

昇龍道アクション・プラン

1. 昇龍道アクション・プラン進捗状況（H26. 4. 30現在）

1. 受入環境水準の向上等

（1）「昇龍道春夏秋冬百選」に選定された観光資源へ

- ・受託事業者募集の際の仕様書に、百選を意識した行程の作成と百選を体験した感想と改善提案を報告書に含めるよう明記するなど百選への誘致に向けて取り組んでいる。
- ・百選のパンフレットを作成・配布することにより周知を図っている。
- ・百選については、英語・中国語（繁体字・簡体字）で作成するとともに、その簡易版を、英語 35,000 部・中国語（繁体字・簡体字）各 25,000 部・タイ語 10,000 部作成。
- ・簡易版には、9 県 3 市・中部広域観光推進協議会・運輸局のホームページアドレスを QR コード化し掲載。

（2）「昇龍道ウェルカムカード」のバージョンアップ

- ・アンケート結果から、さらなる周知や周知方法の見直しなどが必要。
- ・利用状況について、アンケートを実施したところ、あまり使用されていないという結果がでた。
- ・ウェルカムカードの期限更新にあわせて、ガイドブックを新たに作成。

（3）Wi-Fi（公衆無線 LAN）環境整備の推進

- ・3月26日に開催した分科会において、導入事例の紹介等を実施。
- ・平成26年1月、宿泊施設・観光施設・観光案内所など1,676施設に対して Wi-Fi の導入状況等についてアンケート調査を実施。
- ・今後、「キャリアフリーで利用できるか」、「英語等でわかりやすく案内が明示されているか」などの詳細な調査を実施することとしている。

（4）インバウンド専用切符や周遊きっぷの開発・販売

- ・昇龍道高速バス切符（名鉄）を平成26年1月31日より販売。
- ・バス電車の特定区間が乗り放題となる特別乗車券「長野スノーリゾートパス」（アルピコ交通（株）等）を販売（平成26年1月1日～3月31日）。
- ・富山・石川・福井エリアの特急普通列車自由席・普通列車が4日間乗り放題となる「北陸エリアパス」（JR 西日本（株））の販売（平成26年5月1日～）。

（5）ムスリム旅行者への対応強化

- ・アンケート調査・ヒアリング調査を実施。
- ・ムスリムのモニターツアー等を実施し、その結果等については、2月4日開催

されたワーキング会議において報告するとともに、ムスリムが不安を感じているのが食事・礼拝場所であることや、受入先の理解が必要不可欠であることもあわせて報告したところ。

（６）北陸新幹線金沢延伸の活用

- ・「北陸新幹線の金沢延伸開業に向けた観光振興シンポジウム」（７月９日開催）を開催し、地域の機運を醸成するとともに観光活性化に向けて情報を発信。
- ・「かがやき・はくたか観光会議（北陸新幹線金沢延伸地域観光振興連絡会議）（１１月１３日開催）」を開催し、関係機関が連携しつつ活用について検討を進めている。
- ・「北陸新幹線金沢延伸を契機とした北陸・信越訪日観光 PR in ワシントン DC」（平成２６年５月２０日・在ワシントン DC 日本大使館施設にて開催）において、北陸信越運輸局長が出席し、北陸新幹線沿線地域の PR を実施する予定。

（７）エアライン、外航クルーズ船の誘致の強化

- ・名古屋港において、平成２６年２月設立された「名古屋港外航クルーズ船誘致促進会議」に参画し外航クルーズ船誘致に取り組む。
- ・関係機関連携による誘致活動の結果、エアアジアXによるセントレア～クアラルンプール（週４便・３月１７日就航）便が就航された。引き続き、その定着を図るためインバウンド事業の推進を図る。
- ・タイミッションにおいて、タイ国際航空副社長を表敬訪問し、増便の要請を行った。なお、訪問にはセントレア担当役員も同行。
- ・中国（北京・上海）ハイレベルミッションにおいて、中国国際航空、中国東方航空を表敬訪問し、増便の要請を行った。なお、訪問にはセントレア担当役員も同行。

（８）名古屋の知名度向上（グルメショッピングなど）

- ・商店街を活用した名古屋の魅力発信にむけ、大須商店街一帯（大須商店街連盟）との情報交換を実施（１１月２７日意見交換会実施）
- ・台湾からブロガーを招請し、名古屋の体験談をブログに掲載していただくことで PR につなげた。

２．一貫したプロモーション

（１）昇龍道の魅力を P R

- ・ V J 事業での出展予定の博覧会において昇龍道一体感によるブース出展を実施
- ・海外での P R 用昇龍道 DVD の作成（２６年度 V J 事業で実施）
- ・昇龍道ホームページの強化（２６年度 V J 事業で実施）

3. 市場への戦略的なアプローチ

(1) サポーターの活用

- ・タイミッションにあたり、在日タイ人のアドバイスにより事前調査を実施。なお、調査スタッフはタイからの留学生を起用

4. 昇龍道プロジェクトの活動内容の発信

(1) 定期的なメールマガジンでの情報提供

- ・実施中

(2) 国内観光博・セミナーへの積極的参加

- ・JATA 旅博（2013/9/12～15）の名鉄観光ブースに昇龍道をPRするとともに、企画観光部長が昇龍道を説明し、パネルディスカッションに出席。
- ・旅フェア 2013（2013/11/8～1/10）、トラベルマート（2013/11/27～12/1）に昇龍道プロジェクト推進協議会（中部広域推進協議会）として出展し昇龍道をPR。
- ・旅フェア 2013 の開会式において、三田会長が来賓代表としてご挨拶。
- ・VISIT JAPAN トラベルマート 2013（2013/11/27～29）に中部北陸地域からの出展ブースに共通装飾を施し、昇龍道をPR。
- ・日本経済新聞社主催「中部経済活性化シンポジウム（第7回）」（2013/11/21・名古屋市にて開催）に中部運輸局長がパネルディスカッションに出席。
- ・中日新聞主催「地域活性化リレーシンポジウム in 金沢」（2013/7/29・金沢市にて開催）において北陸信越運輸局長が基調講演。
- ・中日新聞主催「地域活性化リレーシンポジウム in 岐阜」（2013/11/22・岐阜市にて開催）において中部運輸局長が基調講演。
- ・中日新聞主催「地域活性化リレーシンポジウム in 愛知」（2014/1/30・名古屋市にて開催）において中部運輸局長が基調講演。
- ・ムスリム旅行者に対する受入環境対策セミナー（2014/3/4・名古屋市）を開催。
- ・ムスリム旅行者に対する受入環境対策セミナー（2014/3/5・金沢市）を開催。
- ・第26回「なごや旅まつり名古屋 2014」に昇龍道ブースを出展しPR。
- ・「旅フェア日本」と「JATA 旅博」を統合した「ツーリズム EXPO ジャパン」（2014/9/25～28・東京ビックサイトにて開催）に出展を計画。なお、「VISIT JAPAN トラベルマート」は、同時期・同会場において平行開催予定。

(3) 大学との連携による情報発信

- ・愛知大学と連携し、「学生による中部観光提案コンテスト（三重県編）」を11月30日に開催

5. 関係省庁との連携

- ・現在、アクション・プランに基づき各省庁と取り組む予定（一部実施中）

2.「昇龍道日本銘酒街道」の推進(1)



昇龍道プロジェクト

《目的》

昇龍道地域に多数所在する酒蔵の知名度の向上と観光資源としての「酒蔵ツーリズム®」の推進により、訪日外国人を含む観光客の増加を図り、併せて日本酒への親しみ・理解を深めることにより、販売の増加、輸出の促進を図る。

《構成員》約130団体(平成26年4月末時点)

- ・酒蔵関係者(酒造組合、酒造事業者等)
- ・観光、交通事業者(観光団体、旅行業者、ホテル業者、航空事業者、鉄道事業者、バス事業者、タクシー事業者等)
- ・経済団体等(経済連合会、商工会議所、JETRO、NEXCO等)
- ・行政機関(国、県、市)



《アクションプラン》

○酒蔵の知名度向上等

- ・昇龍道酒蔵マップ等による酒蔵見学情報等の発信
- ・「日本銘酒街道巡り」等の旅行商品の造成

○国内外へのプロモーション

- ・海外旅行会社、テレビ局、ブロガー等の招致
- ・海外派遣ミッションへの参画(物産展への出展等)
- ・空港、ホテル、百貨店等における展示・試飲・販売プロモーション

《推進計画》

- ①「昇龍道日本銘酒街道推進会議」の立ち上げ
- ②「昇龍道日本銘酒街道ガイドマップ(仮称)」作成
- ③中部国際空港におけるプロモーション
- ④陶芸関係者等異種業種との連携
- ⑤JETROと連携した輸出の促進
- ⑥海外(アルザスワイン街道等)との提携

2.「昇龍道日本銘酒街道」の推進(2)



昇龍道プロジェクト

①昇龍道銘酒街道推進会議の立ち上げ

【開催時期】 10月ころ

【開催場所】 名古屋市内のホテル等

【推進会議次第(案)】

- 1 酒蔵ガイドマップによる酒蔵見学情報等の発信
- 2 「日本銘酒街道巡り」等の旅行商品の造成
- 3 中部国際空港内におけるプロモーションイベント
- 4 JETROと連携した輸出の促進
- 5 ジャパン・ショッピングフェスティバルの開催
- 6 外国人旅行者向け消費税免税制度の改正



国土交通省
Ministry of Land, Infrastructure, Transport and Tourism

中部運輸局企画観光部

平成26年1月30日



「昇龍道日本銘酒街道推進会議」を開催
～参加会員の募集を開始します～

昇龍道プロジェクト推進協議会では、昇龍道地域に所在する日本酒の酒蔵の知名度の向上と観光資源としての「酒蔵ツーリズム」の推進により、訪日外国人を含む観光客の増加を図り、併せて日本酒への親しみ・理解を深めることにより、販売の増加、輸出の促進を目的に、参加会員の情報・意見交換、ビジネスマッチングの場として「昇龍道日本銘酒街道推進会議」を開催します。

【参加募集会員】

酒蔵関係者（酒造組合及び酒造事業者等）、観光・交通関係者（旅行業者、ホテル業者、鉄道事業者、バス事業者、タクシー事業者、航空事業者等）、経済団体等（経済連合会、商工会議所、NEXCO、JETRO等）、行政機関などで「酒蔵ツーリズム」に協力頂ける会員（「昇龍道プロジェクト推進協議会」会員登録が必要です。）

【開催概要】

参加会員による以下の情報の共有・発信及び意見交換を行います。

- ・「日本銘酒街道巡り」等の旅行商品の造成
- ・陶芸関係者など他業種事業者との連携
- ・ビジットジャパン事業等を活用した海外への情報発信
- ・海外派遣ミッションへの参画（物産展への出展等）
- ・観光地等における展示・販売の促進及び輸出の促進
- ・その他「昇龍道日本銘酒街道」の推進に関すること

【開催スケジュール】

- ・2月～3月 参加会員の募集
- ・4月ころ 「昇龍道日本銘酒街道推進会議」の開催
イベントスケジュールの情報発信
- ・9月ころ 酒蔵ラインナップ、プロモーションの情報発信
- ・12月 集中プロモーションの展開

※「酒蔵ツーリズム」は佐賀県唐津市の登録商標です。

お問い合わせ先
昇龍道プロジェクト推進協議会事務局
（国土交通省中部運輸局企画観光部）
担当：堀内、菊川
電話：052-952-8009
FAX：052-952-8085

3. ジャパン・ショッピング・フェスティバル



昇龍道プロジェクト

- 1.期間:プレイベント:2013年11月中
本イベント:2013年12月1日(日)
～2014年2月28日(金)

冬期の訪日旅行閑散期の
需要創出に向けた取組

- 2.開催都市:東京、大阪、福岡
3.参加店舗数:100施設、12,000店舗以上
・セールや限定品販売など外国人向け
ショッピングイベントを開催
4.主催:観光庁、
ジャパンショッピングツーリズム協会
(共催略)



- 次年度は、「名古屋」開催(26年12月～27年2月)を計画！
商工会議所、関係自治体、百貨店協会、商店街組合などの協力のもと、
官民連携の取り組みが必要です。

4. 2014年1月 百貨店の外国人観光客売上動向



昇龍道プロジェクト

2014年1月の
全国百貨店
(45店舗)の
免税ベースの
売上で
約44億円

調査対象店舗：
外国人観光客誘致委員会委員店45店舗



<名古屋市内百貨店の25年度免税売上高対前年度比>

○松坂屋名古屋店: 70%増、○名鉄百貨店: 前年度比2倍

○ジェイアール名古屋高島屋: 2.2倍

<26年4月以降: 名古屋三越: 2.2倍のペース>

(日本経済新聞記事より)