

W I T H コロナ時代の新たな観光の方向性（案）

	守り	攻め	
	1 安心安全対策	2 観光のリスタート	3 新しい岐阜の観光
	安心、安全が旅行の大前提となり、今後の誘客の最大のセールスポイントに	これまでストップしていた観光の力強い再開	全国の観光地との競争の中で勝ち抜くための、新しい観光の打ち出し
ソフト対策	<p>○施設等における感染症対策の徹底 (消毒、チェックイン時の健康確認、マスク着用の徹底、3密の回避など)</p> <p>・「コロナ社会を生き抜く行動指針」(県) ・「新型コロナウイルス感染症対応マニュアル」(県) ・「新型コロナウイルス感染症対応ガイドライン」(業界)</p> <p>○対策を徹底した事業所におけるポスター掲示</p> <p>○観光施設における利用者の連絡先の確認 (県観光施設：岐阜県感染警戒QRシステムの活用)</p>	<p>○地域と連携した段階的な国内誘客の促進 (宿泊クーポンや旅行商品造成) ※対象：県民→東海3県→全国</p> <p>○岐阜の宝ものなど、今後の強みとなる「豊かな自然観光」のプロモーション</p> <p>○世界の観光のリスタートの早さに対応するインバウンド対策 (コロナからの早期回復が見込まれる国の見極めとターゲット国の早急な設定)</p>	<p>○新たな観光資源(隠れた魅力)の掘り起こしと磨き上げ</p> <p>○団体から個人、家族旅行などのターゲットの変化への対応 (旅行商品の造成、効果的なメディアミックス、施設の改修など)</p>
ハード対策	○新型コロナ対応に適した施設改修 (新型コロナウイルス対策のための、宿泊、物販、飲食、公共交通機関等のハード対策)	○新たな観光施設のオープン (岐阜関ヶ原古戦場記念館、ぎふ木遊館など)	
デジタルトランスフォーメーション	<p>○利用者の管理システムの導入 (オンラインチェックシステム(※)など)</p> <p>※オンラインチェックシステム アプリと連動することで、スマートフォンでのチェックインやルームキーとしての使用も可能とするシステム</p>	○本県の魅力を伝える動画のインターネット配信 (海外向け観光ウェブサイトでのPR動画「Timeless Japan」の配信や、「超高速関ヶ原」の国内向けの配信など)	○デジタルマーケティングの推進 (海外向け観光ウェブサイトへの国別のアクセス数や、他のウェブサイトの閲覧状況などのデータを用いた分析に基づく戦略的な観光プロモーションの展開)
人材育成対策	○従業員への感染症教育の徹底 (手指消毒、毎日の健康チェック、施設内で感染者が出た場合の対応の徹底など)	○コロナ時代のおもてなし力向上のための従業員研修 (岐阜県観光人材研修センターにおける研修など)	○デジタルマーケティングを活用し、戦略を立てる人材の育成