

目指す観光地の姿

恵那らしさを追求した、稼ぐ観光地

基本的な考え方

市民が誇りをもち、郷土愛を深めながら、恵那にしかない特別な体験で観光産業を育成し、域外からの外貨を獲得できる、持続可能な観光地づくりを行う

政策の柱Ⅰ

スポーツ、自然、歴史・文化、食などの魅力を活かした恵那らしいオンリーワンのコンテンツの創造

○やってみたくなるスポーツアクティビティの推進

- ・ボート・カヌー、ボルダリング、モータースポーツ等スポーツを活かした着地型体験コンテンツによる誘客の促進
- ・WRC、東京オリパラを契機としたイベントの開催、着地型体験コンテンツの造成
- ・合宿旅行や教育旅行の誘致強化
- ・ドローンを活用した誘客の促進
- ・アウトドア施設の充実による観光誘客の促進

○ゆっくりしたくなる自然を活かしたツーリズムの創造

- ・コンテンツの磨き上げと掘り起こし、担い手を育成による、集客力の強いコンテンツの造成支援
- ・農林業を体験できる里山ツアーの造成

○知りたくなる郷土の歴史・文化を活用したツーリズムの推進

- ・大河ドラマを活用した誘客促進と明智光秀ゆかりの地に関するコンテンツの充実
- ・岩村城跡・岩村城下町、中山道でのコンテンツの充実

○食べたくなる恵那ならではの美味しいグルメの開発

- ・民間による地元食材を活用した新たな郷土料理の開発支援
- ・新しい五平餅のレシピやたれなど伝統食文化を活用した新たな料理レシピの開発を推進

政策の柱Ⅱ

国内外の旅行者に恵那市の魅力を伝えるきめ細やかな観光プロモーションの展開

○観光客が効率的に情報取得できる提供方法の確立

- ・観光客の動態やニーズを具体的に把握するアンケート調査の実施
- ・ターゲットに合わせた情報発信手段の活用と、情報が効率的に伝わる誘客プロモーションの展開
- ・団体旅行を取り扱う旅行代理店や旅行商品を企画する事業者との外部連携を強化
- ・恵那市の歴史文化を分かり易く紹介したネイティブ専門人材の解説によるWEBサイトの整備

○大河ドラマ、世界ラリー選手権(WRC)、東京オリパラなど大型イベントを活用した情報発信の展開

- ・大河ドラマ、WRC特設WEBサイトによる情報発信

○台湾や中国をターゲットとした観光プロモーションの展開

- ・台北国際旅展への出展、トップセールスによる恵那市プロモーションの展開
- ・観光客の増加が見込まれる中国において、ブローガーによる情報発信

○県、企業との連携や広域で連携した観光プロモーションの展開

- ・東美濃地域の自治体と連携し、スケールメリットを活かした誘客プロモーションを実施
- ・民間企業のネットワークを活用した誘客プロモーションを展開

政策の柱Ⅲ

あらゆる旅行者がストレス無く快適に過ごせる受入環境(ユニバーサルツーリズム)の充実

○外国人、障がい者、高齢者などあらゆるの旅行者にやさしい受入環境(ユニバーサルツーリズム)の推進

- ・無線通信LAN環境、デザインを統一した多言語サイン看板、ICTを活用した案内標識、キャッシュレス化の推進
- ・観光案内やグルメの紹介、観光地までのアクセスなど市内での観光を快適に楽しむことができる観光アプリの導入検討

○多様な旅行ニーズに合わせた宿泊施設の提供

- ・観光客の動態やニーズと地域事情を踏まえた宿泊施設等の民間の施設の積極的な推進

○観光客が利用しやすい2次交通対策の充実

- ・バスやタクシーなど2次交通の利便性向上について検討するため、観光事業者、交通事業者などによる委員会を設立

○観光地としての品質を管理する仕組みの構築

- ・観光客の評価に基づく品質管理を行うため、アンケートにより満足度調査を実施する。

○市民を含む受入側の意識改革、人材の育成・確保

- ・市内事業者に向けたWRC、東京オリパラを契機としたインバウンド対応セミナーの開催
- ・魅力的な旅行商品の開発と受入体制の強化を図るセミナーの開催

政策の柱Ⅳ 市民と行政、観光協会、地域商社、市全体でスクラムを組んで観光地づくりを推進する仕組みの構築

○地域商社による観光地づくりの推進

- ・地域商社による地域資源を最大限に活用した「稼ぐ」観光地域づくりの推進と地域や事業者の稼ぐ活動のサポート

○人々が連携する仕組みの構築

- ・地域住民の「稼ぐ」意識向上をはかるため、外部事業者と地域の若者をはじめとした住民との意見交換会の開催

KPI	現状	R4	R7
観光入込客数	415万人	435万人	450万人
旅行消費額	87億円	95億円	100億円
宿泊者数	24.6万人	25.6万人	30万人
外国人宿泊者数	1.8万人	2.1万人	3万人