

下呂市エコツアーリズム 推進協議会の取り組み

下呂市エコツアーリズム推進協議会 会長

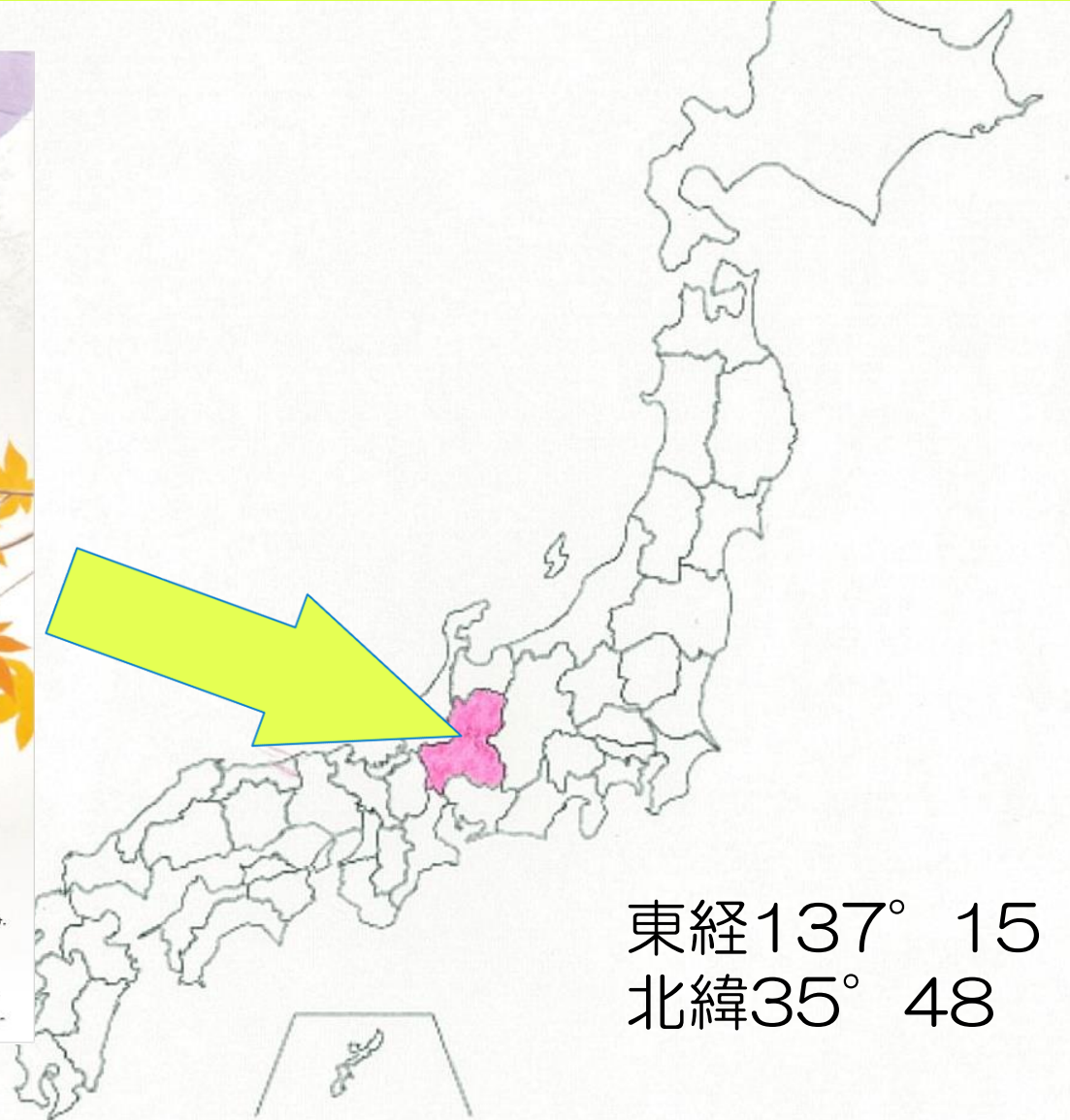
瀧 康洋

氏 名 瀧 康洋
生年月日 1961年6月19日

職 歴

- | | | |
|--------|-------|--|
| 1 会社役職 | 1982年 | (株) 水明館 取締役 |
| | 1993年 | (株) 水明館 常務取締役 |
| | 2002年 | (株) 水明館 専務取締役 |
| | 2014年 | (株) 水明館 代表取締役 社長 |
| 1 団体役職 | 1998年 | (社) 下呂青年会議所 理事長 |
| | 2000年 | PATA (太平洋アジア観光協会) 理事 |
| | 2000年 | (社) 下呂温泉観光協会 理事 |
| | 2002年 | 下呂温泉旅館協同組合理事 (青年部長) |
| | 2002年 | 下呂商工会 理事 (観光部会長) |
| | 2006年 | 花火ミュージカル冬公演実行委員会大会長 |
| | 2008年 | (社) 下呂温泉観光協会 副会長 |
| | 2011年 | (社) 下呂温泉観光協会 副会長・専務理事 |
| | 2011年 | 益田食品衛生協会副会長 |
| | 2014年 | 下呂市コンベンションビューロー会長 |
| | 2014年 | (一社) 岐阜県観光連盟 副会長 |
| | 2014年 | (一社) 下呂温泉観光協会 会長 |
| | 2014年 | 中部の観光を考える百人委員会 委員 |
| | 2014年 | 下呂商工会 副会長 |
| | 2016年 | 下呂市DMO委員会委員長 |
| | 2016年 | 下呂市エコツーリズム推進協議会会長 |
| | 2018年 | 日本旅館の生産性向上・インバウンド対応の強化等を加速するための新たなビジネスモデルのあり方に関する検討会委員 |

日本の真ん中 岐阜県



ディープな「日本」に浸かる 下呂市

下呂市観光マップ

Gero City The Sightseeing Map



- ◆下呂市：平成16年3月1日発足(合併後14年)
- ◆下呂市の人口（平成30年8月1日現在）
 - ・総人口 32,782人
 - ・男性 15,664人
 - ・女性 17,118人
 - ・世帯数 12,237世帯
- ◆下呂市の面積
 - ・851.06平方キロメートル
- ◆下呂温泉街の旅館・ホテルの数
 - ・52施設（市内全域 81施設）
- ◆下呂温泉街旅館の部屋数、キャパシティ
 - ・部屋数 1,886
 - ・キャパシティ 7,656人/1日

下呂市は名古屋から近い

- ◆JR高山線を利用
名古屋から約1時間40分
- ◆自家用車を利用
名古屋から約2時間





ディープな『日本』に 浸かるなら、下呂

下呂市は、

- 「温泉、自然、文化、歴史、食」といった、まさに『日本の魅力』が凝縮したような場所であること
- その魅力は、下呂市を構成する5つの地区ごとの魅力によってさらに深みが増しているということ

を伝えるため、キャッチコピーを、「ディープな『日本』に浸かるなら、下呂」としています。

また、下呂市は日本に、そして世界に誇れる温泉保養地であるという、市民の誇りを醸成するとともに、一体感のある訴求により、「ディープな日本＝下呂」という、下呂ブランドを構築します。

キャッチコピー案



ディープな『日本』に 浸かるなら、下呂

【下呂地区バージョン】

プロフェッショナルなおもてなしに浸かる、下呂

【金山地区バージョン】

縄文の英和とロマンに浸かる、金山

【萩原地区バージョン】

あたたかい人情と美味しいお酒に浸かる、萩原

【小坂地区バージョン】

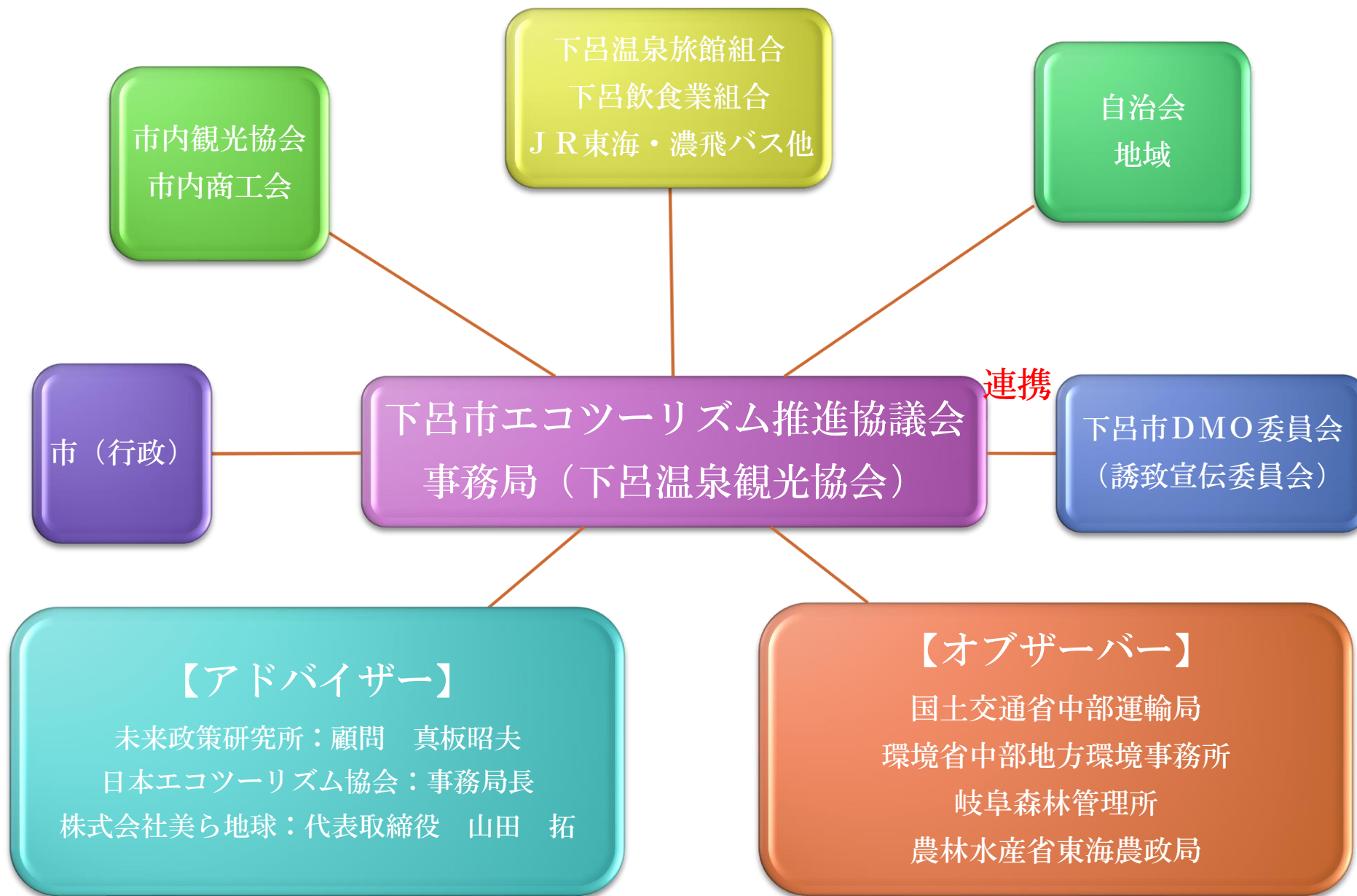
心を潤す御嶽山の恵みに浸かる、小坂

【馬瀬地区バージョン】

日本一美しい村の風景と自然の恵みに浸かる、馬瀬



【下呂市エコツーリズム推進協議会組織体制図】



【下呂市エコツーリズム推進協議会における各部会】

委員名	役職
(一社)下呂温泉観光協会	会長
萩原町観光協会	会長
萩原町観光協会	専務理事
金山町観光協会	会長
飛騨小坂観光協会	会長
南飛騨馬瀬川観光協会	会長
(一社)下呂温泉観光協会	副会長
(一社)下呂温泉観光協会	副会長
(一社)下呂温泉観光協会	副会長
(一社)下呂温泉観光協会	副会長
おもてなし委員会	委員長
まちづくり委員会	委員長
交流研修委員会	委員長
誘致宣伝委員会	委員長
下呂商工会	会長
萩原町商工会	会長
金山町商工会	会長
小坂町商工会	事務局長
下呂市馬瀬商工会	会長
旅館協同組合	理事長
旅館協同組合	理事
旅館協同組合	理事
下呂飲食業組合	組合長
下呂市市長公室	室長
下呂市市長公室	企画課長
下呂市観光商工部	部長
下呂市観光商工部	観光課長
下呂市観光商工部	商工課長
下呂市観光商工部	観光施設長
下呂地域自治会連合会	会長
東海旅客鉄道株式会社 下呂駅	駅長
濃飛乗合自動車株式会社 下呂営業所	所長
馬瀬地方自然公園づくり委員会	委員長
NPO法人森のなりわい研究所	代表理事
益田川漁業協同組合	組合長
馬瀬川上流漁業協同組合	組合長
馬瀬川下流漁業協同組合	組合長
飛騨の森ガイド協会	事務局
NPO法人日本エコツーリズム協会	事務局長
株式会社美ら地球	代表取締役
北海道大学	客員教授
下呂市農林部	部長
下呂市環境部	部長
下呂市建設部	部長
下呂市教育部	部長
(一社)下呂青年会議所	理事長
(公社)飛騨法人会下呂支部青年部会	部会長
下呂温泉旅館協同組合青年部	部長
下呂商工会青年部	部長
南飛騨馬瀬川観光協会	事務局長
萩原町商工会	青年部長
下呂温泉観光協会青年部	青年部長



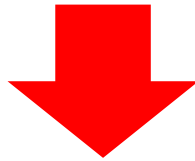
下呂市エコツーリズム推進協議会 50名

ガイド部会・自然部会に分け活動

マーケットイン

DMOの動き

顧客志向 & マーケット志向

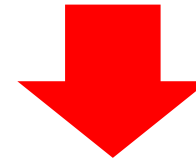


お客さんの望むものに
フォーカスすることで、
ズレがなくなる

プロダクトアウト

エコツーリズムの動き

地域主体による観光振興



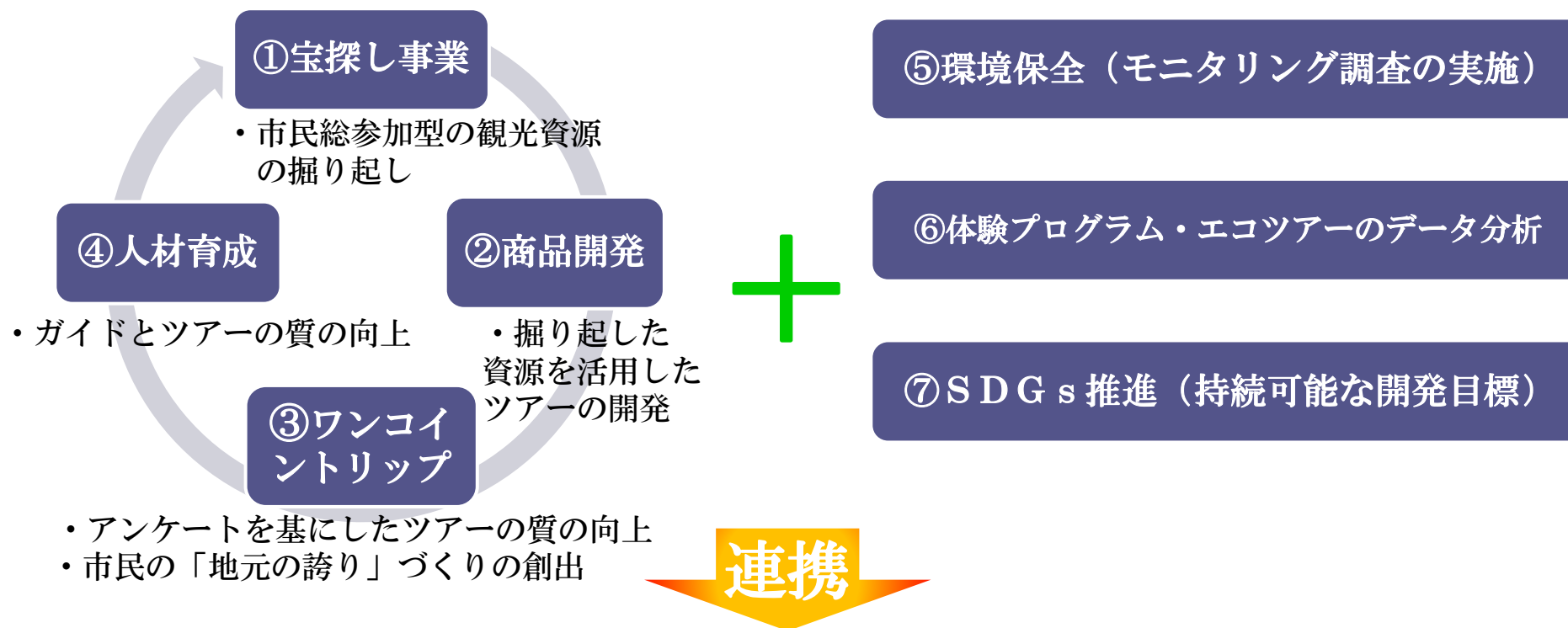
地域ありきなので、地域の
発想の元に自由に考えら
れる



両方の考え方が必要

下呂市エコツアーリズム推進協議会事業内容

下呂市エコツアーリズム推進協議会の役割



下呂市DMO（誘致宣伝委員会）役割

販売・プロモーション・マーケティング等の実施

【宝探し事業→フェノロジーカレンダーの作成】

下呂市全域の地域資源（誇り）の再確認を目的とした「宝さがし」を実施した。対象は市民とし、主にアンケートを主体とした調査を行なった。その集めた宝からフェノロジーカレンダー（季節ごとにその時の旬が一度見てわかる観光ポスター）を作成し、今後の商品開発等に役立てる。

また、集めた宝の発表会を実施し協議会で共有するとともに新しい宝の発見にもつながった。来年度は下呂市民も参加できる宝探し発表会を実施予定。

下呂市内全域にアンケート各戸配布

参考：宝の種類について

自然に関する宝もの	生活環境に関する宝もの	歴史・文化に関する宝もの	産業に関する宝もの	名人について
<ul style="list-style-type: none"> ●これ以外の珍しいと思われる動植物の宝もの ●毎年ホタルを見られる場所 ●美しい景観がまわって来ている場所 ●大きな木がほろろがある場所 ●地層や化石の痕跡がある場所 	<ul style="list-style-type: none"> ●大に動いている宝もの ●美しい景観がまわって来ている場所 ●古い伝説のある場所 ●新しい伝説がまわって来ている場所 ●新しい景観がまわって来ている場所 ●古い景観がまわって来ている場所 ●新しい景観がまわって来ている場所 ●古い景観がまわって来ている場所 	<ul style="list-style-type: none"> ●大に動いている宝もの ●美しい景観がまわって来ている場所 ●古い伝説のある場所 ●新しい伝説がまわって来ている場所 ●新しい景観がまわって来ている場所 ●古い景観がまわって来ている場所 ●新しい景観がまわって来ている場所 ●古い景観がまわって来ている場所 	<ul style="list-style-type: none"> ●大に動いている宝もの ●美しい景観がまわって来ている場所 ●古い伝説のある場所 ●新しい伝説がまわって来ている場所 ●新しい景観がまわって来ている場所 ●古い景観がまわって来ている場所 ●新しい景観がまわって来ている場所 ●古い景観がまわって来ている場所 	<ul style="list-style-type: none"> ●山崎半について ●山崎半の名人 ●山崎半の名人 ●山崎半の名人 ●山崎半の名人 ●山崎半の名人 ●山崎半の名人 ●山崎半の名人

記入サンプル

問1 あなたにとって宝ものと実感されている事柄について教えてください。
あなたが宝ものだと思う事柄の名称とその内容、その宝に会える（見られる）場所と時期について具体的に記入をお願いします。

種類	宝の名称/内容	場所	時期
自然	小坂の滝/落差5m以上の滝が20以上あり、本屋敷の滝の落差が特に大きい。	下呂市川原町	7月～11月
生活環境	里山ミュージアム/美しい農村景観、自然環境がみられる場所	下呂市馬瀬村	通年
歴史・文化	森永半/「田の神祭り」は、昔ながらの「木造神像」があるほか、その昔に七宝（七宝）の曲りであったとの記録があり、非常に古く、神像である。特に「田の神祭り」は、見どころがある。	下呂市森	通年 田の神祭り 12/13～2/14
産業	いりいり餅/地元産の餅、餅つき、地産、民謡などがある。地元と観光地の融合の場となる。	下呂市馬瀬	3月上旬～11月下旬
名人	〇〇さん/「竹原園地」水・環境保全会の活動で「竹原園地」の活動を積極的にやっている。	下呂市竹原	通年

記入欄

名前: _____ 住所: _____

問1 あなたにとって宝ものと実感されている事柄について教えてください。
あなたが宝ものだと思う事柄の名称とその内容、その宝に会える（見られる）場所と時期について具体的に記入をお願いします。

種類	宝の名称/内容	場所	時期

(回答者数/宝の数)

	一般用	小学生	益田清風高校	合計
下呂	30/147	230/396	140/438	400/981
小坂	2/68	124/254		126/322
馬瀬	17/154	52/126		69/280
金山	4/92	97/228		101/320
萩原	8/92	350/719		358/811
合計	61/553	853/1723	140/438	1054/2714

※一般用はヒアリングでの宝の数を含む

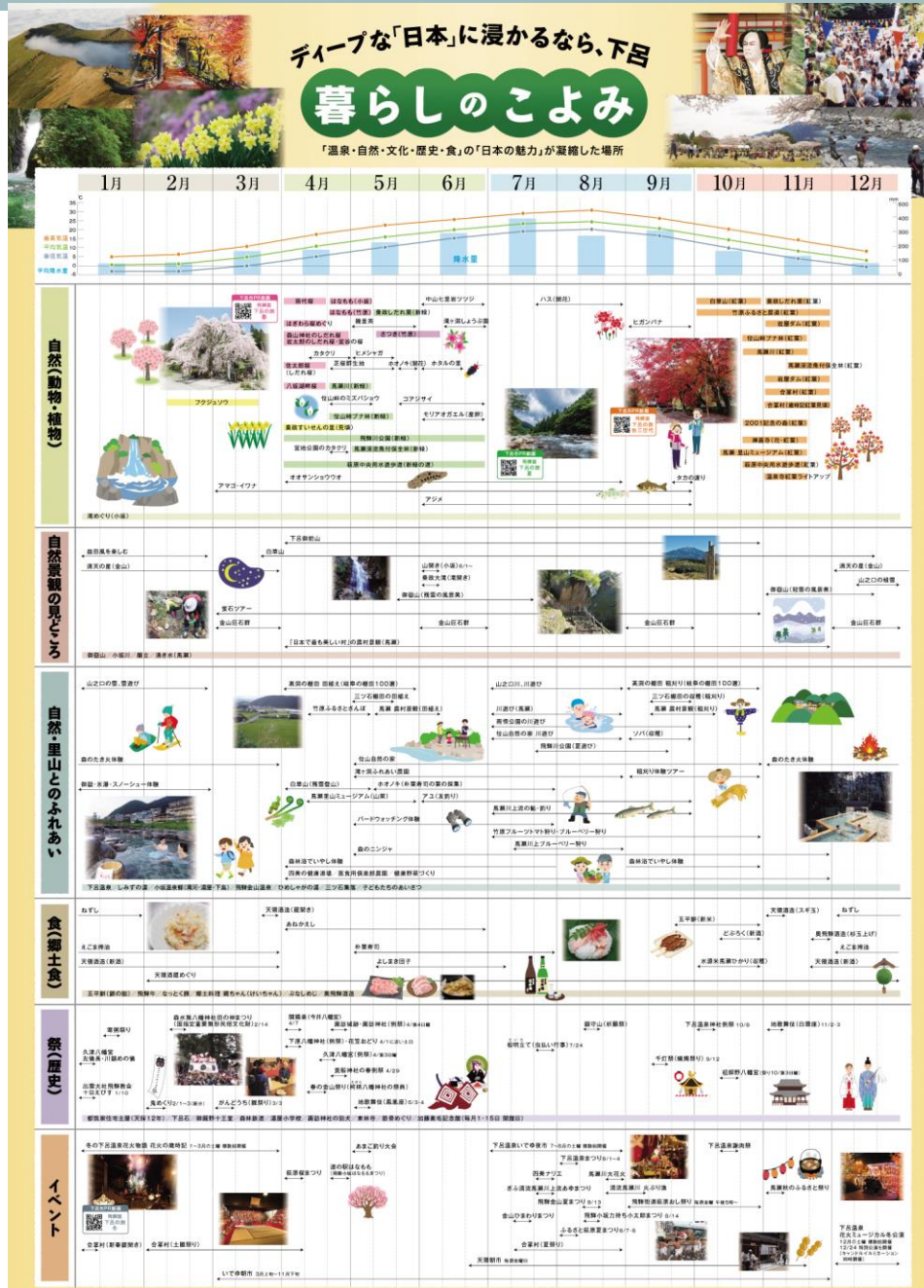
回収結果 (1054枚 2714種類)

宝探し発表会の実施

下呂市版フェノロジーカレンダー作成



【フェノロジーカレンダーの作成】



【ワンコイントリップの実施】

下呂市民における地域内の魅力認識不足及び、新規プログラムを開発した際の、市民への情報伝達不足があるという現状を打破するため、「ワンコイントリップ」と題して市民向けのモニター体験ツアーを実施した。ツアーを通して地元の魅力を市民に理解していただき、さらに参加者からの感想や改善点を今後の事業展開に活かすことを目的とする。

募集

- ・市民への募集を、折込チラシ、小中学校への配布、ケーブルテレビでの放送などで実施

実施

- ・市内5地域で体験ツアーの実施
- ・体験ツアーは年2回／毎年実施

検証

- ・参加者へのアンケート調査を行い、集計して事業の検証

次回

- ・アンケート調査の結果を各地域へフィードバック、結果を踏まえて次回開催の参考とする

体験ツアー詳細

- ・雪原ハイキング&カフェ
- ・諏訪城址と萩原宿の歴史探訪
- ・筋骨めぐり&幾里茶
- ・茶の里で幾里茶を味わう
- ・花餅づくり体験
- ・地元野菜たっぷりピザづくり体験
- ・五平餅づくり体験
- ・地酒の試飲と飲み歩き&街歩き
- ・※スイーツを食べて温泉街を歩こう

※水明館、ゆあみ屋、パストール、幸月の4か所



【ガイド養成講座アドバイザー派遣】

市内各地で既に実施されている体験型プログラムの質を更に高めることを目的とし、第一線で活躍しているエコツアーガイドをアドバイザーとして派遣した。実施については、下呂市エコツーリズム推進協議会が主催である「ワンコイントリップ」の開催に併せて行なった。一般の参加者と共にプログラムに参加し、プログラム終了後に意見交換会を設け、改善点等についてアドバイスをを行った。夏と秋に実施した。

エコツアープログラムの質の向上



【ガイド養成講座 基礎編】

下呂市版のガイド養成講座の制度構築を目標に、まず、下呂市で活躍されているエコツアーガイドのメンバーが、市民を対象に下呂市でガイドになりたいと思う人材を育てていく体制づくりの第一歩として、『ガイド養成講座に必要な要素を学ぶとともに、下呂市として抱える課題を共有し、今度の方向性について検討しあう場』として、日本エコツーリズム協会が実施している基礎編を、すでにガイド経験のある皆さんに受講していただいた。

ガイドのスキルアップ+ガイド制度構築の検討



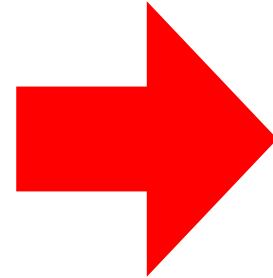
モニタリングの実施主体や役割、具体的な実施の方法について、今後下呂市が優れた観光地として未来に引き継いで行く為にも、今ある大切な資源を下呂市でどのように守り管理していくのか、下呂市における関係者みんなで検討を行なっていく必要があります。そこで、小坂地区を中心としたモニタリングの勉強会・専門家を交えたフィールド調査を行った。

＜小坂地区モニタリング方法＞

ガイド日誌

遊歩道管理日誌

植物調査日誌



＜専門家の見解＞

質の高いモニタリングの継続

評価会・発表会の実施をしては

他地域に波及させていくことが重要

質の高いモニタリングの実施

小坂地区をモデルにモニタリング勉強会
を他地域で実施予定



【平成30年度体験プログラム・エコツアー実績について】

【実績】

平成30年度	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	計
下呂地区	979	957	661	629	1,422	704	729	892	1,090	962	1,049	1,626	11,700
小坂地区	41	140	98	136	362	158	79	42	0	43	169	44	1,312
金山地区	1,261	325	146	103	176	217	382	329	151	33	441	327	3,891
馬瀬地区	77	208	74	370	908	268	245	263	58	63	74	104	2,712
萩原地区	298	23	0	10	0	10	36	44	0	0	0	0	421
計	2,656	1,653	979	1,248	2,868	1,357	1,471	1,570	1,299	1,101	1,733	2,101	20,036

【「持続可能な開発目標」(SDGs)について】

持続可能な開発目標(SDGs)、通称「グローバル・ゴールズ」は、貧困に終止符を打ち、地球を保護し、すべての人が平和と豊かさを楽しむことができるようにすることを旨とする普遍的な行動を呼びかけている。

SDGsは、パートナーシップと実用主義の精神に基づき、いま正しい選択をすることで、将来の世代の暮らしを持続可能な形で改善することを目指している。すべての国がそれぞれの優先課題や、全世界的な環境課題に応じて採用できる明確なガイドラインやターゲットも設けられている。SDGsは包摂的なアジェンダとして、貧困の根本的な原因に取り組むとともに、人間と地球の両方にとってプラスとなる変化の実現に向けた取り組みといえる。

「誰一人取り残さない」持続可能で多様性と包摂性のある社会の実現



豊かで活力
ある未来像

「SDGs」認定団体を目指す!

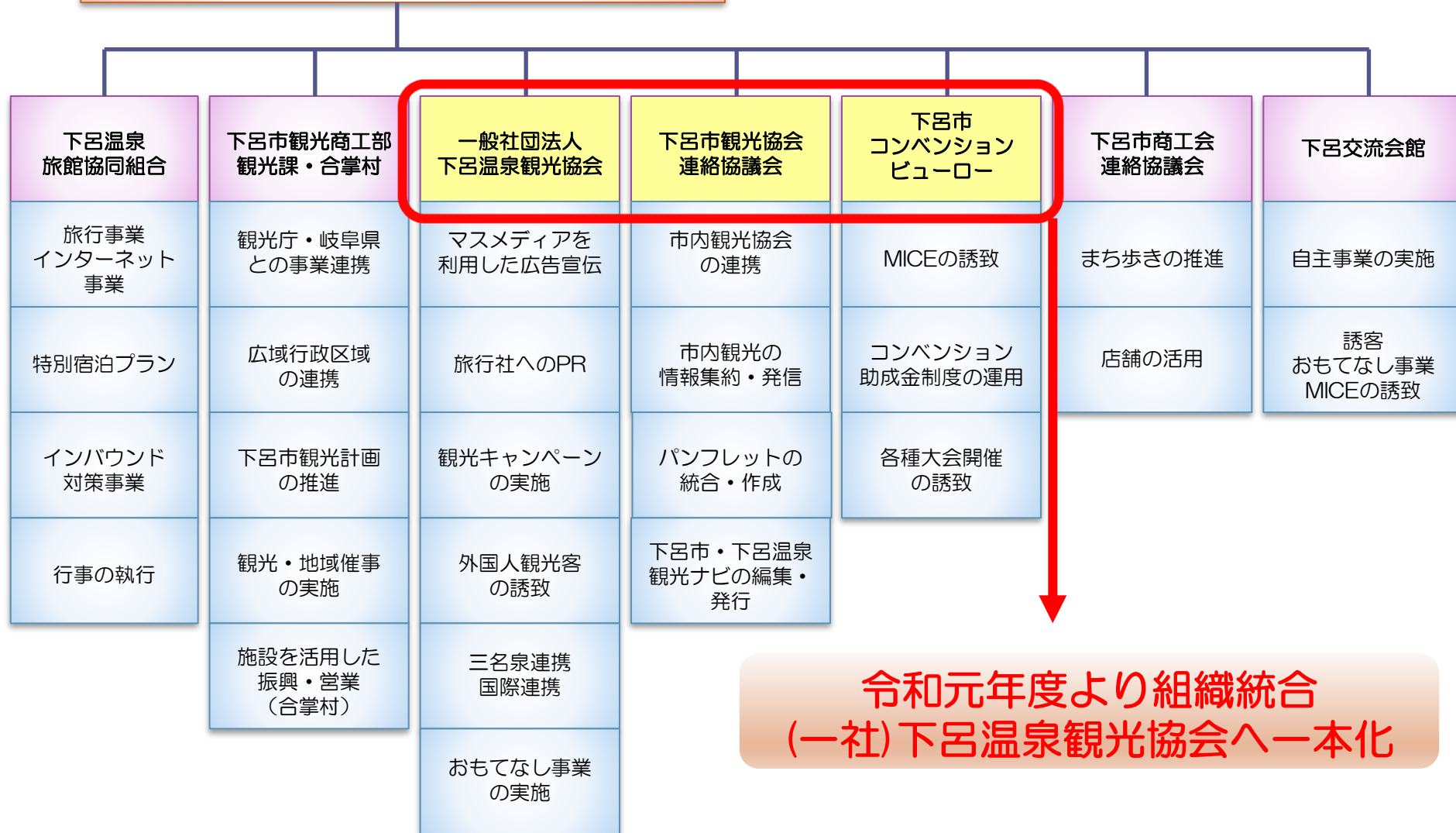
下呂市DMO委員会 (誘致宣伝委員会)

役割と連携

令和元年～【連携組織図】

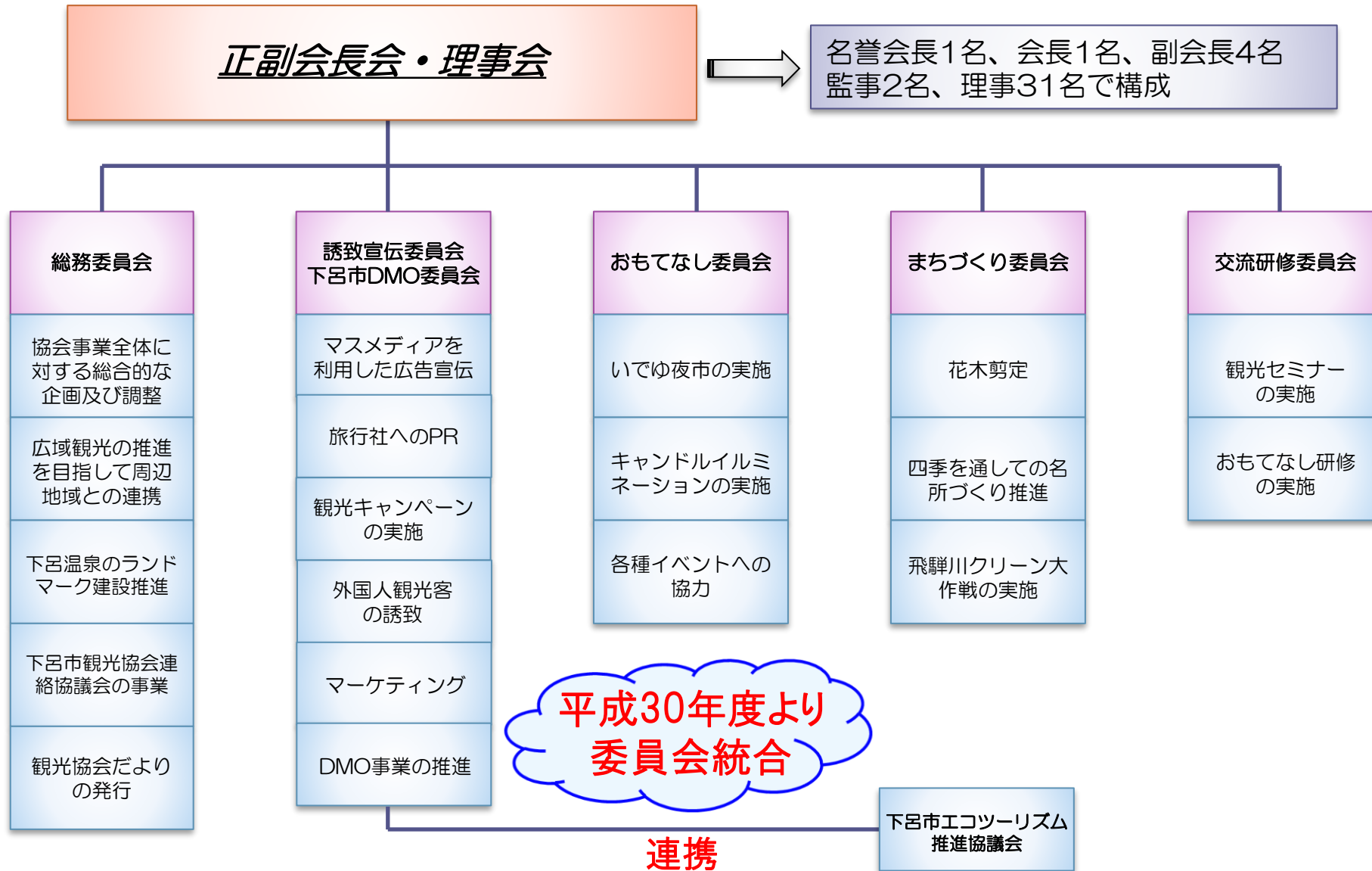
下呂市観光客特別誘致対策協議会

専門部会：構成団体の事務局長で構成
事務局：下呂市観光課



令和元年度より組織統合
(一社)下呂温泉観光協会へ一本化

【下呂温泉観光協会組織図】



DMO委員会（誘致宣伝委員会）

誘致宣伝委員会（下呂市・旅館組合・商工会・観光施設・市内観光協会による組織）において、年間のプロモーション計画を策定し実行。また、このプロモーション計画は、**岐阜県観光誘客課・岐阜県観光連盟・JR（飛騨地域観光協議会）**の実施計画などとも連携を取る事で、バランスのとれたより高い効果をもたらす計画となっている。このプロモーション計画を実行するにあたり、各AGT（リアル・ネット・広告代理店など）からの情報も参考にし、日々変化するユーザーの需要に柔軟に対応できるように毎月会議を実施し、プロモーション内容を変化させユーザーにアプローチし誘客に努めている。

プロモーション戦略

※下呂市観光客特別誘致対策協議会の事務局が参加。

広告宣伝

【アナログ広告】テレビ・ラジオ・新聞・雑誌
【デジタル広告】WEB

パブリシティ

ヒューマンプロモーション（人的販売）

エンドユーザーへのPRを行う「キャンペーン」。旅行社への営業活動にて団体の送客を促す「キャラバン」。

- ・キャンペーン45回
- ・キャラバン6回（中部、首都圏、関西、中四国、北信越etc）

セールスプロモーション

各種クーポン券やノベルティなど、ユーザーや旅行社へのインセンティブとなるものを使ったプロモーション。キャンペーン・キャラバンに持参し、下呂への誘客促進を図る。



【誘致宣伝委員会（下呂市DMO委員会）構成メンバー】

【会 長（DMO委員長）】 宿泊業

【副会長】 宿泊業

【誘致宣伝委員長】 ドライブイン

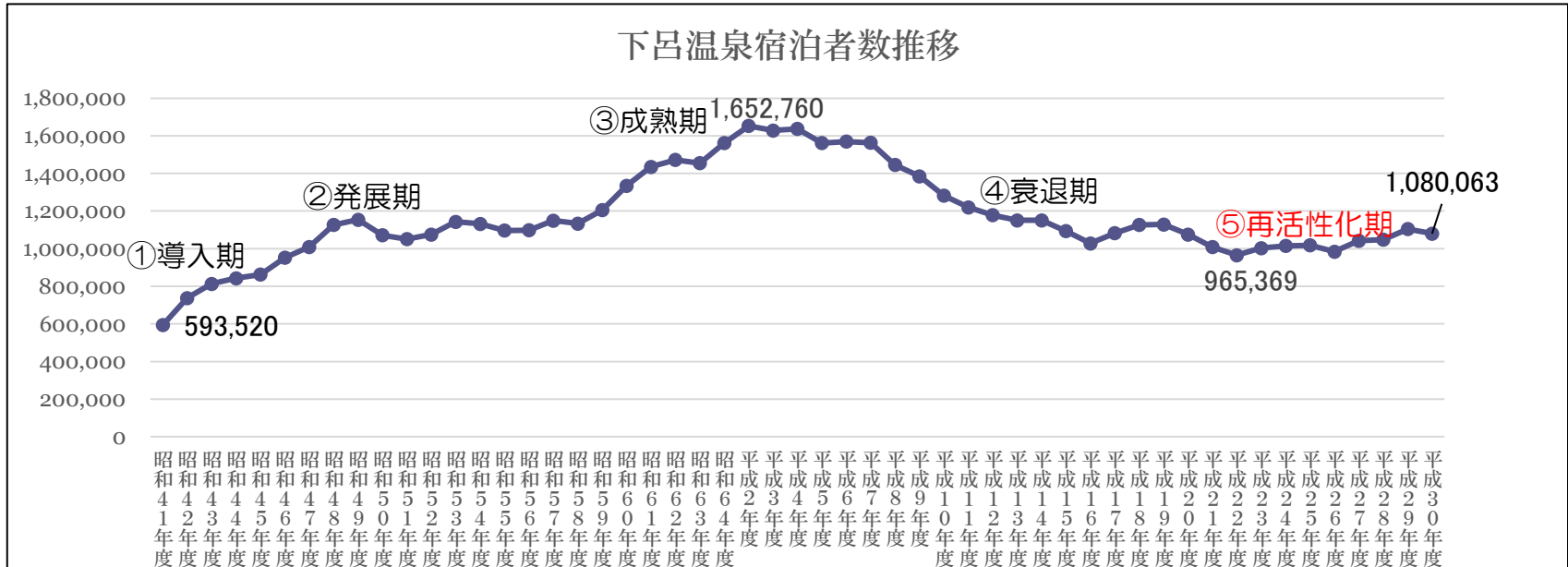
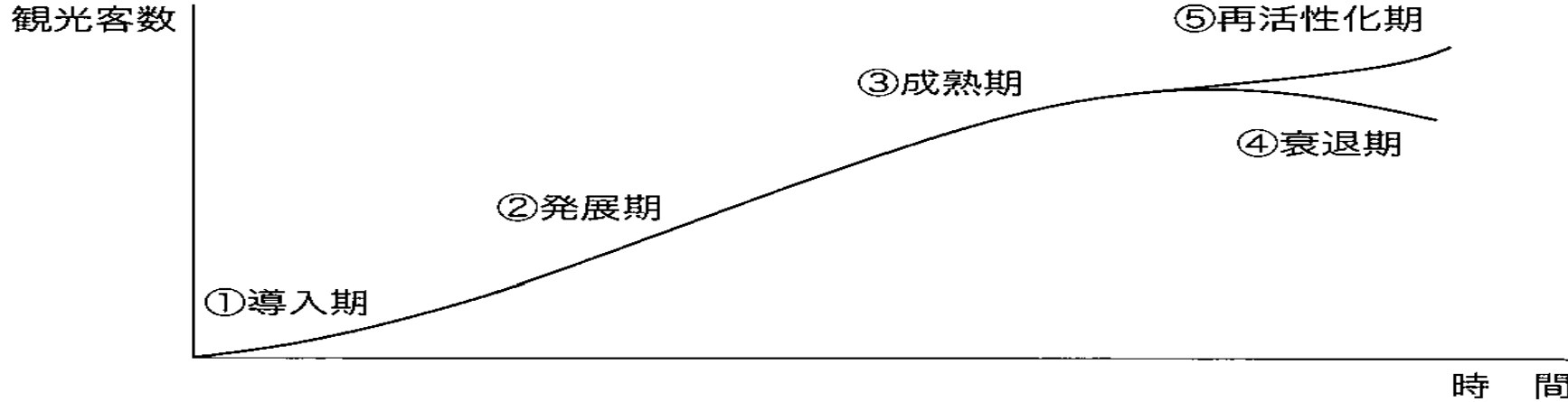
2016年（平成28年）
日本版DMO候補法人



2017年（平成29年）より
日本版DMO登録法人

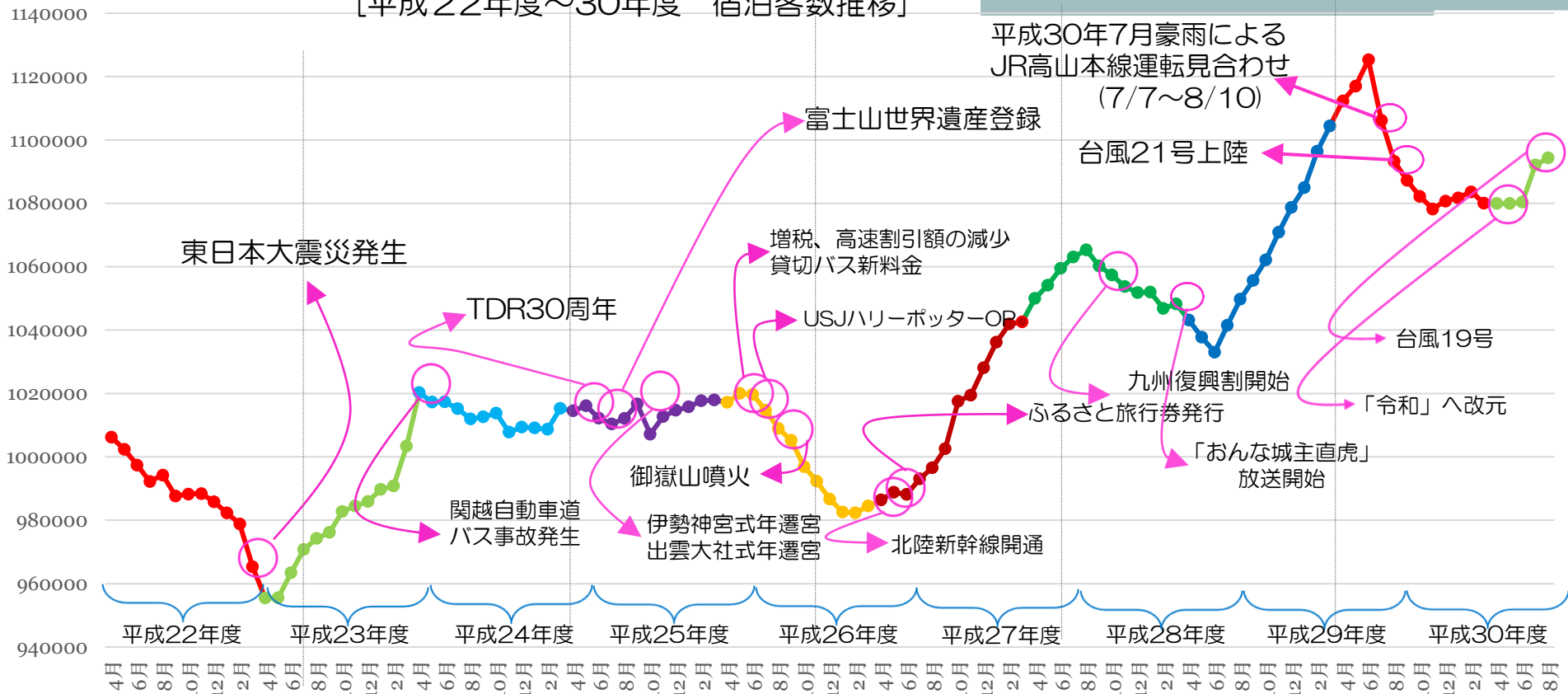
委員	
【副委員長】 宿泊業	【下呂市】 観光課
【青年部長】 宿泊業	【合掌村】 事務局
【萩原町観光協会】 事務局	【下呂交流会館】 事務局
【飛騨小坂観光協会】 事務局	【下呂温泉旅館協同組合】 事務局
【金山町観光協会】 事務局	【下呂商工会】 事務局
【南ひだ馬瀬川観光協会】 事務局	【下呂市総合案内所】 事務局
【委員】 宿泊業	【NPO法人みらいろ】 事務局

ディスティネーション・ライフサイクル



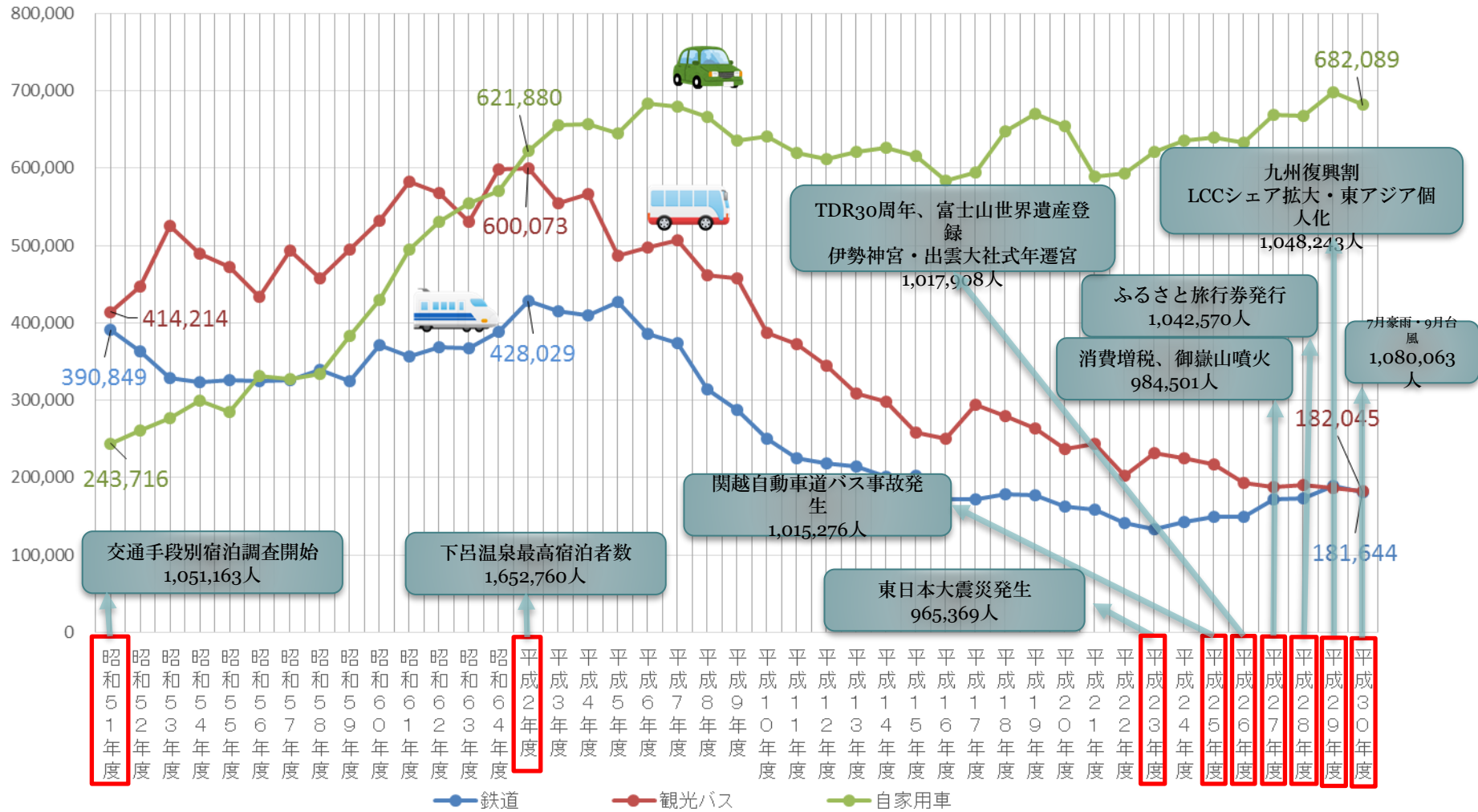
⑤再活性化期……インフラ整備、商品構築、新観光資源の発掘など官民一体となった新たな客層の掘り起こしやリピーター重視の観光誘客。

[平成22年度～30年度 宿泊客数推移]

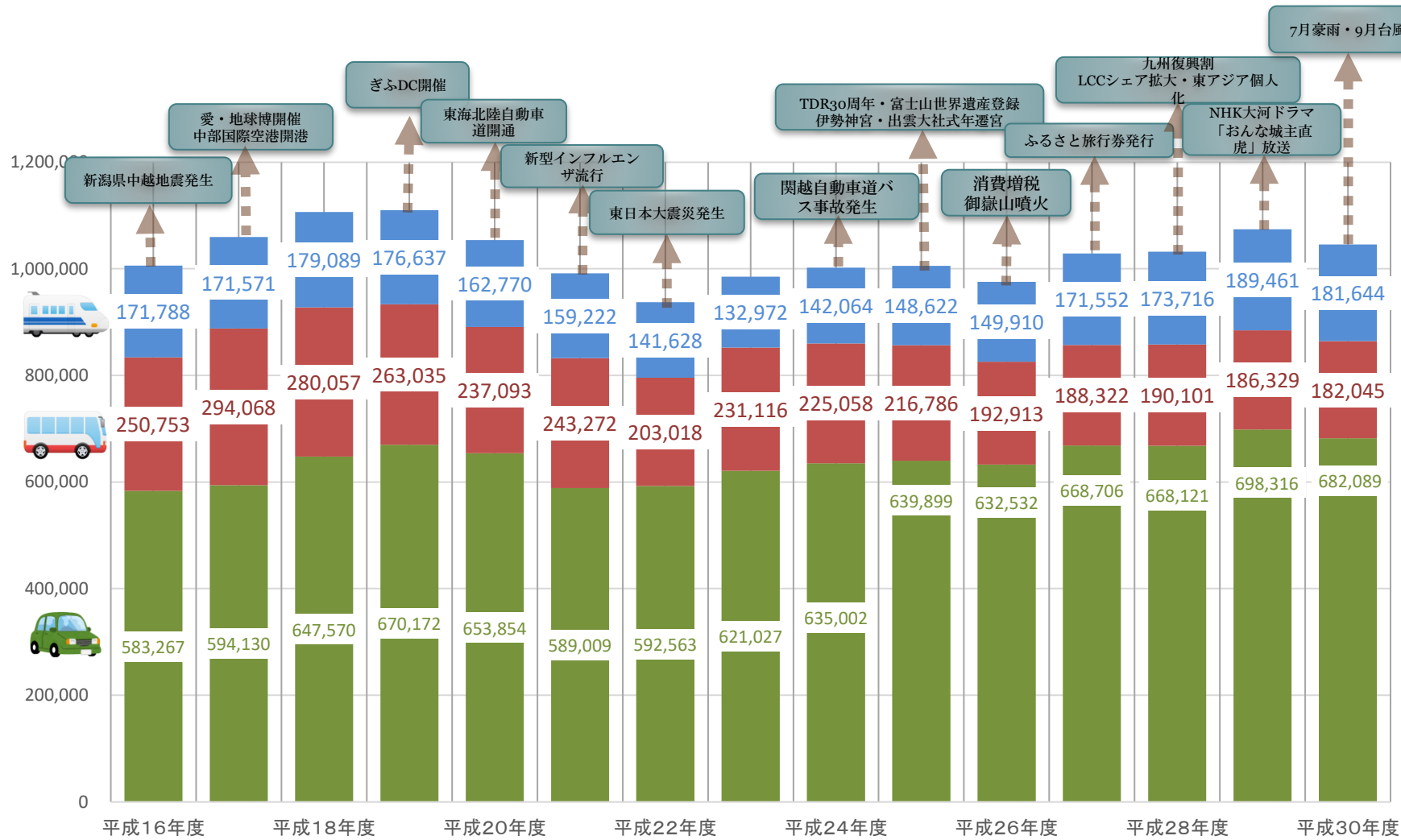


	平成22年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度
4月	1,006,218	955,455	1,020,261	1,014,553	1,017,204	986,417	1,050,022	1,043,163	1,112,410	1,079,955
5月	1,002,396	955,545	1,017,242	1,016,129	1,020,006	988,784	1,054,131	1,037,770	1,117,040	1,079,924
6月	997,467	963,454	1,017,373	1,012,227	1,019,727	988,143	1,059,435	1,033,049	1,125,319	1,080,368
7月	992,243	970,734	1,015,217	1,010,332	1,014,738	993,058	1,063,089	1,041,529	1,106,229	1,092,076
8月	994,284	974,241	1,011,958	1,012,108	1,008,984	996,520	1,065,305	1,049,721	1,093,286	1,094,315
9月	987,647	976,197	1,012,632	1,016,720	1,005,204	1,002,572	1,060,196	1,055,684	1,087,312	1,097,622
10月	988,308	982,724	1,013,765	1,007,137	996,910	1,017,494	1,057,377	1,062,136	1,082,225	
11月	988,478	984,454	1,007,760	1,012,684	992,349	1,019,468	1,053,765	1,070,893	1,078,270	
12月	985,822	985,926	1,009,406	1,014,666	986,617	1,028,060	1,051,848	1,078,685	1,080,746	
1月	982,328	989,691	1,009,118	1,015,817	982,610	1,036,150	1,052,023	1,084,968	1,081,751	
2月	978,896	990,780	1,008,718	1,017,729	982,294	1,041,916	1,046,837	1,096,398	1,083,669	
3月	965,369	1,003,361	1,015,276	1,017,908	984,501	1,042,570	1,048,203	1,104,404	1,080,063	

交通手段別宿泊推移

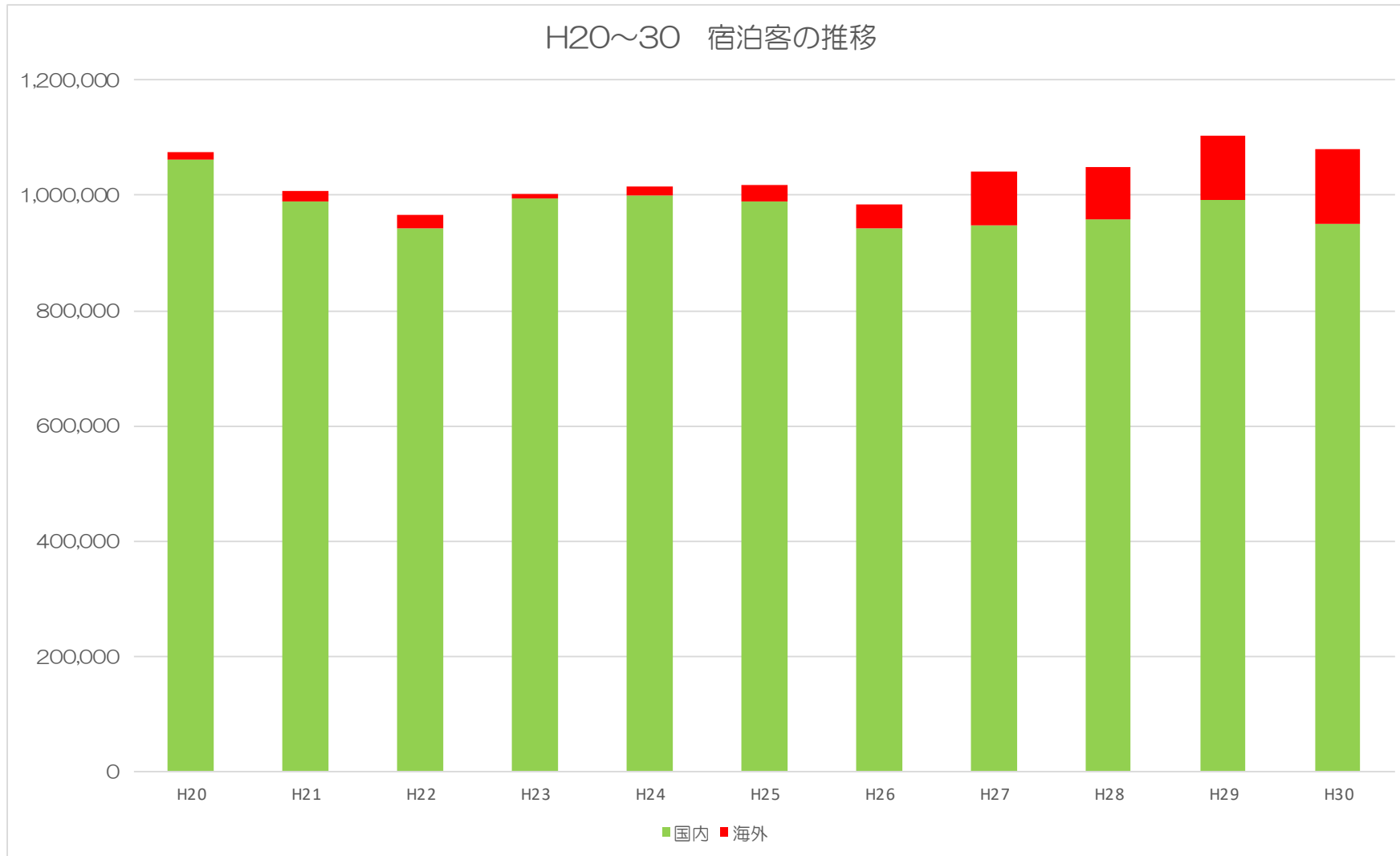


交通手段別宿泊推移



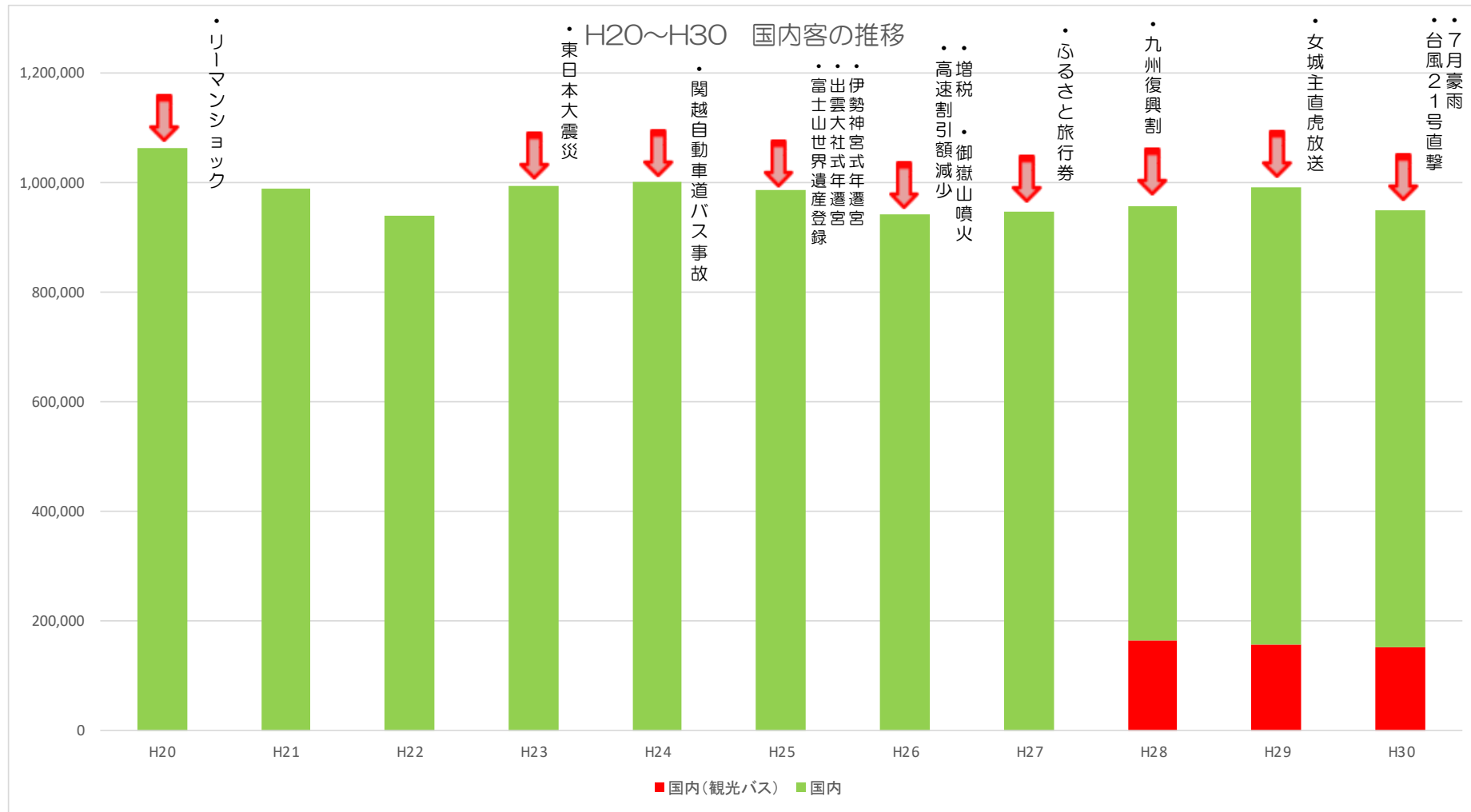
宿泊者数合計	1,028,254	1,082,673	1,126,427	1,129,220	1,075,295	1,008,368	965,369	1,003,361	1,015,276	1,017,908	984,501	1,042,570	1,048,243	1,104,404	1,008,063
--------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	---------	-----------	-----------	-----------	---------	-----------	-----------	-----------	-----------

H20~30 宿泊客の推移



	H20	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30
国内	1,063,016	989,704	941,549	995,081	1,001,135	988,529	943,342	947,623	958,885	993,224	949,637
海外	12,279	18,664	23,820	8,280	14,141	29,379	41,159	94,947	89,358	111,180	130,426

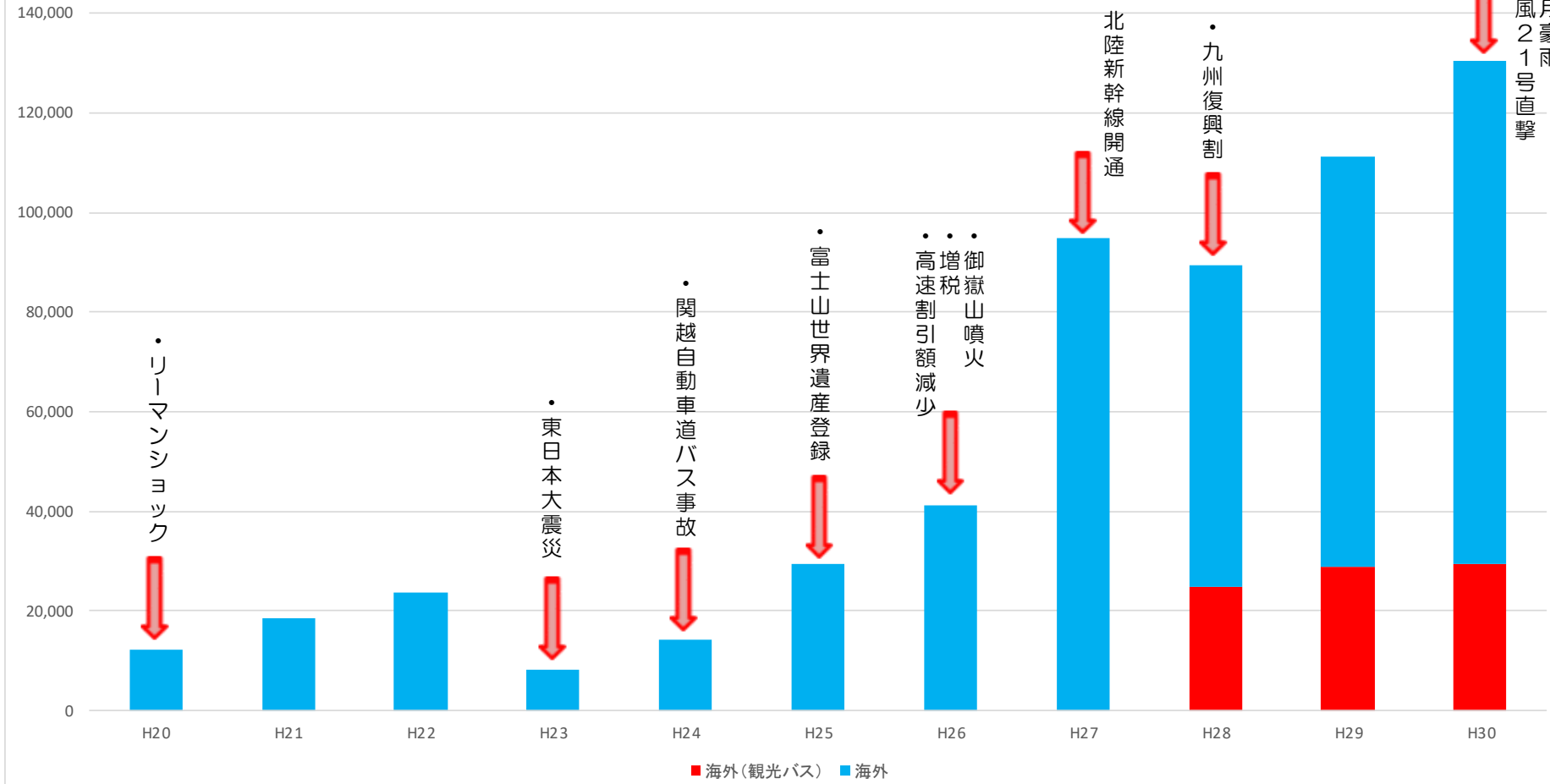
【H20~H30】 国内平均 972,248人 海外平均 52,148人



	H20	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30
国内	1,063,016	989,704	941,549	995,081	1,001,135	988,529	943,342	947,623	958,885	993,224	949,637
国内 (観光バス)									165,213	157,581	152,531

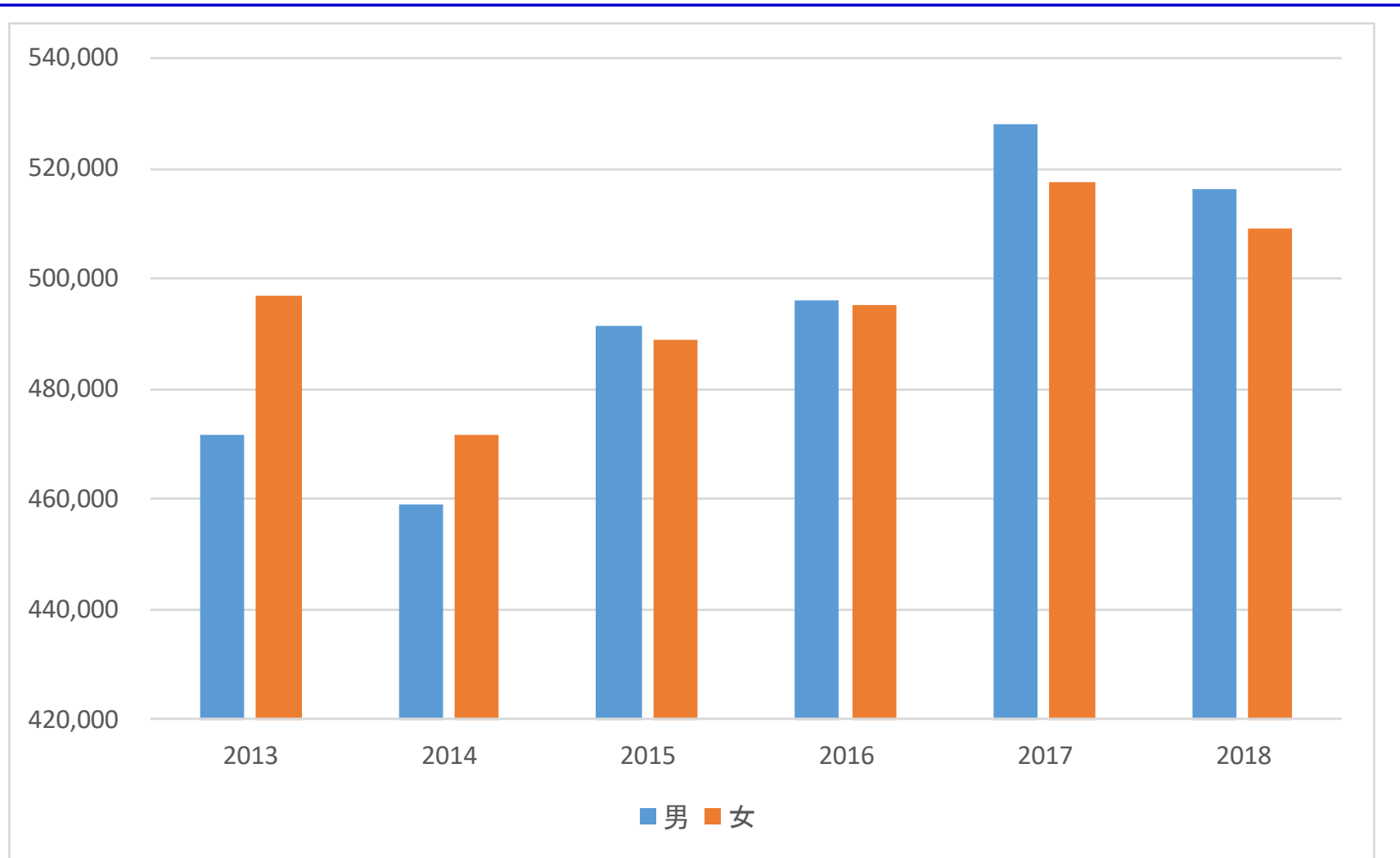
※国内 (観光バス) はH28より取得開始

H20~H30 海外客の推移



	H20	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30
海外	12,279	18,664	23,820	8,280	14,141	29,379	41,159	94,947	89,358	111,180	130,426
海外 (観光バス)									24,888	28,748	29,514

※国内 (観光バス) はH28より取得開始

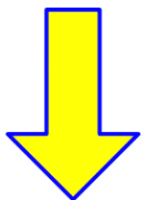


	2013	2014	2015	2016	2017	2018
男	471,672	459,016	491,573	496,221	528,225	516,215
女	496,883	471,803	489,031	495,187	517,716	509,197

【事業内容】

【昨年度】

- 6店舗、9種類
- カップの大きさを小さく
- 価格は300円～500円ほど
- 美肌成分についてチラシに記載



【今年度】

- 9店舗、11種類
- インスタ映えする見た目に
ブラッシュアップ
- 下呂温泉街だけでなく、
小坂の店舗でも販売



【新スイーツ開発事業】

【H30年度実績】

スイーツ名	店舗名	単価	4月		5月		6月		7月		8月		9月	
			個数	売上	個数	売上	個数	売上	個数	売上	個数	売上	個数	売上
味噌とチーズのバルフェ	水明館	540	94	50,760	109	58,860	86	46,440	50	27,000	130	70,200	104	56,160
抹茶の甘酒シェイク		432	126	54,432	168	72,576	104	44,928	75	32,400	161	69,552	51	22,032
トマトの甘酒シェイク		432	68	29,376	102	44,064	50	21,600	42	18,144	92	39,744	115	49,680
ジミソース温玉ソフト	ゆあみ屋	460	175	80,500	260	119,600	148	68,080	105	48,300	318	146,280	253	116,380
”和”MORI盛りパフェ	幸月本家	500	38	19,000	54	27,000	27	13,500	18	9,000	32	16,000	35	17,500
”和”MORI盛りパフェ ミニ		350	69	24,150	74	25,900	37	12,950	24	8,400	36	12,600	18	6,300
和パフェ「脳」	飛騨牛茶寮 神月	410	23	9,430	13	5,330	6	2,460	6	2,460	2	820	11	4,510
下呂茶ップリン	リゴロ× リゴロ	390	109	42,510	122	47,580	70	27,300	36	14,040	60	23,400	39	15,210
栃の実ソフト& 栃の実ドーナツのパフェ	千寿堂	450	102	45,900	119	53,550	90	40,500	73	32,850	120	54,000	122	54,900
わらびもちソフトぼん	舞台峠 観光センター	450												
えごまさパフェ	ひこまさ	450												
計			804	356,058	1,021	454,460	618	277,758	429	192,594	951	432,596	748	342,672
H29年度売上 (8月まで3店舗3種類) (10月から現在の店舗にて販売)			288	143,480	404	202,040	217	107,140	254	123,680	468	225,200		
前年対比			516	212,578	617	252,420	401	170,618	175	68,914	483	207,396		
			279.2%	248.2%	252.7%	224.9%	284.8%	259.2%	168.9%	155.7%	203.2%	192.1%		

スイーツ名	店舗名	単価	10月		11月		12月		1月		2月		3月		計	
			個数	売上	個数	売上	個数	売上	個数	売上	個数	売上	個数	売上	個数	売上
味噌とチーズのバルフェ	水明館	540	69	37,260	67	36,180	43	23,220	65	35,100	47	25,380	40	21,600	904	488,160
抹茶の甘酒シェイク		432	101	43,632	111	47,952	97	41,904	113	48,816	97	41,904	93	40,176	1,297	560,304
トマトの甘酒シェイク		432	63	27,216	63	27,216	52	22,464	64	27,648	50	21,600	72	31,104	833	359,856
ジミソース温玉ソフト	ゆあみ屋	460	256	117,760	280	128,800	249	114,540	260	119,600	305	140,300	461	212,060	3,070	1,412,200
”和”MORI盛りパフェ	幸月本家	500	21	10,500	33	16,500	19	9,500	11	5,500	37	18,500	19	9,500	344	172,000
”和”MORI盛りパフェ ミニ		350	33	11,550	35	12,250	22	7,700	56	19,600	55	19,250	44	15,400	503	176,050
和パフェ「脳」	飛騨牛茶寮 神月	410	7	2,870	12	4,920	3	1,230	12	4,920	6	2,460	10	4,100	111	45,510
下呂茶ップリン	リゴロ× リゴロ	390	59	23,010	56	21,840	87	33,930	123	47,970	49	19,110	60	23,400	870	339,300
栃の実ソフト& 栃の実ドーナツのパフェ	千寿堂	450	110	49,500	137	61,650	90	40,500	86	38,700	111	49,950	219	98,550	1,379	620,550
わらびもちソフトぼん	舞台峠 観光センター	450											10	4,500	10	4,500
えごまさパフェ	ひこまさ	450											3	1,350	3	1,350
計			719	323,298	794	357,308	662	294,988	790	347,854	757	338,454	1,031	461,740	9,324	4,179,780
H29年度売上 (8月まで3店舗3種類) (10月から現在の店舗にて販売)			357	162,654	516	234,056	754	338,966	732	337,412	1,039	470,598	1,732	775,754	6,761	3,120,980
前年対比			362	160,644	278	123,252	-92	-43,978	58	10,442	-282	-132,144	-701	-314,014	1,815	716,128
			201.4%	198.8%	153.9%	152.7%	87.8%	87.0%	107.9%	103.1%	72.9%	71.9%	59.5%	59.5%	137.9%	133.9%

2019年 下呂温泉ポスター



作画：窪之内 英策

ご清聴ありがとうございました。

下呂温泉