

# 【後期】中津川市観光推進アクションプラン

## ～「中津川市の観光産業の確立」をめざして～

令和7年9月策定

中津川市

# 目 次

|                               |    |
|-------------------------------|----|
| 1. 観光推進アクションプランの目標            |    |
| (1) 目標年次                      | 1  |
| (2) 目標値                       | 1  |
| 2. 後期アクションプランのポイント            |    |
| (1) 中期アクションプランの評価を踏まえた今後の推進方針 | 3  |
| (2) 後期アクションプランに取り入れた主なもの      | 3  |
| 3. 観光振興ビジョンの概要                |    |
| (1) 中津川市が課題としているもの            | 4  |
| (2) 基本理念                      | 5  |
| (3) 基本方針                      | 5  |
| 4. 観光推進アクションプラン               |    |
| 1) 国内観光の推進                    | 6  |
| (1) 持続可能な取り組み                 | 6  |
| (2) 資源を活用した観光誘客               | 7  |
| (3) 中津川の観光ハブ拠点化               | 8  |
| 2) インバウンド観光の推進                | 9  |
| (1) 滞在時間の延長と消費拡大              | 9  |
| (2) 海外への情報発信の強化               | 10 |
| (3) 受入環境の整備                   | 11 |
| 3) 広域観光の推進                    | 12 |
| (1) 東美濃地域との連携                 | 12 |
| (2) 下呂市との連携                   | 12 |
| (3) 南木曽町をはじめとする木曽地域との連携       | 13 |
| (4) その他自治体との連携                | 13 |
| 5. 観光推進アクションプランの推進            |    |
| (1) 推進体制                      | 14 |
| (2) 中津川市と中津川市観光局それぞれの役割       | 15 |

## 1. 観光推進アクションプランの目標

### (1) 目標年次

#### ■ 目標年次：【後期】2025年から2026年

観光振興ビジョンにおける目標年次については、2019年（令和元年）から2027年（令和9年）としており、その姿を見据え、実現に向けて2025年から2026年の後期アクションプランを策定しました。アクションプランは、観光を取り巻く環境の変化や観光客のニーズ変化に対応しつつ、時代の潮流と動向に応じた着実な実現を図っていきます。

また、2027年度（令和9年度）からスタートする新中津川市総合計画に合わせ、観光振興ビジョンおよび当観光推進アクションプランの見直しを行っていきます。

|                              | 2019 年<br>(令和元年)                     | 2020 年<br>(令和 2 年) | 2021 年<br>(令和 3 年) | 2022 年<br>(令和 4 年)  | 2023 年<br>(令和 5 年)    | 2024 年<br>(令和 6 年) | 2025 年<br>(令和 7 年)     | 2026 年<br>(令和 8 年) | 2027 年<br>(令和 9 年) |  |
|------------------------------|--------------------------------------|--------------------|--------------------|---------------------|-----------------------|--------------------|------------------------|--------------------|--------------------|--|
| 中津川市<br>総合計画                 | 中期<br>2019 年度～2022 年度                |                    |                    |                     | 後期<br>2023 年度～2026 年度 |                    |                        | 策定                 | 前期<br>5 か年         |  |
| 中津川市<br>観光振興<br>ビジョン         | 2019 年～2027 年 ※ 1 年前倒して見直し<br>【9 年間】 |                    |                    |                     |                       |                    |                        | 策定                 | 10 年<br>計画         |  |
| 中津川市<br>観光推進<br>アクション<br>プラン | 前期<br>2019 年～2021 年                  |                    | 見直し                | 中期<br>2022 年～2024 年 |                       | 見直し                | 後期<br>2025 年<br>2026 年 | 策定                 | 前期<br>5 か年         |  |

### (2) 目標値

アクションプランを着実に実施し、観光産業の確立を目指し、下記の目標値を設定し事業を実施します。なお、現中津川市総合計画の目標値と足並みを揃えるため、数値の見直しは行っておりません。

#### ①本市全体の観光入込客数の目標値

2020年・2021年と入国制限や外出自粛などの影響により大きく落ち込み、その後徐々に回復しつつありますが、2024年においても本市の観光入込客数はコロナ前の水準に達していません。

※単位：万人

| 区分 | 2019年<br>(R1年) | 2020年<br>(R2年) | 2021年<br>(R3年) | 2022年<br>(R4年) | 2023年<br>(R5年) | 2024年<br>(R6年) | 2025年<br>(R7年) | 2026年<br>(R8年) |
|----|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| 目標 | 500            | 505            | 510            | 515            | 525            | 535            | 545            | 555            |
| 実績 | 486            | 294            | 267            | 355            | 402            | 428            | —              | —              |

## ②宿泊者数の目標値

2022 年・2024 年にホテルの開業があったこと、ゲストハウス等のオープンが 2022 年ころからあったことが大きく影響し、大幅に目標を達成していますが、昨年は横ばいとなっています。

※単位：万人

| 区分   | 2019 年<br>(R1 年) | 2020 年<br>(R2 年) | 2021 年<br>(R3 年) | 2022 年<br>(R4 年) | 2023 年<br>(R5 年) | 2024 年<br>(R6 年) | 2025 年<br>(R7 年) | 2026 年<br>(R8 年) |
|------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| 目標   | —                | 13.7             | 14.4             | 15.1             | 15.8             | 16.5             | 17.2             | 17.9             |
| 実績   | 14.6             | 9.7              | 8.8              | 14.1             | 20.2             | 19.9             | —                | —                |
| 内国内  | 13.2             | 9.6              | 8.8              | 13.8             | 16.4             | 15.3             | —                | —                |
| 内外国人 | 1.4              | 0.1              | 0.0              | 0.3              | 3.8              | 4.6              | —                | —                |

## 2. 後期アクションプランのポイント

### (1) 中期アクションプランの評価を踏まえた今後の推進方針

- ▼ 本市は、2022 年から 2024 年までの 3 年間において観光入込客数 160 万人増（2019 年に比べ 88%の客足の戻り）、宿泊者数 11.1 万人増（2019 年に比べ+36.3%増）、特に宿泊者数においては国内・外国人ともコロナ前に比べ大幅増と着実に成果を出しており、かつ、取り組んできた施策の方向性と合致していることから、今後も取り組んでいくべき施策の方向性としては大きく間違っていないと考えられる。

特に、外国人の宿泊者数は、全国・どの都道府県よりも高く、桁外れた上昇を示しており、大きな成果を上げています。

- ▼ 一方、日帰り観光客を含めた本市の観光入込客数は、外国人旅行者を含まない日本人国内延べ旅行者数 2024 年 53,995 万人（2019 年に比べ 92%の客足の戻り）と比べ、外国人旅行者を含めて比較したとしても 2019 年に比べ 88%の客足の戻り（3.9%下回る）となっており、全体として観光客の取り込みが功を奏していない。



- ①施策の方向性と成果が合致している現在の観光振興ビジョンを引き続き推進していきます。
- ②更なる市の魅力発信や新たなアクティビティの掘り起こし等により、選ばれる観光地としての取り組みを行っていきます。
- ③人気となっている「妻籠馬籠ハイク」を核としたプロモーション活動や景観保全、満足度向上につながるコンテンツ・プログラムの整備を行っていきます。
- ④滞在時間が延び、市内に滞在する観光客が増えているため、自然や歴史・文化、食といった本市ならではの魅力を体験していただき、満足度を上げ、リピーターを増やす取り組みを行っていきます。
- ⑤R4.6 に設立し、R6.3 に候補 DMO となった「中津川市観光局」を核とした観光地域づくりを推進していきます。
- ⑥市は、中津川市観光局に対し、積極的な参画・連携・支援を行うとともに、ハード整備及び広域観光の推進に力を入れていきます。

### (2) 後期アクションプランに取り入れた主なもの

- ・中津川市と司令塔となる中津川市観光局との役割を明確化。
- ・近年課題となっているオーバーツーリズムにおける解決のための取り組み。
- ・中期アクションプランでは、ソフト事業のみの組み立てであったため、観光拠点を明確にし、ハード整備を記述。
- ・中期アクションプランでは、重複した記載が多かったため、全体的に施策を見直し。

### 3. 観光振興ビジョンの概要

(1) 中津川市が課題としているもの

#### 課題Ⅰ. 観光消費の拡大

- 本市を訪れる観光客（外国人を含む）は、1点立寄り型観光（通過型観光）の傾向が強いため、観光客を周遊させ消費を促す仕掛けを作り、観光消費額の増加につなげることが必要。
- 観光客の求めるものを的確に捉えるための市場調査を実施し、来訪者の満足度（おもてなし）を高めリピーターを獲得しファンとして定着させることに加え、新たな観光客層をターゲットとした商品の造成・販売等を展開し、消費拡大へつなげることが必要。

#### 課題Ⅱ. 観光客視点での魅力の情報発信不足

- 観光資源を中心とした今までの情報発信のみだけではなく、関連する「コト」や「モノ」を一体的な本市の魅力として発信させることが必要。  
また、増加傾向にある外国人を対象とし、海外に向けて本市の魅力や情報を発信させることが必要。
- リニア開通を見据え、将来のリピーター層をはじめとした、各ターゲットに即したコンテンツによる情報の発信が必要。

#### 課題Ⅲ. 外国人観光客の受入環境整備等

- 近年増加傾向にあり、今後も増加すると予想される外国人観光客向けの商品開発や受入環境整備等が必要。
- 特に欧米からの外国人個人旅行者（FIT）が多い本市においては、その土地を歩きながら、食や文化、歴史を知っていただく、地域の魅力を活かした滞在型・体験型観光への取り組みが必要。

#### 課題Ⅳ. 観光資源の十分な活用

- 市内の豊富な自然の活用や「岐阜の宝もの」として認定されている観光資源の更なる活用が必要。
- 市内での周遊観光に加え、周辺自治体との連携を行い、更なる観光客を呼び込み交流人口を増加させることが必要。  
また、掘り起こした観光資源の磨き上げ（ブラッシュアップ）と活用が必要。
- 「モノ」だけではなく官民協働で体験事業等の「コト」の魅力を掘り起こし、体験型・滞在型の観光を提供することが必要。

## (2) 基本理念

### ～ 中津川市の観光振興に関する基本理念 ～

自然、歴史・文化、食などの『地域の魅力』を活かし、市民の『おもてなしの力』をもって、地域の観光価値を高め、誘客促進を図ることで、観光産業の確立につなげる。

## (3) 基本方針

|                         |
|-------------------------|
| 1. 国内観光の推進              |
| (1) 持続可能な取り組み           |
| (2) 資源を活用した観光誘客         |
| (3) 中津川の観光ハブ拠点化         |
| 2. インバウンド観光の推進          |
| (1) 滞在時間の延長と消費拡大        |
| (2) 海外への情報発信の強化         |
| (3) 受入環境の整備             |
| 3. 広域観光の推進              |
| (1) 東美濃地域との連携           |
| (2) 下呂市との連携             |
| (3) 南木曽町をはじめとする木曽地域との連携 |
| (4) その他自治体との連携          |

## 4. 観光推進アクションプラン

### 1. 国内観光の推進

#### (1) 持続可能な取り組み

- ・中津川市と中津川市観光局との役割分担を明確にし、中津川市観光局を起点として、戦略的な施策の推進や傘下である各観光協会が実施する事業に応じた支援・予算立てを行います。
- ・中津川市観光局は、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地域経営の視点に立った観光地域づくりの司令塔として、多様な関係者と協働しながら、明確なコンセプトに基づく観光地域づくりの実現を目指します。  
また、あらゆる自主財源の確保を積極的に行い、自走する体制づくりを行うとともに、地域にお金が落ちる仕組みづくりを行います。
- ・中津川市は、観光地域づくりの司令塔としての役割を果たす中津川市観光局に対し積極的な参画・連携・支援を行うとともに、地域内の多様な関係者との連携を図ります。
- ・一部観光地では、観光旅行者による混雑、マナー違反など、地域住民との課題も生じているため、オーバーツーリズム対策を行うとともに、マナー違反の未然防止の取り組みを行います。

#### 【具体的なアクション】

##### ①中津川市観光局を核とした観光地域づくりの推進

##### ②観光局と各観光協会への支援方法の整理

##### ③オーバーツーリズム対策等、自然・文化・住民の暮らしを意識した課題解決のための取り組み

##### ・付知峡の渋滞緩和対策

##### ・馬籠宿の渋滞緩和対策

##### ・馬籠宿マナー違反の未然防止の実証的取り組み

| 施設名 | キャンペーンボード設置場所 | 設置場所 | 設置日    | 料金    | ポイント  |
|-----|---------------|------|--------|-------|-------|
| 馬籠  | 馬籠宿           | 馬籠宿  | 10月11日 | 1000円 | 1000円 |
| 馬籠  | 馬籠宿           | 馬籠宿  | 10月11日 | 1000円 | 1000円 |
| 馬籠  | 馬籠宿           | 馬籠宿  | 10月11日 | 1000円 | 1000円 |
| 馬籠  | 馬籠宿           | 馬籠宿  | 10月11日 | 1000円 | 1000円 |
| 馬籠  | 馬籠宿           | 馬籠宿  | 10月11日 | 1000円 | 1000円 |
| 馬籠  | 馬籠宿           | 馬籠宿  | 10月11日 | 1000円 | 1000円 |
| 馬籠  | 馬籠宿           | 馬籠宿  | 10月11日 | 1000円 | 1000円 |
| 馬籠  | 馬籠宿           | 馬籠宿  | 10月11日 | 1000円 | 1000円 |
| 馬籠  | 馬籠宿           | 馬籠宿  | 10月11日 | 1000円 | 1000円 |
| 馬籠  | 馬籠宿           | 馬籠宿  | 10月11日 | 1000円 | 1000円 |

観光局の取り組み事例



## (2) 資源を活用した観光誘客

- ・データに基づく的確なマーケティングを実施し、顧客のニーズを理解し、それに応える価値を創造し、効果的に届けるよう努めます。
- ・本市には全国に通用する観光資源として、苗木城跡、地歌舞伎、中山道三宿、和菓子、木工製品等があり、また潜在的な魅力を秘めている裏木曽の溪谷や裏木曽古事の森等があります。これらの観光資源を収益性検証の上で更に磨き上げるとともに、市内他地域への周遊に向けて活用することで、当該資源への誘客だけでなく、市内における滞在時間及び消費額の向上を図ります。
- ・観光産業従事者の通年雇用化等を促進するため、オフシーズン・週末や連休以外の旅行需要を創出し、旅行需要の平準化につながる取り組みを行います。
- ・地域の多様な食文化やそのストーリーの魅力に触れるガストロノミーツーリズムや、酒造をはじめとした地場産業自体の観光地化にも目を向け、観光旅行者の受入整備や消費拡大につながる取り組みを行います。
- ・農泊、農林業体験プログラム等の開発による魅力ある観光コンテンツの磨き上げにより誘客を図ります。

### 【具体的なアクション】

#### ①国内におけるマーケティングプロモーション

- ・中京圏
- ・首都圏およびその他国内市場

#### ②観光需要の平準化に向けた取り組み

#### ③中津川の歴史・文化・自然を活かした商品開発

- ・栗きんとんを中核とした菓子、食を活かした取り組み
- ・地酒を活かした取り組み
- ・苗木城跡を中心とした山城やその背景となる歴史を活かした取り組み
- ・溪谷を中心とした自然を活かした取り組み など

#### ④なかつがわ御神木祭を契機とした市の知名度向上と市民の地域への誇りの醸成

#### ⑤観光大使の活用と誘客促進

#### ⑥体験プログラム・旅行商品の開発支援

#### ⑦PR 動画・パンフレット等の作成、配布



地酒



栗きんとん

### (3) 中津川の観光ハブ拠点化

本市を訪れる観光客は、交通の要衝であることから立ち寄りやすい観光施設に寄りすぐに帰ってしまう傾向が強く、市内全域への波及効果が薄い状況です。観光客を周遊させる仕掛け作りとして観光施設の拠点設定と施設整備を行うとともに、複数の観光施設を巡っていただける観光案内機能の強化を行い、市内の滞在時間の延長を図る必要があります。

また、市内のほとんどの観光資源は、魅力にあふれ、潜在的な利用価値を秘めています。お金が落ちる仕組みがなく、「見て終わり」という資源ばかりです。観光を産業として発展させる上でも、観光施設自体が収益を上げ、自走していく仕組みづくりが必要です。

・観光拠点は、「JR 中津川駅前」、「馬籠宿・サムライロード」、「苗木城跡」、「付知峡および道の駅花街道付知」を位置付けます。

また、将来的な2次観光拠点として、「リニア岐阜県駅およびリニア関連施設」、「夕森渓谷」を位置付けます。

・リニア岐阜県駅はもとより、神坂スマート IC や濃飛横断自動車道のインターチェンジの設置を見据えて、交通事業者、JR 東海、関係団体と連携を密にしながら、2次アクセスの充実や周遊誘導などを検討していきます。

また、JR 東海、商工団体などとタッグを組み合わせながら、リニア関連施設の観光地化やリニア関連商品開発など施策を練っていく必要があります。

・観光拠点となりうる観光資源、地域の稼ぐ力を引き出すことができる観光資源に絞り込み、時には掘り起こし、お金が落ちる仕組みづくりを必須にした観光資源の磨き上げと整備を行います。

・景観の優れた観光資源の保全・活用による観光地の魅力向上のため、観光産業に資するものに絞ったうえで、物件の修理・修景などのハード整備を検討し、補助金・交付金を伴った整備を行います。

#### 【具体的なアクション】

①中津川観光の玄関口である中津川駅前周辺整備の推進

②中津川の歴史・文化が色濃く残る中山道三宿整備の推進

③神坂スマート IC 開通を活かした観光誘客とハード整備



④築城 500 年を契機とした苗木城跡の観光推進

|       | 2025 年度(R7 年度)                                             | 2026 年度(R8 年度)                                                    |
|-------|------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|
| ソフト事業 | ロゴ、PR グッズ作成<br>SNS・駅・雑誌等での情報発信<br>各種 PR 企画<br>500 周年プレイベント | AR を活用した苗木城の復元<br>SNS・駅・雑誌等での情報発信<br>各種 PR 企画、冠イベント<br>500 周年イベント |
| ハード事業 | 遊歩道の整備<br>観光拠点エリア整備の企画協議<br>案内誘導看板の企画協議                    | 苗木城周辺の景観整備(伐採等)<br>観光拠点エリア整備の設計<br>案内誘導看板の計画策定                    |

⑤観光施設の将来を見据えた計画的な維持管理の検討と観光に資する指定管理の推進

## 2. インバウンド観光の推進

本市においても訪日外国人旅行者数は、年々増加傾向にあり、「妻籠・馬籠 Hike」を中心に外国人旅行者が増加傾向にあり、地域経済を再生する重要な分野として取り組みが必要となっています。

### (1) 滞在時間の延長と消費拡大

- ・データに基づく的確なマーケティングを実施し、顧客のニーズを理解し、それに応える価値を創造し、効果的に届けるよう努めます。
- ・自然、文化、食などの多岐にわたる分野を対象とし、地歌舞伎などの特別な体験や期間限定の取り組みの創出、自然を活用した体験コンテンツの造成・高付加価値化など、外国人旅行者の滞在時間の延長による宿泊需要の増加と消費拡大を図ります。  
また、この取り組みを通じて、馬籠宿から少し足を延ばし、もう1か所立ち寄りしていただけるよう努めます。
- ・訪日滞在日数が長く消費額が高い傾向にある外国人個人旅行者をターゲットに、引き続き妻籠・馬籠をはじめとする中山道をコンテンツとしたガイドツアーの造成及び誘客を図ります。

#### 【具体的なアクション】

##### ①的確なマーケティング戦略の立案・推進・検証

##### ②滞在期間の延伸・客単価の向上・満足度の向上に資するインバウンド向けコンテンツ・商品の整備

##### ③「妻籠・馬籠 Hike」「サムライロード」の認知度を活かした誘客

##### ④外国語対応の PR 動画・パンフレットの作成、配布



馬籠宿を歩く外国人旅行者



茶道体験

## (2) 海外への情報発信の強化

- ・有名雑誌（※）といったその認知度を活用した一体的な情報を、旅前・旅中・旅後の各フェーズで手段を変えながら発信していきます。

※外国人向け旅行ガイドブック世界シェア NO.1 と言われる「lonely planet Japan」の Japan' s Top25 で紹介された。

- ・ブロガー等のインフルエンサーの招請による Web プロモーションや海外旅行会社への商談・招請、首都圏を中心としたプロモーションを実施します。
- ・ウェブサイトの外国人目線での更なる充実やスマホアプリの運用検討など、デジタルマーケティングを視野に入れながら、個人旅行者に対し、きめ細やかな情報提供に努めます。
- ・宿泊、飲食等の民間事業者と連携した一体的な観光情報の発信を行います。

### 【具体的なアクション】

#### ①インバウンド需要拡大のための情報発信の強化

- ・ HP、SNS 等を活用した情報発信
- ・ 海外向け誘客プロモーションの実施

#### ②市内宿泊・飲食等施設と協働し、パンフレット配布などの観光案内の実施



「中津川市観光案内所」と「馬籠宿 BASE」  
に導入したデジタルサイネージ

### (3) 受入環境の整備

- ・満足度の向上やリピーターの獲得につなげるため、外国人旅行者に対する観光案内機能の充実、多言語化等の受入環境の整備を進めます。
- ・観光ガイドをはじめとする観光人材の育成・確保を行います。
- ・観光地と連携した英語表記をはじめとする道路案内標識の改善・充実、道路案内標識と観光案内ガイドブックやパンフレット等の連携などによるわかりやすい道案内を実現していくとともに、スムーズな駐車誘導などを検討し、旅行者の利便性を図ります。
- ・先進的な技術の活用を図りながら観光分野のDXを推進することにより、旅行者の利便性向上、観光産業の生産性向上、観光地経営の高度化などを模索します。

#### 【具体的なアクション】

##### ①旅中における適切な観光情報の提供

##### ②観光人材の育成・確保

##### ③外国人案内機能の強化



中津川宿裏路地ガイドツアー



### 3. 広域観光の推進

- ・本市は、リニア岐阜県駅及び車両基地が設置され、首都圏やその他国内市場から多くの人を呼び込むことができる魅力的な観光資源としての可能性を秘めており、将来を見据え本市の魅力を情報発信していきます。
- ・本市周辺には集客力の高い有名観光地が多く、こうした地域と連携し、周遊観光の訪問先の1つとして立ち寄っていただくための取り組みが重要と考え、本市のみならず広域的な取り組みを促進し知名度を上げ、観光誘客につなげていきます。
- ・日本遺産、妻籠・馬籠の一体的な観光地利用の推進を図るため、南木曽町をはじめとする木曽地域と連携し、広域的なプロモーションを行います。
- ・すでに欧米豪から人気の高い地域とつながるルートを作り、本市を含むエリアの認知度を高めるため、共通の資源を持つ自治体等と連携し、パンフレットや動画等の制作、各種プロモーションを実施します。

#### (1) 東美濃地域との連携

【具体的なアクション】

##### ①魅力を活かした誘客プロモーションの実施

- ・首都圏（栗菓子、美濃焼など）
- ・中京圏（地酒、五平餅、栗菓子、体験など）
- ・その他（山城など）
- ・インバウンド向け（中山道、美濃焼など）

##### ②周遊観光の推進（山城、スタンプラリーなど）

##### ③広域連携による情報発信

- ・パンフレット作製、配布
- ・HPやSNSでの情報発信、情報拡散



出展の様子

#### (2) 下呂市との連携

【具体的なアクション】

##### ①首都圏プロモーションの実施（栗菓子、ケイちゃんなど）

##### ②シャトルバスなど交通機関の試験的实施、体験コンテンツ造成実証事業

##### ③インバウンド誘客の展開（商談会、インフルエンサーによる情報発信など）

##### ④名古屋市をはじめとした尾張藩との連携

- ・海外向け旅行商品造成、販売
- ・国内プロモーション
- ・ウェブサイト運営



### (3) 南木曾町をはじめとする木曾地域との連携

【具体的なアクション】

①首都圏向け観光プロモーションの展開

②広域連携による情報発信

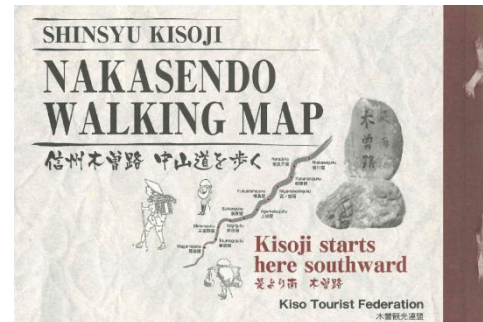
・パンフレット、マップ作製（観光情報、日本遺産、ウォーキング）

・HP、SNS での情報発信

③観光ガイド育成

④体験プログラムの造成、商品化に向けた取り組み

⑤2次アクセス対策（高速バスお得チケット、JR フリー切符など）



ウォーキングマップ

### (4) その他自治体との連携

【具体的なアクション】

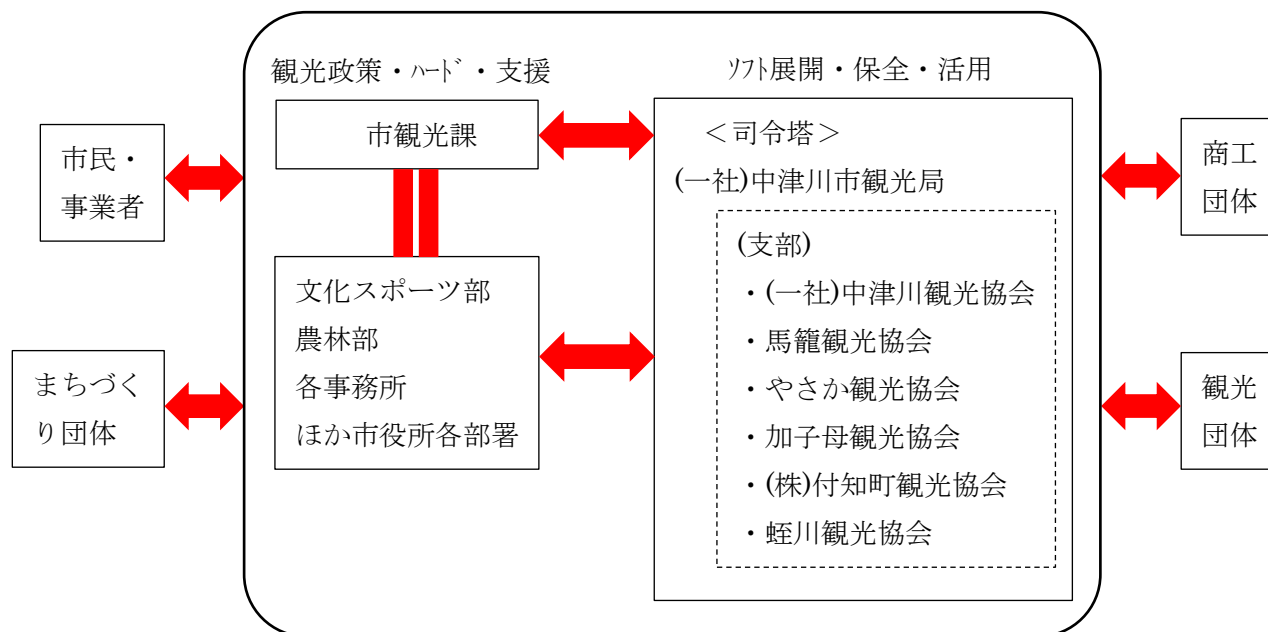
①広域連携による誘客プロモーション

## 5. 観光推進アクションプランの推進

### (1) 推進体制

観光は、中津川市の交流人口や関係人口を増加させ、地域活性化に寄与するものであり、宿泊・飲食・交通・旅行・娯楽・小売など、幅広い産業に恩恵をもたらす裾野の広いものです。アクションプランの推進にあたっては、様々な関連産業と連携しながら、中津川市全体が一体となって推進していきます。

(イメージ図)



#### <観光関連団体3者の主な役割>

- ・市観光課では、総合的な観光振興の企画・調整を担い、観光資源のPRや広域観光の推進、観光施設の整備等に取り組む。
- ・中津川市観光局では、観光地域づくりの司令塔として、マーケティングに基づく企画の立案、関係者と連携した観光資源の磨き上げや滞在コンテンツの充実等に取り組む。
- ・各観光協会では、地域の観光資源の保全・整備を担い、資源を活用したイベント事業等に取り組む。



## (2) 中津川市と中津川市観光局それぞれの役割

|         | 中津川市                                                                                                                                    | (一社)中津川市観光局                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|---------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 目的      | <ul style="list-style-type: none"> <li>観光産業の持続、発展</li> </ul>                                                                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>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地域経営の視点に立った観光地域づくりの司令塔</li> <li>中核的立場である組織のため、下記記載の役割は関係者間で協力して行う</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                          |
| マネジメント  | <ul style="list-style-type: none"> <li>中津川市観光振興ビジョンの策定、見直し</li> <li>アクションプランの作成</li> <li>進捗管理</li> <li>KPIの設定、PDCAサイクル</li> </ul>       | <ul style="list-style-type: none"> <li>中津川市観光振興ビジョン策定、見直しへの参画</li> <li>中津川市観光振興ビジョンを踏まえたデータに基づく明確なコンセプトに基づいた戦略（ブランディング）の策定・見直し、KPIの設定、PDCAサイクルの確立</li> <li>経営計画の策定</li> </ul>                                                                                                                                                                                               |
| 基盤      | <ul style="list-style-type: none"> <li>観光地域づくり法人への参画、サポート</li> <li>中津川市観光局との役割分担の明確化</li> </ul>                                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>観光地域づくり法人を中心として観光地域づくりを行うことについての多様な関係者の合意形成、連携</li> <li>※国、県、市、日本政府観光局、地域連携DMO、地域の関係者(地域が売りとする観光資源の関係者、飲食、宿泊、交通、文化財、農泊、アクティビティ、農林水産業、商工業等)、地域住民</li> <li>傘下6観光協会との役割分担の明確化</li> <li>地域社会とのコミュニケーション、観光地域づくりに関する地域の関係者への業務支援を通じて、戦略を多様な関係者間で共有</li> </ul>                                                                             |
| マーケティング | <ul style="list-style-type: none"> <li>国、県、市の統計対応</li> <li>観光動向調査の実施</li> <li>住民満足度調査(総合計画との連携)</li> <li>観光に関する流行の把握、観光局への共有</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>各種データ等の継続的な収集、分析</li> <li>※延べ宿泊者数、旅行消費額、来訪者満足度、リピーター率、WEBサイトのアクセス状況等</li> <li>データに基づくマーケティング</li> <li>観光に関する流行の把握、市への共有</li> </ul>                                                                                                                                                                                                   |
| 財源      | <ul style="list-style-type: none"> <li>財政支援(補助金申請等民間ではできない公的立場からのサポート)</li> <li>グッズなど商品開発の調整(観光局へ)</li> </ul>                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>国、県、市の補助金申請</li> <li>○自主財源の確保 <ul style="list-style-type: none"> <li>観光地、イベントでの各種徴収</li> <li>観光施設等の受託業務</li> <li>事業者からの協力金、負担金、出店料等</li> <li>コンテンツ・グッズ開発、販売、店舗を持たない販売等</li> <li>ランドオペレーター等の仲介手数料</li> </ul> </li> <li>※ランドオペレーターとは、旅行会社の依頼を受け、旅行先のホテルやレストラン、ガイドやバス・鉄道などの手配・予約を専門に行う会社のことを言います。</li> <li>グッズなど商品開発の協働、販売業務</li> </ul> |

|         |                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|---------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 受入環境の整備 | <p>○ハード面での受入環境の整備</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・景観、道路等の社会資本整備</li> <li>・多言語看板の設置等</li> </ul> <p>○条例制定等、法制面の整備</p> | <p>○地域の多様な関係者と連携しつつ、ソフト面での受入環境の整備等</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・地域の魅力の向上に資する観光資源の磨き上げ</li> <li>・観光関係者と連携した新たな魅力の創出・開発</li> <li>・地域が観光客に提供するサービスの品質管理、向上、評価する仕組みや体制の構築</li> <li>・域内交通を含む交通アクセスの整備に係る調整</li> <li>・多言語表記といった受入環境の整備</li> <li>・観光地経営の高度化等の観光分野の DX の推進</li> </ul> <p>○傘下 6 観光協会との役割分担の明確化</p> |
| 情報発信    | <ul style="list-style-type: none"> <li>・周辺自治体等との広域連携</li> <li>・政策的なイベントの実施</li> </ul>                                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>・観光客に対して地域一体となって戦略に基づく一元的な情報発信・プロモーション</li> </ul> <p>※国内誘客、インバウンド誘客、観光サイト、SNS、誘客イベント実施</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・市実施イベントへの協力、収入販売徴収</li> <li>・市内の新たな観光情報の収集</li> <li>・市内の廃業する観光情報の収集</li> </ul>                                                                 |
| その他     |                                                                                                                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・事業者向けセミナー</li> <li>・観光ガイドの育成</li> <li>・行政等への働きかけ、提案</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                   |