

観光立国の実現は地方から

▽北海道個人・家族旅行、滞在型旅行への対応を進める。全道各地の地域資源をいかした観光メニューの充実。
 地域で観光を取り組む人材の育成。
 北海道らしい旅行スタイルの発信。
 中国など東アジアに重点を置いたプロモーションの展開。
 青森、東北新幹線全線開業に向けた大型観光キャンペーン。
 岩手、新たな観光資源を掘り出す。産業観光、冬季観光、鉄道沿線の新たな観光資源の発掘と磨き上げ。
 観光産業マネジメント人材を育成します。県立大学と連携し、総合的に観光地域の経営を担う人材を育成。
 観光産業を強化します。海外からの教育旅行誘致や受入態勢整備。
 秋田、地域ブランドの育成。食・農・観光連携推進。
 地域観光リーダーの育成。食・農・観光連携推進。
 観光産業を強化します。海外からの教育旅行誘致や受入態勢整備。
 宮城、自然公園施設整備、広域観光案内板設置。

▽茨城、茨城空港開港を踏まえた誘客促進(就航手先でのキャンペーン、広域ルートづくり、国際観光の推進)。
 観光産業を強化します。海外からの教育旅行誘致や受入態勢整備。
 新潟、観光産業を強化します。海外からの教育旅行誘致や受入態勢整備。
 富山、観光産業を強化します。海外からの教育旅行誘致や受入態勢整備。
 石川、観光産業を強化します。海外からの教育旅行誘致や受入態勢整備。

▽秋田、地域ブランドの育成。食・農・観光連携推進。
 観光産業を強化します。海外からの教育旅行誘致や受入態勢整備。
 山梨、観光産業を強化します。海外からの教育旅行誘致や受入態勢整備。
 長野、観光産業を強化します。海外からの教育旅行誘致や受入態勢整備。
 群馬、観光産業を強化します。海外からの教育旅行誘致や受入態勢整備。

▽静岡、国際観光リソースの形成。
 観光産業を強化します。海外からの教育旅行誘致や受入態勢整備。
 愛知、観光産業を強化します。海外からの教育旅行誘致や受入態勢整備。
 岐阜、観光産業を強化します。海外からの教育旅行誘致や受入態勢整備。
 三重、観光産業を強化します。海外からの教育旅行誘致や受入態勢整備。

▽奈良、観光産業を強化します。海外からの教育旅行誘致や受入態勢整備。
 和歌山、観光産業を強化します。海外からの教育旅行誘致や受入態勢整備。
 徳島、観光産業を強化します。海外からの教育旅行誘致や受入態勢整備。
 高松、観光産業を強化します。海外からの教育旅行誘致や受入態勢整備。
 香川、観光産業を強化します。海外からの教育旅行誘致や受入態勢整備。

▽福岡、観光産業を強化します。海外からの教育旅行誘致や受入態勢整備。
 佐賀、観光産業を強化します。海外からの教育旅行誘致や受入態勢整備。
 熊本、観光産業を強化します。海外からの教育旅行誘致や受入態勢整備。
 大分、観光産業を強化します。海外からの教育旅行誘致や受入態勢整備。
 鹿児島、観光産業を強化します。海外からの教育旅行誘致や受入態勢整備。

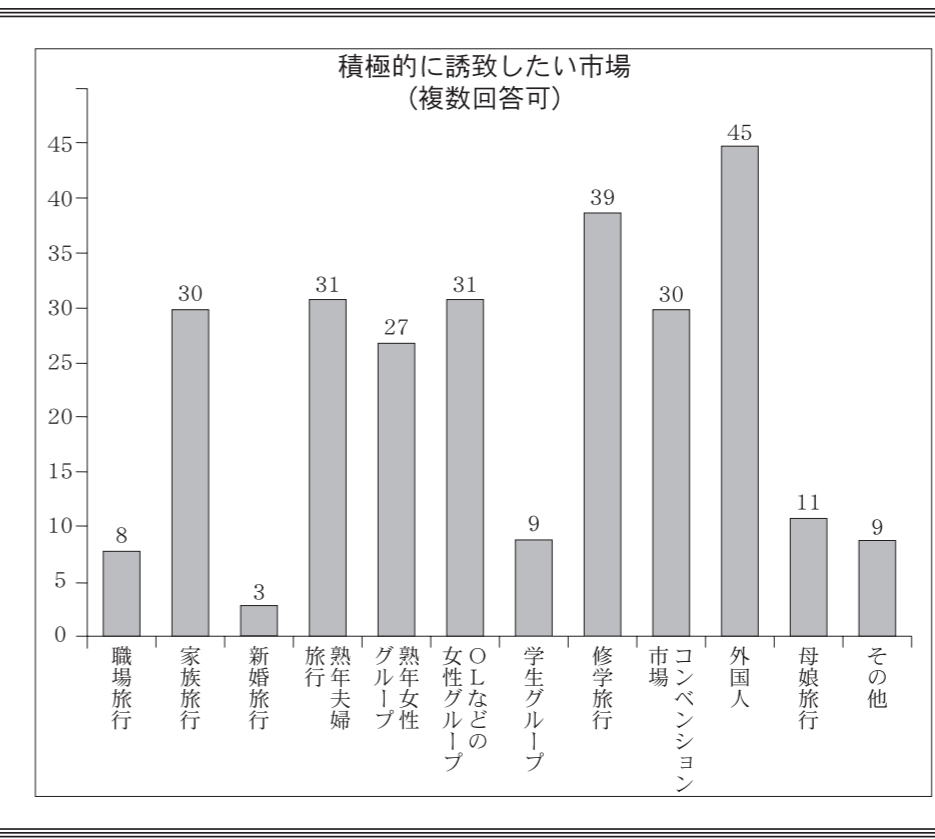
▽宮崎、観光産業を強化します。海外からの教育旅行誘致や受入態勢整備。
 鹿児島、観光産業を強化します。海外からの教育旅行誘致や受入態勢整備。
 沖縄、観光産業を強化します。海外からの教育旅行誘致や受入態勢整備。
 東京都、観光産業を強化します。海外からの教育旅行誘致や受入態勢整備。

▽東京都、観光産業を強化します。海外からの教育旅行誘致や受入態勢整備。
 東京都、観光産業を強化します。海外からの教育旅行誘致や受入態勢整備。
 東京都、観光産業を強化します。海外からの教育旅行誘致や受入態勢整備。
 東京都、観光産業を強化します。海外からの教育旅行誘致や受入態勢整備。

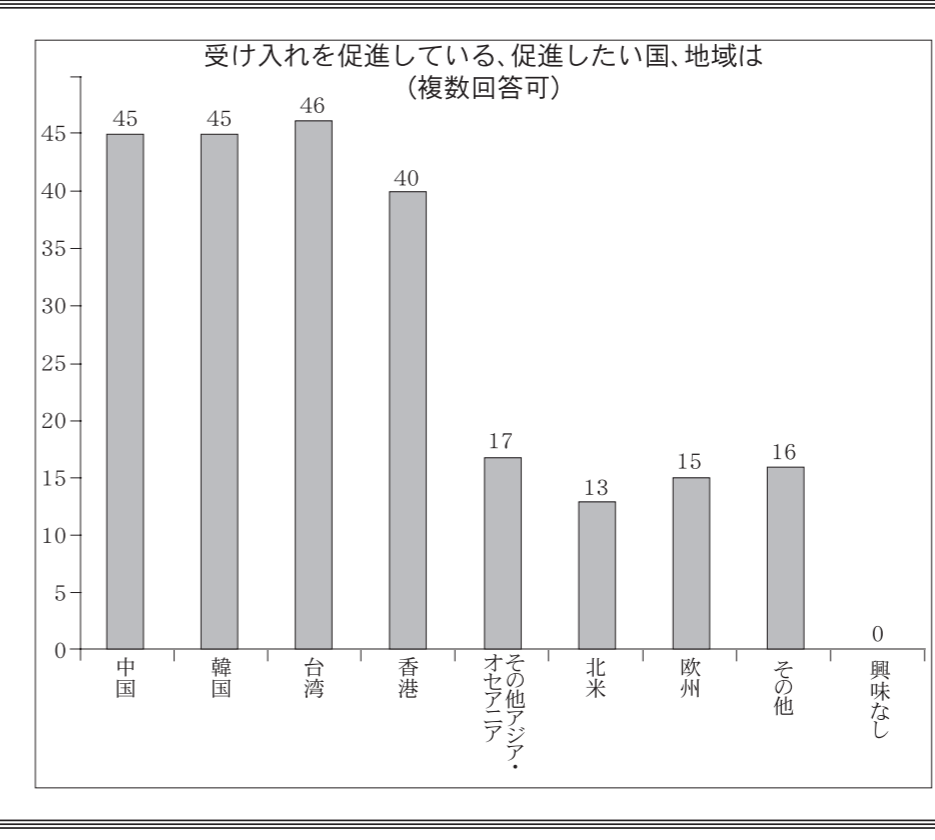
▽東京都、観光産業を強化します。海外からの教育旅行誘致や受入態勢整備。
 東京都、観光産業を強化します。海外からの教育旅行誘致や受入態勢整備。
 東京都、観光産業を強化します。海外からの教育旅行誘致や受入態勢整備。
 東京都、観光産業を強化します。海外からの教育旅行誘致や受入態勢整備。

東京都、観光産業を強化します。海外からの教育旅行誘致や受入態勢整備。
 東京都、観光産業を強化します。海外からの教育旅行誘致や受入態勢整備。
 東京都、観光産業を強化します。海外からの教育旅行誘致や受入態勢整備。
 東京都、観光産業を強化します。海外からの教育旅行誘致や受入態勢整備。

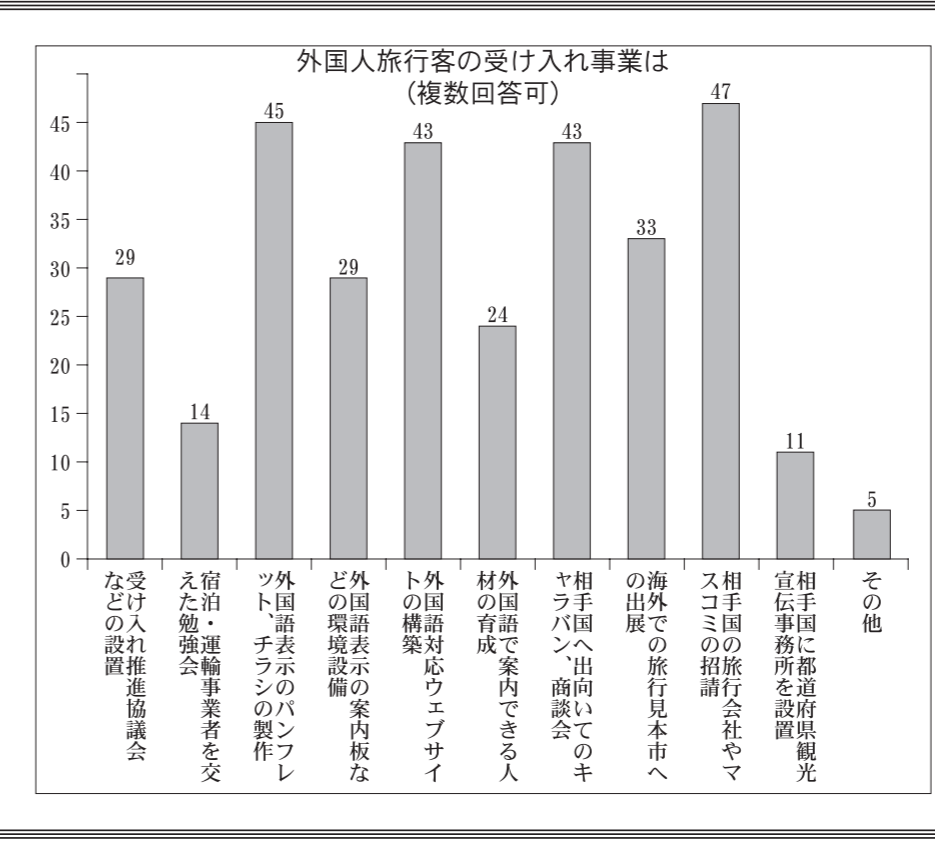
都道府県10年の重点施策(産業観光・インバウンド・地域ブランドなど)



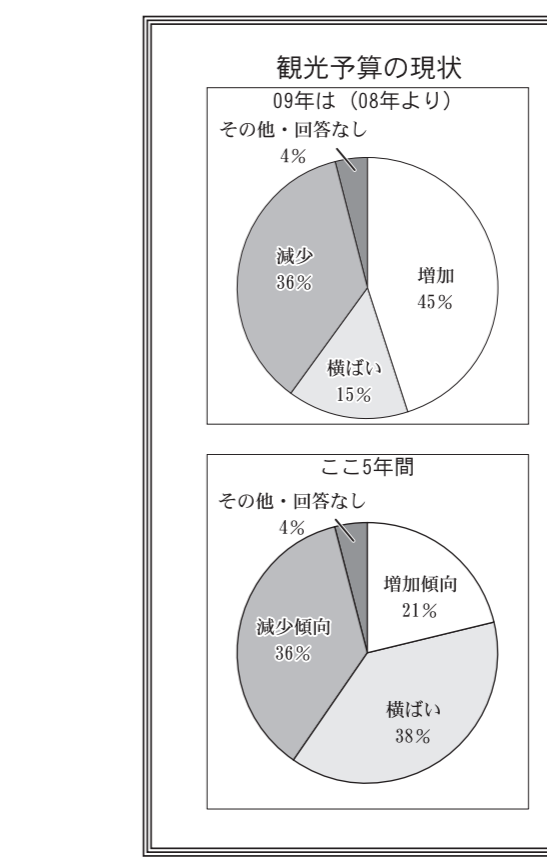
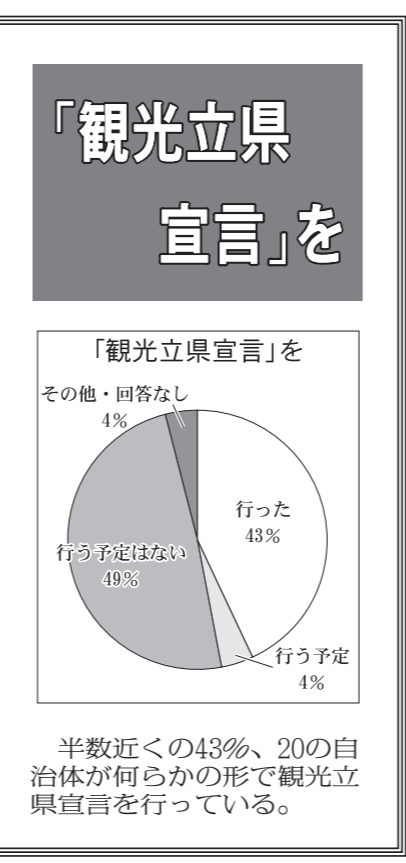
外国人が圧倒的に多く、45の自治体が回答した。次いで修学旅行の39自治体。学生グループは9、職場旅行は8と少ない。最も少ないのは新婚旅行の3。
 その他の回答として「首都圏、近隣県在住の人」「教育旅行」「MICE(企業研修、会議等)」「年金旅行」「スポーツ台宿」「リゾートウエイティング」など、地域によりターゲットすべき観光客は異なっている。異なる県もあった。



誘致したい外国人観光客は、台湾、中国、韓国が圧倒的に多く、ほとんどの都道府県が回答した。香港も40自治体と多い。受け入れの実績があり、今後多くの伸びが見込める近隣諸国からの誘致が現実的と考えられている。興味なしはゼロだった。
 その他として挙げられた具体的な地域名は、シンガポール、オーストラリア、イギリス、タイ、ロシア、アメリカ、フランス、ドイツ。



最も多いのが「相手国の旅行会社やマスコミの招聘」で、すべての都道府県が回答した。次いで「外国語表示のパンフレット、チラシの製作」。外国語ウェブサイトの構築や、相手国のキャリアバン、商談会もほとんどの自治体が行っている。
 その他として「相手国の旅行エージェント等に対する旅行商品開発の支援」「インバウンド観光教育プログラム」など。



観光予算の現状を、09年単年と、ここ5年間(09年の前年との比較)では、増加が最も多く、21自治体、45%が回答した。減少も17自治体、36%と多く、両者は拮抗している。
 5年間の推移は、横ばいが18自治体、38%と最も多い。減少傾向は17自治体、36%と横ばいとほぼ同数。増加傾向は10自治体、21%より多くなっている。