

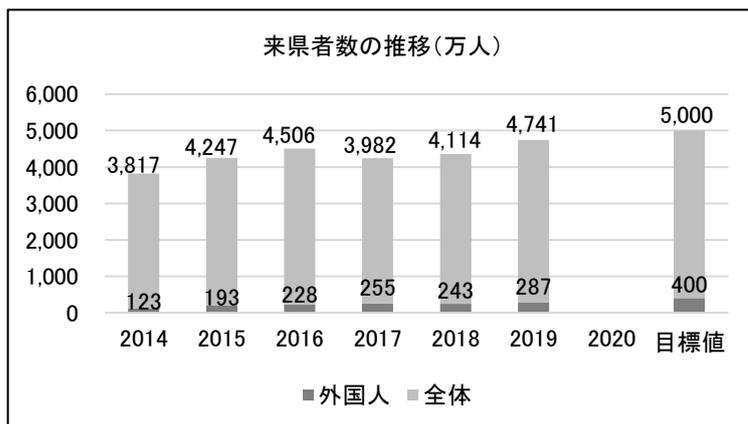
2020 年度版 あいち観光戦略に基づく観光振興施策の実施状況 (2019 年度年次報告書) の概要

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

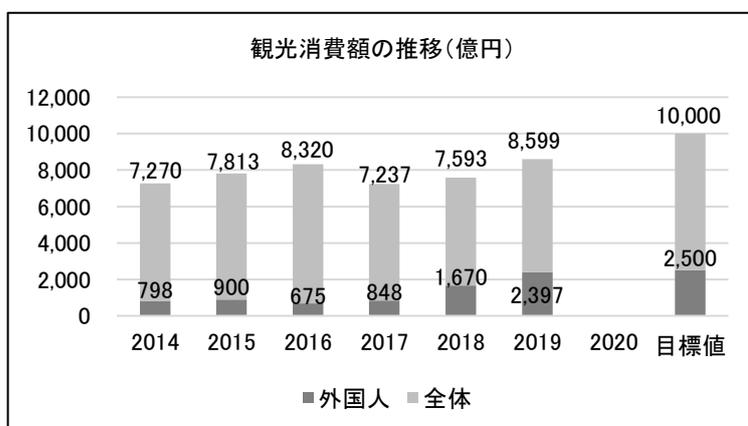
(1) 来県者数

2019 年は、全体は、前年(2018 年)と比較して、4,114 万人から 4,741 万人(15.2%増)、外国人は 243 万人から 287 万人へ(18.1%増)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(本冊 4 頁)



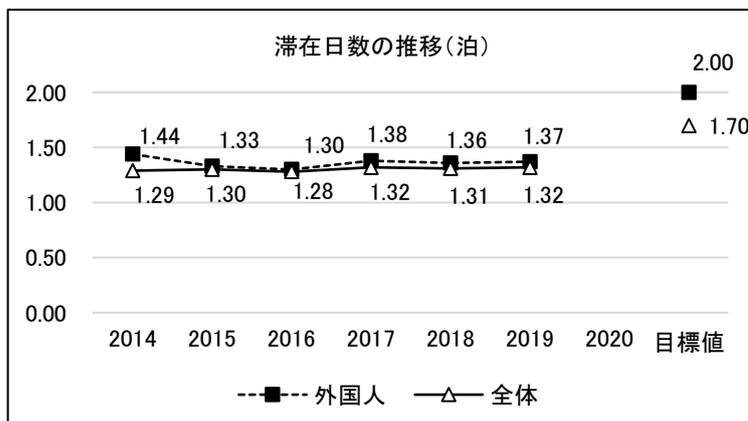
(2) 観光消費額

2019 年は、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。(本冊 5 頁)



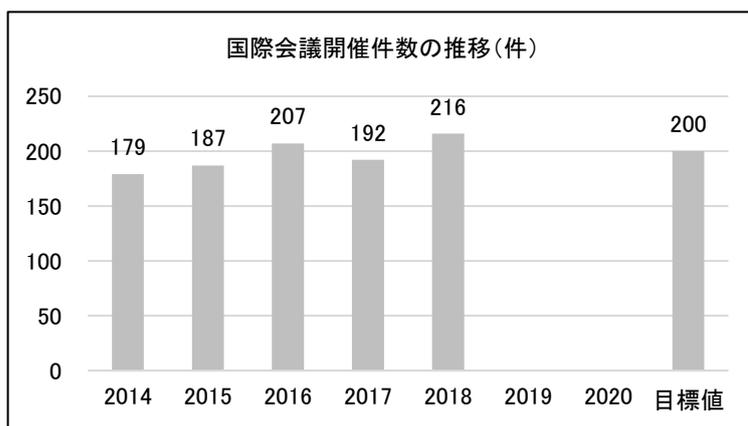
(3) 滞在日数

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。(本冊 6 頁)



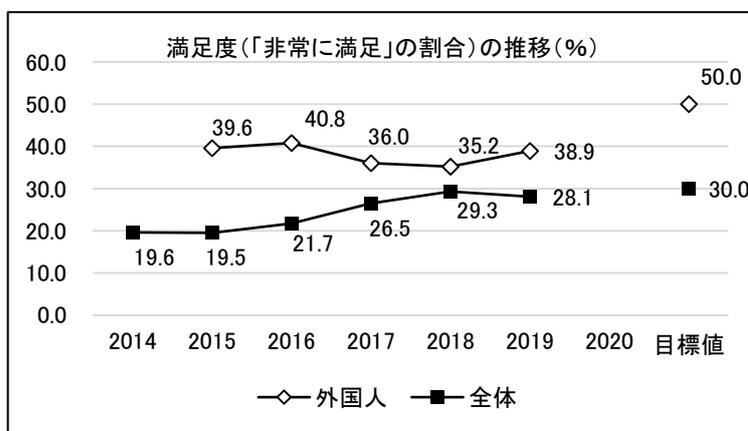
(4) 国際会議開催件数

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。(本冊7頁)



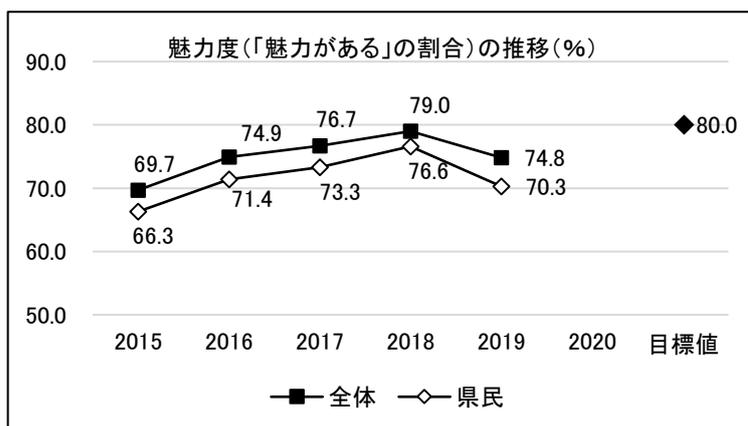
(5) 満足度

「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。(本冊8頁)



(6) 魅力度

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。(本冊9頁)



第2 2019年度の主要な観光振興施策の実施状況（抜粋）

（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

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に、アメリカで誘客促進のプロモーションを行ったほか、本県を訪れる外国人旅行者の8割以上を占めるアジアについても、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（個人旅行者）向け観光プロモーションを実施した。また、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（オフィシャル・トラベル・エージェンシー）と連携し情報発信を図った。

（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、本県が持つ魅力を大いにPRして誘客を推進した。

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」の発信を行ったほか、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（アフターキャンペーン）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運行し、県内の観光資源を生かした周遊促進を図った。

第3 2020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

現地事情に精通した海外観光レップを設置し、国・地域ごとのマーケットに応じたPR・プロモーションを実施しているほか、ターゲットを絞った動画広告を配信して、コロナ収束後の本県への来訪意欲の促進を図っている。

（2）戦略Ⅱ 観光資源の充実とブランド化の推進

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「LOVE あいちキャンペーン」を実施している。

また、同じく感染症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している。

（3）戦略Ⅵ 民間活力の活用

2017年度から3か年で実施してきた愛知デスティネーションキャンペーンのレガシーを生かし、単一市町村では実現できないキャリア（県外から本県への輸送を担う運輸機関等）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いる。