序　章　はじめに

1　計画の性格

観光を取り巻く環境は本格的な人口減少社会の到来、旅行形態の多様化、国際観光需要の増加などにより著しく変化し、観光立国推進基本法の施行、観光立国推進基本計画の策定、観光庁の設置など国を挙げての体制整備が行われています。

こうした情勢を受け、愛知の観光振興に関する施策の総合的かつ計画的な推進を図るため、愛知県観光振興基本条例（平成20年条例第48号（以下「条例」という。））が平成20年10月に公布・施行されました。本計画は、条例第９条第１項の規定に基づく観光振興基本計画（以下「計画」という。）として定めるものです。

本計画は、長期（10年以上）の目標、方向性を視野に入れ、短期（１年～３年)、中期（４年～６年）の行動プログラムであり、愛知の観光振興に取り組む関係者の共通認識、行動のためのプラットホームとするものです。本計画の実現を目指すためには、行政を含めた観光関係者の長期にわたる粘り強い取組と連携・協働が重要となります。

２　観光振興に取り組む意義

⑴　観光の果たす役割

観光は、経済的、社会的さらには文化的な側面を持つとともに、国や地域を越えて新たな交流を拡大し、愛知の持続的な発展に向けて、地域に有形無形の効果をもたらします。

本計画は、このような観光の役割の重要性を認識し、行政と民間が連携・協働し、総合的に施策を展開していくものです。

⑵　観光振興に取り組む意義

観光振興によって地域が持つ可能性と潜在力を引き出し、新たにより多面的に愛知の成長を加速させ、将来に向けてより豊かで成熟した社会へと発展していく上で、愛知が観光振興に取り組む意義は、次の３つです。

① モノづくり産業に支えられてきた愛知の産業をバランスのとれたより足腰の強いものとし、地域経済の安定的な成長を図るため、産業の多様化を推進することです。そのためには、観光が愛知の産業・経済を支える重要な柱の一つとなることが求められます。

② 地域がそれぞれの地域資源を活かし、自立して観光まちづくりを進めることによって、誇りと愛着を持つことができる地域を創造し、元気な地域社会をつくることです。

③ 国内外から愛知を訪れる観光旅行者を「おもてなしの心」を持って迎えることによって、新しい文化の創造や世界に開かれた地域社会づくりを進めることです。

３　計画期間

平成22年度から平成27年度までの６年間とします。

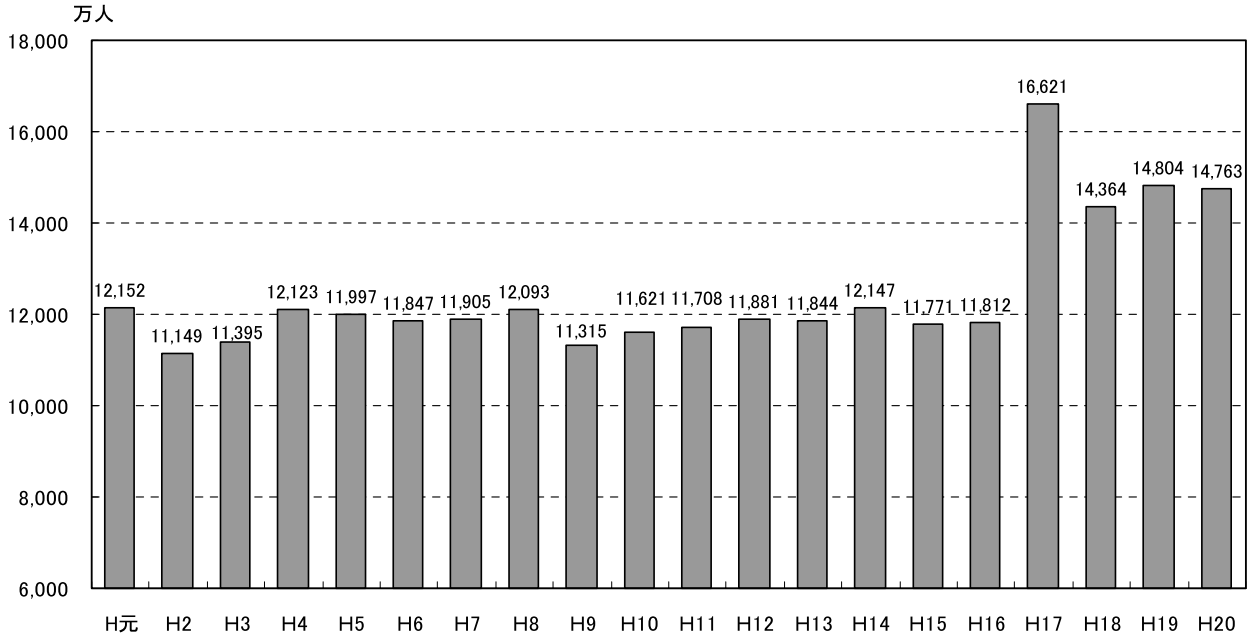
第1章　これまでの愛知の観光

1　観光旅行者の現状

⑴　観光地入込客数

愛知の観光地・施設への入込客数は、平成元年から平成16年までは1億1,000万人台から1億2,000万人台で推移してきました。愛知万博が開催された平成17年（2005年）以降は1億4,000万人を超えており、愛知万博開催前後の入込客数を比較すると概ね1.2倍の伸びを示しています。

＜図1　観光入込客数の推移＞

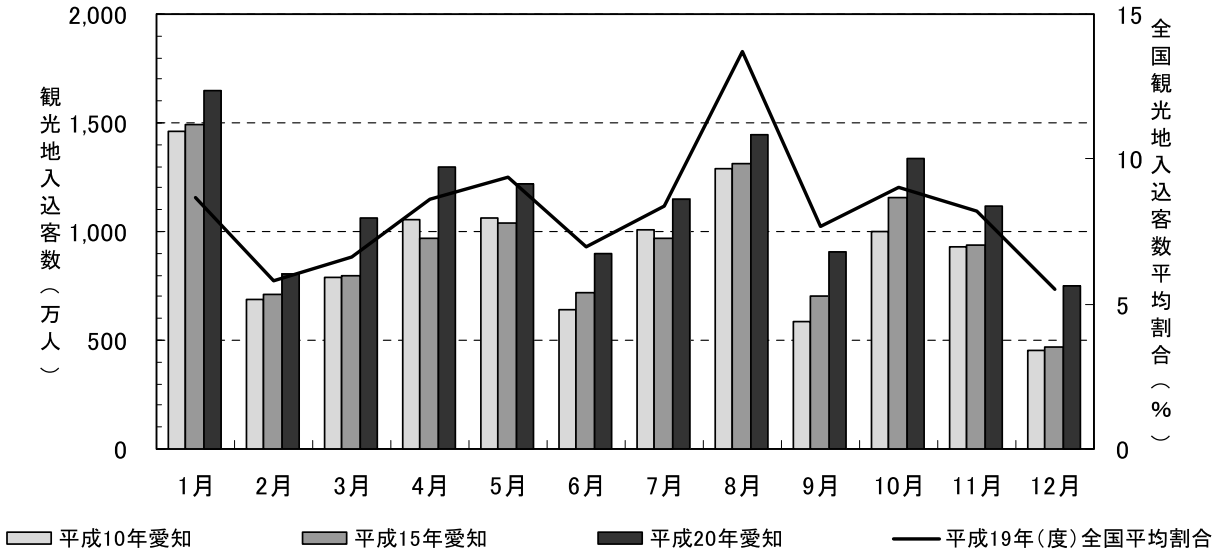


出典）愛知県観光レクリェーション利用者統計（平成元年～平成20年）

ア　月別の観光地入込客数

観光地入込客数を月別に見ると、平成20年では１月と８月に多く、逆に２月、６月、９月、12月に少ないという傾向にあります。平成10年、平成15年と比較しても同様であり、また、全国観光地入込客数の平均割合(※1)も概ね同じ傾向にあります。

＜図２　月別観光地入込客数と全国月別観光地入込客数平均割合＞



資料）愛知県観光レクリエーション利用者統計（平成10年、平成15年、平成20年）、(社)日本観光協会「全国観光動向」（平成19年度）に基づき、愛知県作成

※１　全国観光地入込客数の平均割合：観光旅行者が観光地・施設を訪れた月別割合の全国平均

イ　観光旅行者の属性

愛知を訪れた観光旅行者について、平成12年度と平成21年度を比較しつつ、その属性を見ると、居住地別の割合については県内・隣接県（静岡・岐阜・三重）居住者が８割を超えていますが、平成12年度と比較すると、その割合は低くなっています。その一方で、首都圏・関西圏の居住者の割合は増加しています。

また、立寄観光施設などの箇所数、宿泊を伴う旅行の割合については、県内・県外居住者とも増加していますが、一方で、自動車利用の割合は、県内居住者では低くなっています。

＜表１　観光旅行者の属性＞

			平成12年度	傾向	平成21年度
居住地別	①県内居住者		７６％	↘	６７％
	②隣接県（静岡・岐阜・三重）居住者		１３％	↗	１６％
	③合計（①＋②）		８９％	↘	８３％
	④首都圏（注１）の居住者		４％	↗	５％
	⑤関西圏（注２）の居住者		３％	↗	６％
⑥立寄観光施設等の箇所数		県内居住者	１．３か所	↗	１．５か所
		県外居住者	１．７か所	↗	２．０か所
⑦交通手段のうち自動車利用		県内居住者	８０％	↘	７０％
		県外居住者	５４％	→	５４％
⑧宿泊を伴う旅行		県内居住者	５％	↗	８％
		県外居住者	４０％	↗	４５％

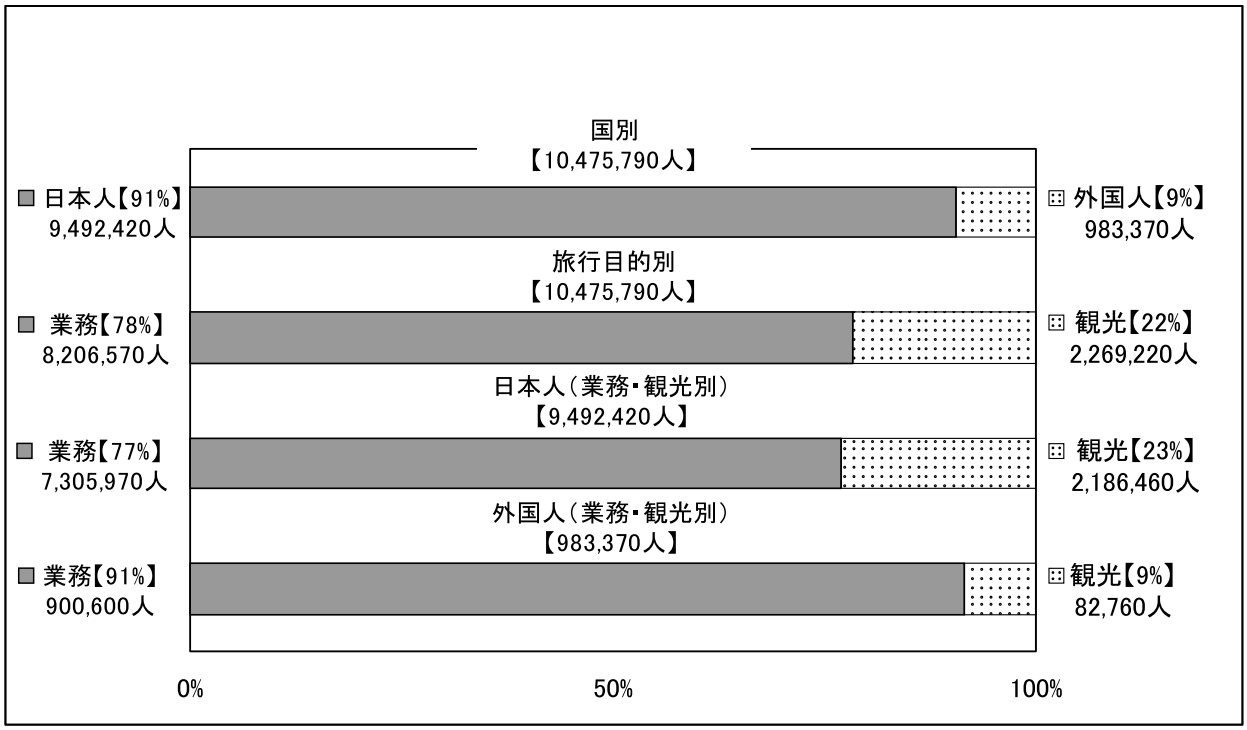
出典）愛知県観光情報収集提供事業調査（平成12年度）
愛知県観光施設等実態調査（平成21年度）
注１）東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県、群馬県、栃木県、茨城県
注２）大阪府、京都府、滋賀県、兵庫県、奈良県、和歌山県

⑵　宿泊者数

国が実施している宿泊旅行統計調査報告（平成20年）によると、平成20年の愛知での延べ宿泊者数は 1,048 万人（【資料編】4（2）参照）で、国別の割合を見ると日本人が91%、外国人が 9%を占めています。

また、旅行目的別では、観光目的の割合は22%で 227 万人、業務目的、すなわち、ビジネスのために宿泊する旅行者の割合は78%で 821 万人であり、ビジネス目的が顕著な傾向にあります。国別の観光目的については、日本人全体の23%で 219 万人、外国人全体の 9 %で 8 万人となっています。

＜図３　宿泊者の国別・旅行目的別割合（平成20年）＞



資料）観光庁「宿泊旅行統計調査報告」（平成20年）に基づき、愛知県作成

注１）調査対象は、従業者数10人以上のホテル、旅館及び簡易宿泊所の全宿泊施設である。

注２）延べ宿泊者数には宿泊目的割合不詳を含むため、計は一致しない。

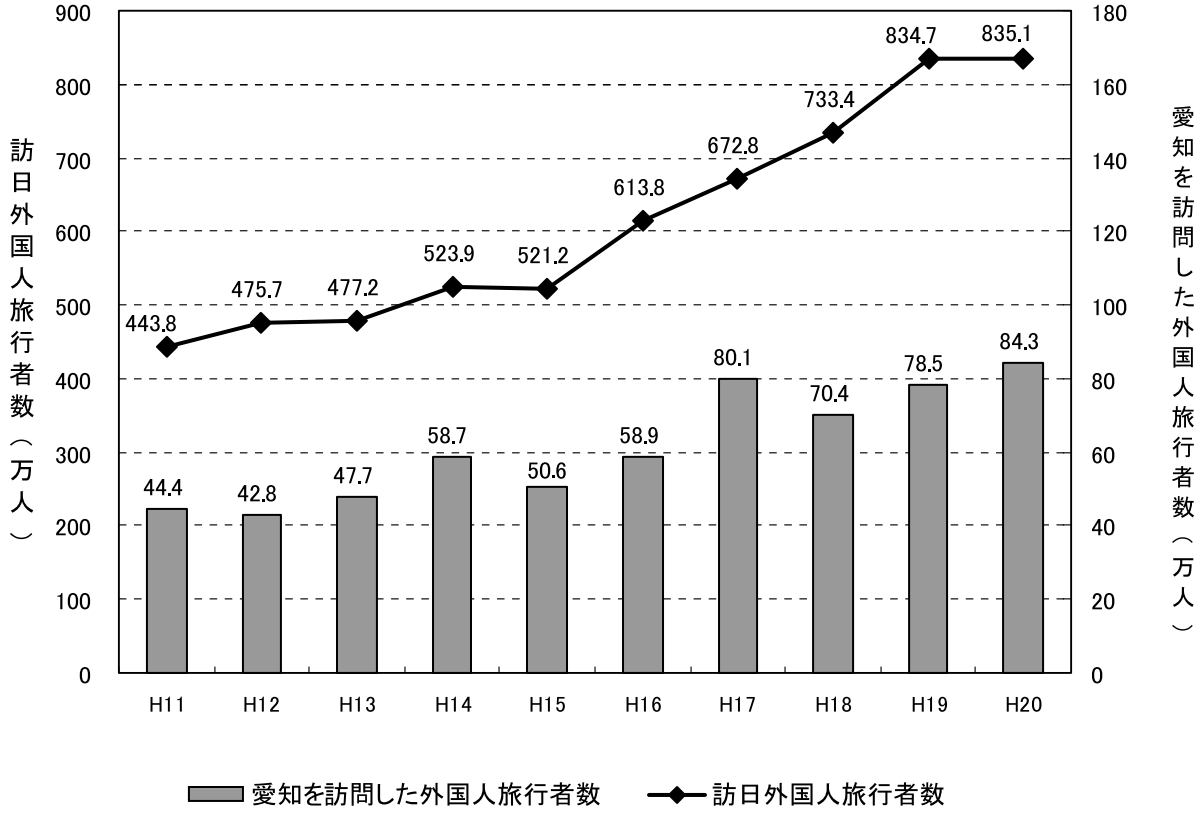
⑶　外国人旅行者数

ア　外国人旅行者数

国は平成15年から、訪日外国人旅行者数を平成22年（2010 年）に 1,000 万人とする目標を掲げ、官民挙げて訪日外国人を拡大する「ビジット・ジャパン・キャンペーン」を実施しています。そうしたプロモーション活動(※2)が展開された結果、旅行者数は平成20年には 835 万人となり、開始当初の 521 万人と比較して大きく増加しています。

愛知においては、平成20年の外国人旅行者数は84万人となっており、平成11年と比べ、約２倍に増加しています。

＜図４　外国人旅行者数の推移＞



資料）日本政府観光局（ＪＮＴＯ）(※3)「訪日外客訪問地調査」(2005/2006・2007/2008)、「観光白書」（平成21年版）に基づき、愛知県作成

※２　プロモーション活動：モノやサービスなどの販売促進や奨励を行うこと

※３　日本政府観光局（ＪＮＴＯ）：正式名称は、独立行政法人国際観光振興機構。海外における宣伝、外国人旅行者に対する観光案内、外国人観光旅行者の来訪促進に必要な業務など、国際観光の振興を図ることを目的とする法人

イ　外国人旅行者の訪問率の推移

訪日外国人旅行者における愛知への訪問率(※4)は、平成20年は10.1%となっており、過去10年間を見ると、概ね10%前後で推移しています。

＜表２　訪日外国人旅行者の主要都府県及び近隣県への訪問率の推移＞

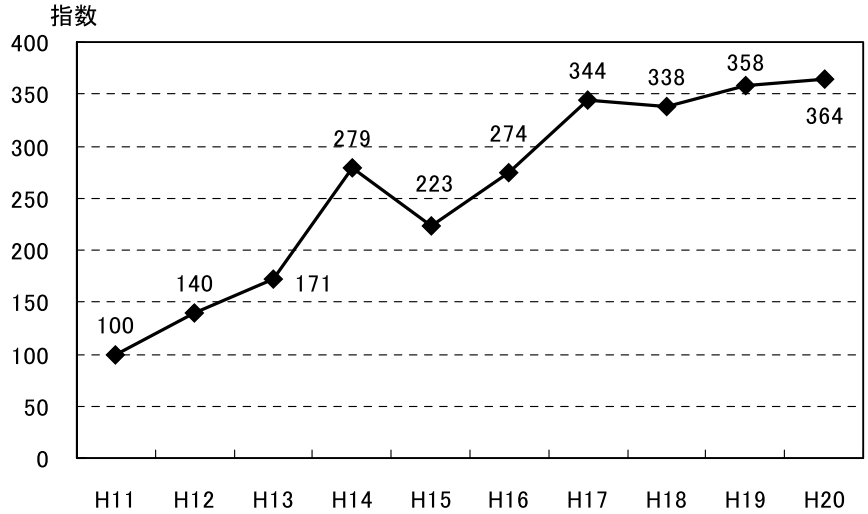
	H11年度	H12年度	H13年度	H14年度	H15年度	H16年度	H17年度	H18年度	H19年度	H20年
東京	58.3	56.0	56.5	52.7	54.5	58.2	58.5	57.4	58.2	58.9
大阪	25.3	23.7	25.2	27.8	27.0	21.6	22.6	23.7	25.8	25.0
京都	15.3	14.1	15.8	14.7	15.2	17.4	19.1	20.3	21.8	21.4
神奈川	14.3	15.3	15.6	15.6	15.8	16.4	18.9	18.8	16.3	16.0
千葉	12.6	13.2	11.2	13.2	12.1	13.0	15.4	16.7	11.4	11.8
愛知	**10.0**	**9.0**	**10.0**	**11.2**	**9.7**	**9.6**	**11.9**	**9.6**	**9.4**	**10.1**
福岡	8.8	8.0	7.3	7.0	5.2	8.2	7.4	8.7	9.6	9.7
静岡	3.9	3.7	2.7	3.9	3.3	3.4	3.6	3.7	3.4	3.4
岐阜	1.6	1.6	1.6	1.9	1.3	1.7	1.7	2.5	2.6	2.7
三重	1.1	1.1	1.5	1.1	1.0	1.0	1.0	1.4	1.1	1.2

資料）日本政府観光局（ＪＮＴＯ）「訪日外客訪問地調査」（2005/2006・2006/2007・2007/2008）に基づき、愛知県作成
注）平成20年から暦年での集計に変更

ウ　外国人宿泊者数の推移

外国人宿泊者数の伸びについては、平成11年を 100 とした場合、平成20年には 364 と 3 倍を超える伸びとなっており、年ごとに増加幅の違いや増減はあるものの、増加傾向を示しています。

＜図５　外国人宿泊者の推移＞



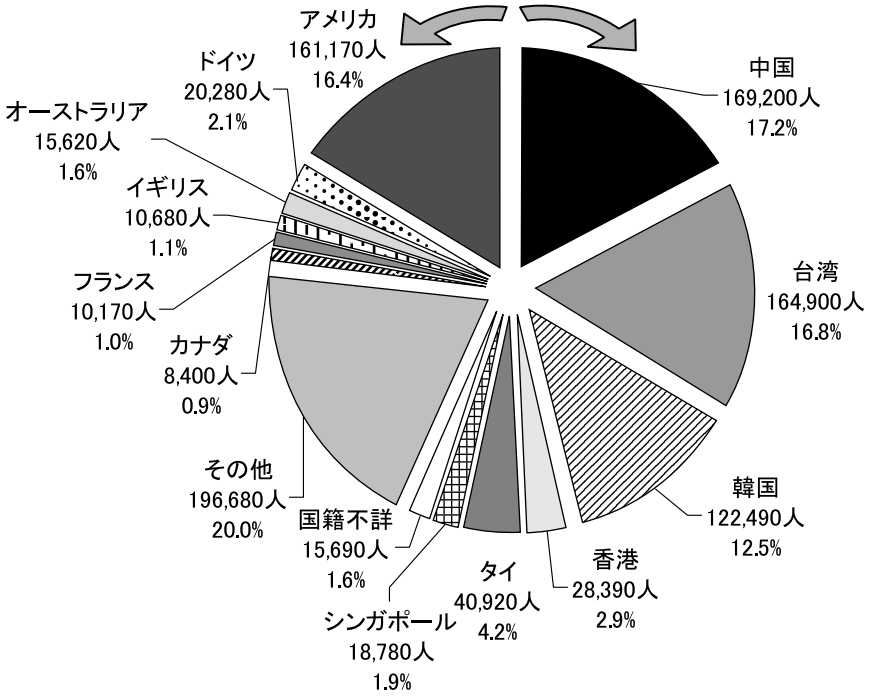
資料）愛知県観光レクリエーション利用者統計、愛知県宿泊者統計（平成11年～平成20年）に基づき、愛知県作成
注１）調査対象は、県内全ての宿泊施設（ホテル、旅館、民宿・ペンションなどの民営宿泊施設、公共の宿泊施設）である。
注２）平成11年の外国人宿泊者数を 100 として指数化

※４　訪問率：訪日外国人旅行者が日本に滞在中、訪れた都道府県の割合（日本政府観光局（ＪＮＴＯ）「訪日外客訪問地調査」）

エ　外国人宿泊者数の国・地域別割合

愛知における延べ外国人宿泊者数は983,370人（【資料編】4（2）参照）であり、そのうち、東アジアの国・地域（中国、台湾、韓国、香港）の宿泊者の割合は、外国人宿泊者全体の49%を占めています。また、タイ、シンガポールを加えた割合は全体の55%となっています。

＜図６　外国人宿泊者数の国・地域別割合（平成20年）＞



資料）観光庁「宿泊旅行統計調査報告」（平成20年）に基づき、愛知県作成

注１）調査対象は、従業者数10人以上のホテル、旅館及び簡易宿泊所の全宿泊施設である。

注２）「その他」の内訳は調査されていない。

注３）割合は小数点第２位で四捨五入しているため、100%にならない。

２　観光産業の現状

⑴　県経済への貢献

観光産業は、宿泊業、交通運輸業、旅行業、飲食業、土産品業など幅広い分野からなります。そのため県経済に対してどのような影響をもたらしているのか、観光旅行者に対するアンケート調査結果を基に観光消費額(※5)を推計したところ5,309億円、その生産波及効果は8,312億円となりました。

観光消費額　5,309億円（平成20年）

＜経済効果＞

○生産波及効果(※6)　　**8,312億円**（1.13%〈注1〉）

- **県内産業への直接効果　4,665億円**
- **第一次間接波及効果　2,176億円**
- **第二次間接波及効果　1,471億円**

○付加価値誘発効果(※7)　　**4,370億円**（1.18%〈注2〉）

○雇用誘発効果(※8)　　**64,700人**（1.66%〈注3〉）

注１）愛知県産業連関表における県内生産額：73兆7,600億円（平成12年）に対応

注２）愛知県県民経済計算における名目県内総生産：37兆1,700億円（平成19年度）に対応

注３）労働力調査における就業者数：390万人（平成20年）に対応

※５　観光消費額：観光旅行者が県内で支出した宿泊費、交通費、飲食費などの合計

※６　生産波及効果：観光消費が消費のあった産業の生産を誘発し、それに伴い他産業へ次々と生産が誘発されること。直接効果、第一次間接波及効果及び第二次間接波及効果からなる。（例えば、観光消費によってこれらに原材料（中間財）を納めた業者の売上や、当該業者に勤務する従業員の給与が増加することによってもたらされる産業全体の新たな生産を含めたもの）

直接効果：実際の消費により生産される誘発額

第一次間接波及効果：直接効果に伴い、ある産業が原材料を他の産業から購入することによって誘発される生産額

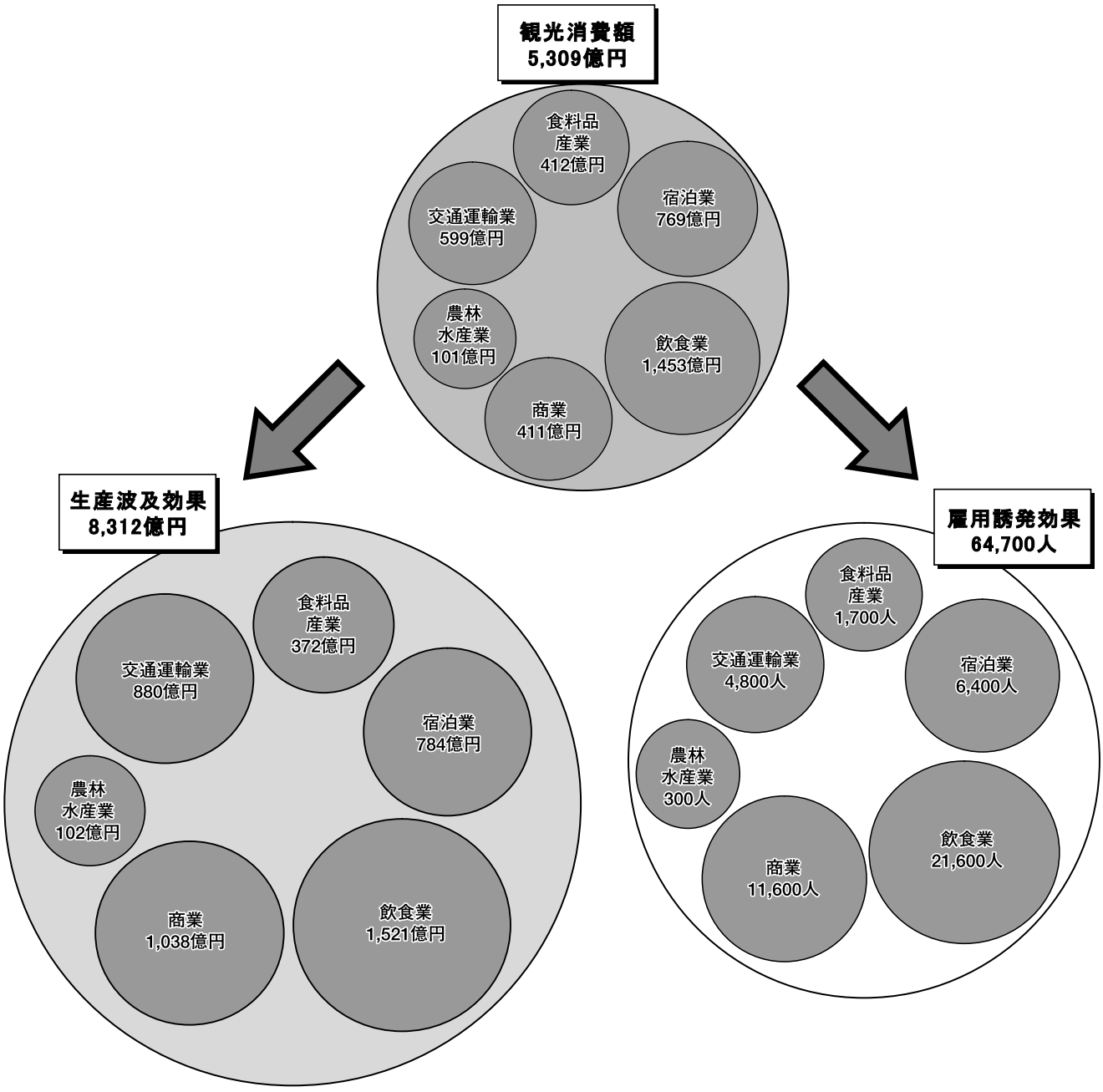
第二次間接波及効果：直接効果及び第一次間接波及効果によって誘発された生産から生み出された付加価値の一部（雇用者所得）が、家計消費支出に回ることによって誘発される生産額

※７　付加価値誘発効果：県内産業の生み出した付加価値を合算した数値であり、中間投入は含まれない。

※８　雇用誘発効果：生産額の増加に伴い、各産業に誘発される雇用者数

⑵　産業別経済効果

観光旅行者の県内での消費行動が県経済へ及ぼす影響について、県内産業別の経済効果を推計したところ、次のとおり幅広い産業に波及しています。



注１）愛知県産業連関表（平成12年）に基づき推計
注２）産業のうち主なものを記載しているため、合計は一致しない。

３　社会・経済環境の変化と課題

⑴　人口の減少と新たな観光旅行市場の開拓

わが国の総人口が減少傾向にある中、愛知の人口は増加していますが、今後、減少に転じることが見込まれ、観光による交流人口の増加への期待が高まっています。こうした中、愛知の観光旅行者の現状を見ると、67%が県内居住者となっています（表１参照）。また、海外からの旅行者もビジネス中心という特徴があります（図３参照）。

このため、海外、県外からの観光旅行者の来訪を促進するとともに、愛知を訪れているビジネス客の観光利用を促すなど、新たな観光旅行市場の開拓を進めることが課題です。

【人口の減少】

■　わが国の総人口は平成16年をピークに減少に転じ、既に人口減少社会に入っており、平成67年（2055 年）には 8,993 万人になることが見込まれています。全国の人口が減少傾向にある中、愛知の人口は引き続き増加しますが、平成27年から平成32年頃、ピークに達し、その後は減少に転じるものと推計されています。労働力人口は、出生数の減少による若年労働力の減少などによって引き続き高齢化しながら減少していくことが予想され、経済に大きな影響を及ぼす可能性があります。

⑵　グローバル化の進展（東アジア経済の躍進）と誘客・受入体制の整備

世界観光機関（ＵＮＷＴＯ）(※9)によると、平成32年（2020 年）には世界全体の国際観光旅行者数は約15億 6,100 万人に上るとされ、今まさに「観光大交流時代」を迎えようとしています。

国では、平成15年から「ビジット・ジャパン・キャンペーン」を開始し、訪日外国人旅行者の誘客を積極的に進め、その数は大きく増加しています。とりわけ、経済発展を背景に東アジア（中国、台湾、韓国、香港）からの訪日外国人旅行者数の増加は目覚ましいものがあり、特に中国における富裕層の形成、個人ビザの一部解禁などを受け、今後、東アジアからの観光旅行者の急速な増加が見込まれています。

※ 9　世界観光機関（ＵＮＷＴＯ）：観光の振興・発展を目的とする国連の専門機関

また、平成17年２月の中部国際空港（セントレア）の開港、同年３月から９月にかけて開催された愛知万博の成功、その後、セントレアとハノイ便（ベトナム）、南京便（中国）などが新たに就航し、平成21年10月には第４回日中韓観光大臣会合がこの地域で開催されるなど、愛知の観光にとって新たな時代が到来しました。

このため、地域を挙げて、海外からの観光旅行者の誘客と受入体制の整備に早急に取り組むことが課題です。

【グローバル化の進展】

■　グローバリゼーション（Globalization：グローバル化）とは、世界の国々が一つの世界市場に統合されていくことであり、経済や社会などのさまざまな側面で進行している「地球規模での相互作用・相互交流の深まり」である。世界の多様な文明・文化が、人や物や金の移動を通じて日常的に接触するという、現代社会が迎えた文化的・歴史的に新たな段階として捉えることもできる。

（出典：経済産業省「通商白書 2009」）

【東アジア経済の躍進】

■　東アジアは高い経済成長を続けており、とりわけ、飛躍的に存在感を高めつつある中国経済は、今後、世界経済に占める割合がますます大きくなると見込まれています。こうした東アジアからの観光旅行者は、大幅な増加が期待でき、観光産業にとっては、新たなビジネスチャンスの到来と見ることができます。

⑶　価値観の多様化と観光資源の演出

価値観の多様化に伴い、観光旅行者のニーズは「見る観光」だけでなく「体験、交流、学習する観光」など多彩になっています。このため、観光資源が持つ魅力をニーズに応じ、きめ細かに演出することが従来にも増して重要となっています。

愛知では、従来から「産業観光」(※10)、「武将観光」(※11)などのニューツーリズム(※12)の分野において、先駆的な取組を行っています。今後は、こうした愛知ならではの強みと特色を活かして観光資源の掘り起こしと磨き上げを行うとともに、観光旅行者の誘客を目的とした情報発信を強化するなど、絶えず変化する観光旅行者のニーズに的確に対応していくことが課題です。

※10　産業観光：歴史的・文化的価値のある工場などやその遺構、機械器具、最先端の技術を備えた工場などを対象とした観光で、学びや体験を伴う観光
※11　武将観光：信長、秀吉、家康の三英傑を始め、愛知が輩出した戦国武将の足跡（城址、古戦場など）を訪ねる観光
※12　ニューツーリズム：従来主流であった寺社・仏閣などを訪れる旅行ではなく、近年ニーズが高まっている地域資源を活用した新たな旅行形態のこと

【価値観の多様化】

■　価値観やライフスタイルの変化に伴い、個人旅行や体験型旅行への志向の高まりなど観光ニーズは多様化し、観光産業においては、提供すべきサービスの拡充、個性化が必要となっています。宿泊業、旅行業、土産品業など業種・業態に応じて、画一的でない商品の品揃え、提供するサービスの質の向上、幅広い価格設定と価格競争力の向上、販売方法の創意工夫、プロモーション手法の導入などを進めるとともに、新たなビジネスモデルを構築していく必要があります。

⑷　インターネット社会の進展と観光情報の発信

パソコン、携帯電話などの普及によりインターネット利用者が急速に増加し、インターネットを経由した情報提供の重要性が飛躍的に高まっています。現在、ホームページで観光情報を発信していますが、コンテンツ、情報量、多言語化が十分ではありません。

このため、愛知の観光の知名度が国内外において低いという現状を踏まえ、新たな観光旅行者の開拓と誘客活動においてインターネットを活用した戦略的な情報発信を進めることが喫緊の課題です。

【インターネット社会の進展】

■　インターネットを始めとする情報通信ネットワークは、従来の距離と時間の関係を超越し、国境を越えた経済社会活動の活発化を促します。また、光回線の利用が大幅に増加しブロードバンド化が着実に進み、将来に向けてユビキタス社会(※13)への進展も期待されています。こうした中、観光地を選択する際の情報源としてホームページを利用する観光旅行者も増加し、インターネット上での観光情報の発信のあり方そのものが観光地自体の評価につながるなど、その重要性は高まっています。今後は、インターネットの一層の利活用を図ることで、観光地におけるビジネスチャンスが拡大していくものと見られています。

※13　ユビキタス社会：コンピュータを始めとする情報関連機器が身の回りのいたるところにあり、いつでも、どこでも、何でも、誰でもがネットワークに簡単につながることのできる社会

⑸　産業の多様化の推進

愛知は、輸送用機械を始めとした自動車関連産業や繊維、陶磁器などの伝統産業など、モノづくり産業を中心とした産業構造となっています。今後も愛知の活力を維持し、さらに発展させていくためには、経済を支える既存産業の高度化と競争力の強化を図りつつ、産業の多様化を進める必要があります。

このため、航空宇宙、環境・新エネルギーなどの次世代産業とともに、裾野が広く、今後の成長産業として期待される観光を産業政策的な視点から推進することが課題です。

⑹　地域の均衡ある発展

観光旅行者の誘客活動はその地域にしかない自然、伝統・文化など、独自の資源を活かした取組であり、地域に新たな産業と雇用を生み出します。県内各地域の均衡ある発展を持続的なものとしていく上で、観光は交流人口の拡大と地域経済の活性化の原動力として重要な役割を担います。

このため、県内それぞれの地域の特徴的な資源の可能性と潜在力を十分に活かした画一的でない取組の中で、主体的に観光地づくりを進め、外に開かれた地域を形成していくことが課題です。

第2章　これからの愛知の観光

1　基本理念

条例の基本理念を受け、県民が誇りと愛着を持つことができる魅力と活力に満ちた「住んでよし、訪れてよし」の地域社会の形成と、観光に関わる産業相互の有機的な連携を図ることで「産業としての観光」(※14)の発展を図り、地域の産業活動、社会活動、文化活動、その他の活動を活発にします。その際、愛知が有する地域資源や地域特性が最大限に活用されるよう配慮し、地域の生活環境、自然環境と景観を維持しつつ、これらとの調和を図るとともに、県域を越えた広域連携を推進します。

2　観光振興に関する目標

本計画の目標は、観光を取り巻く環境の変化を踏まえ、条例と本計画の基本理念を具現化し、将来の愛知の観光のあるべき姿として定めます。

この目標達成のためには、県民を始め、県、市町村、観光事業者、観光関係団体などが一体となって粘り強く取り組むことが重要です。

【目　標】
「感動の旅を見つけられる愛知」の創造と「産業としての観光」の発展

＜数値目標＞

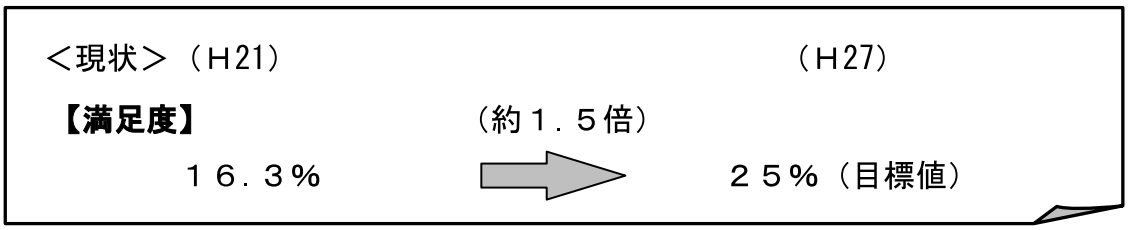
計画期間中における目標達成の度合いを判断するため、５つの指標により計画終了時点（平成27年度）の数値目標を設定します。

⑴　観光旅行者の満足度の向上

愛知の観光が観光旅行者に「感動」をもたらし評価されるためには、観光地でのサービスなどに対する満足感が重要であり、観光旅行者に支持され、リピーターとして来訪してもらえる観光地づくりを進める必要があります。この点から観光旅行者の「満足度」を指標とします。

※14　産業としての観光：観光産業（宿泊業、交通運輸業、旅行業、飲食業、土産品業など）だけでなく、農林水産業、商工業も含め、観光を産業政策的な視点から総合的に育成・振興を図るもの

愛知を訪れる観光旅行者の少なくとも４人のうち１人には、愛知の観光に「非常に満足」してもらうため、観光地などで実施するアンケート調査における「非常に満足」(注)と回答する観光旅行者の割合を、現状の 16.3%から25%とすることを目指します。

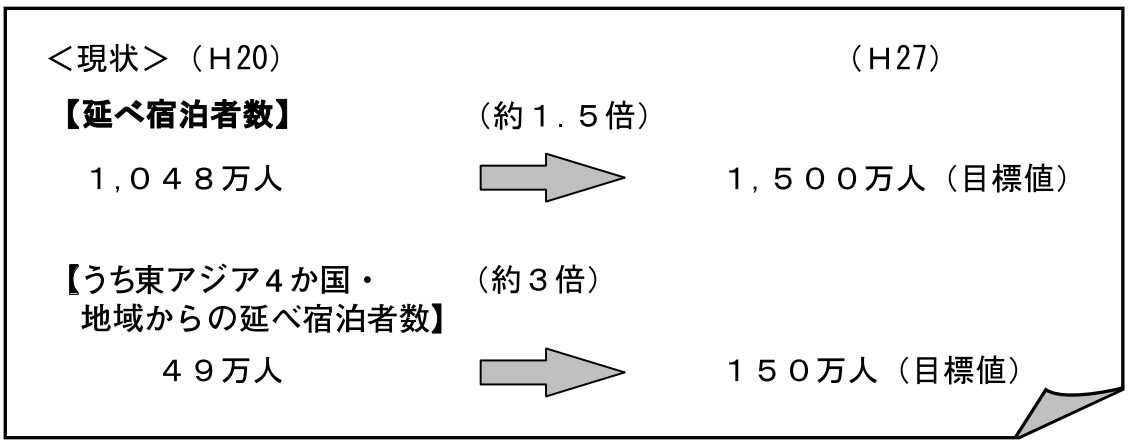


注）アンケート調査の項目：「非常に満足」、「概ね満足」、「あまり満足していない」、「不満」、「何ともいえない」の５項目

⑵　観光交流人口の拡大

観光交流人口の拡大には観光旅行者の日帰りと宿泊滞在のいずれの形態も寄与するものの、ビジネス客に比べ観光目的の宿泊者数が少ないなどの愛知の特性、通過型から連泊滞在型への観光地づくりの必要性などに着目して、外国人宿泊者数を含めた「延べ宿泊者数」を指標とし、現状の 1,048 万人から 1,500 万人とすることを目指します。

また、モノづくりの集積地という地域特性により、東アジア、欧米など世界各国から多数の来訪者を受け入れていますが、とりわけ今後、成長著しい「東アジアの４か国・地域（中国、台湾、韓国、香港）からの延べ宿泊者数」については、観光情報の的確な発信、誘客推進と受入体制の確立などにより、現状の49万人から 150 万人とすることを目指します。



⑶　観光と地域社会の発展

ア　経済的効果

本計画では観光を産業として明確に位置づけ振興を図っていくため、地域経済の活性化、雇用機会の増大などに寄与する「観光消費額」を指標とし、観光振興を総合的かつ計画的に展開していくことにより、現状の観光消費額5,309億円から１兆円とすることを目指します。

＜現状＞（H20）		（H27）
【観光消費額】	（約２倍）	
５，３０９億円	⇒	１兆円（目標値）

イ　社会的効果

愛知県民のホスピタリティ(※15)を呼び起こした愛知万博を契機に、観光ボランティアガイドは大幅に増加し（【資料編】4 (4) 参照)、地域が主体的に観光に関わる「県民参加」の気運が醸成されつつあります。ボランティア活動が地域社会へ貢献する意義を踏まえ、「観光ボランティアガイド数」を指標とし、活動しやすい環境の整備を進めて新たな需要を掘り起こすことにより、現状の2,202人から3,000人とすることを目指します。

＜現状＞（H20）		（H27）
【観光ボランティアガイド数】（約１．４倍）		
２，２０２人	⇒	３，０００人（目標値）

※15　ホスピタリティ：思いやり、もてなし、他人への優しさなど。本計画では、地元の人々が「おもてなしの心」を持って、観光旅行者を優しく迎え入れ、ひと時の安息を感じてもらうという意味で使用

３　観光振興に関する施策についての基本的な方針

観光には、地域資源から新しい観光魅力を創出するとともに、地域住民と観光旅行者との観光交流を活発化させることで新たな地域文化の創造を促すという文化的側面があります。

また、愛知の観光は、海外、県外からの観光旅行者とともに、多くの県民が観光旅行者として、地域の観光地、観光施設などで自由時間を過ごし、レクリエーションを行っています。このため、海外、県外からの観光旅行者のための水準の高い観光サービスの提供を目指すことで、結果として、県民の観光利用の水準を高めていきます。

このような視点を前提として、先に定めた目標を達成するため、総合的かつ計画的に取り組む施策の方向性として、次の３つを基本的な方針とします。

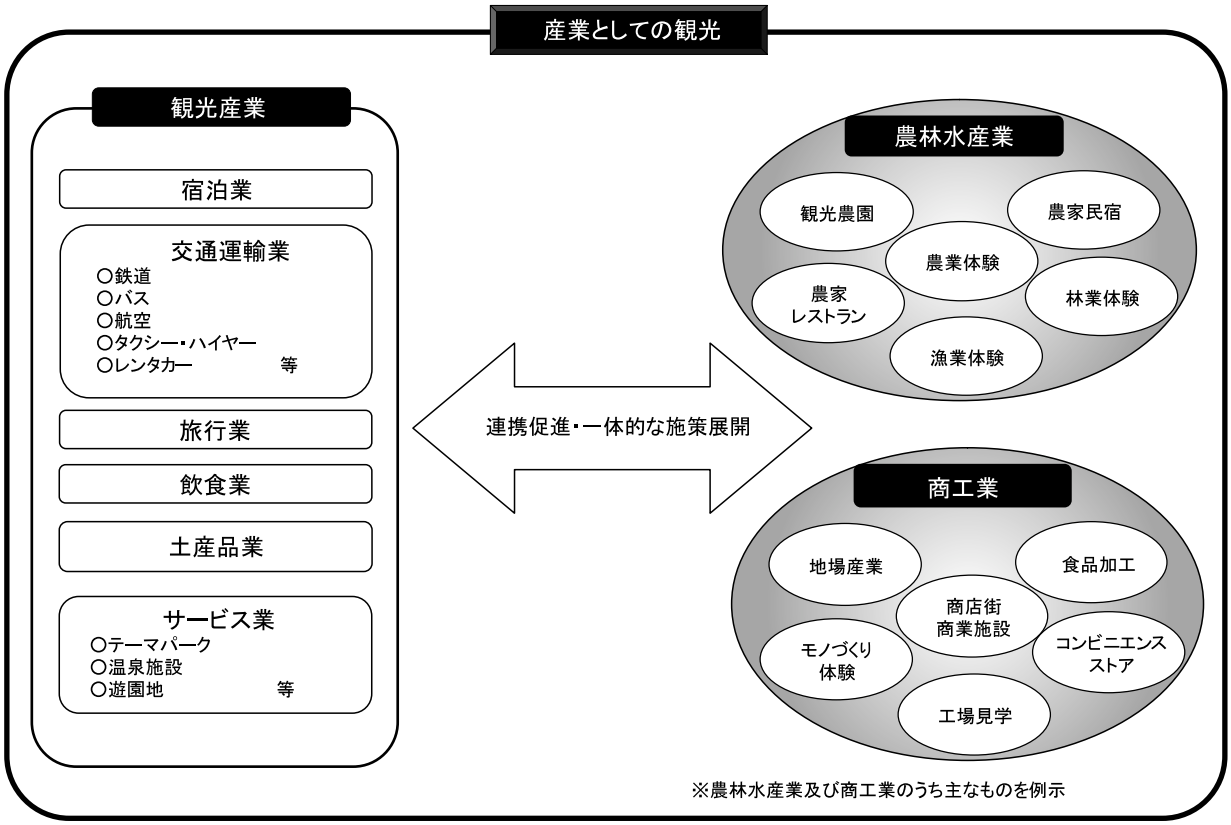
⑴　「産業としての観光」の推進

自動車関連産業を中心とするモノづくり立県として発展を遂げてきた愛知では、モノづくり産業そのものを観光資源として捉え、産業観光を推進してきました。一方、観光は宿泊業、交通運輸業、旅行業、飲食業、土産品業だけでなく、農林水産業、商工業にも波及する裾野の広い産業です。

そのため、均衡のとれた地域経済の発展を図る点から、産業を観光資源として捉えるのみならず、観光を今後の愛知の発展を図る上で推進すべき産業の有力分野として位置づけます。

さらに、一般的な意味での観光産業だけでなく、農林水産業、商工業も含めることで、21世紀の有力な成長産業の一つとされる観光を産業政策的な視点から総合的に育成・振興するため、「産業としての観光」を推進します。

＜図７「産業としての観光」の考え方＞



⑵　観光による地域の活性化

観光旅行者が憧れ、感動する観光地を創り上げるためには、観光ニーズに応じた地域資源を活かした個性ある観光魅力づくりを進めることが必要です。このため、観光資源を掘り起こし、磨き上げ、組み合わせ、特徴をつかんでテーマ性、ストーリー性を持たせつつ、愛知にしかない魅力を創り上げます。その際、国内外の観光旅行者に加え、県民が支持し、リピーターとして繰り返し訪れたくなる魅力を備えることが不可欠です。

また、地域の自立的な動きに根ざした観光まちづくりの取組と、観光旅行者へ安心、快適さを提供する施設整備を進めるとともに、地域の観光魅力を相互に補完し、国内外の観光旅行者への訴求力を高める点から、広域観光の取組を積極的に推進します。

こうした取組を通じて、多くの観光旅行者が、満足感を抱き、素晴らしい体験を記憶に留め、リピーターとして来訪してもらえる愛知としていくため、地域が誇りと愛着を持つことができる元気な観光地づくりを進め、観光による地域の活性化を図ります。

⑶　「おもてなし愛知」の実現

観光旅行者が観光地を訪れ満足感を得るかどうかは、慣れない地で出会った人々からの親切心、心のこもった温かいおもてなしが大きく影響します。観光旅行者の満足度を高めるおもてなしは、観光地の魅力を高め、観光旅行者のリピーター化を促すとともに、新たな観光旅行者の訪問を創出します。観光旅行者が受けるおもてなしは、観光地の成熟度を示すものといえます。

観光事業者、観光ボランティアガイドなどに求められるおもてなしは、画一的なものではなく、心のこもったものであるとともに、観光旅行者のニーズに的確に対応したものであることが必要です。また、海外からの観光旅行者に対しては、文化・習慣の違いを理解することが重要です。観光に関わるすべての人々が観光旅行者へ、観光魅力とともに「愛知ならではのホスピタリティ」を提供していくことが必要です。

このため、愛知全体で観光への意識を高めつつ、おもてなしの気運醸成を図り、県民一人ひとりが観光に対する理解を深めて、地域を訪れる観光旅行者の立場で「おもてなしの心」を持つ「おもてなし愛知」を実現します。

４「観光インフラ」の整備

基本的な方針に基づき施策を展開していく上で、各施策に共通するソフト・ハードの項目を「観光インフラ」として位置づけ、整備を進めていきます。

⑴　観光情報の発信

観光情報の発信には、インターネット、紙媒体、口コミなど様々な手段があります。とりわけ、大量の情報を不特定の相手に対して提供し、即時性と双方向性を持つインターネットの役割は、新たな観光需要を創出する点で極めて重要です。

愛知は国内外において観光地よりもモノづくり拠点のイメージが強い状況にあるため、観光地としてのイメージの創出に向けて観光旅行者はもとより、旅行会社、企業経営者、外国政府関係者など、対象ごとにきめ細かい情報発信を的確に行うとともに、メディアとの積極的な連携を図ります。また、受け手側の文化・習慣などに配慮し、観光旅行者が知りたい情報と観光旅行者に知らせたい情報の検討を行い、分かりやすいコンテンツを作成します。

特に、誘客のためのプロモーション活動は、地域一体となって戦略的に実施し、愛知の観光イメージを高めていきます。なお、プロモーション活動の効果は、訴求対象に応じてその発現に時間差があることに留意する必要があります。

■　情報発信にあたって、次の７項目を重点事項とします。

○インターネットの活用を強力に推進します。

○パンフレットなどの紙媒体を効果的に活用します。

○トップセールスの活用を図ります。

○国内の市場として、県内、隣接県はもとより、首都圏と関西圏に積極的にアプローチします。

○海外の市場は東アジアを重点対象とし、発信にあたって多言語化を図ります。

○国・地域によって異なる観光ニーズを踏まえ、効果的に発信します。

○情報発信の効果を絶えず評価・見直しつつ、継続的に実施します。

⑵　観光人材の育成

観光旅行者の感動と満足に大きな影響を与えるものは「人」です。観光地、宿泊施設などにおける観光旅行者への心のこもったおもてなしは、地域の観光魅力を高め、観光旅行者の満足感を充足させ、リピーター化を促進する大きな契機になります。

また、魅力ある観光地づくりには、独自性を持つ地域資源を活かし、自立的に力強く観光まちづくりを牽引していくリーダーと、観光ニーズを的確に捉え、地域の将来を見据え経営感覚を有する観光事業者が不可欠です。

こうした観光人材を地域資源の一つとして捉え、大学、高校などとの連携も図りつつ、観光旅行者と最前線で接する宿泊事業者、交通事業者などの従事者、観光ボランティアガイド、観光まちづくりリーダーなどの育成を地域挙げて取り組む必要があります。

⑶　観光基盤・施設の整備

魅力ある観光地を形成するためには、宿泊施設、案内施設など観光に直接関連する施設の整備はもとより、観光地に快適に到達できる道路、鉄道、空港、港湾など観光を支える交通インフラの広域ネットワーク化などの充実と、公共交通機関の一層の利便性の向上が重要です。

今後、観光ニーズの多様化とともに、訪日外国人旅行者の個人旅行が拡大されることも見込まれ、観光地間の周遊の足を確保する点から二次交通(※16)の必要性は高まるものと考えられます。このため、地域特性に応じて鉄道駅などからのバス、タクシー、レンタカーなどの二次交通の充実を図り、観光地の競争力を高めることが必要です。

なお、観光旅行者の利便性の向上のため、地域において既存施設の活用を図るなどしつつ、地域の観光・物産情報をワンストップサービス(※17)で提供できる機能のあり方の検討を進める必要もあります。

こうした観光基盤・施設の整備にあたっては、高齢者、障害者、外国人観光旅行者などに快適さをもたらすユニバーサルデザイン(※18)に配慮する視点、観光魅力を向上させる重要な要素として良好な景観を維持、創造する視点、さらには、生活環境、自然環境を維持しつつ地域のコンセンサスを得ながら整備・保全を進める視点が必要です。

※16　二次交通：鉄道駅や空港などの交通拠点と目的の観光地とを結ぶアクセス交通
※17　ワンストップサービス：ある分野に関連するあらゆるサービスを、そこに一度立ち寄るだけですべて行えるようにするサービス形態
※18　ユニバーサルデザイン：年齢、性別、障害の有無などに関わらず、すべての人が利用可能なように、常により良いものに改良していこうという考え方

５　観光振興にあたって配慮する事項

⑴　安心・安全の確保

ア　観光と防災の連携

安心・安全の確保は、愛知を訪れる観光旅行者への最大のおもてなしです。観光旅行者の安心・安全を確保するためには、防災との連携を図る必要があり、観光地の立地特性に応じて災害情報、避難誘導方法などを的確に情報提供することが必要です。

また、風評被害の影響軽減のため正確な情報を提供するなど、適切に広報活動を実施することが必要です。

㋐　防災意識の普及啓発

地域社会の絆を強化する点から、観光まちづくりを通じて防災意識の普及啓発に取り組むことが重要です。

㋑　災害時の安全対策

県、市町村、観光事業者などは、地震など災害から観光旅行者の安心・安全を確保する視点を持ちつつ、協働して災害被害の軽減に向けた防災活動を行う仕組みを構築していくことが重要です。

特に、言語、生活習慣、防災意識が異なる外国からの観光旅行者に対しては、災害発生時に迅速かつ的確な行動がとれるよう、避難路の標識の多言語化を推進するなど、防災環境づくりへの配慮が必要です。

イ　食の安全の確保

多くの観光旅行者に愛知の豊かな食を楽しんでもらうためには、関係者が相互に連携・協働しつつ、「食のブランド」の信頼を確保するとともに、食の安全性に対する意識啓発活動などを通じて、食の安全の確保を図ることが必要です。

⑵　環境との調和

ア　県民における環境意識の高まり

「自然の叡智」をテーマとした愛知万博が開催され、県民、民間団体などの環境意識が高まるとともに、具体的な環境保全活動が広がりを見せています。

また、生物多様性条約第10回締約国会議（以下「ＣＯＰ10」という。）(※19) が開催されることなどにより、多方面において低炭素・生物多様性社会に向けた取組が進められています。

イ　観光における環境保全

観光と環境とは、環境の変化によって再生困難な自然景観が大きな影響を受けるように、相互依存の関係にあります。また、環境保全は地域が持続可能な発展を果たすために重要な役割を担うとともに、環境問題への対応はビジネスチャンスを生み出し、経済を活性化させます。こうしたことから、観光振興にあたっては、環境への負荷に配慮しつつ、地域の関係者と観光旅行者が協力関係を築く中で、観光と環境保全を持続的に両立させていくことが重要です。

このため、環境保全への理解を高めつつ、環境をキーワードとした取組が地域の付加価値を向上させる点に留意し、自然環境、文化遺産、文化財などの良好な保全、ごみをなくし、トイレなどを清潔にすることなどに取り組むことで、地域における観光魅力の向上と観光地づくりを進める必要があります。

具体的には、グリーン・ツーリズム(※20)やエコツーリズム(※21)の推進、カーボンオフセット旅行(※22)の促進、環境にやさしい交通行動「エコ モビリティ ライフ」(※23)の推進、道路・河川などの緑化、地産地消(※24)に配慮した特産品開発、簡易包装の促進、空き缶などごみ散乱防止対策、自然公園内の風致景観の保護と利用の促進、都市公園・緑地の整備などの取組が必要です。

※19　生物多様性条約第10回締約国会議：国際条約締約国が集まって開催する会議。生物多様性条約では、各種の国際的な枠組みを策定する会議が２年ごとに開催。第10回会議は、地球上の多種多様な生き物を守るための新しい世界目標を決めるため、平成22年10月に名古屋市で開催

※20　グリーン・ツーリズム：緑豊かな農山漁村地域において、農林漁業体験などを通じて、その自然・文化・人々との交流を楽しむ滞在型の余暇活動

※21　エコツーリズム：自然環境や歴史文化を対象とし、それらを体験し学ぶとともに、対象となる地域の自然環境や歴史文化の保全に参画し、責任をもつ観光のあり方

※22　カーボンオフセット旅行：旅行代金の一部を温室効果ガス削減事業などに充て、移動時の乗り物や宿泊など旅行に伴って排出されたCO_2を相殺（オフセット）するもの

※23　エコ モビリティ ライフ：クルマと公共交通、自転車、徒歩などを賢く使い分けるライフスタイル

※24　地産地消：地域で生産された食料を始め、花きや木材などの農林水産物を地域で消費すること。「その地域で育まれた旬の農林水産物を食べるのが健康によく、おいしい。」という考え方がその基本にあり、環境への影響も小さいという効果がある。

⑶　休暇取得の促進

観光旅行は、自由時間の利用の一つの形態として、感動、寛ぎ、癒し、知的好奇心の充足などの様々な効果をもたらし、子育て、家庭生活などの場においても重要な役割を担います。自由時間活動のニーズが多様化する中、観光旅行に対する潜在需要は高く、自由時間の増加によって、観光旅行活動は促進されます。

また、休暇を利用した観光旅行によって、新たな観光需要が創出されるとともに、休暇取得の方法を工夫することで平準化が図られます。

こうしたことから、ワーク・ライフ・バランス(※25)の実現に向けた取組とともに、企業経営者、勤労者に対する積極的な休暇取得のための気運醸成、普及啓発活動などを実施し、積極的な休暇取得を促進することにより観光振興を図ります。

※25　ワーク・ライフ・バランス：性別や年齢に関係なく、仕事と生活全般のバランス（調和）をとろうとする考え方

第3章 観光振興に関し、県が総合的かつ計画的に講ずべき施策

観光振興の施策の実施にあたっては、県、市町村のみならず、観光事業者、観光関係団体などの民間の活力が重要であり、地域の実情に応じた幅広い連携と協働の下に観光旅行者が「みる」視点と地域が「みせる」視点の両面から、観光資源の掘り起こし、磨き上げ、情報発信を行っていきます。

その際、各地域が有する文化に光を当てることで、地域資源から新しい観光魅力を引き出すことができます。また、体験型、学習型観光に対する志向が強まる中で、地域住民との観光交流が活発になることにより、新たな地域文化の創造を促すことも期待できるため、観光が持つ文化的側面に留意しつつ施策を実施します。

なお、施策によっては、多様な主体との調整を必要とするもの、中長期の期間を必要とするものなどがあります。このため個々の施策特性を踏まえ、施策ごとの連携にも十分に配慮しつつ、優先的に実施すべきものから順次着手します。

【トピックス１ 「観光」の語源】

観光の語源は、中国の四書五経の一つである易経（えききょう）の「観国之光。利用賓于王。」（国の光を観（み）る。もって王に賓（ひん）たるに利（よろ）し。）に由来すると言われています。また、「観る」には「みる」と「しめす」の意味があり、「光」には文化、政治、暮らし向き、風俗などの意味があります。

1 「産業としての観光」の推進

⑴ 東アジアからの誘客推進と受入体制の確立

中国、台湾、韓国、香港の４か国・地域からの外国人旅行者は、平成20年には55万人（愛知を訪れる外国人の65%）が来訪しており、５年前に比べ２倍に増加しています（【資料編】４⑴参照）。これら成長の著しい国・地域からの誘客の推進は、愛知の観光振興を図る上で不可欠です。

このため、国の「ビジット・ジャパン・キャンペーン」の取組と連携を図りつつ、今後も愛知への来訪者の増加が見込まれる東アジアの国・地域を重点対象とし、とりわけ、従来から経済交流があり、個人ビザの一部解禁に伴い旅行者の急増が見込まれる中国を重視します。

なお、情勢の進展などに応じて、タイ、ベトナム、マレーシアなどの東南アジア、ロシアなどの新興市場にも目を向けます。

海外からの誘客に際しては、平成21年10月に開催された第４回日中韓観光大臣会合の成果を活かした広域連携の取組（中部広域観光推進協議会(※26)など）を進めるとともに、東アジアの若者に対して愛知の知名度を高め、将来の来訪者の増加を図るため訪日教育旅行の誘致を推進し、教育を通した観光交流を促進します。

さらに市町村などとともに愛知独自の魅力ある観光資源、特性を活かした誘客戦略を増加傾向にある外国人旅行者の個人旅行の動向などに応じて展開します。

受入体制の確立にあたっては、外国人旅行者が安心・快適に旅行できるよう、地域が一体となって外国の文化、ニーズを理解し、温かく迎え、もてなすための気運の醸成を図るとともに、多言語による案内表示の設置を促進するなどソフト・ハード両面からの整備を進めます。

【トピックス２　第４回日中韓観光大臣会合の成果】

「中部圏知事会議」で愛知県知事から発案し、各県市の賛同を得て誘致した「第４回日中韓観光大臣会合」が、平成21年10月17日～21日に名古屋・高山を主会場として開催されました。同会合において、21世紀における東アジア観光大交流時代の到来への対応を強化するなどを内容とする共同声明（【資料編】５参照）が発表され、成功裏に閉幕しました。

そのプログラムでは、中部の観光資源について新しい発見や認識を深める機会として、中国・韓国の観光事業者とメディア関係者が参加したファムツアー（視察旅行）などが実施され、愛知の特色である「産業観光」や「武将観光」の一端を体験していただき、大きな成果を挙げました。

今後は、この観光大臣会合をはずみとして中部地域の広域連携を強化し、東アジアからの誘客プロモーション活動を積極的に展開し、この地域と中国・韓国との相互交流、往来を活発化させます。

＜表３　外国人旅行者の訪日動機（平成20年）＞

	全体	中国	台湾	韓国	香港	米国	ドイツ
1位	ショッピング 39.0%	ショッピング 50.9%	ショッピング 41.0%	温泉 41.1%	ショッピング 60.0%	歴史的建造物の見物 56.2%	歴史的建造物の見物 82.1%
2位	日本食 37.0%	温泉 39.7%	温泉 36.0%	日本食 38.4%	日本食 50.6%	日本食 36.8%	日本食 41.0%
3位	温泉 32.3%	歴史的建造物の見物 25.3%	自然景観 34.6%	ショッピング 36.8%	温泉 34.2%	伝統文化・工芸の体験 29.0%	伝統文化・工芸の体験 28.2%
4位	歴史的建造物の見物 28.7%	自然景観 24.4%	日本食 34.0%	繁華街の街歩き 22.9%	ファッション 32.5%	ショッピング 22.5%	温泉 15.4%
5位	自然景観 24.0%	日本食 23.0%	歴史的建造物の見物 26.9%	ファッション 19.7%	自然景観 27.7%	自然景観 19.2%	自然景観・ショッピング 14.1%

資料）日本政府観光局（JNTO）「訪日外客訪問地調査」（2007/2008）に基づき、愛知県作成

※26　中部広域観光推進協議会：中部９県（愛知、富山、石川、福井、長野、岐阜、静岡、三重、滋賀）と３政令市（名古屋、静岡、浜松）、観光関係団体、観光事業者などで構成。広域観光の推進を目的とし平成17年に発足

＜県の主な施策＞

ア　国・地域ごとに対象を絞ったプロモーション活動の展開

○誘客対象とする国・地域の文化、ニーズなどを十分調査し、市町村、観光協会などとともに地域一体となって、海外観光展への出展、商談会への参加などのプロモーション活動を推進します。

○インターネット上で外国人が愛知の観光を体験できる動画を中心とした観光ＰＲサイト、多言語パンフレット（英語、中国語〔簡体字・繁体字〕、韓国語など）を作成し、海外（特に東アジア）に向けて情報発信を強化します。その際、情報の受け手である外国人の発想に立ったコンテンツ作成に努めます。

○県上海海外産業情報センター(※27)の現地ネットワークを活用して、訪日外国人旅行者の誘致推進のための情報収集を積極的に行うとともに、観光ＰＲを強化します。

○江蘇省との「経済分野における友好交流を更に強化することに関する合意」(※28)に基づき、観光交流の拡大を推進します。

○平成22年（2010 年）に開催される上海万博において、日本館イベントステージでの催事とアジア広場を活用した催事に参加することで、愛知の魅力を発信し、知名度の向上を図ります。

○「ビジット・ジャパン・キャンペーン」、「中部広域観光推進協議会」、「東海地区外国人観光客誘致促進協議会」(※29)を通じて、国、日本政府観光局（ＪＮＴＯ）、他県と連携を図り、現地の観光関係団体、観光事業者と情報交換し、ツアー造成を支援します。

○中国で開催する産業展示会などに出展する機会を利用して、観光ＰＲを積極的に行います。

○中部国際空港は中部地域の玄関であり、そのイン･アウト機能(※30)を活用した観光モデルコースのプロモーション活動を推進します。

○中部国際空港の利用促進に向けたエアポートセールスなどと併せて、プロモーション活動を行います。

○在名領事館、国内外のマスメディアなどとの連携・協力関係を密にし、誘客につなげるための情報交換、観光情報の発信を推進します。

○愛知ゆかりの著名人、外国政府関係者、在住外国人、留学生などに対して、愛知の観光情報を発信してもらえるよう情報提供を充実させます。

※27　県海外産業情報センター：海外からの直接投資の促進、外国人旅行者の誘致などを目的に、上海、パリ、サンフランシスコに設置

※28　経済分野における友好交流を更に強化することに関する合意：平成20年10月、江蘇省と経済分野の交流強化に係る合意文書を締結し、観光、進出企業支援、知的財産保護、環境協力などの分野で経済交流を推進

※29　東海地区外国人観光客誘致促進協議会：東海４県（愛知、岐阜、静岡、三重）と各県の 34 市町村で構成。外国人旅行者の誘致促進を目的とし平成10年に発足

※30　イン・アウト機能：中部国際空港が持つ機能に着目したもので、一般的にはエントランス機能であるが、本計画では、「イン」は旅行者への観光情報の発信、「アウト」は物産販売の機能をいう。

イ　訪日教育旅行の誘致推進

○観光には未知の事柄を学ぶ効果があり、受入れ側にも異文化との触れ合いを通じて人間的に成長するという教育効果が期待されることから、県内の学校において訪日教育旅行(※31)の受入れの充実を図ります。

○市町村や県・市町村の教育委員会と連携し、県内の学校に対して、訪日教育旅行の受入効果について周知・啓発を行います。

○台湾、シンガポールなど教育旅行を促進している国を中心に、プロモーション活動を行います。

○高等学校が海外へ修学旅行に行く際は、相手校との活発な交流活動を促進します。

【トピックス３ 「YŌKOSO！JAPAN 大使」メッセージ①】

観光の本質は、観光客を日常生活から解放し、遊び心を楽しませ、満足を与えることです。「よい思い出づくり」ということもできます。観光の要素として「風物」、「産物」、「人物」がありますが、特に東アジアからの訪日動機の中でも大きな要素を占める「ショッピング」は大事です。地域における「ショッピング」の利便性の向上を図るとともに、アイデアを活かして観光客が買いたくなる「産物」を商品化していくことが肝要です。

また、四季折々に愛知で繰り広げられる多彩なイベントや祭りは、他に真似ができない点、今ここでしか楽しむことができない「here and now」を体感できる場として、観光にとって重要な役割を担います。とりわけ、参加型のイベントは魅力が大きく、継続されます。絶えず時代の動きを捉えて、新たな趣向を取り込むことが重要です。ナショナルイベントの開催も、愛知万博でハード・ソフト両面のインフラ整備が進んだように、地域にとって意義深いものであり、より積極的に取り組むことです。

観光が果たす意義は、交流人口を増やして購買力を高め、地域の経済を刺激するだけでなく、新しい地域の魅力発見にあります。観光はこれからますます注目を受ける分野となります。　　（J.フロント リテイリング株式会社 取締役相談役　岡田邦彦氏）

注）YŌKOSO！JAPAN 大使：外国人旅行者の受入体制に関する仕組みの構築や外国人に対する日本の魅力の発信といった努力に対して、国から顕彰された者

※31　教育旅行：修学旅行、遠足、移動教室、集団宿泊、野外活動など学校行事として位置づけられている旅行・集団宿泊的行事

ウ　報奨・研修旅行の誘致推進

○東アジアに拠点を持つ、愛知と関わりがある国内企業の報奨・研修旅行(※32)などの実態を調査し、その結果を踏まえ、旅行会社との連携を図りながら、観光モデルコースを提案します。

○海外観光展、マスメディア、インターネットなどを活用して、報奨・研修旅行を企画している現地旅行会社と外国企業に対して、積極的に情報提供を行います。

エ　外国人旅行者にやさしい受入体制の整備

○観光施設のホームページとパンフレットの多言語化を促進します。

○県内の主要な観光地、交通結節点での多言語表示に加え、ピクトグラム（絵文字）による案内表示の設置を促進します。

○宿泊施設などでよく使われる定型文について、多言語（英語、中国語〔簡体字・繁体字〕、韓国語など）による翻訳情報の提供を推進します。

○宿泊施設とバス・タクシー事業の従事者、観光案内所の職員などが適切に観光案内を行うため、外国人旅行者に関する接遇・語学研修を実施するよう観光事業者・関係団体などへ働きかけます。

○地域の人材を活用し、通訳案内士(※33)制度と善意通訳普及運動(※34)の周知、登録への促進を図るよう努めます。また、地域限定通訳案内士試験の導入に向けた検討を進めます。

○外国人旅行者のショッピングなどの利便性の向上を図るため、カード決済機能の拡充に向けて関係団体などへ働きかけます。

※32　報奨・研修旅行：企業が従業員やその代理店などの表彰や研修などの目的で実施する旅行

※33　通訳案内士：通訳案内士法に基づき実施される国家試験「通訳案内士試験」に合格し、通訳案内士として登録した者のみが従事でき、観光旅行者に対して外国語通訳及び観光案内を行って報酬を得る職業。なお、地域限定通訳案内士は、都道府県が実施する試験に合格し、当該登録を受けた区域内でのみ、報酬を得て通訳案内を業として行うことができるもの

※34　善意通訳普及運動：日本を訪れる外国人旅行者が街頭、駅、車内などで言語の問題で困った際に、外国語を解する人がボランティア精神に基づき無償で手助けする「小さな親切運動」で、日本政府観光局（ＪＮＴＯ）が提唱・実施

＜各主体に期待される主な取組＞

主　　体	取　組　内　容
県　民	○外国人旅行者、訪日教育旅行者に対する道案内などを通じた交流 ○通訳案内士、善意通訳への登録
観光事業者 （宿泊業、旅行業、飲食業、土産品業、観光施設業等）	○外国人旅行者、訪日教育旅行者の受入れ ○外国人旅行者のニーズに応じたサービスの提供 ○質の高いサービス、競争力のある商品の提供 ○多言語によるパンフレット、ホームページ、案内表示の充実 ○カード決済の導入 ○海外でのプロモーション活動への参加 ○外国人旅行者向けの旅行商品の造成・販売 ○従事者に対する接遇、外国語などの研修の実施
観光関係団体	○外国人旅行者、訪日教育旅行者の受入促進 ○多言語によるパンフレット、ホームページの充実 ○カード決済導入の促進 ○海外でのプロモーション活動への参加 ○従事者に対する接遇、外国語などの研修の実施
市町村	○外国人旅行者、訪日教育旅行者の受入体制の充実 ○多言語によるパンフレット、ホームページ、案内表示の充実 ○海外でのプロモーション活動への参加
地域社会を構成する主体	○外国人旅行者、訪日教育旅行者の受入促進 ○通訳案内士制度、善意通訳普及運動の周知、登録の促進
学　校	○訪日教育旅行者の受入れ ○海外修学旅行の際の相手校との活発な交流
企　業	○報奨・研修旅行の実施状況に関する県への情報提供 ○報奨・研修旅行者への観光情報の提供、県内観光地への案内
国、ＪＮＴＯ	○中国人観光旅行者に対する個人ビザの対象拡大（年収要件の緩和など） ○各国・地域のニーズや各市場に関する県への情報提供 ○インターネット、テレビなどによる愛知の観光魅力の発信 ○外国人旅行者の受入研修に対する支援

⑵　ビジネス客による観光利用の促進

愛知は世界に誇るモノづくり拠点として多数の製造業の本社、工場を有しており、会議、商談、工場実習などの目的で、多くのビジネス客が来訪しています。愛知に宿泊した国内外の旅行者数は1,048万人（平成20年）で、そのうち観光目的以外、すなわち主にビジネスを目的とする旅行者数は821万人で、全国第３位となっています（【資料編】４（2）参照）。

また、名古屋市内の主要ホテルに対するヒアリング調査においても、宿泊客の７～８割がビジネス客との回答を得ています。

しかしながら、ビジネス客の受入企業、宿泊事業者、交通事業者において県内観光地への案内が十分になされていない状況などが見受けられ、ビジネス客の観光ニーズを引き出すための取組が必要です。

このため、地元企業やビジネス客に対して、短期滞在などビジネス客の特性に応じた観光施設、食事、ショッピングなどの情報提供を行い、ビジネス客の観光利用を促進していくとともに、次の機会には、観光旅行者として愛知へ来訪してもらうための取組を進めます。

＜県の主な施策＞

ア　ビジネス客への愛知の魅力の提供

○ビジネス客を受け入れている県内企業、宿泊事業者などに対して、受入状況の実態調査を行います。

○ビジネス客向けにホームページ、パンフレットなどの情報発信ツールを充実させます。

○県内企業の社員が愛知の観光への理解を一層深める機会として、社内研修などの場の活用を図るよう企業、関係団体に対する働きかけに努めます。

○上海、パリ、サンフランシスコに設置している県海外産業情報センターを拠点に、現地でのネットワークを活用し、愛知を訪れるビジネス客の動向を把握するとともに、愛知から進出している現地企業に対して、インターネットなどで観光情報を提供します。

イ　アフターファイブ充実のための受入体制の整備

○ビジネス客を対象として、宿泊施設、観光案内所、タクシーなどを通じて、演劇、コンサート、大相撲、野球、サッカー観戦などのイベント・娯楽情報、短時間の観光プログラム、観光モデルコース、飲食などの観光情報を提供し、愛知での滞在を長くするよう努めます。

○ビジネス客の観光ニーズに応じた美術館、博物館などのサービス提供時間のあり方の検討を行います。

○「名古屋めし」などの愛知らしさが感じられる食と土産品の充実を図るとともに、国内外へのＰＲを強化します。

○外国人ビジネス客を対象として、陶芸、絵付けなどの体験型プログラムを提供します。

○名古屋駅など主要な交通結節点において、観光・物産の情報発信の強化に努めます。

＜各主体に期待される主な取組＞

主　　体	取　組　内　容
県　民	○ビジネス客に対する道案内などを通じた交流
観光事業者（宿泊業、旅行業、飲食業、土産品業、観光施設業等）	○ビジネス客、その受入企業に対する観光情報の提供 ○ビジネス客向けの観光プログラム、観光モデルコースの提供 ○愛知らしい食、土産品の充実とＰＲ・宣伝の強化 ○陶芸、絵付けなどの体験型プログラムの提供
観光関係団体	○ビジネス客、その受入企業に対する観光情報の提供 ○ビジネス客向けの観光プログラム、観光モデルコースの提供 ○愛知らしい食、土産品の充実とＰＲ・宣伝の強化
市町村	○ビジネス客、その受入企業に対する観光情報の提供 ○ビジネス客向けの観光プログラム、観光モデルコースの提供 ○愛知らしい食、土産品の充実とＰＲの強化
地域社会を構成する主体	○ビジネス客に対する観光情報の提供 ○愛知らしい食、土産品の充実とＰＲ・宣伝の強化
企　業	○ビジネス客の受入状況に関する県への情報提供 ○ビジネス客への観光情報の提供、県内観光地への案内 ○社内研修などにおける社員への観光情報の提供
国、ＪＮＴＯ	○海外ネットワークが充実している企業や、対外的に発信力のある企業を通じて、愛知の観光魅力の発信強化 ○主要国における訪日ビジネス客を取り扱う旅行会社などに対する愛知の観光情報の提供

⑶　イベント・コンベンションの誘致推進

愛知での国際会議の開催件数は、152 件で全国第５位（平成20年）となっています（【資料編】４ (3)参照）。また、平成22年にはＣＯＰ10と国際芸術祭「あいちトリエンナーレ 2010」が開催されます。

イベント・コンベンション（国際会議、イベント、展示会・見本市）の開催は、愛知の国際的な知名度とイメージの向上、国内外からの来訪者などによる交流人口の拡大、これに伴う経済活動の機会の増大、観光交流の機会の創出、さらには、外国からの来訪者との交流を通した国際感覚を養う機会の県民への提供などの効果をもたらし、地域の活性化・国際化などにつながります。

イベント・コンベンションの誘致にあたっては、国などとの連携を密にしつつ、民間の力を活用するなど、規模に応じたきめ細かな取組を進め、参加者などに観光情報を積極的に提供するなど観光利用を促進させます。今後はさらなる外国人旅行者の増加を図るため、従来、誘致を進めてきた国際会議や大規模イベントに加え、企業などが行う会議、報奨・研修旅行などを含むＭＩＣＥ(※35)全般の誘致に向けた取組を推進します。

＜県の主な施策＞

○国際的なイベント・コンベンションの誘致・開催に向けて、国や国際機関などから情報収集し、先進自治体のノウハウも習得します。

○ＣＯＰ10の開催地として、安心・安全・快適で円滑な会議の開催を支援し、会議を成功に導くとともに、開催気運の盛り上げを図ります。また、ＣＯＰ10参加者を対象として、愛知の観光情報を提供するとともに、エクスカーション(※36)などを実施します。

○「あいちトリエンナーレ」を３年ごとに開催し、その初回となる「あいちトリエンナーレ 2010」では、「都市の祝祭 Arts and Cities」をテーマに、現代美術を基軸としつつ、愛知芸術文化センターの複合機能を活かし、舞踊、オペラなども併せて展開します。

○技能レベルの日本一を競う「技能五輪全国大会」と障害を持つ技能者が技能を競う「全国障害者技能競技大会」（アビリンピック）の平成26年度大会を誘致し、モノづくり愛知を支える優れた技能を広くアピールします。

※35　ＭＩＣＥ：企業などが行う会議（Meeting)、企業が行う報奨･研修旅行（Incentive Travel)、国際会議（Convention)、イベント、展示会・見本市（Event/Exhibition）の頭文字のこと

※36　エクスカーション：国際会議などの会議プログラムの一部として、会議参加者やその同伴者のために計画された小旅行や遊覧のこと

○全国一の花き生産を活かした国際的な花きイベントの誘致・開催に向けて、国や国際機関からの情報収集に努めます。
○中部圏唯一の国際映画祭として、毎年開催している「あいち国際女性映画祭」において、海外の女性映画祭との相互交流を進め、国際的に一層注目されるイベントへとグレードアップを図ります。
○大規模スポーツイベントについて、冬季国体の愛知・岐阜共同開催のように、自治体間で連携を図り誘致・開催に努めます。また、本番の試合会場の誘致とともに、県内の宿泊施設などを活用したキャンプ地としての誘致にも努めます。
○他県で開催されるイベント・コンベンションに関連して実施されるエクスカーション、アフターコンベンション(※37)について開催県に対して協力します。
○平成22年10月に愛・地球博記念公園内に地球市民交流センターを開館し、充実する公園機能に相応しいイベントの誘致・開催に努めます。
○ＣＯＰ10への参加を目的とする来訪者に対して、滞在期間中の訪問先、愛知の印象などを調査し、今後の誘致に活かします。
○県内における主だったスポーツ競技会、文化イベントなどの開催状況、愛知の国際的な知名度を高める可能性の有無などについて調査します。
○市町村が行う国際会議などの開催に向けた取組を支援します。
○イベント・コンベンションを愛知で開催する利点を国際的な展示会においてＰＲするとともに、広域連携によるイベント・コンベンション適地としてのイメージアップを図ります。
○企業ミーティングなどに使用される会場を愛知ならではの観光施設に設定するなど、独自のメニューを開発し企業にＰＲします。
○県産業労働センター（ウインクあいち）を活用し、ＭＩＣＥの誘致・開催に努めます。
○ＭＩＣＥの誘致に携わる実務者向けの研修を実施するなど、コーディネーターなどの人材育成に努めます。
○イベント・コンベンション参加者向けに、観光施設の利用に係る特典が付与されるよう観光事業者などに働きかけます。
○旅行会社に対し、イベント・コンベンションを組み込んだ旅行商品の造成に向けて働きかけます。
○ＭＩＣＥの誘致・開催のため、全庁関係部局による検討を進めるとともに、国等の関係機関、市町村、観光関係団体、経済団体などと連携を図りつつ研究を進めます。
○愛知の特色を捉えた、愛知発のイベント・コンベンションを創造し、国内外に向けて発信します。

※37　アフターコンベンション：会議が終了した直後に行われるイベントの総称で、観光などが行われる。

＜各主体に期待される主な取組＞

主　　体	取　組　内　容
県　民	○イベント・コンベンション運営へのボランティア参加
観光事業者 （宿泊業、旅行業、飲食業、観光施設業等）	○ＭＩＣＥ参加者の受入れ ○イベント・コンベンションを組み込んだ旅行商品の造成・販売 ○エクスカーション、アフターコンベンション実施への協力 ○コーディネーターなどの人材育成 ○観光施設の利用に係る特典の付与 ○ＭＩＣＥの誘致、開催に向けた研究
観光関係団体	○ＭＩＣＥの誘致、開催 ○エクスカーション、アフターコンベンション実施への協力 ○コーディネーターなどの人材育成 ○ＭＩＣＥの誘致、開催に向けた研究
市町村	○ＭＩＣＥの誘致、開催 ○エクスカーション、アフターコンベンション実施への協力 ○イベントなどの開催状況に対する調査への協力 ○イベント・コンベンション会場などの施設整備 ○観光施設の利用に係る特典の付与 ○ＭＩＣＥの誘致、開催に向けた研究
地域社会を構成する主体	○イベント・コンベンション運営へのボランティア参加 ○ＭＩＣＥの誘致、開催に向けた研究
企　業	○企業などが行う会議、報奨・研修旅行の実施状況に関する県への情報提供 ○エクスカーション、アフターコンベンションの実施
国、ＪＮＴＯ	○ＭＩＣＥの実態把握、県への情報提供 ○愛知発イベント・コンベンションの海外への情報発信の支援 ○人材育成、国際的ノウハウの獲得、国際機関との関係強化の支援

【トピックス４　愛知万博の誘致・開催と国際会議・大規模イベント】

愛知万博（正式名称：2005 年日本国際博覧会［愛称：愛・地球博］）は、昭和63年に県、名古屋市、地元経済界が一体となって、21世紀初頭に愛知県で国際博覧会を開催する構想の推進に合意し、誘致実現に向けた取組がスタートしました。当初は地元が中心となって国内外での誘致活動を展開し、平成 7 年の閣議了解を経て、平成 9 年の BIE（博覧会国際事務局）総会において、2005 年の国際博覧会の日本・愛知での開催が決定されました。

「自然の叡智」をテーマに世界 121 か国（日本を含む。）・ 4 国際機関が公式参加し、185 日間にわたる会期中、22,049,544 人に多くの感動を与えた愛知万博の成功によって、こうした国際的イベントが地域の発展に果たす意義と今後とも積極的に誘致･開催していくことの必要性を地域全体で共有することとなりました。

愛知万博から５年後の平成22年には、地域が一丸となって愛知万博の理念を継承・発展させるため誘致を進めたＣＯＰ10が愛知・名古屋で開催されます。また、平成22年から３年ごとに開催が予定されている国際芸術祭「あいちトリエンナーレ」は、「都市の祝祭 Arts and Cities」というテーマで現代美術作品の展示や舞台芸術の公演を行います。世界最先端の芸術の動向を紹介し、この地域の文化のシンボルとして親しまれることを目指しています。

⑷　観光産業の育成・振興

観光産業は、宿泊業、交通運輸業、旅行業、飲食業、土産品業など幅広い業種から構成され、地域経済へ大きな影響を与えます。観光が愛知の産業・経済を支える重要な柱の一つとしてその成長の原動力としていくためには、観光産業の発展が不可欠です。また、愛知における質の高い観光サービスを提供する点から、観光産業の従事者が誇りを持って働ける環境を整備することも重要です。

このため、観光事業者と農林漁業者・商工業者との連携促進、農商工連携(※38)などによる地域資源を活用した土産品と食の開発・販売促進、マーケティング力の向上など観光事業者のイノベーションを促進し、多様な観光需要に応じた経営の高度化・効率化を進めるとともに、観光人材の育成を通じて、観光産業を育成・振興します。

＜県の主な施策＞

ア　観光事業者と農林漁業者・商工業者との連携の促進

○都市と農山漁村との交流施設と体験農園の整備、都市農山漁村交流資源とモデルルートの情報発信に加え、組織づくりや人づくりを行い、自然との触れ合いや農林漁業などを体験するグリーン・ツーリズムを推進します。

※38　農商工連携：中小企業者と農林漁業者が連携し、相互の経営資源を活用して、事業者にとって新商品や新サービスを生み出す取組

○都市と農山漁村の交流を促進し、体験型教育旅行の誘致先としての農山漁村の活用を図ります。
○観光事業者と農林漁業者・商工業者との連携を強化し、三河山間地域などにおいて着地型旅行商品(※39)の開発を促進します。
○地域資源を活用して新事業の展開を図る中小企業者に対して、専門家の派遣、あいち中小企業応援ファンドを活用した支援を行います。
○ナゴヤドームなどで開催される陶磁器や花をテーマとするイベントなどの企画運営にあたり、産地での買物ツアー、工場見学などの企画を組み入れた旅行商品を造成するよう旅行会社に働きかけます。
○ホテル・旅館などの宿泊施設において、地産地消の普及を促進するため、県産の食材、地場産品を活用したメニューを提供します。

イ　土産品（特産品）の開発・販売の促進

○地域の観光魅力を高めるため、愛知の伝統工芸品など地場産品を活用し、観光産業に結びついた地域特産品の掘り起こしと普及啓発を行います。
○農商工連携の促進により地域固有の特産品などを活用し、中小企業者が行う新たな土産品（特産品）の開発を支援します。
○県内特産品を一堂に集めたアンテナショップ(※40)を県内外で展開して、県産品の販売、販路拡大、観光情報の提供を進めます。
○首都圏、関西圏において観光物産展を開催し、愛知の観光・物産のＰＲを強化します。
○三河山間地域などにおける農林産物などの地域資源を活用した特産品の生産、販路開拓などを支援するとともに、都市部における体験・情報発信イベントなどを活用し、山村の地域情報に加え、土産品（特産品）と観光のＰＲを強化します。

【トピックス５　アンテナショップ「ピピッと！あいち」】

全国の名物は知っていても、身近な特産品に詳しい人は以外に少ないものです。県内各地域の特色のある旬な野菜、果物、農・水・畜産物の加工品、郷土の工芸品、土産品を販売する愛知初となるアンテナショップ「ピピッと！あいち」が平成21年９月、名古屋の栄地区にオープンしました。観光情報の発信とともに、物産のこだわりをアピールする場として、地域の魅力、活力向上に大きく貢献しています。今後はこうした物産と観光が一体となって、愛知の魅力を全国へ向けて発信していくことが期待されます。

※39　着地型旅行商品：観光旅行の目的地である地域（着地）側の視点を重視して、企画・造成される旅行商品
※40　アンテナショップ：消費者の需要動向や商品への評価などを把握し、商品開発などに役立てるため、新商品のテスト販売などを行う店舗

ウ　観光事業者のイノベーションの支援

○中小企業における観光分野の創業、観光事業者の経営革新などの取組に対する支援を行います。

○観光振興のためのイベント、設備投資を行う中小企業の観光事業者に対して融資を行います。

○観光事業者の実態を把握するとともに、中小企業の観光事業者に対して専門家による助言、診断を行い、イノベーションの促進を支援します。

○観光事業者、地域の観光まちづくりの担い手であるリーダーなどとの意見交換を通じて、市町村とともに観光地の活性化に向けた現状分析と今後の対応策などについて検討します。

○観光事業者などに、効果的かつ訴求力のあるプロモーション活動について助言するとともに、ホームページの作成などに関する相談、研修を行い、観光事業者の情報発信力を強化します。

エ　観光産業の人材育成

○県立高校での観光に関する教育の推進とともに、大学に対する観光の専門コースの設置、観光事業者、観光関係団体に対するインターンシップ(※41)受入れの促進などを働きかけます。

○観光関係団体と連携し、ホテル・旅館、飲食店、土産品店の経営感覚に優れた経営者の育成を支援します。

○都市と農村との交流施設、体験農園などの関係者向けに、必要な知識の習得を支援することにより、指導者の育成に努めます。

○県、市町村の観光関連部署の職員に対して、観光に関する専門的知識の取得のための研修を実施するとともに、観光関連部署以外の職員に対して、観光への理解を深めるための取組に努めます。

※41　インターンシップ：学生が在学中に一定期間働きながら、会社や仕事の実態を体験的に知る制度のこと

＜各主体に期待される主な取組＞

主　　体	取　組　内　容
県　民	○ニューツーリズムへの参加、情報発信 ○地元特産品の消費
観光事業者 （宿泊業、旅行業、飲食業、土産品業等）	○農林漁業者、商工業者との連携によるネットワーク化 ○特産品、地産地消メニューの開発・販売・宣伝 ○アンテナショップ、観光物産展への参加 ○イノベーションの推進とマーケティング力の向上 ○後継者など次世代を担う経営者・従業員の人材育成 ○インターンシップの受入れ ○宿泊施設の競争力強化（設備改善、泊食分離(※42)等の新たなサービス提供の推進など）
観光関係団体	○アンテナショップへの参加、観光物産展の開催 ○観光産業のイノベーション、マーケティング力の向上の支援 ○魅力的な食、特産品の開発・宣伝 ○経営者・従業員の人材育成の支援 ○観光産業の活性化に向けた取組の推進
市町村	○地域の観光産業の育成・振興 ○観光産業のイノベーション、マーケティング力の向上の支援 ○アンテナショップへの参加の支援と観光物産展の開催 ○観光に関する専門的な知識を有する職員の育成、観光関連部署以外の職員に対する観光理解のための取組
地域社会を構成する主体	○ニューツーリズムへの参加、情報発信の促進 ○地元特産品の消費促進
農林漁業者、商工業者	○あいち中小企業応援ファンドを活用した新事業展開の推進 ○指導者の育成
高　校	○観光に関する教育の推進
大　学	○観光人材の育成（観光の専門コースの設置など） ○インターンシップの実施
国	○宿泊施設の競争力強化（設備改善の支援、泊食分離等の新たなサービス提供の推進など） ○観光産業を担う経営マネジメント人材育成 ○産学官連携による大学における教育体制の充実 ○小規模事業者の特産品開発、観光資源開発などの支援

※42　泊食分離：宿泊料金と食事料金を別立てにすること。観光旅館の伝統的な宿泊形態である「１泊２食」を、ホテルのように「泊」、「食」に分ける取組

２　観光による地域の活性化

⑴　「産業観光」と「武将観光」の推進

観光旅行のあり方は、価値観・ライフスタイルの変化に伴い、団体旅行から個人・グループ旅行への移行、参加・体験型、滞在型、テーマ性を志向する旅行への関心の高まりなど大きく変化しています。

観光旅行者が憧れ、感動する観光地を創り上げるためには、このような観光ニーズを的確に捉え、様々な地域資源の特色を活かしつつ、新たな観光需要に応える取組が必要です。特に地域の特色を活かし、愛知らしさを追求した「産業観光」と「武将観光」は、愛知の観光の推進力として、引き続き地域を挙げて魅力の向上に努め、国内外へ情報発信するとともに、県民がふるさと愛知への理解を深める機会とします。

＜県の主な施策＞

ア　「産業観光」の推進

○産業観光施設、観光関係団体、経済団体、行政で構成し、当地域の産業観光を推進する団体である「産業観光推進懇談会（ＡＭＩＣ）」と連携し、情報発信、イベントへの参加などを行います。

○近隣県との広域連携の下に、産業観光スタンプラリーの参加施設を増やし、産業観光施設の入場者の増加を図ります。

○県内のロケ候補地などを紹介したホームページ「ロケ地情報データベース」での情報発信、フィルムコミッション(※43)との連携などを通じて、産業遺産などが映画やドラマなどのロケ地に採用されるよう、制作会社へ働きかけます。

○県、関係市町村、観光関係団体、旅行会社などで構成する「愛知・名古屋修学旅行誘致促進協議会」を活用し、産業観光などをＰＲし、修学旅行の誘致活動を強化します。

○モノづくりの現場、先端産業、地場産業などの見学と伝統工芸の制作体験などを活かした旅行商品の造成を促進します。

○設楽ダム、ダム周辺の自然、水源地域整備計画に基づき整備される観光資源などを結んだ観光ルートの設定に努めます。また、ダム周辺の魅力アップのためのレクリエーション施設や園地の整備に努めます。

○先進的な交通機関である「リニモ」(※44)の産業観光資源としての利活用を促進します。

※43　フィルムコミッション：映画、テレビドラマ、ＣＭなどのあらゆるジャンルのロケーション撮影（ロケ）を誘致し、実際のロケを円滑に進めるための非営利機関

※44　リニモ：名古屋市営地下鉄藤が丘駅～愛知環状鉄道八草駅（8.9km）を結ぶ、わが国唯一の磁気浮上式リニアモーターカーで、平成17年に開業

○陶磁器をキーワードとし、陶磁資料館を始めとする施設を組み込んだモデルコースを設定するなど、広域の旅行商品を企画・提案します。

イ　「武将観光」の推進

○信長、秀吉、家康の三英傑に加え、愛知ゆかりの戦国武将の史跡などを幅広く掘り起こし、モデルコースの設定を進めるなど、「武将のふるさと愛知」の国内外へのＰＲを強化します。

○名古屋城本丸御殿の復元工事に対する支援を行い、名古屋城の観光魅力を高めます。また、三英傑を呼び物とする「名古屋まつり」を支援します。

○愛知ゆかりの戦国武将と関わりがある他県との交流を通じて、女性、若者などを対象とした情報発信やイベントを実施します。また、戦国時代の食などを素材とした商品開発・販売について、観光事業者への働きかけに努めます。

○案内が必要な史跡において、観光ボランティアガイドの充実を図るとともに、観光案内板の整備を推進します。

○中国での家康ブームを活用しつつ、他県との連携を通じた広域の旅行商品の造成を支援します。

＜各主体に期待される主な取組＞

主　　体	取　組　内　容
県　民	○産業・武将観光への参加、情報発信
観光事業者（旅行業、飲食業、土産品業、観光施設業等）	○産業・武将観光関連資源の掘り起こし、磨き上げ、ＰＲ・宣伝の強化 ○産業・武将観光関連資源を活用した旅行商品の造成・販売 ○テーマ性・ストーリー性を持たせるための観光施設間の連携強化 ○産業・武将観光のテーマに沿った土産品と食の開発・販売
観光関係団体	○産業・武将観光関連資源の掘り起こし、磨き上げ、ＰＲ・宣伝の強化 ○産業・武将観光関連資源を活用した旅行商品の造成・販売の支援 ○映画・ドラマなどのロケの誘致・協力 ○産業・武将観光のテーマに沿った土産品と食の開発・販売の支援
市町村	○産業・武将観光関連資源の掘り起こし、磨き上げ、ＰＲの強化 ○産業・武将観光への参加促進 ○産業・武将観光関連資源を活用した旅行商品の造成の支援 ○映画・ドラマなどのロケの誘致・協力 ○産業・武将観光のテーマに沿った土産品と食の開発・販売の支援
地域社会を構成する主体	○産業・武将観光関連資源の掘り起こし、磨き上げ、ＰＲの強化 ○産業・武将観光への参加促進
国	○産業・武将観光の国内外への情報発信の支援 ○産業・武将観光の推進方策の検討

⑵　地域資源を活かした観光魅力づくり

ニューツーリズムへの関心が高まる一方で、自然の豊かさ、温泉での癒し、寛ぎなどを求める根強い人気があり、最近では、健康志向を反映したウォーキングなども盛んに行われています。愛知には、こうした観光ニーズに応えられる「食」、「自然」、「伝統・文化」、「温泉」などの個性豊かな地域資源が多数あり、地域の創意工夫によって観光資源となり得るものです。

観光によって地域資源の保全・活用を進める点から、グリーン・ツーリズムとエコツーリズムの推進は地域の持続的な発展に貢献するものであり、事業者だけでなく、地域が一体となって取り組む必要があります。また、これまでの枠組みにとらわれない新しい観光のあり方が求められる中、観光施設間の連携を図りつつ、テーマ性、ストーリー性を持たせることなどによって、連泊滞在や再び訪れたくなる観光魅力づくりを促進します。

＜県の主な施策＞

ア　食を究める観光の推進

○地域ならではの食材、特産品を掘り起こし、磨き上げ、観光旅行者に提供するとともに「名古屋めし」など、愛知らしさが感じられる食の国内外へのＰＲを強化します。

○地元の食材を活用し、食を楽しむだけでなく、学ぶ、体験するなど「食育」(※45)の要素も加え、健康にも留意したメニューの開発、提供を支援します。

○食のブランドの信頼を確保するとともに、食の安全性に対する意識啓発などの活動を通じて、食の安全の確保を図ります。

○戦国時代の食事を素材としたメニューと土産品の開発・販売を支援します。

イ　豊かな自然を感じる観光の推進

○山、川、海など変化に富んだ自然景観に加え、海上の森、もりの学舎、藤前干潟などを活用したエコツーリズムや、体験農園などを活用したグリーン・ツーリズムなどの魅力的な体験プログラムの開発を支援します。

○エコツアーのルートと見所などを紹介したパンフレット「あいちエコツアーガイド」を活用し、地域におけるエコツーリズムの普及に努めます。

○農山漁村の地域資源と体験モデルルートを紹介したホームページ「あいち都市農村交流ガイド」を活用し、グリーン・ツーリズムの普及に努めます。

○環境や健康をテーマとした観光ルートの設定を促進するなど、ＰＲを強化します。

※45　食育：食について学び、また、それを体験することなどを通じて、食べ物の大切さやそれを育てた豊かな自然や生命のすばらしさを感じる「こころ」を育てるとともに、健康で豊かな食生活や食習慣を身につけること

○ブログサイト「LET'S GO ！ あいち」や「三河の山里だより」を通じて、県内の観光情報、特産品情報などをきめ細かく発信します。
○自然公園は森林浴などを通じて自然や野生動植物との触れ合いの場となっていることから、東海自然歩道を始めとする自然公園施設を整備し、観光旅行者の利用を推進します。

ウ　伝統・文化に触れる観光の推進

○地域の伝統的・特徴的な祭りと国宝など文化財について、観光資源として有効活用の方策を検討するとともに、県内に所在する国・県指定文化財、国の登録文化財を幅広く紹介したホームページ「文化財ナビ愛知」を活用し、ＰＲを強化します。
○三河山間部に点在する文化芸術資源と観光拠点を有機的に結合し、見て、触れて、体感する芸術イベントを開催することで、都市部との継続的な交流を促進し、地域一体となって観光魅力を向上させます。
○街道、古い町並みなどを活かした、まち歩き魅力のイメージアップを図ります。
○旅行会社に対し、「あいちトリエンナーレ」など文化芸術資源を活かした旅行商品の造成に向けて働きかけます。
○スポーツ観戦、スポーツ活動、「にっぽんど真ん中祭り」、サブカルチャー(※46)系のイベントである「世界コスプレサミット」などをテーマとした旅行商品の企画・提案の働きかけに努めます。

【トピックス６　国指定重要無形民俗文化財】

愛知県には国民的財産ともいうべき貴重な民俗芸能や風俗習慣が数多く伝承されています。そのうち、国指定の重要無形民俗文化財は11件あり、秋田県の15件に続き、新潟県と並び全国第２位となっています。今後もこれらの貴重な財産を受け継いでいくとともに、観光資源としての魅力を高めつつ、愛知県の伝統・文化を県内外に発信していくことが重要です。

［名称］花祭、三河の田楽、尾張津島天王祭の車楽舟行事、豊橋神明社の鬼祭、
知立の山車文楽とからくり、三河万歳、尾張万歳、綾渡の夜念仏と盆踊、
鳥羽の火祭り、犬山祭の車山行事、亀崎潮干祭の山車行事
（出典：文化庁「国指定文化財等データベース」、愛知県「文化財ナビ愛知」）

※46　サブカルチャー：ある社会の正統的・伝統的な文化に対し、その社会の一部を担い手とする文化。例えば、大衆文化、若者文化、アニメ

エ　温泉などに癒しを求める観光の推進

○市町村などが実施する新たな泉源開発など、温泉施設の整備について支援します。

○温泉の効能を活用するなど、健康増進を目的としたヘルスツーリズム(※47)を推進します。

○温泉浴を主目的とする東アジアからの観光旅行者の誘客を進め、温泉を巡る旅を創造し発信します。

○海水などを活用した温浴施設の観光利用についての検討を進めます。

＜各主体に期待される主な取組＞

主　　体	取　組　内　容
県　民	○食・自然を感じる観光などへの参加、情報発信
観光事業者 （宿泊業、旅行業、飲食業、土産品業、観光施設業等）	○地域資源の掘り起こし、磨き上げ、ＰＲ・宣伝の強化 ○地域資源を活用した旅行商品の造成・販売 ○ニューツーリズムの推進に係る事業者間の連携強化 ○観光テーマに沿った土産品と食の開発・販売 ○食の安全性の確保
観光関係団体	○地域資源の掘り起こし、磨き上げ、ＰＲ・宣伝の強化 ○地域資源を活用した旅行商品の造成・販売の支援 ○ニューツーリズムの推進 ○映画・ドラマなどのロケの誘致・協力 ○観光テーマに沿った土産品と食の開発・販売の支援 ○食の安全性の確保
市町村	○地域資源の掘り起こし、磨き上げ、ＰＲの強化 ○食・自然を感じる観光などへの参加促進 ○ニューツーリズムの推進 ○地域資源を活用した旅行商品の造成の支援 ○映画・ドラマなどのロケの誘致・協力 ○観光テーマに沿った土産品と食の開発・販売の支援 ○食の安全性の確保
地域社会を構成する主体	○地域資源の掘り起こし、磨き上げ、ＰＲの強化 ○食・自然を感じる観光などへの参加促進
農林漁業者、商工業者	○ニューツーリズムの受入れ ○観光事業者との事業連携
国	○食・自然を感じる観光などの国内外への情報発信の支援 ○ニューツーリズムなど新しい旅行形態の推進方策の検討

※47　ヘルスツーリズム：健康増進・維持回復と観光を組み合わせた旅行

⑶　ソフト・ハード両面からの観光地づくり

魅力ある観光地づくりには、ソフト・ハード両面からのバランスのとれた取組が必要です。「愛知観光チャレンジプラン」（平成19年３月策定）に基づき、平成19年度から「愛知観光まちづくり推進会議」を設置し、地域の観光まちづくりの担い手による自主的な観光資源の掘り起こし、モデルコースの作成、イベント出展などが進められ、地域が一体となって観光まちづくりに取り組む動きとともに、県内各地域のリーダー間のネットワーク化が図られています。こうした取組を一層活発化させるため、市町村、観光関係団体の活動に加え、地域の人々が主役として活躍できる環境を整備します。

また、観光旅行者へのアンケート調査と県政世論調査結果によると、観光地の主な課題として駐車場、案内板、トイレなどの不備と道路渋滞が挙げられます。このため、安心・快適に、しかも満足して観光旅行が行えるよう、魅力ある観光地づくりに向けた整備を推進するとともに、県内観光地間の周遊性を高めるため、道路などの交通インフラの充実を図ります。

さらに、豊かな自然景観、伝統・文化を育む町並みなど、多くの良好な景観の保全と整備を進めるとともに、施設などの整備にあたっては、デザインなどにも配慮します。

＜県の主な施策＞

ア　観光まちづくりの促進

○地域振興や観光まちづくりに意欲のある地域住民を掘り起こし、住民の熱意、アイデアを観光まちづくりに活かす組織づくりを進め、併せて観光まちづくりリーダーとなる人材を育成します。

○市町村などが連携して実施するニューツーリズムの創出、情報発信、観光物産展、人材育成、観光商品の開発などについて支援します。

○商店街が実施する空き店舗の活用、イベント、施設整備などへの支援を行い、賑わいを創出し観光地を活性化させます。

○県内の地域資源を一堂に集めた「地域資源コンテスト（仮称）」を開催し、魅力ある地域資源の掘り起こしに努めます。

○市町村振興事業費補助金を活用して、観光振興につながる地域の文化的資源を活かした自主的、主体的な取組を支援します。

イ　質の高い観光基盤・施設の整備

○市町村などが実施する観光案内板、トイレなどの整備・拡充について支援します。なお、トイレ整備にあたって、観光旅行者が快適に利用できるようガイドラインを策定します。

○観光情報の発信拠点として、サービスエリア、道の駅、海の駅、県営名古屋空港、コンビニエンスストアなどを活用したＰＲを強化します。

○交流居住センター(※48)において、三河山間地域の交流居住に関する情報と観光情報を組み合わせたＰＲを推進します。

○愛・地球博記念公園、県民の森、愛知こどもの国など県関連レクリエーション施設の充実に努めるとともに、各種イベント情報の提供とＰＲを推進します。

○新東名高速道路、三遠南信自動車道などの高規格幹線道路、中部国際空港の二本目滑走路、リニア中央新幹線、港湾などの交通インフラの充実を図り、観光地間の有機的なネットワーク化を推進します。

○鉄道事業者に対して利便性の向上を働きかけるとともに、鉄道沿線における観光振興の取組を推進します。

○テーマ性を持った観光地を周遊するバスの運行について、地域の交通事業者に対して働きかけに努めます。

○「三河山間地域広域活性化計画」（平成21年４月策定）に基づき、観光拠点へのアクセス性を高め、観光拠点間の周遊性の向上を図る道路整備を計画的に行います。

ウ　高齢者、障害者にやさしい受入体制の整備

○市町村などが実施する観光施設のさらなるバリアフリー化、ユニバーサルデザイン化の推進を支援します。

○高齢者、障害者が安心して旅行ができるように手助けをする旅サポーターを養成するとともに、モデルコースを設定し旅行会社へ提案します。

○観光地のユニバーサルデザイン化、バリアフリーマップ、おもてなしマニュアルの作成などを市町村へ提案するなど、高齢者、障害者にやさしい環境づくりを進め、新たな観光需要を掘り起こします。

※48　交流居住センター：都市住民による三河山間地域での交流居住の促進を目的として、民間団体と自治体などが連携・協力し、平成20年４月に設立

＜各主体に期待される主な取組＞

主　　体	取　組　内　容
県　民	○観光まちづくり推進組織への参加 ○高齢者、障害者による観光の支援
観光事業者（宿泊業、交通運輸業、旅行業、飲食業、土産品業、観光施設業等）	○観光まちづくり推進組織への参加 ○ホームページ、パンフレットの整備 ○駐車場、観光案内板、トイレなどの整備 ○施設のバリアフリー化、ユニバーサルデザイン化の推進 ○高齢者、障害者向けの旅行商品の造成・販売 ○公共交通機関を活用した周遊観光の検討 ○公共交通機関の利便性の向上
観光関係団体	○観光まちづくり推進組織への参加 ○ホームページ、パンフレットの整備 ○施設のバリアフリー化、ユニバーサルデザイン化の促進
市町村	○観光まちづくり推進組織の活動支援 ○観光まちづくりリーダーの育成 ○ホームページ、パンフレットの整備 ○観光地の駐車場、観光案内板、トイレ、周辺道路などの整備・拡充 ○観光地のバリアフリー化、ユニバーサルデザイン化の推進 ○サービスエリアなどにおける観光ＰＲ ○観光地を周遊するバスの運行の検討
地域社会を構成する主体	○観光まちづくり推進組織への参加 ○高齢者、障害者による観光の支援
国	○観光地づくりの担い手となる人材育成への支援（人材育成ガイドラインの策定など） ○先進的なまちづくり地域の紹介

⑷　広域観光の推進

観光旅行者のニーズに対応した観光魅力を創出し、中部地域を訪問する観光旅行者の拡大を図るため、中部各県との連携を強力に推進し、中部地域全体が観光によって潤い、豊かになることを目指します。

また、海外からの新たな観光需要に対応するため、他圏域、他の有力な観光先進県との連携を図りつつ、広域観光を推進します。

県内各地域における広域連携については、その取組を支援するとともに、それぞれの地域にある食、温泉などの観光資源の魅力を活かし、県内外の市町村間の連携を促進します。

＜県の主な施策＞

○中部各県などで構成する「中部広域観光推進協議会」、「東海地区外国人観光客誘致促進協議会」を活用し、国内外とりわけ東アジアからの誘客を推進します。

○産業観光、武将観光などの推進にあたっては、観光資源・施設間の特性を活かして他県との連携を図り、広域観光モデルコースの検討を進めます。

○第４回日中韓観光大臣会合の成果を活かしつつ、他県との広域連携を図り、イベント・コンベンションの誘致・開催を進めます。

○観光圏の整備による観光旅客の来訪及び滞在の促進に関する法律（平成20年法律第39号。以下「観光圏整備法」という。）(※49)に基づく知多半島地域などの取組を支援し、滞在型観光に対応した観光地の魅力を高めるとともに、県内他地域における広域連携の取組を促進します。

【トピックス７　「YŌKOSO！JAPAN 大使」メッセージ②】

観光は経済の活性化とともに、国際社会の相互理解の増進や人々の暮らしに生きがいと安らぎをもたらす意義があります。今後、国際観光の一層の推進が不可欠であり、外国人旅行者のニーズにあった幅広い旅行構想が可能となる広域観光の取組が必要です。そうした中で、中部では平成17年10月に「中部広域観光推進協議会」が設立され、官民一体となって観光事業に取り組む体制が整いました。

訪日外国人旅行者誘致の要諦は事業に携わる「人」です。人間関係の構築を図るため相互の理解を深め、友人としての信頼関係を形成し、礼を尽くしてネットワークを広げることが肝要です。特にミッションを派遣しトップセールスで政府関係者とのつながりを深めつつ、民間とのコンタクトを広げることが効果的です。併せて、現地旅行会社、メディアを招聘し、より良い印象と感動をもたらすことによって成果が現われます。

中部では空港・鉄道・高速自動車道が整備され、平成26年度（予定）には北陸新幹線が一部開通するなど、広域観光ルートの基盤整備が拡大されます。このため、特にポテンシャルの高い諸外国との観光産業の幅広いパートナーシップを築き観光分野の絆を確立し、隣接する観光協議会との連携を図りつつ、観光に対する理解と協力を得ながら事業に取り組む必要があります。　　（社団法人日本観光協会 参与　天野一夫氏）

＜各主体に期待される主な取組＞

主　　体	取　組　内　容
県　民	○広域観光への参加、情報発信
観光事業者（宿泊業、交通運輸業、旅行業、飲食業、土産品業等）	○「中部広域観光推進協議会」、「東海地区外国人観光客誘致促進協議会」と連携した旅行商品の造成・販売 ○広域観光ＰＲ・宣伝への参加 ○観光圏整備法に基づく取組に向けた活動の実施
観光関係団体	○「中部広域観光推進協議会」、「東海地区外国人観光客誘致促進協議会」と連携したＰＲ・宣伝 ○広域観光ＰＲ・宣伝への参加 ○観光圏整備法に基づく取組に向けた活動の実施
市町村	○「中部広域観光推進協議会」、「東海地区外国人観光客誘致促進協議会」と連携したＰＲの強化 ○観光圏整備法に基づく取組に向けた活動の実施 ○県内外の他市町村と連携したＰＲの推進
地域社会を構成する主体	○広域観光への参加、情報発信の促進
国	○中部地域の観光ＰＲ・宣伝への支援（海外でのセミナー開催、海外メディアの招聘など） ○観光圏整備法に基づく支援（観光圏整備事業費補助金、道路運送法の特例など）

【トピックス８　広域観光圏に向けた取組～知多半島観光圏協議会】

知多半島は、漁業・農業、常滑焼、産業観光施設、豪華な山車文化など多彩な観光資源に恵まれているものの、平成17年の中部国際空港開港を地域への誘客に十分活かしきれていない状況があります。こうした中、観光・行政関係者らの連携・協働の取組を発展させるため、平成21年３月に「知多半島観光圏協議会」（会長：半田市長）が設立されました。

同協議会は５市５町(注)の行政と商工会議所・商工会、観光協会、観光事業者などで構成され、複数の自治体や観光地が連携し、観光圏の形成を目指しています。今後、知多半島が一体となった情報発信や宿泊魅力の向上、中部国際空港を核とした誘客強化などを図りつつ、伊勢・三河湾地域との連携も視野に入れた取組に、地域挙げての観光力の発揮が期待されます。

注）５市５町：半田市、常滑市、東海市、大府市、知多市、阿久比町、東浦町、南知多町、美浜町、武豊町

※49　観光圏の整備による観光旅客の来訪及び滞在の促進に関する法律：観光地が広域的に連携した「観光圏」の整備を行うことで、国内外の観光旅行者が２泊３日以上滞在できるエリアの形成を目指すもの。国際競争力の高い魅力ある観光地づくりを推進することで、地域の幅広い産業の活性化や交流人口の拡大による地域の発展を図る。

３ 「おもてなし愛知」の実現

⑴ 県民参加によるおもてなしの推進

観光旅行者が観光地を訪れ満足感を得られるかどうかは、街中での道案内など慣れない地で出会った人々からの親切心、心のこもった温かいおもてなしが影響します。それぞれの地域が観光への意識を高め、「おもてなしの心」を持って観光旅行者を迎えるため、県民参加による「おもてなし愛知」の実現を目指し、その気運醸成に向けた取組を積極的に進めます。また、次世代を担う子供たちが観光への理解を深めるためには、地域の自然、歴史・文化に関する教育の役割が重要です。

観光地でのおもてなしの一翼を担う観光ボランティアガイドについては、愛知万博を契機に積極的な組織化が進められ、その数は2,202人で全国第1位（平成20年）となっています（【資料編】4（4）参照）。

今後は、ガイドの数を増やすことはもとより、観光旅行者のニーズに的確に対応できるガイドを育成します。

【トピックス９　観光ボランティアガイドと愛知万博】

愛知万博の運営を支えたのは、多くのボランティアでした。ボランティア活動を一過性のものとせず地域社会に継承されることを目指した取組には、会場内で延べ108,485人が参加し、「愛・地球博ボランティアセンター」（平成14年設立）が大きな役割を担いました。また、会場外では延べ42,827人が参加し、県民一人ひとりと、この地域全体に大きな誇りと自信が生まれました。

観光分野でもボランティア気運が高まり、グループ相互の情報交換と連携を促進するため、平成15年８月に「あいち観光ボランティアガイドの会」が設立され、全県的な組織化が進展し、平成16年には観光ボランティアガイド数が全国第1位になりました。同会活動の活発化によってガイドのスキルアップが図られ、観光地のイメージアップに貢献するとともに、ガイド自身の生きがいづくりに役立っています。

平成21年10月には「おもてなし憲章」（【資料編】6参照）を定め、他県観光ボランティア組織との連携も進めていくなど、愛知万博によって培われたボランティア精神が観光分野において着実に育まれています。

＜県の主な施策＞

○多様な主体（県民、観光事業者、観光関係団体、市町村、経済団体など）が参画する全県を挙げた推進組織を設立し、シンポジウムの開催、ロゴマーク、バッジ作成などの活動を実施し、「おもてなしの心」の気運醸成に向けた県民運動を展開します。

○「おもてなしの心」の向上を図るため、観光出前講座などの開催に努めます。

○「あいち観光ボランティアガイドの会」が定めた「おもてなし憲章」に基づく活動を支援します。

○自然、歴史・文化、産業などの観光資源に関する研修を行い、観光ボランティアガイドの知識、スキルの向上を目指します。

○旅行会社、観光施設、個人からの要請に的確に応えるため、観光ボランティアガイドの派遣窓口を県のホームページなどで積極的にＰＲし、利用しやすいものとします。

○留学生、善意通訳を活用するなど、外国人旅行者に対応できる観光ボランティアガイドの育成に努めます。

○子供の頃から地域への理解を深めるため、小・中学生に自分たちの町をガイドする機会を設けるとともに、郷土の自然、歴史・文化などを学ぶ「読本」の作成に努めます。

○教育現場の要請に応じて、観光ボランティアガイド、観光まちづくりの専門家などを社会見学、課外活動などに派遣し、地域の観光に関する知識の向上を目指します。

＜各主体に期待される主な取組＞

主　　体	取　組　内　容
県　民	○「おもてなしの心」の実践 ○全県を挙げた推進組織への参加 ○観光ボランティアガイド、善意通訳への参加
観光事業者 （宿泊業、交通運輸業、旅行業、飲食業、土産品業、観光施設業等）	○「おもてなしの心」の育成と実践 ○全県を挙げた推進組織への参加
観光関係団体	○「おもてなしの心」の育成と実践 ○全県を挙げた推進組織への参加 ○観光ボランティアガイド育成の支援
市町村	○「おもてなしの心」の育成と実践の促進 ○全県を挙げた推進組織への参加 ○観光ボランティアガイド育成の支援
地域社会を構成する主体	○「おもてなしの心」の実践の促進 ○全県を挙げた推進組織への参加 ○観光ボランティアガイド、善意通訳への参加促進
学　校	○小・中学生が自分たちの町をガイドする機会の創出と、郷土の自然などを学ぶ「読本」の活用 ○地域の観光資源に関する知識の向上に係る協力
経済団体	○全県を挙げた推進組織への参加
国	○観光ボランティアガイド育成の支援 ○児童・生徒によるボランティアガイドの普及・促進

⑵　人の魅力による接客サービスの向上

観光旅行の良し悪しの印象は、観光旅行者が宿泊施設、観光施設、交通機関など、旅先で受ける接客サービスに大きく影響されます。

そうしたことから、観光旅行者の満足度を高めるため、宿泊業、交通運輸業などの従事者が、さらなる接客技術の向上とホスピタリティあふれるおもてなしを身につける必要があり、その人材育成を進めます。

＜県の主な施策＞

○宿泊施設とバス・タクシー事業の従事者などを対象に、心のこもったおもてなし、語学力の強化などの研修について、キャリア形成促進助成金などを活用し、その実施に向けて検討します。

○「おもてなしの心得（仮称）」の作成、啓発に向けて関係団体へ働きかけ、地域全体で接客技術の底上げに努めます。

＜各主体に期待される主な取組＞

主　　体	取　組　内　容
観光事業者 （宿泊業、交通運輸業、旅行業、飲食業、土産品業、観光施設業等）	○従事者に対するおもてなし、語学などの研修の実施 ○「おもてなしの心得（仮称）」の作成、啓発
観光関係団体	○観光事業者が行う研修の支援 ○「おもてなしの心得（仮称）」作成の支援
市町村	○観光事業者が行う研修の支援 ○「おもてなしの心得（仮称）」作成の支援
国	○外国人旅行者受入れなどの研修の支援

４　地域別観光振興の方向

愛知の観光振興にとって重要なのは、地域の観光魅力なくして愛知の観光魅力はないという点です。地域が個性を活かし、観光資源を掘り起こし、磨き上げ、観光魅力を創り出していくことが大切です。地域の様々な魅力を重ね合わせて初めて愛知の観光に輝きがもたらされ、洗練された質の高い観光を実現することができます。

愛知は年間を通じて温暖な気候であり、古くから交通の要衝として多様な産業が発展するとともに、文化の先進地として、今に伝統を受け継いでいます。モノづくり技術に卓越し、優れた産業人を輩出し、幅広いモノづくり企業が立地し、全国的に見ても多彩な産業観光資源が厚く集積するとともに、三英傑といわれる信長、秀吉、家康などの武将観光資源が豊富です。

また、４つの国定公園(※50)と７つの県立自然公園(※51)、県内を横断する東海自然歩道、里山、桜の名所などがあり、木曽川、矢作川、豊川などの河川は、流域各所に美しい景観と豊かな食の素材をもたらしています。伝統・文化が育み、継承してきた貴重な文化遺産、地域色豊かな食文化などがあります。

観光はある程度の広がりをもって周遊する場合が多いことから、既存の行政界にとらわれることなく、地勢的・社会的特性に着目して、県域を「三河湾・伊勢湾」、「三河山間部」、「尾張平野部」、「三河平野部」、「大都市（名古屋）」の５つに分け、観光振興の取組にあたって配慮すべき事項と方向を示します。観光振興の特性上、地域区分はゆるやかなもので、実際の取組ではここで示す地域区分を越えた市町村間、観光施設間の連携が想定されるなど、相互の重なり合いを前提としています。

各地域区分にかかわらず、次の点は共通します。

○地域の観光魅力を向上させるため、地域主導による自立した主体的かつ継続的な取組を促進します。

○産業観光と武将観光は、地域の観光資源をテーマ化、ストーリー化する際の重要な視点とします。

※50　国定公園：三河湾国定公園、飛騨木曽川国定公園、天竜奥三河国定公園及び愛知高原国定公園
※51　県立自然公園：渥美半島県立自然公園、南知多県立自然公園、段戸高原県立自然公園、振草渓谷県立自然公園、本宮山県立自然公園、桜淵県立自然公園及び石巻山多米県立自然公園

○観光振興の取組を通じて、観光地での美化活動や環境保全活動を促進し、地域における環境意識の向上に努めます。

○高規格幹線道路、鉄道、中部国際空港などの交通インフラを活用し、県境を越えた広域周遊コースを企画・提案するなど、隣接県との連携を図り、地域特性に応じた広域観光を進めます。

⑴　三河湾・伊勢湾

（現状）

三河湾、伊勢湾、渥美外海（太平洋）の豊かな海に面し、風光明媚な自然景観とともに、特色ある美味しい農水産物が数多く生産されています。古くから産業が発達した沿岸部には、神社・仏閣、温泉郷、伝統ある祭りとイベント、テーマパークなどの観光資源があります。海洋性レクリエーションの拠点としてヨットハーバー、海水浴、潮干狩り、観光漁業、魚釣り、マリンスポーツなどとともに、温暖な気候を活かしたみかん、メロンなどの果物狩りなど多彩な観光を提供しています。

（方向）

○三河湾・伊勢湾を基軸として、周遊性を持たせることで連泊滞在型観光を視野に入れつつ、海の幸などの地域の食材を活かし、半島、離島などが持つイメージに即した観光魅力を高める取組を促進します。

○観光旅行者の癒しと寛ぎ、健康回復・増進などへの志向の高まりから、蒲郡温泉郷、南知多温泉郷を始めとした温泉、健康づくりを支援する拠点施設であるあいち健康プラザなどを活用し、ヘルスツーリズムを推進します。

○豊富な農畜産物を活かした特産品の開発・販売促進など、農商工連携の取組を促進します。

ア　知多半島

○半島を縦断する道路、鉄道による名古屋圏からのアクセスの良さを活かすとともに、醸造業、加工品業、綿業、窯業、エネルギー産業などの産業観光、観光漁業などの体験型観光、滞在型観光の取組を促進します。

○中部国際空港は中部地域の玄関口であり、そのイン・アウト機能の活用を図りながら、中部の観光情報の発信、土産品として名産を取り揃える取組などを進めます。

○「知多半島観光圏協議会」の取組を支援するとともに、環伊勢湾・三河湾を活かした広域連携を進め、テーマ性のある旅行商品づくりを行うなど地域の観光魅力を向上させる取組を促進します。

イ　渥美半島

○風光明媚な三河湾と雄大な太平洋に囲まれた半島であり、地域の観光拠点である伊良湖岬周辺の景観、菜の花などの花き、ウミガメなどの貴重な生物資源、サイクリングロード、風力発電の風車、自動車工場などの観光資源が点在するため、相互の連携を図る取組を促進します。

○自然と環境を活かした観光を展開できる地域であり、日本風景街道に認定されている「菜の花浪漫街道」、新鮮な地元素材を活かし洗練された食の開発、海上交通を活かした魅力づくり、継続的なイベント開催などの取組を促進します。

ウ　三河湾沿岸

○温泉、テーマパーク、マリンスポーツ、イベント・伝統芸能、文化財・史跡、食材など豊富な観光資源を組み合わせたヘルスツーリズム、滞在型観光など新たな観光ニーズに対応する取組を促進します。

○漁業・農業関係者と連携した地域の特徴を活かした取組を促進します。

○鉄道事業者に対して利便性の向上を働きかけるとともに、鉄道沿線における観光振興の取組や二次交通の充実に向けた取組を推進します。

エ　離島

○個性ある自然景観、独自の伝統・文化、ふぐやたこなどの海の幸、地引網などの観光資源を活かし、広域観光の取組を促進します。

・篠島	「東海の松島」と呼ばれる変化に富んだ景観と食を活かした取組
・日間賀島	海岸でのリラクゼーションや健康料理を活かしたヘルスツーリズムの推進と、地引網を始めとした漁業体験などを通した自然体験ワールドを目指した取組
・佐久島	祭りと現代アートをキーワードに、自然、伝統を活かした取組

⑵　三河山間部

（現状）

茶臼山、鳳来寺山などの山々、段戸裏谷、三河高原、奥矢作湖、面の木原生林を始め、森林、渓谷、清流、星空などの変化に富んだ優れた自然と、奥三河の原風景ともいえる棚田などの農山村環境は、愛知の山間部の豊かな景観を提供します。

また、往時の賑わいを感じさせる古い町並みと街道、祭り、田楽、歌舞伎などの民俗芸能、温泉、ダムなどの資源は、個性ある観光魅力を創り上げています。

（方向）

○この地域の観光振興にあたっては、都市部との交流を拡大する必要性が高く、「あいち山村振興ビジョン」（平成21年３月策定）（【資料編】３ (3) 参照）との整合性を図りつつ、観光振興施策を推進するなど総合的に取り組みます。

○今後、新東名高速道路、三遠南信自動車道などの高規格幹線道路が整備されることにより都市圏からのアクセスが良好となるため、施設などにおける観光旅行者の滞在時間の拡大を図るとともに、地域の周遊性を高める取組を促進します。

○桜、紅葉、芝桜、四季桜など四季折々の景観を活かし、地域全体で観光旅行者を通年で呼び込む取組と、国道151号を中心とした「まつり街道」などの移動景観の魅力の向上を図る取組を促進します。

○茶臼山高原など広域観光ルートの拠点の拡充を支援します。

○農林水産業へ観光的視点を取り込み、山里体験、農家宿泊などのプログラムによるグリーン・ツーリズムの推進と農商工連携の取組を通じて、地域資源にこだわった土産品（特産品）と食の開発・販売促進を支援します。

○地域の伝統・文化、産業を活かしたイベントなどの継続的な開催を促進するとともに、駐車場、トイレなどの整備にあたっては、自然も含めた地域の環境への配慮に努めます。

○地域が保存・伝承する伝統芸能、文化芸術資源などを観光へ活かすとともに、重要無形民俗文化財「花祭」の世界無形遺産への登録に向けての取組を推進します。

○観光拠点間の周遊性を向上する道路整備を計画的に行います。また、鉄道事業者に対して利便性の向上を働きかけるとともに、二次交通の充実に向けた取組を推進します。

○農山村と都市との交流ニーズを効果的に組み合わせる二地域居住などの促進を通じて、観光交流を図ります。

⑶　尾張平野部

（現状）

尾張平野部は、濃尾平野が広がる平坦な地形とともに、東部には南北に丘陵が連なり、名古屋の近郊に位置します。交通網が発達し、もう一つの空の玄関である県営名古屋空港があります。国際会議観光都市、城址、古戦場、テーマパーク、美術館、博物館、伝統ある祭りとイベント、水郷地帯、都市近郊の温泉、さらには木曽川の河川景観や自然休養林など地域固有の多彩な観光資源があります。

（方向）

○産業観光、武将観光など県域全体での取組を軸に、地域内あるいは、大都市（名古屋）と連携し、観光魅力を向上させる取組を促進します。

○海上の森など貴重な観光資源を活用し、エコツーリズムなどの体験・学習型の観光を推進します。

○街道、木曽川、陶磁器などをキーワードに、岐阜県と三重県との連携を推進します。

○コミューター航空、ビジネス機などの拠点空港である県営名古屋空港の利用促進を図るとともに、観光と空港の一体的なＰＲを強化します。

⑷　三河平野部

（現状）

三河平野部は、平坦な地形に矢作川、豊川の流れが広がり、世界有数の自動車関連産業の集積地であるとともに、家康ゆかりの史跡、神社・仏閣、旧東海道の面影を残す宿場町など、多数の観光資源があります。また、農業、エネルギー産業、伝統産業、路面電車など地域の特徴ある資源のほか、三河万歳など多くの民俗芸能が伝承されるとともに、三河花火、手筒花火など伝統を受け継いだ祭りとイベントが多数あります。

（方向）

○最先端の技術が集積する自動車関連産業、八丁味噌、抹茶、瓦などの伝統産業、家康などの三河武士に代表される資源を活かした取組を促進します。

○矢作川や豊川流域各所の豊かな自然を活用し、上下流交流を行うなど、交流人口の拡大を図ります。

○自動車関連産業の中核都市としての特性、県東部の玄関口としての地域特性などを活かしたコンベンション機能の向上を図る取組を促進します。

○「東三河広域観光協議会」などの広域観光推進組織の取組を促進します。

○貴重な自然環境が保全されている湿原などとともに、自然と親和性を持った体験型施設を活かし、エコツーリズムの取組を促進します。

○豊富な農畜産物を活かした特産品の開発・販売促進など、農商工連携の取組を促進します。

⑸　大都市（名古屋）

（現状）

県西部の平野に位置する名古屋は、東京、大阪に次ぐ都市圏の中枢都市として文化・伝統の重みとともに、この地域の人、モノ、情報の流れの中心地です。道路、鉄道などの交通結節点であり、愛知、そして中部地域の観光エントランス機能を有します。

伝統・文化、産業などに由来する歴史観光と産業観光の関連施設が多数あるとともに、都市観光の魅力として、「名古屋めし」や名古屋駅前、栄、大須などにおける商業施設を活かしたショッピング、野球・サッカーなどのスポーツ観戦、コンサートなどのイベント、美術館、博物館、音楽施設、ベイエリア、「世界コスプレサミット」などのサブカルチャー、ラムサール条約に登録されている藤前干潟など多彩な観光資源があります。

（方向）

○名古屋国際会議場、ポートメッセなごや、県産業労働センター（ウインクあいち）などを活用し、地域におけるＭＩＣＥ開催機能を強化することで愛知の知名度の向上を図り、集客の拡大を目指します。

○ビジネス客に対して大都市が持つ観光魅力の情報発信を進め、周辺地域を含めた観光施設と観光地への来訪を促す取組を進めます。

○名古屋駅の持つ中部地域のイン・アウト機能を活かし、広域的な観光情報を発信するとともに、中部地域の土産品に対応した展示・販売機能を備えるための取組を進めます。また、充実した宿泊施設を活用し、周辺地域を含めた新たな宿泊観光需要を掘り起こします。

○武将ゆかりの史跡、尾張徳川家に伝わる武家文化などの豊富な資源を活かした歴史観光、モノづくりの変遷と最先端の技術を学べる産業観光など、新たな観光ニーズに対応した洗練された観光魅力を創出する取組を促進します。

○古い町並みなど従来は観光資源として十分認識されなかった資源の掘り起こし、名古屋城本丸御殿の復元、東山動植物園の再生など、核となる観光魅力を創出する取組を促進します。

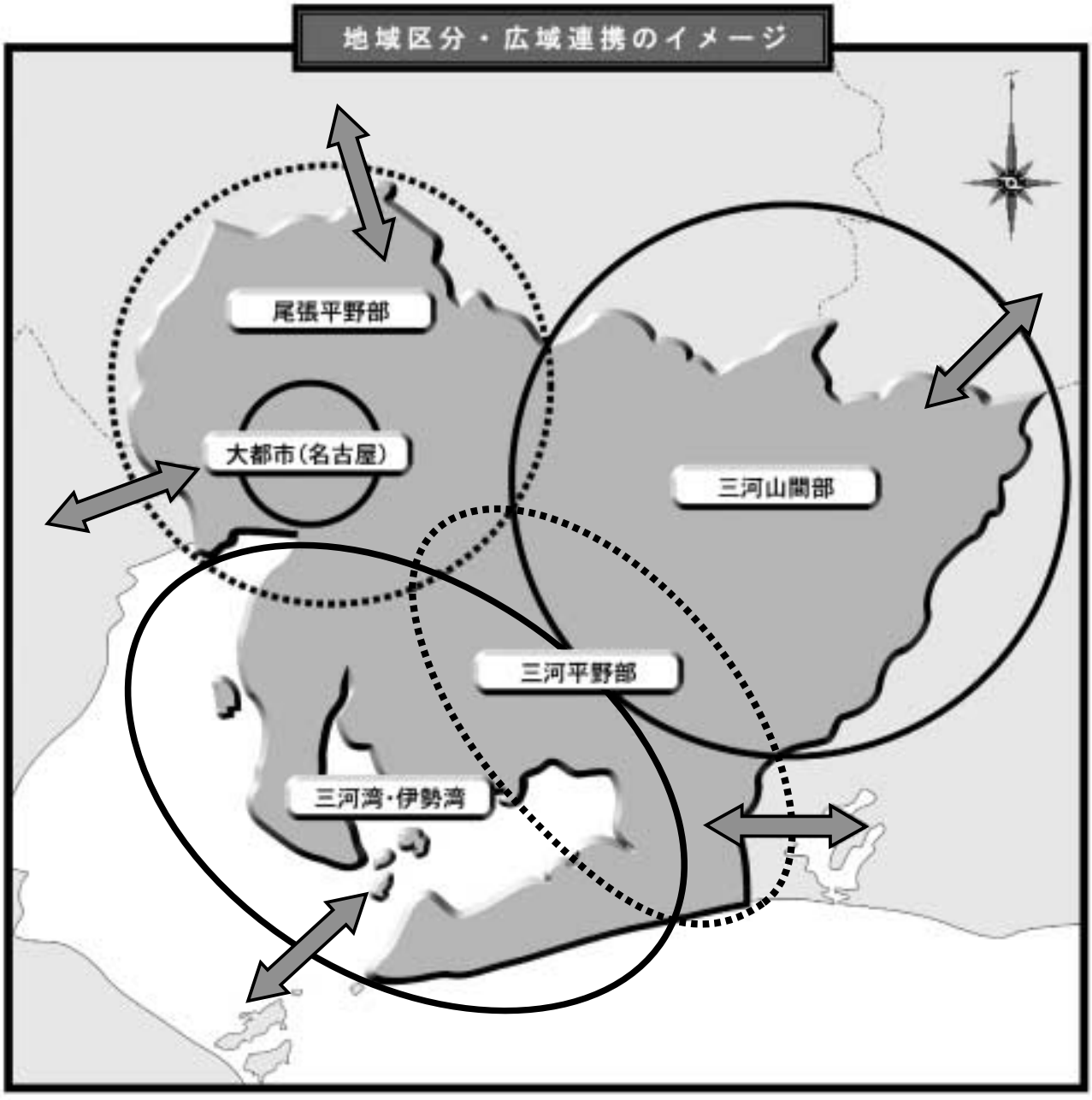
○ＣＯＰ10の開催にあたり、地元食文化の紹介、自然、歴史・文化を体感できるエクスカーションなどを通じて、参加者へ地域の観光魅力を提供します。

○名古屋開府 400 年祭の取組の成果を今後の観光振興につなげ、地域の観光魅力を一層高める動きを促進します。

○文化施設、商業施設、地下街など大都市としての多彩な観光魅力を持つ名古屋市と密接な連携を図ります。

【トピックス10「名古屋めし」】

名古屋から東京へ進出した飲食企業の提供した「味噌カツ」などが人気を博し、これをきっかけとして平成14年頃から東京を中心に「名古屋めし」という言葉が使われるようになったと言われています。愛知万博の開催でこの地域への注目度が高まるとともにブレイクし、地域の「食」が「名古屋めし」として全国的にも認知されていきました。豆味噌料理の「味噌カツ」や「味噌煮込みうどん」、「ひつまぶし」、「手羽先」、「きしめん」、「あんかけスパ」、「天むす」など多彩なメニューがあります。


地域区分・広域連携のイメージ
尾張平野部
大都市（名古屋）
三河山間部
三河平野部
三河湾・伊勢湾

第4章　観光振興に関する施策を総合的かつ計画的に推進するために必要な事項

1　推進体制の整備

⑴　各主体間の役割分担と協働

ア　県の責務

観光事業者、観光関係団体への支援と相互連携の促進を図るとともに、観光振興施策を総合的に策定します。その実施にあたっては、県民が観光振興に果たす主体的な役割を踏まえ、施策が円滑に遂行されるよう関係者との連携・協働関係を構築します。

多様な主体（県民、市町村、観光事業者、観光関係団体、経済団体など）による全県を挙げた推進組織を設立し、観光振興に向けた気運醸成と連携を進めます。

イ　県民の役割

観光に対する関心と理解を深め、魅力ある観光地の形成に主体的な役割を果たすとともに、地域における観光振興に関する取組に参画することが期待されます。

ウ　観光事業者の役割

事業活動を通じて、来訪者に対するサービスの向上とおもてなしの推進を図るとともに、観光情報の発信、観光資源の掘り起こし、従事者の育成、観光まちづくりへの参画が期待されます。

また、県が実施する観光振興施策、地域における県民などの主体的な観光振興に関する取組との連携・協力が期待されます。

エ　観光関係団体の役割

観光情報の発信、観光旅行者の誘致、観光資源の掘り起こし、人材の育成などの推進を図るとともに、業種の枠を超えた連携を促進しながら、観光振興に関する取組に努めることが期待されます。

また、県が実施する観光振興施策、地域における県民などの主体的な観光振興に関する取組との連携・協力が期待されます。

オ　県と社団法人愛知県観光協会との協働

社団法人愛知県観光協会（以下「県観光協会」という。）は、国内外の観光旅行者を誘致し観光事業の振興を図る組織として、県全域の観光振興を行う観光関係団体です。

県内観光関係団体のネットワークの中核を担う立場から、市町村観光協会、観光事業者、観光ボランティアガイド団体などに支援を行うとともに、他県の観光関係団体と連携し、地域全体の誘客活動を推進することが期待されます。

県と県観光協会との協働関係は、愛知の観光振興の一層の発展のために必要であり、このため、県との適切な役割分担の下にその充実を図っていくことが求められます。

カ　県と市町村との連携

県は観光振興施策の策定、実施にあたって、市町村と連携するとともに、市町村が実施する観光振興施策について、必要な支援を行うよう努めます。

⑵　庁内連携体制

観光振興施策は庁内部局横断的であるため、「愛知県観光振興推進本部」を中心に部局間の連携を密にして取り組みます。

⑶　議会への報告

本計画に定めた観光振興に関する施策の実施状況について、条例第９条第６項の規定により、毎年、議会に報告し、公表します。

また、社会経済情勢の変化に伴い、本計画を変更した場合は、条例第９条第５項の規定により、議会に報告し、公表します。

⑷　施策の進捗管理・評価

外部有識者、観光関係者などを構成員とする「愛知県観光振興基本計画推進委員会（仮称）」を設置し、本計画に基づく施策の進捗管理・評価を行います。

２　観光統計の整備

本計画の進捗管理を適切に行う上での基礎資料とするとともに、観光振興施策の立案にあたって、観光旅行者の動向、ニーズなどを把握する際に活用するため、観光統計を整備します。

３　財政上の措置

観光振興施策の推進に必要な財政上の措置を講ずるとともに、厳しい財政状況を踏まえ、優先度と費用対効果に配慮しつつ施策を実施するよう努めます。