



平成 30 年度版

# あいち観光戦略に基づく 観光振興施策の実施状況

(平成 29 年度年次報告書)

本書は、愛知県観光振興基本条例第9条第6項の規定に基づき、愛知県観光振興基本計画に定められた観光振興に関する施策の平成29年度の実施状況に関する報告を行うものです。

# 目 次

<b>あいち観光戦略の概要</b> .....	1
<b>1 数値目標の達成状況</b> .....	3
(1) 来県者数.....	4
(2) 観光消費額.....	5
(3) 滞在日数.....	6
(4) 国際会議開催件数.....	7
(5) 満足度(「非常に満足」の割合).....	8
(6) 観光地としての魅力度(「魅力がある」の割合).....	9
<b>2 平成 29 年度の観光振興施策の実施状況</b> .....	10
戦略Ⅰ 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.....	10
戦略Ⅱ 観光資源の充実とブランド化の推進.....	15
戦略Ⅲ 観光交流拠点としての機能強化.....	27
戦略Ⅳ MICE・スポーツ大会を通じた誘客推進.....	29
戦略Ⅴ 戦略的な観光ひとづくり.....	33
戦略Ⅵ 民間活力の活用.....	36
<b>3 平成 30 年度の主要な観光振興施策</b> .....	38
戦略Ⅰ 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.....	38
戦略Ⅱ 観光資源の充実とブランド化の推進.....	39
戦略Ⅲ 観光交流拠点としての機能強化.....	42
戦略Ⅳ MICE・スポーツ大会を通じた誘客推進.....	42
戦略Ⅴ 戦略的な観光ひとづくり.....	43
戦略Ⅵ 民間活力の活用.....	44
(参考)あいち観光戦略推進委員会.....	45

- |  |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"><li>・ P10～P44 における、「(1)」「①」などの番号は、「あいち観光戦略」の体系番号に準拠している。</li><li>・ 本報告書は、主な施策を抜粋して掲載しているため、すべての体系番号が掲載されているわけではない。</li></ul> |
|--|

## 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。

## 3. 目指す姿（何をを目指すのか）

# 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。

## 5. 戦略とプロジェクト（何ををもって目指すのか）

### 戦略Ⅰ

#### 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

“Heart” of JAPAN  
-Technology & Tradition

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。

#### 【重点プロジェクト】

##### 情報発信の充実・強化

海外観光説明会・商談会開催  
海外プロモーション実施

#### 【その他のプロジェクト】

- 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

### 戦略Ⅱ

#### 観光資源の充実と ブランド化の推進

～モノスゴ愛知で待つ県～

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。

#### 【重点プロジェクト】

##### 武将観光・産業観光の推進

戦国武将やゆかりの史跡、忍者等を  
生かした武将観光の推進  
武将観光イベントの開催  
あいち航空ミュージアムの整備

##### 伝統・文化に触れる観光の推進

山車まつり・文化のPR・プロモーション

##### グルメ・食文化のブランド化

「なごやめし」の普及促進

##### 着地型観光の推進

着地型観光の商品化支援

##### 情報発信の充実・強化

首都圏等における情報発信・プロモーション

#### 【その他のプロジェクト】

- 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

### 戦略Ⅲ

#### 観光交流拠点県 としての機能強化

良好なアクセス環境を生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。

#### 【重点プロジェクト】

##### 広域観光の推進

昇龍道プロジェクトの推進  
産業観光周遊バスの運行

#### 【その他のプロジェクト】

- 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

## 6. 数値目標

来 県 者 数	全体(平成26年)	3,817万人 ▶ <b>5,000万人</b>
	外国人(平成26年)	123万人 ▶ <b>400万人</b>

観 光 消 費 額	全体(平成26年)	7,270億円 ▶ <b>1兆円</b>
	外国人(平成26年)	798億円 ▶ <b>2,500億円</b>

滞 在 日 数	全体(平成26年)	1.29泊 ▶ <b>1.7泊</b>
	外国人(平成26年)	1.44泊 ▶ <b>2.0泊</b>

# 戦略の概要

## 2. 計画期間

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

平成 28(2016)年度～平成 32(2020)年度 (5年間)

## 4. 基本的な視点 (どのように目指すのか)

### 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」の魅力を伝えます。

### 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。

### 戦略Ⅳ

#### MICE・スポーツ大会を通じた誘客推進

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。

#### 【重点プロジェクト】 MICE の誘致

MICE 誘致のための PR・プロモーション

#### 受入環境の整備

大規模展示場の整備に向けた取組

#### スポーツ大会の招致・育成

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合宿誘致

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

#### 【その他のプロジェクト】

- 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

### 戦略Ⅴ

#### 戦略的な観光ひとづくり

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。

#### 【重点プロジェクト】 観光人材の育成

学校との連携・協働

#### 地域自らによる 観光マネジメント力の強化

日本版 DMO\*の推進

#### 【その他のプロジェクト】

- 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

\*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。

### 戦略Ⅵ

#### 民間活力の活用

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。

#### 【重点プロジェクト】 観光関連事業者との 連携強化

#### 【その他のプロジェクト】

- 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

国際会議開催件数

(平成 26 年)

179 件 ▶ 200 件

満足度  
(非常に満足との割合)

全体(平成 26 年)

19.6% ▶ 30.0%

外国人(平成 27 年)

39.6% ▶ 50.0%

観光地としての魅力度  
(魅力があるとの割合)

全体(平成 27 年 4-9 月)

69.7% ▶ 80.0%

県民(平成 27 年 4-9 月)

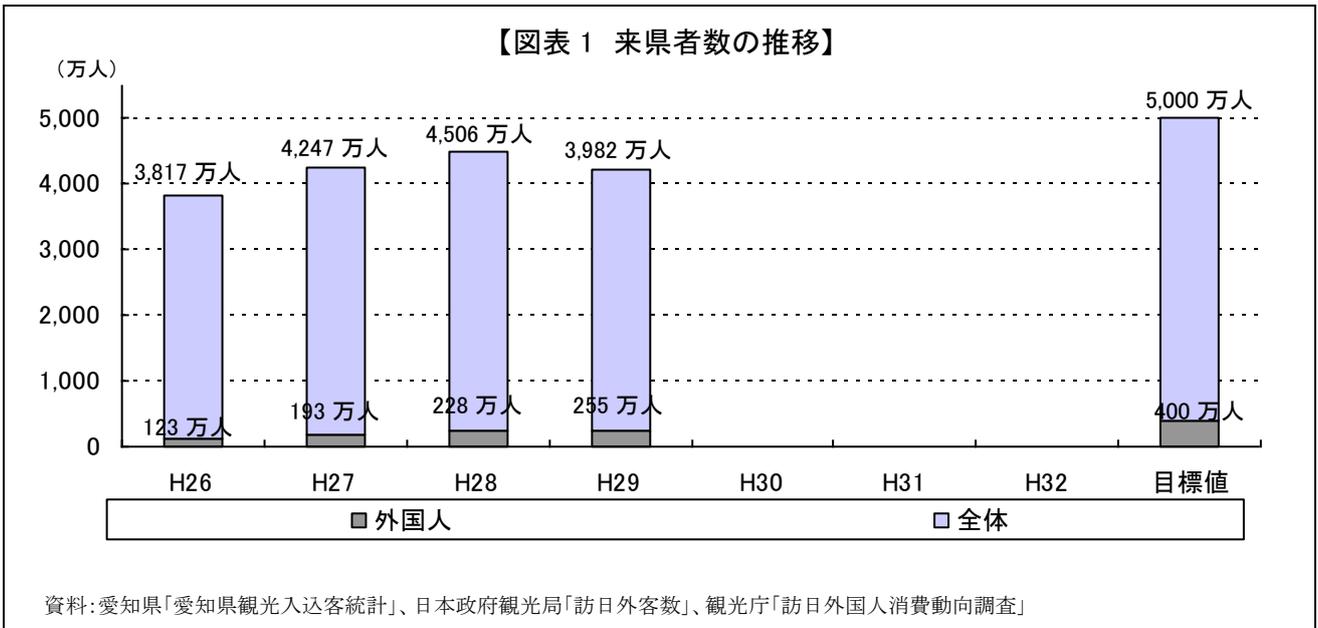
66.3% ▶ 80.0%

# 1 数値目標の達成状況

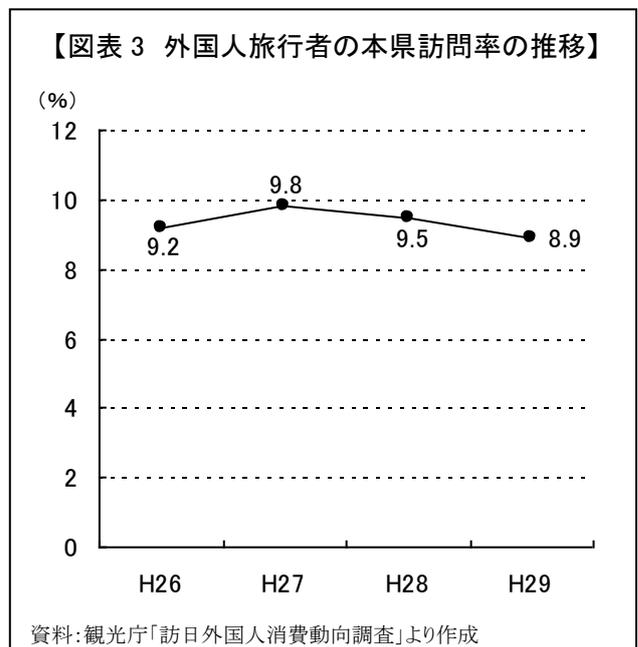
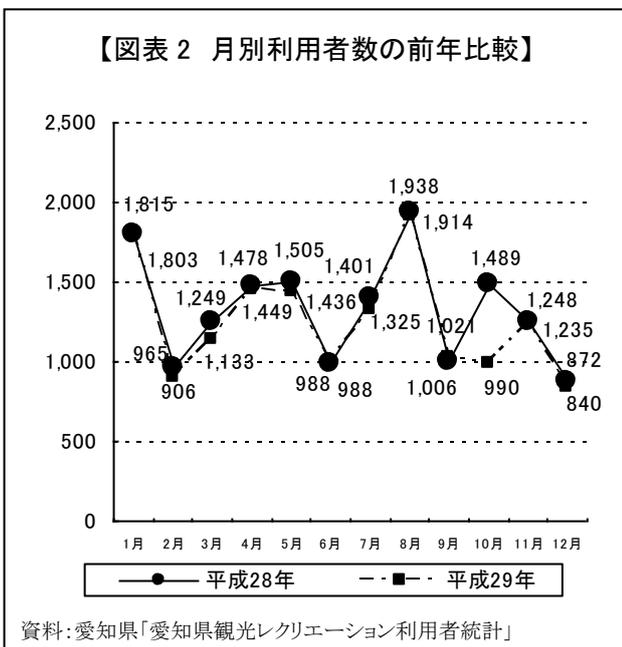
あいち観光戦略において、計画最終年度(平成 32 年度)の目標として掲げた指標に対する達成状況は、下表のとおりであった。

		計 画 当 初	平 成 2 9 年 ( 実 績 )	目 標 値 ( 平 成 3 2 年 )
来 県 者 数	全 体	3,817 万人 (平成 26 年)	3,982 万人	5,000 万人
	外 国 人	123 万人 (平成 26 年)	255 万人	400 万人
観 光 消 費 額	全 体	7,270 億円 (平成 26 年)	7,237 億円	1 兆円
	外 国 人	798 億円 (平成 26 年)	848 億円	2,500 億円
滞 在 日 数	全 体	1.29 泊 (平成 26 年)	1.32 泊	1.70 泊
	外 国 人	1.44 泊 (平成 26 年)	1.38 泊	2.00 泊
国際会議開催件数	—	179 件 (平成 26 年)	210 件 (平成 28 年)	200 件
満 足 度 (「非常に満足」の割合)	全 体	19.6% (平成 26 年)	26.5%	30.0%
	外 国 人	39.6% (平成 27 年)	36.0%	50.0%
観光地としての魅力度 (「魅力がある」の割合)	全 体	69.7% (平成 27 年 4-9 月)	76.7%	80.0%
	県 民	66.3% (平成 27 年 4-9 月)	73.3%	80.0%

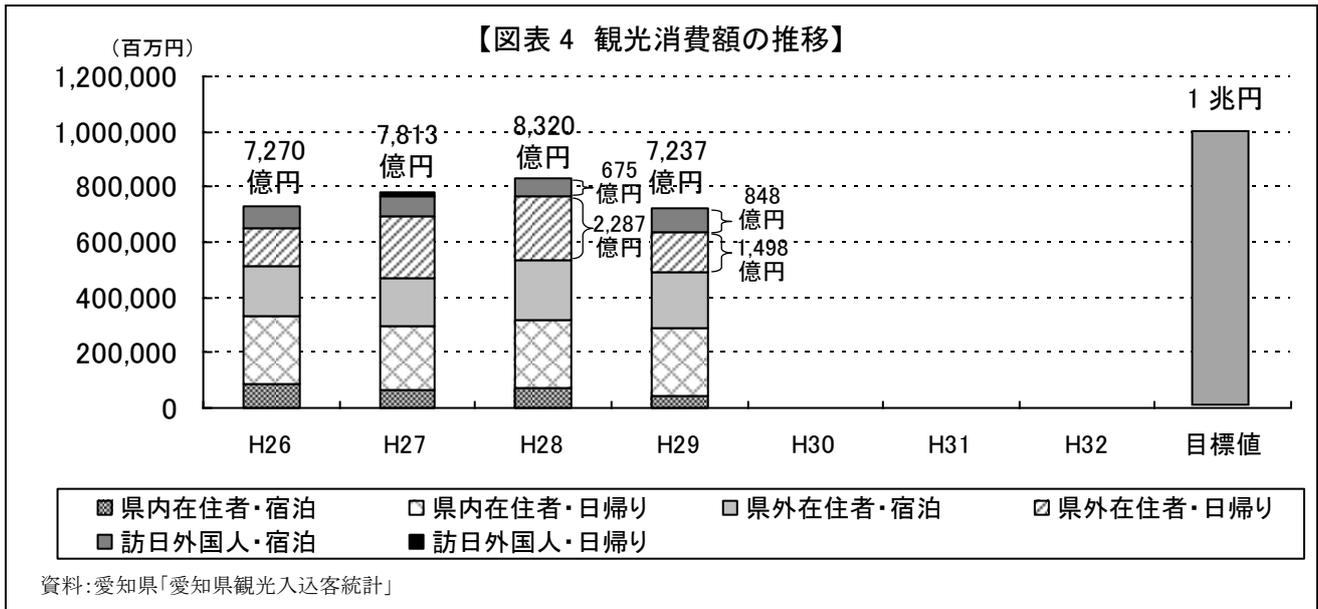
(1) 来県者数



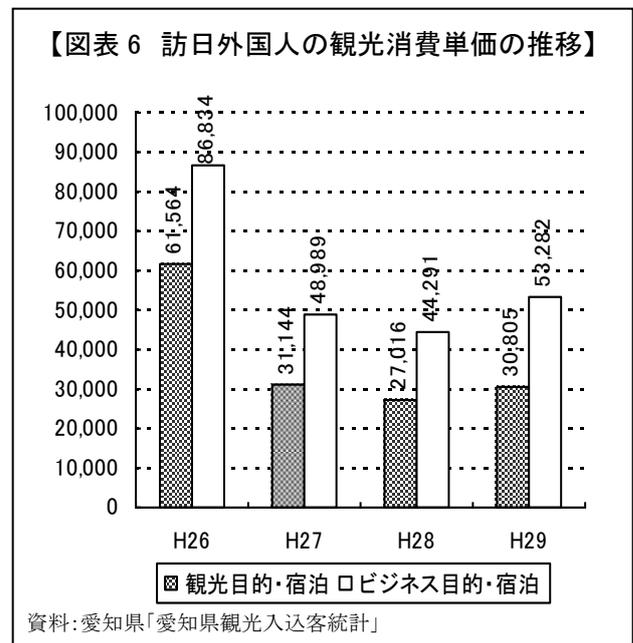
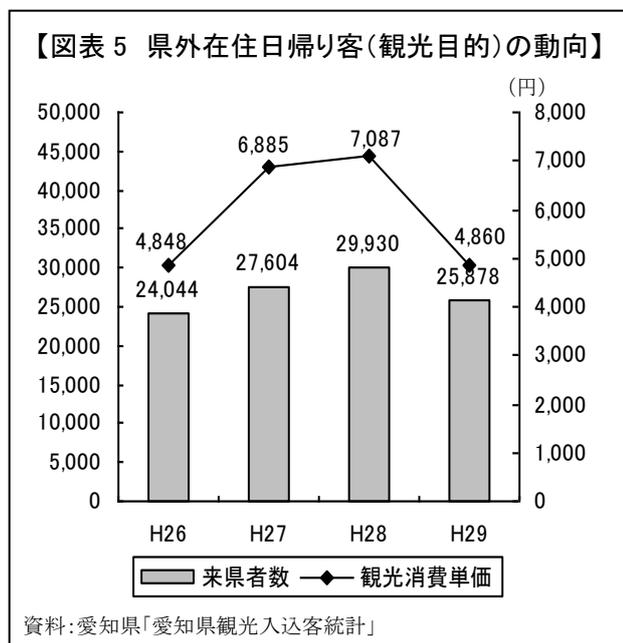
- 来県者数(全体)は、前年(平成28年)と比較して、4,506万人から3,982万人となり、11.6%減となった。
- 月別の観光レクリエーション資源・施設利用者数(図表2)を見ると、平成29年は軒並み前年をやや下回っているが、特に、10月については、500万人ほどの大きな減少となっている。これは、台風の影響で、名古屋まつり(平成28年:約221万人→平成29年:約24万人)や豊橋まつり(同:約65万人→約16万人)など、大規模な行祭事や観光施設の人出が大幅に減ったことが影響しており、このことが来県者数(全体)を押し下げることとなった。
- なお、外国人については、228万人から255万人へと11.8%増となったが、本県への訪問率は低下傾向が続いている(図表3)。



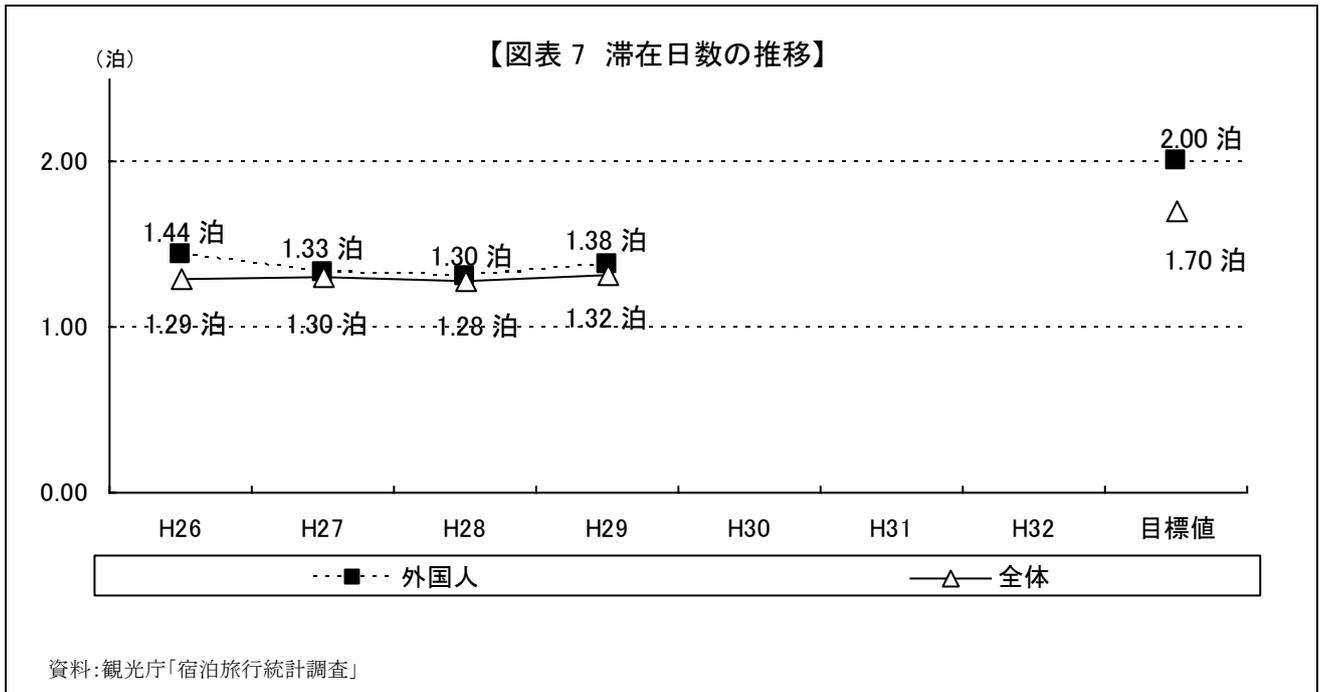
## (2) 観光消費額



- 観光消費額は、観光入込客数の減少に伴い、前年(平成28年)の8,320億円から7,237億円へと1,000億円以上の減少となった。
- 最も大きく減ったのは、県外在住の日帰り客で、2,287億円から1,498億円へと789億円の減少となった。特に、観光目的客については、人数の減少だけでなく、客単価が著しく低下している(図表5)。
- 外国人は、675億円から848億円へ173億円の増加となった。いわゆる「爆買い」の沈静化により下落傾向が続いていた客単価だが、平成28年を底にして反発し、平成29年は観光目的客、ビジネス目的客ともに上昇に転じた(図表6)。



### (3) 滞在日数



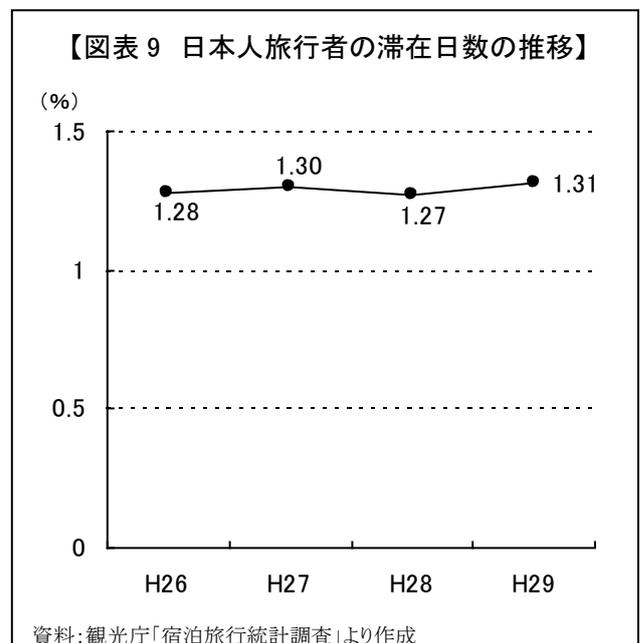
- 本県内での滞在日数は、全体、外国人ともに、前年比で長くなった。特に、外国人については、0.08泊増と、比較的大きく伸びた。しかしながら、目標値とのかい離が大きい状況が続いている。
- 外国人の訪日目的別平均泊数(図表 8)を見ると、前年(平成 28 年)と比較して、全国では観光目的・業務目的ともに短期化しているのに対し、中部国際空港で出入国した外国人に限ってみると、業務目的・中部空港出国客以外、平均泊数が伸びていることがわかる。特に、観光目的客については、中部空港の出入国客の平均泊数は、平成 27 年以降、一貫して伸びており、昇龍道プロジェクトなどの地域の取組みが奏功している可能性がある。
- 一方、国内客は、平成 26 年以降、1.30泊前後で推移している。本県の場合、宿泊客全体のおよそ 9 割が国内客で占められていることから、全体の滞在日数を長期化させるには、国内客への対策も必要である。

**【図表 8 訪日目的別平均泊数】**

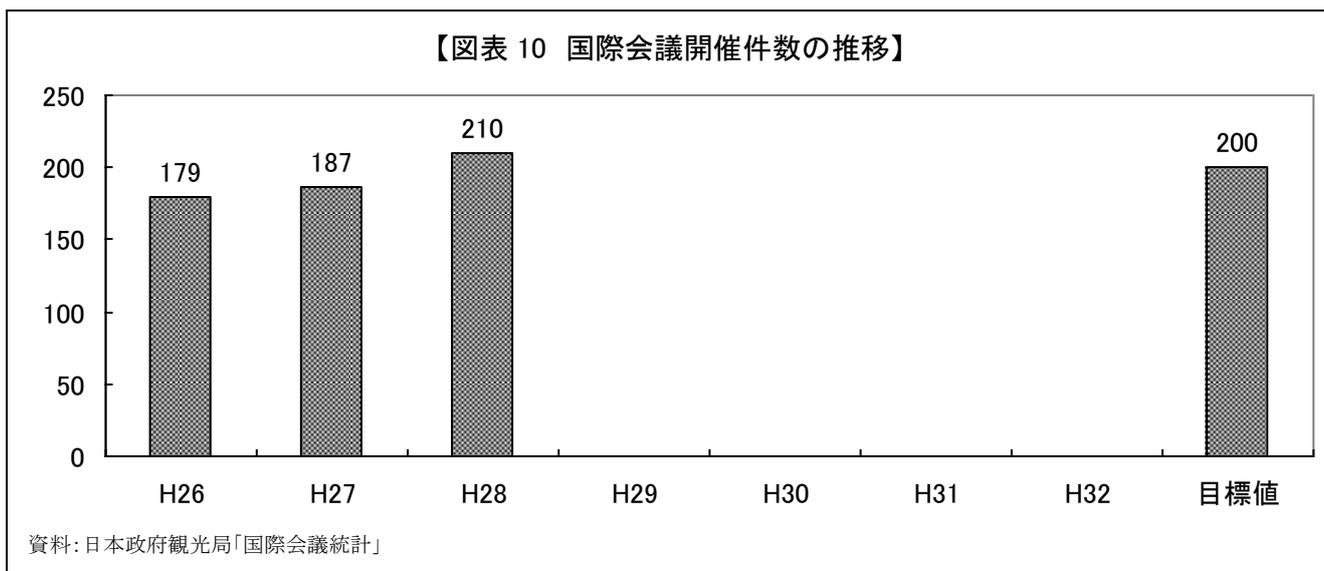
区分		H26	H27	H28	H29
観光	全国	6.1	5.9	6.0	5.8
	中部 IN	6.3	5.6	5.7	6.1
	中部 OUT	6.6	5.3	5.5	6.0
業務	全国	12.4	13.3	14.0	12.1
	中部 IN	12.8	16.9	14.4	14.7
	中部 OUT	13.7	18.5	16.3	13.5

(泊)

資料:観光庁「訪日外国人消費動向調査」

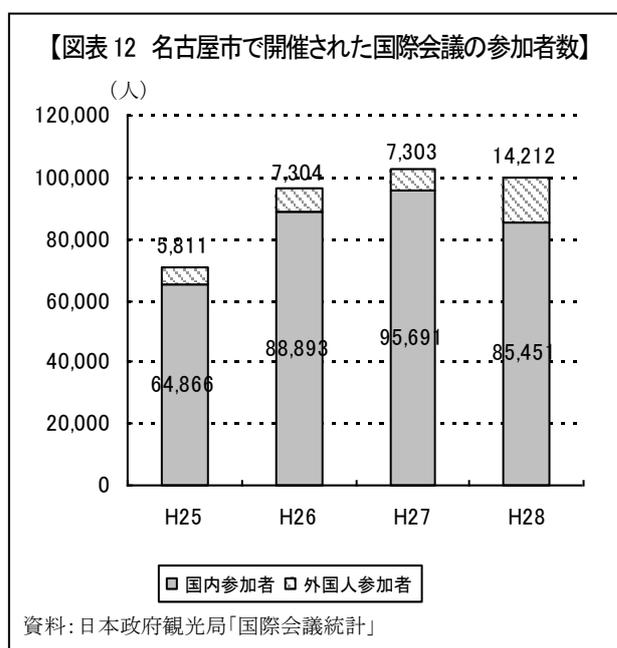
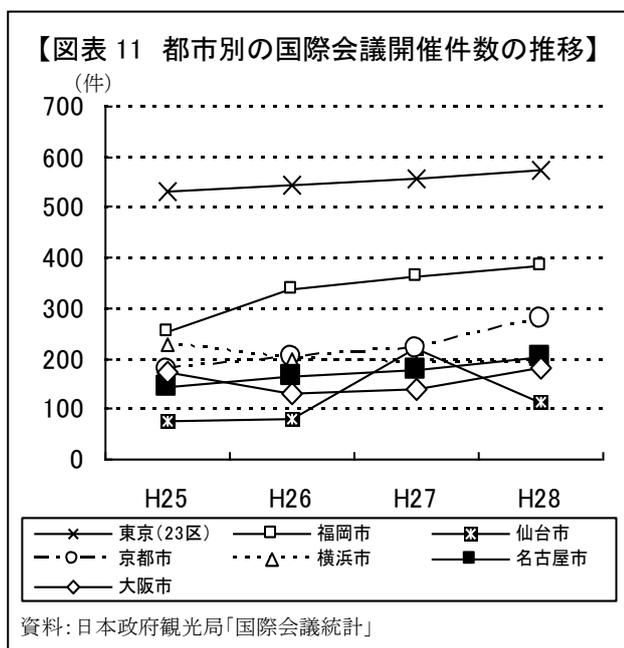


#### (4) 国際会議(\*)開催件数

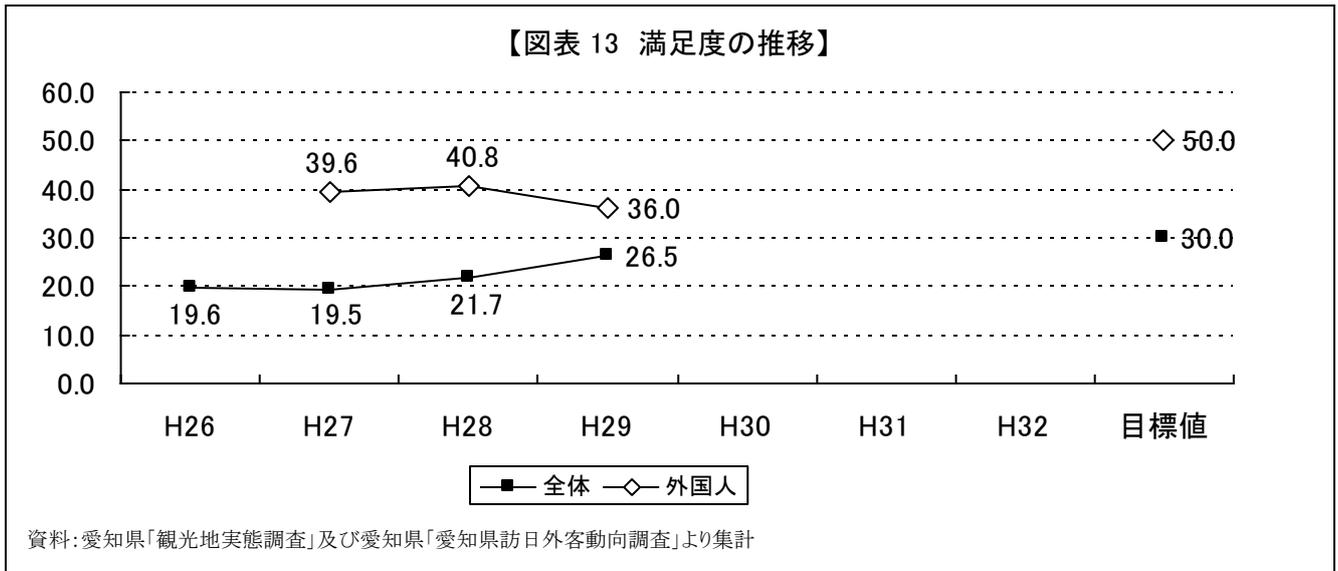


\* 国際会議とは、国際機関・国際団体または国家機関・国内団体(民間企業を除く)が主催する、参加者総数が50名以上、参加国が3か国以上の会議(JNTO「国際会議選定基準」)。

- 本県内で開催された国際会議は、本書作成時に得られる最新データ(平成28年)では210件となり、目標としていた200件を超えることとなった。これは、会議の周期性によるもののほか、名古屋大学での開催件数の増加が寄与している。
- 都市別の開催件数の推移(図表11)では、本県で最も多く開催されている名古屋市を含め、国内の多くの都市が着実に件数を伸ばしていることがわかる。名古屋市は、仙台市が大きく開催件数を減らしたこともあり、国内4位の開催都市となった。
- 名古屋市で開催された国際会議の参加者数は、外国人が前年比で倍近くになったものの国内参加者が減少し、総数としては前年(平成27年)を割ることとなった。



(5) 満足度（「非常に満足」の割合）



- 満足度は、前年(平成 28 年)と比較して、全体が 21.7%から 26.5%へと向上したのに対し、外国人は 40.8%から 36.0%へと低下した。
- 外国人が満足に感じた点(上位 10 項目)(図表 14)では、多くの項目で満足に感じた人の割合が減少しており、特に、交通アクセスや案内表示についての悪化幅が大きかった。
- 一方、外国人が不満に感じた点(上位 10 項目)(図表 15)は、ほとんどすべての項目で改善が進んでおり、特に、フリーWi-Fi スポットの数やコミュニケーションの面では、不満に感じた人の割合が前年比で半減するなど、大きな改善が見られた。
- なお、全体では 5 ポイント近く満足度が向上しているが、これは、例年、不満に感じた点として上位に挙げられる「道路が渋滞している」、「観光地での駐車場が足りない、未整備」、「観光資源・施設に魅力がない」のうち、後2項目への不満度が改善したことが寄与していると推察される。

**【図表 14 外国人が満足に感じた点(上位 10 項目)】**

満足の内容	H28	H29
接客サービスの対応が良い	33.3	42.2
交通アクセスの便が良い	48.9	<b>33.7</b>
「食」の面で魅力がある	33.4	<b>30.5</b>
交通機関等の案内表示がわかりやすい	33.6	<b>25.1</b>
日本人の生活に触れることができた	29.4	<b>21.0</b>
飲食費が手頃である	23.8	<b>17.8</b>
宿泊費が手頃である	13.4	15.1
観光資源・施設が魅力的である	19.1	<b>14.6</b>
免税店が充実している	13.5	13.9
コミュニケーションが取りやすい	19.6	<b>13.1</b>

資料: 愛知県「愛知県訪日外客動向調査」

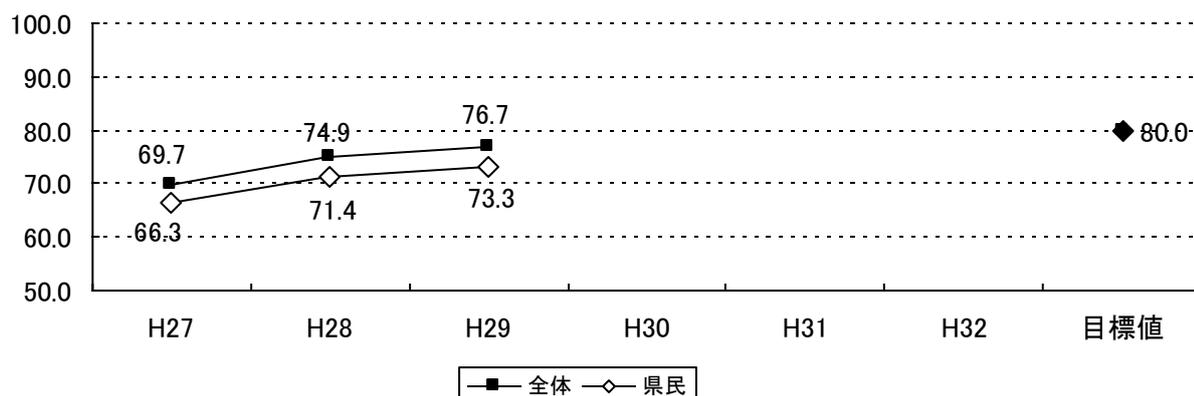
**【図表 15 外国人が不満に感じた点(上位 10 項目)】**

不満の内容	H28	H29
フリーWi-Fi スポットが少ない	28.4	14.3
フリーWi-Fi の通信環境が悪い	21.0	13.7
コミュニケーションが取りづらい	26.2	11.6
飲食費が高い	11.6	6.7
夜間に楽しめる場所が少ない	10.8	5.8
通訳ガイドが充実していない	9.4	5.7
宿泊費が高い	8.3	5.0
カード払いができない	7.0	4.4
交通アクセスの便が悪い	3.0	<b>3.9</b>
「食」の面で魅力がない	5.2	3.5

資料: 愛知県「愛知県訪日外客動向調査」

(6) 観光地としての魅力度（「魅力がある」の割合）

【図表 16 観光地としての魅力度の推移】

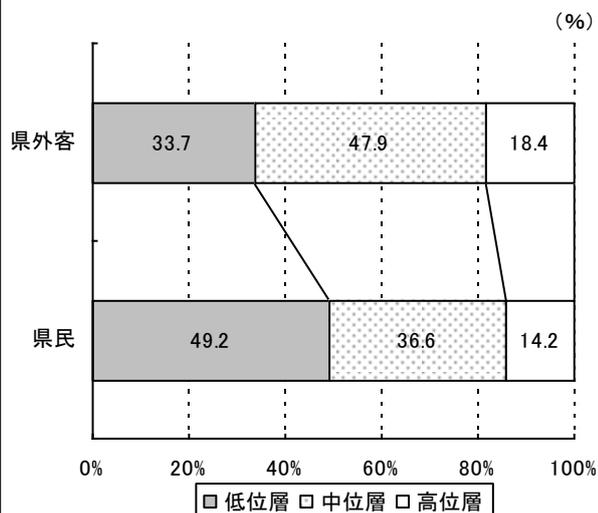


\*計画当初値は、平成27年4-9月の数値で設定している。

資料:愛知県「観光地実態調査」及び愛知県「愛知県訪日外客動向調査」より集計

- 観光地としての魅力度は、計画当初(平成27年)と比較して、全体が69.7%から76.7%、県民が66.3%から73.3%となり、ともに向上した。
- 友人や同僚に、愛知への観光を薦める可能性を尋ねる設問では、可能性が低いとの選択肢を選んだ県外客はおよそ1/3(33.7%)となっているのに対し、県民はほぼ半数(49.2%)に達しており、県民自身が観光PR役を担っているとは言い難い状況である(図表17)。
- 県外客の評価が県民を上回っているのは、「歴史・文化」や「食文化・特産品」の他は、「公園・遊園地・テーマパーク」や「ショッピング・コンサート等」、「スポーツ観戦」など、比較的、都市的要素の濃いものが挙げられており、これは県外客回答者の過半数が隣接県(岐阜・三重・静岡)で占められていることに起因していると推測される(図表18)。

【図表 17 愛知への観光を薦める可能性】



資料:愛知県「愛知県観光地実態調査」

【図表 18 県民/県外客の魅力度評価ポイント】

評価ポイント	(%)	
	県民	県外客
動物園・水族館	47.6	41.3
食文化・特産品	36.6	38.2
歴史・文化	33.1	37.8
美術館・博物館・科学館	17.0	16.0
公園・遊園地・テーマパーク	16.4	18.2
季節のレジャー(花見・海水浴等)	13.5	8.3
自然	12.0	7.5
工場見学・学習	10.0	7.2
イベント・祭り・伝統芸能等	9.8	5.9
温泉地	9.0	8.4
ショッピング・コンサート等	7.8	11.1
スポーツ観戦	3.8	8.4

資料:愛知県「愛知県観光地実態調査」

## 2 平成 29 年度の観光振興施策の実施状況

平成 29 年度に実施した、「あいち観光戦略」に掲げるプロジェクトに係る主な施策は、以下のとおりである。

### 戦略 I 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

#### (1) 情報発信の充実・強化

##### ① 海外観光説明会・商談会開催

##### ② 海外プロモーション実施

#### 【台湾観光プロモーション】(国際観光コンベンション課)

台湾において国際旅行博出展及び旅行会社等へのセールスコールを実施し、一層の誘客促進を図った。さらに、知事自ら渡航し、トッププロモーションを行った。

#### 《実績》

##### ➤ 国際旅行博「2017 年第 3 回 Touch The Japan」出展

- ✓ 日程:平成 29 年 8 月 25 日(金)～28 日(月)
- ✓ 会場:台北世界貿易センター
- ✓ 来場者数:256,673 名(2016 年:251,705 人)

##### ➤ セールスコール

本県を含んだ旅行商品の造成につなげるため、現地旅行会社を個別に訪問し、意見交換を行いながら本県の観光地を紹介するとともに、現地旅行会社等が出席する旅行博の商談会・交流会に参加した。旅行博においては、手羽先の提供も行った。

- ✓ セールスコール:8 社(台中 2 社、台北 6 社)
- ✓ 商談会:9 社

##### ➤ 台湾(台北)における知事トッププロモーション

- ✓ 渡航時期(知事・秘書):8 月 24 日～26 日
- ✓ 内容:国際旅行博ブース及びステージにてトッププロモーション、旅行博交流会参加、進出企業交流会開催、エアポートセールス、行政庁等訪問、メディアインタビュー等

#### 【アジア大商談会の開催】(国際観光コンベンション課)

訪日旅行客数の多いアジア 3 ヶ国・地域(韓国、台湾、タイ)の旅行会社の訪日旅行担当幹部やメディア関係者を招請し、県内視察や、県内観光事業者との商談会・交流会等の行事と通じて旅行商品造成や情報発信を働きかけ、本県の知名度向上と本県への一層の誘客促進を図った。

#### 《実績》

- 招請時期:平成 29 年 11 月 13 日(月)～17 日(金)
- 招請者数:韓国・台湾・タイから、それぞれ 7 名(旅行会社 5 名・メディア 2 名)、計 21 名  
\* 上記日程とは別に、韓国からさらに 3 名受け入れ

#### 【各種展示会への出展】(産業立地通商課)

中国・上海及びタイ・バンコクの海外産業情報センターが、現地で開催される各種展示会に出展して本県の魅力を PR することで、外国人観光客の誘致を図った。

#### 《実績》

- 広州国際旅游展覧会 (GITF) に出席し、愛知県観光情報を PR。(平成 30 年 3 月)
- 三菱東京 UFJ 銀行(現地アユタヤ銀行)主催の商談会に出席し、愛知県観光情報を PR。(平成 29 年 11 月)

### 【各種展示会への出展】(産業立地通商課)

アセアンへの参入・拡大を目指す県内企業に対し本県が展示会等への出展支援を実施する際に、愛知県の観光も併せて PR し、外国人観光客の誘致を図った。

#### 《実績》

マニュファクチャリング・インドネシア 2017

- 日程:平成 29 年 12 月 6 日～9 日
- 場所:インドネシア ジャカルタ国際展示場
- 来場者数:32,675 人

### ③中央日本総合観光機構や東海地区外国人観光客誘致促進協議会等と連携した取組

#### 【東海地区外国人観光客誘致促進協議会】(国際観光コンベンション課)

東海地区外国人観光客誘致促進協議会の一員として、アメリカ、台湾、中国を対象に、メディアの招請事業や現地でのプロモーション事業等を実施した。

#### 《実績》

- 本体事業
  - ✓ 昇龍道南部地域におけるアメリカメディア招請事業(平成 29 年 11 月)
  - ✓ 台湾からの伊勢湾周遊旅行促進事業(平成 29 年 12 月～平成 30 年 2 月)
- 愛知・名古屋部会事業<招請>
  - ✓ ベトナム旅行会社招請事業に参加(平成 29 年 4 月 1 日～6 日)
- 愛知・名古屋部会事業<アジアプロモーション事業>
  - ✓ ベトナムプロモーション事業に参加(平成 29 年 7 月 13 日～17 日)
  - ✓ 台湾プロモーション事業に参加(平成 29 年 8 月 22 日～26 日)
  - ✓ インドネシアプロモーション事業に観光資料の提供
  - ✓ フィリピンプロモーション事業に観光資料の提供
  - ✓ フランスプロモーション事業に観光資料の提供

#### 【中央日本総合観光機構】(国際観光コンベンション課)

9 県 3 市が共同で、海外でのプロモーション活動や旅行会社・メディアを対象にした招請事業を実施した。

#### 《実績》

- メディアコミュニケーション<昇龍道4コース・メディアファムトリップ事業>
  - ✓ ドラゴンコース(平成 29 年 7 月)
  - ✓ ウキョエコース(平成 29 年 7 月)
  - ✓ グレートネイチャーコース(平成 29 年 10 月)
  - ✓ ノスタルジックコース(平成 29 年 11 月)
- メディアコミュニケーション<ロングホール等メディアイベント>
  - ✓ イギリス:WTM ロンドン(平成 29 年 11 月)
  - ✓ フランス:ILTM カンヌ(平成 29 年 12 月)

- ✓ ドイツ:ITB ベルリン(平成 30 年 3 月)
- デジタルチャンネル活用事業
  - ✓ Web・SNS 情報発信
  - ✓ Wi-Fi ガイドブック作成
- 観光資源の磨き上げ
  - ✓ 街道事業の推進(日本銘酒街道、山岳紀行、龍伝説)
  - ✓ 鉄道事業者の体験型プログラムを活かした外国人向けプログラム実証事業
- プロモーション
  - ✓ 上海世界旅行博覧会(WTF)2017 出展(平成 29 年 4 月)
  - ✓ 香港国際旅行展示会(ITE)2017 出展タイアップ(平成 29 年 6 月)
  - ✓ 台北国際旅行博(ITF)2017 出展(平成 29 年 10 月)
  - ✓ タイへの昇龍道ミッション団派遣(平成 29 年 9 月)

## ⑤各種広報媒体による情報発信

### 【広報誌制作事業】(広報広聴課)

昨年度制作した広報誌に一部新しい写真や題材を採り入れ、より魅力ある内容にした広報誌「愛知の引力。-3rd Edition -」を多言語で制作した。

#### 《実績》

言語:日本語、英語、中国語(簡体字)、部数:60,000部

### 【広報グッズの制作】(国際観光コンベンション課)

セールススクールや観光展に際し、本県のPRを行うための広報グッズ、ノベルティーを制作することにより、本県の知名度向上と一層の誘客促進を図った。

#### 《実績》

ポスター:2,500枚、ピンバッチ:4,000個、招き猫ストラップ:4,000個、紙袋:2,000枚

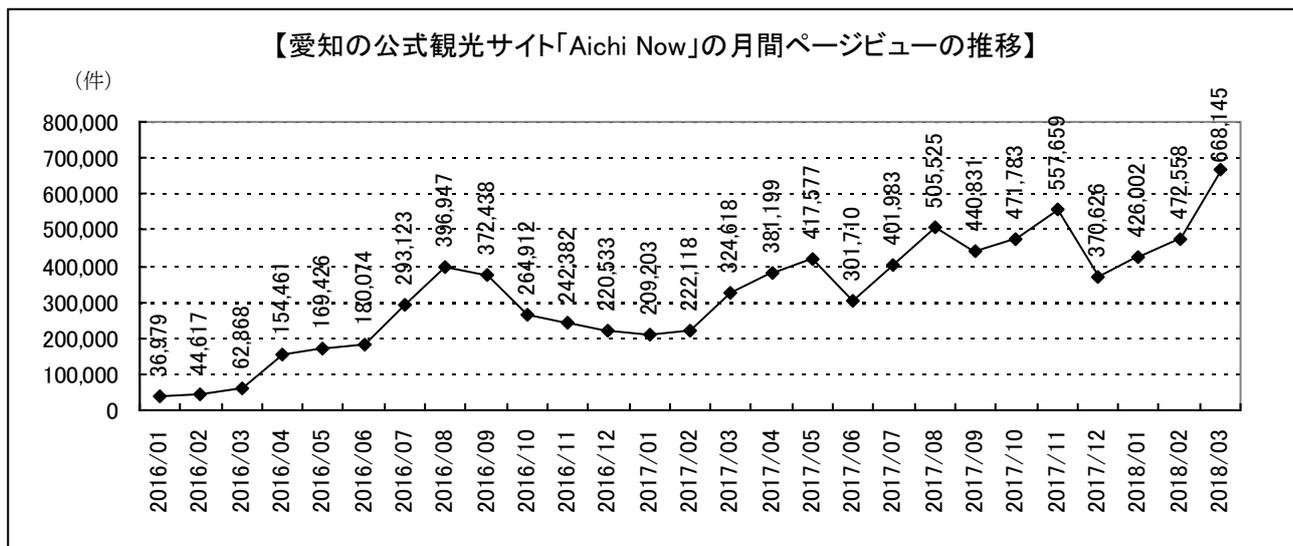
### 【「Aichi Now」を通じた情報発信】(国際観光コンベンション課)

平成 27 年度にリニューアルした愛知県観光協会のウェブページ・SNSにより、引き続き魅力的な情報発信を行うことで、更なる誘客促進を図った。

#### 《実績》

- ウェブサイト(平成 29 年度 PV 数)
  - ✓ 日本語:4,826,315PV
  - ✓ 英語:263,629PV
  - ✓ 中国語(繁体):194,664PV
  - ✓ 中国語(簡体):37,112PV
  - ✓ 韓国語:44,524PV
  - ✓ タイ語:49,354PV
- SNS(平成 29 年度末時点フォロワー数)
  - ✓ Facebook:日本語 9,088 人、中国語(繁体)42,529 人、英語 192,249 人
  - ✓ Twitter:日本語 1,790 人、中国語(繁体)106 人、英語 292 人
  - ✓ Weibo:中国語(簡体)713 人
  - ✓ Wechat:中国語(簡体)585 人 LINE : 日本語 16,286 人
  - ✓ Instagram : 日本語 383 人(ファン数)

- ✓ LINE:日本語 18,112 人
- ✓ Instagram:日本語 735 人(ファン数)



### 【公式ガイドマップの制作】(国際観光コンベンション課)

平成 27 年度に作成した公式ガイドマップの増刷及び新たにタイ語のマップの作成を行い、中部国際空港や観光案内所等で配布して、本県を訪れる外国人旅行者に本県の観光情報を提供した。また、首都圏の観光案内所等でも配布し、更なる誘客促進を図った。

#### 《実績》

合計発行部数:9 万部(日本語 54,000 部、英語 23,000 部、中国語(簡体字)3,000 部、中国語(繁体字)7,000 部、韓国語 3,000 部、タイ語 25,000 部)

## (2) アジアを重視した誘客促進と受入環境の整備促進

### ③ 受入環境の整備促進

#### 【ムスリム受入モニター調査】(国際観光コンベンション課)

今後の本県のムスリム旅行者の受入環境の整備促進につなげるため、ムスリムの旅行会社・メディアを招請してモニターツアーを実施したほか、セミナーを開催した。

#### 《実績》

##### ➤ 招請事業

インドネシア・マレーシアからムスリム 20 人(旅行会社及びメディア)を招請し、5泊6日 で招請事業を実施した。受入施設と意見交換を行うとともに、良かった点をメディア招請者より SNS 等で情報発信した。

##### ➤ セミナー事業

モニター調査受入施設及び県内観光関係事業者を集めて、招請者と外部講師による意見交換会を開催した。

- ✓ 日時:平成 30 年 1 月 11 日(木)
- ✓ 会場:中部国際空港 第 2 セントレアビル R-1 会議室
- ✓ 参加者数:39 社・団体、49 名

## (3) 駐日外国公館・外国政府観光局・海外メディアとの連携

### ① 駐日外国公館・外国政府観光局・海外メディアと連携した情報発信

#### 【「WALK JAPAN」と連携したウォーキングコースの造成】(国際観光コンベンション課)

日本を代表する観光デスティネーションとして愛知県の魅力を PR することにより、愛知県の認

知度やブランド力向上を図るとともに、愛知への興味を向上させ、旅行者増加を図った。

《実績》

- ▶ コースの選定・造成(発掘)・実地検証  
湯谷温泉地域、本坂道、御油宿、赤坂宿、鳴海宿、宮宿の視察を実施(平成 29 年 8 月 30・31 日、9 月 1 日)
- ▶ コースの情報発信・商品化  
選定・発掘により、新たな観光資源となったコースについて、県公式観光サイト『Aichi Now』内のモデルコース一覧で発信。
  - ✓ 商品化が見込めるコース「Tokaido Trail」について『WALK JAPAN』のサイト内で販売。
  - ✓ 「Tokaido Trail」は 3 本設定し、1 本が不催行、1 本が催行(平成 30 年 6 月現在)。

## (5) 訪日教育旅行の誘致・受入

### ① 訪日教育旅行の誘致・受入

#### 【訪日教育旅行の誘致・受入】(国際観光コンベンション課)

一般社団法人愛知県観光協会を中心として、他県と連携した海外プロモーションや教育関係者の招請事業、商談会に参加するほか、個別に海外の学校を訪問して本県への教育旅行の魅力を PR した。

《実績》

9 校 1 団体、362 名受入

#### 【訪日教育旅行の受入】(教育委員会高等学校教育課)

依頼に応じて訪日教育旅行の受入を行った。

《実績》

中国高校生訪日団の受入(日中友好会館からの依頼)

- ▶ 12/11 県立東海南高等学校(30 名)

## (6) インターネット環境の利便性向上

### ① 無料公衆無線 LAN 等の整備促進

#### 【県有施設無料公衆無線 LAN 整備事業】(情報企画課)

県有施設に無料公衆無線 LAN 環境を整備した。

《実績》

10 か所(新城総合公園、あいち健康の森公園、木曾川祖父江緑地、愛知県武道館、あいち国際プラザ、東三河ふるさと公園、愛知県美浜少年自然の家、愛知県一宮総合運動場、油ヶ淵水辺公園、愛知県口論義運動公園)、12 アクセスポイント

### ② 「Aichi Free Wi-Fi」の運営

#### 【外国人旅行者の受入環境の整備促進】(国際観光コンベンション課)

無料公衆無線 LAN 環境整備施設マップを掲載したポータルサイトにより、無料公衆無線 LAN の対応状況の情報発信を行った。

《実績》

平成 29 年度ポータルサイト PV 数:64,982PV

## 戦略Ⅱ 観光資源の充実とブランド化の推進

### (1) 武将観光・産業観光の推進

- ① 戦国武将やゆかりの史跡、忍者等を生かした武将観光の推進
- ② 武将観光イベントの開催
- ⑤ 武将観光施設の連携強化

#### 【武将観光の推進】(観光振興課)

本県には、信長、秀吉、家康の郷土の三英傑をはじめ、数多くの戦国武将を輩出しており、県内には、戦国武将ゆかりの史跡や合戦を再現する祭りも数多く存在している。そこで、全国のサムライや忍者が集結する集客イベント「サムライ・ニンジャフェスティバル」を開催するとともに、武将観光施設を巡るスマホ向けスタンプラリーを実施したほか、武将観光施設を紹介するパンフレット「サムライトラベル愛知」を作成し、配布した。また、「徳川家康と服部半蔵忍者隊」により「武将のふるさと愛知」等の愛知の魅力を発信することで、国内外からの誘客を図った。

#### 《実績》

- 武将観光イベント
  - ✓ イベント名:サムライ・ニンジャ フェスティバル 2017
  - ✓ 開催日:平成 29 年 11 月 12 日
  - ✓ 場所:県営都市公園 大高緑地
  - ✓ 来場者:35,000 人
- 徳川家康と服部半蔵忍者隊
  - ✓ 活動実績:名古屋城及び中部国際空港を拠点に活動。  
名古屋城/通年(名古屋城閉鎖時はなし)、中部空港 40 日、その他 82 日(延べ)

#### 【東三河「新しい人の流れ」創出事業】(東三河総局企画調整課)

東三河は、鳳来寺山、長篠・設楽原合戦場など徳川家康ゆかりの史跡が多い。また、平城とは異なる魅力を持つ個性的な山城の遺構が随所に点在している。こうした東三河の独自性を活かした、武将観光を展開した。

#### 《実績》

- 観光客をナビゲートするスマートフォンサイトを、東三河の個性的な山城の遺構や古戦場、ゆかりある武将を題材として拡充し、これを活用した観光キャンペーンを実施した。
- 武将観光スタンプラリーの実施(スマートフォンサイトの改良)
  - オリジナルグッズの製作 等

### ③ あいち航空ミュージアムの整備

#### 【あいち航空ミュージアム整備事業】(航空対策課)

「航空機産業をベースとした産業観光の強化」等のコンセプトに基づき、「あいち航空ミュージアム」の整備を完了し、平成 29 年 11 月 30 日に開館した。

### ⑦ 武将観光に係る資源発掘と磨き上げ

#### 【名古屋城本丸御殿整備費補助金】(観光振興課)

名古屋城本丸御殿の復元を支援することにより、本県の観光のシンボルである名古屋城の歴史的・文化的価値と魅力を高め、本県全体の観光イメージの向上と観光振興を図った。

#### 《実績》

- 平成 21 年 1 月 起工式
- 平成 22 年 10 月 「玄関」の一部公開
- 平成 23 年 7 月 「表書院」上棟
- 平成 25 年 5 月 「玄関・表書院」一般公開
- 平成 28 年 6 月 「対面所・下御膳所」公開

#### ⑦産業観光に係る資源発掘と磨き上げ

#### ⑧産業観光施設の連携強化

#### ⑨産業観光に係る PR・プロモーション

#### ⑩産業観光イベントの実施

##### 【愛知・岐阜広域観光推進協議会】(観光振興課)

東海地方には、当地で発展してきた繊維機械産業、自動車産業、航空機産業などをテーマにした産業観光施設や、武将ゆかりの史跡等が数多く存在し、観光資源として積極的に活用していくことが必要である。そこで、愛知・岐阜両県地域の代表的な産業観光施設及び武将観光施設のネットワーク化を図り、効果的に情報発信を行うとともに、周遊観光を可能にする体制を整備することで、各産業観光施設・武将観光施設の観光入込客数の増加及び将来に渡っての安定的な観光客確保の基盤の造成を行った。

#### 《実績》

- ▶ パンフレット制作・スタンプラリー開催
  - ✓ 参加施設:産業観光 59(うち愛知県 28)施設、武将観光 40(うち愛知県 24)施設
  - ✓ パンフレット印刷部数:5 万部
  - ✓ 期間:第 1 期/平成 29 年 7 月 15 日～9 月 30 日、第 2 期/10 月 1 日～平成 30 年 1 月 31 日
  - ✓ 応募者数:1,301 名(うち有効応募者数 1,149 名)
  - ✓ 施設訪問者数:10,899 名
- ▶ モニターバスツアーの実施
  - ✓ 6 本設定、6 本催行(参加者 178 名)

##### 【観光 PR キャラクター事業】(観光振興課)

本県の観光地としての魅力度向上を目的に、平成 27 年度から引き続き本県出身の松平健氏を観光 PR に起用し、「モノスゴ愛知でマツケン」のウェブ動画やポスター等を制作・公開した。今回は、「いくいく！愛知育」をテーマに、モノづくり県「愛知」の魅力を全国の子どもたちと家族に伝える内容とした。

#### 《実績》

- ▶ 動画再生回数:約 57 万回(Youtube 公式アカウント)
- ▶ メディア掲載実績:テレビ 11 局 17 番組 17 回、新聞 3 紙、ウェブ 134 サイト

#### 【「リニモ」の産業観光資源としての利活用】(交通対策課)

日本で唯一の磁気浮上式リニアモーターカー「リニモ」の情報発信をするため、モニターツアー(プレスツアー)や沿線施設を周遊するイベント(謎解きイベント)を実施した。

#### 《実績》

- ▶ プレスツアー①瀬戸市ツアー  
日時:11 月 10 日(金)、参加者数:18 名

- プレスツアー②謎解きデバックツアー  
日時:12月1日(金)、参加者数:10名
- 謎解きイベント第1弾  
日時:平成29年8月19日(土)から9月3日(日)、クリア記念品配布数:451個
- 謎解きイベント第2弾  
日時:平成29年12月2日(土)から平成30年1月28日(日)、初級クリア記念品配布数:923個、中級・上級応募総数:666件

### 【産業観光施設の共通券設定】(航空対策課)

あいち航空ミュージアムと、MRJミュージアム、トヨタ産業技術記念館、トヨタ博物館との共通券を設定し、販売を開始した。

## (2) 伝統・文化に触れる観光の推進

### ① 山車まつり文化のPR・プロモーション

#### 【地域伝統芸能全国大会の開催準備】(観光振興課)

平成30年秋、本県内で開催する地域伝統芸能全国大会の準備を進めるとともに、平成29年に開催されたしまね大会において、次年度開催地である「愛知・名古屋」をPRした。

#### 【あいち山車まつり活性化事業】(教育委員会生涯学習課文化財保護室)

「あいち山車まつり日本一協議会」における、①総会・研修会の開催、②シンポジウムの開催、③公開イベントの開催、④ホームページの制作、⑤あいち山車文化魅力発見講座、⑥クラウドファンディング活用サポート事業の実施などの取組を通じて、あいちの山車まつりの保存・継承及び振興を図るとともに、その魅力を県内外へ発信した。

#### 《実績》

- 研修会の開催  
開催日:平成29年6月、場所:キャッスルプラザ、参加者数:約170人
- 総会の開催  
開催日:平成29年7月、場所:アイリス愛知、参加者数:約100人
- シンポジウムの開催  
開催日:平成29年9月、場所:ルブラ王山、内容:日本の祭シンポジウム、参加者数:約130人
- 公開イベントの開催  
開催日:平成30年2月、場所:KITTE名古屋、内容:お囃子・伝統芸能ステージ、トークショー、ワークショップなど、参加者数:延5,500人
- ホームページの制作  
公開日:平成30年2月、
- あいち山車文化魅力発見講座の実施  
開催日:平成29年7月～10月(全4回実施)※第5回は台風で中止、場所:愛知県生涯学習推進センター及び祭礼会場、内容:山車まつりに関する講義及び祭礼見学、参加者数:延156人
- クラウドファンディング活用サポート事業  
団体:津島石採祭車保存会、内容:太鼓の張替・撥の新調、すり鉦・撞木の新調、目標金額:30万円→支援金額120万円、募集期間:平成30年1月15日～2月28日

### (3)グルメ・食文化のブランド化

#### ①なごやめし普及促進協議会を通じた「なごやめし」の普及促進

##### 【なごやめしの普及促進】(観光振興課)

名古屋市等とともに設立した「なごやめし普及促進協議会」を通じ、なごやめしの魅力を国内外に向けて発信することで、本県への一層の誘客促進を図った。具体的には、PR ツール作成やホームページ、SNS、首都圏でのイベント出展等を通じて魅力発信を行った。

##### 《実績》

- イベント出展・開催
  - ✓ 釜山国際観光展への出展(平成 29 年 9 月 8 日～11 日)
  - ✓ ふるさと全国県人会まつりへのブース出展(平成 29 年 9 月 9 日～10 日)
  - ✓ ポテトチップス LOVE JPN への出展(平成 29 年 9 月 15 日～17 日)
  - ✓ 陸前高田市産業まつりへの出展(平成 29 年 11 月 4 日～5 日)
  - ✓ サムライ・ニンジャフェスティバル 2017 への出展(平成 29 年 11 月 12 日)
  - ✓ ふるさと祭り東京へのブース出展予定(平成 30 年 1 月 12 日～1 月 21 日)
- インバウンド対策事業  
外国人観光客向け飲食店マップの作成、なごやめし動画の作成(5 種類)
- 外国人観光客向け「なごやめし土産」(PR グッズ)の製作
  - ✓ 種類:扇子(1,800 円)、マグカップ(1,600 円)、てぬぐい(1,500 円)
  - ✓ 販売期間:平成 29 年 11 月 21 日から
- PR 協力事業者との連携
  - ✓ 株式会社ローソン:5 月下旬から 7 月下旬にかけて、「台湾ラーメン」をテーマにした商品を 3 種類販売した。その際、宣伝用のポップに協議会のロゴマークを掲載した。
  - ✓ サントリー酒類株式会社:「総菜」や「サントリーのハイボールと相性抜群のなごやめし」を紹介。
  - ✓ 「なごやめしめし武将隊弁当」との連携:「愛知デスティネーションキャンペーン」の企画として、株式会社だるまが制作した弁当に協議会ロゴマークを掲載した。

#### ②ご当地グルメや食文化の PR・プロモーション

##### 【観光物産展の開催】(観光振興課)

平成 27 年 4 月に設置した首都圏プロモーション推進本部のもと、関係部局が連携して首都圏において観光物産展を開催したほか、関西圏でも、本県の観光・物産の情報を発信した。

##### 《実績》

- 首都圏プロモーション
  - ✓ 平成 29 年 6 月 10・11 日 二子玉川ライズ・ガレリア
  - ✓ 平成 29 年 9 月 15 日 東京プリンスホテル
- 関西圏プロモーション
  - ✓ 平成 29 年 9 月 30 日 西宮ガーデンズ フェスティバルガーデン
- 愛知の観光物産展
  - ✓ 平成 29 年 5 月 27・28 日 東京交通会館
  - ✓ 平成 29 年 7 月 22・23 日 クイーンズスクエア横浜
  - ✓ 平成 29 年 10 月 7・8 日 KITTE・東京シティアイ
  - ✓ 平成 30 年 2 月 3・4 日 KITTE・東京シティアイ

### 【あいちの酒需要拡大の促進】(産業振興課)

アジア圏からの観光客等をターゲットに県内の地酒のPR、販売活動を展開することにより、中小酒造メーカー等の販売促進を支援した。

#### 《実績》

- 日本酒等販売促進会議の開催 2回
- PR用パンフレット「愛知の酒」の作成 7000部
- 観光地での試飲販売会 5回
- 中部国際空港での試飲販売会 3階免税店エリア 2ヶ月間
- FOOD EX JAPAN2018 への出展(平成30年3月)

### 【地域の魅力再発見食育推進事業】(食育消費流通課)

郷土料理等地域の食文化の保護・継承を図るため、一般県民を対象としたシンポジウムを開催した。また、地域での食育推進活動を担う食育推進ボランティアを対象に、昨年度作成した「あいちの郷土料理レシピ50選」を活用した講習会を開催した。

#### 《実績》

- シンポジウム  
開催日:平成29年8月3日、参加者数:202人
- 講習会  
開催日:平成29年8月24日・9月7日、参加者数:48人

### 【いいともあいち推進店の登録推進】(食育消費流通課)

県産農林水産物を積極的に販売する店舗や、食材として利用する飲食店に働きかけ、「いいともあいち推進店」の登録を推進した。

#### 《実績》

登録店舗数:1,064店(平成29年度末時点)

### 【愛知のふるさと食品コンテストの開催】(食育消費流通課)

県産農林水産物を活用した加工食品の品質向上を図るとともに、開発技術、販売手法等を支援して、新たな加工需要を創出し、農林水産物の振興に資するため、愛知のふるさと食品コンテストを開催した。

#### 《実績》

出品数:40食品

## ③農林水産物のPR・プロモーション

### 【あいちの農産物トップセールス in 東京の開催】(食育消費流通課)

本県農産物等の約3割を出荷している首都圏において、県と県内農業団体の代表者が本県産青果物や花きの購入を直接消費者に呼びかけ、消費拡大を図った。

#### 《実績》

日時:平成30年2月4日、場所:東京都世田谷区(サミットストア成城店、出席者:愛知県知事、JAあいち経済連会長等)

### 【第56回農林水産祭実りのフェスティバルへの出展】(食育消費流通課)

本県産農産物の需要拡大を図るため、11月10日・11日に、サンシャインシティワールドインポートマートビルで行われた農林水産祭「実りのフェスティバル」に出展し、本県産農産物の即売を

行うとともに、パネル展示やリーフレットの配布を行った。

#### 【食と花の街道認定】(農業振興課)

愛知県産の農林水産物やその加工品を活用し、食や花をテーマとして、観光需要の拡大と地域活性化を目的として創出された「街道」を「いいともあいち食の街道」、「花の王国あいちフラワー街道」として認定し、その魅力を広くPRした。

##### 《実績》

認定数:2 街道(うち、いいともあいち食の街道:2 街道)

#### (4) 着地型観光の推進

##### ① 着地型観光の商品化支援

##### ② 着地型観光商品の販売促進支援

#### 【着地型旅行商品セミナー】(観光振興課)

地域の魅力を活かし、地域の稼ぐ力を向上させるためには、地域の人材自らが旅行商品を企画し、販売方法を考えて、実行していくことが求められる。また、平成28年度に実施した本講座の受講生アンケートからは、より具体的に販売につながる講義内容と広範な人脈づくりを求める声が多かった。そこで、平成29年度は、愛知県観光協会事業として、特に販売面に焦点を当てて、必要な知識・技術習得の場及び人的ネットワーク作りの場を提供することを通じ、着地型旅行商品の造成・販売を促進した。

##### 《実績》

開催回数:3 回、受講者数:80 名

#### 【VISIT 愛知県の運営】(観光振興課)

地域の魅力ある観光資源を組み合わせ、新たな着地型旅行商品として造成した商品を、全国販売の展開が可能な旅行会社の旅行商品として販売するため、旅行商品の販売管理と着地型旅行商品販売サイト「VISIT 愛知県」の運営を委託した。

##### 《実績》

▶ 名古屋市、瀬戸市、豊山町、あま市、常滑市、岡崎市、蒲郡市、田原市の着地型旅行商品を造成・販売

#### (5) 情報発信の充実・強化

##### ① 首都圏等の他の都道府県における情報発信・プロモーション

#### 【県営名古屋空港協議会と連携した PR・プロモーション】(航空対策課)

県営名古屋空港協議会との連携事業として、就航地からの利用客の需要を掘り起こすため、県営名古屋空港を活用した当地域における観光プランや就航地における観光プランを提案するリーフレット(名古屋航路 年 4 回)を作成し、就航地の自治体や旅行代理店へ配布した。また、県営名古屋空港協議会・就航先と連携して、就航先にキャラバン隊を派遣し、マスコミ訪問や集客施設での PR を実施するほか、チラシ・ポスターによって、県内・就航先の観光情報や交通情報等を発信した。

##### 《実績》

キャラバン隊実績

- ▶ 山形県庁、東根市役所等への表敬訪問、イベント会場での PR(平成 29 年 9 月)
- ▶ 出雲市役所等への表敬訪問、イベント会場での PR(平成 29 年 11 月)
- ▶ 北九州市役所等への表敬訪問、イベント会場での PR(平成 29 年 12 月)

## 【首都圏・関西圏プロモーション推進事業】(観光振興課)(再掲)

### 【武将観光の推進】(観光振興課)

徳川家康と服部半蔵忍者隊が名古屋城、中部国際空港を活動拠点としながら、県内外の各種イベント等に出演し、「武将のふるさと愛知」等の愛知の魅力を発信した。

#### 《実績》

- 首都圏観光物産展
- 県営名古屋空港利用促進キャンペーン(山形市・松江市)
- 中部国際空港利用促進キャンペーン(旭川市・函館市・北九州市)
- 忍者まつり(大阪市)
- 熊本城復興イベント(熊本市)

### 【東三河「新しい人の流れ」創出事業】(東三河総局企画調整課)

ツアー参加者に SNS 等で東三河の魅力を発信・拡散していただくことを目的に、東京圏在住者を対象に、特定のツアーテーマを深く掘り下げる「東三河の魅力情報発信・拡散ツアー」を実施。併せて、ツアー参加者による SNS 等の投稿コンテストを実施した。

#### 《実績》

- 1泊2日、20名程度/回、3回開催 ※インスタグラマーも同行(2名)
- 三河湾編～三河湾をめぐるスポーツ体験と地元グルメを満喫～
  - 女子旅編～色彩豊かな胡蝶蘭&手作りコスメ体験「naori」「花」と『美』への探求～
  - 戦国ロマン編～奥三河の戦国ロマンと大自然を堪能「井伊家ゆかりの地」と「長篠・設楽原の戦い」を巡る～

## ②各種広報媒体による情報発信

### 【愛知デスティネーションキャンペーン(プレキャンペーン)】(観光振興課)

JRグループ6社及び協賛会社と地元がタイアップして実施する「デスティネーションキャンペーン(DC)」を核に、本県への観光客の大幅増加及び定着化を目的として、平成30年秋に全国規模の観光キャンペーンを展開する。平成29年度は、プレDCとして、全国宣伝販売促進会議及びエクスカーション等を実施した。

#### 《実績》

- 「ジャパン・ハイライツ・トラベル」の実施・展開
  - ✓ 実施時期:平成29年4月～平成30年3月
  - ✓ 主な実施内容:買物券付き町歩きマップの作成、JR 東海運営ウェブサイトにおける「観光特集」の制作、観光冊子・プロモーション動画・ポスターの制作
- 全国宣伝販売促進会議の開催
  - ✓ 開催日:平成29年10月31日～11月2日
  - ✓ 会場:会議・レセプション/名古屋マリオットアソシアホテル、エクスカーション/県内各地
  - ✓ 参加者数:全体会議788名(旅行会社349名、JRグループ192名、協賛会社34名、その他63名、地元150名)、レセプション705名、エクスカーション226名、プレエクスカーション111名

### 【東三河「新しい人の流れ」創出事業】(東三河総局企画調整課)

渋滞緩和や時間短縮等の新東名開通効果を体感している名古屋圏の住民を対象に、「行きたいと思ったときに何度でもすぐに行ける東三河」のイメージを発信し、再来訪や周遊につなげるための「速・楽」キャンペーンを実施した。

《実績》

開催日:10月7日(土)、場所:イオンモール熱田、内容:バーチャル手筒花火体験、東三河PRコーナー等

【包括協定を締結した各社店舗等での情報発信】(商業流通課)

包括協定を締結しているコンビニエンスストアやスーパーの店舗で、パンフレットやポスターを通じて観光情報を発信した。

《実績》

5社、24回

③動画による情報発信

【観光PRキャラクター事業】(観光振興課)(再掲)

(6)映画・ドラマ等のロケ支援及びロケーション資源の活用

①映画やドラマ等のロケ誘致と撮影支援

②ロケ地のPR・プロモーション

③愛知県フィルムコミッション協議会の運営

【フィルムコミッション活動の支援】(観光振興課)

映画やドラマ等のロケ地は観光資源として観光客誘致が期待できるとともに、撮影のために訪れた撮影スタッフによる宿泊や飲食等による直接的な経済効果を期待できる。そこで、平成26年に設立した「愛知県フィルムコミッション協議会」を通じ、県全域のロケ誘致に取り組むとともに、パネル展やロケ地マップを作成して、ロケ地となった箇所のPRを行った。また、県内FCや市町村職員等を対象に、意見交換会・セミナーを開催することで、新たなFCの設立支援、ロケ誘致・PRに関する見識を深める機会を設けた。

《実績》

- ▶ パネル展:県内外で4回開催
- ▶ ロケ地マップ:撮影支援を行った4作品について各2万部作成
- ▶ 愛知県フィルムコミッションセミナーの開催(平成30年3月9日、参加者100名)

(7)ポップカルチャー観光の推進

①「世界コスプレサミット」の開催支援

【「世界コスプレサミット」の開催支援】(観光振興課)

世界コスプレサミット実行委員会に加入し、会場調整や広報で開催を支援した。

《実績》

開催日:平成29年7月29日～8月6日、動員数:320,999人、参加国・地域:35カ国・地域

②ポップカルチャー観光に係る資源発掘と磨き上げ

③ポップカルチャー観光に係るPR・プロモーション

【観光まちづくり戦略形成促進事業】(観光振興課)

ポップカルチャーに関するイベントを開催したほか、首都圏・関西圏等発着の県内観光地・ニューツーリズム等を巡るバスツアーに対して造成支援した。また、ツアー造成旅行会社及びツアー参加者からの情報収集に基づくマーケティング調査、分析、戦略考案を行った。

《実績》

- ▶ あいちポップカルチャーフェスティバル2018

開催日:平成 30 年 1 月 13 日、開催場所:愛・地球博記念公園、来場者数:7,300 人(推計)

- ツアー造成支援  
造成件数:38 件、支援件数:13 件

## (8)山村・離島の観光振興

- ①山村・離島の観光資源の発掘と磨き上げ
- ②山村・離島の観光に係る PR・プロモーション
- ③山村・離島の観光に係るメディア・旅行会社等との連携強化

### 【あいちの離島及び周辺地域の情報発信】(地域政策課)

離島 3 島及びそれぞれの玄関口を含めた地域の魅力の情報発信を行った。具体的には、①テレビや情報誌等を活用したPR、②イベント出展等による PR、③島の魅力向上に資する取組支援を実施した。

#### 《実績》

- テレビや情報誌等を活用した PR
  - ✓ テレビ・ラジオで取り上げられた実績:20 回
  - ✓ 雑誌で取り上げられた実績:2 回
- イベント出展等による PR:8 回
- 島の魅力向上に資する取組支援
  - ✓ 島マルシェの開催支援(佐久島)
  - ✓ フグの通年販売に向けての取組(日間賀島)
  - ✓ 宿泊客増加に向けての取組(篠島)

### 【山里の魅力創造発信事業】(地域政策課山村振興室)

平成 28 年度に引き続き、「山里の魅力創造社」を設置し、三河山間地域の観光資源等を掘り起し、磨き上げて、テレビ番組、WEB 等を通して情報発信し、併せて年間 6 本のバス旅行の企画・実施及びシャトルバスの運行をすることで、交流人口の増加を図った。

#### 《実績》

- 情報発信  
テレビ: 30 分番組を 9 回
- バスツアー  
催行本数:6 本、参加者数:66 人

## ④山村・離島における交流居住の推進

### 【交流イベントの実施】(地域政策課山村振興室)

愛知県交流居住センターにより、三河山間地域集落と都市住民との交流イベントを実施した。

#### 《実績》

- 開催回数:6 回
- 場所:三河山間地域の各地
- 内容:農業体験や祭りの手伝い等
- 参加者数:106 人

### 【奥三河やらまいかプロジェクト実行委員会事業】(地域政策課山村振興室)

県の「やま・ひと・しごと広域連携推進事業」と連携し、起業実践者の育成・活用に取り組んだ。都市部での奥三河への移住促進プロモーションとして、ふるさと回帰支援センター等にて移住相談会を実施するとともに、名古屋をはじめとした中京圏でも移住相談会を実施し、奥三河への移住定住の促進や情報発信をした。

#### 《実績》

- 東京都:平成 29 年 9 月 10 日開催、参加者数 6 人
- 東京都:平成 30 年 1 月 7 日開催、参加者数 23 人
- 東京都:平成 30 年 2 月 18 日開催、参加者数約 7 人

### (10)酒蔵を生かしたツーリズムの推進

- ①酒蔵を生かしたツーリズムに係る資源発掘と磨き上げ
- ②酒蔵を生かしたツーリズム関係者の連携強化
- ③酒蔵を生かしたツーリズムに係る PR・プロモーション

#### 【日本銘酒街道の推進】(国際観光コンベンション課)

酒蔵を生かしたツーリズムを推進するため、中央日本総合観光機構の一員として、同協議会が進める「昇龍道日本銘酒街道」の取組に参画した。

#### 【あいちの酒需要拡大の促進】(産業振興課)(再掲)

### (11)観光施設の整備等への支援

- ①観光施設の設置及び改修整備への支援
- ②観光展の開催や広域的観光振興事業等への支援

#### 【元気な愛知の市町村づくり補助金】(市町村課市町村行政支援室)

観光振興につながる地域の資源を活かした自主的・主体的な取組に対して、予算状況に応じて、補助金を交付した。

#### 《実績》

(観光振興関連事業分)

交付件数:11 件、交付実績額:30,862 千円

#### 【設楽ダム水源地域整備事業】(土地水資源課)

設楽ダム水源地域整備事業の一環として、設楽町が実施する歴史民俗資料館建設、ダム湖周辺の公園整備事業に支援を行った。今後整備される設楽ダム本体やダム湖周辺が魅力あるものとなるよう、設楽ダム水源地域振興連絡調整会を開くなどして、設楽町と共に関係機関と調整を図った。

#### 《実績》

支援実績額 88,643 千円

#### 【観光施設費等補助金】(観光振興課)

市町村、観光事業を目的とする一部事務組合、市町村が加入する観光展主催団体及び複数市町村又は複数市町村が加入する広域的観光推進組織が実施する、①観光施設の設置及びバリアフリー化等(多言語化を含む。)の改修整備事業、②観光展の開催事業、③広域的観光振興事業(観光資源調査・ニューツーリズム創出、広域的な情報発信、外国人向け情報発信及び受入体制整備、おもてなし研修、ボランティアガイド及び地域観光振興リーダーの育成等)に対し

て補助金を交付することで、観光振興を図った。

《実績》

交付件数:24 件、交付実績額:56,667 千円

【文化財保存修理費補助金】(教育委員会生涯学習課文化財保護室)

国・県指定文化財の適切な維持管理のため、必要な保存修理費の一部を所有者に補助した。

《実績》

交付件数:54 件、交付実績額:56,371 千円

(12) 学習施設を活用した環境観光の推進

① AEL(あえる)ネットを活用したスタンプラリーの開催

【AEL ネットを活用したエコアクションの推進】(環境活動推進課)

県内の環境学習施設等で構成されている AEL ネットに加盟している施設や自治体が連携して環境学習スタンプラリーを実施した。

《実績》

実施施設数:169 施設等(環境学習施設、団体、自治体)

② 環境学習施設の施設情報、講座・イベント情報等の発信

【もりの学舎】(環境活動推進課)

愛・地球博記念公園の環境学習施設「もりの学舎」及びその周辺フィールドにおいて、インタープリターによる自然体験や工作などの環境学習プログラムを実施した。

《実績》

- プログラム実施回数:もりのツアー(263 回)、工作教室(196 回)
- プログラム参加者数:もりのツアー(3,129 人)、工作教室(2,594 人)

(13) 自然公園の活用

① 地域の特性を生かした自然公園施設の整備

【自然公園施設整備】(自然環境課)

茶臼山公園施設野営場の園路整備、面ノ木公園施設の園路整備、伊良湖休暇村公園施設の園地整備及び東海自然歩道のトイレ等改修を実施した。

《実績》

改修:12 件、39,427 千円

② 自然公園を活用したウォーキングなどのイベントの開催

【自然公園施設の利用促進】(自然環境課)

伊良湖休暇村公園施設で「アウトドアフェスタ」を、東海自然歩道で「歩こう大会」を実施した。

《実績》

- アウトドアフェスタ
  - ✓ 開催日:平成 29 年 9 月 24 日 ※休暇村伊良湖と共催
  - ✓ 内容:ウォークラリー、サンドアート体験、椰子の実ころがし大会等
  - ✓ 参加者数 500 人
- 歩こう大会
  - ✓ 開催日:平成 29 年 10 月 15 日

- ✓ 内容:ウォーキング(瀬戸市内 13km)
- ✓ 参加者数:73 人

## (14) 県営都市公園の活用

### ① 多くの集客を得ることができる公園施設の整備やイベントの開催

#### 【愛・地球博記念公園でのイベント開催・実施】(公園緑地課)

愛・地球博の理念・成果を継承するイベントを県主催で継続するほか、40 件以上の持ち込みイベント実施を目標に誘致に取り組んだ。

#### 《実績》

- 県主催
  - ✓ 愛・地球博閉幕記念イベント「モリコロパーク秋まつり」  
9 月 23 日～24 日(2 日間)、来園者数 21,500 人/日
  - ✓ 愛・地球博閉幕記念イベント「モリコロパーク春まつり」  
3 月 24 日～25 日(2 日間)、来園者数 20,000 人/日
- 持ち込みイベント  
開催件数:190 件、来園者数:1,621,500 人(合計)

#### 【油ヶ淵水辺公園の施設整備】(公園緑地課)

本県唯一の天然湖沼を有し、西三河地域で初めての県営都市公園となる油ヶ淵水辺公園について整備を進めた。平成 30 年 4 月 29 日に第一期開園した。

#### 【ジブリパーク構想の推進】(公園緑地課ジブリパーク構想推進室)

愛・地球博記念公園内に愛知万博の理念を次世代へ継承するため、ジブリパーク構想の具体化に向けた検討調査を実施した。

## (15) 観光統計の整備

### ① 観光に係る統計調査の実施

#### 【あいち観光戦略実態調査】(観光振興課)

あいち観光戦略に基づく施策の実施状況及び目標値の達成状況を把握するため、アンケート及びヒアリングによる実態調査、分析調査を行った。また、中部国際空港において、訪日外国人旅行者の国別・地域別に聞き取りによる動向調査を行った。

#### 【コンベンション・イベント状況調査】(国際観光コンベンション課)

日本政府観光局(JNTO)が集計する国際会議統計の資料とするとともに、今後のイベント・コンベンションの誘致関連施策の参考とするため、本県内で開催される全国規模または国際的規模のコンベンション・イベントについて、その開催実績を調査した。

### (1) 広域観光の推進

#### ① 昇龍道プロジェクトの推進

##### 【昇龍道プロジェクトの推進】(国際観光コンベンション課)

広域観光推進組織の一員として昇龍道プロジェクトを推進するほか、本県が単独で実施する海外でのプロモーションや招請事業等においても、「昇龍道プロジェクト」等の広域観光の取組を紹介した。

#### ② 産業観光周遊バスの運行

##### 【愛知・岐阜広域観光推進協議会】(観光振興課)(再掲)

#### ③ 近隣県と連携した広域観光の推進

##### 【「日本忍者協議会」を通じた忍者観光の推進】(観光振興課)

日本固有の文化資産「忍者」を活用し、国や自治体、民間団体が連携して情報発信等を行い、海外・国内から誘客を促進する等、観光振興、文化振興、地域経済の活性化を図った。

##### 《実績》

- 忍者ツーリズム PR イベント開催
- 外国人インフルエンサーを使った広報展開
- 「忍者の日」キャンペーン展開
- 「忍者ツーリズム」旅行商品造成・販売促進

##### 【愛知・岐阜広域観光推進協議会】(観光振興課)(再掲)

##### 【東海地区外国人観光客誘致促進協議会】(国際観光コンベンション課)(再掲)

##### 【中央日本総合観光機構】(国際観光コンベンション課)(再掲)

### (2) 航空路線・クルーズ船の誘致促進

#### ① エアポートセールス等による航空路線の誘致促進

##### 【エアポートセールス】(航空対策課)

中部国際空港の就航路線の維持・拡充、利用促進を図るため、欧州地域(ドイツ)及びアジア地域の航空会社に対してエアポートセールスを実施した。

##### 《実績》

- 欧州地域
  - ✓ ルフトハンザドイツ航空(フランクフルト線増便を要望)⇒(H30年3月3便から5便に増便)
- アジア地域
  - ✓ ガルーダ・インドネシア航空(ジャカルタ線就航を要望)
  - ✓ マンダリン航空(台中線チャーター便継続、増便、定期便化を要望)

#### ② ポートセールス等によるクルーズ船の誘致促進

##### 【クルーズ船の誘致】(国際観光コンベンション課)

名古屋市及び名古屋港外航クルーズ船誘致促進会議と連携し、外航クルーズ船社等へのポ

ートセールスを実施するとともに、国内ランドオペレーターへのセールスコールを実施した。

《実績》

- ▶ 外航クルーズ船社等へのポートセールス
  - ✓ 上海(10月31日～11月4日)／クルーズ船社6社、旅行会社3社を訪問したほか、カンファレンス会場にブース出展し、船社のCEO等にも名古屋港の紹介をした。
  - ✓ 北米(3月4日～10日)／Seatrade Cruise Global2018のJNT0ブースに共同出展し、セールスコールを実施した。
- ▶ 国内ランドオペレーターへのセールスコール
  - ✓ 7月18日と2月21日：HIS本社(東京)訪問
  - ✓ 11月27日：名古屋港外航クルーズ船誘致促進会議他港湾視察で高知港を視察

### (3)道の駅を活用した観光振興

#### ①愛知県「道の駅」推進調整会議による市町村支援

##### 【推進調整会議の開催】(道路維持課)

道の駅に関する先進事例や支援制度の情報提供や、支援制度の活用、助言提案といった事業化への支援を行った。

《実績》

推進調整会議(ワーキング):1回開催

#### ②道の駅の利用促進

##### 【設置者、駅長との意見交換】(道路維持課)

道の駅駅長会議などを通じて観光情報のPRのため、意見交換を行った。

《実績》

意見交換会:1回開催

### (4)交通拠点発の二次交通及び観光周遊コースの充実

#### ①交通拠点発の二次交通の利便性向上

##### 【鉄道事業者に対する利便性向上の働きかけ】(交通対策課)

県とJR東海・名鉄の意見交換会において、利便性向上に係る項目を要望した。

#### ②交通拠点発の観光周遊コースの整備促進

##### 【着地型旅行商品セミナー】(観光振興課)(再掲)

##### 【VISIT 愛知県の運営】(観光振興課)(再掲)

##### 【愛知DC周遊バス】(観光振興課)

二次交通の整備状況が良好でない観光スポットを主要駅を結ぶ周遊バスをDC集中キャンペーン期間中に走行させるべく、必要な調整を行った。

## 戦略Ⅳ MICE・スポーツ大会を通じた誘客推進

### (1) MICE の誘致

#### ① MICE 誘致のための PR・プロモーション

#### ② 愛知・名古屋 MICE 推進協議会への参画

##### 【国際会議等の誘致】(国際観光コンベンション課)

名古屋市、名古屋観光コンベンションビューロー並びに当地域で MICE に関わる幅広いステークホルダーとともに設置した「愛知・名古屋 MICE 推進協議会」を通じて、地域が一丸となって、政府系会議や大規模国際会議をはじめとする MICE 誘致に取り組んだ。

##### 《実績》

###### ➤ MICE セミナーの開催

MICE の誘致・開催に係る最新情報を構成団体等の関係者及び愛知県内の市町村の MICE 担当者に広く提供するため、MICE セミナーを開催した(愛知県観光地域活性化支援事業と共同開催)。

開催日:平成 29 年 11 月 7 日、会場:名古屋コンベンションホール、参加者:87 名

###### ➤ WEB ページの作成

愛知・名古屋 MICE 推進協議会の組織、活動内容等を紹介するホームページ(日本語版・英語版)を作成し、平成 30 年 3 月 14 日に公開した。

###### ➤ 国内 MICE 見本市への出展

東京で開催された MICE の商談会「IME2018」に参加し、バイヤーと商談を行った。

###### ➤ 開催日:平成 30 年 2 月 28 日、会場:京王プラザホテル 5 階コンコード、参加者:バイヤー466 名、セラー78 団体、商談数:10 件

###### ➤ 海外 MICE 見本市への出展

欧州 2 大 MICE 見本市の一つ、「IBTM World 2017」に出展(JNTO が設置するジャパンプースに参加)し、バイヤーと商談を行った。

開催日:平成 29 年 11 月 28 日～11 月 30 日、会場:スペイン・バルセロナ Fira Gran Via、日本ブース出展団体:22 団体(JNTO を含む)、商談件数:34 件

###### ➤ 日本政府観光局(JNTO)主催海外セミナー・商談会への参加

JNTO が主催する海外の国際会議キーパーソン・旅行会社等を対象としたセミナーに参加し、誘致プロモーションを行うとともに、旅行会社等への個別訪問や現地視察等を実施した。

✓ シンガポール・マレーシアインセンティブ旅行セミナー・商談会

✓ シンガポール国際会議主催者セミナー・商談会

✓ 台湾インセンティブ旅行セミナー・商談会

###### ➤ 「愛知・名古屋 MICE 懇談会」の開催

学会・協会等 MICE 主催者・関係者の本部及びインセンティブ旅行を取り扱う旅行会社が多く立地する東京において、愛知・名古屋の MICE 環境や最新情報の提供と情報交換を行った。

開催日:平成 30 年 1 月 31 日、会場:品川プリンスホテル、参加者:128 名、参加施設等:21 団体(34 名)

###### ➤ JNTO 招請事業への参加

JNTO が主催する「VISIT JAPAN Travel & MICE Mart」及び「Meet Japan」に参加し、商談及び視察受入れを行った。

✓ 「VISIT JAPAN Travel & MICE Mart」

開催日:平成 29 年 9 月 21～23 日、会場:東京ビッグサイト、商談件数:26 件

✓ 「Meet Japan」

開催日:平成 30 年 3 月 1 日、会場:京王プラザホテル、商談件数:8 件

- 東京都との都市間連携によるファミトリップ  
海外企業からのニーズが高い複数都市を巡るインセンティブ旅行に対応するため、(公財)東京観光財団と連携し、開催地決定に影響力のあるプランナー等を対象に共同でファミトリップ(現地視察)を実施した。
  - ✓ 招請国・人数:欧州(ベルギー、ドイツ、イタリア、デンマーク各 1 名)、北米(アメリカ 3 名、カナダ 1 名)、東南アジア(シンガポール 1 名)
  - ✓ 招請期間:平成 29 年 12 月 12 日~15 日(東京都滞在分を含めた全体行程は、12 月 10 日~16 日)
- 国内外の MICE 専門誌への PR 記事掲載  
国内外の MICE 専門誌に PR 記事を掲載し、MICE 関係者や主要見本市の参加者に向けて情報発信した。
  - ✓ 『SUCCESSFUL MEETINGS』:平成 30 年 3 月発行、海外
  - ✓ 『Convene』:平成 30 年 3 月発行、海外
  - ✓ 『MICE Japan』:平成 30 年 3 月発行、国内(あわせて抜き刷りを作成)

### ③MICE 誘致に係る補助制度の活用

#### 【国際会議の開催支援】(国際観光コンベンション課)

国際会議主催者に対して、開催費の一部を補助したほか、県内市町村職員等を対象にしたセミナー・ワークショップを開催し、MICE 開催意義の周知、ノウハウの普及を図ることで、本県での開催を促進した。

#### 《実績》

- あいち国際会議開催補助金  
補助対象会議:マイクロ固体フォトンクス ASSL2017、補助額:8,000 千円
- 愛知・名古屋 MICE 合同セミナー  
開催日:平成 29 年 11 月 7 日、会場:名古屋コンベンションホール、参加者:87 名

### ④2019 年度の第 57 回技能五輪全国大会・第 39 回全国アビリンピックの開催及び 2020 年度の第 58 回技能五輪全国大会・第 40 回全国アビリンピックの開催誘致

#### 【技能五輪全国大会・全国障害者技能競技大会開催準備費】(産業人材育成課)

推進協議会を設立し、開催に向けた運営や選手の育成強化、機運醸成のための啓発イベントを実施した。また、2019 年度全国アビリンピックの本県開催が決定した。さらに、2020 年度技能五輪全国大会・全国アビリンピックの基本計画の検討を行った。

### ⑤「技能五輪国際大会」の 2020 年代初頭の誘致に向けた研究

#### 【技能五輪国際大会招致推進費】(産業人材育成課)

9 月に、国が 2023 年の技能五輪国際大会を日本・愛知へ招致する方針を決定。技能五輪国際大会アブダビ大会の現地調査及び森岡副知事による招致活動を実施した。また、機運醸成を目的としたシンポジウムを実施した。

## (2)受入環境の整備

### ①大規模展示場の整備に向けた取組

#### 【愛知県国際展示場の整備】(地域政策課国際展示場準備室)

設計施工一括発注方式による実施設計・建築工事を実施した。

### 【コンセッション方式による運営事業者の選定】(地域政策課国際展示場準備室)

民間事業者のノウハウやアイデア等を活用するため、PFI 法に基づく公共施設等運営権方式(コンセッション方式)を導入し、運営事業者の選定に係る業務を実施した。

### 【展示会主催者等に向けた広報及び営業活動】(地域政策課国際展示場準備室)

国内外の展示会需要を取り込むため、展示会主催者等に向けた広報及び営業活動を実施した。

#### 《実績》

- 展示会主催者等への個別訪問による営業活動
- 海外 MICE 見本市への出展(10月:アメリカ及びシンガポール)
- 国内 MICE 見本市への出展(2月)
- HP・SNS 等を活用した各種情報発信

## (3)スポーツ大会の招致・育成

### ①ラグビーワールドカップ 2019 の開催支援

#### 【ラグビーワールドカップ 2019 の開催支援】(スポーツ振興課)

引き続き、大会成功に向けた開催機運醸成と豊田スタジアムでの開催支援、地域の活性化を目的に設立した「ラグビーワールドカップ 2019 愛知・豊田開催支援委員会」による支援活動を実施した。具体的には、ファンゾーン運営基本計画の策定、交通輸送基本計画(交通案内・整理、駐車場対策等)の策定、ボランティアプログラムの策定を実施した。

#### 《実績》

- ジャパンラグビートップリーグの豊田スタジアムでの試合開催時に盛り上げ(8/18・12/9)
- 大会 2 年前イベントの開催(10/12)
- 愛知・豊田ラグビーフェスタ 2017 の開催(11/10-12)
- テレビ塔、オアシス21ライトアップセレモニーの実施(3/18)

### ②2020 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合宿誘致

#### 【東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会の競技招致及び合宿誘致】(スポーツ振興課)

競技招致に係る情報収集を行った。また、合宿誘致に係る各市町村への取組支援(施設 PR 資料の作成、視察費用の支援等)を行った。

#### 《実績》

施設 PR 資料の作成:4 施設、視察費用の支援:のべ 8 件

### ③FIFA フットサルワールドカップ 2020 の招致と開催支援

#### 【FIFA フットサルワールドカップ 2020 の招致】(スポーツ振興課)

招致機運を醸成するための事業を実施したほか、開催国決定に向けて、JFA と協力して、引き続き招致活動を実施した。

#### 《実績》

- FIFA への招致歓迎レターの送付
- Fリーグ会場での招致 PR(6/10 代々木セントラル・6/18 名古屋オーシャンズホームゲーム開幕戦)
- 県内学生と連携した PR の実施(学生フリーペーパー REAL への学生応援メッセージ掲載、学生サークルの SNS への学生応援メッセージ投稿など)
- 8/26 名古屋グランパスホームゲームでの招致 PR(15 秒 CM)
- 名古屋駅地下での壁面広告(ピールオフ広告)

#### ④アジア競技大会などの国際的スポーツ大会の招致検討

##### 【第20回アジア競技大会の招致】(アジア競技大会推進課)

第20回アジア競技大会の開催(2026年)に向け、共催者である名古屋市やOCA、JOC、各競技団体及び関係市町村との調整を図りながら、以下の取組を進めた。

###### 《実績》

- 開催都市契約締結に向けたOCAとの協議
- アジア競技大会組織委員会設立準備
- 大会開催基本計画の策定準備
- 開催構想を踏まえた競技会場や選手村の調査・検討
- 大会のPR

#### ⑤マラソンフェスティバルナゴヤ・愛知など、全国・世界に打ち出せるスポーツ大会の育成

##### 【マラソンフェスティバルナゴヤ・愛知の開催】(スポーツ振興課)

「名古屋ウィメンズマラソン2018」、「名古屋ウィメンズホイールチェアマラソン2018」、「名古屋シティマラソン2018」、「マラソンEXPO」といった競技・イベントを開催した。

###### 《実績》

- 名古屋ウィメンズマラソン2018  
開催日:平成30年3月11日、参加者数:21,915名
- 名古屋ウィメンズホイールチェアマラソン2018  
開催日:平成30年3月11日、参加者数:7人
- 名古屋シティマラソン2018  
開催日:平成30年3月11日、参加者数:17,452人
- マラソンEXPO  
開催日:平成30年3月9~11日、来場者数:129,641人

##### 【奥三河パワートレイルの開催支援】(スポーツ振興課)

国内外で活躍するプロトレイルランナー石川弘樹氏のプロデュースにより、愛知県最高峰の茶臼山をスタートし、急峻な山々や緑深い森、四谷千枚田などの田園風景を駆け抜け、湯谷温泉にゴールする総距離約70km、累積標高約4,000mの本格的な中距離トレイルランニング大会「奥三河パワートレイル」の開催を支援した。

###### 《実績》

開催日:平成29年4月30日、開催場所:新城市・設楽町・豊根村、参加者:838人、観戦者数:約9,000人

##### 【アイアンマン70.3セントレア知多半島ジャパンの開催支援】(スポーツ振興課)

WTC(World Triathlon Corporation)の公認により世界各地で開催されている「アイアンマン70.3シリーズ(スイム1.9キロ、バイク90.1キロ、ラン21.1キロの合計113.1キロ=70.3マイル)」の国内唯一の大会である「アイアンマン70.3セントレア知多半島ジャパン」の開催を支援した。

###### 《実績》

開催期日:平成29年6月9日~6月11日(競技開催は6月11日)、開催場所:知多市・常滑市・半田市、参加者:1,502名/組(19カ国)、観戦者:約17,000人

##### 【新城ラリーの開催支援】(スポーツ振興課)

奥三河地域への誘客拡大や特産品振興を通じた地域の活性化を図るため、「新城ラリー」の開催を支援した。

《実績》

開催期日:平成 29 年 11 月 3 日～11 月 5 日(競技開催は 11 月 4 日～5 日)、メイン会場:県営新城総合公園、出場台数:119 台、観戦者:約 54,000 人

⑥あいちスポーツコミッションの運営によるスポーツ大会情報の収集・発信、スポーツ大会・合宿の招致、スポーツ大会を活用した地域活性化の促進

【あいちスポーツコミッションの運営】(スポーツ振興課)

フリーマガジン「aispo!」の発行や WEB サイト・SNS「aispo!」を通じたスポーツ大会情報等の発信により、大会やイベントを活かした地域活性化を促進した。

《実績》

- 総会・講演会の開催(5 月)、研究会の開催(9 月、1 月)
- フリーマガジン「aispo!」の発行  
発行回数:4 回(6 月、9 月、12 月、3 月)、発行部数:各 20,000 部
- WEB サイト、twitter、facebook「aispo!」の運営

【スポーツ大会を活用した地域活性化】(スポーツ振興課)

「ISU グランプリファイナル国際フィギュアスケート競技大会」を活かして地域の活性化を図るため、大会関連イベントの開催等により愛知の魅力を発信した。

《実績》

- 歓迎装飾(12/6～10 名古屋駅、12/1～10 セントレア)
- 大会盛り上げイベントの実施(12/2～10 オアシス 21)
- 村上佳菜子さんによるスケート教室の開催(10/21 愛・地球博記念公園、11/18 アクアリーナ豊橋)

(4)愛知芸術文化センターを活用した誘客

①愛知芸術文化センター(愛知県美術館、愛知県芸術劇場等)における芸術文化活動の展開

【あいちトリエンナーレ 2019 の開催準備】(文化芸術課トリエンナーレ推進室)

「あいちトリエンナーレ 2019」の開催に向け、芸術監督の選任、テーマ・コンセプト及び企画概要の決定、広報 PR 活動、プレ事業を行った。

戦略Ⅴ 戦略的な観光ひとつくり

(1)観光人材の育成

①学校との連携・協働

【あいち学生観光まちづくりアワード】(観光振興課)

大学や専門学校、高校及びその学生・生徒を巻き込んで観光を盛り上げ、キーパーソンを育成することを通じ、観光産業の振興に寄与するため、学生から観光振興に関する取組のアイデアを募集し、優れたものを表彰した。

《実績》

応募件数:59 件、参加校内訳:県内高校 3 件(3 校)、県内大学 43 件(16 校)、県外高校 1 件(1 校)、県外大学 12 件(6 校)

### 【伝統文化体験・情報発信事業】(文化芸術課)

「第31回国民文化祭・あいち2016」の成果を継承し、地域の伝統文化を絶やすことなく次の世代に引継ぎ、地域の活性化につなげていくことを目的に、県内の若者(大学生等)に伝統文化や郷土芸能を体験できる機会を提供し、地域の伝統文化等を守り継承する意識の醸成を図るとともに、事業の成果をSNS等を活用し情報発信することにより、本県の伝統文化の魅力等を県内外に広く発信し、地域の活性化につなげる取組を、文化団体や大学等の協力を得ながら実施した。

#### 《実績》

参加学生数:21人(5大学)、協力文化団体数(体験文化団体数):5団体、ツイッターのツイート数:759、ツイッターのフォロワー数:410

## ②地域や企業で活躍する観光人材の育成

### 【着地型旅行商品セミナー】(観光振興課)(再掲)

#### 【あいち観光まちづくりゼミの実施】(観光振興課)

自然、文化、歴史、産業など、地域のあらゆる資源を生かし、地域が主体となった活力あるまちづくりを実現するため、「あいち観光まちづくりゼミ」を実施した。地域の意欲ある人材をより多く発掘・育成するとともに、地域一体となった観光による地域振興のさらなる推進を図った。また、県内各地から集まったゼミ生相互の交流を促進し、各地の取組情報を交換することによって、県下の各地域で取り組む人材の横の連携を醸成し、人材、ひいては観光力の底上げを図った。

#### 《実績》

ゼミ受講生:71名(25市町村)

#### 【あいち観光まちづくりフォーラムの開催】(観光振興課)

県民全体が愛知の観光を盛り上げていこうという機運の醸成を図るため、フォーラムを開催し、観光振興に関する基調講演や、学生を対象にしたアワードの優秀提案発表を実施するなどして、観光振興のキーパーソン育成を促した。

#### 《実績》

開催日:平成30年3月13日、会場:愛知大学、参加者:130名

#### 【地域観光ブランド推進事業】(観光振興課)

観光に携わる県内の市町村職員、観光協会、観光関係者、NPO、ボランティアガイド等から広く参加者を募り、地域振興のための各地域の観光への取組や、今後の課題等について発表を行い、観光による地域振興に対する取組機運を高めるとともに、県民への情報提供を行った。

#### 《実績》

開催日:平成30年3月6日、参加者数:41名、内容:事例発表、識者講演、地域活動報告

## (2)地域自らによる観光マネジメント力の強化

### ①日本版DMOの推進

### ②観光関連団体の機能強化

#### 【あいち版DMOの推進】(観光振興課)

平成28年度事業の成果を踏まえ、(一社)愛知県観光協会の機能強化を促進し、同協会の日本版DMO候補法人への登録を支援した。また、市町村のDMO設立の動きを支援する取組を行う愛知県観光協会をサポートした。

#### 《実績》

- 愛知県観光協会のDMO 候補法人登録:平成 29 年 11 月 28 日
- 市町村のDMO 設立支援
  - ✓ 「DMO 等におけるマーケティング人材セミナー」(平成 30 年 1 月 23 日、参加者 20 名)
  - ✓ 「DMO 等における着地型旅行商品企画・人材セミナー」(平成 30 年 1 月～2 月(全 3 回)、:参加者 27 名)
  - ✓ 「DMO 等における財源確保セミナー」(平成 30 年 2 月 13 日、参加者 20 名)

### (3)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

#### ①観光ボランティアガイドの育成

##### 【産業観光あないびと育成事業】(観光振興課)

観光ボランティアガイドを始めとする地域で活躍している方々を対象に、産業観光に関する講習や産業観光施設訪問等を実施し、産業観光の知識を広く習得していただき、地域活動に活かしてもらおうとともに、産業観光をPR する。また、全県組織「あいち観光ボランティアガイドの会」の運営を支援する。

##### 《実績》

開催日:平成 30 年 2 月 9 日、内容:あいち航空ミュージアム・MRJ ミュージアム・県営名古屋空港ビルの見学等、参加者:30 名

### (4)県民による魅力再発見の推進

#### ①学校教育における地域の自然、歴史及び文化の学習の実施

##### 【観光や地域振興をテーマにした教育課程の実施】(教育委員会高等学校教育課)

県立古知野高等学校の「観光ビジネスコース」や一部の県立商業高校において、観光や地域振興に関する教育を推進した。

##### 《実績》

「観光ビジネスコース」生徒数:37 人(平成 29 年度)

## コラム 「アワード」と「フォーラム」は、イノベーションを生み出す場へ

平成 28 年度から実施している「あいち学生観光まちづくりアワード」と「あいち観光まちづくりフォーラム」。前者は、学生・生徒から観光振興に関する取組のアイデアを募集するもので、後者は、その最終プレゼンテーションと表彰を行うとともに、広く県民の皆様にあい知県の観光の魅力伝えるものです。フォーラムには、市町村や地域観光協会、観光関係事業者の職員らも参加しており、学生・生徒との交流の場が設けられています。

この交流の場は、いまイノベーションを生み出す場へと進化を遂げてきています。学生同士がアイデアの結合をしたり、学生のアイデアを聞いた地域の関係者や観光事業者が、そのアイデアを実現すべく学生と連携を始めたたり、新たな価値を生み出し始めています。



プレゼンの様子。趣向を凝らして発表する学生・生徒



交流する参加者

## 戦略Ⅵ 民間活力の活用

### (1) 観光関連事業者との連携強化

#### ① 観光関連事業者との情報共有、協働の強化

##### 【Aichi Now Biz / Aichi Now Pro の運営】(観光振興課)

愛知の公式観光サイト「Aichi Now」のサブサイトとして、県内観光関係者向けの情報を発信する「Aichi Now BIZ」と、旅行会社やメディアなど送客主体向けの情報を発信する「Aichi Now PRO」の2サイトを(一社)愛知県観光協会とともに運営した。

#### ② 民間プロジェクトとの連携強化

##### 【愛知デスティネーションキャンペーン(プレキャンペーン)】(観光振興課)(再掲)

#### ③ 三菱重工業 MRJ 量産工場における見学施設との連携

##### 【MRJ ミュージアムとの連携】(航空対策課)

あいち航空ミュージアムが MRJ ミュージアムと共通券を設定し、販売を開始した。

### (2) 企業、NPO、市民活動、大学、留学生などとの連携・協働

#### ① 民間企業(観光事業者以外)との連携・協働

##### 【ハート・オブ・ジャパン あいち応援企業】(観光振興課)

「ハート・オブ・ジャパン あいち応援企業」を募り、本県の観光ポスターの掲示やリーフレットの配布等により、あいちの魅力発信に協力していただいた。

##### 《実績》

応援企業数:109社(平成30年3月31日現在)

##### 【なごやめしの普及促進における民間企業との連携】(観光振興課)

名古屋市等とともに設立した「なごやめし普及促進協議会」を通じ、民間企業と連携して「なごやめし」の魅力発信を行った。

##### 《実績》

- ▶ 株式会社ローソン:5月下旬から7月下旬にかけて、「台湾ラーメン」をテーマにした商品を3種類販売した。その際、宣伝用のポップに協議会のロゴマークを掲載した。
- ▶ サントリー酒類株式会社:「総菜」や「サントリーのハイボールと相性抜群のなごやめし」を紹介。
- ▶ 「なごや武士めし武将隊弁当」との連携:「愛知デスティネーションキャンペーン」の企画として、株式会社だるまが制作した弁当に協議会ロゴマークを掲載した。

##### 【あいち学生観光まちづくりアワードを通じた民間企業との連携】(観光振興課)

NTTドコモが実施する大学との協同事業と連携して、県内の大学で「あいち観光戦略」及びアワードの周知を図った。

##### 《実績》

8校(11回)実施

### (3) 有料道路コンセッションを通じた観光振興

#### ① 有料道路コンセッションの実施

##### 【有料道路コンセッションの実施】(道路建設課有料道路室)

3ヶ所のPAにおいて、民間事業者が知多半島観光圏協議会の後援の下、沿線自治体・JA あいち知多や地元企業・団体等と連携した地域製品のPRイベント等を開催した。また、知多半島道路の大府PA・阿久比PAのリニューアル工事を実施した。

##### 《実績》

- 大府PA、阿久比PA、猿投グリーンロードの西広瀬PAにおいて、PRイベントを19回開催した。
- 阿久比PAから南知多道路の美浜PA等を経由し、美浜町総合公園までをコースとして、交通安全と地域PRを一体化した大規模なイベントを初めて開催した。

### (4) 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

#### ① 民間活力を活用した公園施設の設置

##### 【民間活力を活用した公園施設の設置】(公園緑地課)

新城総合公園において、平成28年度に選定された、民間活力を活用した公園施設である「フォレストアドベンチャー・新城」を開設した(平成30年3月16日開業)。また、大高緑地の導入施設に関する自然環境調査を実施した。

## コラム 観光事業者以外の民間企業との連携事例

県では、「ハート・オブ・ジャパンあいち応援企業」を募り、観光事業以外の民間企業の皆様にも、本県の観光ポスターの掲示やリーフレットの配布等の協力をお願いしていますが、平成29年度は、自社製品で、本県の観光面の魅力をPRしていただける事例が相次ぎました。

カルビー株式会社は、てばさき味の「ポテトチップス」を発売したほか、コカ・コーラ ボトラーズジャパン株式会社は、武士と名古屋城がデザインされた、「コカ・コーラ スリム ボトル 地域デザイン 名古屋ボトル」を発売。また、名古屋だるまは、なごやめしと武士めしを組み合わせた駅弁「なごや武士めし 武将隊弁当」を発売しました。この駅弁には、県内にある戦国時代ゆかりの史跡をまとめたマップも付いています。

このほかにも、愛知デスティネーションキャンペーン(DC)にあわせて、DC ロゴの入った、本県ならではの飲みやげなども発売されています。



### 3 平成 30 年度の主要な観光振興施策

平成 30 年度に実施している、「あいち観光戦略」に掲げる重点プロジェクトに係る主な施策は、以下のとおりである。

#### 戦略 I 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

##### (1) 情報発信の充実・強化

###### ① 海外観光説明会・商談会開催

###### ② 海外プロモーション実施

###### 【アジア大商談会の開催】(国際観光コンベンション課)

マレーシア・インドネシアの旅行会社の訪日旅行担当幹部やメディア関係者を招請し、県内視察・商談会・交流会等の行事を通じて旅行商品造成や情報発信を働きかけ、本県の知名度向上と本県への一層の誘客促進を図る。

###### 【海外プロモーション(欧米豪)実施事業】(国際観光コンベンション課)

平成 29 年のイギリスからの訪日外国人旅行者数が前年比 6.2% 増となる中、愛知県への訪問者数は前年比 29.2% 減となっており、本県はイギリスからの旅行者の取り込みに課題を抱えている。ラグビーワールドカップ 2019、東京オリンピック・パラリンピックの開催を契機にイギリスから日本への関心の高まりが期待されるが、とりわけラグビーワールドカップ 2019 は愛知県も会場となっており、ラグビーワールドカップ 2019 に向けた観光 PR を行う必要がある。そこで、世界最大規模の旅行見本市「World Travel Market」に参加するとともに、「World Travel Market」に際し JNTO 主催で現地メディア関係者・旅行関係者等に対して開催される観光説明会に参加し、観光プロモーションを実施する。また、欧米豪から招請事業を実施し、誘客促進を図る。

###### 【アジア FIT 向け観光説明会開催事業】(国際観光コンベンション課)

訪日リピーターの多い香港において、訪日旅行に関心の高い個人旅行者を対象に観光説明会を開催し、本県の観光資源に対する理解を深めてもらい、本県への誘客促進を図る。

###### 【インバウンド需要に対する県産農林水産物等の PR】(食育消費流通課)

日本に滞在しているアジアを中心とした外国人に対して、収穫体験、農業体験及び県産農林水産物等が購入・飲食できる店等を巡るツアーを開催し、参加者から母国に対し SNS 発信をしてもらう。また、お土産としての青果物を母国に持ち帰りやすい仕組みを構築し、インバウンド需要の拡大を図る。

###### 【各種展示会への出展】(産業立地通商課)

中国・上海及びタイ・バンコクの海外産業情報センターが、現地で開催される各種展示会に出展して本県の魅力を PR することで、外国人観光客の誘致を図る。

###### ⑤ 各種広報媒体による情報発信

###### 【FIT 向けメディアを通じた情報発信】(国際観光コンベンション課)

愛知の観光資源を紹介する映画の予告編をイメージさせる動きのある 30 秒の英語版の映像を制作し、県の海外向けの観光 PR の場で配信する。

#### (4) G20 外相会合を活用した魅力発信

##### ① G20 外相会合を活用した魅力発信

###### 【G20 外相会合を活用した魅力発信の検討】(国際課)

名古屋市をはじめとする関係機関・団体等と連携し、各国政府関係者・メディア関係者の受入体制の構築を進めるほか、当地域の産業力や技術力、伝統文化、観光地としての魅力などを世界に向けて発信するための取組について検討する。

## 戦略Ⅱ 観光資源の充実とブランド化の推進

#### (1) 武将観光・産業観光の推進

##### ① 戦国武将やゆかりの史跡、忍者等を生かした武将観光の推進

##### ② 武将観光イベントの開催

##### ④ 武将観光に係る資源発掘と磨き上げ

##### ⑤ 武将観光施設の連携強化

##### ⑥ 武将観光に係る PR・プロモーション

###### 【武将観光の推進】(観光振興課)

本県には、信長、秀吉、家康の郷土の三英傑をはじめ、数多くの戦国武将を輩出しており、県内には、戦国武将ゆかりの史跡や合戦を再現する祭りも数多く存在している。そこで、全国のサムライや忍者が集結する集客イベント「サムライ・ニンジャフェスティバル」を開催するとともに、引き続き、「徳川家康と服部半蔵忍者隊」を活用して、「武将のふるさと愛知」等の愛知の魅力を発信することにより、国内外からの誘客を図る。また、横浜で開催される「お城エキスポ」に愛知県観光協会、関係市町村と協力して出展する。

##### ⑦ 産業観光に係る資源発掘と磨き上げ

##### ⑧ 産業観光施設の連携強化

##### ⑨ 産業観光に係る PR・プロモーション

##### ⑩ 産業観光イベントの実施

###### 【「見にトリップ／いくさトリップ」の作成】(観光振興課)

愛知・岐阜広域観光推進協議会において、産業観光施設及び武将観光施設を紹介するパンフレット「見にトリップ／いくさトリップ」を作成する。あわせて、掲載施設を巡るスタンプラリーや各施設でのガイドイベントを開催することで周遊観光を促進する。

###### 【「リニモ」の産業観光資源としての利活用】(交通対策課)

日本で唯一の磁気浮上式リニアモーターカー「リニモ」の情報発信をするため、PR 動画の制作及び Web プロモーションを行う。

## (2) 伝統・文化に触れる観光の推進

### ① 山車まつり文化の PR・プロモーション

#### 【地域伝統芸能全国大会の開催】(観光振興課)

平成 30 年秋、県内外から各地が誇る伝統芸能関係者を招聘して地域伝統芸能全国大会を開催するとともに、開催 PR を実施することにより、本県の伝統文化を全国に紹介し、愛知・名古屋への観光誘客を図る。

#### 【あいち山車まつり活性化事業】(教育委員会生涯学習課文化財保護室)

「あいち山車まつり日本一協議会」における、①総会・研修会の開催、②シンポジウムの開催、③公開イベントの開催、④あいち山車文化魅力発見講座、⑤保存・継承支援事業の実施、⑥広報などの取組を通じて、あいちの山車まつりの保存・継承及び振興を図るとともに、その魅力を県内外へ発信する。

## (3) グルメ・食文化のブランド化

### ① なごやめし普及促進協議会を通じた「なごやめし」の普及促進

#### 【なごやめしの普及促進】(観光振興課)

名古屋市等とともに設立した「なごやめし普及促進協議会」を通じ、なごやめしの魅力を国内外に向けて発信することで、本県への一層の誘客促進を図る。具体的には、PR ツール作成やホームページ、SNS、首都圏でのイベント出展等を通じて魅力発信を行う。

### ② ご当地グルメや食文化の PR・プロモーション

### ③ 農林水産物の PR・プロモーション

#### 【観光物産展の開催】(観光振興課)

平成 27 年 4 月に設置した首都圏プロモーション推進本部のもと、関係部局連携が連携し、首都圏でのプロモーション活動を推進している。2020 年の東京オリンピックを見据え、首都圏から本県への誘客促進を図るため、首都圏在住者をターゲットとしたプロモーションを継続して実施し、一層強力に愛知の魅力を発信していく。また、関西圏でも大型観光キャンペーンと連携して観光プロモーションを実施し、大都市圏で継続したプロモーションを展開することで、更なる誘客促進を図る。

## (4) 着地型観光の推進

### ① 着地型観光の商品化支援

### ② 着地型観光商品の販売促進支援

#### 【市町村域を超えた着地型観光プログラムの開発・販売支援】(観光振興課)

武将観光や産業観光など、本県が取り組むテーマ観光に沿った広域プログラムを開発し、着地型旅行商品として業界の流通経路に載せられるよう、専門家を招いたセミナー等を開催し、知識やノウハウの獲得と人材ネットワークの構築を支援する。

#### 【VISIT 愛知県の運営】(観光振興課)

地域の魅力ある観光資源を組み合わせ、新たな着地型旅行商品として造成した商品を、全国販売の展開が可能な旅行会社の旅行商品として販売するため、旅行商品の販売管理と着地型旅行商品販売サイト「VISIT 愛知県」の運営を委託する。

## (5) 情報発信の充実・強化

- ① 首都圏等の他の都道府県における情報発信・プロモーション
- ② 各種広報媒体による情報発信
- ③ 動画による情報発信

### 【愛知デスティネーションキャンペーン】(観光振興課)

JRグループ6社及び協賛会社と地元がタイアップして実施する「デスティネーションキャンペーン(DC)」を核に、本県への観光客の大幅増加及び定着化を目的として、全国規模の観光キャンペーンを展開する。平成30年度は、集中DCとして、PR・プロモーションを集中的に実施して、観光誘客を図る。

### 【東三河「新しい人の流れ」創出事業】(東三河総局企画調整課)

東京圏在住の若者に訴求力の高いインフルエンサー等を活用し、SNS等上で、東三河の観光資源を素材に情報発信・拡散させる取組を展開することにより、東京圏在住者に対し東三河の魅力を強く印象付け、東三河の知名度の向上と観光客の増加を図る。また、住みやすさや経済的な豊かさなど、「東三河の快適な暮らし」を伝えることができるデータを整理・分析することにより、東三河の魅力を「見える化」とともに、そのデータを活用して、リーフレット等の広報素材を作成することで、分かりやすく発信する。

### 【観光PRキャラクター事業】(観光振興課)

著名人を起用したメディアミクス型の観光プロモーションを実施し、愛知県の観光県としてのさらなるブランドカアップを目指す。また、世界最大級の旅の展示会「ツーリズム EXPO ジャパン 2018」に出展し、本県の魅力を、首都圏を中心とする一般来場者に加え、国内外の旅行業会関係者にPRし、観光誘客を図る。

## (6) 映画・ドラマ等のロケ支援及びロケーション資源の活用

- ① 映画やドラマ等のロケ誘致と撮影支援
- ② ロケ地のPR・プロモーション
- ③ 愛知県フィルムコミッション協議会の運営

### 【フィルムコミッション活動の支援】(観光振興課)

映画やドラマ等のロケ地は観光資源として観光客誘致が期待できるとともに、撮影のために訪れた撮影スタッフによる宿泊や飲食等による直接的な経済効果を期待できる。そこで、平成26年に設立した「愛知県フィルムコミッション協議会」を通じ、県全域のロケ誘致に取り組む。また、一般向けのフォーラムを開催することで、県民のロケ支援への理解を深める。

## (14) 県営都市公園の活用

- ① 多くの集客を得ることができる公園施設の整備やイベントの開催

### 【ジブリパーク構想の推進】(公園緑地課ジブリパーク構想推進室)

愛・地球博記念公園内に愛知万博の理念を次世代へ継承するため、2022年度中の開業を目指し、ジブリパーク構想を推進する。平成30年度は、基本デザインをもとに、ジブリパークの基本構想の策定、基本設計の実施及びジブリパーク構想の情報発信等を行う。

## 戦略Ⅲ 観光交流拠点としての機能強化

### (1) 広域観光の推進

#### ① 昇龍道プロジェクトの推進

##### 【昇龍道プロジェクトの推進】(国際観光コンベンション課)

広域観光推進組織の一員として昇龍道プロジェクトを推進するほか、本県が単独で実施する海外でのプロモーションや招請事業等においても、「昇龍道プロジェクト」等の広域観光の取組を紹介する。

## 戦略Ⅳ MICE・スポーツ大会を通じた誘客推進

### (1) MICE の誘致

#### ① MICE 誘致のための PR・プロモーション

#### ② 愛知・名古屋 MICE 推進協議会への参画

##### 【愛知・名古屋 MICE 推進協議会】(国際観光コンベンション課)

名古屋市、名古屋観光コンベンションビューロー並びに当地域で MICE に関わる幅広いステークホルダーとともに設置した「愛知・名古屋 MICE 推進協議会」を通じて、地域が一丸となって、政府系会議や大規模国際会議をはじめとする MICE 誘致に取り組む。

#### ③ MICE 誘致に係る補助制度の活用

##### 【国際会議の開催支援】(国際観光コンベンション課)

国際会議主催者に対して、開催費の一部を補助する。

#### ④ 2019 年度の第 57 回技能五輪全国大会・第 39 回全国アビリンピックの開催及び 2020 年度の第 58 回技能五輪全国大会・第 40 回全国アビリンピックの開催誘致

##### 【技能五輪全国大会・全国障害者技能競技大会開催準備費】(産業人材育成課)

2019 年度及び 2020 年度技能五輪全国大会・全国アビリンピックの 2 年連続開催に向けて、推進協議会の運営や選手育成・強化、広報活動を行う。また、2019 年度技能五輪全国大会・全国アビリンピックの大会実施計画の策定を行う。

#### ⑤ 「技能五輪国際大会」の 2020 年代初頭の誘致に向けた研究

##### 【技能五輪国際大会招致推進費】(産業人材育成課)

10 月に行われる WSI(WorldSkills International)総会にて、立候補を正式表明するとともに、WSI 役員等に対しての招致活動を行う。また、機運醸成を目的としたイベントを開催する。

### (2) 受入環境の整備

#### ① 大規模展示場の整備に向けた取組

##### 【愛知県国際展示場の整備】(地域政策課国際展示場準備室)

設計施工一括発注方式による建築工事の実施。

**【運営事業者による広報宣伝及び設備調達など開業前準備業務の実施】(地域政策課国際展示場準備室)**

2019年9月の開業に向けて、運営事業者による広報宣伝及び設備調達など開業前準備業務の実施。

**(3)スポーツ大会の招致・育成**

**①ラグビーワールドカップ 2019 の開催支援**

**【ラグビーワールドカップ 2019 の開催支援】(スポーツ振興課)**

引き続き、開催支援の活動として、ファンゾーン実施計画の策定、交通輸送実施計画(交通案内・整理、駐車場対策等)の策定、ボランティアの募集・研修を実施する。

**②2020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合宿誘致**

**【東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会の競技招致及び合宿誘致】(スポーツ振興課)**

競技招致に係る情報収集を行う。また、合宿誘致に係る各市町村への取組支援(施設PR資料の作成、視察費用の支援等)を行う。

**③FIFA フットサルワールドカップ 2020 の招致と開催支援**

**【FIFA フットサルワールドカップ 2020 の招致】(スポーツ振興課)**

招致機運を醸成するための事業を実施するほか、開催国決定に向けて、JFA(日本サッカー協会)と協力して、引き続き招致活動を実施する。

**④アジア競技大会などの国際的スポーツ大会の招致検討**

**【第 20 回アジア競技大会の開催準備】(アジア競技大会推進課)**

第 20 回アジア競技大会の開催(2026 年)に向け、共催者である名古屋市や OCA、JOC、各競技団体及び関係市町村との調整を図りながら、開催都市契約締結に向けた OCA との協議、アジア競技大会組織委員会設立準備委員会の設置、大会開催基本計画等の検討等を行う。

**戦略Ⅴ 戦略的な観光ひとつづくり**

**(1)観光人材の育成**

**①学校との連携・協働**

**【あいち学生観光まちづくりアワード】(観光振興課)**

大学や専門学校、高校及びその学生・生徒を巻き込んで観光を盛り上げ、キーパーソンを育成することを通じ、観光産業の振興に寄与するため、学生から観光振興に関する取組のアイデアを募集し、優れたものを表彰する。

## ②地域や企業で活躍する観光人材の育成

【市町村域を超えた着地型観光プログラムの開発・販売支援】(観光振興課)(再掲)

【観光まちづくりゼミの実施】(観光振興課)

自然、文化、歴史、産業など、地域のあらゆる資源を生かし、地域が主体となった活力あるまちづくりを実現するため、「あいち観光まちづくりゼミ」を実施する。地域の意欲ある人材をより多く発掘・育成するとともに、地域一体となった観光による地域振興のさらなる推進を図る。また、県内各地から集まったゼミ生相互の交流を促進し、各地の取組情報を交換することによって、県下の各地域で取り組む人材の横の連携を醸成し、人材、ひいては観光力の底上げを図る。

## (2) 地域自らによる観光マネジメント力の強化

### ①日本版 DMO の推進

### ②観光関連団体の機能強化

【あいち版 DMO の推進】(観光振興課)

愛知県観光協会の DMO 事業について一層の推進を図るとともに、地域が推進する DMO 化の取組みを支援することで、県域全体の観光地経営力を高める。具体的には、①マーケティング・ワーキング・グループの運営支援、②市町村域を超えた観光プログラムの開発・販売支援、③地域 DMO の設立に対する支援を行う。

## 戦略Ⅵ 民間活力の活用

### (1) 観光関連事業者との連携強化

#### ①観光関連事業者との情報共有、協働の強化

【Aichi Now Biz / Aichi Now Pro の運営】(観光振興課)

愛知の公式観光サイト「Aichi Now」のサブサイトとして、県内観光関係者向けの情報を発信する「Aichi Now BIZ」と、旅行会社やメディアなど送客主体向けの情報を発信する「Aichi Now PRO」の2サイトを(一社)愛知県観光協会とともに運営する。

#### ②民間プロジェクトとの連携強化

【愛知県大型観光キャンペーン】(観光振興課)(再掲)

(参考)あいち観光戦略推進委員会

愛知県観光振興基本計画に定められた観光振興に関する施策の平成29年度の実施状況に関する議会への報告及び公表に当たり、平成30年9月14日(金)に、下表の委員で構成する「あいち観光戦略推進委員会」を開催し、当該実施状況や今後の施策展開に対するご意見をいただいた。

(五十音順・敬称略)

氏名	所属・役職	出欠
岩田 仁志	一般社団法人日本旅行業協会 中部事務局 事務局長	欠席
◎大澤 健	国立大学法人和歌山大学経済学部 教授	出席
クリス・グレン	有限会社パスト・プレゼント・フューチャー 代表取締役	出席
近藤 善紀	名古屋市観光交流局観光交流部長	欠席
摂津 輝彦	一般社団法人日本ホテル協会 中部支部 事務局長	出席
田尾 大介	株式会社ツーリズムデザイナーズ 代表取締役	出席
田並 一彦	一般社団法人全国旅行業協会 愛知県支部 事務局長	出席
西村 哲治	公益社団法人日本観光振興協会 中部支部 事務局長	出席
山本 勝子	日本福祉大学 知多半島総合研究所 顧問	出席
○横山 陽二	名古屋外国語大学現代国際学部国際教養学科 准教授	出席
渡邊 幸一	愛知県ホテル・旅館生活衛生同業組合 理事長	出席

◎…委員長、○…副委員長

平成 30 年度版  
あいち観光戦略に基づく観光振興施策の実施状況  
(平成 29 年度年次報告書)  
平成 30 年 10 月発行

作成・発行  
愛知県振興部観光局観光振興課  
〒460-8501  
名古屋市中区三の丸三丁目 1 番 2 号  
電 話 052-954-6353  
F A X 052-973-3584  
メール kanko@pref.aichi.lg.jp  
ウェブ <http://www.pref.aichi.jp/kanko/>