



令和元年度版

あいち観光戦略に基づく 観光振興施策の実施状況

(平成 30 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30年度の実施状況に関する報告を行うものです。

目 次

あいち観光戦略の概要	1
1 数値目標の達成状況	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
2 平成 30 年度の観光振興施策の実施状況	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	16
戦略Ⅲ 観光交流拠点としての機能強化	28
戦略Ⅳ MICE・スポーツ大会を通じた誘客推進	30
戦略Ⅴ 戦略的な観光ひとづくり	35
戦略Ⅵ 民間活力の活用	37
3 令和元年度の主要な観光振興施策	39
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	39
戦略Ⅱ 観光資源の充実とブランド化の推進	41
戦略Ⅲ 観光交流拠点としての機能強化	44
戦略Ⅳ MICE・スポーツ大会を通じた誘客推進	44
戦略Ⅴ 戦略的な観光ひとづくり	45
戦略Ⅵ 民間活力の活用	46
(参考)あいち観光戦略推進委員会	裏表紙

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none">・ P10～P46 における、「(1)」「①」などの番号は、「あいち観光戦略」の体系番号に依拠している。・ 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。 |
|--|

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）

<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>～モノスゴ愛知で待つ県～</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。</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 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</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 産業観光周遊バスの運行</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>伝統・文化に触れる観光の推進</p> <p>山車まつり・文化のPR・プロモーション</p> <p>グルメ・食文化のブランド化</p> <p>「なごやめし」の普及促進</p> <p>着地型観光の推進</p> <p>着地型観光の商品化支援</p> <p>情報発信の充実・強化</p> <p>首都圏等における情報発信・プロモーション</p> <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

6. 数値目標

来県者数	全体(平成 26 年)	3,817 万人 ▶ 5,000 万人	観光消費額	全体(平成 26 年)	7,270 億円 ▶ 1 兆円	滞在日数	全体(平成 26 年)	1.29 泊 ▶ 1.7 泊
	外国人(平成 26 年)	123 万人 ▶ 400 万人		外国人(平成 26 年)	798 億円 ▶ 2,500 億円		外国人(平成 26 年)	1.44 泊 ▶ 2.0 泊

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～令和 2(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、伝えられる観光県「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
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

全体(平成 27 年 4-9 月)

69.7% ▶ 80.0%

県民(平成 27 年 4-9 月)

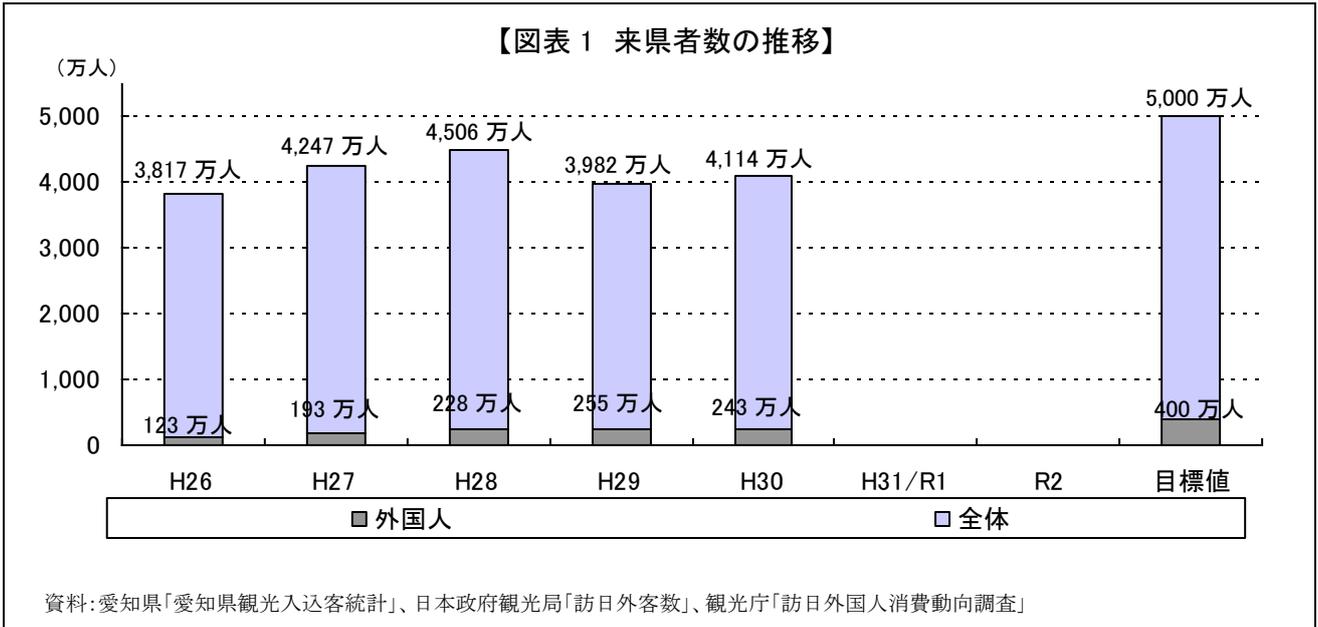
66.3% ▶ 80.0%

1 数値目標の達成状況

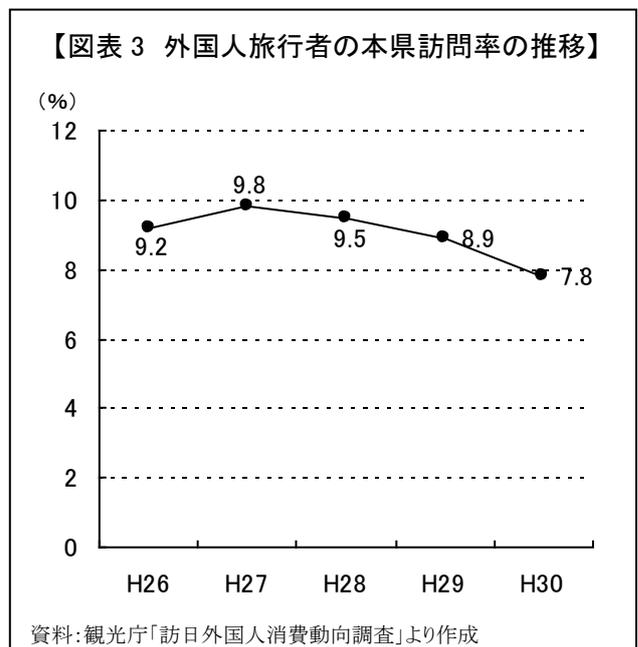
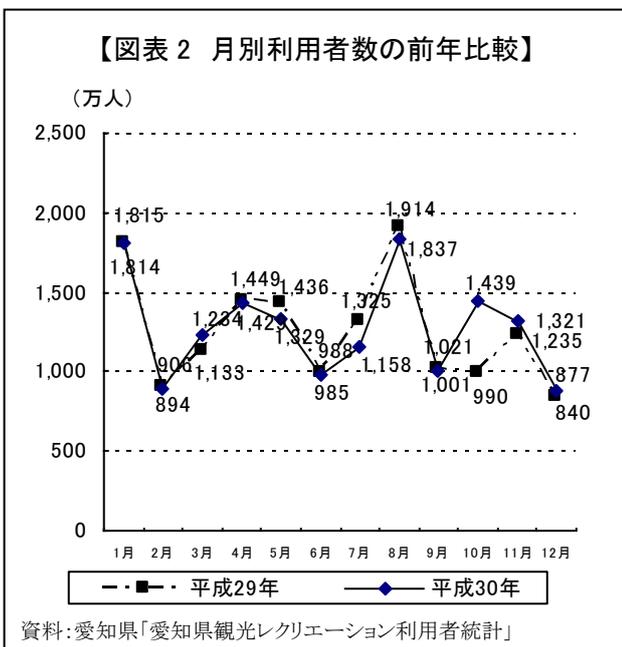
あいち観光戦略において、計画最終年度(令和 2 年度)の目標として掲げた指標に対する達成状況は、下表のとおりであった。

		計 画 当 初	平 成 3 0 年 (実 績)	目 標 値 (令 和 2 年)
来 県 者 数	全 体	3,817 万人 (平成 26 年)	4,114 万人	5,000 万人
	外 国 人	123 万人 (平成 26 年)	243 万人	400 万人
観 光 消 費 額	全 体	7,270 億円 (平成 26 年)	7,593 億円	1 兆円
	外 国 人	798 億円 (平成 26 年)	1,670 億円	2,500 億円
滞 在 日 数	全 体	1.29 泊 (平成 26 年)	1.31 泊	1.70 泊
	外 国 人	1.44 泊 (平成 26 年)	1.36 泊	2.00 泊
国際会議開催件数	—	179 件 (平成 26 年)	192 件 (平成 29 年)	200 件
満 足 度 (「非常に満足」の割合)	全 体	19.6% (平成 26 年)	29.3%	30.0%
	外 国 人	39.6% (平成 27 年)	35.2%	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)	79.0%	80.0%
	県 民	66.3% (平成 27 年 4-9 月)	76.6%	80.0%

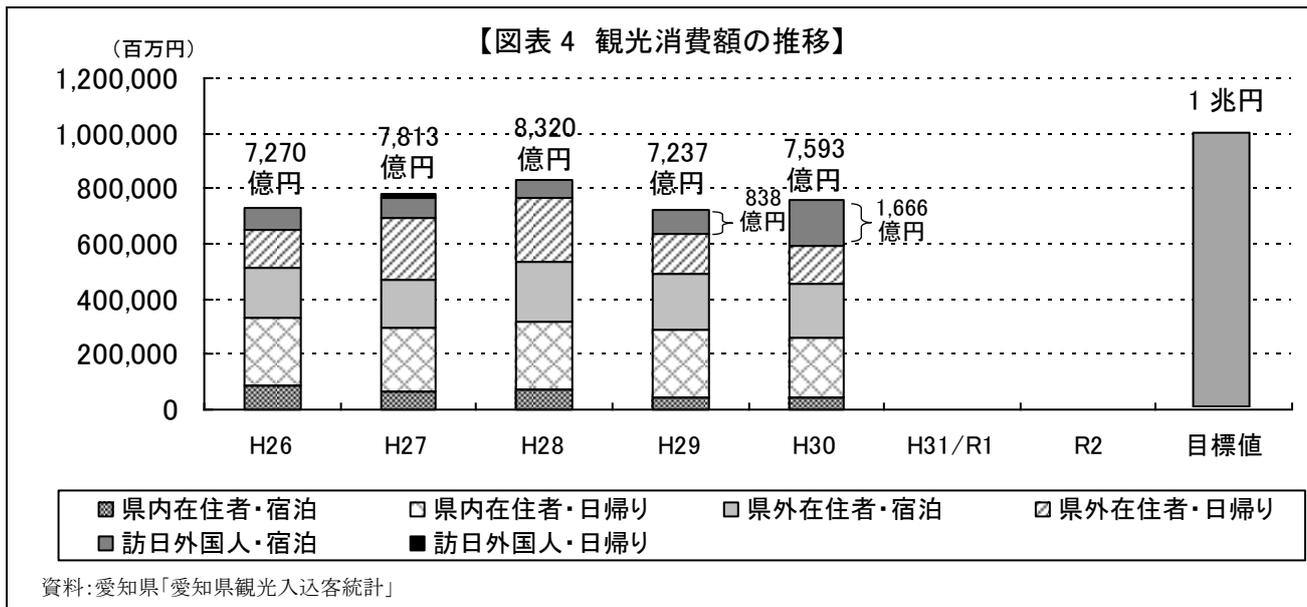
(1) 来県者数



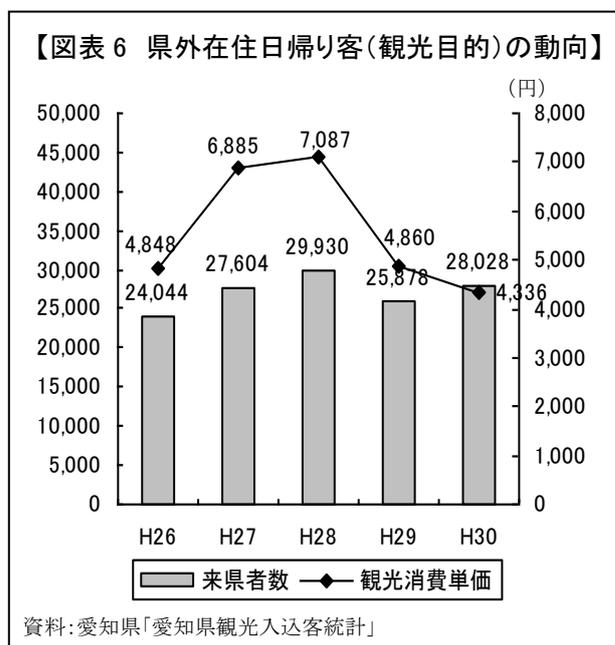
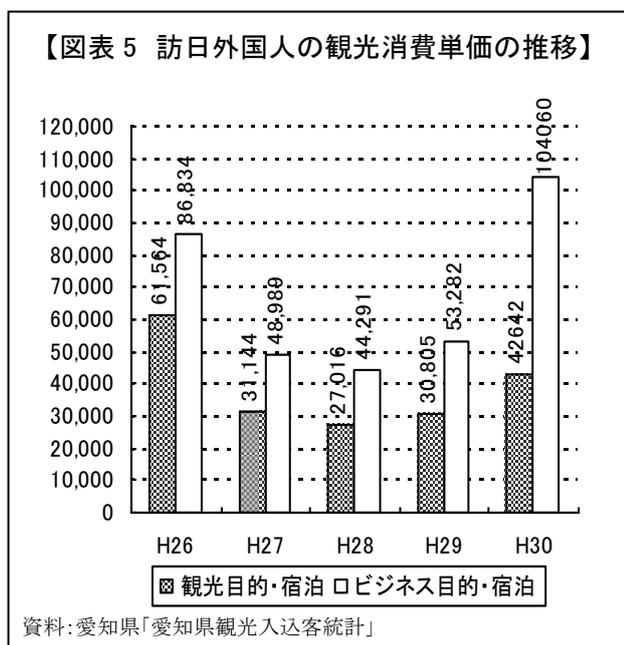
- 来県者数(全体)は、前年(平成 29 年)と比較して、3,982 万人から 4,114 万人となり、3.3%の微増となった。しかしながら、外国人の来県者数は 255 万人から 243 万人へと 4.7%減となった。
- 月別の観光レクリエーション資源・施設利用者数(図表 2)を見ると、平成 30 年は、3 月と、愛知デスティネーションキャンペーン期間中の 10～12 月の期間で前年を上回った。特に、10 月については、449 万人ほどの大幅な増加となっている。これは、前年(平成 29 年)に台風の影響で大きく人出を減らした、名古屋まつりや豊橋まつりなどの大規模な行祭事や観光施設の利用者数が回復したことが最も大きな要因である。
- なお、外国人旅行者の本県訪問率は低下傾向が続いており(図表 3)、国全体への訪問者数が増えている中、他地域との激しい競争局面に入っていることが推測される。



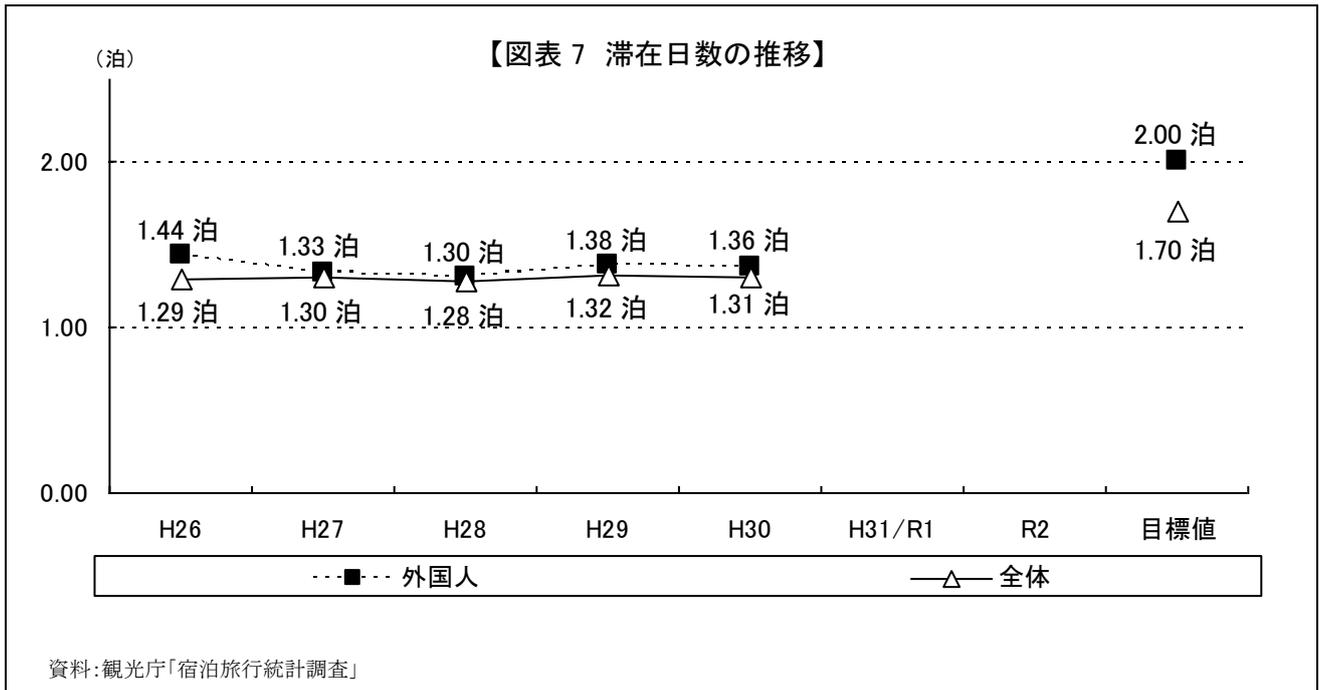
(2) 観光消費額



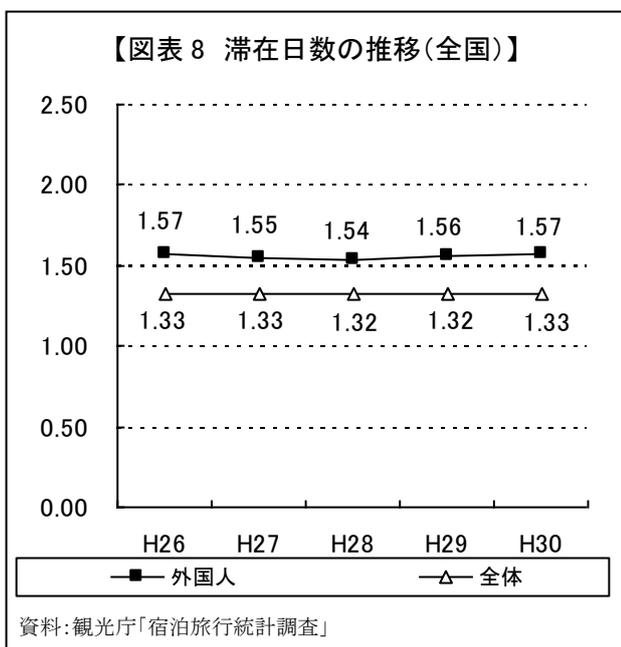
- 観光消費額は、前年(平成29年)の7,237億円から7,593億円へと356億円の増加となった。国内客の消費額の減少幅を外国人客の消費額の増加幅が上回り、全体として前年比プラスとなった。
- 最も大きく増えたのは、外国人の宿泊客で、838億円から1,666億円へと倍増した。これは、外国人の客単価の著しい上昇に起因しており、特に、ビジネス目的客の客単価は53,282円から104,060円へと2倍近い伸びとなった(図表5)。要因としては、中部IN/OUTの外国人(ビジネス目的客)の滞在日数が伸びている(図表9)ことと関係している可能性がある。
- 一方、国内客では、昨年、大きく低下した県外在住の日帰り客の客単価が、今回も続落することとなった(図表6)。県内在住の日帰り客の単価(3,180円)との差が縮まってきており、魅力的な着地型コンテンツや昼食メニュー、お土産品の開発など、客単価を上げる施策が重要となっている。



(3) 滞在日数



- 本県内での滞在日数は、全体、外国人ともに、前年比で微減となった。依然として、目標値とのかい離が大きい状況が続いている。
- 期間を通して見ると、平成 26 年の外国人はやや泊数が長かったものの、全体としては概ね横ばい状態が続いている。この傾向は全国的に見ても同様で、単一都道府県内の泊数は、過去 5 年間でほとんど変化していない(図表 8)。
- このことは、外国人(観光目的)の日本滞在泊数全体を見ても変わりなく、6 泊前後の状態が続いている。ただし、外国人(業務目的)の日本滞在泊数は、昨年、前年を上回り、特に中部 IN/OUT は 20 泊前後と大きく伸びた。



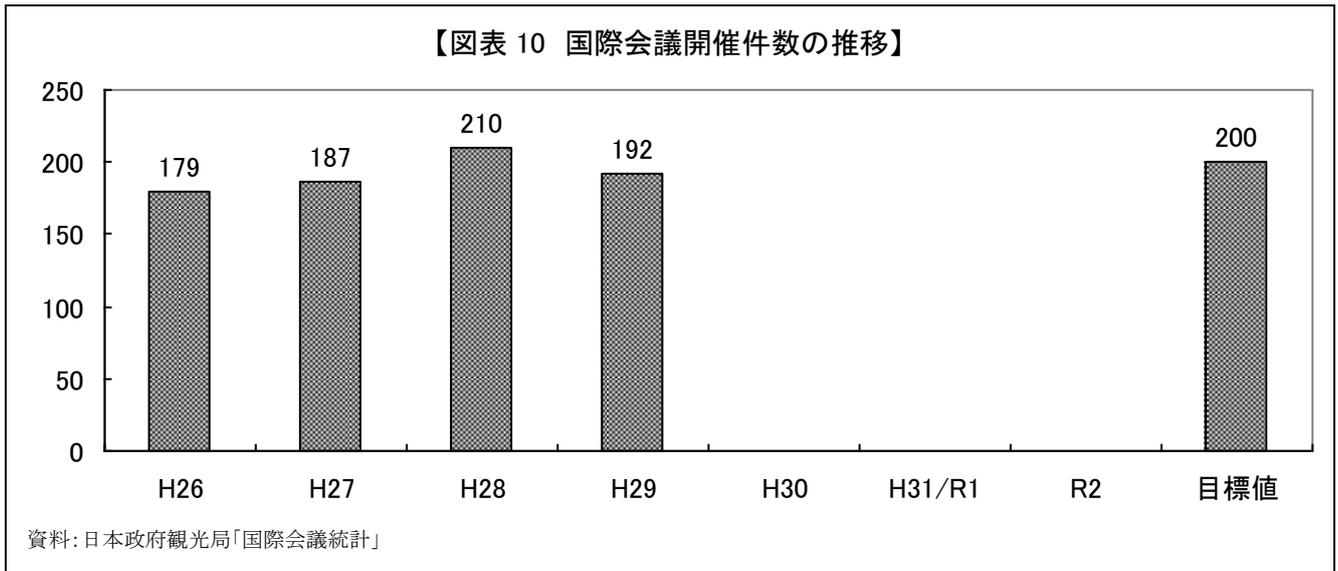
【図表 9 訪日目的別平均泊数】

		区分	H26	H27	H28	H29	H30
観光	全国		6.1	5.9	6.0	5.8	5.9
	中部 IN		6.3	5.6	5.7	6.1	6.0
	中部 OUT		6.6	5.3	5.5	6.0	6.0
業務	全国		12.4	13.3	14.0	12.1	14.3
	中部 IN		12.8	16.9	14.4	14.7	20.4
	中部 OUT		13.7	18.5	16.3	13.5	19.1

(泊)

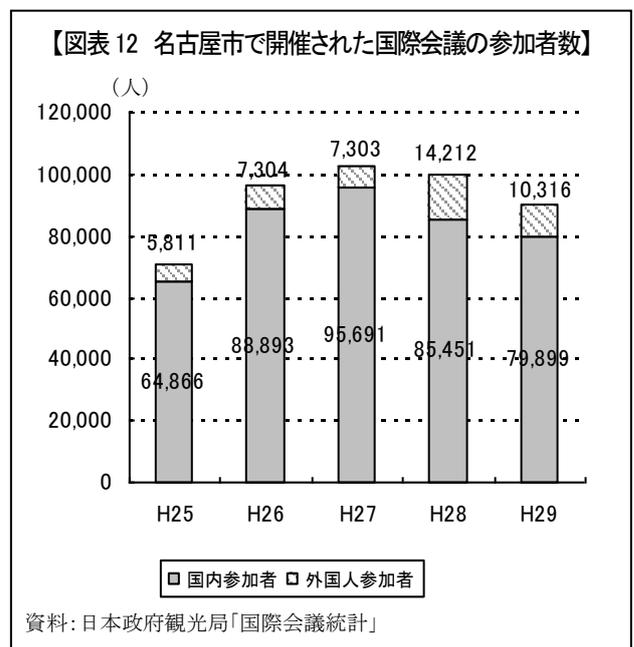
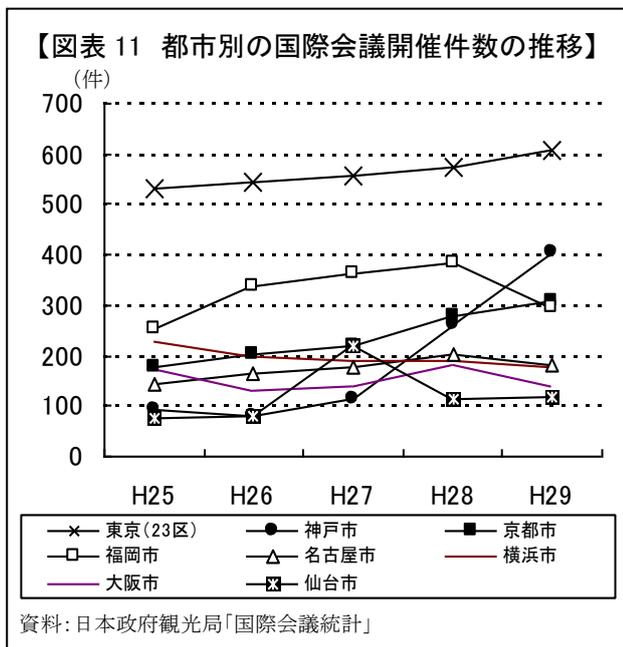
資料:観光庁「訪日外国人消費動向調査」

(4) 国際会議^(*)開催件数

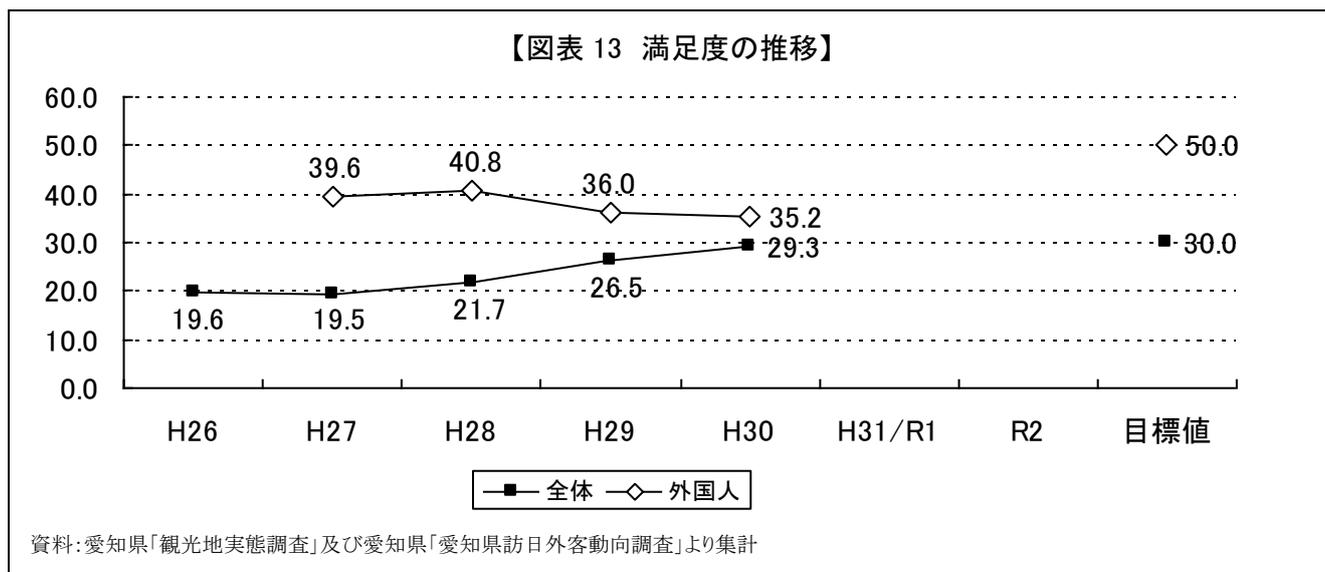


* 国際会議とは、国際機関・国際団体または国家機関・国内団体(民間企業を除く)が主催する、参加者総数が50名以上、参加国が3か国以上の会議(JNTO「国際会議選定基準」)。

- 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29年)では192件となった。前年(平成28年)が、会議の周期性による影響が強く出て目標を上回る結果となっていたが、平成29年は通常ペースに回帰した。しかしながら、前々年(平成27年)比では、5件の増加となっている。
- 都市別の開催件数の推移(図表11)を見ると、特筆すべきは神戸市で、平成29年は405件が開催され、前年の260件から55.8%増となった。この結果、神戸市は、やや大きく件数を減らした福岡市を抜いて全国2位となった。本県で最も多く開催されている名古屋市の全国に占める位置は5位で、これは前年と変化していない。
- 名古屋市で開催された国際会議の参加者数は、開催件数の減少に伴い、国内参加者、外国人参加者ともに前年を下回り、合計90,215人となった(図表12)。



(5) 満足度（「非常に満足」の割合）



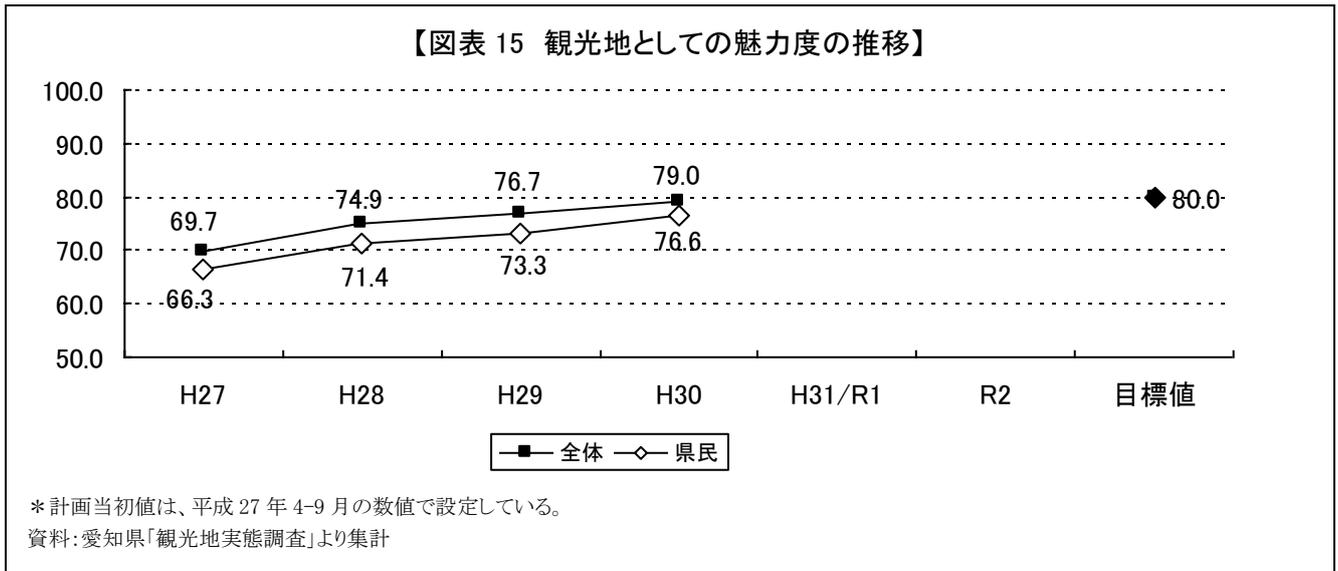
- 「非常に満足」と回答した人は、前年(平成 29 年)と比較して、全体が 26.5%から 29.3%に向上したのに対し、外国人はわずかに低下した。なお、図表にはないが、全体の「概ね満足」は 56.7%で、肯定的な回答の合計は 8 割を超えている。同様に、外国人の「満足」は 60.8%で、こちらの肯定的な回答は 96.0%と高率になっている。
- 不満に感じた点を尋ねる設問では、全体の 60.3%が「不満はない」と回答しているが、中でも、不満に感じた点を挙げてもらうと、最多だったのは「道路が渋滞している」で 34.7%、2 位が「観光地での駐車場が足りない、未整備」で 27.9%だった。
- 一方、外国人が不満に感じた点(上位 5 項目)の推移(図表 14)を見ると、ほとんどすべての項目で改善が進んだことがわかる。特にフリーWi-Fi に関する不満は大きく低減し、平成 30 年には、初めて1位ではなくなった。かわって1位になったのは「コミュニケーションが取りづらい」で、前年よりやや悪化した。また、「夜間に楽しめる場所が少ない」「カード支払いができない」など、あまり改善が進まなかった項目が上位に入ることとなった。

【図表 14 外国人が不満に感じた点(上位 5 項目)の推移】

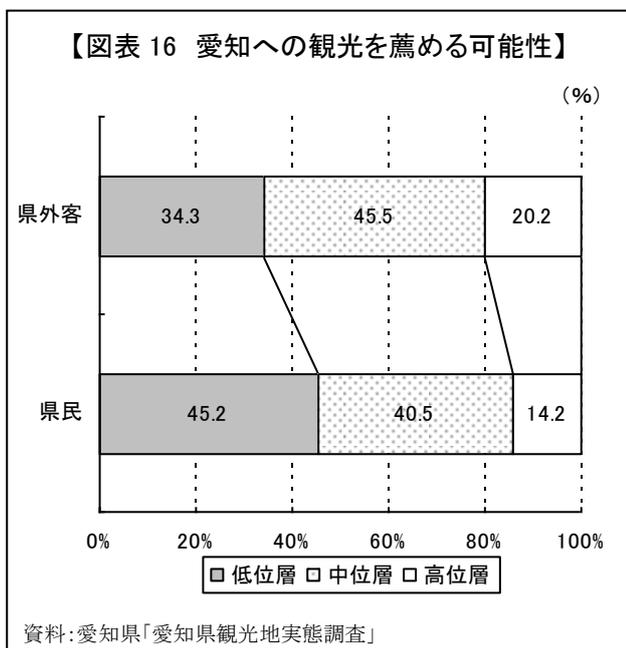
	H27	H28	H29	H30
1 位	フリーWi-Fi の設備が充実していない(43.1)	フリーWi-Fi スポットが少ない(28.4)	フリーWi-Fi スポットが少ない(14.3)	コミュニケーションが取りづらい(13.5)
2 位	コミュニケーションが取りづらい(27.4)	コミュニケーションが取りづらい(26.2)	フリーWi-Fi の通信環境が悪い(13.7)	フリーWi-Fi スポットが少ない(10.0)
3 位	夜間に楽しめる場所が少ない(12.2)	フリーWi-Fi の通信環境が悪い(21.0)	コミュニケーションが取りづらい(11.6)	フリーWi-Fi の通信環境が悪い(8.3)
4 位	通訳ガイドが充実していない(11.5)	飲食費が高い(11.6)	飲食費が高い(6.7)	夜間に楽しめる場所が少ない(5.7)
5 位	観光施設等の案内表示がわかりにくい(10.8)	夜間に楽しめる場所が少ない(10.8)	夜間に楽しめる場所が少ない(5.8)	カード支払いができない(4.6)

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）



- 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79.0%、県民が66.3%から76.6%となり、ともに向上した。また、全体と県民とのギャップは、平成30年は縮小することとなった。
- 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およそ1/3(34.3%)となっているのに対し、県民は半数近く(45.2%)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16)。
- 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17)。



【図表 17 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	49.9	41.8
歴史・文化	37.6	43.1
食文化・特産品	35.5	37.9
公園・遊園地・テーマパーク	17.5	18.2
美術館・博物館・科学館	17.3	20.3
季節のレジャー(花見・海水浴等)	14.6	8.1
自然	12.1	7.2
工場見学・学習	12.0	8.5
イベント・祭り・伝統芸能等	10.5	7.9
ショッピング・コンサート等	9.2	12.5
温泉地	7.9	5.9
スポーツ観戦	4.5	4.8

資料:愛知県「愛知県観光地実態調査」

2 平成 30 年度の観光振興施策の実施状況

平成 30 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

【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)

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ことから、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した。また、欧米豪から招請事業を実施し、誘客促進を図った。

《実績》

- セールスコールの実施
 - ✓ 実施日:平成 30 年 11 月 5～8 日
 - ✓ 訪問先:ロンドン 11 社(旅行会社 4 社、メディア 2 社、その他 5 社)、ウェールズ 4 社(ラグビー関係機関 3 件含む)
- 「World Travel Market」ブース出展
 - ✓ 実施日:平成 30 年 11 月 5～7 日
 - ✓ 会場:ExCeL London
 - ✓ 商談件数:20 件(旅行会社 15 件、メディア 2 社、その他 3 社)
 - ✓ 実施内容:ブースでの商談、忍者隊を活用した PR、和菓子の提供、アンケートの実施
- 日本観光 PR イベント「Visit Japan Night」への参加
 - ✓ 実施日:平成 30 年 11 月 5 日
 - ✓ 会場:Japan House London
 - ✓ 参加者数:104 名(ゲスト 53 名、メディア 8 名、レセプション出展者 23 名、WTM 出展者 20 名)
 - ✓ 実施内容:ブースでの観光情報の提供、忍者隊による演武、PR 動画の放映、地酒・和菓子の提供
- メディアイベント(Travel Weekly Destination Showcase)への参加
 - ✓ 実施日:平成 30 年 11 月 7 日
 - ✓ 会場:メリディアン・ピカデリーホテル
 - ✓ 招待者数:150 名(英国のメディア関係者・旅行会社関係者等)
 - ✓ 実施内容:観光情報の提供、プレゼンテーション・PR 動画の放映、忍者隊による PR、地酒・和菓子の提供
- 欧米豪メディア等招請
 - ✓ 平成 30 年 12 月～平成 31 年 2 月:英・仏・豪から計 5 名
 - ✓ 平成 31 年 1～2 月:米・英・仏・独・豪・伊から計 10 名

【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った。

《実績》

- 実施日:平成 31 年 1 月 17~18 日
 - ✓ 訪問先:香港 6 社(すべて旅行会社)
- 現地観光説明会の開催
 - ✓ 日程:平成 31 年 1 月 19 日
 - ✓ 場所:EGL Tours 旧本社ビル
 - ✓ 参加者:160 名

【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った。

《実績》

- 招請時期:平成 30 年 11 月 18~23 日
- 招請者数:マレーシア・インドネシアから、それぞれ 8 名(旅行会社 5 名・メディア 3 名)、計 16 名。

【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》

- 上海正解旅游博覧会(SWTF)に出席し、愛知県観光情報を PR(平成 30 年 5 月)
- 北京国際旅游博覧会(BITF)に出席し、愛知県観光情報を PR(平成 30 年 6 月)
- 寧波国際旅游展に出席し、愛知県観光情報を PR(平成 30 年 8~9 月)
- 成都ジャパンブランドに出席し、愛知県観光情報を PR(平成 30 年 10 月)
- 海南世界休閒旅游博覧会に出席し、愛知県観光情報を PR(平成 30 年 11 月)
- 無錫花見ウィークに出席し、愛知県観光情報を PR(平成 31 年 3 月)
- 三菱 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 30 年 11 月)

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、タイ、韓国、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
 - レンタカーを活用したタイからの FIT 誘客事業
 - ✓ メディア・旅行会社招請(平成 30 年 11 月 7~12 日)
 - ✓ 共同広告の実施(平成 30 年 9~11 月及び平成 31 年 1~2 月)
 - ✓ 純広告の実施(平成 30 年 10 月及び平成 31 年 1 月)
 - 韓国メディアを活用したプロモーション事業

- ✓ コラムニスト・旅行作家・旅行会社招請(平成 30 年 10 月 16～20 日)
- ✓ 新聞媒体(全国紙)、旅行雑誌、旅行会社 WEB サイトへの記事掲出
- 東海エリア上海プロモーション事業
 - ✓ 旅行会社・メディア招請(平成 30 年 8 月 29 日～9 月 3 日)
 - ✓ 現地観光説明会、セールスコール(平成 30 年 12 月 4～6 日)
- 愛知・名古屋部会事業
 - 招請事業
 - 在日外資系旅行会社の招請(1 回目:平成 30 年 11 月 13～15 日、2 回目:平成 31 年 1 月 16～18 日)
 - 海外プロモーション事業
 - ✓ 韓国ハナツアー観光博覧会出展:平成 30 年 6 月 7～6 月 10 日
 - ✓ 台湾 ITF 出展:平成 30 年 11 月 23～11 月 26 日
 - ✓ 上海プロモーション:平成 30 年 12 月 4～6 日
 - ✓ 香港 FIT 向け観光説明会:平成 31 年 1 月 17～20 日

【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》

- 大学アウトリーチ事業(平成 30 年 7 月)
- 旅行会社ファミトリップ事業(欧州)(平成 30 年 11 月)
- 台北国際旅行博(ITF)2018 出展(台湾)(平成 30 年 11 月)
- 欧米豪市場メディアプログラム事業(英・仏・豪)(平成 30 年 11 月～平成 31 年 2 月)
- 仏(ILTM)商談会出展(平成 30 年 12 月)
- ミッション団派遣(豪)(平成 30 年 12 月)
- SNS による情報発信の強化
- インターナショナルナレッジセミナー(平成 31 年 3 月)
- 継続的なデータ収集・KPI 検証

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。-4th 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)

セールスコ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》

招き猫ストラップ:5,200 個、手提袋(ビニール袋)4,300 個、紙製ポケットフォルダ 1,800 個、ピンバッチ 4,000 個

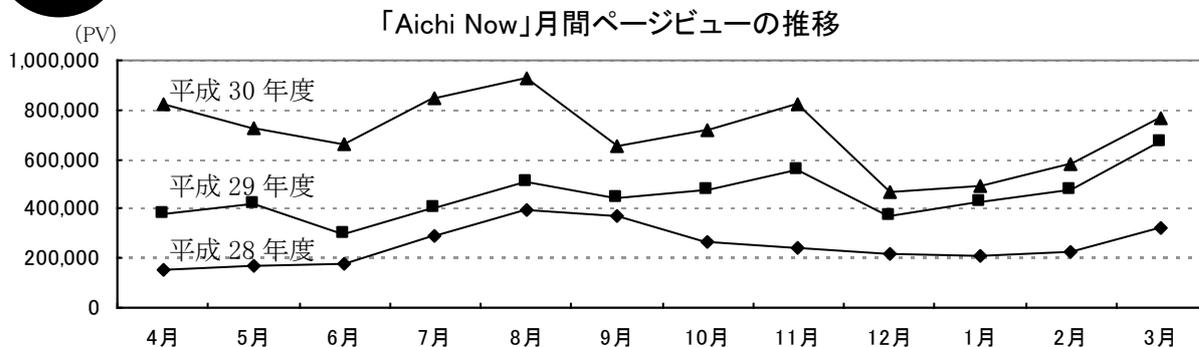
【「Aichi Now」を通じた情報発信】(国際観光コンベンション課)

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 30 年度 PV 数)
 - ✓ 日本語:7,770,367PV
 - ✓ 英語:339,570PV
 - ✓ 中国語(繁体):218,097PV
 - ✓ 中国語(簡体):45,949PV
 - ✓ 韓国語:52,427PV
 - ✓ タイ語:51,656PV
- SNS(平成 30 年度末時点フォロワー数)
 - ✓ Facebook:日本語 9,738 人、中国語(繁体)43,019 人、英語 189,057 人
 - ✓ Twitter:日本語 2,714 人、中国語(繁体)124 人、英語 312 人
 - ✓ Weibo:中国語(簡体)1,218 人
 - ✓ Wechat:中国語(簡体)689 人
 - ✓ LINE:日本語 17,018 人
 - ✓ Instagram:日本語 2,258 人(ファン数)

コラム 着実に成長を続ける愛知県観光公式サイト「Aichi Now」と SNS



(一社)愛知県観光協会が運営する、愛知県観光公式ウェブサイト「Aichi Now」は、平成 30 年度に開設から 4 年目を迎えました。県内の観光施設やイベントなどの情報を 6 言語で発信しているほか、Facebook や Twitter など、SNS とも連携し、サイトへの誘導を図っています。

この結果、月間ページビュー(PV)は大きく伸長し、平成 30 年 8 月には過去最高となる月間 924,034PV を記録(その後、平成 31 年 4 月に月間 100 万 PV 突破)。年間ではおよそ 850 万 PV に達しました。スマートフォンからの閲覧者数が都道府県公式観光情報サイトで全国 5 位^{(*)1}にランクインしたり、LINE の友だち数が都道府県観光振興団体で全国 1 位^{(*)2}になるなど、全国レベルで見ても、トップクラスのメディアに成長しつつあります。

また、内容も高く評価され、“魅力的な写真”と“優しい外国語対応”で“インバウンド観光客が思わず行きたくなる”ウェブサイトを表彰する、『フォトジェニックサイト・アワード 2018』でも、ベスト 100 サイトに選定されています。

*1: (公社)日本観光振興協会「2018 年観光関連サイト閲覧者数ランキング」による発表。

*2: (公社)三重県観光連盟「都道府県観光振興団体の公式 SNS・メールマガジン運営状況に関する調査結果」による発表。

【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 年度及び 29 年度に作成した公式ガイドマップの増刷を行い、中部国際空港や観光案内所等で配布し、愛知県を訪れる外国人旅行者へ愛知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することで、更なる誘客促進を図った。

《実績》

合計 9 万 6 千部(日本語:40,000 部、英語:33,000 部、中国語(簡体字)7,000 部、中国語(繁体字)10,000 部、韓国語 5,000 部、タイ語 1,000 部)

⑦動画による情報発信

【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(3 本)を制作し、県の海外向けの観光 PR の場で配信した。

《実績》

- ▶ Samurai Aichi
愛知県に関わりの深い有名な三英傑を前面に出し、関わりの深いお城などを紹介。
主な撮影地:名古屋城・本丸御殿、岡崎城、徳川美術館、豊川稲荷
- ▶ Culture Aichi
手筒花火、有松絞、常滑焼といった愛知の伝統的な文化を紹介。
主な撮影地:豊橋祇園祭(手筒花火)、有松、常滑、熱田神宮、大須観音
- ▶ Soul Food Aichi
独特な食文化が育まれてきた愛知のユニークでおいしいグルメを紹介。
主な撮影地:カクキュー八丁味噌の郷、だるま(なごやめしを扱う居酒屋)

⑧SNS を活用した情報発信

【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)

多言語による県産農林水産物や観光農場等の情報発信を行うとともに、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 発信をしてもらいインバウンドの需要喚起を図った。

《実績》

- ▶ Web 等による情報発信
 - ✓ 期日:平成 30 年 9 月 12 日～
 - ✓ 開設先:Japan Fruits
 - ✓ 言語:日本語、英語、中国語(繁体字・簡体字)、タイ語
- ▶ モデルツアーの実施
 - <第 1 回> 実施日:平成 30 年 11 月 16 日
内容:収穫体験(柿、ミカン)、直売所見学
参加者:3 か国 6 名
 - <第 2 回> 実施日:平成 31 年 2 月 2 日
内容:収穫体験(イチゴ、ニンジン)、直売所見学等
参加者:5 か国 12 名

(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

【ムスリム誘客促進事業】(国際観光コンベンション課)

県内観光事業者等を対象に、ムスリム受入れに関するセミナーを開催したほか、ムスリム旅行者向けツーリストマップを作成してムスリム対応環境をPRすることで、ムスリム旅行者の本県への誘客を図った。

《実績》

- ▶ ムスリム旅行者おもてなしセミナー開催
 - ✓ 日時:平成 30 年 10 月 11 日
 - ✓ 会場:愛知県三の丸庁舎 2 階アイリスルーム
 - ✓ 参加者数:28 社・団体 43 名
 - ✓ 内容:(1)イントロダクション～愛知県でのムスリム旅行者対応の必要性について、(2)ムスリムに関する基礎知識講座、(3)ムスリム受入のための応用講座～飛騨高山の先進事例より～、(4)食の多様性に向けた取り組み～ベジタリアン、ビーガン対応からの応用～
- ▶ ムスリムツーリストマップ作成
名古屋版(名古屋、セントレア)と広域版(豊田、蒲郡、豊橋)の 2 種類を作成。

(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)

欧米豪の高学歴・高所得者層が日本を徒歩で旅行する際に利用するウェブサイト『WALK JAPAN』と連携し、平成 29 年度に造成したモデルコースを定着させるため、時事通信社による東海道及びその沿道の観光施設の取材を実施し、欧米豪の富裕層に影響力のあるロイター通信に記事を掲載した。

(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)

(一社)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、個別に海外校を訪問して本県への教育旅行の魅力をPRした。

《実績》

21 校・団体、621 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 県立蒲郡高等学校(30 名)

(6) インターネット環境の利便性向上

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で情報発信を行った。

《実績》

平成 30 年度ポータルサイト PV 数:54,347PV

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、引き続き、「徳川家康と服部半蔵忍者隊」により「武将のふるさと愛知」の魅力を発信することで、国内外からの観光客の誘致を図った。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した。

《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 2018

✓ 開催日:平成 30 年 11 月 18 日

✓ 場所:県営都市公園 大高緑地

✓ 来場者:37,000 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等で活動。(名古屋城=毎日(名古屋城閉鎖時はなし)、県委託事業(県内)=35日、県委託事業(県外)=42日、委託事業者自主事業=23日)

➤ お城 EXPO 2018

✓ 開催日:平成 30 年 12 月 22~24 日

✓ 開催場所:パシフィコ横浜 会議センター

✓ 来場者数(お城 EXPO 全体の来場者数):計 20,170 人

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

【「見にとりっ／いくさとりっ」の作成】(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ため、パンフレットを作成するとともにスタンプラリーを実施した。また、一部掲載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した。

《実績》

➤ パンフレット・スタンプラリー

✓ 掲載施設数:140 施設(愛知県:70 施設、岐阜県:70 施設)

✓ スタンプラリー参加施設:119 施設(愛知県:62 施設、岐阜県 57 施設)

- ✓ 実施期間:平成 30 年 7 月 14 日～9 月 30 日、平成 30 年 10 月 1 日～平成 31 年 2 月 28 日
- ✓ スタンプラリー応募者数:2,106 名(うち有効応募者数 2,021 名)
- ✓ 施設訪問者数:12,876 名
- ガイドイベント
 - ✓ 長久手合戦跡:7 月 29 日=6 人、10 月 21 日 9 人
 - ✓ 手織の里・木綿蔵ちた:8 月 5 日=2 人、10 月 14 日=3 人
 - ✓ 瀬戸蔵ミュージアム:8 月 5 日=不催行、2 月 17 日=3 人

【「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った。

《実績》

- リニモ沿線 PR 動画の制作

外国人 YouTuber の視点から、リニモと沿線の魅力を切り取ったレビュー動画と、それらを活用したプロモーション動画を制作した。(H31. 12. 27 公開)

 - ✓ 「愛知県リニモ沿線ぶらり旅《Alan の旅行》」/視聴回数:70,000 視聴程度 (R1. 6 末)
 - ✓ 「サイクリング in 愛知～リニモと自転車で巡る旅～」/視聴回数:90,000 視聴程度 (R1. 6 末)
 - ✓ 「Linimo×YouTuber in Aichi」/視聴回数:250,000 視聴程度 (R1. 6 末)
- 外国人の視点を重視した Web プロモーションの実施

PR 用の Web サイトの制作と訪日外国人向け Web サイトへの広告記事を掲載した。

 - ✓ 訪日旅行者向け情報「Japan Info」への記事掲載 (H31. 1. 29)
 - ✓ ポータルサイト「Linimo×YouTuber in aichi」公開

【産業観光施設の共通券設定】(航空対策課)

新たに岐阜かかみがはら航空宇宙博物館とセット券を設定するとともに、引き続き 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の販売を継続していく。

(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、全国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、開催を PR することにより、本県の伝統文化を全国に紹介し、本県への誘客を図った。

《実績》

- 開催日:平成 30 年 11 月 3・4 日
- 会場:メイン=日本特殊陶業市民会館、サブ=ドルフィンズアリーナ東側広場・第 2 競技場
- 来場者数:合計約 25,500 人

【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した。

《実績》

- 総会・研修会の開催
開催日:平成 30 年 7 月 1 日、場所:アイリス愛知、参加者数:約 200 名
- シンポジウムの開催
開催日:平成 30 年 9 月 15 日、場所:ルブラ王山、内容:日本の祭シンポジウム、参加者数:約 120 名
- 公開イベントの開催
開催日:平成 30 年 12 月 2 日、場所:mozo ワンダーシティ、内容:山車関連芸能ステージ、スペシャルトークショー、展示・体験コーナー等、参加者数:約 4650 名
- あいち山車文化魅力発見講座の実施
開催日:平成 30 年 7 月～10 月(全 4 回実施(第 2 回は台風で中止))、場所:愛知県産業労働センター(ウインクあいち)及び祭礼会場、参加者数:のべ 148 名
- クラウドファンディング活用サポート事業
団体:国府祭中町山車改修プロジェクト実行委員会(豊川市)、内容:山車の躯体部分の修理、目標金額:60 万円→支援金額 60.7 万円、募集期間:平成 31 年 1 月 15 日～2 月 28 日
- 山車まつり支援アドバイザーの運用
相談件数:2 団体、相談内容:山車の修理実績のある業者について、車輪の修理や部材の費用について等
- ホームページの管理・運営
ページビュー数:約 15 万件、訪問者数:約 5 万 9 千件

■(番外)伝統・文化に触れる観光の推進

【文化芸術連携推進事業】(文化芸術課)

平成 30 年 3 月に制定した「愛知県文化芸術振興条例」の趣旨について理解を深めるとともに、多様な文化芸術を体験する機会とするため、「文化芸術フェスタあいち」や「文化芸術ワークショップ」を実施した。

《実績》

- 文化芸術フェスタあいち
書道家・武田双雲氏による講演会、尾張万歳保存会による祝福芸披露等。
日時:平成 30 年 6 月 30 日、場所:愛知芸術文化センター小ホール、参加者:206 名
- 文化芸術ワークショップ(あいち観光まちづくりゼミ)
歌人・大塚寅彦氏を講師とする「文化芸術街歩きツアー」を催行。街を歩きながら短歌をつくり、地域の新たな魅力の発見を目指した。
日時:平成 30 年 11 月 25 日、場所:名古屋市緑区有松地区、参加者:21 名

(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
 - ✓ ふるさと全国県人会まつりへのブース出展(平成 30 年 9 月 8・9 日)
 - ✓ サムライ・ニンジャフェスティバル 2018 への出展(平成 30 年 11 月 18 日)
 - ✓ 地域伝統芸能全国大会(サブ会場)への出展(平成 30 年 11 月 3・4 日)
 - ✓ 札幌駅前通地下歩行通路での PR ブース出展(平成 31 年 2 月 19・20 日)
- インバウンド対策事業
飲食店向け指さし表を作成
- PR グッズの製作
ポスター(2 種類、計 900 枚)、紙袋(2,000 部)
- PR 協力事業者との連携
 - ✓ 「伊藤園×世界の山ちゃん」のコラボによる「なごやめしに合う烏龍茶」発売
 - ✓ カルビーによる「ポテトチップス 台湾ラーメン味」発売
- なごやめしサミットの開催(1/31)
業界関係者を対象とした座談会・交流会を開催。講師、登壇者は協議会アドバイザーの大竹氏や民間事業者等。

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、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た。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った。

《実績》

- 首都圏プロモーション
 - ✓ 平成 30 年 6 月 16・17 日 二子玉川ライズ・ギャラリー
 - ✓ 平成 30 年 11 月 2・3 日 スパイラルホール
- 関西圏プロモーション
 - ✓ 平成 30 年 10 月 13 日 神戸ハーバーランドスペースシアター
- 愛知の観光物産展
 - ✓ 平成 30 年 7 月 7・8 日 クイーンズスクエア横浜
 - ✓ 平成 30 年 9 月 8・9 日 東京シティアイ(KITTE)
 - ✓ 平成 30 年 12 月 1・2 日 有楽町駅前広場
 - ✓ 平成 31 年 2 月 16・17 日 クイーンズスクエア横浜

【あいちの酒需要拡大の促進】(産業振興課)

首都圏の消費者や訪日外国人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》

- PR 用パンフレット「愛知の酒」の作成:10,000 部
- 首都圏での試飲販売会の実施:4 回

- 県内での販売会の実施:1回
- FOODEX JAPAN2019 への出展(平成31年3月)
- 日本酒等販売促進会議の開催:2回

【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 1,157 店(平成30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、農林水産業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:41 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31年2月9日、場所:東京都北区(サミットストア王子店)、出席者:愛知県知事、JAあいち経済連会長等

【第57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、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。

《実績》

日時:平成30年11月2・3日、場所:東京都豊島区サンシャインシティワールドインポートマートビル、参加者数:52,000名

【いいともあいちブランド力強化事業】(食育消費流通課)

いいともあいち運動を積極的に活用した県内外への PR により、主要品目のブランド力強化や県産農林水産物全体のイメージアップを図るための取組を実施した。

《実績例》

- 雑誌への PR 広告の掲載の他、料理レシピ掲載サイトで本県公式キッチンを開設
- 体感型イベント「いいよね!愛◎地産 体感フェア」を開催(平成31年2月22~24日)
- 愛知の観光物産展「こってりだけじゃない。ディスカバー愛知フェア」において県産農産物や加工品等を販売(平成30年12月1・2日)
- 名古屋コーチンの日(平成31年3月10日)に記念イベントを開催
- あいちの花を PR するおもてなし花壇の設置、「フラワーバレンタイン」運動の推進
- 知事を席主とする第7回「愛知県茶会」の開催(平成30年10月8日)

- スマートフォンアプリを用いた県産水産物の紹介
- 小麦「ゆめあかり」100%パンの試食会の実施 等

【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することにより、都市と農村の交流人口の増加を図った。

(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した。

《実績》

- 武将観光でつながろう
開催日:平成30年10月19日・11月12日、参加者:12名、開発商品数:10商品
- 産業観光でつながろう
開催日:平成30年10月30日・11月30日、参加者:12名、開発商品数:10商品
- 醸造・グルメでつながろう
開催日:平成30年11月7日・12月3日、参加者:13名、開発商品数:10商品

【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》

5市1町の商品に3,420件の予約

(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

【愛知県大型観光キャンペーン】(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した。平成30年度は、10～12月を集中キャンペーン期間に定め、PR・プロモーションを集中的に実施して、観光誘客を図った。

《実績》

- 新幹線を利用した旅行商品による送客数:前年比約110%
- 愛知DCフリーきっぷの発売実績:約3,900枚
- 愛知DC周遊バス乗客数:412名

【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

- 青森県庁、青森市役所等への表敬訪問、イベント会場での PR(平成 30 年 9 月)
- 高知県庁等への表敬訪問、イベント会場での PR(平成 30 年 12 月)
- 岩手県庁、花巻市役所等への表敬訪問、イベント会場での PR(平成 31 年 2 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(東京都・横浜市)
- 縣市連携プロモーション(東京都、神戸市)
- 中部地域観光セミナー in 札幌(札幌市)
- DC 観光展(大阪市、福岡市)
- ツーリズム EXPO(東京都)
- 県営名古屋空港利用促進キャンペーン(青森市、盛岡市)
- お城 EXPO(横浜市)
- 中部国際空港利用促進キャンペーン(鹿児島市)
- 金シャチ展示セレモニー(新潟市)
- 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)

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った。

《実績》

- IMALU(タレント)のインスタグラムに掲載、テーマ:オシャレ女子旅!
- 凜&奈々(人気の柴犬)のインスタグラム・ツイッターに掲載、テーマ:愛犬とドライブ旅!
- 山口夫妻(ドローンによる動画撮影)のユーチューブに掲載、テーマ:家族と絶景探し!

②各種広報媒体による情報発信

【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、28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)

著名人であるSKE48を起用したメディアミッ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力アップを目指した。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、国内外の旅行業関係者にPRし、観光誘客を図った。

《実績》

- ▶ 動画再生回数:186万回超
- ▶ メディア掲載実績:テレビ13局13番組76回、ウェブ41サイト

(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の作成して、ロケ地となった箇所のPRを行った。また、一般向けのフォーラムを開催することで、県民のロケ支援の理解を深めた。

《実績》

- ▶ ロケ支援件数:71件
- ▶ パネル展:県外で2回開催
- ▶ ロケ地マップ:撮影支援を行った2作品及びダイジェスト版について各2万部作成
- ▶ 一般向けフォーラムの開催(平成30年12月8日、参加者約120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28日～8月8日、参加国・地域:40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・ポップカルチャー観光等を巡るバスツアーを対象にアンケート調査を実施した。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》

- ポップカルチャーイベント
開催日:平成 30 年 12 月 9 日、開催場所:愛・地球博記念公園、来場者数:7,000 人(推計)
- ツアー造成支援
造成件数:のべ 55 か所、支援ツアー本数:66 本

(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】(市町村課地域振興室)

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、SNS 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、SNS 等を活用した PR
 - ✓ テレビ CM 放送実績:140 回
 - ✓ 雑誌で取り上げられた実績:3 回
 - ✓ フェイスブックでの情報発信回数:31 回
 - ✓ インスタグラムでの投稿数(キャンペーン期間中):610 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)
 - ✓ 島の周遊性を作る取組の実施(日間賀島)
 - ✓ 宿泊客増加に向けての取組の実施(篠島)

【山里の魅力創造発信事業】(市町村課地域振興室)

平成 29 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、併せて誘客キャンペーン及びバス旅行の企画・実施をすることで、交流人口の増加を図った。

《実績》

- 情報発信
テレビ:30 分程度の番組を各 5 回
- バスツアー・シャトルバス
参加者数:386 人

【あいちの離島戦略産品開発事業】(市町村課地域振興室)

各島の特徴を活かしたお土産品や料理メニュー開発等による戦略産品を開発した。

《実績》

- 日間賀島、篠島でお土産品を 1 品ずつ開発した。
- 佐久島は各宿、飲食店で戦略産品を使用した料理メニューを開発した。

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】(市町村課地域振興室)

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:12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:343人

【奥三河やらまいかプロジェクト実行委員会事業】(市町村課地域振興室)

県の「やま・ひと・しごと広域連携推進事業」と連携し、起業実践者を活用した奥三河ブランド発信事業に取り組んだ。

《実績》

- 都市部に向けた移住情報
「TURNS FEB 2019 vol. 33」(平成30年12月20日発売)に掲載。
- 名古屋と三河山間地域をつなげるイベント告知を情報誌に掲載
「CHEEK2月号」(平成30年12月22日発売)、「リビング新聞」(平成31年1月5日発売号)
- ラジオによる移住者のトークショー
平成31年1月26日開催のトークショーを編集し、2月17日に放送(53分)。
- 市町村職員に向けた先進事例の研修
平成30年12月18日にTURNSプロデューサー堀口正裕氏を迎え開催。奥三河4市町村から14名が参加。

(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。

(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】(市町村課地域振興室)

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:2件、交付実績額:5,457,000円

【設楽ダム水源地域整備事業】(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 256,923 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、④観光誘客促進事業(令和元年度まで。)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:26 件、58,745 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:66 件、交付実績額:55,030 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:172 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(334 回)、工作教室(246 回)
- ▶ プログラム参加者数:もりのツアー(2,772 人)、工作教室(3,763 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)

伊良湖休暇村公園施設の側溝等改修及び東海自然歩道のトイレ等改修を実施した。

《実績》

伊良湖休暇村公園施設整備工事、東海自然歩道整備工事(新城、設楽、豊田、瀬戸、春日井工区)、伊良湖休暇村公園施設改修工事、東海自然歩道改修工事(新城、瀬戸工区) 計 7 件、40,315 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「自然観察会」を、東海自然歩道で「歩こう大会」を実施した。

《実績》

➤ 自然観察会

開催日:平成 30 年 4 月～平成 31 年 3 月の土曜日・日曜日(年間 31 回)、参加者数:111 名

➤ 歩こう大会

開催日:平成 30 年 10 月 21 日、内容:ウォーキング(瀬戸市・春日井市内 7km)、参加者数:63 人

※「アウトドアフェスタ」は台風のため中止。

(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」

開催日:9 月 22～23 日、来園者数 23,000 人

✓ 愛・地球博開幕記念イベント「モリコロパーク春まつり」

開催日:3 月 23～24 日、来園者数:29,700 人

➤ 持ち込みイベント

開催件数:132 件、来園者数:707,425 人

【ジブリパークの推進】(ジブリパーク推進課)

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 年秋の一部開業を目指し、ジブリパークの整備を推進した。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の情報発信等を行った。

(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。

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した。

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》

- ラグビーワールドカップ、東京オリンピック・パラリンピック競技大会での忍者 PR 要請
- 忍者文化の振興(「忍者の日」キャンペーン、忍者アカデミー)
- 忍者ゆかりの地への誘客促進(中部国際空港との連携、インバウンド向けツアーの造成、インフルエンサーによる動画配信)
- 企業や忍者ファンとの連携

(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、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》

- ガルーダ・インドネシア航空(ジャカルタ線就航を要望)⇒(平成31年3月23日からジャカルタ線新規就航)
- タイ国際航空(中部ーバンコク線の機材大型化を要望)
- 大韓航空、アジアナ航空、エアプサン、ティーウェイ航空、チェジュ航空(路線維持・拡充を要望)

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、名古屋港管理組合及び名古屋商工会議所と連携し、外航クルーズ船社等へのポートセールス、招請事業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》

- ポートセールス ※名古屋市共同事業
 - ✓ 日程:7月23～26日
 - ✓ 訪問先:船社6社(コスタクルーズ、ゲンティン香港、MSCクルーズ、ロイヤルカリビアンクルーズ、プリンセスクルーズ、ノルウェージャンクルーズ)、旅行会社3社(Ctrip、lvmama、上海航空国際旅行社)
- 招請 ※名古屋市共同事業
上海等に拠点を置くクルーズ船社の日本航路担当者等7社を招請。

- ✓ 12月9～13日:4社5名(船社2社、旅行会社2社)
- ✓ 1月26～28日:2社3名(船社2社)
- ✓ 2月11～13日:1社1名(船社1社)
- 国内ランドオペレーター等へのセールススクール
 - ✓ 全国クルーズ客船誘致連絡会及びセールススクール(東京):10月18～19日
 - ✓ 福岡クルーズ会議(福岡):1月30～31日
- 名古屋港寄港時の観光案内 ※名古屋市共同事業
12回実施(10月2回、11月4回、2月2回、3月4回)
※寄港回数は13回。うち1回は4月に職員で実施。

(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

②交通拠点発の観光周遊コースの整備促進

【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と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た。

《実績》

設定:19コース36便、催行:16コース32便、乗客数(乗車率):412人(25.4%)、満足度:全便平均91.0%

【対流・交流促進による公共交通活性化事業】(交通対策課)

対流・交流の観点から公共交通の活性化を促進するため、公共交通を利用して観光資源を周遊するプランを先導的に創出する事業を実施した。

《実績》

対象地域:知多南部地域、パンフレット作成部数:日本語8,500部、英語3,000部

(6)自然災害発生時等における旅行者の安心・安全の確保

②災害時における訪日外国人旅行者向け安全確保策の周知

【訪日外国人観光客に対する災害情報の発信等】(国際観光コンベンション課)

本県が被災した場合に備え、中部国際空港観光案内所や愛知県観光協会の協力を経て、被

災時には災害情報を SNS 等で発信するなど、訪日外国人観光客に対する災害情報の発信方法を改善した。

《実績》

- 大阪観光局を訪問し、訪日外国人受入環境整備に関するヒアリングを平成 30 年 10 月に実施。
- 中部国際空港観光案内実施協議会として、中部国際空港観光案内所や案内所 SNS にて、災害時に災害情報を発信。
- (一社)愛知県観光協会に対し、愛知県観光公式ウェブサイト「Aichi Now」において、既存の「Emergency」ページに加え、英語、中国語(簡・繁)、韓国語、タイ語で災害対応時に役立つリンク集ページを開設(平成 30 年 10 月)

戦略Ⅳ MICE・スポーツ大会を通じた誘客推進

(1)MICE の誘致

①MICE 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。
開催日:平成 30 年 11 月 6 日、会場:名古屋コンベンションホール、参加者数:116 名
- 国内 MICE 見本市への出展
東京で開催された MICE の商談会「IME2019」に参加し、バイヤーと商談を行った。
開催日:平成 31 年 2 月 28 日、会場:東京国際フォーラム、参加者:セラー91 団体、バイヤー499 名、商談数:8 件
- 海外 MICE 見本市への出展
欧州 2 大 MICE 見本市の一つ、「IBTM Wor1d 2018」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 30 年 11 月 27~29 日、会場:スペイン・バルセロナ Fira Gran Via、日本ブース出展団体:24 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。
 - ✓ JAPAN インセンティブ旅行セミナー(マレーシア・タイ会場)
 - ✓ JAPAN インセンティブ旅行セミナー(台北会場)
 - ✓ JAPAN MICE セミナー(シンガポール)

- 「愛知・名古屋 MICE 説明会」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 31 年 1 月 30 日、会場:東京大学 伊藤国際学術研究センター、参加者:セラー19 団体 33 名、バイヤー61 団体 98 名
- VISIT JAPAN Travel & MICE Mart への参加
JNTO が主催する商談会に参加し、当地域への MICE 誘致を図った。
開催日:平成 30 年 9 月 20～22 日、会場:東京ビッグサイト、商談件数:23 件
- Meet Japan への参加
JNTO が主催する商談会に参加し、当地域への MICE 誘致を図った。
開催日:平成 31 年 2 月 28 日、会場:東京国際フォーラム、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:アメリカ 3 名、イギリス 2 名、シンガポール 2 名、ドイツ 2 名、デンマーク 1 名
✓ 招請期間:平成 30 年 12 月 11～14 日
- 東京都と連携した海外プロモーションの実施
東京都及び他都市(札幌市、石川県、沖縄県)と MICE 誘致の共同プロモーションを実施した。
実施日:平成 31 年 1 月 29～31 日、訪問都市:ダラス、サンフランシスコ、オレンジカウンティ、来場バイヤー数:ダラス(15 社 19 名)、サンフランシスコ(9 社 12 名)、オレンジカウンティ(11 社 15 名)、商談数:ダラス(10 件)、サンフランシスコ(9 件)、オレンジカウンティ(7 件)
- MICE 専門誌への PR 広告掲載
国内の国際会議関係者に向けて情報発信を行った。
『公益財団法人日本工学会・平成 30 年度版年報』に PR 広告を掲載

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。

《実績》

補助対象会議:第 43 回赤外ミリ波とテラヘルツ波に関する国際会議、補助額:8,000 千円

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】

(産業人材育成課技能五輪・アビリンピック推進室)

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、広報活動を行った。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を策定した。

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】(産業人材育成課技能五輪・アビリンピック推進室)

10月に行われたWSI(WorldSkills International)総会にて、立候補を正式表明し、WSI役員等に対する招致活動を実施した。あわせて、機運醸成を目的としたイベントを開催した。

■(番外)2020年度のワールドロボットサミット及びあいちロボカップ AP2020の開催

【ワールドロボットサミット開催準備】(産業振興課ロボット国際大会推進室)

ロボカップアジアパシフィック(AP)大会の2020年度の開催が決定し、開催委員会を設立した。あわせて、ワールドロボットサミット2018への出展及び開催記念イベント等の広報活動を実施した。

(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】(国際観光コンベンション課国際展示場室)

設計施工一括発注方式による建築工事を実施した。

【愛知県国際展示場の運営体制の構築】(国際観光コンベンション課国際展示場室)

愛知県国際展示場をコンセッション方式で運営するため、平成30年4月27日、施設の設置者である愛知県と施設の運営事業者となる愛知国際会議展示場株式会社(特別目的会社)との間で、公共施設等運営権実施契約を締結した。その後、同社が愛知県国際展示場の利用の許可等を行うことができるようにするため、平成31年3月26日、同社を指定管理者(指定の期間:平成31年4月1日から令和17年3月31日まで)に指定した。

【MICE見本市への出展、展示会ネットワーク組織への加盟による営業活動】

(国際観光コンベンション課国際展示場室)

国際見本市連盟(UFI)に加盟(平成30年9月)し、平成30年10月にロシア・サンクトペテルブルクで開催されたUFI総会へSPCとともに参加し、プロモーション活動を行った。また、平成30年11月に、日本展示会協会に入会し、平成31年1月9日に開催された日展協新年会(兼創立50周年記念式典)へSPCとともに参加した。

【広報宣伝、誘致・営業、予約・管理規程の作成等の開業準備業務】

(国際観光コンベンション課国際展示場室)

広報宣伝、誘致・営業、予約・管理規程の作成等の開業準備業務を行った。

【愛称の募集・ロゴマークの作成】(国際観光コンベンション課国際展示場室)

国内外に向けて更なる情報発信を行っていくため、愛称を公募し、選定した愛称をもとにロゴマークを作成した。

《実績》

- 愛称募集期間:平成30年5月1日～6月28日(約2か月間)
- 応募総数:2,581点

(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・研修を実施した。

《実績》

- 5月13日:大会500日前イベント
- 6月17日:愛知・豊田ラグビーフェスタ2018の開催
- 6月23日:日本代表対ジョージア代表戦における各種試行(ファンゾーン、交通輸送、ボランティア)
- 9月1日: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
- 9月22・23日:大会1年前イベント・ラグビースクラム世界記録達成
- 1月27日:レガシーシンポジウム開催

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合宿誘致】(スポーツ課)

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:11施設、視察費用の支援:延べ6件

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(2026/愛知・名古屋)の開催に向け、8月19日に開催都市契約を締結した。

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】(スポーツ課)

世界最大の女子マラソンである「名古屋ウィメンズマラソン」、「名古屋ウィメンズホイールチェアマラソン」、「名古屋シティマラソン」の3つの大会とナゴヤドームでブース出展やイベントを行う「マラソンEXPO」を開催した。

《実績》

- 名古屋ウィメンズマラソン2019
開催日:平成31年3月10日、参加者数:21,436名
- ウィメンズホイールチェアマラソン2019
開催日:平成31年3月10日、参加者数:9名
- 名古屋シティマラソン2019
開催日:平成31年3月10日、参加者数:17,078名
- マラソンEXPO
開催日:平成31年3月8日~10日、来場者数:130,656名

【奥三河パワートレイルの開催支援】(スポーツ課)

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》

- 開催期日:平成 30 年 4 月 21・22 日(競技開催は 4 月 22 日)
- 開催場所:新城市、設楽町、豊根村
- 参加者:611 人
- 観戦者数:約 8,500 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 30 年 6 月 15~17 日(競技開催は 6 月 17 日)
- 開催場所:知多市、常滑市、半田市
- 参加者:1,591 名/組(22 カ国)
- 観戦者:約 18,500 人

【新城ラリーの開催支援】(スポーツ課)

国内最高峰のラリー競技「全日本ラリー選手権(全 10 戦)」の 1 戦であり、観客動員数において日本最大級のビッグイベントである「新城ラリー」の開催を支援した。

《実績》

- 新城ラリー 2018
 - ✓ 開催期日:平成 30 年 11 月 2~4 日(競技開催は 11 月 3・4 日)
 - ✓ メイン会場:県営新城総合公園
 - ✓ 出場台数:76 台、観戦者:約 54,000 人
- 新城ラリー 2019
 - ✓ 開催期日:平成 31 年 3 月 15~17 日(競技開催は 3 月 16・17 日)
 - ✓ メイン会場:県営新城総合公園
 - ✓ 出場台数:79 台、観戦者数:約 49,000 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】(スポーツ課)

フリーマガジン「aispo!」の発行や「aispo!web」・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》

- 「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
- スポーツ大会の開催支援
 - 「2018 アーバンリサーチ ISA ワールドサーフィンゲームス」の開催支援(9 月 15~22 日開催、観戦者数:

(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)

全体プログラムの策定(3月公表)や営業活動(企業協賛、チケット販売促進)、広報 PR 活動、プレ事業を実施した。

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、優れたものを表彰した。

《実績》

- 応募数:51 件
- 参加校内訳:県内高校 11 件(2 校)、県外高校 0 件(0 校)、県内大学 30 件(11 校)、県外大学 8 件(7 校)、県外専門学校 2 件(1 校)

② 地域や企業で活躍する観光人材の育成

【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:61 名(21 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 31 年 3 月 14 日、会場:ナディアパーク 3 階 デザインホール、参加者:108 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31年3月15日、参加者数:36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)

(一社)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た。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 を行った。

《実績》

➤ マーケティング・ワーキング・グループの運営支援

運輸機関や旅行会社、市町村観光担当者らからなるワーキンググループを立ち上げ、ナイト観光をテーマに、データに基づいた企画立案を行った。

開催日:平成30年10月22日・11月22日・12月10日、参加者:15名、企画数:6企画

➤ 市町村域を超えた観光プログラムの開発・販売支援

県域 DMO として、市町村を基本単位とする地域 DMO では取り組むことが難しい、広域的な観光プログラムの開発と販売を支援した。(再掲)

➤ 地域 DMO の設立に対する支援

地域の観光振興団体の職員を対象に、観光振興団体が取り組むべき、戦略策定、市場データの活用、情報発信の注目事例を紹介するセミナーを開催した。

✓ 「自分の地域に適した観光戦略とは？」

開催日:平成30年11月9日、講師:(株)かまいし DMC 取締役事業部長 河東 英宣 氏、参加者数:15名

✓ 「マーケットデータへどう取得? どう活かす？」

開催日:平成30年11月9日、講師:(一社)下呂温泉観光協会 会長 瀧 康洋 氏、参加者数:15名

✓ 「イマドキの観光地情報の発信スタイル」

開催日:平成30年12月18日、講師:小笠原村観光局 事務局長 根岸 康弘 氏、参加者数:14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」の運営を支援した。

《実績》

開催日:平成 30 年 12 月 13 日、内容:博物館明治村、参加者:38 名

(4) 県民による魅力再発見の推進

③ 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:41 人(平成 30 年度)

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(集中キャンペーン)】(観光振興課)(再掲)

(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:112 社(平成 31 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)(再掲)

⑤ 県人会を通じた観光情報の発信

【県人会を通じた県政 PR の推進】(県民総務課)

毎年開催される各県人会総会や県人会と知事の懇談会の機会を利用して、観光情報・県政情報の PR や県政への協力依頼を行った。また、各県人会が推薦する者に「愛知ふるさと大使」を委嘱し、出身県及び現在住んでいる県等において、積極的に観光情報の発信や愛知県政 PR 活動を実施していただいた。

《実績》

- 愛知ふるさと大使への県政 PR 資料送付(114 人、年 1 回)
- 県人会総会での県政資料配付、県政への協力依頼(41 県人会、資料配付は各会 3 種類程度)
- 県人会と知事との懇談会での県政への協力依頼、資料配付(30 年 10 月 29 日開催、出席者数 87 人)

(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)

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 を 7 月にリニューアルオープンした。

(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

【県営都市公園民間活力導入調査】(公園緑地課)

県営都市公園に民間活力を導入した新たな魅力的サービスを提供する施設を設置するために、各公園の持つ特性・資源及び公園利用者のニーズ等を分析し、今後の利活用方針を定めた。また、企業のシーズの掘り起こしや参画意向を把握するために市場調査を実施し、公園の利活用方針とのマッチング検討を行った。

3 令和元年度の主要な観光振興施策

令和元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

【海外プロモーション(欧州・米国)実施事業】(国際観光コンベンション課)

2020 年に開催される東京オリンピック・パラリンピックを目的に訪日する旅行者を主に対象とし、愛知県を旅行先として選んでもらうためにプロモーションの強化が必要不可欠である。対象市場を愛知県への訪問者の多いドイツ及びアメリカとし誘客促進を図る。

【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)

訪日外国人旅行者数は、毎年増加しているが、8 割以上がアジアからである。これまで中国を中心に団体旅行者の割合が多かったが、個人旅行者(FIT)の割合が年々増えている。令和元年度は、韓国、中国、台湾、タイをターゲットに、各国の状況に応じたFIT向け観光プロモーションを実施する。

⑤ 各種広報媒体による情報発信

【英語圏向け PR 映像活用事業】(国際観光コンベンション課)

昨年度制作した本県の魅力を紹介する 30 秒の映像を、英語圏(米国、英国、オーストラリア、ニュージーランド)対象に放映することによって、個人客に対し、本県の観光資源を PR し、来訪訴求を試みる。集中して視聴させることができ、話題性のあるシネアドと、拡散力の高い YouTube 広告という、異なる強みを持った手法を実施することで、事業効果を高める。

【AICHI 欧米豪ブランディング戦略的 PR 事業】(国際観光コンベンション課)

欧米豪市場を対象に PR エージェンシーを活用した、本県の観光地としての認知度向上、ブランディングを目的に、現地目線での効果的なセールス活動を行う。

【RWC の OTA(オフィシャルトラベルエージェント)と連携した情報発信事業】

(国際観光コンベンション課)

令和元年 9 月から 11 月に開催される RWC2019 観戦のため来日する外国人旅行者に、本県の魅力ある観光地を PR し来訪してもらうため、OTA(オフィシャルトラベルエージェント)と連携し情報発信を図る。

【RWC 観光客向け特設サイト作成事業】(国際観光コンベンション課)

愛知の公式観光サイト「Aichi Now」内に、愛知の武将、産業に関するストーリー性のあるコラム記事や体験型観光を紹介する特設ページを新設し、欧米豪からの観光客の嗜好に合わせたモデルコースの提案などを行う。

【ミシュランガイド英語版ウェブサイト制作・運営事業】(国際観光コンベンション課)

『ミシュランガイド愛知・岐阜・三重 2019 特別版』が令和元年度に発行されたことに伴い、訪日外国人観光客(特に欧米富裕層)の本県への誘致をさらに促進させるため、ミシュランガイド英語版ウェブサイトについて、岐阜県、三重県と共同で制作・運営する。

(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

【多言語コールセンター運営事業】(国際観光コンベンション課)

本県を訪れる外国人旅行者の快適な滞在や満足度向上を実現するため、外国人旅行者の間合わせ対応、及び中小規模の観光関係事業者等を対象として、24時間365日(一部言語に例外あり)、9言語に対応した電話通訳・翻訳サービスの無料提供を行う。

【無料公衆無線 LAN 接続簡易化事業】(国際観光コンベンション課)

県内で設置されている無料公衆無線 LAN に簡易な動作で接続でき、場所を移動しても継続して接続できるアプリを開発する。開発したアプリを愛知県の公式観光ガイド「Aichi Now」上や県が実施するインバウンド向け観光プロモーション等で PR し、外国人旅行者への周知・利用促進を図る。

【外国人旅行者受入環境整備啓発事業】(国際観光コンベンション課)

受入環境整備への意識を啓発するため、観光関係事業者を対象に、受入環境整備に係るセミナー・相談会を実施する。本県の外国人受入環境整備を促進し、外国人旅行者の快適な滞在を実現するとともに、旅行の満足度向上によるリピーターの獲得を目指す。

(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 愛知・名古屋外務大臣会合推進事業】(国際課 G20 外務大臣会合推進室)

来訪する各国の外務大臣始め政府関係者、メディア関係者の受入れに万全を期すため、インフォメーションデスクの設置や県民への周知を行うとともに、会合会場等での地元 PR やプレス向けの魅力発信ツアーを通じて愛知・名古屋が世界に誇る産業力・技術力、豊富な観光資源など、地域の多彩な魅力をアピールする。

(8) 免税店・ナイト観光の充実

② ナイト観光の充実

【ナイト観光促進事業】(観光振興課)

あいち観光戦略の目標である観光消費額1兆円、滞在日数 1.7 泊の達成するため、一層の観光消費の喚起や滞在日数の長期化への効果も期待できる「ナイト観光」の導入に向けた事業を実施する。

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」により「武将のふるさと愛知」の魅力を発信することで、国内外からの観光客の誘致を図る。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を開催することで周遊観光を促進する。

(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

【杜の賑わいの開催】(観光振興課)

日本各地の郷土に根付いている数々の伝統芸能を一堂に集め、最新の映像・音響技術による演出を加えて披露・紹介する JTB オリジナルイベント「杜の賑わい」を本県で初めて開催する。

【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の実施、⑤【新規】次世代育成事業の実施、⑥保存・継承支援事業の実施、⑦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、関係局が連携し、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する。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

【着地型観光プログラム促進事業】(観光振興課)

本県は、ものづくり県、農業県として幅広い地域資源があるものの、観光資源としてうまく活用できていない。これらの地域資源を、工場見学・農業体験といった観光商品としてプログラム化(着地型観光プログラム化)し、他県には見られない特色ある観光県・愛知を目指す。また、プログラム化された観光商品を、とりまとめてプロモーションすることで、豊富な愛知の観光資源をPRし、国内外からの誘客を図る。

(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

【女子旅誘致プロモーション】(観光振興課)

本県の観光は、女子旅に求められる交通面での利便性も高く、醸造文化や焼き物、四季折々の花々など、「女子旅」に期待できるコンテンツが数多くみられる。しかし「戦国武将」など比較的男性に好まれるものを主要な観光ブランドとしてきた経緯から、まだ女性観光客の誘致が十分とはいえない状況である。そこで、明確に女性にターゲットを絞り、女性がトレンドを知る上で注目しやすい、主として県外のメディアを活用した継続的・戦略的プロモーションを実施する。

【愛知デスティネーションキャンペーン アフターキャンペーン】(観光振興課)

JR 東海と地元がタイアップして実施する「愛知デスティネーションキャンペーン(DC)アフターキャンペーン」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、大規模な観光キャンペーンを展開する。

【お立ち寄り観光魅力発信事業】(観光振興課)

観光客にとって県境は関係なく、圏域による観光魅力の発信は必要不可欠である。また、近隣県には有力観光地も多数存在することから、これら有力観光施設と本県の観光施設とをセットで旅行会社に売り込むことにより、更なる相乗効果が得られることから、本県の観光客及び観光消費額の増加を目指す。併せて、東名高速道路が開通から 50 年目を迎えることから、NEXCO 中日本と連携して、広域観光を推進する。

【東三河「新しい人の流れ」創出事業】(東三河総局企画調整課)

観光の魅力形成発信(広域的な着地型観光コンテンツを検討し、リーフレットを作成)、②魅力を伝える情報発信(ドローンを活用し、観光資源や豊かな自然などの東三河の魅力を伝える動画を作成)、③東三河広域観光キャンペーンの開催(観光PRイベントの開催及びクーポンブックやリーフレットなど再来訪の動機づけとなる広報素材の作成)を実施する。

(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を行う。また、市町村・観光協会職員向けセミナーを開催することで、FC への理解を深め、新たな FC の設立を促す。

(9)街道観光の推進

①街道観光に係る資源発掘と磨き上げ

②街道観光関係施設の連携強化

③街道観光に係るPR・プロモーション

【愛知県街道観光推進協議会】(観光振興課)

愛知県と参画団体等が協力して、「武将観光」「産業観光」に続く本県の新たな観光ブランドとして、「街道観光」を推進、本県内の街道の魅力を発信し、街道観光の推進を図る。

(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

【ジブリパークの整備推進】(ジブリパーク推進課)

基本構想及び基本設計を踏まえ、ジブリの世界を表現した施設の実施設計を行うとともに、ジブリの大倉庫の予定場所である旧温水プール棟内部の撤去工事を行う。交通対策の検討について関係者・関係機関との協議・調整など開業に向けた準備を行う。

戦略Ⅲ 観光交流拠点としての機能強化

(4) 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。

【「見にとりっ／いくさとりっ」の作成】(観光振興課)(再掲)

(4) 交通拠点発の二次交通及び観光周遊コースの充実

② 交通拠点発の観光周遊コースの整備促進

【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と主要駅を結ぶ周遊バスを愛知 DC アフターキャンペーン期間中に走行させ、顧客満足度などを測定し、次年度以降の民間による事業継続を検討する。

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。

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費】

(産業人材育成課技能五輪・アビリンピック推進室)

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、会場設営、機材調達、宿泊・輸送など大会開催に必要な事業の実施に加え、2020 年度大会に向けた大会実施計画を作成する。

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】(産業人材育成課技能五輪・アビリンピック推進室)

WSI 加盟国・地域に対する招致活動、WSI 総会での知事によるプレゼンテーション、機運醸成を目的としたシンポジウム、啓発イベントを実施する。

(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】(国際観光コンベンション課国際展示場室)

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】

(国際観光コンベンション課国際展示場室)

令和元年 8 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)の実施、ボランティアの研修を実施し、9 月からの大会期間中の運営を行う。

② 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

【東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会の合宿誘致】(スポーツ課)

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。

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(2026/愛知・名古屋)に向け、大会組織委員会を設立し、準備を進める。

【第 5 回アジアパラ競技大会の開催可能性の検討】(アジア競技大会推進課)

第 5 回アジアパラ競技大会(2026 年)について、名古屋市と共同で競技会場の計画検討など開催可能性の検討のための調査を実施するとともに、開催都市契約を締結する場合に向けた検討を行う。

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、優れたものを表彰する。

②地域や企業で活躍する観光人材の育成

【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

【県域 DMO の推進】(観光振興課)

(一社)愛知県観光協会の県域 DMO としての機能を強化するため、着地型観光プログラム促進事業とナイト観光促進事業を委託し、同協会が観光地経営力を高められるよう支援する。

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)

【航空会社と連携した PR・プロモーション】(観光振興課)

JAL(日本航空)の地域プロモーション活動「新 JAPAN PROJECT」や ANA(全日空)の地域活性化プログラム「Tasetes of JAPAN by ANA - Explore the regions」に参画し、本県の魅力を機内誌や機内ビデオ、機内食等を通じて発信する。

【お立ち寄り観光魅力発信事業】(観光振興課)(再掲)

【着地型観光プログラム促進事業】(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30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、令和元年9月4日(水)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
石川 勉	一般社団法人日本旅行業協会 中部事務局 事務局長	欠席
伊藤 智	一般社団法人日本ホテル協会 中部支部 事務局長	出席
◎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
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
高岡 豊彦	名古屋市観光文化交流局観光交流部長	欠席
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

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

作成・発行
愛知県観光コンベンション局観光振興課

〒460-8501

名古屋市中区三の丸三丁目1番2号

電話 052-954-6353

FAX 052-973-3584

メール kanko@pref.aichi.lg.jp

ウェブ <http://www.pref.aichi.jp/kanko/>