

資料 1

市場別（中国・台湾・香港）プロモーションの総括

中国市場 24年度 昇龍道プロモーション事業総括表

中部VJ事業 北信VJ事業 近畿・関東VJ事業 県市単独事業

2013/3/6

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	時期未定
休暇・旅行時期	桜ツアー	労働節		夏休み			国慶節				2/10春節		
国際旅行博		5/10上海WTF	6/15北京BITE			9/14広州CITE		11/15上海CITM				広州GITF	
中国	北京向け	北京・大連 ものづくり セールスクール(諏訪観光)	北京BITE出展・ セールスクール(石川)			北京スキー展覧会出展 セールスクール(長野他)				北京スキー 招請(長野他)			
		北京・広州・天津 ハイレベルミッション (富山県知事、広域)	北京 教育旅行 セールスクール(長野・岐阜)										
	北京・上海	北京・広州・上海・香港 セールスクール(石川)						北京・上海 ハイレベルミッション 教育旅行誘致等(長野県知事)					
						北京・上海 旅行社招請 (北陸広域)		北京・上海 環境観光 キーパーソン招請(滋賀)					
中国	上海向け	ITCM China (静岡県)	WTF出展 (北陸国際・静岡)	杭州 世界緑茶祭 (静岡県)	上海・杭州 昇龍道 ミッション(広域・協議会)					上海 広告掲載 (中部山岳)			
		中国写真家協会 招請(広域)	上海 ドラゴンルート 旅行社招請(ドラ協)	メディア招請 (静岡県)		上海 メディア招請 (富士箱根伊豆)	プロガー招請 (鳥羽・伊勢志摩)	上海 旅行社招請 (富士箱根伊豆)		江蘇省・浙江省 旅行商品造成支援(愛知)			
	その他	武漢セールスクール (静岡県)	新華社通信 大阪支局取材(滋賀)	広州 メディア招請 広告(中部山岳)	広州CITE出展 (富山)					上海 新聞・雑誌広告 (富山)	プロガー招請 (鳥羽・伊勢志摩)	上海 広告掲載 (中部山岳)	
				瀋陽友好提携 フォーラム出展・セールスクール(浜松)						映像作成 (名古屋・高山・金沢・利促協)	上海 旅行社・メディア 招請(利促協)		
				武漢 華中旅遊博覧会 出展・セールコース(静岡県)	山西省 北方旅遊交易会 出展(静岡県)						ドラゴンルート ホームページ作成(ドラ協)	広州GITF出展 (北陸国際)	
											西安旅行社招請 (静岡県・岩手県)	北京・広州・上海 招請(広域) ハイレベルミッションフォロー	

昇龍道プロモーションの主な取組み



昇龍道プロジェクト

■中国市場

現地有力メディアを使ったPR

新華社及び人民日報社が「昇龍道プロジェクト」と中部北陸9県の観光について、取材の上ネットに配信（平成24年5月新華社ネット、同年8月人民ネット）



北京ハイレベルミッション（平成24年5月6日～10日）

富山県知事を団長に中国（北京・広州）への中部広域観光推進協議会がミッションを実施。相手国政府機関や旅行会社などから「昇龍道」の名称とプロジェクトが評価される

上海世界観光博覧会(WTF)への出展（5月10日～13日）

初めて海外での『昇龍道』としてまとまったブースを出展

参加者：北陸国際観光テーマ地区推進協議会、愛知県、岐阜県、長野県、静岡県、名鉄グループ



上海市旅游局との署名式



上海世界観光博覧会(WTF)

昇龍道ミッションとして上海・杭州へプロモーション(7月25日～28日)

昇龍道プロジェクト推進協議会の三田会長を団長、甲斐中部運輸局長等を副団長とし、中部北陸地域の自治体、観光関係団体など、官民併せ73名で実施。「昇龍道」9県の一体的なPR、訪日旅行やインセンティブツアー等の誘致、現地旅行会社への昇龍道ツアー造成の働き掛けを実施。

上海市旅游局との観光交流協力覚書の署名式(7月27日)

平成22年3月に締結された「観光及び友好交流における協力覚書」(中部運輸局長、中部広域観光推進協議会長及び上海市旅游局長の3者署名)を改訂し、「上海市旅游局は『昇龍道』プロジェクトを大いに支援する」との内容が盛り込まれた。



杭州市政府との会談



上海市観光セミナー

上海旅行社からの招聘事業(2月22日～26日)

昇龍道ミッションでプロモートした現地旅行会社の招聘が、ようやく実現。本年初夏からの旅行商品の造成・販売に向け視察旅行を実施(2月22日～26日)

25日には、三田会長のほか、愛知県知事、三重県知事、高山市長も参加し、「上海と昇龍道との観光交流会」を盛大に開催(2月25日)



上海と昇龍道との観光交流会



■今回の招請に参加した上海エージェントからの意見と最新情報

1. 全体意見

- ・今回のようにファムトリップに「テーマ性」を持たせたのは良かった。今後もスキーやゴルフなど一定のテーマ性のあるファムトリップ企画の実施は良いと思う。
- ・中部(昇龍道)は、小グループの旅行や、FIT・自由旅行に向いている。その意味では駅⇒観光地の区間を結ぶ二次交通の充実が望まれる。
- ・これまでの中国の一般的な日本旅行商品はどれも浅い内容で深掘りされていない。日本の持つ美しさを伝え切れていない。
- ・初めて日本に来る中国のお客様は、どうしても象徴的な都市(東京、大阪)を中心に選ぶ。故に「昇龍道」は2回目以上のリピーターに適する。
- ・中国のお客様は必ず買い物を好む。中部(昇龍道)に来るお客様はまずリピーターであるのでツアーであれば買い物を自由に出来る自由行動時間が長めにあったほうが良い。
- ・昇龍道で市場を開拓するには、「昇龍道」がどこにあり、どんな食べ物があり、どんな景色があり、どんな特徴があるか、といった事を中国人に教えなければならない。
- ・問題は、今現在(政治状況もあり)中国国内のマスコミは日本観光を宣伝しにくい状況にある。

2. 中部北陸地域の魅力

- ・今回の北コースに入っていた高山、白川郷、下呂温泉は特に魅力的であり、是非行程に入りたい。
- ・今回のコースに入っていなかったが、立山黒部アルペンルートを中心とする北陸地区や長野県など魅力があると捉えている。
- ・中部の魅力といったら一番は自然景観。また「温泉」「買い物」という中国人観光客の求める2大要素を備えている。

3. 受入れ体制・ホスピタリティーについて

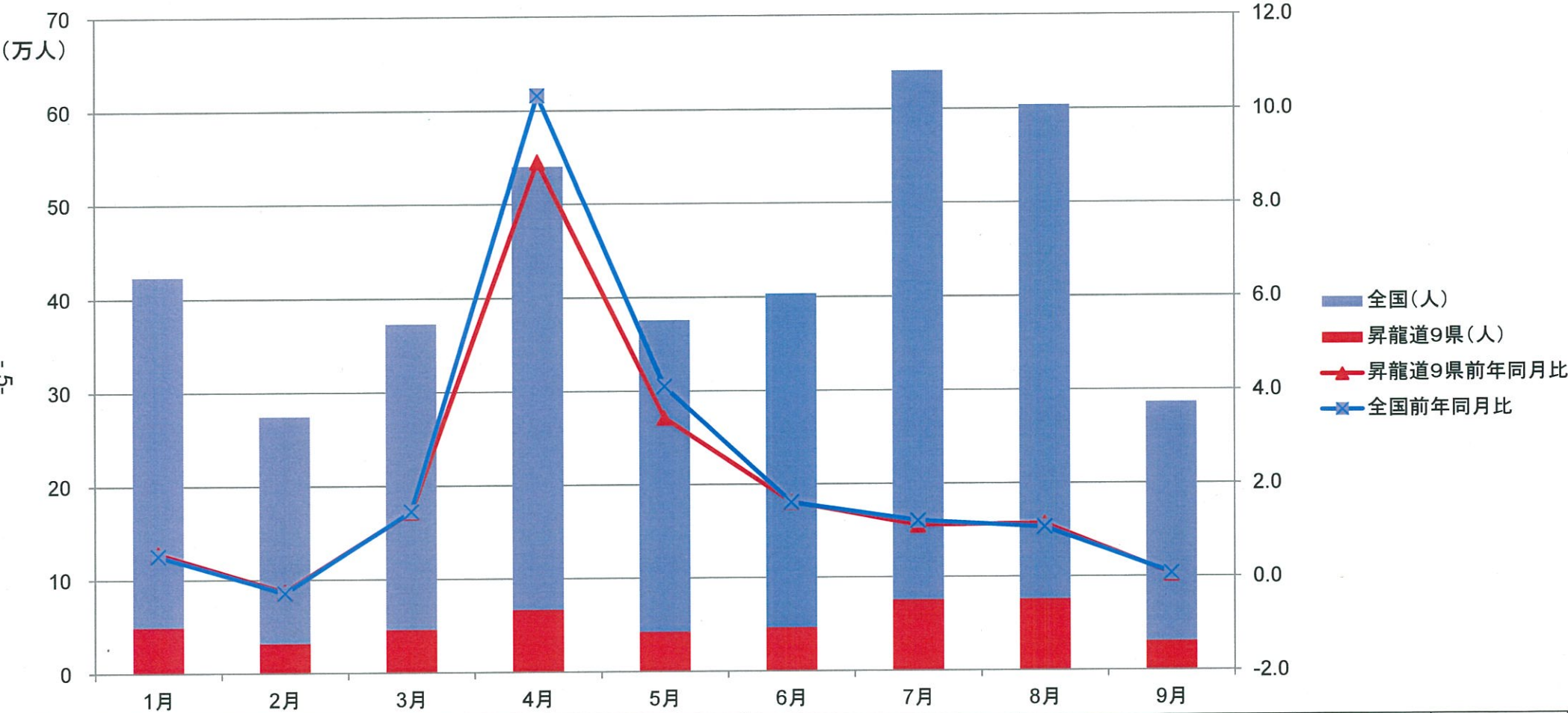
- ・現地で記念品(ギブアウェイ)などのプレゼント(無料の提供品)があるとなお良い。
- ・旅行会社向けには定期的に、このようなファムトリップを実施されたほうが良い。そのほうが旅行会社社員にとって日本中部各地の観光素材の理解が深まり、販売促進につながる。

4. プロモーション手法について

- ・新聞広告、インターネット、微博(ウェイボー:中国におけるTWITTERにあたる)を利用した広告宣伝活動、またはこれらメディアと旅行会社と連動した広告展開が良いのではないかと。
- ・旅行会社に対しては、中部のように知名度の低い地域を販売させるにはインセンティブとしての「補助金」があったほうが良い。

中国からの昇龍道への延べ宿泊者数

- ・対前年同月比は、全国と比較して概ね同様の推移だが、4月、5月期はやや下回っている。
- ・延べ宿泊者数は、日中関係悪化に伴い9月以降大幅減の見込み。



中国 2012年	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月
昇龍道9県(人)	49,550	32,300	46,470	67,120	42,950	47,060	75,990	76,340	31,160
全国(人)	373,580	242,040	326,460	473,310	332,550	356,410	564,580	527,640	255,180
昇龍道9県前年同月比	0.6	-0.3	1.4	8.9	3.4	1.6	1.1	1.1	0.1
全国前年同月比	0.5	-0.3	1.5	10.3	4.1	1.6	1.2	1.1	0.1

※従業者数10人以上の宿泊施設のみ対象
※出典:観光庁 宿泊旅行統計調査

台湾及び香港市場 24年度 昇龍道プロモーション事業総括表

中部VJ事業 北信VJ事業 近畿・関東VJ事業 県市単独事業

2013/3/6

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	時期未定
休暇・旅行時期				夏休み						2/10春節			
国際旅行博		5/4高雄5/25台北					9/28台中	10/26台湾ITF					
台湾	航空会社連携PR (富山)	セールスクール(石川)	エバー航空連携 旅行社招請・現地PR(石川)	台中漫画博覧会 (静岡県)	旅行社・メディア招請 (長野・静岡県)	大規模広告(富山)	台北ITF出展 (広域・長野・浜松)	現地商談会(静岡県)	旅行社・メディア招請 (長野・静岡県)	セールスクール(三重)	加賀屋イベント (能登包機)	旅行社招請 (能登包機)	台湾教育旅行招請 (石川・富山・福井)
	台中観光展(静岡県)	セールスクール(三重)	旅行社招請(富士箱根伊豆)	マスコミ招請 (能登包機)	パンフ作成 (能登包機)	トップセールス(長野県知事) トップセールス(静岡市長)	加賀屋イベント (能登包機)	旅行社招請 (能登包機)	PR広告(能登包機)	河津桜メディア招請(静岡県)	観光商品提案会 (富山・長野・岐阜)	大型広告 (富山・長野・岐阜)	新聞・雑誌広告 (富山・長野・岐阜)
	加賀屋イベント (能登包機)	レンタカー招請 (利促協、東海外客)	教育旅行現地PR(長野他)	旅行社招請(静岡・長野)	教育旅行招請(長野・新潟)	教育旅行説明会 (静岡県)	教育旅行招請・現地説明会 (岐阜・愛知・三重・滋賀・名古屋)	富裕層向け旅行社招請 (金沢・新潟)	合同観光プロモーション (福井・石川)	メディア招請(中部山岳)	大規模広告(中部山岳)	旅行社招請(富士箱根伊豆)	メディア招請(東海外客)
	旅行社招請 (富山・長野・岐阜)	教育旅行説明会 (静岡県)	プロガー招請 (京滋国際)	メディア招請(静岡県)	教育旅行招請(静岡県・山梨)	富裕層向け旅行社招請 (金沢・新潟)	セールスクール(浜松)	旅行社招請(浜松)	旅行社招請(静岡県)	レンタカー現地PR／メディア招請(三重)	雑誌広告等掲載(富山)	雑誌広告掲載(中部山岳)	EGL広告支援 (鳥羽・伊勢志摩)
	PR動画作成(静岡県)	ケーブルテレビ招請(静岡県)	メディア招請(静岡県)	教育旅行招請(静岡県・山梨)	富裕層向け旅行社招請 (金沢・新潟)	セールスクール(浜松)	旅行社招請(浜松)	旅行社招請(静岡県)	レンタカー現地PR／メディア招請(三重)	雑誌広告等掲載(富山)	雑誌広告掲載(中部山岳)	EGL広告支援 (鳥羽・伊勢志摩)	Facebook情報発信(利促協) Facebookフォトン(利促協)
	PR動画作成(静岡県)	ケーブルテレビ招請(静岡県)	メディア招請(静岡県)	教育旅行招請(静岡県・山梨)	富裕層向け旅行社招請 (金沢・新潟)	セールスクール(浜松)	旅行社招請(浜松)	旅行社招請(静岡県)	レンタカー現地PR／メディア招請(三重)	雑誌広告等掲載(富山)	雑誌広告掲載(中部山岳)	EGL広告支援 (鳥羽・伊勢志摩)	Facebook情報発信(利促協) Facebookフォトン(利促協)
	PR動画作成(静岡県)	ケーブルテレビ招請(静岡県)	メディア招請(静岡県)	教育旅行招請(静岡県・山梨)	富裕層向け旅行社招請 (金沢・新潟)	セールスクール(浜松)	旅行社招請(浜松)	旅行社招請(静岡県)	レンタカー現地PR／メディア招請(三重)	雑誌広告等掲載(富山)	雑誌広告掲載(中部山岳)	EGL広告支援 (鳥羽・伊勢志摩)	Facebook情報発信(利促協) Facebookフォトン(利促協)
	PR動画作成(静岡県)	ケーブルテレビ招請(静岡県)	メディア招請(静岡県)	教育旅行招請(静岡県・山梨)	富裕層向け旅行社招請 (金沢・新潟)	セールスクール(浜松)	旅行社招請(浜松)	旅行社招請(静岡県)	レンタカー現地PR／メディア招請(三重)	雑誌広告等掲載(富山)	雑誌広告掲載(中部山岳)	EGL広告支援 (鳥羽・伊勢志摩)	Facebook情報発信(利促協) Facebookフォトン(利促協)
	PR動画作成(静岡県)	ケーブルテレビ招請(静岡県)	メディア招請(静岡県)	教育旅行招請(静岡県・山梨)	富裕層向け旅行社招請 (金沢・新潟)	セールスクール(浜松)	旅行社招請(浜松)	旅行社招請(静岡県)	レンタカー現地PR／メディア招請(三重)	雑誌広告等掲載(富山)	雑誌広告掲載(中部山岳)	EGL広告支援 (鳥羽・伊勢志摩)	Facebook情報発信(利促協) Facebookフォトン(利促協)
	PR動画作成(静岡県)	ケーブルテレビ招請(静岡県)	メディア招請(静岡県)	教育旅行招請(静岡県・山梨)	富裕層向け旅行社招請 (金沢・新潟)	セールスクール(浜松)	旅行社招請(浜松)	旅行社招請(静岡県)	レンタカー現地PR／メディア招請(三重)	雑誌広告等掲載(富山)	雑誌広告掲載(中部山岳)	EGL広告支援 (鳥羽・伊勢志摩)	Facebook情報発信(利促協) Facebookフォトン(利促協)
休暇・旅行時期	イースター			夏休み					クリスマス	2/10旧正月			
国際旅行博			6/14香港ITE										
香港		プロガー招請(京滋国際)	香港ITE出展(北陸国際)										
		旅行会社招請(利促協)											

昇龍道プロモーションの主な取り組み



昇龍道プロジェクト

■台湾市場

＜2012年の実績＞

旅行会社の招請（平成24年2月11日～15日）

旅行会社を招請しファムトリップを実施、この結果9社が昇龍道関連の訪日旅行商品を企画販売、これまでの実績は9,669名（24年春・夏旅行商品）

ファムトリップの実施 と旅行博への出展

◇冬季訪日旅行商品の造成に向けたファムトリップを実施（8月28日～9月2日）

◇台北SOGO（百貨店）における「昇龍道」旅行商品販売会を開催（10月9日～14日）台湾旅行社17社が協力

◇台北国際旅行フェア（ITF）への出展（10月26日～29日）

「昇龍道」ブースで地域一体となったプロモーションを実施（本年「日台観光サミット」開催地である三重県も参加）※送客実績 2,563名（2月末）

昇龍道観光プロモーションを開催（平成25年2月20日～21日）

◇台北市・台中市において観光説明会・商談会・セールスコールを実施
：昇龍道に関心の高い、台湾の有力旅行会社に向けて昇龍道の魅力をPR

■香港市場

＜2012年の実績＞

ファムトリップの実施と広告支援（平成24年10月29日～11月2日）

◇「グルメ」を核とした誘客促進

香港人の訪日目的として重要な「食」を核としたPR・旅行商品造成
これまでの実績は約800人（予約含む）

SNSを活用した情報発信（フォトコンテスト）（平成25年3月1日～15日）

◇Facebookを活用した誘客促進

英語での発信が可能な香港等を対象に、Facebook上でのフォトコンテストを実施中 ※中部国際空港「Japan Travel -Nagoya, Chubu」ページの活用



SOGO「昇龍道」旅行商品販売会



SOGO「昇龍道」旅行商品販売会来場者



ITF昇龍道ブース風景



ITF昇龍道ブース来場者



昇龍道観光プロモーションセミナー



昇龍道観光プロモーション商談会



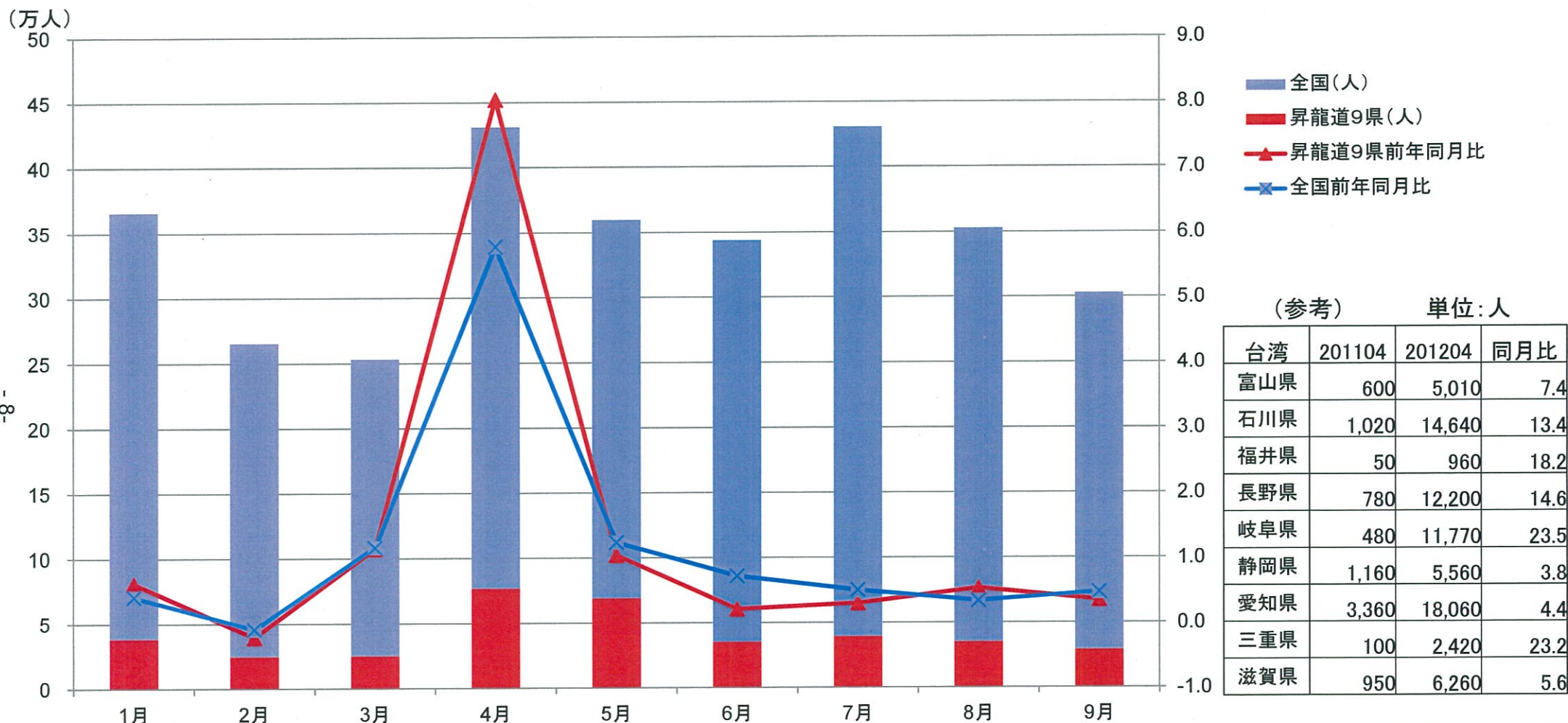
香港「グルメ」ファムトリップの参加者

台湾からの昇龍道への延べ宿泊者数



昇龍道プロジェクト

・対前年同月比は、全国と比較して概ね同様に推移しているが、4月は全国より上回っている。



台湾 2012年	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月
昇龍道9県(人)	38,410	24,880	25,240	76,880	69,120	35,360	39,380	35,040	29,170
全国(人)	327,540	240,850	228,000	354,180	290,430	308,140	391,070	318,050	273,730
昇龍道9県前年同月比	0.6	-0.2	1.2	8.0	1.0	0.2	0.3	0.5	0.3
全国前年同月比	0.4	-0.1	1.2	5.8	1.2	0.7	0.5	0.3	0.5

※従業者数10人以上の宿泊施設のみ対象

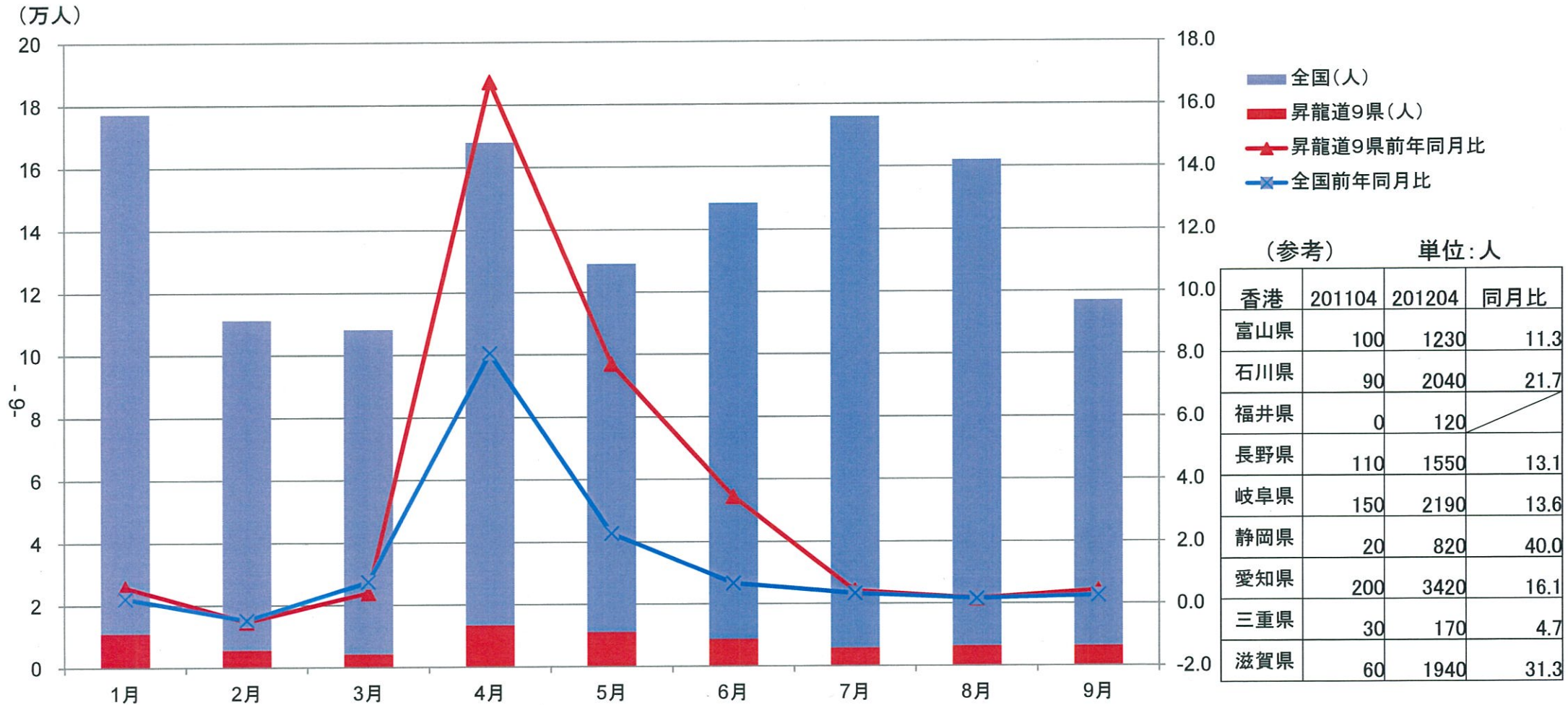
※出典:観光庁 宿泊旅行統計調査

香港からの昇龍道への延べ宿泊者数



昇龍道プロジェクト

・対前年同月比は、全国と比較して上回っており、4月、5月、6月期において顕著。



香港 2012年	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月
昇龍道9県(人)	11,050	5,710	4,320	13,480	11,220	8,830	5,930	6,490	6,470
全国(人)	166,280	105,520	103,830	154,590	117,730	139,580	170,060	155,520	110,520
昇龍道9県前年同月比	0.6	-0.5	0.4	16.7	7.7	3.4	0.4	0.2	0.4
全国前年同月比	0.2	-0.5	0.7	8.1	2.3	0.7	0.3	0.2	0.3

※従業者数10人以上の宿泊施設のみ対象
※出典:観光庁 宿泊旅行統計調査

中華圏からの昇龍道への延べ宿泊者数



昇龍道プロジェクト

- ・対前年同月比は、全国と比較して概ね同様の推移。
- ・比率上は順調に見えるが、1月～9月の延べ宿泊者数の合計で約12.4%と、昇龍道9県のウェイトは未だ低い。



※従業者数10人以上の宿泊施設のみ対象

※出典：観光庁 宿泊旅行統計調査

2012年の訪日外客数(推計値)

※対前々年(2010年)同月(12月)比較

国・地域	Country/Area	総数 Total			総数 Total		
		2010年 12月	2012年 12月	伸率(%)	2010年 1月～12月	2012年 1月～12月	伸率(%)
総数	Grand Total	648,380	689,700	6.4	8,611,175	8,368,100	-2.8
韓国	South Korea	202,508	199,900	-1.3	2,439,816	2,044,300	-16.2
中国	China	60,493	52,400	-13.4	1,412,875	1,430,000	1.2
台湾	Taiwan	81,477	111,000	36.2	1,268,278	1,466,700	15.6
香港	Hong Kong	42,622	44,700	4.9	508,691	481,800	-5.3
タイ	Thailand	19,370	25,600	32.2	214,881	260,800	21.4
シンガポール	Singapore	36,827	27,400	-25.6	180,960	142,200	-21.4
豪州	Australia	24,815	25,400	2.4	225,751	206,600	-8.5
米国	U.S.A.	54,003	57,900	7.2	727,234	717,300	-1.4
カナダ	Canada	12,273	11,800	-3.9	153,303	135,600	-11.5
英国	United Kingdom	12,655	13,300	5.1	184,045	174,200	-5.3
フランス	France	10,168	10,300	1.3	151,011	130,600	-13.5
ドイツ	Germany	7,405	7,300	-1.4	124,360	109,000	-12.4
マレーシア	Malaysia	17,451	17,200	-1.4	114,519	130,300	13.8
インド	India	4,292	4,700	9.5	66,819	69,100	3.4
ロシア	Russia	3,696	4,200	13.6	51,457	50,200	-2.4
インドネシア	Indonesia	11,124	13,400	20.5	80,632	101,600	26.0
ベトナム	Vietnam	2,833	3,500	23.5	41,862	55,200	31.9
その他	Others	44,368	59,700	34.6	664,681	662,600	-0.3

◆注1：本資料を引用される際は、出典名を「日本政府観光局(JNTO)」と明示してください。

◆注2：上記の2010年の数値は確定値、2012年の数値はJNTOが独自に算出した推計値である。

◆注3：訪日外客とは、国籍に基づく法務省集計による外国人正規入国者から、日本を主たる居住国とする永住者等の外国人を除き、これに外国人一時上陸客等を加えた入国外国人旅行者のことである。駐在員やその家族、留学生等の入国者・再入国者は訪日外客に含まれる。