

観光立国の実現は地方(地域)から

宮 城 県 1 増加（宮城県観光統計概要参照、延べ人数） 2 6066万人 3 増加（宮城県観光統計概要参照） 4 増加 5 1,798,727千円（当初予算ベース） 6 第3期みやぎ観光戦略プラン（H26～H29）において「みやぎの観光の創造的復興とさらなる飛躍へ」を基本理念とし、「沿岸部の観光復興と交流人口の拡大による地域の活性化」に向けて下記の五つの取り組みの方向性により、施策を展開しております①沿岸部の観光資源の再生と積極的な誘客②外国人観光客の回復③LCC就航や仙台空港民営化等を契機とした東北が一体となった広域観光の充実④観光消費効果の高い県外等からの誘客強化⑤観光資源の魅力の向上と観光客受け入れ態勢の整備拡充。	秋 田 県 1 減少 2 3,457千人（宿泊数） 3 減少 4 増加 5 1,033,941千円 6 全国的に訪日外国人旅行者が急増している中、本県では、韓国、台湾およびタイを重点に捉え、「秋田犬」を活用した観光プロモーションや、北東北3県など広域的な取り組みを強化しながら海外誘客を促進するとともに、二次交通の利便性向上や高齢者、障がい者等の方々が安心して旅行できるよう日本一やさしい受け入れ態勢づくりを推進するなど、観光をビジネスとして継続・成長していく総合産業とするべくさまざまな施策を展開していきま	岩 手 県 1 増加（観光庁共通基準、延べ人数） 2 28,994,292人 3 横ばい（観光庁共通基準） 4 増加 5 1,064,851千円 6 観光コンテンツの磨き上げや情報発信▽交通アクセスや受け入れ環境の充実▽認知度やブランドイメージの向上。	青 森 県 1 増加（観光庁共通基準、延べ人数） 2 35,122千人 3 増加（観光庁共通基準） 4 増加 5 2,788,587千円 6 北海道新幹線開業により創出された青函周遊や東北周遊を定着・促進するため、仙台・函館などの近隣空港の定期便と新幹線や津軽海峡を渡るフェリーなどの陸・海・空の多様な交通機関を活用した立体観光をさらに進化させていく。国立公園満喫プロジェクト（十和田・八幡平国立公園）や東北観光復興対策交付金の活用により東北各県と連携しながらインバウンド誘客に取り組んでいく。	北 海 道 1 増加（年度、観光庁共通基準、実人数） 2 5,477万人 3 増加（年度、観光庁共通基準） 4 増加（2015年度の国の地方創生交付金＜地域消費喚起型＞であるプレミアム旅行券15億7千万円を除いた額と比較） 5 1,760,091,000円（観光局以外の各部各課で計上された観光施設整備費や交通対策費、人件費などの予算額を含まない） 6 本道を訪れる観光客が特定の時期や地域に偏る傾向があることや、今後の人口減少の進展による国内観光市場の縮小などが懸念されており、これらを克服し、北海道観光の着実な発展を図っていくため、LCCの就航や北海道新幹線開業などの好機を生かした効果的な誘客活動や海外マーケットに対する戦略的な誘客活動を促進するとともに、これまで本道観光を支えてきたかけがえのない自然環境の保全に努めながら、安全・安心に配慮した受け入れ環境を整え、北海道の魅力ある観光資源を活用した滞在型観光地づくりを進めることにより、「世界が憧れる観光立国北海道」をめざしていく。	質問項目 1 観光入り込み数（暦年）。2015年は前年に比べて 2 2015年の観光入り込み客数 3 年間観光消費額（暦年）。2015年は前年に比べて 4 観光予算。2016年度当初予算は前年度に比べて 5 2016年度観光予算 6 貴自治体の現在または今後の観光振興の主なテーマ、課題をご記入ください
---	--	--	---	---	---

47都道府県アンケート

本社調査

観光経済新聞社はこのほど、全国47都道府県の観光所管部署を対象に、2017年の観光施策に関するアンケート調査を行った。1月に回答用紙を送付し、12月中旬までに全ての都道府県から回答を得た。調査では観光客の入り込み状況、観光消費額、観光予算のほか、現在または今後の観光振興のテーマ、課題などを聞いた。（回答は趣旨を変えずに表現を一部修正、割愛し、箇所があります）

埼 玉 県 1 増加（自治体独自基準、実人数） 2 140,394千人 3 増加（観光庁共通基準） 4 減少（国の交付金含むため、交付金の活用状況によって上下している） 5 261,638千円（国の交付金、繰越含む） 6 外国人観光客誘致。埼玉県は日帰り観光客が多いことから本県への滞在時間を増やし、観光消費額を増やすため宿泊客を増やす取り組みを進めている。特に外国人観光客に人気の川越から豊かな自然や伝統文化が体験できる秩父地域へ宿泊して周遊する「S A I T A M Aプラチナルート」を定番観光ルートとすることにより、外国人観光客の増加を図り、本県地域経済の活性化につなげていく。	群 馬 県 1 増加（自治体独自基準、延べ人数） 2 65,754,000人 3 増加（自治体独自基準） 4 増加 5 605,287千円 6 宿泊観光を促進し、観光消費額の増加につなげていくこと。また、インバウンドに関しては、観光地までの二次交通情報提供の整備が課題となっている。	栃 木 県 1 増加（自治体独自基準、延べ人数） 2 9,053万人 3 増加（観光庁共通基準） 4 減少 5 484,529千円 6 平成28年3月に策定した「とちぎ観光立県戦略」に基づき、“本物の出会い 栃木”のキャッチコピーのもと、国内外の観光客を惹きつけ、呼び込み、もてなし、そしてみんなで創る“観光立県とちぎ”づくりに向けて、以下の4点を中心に、オールとちぎで積極的に取り組んでいく▽国内誘客の推進▽海外誘客の強化▽観光客の受け入れ態勢の整備▽地域主体の観光地づくりの推進。	茨 城 県 1 増加（観光庁共通基準、延べ人数） 2 57,040千人 3 増加（観光庁共通基準） 4 減少 5 676,262千円（職員給与費を除く当初予算額。補正予算（地方創生交付金関係）を含む） 6 稼げる観光地域づくり。観光により地域全体に経済効果をもたらすことができるよう、観光事業者のみならず、商工・農林水産業者、観光ボランティアなど地域で活動する多様な関係者を巻き込みながら、地域の特性を生かした観光地域づくりを進めるため、日本版DMO候補法人として観光庁に登録された県観光物産協会と一体となって、稼げる観光地域づくりを推進していく。	福 島 県 1 増加（観光庁共通基準、延べ人数） 2 50,313千人 3 横ばい（観光庁共通基準） 4 増加 5 2,021,787千円 6 「国内観光」イベント型のキャンペーンだけに頼るのではなく、「『知恵とやる気のネットワーク』を確立」「アンバサダーの創出」「お客様目線の徹底」の三つの視点で民間事業と行政が共通認識の下、地域づくりのための観光振興に取り組む。特に、福島のこと、復興に向けてがんばる人々の姿を知ってもらう「ホープツーリズム」に力を入れる▽「国際旅行」本県は、原発事故の風評等により、平成27年の外国人延べ宿泊者数が震災前の約55％と厳しい状況であるため、団体旅行者だけでなく、増加しているF I T（個人旅行者）の誘客に力を入れている。	山 形 県 1 横ばい（年度、自治体独自基準、延べ人数） 2 44,904千人 3 減少（観光庁共通基準） 4 減少（2015年度は、国の交付金を活用した旅行券事業があった） 5 529,137,000円 6 冬場の観光誘客の底上げについて。観光客が客ち込む冬場の観光誘客を底上げするため、2016年度より、山形県内の市町村が新たに雪祭りを開催する場合や新企画を拡充する場合に支援する制度を創設した。2015年度より開催している「やまがた雪フェスティバル」をはじめ、各地の雪祭りの磨き上げを図り、県内外からの冬の誘客に結び付けていきたい。今後は、東北各地の雪祭りが連携し、東北の雪祭りを巡るコースなど、県境を越えた総合的なPRを行い、相乗効果を発揮しながら、東北地方へのインバウンドの拡大につなげるようにしたい。
長 野 県 1 増加（自治体独自基準、延べ人数） 2 9326万人 3 増加（観光庁共通基準） 4 増加 5 1,168,031千円 6 世界と競争できる「観光大県」づくりをテーマに、世界水準の山岳高原観光地づくりを推進する。「自然・健康」「歴史・文化」をキーワードとし、特にアウトドア観光の振興に力を注ぐ。また7月から9月に行う信州DOCを県民挙げてのキャンペーンとして取り組むとともに、インバウンドについては市場特性やトレンドの変化を見据えた誘客を図り、国内外に長野県の魅力を積極的に発信していく。	山 梨 県 1 増加 2 31,461,975人 3 増加 4 増加 5 1,296,606千円 6 山梨版DMOの設立。	新 潟 県 1 増加（観光庁共通基準、延べ人数） 2 77,446,713人 3 減少（観光庁共通基準） 4 増加 5 1,663,685,000円 6 市町村や関係団体と密に連携し、冬のコンテンツや食をはじめとした多様な資源の一層の魅力向上や情報発信を進めるとともに、新潟ならではの農業や文化と融合した観光コンテンツの開発に取り組む。また、急増する訪日外国人客の流れを県内に取り込むために、広域観光周遊ルート形成に向けて、他県や県内市町村と連携した取り組みを強化していく。	神奈川県 1 増加（観光庁共通基準、延べ人数） 2 1億9,291万人（連報値） 3 減少 4 減少 5 359,837,000円（前年度からの繰越予算を含んでいる） 6 近年、訪日外国人観光客が増加している中、インドネシアやマレーシア等、本県への訪問客数が減少している国もあり、このような国からの誘客に向けた取り組みを進めるだけでなく、外国人旅行者の県内訪問数のさらなる増加に向けて、特に東京からの誘客という観点で取り組むことが課題である。また、外国人観光客を対象とした多言語による情報発信や受け入れ環境の整備等、これらの取り組みを民間事業者と連携して推進することも必要である。	東 京 都 1 増加（自治体独自基準、実人数） 2 528,589千人 3 増加（自治体独自基準） 4 増加 5 167億580万円 6 観光を巡る環境の変化に迅速かつ的確に対応していくため、以下の視点を踏まえた取り組みを推進していく必要がある。①消費拡大に向けた観光経営②集客力が高く良質な観光資源の開発③観光プロモーションの新たな展開④MICE誘致の新たな展開⑤外国人旅行者の受け入れ環境の向上⑥日本各地と連携した観光振興。	千 葉 県 1 増加（観光庁共通基準、延べ人数） 2 173,705千人 3 減少（観光庁共通基準） 4 増加 5 1,003,195千円（当初予算） 6 東京オリンピック・パラリンピックの開催に向けて、今後さらなる増加が見込まれる外国人観光客誘致のための受け入れ体制の整備。

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

旅館ホテルワイド保険
(旅館賠償責任保険)

宿泊個人賠償責任保険
(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

災害時被災者対応保険
(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
(食中毒利益担保特約)

利益補償保険
(企業財産包括保険)

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)

旅館ホテルワイド保険
トコジラミ駆除費用特約
(レジャー・サービス施設費用保険・特約)

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)

インバウンド医療通訳保険
(24時間365日 日常通訳サービス付き)

利益補償保険
自然災害時一時金支払特約
(企業財産包括保険)

旅館ホテルワイド保険
旅程変更見舞金特約
(旅館賠償責任保険・特約)

JTB旅ホ連保険取扱代理店

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、「JTB旅ホ連保険のご案内」をご覧ください。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。

受付時間 平日午前9:15～午後6:00

ジェイティービー旅連事業株式会社 〒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

0120-371-177

引受幹事保険会社 TOKIO MARINE NICHIDO 東京海上日動火災保険(株) 共同引受保険会社 ジェイアイ傷害火災保険(株) 三井住友海上火災保険(株) 損害保険ジャパン日本興亜(株)

平成28年12月作成

観光立国の実現は地方(地域)から

富山県

1 増加（自治体独自基準、延べ人数）
2 34,126千人
3 増加（観光庁共通基準）
4 横ばい
5 965,945千円（当初ベース〈繰越明許含む〉）
6 本県では、「選ばれ続ける観光地 富山―『海のあるスイス』を目標して―」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。

奈良県

1 集計中（観光庁共通基準、実人数）
2 集計中
3 集計中（観光庁共通基準）
4 増加
5 1,265,746千円
6 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県の推進に取り組むため、下記5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▽オプ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。

広島県

1 増加
2 4,755万人
3 増加
4 増加
5 664,076千円
6 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、体験等のプロダクトを開発・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。

徳島県

1 増加（観光庁共通基準、延べ人数）
2 1,990万人
3 減少（観光庁共通基準）
4 増加
5 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）
6 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、藍染めといえは徳島県が本場。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の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。

長崎県

1 増加（自治体独自基準、延べ人数）
2 3,328万人
3 増加（自治体独自基準）
4 増加
5 7億5,130万円（前年度2月経済対策補正を含む予算額）
6 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。

沖縄県

1 増加（年度、自治体独自基準、実人数）
2 794万人
3 増加（年度、自治体独自基準）
4 増加
5 16,468,157,000円
6 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。

三重県

1 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）
2 39,212千人
3 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〉）
4 減少
5 448,123千円
6 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。

京都府

1 増加
2 87478218人
3 増加（自治体独自基準）
4 増加
5 536940千円（587940千円、2月補正を含む）
6 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、『地域の方々自身が、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。

岡山県

1 増加（観光庁共通基準、実人数）
2 1449万人
3 増加（観光庁共通基準）
4 横ばい
5 569,427千円
6 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。

香川県

1 増加（自治体独自基準、延べ人数）
2 9,203千人
3 増加（自治体独自基準）
4 増加
5 649,985千円
6 ー

佐賀県

1 増加
2 20,223千人
3 増加
4 増加
5 773,518千円
6 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。

鹿児島県

1 増加（観光庁宿泊旅行統計、延べ人数）
2 7,972,730人
3 増加（自治体独自基準）
4 増加
5 41億1,971万円
6 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、これら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。

岐阜県

1 増加（観光庁共通基準、延べ人数）
2 ー
3 増加（観光庁共通基準）
4 増加
5 878,780千円（当初予算）
6 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。

滋賀県

1 増加（自治体独自基準、延べ人数）
2 推計4,808万人
3 増加（自治体独自基準）
4 増加
5 300,079,000円（職員給与費を除く事業費のみ。当初予算ベース）
6 琵琶湖を自転車で一周する「びわイチ」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、今後も力を入れて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。

兵庫県

1 増加（年度）
2 138,755千人（年度、観光庁共通基準）
3 増加（年度、自治体共通基準）
4 横ばい
5 231,099千円（国の経済対策補正を除く）
6 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。

山口県

1 増加（自治体独自基準、延べ人数）
2 31,396,301人
3 減少
4 増加
5 923百万円
6 多彩で質の高い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の的確に把握し、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、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。

福岡県

1 増加（観光庁共通基準、延べ人数）
2 16,143千人
3 増加（観光庁共通基準）
4 増加
5 1,559,192千円（2016年6月補正〈国の九州観光支援交付金〉含む）
6 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める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報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PDCA（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。

宮崎県

1 増加
2 15,800千人
3 減少
4 増加
5 431,021千円（当初予算。人件費および繰込予算を除く）
6 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とつながるため、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。

愛知県

1 減少
2 104,052千人
3 増加
4 増加
5 575,252千円
6 本県は他県に比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・鈴・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。

福井県

1 増加（自治体独自基準、実人数）
2 1,271万人
3 増加（自治体独自基準）
4 減少
5 1,024百万円
6 今後予定される中部縦貫自動車道永平寺大野道路の開通、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年の福井しあわせ元気国体・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。

大阪府

1 観光統計調査を実施していないため不明
2 観光統計調査を実施していないため不明
3 観光統計調査を実施していないため不明
4 増加
5 465,552千円（補正予算含む）
6 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。

島根県

1 横ばい
2 33,158千人
3 横ばい
4 増加
5 962,904千円
6 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。

愛媛県

1 増加（自治体独自基準、延べ人数）
2 27,085千人
3 増加
4 増加
5 537,561,000円
6 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。

大分県

1 増加（観光庁共通基準、実人数）
2 22,869千人回
3 減少（観光庁共通基準）
4 減少
5 552,439千円
6 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。

静岡県

1 増加（年度、自治体独自基準、延べ人数）
2 149,126,602人
3 不明
4 増加
5 1,688,715千円
6 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。

石川県

1 増加（自治体独自基準、延べ人数）
2 観光施設・イベントは実人数、宿泊施設は延べ人数で推計>>）
3 25,018千人
4 増加
4 減少
5 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貸付金150億円を除く）
6 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。

和歌山県

1 増加（自治体独自基準、延べ人数）
2 33,399,381人
3 増加（観光庁共通基準）
4 減少
5 968,406千円（繰越含む）
6 〔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、旅行者への情報提供、企業とのタイアップなど行う。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。

鳥取県

1 増加（自治体独自基準、延べ人数）
2 19,290千人
3 増加（自治体独自基準）
4 減少
5 1,588,741千円
6 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、大型イベント実施は、入り込み客数の増に一定の効果をあげているものの、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。

高知県

1 増加（同県独自基準、実人数）
2 4,086,981人
3 横ばい
4 増加
5 2,246,507千円
6 ー

熊本県

1 増加（自治体独自基準、延べ人数）
2 59,723,645人
3 増加（自治体独自基準）
4 減少
5 骨格181,880,000円（2016年度は、6,916,025,000円〈9月補正後〉。うち、ふっこう割が6,780,601,000円）
6 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。

地方創生、観光活性化へ自治体が注力