

あいち観光戦略の概要

1. 策定の趣旨等

本県では、平成 22(2010)年度から 27(2015)年度までを計画期間とする「愛知県観光振興基本計画」を策定し、各種施策に取り組んできました。このたび、同計画の期間満了に伴い、最新の国の動向や社会・経済情勢の変化を踏まえた「あいち観光戦略」を策定します。この戦略は、観光を本県の新たな戦略産業と位置付けた「あいち観光元年」宣言を受けて、県が取り組むべき具体的なプロジェクトを盛り込んだアクション・プログラムとなっています。

2. 計画期間

平成 28(2016)年度～平成 32(2020)年度 (5年間)

3. 目指す姿 (何を狙うのか)

発見、感動、伝えたい観光県—あいち

本県の楽しいコト、驚くコト、おいしいコトを発見し、感動することで、
全国・世界の人々に伝えたい観光県を目指します。

4. 基本的な視点 (どのように狙うのか)

戦略的な情報発信

本県の特徴を生かしたブランド化やターゲットの明確化、ニーズの把握等を行い、国内外に向けて戦略的かつ効果的にPRし、観光県「あいち」の魅力伝えます。

幅広い県民参加

個人、学校、企業、団体など、様々なフィールドで、県民自身が本県の歴史・文化や自然、食などの魅力を再発見し、誇りを持って、観光県「あいち」の魅力を伝えていきます。

重点・牽引型

総花的・底上げ型ではなく、本県らしい魅力あるテーマに沿って重点事業を定め、磨き上げを行うことで、伝えたい観光県「あいち」を実現します。

5. 戦略とプロジェクト (何を狙うのか)

<p>戦略 I</p> <p>訪日外客誘致に向けたプロモーションと受入態勢の強化</p> <p>“Heart” of JAPAN ~Technology & Tradition</p> <p>増加を続ける訪日外客を確実に取り込むために、PRと受入態勢を強化し、満足度の向上を図る。</p>	<p>戦略 II</p> <p>観光資源の充実とブランド化の推進</p> <p>～モノズゴ愛知で待つ県～</p> <p>観光資源の発掘・磨き上げを行うとともに、本県らしいテーマ観光等を戦略的にPRし、本県の観光のブランド化を図る。</p>	<p>戦略 III</p> <p>観光交流拠点県としての機能強化</p> <p>良好なアクセス環境を活かして観光交流拠点としての機能を強化するとともに、観光客の安心・安全の確保を図る。</p>	<p>戦略 IV</p> <p>MICE・スポーツ大会を通じた誘客推進</p> <p>MICE・スポーツ大会の誘致・開催等を推進するとともに、受入環境を整備することで、本県の交流人口の増大を図る。</p>	<p>戦略 V</p> <p>戦略的な観光ひとづくり</p> <p>県民や企業、学校等を巻き込んで観光を盛り上げ、観光人材の裾野を広げるとともに、キーパーソンを育成する。</p>	<p>戦略 VI</p> <p>民間活力の活用</p> <p>民間主導のプロジェクトと連携したり、大学・企業などと連携して、資源の磨き上げやPRなどを行う。</p>
<p>【重点プロジェクト】</p> <p>情報発信の充実・強化</p> <p>海外観光説明会・商談会開催</p> <p>海外プロモーション実施</p>	<p>【重点プロジェクト】</p> <p>武将観光・産業観光の推進</p> <p>戦国武将やゆかりの史跡、忍者等を活かした武将観光の推進</p> <p>武将観光イベントの開催</p> <p>あいち航空ミュージアム(仮称)の整備</p>	<p>【重点プロジェクト】</p> <p>広域観光の推進</p> <p>昇龍道プロジェクトの推進</p> <p>産業観光周遊バスの運行</p>	<p>【重点プロジェクト】</p> <p>MICE の誘致</p> <p>MICE 誘致のためのPR・プロモーション</p> <p>受入環境の整備</p> <p>大規模展示場の整備に向けた取組</p>	<p>【重点プロジェクト】</p> <p>観光人材の育成</p> <p>学校との連携・協働</p> <p>地域自らによる観光マネジメント力の強化</p> <p>日本版DMO[*]の推進</p>	<p>【重点プロジェクト】</p> <p>観光関連事業者との連携強化</p>
<p>【その他のプロジェクト】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ アジアを重視した誘客促進と受入環境の整備促進 ○ 駐日外国公館・外国政府観光局・海外メディアとの連携 ○ 伊勢志摩サミットを活用した魅力発信 ○ 訪日教育旅行の誘致・受入 ○ インターネット環境の利便性向上 ○ 観光案内所・案内看板・観光施設の多言語対応 ○ 免税店・ナイト観光の充実 	<p>【その他のプロジェクト】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 映画・ドラマ等のロケ支援及びロケーション資源の活用 ○ ポップカルチャー観光の推進 ○ 山村・離島の観光振興 ○ 街道観光の推進 ○ 酒蔵を生かしたツーリズムの推進 ○ 観光施設の整備等への支援 ○ 学習施設を活用した環境観光の推進 ○ 自然公園の活用 ○ 県営都市公園の活用 ○ 観光統計の整備 	<p>【その他のプロジェクト】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 航空路線・クルーズ船の誘致促進 ○ 道の駅を活用した観光振興 ○ 交通拠点発の二次交通及び観光周遊コースの充実 ○ 観光力につながる道路整備 ○ 自然災害発生時等における旅行者の安心・安全の確保 	<p>【その他のプロジェクト】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ ラグビーワールドカップ 2019 の開催支援 ○ 2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会の競技招致及び宿泊誘致 ○ FIFAフットサルワールドカップ 2020 の招致と開催支援 ○ アジア競技大会などの国際的スポーツ大会の招致検討 ○ 愛知芸術文化センターを活用した誘客 ○ 県内で開催される大規模催事・展示会等のPR 	<p>【その他のプロジェクト】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 観光ボランティアガイド等を通じた県民によるおもてなしの向上 ○ 県民による魅力再発見の推進 ○ 大学等の専門知識の活用 <p><small>*Destination Management / Marketing Organization の略。地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに、地域への誇りと愛着を醸成する「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの推進役。</small></p>	<p>【その他のプロジェクト】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 企業、NPO、市民活動、大学、留学生などとの連携・協働 ○ 有料道路コンセッションを通じた観光振興 ○ 県営都市公園における民間活力を活用した新たな魅力の創出

6. 数値目標

<p>来県者数</p> <p>全体(平成 26 年) 3,817 万人 ▶ 5,000 万人</p> <p>外国人(平成 26 年) 123 万人 ▶ 400 万人</p>	<p>観光消費額</p> <p>全体(平成 26 年) 7,270 億円 ▶ 1 兆円</p> <p>外国人(平成 26 年) 798 億円 ▶ 2,500 億円</p>	<p>滞在日数</p> <p>全体(平成 26 年) 1.29 泊 ▶ 1.7 泊</p> <p>外国人(平成 26 年) 1.44 泊 ▶ 2.0 泊</p>	<p>国際会議開催件数</p> <p>(平成 26 年) 179 件 ▶ 200 件</p>	<p>満足度</p> <p>全体(平成 26 年) 19.6% ▶ 30.0%</p> <p>外国人(平成 27 年) 39.6% ▶ 50.0%</p>	<p>観光地としての魅力度</p> <p>全体(平成 27 年 4-9 月) 69.7% ▶ 80.0%</p> <p>県民(平成 27 年 4-9 月) 66.3% ▶ 80.0%</p>
--	---	--	---	---	---