

# 資料編

## ■ 策定経緯

- 1. 策定過程・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・48
- 2. 策定スケジュール・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・49

## ■ マーケティング調査・会議等資料

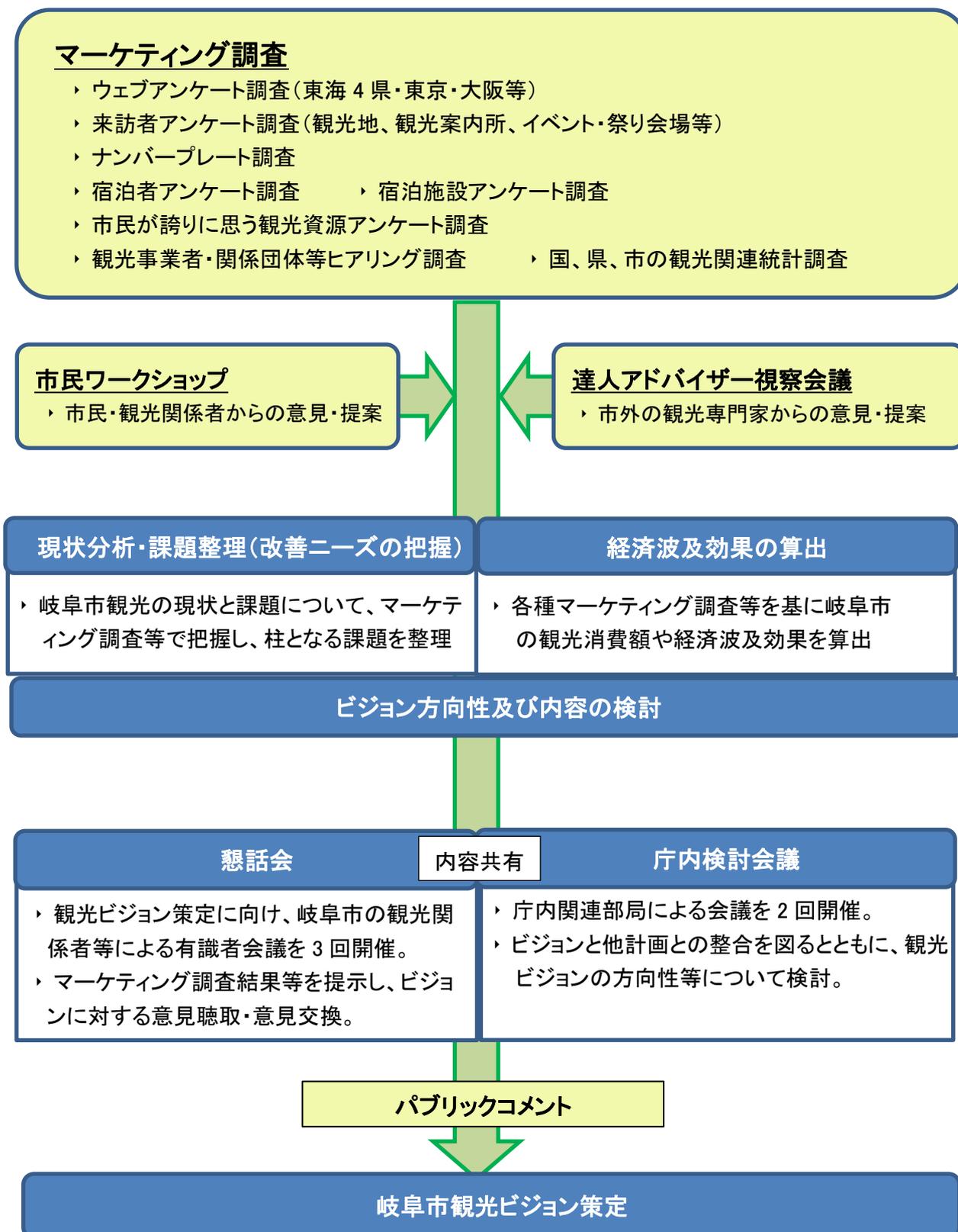
- 1. マーケティング調査・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・50
  - (1) ウェブアンケート調査・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・50
  - (2) 来訪者アンケート調査・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・53
  - (3) ナンバープレート調査・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・56
  - (4) 宿泊者アンケート調査・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・57
  - (5) 宿泊施設アンケート調査・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・59
  - (6) 市民が誇りに思う観光資源アンケート調査・・・・・・61
  - (7) 観光事業者・関係団体等ヒアリング調査・・・・・・・・・・62
- 2. 市民ワークショップ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・65
- 3. 達人アドバイザー視察会議・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・69
- 4. 岐阜市の観光消費に伴う経済波及効果・・・・・・・・・・・・72
- 5. 岐阜市観光ビジョン懇話会・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・73
- 6. 各種マーケティング調査から整理したSWOT分析・・・・・・77

## ■ 国・県の観光関連統計資料

- 1. 国の観光関連データ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・78
- 2. 岐阜県の観光関連データ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・83

## ■ 策定経緯

### 1. 策定過程



## 2. 策定スケジュール

年度	年月	マーケティング調査	ワークショップ・会議等
2018	11月	①岐阜公園（菊花展）〔11/11〕	
	12月	ウェブアンケート調査 ③冬期分〔12月～1/15〕	
	1月	①大龍寺（だるま供養）〔1/13〕	第1回市民ワークショップ〔1/30〕
	2月	市民が誇りに思う観光資源アンケート調査 〔2月～3月〕	達人アドバイザー視察会議〔2/27〕
	3月	②メディアコスモス、岐阜公園〔3/17〕 ①②岐阜公園（桜）〔3/31〕 ③春期分〔3月末～5月上旬〕	
2019	4月	ヒアリング調査（観光事業者等）〔4/2、5、8～12〕 ①信長ゆめ広場（道三まつり）〔4/6〕 ①②川原町（遊覧船）〔4/28〕	第2回市民ワークショップ〔4/24〕
	5月		第1回観光ビジョン懇話会〔5/23〕
	6月	①長良川うかいミュージアム〔1ヵ月〕 ①柳ヶ瀬商店街（サンデービルディングマーケット） 〔6/16〕	
	7月	③夏期分〔7月下旬～8月〕	第1回観光ビジョン庁内検討会議〔7/29〕
	8月	①長良川公園（手力の火祭・夏）〔8/11〕 ①鵜飼観覧船待合所（ぎふ長良川の鵜飼）〔8/13〕	第3回市民ワークショップ〔8/8〕
	9月	③秋期分〔9月〕	
	10月	①若宮町（ぎふ信長まつり）〔10/6〕	第2回観光ビジョン庁内検討会議〔10/21〕
	11月		第2回観光ビジョン懇話会〔11/5〕
	12月		パブリックコメント〔12/16～1/15〕
	2月		第3回観光ビジョン懇話会〔2/5〕

※①来訪者アンケート調査、②ナンバープレート調査、③宿泊者アンケート調査

なお、来訪者アンケート調査は、岐阜市観光案内所において通年実施。

## ■ マーケティング調査・会議等資料

### 1. マーケティング調査

#### (1) ウェブアンケート調査

岐阜市、岐阜県、愛知県、名古屋市、三重県、静岡県、東京都、大阪府在住者を対象としたアンケートを実施（地域別、男女別、年代別によるクロス集計も実施）

〔日 程〕 2018年12月

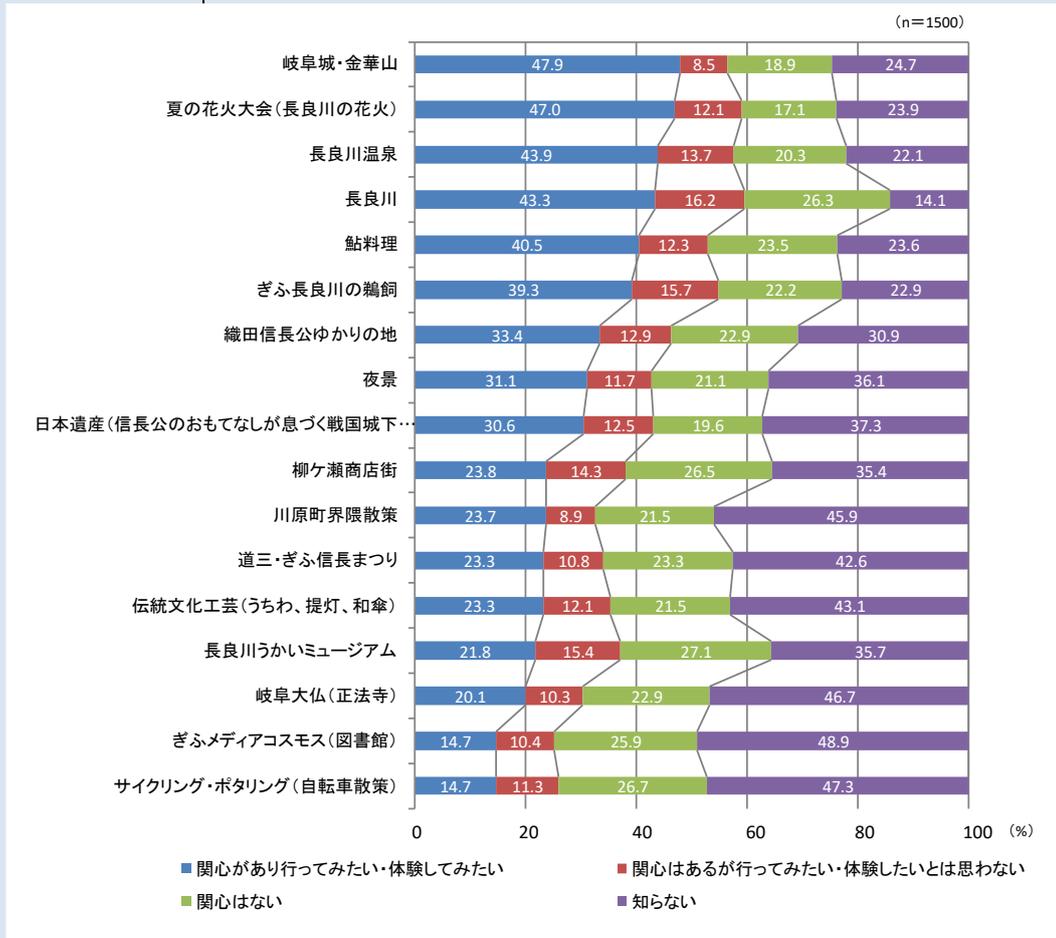
〔回答数〕 合計 1,500人

##### 【結果概要】

- ・ 全般的に訪問意向は高く潜在需要も高い。特に地元周辺の訪問意向率は高い。リピート率も比較的高い＝岐阜市ファン。
- ・ 岐阜市観光資源への関心は、岐阜城・金華山、花火、長良川温泉、長良川、鮎料理、鵜飼等の岐阜市観光の定番が上位。
- ・ 岐阜市へ観光しない理由から、認知度向上、情報発信の必要性。

調査項目	調査結果※																																																												
1. 岐阜市への訪問経験・意向※	<p>・ 訪問意向は 73.1%（行ったことがあり、行きたい〔53.3%〕 + 行ったことはないが行きたい〔19.8%〕）</p> <p>・ 地域別では、[岐阜市] 84.0%、[岐阜県] 79.0%、[愛知県] 78.6%、[名古屋市] 77.5%と、周辺エリアで高い訪問意向</p> <div data-bbox="263 1294 1324 1937"> <table border="1"> <caption>訪問経験・意向の地域別割合 (%)</caption> <thead> <tr> <th>地域</th> <th>行ったことがあり、また行きたい</th> <th>行ったことはないが行きたい</th> <th>行ったことはあるが行きたくない</th> <th>行ったこともないし行きたくもない</th> <th>知らない・覚えてない</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>全体(n=1500)</td> <td>53.3</td> <td>19.8</td> <td>6.2</td> <td>11.5</td> <td>9.1</td> </tr> <tr> <td>愛知県(n=400)</td> <td>70.3</td> <td>8.3</td> <td>7.3</td> <td>6.0</td> <td>8.3</td> </tr> <tr> <td>名古屋市(n=200)</td> <td>68.0</td> <td>9.5</td> <td>8.5</td> <td>6.0</td> <td>8.0</td> </tr> <tr> <td>岐阜県(n=300)</td> <td>73.7</td> <td>5.3</td> <td>9.7</td> <td>3.3</td> <td>8.0</td> </tr> <tr> <td>岐阜市(n=100)</td> <td>80.0</td> <td>4.0</td> <td>7.0</td> <td>5.0</td> <td>4.0</td> </tr> <tr> <td>三重県(n=200)</td> <td>59.0</td> <td>16.0</td> <td>4.5</td> <td>10.5</td> <td>10.0</td> </tr> <tr> <td>静岡県(n=200)</td> <td>36.0</td> <td>32.5</td> <td>4.5</td> <td>15.0</td> <td>12.0</td> </tr> <tr> <td>東京都(n=200)</td> <td>23.0</td> <td>40.5</td> <td>3.5</td> <td>24.5</td> <td>8.5</td> </tr> <tr> <td>大阪府(n=200)</td> <td>31.0</td> <td>35.0</td> <td>5.0</td> <td>19.5</td> <td>9.5</td> </tr> </tbody> </table> </div>	地域	行ったことがあり、また行きたい	行ったことはないが行きたい	行ったことはあるが行きたくない	行ったこともないし行きたくもない	知らない・覚えてない	全体(n=1500)	53.3	19.8	6.2	11.5	9.1	愛知県(n=400)	70.3	8.3	7.3	6.0	8.3	名古屋市(n=200)	68.0	9.5	8.5	6.0	8.0	岐阜県(n=300)	73.7	5.3	9.7	3.3	8.0	岐阜市(n=100)	80.0	4.0	7.0	5.0	4.0	三重県(n=200)	59.0	16.0	4.5	10.5	10.0	静岡県(n=200)	36.0	32.5	4.5	15.0	12.0	東京都(n=200)	23.0	40.5	3.5	24.5	8.5	大阪府(n=200)	31.0	35.0	5.0	19.5	9.5
地域	行ったことがあり、また行きたい	行ったことはないが行きたい	行ったことはあるが行きたくない	行ったこともないし行きたくもない	知らない・覚えてない																																																								
全体(n=1500)	53.3	19.8	6.2	11.5	9.1																																																								
愛知県(n=400)	70.3	8.3	7.3	6.0	8.3																																																								
名古屋市(n=200)	68.0	9.5	8.5	6.0	8.0																																																								
岐阜県(n=300)	73.7	5.3	9.7	3.3	8.0																																																								
岐阜市(n=100)	80.0	4.0	7.0	5.0	4.0																																																								
三重県(n=200)	59.0	16.0	4.5	10.5	10.0																																																								
静岡県(n=200)	36.0	32.5	4.5	15.0	12.0																																																								
東京都(n=200)	23.0	40.5	3.5	24.5	8.5																																																								
大阪府(n=200)	31.0	35.0	5.0	19.5	9.5																																																								
2. 岐阜市への観光訪問回数	<p>・ 5回以上の訪問経験が、全体では 37.7%。[岐阜市] 64.3%、[岐阜県] 58.8%、[名古屋市] 40.5%</p> <p>・ 訪問回数が1回との回答が、東京都では 43.4%、大阪府は 37.5%</p>																																																												

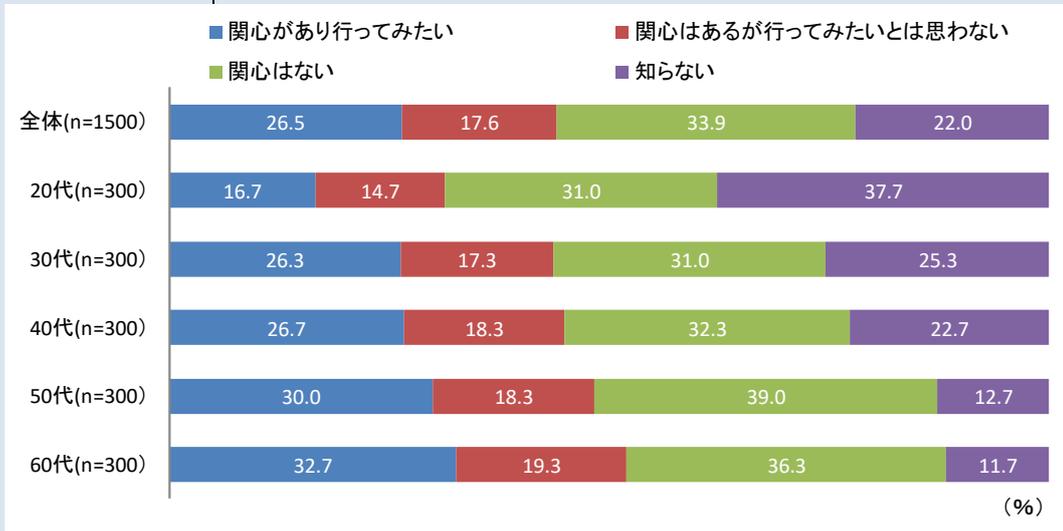
3. 岐阜市へ観光したことがない理由	[どんな観光があるのか知らない] 42.6%、[観光のイメージがわからない] 29.1%、[交通が不便] 20.6%、[観光地の魅力を感じない] 19.4%、など
4. 岐阜市の観光資源への関心	・「関心があり行ってみたい」との回答が、[岐阜城・金華山] 47.9%、[夏の花火大会] 47.0%、[長良川温泉] 43.9%、[長良川] 43.3%、[鮎料理] 40.5%、[ぎふ長良川の鶺鴒] 39.3%、[信長公ゆかりの地] 33.4%、[夜景] 31.1%、[日本遺産] 30.6%



5. 岐阜県内の観光地への関心	・「関心があり行ってみたい」との回答が、[下呂市] 67.3%、[白川村] 66.7%、[高山市] 64.9%、[飛騨市] 57.2%、[岐阜市] 49.7%
6. 岐阜県内の温泉への関心	・「関心があり行ってみたい」との回答が、[下呂温泉] 67.3%、[奥飛騨温泉郷] 60.3%、[高山温泉] 54.6%、[長良川温泉] 47.4%
7. 観光情報の入手方法	・[テレビ] 43.4%、[友人・知人・家族からの口コミ] 42.3%、[観光協会・観光施設などのホームページ] 39.7%

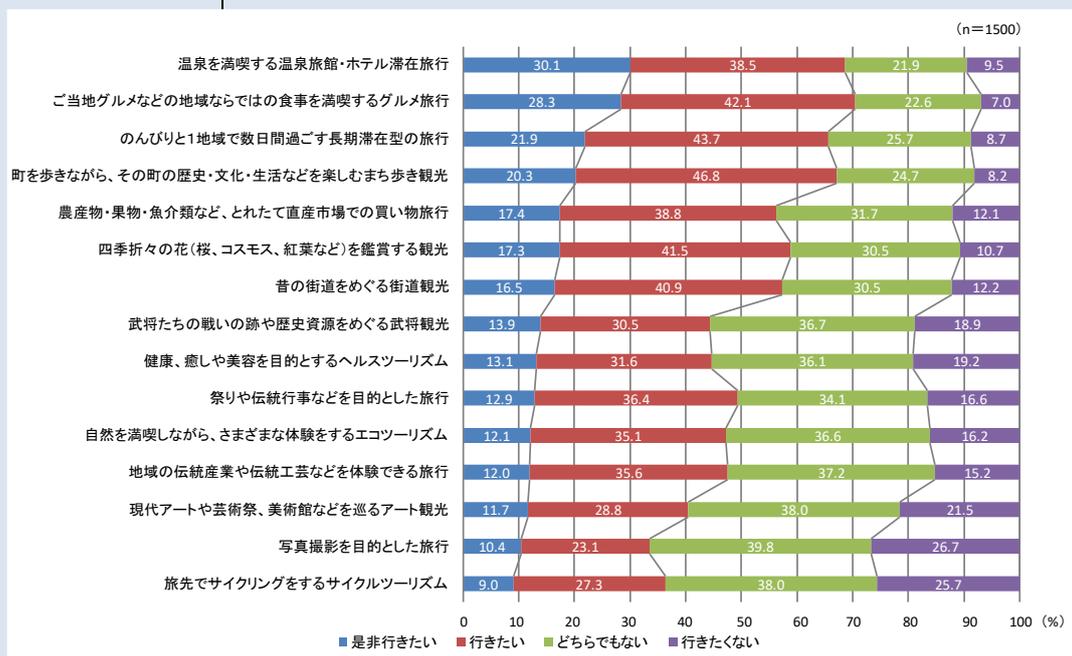
8. 明智光秀ゆかりの地への関心

- ・[関心があり行ってみたい] 26.5%、[関心はあるが行ってみたいとは思わない] 17.6%、[関心はない] 33.9%
- ・世代別では、年齢層が高くなるにつれ関心が高い



9. 旅行の嗜好

- ・「温泉旅行」への嗜好が一番高く、続いて「ご当地グルメ」、「長期滞在旅行」、「まち歩き観光」などが続く



## (2) 来訪者アンケート調査

岐阜市内の主な観光地点やイベントへの来訪者を対象としたアンケート調査を実施

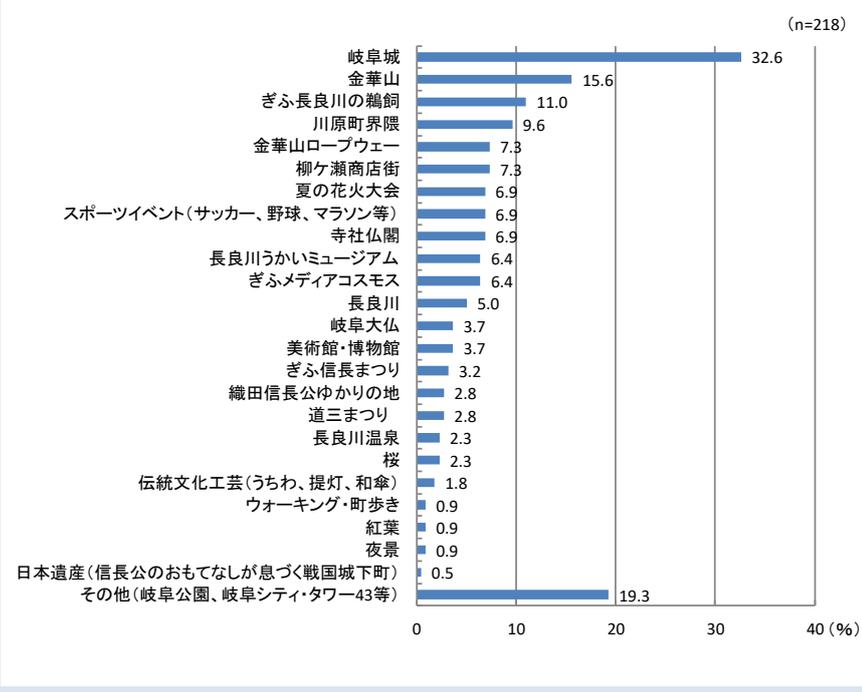
[日 程] 2018年11月～2019年10月に計9回実施。

[回答数] 合計 1,010 (内、日本人 915、外国人※95)。なお、別途、岐阜市観光案内所及び長良川うかいミュージアムにて留置き調査を実施

### 【結果概要】

- ・来訪者マーケットは、岐阜市が約36%を占め、岐阜市を含む岐阜県内と愛知県の合計で約82%。
- ・約半数が自家用車での来訪。旅程は日帰りが9割、宿泊が1割。
- ・今回の来訪での他の観光資源への訪問率が低い。

調査項目	調査結果
1. 居住地	(日本人) [岐阜県]59.0%(内、岐阜市 35.8%、各務原市 4.4%、山県市 2.6%)、 [愛知県] 22.7% (内、名古屋市 6.4%)  (外国人) [アメリカ] 22.4%、[中国] 13.8%、[香港] 12.1%、 [ドイツ・台湾] 各 6.9%
2. 年齢	[60歳以上] 31.3%、[40代] 19.8%、[50代] 19.2%、 [30代] 14.6%、[20代] 10.3%、[20歳未満] 4.7%
3. 来訪同伴者	[家族] 32.6%、[一人] 22.7%、[友人・グループ] 22.4%、 [夫婦・カップルのみ] 20.2%、[団体] 1.5%、[その他] 0.6%
4. 自宅からの交通機関(複)	[自家用車] 53.7%、[JR] 18.8%、[路線バス] 12.6%、 [名鉄] 8.2%、[自転車(レンタサイクルを除く)] 4.3%
5. 来訪地点の情報入手(複)	[以前から知っていた] 63.6%、[知人・家族から聞いた] 13.3%、 [訪れるまで知らなかった]7.5%、[その他のインターネット]4.3%、 [SNS] 3.0%、[パンフレット] 2.2%、[新聞] 2.0%、 [テレビ]1.9%、[岐阜観光コンベンション協会ホームページ]1.4%、 [雑誌] 1.0%
6. 旅程	[日帰り] 86.0%、[宿泊] 14.0%
7. 宿泊者の泊数	[1泊] 49.1%、[2泊] 24.1%、[3泊] 11.6%、[4泊] 5.4%、 [7~13泊] 5.4%、[5泊] 2.7%、[6泊] 1.8%
8. 観光地(アンケート地点)への観光訪問回数	[5回以上] 47.1%、[初めて] 29.0%、[2回目] 12.1%、 [3回目] 8.5%、[4回目] 3.3% (市内在住・通勤・通学者を除く)

9. 岐阜市への観光訪問回数	[市内在住] 37.8%、[5回以上] 31.0%、[初めて] 12.5%、[2回目] 7.5%、[3回目] 5.9%、[市内に通勤/通学] 2.9%、[4回目] 2.4%																																																				
10. 観光地（アンケート地点）以外への訪問	[アンケート地点だけが主目的] 69.9%、[アンケート地点も主目的ではあるが、他にも目的の場所がある] 17.5%、[他が主目的で、アンケート地点はついでに訪れた] 12.6%																																																				
11. 今回の来訪で訪れる場所（複）	<p>[岐阜城] 32.6%、[金華山] 15.6%、[ぎふ長良川の鶺鴒] 11.0%、[川原町界限] 9.6%、[金華山ロープウェイ] 7.3%（上位5つ）。</p>  <table border="1" data-bbox="507 705 1369 1397"> <caption>(n=218)</caption> <thead> <tr> <th>観光地</th> <th>割合 (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>岐阜城</td><td>32.6</td></tr> <tr><td>金華山</td><td>15.6</td></tr> <tr><td>ぎふ長良川の鶺鴒</td><td>11.0</td></tr> <tr><td>川原町界限</td><td>9.6</td></tr> <tr><td>金華山ロープウェイ</td><td>7.3</td></tr> <tr><td>柳ヶ瀬商店街</td><td>7.3</td></tr> <tr><td>夏の花火大会</td><td>6.9</td></tr> <tr><td>スポーツイベント(サッカー、野球、マラソン等)</td><td>6.9</td></tr> <tr><td>寺社仏閣</td><td>6.9</td></tr> <tr><td>長良川うかいミュージアム</td><td>6.4</td></tr> <tr><td>ぎふメディアコスモス</td><td>6.4</td></tr> <tr><td>長良川</td><td>5.0</td></tr> <tr><td>岐阜大仏</td><td>3.7</td></tr> <tr><td>美術館・博物館</td><td>3.7</td></tr> <tr><td>ぎふ信長まつり</td><td>3.2</td></tr> <tr><td>織田信長公ゆかりの地</td><td>2.8</td></tr> <tr><td>道三まつり</td><td>2.8</td></tr> <tr><td>長良川温泉</td><td>2.3</td></tr> <tr><td>桜</td><td>2.3</td></tr> <tr><td>伝統文化工芸(うちわ、提灯、和傘)</td><td>1.8</td></tr> <tr><td>ウォーキング・町歩き</td><td>0.9</td></tr> <tr><td>紅葉</td><td>0.9</td></tr> <tr><td>夜景</td><td>0.9</td></tr> <tr><td>日本遺産(信長公のおもてなしが息づく戦国城下町)</td><td>0.5</td></tr> <tr><td>その他(岐阜公園、岐阜シティ・タワー43等)</td><td>19.3</td></tr> </tbody> </table>	観光地	割合 (%)	岐阜城	32.6	金華山	15.6	ぎふ長良川の鶺鴒	11.0	川原町界限	9.6	金華山ロープウェイ	7.3	柳ヶ瀬商店街	7.3	夏の花火大会	6.9	スポーツイベント(サッカー、野球、マラソン等)	6.9	寺社仏閣	6.9	長良川うかいミュージアム	6.4	ぎふメディアコスモス	6.4	長良川	5.0	岐阜大仏	3.7	美術館・博物館	3.7	ぎふ信長まつり	3.2	織田信長公ゆかりの地	2.8	道三まつり	2.8	長良川温泉	2.3	桜	2.3	伝統文化工芸(うちわ、提灯、和傘)	1.8	ウォーキング・町歩き	0.9	紅葉	0.9	夜景	0.9	日本遺産(信長公のおもてなしが息づく戦国城下町)	0.5	その他(岐阜公園、岐阜シティ・タワー43等)	19.3
観光地	割合 (%)																																																				
岐阜城	32.6																																																				
金華山	15.6																																																				
ぎふ長良川の鶺鴒	11.0																																																				
川原町界限	9.6																																																				
金華山ロープウェイ	7.3																																																				
柳ヶ瀬商店街	7.3																																																				
夏の花火大会	6.9																																																				
スポーツイベント(サッカー、野球、マラソン等)	6.9																																																				
寺社仏閣	6.9																																																				
長良川うかいミュージアム	6.4																																																				
ぎふメディアコスモス	6.4																																																				
長良川	5.0																																																				
岐阜大仏	3.7																																																				
美術館・博物館	3.7																																																				
ぎふ信長まつり	3.2																																																				
織田信長公ゆかりの地	2.8																																																				
道三まつり	2.8																																																				
長良川温泉	2.3																																																				
桜	2.3																																																				
伝統文化工芸(うちわ、提灯、和傘)	1.8																																																				
ウォーキング・町歩き	0.9																																																				
紅葉	0.9																																																				
夜景	0.9																																																				
日本遺産(信長公のおもてなしが息づく戦国城下町)	0.5																																																				
その他(岐阜公園、岐阜シティ・タワー43等)	19.3																																																				
12. 岐阜市内での消費額平均(日帰り観光客)	<p>&lt;岐阜市民&gt; 2,971 円  【内訳】 [飲食費] 1,767 円、[入場料・利用料金等] 207 円、[買物] 789 円、[岐阜市までの交通費] 87 円、[岐阜市内での交通費] 68 円、[ツアー・パック] 28 円、[その他] 25 円</p> <p>&lt;その他全国&gt; 4,493 円  【内訳】 [飲食費] 2,132 円、[入場料・利用料金等] 417 円、[買物] 1,058 円、[岐阜市までの交通費] 741 円、[岐阜市内での交通費] 78 円、[ツアー・パック] 42 円、[その他] 24 円</p> <p>※特異値は考慮して算出。宿泊者の消費額平均は宿泊者アンケート結果と併せて算出したため（4）宿泊者アンケート調査に掲載。</p>																																																				

13. 観光地（アンケート地点）の案内誘導の満足度	[大変満足] 30.0%、[どちらかと言えば満足] 58.7%、 [どちらかと言えば不満] 9.4%、[不満] 1.8%。
14. 市内の移動・交通の満足度	[大変満足] 27.2%、[どちらかと言えば満足] 60.7%、 [どちらかと言えば不満] 10.7%、[不満] 1.4%。
15. 観光地（アンケート地点）の魅力	[大変満足] 32.5%、[どちらかと言えば満足] 56.1%、 [どちらかと言えば不満] 10.8%、[不満] 0.6%
16. 再訪意向（アンケート地点）	[ぜひ訪れたいと思う] 56.4%、[訪れてもいいと思う] 41.8%、 [多分訪れない] 1.8%。
17. 再訪意向（岐阜市）	[ぜひ訪れたいと思う] 52.5%、[訪れてもいいと思う] 45.7%、 [多分訪れない] 1.8%。
18. 魅力を感じる観光資源（複）	[岐阜城] 71.4%、[金華山] 48.3%、[ぎふ長良川の鵜飼] 48.3%、 [長良川] 34.7%、[夏の花火大会] 34.1%（上位5つ）

(n=839)

観光資源	魅力を感じる割合 (%)
岐阜城	71.4
金華山	48.3
ぎふ長良川の鵜飼	48.3
長良川	34.7
夏の花火大会	34.1
織田信長公ゆかりの地	29.7
川原町界隈	21.7
ぎふ信長まつり	19.0
鮎料理	17.8
金華山ロープウェイ	17.6
道三まつり	17.0
柳ヶ瀬商店街	15.9
長良川温泉	15.7
ぎふメディアコスモス	14.4
長良川うかいミュージアム	14.2
伝統文化工芸(うちわ、提灯、和傘)	12.6
桜	10.8
岐阜大仏	10.5
スポーツイベント(サッカー、野球、マラソン等)	9.9
ウォーキング・町歩き	8.7
夜景	8.6
紅葉	7.4
美術館・博物館	6.8
日本遺産(信長公のおもてなしが息づく戦国城下町)	6.1
寺社仏閣	5.0
サイクリング・ポタリング(自転車散策)	3.2
その他	2.4

※ 本資料では外国人の各種集計結果を割愛（国籍・地域のみ掲載）

### (3) ナンバープレート調査

各所の駐車場においてナンバープレート調査を実施（自動車で来訪される観光客のエリアマーケットの把握とシーズン別の違いなどを把握）

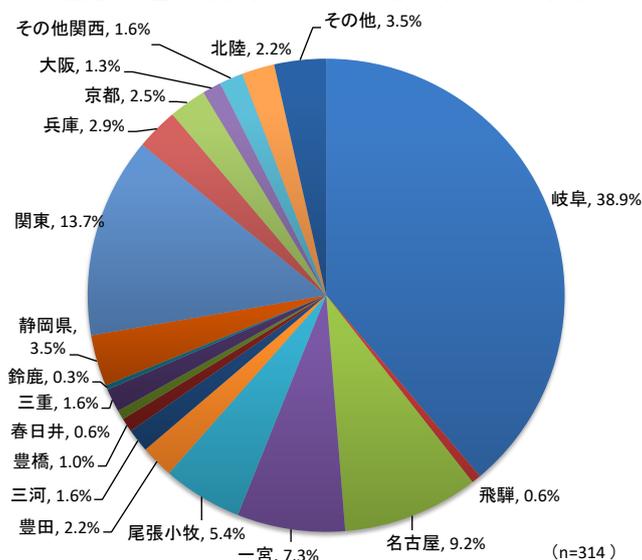
【日 程】 2019年3月～4月に実施（来訪者アンケート実施日に合わせ実施）

【回答数】 合計 314（岐阜ナンバーの居住地の合計 67）

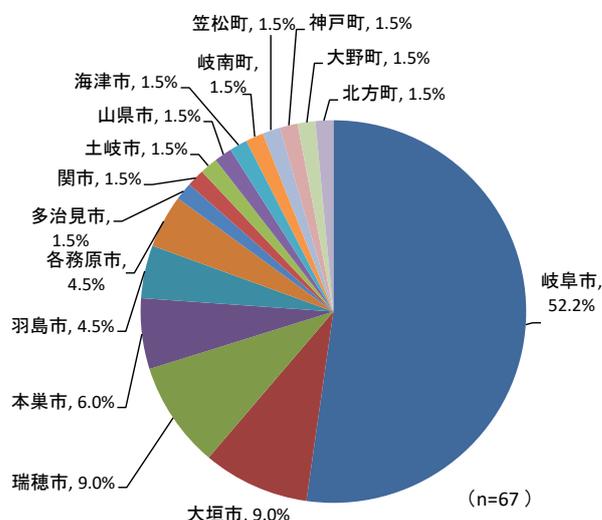
#### 【結果概要】

- ・岐阜公園への自動車での来訪者は、約4割が岐阜ナンバー（美濃地方）。愛知県が3割弱程度。
- ・傾向として、通常期の休日とGWの休日とでは、GWの方がマーケットは広がり、岐阜ナンバー率は半数を割る。
- ・岐阜ナンバーの居住地については、岐阜市民が半数を超える。

図表 駐車場ナンバーにみるエリアマーケット



(参考) 岐阜ナンバーの居住地 (2019.8 岐阜公園)



## (4) 宿泊者アンケート調査

岐阜市内のホテルや旅館への宿泊者を対象としたアンケート調査を実施。

[日 程] 2018年12月～2019年9月

(各宿泊施設のフロントにて配布及び客室への留置き等により実施・回収)

[回答数] 合計 458 (内、日本人 432、外国人※26)

### 【結果概要】

- ・岐阜市への宿泊は、岐阜県内と愛知県の地元マーケットで約 41.2%。県別では岐阜県がトップの約 20.4%で岐阜市内も約 6.1%。
- ・自動車での来訪が約 6 割、電車利用が約 4 割。旅程は 1 泊が約 8 割、2 泊以上が約 2 割。5 回以上のリピーターが約 46%。
- ・宿泊の目的は約 6 割が観光・レジャー。岐阜市内での予定がある宿泊者が大半を占める。

調査項目	調査結果(日本人のみ)
1. 居住地	[岐阜県] 20.4% (内、岐阜市 6.1%)、[愛知県] 20.8% (内、名古屋市 9.6%)、[東京都] 10.8%、[大阪府] 7.5% など
2. 年齢	[50代] 24.1%、[60歳以上] 22.9%、[40代] 20.6%、[20代] 15.1%、[30代] 13.7%、[20歳未満] 3.5%
3. 来訪同伴者	[一人] 28.2%、[家族] 28.2%、[夫婦・カップルのみ] 22.3%、[友人・グループ] 14.8%
4. 自宅からの交通機関(複)	[自家用車] 56.7%、[JR] 31.4%、[名鉄] 6.0%、[路線バス] 5.0%、[レンタカー] 4.5%、[高速バス] 1.0%
5. 旅程	[1泊] 82.4%、[2泊以上] 16.8%
6. 岐阜市への訪問回数	[5回以上] 45.5%、[初めて] 24.3%、[2回目] 17.4%、[3回目] 9.8%、[4回目] 2.9%
7. 旅の主目的	[観光・レジャー] 56.9%、[ビジネス] 14.4%、[親戚・友人訪問] 7.8%、[会議・展示会・イベント等へ参加] 5.4% など
8. 今回の旅行の主な目的地	[岐阜市のみ] 62.0%、[岐阜市が主目的だが、他にも目的地がある] 22.6%、[他が主目的で岐阜市にはついでに来訪] 15.3%
9. 岐阜市での宿泊理由	[岐阜市内で予定があった] 51.5%、[温泉がある] 23.7%、[旅館に泊まりたかった] 20.7% など
10. 岐阜市内での消費額平均(日本人宿泊者)	25,535 円 【内訳】 [飲食費] 5,226 円、[入場料・利用料金等] 781 円、[買物] 2,078 円、[宿泊費] 11,347 円、[岐阜市までの交通費] 4,595 円、[岐阜市内での交通費] 509 円、[ツアー・パック] 608 円、[その他] 391 円 ※特異値は考慮して算出。来訪者アンケート結果と併せて算出。

11. 岐阜市の満足度 (観光地としての魅力)	[どちらかといえば満足] 58.4%、[大変満足] 27.9%、 [どちらかといえば不満] 12.6%、[不満] 1.1%
12. 岐阜市の満足度 (市内の移動・交通)	[どちらかといえば満足] 66.9%、[大変満足] 20.4%、 [どちらかといえば不満] 11.4%、[不満] 1.3%
13. 岐阜市の満足度(案内誘導のわかりやすさ)	[どちらかといえば満足] 61.0%、[大変満足] 23.1%、 [どちらかといえば不満] 14.0%、[不満] 1.8%
14. 岐阜市への再訪意向	[ぜひ訪れたい] 36.0%、[訪れてもいいと思う] 59.9%、 [多分訪れない] 4.1%

※ 外国人は回収数が少ないため、本資料では集計結果を割愛

## (5) 宿泊施設アンケート調査

岐阜市内の宿泊施設 70 カ所を対象としたアンケート調査を実施。

【日 程】 2019 年 5 月～6 月

【回答数】 合計 19

### 【結果概要】

- ・日本人の個人・団体比について、団体客の比率は「1 割以上 3 割未満」と回答した施設が最も多く 25.0%、個人客は「9 割以上」と回答した施設が 33.3%。外国人の個人・団体比については団体客比率は「1 割未満」と「9 割以上」と回答した施設がそれぞれ 30.0%と最多で、個人客は「9 割以上」と回答した施設が 33.3%で最多。
- ・利用目的は日本人・外国人ともに観光・レジャーが大半を占める。

調査項目	調査結果
1. 客室数	<ul style="list-style-type: none"> <li>・客室数は、「100～200 部屋」が 27.8%と最も多い。</li> <li>・定員数は、「50 人～100 人未満」が 31.3%と最も多い。</li> <li>・客室数のうち「シングル」は「10～30 部屋未満」と「50～100 部屋未満」が 27.3%と最も多い。</li> </ul>
2. 宿泊者数（日本人・外国人）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・2016 年の延宿泊者数は「20,000～50,000 人」と回答した施設が 33.3%と最も多く、うち外国人は「1,000～5,000 人」と回答した施設が 44.4%と最も多い。</li> <li>・2017 年の延宿泊者数は「20,000～50,000 人」と回答した施設が 33.3%と最も多く、うち外国人は「100 人未満」と「1,000～5,000 人」と回答した施設が 33.3%と最も多い。</li> <li>・2018 年の延宿泊者数は「20,000～50,000 人」と回答した施設が 28.6%と最も多く、うち外国人は「100 人未満」と「1,000～5,000 人」と回答した施設が 30.0%と最も多い。</li> </ul>
3. 個人・団体比	<ul style="list-style-type: none"> <li>・日本人の団体利用客が「1 割以上 3 割未満」と回答した施設が 25.0%と最多で、個人利用客が「9 割以上」と回答した施設が 33.3%と最も多い。</li> <li>・外国人の団体利用客が「1 割未満」と「9 割以上」と回答した施設が 30.0%と最多で、個人利用客が「9 割以上」と回答した施設が 33.3%と最も多い。</li> </ul>
4. 目的別泊数比率	<ul style="list-style-type: none"> <li>・観光・レジャー目的の宿泊者のうち 7 割以上が「1 泊利用」と回答した施設が 84.6%、「2 泊以上の利用」は少ない。</li> <li>・ビジネス・会議等が目的の宿泊者のうち 7 割以上が「1 泊利用」と回答した施設が 77.7%、「2 泊以上の利用」は観光・レジャー同様に少ない。</li> </ul>
5. 利用目的比率	<ul style="list-style-type: none"> <li>・日本人の利用目的は、「観光・レジャー」での利用が「7 割以上」と回答する施設が 46.2%ある中、「ビジネス」での利用が「7 割以上」と回答する施設が 30.8%存在し、立地やしつらえによって利用者の目的が異なっていると言える。</li> <li>・外国人の利用目的は、「観光・レジャー」での利用が 9 割以上と回答する施設が 72.7%、7 割以上まで含めると 90.9%とほとんどを占める。</li> </ul>

6. 宿泊者居住地 (日本人)	・日本人の宿泊者の居住地で「1番目に多い」という回答の中で最多が【岐阜県】73.3%、「2番目に多い」という回答の中で最多が【愛知県】53.3%、「3番目に多い」という回答の中で最多が【愛知県】と【東京都】30.8%、「4番目に多い」という回答の中で最多が【大阪府】50.0%、「5番目に多い」という回答の中で最多が【神奈川県】44.4%である。
7. 宿泊者居住地 (外国人)	・外国人居住地で「1番目に多い」という回答の中で最多が【中国】71.4%、「2番目に多い」という回答の中で最多が【韓国】41.7%、「3番目に多い」という回答の中で最多が【アメリカ】36.4%、「4番目に多い」という回答の中で最多が【タイ】62.5%、「5番目に多い」という回答の中で最多が【シンガポール】28.6%となっている。
8. 外国人の受入 意向	・「今よりも、積極的に受け入れていきたい」が41.2%と最多、次いで、「現状並みに受け入れていきたい」が35.5%と続く。 ・反対に、「あまり関心がない」、「全く関心がない」施設が1割程度存在している。
9. 宿泊者のター ゲットエリア (日本人)	・日本人宿泊者のターゲットエリアで「1番目に重点を置く」という回答の中で最多が【岐阜県】と【その他東海】28.6%、「2番目に重点を置く」という回答の中で最多が【愛知県】と【その他東海】30.8%、「3番目に重点を置く」という回答の中で最多が【関東地方】25.0%となっている。
10. 宿泊者のター ゲットエリア (外国人)	・外国人宿泊者のターゲットエリアで「1番目に重点を置く」という回答の中で最多が【中国】50.0%、「2番目に重点を置く」という回答の中で最多が【台湾】45.5%、「3番目に重点を置く」という回答の中で最多が【香港】36.4%となっている。

■ 宿泊客からよくある観光面の質問

- ・ 岐阜の観光は何があるのか、岐阜の名物（食べ物・お土産）、岐阜の郷土料理が食べられる店、飲食店のおすすめ。
- ・ 徒歩での観光地（岐阜城、川原町、うかいミュージアム） ・ 近くの銭湯・温泉の地図
- ・ 長良川温泉の効能や源泉。 ・ 市内近郊で半日程度の観光に適している名所等。
- ・ 岐阜までのアクセス。宿泊施設から観光地へのアクセス（岐阜城、ぎふ長良川鵜飼など）。
- ・ 高山・下呂・白川郷への行き方・時間。

■ 観光ビジョンへの期待

- ・ MICE 事業に注力して欲しい。また、岐阜城ライトアップなど、民間企業のカラーでも出来るようにして欲しい。
- ・ 岐阜の知名度を上げてもらう、歴史があるのだから。
- ・ 交通手段がバスしかないのでバスのわかりやすいパンフレットがあると良い。
- ・ 交通のアクセスを広げる。お土産等で岐阜の名物を。
- ・ 岐阜市の主軸になるもののアピール、B級グルメ（岐阜市に行ったらこれが食べたいなど）、岐阜市に行かないと食べられない・岐阜市が本場の味（もの）、岐阜市に行かないと見られないもの（オリジナル）のアピール、子どもも楽しめるもの。
- ・ 岐阜には素晴らしい自然がある。長良川、岐阜城周辺の四季折々の散策イベントの検討。

## (6) 市民が誇りに思う観光資源アンケート調査

岐阜市民へのアンケート配布・回収によるアンケート調査を実施。

[日 程] 2019年2月～3月

[回答数] 合計 306 (岐阜市職員 (岐阜市在住)、ぎふメディアコスモス来場者、達人アドバイザー視察会議参加者)

### 【結果概要】

- ・市民の誇り (とても誇りに思う) に思う観光資源のトップは、長良川。  
次いで、夏の花火大会、岐阜城・金華山と続く。

### ■ とても誇りに思う割合

観光資源名	とても誇りに思う割合 (%)
1. 長良川	63.7
2. 夏の花火大会(長良川の花火)	61.8
3. 岐阜城・金華山	59.7
4. ぎふ長良川の鵜飼	58.1
5. ぎふメディアコスモス(図書館)	39.9
6. 織田信長公ゆかりの地	35.4
7. 伝統文化工芸(うちわ、提灯、和傘等)	34.3
8. 伊奈波神社	26.5
9. 鮎料理	26.0
10. 岐阜大仏(正法寺)	25.8
11. 日本遺産(信長公のおもてなしが息づく戦国城下町)	25.7
12. 川原町界限散策	22.9
13. 道三・ぎふ信長まつり	19.8
14. 長良川温泉	17.2
15. 夜景	16.7
16. 岐阜シティ・タワー43展望室	14.1
17. 玉宮町飲食店街	14.0
18. サンデービルディングマーケット	10.9
19. 長良川うかいミュージアム	10.6
20. サイクリング・ポタリング(自転車散策)	8.9
21. 柳ヶ瀬商店街	8.6

## (7) 観光事業者・関係団体等ヒアリング調査

市内の各種事業者、観光に関わる関係機関、関係団体等へのヒアリング調査を実施

[日 程] 2019年4月

[ヒアリング箇所数] 合計 23 (ヒアリング先は下記参照)

[ヒアリング項目] 活動内容、観光の課題・問題点、観光ビジョンへの期待 等

### 【結果概要】

- ・岐阜市の観光への現状の課題（推進体制、回遊性向上、観光ブランド、情報発信、駐車場不足等）への様々な意見を得た。
- ・全般的にビジョンへの期待は大きく、特にアクションプランへの期待は大きい。

### ■ヒアリング先

カテゴリー	対象
観光施設等	岐阜城
	ぎふ長良川の鵜飼
	長良川うかいミュージアム
	金華山ロープウェイ
	正法寺・岐阜大仏
	伊奈波神社
宿泊	十八楼（旅館）
	都ホテル（ホテル）
	ホテルイルクレド（ビジネスホテル）
	岐てん（ゲストハウス）
飲食・物販	世界のタマミヤ実行委員会（玉宮エリア）
	サンデービルディングマーケット実行委員会（柳ヶ瀬エリア）
	岐阜市土産品協会（川原町エリア）
伝統工芸	岐阜提灯協同組合（提灯）
	住井富次郎商店（うちわ）
その他サービス （交通事業者）	岐阜乗合自動車株式会社（バス）
	岐阜市タクシー運営協議会（タクシー）
	（一財）岐阜市にぎわいまち公社（レンタサイクル）
各種団体	（公財）岐阜観光コンベンション協会
	岐阜商工会議所
	NPO 法人 ORGAN（広域連携 DMO）
	まちなか案内人の会（案内ボランティア）
	川原町まちづくり協議会（住民）

## ■ヒアリングで聞かれた主な意見

### 1. 来訪者・利用者の実態・傾向

- ・団体は長野、関西方面、自家用車は愛知が多い。 ・市民のリピーターが少ない。
- ・寺社仏閣、お城は、歴史ブーム、御朱印ブーム等で来訪者は増加傾向。
- ・外国人は増加傾向（東アジアが多く、欧米もいる、東南アジアが増加傾向）。
- ・外国人宿泊客は、関西やセントレア・名古屋、飛騨方面の中間としての利用が多い。国内宿泊客も含め岐阜市が目的地ではない人が多い。

### 2. 岐阜市の観光の課題・問題点

#### ①観光推進における行政の推進体制・取り組み

- ・ビジョンも KPI（観光推進の目標）もないため、岐阜を観光で盛り上げようという機運もあがらない。市の観光への理解が乏しく、観光まちづくりの議論の場もない。
- ・観光を考える組織（戦略本部）がないため大きな取組ができない。
- ・観光関連団体と行政の活動の同一化。民間事業として活動できる構造改革が必要。

#### ②知名度・PR 不足

- ・海外においては岐阜市の認知度が高山や白川郷に比べて低い。
- ・外国人には信長ゆかりの地よりも戦国城下町の方が伝わりやすい。
- ・金華山、長良川、鶯飼だけではない岐阜のまち全体の PR。知名度不足。PR 不足。

#### ③地域内連携

- ・市内の観光資源の一体感、連携が欲しい。 ・岐阜公園から川原町への誘導が不十分。

#### ④魅力創造・滞在力強化

- ・岐阜の宿泊は他の観光地への中継地ではなく、目的地となる滞在力強化が必要。
- ・冬のコンテンツが少ない。通年で楽しめる岐阜、季節性のある岐阜へ。通年で受け入れられる着地型旅行コンテンツが必要。
- ・食べ歩きスポット、団体で入れる飲食店が少ない。新しい食の魅力創出。

#### ⑤二次交通・交通アクセス・受入環境

- ・鶯飼や金華山まで主要鉄道駅から 20～30 分かかるなど二次交通アクセスが弱い。交通アクセスの充実による駅前から繁華街、各観光地への回遊性の向上。
- ・駐車場不足。 外国人を含めた観光客の受入環境整備（標識、サイン等）の遅れ。
- ・Wi-Fi スポットの不足、英語対応不足、クレジットカード対応不足等。

#### ⑥その他 ・事業者の後継者不足。

### 3. 岐阜市の観光推進に向けての取り組み・観光ビジョンへの期待

#### ①ビジョン・目的・目標の明確化

- ・目的地になるような魅力の高いまちを目指し、長期的視点をもった観光推進に期待。
- ・市が目指すまちの姿を明確化。 ・岐阜市の文化や情緒がにじみ出るビジョンを期待。
- ・信長なら信長。金華山なら金華山。徹頭徹尾追いかけて、ぶれない。一体となる中で、地元愛が生まれ文化に繋がる。観光とはそこの人たちの生きざま、価値観。
- ・市が何をやるようとしているのかの可視化。 ・ビジョン、夢の共有。理解者を増やす。
- ・観光のまちを目指すのか、住みやすい町を目指すのか、ビジョンの明確性。

## ②推進体制

- ・行政主導型ではなく、市民やまちづくりに参加する団体との十分な議論が必要。
- ・民間事業者がまちづくりに取り組みやすい土壌形成に期待。
- ・観光推進とはまちの魅力づくりを行うことであり、庁内の連携・取組が求められる。
- ・今回のワークショップ等の議論の場、マーケティング調査の継続への期待。
- ・県と市の連携、役割分担。 ・年次計画、ロードマップ、事業の優先順位が必要。

## ③事業支援・民間活用

- ・民間投資を呼びこみながら再生・発展していく施策の展開。
- ・銀行のファンドや商工会議所等、民間の補助を上手く活用しながらの観光推進。
- ・古民家再生など、昔の岐阜のまちを映す建物の保存も重要。
- ・取り組みを開始するまでのスピードが求められる事業者にとっては初期費用への補助が有益。各種団体への活動支援。資金を使える仕組みづくりが必要。

## ④域内連携

- ・岐阜公園等、主要施設との連携をいかにとるか。主要観光拠点間の連携・一体感。施設間連携（セット券販売など）。岐阜公園周辺エリアでの滞留・回遊促進。周遊促進。面（エリア）でのPRが必要。 ・観光とコンベンションの連動。

## ⑤広域連携

- ・岐阜市は岐阜県や名古屋も含めた広域のハブを狙うのがよい。その間に岐阜市への滞在を促す。広域連携を強化し、各観光地へのアクセス情報なども充実。

## ⑥情報発信・PR

- ・川原町等も含めた市のPR力に期待。・各層に魅力を的確に届けることが必要。
- ・岐阜の観光イメージの向上による消費促進。
- ・「麒麟がくる」を契機とした取組、大河ドラマ館への来訪者の周遊促進（セット券等）。
- ・岐阜市出身の著名人を活用したPR。 ・各観光資源を「日本一」をキーワードにPR。

## ⑦魅力創造・魅力再評価

- ・文化、本物を発信する必要性。歴史・文化を一つずつ取り上げての再評価。
- ・川原町を観光拠点としてどう活かしていくのかの検討。・地域資源の一つひとつを検証して市民が誇れるもの・自慢できるものをつくるのが大事。
- ・アフターコンベンションを含めた視点での提案。今後の大型イベント来訪者に期待。
- ・岐阜城の「石垣を活用したプロジェクト」、「月と城」による情報発信。
- ・長良川おんぱくの活用と長良川ブランドの構築。

## ⑧観光資源活用のアイデア

- ・長良川を活かした水陸両用のバスの導入。長良川の水泳場、水遊び場としての活用。
- ・川原町を水と触れ合えるまちに（足湯、子ども向け水遊び場等）。
- ・岐阜市の新しい魅力の創造・活用。（例：景色、夜の観光、夜の町「玉宮」、レンタサイクルの活用・サイクリスト向けのサイクルラックの設置、和菓子素材としての「栗」、喫茶店モーニング、名古屋の「奥座敷」、日帰り温泉開放、マラソン+温泉、岐阜城でのジャズイベント、市電の復活、バスで巡るコース紹介。
- ・伝統産業の体験施設への支援。伝統工芸のさらなる魅力向上、情報発信。

## 2. 市民ワークショップ

既存観光資源の魅力の掘り起こしや、観光意識の醸成等、観光ビジョンに繋げていくための市民ワークショップを実施。

### (1) 第1回ワークショップ

#### ■開催概要

[日 程] 2019年1月30日(水) 18時～20時

[場 所] ぎふメディアコスモス かんがえるスタジオ

[参加者] 市内事業者(交通、宿泊、商業等)、市民ボランティア、外部アドバイザー、メディア等 約40名

#### ■内容

1. 岐阜市の観光の現状について

2. 取組内容・課題の共有

3. ディスカッション

・前半(現状の課題・モヤモヤ出し) ・後半(外からの目線を入れて議論)

4. 全体共有・ふりかえり

#### ■主な意見

岐阜市は歴史がある街なので、「飲食店側からすると出店できるか不安」、「盛り上げたいけれど誰に相談したらいいかわからない」、「行政と民間との隔りがある」といった課題がある一方で、「ビジョンを作成し、方針が決まれば、民間も手が上がりやすくなる」、「単なる集客プロモーションだけでなく、受け止めるまち側に新たなチャレンジができる素地を作っていきたい」といったビジョンに期待する意見が出された。



## (2) 第2回ワークショップ

### ■開催概要

[日 程] 2019年4月24日(水) 18時30分から20時45分

[場 所] ぎふメディアコスモス かんがえるスタジオ

[参加者] 市内事業者(交通、宿泊、商業等)、市民ボランティア、外部アドバイザー、メディア等 約35名

### ■内容

1. 第1回WS結果の共有
2. オープンスペーステクノロジー(以下OST)の説明
3. ディスカッション  
前半(テーマ決め・グループ分け) ・後半(テーマごとのディスカッション)
4. 全体共有・ふりかえり

### ■主な意見

テーマ①「役割という概念さえも超えていきたい」

(誰が何をやるという役割分担ではなく、皆で観光を推進)

[意見] 組織・地域の垣根を越えて対応の一つ上を目指す/自分たちが岐阜の魅力を知ること  
来訪者以上に岐阜を好きになる

テーマ②「景色と温泉を観光の目玉にしたい」

[意見] 自然と景色は良いが、具体的に何が良いか答えられない/景観を保つ努力も必要

テーマ③「信長を観光の目玉にしたい」

[意見] 「信長ブランド」が散在しているので統一感がほしい/外国人にとって好きな武将1位は「信長」

テーマ④「いかにして外国人観光客を取り込むか」

[意見] 「外国人」は一括りにできず多様であるため、コンテンツの見せ方の工夫が必要/  
おもてなしのレベルアップ

テーマ⑤「岐阜の宿泊の実情について話したい」

[意見] 岐阜は各地へのアクセスが良く、ハブになっている/鶺鴒は天候に左右されるため、365日楽しめる場所が必要

テーマ⑥「道三・信長の街づくりが、470年継承され

た岐阜町を、活用・再生する為の観光周遊とお金が落ちて若手がチャレンジできる環境づくり」

[意見] 道やまち筋に蓄積した文化・歴史を継承したい/お金が落ちる仕組みづくり/保全に限らず活用し若者が起業するまでに



### (3) 第3回ワークショップ

<p>■開催概要</p> <p>[日 程] 2019年8月8日(木) 18時00分から20時00分</p> <p>[場 所] ぎふメディアコスモス かんがえるスタジオ</p> <p>[参加者] 市内事業者(交通、宿泊、商業等)、市民ボランティア、外部アドバイザー、メディア等 約35名</p>	
<p>■内容</p> <p>1. これまでのWS結果の共有</p> <p>2. ディスカッション</p> <p>    テーマ①「戦国城下町(仮称)の観光活用」</p> <p>    テーマ②「岐阜ゲートウェイ化」</p> <p>    テーマ③「岐阜観光ブランド・魅力創出」</p> <p>    テーマ④「シビックプライド醸成・オール市民ツーリズム」</p> <p>3. 全体共有・ふりかえり</p>	

#### ■主な意見(自分たちができること・やりたいこと・やってほしいこと)

##### テーマ①「戦国城下町(仮称)の観光活用」

できる	やりたい	やってほしい
<ul style="list-style-type: none"> <li>・Instagram(SNS)で若者に広める</li> <li>・まちあるき城下町観光</li> <li>・オリンピックに合わせたPR</li> <li>・居館のガイド</li> <li>・歴史案内</li> <li>・Youtube等によるイメージづくり</li> <li>・観光パンフレットを用いた案内等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・自転車の活用(自転車ルートの作成)</li> <li>・日本遺産ツアーの活性化</li> <li>・楽市楽座常設イベント</li> <li>・高校生と連携した案内の拡充</li> <li>・お酒を夕飯後に楽しめる場所づくり</li> <li>・市長・市民が侍になり、日本で最も侍に会えるまち等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・駐車場、駐輪場の整備</li> <li>・朝カフェ(川を見ながらモーニング)</li> <li>・岐阜公園で軽トラック市</li> <li>・インバウンド向け案内板の整備</li> <li>・石垣の解説ツアー</li> <li>・県、市による岐阜大仏の保全</li> <li>・日本遺産の周知</li> <li>・戦国スイーツ、ランチ</li> <li>・織田信長だけでなく、斉藤道三も含めての案内の強化等</li> </ul>

##### ②岐阜ゲートウェイ化

できる	やりたい	やってほしい
<ul style="list-style-type: none"> <li>・鶺鴒めぐり(犬山→岐阜)</li> <li>・留学生まち歩き</li> <li>・道三・信長公城めぐり(山県市大桑城、小牧市小牧山城、岐阜城)</li> <li>・案内人が市内観光をリードして滞在時間を増やす</li> <li>・周辺観光マップ作り(丹波では京都府と兵庫県が連携)</li> <li>・公共交通を使った市内観光等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・飛騨のインバウンド観光客を夜は岐阜市へ(夜楽しいまち)</li> <li>・玉宮のちょいのみをPR</li> <li>・高山、白川郷への早朝発の高速バスの活用(岐阜市に泊まり夜も楽しむ)</li> <li>・広域連携(ぎふベジ等をPR)</li> <li>・ジョギングツアー(高橋尚子ロードや長良川沿いを活用)</li> <li>・岐阜モスクツアー(ハラル体験、市民との交流)等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・滞在パッケージ発信(3時間/半日等)</li> <li>・夜遊び、朝遊びプラン作成(宿泊したくなる例を示す)</li> <li>・観光ガイド申込サイト一元化</li> <li>・レンタサイクルの充実(IT化)</li> <li>・バスの経路をGoogleMapに表示</li> <li>・伝統工芸製作体験</li> <li>・岐阜バス謎解きゲーム</li> <li>・宿泊施設の連泊割引プラン</li> <li>・路面電車の復活等</li> </ul>

### ③岐阜観光ブランド・魅力創出

できる	やりたい	やってほしい
<ul style="list-style-type: none"> <li>・市内名所・名勝を紹介する</li> <li>・各名所を結びつける（サイクリング）</li> <li>・観光建築遺産巡り（徹明ギャラリー、ロボット水門など）</li> <li>・体験型産業観光（味噌醤油、岐阜シャツ、鮎菓子づくり、鮎干物づくりなど）</li> <li>・市民にもっと鵜飼を知ってもらおう（鵜飼を世界遺産に）</li> <li>・ぎふーど MAP の周知（地産地消の推進、飲食店との連携）</li> <li>・伝統工芸品等のお土産・贈り物に特典をつけて市外に発信しやすくする</li> </ul> <p style="text-align: right;">等</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・信長コンテスト（観光客が参加）</li> <li>・岐阜城の石垣の紹介</li> <li>・農業体験を観光に活かしたい</li> <li>・大河ドラマを契機に岐阜公園を拠点とした観光 PR</li> <li>・岐阜であえて観光名所を外し、市井の建物を見る建物探訪</li> <li>・アルコールツーリズム（ビール、ワイン）</li> <li>・金華山、百々ヶ峰、長良川の景観を売り出したい</li> <li>・子どもが自分の地域の魅力をすらすら語れるようにしたい</li> </ul> <p style="text-align: right;">等</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・居館の一部復元（AR 観光アプリや石垣はあるが、現物を一部でも復元してほしい）</li> <li>・大河ドラマのストーリーを歴史的な名所とつなげる（聖地巡礼）</li> <li>・各校区のふるさと合戦（発表イベント）</li> <li>・ミシュランガイドのような岐阜のグルメガイドを作してほしい</li> <li>・お庭拝見（お寺、料理屋、旅館など）ツアー</li> <li>・セントレアでインバウンド向け PR の強化</li> <li>・一日乗り放題バス・タクシー</li> </ul> <p style="text-align: right;">等</p>



### ④シビックプライド醸成・オール市民ツーリズム

できる	やりたい	やってほしい
<ul style="list-style-type: none"> <li>・1 か月に 1 回、自身の SNS で発信</li> <li>・情報誌等で観光目線ではない岐阜市の魅力特集</li> <li>・家族友達を市内旅行へ誘う</li> <li>・ボランティアが主体となったツアーの造成</li> <li>・市民向けあなたの知らない観光スポット、ストーリー紹介</li> <li>・菓子作り教室で鮎菓子の作り方を教える</li> <li>・岐阜の農業を前面に PR</li> <li>・有名人が岐阜の魅力を PR</li> </ul> <p style="text-align: right;">等</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・市民による来訪客おもてなし活動を「楽しむ」ための会議がしたい</li> <li>・一人ひとりが少しでもガイドをできるようになりたい</li> <li>・小中学校での観光学習（市内遠足、地元愛の醸成）</li> <li>・岐阜カルタを作りたい</li> <li>・こどもガイドを導入したい</li> <li>・高校生が岐阜の魅力を小中学生に教える場の創設</li> </ul> <p style="text-align: right;">等</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ボランティア団体支援（資金、仕組みづくり）を行ってほしい</li> <li>・地域お祭りツアー（外の人が入りやすく）</li> <li>・ウェルカム感（「来たぞ感」が重要。人気観光地や有名観光地にはそれがある）</li> <li>・魅力を知るため、市外の方との交流会</li> <li>・転入した子どもへの岐阜に関する教育が必要</li> <li>・中学生をターゲットに市内で職場体験を増やす仕組みづくり</li> </ul> <p style="text-align: right;">等</p>

### 3. 達人アドバイザー視察会議

観光に関する外部（市外）の専門家（達人アドバイザー）をお招きし、市内主要施設を視察後、パネルディスカッションを開催。

〔日 程〕 2019年2月27日（視察）10時～、（パネルディスカッション）17時～

〔場 所〕（視察）下記参照、（パネルディスカッション）ぎふメディアコスモス

#### ■ 達人アドバイザー

- ・クリス・グレン氏（P P F代表）
  - ・加藤幹泰氏（大ナゴヤツアーズ代表）
  - ・長瀬正明氏（東海ウォーカー 編集長）
  - ・福井佳代氏（名鉄観光サービス 課長）
  - ・森幹夫氏（F I N D W A Y代表）
  - ・花枝一則氏（エイエイピー 浜松支店長）
- ※カッコ内の所属は開催当時

#### ■ 主な視察先

岐阜駅観光案内所～日本泉酒造～  
岐阜城～川原町～風流屋形舟～鶉飼の里～  
長良川うかいミュージアム～岐阜大仏～  
伊奈波神社～金神社～柳ヶ瀬商店街

#### ■ パネルディスカッション（ぎふメディアコスモス）

参加者：約 30 名

#### ■ 達人からの主な意見（まとめ）

- ・岐阜城・信長をベースにしたまちづくりは魅力があり、今後の展開可能性がある。
- ・岐阜市の観光資源にはポテンシャルがある。インバウンドに対してもポテンシャルがある。
- ・市民が誇れる伝統・文化が残るまちとして売り出せる。市民の関心を引き出すためにも、こうした集まりを継続することが大切。
- ・ポテンシャルある観光資源を活用したストーリーを見つけ、発信していくことが重要。
- ・「何か面白いことがあれば動く人」が増えており、そこを狙うべき。
- ・岐阜和傘など女性が好む素材も豊富、団体旅行にも受け入れられる素材は豊富にある。
- ・岐阜市民、住んでいる人たちの岐阜市に対する関心を上げることでまちづくりは進む。
- ・歴史が残っていることに加え、人の良さにも魅力を感じる。
- ・市民ガイドの魅力は高い。ガイドの魅力のフル活用による人を生かした観光の魅力がある。ガイドがない場合にも岐阜市を味わってもらえるような情報提供方法の工夫が必要。ガイドの継続育成も必要。
- ・レンタサイクルのさらなる活用による教育旅行誘致に可能性あり。



## ■ その他パネルディスカッションにおける意見

### 1. 岐阜市の観光について気付いたこと・感じたこと

#### ①岐阜の魅力再認識

- ・岐阜市内を周り、改めて面白いもの、おもてなし、楽しい、興味深い場所だと感じた。
- ・岐阜城と信長というキーワードだけでも岐阜市に人が訪れる理由になる。
- ・岐阜市に来るといつも感じる魅力がある。それは、生活圏の中に古きよき歴史・まちなみが残っていること。歴史が残っていることに加え、人の良さにも魅力を感じる。観光を考える上で人の良さは非常に重要な要素。尖った文化が残る地域ならば地球の裏側からでも人が訪れる時代。
- ・街であるが良い意味で田舎。名古屋から1時間でこの雰囲気味わえる場所は貴重だ。
- ・目に美しく、やさしいものが多く満足。岐阜城や和傘、小物、着物レンタル等、女性が好む美しいものが多い。和の美しさはこの町の雰囲気にもあっている。
- ・団体旅行の商品になる可能性が高いコンテンツがたくさんあると感じた。
- ・岐阜駅南側にあるレンタサイクルの充実度は秀逸。団体旅行に使えるコンテンツ。

### 2. 岐阜市の観光資源で利用できそうなもの・ヒントになるもの

#### ①歴史・文化

- ・岐阜市には、長い歴史がありポテンシャルと十分なストーリーがある。戦国時代が世界的なブームとなっているため、歴史というコンテンツがアピールできる。
- ・信長は最も有名な侍。世界において日本の侍としては、織田信長、武田信玄、宮本武蔵、伊達政宗、上杉謙信がトップ5である。信長は海外に良いイメージを発信できる。

#### ②岐阜の観光テーマ・ストーリー

- ・岐阜のストーリーを見つける必要があり、発信することが大切。岐阜には、鶺鴒、岐阜城、川原町など沢山の良いストーリーがある。自分のまちに誇りを感じて欲しい。見つけたおもしろいことを発信すると、まちの魅力・すばらしさが伝わる。

#### ③ガイドの価値

- ・体験ツアーで大事なものは、ガイドの存在。そういう方たちを立てて行って欲しい。
- ・ガイドがいたからこそ発見できた魅力があり、ガイドを十分に活かしていけると良い。
- ・信長や歴史に対する誇りを持っている方が多いまち。岐阜城の歴史を脈々と受け継いでいる方、それを伝えているガイドの方がいることを知った。

#### ④魅力の磨き上げ・新しい魅力の創造

- ・観光客誘致には2:6:2の法則を大事にしている。「すごく興味がある人」が2割、「何か面白いことがあれば動く人」が6割、「あまり興味がない人」が2割。すごく興味がある層を期待したが、実際には「何か面白いことがあれば動く人」が増えており、そこを狙うべき。
- ・「手軽に非日常体験」や「成長や得られるものがある体験」素材がたくさんある。

### ⑤マーケティング・情報発信

- ・岐阜城だけでも、城、歴史、建築など色々な切り口がある。素材はあると思うので、どのようなターゲットにどう発信するのかを検討すべき。どう調理するかが重要。
- ・長良川温泉では、どう癒されるのかというイメージをもっと発信できると良い。
- ・MICE での来訪者に対して、会議の翌日に岐阜を見てもらうプランを提示してはどうか。
- ・岐阜市は、教育旅行団体を誘致することは十分可能である。
- ・岐阜市には、まちづくり・伝統・文化があると思う。今日、ガイドから聞いたエピソードは岐阜市にしかないことである。岐阜城・信長をベースとした地域の誇りが岐阜市民の文化である。岐阜市の付加価値をさらに向上させていくには、どう磨いていくか、どう尖らせて、ターゲットに刺していくかが重要である。
- ・ガイドの話がなければ、ただ見て終わってしまう可能性が高い。来る人へのおもてなしや知ってもらいたい、という気持ちは、まちのプライドとしてとても重要である。

## 3. 岐阜市の観光の課題・改善点

### ①情報発信

- ・一番の課題は情報発信。多くの情報から何を抽出し、どのように発信するかが重要。現状は情報が整理されておらず、効果的な発信には至っていない。外国人をターゲットにするのであれば、外国人のセンスに合わせたツール等の制作が必要。外国人の情報源はスマートフォン。読みやすく、分かりやすいコンテンツとともに、Wi-Fi 等も必要。

### ②推進体制・施策

- ・観光を考えていくときに、観光の担当部署だけで考えていることがほとんどである。観光産業を大きくしていくという目標が重要。このような集まる機会を継続してほしい。

### ③市民の観光への関心

- ・市民の関心の低さが一番の課題。地元の人が自分のまちをどう楽しんでいるか。市民が自分のまちに誇りをもてることが大事である。
- ・観光は総合的なまちづくり。様々な人を巻き込んでいく大胆な思考が必要。ポテンシャルはあり、広く、新しい視点を大切に、岐阜市の魅力を磨き上げ、発信してほしい。
- ・「非日常」の演出が鍵。高揚感に繋がり、リピートにつながる。
- ・川原町、岐阜城は分かりやすいコンテンツであり、まち全体で「岐阜市へようこそ」という演出があると魅力が高まる。特に、ナイトタイムの演出があるとさらに魅力的。
- ・ガイドの魅力も重要。ふらっと来訪される方にどう伝えるか。今回の視察で案内頂いたガイドは秀逸で、有料でも満足度が高いため、ビジネス視点でのガイド育成も重要。

### ④受け入れ環境・サービス

- ・観光スポット間の移動サービスを充実させることが重要。
- ・女性は食べ物と買い物は重要。欲しいもの、魅力的なものに惹かれるため、岐阜らしい魅力を PR してほしい。



## 5. 岐阜市観光ビジョン懇話会

商工業・観光事業者及び団体、学識経験者、金融機関、地域代表などで構成し、本市観光の現状や課題、ビジョンの方向性や内容について意見を聴取。

### ■懇話会委員名簿（◎：会長 ○：副会長）

氏名	所属・役職等	備考
○小川 欽市	公益財団法人 岐阜観光コンベンション協会 専務理事	
正木 秀明	一般社団法人 岐阜県観光連盟 常務理事	
河尻 満	岐阜商工会議所 常務理事	
石樽 利彦	公益社団法人 岐阜青年会議所 理事長	令和2年2月4日まで
四ツ橋 憲彦	公益社団法人 岐阜青年会議所 副理事長	令和2年2月5日から
國島 正人	株式会社 十六銀行 公務営業部長	
蒲 勇介	特定非営利活動（NPO）法人 ORGAN 理事長	
古田 茂樹	岐阜観光索道株式会社 専務取締役	
光村 克巳	岐阜乗合自動車株式会社 営業管理部長	令和元年10月28日まで
相宮 一夫	岐阜乗合自動車株式会社 営業管理部長	令和元年10月29日から
山田 健太郎	岐阜市周辺観光タクシー運営協議会 会長	
福井 佳代	名鉄観光サービス株式会社 国内旅行部副部長	
伊藤 善男	岐阜長良川温泉旅館協同組合 理事長	
山本 康恵	一般社団法人 岐阜ホテル会 理事	
藤吉 一郎	協同組合 岐阜市土産品協会 代表理事	
◎佐藤 久美	金城学院大学 国際情報学部教授	
高木 幹雄	岐阜市自治会連絡協議会 副会長	
山口 晃	岐阜市 商工観光部長	

※順不同・敬称略

## (1) 第1回懇話会

[日 程] 2019年5月23日(木) 15時~17時

[場 所] 岐阜市役所西別館

### ■主な意見

#### ①大河ドラマの活用

- ・非常に大きなインパクトになるため、一過性ではなく先を見越した検討が必要。

#### ②マーケティング

- ・マーケティングに基づいた戦略の構築やプロモーションの実施が必要。

#### ③市民の誇り・シビックプライド

- ・ビジョンにより市民が誇りを持つきっかけになることが重要。
- ・岐阜市民が観光資源について気がついていない。若い世代に岐阜市の良さを伝えいくことが重要。いかに岐阜市好きにするか、岐阜市ファンに育てていくか。
- ・担い手を育てるためには、ビジネスとして成立させるための応援が重要。

#### ④周遊の魅力・市内滞在の魅力

- ・岐阜市の観光地は、周遊できるイメージがない。
- ・岐阜市の近隣の市町やDMOと連携し、広域周遊観光を検討してはどうか。
- ・旅行商品を作る際には、いつ、どこで、誰が、何を、ということが大切。
- ・団体バスの旅行客が、駅前やまちなかで食事できる場所が無い。
- ・金華山を中心とした歴史や長良川の景観は非常に良く、観光に活かしたい。
- ・観光は重要な経済的なファクターであるため、他にはない岐阜市ブランドが必要。

#### ⑤情報発信・プロモーション

- ・観光とプロモーションは両輪として必要。
- ・女子旅の発信というのは必要。合わせて、岐阜スイーツの発信、川原町の和傘、岐阜市の特産品などの発信も必要。伝統文化や工芸品も知られていない印象。成り手がいない、脚光を浴びないという悪循環を解決する取組の実施を期待。

#### ⑥実施主体・推進体制

- ・何よりも重要なのは主体。誰がマーケティングを実施し、観光データを集めて施策に反映させるのが課題。観光もしくは産業として投資するなど、行政機関が政策的に動く必要がある。部局を超えた検討姿勢を市全体として打ち出すべき。

#### ⑦受入環境・おもてなし

- ・交通案内が不十分。また、バリアフリー化が必要であり、その情報発信も必要。
- ・ビジョンには、国際性が必要。多言語対応等も今後の課題。

## (2) 第2回懇話会

[日 程] 2019年11月5日(火) 15時~17時

[場 所] 岐阜市役所西別館

### ■主な意見

#### ①ビジョン案についての意見、まとめ方等について

- ・シビックプライドの醸成は、目標にするのか観光振興に取り組んだ結果であるのかどちらかを考える必要がある。
- ・消費の面から滞在と周遊の仕掛けや見せ方も必要。
- ・ビジョンの中ではっきりと DMO 設立について記載し、設立までのロードマップを示すべき。
- ・「戦国城下町の保存・利活用の推進」をトップにもってくるべき。これまで岐阜市が培ってきた文化等をしっかりと残し、活用していくというコミットメントがあった後に、その後にある活用方法の記載があるべきである。なお、まちなみのみが重要ということではなく、まちなみを含めた地域文化や歴史全てが重要。
- ・SDGs と観光の関連性が分かりにくく、例示があると分かりやすい。
- ・冒頭に観光ビジョンの目的をしっかりと述べる必要がある。
- ・アクションプランが非常に重要。市民が見てどこに関われるのかが分かるように。
- ・MICE についてはもう少し具体的な取り組みを記載してはどうか。
- ・市民に手に取ってもらえるデザインや、冒頭にキャッチコピーがあると良い。



#### ②ビジョンで実施すること、今後の展開等について

- ・観光ビジョンをどのように施策に落とし込むかが重要。観光消費額を押し上げるためには、消費額の大きなものが旅行者に満足いただいているかを知る必要がある。
- ・人材獲得は、日本中の DMO が悩んでいる課題。一刻も早く募集し、育てるべき。
- ・DMO 法人について、組成に向けて真剣に取り組むべきと考える。
- ・マーケティングを担う人材や、マネジメントを行う人材を育てる観点も必要。
- ・岐阜市の観光は鶺鴒が中心であるが、今後の観光はこれを打破する必要がある。
- ・川原町を周遊できるようになれば滞在時間が伸びる。住んでいる方もいるので難しい面もあるかと思うが、川原町エリアの再開発についても固めていただくと良い。
- ・外国人旅行者にとっては、暮らしを体験することが観光になる。岐阜市にある歴史・文化を組み合わせ、交流やおもてなしを組み込んだ体験型メニューを沢山作ると良い。
- ・岐阜市は素晴らしい場所であるが、誘客するには県外も含めた広域連携が必要。
- ・旅行者が岐阜市を訪れる前に消費いただく仕組みづくり、さらには、続けて旅行中にお金を落としてもらえるような仕組みづくりが重要となる。
- ・車での来訪者が多いため、駐車場の整備や案内時のおもてなしの改善が必要。
- ・外国人旅行者客対応の窓口を紹介するような仕組みがあると良い。

### (3) 第3回懇話会

[日 程] 2020年2月5日(水) 14時~16時

[場 所] 岐阜市役所西別館

#### ■主な意見

##### ①数値目標

- ・数値目標に市内回遊率を追加できないか。市内回遊率の向上が経済波及効果につながるかと思うが、ビジョンが絵に描いた餅にならないよう、具体的な数値目標を記載しても良いかと思う。
- ・市民であることに誇りを感じる人の割合とあるが、観光の他、これは他の分野の貢献も影響するものであり、観光ビジョンの目標とするのは難しいのではないか。

##### ②アクションプラン

- ・今後取り組むアクションプランに含まれるものかもしれないが、食に関連したアクションプランがあっても良いのではないか。
- ・清流長良川の鮎は世界農業遺産に認定されているため、言及があっても良いだろう。
- ・既存観光資源の磨き上げについて、磨き上げも重要であるが、維持するための投資も必要になるため、その旨記載いただけると良い。
- ・既存の広域連携軸・組織を活用することも一つの方法だが、例えば城巡り等、テーマごとに協力していくという方法もあるだろう。
- ・リニアの他、城という観点でも名古屋との連携も必要になるだろう。
- ・回遊率を高めるためには、旅前・旅中での情報発信施策を講じ、岐阜城以外の観光地点についても知ってもらうことが重要である。

##### ③ビジョン推進体制と役割分担

- ・DMOも万能ではないため、やはり観光ビジョンは市が中心となって進めていくものかと思う。DMOはビジョン推進にあたる手段であるため、DMOが全て担うと市民が誤認しないよう注意が必要である。
- ・DMOの設立がビジョンの目的に見えてしまい、市民には関係ないビジョンであると思われかねない。
- ・DMO設立が目的でなく、手段であることが分かるようにするほか、観光ビジョン推進に向け、市民に対してこのように関わってくださいと呼びかける部分が必要である。

## 6. 各種マーケティング調査から整理した SWOT 分析

<p><b>■ Strengths (強み)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ <u>名古屋・セントレアからのダイレクトアクセス</u></li> <li>▶ <u>観光資源が豊富で明確なのは強み (市民認識が概ね一致)</u> ただし、新たな魅力創出面・意識が弱い</li> <li>▶ <u>住みやすさなどを起因とした生活の満足度が高い</u> ただし、安定志向から新たな取組への関心・意欲が低い</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ J R、名鉄のダブル鉄道ネットワーク (名古屋まで20~30分)</li> <li>・ 中部国際空港から直結特急アクセス (第2ターミナル開業によるLCC便の増便：FIT客の増加)</li> <li>・ 岐阜市まちなか案内人などの「人」観光資源</li> </ul> <p>【参考データ：平成30年度岐阜市市民意識調査等より】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 岐阜市民の生活満足度 (71.3%) ※前年より3.3ポイント増</li> <li>・ 岐阜市民の幸福感 (81.0%) ※前年より1.2ポイント増</li> <li>・ 東海地方でも有数の豊富な観光資源→ 岐阜市の魅力 (4位までの不変は強み) ①岐阜城・金華山、②長良川の花火、③長良川、④ぎふ長良川の鶺鴒 (→逆に5位以下の魅力度の伸びがない点は弱みでもある)</li> </ul>	<p><b>■ Weaknesses (弱み)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ <u>観光資源のイメージが昭和時代から変わらぬイメージが強く、新しい観光イメージが乏しい</u></li> <li>▶ <u>市民の誇り不足、産業の衰退・停滞、国際化の遅れ、市民と行政の連携不足など、観光を下支えする「ソフト面」が弱みとして顕在化</u></li> <li>▶ <u>金華山、鶺鴒エリアまでの交通アクセス (二次交通の必要)</u></li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 見学型観光中心の強いイメージ</li> <li>・ 体験コト観光の潜在化 →顕在すれば強み</li> <li>・ 食のイメージの希薄・主要駅から主要観光地への二次交通</li> <li>・ 周遊観光のイメージの希薄、面観光の不足</li> <li>・ 市内産業への展開連携不足による観光消費喚起の不足</li> <li>・ 外国人、高齢者、障がい者等への対応の遅れ</li> </ul> <p>【参考データ：岐阜市市民意識調査等より】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 岐阜市民としての誇り (52.9%) →生活満足度、幸福感に比べ低い誇り度</li> <li>・ 観光資源の豊かなまちという意識が低い (53.9%)</li> </ul>
<p><b>■ Opportunities (機会・プラス要因)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ <u>昇龍道周遊観光のゲートウェイ (宿泊拠点) としての可能性</u></li> <li>▶ <u>東海環状自動車道西ルートの開通</u></li> <li>▶ <u>市街地再開発、町家活用事業などにより、駅前や市内の観光施設の魅力が向上</u></li> <li>▶ <u>「麒麟がくる」効果による岐阜市及び岐阜県への注目</u></li> <li>▶ <u>大型イベントの開催によるMICE都市としてのイメージ確立</u></li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 「麒麟がくる」の活用と歴史ブームによる継続プロモーション</li> <li>・ 日本遺産第1号の認定：日本遺産ブランドの活用</li> <li>・ 東海環状自動車道西ルート開通、岐阜PA開業効果の活用</li> <li>・ 訪日外国人4千万人時代へ～インバウンドの隆盛</li> <li>・ 昇龍道における飛騨人気 (高山、白川郷、下呂) の活用</li> <li>・ 東京2020オリンピック・パラリンピック開催 (スポーツブーム)</li> <li>・ ねんりんピック2020開催によるスポーツブームの活用</li> <li>・ 長良川おんぱくの展開による長良川温泉の知名度・人気度向上</li> </ul>	<p><b>■ Threats (脅威・懸念事項)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ <u>観光都市としての岐阜市のブランド化・イメージアップが必要</u></li> <li>▶ <u>「岐阜市=○○○」の明確化と充実が必要</u></li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 全国的には岐阜の観光＝「飛騨高山」、「白川郷」、「下呂温泉」で、認知度がまだ低い</li> <li>・ リニア時代 (2027年) における岐阜市飛ばし (～関東から中津川経由で飛騨へ抜ける観光ルートの確立)</li> <li>・ 東海環状自動車道西ルート完成による関西からの岐阜市飛ばし</li> <li>・ 飛騨地域以外の県内地域の観光スポットのイメージの固定化 (土岐プレミアムアウトレット、河川環境楽園は観光地点別の集客数の1位、2位)</li> <li>・ 他県で大型集客施設計画 (三重県・VISON、愛知県・ジブリパーク、名古屋城木造天守閣 等)</li> <li>・ 柳ヶ瀬など中心市街地の衰退と停滞 ～活性化へ期待</li> </ul>

### ビジョンへの展開

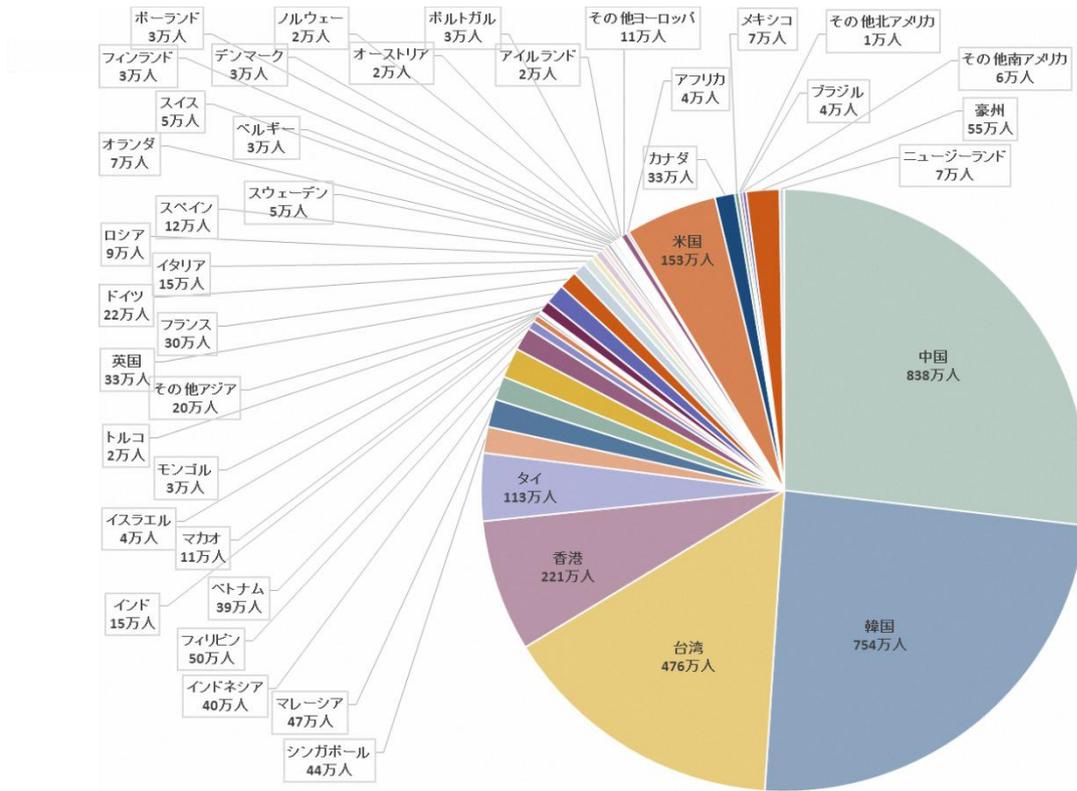
SWOT分析による展開	S (強み)	W (弱み)
O (機会)	<p><b>■ 積極的施策・戦略的展開</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 「麒麟がくる」を契機とした戦国観光資源を活かしたブランド化</li> <li>・ インバウンド時代に対応した立地特性の活用</li> <li>・ 本格的なMICE都市への展開</li> </ul>	<p><b>■ 段階的取組</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 誰も受け入れられる観光都市 (受入環境・2次交通・おもてなし)</li> <li>・ 市民と一体となった推進体制</li> <li>・ 市民のシビックプライド醸成</li> <li>・ 産業としての観光への展開</li> <li>・ プロモーション・情報発信強化</li> </ul>
T (脅威)	<p><b>■ 差異化検討</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 岐阜市ならではの魅力創出による差異化 (人観光、歴史観光、自然、食等)</li> </ul>	<p><b>■ 消極戦略・撤退 (特になし)</b></p>

## ■ 国・県の観光関連統計資料

### 1. 国の観光関連データ

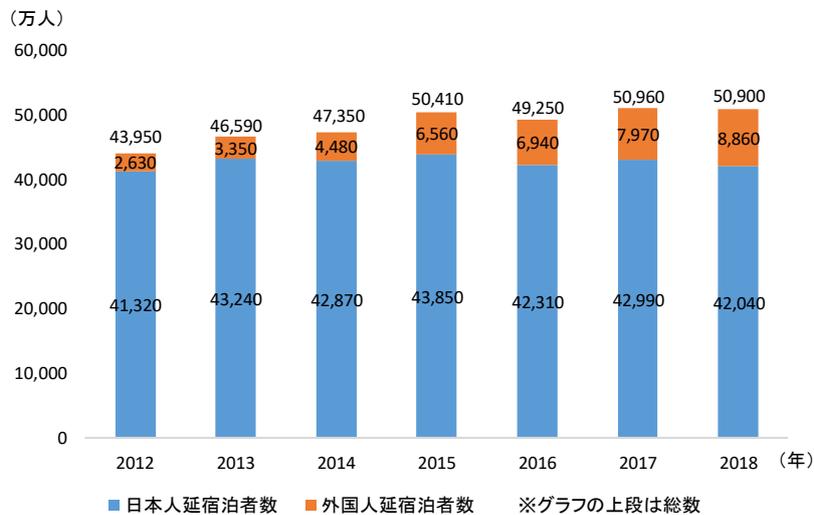
#### (1) 訪日外国人観光（インバウンド）の現状

図表 訪日外国人旅行者数の国・地域別内訳



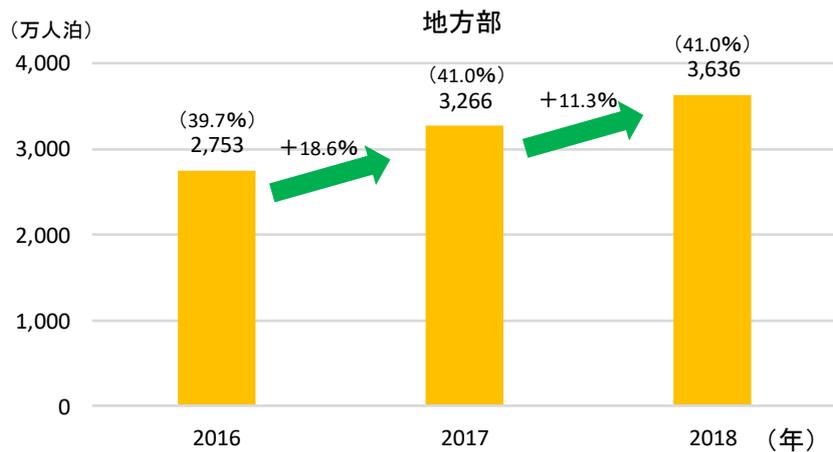
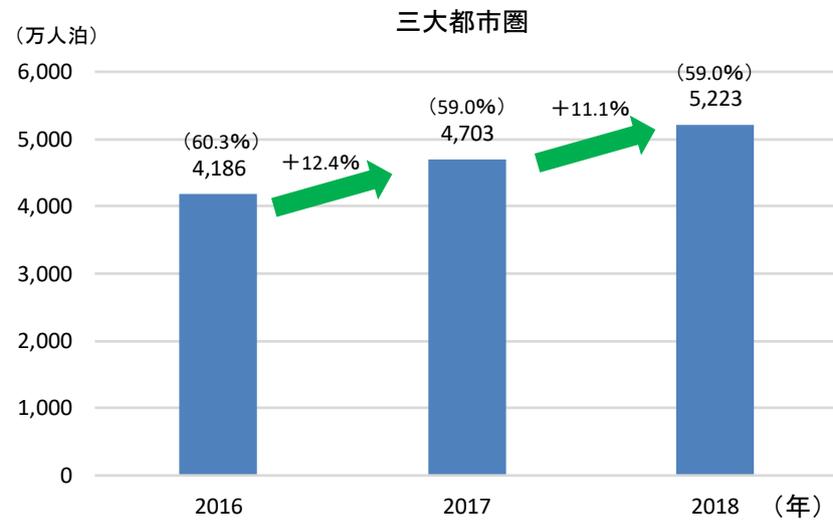
出典：日本政府観光局（JNTO）資料

図表 延宿泊者数の推移（総数・日本人・外国人）



出典：宿泊旅行統計（観光庁）

図表 外国人延宿泊数の推移



出典：宿泊旅行統計（観光庁）

※三大都市圏とは首都圏・中京圏・近畿圏のことを指す。岐阜県は中京圏に含まれる。

図表 訪日外国人旅行者の消費額の推移

(億円)

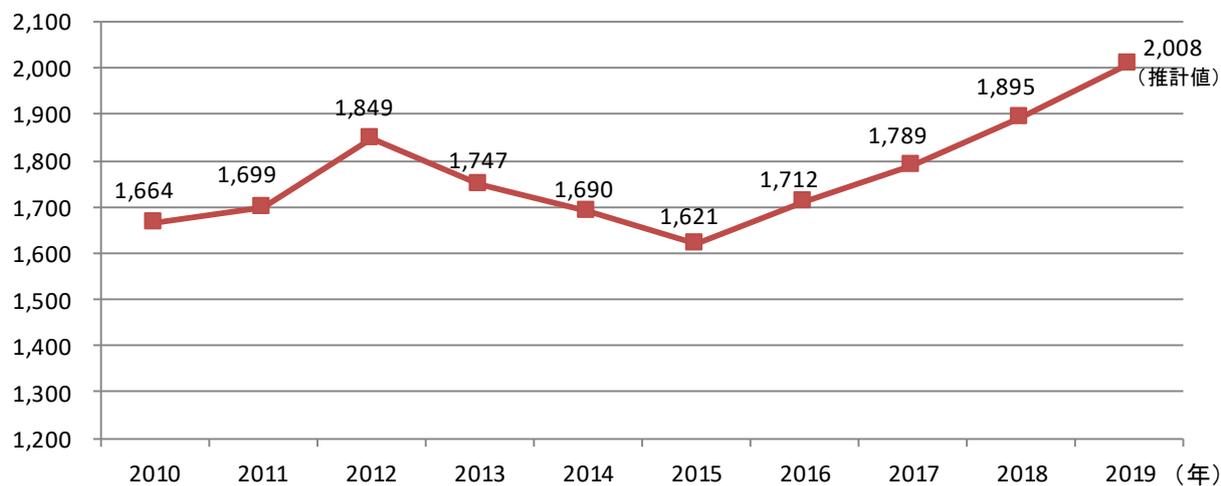
項目	2012年	2018年	増加額	増加倍率
宿泊費	3,713	13,212	9,499	3.6
飲食費	2,229	9,783	7,554	4.4
交通費	1,179	4,674	3,495	4.0
娯楽サービス費	293	1,738	1,445	5.9
買物代	3,406	15,763	12,357	4.6
その他	26	19	△7	△0.7
合計	10,846	45,189	34,343	4.2

出典：観光白書（日本政府観光局（JNTO）「訪日外客数」、観光庁「訪日外国人消費動向調査」）

※2012年は東日本大震災の翌年であり、震災後の訪日外国人が回復した起点として比較

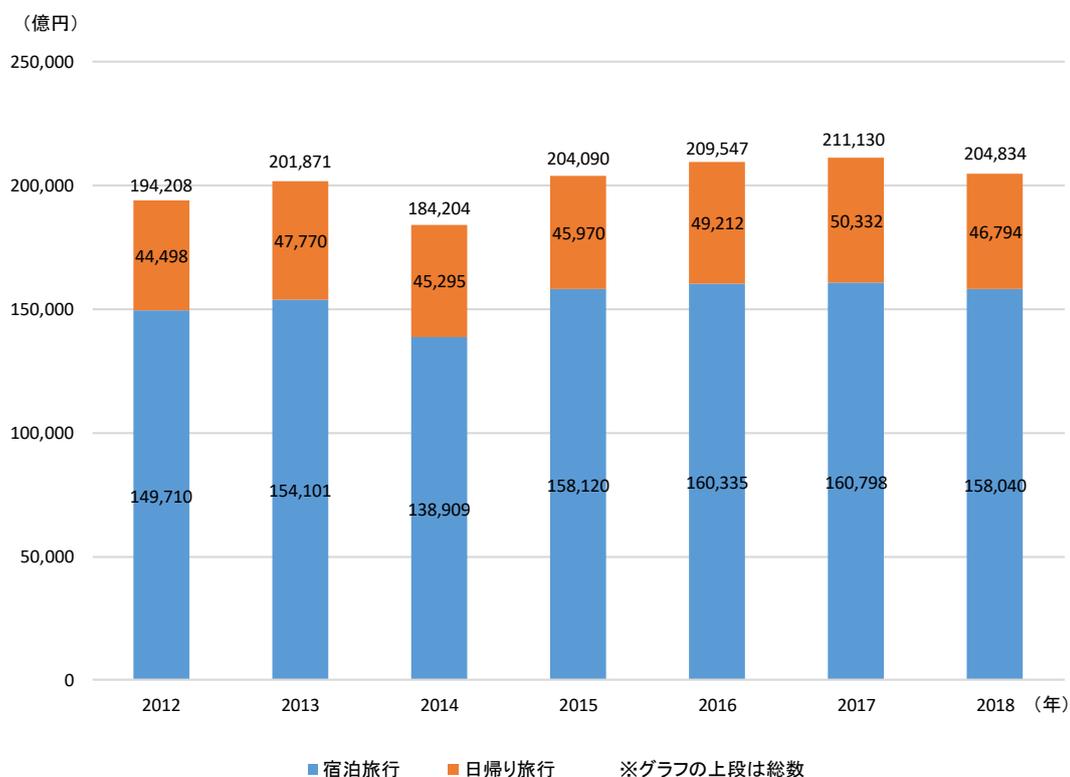
## (2) 日本人観光の現状

図表 出国日本人数の推移



出典：観光庁資料

図表 日本人国内旅行消費額の推移



出典：旅行・観光消費動向調査年報（国土交通省）

図表 日本人国内旅行の1人1回当たりの旅行単価（年代別）

(円)

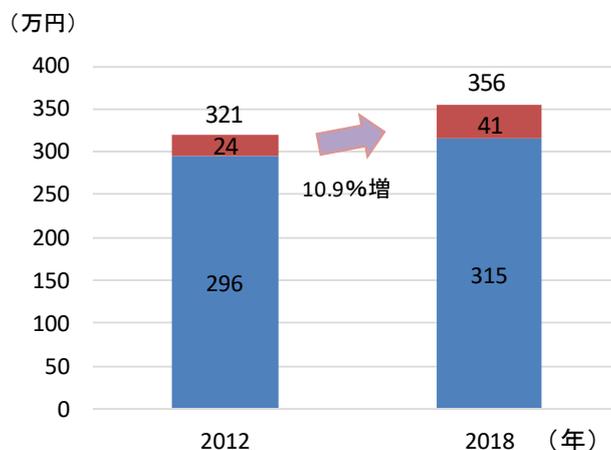
宿泊旅行 旅行単価	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	平均増加率
合計	47,444	48,094	46,717	50,520	49,234	49,732	54,300	102.3%
9歳以下	25,979	26,528	25,043	27,811	26,680	28,704	35,025	105.1%
10代	40,353	40,173	39,831	41,457	40,071	40,873	45,714	102.1%
20代	41,181	43,003	43,621	47,410	43,918	46,151	49,698	103.2%
30代	45,462	44,478	45,961	50,948	48,095	46,558	54,593	103.1%
40代	47,847	49,081	47,001	52,247	53,916	52,177	57,154	103.0%
50代	53,071	54,202	54,651	54,543	55,770	54,025	59,913	102.0%
60代	58,339	59,524	54,025	57,683	56,634	58,829	63,854	101.5%
70代	57,234	56,554	53,224	62,617	56,576	58,724	58,191	100.3%
80代以上	59,158	48,925	48,447	53,684	54,544	57,593	58,593	99.8%

日帰り旅行 旅行単価	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	平均増加率
合計	14,972	15,383	15,206	15,758	15,602	15,526	17,285	102.4%
9歳以下	9,507	9,256	9,012	8,818	9,431	9,073	10,646	101.9%
10代	11,682	11,630	12,703	13,349	11,158	12,647	12,557	101.2%
20代	13,868	13,725	14,575	15,090	15,403	14,292	15,827	102.2%
30代	14,179	15,934	15,194	15,740	15,291	14,801	17,260	103.3%
40代	15,295	15,203	16,130	15,664	16,137	16,052	20,707	105.2%
50代	15,638	16,592	15,843	16,440	16,689	16,873	18,507	102.8%
60代	17,274	17,706	16,637	17,598	16,988	16,985	18,557	101.2%
70代	18,151	17,109	16,858	16,443	16,992	16,749	17,546	99.4%
80代以上	15,260	15,990	15,576	23,642	16,973	17,346	16,430	101.2%

出典：旅行・観光消費動向調査年報（国土交通省）を基に作成

### (3) 観光産業の状況

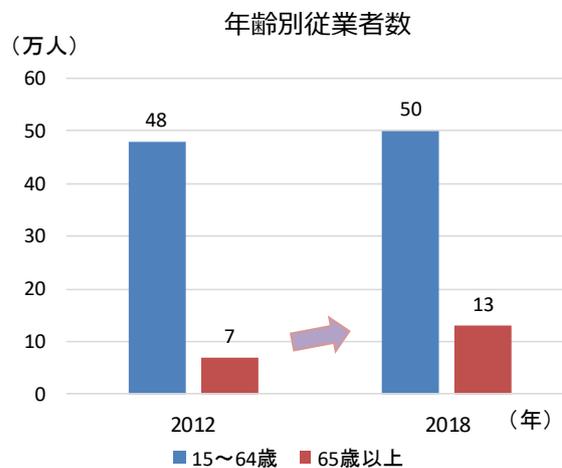
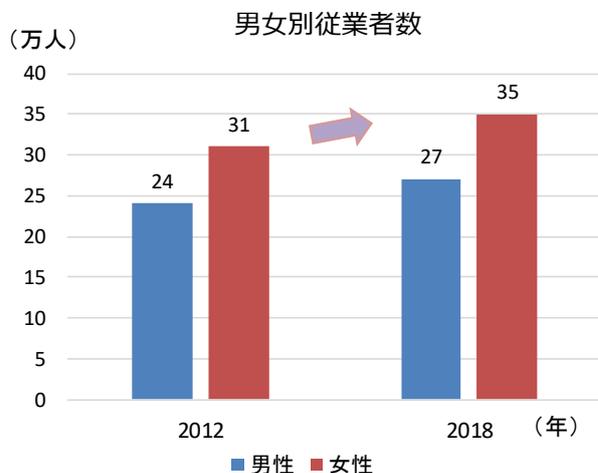
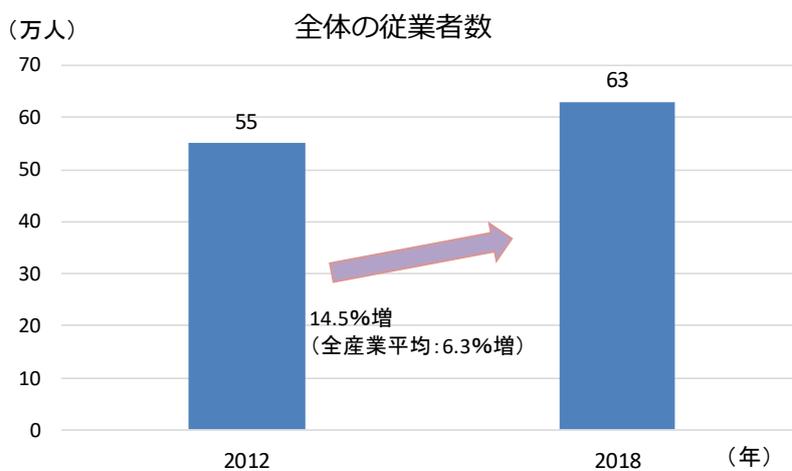
図表 宿泊業における賃金の変化



■ 年間賞与其他特別給与額 ■ きまって支給する現金給与額

出典：観光白書（観光庁）※賃金構造基本統計（厚生労働省）を基に観光庁作成

図表 宿泊業における従業者数の変化



出典：観光白書（観光庁）※労働力調査（総務省）を基に観光庁作成

## 2. 岐阜県の観光関連データ

### (1) 訪日外国人観光の現状

図表 延宿泊者数全体に占める外国人延宿泊者数の割合

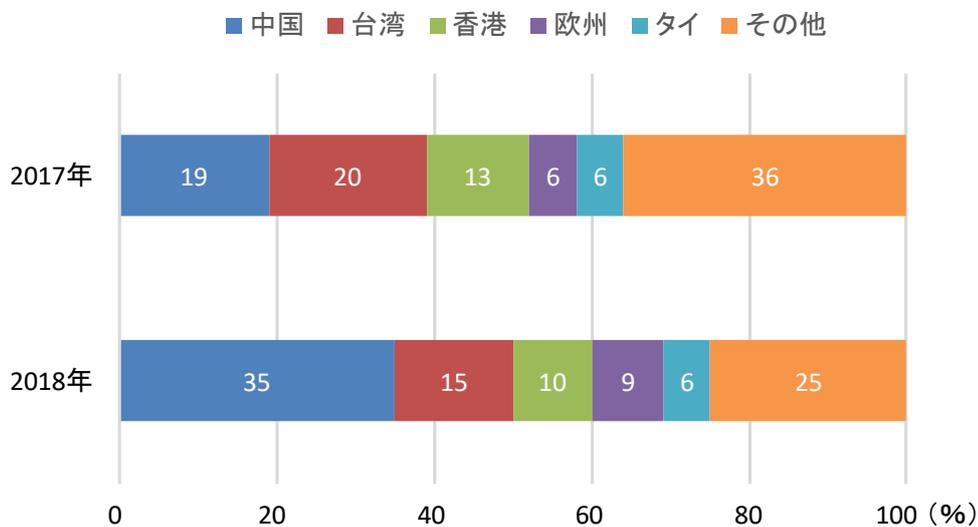
県別	①全宿泊者数			②外国人延宿泊者数			外国人比率	
	2017年	2018年	伸び率	2017年	2018年	伸び率	2017年	2018年
福井県	359	406	13.1%	6	8	33.3%	1.7%	2.0%
岐阜県	621	685	10.3%	98	148	51.0%	15.8%	21.6%
静岡県	2,078	2,186	5.2%	150	179	19.3%	7.2%	8.2%
愛知県	1,719	1,701	-1.0%	254	285	12.2%	14.8%	16.8%
三重県	832	890	7.0%	33	34	3.0%	4.0%	3.8%
中部管内計	5,608	5,868	4.6%	542	654	20.7%	9.7%	11.1%
昇龍道9県計	9,135	9,475	3.7%	816	976	19.6%	8.9%	10.3%
全国	50,960	53,800	5.6%	7,969	9,428	18.3%	15.6%	17.5%

※観光庁「宿泊旅行統計調査」

※従業者数10人未満の施設を含む

※端数処理の関係で月別の数値の合計と合計値が異なることがある

図表 岐阜県内における外国人宿泊者国・地域別の内訳



出典：宿泊旅行統計（観光庁）

## (2) 日本人観光の現状

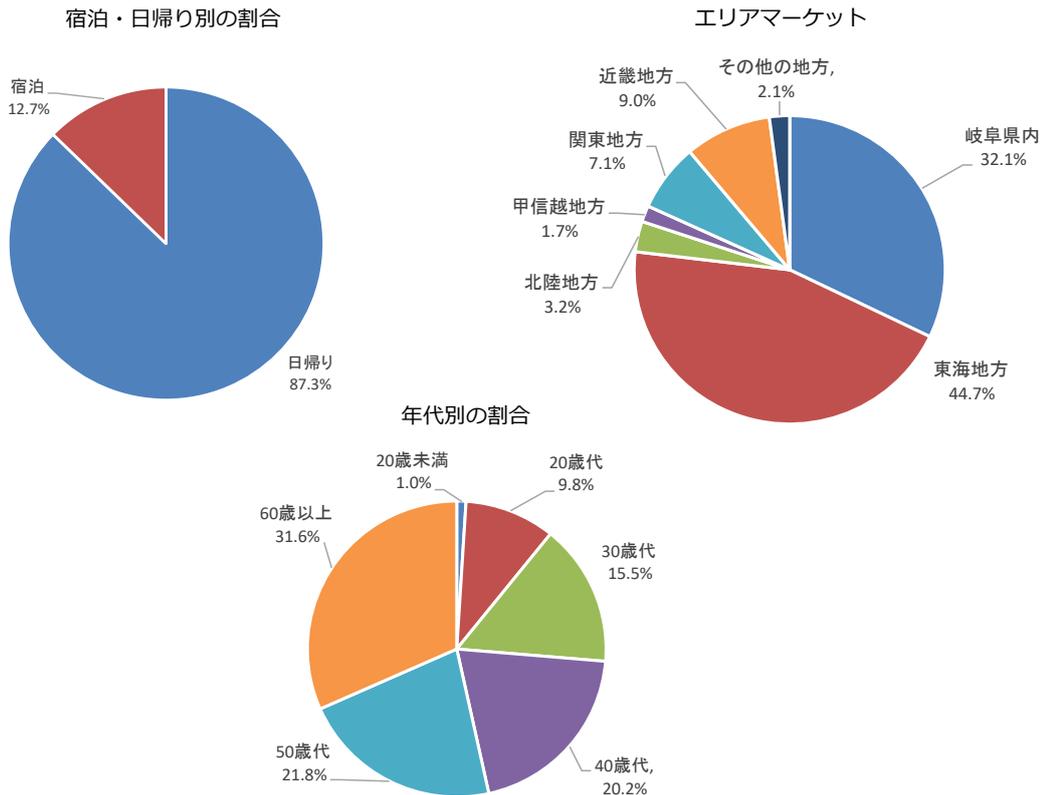
図表 延観光入込者数・観光消費額の推移



区分		2018年(対前年比)		参考:2017年
延観光入込者数		7,100万人	(△0.1%)	7,104万8千人
行催事・イベント延入込者数		986万5千人	(△0.8%)	994万6千人
観光消費額	全体	2,821億85百万円	(0.1%)	2,818億70百万円
	日帰り客	1,377億37百万円	(△7.6%)	1,490億22百万円
	宿泊客	1,444億48百万円	(8.7%)	1,328億49百万円

出典：岐阜県観光統計（以下、同じ）

図表 岐阜県内における観光客の動向



## 岐阜市観光ビジョン

2020年3月

2026年3月改定

発行 岐阜市

編集 岐阜市 ぎふ魅力づくり推進部 観光コンベンション課

〒500-8701 岐阜市司町40番地1

TEL 058-265-4141 (代表)

ホームページ <http://www.city.gifu.lg.jp/>