

令和2年度 (一社) 岐阜県観光連盟 事業計画

実施方針

岐阜県観光連盟では、一昨年12月の「日本版DMO」候補法人登録を踏まえ、昨年は機能強化の年と位置付け、新たな取り組みをしてまいりました。特に、宿泊者数や観光入込客数の統計データなど、岐阜県観光の現状や課題を観光関係者の皆さんと共有するため「岐阜県観光レポート」を発行するとともに、観光の担い手を育成するため「岐阜県観光人材研修センター」を設置し、宿泊施設の経営者と現場リーダーを対象とした「生産性向上研修」や宿泊施設の従業員を対象とした「おもてなし研修」を実施しました。そして、これら県DMOとして非常に先進的な取り組みと評価をいただき、本年1月14日付けで「日本版DMO」に正式登録となりました。

また、昨年度は、大河ドラマ「麒麟がくる」が放送開始となったことから、県内に設置される大河ドラマ館及び明智光秀ゆかりの地の観光資源を活用して県内各地を周遊する旅行商品の造成に向けた支援をJR東海等と連携して進めた結果、大河ドラマ館のオープンに併せて多くの新商品の販売開始に繋げることができました。

本年度は、「日本版DMO」登録後、初の事業年度になります。しかしながら、新型コロナウイルス感染症の影響により、県内の観光業は外国人観光客の減少に加え、国内観光客も外出自粛等により、これまで経験したことのない非常に厳しい状況に置かれており、先行きについても、感染症拡大の収束が見通せるまでは極めて厳しい状況が続くことが見込まれます。そのため、会員向けアンケートを実施する等、関係者の声を把握し、県などに対して要望を行うとともに、収束後には旅行先として岐阜県を選んでもらえるよう県及び関係機関と連携して、誘客プロモーションに取り組んでまいります。

そのほか、引き続き、岐阜県の観光振興を民間主導でトータルに推進する「扇の要」の役割を担うため、昨年度開始した「機能強化」の取り組みを加速化させるとともに、「地域と共に進むDMO」として更なる進化を図って参ります。特に、地域の観光関係者と課題の把握・共有を進めるために新たに設置する「地域会議」や、観光協会の機能強化に向けた支援策（地域観光マーケティングサイクルの導入支援、情報発信研修）に加え、昨年度の「観光マーケティング調査」を通じて全県的に満足度が低い「食と土産」満足度向上に向けた取り組みに本格的に着手し、県内全体の底上げを図るために邁進してまいります。なお、これらの取り組みをはじめ、DMOに関する取り組みについては「岐阜県DMO会議」等を通じて評価いただくとともに、適宜改善を図って参ります。

また、関ヶ原古戦場の新たな拠点施設としてオープン予定の「岐阜関ヶ原古戦場記念館」や県内の主要観光地を活用した旅行商品の造成・販売への支援及び情報発信を岐阜県や関係者と連携し進めることで、周遊滞在型観光の一層の促進と観光消費額拡大に繋げるべく取り組みを進めてまいります。

訪日外国人の誘客については、令和元年度に現在主流の個人旅行者が求める「コト消費」への対応やスマートフォンへの対応など、旅行者の利便性向上を図るため、外国語観光情報WEBサイトの全面リニューアルを行いました。本年度は、このWEBサイトについて、県内宿泊者数の多い国の言語を追加し利便性を高めるとともに、閲覧者の訪問意欲を高めるに訴求力のあるページの充実を図ります。また、サイトへのアクセス情報や各種予約状況等のデータ解析、いわゆるデジタルマーケティングの本格導入を進め、近年急増する訪日外国人観光客の増加を目指します。

最後に、新型コロナウイルスや異常気象における豪雨災害など観光振興を進めるにあたって、様々リスクが昨今、頻発しております。観光連盟においても、県及び関係機関と連携して情報収集、必要に応じた施策の立案・実施をスピーディーに取り組んでまいります。

事業計画

I 会議の開催

1 理事会・総会等 (2,600千円)

総会：通常総会 年1回（6月24日）
理事会：年4回（5月27日、6月24日、10月下旬、3月中旬）
正副会長会議：年2回（9月下旬、2月下旬）

II 事業の実施

1 旅行商品販売促進事業 (38,520千円)

(1) 国内誘客促進事業 (29,020千円)

本県への観光誘客を促進するため、東京、大阪、名古屋の三大都市圏を中心に旅行者による旅行商品の造成・販売を促進する。このため、県内の観光資源等の情報を旅行者に提供し、商談会や現地招へいなどを実施する。

ア 旅行商品コーディネート事業 (3,440千円)

(ア) 旅行商品造成研修事業

商談会の開催に先立ち、旅行会社が求めている情報や効果的な商談の進め方等について、旅行会社で商品企画を担当している職員を講師に招き、研修会を開催する。

(イ) 旅行者訪問セールス事業

県内各地への誘客を推進するため、機会ある毎に大都市圏の旅行会社を訪問し、旅行商品の造成・販売を促進する。

(ウ) 旅行会社等招へい事業

旅行商品の造成・販売を促進するため、県内の現地視察を市町村等と連携して実施する。

(エ) 誘客促進冊子作成事業

旅行者の商品造成を促進し、本県への誘客を図るため、各種商談会や旅行者訪問時も営業ツールとして活用できる冊子を作成する。また、ホームページ「ぎふの旅ガイド」にも掲載し観光情報としても発信する。

・発行時期：1月 掲載内容：2021「春・夏・秋・冬情報」

イ 旅行商品造成・販売支援事業 (20,000千円)

(ア) 重点旅行商品等助成事業（団体旅行商品への助成）

本県への誘客を促進するため、テーマ性、広域周遊性の高い商品造成や観光資源のブランド化に資する旅行商品の造成・販売に対し助成することで、観光消費額の拡大に繋げる。

<対象旅行商品>

- ・催行時期が、2020年4月1日～2021年2月28日の商品
- ・県内に1泊以上宿泊する商品
- ・県内においての周遊は、貸し切りバスを利用

イ 広域連携誘客事業 (1, 600千円)

(ア) 愛知県観光協会等東海エリア連携事業

愛知県観光協会、浜松市等と連携し、ベトナムからの誘客を促進するため、現地旅行社等を対象に商談会・セミナーを開催するほか、旅行会社関係者を当地域に招へいし、訪日旅行商品の造成に繋げる。

(イ) 北陸エリア連携事業

中部山岳広域観光推進協議会（富山県・長野県など）と連携し、東南アジア諸国の旅行者、メディア関係者を招へいし、認知度の向上を図るとともに、観光情報の発信を促し、当該エリアへの誘客を促進する。

ウ FIT向け旅行商品造成販売促進事業 (5, 000千円)

アジアの個人旅行者をターゲットとして、LCC等と連携のうえ、魅力ある旅行商品を造成し、プロモーションを展開する。

2 情報発信促進事業 (28, 311千円)

(1) インターネットメディア事業 (15, 668千円)

ア ホームページ「ぎふの旅ガイド」等運営事業 (2, 000千円)

インターネットを活用した誘客や観光商品等の販売を強化するため、「ぎふの旅ガイド」の最適化と季節毎に特集ページを作成するなど適切な運営管理を行う。

- ・Facebook ページ「岐阜県の観光地まる分かり」の運営
- ・インスタグラム「岐阜県観光連盟 visit.gifupref」の運営
- ・フォトライブラリーによる画像提供

イ ホームページ改修事業 (3, 800千円)

ホームページ「ぎふの旅ガイド」の魅力の増加を図るとともに、新たな「導線」を確保し、インターネットによる情報提供の強化を図る。また、9年前に構築した現サイトの全面リニューアルに向けた検討を行う。

- ・従来機能のメンテナンス、小規模改修・機能追加
- ・SNSを活用した導線の強化（Facebook ターゲット広告）
- ・全面リニューアル計画の検討

ウ 多言語サイト運営事業 (9, 868千円)

令和元年度に全面リニューアルした外国語観光情報ウェブサイト（6言語版、簡体字版）について、新たに2言語（イタリア語、スペイン語）を追加し、利便性を高めるとともに、閲覧者の訪問意欲を高めるため、掲載コンテンツの充実を図る。また、デジタルマーケティングを本格的に導入し、サイトへのアクセス情報や各種予約状況等のデータ解析によりPDCAサイクルを回し、市場に応じた効果的なプロモーションに繋げる。

(2) 観光情報発信事業 (7, 693千円)

ア 観光物産展の開催 (4, 353千円)

(ア) 金山総合駅観光物産展（6月12日～13日、12月または1月 2日間）

(イ) ふるさと全国県人会まつり（9月上旬）

(ウ) 大阪観光物産展（11月中旬）（愛知県観光協会と共催して実施）

(エ) 首都圏観光物産展

県や市町村との連携した観光物産展に出展する。

(オ) 隣接県等との連携事業

隣接県等と連携して観光物産展や観光PRなどを実施

イ JAF連携等県内周遊促進事業

(1,010千円)

観光客の8割を占めている自家用車利用の観光客を増やすため、JAF岐阜支部と連携して、スマートフォンを活用した「ドライブスタンプラリー」を実施する。

- ・実施時期：2020年4月上旬から6月下旬
- ・コース設定：「麒麟がくる 岐阜大河ドラマ館」等5か所にスタンプポイントを設定
- ・賞品プレゼント：ドライブコースの達成者に対して、抽選で特産品などをプレゼント

ウ パンフレットスタンド設置事業

(860千円)

市町村、市町村観光協会等から提供されたパンフレットやチラシを岐阜羽島駅や大型ショッピングセンター等に設置したパンフレットスタンドに設置する。

- ・設置場所：JR岐阜羽島駅、JR岐阜駅(岐阜市観光案内所)、カラフルタウン、マーサ21

エ なごやかサロン四水会事業

(1,350千円)

中京圏との連携を強化するため、中京圏で活躍される方々と県内市町村等との懇談と情報交換を行い、ネットワークを構築し、観光・モノ・食をセットにした観光誘客PRを展開する。

- ・開催時期：年5回(5月、7月、9月、11月、2月)

オ 親善大使等活用事業

(120千円)

岐阜県にゆかりのある飲食店経営者等を観光特使等に委嘱し、岐阜県観光のPRをしていただく。

(3) 飛騨・美濃観光名古屋センター及び東京駐在による情報発信

(4,950千円)

ア 飛騨・美濃観光名古屋センター

飛騨・美濃観光名古屋センターは、情報発信拠点「GIFTS PREMIUM」内に設置されており、観光コンシェルジュによる観光案内に加え、観光以外の「食・モノ・移住」の各入居者が連携し、本県の魅力向上、誘客促進に資するイベントを定期的実施する。また、連盟職員である同センターの所長を窓口として、観光連盟会員の在名マスコミ等への情報発信(訪問支援)を行う。

イ 東京駐在員

首都圏における情報収集とメディア等への情報発信

3 DMO強化事業

(17,000千円)

岐阜県観光連盟では、岐阜県の観光振興を民間主導でトータルに推進する「扇の要」として、「観光マーケティング」「人材育成」など、都道府県DMOとして県内観光振興に資する取り組みを進める。

(1) 観光マーケティング事業

(5,000千円)

ア 岐阜県観光レポートの発行

「岐阜県観光の現状・課題」について、県内の観光関係者と共有を図るため、県と連携して「観光レポート」を制作・刊行する。速報性を重視した月次版と長期的視点で分析した四半期版を発行。また、岐阜県観光景況調査(岐阜県観光DI)や会員向けニーズ調査も定期的実施する。

イ 岐阜県DMO会議、DMO推進委員会、地域会議の開催

「岐阜県観光の課題の共有」「解決に向けた事業化」を図るために、観光協会、観光事業者、外部有識者で構成する「岐阜県DMO会議」を年2回程度、情報共有・課題検討・連絡調整の場として連盟内に設置した「DMO推進委員会」を月1回程度開催する。また、県内各地の課題共有を図るために「地域会議」を新たに開催する。

ウ 「食」と「土産」の満足度向上に向けた取り組みの実施

岐阜県観光入込客統計調査の満足度調査において、他の項目に比べ全県的に低い「食」と「土産」について満足度向上に向け、課題整理、必要な取り組みの実施に着手する。

(2) 人材育成事業

(12,000千円)

ア 宿泊事業者向け研修

(ア) 生産性向上研修

・ 経営者・中核人材を対象に宿泊施設の組織風土改革（社内ESの向上）に繋がる研修を実施

(イ) おもてなし研修

・ 宿泊施設従業員（接客部門従業員）を対象に座学・実技を組み合わせた実践型研修（初級、中級、認定試験）を県内の宿泊集積地（高山、下呂、岐阜）で実施

イ 市町村、観光協会等向け研修

(ア) 地域観光マーケットター育成研修

・ 市町村、観光協会、観光振興の中核を担う観光事業者を対象に「地域観光マーケティングサイクル」の導入に向けた人材を育成する。

(イ) 情報発信研修

・ 市町村、観光協会、観光事業者を対象に、「ぎふの旅ガイド」の操作研修に加え情報発信入門研修、SNSの活用、ライティング、写真撮影等の研修を実施

4 会員支援事業

(4,341千円)

(1) 推奨観光旅館・推奨観光土産品の認定事業

(3,022千円)

観光旅館・観光土産品の資質向上と業界の育成を図ることによって、岐阜県の魅力の向上に資するため、一定の基準を満たす旅館・土産品を推奨として認定する。また、推奨土産品を掲載したガイドブックやチラシ等を作成し、土産品の販売促進を支援する。