

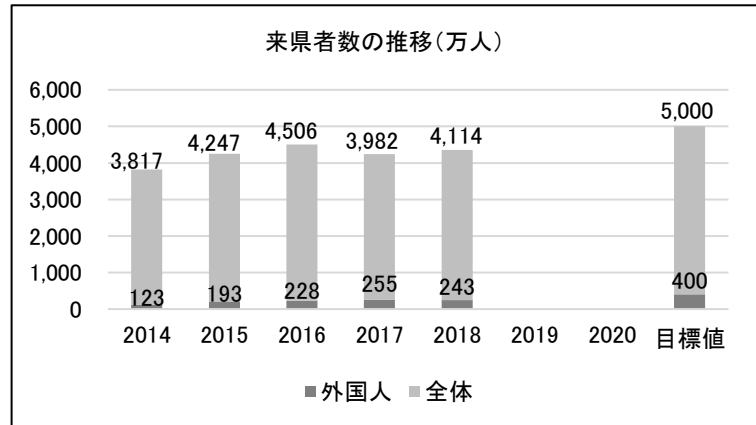
「令和元年度版 あいち観光戦略に基づく観光振興施策の実施状況 (平成30年度年次報告書)」の概要

愛知県観光振興基本条例第9条第6項の規定に基づき、「あいち観光戦略」(2016年度～2020年度)に定められた観光振興に関する施策の実施状況について、県議会に御報告するとともに、公表を行う。

第1 数値目標の達成状況

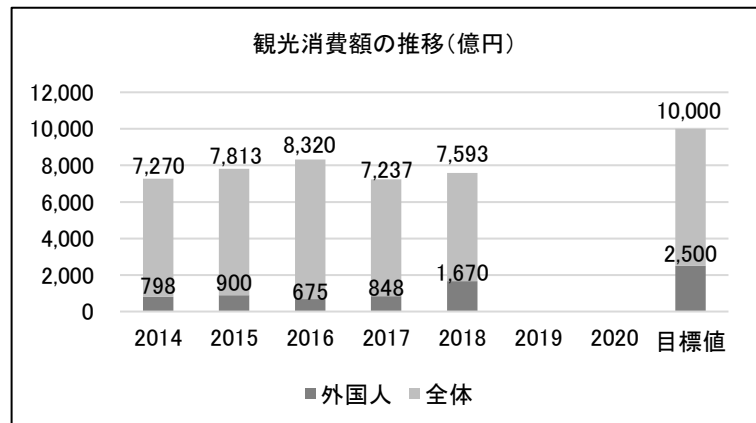
(1) 来県者数

2018年は、愛知デスティネーションキャンペーン期間中の10～12月の期間で観光施設等の利用者数が増加し、通年の来県者数を前年に比べ3.3%押し上げた。(本冊4頁)



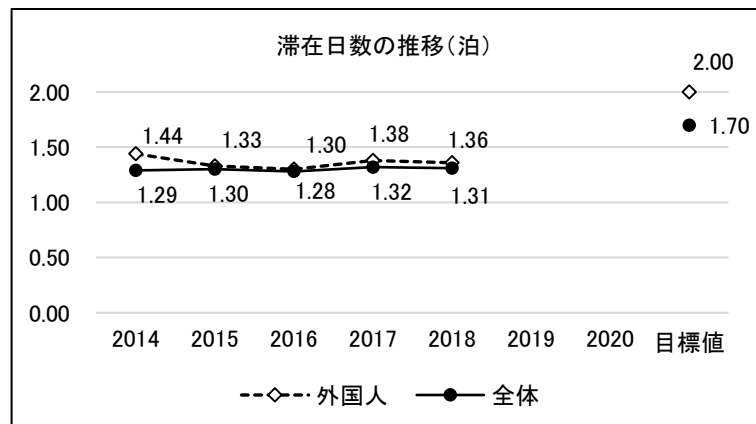
(2) 観光消費額

2018年は、国内客の消費額が減少したが、外国人客の消費額が822億円の大幅増となり、全体として前年比356億円増となった。(本冊5頁)



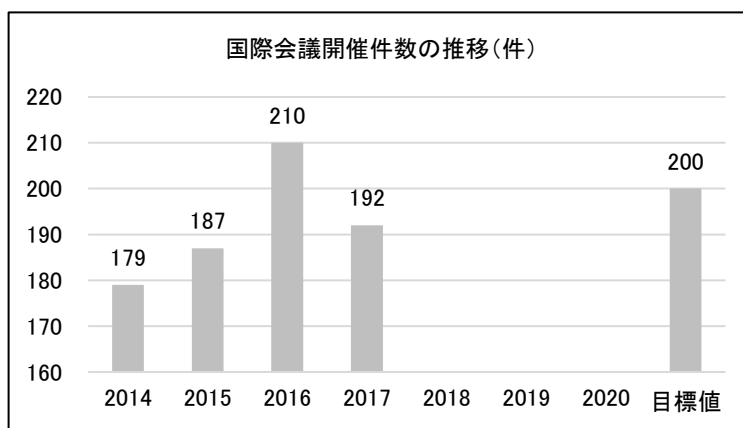
(3) 滞在日数

2018年は、全体、外国人ともに、前年比で微減となり、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。全国的に見ても、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。(本冊6頁)



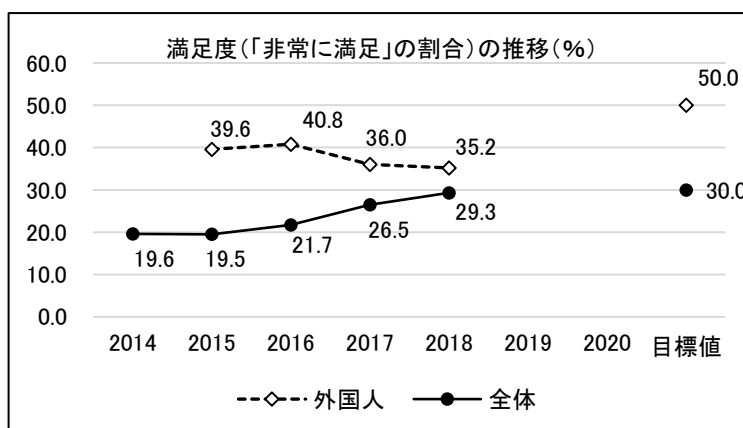
(4) 国際会議開催件数

現時点で得られる最新データ(2017年)は、192件だった。前年は、会議の周期性による影響が強く出て目標値を一時的に上回っていたが、2018年は通常ペースに回帰した。しかしながら、前々年比5件増となっている。(本冊7頁)



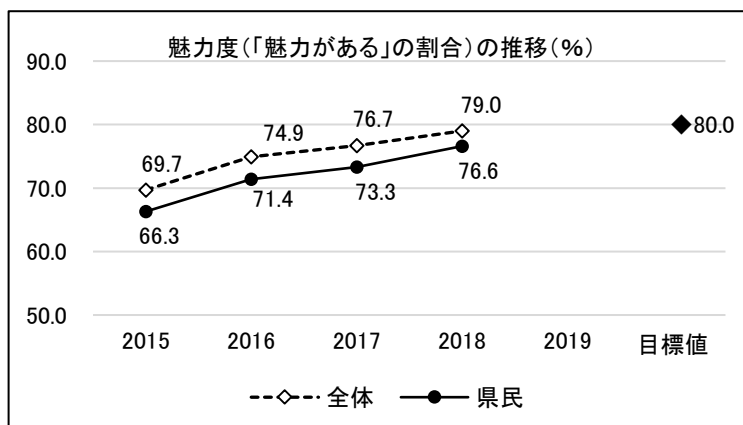
(5) 満足度

2018年は、全体が向上したのに対し、外国人はわずかに低下した。外国人に「不満に感じた点」を問う設問では、ほとんど全ての項目で改善が進んでいるが、コミュニケーション上の問題やナイトライフに関する不満に対して改善の余地があると推測される。(本冊8頁)



(6) 魅力度

「愛知県には観光地としての魅力がある」との回答は、2014年以来、全体、県民ともに一貫して向上しており、目標達成に向けて順調に推移している。(本冊9頁)



第2 2018年度の主要な観光振興施策の実施状況

(1) 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

アジア方面へのPR・プロモーションに加え、ラグビーワールドカップ2019や東京オリンピック・パラリンピックの開催を見据え、欧米豪マーケットへのアプローチを大幅に強化した。また、愛知の公式観光サイト「Aichi Now」を通じた情報発信を継続し、2018年は年間およそ850万ページビューに達した。

(2) 戦略Ⅱ 観光資源の充実とブランド化の推進

本県らしい資源である武将、産業、山車まつり文化、なごやめしなどのグルメ、山海の自然を生かした観光の推進を中心に、各種施策を実施した。特に、10月から12月にかけては、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）を実施し、本県の魅力を全国に発信した。

(3) 戦略Ⅲ 観光交流拠点としての機能強化

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）の期間中、二次交通の整備状況が良好でない観光スポットをテーマに沿って結ぶ周遊バスを走行させた。

第3 2019年度の主要な観光振興施策

(1) 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

ラグビーワールドカップ2019の開催を見据え、欧米豪に対するPR・プロモーションを一層強化するとともに、増加を続けるFIT（個人旅行者）に対する施策を拡充している。

(2) 戦略Ⅱ 観光資源の充実とブランド化の推進

10月から12月に、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）を開催し、市町村や地域観光協会、観光事業者らと連携して、本県が持つ魅力を大いにPRし、誘客を推進している。

また、武将観光においては、引き続き、「徳川家康と服部半蔵忍者隊」による「武将のふるさと愛知」の発信を行うほか、11月には大高緑地で「サムライ・ニンジャフェスティバル」を開催する。

(3) 戦略Ⅳ MICE・スポーツ大会を通じた誘客推進

常滑市の空港島に整備を進めてきた愛知県国際展示場（Aichi Sky Expo）が2019年8月30日に開業に至った。今後は、同展示場を活用した展示会需要の創造に取り組む。