

運輸政策トピックス	昇龍道プロジェクトの推進 —中部北陸9県連携による訪日外国人誘致促進—	
	野俣光孝 NOMATA, Mitsuyoshi	国土交通省中部運輸局長

1——はじめに

訪日外国人旅行者の増加を図るため、中部北陸9県が広域連携して「昇龍道プロジェクト」を推進しています。

地方での取り組みは、なかなか他地域の方々に知っていただけなので、本誌の場をお借りして、昇龍道地域における訪日外国人誘致に関する課題と、現在の取り組み状況、今後の方向性等について報告し、多くの方々にこの取り組みを知っていただき、ご意見などをいただければと思います。

2——昇龍道プロジェクトとは

中部運輸局では、訪日外国人旅行者の増加を図るため、北陸信越運輸局、中部広域観光推進協議会等と連携して、「昇龍道プロジェクト」を推進しています（図—1）。

昇龍道とは、中部北陸9県（富山、石川、福井、長野、岐阜、静岡、愛知、三重、滋賀）を指します（「道」とは北海道のようなエリアを意味しています）。それらの9県の形を地図で見る



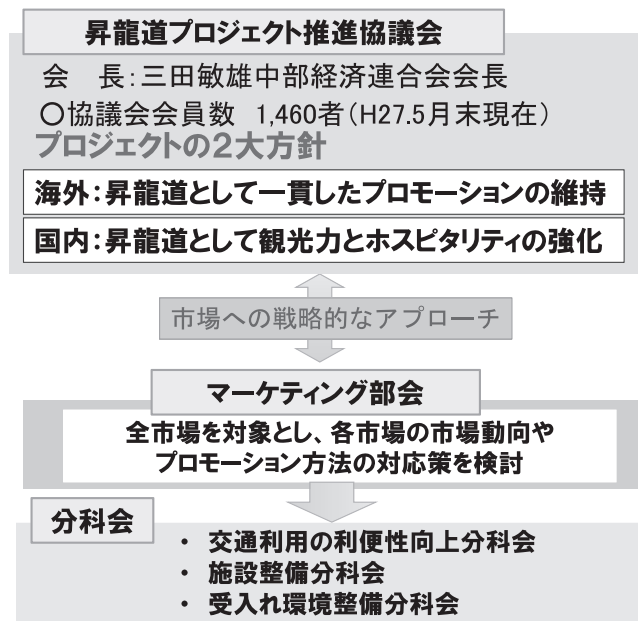
■図—1 昇龍道イメージ

と、能登半島の形が龍の頭の形に似ており、龍が昇っていく様子を思い起こさせることから、これを昇龍道と名付け（名付け親は、前駐名古屋中国総領事の張立国氏です）、9県の関係者が広域的に連携して、訪日外国人旅行者の増加に取り組んでいます。

海外での知名度が低い、各県がバラバラにプロモーションしても知名度が高まらないとの問題意識の一方で、外国人旅行は5泊以上のことが多く広域に周遊する形態が多いことから広域連携する必要があるということで、「昇龍道プロジェクト」というコンセプトの下に9県が広域連携してプロモーション活動を始めました。

3——昇龍道プロジェクトの推進体制

「昇龍道プロジェクト推進協議会」が平成24年3月に設置され司令塔となっており、以下の図—2のような推進体制で、プロモーション活動の推進や観光力の強化・ホスピタリティの強化に取り組んでいます。



■図—2 昇龍道プロジェクト推進体制

4——昇龍道プロジェクトの実績

平成24年1月の昇龍道プロジェクト開始以降、関係者の努力もあり、外国人宿泊者数は順調に増加しています。

宿泊旅行統計調査による9県の外国人宿泊数は図—3のとおり平成26年に約450万人泊となり、当初目標に掲げた400万人泊を超えることができました。今後は、平成29年に600万人泊を目指します。

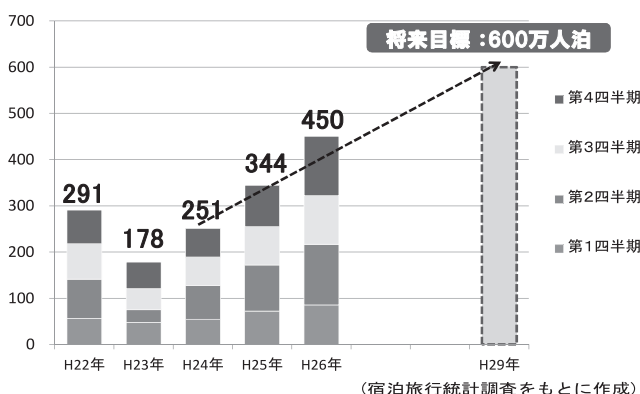
また、伸び率を見ても、図—4のとおり全国を上回る成果を挙げてきており、第6回観光庁長官表彰を受賞することができました。

5——昇龍道プロジェクトのプロモーション活動等

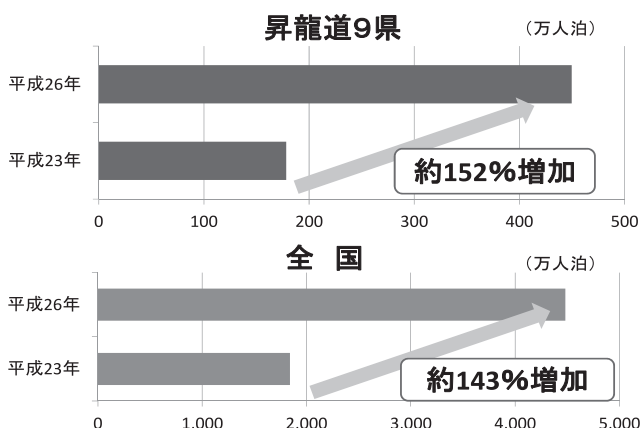
昇龍道プロジェクトでは、VJ地方連携事業などを活用して、図—5のように持続的に一貫したプロモーション活動を推進しており、相手国側の旅行会社や航空会社等関係者との信頼関係を築き、昇龍道地域への送客につなげてもらうよう旅行商品の造成や路線就航などの働きかけを行ってきています。

5.1 ミッション団の派遣、旅行博・物産展などへの出展

これまでに、中国、台湾、タイ、マレーシアなどの各国に三田会長、各県知事等を団長とするミッション団を派遣し、相手国側の政府機関、航空会社、旅行会社、メディア等の関係者と意



■図—3 昇龍道プロジェクトの実績と目標



■図—4 外国人宿泊者数の推移

見交換、商談、交流などを行い、旅行商品の造成や航空路線の就航などを働きかけてきています。また、各国でのメジャーな旅行博・物産展等に出展し、昇龍道地域の魅力についての情報発信、周知活動などを行ってきています。

5.2 現地旅行会社の招請（ファムトリップの実施）

中国、香港、台湾、タイ、ベトナム、インドネシア等各国の旅行会社のキーマンを招請し、昇龍道地域内の名古屋、高山、白川郷、金沢などを周遊しその魅力についての理解を深めてもらい、これらの地域を含む旅行商品を造成・販売していただくことにより、昇龍道地域への誘客を増やすとともに、商品化に伴う露出により、昇龍道の認知度向上を推進してきています。

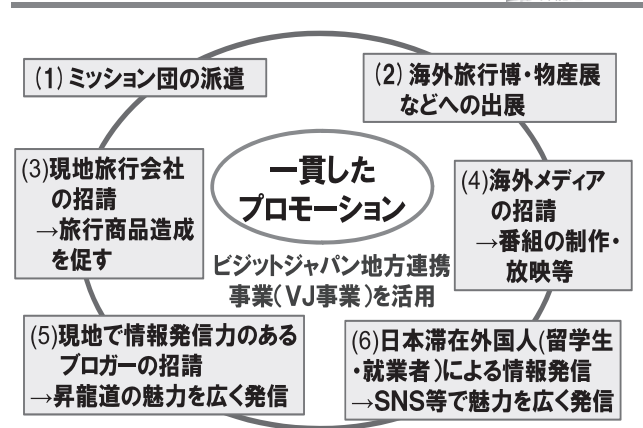
5.3 海外メディア・発信力のあるブロガーの招請

昇龍道地域は、ゴールデンルートに比べて、諸外国における知名度が低いことは否定できません。このため、知名度向上は最重要課題です。その対策として、海外各国のテレビ局の旅行番組制作者や旅行雑誌記者等を招請し、各地を取材してもらい、番組の製作・放映、雑誌の出版を通じて昇龍道の魅力を伝え、認知度の向上を図るとともに、旅行商品の購買意欲を高めるための活動を行ってきています。また、特に個人旅行者には口コミ情報が重視されることから、現地で情報発信力のある海外の有力なブロガーを招請し、昇龍道の魅力をフェイスブック、ツイッターなどで広く発信してもらい、昇龍道の認知度向上や個人旅行者の誘客促進を目指しています。

5.4 受入環境整備・ホスピタリティの強化

昇龍道地域は、他地域に比べて、外国人観光客を受け入れるための環境整備で遅れてきたものがあります。例を挙げると、Wi-Fi環境の整備、外国語表記の案内板、外国人向け観光案内所の整備などです。また、外国人旅行者がショッピングやグルメを楽しむための情報発信やガイドブックも不足していたため、協議会では、これらの受入環境整備・ホスピタリティ

一貫したプロモーション



■図—5 一貫したプロモーション活動

の強化の必要性を訴え、関係者に各種取組みの推進を働きかけています。

6——地域別のバラツキが大きいとの課題

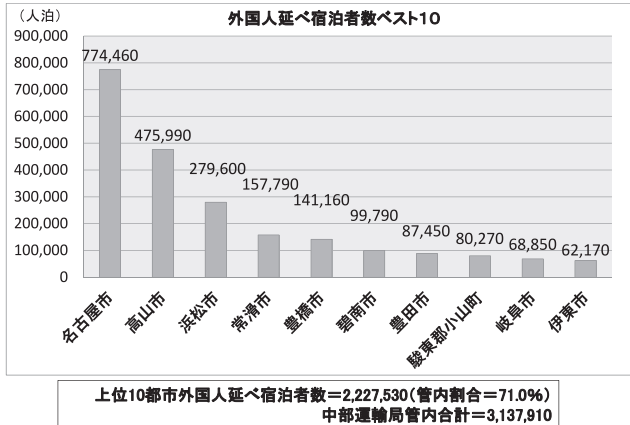
昇龍道地域内でのインバウンドの状況を見ると、地域別に大きなバラツキがあります。図一6にあるとおり、名古屋市・高山市・浜松市などの上位ベストテンの市町で、この地域の外国人宿泊者全体の70%以上を占める結果となっています。

一方、県別のバラツキの状況が表一1で、全宿泊者に対する外国人宿泊者の比率が静岡県・三重県などは全国平均を大きく下回っています。

更に、図一7に掲げたような地域は人気の観光地であるにもかかわらず、外国人宿泊者数が少ない実情があります。その理由を調べてみると、訪日外国人の宿泊者誘致に積極的には取り組んでいない旅館・ホテルが多数あるのが要因のようです（もちろん熱心な方も多数いますが）。色々事情を聞いてみると、10年以上前に外国人宿泊者誘致に取り組む、低い価格を求められたり、マナーが悪い外国人の対応で苦勞したという経験をお持ちのホテルなどがあること、日本人観光客が多数来られるので、外国人誘致を積極的に行う必要性を感じていないなど理由は様々です。

平成26年外国人延べ宿泊者数ランキング

①中部運輸局管内



■図一6 平成26年外国人宿泊者ランキング

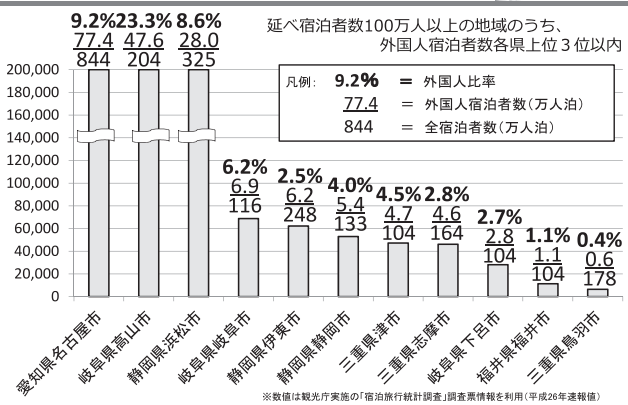
■表一1 県別外国人宿泊者数比率

全宿泊者に対する外国人宿泊者数の比率

県別	年計(単位:万人泊)				外国人比率	
	①全宿泊者数		②外国人宿泊者数			
	平成25年	平成26年	平成25年	平成26年	平成25年	平成26年
富山県	382	334	14	13	3.7%	3.9%
石川県	745	751	33	34	4.4%	4.5%
福井県	325	350	3	3	0.9%	0.9%
長野県	1,875	1,795	54	65	2.9%	3.6%
岐阜県	604	617	42	66	7.0%	10.7%
静岡県	2,092	2,125	56	80	2.7%	3.8%
愛知県	1,465	1,543	115	149	7.8%	9.7%
三重県	969	889	13	16	1.3%	1.8%
滋賀県	407	463	13	23	3.2%	5.0%
昇龍道9県	8,865	8,867	342	450	3.9%	5.1%
全国	46,589	47,232	3,350	4,482	7.2%	9.5%

宿泊者に占める外国人比率(中部運輸局管内)

昇龍道プロジェクト



■図一7 延べ宿泊100万人以上の市町村別外国人比率

もちろん気乗りしないホテル等に無理強いするものではありませんが、ホテル等の受け入れがその地域への外国人観光客誘致の重要ポイントになります。このため、各地に出向き、宿泊料は日本人と変わらない水準になっていること、外国人宿泊者を受け入れても日本人客への影響は出ていないホテルも多いこと、マナー問題への理解も深まり注意点等をきちんと説明すればほとんどの外国人客は守ってくれトラブルはかなり減っていることなどを説明し、外国人宿泊者の受入マインドを高めてもらよう関係者への働きかけを行っています。

最近では、伊豆半島の自治体が広域連携して訪日外国人観光客誘致に取り組む体制を整備したり、伊勢志摩地域でも外国人観光客誘致活動が盛り上がるなど、各地で期待できそうな動きが出てきています。

7——広域周遊ルートの形成について

もう一つ、昇龍道プロジェクトで力を入れているのが、様々な広域観光周遊ルートの形成です。できるだけ多くの外国人旅行者にきていただけるようにするため、この地域の魅力を満喫



してもらえプランの提案がとても重要だと考えています。

団体向けの旅行商品として定番コースになることを期待したいものもありますし、個人旅行者向けの多種多様なものも提案する必要があると思います。

外国人旅行者の観光の目的も様々で、自然の魅力に触れたい、産業・文化を知りたい、グルメ・ショッピングを思い切り満喫したい、城や昔ながらの町並みなど歴史遺産に興味がある、お祭り・踊り各種アクティビティを体験したい、普通の日本人の生活を知りたい等色々です。

図—8にあるようなイメージで、それぞれの要望に応えられるような様々な魅力を多彩に盛り込んだプランやルートの提案を地域の方々、観光関係者、旅行会社等多くの方々から求めています。特に旅行会社には自分で旅行するのでも最高だと思えるようなプラン、このルートなら今すぐ営業できるというようなものを提案して下さいとお願いしています。

8——空港ネットワークの充実（図—9）

昇龍道地域の外国人観光客の動きがゴールデンルートの通過点となっているという点も大きな課題です。それは、セントレアの入国者数の少なさに表れていると思います。セント

レアの入国者数は図—10のとおり昨年70万人でした。全国1,341万人の入国者の1割の134万人くらいが期待される数字と言っていると思いますが大ざっぱに言ってその約半分です。

ゴールデンルートの通過地点としてでなく、セントレアのインアウトを増やすことが重要だと考えています。もちろん、セントレアインに限らず、セントレアインで関空や静岡アウト、羽田や成田インでセントレアアウトというような形で構わないと思います。セントレアインアウトを増やすことが昇龍道地域の隅々まで幅広く周遊してもらうことにつながると考えています。

セントレアインアウトを増やすためには、もちろん就航便の増加が一番で、空港会社に受入環境の整備や路線誘致等々で頑張っていただく必要があります。しかし、それだけでは不十分で、空港会社だけではできないものでもやるべきことはたくさんあります。

少し例を挙げると、セントレアインアウトの広域旅行商品の充実、セントレアからの2次交通の整備、使いやすい乗り放題きっぷの充実（図—11）、近隣を簡単に周遊できるミニツアーの設定、ショッピング環境の整備とその情報発信などで、関係者一体となってこれらの活動に取り組んでいきたいと思っています。

また、空港ネットワークの充実等の必要性は、セントレアだ

広域を周遊する旅行商品造成、モデルルートの提示

モデルルート例1（南北ルート）：セントレア→名古屋→高山
→白川郷→立山黒部→金沢→小松空港

モデルルート例2（伊勢湾ルート）：セントレア→津→伊勢→志摩
→鳥羽→豊橋→蒲郡→名古屋→常滑→セントレア

モデルルート例3（東ルート）：セントレア→浜松→静岡→富士山
→伊豆半島（熱海・伊東・下田等）→東京→成田

北陸新幹線開業利用も一層の多様なルート開拓を進める予定

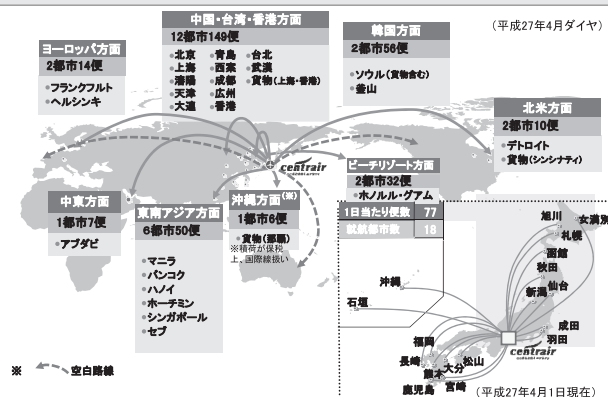
広域周遊する旅行商品は販売しやすいと外国旅行社の評価も高い

個人旅行者（FIT）向けの情報発信としても歓迎されている

■図—8 広域周遊する旅行商品の提案

中部国際空港のネットワーク

国際線：世界28都市に向け週324便運航（貨物28便含む） 国内線：国内18都市に向け1日77便運航

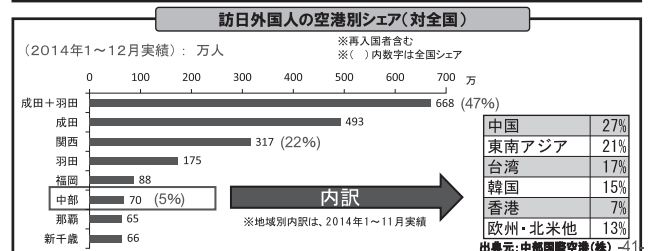


■図—9 中部国際空港のネットワーク

セントレアの外国人利用状況

各空港における出入国者数（日本人・外国人別）割合									
	中部			成田+羽田			関西		
	12年	13年	14年	12年	13年	14年	12年	13年	14年
日本人	78%	74%	69%	70%	66%	61%	67%	60%	51%
外国人	22%	26%	31%	30%	34%	39%	33%	40%	49%

出典：法務省（14年分は速報値）



■図—10 中部国際空港の外国人利用状況

昇龍道高速バスきっぷ

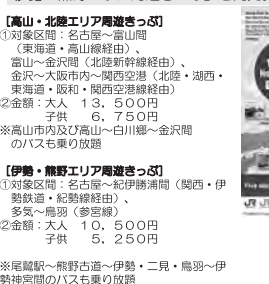
名鉄バス、濃飛乗合自動車、JR東海が訪日外国人旅行者向けの「昇龍道高速バスきっぷ」を発売



■図—11 乗り放題きっぷの例

高山・北陸エリア、伊勢・熊野エリア周遊きっぷ

JR東海・JR西日本が、訪日外国人向け「高山・北陸エリア周遊きっぷ、伊勢・熊野エリア周遊きっぷ」を発売。



けに限った話ではなく、富士山静岡空港、小松空港、富山空港なども同様のことが当てはまります。

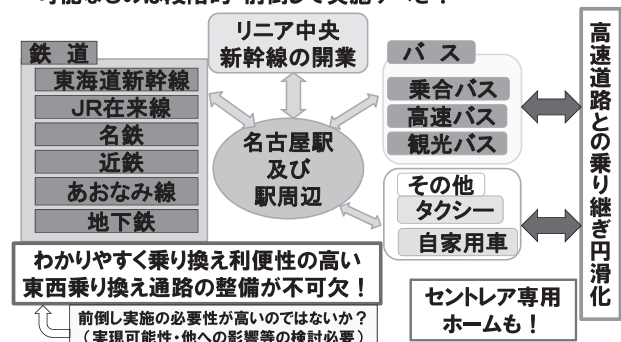
9——交通利用の利便性向上について

二次交通、特に空港と主要都市を結ぶ鉄道・バスのネットワークの整備がとても重要です(図—12)。

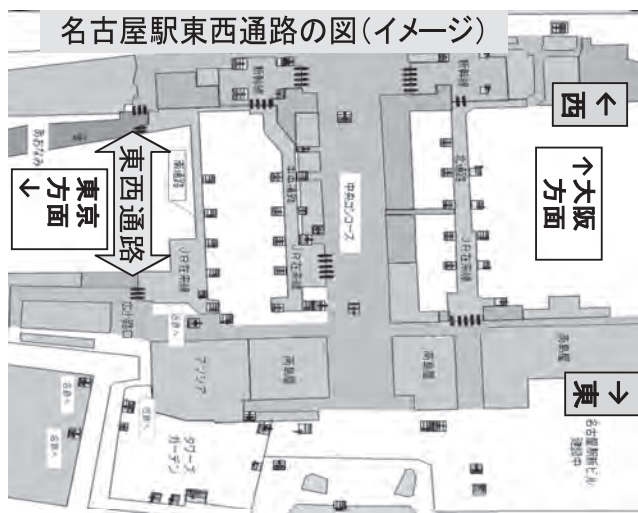
これに加えて、使いやすい乗り放題きっぷの充実やお得感のある乗継運賃割引などについても関係者に検討を要請しています。

特に、名古屋に関しては、わかりにくい「迷駅」状態になっていることの解消が重要課題です。現在「リニア中央新幹線」(品川～名古屋間)の2027年の円滑な開業に向け、名古屋駅周辺のまちづくりについて関係者で検討が進められています。その中で、名古屋駅内の、JR新幹線・在来線、名鉄、近鉄、名古屋地下鉄東山線・桜通線、あおなみ線の相互の乗り換えを円滑にする「東西通路(図—13)」の検討や名鉄の「セントレア専用ホーム」などについても関係者で検討が進められています。

名古屋駅は、地域の玄関口かつ世界の玄関口
リニアの開業に向け、名古屋駅の利便性を高めることは百年の計→可能なものは段階的・前倒しで実施すべき！



■図—12 名古屋駅を地域・世界の玄関口に



■図—13 名古屋駅東西通路のイメージ図

10——ショッピング環境の充実

昇龍道地域がゴールデンルートの通過点になっていることにより、宿泊者数が多いわりには、ショッピングの消費の伸び率が低いと指摘されています。

名古屋市をはじめとする地域のショッピング環境について情報発信が不足しているとの課題があります。まずは、免税店の数を増やし(表—2)、ショッピングの充実振りをアピールすることが必要ですし、外国人が期待する夜間営業を拡充することも求められています。

名古屋市内を見てもホテル・デパート・商店街が微妙に離れていて動きにくいところを、無料あるいは格安のショッピングバスを運行する(図—14)など外国人がショッピングしやすい環境整備を進めることも重要です。

11——昇龍道日本銘酒街道について

更に、ストーリー性を持った展開ということで、「昇龍道日本銘酒街道」というプロジェクトを立ち上げました。日本酒は最近外国人にもその良さが理解してもらえるようになり、人気が出てきています。

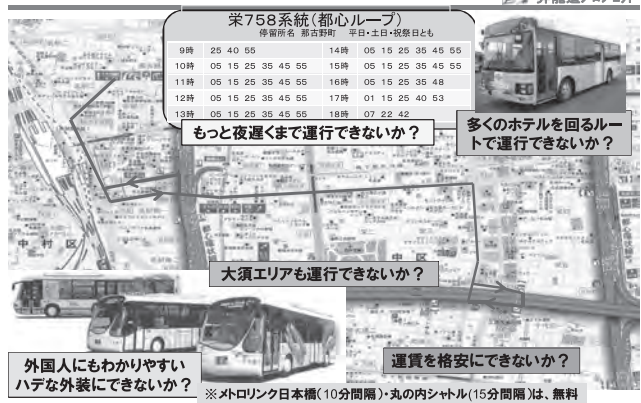
ご存じない方も多いかもしれませんが、中部地域というのは、日本酒の名産地と言ってよく、個性的で優良な「酒蔵」(ち

■表—2 県別の輸出物品販売場数の推移

	店舗数		増加数	対前比率
	2014. 10. 1	2015. 4. 1		
名古屋国税局	595	1382	787	232. 3%
岐阜	57	152	95	266. 7%
静岡	161	352	191	218. 6%
愛知	296	672	376	227. 0%
三重	81	206	125	254. 3%
その他	8766	17397	8631	198. 5%
合計	9361	18779	9418	200. 6%

2015年4月1日現在：国税局所管地域別(国税庁集計)

名古屋市内でのわかりやすいホテル・買い物バス運行の必要性



■図—14 名古屋市内のショッピングバス



なみに昨年のIWCチャンピオン・サケは高山市の酒蔵のお酒です)が多数あります。

また、これらの酒蔵のオーナーには、外国人にも日本酒の良さを理解してもらいたいと願い、酒蔵見学を積極的に受け入れたり、輸出に取り組んでいるなど意欲的な方が多数おいでです。これらを踏まえ、昨年10月に国・地方公共団体・酒造関係者・酒販関係者が一堂に会し、「昇龍道日本銘酒街道推進会議」を立ち上げました。広域連携して地元の日本酒のすばらしさをアピールし、販売の促進を図るとともに、地元でおいしい料理と一緒においしいお酒を味わってもらい、外国人観光客誘致にも努めることとなりました。その活動の一環としてフランスのアルザスワイン街道との提携を進め、酒を通じた観光振興・地域振興を図ることとし、昨年11月に古田岐阜県知事を団長とするミッション団がアルザスを訪問し関係者と交流を深めたところです。

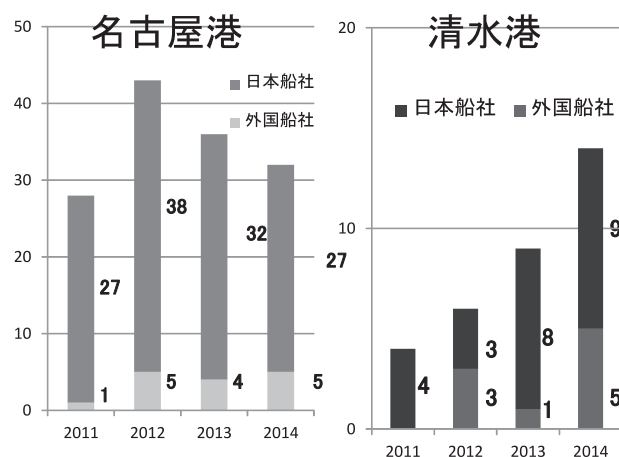
12——クルーズ船の誘致

昇龍道地域には、名古屋港、清水港、四日市港など立派な港があるため、外航クルーズ客船の誘致も期待されます(図—15)。名古屋港について見ると、外国船社の客船は5隻なのに対し日本船社は27隻となっています。これは外国人客より日本人客がターゲットとなっていることを示しています。

昨年名古屋港外航クルーズ船誘致促進会議が立ち上げられ、外国船社の大型外航クルーズ船の誘致活動にも熱心に取り組んでいるところです。

清水港でも清水港客船誘致委員会が設置され、誘致活動に取り組んでおり、クルーズ船の寄港回数が増加してきていま

外国クルーズ船の名古屋港・清水港への寄港回数



■図—15 名古屋港・清水港のクルーズ船寄港状況

す。四日市港、敦賀港等その他の港でも誘致に取り組んでおり、これら中部地域の全体をまとめて「外航クルーズ船誘致促進中部地域連絡会議」を立ち上げ、中部地域が一体となった誘致促進活動に取り組むこととしています。

13——まとめ

「昇龍道プロジェクト」については、地元では報道される機会も増え、かなり知ってもらえるようになりました。愛知県は大村知事が先頭になり、本年を「あいち観光元年」として県庁内に新たに「観光局」を設置してくれました。また、三重県の鈴木知事は広域周遊観光の必要性に深いご理解を示していただき、伊勢志摩等の地域への外国人誘致の先頭に立っていただいています。更に岐阜県の前田知事は自らフランスのアルザスを訪問され、酒を通じた観光振興を推進していただいています。各県ともバラバラにはではなく、「昇龍道の〇〇県」と外国でのプロモーションの際お話しいただけるなど、広域連携の取り組みを高く評価していただくとともに、極めて熱心に訪日外国人誘致に取り組んでいただいております、頼もしい限りです。

しかしながら「昇龍道プロジェクト」については、全国的な知名度や海外での知名度はまだまだです。外国へのプロモーション活動や受け入れ環境の整備を進めるのと平行して国内での知名度を上げる努力を続けていきたいと思っています。