

観光立国の実現は、地方(地域)から

<p><b>富山県</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>②</li> <li>③</li> <li>①④⑤⑥⑧⑨⑪⑫⑬⑭⑯</li> <li>①③④⑤⑥⑦⑧⑨</li> <li>①</li> <li>富山らしい魅力の創出▽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</li> <li>—</li> </ol>	<p><b>三重県</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>①</li> <li>③</li> <li>①④⑤⑦⑧⑨⑪⑫⑬⑭⑯</li> <li>①②③④⑤⑥⑦⑧⑨⑩(トップセールス)</li> <li>①</li> <li>国内外に対する観光情報発信の強化▽魅力ある観光地の形成および人材育成</li> <li>—</li> </ol>	<p><b>岐阜県</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>①</li> <li>①(2007年)</li> <li>①②③④⑤⑥⑦(食、モノと一体となった観光プロモーション▽観光資源の魅力向上に向けたブラッシュアップ)</li> <li>①③⑤⑦⑧⑨⑩(民間事業者等と連携した外国人向け旅行商品の造成および販売促進)</li> <li>①</li> <li>調整中</li> <li>—</li> </ol>	<p><b>愛知県</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>③</li> <li>③</li> <li>①④⑤⑥⑧⑨⑪⑫⑬⑭⑯(武将観光、着地型観光)</li> <li>①③⑦⑧⑨</li> <li>①</li> <li>MICE誘致促進事業▽東アジア地域(韓国、中国)を対象とした観光プロモーション▽武将観光、産業観光の推進、観光商品(ツアー造成、イベント開催等)の開発、支援</li> <li>—</li> </ol>	<p><b>静岡県</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>①</li> <li>未定</li> <li>①④⑤⑧⑯⑰⑱(ニューツーリズムの担い手の育成)</li> <li>①③④⑤⑥⑦⑧⑨⑩</li> <li>③</li> <li>観光アクションプランの改定▽富士山世界文化遺産登録を契機とした誘客強化▽伊豆半島世界ジオパーク認定に向けた取り組み強化</li> <li>宿泊客数の長期的な減少傾向</li> </ol>
<p><b>奈良県</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>①</li> <li>①(1988年「国際文化観光・平和県」を宣言)</li> <li>①②③④⑤⑥⑧⑩⑪⑫⑬⑭⑯(ホテル誘致▽自転車観光▽自動車観光▽農産物直売所を併設した観光案内所の設置)</li> <li>①②③④⑤⑥⑦⑧⑨⑩(県内観光関連事業者への個別訪問、指導、助言▽国際会議の誘致促進)</li> <li>②</li> <li>巡る奈良および潜在型周遊観光の推進▽良貴ホテルの誘致▽オフシーズン対策としてのイベント等の実施▽外国人観光客の誘客および国際会議の誘致促進</li> <li>—</li> </ol>	<p><b>京都府</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>①</li> <li>③</li> <li>①②③④⑤⑦⑧⑨⑪⑫⑬⑭⑯(スポーツツーリズム)</li> <li>①③⑦⑨</li> <li>③</li> <li>インバウンド▽文化・観光▽他</li> <li>府域全体への誘客</li> </ol>	<p><b>滋賀県</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>—</li> <li>③</li> <li>①②③④⑤⑥⑧⑩⑪⑫⑬⑭⑯</li> <li>①③⑤⑦⑧⑨</li> <li>③</li> <li>観光ブランド「ピワイチ」の推進</li> <li>震災、国際関係など、外的要因により大きく左右されること</li> </ol>	<p><b>福井県</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>①</li> <li>③</li> <li>①④⑤⑧⑯⑰</li> <li>①③⑤⑦⑧⑨</li> <li>③</li> <li>北陸新幹線金沢開業、舞鶴若狭自動車道全線開通を見据えた観光地のレベルアップやおもてなしの向上、二次交通アクセスの充実、観光PRの強化▽教育旅行の誘致拡大▽「食」や「歴史・文化」「恐竜」など本県のトップブランドを生かした誘客活動</li> <li>地域間競争の激しい中で効果的な情報発信、誘客手法(特に首都圏からの誘客)▽県民全体でのおもてなしや観光振興に対する意識の浸透策</li> </ol>	<p><b>石川県</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>①</li> <li>③</li> <li>①②③④⑤⑥⑧⑩⑪⑫⑬⑭⑯</li> <li>②③⑤⑥⑦⑧⑨⑩</li> <li>③</li> <li>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</li> <li>—</li> </ol>
<p><b>広島県</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>①</li> <li>①(2006年、条例制定時)</li> <li>①②④⑩⑬⑭</li> <li>①③④⑤⑥⑦⑧⑨⑩</li> <li>①</li> <li>「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四つの基本方針(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</li> <li>観光地としてのブランド確立</li> </ol>	<p><b>岡山県</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>①</li> <li>①(2008年)</li> <li>①④⑫⑬⑭⑯(ご当地グルメなど地元の食を活用した誘客活動)</li> <li>①②③④⑤⑦⑧⑨</li> <li>③</li> <li>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▽韓国、中国など東アジアや欧米からの外国人観光客誘致を積極的に進める</li> <li>—</li> </ol>	<p><b>兵庫県</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>①</li> <li>③</li> <li>①②④⑫⑬⑭⑯(あいたいひょうごキャンペーン2013の実施)</li> <li>③⑤⑦⑧⑨</li> <li>③</li> <li>テーマツーリズム(食、スポーツ、健康、アニメ、城下町など)</li> <li>—</li> </ol>	<p><b>大阪府</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>①</li> <li>①(2010年策定の「大阪の成長戦略」において、内外の集客力強化を成長のための源泉の一つに位置付け。また、年内に大阪府の観光戦略を策定予定)</li> <li>①④⑤⑧⑫⑬⑭⑯</li> <li>②④⑥⑦⑨⑩</li> <li>③</li> <li>大阪観光局の推進</li> <li>—</li> </ol>	<p><b>和歌山県</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>—</li> <li>①(2010年)</li> <li>①④⑤⑦⑯⑰(年金旅行誘致)</li> <li>①③④⑤⑥⑦⑧⑨⑩</li> <li>①</li> <li>伊勢神宮参拝者を熊野三山へ誘導▽和歌山アスティネーションキャンペーン本番への全国情報発信で県内の観光地へ誘客</li> <li>—</li> </ol>
<p><b>徳島県</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>①</li> <li>②(2004年)</li> <li>①③④⑤⑩⑬⑭</li> <li>①②③④⑤⑥⑦⑧⑨⑩</li> <li>①</li> <li>教育旅行による誘客促進▽また、インバウンドについては、重点地域を東アジア諸国(中国、韓国、台湾、香港)周辺まで拡大するとともに、FITや徳島ならではのニューツーリズム(教育旅行、医療観光)にさらに取り組んでいく</li> <li>—</li> </ol>	<p><b>香川県</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>①</li> <li>③</li> <li>①②④⑤⑧⑩⑬⑭</li> <li>③④⑤⑦⑨</li> <li>①</li> <li>瀬戸内国際芸術祭2013▽戦略的な情報発信▽インバウンド対策</li> <li>—</li> </ol>	<p><b>山口県</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>①</li> <li>③</li> <li>①②④⑤⑧⑩⑫⑬⑭⑯</li> <li>①③⑤⑦⑧⑨</li> <li>③</li> <li>岩国錦帯橋空港開港!やまぐち往還観光キャンペーン(平成24年11月～平成25年5月)</li> <li>—</li> </ol>	<p><b>島根県</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>①</li> <li>①(2008年)</li> <li>①④⑤⑧⑯⑰(観光資源を活用した観光地づくりの推進)</li> <li>①②③④⑤⑥⑦⑧⑨</li> <li>①</li> <li>観光情報発信▽観光地づくりの推進▽インバウンド対策</li> <li>効果的な情報発信の手法</li> </ol>	<p><b>鳥取県</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>①</li> <li>③</li> <li>①②③④⑤⑥⑩⑪⑫⑬</li> <li>①②③④⑦⑧⑨⑩(県内民間事業者が実施するプロモーションへの支援▽鳥取県を訪問する旅行商品を造成する「海外」旅行社への支援)</li> <li>—</li> <li>エコツーリズムととどりの魅力創造、情報発信▽まんが、アニメによる地域づくり、ポップカルチャーの発信</li> <li>—</li> </ol>
<p><b>長崎県</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>—</li> <li>県観光振興条例(H18制定)に「『観光立県長崎』を築くことを目指している」と掲げている</li> <li>①②④⑤⑥⑩⑬⑭⑯</li> <li>①③④⑤⑥⑦⑧⑨</li> <li>①</li> <li>「食」の取り組みの定着を図りつつ、歴史・文化などの魅力を生かした観光地づくりを一層推進し、戦略的な情報発信による長崎観光のイメージ形成、浸透を図ることにより、国内外からの観光客の誘致を促進し、また、県民総参加によるおもてなし運動を推進するとともに、クルーズ船の入港拡大などにより増加が見込まれる外国人観光客の受け入れ対策の強化を図る</li> <li>—</li> </ol>	<p><b>佐賀県</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>②</li> <li>③</li> <li>①②④⑤⑦⑧⑯⑰</li> <li>③④⑤⑧⑨⑩(旅行商品造成促進)</li> <li>②</li> <li>東アジア地域からの誘客促進▽国内大都市圏等からの誘客促進</li> <li>—</li> </ol>	<p><b>福岡県</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>②</li> <li>③</li> <li>①④⑩⑪⑫⑬⑭</li> <li>②③④⑤⑥⑦⑧⑨⑩(インバウンドについては、基本的に九州観光推進機構と連携して実施)</li> <li>①</li> <li>インバウンド(クルーズ振興、インセンティブ旅行の誘致)▽観光プロモーション</li> <li>観光地としてのブランドの確立</li> </ol>	<p><b>愛媛県</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>①</li> <li>③</li> <li>①②④⑤⑯⑰⑱</li> <li>①③④⑤⑥⑦⑧⑨</li> <li>①</li> <li>えひめ南予いやし博2012の成果を踏まえた南予の観光振興▽瀬戸内しま博覧会(仮称)およびしまなみ海道でのサイクリングイベント開催に向けた取り組み</li> <li>人材の育成と活用▽二次交通整備</li> </ol>	<p><b>高知県</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>①</li> <li>③</li> <li>①④⑤⑧⑩⑫⑬⑭⑯(スポーツツーリズムの推進▽広域観光の推進)</li> <li>②③④⑤⑦⑧⑨</li> <li>③</li> <li>地域観光を担う人材育成と広域観光の推進▽プロモーション戦略に基づく効果的な情報発信</li> <li>—</li> </ol>
<p><b>沖縄県</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>①</li> <li>③</li> <li>①②③④⑤⑥⑦⑧⑩⑪⑫⑬⑭⑯</li> <li>①③④⑤⑥⑦⑧⑨⑩</li> <li>①</li> <li>市場特性に対応した誘客活動の展開▽離島観光の推進▽沖縄観光ブランド力の強化▽観光客の受け入れ体制の整備</li> <li>国内については円高による海外との競争、若年層市場の開拓。海外については日中関係の複雑化に伴う影響からの脱却をいかに図るか</li> </ol>	<p><b>鹿児島県</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>①</li> <li>①(2009年)</li> <li>①④⑤⑥⑧⑩⑫⑬⑭⑯</li> <li>①③④⑤⑥⑦⑧⑨⑩⑪</li> <li>②</li> <li>JRグループ等とのタイアップによる関西・中国地区等を対象とした誘客キャンペーンや首都圏等誘客対策▽ソウル、上海、台北のアジア主要都市と直接結ばれる交通ネットワークや、アジアに近接した地理的優位性を最大限に生かしつつ、アジアの観光客誘致を積極的に進める</li> <li>—</li> </ol>	<p><b>宮崎県</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>—</li> <li>③</li> <li>①②③④⑤⑥⑧⑩⑪⑫⑬⑭⑯⑰(「神話」を活用した誘客)</li> <li>③④⑤⑦⑧⑨</li> <li>③</li> <li>国内客誘致(「宮崎恋旅」や「古事記編さん1300年」「花旅」等のテーマ性を持った観光素材の開発等)▽国外客誘致(韓国、台湾、中国、香港等)▽教育旅行誘致▽コンベンション誘致▽ロケ誘致</li> <li>—</li> </ol>	<p><b>大分県</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>①</li> <li>③</li> <li>①④⑤⑯⑰</li> <li>①②③④⑤⑥⑦⑧⑨</li> <li>①</li> <li>観光地磨き▽情報発信▽国内誘客▽海外誘客▽広域観光</li> <li>—</li> </ol>	<p><b>熊本県</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>—</li> <li>①(2009年)</li> <li>①④⑤⑧⑯⑰⑱</li> <li>①②③④⑤⑦⑨</li> <li>③</li> <li>九州観光の拠点を目指し、新幹線開業効果や政令市移行の効果を県内全域に幅広く波及させるため、「選ばれた熊本」観光キャンペーンを展開するほか、旅行商品化のさらなる推進、おもてなしの向上、東アジアからの観光客誘致等を積極的に推進する。推進にあたっては熊本の営業部長であるくまモンを活用する</li> <li>—</li> </ol>

観光経済新聞社は、このほか、全国47都道府県の観光所管部署を対象に、2013年の観光施策に関するアンケート調査を行った。11月に回答用紙を送り、12月中旬までにすべての自治体から回答を得た。調査では、原発事故の風評被害払拭やインバウンド対策を重点課題とする自治体が多く見られた。(回答は趣旨を変えずに表現を一部変更、割愛したところがあります)

# 風評被害払拭、イン誘致へ積極姿勢