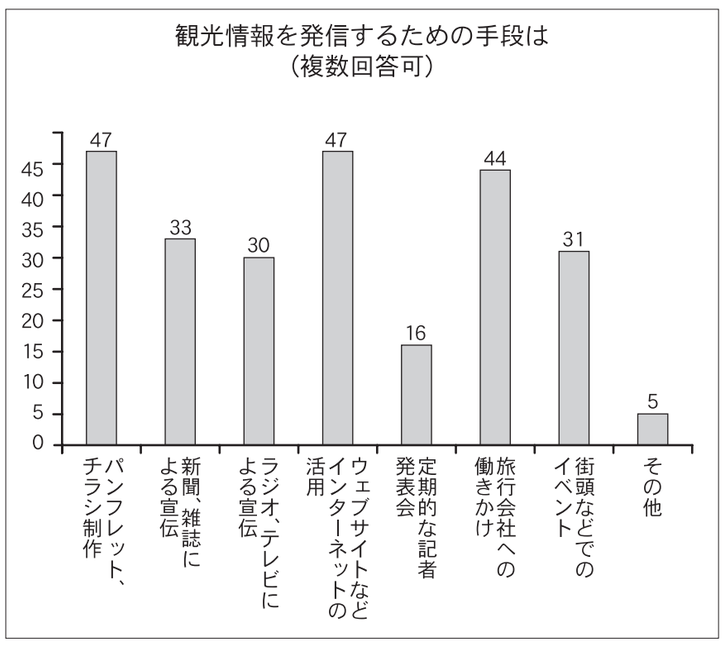
観光立国実現は地方から推進を

本社調査

観光経済新聞社はこのほど、47都道府県の観光所管部署を対象に、観光に関するアンケート調査を行った。それによると、ほとんどの自治体が観光を地域活性化の柱と認識し、特に外国人観光客の誘致に力を入れているなどの現状が分かった。

「観光立県」は外国人客の誘致促進から

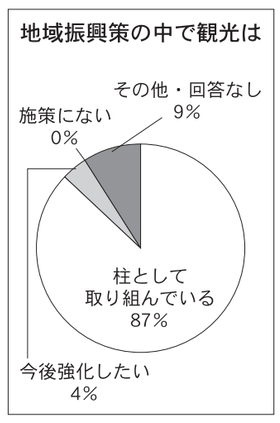
47都道府県アンケート



観光情報を発信するための手段は

観光情報を発信するための手段を複数回答で聞いたところ、「パンフレット、チラシ制作」と「ウェブサイトなどインターネットの活用」をすべての都道府県が挙げた。特にネットの利用は年々比重が高まっているようだ。

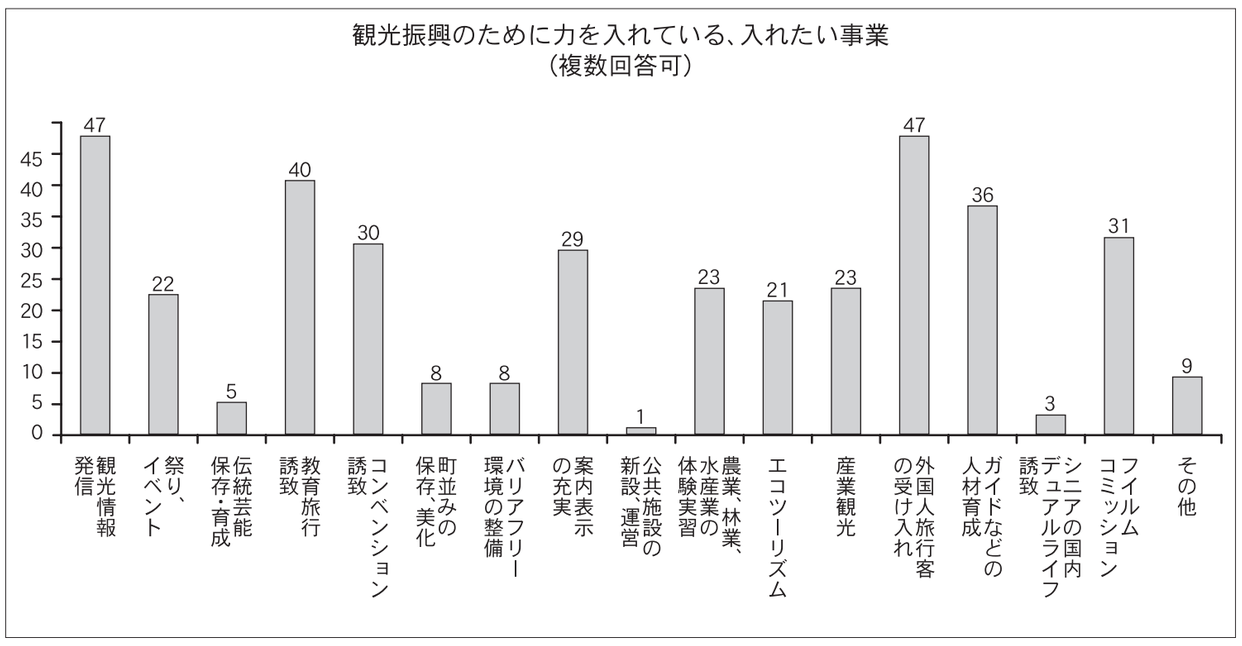
次に多いのが「旅行会社への働きかけ」。以下、「新聞、雑誌による宣伝」「街頭などでのイベント」の順。「定期的な記者発表会」は比較的少数だった。



地域振興策の中で観光は

柱として取り組んでいるとする都道府県は41、回答中87%と多数を占めた。今後強化したいは２（４%）、回答なしは４（９%）。施策にないはゼロだった。

◆調査概要　調査は2010年11月、本社から47都道府県の観光所管部署にアンケート用紙を送り、12月下旬までにファクスやＥメールで寄せられた回答を集計したもの。回答は47都道府県で、回答率100%。「観光入り込み客数」「観光情報発信の手段」など、18の質問に答えてもらった。

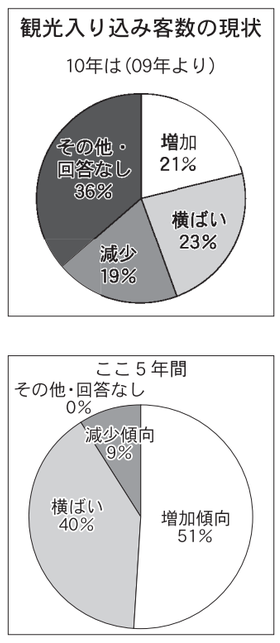


観光振興のために力を入れている、入れたい事業

観光振興のために力を入れている、入れたい事業を複数回答で聞いた。

最も多いのは「観光情報発信」と「外国人旅行客の受け入れ」で、すべての都道府県が挙げた。

次に多いのは「教育旅行誘致」。外客と教育旅行の誘致に熱心な自治体の現状が読み取れる。以下、「ガイドなどの人材育成」「フィルムコミッション」の順。



観光入り込み客数の現状

観光入り込み客数の現状を前年との比較とここ5年間のおおまかな推移で聞いた。

前年との比較では、年度の統計がまだまとまっていないところが多く、未回答が目立った。回答があった中では横ばい、増加、減少が拮抗している。

ここ5年間では増加傾向が最も多く24の自治体が挙げ、回答があった中の過半数を占めた。減少傾向は4自治体、9%にとどまる。

JTB協定旅館ホテル連盟会員の皆様へ
安心をサポート
JTB旅ホ連保険
基本保険として
旅館ホテルワイド保険
（旅館賠償責任保険）
宿泊客個人賠償責任保険
（旅館宿泊者賠償責任保険）
加えて
＋
多様なケースに対応できる各種補完保険をラインナップ
各種補完保険
災害費用保険（レジャーサービス施設費用保険）
食中毒・特定感染症休業補償保険（特約）
駐車場保険（自動車管理者賠償責任保険＋駐車場受託自動車保険）
利益補償保険（企業財産包括保険）
災害時振替宿泊費用保険（約定履行費用保険）
特約付動産総合保険（動産総合保険）
ケータリング保険（施設賠償責任保険＋生産物賠償責任保険）
旅館ホテルマネーガード保険（マネーフレンド運送保険）
食中毒団体見舞金（特約）
JTB旅ホ連保険代理店
この広告は、旅館・ホテルの様々なトラブルについて補償する「JTB旅ホ連保険」の概要を紹介したものであり、すべての事項を記載しているものではありません。
JTB旅ホ連保険は、JTB協定旅館ホテル連盟を保険契約者とし、JTB協定旅館ホテル連盟会員を被保険者とするJTB旅ホ連団体契約・包括契約です。詳細につきましては、パンフレットまたは保険約款によりますが、保険金のお支払い条件・ご契約手続き、その他ご不明な点がありましたら、取扱代理店または引受保険会社までお問い合わせください。
JTB旅連事業株式会社　〒113-0034　東京都文京区湯島3-37-4　TEL 03-3834-7051　FAX 03-3834-7045
保険のお問い合わせ・ご相談はフリーダイヤルで　0120-37-1177（ミナイイナー）
引受幹事保険会社　TOKIO MARINE NICHIDO　東京海上日動火災保険株式会社　〒100-0004　東京都千代田区大手町2-6-2 日本ビル12F　TEL03-5299-3521
共同引受保険会社　ジェイアイ傷害火災保険㈱　㈱損害保険ジャパン
平成22年12月作成

観光立国実現は地方から推進を

都道府県2011年の重点施策（産業観光・インバウンド・地域ブランドなど）

【北海道】
地域で観光に取り組む人材の育成や、地域資源を活かした観光メニューの充実を図り、個人・滞在型旅行への対応を進めるとともに、プロモーションや旅行商品化による誘客までの取り組みを総合的に展開し、北海道観光のブランド力を高め、道外からの誘客を促進する。
また、中国など東アジアに重点を置いたプロモーションを展開し、海外からの誘客を促進する。

【青森】
「未来へのあおもり観光戦略」策定（2010年11月）後の観光施策。

【岩手】
豊かな地域を「創る」、お客様に「来ていただく」
平泉の世界遺産登録を契機とした全県波及対策に取り組むほか、平成24年のデスティネーションキャンペーンに向け、プレCPや全国販売促進会議等を展開し、積極的な情報発信とインバウンド対策を含めた受入態勢を強化。
担い手を「育てる」
地域の観光施策の企画・実施を担う観光コーディネーターの育成のほか、県立大学や大手旅行会社などと連携してマネジメントセミナーを開催し、地域の牽引役となる人材の育成を図る。
世界と「つながる」
国際観光のマーケティングを強化するとともに、海外からの教育旅行の振興に向けた受入態勢の整備や情報発信を促進する。

【秋田】
食と農業、観光が一体となった売り込み
ホスピタリティ向上
秋田県のイメージアップ戦略
東アジアからの誘客促進

【宮城】
インバウンド、観光キャンペーン推進、自然公園施設整備、広域観光案内板整備、ホスピタリティ向上、教育旅行誘致促進など

【山形】
地域が主体となった地域資源の発掘・磨き上げ
来訪者の満足度を高める受入態勢の整備
山形ならではの地域資源を活かした「滞在型観光」の推進
外国人旅行者の倍増を目指した海外誘客対策の推進

【福島】
着地型観光の推進
大型観光キャンペーン準備作業

【茨城】
茨城空港を拠点とした外国人観光客の誘致
観光振興基本計画

【栃木】
インバウンド関連事業（東アジアを中心とした誘客、MICEの推進）
観光人材の育成
おもてなしの向上
東京スカイツリー周辺商業施設内へのアンテナショップの設置（H24春の東京スカイツリー開業に合わせオープン予定）
県産品ブランド化による県知名度アップ
上海ビジネスサポートセンターを活用した中国人観光客の誘致
アジアからの教育旅行受入促進
中国をはじめとするアジアからの教育旅行受入鉄道会社と連携した観光PR
鉄道による県内回遊を進めるイベント等の開催

【千葉】
魅力ある観光地づくり
トイレ・駐車場等観光関連施設の整備促進、観光トイレの美化の促進、サイクルツーリズムの推進、宿泊・滞在型観光の推進など
観光を支える人づくり
観光リーダー・観光ボランティアガイドの養成
観光地千葉の知名度向上
メディア・旅行会社等に対する効果的なプロモーションの展開、伝統工芸品等新たな土産品の開発・PRなど
国際的観光地としての地位の向上
成田空港発着枠拡大に伴う外国人観光客の増加を見込んだ東アジア等へのトップセールス、成田空港を起点とした県内周遊コースの開発、成田空港国内線を活用した広域的な観光ツアーの普及、外国語表記の充実、観光・宿泊施設でのスタッフ研修の実施など
東京湾アクアラインを活用した戦略的な観光振興
東京湾アクアラインによるアクセス向上を県内観光振興に結びつける観光施策の推進

【東京】
「東京都観光産業振興プラン」に基づき、「10年度の東京」が示す年間1000万人の外国人旅行者の誘致を目指し、更なる東京の魅力向上を図るため、観光施策の充実等を図っていく。

【神奈川】
羽田空港国際化に伴い、インバウンド強化を図る。

【新潟】
「食」のPR強化
冬季観光の推進
インバウンド対策
コンベンション誘致

【長野】
外国人旅行者戦略的誘致推進事業
中国河北省経済交流推進事業
「未知を歩こう。信州2011」観光キャンペーン実施事業
スノーリゾート信州構築事業
信州登山案内人制度の再構築事業
（財）長野県国際交流推進協会の改革

【山梨】
「やまなしブランド戦略」の展開
観光振興条例の制定
やまなしインバウンド観光戦略の展開

【静岡】
国際観光地の形成
観光ブランドの創出
ニューツーリズムの推進
おもてなしの基盤づくり
MICEの誘致

【愛知】
東アジアから観光客誘致

【岐阜】
自然・健康・癒し等をテーマとした岐阜県の魅力を満喫できる新たな旅のスタイル「ぎふウェルネス・ツーリズム」の展開
成熟した国内市場における誘客活動
成長が期待できる海外市場における誘客活動
地域資源のブラッシュアップとブランディングの強化

【三重】
三重県観光の新たなイメージづくりと情報発信・誘客戦略の推進
多様な主体による観光の魅力づくり・人づくり
観光客の快適性の向上に資する社会基盤整備
富山らしい魅力創出
戦略的なPR
官民一体、県民こぞってのおもてなし環境の整備
国際観光の推進
コンベンションの誘致・促進

【石川】
平成27年の北陸新幹線金沢開業に向けて、交流人口拡大に向けた観光施策を実施
海外誘客10倍増構想達成に向けたインバウンド強化

【福井】
NHK大河ドラマ「江」放映を契機とする誘客
観光誘客を県民全体で推進する体制づくり
国内における学生合宿や、台湾からの教育旅行の誘致拡大
台湾、中国などアジアからの誘客

【滋賀】
大河ドラマによる誘客
インバウンド（特に中国）
ニューツーリズム

【京都】
食文化と匠の技をテーマに奥深い京都の魅力を紹介する「京都匠の巡礼」、「京都の歴史や文化等に触れる京都カルチャー観光100コース開設など、着地型観光の更なる推進。

【奈良】
首都圏における広報宣伝
旅館・ホテルの施設改修や多様な宿泊施設創出への支援
市町村・社寺と連携した奈良を巡る新たなモデルルートの開発と発信

【広島】
平成22年12月に策定した「瀬戸内海の道構想」の実現を図るとともに、「ひろしま観光立県推進基本計画」で定めた観光振興に関する4つの基本方針（①情報発信の強化による「ひろしまブランド」の確立、②地域の特色を活かした魅力ある観光地づくり、③おもてなしの充実等による受入体制の整備促進、④国際観光の更なる推進）に則った国内・国際観光振興のための施策に取り組む。

【島根】
平成24年度「古事記1300年」、平成25年度「出雲大社大遷宮」に向けて、神々の時代から受け継がれてきた歴史文化に彩られた「しまね」の魅力を全国にPRし、誘客に繋がる広報宣伝、企画事業を展開する
インバウンド対策の強化

【山口】
おいでませ！山口イヤー観光交流キャンペーン、プレキャンペーン（7～12月）
東アジアに対する観光プロモーションの展開

【大阪】
インバウンド（東アジアからの誘致）

【兵庫】
検討中

【岡山】
観光立県戦略のテーマである「地域発」の観光ルートづくりを進めるとともに、近県等と連携して広域観光の振興に取り組む。併せて、中国、韓国など東アジアや欧米からの外国人観光客の誘致を積極的に進める。

【鳥取】
山陰海岸世界ジオパークネットワーク推進事業
「まんが王国とっとり」の建国
観光ワンストップ窓口構築等広域連携推進事業
韓国ドラマ「アテナ」放映を契機にした韓国誘客対策のグレードアップ～外国人誘客誘致推進事業（韓国誘客グレードアップ）
戦略的な国際観光推進～鳥取県国際観光アクションプログラム推進事業、など

【香川】
H22年4月に、国の認定を受けた「香川せとうちアート観光圏」の更なる魅力アップと誘客
インバウンド事業（特に、新たな市場としての中国観光客誘致に重点的に取組む）

【徳島】
湖南省との定期チャーター便就航（H23・4月～）を活用した、医療観光、教育旅行等による中国人観光誘客戦略
徳島県観光振興基本計画（H22・3月策定）に基づく観光誘客施策の展開
「にし阿波観光圏」での誘客、滞在型観光の推進
関西広域連合の発足を契機とした広域観光の推進、など

【高知】
志国高知龍馬ふるさと博の開催
魅力ある観光地づくりと滞在型観光の推進
外国人観光客の誘致、受入促進

【愛媛】
コンベンション誘致
修学旅行誘致
愛媛県宇和島圏域観光振興イベント実施事業

【福岡】
九州新幹線全線開通キャンペーン
クルーズ客船誘致促進
九州観光推進機構と連携した九州観光戦略

【佐賀】
関西・中国地区からの観光客誘致（九州新幹線「新鳥栖駅」開業）
福岡都市圏対策の推進
「東アジアを中心とする海外」からの観光客誘致
佐賀をロケ地としたドラマや映画の誘致

【長崎】
平成23年度からの次期「観光振興基本計画」の戦略的方向性である①県民総参加と分野融合による観光の振興②食と歴史・文化の魅力あふれる観光地づくり③ターゲットを明確にした国内誘客戦略の展開④アジアからの外国人観光客の誘客促進⑤地域の魅力をネットワークする広域連携の促進、の5つを柱に据えて、交流人口の拡大に努める。
特に、龍馬伝放送終了や九州新幹線鹿児島ルート全線開業を見据えた「2011交流拡大プロジェクト」として食の再発見や掘り起こしなどを通じて食と各地域の観光資源を融合させた観光活性化対策に市町と一体となって取組む。
海外誘致については、東アジアに重点を置き、観光市場の成熟度やテーマ性に応じた誘客対策や、辛亥革命100周年を契機とした孫文と本県出身の梅屋庄吉を活用した観光プロモーションの展開等により外国人観光客の誘客拡大を図る。

【熊本】
九州新幹線の全線開業後の誘客対策として、宮崎・鹿児島両県と連携し、JR6社及び全国の旅行会社とタイアップした「熊本・宮崎・鹿児島デスティネーションキャンペーン」を展開するとともに、九州の真ん中という熊本県の地理的な優位性を活かして、九州各県との連携も強化する。
海外の旅行社等とのネットワークを生かし、九州新幹線を利用した旅行商品の造成、クルーズ船ツアー誘致、医療観光の受入れに向けた取組み、個人旅行者対策、教育旅行の受入れ促進など、様々な旅行のスタイルに応じて、海外からの誘客を促進する。

【大分】
中国観光客の誘客
関西以西からの誘客

【宮崎】
「宮崎恋旅」の推進

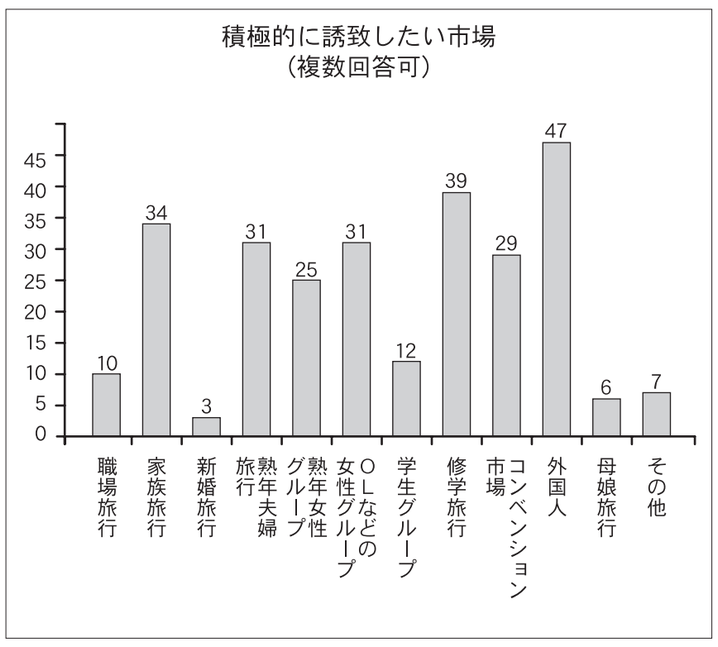
【鹿児島】
（国内）
九州新幹線全線開業による効果拡大に向けたキャンペーンの展開
九州新幹線全線開業記念観光キャンペーン（デスティネーションキャンペーン）（平成23年10月～12月）
魅力ある観光地づくりや、スポーツキャンプ、教育旅行の誘致など
（海外）
アジアを中心とした海外誘客対策（クルーズ船の誘致などを含む）

【沖縄】
外国人観光客誘致の強化
付加価値の高い旅行の促進
新規市場の開拓
受入体制強化による満足度の向上

◎

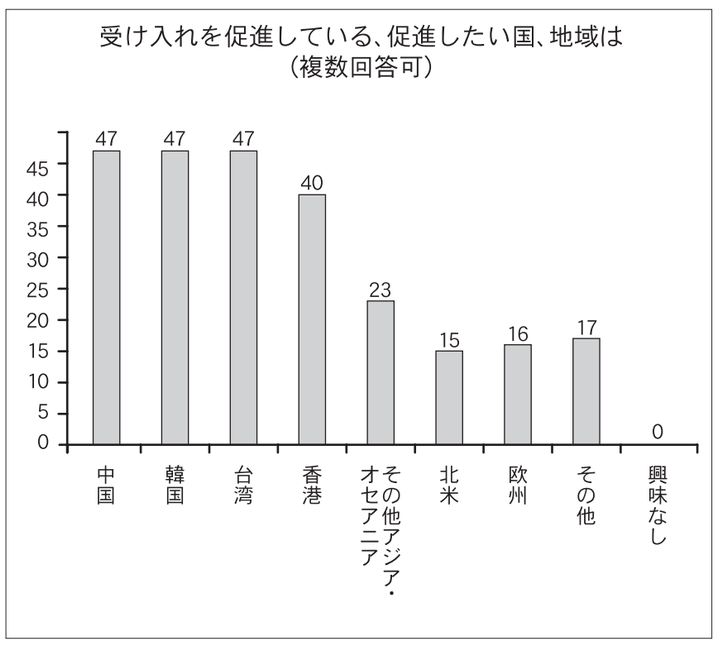
積極的に誘致したい市場

外国人はすべての都道府県が積極的に誘致したい市場に挙げた。次に多いのが修学旅行で、但し書きで教育旅行とする自治体もあった。
次いで、家族旅行、熟年夫婦旅行、OLなどの女性グループ、コンベンション市場、熟年女性グループの順。以下は大きく離れて学生グループなどとなっている。
最も少ないのは新婚旅行だが、3自治体が挙げている。



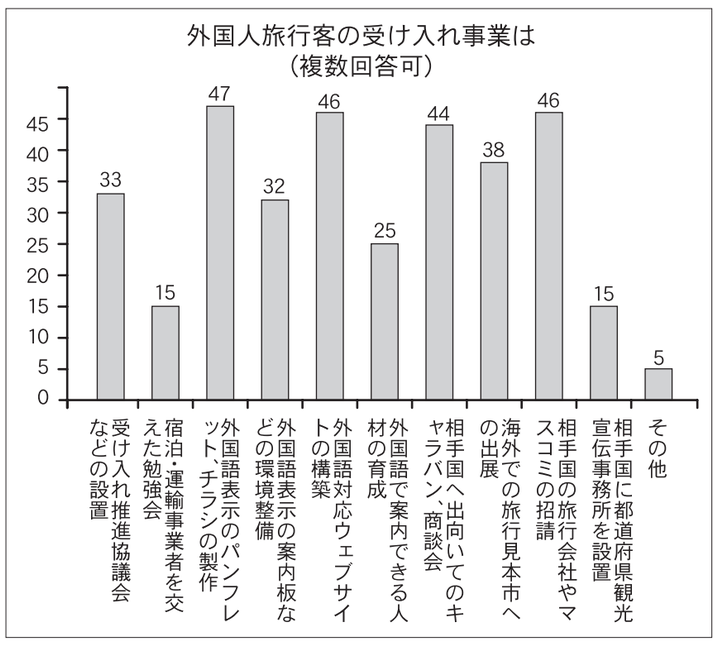
受け入れを促進している、促進したい国、地域は

中国、韓国、台湾の3カ国・地域にすべての都道府県が挙げたのが注目される。香港も多くの自治体が挙げており、東アジアに熱い視線を送っている実態が分かる。
その他として挙がった具体的な国名は、タイ、マレーシア、シンガポール、オーストラリア、ロシア、ドイツ、フランス、イギリス、アメリカなど。
「興味なし」はゼロだった。

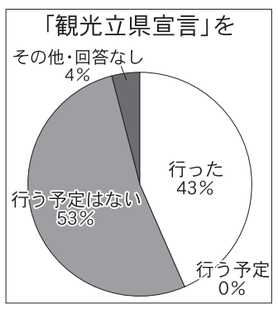


外国人旅行客の受け入れ事業は

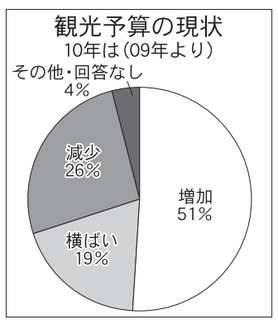
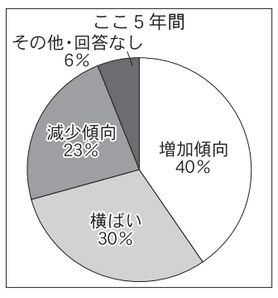
「外国語表示のパンフレット、チラシの製作」はすべての都道府県が挙げた。「外国語対応のウェブサイトの構築」「相手国の旅行会社やマスコミの招請」「相手国へ出向いてのキャラバン、商談会」も多い。
以下、「海外での旅行見本市への出展」「受け入れ推進協議会などの設置」「外国語表示の案内板などの環境整備」「外国語で案内できる人材の育成」――の順。



「観光立県宣言」を



何らかの形で「観光立県宣言」をしたとする自治体は20で、回答全体の43%。

観光予算の現状

観光予算の現状として、2010年度の前年度との比較と、ここ5年間のおおまかな推移を聞いた。
2010年度に増加とする都道府県は回答全体の51%で、過半数を占めた。減少は26%、横ばいは19%にとどまる。
ここ5年間でも増加傾向が最も多く、回答全体の40%。横ばいは30%、減少傾向は23%にとどまっている。