

# 昇龍道プロジェクトの現況及び 令和元年度活動報告



2020年3月6日

第11回昇龍道プロジェクト推進協議会





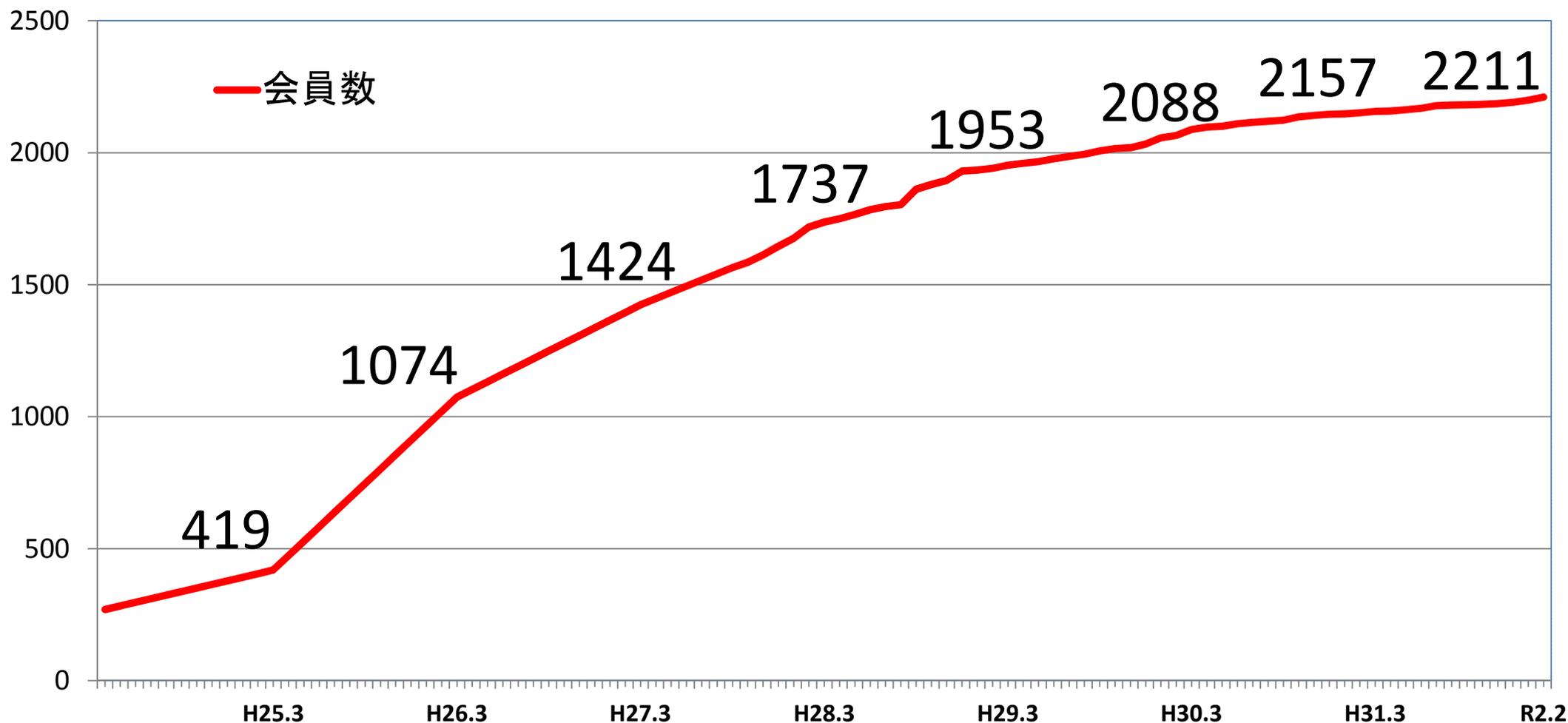
1. 昇龍道プロジェクト推進協議会会員
2. 昇龍道プロジェクトの目標値
3. 昇龍道の現況
4. 令和元年度の主な取組概要
  - (1) 戦略的なプロモーションの推進
  - (2) 受入環境整備の推進
  - (3) 広域周遊観光の促進
  - (4) 観光地域づくり法人（DMO）の形成と強化
  - (5) 会員・関係者との連携の一層の強化
  - (6) 総括



# 1. 昇龍道プロジェクト推進協議会会員



協議会への加入の働きかけに、会員の皆様のご協力をお願い申し上げます。

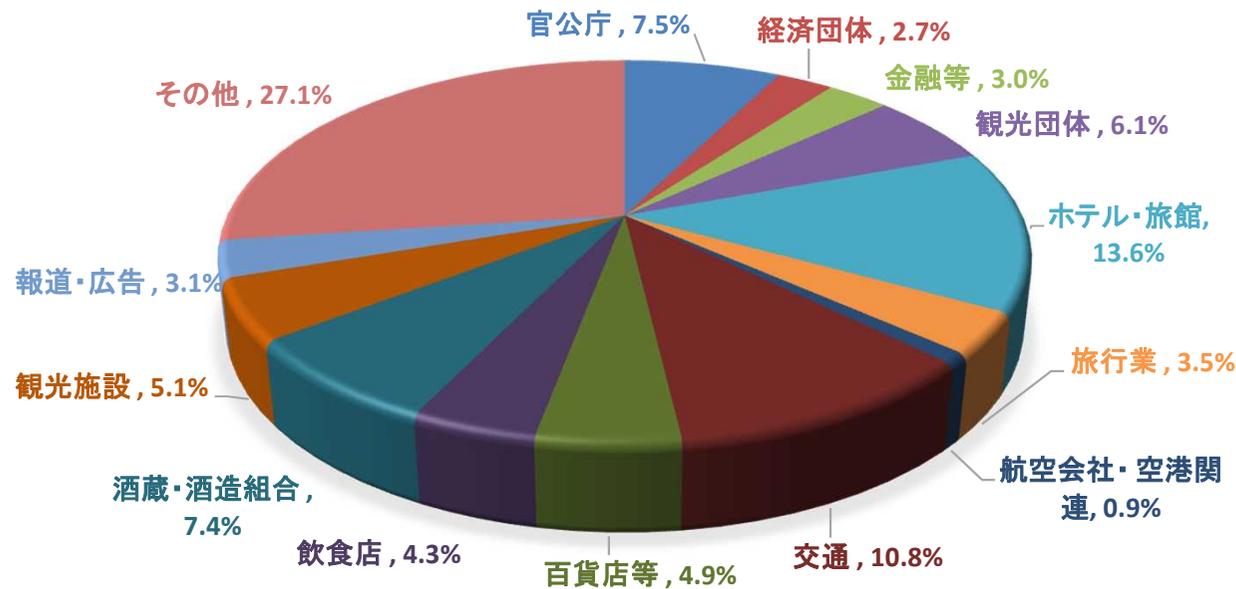


# カテゴリ別会員数（令和2年2月末現在）



	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	24	17	18	14	10	18	5	5	166
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	37	16	10	16	7	14	5	1	139
ホテル・旅館	68	36	54	38	17	20	20	31	9	6	299
旅行業	42	3	15	4	1	1	2	2	0	7	77
航空会社・空港関連	15	0	0	0	0	0	0	0	0	4	19
交通	62	44	57	20	18	11	7	11	1	7	238
百貨店等(物販)	47	6	22	7	6	6	5	2	3	5	109
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	253	94	107	33	14	23	7	8	2	56	597
計	727	240	446	180	137	132	83	116	39	111	2211

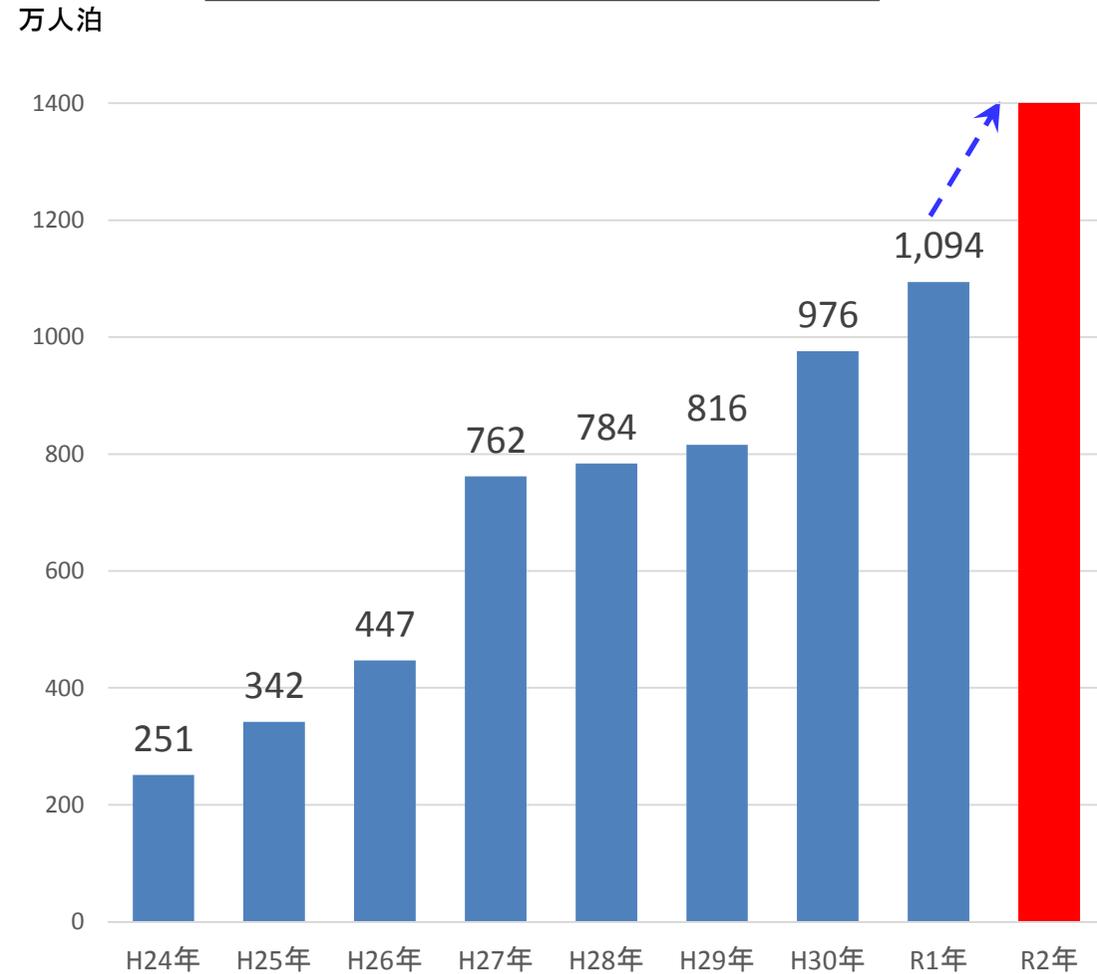
対前年増加数
4
0
1
8
4
1
0
11
5
3
0
0
2
21
60



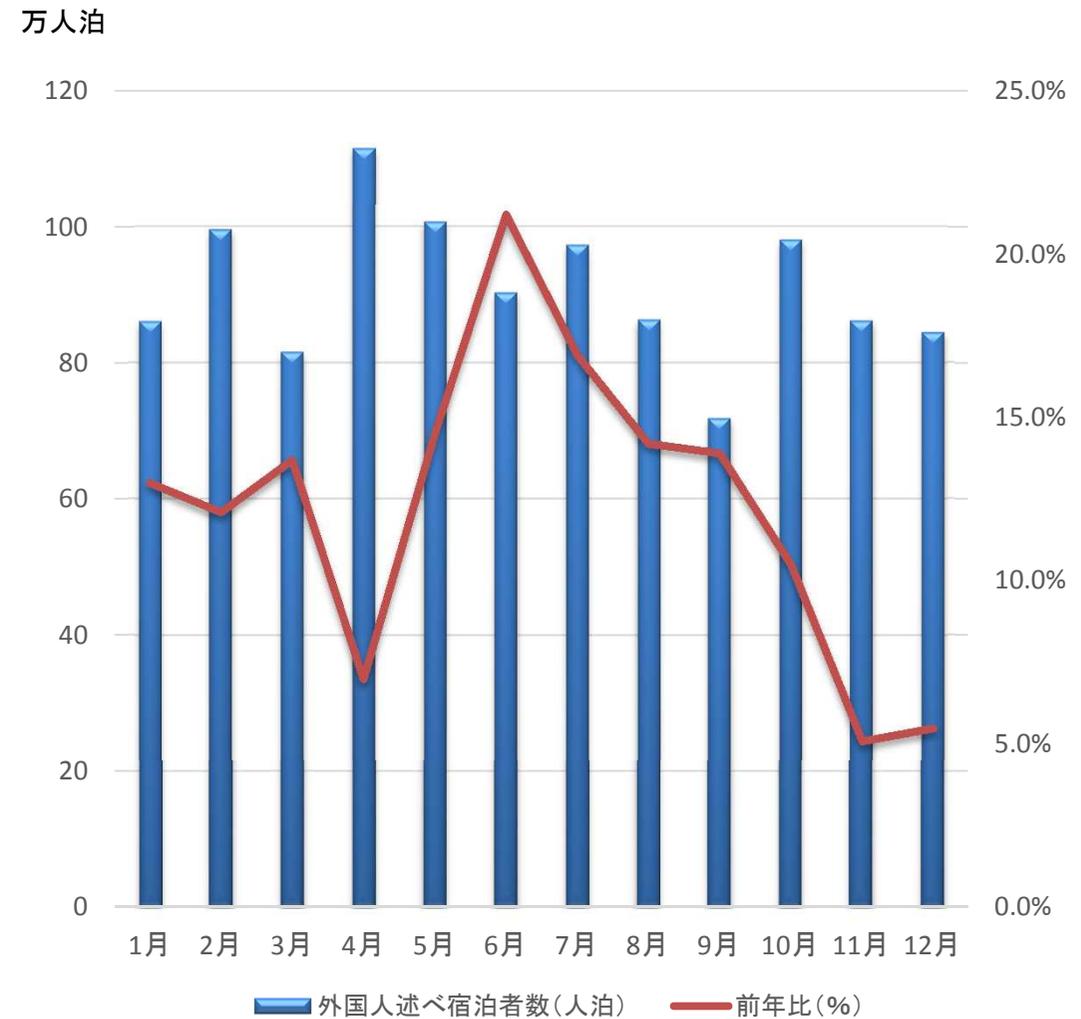


## 2. 昇龍道の目標値 (外国人延べ宿泊者数)

## 外国人延べ宿泊者数の推移



## 令和元年 外国人延べ宿泊者数



**目標値  
(1,400万人泊)**

※観光庁「宿泊旅行統計調査」による  
平成30年まで確定値、令和元年は速報値。



## 3. 昇龍道の現況

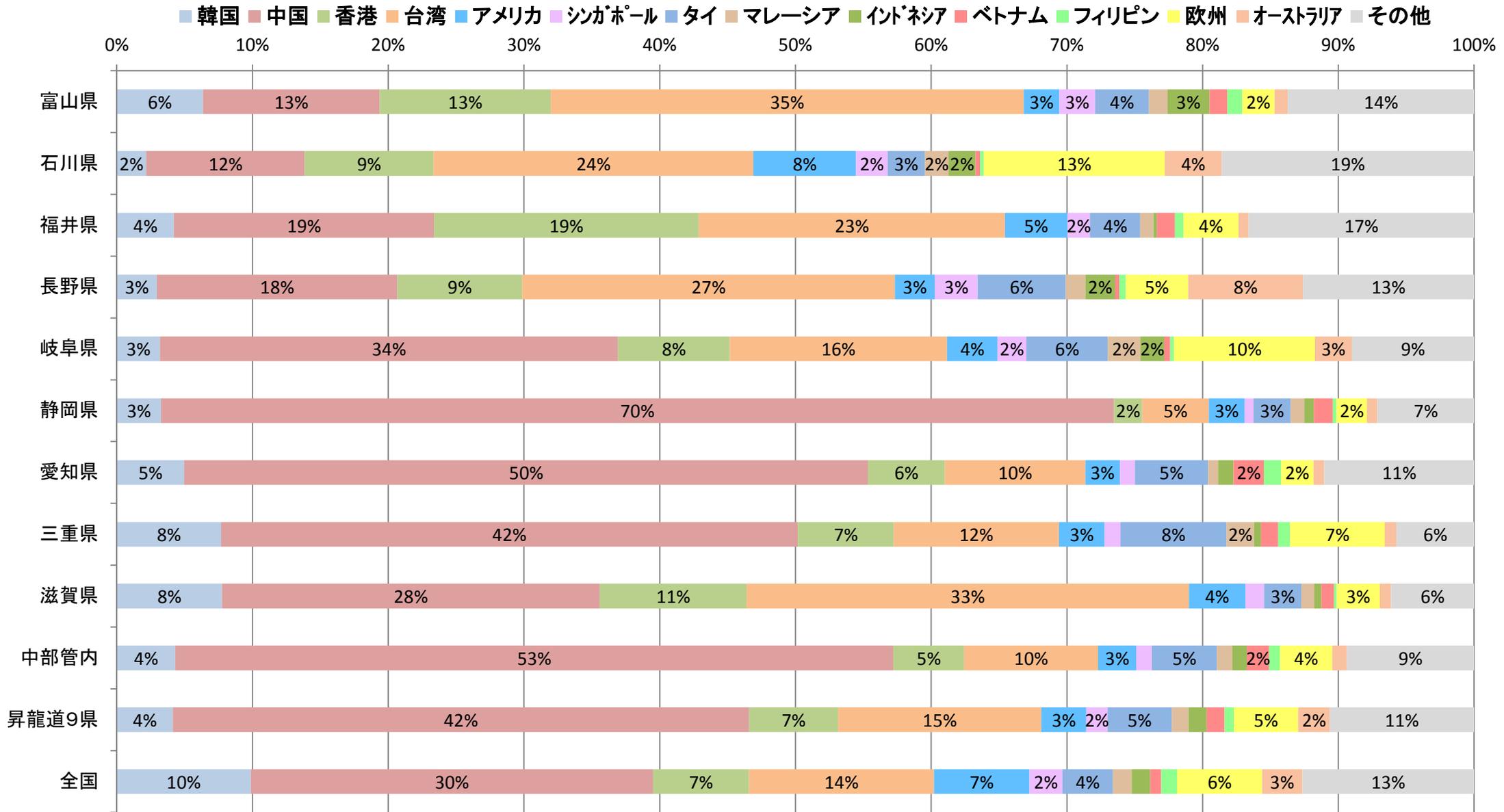
## 平成30年・令和元年の年間の比較

単位:万人泊

県別	①全宿泊者数			②外国人宿泊者数			外国人比率	
	平成30年	令和元年	伸び率	平成30年	令和元年	伸び率	平成30年	平成31年 (令和元年)
富山県	378	355	-6.2%	31	32	4.2%	8.1%	9.0%
石川県	913	844	-7.6%	97	94	-3.2%	10.7%	11.2%
福井県	406	420	3.5%	8	10	29.0%	1.9%	2.3%
長野県	1,832	1,756	-4.2%	153	157	3.0%	8.3%	9.0%
岐阜県	685	669	-2.3%	148	145	-2.1%	21.7%	21.7%
静岡県	2,186	2,249	2.9%	179	234	30.4%	8.2%	10.4%
愛知県	1,701	1,783	4.8%	285	344	20.7%	16.8%	19.3%
三重県	890	880	-1.2%	34	38	11.8%	3.8%	4.3%
滋賀県	483	491	1.6%	41	40	-3.5%	8.5%	8.1%
中部管内計	5,868	6,000	2.2%	654	771	17.8%	11.2%	12.9%
昇龍道9県計	9,475	9,445	-0.3%	976	1,094	12.1%	10.3%	11.6%
全国	53,800	54,324	1.0%	9,428	10,143	7.6%	17.5%	18.7%

※観光庁「宿泊旅行統計調査」による  
平成30年は確定値、令和元年は速報値。

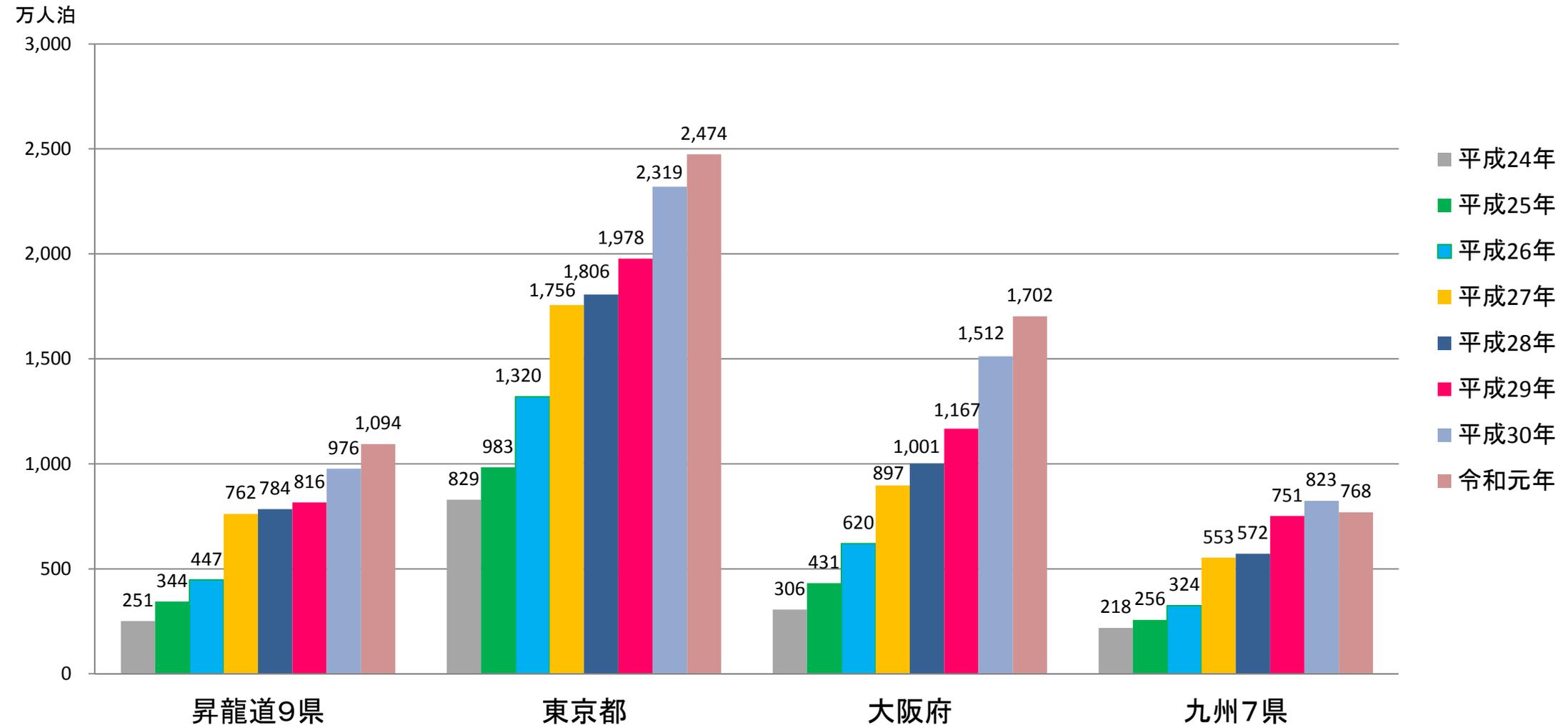
# 国籍(出身地)別外国人延べ宿泊者数構成比 (令和元年)



※観光庁「宿泊旅行統計調査 令和元年速報値による。  
 ※従業者数10人以上の施設のため、合計値が一致しない場合がある。  
 ※構成比数値の2%未満は記載を省略している。  
 ※欧州は、英国、フランス、ドイツ、イタリア、スペインの5ヶ国の計。



### 昇龍道9県と他都市との外国人延べ宿泊者数の比較 (平成24年～令和元年)



※観光庁「宿泊旅行統計調査」による  
平成24年～平成30年まで確定値、令和元年は速報値。

# 昇龍道9県の宿泊施設タイプ別客室稼働率



(左、単位：%、右：宿泊施設タイプ別の都道府県順位)

	全体				旅館				リゾートホテル				ビジネスホテル				シティホテル			
	令和元年			平成30年	令和元年			平成30年	令和元年			平成30年	令和元年			平成30年	令和元年			平成30年
	稼働率(%)	順位	対前年比	稼働率(%)	稼働率(%)	順位	対前年比	稼働率(%)	稼働率(%)	順位	対前年比	稼働率(%)	稼働率(%)	順位	対前年比	稼働率(%)	稼働率(%)	順位	対前年比	稼働率(%)
富山県	51.5	36	1.1	50.4	29.4	42	0.2	29.2	40.8	43	-11.9	52.7	63.3	46	1.0	62.3	66.9	37	-2.5	69.4
石川県	59.2	16	-4.1	63.3	46.5	7	-2.9	49.4	51.5	23	-3.6	55.1	69.2	31	-4.8	74.0	71.5	26	-7.1	78.6
福井県	51.5	36	2.6	48.9	36.8	31	4.9	31.9	48.4	31	-7.7	56.1	77.0	11	-1.5	78.5	60.9	47	-5.5	66.4
長野県	38.5	47	1.4	37.1	28.1	44	0.0	28.1	41.6	40	1.8	39.8	71.0	28	0.1	70.9	75.0	17	1.3	73.7
岐阜県	55.5	25	3.2	52.3	43.3	17	4.3	39.0	49.0	27	-4.4	53.4	77.3	10	6.7	70.6	75.2	16	-5.6	80.8
静岡県	58.5	17	1.5	57.0	47.0	6	1.3	45.7	54.5	18	-1.2	55.7	74.1	20	1.8	72.3	75.4	15	-1.7	77.1
愛知県	68.8	8	-1.3	70.1	30.3	40	-4.5	34.8	49.6	26	-4.2	53.8	75.6	14	-2.1	77.7	76.9	11	-2.0	78.9
三重県	54.2	30	-1.5	55.7	39.5	24	0.3	39.2	49.8	25	-3.0	52.8	72.1	26	0.6	71.5	72.0	24	-3.8	75.8
滋賀県	53.2	32	2.4	50.8	38.7	27	4.3	34.4	57.4	15	-1.6	59.0	66.0	43	0.8	65.2	75.0	17	0.9	74.1
昇龍道9県	54.5	-	0.6	54.0	37.7	-	0.9	36.9	49.2	-	-4.0	53.2	71.7	-	0.3	71.4	72.1	-	-2.9	75.0
全国	62.1	-	0.9	61.2	39.5	-	0.7	38.8	58.6	-	0.3	58.3	75.4	-	-0.1	75.5	79.4	-	-0.8	80.2

※観光庁「宿泊旅行統計調査」による  
平成30年は確定値、令和元年は速報値。

は全国のトップ10に入っているところ

# 昇龍道9県の外国人観光案内所（令和元年12月末現在）

富山県	認定件数
カテゴリー3	1
カテゴリー2	6
カテゴリー1	10
パートナー	5

静岡県	認定件数
カテゴリー3	1
カテゴリー2	9
カテゴリー1	39
パートナー	4

石川県	認定件数
カテゴリー3	—
カテゴリー2	4
カテゴリー1	13
パートナー	9

愛知県	認定件数
カテゴリー3	4
カテゴリー2	3
カテゴリー1	15
パートナー	4

福井県	認定件数
カテゴリー3	—
カテゴリー2	1
カテゴリー1	10
パートナー	2

三重県	認定件数
カテゴリー3	—
カテゴリー2	6
カテゴリー1	10
パートナー	6

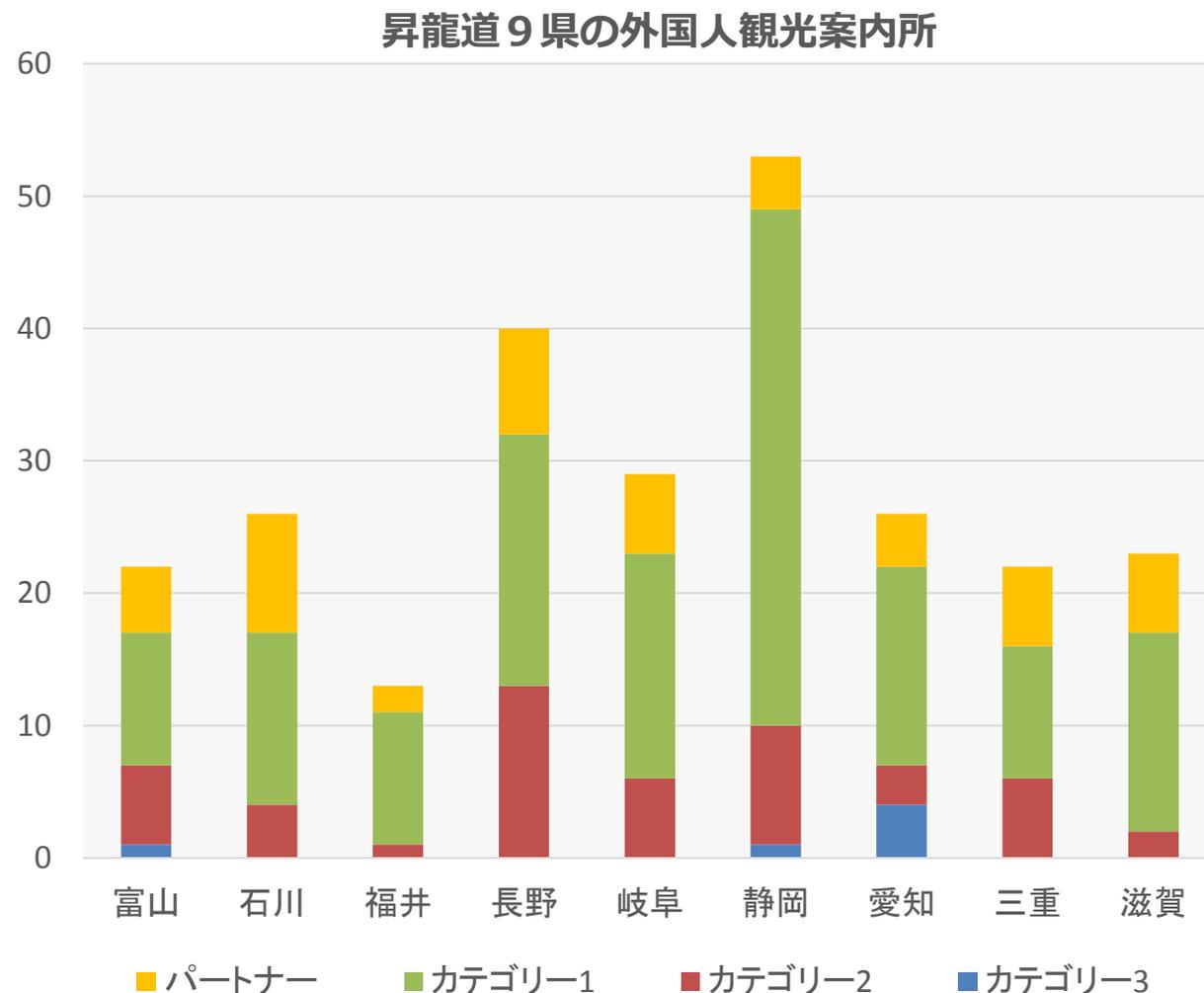
長野県	認定件数
カテゴリー3	—
カテゴリー2	13
カテゴリー1	19
パートナー	8

滋賀県	認定件数
カテゴリー3	—
カテゴリー2	2
カテゴリー1	15
パートナー	6

岐阜県	認定件数
カテゴリー3	—
カテゴリー2	6
カテゴリー1	17
パートナー	6

昇龍道	認定件数
カテゴリー3	6
カテゴリー2	50
カテゴリー1	148
パートナー	50

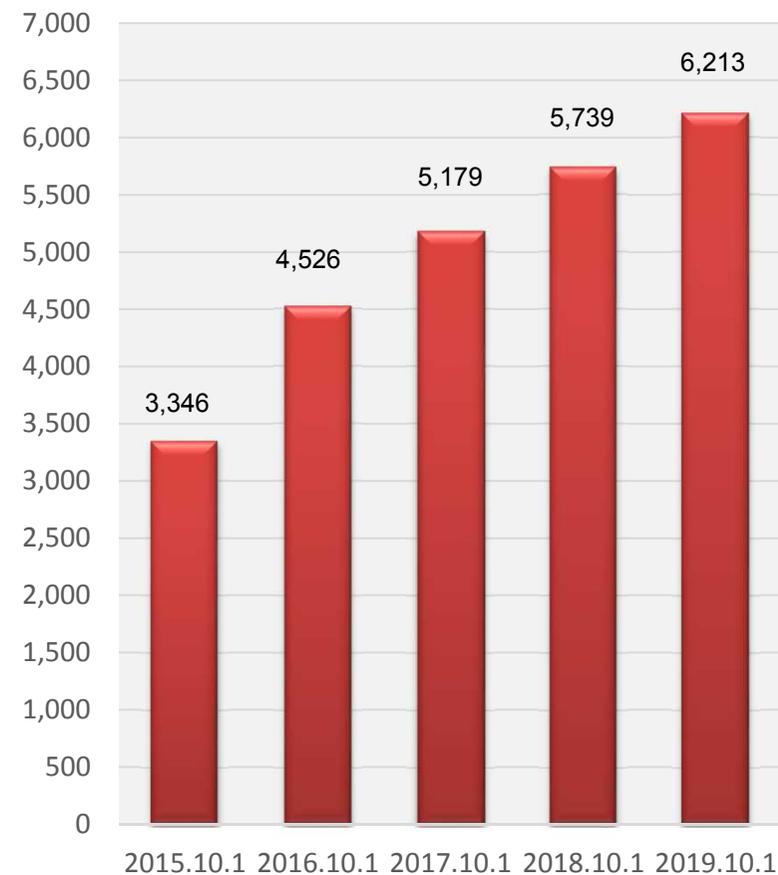
昨年比
—1
+4
+21
+12



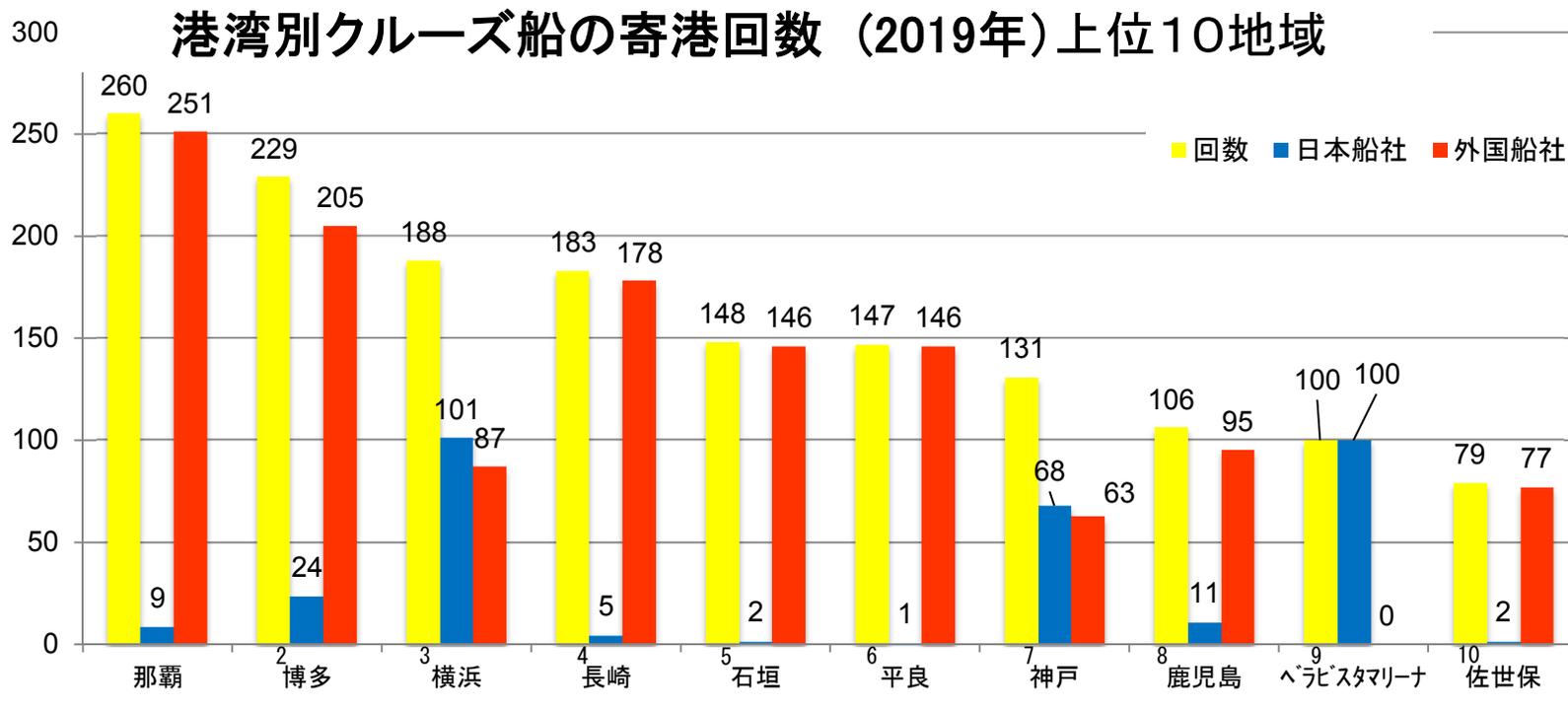
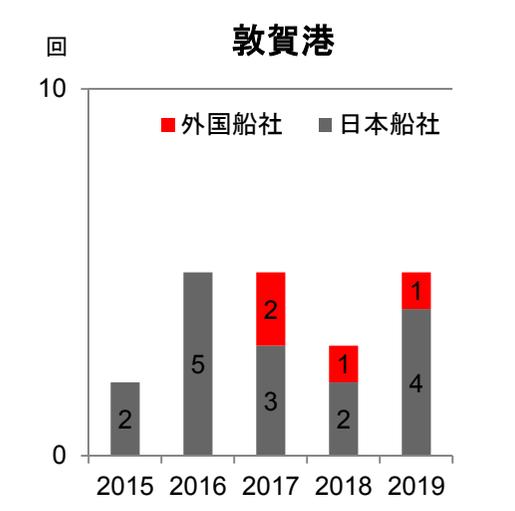
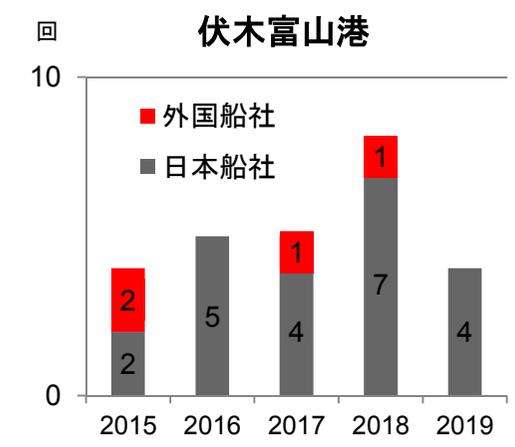
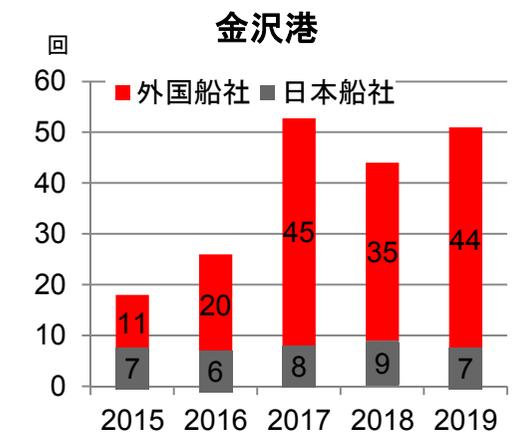
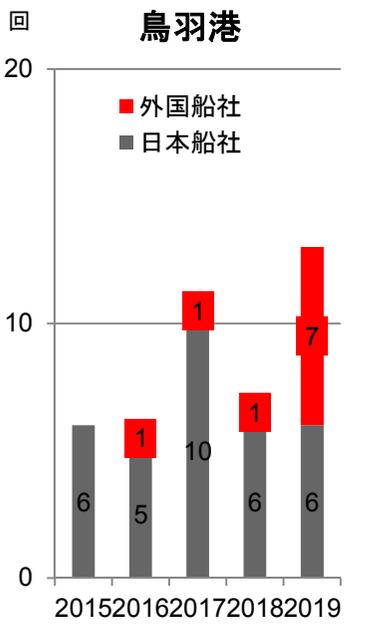
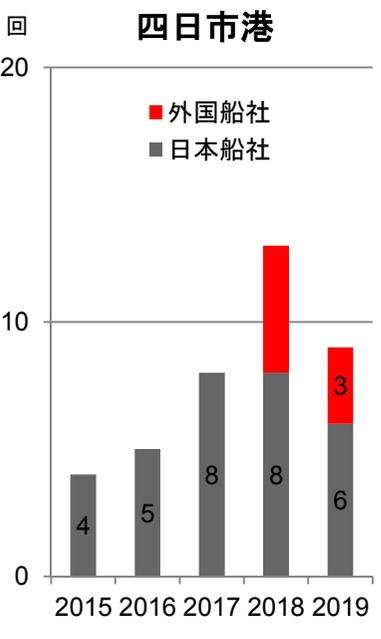
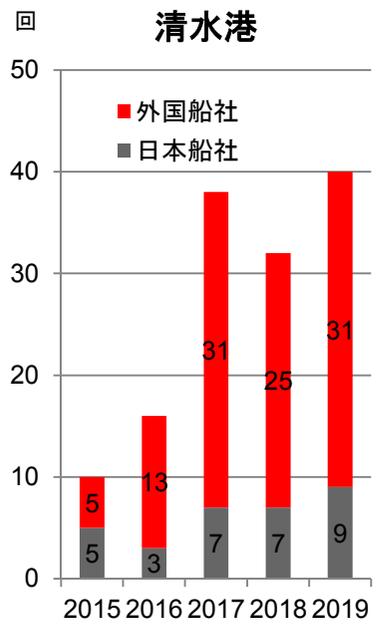
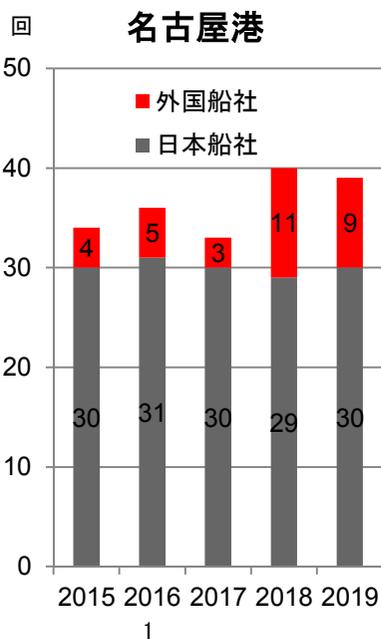
カテゴリー 3（全国レベルの観光案内提供・英語スタッフ常駐かつ英語以外の2言語対応常時可能等）  
 カテゴリー 2（広域の観光案内提供・英語スタッフ常駐等）  
 カテゴリー 1（地域の観光案内提供・パートタイムや電話通訳等で英語対応可能等）  
 パートナー施設（外国人旅行者を積極的に受け入れる意欲があり、公平・中立な立場で地域の案内を提供等）

	店舗数					増加率	増加率
	2015.10.1	2016.10.1	2017.10.1	2018.10.1	2019.10.1	(2015.10.1比率)	(前回比率)
長野県	341	439	490	548	576	168.9%	105.1%
富山県	279	332	345	361	376	134.8%	104.2%
石川県	250	344	450	484	504	201.6%	104.1%
福井県	29	55	69	78	86	296.6%	110.3%
岐阜県	245	322	346	385	409	166.9%	106.2%
静岡県	637	857	915	989	1,058	166.1%	107.0%
愛知県	1037	1,447	1,759	2,007	2,245	216.5%	111.9%
三重県	313	417	472	530	584	186.6%	110.2%
滋賀県	215	313	333	357	375	174.4%	105.0%
<b>昇龍道9県計</b>	<b>3,346</b>	<b>4,526</b>	<b>5,179</b>	<b>5,739</b>	<b>6,213</b>	<b>185.7%</b>	<b>108.3%</b>
参考：大阪府	3,320	4,328	4,586	4,999	5,639	169.8%	112.8%
全国	29,047	38,653	42,791	47,441	52,222	179.8%	110.1%
昇龍道のシェア	10.4%	11.5%	12.1%	12.1%	11.9%	+1.5	-0.2

## 昇龍道9県の免税店数



# 昇龍道9県の外航クルーズ船の寄港状況





## 4. 令和元年度の主な取組概要

# (1) 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プロモーション事業（令和元年度）

国・自治体・民間企業等が広域的に連携し、地方部への訪日外国人旅行者の誘客を図るために、メディア招請や商談会等を実施。

### ■メディアプロモーション

昇龍道の情報を個人旅行者に広く届けるため、現地メディア（WEB・SNS・冊子等）を活用したプロモーションを実施。

facebook・Twitter等に観光情報掲載・Google等の広告出稿

### ■旅行会社・メディア招請事業

現地の意見を交えた旅行商品の造成や現地目線での記事執筆・情報発信を行うことを目的に、海外から関係者を招請。

- ・旅行会社招請 15回・・・アジア 6回、欧米豪 9回
- ・メディア招請 31回・・・アジア24回、欧米豪 6回、中東 1回

### ■旅行博出展・現地セミナー・商談会

現地の実務者と顔の見える関係の構築・維持及び認知度向上・旅行商品造成を目的に、海外各国に実務担当を派遣。

- ・旅行博覧会への出展 31回・・・アジア22回、欧米豪 8回、中東1回
- ・現地セミナーの開催・参加 7回・・・アジア 3回、欧米豪 3回、中東1回
- ・商談会の開催・参加 5回・・・アジア 2回、欧米豪 3回



Facebook広告



イタリア・イギリスYouTuber招請



旅行博Visit Japan FIT Fair 2019

# (1) 戦略的プロモーションの実施

## 東京オリンピック・パラリンピックを契機とした取組

2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会を契機に昇龍道への誘客を図るため、欧米豪において観光レップを活用した現地メディア向けセールス活動、旅行会社招請等を実施。

### ◆セールス活動

欧米豪各地に配置した観光レップを通じ、現地メディア向けのプレスリリースを毎月実施。プレス記事では、中部9県の旬な観光情報を紹介し、メディア露出を図った。

### ◆デジタルキャンペーン (WEB広告)

大手外国メディアのWEBにおいて外国人ライター目線で執筆された広告記事を掲載。同時にバナー広告及びSNSを活用し、情報拡散を図った。

### ◆メディアイベント

英国・豪州・米国において現地メディアを招いた説明会を開催。会場では観光レップが昇龍道の豊富な観光資源をプレゼンするとともに、日本酒や味噌などの特産品を提供し、当地域への理解を深めた。

### ◆旅行会社招請 (豪州)

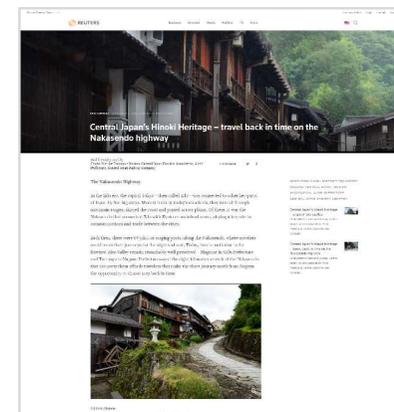
豪州から訪日旅行手配の実績の多い旅行会社3社を招請。昇龍道ならではの観光資源や食、交通手段等を紹介した。

### ◆商談会・セールスコール (米国)

JNTOが主催する現地旅行会社との商談会「Japan Showcase」(ニューヨーク及びボストン2会場)へ参加。同時に現地旅行会社へのセールスコールを実施。



現地メディア向けプレスリリース



WEB広告記事



ロンドンでの現地メディア説明会



豪州旅行会社招請

# (1) 戦略的プロモーションの実施

## ラグビーW杯2019開催を契機とした取組

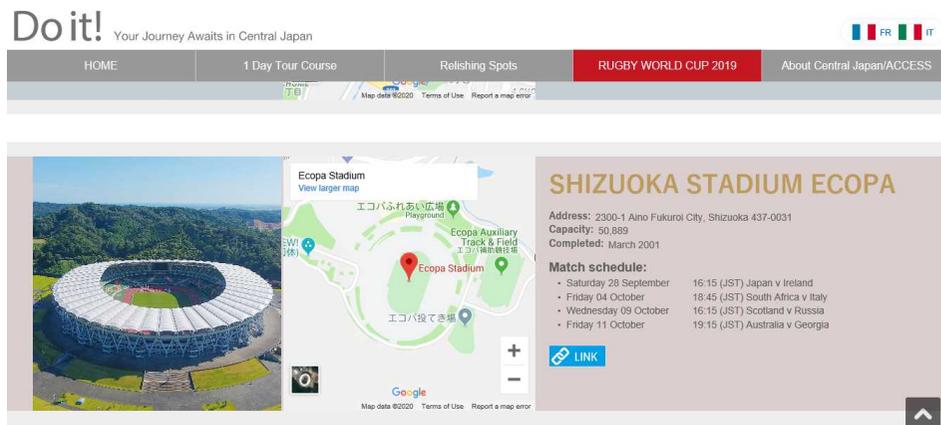
2019年9月～11月に開催されたラグビーW杯を契機とした情報発信や招請事業を実施。

### ◆ 情報発信・招請事業

・開催地を含む、昇龍道の自然や歴史、文化を発信するWEBを構築し、スタジアム情報やアクセス情報を掲載した。また、

フィンエアーの機内誌に昇龍道の観光情報とともに、試合日程や構築したWEBサイトへ誘導するためのQRコードを掲載し、オンライン・オフライン両面からのPRを実施。

・ラグビーW杯開催前にオーストラリアの旅行会社を招請し、開催地を含めた視察を実施。豊田スタジアムを視察し、「迫力があり圧倒された。ここでラグビーやサッカーの試合を観戦すると盛り上がるだろう」など好評を得た。



WEBサイトでの情報発信



フィンエアー機内誌広告



豊田スタジアム視察

## ラグビーW杯2019開催を契機とした取組

2019年9月～10月に開催されたラグビーW杯及びF1日本グランプリの開催に合わせて来場者へアンケート調査を実施。

### ◆ アンケート概要

- ・エコパスタジアム、鈴鹿サーキットにおいて聞き取り調査を実施。
- ・来場者の居住地は「英国」「オーストラリア」「アイルランド」で7割弱を占め、他国は少数であった。
- ・日本へ初めて訪問した方が69.6%、滞在期間は10～20日が47.6%と最も多かった。
- ・回答者の55.8%の人が、ラグビーW杯・F1以外にも観光・レジャーを目的に訪日。
- ・2020東京オリンピック・パラリンピックでの再訪日意向については、「現地で観戦する予定をしている」「予定はないができれば現地で観戦したい」合わせて3割弱の回答があった。
- ・周遊先等の情報入手方法は、タビマエ・タビナカとも「クチコミサイト(トリップアドバイザー等)」が最も多く、次いで「SNS(Facebook/Twitter等)」「母国の親族・知人」「JNTOホームページ」「個人のブログ」「日本在住の親族・知人」と続き、他者からのクチコミを参考として行動する傾向が窺われた。
- ・タビナカで役にたった主な情報は「交通手段」「無料Wi-Fi」「宿泊施設」「飲食店」の順であった。



・アンケート調査の様子

# (1) 戦略的プロモーションの実施

## 日本政府観光局 (JNTO) によるVISIT JAPAN Travel Mart 2019 -ASEAN・INDIA-の開催

- 令和元年8月30日にオープンした愛知県国際展示場(Aichi Sky Expo)にて、東南アジア及びインドの全7カ国から旅行会社30社を招請し、商談会及び意見交換会を開催
- 中部地方を中心に訪問する国別のファムトリップ(視察旅行)を実施し、その土地ならではの食や自然等を体感。

### ◆ 商談会

日時 令和元年11月27日、28日  
場所 愛知国際展示場 Aichi Sky Expo  
参加者 海外バイヤー数：80社、国内セラー数：87団体

商談会後に中部国際空港セントレアのFLIGHT OF DREAMSにて交流・意見交換会が開催され、「徳川家康と服部半蔵忍者隊」演目、ミス日本酒グリーティング等のアトラクションが実施された。

### ◆ 視察

日時 令和元年11月29日～12月2日  
視察先 金沢、高山、白川郷、郡上八幡、長良川、名古屋、犬山、伊勢 等



商談会の様子



交流・意見交換会の様子

# (1) 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プロモーション事業（長野県に関する実施例）

### プロモーション映像の制作



プロモーション映像

南信エリア、三河・遠州エリアにおける「レンタカーでしか「行けない」「見られない」「体験できない」日常の体験・原風景・文化」をテーマとしたプロモーション映像を制作し、WEBサイトやYouTubeで発信。

### 欧米豪の旅行会社招請



奈良井宿での招請の様子

「中山道」を巡るサイクリングコースやウォーキングコースを設定し、欧米豪の旅行会社を招請。馬籠宿、妻籠宿、奈良井宿などの宿場町や、諏訪大社などを巡り、中山道におけるサイクリングやウォーキングの認知度向上と誘客促進に向けた取組を実施。

### スノーリゾートをPR

セミナー開催の様子（上海）



←旅行博出展の様子（北京）

アジアのウィンタースポーツ愛好家を対象に、降積雪が多い北信地域をPR。スノーリゾートでの滞在型観光の認知度向上と誘客促進を目的とし、現地セミナー開催や旅行博出展等を実施。

## (2) 受入環境整備の推進

### 昇龍道プロジェクト 受入環境整備分科会

消費税率の変更やますます増加するインバウンド対策として『キャッシュレス決済』をテーマに、名古屋及び金沢で受入環境整備分科会を開催。

- テーマ：キャッシュレス決済
- 日 時：名古屋会場…令和元年8月2日(金) 13:00～15:00  
金沢会場…令和元年8月29日(木) 13:00～15:40
- 参加者：名古屋会場…105名（事務局除く）  
金沢会場…58名（事務局除く）
- 内 容：キャッシュレス社会の推進（キャッシュレス・消費者還元事業）…中部経済産業局  
キャッシュレス決済が牽引するバックオフィス業務改革…(株)マネーフォワード  
飛騨・高山におけるキャッシュレス決済の最新事情…飛騨信用組合  
キャッシュレス決済について（Square のご紹介）…(株)三井住友銀行  
PayPay が進める決済革命…PayPay(株)  
LINE Pay のキャッシュレス決済について …LINEPay(株)  
楽天グループが取り組むキャッシュレス…楽天ペイメント(株) ※名古屋のみ  
キャッシュレス社会到来！～間近に迫ったキャッシュレス～…(株)北國銀行 ※金沢のみ  
近江町市場キャッシュレス化の取り組みについて…近江町市場商店街振興組合 ※金沢のみ



名古屋会場の様子



金沢会場の様子

## (2) 受入環境整備の推進

### 昇龍道プロジェクト ビジネス交流会

受入環境整備分科会に引き続き、昇龍道プロジェクト会員相互の連携と各会員が取り組む訪日外国人旅行者の受入環境整備の一層の充実を目的に、情報や意見交換を自由に行う場として「ビジネス交流会」を開催。

■ 日 時：名古屋会場…令和元年8月2日(金) 15:00～16:30

金沢会場…令和元年8月29日(木) 15:40～16:30

■ 出展者：①(株)マネーフォワード…『マネーフォワードクラウド』の紹介

②(株)三井住友銀行…『Square』の紹介

③飛騨信用組合…『さるぼぼコイン』の紹介

④LINEPay(株)…『LINEPay』の紹介

⑤PayPay(株)…『PayPay』の紹介

⑥(株)リクルートライフスタイル…『Airペイ』の紹介

⑦(株)Origami…『Origami Pay』の紹介

⑧楽天ペイメント(株)…『楽天ペイ』の紹介 ※名古屋のみ

⑨SBペイメント(株)…『ソフトバンクのグループの決済』の紹介 ※名古屋のみ

⑩freee(株)…『会計freee』の紹介 ※名古屋のみ



名古屋会場の様子



金沢会場の様子



## (2) 受入環境整備の推進

### 昇龍道プロジェクト マーケティング部会

令和元年2月27日に「災害等非常時の情報提供」をテーマに開催する予定していたが、新型コロナウイルスの影響により開催中止となった。そのため、各講師の講演資料を昇龍道プロジェクトホームページに掲載・公開することにより、災害時等非常時に係る情報提供等の情報について、推進協議会会員への展開・共有を図った。

災害時における訪日外国人観光客への情報提供のあり方を考える  
～熊本地震（2016年）、北海道胆振東部地震（2018年）における外国人観光客の行動と行政機関等の対応などから～

（令和2年3月末以降公開予定）

金城学院大学 佐藤 久美 教授  
（昇龍道プロジェクト  
マーケティング部会長）

防災気象情報の利活用について

気象庁名古屋地方気象台

災害時におけるJNTOの対応について  
～安心して日本をご旅行いただくために～

日本政府観光局（JNTO）



## (2) 受入環境整備の推進

### 中部国際空港における取組

第2ターミナルを整備（2019年9月20日供用開始）

施設概要	
年間旅客取扱数	450万人 (国際線300万人、国内線150万人)
延床面積	約45,000㎡
構造	2階建て2棟構成（本館・サテライト）
スポット数／ ゲート数	合計10スポット／14ゲート



カウンター周辺の混雑緩和、旅客の待ち時間・ストレス軽減を目指し、搭乗手続きのセルフ化を推進

2019年度、以下を整備

第1ターミナル：スマートレーン6台

第2ターミナル：自動チェックイン機10台、  
自動手荷物預け機8台  
スマートレーン4台



<自動チェックイン機>



<自動手荷物預け機>

# (2) 受入環境整備の推進

## 愛知県国際展示場 (Aichi Sky Expo) 2019年8月30日に開業

### 特色① 日本初の国際空港直結型の展示場

アジアを中心に海外、国内主要都市からのアクセスは抜群

### 特色② 日本唯一の常設保税展示場

海外出展者の関税や消費税などの負担軽減を図る

### 特色③ 展示場(運営)として初のコンセッション方式を採用

民間事業者の創意工夫をより強く引き出し、ローコストで高いサービス水準を実現



延べ床面積: 約9万㎡ (うち展示ホール6万㎡)  
会議室: 18室、多目的利用地: 約4ha

○ これまでに開催した主な催事 ※他に企業イベントや握手会等

催事名	開催時期	主催者
AICHI IMPACT!2019	8月30日～9月1日	AICHI IMPACT!実行委員会
WIRED MUSIC FESTIVAL	9月7～8日	WIRED PRODUCTION(株)
杜の脈い愛知	9月21日	杜の脈い・愛知実行委員会
常滑お笑いEXPO	9月28～29日	中京テレビ放送(株)
大相撲秋巡業JAあいち知多場所	10月17日	JAあいち
愛知県社会福祉大会	10月30日	愛知県・名古屋市・愛知県社会福祉協議会など
名古屋キャンピングカーフェア 2019Autumn	11月2～3日	テレビ愛知(株)
あいち技能五輪・アビリンピック2019	11月15～18日	厚生労働省、愛知県など
VISIT JAPAN Travel Mart2019-ASEAN・INDIA-	11月27～28日	日本政府観光局(JNTO)
クリエイターズマーケット	11月30日～12月1日	クリエイターズマーケット事務局
FIELD STYLE2019	12月7～8日	FIELD STYLE実行委員会
Red Bull Kumite2019	12月21～22日	レッドブル・ジャパン(株)
CHIMERA A-SIDE EXTREME SPORTS SUPER LEAGUE™ THE FINAL™	2020年1月25～26日	(社)CHIMERA Union
愛知・知多半島マーケット2020	2020年1月25～26日	愛知・知多の観光・産業・物産フェア実行委員会



## (2) 受入環境整備の推進

### 富士山静岡空港における取組

富士山静岡空港旅客ターミナルビルの増築・改修工事に合わせ、最先端技術を活用した出入国審査等を実現するなど、空港の機能を大幅に強化し、混雑の解消や利便性の向上を図った。

#### 取組の内容

〈取組主体〉静岡県

〈取組時期〉平成28年11月～平成31年3月

〈取組内容〉

- 国際線保安検査場拡張（1列⇒2列）
- 国際線保安検査用ボディスキャナー導入
- 国際線搭乗待合室拡張（300席⇒400席）等

〈取組主体〉富士山静岡空港（株）

〈取組時期〉平成31年4月～令和2年1月

〈取組内容〉

- 国際線搭乗ゲート増設（2箇所→3箇所）

#### 取組の効果

- 国際線保安検査の迅速化
- ボディスキャナーによる国際線保安検査強化
- 国際線搭乗者の利便性向上

増築・改修後の旅客ターミナルビルの外観



新国際線ターミナル出発ロビーと搭乗ゲート



国内線と国際線のターミナルを分離し、搭乗待合室や出入国エリアなどを充実  
⇒ 国際線の受入機能を強化

## (2) 受入環境整備の推進

### 窓口発券システム、自動券売機の導入

- アルピコ交通株式会社の上高地バスターミナルにおいて、窓口発券システムを新たに導入することで、窓口に加えウェブ上での各種手続きが多言語対応、キャッシュレス決済とともに可能になる。
- また、長野県松本市から首都圏、上高地乗鞍地域、高山地域等への高速バス乗り換え拠点となっている松本インター前案内所に自動券売機を導入し、多言語対応やキャッシュレス決済の導入等により受入体制の強化を図る。

#### ○窓口発券システム

- 導入場所：上高地バスターミナル
- 対応言語：日本語、英語、繁体字、簡体字、韓国語
- システム：ウェブ上で、乗車券の購入・座席の確保・乗車券及び整理券の発行等
- 導入効果：多言語対応、キャッシュレス決済、ウェブ上で完結することから行列の解消や窓口対応の省力化
- 導入時期：令和2年3月予定

#### ○自動券売機

- 導入場所：松本インター前案内所
- 対応言語：日本語、英語、繁体字、簡体字、韓国語
- 導入効果：多言語対応、キャッシュレス決済 等
- 導入時期：令和2年3月予定



上高地バスターミナル



松本インター前案内所

## (2) 受入環境整備の推進

### 新車両、スロープ等の導入

- 長野電鉄株式会社の長野－湯田中間において、インバウンド対応設備を搭載した車両を導入し、沿線観光地への移動手段としてインバウンドが利用しやすい環境を整備。
- 長野－湯田中間の駅において、地上とホーム間にスロープを導入し段差解消するとともに、多目的トイレの導入やトイレの洋式化等により受入環境整備を推進。

#### ○車両

- 車両数：3両2編成 計6両
- 導入区間：長野－湯田中間
- インバウンド対応：  
車内・車外ディスプレイで日本語・英語表記  
事故等の際の日本語・英語案内 等
- 導入時期：令和2年3月予定（カラーリングは未定）



導入予定車両

#### ○スロープ及び多目的トイレの導入、 トイレの洋式化

- 導入先：本郷駅（長野市）
- 導入時期：令和2年3月完成予定



スロープ（工事前）



スロープ（工事後）

## (2) 受入環境整備の推進

### 観光型MaaS実証実験

情報通信技術を活用することにより複数の公共交通（鉄道、路線バス、相乗りタクシー）による移動を1つのサービスとして捉え、シームレスにつなぐ新たな「移動」の概念であるMaaS(Mobility as a Service)の構築が求められている。さらに宿泊予約等の観光関連サービスを加えた仕組みである「観光型MaaS」についても求められている。

#### 取組の内容

##### 【伊豆における観光型MaaS実証実験】

- ＜取組主体＞ 伊豆地域自治体、東急、JR東日本、楽天他
- ＜実施時期＞ 令和元年12月1日～令和2年3月10日（予定）
- ＜実施内容＞ 「Izuko」アプリ及びWebページ開発、デジタルフリーパスの販売、AI型オンデマンド交通の乗車、観光施設デジタルチケット販売、サイクル・レンタカーの予約機能、デジタルマップ機能

伊豆地域 アプリ  
「Izuko」



##### 【志摩地域観光型MaaS実証実験】

- ＜取組主体＞ 志摩市、近鉄グループホールディングス、名古屋大学他
- ＜実施時期＞ 令和2年1月9日～3月31日（予定）
- ＜実施内容＞ 「ぶらりすと」アプリ開発、デジタルフリーパスの販売、MaaS利用を促す旅行商品開発、デマンドバス、タクシー、マリンタクシー実証運行

志摩地域 観光地  
型MaaSアプリ  
「ぶらりすと」



#### 取組の効果

【伊豆における観光型MaaS実証実験】 R1.12末現在  
デジタルフリーパスおよびデジタルパスの販売数：1,825（目標数：10,000）  
AI型オンデマンド交通デジタルパス販売数：240（目標数：1,000）

【志摩地域観光型MaaS実証実験】  
デマンドバス、タクシースマホ予約回数：337（目標数：400）  
デマンドマリンタクシースマホ予約回数：32（目標数：200）

# (2) 受入環境整備の推進

## 高山～下呂～馬籠・妻籠バス実証運行

直行バス「高山濃飛BC～下呂BC・下呂駅前～馬籠・妻籠」を1日1往復運行することにより、飛騨⇔東美濃を訪れる外国人旅行者の移動利便性・周遊性を向上させる。

### 取組の内容

- 運行概要  
区間：高山・下呂～馬籠・妻籠  
(高山～下呂間、馬籠～妻籠間は乗降扱いない)  
期間：平成31年4月1日(金)～11月30日(土)  
回数：1日1往復  
運賃：高山～馬籠・妻籠3,200円(往復5,500円)  
下呂～馬籠・妻籠2,300円(往復4,000円)
- 運行事業者：濃飛乗合自動車株式会社
- 旅客サービス  
・Googleマップによる検索対応、バス車内フリーWi-Fi、  
座席予約(空席があれば当日乗車可)、  
昇龍道フリーバスきっぷ提示で500円割引

### 乗り継ぎを考慮した実証運行

- 運行概要  
区間：名古屋～馬籠・妻籠  
(馬籠～妻籠間は乗降扱いない)  
期間：令和元年10月1日(火)～11月30日(土)  
回数：1日1往復  
運賃：片道2,500円
- 運行事業者：名鉄バス株式会社、東濃鉄道株式会社



### 取組の効果

飛騨地域	○利用者数実績	東美濃地域
乗車1,309人・460人 (高山・下呂)	1,769人	降車 986人・143人 (馬籠・妻籠)
降車 400人・163人	往復乗車含	乗車 196人・367人
	1,203人	



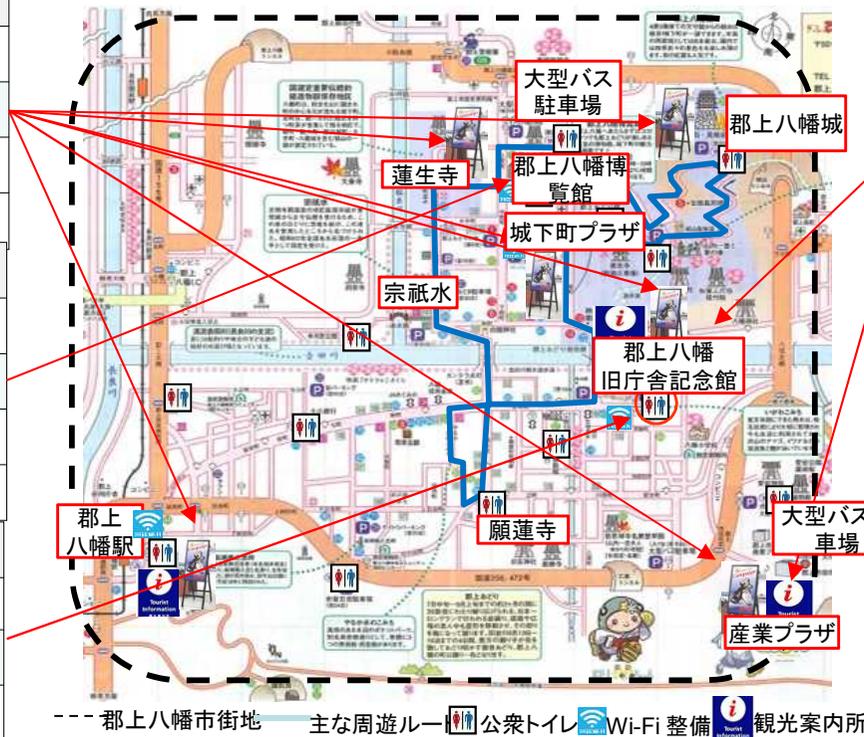
# (2) 受入環境整備の推進

## 「水と踊りの城下町郡上八幡ぶらり散策整備計画」 (郡上市)

郡上八幡エリアは、日本の情緒を色濃く残した城下町として、アジアをはじめ諸外国の訪日旅行客が訪れており、なかでも古い町並みやポケットパーク、郡上八幡博覧館などが人気である。訪日外国人の方が多くなっているため、観光庁の観光振興事業費補助金を活用して、ICTを活用した一体的な看板等の整備や多言語VR機器などの整備、散策途中のトイレの洋式化を実施し、快適な周遊環境を構築する。

### 【計画概要】

多言語観光案内標識の一体的整備	
デジタルサイネージの設置 (6箇所)	
~2019	2019 (整備後)
博覧館外国人入込数(年間)	
4万人	5万人
観光拠点情報・交流施設の整備・改良	
歴史等を紹介するVR機器(郡上八幡博覧館)	
~2019	2019 (整備後)
博覧館外国人入込数(年間)	
4万人	5万人
公衆トイレの洋式トイレの整備及び清潔等機能向上	
トイレ洋式化、清潔機能向上、小便器の自動水栓化	
~2019	2019 (整備後)
トイレの洋式化率	
79% (79/100台)	81% (81/100台)



外国人観光案内所における非常用電源装置及び情報端末への電源供給機器の整備	
博覧館、旧庁舎記念館の2箇所に非常用電源の整備	
~2019	2019 (整備後)
非常用電源設置数	
0箇所	2箇所

- その他の取組
- ・観光事業者が自主財源にてカード決済端末を整備
  - ・市内12箇所に多言語管内図を整備(~H30)
  - ・公衆トイレの洋式化(~H30)
  - ・観光施設にWi-Fiを整備(~H30)

計画区域内の旅行者数	
国内	551 (万人)
外国人	11.6 (万人)
備考	インバウンド受入施設 国別聞き取り調査より

# (2) 受入環境整備の推進

## 「奈良井宿における旅行環境まるごと整備計画」 (塩尻市)

重要伝統的建造物群保存地区にも選定されている旧中山道の歴史ある宿場町である奈良井宿は、近年は、中山道の歴史探索や古い街並みを観たり、地域の風土を体験するために訪れる訪日外国人の方が多くなっているため、観光庁の観光振興事業費補助金を活用して、トイレの洋式化や多言語表示での看板整備等の受入環境整備を実施し、快適な周遊環境を構築する。

### 【奈良井宿の現状】



### 【計画概要】

#### 公衆トイレの洋式便器の整備

和式便器の洋式化

～2019      2019  
(整備後)

計画区域内の洋式化率

80%      100%

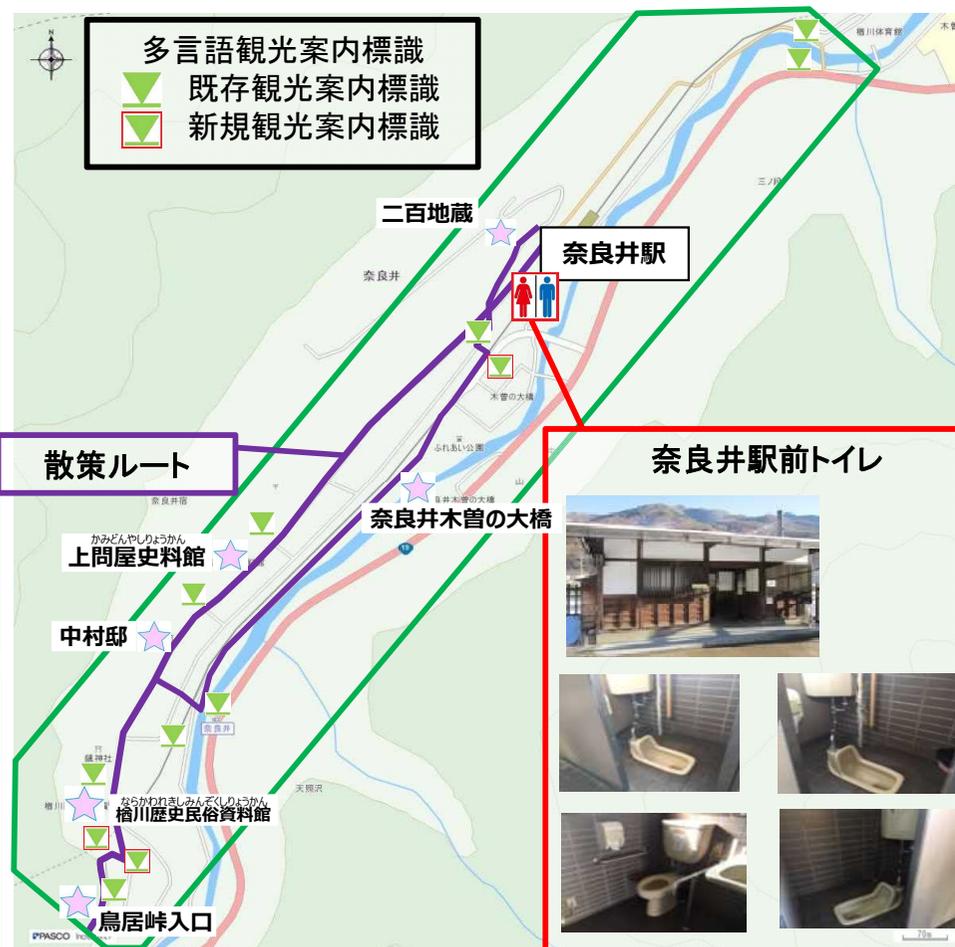
#### 多言語観光案内標識の一体的整備

看板整備

～2019      2019  
(整備後)

看板整備

9箇所      12箇所



### 【主要な観光スポット】

① 二百地蔵



③ 中村邸



④ 鳥居峠入口



② 奈良井木曾の大橋



#### 奈良井駅前トイレ



#### 計画区域内の旅行者数

国内	614,879 (人)
外国人	8,321 (人)
備考	2018年 観光統計数値

# (2) 受入環境整備の推進

## 「道の駅輪島ふらっと訪夢周辺における旅行環境まるごと整備計画」(輪島市)

道の駅輪島ふらっと訪夢を起点とする旧輪島市の市街地エリアを輪島市の新たな観光スポットとして磨き上げるために、**観光名所等を繋ぐ周遊ルートを明確に打ち出し、観光庁の観光振興事業費補助金を活用して、ICTを活用した一体的な看板整備、洋式便器整備等の受け入れ態勢を実施し、訪日外国人旅行者をターゲットに快適な周遊環境を構築する。**

### 【計画概要】

#### 多言語案内標識の一体的整備

多言語案内看板の整備

~2018	2019 (整備後)
-------	---------------

多言語案内看板設置数

0カ所	11カ所
-----	------

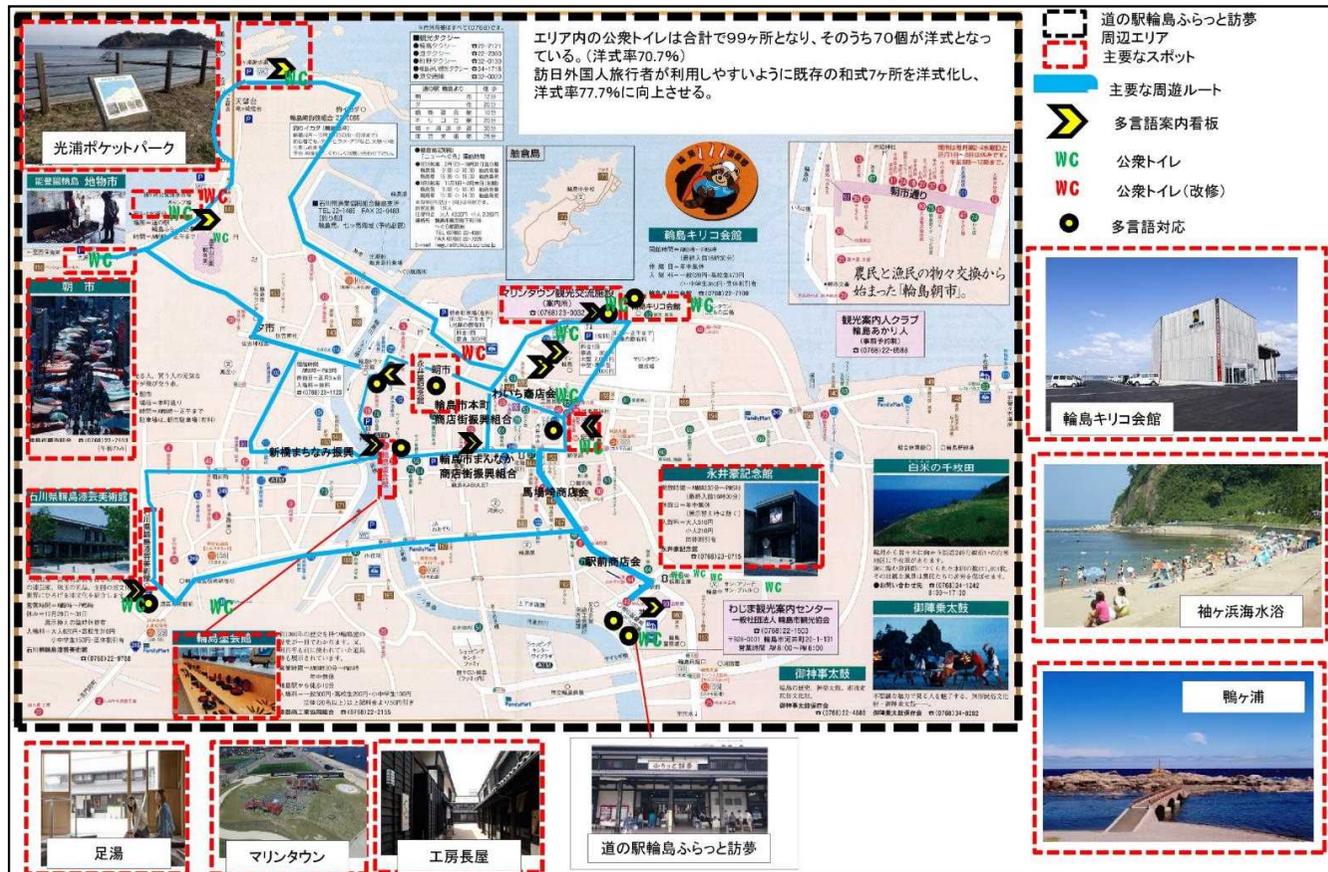
#### 小売店等の多言語対応

多言語案内用機器の導入

~2018	2019 (整備後)
-------	---------------

多言語タブレット貸与台数

0台	7台
----	----



#### 公衆トイレの洋式便器の整備

公衆トイレ洋式化

~2018	2019 (整備後)
-------	---------------

エリア内の洋式便器数

70台	77台
-----	-----

#### 計画区域内の旅行者数

国内	147,140 (人)
外国人	2,329 (人)
備考	宿泊者数(2018年度)

# (2) 受入環境整備の推進

## 太平洋岸自転車道の整備推進

- 太平洋岸自転車道は、千葉県銚子市を起点として神奈川県、静岡県、愛知県、三重県の各太平洋沿岸を走り、和歌山県和歌山市に至る延長約1,400kmの自転車道構想。
- ナショナルサイクルートの指定を目指すため、アクションプランを策定し、その取組を推進

<凡例>  
自転車通行空間

- 黄色線: R2.7整備予定
- ピンク線: R2.3整備予定
- 赤線: R1.12整備済み
- 黒線: 整備済(H30まで)
- 二重線: プレミア整備済  
※プレミア整備済区間も今後矢羽根で整備
- ピンク丸: ゲートウェイ(12箇所)







銚子駅

神奈川県

スポーツ公園

千葉県

久里浜港

金谷港

道の駅

伊豆高原駅

静岡県

清水駅

伊豆半島(静岡県西伊豆町)

愛知県

伊勢湾フェリー 伊良湖のりば

道の駅

弁天島駅

浜松駅

三重県

鳥羽駅

道の駅

伊勢湾フェリー 鳥羽のりば

和歌山県

加太港

終点付近で検討中

南紀白浜空港 & 行方モア



HP (ルートマップ)



HP (英語表記版)









道の駅伊豆ゲートウェイ函南  
(上段) レンタサイクル  
(下段) 観光情報案内  
出典: 伊豆ゲートウェイ函南HP

柳島スポーツ公園  
(上段) ロッカールーム  
(下段) レンタサイクル

# (2) 受入環境整備の推進

## 魅力ある公共空間の整備及び受入環境整備の推進 (道の駅)

- 「道の駅」は、それ自体が観光の目的地となるなど、地域観光における重要性が高まっている
- 多言語に対応した外国人案内所やwi-fi環境、外国人案内所の整備など外国人観光客のニーズに対応したサービスを提供

### WI-FI環境の整備 ポータルサイトの多言語化

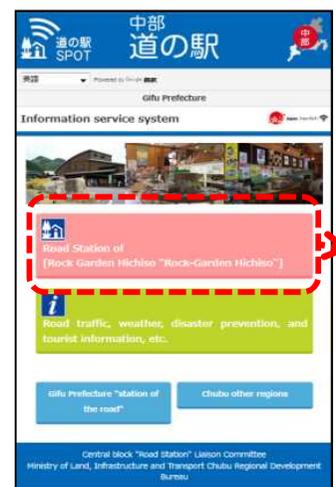
昇龍道 9 県の道の駅数 243 駅 (全国1,160駅)

- ・「道の駅」無料公衆無線LANを、統一の呼称「道の駅SPOT」として整備し、共通のSSIDを設定
- ・「道の駅SPOT」で自動接続するポータルサイトに「昇龍道」のバナー設置し、「昇龍道」サイトにリンク

Wi-Fi接続時TOP画面

昇龍道サイトへ外部リンク

昇龍道 ホームページ



共通SSID  
をステッカー  
でPR

Welcome to the Shoryudo

The Shoryudo is one of seven regional tourist routes in Japan specifically designated by the Japanese government.

### 外国人案内所・免税対応



JNTO認定外国人観光案内所  
「道の駅」開国下田みなと



免税対応の推進



免税店シンボルマーク

## (2) 受入環境整備の推進

### クルーズ船の受入環境整備の推進

- 名古屋港ガーデンふ頭において、岸壁の老朽化に合わせて、クルーズ船に対応した岸壁改良および屋根付き通路の設置を行っている。
- また、地元の行政機関等で構成される協議会が各港で組織され、クルーズ船の寄港時には歓送迎行事等の取り組みが行われている。

#### 名古屋港ガーデンふ頭



#### 地元住民による歓送迎(御前崎港)



寄港セレモニー



お見送り

# (2) 受入環境整備の推進

## 国立公園のブランド化

「国立公園満喫プロジェクト」の一環として、訪日外国人観光客の伊勢志摩国立公園内への受入を推進するため「ステップアッププログラム2020」に基づいて取組を実施

### 取組① アクセス道の環境整備

クルーズ船受入体制の充実（鳥羽市等）  
志摩MaaS実証実験によるアクセス向上、予約・決済の一元化

### 取組② 多様な主体によるサービスの提供

展望施設を活用したイベント（ヨガ・ジャズ生演奏等）実施  
クアオルト（健康療養地）ウォーキングの推進（志摩市）

### 取組③ まちなみ等の景観改善

鳥羽市景観計画に関する取組の推進

### 取組④ インバウンド対応のための施設整備等

AIチャットボット配備（志摩市）  
多言語デジタルサイネージ整備（横山ビジターセンター）

### 取組⑤ 人材育成

最先端観光コンテンツインキュベーター事業を活用した基盤強化

### 取組⑥ 国立公園への誘導・プロモーション

海外アーティスト・メディアの招聘事業（伊勢市）  
海外メディアを活用した海女文化魅力発信（鳥羽市）  
SNS、広報ツールを活用した情報発信



①クルーズ船乗客の受入



①志摩MaaS実証実験



②展望施設の活用



④デジタルサイネージ



⑤伊勢志摩国立公園エコツアーリズム  
推進協議会 人材育成部会



⑥米国メディアクリエイター招聘事業

### 農泊の推進

「農泊」を持続的なビジネスとして実施できる地域を創出し、都市と農山漁村との交流や増大するインバウンド需要の呼び込みを促進することで農山漁村の所得向上と地域の活性化を図る。

#### 取組の内容

農山漁村振興交付金（農泊推進対策）

- ＜取組内容＞
- ①農泊ビジネスの体制構築や地域資源を活用した魅力ある観光コンテンツの磨き上げ
  - ②専門人材の確保等を支援
  - ③インバウンド需要に対応するための環境整備

#### 取組の効果

大紀町地域活性化協議会（三重県大紀町）  
地域資源を活用した「食」のメニューや農林漁業の  
体験プログラムの開発

協議会構成員が管理運営等する宿泊施設における宿泊者数  
366人（平成28年度）  
→ 1,224人（平成30年度）  
うちインバウンド190人泊（平成28年度）  
→ 524人泊（平成30年度）



地域の食材を  
活用したメニュー  
作り



地域資源を活用した  
体験メニューの開発

# (3) 広域周遊観光の促進

## 中央日本総合観光機構の取組

### ■デジタルマーケティング強化調査事業

#### 1. 業務の目的

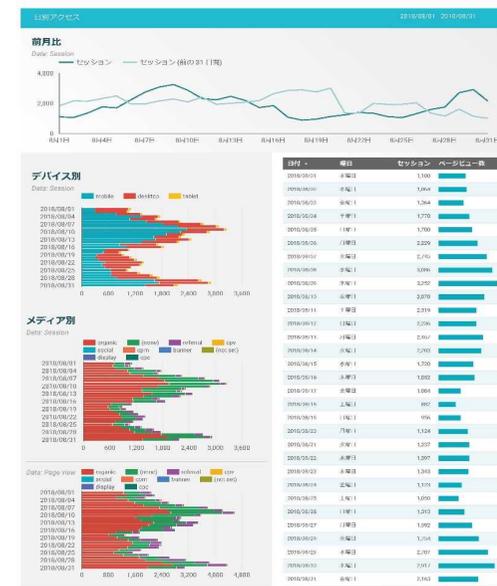
中部・北陸エリアの「面」としてのブランド浸透、対象ターゲット層への効果的な情報提供、地域が磨き上げ・造成を行った観光コンテンツへの誘導、具体的な旅行へ向けたアクション促進などにおけるマーケティングについて、実証と調査・分析を行うことに、加えて、どのような受入環境整備を行えば訪問意欲を惹起できるのか、実際に訪問した訪日客の満足度を高められるかについて、デジタル的手法を活用することにより調査・分析し、今後も継続して基礎データを計測できる体制を整える。

#### 2. 業務内容

- (1) webマーケティング強化・サイトアクセス解析
- (2) デジタル的手法による受入環境・満足度調査

#### 3. 業務の成果（進行中）

- ・12月下旬、WEB再アップ
- ・2月上旬、複数のモデルコースを掲載したWebサイトを立ち上げ
- 現在、モデルコースごとのアクセス状況について以下を調べまとめている
  - ①施策効果視点（ユーザー数、ページビュー数、滞在時間など）
  - ②ユーザーインサイト視点（流入キーワード分析、閲覧コンテンツ分析、サイト内キーワード検索）
  - ③マーケティング視点（セッション数、ランディングページ読了率、回遊率など）



広域連携DMOが、上述の基礎データの計測結果をベースに、計測を内製化させ、リアルタイムでデジタルマーケティングを活用していく（デジタル上でPDCAを回す）

# (3) 広域周遊観光の促進



## 中央日本総合観光機構の取組

### ■ テーマ性・嗜好性調査事業

#### 1. 業務の目的

旅行者が「訪れたい(需要喚起)」、「訪れやすい(モビリティ・対応レベル等の向上)」、「訪問して満足する(満足度向上)」観光コンテンツの整備や受入環境整備に向けて「地域として取り組むべき指針」を提示し、各地域における戦略策定への反映を目指す。

#### 2. 業務内容

- (1) 中部北陸地域における観光コンテンツの棚卸
- (2) 広域連携による集客効果測定
- (3) 受入環境整備

#### 3. 業務の成果 (進行中)

- (1) 上記、業務内容を受けて、以下のテーマをもとに、嗜好性の最終調査を行っている。
  - ① 日本を代表する「城下町」「忍者の里」「陶芸の里」で和文化を体験する
  - ② 日本を代表する「寺」「庭園」で心の静寂と四季の移ろいを体感する
  - ③ 日本を代表する「水の里」「山の里」の原風景から古来の生活文化を学ぶ
  - ④ 江戸と京都をつなぐ「街道」「宿場町」を巡り300年前にタイムトリップする
  - ⑤ 江戸や京都では味わえない「鮨」「蕎麦」「酒と肴」で日本の食文化を堪能する
- (2) また、上述調査をもとに、各地域の取り組むべき指針をまとめている

テーマ・ルート名	<input type="checkbox"/> テーマ・ルート名を記載									
コンセプト	<input type="checkbox"/> テーマ・ルートのコンセプトを記載									
想定ターゲット	<input type="checkbox"/> 当該テーマ・ルートへの誘客を見込む想定ターゲットの属性(国籍・年代等)、嗜好等を記載									
想定ルート	<table border="1"><tr><td rowspan="5"> □ 地図上にルートをプロット</td><td>In</td><td><input type="checkbox"/> 当該ルート立ち寄り前の訪日旅行行動等を記載</td></tr><tr><td>Day1</td><td rowspan="3"><input type="checkbox"/> 当該ルート立ち寄り期間中(2泊3日を想定)の主要な立ち寄りスポットや旅行行動(移動(交通)、買物、体験(娯楽等サービス)、飲食、宿泊)を記載</td></tr><tr><td>Day2</td></tr><tr><td>Day3</td></tr><tr><td>Out</td><td><input type="checkbox"/> 当該ルート立ち寄り後の訪日旅行行動等を記載</td></tr></table>	 □ 地図上にルートをプロット	In	<input type="checkbox"/> 当該ルート立ち寄り前の訪日旅行行動等を記載	Day1	<input type="checkbox"/> 当該ルート立ち寄り期間中(2泊3日を想定)の主要な立ち寄りスポットや旅行行動(移動(交通)、買物、体験(娯楽等サービス)、飲食、宿泊)を記載	Day2	Day3	Out	<input type="checkbox"/> 当該ルート立ち寄り後の訪日旅行行動等を記載
 □ 地図上にルートをプロット	In		<input type="checkbox"/> 当該ルート立ち寄り前の訪日旅行行動等を記載							
	Day1		<input type="checkbox"/> 当該ルート立ち寄り期間中(2泊3日を想定)の主要な立ち寄りスポットや旅行行動(移動(交通)、買物、体験(娯楽等サービス)、飲食、宿泊)を記載							
	Day2									
	Day3									
	Out	<input type="checkbox"/> 当該ルート立ち寄り後の訪日旅行行動等を記載								

広域連携DMOが、各地域自治体・DMOが前述の取り組むべき指針をもとに、戦略策定できるような資料として開示し、地域と共に戦略策定に関わっていく

# (3) 広域周遊観光の促進

## 中央日本総合観光機構の取組

### ■ WEBサイト再構築事業（英語版WEBサイト）

#### 1. 業務の目的

RWC2019や東京オリンピック開催を控えている中、主に訪日外国人旅行者の中から欧米豪市場(英語圏)にターゲットを絞り、ユーザーの興味を惹起し必要とする情報への確にナビゲーションできるサイト構成を再構築するとともに、ユーザビリティ・コンテンツ両面でのブラッシュアップを図り、中部北陸エリアへの誘客促進および来訪者の満足度向上を図る。

#### 2. 業務内容

- (1) WEBサイト構成の全面的な見直し
- (2) ネイティブ目線での観光資源情報と掲載内容の見直し
- (3) SEO対策

#### 3. 業務の成果（進行中）

- ・12月下旬、WEB再アップ
- ・2月上旬、複数のモデルコースを掲載したWebサイトを立ち上げ
- 現在、サイト全体およびモデルコースごとのアクセス状況について以下を調べまとめている  
直帰率、サイト回遊率、離脱率、読了率

**広域連携DMOが、訴求性・利便性が向上したWebサイトを活用して、令和2年度からの観光コンテンツ磨き上げのためのプラットフォームとしていく**



# (3) 広域周遊観光の促進

## 3つ星ルートオプション券の発売

- JR東日本は、訪日外国人旅行者を対象としたバス乗車券「3つ星ルートオプション券」を令和元年7月に発売開始。
- 濃飛乗合自動車株式会社、アルピコ交通株式会社、北陸鉄道株式会社、富山地方鉄道株式会社、加越能バス株式会社の運行する松本・高山・白川郷・五箇山・北陸を結ぶ高速バスを乗り継ぐことができる。
- オプション券の設定にあわせ、バス会社がそれぞれのホームページに掲載しているバス時刻について、ルート順に一括表記したWebページを新たに制作し、訪日外国人旅行者の利便性向上を図った。
- JRの鉄道パス(Hokuriku Arch Passなど)と組み合わせることで広域に周遊観光することができる。

- 利用期間：2019年7月1日～2020年3月31日（令和2年度も継続）
- 発売期間：2019年7月1日～2020年3月25日（令和2年度も継続）
- 有効期間：7日間
- 発売条件：日本国外のパスポートを所持している外国籍で、かつ在留資格が90日以内の短期滞在の方
- 主な効力：「松本→平湯→高山→白川郷→金沢・新高岡・富山」または、「富山・新高岡・金沢→白川郷→高山→平湯→松本」の片道利用  
※往復や折り返し利用は不可

利用可能エリア：**赤線**



専用パンフレット

# (3) 広域周遊観光の促進

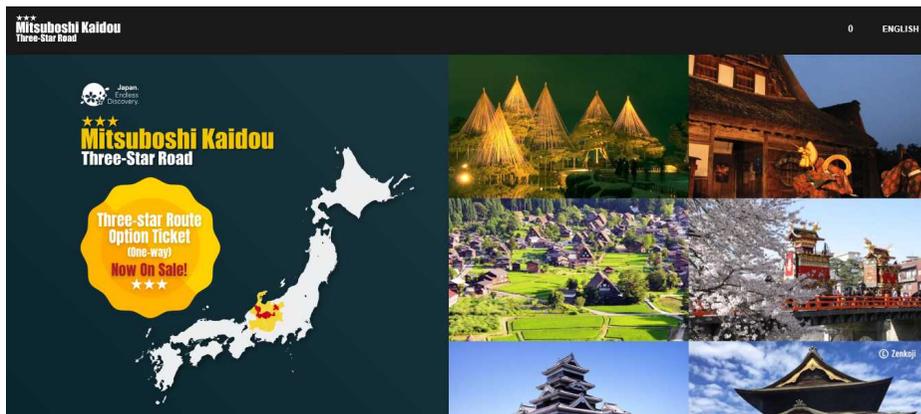
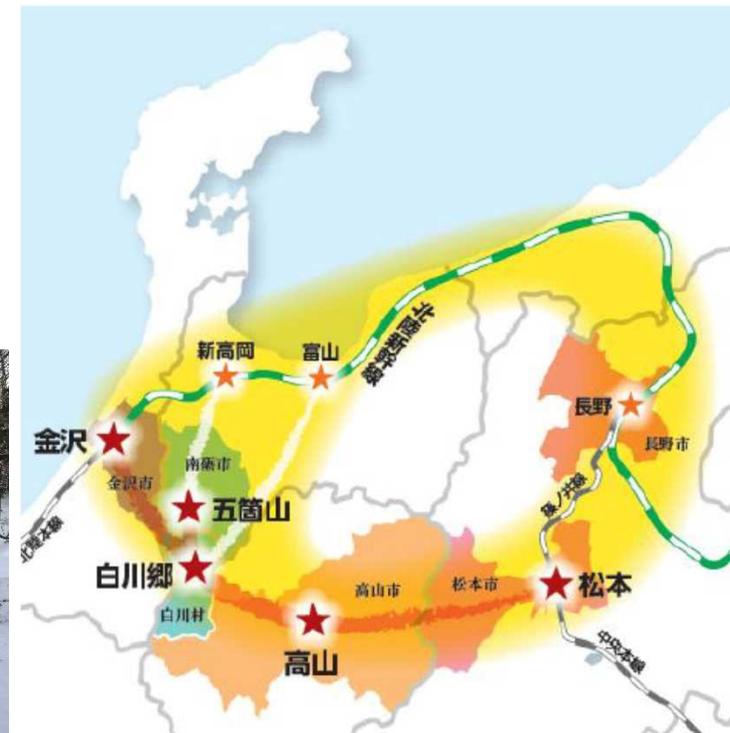
## 3つ星ルートオプション券の発売（プロモーションの実施）

- JR東日本、北陸信越運輸局、金沢市、長野市及び北陸・飛騨・信州3つ星街道観光協議会（注）の5者連携による、北陸・飛騨・信州エリア一帯の魅力を発信する共同プロモーションを実施。
- 当エリアの魅力とともに、北陸新幹線と3つ星ルートオプション券を利用した広域観光周遊ルートを一PRし誘客を図る。

（注）「ミシュラン・グリーンガイド・ジャポン」に3つ星で紹介されている観光資源を有する金沢市、南砺市、白川村、高山市、松本市の5市村で構成

### ○プロモーションの内容

- 対象地域  
イギリス、ドイツ、米国、フランス、台湾、香港、中国、タイ等
- 主な展開方法
  - (1) Webページ及び電子パンフレット等の制作：  
英語・中国語繁体字・簡体字・タイ語の4言語
  - (2) インターネット広告：2019年7月及び2020年2月の計2回
  - (3) メディア招請：1月実施



Webページ



メディア招請（戸隠スノーシュー）

広域観光周遊ルート（イメージ）

# (3) 広域周遊観光の促進

## NAGANO PASSの発売

- 長野県内私鉄4社（しなの鉄道、長野電鉄、上田電鉄、アルピコ交通）が共同で、訪日外国人旅行者を対象とした長野県内周遊フリーパス「NAGANO PASS」を令和元年7月より発売開始。
- 長野県内私鉄4社の区間を期間内自由に乗降できる上、観光施設等の割引などの特典あり。
- 発売期間：2019年7月1日～2020年3月27日（令和2年度も継続予定）
- 利用期間：2019年7月1日～2020年3月31日（令和2年度も継続予定）
- 有効期間：連続した5日間
- 効力：長野県内私鉄4社区間内フリーパス（一部特急含む）
- 価格：大人5,000円 / 子供2,500円
- 割引特典：沿線観光施設等の割引、二次交通割引
- 購入条件：JR EAST PASS（長野・新潟エリア）、Hokuriku Arch Pass、JR TOKYO Wide Passを購入した訪日外国人旅行者



Click here to purchase the NAGANO PASS at a special discounted rate.

What the NAGANO PASS includes

Suggested itineraries

Various Benefits

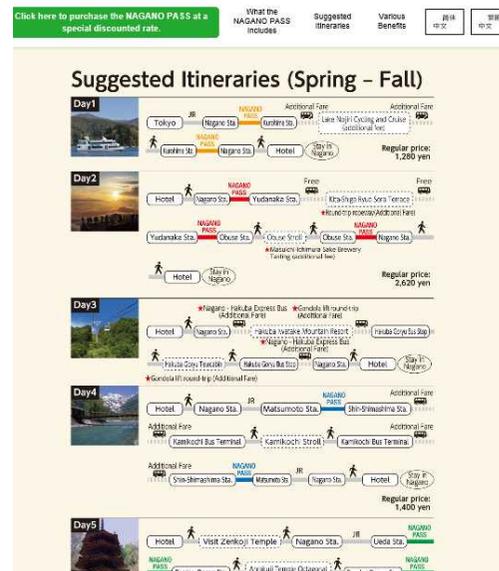
Start-up Campaign!

The NAGANO PASS that usually sells for 5,000 can be bought for 3,000 for a limited time!  
Offer valid until March 11, 2020 (Wed).  
Take advantage of this special opportunity to enjoy Nagano's winter to the fullest!

More more NAGANO!!  
Nagano Prefecture Unlimited-ride Excursion Ticket

**NAGANO PASS**

Introducing a 5-day unlimited-ride pass from Nagano's 4 private railways!  
Plus, this pass grants you special offers, discounts, gifts, and more at tourist attractions and other facilities along the included lines.  
Use the NAGANO PASS to get great deals when you travel around Nagano!



Click here to purchase the NAGANO PASS at a special discounted rate.

What the NAGANO PASS includes

Suggested itineraries

Various Benefits

Suggested Itineraries (Spring - Fall)

Day 1: Tokyo (JR EAST PASS) → Nagano Sta. (NAGANO PASS) → Furukawa Sta. (Additional Fare) → Late Night Cooking and Culture (Additional Fare) → Nagano Sta. (NAGANO PASS) → Hotel (Nagano) (Regular price: 1,200 yen)

Day 2: Hotel (Nagano) → Nagano Sta. (NAGANO PASS) → Yudanaka Sta. (NAGANO PASS) → Chusei Scenic View (Additional Fare) → Chusei Scenic View (Additional Fare) → Chusei Scenic View (Additional Fare) → Nagano Sta. (NAGANO PASS) → Hotel (Nagano) (Regular price: 2,500 yen)

Day 3: Hotel (Nagano) → Nagano Sta. (NAGANO PASS) → Matsumoto Sta. (JR EAST PASS) → Shin-Shimashima Sta. (Additional Fare) → Matsumoto Sta. (JR EAST PASS) → Nagano Sta. (NAGANO PASS) → Hotel (Nagano) (Regular price: 1,400 yen)

Day 4: Hotel (Nagano) → Nagano Sta. (NAGANO PASS) → Matsumoto Sta. (JR EAST PASS) → Shin-Shimashima Sta. (Additional Fare) → Matsumoto Sta. (JR EAST PASS) → Nagano Sta. (NAGANO PASS) → Hotel (Nagano) (Regular price: 1,400 yen)

Day 5: Hotel (Nagano) → Nagano Sta. (NAGANO PASS) → Ueda Sta. (NAGANO PASS) → Ueda Sta. (NAGANO PASS) → Hotel (Nagano) (Regular price: 1,400 yen)



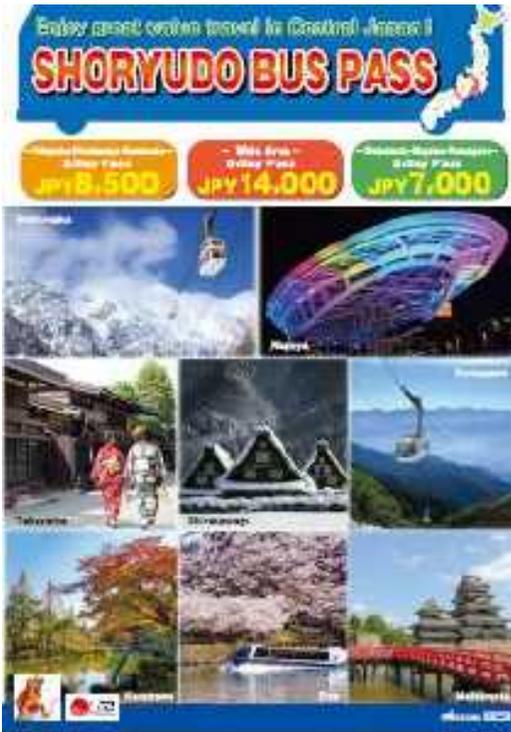
利用可能区間

パス紹介ホームページ

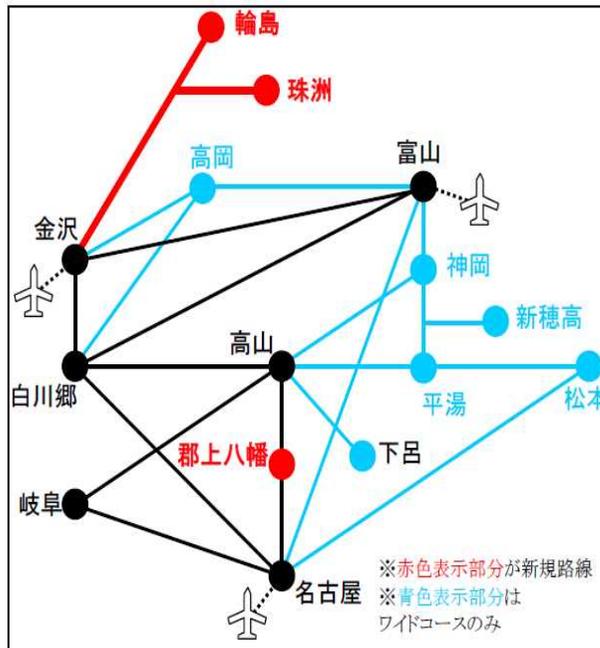
# (3) 広域周遊観光の促進

## 昇龍道フリーバスきっぷの拡充

- 昇龍道フリーバスきっぷでは、①高山・白川郷・金沢コース、②ワイドコース（①+五箇山・新穂高・平湯・下呂・松本等）、③松本・馬籠・駒ヶ根コースを設定
- 2019年4月より、①高山・白川郷・金沢コース、②ワイドコースについて、郡上八幡・輪島・珠洲の利用可能路線を3路線追加
- 2020年1月より、昇龍道フリーバスきっぷの引き換え方法を紙バウチャー方式に加え、QRコードチケット対応システム方式を開始



チラシイメージ



- 昇龍道エリアの中央に位置し、「郡上踊り」や「食品サンプル作り」が外国人旅行者にも人気の郡上八幡へのアクセスとして、名古屋から郡上八幡までの路線を追加。
- 「輪島朝市」や「白米千枚田」が有名な輪島や、美しい日本海が眺望できる珠洲へのアクセスとして、金沢から穴水・輪島・珠洲への路線を追加。

### 引き換え方法の比較

	紙バウチャー方式(従来方式)	QRコードチケット対応システム方式
事前準備	① お客さまがWEBで対象商品予約購入	① お客さまがWEBで対象商品予約購入
	② お客さまへメールでバウチャーを送付	② お客さまへメールでQRコードを送付
	③ お客さまにてバウチャーを印刷	
引換所	④ 印刷した紙を引換所に持参し、各種きっぷと引き換え	③ 引換所でQRコードを提示、専用端末でスキャンの上、各種きっぷと引き換え

# (4) 観光地域づくり法人 (DMO) の形成と強化

昇龍道エリアの観光地域づくり法人 (DMO) 一覧 (令和2年1月14日現在)



昇龍道プロジェクト

## 福井県

(株)まちづくり小浜

勝山市観光まちづくり(株)

## 石川県

(公社)石川県観光連盟

(一社)ななお・なかのとDMO

(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[設立予定]

## 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

地域連携DMO

地域DMO

…日本版DMO

## 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)下呂温泉観光協会

(一社)多治見市観光協会

(一社)ジバスクラム恵那

(一社)郡上市観光連盟

## 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

## 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

伊勢まちづくり(株)

(一社)相差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

(株)Verde大台ツーリズム

(一社)志摩スポーツコミッション

(一社)松阪市観光協会

(一社)菟野町観光協会

(一社)明和観光商社

## 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

## 長野県

(一社)長野県観光機構

(一社)信州いいやま観光局

(株)南信州観光公社

(一社)HAKUBAVALLEY TOURISM

(一社)木曾おんたけ観光局

(一社)長野伊那谷観光局

(一社)伊南DMO設立準備会[設立予定]

(株)阿智屋神観光局

(一社)こもろ観光局

(一社)松本市アルプス山岳郷

(一社)白馬村観光局

(一社)信州とうみ観光協会

(一社)信州千曲観光局

(一社)上松町観光協会

(一社)南信州まつかわ観光まちづくりセンター

## 静岡県

(公社)静岡県観光協会

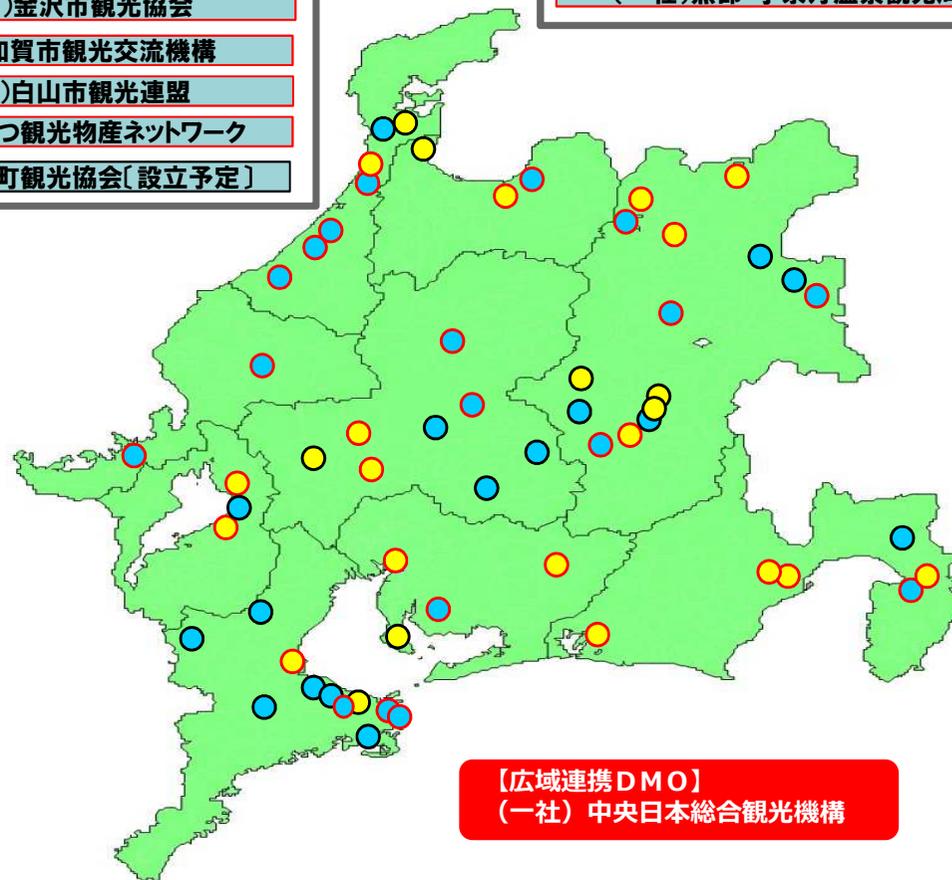
(公財)浜松・浜名湖ツーリズムビューロー

(公財)するが企画観光局

(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

(一社)小山町観光推進協議会[設立予定]



【広域連携DMO】

(一社)中央日本総合観光機構

## (4) 観光地域づくり法人 (DMO) の形成と強化

### 令和元年度に登録された昇龍道内の日本版DMO法人

申請区分	法人名称	マーケティング・マネジメント区域
地域連携	一般社団法人 HAKUBA VALLEY TOURISM	【長野県】大町市、白馬村、小谷村
地域連携	一般社団法人 岐阜県観光連盟	岐阜県
地域	一般社団法人 松本市アルプス山岳郷	【長野県】松本市
地域	一般社団法人 白馬村観光局	【長野県】白馬村
地域	一般社団法人 鳥羽市観光協会	【三重県】鳥羽市
地域	勝山市観光まちづくり 株式会社	【福井県】勝山市
地域	一般社団法人 西尾市観光協会	【愛知県】西尾市

# (4) 観光地域づくり法人 (DMO) の形成と強化

## 令和元年度に登録された昇龍道内の日本版DMO候補法人

申請区分	法人名称	マーケティング・マネジメント区域
地域連携	一般社団法人 富山県西部観光社	【富山県】高岡市、砺波市、南砺市、小矢部市、射水市、氷見市
地域連携	一般社団法人 伊南DMO設立準備会【設立予定】	【長野県】駒ヶ根市、飯島町、中川村、宮田村
地域	一般社団法人 南信州まつかわ観光まちづくりセンター	【長野県】松川町
地域	一般社団法人 明和観光商社	【三重県】明和町
地域	一般社団法人 郡上市観光連盟	【岐阜県】郡上市
地域	一般社団法人 ジバスクラム恵那	【岐阜県】恵那市

# (4) 観光地域づくり法人 (DMO) の形成と強化

## 観光地域づくり法人 (DMO) と連携したコンテンツ造成の取組に対する支援

全国各地で世界的な競争力を有する魅力ある観光地域づくりを促進するため、訪日グローバルキャンペーンに活用できる優良なコンテンツの造成を推進する。

### 訪日グローバルキャンペーンに対応したコンテンツ造成事業

#### 【事業内容】

訪日グローバル・キャンペーン (JNTO) に対応したコンテンツが、特に地方部をはじめとして、**全国的に不足している**状況を踏まえ、地方運輸局と観光地域づくり法人 (DMO) が連携して、訪日グローバルキャンペーンに活用できる**新たな滞在型コンテンツを全国各地域に創出**することが必要であることから、以下の取組を実施。

- ① 事業対象の地域資源に関する調査
- ② 地域資源を活用したコンテンツの企画・立案
- ③ モデルツアーの実施

実施主体：地方運輸局  
(観光地域づくり法人 (DMO) ) と連携)

#### 【コンテンツ例】



フットパスツーリズム

#### 【概要】

- ・ 里山、石橋、棚田等、日本の昔ながらの原風景を活かし、地域住民と触れ合いながら歩く旅行商品の開発



伝統工芸の体験

#### 【概要】

- ・ 陶芸などの伝統的な工芸を体験する、地域資源を活かした体験型の旅行商品の開発

### コンテンツ造成事業【22事業】で連携した観光地域づくり法人(DMO)

公益社団法人とやま観光推進機構 (富山県)、一般社団法人ななお・なかのとDMO (石川県)、一般社団法人金沢市観光協会 (石川県)、一般社団法人白山市観光連盟 (石川県)、株式会社まちづくり小浜 (福井県)、一般社団法人長野県観光機構 (長野県)、一般社団法人信州いいやま観光局 (長野県)、一般社団法人岐阜県観光連盟 (岐阜県)、特定非営利活動法人ORGAN (岐阜県)、公益社団法人静岡県観光協会 (静岡県)、公益財団法人浜松・浜名湖ツーリズムビューロー (静岡県)、一般社団法人愛知県観光協会 (愛知県)、一般社団法人西尾市観光協会 (愛知県)、公益社団法人三重県観光連盟 (三重県)、一般社団法人志摩スポーツコミッション (三重県)、株式会社Verde大台ツーリズム (三重県)

### 観光地域づくり法人(DMO)の体制に対する支援

- 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

7法人10名登用 (受入環境の整備1名、コンテンツの開発・強化4名、情報発信・プロモーション5名)

- ② 人材交流や海外観光地視察による中核人材の育成

5法人20名実施 (欧州先進地視察等)

# (4) 観光地域づくり法人 (DMO) の形成と強化

## 訪日グローバルキャンペーンに対応したコンテンツ造成事業 (令和元年度実施例)

各地域の魅力向上及び誘客・滞在の促進に資することを目的とし、愛知県特有の伝統産業を生かした産業観光に適した複数コンテンツを造成するとともに、セントレア等と連携してショートトリップを開発

### セントレアをゲートウェイとする、愛知県の伝統産業を生かしたものづくり及び醸造文化にかかるとん験型コンテンツ造成事業

○連携DMO：(一社) 愛知県観光協会

○実施内容

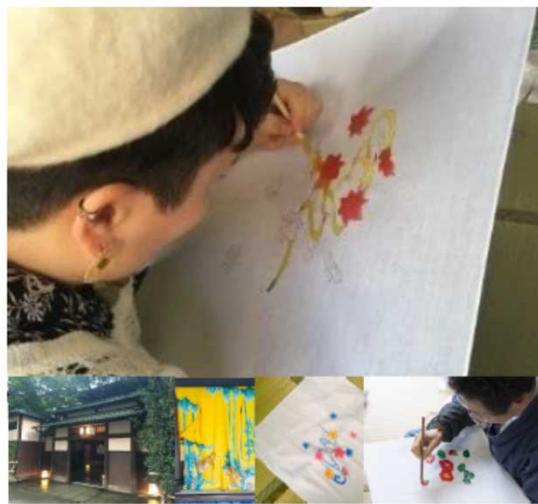
- ・地域資源の収集・整理、外国人目線による評価による資源選定
- ・ワークショップ
- ・ツアーガイド育成
- ・モニターツアー及び旅行商品の企画
- ・コンテンツシート、開発ノウハウを纏めたガイドラインを作成

○造成した体験コンテンツ (以下は一部)

「からくり人形の実演見学&歴史ある城下町の和装街歩き」 「名古屋友禅染付体験&料亭での着物着付け体験」 「170年の老舗酒蔵見学&日本酒テイスティング」



・伝統工芸事業者によるワークショップの様子



# (4) 観光地域づくり法人 (DMO) の形成と強化

## 訪日グローバルキャンペーンに対応したコンテンツ造成事業 (令和元年度実施例)

長野県におけるアドベンチャーツーリズム※に関するコンテンツの造成及びそれらを組み込んだ旅行商品の企画開発を実施し、欧米旅行者の長期滞在を促進する。

※アドベンチャーツーリズム (AT) : 「自然」「異文化体験」「身体アクティビティ」のうちふたつ以上の要素を持つ旅行

### アドベンチャーツーリズムガイドとの連携によるツアー造成事業

○連携DMO : (一社) 長野県観光機構

○実施内容

- ・コンテンツの収集・整理
- ・ワークショップ
- ・モニターツアー及び旅行商品の企画

Adventure Travel Trade Association (ATTA) ※を招いてモニターツアー及びガイドトレーニング (座学及びフィールドワーク) を実施

※ 世界100カ国、1400機関以上の会員 (メディア、アウトドアメーカー、政府観光局、観光協会、DMO等) を持つAT業界最大の団体



ガイドトレーニング (座学) の様子



ワークショップの様子



モニターツアー (トレッキング) の様子



モニターツアー (戸隠忍者屋敷) の様子



モニターツアー (滝行) の様子



モニターツアー (旅館) の様子

## 観光地域づくり法人(DMO)の連携強化

広域連携DMO、地域連携DMO、地域DMOは、「DMO意見交換会」などを活用し、情報共有を行うとともに各地域の課題など、共同して解決方策の検討などを進め、外部有識者の意見を取り入れながら観光地域づくりを推進した。

### 《令和元年度DMO意見交換会》

開催日：令和元年10月3日(木) 14:00~16:30

場 所：金沢市役所 7F 全員協議会室

出 席：新潟県、長野県、富山県、石川県内のDMO 22団体 30名

内 容：

- ・講演

「観光による地域づくりの実現を目指して」

観光庁観光地域振興部観光地域振興課

- ・取組事例発表

「四季折々、ほんものの日本を五感で発見できるまち金沢」

(一社) 金沢市観光協会

- ・意見交換

※翌日、金沢市内にてエクスカージョンを実施



# (5) 会員・関係者との連携の一層の強化

## 北陸・飛騨・信州3つ星街道観光協議会の取組

昇龍道プロジェクト推進協議会会員の金沢市、南砺市、白川村、高山市及び松本市の5市村で構成する北陸・飛騨・信州3つ星街道観光協議会における取組。

### ■ 通訳ガイドスキルアップ研修&交流会

金沢市、南砺市、高山市、松本市の通訳ガイドへの研修会を開催

- ・開催日：R1.12.6
- ・場所：金沢学生のまち市民交流館
- ・参加人数：27名
- ・内容：実地研修、グループワーク、交流会



グループワーク



実地研修

### ■ 北陸信越運輸局と連携したプロモーションの実施

- ・イギリス旅行会社招請 R1.9実施
- ・インドネシア・タイムメディア招請 R2.1実施
- ・イギリス・ドイツメディア招請 R2.1実施 等



旅行会社招請（金沢市）



メディア招請（南砺市）



メディア招請（白川村）

# (5) 会員・関係者との連携の一層の強化

## 外国人材活用

宿泊業は3万人程度の人手不足状態にあるが、宿泊分野における一定の専門性・技能を有した外国人材の活用・受入について、所管省庁と連携しながら、制度趣旨や優良事例の周知、円滑かつ適正な実施のために必要な情報・課題の共有を図った。

### 取組の内容

宿泊業界を代表する4団体が共同で、宿泊業の特定技能在留資格取得に必要な評価試験を実施する機関として一般社団法人 宿泊業技能試験センターを設立。

R1年度は、宿泊業技能測定試験を国内3回、ミャンマーで1回実施。R1.11.27に名古屋市内で「宿泊事業における特定技能外国人材受入れセミナー」を開催し、制度説明や事例紹介の他、事業者と留学生のマッチングを実施。

宿泊業技能測定試験の様子



特定技能の外国人材求人情報の掲載について

### 取組の効果

宿泊業技能測定試験では、名古屋会場は定員上限を上回る申し込みがあり、在留資格を特定技能1号とした外国人は、令和元年12月末現在で、中部ブロック内に6名（全国では15名）となった。

The collage displays four examples of job listings for specific skills on industry websites:

- 日本ホテル協会 (Japan Hotel Association):** Shows a job listing for a hotel with a 'Looking forward to working with you!' banner.
- 日本旅館協会 (Japan Inn Association):** Shows a job listing for an inn with a '外国人(特定技能) 求人情報' banner.
- 全日本シティホテル連盟 (All Japan City Hotel Alliance):** Shows a job listing for a city hotel with a '外国人(特定技能) 求人情報' banner.
- 全旅連 (All Japan Travel):** Shows a job listing for a travel agency with a '外国人(特定技能) 求人情報' banner.

## ■ 戦略的プロモーションの実施

ラグビーW杯、東京オリンピック・パラリンピック競技大会対策として、滞在日数が長く旅行消費額が多い欧米豪市場への積極的なプロモーションを行った。今後、欧米豪市場、アジア市場をはじめとした全世界からの誘客、東京オリンピック・パラリンピック競技大会後も見据えたプロモーションのさらなる展開が求められる。

## ■ 受入環境整備の推進

キャッシュレス決済をテーマとした受入環境整備分科会等、各種会合を通じ、会員の受入環境整備の促進につなげた。また、観光庁補助金等を活用した受入環境整備が進むなど、訪日外国人旅行者への受入環境の充実に向けた取り組みが進んでいる。しかし、FITの増加への対応や災害等の非常時における情報発信等、益々、受入環境整備が重要となっている。また、多様なニーズに対応したMaaS等、新たな交通サービスの創出や安全で安心な二次交通の充実や利便性の向上等が求められる。

## ■ 広域周遊観光の促進

中央日本総合観光機構等の観光地域づくり法人（DMO）は地域の関係者と広域的に連携し訪日外国人旅行者等の各地域への周遊を促進するための各種事業を実施した。また、交通事業者等が共同又は単独で観光客の来訪・滞在促進を図る取組を行った。今後もより多くの来訪・滞在を促進するため、観光資源の開発や情報発信など旅行者目線に立った観光地域づくりを進めていくことが求められる。

## ■ 観光地域づくり法人(DMO)の形成と強化

昇龍道エリアでは、令和元年度はこれまでに日本版DMO法人に7法人、候補法人に7法人が登録された。昇龍道エリアでは訪日グローバルキャンペーンに活用できる新たな滞在型コンテンツを創出するため、地方運輸局と観光地域づくり法人が連携して取組を実施した。また、各DMO間の連携強化のため意見交換を行った。今後も主体的かつ自立的な運営による魅力ある観光地域づくりを推進するため、広域連携DMO、地域連携DMO、地域DMOや日本政府観光局等、様々な関係者が連携を強化し取り組んで行くことが求められる。

### ■ 今後の方向性

昇龍道エリアへの訪日外国人旅行者の誘客を加速及び充実させ、ひいては2020年訪日外国人旅行者数4,000万人、訪日外国人旅行消費額8兆円等、2030年訪日外国人旅行者数6,000万人、訪日外国人旅行消費額15兆円等の目標達成のためには、海外旅行市場の大きさに対して訪日外国人旅行者数が十分に大きいとはいえない欧米豪市場からの新たな誘客のみならず、訪日外国人旅行者全体の約8割を占めるアジア市場からのさらなる誘客等、訪日インバウンドの成長が見込まれる全世界の市場からの誘客を実現していくことが必要となる。

今後、昇龍道エリアでは、ビッグプロジェクトとして短期的には東京オリンピック・パラリンピック競技大会の開催、2020WRC (Rally Japan) 等、中長期的には北陸新幹線敦賀延伸、ジブリパーク開業、リニア中央新幹線開業、アジア大会等がある。

また、近年の観光を取り巻く社会の変化として、個人旅行(FIT)への移行、リピーターの増加、スマートフォンを活用した旅行スタイルの登場といった旅行者の変化に加え、災害等の頻発・激甚化(豪雨等)、人口減少・少子高齢化(労働力不足等)、急速な訪日外国人旅行者の増加(混雑やマナー違反等)といった旅行環境の変化にも対応していくことが必要である。

これら旅行者の変化、旅行環境の変化といった事象を捉え、中長期のビッグプロジェクト等も見据えながら、広域観光推進の立場から必要な施策について、昇龍道プロジェクト推進協議会として貢献できることを検討する。昨年度までの取組に加え、前述の変化に対応した新たな取組についても検討する必要がある。そして、施策に応じた具体的な取組を計画・合意形成・実施していく。目標達成のためには、考えられる取組を総動員していくことが求められる。