



平成24年4月2日
企画観光部国際観光課

関東地域における風評被害の払拭に努め、外国人旅行者を誘致します。 ～平成24年度 ビジット・ジャパン地方連携事業実施～

観光庁では、2016年までに訪日外国人旅行者数を1,800万人にする目標の達成を目指しておりますが、関東地域においては、依然として風評被害等の影響により、外国人旅行者数が伸び悩んでおり、訪日観光振興にも深刻な影響を及ぼしています。

このため、本年度のビジット・ジャパン地方連携事業(運輸局と地方自治体・観光関連事業者等が実施する外国人誘客事業)は、風評被害払拭のため、平成23年度に引き続き、現地メディア・旅行会社を招請する事業を重点的に実施するほか、従来からの広告宣伝等の事業と併せて実施することにより、関東地域の様々な魅力を発信して参ります。

関東地域には豊かな自然からファッション、アニメなど多種多様な観光資源があり、日本のゲートウェイとしての空港をはじめとした充実した交通ネットワークが形成されていることから、これら強みを活かした市場の特性を踏まえた事業を展開して参ります。

※本年度の事業概要は別紙をご覧ください。

別紙:平成24年度 ビジット・ジャパン地方連携事業の概要

参考資料1:平成24年度 関東運輸局におけるビジット・ジャパン事業の考え方

参考資料2:ビジット・ジャパン地方連携事業の制度概要

参考資料3:平成24年度 ビジット・ジャパン地方連携事業一覧

<配布先>

神奈川県政記者クラブ

横浜海事記者クラブ

<本件に関する問い合わせ先>

関東運輸局企画観光部国際観光課 近藤・小池・岡村

電話045-211-7273

平成24年度 ビジット・ジャパン 地方連携事業の概要

実施時期

早いものでは4月からの事業実施を予定。翌24年3月にかけて各々の事業を実施する。

連携先(順不同)

◎広域組織(協議会等)

北関東三県広域観光推進協議会、茨城・千葉国際観光テーマ地区推進協議会、栃木県国際観光推進協議会、富士箱根伊豆国際観光テーマ地区推進協議会、中央内陸県連合広域観光推進協議会、水郷三都観光推進協議会、伊豆観光推進協議会、北関東磐越五県広域観光推進協議会、栃木・南東北国際観光テーマ地区推進協議会、伊豆観光推進協議会

◎地方自治体

茨城県、群馬県、埼玉県、栃木県、千葉県、東京都、神奈川県、山梨県、新潟県、静岡県、さいたま市、台東区、墨田区、横浜市、川崎市、箱根町、長野県

◎観光団体(観光協会等)

(財)ちば国際コンベンションビューロー、(公財)東京観光財団、NPO法人秋葉原観光推進協会、(財)横浜観光コンベンション・ビューロー

◎交通事業者等

東日本旅客鉄道(株)、東武鉄道(株)、京浜急行電鉄(株)、小田急電鉄(株)、日本航空(株)、東武タワースカイツリー(株)

事業件数

17件

主な事業

①再訪者の多い市場の開拓(韓国・台湾・香港・シンガポール)

- 鉄道を利用するFIT(個人旅行者)マーケットへ、東京近郊エリアを主とした風評被害払拭並びにモデルコース提案事業
- 香港誘客強化事業

②高成長市場の開拓(中国)

- 中国人旅行者需要喚起型広告宣伝事業
- 「TOKYO BAY AREA」MICEプロモーション事業

③その他の市場の開拓(タイ・欧米・豪州)

- タイ誘客事業
- 豪州プロモーション事業

平成24年度 関東運輸局における ビジット・ジャパン事業の考え方



平成24年度 地方連携事業について

(1) 地方連携事業として実施するものは、国の全体のプロモーション戦略に沿った真に必要な事業に重点化。
具体的な類型は以下のとおり。

- 1) 広域的な事業
 - ・当該ブロック全体の認知度を向上させる事業
 - ・各地域からの提案を組み合わせ、スケジュールメリットを創出する事業
 - ・統一したテーマにより各地域の観光魅力を組み合わせた事業 など
- 2) 新たなデスティネーションを発掘・発信する事業
 - ・「観光圏」に係る事業
 - ・新たな市場に向けて発信する事業
 - ・新たなルートやメニューを発掘・発信する事業 など
- 3) 訪日教育旅行を促進するための事業 など
- 4) 国家イベントや二国間の周年を活用した事業

(2) ブロック戦略を策定の上、これに基づき各事業の企画を行うこと。
(3) 狭いエリアをプロモーションする事業や国費が総費用の1/2を越える事業は、地方連携事業として実施しない。

関東地方の特性について

多種多様な観光資源	四季折々の豊かな自然・風土、美しい景観、多様な歴史・文化、日本食、日本製品、アニメ、ファッション等豊富かつ魅力的な観光資源 充実したMICE施設	多様な訪日動機に応えることが可能
日本のゲートウェイ	世界各国との路線網の拡充・輸送量の増大・アジアがより身近 成田空港、羽田空港、茨城空港	各市場から多数の誘致が可能
充実した交通ネットワーク	新幹線・JR・私鉄・メロ、高速道路等の交通ネットワークが充実しており、個人旅行に高い利便性	多様な観光ルートの設定が可能

関東運輸局における最重点市場		
<p>①韓国 (再訪者の多い市場の開拓)</p> <p>・個人旅行者への訴求は、自由気ままに旅することが有効であるが、関東においては、交通ネットワークが充実しており、豊かな自然、温泉、日本食、文化、ショッピングの素材も充実していることから、今後の誘客が図れる。</p>	<p>②中国 (高成長市場の開拓)</p> <p>・東京近郊においては、充実したMICE施設が数多くあり、首都圏という優位性を活かしてインセンティブ旅行の誘致とともに、質の高いサービス・商品の提供による富裕層の誘致を推進する。</p>	<p>③欧米 (その他の市場の開拓)</p> <p>・欧米人の好む新たな観光資源を発掘、宣伝することにより、欧米市場からの誘客を推進する。</p>

ビジット・ジャパン地方連携事業の 制度概要



参考資料2

◆目的

外国人観光客の訪日を促進することは、国際相互理解の増進、我が国における旅行消費活動の増大、交流人口の拡大による地域の活性化といった大きな経済効果が期待される。

◆事業内容

地域（自治体等）と国（地方運輸局）が連携し、諸外国からのツアー造成や広告サービス事業などを推進。ただし、事業実施によって15対象国・地域からの訪日旅行者数の増加が期待され、実施後の効果測定が可能な事業とする。また、以下の類型に重点化を図る。

- ・広域的な事業（狭いエリアを対象とした事業は除く）
- ・認知度向上事業（我が国の観光魅力を発信するための事業）
- ・誘客事業（魅力的な訪日旅行商品の造成・販売支援や、青少年交流の拡大に向けた事業）

◆目標

「訪日外国人旅行者数を2010年から2019年までの3年3期で2,500万人、将来的に3,000万人、その第1期として2013年までに1,500万人」

◆対象国・地域（15の重点市場）

中国、韓国、台湾、香港、米国、カナダ、英国、独国、仏国、シンガポール、タイ、豪州、インド、ロシア、マレーシア

<主な事業例>

- ツアー造成事業（旅行会社関係者等の招請等）
- 広告サービス事業（テレビ・新聞・雑誌へ広告掲載等）
- パブリシティ事業（メディア関係者等の招請等）
- 訪日教育旅行促進のための教育関係者招請事業
- 海外出展等事業（海外旅行博への出展等）

◆<地方連携事業スキーム 例>

【外客誘致 全体事業】

・招請事業(旅行会社・メディア)

【連携先と運輸局との経費役割分担】

自治体等連携先

商談会・地元招請に関すること。
(宿泊・食事・観光施設手配)

関東運輸局

招請者の選定・渡航費・事業実施報告・効果等
調査フォローアップ等

◆事業主体

「運輸局」、「自治体、民間等」

◆補助率等

総事業費の1/2を上限として、その部分を地方運輸局が直接事業を実施するもので、補助金ではありません。

◆担当部局等（問い合わせ先）

- 関東運輸局企画観光部 国際観光課
TEL 045-211-7273

平成24年度 ビジットジャパン地方連携事業一覧

参考資料3

市場	事業名(仮称)/事業概要	連携先	予定時期
中国	茨城・千葉国際地区「中国旅行者・メディア招聘事業」 東京と茨城、千葉の買い物、観光名所等をつなげたツアー造成と認知度向上を目的に旅行会社及びメディアの招聘を実施、同時に風評被害払拭も期待する。	茨城・千葉国際テーマ地区推進協議会	平成24年7月～
中国・韓国	Tokyo Bay Area 「MICEプロモーション事業」 東京・千葉・横浜の三地域を「TOKYO BAY AREA」としてブランディングし、韓国及び中国からのインセンティブ旅行の獲得を目的とした事業。メディア招聘や北京で8月に開催される旅行博でセミナーを開催し、認知度向上と誘致を図る。	東京観光財団、ちば国際コンベンションビューロー、横浜観光コンベンションビューロー	平成24年7月～
中国 (北京、上海、広州)	横浜市・台東区・箱根町「中国人旅行者需要喚起型広告宣伝事業」 羽田空港の国際化により利便性が向上したことを契機に、旅行会社及びメディアの招聘を実施、横浜～東京～箱根の関東ゴールデンルートに強く印象づけるとともに、風評被害の払拭を図る。	横浜市・横浜観光コンベンションビューロー・台東区・箱根町・日本航空(株)・京浜急行電鉄(株)・小田急電鉄(株)	平成24年8月～
中国	富士箱根地区「中国スポーツツーリズム促進招聘事業」 中国のスポーツ関係の雑誌等メディア、旅行会社を招聘し、山梨、静岡、神奈川のゴルフ場やフィッシングポイントの視察と魅力的な観光資源を組み合わせたファミトリップを実施する。	富士箱根伊豆国際観光テーマ地区推進協議会	平成24年11月～
中国	富士箱根地区「中国著名人活用PR」 雑誌メディアの招聘と合わせてパワーブロガーである毛丹青氏と加藤嘉一氏に神奈川、静岡、山梨の三県を訪問、自身のブログにリアルタイムに訪問地の情報を掲載して頂くとともに、招聘した雑誌メディアの雑誌に記事を掲載することで認知度向上を図る。	富士箱根伊豆国際観光テーマ地区推進協議会	平成24年9月～
中国	北関東磐越五県「中国旅行者・メディア招へい事業」 栃木・群馬・新潟・福島・茨城の観光地の安全性・安心をPRするため体験型観光(メディアとエージェントに焼き物や絵巻等体験してもらう)を実施し、五県のツアー造成を促進させる。	北関東磐越五県広域観光推進協議会	平成24年11月～
韓国	北関東三県「韓国旅行者・メディア招へい事業」 韓国の20～30代の女性を対象に北関東の旅館、温泉(美容)、グルメ(健康)、ショッピングをテーマにしたモデルコースにメディアを招聘して記事掲載を図るとともに、メディア招聘による風評被害対策のための情報提供も図る。	北関東三県広域連携推進協議会	平成24年7月～
韓国、台湾、香港、シンガポール、タイ、中国	鉄道利用するFITマーケット「東京近郊モデルコース事業」 鉄道利用するFITマーケットに対して、東京近郊エリアへ海外メディアを招聘し風評被害の払拭と誘客を目的とした情報発信を行う。	東日本旅客鉄道(株)、横浜市、伊豆観光推進協議会、千葉県、山梨県、茨城県、栃木県、群馬県、さいたま市、	平成24年7月～
韓国、台湾、香港	横浜・箱根・秋葉原・川崎「羽田空港を利用した韓国・台湾・香港プロモーション事業」 韓国・台湾・香港のFIT若者(ポップカルチャーファン)をターゲットの商品造成を目的に羽田から2泊3日程度でモデルコースを設定し、メディアや旅行会社を招聘して現地での情報発信と誘客促進を図る。	横浜市、横浜観光コンベンションビューロー・箱根町、秋葉原観光推進協会、川崎市、日本航空(株)、京浜急行電鉄(株)、小田急電鉄(株)	平成24年7月～
シンガポール	中央内陸県「新ゴールデンルートツアープロモーション事業」 NATAS旅行フェアに出展し、来場した一般消費者へ新ゴールデンルートツアーをPRするとともに、NATAS特集媒体への広告により販売促進を行う。	中央内陸県連合広域観光推進協議会	平成24年8月～
香港	東京・栃木「東京スカイツリーを活用した香港誘客事業」 香港のリピーターを対象に東京スカイツリーを中心に東京の下町と栃木の魅力を合わせたショートトリップの商品造成と認知度向上を目的に旅行会社及びメディアの招聘事業を実施、同時に風評被害払拭のための情報発信も図る。	栃木県国際観光推進協議会、東武鉄道(株)、東武タワースカイツリー(株)、台東区、墨田区、横浜市、京浜急行電鉄(株)	平成24年5月～
台湾	群馬・埼玉「訪日台湾教育旅行誘致事業」 VJ実施本部による「訪日台湾教育旅行誘致事業」により来日する台湾の教育旅行関係者の視察を受け入れ、群馬県及び埼玉県に合わせた観光素材や学校交流先を視察してもらうことで、両県エリアへの訪日教育旅行のさらなる誘致につなげる。	群馬県、埼玉県	平成24年10月～
台湾	南東北国際観光テーマ地区「台湾テレビプロモーション事業」 台湾・香港におけるブロガーを招聘し、ネット上のブログ(ホームページ)に記事を掲載することによって、被災地を含めた4県の観光地が元気に活動しており、安全・安心であることを台湾・香港の一般消費者である皆様にPRする。	栃木・南東北国際観光テーマ地区推進協議会	平成24年10月～
台湾	群馬・栃木・長野「日本ロマンチック街道への台湾誘客事業」 日光・草津・軽井沢など、すでに台湾で知名度の高い観光資源をつなぐルート(日本ロマンチック街道)における新たな観光素材(たんばらラベンダーパーク、吹割の滝など)や体験メニューを紹介することで、同エリアへの旅行商品の造成を図る。	群馬県、栃木県、長野県	平成24年7月～
中国、台湾、香港、韓国、タイ、シンガポール	富士箱根伊豆地区「FITを対象にした富士山エリア周遊モデルコース事業」 富士山を中心とした本テーマ地区の多彩な魅力を市場ニーズに合わせて東京・横浜を起点とした日帰り又は1泊2日のコースを旅行商品化することにより新しい広域観光ツアーを開発する。	富士箱根伊豆国際観光テーマ地区推進協議会	平成24年7月～
米国	首都圏「米国メディア招聘事業」 米国の高所得層をターゲットに、現地で関心の高い日本文化のPRを現地メディアを招聘して実施、風評被害の払拭と観光需要の開拓を行う。	東京都、埼玉県、千葉県	平成24年10月～
豪州	水郷三都「豪州プロモーション事業」 歴史的建造物、日本食、伝統文化体験などにニーズが高い豪州市場を対象に、その観光素材を有する台東区と水郷三都をPRする。	水郷三都観光推進協議会	平成24年10月～