

第1分野 地域資源を活かして産業を育てるまち

基本方針4

地域産業の核となる観光・交流産業の活性化を図ります

事業年度	令和6年度
責任部長	商工観光部長
責任課長	観光課長
責任課	観光課
主管課・関係課	観光課、白鳥振興課、政策推進課、社会教育課、スポーツ振興課、情報課、企画課、商工課

■施策の概要

<p>施策1: 連携による観光地域づくり 【主管課: 商工観光部 観光課】</p> <p>観光関連産業を軸とした地域経済や地域社会の活性化のため、官民協働により地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに、地域への誇りと愛着を醸成するため、登録観光地域づくり法人(登録DMO)に登録された(一社)郡上市観光連盟を中心に効果的な観光地域づくりを推進します。</p>
<p>施策2: 観光資源の魅力向上 【主管課: 商工観光部 観光課】</p> <p>観光資源の磨き上げによる観光産業の底上げを図るとともに、新たな観光資源の確保策として、白鳥北部地域振興構想により取り組んでいる白山信仰に関わる伝統文化を活かした観光振興など、郡上市固有の歴史文化を活用する取り組みを推進します。また、(一社)郡上市観光連盟を中心に観光関係団体との連携を深め、地域資源を活かした新たな交流型産業の創出や通年型観光の強化、効果的な集客イベント等を実施し、観光資源の魅力向上を図ります。</p>
<p>施策3: 誘客促進・情報発信 【主管課: 商工観光部 観光課】</p> <p>本市では国や県、広域団体協議会などと連携し、外国人観光客の誘客に積極的に取り組んできました。近年は増加傾向にありましたが、新型コロナウイルス感染症の蔓延によって誘客活動が非常に困難な状況となっています。今後は、感染症収束後を見据え、国外からのFIT(個人旅行)や国内のマイクロツーリズムなどにも対応した誘客を図ります。また、SNSの活用やフィルムコミッションなどによる情報発信を強化していきます。</p>
<p>施策4: 受入体制の強化 【主管課: 商工観光部 観光課】</p> <p>本市が観光客に目的地として選ばれ、長く滞在していただくため、観光客の様々なニーズを把握し、戦略的な観光客の誘致体制を強化するなど、時代に合った受入環境を整備します。特に、新型コロナウイルス感染症の収束を見据え、今後、拡大が見込まれるFIT(個人旅行)へのシフトやマイクロツーリズム及びワーケーションの受入れのほか、外国人旅行者に対応した商品の開発や登録ガイドの養成など、受入体制を整えていきます。</p>

■関連指標の動向

指標名	単位	管理種別	望ましい方向	関連施策	現状値	各年度の目標値(上段)					評価年度の達成率	
					(R1)	各年度の実績値(下段)						
						R3	R4	R5	R6	R7		
▶ 郡上ファンクラブ会員数	人	ストック	↗	施策1	—	7,500	10,000	12,500	15,000	17,500	219.5%	
▶ アウトドア予約システムによる体験商品販売額(年間)	千円	フロー	↗	施策2	—	16,269	23,478	26,674	32,922	—	14.1%	
▶ WEBアクセスセッション数(年間)	回	フロー	↗	施策3	779,940	790,952	796,313	801,143	805,541	810,000	207.0%	
▶ 宿泊者数(年間)	人	フロー	↗	施策4	466,484	345,977	407,399	466,256	526,346	560,000	78.9%	
						295,940	395,771	413,694	415,230	—		

■決算データ及び構成事務事業の実施状況

施策名	R5決算額(千円)	R6決算額(千円)	構成事務事業の実施状況(R6)					
			a	b	c	d	-	小計
1 連携による観光地域づくり	122,460	128,888	0	2	0	0	0	2
2 観光資源の魅力向上	59,669	40,807	0	2	0	0	0	2
3 誘客促進・情報発信	42,480	24,019	0	4	0	1	0	5
4 受入体制の強化	17,393	60,389	0	4	1	2	0	7
小計	242,002	254,103	0	12	1	3	0	16

- a: 順調に実施されており、成果が表れている事務事業
- b: 概ね順調に実施されており、一定の成果が表れている事務事業
- c: 概ね順調に実施されているものの、目指す成果が表れていない事務事業
- d: 実施状況及び目指す成果ともに停滞している事務事業

■基本方針に係る総括評価(所見)

【責任部長:商工観光部長】

【施策1 : 連携による観光地域づくり】

稼ぐ仕組みづくりやそれらを活用した取り組み、事業者を含めた人材育成を実施するなどDMOを核として進められている。一方で導入して5年経過するデジタルマーケティングは未だ開発の途上であるため、これまでに蓄積されたノウハウの活用や更なる誘客促進に向けた取り組みが不十分であることは否めない。

【施策2 : 観光資源の魅力向上】

郡上のおどりの振興や後継者等担い手確保に向けた取り組みが着実に実施できた。また、ウインターリゾート郡上としてDMOを中心に官民連携による取り組みも推進できており評価できる。

【施策3 : 誘客促進・情報発信】

国内外に向けた誘客促進、情報発信は限られた予算や人員で効果的な取り組みを模索した様子がうかがえる。また延べ宿泊者数は上昇し、入込客数も前年を上回ったことから一定の効果が見られたものと評価できる。

【施策4 : 受入体制の強化】

受入体制の強化を目的として実施した事業の効果は十分に得られたとはいえ、今後課題として挙げられている宿泊施設や食事施設の不足をどう補うかを検討していく必要がある。

■施策ごとの評価

施策1:連携による観光地域づくり

【主管課:商工観光部 観光課】

評価

B

目指す姿に向けて概ね順調であるが、一部努力を要する。

▶後期基本計画策定時の「現状と課題」

観光地域づくりにおいて、各種観光関係団体の連携不足などの課題があるため、官民協働により稼ぐ力のある観光地域の仕組みづくりが必要です。

◎後期基本計画策定時の「目指す姿」

官民協働による観光地域づくりにより、誇りと愛着を感じるとともに、稼ぐことのできる観光地域となっています。

I. 施策の取組効果や達成状況に関する分析(関連する事務事業の成果や積み残されている課題など)

【成果】

- 観光地域づくり推進のため、市内民間事業者の参加による戦略企画会議を5つの重要課題(地域資源活用部門、アウトドア部門、誘致営業部門、経済循環部門、スポーツツーリズム部門)ごとに組織し、年間21回の部門会議を開催した。
- デジタルマーケティング推進事業では、観光連盟WEBサイト「TABITABI郡上」を核としたメールマガジンの送信実績は215件、1,118,770通(前年比105件増、499,385通増)で、会員数は延べ32,922人(前年比4,387人増)となった。
- アウトドア振興では、郡上市観光連盟への補助事業を実施し、WEB予約システム「郡上ノアソブ」の商品造成数は24本、参加者数743人(前年比191人減)、売上高4,436千円(前年比546千円減)であった。また、体験事業割引クーポン等の周知、郡上市アウトドア事業者協議会と連携した体験商品の販売、イベント開催等により郡上のアウトドアブランディングの向上を図った。
- 人材育成のため、郡上市観光塾を2回開催し、観光庁職員を招いた持続可能な観光地づくりについての講演・ディスカッションや、観光立市郡上未来プロデューサー及び全国通訳案内士を招いた店舗等現場レベルでの学習機会を提供した。
- 民間活用での誘客促進として、郡上市観光連盟を通して誘客営業活動に対する事業者支援を実施した(実績15件:国内商談会(東京、大阪他)。また、積極的な誘客営業として海外セールススクール、商談会(オーストラリア、台湾)に参加したほか、FAMトリップ受入7件を実施した。

【課題】

- 通年型観光に対応する観光商品の造成及びプロモーションの検討
- デジタルマーケティングの活用による来訪者の属性、趣向、周遊、消費状況等の把握と収集したデータの誘客促進戦略への活用と、これまで蓄積されたプロモーションノウハウが活かされていない。
- 地域観光協会との連携強化に向けた施策の実施とDMO化による各地域観光協会の統合を含めた検討

II. 今後の方向性と具体的な展開

【今後の展開】

- ・観光連盟WEBサイト「TABITABI郡上」による国内外への情報発信の継続と会員から得られたデータから属性に応じた情報提供を強化する。
- ・WEB会員を実訪問に繋げるための施策を展開する。特にデジタルマーケティングを活用した事業効果を検証できる仕組みとして、クーポンシステムなどから得られるデータを活用しながら各種観光施策等の立案を行う。
- ・アウトドアWEB予約システム「郡上ノアソブ」を軸とした商品造成及びプロモーション実施による予約促進。
- ・観光塾等の学習・研修事業による市民・事業者等の人材育成に向けた取り組みを継続して実施するとともに、観光施策のトレンドやSDGs、現場でのおもてなし力の向上等に向けた学習機会を提供していく。
- ・新たな財源確保に向けた検討。

評価 B

目指す姿に向けて概ね順調であるが、一部努力を要する。

<p>▶後期基本計画策定時の「現状と課題」</p> <p>宿泊客の割合が低く、立ち寄りでの観光となっているため、滞在型の周遊プランや通年型観光の造成を進める必要があります。</p>	<p>◎後期基本計画策定時の「目指す姿」</p> <p>四季を通じて、豊かな自然、歴史、文化を感じ、様々なメニューを楽しむことができる観光地域としての魅力が高まり、観光客が何度も訪れていきます。</p>
--	---

I. 施策の取組効果や達成状況に関する分析(関連する事務事業の成果や積み残されている課題など)

【成果】

- 郡上おどり、白鳥おどり、白鳥の拝殿踊りを開催し市内外のおどりファンへ観光を通じて伝統・文化、郡上市のPRを行った。(郡上おどり:30夜、来場者255,600人、白鳥おどり:17夜、来場者42,400人、白鳥の拝殿踊り5夜、来場者1,100人)。このほか、お囃子講習会(郡上おどり10回、受講者151名(延べ553名))また、市内小中学校の児童・生徒を対象としたマイ下駄づくり体験(9校、473名)等を実施し、市内小中学生に対し、踊りへの興味・関心の向上図った。
- 郡上おどり保存活用プロジェクト会議の開催し。令和7年度から郡上おどりの課題解決に取り組むサポーターズクラブを創設する。
- ウインターシーズンにベースタウンとスキー場を結ぶシャトルバスの民間運行支援(運行日数:55日、乗車人数:延べ191人(605人減))を実施。また、国内外の来訪者を対象とした共通リフト券、宿泊、体験のWEB予約サイトを構築し、ウインターリゾート郡上へのアクセス向上に努めた。(共通リフト券等販売)、国内外向け749枚(31枚増)

【課題】

- 通年型・滞在型観光の実現及び市内宿泊を促進するための取り組みが弱い。
- おどりをきっかけとした観光消費の誘発と経済循環が不十分。
- 踊り人口(来場者数)の減少、担い手(保存会や関係者)の高齢化、後継者不足が顕在化している。
- ウインターリゾート郡上の認知向上と消費拡大に向けた施策の実施、ベースタウンとスキー場間の移動手段の確保、インバウンドに向けた誘客プロモーションの実施。

II. 今後の方向性と具体的な展開

- 踊り人口の減少、担い手の高齢化、後継者不足の解消に向けた「郡上のおどり」の魅力発信及び伝統文化としての保存・継承を図る取り組みの推進。
- 「郡上おどり保存活用計画」に基づき発足した、「保存活用プロジェクトチーム」などにより今後の課題に対しての対策を講じる。R7年度は、R6年度の協議により創設する「郡上おどりサポーターズクラブ」の実運用を行う。
- 白鳥おどり、白鳥の拝殿おどりについては白鳥地域の振興を図るため、プロモーションを強化する。
- 訪日外国人観光客向けに構築した販売WEBサイト「Discover your inner GUJO」を活用し、ウインターリゾート郡上の認知度向上と商品販売の拡大に向けた取り組みの推進。
- 高速バス路線(岐阜～郡上八幡～ひるがのSA～高山)の郡上市内停車便数増加に向けた要望や調整の実施。また、民間による二次交通運行に向けた広報等の支援。
- 通年型観光に向けたグリーンシーズンのコンテンツの造成。

評価

B

目指す姿に向けて概ね順調であるが、一部努力を要する。

<p>▶後期基本計画策定時の「現状と課題」</p> <p>市外への観光情報の迅速かつ効果的な情報発信や、東アジア、東南アジアに対するプロモーションの民間へのシフト及び欧米豪を中心としたFIT(個人旅行者)、マイクロツーリズムなどにも対応した誘客を図る必要があります。</p>	<p>◎後期基本計画策定時の「目指す姿」</p> <p>効果的な情報発信により、本市への関心が高まりつつあるほか、積極的な誘客活動の展開により訪れる観光客が増えています。</p>
---	---

I. 施策の取組効果や達成状況に関する分析(関連する事務事業の成果や積み残されている課題など)

【成果】

- 他市等との連携による各協議会において誘客促進事業を実施し、FIT向け旅行商品の造成と現地旅行会社へのプロモーションを実施した。(令和6年の宿泊者数:415,230人うち外国人16,555人)
- 豪州ではシドニー、メルボルンでスノートラベルエキスポ2024に出展してPRを実施するとともに、700名分の情報を入手したことで追加情報を発信できる体制を作った。また、豪州の旅行会社にセールスを行い、教育旅行の問合せ1件、個人旅行の予約(催行済)1件があった。英語ガイド育成では、受講生16名のフォローアップ研修5回実施し、4月に修了生を中心として郡上ガイド協会を設立した。外国人誘客協議会等との連携事業では、旅行商品造成を目指し、現地旅行会社へのプロモーション(対象市場:台湾、欧米豪)を実施した。
- 広域連携協議会等では観光庁補助事業を活用した広域周遊観光の促進、インフルエンサーを活用したプロモーション、海外エージェントへのセールスなどを実施した。
- 郡上おどりのPRについては効果が高いと見込まれる催事に集約させる形で実施した。
- 八幡城の誘客については、指定管理者が独自で行う事業と重複することから、限定的な取り組みとした。
- イベント開催事業(郡上長良川夢花火、白鳥春まつり、さくら道国際ネイチャーラン、たかす雪まつり、めいほう高原秋まつり)では、例年通りに開催され、天候に恵まれたイベントでは多くの来場者があった。
- フィルムコミッション事業では、映画・テレビ番組等の誘致、撮影協力等を行い計25件の番組等が制作・放送された。特にNHKBS「妻亡きあとに 近藤正臣 郡上八幡ひとり暮らし」、テレビ朝日「今夜はナゾトレ」などの放映により全国的なPRに繋がった。また、郡上市内を撮影地とした映画「ブラックショーマン」(東宝)は令和7年9月12日に全国公開される。

【課題】

- 国内外の誘客促進やイベント等の実施に向けた取り組みや課題等の整理ができていない。
- アジア・豪州エリアを中心とした訪日外国人観光客の誘致に係る商品造成及び旅行会社、メディアや消費者に向けたプロモーションの実施やインバウンド対応した受入体制の整備ができていない。
- タイ王国、台湾などコロナ禍前に宿泊の主力であった国、地域の落ち込みが激しく、回復も見通せていない。
- 広域連携における周遊観光ルートの魅力向上のためのPRや具体的なプラン構築ができていないことに加え、商品造成等の検討及び提案、FIT対応などの来訪者の趣向の変化への対応ができていない。

II. 今後の方向性と具体的な展開

- 広域連携では、プロモーション力強化のためレップ等を活用した現地旅行会社、メディア等への効果的なPRや営業を行い、商品造成、誘客促進に繋げていく。
- R6年度に立ち上げた郡上ガイド協会を活用した高付加価値(高い満足度・消費額)な旅行商品の造成のほか、郡上市観光連盟のWEBサイトでの販売を開始する。
- 豊富なアウトドア資源を活用し、Eバイクツアー等のアウトドアコンテンツの商品造成等、郡上市における持続可能な観光の推進とコンテンツ造成の促進、郡上地域というアウトドアブランドの認知向上を図る。
- 新規開拓市場である欧米豪市場について、市観連においてこれまでに整備したスノーリゾート施設等を活用し、豪を中心に旅行会社への商談やWEB販売サイトを活用した認知向上と実訪問の促進に向けた事業を展開する。また、広域連携事業では、連携自治体と協力して海外へのプロモーションを効果的に実施していく(尾張藩連携事業:独、英、岐阜・下呂・郡上:台湾、東海外客:東・東南アジア)。
- 八幡城誘客について、武将隊による観光案内業務を指定管理者による自主事業での実施として整理を行った。なお「TABITABI郡上」を活用したPRについては継続して行う。

施策4: 受入体制の強化

【主管課: 商工観光部 観光課】

評価

C

目指す姿に向けてあまり順調といえず、一層の努力を要する。

<p>▶後期基本計画策定時の「現状と課題」</p> <p>新型コロナウイルス感染症対策とともに、収束後に見込まれるマイクロツーリズム、個人旅行など時代のニーズに合った受入体制を強化する必要があります。</p>	<p>◎後期基本計画策定時の「目指す姿」</p> <p>受入体制の強化により、目的地として長く滞在する観光地域となり、宿泊客が増えています。</p>
--	--

I. 施策の取組効果や達成状況に関する分析(関連する事務事業の成果や積み残されている課題など)

【成果】

- 長良川流域周遊・滞在型観光推進プロジェクト事業では、長良川上・中流域の自治体等と連携し、サステナブルツーリズムの推進をテーマに周遊滞在型の商品造成とWEBサイトによる販売を継続実施した。(ツアー造成10件のうち郡上市に関するツアー3件)また、情報発信事業としてツーリズムEXPO(10/26～10/29大阪府)へのブース出展、巡回パネル展を実施した。
- 下呂市から郡上市における周遊エリアの二次交通充実を図り、滞在客を受け入れる施策として実施している、下呂ー八幡無料連絡バスの令和6年度の運行実績は66回、乗車人数181人で、乗車人数は前年比48.36%であった。
- 八幡駅から市街地まで無料ガイドを行う事業は、観光列車ながら利用者へのおもてなしと市街地へ誘導し滞在時間と消費を伸ばすことを目的としたが繁忙期にガイドの熱中症対策として業務中止とされたため、実施できなかった。
- 【再掲】外国人観光客の受入れ強化を目的とした英語ガイド育成では、受講生16名のフォローアップ研修5回実施し、4月に修了生を中心として郡上ガイド協会を設立した。
- 【再掲】デジタルマーケティング推進事業では、観光連盟WEBサイト「TABITABI郡上」を核としたメールマガジンの送信実績は215件、1,118,770通(前年比105件増、499,385通増)で、会員数は延べ32,922人(前年比4,387人増)となった。
- 【再掲】アウトドア振興では、郡上市観光連盟への補助事業を実施し、WEB予約システム「郡上ノアソブ」の商品造成数は24本、参加者数743人(前年比191人減)、売上高4,436千円(前年比546千円減)であった。また、体験事業割引クーポン等の周知、郡上市アウトドア事業者協議会と連携した体験商品の販売、イベント開催等により郡上のアウトドアブランディングの向上を図った。
- 【再掲】ウインターシーズンにベースタウンとスキー場を結ぶシャトルバスの民間運行支援(運行日数:55日、乗車人数:延べ191人(605人減))を実施。また、国内外の来訪者を対象とした共通リフト券、宿泊、体験のWEB予約サイトを構築し、ウインターリゾート郡上へのアクセス向上に努めた。(共通リフト券等販売、国内外向け749枚(31枚増))

【課題】

- 外国人観光客への対応に係る郡上ガイド協会の外国人観光客誘致に向けた多方面での活用方策の検討。
- 下呂から八幡間の無料連絡バスは、現在、下呂から八幡間の一方運行となっており周遊ルートが限定されるうえ、効率的な運行となっていない。
- 長良川流域エリアがサステナブルツーリズム(ものづくりなど郡上市、美濃市、関市、岐阜市に受け継がれてきた伝統的な産業などの観光)の先進的な取り組みを行う地域としての認知度向上やブランド力の強化を図るためのさらなる展開が必要となっている。
- 宿泊施設の不足、食事施設の不足、アクセス向上が課題。

II. 今後の方向性と具体的な展開

- 長良川流域周遊・滞在型観光推進プロジェクト事業では、サステナブルな観光プログラム(高付加価値の観光コンテンツ、学びを取り入れた観光コンテンツ)の定番商品化を目指す。また、サステナブルツーリズムの理解促進のため、研修会・意見交換会の定期開催や継続的な情報発信を行う。
- 英語ガイド育成事業から設立された郡上ガイド協会を活用し、外国人観光客の受け入れ体制強化を図る。
- 令和7年度は八幡から下呂へ向かうバス運行を下呂市が実施する為、下呂から八幡間の無料連絡バスを引き続き実施し、両市の連携による人流の活性化に繋げる。
- 八幡駅からのガイドについては、コロナ禍明け以降、利用者が少なかったこともあり事業を見直し、廃止とする。
- 交通事業者への二次交通の働きかけ実施。

■後期基本計画策定後新たに生じた課題等

- ・コロナ禍と情報社会の発達により、旅行のスタイルが旅行会社を通じた団体旅行から個人旅行、個人手配へとシフトしており、情勢の変化に合わせた戦略が必要となっている。

■関連する個別計画の有無

<p>有</p>	<p>観光地域づくり法人形成・確立計画</p>
----------	-------------------------