

プロジェクト展開の方向性 …… 新たな旅ブランド(ぎふウェルネス・ツーリズム)の構築による滞在型観光の推進と宿泊誘導型PRの強化

【これまでの取組】

【今後の展開】

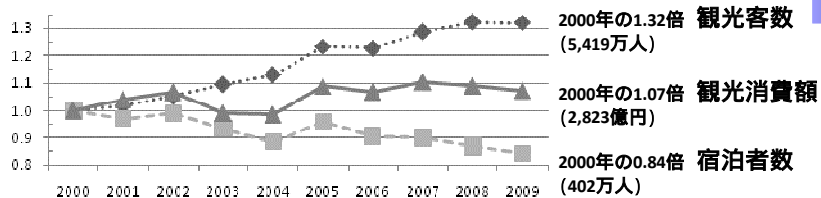
【H24 目標】

重点テーマを設定した観光誘客キャンペーンの展開

H20...「食」「温泉」 H21...「食」「水」

近隣県や県内地域間連携による広域観光の推進

<観光客数は増加傾向にあるが、宿泊客数は減少傾向>



岐阜県観光を象徴する新たな魅力ある旅スタイルとして、環境配慮型「ぎふウェルネス・ツーリズム」を創出し、展開。  
岐阜県への宿泊意欲(動機付け)の強化  
魅力ある滞在型観光地の育成: 選ばれる岐阜県へ

<ぎふウェルネスツーリズム>

観光客と住民との協働で生み出された人にも地球にもやさしい環境を強く意識した旅。岐阜県ならではの自然、エコ、食、温泉、健康、癒し・美容、などを組み合わせたニューツーリズム。

即効性のある宿泊誘導型の「ぎふに泊まろうキャンペーン」と、観光動機付けの強化のための「ぎふを味わおうキャンペーン」を展開。

滞在型観光地としての岐阜県ブランドを確立し宿泊客及び観光消費額を拡大

平成22年度重点事業 ~ 飛騨・美濃じまん観光キャンペーン ~

岐阜県への動機付け強化PR

“ぎふを味わおう”キャンペーン

観光・食・モノをセットにしたPR展開により、岐阜県への観光の“動機付け”を強化 ~ 選ばれる岐阜県へ ~

三大都市圏での継続的なPR展開

対象地域 東京 名古屋 大阪

事業内容

- ・対象エリアの飲食店・物販店での岐阜県食材を使ったメニュー提供や県産品の展示・販売の実施
- ・対象エリアにおける「オープニングイベント」の開催
- ・本県の観光地・食・モノの魅力を発信する「PR展」の開催
- ・各種媒体等を活用したPRの実施 等

重点テーマ  
「ウェルネス」

岐阜県のブランディングを進める上で、一つの重要なテーマとなりうる「ウェルネス」を重点テーマに設定

即効性のある宿泊誘導PR

“ぎふに泊まろう”キャンペーン

トップシーズン、宿泊閑散期において、即効的な宿泊誘導につながるPRによる宿泊客の獲得

岐阜県特集の掲載をはじめとした集中的なPR展開

対象地域 中京圏 関西圏

期間 トップシーズン(7月~9月) / 閑散期(12月~2月)

事業内容

- ・大手旅行ネットサイト(楽天トラベル等)とタイアップした岐阜県特集&宿泊予約への誘導
- ・大手旅行雑誌社(じゃらん等)とタイアップした岐阜県特集企画・宿泊情報掲載による宿泊予約への誘導 等