

観光立国の実現は地方(地域)から

地方創生、観光活性化へ自治体が注力

<p><b>富山県</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>増加(自治体独自基準、延べ人数)</li> <li>34,126千人</li> <li>増加(観光庁共通基準)</li> <li>横ばい</li> <li>965,945千円(当初ベース〈繰越明許含む〉)</li> <li>本県では、「選ばれ続ける観光地富山『海のあるスイス』を目指して」を基本目標として、「世界遺産五箇山」や世界水準の山岳リゾートである「立山黒部」、「世界で最も美しい湾クラブ」への加盟が承認された「富山湾」や豊かな自然・食文化・伝統文化等の上質なライフスタイルのブランド価値を確立することにより、初めて訪れる旅行者だけでなく、リピーターの獲得や定住を視野に入れ、官民一体となって観光地域づくりを行っていくこととしている。</li> </ol>	<p><b>三重県</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>増加(自治体独自基準〈全国観光統計基準＝日本観光振興協会＝に則る〉、実人数)</li> <li>39,212千人</li> <li>増加(自治体独自基準〈全国観光統計基準＝日本観光振興協会＝に則る〉)</li> <li>減少</li> <li>448,123千円</li> <li>観光産業をすそ野の広い産業と捉え、サービス産業など多様な産業と連携した展開を図るとともに、地域をけん引する産業として観光関連産業を育成することで観光の産業化を推進し、来訪者の観光消費額の増加につなげる。また好調なインバウンドについてアジアの旅行者に加え、欧米諸国、富裕層の旅行者誘致およびゴルフツーリズムに取り組む。</li> </ol>	<p><b>岐阜県</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>増加(観光庁共通基準、延べ人数)</li> <li>—</li> <li>増加(観光庁共通基準)</li> <li>増加</li> <li>878,780千円(当初予算)</li> <li>今後の観光振興においては、①広域周遊観光の核づくり、②「岐阜の宝もの」等観光資源の市場化、③ユニバーサルツーリズムの普及、④競争力の高い観光地域づくり、⑤「世界に誇る遺産」等を活用した誘客を大きな軸として設定し、観光消費額をさらに拡大するための施策を推し進めていく。</li> </ol>	<p><b>愛知県</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>減少</li> <li>104,052千人</li> <li>増加</li> <li>増加</li> <li>575,252千円</li> <li>本県は他県に類ない良好なアクセス環境を擁し、信長・秀吉・家康という三英傑や城、山・鉾・屋台行事などの祭りといった歴史文化、豊かな自然、なごやめしに代表される独自のグルメなど、魅力的な観光資源が豊富である。今後は、本県の強みである武将観光や産業観光といったテーマ観光等を戦略的にPRし、本県観光のブランド化を図ること、そして増加を続ける訪日外客を確実に取り込むためのPR・受け入れ態勢の強化が課題となっている。</li> </ol>	<p><b>静岡県</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>増加(年度、自治体独自基準、延べ人数)</li> <li>149,126,602人</li> <li>不明</li> <li>増加</li> <li>1,688,715千円</li> <li>国の「明日の日本を支える観光ビジョン」やポスト・東京オリンピックを見据えたインバウンド対策に取り組み、海外からの観光客の流れを戦略的に創出する必要がある。このため、リピーターの獲得や本県を目的地とし周遊するための仕組みづくりおよび二次交通の整備に取り組んでいく一方、人口減少により縮小する国内観光市場に対応する新しい市場を開拓するため、一過性のプロモーションに終わらない、民間企業と連携した誘客企画や観光魅力の発信が求められている。</li> </ol>
<p><b>奈良県</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>集計中(観光庁共通基準、実人数)</li> <li>集計中</li> <li>集計中(観光庁共通基準)</li> <li>増加</li> <li>1,265,746千円</li> <li>宿泊客を県内に呼び込み、観光消費額を増やすため、奈良の奥深い魅力をブランディングし、ゆっくりじっくり楽しめる観光の推進に取り組むため、下記五つのカテゴリーで施策を実施します▽誘客のためのプロモーション▽オフ期イベントの活性化▽ホスピタリティの向上▽宿泊施設キャパシティの向上▽案内力・説明力の向上▽観光データを徹底分析して市場ニーズを把握した上で施策を実施します。</li> </ol>	<p><b>京都府</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>増加</li> <li>87478218人</li> <li>増加(自治体独自基準)</li> <li>増加</li> <li>536940千円(587940千円、2月補正を含む)</li> <li>京都市内に集中する観光客の府域全体への誘客のため、「海」「森」「お茶」「竹」という地域を代表する統一テーマのもと、「京都」というブランド力を生かして、地域自らが地域の魅力を再発見し、自らの手で磨きをかけることで、『地域の方々が自身、その地域を誇りに思い、大切にしたいくなる地域づくり』『地域主導の持続可能な地域づくり』『交流人口拡大による雇用創出』『若者をはじめとする人口定着』を目的とした事業を行うことをテーマとしている。また、外国人観光客誘客のためには、これら各地域の魅力を各市場に適した手段で情報発信やプロモーションを実施していくことが必要と考えている。</li> </ol>	<p><b>滋賀県</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>増加(自治体独自基準、延べ人数)</li> <li>推計4,808万人</li> <li>増加(自治体独自基準)</li> <li>増加</li> <li>300,079,000円(職員給与を除く事業費のみ。当初予算ベース)</li> <li>琵琶湖を自転車一周する「ピイチ」をはじめとした体験型観光は、滋賀の特色と強みを生かしたもので、今後力を注いでいくこととしています。また、日本遺産、近江牛、戦国武将や忍者といったコンテンツをさらに磨き上げていくなど、滋賀ならではの観光誘客に取り組んでいきたいと考えています。併せて、継続的な観光誘客のため、DMOの形成促進をはじめとした受け入れ体制づくりに地道に取り組んでいくこととしています。</li> </ol>	<p><b>福井県</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>増加(自治体独自基準、実人数)</li> <li>1,271万人</li> <li>増加(自治体独自基準)</li> <li>減少</li> <li>1,024百万円</li> <li>今後予定される中部縦貫自動車道永平等大野道路の開通、北陸新幹線の敦賀開業などの高速交通ネットワークの整備や、平成30年の福井あわせ元気国体・大会の開催など観光誘客の好機を迎えることから、自然や景観、歴史・文化、食、暮らしなど「福井ならではの」魅力を磨き上げ、力強く発信するとともに、周遊・滞在型観光の推進、「ZEN」を中心に据えた外国人観光客の誘致、観光産業やまちづくりを担う人材の育成などに努めていく。</li> </ol>	<p><b>石川県</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>増加(自治体独自基準、延べ人数&lt;観光施設・イベントは実人数、宿泊施設は延べ人数で推計&gt;)</li> <li>25,018千人</li> <li>増加</li> <li>減少</li> <li>2,533,552,000円(2016年度は、ほっと石川観光プラン推進ファンド造成にかかる負担金150億円を除く)</li> <li>繰り返し本県を訪れていただくリピーター(「石川ファン」)の拡大▽東京オリンピック・パラリンピック競技大会開催とその後を見据えた海外誘客の促進▽次代を担う石川の観光人材の育成。</li> </ol>
<p><b>広島県</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>増加</li> <li>4,755万人</li> <li>増加</li> <li>増加</li> <li>664,076千円</li> <li>観光振興においては、地域経済の活性化に向け観光消費額を増加させることが重要である。観光消費額は観光客数×消費額単価であることから、観光客数の増加とともに、消費額単価を上昇させる取り組みが必要である▽観光の目的となる宿泊、飲食、体験等のプロジェクトを開発・育成し、それらを情報発信することで周遊促進や滞在時間の延長を図り、観光消費額の上昇につなげる。</li> </ol>	<p><b>岡山県</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>増加(観光庁共通基準、実人数)</li> <li>1449万人</li> <li>増加(観光庁共通基準)</li> <li>横ばい</li> <li>569,427千円</li> <li>今春開催したデスティネーションキャンペーンの成果を維持するため、平成29年春から夏にかけて、アフターキャンペーンとして「おかやまハレいちキャンペーン」を実施する。また、多様な主体と連携し、積極的に観光情報を発信するとともに、観光客の滞在時間の延長につながる取り組みを進める。さらに、インバウンドの拡大に向け、国や地域の特性に応じた魅力発信や外国人旅行者の受け入れ環境の充実に取り組む。</li> </ol>	<p><b>兵庫県</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>増加(年度)</li> <li>138,755千人(年度、観光庁共通基準)</li> <li>増加(年度、自治体共通基準)</li> <li>横ばい</li> <li>231,099千円(国の経済対策補正を除く)</li> <li>外国人旅行者が1人で安心して歩ける兵庫をめざして、観光協会等が実施する多言語案内看板の整備やトイレの洋式化などを支援するとともに、特に、観光施設や宿泊施設の無料WiFi環境の整備を強力に推進していきます。</li> </ol>	<p><b>大阪府</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>観光統計調査を実施していないため不明</li> <li>観光統計調査を実施していないため不明</li> <li>観光統計調査を実施していないため不明</li> <li>増加</li> <li>465,552千円(補正予算含む)</li> <li>大阪府では、2017年1月より宿泊税を導入します。この財源を活用し、「観光客と地域住民相互の目線に立った受入環境整備」と「魅力づくり及び戦略的なプロモーションの推進」を観光振興施策の二本柱として、平成28年度に新たに策定した大阪都市魅力創造戦略2020に位置づけた重点取り組みを中心に、急増する観光客に対応するための課題解決に取り組むとともに、来阪する旅行者の満足度を向上させ、大阪への再訪につなげていきます。</li> </ol>	<p><b>和歌山県</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>増加(自治体独自基準、延べ人数)</li> <li>33,399,381人</li> <li>増加(観光庁共通基準)</li> <li>減少</li> <li>968,406千円(繰越含む)</li> <li>【国内向け】「和歌山ブランドの拡大」と「持続可能な観光地づくり」をコンセプトとし、マーケットニーズ、トレンドの収集や地域との連携により観光資源の開発やブラッシュアップを行う。また地域ごとのターゲットを明確にし、徹底的なメディアへの提案活動、旅行者業への情報提供、企業とのタイアップなどを行う。さらに、受け入れ体制について、お客さまの視点に立ったハード、ソフト両面での充実を図る▽外国人向け引き続きプロモーションを行うほか、FIT向けに体験型観光のPRやメディアへの情報発信、受け入れ環境の整備を図る。</li> </ol>
<p><b>徳島県</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>増加(観光庁共通基準、延べ人数)</li> <li>1,990万人</li> <li>減少(観光庁共通基準)</li> <li>増加</li> <li>1,470,402千円(当初予算額を記載。ただし、地方創生交付金を除く)</li> <li>東京オリンピック・パラリンピックのロゴマークは藍色でジャパンブルーと呼ばれる。この色は藍染めの色であり、藍染めといえば徳島県が本場。藍染めでしか作り出せない極めて美しいジャパンブルーの良さ本県が誇る藍染めの文化を、東京オリンピック・パラリンピックの機運が高まる中で国内外へ発信する。</li> </ol>	<p><b>香川県</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>増加(自治体独自基準、延べ人数)</li> <li>9,203千人</li> <li>増加(自治体独自基準)</li> <li>増加</li> <li>649,985千円</li> <li>—</li> </ol>	<p><b>山口県</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>増加(自治体独自基準、延べ人数)</li> <li>31,396,301人</li> <li>減少</li> <li>増加</li> <li>923百万円</li> <li>多彩で豊かな観光資源を生かすために、継続的なデータの収集や分析等のマーケティング機能を高め、多様化する観光旅行者のニーズを的確に把握し、その結果に対応した観光地域づくりを進める必要がある▽観光旅行者の宿泊や滞在時間の延伸を促し、観光消費を高めるための観光コンテンツやサービスの開発に、取り組んでいく必要がある▽観光資源として認識されていなかった地域固有の資源について、地域らしさのある新たな観光資源として活用し、観光客の誘客と地域の活性化につなげていく必要がある。</li> </ol>	<p><b>島根県</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>横ばい</li> <li>33,158千人</li> <li>横ばい</li> <li>増加</li> <li>962,904千円</li> <li>鳥取県、広島県、山口県など関係各県、団体と連携して情報発信や誘客施策を実施し、広域周遊観光を促進▽映画「たたら侍」と連動し、EXILE TRIBEのメンバーを起用した「ご縁の国しまね」プロモーションの展開、および石見地域、隠岐地域への誘客対策の実施▽増加が見込まれる外国人観光客誘致に向けたインバウンドの取り組みを強化。</li> </ol>	<p><b>鳥取県</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>増加(自治体独自基準、延べ人数)</li> <li>19,290千人</li> <li>増加(自治体独自基準)</li> <li>減少</li> <li>1,588,741千円</li> <li>韓国、台湾、香港、中国等各地域で個人旅行の割合が増加していることから、訪日個人旅行者(FIT)への対応▽一時の話題づくりや、大型イベントの実施は、入り込み客数の増に一定の効果をおよぼしているものの、高い経済効果をもたらす宿泊客の獲得のためにはさらに、観光ブランドイメージの形成・定着や、魅力ある観光素材の磨き上げ、新たな体験型メニュー造成など、滞在時間を延ばす取り組みが必要。</li> </ol>
<p><b>長崎県</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>増加(自治体独自基準、延べ人数)</li> <li>3,328万人</li> <li>増加(自治体独自基準)</li> <li>増加</li> <li>7億5,130万円(前年度2月経済対策補正を含む予算額)</li> <li>観光客数増を目指す「量」から「質」の向上への転換を図るため、国内外の富裕層や海外の各市場の特性に応じたコンテンツづくりなど魅力ある観光地づくりを加速させ、より付加価値の高い長崎ならではの多様な旅を提供することによって満足度を高めリピーターの獲得や観光消費額の拡大を図るとともに、観光産業全体の底上げや地域経済活性化につなげていく。</li> </ol>	<p><b>佐賀県</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>増加</li> <li>20,223千人</li> <li>増加</li> <li>増加</li> <li>773,518千円</li> <li>バス等の二次交通アクセスの強化や外国人個人旅行者の動態の把握、観光産業の人材育成や観光資源の磨き上げが主な課題であると考えています。</li> </ol>	<p><b>福岡県</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>増加(観光庁共通基準、延べ人数)</li> <li>16,143千人</li> <li>増加(観光庁共通基準)</li> <li>増加</li> <li>1,559,192千円(2016年6月補正〈国の九州観光支援交付金〉含む)</li> <li>体験・交流・滞在型観光資源の開発。本県の強みを生かした、体験・交流・滞在型観光資源を開発する▽外国人観光客等の県内周遊を円滑にする受け入れ環境整備。外国人観光客等が、年齢・性別・障害の有無などに関わりなく、個人でも自由かつ円滑に、安心して県内周遊を楽しむ受け入れ環境を整備する▽消費者に届くプロモーション活動。国内外の多様な広報媒体を組み合わせ、消費者に直接情報が届けられる広域宣伝のしくみ作りと情報発信を行う▽観光人材の育成・観光推進体制の整備。徹底したマーケティングおよびP D C A(点検・評価)により、戦略的な施策展開ができる体制をつくる。地域の観光協会等の担い手育成、DMO化を図り、県全体として観光地の底上げを図る。</li> </ol>	<p><b>愛媛県</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>増加(自治体独自基準、延べ人数)</li> <li>27,085千人</li> <li>増加</li> <li>増加</li> <li>537,561,000円</li> <li>関係団体との役割分担のもと、民間と一体となった営業・誘客活動等を強力に推進できる体制を整えるため、一般社団法人愛媛県観光物産協会を核とした愛媛版DMOを平成29年度に設立し、より効果的・効率的な誘客活動を展開することとしている。</li> </ol>	<p><b>高知県</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>増加(同県独自基準、実人数)</li> <li>4,086,981人</li> <li>横ばい</li> <li>増加</li> <li>2,246,507千円</li> <li>—</li> </ol>
<p><b>沖縄県</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>増加(年度、自治体独自基準、実人数)</li> <li>794万人</li> <li>増加(年度、自治体独自基準)</li> <li>増加</li> <li>16,468,157,000円</li> <li>沖縄県観光振興基本計画に掲げる平成33年度までの目標値である観光収入1兆円、入域観光客数1千万人等の達成に向け、国内外でのブランド戦略の展開や航空路線の拡充やクルーズ航路の獲得による誘客戦略を実施するとともに、二次交通の機能拡充、観光人材の拡充のほか、観光体験等の拡充など受け入れ戦略を併せて実施していくことで、県が目指す「世界水準の観光リゾート地」の実現に向け取り組んでいく。</li> </ol>	<p><b>鹿児島県</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>増加(観光庁宿泊旅行統計、延べ人数)</li> <li>7,972,730人</li> <li>増加(自治体独自基準)</li> <li>増加</li> <li>41億1,971万円</li> <li>鹿児島は、自然、食、歴史など、全国へ世界へ誇れるすばらしい観光素材に恵まれているが、これを生かしてきていないため、観光客がリピーターになるよう取り組む。また、自然遺産の「屋久島」と文化遺産の「明治日本の産業革命遺産」の二つを生かした魅力ある観光地づくりを進める。今後、平成30年は「奄美・琉球」の世界自然遺産登録が見込まれ、明治維新150周年という節目の年に当たり、NHKの大河ドラマ「西郷どん」が放映されるため、これらの機会を的確に捉え、全国に情報発信していく。</li> </ol>	<p><b>宮崎県</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>増加</li> <li>15,800千人</li> <li>減少</li> <li>増加</li> <li>431,021千円(当初予算。人件費および繰上予算を除く)</li> <li>本県では、「宮崎版DMO」の構築が今後の主要なテーマとなる。本県には、神話ゆかりの地が多く点在し、スポーツキャンプの聖地、「日本のひなた みやざき」で育まれたおいしい食材の宝庫など、本県ならではの多くの素材をいかし地域振興へつなげるため、DMO組織が中心となり、人材育成や観光地の磨き上げ、観光地間のネットワーク形成、効果的な情報発信等を継続して実施していく仕組みを構築することとしている。</li> </ol>	<p><b>大分県</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>増加(観光庁共通基準、実人数)</li> <li>22,869千人回</li> <li>減少(観光庁共通基準)</li> <li>減少</li> <li>552,439千円</li> <li>平成30年に六郷満山開山1300年の節目を迎えることから、国東半島・宇佐地域の神社仏閣や神仏習合による独自の仏教文化を中心に、観光誘客キャンペーンを実施する。また、インバウンド対策として、これまで中心であったアジアからの誘客に加え、平成31年のラグビーワールドカップの開催地であること、平成32年に東京オリンピック・パラリンピックが開催されることから、欧米等の観光客に向けた情報発信・誘客活動・受け入れ態勢の整備に取り組んでいる。</li> </ol>	<p><b>熊本県</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>増加(自治体独自基準、延べ人数)</li> <li>59,723,645人</li> <li>増加(自治体独自基準)</li> <li>減少</li> <li>骨格181,880,000円(2016年度は、6,916,025,000円(9月補正後)。うち、ふっごう割が6,780,601,000円)</li> <li>熊本地震により、これまで、本県観光をけん引してきた阿蘇地域や熊本城が甚大な被害を受けたことから、「熊本県観光復興会議」の提言を受け、施策を展開していく。</li> </ol>