

昇龍道の現況及び 令和 3 年度の活動報告



2022年4月15日
第13回昇龍道プロジェクト推進協議会



1. 昇龍道プロジェクトの現況

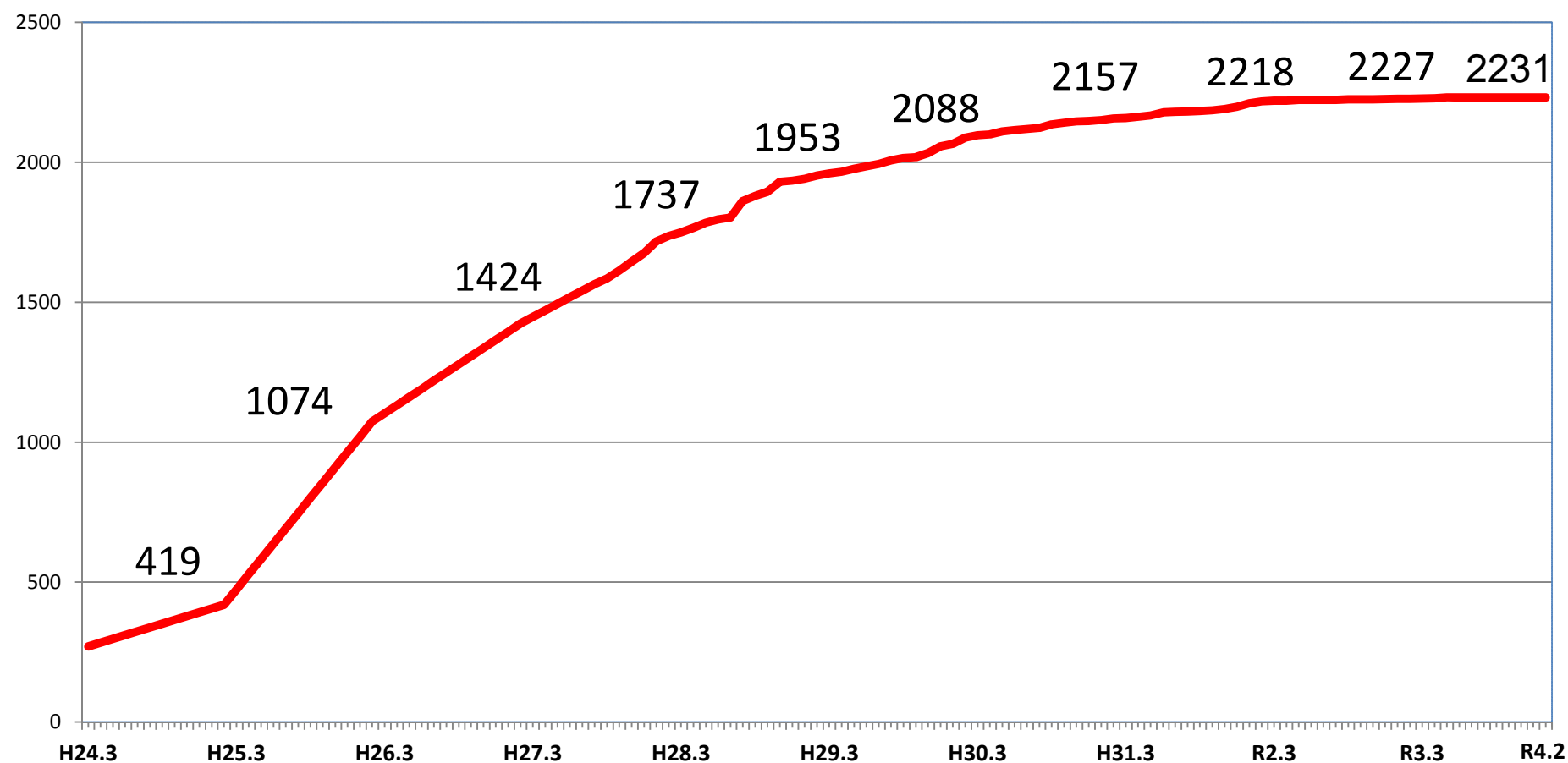
2. 令和3年度取組報告

- (1) 安全で安心な新しい旅のスタイルの普及・定着
- (2) 受入環境整備の推進
- (3) 戦略的プロモーションの実施
- (4) 広域周遊観光の推進
- (5) 観光地域づくり法人（DMO）の形成と連携
- (6) 持続可能な観光の推進
- (7) 会員・関係者の取組の一層の強化



1. 昇龍道プロジェクトの現況

協議会は本年 11 年目を迎えます。
多数の皆様に、会員としてご参加いただいています。

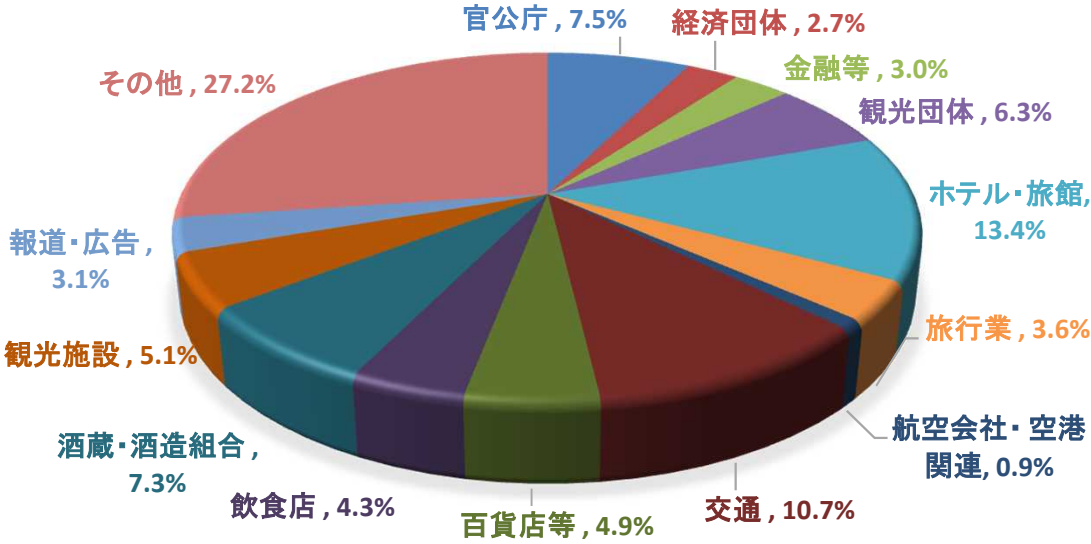




カテゴリ別会員数（令和4年2月末現在）

	愛知県	静岡県	岐阜県	三重県	福井県	石川県	富山県	長野県	滋賀県	その他	計
官公庁	40	15	25	17	18	14	10	18	5	5	167
経済団体	9	10	12	3	22	2	2	0	0	0	60
金融等	23	5	11	10	3	4	3	2	1	5	67
観光団体	22	11	38	16	10	16	7	14	5	1	140
ホテル・旅館	68	37	54	38	17	20	20	31	9	6	300
旅行業	42	4	15	4	2	1	2	2	0	9	81
航空会社・空港関連	15	0	0	0	0	0	0	0	0	4	19
交通	62	45	57	20	18	11	7	11	1	7	239
百貨店等(物販)	48	6	22	7	6	6	5	2	3	5	110
飲食店	36	3	31	8	2	6	2	6	1	0	95
酒蔵・酒造組合	41	6	41	11	12	17	11	17	7	0	163
観光施設	26	6	31	13	13	9	5	5	5	0	113
報道・広告	43	1	4	0	1	3	2	0	0	15	69
その他	258	95	111	33	14	23	7	8	2	57	608
計	733	244	452	180	138	132	83	116	39	114	2231

対前年増加数
1
0
0
0
1
0
0
0
1
0
0
0
-1
3
5





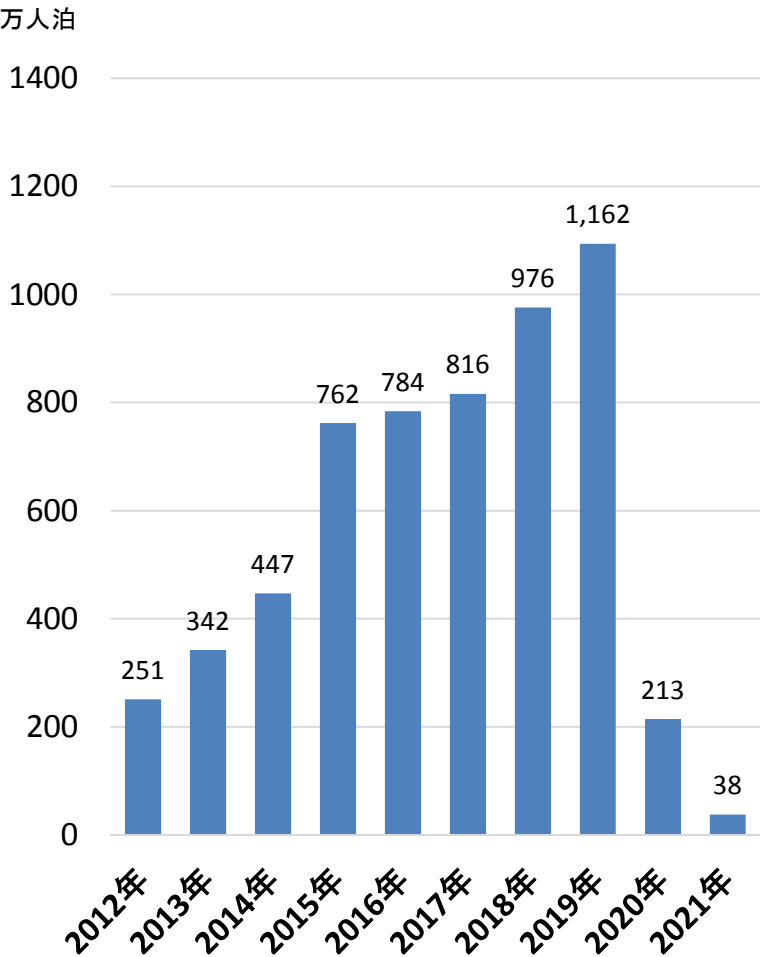
昇龍道 9 県の外国人延べ宿泊者数推移・国籍（出身地）別構成比(2019年)

○2019年の昇龍道9県の外国人延べ宿泊者数は、対2012年比4.6倍の1,162万人泊。

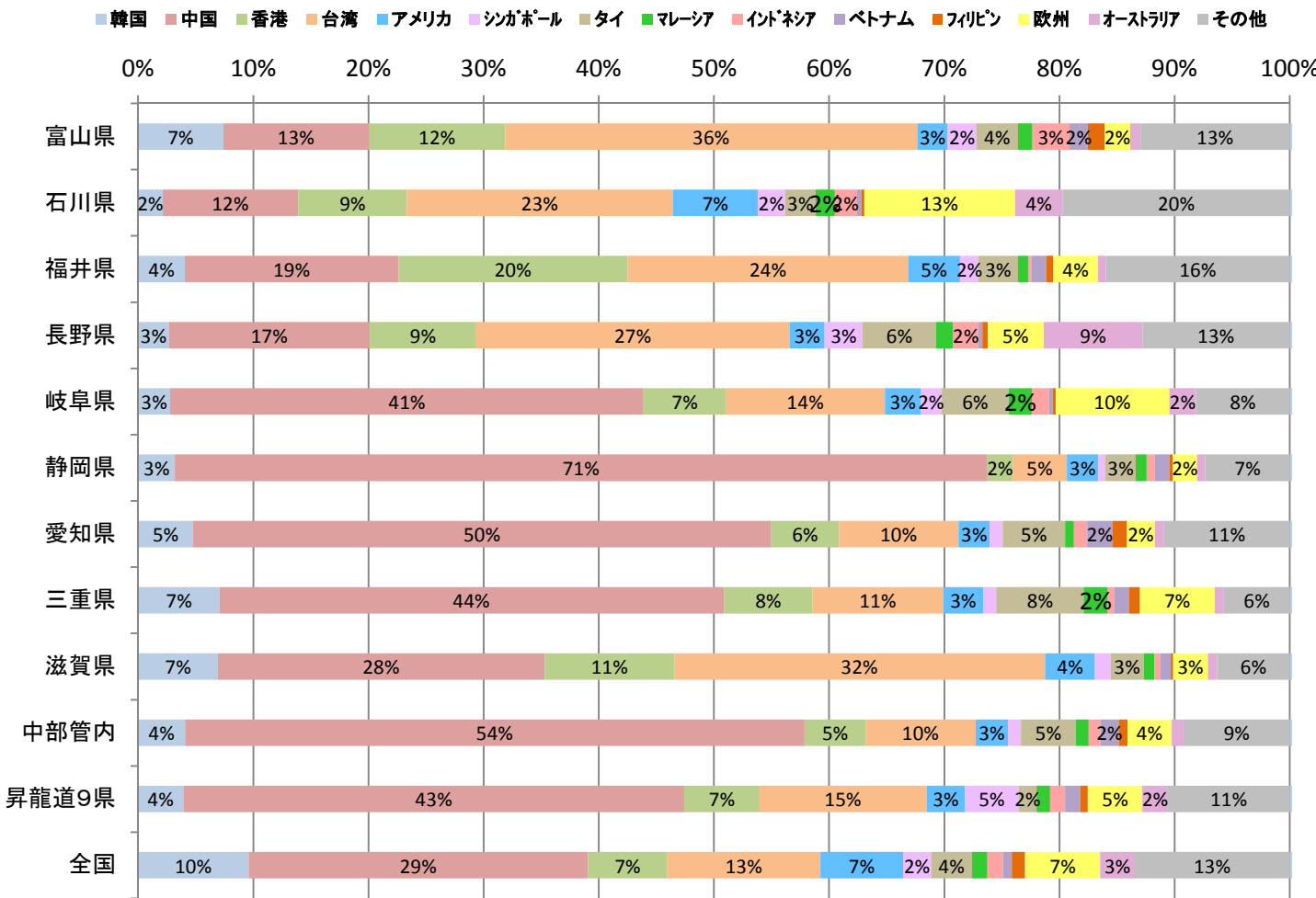
○2019年の全国の国籍別（出身地別）外国人延べ宿泊者数の構成は、東アジアが59%、欧米豪は17%。

昇龍道9県の構成は、東アジアが69%（その内、中国の割合43%）、欧米豪は10%。

外国人延べ宿泊者数の推移（2012年～2021年）



国籍（出身地）別外国人延べ宿泊者数構成比（2019年）



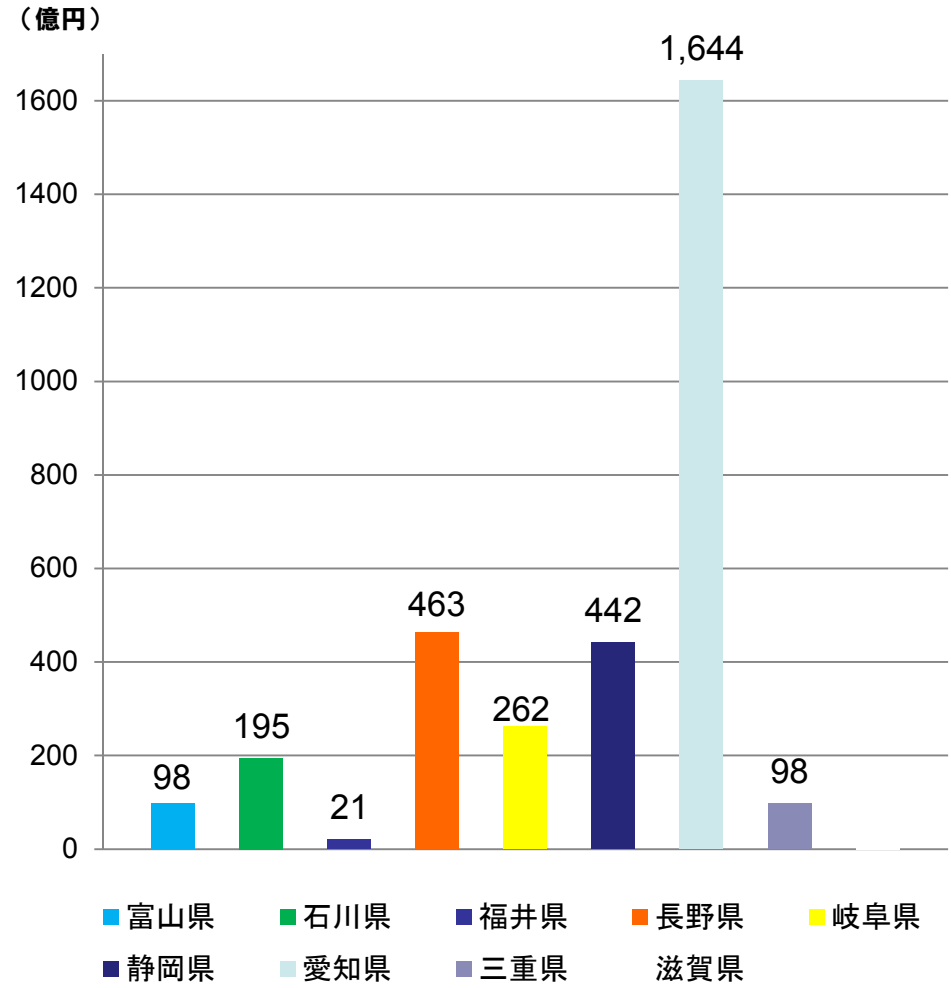
※観光庁「宿泊旅行統計調査」による。



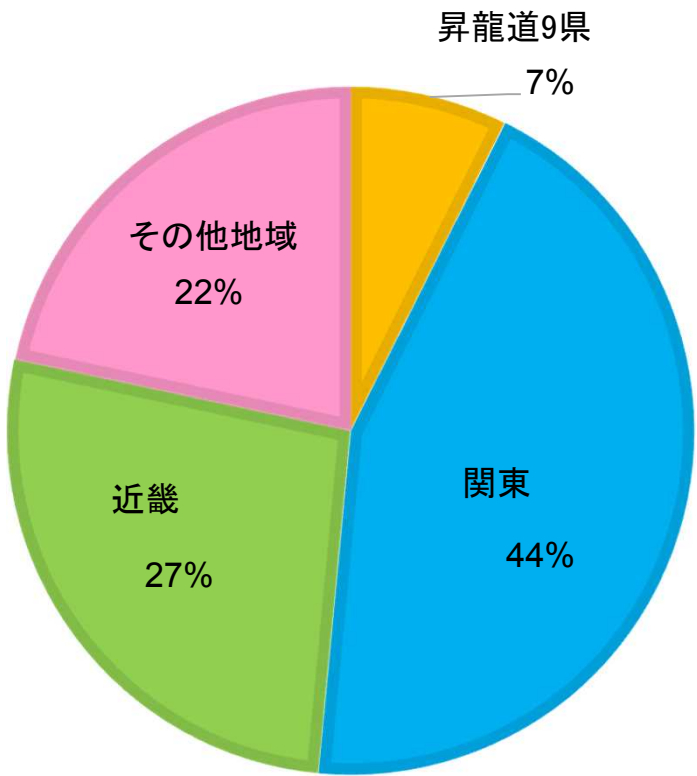
昇龍道 9 県の訪日外国人旅行消費額(2019年)

- 2019年（令和元年）の訪日外国人旅行消費額は、4兆8,135億円。
- 昇龍道9県の訪日外国人旅行消費額は、3,223億円（全国シェアの7%）

昇龍道9県別訪日外国人旅行消費額(2019年)



地域別の訪日外国人旅行消費額の割合(2019年)



(出典)都道府県別訪日外国人消費動向調査
※「関東」とは関東運輸局管内の茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、山梨県の8県、
「近畿」とは近畿運輸局管内の滋賀県(昇龍道と重複)、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県の6県、

昇龍道・各県別外国人延べ宿泊者及び指数（推移）

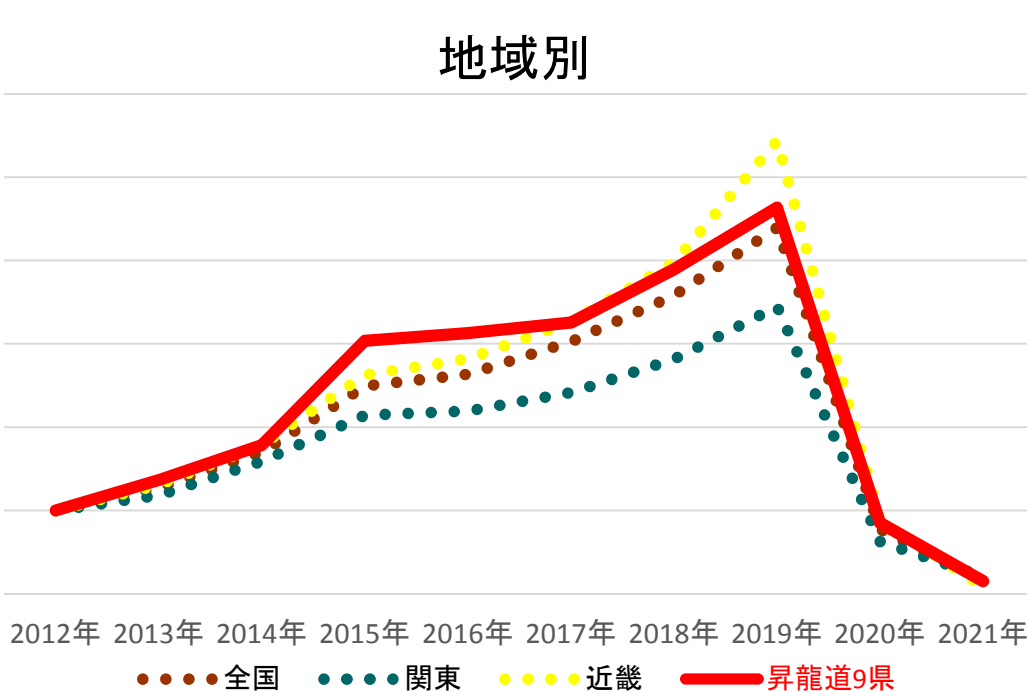
（年）	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年
全国	26,314	33,496	44,825	65,615	69,389	79,691	94,275	115,656	20,345	4,212
関東	11,752	13,913	18,709	25,221	25,798	28,410	33,123	40,537	7,322	2,403
近畿	6,055	7,931	10,850	15,922	17,077	19,780	24,087	32,936	5,299	519
昇龍道9県	2,507	3,423	4,465	7,615	7,845	8,159	9,765	11,618	2,126	376
富山県	94	136	142	208	222	288	306	358	51	12
石川県	190	326	348	517	623	777	974	985	189	14
福井県	27	30	32	56	54	61	76	98	23	10
長野県	288	543	660	947	1,135	1,290	1,527	1,578	527	61
岐阜県	260	417	598	931	1,013	975	1,484	1,660	290	33
静岡県	494	560	786	1,740	1,570	1,502	1,794	2,494	267	97
愛知県	945	1,148	1,490	2,347	2,393	2,543	2,850	3,634	660	112
三重県	95	131	179	392	352	334	341	389	59	17
滋賀県	114	132	231	477	481	389	413	424	60	19

（千人泊）

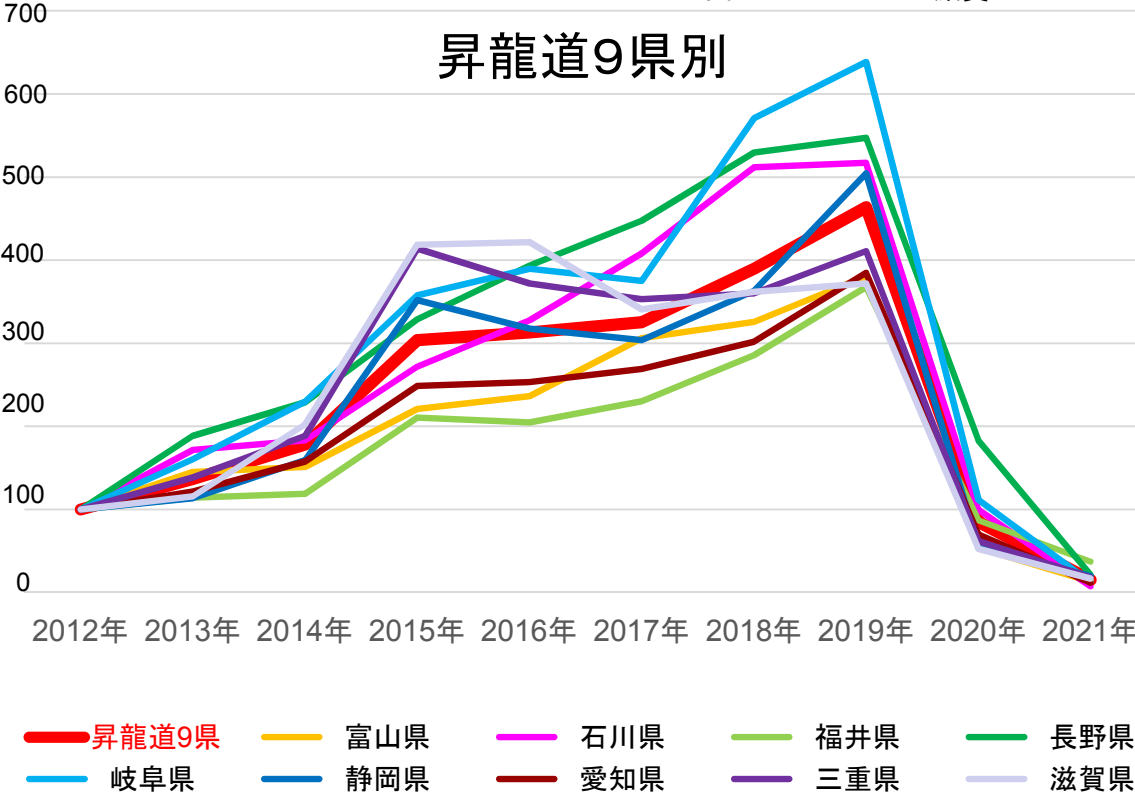
2012年を100とした場合の指数

	2019年	2021年
全国	440	16
関東	345	20
近畿	544	9
昇龍道	463	15
富山	381	13
石川	517	8
福井	368	37
長野	547	21
岐阜	638	13
静岡	505	20
愛知	385	12
三重	411	18
滋賀	372	17

地域別



昇龍道9県別



※従業者数10人未満の施設も含む外国人延べ宿泊者数。※ H24～R2は確定値、R3は速報値。
※「関東」とは関東運輸局管内の茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、山梨県の8県、
「近畿」とは近畿運輸局管内の滋賀県（昇龍道と重複）、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県の6県

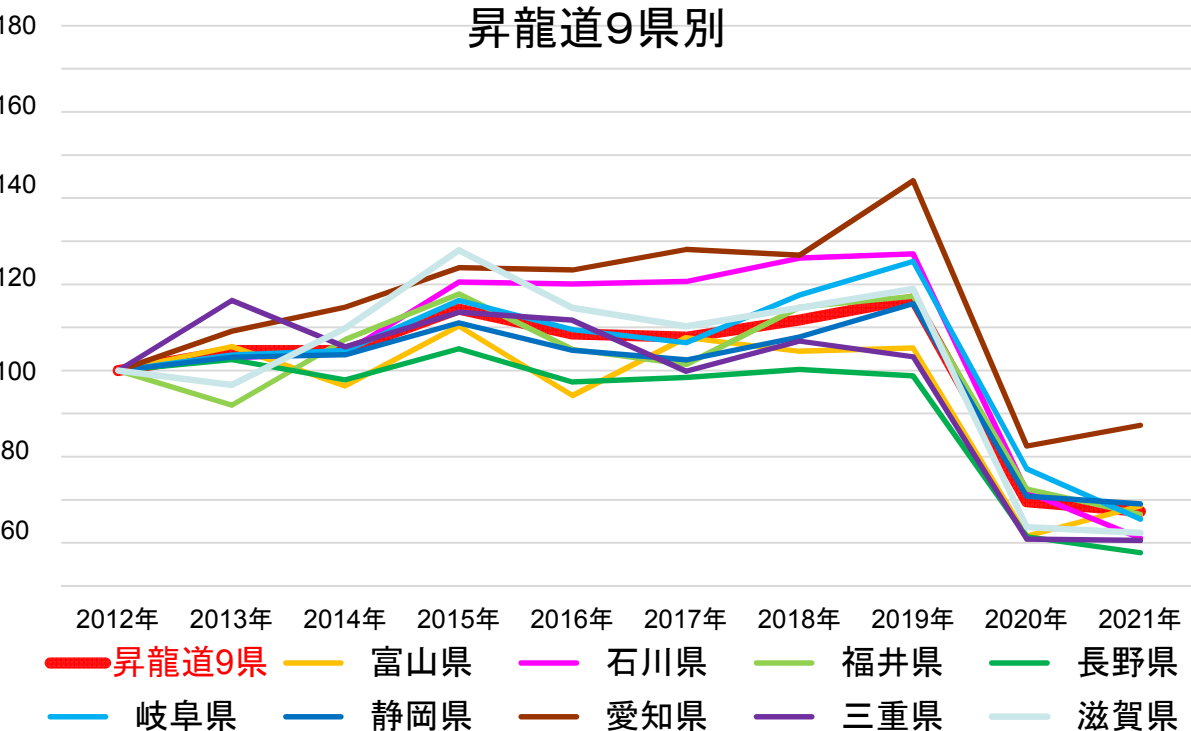
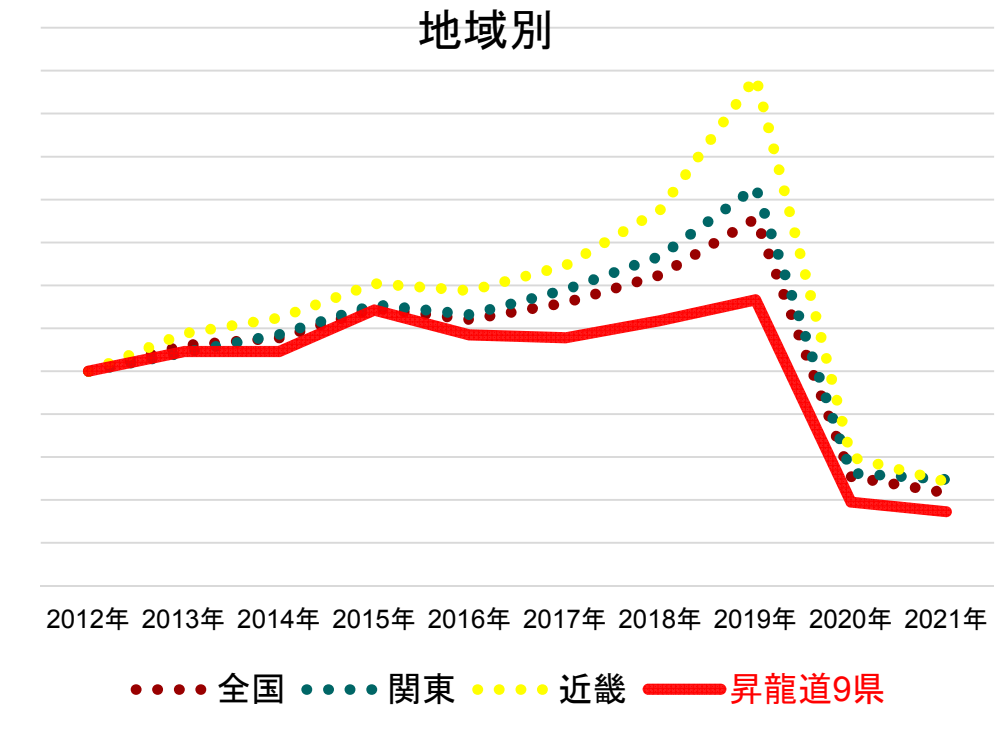
（出典：観光庁宿泊旅行統計）

【参考】昇龍道・各県別延べ宿泊者及び指数(推移)

(年)	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年
全国	439,495	465,893	473,502	504,078	492,485	509,597	538,002	595,921	331,654	314,969
関東	119,749	124,976	129,980	138,342	135,544	142,552	151,910	171,112	91,330	89,577
近畿	62,669	68,191	70,470	75,467	74,437	78,102	86,276	105,661	50,149	46,549
昇龍道9県	84,785	88,653	88,660	96,880	91,935	91,350	94,749	98,893	58,928	57,041
富山県	3,619	3,821	3,489	3,991	3,408	3,895	3,780	3,808	2,228	2,483
石川県	7,244	7,450	7,543	8,730	8,697	8,737	9,131	9,201	5,204	4,423
福井県	3,536	3,251	3,790	4,164	3,709	3,587	4,057	4,144	2,564	2,356
長野県	18,291	18,751	17,897	19,213	17,805	17,989	18,325	18,053	11,242	10,563
岐阜県	5,830	6,042	6,099	6,778	6,384	6,205	6,852	7,304	4,500	3,822
静岡県	20,287	20,923	21,023	22,530	21,238	20,779	21,862	23,429	14,369	14,003
愛知県	13,426	14,653	15,395	16,622	16,559	17,189	17,010	19,338	11,068	11,717
三重県	8,335	9,686	8,794	9,459	9,304	8,319	8,901	8,600	5,069	5,045
滋賀県	4,217	4,075	4,629	5,393	4,831	4,650	4,831	5,016	2,684	2,630

(千人泊) 2012年を100とした場合の指数

	2019年	2021年
全国	136	72
関東	143	75
近畿	169	74
昇龍道	117	67
富山	105	69
石川	127	61
福井	117	67
長野	99	58
岐阜	125	66
静岡	115	69
愛知	144	87
三重	103	61
滋賀	119	62



※従業者数10人未満の施設も含む延べ宿泊者数。※H24～R2は確定値、R3は速報値
※「関東」とは関東運輸局管内の茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、山梨県の8県、
「近畿」とは近畿運輸局管内の滋賀県（昇龍道と重複）、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県の6県

(出典:観光庁宿泊旅行統計)

2. 令和3年度取組報告

- (1) 安全で安心な新しい旅のスタイルの普及・定着
- (2) 受入環境整備の推進
- (3) 戦略的プロモーションの実施
- (4) 広域周遊観光の推進
- (5) 観光地域づくり法人（DMO）の形成と連携
- (6) 持続可能な観光の推進
- (7) 会員・関係者の取組の一層の強化

(1) 安全で安心な新しい旅のスタイルの普及・定着

感染症感染拡大防止策の徹底

○新しい旅のエチケットの改訂、動画公開

観光庁、国土交通省、交通機関や宿泊・観光施設等の旅行関係業界の業界団体等で構成された旅行連絡会が連携し作成した「新しい旅のエチケット」の内容を、最新の状況等を踏まえ、旅行の前後も対象とした内容に見直し、新たに動画広告を作成し、WEB上で公開。



<改訂のポイント>

- 旅行の前後も対象とした内容に見直し
(例) すいている時期・時間帯の旅行計画・旅行の前や後も含めた健康チェック。
- 感染対策の動向を踏まえた見直し
(例) ワクチン接種後のマスク着用や手洗い、第三者認証を受けたお店・宿の利用。

○交通専用感染対策ピクトグラムの作成

中部運輸局にて交通専用の感染対策ピクトグラムを作成。交通事業者等がオリジナルポスター等を手軽に作成できるよう中部運輸局ホームページからダウンロード可能とすることで、感染対策の「見える化」を後押し。



鉄道駅構内のデジタルサイネージ



フェリー乗り場、船内での掲示

(1) 安全で安心な新しい旅のスタイルの普及・定着

新たな旅のスタイル（ワーケーション・ブレジャー等）の普及促進

○ワーケーション推進のための取組

新型コロナウイルス感染症による社会変化を踏まえた、実証事業やワーケーションに係る施設整備やワーケーショントレインの運行など、滞在型の「新たな旅のスタイル」を促進。

- ・ウェルネスワーケーションの取組（（公財）浜松・浜名湖ツーリズムビューロー）

専門職員による健康チェックやアクティビティ体験、テレワーク設備の提供等、従業員の健康管理とテレワーク環境の整備に着目したモデルツアーを実施。



- ・伊勢志摩地域でのワーケーションの取組（近畿日本鉄道(株)・近鉄不動産(株)・(株)近鉄・都ホテルズ）

都リゾート奥志摩アクアフォレストのコテージ棟にワーケーション専用客室を整備し、2021年11月26日には「移動時間の有効活用」を実現するため団体専用列車でワーケーショントレインを運行。



(2) 受入環境整備の推進



訪日外国人旅行者の受入環境整備の推進

○オンラインセミナーの開催

愛知県の外国人旅行者受入環境整備啓発事業にて、外国人旅行者の快適な滞在を実現するとともに、旅行の満足度向上によるリピーターを獲得し、更なる誘客を行うため、観光関係事業者、宿泊施設、飲食店等に向けたオンラインセミナーを開催。

＜第1回テーマ：観光地の多言語化整備＞

開催日：令和3（2021）年11月17日（水）

＜第2回テーマ：外国人専門家によるインバウンド集客成功アドバイス＞

開催日：令和4（2022）年1月24日（水）

＜第3回テーマ：国内外の観光客誘客に効くGoogle地域検索の活用＞

開催日：令和4（2022）年2月16日（水）



観光施設、宿泊事業者、飲食店等 観光事業者向け
第3回インバウンド受入オンラインセミナー
～国内外の観光客誘客に効くGoogle地域検索の活用～

愛知県では、外国人観光客の受入環境整備の一環として、「Google地域検索の活用」をテーマにしたオンラインセミナーを開催します。国内外を問わず、旅行者が旅行先や宿泊先、観光でのレストラン等を検索する際に、スマートフォンなどのデジタルデバイスを活用することが増えていきます。よく使われるサービスがGoogle検索やGoogleマップです。観光事業者は「Googleビジネスプロフィール」（旧Googleマイビジネス）を活用することで、国内外の旅行者等の集客力を上げることが出来ます。講師は、日本のGoogle地域検索「Googleビジネスプロフィール」デザイナー兼プロダクトエキスパートである山崎先生を迎え、マーケティングの重要性やGoogleビジネスプロフィールの効果的な活用方法を学びます。

日時 2022年2月16日（水） 午後3時～午後4時30分
方法 オンライン会議システム（Cisco Webex）※アプリケーションソフトのインストールは不要です。なお、スマートフォンから参加の場合は必要です。
参加費 無料（但しWebexのインストールとネットワーク環境は参加者にてご用意ください。）
内容

1. テーマ：国内外の観光客誘客に効くGoogle地域検索の活用
2. 講師：Googleビジネスプロフィールデザイナー兼プロダクトエキスパート 山崎 康彦 氏

【山崎 康彦 氏 経歴】
Google社認定Googleビジネスプロフィールデザイナー兼プロダクトエキスパート（®）。小規模店舗から大規模施設まで様々なローカルビジネスのデジタルマーケティング戦略やシステム導入を行う。デジタル、テクノロジー分野での企業、観光業、宿泊業、観光業など豊富な経験を持つ。各観光事業者の地方自治体、地域団体などを中心にセミナー、講演の実績多数。

※プロダクトエキスパートとは、Googleの公式ヘルプコミュニティでGoogleユーザーの支援に積極的に関与し、知識豊富なエキスパートと認定される称号。プロダクト、システム、ツール、アプリ、デザインなどの幅広い分野で活躍。

申込み詳細は裏面をご覧ください。申込期限：2022年2月9日（水）

非常時の外国人旅行者の安全・安心の確保

○災害時における安全・安心確保のための体制構築

異なる地理的特性等を有する2自治体（岐阜県下呂市、三重県志摩市）を対象とし、災害時において安全・安心確保のための体制構築を目的に、宿泊事業者・交通事業者等、業種ごとに既に作成されている対応マニュアルを活かしつつ、自治体を核とした観光関係者等での体制構築の検証を実施。

その結果、地域全体で取り組むべき災害体制構築までの過程や役割分担のポイント等をまとめた実践的なガイドラインを作成した。

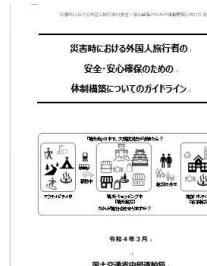
今後、自治体等が広く活用できるよう取組を推進。

災害時における外国人旅行者の安全・安心確保のための体制構築についてのガイドライン

<https://www.tb.mlit.go.jp/chubu/kankou/pdf/r3/guideline.pdf>



【モニター調査の様子】



(2) 受入環境整備の推進

二次交通の充実及び利便性の向上

○公共交通機関における新技術の導入

地点検索や決済機能等を搭載したエリア型MasSアプリサービスや、デジタル技術を活用したきっぷの販売など、新たな交通サービスへの取組を推進。

- ・エリア版MasSの取組（名古屋鉄道(株)）

岡崎市で実施された観光型MasS実証実験へのWebアプリ提供や、エリア版MasSアプリ「CentX」のサービス開始など、新たな交通サービスを提供。



MasSアプリ(イメージ)

- ・デジタルきっぷの導入（近畿日本鉄道(株)）

2022年3月より、事前窓口購入が不要となるQRコードを活用したデジタル乗車券を発売開始



改札及びQRイメージ

○交通事業者と連携したレスポンスブルツーリズム推進

「里山里海」の自然・文化・生活が息づく能登地域において、交通事業者と連携し、周遊促進が図られるような面的整備を検討するとともに、レスポンスブルツーリズム（責任ある観光）の推進体制の構築を目指し、実証事業を実施。

<取組内容>

- 海外メディアやツアーオペレーターに対してのヒアリング調査
- 上記調査を元にしたトライアルツアーの実施
- 地域の交通・観光事業者を対象にした検討会及び勉強会の実施



(3) 戦略的プロモーションの実施

地域の観光資源を活用した次代の訪日プロモーション事業の展開

○地域の観光資源を活用した次代の訪日プロモーション事業の展開

コロナ後の観光需要の回復に向け、関係者と連携し、対象市場に応じた魅力訴求のための情報発信を実施。

- ・ SAMURAI・NINJA ブランディングによる
中部エリアへの訪日観光客誘致促進事業

中部エリアが有する侍・忍者文化を活かし、海外に侍・忍者の本場であることを印象づけ、滞在と周遊を促進するため情報発信を実施。



- ・ 関西エリアを起点とした北陸エリア周遊観光
促進事業

2024年北陸新幹線敦賀延伸及び2025年大阪万博開催に向け、北陸ならではの観光の魅力を発信し、関西圏からの誘客プロモーションを行い、認知度向上と誘客促進を実施。



○東京五輪を活用した魅力発信

東京2020オリンピック・パラリンピックの開催に際して、海外からの観客が制限される中、大会後の観光誘客拡大につなげるため、静岡県と静岡ツーリズムビューローが静岡県を取材に訪れた海外メディアに向けて県の魅力を発信する取組を展開。

- ・ 宿泊施設と連携した観光パンフレット、市町提供の動画や写真（USBキット）等をまとめた観光素材をセットにしたメディアキットを配布
- ・ JNTO（日本政府観光局）と連携した情報発信として、東京スポーツスクエアの東京都メディアブースに出展。
- ・ 各国の雑誌社等に対して、自転車競技開催地であり、サイクルリストにとっても、訪れる価値のある県の魅力をプロモーション。



配布された
メディアキット



東京メディアブース
への出展の様子



メディア掲載例
(英Travel Daily)

(3) 戦略的プロモーションの実施

各市場の観光需要回復に合わせたプロモーションの展開

新型コロナウイルス感染拡大の影響により、海外への渡航が制限されている中でも、現地エージェント等を通して旅行博へ出展し、海外での地域のプロモーションを実施。

○台北国際旅行博(ITF2021)

11月5日～8日に開催された台北国際旅行博(ITF2021)の日本ゾーンに昇龍道として出展し、中部5県（愛知県・岐阜県・福井県・富山県・石川県）の魅力をPR。

各県の観光パンフレットの配布、PR動画の放映のほか、地域の特産品が当たる大抽選会を実施。



○香港国際旅行展示会博 (ITE2021)

7月29日～8月1日に開催された香港国際旅行展示会博 (ITE2021) のジャパンパビリオンに出展し、富山県及び長野県の魅力をPR

新型コロナウイルスの影響により、日本から現地への渡航ができないため、会場と日本の観光事業者をオンラインで繋ぎ、「LIVEプレゼン」を実施。



(4) 広域周遊観光の推進

魅力ある観光地域づくりの推進

○国立公園の「ナショナルパーク」としてのブランド化

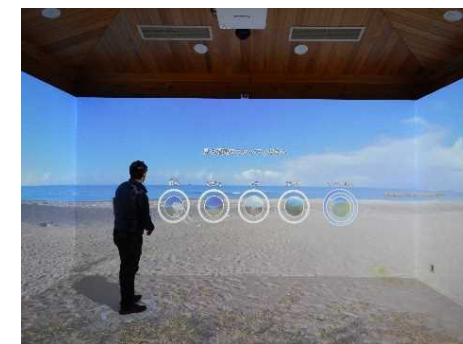
国立公園を世界水準のナショナルパークとして、利用拠点の面的な景観再生、外国人等にとってストレスフリーな利用環境の整備、利用者負担の保全の仕組みづくり、自然体験型コンテンツの充実、プロモーションの強化を推進。

伊勢志摩国立公園地域協議会

伊勢志摩国立公園の魅力を高めるとともに、訪日外国人旅行者だけではなく国内旅行者もターゲットにした上で、国内外からの利用者を回復させることを目指して「伊勢志摩国立公園ステップアッププログラム2020」を策定。令和3年3月に「伊勢志摩国立公園ステップアッププログラム2025」として改定。

松本高山BigBridge構想実現プロジェクト

中部山岳国立公園南部地域を間に挟み、長野県松本市と岐阜県高山市をつなぐ横断ルートを、多彩で上質な体験と滞在ができる魅力的な観光ルートの磨き上げることを目的にプロジェクトチームを発足。



横山ビジターセンター
令和4年3月に内部展示改修完了

○訪日グローバルキャンペーン等に対応したコンテンツ造成

地方運輸局と観光地域づくり法人が連携して、訪日グローバルキャンペーン等に活用できる新たな滞在型コンテンツを全国各地域に創出するため、以下の取組を実施。

- ・地域資源を活用したコンテンツの企画・立案
- ・モデルツアーの実施

福井のZEN（禅）と食文化を活用した福井Happiness日本文化体験プログラム造成事業
「紙の神様、岡太神社の参拝と岩野平三郎製紙所（紙漉き見学）」



奥三河の地域資源を活用した体験型コンテンツ造成事業
「ここでしか採れないセリサイトを使ったファンデーション作り体験」



世界遺産五箇山の観光資源を活かしたコンテンツ造成事業
「合掌造り集落をサイクリングでめぐるモニターツアー」



昇龍道エリアの観光地域づくり法人(DMO)一覧 (R4.3.28現在)



福井県

- (公社)福井県観光連盟
- 三方五湖DMO(株)
- (株)まちづくり小浜
- 勝山市観光まちづくり(株)
- (一社)DMOさかい観光局

岐阜県

- (一社)岐阜県観光連盟
- (特非)ORGAN
- (特非)大垣観光協会
- (一社)飛騨・高山観光コンベンション協会
- (一社)多治見市観光協会
- (一社)郡上市観光連盟
- (一社)下呂温泉観光協会
- (一社)ジバスクラム恵那

滋賀県

- (公社)びわこビジターズビューロー
- (一社)近江ツーリズムボード
- (一社)近江八幡観光物産協会
- (公社)長浜観光協会

三重県

- (公社)三重県観光連盟
- (公社)伊勢志摩観光コンベンション機構
- 東紀州地域振興公社
- 伊勢まちづくり(株)
- (一社)相模海女文化運営協議会
- (一社)鳥羽市観光協会
- (一社)伊賀上野観光協会
- (一社)明和観光商社
- (一社)菰野町観光協会
- (一社)志摩市観光協会
- (一社)大紀町地域活性化協議会
- (一社)伊勢市観光協会
- 大台町商工会

石川県

- (公社)石川県観光連盟
- (一社)ななお・なかのとDMO
- (一社)能登半島広域観光協会
- (一社)金沢市観光協会
- (一社)加賀市観光交流機構
- (一社)白山市観光連盟
- (一社)こまつ観光物産ネットワーク
- (一社)志賀町観光協会

富山県

- (公社)とやま観光推進機構
- (一社)富山県西部観光社
- (一社)黒部・宇奈月温泉観光局

長野県

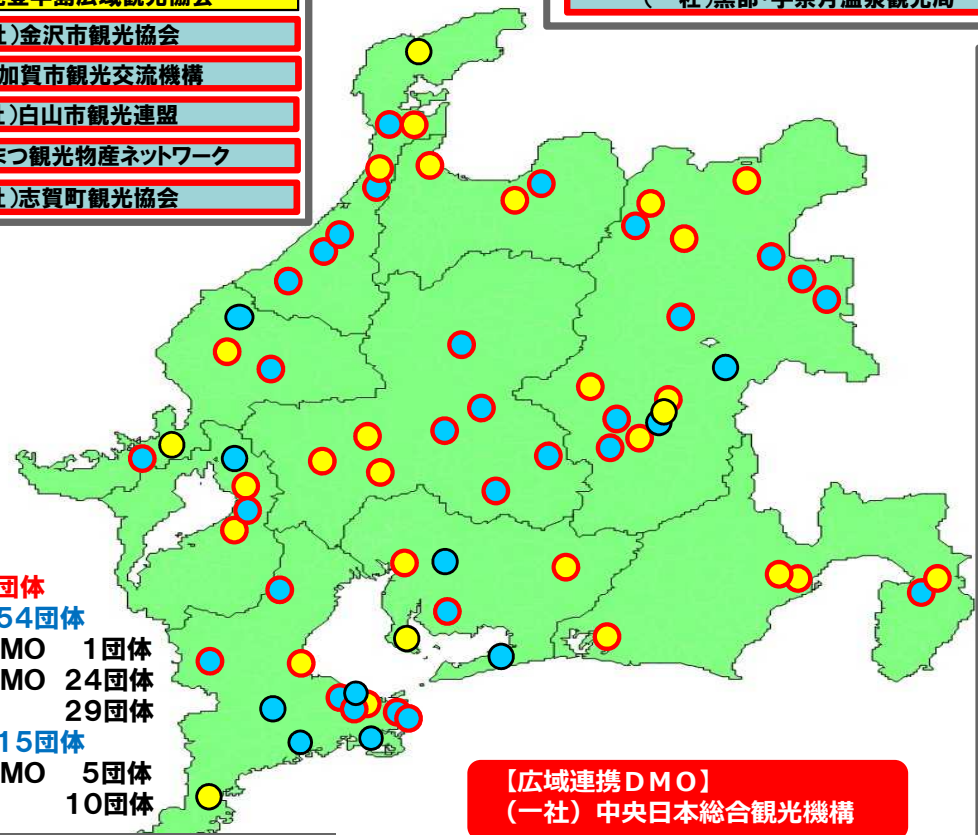
- (一社)長野県観光機構
- (株)南信州観光公社
- (一社)長野伊那谷観光局
- (一社)信州いいやま観光局
- (一社)HAKUBA VALLEY TOURISM
- (一社)木曾おんたけ観光局
- (一社)伊南DMO設立準備会〔設立予定〕
- (一社)松本市アルプス山岳郷
- (一社)こもろ観光局
- (株)阿智屋神観光局
- (一社)上松町観光協会
- (一社)白馬村観光局
- (一社)信州千曲観光局
- (一社)信州とうみ観光協会
- (一社)ちの観光まちづくり推進機構
- (一社)南信州まつかわ観光まちづくりセンター

愛知県

- (一社)愛知県観光協会
- (一社)奥三河観光協議会
- (一社)知多半島観光事業協会
- (一社)西尾市観光協会
- (株)田原観光情報サービスセンター
- (一社)ツーリズムとよた

静岡県

- (公社)静岡県観光協会
- (公財)するが企画観光局
- (公財)浜松・浜名湖ツーリズムビューロー
- (一社)美しい伊豆創造センター
- (一社)伊豆市産業振興協議会



団体数 69団体
登録DMO 54団体
広域連携DMO 1団体
地域連携DMO 24団体
地域DMO 29団体
候補DMO 15団体
地域連携DMO 5団体
地域DMO 10団体

【広域連携DMO】
(一社) 中央日本総合観光機構

(5) 観光地域づくり法人 (DMO) の形成と連携

観光地域づくり法人 (DMO) の形成強化

○世界に誇る観光地を形成するためのDMO体制の整備

世界的な競争力を有する魅力ある観光地域づくりを推進するため、インバウンドに対応したマネジメント体制が確立された観光地域づくり法人を対象に体制強化のための取組を実施。

支援内容

- ①インバウンドにより地域全体の経済効果を高めるための投資戦略やビジネスモデルを確立するための外部専門人材の登用（観光地域づくり法人と専門人材のマッチング）
- ②OJT派遣や視察、研修・セミナー等の受講による中核人材の育成
- ③安定的な財源の確保のための自主財源（地方税）導入に向けた関係者の合意形成 等



外部専門人材による
観光コンテンツ開発



研修会での発表の様子



OJT視察

(6) 持続可能な観光の推進



持続可能な観光地経営の推進

○観光を活用した持続可能な地域経営の普及・促進のためのセミナー

持続可能な観光に取り組む自治体やDMO等と運輸局・観光庁等が互いに情報を共有できるような体制づくりのきっかけと、運輸総研、UNWTOと観光庁が共同で開発中であった『観光を活用した持続可能な地域経営を行うための手引き(案)』に関する観光関係者等との意見交換を目的としたセミナーを地域ブロックごとに開催。

令和3年10月16日 北陸信越運輸局、10月25日に中部運輸局にて開催。



○中央日本観光復興戦略シンポジウム

コロナからの反転攻勢に向け、地域が一体となって、「住んでよし、訪れてよし」の観光地域づくりを推進していくこと等を目的として、令和4年3月10日、中部地域の国の地方支分部局（中部経済産業局・中部地方整備局・中部運輸局）が、産業界（一般社団法人中部経済連合会）及び広域連携DMO（一般社団法人中央日本総合観光機構）の協力のもと、オンライン形式によるシンポジウムを開催。

持続可能な観光(サステナブルツーリズム)の実現に向けた取組

○ 持続可能な観光を実現するためには、地域が観光のメリットを実感できるよう、以下について総合的に取り組んでいくことが必要。

1. 地域におけるマネジメント体制の構築
2. 地域の負担に配慮した、その地域ならではの資源を活かしたコンテンツの造成・工夫
3. オーバーツーリズム等の弊害を生じさせないための受入環境の整備

総合的な取り組み

1. マネジメント体制の構築

- ✓ 中長期的な計画・制度の構築
- ✓ 多面的かつ客観的なデータ計画
- ✓ 人材の育成・創出
- ✓ 住民理解の促進 etc.

2. コンテンツの造成・工夫

- ✓ 地域の自然、文化、産業等を活用したコンテンツの造成
- ✓ 適切なターゲティング、価格設定、販路形成 etc.

3. 受入環境の整備

- ✓ 混雑の見える化など地域の負担を軽減する取組
- ✓ 地域の自然、文化等を保全しつつ活用するための仕組みづくり etc.

中央日本観光復興戦略シンポジウム

コロナからの反転攻勢
～持続可能な観光の実現に向けて～

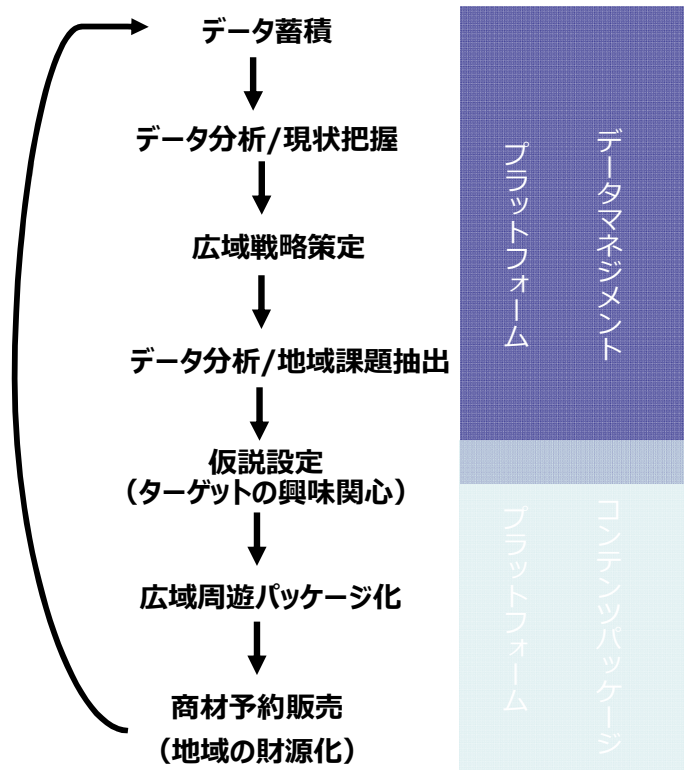
国の取組みと今後の展望
「中部地域の持続可能な観光の実現に向けて」

中部運輸局

(7) 会員・関係者の取組の一層の強化

各種プラットフォームの開発【(一社) 中央日本総合観光機構】

観光に関する統計データ等の蓄積・見える化に留まらず、旅行者等の旅マエ・旅ナカ・旅アトを通じた活動に関する膨大なデータの分析により、人間の経験やスキルに依存しない最適な施策立案・意思決定をサポートするデータマネジメントプラットフォーム（DMP）や、旅行者がWEBサイトから旅行日時と体験したいコンテンツを選択するだけで、自動で旅程を作成し、コンテンツの予約、決済まで一気通貫で行えるコンテンツパッケージプラットフォーム（CPP）のシステム開発が進捗。



CPPサービス機能



■ 安全で安心な新しい旅のスタイルの普及・定着

インバウンドが途絶えている中で、観光業界の雇用維持と事業継続を確保するため、まずは観光関連業界全体で感染症感染拡大防止策を徹底し、日本人国内旅行者に対し、「新しい旅のエチケット」を動画で分かりやすく紹介する取組や、新たに感染症対策ピクトグラムを作成し感染症対策の見える化を実施することに加え、「新たな旅のスタイル」に対応したワーケーション等の事業に取り組むことにより、コロナ禍においても見込める旅行需要の喚起を行った。

今後は、昇龍道地域が取り組む感染症感染拡大防止策を活かして、訪日外国人旅行者が安心して来訪できる取組につなげていく必要がある。

■ 受入環境整備の推進

コロナ禍後において、世界から選ばれる観光地となるため、セミナーなどにより訪日外国人旅行者が快適に旅行していただくための知識を広めたほか、災害時における安全・安心確保のための体制構築や二次交通を充実し利便性を向上する取組などを行った。

引き続き地域全体で様々な受入環境の整備を進め、昇龍道地域がストレスフリーで快適な旅行先として認識され、世界から選ばれる観光地となるための取組を推進していく必要がある。

■ 戦略的プロモーションの実施

新型コロナウイルス感染症感染拡大の影響により、海外旅行博の中止や延期などがあったものの、開催された旅行博への出展の他、Webによる動画配信や情報発信に加え、オンラインでの商談会やセミナー等を行うことにより、インバウンド再開後に向けた旅行マインドの醸成を図った。

今後は、コロナ禍前の訪日外国人旅行者数の増加に比べ、旅行消費額が伸び悩んでいた状況に鑑み、新たな市場への取組も強化していく必要がある。

■ 広域周遊観光の推進

各地域で観光地域づくり法人（DMO）が中心となり、訪日グローバルキャンペーンに対応した体験型コンテンツや滞在型コンテンツ等の造成や国立公園の魅力向上等、インバウンド再開後に広域で周遊観光ができる環境整備を進めた。

今後は、感染症感染拡大防止に対応し密を避けつつ、より幅広い地域において旅行消費額の拡大を進める観点から、更なる広域周遊観光を推進する必要がある。

■ 観光地域づくり法人（DMO）の形成と連携

令和3年度に昇龍道地域内では新たに14団体が登録DMOに、4団体が登録候補DMOとなり、既存の団体と合わせ69団体のDMOが活動し、「Enjoy my Japan グローバルキャンペーン」等に対応した高付加価値な滞在コンテンツの造成等観光地づくりを行った。

今後も、昇龍道地域を、世界的な競争力を有する魅力ある観光地へと発展させ、周遊観光を促進するため、DMOの体制強化や人材の育成等を行い、多様な関係者との連携強化を進めていく必要がある。

■ 持続可能な観光の推進

持続可能な地域経営の普及・促進のためのセミナーや、「持続可能な観光の実現」への理解を促進するため、自治体、DMO、事業者等を対象としたシンポジウムの開催等に取り組んだ。

引き続き持続可能な観光を推進し、「住んでよし、訪れてよし」の観光地づくりの実現に向けた取組を進めていく必要がある。

■ 今後の方向性

令和3年度も、世界的なコロナウイルス感染症感染拡大の影響による厳しい状況が続く中、インバウンド再開を見据え、訪日外国人旅行者が旅行を楽しみ満足していただくための受入環境整備を進め、Web等を中心とした情報発信や、現地エージェント等を通じた旅行博出展など、昇龍道地域の安全性と魅力を発信するプロモーションを行った。

今後は、インバウンド再開に向けて、昇龍道地域全体で更に観光を発展させるため、ハード・ソフト両面で質の向上に取り組むとともに、地域内の各地でその土地にしかない観光資源のコンテンツ化や、磨き上げを行うことなどにより訪日外国人旅行者の広域周遊を促進する必要がある。

加えて、コロナ禍前は訪日外国人旅行者数の増加に比べ、旅行消費額が伸び悩んでいた状況に鑑み、新たな市場への取組も強化していく必要がある。