

恵那市観光ビジョン（改訂版）

～ 恵那らしさを追求した、稼ぐ観光地 ～

令和5年3月

恵 那 市

目 次

I. 計画の策定にあたって

- 1. ビジョン策定の背景 2
- 2. 観光ビジョンの必要性 4

II. 観光ビジョンについて

- 1. 観光ビジョンの目的 6
- 2. 観光ビジョンの位置づけ 6
- 3. 観光ビジョンの期間 7

III. 基本方針

- 1. 目指すべき将来像 8
- 2. 基本的な考え方 8
- 3. 重要業績評価指標（K P I）の設定 8
- 4. 戦略の柱 9

IV. アクションプラン 14

V. フォローアップ

- 1. フォローアップの目的 23
- 2. フォローアップの体制 23
- 3. フォローアップの時期 23
- 4. ビジョンの見直し 23

I. 計画の策定にあたって

1. ビジョン策定の背景

日本の総人口は 2008 年を境に減少局面に入り、その減少スピードは、今後加速度的に高まっていくと予想されています。「恵那市まち・ひと・しごと創生人口ビジョン」による本市の将来展望においても人口減少と少子高齢化が進むと考えられており、このまま進むと生産年齢人口の減少に伴う税収の減少、学校の統廃合など教育環境の変化、買い物や医療など生活に欠かせないサービスの確保、介護や医療にかかる費用負担の増加など日常生活や社会保障・防災への影響など、多くの課題に直面することが予想されます。

こうした認識のもと、人口減少に歯止めをかけ、地域を活性化するため、本市では「はたらく」「たべる」「くらす」の 3 本柱で取り組んでおり、「はたらく」については、魅力的な働く場所を確保するため、①成長性、②域外からの外貨獲得、③第 3 次産業から第 2 次、第 1 次産業への波及、④地域コミュニティの強化、⑤条件不利地域でも十分な競争環境、これら 5 つの観点から、観光に関する取り組みも重要な要素のひとつとして重視しています。

■地域活性化のために観光を重視する 5 つの理由

① 成長性

政府は、30 年までに年間の訪日外国人旅行客を 6,000 万人とする目標を掲げており、21 世紀のリーディング産業として今後も成長が見込まれています。一方、本市においても WRC の開催により国内外からの多くの旅行者が見込まれて、国際観光・国内観光ともに拡大するチャンスが到来しており、産業としての成長性が見込まれます。

②域外からの外貨獲得

成功している観光地では、その地域に赴かなければ食することや入手することも経験することも出来ないモノが数多く存在、希少価値の高さを売りにして、域外から外貨を獲得しています。一方、本市においても自然体験や農業体験など恵那でしか経験できない観光コンテンツを創出し観光客の消費行動につなげることにより、外部から新たに外貨を獲得することができ、富の増加につげることができます。

③第3次産業から第2次、第1次産業への波及

観光業は裾野の広い産業です。旅行業や宿泊業、運輸業だけでなくレストランや娯楽施設、通訳といったサービス業、製造業、小売業、金融業にも広がります。本市においても、宿泊・飲食・サービスに代表される第3次産業にとどまらず、栗や自然薯を使った土産物や消費財の生産における第2次産業、更にそれらの原材料を共有する第1次産業へと、その波及効果によって地域全体の産業の活性化につながります。

④地域コミュニティの強化

地域資源の掘り起こし活動を通じて、住民が地域の特徴や魅力を認識し、自らの地域に愛着や誇りを持つことで、地域住民としての自覚が芽生え、地域のために考え、行動を起こすようになり、更には様々なネットワークが醸成され、地域コミュニティの再建・強化につながります。本市においても、こうした活動を通じて市内13地域のアイデンティティとも呼ぶべき地域意識が高まり、地域コミュニティをより堅固にすることが期待できます。

⑤条件不利地域でも十分な競争環境

観光コンテンツを演出する「非日常」の追求においては、笠岡地域や上矢作、串原など大都市圏からの距離が遠く、交通利便性が低い条件不利地域でも、より有利な競争を展開できます。

2. 観光ビジョンの必要性

現在、全国の自治体が観光振興やシティプロモーションに力を入れており、本市も、これまでに連続テレビ小説「半分、青い。」などその時々ブームを利用した誘客プロモーションの展開や名古屋市内、首都圏で開催されるイベントでの観光PRを実施してきたほか、様々なお客様に恵那市での観光を楽しんでいただくため、Wi-Fi整備やトイレの洋式化、多言語での案内看板整備、外国語パンフレットの作成などのインフラ整備を進めてきました。また、恵那峡や道の駅、くしはら温泉ささゆりの湯など市内の観光施設のリニューアルによる誘客強化にも取り組んできました。

しかし、これまでの観光振興施策は、平成28年度以降、市の指針となる観光戦略が策定されていなかったことから、個々の方策が相互に関連性のある取組を実施することができず、十分な成果を得ることができていませんでした。また、地域で開催される多くのイベントが市民向けの領域を超えておらず、観光客を誘客する意識や、稼ぐ意識が醸成されていないほか、観光資源に関する課題、プロモーションに関する課題、受入環境に関する課題などが多く挙げられ、望ましい観光地としての在り方を追求して魅力を高めることができませんでした。そこで、令和2年に本市の観光戦略となる当観光ビジョンを策定いたしました。

しかしながら、令和2年1月以降、新型コロナウイルス感染症の世界的な拡大により、国内の旅行控えによる観光入込客数の大幅な減少や入国制限による訪日外国人の激減等、観光事業者は、これまでに経験したことのない極めて危機的な状況に置かれました。また、人々の価値観やライフスタイルの更なる多様化、ワーケーションをはじめとした新たな旅のスタイルへの注目など、観光を取り巻く状況は日々著しく変化しております。

このような状況を踏まえ、感染拡大防止対策と経済活動の両立を図りながら落ち込んだ観光市場を早期に回復させ、恵那市における望ましい観光の在り方を示し、その実現に向けて行政と市民、地域商社等多様な関係者と連携した方策を推進することを目的とした「恵那市観光ビジョン」が必要であると言えます。

■ 恵那市の観光に関する課題

【共通】

- 望ましい観光地としての在り方を追求して魅力を高め、観光で稼ぐという意識が地域に欠落している
- 「比較的簡単に今すぐできること」、「各種施設の整備」、「イベント開催」、「その時々々のブームに対応・追随したキャンペーン」など安直で短絡的な誘客プロモーションに終始している
- 近視眼的な取り組み、個々の方策相互に関連性がない、思いつきの取り組みを続けている
- 地域に積極的に関与し、恵那市における観光全体の舵取り役となる組織体制が整っていない
- 地域において誘客する意識や稼ぐ意識が醸成されていない

【観光資源に関する課題】

- これまで恵那峡や日本大正村など団体旅行の誘客に取り組んできたため、個人旅行者の誘客に欠かせない魅力ある体験型コンテンツが整備されていない
- テーマ性の高い宿泊で誘客したいが施設が整備できていない
- 旅行の目的としてグルメが関心を集めているが、食をテーマにした誘客ができていない
- まちづくり団体が地域の観光の担い手となっているため、多くのイベントが市民向けイベントの領域を超えていない

【プロモーションに関する課題】

- マーケティングに基づく効果的なプロモーションが脆弱である
- 旅行商品販売代理店や商品を企画する事業者を意識した営業活動・情報発信ができていない

【受入環境に関する課題】

- サインの多言語化、支払方法のキャッシュレス化、公衆無線LAN環境など外国人観光客がスムーズに観光を楽しめる環境が整っていない
- 観光客の行動にあわせた2次交通が整っていない
- 地域における観光コンテンツの予約受付、料金決済に関する体制が整っていない
- 多くのイベントがまちづくり団体により運営されており、人員不足から行政・観光協会が運営を補佐していることから、本来の業務に支障をきたしている

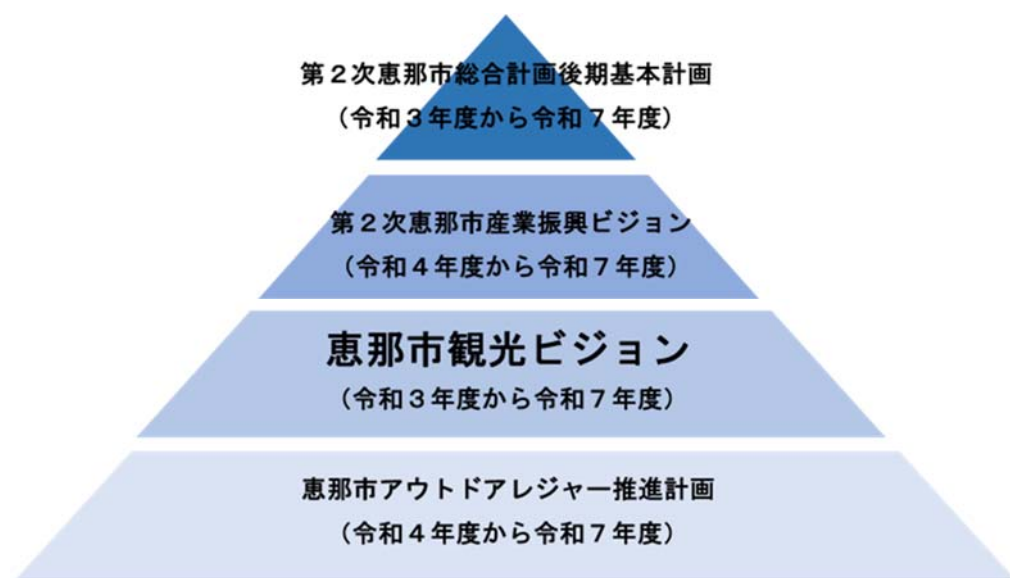
Ⅱ. 観光ビジョンについて

1. 観光ビジョンの目的

本ビジョンは、観光振興の課題、目的、目標、方向性、手段、事業主体を明らかにすることで、観光に携わる者が恵那市における望ましい観光のあり方とその実現に向けた方策と手順を共有することを目的とします。

2. 観光ビジョンの位置づけ

本ビジョンは、望ましい観光のあり方を示すとともに、展開する施策等についてまとめたものです。本市の最上位計画である「第2次恵那市総合計画」をはじめ、「恵那市産業振興ビジョン」やその他の関連計画と整合を図りながら、各種事業を推進していきます。



3. 観光ビジョンの期間

ビジョンの計画期間は、上位計画である第2次恵那市総合計画に合わせた令和7年度までの6年を目処とします。

一方で、具体的な事業を記載するアクションプランについては、観光を取り巻く様々な状況の変化のスピードを考慮し、令和5年3月までの3ヶ年を一端の目処とし、令和4年度中に中間評価を実施し、その結果によりその後の3年間に実行すべき内容を含めた計画を再度策定します。

	R 2 年度 (2020)	R 3 年度 (2021)	R 4 年度 (2022)	R 5 年度 (2023)	R 6 年度 (2024)	R 7 年度 (2025)
総合計画	第2次恵那市総合計画（H28～R7） ・前期計画（H28～R2） ・後期計画（R3～R7）					
産業振興ビジョン	恵那市産業振興ビジョン（H30～R7） ・見直し（R2.3）					
観光ビジョン	恵那市観光ビジョン（R2～R7） ・中間評価（R4） ・アクションプラン見直し（R5.3）					

Ⅲ. 基本方針

1. 目指すべき将来像

恵那らしさを追求した、稼ぐ観光地

スポーツ、自然、歴史・文化、食などの13地域の資源を活かした観光資源の磨き上げと掘り起こしを進め、誰もが楽しめる魅力的な観光コンテンツを創造し、本市を訪れる全ての旅行者に恵那市を満喫していただける多様性・多面性のある観光地づくりを行政、地域商社、観光協会、民間、市民が一体となりスクラムを組んで推進することにより、本市の観光に携わる者が稼ぐことができる持続可能な観光地を目指します。

2. 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

観光を外貨獲得する本市の成長産業として捉えながら、一方で、地域の歴史文化の継続と豊かな市民の暮らしを実現するための方策としても捉え、持続可能な観光地づくりを推進します。

3. 重要業績評価指標（KPI）の設定

本ビジョンにおける成果指標を以下に掲げ、目標値の達成を目指していきます。

	現状値	令和4年 (2022)	令和7年 (2025)
旅行消費額	87億円(H29)	95億円	88.9億円
観光入込客数	415万人(H30)	435万人	407万人
延べ宿泊者数	24.6万人(H30)	26万人	26.3万人
外国人延べ宿泊者数	1.8万人(H30)	2.5万人	2.5万人

4. 戦略の柱

本市の目指すべき将来像を実現するため、次の三つの戦略の柱に基づいて事業を実施します。

(1) 来訪者の市内周遊と宿泊を促進させるため施設・店舗の魅力向上や賑わい創出の拠点の整備

(2) リニア中央新幹線開業を活かした広域観光連携の推進による来訪者の拡大とインバウンド観光の推進

(3) 恵那固有の自然や歴史を活かしたアウトドアレジャーと歴史観光の推進

(参考) 恵那市の観光に関するSWOT分析

【強み】	【機会】
○観光資源 豊かな自然／アウトドアスポーツ、キャンプ場が多い／歴史の町並み／文化財（史跡）が多い／棚田など農村風景（日本の美しさ）／温泉／栗きんとんや五平餅などの特産品／集客力の高い道の駅／人の温かさ ○旅行ニーズ 東海地方からの旅行者が増加／大人だけの家族旅行が人気（シニア層） ○アクセス 名古屋圏からのアクセスの良さ ○受入体制 岩村町の観光ガイドが良い／広域連携による周遊観光の発信	○社会環境 2027年のリニア中央新幹線の開業／行政によるDX推進に関する積極的支援／世界的なSDGsの潮流／新型コロナウイルス感染症に伴う地方回帰の動き／大企業の都心オフィスの縮小化・地方移転の傾向／観光立国へ向けた国の動き ○国際的なイベントの開催 世界ラリー選手権日本ラウンドの開催 ○旅行者ニーズ ワーケーションや他地域居住などの多様な居住・仕事・観光スタイルの進展／名所より地域交流に価値／密を避けたアウトドア・アクティビティの需要増加／台湾・中国からの旅行者の増加／地方での訪日旅行者の増加／グルメ・温泉・自然が旅行目的の人気となってきた／文化財に対する関心の高まり
【弱み】	【脅威】
○観光資源 着地型体験コンテンツが少ない／宿泊施設が少ない／飲食店、お土産店が少ない／ブランド商品不足／観光消費額が少ない／地域活力の低下／核となる観光資源がない ○旅行者ニーズ 交通網発達による通過型観光（宿泊少ない）／関東・近畿からの旅行者減少／周遊が少ない／東海地方以外での知名度が低い／アジア以外からの旅行者少ない ○受入体制 Wi-Fiなど通信環境整備の遅れ／バリアフリー対応の遅れ／多様な関係者を巻き込んだ観光地づくり体制が十分でない／多言語化対応の遅れ	○観光資源 観光産業の生産性が低い／個人旅行のニーズの多様化に対応できていない／観光の担い手となる人材の不足／訪日外国人へ地方の魅力が伝わっていない ○旅行者ニーズ 若者の内向志向／少子高齢化による国内旅行の減少／宿泊客の飛驒圏域への集中 ○社会環境 新型コロナウイルス感染症の拡大／東海エリアでのアウトドアレジャーの競争増加／他地域の観光地の活性化による競争増加／アジアの不安定要因

【まとめ】

- 物見遊山的な観光から目的型旅行へと旅行者のニーズがシフトしている中、豊富にある地域資源を活かした着地型体験コンテンツを整備する必要がある。
- 世界ラリー選手権を契機としたスポーツへの関心や、新型コロナウイルス感染症拡大に伴うアウトドア・アクティビティの人気の高まってきている。本市には、根の上高原や笠置峡、市内各キャンプ場など着地型体験コンテンツを活かした観光地づくりを推進できる環境が整いつつある。
- インバウンド需要が回復傾向にある中、本市への台湾・中国からの旅行者割合が増加しており、インバウンド増加に向けてビジネスチャンスがある。多言語化等の受入環境整備の対応が求められている。

(参考) 恵那市の観光に関する今後の見通し

・大河ドラマ「どうする家康」放送（２０２３年）

岐阜県にゆかりのある戦国武将 徳川家康を主人公とした大河ドラマの放送を契機として近隣自治体との連携を密にした戦国武将観光の誘客促進を目指す。

・モータースポーツイベント（２０２３年）

F 1 やル・マン 24 時間と並ぶ世界規模の自動車レース世界ラリー選手権日本ラウンドが 2022 年から開催され、恵那市においてもスペシャルステージが開催される。

2017 年から開催されている L 1 ラリーと合わせ、日本だけでなく世界からの誘客を図る。

・恵那峡「大井ダム・発電所」完成 100 周年（２０２４年）

恵那峡「大井ダム・発電所」完成 100 周年を記念して、記念式典及び関連事業を実施する。

・全国さくらシンポジウム（２０２４年）

恵那峡「大井ダム・発電所」完成 100 周年の契機に合わせ、全国の桜の名所を持つ自治体で開催されるシンポジウムを開催する。桜の観賞を永年にわたり楽しめるよう、桜の名所の修景や利用のあり方、保全技術等をテーマに実施。

・愛知県で第 20 回アジア競技大会開催（２０２６年）

2026 年に愛知県にて、アジア・オリンピック評議会（OCA）主催による 45 の国と地域からトップアスリートが参加する大会が開催される。4 年に 1 回開催されるアジア最大のスポーツの祭典が近隣エリアの会場で実施されることによる世界からの誘客が見込まれる。

・リニア中央新幹線（品川 - 名古屋間）開業（２０２７年）

2027 年に東京から名古屋まで開業が予定されており、中津川市に岐阜県駅が設置される。大都市圏との所要時間短縮による市民の利便性の向上とともに、地域間交流の活発化によって、地域の観光や産業等への幅広い波及効果が期待される。

・中部国際空港新滑走路完成（２０２７年）

インバウンド需要を見越したさらなる受け皿として、リニア中央新幹線開業の 2027 年を目途に、中部国際空港の 2 本目の滑走路が新設される予定。リニア中央新幹線の開業との相乗効果により、大都市圏や海外からのさらなる誘客が見込まれる。

IV. アクションプラン

「恵那らしさを追求した、稼ぐ観光地」を実現するため、恵那市観光ビジョンの政策の柱に沿って、令和7年度（2025年度）までに取り組むべき事業を取りまとめたものである。
今後の状況を踏まえアクションプランに事業を追加し、実施することも検討する。

戦略の体系

戦略Ⅰ. 来訪者の市内周遊と宿泊を促進させるため施設・店舗の魅力向上や賑わい創出

の拠点の整備

- ○着地型スポーツアクティビティ創出支援事業
- ○スポーツ合宿旅行誘致促進事業（プロモーション含む）
- ○観光コンテンツ充実事業
- ○観光DMO事業（ジバスクラム恵那）
- ○宿泊サービス向上事業
- ○車中泊スポット普及事業

戦略Ⅱ. リニア中央新幹線開業を活かした広域観光連携の推進による来訪者の拡大と

インバウンド観光の推進

- ○東美濃歴史街道協議会事業（東美濃5市連携戦国歴史周遊企画事業）
- ○下呂市・豊田市との広域観光連携の推進
- ○外国人（台湾観光客を軸とする）、障がい者、高齢者など全ての旅行者にやさしい受入環境の促進事業
- ○台湾市場向けプロモーション強化事業
- ○中津川恵那観光推進協議会事業
- ○岐阜県戦国武将観光推進連絡会事業
- ○観光客が効率的に情報取得できる提供方法の確立
- ○映像作品や企業等と連携した誘客プロモーション
- ○観光客の満足度向上を目的とした受入環境整備

戦略Ⅲ. 恵那固有の自然や歴史を活かしたアウトドアレジャーと歴史観光の推進

- ○アウトドアレジャー普及促進事業
- ○サイクルツーリズム普及促進事業
- ○恵那峡「大井ダム・発電所」完成100周年記念事業
- ○ドローン関連イベント・シンポジウム開催事業
- ○郷土の歴史・文化を活用したツーリズムの推進

戦略Ⅰ．来訪者の市内周遊と宿泊を促進させるため施設・店舗の魅力向上や賑わい創出の拠点の整備

着地型スポーツアクティビティ創出支援事業

○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

- ・ボート・カヌーやボルダリング、モータースポーツ等スポーツに関する市内の着地型体験コンテンツやモデルコースの紹介、長期滞在が見込めるスポーツ合宿誘致の強化、アウトドア施設の紹介など、スポーツツーリズムの推進に向け、WEBサイトを活用しプロモーションを展開する。
- ・民間が実施するスポーツに関する着地型体験コンテンツを活用したイベントの開催経費の一部を補助するなど、開催の継続を促進する。
- ・スポーツに関する着地型体験コンテンツを企画・実施する事業者を誘致するため、スポーツアクティビティ企業に向けたプロモーションを実施する。
- ・ボート・カヌー、SUP、ボルダリング等スポーツに関連した大会を誘致する。
- ・スポーツに関する着地型体験コンテンツを企画・実施する事業者を誘致、又は育成するため、施設整備に対する支援を行う。
- ・インスタグラムなどSNSでの情報発信を強化し、誘客を促進するため、インフルエンサーと連携した体験メニューの造成を推進する。

スポーツ合宿旅行誘致促進事業（プロモーション含む）

○長期滞在につながる大学、実業団などのスポーツ合宿誘致の強化

- ・大学や実業団による合宿旅行の誘致を進めるため、地域や旅行事業者と連携し、WEB、パンフレットによる誘致プロモーションを実施する。
- ・合宿旅行の誘致を進めるため、パンフレットなど旅行商品造成に対する支援する。
- ・給食や送迎など合宿に必要なサービスを提供する事業者を誘致、又は育成するため、施設設備に対する支援を行う。
- ・関係人口を増加させるため、市民と大学、実業団が交流するスポーツ体験教室を開催する。

○スポーツツーリズムを契機とした教育旅行の誘致

- ・市外の小中学生を対象としたトレッキングツアーやキャンプなどの自然体験教室を教育委員会と連携して開催し、教育旅行の誘致を推進する。

観光コンテンツ充実事業

○世界ラリー選手権（WRC）日本ラウンドの開催を契機とした観光コンテンツの整備

- ・愛知県と岐阜県で開催される世界ラリー選手権日本ラウンドを活用した誘客を推進するため、市内各地域と連携したイベントの開催および旅行商品の造成に対する支援。
- ・恵那笠置山モーターパークに休憩施設の整備を検討する。
- ・民間が実施するモータースポーツに関連した大会やミーティングを恵那笠置山モーターパークに誘致する。

○民間の旅行事業者との連携による豊かな自然を活かした体験コンテンツの充実と磨き上げ

- ・民間事業者と連携し、地域が行う既存の体験コンテンツの磨き上げや新たな体験型コンテンツを掘り起こし、担い手となる事業者の育成に関するノウハウを提供するなど、集客力の強いコンテンツの造成について支援する。
- ・民間が行うアイスカービングフェスティバルの誘致など、閑散期の誘客を促進するため、冬の観光コンテンツの造成に関する取組を支援する。
- ・地域が実施する恵那峡温泉や地元食材など地域資源を活用した「ONSEN・ガストロノミーウォーキング」の取組を支援し、継続的な開催を促進する。
- ・恵那市観光協会や支部が行う、恵那峡や坂折棚田など、本市の自然に係る観光資源を活かしたイベントの開催などに要する費用の一部を支援し、開催の継続を促進する。

○農林業を体験できる里山ツアーの造成

- ・一般農家と連携し、農業体験、農泊などのアグリツアーを実施する。
- ・森林組合と連携し、森林の間伐や手入れを通じて木材の生産を体験する林業体験ツアーを実施する。

○恵那グルメによる観光の活性化

- ・恵那市の食に関する情報を整理し、WEB、パンフレットによるPRを展開する。
- ・地域の食を目的とした観光誘客を促進するため、民間による地元食材を活用した新たな郷土料理の開発を支援する。
- ・山城観光を契機として明智町を訪れる観光客の滞在時間を延ばすため、明智町内の飲食店における「光秀グルメ」の開発を促進する。
- ・恵那駅周辺、恵那市役所周辺のグルメマップを作成し、観光客の市内飲食店の利用を促進する。

○伝統色文化の活用

- ・産官学で連携し、新しい五平餅のレシピやたれを活用した新たな料理レシピの開発を

推進するとともに、在外公館のレセプションなどで国外へ積極的に情報発信する。

- ・市外の小中学生親子を対象に、お節料理など伝統食文化を活用した食育に関する教育旅行の誘致を検討する。

○食材のブランド化

- ・恵那市の食材の販路を拡大するため、自然薯、秋冬トマト、ジビエ、栗、米などの生産者と市外の飲食店のマッチングを推進するとともに、恵那市の食材の知名度を向上する。
- ・民間との連携により、恵那市の食材を活かした付加価値の高い新たなブランドの開発を推進する。

○フードツーリズムの推進

- ・民間や地域が行う、山菜やタケノコ、きのこ狩りなどの体験と料理教室や旬の食材を活かしたグルメの組み合わせ等、フードツーリズムに関する取り組みを支援し、継続的な開催を促進する。
- ・本市ならではの「食・食文化」が来訪の目的となる地域を目指すため、日本フードツーリズム協会の「フードツーリズムエリア」の認定取得について検討する。
- ・明知鉄道が行う、自然薯列車やきのこ列車などのグルメ列車に関する取組を支援し、継続的な開催を促進する。

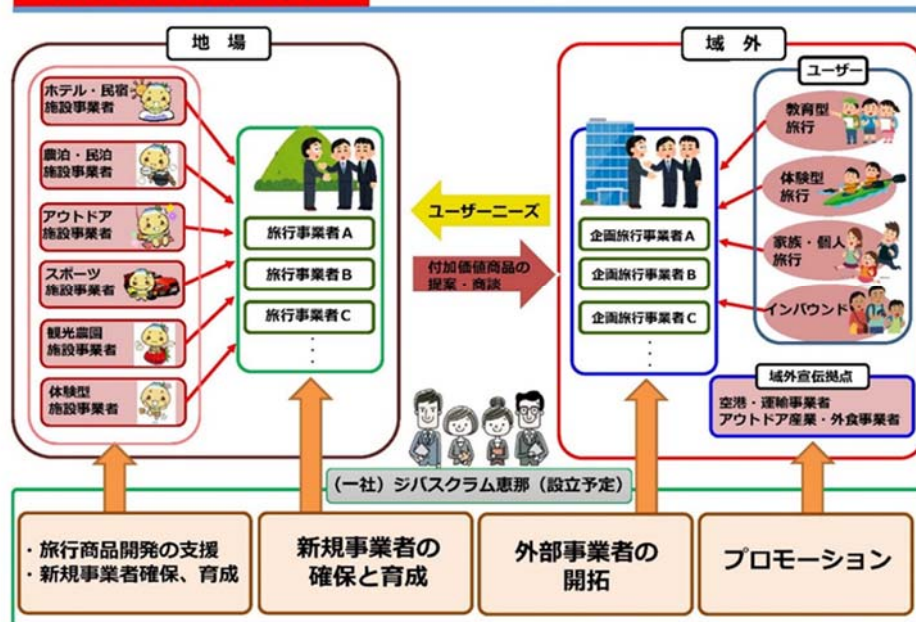
観光DMO事業（ジバスクラム恵那）

ODMOによる観光地づくりの推進

・地域商社が実施する日本版DMOの取り組みにより、地域資源を最大限に活用した「稼ぐ」観光地域づくりを推進するとともに、観光産業が地域の戦略的総合産業であることを踏まえ、農林や商工の分野においても地域や事業者が行う稼ぐ活動をサポートする。

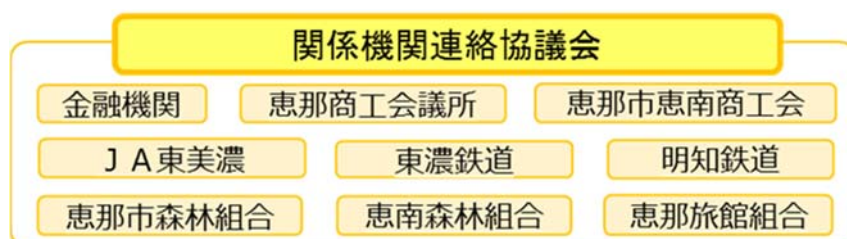
地域商社：（一社）ジバスクラム恵那

観光分野での取組事例



○地域の人々が連携する仕組みの構築

- ・経済団体、交通事業者、金融機関で組織する地域商社関係機関連絡協議会を定期的に開催する。
- ・地域住民の「稼ぐ」意識向上を図るため、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を開催する。



宿泊施設サービス向上事業

○多様な旅行ニーズに合わせた宿泊施設の提供

- ・観光消費額の大半を占める宿泊者数を増加させるため、観光客の動向やニーズと地域事情を踏まえつつ、宿泊施設等の民間の施設の積極的な誘致を推進する。
- ・観光客の動向やニーズ、地域の実情を踏まえ、個性的な民泊、農泊、ゲストハウスの整備を推進するため、事業者への支援を検討する。
- ・分散型宿泊施設推進のため、地域関係者による先進地視察の実施、事業の検討をする。

車中泊スポット普及事業

- ・ツーリズム東美濃や恵那市観光協会、商工会議所、商工会と連携し、民間事業者が行う市街地におけるＲＶパークの整備を支援する。

Ⅱ. リニア中央新幹線開業を活かした広域観光連携の推進による来訪者の拡大とインバウンド観光の推進

東美濃歴史街道協議会事業（東美濃５市連携戦国歴史周遊企画事業）

○東美濃地域の市町との連携

- ・市も参画している東美濃歴史街道協議会により、お城ＥＸＰＯへの出展など、山城や中山道、地歌舞伎、明智光秀ゆかりの地などのテーマ毎にスケールメリットを活かした誘客プロモーションを展開する。

下呂市・豊田市との広域観光連携の推進

○リニア中央新幹線開業に向けた下呂市・豊田市との連携

- ・リニア中央新幹線の開業や濃飛横断道路の開通を契機に、国内屈指の温泉街である下呂市と連携し、新たな旅行ルートの形成を目指す。
- ・WRC日本ラウンドを契機とした訪日外国人や国内旅行者の誘客を、豊田市と連携して新たな旅行コンテンツを検討する。

外国人（台湾観光客を軸とする）、障がい者、高齢者など全ての旅行者にやさしい受入環境の促進事業

○無料通信ＬＡＮ（Ｗｉ－Ｆｉ）、キャッシュレス化など受入環境の整備の推進

- ・中津川・恵那チャレンジプロジェクトにより実施したインバウンドモニターツアーの実施結果を踏まえ、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、キャッシュレス化を推進する。
- ・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を検討する。

台湾市場向けプロモーション強化事業

○台湾における誘客プロモーションの展開

- ・日台交流協会への職員派遣を契機とし、台湾との連携を密にし、現地での情報収集、情報発信を強化する。
- ・岐阜県や東海地区外国人観光客誘致促進協議会と連携した観光プロモーションを実施する。
- ・訪日旅行を企画・販売する旅行会社に対して、季節の旅行情報や最新情報を提供する。
- ・将来のリピーター獲得につなげるため、恵那市と台湾の若者が交流するためのイベントや方策を検討する。

中津川恵那観光推進協議会事業

○中津川との連携

- ・中津川市と連携し、中山道や地歌舞伎、山城など、両市に共通した観光資源を活かした周遊ルートの策定や外国人モニターツアーの催行、SNSを活用したインバウンド向けプロモーションの展開、NEXCOとの商談会など地域商材の販路拡大を展開する。

岐阜県戦国武将観光推進連絡会事業

○岐阜県及び21市町との連携

- ・岐阜県及び県内21の市町と連携し、情報共有や関ヶ原古戦場記念館を活用した共同プロモーションを実施する。

観光客が効率的に情報取得できる提供方法の確立

○マーケティングに基づく誘客プロモーションの展開

- ・デジタル田園都市構想「人流データを活用した地域の魅力発信事業」で取得したデータを分析し、デジタルを活用した戦略的なプロモーションを実施する。
- ・観光客の年齢層や居住地などの動態やニーズを具体的に把握するためのアンケート調査を実施するとともに、観光客による自由な感想を収集できる環境を整備する。
- ・ターゲットに合わせてSNSやメディアなど多様な情報発信手段を活用し、来てほしい人に情報が効率的に伝わる誘客プロモーションを展開する。
- ・情報発信の強化と誘客を促進するため、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するとともに、事業者により本市を巡るモデルとなる旅行商品の提案を行う。
- ・観光客の求める情報を効果的に発信するとともに、地域の観光資源に関する情報を洩れなく収集する仕組みを構築する。
- ・恵那市観光協会が名古屋市など市外で実施する観光展などのプロモーションに関する取

り組みを支援し、継続的な開催を促進する。

○外国人に向けた効果的な情報発信の展開

- ・山城、地歌舞伎など恵那市の歴史文化を訪日外国人に分かりやすく紹介するため、ネイティブ専門人材の解説文で観光ストーリーを面的に伝えるパンフレット、WEBサイトを整備する。
- ・海外での情報発信を強化するため、他の団体が実施するアジア、欧米豪のインフルエンサーなどを招聘したファムツアーを積極的に活用する。
- ・アジアや欧米豪の旅行雑誌への掲載やWEB等を活用した誘客プロモーションを実施する。

映像作品や企業等と連携した誘客プロモーション

○ぎふロケツーリズム協議会との連携

- ・ロケツーリズムを推進する県内の自治体と連携し、アニメや映画などの映像作品を活用したプロモーションを展開するとともに、聖地巡礼者が何度も訪れたくなる魅力ある地域づくりを推進する。

○民間企業との連携

- ・首都圏の大手民間事業者と連携協定を積極的に締結することを推進し、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するとともに、民間の視点から観光資源の磨き上げを行う。

○映像作品を活用した情報発信の展開

- ・映像作品を契機として本市を訪れる旅行者に対しての情報発信。

観光客の満足度向上を目的とした受入環境整備

○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する。

○観光客に対する満足度調査の実施

- ・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。

○外部事業者に対する満足度調査の実施

- ・外部の旅行事業者の評価に基づく品質管理を行うため、恵那峡や岩村町、明智町を訪れる団体旅行の添乗員を対象とした満足度調査を実施する。

○観光に携わる事業者に向けた研修等の開催

- ・体験コンテンツを企画、販売する事業者と連携し、事業者向けコンテンツ造成セミナーを開催し、魅力的な旅行商品の開発と受入体制の強化を図る。

○市民に向けた観光地研修の開催

- ・市民や事業者が地域の魅力を学び、地域において誘客する意識や稼ぐ意識を醸成するための観光地セミナーを開催する。
- ・地域にプロとしての意識を醸成し、本市を訪れるすべての観光客の満足度を向上するため、接客に関するセミナーを開催する。

Ⅲ. 恵那固有の自然や歴史を活かしたアウトドアレジャーと歴史観光の推進

アウトドアレジャー普及促進事業

○アウトドア施設の充実による観光誘客の促進

- ・根の上高原をはじめ、飯地高原テント村やモンゴル村、ささゆりの湯キャンプ場、奥矢作レクセンターなどでアウトドア用品メーカーと連携しデイキャンプ、キャンプ場、オートキャンプ場の整備を推進する。
- ・恵那峡や恵那山荘、くしはら温泉ささゆりの湯をはじめとした観光拠点施設におけるオートキャンプ場の整備・拡張を推進する。
- ・民間事業者を支援し、グランピング施設の整備を促進する。

サイクルツーリズム普及促進事業

○ウオーキング、サイクリングを活用した誘客の促進

- ・地域の観光スポットを巡るウオーキングコースを設定し、民間事業者との連携により定期的にウオーキングイベントを開催する。
- ・地域や民間によるサイクルステーションの整備やレンタサイクル事業などサイクリングを活用した誘客に対する支援を検討する。

恵那峡「大井ダム・発電所」完成 100 周年記念事業

○恵那峡「大井ダム・発電所」完成 100 周年にあわせた記念事業の実施

- ・100 周年の前年（2023 年（令和 5 年））にはプレイベント及びカウントダウンイベントを実施し、市全体で 100 周年に向けた機運の向上を図る。
- ・100 周年となる 2024 年（令和 6 年）には記念式典及び関連事業を実施する。
- ・100 周年に華を添えるため、2024 年（令和 6 年）には、記念事業として「全国桜シンポジウム」を実施する。

ドローン関連イベント・シンポジウム開催事業

○ドローンを活用した誘客の促進

- ・ドローン愛好家を誘客するため、上矢作グラウンドのドローンパーク活用を推進する。
- ・ドローンを専門とする企業を誘致するため、コテージかわせみなど既存観光施設を活用した研究施設や試験場の整備を推進する。
- ・ドローンを専門とする企業との連携により、スポーツドローンに関連したイベントを開催する。
- ・インターネット上で公開される恵那市の風景動画の増加や大手ドローンメーカーによる発表会の開催など、ドローンを活用した誘客を通じた本市のPRを促進する。
- ・観光誘客や教育にドローンを活用し、先進的な取組を推進するため、民間と連携した講演会・シンポジウムを開催する。

郷土の歴史・文化を活用したツーリズムの推進

○山城を活かした受入環境整備と誘客促進

- ・市内全域に点在する山城を観光資源として活用が出来るように、支障木伐採やサイン整備などを計画的に実施していく。
- ・山城ファンの誘客を図るため、各地で開催されるお城をはじめとした戦国関係イベントに参加し、PRを図る。また、域内で山城関連イベントの実施及び支援を行う。
- ・山城は熱烈なファンが多いため、ターゲットに刺さるように、SNSやメディアを活用し、効率的な誘客プロモーションを実施する。

○歴史文化を観光コンテンツとした活用

- ・山城サミットやおう鳴フォーラムを契機とし、山城やゆかりのある歴史人物と連動した観光を推進するため、協議会を設立し新たな観光プログラムの検討を行う。また、中山道や街道の歴史文化も合わせて推進を図る。

○中山道、街道の歴史文化を活用した観光コンテンツの充実

- ・県下広域連携である『中山道ぎふ17 宿歩き旅』との連携により、着地型体験コンテンツの拡充、常時提供を推進する。
- ・案内体制を強化するため、市民による観光ガイドを養成する。
- ・民間や地域が行う中山道ウォーキングイベントを定期的な開催に要する経費の一部を支援する。

○恵那市の歴史・文化を活かした体験コンテンツの充実と磨き上げ

- ・民間や地域と協力し、陶器の原料となる陶土を活かした作陶体験など山岡陶業文化セ

ンターを活用した着地型体験コンテンツの充実を促進させる。

- ・民間や地域と協力し、岩村城下町に文化や偉人をテーマとした着地型体験コンテンツの充実を促進させ、文化に関する情報発信の拠点として磨き上げる。
- ・民間や地域と協力し、日本大正村での食べ歩きや町歩きを活かした着地型体験コンテンツを充実させ、日本大正村での周遊を促進させる。
- ・民間や地域と協力し、五毛座で開催される地歌舞伎定期公演に合わせたガイド付き地歌舞伎役者体験ツアーの催行など、市内で催行されている地歌舞伎に関する着地型観光コンテンツの充実を促進させる。
- ・恵那市観光協会や支部が行う、岩村城跡や明智光秀ゆかりの地など、本市の歴史・文化に係る観光資源を活かしたイベントの開催などに要する費用の一部を支援し、開催の継続を促進する。
- ・明知鉄道が行う、岩村城跡や日本大正村など明知鉄道沿線の観光資源を活用した旅行商品の造成に関する取り組みを支援する。

V. フォローアップ

1. フォローアップの目的

本ビジョンで設定したアクションプランや数値目標のほか、策定検討会議で検討した行程を実効的かつ効果的に推進するため、恵那市産業振興会議に加え恵那市観光ビジョン策定検討会を組み替えた「恵那市観光ビジョン推進会議」により、進捗状況を定期的に点検します。

2. フォローアップの体制

ビジョンの推進、管理にあたっては、多様な関係者との情報共有を常に意識して進めます。評価・検証などの作業は、「恵那市観光ビジョン推進会議」と行政、地域商社が連携して進めることとします。

恵那市産業振興ビジョンとも連動させつつ、目標達成に向けて全体計画の見直し・改善を行い、効率的かつ、効果的に計画の推進及び管理を行うため、恵那市産業振興会議によるフォローアップを実施します。

3. フォローアップの時期

フォローアップは、年度毎に行うものとします。

4. ビジョンの見直し

中間年度（令和4年度）を迎えた段階で施策・事業の検証を行い、必要に応じてビジョンの見直しを行います。