



2020 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

(2019 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2019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 2019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.....	17
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 2020年度の主要な観光振興施策	38
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.....	38
戦略Ⅱ 観光資源の充実とブランド化の推進.....	39
戦略Ⅲ 観光交流拠点としての機能強化.....	43
戦略Ⅳ MICE・スポーツ大会を通じた誘客推進.....	43
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.....	45
(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(2014年)	3,817万人 ▶ 5,000万人	観光消費額	全体(2014年)	7,270億円 ▶ 1兆円	滞在日数	全体(2014年)	1.29泊 ▶ 1.7泊
	外国人(2014年)	123万人 ▶ 400万人		外国人(2014年)	798億円 ▶ 2,500億円		外国人(2014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

戦略的な観光ひとつづくり

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

(2014年)

179 件 ▶ 200 件

満足度
(非常に満足
の割合)

全体(2014年)

19.6% ▶ 30.0%

外国人(2015年)

39.6% ▶ 50.0%

観光地としての魅力
度

全体(2015年4-9月)

69.7% ▶ 80.0%

県民(2015年4-9月)

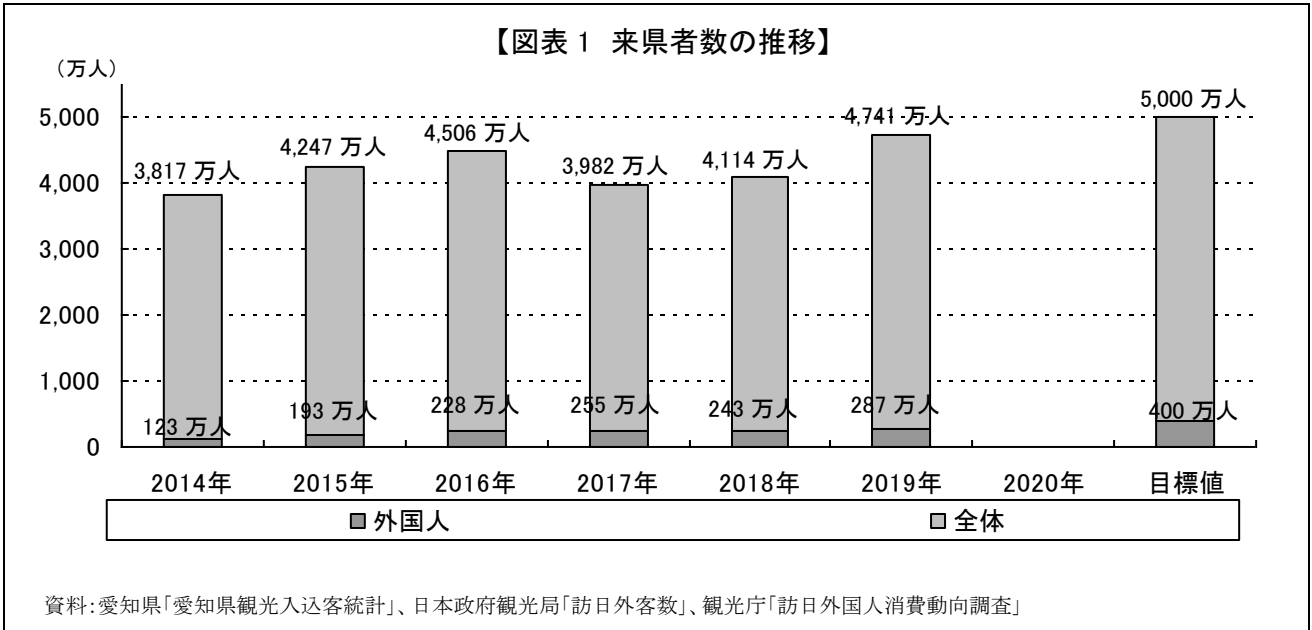
66.3% ▶ 80.0%

1 数値目標の達成状況

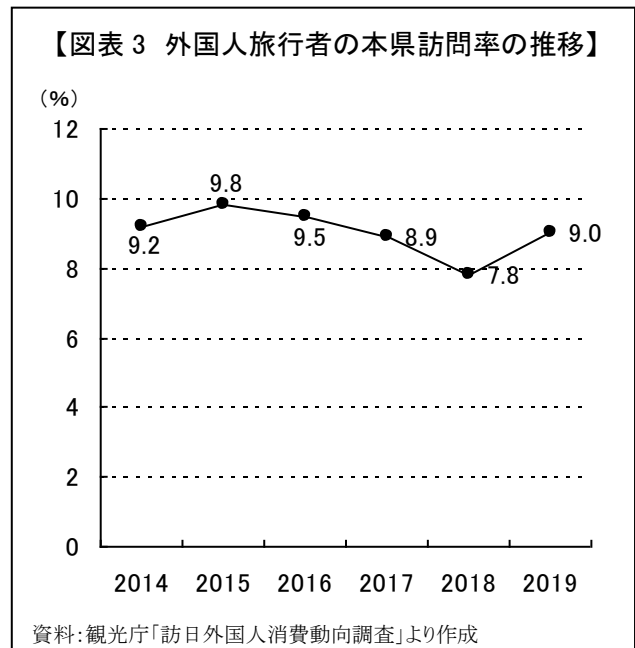
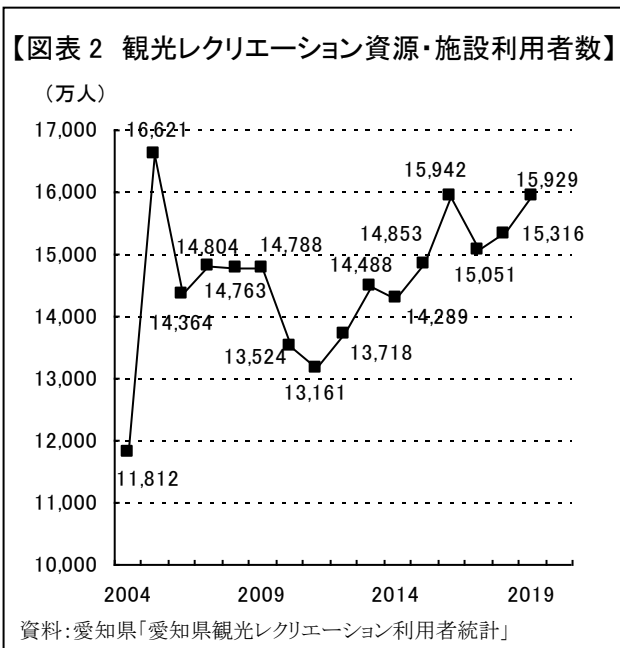
あいち観光戦略において、計画最終年度(2020年度)の目標として掲げた指標に対する達成状況は、下表のとおりであった。

		計 画 当 初	2 0 1 9 年 (実 績)	目 標 値 (2 0 2 0 年)
来 県 者 数	全 体	3,817 万人 (2014年)	4,741 万人	5,000 万人
	外 国 人	123 万人 (2014年)	287 万人	400 万人
観 光 消 費 額	全 体	7,270 億円 (2014年)	8,599 億円	1 兆円
	外 国 人	798 億円 (2014年)	2,397 億円	2,500 億円
滞 在 日 数	全 体	1.29 泊 (2014年)	1.32 泊	1.70 泊
	外 国 人	1.44 泊 (2014年)	1.37 泊	2.00 泊
国際会議開催件数	—	179 件 (2014年)	216 件 (2018年)	200 件
満 足 度 (「非常に満足」の割合)	全 体	19.6% (2014年)	28.1%	30.0%
	外 国 人	39.6% (2015年)	38.9%	50.0%
観光地としての魅力度 (「魅力がある」の割合)	全 体	69.7% (2015年4-9月)	74.8%	80.0%
	県 民	66.3% (2015年4-9月)	70.3%	80.0%

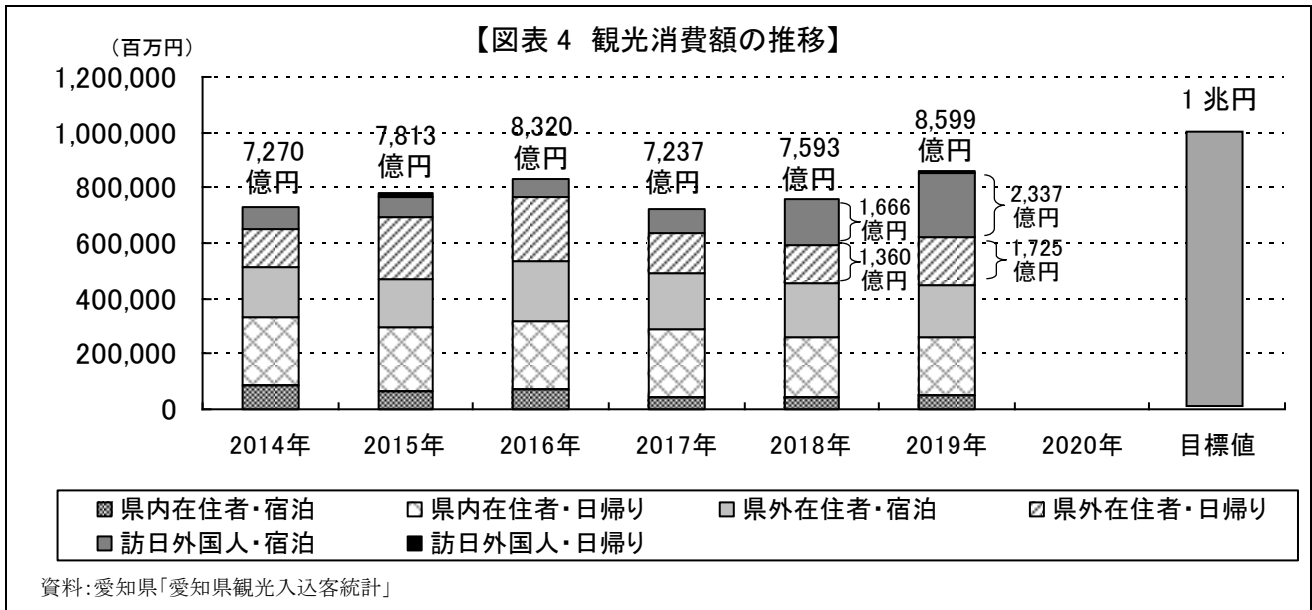
(1) 来県者数



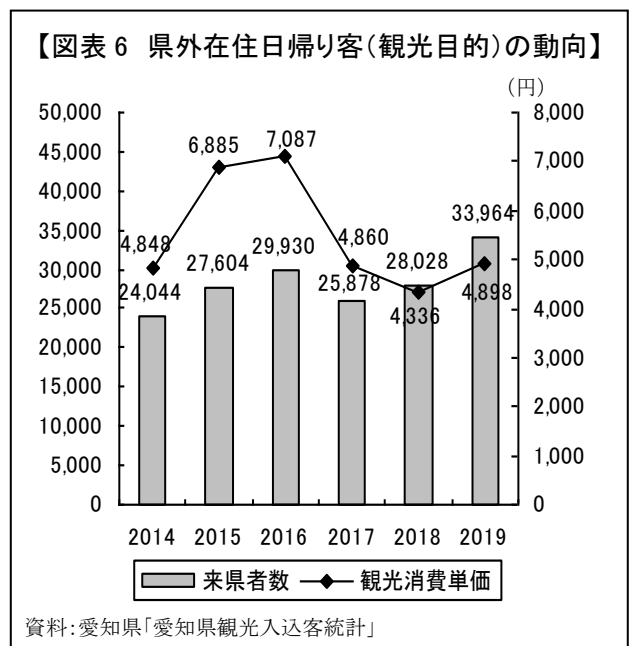
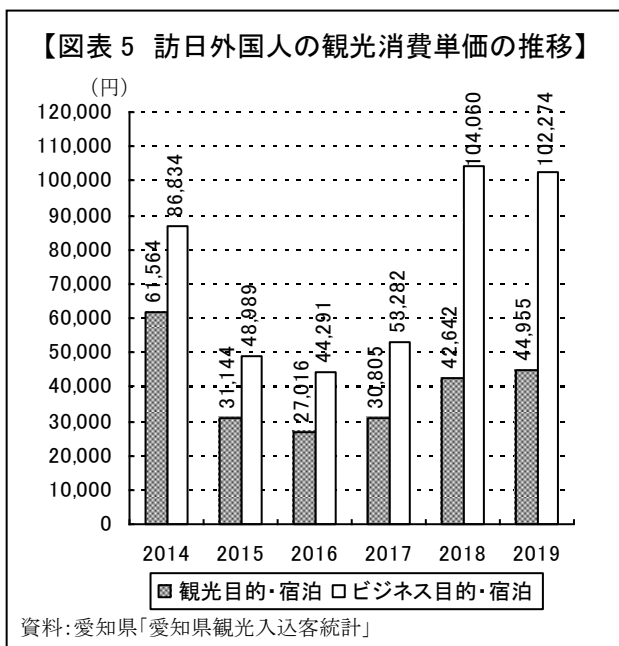
- 来県者数(全体)は、前年(2018年)と比較して、4,114万人から4,741万人となり、627万人(15.2%)の増加となった。外国人の来県者数も243万人から287万人へと44万人(18.1%)の増加となり、2010年に、この方法で統計を取り始めて以来、過去最多となった。
- 2004年以降の観光レクリエーション資源・施設利用者数(図表2)を見ると、2019年は約1.6億人と、2016年以降の高い水準で、愛・地球博が開催された2005年に迫る結果となった。これは、LCC向けの第2ターミナルがオープンした中部国際空港の来場者数の増加、愛知県国際展示場(Aichi Sky Expo)や道の駅とよはしの開業、愛知県美術館や豊田市美術館のリニューアルオープンなどが要因と考えられる。
- なお、外国人旅行者の本県訪問率は、2016年以降、低下傾向が続いていたが、2019年は9.0%へと改善した(図表3)。



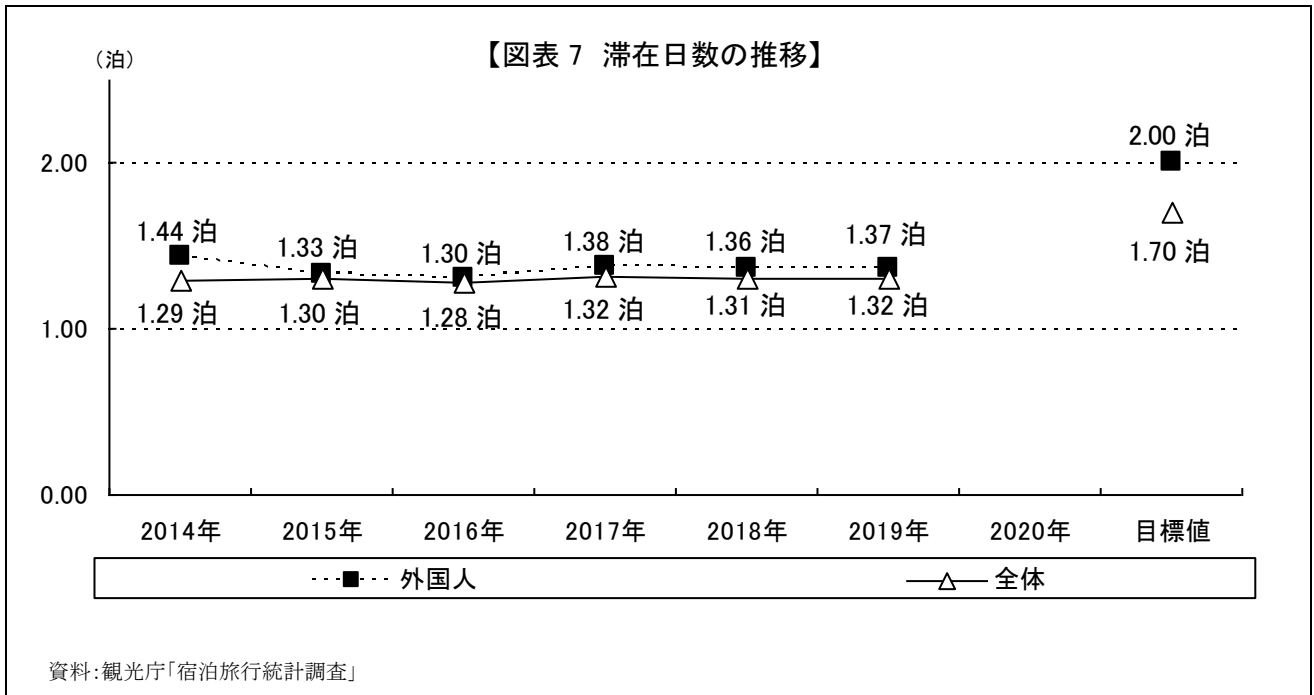
(2) 観光消費額



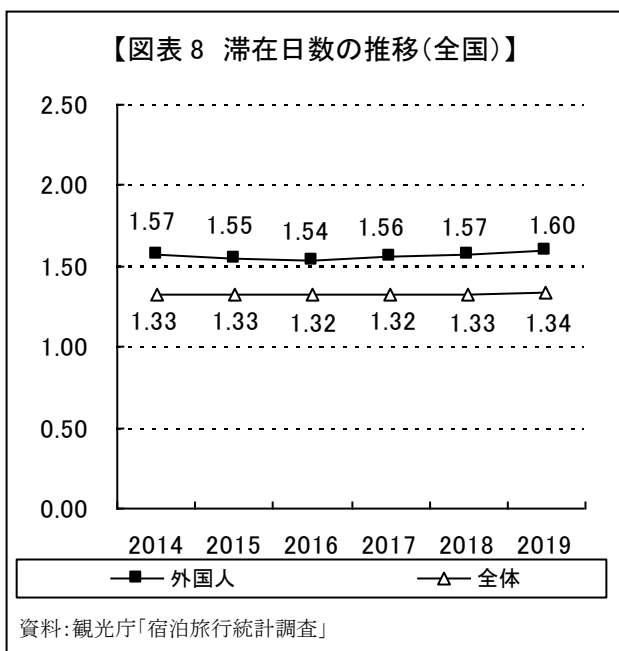
- 観光消費額は、前年(2018年)の7,593億円から8,599億円へと1,000億円を超える増加となり、この方法で統計を取り始めて以来、過去最大となった。
- 最も大きく増えたのは、外国人の宿泊客で、前年の1,666億円から2,337億円へと約670億円(40.2%)増となったほか、日帰り客の消費も増え、外国人全体としては2,397億円で、目標の2,500億円に近付いた。これは、外国人の宿泊客のうち、ビジネス目的の客単価が前年に引き続き高水準を維持していることによる(図表5)。
- 続いて増えたのは、県外在住の日帰り客で、前年の1,360億円から1,725億円へと約365億円(26.8%)増となった。客単価は、前年に比べ若干改善したものの、依然、2015～2016年当時に比べて低い水準にあるが、客数の増加幅が比較的大きく、この層の消費額を押し上げることとなった。



(3) 滞在日数



- 本県内での滞在日数は、全体、外国人ともに、前年比で微増となった。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、全体として、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だが、本県の外国人の滞在日数は、全国に比べてやや低い水準にある(図表 8)。
- 外国人の訪日目的別平均泊数(図表 9)を見ても、観光目的客はあまり変化が見られなかったが、2019 年は、やや低い水準に止まった。他方、業務目的客は、全国的にはあまり変化していないが、中部国際空港を利用する人に限ってみると、2018 年以降に 20 泊前後まで大きく伸び、2019 年もその傾向が続いている。



【図表 9 訪日目的別平均泊数】

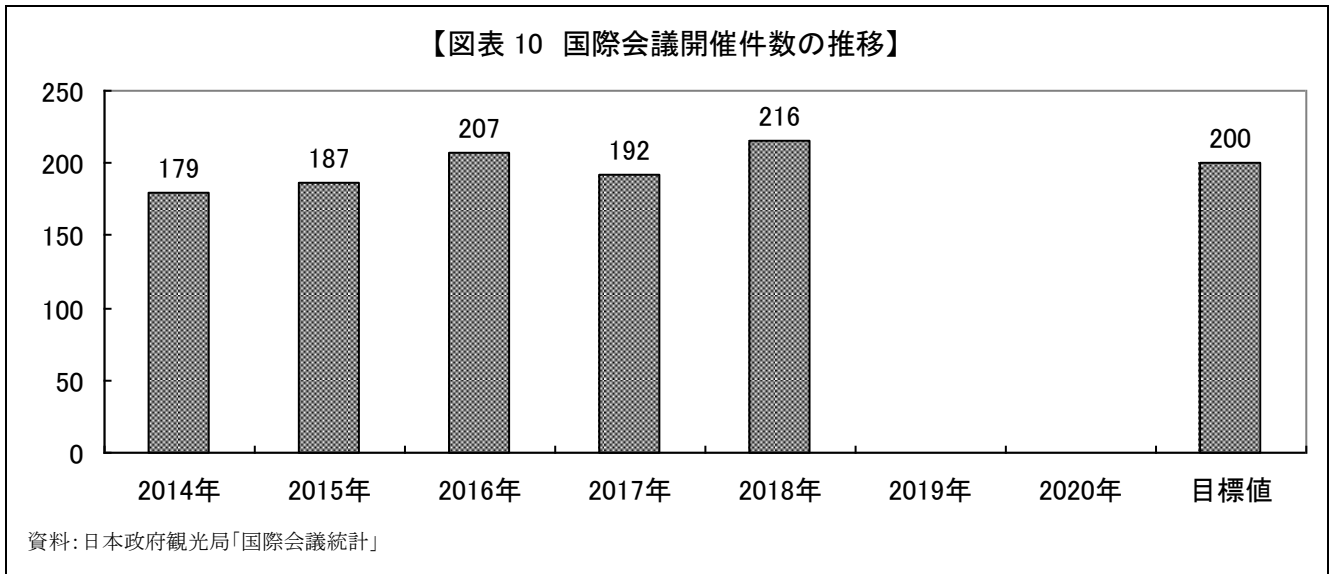
◆旅行 1 回あたりの平均泊数

区分		2014	2015	2016	2017	2018	2019
観光	全国	6.1	5.9	6.0	5.8	5.9	4.8
	中部 IN	6.3	5.6	5.7	6.1	6.0	5.3
	中部 OUT	6.6	5.3	5.5	6.0	6.0	4.6
業務	全国	12.4	13.3	14.0	12.1	14.3	14.0
	中部 IN	12.8	16.9	14.4	14.7	20.4	20.3
	中部 OUT	13.7	18.5	16.3	13.5	19.1	22.9

(泊)

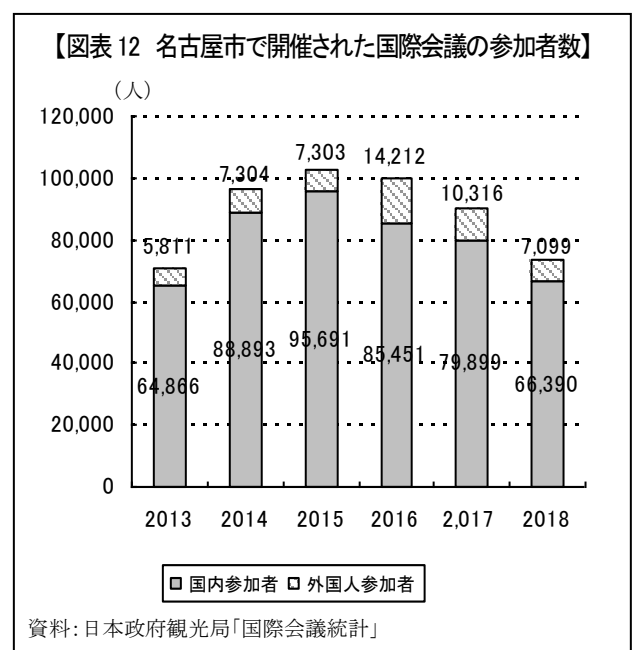
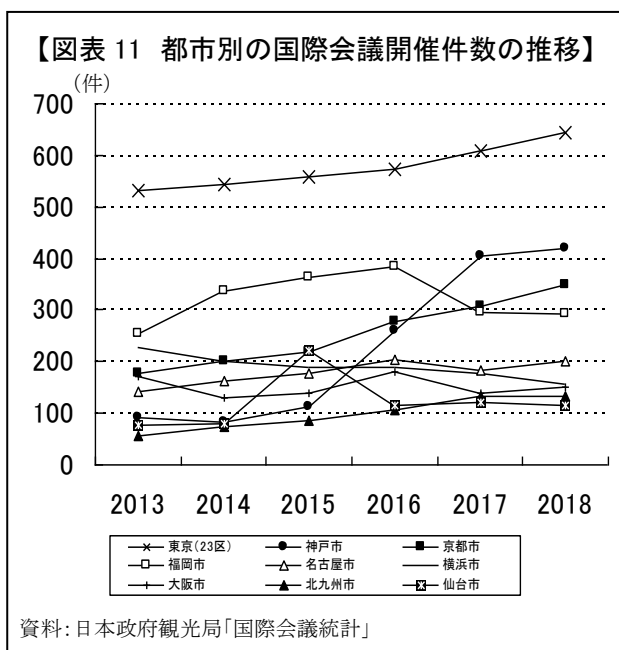
資料:観光庁「訪日外国人消費動向調査」

(4) 国際会議^(*)開催件数

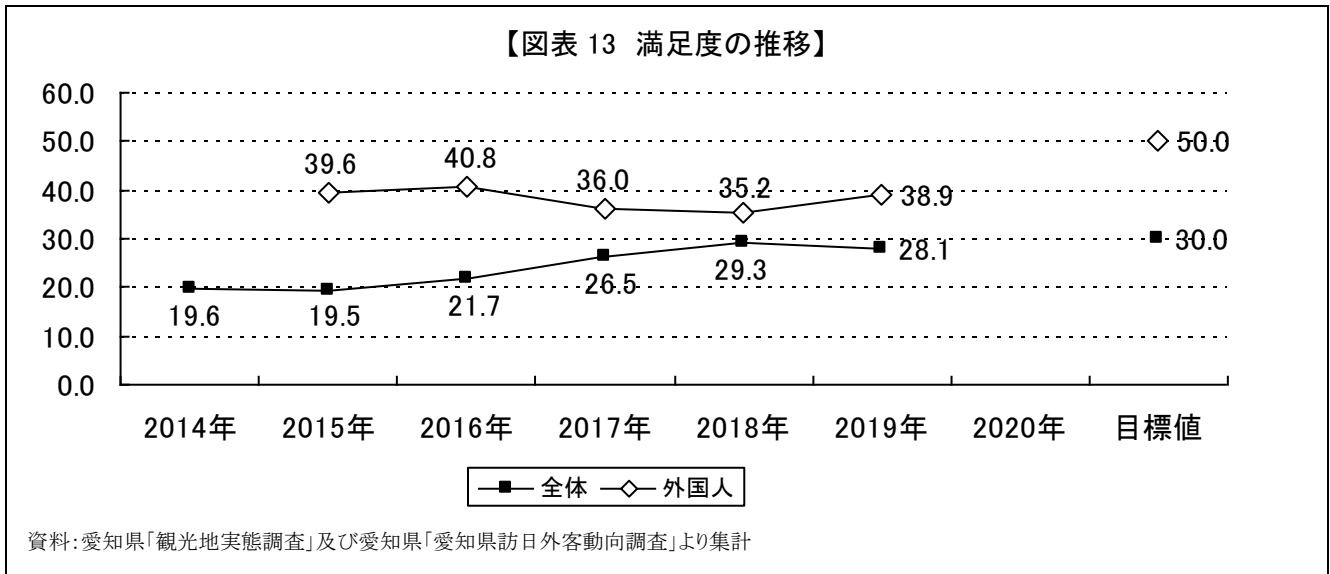


* 国際会議とは、国際機関・国際団体または国家機関・国内団体(民間企業を除く)が主催する、参加者総数が50名以上、参加国が3か国以上の会議(JNTO「国際会議選定基準」)。

- 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(2018年)では216件となり、目標値を上回る結果となった。
- 都市別の開催件数の推移(図表11)を見ると、2017年に大きく件数を増やした神戸市は、2018年も高水準を維持し、引き続き全国2位となった。また、北九州市も2014年以降、順調に件数を増やし、2018年は仙台市を抜いて全国8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2016年以来、変わっていない。
- 名古屋市で開催された国際会議は、開催件数は増加したものの、参加者数は前年を下回り、国内、外国人を合わせて73,489人だった(図表12)。これは、2017年は、1万人以上が参加する医学分野の大規模な国際会議が2件あり、全体の参加者数を押し上げていたが、2018年は当該会議がなかったために、参加者数が減少することになった。



(5) 満足度（「非常に満足」の割合）



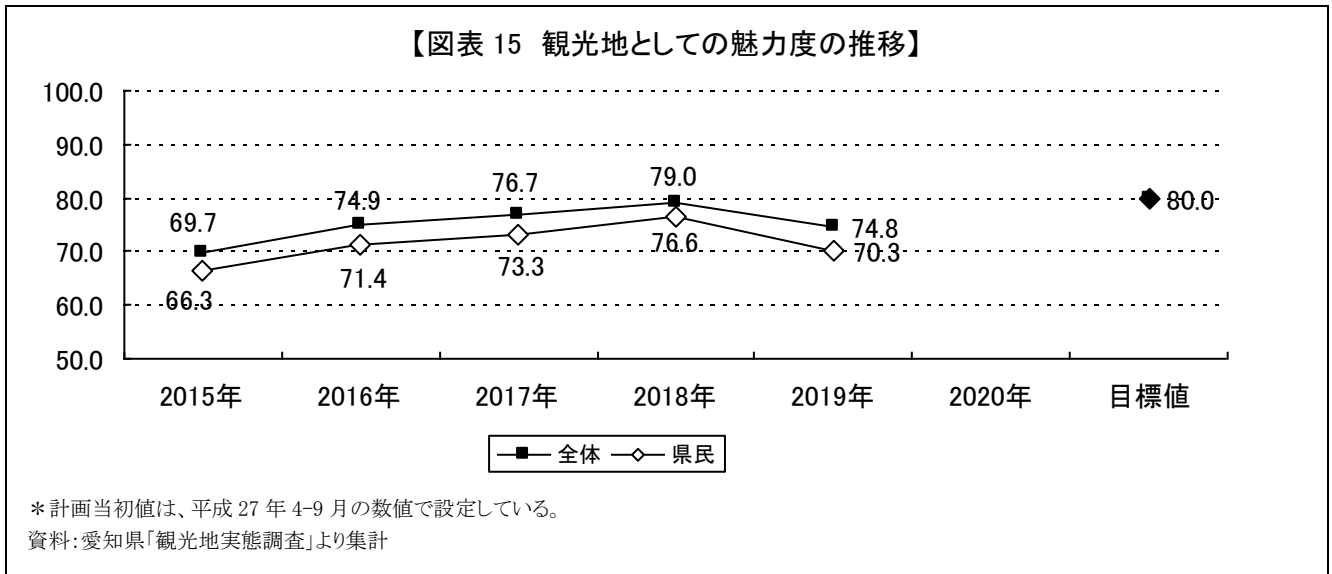
- 「非常に満足」と回答した人は、前年(2018年)と比較して、全体が29.3%から28.1%に低下したのに対し、外国人は35.2%から38.9%に向上した。なお、図表にはないが、全体の「概ね満足」は56.3%で、肯定的な回答の合計は8割を超えている。同様に、外国人の「満足」は56.9%で、こちらの肯定的な回答は95.8%と高率になっている。
- 不満に感じた点を尋ねる設問では、全体の60.4%が「不満はない」と回答している。不満に感じた点としては、「道路が渋滞している」が最多で23.9%(前年34.7%)、次に「観光地での駐車場が足りない、未整備」が18.9%(前年27.9%)であるが、いずれも前年より改善している。
- 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でおり、特にフリーWi-Fiに関する不満は大きく減少したことがわかる。しかし、宿泊費やキャッシュレス決済に対する不満は逆に高まっている。

【図表 14 外国人が不満に感じた点(上位5項目の推移)】

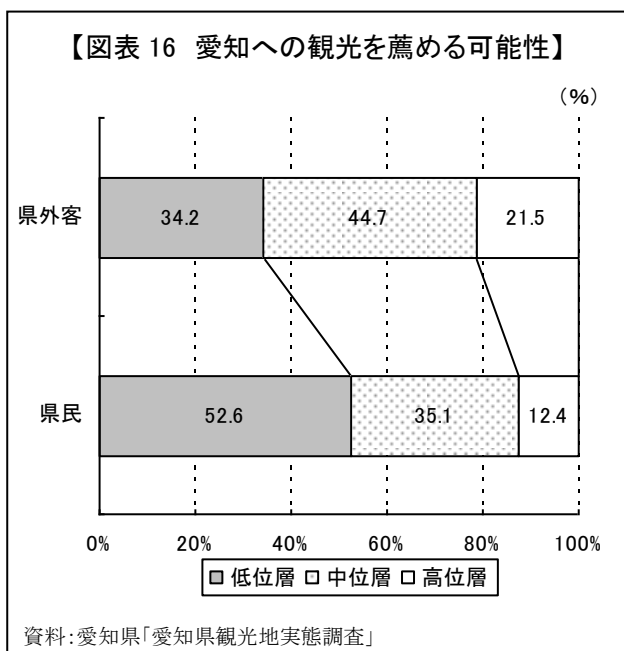
	2016年	2017年	2018年	2019年
1位	フリーWi-Fiスポットが少ない(28.4%)	フリーWi-Fiスポットが少ない(14.3%)	コミュニケーションが取りづらい(13.5%)	コミュニケーションが取りづらい(13.7%)
2位	コミュニケーションが取りづらい(26.2%)	フリーWi-Fiの通信環境が悪い(13.7%)	フリーWi-Fiスポットが少ない(10.0%)	フリーWi-Fiスポットが少ない(8.1%)
3位	フリーWi-Fiの通信環境が悪い(21.0%)	コミュニケーションが取りづらい(11.6%)	フリーWi-Fiの通信環境が悪い(8.3%)	フリーWi-Fiの通信環境が悪い(7.2%)
4位	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%)	宿泊費が高い(6.7%)
5位	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%)	キャッシュレス決済に対応していない(5.8%)

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、前年(2018年)と比較して、全体が79.0%から74.8%、県民が76.6%から70.3%と、ともに低下している。
- 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よそ1/3(34.2%)となっているのに対し、県民は半数を超えており(52.6%)、引き続き、県民自身が観光PR役を担っているとは言い難い状況が続いている(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、都市的要素の強いものであり、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	48.7	39.4
歴史・文化	36.9	40.8
食文化・特産品	35.8	34.7
公園・遊園地・テーマパーク	19.2	16.9
美術館・博物館・科学館	16.6	18.8
季節のレジャー(花見・海水浴等)	13.4	5.8
自然	13.4	8.5
工場見学・学習	11.0	8.2
イベント・祭り・伝統芸能等	8.8	7.0
ショッピング・コンサート等	8.0	12.1
温泉地	6.0	6.9
スポーツ観戦	6.5	7.0

資料：愛知県「愛知県観光地実態調査」

2 2019年度の観光振興施策の実施状況

2019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たる対象とし、愛知県を旅行先として選んでもらうために、アメリカで誘客促進のプロモーションを行った。(このほか、ドイツでもプロモーションを予定していたが、新型コロナウイルス感染拡大により、出展を予定していた「ITB ベルリン」が中止されたため、実施しなかった。)

《実績》

▶ New York Times Travel Show 出展

- ✓ 実施日:2020年1月24日～26日
- ✓ 会場:Jacob K. Javits Convention Center(ニューヨーク市内の見本市会場)
- ✓ 主な出展者:各国の自治体や観光協会を始めホテルや旅館などの宿泊事業者、旅行会社、交通事業者、テーマパークなど
- ✓ 実施内容:JNTOパビリオンの愛知県ブースでの観光PR、ブースでの抹茶お菓子の提供、JNTOパビリオンのイベントスペースでの忍者衣装試着体験、抹茶のお菓子試食体験(期間中毎日実施)、会場内の主催者設置特設ステージにおいて愛知県PRイベントの実施「World Travel Market」ブース出展

▶ セールスコールの実施

- ✓ 実施日:2020年1月27・28日
- ✓ 訪問件数:現地旅行会社等9社(旅行会社6社、その他3機関)

【アジア FIT 向け観光プロモーション事業】(国際観光コンベンション課)

訪日外国人旅行者の8割以上を占めるアジアでも、個人旅行者(FIT)の割合が年々増えている。そこで、2019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した。

《実績》

● 韓国 LCC 連携事業

韓国のLCCと協力したプロモーションを展開し、誘客促進を図った。

▶ 招請事業

LCC各社のマーケティング部門担当者等を招請し、県の観光コンテンツの提供を行った。

- ✓ 対象:中部国際空港に就航する韓国LCC3社(チェジュ航空、ティーウェイ航空、エアプサン)のマーケティング部門等各社2名
- ✓ 時期:7月1～4日

- ✓ 主な視察先:フライトオブドリームズ、犬山城、木曾川うかい、コメダ珈琲、モリコロパーク、テレビ塔、エンドポイント・カフェ、日間賀島、国盛酒造、大須

●中国 OTA 連携事業

中国の OTA を活用したプロモーションを実施するとともに、情報発信により本県の観光資源に対する理解を深め、本県への更なる誘客促進を図った。

➤ 県 PR ウェブページ作成

中国の FIT に影響力を有する OTA が運営しているウェブサイト内に愛知県の PR ウェブページを作成し、本県の観光情報を発信するとともに、FIT 向けのパッケージ商品の造成等を行った。

➤ KOL(Key Opinion Leader)招請

中国の SNS(ウェイボー、ウェイシン、TikTok 等)で情報発信し、FIT に強い影響力を有する KOL(上海のブロガーでウェイボーのファン数 83.2 万人、月間リーチ数 1,000 万人以上)を招請し、SNS や動画により、情報発信を行ってもらったほか、招請後は体験記事を作成し、県 PR ウェブページに掲載した。

- ✓ 人数:2 名
- ✓ 時期:6 月 3~6 日
- ✓ 内容:県内視察、SNS、動画等による情報発信、県 PR ウェブページへの体験記事掲載
- ✓ 主な視察先:大須、サンシャイン栄、コメダ珈琲、メーカーズピア、シーライフ名古屋、伊良湖岬、ブルーベリーファームおかざき、八丁味噌の郷、犬山城、常滑やきもの散歩道、INAX ライブミュージアム

●台湾 FIT 向け観光説明会開催

訪日リピーターが多い台湾において、個人旅行者を対象に愛知県観光説明会を開催し、本県への誘客促進を図った。

➤ 招請事業

台湾の FIT に影響力を有するブロガーを招請し、県内視察を実施した。招請期間中には、SNS(Facebook、ブログ)により情報発信を行った。

- ✓ 被招請者:ブロガー 1 名
- ✓ 時期:9 月 3~6 日
- ✓ 主な視察先:名古屋城、あいちトリエンナーレ 2019 会場(円頓寺)、オアシス 21、豊田市和紙のふるさと、瀬戸蔵ミュージアム、招き猫ミュージアム、佐久島、抹茶ミュージアム西条園和く和く、野間灯台、INAX ライブミュージアム

➤ 現地観光説明会

現地旅行会社と連携し、個人旅行者を対象に説明会を開催した。

- ✓ 場所・開催日:台北・10 月 26 日、高雄・10 月 27 日
- ✓ 対象者:訪日旅行に関心のある個人旅行者(台北 107 名参加、高雄 65 名参加)
- ✓ 内容:県職員による愛知県観光資源の説明、ブロガー等による愛知県の魅力紹介、愛知県への観光相談会

●タイ FIT 向け誘客促進事業

FIT 化が進むタイにおいて、旅行博(Visit Japan F. I. T. Travel Fair 2019)に出展し、訪日旅行に関心のあるタイ人に対し、本県の観光資源に対する理解を深めてもらい、誘客促進を図った。

➤ Visit Japan F. I. T. Travel Fair 2019 出展

旅行博に出展し、現地旅行会社との連携により造成された旅行商品を販売することで、本県の観光資源や魅力を効果的に PR し、本県への誘客に繋げた。

- ✓ 期日:2019 年 11 月 8~10 日

- ✓ 会場:バンコク サイアムパラゴン
- 商談会参加
 - FITフェア開催中に JNTO 主催で実施される現地旅行会社、航空会社等との商談会に参加し、本県の観光資源を含む旅行商品造成を働きかけた
- ✓ 実施日:2019年11月8日
- ✓ 会場:グランドハイアット・エラワン・バンコク・ホテル

【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)

2019年9月から11月に開催されたラグビーワールドカップ2019日本大会を観戦する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するため、OTAと連携し情報発信を図った。

《実績》

- 海外チケット購入者向けページへの欧米豪ネイティブによる記事広告(歴史・文化の体験アクティビティや、ナイトライフを楽しむための観光情報)掲載
- OTAの海外チャンネルを活用した、記事広告への誘導
- OTAが運営するSNSやメルマガによる観光情報やモデルコースの情報提供

【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》

- 上海世界旅行博覧会(SWTF)に出展し、愛知県観光情報をPR。(2019年4月)
- 北京国際旅游博覧会2019(BITE2019)に出展し、愛知県観光情報をPR。(2019年6月)
- 訪日旅行促進イベント重慶会場に出展し、愛知県観光情報をPR。(2019年11月)
- 中国国際旅游交易会2019(CITM2019)に出展し、愛知県観光情報をPR。(2019年11月)
- 訪日旅行促進イベント廈門会場に出展し、愛知県観光情報をPR。(2019年12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、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
 - 台湾市場からのFIT誘客に向けた中部地域アクティビティプロモーション事業
 - ✓ アクティビティのOTAへの登録促進(2019年8月～2020年3月)
 - ✓ メディア招請(2019年8月22～26日)
 - ✓ 純広告(2019年10～12月)
 - 東海エリア香港プロモーション事業
 - ✓ メディア・旅行会社招請(2019年9月2～6日)
 - ✓ 共同広告(2019年12月)
 - アクティビティ動画のデジタル展開によるタイへのプロモーション事業
 - ✓ メディア招請(2019年9月12～18日)

- ✓ 純広告(2019年10～11月)
- ✓ 共同広告(2019年9～11月)
- 愛知・名古屋部会事業
 - 国内実施事業
 - ✓ VISIT JAPAN Travel Mart 2019 -ASEAN・INDIA-(商談会)への参加(2019年11月27・28日)
 - 海外プロモーション事業
 - ✓ 台湾FIT向け観光説明会:2019年10月25～28日(参加市町)愛知県、名古屋市、瀬戸市、津島市、蒲郡市
 - ✓ 台湾ITF出展:2019年11月8～11日(参加市町)東海市、岡崎市
 - ✓ タイFIT Fair出展:2019年11月7～11日(参加市町)豊橋市、犬山市、常滑市
 - ✓ 中国(上海市内及び上海近郊)プロモーション:2019年12月3～6日(参加市町)愛知県、豊田市、南知多町
 - ランドオペレーター招請事業
 - ✓ 実施日:2020年2月18～21日
 - ✓ 参加者:ランドオペレーター等3社3名
 - 商談会
 - ✓ 実施日:2020年2月21日
 - ✓ 会場:名古屋ダイヤビルテック111会議室
 - ✓ 参加市町:11市町(名古屋市、豊橋市、岡崎市、瀬戸市、豊田市、蒲郡市、犬山市、常滑市、東海市、津島市、南知多町)

【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市共同で、海外でのプロモーションや旅行会社・メディア対象の招請事業を実施した。

《実績》

- オンライン事業
 - ✓ WEBサイトの再構築(2019年9月～2020年3月)
 - ✓ デジタルマーケティング強化調査事業(2019年9月～2020年3月)
 - ✓ テーマ性・嗜好性調査事業(2019年9月～2020年3月)
 - ✓ 欧米豪現地PRエージェンシーを活用したメディアイベント及びデジタルメディア掲載(欧州、米国、豪州)(2019年6月～2020年3月)
- オフライン事業
 - ✓ 豪州旅行会社並びにPRエージェンシーディレクター招請(2019年7月)
 - ✓ 米国旅行会社商談会(JapanShowCase)出展及びセールススクール(2020年3月)
- 会員向け事業・環境整備事業
 - ✓ 会員向けセミナー(2019年11月(名古屋)、2019年12月(福井))
 - ✓ ツーリズムEXPO出展(2019年10月)
 - ✓ 観光フォーラム開催(2019年11月、首都圏側45名、中部側115名)
 - ✓ 商標登録・ニュースレター発行(16回、通年)

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)

2018年度に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。-5th 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：41,000部

【「Aichi Now」を通じた情報発信】(国際観光コンベンション課)

2015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。

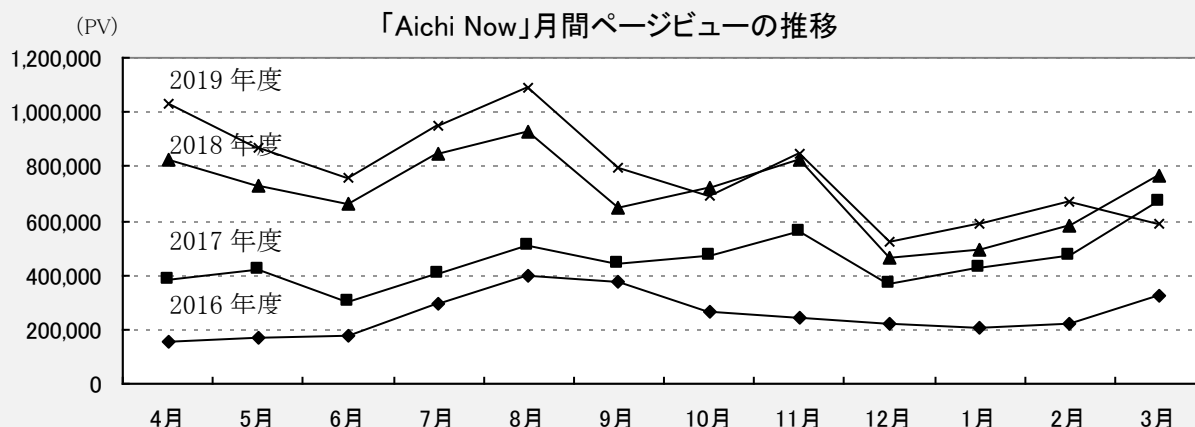
《実績》

▶ ウェブサイト(2019年度PV数)

- ✓ 日本語：8,672,024PV、英語：378,797PV、中国語(繁体)：207,324PV、中国語(簡体)：70,046PV、韓国語：24,312PV、タイ語：52,409PV

▶ SNS(2019年度末時点フォロワー数)

- ✓ Facebook：日本語 11,491人、中国語(繁体)45,135人、英語 195,074人
- ✓ Twitter：日本語 3,752人、中国語(繁体)150人、英語 358人
- ✓ Weibo：中国語(簡体)6,004人
- ✓ Wechat：中国語(簡体)884人
- ✓ LINE：日本語 14,660人
- ✓ Instagram：日本語 5,358人(ファン数)



【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、博物館などの産業観光施設や城郭などの武将観光施設について、欧米豪からの観光客の嗜好に合わせた特集記事や体験型観光の紹介、モデルコースの提案、ストーリー性のあるコラム記事などを作成した。また、ラグビー観戦に合わせた旅の提案を行った。

【英語圏向けPR映像活用事業】(国際観光コンベンション課)

2018年度に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)を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、来訪訴求を試みた。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、事業効果を高めた。

《実績》

▶ 米国映画館でのシネアド上映

- ✓ 内容：邦画や旅行に関する映画が上映されるタイミングを狙い、日本文化や旅行に興味のある客層

に向けて発信。

- ✓ 実施期間:2019年12月20日～2020年1月2日
- ✓ 実施箇所:ニューヨーク13館(127スクリーン)、ロサンゼルス13館(159スクリーン)
- ✓ 期間中総入場者数:653,128人
- YouTube 動画広告配信
 - ✓ 内容:10億人以上のユーザーを擁する動画共有サイト「YouTube」に、TrueView インストリーム広告として映像を配信。
 - ✓ 実施時期:2019年ラグビーワールドカップ目前の1か月間程度、集中的に実施
 - ✓ 結果:アメリカ/表示回数2,025,280回、視聴回数958,249回、視聴率47.31%
イギリス/表示回数864,526回、視聴回数387,053回、視聴率44.77%
オーストラリア/表示回数187,260回、視聴回数81,055回、視聴率43.28%
ニュージーランド/表示回数138,334回、視聴回数54,330回、視聴率39.27%

⑥海外旅行会社やメディアの招請

【中部国際空港利用促進協議会と連携したメディア等招請事業】(航空対策課)

中部国際空港利用促進協議会の事業として、各航空会社と連携を図りながら、訪日外国人客が多いアジア地域と欧州等の旅行会社・メディア・ブロガーを招請し、プロモーション等を実施することで、本県の魅力をPRし、旅行商品の造成及び情報発信を働きかけた。

《実績》

- 招聘:マレーシア2社、インドネシア8社、欧米豪34社等
- 現地旅行会社を招請した国内商談会や現地旅行博等でのPRを実施

⑦動画による情報発信

【東三河「新しい人の流れ」創出事業】(東三河総局)

ICTを活用して情報発信力を強化し、地域外に対して東三河の観光情報を発信していくため、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超高画質の8K対応動画(日本語版、英語版及び中国語版)を作成した。また、英語版を動画サイト「ユーチューブ」に投稿した。

《実績》

- 英語版:総集編及びカテゴリー編の計11本の動画 ※ユーチューブに掲載
- 日本語版:総集編及びカテゴリー編の計11本の動画
- 中国語版:総集編

(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、外国人旅行者の問い合わせ対応、及びコールセンターの利用登録を行った観光関係事業者を対象とする電話通訳サービス等を24時間365日、9言語(一部言語に制限あり。)で提供する、愛知県多言語コールセンターを運営した。

《実績》

- 事業者登録数:262件

- 利用状況:電話・テレビ電話サービス/182 件(登録事業者:97 件、外国人旅行者及び在住者: 85 件)、翻訳サービス/189 件

(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

② 海外メディア等の招請

【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、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、現地の PR エージェンシーを活用した、現地目線での効果的な PR・プロモーション活動を行った。

《実績》

➤ 海外メディア等への情報発信

現地メディアや旅行会社へ毎月情報を発信。

- ✓ 実施期間:2019 年 6 月～2020 年 3 月
- ✓ 発信先:米、英、仏、独、西、伊、豪、露 239 か所(BBC、CNN、AFP、Reuters、The NewYorker 等)
- ✓ 掲載実績:英:4 本、仏:4 本、独:2 本、伊:2 本、西:1 本、米:4 本、豪 12 本(2020 年 3 月末現在)

➤ デジタルキャンペーン(有料広告記事)

ライター通信のネイティブ記者を招請し、同社サイト内に特集記事を掲載。

- ✓ 招請期間:2019 年 7 月 26～27 日(名古屋市内 1 泊)
- ✓ 取材先:名古屋城、犬山城、三光稲荷神社、犬山城城下町
- ✓ 掲載期間:2019 年 9 月 2 日～10 月 31 日
- ✓ 配信先:米、英、仏、独、西、伊、豪、露

➤ 現地メディア PR イベント

英・豪・米の 3 か国で、現地メディア関係者を招待し、「Central Japan～日本文化が育まれた地域-伝統・産業～」をテーマに、本県の魅力等を発信。

- ✓ 実施時期:英/2019 年 9 月 18 日、豪/2019 年 9 月 4 日、米/2020 年 3 月 3 日

➤ 欧米豪 PR 担当者との意見交換会

欧米豪 PR 担当者を招き、欧米豪各市場の現状・中部地域の評価・効果的な訴求方法等について意見交換を実施。

- ✓ 実施日:2019 年 7 月 25 日
- ✓ 参加者:欧米豪各市場 PR 担当者、愛知県、中部運輸局、中央日本総合観光機構、受託事業者 計 14 名

【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 2019 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・運営を行った。

《実績》

開設期間:2019 年 6 月 18 日～2020 年 3 月 31 日、ページビュー:236,495PV、ユーザー数:13,237 人

(4) 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費】(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

フォー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》

9校・団体、323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》

- タイ・バンコク都高校生の受入(国際課からの依頼):6月7日 県立豊橋東高等学校(25名)
- 韓国訪日団の受入(日韓文化交流基金からの依頼):6月13日 県立安城高等学校(43名)、10月21日 県立日進西高等学校(38名)
- 韓国・京畿道高校生の受入(国際課からの依頼):7月12日 県立杏和高等学校(19名)

(6) インターネット環境の利便性向上

① 無料公衆無線 LAN 等の整備促進

【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、場所を移動しても認証の登録の必要なく継続して接続できるアプリ「AICHI Free Wi-fi Connect」を開発し、外国人旅行者に活用してもらった。

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 2019
 - ✓ 開催日:2019年11月10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)=43日、県委託事業(県外)=43日、委託事業者自主事業=23日)
- お城 EXPO 2019
 - ✓ 開催日:2019年12月21~22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 17,538人

【東三河「新しい人の流れ」創出事業】(東三河総局)

名古屋圏及び浜松圏のファミリー層をターゲットに、観光 PR イベントを開催した(新型コロナウイルス感染症の影響により、一部内容を変更した)。また、リーフレットなど再来訪の動機付けとなる広報素材を作成した。

《実績》

- 3種類のリーフレットの作成:道の駅産直 MAP パンフレット、モデルコースパンフレット、武将観光パンフレット
- プロモーション開催:日時/2020年3月29日、会場/道の駅もつくる新城

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)

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。

《実績》

- パンフレット・スタンプラリー
 - ✓ 掲載施設数:144施設(愛知県:71施設、岐阜県:73施設)
 - ✓ スタンプラリー参加施設:123施設(愛知県:65施設、岐阜県 58施設)
 - ✓ 実施期間:2019年7月13日~9月30日、2019年10月1日~2020年2月29日
 - ✓ スタンプラリー応募者数:2,347名(うち有効応募者数 2,252名)
 - ✓ 施設訪問者数:14,054名

【「リニモ」の産業観光資源としての利活用】(交通対策課)

愛知高速交通株式会社において、「リニモ体験乗車券」の販売を引き続き実施した。

《実績》

- 2019年度体験乗車券販売数:242枚

【産業観光施設の共通券設定】(航空対策課)

引き続き、MRJミュージアム、トヨタ産業技術記念館、トヨタ博物館及び岐阜かかみがはら航空宇宙博物館との共通券の販売を継続した。

(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

【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した。

《実績》

- ①総会・研修会の開催
開催日:2019年6月16日、場所:アイリス愛知、参加者数:約220名
- ②シンポジウムの開催
開催日:2019年7月7日、場所:犬山国際観光センター、内容:日本の祭シンポジウム、参加者数:約300名
- ③公開イベント・⑤次世代育成事業の開催
開催日:2020年2月1日、場所:ららぽーと名古屋みなとアクルス、内容:山車関連芸能ステージ・スペシャルトークショー・からくり人形体験コーナー等、観覧者数:約1,720名、山車文化こども伝承講座・芸能大会:4団体
- ④あいち山車文化魅力発見講座の実施
開催日:2019年7月～10月(全5回実施)、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:延べ181名
- ⑥クラウドファンディング活用サポート事業
団体:津島石採祭車保存会中部車(津島市)、内容:山車の躯体部分の修理、目標金額:80万円→支援金額106万円、募集期間:2020年1月14日～2月29日
- ⑥山車まつり支援アドバイザーの運用
相談件数:1団体
- ⑦ホームページの管理・運営
ページビュー数:約17万3千件、訪問者数:約7万8千件”

■(番外) 伝統・文化に触れる観光の推進

【杜の賑わい開催費】(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した。

《実績》

- 開催日時:2019年9月21日
- 開催場所:愛知県国際展示場(展示場ホールA)
- 料金:大人3,000円(買物券500円含む)、子供1,500円(買物券500円含む)
- 販売・来場者実績:チケット販売/3,715枚(1部1,884枚、2部1,831枚)
- 来場者数/3,378人(1部1,706人、2部1,672人)
- 出演団体(創作演目を除く):とこなめ山車まつり(常滑市)、真清伶人会(一宮市)、大海放下保存会(新城市)、朝倉梯子獅子保存会(知多市)、琉球国際太鼓(沖縄県)、豊浜鯛祭り(南知多町)、公益財団法人につぼんど真ん中祭り文化財団(名古屋市)、刈谷万燈保存会(刈谷市)、豊橋鬼祭(豊橋市)、安城七夕まつり(安城市)

【文化芸術連携推進事業】(文化芸術課)

愛知県文化芸術振興条例の普及・啓発を目的としたシンポジウムや、愛知の多様な文化資源を活用し、関係団体と連携したワークショップを開催した。

《実績》

- シンポジウム(文化芸術フェスタあいち in 東三河)
日時:2020年2月22日、場所:豊川市御津文化会館(ハートフルホール)文化ホール、参加者:312名、
内容:名古屋市立工芸高等学校生徒によるバンド「木工戦隊ゴリンジャー」ライブパフォーマンス、俳人・夏井いつき氏による句会ライブ
- 文化芸術ワークショップ
 - ✓ 文化芸術まち歩きツアー
日時:2020年2月15日、場所:やきもの散歩道(常滑市)、参加者:13名、内容:写真の専門家を講師に迎え、街を歩きながら写真を撮影し、地域の新たな魅力の発見を目指す。
 - ✓ その他、福祉・教育・産業分野と連携したワークショップを開催

(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(2019年9月7・8日)
 - ✓ ラグビーワールドカップファンゾーンへの出展(2019年9月20・23・28日、10月5・12・13日)
 - ✓ サムライ・ニンジャフェスティバル2019への出展(2019年11月10日)
 - ✓ 札幌駅前通地下歩行通路でのPRブース出展(2020年1月29・30日)
- PRグッズの製作
なごやめし飲食店マップ改訂版(日本語40,000部・英語30,000部)
- 国内向けPR
 - ✓ カルビー株式会社による「ポテトチップス みそかつ味」発売
 - ✓ なごやめし応援大使による、中日ドラゴンズ春季キャンプへのなごやめしの差し入れ

- 「なごやめし」を核としたワンハンドフードの開発
ワンハンドフードのアンケート調査、試作の実施(円頓寺商店街)

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)

2015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。2019年も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
 - ✓ 2019年6月15・16日 二子玉川ライズ・ガレリア
 - ✓ 2019年9月27・28日 青山スパイラル
- 関西圏プロモーション
 - ✓ 2019年12月14・15日 せんちゅうパル
- 愛知の観光物産展
 - ✓ 2019年7月13・14日 クイーンズスクエア横浜
 - ✓ 2019年11月16・17日 有楽町駅前広場
 - ✓ 2020年2月15・16日 池袋サンシャインシティ

【愛知・知多半島マーケット 2020 開催費負担金】(観光振興課)

2019年8月30日に「Aichi Sky Expo」(以下「展示場」)がオープンしたことを端緒とし、展示場の地元である知多半島における観光資源を県内外に向けてPRするため、観光・産業・物産をテーマとし、知多半島の観光資源をメインとして、県内の観光資源についても併せてPRを行った。

《実績》

開催日:2020年1月25・26日、場所:愛知県国際展示場、来場者:15,376人

【あいちの酒需要拡大の促進】(産業振興課)

首都圏・県内の消費者や訪日外国人等をターゲットに、県内中小酒造メーカー等のPR、販売促進活動を支援した。

《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:3回
- 県内での販売会の実施:2回
- 日本酒等販売促進会議の開催:1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 1,234店(2019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:39 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:2020 年 2 月 8 日、場所:東京都品川区(ライフコーポレーション大崎ニューシティ店)、出席者:愛知県知事、JA あいち経済連会長等

【第 58 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:2019 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:41,000 名

【いいともあいちブランド力強化事業】(食育消費流通課)

うなぎや名古屋コーチンといった本県の主要品目のブランド力強化と、これら主要品目以外にも存在する産出額がトップレベルの農林水産物やその加工品について、県内外に向けていいともあいち運動を活用したプロモーションを行った。また、主要農業県としての地位を維持し続けるため、次代を担う本県開発の新たな品目・品種の知名度向上に向けた取組を実施した。

《実績例》

- SNS を活用したイメージアップ情報の発信、グルメサイトとのタイアップによる首都圏飲食店でのメニューフェア開催(2019 年 11 月 5 日～12 月 4 日、東京都内飲食店 20 店舗)
- 名古屋コーチンの日消費拡大イベント開催
- おもてなし花壇設置、フラワーバレンタインプロモーション推進
- 第 8 回愛知県茶会開催
- ICT 技術を活用した県産水産物の知名度向上
- 本県が開発したカンキツ新品種「夕焼け姫」、「かがり弁ギク」のブランド化の推進・定着

(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・愛知を目指した。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PRRし、国内外からの誘客を図った。

《実績》

●観光プログラムの開発

➤ ガイダンス

- ✓ 内容:本事業の目的やスケジュール、カリキュラム、先進事例などを説明。
- ✓ 開催日:2019年8月21日
- ✓ 場所:愛知県産業労働センター18階セミナールーム
- ✓ 参加:市町村観光担当者、市町村観光協会(市町村観光担当課長及び地域観光協会専務理事等会議内で実施)

➤ ワークショップ

- ✓ 内容:専門家の指導のもと、各事業者が自身の従事する産業を活用した観光プログラムを造成するワークショップを2会場で各2回開催した。

[第1回]

- ✓ 開催日:2019年9月20日
- ✓ 会場:名古屋市内・岡崎市内
- ✓ 講師:和歌山大学経済学部 経済学部教授 大澤健氏、アソビュー(株)日比野理人氏

[第2回]

- ✓ 開催日:2019年10月17日(岡崎市内)・18日(名古屋市内)
- ✓ 会場:岡崎市内・名古屋市内
- ✓ 講師:アソビュー(株)日比野理人氏

➤ セミナー

- ✓ 内容:個別事業者が商品化した観光プログラムに横串を刺して、地域全体で活用できる地域人材(地域観光協会・観光事業者等)を育成するセミナーを開催。
- ✓ 開催日:2019年11月29日
- ✓ 講師:日本旅行総研 桂 武弘氏
- ✓ 場所:愛知県産業労働センター10階会議室
- ✓ 対象:市町村・地域観光協会・まちづくり団体職員

●観光プログラム販売プロモーション

- Web 媒体:asoview!地域特集ページへの掲載(12月中旬～)
- 紙媒体:月刊誌 Cheek、季刊誌「春びあ東海版」への掲載(2月)
- プロモーション事業者(合計11社)ノ鳴海絞(こんせい)、抹茶体験(西条園抹茶カフェメイカーズピア店)、着物和文化体感(和装カジウラ)、料亭で文化体験(河文)、七宝焼き体験(七宝焼きアートヴィレッジ)、日本酒石鹸づくり(臼屋酒店)、守口漬体験(扶桑総本家)、箱すしづくり体験(半田市観光協会)、みそまるづくり体験(みそぱーく)、SUP 体験(蒲郡 LOVEEARTH)、渥美半島の森ガイドツアー(渥美半島☆自然観察ガイド)

【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した。

《実績》

- 現況及びニーズ調査の実施

- ✓ 実施内容:本県のナイト観光の現況及びニーズについて、宿泊施設及び宿泊者の双方にアンケートを実施し、課題の洗い出しを行うとともに、夜間の観光消費を喚起できる施策のヒントを得た。
- ✓ 実施時期:調査/5～11月、取りまとめ/11月
- ✓ 調査対象:愛知県内宿泊施設及び宿泊者
- ✓ 調査項目:ナイト観光に関する現状、ニーズの把握
- 先進事例調査の実施
 - ✓ 実施内容:県内各地や全国の先進事例を調査し、事例集として取りまとめた。
 - ✓ 実施時期:調査/5～11月、取りまとめ/11月
 - ✓ 調査対象:愛知県内を含む全国の都道府県
 - ✓ 調査項目:ナイト観光に関する先進事例
- フォーラムの開催
 - ✓ 内容:現況及びニーズ調査や先進事例調査の結果を広く県内の関係者と共有すべく、著名なスピーカーを招いたフォーラムを開催してイノベーションを促進し、ナイト観光プログラムの造成機運を盛り上げた。
 - ✓ 開催日:2019年12月6日
- 商品化支援プログラム
 - ✓ 実施内容:ナイト観光プログラムの商品化を考える事業者を広く公募し、その事業内容を新規性・確実性・収益性・継続性などの観点から審査の上、優秀な事業者(複数)に対して、事業資金の支援を行った。
 - ✓ 応募件数:11件、採択件数:5件

【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》

9市1町の商品に3,733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 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した。

《実績》

- 期間中の観光・レクリエーション資源利用者数:3,660万人(前年比100.6%)
- 期間中の日本人宿泊者数:3,917千人(前年比110.6%)
- 新幹線を利用した旅行商品による送客数:前年比約103%
- 愛知DC周遊バス乗客数:851名(前年比206.6%)

②各種広報媒体による情報発信

【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した。

《実績》

➤ 掲載・放映等実績

- ✓ テレビ:件数/6件(帰れマンデー見っけ隊!!、おふくろ、もう一杯(4件)、昼めし旅)、内容/四季桜、郷土料理(ぼら雑炊、もち菜雑炊、白醤油のうどん、箱ずし、法性寺ねぎ、地鶏)
- ✓ 新聞:件数/168件(旬刊旅行新聞、朝日新聞、読売新聞、東京新聞 等)、内容/徳川家康と服部半蔵忍者隊お披露目式、トリエンナーレ、観光物産展、焼き物、有松、紅葉 等
- ✓ 雑誌:件数/50件(ことりつぷ Magazine、美術手帖、OZ magazine、リンネル 等)、内容/あいちトリエンナーレ、AICHI IMPACT、焼き物 等
- ✓ Webメディア:件数/1,940件(Yahoo! ニュース、読売新聞オンライン、時事ドットコム等)、内容/あいちトリエンナーレ、徳川家康と服部半蔵忍者隊お披露目式、首都圏観光物産展、あいちとぎふ 見にトリップ×戦トリップ、AICHI IMPACT、焼き物、有松、紅葉 等

➤ アプローチシート実績

10件

(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を行った。また、市町村・観光協会職員向けのセミナーを開催することで、FCへの理解を深め、新たなFC設立を促した。

《実績》

- ロケ支援件数:24件
- パネル展:都内で2回開催
- ロケ地マップ:撮影支援を行った2作品について各1万部作成
- 市町村・観光協会職員向けセミナーの開催(2020年2月5日、参加者27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》

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)

新たな観光素材の振興として、愛・地球博記念公園(モリコロパーク)においてポップカルチャーイベントを開催し、愛知県をポップカルチャー観光の聖地とする認知度向上と誘客促進を図った。

《実績》

開催日:2020年1月12日、開催場所:愛・地球博記念公園、来場者数:約7,200人(推計)

(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

【あいちの離島関係人口創出事業】(市町村課地域振興室)

離島の関係人口創出のために、勉強会を行い、島の強みや課題を再認識し関係人口との関わり方を考えた。また、テレビや情報雑誌、SNS、イベントを通じ、島の暮らし、文化、歴史の魅力等の情報発信を行った。

《実績》

- テレビ番組:6局7件
- 雑誌:ソトコトへあいちの離島の取り組みを掲載
- インスタグラム:投稿数577回、フェイスブック:投稿数49回
- イベント:アイランダー、県内外イベントなど、出展計6回

【あいちの山里関係人口創出事業】(市町村課地域振興室)

「愛知高原・奥三河ベース」を設置し、観光資源を含む三河山間地域の魅力を、テレビ番組やSNSを通して発信し、併せて誘客イベントを実施することで、三河山間地域と多様に関わり、地域のファン・サポーターとなり得る「関係人口」の創出を図った。

《実績》

- 情報発信
テレビ番組放映:27回、WEB・SNSによる情報発信
- 誘客イベント
 - ✓ スマホアプリを活用した誘客イベントの実施:参加人数102人
 - ✓ アウトドアイベントの実施:参加人数380人
 - ✓ ルートバスの運行:2本(参加人数265人)

(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った。

《実績》

- 協議会の設立
2019年7月4日、「愛知県街道観光推進協議会」を設立
- 各地域・団体の交流連携のための情報共有・発信
 - ✓ 協議会を通して、市町の取り組みを県全域で共有し、機運の醸成を図った。
 - ✓ 県公式観光ホームページ「Aichi Now」を活用し、各地域の取り組みやイベントを外に向け積極的に情報発信し、誘客促進を図った。
- 旅行会社と提携した取り組み
旅行会社と連携し、旅行商品による地域イベント等への誘客に向け、意見交換・情報交換を実施した。
- 地域イベントとの連携した取り組み
参画地域が開催する街道イベント等と連携し、他地域の街道のPRを実施し、広域での街道観光の取り組み強化の機運を醸成し、相互誘客を図った。

(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

【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(2019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:27件、61,392千円

(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:178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(469回)、工作教室(213回)
- プログラム参加者数:もりのツアー(3,666人)、工作教室(3,934人)

(13) 自然公園の活用

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:2019年4月～2020年3月の日曜日・月曜日(年52回)、参加者数:232名

➤ 歩こう大会

開催日:2019年10月20日、内容:ウォーキング(犬山市・扶桑町内の14km)、参加人数:126名

(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、ジブリの世界観を表現した施設の実施設計を行うとともに、ジブリの大倉庫の整備が予定されている旧温水プール棟の撤去工事に着手した。また、来園者の円滑な案内・誘導や安全な移動に係る公園整備の基本設計などに着手した。そのほか、交通対策について関係者・関係機関と協議・調整を進めるなど、開業に向けた準備を行った。

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

【お立ち寄り観光魅力発信事業】(観光振興課)

近隣県には有力観光地が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、本県の観光客及び観光消費額の増加を目指した。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、広域観光を推進した。

(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》

- 中国国際航空(供給拡大、中部ー上海の貨物便開設を要望)
- 中国南方航空(中部ー広州線のデイリー化を要望)
- ガルーダ・インドネシア航空(中部ージャカルタ線利用促進への意見交換)
- ベトナム航空(中部ーホーチミン線機材大型化、中部ーダナン線開設を要請)
- ベトジェットエア(中部就航を要請)

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)

名古屋港については、名古屋港及び本県の観光魅力 PR をするために、上海・香港をターゲットとしてクルーズ船誘致を図るとともに、寄港地ツアーの造成の働きかけやクルーズ船寄港時の観光案内業務の充足を図った。三河港蒲郡地区については、港の知名度向上及び三河港へのクルーズ船誘致を図るために、外航クルーズ船社の担当者等を上海等から招請し、県内現地視察を実施した。

《実績》

●名古屋港

- ポートセールス ※名古屋市共同事業
 - ✓ 日程:2019年7月23～26日
 - ✓ 訪問先:C-trip、ロイヤルカリビアン(上海)、ノルウェージャン、コスタクルーズ、MSC クルーズ、ロイヤルカリビアン(香港)、ゲンティン香港
- 招請 ※名古屋市共同事業
 - ✓ 日程:2020年2月13日
 - ✓ 被招請者:コスタクルーズ(1社1名)
- セミナー開催
 - ✓ 日程:2020年2月15日
 - ✓ 内容:各社の新型コロナウイルス感染症への対策、旅行会社やクルーズ船社によるプレゼンテーション、お楽しみ抽選会、船社や名古屋港のブース開設など
 - ✓ 参加人数:64名

●三河港

- 招請事業
 - ✓ 第1回/期間:2020年2月5～8日、被招請者:プリンセスクルーズ、ノルウェージャンクルーズ 各社1名
 - ✓ 第2回/期間:2020年2月27日～29日、被招請者:コスタクルーズ1名(2月28日ばしふいづくびいなす寄港に合わせて実施)

●国内ランドオペレーター等へのセールスコール

6回(東京・広島等)

●名古屋港寄港時の観光案内(名古屋市共同事業)

1回実施(4月9日)

(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 アフターキャンペーン期間中に走行させた。

《実績》

設定:33 コース 38 便、催行:24 コース 29 便、乗客数(乗車率):851 人(50.5%)、満足度:全便平均 87.2%

【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:東三河地域
- ✓ パンフレット作成部数:日本語 4,000 部、英語・中国語(繁体字)・中国語(簡体字)各 1,500 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得て、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対策を実施した。

《実績》

新型コロナウイルス感染症の拡大を受け、愛知の公式観光 Web サイト「Aichi Now」において、多言語コールセンターの周知を図った。

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

【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:2019 年 9 月 9 日、会場:愛知県国際展示場(Aichi Sky Expo)会議室 L1、参加者数:103 名
- 国内 MICE 見本市への出展
東京で開催された MICE の商談会「IME2020」に参加し、バイヤーと商談を行った。
開催日:2020 年 2 月 26 日、会場:東京国際フォーラム、参加者:セラー 96 団体、バイヤー 363 名、商談数:10 件
- 海外 MICE 見本市への出展

欧州 2 大 MICE 見本市の一つ、「IBTM World 2019」に出展(JNTO が設置したジャパンプースに参加)。

開催日:2019 年 11 月 19~21 日、日本ブース出展団体:22 団体(JNTO を含む)、商談件数:37 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、現地航空会社との共催による商談会や旅行会社等の個別訪問や現地視察等を行った。
 - ✓ 「JNTO インセンティブセミナー商談会(ジャカルタ・クアラルンプール会場)」
 - ✓ 「JNTO インセンティブセミナー商談会(ホーチミン・マニラ会場)」
 - ✓ 「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 MICE 説明会」を開催し、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:2020 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 21 団体、東京学会・協会・旅行会社(バイヤー)等 57 団体 93 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:2019 年 10 月 24~26 日、会場:インテックス大阪、商談件数:30 件
- Meet Japan への参加
JNTO が主催する招請事業に参加し、当地域への MICE 誘致を図った。
開催日:2019 年 12 月 9・10 日、被招請者宿泊先:ヒルトン名古屋
 - ✓ 主な視察先等:名古屋市内(ヒルトン名古屋、トヨタ産業技術記念館、名古屋城本丸御殿、名古屋コンベンションホール)、知多地域(施設:愛知県国際展示場、半田赤レンガ建物)
- 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 イギリス 各 2 名、デンマーク・ドイツ・インドネシア・ベトナム・マレーシア各 1 名
 - ✓ 招請期間:2019 年 12 月 3~6 日
- JNTO シンガポール事務所等と連携したファミトリップの実施
 - ✓ 実施日:2019 年 5 月 28~30 日、名古屋市内
 - ✓ 主な視察先等:名古屋城本丸御殿、トヨタ産業技術記念館、大須商店街、有松鳴海絞り体験、フォーポイントバイ・シェラトン、愛知県国際展示場、中部国際空港、Flight of Dreams
- 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・令和元年度版年報』及び『日本機械学会誌』に PR 広告を掲載
- テクニカルビジットメニューの調査・開発
MICE 訪問者からのニーズが高く、当地域の強みであるテクニカルビジット(産業視察)について、MICE 訪問者用にメニュー化し、国内外の MICE 主催者・プランナー等に提供するためのプロモーション用データを作成し、協議会ウェブサイトに掲出した。
 - ✓ 掲載企業:愛知県内 29 企業

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費】(産業人材育成課技能五輪・アビリンピック推進室)

2019年11月に県内4市9会場で技能五輪全国大会・全国アビリンピックを開催した。また、2020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作成した。

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)

2023年の技能五輪国際大会を本県で開催するため、WSI(WorldSkills International)加盟国・地域に対する招致活動等を実施した(開催地はフランス・リヨンに決定)。引き続き2025年大会の招致に向けて、国及び経済団体等に対して働きかけを行った。あわせて、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した。

■(番外)ワールドロボットサミット及びロボカップアジアパシフィック大会の開催に向けた取組

【ワールドロボットサミット・ロボカップアジアパシフィック大会開催準備】(産業振興課ロボット国際大会推進室)

大会開催委員会及び部会を開催するとともに、大会開催計画の策定、気運醸成のためのイベント開催・情報発信、県内競技チームの活動支援、レガシーとなる新たなロボット競技会の基本計画の策定を行った。

(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)

前年度に引き続き、建築工事を実施し、2019年8月30日に開業した。

【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)

官民が連携した運営体制の構築、運営事業者による広報宣伝、誘致・営業、施設の保守管理、設備・備品の調達など、開業に向けた準備を行うとともに、開業後は、関係者間で連携を図り、地域を挙げてAichi Sky Expoを活用した展示会産業の活性化を図った。

【愛知県国際展示場開館記念事業費】(国際観光コンベンション課国際展示場室)

国際展示場の開業を広く周知するため、関係者を集めオープニングセレモニーを行った。また、世界に開かれた展示場をアピールするため、こけら落としとなるイベントを開催した。

《実績》

- 開業式典:参加者/約1,200人(招待者のみ)
- AICHI IMPACT!2019(オープニングイベント):来場者数/約35,000人(Twitch 配信視聴件数17万件)、内容/eスポーツグローバルエキシビション、KPOP FESTIVAL

(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)

ファンゾーンの実施、交通輸送・警備の実施、ボランティアの運営等を実施した。

《実績》

- 開催期日:2019年9月20日～11月2日
うち豊田スタジアム試合日:2019年9月23・28日、10月5日(10月12日は台風により中止)
- スタジアム観客動員数:1,704,443人
うち豊田スタジアム:111,689人
- チケット販売数:1,718,176枚(中止試合除く)
うち豊田スタジアム:113,419枚
- ファンゾーン来場者数:1,137,288人
うちスカイホール豊田:60,432人
- 経済波及効果:6,464億円
うち愛知県:120億円

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資料の新規作成:2施設、視察費用の支援:のべ8件、事前合宿地PRイベントへの出展:2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回アジア競技大会の開催(2026年)に向け、共催者である名古屋市や関係市町村等との調整を図りながら、大会組織委員会の設立及び支援、選手村の後利用に関する調査・検討、大会のPR、地域活性化ビジョンの具体化の取組みを行った。

また、愛知・名古屋アジア競技大会組織委員会では、①大会開催基本計画の策定、②大会運営計画の検討、③競技会場の仮決定、④選手村の検討、⑤マーケティング活動の推進、⑥大会スローガン・エンブレムの作成、⑦OCAとの連絡、調整、⑧公益法人化に向けた準備を行った。

【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った。

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)

「名古屋ウィメンズマラソン 2020」エリート部の部、及び「名古屋ウィメンズホイールチェアマラソン 2020」を開催した(新型コロナウイルス感染拡大の影響で、「名古屋ウィメンズマラソン 2020」一般部の部及び「名古屋シティマラソン 2020」については、オンラインマラソンに代替した。また、「マラソン EXPO」は中止した。)

《実績》

- 名古屋ウィメンズマラソン 2020
開催日:2020年3月8日、参加者数:110人(エリート部の部のみ)

- 名古屋ウィメンズホイールチェアマラソン 2020
開催日:2020年3月8日、参加者数:5人

【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:2019年4月6~7日 ※競技開催は4月7日
- 開催場所:新城市、設楽町、豊根村
- 参加者:841人
- 観戦者数:約10,500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:2019年6月7~9日 ※競技開催は6月9日
- 開催場所:知多市、常滑市、半田市
- 参加者:1,531名/組(22カ国)
- 観戦者:約11,000人

【新城ラリーの開催支援】(スポーツ課)

奥三河地域への誘客拡大や特産品振興を通じた地域の活性化を図るため、「新城ラリー」の開催を支援した。(新型コロナウイルス感染拡大の影響で、無観客での開催となった。)

《実績》

- 開催期日:2020年3月14~15日
- メイン会場:県営新城総合公園
- 出場台数:56台

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
「水泳の日 2019 愛知・名古屋」の開催支援(2019年8月11日)

(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】(文化芸術課トリエンナーレ推進室)

あいちトリエンナーレは、2010年から3年ごとに開催されている国内最大規模の国際芸術祭であり、4回目となる2019年は、国内外から90組以上のアーティストを迎え、国際現代美術展のほか、映像プログラム、パフォーマンスアート、音楽プログラムなど、様々な表現を横断する、最先端の芸術作品を紹介した。

《実績》

- 会期:2019年8月1日～10月14日[75日間]
- テーマ:情の時代 Taming Y/Our Passion
- 参加アーティスト数:93組
- 総来場者数:675,939人
- 経済波及効果:約87.1億円、パブリシティ効果:約200億円
- 主な会場:愛知芸術文化センター、名古屋市美術館、名古屋市内のまちなか(四間道・円頓寺)、豊田市(豊田市美術館及び豊田市駅周辺)

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、優れたものを表彰した。

《実績》

- 応募数:31件(うち5件が書類審査通過)
- 参加校内訳:県内高校5件(1校)、県外高校0件(0校)、県内大学25件(10校)、県外大学1件(1校)、県外専門学校0件(2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:50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、

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:2020年3月18日、会場:ナディアパーク3階 デザインホール、参加者:新型コロナウイルスのため、無観客で開催

(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した。

【Aichi Tourism Trend の配信】(観光振興課)

「観光予報プラットフォーム」の観光予報データや観光実績データ、愛知の公式観光サイト「Aichi Now」の閲覧数などを分析したレポートを月 1 回発行し、市町村観光担当課にメール配信したほか、県内観光関係者サイト「Aichi Now BIZ」にも掲載し、地域の EBPM の取組みを支援した。

(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:2019年12月19日、内容:常滑やきもの散歩道、FLIGHT OF DREAMS、参加者:42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:43人(2019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) 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:115社(2020年3月31日現在)

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(112人、年2回)
- ▶ 県人会総会での県政資料配付、県政への協力依頼(40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(2019年10月2日開催、出席者数86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。なお、新型コロナウイルス感染拡大防止のため、3月に予定していた地域製品のPRイベントは中止となった。

(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提供を設置するために、小幡緑地において公募を実施し、有識者による選定委員会により事業者を選定し、提案のあった事業計画を認定した。

3 2020年度の主要な観光振興施策

2020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。なお、新型コロナウイルス感染症の影響により、事業の一部または全部が中止となることがある。

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

【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、9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高かったが、個人旅行者(FIT)の割合が年々増えている。そこで、2020年度は、中国、台湾・香港、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。

【海外観光レップ事業】(国際観光コンベンション課)

海外からの誘客を促進するためには、認知度が高いアジア市場と低い欧米豪市場の違いを考慮し、個別の市場特性を踏まえターゲットごとに課題・対策を定めプロモーション戦略を向上させる必要がある。そのため、海外の現地事情に精通した現地の事業者を「観光レップ」として設置し、市場調査等を分析した上で効果的な現地目線でのプロモーション等を通年で実施し、より一層の観光地としての認知度向上及び更なる誘客を図る。

⑦ 動画による情報発信

【観光デジタルマーケティング推進事業】(観光振興課)

我が県の観光施策のデジタル化を強力に推進するとともに、本県の観光資源が有する魅力を効果的に伝えていくことを目的に、ウェブページに比べて圧倒的な情報量を伝えられる動画を作成した上で、ターゲットを絞った動画広告を配信して当該動画への視聴を促し、本県への誘客を図るとともに、広告や動画に対するユーザーの反応を収集・分析することで、次期マーケティングに役立てる事業を実施する。

(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、外国人旅行者の問い合わせ対応、及びコールセンターの利用登録を行った観光関係事業者を対象とする電話通訳サービス等を24時間365日、9言語(一部言語に制限あり。)で提供する、愛知県多言語コールセンターを運営する。

【外国人旅行者受入環境整備広報事業】(国際観光コンベンション課)

愛知県多言語コールセンター及び無料公衆無線 LAN 簡易接続化アプリを周知・PRするための動画を作成し(英語、中国語)、外国人旅行者向けにWEB広告やデジタル広告の配信を行う(4か月以上の配信予定)。

【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)

本県の観光事業者を対象に外国人の受入環境整備全般についての情報提供や相談会などを実施して啓発することで、本県の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を獲得し、更なる誘客を行う。

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。

【愛知のお城観光推進事業】(観光振興課)

愛知県は信長、秀吉、家康の「三英傑」と呼ばれる全国的にも知名度の高い武将の出身地として、歴史的価値の高い城郭・古戦場跡地等が多数存在するが、多くの市町村では、それらを観光資源として有効活用できていない現状がある。そこで、城郭・城址の持つ価値の再発見を促すとともに、市町村同士の情報共有、広域に効率的に情報発信を行うため、協議会を設立し、首都圏でのイベント、横浜で開催される「お城エキスポ」への出展、全国のお城をテーマとした「にっぽん城まつり」の開催を行う。

- 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

【武将・産業・忍者観光パンフレットの作成】(観光振興課)

愛知・岐阜・三重広域観光推進協議会において、武将観光施設、産業観光施設及び忍者観光施設を紹介するパンフレットを作成する。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

【あいち山車まつり活性化事業】(文化庁文化芸術課文化財室)

「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(研修会は中止、総会は書面開催)②シンポジウムの開催、③【新規】共催研修会の開催、④情報発信事業(次世代育成事業を含む。)、⑤あいち山車文化魅力発見講座の実施、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

【EC サイトを利用した県産農林水産物の販売等】(観光振興課・食育消費流通課)

新型コロナウイルスの感染拡大により打撃を受けた観光物産品や農林水産物等の販路を拡大するため、通販サイトを活用し、消費者の購買意欲を後押しする割引サービスなどを行うことで、観光物産品や農林水産物等の販売を促進する。また、県産農林水産物を利用している飲食店、販売店等におけるテイクアウト、デリバリー等の情報を紹介する「食べて応援プロジェクト」掲示板を県ホームページ内に開設する。”

(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)

本県には、歴史(城郭・武将・街道)や産業、山車・祭文化、グルメ、自然など多彩な地域資源があるものの、観光資源としてうまく活用しきれていない。そこで、これらの地域資源を体験観光等の着地型観光プログラムとして商品化することを促進する。また、商品化した着地型観光プログラムをプロモーションすることで、愛知の地域資源を活かした誘客を図る。本事業では、観光業、製造業、農林水産業といった幅広い業種の事業者に対し、観光プログラム企画のコンサルティングと実際に販売する機会を提供し、事業者自らが自走できるようになることを狙う。

【ナイト観光促進事業】(観光振興課)

着地型観光プログラムの中でも、特にナイト観光に関しては、宿泊を誘発する格好のコンテンツであるとともに、「夜がつまらない」と言われる本県の現状を打破する重要性も併せ持っている。そこで、特にナイト観光プログラムを実施しようとする事業者を支援することで、夜間の消費を呼び起こし、ひいては宿泊需要の増加を通じて客単価の向上につなげる。

(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

【LOVE あいちキャンペーン】(観光振興課)

新型コロナウイルス感染症の拡大により、深刻な打撃を受けた県内の観光関連事業者を支援するため、県民による県内旅行を呼びかけるキャンペーンを実施する。

【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。こうしたことから、2019 年度に引き続き、明確に女性をターゲットに絞り、女性がトレンドを知る上で注目しやすい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と同時に、本県で独自に画像素材を撮影し、著作権フリーの素材としてメディアに提供することにより、より効果的に記事化を促す。

【東三河「新しい人の流れ」創出事業】(東三河総局)

東三河地域への観光客の掘り起こし及び飯田線の乗客数の増加を図るため、浜松圏住民や JR 東海「さわやかウォーキング」参加者をターゲットに観光プロモーションを実施する。また、東三河来訪や飯田線利用の動機付けとなる広報素材を作成する。

(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。

(7) 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

【あいちの離島関係人口創出事業】(市町村課地域振興室)

佐久島(西尾市)、日間賀島及び篠島(南知多町)の離島3島の活性化を目指し、情報発信等による観光誘客を行うとともに、島と多様に関わり、島の活性化に寄与してくれる関係人口の創出につながる取組を実施する。

【あいちの山里関係人口創出事業】(市町村課地域振興室)

観光資源を含む三河山間地域の魅力を、テレビ番組や SNS を通して発信し、併せてスマホアプリを活用した地域周遊型誘客イベントを実施することで、三河山間地域と多様に関わり、地域のファン・サポーターとなり得る「関係人口」の創出を図る。

【東三河スポーツツーリズム推進事業】(東三河総局)

東三河地域の強みである豊かな自然(山・川・海)を活かし、アウトドアスポーツを中心とした「東三河スポーツツーリズム」を市町村、観光関係団体等と一体となって推進する。①東三河スポーツツーリズム全体構想調査事業(東三河地域のスポーツ全般の現状と課題等を抽出・分析し、東三河独自の「スポーツツーリズム」の全体構想を構築し、ツーリズムの実現に向けた効果的な展開を調査)、②東三河アウトドアスポーツツーリズム推進事業(渥美半島のサイクリング、奥三河のトレッキング、三河湾のカヤックなどを活用した東三河の広域周遊ルートを選定し、PR 素材の作成や情報発信を実施)。

【観光・産業・物産フェア開催費負担金】(観光振興課)

東三河地域で取り組まれているスポーツツーリズムの機運醸成を図り、県内外に向けてPRするため、東三河のスポーツツーリズムをメインテーマとして、観光PRも併せて行うイベントを開催する。

(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

【街道観光推進事業】(観光振興課)

愛知県は、東海道や美濃路、飯田街道をはじめ、多くの歴史街道にゆかりのある観光資源を有している。そこで、街道関係地域の連携・協力体制の強化を図るとともに、「街道」を鍵とした内外からの誘客を図り、街道観光の推進を図るため、ガイドブックの作成やメディアを活用した PR、旅行会社と連携したツアー造成等を実施する。

(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)

ジブリパーク5エリアのうち、「青春の丘エリア」、「ジブリの大倉庫エリア」、「どんどこ森エリア」の3 エリアについて本体整備工事を行うとともに、展示・演示計画の検討を行う。併せて、「もののけの里エリア」、「魔女の谷エリア」の残り2 エリアについて実施設計を行う。

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。

(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

【周遊バス支援事業】(観光振興課)

愛知デスティネーションキャンペーン期間中に運行し、好評を博した、テーマ性の高い周遊バスについて、2020年度は民間主導で運行できるよう、愛知・名古屋観光誘客協議会において企画面・財政面の両面で民間バスツアー会社を支援する。

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)

2020 年度の大会は、新型コロナウイルス感染症の拡大防止のため、厚生労働省等による無観客開催となることから、本県は開催地として、機材調達・大会運営等に協力する。

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)

2025 年技能五輪国際大会を招致するため、開催地への立候補を正式表明し、WSI 加盟国・地域に対する招致活動を行うほか、機運醸成を目的とした国際フォーラム、啓発イベントを実施する。

■(番外)ワールドロボットサミット及びロボカップアジアパシフィック大会の開催に向けた取組
【ワールドロボットサミット・ロボカップアジアパシフィック大会開催準備】(産業振興課ロボット国際大会推進室)

新型コロナウイルスの影響により、大会開催が2020年度から2021年度に延期したことを受け、ロボカップアジアパシフィック2021あいち開催委員会及び部会の開催し、延期に伴う大会開催計画の変更を行うほか、気運醸成のための情報発信等を実施する。

(2)受入環境の整備

■(番外)大規模展示場の管理運営

【愛知県国際展示場管理運営事業】(国際観光コンベンション課国際展示場室)

運営事業者の業務実施状況のモニタリング等を行うほか、県としても愛知県国際展示場の利用促進に向けたPR等に取り組む。また、運営権対価収入を原資として設置された展示会産業振興基金を財源とし、①開業5年度目までの赤字補填(及び開業6年度目以降のロスシェア)、②運営事業者と県で設置した官民連携組織(Aichi Sky Expo 活性化推進機構)が実施する事業等に要する経費について負担する。

(3)スポーツ大会の招致・育成

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】(スポーツ振興課)

合宿誘致に係る各市町村への取組支援(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回アジア競技大会の開催(2026年)に向け、共催者である名古屋市や関係市町村等との調整を図りながら、大会組織委員会の支援、選手村の後利用事業者の募集及び都市基盤整備に関する調査・検討、大会のPR、地域活性化ビジョンの具体化を行う。また、愛知・名古屋アジア競技大会組織委員会では、①大会運営計画(競技会場、宿泊、輸送等)の検討、②選手村の検討、③大会の広報活動、④マーケティング活動の推進、⑤OCAとの連絡・調整、⑥公益法人化に向けた準備を行う。

【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、名古屋市と共同で大会の開催意義やコンセプト、輸送、宿泊、メディア対応等の検討を実施するとともに、開催都市契約の内容についての精査やAPC(アジアパラリンピック委員会)との協議を実施する。

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

【観光誘客地域活動事業】(観光振興課)

新型コロナウイルス感染症の拡大により、県内各地で大幅に観光客が減少し、地域経済が深刻な影響を受けていることを受け、地域の観光振興団体に対し、観光誘客や域内周遊を目的とした、①PRの実施、②イベント・商談会の開催・出展、③キャンペーンの開催等の事業の実施を委託し、地域活性化と観光業界の再起を図る。

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

【愛知観光プラットフォーム推進事業】(観光振興課)

平成 29 年度から 3 か年で実施した愛知デスティネーションキャンペーンは、①キャリア(県外から本県への輸送を担う運輸機関等)と連携することによる旅行商品の造成の拡大、②地域資源の発掘・磨き上げスキームの確立、③県と市町村の連携強化、という 3 つのレガシーを残した。そこで、これら 3 つのレガシーを活用し、継続的な観光誘客と観光消費額の増加を図っていくため、単一市町村では実現できないキャリアとの連携や市町村界を越えた連携を広域自治体である県主導で実現し、市町村が活躍できる場を構築(協議会発足)するとともに、地域資源の商品化を促進して、客数アップと客単価アップを図る。

【観光消費喚起事業】(観光振興課)

新型コロナウイルス感染症の拡大により、県内各地で大幅に観光客が減少し、地域の観光関連産業は深刻な影響を受けている。これを受け、県においても、金融や税制面での支援を行ってきたところであるが、今後、感染症に一定の収束が見られた後は、需要喚起面での支援をいち早く実施し、観光関連産業の経営を持続可能な安定軌道に乗せる必要がある。そこで、国の「Go To トラベルキャンペーン」の効果を本県に呼び込む施策も実施しながら、本県に確実に宿泊・観光してもらえる助成メニューを用意し、県内観光関連産業の早期の復活を支援する。

【高速道路を活用した誘客促進事業】(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。本県は言わずと知れた自動車王国であり、高速道路網も充実していることから、移動手段としては鉄道よりも自動車の方が遙かに利便性が高い。このことから、他県より自動車で来県する方をターゲットに、県内の周遊促進及び観光消費額をあげるための施策として、NEXCO 中日本と連携した広域観光を推進する。

【県内観光周遊促進連携事業】(観光振興課)

県内観光地を周遊する際に、二次交通との連携は不可欠である。今回、県内の公共交通網の一翼を担う名古屋鉄道とタイアップして、名古屋鉄道の周遊乗車券を活用した県内観光地の周遊促進を図る。

(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2019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、2020年9月10日(木)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	出席
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	欠席
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	東海学園大学経営学部 客員教授	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

2020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
(2019年度年次報告書)
2020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/>