

平成 29 年度当初予算（案）の概要

○ 当初予算（案）概要	1
○ 観光部事業体系	2
○ 主要事業一覧	3
1 DMO構築事業	5
2 山岳遭難防止対策費	6
3 信州ブランド普及・発信事業	8
4 信州首都圏総合活動拠点運営事業	9
5 信州デスティネーションキャンペーン事業	11
6 木曽観光復興対策事業	12
7 戦略的な外国人旅行者の誘致推進事業	13

観 光 部

平成29年度当初予算(案)の概要

観光部

1 予算総額

(千円、%)

会 計 名	29年度予算額(案) (A)	28年度当初予算額 (B)	差引増減 (A)-(B)	(A)/(B)
一 般 会 計	1,203,678	1,168,031	35,647	103.1

(課別内訳)

(千円、%)

課 名	29年度予算額(案) (A)	28年度当初予算額 (B)	差引増減 (A)-(B)	(A)/(B)
山 岳 高 原 観 光 課	816,720	845,364	△ 28,644	96.6
観 光 誘 客 課	386,958	322,667	64,291	119.9

2 予算案のポイント

平成27年に長野県を訪れた旅行者数及び観光消費額は、善光寺御開帳等の効果もあり、前年から大幅に増加しました。また、外国人延宿泊者数は、ここ3年間、過去最高を更新し続けています。チャンスを活かし、短期的な振興策にとどまらない、観光地や観光産業を中長期的な視点で充実・強化する取組が求められています。このため観光部では、地域の経済が観光を軸として持続的に発展することで雇用や移住に結び付く「住んでよし、訪れてよし」の観光地域づくりを推進し、長野県を「世界水準の山岳高原リゾート」として再生させるために、「しあわせ信州創造プラン」及び「人口定着・確かな暮らし実現総合戦略」の方向性を踏まえ、以下の施策に重点的に取り組みます。

◆推進体制の強化

・県DMOである長野県観光機構の体制を強化するとともに、地域のDMOの創設・強化を支援します。

◆発信力の強化

・マーケティングに基づき、国内外に向けた戦略的な情報発信・プロモーションを実施します。

◆観光投資の促進

・市町村と協調し、観光関連施設の誘致を促進します。

◆人材育成確保の強化

・DMOのリーダー人材養成など、観光産業に従事する人材確保を強化します。

◆インフラ・受入環境の整備

・他部局との連携により、観光地の道路や施設の整備を利用者視点により推進します。

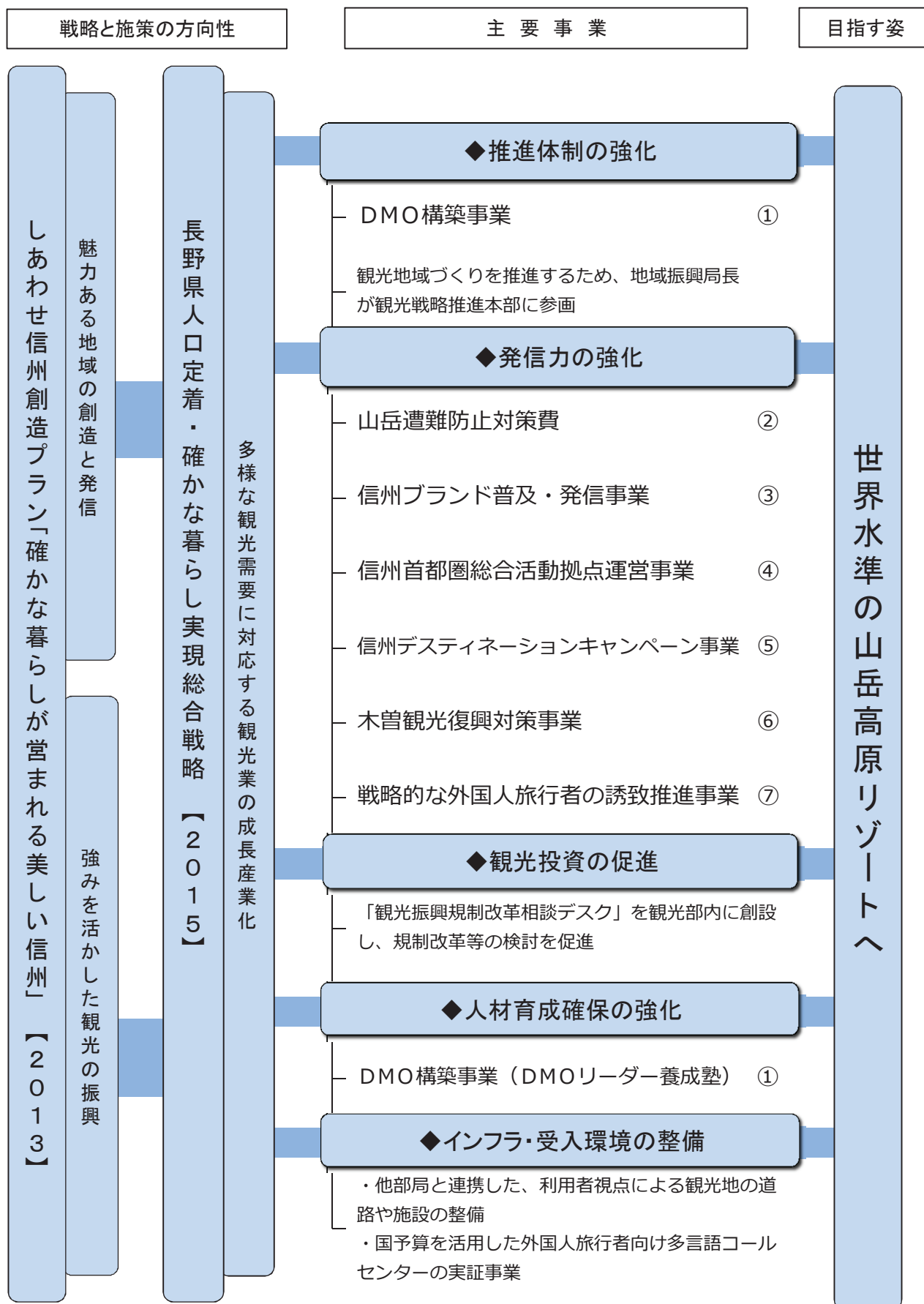
事業の実施に当たっては、県の総合力で観光の振興を図る「長野県観光戦略推進本部」を中心に関係部局と一体となって、国・市町村・民間団体と連携しながら、効果的な施策展開を図ってまいります。

3 事業体系 (別紙1)

4 主要事業一覧 (別紙2)

5 事業改善シート 県公式ホームページをご覧ください。 (<http://www.pref.nagano.lg.jp/kankoki/kensei/soshiki/yosan/h29/29ankaizen.html>)

観光部事業体系（平成29年度）



事業名 [事業改善シート番号] 【しあわせ信州創造プランのプロジェクト名】 <信州創生戦略の基本方針名(一部略記)>	事業内容及び金額(千円) (*は成果目標)			
1 DMO構築事業費 [080101] 【農山村産業クラスター形成】 <活力と循環の信州経済の創出> 山岳高原観光課	国内外からの観光客の流れを戦略的に創出し、観光による信州創生を進めるため、地域DMOの構築に向けた取組を支援するとともに、県DMOの構築を促進します。 1 地域DMOの構築支援 ・市町村観光協会幹部職員等を対象にリーダー養成講座を実施 2 県DMOの構築促進 ・専門人材の採用、マーケティング調査等の経費負担			
	*DMOリーダー養成者数:10人(H29) (一部 地方創生推進交付金活用事業)			
	H29当初	51,279	H28当初 (H27前倒し含み)	7,235 (94,645)
2 山岳遭難防止対策費 [080102] 【農山村産業クラスター形成】 <活力と循環の信州経済の創出> 山岳高原観光課	県内の山岳遭難件数・遭難者数の増加に歯止めをかけ、安全・安心な登山を楽しむ環境づくりを進めるため、山岳遭難防止に係る啓発活動や情報発信を強化します。 1 登山者への啓発活動 ・安全登山の啓発 2 防止対策活動の充実、施設の整備 ・夏山常駐・秋山特別パトロール隊の設置 ・涸沢山岳総合相談所の修繕 3 火山の山小屋強化に対する補助 ・事業主体 常時観測火山を有する市町村 ・補助率 1/2以内			
	*遭難件数:273件(H27)→260件(H29) (一部ふるさと信州寄付金基金活用事業)			
	H29当初	66,531	H28当初	43,905
3 信州ブランド普及・発信事業費 [080201] 【信州ブランド確立】 <活力と循環の信州経済の創出> 山岳高原観光課信州ブランド推進室	信州ブランド戦略に基づく「しあわせ信州」をより一層普及浸透させるため、関係者間の意識共有を図るとともに、県内外に向けた発信活動を展開します。 ・関係者間の意識共有を図るためのワークショップの実施等 ・Webを活用したプロモーションの実施			
	*信州ブランド戦略の県民認知度:72.7%(H27)→80%(H29)			
	H29当初	16,156	H28当初	42,633
4 信州首都圏総合活動拠点運営事業費 [080201] 【信州ブランド確立】 <活力と循環の信州経済の創出> 山岳高原観光課信州ブランド推進室	信州の美しさと健康な暮らしを多くの人とシェア(共有)するため、銀座NAGANOから信州のヒト・コト・モノをトータルに発信します。 (新)・信州の様々な情報を伝える「しあわせ信州コンシェルジュ(仮称)」の設置 ・県内への誘客・誘引を図る体験型イベントの実施			
	*銀座NAGANO来館者数:74万人(H27)→78万人(H29)			
	H29当初	172,161	H28当初	171,562

事業名 [事業改善シート番号] 【しあわせ信州創造プランのプロジェクト名】 <信州創生戦略の基本方針名(一部略記)>		事業内容及び金額(千円) (※は成果目標)			
5	信州デスティネーションキャンペーン事業 [080302] <活力と循環の信州経済の創出>	本県独自の価値「山岳高原」の強みを活かし、「大自然に癒される」を中心に、「アウトドア」、「歴史・文化」、「食」をテーマとして信州ならではの楽しみ方を提供しながら、「滞在・周遊型」観光の推進を図るため、「信州デスティネーションキャンペーン」を中心に全県的な観光キャンペーンを展開します。 ・誘客促進対策(オープニングイベント、PRキャラバン等) ・宣伝対策(パンフレット、ポスターの制作等) ・メディア広報(Web、新聞、雑誌、TV等でのPR等) ・受入体制整備(おもてなし推進、特別企画の実施等)			
		*観光消費額:7,410億円(H27)→7,618億円(H31) *延宿泊者数:1,921万人(H27)→2,075万人(H31)			
		観光誘客課	H29当初	110,000	H28当初 72,364
6	木曽観光復興対策事業費 [080302] 【農山村産業クラスター形成】 <活力と循環の信州経済の創出>	御岳山噴火災害による影響で観光客が減少している木曽地域において、被災前の観光地利用者数への回復を図るため、地元が主体となって行う観光プロモーションを支援します。 ・事業主体:木曽観光復興対策協議会 (木曽郡内町村、町村観光協会、木曽観光連盟、商工団体、県で構成)			
		*木曽地域観光利用者 平成27年220万人→平成31年末までに266万人 *木曽地域観光消費額 平成27年90億9,000万円→平成31年末までに105億9,000万円			
		観光誘客課	H29当初	40,000	H28当初 (H27前倒し含み) 0 (50,000)
7	戦略的な外国人旅行者の誘致推進事業費 [080401] 【農山村産業クラスター形成】 <活力と循環の信州経済の創出>	平成31年までに外国人延べ宿泊者数200万人という目標を達成するため、中国をはじめとする東アジアや成長著しい東南アジア等の市場に加え、欧米市場や新興市場へとターゲットを拡大し、マーケティングに基づく戦略的なプロモーション活動を強化・実施します。 ・現地観光セミナー・商談会の開催、旅行博出展等による海外プロモーションの実施 ・海外メディアや旅行会社等の招請 ・サイクルツーリズム・トレッキング、ウィンタースポーツによる誘客 ・SNS等を活用した情報発信強化			
		*外国人延宿泊者数(観光庁「宿泊旅行統計調査」) 94.7万人(H27)→200万人(H31) (一部 地方創生推進交付金活用事業)			
		観光誘客課国際観光推進室	H29当初	94,254	H28当初 (H27前倒し含み) 51,472 (114,272)

DMO構築事業

山岳高原観光課

1 目 的

国内外からの観光客の流れを戦略的に創出し、観光による信州創生を進めるため、地域DMOの構築に向けた取組を支援するとともに、県DMOの構築を促進する。

※DMO・・・Destination Management/Marketing Organization

「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役として、関係者と協同しながら、明確なコンセプトに基づく観光地域づくりを実現するための戦略を策定するとともに、戦略を着実に実施するための調整機能を備えた法人

2 事業内容

(1) 地域DMO構築支援

市町村観光協会幹部職員等に対し、日本版DMOの意義・役割・必要性・実践手段等について集中的かつ効果的な講座を開設し、組織のトップから意識改革を促すことで日本版DMOの浸透を図る。

○DMOリーダー養成塾 年6回開催

(2) 県DMO構築促進

日本版DMO候補法人として観光庁から登録を受けた(一社)長野県観光機構の県DMO化を促進するため、長野県観光機構が行う専門人材の採用やマーケティング調査等の経費を負担する。

○専門人材の採用

マーケティング、インバウンド、観光地域づくり分野の専門人材を採用

○マーケティング調査

対面式アンケート調査、WEBアンケート調査、外国人動態調査等を実施し、調査結果に基づき、戦略的なプロモーションを展開

○DMOアドバイザリーグループ運営

有識者で構成するDMOアドバイザリーグループを設置し、随時、専門的なアドバイスをいただきながら、DMO構築に向けての取組を推進

3 予算額 51,279 千円

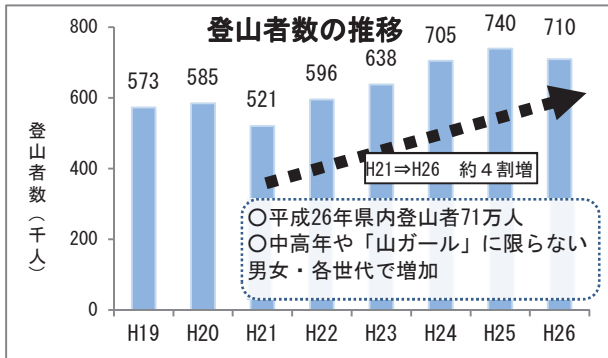
山岳遭難防止対策事業

山岳高原観光課、山岳安全対策課

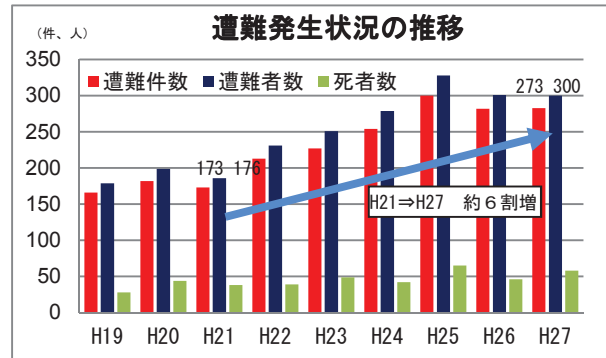
1 目 的

山岳における遭難の未然防止及び遭難者の捜索、救助の万全を期するため、関係機関、団体が協力し、総合的かつ計画的な遭難防止対策を実施する。

2 現 状



- 山岳会等に所属しない「未組織登山者」が約8割
- 40歳以上の中高年登山者が約8割
- 約9割は県外居住者
- 外国人登山者の増加



3 課 題

1 危険認識の乏しい『経験の浅い登山者』

- 中高年、若者の登山ブームに見られる登山のレジャー化
⇒ 安全対策を伴わない登山の喧伝に対する適正な情報の提供不足
- 登山者の情報収集不足・分析能力不足

2 知識・技術の習得機会の少ない『未組織登山者』

- 健康維持や癒しを目的に登山を始めた、知識・技術を伴わない初心者 ⇒ 学習・訓練を受けていない
⇒ 危険回避知識・技術の不足

3 体力の衰え等 認識不足の『中高年登山者』

- 昭和30～40年代の登山ブームの経験者
⇒ 昔の成功体験と現実とのギャップ ⇒ 過信した行動・体力の認識不足

- 遭難者の8割以上が40代以上
- 死亡・負傷等重大事故の半数以上が60代以上

4 長野県の山岳環境や山のルールを理解していない『外国人登山者』

- 母国とは異なる山岳環境・登山スタイルについて十分に情報提供がされていない

●H25.7 中央アルプスにおいて韓国人遭難事故発生（4人死亡）

4 平成29年度目標

遭難発生件数 260件
遭難者数 280人

5 主な山岳遭難防止対策事業

情報提供 注意喚起	安全登山啓発事業 ●民間との連携による未組織登山者への啓発 ●季節ごとの山岳情報の発信	886 千円	観
	㊦ 活火山登山者安全啓発設備整備事業	27,936 千円	
	山岳気象情報提供、登山教室支援等	385 千円	
	北アルプス三県（岐阜、富山、長野）連携遭難防止対策事業	139 千円	
山際での 直接指導	常駐パトロール隊の設置 1 夏山常駐パトロール隊設置（7月中旬～8月末） 夏季の北アルプスにおいて活動する民間のパトロール隊の設置 ●50日間（延べ1,029人日） 2 秋山特別パトロール隊設置（9月～10月の連休時） 増加する秋山登山者と遭難に対応するためパトロール隊を設置 ●H28:100人日⇒H29:90人日（連休の減少）	22,269 千円	観
	相談員の活動支援 県内登山口（44箇所）で相談・指導を行う相談員活動の支援の充実 ● H26：4,732人日	4,281 千円	
	常駐拠点となる涸沢山岳総合相談所の管理委託	2,301 千円	
	涸沢山岳総合相談所の修繕 相談所給湯システムの改修、ボイラーの設置	1,295 千円	
救助救護 体制強化	夏山診療所への支援 夏山診療所開設団体（12団体）へ、該当する運営費に係る費用の1/2以内を補助（上限30万円）、診療所を併設する山小屋への謝金	1,445 千円	観
	山岳遭難対策用無線設備の更新	1,425 千円	
	地区遭対協救助訓練支援、装備品の整備等	7,102 千円	警
	県警の山岳救助活動に係る装備品の整備等	2,774 千円	
地区 遭対協 支援等	登山道案内標識整備補助事業（地区遭対協へ1/2補助） 多言語を併記した登山道案内標識の更新を推進するため、翻訳料を含めた事業費を補助	186 千円	観
	山岳遭難防止対策の体制強化（山岳観光推進員の配置） 企業と連携した啓発活動、山域での直接指導等	2,326 千円	
	地区遭対協運営費補助、事務費、無線利用料 等	1,657 千円	

平成29年度予算額（案） 観光部 66,531千円（県警：9,876千円）

信州ブランド普及・発信事業

信州ブランド推進室

1 目的

信州ブランド戦略に基づく「しあわせ信州」のこれまでの取り組みを県民、市町村、民間関係団体等と検証するとともに、信州ブランドの普及浸透に向け、ブランドに携わる関係者と意識共有を図るとともに県内外に向けた発信活動を展開する。

2 現状と課題

- ・信州ブランド戦略の認知度は72.7%と上昇しているものの、目標の80%未達成。
(認知度 H26 65.3% → H27 72.7% 県政モニターアンケート)
- ・地域ブランド調査による愛着度、自慢度の全国順位が低下しており、インナーブランディングが不足している。
(愛着度 H27 6位→H28 11位 自慢度 H27 5位→H28 6位 地域ブランド調査)

3 事業内容

(1) 普及浸透に向けた取組

ア 目的

平成25年度から実施している信州ブランド戦略に基づく「しあわせ信州」のイメージの具体化、職員、県民等の意識共有及び今後の課題抽出を目的とするワークショップを実施する。

イ 対象者

県職員及び市町村職員、学生、地域づくりのキーパーソン、公民館活動参加者等

ウ 開催地域

県下10広域

(2) 情報発信の取組

ア 「しあわせ信州」ホームページとフェイスブックの運営により県民参加のプロモーションを展開する。

イ 長野県魅力発信ブログの運営により県内各地域の魅力ある情報を分かりやすく、かつタイムリーに発信することで、県産品の購入や観光誘客など具体的な消費活動に誘導する。

(3) 参与（信州総合ブランディング担当（仮称））及び信州ブランド発信担当嘱託員の人件費

4 予算額（案） 16,156千円

5 成果目標

- ・県政モニターアンケートによる県民認知度：80%
- ・都道府県別地域ブランドランキング：10位以内
- ・地域ブランド調査による愛着度、自慢度の全国順位：5位以内

信州首都圏総合活動拠点運営事業

信州ブランド推進室

1 目 的

単なる物産館ではなく、信州のヒト、コト、モノをトータルに発信し、信州の美しさと健康な暮らしを、首都圏をはじめ、多くの人とシェア（共有）する。

2 現状と課題

- ・ 銀座を訪れる客層の約 1 割を外国人（在日、インバウンド）が占めると言われる状況にあって、これらを積極的に銀座NAGANOに取り込むことにより、県内への誘客・誘引に結び付ける取組が不可欠である。
- ・ 銀座NAGANOメンバーズカード会員 3,174 名（平成 28 年 9 月末現在）のうち若年層（20 代以下）の占める割合が 2%、働きざかりの世代（30 代、40 代）の占める割合が 26%と全体の 3 割に満たない状況にあることから、積極的な働きかけにより顧客の裾野を広げていく取組が必要である。
- ・ 銀座NAGANOで開催されるイベントへの参加者数は約 3 万人（平成 27 年度実績）にのぼることから、一過性のイベントとしてではなく、イベントへの参加を契機に地域への誘客・誘引につながる取組が必要である。

3 事業内容

(1) 銀座NAGANO発信事業の実施

【新たな取組み】

信州のヒト・コト・モノ総合案内事業

総合案内スタッフの設置や大使館との連携イベントの開催により、在日外国人客（インバウンドを含む）の取り込みにより県内への誘客・誘引の動機づけを図る。

【さらなる浸透を図る取組】

地域誘客・誘引支援事業（現地体験型）

イベントで得られたノウハウや楽しみ、魅力を現地で実際に体験することにより誘客・誘引を図るとともに、若年層や働きざかりの世代が好むメディアとのタイアップにより積極的な発信を図る。

広報・広告基幹事業

ヘビーユーザーになりうる客層を取り込む主催イベントの実施や首都圏に影響のある新聞や専門誌を利用したプロモーションの展開、ホームページ等やマンスリーチラシなどの活用により更なる周知・集客を図る。

サポーターズ倶楽部活用事業

会員が直接現地に出向き、生産者等との交流を通じて具体的なフィードバックを展開する。

効果測定のための情報収集事業

経済波及効果の測定にあたって検討に必要な情報を収集するための支援等を行う。

(2) 管理運営費

- ・賃借料、光熱水費、イベントスペースの運営管理業務、観光インフォメーションコーナーの運営負担金など
- ・銀座NAGANO運営アドバイザー会議の開催経費など

4 予算案

172,161千円

5 経費積算

(単位：千円)

経 費	金額	説 明	28 年度	増減
銀座NAGANO 発信事業 (需用費、委託料など)	35,230	銀座NAGANO発信事業業務 ○新たな取組に係る経費 (13,862 千円) ○さらなる浸透を図る取組に係る経費 (21,368 千円)	35,230	0
管理運営経費 (賃借料、委託料など)	136,931	賃借料 (82,881 千円) イベントスペース管理業務 (15,072 千円) 観光インフォメーションコーナー運営負担金 (24,947 千円) 活動拠点管理経費 (14,031 千円)	136,332	599
合 計	172,161		171,562	599

6 達成目標

- ・平成 29 年度入場者数 78 万人

信州デスティネーションキャンペーン事業

観光誘客課

1 目 的

本県独自の価値「山岳高原」の強みを活かし、大自然がもたらす『癒し』を中心に、「アウトドア」、「歴史・文化」、「食」をテーマとして信州ならではの楽しみ方を提供しながら、「滞在・周遊型」観光の推進を図るため、「信州デスティネーションキャンペーン」を軸に全県的な観光キャンペーンを展開する。

2 キャンペーン実施期間

平成 29 年 4 月～平成 30 年 3 月

(信州デスティネーションキャンペーン：平成 29 年 7 月～9 月)

3 キャンペーン推進主体

信州キャンペーン実行委員会（県、市町村、観光関係団体等で構成。事務局：観光誘客課）

4 事業内容

平成 29 年度については、「しあわせ信州観光キャンペーン」事業と「信州デスティネーションキャンペーン」事業を統合し、事業の効率化を図り、信州DCを活用した通年的かつ全国的な観光プロモーションを通じて本県への誘客促進を図る。

(1) 誘客促進対策事業

- ① 信州DCオープニングイベントの開催
- ② 三大都市圏及び北陸地域を中心とした観光キャラバンの実施
- ③ ノベルティの制作

(2) メディア広報

- ① JR 駅等でのデジタルサイネージを活用した広告展開
- ② 「信州DC公式サイト」を活用した情報発信
- ③ Web プロモーションの実施
- ④ メディア媒体（新聞・雑誌広告、テレビCM等）を活用した発信
- ⑤ 海外メディアへの発信（海外メディア招聘、外国人ブロガーによる情報発信等） 等

(3) 宣伝資材活用展開

- ① 信州DC総合パンフレットの制作
- ② ポスターの制作（5 連貼りポスター、夏・秋・H30 年春ポスター） 等

(4) 受入体制整備

- ① 「信州山ごはん&地酒」企画
- ② 包括提供先（コンビニ、イオン）と連携した弁当やレシピの開発等
- ③ おもてなし事業の展開
 - ・おもてなしイベントの実施、信州DCおもてなし隊による「手を振ろう！運動」、「花いっぱい運動」、観光地等の美化活動の実施 等
- ④ 特別企画の実施
 - ・宿泊キャンペーン、県内周遊企画、宿泊予約サイトでのPR 等

5 事業規模（信州キャンペーン実行委員会）

185,000 千円（県 110,000 千円、市町村 55,000 千円、民間団体等 20,000 千円）

6 予算額（案）

110,000 千円

平成 29 年度 木曽観光復興対策事業

観光誘客課

1 目 的

御嶽山噴火災害により、木曽地域の観光地には未だ深刻な影響が残っていることから、県・町村独自の支援を実施し、木曽観光の復興及び更なる振興を図る。

2 現状と課題

(1) 木曽路エリア観光地延利用者数の推移

(単位：百人)

年	11 年	13 年	15 年	17 年	19 年	21 年	24 年	25 年	26 年	27 年
延利用者数	45,291	43,853	39,064	33,153	31,544	30,336	28,857	29,022	24,177	21,967
対 11 年比	100.0%	96.8%	86.3%	73.2%	69.6%	67.0%	63.7%	64.1%	53.4%	48.5%

※旧檜川村・山口村の延利用者数を除く

(2) 課題

- ・ 2 年間の観光復興対策により、郡内主要観光地においては前年を上回ってきており、着実に効果が出ているものの、御岳ロープウェイ、御岳高原など御嶽山周辺の観光地においては、依然として厳しい状況が続いている。
- ・ 噴火により激減した木曽地域へのツアーバスの催行本数が回復していない。

3 事業主体 木曽観光復興対策協議会

4 事業内容

(1) 木曽御嶽山麓ふっこう割キャンペーン

御嶽山の入山規制が続き、噴火以降、登山客や観光客の入込が回復していない御嶽山麓において、宿泊割引による誘客キャンペーンを実施する。

(2) 貸切ツアーバス助成事業

噴火で激減した郡内観光施設へのバスツアーの再開が遅れていることから、木曽地域へのバスツアーを造成する旅行会社に対して助成し、誘客促進を図る。

・ 助成額

項 目	区 分	助成金額
基 礎 助 成	ツアー催行 (バス 1 台)	20,000 円
送客実績助成	送客実績 1 人	1,000 円

(3) 木曽路観光タクシープラン販売促進 (二次アクセス対策)

木曽福島・南木曽・塩尻駅などの主要駅から観光地を周遊するタクシープランの認知度向上、販売促進策を実施し誘客の促進を図る。

・ J R、旅行会社とタイアップしたタクシープラン P R など

5 予算額 (案)

60,000 千円

内訳	県負担金 40,000 千円 (19 節 負担率 2/3) 木曽地域負担額 20,000 千円
----	---

6 成果目標 (木曽地域総合戦略設定目標)

- ・ 木曽地域観光利用者を平成 31 年末までに 266 万人
- ・ 木曽地域観光消費額を平成 31 年末までに 105 億 9,000 万円

戦略的な外国人旅行者の誘致推進事業

国際観光推進室

1 目 的

急増する訪日外国人旅行者を県内へ積極的に誘致するため、中国をはじめとする東アジアや成長著しい東南アジア等の市場を主なターゲットに、国や隣接県、広域観光協議会等とも連携しながら、マーケティングに基づく戦略的なプロモーションを強化する。

2 取組方針

- ① 欧米市場・東南アジアの新興市場への参入
 - ・欧米市場（アメリカ・イギリス） ・東南アジアの新興市場（フィリピン・ベトナム）
- ② 長野県の強みを活かし、市場の特性に応じたプロモーションを実施
 - ・自然、アウトドア、歴史・文化を活かした商品造成による長期滞在と消費拡大の実現
- ③ SNS等を活用した情報発信の強化
 - ・アウトドアコンテンツ・体験プログラム動画を作成し、SNS等により情報発信

3 事業内容

■ 従来の市場における主な取組み

区 分	主な事業内容
東南アジア	美しい四季（雪・花・紅葉）、伝統文化、素朴な田舎の魅力発信
タイ	○観光セミナー・商談会の開催 ○旅行博への出展 ○旅行会社・メディアの招請 ○現地コーディネーターによるプロモーション
シンガポール	○旅行博への出展
マレーシア	○旅行会社・メディアの招請
インドネシア	○情報発信、共同広告の実施
東アジア	自然、アウトドア、歴史・文化をテーマにした商品提案
台湾	○旅行会社・メディア・ブロガー等の招請 ○観光セミナー・商談会の開催
中国	○スキー関係者を対象とした説明会の開催 ○旅行会社・メディアの招請 ○現地コーディネーターによるプロモーション
香港	○旅行会社・メディアの招請
韓国	○旅行会社・メディアの招請
オーストラリア	○旅行博への出展等

■ 新たな市場への参入

区 分	主な事業内容
欧米市場	アウトドア・日本文化体験の魅力の発信
アメリカ	○メディア等の招請・情報発信
イギリス	○ネットによる情報発信
新興市場	旅行会社へのアプローチ
フィリピン	○旅行会社の招請
ベトナム	○観光セミナー・商談会の開催

4 成果目標（平成 29 年）

外国人延宿泊者数（観光庁「宿泊旅行統計調査」） 146 万人 [平成 31 年 200 万人]

5 予算額（案）

94,254 千円