

主题名	振兴旅游业	地方政府名	青森县
所采取的措施名称	被世界各地游客“选中的青森”		
概要	四季各不相同的自然美景、充满人文气息的温泉地、丰富多样的优质山珍海味、扎根于本地的特色文化与生活……本县要运用这些多彩而深蕴的魅力创造人流，吸引来客。 能够充分运用丰富多彩的本土资源的旅游业，便是本县的一大优势，作为“带动经济”的引擎，要促使其进一步发展。青森县的目标是通过促进旅游业与其他各种行业的协同合作，构建被世界各地游客“选中的青森”。		
预算金额	16 亿日元	1500 万美元	

1. 课题（现在的状况）

- 人口的减少与高龄化不断加剧
- ICT 的发展影响游客的意识与行动，带来旅游业的生产效率与服务水平的提升
- 交通网络得到完善，如北海道新干线延伸至札幌等
- 国内市场呈现缩小态势，地区之间的竞争愈发激烈
- 入境旅游需求有望进一步增长
- 站在“旅游地经营”视角的旅游地区建设得到发展
- 青森县有 506 万人次住宿，其中外国人有 29.6 万人次，旅游消费总额 1,893 亿日元

2. 目标（未来蓝图）

- 让旅游业发展为“吸引投资”的支柱产业

让旅游业发展为富有投资价值的支柱产业，在广泛的领域中，培育出靠“主业”和“旅游业”谋生的“人财”，使旅游业成为“拉动经济”的引擎。
- 打造人人皆感到幸福的区域

让“来访的人”、“工作的人”、“本地的人”都对本县有高的评价，使青森县成为人人皆感到幸福的区域。
- 被世界各地游客“选中的青森”

让旅游业发展为区域经济的支柱产业，让青森县拥有驰名国内外的魅力，成为“世界中的青森”。
- 到 2023 年之前，实现住宿游客数量达到 550 万人次，外国住宿游客数量达到 50 万人次，旅游消费达到 2000 亿日元。

3. 所采取措施的内容

（概要）

- 有战略性地开发旅游内容并传达信息
 - “以饮食与自然为主的停留型旅游模式构建项目”

在游客的需求日益多样化与高度化的背景下，除了扩大至今为止停留的“量”，还需提供优质的服务，从而提升停留的“质”。为此，我们要将本县的“饮食”与“自然”结合，构建高档次的停留型旅游模式。
 - “绳文世界遗产申请运动旅游消费扩大项目”

“北海道、北东北的绳文遗迹群”被列入联合国教科文组织世界遗产名录后的几年，预期游客数量将会急剧增加。在此趋势下，不仅要为游客高峰期做准备，还要看准高峰期过后的经济收益性，需要完善接纳环境，为县内的相关企业提供持续收益的条件，实现旅游消费的最大化。

○加强国外游客招揽

・“被世界各地游客选中的青森 入境游客招揽促进项目”

抓住东京奥运会、残奥会等机会，在今后的国外宣传中，展开与了解世界的全球大使合作等高效而先进的策略，以向世界宣传本县的优势与魅力

（进行得比较顺利的方面）

○得益于国际定期航班、包机的招揽活动，今年 7 月开通了青森机场-台北的长荣航空定期航航线。

○随着结合海、陆、空的多种交通网络的“立体旅游”、与北海道西南部合作的“广域周游旅游”的推行有利于增加流动人口与外汇收入。

（进行得不够顺利的方面）

○进入本地后的交通网络还不够完善

主题 1：振兴旅游业／区域报告

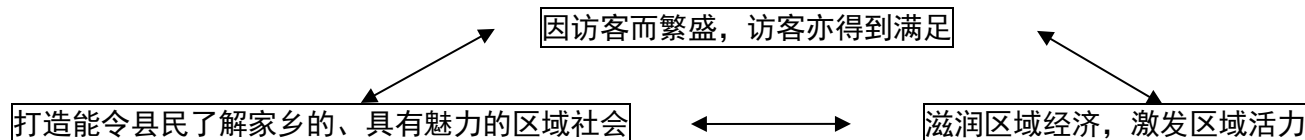
主题名	振兴旅游业	地方政府名	山形县
所采取的措施名称	宣传在世界引以为傲的山形魅力，引入国内外的旺盛活力，确立“观光立县山形”		
概要	通过以全体县民和所有产业的参与实现旅游振兴措施，来借助旅游之力扩大交流人口，实现本县经济的可持续发展，同时构建起一个富有魅力的、充满活力的区域社会，以此实现“观光立县山形”。		
预算金额	1,192,729,000 日元	11,219,349.07 美元（ U\$换算 ）	

1. 课题（现在的状况）

- 近年来，人口的不断减少再加上少子老龄化的加剧，造成社区功能下降和区域经济衰退的担忧。
- 为实现可持续的、充满活力的区域社会，当务之急是不但要采取措施维持定居人口数量，还要扩大与县内外之间的交流人口规模。
- 为了通过扩大交流人口来刺激区域经济，需要让旅游振兴政策充分发挥作用。
- 在游客招揽方面，地区间竞争日益激烈，在此背景下，该如何提高本县旅游的魅力、更有效地宣传信息来扩大揽客效果乃是应当解决的课题。^w
- 一直以来，本县的入境旅游的特点是以顺路到访为主，停留时间较短，因此需要设法增加停留天数，推动消费规模取得增长。

2. 目标（未来蓝图）

【政策目标】 通过施行旅游振兴对策形成良好循环



【数值目标】 旅游消费金额 2,177 亿日元（2018 年） → 2,500 亿日元（2019 年）

3. 所采取措施的内容

（概要）

充分利用山形县引以为傲的美食、温泉以及颇受县内外关注的精神文化（出羽三山、山寺、慈恩寺、若松寺等）、鸟海山和藏王山等日本百名山、如今依然栖息于各地区的传统文化艺术等旅游资源，并优化提升这些旅游资源，采取各种措施来吸引游客到访。

○从 2018 年 4 月起设置“美食与美酒旅游推进室”

- 积极宣传本县的美食和美酒，结合温泉、传统文化、丰饶自然等丰富的旅游资源来推进旅游招揽工作（推进美食旅游等）。

○本县属于暴雪地区，对“雪”带有负面印象，而在旅游振兴政策中让其用作吸引游客的正面形象

- 本县于 2018 年 2 月举办了“联合国世界旅游组织 雪与文化的国际旅游会议”，这在日本东北地区尚属首例。以此为契机向国内外宣传冬天的东北和冰雪旅游项目等魅力。

○通过与周边县等的广域合作来发展入境旅游

- 不以单个县份的一己之力，而是以整个东北地区为一体来提高在海外的认知度（与东北旅游推进机构合作）
- 本县拥有两个机场，但尚无国际定期航线，所以要与拥有国际定期航线的机场开展业务合作，并向旅行社提出广域周游路线方案。
- 此外如果能将游客直接吸引至县内，有望惠及区域经济，因此着力引进开通包机航线。
2018 年度 151 班 ⇒ 2019 年度 232 班（大幅增加）
- 致力于运用本县拥有的地区特性和旅游资源来提出新的旅游形式。
精神文化旅游、循环旅游、美食旅游、冰雪文化旅游 等。

○为稳定并扩大国际游轮的靠港规模，举官民之力推进相关工作

- 2017 年，首班国际游轮停靠本县港口。随后靠港船次逐年增加，与港口所在市及周边市町村进行合作，为稳定靠港规模提供具有本县特色的“以诚待客”。

（进行得比较顺利的方面）

- 在国际游轮方面，以由县、市町村、民间等多方面组建的“繁荣港口酒田”港口营销协议会为中心，以官民一体推进招揽工作并构建接纳体制。
- 通过扩大国际定期包机航线的航行规模以及国际游轮的靠港规模，县内接待的外国游客数量连续四年打破了历史最高纪录。并继续举官民之力推进加强针对海外的旅游推广力度以及建设游客接纳体制等措施。

（进行得不够顺利的方面）

- 应对个人喜好和需求的多样化。
→ 进一步建设和完善免费公共无线网络和多语言向导服务等游客接纳体制。
- 旅游形式正从跟团游向自由行转变。
→ 当务之急是构建从最近车站或机场与旅游目的地之间的旅客联运网络，提升交通便捷性。

4. 参考资料

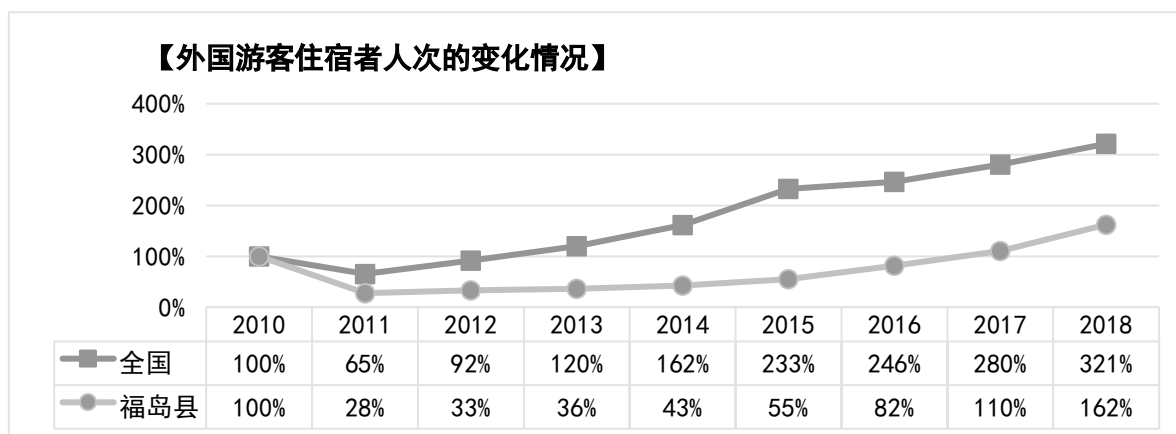
	近年成绩	指标
游客人数	4650 万 7000 人（2018 年）	4700 万人（2019 年度）
合计住宿人数	543 万 1360 人（2018 年）	620 万人（2019 年）
接待外国游客数量	25 万 2289 人（2018 年）	26 万人（2019 年）
外国游客合计住宿人数	16 万 3460 人（2018 年）	18 万人（2019 年）

主题 1：振兴旅游业／区域报告

主题名	振兴旅游业	地方政府名	福岛县
所采取的措施名称	“福岛”挑战招揽更多的外国游客		
概要	- 本县的外国游客数量虽然呈现回暖趋势，但仍未追上全国的增长速度。 - 致力于开展彻底的食品检测、向国内外发布正确信息、促进旅游揽客等工作，来减少核泄漏事故导致的对福岛的不安感，令国内外对本县的复兴举措、现状和魅力产生理解和共鸣，吸引包括访日外国游客在内的更多游客来本县旅游。		
预算金额	(本国货币)		(U\$换算)

1. 课题（现在的状况）

- 本县的入境旅游人数在东日本大地震之后大幅下跌，再加上国际航线接连停运等问题，令本县的入境旅游市场面临着严峻形势，但通过采取针对目标客群的揽客措施，以亚洲地区为中心的游客数量已呈现回暖趋势。
- 然而，在外国游客住宿者人次方面，日本全国平均水平以 2010 年为基准，2018 年为 321.1%，而本县仅为 162.2%，远不及全国增速。这一数字的增幅在日本 47 个都道府县中排第 46 位，绝对量也从 2010 年的第 28 位已跌至第 40 位（2018 年度），处于低迷不振的状态。



【出处】观光厅 住宿旅游统计调查（职员数量在 10 人以上住宿设施的外国游客住宿者人次）

2. 目标（未来蓝图）

～出自县复兴计划（第 3 次） 防止谣传和被淡忘的对策项目～

减少核泄漏事故导致的对福岛的不安感，令国内外对本县的复兴举措、现状和魅力产生理解和共鸣，吸引包括访日外国游客在内的更多游客来福岛旅游。

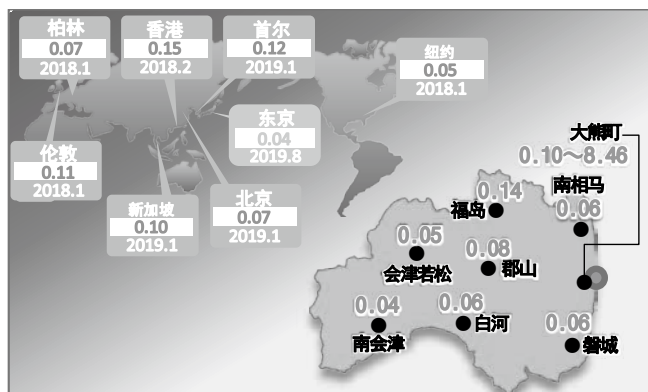
3. 所采取措施的内容

■恢复环境，实行严格彻底的食品检测（防止谣传和被淡忘的对策之强化战略（第 3 版））

通过大规模的彻底清除核污染措施以及自然衰减等，除了避难指示区域外，县内的空间辐射量现在已经降低到与世界各国主要城市同等程度（※1）。

此外，采用全世界最严格的放射性物质标准阈值（※2）对约 20 万件农林水产品进行监测检查，以及对大米实行全量全袋检测、对肉牛实行全量检测等，并公布相关检测结果，通过实行严格、彻底的检测来确认食品的安全性。

【福岛县内的空间辐射量与海外主要城市之间的比较】



【2018 年度农林水产品的检测结果】

类别	检测数	超标数	超标比例
糙米	约 920 万件	0 件	0.00%
蔬菜、水果	2,455 件	0 件	0.00%
畜产品	4,336 件	0 件	0.00%
栽培山野菜、菌菇类	945 件	0 件	0.00%
海产品	6,187 件	0 件(※3)	0.00%
野生山野菜、菌菇类	788 件	1 件	0.13%
河流、湖沼的鱼类	886 件	5 件	0.56%

【出处】国外的辐射量数据出自日本政府观光局

■向国内外发布正确信息（福岛县复兴计划（第 3 次）《防止谣传和被淡忘的对策项目》）

为消除核泄漏事故带来的对福岛的不安，抓住媒体、社交网络、会议、活动等各种机会，持续向国内外发布宣传本县的食品安全保障措施和检测结果、空间辐射量的变化情况、复兴情况、本县的魅力等正确信息。

2019 年度的主要工作目标是消除针对本县产加工食品的谣传，具体地，引入将食品生产加工设施卫生管理方法 HACCP 与放射性物质管理信息发布结合起来的“福岛食品卫生管理模式”，并利用东京奥运会和残奥会积极地进行信息传播，以此来确保外界对本县产食品及加工设施的信赖。与此同时，通过吸引更多的国内外游客到访县内，广泛宣传正迈向复兴与创生的福岛的现状等信息，来消除关于本县的谣传、防止本县被淡忘。

■促进旅游揽客（福岛县复兴计划（第 3 次）《防止谣传和被淡忘的对策项目》）

为了让更多的人来到福岛看一看、尝一尝、感受一番，向他们传递福岛美食与旅游的魅力以及复兴进展，开展包括县产品推介等在内的旅游复兴推广等活动，积极利用本县的旅游资源吸引更多游客前来观光旅游。在扩大外国游客规模方面，从外国人的视角出发，结合各个国家和地区的特性进行有效的信息宣传，同时还邀请海外的媒体及旅游业人士来本县以推介本县，在海外开展宣传推广活动等。

2019 年度的主要工作是推进美食与旅游相结合的措施，例如在访日游客居多的首都圈加强信息宣传、实施让游客来到福岛亲身品味福岛魅力的考察旅游、开发新的美食等。与此同时，利用“钻石路线”这部宣传短片积极推广本县，以及以“武士”、“运动”等为主题展开不同的揽客策略。

(※1) “福岛县内的空间辐射量与海外主要城市之间的比较”中的福岛县内的空间辐射量为截至 2019 年 8 月 1 日的最新数据。

(※2) 一般食品中放射性铯含量的标准阈值 欧盟为 1,250Bq/kg，美国为 1,200Bq/kg，CODEX 的规定 1,000Bq/kg，日本则为 100Bq/kg。

(※3) 在渔业协同组合开展的自主检查中有 1 件超出标准阈值。

主题 1：振兴旅游业／区域报告

主题名	振兴旅游业	地方政府名	新潟县
所采取的措施名称	利用多样化的区域资源扩大交流人口规模		
概要	以“多种多样的人与文化相互交融的繁荣新潟”为目标，与市町村、民间企业等方面合作打造“绝杀魅力级内容”、提升旅游资源质量，构筑起区别于其他县的新潟旅游品牌，以促使交流人口规模扩大。		
预算金额	438,334 千日元（本国货币）	4,135,226 美元（US\$换算）	

1. 课题（现在的状况）

- 本县拥有着美丽的大自然、丰富多彩的饮食文化、独具特色的产业等诸多旅游宝藏，但由于一直都是分别零散地宣传这些魅力，诉求重点不够明确，故事性欠缺，因此未能在振兴旅游业的过程中充分发挥这些旅游资源的作用。
- 此外，在到访本县的游客对旅游目的地的满意度方面，“非常满意”的比例增长停滞，例如进一步提高服务质量、创造并提升具有魅力的旅游内容，以及建设有助于提高便利性的旅游基础等，如何打造一个满足游客需求的旅游目的地已经成为了一项课题。

2. 目标（未来蓝图）

打造成“值得一去的新潟县”

3. 所采取措施的内容

（概要）

（1）通过打造并宣传在国内外都具有魅力的旅游目的地来推进揽客

- 为满足多样化的游客需求，开展实施县内旅游目的地的满意度调查、培养扛起本县旅游业今后发展大旗的人才等工作
- 为搞活滑雪旅游，在积极向县外进行信息宣传、开展面向儿童的滑雪旅行项目的同时，着力推进外国游客招揽活动和接纳体制建设工作
- 在为提高区域固有的旅游资源魅力、构建接纳体制提供支持的同时，作为一项新举措，重点支援旨在提升本县旅游品牌形象的措施的推进
- 在举办旨在打造落地型旅游产品并提升其魅力的讲习班的同时，开设特辑网站以促进销售
- 在支持开展符合日本海美食之旅（美食学）的理念的停留型旅游示范性举措的同时，作为一项新举措，着力打造将美食、物品、旅游地组合起来的旅游资源
- 灵活运用首都圈和关西圈的媒体，有效宣传本县的旅游信息
- 与交通机构等合作进行信息宣传、打造旅游产品、开展团体型考察之旅等
- 为招揽并扩办各类大会，在拜访主办单位、协助其举办各类大会的同时，作为一项新举措，着力开发新的热情接待菜单，完善并灵活运用信息宣传工具

(2) 推进外国游客招揽工作

- 充分利用“雪”、“温泉”、“清酒”、“大米”等本县的优势旅游资源，以韩国、台湾、中国大陆、泰国、新加坡等地的游客为目标客群开展战略性宣传推广活动，与此同时，大力建设游客接纳体制
- 与周边县份等进行合作，着力开展以打造广域周游路线的旅游产品为目标的促销活动等，并通过运用首都圈及县内的旅游资讯服务中心的网络进行信息宣传等途径，促进广域周游观光
- 将马来西亚、印度尼西亚、越南及菲律宾定位为新的目标客群，在调查当地的访日旅游市场的同时，促进穆斯林游客接纳环境的构建
- 协助住宿设施等以官民一体的形式参加海外旅游博览会，并为拜访旅行社等新的促销活动提供支持
- 向长期留宿于首都圈住宿设施的外国游客宣传本县旅游信息，促进其来本县周游观光

(进行得比较顺利的方面)

- 各项工作仍在开展过程中，因此暂不记载结果。

(进行得不够顺利的方面)

- 游客数量和住宿人数停滞不前。
- 县整体的旅游目的地综合满意度增长停滞。

4. 参考资料

●游客数量和住宿人数的变化

(单位：千人)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017
游客数量	70,862	71,602	72,987	77,447	74,172	72,478
(前年比)	+6.3%	+1.0%	+1.9%	+6.1%	-4.2%	-2.3%
住宿人数	10,203	9,677	9,607	10,260	10,205	10,202
(前年比)	—	-5.2%	-0.7%	+6.8%	-0.5%	-0.0%

●县整体的旅游目的地满意度中“非常满意”等回答的比例

调查次数(时间)	第2次(2011年秋～12年夏)	第3次(2013年秋～14年夏)	第4次(2014年秋～15年夏)	第5次(2015年秋～16年夏)	第6次(2016年秋～17年夏)
“非常满意”的比例	25.1%	23.2%	19.3%	19.1%	19.4%
“很满意”的比例	45.4%	45.7%	48.3%	48.2%	48.1%
“比较满意”的比例	17.8%	17.6%	19.7%	20.2%	19.9%
综合满意度	88.3%	86.6%	87.3%	87.5%	87.4%

※综合满意度为“非常满意”、“很满意”、“比较满意”的合计值

※各项数字为经过修约(四舍五入)处理的值，因此综合满意度的数值可能与“非常满意”、“很满意”、“比较满意”的合计值有出入。

主题名	振兴旅游业	地方政府名	石川县
所采取的措施名称	结合东京奥运会和残奥会的举办以及北陆新干线县内段全线开通，大力推进揽客工作		
概要	○在北陆新干线开通的第 4 年（2018 年），本县游客数量依然保持在开通前（2014 年）的水平之上（2014 年：2161.1 万人→2018 年：2475.3 万人），即使开通效应仍在持续，但要想达成《HOT 石川观光计划 2016》中提出的目标（2025 年：3000 万人），还需要加倍努力。 ○在国内游客方面，开展以下几项工作：为提高年游客数量开展战略性揽客推广活动；进一步发掘和优化旅游资源；促进旅游商品化。 ○在外国游客方面，着眼于橄榄球世界杯赛与东京奥运会和残奥会及其之后的未来，有效利用北陆新干线和新开通的小松-香港定期往返航线等完善的交通基础设施，以广域合作促进周游观光，同时致力于开展有效的揽客推广活动。		
预算金额	—		—

1. 课题（现在的状况）

- 北陆新干线乘客数量 维持在开通前的约 3 倍水平
- 来自县外的游客数量 较开通前增加 340 万人（2014 年：1205 万人 → 2018 年：1549 万人）
- 外国游客住宿人数 增至开通前的 2.3 倍，连续 6 年刷新历史新高（2014 年：29 万人 → 2018 年：68 万人）
- 来自东北地区的游客数量 开通前的 1.8 倍
 - ・仙台-金泽（中途在大宫换乘） 约 3 个半小时（开通前 约 5 小时）
 - ・北陆-东北直通新干线的运行（连续 3 年双向运行）
- 介绍本县的电视节目数量 史上最多（2014 年：52 个 → 2018 年：360 个）

2. 目标（未来蓝图）

结合东京奥运会和残奥会的举办以及北陆新干线县内段全线开通，大力推进揽客工作

3. 所采取措施的内容

（概要）

- （1）通过宣传石川的魅力以及塑造新魅力来增加石川粉丝数量
 1. 举办北陆新干线“长野-金泽”延伸段开通五周年纪念活动
 - ・与 JR 的纪念活动相呼应，在东京站举办“开通五周年纪念石川百万石物语展”，开展“名侦探柯南 金泽-加贺推理之旅”
 - ・举办温泉地的夜间活动、能登能量景点巡游、从空中俯瞰金泽城公园的气球体验、玉泉院丸特别灯光秀等活动，创造更多作为旅游目的地的魅力

2. 重点宣传石川独有的魅力

- JR 与北陆三县合作开展全年揽客推广活动
“日本之美，在北陆。”推广活动（4 月～11 月）
Japanese Beauty 北陆推广活动（12 月～3 月）
- 委托首都圈和关西圈的大型旅游企业的主要门店工作人员担任“石川旅游接待员”，促进游客来本县观光旅游
- 以女性和活跃银发族为目标人群在首都圈招揽客源，与 JR 集团合作在东北地区招揽客源，通过加强招揽企业周年庆旅游业务来在关西圈招揽客源等
- 积极利用网络广告推进揽客工作，并抓住本地职业运动队的客场比赛的机会在首都圈等进行旅游推广
- 对在县内举办各种大会提供赞助，招揽乘坐北陆新干线的修学旅行等

3. 打造作为旅游目的地的魅力，令全线开通效应惠及县内全域

- 以促进区域旅游资源的旅游商品化为目标，举办石川旅游产品宣传推广会议，通过配置专业人才来强化与旅游企业的业务合作
- 开设面向自由行游客的网络销售网站，销售通过宣传推广会议积累起的团体旅游产品
- 在县内各地举办揽客活动（能登故乡博览会、加贺四温泉博览会、金泽的音乐活动等）
- 金泽城和兼六园的景观照明项目

4. 在产官研协作框架下培养扛起石川的旅游新时代的核心人才

（2）推进战略性海外揽客工作

1. 结合东京奥运会和残奥会、橄榄球世界杯赛加强海外揽客工作

- 面向橄榄球世界杯赛观众，制作介绍传统文化体验项目等信息的宣传单，举办前往加贺和能登的导游陪同试客旅游
- 为吸引东京奥运会和残奥会观众前来旅游，举办面向欧洲旅游企业的旅游研讨会
- 为发掘和升级面向外国游客的旅游资源，由旅游产品开发负责人在县内进行考察，并举办旅游资源说明会
- 为方便外国游客，提供电话翻译服务

2. 充分利用完善的交通基础设施招揽外国游客

- 以小松-香港定期往返航线的开通为契机积极招揽客源

3. 促进形成成熟的北陆新干线新黄金路线

- 与北陆拱形铁路周游券沿线的地方政府开展合作，参加国际旅游博览会，并邀请媒体体验北陆之旅

4. 推进对应国家和地区特征的招揽外国游客工作

- 锁定目标推进揽客工作，例如招揽雪后游客（澳大利亚）、教育旅游业务（台湾）、运动休闲旅游业务（台湾、中国大陆）等

主题名	振兴旅游业	地方政府名	山梨县
所采取的措施名称	山梨县的旅游战略		
概要	- 山梨县在 2004 年 2 月发表了“观光立县 富士之国山梨”的宣言，为全方位推进旅游振兴工作，设立了观光部。 2009 年在产官研协作下设立社团法人山梨观光推进机构，旨在推进旅游振兴工作。 - 进而在 2011 年 12 月，出台了《以诚待客的山梨观光振兴条例》，并基于该条例于 2012 年制定了《山梨观光推进计划》，此外，还计划于 2019 年推出《新山梨观光推进计划》（预定期间 2019 年～2022 年）。 - 为将旅游业打造成县经济的第二支柱产业，积极开展游客接纳环境建设和有效的信息宣传等工作，搞活旅游业。		
预算金额	12 亿日元（2019 年 8 月）		1,133 万美元（US\$换算）

1. 课题（现在的状况）

- 尽管游客数量有所增加，但消费金额却未见提升。旅游消费金额的提升能够激发区域经济活力，因此不仅需要推进增加游客的消费机会、促进高价位县产品的销售等措施，还应通过提高旅游企业的劳动生产率等手段来提高附加价值。
- 本县发起了“基于对家乡的骄傲与热爱，由全体县民参与进来推进以诚待客”的行动理念，并一直致力于推进以诚待客，但整体的游客满意度却呈现下降趋势，因此有必要重新落实“以诚待客”的精神，积极采取有效措施，努力提高游客满意度。
- 部分旅游目的地未能应对近年来的旅游形态的变化，也未能满足访日外国游客的旅游需求，鉴于此有必要着力升级区域资源并重新激发其活力。
- 随着成熟化社会的到来以及区域经济全球化的不断发展，旅游形式不断变化，游客所追求的旅游形式亦在不断趋于多样化，因此必须极力应对旅游消费者的多样化需求。

2. 目标（未来蓝图）

用县民的热情接待、区域固有的美丽景观、区域的特产品、传统祭典活动等来真诚地用心招待每一位游客，凭借这种“山梨特有的以诚待客”，为游客提供疗愈身心之旅，带来超越满足的感动，打造一个让游客想要再次来访的、极具魅力的区域，以此实现振兴旅游业的目标，将旅游业发展成本县的支柱产业。

3. 所采取措施的内容

（概要）

- 扩大旅游消费金额
 - 为提高游客数量，在线旅游服务商合作开展推广促销活动。
 - 与 JR 等民营企业合作举办旅游物产展。
 - 为培养具有高收益力的旅游产业，努力提高酒店和旅馆等企业的劳动生产力，举办外国游客接纳对应（无现金化、提供清真食品等）研讨会。
- 推进以诚待客
 - 为令县民加深对本区域的理解和关心，并为之感到骄傲与热爱，采取了一系列措施，例如为各个年龄段的县民提供学习和了解乡土并发现其新的魅力的机会，培养积极推进以诚待客的人才等。
- 优化并活用区域资源
 - 努力提升日本南阿尔卑斯山脉及其周边地区所拥有的自然、历史、文化、产业等存在于本区域中的原有价值，推进旅游目的地的品牌化，打造能创造出高附加值的高级旅游目的地。

○应对外国游客的需求

- 针对自由行人数不断增加的外国游客，积极活用外语志愿者和口译导游人才，并促进由山梨县运营的手机端多语种旅游应用程序“FUJISAN ACTIVITIES”的使用。

○针对目标客群进行宣传推广

- 凭借将于 2020 年通车的中部横断自动车道以及计划于 2027 年开通的磁悬浮中央新干线，来本县旅游所需的时间和距离都将大幅缩短，将这一利好消息积极向中部及关西圈游客宣传。
- 与目的地管理组织（DMO）等合作开展海外市场营销工作，以有望成为本县旅游业主力市场的国家和地区为目标，按照各个市场的特征展开相应的旅游推广工作。

（进行得比较顺利的方面）

○游客数量提高

- 游客数量 2017 年 3216 万人 → 2018 年 3769 万人
- 外国游客（住宿人数） 2017 年 161 万人 → 2018 年 196 万人（尤其是台湾和越南的游客数量增幅显著）

（进行得不够顺利的方面）

○旅游消费金额增长低迷

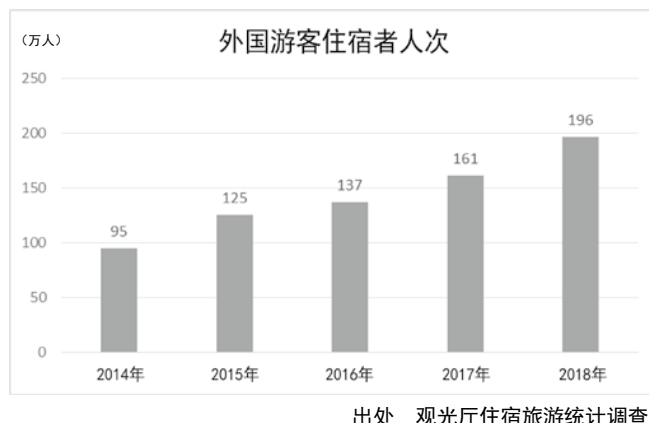
- 县内旅游消费金额 2017 年 4133 亿日元 → 2018 年 4001 亿日元

4. 参考资料

（1）游客数量及旅游消费金额的变化情况



（2）外国游客住宿者数量（人次）的变化情况



（3）外国游客住宿者数量（人次）的国家・地区排名

排名	国家・地区	2018年		2017年
		人次	前年比	人次
第1位	中国大陆	674,680	120.9%	557,890
第2位	台湾	237,940	144.1%	165,120
第3位	泰国	153,040	99.4%	153,910
第4位	中国香港	100,160	132.7%	75,470
第5位	越南	69,500	167.2%	41,560

出处 观光厅住宿旅游统计调查

主题 1：振兴旅游业／区域报告

主题名	振兴旅游业	地方政府名	长野县
所采取的措施名称	关于推进打造令世界着迷的旅游区域		
概要	- 到访长野县的访日外国游客住宿者人次计算达到了 152.7 万人，创下了历史最高纪录。 - 本县于 2018 年 3 月制定了《开拓信州的旅游新时代 长野县旅游战略 2018》，以打造不论生活者还是旅游者都能感受到“幸福”的世界级山岳高原度假区为目标，基于“培养作为旅游业旗手的经营实体”、“建设旅游区域的基础”、“树立吸引世界游客的入境旅游战略”这三项战略展开措施。		
预算金额	5.66 亿日元（本国货币）	524 万美元（ U\$换算 ）	

1. 课题（现在的状况）

《从统计看长野县的现状》

- 1 住宿者人次的变化趋势 ⇒ 持平 （2014→2018 1789.7 万人→1832.5 万人 102.4%）
- 2 外国游客住宿者人次的变化趋势 ⇒ 趋增 （2014→2018 66 万人→152.7 万人 231.4%）
- 3 旅游消费金额的变化趋势 ⇒ 趋增 （2014→2018 6571 亿日元→8146 亿日元 124.0%）
- 4 游客当天往返及住宿的情况 ⇒ （当天往返游客） 趋增 （2014→2018 60.2%→63.8%）
（住宿客） 趋减 （2014→2018 39.8%→36.2%）
- 5 各类住宿设施的客房入住率 ⇒ （城市酒店、商务酒店） 较高 （2018 73.7%、70.9%）
（旅馆、简易住所） 明显较低 （2018 28.1%、14.0%）

《本县旅游业面临的课题（问卷调查结果）》

- 1 游客满意度调查 （与全国水平差异较大的前 3 个项目） [据县旅游机构 2016 年度调查]
作为旅游乐趣，长野县低于全国水平的项目（日本人） ⇒ 餐饮、文化设施、住宿设施
作为旅游乐趣，长野县低于全国水平的项目（外国人） ⇒ 餐饮、住宿设施、温泉
- 2 住宿设施问卷调查 （多选回答中的前 3 个项目） [据县观光部 2017 年度调查]
（1）经营者的烦恼 ⇒ 设施和设备的老化、人手不足、员工老龄化
（2）今后欲采取的措施 ⇒ 更新设施和设备、加强信息宣传、活用网络预订
（3）不接待外国游客的理由 ⇒ 语言障碍、担心发生问题、顾虑到其他日本游客
（4）接待外国游客所需的支援 ⇒ 语言交流、信息宣传、标准化的引导标识
- 3 旅行社问卷调查 （多选回答中的前 3 个项目） [据县观光部 2017 年度调查]
（1）不被选为旅游目的地的理由 ⇒ 交通不方便、缺乏自然环境以外的旅游资源、信息宣传力度不足
（2）作为旅游目的地存在的问题 ⇒ 交通不方便、著名景点以外的信息不足、面向富裕阶层的旅游项目缺乏
（3）增加令游客想要留宿的住宿地点的对策 ⇒ 完善交通路网建设、修缮改造住宿设施、改善餐饮条件
（4）在接待外国游客方面欠缺的地方 ⇒ 外语工作人员、免费 Wi-Fi 环境、多语言标识

2. 目标（未来蓝图）

○ 打造不论生活者还是旅游者都能感受到“幸福”的世界级山岳高原度假区

3. 所采取措施的内容

（概要）

- “培养作为旅游业旗手的经营实体”
 - ・ 长野县旅游战略推进本部与县旅游机构展开合作,在鼓励创办广域型目的地管理组织/公司(DMO /DMC)、并重点培养和确保扛起未来的人才的同时,强化县旅游机构的组织体制
- “建设旅游区域的基础”
 - ・ 区域的多种主体参与进来,根据当地的“故事”,促进建设作为“挣钱”基础的城市环境、完善二次交通和信息基础设施、形成旅游品牌
- “树立吸引世界游客的入境旅游战略”
 - ・ 为成为真正意义上的入境旅游先进县,从硬件和软件两方面强化访日外国游客接纳体制

（进行得比较顺利的方面）

- ・ 为了计划性地、战略性地推进本县的旅游策略,成立了由知事担任本部长的“长野县旅游战略推进本部”,并以此为中心构筑了聚全县政府力量的政策推行体制
- ・ 按国家、地区和市场的特性采取了定制化的战略性促销推介活动,已使得访日外国游客住宿者人次大幅增加,并拉动了旅游消费金额的增长

（进行得不够顺利的方面）

- ・ 培养作为旅游业旗手的经营实体(创办和确立在旅游区域建设中起到掌舵作用的“广域型 DMO 及 DMC”、培养和确保旅游人才等)
- ・ 创造本县独特的具有魅力的旅游目的地和商品
- ・ 构建访日外国游客接纳体制(建设区域内交通路网、确保广域范围内的城际交通路网和流动、建设和普及无现金结算及免费 Wi-Fi 环境等)

4. 参考资料

