

大垣市第3期観光戦略指針

令和6年3月

大 垣 市

目 次

第1章 観光戦略指針の概要	1
1 観光戦略指針改定の趣旨	1
2 観光戦略指針の位置づけ	2
3 観光戦略指針の期間	4
4 持続可能な開発目標（SDGs）との関連	5
5 観光振興の果たす役割	6
第2章 第2期計画の実施状況及び評価	7
1 第2期計画の実施状況	7
2 新型コロナ禍における実施状況	14
3 基本目標に対する実績	15
第3章 観光振興の現状と課題	17
1 国内観光の動向	17
2 本市の観光の現状	37
3 本市の観光の課題	63
第4章 観光振興の基本理念と基本方針	64
1 基本理念	64
2 基本方針	65
3 基本目標	66

第5章 観光振興の推進施策	67
1 観光振興の推進施策	67
2 観光戦略指針の実現に向けて	72

第1章 観光戦略指針の概要

1 観光戦略指針改定の趣旨

国では、平成19年1月に「観光立国推進基本法」が施行され、観光立国の実現は、21世紀のわが国の経済社会の発展のために不可欠な課題であるとしています。

これまで本市では、平成24年に策定し、平成29年に改定した「大垣市観光戦略指針」に基づき、魅力ある観光資源の発掘や磨き上げをはじめ、観光人材の育成、観光環境の整備など、様々な施策を実施してきました。

この間、人口減少、少子高齢化の急速な進行のほか、国際情勢の変化や経済のグローバル化など我が国をとりまく観光環境は大きく変化しました。

さらには、令和2年1月以降の新型コロナウイルス感染症の世界的な拡大による影響は、本市の観光にも大きな影響を及ぼしています。

一方で、世界規模の変革となるDXやSDGsの達成に向けた対応など、社会経済全体の構造変革が進むとともに、コロナ禍は、人々の意識や価値観などにも大きな変容を生じさせています。

国では、令和3年6月に閣議決定した「まち・ひと・しごと創生基本方針2021」において、訪れたい・住みたいと思えるような魅力的な地域の実現に向け、「ヒューマン・デジタル・グリーン」という視点を重点に捉え、地域への人材支援の充実や、関係人口の更なる創出・拡大に取り組んでいます。

また、岐阜県では、県経済の再生から、社会経済活動の変革に対応した持続的な発展を目指すべく、令和5年3月に「岐阜県経済・雇用再生戦略」を策定し、世界に選ばれる持続可能な観光地域づくりの推進に取り組んでいます。

こうした中、本市が将来に向けて持続可能な観光まちづくりを進めていくためには、観光の質の向上、観光産業の収益力・生産性の向上、交流人口・関係人口の拡大が必要であり、多様化する社会環境を敏感に捉えた効果的かつ戦略的な取り組みが必要となっています。

これらを踏まえ、「大垣市未来ビジョン」に掲げる、新たな未来都市像「みんなで創る希望あふれる産業文化都市」の実現をめざすとともに、「選ばれるまち大垣」の実現に向け、これからの本市の観光施策を具現化するため、「大垣市観光戦略指針」を改定するものです。

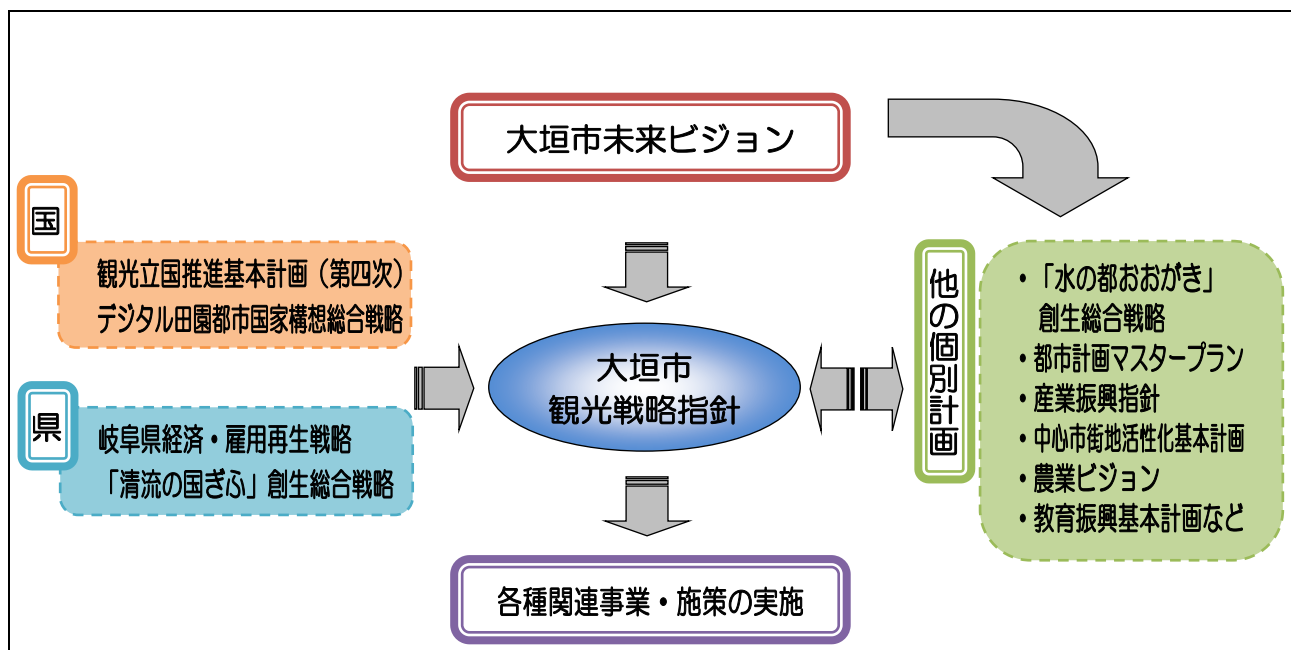
なお、第2期計画（計画期間：平成29年度～令和3年度）は、新型コロナウイルス感染症の拡大により、感染症対策の施策を最優先とするとともに、国や県の動向を踏まえて改定を見送ってきましたが、今回の改定では、国が「観光立国推進基本計画」、岐阜県が「岐阜県経済・雇用再生戦略」を策定したこと等に伴い、その内容等を踏まえております。

2 観光戦略指針の位置づけ

この指針は、「大垣市未来ビジョン」を上位計画とし、観光部門の個別計画として、本市の観光振興施策の方向性を明らかにするものです。

また、国の「観光立国推進基本計画（第四次）」（令和5年3月閣議決定）や「デジタル田園都市国家構想総合戦略」（令和4年12月閣議決定）、岐阜県の「岐阜県経済・雇用再生戦略」（令和5年3月策定）や「『清流の国ぎふ』創生総合戦略2023」（令和5年3月策定）、市の他の個別計画等とも十分な整合性を図っていきます。

〔観光戦略指針の位置づけ〕



〔大垣市未来ビジョン基本構想における「観光振興」の位置づけ〕

○ 大垣市未来ビジョン基本構想

4 未来のピース

(2) みんなが元気なまち（未来のピース2）

② 魅力的な観光資源

【行ってみたくなるまち】

国重要無形民俗文化財、ユネスコ無形文化遺産に登録された「大垣祭の軸行事」を中心に、大垣まつりの知名度は飛躍的に向上しています。観光ビッグデータを活用し、観光客の滞在時間や消費動向などの分析により、まつりをPRする対象を明確にし、SNSなどを活用した最適な情報発信を行うことで、高山祭と肩を並べる、岐阜県を代表する全国的なまつりになっています。

さらに、大垣まつりの知名度の向上に伴い、奥の細道むすびの地などの観光資源も注目を浴びたことで、国内だけでなく、海外からの観光客も増加しています。

また、新たな地域資源も生み出され、流動・滞在人口が増加し、市内の商店や飲食店などの商業施設は、各地で賑わいを見せ、地域経済の循環や活性化にもつながっています。

〔大垣市未来ビジョン第2期基本計画における「観光振興」の位置づけ〕

○ 大垣市未来ビジョン第2期基本計画

第2節 「選ばれるまち大垣」創造プロジェクト

2 希望あふれる活力あるまちづくり

大垣公園とその周辺地域の再整備や中心市街地の活性化を図るとともに、東海環状自動車道大垣西インターチェンジ周辺の土地活用、商工業や農林業の振興、企業誘致の促進などの取り組みを進めます。

さらに、大垣城や奥の細道むすびの地、ユネスコ無形文化遺産「大垣祭の軸行事」などの歴史文化資源を活用した観光事業を周辺自治体等とも連携しながら進めるほか、スポーツや芸術文化を通じて自己実現や生きがいを実感できる活動を促進します。

第3節 分野別計画

2 みんなが元気なまち（産業振興）

(5) 観光

① めざす姿

観光の振興や観光客受入体制の充実により、行ってみたくなる・また来たくなる観光資源が創出され、多くの人で賑わうまち

② 現状と課題

- 1) 大垣城や奥の細道むすびの地記念館等に代表される歴史・文化観光資源をはじめ、自噴水や里山等の自然観光資源や、大垣まつり等の伝統的なまつり、松尾芭蕉関連事業等の個性的なイベント等により、多くの観光客が来訪されています。
- 2) 大垣城や墨俣一夜城、奥の細道むすびの地記念館など、観光客が多く訪れる施設の魅力をさらに高めるため、受入体制の整備を図る必要があります。
- 3) 観光資源の魅力や価値を、インターネットをはじめとした様々な手段により、効果的な情報発信に努める必要があります。
- 4) 案内看板をはじめ駐車場、公共交通等、観光客の行動やニーズにあわせた観光環境の充実を図る必要があります。
- 5) 観光資源の価値を高めるためには、周辺自治体等との連携を図り、より大きな魅力を創出していく必要があります。
- 6) 大阪・関西万博の開催により、インバウンド（訪日外国人）需要が増加すると想定されるため、外国人観光客に本市を知り、訪れてもらえる施策が必要です。

3 観光戦略指針の期間

この指針の期間は、令和6年度から10年度までの5年間とします。

なお、改定後は、進捗状況の把握に努めるとともに、観光を取り巻く社会経済情勢の変化などにも的確に対応しながら、必要に応じて内容の見直しを行います。

〔観光戦略指針の計画期間〕

計画等	年度							
	R5	R6	R7	R8	R9	R10	R11	
	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	
大垣市観光戦略指針	改定	→					改定	→
大垣市未来ビジョン	→ 第2期基本計画					→ 第3期基本計画		

4 持続可能な開発目標（SDGs）との関連

「持続可能な開発目標（SDGs）」とは、2030年（令和12年）を年限とする国際社会全体で取り組む目標であり、2015年（平成27年）の国連サミットで採択されました。SDGsでは、誰一人として取り残さない社会の実現を目指し、「貧困をなくそう」「すべての人に健康と福祉を」「質の高い教育をみんなに」など、17のゴール（目標）が設定されています。

また、国が策定する「SDGs実施指針」では、地方自治体が各種計画等の策定や改訂に当たる際は、SDGsを最大限に反映することを奨励していることを踏まえ、本指針においてもSDGsの反映に努めます。



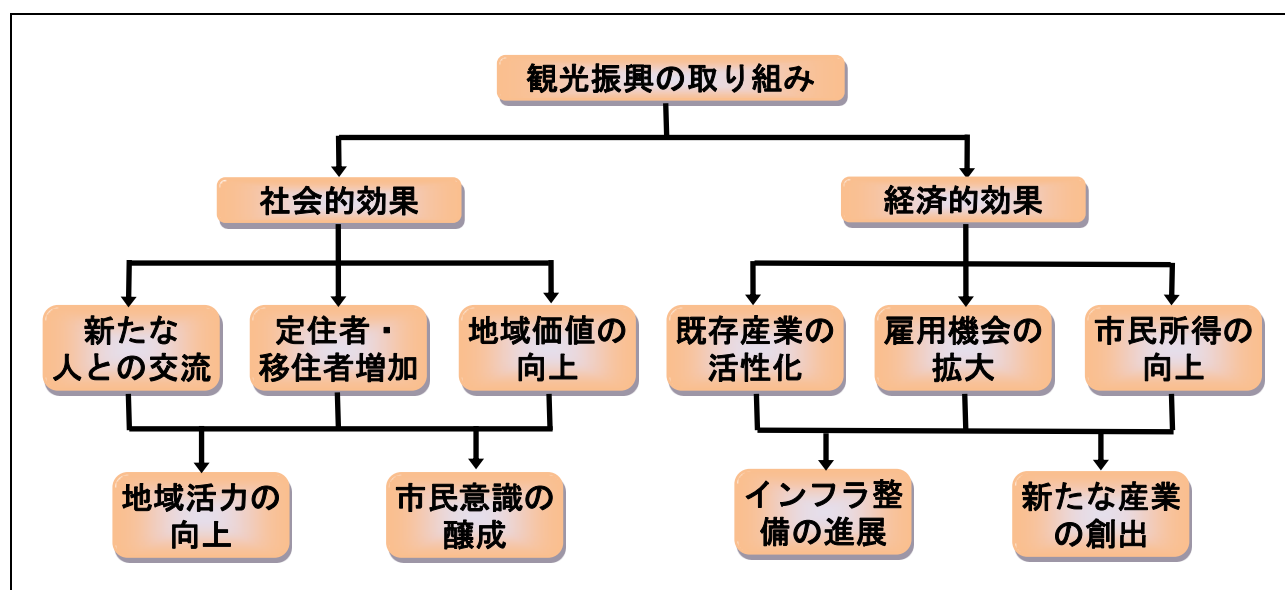
5 観光振興の果たす役割

観光振興の推進により、多くの観光客が本市を訪れ、新たな人の交流が生まれることは、市民のおもてなしの心の向上や郷土の再認識、さらには、交通網をはじめとするインフラの整備、ユニバーサルデザインによる住みやすいまちづくりにつながり、地域価値の向上や定住者・移住者の増加など、幅広い分野に対して効果を誘発するきっかけになります。

また、土産品の購入や宿泊等の観光消費が増加することなどにより、地域経済の活性化が図られるとともに、既存産業の活性化や雇用機会の拡大、市民所得の向上、さらには、地域での消費支出につながるといった経済的波及効果も発生します。

この経済的波及効果は、本市の税収増につながり、増加する多様な市民ニーズに効率的に応じることができるようになり、結果、多様な地域サービスを受けることができる魅力が、さらなる定住者・移住者の増加につながるなどの社会的効果も向上するため、経済的効果とともに、より大きな好循環が生まれます。

〔観光振興が地域に果たす役割〕



※ ユニバーサルデザインとは、高齢者や障がい者などの特定の人を対象としてバリア（障がい）をなくすバリアフリーの考え方を発展させるもので、あらかじめ、性別・年齢・身体的特性・国籍などの違いにかかわらず多様な人のニーズを考慮する考え方です。

第2章 第2期計画の実施状況及び評価

1 第2期計画の実施状況

本市では、平成29年度から令和3年度までを計画期間とする第2期の「大垣市観光戦略指針」を策定し、「住んでよし、訪れてよしの観光まちづくり」の実現を目指して、本市の観光資源の特性や観光の動向等を踏まえ、各種団体と連携して観光施策を実施してきました。

なお、第2期計画は、新型コロナウイルス感染症の影響により改定を見送ってきましたが、第2期計画で掲げている施策については、目標・指標への影響が多大であることから、引き続き実施するものとし、新型コロナウイルス感染症拡大防止などの社会経済情勢の変化などにも的確に対応しながら、必要に応じて観光に関する施策を実施してきました。

(1) 大垣らしい魅力の創出

本市の歴史・文化、自然など多様な観光資源を磨き、活用することなどにより、「歴史と文化の東西の出逢い」の大垣らしい魅力の創出に取り組みました。

① 観光資源の発掘と魅力づくり

市民協働による魅力ある資源の発掘や「磨き上げ」による魅力づくりのため、優れた企画提案があった市民団体等に、事業運営を委託して実施しました。

また、観光資源を「水の都おおがき」、「城下町おおがき」、「奥の細道むすびの地大垣」、「クールおおがき」、「奥の細道紀行330年（令和元年度）」をテーマに、地域全体の魅力の向上を図りました。

- 1) 大垣市観光・シティプロモーション推進事業
- 2) 奥の細道むすびの地記念館イベント事業
- 3) 奥の細道紀行330年記念事業
- 4) 3都市4城サミット事業
- 5) 旅の魅力再発見事業
- 6) 戦国観光おおがき魅力発信事業
- 7) 奥の細道むすびの地PR強化事業
- 8) 周遊観光商品造成事業
- 9) 看板商品創出事業

② まつり・イベントの活用

「大垣まつり」、「水都まつり」、「十万石まつり」、「奥の細道むすびの地記念館イベント事業」、「クールおおがき推進事業」のさらなる充実や見直しを行いました。

- 1) 奥の細道むすびの地記念館イベント事業（再掲）
- 2) 大垣まつりPR強化事業 など

③ 観光・シティプロモーション活動の推進

本市の魅力を伝え、具体的な観光行動を動機づけるため、観光・シティプロモーション活動を実施しました。

また、観光キャンペーンや物産展をはじめ、話題性のあるテーマ設定や様々なメディアへの積極的な情報提供など多様な手段により、観光・シティプロモーション活動を展開しました。

- 1) 大垣市観光・シティプロモーション推進事業（再掲）
- 2) フィルムコミッション事業 など

④ 交流・体験型観光の促進

産業や文化、生活が体験できる幅広い体験メニューの充実を図ることなどにより、観光客の選択肢の拡充や満足度の向上につながる取組みを行いました。

- 1) 水の都おおがき舟下り事業
- 2) 水の都おおがきたらい舟事業
- 3) 水の都おおがきたらい舟川遊び事業

⑤ 地域ブランド化の推進

「クールおおがき」と題し、地域資源の活用や地域ブランドの確立等の付加価値の向上等を推進しました。

- 1) クールおおがき地域プロモーション事業
- 2) クールおおがきPRキャンペーン事業
- 3) 戦国観光おおがき魅力発信事業（再掲） など

(2) おもてなしの心の拡大

観光振興のために最も基本となる人を育て、生かすことで、大垣らしい魅力を創り、本市全体に「おもてなしの心」を広げることを目指し取り組みました。

① 地域を知る活動の推進

市民自らが、本市の魅力を楽しみながら発見し、学ぶことで地域に対する誇りを高め、自発的な広報活動へとつながるような取り組みを行いました。

- 1) おむすび博事業
- 2) かがやき出前講座事業
- 3) ふるさと大垣科事業
- 4) まちゼミ事業 など

② 観光人材の育成

観光に携わる人材を育成する仕組みづくりを行いました。

- 1) 観光案内・ボランティアガイド事業 など

③ 観光関連事業の支援

体験型観光や地産地消の促進など、地域での消費活動の拡大による観光関連事業の活性化に努めました。

また、観光関連事業者との積極的な連携や、従来観光関係機関とあまり縁のなかった機関との連携を支援することにより、事業機会の創出や観光需要の増加を図りました。

- 1) 水の都おおがきたらい舟川遊び事業（再掲）
- 2) 西美濃観光地域づくり推進事業
- 3) 観光客誘致促進キャンペーン事業
- 4) 周遊観光商品造成事業（再掲） など

(3) 快適な観光環境の提供

観光客や市民等すべての人に大垣を楽しんでもらえるよう、交通、情報など様々な面から快適な観光環境を提供することを目指して事業実施しました。

① 観光関連情報の充実

観光関連情報の一元化を図り、インターネットやSNSの活用をはじめ、観光案内拠点等を通じて観光客等へ広く情報提供しました。

- 1) 観光情報発信事業
- 2) 西美濃観光案内所事業
- 3) 広告宣伝事業 など

② 観光案内拠点の充実

来訪者が快適で効率的な観光行動が可能となるよう、観光案内拠点を整備、充実するとともに利便性の高い観光情報を提供できる仕組みを構築しました。

- 1) 西美濃観光案内所移転整備事業（平成30年4月リニューアルオープン）
- 2) 西美濃観光案内所事業（再掲）

③ 観光情報提供ツールづくり

観光客への観光関連情報をデジタル方式とアナログ方式の両面で提供し、必要な人に必要な情報を迅速に提供できる方法の充実を図りました。

- 1) 観光情報発信事業（再掲）
- 2) 観光情報誌製作事業
- 3) 関ヶ原古戦場広域観光環境整備事業
- 4) 中山道案内標識設置事業 など

④ 交通ネットワークの整備

JR大垣駅の拠点性を生かし、周遊が可能となるような交通ネットワークを関係機関と連携して構築しました。

- 1) 地域公共交通デジタル化推進事業

⑤ 安全で快適な観光環境の整備

すべての人が快適に過ごせる観光空間づくりを目指して、安心・安全で快適な観光地づくりに取り組みました。

- 1) 西美濃観光案内所移転整備事業（平成30年4月リニューアルオープン）（再掲）
- 2) 関ヶ原古戦場広域観光環境整備事業（再掲）
- 3) 奥の細道むすびの地駐車場拡充 など

(4) 広域連携の強化

市内はもちろんのこと、西美濃圏域全体で、様々な観光主体が一体となって協力、連携することなどにより、本市の観光をより魅力的なものにするための仕組みを構築し、行動していくことを目指し事業実施しました。

① 広域連携による誘客の推進

西美濃広域観光推進協議会や西美濃・北伊勢観光サミットなどの活動を通じて、効果的な広域連携を推進しました。

また、美濃路街道連携協議会や「日本歴史街道」美濃中山道連合などの活動を通じて、広域連携による誘客を推進しました。

② 都市間観光の交流・連携の推進

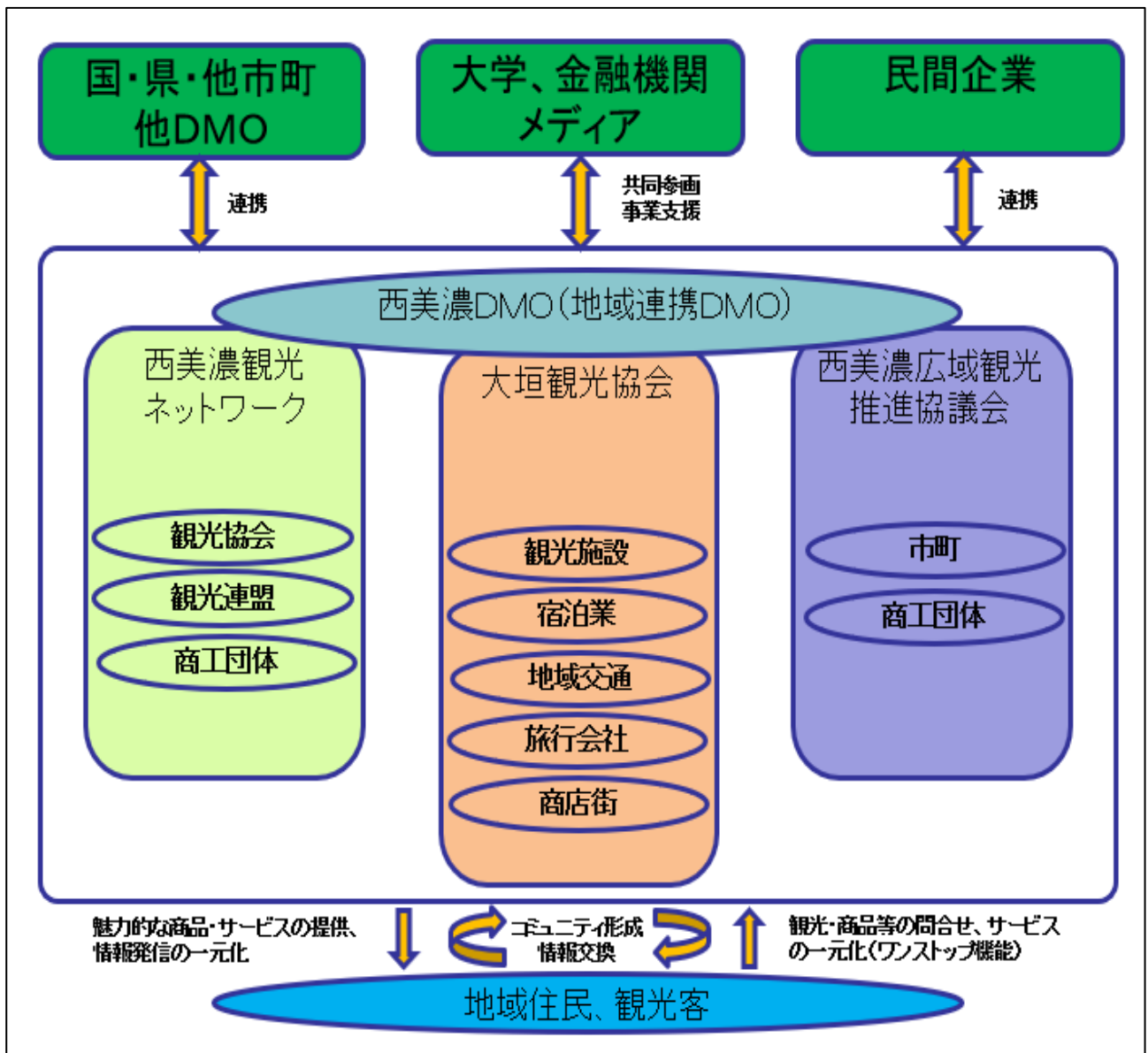
交流人口の増加を図り、関係都市との間で、市民相互の観光交流を促進しました。

- 1) 鹿児島市交流事業
- 2) 日置市交流事業
- 3) 奥の細道サミット
- 4) 朝鮮通信使縁地連絡協議会
- 5) 東海地区外国人観光客誘客促進協議会
- 6) 交流都市観光交流事業
- 7) ぎふロケターリズム協議会

③ 観光推進組織の整備

観光戦略を積極的に推進するため、観光・シティプロモーション活動などを総合的に行うための組織として観光地域づくり法人（DMO）の設立を推進し、令和3年3月にNPO法人大垣観光協会が地域連携DMOとして観光庁に登録されました。

- 1) 西美濃観光ネットワーク設立
- 2) 地域連携DMOとして登録
- 3) 西美濃観光ネットワーク推進事業



※ DMO (Destination Management Organization)とは、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「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役として、多様な関係者と協同しながら、明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を策定するとともに、戦略を着実に実施するための調整機能を備えた法人のこと。

(5) インバウンドの強化

海外からの観光客の誘客を目的として、訪日観光客の増加が期待できるアジア諸国を主な対象として、インバウンド（海外から日本を訪れる旅行）を推進しました。

① 現地での積極的な展開

海外で開催される各種の旅行博覧会等へ参加し、一般消費者や観光関係者に広く本市の魅力を発信しました。

1) 海外観光プロモーション事業

② 受入環境の整備

外国人観光客の満足度向上・リピーター獲得のため、観光リーフレット、ホームページの多言語化など、本市の街歩きを楽しみ、滞在に満足できる環境づくりを進めました。

1) 観光情報発信事業（再掲）

2) 外国語版情報誌作成事業

③ 外国人誘客の支援

海外からのさらなる誘客を図るため、海外の旅行業者等に対し、誘客奨励制度を拡充しました。

1) 観光客誘客促進事業

④ 情報発信の強化

外国人個人観光客の旅行先決定の情報源となっているインターネットやSNS等を利用し、情報発信を行いました。

1) 観光情報発信事業（再掲）

⑤ 大都市圏等での認知度向上

大都市圏や空港など、訪日外国人が多く訪れている地域を対象に本市の観光資源の魅力をポスターを通じて発信するなど、認知度向上に努めました。

1) 国内観光プロモーション事業

2) 広告宣伝事業（再掲） など

2 新型コロナ禍における実施状況

新型コロナウイルス感染症の感染状況に合わせ、規模の縮小や厚生労働省が公表した「新しい生活様式」の実践例を踏まえ、イベントの開催や観光客誘客を推進しました。

また、「緊急事態宣言」や「まん延防止等重点措置」が適用され、行動制限がされていた時には、アフターコロナ・ウィズコロナを見据えて、情報発信の強化を行いました。

- 1) 観光客誘客促進事業（再掲）
- 2) 広告宣伝事業（再掲）
- 3) 旅の魅力再発見事業（再掲）
- 4) 地域ドラマ観光プロモーション事業

3 基本目標に対する実績

(1) 観光客年間入込数

目標指標は、「観光客年間入込数」とし、平成27年の267万人を令和3年に300万人にすることを目標としました。

しかし、新型コロナウイルス感染症拡大により令和3年実績では54万人となり、目標値を246万人下回りました。

目標指標名	観光戦略指針		
	基準値 (平成27年)	目標 (令和3年)	実績値 (令和3年)
観光客年間入込数 (万人)	267	300	54

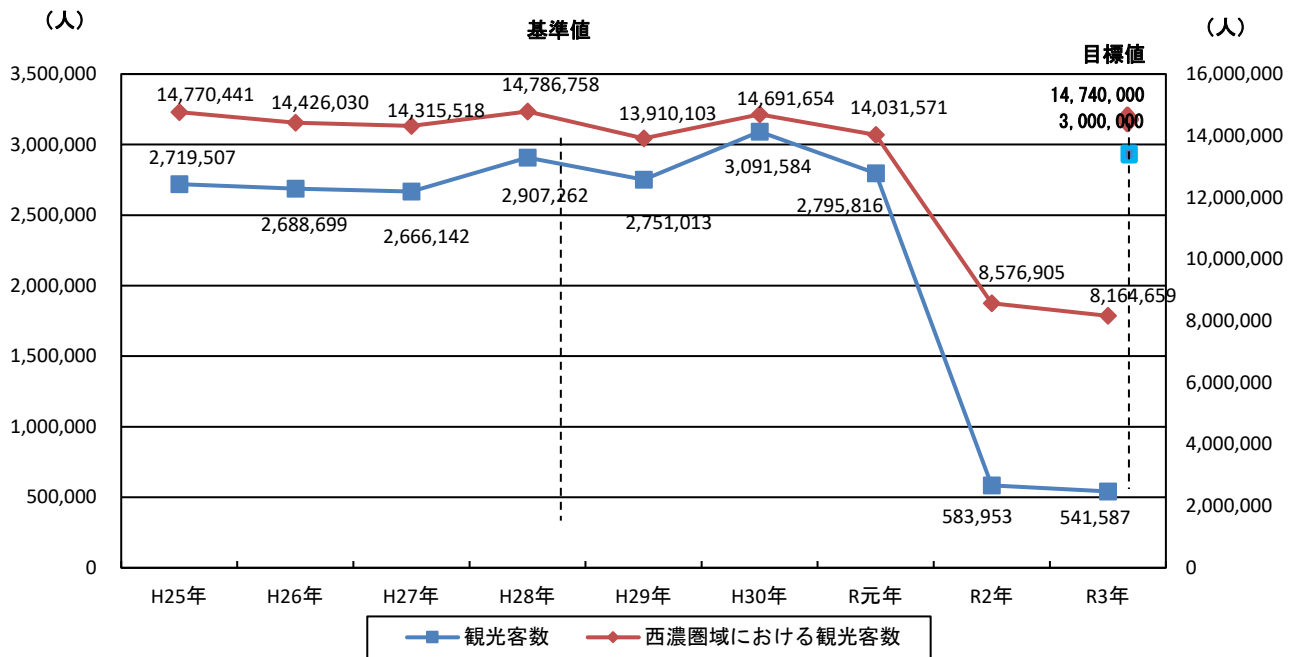
(2) 西美濃圏域における観光客数

目標指標は、「西美濃圏域における観光客数」とし、平成27年の1,432万人を令和3年に1,474万人にすることを目標としました。

しかし、新型コロナウイルス感染症拡大により令和3年実績では816万人となり、目標値を658万人下回りました。

目標指標名	観光戦略指針		
	基準値 (平成27年)	目標 (令和3年)	実績値 (令和3年)
西美濃圏域における観光客数 (万人)	1,432	1,474	816

〔基本目標の推移〕



第3章 観光振興の現状と課題

1 国内観光の動向

わが国の社会経済情勢の変化や生活スタイルの多様化などに伴い、国内の観光の動向も大きく変化してきています。

この指針では、このような変化を踏まえたものとする必要があります。

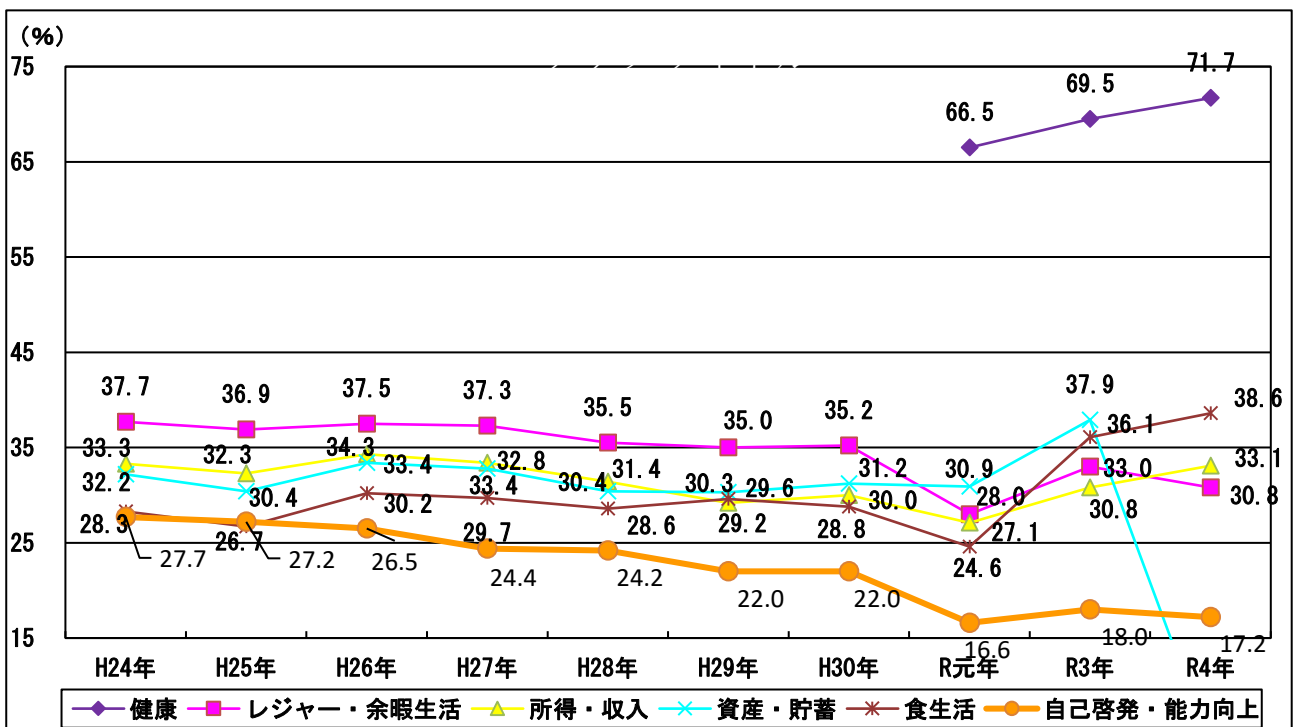
(1) 観光に関する意識の動向と実態

① 今後の生活の力点

令和4年の今後の生活の力点をみると、「健康」が71.7%と最も多く、次いで「食生活」(38.6%)、「所得・収入」(33.1%)、「レジャー・余暇生活」(30.8%)となっています。

「健康」は令和元年度調査から新設された項目で、新設されて以降1位を占めており、コロナ禍を経て生活の重要な位置にあり、観光や旅行の前提として堅調に推移するものと考えられます。

[今後の生活の力点の推移]



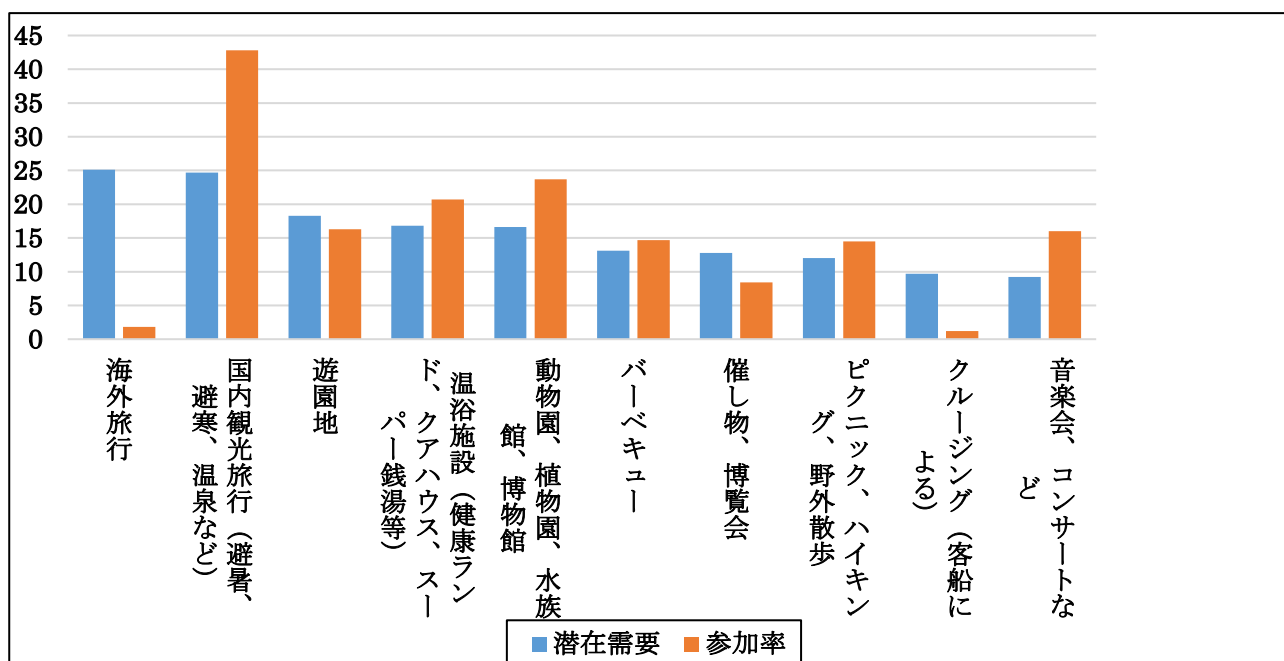
資料：内閣府「国民生活に関する世論調査」

② 余暇活動の潜在需要

令和4年の余暇活動の潜在需要をみると、「海外旅行」が25.1%と最も多く、次いで「国内観光旅行（避暑、避寒、温泉など）」（24.7%）、「遊園地」（18.3%）、「温浴施設（健康ランド、クアハウス、スーパー銭湯等）」（16.8%）となっています。

観光旅行に対する潜在需要は、国内・国外とも多様な余暇活動の中でも、依然として高いことがうかがえます。

〔余暇活動の潜在需要〕



資料：日本生産性本部「レジャー白書2023」

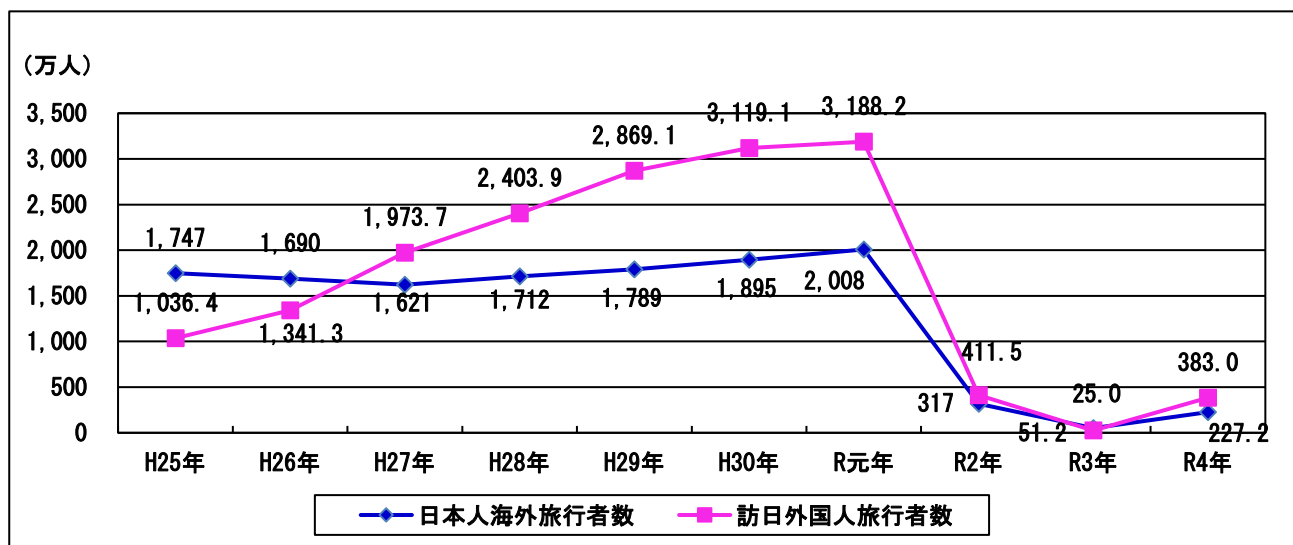
(2) 海外旅行の動向

令和4年の海外旅行の動向をみると、「日本人海外旅行者数」が227万2千人（対令和元年比88.7%減少）、「訪日外国人旅行者数」が383万人（対令和元年比88.0%減少）となっており、大幅な減少となっています。

令和3年と比較して、「日本人海外旅行者数」では、176万人の増加、「訪日外国人旅行者数」では、358万人の増加となっています。

令和元年と比較して、「日本人海外旅行者数」では、1,780万8千人の減少、「訪日外国人旅行者数」では、2,805万2千人の減少となっています。

〔海外旅行者数の推移〕



資料：観光庁「令和5年版観光白書」

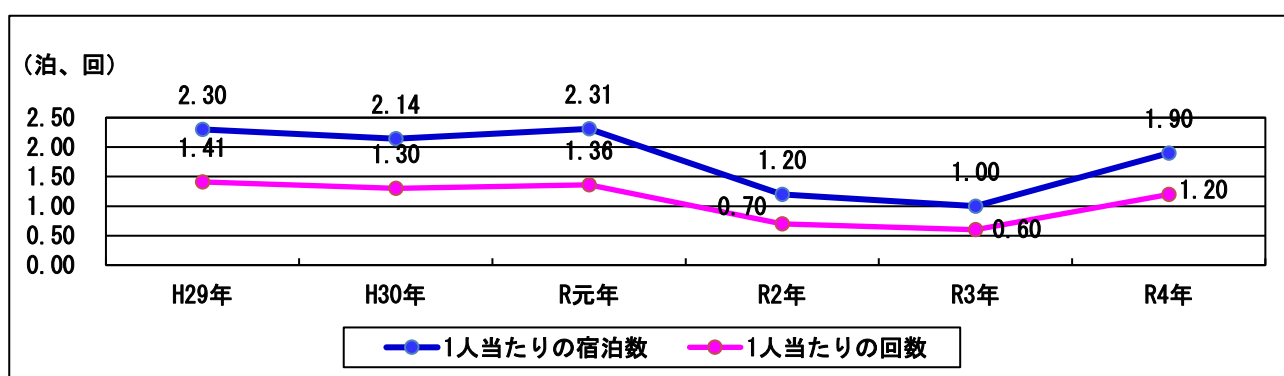
(3) 国内宿泊観光旅行の動向

① 旅行回数及び宿泊数

令和4年の旅行回数及び宿泊数をみると、「1人当たりの回数」が1.2回（対令和元年比11.8%減少）、「1人当たりの宿泊数」が1.9泊（対令和元年比17.7%減少）となっています。

令和2年、令和3年は新型コロナウイルスの影響で大幅な減少となりましたが、新たな生活様式の推進のもと、令和4年は増加に転じました。

〔旅行回数及び宿泊数の推移〕



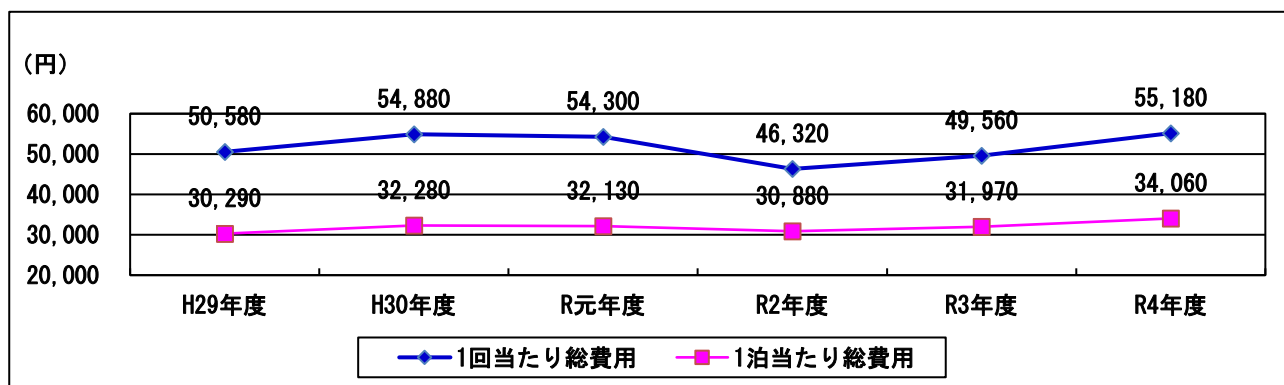
資料：観光庁「令和5年版観光白書」

② 旅行の総費用

令和4年度の旅行の総費用をみると、「1回当たりの総費用」が55,180円（対前年比11.3%増加）、「1泊当たりの総費用」が34,060円（対前年比6.5%増加）となっています。

令和元年度と比較して、「1回当たりの総費用」では、880円（1.6%）の増加、「1泊当たりの総費用」では、1,930円（6.0%）の増加となっています。

〔旅行の総費用の推移〕



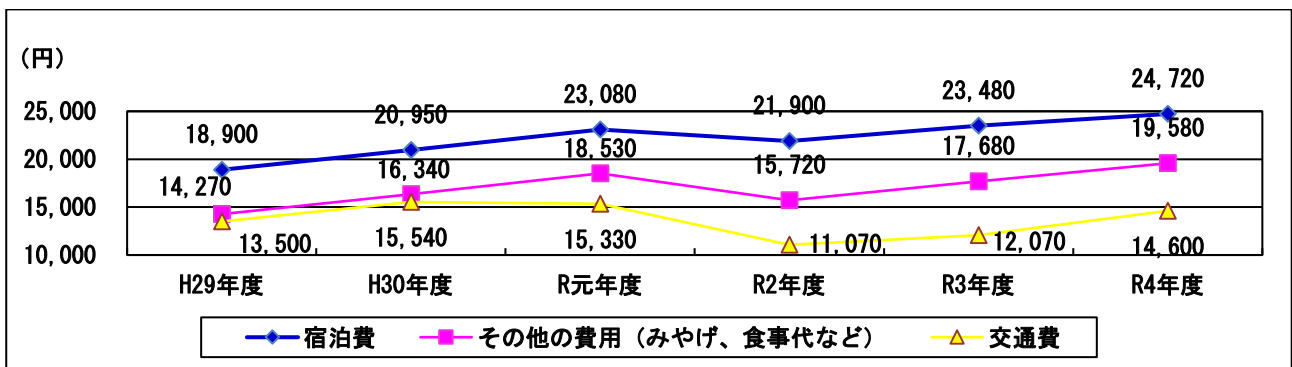
資料：日本観光振興協会「観光の実態と志向」

③ 旅行の費用別内訳

令和4年度の旅行の費用別内訳をみると、「宿泊費」が24,720円（対前年比5.3%増加）、「その他の費用（みやげ、食事代など）」が19,580円（対前年比10.7%増加）、「交通費」が14,600円（対前年比21.0%増加）となっています。

令和元年度と比較して、「宿泊費」では、1,640円（7.1%）の増加、「その他の費用（みやげ、食事代など）」では、1,050円（5.7%）の増加、「交通費」では、730円（4.8%）の減少となっています。

〔旅行の費用別内訳の推移〕



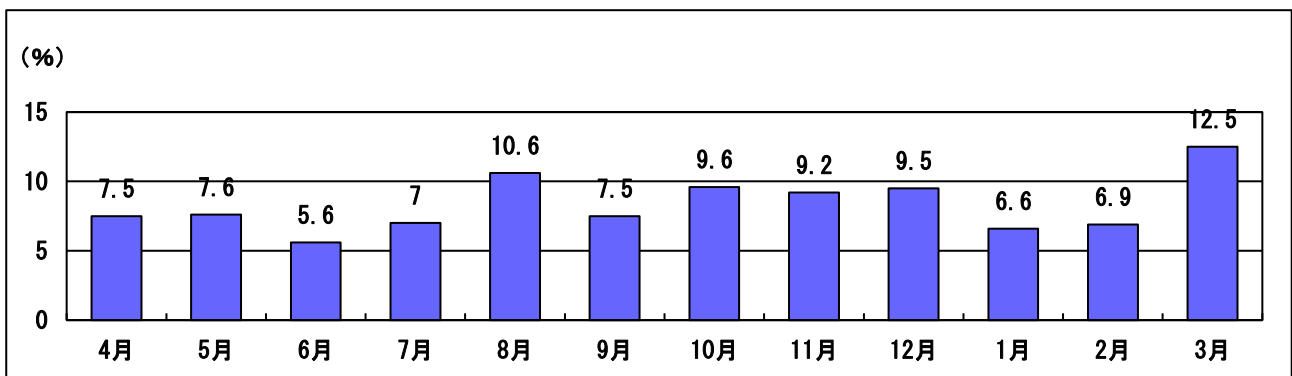
資料：日本観光振興協会「観光の実態と志向」

④ 旅行の実施月

令和4年度の旅行の実施月をみると、「3月」が12.5%と最も多く、次いで「8月」(10.6%)、「10月」(9.6%)、「12月」(9.5%)、「11月」(9.2%)、「5月」(7.6%)、「4月」(7.5%)、「9月」(7.5%)、「7月」(7%)となっています。

「8月～9月」及び「12月～1月」は、新型コロナウイルス感染症緊急事態宣言やまん延防止等重点措置が発令され、該当期間については外出自粛の影響により、減少となっています。

〔旅行の実施月〕



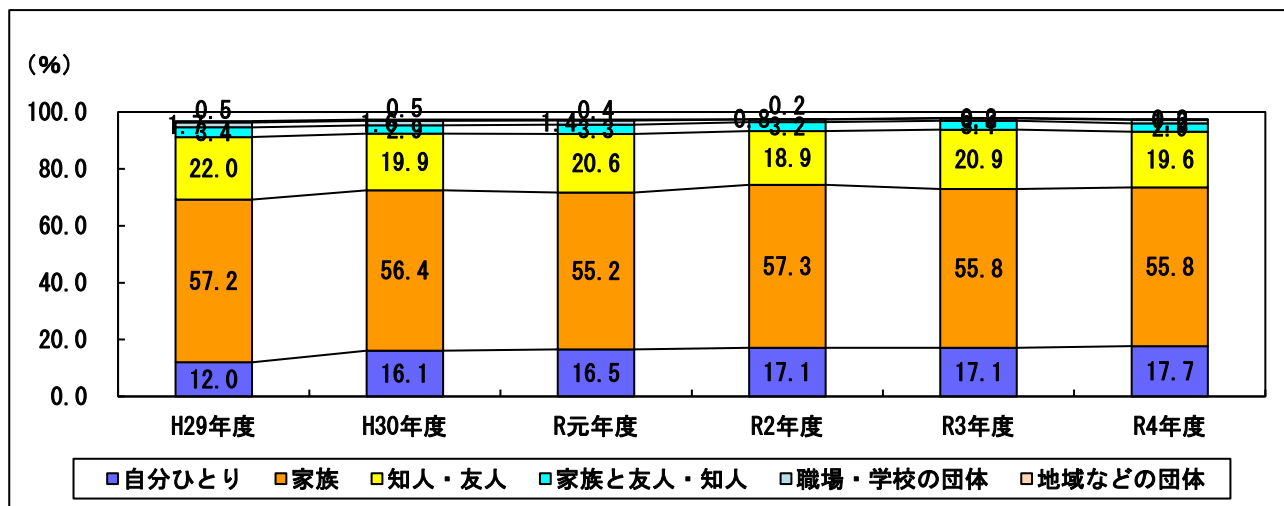
資料：日本観光振興協会「観光の実態と志向」

⑤ 旅行の同行者の種類

令和4年度の旅行の同行者の種類をみると、「家族」が55.8%と最も多く、次いで「友人・知人」(19.6%)、「自分ひとり」(17.7%)、「家族と友人・知人」(2.9%)となっています。

家族や友人・知人などに行く小グループ旅行が全体の約8割を占めています。

〔旅行の同行者の種類の推移〕



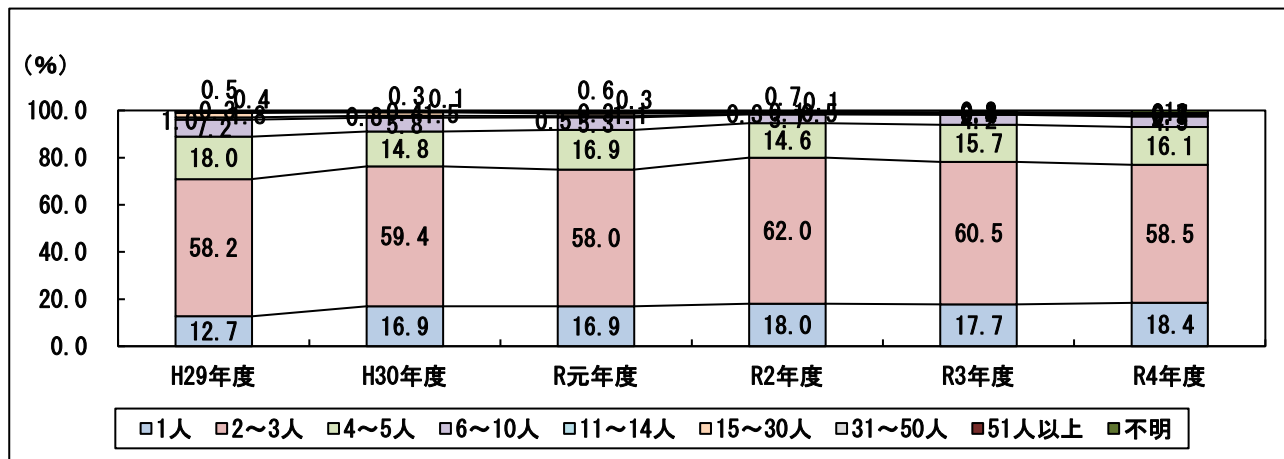
資料：日本観光振興協会「観光の実態と志向」

⑥ 旅行の同行者の人数

令和4年度の旅行の同行者の人数をみると、「2～3人」が58.5%と最も多く、次いで「1人」(18.4%)、「4人～5人」(16.1%)となっています。

5人以下が全体の9割以上を占めています。

〔旅行の同行者の人数の推移〕



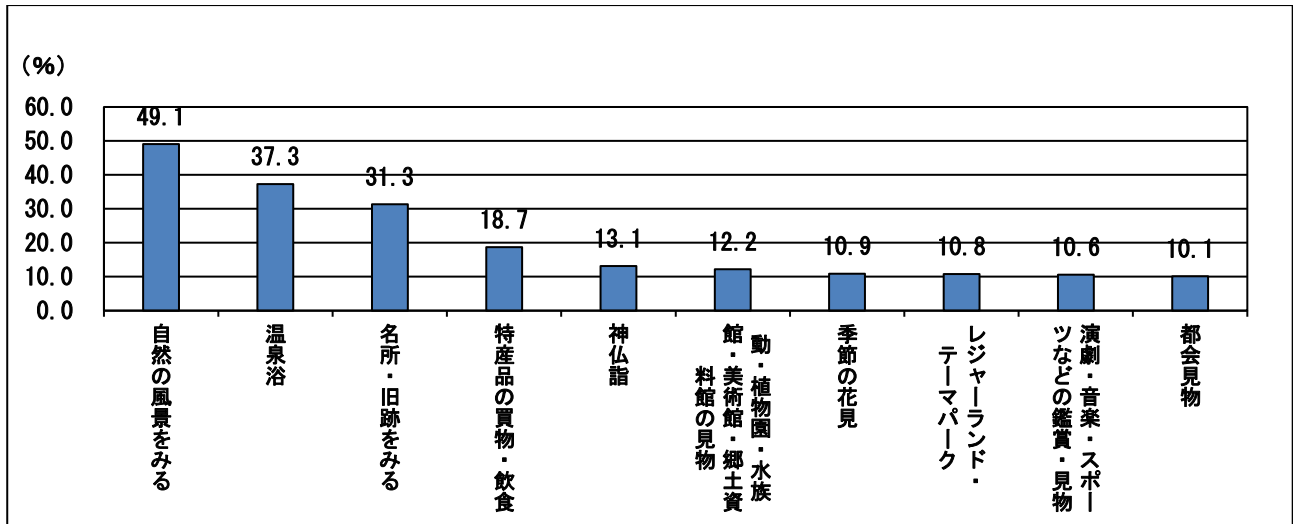
資料：日本観光振興協会「観光の実態と志向」

⑦ 旅行先での行動

令和4年度の旅行先での行動をみると、「自然の風景をみる」が49.1%と最も多く、次いで「温泉浴」(37.3%)、「名所・旧跡をみる」(31.3%)、「特産品の買物・飲食」(18.7%)、「神仏詣」(13.1%)となっています。

コロナ禍において、屋外等、密にならない行動が高い割合を占めています。

【旅行先での行動】

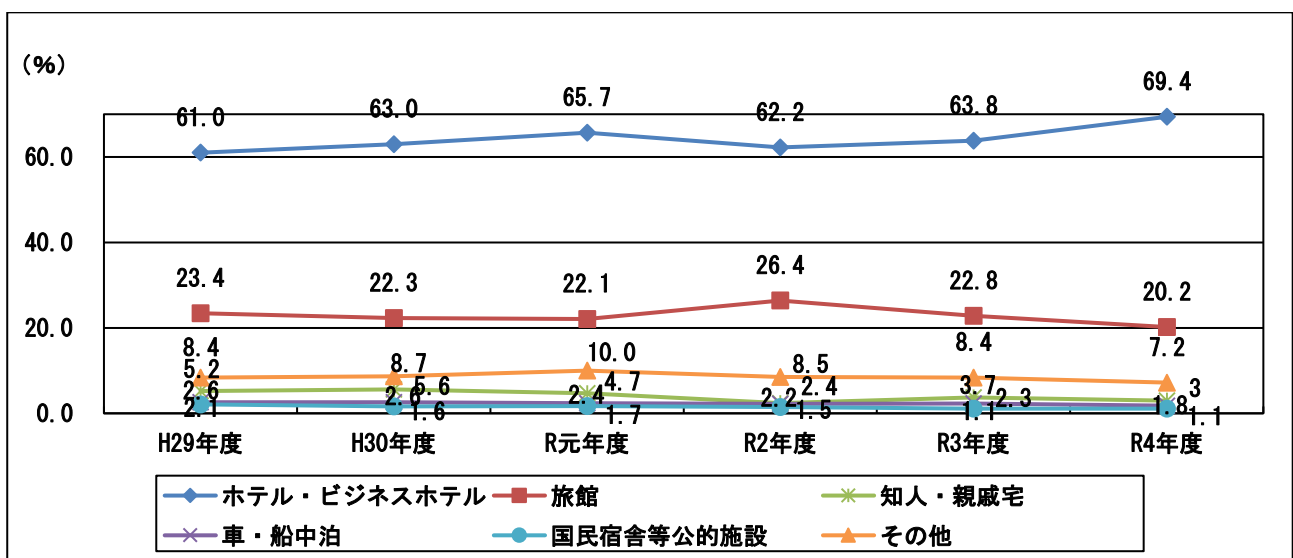


資料：日本観光振興協会「観光の実態と志向」

⑧ 旅行の利用宿泊施設

令和4年度の旅行の利用宿泊施設をみると、「ホテル・ビジネスホテル」が69.4%と最も多く、次いで、「旅館」(20.2%)、「その他」(7.2%)となっています。

【旅行の利用宿泊施設の推移】



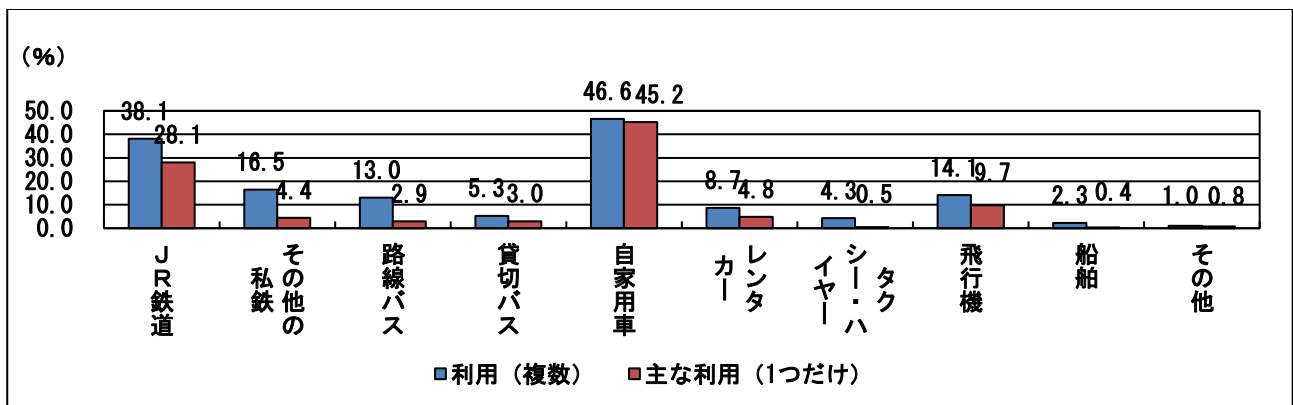
資料：日本観光振興協会「観光の実態と志向」

⑨ 旅行の利用交通機関

令和4年度の旅行で複数利用する交通機関をみると、「自家用車」が46.6%と最も多く、次いで「JR鉄道」（38.1%）、「その他の私鉄」（16.5%）、「飛行機」（14.1%）となっています。

高速道路や幹線道路など道路網整備の進展や旅行人数の小グループ化を背景に、移動手段としての「自家用車」の需要は、他と比較して大きくなっています。

〔旅行の利用交通機関〕



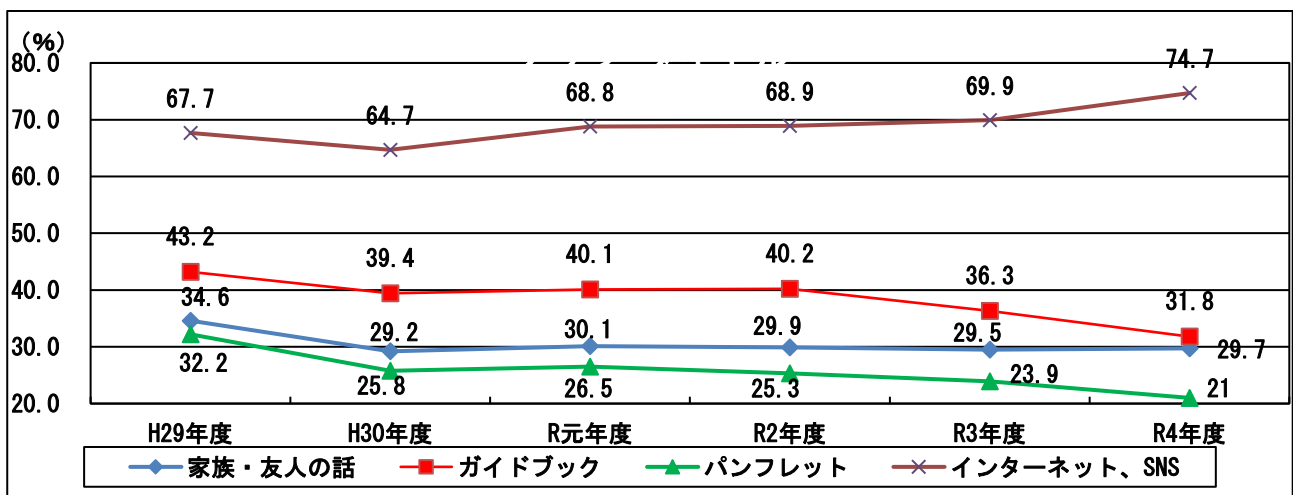
資料：日本観光振興協会「観光の実態と志向」

⑩ 旅行の目的地決定の参考にするもの

令和4年度の旅行の目的地を決定する際に参考にするものをみると、「インターネット、SNS」が74.7%と最も多く、次いで「ガイドブック」（31.8%）、「家族・友人の話」（29.7%）、「パンフレット」（21.0%）となっています。

「インターネット」の利用はおよそ7割を占めており、SNSの普及によって、情報発信の重要性が重要になってきています。

〔旅行の目的地決定の参考にするものの推移〕

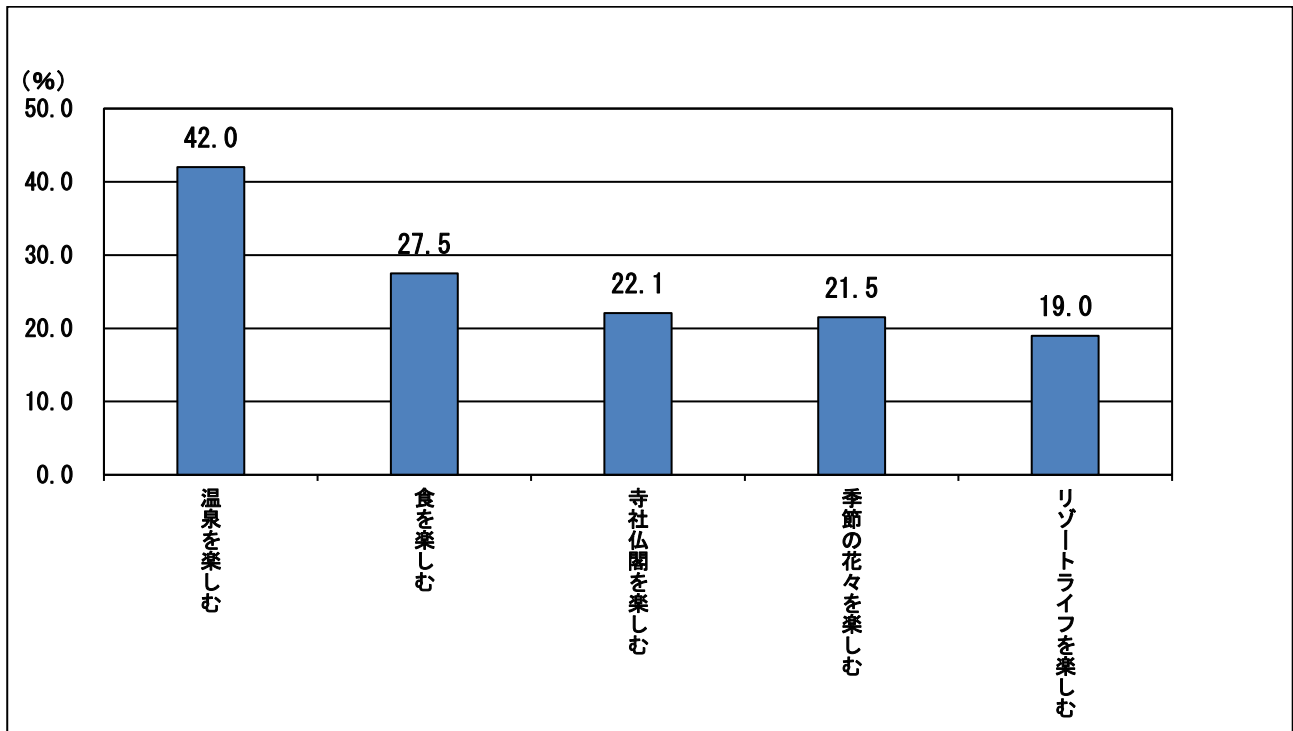


資料：日本観光振興協会「観光の実態と志向」

⑪ 旅行の今後の希望

令和4年度の今後1年間に行ってみたい旅行の種類をみると、「温泉を楽しむ」が42.0%と最も多く、次いで「食を楽しむ」(27.5%)、「寺社仏閣を楽しむ」(22.1%)、「季節の花々を楽しむ」(21.5%)、「リゾートライフを楽しむ」(19.0%)となっています。

〔今後1年間に行ってみたい旅行の種類〕



資料：日本観光振興協会「観光の実態と志向」

(4) 国の取り組み

国では、観光立国実現のため、平成15年7月に「観光立国行動計画～『住んでよし、訪れてよしの国づくり』戦略行動計画～」が策定されました。

また、同年度からは、海外における日本の観光魅力の発信や訪日旅行商品の造成支援等を行う「ビジット・ジャパン・キャンペーン」の取り組みを官民一体となって推進しています。

平成19年1月には、昭和38年に制定された旧「観光基本法」の全部を改正して、「観光立国推進基本法」が施行されました。

平成20年7月には、「観光圏の整備による観光旅客の来訪及び滞在の促進に関する法律（観光圏整備法）」が施行され、平成24年12月には、この法律に基づく基本方針を改定し、広域的な観光を推進するための財政上の支援を行う仕組みが整備されました。

これにより、令和5年4月までに13地域の観光圏整備実施計画の認定がされるなど、広域観光推進の機運が高まっています。

平成20年10月には、国土交通省の外局として「観光庁」が発足し、また、平成21年12月には、観光立国推進本部が立ち上げられるなど、政府全体で観光立国の推進を図っていく体制が整えられました。

平成23年12月には、「日本再生の基本戦略」が閣議決定され、国の光を示す「観光」の振興が日本再生に不可欠であることが示されました。

平成25年3月から平成28年5月までに観光立国閣僚推進会議を6回開催し、「観光立国実現に向けたアクション・プログラム」が平成25年度から毎年策定されました。

平成28年3月には、明日の日本を支える観光ビジョン構想会議において、「明日の日本を支える観光ビジョン」が策定されました。

令和5年3月には、第四次「観光立国推進基本計画」が閣議決定され、観光産業の収益力・生産性を向上させ、地域社会・経済に好循環を生む仕組みづくりを推進する「持続可能な観光地域づくり戦略」や、消費額拡大・地方誘客促進を図る「インバウンド回復戦略」、人口減でも国内旅行の実施率向上、滞在長期化を図る「国内交流拡大戦略」に取り組むこととしています。

〔第四次「観光立国推進基本計画」における基本的な方針〕

○ 第四次「観光立国推進基本計画」

1 持続可能な観光地域づくり戦略

- (1) 地域一体となった観光地・観光産業の再生・高付加価値化
- (2) 観光DXの推進
- (3) 観光産業の革新
- (4) 観光人材の育成・確保
- (5) 観光地域づくり法人（DMO）を司令塔とした観光地域づくりの推進
- (6) 持続可能な観光地域づくりのための体制整備等の推進
- (7) 良好な景観の形成・保全・活用
- (8) 持続可能な観光地域づくりに資する各種の取組
- (9) 国家戦略特区制度等の活用
- (10) 旅行者の安全の確保等
- (11) 東日本大震災からの観光復興
- (12) 観光に関する統計等の整備・利活用の推進

2 インバウンド回復戦略

- (1) インバウンドの回復に向けた集中的取組
- (2) 消費拡大に効果の高いコンテンツの整備
- (3) 地方誘客に効果の高いコンテンツの整備
- (4) 訪日旅行での高付加価値旅行者の誘致促進
- (5) 戦略的な訪日プロモーションの実施

3 国内交流拡大戦略

- (1) 国内旅行需要の喚起
- (2) 新たな交流市場の開拓
- (3) 国内旅行需要の平準化の促進

〔第四次「観光立国基本計画」に関する目標〕

項目	実績値 (R元年)	目標値 (R7年)
持続可能な観光地域づくりに取り組む地域数 ^{※1}	12地域 (R04実績)	100地域
訪日外国人旅行消費額単価	15.9万円	20万円
訪日外国人旅行者一人当たり地方部 ^{※2} 宿泊数	1.4泊	2泊
訪日外国人旅行者数	3,188万人	令和元年水準越え
日本人の海外旅行者数	2,008万人	令和元年水準越え
アジア主要国における国際会議の開催件数割合	アジア2位 (30.1%)	アジア最大・3割以上
日本人の地方部延べ宿泊者数	3.0億人泊	3.2億人泊
日本人国内旅行消費額	21.9兆円	22兆円

※1 「日本版持続可能な観光ガイドライン」(JSTSD)に沿って持続可能な観光地域づくりに取り組む地域として観光庁の承諾を受けてロゴマークを取得した地方公共団体や観光地域づくり法人DMO等の団体数で把握する。

※2 地方部とは、三大都市圏(埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、愛知県、京都府、大阪府、兵庫県)以外の地域をいう。

〔近年の国の観光振興の取り組み〕

年度	主な支援施策等	支援施策等の目的
平成26年度～	観光地域ブランド確立支援事業（観光庁）	観光地域づくりプラットフォームの観光地域の取り組みを支援。
平成26年度～	観光地ビジネス創出の総合支援（観光庁）	観光地ビジネスの専門家の派遣、シンポジウムの開催。
平成27年度～	広域観光周遊ルート形成促進事業（観光庁）	認定された広域観光周遊ルート形成計画の事業を関係省庁・機関が支援。
平成27年度～	日本版DMO候補法人の登録制度（観光庁）	観光地域づくりの舵取り役を担う法人の登録制度。法人には、地域創生推進交付金による支援。
平成27年度～	地域資源を活用した観光地魅力創造事業（観光庁）	観光資源を活かした地域づくり施策と観光振興のための施策を一体で支援。
平成29年度～	文化遺産総合活用推進事業（文化庁）	地域の多様な文化遺産を活用し、文化振興とともに地域活性化をすいしんすることを目的とした取り組みを支援。
平成30年度	文化財活用・理解促進戦略プログラム2020の策定（観光庁）	地方公共団体による歴史文化基本構想の策定・改訂の支援と、歴史文化基本構想に基づいた観光拠点の形成への支援。
令和元年度	歴史的観光資源高質化支援事業（観光庁）	伝統的な意匠形態をもった建築物の外観改修及び歴史的なまちなみを阻害する建物除去等の取り組みを支援。
令和2年度	「日本版持続可能な観光ガイドライン」を開発。	地方公共団体やDMOが、観光客と地域住民双方に配慮し、多面的かつ客観的なデータ計測と中長期的な計画に基づき持続可能な地域マネジメントを行うためのツール
令和3年度	域内連携促進事業	観光事業者や観光地域づくり法人（DMO）と、交通事業、漁業、農業、地場産業等の多様な関係者が連携し、地域に眠る観光資源を磨き上げる取り組みを支援。

(5) 県の取り組み

岐阜県では、平成19年7月に「みんなでつくろう観光王国飛騨・美濃条例」が制定され、平成20年3月には、「飛騨・美濃じまん運動実施計画」が策定されました。

平成25年3月には、「飛騨・美濃じまん運動実施計画」の第2期計画として、「岐阜県観光振興プラン」が策定され、宿泊滞在型観光への本格展開のため、新たな観光資源と既存の有名観光地との連携促進などにより、宿泊滞在型観光の創出を図るとともに、国内外からの効果的な誘客に向けた施策が戦略的に展開されました。

平成26年3月には県経済の発展と雇用拡大を目指し、「岐阜県成長・雇用戦略」が策定され、平成29年3月に、新たな社会経済の進展を捉え「岐阜県成長・雇用戦略2017」へ改定し取り組みを推進してきました。しかし、新型コロナウイルス感染症の長期化、物価高騰等により県経済は大きな影響を受けたため、DXや脱炭素をはじめとする社会経済活動の変革に対応した持続可能な発展を目指し、6つのプロジェクトから成る、「岐阜県経済・雇用再生戦略」を令和5年3月に策定し、県経済の回復・再生に取り組んでいます。

〔岐阜県経済・雇用再生戦略の目標〕

項目	現状値 (R3年)	目標値 (R9年)
観光消費額	1,721億円	3,600億円
観光入込客数 (推計実人数)	3,842万人	5,300万人
外国人宿泊客数 (延べ人数)	3万人	200万人

〔近年の県の観光振興の取り組み〕

1 観光消費拡大につながる質の高い観光資源づくり

(1) 広域周遊観光の核づくり

① 広域観光の核となる関ヶ原古戦場の魅力づくり

関ヶ原古戦場は、壬申の乱、関ヶ原の戦いと天下分け目の合戦が2度繰り広げられた場所であり、歴史資源としての知名度も高く、近隣には大垣城や墨俣一夜城、岐阜城など、戦国時代にまつわる資源が多く存在します。

関ヶ原古戦場を核とした滞在・周遊型観光の促進に向け、平成27年3月に策定した「関ヶ原古戦場ランドデザイン」に基づき、関ヶ原古戦場記念館及び観光客受入環境の整備、関ヶ原の魅力発信の強化等を行いました。

② 大河ドラマを活かした魅力づくり

令和2年の大河ドラマ「麒麟がくる」の放送を契機として磨き上げた、県内の明智光秀ゆかりの地に係る継続的な情報発信や誘客を図りました。

また、令和3年の大河ドラマ「鎌倉殿の13人」の放送を契機に、「承久の乱」の激戦地となった岐阜県のPRを、各務原市、可児市等のゆかりの地と連携して情報発信を図りました。

③ 県内市町と連携した戦国・武将観光の推進

県内全域での戦国・武将観光を推進する観点から、共同プロモーションや情報共有を行うとともに、市町村による戦国・武将観光に関連した事業やコンテンツの充実を支援しました。

(2) 「NEXT GIFU HERITAGE～岐阜未来遺産～」等観光資源の市場化

平成19年度から、地域が誇る自然や歴史、文化等の資源を掘り起こし、全国に通用する観光資源として磨き上げる「岐阜の宝もの認定プロジェクト」に取り組んできました。

昨今、持続可能な観光（サステイナブル・ツーリズム）が世界の潮流となる中、「岐阜の宝もの」の認定基準にサステイナブル・ツーリズムの国際指標を取り入れ、岐阜県における持続可能な観光の先進的取組みであり、世界から選ばれる旅先となることが期待できる地域・観光プログラムを「NEXT GIFU HERITAGE～岐阜未来遺産～」として認定する新たな制度を、令和4年6月にスタートし、2件の観光プログラムが認定されています。

2 主要観光地の魅力を活かした観光誘客プロモーション

(1) 「世界に誇る遺産」等を核とした誘客促進

① 3大都市圏における「清流の国ぎふ」の魅力発信

観光の基幹産業化に向けて、首都圏、関西圏、中京圏を中心に「清流の国ぎふ」のプロモーションを展開しました。

② 世界に誇る遺産等を活用した周遊型観光の促進

NEXCO中日本と連携し、県内の高速道路が定額で乗り放題となる「岐阜県周遊ドライブプラン」を造成し販売しました。

愛知県と連携して、両県の産業観光施設や武将観光施設を巡るスタンプラリーを実施しました。これにより両県の産業観光施設の魅力を一体的にPRすることにより、観光誘客を促進し、両県の観光交流人口の拡大を図りました。

③ 世界に誇る遺産等を活用した滞在型観光の促進

テーマごとに県内市町村からの情報を集約し、キャンペーン特設サイトを開設しました。VISIT岐阜県の体験サイトで、キャンペーン特別体験プログラムを販売しました。県内宿泊施設がキャンペーン特別宿泊プランを「じゃらんnet」及び「楽天トラベル」で販売するとともに、キャンペーン期間中、それぞれのWEBサイト内に特設サイトを開設しました。

昭文社の雑誌「ことりっぷ」特別版として、季刊情報誌「岐阜っぽ。」を企画・制作し、県内外でのイベント等で配布したほか、県内市町村（観光協会等）、JR東海の主要駅、道の駅などで配布しました。

④ 世界に誇る遺産等を活用した集中的な海外プロモーション

新型コロナウイルス感染症の収束後のアジア・欧米からの観光客の速やかな回復及び更なる誘客促進を目指し、アセアン諸国（タイ、マレーシア、インドネシア、ベトナム等）や東アジア諸国・地域（台湾等）、欧米諸国（アメリカ、イギリス等）、オセアニア（オーストラリア）を対象に、国の「ビジット・ジャパン（VJ）事業」や近隣県・関係機関等との連携のもと、各種誘客事業を展開しました。

欧米豪を中心とする個人旅行客の誘客を促進し、県内での宿泊及び観光消費額の増加を図るため、岐阜県の強みを活かした着地型体験コンテンツのオンラインPRを実施しました。

3 世界に選ばれる観光地域づくり

(1) 競争力の高い観光地域づくり

① 観光人材の育成・確保

本県観光産業を支える旅館・ホテルの主な業務内容や働くやりがい・魅力について紹介・発信するとともに、就職希望者と県内観光産業事業者とのマッチングを通して、観光産業の人材確保を促進しました。

(2) ユニバーサルツーリズムの普及

① バリアフリー観光の普及促進

誰もが安心して県内を旅行できる仕組みを構築し、新たな観光需要の創出による観光消費額の増加を図るため、障がい者団体等からなる岐阜県バリアフリー観光推進協議会と連携し、県内のバリアフリー状況などの情報発信を実施しました。

② 外国人観光客の受入環境整備の支援及び情報発信

外国人向け観光情報ウェブサイト「VISIT GIFU」を活用し、豊かな自然や歴史、文化など本県が誇る持続可能な観光地としての魅力を多言語で世界に発信しました。

観光施設や飲食店をはじめとする各種情報（営業時間やウェブサイト、電話番号、口コミ、アクセスマップ等）を無料で掲載・公開できる自動翻訳機能を持つGoogleサービス（Googleビジネスプロフィール）を活用した集客力向上のため、当該サービスの効果的・効率的な運用等に係る分析を実施しました。

(6) 関係団体等の取り組み

① 大垣商工会議所の取り組み

1) 交流産業戦略推進会議との連携事業

平成30年度及び令和元年度には地域力活用新事業∞全国展開プロジェクトを活用し、「養老鉄道」を活用した新たな観光資源開発を目的に、「親子で仮想してハロウィン列車」や「薬膳列車と水の都大垣散策ツアー」、「サイクルトレインに乗って親子でサイクリング散策ツアー」、「養老鉄道スイーツ女子会の旅」、「親子でチャレンジ！西美濃ゆったりサイクリングツアー」、「明智光秀と島津豊久ゆかりの地ツアー」、「養老鉄道で行く桑名初詣の旅」等のモニターツアーを開催しました。

2) 西美濃産業観光読本の作成

大垣地域の産業や、工場受入事業所などを掲載した「西美濃観光読本」を10,000部作成し、平成29年度からは2,000部ずつ作成しました。

3) 展示会への出展事業

平成30年度に日本商工会議所の地域ブランディング・販路開拓支援事業に参加し、バイヤーや専門家が地域を訪問するモニターツアーを実施しました。会員企業を訪問し、商品改良やブランディング強化等のアドバイスと商談を行うとともに、雑誌『モノ・マガジン』に各企業の一品が掲載されました。

また、地域力活用新事業∞全国展開プロジェクトで開発された製品のPRを行うため、令和4年度には、9月に「ライフスタイルWeek関西」内の「feel NIPPON 秋 2022」、2月に「第33回グルメ&ダイニングスタイルギフトショー春2023」内の「feel NIPPON 春2023」コーナーに会員企業が出展しました。

4) 地域団体商標登録

大垣市、大垣観光協会、大垣市枡生産者組合と連携し、「大垣の木枡」及び「大垣の枡」を特許庁の地域団体商標登録に申請し、令和2年度に正式に認定されました。

また、地域団体商標の知名度向上を図るため、地域団体商標カードを各2,500枚作成し、大垣商工会議所や奥の細道むすびの地記念館の窓口、各種イベント等で配布しました。

② 西美濃広域観光推進協議会の取り組み

西美濃広域観光推進協議会（事務局：大垣市）は、西美濃圏域の3市9町（大垣市、海津市、養老町、垂井町、関ヶ原町、神戸町、輪之内町、安八町、揖斐川町、大野町、池田町、本巣市）、2つの商工団体（大垣商工会議所、西濃ブロック商工会協議会）により組織され、圏域の観光関係団体等が連携して、交流産業を推進するために必要な事業を企画し、協働して事業を実施することなどにより、圏域の観光振興と地域の活性化に寄与することを目的としています。

毎年、東京や大阪等での観光客誘致促進キャンペーンの開催をはじめ、西美濃地域にある観光資源のブラッシュアップ及び旅行商品化し、岐阜県観光連盟運営のサイト「VISIT岐阜県」にてオンライン販売などの事業を実施しています。

また、インバウンド対応を強化するため、岐阜県への訪問者数が多い台湾や香港の観光展に出展し海外向けPR活動を行っています。

③ 西美濃・北伊勢観光サミットの取り組み

西美濃・北伊勢観光サミット（事務局：会長市町）は、西濃圏域の3市9町（大垣市、海津市、養老町、垂井町、関ヶ原町、神戸町、輪之内町、安八町、揖斐川町、大野町、池田町、本巣市）、三重県北伊勢圏域の2市2町（桑名市、いなべ市、木曾岬町、東員町）、近畿日本鉄道㈱、養老鉄道㈱により組織され、歴史的、地域的に関係の深い西濃・北伊勢両圏域が連携して広域の観光の振興事業を推進することにより、観光振興を通じた圏域の活性化を図り、相互の交流を深めることを目的としています。

毎年、関係市町の首長によるサミット会議の開催をはじめ、サミット開催市町のイベント会場での特産品バザールの開催や名古屋での観光宣伝キャラバンの開催、体験ハイキングなどの事業を実施しています。

④ 美濃路街道連携協議会の取り組み

美濃路街道連携協議会（事務局：会長市町）は、愛知県の3市（清須市（清須宿）、稲沢市（稲葉宿）、一宮市（萩原宿、起宿）、（※名古屋市（宮宿、名古屋宿）は、事業後援として参加）、岐阜県の3市2町（羽島市（間の宿）、岐阜市、安八町、大垣市（墨俣宿、大垣宿）、垂井町（垂井宿））により組織され、東海道と中山道をむすぶ、重要な街道として栄えた美濃路の歴史的な役割を検証し、美濃路をキーワードに人、もの、情報などの交流を図る事業を実施することにより、地域活性化とまちづくりにつなげることを目的としています。

毎年、関係市町の行催事にあわせて、関係市町の取り組み発表をはじめ、関係市町の物産展や情報提供、ウォーキング大会、講演会などの事業を実施しています。

⑤ 「日本歴史街道」美濃中山道連合の取り組み

「日本歴史街道」美濃中山道連合（事務局：会長市町）は、東濃圏域の3市1機関（中津川市、恵那市、瑞浪市、武並地区中山道保存会）、中濃圏域の2市1町1機関（御嵩町、可児市、美濃加茂市、NPO法人宿木）、岐阜圏域の3市1機関（各務原市、岐阜市、瑞穂市、中山道加納宿文化保存会）、西濃圏域の1市2町（大垣市、垂井町、関ヶ原町）の全15団体により組織され、中山道の歴史的役割や価値を再確認することにより、中山道を通じて沿道地域が結束し、一体となって、人、もの、情報の活性化を図り、地域を広くPRすることを目的としています。

毎年、中山道を紹介するホームページの更新や、散策ガイドの作成などの事業を実施しています。

⑥ 奥の細道サミットの取り組み

奥の細道サミット（事務局：会長市町）は、令和5年12月現在、東京都の3区1機関（江東区、荒川区、足立区、NPO法人芭蕉翁おくのほそ道ネットワーク）、埼玉県草加市、栃木県の2市（大田原市、鹿沼市）、福島県の2市（白河市、二本松市）、宮城県の4市1町（岩沼市、多賀城市、松島町、大崎市、栗原市）、岩手県の1市1町2機関（一関市、平泉町、中尊寺、毛越寺）、秋田県にかほ市、山形県の4市3町2機関（遊佐町、鶴岡市、最上町、尾花沢市、新庄市、天童市、大石田町、出羽三山神社、山形県奥の細道観光資源保存会）、新潟県出雲崎町、富山県の2市1町（朝日町、滑川市、高岡市）、石川県の3市（金沢市、小松市、加賀市）、福井県の1市1町（敦賀市、南越前町）、岐阜県の1市2町（関ヶ原町、垂井町、大垣市）、三重県の1市1機関（伊賀市、（公財）芭蕉翁顕彰会）の全42団体により組織され、俳人・松尾芭蕉の業績をより一層顕彰するとともに、郷土の歴史、文化の認識と活用を深めて、地域の活性化にむすびつく活動を展開し、相互の交流を図ることを目的としています。

毎年、関係市区町の首長等によるサミット会議を開催し、奥の細道を国内外に向け発信するための取り組みを推進するとともに、関係市区町の情報交換等を行っています。

令和5年度には、「おくのほそ道の風景地ネットワーク」が合流しました。

2 本市の観光の現状

(1) 本市の概況

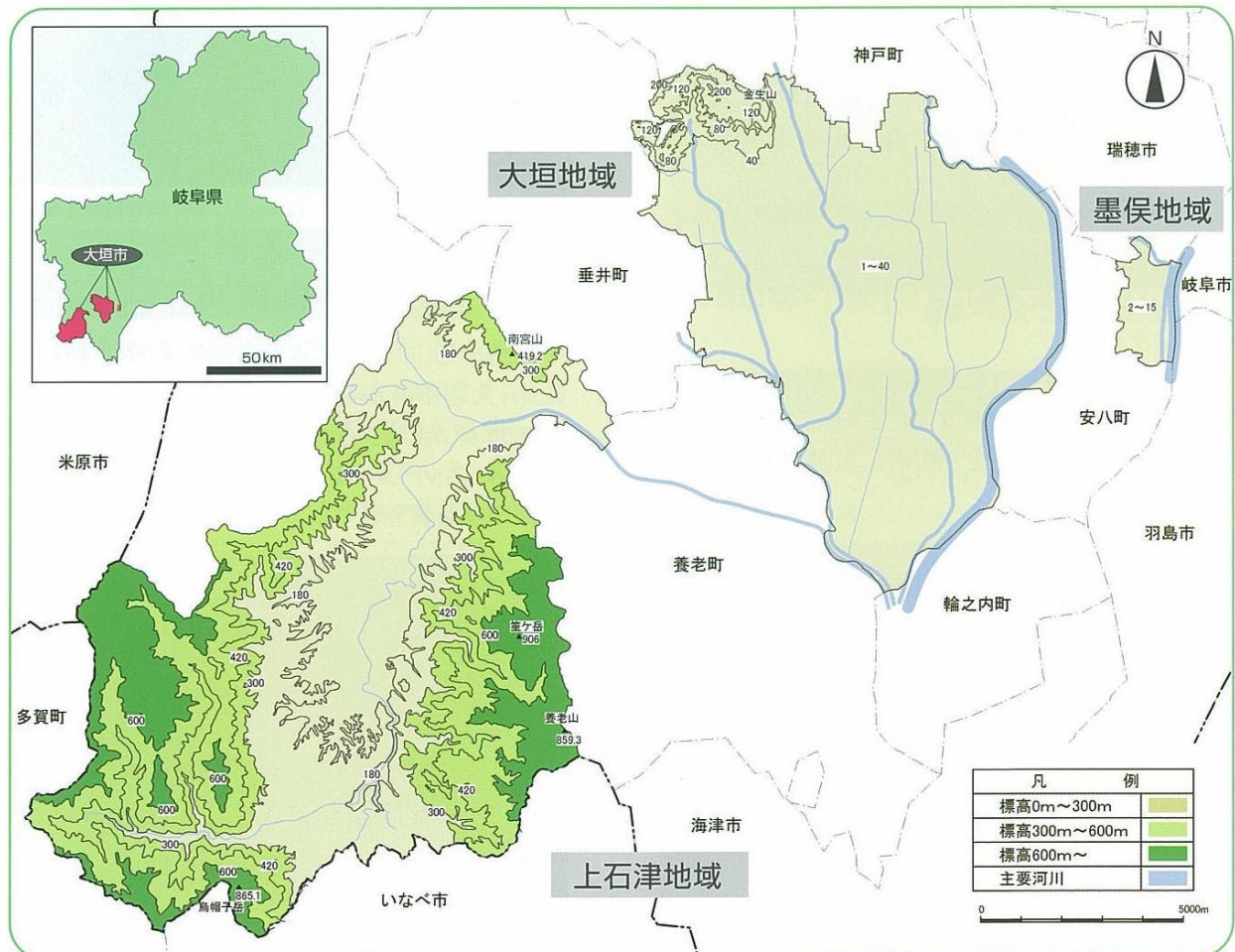
① 位置

本市は、岐阜県の南西に位置し、西に滋賀県、南に三重県、東に愛知県が近接しています。面積は、206.57km²です。また、平成18年3月の合併により飛び地となっており、東から、墨俣地域、大垣地域、上石津地域となっています。

② 地勢と自然

本市は、木曾三川である揖斐川、長良川に隣接し、市域内を多くの河川が網目状に流れ、また、地下水が豊富でおいしい水に恵まれていたことから、古くから「水の都、水都」と呼ばれてきました。また、上石津地域は、標高800メートル前後の山に囲まれ、中央を牧田川が南北に流れる緑豊かな里山地域です。

〔位置図〕

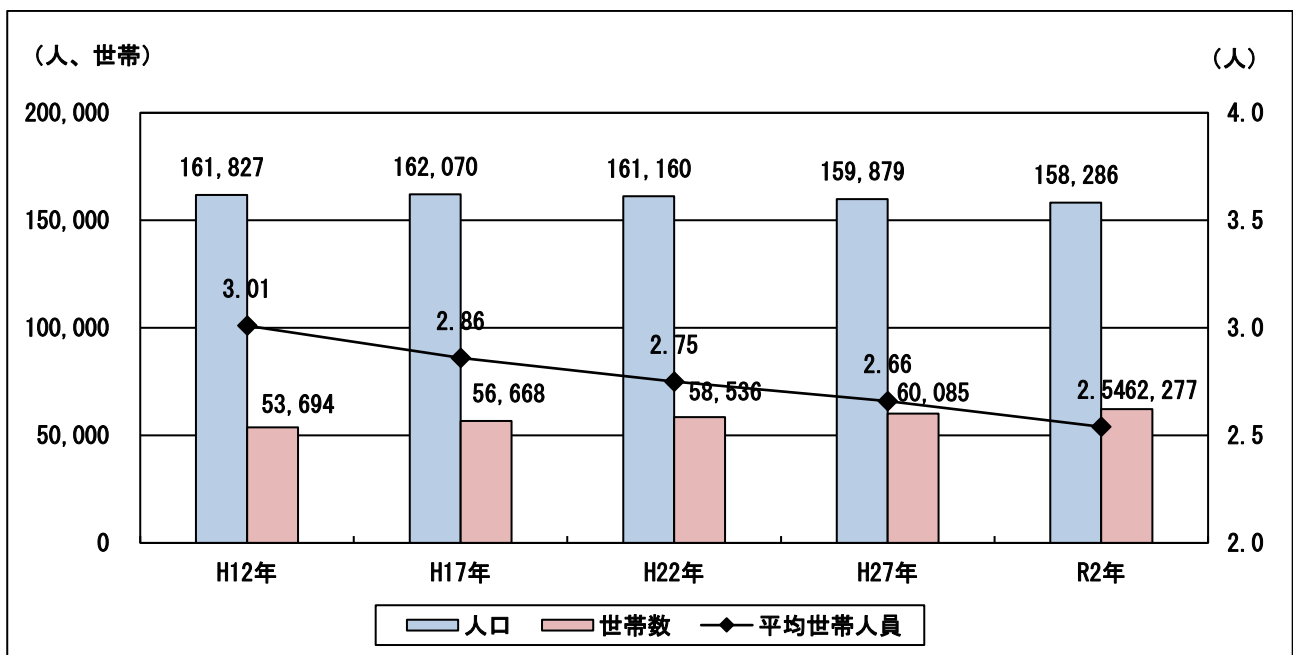


③ 人口・世帯数

令和2年の国勢調査によると、本市の人口は158,286人、世帯数は62,277世帯、平均世帯人員は2.54人で、人口は横ばい傾向、世帯数は増加傾向、平均世帯人員は減少傾向にあります。

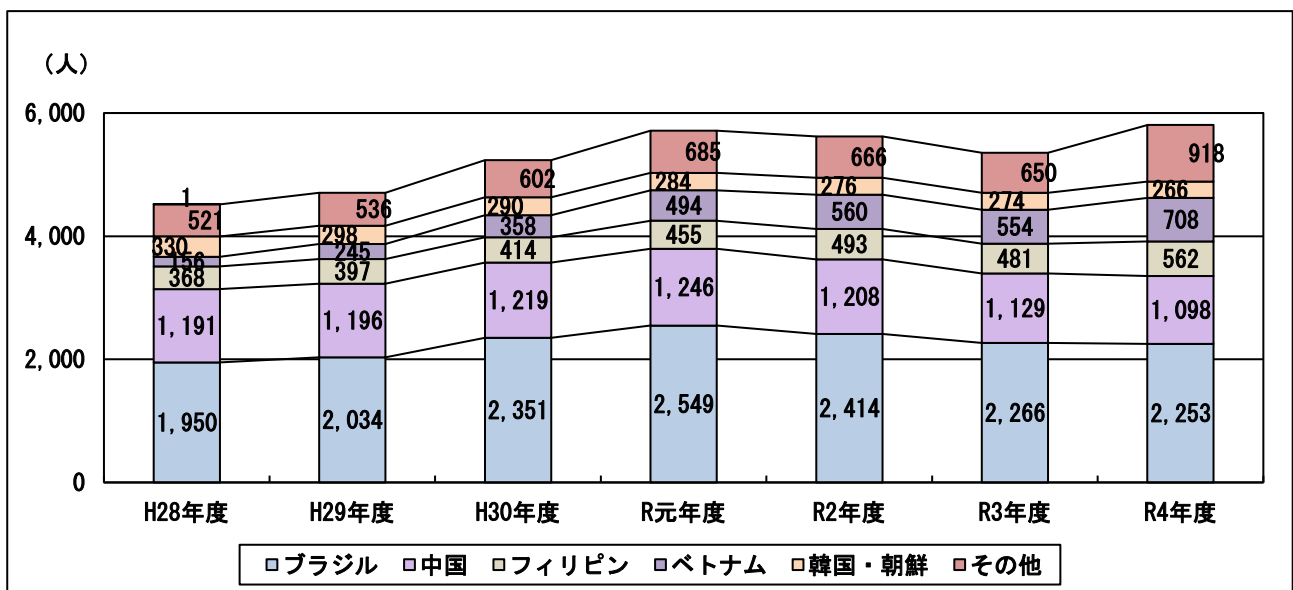
また、令和4年度末の外国人登録人口は5,805人で、平成30年度からは横ばい傾向にあり、国籍別では、ブラジルが全体の約4割を占めています。

〔総人口・総世帯数・平均世帯人員の推移〕



資料：総務省「国勢調査」

〔国籍別外国人登録人口の推移〕



資料：大垣市市民活動部（各年3月31日現在）

④ 交通

本市は、東京と大阪の間に、また名古屋のすぐ北西に位置しており、古くから東西交通の要衝として、歴史的に重要な機能を果たしてきました。

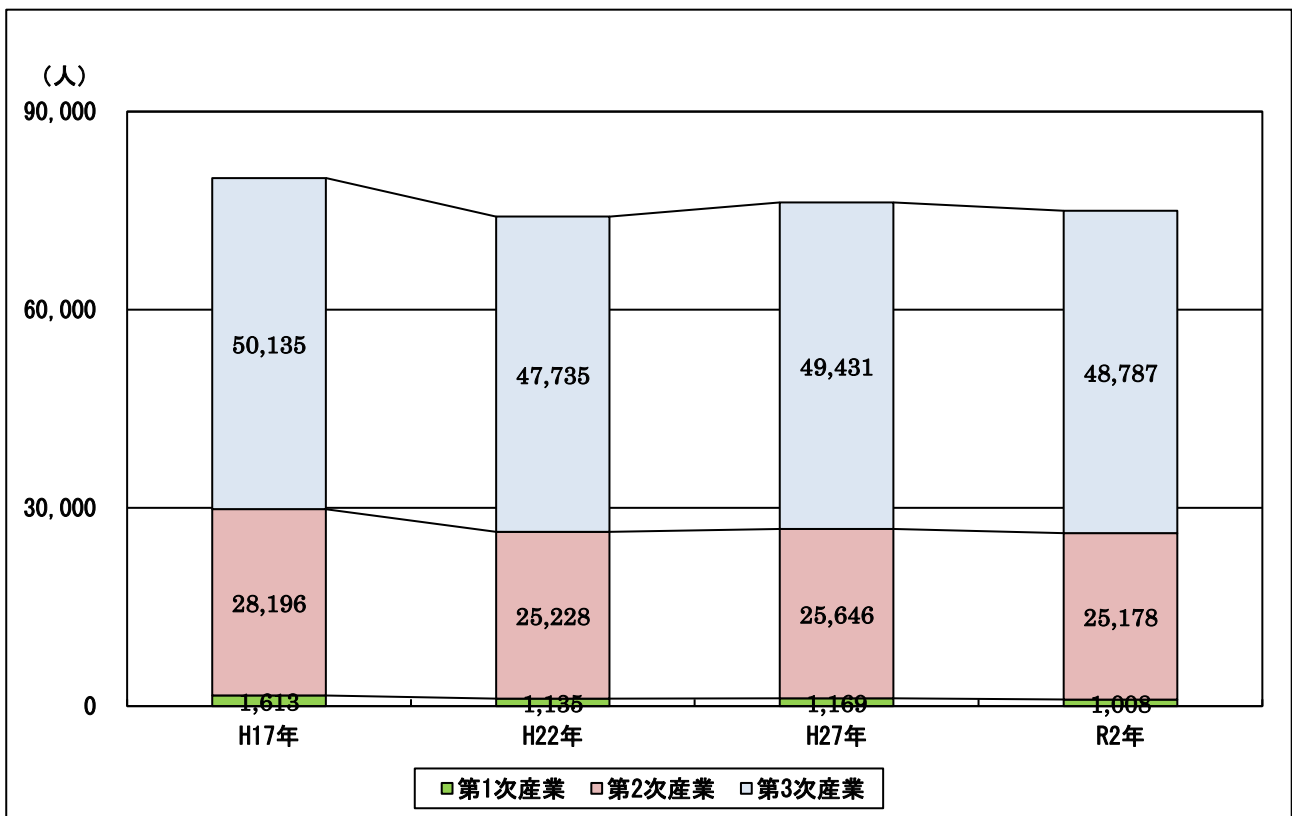
今日では、日本の主要交通網である東海道本線、東海道新幹線、名神高速道路や東海環状自動車道などが通り、名古屋から鉄道で30分、中部国際空港から車で1時間30分、新幹線経由で東京から2時間30分、大阪から1時間30分の位置にあり、主要都市へのアクセスが便利です。

⑤ 産業

本市は、豊富な水資源や恵まれた立地環境を生かし、ものづくりを中心に県内有数の産業都市として発展してきました。

令和2年の本市の産業別就業者数は、第1次産業が1,008人、第2次産業が25,178人、第3次産業が48,787人となっており、年々第3次産業の従事者が増加してきています。

〔産業別就業者数の推移〕



資料：総務省「国勢調査」（分類不能を除く）

(2) 本市の観光資源の特性

本市には、「奥の細道むすびの地記念館」や「大垣城」、「墨俣一夜城」等に代表される歴史・文化観光資源をはじめ、豊富な地下水の恵みにより古くから「水都」と呼ばれるなど自然観光資源などが数多くあるとともに、「大垣まつり」等の伝統的なまつりや「決戦前夜大垣城」に焦点を当てた個性的なイベントを開催することなどにより、毎年多くの観光客が来訪されています。

また、産業都市として発展してきた本市には、製造業や精密機器等、ものづくりの工場が数多くあり、これらの事業所へのビジネスマンの来訪も多く、一部の事業所では工場見学等もできるようになっています。

さらには、平成24年に開催の「ぎふ清流国体・ぎふ清流大会」など、市内の公共施設等を利用した全国規模のスポーツ大会や会議等も数多く開催されており、これらに参加する来訪者も多くなっています。

このように本市は、多彩な表情を持つとともに、観光資源に恵まれた、魅力あふれるまちといえます。

① 歴史

本市は、古くから東西交通の要衝として栄え、豊富な歴史観光資源を有しています。

また、関ヶ原の戦いにおいて西軍石田三成の本拠地となった「大垣城」は、水門川の流れを外堀に利用した四層四階建ての総塗りごめ様式で、たいへん優美な城として名高く、歴史の上からも重要な役割を果たしてきました。

なお、大垣城は、大垣藩戸田家10万石の城下町として栄え、昭和11年国宝に指定されるも、昭和20年の戦災で消失し、昭和34年に現在の天守閣に再建されました。

その他、本市には、太閤秀吉の出世の足がかりとなった「墨俣一夜城」、中山道の57番目の宿場町として栄えた「赤坂宿」、中山道の垂井宿と東海道の宮宿をむすんだ脇街道である美濃路の「大垣宿、墨俣宿」、「墨俣の寺町界限」などの歴史・文化観光資源が数多くあります。

また、国の史跡に指定されている「西高木家陣屋跡」をはじめ、216件の国・県・市指定の文化財を有しています。

② 自然

本市は、地下水が豊富でおいしい水に恵まれていたことから、「水の都、水都」と呼ばれてきました。

平成20年に環境省より「平成の名水百選」に選ばれた「加賀野八幡神社井戸」をはじめ、市内各地に数多くの自噴井があります。

また、春には「大垣城、水門川沿い、犀川堤等の桜」をはじめ、「揖斐川堤防の菜の花」や「赤坂スポーツ公園のフジ」、「市内南部に広がるカミツレ畑」、市の虫にも指定されたホタルが杭瀬川や金生山で見られ、夏には「曾根城公園のショウブ」や「休耕田を利用したヒマワリ畑」、秋には「円興寺、多良峡の紅葉」、「赤坂の彼岸花」等、四季折々の花の彩りを楽しむことができるなど、自然観光資源も数多くあります。

③ まつり・イベント

本市では、370年余りの伝統を誇り、平成27年3月に国重要無形民俗文化財に指定、平成28年12月にユネスコ無形文化遺産に登録された「大垣まつり」をはじめ、「奥の細道むすびの地大垣 春の芭蕉祭」や「水都まつり」、「十万石まつり」、「中山道赤坂宿まつり」、「もんでこかみいしづ」、「すのまた桜まつり」、「まちなかスクエアガーデン」などのまつりやイベントが、年間を通して開催されています。

④ 特産品

本市は、城下町として栄えたことから、古くから和菓子づくりの盛んな地です。

特に、実り豊かな美濃の大地から生まれた「柿羊羹」をはじめ、ほのかにお酒の香りを持つ「金蝶饅頭・金蝶園饅頭」や、手焼きの伝統と独特の風味を持つ「みそ入大垣せんべい」、清らかな大垣の水に映える「水まんじゅう」など、数多くの銘菓があります。

また、天恵の豊かな湧き水で醸した「地酒」も大垣が誇る味覚の一つです。

さらに、工芸品等にあっては「木枡」が全国シェア8割を誇るほか、「ガラスビン」や「バルブコア」など全国シェアの多くを占める産業も数多く発達しています。

近年では、上石津地域の良質な木材を利用した「炭」づくりなど、かつての特産品を復活させる取組みも始まっています。

⑤ 文化

本市には、俳人松尾芭蕉の約2,400kmにも及ぶ紀行文「奥の細道」の旅を終えた「奥の細道むすびの地」や、その中核施設である「奥の細道むすびの地記念館」をはじめ、船町港跡には、住吉燈台と川舟が当時をしのばせるほか、国分寺や昼飯大塚古墳など多様な年代の貴重な文化観光資源を、多く有しています。

また、アニメや映像の舞台になるなど、「聖地」としての認知度が高まりつつあります。

〔本市の主なイベント一覧（月別）〕

月	名称
1月	
2月	宝光院はだか祭、つりびな小町めぐり
3月	ますまつり、水の都おおがき舟下り、すのまた桜まつり
4月	奥の細道むすびの地大垣 春の芭蕉祭、城下町大垣きもの園遊会、水の都おおがきたらい舟
5月	大垣まつり
6月	曾根城公園花しょうぶ祭
7月	すのまた天王祭、大垣花火大会、
8月	水都まつり、ひまわり畑
9月	
10月	すのまた秀吉出世まつり、綾野まつり、十万石まつり、芭蕉蛤塚忌全国俳句大会、決戦前夜大垣城関連イベント、もんでこかみいしづ、おむすび博
11月	城下町大垣きもの園遊会、中山道赤坂宿まつり、秋の芭蕉祭 オオガキストリートフェスティバル、城下町大垣イルミネーション
12月	おおがきマラソン
年間	まちなかスクエアガーデン（4, 6, 7, 9, 10, 12, 3月）、芭蕉楽市（6, 9, 12, 3月）、芭蕉朝市（6, 9, 12, 3月）、かわまちテラス（7, 3月）、まちなかテラス（4～3月）、ハッピーマルシェ（4～3月）、市場まつり（8, 12, 3月）

〔本市の主なイベント等一覧（年度別）〕

年度	名称
平成15年度	水の都おおがきたらい舟事業開始、芭蕉元禄イルミネーション事業開始
平成16年度	おおがき芭蕉生誕360年祭事業実施
平成17年度	芭蕉元禄事業開始
平成19年度	多目的交流イベントハウス開館
平成20年度	市制90周年記念事業実施
平成21年度	奥の細道紀行320年記念事業実施
平成22年度	元気ハツラツ市事業開始、芭蕉元禄大垣きもの園遊会事業開始
平成23年度	水の都おおがき舟下り事業開始、芭蕉元禄大垣食の祭典事業開始
平成24年度	奥の細道むすびの地記念館開館、芭蕉楽市事業開始、芭蕉朝市事業開始、芭蕉元禄大垣菓子博事業開始、ぎふ清流国体・ぎふ清流大会事業実施、美濃路大垣宿本陣跡開館
平成25年度	日本どまんなかお城スタンプラリー事業開始、 全国萌えキャラフェスティバル事業開始、昼飯大塚古墳歴史公園開園
平成26年度	芭蕉生誕370年祭記念事業実施、ツール・ド・西美濃事業開始、 旧清水家住宅開館
平成27年度	おくのほそ道の風景地スタンプラリー事業開始、 大垣城築城480年記念事業実施
平成28年度	奥の細道サミットin大垣事業実施、墨俣一夜城築城450年記念事業実施、 「大垣祭の軸行事」ユネスコ無形文化遺産登録
平成29年度	関ヶ原古戦場広域観光環境整備事業実施
平成30年度	市制100周年記念事業実施
令和元年度	奥の細道紀行330年記念事業実施、市役所新庁舎完成
令和3年度	東京オリンピック・パラリンピック聖火リレー
令和4年度	戦国観光おおがき魅力発信事業開始
令和6年度	松尾芭蕉生誕380年、国民文化祭
令和7年度	大垣城築城490年記念
令和8年度	墨俣一夜城築城460年
令和10年度	市制110年

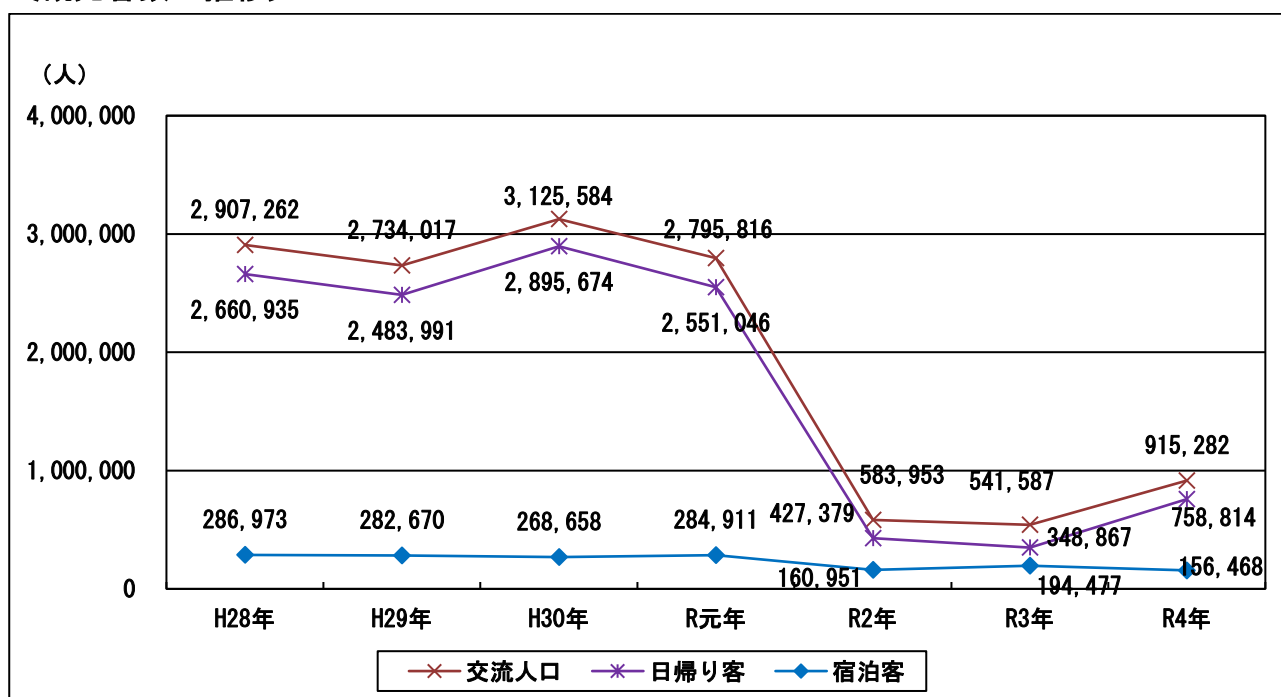
(3) 本市の観光の動向

① 観光客数

本市の令和4年の観光客数は、「全体」では、91万5千人（対前年比69.0%増加）、「日帰り客数」では、75万9千人（対前年比117.6%増加）、「宿泊客数」では、15万6千人（対前年比18.8%減少）となっています。

令和元年と比較して、「全体」では、188万1千人（67.3%）の減少、「日帰り客数」では、179万3千人（70.3%）の減少、「宿泊客数」では、12万8千人（45.1%）の減少となっています。

〔観光客数の推移〕



資料：岐阜県「観光入込客統計調査」

注：1) 交流人口とは、各観光地点（年間観光客5万人以上または季節的観光客が月間5千人以上）の観光客数にまつりイベントなどの来場者を加算したもの。

平成23年から、観光庁が策定した「観光入込客統計に関する共通基準」（平成21年12月）を導入して調査。

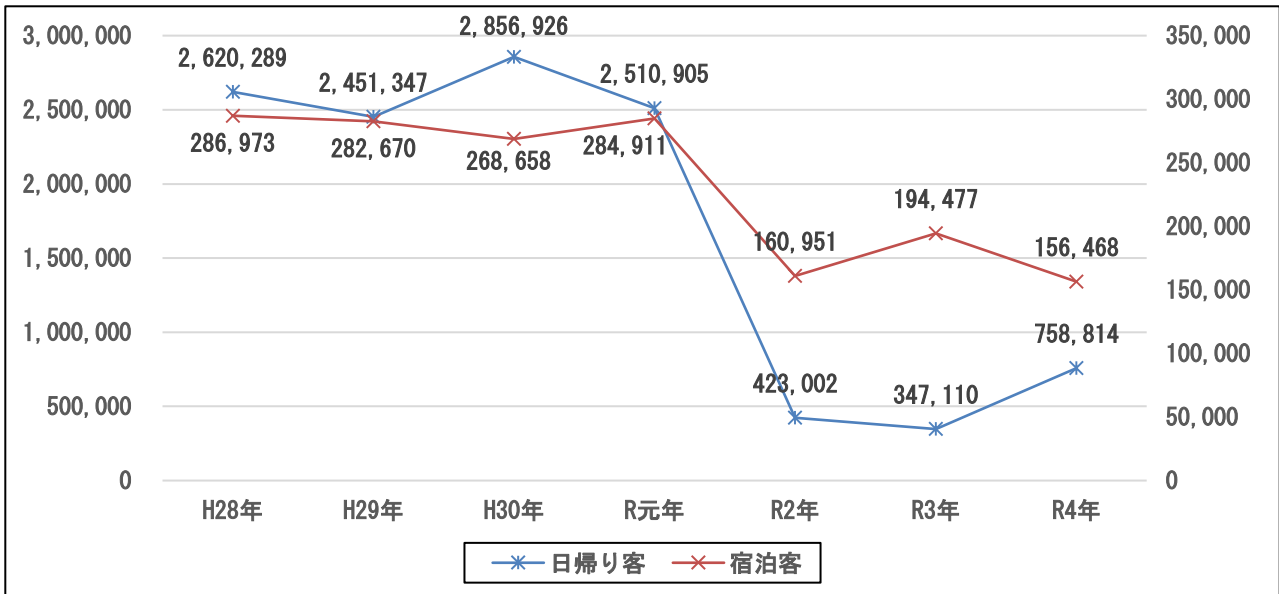
- 2) 日帰り客は、交流人口と宿泊客との差。
- 3) 宿泊客数は、大垣市調査。

② 日帰り・宿泊別の観光客数

本市の令和4年の観光客数を日帰り・宿泊別にみると、「日帰り客」が75万9千人、「宿泊客」が15万6千人となっています。

令和元年と比較して、「日帰り客」は、179万3千人の減少、「宿泊客」は12万8千人の減少となっています。

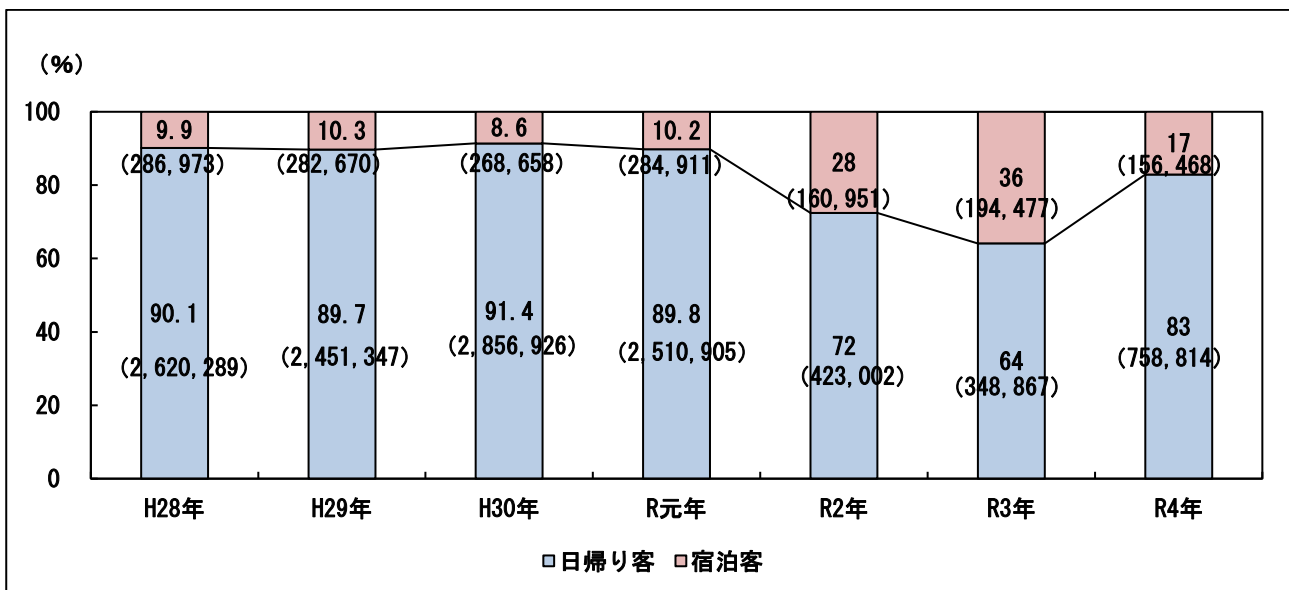
〔日帰り・宿泊別の観光客数の推移〕



資料：岐阜県「観光入込客統計調査」

割合では、令和4年は「日帰り客」が83.0%、「宿泊客」が17.0%となっています。

〔日帰り・宿泊別の観光客数の推移〕



資料：岐阜県「観光入込客統計調査」

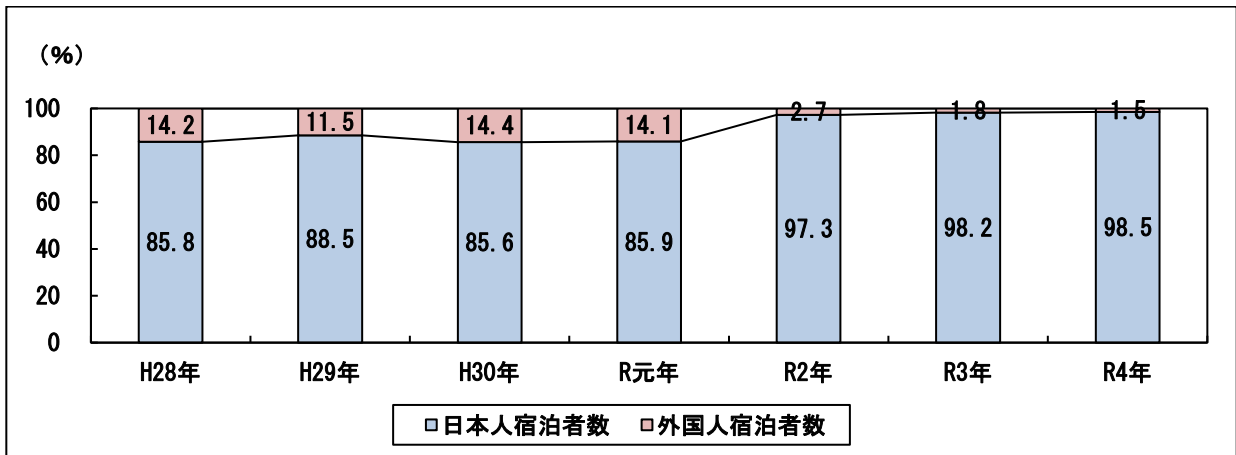
() の数字は、日帰り客・宿泊客の実数。

③ 日本人・外国人別の宿泊客数

本市の令和4年の宿泊客数を日本人・外国人別にみると、「日本人」が98.5%、「外国人」が1.5%となっています。

平成23年以降、「外国人」の占める割合が増加傾向にありましたが、コロナ禍により、大幅に減少しています。

〔日本人・外国人別の宿泊客数の推移〕



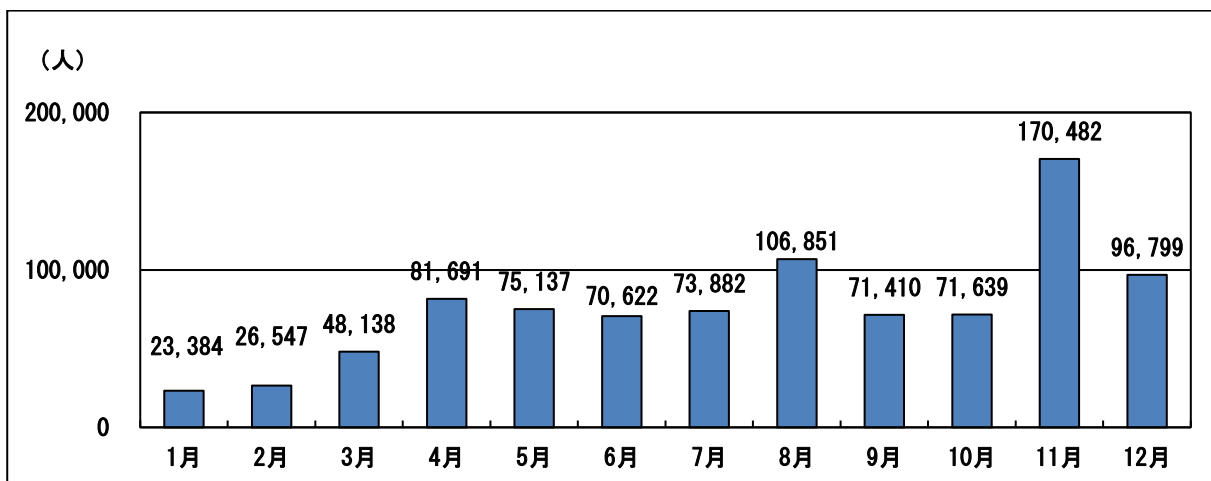
資料：大垣市経済部

④ 月別の観光客数

本市の令和4年の観光客数を月別にみると、「11月」が17万人と最も多く、次いで「8月」(10万6千人)、「12月」(9万6千人)、「4月」(8万1千人)となっています。

「1月～2月」にかけては、新型コロナウイルス感染症まん延防止等重点措置の対象地域に岐阜県が指定された影響によるものと考えられますが、以降は、感染症対策を実施したうえで、「水都まつり」をはじめとした、まつりやイベント等が再開されたことにより、当該月が増加したものと考えられます。

〔月別の観光客数〕

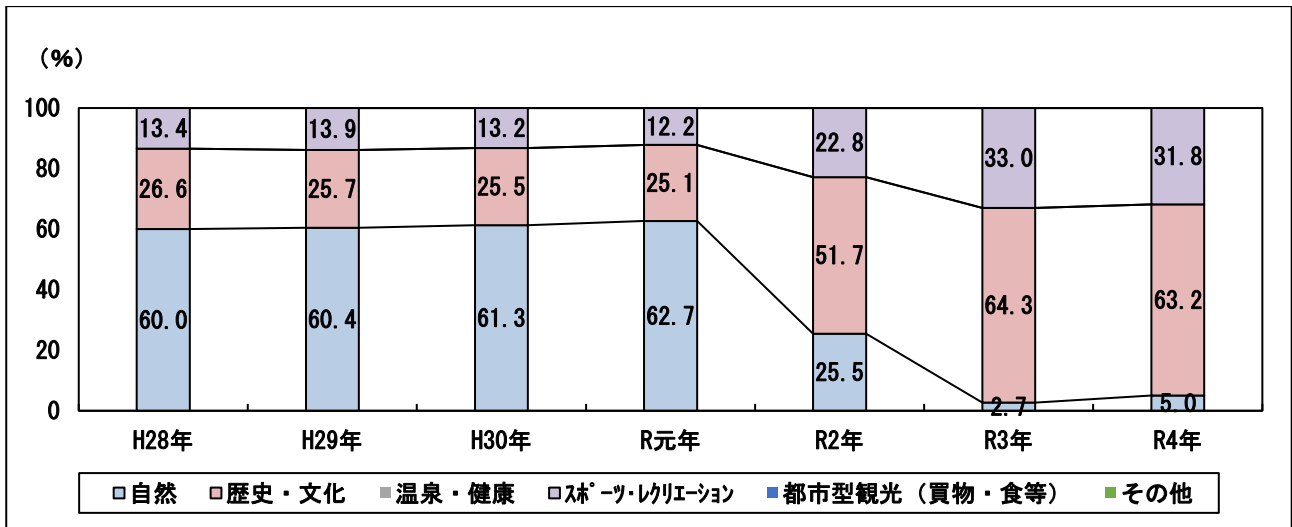


資料：岐阜県「観光入込客統計調査」

⑤ 観光地分類別の観光客数

本市の令和4年の観光客数を観光地分類別にみると、「歴史・文化」が63.2%と最も多く、次いで「スポーツ・レクリエーション」(31.8%)、「自然」(5.0%)となっています。

〔観光地分類別の観光客数の推移〕



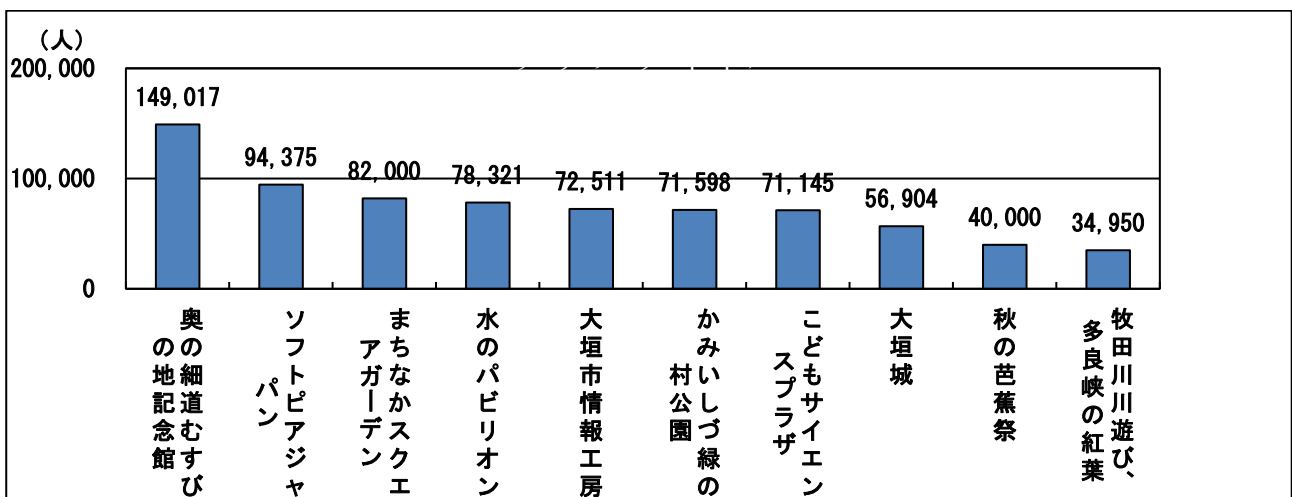
資料：岐阜県「観光入込客統計調査」

⑥ 観光地点別の観光客数

本市の令和4年の観光客数を観光地点別にみると、「奥の細道むすびの地記念館」が14万9千人と最も多く、次いで「ソフトピアジャパン」(9万4千人)、「まちなかスクエアガーデン」(8万2千人)となっています。

本市の観光客は、まつりやイベント、公共施設等への来場者が多く締めています。

〔観光地点別の観光客数〕



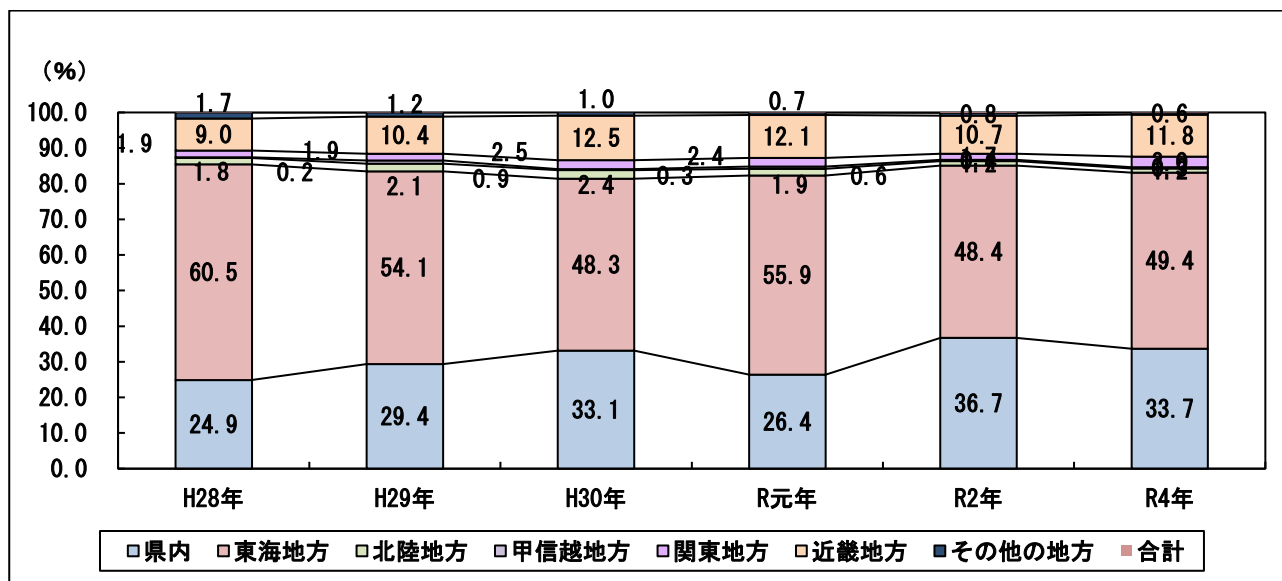
資料：岐阜県「観光入込客統計調査」

⑦ 居住地別の観光客数（西美濃地域）

西美濃地域の令和4年の観光客数を居住地別にみると、「東海地方（愛知県、三重県、静岡県）」が49.4%で最も多く、次いで「県内」（33.7%）、「近畿地方」（11.8%）、「関東地方」（3.0%）となっています。

平成23年以降、「県内」と「東海地方」とで全体の8割以上を占めています。

〔居住地別の観光客数の推移（西美濃地域）〕



資料：岐阜県「観光入込客統計調査」

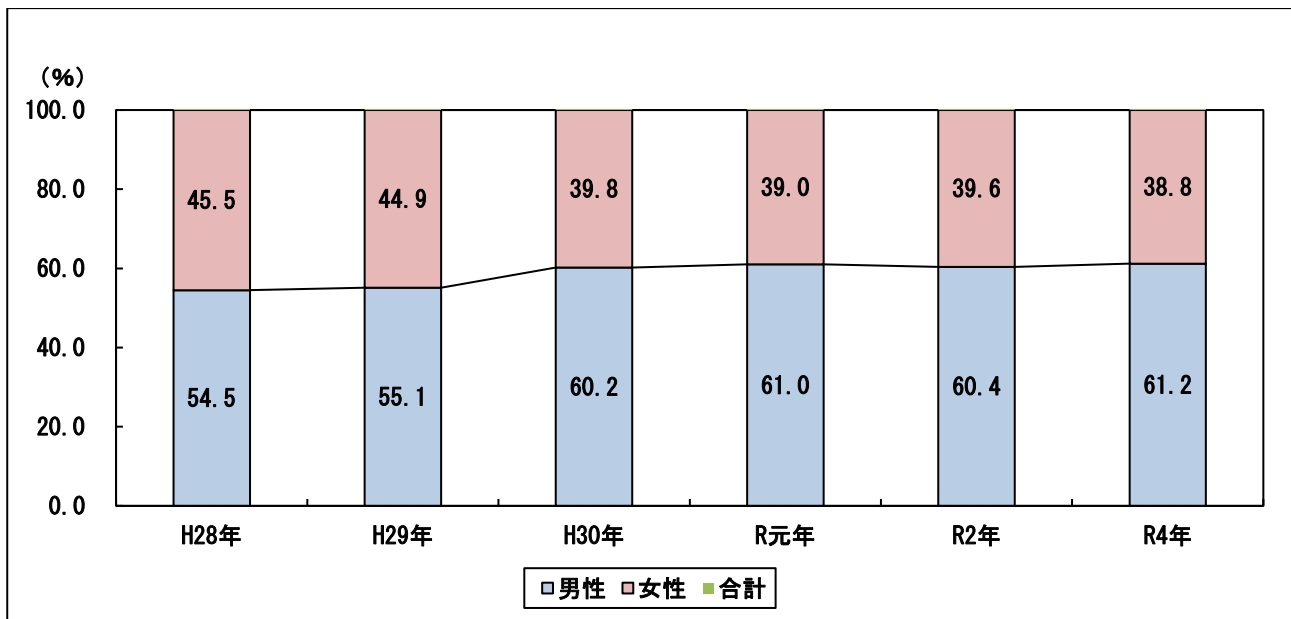
注：1) 令和3年は新型コロナウイルス感染症拡大により、分析に必要な観光客へのアンケート調査の実施が困難な時期があったため、「圏域別」「県外の内訳」の分析は実施していない。

⑧ 男女別の観光客数（西美濃地域）

西美濃地域の令和4年の観光客数を男女別にみると、「女性」が38.8%、「男性」が61.2%となっています。

平成23年以降、「男性」が6割近くを占めています。

〔男女別の観光客数の推移（西美濃地域）〕



資料：岐阜県「観光入込客統計調査」

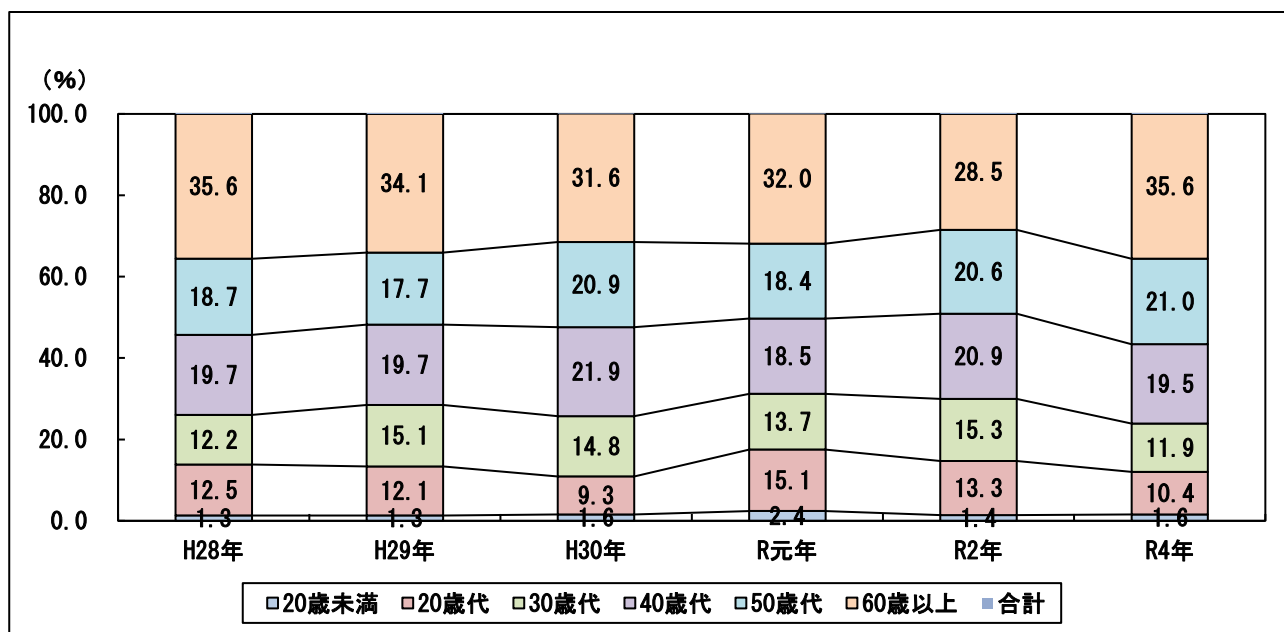
注：1) 令和3年は新型コロナウイルス感染症拡大により、分析に必要な観光客へのアンケート調査の実施が困難な時期があったため、「圏域別・男女別・年齢別観光入込客数」の分析は実施していない。

⑨ 年齢別の観光客数（西美濃地域）

西美濃地域の令和4年の観光客数を年齢別にみると、「60歳以上」が35.6%と最も多く、次いで「50歳代」（21.0%）、「40歳代」（19.5%）、「30歳代」（11.9%）となっています。

平成23年以降、50歳以上が全体の5割近くを占めています。

〔年齢別の観光客数の推移（西美濃地域）〕



資料：岐阜県「観光入込客統計調査」

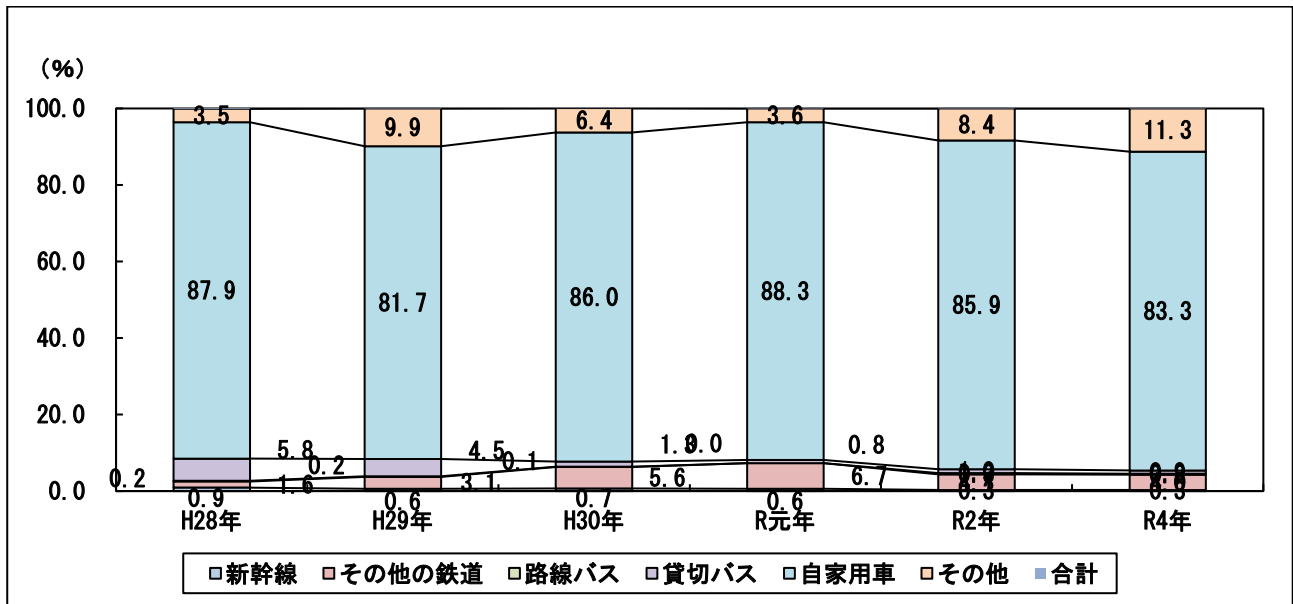
注：1) 令和3年は新型コロナウイルス感染症拡大により、分析に必要な観光客へのアンケート調査の実施が困難な時期があったため、「圏域別・男女別・年齢別観光入込客数」の分析は実施していない。

⑩ 利用交通機関別の観光客数（西美濃地域）

西美濃地域の令和4年の観光客数を利用交通機関別にみると、「自家用車」が83.3%と最も多く、次いで「その他」（11.3%）、「その他の鉄道」（4.0%）、「貸切バス」（0.9%）となっています。

平成23年以降、「自家用車」が全体の8割以上を占めています。

〔利用交通機関別の観光客数の推移（西美濃地域）〕



資料：岐阜県「観光入込客統計調査」

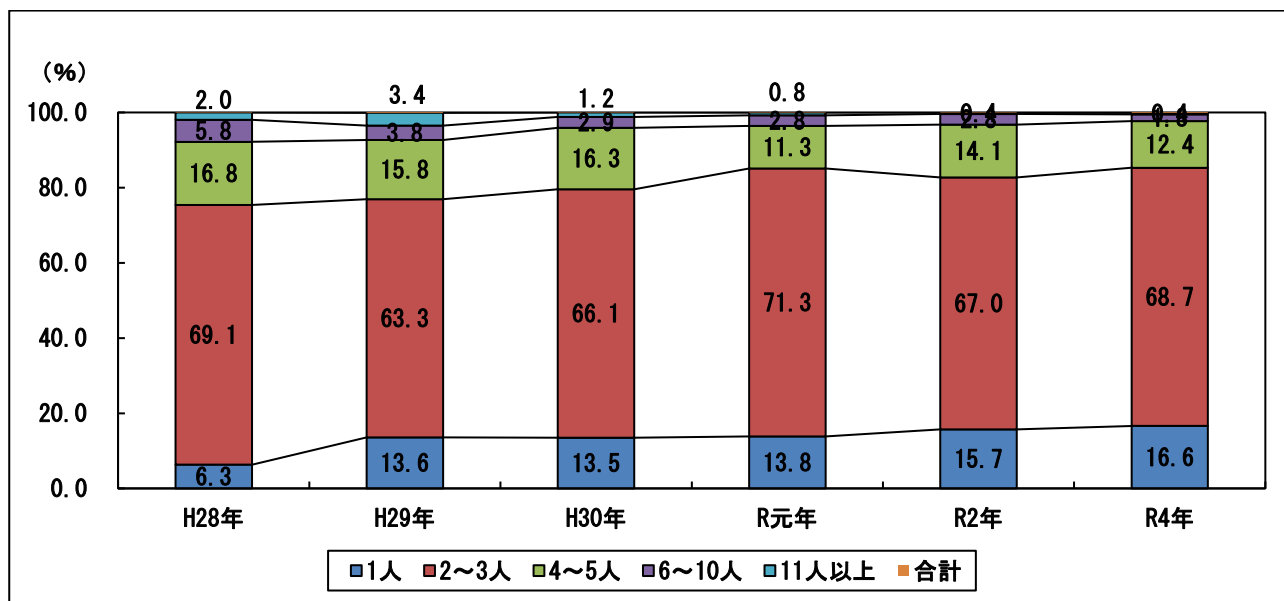
注：1) 令和3年は新型コロナウイルス感染症拡大により、分析に必要な観光客へのアンケート調査の実施が困難な時期があったため、「圏域別・利用交通機関別観光入込客数」の分析は実施していない。

⑪ 同行者人数別の観光客数（西美濃地域）

西美濃地域の令和4年の観光客数を同行者人数別にみると、「2～3人」が68.7%と最も多く、次いで「1人」（16.6%）、「4～5人」（12.4%）、「6～10人」（1.8%）となっています。

平成23年以降、5人以下が全体の9割以上を占めています。

〔同行者人数別の観光客数の推移（西美濃地域）〕



資料：岐阜県「観光入込客統計調査」

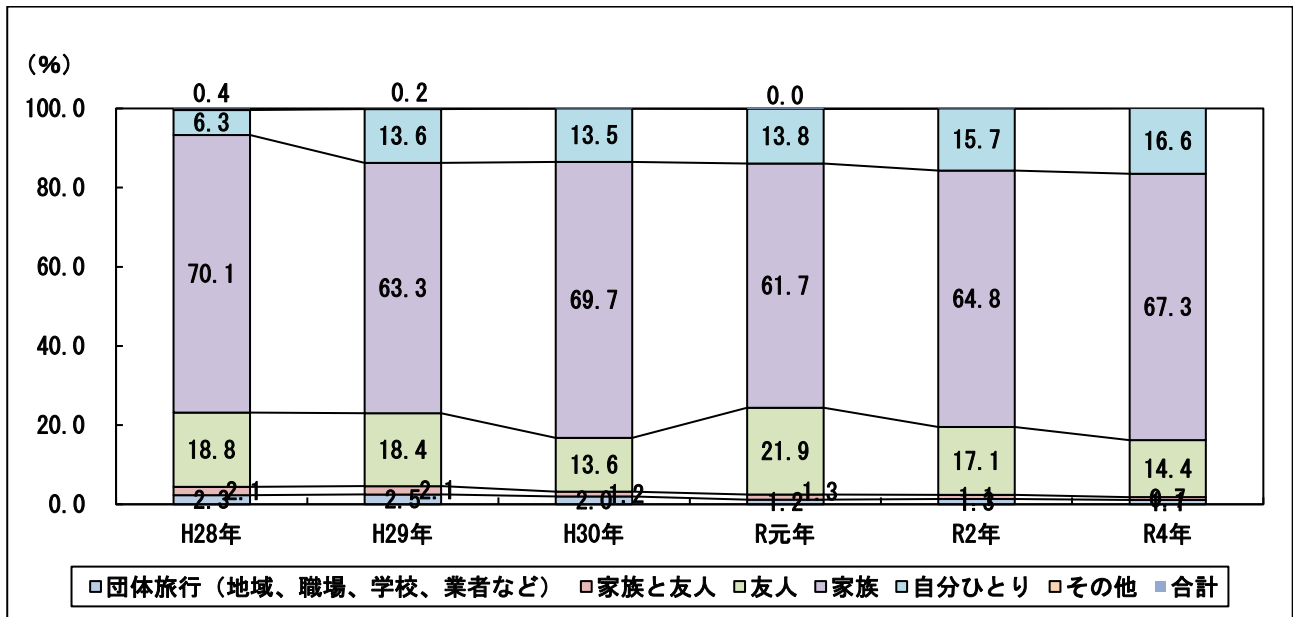
注：1) 令和3年は新型コロナウイルス感染症拡大により、分析に必要な観光客へのアンケート調査の実施が困難な時期があったため、「圏域別・同行者数別観光入込客数」の分析は実施していない。

⑫ 同行者別の観光客数（西美濃地域）

西美濃地域の令和4年の観光客数を同行者別にみると、「家族」が67.3%と最も多く、次いで「自分ひとり」（16.6%）、「友人」（14.4%）、「団体旅行」（1.1%）となっています。

平成23年以降、「家族」が全体の6割以上を占めています。

〔同行者別の観光客数の推移（西美濃地域）〕



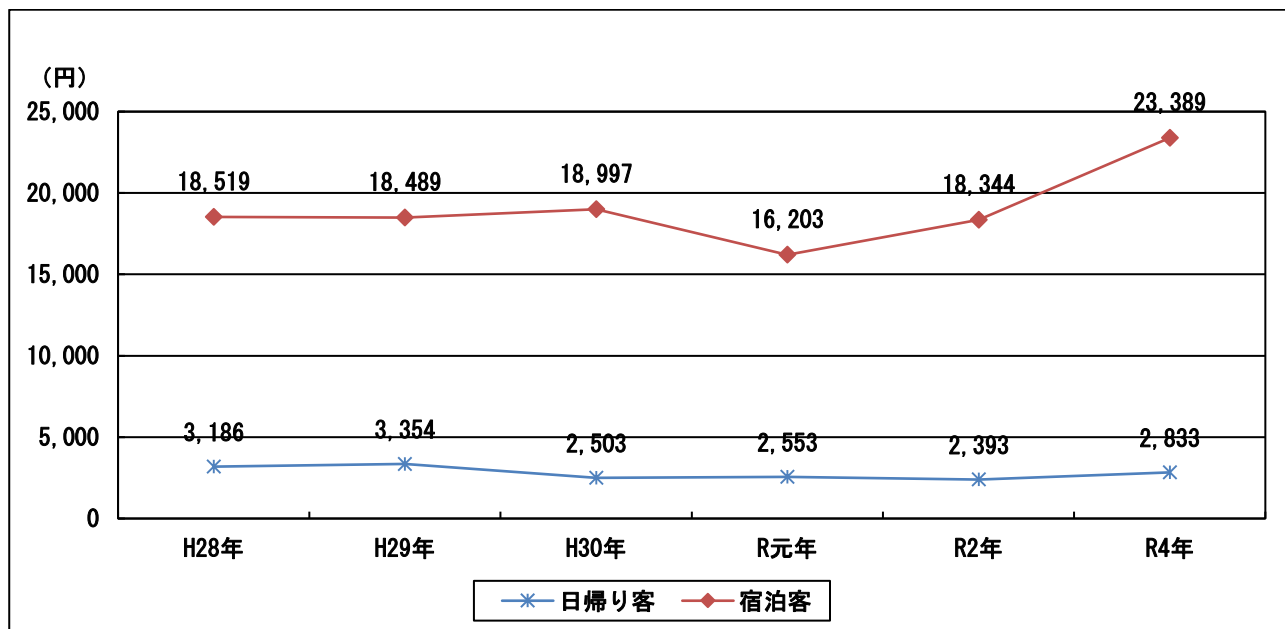
資料：大垣市経済部

注：1) 令和3年は新型コロナウイルス感染症拡大により、分析に必要な観光客へのアンケート調査の実施が困難な時期があったため、「圏域別・同行者別観光入込客数」の分析は実施していない。

⑬ 1人当たりの観光消費額（西美濃地域）

西美濃地域の令和4年の1人当たりの観光消費額をみると、「宿泊客」が23,389円、「日帰り客」が2,833円となっています。

〔1人当たりの観光消費額の推移（西美濃地域）〕



資料：岐阜県「観光入込客統計調査」

注：1) 令和3年は新型コロナウイルス感染症拡大により、分析に必要な観光客へのアンケート調査の実施が困難な時期があったため、「圏域別」の分析は実施していない。

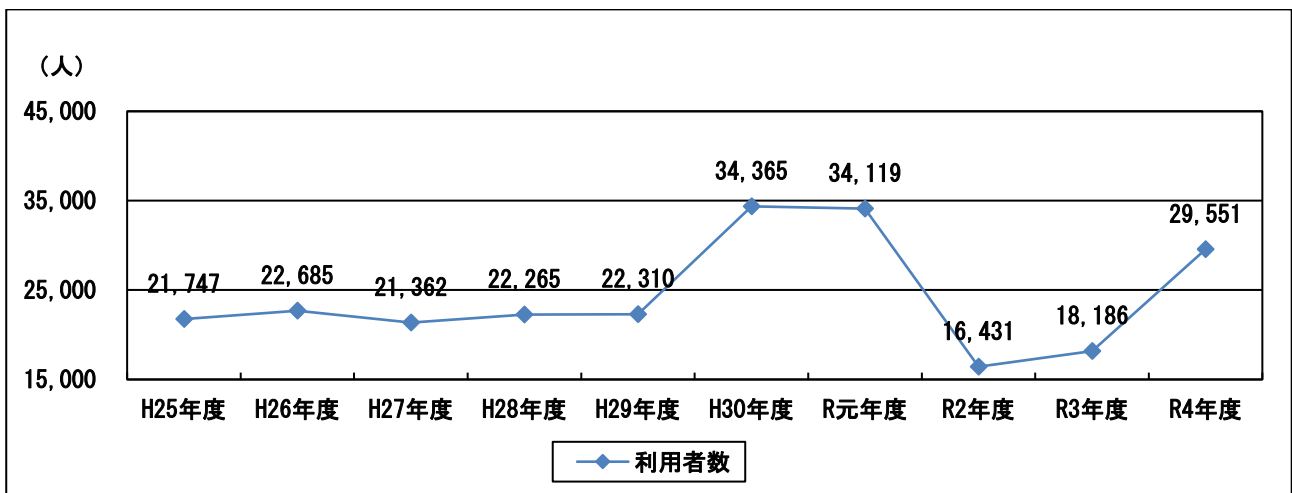
⑭ 観光案内所

現在、本市の観光案内所は、「西美濃観光案内所（JR大垣駅南北自由通路コミュニティコーナー）」の1か所です。

なお、「大垣市観光物産コーナー（多目的交流イベントハウス内）」については平成25年3月に、「大垣観光案内所（船町公園内）」については平成24年4月に廃止しました。

令和4年度の観光案内所の利用者数は、29,551人（前年比62.5%増加）となっています。令和元年度と比較して、4,568人（13.4%）の減少となっています。

〔観光案内所利用者数の推移〕



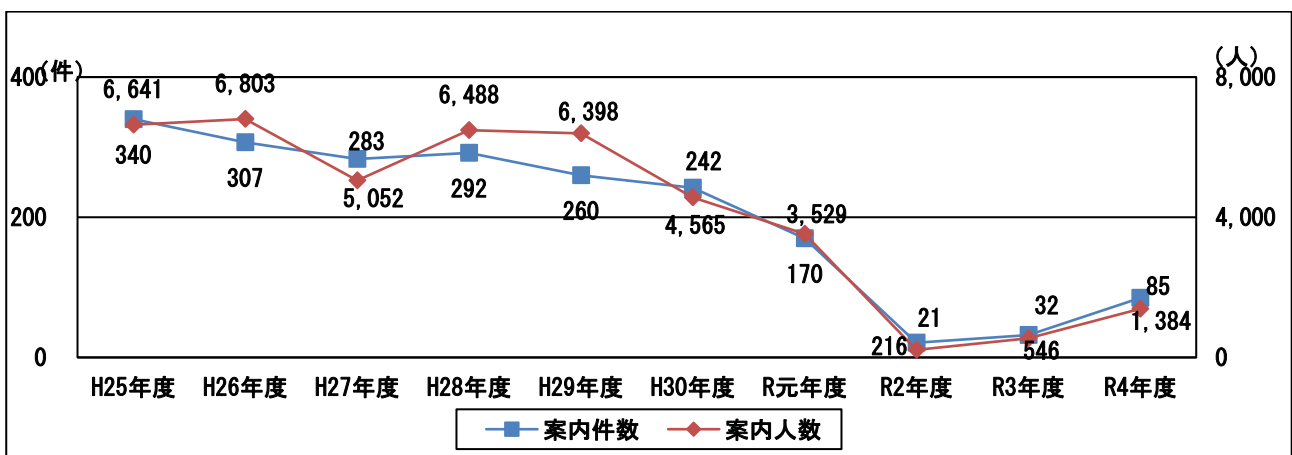
資料：大垣観光協会

⑮ 観光ボランティアガイド

令和4年度の観光ボランティアガイドによる観光案内は、「案内件数」が85件、「案内人数」が1,384人となっています。

コロナ禍により、件数が大幅に減少しています。

〔観光案内件数等の推移〕



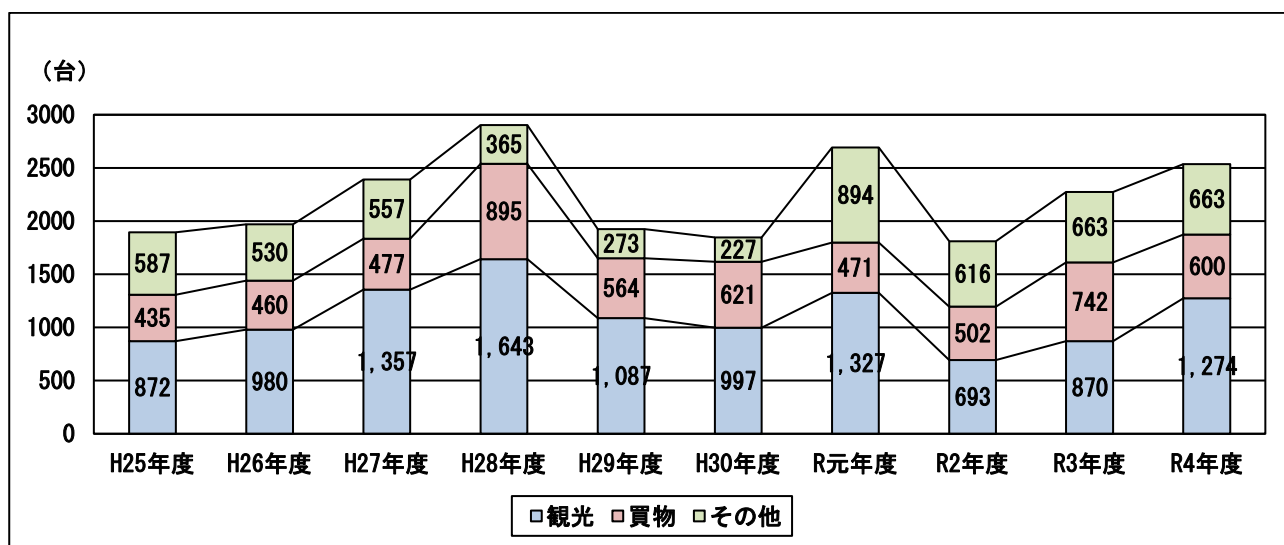
資料：大垣観光協会

⑩ 観光レンタサイクル

令和4年度の観光レンタサイクル「すいとGO！（水都号）」の利用状況は、全体では、2,537台、目的別では、「観光」が1,274台と最も多く、次いで「その他」（663台）、「買物」（600台）となっています。

令和元年度より、特典付きレンタサイクル「OK b i k e」（有料）、令和4年度より電動アシスト自転車（有料）を導入しています。

〔観光レンタサイクル利用台数の推移〕



資料：大垣観光協会

(4) 市民アンケート調査の結果

「観光に関する市民アンケート調査」（回収率33.1%、597人）では、本市の観光の現状と今後のあり方等について、以下のような認識が示されました。

特に、大垣市が目指す観光地では、「水の都、水都をイメージすることが出来る観光地」（363人）、「食事や買い物が楽しめる観光地」（272人）、「祭りやイベントが楽しめる観光地」（246人）、「城下町が楽しめる観光地」（223人）となっています。

① 大垣市の観光に対する印象

大垣市の観光に対する印象では、「どちらかといえばそう思う」と「そう思う」をあわせると、「街中にゴミなどが少なく、清潔である」（82.1%）、「観光客が大垣市に来るための交通の便がよい」（75.3%）、「自然や街並みなどの景観が美しい」（66.1%）、「地元の人々の人情が豊かである」（62.5%）となっています。

② 友人・知人に紹介したい観光スポット・体験

友人・知人に紹介したい観光スポット・体験では、「大垣城」（325人）、「たらい舟乗船体験」（239人）、「奥の細道むすびの地・奥の細道むすびの地記念館」（224人）、「水まんじゅう作り（和菓子作り）体験」（197人）となっています。

③ 友人・知人に紹介したいイベント・祭り

友人・知人に紹介したいイベント・祭りでは、「大垣まつり」（442人）、「十万石まつり」（180人）、「すのまた桜まつり」（139人）、「水の都たらい舟」（133人）となっています。

④ 市民一人ひとりができるおもてなし

市民一人ひとりができるおもてなしでは、「観光客に道を聞かれたら親切に教える」（79.7%）、「観光客に笑顔であいさつをする」（65.1%）、「道路や公園の美化や緑化など、まちの美観づくりに努める」（64.9%）となっています。

⑤ 大垣市が目指す観光地

大垣市が目指す観光地では、「水の都、水都をイメージすることが出来る観光地」（363人）、「食事や買い物が楽しめる観光地」（272人）、「祭りやイベントが楽しめる観光地」（246人）、「城下町が楽しめる観光地」（223人）となっています。

⑥ 観光の地域振興への効果

観光の地域振興への効果では、「大垣市のPRにつながる」（434人）、「地域の名産が生まれる」（249人）、「道路等インフラ整備が進行する」（163人）となっています。

⑦ 外国人誘客のための観光振興

外国人誘客のための観光振興では、「取り組んだほうがよい」（45.7%）、「積極的に取り組むべき」（21.8%）、「わからない」（13.9%）となっています。

⑧ アフターコロナの取り組み

アフターコロナ時代にどのような取り組みに焦点を置くべきかについては、「GOTOキャンペーンのような旅行割引」（21.1%）、「体験型観光」（15.5%）、「キャッシュレス化」（13.5%）となっています。

(5) 事業者・団体アンケート調査の結果

「観光に関する事業者・団体アンケート調査」（回収率67.5%、170団体）では、本市の観光の現状と今後のあり方等について、以下のような認識が示されました。

特に、観光客が増加することに対する考えでは、90%の団体が、観光振興によって、観光客が増加することは好ましいと考えています。

① 観光客が増加することに対する考え

観光客が増加することに対する考えでは、「好ましい」と「どちらかといえば好ましい」をあわせると、90%の団体が、観光振興によって、観光客が増加することは好ましいと考えています。

② 期待される効果

期待される効果では、「まちに賑わいが生まれる」（78団体）、「観光客の消費によって飲食業や宿泊業が潤う」（75団体）、「大垣市の知名度が上がる」（52団体）となっています。

③ 心配される影響

心配される影響では、「交通渋滞や路上駐車など交通環境の悪化」（53団体）、「騒音やゴミの増加」（47団体）、「特にない」（39団体）となっています。

④ 観光地として整備が必要なもの

観光地として整備が必要なものでは、「観光イベント」（40団体）、「トイレ、休憩所」（39団体）、「観光ポイントを結ぶ交通機関」（38団体）となっています。

⑤ 観光振興に必要なもの

観光振興に必要なものでは、「地域や商店街等を活性化させること」（59団体）、「伝統行事や地域の歴史文化を継承すること」（50団体）、「観光に関する情報発信を強化すること」と「観光施設を充実させること」（32団体）となっています。

⑥ 観光振興の取り組み方法

観光振興の取り組み方法では、「行政機関として積極的に観光振興に取り組む」（34.8%）、「観光協会等の団体が主体となり、行政機関はそれらの活動を支援する」（33.0%）、「産官学及び関係市町と連携し、法人格をもって積極的に観光振興に取り組む」（9.6%）となっています。

(6) 事業者・団体アンケート（誘客奨励）調査の結果

「観光に関する事業者・団体（誘客奨励金利用者対象）アンケート調査」（回収率51.0%、24団体）では、本市の観光の現状と今後のあり方等について、以下のような認識が示されました。

特に、大垣市が観光地として整備する必要があると思われるものについては、「宿泊施設、土産物店」（12団体）、「飲食施設」（8団体）、「駐車場」（7団体）となっています。

① 期待される効果

期待される効果では、「観光客の消費により飲食業や宿泊業が潤う」（19団体）、「まちに賑わいが生まれる」（14団体）、「大垣市の知名度が上がる」（11団体）となっています。

② 心配される影響

心配される影響では、「交通渋滞や路上駐車など交通環境の悪化」（19団体）、「騒音やゴミの増加」（12団体）、「落ち着いた住環境の破壊」（5団体）、「日常生活がしにくくなるといった不安」（5団体）となっています。

③ 観光振興に必要なもの

観光振興に必要なものでは、「新たな観光資源の開発に取り組むこと」（15団体）、「伝統行事や地域の歴史文化を継承すること」（10団体）、「地域や商店街等を活性化させること」（7団体）、「道路、鉄道、バス等交通機能を充実させること」（7団体）となっています。

④ 大垣市を目的地として旅行を企画したきっかけ

大垣市を訪問先に選んだ理由については、「誘客奨励制度があったから」（16団体）、「食べ物」（8団体）、「希望の観光スポットがあった」（5団体）、「お客様からの提案」（5団体）、「前回訪問時の好印象」（5団体）となっています。

7) 観光客アンケート調査の結果

① 水の都おおがきたらい舟川下りアンケート調査

「観光に関する観光客アンケート調査（水の都おおがきたらい舟川下り）」（実施者数99人）では、本市の観光の現状と今後のあり方等について、以下のような認識が示されました。

特に、大垣市への観光旅行の満足度では、「非常に満足」と「やや満足」をあわせると、95%となっています。

1) 同伴者と人数

同伴者では、「家族」（82.8%）、「知人・友人」（11.1%）となっており、同伴者の人数では、「2人」（37.4%）、「4人」（35.4%）となっています。

2) 大垣市を訪問先に選んだ理由

大垣市を訪問先に選んだ理由では、「行きたい場所があった」（52人）、「以前も訪問したことがあるから」（26人）、「知人・友人に勧められた」（15人）となっています。

3) たらい舟を知った情報源

たらい舟を知った情報源では、「ポスター・チラシ」と「メディア（テレビ・ラジオ・新聞）」（19人）、「旅行会社」（16人）、「クチコミ」（15人）となっています。

4) 旅行期間

旅行期間では、「日帰り」（85.9%）、「1泊2日」（6.1%）となっています。

5) 旅行者の居住地

旅行者の居住地では、「愛知県」(46.5%)、「岐阜県(大垣市以外)」(25.3%)、「その他」(13.1%)となっています。

6) 大垣市への観光旅行の満足度

大垣市への観光旅行の満足度では、「非常に満足」と「やや満足」をあわせると、95%となっています。

② 大垣まつりのアンケート調査

「観光に関する観光客アンケート調査(大垣まつり)」(実施者数573人)では、本市の観光の現状と今後のあり方等について、以下のような認識が示されました。

特に、大垣市への旅行者の居住地は、「市内」(55.9%)、「東海三県」(35.2%)、「関西」(4.2%)となっています。

1) 同伴者と人数

同伴者では、「家族」(71.7%)、「一人」(16.4%)、「友人・知人」(10.9%)となっています。

2) 大垣まつりを知った情報源

大垣まつりを知った情報源では、「その他」(252人)、「広報誌」(94人)、「ポスター・チラシ」(82人)となっています。

3) 大垣市までの交通手段

大垣市までの交通手段では、「自動車」(47.3%)、「徒歩」(26.2%)、「鉄道」(18.3%)となっています。

4) 大垣市内で使用した金額

大垣市内で使用した金額は、「1,000～3,000円」(44.5%)、「1,000円未満」(21.1%)、「3,000～5,000円」(20.0%)となっています。

3 本市の観光の課題

本市の観光の特徴として、1) 県内や東海地方からの来訪が多い、2) 日帰り客が多い、3) 自家用車の利用が多い、4) まつりやイベントへの来訪が多い、5) 家族連れなど少人数による来訪が多い、6) 外国人の来訪が少ない、などがあげられます。

こうした状況をはじめ、国内観光の動向や各種アンケート調査の結果などを踏まえ、本市の観光の課題について、以下のとおり整理します。

(1) 持続可能な観光地域づくり

大垣城や奥の細道むすびの地記念館等に代表される歴史・文化観光資源をはじめ、自噴水や里山等の自然観光資源や、大垣まつり等の伝統的なまつり、松尾芭蕉関連事業等の個性的なイベント等により、多くの観光客が来訪されていますが、今後も継続して観光客の誘客に努める必要があります。

(2) 観光資源の価値を高めるための仕組みづくり

大垣城や墨俣一夜城、奥の細道むすびの地記念館など、観光客が多く訪れる施設の魅力をさらに高めるため、受入体制の整備を図る必要があります。

(3) 効果的な情報発信

観光資源の魅力や価値を、インターネットをはじめとした様々な手段により、効果的な情報発信に努める必要があります。

(4) 誰もが観光しやすいまちづくり

案内看板をはじめ駐車場、公共交通等、観光客の行動やニーズにあわせた観光環境の充実を図る必要があります。

(5) 広域連携による観光まちづくり

観光資源の価値を高めるためには、周辺自治体等との連携を図り、より大きな魅力を創出していく必要があります。

(6) 外国人観光客の誘客によるまちづくり

大阪・関西万博の開催により、インバウンド（訪日外国人）需要が増加すると想定されるため、外国人観光客に本市を知り、訪れてもらえる施策が必要です。

第4章 観光振興の基本理念と基本方針

1 基本理念 ～「住んでよし、訪れてよしの観光まちづくり」～

本市の歴史・文化観光資源をはじめ、自然観光資源やまつり、イベント等の観光資源を生かしながら、観光の振興や観光客受け入れ体制の充実により、行ってみたいくなる・また来たくなる観光資源が創出され、多くの人で賑わうまちづくりを推進していく必要があります。

また、市民が快適に生活できるとともに、まちに誇りを持ち、そして観光客も感動する、魅力あるまちづくりを推進することも重要です。

そのためには、行政だけでなく、市民をはじめ、地元で活躍する企業、団体等が連携し、本市の魅力を高めるとともに、観光振興を図ることが不可欠です。

これらを踏まえ、観光とまちづくりの視点から、本市が具体的に取り組む施策の前提となる基本理念を、「住んでよし、訪れてよしの観光まちづくり」とし、「大垣らしさ」を生かした観光を将来にわたって提供、享受できるような「観光まちづくり」を市民、企業、団体、行政等が協働して推進していきます。

【基本理念 「住んでよし、訪れてよしの観光まちづくり」の考え方】

令和5年3月に国が策定した「観光立国推進基本計画」では、「持続可能な形での観光立国の復活に向けて」という副題が付けられており、本市においても同様に「持続可能な形での観光まちづくり」に取り組んでいくことが必要であると考えられます。

観光は学習・社会貢献・地域交流の機会でもあり、観光により地域の魅力を発見し、観光を通じて市民が自らの地域に誇りと愛着を感じることは、活力に満ちた地域社会の持続可能な発展を可能にします。

また、観光産業が収益力を高め、適正な対価を収受して収益を地域内で循環させ、従事者の待遇改善も図ることが、観光産業に人を惹きつけ、観光地の持続可能な発展を実現するために必要です。

さらに、観光で持続的に「稼げる」地域となるためには、地方公共団体や観光地域づくり法人（DMO）が、「住んでよし、訪れてよし」の観光地域づくりを目指し、観光旅行者と地域住民の双方に配慮した総合的な観光マネジメントを行うことが重要です。

世界的にも関心の高まっている「持続可能な観光」とは、単に環境にやさしい旅行形態ではなく、いわば「観光SDGs」であり、「住んでよし、訪れてよし」の観光地域づくりに重要な、経済・社会・環境の正の循環の仕組みにつながる基本的な在り方といえます。

2 基本方針

基本理念である「持続可能な形での観光まちづくり」の実現を目指して、本市の観光資源の特性や観光の動向等を踏まえ、以下の5つの基本方針を定めます。

(1) 本市の特性を生かした持続可能な観光まちづくり

決戦前夜まで本拠だった「大垣城」や「墨俣一夜城」をはじめ、「奥の細道むすびの地」など、市内に点在する多くの歴史・文化観光資源や、まちに潤いと安らぎを与えるため、「自噴井」や「多良峡」など、多くの観光資源を生かした観光まちづくりを推進します。

(2) 人と人との触れ合いのある観光まちづくり

人と人との交流や学びの機会から、感動や経験を創出し、交流人口・関係人口の増加につながる観光まちづくりを推進します。

(3) 時代に適応する観光まちづくり

少子高齢化をはじめとして、社会経済情勢がめまぐるしく変化する中、体験型観光の充実などによる新しい客層の開拓や付加価値の向上等新たな課題に積極的に取り組み、ニーズに対応した観光まちづくりを推進します。

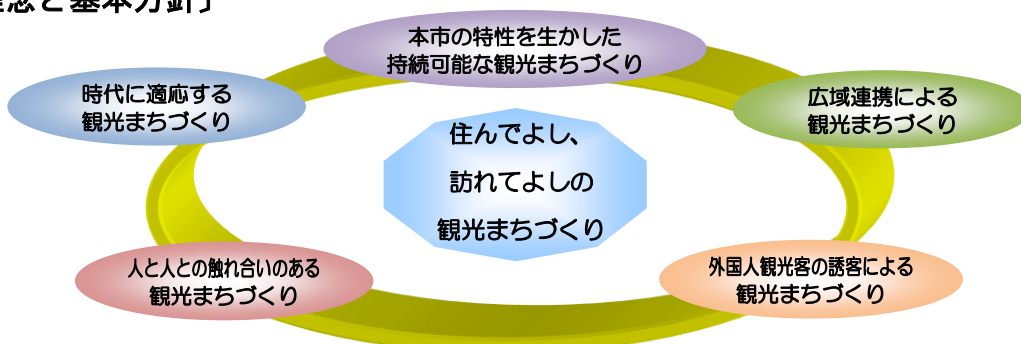
(4) 広域連携による観光まちづくり

西美濃圏域の市町を戦略的パートナーとして、互いの特長や強みを生かして連携、協力し、相互に高めあうことで、圏域全体の魅力を向上させる観光まちづくりを推進します。

(5) 外国人観光客の誘客による観光まちづくり

令和7年の大阪・関西万博の開催など、今後、インバウンドの増加が見込まれることから、本市ならではの「たらい舟船頭体験」など、歴史、芸術、文化を活用した観光振興による国内外の交流人口の創出と地域経済の活性化を図る観光まちづくりを推進します。

〔基本理念と基本方針〕



3 基本目標

この指針を推進するにあたっての目安として、本市の第3期「水の都おおがき」創生総合戦略と同じ目標指標により、以下のとおり数値目標を定めます。

(1) 観光客年間入込数

目標指標は、「観光客年間入込数」とし、令和4年の92万人を令和10年に315万人にすることを目標とします。

目標指標名	「水の都おおがき」創生総合戦略		観光戦略指針	
	基準値 (令和4年)	目標 (令和10年)	基準値 (令和4年)	目標 (令和10年)
観光客年間入込数(万人)	92	315	92	315

(2) 西美濃圏域における観光客数

目標指標は、「西美濃圏域における観光客数」とし、令和4年の964万人を令和10年に1,523万人にすることを目標とします。

目標指標名	観光戦略指針	
	基準値 (令和4年)	目標 (令和10年)
西美濃圏域における観光客数(万人)	964	1,523

(3) 観光土産品等売上額

目標指標は、「観光土産品等売上額」とし、令和4年度の2,900万円を令和10年度に3,500万円にすることを目標とします。

目標指標名	観光戦略指針		ここでの「観光土産品等売上額」とは、奥の細道むすびの地記念館内の芭蕉庵・大垣城・郷土館・墨俣一夜城・市役所売店の合計額とする。
	基準値 (令和4年度)	目標 (令和10年度)	
観光土産品等売上額(万円)	2,900	3,500	

第5章 観光振興の推進施策

1 観光振興の推進施策

本市の観光の課題を改善し、基本理念や基本方針を具現化するため、以下のような観光振興の推進施策の方向性に沿った取り組みを行っていきます。

(1) 大垣らしい魅力の創出

本市の歴史・文化、自然など多様な観光資源を磨き、活用することなどにより、「歴史と文化の東西の出会い」の大垣らしい魅力を創出することを目指します。

① 観光資源の磨き上げ

本市の歴史・文化、自然など、多様な観光資源について、市民協働による魅力ある資源の「磨き上げ」による魅力づくりに努めます。

また、「湧水のまち大垣」を感じられるまちづくりを進める「水都大垣再生プロジェクト」や「決戦前夜大垣城」など、テーマ性や物語性等で関連づけした周遊ルートの設定や特産品づくり、これらのPRを行うことなどにより、地域全体の魅力の向上を図ります。

さらに、上石津・墨俣地域においても、「バイクイベント」や「古民家での民泊」など地域の特長である豊かな自然や伝統的な文化を活かした体験型観光を提案していきます。

② まつり・イベントの活用

本市では、「大垣まつり」をはじめ、「水都まつり」や「十万石まつり」、「芭蕉祭事業」、「まちなかスクエアガーデン」など、数多くのまつりやイベントが開催されています。

こうしたまつりやイベントのさらなる充実や見直し、「奥の細道むすびの地記念館」を中心としたイベントの創出等を行い、効果的に魅力を伝えることなどにより、これまで以上に多くの観光客を集め、にぎわいの創出に努めます。

③ 観光・シティプロモーション活動の推進

本市の魅力を伝え、具体的な観光行動を動機づけるため、ターゲットやマーケットを明確にし、それに合わせた効果的な手段による、きめ細やかな観光・シティプロモーション活動を実施します。

また、話題性のあるテーマや地域の情報を発信するため、観光キャンペーンや物産展をはじめ、フィルムコミッションに代表されるようなメディアへの積極的な情報提供など、多様な手段により、継続的に観光・シティプロモーション活動を展開します。

④ 交流・体験型観光の促進

「水の都おおがき舟下り」や「たらい舟川下り」をはじめ、木枘や和菓子等の手づくり体験、市内企業の工場見学や酒蔵見学等の産業観光、マラソン等のスポーツツーリズム、また、里山体験や地域の生活体験等、産業や文化、生活が体験できる幅広い体験メニューの充実を図ります。

さらに、民泊や古民家カフェなどを活用し、ユニークな体験場所を提供することで、観光客の選択肢の拡充や満足度の向上、リピーターの確保につながる取組みを行います。

(2) おもてなしの心の拡大

観光振興のために最も基本となるのは、「人」です。

人を育て、生かすことで、大垣らしい魅力を創り、本市全体に「おもてなしの心」を広げることを目指します。

① 地域を知る活動の推進

市民自らが、本市の歴史・文化、自然環境等の魅力を楽しみながら発見し、学ぶことなどにより、地域に対する誇りを高めるとともに、自発的な広報活動へとつながるような取組みを行います。

これにより、観光に携わる人だけでなく、広く市民が地域の魅力を知り、愛着と誇りを持つとともに、市民のおもてなしの心や、おまねきの心を育みます。

② 観光人材の育成

観光客の満足度を高め、リピーターを増やすためには、本市全体での「おもてなし」が重要となることから、市民のホスピタリティの醸成をはじめ、観光関連事業者の接客サービスの向上や観光ボランティアガイドの養成等を推進し、継続的に観光に携わる人材を養成する仕組みづくりを行います。

また、多様化する観光需要に対応するため、地域おこし協力隊や大学生、高校生などの若年層を巻き込むことにより、新しくかつ幅広い感性を持つ人材や「大垣まつり」などの伝統文化を維持・保存していく人材の確保に取り組めます。

③ 観光関連事業の支援

体験型観光（モノからコトへ）の振興や地産地消の促進などにより、地域での消費活動の拡大による観光関連事業の活性化に努めます。

また、関連性の高い観光関連事業者の積極的な連携に加えて、従来は観光関係機関とあまり縁のなかった農林業関係者や教育機関等との連携を支援することなどにより、事業機会の創出や観光需要の増加を図ります。

(3) 快適な観光環境の提供

観光客や市民等すべての人に大垣を楽しんでもらえるよう、交通、情報など様々な面から快適な観光環境を提供することを目指します。

① 観光関連情報の充実

観光施設に関する情報や交通情報、季節ごとの観光情報など、あらゆる観光関連情報を広く収集、整理することなどにより、情報の一元化を図り、インターネットを活用した『大垣・西美濃観光ポータル「水都旅(すいとりっぷ)」(以下「大垣観光ポータル」という。)]をはじめ、観光案内拠点等を通じて観光客等へ広く提供します。

② 観光案内拠点の充実

来訪者が快適で効率的な観光行動が可能となるよう、「奥の細道むすびの地記念館」や「西美濃観光案内所」といった観光案内拠点におけるインフォメーション機能の充実を図るとともに、利便性の高い観光情報を提供できる仕組みを構築します。

③ 観光情報提供ツールの充実

観光客への観光関連情報を「大垣観光ポータル」によるWEBでの発信や、InstagramやYouTube等によるSNSでの発信、デジタルサイネージの活用などのデジタル方式と、「水都旅」等の紙媒体によるアナログ方式の両面で提供し、必要な人に必要な情報をわかりやすく、迅速に提供できる方法の充実を図ります。

また、観光客の観光行動の意思決定において、SNSでの情報収集が大きな要素となることから、SNSを活用した効果的な情報発信を図ります。

④ 交通ネットワークの整備

「名阪近鉄バス1日フリーきっぷ」のような、JR大垣駅の拠点性を生かし、観光地から次の観光地へスムーズに移動でき、周遊が可能となるような交通ネットワークを関係機関と連携して構築します。

また、鉄道、自家用車やバスでの観光に対応するため、駐車場をはじめ、道路交通網や案内標識、レンタサイクル等の整備、充実を図ります。

⑤ 観光DXの推進

観光分野のDXを推進し、旅行者の消費拡大、再来訪促進、観光産業の収益・生産性向上等を図り、稼ぐ地域の創出を図ります。

※ 観光DX(デジタルトランスフォーメーション)とは、業務のデジタル化により効率化を図るだけでなく、デジタル化によって収集されるデータの分析・利活用により、ビジネス戦略の再検討や、新たなビジネスモデルの創出と69つの変革を行うものと位置づけられます。

(4) 広域連携の強化

市内はもちろんのこと、西美濃圏域全体で、様々な観光主体が一体となって協力、連携することなどにより、本市の観光をより魅力的なものにするための仕組みを構築し、行動していくことを目指します。

① 広域連携による誘客の推進

本市は、交通の要衝として重要な位置を占めており、「木曾三川公園」をはじめ、「淡墨桜」や「千代保稲荷神社」、「養老の滝」、「関ヶ原古戦場」、「谷汲山華厳寺」、「徳山ダム」等の有名観光地が周辺市町にあることなどから、広域観光ルートの拠点としての機能を有しています。

こうした特性を生かし、「西美濃広域観光推進協議会」や「西美濃・北伊勢観光サミット」などの活動を通じて、周辺観光地間での相互誘客や広域観光ルートづくり、広域観光圏の形成などにより、効果的な広域連携を推進します。

また、中山道や美濃路など街道の歴史的景観等を生かした観光まちづくりを推進するため、「美濃路連携協議会」や「『日本歴史街道』美濃中山道連合」などの活動を通じて、広域連携による誘客を推進します。

② 都市間観光の交流・連携の推進

本市のフレンドリーシティである「鹿児島市」や「鹿児島県日置市」や、奥の細道の関係都市である「東京都荒川区」や「東京都江東区」等をはじめ、新たに「決戦前夜大垣城」をテーマに「滋賀県長浜市」や「福井県敦賀市」など、お城や石田三成の関係都市や、「福井県大野市」や「郡上市」等の湧き水がある城下町の都市との間で、観光交流活動を促進し、交流人口の増加を図ります。

さらに今後は、令和5年に岐阜県揖斐川町と福井県池田町を結ぶ国道417号「冠山峠道路」が開通し、令和8年には東海環状自動車道が全線開通することから、あらたな都市間交流を加速させる好機であり、とりわけ北陸新幹線の敦賀駅まで延伸することから、福井など北陸地方との積極的な連携を図ります。

③ 観光推進組織への支援

持続可能な観光地域づくりを推進するため、令和3年3月に観光地域づくりのかじ取り役である地域連携DMOとして観光庁に登録されたNPO法人大垣観光協会と連携して、観光分野に関する人材育成の支援や観光コンテンツの造成等、各種事業に取り組みます。

(5) インバウンドの強化

海外からの観光客の誘客を目的として、訪日観光客の増加が期待できるアジア諸国を主な対象として、インバウンド（海外から日本を訪れる旅行）を推進します。

① 現地での積極的な展開

海外で開催される各種の旅行博覧会への参加や、現地での観光セミナーの開催、現地での観光PR等を通じて、一般消費者や観光関係者に広く本市の魅力を発信します。

② 受入環境の整備

外国人観光客の満足度向上・リピーター獲得のために、大垣らしい体験ができる高付加価値観光商品の提供、観光リーフレット等の多言語化、観光案内看板の多言語化など、本市の街歩きを楽しみ、滞在に満足できる環境づくりを進めます。

③ 外国人誘客の支援

海外からのさらなる誘客を図るため、海外の旅行業者等に対し、誘客奨励制度の充実を図ります。

④ 情報発信の強化

各市場の動向やニーズを調査した上で、外国人個人旅行者の旅行先決定の情報源となっているウェブやSNSを中心に、媒体間の連動や新たな媒体の活用検討も含め、効果的な情報発信を行います。

また、本市在住の外国人の活用など、外国人の視点を生かしながら、本市の観光の魅力の情報発信を行います。

⑤ 大都市圏等での認知度向上

大都市圏や空港など、訪日外国人が多く訪れている地域に滞在している外国人旅行者を対象に観光情報を発信し、認知度を向上することにより、次回訪日時の本市への訪問を促します。

2 観光戦略指針の実現に向けて

(1) 役割分担

この指針を推進していくためには、市民や観光関連団体、観光関連事業者、大学、市の役割を明確にし、各主体が各々の役割に着実に取り組むとともに、相互の連携を強化していく必要があります。

また、本市の観光の向うべき方向性を共有し、その実現に向けて、各関係者が連携、協力していく必要があります。

各主体の役割分担は、以下のとおりです。

① 市民の役割

- 1) 市民は、大垣をよく知り、魅力を支える真の主人公であり、市民自らが楽しみながら、観光客との地域交流を積極的に促進します。
- 2) 観光まちづくり活動に積極的に参加し、地域づくりやまちづくりなど、市の魅力向上に主体的に取り組んでいきます。
- 3) 市民一人ひとりが観光客を温かく迎えらるよう、おもてなしの心の向上を図ります。

② 観光関連団体の役割

- 1) 大垣観光協会をはじめ、観光関連団体は、情報提供や誘客促進のためのPR活動等、観光振興事業を積極的に展開します。
- 2) 観光関連事業者などの経営マネジメントの支援、接遇、サービス向上のための研修等の充実などの支援を行います。
- 3) 具体的な観光振興施策に積極的に関与し、実施に向けて中心的な役割を果たします。

③ 観光関連事業者の役割

- 1) 観光関連事業者は、本市の観光振興の主体的な役割を担います。
- 2) 観光関連事業者間の連携、協力体制の充実を図るとともに、他の産業との連携、交流を推進します。
- 3) 時代のニーズにあったメニューづくりや施設整備などを行うとともに、観光客に対するおもてなしの心を育む人材の確保、育成に努めます。

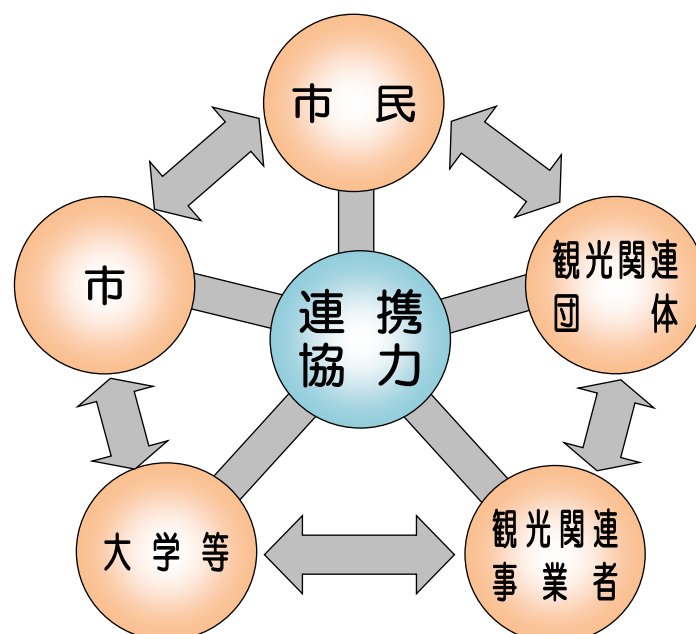
④ 大学等の役割

- 1) 市内の大学は、本市の観光まちづくり活動に積極的に関わり、市民と学生との連携を深めながら、観光客との地域交流を深めます。
- 2) 市との連携により、この指針の策定、推進に主体的に関与し、地域でのまちづくり活動が実践の学習の場となるよう、積極的に取り組んでいきます。
- 3) 具体的な観光振興施策の実施にあたり、他の地域の先進事例等を参考にしながら、実施体制や実施手法に関するアドバイスをを行います。
- 4) 市内シンクタンクは、独自の視点から、産業や経済の動向、暮らしや文化のトレンドを捉えて、積極的な観光振興施策の情報発信に取り組んでいきます。

⑤ 市の役割

- 1) 市は、観光地等の整備や運営、情報の発信、広報PRなど、様々な観光振興施策に取り組む実施主体に対して支援を行います。
- 2) 市民協働による観光まちづくり活動を支援し、市民の観光に対する理解の促進を図ります。
- 3) 国や県、他の市町村との連携を図るとともに、周辺市町等と連携した広域観光を推進します。
- 4) 各関係者との連携、協力を図りながら、具体的な観光振興施策に取り組んでいきます。

〔観光戦略指針推進の役割分担〕



(2) 地域別の推進施策

観光振興をより効果的に推進するためには、大垣地域、上石津地域及び墨俣地域のそれぞれの資源や特性を生かしながら、各地域が連携して施策を実施する必要があり、各地域の連携には、以下の点が特に重要になると考えられます。

また、こうした点を踏まえ、本市全体での観光振興を基本としたうえで、各地域が推進する主な施策の方向性は、以下のとおりです。

【各地域の連携に重要な視点】

- | | |
|---|--|
| ① | テーマによるルート設定や観光資源間の連携により回遊性の向上を図ります。 |
| ② | 市全体で共通のテーマを共有し、観光・シティプロモーション活動を推進します。 |
| ③ | 観光に関わる人材、事業者間の交流により、本市の観光を支える人材を育成します。 |
| ④ | 本市の玄関口となるJR大垣駅を起点とした誘客方法を構築します。 |
| ⑤ | 観光関連情報を共有し、多くの場所で市全体の情報を提供できる環境を整備します。 |

【地域別の主な施策】

大垣地域	① JR大垣駅を起点として、大垣城をはじめ、奥の細道むすびの地や四季の路、美濃路など、中心市街地の観光回遊性を高めるための観光メニューの充実を図り、観光しやすい環境を整備します。
	② 中山道の街並み等の歴史景観資源をはじめ、自噴井や季節の花等の自然資源など、多様な観光資源の連携と活用を図ります。
	③ 西美濃圏域での宿泊施設の優位性を利用して、中心市街地を出発・到着地点とする西美濃圏域の観光回遊性を高める観光メニューの充実を図ります。
上石津地域	① 多良峡等豊かな自然の活用や農業、林業、里山体験などにより、都市との交流を促進します。
	② 烏帽子岳登山やハイキング等の自然体験を活用した観光メニューの充実を図ります。
	③ かみいしづ緑の村公園や日本昭和音楽村、西高木家陣屋跡等を中心に、地域の歴史・文化を伝えるとともに、観光情報発信や地域製品の直売などを展開します。
墨俣地域	① 観光誘客の核として、犀川堤の桜や、あじさいなど、季節の花を楽しめる環境を整備します。
	② 墨俣一夜城や寺町界限、美濃路墨俣宿等の街並み景観など、地域内の観光資源の連携により、回遊性を高めます。
	③ 誘客力と回遊性の向上の核として、桜まつりをはじめ、天王祭、秀吉出世まつり、つりびな小町めぐりなど、まつりやイベントの充実を図ります。

〔観光戦略指針の体系図〕

【基本理念】

住んでよし、訪れてよしの観光まちづくり

【基本方針】

本市の特性を生かした持続可能な観光まちづくり

人と人との触れ合いのある観光まちづくり

時代に適応する観光まちづくり

広域連携による観光まちづくり

外国人観光客の誘客による観光まちづくり

【観光振興の推進施策】

大垣らしい魅力の創出

- ① 観光資源の磨き上げ
- ② まつり・イベントの活用
- ③ 観光・シティプロモーション活動の推進
- ④ 交流・体験型観光の促進

おもてなしの心の拡大

- ① 地域を知る活動の推進
- ② 観光人材の育成
- ③ 観光関連事業の支援

快適な観光環境の提供

- ① 観光関連情報の充実
- ② 観光案内拠点の充実
- ③ 観光情報提供ツールの充実
- ④ 交通ネットワークの整備
- ⑤ 観光DXの推進

広域連携の強化

- ① 広域連携による誘客の推進
- ② 都市間観光の交流・連携の推進
- ③ 観光推進組織への支援

インバウンドの強化

- ① 現地での積極的な展開
- ② 受入環境の整備
- ③ 外国人誘客の支援
- ④ 情報発信の強化
- ⑤ 大都市圏等での認知度向上

資 料

1 策定の経過

年月日	項目	内容
令和5年 4月28日 ～ 5月26日	市民公募委員の募集	・観光戦略指針策定委員会公募委員の募集
6月 5日 ～ 6月23日	アンケート調査	・第3期観光戦略指針策定に向けた市民・事業者・団体意識調査
6月15日	市議会経済産業委員会	・第3期観光戦略指針策定の趣旨説明
10月13日	観光戦略指針策定委員会第1回会議	・観光戦略指針策定委員会委員の委嘱 ・役員構成の決定 ・第3期観光戦略指針策定趣旨の説明 ・第3期観光戦略指針素案の審議
10月20日	観光戦略指針策定委員会第2回会議	・第3期観光戦略指針素案の審議
12月14日	市議会経済産業委員会	・第3期観光戦略指針策定の審議経過の報告
令和6年 1月4日 ～ 1月31日	パブリック・コメント	・第3期観光戦略指針案の意見募集
3月14日	市議会経済産業委員会	・第3期観光戦略指針案の報告
3月15日		・第3期観光戦略指針の決定

2 大垣市観光戦略指針策定委員会設置要綱

(趣旨)

第1条 大垣市未来ビジョンに基づき、大垣市奥の細道むすびの地記念館の完成を契機とした、本市の歴史的、文化的、自然的観光資源を生かした魅力ある観光地づくりなど、観光交流に関する市の施策を総合的かつ計画的に実施するための大垣市観光戦略指針を策定するため、大垣市観光戦略指針策定委員会（以下「委員会」という。）を設置する。

(委員の定数)

第2条 委員会の委員の定数は、次に掲げるとおりとする。

- (1) 学識経験者 2人以内
- (2) 観光に関する知識及び経験を有する者 6人以内
- (3) 公募市民 2人以内

(委員長及び副委員長)

第3条 委員会に委員長及び副委員長を置き、委員の互選により定める。

2 委員長は、会務を総理し、委員会を代表する。

3 副委員長は、委員長を補佐し、委員長に事故あるとき又は委員長が欠けたときは、その職務を代理する。

(委員会の会議)

第4条 委員会の会議（以下「会議」という。）は、委員長が招集する。ただし、委員委嘱後最初の会議は、市長が招集する。

2 会議の議長は、委員長をもって充てる。

3 会議は、委員の過半数が出席しなければ開くことができない。

4 会議の議事は、出席委員の過半数をもって決し、可否同数のときは、議長の決するところによる。

5 委員長は、必要と認めるときは、委員以外の者を会議に出席させて、説明又は意見を聴くことができる。

(庶務)

第5条 委員会の庶務は、商工観光課において処理する。

(委任)

第6条 この要綱に定めるもののほか、委員会の組織及び運営に関して必要な事項は、委員長が別に定める。

附 則

この要綱は、平成23年4月25日から施行する。

附 則

この要綱は、令和5年4月1日から施行する。

3 大垣市観光戦略指針策定委員会委員名簿

- 委員長 竹内治彦
副委員長 加藤智樹

No.	区分	氏名	備考
1	(1) 学識経験者 (2人)	竹内治彦	岐阜協立大学経営学部教授
2		加藤智樹	大垣女子短期大学歯科衛生学科教授
3	(2) 観光に関する知識及び経験を有する者 (6人)	足立敬子	大垣商工会議所女性会会長
4		箕浦之治	大垣観光協会専務理事
5		松本正平	大垣市商店街振興組合連合会理事長
6		堀和英	大垣市連合自治会連絡協議会副会長
7		多和田智子	大垣市女性連合会会計
8		各務学	J R大垣駅総括助役
9	(3) 公募市民 (2人)	三輪千加子	公募市民
10		渡部加佳子	公募市民

大垣市第3期観光戦略指針

令和6年3月

発行 大垣市

編集 経済部商工観光課

岐阜県大垣市丸の内2丁目29番地

電話 (0584) 47-8597