観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：令和７年７月１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	（一社）岐阜県観光連盟	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	岐阜県	
所在地	岐阜県岐阜市	
設立時期	昭和２７年３月　岐阜県観光連盟設立 平成４年６月　　社団法人岐阜県観光連盟に移行 平成２５年４月　一般社団法人岐阜県観光連盟に移行	
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	１６人【常勤１２人（正職員５人・出向等７人）、非常勤４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） 葛西　信三 （出身組織名） 岐阜乗合自動車（株）	令和６年６月に会長に就任。本職以外にも岐阜県バス協会会長をはじめ、県の審議会委員等に就任している。
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） 服部　敬「専従」 （出身組織名） （一社）岐阜県観光連盟	令和４年６月に常務理事に就任。就任以前は、岐阜県庁に勤務。市町村行政、産業振興に関して幅広い知識と経験を有する。
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） 池田　紫峰「専従」 （出身組織名） 岐阜県	令和６年４月着任。着任以前は、国内の誘客プロモーションなどに通算５年従事し、情報発信、旅行商品の造成、データ分析など観光事業全般に幅広い知識と経験を有する。

様式１

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） 田中　誠記「専従」 （出身組織名） （一社）岐阜県観光連盟	令和５年４月に総務部長に就任。以前は、岐阜県庁に勤務。経理、財務、会計事務に関して幅広い知識と経験を有する。
誘客事業の責任者 （専門人材）	（氏名） 野村　晶「専従」 （出身組織名） 東海旅客鉄道(株)	令和４年１１月に事業部長に就任。東海旅客鉄道株式会社では、主として営業本部や営業課等の営業系統分野での業務に従事。出向後は、岐阜県への来訪・宿泊旅客増に向けた販促とデータ分析を推進している。
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（観光政策全般、サステイナブル・ツーリズム） ・観光文化スポーツ部観光資源活用課（フィルムコミッション、コンテンツ造成） ・観光文化スポーツ部観光誘客推進課（国内誘客、海外誘客） ・総合企画部地域振興課（ＭＩＣＥ） ・観光文化スポーツ部地域スポーツ課（スポーツツーリズム） ・危機管理部防災課（防災情報） ・環境生活部環境生活政策課（自然公園活用、ＯＮＳＥＮガストロノミー） ・観光文化スポーツ部文化創造課・文化伝承課（文化、歴史資源活用） ・健康福祉部保健医療課（旅行者の安全確保） ・農政部里川・水産振興課、農産物流通課、農村振興課（農水産資源活用） ・県土整備部（道路、河川整備） ・都市建築部都市公園・交通局（都市公園、公共交通活用） ・県内市町村観光部署（情報発信、国内外への誘客事業の実施）	
連携する事業者名及び役割	○県内の市町村の観光担当課、観光協会、広域観光団体 ・ＤＭＯ登録法人 （一社）飛騨高山観光コンベンション協会、（一社）下呂温泉観光協会 （特非）ＮＰＯ法人ＯＲＧＡＮ、（特非）大垣観光協会 （一社）多治見市観光協会、（一社）郡上市観光連盟 （一社）ジバスクラム恵那 【役割】観光マーケティング、観光情報提供、観光イベント、情報発信、地域資源の観光資源化 ○旅館組合、温泉組合、宿泊事業者 ・岐阜県旅館ホテル生活衛生同業組合　など 【役割】旅行商品造成、宿泊人材育成 ○交通事業者 ・鉄道：ＪＲ東海、名古屋鉄道、県内４ローカル鉄道 ・バス：岐阜バス、名阪近鉄バス、東鉄バス、北恵那交通、濃飛バス等 ・タクシー事業者 ・中日本高速道路 ・（一社）日本自動車連盟岐阜支部 【役割】ターゲットエリアからの送客、２次交通整備、周遊型観光の推進	

<table>
<tr><td></td><td>〇観光土産品事業者
　・岐阜市土産品協会　など
【役割】観光物産展の出展、推奨土産品の販売など

〇旅行業者
　・ＪＴＢ、日本旅行、名鉄観光サービスなど大手旅行会社など
【役割】国内外からの誘客に向けた旅行商品造成、着地型旅行商品開発

〇観光事業者
　・有料観光施設、物販施設、日帰り温泉施設、飲食店舗など
【役割】観光消費額増につながる新たな商品開発、情報発信

〇県内シンクタンク
　・ＯＫＢ総研、十六総合研究所など
【役割】シンクタンクと連携した観光データの分析</td></tr>
<tr><td>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</td><td>（該当する要件）
①、②
（概要）
①岐阜県観光連盟には、総会、理事会、正副会長会議を設置しており、県、市町村、観光振興団体、宿泊事業者、交通事業者、観光土産品業者、観光事業者等の幅広い分野の方が事業に関する合意形成に関わる仕組みが構築されている。
②上記の会議に加え、県全体の観光振興に関する協議、調整の場として「岐阜県ＤＭＯ会議」及び「ＤＭＯ推進委員会」を設置している。</td></tr>
<tr><td>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</td><td>当連盟が取り組む観光地域づくりへの取組みについて、幅広い分野の関係者から意見を聴取し、今後の施策の展開に反映。</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>※令和６年度の主な事業
（１）情報発信
　①ホームページ「岐阜の旅ガイド（国内)」による情報発信強化、「ＶＩＳＩＴ　ＧＩＦＵ（海外)」、ＳＮＳ等の運営
　②飛騨・美濃観光名古屋センターによる情報発信
　③市町村担当者等への情報発信研修の開催
（２）プロモーション
　①国内誘客の推進（旅行商品造成・販売支援、県内周遊促進、商談会・観光物産展開催）
　②海外誘客の推進（台湾の旅行会社への訪問セールス活動、商談会、富裕層向け旅行商品造成）</td></tr>
<tr><td>受入環境の整備</td><td>※令和６年度の主な事業
（１）受入環境の整備
　①着地型旅行商品販売サイトの運営</td></tr>
</table></td></tr>
</table>

様式１

		②地域の観光素材を活かした体験プログラムの造成 （２）人材育成研修 宿泊事業者や観光事業者等を対象に研修会を実施
	観光資源の磨き上げ	※令和６年度の主な事業 （１）受入環境の整備 滞在コンテンツのブラッシュアップ （２）観光土産品の品質向上を促進 推奨観光土産品の認定

【定量的な評価】

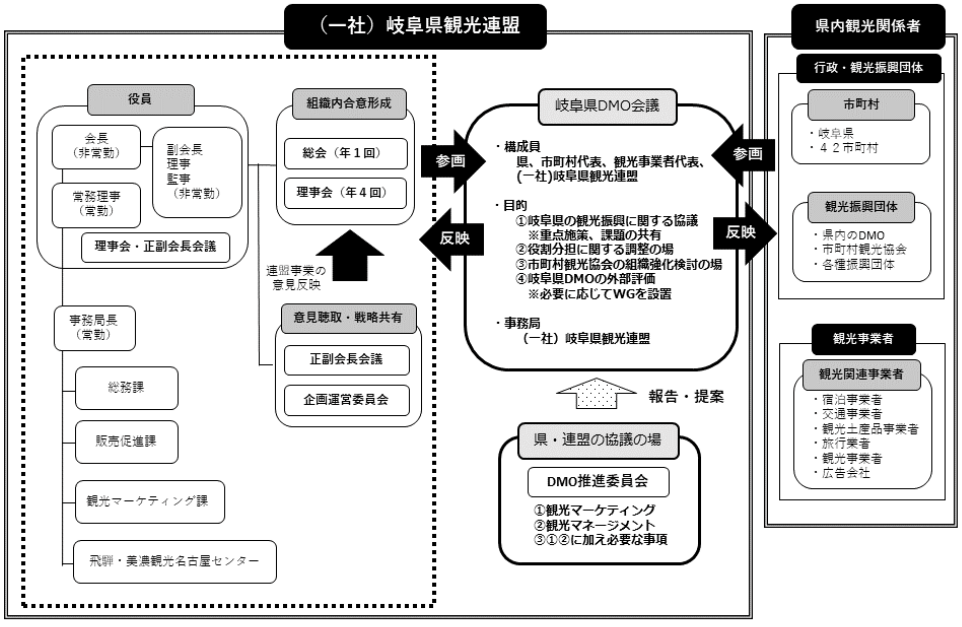
（１）団体旅行誘致助成実績：１件、送客実績：６８人
（２）商談会開催実績　：４回（県内参加者　計１７２団体）
（３）ホームページセッション数：６１３万
（４）飛騨・美濃名古屋センター来館者数：４０，３２１人
（５）推奨土産品認定件数：２０９品

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】

（一社）岐阜県観光連盟が母体となり、メンバーには、行政、宿泊業者、飲食業者のみならず、交通事業者、旅行事業者など多様な関係者が参画するなど官民が密接に連携した運営を実施。

【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】

圏域	市町村
岐阜圏域（9）	岐阜市、羽島市、各務原市、山県市、瑞穂市、本巣市、岐南町、笠松町、北方町
西濃圏域（11）	大垣市、海津市、養老町、垂井町、関ケ原町、神戸町、輪之内町、安八町、揖斐川町、大野町、池田町
中濃圏域(13)	関市、美濃市、美濃加茂市、可児市、郡上市、坂祝町、富加町、川辺町、七宗町、八百津町、白川町、御嵩町、東白川村
東濃圏域(5)	多治見市、中津川市、瑞浪市、恵那市、土岐市
飛騨圏域(4)	高山市、飛騨市、下呂市、白川村

【区域設定の考え方】

本計画の区域は、岐阜県全域４２市町村

昭和２７年３月の発足以来、岐阜県の観光振興の中核を担う組織として、岐阜県全体の観光振興に取り組んでおり、岐阜県全体を対象区域として設定した。

【観光客の実態等】

（１）観光入込客の推移

区　分		令和２年	令和３年	令和４年	令和５年
観光入込客数（延べ人数）		4,935.7 万人	4837.9 万人	5,683.8 万人	6,221.9 万人
行祭事・イベント入込客数		57.7 万人	74.8 万人	338.8 万人	623.9 千人
観光消費額	全体	1,784.51 億円	1,721.41 億円	2,702.47 億円	3,043.55 億円
	日帰り客	950.94 億円	964.27 億円	1,356.52 億円	1,434.87 億円
	宿泊客	833.56 億円	757.14 億円	1,345.95 億円	1,608.67 億円

（２）宿泊客の推移

区　分	令和３年	令和４年	令和５年	令和６年
宿泊客数	376.0 万人	548.9 万人	701.3 万人	836.3 万人
うち外国人	3 万人	13.1 万人	109.5 万人	192.8 万人

（３）動態（令和５年岐阜県観光入込客統計調査より）
・県外からの宿泊者数が約６４％以上を占める。
・入込客数（実人数）における宿泊率は１３．６％。

【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】

（１）観光地点別の集客数（県内トップ１０）

順位	観光地点	所在地	入込客数
１	土岐プレミアム・アウトレット	土岐市	479.1 万人
２	河川環境楽園（アクア・トトぎふを含む）	各務原市	418.9 万人
３	高山市街地エリア	高山市	346.8 万人
４	湯の華アイランド	可児市	164.7 万人
５	白川郷合掌造り集落	白川村	163.8 万人
６	伊奈波神社	岐阜市	139.0 万人
７	養老公園（養老天命反転地等近隣スポット含む）	養老町	126.6 万人
８	千代保稲荷神社	海津市	124.1 万人
９	岐阜公園	岐阜市	123.0 万人
１０	千本松原・国営木曽三川公園	海津市	119.2 万人

※令和５年岐阜県観光入込客統計調査（岐阜県）

（２）行祭事・イベント入込客数（県内トップ１０）

順位	観光地点	所在地	入込客数
１	ぎふ信長まつり	岐阜市	44.0 万人
２	道三まつり	岐阜市	41.0 万人
３	郡上おどり	郡上市	30.1 万人
４	高山祭	高山市	28.0 万人
５	各務原市桜まつり	各務原市	21.1 万人
６	チューリップ祭	海津市	18.4 万人
７	刃物まつり	関市	15.0 万人
８	たじみ陶器まつり（春）	多治見市	15.0 万人
９	航空祭	各務原市	13.8 万人
１０	水都まつり	大垣市	13.0 万人

※令和５年岐阜県観光入込客統計調査（岐阜県）

（３）世界に認められた資源

登録名称	資源名
ユネスコ世界文化遺産	白川郷合掌造り集落
ユネスコ無形文化遺産	本美濃紙
	山・鉾・屋台行事 ※高山祭の屋台行事、古川祭の起し太鼓・屋台行事、大垣祭の 　軸行事
	風流踊 ※郡上踊、寒水の掛踊
ＩＣＩＤ世界かんがい施設遺産	曽代用水
ＦＡＯ世界農業遺産	清流長良川の鮎

（４）主な観光資源

区分	資源名
自然	淡墨桜、養老の滝、伊吹山ドライブウェイ、モネの池、大矢田もみじ谷、ひるがの高原、牧歌の里、清流長良川あゆパーク、ぎふワールド・ローズガーデン、恵那峡、荘川桜、乗鞍山麓五色ヶ原の森、新穂高ロープウェイ、乗鞍スカイライン、平湯大滝、宇津江四十八滝、天生県立自然公園と三湿原回廊、小坂の滝めぐり、白山白川郷ホワイトロード
歴史、文化	中山道ぎふ１７宿、地歌舞伎と芝居小屋、東美濃の山城、岐阜城、川原町界隈、ぎふ長良川鵜飼、小瀬鵜飼、大垣城、奥の細道結びの地記念館、関ケ原古戦場、千代保稲荷神社、養老天命反転地、谷汲山華厳寺、両界山横蔵寺、南宮大社、うだつの上がる町並み、郡上八幡城、杉原千畝記念館、虎渓山永保寺、岩村城下町、日本大正村、高山の古い町並、瀬戸川と白壁土蔵街
スポーツ	岐阜メモリアルセンター、河川環境楽園、岐阜県百年公園、養老公園、国営木曽三川公園、ぎふ清流里山公園、スキー場、中部山岳国立公園、白山国立公園、レールマウンテンバイク「Gattan GO!!」、飛騨里山サイクリング
温泉地	長良川温泉、恵那峡温泉、下呂温泉、飛騨高山温泉、奥飛騨温泉郷
産業観光	岐阜かかみがはら航空宇宙博物館、徳山ダム、関鍛冶伝承館、美濃和紙の里会館、食品サンプル、岐阜県現代陶芸美術館、多治見市モザイクタイルミュージアム

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

○県内の営業許可別施設数、客室数

項目	旅館・ホテル営業	簡易宿所	下宿営業	合計
施設数	1,068	731	10	1,809
客室数	26,451			26,451

※令和５年度衛生行政報告例（厚生労働省）

○県内の客室稼働率の推移

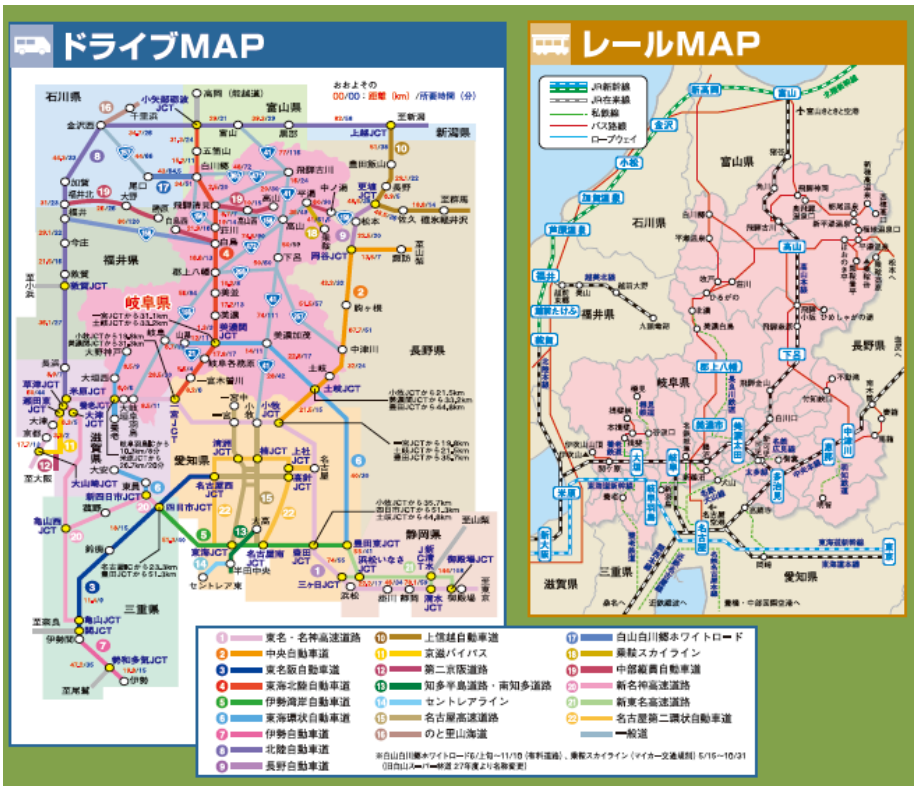
項目	令和３年	令和４年	令和５年	令和６年
旅館	22.8%	32.8%	37.6%	36.2%
リゾートホテル	27.3%	34.3%	41.5%	48.7%
ビジネスホテル	44.3%	57.4%	66.1%	73.0%
シティホテル	33.6%	40.0%	58.7%	49.4%
簡易宿所	16.6%	13.7%	28.5%	29.6%
計	34.3%	40.9%	48.0%	51.2%

※宿泊旅行統計調査（観光庁）

様式１

【利便性：区域までの交通、域内交通】

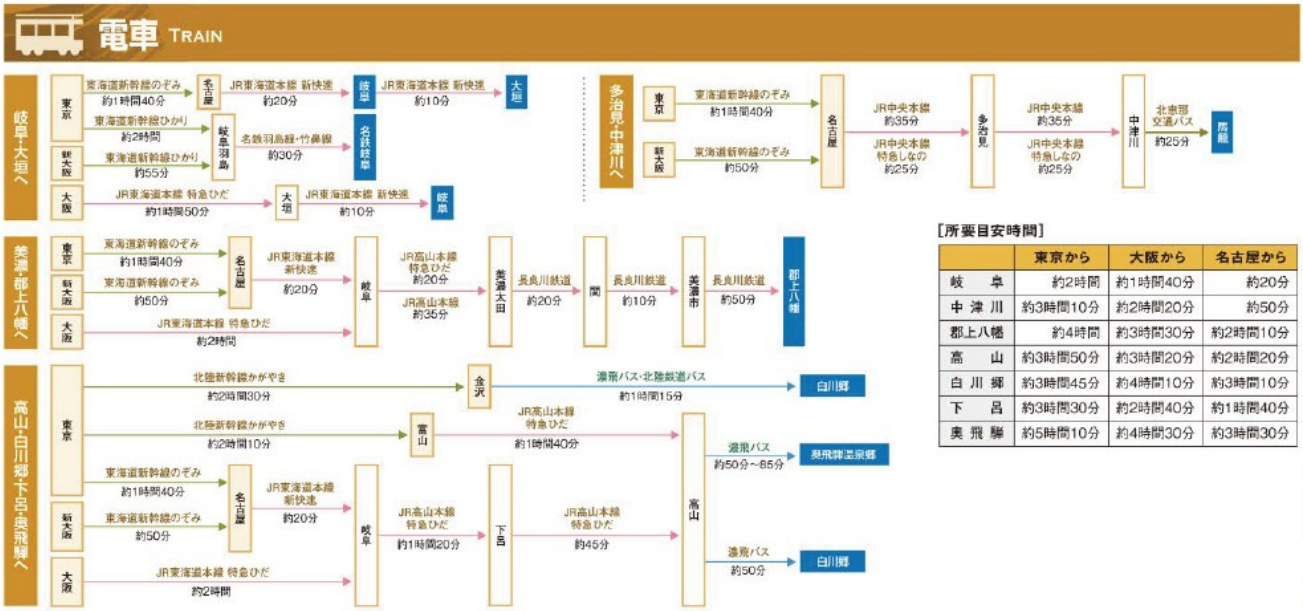
岐阜県は日本の中心に位置しており、高速道路、新幹線が県内を通過するほか、隣接県に国際空港、地方空港があるため、国内外から容易にアクセスすることができる。また、今後、リニア中央新幹線の開業が見込まれ、岐阜県内にも中津川市内に「リニア岐阜県駅（仮称）」が設置される。



○車での３大都市圏からのアクセス方法

様式１

○電車での３大都市圏からのアクセス方法



［所要目安時間］

	東京から	大阪から	名古屋から
岐　阜	約2時間	約1時間40分	約20分
中 津 川	約3時間10分	約2時間20分	約50分
郡上八幡	約4時間	約3時間30分	約2時間10分
高　山	約3時間50分	約3時間20分	約2時間20分
白 川 郷	約3時間45分	約4時間10分	約3時間10分
下　呂	約3時間30分	約2時間40分	約1時間40分
奥 飛 騨	約5時間10分	約4時間30分	約3時間30分

【外国人観光客への対応】

・ホームページやパンフレットの多言語化

・受入環境整備の支援

（消費税免税店開設、多言語化整備、Wi-Fi 環境整備、トイレ洋式化、ムスリム受入体制、着地型体験プログラム造成、決済端末導入準備、多言語コミュニケーションツール導入、受入人材育成）

・外国語案内ガイド育成

・ＪＮＴＯ認定外国人観光案内所数

３４件（カテゴリー２：７件、カテゴリー１：１９件、パートナー施設：８件）

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、リピーター率、来訪者満足度、経済波及効果、観光入込客数	観光施策の基礎資料とするため。	岐阜県観光入込客統計調査（岐阜県）
延べ宿泊者数、外国人延べ宿泊者数	観光施策の基礎資料とするため。	宿泊旅行統計調査（観光庁）
岐阜県観光連盟公式ＷＥＢサイトのアクセス状況	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。	Google アナリティクス解析（観光連盟）
飛騨・美濃名古屋センターの来訪者数、問い合わせ状況	リピーター顧客の動向を把握し、戦略立案に繋げるため。	当連盟職員による実数調査（観光連盟）
国内外の宿泊者の属性、同行分析、宿泊予測	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。	観光予報プラットフォーム、宿泊データ分析システム（観光連盟）
観光客の位置情報による人流分析	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。	おでかけウォッチャーを活用した分析（観光連盟）

ＳＮＳ（Twitter、Instagram）の動向分析	世間の関心や観光地の評判等を把握するため。	SNS のインサイトによる分析(観光連盟)

４．戦略

（１）地域における観光を取り巻く背景

本格的な人口減少社会が到来する中、今後、観光地におけるリピーターの確保や観光消費額のアップが求められており、また、急増する外国人観光客を始めとして観光客のニーズが多様化する中、観光地間の誘客競争は今後一層激化することが予想されている。
岐阜県が世界的な観光地としてさらなる成長を遂げるには、これまでの取組みに加え、効果的な魅力発信や新たな需要の取り込みが不可欠であり、岐阜県ならではの周遊・滞在型観光を定着させることで、観光消費のさらなる拡大、ひいては観光産業の基幹産業化を目指していく。

（２）地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み（Strengths） ・変化に富んだ自然資源 ・地域ごとに特徴的な伝統文化・伝統工芸 ・山の恵み、清流の恵み、自然が育んだ滋味あふれる味 ・天然温泉の宝庫 ・世界に誇る遺産 ・三大都市圏からのアクセスのしやすさ ・欧米豪に好まれる観光資源が豊富 ・アニメ、ドラマの舞台化による聖地巡礼 ・発達した高速道路網	弱み（Weaknesses） ・主要観光地の偏在 （主要観光地の多くが、飛騨地方に固まる） ・主要駅・空港からの２次交通が脆弱 ・県内の滞在時間が短い（日帰り客が多数） ・宿泊業をはじめとする人手不足の深刻化 ・観光施設の老朽化 （耐震化、バリアフリー化） ・主要幹線鉄道網が弱い ・「食」「土産」の満足度が低い
外部環境	機会（Opportunity） ・東海北陸自動車道の４車線化 ・東海環状自動車道の全線開通 ・中部縦貫自動車道の延伸 ・リニア中央新幹線の開業 ・訪日外国人旅行者の増加	脅威（Threat） ・自然災害 （台風、豪雨、地震、火山噴火など） ・周辺県における大規模観光施設の開業 ・交通網整備による日帰り観光地化 ・消費者の嗜好の変化

（３）ターゲット

①国内旅行者

○第１ターゲット層
愛知県を中心とした東海地方（愛知県、三重県、静岡県）の平日の旅行を目的としたファミリー層

○選定の理由
・令和５年岐阜県観光入込客統計調査によると、東海地方（３県）からの来訪者は、４０．５％と最も高い比率である。
・岐阜県観光連盟の公式ウェブサイト「岐阜の旅ガイド」アクセス分析（令和６年度）において、東海地方が３２％を占める。
・位置情報による観光客の人流分析では、東海地方からの割合が６８．８％と最も高い比率となっている。
・本県に隣接しており、県内全域を目的地に訪問できる。

○取組方針 ①公式ウェブサイト「岐阜の旅ガイド」による、効果的な情報発信 ②県内全域を対象にした新たな旅行商品造成支援（商談会の開催、商品造成支援） ③各地域の観光資源を活用した旅行商品を着地型旅行商品販売サイトで販売 ④飛騨・美濃観光名古屋センターを活用した在名メディア及び居住者への情報発信
○第２ターゲット層 首都圏（東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県）の文化遺産や伝統文化の体験、宿泊を目的とした団体
○選定の理由 ・令和５年岐阜県観光入込客統計調査によると、関東地方からの来訪者は、７．５％を占める。 ・岐阜県観光連盟の公式ウェブサイト「岐阜の旅ガイド」アクセス分析（令和６年度）において、首都圏が４１．６％と最も高い比率である。 ・高速道路や新幹線を利用して県内に容易にアクセスすることでき、宿泊滞在が期待できる。 ・位置情報による観光客の人流分析では、飛騨高山や白川郷における首都圏からの来訪者は、約１５．８％と高い割合となっている。 ○取組方針 ①宿泊を核とした新たな旅行商品造成支援（商談会の開催、商品造成支援）の実施 ②公式ウェブサイト「岐阜の旅ガイド」による、効果的な情報発信 ③各地域の観光資源を活用した旅行商品を着地型旅行商品販売サイトで販売
○第３ターゲット層 関西圏（大阪府、兵庫県、京都府）のスキーなどのアクティビティを目的とした日帰りを含む 20～30 代
○選定の理由 ・令和５年岐阜県観光入込客統計調査によると、近畿地方からの来訪者は、７．８％を占める。 ・岐阜県観光連盟の公式ウェブサイト「岐阜の旅ガイド」アクセス分析（令和６年度）において、関西圏が１１．７％を占める。 ・高速道路や新幹線を利用して県内に容易にアクセスすることでき、日帰り・宿泊滞在が期待できる。 ○取組方針 ①宿泊を核とした新たな旅行商品造成支援（商談会の開催、商品造成支援）の実施 ②公式ウェブサイト「岐阜の旅ガイド」による、効果的な情報発信 ③各地域の観光資源を活用した旅行商品を着地型旅行商品販売サイトで販売

②訪日外国人旅行者

○第１ターゲット層 東アジア(台湾、香港)、東南アジア(タイ、インドネシア)の温泉、食事、購買を目的としたファミリー層
○選定の理由 ・東アジア（中国・台湾・香港・韓国）は県内の訪日外国人宿泊者の上位を占める。 ※中国：１位、台湾：２位、香港：３位、韓国：４位 ・東南アジア（タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、ベトナム）は、白川郷や飛騨高山を中心に訪問者が多い。 ※タイ：５位、シンガポール：９位、マレーシア：１４位、インドネシア：１５位、ベトナム：１７位 ○取組方針 ・訪日外国人個人旅行者向けのホームページにて、宿泊予約、交通情報まで「ワンストップ化」した情報を提供 ・デジタルマーケティングの実施 ・現地セールス（団体セールス）の実施
○第２ターゲット層

欧米豪の伝統文化の体験、アクティビティを目的とした富裕層
○選定の理由 ・欧米豪は県内の訪日外国人宿泊者の上位を占める。 ※アメリカ：６位、オーストラリア：８位、イギリス：１０位、イタリア：１１位、 フランス：１２位、ドイツ：１３位 ・滞在日数が長く観光消費額も高い。 ・欧米豪の旅行者が求めるニーズ（日本らしさ、伝統文化）にあった観光資源を多数有している。 （飛騨高山、白川郷、馬籠宿など） ○取組方針 ・訪日外国人個人旅行者向けのホームページにて、宿泊予約、交通情報まで「ワンストップ化」した情報を提供 ・デジタルマーケティングの実施

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	世界に選ばれる持続可能な観光地域づくり
②コンセプトの考え方	岐阜県は、緑豊かな森や清流長良川など山紫水明の自然に恵まれる「清流の国」。その中で、飛騨牛や鮎などの産品、鵜飼や地歌舞伎などの伝統文化、あるいは、美濃和紙や関の刃物、飛騨の木工、美濃焼、航空宇宙などの産業が育まれてきた。 また、白川郷や高山市の古い街並、関ケ原古戦場、中山道、東美濃の山城などの先人の足跡と言うべき歴史が残されるなど、様々な魅力にあふれている。 こうした岐阜県の強み（魅力）を、「豊かな自然のもと、先人から受け継がれてきた伝統・文化・匠の技が、長い時を超えて、人々の暮らしの中に息づいていること」＝「サステイナブル（持続可能）」と位置付けられるものとし、先人たちが守り、伝え、創造してきた魅力を守っていくことはもちろんのこと、それらを磨き上げ、あるいは、それを基とした新たな魅力を生み出すことにより、「清流の国ぎふ」の活力を高めていくこととしたい。 そこで、世界的なＳＤＧｓへの関心の高まりを捉えて、「選ばれる旅先」となるために、サステイナブル・ツーリズム（持続可能な観光）を推進し、本県の自然や歴史、文化といった魅力ある地域資源の保全と、観光消費拡大に向けた地域資源の観光活用への取組みにより、持続可能な観光地域づくりを推進する。 さらに、観光マーケティングを確立し、国内外から、データに基づく効果的な誘客促進及び観光消費額の拡大を図る。

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。	・観光連盟の総会、理事会、正副会長会議には、行政、観光関連団体、事業者が会員として参画しており、戦略を共有する機会が設けられている。 ・県の観光振興全般を協議・調整を行う場として、行政、観光振興団体、観光事業者などで構成する「岐阜県ＤＭＯ会議」を設置。 ・「岐阜県ＤＭＯ会議」の下部組織に、情報共有、課題検討、連絡調整の場を目的とした「ＤＭＯ推進委員会」を設置。 ・岐阜県観光の現状把握や課題の共有を図ることを目的とした「岐阜県観光レポート」の月次版、年報を発行。 ・連盟が運営するホームページ内に、レポート及び観光振興全般に関する情報を掲載し、共有を図る。
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	・県の観光振興全般を協議・調整を行う場として、行政、観光振興団体、観光事業者などで構成する「岐阜県ＤＭＯ会議」を設置。 ・「岐阜県ＤＭＯ会議」の下部組織に、情報共有、課題検討、連絡調整の場を目的とした「ＤＭＯ推進委員会」を設置。 ・地域ＤＭＯや市町村観光協会向けのマーケティング支援及び機能強化支援に取り組むとともに、宿泊事業者向け、市町村・観光協会職員向けに研修を実施。 ・連盟会員向けにニーズ調査を定期的に実施し、必要に応じて施策に反映。
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	・県内の市町村、観光協会、観光事業者から観光情報を集約し、岐阜県全域をカバーするＷＥＢサイト「岐阜の旅ガイド」を活用して一元的な情報発信を実施。 ・名古屋圏での情報発信拠点である、「飛騨・美濃観光名古屋センター」にて効果的に岐阜県の情報を発信。 ・観光ＰＲイベント、ＳＮＳを活用して効果的に情報を発信。 ・訪日外国人個人旅行者向けのホームページにて、宿泊予約、交通情報まで「ワンストップ化」した情報を提供。

６．ＫＰＩ（実績・目標）

（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 （億円）	目標	2,050	2,860	3,100	3,180	3,340	3,600
		（－）	（－）	（－）	（－）	（－）	（－）
	実績	2,702	3,044	4,013			
		（－）	（－）	（－）			
●延べ宿泊者数 （千人）	目標	5,500	6,000	7,120	9,000	9,500	10,000
		（－）	（－）	（－）	（－）	（－）	（－）

様式１

	実績	5,489 （－）	7,013 （－）	8,363 （－）			
●来訪者満足度（%）	目標	4.20 （－）	4.35 （－）	4.38 （－）	4.40 （－）	4.40 （－）	4.40 （－）
	実績	4.33 （－）	4.37 （－）	4.39 （－）			
●リピーター率（%）	目標	92.5 （－）	92.8 （－）	89.1 （－）	90.7 （－）	92.3 （－）	94.0 （－）
	実績	91.4 （－）	87.5 （－）	86.4 （－）			

※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】

令和５年３月に策定された「「清流の国ぎふ」創生総合戦略」及び「岐阜県経済・雇用再生戦略」の目標年度である令和９年度とする。
目標値は、目標年に対し各年で設定した。

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額
目標年（Ｒ９年度）に、３，６００億円を目指す。
●延べ宿泊者数
目標年（Ｒ９年度）に、観光入込客数について、５３００万人を目標としているが、目標達成するためには、Ｒ５年度の実績より２割増を目指す必要があるため、延べ宿泊者数についても２割増を目標とし、令和９年度に１千万人を目指す。
●来訪者満足度
岐阜県観光入込客統計調査で実施。調査項目６項目（観光地、宿泊、移動、土産、食、全体）の年平均値４．４０点を目指す。（５点満点）
●リピーター率
岐阜県観光入込客統計調査で実施。目標値は令和４年度の数値を参考に９４．０%を目指す。

（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
●観光入込客数（万人）	目標	4,100 （－）	4,750 （－）	4,750 （－）	4,900 （－）	5,100 （－）	5,300 （－）
	実績	4,263 （－）	4,364 （－）	－ （　）			
●外国人延べ宿泊者数（万人）	目標	50 （－）	70 （－）	120 （－）	200 （－）	200 （－）	200 （－）
	実績	13 （－）	110 （－）	192 （－）			
●WEB サイトアクセス状況（万人）	目標	330 （－）	600 （－）	640 （－）	640 （－）	650 （－）	660 （－）
	実績	592 （－）	636 （－）	613 （－）			

※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】
●目標年度
令和５年３月に策定された「「清流の国ぎふ」創生総合戦略」及び「岐阜県経済・雇用再生戦略」の目標年度である令和９年度とする。目標値は、目標年に対し各年で設定した。

【設定にあたっての考え方】
●観光入込客数（実人数）
目標年（Ｒ９年度）に、５，３００万人を目指す。
●外国人延べ宿泊客数
目標年（Ｒ９年度）に、２００万人を目指す。

７．活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

（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	4,376,777,504 円	【県からの補助金】 【国庫補助金】 【その他補助金】 【会費収入】 【事業収入】 【雑収入】	4,348,840,037 円 6,529,142 円 140,000 円 15,003,000 円 6,263,492 円 1,833 円
2023（Ｒ５）年度	866,490,092 円	【県からの補助金】 【国庫補助金】 【その他補助金】 【会費収入】 【事業収入】 【雑収入】	842,419,890 円 4,422,000 円 560,000 円 14,983,000 円 3,924,181 円 181,994 円
2024（Ｒ６）年度	247,658,258 円	【県からの補助金】 【国庫補助金】 【その他補助金】 【会費収入】 【特定資産運用収入】 【事業収入】 【負担金収入】 【雑収入】	217,299,945 円 4,000,000 円 160,000 円 14,937,000 円 1,001 円 8,097,860 円 3,140,000 円 22,452 円
2025（Ｒ７）年度	286,895,000 円	【県からの補助金】 【その他補助金】 【会費収入】 【事業収入】 【負担金収入】 【雑収入】	259,331,000 円 140,000 円 15,000,000 円 9,820,000 円 2,600,000 円 4,000 円

2026（Ｒ８） 年度	286,895,000 円	【県からの補助金】 【その他補助金】 【会費収入】 【事業収入】 【負担金収入】 【雑収入】	259,331,000 円 140,000 円 15,000,000 円 9,820,000 円 2,600,000 円 4,000 円
2027（Ｒ９） 年度	286,895,000 円	【県からの補助金】 【その他補助金】 【会費収入】 【事業収入】 【負担金収入】 【雑収入】	259,331,000 円 140,000 円 15,000,000 円 9,820,000 円 2,600,000 円 4,000 円

（２）支出

年（年度）	総支出	内訳（具体的に記入すること）	
2022（Ｒ４） 年度	4,375,155,630 円	【一般管理費】 【会員支援事業費】 【国内誘客事業費】 【海外誘客事業費】 【情報発信事業費】 【観光マーケティング事業費】 【人材育成事業費】	82,426,489 円 1,676,291 円 4,245,841,316 円 2,857,801 円 27,365,675 円 12,587,598 円 2,400,460 円
2023（Ｒ５） 年度	863,654,146 円	【一般管理費】 【会員支援事業費】 【国内誘客事業費】 【海外誘客事業費】 【情報発信事業費】 【観光マーケティング事業費】 【人材育成事業費】	90,917,264 円 1,175,491 円 726,070,102 円 5,118,906 円 22,420,720 円 14,685,971 円 3,265,692 円
2024（Ｒ６） 年度	245,723,458 円	【一般管理費】 【会員支援事業費】 【国内誘客事業費】 【海外誘客事業費】 【情報発信事業費】 【観光マーケティング事業費】 【人材育成事業費】 【地域 DMO 等支援事業費】	92,407,199 円 1,152,416 円 111,657,275 円 4,878,564 円 19,712,325 円 8,719,431 円 1,666,651 円 5,529,597 円
2025（Ｒ７） 年度	286,895,000 円	【一般管理費】 【会員支援事業費】 【国内誘客事業費】 【海外誘客事業費】 【情報発信事業費】 【観光マーケティング事業費】 【人材育成事業費】 【地域 DMO 等支援事業費】	101,875,000 円 1,560,000 円 140,187,000 円 5,000,000 円 21,003,000 円 8,930,000 円 2,690,000 円 5,650,000 円
2026（Ｒ８）	286,895,000 円	【一般管理費】 【会員支援事業費】	101,875,000 円 1,560,000 円

年度		【国内誘客事業費】 【海外誘客事業費】 【情報発信事業費】 【観光マーケティング事業費】 【人材育成事業費】 【地域 DMO 等支援事業費】	140,187,000 円 5,000,000 円 21,003,000 円 8,930,000 円 2,690,000 円 5,650,000 円
2027（Ｒ９） 年度	286,895,000 円	【一般管理費】 【会員支援事業費】 【国内誘客事業費】 【海外誘客事業費】 【情報発信事業費】 【観光マーケティング事業費】 【人材育成事業費】 【地域 DMO 等支援事業費】	101,875,000 円 1,560,000 円 140,187,000 円 5,000,000 円 21,003,000 円 8,930,000 円 2,690,000 円 5,650,000 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

これまでの情報発信・旅行商品造成支援に加え、観光マーケティングの機能強化・人材育成などの事業を展開することで、今まで以上に運営資金の確保を図っていく。
・ウェブサイトのアフィリエイト収入
・旅行商品販売の手数料収入
・「ぎふ旅コイン」アプリを活用した受託事業

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

岐阜県は、一般社団法人岐阜県観光連盟とともに、観光地域づくりのための事業を推進します。

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）

【重複区域における、それぞれの DMO の役割分担について】

・宿泊データや観光人流データなど、ＤＭＯのマーケティングに必要なデータを岐阜県観光連盟で収集(フォーマットを整備)し、各地域ＤＭＯと共有している。

【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】

・各団体で調査する必要がなくなるため、効率的であり、様々な調査システムを導入するコスト削減につながっている。

１０．記入担当者連絡先

担当者氏名	田中　諒
担当部署名（役職）	一般社団法人　岐阜県観光連盟　主査
郵便番号	〒５００－８３８４
所在地	岐阜県岐阜市薮田南５－１４－１２
電話番号（直通）	０５８－２７５－１４８０
ＦＡＸ番号	０５８－２７５－１４８３
Ｅ－ｍａｉｌ	r-tanaka@kankou-gifu.or.jp

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	中野　裕章
担当部署名（役職）	岐阜県観光文化スポーツ部観光文化スポーツ政策課 政策企画係　課長補佐兼政策企画係長
郵便番号	〒５００－８５７０
所在地	岐阜県岐阜市薮田南２－１－１
電話番号（直通）	０５８－２７２－８０７９
ＦＡＸ番号	０５８－２７８―２６７４
Ｅ－ｍａｉｌ	c11334@pref.gifu.lg.jp

（登録）【地域連携DMO】一般社団法人　岐阜県観光連盟

様式２

記入日：　令和7年7月1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】
岐阜県全域
【設立時期】 昭和27年3月
【設立経緯】
③区域の観光協会がDMOに移行
【代表者】 会長　葛西　信三　常務理事　服部　敬
【マーケティング責任者（CMO）】 池田　紫峰
【財務責任者（CFO）】 田中　誠記
【職員数】 16人【常勤12人（正職員5人・出向等7人）、非常勤4人】
【主な収入】
県補助金　218百万円、会費収入　15百万円（令和6年度決算）
【総支出】
事業費　187百万円、一般管理費　93百万円（令和6年度決算）
【連携する主な事業者】
県、県内42市町村、市町村観光協会、各種団体、宿泊事業者、
交通事業者、観光土産品事業者、旅行業者、観光事業者、広告会社

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
旅行消費額（億円）	目標	2,025（－）	2,860（－）	3,100（－）	3,180（－）	3,340（－）	3,600（－）
	実績	2,702（－）	3,043（－）	4,013（－）	—	—	—
延べ宿泊者数（千人）	目標	5,500（－）	6,000（－）	7,120（－）	9,000（－）	9,500（－）	10,000（－）
	実績	5,489（－）	7,013（－）	8,363（－）	—	—	—
来訪者満足度（%）	目標	4.20（－）	4.35（－）	4.38（－）	4.40（－）	4.40（－）	4.40（－）
	実績	4.33（－）	4.37（－）	4.39（－）	—	—	—
リピーター率（%）	目標	92.5（－）	92.8（－）	89.1（－）	90.7（－）	92.3（－）	94.0（－）
	実績	91.4（－）	87.5（－）	86.4（－）	—	—	—

戦略

【主なターゲット】
①国内旅行者：東海地方、首都圏、関西圏
②訪日外国人旅行者：東・東南アジア、欧米豪
【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
①国内旅行者
・公式ウェブサイトを活用した効果的な情報発信
・県内全域を対象にした新たな旅行商品造成支援
・飛騨・美濃観光名古屋センターを活用した
在名メディア及び居住者への情報発信
②訪日外国人旅行者
・訪日外国人個人旅行者向けのホームページにて、
宿泊予約、交通情報まで「ワンストップ化」した情
報を提供。
【観光地域づくりのコンセプト】
世界に選ばれる持続可能な観光地づくり

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】
・旅館・観光土産品の品質向上の促進
・地域の観光資源を活用した
旅行商品のブラッシュアップ

【受入環境整備】
・着地型旅行商品販売サイトの運営
・人材育成研修の開催

【情報発信・プロモーション】
・公式WEBサイト「岐阜の旅ガイド」、
SNSの運営
・飛騨・美濃観光名古屋センター及び
東京駐在員による情報発信
・多言語ウェブサイト「VISITGIFU」の運営

【その他】
・宿泊データや位置情報を基にした
データ分析マーケティング