を策定する際に、岐阜県及び（一社）岐阜県観光連盟の実施計画を当地の計画と照らし合わせ、連携する事で無駄のない戦略・重なりのない戦略策定をしている。

１０．記入担当者連絡先

担当者氏名	富永　祐介
担当部署名（役職）	事務局長
郵便番号	509-2202
所在地	岐阜県下呂市森 922-6
電話番号（直通）	0576-24-1000
ＦＡＸ番号	0576-23-0071
Ｅ－ｍａｉｌ	tominaga@gero-spa.com

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	下呂市役所
担当者氏名	今井　寛司
担当部署名（役職）	観光商工部　観光課　課長
郵便番号	509-2295
所在地	岐阜県下呂市森 960
電話番号（直通）	0576-25-7030
ＦＡＸ番号	0576-25-3252
Ｅ－ｍａｉｌ	kanji-i@city.gero.lg.jp

都道府県･市町村名	下呂市役所
担当者氏名	富永　哲也
担当部署名（役職）	観光商工部　観光課　課長補佐
郵便番号	509-2295
所在地	岐阜県下呂市森 960
電話番号（直通）	0576-25-7030
ＦＡＸ番号	0576-25-3252
Ｅ－ｍａｉｌ	tetsuya-t@city.gero.lg.jp

（登録）【地域DMO】 一般社団法人下呂温泉観光協会

様式2

記入日： 令和7年 7月30日

基礎情報

【区域】 岐阜県下呂市 【設立日】 昭和21年12月5日
【登録日】 社団法人化 平成7年5月10日
【設立経緯】
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】 瀧 康洋（株式会社水明館）
【マーケティング責任者（CMO）】 富永 祐介「専従」
【財務責任者（CFO）】今井 奈美「専従」
古田 喜久雄（税理士法人アルカディア「税理士） 監督
【職員数】12人（常勤10人（正職員5人、契約職員5人）、非常勤2人）
【主な収入】 補助金119百万円、負担金収入31百万円、会費収入15百万円、受託事業71百万円、収益事業8百万円（令和6年度決算）
【総支出】 事業費 202百万円、一般管理費39百万円、負担金6百万円（令和6年度決算）
【連携する主な事業者】
下呂市、下呂温泉旅館協同組合、各地域の観光協会・商工会、下呂市エコツーリズム推進協議会 他

KPI（実績・目標）

※（ ）内は外国人に関するもの。
※シーズン毎に訪れるターゲットが変化するため、幅広い層（年代・性別等）に対して現状はプロモーションを実施、データ分析による現状把握を通じ、国内外の新規顧客の獲得と既存の顧客のリピート率向上に向けて精緻化していく。

項目		2022（R4）年	2023（R5）年	2024（R6）年	2025（R7）年	2026（R8）年	2027（R9）年
旅行消費額（百万円）	目標	52,000	52,000	52,000	52,000	52,000	52,000
	実績	57,970	46,717	42,770	—	—	—
延べ宿泊者数（千人）	目標	930（50）	950（80）	970（100）	1,010（150）	1,030（170）	1,050（190）
	実績	931（1.9）	963（89）	1,001（127）	—	—	—
来訪者満足度（%）	目標	90	92	96	96	96	96
	実績	88	95	88	—	—	—
リピーター率（%）	目標	20	20	20	20	20	20
	実績	18.5	15.7	15.3	—	—	—

戦略

【主なターゲット】
・国内外の幅広い属性の新規顧客、リピーター

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
・宿泊データ分析に基づきWEBをはじめとした各種広告媒体出稿や、イベント出展・キャラバン活動による多方面からの効果的な誘客
・アクセス解析や宿泊データ分析システム・CRMアプリ・おでかけウォッチャー等を活用した検証可能な戦略策定

【観光地域づくりのコンセプト】
観光の力を最大限活用し、GDP向上による地域経済の活性化とともに、人々の地域への誇りに基づく地域一体となった持続可能な観光地づくりを地域のステークホルダーと連携して推進する

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】
・地域資源の発掘、既存のブラッシュアップの促進
・多様化するニーズに対応した、滞在・移動環境の整備及び周遊プランの造成
・観光関連事業者の知識向上による人材の磨き上げ

【受入環境整備】
・下呂市体験予約WEBサイト等の促進
・エコツーリズ推進全体構想認定に伴う道路運送法の特例を活用した二次交通の解消
・地域一体となった高付加価値化に伴う宿泊施設・観光施設等の施設改修及び面的DX化
・外国人に対応した温泉街の道標・案内看板整備等
・歴史的資源を活用した観光まちづくり推進事業における検討会及び協定案の策定
・下呂温泉街における混雑緩和事業計画

【情報発信・プロモーション】
・WEB特集ページへの掲載
・ターゲティングメルマガ配信、クーポン発行
・インフルエンサーを活用したプロモーション
・Googleリスティング広告配信
・SNS広告配信
・新聞・雑誌広告出稿、取材受入
・岐阜県主催観光展への参加
・全国旅行会社への訪問セールス活動
・旅行会社及び関係団体主催商談会参加
・海外AGTへのセールス、海外商談会への参加、海外旅行博への出展

【その他】
・各種調査事業
・農泊事業