

「岐阜県観光振興指針」の骨子案について

名称

岐阜県観光振興指針

- (案1) ～ 岐阜県すべてが、観光の魅力。 *GIFU, The Living Heritage* ～
- (案2) ～ 岐阜県すべてが、観光の魅力。そして、県民の誇りへ ～
- (案3) ～ GIFU, The Living Heritage of Central Japan ～

目指す姿（案）

国内外の人々を魅了し、旅の目的地として選ばれ続ける岐阜県

本指針は、市町村、観光関係団体・事業者、県民など、多様な関係者と共有する
県の観光振興の基本的な考え方と方向性を示すもの

目指す姿

国内外の人々を魅了し、旅の目的地として選ばれる岐阜県

施策の柱

I 世界から選ばれる「岐阜県らしさ」
あふれるコンテンツの創出

II 地域に息づく「本物」の魅力を
国内外に発信

III 環境の変化に負けない
「強い」観光産業の基盤づくり

IV 観光を活用した「持続可能な」地域経営

柱Ⅰ 世界から選ばれる「岐阜県らしさ」あふれるコンテンツの創出

自然、歴史、伝統産業、農林業、食、文化・文芸、スポーツ等の多様な地域の資源は、すべてが岐阜県への観光の入り口となる認識のもと、地域ごとの特色や強みを活かした岐阜県ならではの観光コンテンツの創出と磨き上げを進めます。

基本施策

● 自然、歴史、文化、食、スポーツ等の地域資源を活用した観光コンテンツの創出

自然、歴史、文化・文芸、食、スポーツ等を活かし、その魅力を体感できる機会の充実や、新たな楽しみ方の創出を図ります。

● スポーツツーリズム、コンテンツツーリズム、産業観光等のテーマ別観光の推進

スポーツや武道、著作物等のコンテンツ、伝統産業やものづくりなど、こだわりや目的を持つ旅行者を惹きつける取り組みを推進し、多様な旅行需要の取り込みを図ります。

● 岐阜県ならではの資源をストーリーでつなぎ合わせた周遊・滞在型観光の推進

点在する地域の資源をストーリーで結び、岐阜県ならではの魅力をより際立たせることで、県内周遊や滞在時間の延長を図ります。

● 高付加価値な着地型・体験型コンテンツの造成

日常では得られない特別な体験を求める旅行者に向け、地域に根差した「匠の技」や伝統文化、食などを活かした、岐阜でしか味わえない上質な時間や体験の創出を促進します。

柱Ⅱ 地域に息づく「本物」の魅力を国内外に発信

山紫水明な本県の自然、東西結節点が育んだ歴史・文化、人々の暮らしに息づく伝統、そして受け継がれてきた匠の技など、「日本の原風景～本物の日本は岐阜にある～」をコンセプトにプロモーションを展開し、本県の認知度と来訪意欲の向上を図ります。

基本施策

● ターゲット層にあわせた国内外への戦略的なプロモーション

デジタルマーケティングやAI等を活用し、旅行者の属性やニーズ、国や地域ごとの特性を分析・検証したうえで、それぞれに適した情報を国内外へ効果的・効率的に発信します。

● 隣接県や広域観光団体等との連携による広域プロモーション

本県の地理的な優位性を活かし、隣接県や広域観光団体等との連携を深め、県域を跨ぐ広域周遊ルートにおける本県への立ち寄りや滞在を促進し、多方面からの誘客拡大を図ります。

● 全県域への機動的なインバウンド誘客の推進

飛騨地域を訪れる欧米豪やアジアなどからの外国人旅行者の県内周遊を促進し、全県域への更なる誘客拡大を図ります。特定の国・地域に偏らず、柔軟性をもって有事にも強いインバウンド誘客を進めます。

● 年間を通じた誘客促進による需要平準化の推進

MICE（※1）やスノーリゾートをはじめ、県内各地域の特色を活かし、季節や時期に応じた観光需要を取り込むことで、年間を通じた安定的な来訪と宿泊の確保を図ります。

柱Ⅲ 環境の変化に負けない「強い」観光産業の基盤づくり

慢性的な人材不足や、災害、国際情勢など、観光産業を取り巻く様々な課題に対応し、その持続的な発展を支える強靱な観光産業の基盤づくりを進めます。

基本施策

● 宿泊業をはじめとする観光産業の人材確保・育成、生産性向上

新卒者に加え、転職者や定年退職者、外国人など、多様な人材の確保や従事者のスキル向上を支援します。また、デジタル技術やAIの活用、業務改善、サービスの質の向上等を通じて、生産性向上を図ります。

● 観光産業で働くこと、観光産業に挑戦することの魅力の発信

県内の高校や専門学校、大学等と連携し、人との交流や感謝される喜びなど、観光に関わる仕事ならではのやりがいを伝えることで、業界のイメージ向上や将来の担い手確保につなげます。

● 時代の変化に対応した宿泊施設等のサステナビリティの推進

環境や地域社会への配慮など、各事業者の状況に応じた持続可能な取組を促進し、施設運営コストの削減やブランドイメージの向上につなげます。

● 観光を支える交通の充実

広域に観光資源が点在する本県の特性を踏まえ、関係機関と連携しながら、旅行者が円滑に移動できる環境づくりを目指します。

● 誰もが安心して観光を楽しめる環境づくりの推進

観光施設等の受入環境や対応状況に関する最新かつ利用しやすい情報を発信します。また、障がい者や高齢者だけでなく、妊婦や乳幼児連れの人、外国人など、多様な旅行者が気兼ねなく快適に旅行できる環境づくりを進めます。

柱Ⅳ 観光を活用した「持続可能な」地域経営の推進

本県の強みである自然や歴史、文化を地域ぐるみで守り、観光に活かすことで、地域の活力向上と持続可能な地域経営につなげます。また、本県が持続可能な観光の先進地として培ってきた知見を県内全域へ波及させ、地域資源を活かした持続可能な地域づくりを推進し、未来へつなぎます。

基本施策

● 官民連携組織の機能強化と地域への支援

インバウンド施策やデジタルマーケティング等の担い手として、県内唯一の都道府県DMOである、岐阜県観光連盟の機能強化を図ります。地域DMOや観光協会等の取組みを支援することで、県全体の観光の底上げを図ります。

● 県観光関連データの集積強化・活用促進

観光関連データの一元的な集約やプラットフォームの整備を進めます。市町村やDMO、観光協会、観光事業者等によるデータ活用を促進し、データに基づく観光施策の立案や戦略的な観光地域づくりを推進します。

● 持続可能な観光の定着と深化

JSTS-D（※2）に基づく取組みを継続します。また、県のINSTO（※3）加入や県内の国際的な評価を受けた地域において培われた知見を県内全域へ展開します。各地域の実情に応じた持続可能な観光の取組みに対する支援を通じて、本県全体の持続可能な観光地域づくりの深化を図ります。

● 環境や地域・文化・住民生活への配慮に係る意識啓発

自然環境や地域文化の保全、住民生活への配慮の重要性について、旅行者・観光事業者・地域住民それぞれの理解促進と意識啓発を市町村等と連携して進めます。

柱Ⅳ 観光を活用した「持続可能な」地域経営の推進

本県の強みである自然や歴史、文化を地域ぐるみで守り、観光に活かすことで、地域の活力向上と持続可能な地域経営につなげます。また、本県が持続可能な観光の先進地として培ってきた知見を県内全域へ波及させ、地域資源を活かした持続可能な地域づくりを推進し、未来へつなぎます。

基本施策

● 観光と共生した地域づくりに向けた個性的な取組の促進

地域の実情や特性を踏まえながら観光と住民生活の調和を目指す個性的・先進的な取組みを支援し、その成果の共有を図ります。

● 地域住民の観光を活用したまちづくりへの参画促進

観光を地域課題の解決や地域活力の向上につなげるため、住民が地域の担い手として主体的に参画できる機会の創出や仕組みづくりを進めます。

● 郷土の見つめなおしや県内旅行を通じた地域への誇りや愛着を醸成

教育旅行や地域行事への参加、県民の県内への旅行を促進し、郷土の歴史や文化、自然の価値や魅力を再認識する機会を創出します。

● 地域と共創する多様な人材の活躍による交流人口・関係人口の拡大

持続可能な地域経営に向けて、多様な知見を持つ外部人材等が地域と連携・協働する取組を促進することにより、観光をきっかけとした交流人口のみならず、地域づくりに多様な形で関わる関係人口の創出・拡大を図ります。

（※1）MICE

- ・ **企業等の会議（Meeting）、企業等の行う報奨・研修旅行（Incentive Travel）、国際機関・団体、学会等が行う国際会議（Convention）、展示会・見本市、イベント（Exhibition/Event）**の頭文字のことであり、多くの集客交流が見込まれるビジネスイベントなどの総称

（※2）日本版持続可能な観光ガイドライン（Japan Sustainable Tourism Standard for Destinations：JSTS-D）

- ・ **観光庁が令和2年に策定した、地方公共団体や観光地域づくり法人（DMO）等が、多面的かつ客観的なデータ計測に基づき、持続可能な観光地マネジメントを行うための観光指標**
- ・ 持続可能な観光の国際基準に準拠し、日本の特性を各項目に反映したもので、「持続可能なマネジメント」「社会経済」「文化」「環境」の4分野で構成されている

（※3）持続可能な観光地づくり国際ネットワーク

（The UN Tourism International Network of Sustainable Tourism Observatories：INSTO）

- ・ **国連の専門機関「世界観光機関（UN Tourism）」（本部：スペイン・マドリード）が主宰し、定期的に指標に基づくモニタリング・評価を行い、観光の持続的発展に関する議論を重ねる観光地が集うネットワーク。**
- ・ 加入地域は、これらの取組みを進める中で、「より良い政策立案」「関係者との合意形成・連携強化」「地域住民の理解促進・説明責任」を目指す。
- ・ 令和8年7月10日時点で、加入地域は、世界18カ国45地域。なお、**岐阜県**は令和5年11月1日に加入し、**日本で唯一加入**している。

- ・観光は目的ではなく道具であり手段であるが、そのことを突き詰めると**観光戦略の議論なのか総合計画の議論なのか**分からなくなってしまう面もある。どこを目指すのかという方向性を共有しつつ、スコープ（本会議の対象範囲）をある程度狭めながら議論することも必要。（宮崎委員）
- ・観光という言葉をごどのように捉え、戦略を策定するのか、**観光の再定義**をしたうえで、本戦略が従来や他県の観光戦略とどのように異なるのかを示しながら、焦点を絞りながら議論を進めることが重要。（宮崎委員）
- ・**今までの取組は参考にして策定すべき**。新しいものが急に出てくると、事業者も迷ってしまう。これまで積み上げてきたことは理解していただいたうえで、今までの取組をすべて否定するのではなく、継続性をもって進めてほしい。（観光関係団体）

全体

- ・従来の建物や景勝地という観光ではなく、**ものづくりや農業など、さまざまな分野で人を呼ぶことができ、それらを観光という切り口**に変えていく、ということを考えてい。（山川委員）
- ・農業インフルエンサーを集めた大規模イベントを関市で開催したところ、2日間で約6,000～7,000人の来場があった。来場者の半数は県外からであり、**農業を切り口として多くの人を呼び込める**可能性を感じた。（川村委員）
- ・**海外への輸出戦略と観光は非常に親和性が高い**と考えている。岐阜県には美濃和紙や陶磁器、木工などの地域産業もあることから、**産業観光と海外戦略を結び付けて考える**ことも一つの方向性ではないか。（岡田委員）
- ・「点」で発揮されている強みを「面」的につなぎ、歴史・文化資源やロケツーリズムを含む多様な地域資源を**ストーリーで結び付けながら、これこそすべて岐阜県というブランド**として発信していくことが重要。（二神座長）
- ・岐阜県のブランド価値を高めるためには、観光だけでなく、**食や文化などの地域資源も活かしながら、岐阜県として何を打ち出すのかを明確にし、本腰を入れて取り組む**ことが重要。（観光関係団体）

柱Ⅰ

- ・インバウンドは増加しているが、魅力的なエリアだからなのか、為替の影響なのか、**為替に左右されない取組**を今からやらなければならない。（山川委員）
- ・発信にあたっては、伝えるテーマを一つに絞り込むなど、**何を伝えたいのかを明確**にしたうえで戦略的に打ち出していくことが重要。（渡會委員、川村委員）
- ・伝統文化や食を活用したガストロノミーツーリズムなどの**高付加価値な体験商品の造成**を進め、富裕層を含む**インバウンドの長期滞在や連泊を促進**していくこと、また、国内向けに**アウトドアや農泊などのコンテンツを年間を通じて提供**することで、**需要の分散**を図っていくことも重要。（二神座長）
- ・市町村間や県域を越えた**広域連携を強化**し、広域的な周遊ルートの形成やプロモーションを進めることで、**誘客拡大や県内周遊・宿泊促進**を図ることが重要。（観光関係団体）

柱Ⅱ

- ・観光産業は慢性的な人材不足であり、飛騨地域では以前から積極的に**外国人材を活用**している。最近では、岐阜地域をはじめ他の地域においても外国人材の活用が増えている。（観光関係団体）
- ・生産性向上に取り組み、**給与を上げて良い人材を採用する**、という流れが必要。（観光関係団体）
- ・外国人の育成手法について**基本のスタイルを県で統一**できるとよい。資格取得等により個人としてもスキルアップができ、旅館としても助かる。この育成に魅力を感じて人材が集まるようになると、**手法自体が岐阜県のブランドにもなり得る**ので、打ち出していけるのでは。（観光関係団体）
- ・宿泊施設での**サステナブルな取組**は重要であるが、経営の向上には直結しない。**地道にできることで経費削減にもつながることを各施設において取り組んでいる**状況。（観光関係団体）
- ・観光業界の**イメージアップ**につながるような取組があるとよい。（観光関係団体）
- ・「住んでよし・訪れてよし」に加え「働いてよし」の実現がある。観光産業が抱える慢性的な人材不足や生産性向上の課題に対応しながら、**若い人も参入したくなるような魅力ある産業へと変革**していくことが重要。（二神座長）

柱Ⅲ

- ・観光行政においては、データに基づくエビデンスベースの施策を推進する必要がある。（山川委員、宮崎委員）
- ・下呂などのデータ活用の先進地における取組が県内各地に展開できるとよいが、それを担う人材も必要。県全体の底上げという点で、県や県観光連盟がそういった点をバックアップできるとよい。（観光関係団体）
- ・関係人口を移住定住につなげていく形、また、観光についても、単に消費する観光ではなく、その後も地域とつながり続ける関係づくり、観光客を消費者から共創者へと発展させていく視点が重要。（新井委員）
- ・戦略策定の前提となる考え方やその背景・経緯を共有してほしい。観光は体験で終わるものではなく、その先の関係人口の創出や県民のシビックプライドの醸成につながっていくことが重要と考えており、そうした視点と戦略の方向性を融合させながら検討していく必要がある。（新井委員）
- ・地域に対する誇りを、自尊心になぞらえて「地尊心」と表現しているが、岐阜県ではこうした意識が欠けている傾向があり、「岐阜には何もない」「田舎だから来ても仕方がない」「観光で呼ぶものがない」といった意識につながっている。そのことが、交流人口や関係人口の創出、さらには観光振興を阻害している面もあるのではないかと考えている。（畦地委員）
- ・県民が「岐阜県はこういう県だ」と誇りと自信を持てるような施策を打ち出せるかどうか。（畦地委員、渡會委員）
- ・地域経営という考え方に共感している。何か一つの取組だけではなく、様々な取組の中で結果的に人が訪れ、滞在し、働く地域になっていくものと考えている。また、あらゆる資源を活用するというのは重要なキーワードであり、地域にはまだやれることが多く残されていると感じている。（井上委員）
- ・地域資産を生かして人を動かし、地域を回していく事業者を育てていくことが重要である。（井上委員）

柱Ⅳ

「目指す姿」の達成に向けて、3つのKPIを設定

観光入込客数
（実人数）

どれだけ多くの人に
岐阜に訪れてもらえたか

延べ宿泊者数
（日本人・外国人）

日帰りではなく、宿泊して
岐阜を楽しんでもらえたか

観光消費額

岐阜での観光により、地域に
経済効果を生み出せたか

KPIの背景にある「観光の質」を参考指標で把握

一人当たり消費単価
（日本人・外国人）

観光客の
満足度

再訪意向度

来訪推奨度

住民満足度

など