

## **(一社)下呂温泉観光協会関係**

**資料5-1 (一社)下呂温泉観光協会提出資料**

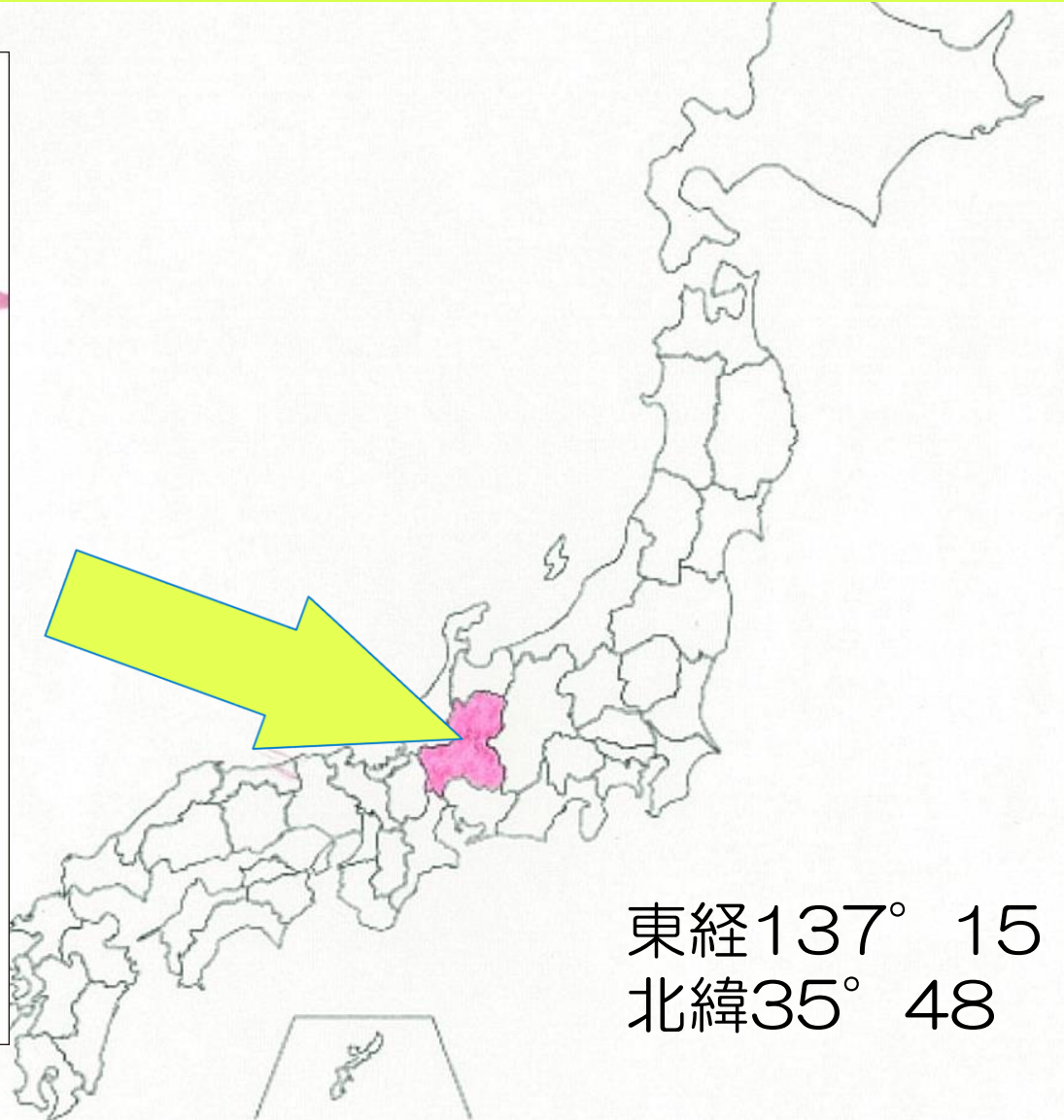
**資料5-2 DMOの取組状況に関する調査 回答**

**資料5-3 日本版DMO形成・確立計画**

# 下呂温泉観光協会 下呂市DMOの取り組み

(一社)下呂温泉観光協会

# 日本の真ん中 岐阜県



# 岐阜県の真ん中 下呂市



# ディープな「日本」に浸かる 下呂市

## 下呂市観光マップ

Gero City The Sightseeing Map



- ◆下呂市：平成16年3月1日発足(合併後14年)
- ◆下呂市の人口(平成30年8月1日現在)
  - ・総人口 32,782人
  - ・男性 15,664人
  - ・女性 17,118人
  - ・世帯数 12,237世帯
- ◆下呂市の面積
  - ・851.06平方キロメートル
- ◆下呂温泉街の旅館・ホテルの数
  - ・55施設(市内全域 81施設)
- ◆下呂温泉街旅館の部屋数、キャパシティ
  - ・部屋数 1,951
  - ・キャパシティ 7,853人/1日

## 下呂市は名古屋から近い

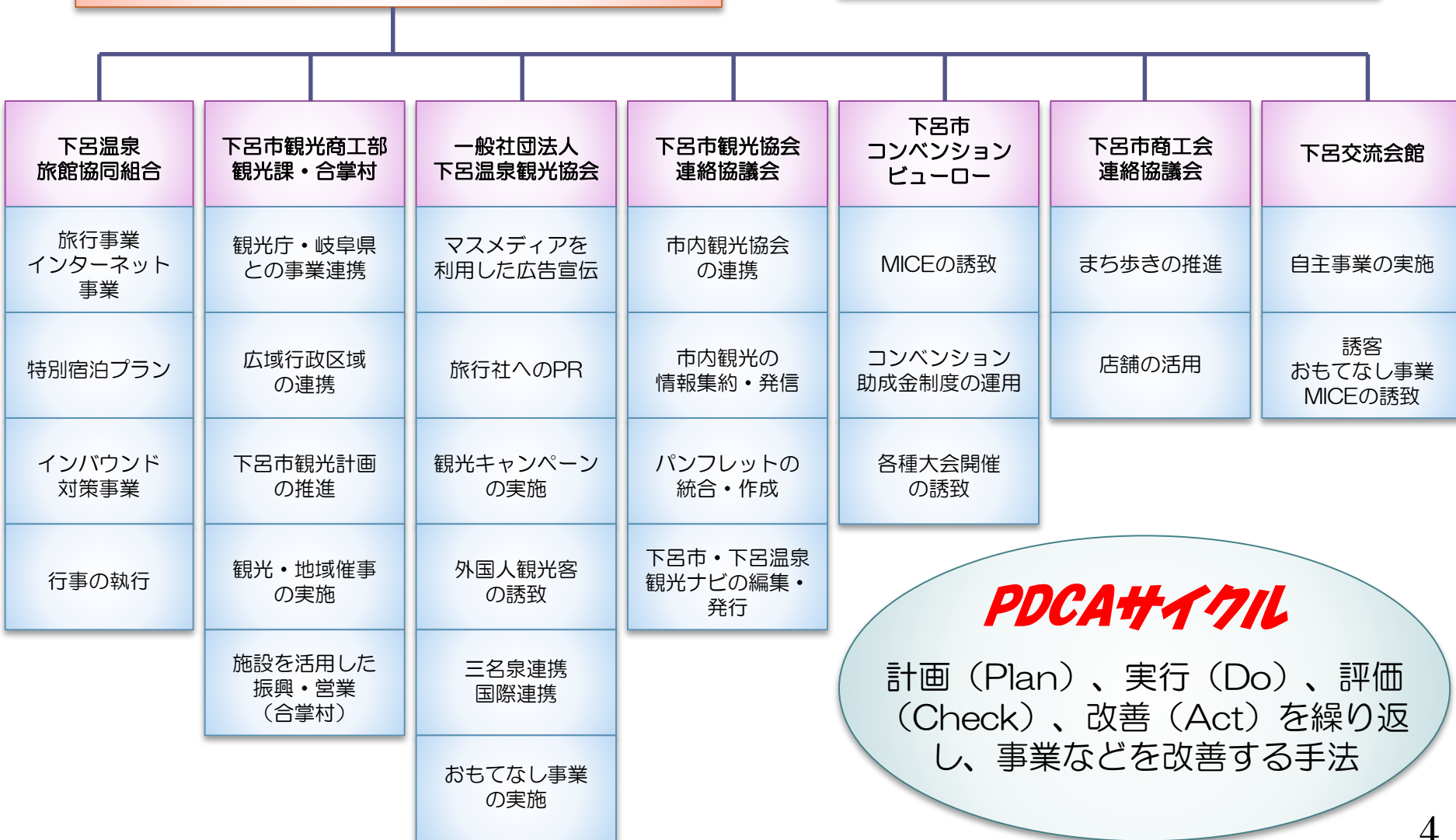
- ◆JR高山線を利用  
名古屋から約1時間40分
- ◆自家用車を利用  
名古屋から約2時間



# 【連携組織図】

## 下呂市観光客特別誘致対策協議会

専門部会：構成団体の事務局長で構成  
事務局：下呂市観光課



### PDCAサイクル

計画 (Plan)、実行 (Do)、評価 (Check)、改善 (Act) を繰り返して、事業などを改善する手法

# 【下呂温泉観光協会組織図】

正副会長会・理事会

名誉会長1名、会長1名、副会長4名  
監事2名、理事31名で構成

総務委員会

協会事業全体に  
対する総合的な  
企画及び調整

広域観光の推進  
を目指して周辺  
地域との連携

下呂温泉のランド  
マーク建設推進

下呂市観光協会連  
絡協議会の事業

観光協会だよりの  
発行

誘致宣伝委員会  
下呂市DMO委員会

マスメディアを  
利用した広告宣伝

旅行社へのPR

観光キャンペーン  
の実施

外国人観光客  
の誘致

マーケティング

DMO事業の推進

おもてなし委員会

いでゆ夜市の実施

キャンドルイルミ  
ネーションの実施

各種イベントへの  
協力

まちづくり委員会

花木剪定

四季を通しての名  
所づくり推進

飛騨川クリーン大  
作戦の実施

交流研修委員会

観光セミナー  
の実施

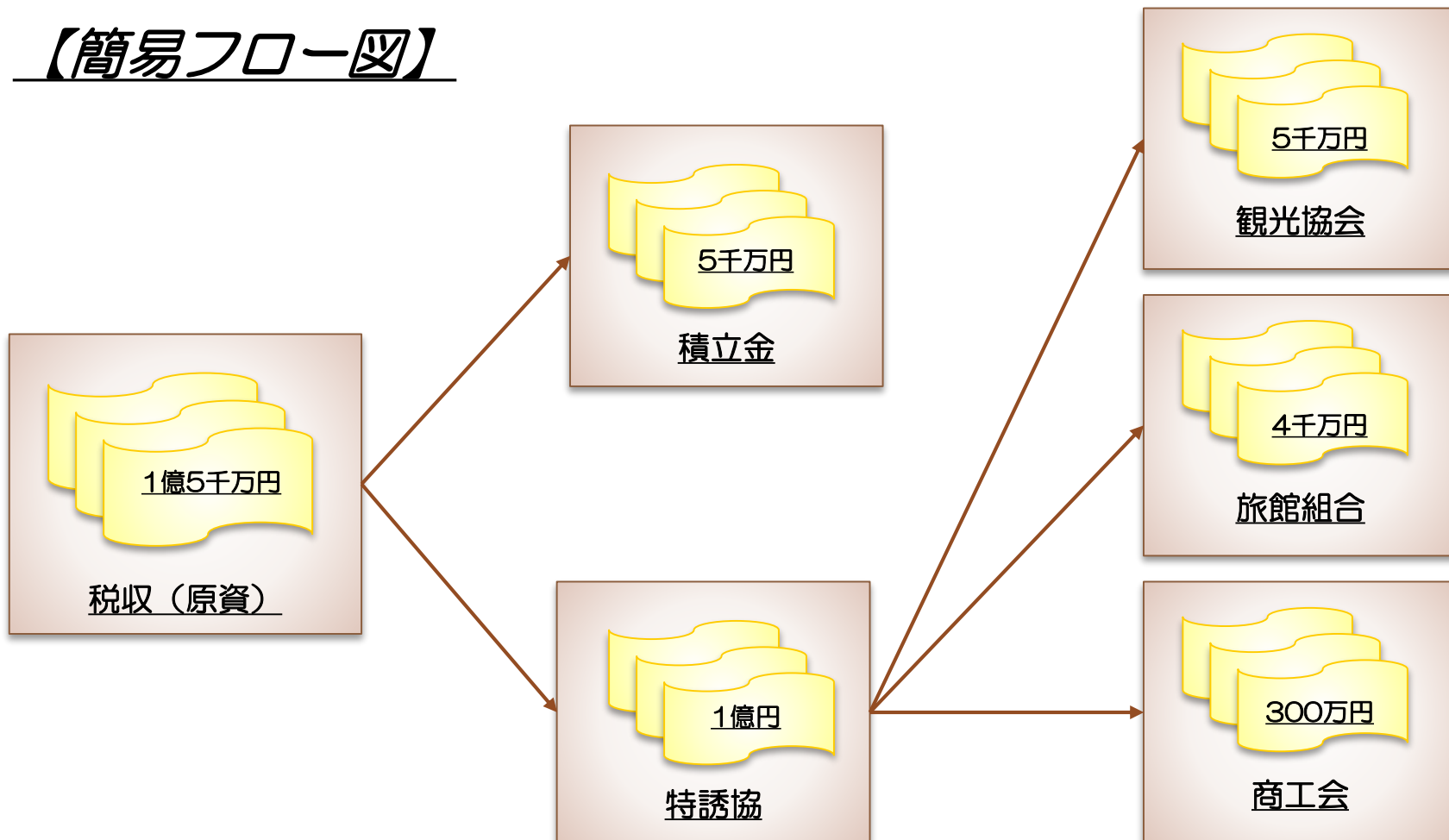
おもてなし研修  
の実施

平成30年度より  
委員会統合

(例) 年間総宿泊者数を100万人の場合

$$\text{入湯税}150\text{円} \times \text{宿泊客}100\text{万人} = \text{1億5千万円}$$

### 【簡易フロー図】



※残金700万円は特誘協  
事務局 観光課予算



# 下呂市コンベンションビューローについて

## 下呂MICEの特徴

- 充実のコンベンション助成金制度

延べ宿泊30名様以上から助成金を支給。

- 会場、宿泊施設のご相談、手配

会場施設や宿泊施設の予約、割り振りや弁当の手配をお手伝い。

- 宿泊施設から会場が近い

「下呂交流会館、飛騨川公園、あさぎりスポーツ公園」⇔「下呂温泉、萩原エリア」

「御嶽パノラマグラウンド」⇔「濁河温泉」など会場から宿泊施設が近い。

## 助成金から生まれる下呂市 への直接経済効果

※支出費用は宿泊費・飲食・お土産・交通費等から算出

開催件数161件

お客様の支出費用 ¥309,333,574 ÷ 助成金額 ¥17,667,600

下呂市内にて約3億円の消費

助成金額の約 **17.50倍** の経済効果



# 平成28年度 DMO機能構築支援事業

## 下呂温泉魅力発見・ブランド発信業務

- 食べ歩きができるスイーツ開発事業
- 素材作成業務（動画、画像）
- オフラインアプリ事業
- 日本三名泉PR業務
- メディア活用及びWEBプロモーション業務

## 着地型観光環境整備・モニターツアー実施業務

- エコツーリズム全体構想の作成
- 学生を活用した地域活性化、旅行商品開発事業
- 教育旅行受入体制整備、誘致事業

## 広域観光周遊ルート形成促進事業

- 下呂市を中心とした広域観光拠点地区における  
体験型滞在プログラムの開発事業

（ 和 良・金 山・馬 瀬 ）

## 下呂・中津川地方創生事業

- 観光ルートマーケティング事業
- ビジネスモデル構築事業
- 旅行商品造成事業

明治座を中心とした団体向けメニュー作成（地歌舞伎の役者体験、裏方体験など）

- 人材育成事業

# 平成29年度 DMO機能構築支援事業

- ①宿泊施設と着地型観光事業者の連携事業（9月～）
- ②新スイーツ活用事業（8月～）
- ③エコツーリズム全体構想策定事業（6月～）
- ④ワンコイントリップ（11月開催）
- ⑤地域資源を活用した楽しみ方創造事業（高大連携）（8月～）

①



③



④



②

**下呂温泉**  
**素肌美人スイーツ**

地元産の食材を使ってヘルシーに仕上げた、  
下呂温泉限定のオリジナルスイーツ。  
ここだけのスペシャルなおいしさを、ぜひ食べ歩いて味わってください。

味噌とチーズのパルフェ 水町製  
甘酒シェイク 和菓子  
和「MORI」限定  
千寿堂  
中津川  
下呂茶プリン

下呂温泉、素肌美人スイーツが、  
新感覚「エイジング」を発生。

## 広域観光周遊ルート形成促進事業

下呂温泉を中心として、小坂、萩原、中津川市の広域的な体験プログラムを開発し訪日外国人にとっての魅力向上を図る。

## 下呂・中津川広域観光振興協議会における広域連携

下呂市・中津川市それぞれの資源を活用し、双方に集客・収益貢献できる仕組みを構築（WEBによる体験メニュー販売促進・アフィリエイトによる収益の確保）

# 平成30年度 下呂市DMO事業

## フリーペーパー制作事業

- ・食、観光施設、着地型体験商品を揃えたガイドブックの制作

## 顧客データベースの獲得事業

- ・来訪者の顧客情報を取得、DMの発信
- ・周遊スタンプラリーで、ログデータの取得

## 宿泊施設と着地型観光事業者の連携事業

- ・着地型旅行商品の予約促進

## 電動アシスト自転車レンタル事業

- ・駅、地域内でのPR強化
- ・自転車の増台

## 下呂駅キヨスク店舗物販事業

- ・商品の売上管理
- ・新商品開発

## エコツーリズム推進事業

- ・資源のブラッシュアップ
- ・人材育成（ガイド育成、事務局人材育成）
- ・モニターツアー開催及びモニタリング実施

## 下呂・中津川地方創生事業

- ・観光ルートマーケティング事業
- ・ビジネスモデル構築、旅行商品造成事業
- ・人材育成事業

## 【エコツーリズム全体構想の作成事業】

下呂市は、全国でも有数の温泉資源を始めとする多様な自然や歴史文化資源に恵まれた地域である。これらの多様な5地域の誇りである観光資源を結び付け、積極的に保全・活用し、魅力を最大限活かすことで、持続性ある観光地域づくりを進めるために、エコツーリズム推進法に基づく全体構想を作成し、推進法認定団体としての活動を目指す。このことで自然や歴史の保全を行いながら、地域の誇りである宝を磨き、より多様性と持続性に富んだ魅力的な下呂市広域観光の基盤と仕組みづくりを行うこととする

### 【事業内容】

自然資源のモニタリング及び評価

現地課題調査

全体構想打合せ会（全5回）

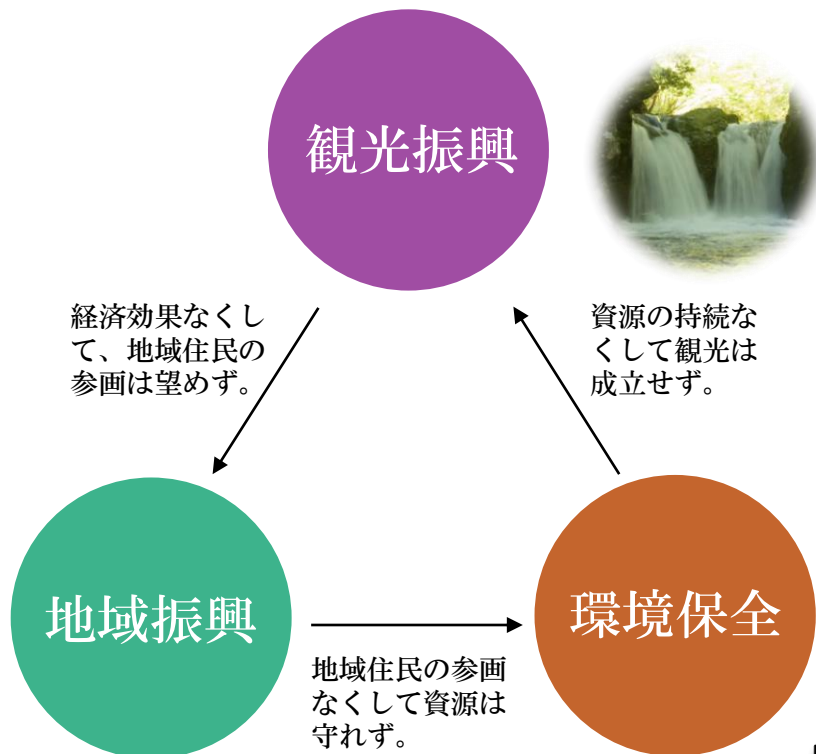
エコツアーガイド養成講座

1泊2日（座学+フィールドワーク）×2回

モニターツアー実施



# エコツーリズムの定義とは



1. 自然・歴史・文化など地域固有の資源を生かした観光を成立させること

2. 観光によってそれらの資源が損なわれることがないように、適切な管理に基づく保護・保全をはかること

3. 地域資源の健全な存続による地域経済への波及効果が実現することをねらいとする、資源の保護+観光業の成立+地域振興の融合をめざす観光の考え方である。それにより、旅行者に魅力的な地域資源とのふれあいの機会が永続的に提供され、地域の暮らしが安定し、資源が守られていくことを目的とする。

図 エコツーリズム・トライアングル



下呂版DMO

人材育成



## 【地域の宝磨き事業】

下呂市民における地域内の魅力認識不足及び、新規プログラムを開発した際の、市民への情報伝達不足があるという現状を打破するため、「**ワンコイントリップ**」と題して市民向けのモニター体験ツアーを実施した。ツアーを通して地元の魅力を市民に理解していただき、さらに参加者からの感想や改善点を今後の事業展開に活かすことを目的とする。

### 募集

- ・市民への募集を、折込チラシ、小中学校への配布、ケーブルテレビでの放送などで実施

### 実施

- ・市内5地域、計9か所において体験ツアーの実施
- ・体験ツアーは2日間実施

### 検証

- ・参加者へのアンケート調査を行い、集計して事業の検証

### 次回

- ・アンケート調査の結果を各地域へフィードバック、結果を踏まえて次回開催の参考とする

### 体験ツアー詳細

- ・雪原ハイキング&カフェ
- ・諏訪城址と萩原宿の歴史探訪
- ・筋骨めぐり&幾里茶
- ・茶の里で幾里茶を味わう
- ・花餅づくり体験
- ・地元野菜たっぷりピザづくり体験
- ・五平餅づくり体験
- ・地酒の試飲と飲み歩き&街歩き
- ・※スイーツを食べて温泉街を歩こう

※水明館、ゆあみ屋、バストール、幸月の4か所



# 【エコツーリズム全体構想の作成・エコツアー商品開発事業】

下呂市は、全国でも有数の温泉資源を始めとする多様な自然や歴史文化資源に恵まれた地域である。これらの多様な5地域の誇りである観光資源を結び付け、積極的に保全・活用し、魅力を最大限活かすことで、持続性ある観光地域づくりを進めるために、エコツーリズム推進法に基づく全体構想を作成し、推進法認定団体としての活動を目指す。このことで**自然や歴史の保全**を行いながら、地域の誇りである宝を磨き、より多様性と持続性に富んだ魅力的な下呂市広域観光の基盤と仕組みづくりを行うこととする

## 【事業内容】

- ・全体構想最終チェック・協議会運営 **※平成30年4月6日付で全体構想の認定を受けました。（全国で14番目）**
- ・モニタリングに関する勉強会・地区ごとのルール作成及び課題整理
- ・エコツアープログラムのプレゼン大会実施（10個のツアー発表）・エコツアープログラム選定（6つ）
- ・選定されたエコツアープログラムのテストツアー実施・分析
- ・テストツアーの分析をもとに新たなエコツアープログラム開発 **・来年度事業計画策定**





# 【平成30年度エコツーリズム推進事業】

平成28年度9月から当協議会を立ち上げ、全体構想の認定に向け活動を行ってきた。そしてこの度、エコツーリズム推進法に基づき、主務大臣（環境大臣、国土交通大臣、文部科学大臣、農林水産大臣）より、平成30年4月6日付で全体構想の認定を受けた。しかしながら認可されてからが、本格的な下呂市エコツーリズムのスタートであるためエコツーリズム推進事業を通し、地域の誇りである宝を磨き、より多様性と持続性に富んだ魅力的な下呂広域観光の基盤と仕組みづくりを行う。

## 【事業内容】

- ・ 下呂市エコツーリズム推進協議会運営 ・ ガイド部会運営 ・ 自然部会運営
- ・ 宝探し事業（歴史・自然観光資源の掘り起し）→下呂市版フェノロジーカレンダーの作成
- ・ ガイド養成講座の実施（アドバイザー派遣/2回 基礎編/1回（人材確保と下呂版ガイド養成の基盤づくり）
- ・ ワンコイントリップの実施（年/2回）市民向けモニターツアー
- ・ 自然観光資源のフィールド調査（小坂地区対象）
- ・ 体験プログラム・ツアーのデータ分析・課題共有
- ・ 広報活動（ツーリズムEXPOジャパン2018・全国エコツーリズム大会）



# 【インバウンド受入環境整備について】

H22年度～

IPT（インバウンドプロジェクトチーム）発足

【構成メンバー】

下呂温泉旅館協同組合・下呂温泉観光協会・下呂市観光課

【事業内容】

- ①インバウンド市場の情報収集および分析 ー 国別の市場動向の分析、各旅館の情報共有
- ②下呂温泉の情報発信 ー 商談会でのPR、マス媒体を活用した広告宣伝
- ③宿泊型新商品の造成ならびに販売 ー 下呂温泉宿泊のツアー造成、海外旅行業者への提案、販売
- ④行政ならびに関連団体との連携 ー 旅館組合、観光協会、下呂市および周辺観光地との連携

H27年度～

インバウンドおもてなし施設の設置

=

外国人が安心して飲食・買い物・観光・宿泊できる施設

【登録のメリット】

- ①外国語版街歩きマップ（英語、中国語、韓国語）への掲載
- ②おすすめ商品等の翻訳サービス
- ③ウェルカムステッカーの配布
- ④Wi-Fi整備補助

施設分類	施設数
飲食店	22
小売店	19
宿泊施設	15
観光施設	5

キャッシュレス対応

H31年度のDMO事業にて実施

## ■ DMOの取組状況に関する調査に対する回答

DMOの名称	一般社団法人 下呂温泉観光協会		
対象区域	岐阜県下呂市		
所在地	岐阜県下呂市森922-6		
設立日	平成29年11月28日	区分(該当に○)	広域連携 地域連携 <b>地域</b>

## &lt;質問項目①&gt;

・対象区域の自治体等が策定した観光振興計画(当該地域の観光振興を目的として策定された計画であって、観光振興をその内容の一部とする計画・ビジョン等を含む)がありますか。当該計画において、DMOは具体的にどのような役割を担うこととされていますか。

## &lt;回答&gt;

下呂市の観光計画の基本コンセプト、基本施策として

1.地域ブランド力の強化 2.持続可能な観光の推進 3.着地型旅行商品造成と二次交通の整備 4.観光マネジメント・マーケティング組織の整備 5.集客交流事業の誘致活動強化(MICE) 6.国外誘客事業の促進(インバウンド) 7.観光の中心的施設と街並み景観の整備 とある。

DMOは、地域の組織化による着地型観光の運営体制の整備や、観光マーケティングの導入による戦略的なプロモーション活動の実施などを推進する。

## &lt;質問項目②&gt;

・対象区域の自治体等における地域自らを客観的に把握するための基礎的な取組(宿泊統計等各種統計や多言語案内等の受入環境の整備等)について、DMOの立場からどのようにご覧になっていますか。自治体等に期待する点、改善点等があれば具体的にお聞かせください。

## &lt;回答&gt;

下呂市が行う宿泊調査にて毎月、国、地域、性別、交通手段、予約方法など多岐にわたる項目ごとに統計を取っており、プロモーション戦略に活かしている。

## &lt;質問項目③&gt;

・観光協会や商工会議所等既存組織とDMOの行う事務・事業との役割分担が明確になされていますか。また、観光協会をベースとして発足したDMOの場合、どのような段取りで現在の組織・事業内容に至ったのか、これまでの観光協会の事務・事業と異なる点は具体的にどのようなものかをお聞かせください。

## &lt;回答&gt;

観光協会の事業は、町村合併の下呂市になる前の下呂温泉街を中心とした旧下呂町内で行うものに対して、DMOは、旧町村にある各商工会、観光協会と連携しながら下呂市全体で事業を推進している。

・具体的な事業内容として、市全体の観光資源を紹介して周遊を促すPR動画やガイドブックの制作など。

## &lt;質問項目④&gt;

・貴DMOが地域で果たすべき役割・仕事について、現在の役割・仕事の内容と、今後必要になってくるだろうとお考えの役割・仕事内容をお聞かせください。

## &lt;回答&gt;

観光の力を最大限に活用することを手段として、地域活性化につなげることを最大の役割とする。

今後、コミュニティスクールの活動を中心とした教育や、移住定住に繋がる施策を行うこと、また、県のDMOなど広域連携をさらに進めていく必要がある。

<質問項目⑤-1>

・対象区域内で観光振興に関する多様な主体間の調整が必要となった場合、その合意形成プロセスにおいて、DMOはどのような役割を果たしていますか。例えば、自治体の観光部局以外との連携をDMOが担っているか、宿泊事業者、観光施設事業者などの民間事業者との連携をどのように行っているか等についてできる限り具体的な取組事例をお聞かせください。また、その際に課題と感じていらっしゃる点、特に留意されていること等についてお聞かせください。

<回答>

H29年度から今年度の継続事業として、宿泊施設と観光事業者の連携事業を行っている。市内の宿泊施設担当者と観光事業者が商談会という形で一同に会し、観光事業者が既存の着地型体験商品や、新しく開発した商品などを宿泊施設担当者に説明をして内容を詳しく知ってもらうことで、宿泊の観光客に対して周遊の提案ができた。宿泊プランに体験プランをセットして販売したという実績に繋がった。

また、宿にチェックイン後も翌日の体験の予約ができるように、前日まで体験予約を受けられる事業者を増やしたことで、市内の周遊に繋がる施策も行った。

課題としては、観光事業者の人材育成と受入体制の商品のさらなる磨き上げ、それによる満足度の向上が挙げられる。

<質問項目⑤-2>

・DMOの活動を地域で認知していただくための具体的な取組みについてお聞かせください。特に地域住民や資金の提供元の団体(自治体、会員等)に対する説明や対話はどのように行っていますか。また、その際に課題と感じていらっしゃる点、特に留意されていること等についてお聞かせください。

<回答>

・市内の体験商品をまずは市民の方に知っていただき、地域の良さを再確認して誇りを持ってもらうという目的で、ワンコイントリップを実施している。市民向けの特別企画として、体験プログラムをワンコイン(500円)で体験してもらい、体験料金の差額はDMOで負担している。体験後はアンケートを実施し、その意見を観光事業者にフィードバックすることで、プログラムのブラッシュアップにもつながる。

・年に4回市内全域に新聞折り込みにて発行している協会だよりで、事業の取り組みや実績などを報告している。

・年に1回行っている観光協会員のセミナーの中で、宿泊調査の説明や事業内容について報告している。

<質問項目⑤-3>

・対象区域にある他の「広域連携DMO」、「地域連携DMO」、「地域DMO」と事務・事業の重複等がないように具体的な調整をどのように行っていますか、その際に課題と感じていらっしゃる点、特に留意されていること等についてお聞かせください。

<回答>

対象区域内に他のDMO組織はなし。

<質問項目⑥-1>

・地域がDMOを通じて実現しようとしているビジネスモデル(旅行者の体験・滞在により地域の経済循環を生み出す仕組み)は具体的にどのようなものでしょうか。KPIはどのような考え方で設定し、どのように活用していますか。また、観光庁に届け出ているKPIのほかに、独自で設定しているものがあれば、具体的にお聞かせください。

<回答>

DMOとエコツーリズムを組み合わせ、「エコツーリズム」によるそれぞれの地域での観光を「DMO」により連携・協力して地域一本化を図り、下呂市全体を潤す仕組みとして、『E-DMO』を推進している。DMOではマーケットインの考え方でマーケット調査から商品開発を行い、エコツーリズムではプロダクトアウトで地域の資源を掘り起こして商品開発に繋げ、バランスを取っている。

<質問項目⑥-2>

・ビジネスモデルが来訪者の経験価値向上を高めるための具体的な取組みにまで落とし込まれていますか。取組主体、取組内容、スケジュール、評価等の一連のプロセスについてDMOが全体を把握できる仕組みとなっていますか。

<回答>

DMOが行っている事業については、毎月関係事業者から実績報告を受けており、それをまとめたものを委員会、理事会等で報告している。

<質問項目⑥-3>

・ビジネスモデルの構築、実行に際して、課題と感じていらっしゃる事、特に留意されている事等についてお聞かせください。

<回答>

眠っている地域資源の掘り起こしについては、安易に実現できるものではないが、地域住民と協同し進めていく必要がある。

<質問項目⑦-1>

・DMOの財源や人材の確保についての現在の具体的な取組状況をお聞かせください。その際、課題と感じていらっしゃる事、特に留意されている事等についてもお聞かせください。

<回答>

◆財源について

観光協会費、下呂市からの補助金・負担金、その他ガイドブック制作にかかる広告収入、下呂市総合観光案内所で運営している電動自転車のレンタル費などを財源としている。市からの負担金の一部が入湯税からの財源であるが、税収を観光協会、旅館協同組合、商工会で分配し、観光振興にかかる支出に充てている。

◆人材について

行政からの人材の派遣などはない。事務局は全員プロパーで、マーケティングを学びながら業務を遂行している。

<質問項目⑦-2>

・DMOの財源をはじめとする経営資源のあり方はどのようにあるべきとお考えですか。予算制約がないと仮定した場合の理想と現状との対比という形でできる限り具体的にお聞かせください。

<回答>

ハワイやサンフランシスコにあるような宿泊税を税収とするような、観光関係者からの財源を得るのが理想。それに加えて、独自で稼げる仕組みを構築していくことが必要。

<質問項目⑦-3>

・DMOの財源確保の観点で、国や自治体に求める役割や機能をどのように考えていらっしゃいますか。具体的にお聞かせください。

<回答>

事業執行が年度初めよりスタートでき、年度内に事業費を有効活用するための補助金の交付時期の設定について。事業内容と来訪者のニーズにズレが生じることがあり、また次年度になるとトレンドも変わってきてしまう。

## 日本版 DMO 形成・確立計画

## 1. 日本版 DMO の組織

申請区分	地域 DMO	
日本版 DMO 候補法人の名称	(一社)下呂温泉観光協会	
マーケティング・マネジメント対象とする区域	岐阜県下呂市	
所在地	岐阜県下呂市森 9 2 2 - 6	
設立時期	昭和 21 年 12 月 5 日(社団法人化は平成 7 年 5 月 1 0 日)	
職員数	13 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)	(氏名) 瀧 康洋  (出身組織名) (株)水明館	下呂温泉「水明館」の代表取締役であり、(一社)下呂温泉観光協会の会長として、自地域や全国の旅行者・関係機関との様々なパイプ役として活動中。
各種データの分析・収集等(マーケティング)の責任者(専門人材)	(氏名) 杉浦 啓文「専従」	観光地域マーケティングについて下呂市・下呂温泉のデータ収集・分析を手掛ける。平成 26 年度には「魅力ある観光地域推進モデル事業(日本観光振興協会)」モデル地域に採択され、マーケティング・ディレクターとして専門知識を学んだ。
プロモーション責任者	(氏名) 富永 祐介	各種媒体・広告出稿業者を一手に取りまとめ、下呂温泉を中心としたプロモーション戦略を担当。また、全国へのキャラバン活動(旅行会社・各種団体訪問)実施による営業展開も手掛ける。
エコツーリズム担当	(氏名) 松村 優也	エコツーリズム推進法に基づく全体構想の作成、推進法認定団体としての活動を目指す下呂市エコツーリズム推進協議会の運営を担う。
DMO 担当	(氏名) 田中 明日香「専従」	DMO 専任職員として、DMO 事業の運営、委員会の取りまとめを行う。
MICE 責任者	(氏名) 川上 誓也	下呂市内全域における MICE 誘致、助成金による支援活動、経済波及効果の測定など、団体に特化した営業展開を担う。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	下呂市観光商工部観光課 国、県または他市町村との連絡調整、連携事業の実施 財源確保	
連携する事業者名及び役割	下呂温泉旅館協同組合 下呂温泉地域のプロモーション展開・宿泊(斡旋・予約)を取りまとめる。 下呂市観光協会連絡協議会 下呂市全域・5 つの観光協会 1 の連携による事業展開。(着地型旅行商品等) 下呂市商工会連絡協議会 下呂市全域・5 つの商工会の連携による事業展開。(特産品開発等) 下呂市下呂温泉合掌村事業 下呂温泉最大の観光施設であり、宿泊観光の要となる。 下呂交流会館 下呂市最大のキャパシティーを誇る複合施設。MICE 誘致の要となる。	

(別添) 様式 1

	<p>下呂市コンベンションビューロー                  下呂市への MICE 誘致と支援。団体施策の要となる。                  1 下呂温泉観光協会・萩原町観光協会・金山町観光協会・南飛騨馬瀬川観光教会・飛騨小坂観光教会                  2 下呂商工会・萩原町商工会・金山町商工会・下呂市馬瀬商工会・小坂町商工会</p>
<p>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</p>	<p>(該当する要件)                  構成員には旅館、飲食店、金融機関、農業事業者、交通事業者等多様なステークホルダーが存在しており、事業展開、事業効果も多岐にわたる。</p> <p>下呂温泉観光協会による誘致宣伝委員会                  毎月の宿泊データ等の分析とそれに応じた営業戦略を企画する会合。月一回開催。上記連携する諸事業者が出席し、各地域が同じ目標に立ち連携・合意形成している。(誘致宣伝委員会のイメージ)</p> <p>組織外において下呂市観光客特別誘致対策協議会を構成し、下呂温泉旅館協同組合、下呂商工会、行政等と連携して観光課題を共有し、具体的な誘客事業を展開している。</p> <p>その他、臨機応変に意思決定を行い、スピード感のある事業実施が可能。</p>
<p>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</p>	<p>年に4回、観光地域づくりに関する取り組みや、事業の紹介を掲載する「協会だより」を発行し、市内全域に新聞折り込みにて配布。                  また、毎月発行される市内広報誌にて、エコツーリズムとDMOの取り組みについて掲載。                  その他、地域住民と協働した環境美化活動の実施や、地域の良さを知り地域に誇りを持つための市民限定ツアー「ワンコイントリップ」を実施。</p>
<p>法人のこれまでの活動実績</p>	<p>(活動の概要)                  発見以来千年にわたって湧き出る「下呂温泉」への観光・宿泊客誘致を発足以来約70年に亘って行っている。</p> <p>日本三名泉の締結(草津・有馬・下呂:H8)                  韓国儒城温泉との友好提携(H9)</p>

(別添)様式 1

観光客誘致会議の開催(関西・関東・中部の旅行業者を招請)  
 全国各所における下呂温泉観光展の実施(旅フェアなど)  
 全国旅行業者訪問(毎年:関東・関西・中部・北陸・中国・四国・九州)  
 下呂温泉いで湯夜市の開催(毎年7月～8月)  
 キャンドルイルミネーションの開催(毎年12/24)  
 観光セミナーの開催(年1回)  
 湯けむり横丁にぎわいバザールの開催(H27.9～現在)  
 アンテナショップの開設(東京都吉祥寺 H27.9～H28.2)  
 台中市温泉観光協会との友好提携(H29.2)

(定量的な評価)

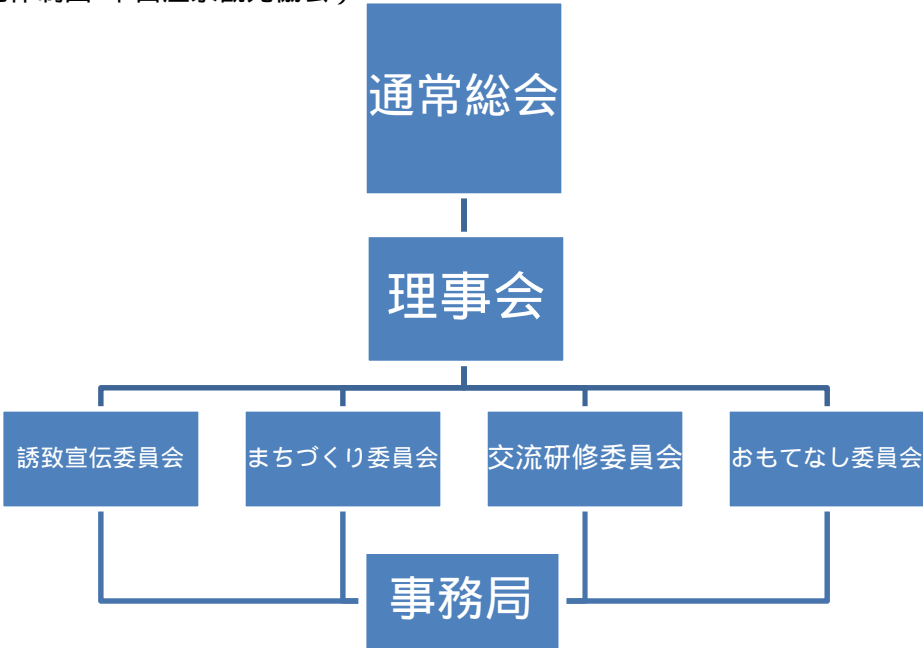
全国への営業・イベント出展・広告出稿等の露出は基より、昭和41年より、全宿泊施設からデータを収集した「宿泊調査」を開始。これにより、地域全体としての結束力の向上や、宿泊客の動向把握、宿泊客誘致の為の具体的戦略立案等、人気温泉地としての地位を確立していくことに成功した。

宿泊者数の推移

昭和42年度	737,632	平成4年度	1,636,943
昭和43年度	812,760	平成5年度	1,561,841
昭和44年度	843,011	平成6年度	1,596,810
昭和45年度	862,637	平成7年度	1,563,254
昭和46年度	951,780	平成8年度	1,445,273
昭和47年度	1,009,069	平成9年度	1,385,209
昭和48年度	1,126,878	平成10年度	1,281,765
昭和49年度	1,153,813	平成11年度	1,220,071
昭和50年度	1,071,633	平成12年度	1,178,293
昭和51年度	1,051,163	平成13年度	1,150,584
昭和52年度	1,075,476	平成14年度	1,150,663
昭和53年度	1,143,121	平成15年度	1,093,188
昭和54年度	1,132,376	平成16年度	1,028,254
昭和55年度	1,096,816	平成17年度	1,082,673
昭和56年度	1,098,081	平成18年度	1,126,427
昭和57年度	1,149,412	平成19年度	1,129,220
昭和58年度	1,133,314	平成20年度	1,075,295
昭和59年度	1,205,419	平成21年度	1,008,368
昭和60年度	1,335,126	平成22年度	965,369
昭和61年度	1,435,273	平成23年度	1,003,361
昭和62年度	1,471,911	平成24年度	1,015,276
昭和63年度	1,454,983	平成25年度	1,017,908
昭和64年度・平成元年度	1,561,560	平成26年度	984,501
平成2年度	1,652,760	平成27年度	1,042,570
平成3年度	1,628,969	平成28年度	1,048,243



(別添)様式1

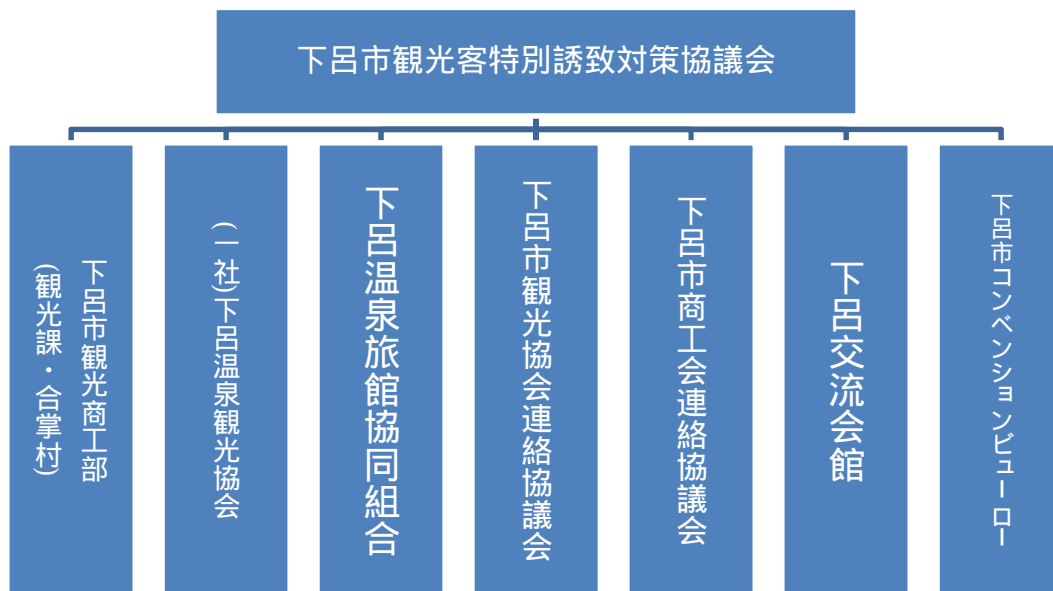
	<p>キャンペーン・イベント出展回数 岐阜県主催 平成24年度30回、平成25年度41回、平成26年度34回、平成27年度22回、平成28年度33回</p> <p>当協会主催 平成24年度7回、平成25年度12回、平成26年度9回、平成27年度8回、平成28年度9回</p> <p>キャラバン訪問件数(年間) 年間300件</p> <p>広告出稿数(年間) 15種(ラジオ・TV・雑誌・WEB等)</p> <p>観光経済新聞社主催「第30回にっぽんの温泉100選」 旅行会社やネットエージェントが選ぶ日本の温泉地ランキング。 どのような温泉地が旅行者に支持されているか探ると共に、観光業界がお墨付きを与えるランキングにおいて5位を獲得。</p> <table border="1" data-bbox="603 882 1270 1323"> <thead> <tr> <th>総合順位</th> <th>昨年</th> <th>温泉名</th> <th>所在地</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>1</td> <td>草津</td> <td>群馬県</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>4</td> <td>別府八湯</td> <td>大分県</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>8</td> <td>指宿</td> <td>鹿児島県</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>2</td> <td>由布院</td> <td>大分県</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>3</td> <td>下呂</td> <td>岐阜県</td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>9</td> <td>道後</td> <td>愛媛県</td> </tr> </tbody> </table>	総合順位	昨年	温泉名	所在地	1	1	草津	群馬県	2	4	別府八湯	大分県	3	8	指宿	鹿児島県	4	2	由布院	大分県	5	3	下呂	岐阜県	6	9	道後	愛媛県
総合順位	昨年	温泉名	所在地																										
1	1	草津	群馬県																										
2	4	別府八湯	大分県																										
3	8	指宿	鹿児島県																										
4	2	由布院	大分県																										
5	3	下呂	岐阜県																										
6	9	道後	愛媛県																										
<p>実施体制</p>	<p>(実施体制図:下呂温泉観光協会)</p>  <pre> graph TD     A[通常総会] --&gt; B[理事会]     B --&gt; C[誘致宣伝委員会]     B --&gt; D[まちづくり委員会]     B --&gt; E[交流研修委員会]     B --&gt; F[おもてなし委員会]     C --- G[事務局]     D --- G     E --- G     F --- G     </pre>																												

(別添)様式1

(実施体制の概要)

下呂温泉地域の誘客による地域経済の発展を主とした団体。年回を通じた事業報告・次年度計画・予算決算等については年一回の通常総会によって議決。各事業の実際の遂行は、4つの委員会によって取りまとめられ、毎月1~2回開催される理事会において承認。

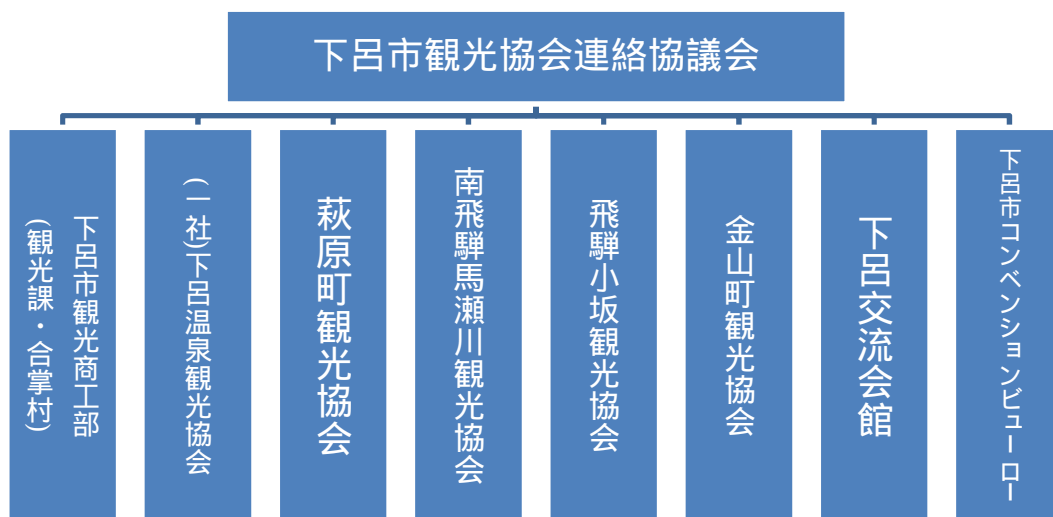
(実施体制図:下呂市観光客特別誘致対策協議会)



(実施体制の概要)

下呂市内の観光振興を図り、それに伴った産業・経済の活性化ならびに公共福祉に寄与し、下呂市の発展を図ることを目的とした団体。専門部会・総会によって年間の計画等を議決。

(実施体制図:下呂市観光協会連絡協議会)



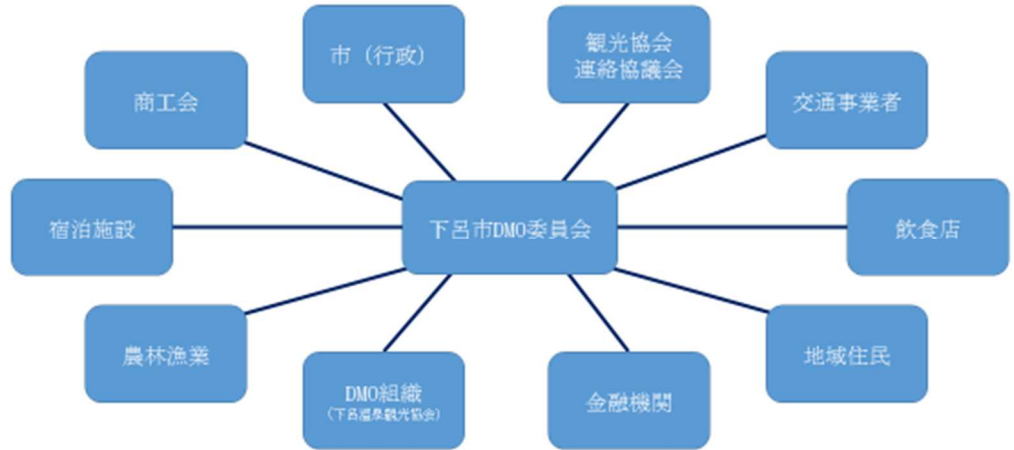
(実施体制の概要)

下呂市内の観光協会が連携を保ち、市内の観光振興を図ることにより地域経済の活性化、産業の振興及び公共の福祉に寄与し、行政とともに下呂市の発展を目指す団体。

(別添) 様式 1

合意形成の仕組みにおいて、DMOが中核的立場であること、また合意形成の仕組みに参画する関係者が具体的に分かるよう記載すること。  
(別添可)

(実施体制図:下呂市 DMO 委員会)



(実施体制の概要)

地域連携や財源確保などをテーマに、下呂市に最適な DMO の組織体制や運営方針を定めることとし、観光地域づくりの推進主体を担う。

2. 日本版DMO候補法人がマーケティング・マネジメントする区域

【区域の範囲が分かる図表を挿入】



(別添)様式1

【区域設定の考え方】

平成16年に4町1村が合併し現在の下呂市が誕生。従来の旧町村の区域を維持させながら、区域ごとの観光資源と培ってきたノウハウを有効活用しプロモーション展開する。

従前より、対外的プロモーション戦略に長けている下呂エリアを中心に集客を図り、下呂を起点とした各地域への周遊観光による消費の拡大を目指す。

【観光客の実態等】

中部圏(愛知・岐阜・三重・静岡)からの来訪者が73.6%を占め、来訪者の性別・年代ともに平準化の傾向。下呂温泉がある下呂地域を目的とした来訪者は、同所を起点に77.1%が萩原地域へ、44.4%が小坂地域へ、33.6%が金山地域へ、25.2%が馬瀬地域へと周遊している。なお、来訪後の過ごした方としては「温泉入浴(90.6%)」、「温泉宿への宿泊(36.1%)」、「自然・景観の鑑賞(29.6%)」となっている。各地域の宿泊者数は下図を参照。

【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】

(金山地域)飛騨金山温泉、金山巨石群・筋骨めぐり

(下呂地域)日本三名泉下呂温泉、10箇所の足湯、合掌村、下呂交流会館、下呂温泉まつり、いで湯夜市・朝市、花火ミュージカル、花火物語

(萩原地域)飛騨川温泉、酒蔵めぐり、天領朝市、南ひだ健康道場

(馬瀬地域)南飛騨馬瀬川温泉、日本一に輝いた鮎、水辺の館、「日本で最も美しい村連合」加盟の里山風景

(小坂地域)濁河・湯屋・下島温泉(国民保養温泉地)、巖立峡、小坂の滝めぐり

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

地域名	施設数	収容力(人)
下呂	54	8,161
萩原	7	180
小坂	11	706
馬瀬	7	232
金山	7	162
合計	86	9,441

【利便性：区域までの交通、域内交通】

下呂市への来訪者のうち、72.6%が自家用車による来訪となっている。年間100万人が宿泊する下呂温泉を起点に、各エリアまでの到達時間は図の通りであり、周遊観光地として利便性は比較的高いと言える。

また、鉄道では東京から3時間10分、大阪から2時間10分、自動車では高山IC、中津川IC、富加関IC、美濃加茂ICなどからそれぞれ1時間。

【外国人観光客への対応】

指さし会話帳:外国人向けパンフレット。外国人との会話をサポート。飲食店版、小売店版、疾病サポート版を市内に配布。言語は中国語2種、韓国語1種、英語1種の計4種。

Pocket Wi-Fiの貸出:下呂地域の宿泊施設にて無料貸出。

下呂市総合観光案内所を外語対応可能とし、V案内所として登録。

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
WEBサイトのアクセス状況	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。	Googleアナリティクスを活用して実施。

(別添) 様式 1

観光入込客数	区域内来訪者数把握のため 観光誘客促進のため	岐阜県観光入込客統計調査
延べ宿泊者数	規模、動向把握のため 宿泊誘客促進のため	下呂温泉宿泊調査他
旅行消費額	経済効果測定のため	観光・宿泊施設での留置調査
来訪者満足度	評価把握による継続的来訪のため	観光・宿泊施設での留置調査
リピーター率	評価把握による継続的収益のため	観光・宿泊施設での留置調査
域内調達率	評価把握による継続的収益のため	市内業者に調査実施

4. 戦略

(1) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	<p><b>強み (Strengths)</b></p> <p>周辺地域には無い泉質の良さを誇る下呂温泉 御嶽山や飛騨川、馬瀬川など、エコツーリズム のフィールドとなる多様性のある自然が残って いる。</p> <p>宿泊施設の充実(約 9,000 人収容)</p> <p>若年層から老年層まで幅広い顧客が来訪する 地域</p> <p>JR 高山本線、下呂駅をはじめ 8 つの駅の存在</p> <p>地域観光協会の戦略的プロモーション活動</p> <p>全国的には珍しい温泉地としての MICE およ びインバウンド誘客における実績</p>	<p><b>弱み (Weaknesses)</b></p> <p>観光名所の少なさ</p> <p>観光需要に対して不足気味な案内看板や窓口</p> <p>早く閉まる土産物屋と商店街</p> <p>脆弱な道路交通網(二次交通、高速道路)</p> <p>5 つの地域を結ぶ交通網の少なさ</p> <p>市民の観光に対する認識不足(生かされていな いホスピタリティー都市宣言)</p>
外部環境	<p><b>機会 (Opportunity)</b></p> <p>観光のニーズが多様化しており、エコツアーや 各種体験プログラムが求められている。</p> <p>団塊の世代以上の更なる市場拡大</p> <p>広域連携による多様な誘客策</p> <p>各種アクセス道の開通、リニアの整備</p> <p>国の政策に伴う訪日外国人観光客増加による 当市への波及効果(東京オリンピック)</p> <p>MICE 誘客による更なる宿泊客増加</p>	<p><b>脅威 (Threat)</b></p> <p>国内人口の減少</p> <p>他観光地との競争激化</p> <p>若年層の旅行離れによる市場の縮小</p> <p>大規模災害(水害)、自然災害(御嶽山噴火など)</p> <p>温泉の枯渇</p>

(2) ターゲット

<p>第 1 ターゲット層</p> <p>国内宿泊観光客</p>
<p>選定の理由、 取組方針</p> <p>マーケティング調査で判明している、20 代から 60 代まで比較的平準化された現状の宿泊客を今後 もバランス良く維持したい。(20 代:20.9%、30 代:17.4%、40 代:17.7%、50 代:14.7%、60 代:15.7%) 同時に新規顧客(45%)・リピーター(55%)で構成される現在の傾向を維持しつつも、満足度調査などの 充実により再来訪意向につながる要因を分析し、それに基づいてターゲット層へ強力に訴求するコ ンテンツを磨き上げる。</p>

(別添) 様式 1

<p>第2ターゲット層 団体客(MICE)</p>
<p>選定の理由、 取組方針 団体旅行が減少する中で、宿泊施設の稼働率の向上や地域内消費を拡大させるべく、小規模から大規模コンベンションに至るまで、当地の宿泊キャパシティや助成金制度を生かした誘致を展開したい。顧客に対する支援制度の拡充や、利用施設における利便性の向上を図りたい。</p>
<p>第3ターゲット層 インバウンド(高単価、長期滞在)</p>
<p>選定の理由、 取組方針 観光サービスの質を上げる等、高単価商品を開発して外国人旅行者への売り込みを図りたい。また、着地型旅行コンテンツを充実させ、外国人旅行者が長期滞在を希望する観光地づくりを目指す。</p>

(3) コンセプト

コンセプト  
日本三名泉「下呂温泉」が牽引する滞在型観光地づくり

コンセプトの考え方  
全国の温泉地において評価の高い下呂温泉は、とりわけ愛知・岐阜・三重・静岡圏域においても随一の知名度を誇り、来訪意向も高い温泉地として認知されている。山間に良質の温泉がこんこんと湧き出る宿場町として、年代・性別・初回・再訪問わず幅広い顧客に支持され、年間100万人以上の宿泊により、まち全体の経済を牽引し、活性化に大きく寄与する結果となっている。イメージ戦略としては、アルカリ単純泉の肌への作用を下呂温泉の特筆すべき点とし、「素肌美人プロジェクト」というPRを大々的に行っている。

これらの効果は下呂温泉地域のみならず、下呂温泉のネームバリューによって周辺の観光資源を持つ4地域(小坂・萩原・馬瀬・金山)にも来訪客を呼び込む流れが確立されつつある。単独としては集客力が弱い観光コンテンツを、互いの強い連携の中で整備・開発し、情報発信ならびに受け入れ態勢の強化によって、地域間のマッチングが整備され観光客の滞在時間延長、顧客満足度の向上が図られる。

下呂市(行政)としても下呂市観光計画を掲げ、「ホスピタリティ都市宣言」によって来訪者目線のまちづくりを行っている。そうした動きとも整合性を図りながら、下呂温泉を中心とした観光マーケティングを継続・強化し、顧客の動向を一早く分析し次の戦略を打ち出すことで、地域間競争に打ち勝つ強い地域が生まれると考えられる。一方で、行政間で行われている広域連携を活用し、多様な誘客・発信ツールを最大限に活かすことができる。

下呂温泉を起点とした周遊観光地の確立

観光マーケティングのサイクル

(別添) 様式 1

下呂温泉「素肌美人プロジェクト」	下呂市観光計画ロゴ
	

**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	DMOを中心に、地域の関連事業者を集めてコミュニケーションの場を1ヶ月に1回程度設ける。その場をもって、関連事業者に対するコンサルティング等を実施。
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	飲食店や宿泊施設をはじめとする地域が提供する観光サービスに係るマーケティング調査を実施。昨今の変化の早い市場動向データを分析し、各店舗・施設へフィードバック。
一元的な情報発信・プロモーション	宣伝力に長けた下呂温泉観光協会を中心とするワンストップ窓口(関係各所との連携)の実施、従来の広告媒体(新聞・テレビ・ラジオ・雑誌)やSNS、岐阜県との連携によるイベント出展等、多方面から効果的なプロモーションを行い、口コミによる波及を目指す。

**6. KPI (実績・目標)**

(1) 必須KPI

	単位	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度
旅行消費額	円	359億円 (61億円)	368億円 (64億円)	383億円 (70億円)	397億円 (74億円)	418億円 (77億円)
延べ宿泊者数	人	1,100,000 (95,000)	1,130,000 (100,000)	1,180,000 (110,000)	1,230,000 (115,000)	1,300,000 (120,000)
来訪者満足度	%	81 (64)	83 (68)	86 (72)	89 (74)	92 (76)
リピーター率	%	60 (25)	62 (30)	64 (35)	68 (40)	70 (45)

(別添)様式1

年次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】】**

下呂温泉では昭和40年代から宿泊者数のデータを蓄積しており、方面別・交通機関別等のマーケティングに資する観光統計を整備している。しかしながら持続性のある観光地経営のためには定性的な効果も含めて明らかにし、把握する必要があり旅行消費額、延べ宿泊者数、来訪者満足度、リピーター率の4つを必須KPIとした。

**【設定にあたっての考え方】**

旅行消費額：岐阜県観光入込客統計調査の結果を参考に、目標の旅行消費単価を約32,000円とし、旅行消費額の目標値を設定した。インバウンドについては高単価FIT層の誘致を念頭に、その倍の単価に設定した。

延べ宿泊者数：国内市場の縮小傾向の収容人数の減少傾向などのマイナス要因があるものの、団体旅行誘致、MICE誘致、インバウンド誘致等で「平準化」に取り組み、平成32年度までに宿泊者数130万人を目指す。

来訪者満足度：平成21年度の観光庁の満足度調査において「大変満足」と「満足」を合わせて71.6%であったことから、そこに10ポイント足し、さらに高めていく目標値とした。

リピーター率：OTA各社によれば下呂温泉のリピーターは50%~60%で推移していることから、これを70%までにしていく目標値とした。

(2) その他の目標

	単位	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度
宿泊施設の稼働率	%	60	62	65	67	71
コンベンション開催件数	件	180	220	260	300	340
コンベンション宿泊者数	人	24,000	27,000	30,000	33,000	36,000
外国人宿泊者数	人	95,000	100,000	110,000	115,000	120,000

項目及び年次・目標数値の設定にあたっての検討のプロセス及び考え方

**【【検討の経緯】】**

下呂市の観光地経営における最も重要な指標は宿泊者数であるが、宿泊者の誘致・集客には季節的あるいは曜日による変動が大きく、それは観光地としての経営ロスにつながる。そのためAGTによる集客やMICEまたはインバウンドによる誘致を積極的に行い「平準化」を目指す必要がある。そのため宿泊施設の稼働率、コンベンション開催件数、コンベンション宿泊者数を指標とした。

**【設定にあたっての考え方】**

宿泊施設の稼働率：施設規模によってばらつきがあるものの、年平均50%台で推移していることから「平準化」への取り組みにより71%までにする目標値とした。

コンベンション開催件数、宿泊者数：コンベンションによる宿泊者数は2%弱で推移しているが、これを3%近くまで高めていく。

外国人宿泊者数：外国人宿泊者数は平成26年度(41,159人、4.18%)から平成27年度(94,947人、9.10%)にかけて倍増した。その客層が団体から個人にシフトしている現状で、今後も高単価の客層を取り込んでいく。



## 7. 活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

## (1) 収入

年度	総収入(円)	内訳
29年度	134,350,000円	【負担金収入】 81,000,000円 【市町村からの補助金】 14,200,000円 【会費収入】 13,600,000円 【受託事業収入】 14,450,000円 【雑収入】 10,420,000円 【収益事業収入】 680,000円
30年度	141,130,000円	【負担金収入】 85,000,000円 【市町村からの補助金】 17,200,000円 【会費収入】 13,500,000円 【受託事業収入】 17,700,000円 【雑収入】 6,870,000円 【新規収益事業収入】 860,000円
31年度	141,130,000円	【負担金収入】 85,000,000円 【市町村からの補助金】 17,200,000円 【会費収入】 13,500,000円 【受託事業収入】 17,700,000円 【雑収入】 6,870,000円 【新規収益事業収入】 860,000円
32年度	141,130,000円	【負担金収入】 85,000,000円 【市町村からの補助金】 17,200,000円 【会費収入】 13,500,000円 【受託事業収入】 17,700,000円 【雑収入】 6,870,000円 【新規収益事業収入】 860,000円

(別添)様式1

(2)支出

年度	総支出	内訳
29年度	129,000,000円	【一般管理費】 30,000,000円 【国内外プロモーション(キャラバン等含む)】 43,100,000円 【DMO事業】 27,000,000円 【調査研修啓発費】 4,340,000円 【受託事業運営費】 15,560,000円 【負担金】 6,500,000円 【会議費・事務費等】 2,500,000円
30年度	114,200,000円	【一般管理費】 31,800,000円 【国内外プロモーション(キャラバン等含む)】 49,000,000円 【DMO事業】 2,700,000円 【調査研修啓発費】 5,460,000円 【受託事業運営費】 18,200,000円 【負担金】 4,400,000円 【会議費・事務費等】 2,640,000円
31年度	114,200,000円	【一般管理費】 31,800,000円 【国内外プロモーション(キャラバン等含む)】 49,000,000円 【DMO事業】 2,700,000円 【調査研修啓発費】 5,460,000円 【受託事業運営費】 18,200,000円 【負担金】 4,400,000円 【会議費・事務費等】 2,640,000円
32年度	114,200,000円	【一般管理費】 31,800,000円 【国内外プロモーション(キャラバン等含む)】 49,000,000円 【DMO事業】 2,700,000円 【調査研修啓発費】 5,460,000円 【受託事業運営費】 18,200,000円 【負担金】 4,400,000円 【会議費・事務費等】 2,640,000円

(別添)様式1

### (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

- ・入湯税特化の承認(下呂市との協議による)
- ・日帰り入浴施設、横丁建設による来館収入。
- ・下呂温泉旅館協同組合、各地域観光協会、地元運送業者との連携による着地型旅行商品の造成・販売。

## 8. 日本版DMO形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見

下呂市は、一般社団法人下呂温泉観光協会を当該市における地域DMOとして登録したいので一般社団法人下呂温泉観光協会とともに申請します。

## 9. 記入担当者連絡先

担当者氏名	田中 明日香
担当部署名(役職)	DMO 担当
所在地	下呂市森 922-6
電話番号(直通)	0576-24-1000
FAX 番号	0576-23-0071
E - m a i l	tanaka@gero-spa.com

## 10. 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	下呂市
担当者氏名	富永哲也
担当部署名(役職)	観光課 主任主査
所在地	岐阜県下呂市森 9 6 0
電話番号(直通)	0 5 7 6 -2 5 -7 0 3 0
FAX 番号	0 5 7 6 -2 5 -3 2 5 2
E - m a i l	tetsuya-t@city.gero.lg.jp

都道府県・市町村名	
担当者氏名	
担当部署名(役職)	
所在地	
電話番号(直通)	
FAX 番号	
E - m a i l	

【区域】岐阜県下呂市

(表:実施体制)

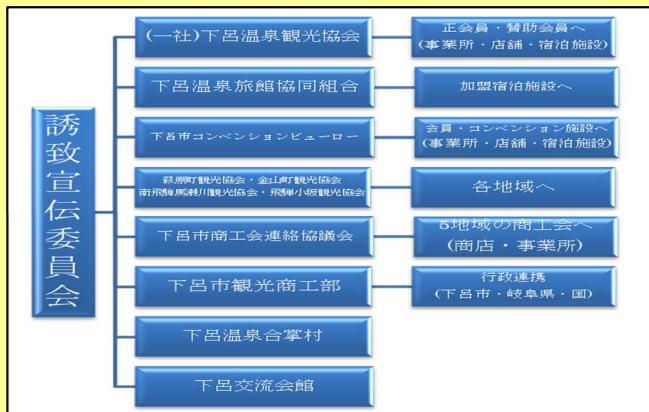
(表:KPI(実績・目標))※( )内は外国人に関するもの

【設立時期】昭和21年12月5日  
社団法人化は平成7年5月10日  
【代表者】瀧 康洋 (株式会社水明館)

【マーケティング責任者】杉浦 啓文

【職員数】10人

【連携する主な事業者】下呂市観光商工部観光課 他



	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度
旅行消費額(円)	359億円 (58億円)	368億円 (67億円)	383億円 (81億円)	397億円 (116億円)	418億円 (175億円)
延べ宿泊者数(人)	1,100,000 (90,000)	1,130,000 (115,000)	1,180,000 (140,000)	1,230,000 (200,000)	1,300,000 (300,000)
来訪者満足度(%)	81(64)	83(68)	86(72)	89(74)	92(76)
リピーター率(%)	60(25)	62(30)	64(35)	68(40)	70(45)

## 萩原エリアの取組み

- 下呂温泉と組み合わせたツアー誘致資源
- 飛騨街道散策と酒蔵見学
- 桜めぐりバスツアーの運行
- 飛騨川公園でのスポーツコンベンション
- 萩原における着地型観光メニュー
- 四美地区の自然食・健康体験プログラム
- 位山の原生林における自然体験プログラム
- 御前山、川上岳等の登山体験

## 馬瀬エリアの取組み

- 下呂温泉と組み合わせたツアー誘致資源
- 火ぶり漁、ヤナ場等「鮎」の積極的活用
- 紅葉めぐりバスツアーの運行
- 欧米人を意識したインバウンド誘致
- 馬瀬における着地型観光メニュー
- 清流馬瀬川での各種アクティビティ
- 米、ブルーベリー、養蜂等の農業体験
- 里山景観を活かした散策、ノルディック体験

## 金山エリアの取組み

- 下呂温泉と組み合わせたツアー誘致資源
- 飛騨街道散策「筋骨めぐり」のブラッシュアップ
- 金山巨石群での観察会の実施
- 桜めぐりバスツアーの運行
- 金山における着地型観光メニュー
- 弓掛地区のアウトドア活動、金山湖でのカヤック
- 道の駅を中心にした横谷峡散策
- 円空、素毛等、歴史文化の体験プログラム

## 下呂市観光マップ Gero City The Sightseeing Map



## 小坂エリアの取組み

- 下呂温泉と組み合わせたツアー誘致資源
- 小坂の滝めぐり (がんだて公園と三ツ滝)
- ひめしやがの湯の鉱泉料理
- 小坂における着地型観光メニュー
- 小坂の滝めぐりの各種アクティビティ
- 御嶽山登山
- 炭酸泉を活用した健康体験プログラム
- 小坂独自の観光施策
- 高トレエリアでのスポーツコンベンション
- 国民保養温泉地
- ジオツーリズムの推進

## 下呂エリアの取組み

- 下呂温泉への誘客活動
- 各種メディアを活用したプロモーション
- 旅行エージェントへの営業活動 (キャラバン)
- 日本三名泉、素肌美人プロジェクトなどイメージ戦略
- 下呂交流会館等を活用したコンベンション誘致
- 下呂温泉のまちづくり
- ランドマーク施設、観光交流センター等の整備
- 案内所の強化、案内図やサインの整備
- 下呂における着地型観光メニュー
- 下呂温泉合掌村の体験プログラムの充実
- 鳳凰座、白雲座を活用した地歌舞伎プログラム
- 竹原地区における農山村散策、農業体験
- 桜、紅葉をめぐる周遊ルートの確立