

# あいち観光戦略2024-2026の概要

## 1 基本的な事項

策定の目的	観光振興に関する施策を総合的かつ計画的に推進し、魅力ある活力に満ちた地域社会の実現及び県民生活の向上に寄与することにより、訪れる人（旅行者）、住む人（県民）、働く人（観光関連事業者等）が満たされた状態（ウェルビーイング）を実現する。
位置付け	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
期間	2024年度～2026年度（3か年）

## 2 愛知の観光を取り巻く状況

<h3>観光マーケットの傾向</h3> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 観光消費喚起事業による国内旅行マーケットの下支え</li> <li>● インバウンド需要の回復・増加</li> <li>● 観光関連産業における人員不足感の高まり</li> <li>● 「新たな旅のスタイル」の進展</li> <li>● パーソナルで高付加価値な観光需要の高まり</li> <li>● 持続可能な観光に対する意識の高まり</li> <li>● 旅マエ・旅ナカ・旅アトにおけるデジタルの浸透</li> <li>● MICE需要の回復・成長</li> <li>● MICEマーケットの変容</li> </ul>	<h3>「あいち観光戦略2021-2023」の評価・課題</h3> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 本県が目指す観光の明確化と地域との共有</li> <li>● 県-地域間の連携強化</li> <li>● 運輸機関との連携強化</li> <li>● 公式観光サイトによる情報発信力の向上</li> <li>● 地域資源の観光コンテンツ化プロセスの確立</li> <li>● 高級ホテル整備の進展</li> <li>● 国際会議や展示会開催の定着・拡大</li> <li>● インバウンド需要回復の遅れ</li> <li>● 高付加価値な観光コンテンツの開発力・販売力不足</li> <li>● デジタルシフトの遅れ</li> <li>● 県民の県内観光推奨意向の低迷</li> <li>● 多様な主体の巻き込み不足</li> <li>● MICE開催地に経済波及効果が偏在</li> <li>● 企業等の会議や報奨・研修旅行に係る実態把握の不足</li> </ul>
--	--

## 3 目指すべき姿

**「さすが」と言いたくなる「観光県・あいち」**  
 - あいち「ツウ」リズム2.0 - 【革新・成長】【持続可能】【高付加価値】

本県には、歴史や産業、自然、文化、食などの地域資源が豊富に存在します。これら地域資源が持っている本来の魅力を、オープンイノベーション等を通じて高付加価値で持続可能な観光コンテンツとして磨き上げます。そして、本県を訪れた人に、思わず「さすが」と言っていたけような、期待を超える感動を提供できる観光県を目指します。

この目指すべき姿の実現を図るため、「革新・成長」「持続可能」「高付加価値」を切り口に観光振興施策を進化させます。

## 4 施策立案・実施にあたっての基本方針

<h3>A. 高付加価値化の推進</h3> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 属性に加え、趣味嗜好に応じたマーケティングを重視</li> <li>● 「あいち」ならではの魅力・強みを最大限生かす</li> </ul>	<h3>B. 持続可能性の追求</h3> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 観光地域全体の持続可能性を考慮した観光振興を推進</li> </ul>	<h3>C. デジタル化・DXの推進</h3> <ul style="list-style-type: none"> <li>● デジタルシフトを進め、商品・サービスや業務面の革新を促進</li> </ul>	<h3>D. オープンイノベーションの促進</h3> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 多様な主体との連携によりオープンイノベーションを促進</li> </ul>
--	---	--	---

## 5 施策の展開分野及び実施すべき施策

<h3>I. 地域資源の観光コンテンツ化</h3> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 満足度・推奨度の向上を図るとともに、国内及び訪日外国人旅行者の観光消費額単価の向上を図る</li> <li>● 訪日外国人旅行者に向けては、国や地域などの特性も踏まえ、訴求力がある体験型コンテンツを造成</li> </ul>	<h3>II. PR・プロモーション</h3> <ul style="list-style-type: none"> <li>● ターゲットを設定し、的確かつ効率的に情報を送り届ける</li> <li>● 訪日外国人旅行者に向けては、国や地域別にそれぞれの嗜好に合わせた内容や手段も重視</li> </ul>	<h3>III. 受入環境の整備</h3> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 誰もが安心して快適に旅行を楽しむことができる観光地づくりの推進</li> <li>● 多様な宿泊ニーズや「新たな旅のスタイル」への対応のほか、移動や消費の利便性を高める取組等を推進</li> </ul>	<h3>IV. 観光地経営体制の強化</h3> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 各団体間の連携・協働を進め、観光地経営体制の強化に寄与</li> <li>● 観光地域づくりに多様な主体を巻き込み、各主体の観光振興に係る取組を促進</li> </ul>	<h3>V. MICEの誘致・開催に向けた取組強化</h3> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 本県の強みを生かし、市町村や経済界、学術機関等と連携して、MICEのさらなる誘致・開催に向けた取組を推進</li> <li>● 県内観光地等への周遊を促し、滞在時間や消費の拡大につなげる</li> </ul>
---	--	--	--	--

## 6 数値目標

<b>【質】</b> 観光消費額単価 *2019年比1.25倍	日本人 6,850円 外国人 80,000円	<b>観光消費額</b> 1.1兆円 うち外国人 3,040億円	満足度 全体50.0%、外国人50.0% 推奨意向 県民30.0%、県外在住者50.0% 再訪意向 県外在住者100.0%
<b>【量】</b> 観光入込客数 *2019年水準	全体1.2億人回 うち日本人11,620万人回 うち外国人 380万人回		来県外国人旅行者数 290万人 延べ宿泊者数 全体2,000万人泊 (うち外国人 365万人泊) 国際会議開催件数 (JNTO基準) 260件

## 7 推進体制



「施策立案・実施にあたっての基本方針」・「施策の展開分野及び実施すべき施策」マトリクス表

施策の展開分野及び実施すべき施策

		施策立案・実施にあたっての基本方針			
		A. 高付加価値化の推進	B. 持続可能性の追求	C. デジタル化・DXの推進	D. オープンイノベーションの促進
施策の展開分野及び実施すべき施策	<b>I. 地域資源の観光コンテンツ化</b> 歴史や産業、自然、文化、食などの地域資源を観光コンテンツとして磨き上げ、旅行者の満足度・推奨度の向上を図るとともに、国内及び訪日外国人旅行者の観光消費額単価の向上を図る。インバウンドマーケットにおいては、訪日外国人旅行者の国や地域別の特性も踏まえ、それぞれに訴求する体験型コンテンツ造成に取り組む。	①資源の持ち手に対する観光コンテンツ化の理解促進 ②「ツウ」な人でも満足できる観光コンテンツの造成 ③テーマ性の高い周遊観光コンテンツの造成 ④魅力ある観光土産品の開発	①地域資源の持続可能性を考慮した観光コンテンツの造成 ②観光地経営体制の持続可能性を考慮した観光コンテンツの造成	①デジタル上で稼働する観光コンテンツの造成 ②デジタルベースな人流データや評価情報等に基づく観光コンテンツの造成・改善	①観光関係者間の交流促進による観光コンテンツの造成能力の向上 ②異業種・学術機関との連携による観光コンテンツの造成、及びその能力の向上
	<b>II. PR・プロモーション</b> 旅行者に伝えたい歴史や産業、自然、文化、食などの本県の魅力や観光コンテンツ等に応じて適切なターゲットを設定し、的確かつ効率的に情報を送り届けることにより、国内及び訪日外国人旅行者の確実な誘客につなげる。訪日外国人旅行者に向けては、国や地域別にそれぞれの嗜好に合わせた内容や手段も重視する。	①ターゲットを意識した情報発信プラットフォームの構築・選択・運用 ②運輸機関・旅行会社・OTAなど、送客主体と連携したPR・プロモーション ③商談会等のPR・プロモーション機会の提供 ④大規模イベント・プロジェクトにあわせたPR・プロモーション ⑤航空路線・外航クルーズ船の誘致	①地域資源の持続可能性を考慮したPR・プロモーション ②観光地経営体制の持続可能性を考慮したPR・プロモーション	①スマートフォン上でのPR・プロモーション ②デジタルを活用して最適化したPR・プロモーション ③デジタルを活用したリアルタイムのPR・プロモーション	①観光関係者間の交流促進によるPR・プロモーション能力の向上 ②異業種・学術機関との連携によるPR・プロモーション能力の向上
	<b>III. 受入環境の整備</b> 旅行者の言語や宗教に配慮した対応、バリアフリー化への支援など、誰もが安心して快適に旅行を楽しむことができる観光地づくりを進めるとともに、多様な宿泊ニーズや「新たな旅のスタイル」への対応のほか、移動や消費の利便性を高める取組等を推進し、「観光で稼ぐ力」の向上を図る。	①多様な宿泊ニーズへの対応 ②「新たな旅のスタイル」への対応	①旅行者の属性、障がいの有無、言語、宗教・信条等に関わらず旅行を楽しめる環境づくり ②地域資源の保全・活用 ③交通インフラの整備・交通アクセスの充実 ④安全・安心な旅行環境の整備 ⑤オーバーツーリズム（観光公害）への対応	①デジタルを活用したバリアフリー対応、多言語対応 ②デジタルを活用した移動や消費の円滑化	①観光関係者間の交流促進による受入環境の整備促進 ②異業種・学術機関との連携による受入環境の整備促進
	<b>IV. 観光地経営体制の強化</b> 観光地経営に携わる団体の連携・協働を推進するとともに、観光地域づくりに多様な主体を巻き込み、各主体の観光振興に係る取組を促進することにより、国内外からの旅行者受入等へ向けた県全体の観光地経営力を強化する。	①観光コンテンツ造成やPR・プロモーションの能力強化 ②観光施設等における受入力強化の支援 ③「ツウ」な人でも満足できる観光ガイドの育成及びガイド団体との連携強化 ④県民による県内観光の促進	①持続可能な観光地経営体制の確立 ②観光関連産業の労働生産性の向上と人材確保 ③観光需要の平準化 ④地域の観光関連産業をリードする人材の育成・確保	①地域における観光デジタル人材の育成・活用 ②人流・消費データ等のデジタルデータを活用したマーケティング環境の整備 ③観光DXの推進による観光関連産業の労働生産性の向上	①観光関係者間の交流促進による観光地経営体制の強化 ②異業種・学術機関との連携による観光地経営体制の強化
	<b>V. MICEの誘致・開催に向けた取組強化</b> モノづくり産業や大学・研究機関の集積、魅力的な観光資源などの本県の強みを生かし、市町村や経済界、学術機関等と連携して、MICEのさらなる誘致・開催に向けて取り組む。また、県内観光地等への周遊を促し、滞在時間や消費の拡大につなげる。	①テクニカルビジット・ユニークベニュー等の開発・活用促進 ②高級ホテルなどの充実 ③開催支援メニューの充実 ④大規模イベント・プロジェクト等を活用したPR・プロモーション	①持続可能なMICEに関連する国際認証の取得等に向けた取組の促進と主催者等への取組のPR ②日本政府観光局（JNTO）との連携によるMICE専門人材の育成・活用等 ③県民・市町村等に向けたMICE開催効果の理解促進	①デジタルを活用したPR・プロモーション ②MICE関連施設のデジタルシフトの促進	①経済界・学術機関との連携による国際会議と展示会・見本市の誘致 ②経済界との連携による会議と報奨・研修旅行の誘致