

岐阜市観光ビジョン 重点アクションプラン改定に向けて

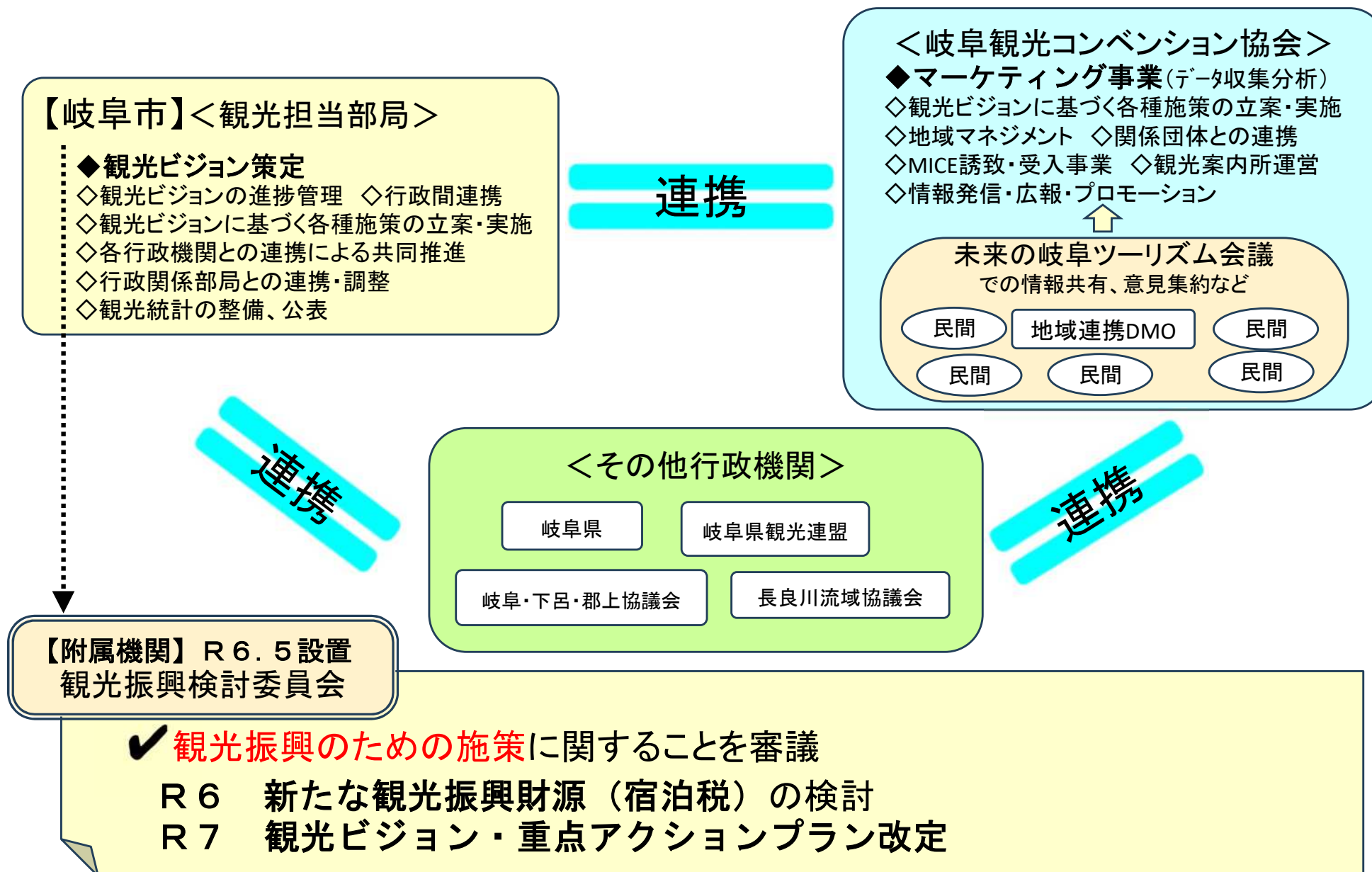
令和7年7月11日(金)
ぎふ魅力づくり推進部
観光コンベンション課

【目次】

(1) 本委員会について	・・・	3
(2) 観光ビジョンの概要	・・・	4 ～ 5
(3) 重点アクションプラン	・・・	6
(4) 本市の観光を取り巻く環境 (コロナ、DMO、宿泊税)	・・・	7 ～ 13
(5) 岐阜市の観光の現状	・・・	14 ～ 18
(6) 今年度のスケジュール	・・・	19

(1) 本委員会について

〔観光施策の推進体制〕



(2) 観光ビジョンの概要①

	2020 令和2	2021 令和3	2022 令和4	2023 令和5	2024 令和6	2025 令和7	2026 令和8	2027 令和9	2028 令和10	2029 令和11
	1年目	2年目	3年目	4年目	5年目	6年目	7年目	8年目	9年目	10年目
計画 期間	計画対象期間（2020～2029）									

・2020年3月
「ぎふし未来地図2018年10月策定」に沿って、成果等の共有を目指す分野別計画に位置づけられた計画として策定。
観光ニーズへの柔軟な対応や国内観光市場の変化への対応といった環境変化とともに、シビックプライド醸成を目指す観光振興の中長期的な指針として、10年計画で策定。

・2025年
計画期間の半分が経過し、見直しの時期到来。後述のとおり、この間の劇的な環境変化を踏まえ、見直しに着手。



(2) 観光ビジョンの概要②

ビジョンコンセプト(目指す姿)

「市民と描く」岐阜市未来ツーリズム

～岐阜の魅力を守り・岐阜の観光を育て・岐阜市民の誇りへ～

基本理念

①シビックプライド
～市民の誇りにつながる観光

②観光を基軸とした持続可能なまちづくり

③稼げる岐阜観光を目指して
～観光振興による産業活性化

基本戦略(施策方針)

- ①創る ～岐阜の魅力新発見・再発見
- ②稼ぐ ～魅力の創出による産業への波及
- ③つながる ～広域連携、オール岐阜での官民一体となった推進
- ④もてなす ～受入環境整備、おもてなし
- ⑤育てる ～観光人材育成、市民の誇り醸成
- ⑥掴む ～継続的マーケティングの実施
- ⑦伝える ～効果的なプロモーション・情報発信

重点アクションプラン

戦国城下町の観光活用

- ◆ 岐阜城周辺の観光展開

岐阜ゲートウェイ化

- ◆ 周辺主要観光地と連携した「ハブ拠点化」
- ◆ インバウンド誘致促進

岐阜観光ブランド・魅力創出

- ◆ 既存観光資源と新たな観光資源の掘り起こしによる魅力創出

シビックプライド醸成、オール市民ツーリズム

- ◆ 「市民」による岐阜の魅力再認識と誇りの醸成

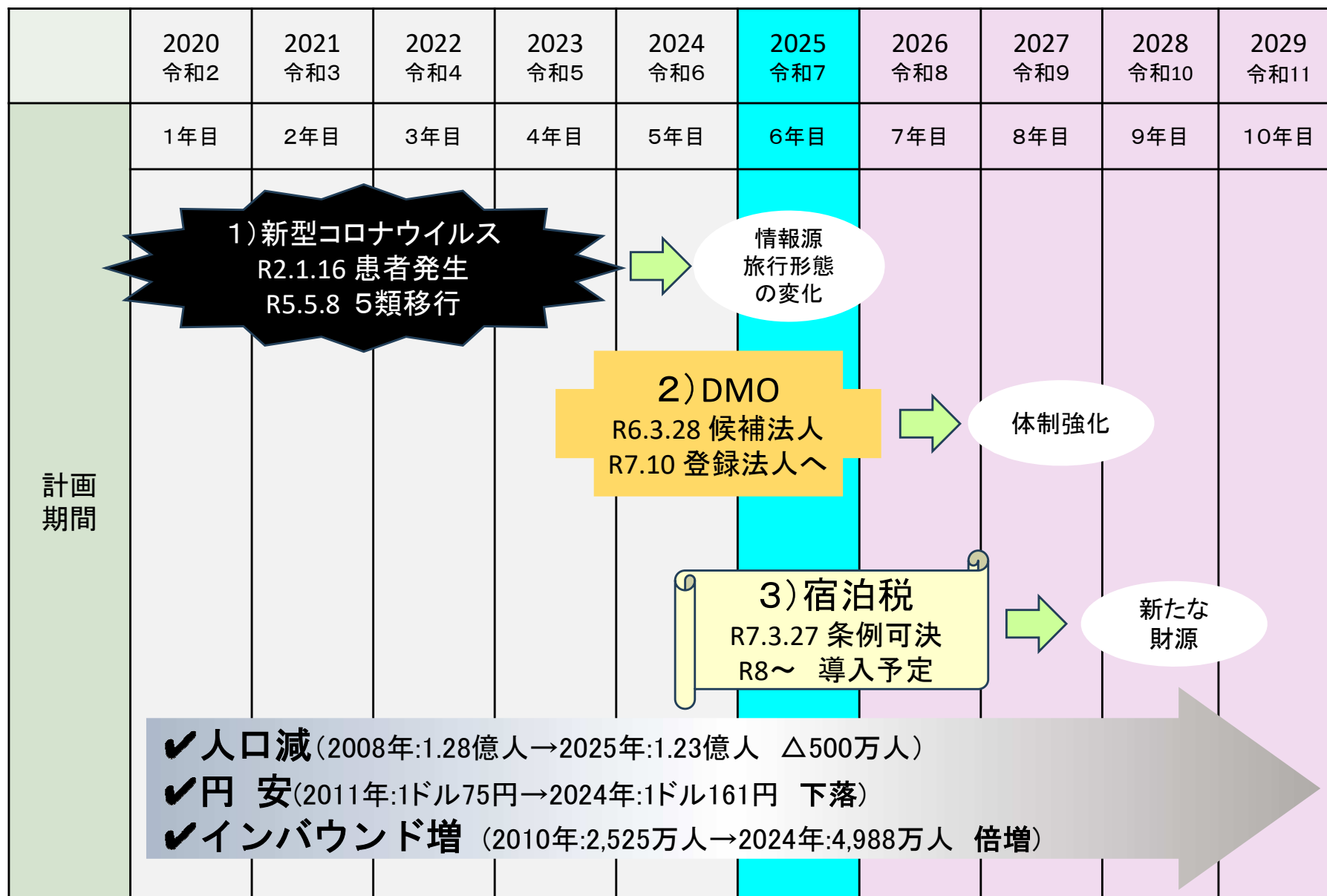
MICEへの本格展開

- ◆ コンベンション都市の継続推進とイベントを核とする「MICE都市」としての本格展開

(3) 重点アクションプラン

5つの重点 アクションプラン	各アクションプラン 17項目	各 施 策	各施策の実績は別紙
戦国城下町の観光活用	①戦国城下町の保存・利活用の推進 ②戦国城下町のブランド化の推進 ③戦国城下町における魅力の創出 ④戦国城下町におけるおもてなしの推進 ⑤戦国城下町の魅力活用の推進	・ 旧いとう旅館活用施設整備・日本遺産推進 ・ 岐阜城運営 ・ 岐阜公園再整備 ・ 史跡岐阜城跡発掘・歴博リニューアル ・ 大河「麒麟がくる」・シェアサイクル ・ まちなか博士育成・まちなか観光推進 ほか	
岐阜ゲートウェイ化	①インバウンドをはじめとする宿泊客誘致の促進 ②宿泊客の市内回遊の促進 ③宿泊客へのおもてなしの推進 ④広域連携の推進	・ 交通施設バリアフリー化設備整備・GIFUナイトビュー ・ 観光案内所運営・外国人観光客受入環境整備 ・ 岐阜下呂郡上観光宣伝協議会 ・ 信長公居城連携協議会 ・ 富山市との観光物産交流 ほか	
岐阜観光ブランド・ 魅力創出	①既存観光資源の磨き上げ ②魅力発見・魅力創出 ③魅力発信・啓発	・ 長良川水辺空間魅力創出事業 ・ ロケツーリズム推進 ・ フォトツーリズム促進 ほか	
シビックプライド醸成、 オール市民ツーリズム	①市民の観光意識の醸成・観光人材の育成 ②市民による観光おもてなしの推進 ③市民の情報発信の強化	・ ふるさと大好き鶺鴒 ・ 岐阜市観光宣伝隊 ほか	
MICEへの本格展開	①MICE都市としてのブランド化、 MICEの積極的な誘致 ②関係者の連携による MICEの2次展開の推進	・ 各施設による誘致活動 ・ コンベンション開催助成 ・ 市内周遊観光の促進 ほか	

(4) 本市の観光を取り巻く環境



(4-1) 新型コロナウイルスの影響① 情報源の変化

		コロナ前 2019年	コロナ後 原則：2024年	備考
情報取得源	新聞発行部数 出典：日本新聞協会HP	約3,780万部	約2,660万部	3割減 (2019→2024)
	自宅内における TVとの接触時間※1	165時間	116時間	3割減 (2019→2024)
	自宅内における インターネットとの接触時間※1	76時間	117時間	5割増 (2019→2024)
SNS※2 利用者数	L I N E	約7,800万人	約9,700万人	25%増 (2019→2024)
	YOUTUBE (コロナ後は2023年5月時点)	約5～6千万人	約7,120万人	2～4割増 (2019→2023)
	X	約4,500万人	約6,700万人	5割増 (2019→2024)
	Instagram (コロナ後は2023年11月時点)	約3,300万人	約6,600万人	2倍増 (2019→2023)
	T I K T O K	約950万人	約3,300万人	2.5倍増 (2019→2024)

※1 ビデオリサーチ社[MSR/ex]より
※2 SNS利用者数はWEB記事より

- ・令和2・3年度：緊急事態宣言発出などにより観光客が半減するなど甚大な影響も
→ 情報取得源は、新聞やTVなどから、インターネット経由のSNSなどへと変化
✓ 情報取得先の変化 ⇒ SNS利用者数の爆発的な伸び ⇒ WEB活用のプロモーションへ

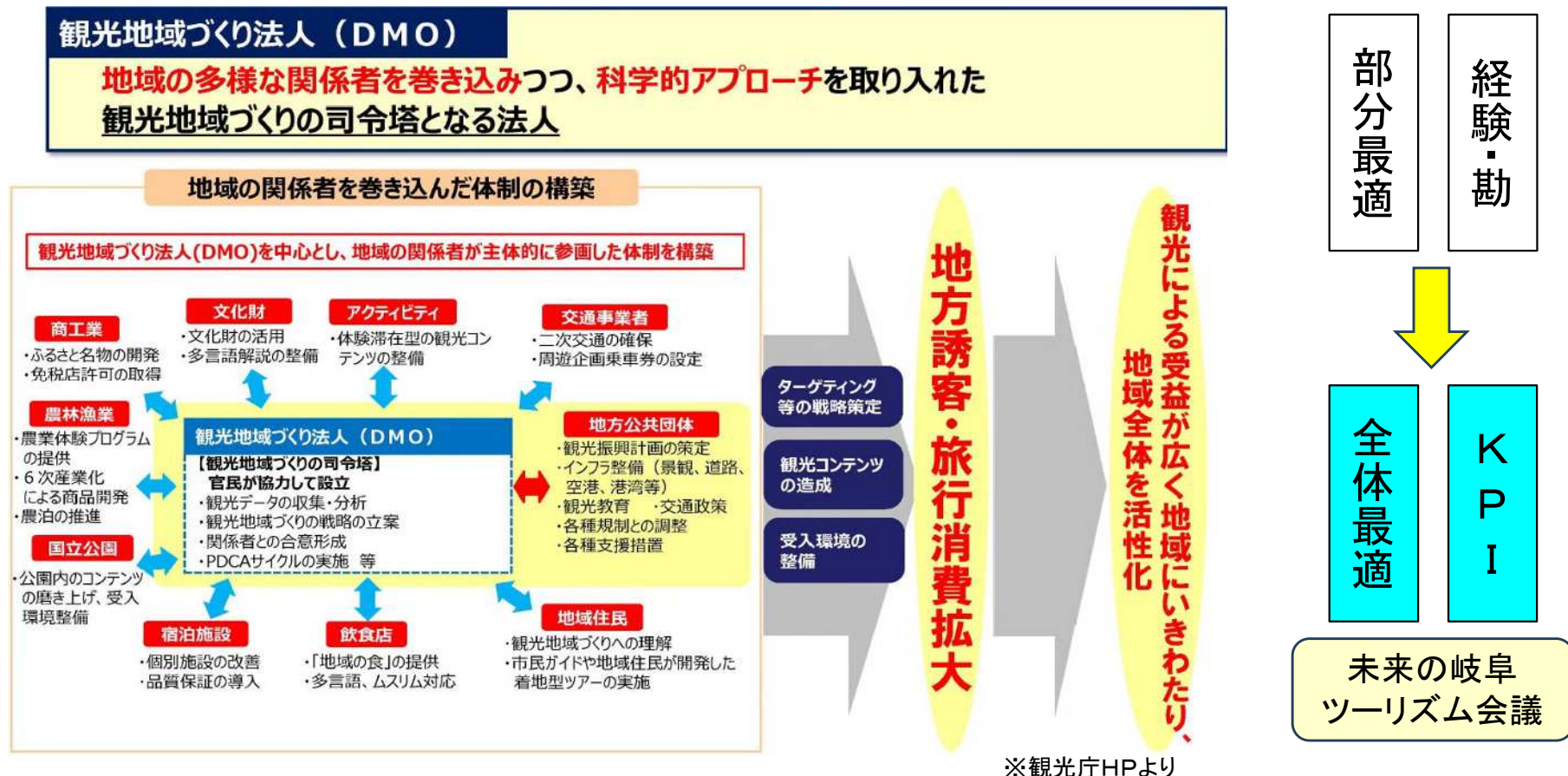
(4-1) 新型コロナウイルスの影響② 旅行形態の変化

		コロナ前 2019年	コロナ後 外国人：2024年 日本人：2023年	備考
※1 外国人観光客	団体旅行 (旅行会社等が企画)	20. 2%	1 3. 1%	35%減 (2019→2024)
	個人旅行 (航空券や宿泊等を個別手配)	72. 6%	8 3. 1%	15%増 (2019→2024)
※2 日本人観光客	団体旅行 (旅行会社、会社が企画)	10. 8%	8. 1%	25%減 (2019→2023)
	個人旅行 (航空券や宿泊等を個別手配)	83. 9%	8 6. 3%	3%増 (2019→2023)

※1 訪日外国人消費動向調査(観光庁)より
※2 旅行年報2024(JTB)より

コロナ禍を経て、外国人の個人旅行が、日本人と同水準の8割に
→ 外国人観光客の個人旅行向け対策が求められる

(4-2) DMO① 地域の関係者を巻き込んだ体制の構築



【これまで】

国・県など様々なイベントなどに合わせ、事業実施⇒成果は入込客数（盛り上がり）

【これから】

あらゆるステークホルダーが関わる未来の岐阜ツーリズム会議で合意形成

＋ DMOのマーケティング分析をベースに、

⇒ KPIなどを共通認識として、観光による受益で地域全体を活性化

(4-2) DMO② ターゲットとKPIの設定

～DMO形成・確立計画～

○第1ターゲット層

本物志向で岐阜に興味を持つ**首都圏**の観光客

○第2ターゲット層

日本の歴史・文化が大好きな**訪日外国人**観光客

○第3ターゲット層

MICEに参加して岐阜市を訪れる**団体**

○第4ターゲット層

名古屋都市圏を中心とした**アクティブな若年層**

～DMO形成・確立計画～

【必須KPI】

- **旅行消費額** (百万円)
- **リピーター率** (%)
- 延べ宿泊者数 (千人)
- 来訪者満足度 (%)

【その他KPI】

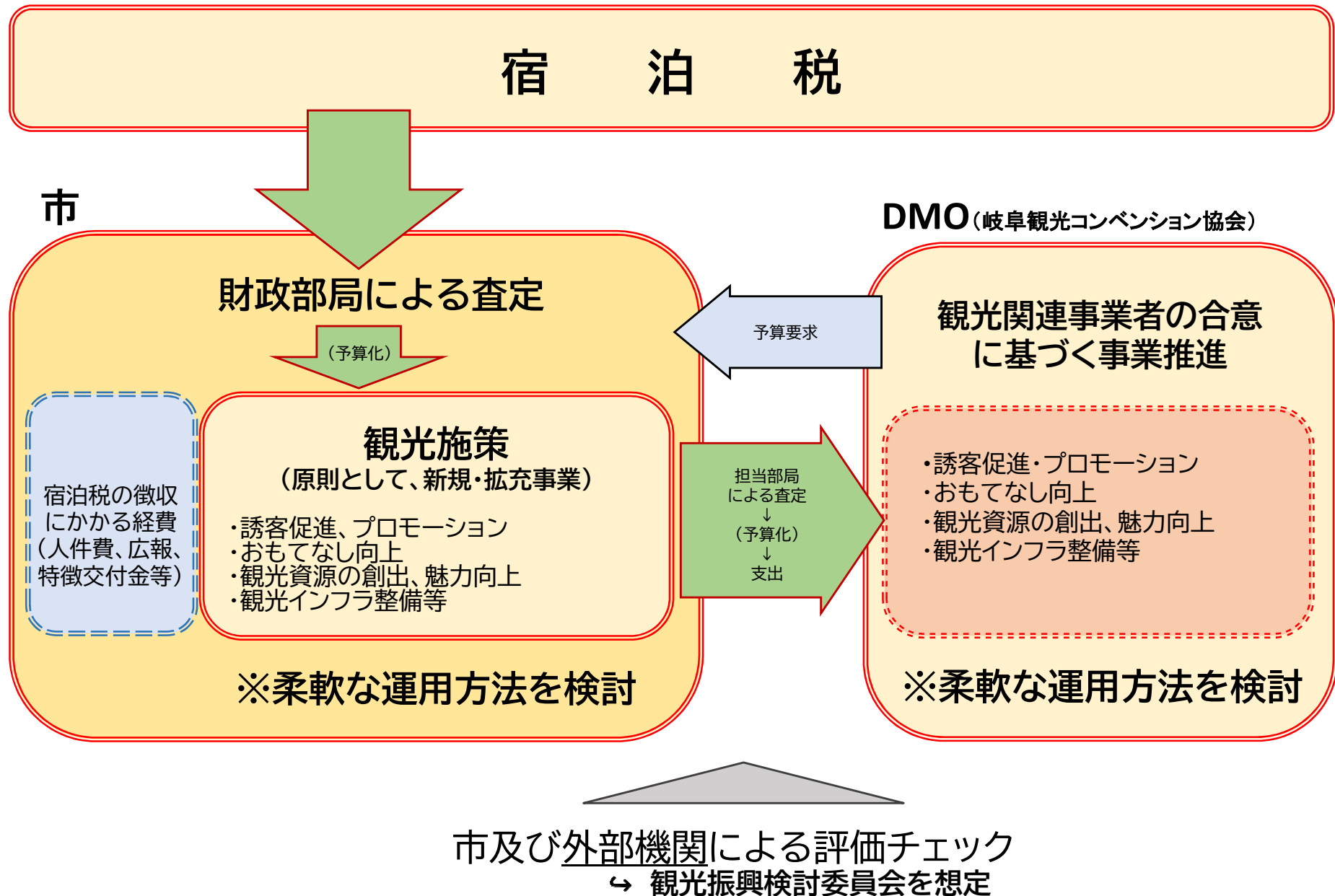
- WEBサイトアクセス数 (PV)
- 住民満足度 (%)
- ロープ利用者数 (人)
- メディア掲載回数 (回)
- MICE予約成立件数 (件)
- 鵜飼観覧船使用料収入額 (千円)

DMOの取り組みがどの程度地域に貢献しているか、KPIを設定し、定量的に把握
→ 地域産業へも波及する**旅行消費額**や、長期的な価値創出に繋がるリピーター率
など、各取組がどう寄与したか把握可能に

(4-3) 宿泊税① 制度の概要

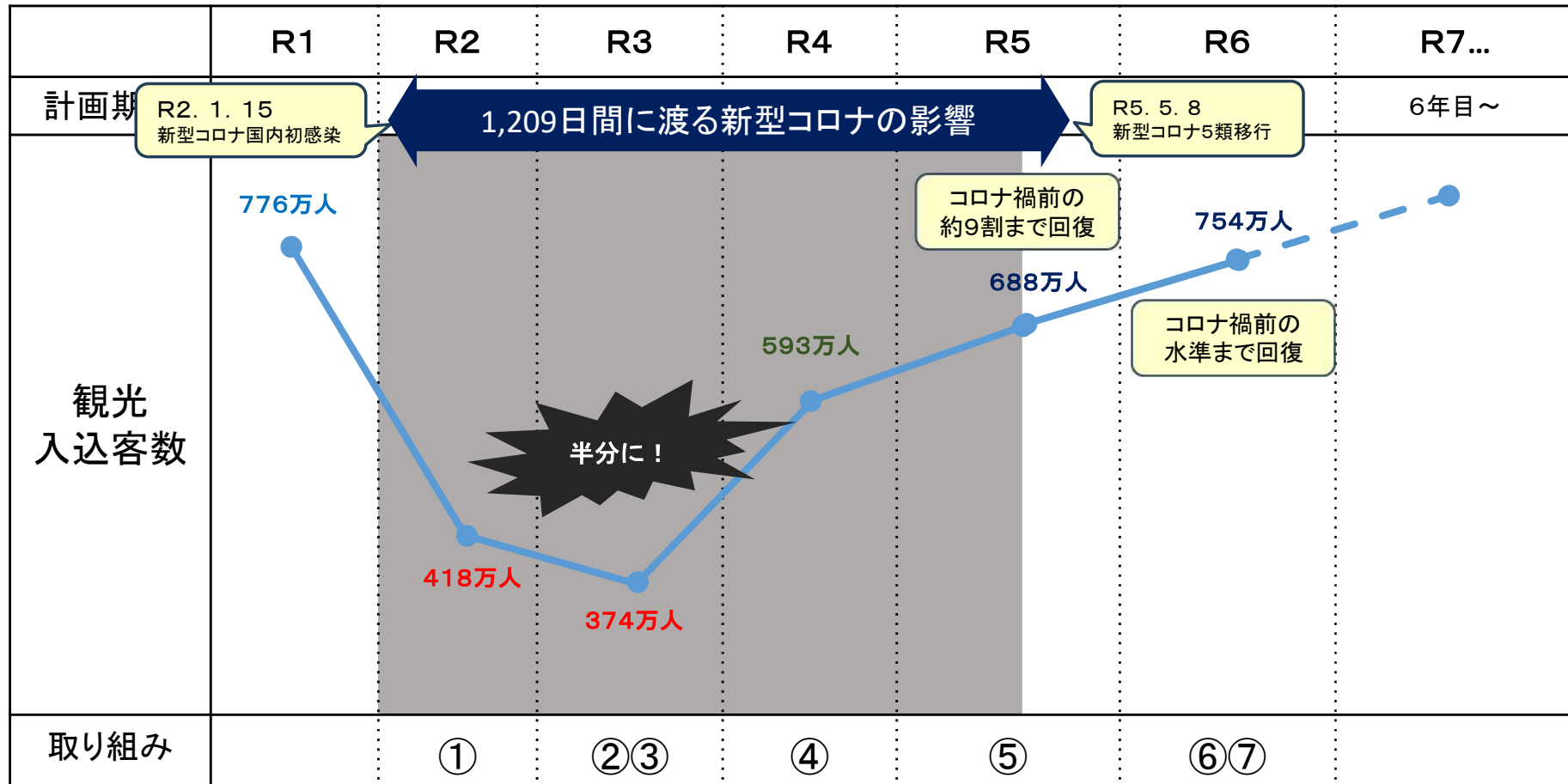
徴収開始日	令和8年4月1日から
税 額	1人1泊あたり200円（免税点は設けない）
税收規模	約1.3億円
課税免除	①年齢12歳に達する日以後の最初の3月31日までの間にある者（＝小学生） ②学校教育法第1条に規定する学校（大学を除く。）の行事として行われる旅行の参加者
特別徴収義務者交付金	納期内納入額の2.5%
制度の見直し	社会経済状況等を勘案し、3年ごとに制度について検討
主な用途	①観光客に選ばれるまち －誘客促進・プロモーション事業－ （例）国内外プロモーションの強化 地域DMOの体制強化 ②何度でも訪れたくなるまち －おもてなし向上事業－ （例）まちなか観光周遊促進 市内観光事業者への受入環境整備補助 ③観光資源の創出 －魅力向上事業－ （例）ナイトタイムエコノミーの推進 ④観光インフラ整備等 観光施設等の整備、社会状況や観光ニーズの変化に緊急的、機能的に対応するための基金への積立

(4-3) 宿泊税② 活用スキーム



(5) 岐阜市の観光の現状

① 観光入込客数



【令和2年】①ロケツーリズム推進室(R2.4)設置

<出典> 観光入込客数: 岐阜市観光統計

【令和3年】②ぎふ灯り物語(R3.1)開催 ③かわまちづくり計画(R3.1)策定

【令和4年】④高級鵜飼観覧船(R4.5)就航 【令和5年】⑤ぎふ長良川花火大会(R5.8)開催

【令和6年】⑥鵜飼観覧船予約システム(R6.3)導入 ⑦インバウンド推進室(R6.4)設置

(5) 岐阜市の観光の現状

②観光ビジョンの数値目標

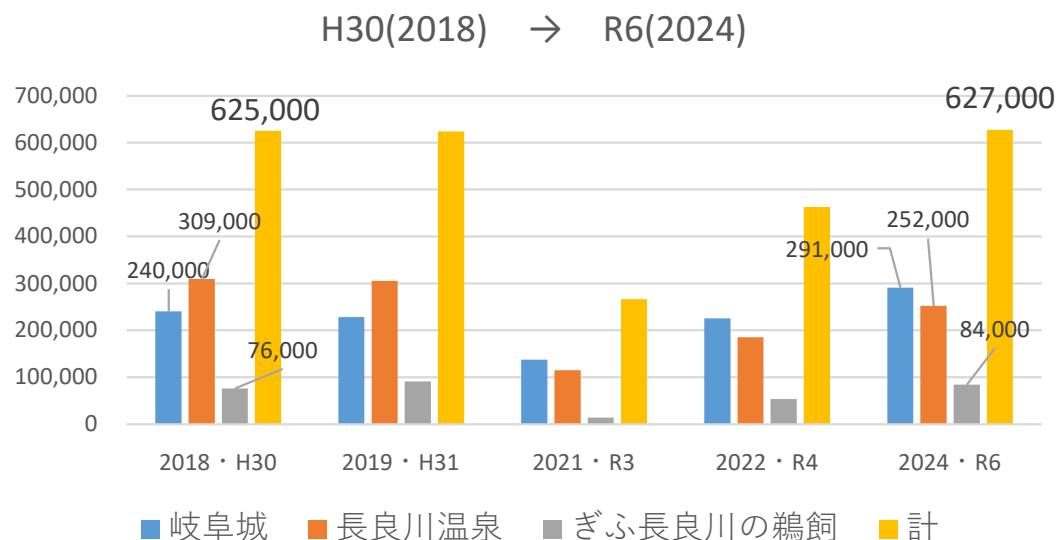
項 目		実績値 H30(2018)年度		目標 R11(2029)年度
①市内主要観光施設延入込者数		約62.5万人	⇒	約68.5万人
②市内宿泊者数	延宿泊者数	約57万人	⇒	約59万人
	国内 延宿泊者数	約50.4万人	⇒	(維持)約50.4万人
	外国人 延宿泊者数	約6.6万人	⇒	約8.6万人
③市民の誇り度	各観光資源魅力度		⇒	各10%増
	観光資源が豊かなまちだ と思う人の割合	53.9%	⇒	60%以上
④観光消費に伴う経済波及効果		約390億円	⇒	約429億円
⑤訪問意向率		73.2%	⇒	80%以上

(5-1) 数値目標の進捗状況

目標値① 市内主要観光施設延入込者数

<出典> 観光入込客数：岐阜市観光統計

項 目	実績値 H30(2018)年度	中間値 R6(2024)年度	目標 R11(2029)年度
市内主要観光施設延入込者数	約62.5万人	－ 約62.7万人	約68.5万人
(内訳) 岐阜城	約24.0万人	↗約29.1万人	－
長良川温泉	約30.9万人	↘約25.2万人	－
ぎふ長良川の鵜飼	約7.6万人	↗約8.4万人	－



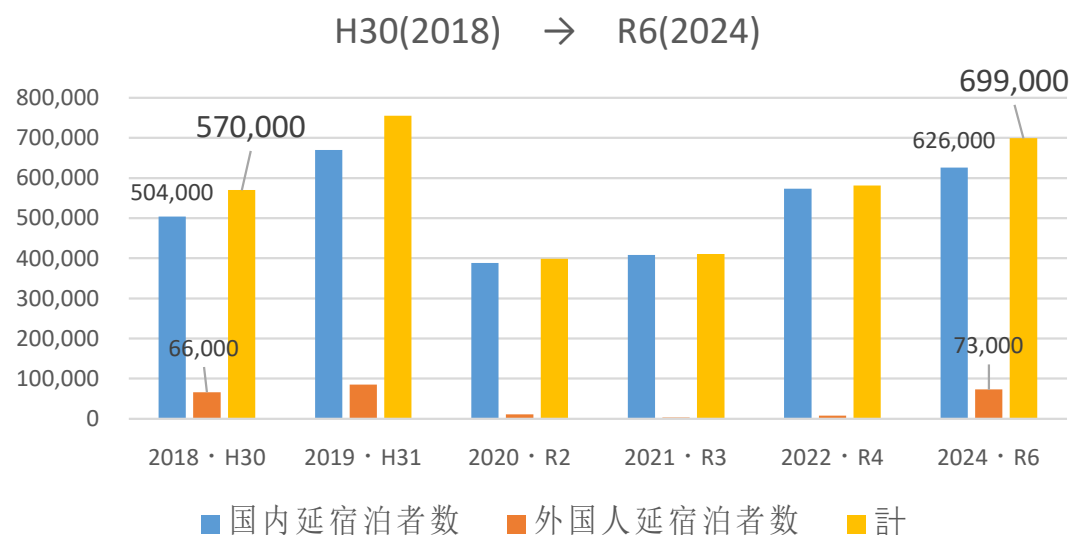
<中間値の状況>
 コロナの影響を乗り越え
 →コロナ前水準まで回復

(5-1) 数値目標の進捗状況

目標値② 市内延宿泊者数

<出典> 宿泊旅行統計調査: 観光庁

項 目	実績値 H30(2018) 年度	中間値 R6(2024) 年度	目標 R11(2029) 年度
市内延宿泊者数	約57.0万人	↑約69.9万人	約59.0万人
(内訳) 国内延宿泊者数	約50.4万人	↑約62.6万人	約50.4万人
外国人延宿泊者数	約 6.6万人	↑約 7.3万人	約8.6万人



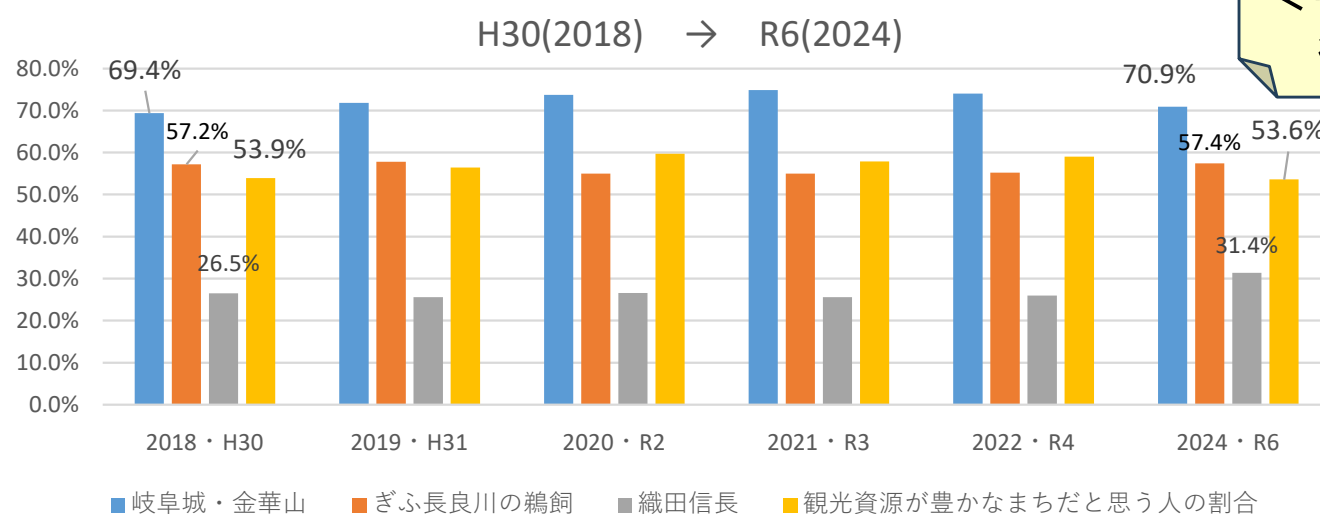
<中間値の状況>
延宿泊者数は目標達成

(5-1) 数値目標の進捗状況

目標値③ 市民の誇り度

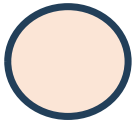
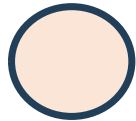
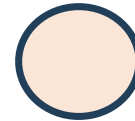
<出典> 市民意識調査: 岐阜市

項 目	実績値 H30(2018) 年度	中間値 R6(2024) 年度	目標 R11(2029)年度
市民の誇り度			
・市内の各観光資源の魅力度		6.6%増	各10%増
岐阜城・金華山	69.4%	↑70.9%	79.4%
ぎふ長良川の鵜飼	57.2%	57.4%	67.2%
織田信長	26.5%	↑31.4%	36.5%
・観光資源が豊かなまちだと思う人の割合	53.9%	53.6%	60%



<中間値の状況>
微増

(6) 今年度のスケジュール

	2025(令和7年)						2026(令和8年)		
	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
日程	 第1回会議				 第2回会議			 第3回会議	岐阜市改定

今年度末までに、
岐阜市観光ビジョンを(重点アクションプランを中心に)改定

- ・次回(第2回会議) 秋頃、素案。
冬頃の第3回会議、改定案を策定したい。