

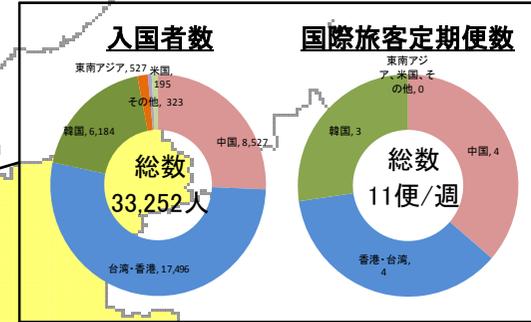
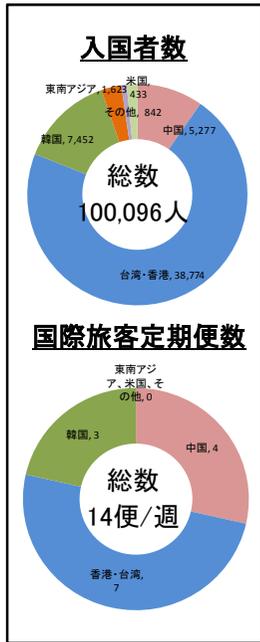
認定を受けた広域観光周遊ルート 「昇龍道」の概要

平成27年6月24日

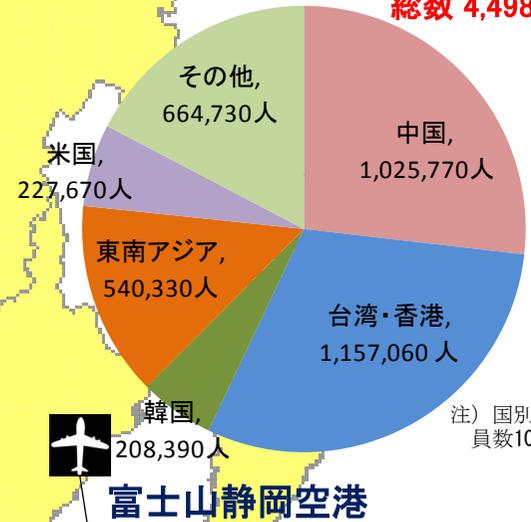


中部(東海・北陸・信州)広域観光推進協議会

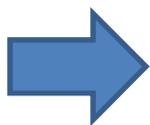
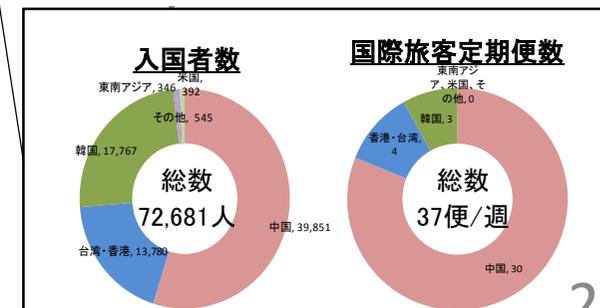
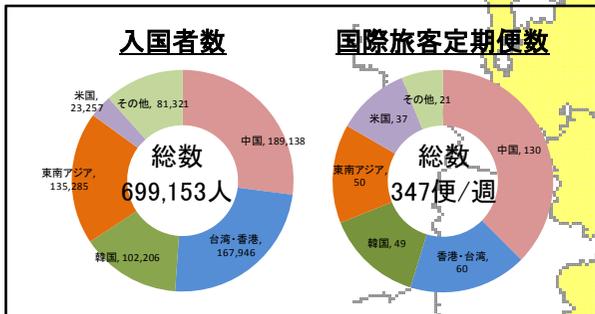
昇龍道にはどの国から外国人が来ている？



■ 昇龍道9県の外国人宿泊数
総数 4,498,560人

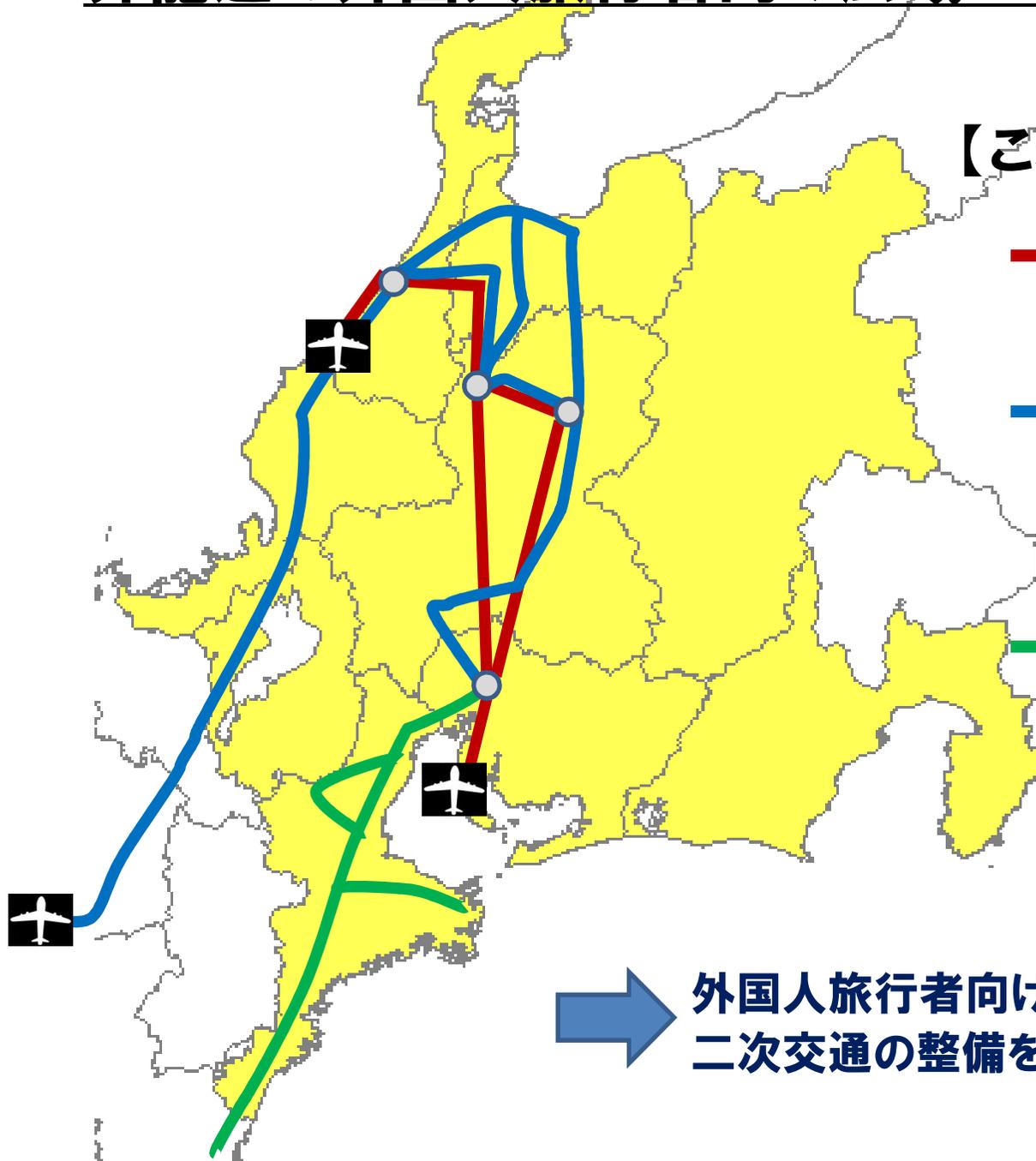


注) 国別宿泊者数は従業員数10人以上の施設の計



主な市場は、中華圏(中国、台湾・香港)、韓国、東南アジア、米国

昇龍道の外国人旅行者向け広域二次交通は？



【これまでの実績】

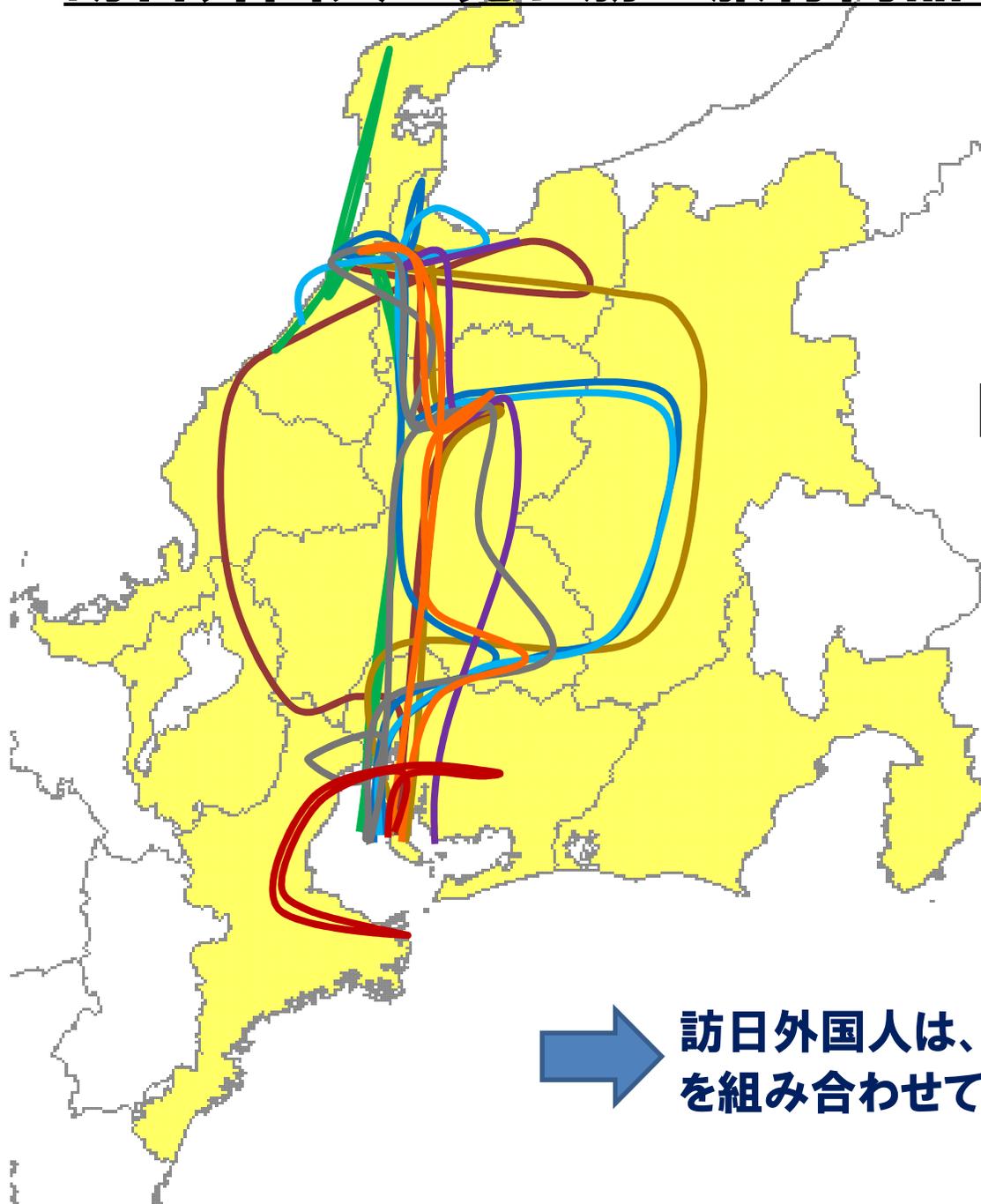
— 昇龍道高速バスきっぷ
(名鉄バス、濃飛乗合自動車、JR東海バス)
(平成26年1月より)

— 高山・北陸エリア周遊
きっぷ
(JR東海、JR西日本)(平成26年10月より
発売した「高山・北陸エリアツーリストパス」
を平成27年7月にリニューアル)

— 伊勢・熊野エリア周遊
きっぷ
(JR東海、JR西日本)(平成27年7月より)

➡ 外国人旅行者向けに、さらに使いやすい広域
二次交通の整備を

訪日外国人に売れ筋の旅行商品は？



【売れ筋旅行商品のルート】

- 中国、台湾・香港、マレーシア、韓国で売れ筋の旅行商品のルート(2014年12月)



訪日外国人は、昇龍道エリア内の多様な観光地を組み合わせる周遊

「昇龍道」エリアの特徴

中部北陸9県は、日本の「まんなか」

日本のまんなかの
「形」
に注目

能登半島を
龍の頭に見立て
「昇龍道」と称す

日本のまんなかの
「自然」
に注目

日本アルプス、富
士山、白山等の
卓越した「山岳」

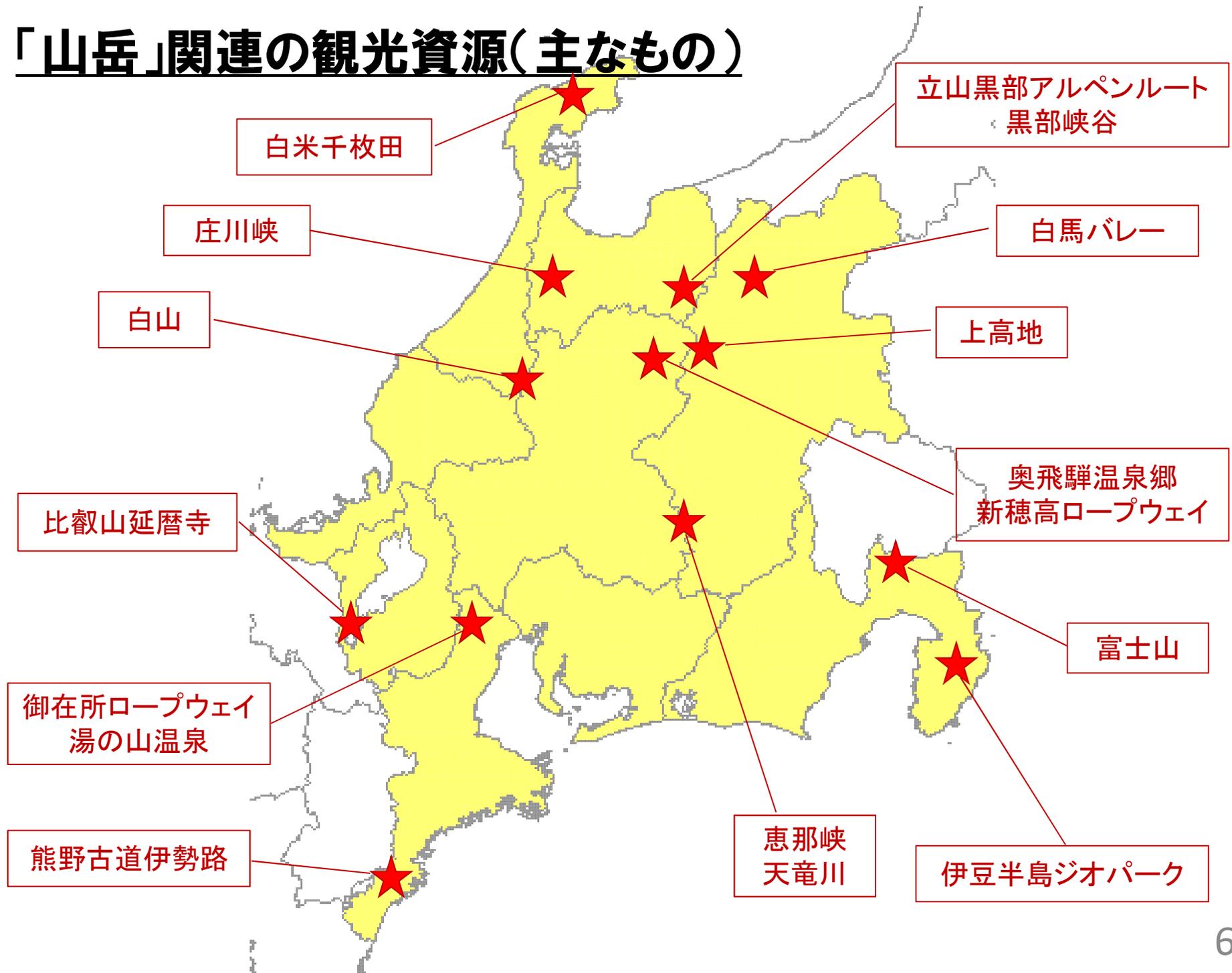
日本のまんなかの
「歴史文化」
に注目

戦国～江戸期に形
成された「サムライ」
の歴史文化

日本のまんなかの
「現在の強み」
に注目

自動車、航空機、
伝統工芸等の
「ものづくり」

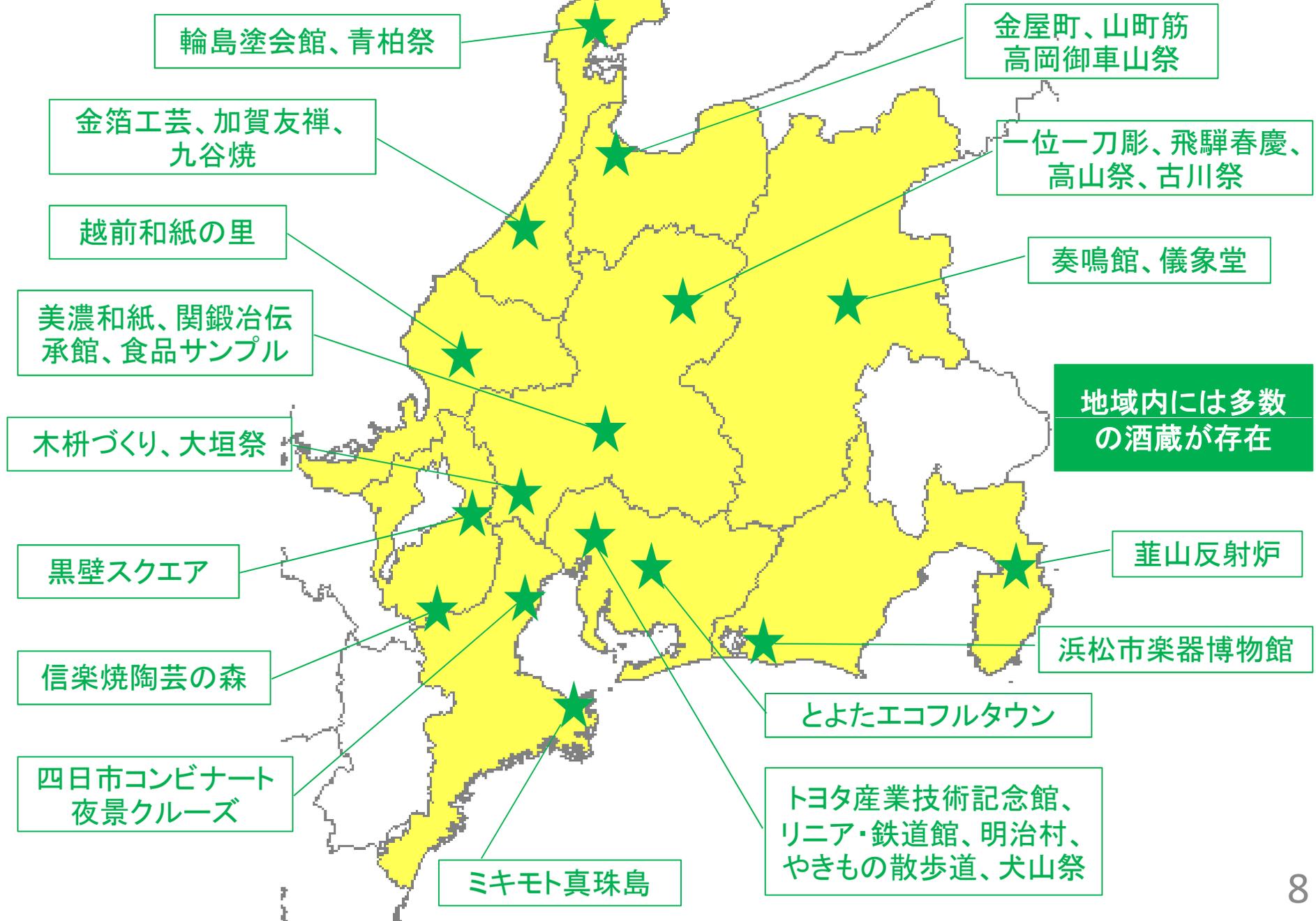
「山岳」関連の観光資源(主なもの)



「サムライ」関連の観光資源(主なもの)



「ものづくり」関連の観光資源(主なもの)



その他の多様な観光資源(主なもの)



「昇龍道」のコンセプト

中部北陸9県は、日本の「まんなか」

日本のまんなかの
「形」
に注目

日本のまんなかの
「自然」
に注目

日本のまんなかの
「歴史文化」
に注目

日本のまんなかの
「現在の強み」
に注目

広域共通の
テーマ

能登半島を
龍の頭に見立て
「昇龍道」と称す

日本アルプス、富
士山、白山等の
卓越した「山岳」

戦国～江戸期に形
成された「サムライ」
の歴史文化

自動車、航空機、
伝統工芸等の
「ものづくり」

広域で取り
組む事業

「昇龍道伝説紀行」

「昇龍道
山岳紀行」

「昇龍道
サムライ街道」

「昇龍道
ものづくり街道」等

広域共通のテーマに沿った観光資源をストーリー化 + その他の多様な観光資源

訪日外国人が嗜好に応じて多様な楽しみ方で広域周遊

(参考)「昇龍道」形成計画概要

名称・コンセプト

- ・名称:昇龍道 (英語はSHORYUDO (Dragon-rise Region))
- ・副題:日本の「まんなか」探訪
- ・コンセプト:日本の「まんなか」9県の広域共通のテーマである「サムライ」、「ものづくり」等をストーリー化して海外へ発信
- ・主な対象市場:中華圏、東南アジア、韓国、米国

申請者(事業実施体制)

- ・申請者:中部(東海・北陸・信州)広域観光推進協議会
- ・会長:三田敏雄((一社)中部経済連合会会長)
- ・事務局:本部長以下7名
- ・構成員:自治体、観光団体、経済団体、民間企業

目標設定・成果把握

- ・目標の設定:平成29年までに600万人泊。その後の目標は、上記目標の達成状況を踏まえて改めて設定。
- ・成果把握の方法:観光庁の宿泊旅行統計調査による

事業の概要

- ・広域で取り組む主な事業
 - (1)事業計画策定・マーケティング
「昇龍道サムライ街道(仮称)」等の事業計画の策定
 - (2)受入環境整備・交通アクセスの円滑化
外国人旅行者向けの広域二次交通の整備・情報発信
 - (3)滞在コンテンツの充実
「昇龍道サムライ街道(仮称)」等の推進
 - (4)対象市場に向けた情報発信・プロモーション
多言語のウェブサイト、SNS、パンフレット等の作成

対象地域の地図

