

昇龍道プロジェクトの 平成30年度活動方針



1. 戦略的プロモーションの推進
2. 広域周遊観光の促進
3. 受入環境整備の推進
4. 会員・関係者との連携の一層の強化
5. その他

参考 国の施策等

1. 戦略的プロモーションの推進(1)

訪日外国人宿泊者数は全国では順調に伸びているものの、昇龍道では鈍化傾向にある。（平成29年年間値（全国+12.4%、昇龍道+2.7%））

昇龍道を下支えしてきたアジア地域の団体旅行が個人旅行に急速にシフトしており、個人旅行者を昇龍道に誘客するための新たなプロモーションが必要。

昇龍道の訪日外国人旅行者は東アジア・東南アジア市場が大部分（約8割）を占めており、新規開拓市場として滞在日数が長く、旅行消費額が大きい欧米豪市場を対象としたプロモーションを行うなど、戦略的プロモーションを推進していく。

■ 東アジア・東南アジア市場：個人旅行者(FIT)の誘客を重点とするPR

- 個々の旅行ニーズに応じるため、ターゲットをより明確に設定し、きめ細かなプロモーションを展開する。
- 市場別に有効となるメディア（WEB・SNS・冊子等）の活用や海外旅行博への出展によるPRを展開する。
- 二次交通の企画切符やレンタカーを活用した訪日旅行を推進する。
- なお、団体旅行の誘客については、教育旅行や体験型コンテンツを取り入れた新たな滞在型ツアーの推進など、明確なテーマを持ったプロモーションを展開する。

1. 戦略的プロモーションの推進(2)

■ 欧米豪市場：認知度向上のためのP R

- ・ 「食」、「歴史・文化」、「自然・景勝地」の3つのテーマを柱とし、メディアや旅行会社等にPRを行い、昇龍道の認知度向上を図る。
- ・ オーストラリア市場へのPRについては、これまでほとんど手つかずであったが、オーストラリアからの訪日旅行者は、長期滞在傾向であるため、もっと取り込んでいく必要がある。
- ・ オーストラリアからの訪日旅行者に、旅行途中での訪問先としての昇龍道を認知させるため、中部北陸9県の官民が一体となったミッション団をオーストラリアへ派遣し、認知度向上のためのプロモーション活動を展開する。

■ 昇龍道大使によるP R

- ・ 昇龍道のP Rを目的とした刊行物やWEBサイト等への活動内容の掲載、当協議会が要請するイベントへの参加等により、昇龍道への誘客に向けたP Rを図る。

■ マーケティングに基づくP R

- ・ 昇龍道を訪れる訪日外国人旅行者の移動経路、国籍別カスタマージャーニー等に関するマーケティングに基づくPR、各市場への効果的なプロモーションを展開する。

2. 広域周遊観光の促進



外国人旅行者をはじめとする観光客の広域的な周遊観光を促し、より多くの来訪・滞在を促進するため、外国人のニーズに合った観光地域づくりを進める。

■ 昇龍道ブランドの評価・検証

- 従来のアジア圏中心の展開から、欧米豪を含めた市場の拡大が求められており、昇龍道ブランドを評価・検証し、今後の昇龍道における訪日観光にふさわしいブランド展開を目指す。

■ 広域共通の観光テーマの検証

- 現行の6つの広域共通の観光テーマについて、外国人目線や観光地域づくりの観点から検証をおこない、外国人が求める観光テーマの見直しにつなげる。

■ 観光資源の磨き上げ

- 昇龍道の観光資源について、交通アクセスを含めた受入環境等の調査や評価を行い、受入環境の改善や観光コンテンツの充実につなげる。

3. 受入環境整備の推進(1)



「明日の日本を支える観光ビジョン」の目標を達成するため、全ての旅行者がストレスなく快適に観光を満喫できる受入環境整備を推進する。

■ 訪日外国人旅行者の受入環境整備の推進

- 訪日外国人旅行者のさらなる消費拡大を目指すため、受入環境整備をテーマとした分科会を開催し、整備促進に向けた情報提供（共有）を図る。
- 無料Wi-Fi環境の充実に向け、「周知・広報」、「整備促進」、「認証・連携」の3つの活動方針のもと、昇龍道一体となった取組みを推進する。
- クレジットカード、スマートフォンによる支払い等の決済環境整備や外貨両替所の整備等を促進する。
- 観光庁の訪日外国人旅行者受入環境整備緊急対策・旅行環境整備事業を活用し、宿泊施設や交通事業者のインバウンド対応、観光案内所や観光拠点情報・交流施設の整備・改良、手ぶら観光カウンターの整備・改良、トイレの洋式化を行うことにより、滞在時の快適性、地方における消費拡大、観光地までの移動円滑化等を促進する。

3. 受入環境整備の推進(2)



■ 二次交通の充実及び利便性の向上

- 昇龍道の主要ゲートウェイから観光地や観光地間の交通アクセスの調査を行い、調査結果に基づき改善を促すことで、訪日外国人旅行者が快適に旅行できる環境の整備につなげる。
- 交通事業者によるWi-Fi環境、多言語表示・案内、企画切符等のインバウンド対応を促進する。
- 各空港の就航便に合わせた必要な二次交通の確保を図ることを目指す。
- クルーズ船の誘致を促進するとともに、各港から観光地等へアクセスする二次交通の確保を図ることを目指す。

■ 手ぶら観光の促進

- 駅やバスターミナル、観光案内所と併設した手ぶら観光カウンターの設置を促進する。
- 平成29年度に行った高山-松本間における手ぶら観光実証事業の結果を踏まえ、同地域における継続的な取組の検討に加え、他の地域（区間）における手ぶら観光を促進する。

4. 会員・関係者との連携の一層の強化(1)



昇龍道プロジェクト

昇龍道プロジェクト推進協議会会員相互の連携はもとより、観光振興に係る関係者との連携を一層強化し、昇龍道プロジェクトを更に発展させる。

■ DMOとの連携の強化

- 地域の連携を図る連絡調整会議やDMO連携委員会を活用し、昇龍道の各DMOの実施事業等の情報共有を行うこと等を通じ、関係者間の適切な役割分担のもと、関係者間の連携を強化する。

■ 各省庁との連携の強化

- 総合通信局： 放送コンテンツの海外展開強化事業（参考 1 参照）
- 経済産業局： 域外からの誘客を通じた消費の拡大（参考 2 参照）
- 農政局： 農泊の推進（参考 3 参照）
- 地方環境事務所： 国立公園満喫プロジェクト（参考 4 参照）
- 地方整備局： インフラを活用した訪日外国人受入環境整備（参考 5 参照）
- 運輸局： 訪日外国人旅行者受入環境整備緊急対策・旅行環境整備事業
(参考 6 参照)
- 国税局： 昇龍道日本銘酒街道

4. 会員・関係者との連携の一層の強化(2)



■ 地方公共団体等との連携の強化

- 昇龍道プロジェクトの具体的な活動（海外プロモーション、受入環境整備等）において、県・市町村・観光協会等との連携を促進する。
- 杉原千畝ルート推進協議会、北陸・飛騨・信州3つ星街道観光協議会等の広域連携組織との連携を強化する。

■ 民間企業との連携の強化

- 昇龍道プロジェクトの具体的な活動（海外プロモーション、受入環境整備等）において、民間企業との連携を促進する。
- 昇龍道の認知度向上に資する民間企業が主体となる取組を推進する。
- 民間企業が持つ海外チャネルを活用し、昇龍道への誘客に向けた取組を促進する。

4. 会員・関係者との連携の一層の強化(3)



■ 日本政府観光局（JNTO）との連携の強化

- JNTOが実施する訪日プロモーションに関する情報共有・情報収集を図る。
- 日本政府観光局に設置された地域プロモーション連携室との情報共有等により事業効果の向上を図る。
- 中国における昇龍道重点ディステーション・キャンペーンと連動したプロモーションを引き続き展開する。

■ 昇龍道プロジェクト推進協議会の会員数の増加等

- 昇龍道プロジェクト推進協議会の会員の一層増加を目指し、関係機関等へ積極的に働きかける。
- 昇龍道の多言語ウェブサイトへのリンク貼りを促進する。

昇龍道における外国人旅行者の増加や消費の拡大等につながるあらゆる取組の可能性を模索する。

■ 各種会議の活用

- 観光ビジョン推進地方ブロック別戦略会議において取りまとめられた外国人旅行者を受け入れる上での課題の解決を図るとともに、地域の特色を活かした観光振興のための環境整備を推進する。
- 地域の連携を図る連絡調整会議やDMO連携委員会を活用し、各地域における実施事業の調整を行う。

■ 人材育成等

- 昇龍道を含めた観光に対する理解増進を図るとともに、将来の観光に関係する経営者層や従事者層の拡大を目指す。

参考 国の施策等（平成30年度予算）

<概要>

放送コンテンツを制作する民間事業者等と、他分野・他産業（観光業、地場産業、他のコンテンツ等）、地方公共団体等の関係者が幅広く協力し、「クールジャパン戦略」、「ビジットジャパン戦略」及び「地方の創生」等に資する放送コンテンツを制作、発信するとともに、様々な連動プロジェクトを一体的に展開する取組等を支援。

H29 補正予算

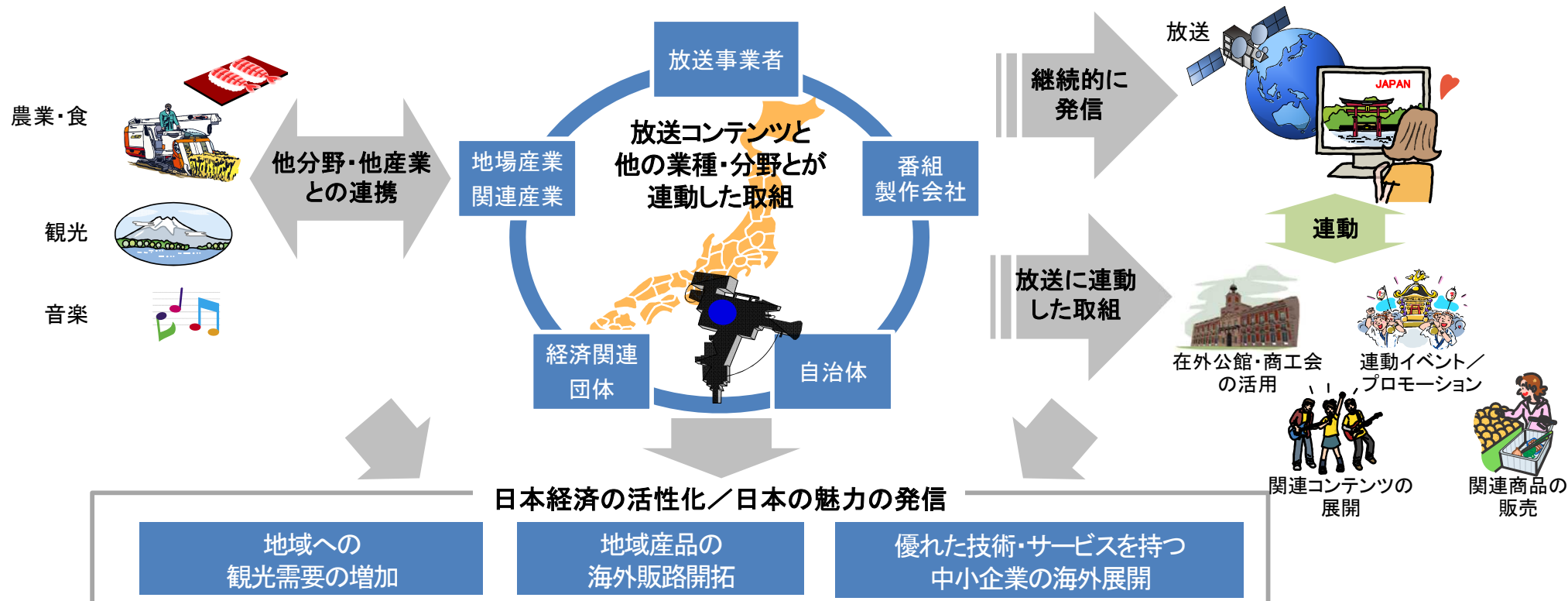
放送コンテンツ海外展開総合強化事業

12.8億円

H30 当初予算案

放送コンテンツ海外展開強化事業

3.5億円



「商店街（商業）×観光」の組み合わせにより、地域を挙げてインバウンドを始め域外客を呼び込み、地域資源を活用した、工芸品や食、体験メニューなど、クールジャパン商品・サービスをもって、新たな需要の創出と消費拡大を図る。このため、商品・サービスの開発やショッピング環境の整備を始めとする「稼ぐ力」、「地域価値」の向上、「稼ぐ場」としての機能強化につながる各種活動（魅力づくり+ローカルブランディング）を支援。さらに、地域間連携を進め、広域での周遊・回遊性等を高めていく。

商店街×観光

もの
づくり

商社

小売
店

飲食
店

サー
ビス

宿泊

交通

観光

・免税手続きカウンター設置
や集客ツールの作成

・地域産品を活かした
飲食施設の整備

・リノベーションによる宿泊・
飲食拠点の整備

・通訳ガイドと巡る商店街
体験ツアーの開発

・複数税率
対応レジの
導入や受発
注システム
の改修

・革新的なサービスの開発・試作
品開発・生産プロセスの改善

・小規模事業者の販路開拓

外国語パンフレットの作成

・地域経済牽引事業計画を支援

地域未来投資促進法

・サービス業等の生産性向上に資する
ITツール導入

サービス等生産性向上
IT導入支援事業

・サービス品質の「見える化」を
通じた国内外の顧客の獲得



「おもてなし規格認証2018」

地域文化資源活用空間創出事業、地域・まちなか商業活性化支援事業
軽減税率対策補助金

ものづくり・サービス補助金
持続化補助金

コンテンツ

工芸品等

クールジャパン（地域資源）商品・サービスの開発

食

体験観光

コンテンツの海外展開

・ビジネスインバウンドの加速に向けた日本の魅力発信力強化



クラウドファンディング等を活用するコンテンツ制作や海外プロモーションの取組
海賊版に対抗する世界同時展開の取組

クリエイターを中心としたグローバル
コンテンツエコシステム創出事業

ふるさと名物（ものづくり、食、観光）の開発

・地域資源の活用や農林漁業者との連携により行う、商品・サービスの開
発や販路開拓



銅器と木製漆器を複合さ
せた酒器等の製造・販売



「加賀料理を提供する施設」を
核にしたフードツーリズム事業



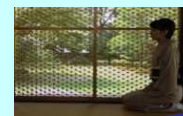
瀬戸焼でつくる招き猫を活用したイ
ンバウンド観光による販路開拓

ふるさと名物支援事業、ものづくり・サービス補助金

クールジャパン商材の海外展開

・デザイナーが日本の魅力ある
商材の海外展開をプロデュース

・パリのショップにおけるテスト
マーケティング



JAPANブランド育成支援事業
専門家招聘型プロデュース支援事業
クールジャパン機構等

H29年度の取組状況

農泊に対する「気付き」の喚起を行うとともに、農泊実施民間組織に対する直接支援等、農泊推進対策（50億円）を新設し、意欲の高い地域を支援『「儲かる」体制の確立』と『地域の「宝」の磨き上げ』

○今年度は、約400地域の応募の中から、農泊に取り組む意欲の高い約200地域を支援

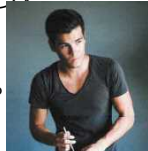
先進事例	集落丸山（兵庫県篠山市）	特徴的な取組	実績（H28年度）	集落への効果
		- 集落住民によるNPO法人の設立、（一社）ノオトとLLPを結成 - 古民家を改修した宿泊施設を一棟貸しで提供（ハイエンド層をターゲット）	- 宿泊者数 669人（H21～累計5.5千人超） - 宿泊売上 9,915千円 - 集落住民への配当額 2,411千円	UIターンの増加 H20 集落12世帯（定住は5世帯19人） H23 Uターン定住（5→6世帯23人） H29 Iターン移住（6→8世帯28人）

地域の取組を「知って」もらう機会の創出

- 海外のタレントやブロガー等による国内外への発信
 - ⇒エラワン・フサーフ氏を起用し、9月に東南アジア7カ国で農泊地域（※）を紹介する動画のテレビ放映及びYouTubeで全世界へ発信（131万回以上再生）
 - ※石川県能登、長野県飯山、岐阜県飛騨古川、京都府伊根、兵庫県篠山、和歌山県秋津野
 - ⇒9月にブロガー（Umie氏、Mira氏）が同行したモニターツアーを実施し、SNSで発信（うち1名のYoutubeで1.2万回以上再生）

Erwan Heussaff

- ・フランス系フィリピン人
- ・8軒のレストランを営む実業家・旅行家・料理研究家
- ・タレントとしてPVやCMに多数出演
- ・Instagramのフォロワーは140万人



Umie

- ・台湾出身のブロガー
- ・日本の観光地の情報等を積極的に発信
- ・台湾Yahoo!トップページの掲載実績有
- ・ブログの閲覧数は月間約30万



Mira

- ・カナダ出身のYouTuber
- ・日本の観光地から面白い商品や興味を持った事をユーモラスに紹介
- ・YouTubeチャンネルは約25万人が登録



- 農泊地域の情報提供及びビジネス化の促進のための**国内外の旅行者等とのビジネスマッチングを全国で実施（H30年1～3月）**
- 農泊の先進事例（12地域）を集めた「農泊プロセス事例」を作成
 - ⇒農水省ホームページに掲載するとともに、農泊シンポジウムでも配布
- 農山漁村の食の魅力を世界に向けて発信（SAVOR JAPAN）



今後の取組方針

農泊の取組をビジネスとして早期に自立化させるため、引き続き、意欲の高い地域を支援するとともに、人材育成・確保対策を充実、情報発信を強化

『「儲かる」体制の確立』と『地域の「宝」の磨き上げ』

- 農泊地域500地域創出に向け、農泊実施民間組織に対して直接支援
 - ⇒農泊ビジネスの現場実施体制の構築や地域資源を魅力ある観光コンテンツとして磨き上げる取組を支援
 - ⇒古民家等を活用した滞在施設や農林漁業・農山漁村体験施設等の整備を支援



- 料理人と農泊地域のマッチングなどの人材育成・確保を支援

地域の取組を「知って」もらう機会の創出

- 国内外の旅行者や旅行事業者等に個々の農泊地域の魅力を効果的に情報発信



現在公開中の農泊地域を紹介する動画

伊勢志摩国立公園地域協議会 平成30年度の取組計画

取組①アクセス道の環境整備

- 主要駅間での荷物受取サービスの導入（市町）
- 主要駅での無料Wi-Fiサービスの提供（交通事業者）
- 観光交通に対する交通の円滑化の実施（市町、国）

取組②多様な主体によるサービスの提供

- 公共施設の民間開放（国）
- 自然体験プログラムの開発支援、ツアー造成（県・市町・観光関係団体）
- 日本遺産「斎宮」及び世界遺産「熊野古道」との連携（県・市町）
- DMOの設立準備（市町・観光関係団体）
- 「昇龍道プロジェクト」との連携（県）
- エコツーリズム推進全体構想の検討（エコツーリズム推進協議会）



ツアー造成

取組③まちなみ等の景観改善

- 違反屋外広告物の是正（県）
- 景観形成ガイドラインの運用（市町）



漁港の景観

取組④インバウンド対応のための施設整備等

- 標識類の多言語化（県）
- 展望施設の再整備（県）
- トイレの洋式化（県・市）
- 定期船のアナウンスの多言語化（市）
- バリアフリー観光関連の取組支援（県）



バリアフリー木道



多言語化標識

取組⑥国立公園への誘導・プロモーション

- SNSによる情報発信（国・県・市町・観光関係団体）
- メディアファームトリップを実施（県）
- 国内外の旅行博への出展（国・県・市町・観光関係団体）
- MICE誘致（県・観光関係団体）
- 海外に向けた海女文化のPR活動の実施（市）

取組⑤人材育成

- 観光案内所等への外国人アドバイザーの派遣（県）
- 観光専門人材の育成支援（県）
- 訪日外国人受入者向け研修会の実施（県）
- 自然体験活動のインストラクターの人材育成支援（県）



講演会



ファームトリップ

訪日外国人利用者数を
2020年に10万人に！

H32

H28

H27

61,000人

100,000人
National
Parks
of Japan

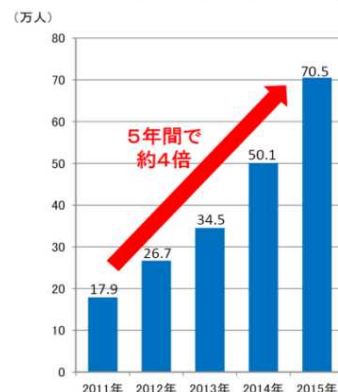
訪日外国人レンタカー利用に関する事故対策

- ・急増する訪日外国人観光客のレンタカー利用による事故を防止するため、レンタカー事業者や警察、観光部局と連携しながら、ETC2.0の急ブレーキデータ等を活用して、外国人特有の事故危険箇所を特定し、ピンポイント事故対策を講じる。
- ・中部国際空港を利用する訪日外国人観光客を対象に実施中。
- ・平成30年度に、取得したデータの分析により、対策箇所を選定。現地でピンポイント対策を実施予定。



○訪日外国人観光客の増加に伴い、レンタカーを利用する訪日外国人は、2011年から2015年の5年間で約4倍に増加。

レンタカーを利用した訪日外国人の推移



継続した取組

- ・平成29年度の活動状況にて紹介した取組について、引き続き平成30年度においても取組を継続していく。

○クルーズ船の受入環境整備

- ・多言語案内板やwi-fiの設置を進めるとともに、岸壁から市街地への回遊性の向上等を検討

○「道の駅」における受入環境整備

- ・Wi-fi環境の整備を進めることで、「道の駅」における情報発信機能を向上させ、訪日観光の促進を図る。

○利用者にわかりやすい道路標識

- ・高速道路「ナンバリング」の導入、交差点名標識に「観光地名商の表示・英語表記」に改善を図ることで、訪日外国人をはじめ、すべての利用者にわかりやすい道案内を実現する。

○ミズベリングプロジェクトや国営公園での受入環境整備

- ・国営公園の各拠点でコミュニケーションボードの活用を検討するとともに、標識案内看板の多言語化の検討を行い、標識・案内看板の更新を行う。

【運輸局】訪日外国人旅行者受入環境整備緊急対策・旅行環境整備事業



昇龍

参考 6

訪日外国人旅行者数4,000万人等の実現に向けて、多言語音声翻訳システムの普及等の多言語対応の一層の促進、無料公衆無線LAN環境の一層の充実、増加する訪日ムスリム旅客の受入体制の強化等、ストレスフリーな受入環境の整備に向けてさらにきめ細やかな支援を行う。

訪日外国人旅行者受入環境整備緊急対策事業 → 以下の3事業から [] を除いた部分。

交通サービスインバウンド対応支援事業

※新規メニュー(赤字)

旅行環境整備事業

具体的な取組み

地方での消費拡大に向けたインバウンド対応支援事業

■全国共通ICカードの導入

【補助対象事業者】

鉄軌道事業者、一般乗合
旅客自動車運送事業者 等



■企画乗車船券の発行

【補助対象事業者】

公共交通事業者 等



■交通施設や車両等の洋式

トイレ、多機能トイレの整備

【補助対象事業者】

鉄軌道事業者、ノスタルミナル事業を営む者、
国内一般旅客定期船路事業者で旅客船ターミナルを
設置等する者、航空旅客ターミナルを設置等する者 等

■多言語ナビロケーションシステムの設置

【補助対象事業者】

一般乗合旅客自動車運送事業者 等



■インバウンド対応型鉄軌道車両の整備

【補助対象事業者】

鉄軌道事業者



■LRTシステムの整備

【補助対象事業者】

鉄軌道事業者

(低床式車両)

(停留施設)

■ノンステップバス・リフト付バスの導入

【補助対象事業者】

一般乗合旅客自動車運送事業者、
一般貸切旅客自動車運送事業者
(貸切バス事業者安全性評価制度の認定
を受けた者) 等



■ユニバーサルデザインタグの導入

【補助対象事業者】

一般乗用旅客自動車運送事業者 等



■多言語表記等

【補助対象事業者】

鉄軌道事業者、一般乗合
旅客自動車運送事業者 等



■タブレット端末の整備

【補助対象事業者】

鉄軌道事業者、一般乗合
旅客自動車運送事業者 等



■交通施設や車両等の無料Wi-Fiの整備

【補助対象事業者】

鉄軌道事業者、一般乗合旅客自動車運送事業者 等



■エレベーター・スロープ等の設置による 交通施設の段差の解消

【補助対象事業者】

鉄軌道事業者、ノスタルミナル事業を営む者、
国内一般旅客定期船路事業者で旅客船ターミナルを
設置等する者、航空旅客ターミナルを設置等する者 等



■ホームドアの設置

【補助対象事業者】

鉄軌道事業者



■船内座席の個室寝台化

【補助対象事業者】

国内一般旅客定期船路事業者、
国内不定期船路事業者、船舶
貸渡業者 等

■観光拠点情報・交流施設の機能向上

(施設の整備・改良、タブレット端末の整備、多言語の展示設備、
案内標識・デジタルサイネージ・HPの多言語表記等、
案内放送の多言語化、無料Wi-Fiの整備)

【補助対象事業者】

地方公共団体、公共交通事業者を含む民間事業者 等

■観光案内所の機能向上(カテゴリⅠ一部対象)

(施設の整備・改良、タブレット端末の整備、案内標識・
デジタルサイネージ・HPの多言語表記等、案内放送の
多言語化、スタッフ研修、無料Wi-Fiの整備)

【補助対象事業者】

地方公共団体、公共交通事業者を含む民間事業者 等
(日本政府観光局がカテゴリⅡ以上の認定した、又は認定する
見込みがある者)

■多様な宗教・生活習慣への対応力の強化

■公衆トイレの洋式化等(要件緩和含む)

【補助対象事業者】

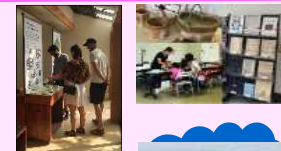
地方公共団体、公共交通事業者を含む民間事業者 等

■手ぶら観光カウンターの機能向上

(案内標識・デジタルサイネージ・HPの多言語表記等、
案内放送の多言語化、手荷物集荷場等の整備等)

【補助対象事業者】

地方公共団体、公共交通事業者を含む民間事業者 等
(手ぶら観光共通ロゴマーク掲出の認定した、又は認定する見込みがある者)



宿泊施設インバウンド対応支援事業

■タブレット端末の整備 ■自社サイト・案内表示の多 言語化 ■ムスリム受入マニュアル作成 ■無料Wi-Fi

の整備 ■段差解消 ■トイレ洋式化 等

【補助対象事業者】

宿泊事業者等(複数の宿泊事業者(5以上)
により構成される団体が計画策定・申請)



旅行環境整備事業

■空港利用者の手続き効率化に向けた検討調査

■訪日外国人旅行者の要望・不満調査

■多言語音声翻訳システム(VoiceTra) の観光関係者への利活用実証事業

実証事業等



等

等