

**次期愛知県観光振興基本計画（仮称）検討委員会**  
**第1回全体会合 次第**

日時：2023年5月10日（水）午前10時から正午まで

場所：愛知県庁本庁舎6階 正庁

オンライン：Zoom

\*ハイブリッド形式により開催

1 開 会

2 委員自己紹介

3 議 事

- (1) 次期愛知県観光振興基本計画（仮称）の策定について
- (2) 次期愛知県観光振興基本計画（仮称）の骨子（案）

4 その他

5 閉 会

(配布資料)

- ・ **資料1** 次期愛知県観光振興基本計画（仮称）の策定について
- ・ **資料2** 次期愛知県観光振興基本計画（仮称）の骨子（案）
- ・ **資料3-1** 参考資料①
- ・ **資料3-2** 参考資料②
- ・ **資料4** 次期愛知県観光振興基本計画（仮称）検討委員会設置要綱

(次回)

- ・ 観光マーケティング部会：6月26日（月）午前10時から正午まで
- ・ 観光地域づくり部会：6月27日（火）午前10時から正午まで

**次期愛知県観光振興基本計画（仮称）検討委員会  
第2回全体会合 出席者名簿**

●委員      ◎…委員長      ○…副委員長      (五十音順、敬称略)

所属・職	氏名	形式
株式会社カーネル総研 取締役 コンテンツ・プロデューサー 中部圏インバウンドセールス・プロジェクト 事務局長	赤崎 真紀子	対面
日本政府観光局 (JNTO) MICE プロモーション部次長	板垣 彩子	オンライン
国立大学法人東海国立大学機構名古屋大大学院 情報学研究科 准教授	浦田 真由	対面
株式会社行楽ジャパン 代表取締役社長	袁 静	対面
国立大学法人和歌山大学 経済学部 教授	◎大澤 健	対面
有限会社パスト・プレゼント・フューチャー 代表取締役	クリス・グレン	対面
株式会社リクルート じゃらんリサーチセンター長	沢登 次彦	オンライン
日本薬科大学 特別招聘教授 内閣府クールジャパンプロデューサー	陳内 裕樹	オンライン
名城大学 名誉教授	二神 真美	対面
東海学園大学ともいき教養教育機構・経営学部 客員教授	○横山 陽二	対面

欠席：有限会社パスト・プレゼント・フューチャー代表取締役 クリス・グレン

●オブザーバー (敬称略)

所属・職	氏名	形式
公益社団法人日本観光振興協会 中部支部 事務局長	西村 哲治	対面
一般社団法人中央日本総合観光機構 常務理事・事務局長	荻野 光貴	対面
一般社団法人愛知県観光協会 専務理事	榊原 仁	対面

●事務局（愛知県観光コンベンション局）

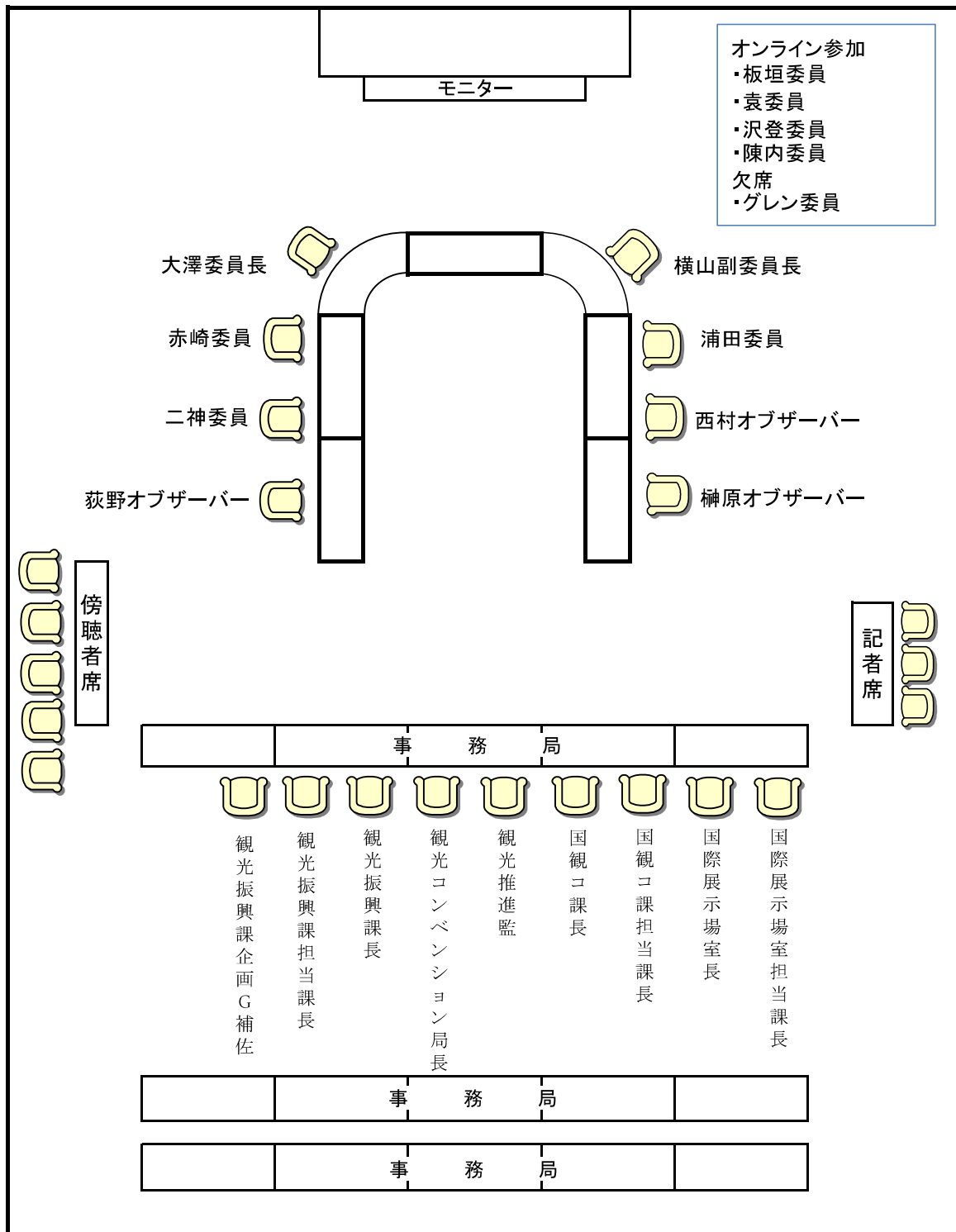
所属・職	氏名
顧問	武田 光弘
局長	阿知波 智司
推進監	浅田 甚作
観光振興課長	大参 孝彰
国際観光コンベンション課長	多田 花緒里
国際観光コンベンション課国際展示場室長	鈴木 太郎

観光振興課 担当課長	小川 克信
国際観光コンベンション課 担当課長	安藤 嘉雄
国際観光コンベンション課国際展示場室 担当課長	上田 茂
観光振興課 課長補佐（総務・予算・広報）	鈴木 利充
観光振興課 課長補佐（企画）	渡邊 享介
観光振興課 課長補佐（観光振興）	余語 克昭
観光振興課 課長補佐（観光産業）	南澤 秀久
国際観光コンベンション課 課長補佐（イベント・コンベンション）	井上 敏之
国際観光コンベンション課 課長補佐（魅力発信）	鶴藤 彰子
国際観光コンベンション課 課長補佐（誘客促進）	上松 久美子
国際観光コンベンション課国際展示場室 室長補佐（管理）	松永 直晃
国際観光コンベンション課国際展示場室 室長補佐（推進）	安田 龍

# 次期愛知県観光振興基本計画(仮称)検討委員会 第1回全体会合

日 時 : 2023年5月10日(水) 午前10時～

会 場 : 愛知県庁6階 正庁



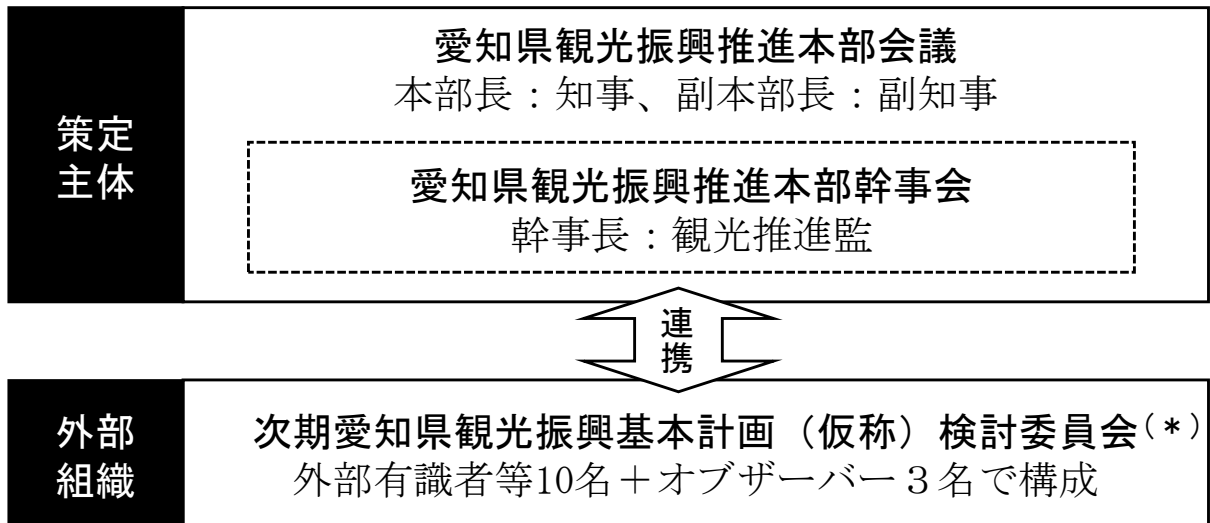
## 次期愛知県観光振興基本計画（仮称）の策定について

現行の愛知県観光振興基本計画（あいち観光戦略2021-2023）の計画期間が今年度をもって満了することから、次期計画を策定する。

※根拠 愛知県観光振興基本条例 第9条第1項

知事は、観光振興に関する施策の総合的かつ計画的な推進を図るため、観光振興に関する基本的な計画（以下「観光振興基本計画」という。）を定めるものとする。

### ○ 策定体制



### ○ 策定スケジュール

	本部会議	検討委員会（*）
2023年 4月	開催	
5月		全体会合①
6月		部会①
7月		
8月		
9月		部会②
10月	パブリックコメント	
11月		
12月		
2024年 1月		全体会合②
2月	開催（策定）	
3月	↳ 2月議会で報告	

## 次期愛知県観光振興基本計画の骨子（案）①

## 計画の位置づけ

- ①愛知県観光振興基本条例に基づく観光振興に関する基本的な計画  
 ②「あいちビジョン2030」及び「あいち経済労働ビジョン2021-2025」に連なる、観光振興分野の具体的な計画

## 計画の性格

旅行者の受入れの主役は、地域と事業者であるという認識のもと、観光を通じて交流人口・関係人口の増加を促し、県内の観光関連産業の振興を図ることを目的に、①歴史・産業・自然・文化といった本県に根付く地域資源を高付加価値な観光コンテンツとして磨き上げ、ターゲットに的確に伝える「あいち『ツウ』リズム」のコンセプトを継承しつつ、②デジタルを基盤に据えた施策立案とイノベーションの創出を強く意識したアクションプログラムとする。

## 計画期間

2024（令和6）年度～2026（令和8）年度

## 愛知の観光を取り巻く状況

## 2030年頃の社会経済情勢の展望

- 感染症・災害リスクの増大
- 人口減少の進行、人生100年時代への移行
- 暮らし・労働・学びの多様化
- 世界経済の多極化と経済重心のアジアへのシフト
- 第4次産業革命の進展
- スーパー・メガリージョン形成への進展
- 脱炭素化の進展、循環型社会への移行
- 資源不足の加速と物価上昇圧力の高まり

## 観光の質的・量的変化

- 変容を続ける旅行スタイル
- 付加価値、または社会的意義の高いコンテンツへのニーズの高まり
- ICTの活用によるビジネス出張の減少
- 日本人旅行者による国内旅行市場の下支え
- 観光関連産業における人材流出の加速と賃金減少
- 旅マエ・旅ナカ・旅アトにおけるデジタルツール利用の浸透
- ハイブリッドMICE（リアルとリモートを併用）の増加

## 2030年頃までの大規模事業・プロジェクト

- 2024年：STATION Ai オープン
- 2025年：愛知万博20周年記念事業開催
- 2025年：愛知県新体育館（愛知国際アリーナ）オープン
- 2025年度：三遠南信自動車道愛知県区間全通
- 2026年：アジア・アジアパラ競技大会開催
- 2027年度：中部国際空港第二滑走路供用開始
- 2027年度：西知多道路全通
- 2027年度：リニア中央新幹線（品川・名古屋間）開業

## 現行計画（戦略）の振り返り

- 県一地域間の連携の強まり
- 運輸機関との連携の強まり
- 公式観光サイトによる情報発信力の強まり
- 地域資源の観光コンテンツ化プロセスの確立
- 高級ホテル整備の進展
- 高付加価値な観光コンテンツの開発力・販売力不足
- デジタルシフトの遅れ
- 県民の県内観光推奨意向の低迷
- 多様な主体の巻き込み不足

## 愛知の観光をめぐるSWOT分析

- 全国4位の人口規模
- 国内外からアクセスしやすい充実した交通インフラ
- 世界的企業の集積と活発なビジネス交流
- 高度な研究を行う学術機関の集積と活発な学術交流
- 合計10万㎡を有する大規模展示場
- 愛知ならではの「ツウ」な魅力を持った豊富な地域資源
- ジブリパークの開園による国内外からの集客力の強まり
- ものづくりを中心とした多種多様な企業ミュージアム
- スポーツ大会・音楽コンサート等の興行による集客力

強み

弱み

- 圧倒的知名度と集客力を持ったアイコン的な観光資源が少ない
- 県全体の観光振興を推進する総合調整機能の不足
- 都市部以外では不便な二次交通網
- インバウンド受入れ環境が不十分
- 各種マーケティングデータの取得力・分析力不足
- 高付加価値な観光コンテンツの開発力・販売力不足
- 県民の県内観光推奨意向の低迷
- 観光満足度と魅力度の伸び悩み
- 多様な主体の巻き込み不足
- MICEの専門人材不足

機会

脅威

- 観光DXの進展
- 世界的な国際航空需要の回復
- 新しい旅行形態（プレジャー・ワーケーション等）の浸透
- リニア中央新幹線等の交通インフラのさらなる利便性向上
- 国による観光地域づくり支援メニューの拡充
- 高級ホテルの新規開業
- アジア・アジアパラ競技大会の開催
- STATION Aiのオープンによる観光イノベーションの促進への期待
- 2005年愛知万博開催から20周年

- 感染症や大規模災害による観光関連産業への打撃
- 国内人口減少の進行
- リニア中央新幹線開業によるストロー効果、日帰り圏化
- 観光関連産業における人手不足、デジタルシフトの遅れ
- 団体旅行・宴会需要の低い回復力

## 次期愛知県観光振興基本計画の骨子（案）②

### 愛知の観光をめぐる クロスSWOT分析

#### 強み×機会 【拡大・強化分野】

- ・ 運輸機関と連携した取組の強化
- ・ 企業・学術機関と連携したMICEの推進
- ・ 企業・学術機関・スタートアップと連携した取組の推進
- ・ ビジネス客の観光消費額単価の向上（プレジャー・ワーケーションの推進）
- ・ スポーツ大会・音楽コンサート等の興行観客の観光消費額単価の向上

#### 強み×脅威 【差別化分野】

- ・ 愛知ならではの「ツウ」な魅力を持った地域資源の活用（武将観光・産業観光・ユニークベニューの推進）
- ・ 個人旅行化への適応促進
- ・ 県民による県内旅行の促進
- ・ ジブリパークを活用した周遊観光の促進

#### 弱み×機会 【改善・補強分野】

- ・ 県域DMOの機能強化
- ・ デジタルを活用したEBPMの推進
- ・ 観光関連施設の高付加価値化とバリアフリー対応の強化
- ・ デジタルを活用した観光Maasの促進、決済手段の多様化
- ・ オープンイノベーションによる高付加価値コンテンツの開発力・販売力の強化
- ・ 県民参加の推進
- ・ MICEの専門人材の育成
- ・ 外国人受け入れ環境の整備推進

#### 弱み×脅威 【防衛・撤退分野】

- ・ 物見遊山客の誘致を目的とした旧来型の観光振興からの脱却

#### 持続可能な観光の実現

観光関連産業の持続可能性を高めることはもちろん、地域資源の持続可能性を高めることにより、広く県民のウェルビーイングの向上につなげる。

### 観光振興の推進 における 基本的な方針

#### 観光DXの推進

県の観光振興施策をデジタルシフトするとともに、市町村や地域観光協会の観光振興施策のデジタルシフトを支援する。あわせて、観光関連事業者の業務のデジタル化に向けた取組を促進する。

#### あいち「ツウ」リズムのバージョンアップ

愛知ならではの歴史、産業、自然、文化等の地域資源を「ツウ」な魅力のある高付加価値な観光コンテンツとして磨き上げるとともに、的確性と効率性を最適化した方法でターゲット客に訴求し、誘致を図る。

#### イノベーションの創出

県や市町村、地域観光協会、観光関連事業者だけでなく、企業・学術機関・スタートアップとの連携を推進するとともに、県民参加を進め、イノベーションの創出を促進する。

- ・ 本計画期間における本県の観光振興の推進は、観光関連産業はもちろん、地域資源の持続可能性を高め、県民のウェルビーイングの向上につなげることを基本的な方針とする。
- ・ こういった持続可能な観光を実現するため、前期計画である「あいち観光戦略2021-2023」で掲げた「あいち「ツウ」リズム」のバージョンアップ（観光コンテンツの高付加価値化とPR・プロモーションの最適化）を図る。
- ・ 「あいち「ツウ」リズム」のバージョンアップは、県や市町村、地域観光協会、観光関連事業者における観光DXの推進と、企業や学術機関、スタートアップ等の多様な主体を巻き込んだイノベーションの創出によって行う。

～ あいち『ツウ』リズム2.0 ～

# デジタルとイノベーションで追いつける「観光県・あいち」

目指すべき姿

施策の柱

### 観光資源の高付加価値化

本県に根差した地域資源を「ツウ」な魅力として磨き上げたり、ジブリファン向けに編集したりして高付加価値化することで、満足度・推奨度の向上と観光消費額単価の向上を図る。

- 地域資源の観光コンテンツ化
- 周遊コンテンツ・コースの造成
- ターゲットにあわせたコンテンツ造成
- アジア・アジアパラスを見据えたコンテンツ造成
- リア開業を見据えたコンテンツ造成
- 広域連携を通じたコンテンツ造成
- 魅力ある観光土産品の開発・販売促進

### PR・プロモーション

本県ならではの「ツウ」な魅力やジブリファンが関心を寄せそうな魅力を適切なターゲットに的確に送り届ける効果的なPR・プロモーションを実施し、具体的な誘客につなげる。

- 情報発信プラットフォームの運営
- デジタル広告の推進
- 運輸機関・宿泊施設との連携
- 旅行会社・OTAとの連携
- アジア・アジアパラス競技大会観客を対象としたPR・プロモーション
- 海外レップの活用
- 広域観光振興団体との連携
- MICE（国際会議・スポーツ大会等）との連携

### 受入れ環境の整備

ユニバーサルツーリズムや観光関連施設の高付加価値化を促進するとともに、移動や消費の円滑化を図り、誰もが楽しめる観光地づくりを推進する。

- バリアフリー化の促進
- 多言語化の促進
- 多様な宗教・信条への対応
- 観光関連施設の高付加価値化の促進
- 移動や消費の円滑化
- 交通インフラの整備
- 旅行者の安全・安心の確保
- ワーケーションやプレジャーの受入

### 観光人材の育成・観光関連産業の労働生産性の向上

観光関連産業の労働生産性の向上の取組を推進するとともに、地域で活躍する観光人材の育成を支援する。また、県民の県内観光推奨意向の向上を図る。

- 持続可能な観光地づくりの促進
- 学びの場の提供
- 関係者間及び異業種との交流促進
- 県民による県内観光の促進
- アワードの実施
- 観光需要の平準化
- 労働生産性の向上

### MICEの誘致・開催に向けた取組強化

充実した施設を最大限活用するとともに、関係者間の連携を密に図ることで、本県の産業特性と親和性があるMICEの更なる誘致・開催につなげる。

- Aichi Sky Expoの活用
- 国際会議・展示会の誘致・開催
- イベントの誘致・開催
- ミーティング・インセンティブツアーの誘致
- スポーツ大会等の招致・開催

数値目標

観光消費額  
(全体・外国人)

- 観光消費額単価（日本人・外国人） — 満足度(全体・外国人) | 推奨意向(県民・県外在住者) | 再訪意向(県外在住者)
- 観光入込客数（全体・外国人） — 来県外国人旅行者数 | 延べ宿泊者数(全体・外国人) | 国際会議関係指標

進捗管理指標

### 持続可能な観光の実現

宿泊業の労働生産性 | 愛知県「休み方改革」イニシアチブ賛同企業・団体数 | 閑散期に旅行を促すキャンペーン  
参画事業者数 | 観光関連事業者の従業員満足度

### あいち「ツウ」リズムのバージョンアップ

県事業で造成・参画した観光コンテンツ数・販売数・販売額 | 主要な武将観光施設・産業観光施設の入込客数 |  
通訳案内士登録者数 | 観光ボランティアガイド数

### 観光DXの推進

あいち観光動態ウォッチャー参画市町村数 | 公式観光サイトのページビュー | 公式観光SNSのファン数

### イノベーションの創出

観光まちづくりゼミ参加者数 | 観光まちづくりアワード応募件数



## 参考資料① 現行計画に係る数値目標の達成状況

		計画当初 (2020年)	2021年 (実績)	目標値 (2023年)
観光消費額	全体	4,669億円 <sup>*2</sup>	4,502億円	1兆円
	外国人	493億円 <sup>*2</sup>	— <sup>*5</sup>	2,500億円
観光入込客数	全体	0.8億人回 <sup>*2</sup>	0.8億人回	1.2億人回
	外国人	71万人回 <sup>*2</sup>	5万人回	380万人回
来県外国人旅行者数		34万人 <sup>*3</sup>	— <sup>*6</sup>	290万人
延べ宿泊者数	全体	1,107万人泊	1,134万人泊	2,000万人泊
	外国人	66万人泊	11万人泊	365万人泊
国際会議開催件数		11件	0件	220件
観光消費額単価	全体	5,990円 <sup>*2</sup>	5,372円	6,450円
	外国人	69,437円 <sup>*2</sup>	— <sup>*6</sup>	65,790円
満足度 (「非常に満足」の割合)	全体	35.7% <sup>*4</sup>	31.8%	50.0%
	外国人	— <sup>*7</sup>	— <sup>*7</sup>	50.0%
推奨意向 (高位層 <sup>*1</sup> )	県民	16.1% <sup>*4</sup>	20.9%	25.0%
	県外在住者	16.3% <sup>*4</sup>	30.1%	50.0%
再訪意向	県外在住者	84.3% <sup>*4</sup>	82.6%	100.0%

- \*1 「愛知の観光をまったく推奨しない」を0点、「とても推奨したい」を10点とした場合に、9～10点と回答した層。
- \*2 「観光消費額」、「観光入込客数」及び「観光消費額単価」は県「観光地点等入込客数調査」(毎月調査)、県「観光地点パラメーター調査」(四半期調査)及び観光庁から提供された「宿泊旅行統計調査」(毎月調査)、「訪日外国人消費動向調査」(四半期調査)等のデータにより推計しているが、2020年については、新型コロナウイルス感染症の影響により、「観光地点パラメーター調査」は4～6月及び7～9月期の調査が実施できなかったこと、及び観光庁「訪日外国人消費動向調査」は4～6月期、7～9月期及び10～12月期の調査が実施されなかったことから、2019年推計値等の参考値を用いて推計し、年間値を算出した。
- \*3 「来県外国人旅行者数」を算出する因子のひとつである「都道府県別訪問率」を測定する観光庁「訪日外国人消費動向調査」(四半期調査)について2020年は、新型コロナウイルス感染症の影響により、4～6月期・7～9月期及び10～12月期の調査が実施されなかったため、1～3月期の都道府県訪問率を年間の訪日外客数に乘じて算出している。
- \*4 「満足度(全体)」、「推奨意向」及び「再訪意向」を測定する「観光地点パラメーター調査」(四半期調査)について2020年は、新型コロナウイルス感染症の影響により、4～6月及び7～9月期の調査を実施できなかったため、1～3月及び10～12月期の結果のみから算出している。
- \*5 観光庁「訪日外国人消費動向調査」が一部実施されなかったことから訪日外国人の観光消費額単価を欠測としている。そのため観光入込客数と観光消費額単価から算出する観光消費額は欠測としている。
- \*6 観光庁「訪日外国人消費動向調査」は10～12月期のみ一部実施されたが、「来県外国人旅行者数」を算出する因子のひとつである「都道府県別訪問率」を算出するための調査は実施されなかったため、欠測となった。
- \*7 「満足度(外国人)」を測定する県「愛知県訪日外客動向調査」が、2020年度及び2021年度は新型コロナウイルス感染症の影響で実施できなかったため、欠測となった。

# 第1回 次期愛知県観光振興基本計画(仮称)検討委員会 全体会合

## 参 考 資 料 ②

2023年5月10日(水)  
愛知県観光コンベンション局

# 目次

## 1 世界と日本の観光の状況

- 1-1 新型コロナウイルス感染症拡大前の外国人旅行者受入数
- 1-2 日本人による国内旅行の推移
- 1-3 観光立国推進基本計画概要  
(2023.3.31閣議決定)

## 2 本県に係る各種数値指標の推移

- 2-1 延べ宿泊旅行者数
- 2-2 外国人旅行者数
- 2-3 延べ宿泊者数の2019年同月比
- 2-4 観光レクリエーション資源・施設利用者総数
- 2-5 観光消費額
- 2-6 滞在日数
- 2-7 国際会議の開催件数
- 2-8 満足度の推移
- 2-9 推奨意向の推移

## 3 県政世論調査・県内市町村へのアンケート調査の結果概要

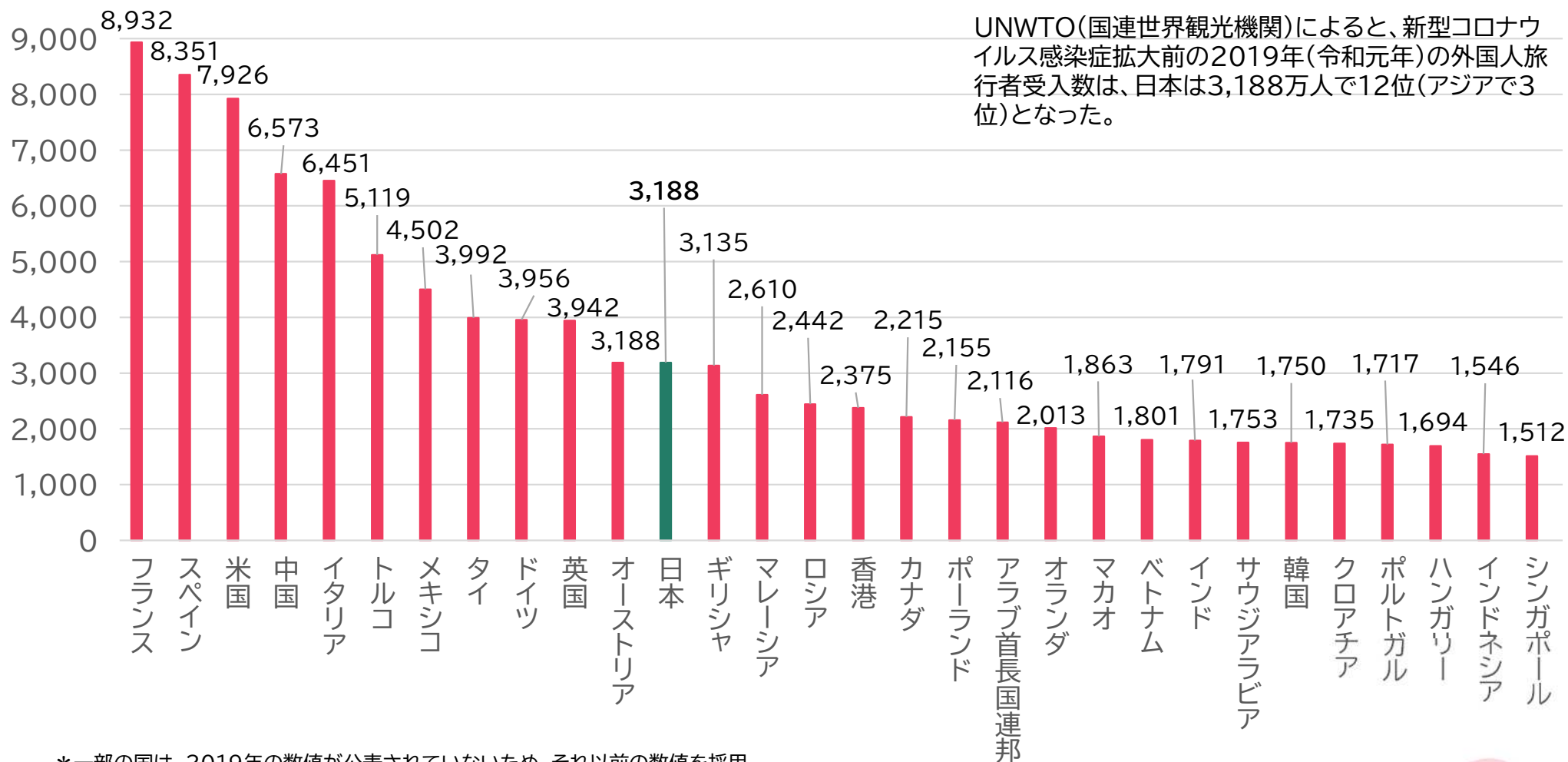
- 3-1 地域振興や地域経済の活性化の観点から見た  
愛知県における観光の役割
- 3-2 県民の観光客誘致やおもてなし参画意識
- 3-3 観光客誘致への関わり方
- 3-4 特に注力している国内誘客の振興施策
- 3-5 特に注力しているインバウンドの振興施策
- 3-6 特に注力しているMICE誘致施策
- 3-7 特に注力してプロモーションを行いたい地域
- 3-8 観光施策の課題解決におけるデータ活用
- 3-9 特に注力している観光資源

## 4 愛知県の観光を取り巻く今後の出来事

- 4-1 愛知県の観光産業を取り巻く今後の出来事

# 新型コロナウイルス感染症拡大前の 外国人旅行者受入数ランキング(2019年)

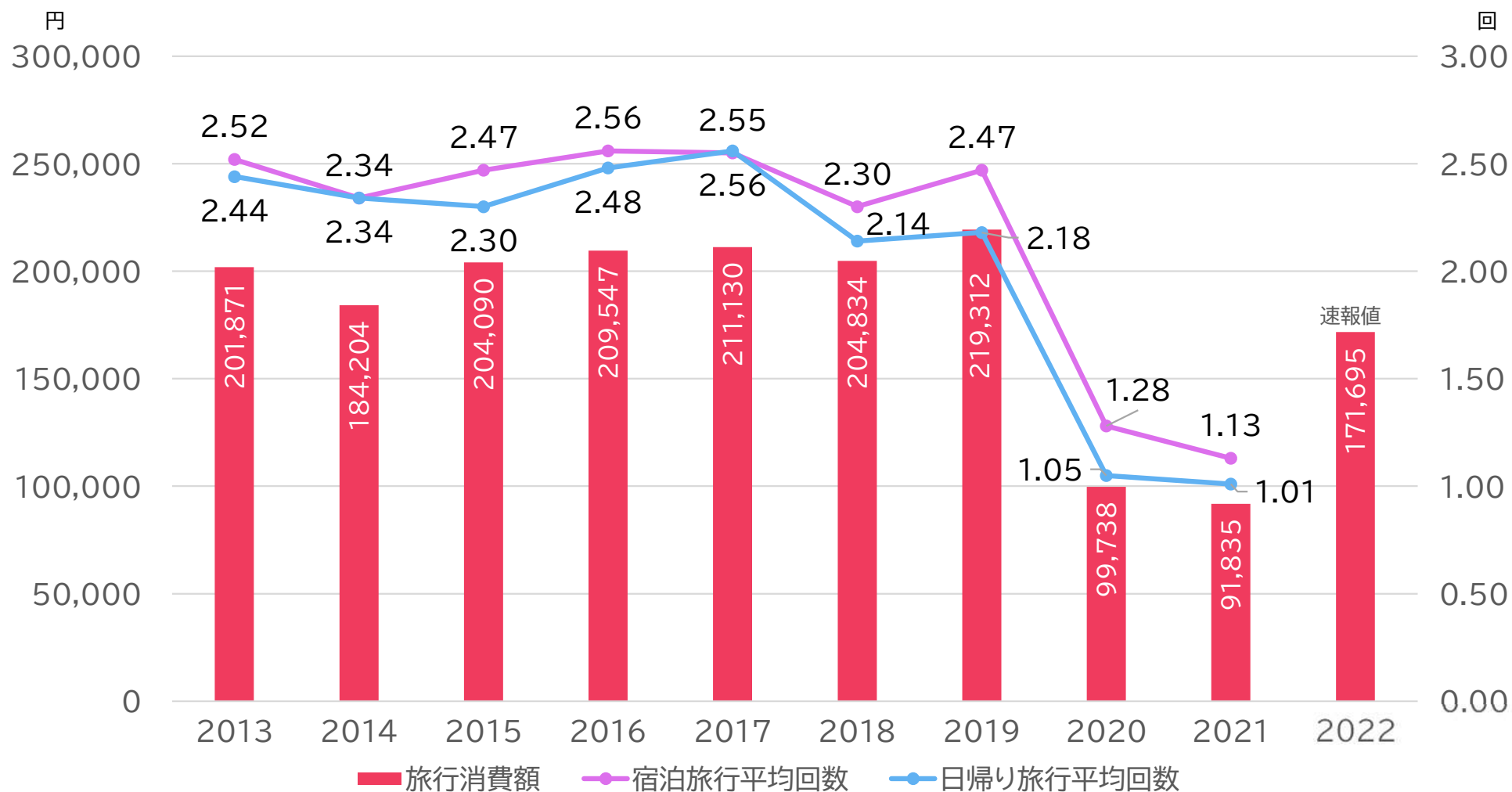
上位30か国のランキング(単位:万人泊)。



\*一部の国は、2019年の数値が公表されていないため、それ以前の数値を採用。

## 日本人による国内旅行の推移

旅行消費額(単位:百万円)、宿泊旅行平均回数(単位:回)、日帰り旅行平均回数(単位:回)。



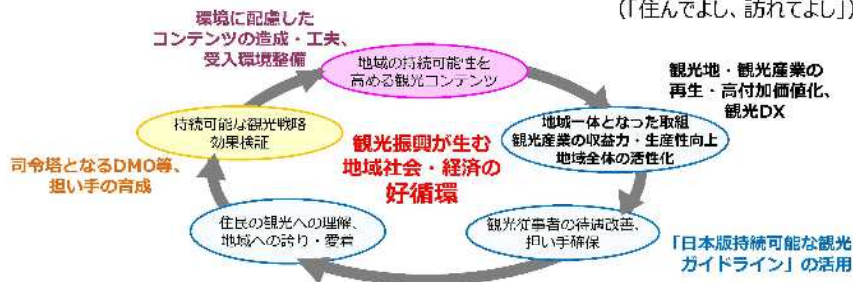
- 観光はコロナ禍を経ても**成長戦略の柱**、**地域活性化の切り札**。国際相互理解・国際平和にも重要な役割。
- コロナによる変化やコロナ前からの課題を踏まえ、我が国の観光を**持続可能な形で復活させる**。
- 大阪・関西万博も開催される**2025年**に向け、「**持続可能な観光**」「**消費額拡大**」「**地方誘客促進**」をキーワードに、「**持続可能な観光地域づくり**」「**インバウンド回復**」「**国内交流拡大**」に戦略的に取り組み、全国津々浦々に観光の恩恵を行きわたらせる。

計画期間：  
令和5～7年度  
(2023～2025年度)

### 基本的な方針

#### 持続可能な観光地域づくり戦略

- 観光振興が**地域社会・経済に好循環**を生む仕組みづくりを推進する
- 観光産業の**収益力・生産性**を向上させ、**従事者の待遇改善**にもつなげる  
(「稼げる産業・稼げる地域」)
- **地域住民の理解**も得ながら、**地域の自然、文化の保全と観光を両立**させる  
(「住んでよし、訪れてよし」)



#### インバウンド回復戦略

- 消費額5兆円の早期達成に向けて、施策を総動員する
- 消費額拡大・地方誘客促進を重視する
- アウトバウンド復活との相乗効果を目指す

#### 国内交流拡大戦略

- 国内旅行の実施率向上、滞在長期化を目指す
- 旅行需要の平準化と関係人口の拡大につながる**新たな交流需要の開拓**を図る

### 目標

- 早期達成を目指す目標：インバウンド消費5兆円、国内旅行消費20兆円
- 2025年目標 (質の向上を強調し、人数に依存しない指標を中心に設定)

持続可能な観光地域づくり	地域づくりの体制整備	① 持続可能な観光地域づくりに取り組む地域数【新】	100地域
インバウンド回復	② 訪日外国人旅行消費額単価【新】	20万円/人	
	③ 訪日外国人旅行者一人当たり地方部宿泊数【新】	2泊	
	④ 訪日外国人旅行者数	2019年水準超え	
国内交流拡大	⑤ 日本人の海外旅行者数	アジア最大・3割以上	
	⑥ 国際会議の開催件数割合	アジア最大・3割以上	
	⑦ 日本人の地方部延べ宿泊者数	3.2億人泊	
	⑧ 国内旅行消費額	22兆円	

### 主な施策

- 観光地・観光産業の再生・高付加価値化
- 観光DX、観光人材の育成・確保
- 持続可能な観光地域づくりのための体制整備等
- コンテンツ整備、受入環境整備
- 国内需要喚起
- 高付加価値なインバウンドの誘致
- ワークーション、第2のふるさとづくり
- アウトバウンド・国際相互交流の促進
- 国内旅行需要の平準化

### 目指す2025年の姿

- 活力に満ちた**地域社会**の実現に向け、**地域の社会・経済に好循環**を生む「**持続可能な観光地域づくり**」が**全国各地**で進められ、**観光の質の向上**、**観光産業の収益力・生産性の向上**、**交流人口・関係人口の拡大**がコロナ前より進んだ形で観光が復活している
- 万博の開催地である我が国が**世界的潮流を捉えた観光地**として脚光を浴び、「**持続可能な観光**」の**先進地**としても注目されている

本県に係る各種指標の推移

## 延べ宿泊旅行者数

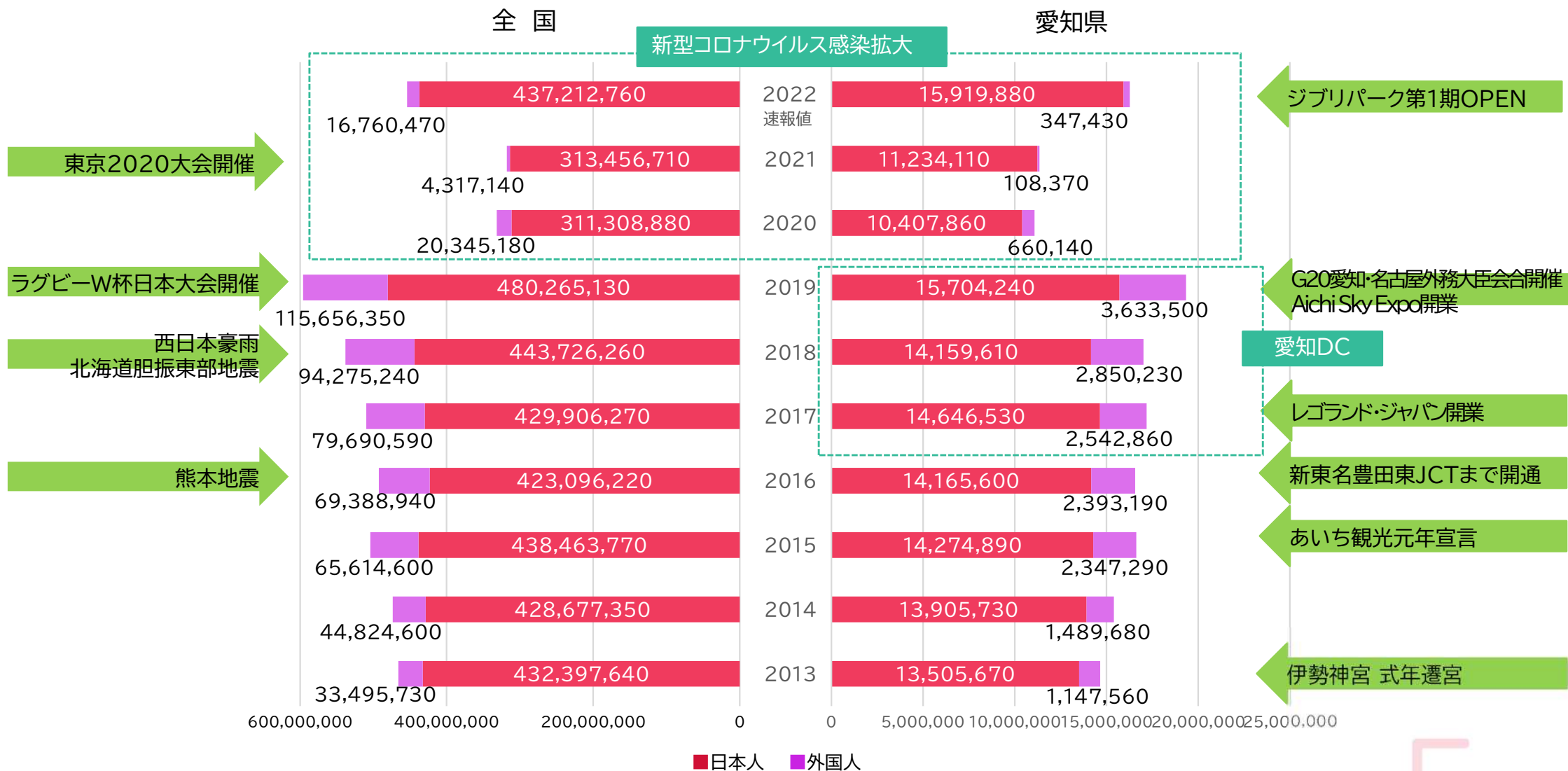
国内及び県内に宿泊した旅行者の延べ数(単位:人泊)。

【参考】

2023年/2019年2月(速報値)

○日本人: 東京 +18.5%  
愛知 + 6.1%

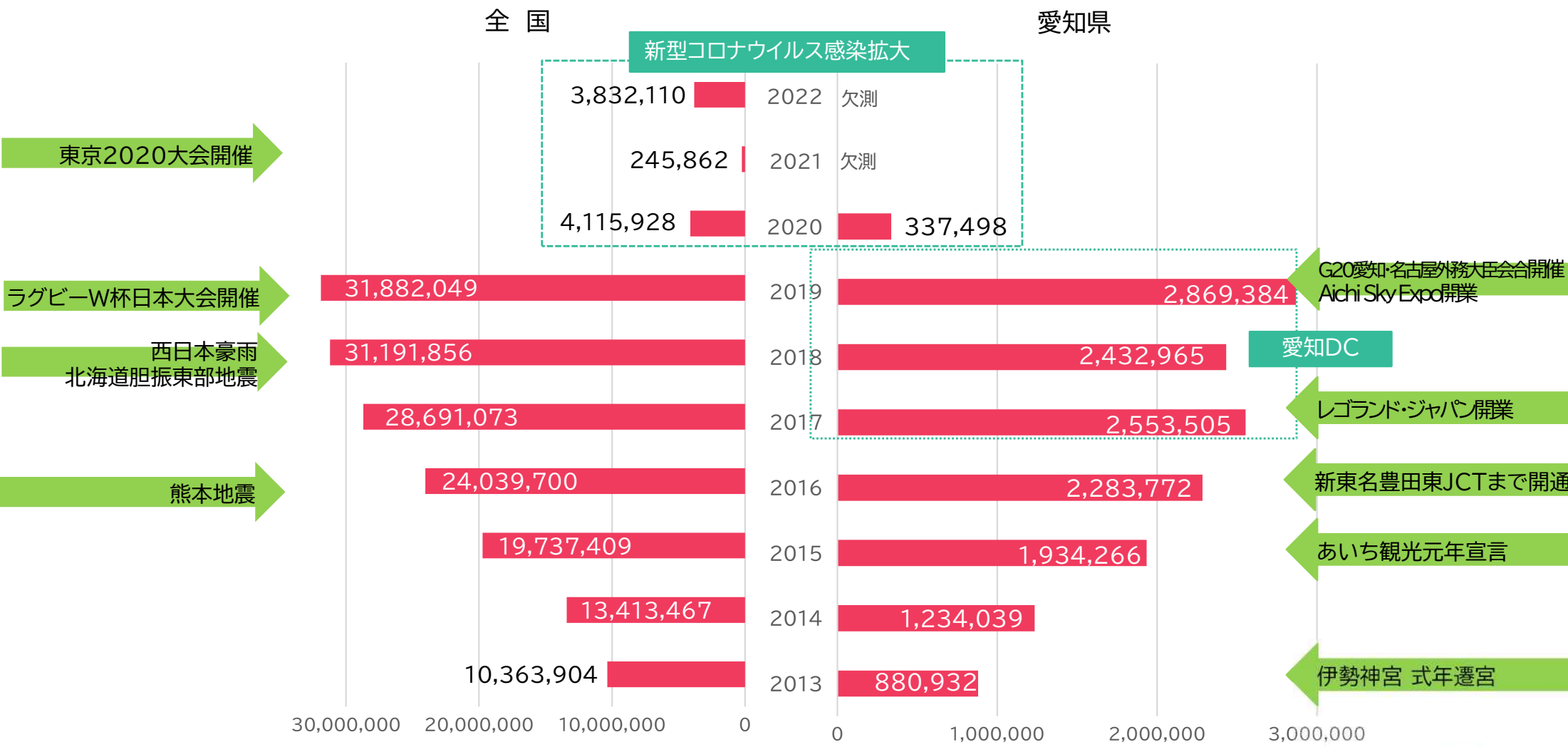
○外国人: 東京 +11.6%  
愛知 -71.3%



# 2-2

## 本県に係る各種数値の推移 外国人旅行者数

日本を訪れた外国人旅行者数と、その数値に愛知県訪問率を掛けて算出した愛知県を訪れた外国人旅行者数(単位:人)。



東京2020大会開催

ラグビーW杯日本大会開催

西日本豪雨  
北海道胆振東部地震

熊本地震

G20愛知・名古屋外務大臣会合開催  
Aichi Sky Expo開業

愛知DC

レゴランド・ジャパン開業

新東名豊田東JCTまで開通

あいち観光元年宣言

伊勢神宮 式年遷宮

\*2020年は1-3月のみで愛知県への来県者数を算出  
\*2021年、2022年は愛知県への訪問率を算出する調査が実施されなかったため来県外国人旅行者数は欠測

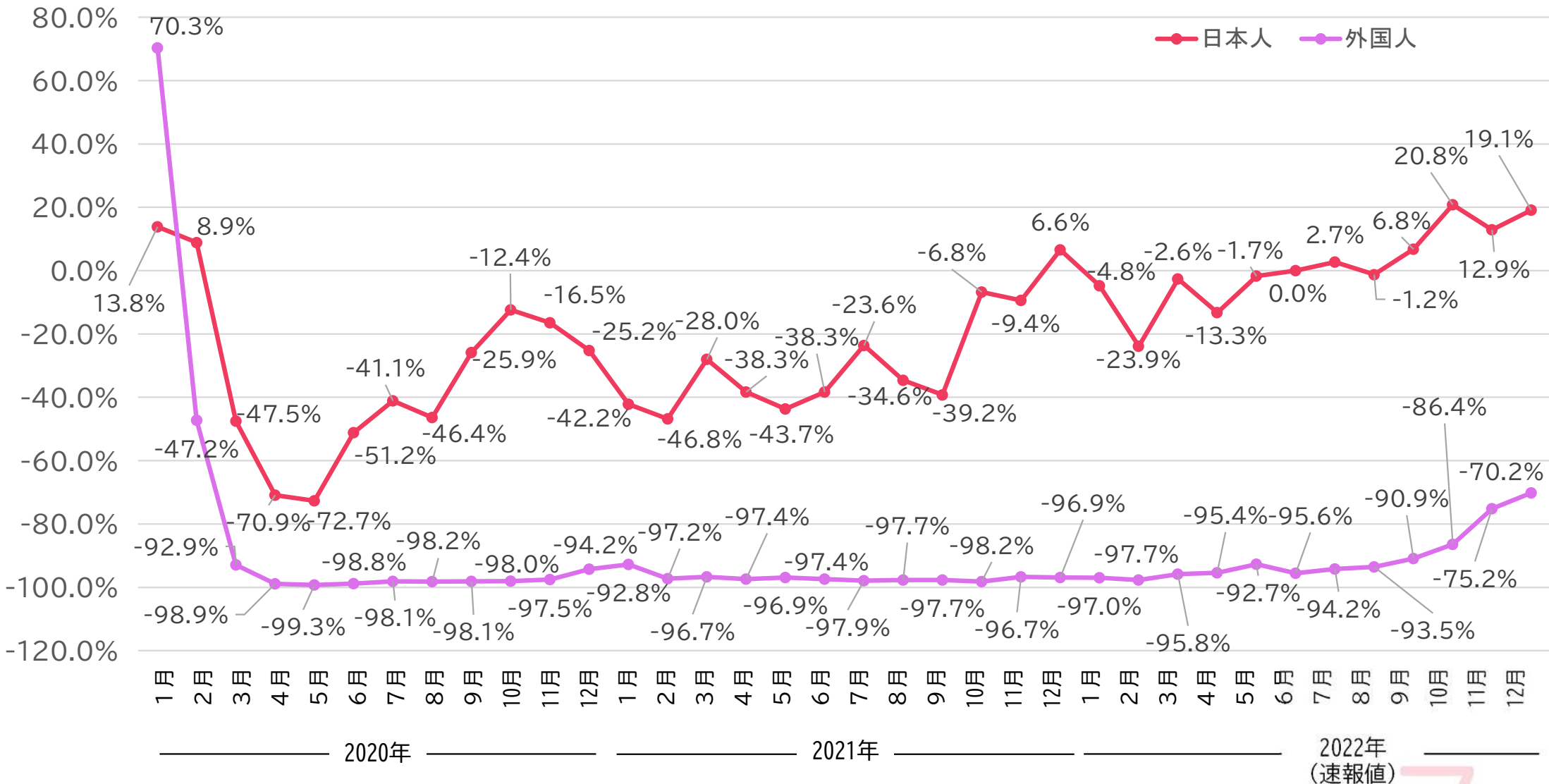
(日本政府観光局「訪日外客数」、観光庁「訪日外国人消費動向調査」より作成)



# 2-3

本県に係る各種数値の推移

## 延べ宿泊者数の2019年同月比

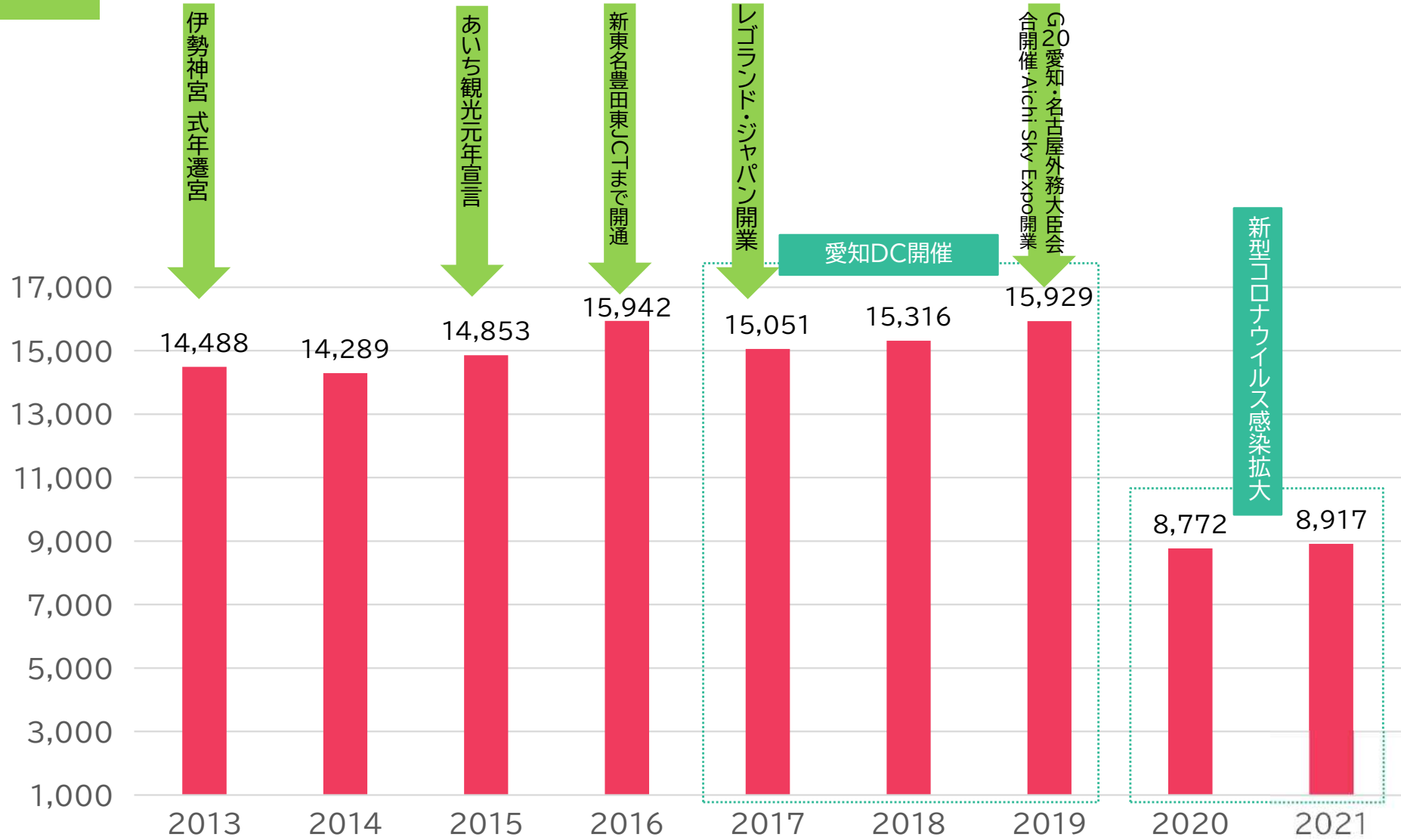


# 2-4

本県に係る各種指標の推移

## 観光レクリエーション資源・施設利用者総数

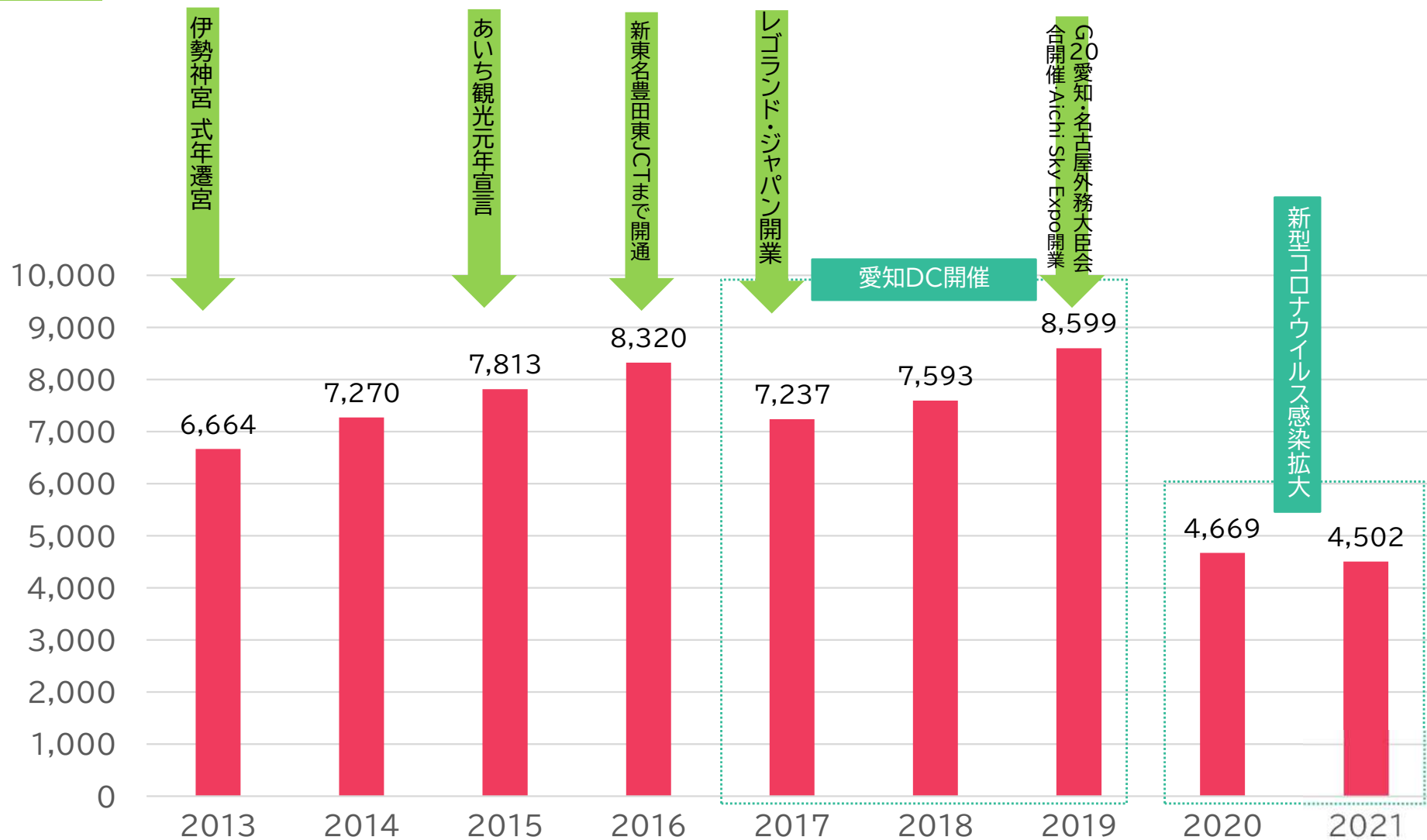
県内にある観光施設やイベント等の来場者数の合計(単位:万人)。



本県に係る各種指標の推移

## 観光消費額

愛知県を訪れた旅行者が県内で消費した金額(単位:億円)。

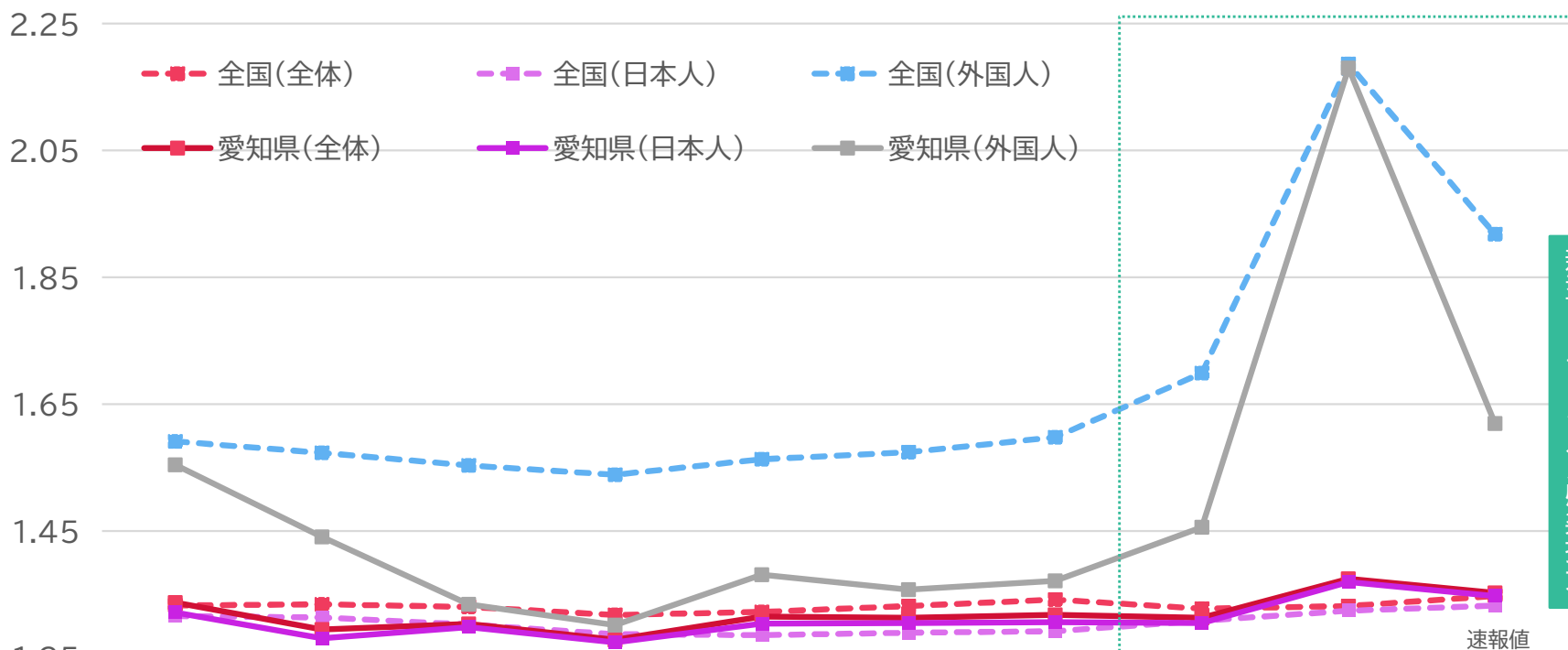


# 2-6

## 本県に係る各種指標の推移

# 滞在日数

延べ宿泊客数(人泊)を実宿泊客数(人)で除した数値(単位:泊)。



新型コロナウイルス感染症拡大

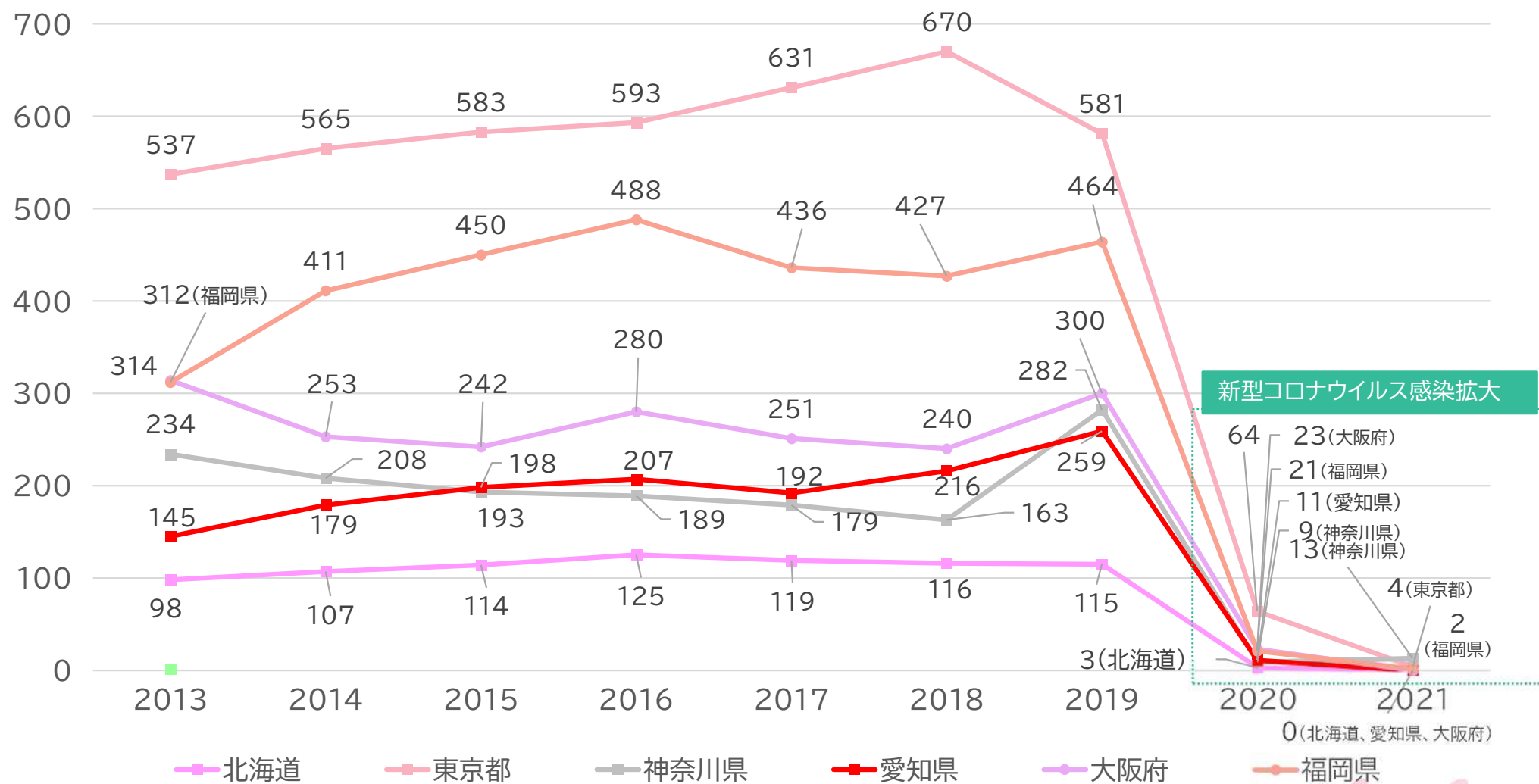
速報値

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
全国(全体)	1.33	1.33	1.33	1.32	1.32	1.33	1.34	1.33	1.33	1.35
全国(日本人)	1.32	1.31	1.30	1.29	1.29	1.29	1.29	1.31	1.32	1.33
全国(外国人)	1.59	1.57	1.55	1.54	1.56	1.57	1.60	1.70	2.19	1.92
愛知県(全体)	1.34	1.29	1.30	1.28	1.32	1.31	1.32	1.31	1.37	1.35
愛知県(日本人)	1.32	1.28	1.30	1.27	1.30	1.31	1.31	1.31	1.37	1.35
愛知県(外国人)	1.55	1.44	1.33	1.30	1.38	1.36	1.37	1.46	2.18	1.62

本県に係る各種指標の推移

## 国際会議の開催件数

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50名以上、参加国3か国以上の会議(単位:件)。

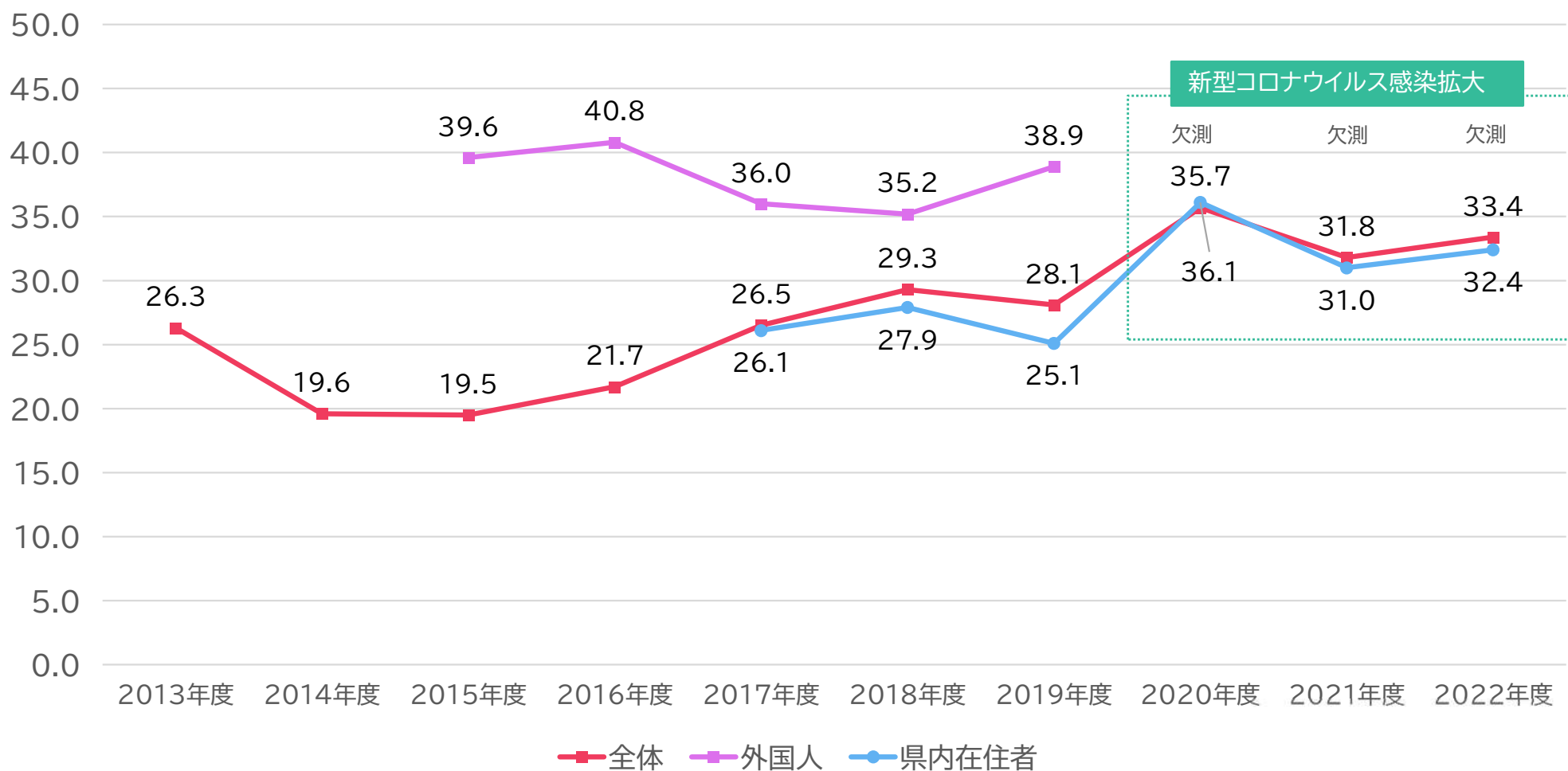


# 2-8

本県に係る各種指標の推移

## 満足度の推移

「非常に満足」の割合(単位:%)。



\* 2020年度、2021年度、2022年度の満足度(外国人)は欠測。

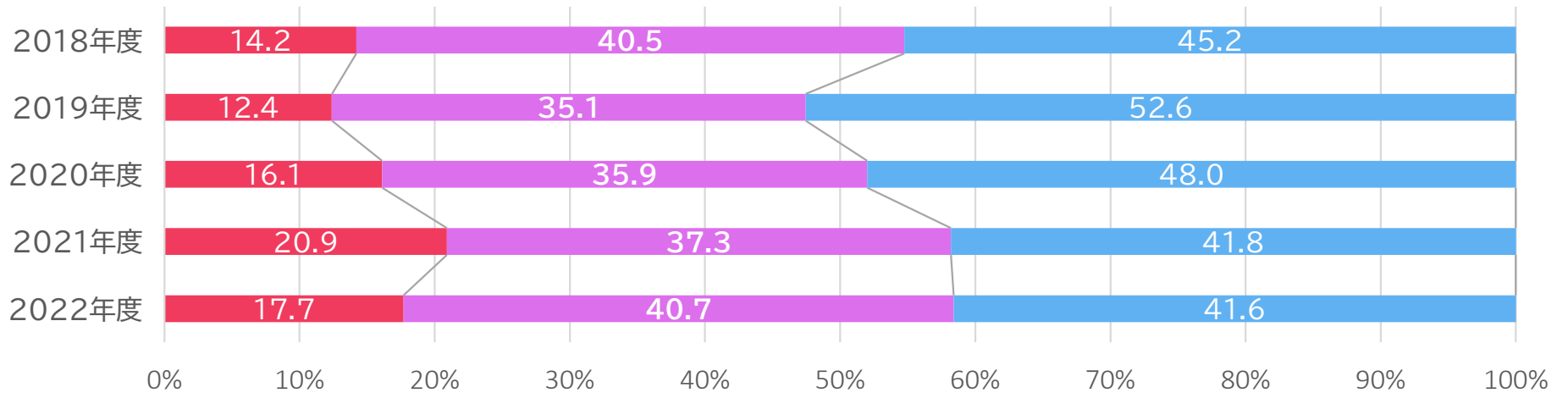
\* 県内在住者の満足度については、2017年度から調査実施。

# 2-9

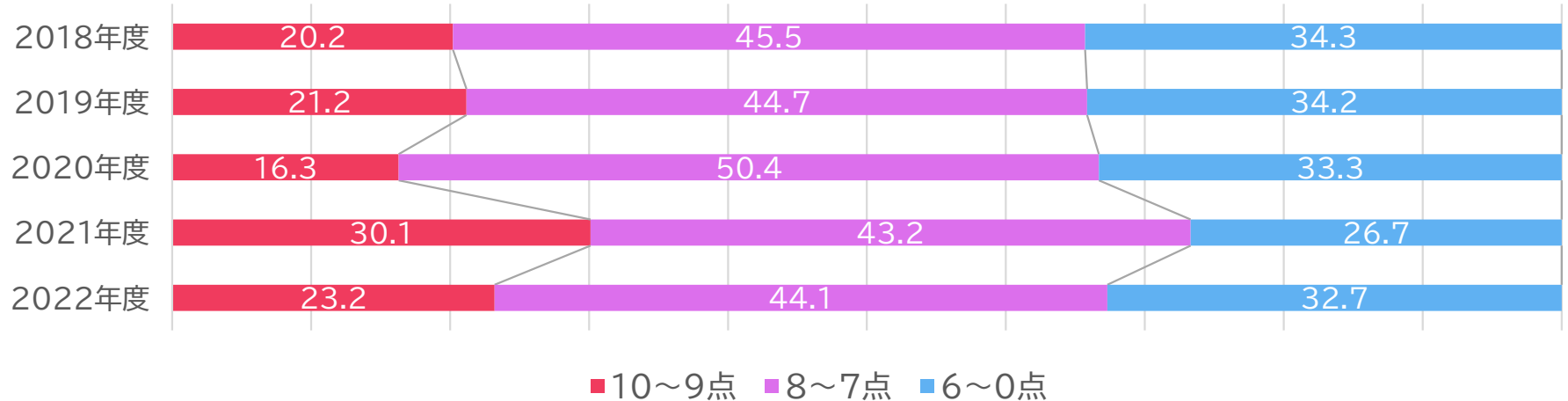
## 本県に係る各種指標の推移 推奨意向の推移

愛知県への観光を「全く薦めない」を0点、「とても薦めたい」を10点として点数を尋ねた結果(単位:%)。

県内在住者



県外在住者



■ 10~9点 ■ 8~7点 ■ 6~0点

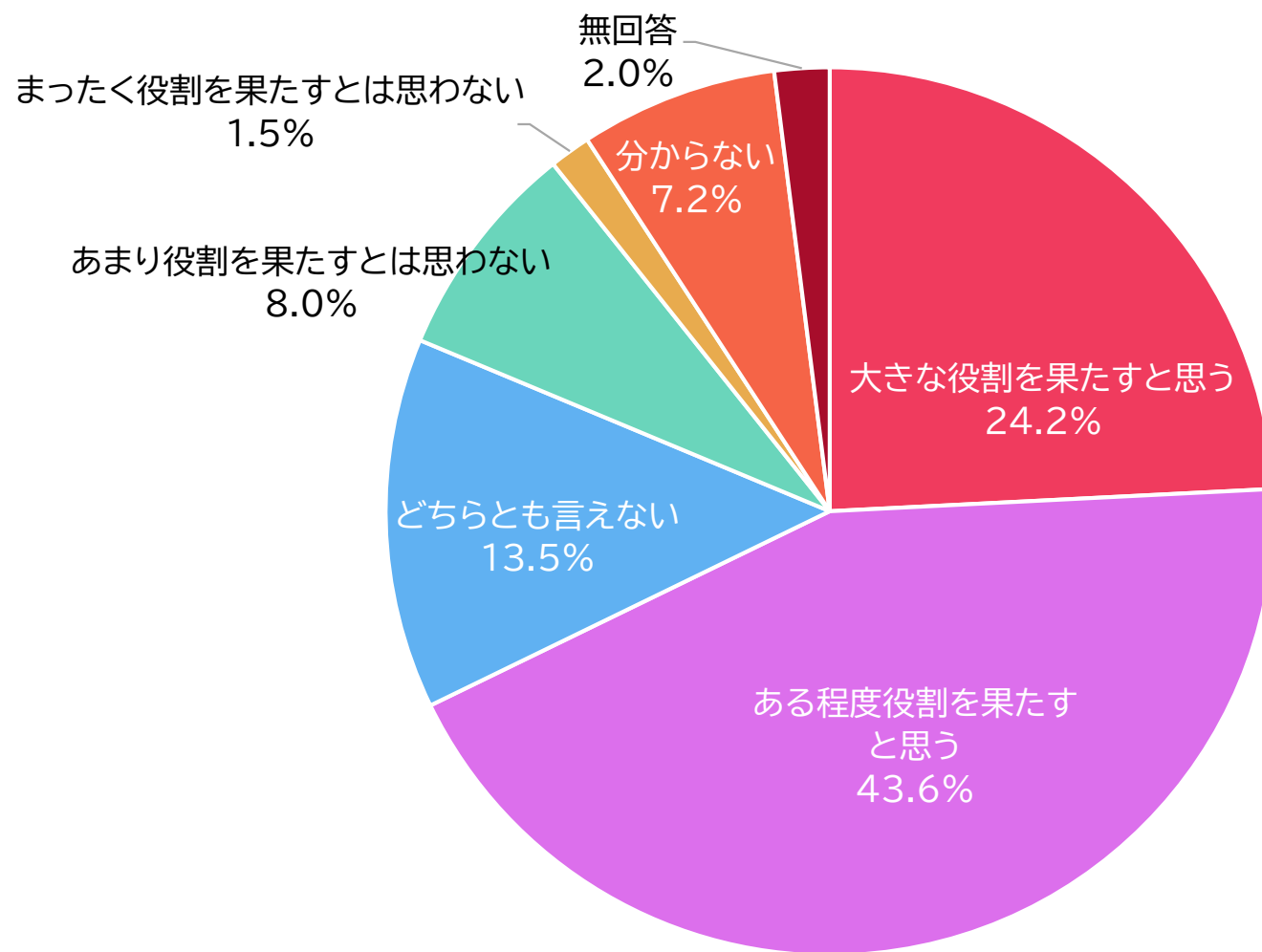
Net Promoter Score(R)(顧客推奨度)の指標を採用。

10 - 9点 ロイヤルティが高い熱心な顧客。自らが継続購入客であるだけでなく、他者へサービスを勧める『推奨』の役割も担う。

8 - 7点 満足はしているが、それ程熱狂的ではなく、競合他社になびきやすい。

6 - 0点 劣悪な関係を強いられた不満客。放置しておくと思評を広める恐れがある。

# 地域振興や地域経済の活性化の観点から見た 愛知県における観光の役割

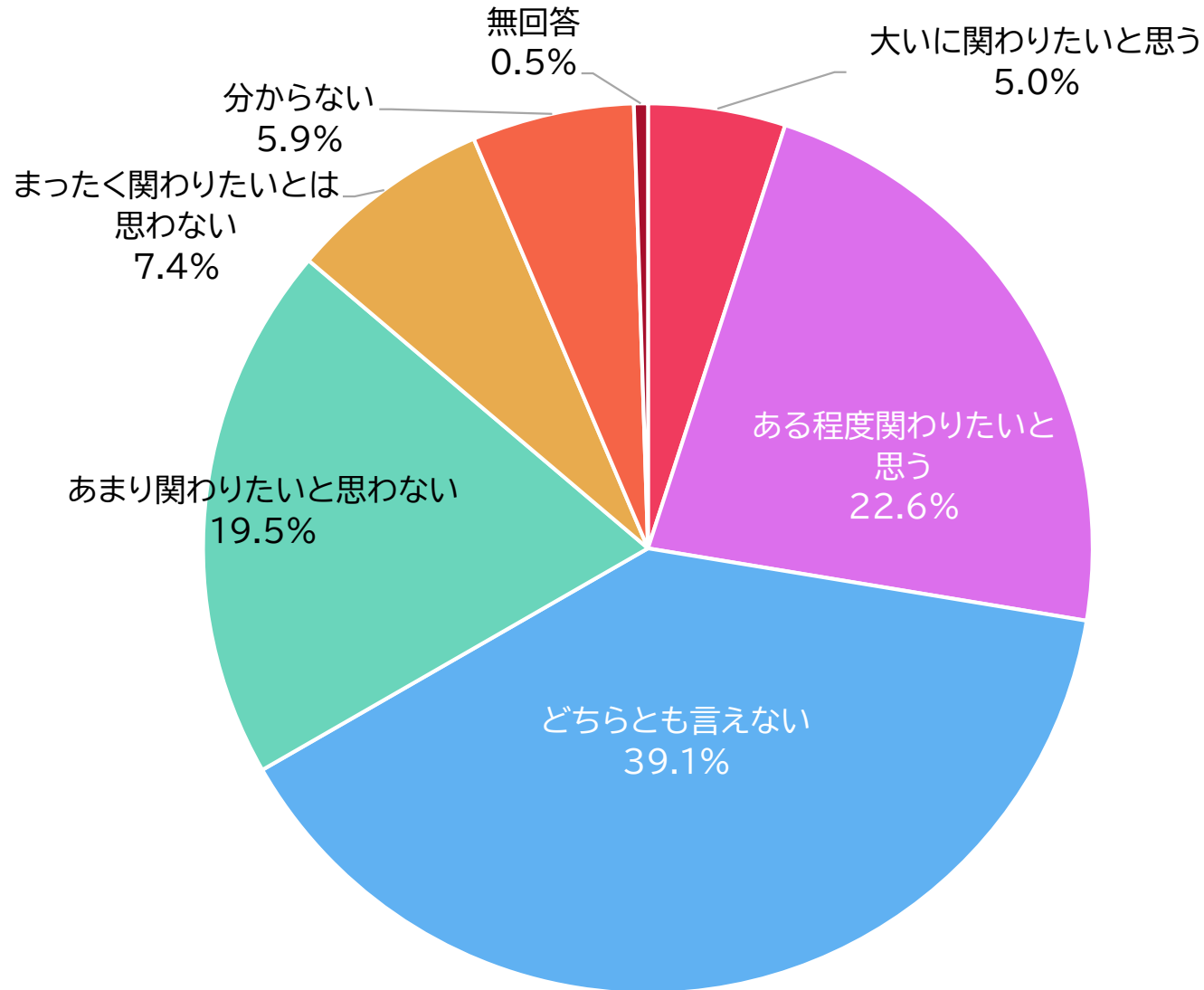




# 3-2

県政世論調査の結果概要「観光客誘致・おもてなしに対する意識について」

## 県民の観光客誘致やおもてなし参画意識

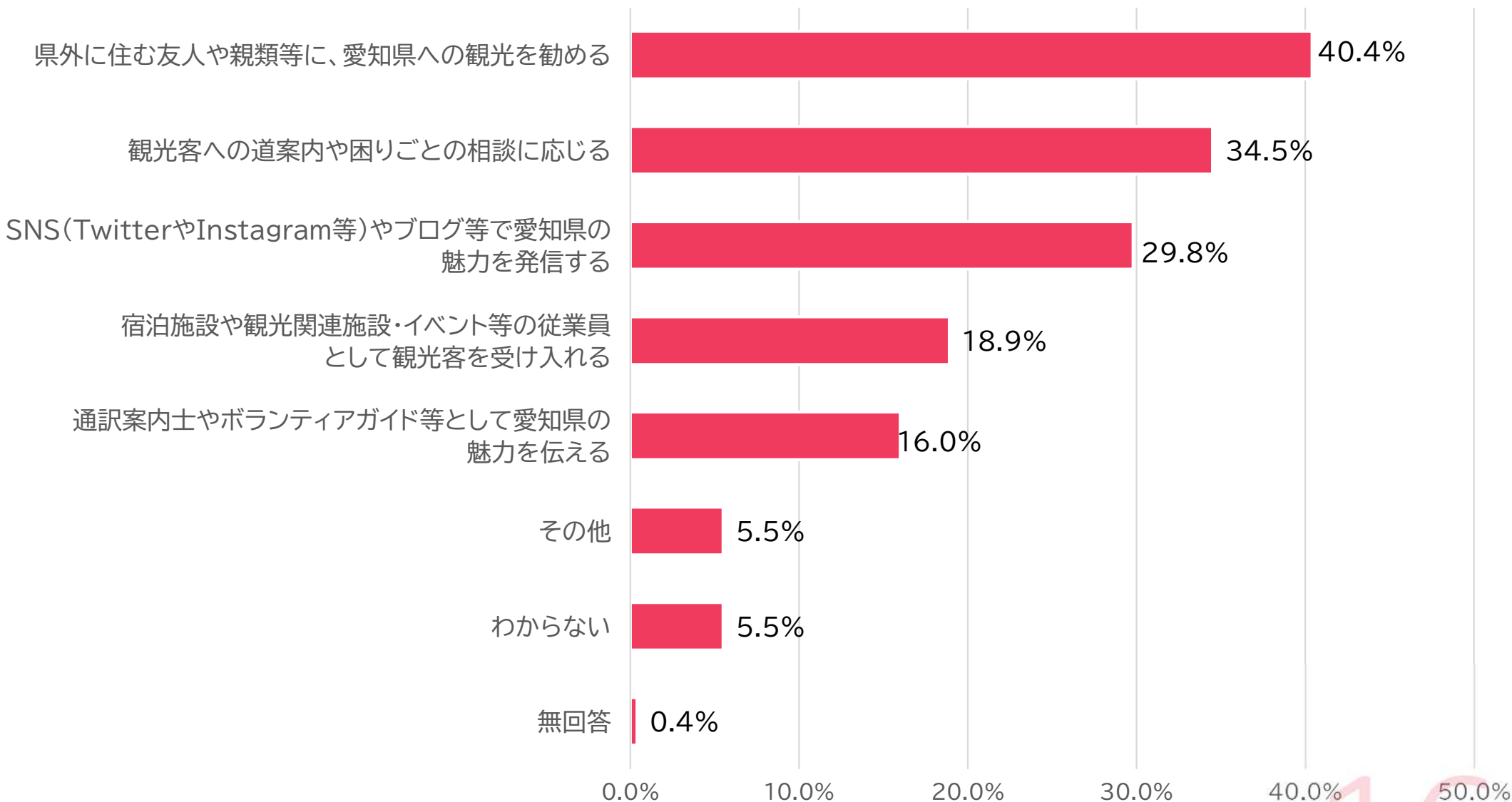


# 3-3

県政世論調査「観光客誘致・おもてなしに対する意識について」の結果概要

## 観光客誘致への関わり方

複数選択可。

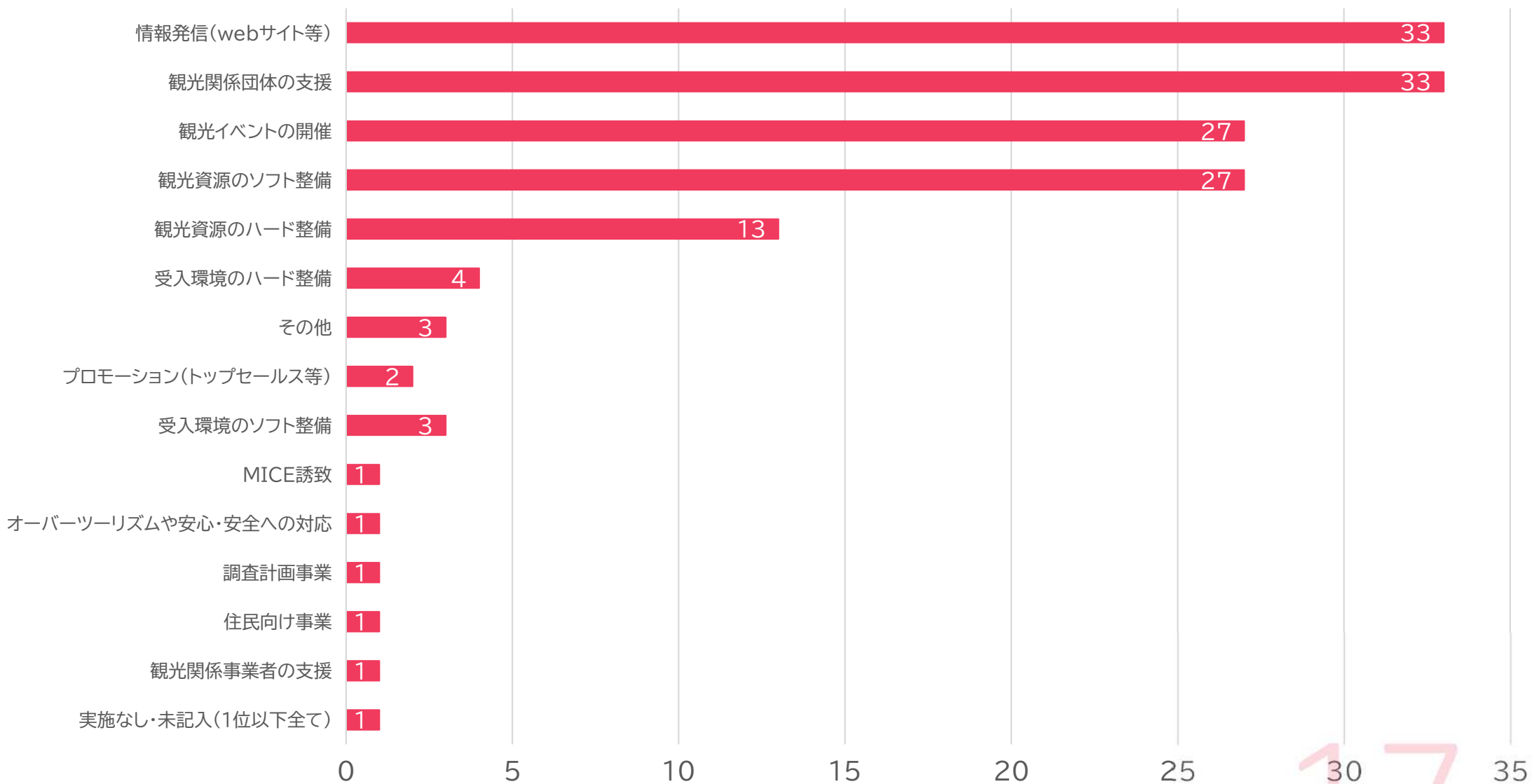


# 3-4

## 県内市町村へのアンケート調査の結果概要

# 特に注力している国内誘客の振興施策

アンケートでは1～3位を選択。以下のグラフは1～3位の合計を記載(単位:市町村)。

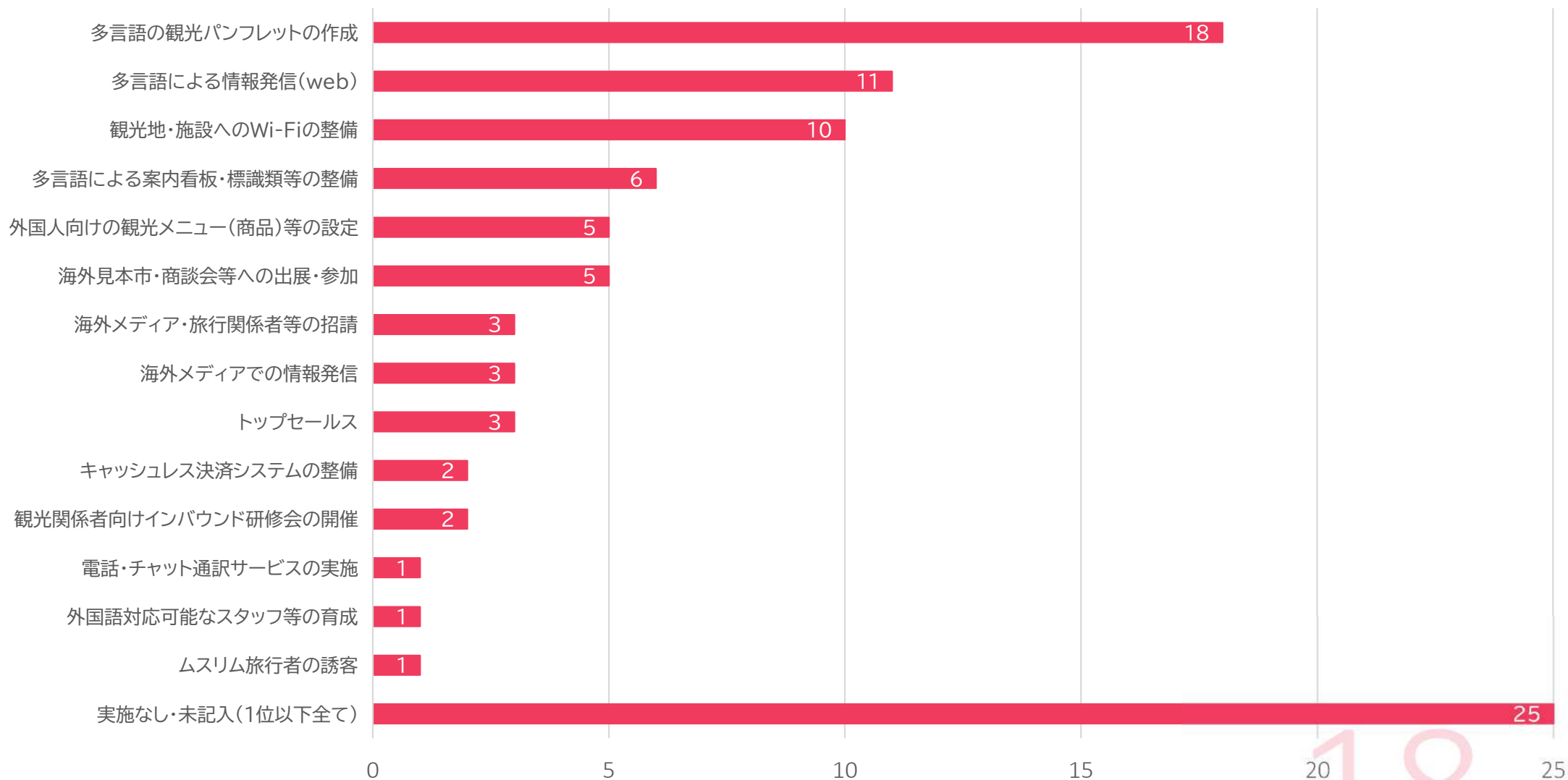


# 3-5

## 県内市町村へのアンケート調査の結果概要

# 特に注力しているインバウンドの振興施策

アンケートでは1～3位を選択。以下のグラフは1～3位の合計を記載(単位:市町村)。

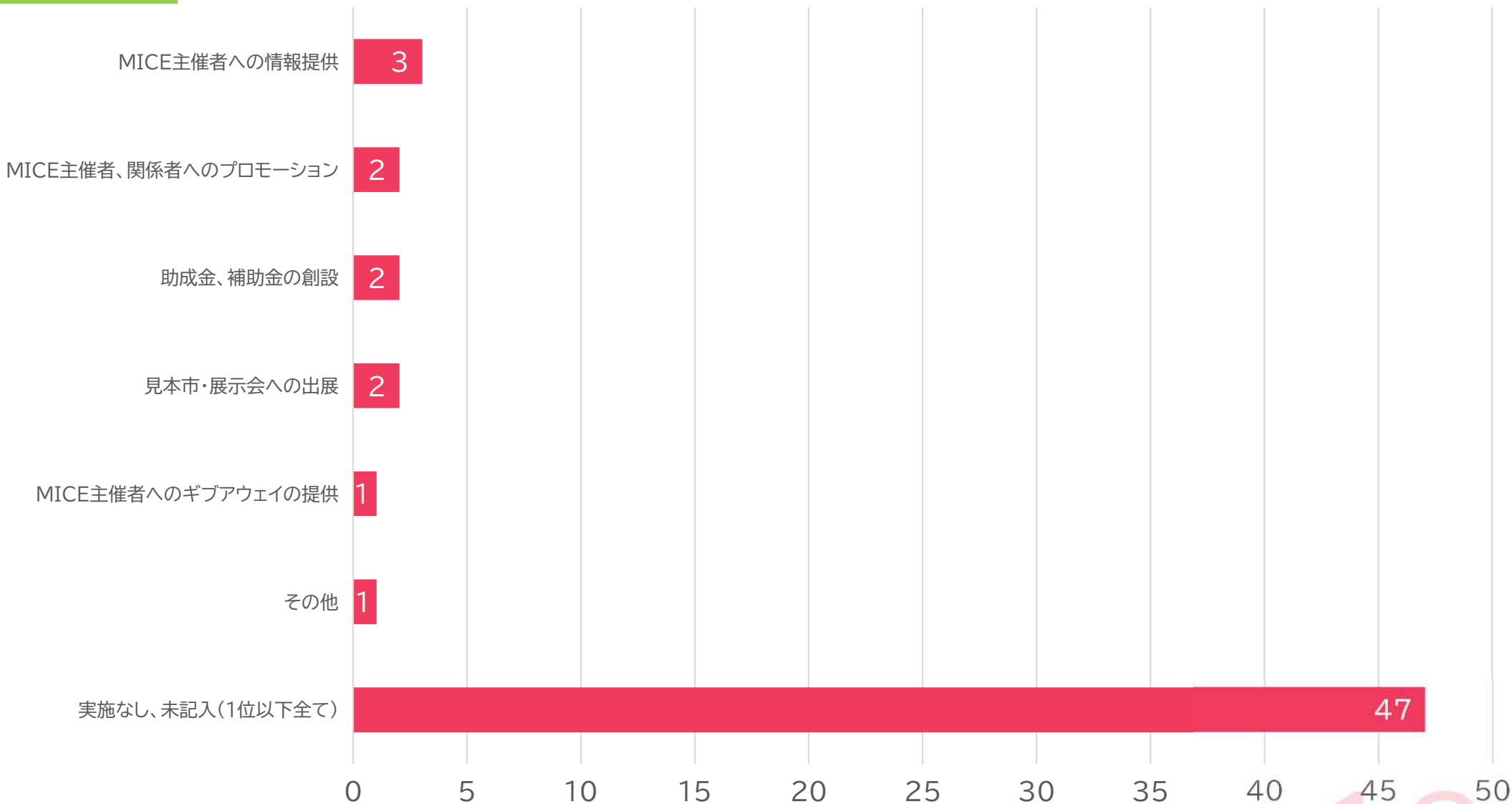


# 3-6

## 県内市町村へのアンケート調査の結果概要

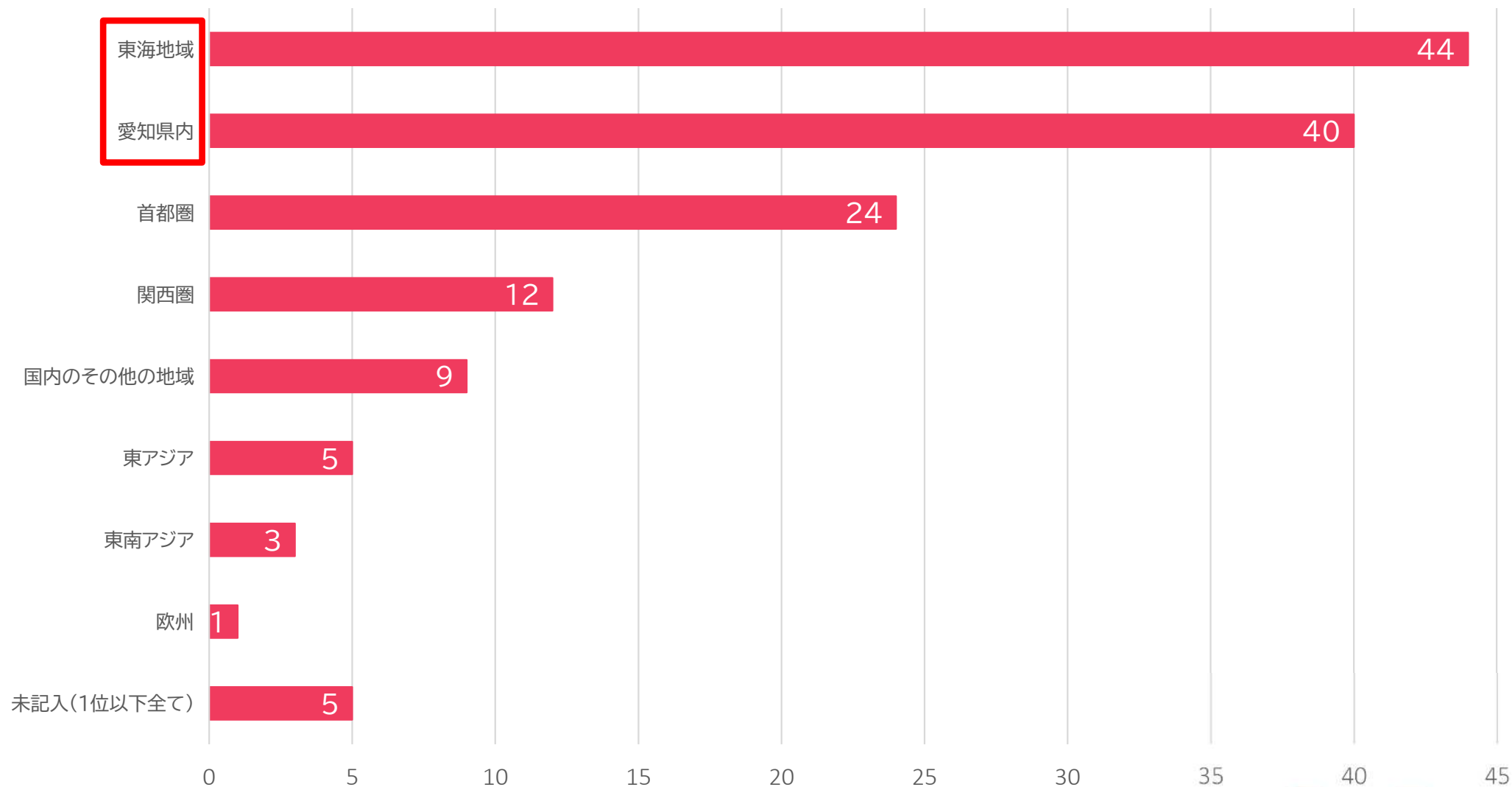
# 特に注力しているMICE誘致施策

アンケートでは1～3位を選択。以下のグラフは1～3位の合計を記載(単位:市町村)。



# 特に注力してプロモーションを行いたい地域

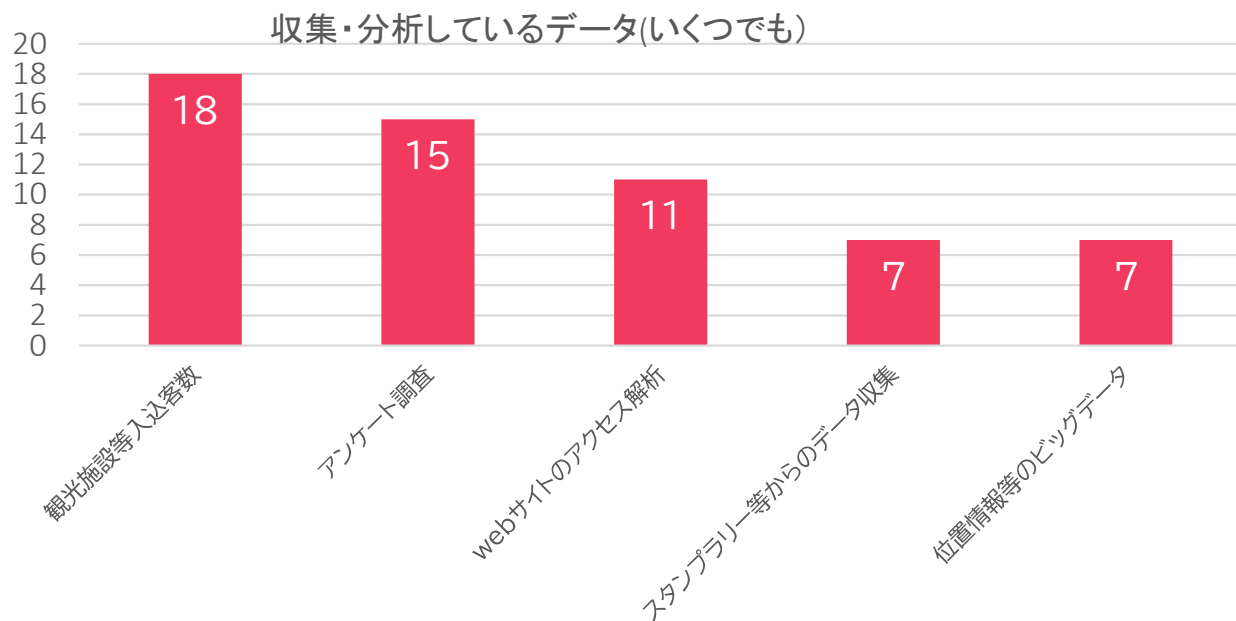
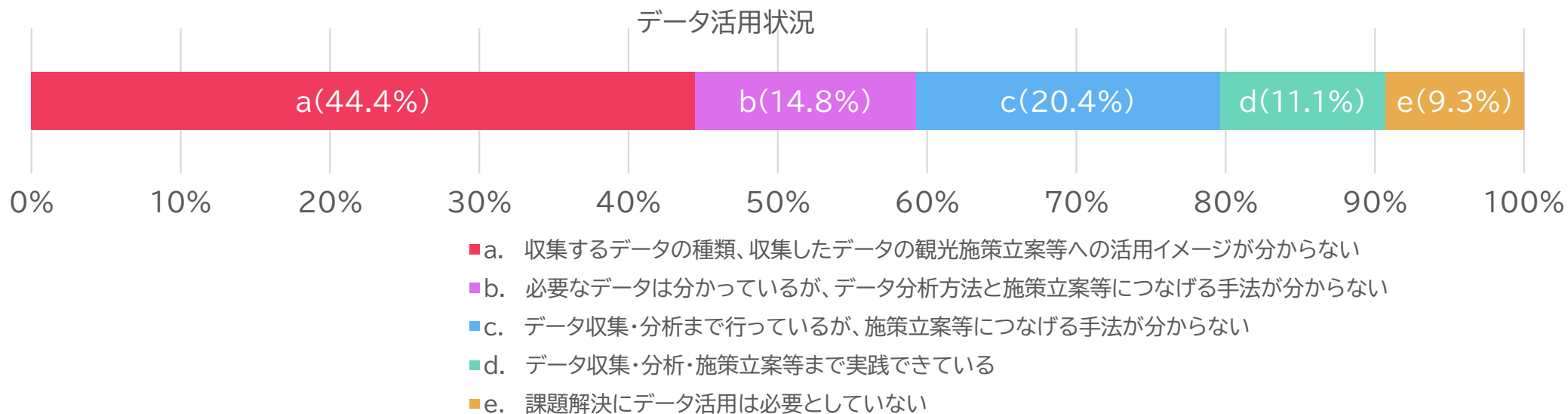
アンケートでは1～3位を選択。以下のグラフは1～3位の合計を記載(単位:市町村)。



# 3-8

県内市町村へのアンケート調査の結果概要

## 観光施策の課題解決におけるデータ活用状況

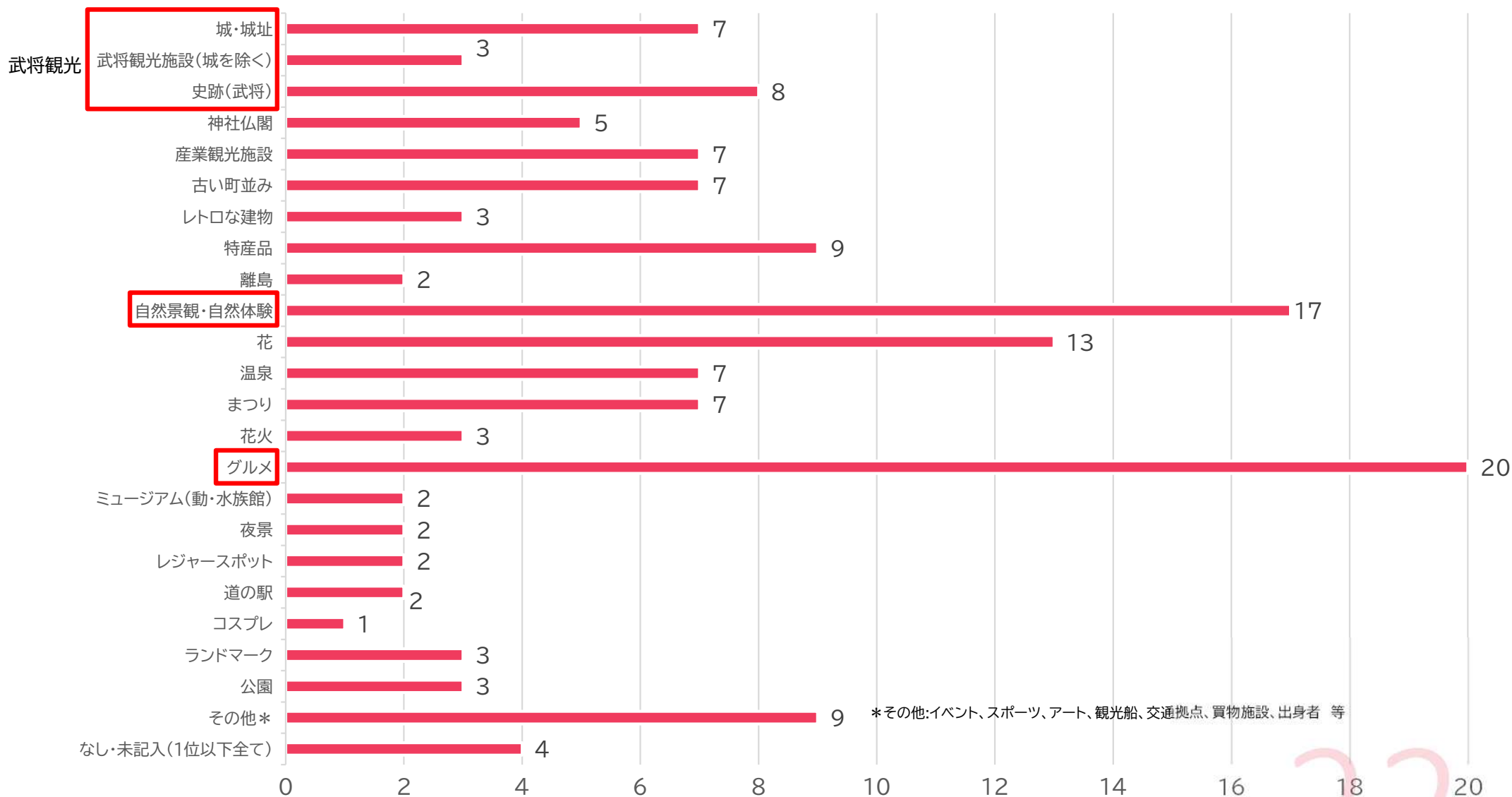


# 3-9

## 県内市町村へのアンケート調査の結果概要

# 特に注力している観光資源

アンケートでは1～3位を選択。以下のグラフは1～3位の合計を記載(単位:市町村)。

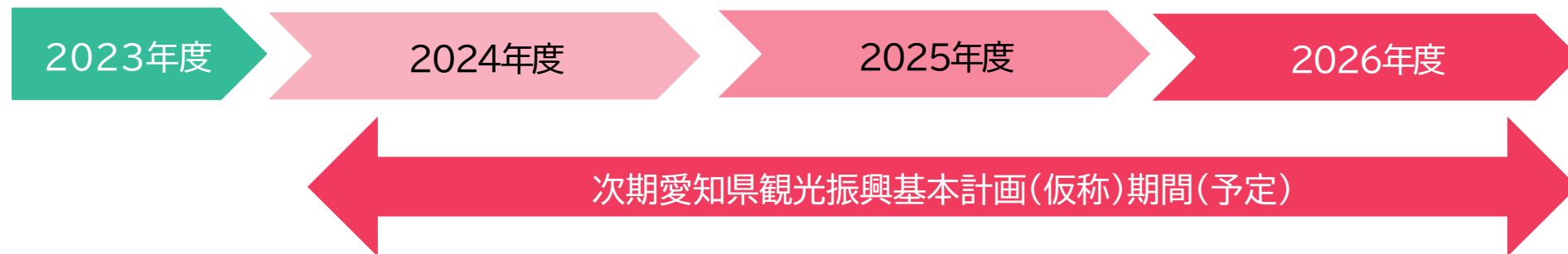


\*その他:イベント、スポーツ、アート、観光船、交通拠点、買物施設、出身者 等



# 4-1

## 愛知県の観光産業を取り巻く今後の主な出来事



ジブリパーク  
第2期オープン

STATION Aiオープン

愛知県新体育館(愛知国際アリーナ)オープン

第20回アジア競技大会の開催

愛知万博20周年

第5回アジアパラ競技大会の開催

大阪・関西万博開催

2027年度以降

三遠南信道愛知県区間全通

中部国際空港第二滑走路供用開始

西知多道路全通

リニア中央新幹線(品川一名古屋)開業

名古屋駅のスーパーターミナル化

名古屋城天守閣木造復元



## 次期愛知県観光振興課（仮称）検討委員会 設置要綱

### （目的）

第1条 愛知県観光振興基本条例（平成20年条例第48号）に基づく観光振興基本計画の第三期計画を策定するため、有識者等による、次期愛知県観光振興課（仮称）検討委員会（以下「委員会」という。）を設置し、愛知県の観光振興に関する基本戦略や先導事業等について提言を行う。

### （所掌事項）

第2条 委員会は、次に掲げる事項について、協議及び検討を行う。

- （1） 愛知県を取り巻く観光の現況に関すること
- （2） 愛知県の観光戦略に関すること
- （3） 愛知県の観光振興に資する施策に関すること
- （4） その他、第1条の目的の達成に関すること

### （構成）

第3条 委員会は、別表1に掲げる委員、及び別表2に掲げるオブザーバーにより構成する。

### （委員長等）

第4条 委員会に委員長及び副委員長を置く。

- 2 委員長は委員会を総括し、会議の進行にあたる。
- 3 副委員長は委員長を補佐し、委員長に事故等があるときは、その職務を代理する。

### （会議）

第5条 会議は、愛知県観光コンベンション局長が招集する。

### （部会）

第6条 委員会の下に、観光地域づくり部会、観光マーケティング部会の2部会を設ける。

- 2 部会の構成メンバーは、別表に掲げる委員により構成する。
- 3 部会に部会長を置く。
- 4 部会には、他の部会委員又はその部会が必要とする有識者等が、適宜議事に参加できるものとする。
- 5 部会は、愛知県観光コンベンション局観光振興課長（以下「課長」という。）が召集する。

### （公開）

第7条 会議は、原則として公開するものとする。ただし、次の各号のいずれかに該当する場合は、この限りでない。

- （1） 愛知県情報公開条例（平成12年愛知県条例第19号）第7条に規定する不開示情

報が含まれる事項に関して協議、検討等を行う場合

- (2) 会議を公開することにより、当該会議の円滑な運営に著しい支障が生じたと認められ、委員長、部会長又は課長が会議等の一部又は全部を公開しない旨を決定した場合
- 2 会議の傍聴方法については、別に定める。

(庶務)

第8条 会議等の庶務は、愛知県観光コンベンション局観光振興課において処理する。

(雑則)

第9条 この要綱に定めるもののほか、会議の運営に関し必要な事項は、委員長又は部会長がその都度定めるものとする。

附 則

この要綱は、2023年4月17日から施行し、2024年3月31日をもって廃止する。

(別表1)

所属・職	氏名	所属部会
株式会社カーネル総研 取締役 コンテンツ・プロデューサー 中部圏インバウンドセールスプロジェクト 事務局長	赤崎 真紀子	観光地域づくり部会
日本政府観光局 (JNTO) MICE プロモーション部次長	板垣 彩子	観光地域づくり部会
国立大学法人東海国立大学機構 名古屋大学 大学院情報学研究科 准教授	浦田 真由	観光マーケティング部会
株式会社行楽ジャパン 代表取締役社長	袁 静	観光マーケティング部会
国立大学法人和歌山大学 経済学部 教授	◎ 大澤 健	観光地域づくり部会
有限会社パスト・プレゼント・フューチャー 代表取締役	クリス・グレン	観光マーケティング部会
株式会社リクルート じゃらんリサーチセンター長	沢登 次彦	観光地域づくり部会
日本薬科大学 特別招聘教授 内閣府クールジャパンプロデューサー	陳内 裕樹	観光マーケティング部会
名城大学 名誉教授	二神 真美	観光地域づくり部会
東海学園大学ともいき教養教育機構・ 経営学部 客員教授	○ 横山 陽二	観光マーケティング部会

◎…委員長兼部会長、○…副委員長兼部会長

(別表2)

所属・職	氏名
公益社団法人日本観光振興協会 中部支部 事務局長	西村 哲治
一般社団法人中央日本総合観光機構 常務理事・事務局長	荻野 光貴
一般社団法人愛知県観光協会 専務理事	榊原 仁