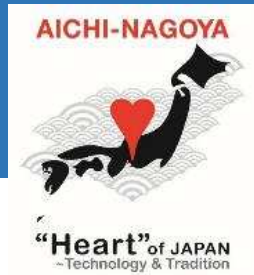


県政連続講座 愛知県における 観光振興の現状と課題

愛知県観光コンベンション局観光振興課

観光コンベンション局について

愛知県庁の組織



局名					
政策企画局	総務局	人事局	防災安全局	県民文化局	環境局
福祉局	保健医療局	経済産業局	労働局	観光コンベンション局	農業水産局
農林基盤局	建設局	都市・交通局	建築局	スポーツ局	アジア・アジアパラ競技大会推進局
会計局	企業庁	病院事業庁	議会事務局	教育委員会事務局	公安委員会
選挙管理委員会事務局	監査委員事務局	人事委員会事務局	労働委員会事務局	収用委員会事務局	海区漁業調整委員会
内水面漁場管理委員会					



課室名称	主な仕事
観光振興課	観光振興、旅行業の登録、局内の人事・予算
国際観光コンベンション課	コンベンションの誘致、インバウンドの促進、全国通訳案内士の登録
国際展示場室	愛知県国際展示場の管理・利活用推進

観光コンベンション局の業務

AICHI-NAGOYA



“Heart” of JAPAN
-Technology & Tradition-

観光振興課

あいち観光戦略の策定
国内観光の振興 など



ダイスキを
訪ねる旅

第4次愛知県観光振興基本計画

あいち観光戦略

2024-2026

AICHI



“Heart” of JAPAN
-Technology & Tradition-

「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 —

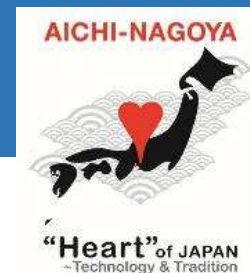
【革新・成長】【持続可能】【高付加価値】



サムライ・ニンジャ
フェスティバル



観光コンベンション局の業務



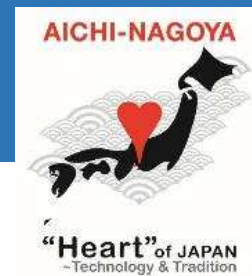
国際観光コンベンション課

インバウンドの誘致
国際会議等（MICE）の誘致
愛知県国際展示場の管理・利用促進



本日の内容

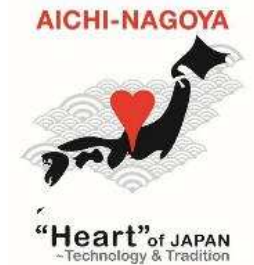
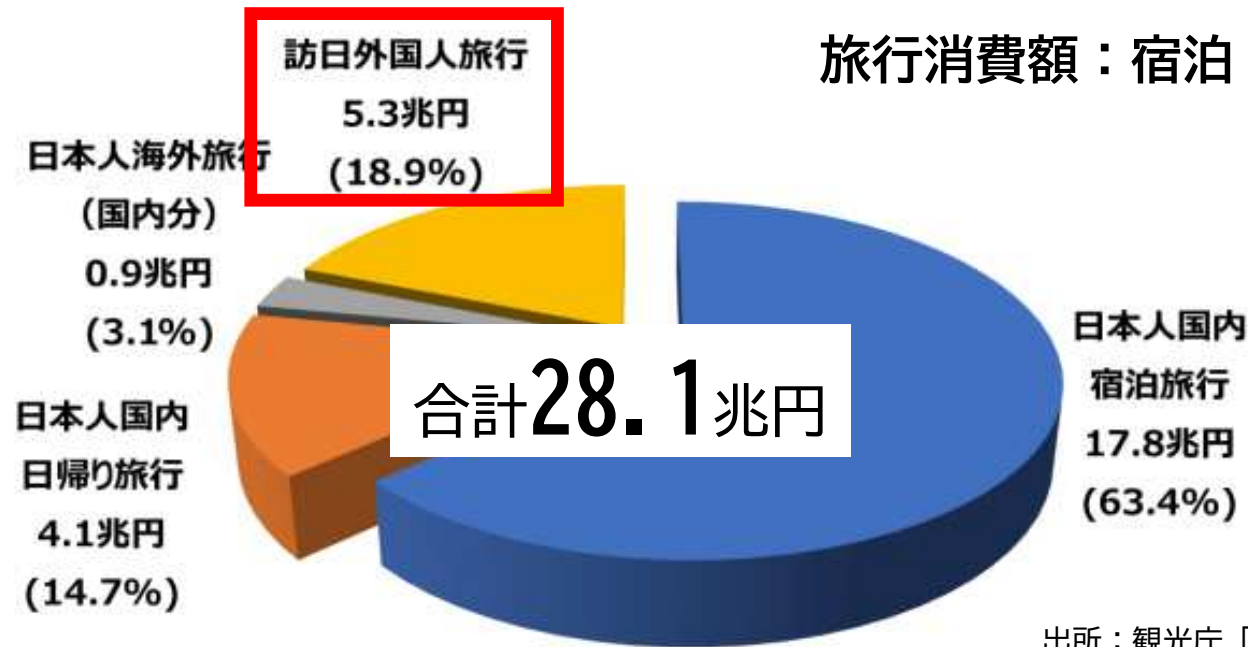
目 次



- 1 観光を取り巻く状況
- 2 愛知の観光の現状
- 3 愛知の豊富な観光資源
- 4 あいち観光戦略とは
- 5 具体的な取組
- 6 最後に

1 観光を取り巻く状況

国内における旅行消費額の規模と構成



出所：観光庁「旅行消費動向調査」

国内における旅行消費額(2023年)

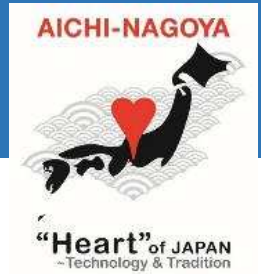
合計28.1兆円

日本の名目GDP(2023年)

592兆円

= 4.7%

輸出産業としての観光



インバウンド需要（訪日旅行消費額）は輸出産業第3位
→国内産業において重要な立ち位置

インバウンドの消費
(2023年)



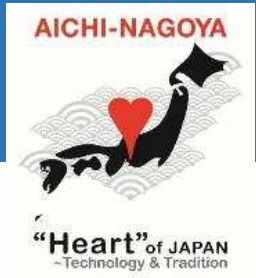
輸 出
(2023年)

5.3兆円

① 自動車	17.3兆円
② 電子部品	5.5兆円
③ 鉄鋼	4.5兆円
④ 自動車部品	3.9兆円
⑤ 製造装置	3.5兆円

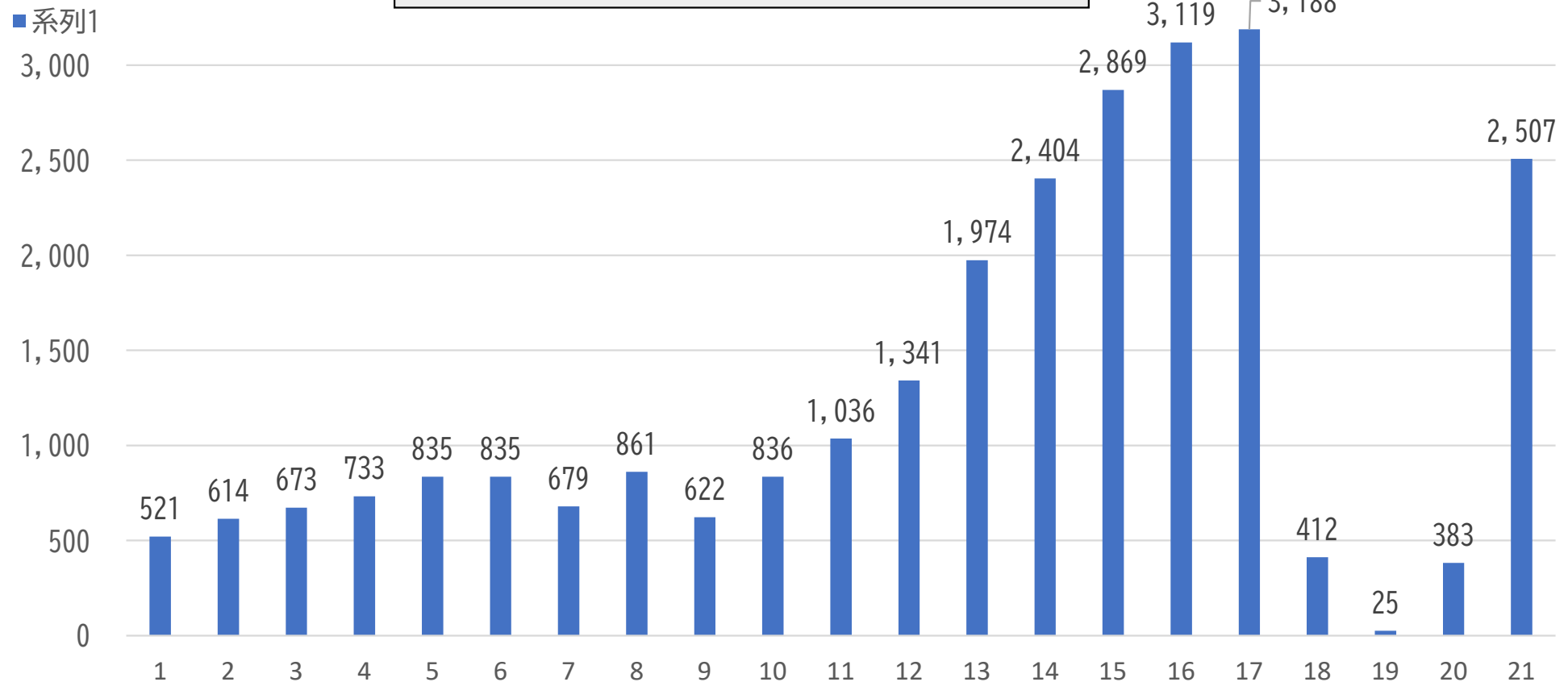


インバウンドの回復・増加



2012→2019年の7年間で約4倍に増加
2022年10月の水際対策の緩和により回復傾向

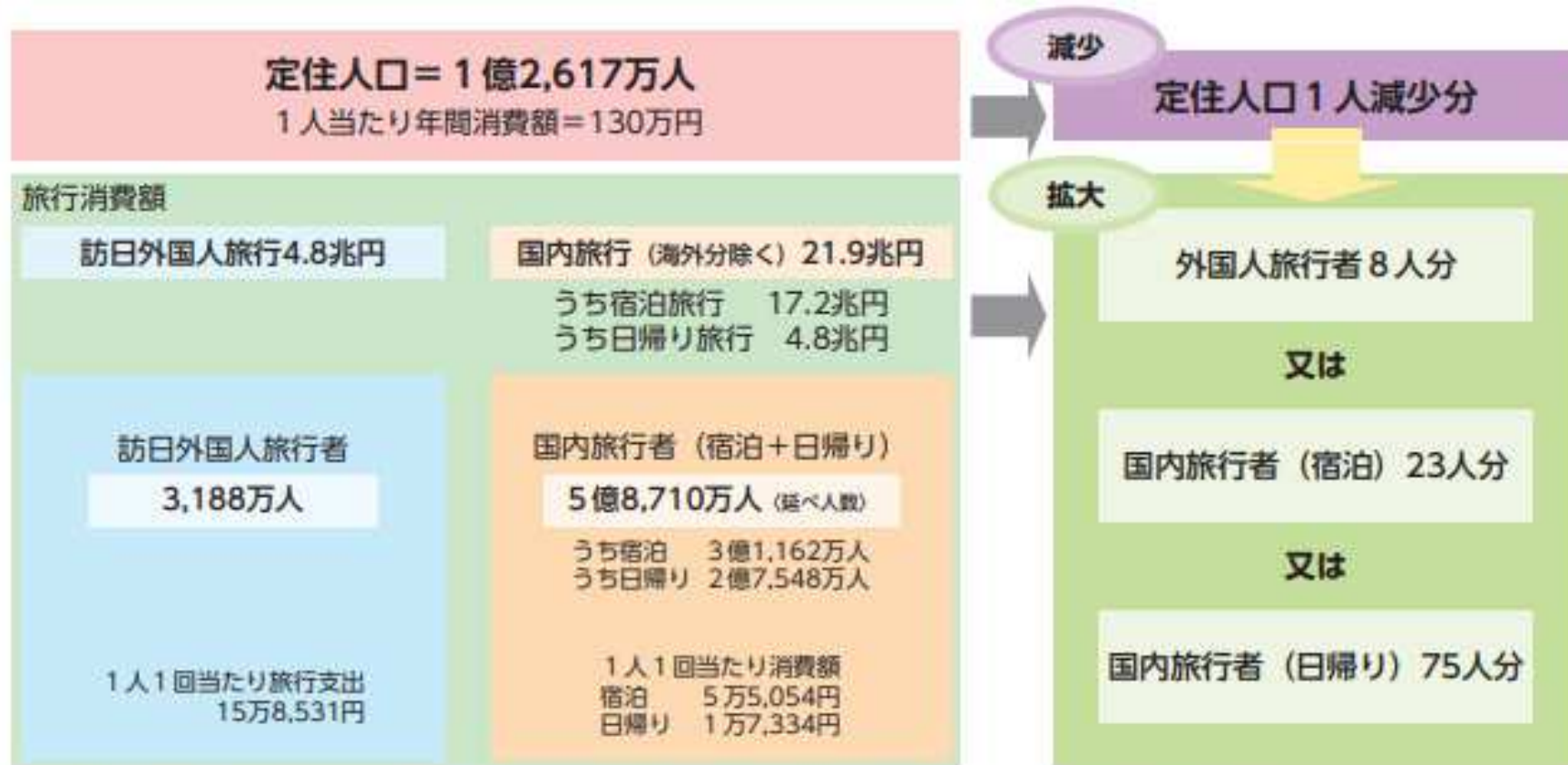
全国の訪日外国人旅行者数の推移



出所：日本政府観光局

観光交流人口増大の経済効果(2019年)

観光による交流人口の増加→地域への大きな経済効果が期待

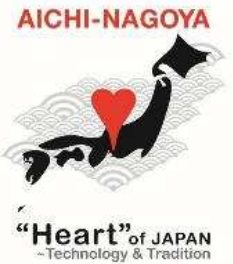


定住人口は2019年10月1日現在人口推計（総務省）、定住人口1人当たり年間消費額は2019年家計調査（総務省）による。
旅行消費額の訪日外国人旅行は訪日外国人消費動向調査（2019年）より算出。国内旅行は旅行・観光消費動向調査（2019年）より算出。
訪日外国人旅行者は日本政府観光局（2019年）発表数値。国内旅行者は旅行・観光消費動向調査（2019年）より算出。
訪日外国人旅行者1人1回当たり消費額は訪日外国人消費動向調査（2019年）。国内旅行者（宿泊/日帰り）1人1回当たり消費額は旅行・観光消費動向調査（2019年）より算出。
定住人口1人減少分に相当する旅行者人数は、定住人口1人当たり年間消費額を訪日外国人旅行者又は国内旅行者1人1回当たり消費額で除したものの。（※観光庁資料）

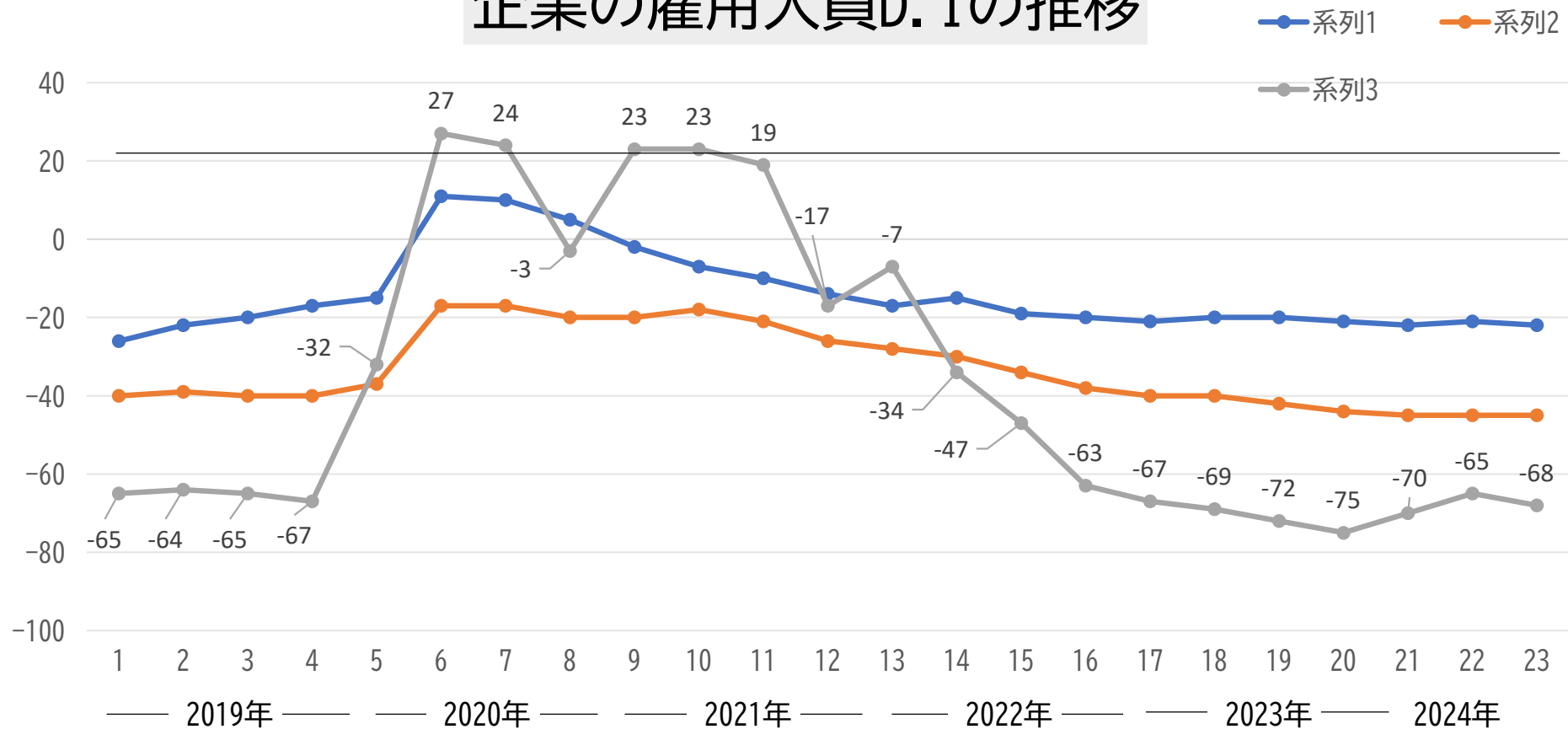
出典：観光庁「『アフターコロナ時代における地域活性化と観光産業に関する検討会』最終とりまとめ」

観光関連産業における人員不足

観光需要が急速に回復する中、
宿泊・飲食サービス業の人員不足感は、他産業と比べて高い



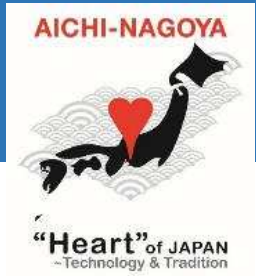
企業の雇用人員D. I.の推移



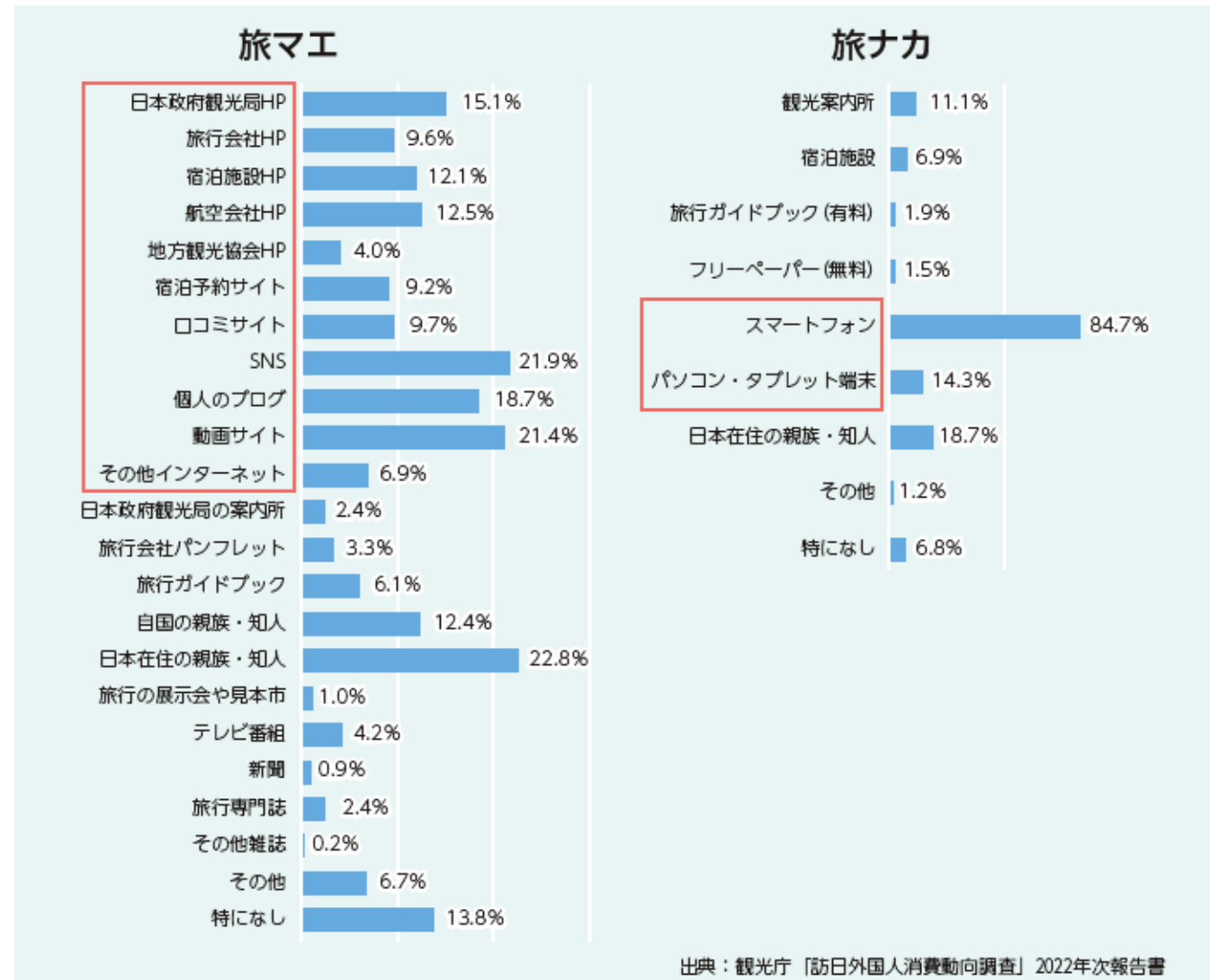
*雇用人員判断D. I. (「過剰」 - 「不足」)。全国ベース。

出典：日本銀行「全国企業短期経済観測調査（短観）」

デジタルの活用の浸透



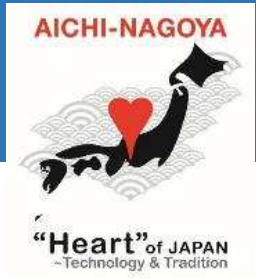
旅行のあらゆる場面でデジタルの活用が浸透



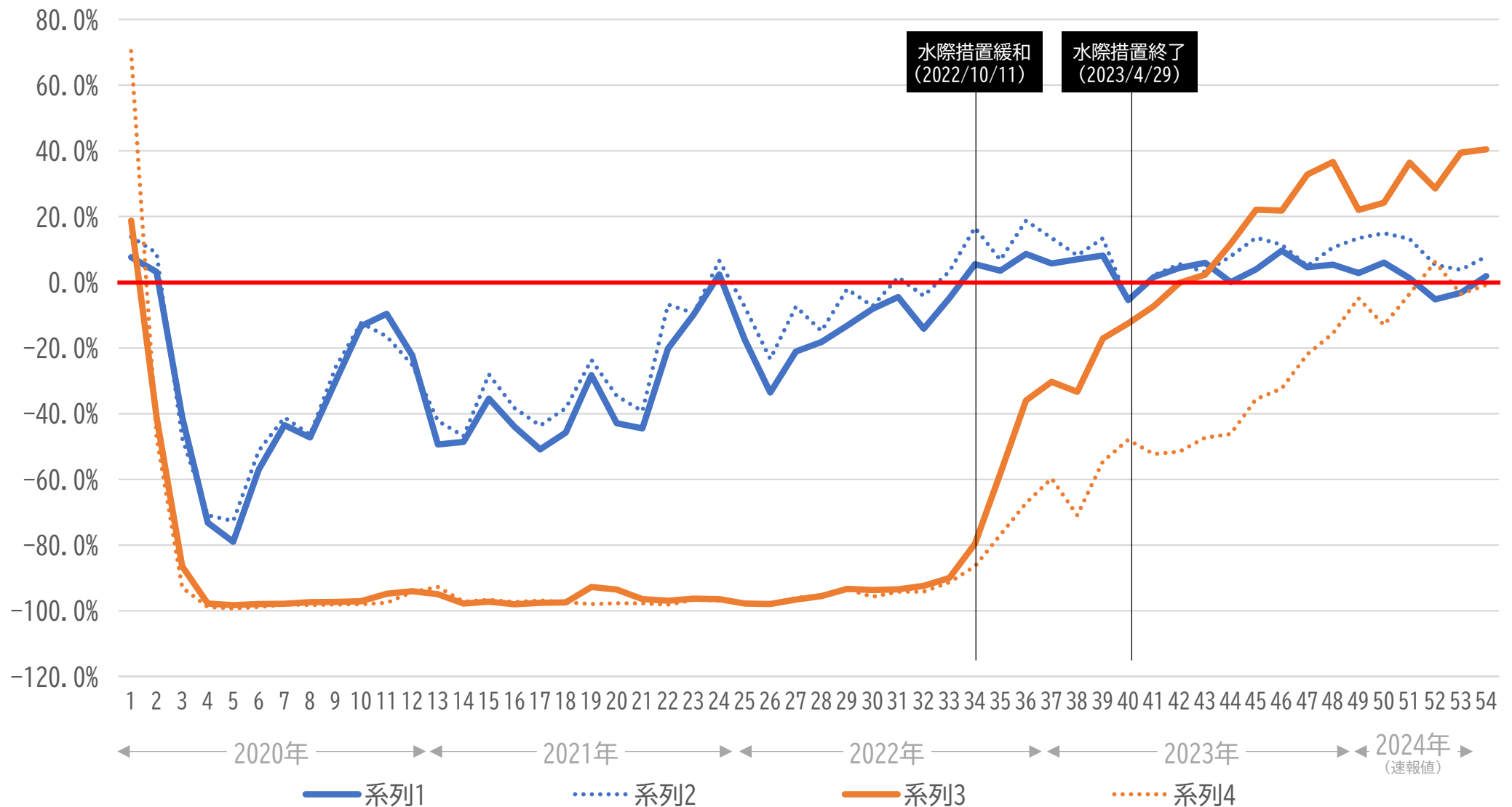
訪日外国人旅行者の旅行情報源
〔役に立った旅行情報源〕
(複数回答)

2 愛知の観光の課題

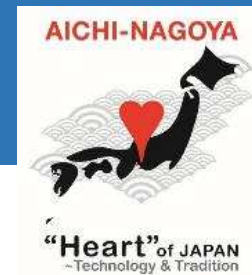
愛知の観光の現状



延べ宿泊客数の2019年同月比



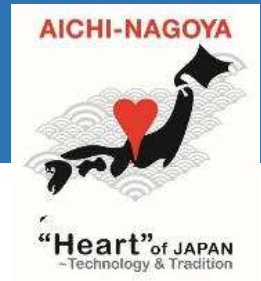
愛知の観光の現状



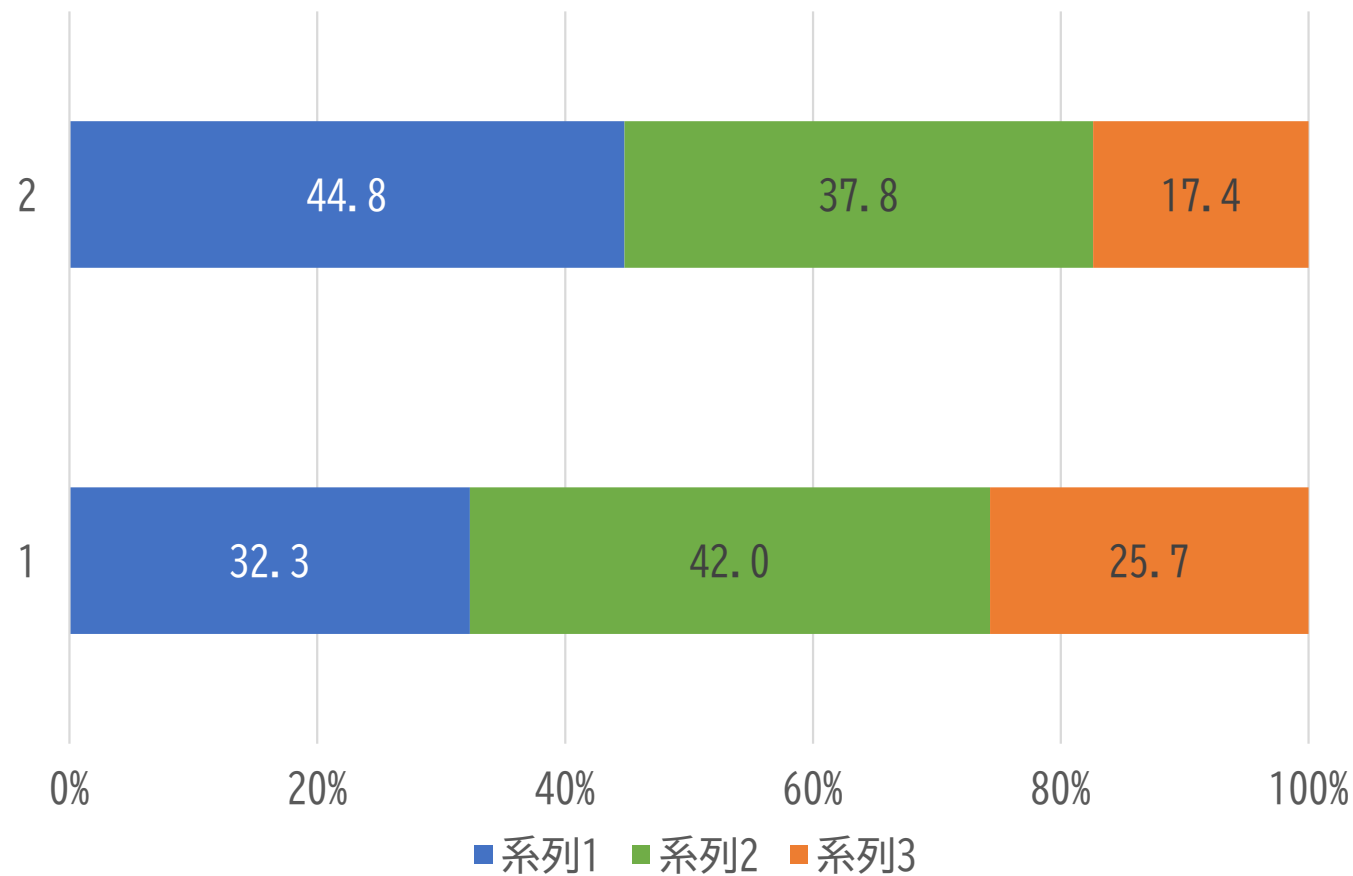
延べ宿泊客数（2023年）

日本人			外国人		合 計	
1 位	東京都	5,581万人	東京都	4,364万人 (43.9%)	東京都	9,945万人
2 位	北海道	3,250万人	大阪府	1,876万人 (37.0%)	大阪府	5,070万人
3 位	大阪府	3,195万人	京都府	1,213万人 (37.8%)	北海道	3,963万人
4 位	沖縄県	2,840万人	北海道	713万人 (18.0%)	沖縄県	3,288万人
5 位	神奈川県	2,504万人	福岡県	504万人 (23.8%)	京都府	3,213万人
6 位	千葉県	2,455万人	沖縄県	448万人 (13.6%)	神奈川県	2,827万人
7 位	静岡県	2,081万人	神奈川県	323万人 (11.4%)	千葉県	2,777万人
8 位	京都府	1,999万人	千葉県	322万人 (11.6%)	静岡県	2,186万人
9 位	愛知県	1,685万人	愛知県	201万人 (10.7%)	福岡県	2,112万人
10位	長野県	1,647万人	長野県	149万人 (8.3%)	愛知県	1,889万人

愛知の観光の現状



▶ 愛知への観光をおすすめしますか？（2023年）



出典：愛知県「観光地点パラメータ調査」

2030年頃までの大規模事業・プロジェクト

〈2024年度〉

STATION Aiのオープン
名豊道路全通

STATION Ai



〈2025年度〉

愛知県新体育館（IGアリーナ）のオープン
大阪・関西万博の開催
愛知万博20周年記念事業の開催
国際芸術祭「あいち2025」の開催
三遠南信自動車道愛知県区間全通



愛知県新体育館
（IGアリーナ）

©2022 Aichi International
Arena

画像はイメージです。デザインな
どは変更になる場合があります。

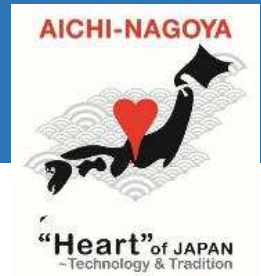
〈2026年度〉

第20回アジア競技大会（2026/愛知・名古屋）・第5回アジアパラ競技大会の開催

〈2027年度以降〉

中部国際空港代替滑走路の供用開始
リニア中央新幹線の開業
名古屋駅のスーパーターミナル化
西知多道路の全通
名古屋城天守閣の木造復元

あいち「ツウ」リズム



愛知県には、誰もが一目見てわかる、象徴的な観光資源は少ない。



しかし、その道の「ツウ」にはたまらない観光資源は豊富。



歴史

江戸時代初期270藩の
初代藩主・藩祖の約7割は
愛知県ゆかり



自然

海も山も川も温泉もある
豊かな自然



産業

古くから息づくものづくり
40年以上、出荷額日本一
多彩な企業ミュージアム

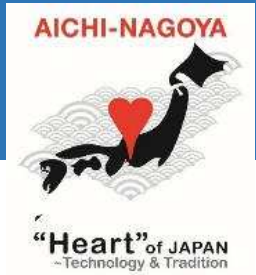


文化

盛んな醸造業と独自の食文化
ユネスコ無形文化遺産もある、
山車・祭

3 愛知の豊富な観光資源

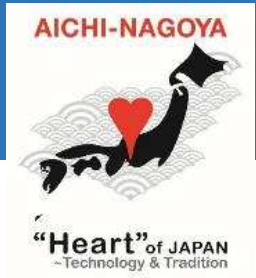
愛知の観光P R動画



海外向け



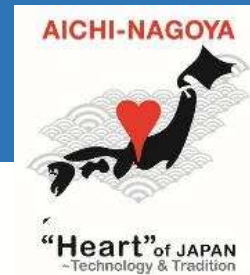
愛知の観光P R動画



国内向け



愛知の多様な魅力 -歴史-



国宝
犬山城



©Aichi Now

名古屋城



©Aichi Now



©Aichi Now

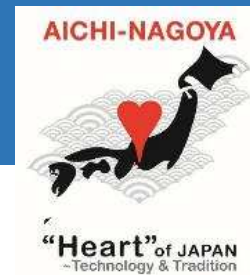
御油の
松並木



©Aichi Now

有松の町並み

愛知の多様な魅力 -歴史-



半田
赤レンガ建物

©Aichi Now



熱田神宮

©Aichi Now



博物館明治村

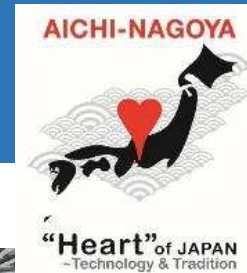
©Aichi Now



豊川稲荷

©Aichi Now

愛知の多様な魅力 -産業-



リニア・鉄道館

©Aichi Now



©Aichi Now

あいち航空ミュージアム



©Aichi Now

トヨタ博物館

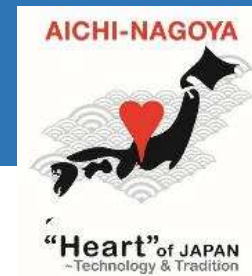


©Aichi Now

リニモ

愛知の多様な魅力

ー産業ー



八丁味噌

©Aichi Now



瀬戸蔵

©Aichi Now



有松絞

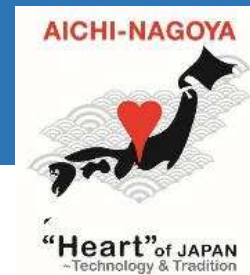
©愛知県観光コンベンション局



やきもの散歩道

©Aichi Now

愛知の多様な魅力 -自然-



小原四季桜



©Aichi Now



©Aichi Now

香嵐溪

四谷千枚田



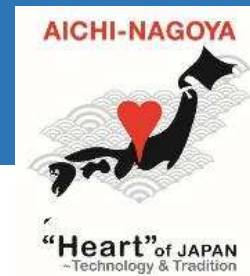
©Aichi Now



©Aichi Now

芝桜

愛知の多様な魅力 -自然-



祖父江の
イチョウ



©Aichi Now

恋路が浜



©Aichi Now



©Aichi Now

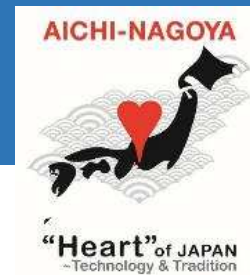
佐久島



©Aichi Now

篠島

愛知の多様な魅力 -文化-



犬山祭



©Aichi Now

亀崎
潮干祭



©Aichi Now

花祭



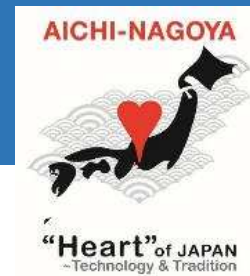
©Aichi Now

尾張津島
天王祭



©Aichi Now

愛知の多様な魅力 -食-



ふぐ



©Aichi Now



©Aichi Now

みそ煮込み
うどん

ひつまぶし



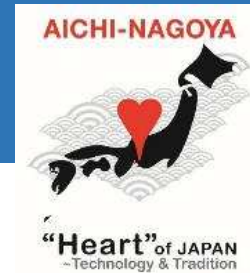
©Aichi Now



©Aichi Now

抹茶

ジブリパーク



スタジオジブリ作品の世界観を表現した公園施設



2023年11月1日
「もののけの里」が開園

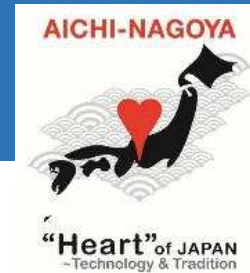


2024年3月16日
「魔女の谷」が開園



© Studio Ghibli

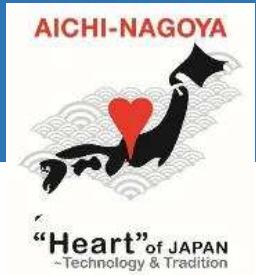
愛知の観光P R動画



スタジオジブリ制作、県内15か所の観光スポットを紹介

4 あいち観光戦略とは

あいち観光戦略2024-2026



第4次愛知県観光振興基本計画

あいち観光戦略

2024-2026



「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】



目指すべき姿

「さすが」と言いたくなる「観光県・あいち」

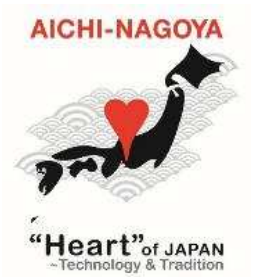
ー あいち「ツウ」リズム2.0 ー 【革新・成長】 【持続可能】 【高付加価値】



オープンイノベーション等



高付加価値で持続可能な観光コンテンツ



施策立案・実施にあたっての基本方針



高付加価値化の推進

- 属性に加え、趣味嗜好に応じたマーケティングを重視
- 「あいち」ならではの魅力・強みを最大限生かす



持続可能性の追求

- 観光地域全体の持続可能性を考慮した観光振興を推進



デジタル化・DXの推進

- デジタルシフトを進め、商品・サービスや業務面の変革を促進



オープンイノベーションの推進

- 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

数値目標

KGI

【質】
観光消費額
単価

日本人 6,850円
外国人 80,000円

×

=

観光消費額

1.1兆円

うち外国人
3,040億円

【量】
観光
入込客数

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

関連KGI

【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%

【来県外国人旅行者数】

290万人

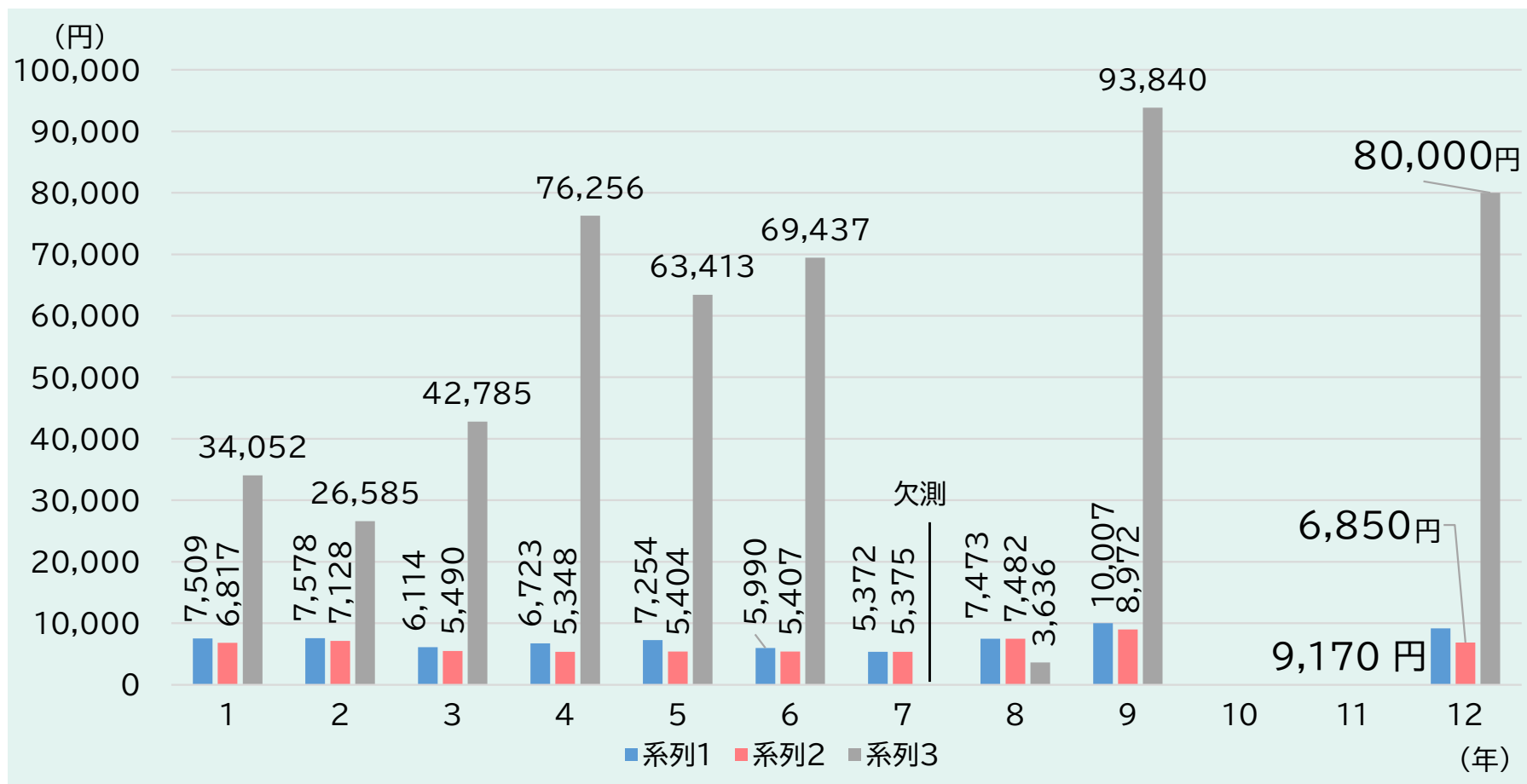
【延べ宿泊者数】

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

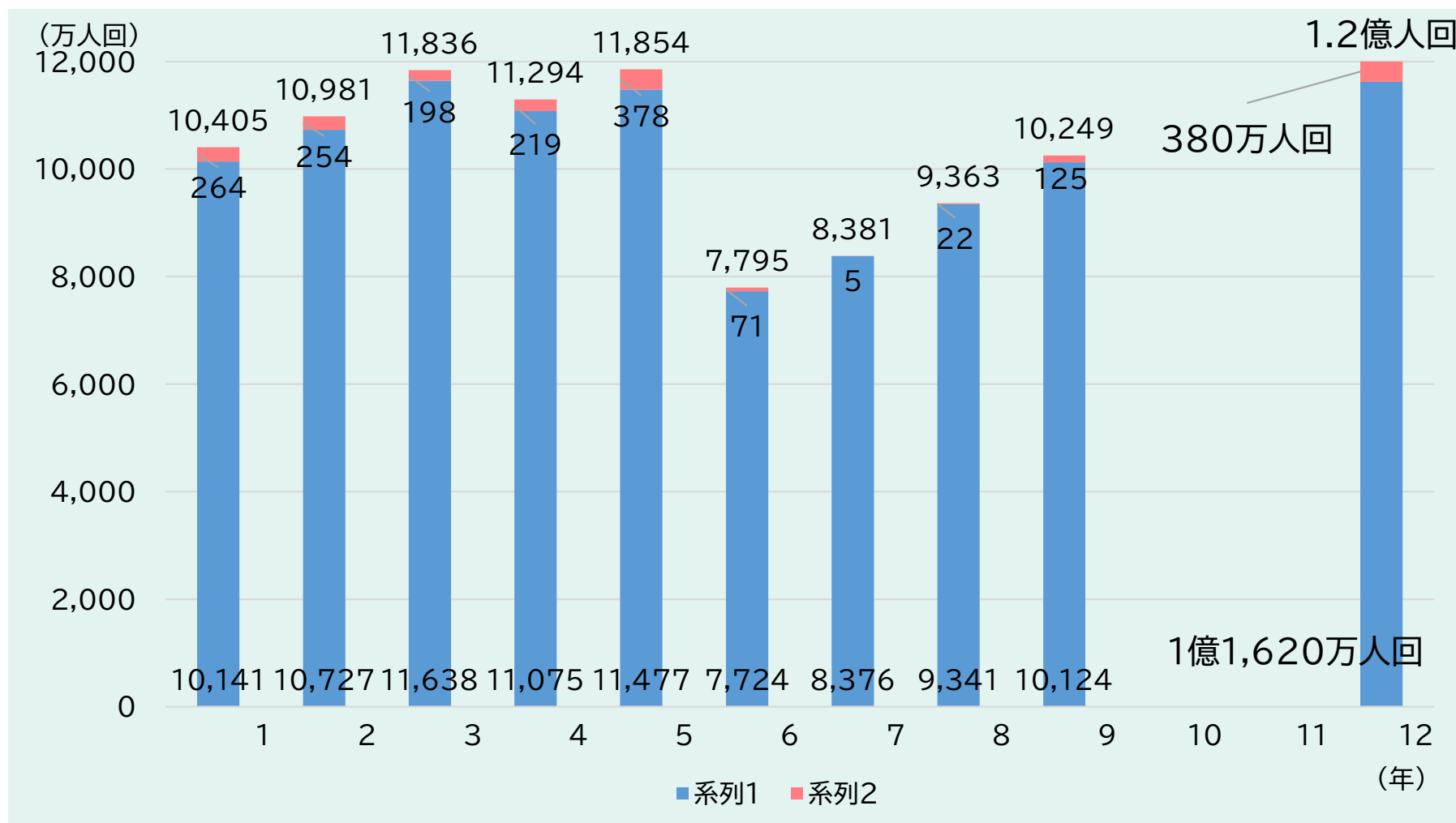
数値目標(観光消費額単価)



- * 2020年は、愛知県「観光地点パラメーター調査」等が一部実施できなかったため、2019年推計値等を参考に年間値を算出。
- * 2021年の外国人観光消費額単価は、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ため、欠測。
- * 2022年の外国人観光消費額単価は、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ため、愛知県「愛知県観光入込客統計」で計測された参考値を記載。

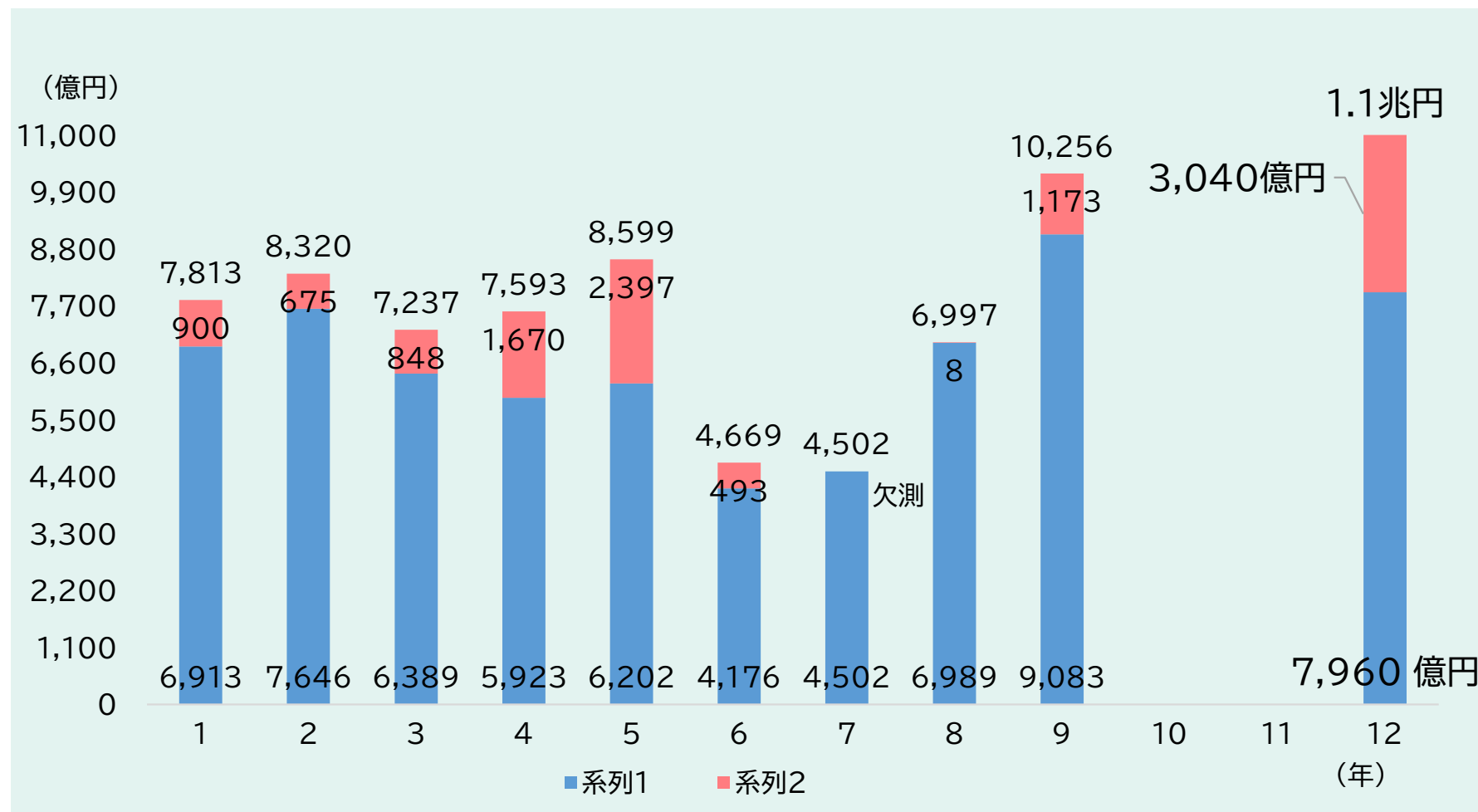
出典:観光庁「訪日外国人消費動向調査」、愛知県「愛知県観光入込客統計」

数値目標(観光入込客数)



* 2020年は、愛知県「観光地点パラメーター調査」等が一部実施できなかったため、2019年推計値等を参考に年間値を算出。

数値目標(観光消費額)



* 2020年は、愛知県「観光地点パラメーター調査」等が一部実施できなかったため、2019年推計値等を参考に年間値を算出。

* 2021年及び2022年は、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ため、訪日外国人の観光消費額単価は欠測。
このため、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も欠測。

5 具体的な取組

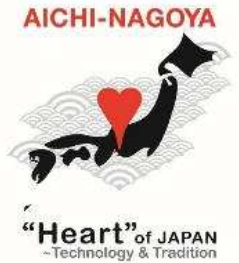
具体的な施策例

地域資源を活用した観光プログラムの造成

■ 概要

- 県では、2023年度より、市町村や観光協会等と連携し、県内各地の歴史・産業・自然・文化などの魅力ある地域資源と、ご当地の食や体験等を組み合わせた旅行商品を地域主導で開発
- 開発した商品は、「旅ろっ！愛知」のブランドのもと、旅行会社の店頭やWEBサイトで販売

旅ろっ！愛知
Tabiro! Aichi



具体的な施策例

外国人旅行者向け体験コンテンツの造成支援



■ 概要

- ・ 富裕層をターゲットにした、「本物の体験」を目的としたコンテンツの造成を支援。

⇒個人エージェント・旅行会社を通じて販売

例：貸切遊覧船体験、芸妓お座敷遊び体験

- ・ 個人手配旅行客をターゲットにした、旅マエ・旅ナカにおいて自由に旅程に組み込める内容と価格を備えたコンテンツの造成を支援。 ⇒OTAを通じて販売

例：工場見学と点茶体験、握り寿司作り体験

※OTA（オンライントラベルエージェント）：インターネット上だけで取引を行う旅行会社

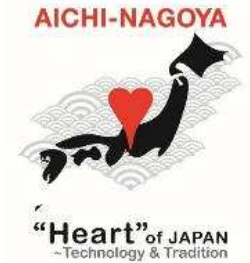


具体的な施策例

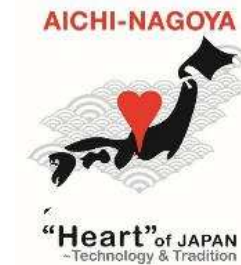
発酵食文化の魅力発信

■ 概要

- 愛知は、発酵調味料（味噌、しょうゆ、等）や発酵食品（日本酒、漬物、等）が盛んに製造される集積地。
- また、これら発酵調味料や発酵食を使った、特徴ある食文化を味わうことができる地域でもある。
- 近年、世界的な「発酵食文化」への関心の高まりは顕著で、デスティネーション（旅の目的地）として愛知の認知度向上につなげる絶好の機会。
- 本年5月に「愛知『発酵食文化』振興協議会」を設立。地域が一体となり、愛知の発酵食文化を振興し、国内外へ発信する取組を推進。（特設WEBサイト開設、シンポジウム開催、展示会への出展、モニターツアー・体験会の開催 等）



具体的な施策例



「食」を含んだ高付加価値な観光コンテンツの広告支援

■ 概要

本県の「ツウ」な魅力のひとつである、「食（食材、調味料、飲料等）」を含んだ高付加価値な観光コンテンツを募集し、広告等の支援を実施。

●「食(食材、調味料、飲料等)」を含んだ高付加価値な観光コンテンツ例



地域の食文化を家主と共に体験する古民家宿泊プラン



普段は実施していない、特別な場所でのディナーイベント



●コンテンツの内容等に応じて、以下のような支援を行うことを想定。



OTAでの特集記事掲載やSNS広告配信等



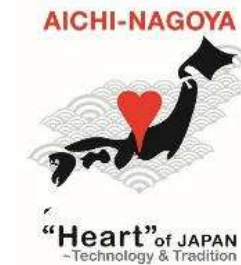
テレビ番組等とのタイアップ



OTAへの掲載支援・旅行会社への紹介

具体的な施策例

歴史観光の推進



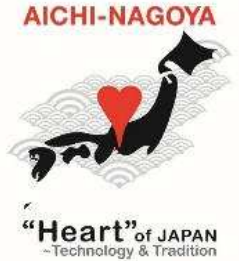
■ 概要

- 大河ドラマ「どうする家康」の放送を契機としたオール愛知の連携体制を発展的に再構築した「あいちの歴史観光推進協議会」により、「武将」「お城」「街道」のテーマを掛け合わせ、歴史観光として統一的にPRする。
 - ・ 情報集約・発信事業
WEB（歴史観光ポータルサイト）による情報発信、広告掲載
 - ・ 観光誘客事業
イベント開催・ブース出展
 - ・ 県内周遊促進事業
「武将」「お城」「街道」のテーマを掛け合わせたデジタルスタンプラリー



具体的な施策例

ジブリパークを活用した周遊観光の促進



■ 概要

- ジブリパークのチケット販売サイト内に、スタジオジブリ作品のファンが好きそうな県内各地の観光コンテンツを紹介するコーナーを設置し、リンクにより販売サイトへ誘導。
- ジブリパークのチケットとともに「ついで買い」を促す構成。

ジブリパークのチケット



県内各地の観光コンテンツ



鈴木バイオリン製造 工房見学＆製造体験



かわいいミニチュア食器づくり（鋳込み＆絵付け体験）



マイしろたまり仕込みワークショップ



セグウェイで巡る「のんほいパーク」バックヤードツアー



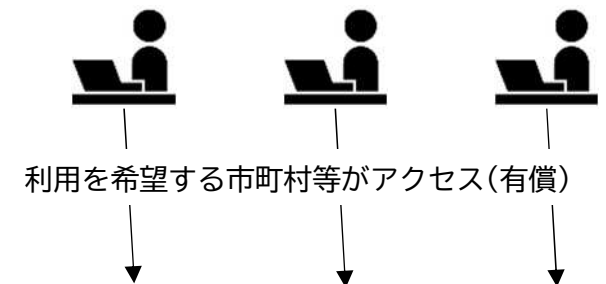
具体的な施策例



観光デジタルマーケティングの推進

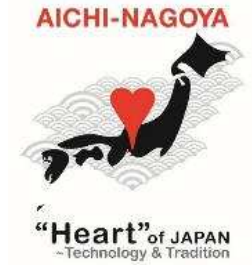
■ 概要

- ・ 県内観光資源を訪れる旅行者に関する属性や人流等のデータを可視化・分析できるツールを導入し、希望する市町村・地域観光協会が利用できる環境を整備。
- ・ 加えて、市町村等に対して、観光施策におけるEBPM（データ等の合理的根拠に基づく施策立案）の重要性やデータの分析手法を学ぶことができる勉強会を開催するとともに、好事例を共有できる機会を設ける。



具体的な施策例

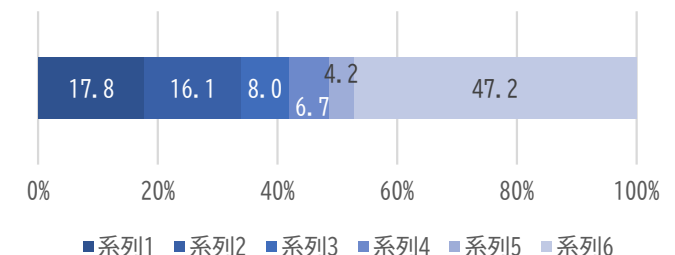
観光需要平準化の促進



■ 概要

- 日本の観光需要は、週末や特定の期間に集中。
 - 旅行者には、価格の高騰、混雑、サービスの質の低下などの影響
観光関連事業者には、雇用の最適化が図りにくく、労働生産性を高めづらい環境
地域には、オーバーツーリズム等による住環境の悪化や自然環境への負のインパクト等
- そこで、旅行者に対し、平日や閑散期の旅行を呼びかけるとともに、観光関連事業者に対しては、平日や閑散期の旅行者への特典提供を呼びかける「あいちスキ旅キャンペーン」を開催。
 - 観光需要を平準化し、旅行者の満足度向上、
観光関連事業者の労働生産性の向上、
観光地の持続可能な発展につなげる。

■国内宿泊旅行の出発日（％）



出所：（公財）日本交通公社「旅行年報2020」

具体的な施策例

あいち・なごや観光周遊パスポート



■ 概要

- ・ 平日限定で、愛知県内の26の美術館・博物館等に各施設で1回ずつ入場できる共通チケット
- ・ 愛知県観光協会が販売（広報協力：愛知県）
- ・ 販売価格 3,500円
- ・ 1施設目の利用日から90日間有効



具体的な施策例

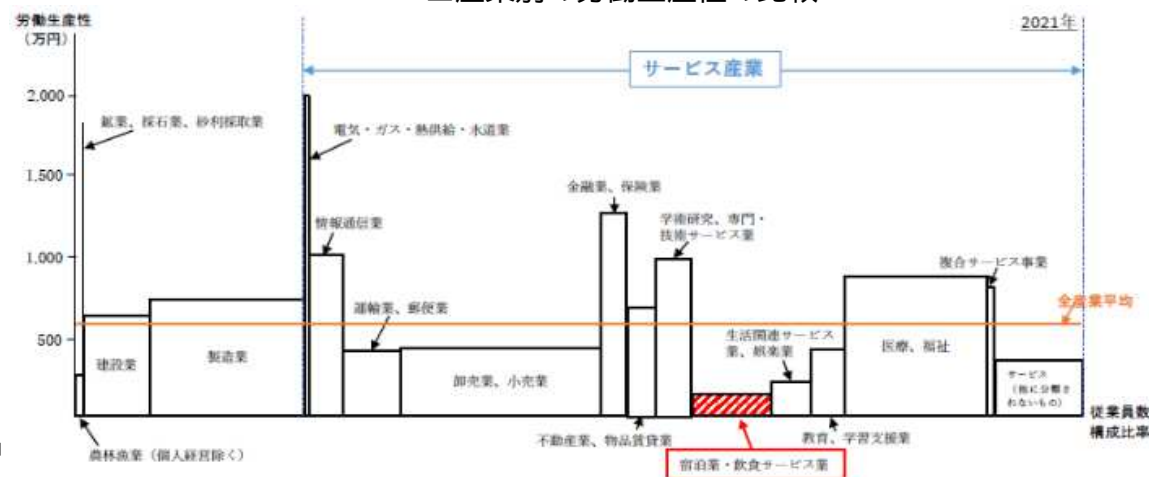
観光関連産業における生産性向上の支援



■ 概要

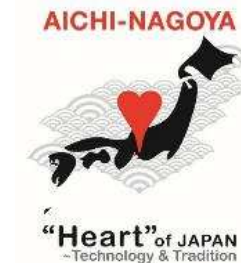
- ・ 宿泊事業者が置かれている事業環境は、需要の繁閑差が大きい上、他産業に比べて労働生産性が低い状態。さらに、人手不足にも見舞われている。
- ・ 新たな技術導入や施設改修といった経費負担を伴う業務改善も進めづらい。
- ・ そこで、この地域に蓄積された「モノづくり産業」の改善ノウハウを活用し、宿泊事業者のオペレーション（ソフト）面の業務改善を支援する。

■産業別の労働生産性の比較



出所：総務省・経済産業省「令和3年 経済センサス活動調査（速報集計）」

具体的な施策例



あいち観光まちづくりゼミ あいち観光まちづくりアワード

■ 概要

《あいち観光まちづくりゼミ》

観光まちづくりに関心のある県民等を対象に、持続可能な観光の理念に基づいたツアー企画造成を目的としたグループワークを行う。

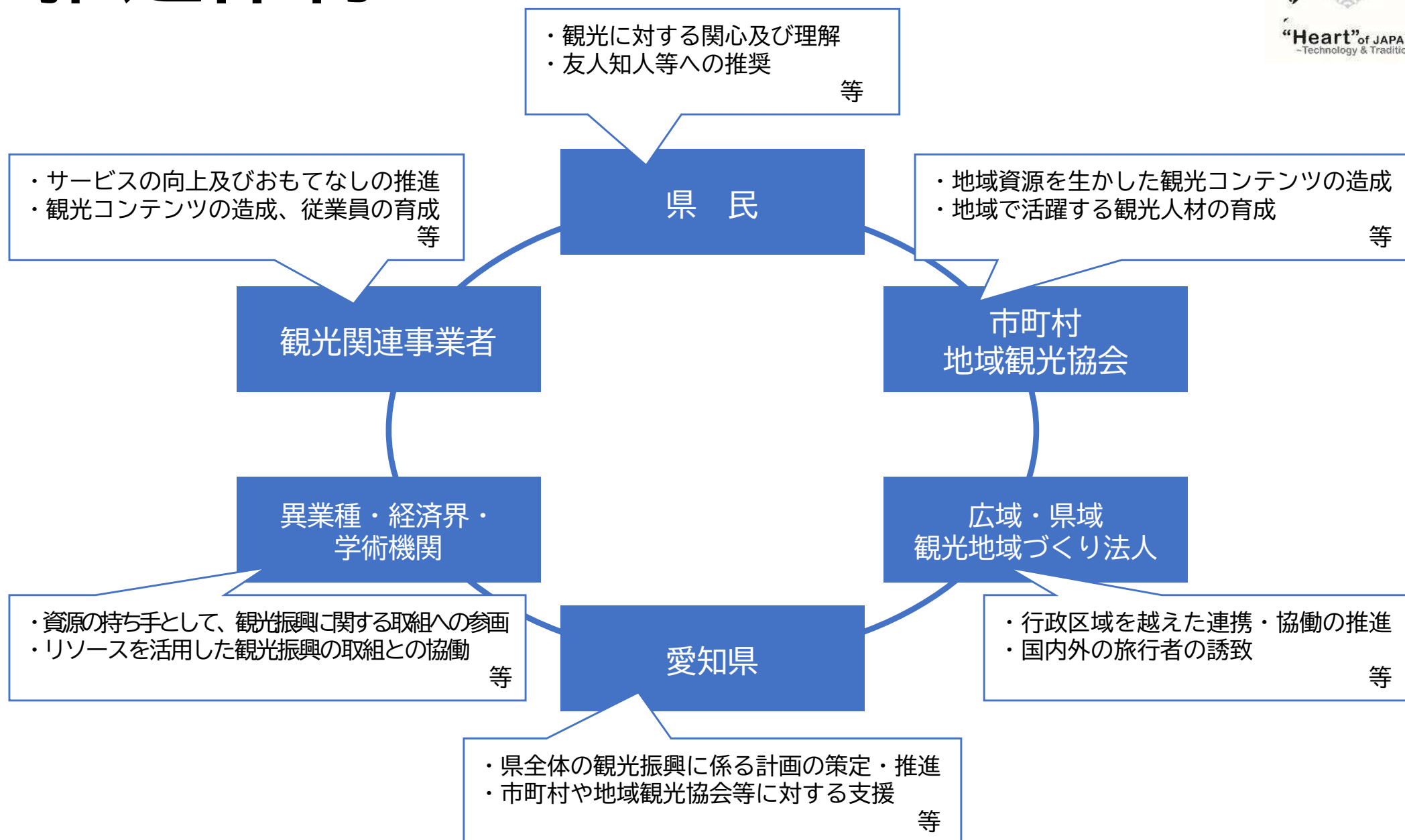
《あいち観光まちづくりアワード》

愛知県の観光振興に資する企画（ツアー造成、商品開発、情報発信等）を広く募集し、優れた企画を選定・表彰。



6 最後に

推進体制





ご清聴ありがとうございました。