

NEXT GIFU HERITAGE 岐阜未来遺産

～自然のめぐみを体験、滝めぐり、湯めぐり～

飛騨小坂観光協会

岐阜未来遺産事業 3 年実績

	施策	令和5年度	令和6年度	令和7年度	
①来訪者調査及びブランディング・プロモーション戦略の検討	①観光まちづくり計画策定	計画策定	アクションプランの実施		
	②観光統計整備	統計ツール整備	運用 来訪者属性調査		
	③滝めぐりランドデザイン構築	計画策定	計画ブラッシュアップ・計画に基づく事業実施		
	④観光まちづくりブランディング & リブランディング		地域リブランディング	周知・活用	
	⑤滝めぐりWEBページ制作	ページ制作	運用・保守・管理		
	⑥パンフレット制作 (日本語/多言語)	パンフレット制作	下呂温泉観光協会、高山市等と連携したプロモーションで活用		
	⑦下呂温泉や高山市と連携したプロモーション		高山市旅行者向け 広告掲載 ファム・トリップ (欧州)	高山市旅行者向け 広告掲載 ファム・トリップ (アジア・日本)	高山市・下呂市 宿泊施設との連携 効果検証
			国内外プロモーション・WEB発信力の強化		
⑧ストックフォトの撮影・蓄積		秋・冬素材の撮影	夏素材の撮影		

岐阜未来遺産事業 3 力年実績

② 観光消費増への滞在型コンテンツ等の造成	施策	令和5年度	令和6年度	令和7年度
	①じやらん・楽天トラベル等 OTA活用推進		活用方法の学び・プラン設定	広告配信
	②滝めぐり音声ガイドの導入		整備・運用	運用・効果測定
	③林道交通規制		規制再検討・協議	協力金の見直し
	④駐車場有料化調査・整備		調査・積算	
	⑤公園・郷土館整備		市文化財課の組織編成 (郷土館)利活用調査・検討	運用方法の検討
	⑥地域おこし協力隊の活用	募集	応募者面談・検討・調整	アートディスカバリー連携
	⑦E-bike体験ツアー造成		ツアー造成・模索	
	⑧土産商品開発			商品開発
	⑨体験予約ページ増設等 観光協会HP改修			改修・整備

岐阜未来遺産事業 3 力年実績

③ 受け入れ体制整備とおちてなしの実践	施策	令和5年度	令和6年度	令和7年度	
	①Wi-Fi、e-bike整備・二次交通の新規拡充	Wi-Fi整備 (がんだて公園)	Wi-Fi整備 (飛騨小坂駅)		
		専門家招請・E-bike整備	E-bike運用・情報発信	自走	
			デマンドバス・白タクの利用拡大 がんだて公園内周遊バス運行調査	白タク調査	
	②滝めぐり看板整備・新規遊歩道造成		看板整備・根尾の滝遊歩道の整備	運用	
	③がんだて公園マルシェ		さわやかウォーキングと共催	他イベントとコラボ開催	
	④インバウンドOTA強化		プラン造成	販売・広告配信	
⑤冬季開業に向けた検討		協議・検討			
⑥がんだて公園 運営強化	ランドデザイン策定	駐車場有料化調査	機械化運用		

④ 戦略の効果的な推進	施策	令和5年度	令和6年度	令和7年度
	①小坂まちづくり会議体の設置・運営	設置	小坂会議の隔月開催・計画の進捗管理	
	②持続可能な観光の国際認証取得		調査・検討	申請・取得
	③下呂市版お手つ旅	実証実験	運用	
④農泊事業		検討・整備	商品化	

飛騨小坂～自然のめぐみを体験、滝めぐり、湯めぐり～

令和7年度の事業 専門家の意見概要

認定委員の意見及び地域での課題

- 観光まちづくりへの参画意識の向上について
観光客や地域住民に「私も参加できる」と思ってもらえるよう意識付けをしていくこと。
- 観光消費額を増加させる取組の実施について
 - 案内所におけるサービス提供の充実を検討すること。
 - リピーターを増やすために、新しい企画や新しいPR、新しい商品の造成を検討すること。
 - 土産や飲食を充実させること。
 - サステナビリティを担保した商品や環境配慮型を担保した商品の造成を検討すること。
 - 多様な選択ができるよう、滝めぐりと飲食店や体験、下呂温泉等を組み合わせた独自のツアーリズムを検討すること。
- プロモーションについて
 - SNSとWEBサイトを互いに遷移できるよう整備し、様々なキーワード検索からWEBサイトにたどり着けるような仕組みを構築すること。
 - データを集めて営業先を多様化し、ターゲット先との関係が構築されるよう営業を積み重ねていくこと。



課題解決に向けた取り組み

- 地域住民主導で再考した「観光まちづくりブランディング&リブランディング事業」を活かしながら、持続可能な観光地の国際認証の取得申請。
- 地域の特産品を活用したお土産品等の新規商品開発。
- 体験コンテンツ予約や商品販売できるよう観光協会公式HPを改修。
- 下呂温泉街や高山市街地からの二次交通の新規拡充による、滝めぐりを軸とした観光消費額の増加。
- がんだて公園の環境維持協力金徴収の仕組みを機械導入することで省人化させ、協力金の増額を実施。
- 誘客施策を優先とし、以下を継続実施
 - 国内外キャラバンキャンペーンPR活動
 - 国内外プロモーション事業
 - メディア・インフルエンサー招聘事業
 - WEB情報発信力の強化
 - 国内外OTA強化事業

飛騨小坂～自然のめぐみを体験、滝めぐり、湯めぐり～

令和7年度の事業

総事業費 20,928千円（内ハード事業5,508千円）

国際認証等取得

【事業実績】

〈事業費：895千円〉

- 国際認証 Best Tourism Villages へ申請（2月 観光庁申請、5月 UN Tourism申請）
結果：不認定
理由：・9つの全ての基準値を下回った
1. 文化資源と自然資源、2. 文化資源の振興と保全、3. 経済的持続可能性、4. 社会的持続可能性、
 5. 環境的持続可能性、6. 観光開発とバリューチェーンの統合、
 7. 観光のガバナンスと優先順位付け、8. インフラと連結性、9. 健康、安全、セキュリティ
- ・「3. 経済的持続可能性」では、下呂市との連携による取組が主に示されており、飛騨小坂独自の取組が不足と指摘。
 - ・飛騨小坂観光まちづくり計画の目標と、達成のための実施方法が明確に記載されていない。

【令和8年度以降の展開】

- ・指摘事項のうち、特に以下について重点的に取り組む。再申請は未定とする。
 - ① 独自の経済的持続可能な取組として、地域ならではの土産の造成・販売促進
 - ② 令和8年度は観光まちづくり計画の改定年のため、改めて目標と達成のための戦略を明確にする

飛騨小坂～自然のめぐみを体験、滝めぐり、湯めぐり～

令和7年度の事業

総事業費 20,928千円（内ハード事業5,508千円）

飛騨小坂観光協会HP改修

【事業実績】 ※ホームページ公開予定日6月1日

〈事業費：6,200千円〉

- 飛騨小坂観光協会のホームページを新たに造成
 - ・多言語翻訳機能（英語、中国語、フランス語）
 - ・飛騨小坂温泉郷に特化したページの制作
 - ・デザイン刷新（携帯での閲覧者向けデータの表示）
 - ・ECサイト機能（特産品を使ったお土産等の販売など）
 - ・岐阜県観光連盟「岐阜の旅ガイド」API連携
 - ・写真素材ダウンロード（画像のライブラリ化、画像の借用申請）
 - ・YouTubeライブ配信を活用した巖立峡ライブカメラへのリンク
 - ・観光関連施設の情報精査（Wi-Fiや駐車場有無などのピクトグラム表示、宿泊/体験OTAへのページリンクなど）
 - ・旅マエ情報の拡充（滝めぐりや御嶽登山の装備/服装、飛騨小坂の滝めぐりサイトと連動した滝めぐりコース開設状況の情報発信など）

【令和8年度以降の展開】

- ・搭載した各種機能を活用しながら、より効果的な情報発信を実施する。

飛騨小坂～自然のめぐみを体験、滝めぐり、湯めぐり～

令和7年度の事業

総事業費 20,928千円（内ハード事業5,508千円）

商談会への参加

【事業実績】

〈事業費：100千円〉

- 国内の商談会へ参加
 - ・2025年7月23日JETRO「輸出商社招へい商談会2025」
 - ・2025年12月19日 岐阜県観光連盟「修学旅行セミナー」
 - ・2025年9月25～27日「VISIT JAPANトラベル&MICEマート 2025」⇒落選
 - ・下呂温泉観光協会と連携したPR、高山立ち寄りバス等への営業連絡

【令和8年度以降の展開】

- ・各種商談会への参加を経て、飛騨小坂内で団体旅行客を受け入れ可能なキャパシティが限られることや、旅行形態や消費者ニーズが多様化を実感。
- ・個人旅行客（FIT）の誘客に対し優先的に事業を実施する。
（例：体験型商品のブラン化や、個人客を対象とした広告宣伝の拡充など）

飛騨小坂～自然のめぐみを体験、滝めぐり、湯めぐり～

令和7年度の事業

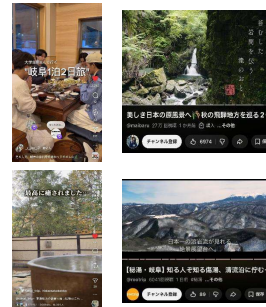
総事業費 20,928千円（内ハード事業5,508千円）

OTA広告配信・インフルエンサーPR

【事業実績】

〈事業費：4,690千円〉

- OTA広告配信
 - ・2026年2月にじゃらんに広告掲載
(4月からはなもも開花や宿泊施設のPR)
- 情報誌
 - ・飛騨高山るるぶ英語版に記事掲載
(がんだて公園、食事、お宿、日帰り温泉施設、アクティビティ、キャンプ場)
- インフルエンサーPR
 - ・配信時期：2025年5月～2026年2月
 - ・媒体：Instagram/TikTok/YouTube/ブログ
 - ・招請したインフルエンサー：10組



【令和8年度以降の展開】

- ・WEBを中心に高い広告効果のある媒体を見極めながら、適切な時季に配信する。
- ・インフルエンサーPRが効果的であったことから継続して事業を実施したい。

飛騨小坂～自然のめぐみを体験、滝めぐり、湯めぐり～

令和7年度の事業

総事業費 20,928千円（内ハード事業5,508千円）

特産品を活用した商品開発

【事業実績】

〈事業費：3,535千円〉

- 全7種の新商品開発(パッケージリニューアル含む)を実施。
 - ①ゴーフレット：地域の宿泊施設等で提供する茶菓子および土産商品
 - ②温泉タオル：飛騨小坂温泉郷統一の温泉タオル(宿泊客配布・販売用)
 - ③熊鈴：観光客の安全対策と地域愛着のための飛騨小坂オリジナルロゴプリントの熊鈴商品化
 - ④手ぬぐい：駅前看板と同じ鳥瞰図モチーフの手ぬぐい
 - ⑤缶バッジ：飛騨小坂のロゴがデザインの缶バッジ
 - ⑥釜泉粥：既存商品パッケージの刷新および輸出商品化
 - ⑦はなももソフトクリーム：新たな商品開発を行い、販売に関する実証実験を実施
 - ※販売場所/方法：管内宿泊施設、道の駅南飛騨小坂はなもも、がんだて茶屋、環境維持協力金の景品、下呂温泉街、海外販路、観光協会EC、ふるさと納税、管内コンビニエンスストアなど。一部商品はEC販売はせず地域限定商品とする。



【令和8年度以降の展開】

- ・各商品毎に定めたターゲット像に向けて販売を開始する。新商品の開発を継続する。

飛騨小坂～自然のめぐみを体験、滝めぐり、湯めぐり～

令和7年度の事業

総事業費 20,928千円（内ハード事業5,508千円）

がんだて公園協力金徴収自販機/電源ブレーカー自動復帰装置整備

【事業実績】

- 環境維持協力金徴収自販機の設置（1基）

〈事業費：2,378千円〉

- ・料金を2種類設定(500円/1,000円)し、料金に応じた記念品(缶バッジ、タオル、鉱泉粥、熊鈴等)を自販機形式で販売。
- ・導入初期はNPO飛騨小坂200滝のスタッフも常駐し、将来的にがんだて茶屋のスタッフが対応するなど省人化を図る。



- がんだて公園電源ブレーカー自動復帰装置整備

〈事業費：200千円〉

- ・高圧電力を感知した際（落雷接近時等・年間10～20回）に遮断し、がんだて茶屋側への電力供給できないため、自動復帰装置を整備し利便性の向上を図る。

【令和8年度以降の展開】

- ・観光客に選択される環境維持協力金の価格帯や記念品を細やかに効果検証する。
- ・自販機およびがんだて茶屋、YouTubeライブ配信(自主事業)の安定化。

飛騨小坂～自然のめぐみを体験、滝めぐり、湯めぐり～

令和7年度の事業

総事業費 20,928千円（内ハード事業5,508千円）

がんだて公園（茶屋・トイレ）上水整備

【事業実績】

〈事業費：2,930千円〉

- がんだて公園（がんだて茶屋/トイレ）上水整備

- ・貯水槽を設置し、がんだて茶屋での調理水やトイレ用の上水を安定供給する。
- ・衛生面と安全性の向上を図り、山水配管の人為的なメンテナンスコストの削減を実施した。

【令和8年度以降の展開】

- ・「がんだて茶屋」水質の安定により提供可能なメニューの拡充
- ・国定公園認定を見据えたビジターセンター設置に伴う検討
- ・来場者増加に資するプロモーション



事業名：飛騨小坂・御嶽リトリト推進事業（飛騨小坂観光協会）

総事業費：4,983千円
（補助要望額：2,100千円）

<p>事業の概要</p>	<p>御嶽山国定公園指定を契機として、従来の通過型・消費型観光から、地域内での滞在型・循環型観光への転換を図る。現在特定期を中心に混雑、環境負荷、受入体制の逼迫が生じている。そこで、駐車場・トイレ・足洗い場(外来種子対策)等の受入環境整備と、各団体の役割分担を整理した将来的なグランドデザインを策定する。その第一段階として、DXを活用した協力金収集の仕組みを実証し、環境維持と誘客を支える財源確保の仕組みづくりを目指す。併せて「アクセスの不便さ」という課題に対し、駅前無人レンタカーを起点に、登山・滝めぐり・温泉・食を組合わせた下呂温泉・飛騨高山からの「2日行程」を提案する。さらに、新たな商品やグルメの開発を行うことで、地域のブランド形成を進めるとともに、消費機会の新規創出を通して地域全体の活性化に繋げる。</p>	
<p>連携体制</p>	<p>【実施主体】飛騨小坂観光協会 【連携自治体】下呂市 【連携先】一般社団法人下呂温泉観光協会、小坂・滝めぐりまちづくり協議会、NPO法人飛騨小坂200滝、湯屋下島温泉協同組合、小坂町商工会</p>	
<p>全体的につなくストーリーに今回の事業が寄与するポイント</p>	<p>該当するストーリー ②自然・アウトドアのストーリー ※ブルダクより選択</p>	 <p>国定公園指定を契機とした御嶽山アウトドア体験をより強固なコンテンツにするべく、計画策定を踏まえた受け入れ体制整備を目指す</p>
<p>地域・資源の課題とこれまでの取り組み</p>	<p>飛騨小坂の自然環境を活かした「再生(リトリト)」のストーリーを構築。下呂温泉・飛騨高山と連携し「2日目の回復旅」の提案により、市域を跨いだ周遊と消費向上を図る。一方で人材不足も顕著であることから、DXを活用した省人化を推進し、持続可能な体制の整備と、自走型モデルを確立する。</p>	
<p>具体的な事業内容</p>	<p>濁河登山口エリアにおいて、特定期のオーバーシーズム休止と分散・通年での受け入れ体制整備に課題を抱えている。「岐阜県未来遺産」の認定を受け、「飛騨小坂観光まちづくり計画」を策定。観光消費単価増と持続可能な観光地づくりに向け、「多言語看板整備」「アクセスマップ付き多言語パンフレット」「水運ツアーや各宿泊事業者のPRコンテンツ作成とWEBプロモーション」に注力した。</p>	
<p>事業の特徴(新規性・独自性)</p>	<p>濁河登山口エリアのグランドデザインを策定し、環境保全と観光客受け入れが好循環する「自走型観光地」の仕組みを実証・構築するとともに、各団体の役割を整理する。また、DXを活用した無人レンタカーの仕組みを整備し、プロモーションすることで下呂温泉・飛騨高山と連携したリトリト旅を切り口とした誘客を図る。さらに新たな商品開発も行うことで、今後継続的な誘客につなげる。</p>	
<p>事業実施により期待される効果及び将来性</p>	<p>地理的メリットを最大限に活かし、下呂温泉・飛騨高山からの「2日行程」を提案することで来訪者の岐阜旅をより充実したものにする。飛騨小坂エリアが国内でも有数のアウトドアの象徴となれるようアウトドアブランド等との連携も見据えたアプローチ計画も策定します。</p>	
<p>主なスケジュール</p>	<p>「通過型・消費型」から「滞在型・循環型」観光への転換や、DXの実装などで新たな顧客獲得と来訪者満足度向上を図る。本年度グランドデザインを定め、計画に沿った事業遂行を行うことで年間200万円（令和6年度数値実証済み）以上の保全財源を確保を目指す。無人レンタカーは実証実験によるR8年度30組の利用を想定し、次年度以降は民間企業主体で車両増車等の規模拡大を判断する。策定するグランドデザインに基づき、収益財源を基に入力環境の整備とプロモーションを行うことで、国定公園指定後も地域主体で保全と観光を両立させる「自走型管理モデル」を確立し、先駆的事例を目指す。将来的に「北御嶽」ブランドを確立し、観光客が地域を守る主体となる収益モデルを構築する。</p> <p>■7月初旬…「グランドデザイン計画立案キックオフ会議」「リトリトの聖地」としての戦略的プロモーション ■7月中下旬…無人レンタカー運用開始・協力金看板設置 ■1月中旬…「御嶽山リトリト」新規商品の開発</p>	

