

観光立国実現は地方から推進を

【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。

【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。

【群馬】 北関東自動車道開通に伴う誘客促進。北関東3県(群馬、茨城、栃木)エリアの認知度向上と誘客促進に向けて連携。群馬県観光局の誘客促進。インバウンドへの取組。他県との連携事業の推進。東アジア全体への取組の強化。

【埼玉】 国際観光の推進

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】 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。

【群馬】 北関東自動車道開通に伴う誘客促進。北関東3県(群馬、茨城、栃木)エリアの認知度向上と誘客促進に向けて連携。群馬県観光局の誘客促進。インバウンドへの取組。他県との連携事業の推進。東アジア全体への取組の強化。

【埼玉】 国際観光の推進

【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)の振興に向けた受入態勢の整備や情報発信を促進する。

【千葉】 上海ビジネスサポートセンターを活用した中国観光客の誘致。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促進。中国をはじめとする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促進。

【大阪】 外国人旅行者戦略的誘致の推進。外国人旅行者戦略的誘致の推進。外国人旅行者戦略的誘致の推進。外国人旅行者戦略的誘致の推進。外国人旅行者戦略的誘致の推進。

【京都】 外国人旅行者戦略的誘致の推進。外国人旅行者戦略的誘致の推進。外国人旅行者戦略的誘致の推進。外国人旅行者戦略的誘致の推進。外国人旅行者戦略的誘致の推進。

【福岡】 外国人旅行者戦略的誘致の推進。外国人旅行者戦略的誘致の推進。外国人旅行者戦略的誘致の推進。外国人旅行者戦略的誘致の推進。外国人旅行者戦略的誘致の推進。

【長崎】 外国人旅行者戦略的誘致の推進。外国人旅行者戦略的誘致の推進。外国人旅行者戦略的誘致の推進。外国人旅行者戦略的誘致の推進。外国人旅行者戦略的誘致の推進。

【香川】 外国人旅行者戦略的誘致の推進。外国人旅行者戦略的誘致の推進。外国人旅行者戦略的誘致の推進。外国人旅行者戦略的誘致の推進。外国人旅行者戦略的誘致の推進。

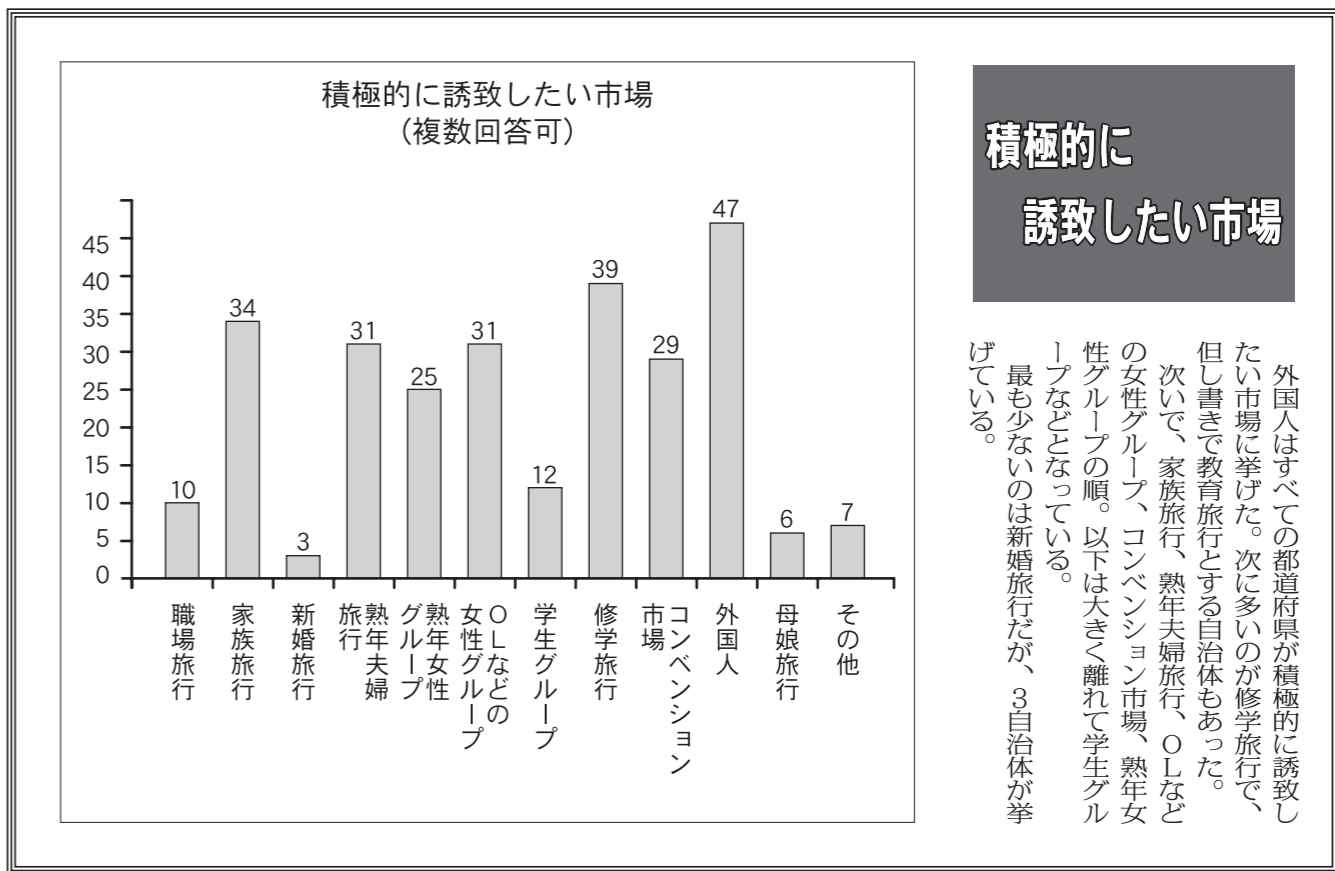
【徳島】 外国人旅行者戦略的誘致の推進。外国人旅行者戦略的誘致の推進。外国人旅行者戦略的誘致の推進。外国人旅行者戦略的誘致の推進。外国人旅行者戦略的誘致の推進。

【高知】 外国人旅行者戦略的誘致の推進。外国人旅行者戦略的誘致の推進。外国人旅行者戦略的誘致の推進。外国人旅行者戦略的誘致の推進。外国人旅行者戦略的誘致の推進。

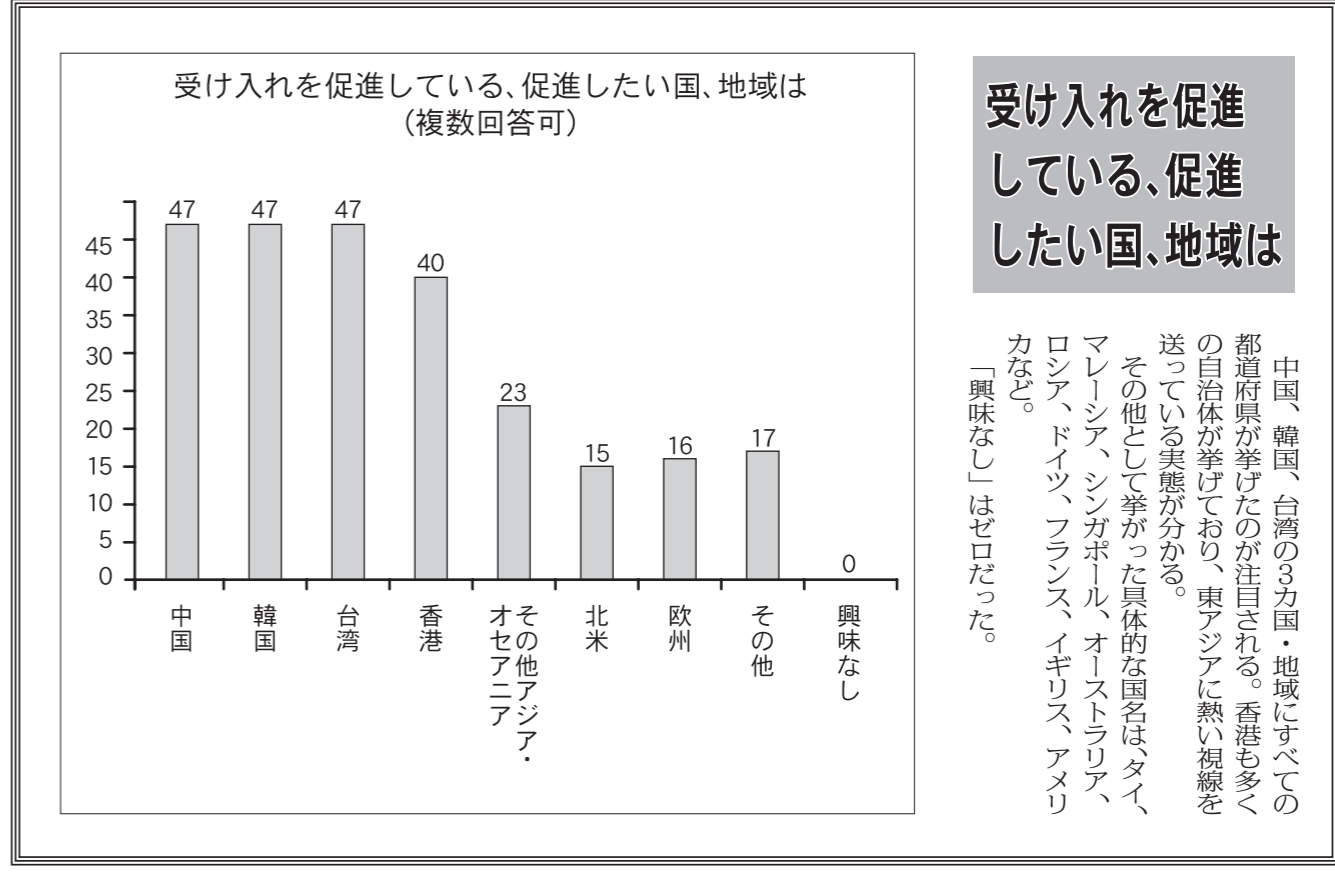
【長崎】 外国人旅行者戦略的誘致の推進。外国人旅行者戦略的誘致の推進。外国人旅行者戦略的誘致の推進。外国人旅行者戦略的誘致の推進。外国人旅行者戦略的誘致の推進。

【熊本】 外国人旅行者戦略的誘致の推進。外国人旅行者戦略的誘致の推進。外国人旅行者戦略的誘致の推進。外国人旅行者戦略的誘致の推進。外国人旅行者戦略的誘致の推進。

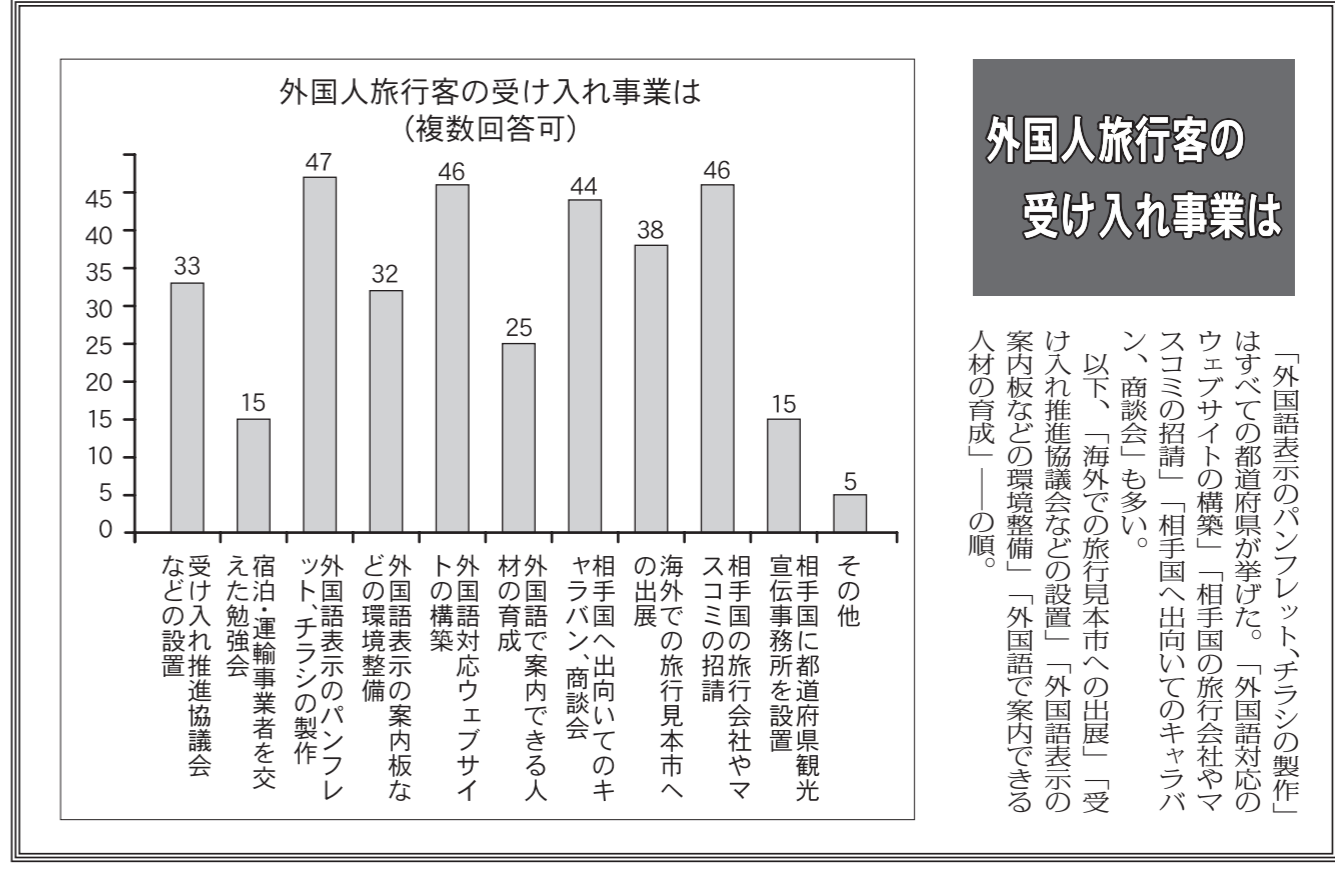
【鹿児島】 外国人旅行者戦略的誘致の推進。外国人旅行者戦略的誘致の推進。外国人旅行者戦略的誘致の推進。外国人旅行者戦略的誘致の推進。外国人旅行者戦略的誘致の推進。



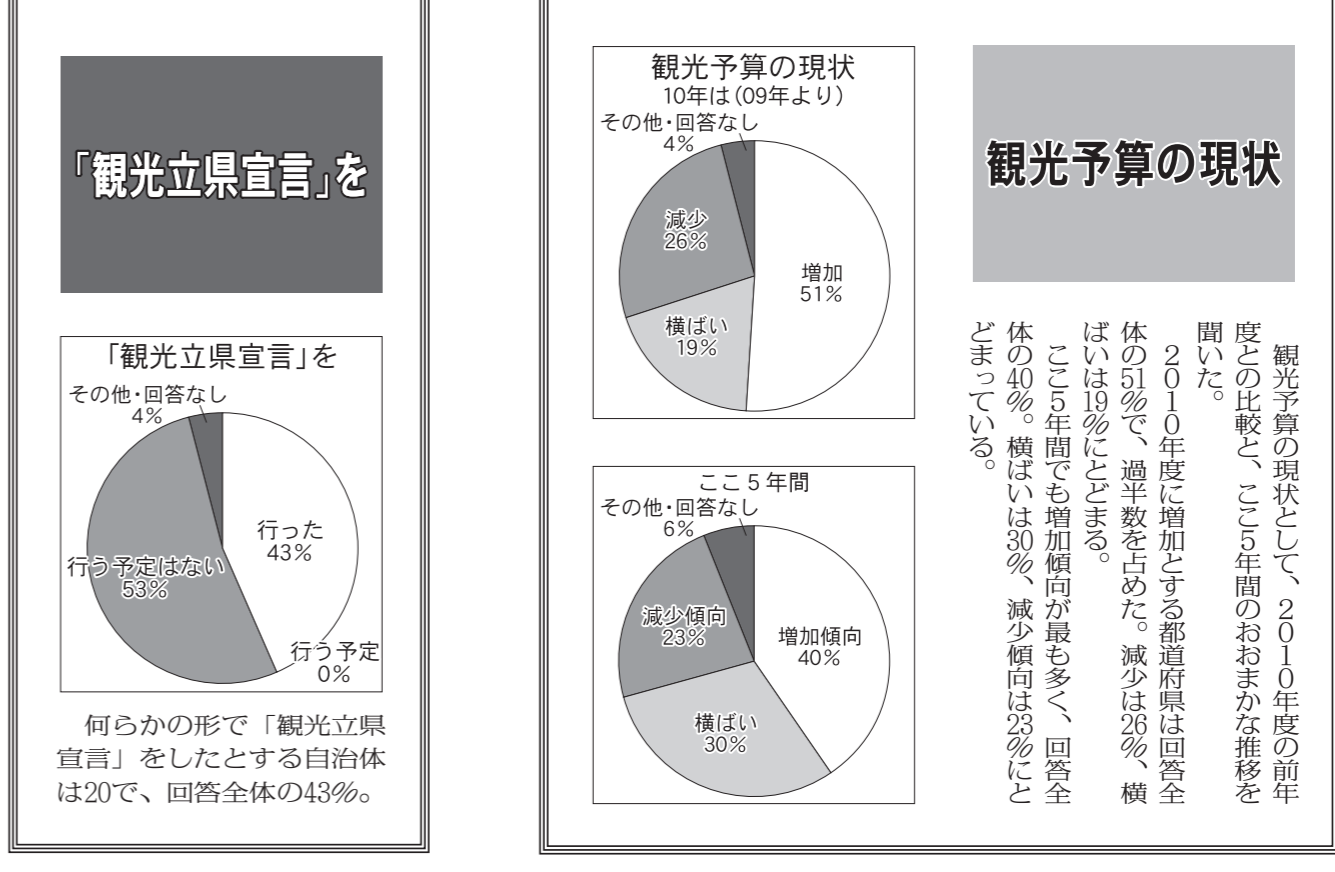
外国人はすべての都道府県が積極的に誘致したい市場に挙げた。次に多いのが修学旅行で、但し修学旅行と誘致したい市場もあつた。次いで、家族旅行、熟年夫婦旅行、OLなどの女性グループ、コンベンション市場、熟年女性グループの順。以下は大きく離れて学生グループなどとなっている。最も少ないのは新婚旅行だが、3自治体が挙げている。



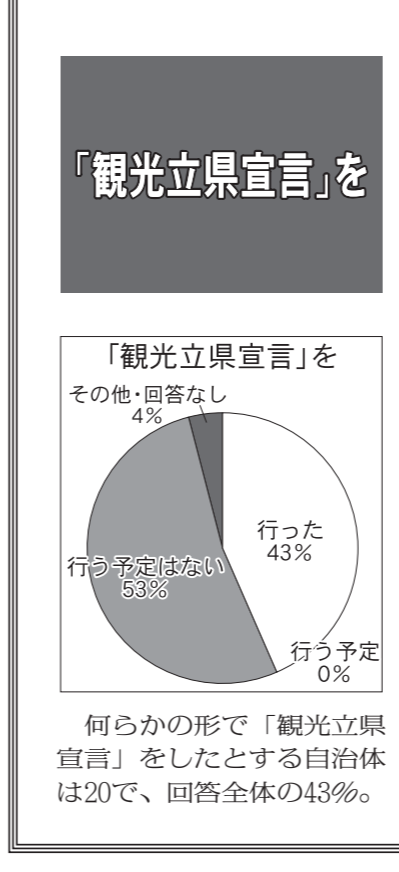
中国、韓国、台湾の3カ国・地域にすべての都道府県が挙げたのが注目される。香港も多くの自治体が挙げられており、東アジアに強い視線を送っている実態が分かる。その他として挙げられた具体的な国名は、タイ、マレーシア、シンガポール、オーストラリア、ロシア、ドイツ、フランス、イギリス、アメリカなど。「興味なし」はゼロだった。



「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』『相手国の旅行社やマスコミの招聘』『相手国へ向けてのキャラバン、商談会』も多かった。『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。



観光予算の現状として、2010年度の前年度と比較し、ここ5年間のおおまかな推移を問いた。2010年度に増加と予測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%にとまる。



何らかの形で「観光立国宣言」をしたとする自治体は20で、回答全体の43%。