観光元年　観光立国実現への挑戦

09年都道府県の重点施策・推進事項

▽北海道＝北海道洞爺湖サミットによる世界的な知名度向上など、サミット効果を最大限活かした国際観光プロモーションや、地域の魅力ある観光資源などを十分に活用した滞在型の観光地づくりの促進に取り組んでいく

▽青森＝新幹線開業対策、プレキャンペーン推進事業。観光コンテンツ発掘育成およびステップアップ。インバウンド

▽岩手＝農商工連携やものづくり産業観光など総合的な観光産業の構築を目指し、滞在型観光の推進による地域経済の活性化。2011年に世界遺産登録を目指す「平泉文化遺産」による「平泉効果」を全県へ波及するための各種取り組み。外国人観光客の集客拡大を図るための戦略的事業の推進

▽秋田＝地域ブランドの確立。広域観光圏づくり

▽宮城＝自然公園施設整備。広域観光案内版整備。インバウンド。教育旅行。産業観光

▽山形＝東アジア（台湾、韓国、香港を中心）からの誘客。東北観光推進機構、JNTO、VJC等と連携した誘客。ニューツーリズム推進（文化、ヘルス）

▽福島＝首都圏および福島空港就航先での観光プロモーションの充実。着地型観光の推進。東アジア（特に就航先の韓国、中国）からのインバウンド対策の充実。子ども農山漁村交流プロジェクトの受入体制の整備

▽茨城＝茨城空港開港を踏まえた誘客促進（就航相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）。国の制度（観光圏整備事業）などを活用した広域観光圏づくり

▽栃木＝東アジアを中心としたインバウンド。観光客満足度向上（イメージアップ、おもてなしの心）。滞在型観光商品の造成・促進

▽群馬＝海外からの誘客促進（海外キャラバン、教育旅行誘致等）。着地型観光の造成。観光施設（資源）の造成、リニューアル

▽千葉＝今後5年間で取り組む重点施策として以下の5点を挙げます。広域連携推進プロジェクト（長期滞在に対応可能なエリアの形成）。ニューツーリズム創出プロジェクト（産業観光、エコツーリズム、グリーンツーリズム、ヘルスツーリズムなど）。観光達人創出プロジェクト（地域の観光振興を担う人材育成）。新観光創出プロジェクト（産学官連携をより強化するための総合的な支援）。長期滞在空間形成プロジェクト（滞在型観光プログラム等の充実を図り心地よい滞在空間をつくるなど）

▽埼玉＝花を積極的にPRし、観光客の誘致を図る。川など水辺の魅力をPRし、観光客の誘致を図る。産業観光を推進し、企業の活性化や観光客の誘致を図る。外客来訪計画の実現に向け、外国人観光客の誘致を図る。アニメを活用した観光振興を図る。ご当地グルメ（B級グルメ）を活用した観光振興を図る

▽東京＝羽田空港の国際化を契機に、東アジアからの外国人旅行者の誘致促進やコンベンション誘致活動を積極的に展開するとともに、外国人旅行者が安心して東京の観光を楽しめるよう、受入体制の整備を推進する。あわせて、地域における観光まちづくりの推進と、豊富に存在する文化、自然、食などを活かした体験や交流等のメニューを取りそろえて開催する

▽神奈川＝ブランドイメージ「PREMIUM NAGASAKI」の情報発信によるリピーター確保。大河ドラマ「龍馬伝」と関連した誘客。東アジア、東南アジアからのインバウンド。2010年大型イベントに向けた市町の観光地づくりの支援

▽新潟＝新潟DC、「天地人」の放送など、本県が全国から注目を集める2009年を「大観光交流年」と位置づけ、キャンペーン等を展開する。コンベンション誘致の推進。外客誘客の推進

▽山梨＝二地域居住の促進。新たな観光の振興。やまなしインバウンド観光戦略

▽長野＝産業観光。食、おもてなし。国際コンベンション開催支援。外国人旅行者の戦略的誘致推進。観光来県者の経営力強化支援

▽静岡＝観光圏の形成の支援と魅力ある観光地づくりの推進。コンベンションの誘致促進。富士山静岡空港の開港による観光マーケットの拡大

▽愛知＝産業観光。インバウンド。観光ブランドの創出事業、など

▽岐阜＝インバウンド。「食」を重点テーマとした「飛騨・美濃じまん観光キャンペーン」の実施。東海北陸自動車道全線開通による北陸圏との広域観光の推進。観光資源の掘り起こしと育成・支援

▽三重＝民間のノウハウを積極的に活用したエリア別情報発信・誘客（三重県への旅行商品造成やパンフレットへの掲載）。インバウンドの強化（ターゲットとする国・地域等の拡大や情報発信の強化）。修学旅行・社会見学等の教育旅行誘致。自動車を利用する観光客への利便性の向上。

▽滋賀＝観光ブランドの創造・発信。観光情報の発信強化。国際コンベンションの誘致強化。滋賀の素材を活かしたツーリズムの展開

▽奈良＝旅行商品造成。宿泊観光の推進。「歩く奈良」「サイクリング」の推進。奈良のうまいもの

▽和歌山＝修学旅行誘致。インバウンド。「高野山・熊野古道」世界遺産登録5周年記念。JR紀勢本線全通50周年記念

▽大阪＝インバウンド。プロモーション。魅力づくり。受入体制づくり。情報発信

▽兵庫＝あいたい兵庫デスティネーション・キャンペーンの実施。デスティネーション・キャンペーンの取組の検証・評価を踏まえた地域の魅力づくり。次世代を担う子どもたちのホスピタリティ醸成と観光人材の育成。国際ツーリストの誘致に向けた戦略的なプロモーションの展開

▽岡山＝多様化する旅行者ニーズを踏まえ、観光立県戦略に基づき、地域が主体となった観光資源の掘り起こしや魅力向上の取組への支援、効率的・効果的な観光プロモーション等を行い、集客に結びつけることを通じて、「地域発」でつくる「観光・交流拠点おかやま」の実現を目指します

▽鳥取＝広域観光の推進。戦略的な観光情報発信。魅力ある観光地づくり。受入態勢の充実。国際観光の推進

▽島根＝ブランドイメージ「PREMIUM SHIMANE」の確立。観光資源の掘り起こし、磨き上げの推進。国内外の旅行会社等へのセールス強化と著名人を活用したPRの実施。修学旅行を含めた東アジアからの外国人観光客誘致の推進

▽鹿児島＝定期航空路線を活用したインバウンド誘客。大阪以西からの修学旅行誘致

▽沖縄＝外国人観光客の誘客促進。MICEの誘致促進。ニューツーリズムの推進。リゾートウエディングの推進。観光人材の育成。観光まちづくりの推進。持続可能な観光地づくり支援（持続可能な地域振興や観光交流の活性化を目指すため、しまなみ海道開通10周年記念事業に取り組む）。南予ツーリズム（滞在型の観光振興）

▽福岡＝インバウンド。産業観光。観光ボランティアガイドの育成。九州観光推進機構と連携した九州観光戦略

▽佐賀＝ファミリーツーリズム（家族にやさしい観光づくり）の推進。福岡都市圏からの観光客誘致。外国人観光客誘致

▽長崎＝ブランドイメージ「PREMIUM NAGASAKI」の情報発信によるリピーター確保。大河ドラマ「龍馬伝」と関連した誘客。東アジア、東南アジアからのインバウンド。2010年大型イベントに向けた市町の観光地づくりの支援

▽熊本＝2008年に「歴史回廊くまもと観光立県」宣言を行い、県、県民、観光事業者、観光関係団体が一体となった観光立県条例」を制定。条例をもとに今後4年間の行動計画となる「ようこそくまもと観光立県推進計画」を策定し「記憶に残る観光地」づくりに取り組む。2009年度は、2011年春の九州新幹線全線開業を視野に2007年から実施している九州新幹線全線開業準備キャンペーンに取り組む。その中で、2009年4月25日に運行が開始される「SL人吉」号や2009年11月21日の肥薩線開通100周年を核とした観光キャンペーンに取り組む

▽大分＝広域観光圏の整備。都市圏からの観光誘客。インバウンド

▽宮崎＝おもてなし日本一観光推進。観光資源の掘り起こし、磨き上げの推進。国内外の旅行会社等へのセールス強化と著名人を活用したPRの実施。修学旅行を含めた東アジアからの外国人観光客誘致の推進

▽鹿児島＝定期航空路線を活用したインバウンド誘客。大阪以西からの修学旅行誘致

▽沖縄＝外国人観光客の誘客促進。MICEの誘致促進。ニューツーリズムの推進。リゾートウエディングの推進。観光人材の育成。観光まちづくりの推進。持続可能な観光地づくり支援

▽香川＝09香川まちめぐり「てくてくあるき」。香川県全域を舞台として、「まち歩き」や受け継がれてきた地域の祭りやイベント、香川ならではの歴史文化、自然、食などを活かした体験や交流等のメニューを取りそろえて開催する

▽徳島＝徳島県観光条例制定。広域滞在型観光整備推進

▽高知＝首都圏をターゲットにした新たな市場の開拓。産業間連携による経済効果の増大

▽愛媛＝しまなみ地域観光客のニーズ（満足度）の詳細な把握と観光の魅力づくり、人づくりなど

▽富山＝滞在・体験型観光、コンベンション・イベント誘致、インバウンド、観光人材育成

▽石川＝平成26年度の北陸新幹線開業に向けた、県民一人ひとりが観光客を温かくお迎えする「観光イメージアップ推進運動」を展開する。海外誘客10倍増構想（平成26年の年間海外宿泊客数50万人）達成に向けたインバウンド強化

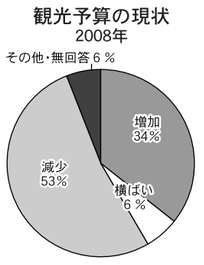
▽福井＝観光地の魅力づくり。インバウンド。プロモーション。魅力づくり。受入体制づくり。情報発信

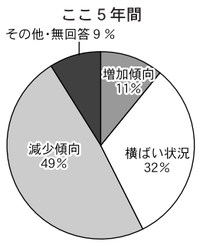
▽兵庫＝あいたい兵庫デスティネーション・キャンペーンの実施。デスティネーション・キャンペーンの取組の検証・評価を踏まえた地域の魅力づくり。次世代を担う子どもたちのホスピタリティ醸成と観光人材の育成。国際ツーリストの誘致に向けた戦略的なプロモーションの展開

観光予算の現状

観光予算の「08年」と「ここ5年間」について、と、約半数だった。ここ5年間では増加傾向が5自治体（11％）にとどまり、横ばい状況が約3分の1の15自治体、減少傾向が約半数の23自治体。全体のおよそ3分の1。

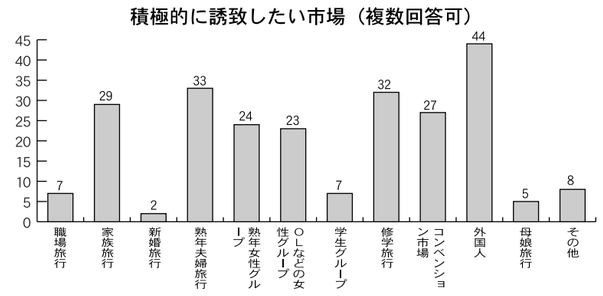
減少は25自治体（53％）





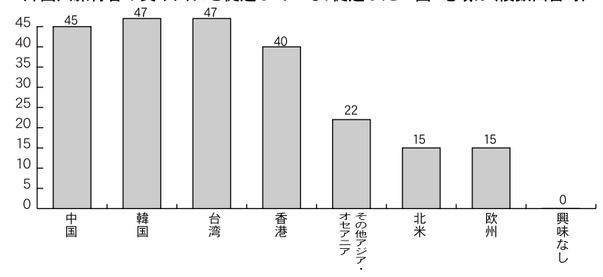
積極的に誘致したい市場

「積極的に誘致したい市場」は「外国人」が最も多く、44の自治体が回答した。以下、「熟年夫婦旅行」「修学旅行」「家族旅行」「コンベンション市場」「熟年女性グループ」が多く、半数以上の自治体が回答した。「新婚旅行」は北海道と沖縄のみが回答した。



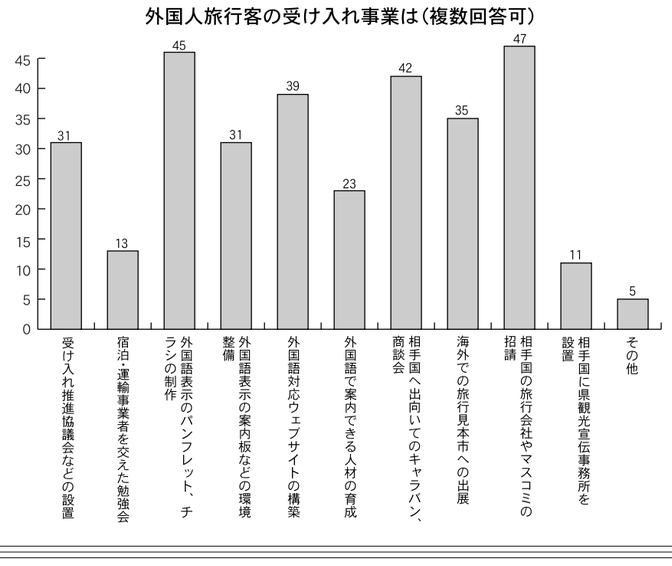
外国人旅行客の受け入れを促進している、促進したい国・地域は

韓国、台湾、中国、香港が圧倒的に多く、特に韓国、台湾はすべての都道府県が挙げた。その他の具体的な国名として、タイ、マレーシア、シンガポール、インド、オーストラリア、ロシアなどが挙がった。



外国人旅行客の受け入れ事業は

「相手国の旅行会社やマスコミの招請」は、すべての都道府県が挙げた。次に多いのは「外国語表示のパンフレット、チラシの制作」。「相手国へ出向いてのキャラバン、商談会」「外国語対応ウェブサイトの構築」も多い。その他として「各種メディアによる広告、送客助成」など。



謹賀新年　平成21年元旦

つるみ観光株式会社
ホテル白菊
代表取締役会長　西田友行
代表取締役社長　西田陽一
別府市上田の湯町16-36（〒八七四-〇九〇八）
TEL（〇九七七）㉓二一一一番
FAX（〇九七七）㉑五六三三番

萩城三の丸　北門屋敷
萩八景　雁嶋別荘
吉村譲
〒758-1057
山口県萩市堀内210
TEL 08381-21-7521
FAX 08381-25-1814

謹賀新年
摂津峡　花の里温泉
山紫水明の地　療養温泉
山水館
代表取締役　甲斐千歳
〒569-1051
大阪府高槻市大字原3-21-2
TEL 072(687)4567
FAX 072(689)2114

富士を望む心づくしの真き宿
湖山荘うぶや
富士河口湖温泉郷
代表取締役社長　外川誠
〒401-0302
山梨県南都留郡富士河口湖町浅川一〇
TEL 〇五五五(七二)一一四五(代)
FAX 〇五五五(七二)一一五九

金谷ホテル観光株式会社
鬼怒川金谷ホテル
鬼怒川温泉ホテル
代表取締役社長　野村五郎
〒321-2592
栃木県日光市鬼怒川温泉滝五四五
TEL 〇二八八(七七)〇〇二五
FAX 〇二八八(七七)二二三〇

伊香保温泉
福一
奥伊香保　旅邸　鬱暢楼　KAICHORO
代表取締役社長　福田朋英
〒377-0193 群馬県渋川市伊香保町伊香保甲8
●TEL (0279) 20-3000 ●FAX (0279) 72-5252
インターネット http://www.fukuichi.jp/

あかん遊久の里　鶴雅
代表取締役社長　大西雅之
鶴雅グループ
あかん遊久の里 鶴雅　〒085-0467 北海道釧路市阿寒町阿寒湖温泉4丁目6番10号 Tel.0154-67-2531 Fax.0154-67-2754
あかん鶴雅別荘 鄙の座
阿寒の森ホテル 花ゆう香
サロマ湖 鶴雅リゾート
北天の丘 あばしり湖 鶴雅リゾート
しこつ湖鶴雅リゾートスパ水の謌
ナチュラルオーベルジュ SORA[ソラ]

協力会のメンバーにご参加を!!

週刊「観光 経済新聞」

協力会システムとは

新聞事業に理解を示していただける経営者の方々に、社友としてメンバーになっていただくシステムです。

●会費●
年間15万円。半3段（タテ10.3cm・ヨコ19cm）のスペース広告（正価12万円）を年2回、適時に掲載します。

●会員への特典●
1.特殊レポート（KKS）の提供　4.経営に必要な資料の提供
2.法律相談（電話）の利用　5.新聞紙上に記事の優先利用
3.有力地方紙20社の観光関連記事を提供

●申込み問い合せは下記へ（パンフレットをお送りします）

株式会社観光経済新聞社　社長室
〒110-0008 東京都台東区池之端2の1 DSビル　☎03(3827)9800