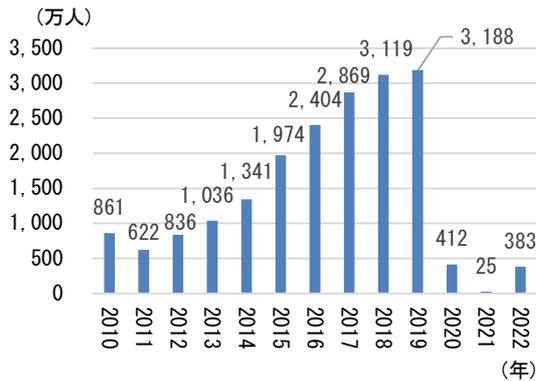


2 選ばれる魅力的な地域づくり

1 我が国及び本県の観光の動向

我が国の訪日外国人旅行者数は、2019年までは、過去最高を更新していましたが、新型コロナウイルス感染拡大に伴い、水際対策の強化が継続されたことなどにより、2021年は、2020年に続き大きく減少しており、本県の来県外国人旅行者も同様の傾向にあります（図表4-2-1、4-2-2）。

図表4-2-1 訪日外国人旅行者数の推移（全国）



※2022年は速報値

出典：日本政府観光局「訪日外客統計」

図表4-2-2 来県の外国人旅行者数の推移



※2011年は、4-12月のみで訪問率を算出

2020年は、1-3月のみで訪問率を算出

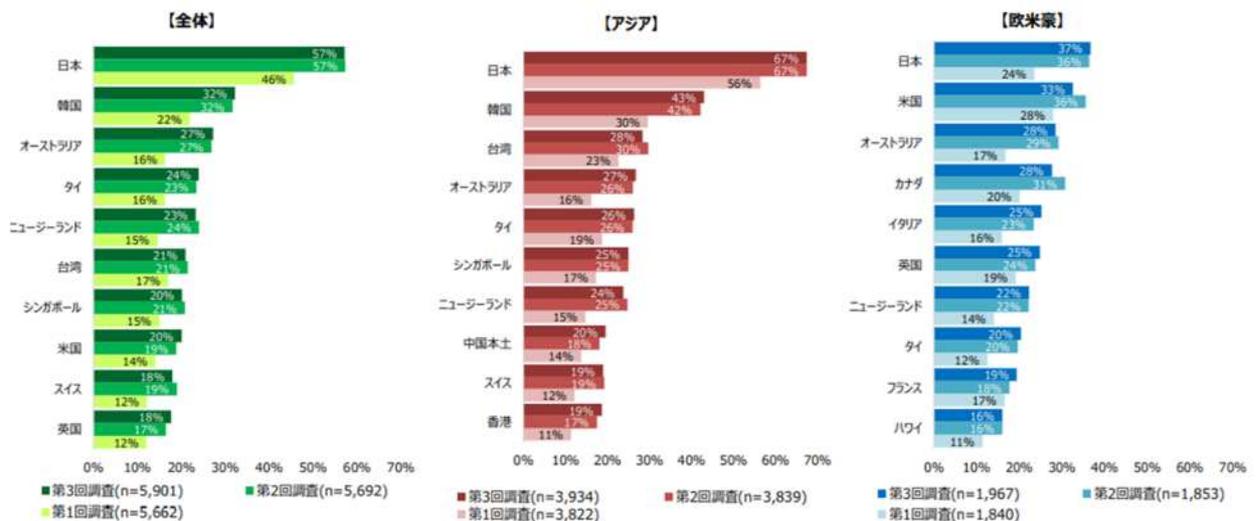
2021年は観光庁「訪日外国人消費動向調査」が一部実施できなかったことから欠測

出典：日本政府観光局「訪日外客統計」、観光庁「訪日外国人消費動向調査」より算出

UNWTO（国連世界観光機関）の専門委員会によると、アジア太平洋地域の国際観光客の回復見通しについて、専門家の意見の多くは2024年以降の回復と予測しており、回復が遅れる市場と捉えられています。

一方で、アジア・欧米豪（韓国、中国、台湾、香港、タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、アメリカ、オーストラリア、イギリス、フランス）の12地域の居住者の旅行に対する意向として、次に海外旅行したい国・地域では、日本が第1位となっており、特にアジアでの人気が高くなっています（図表4-2-3）。

図表4-2-3 次に海外旅行したい国・地域（上位10か国・地域）



※第1回調査、第2回調査及び第3回調査はそれぞれ2020年（令和2年）6月、2020年（令和2年）12月、2021年（令和3年）10月に実施。「次に観光旅行したい国・地域」の選択肢からは、回答者の国・地域及び近隣の国・地域（中国-香港-マカオ、マレーシア-シンガポール、タイ-マレーシア、米国-カナダ・メキシコ・ハワイ・グアム、オーストラリア-ニュージーランド、英国・フランス欧州各国）を除いている。

出典：国土交通省「令和4年版観光白書」

政府が水際対策の緩和を進める中、インバウンド*回復・拡大の機会を逃すことなく、外国人旅行者を取り込んでいくためには、ジブリパークをはじめとするビッグプロジェクトの効果を最大限生かすとともに、その先のアジア競技大会・アジアパラ競技大会の開催を見据え、愛知ならではの魅力の向上やPRなどを実施していくことが重要です。

このため、本県では2023年9月に「2023日台観光サミット*in愛知」を開催するとともに、2025年の「ツーリズムEXPOジャパン*」のAichi Sky Expoへの誘致を推進しています。

2 ジブリパークを活用した圏域全体の魅力向上

2005年開催の愛知万博の理念と成果を次世代へ継承し、愛・地球博記念公園の魅力と価値を一層高めるため、スタジオジブリ作品の世界観を表現した唯一無二の公園施設として整備している、ジブリパークが2022年11月1日に開園し、大変な賑わいを見せています。2022年は、第1期として「ジブリの大倉庫」、「青春の丘」、「どんどこ森」の3エリアがオープンし、2023年度には、第2期として、「もののけの里」、「魔女の谷」の2つのエリアのオープンを予定しています（図表4-2-4）。

図表4-2-4 ジブリパーク（第1期開園3エリア）

ジブリの大倉庫



青春の丘



どんどこ森



© Studio Ghibli

スタジオジブリ作品が持つ普遍的な価値・魅力により、今後も国内外から多くの観光客が見込まれるため、ジブリパークを目的に来県した観光客を、県内での宿泊や周遊に導き、県内の観光関連産業の振興や地域の活性化につなげていくことが重要です。

このため、本県では、特設サイト「ジブリパークのある愛知への旅」による、ジブリパーク来園者やジブリファン向けに特化した県内の観光プログラムの販売・紹介やモデルコースの提案、スタジオジブリが観光動画として制作した「風になって、遊ぼう。」によるPR・魅力発信などを実施しています（図表4-2-5）。また、愛・地球博記念公園において、「あいち市町村フェア」や「中部・北陸いいものフェア」を開催し、県と県内市町村、中部・北陸地域の自治体と連携した飲食物・特産品の販売などを通じて、愛知県などの魅力を発信することで、来園者にリピーターになっていただくとともに、ジブリパークのファンの拡大をめざしています。

図表4-2-5 ジブリパークのある愛知 ロゴマーク



さらに、ジブリパーク周辺自治体や交通事業者と協力して設立した「ジブリパーク構想地域連携協議会」が主体となり、新たな産業や賑わいの創出、多様な人材の育成、キラーコンテンツを活かした観光戦略など、地域活性化につながる様々な施策を展開しています。

また、ジブリパークが地域に根付き、世代を超えて愛される施設となるためには、愛知県民に親しまれ、誇りとなる施設であることが必要です。このため、開園した2022年が愛知県政150周年に当たることから、愛知の将来の発展を牽引する象徴的なプロジェクトとして、県政150周年記念事業に位置づけるとともに、県民にジブリパークに触れていただけるよう、現在の愛知県が1872年11月27日に誕生したことにちなんで、毎月27日をジブリパークの「県民デー」とし、県民の皆様一般販売より一足早くチケットを購入していただける機会を設定しています。

コラム

愛知万博20周年記念事業

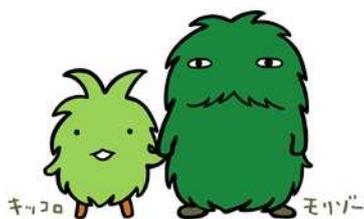
本県において2005年に開催された愛知万博（愛・地球博）は、“自然の叡智”をテーマとして、121カ国4国際機関が参加し、会期中（2005年3月25日～9月25日）の185日間に2,200万人が来場しました（図表4-2-6、4-2-7）。万博は、元来国力を対外に示す見本市として開催されていましたが、愛知万博は環境をテーマに掲げた画期的な万博であり、万博の歴史を大きく塗り変えた万博となりました。

また、本県では、愛知万博の理念を継承するため、2010年には生物多様性条約第10回締約国会議（COP10）、2014年には持続可能な開発のための教育（ESD）に関するユネスコ世界会議を誘致しました。さらに、10年目の節目の年に当たる2015年には、愛・地球博記念公園をメイン会場として、第32回全国都市緑化あいちフェア（花と緑の夢あいち2015）を開催しました。そして、2022年には、愛知万博の理念と成果をより良い形で継承するため、ジブリパークが開園しました。

20周年の節目を迎える2025年には、愛知万博の理念と成果の再認識・継承を図るとともに、ジブリパークと連携して本県の魅力を国内外に発信する取組を実施する予定です。

図表4-2-6 愛知万博公式マスコット

「モリゾー&キッコロ」



© GISPRI

図表4-2-7 愛知万博長久手会場



3 世界に向けた文化芸術の創造・発信

国内外から人を惹きつけるためには、新たな文化芸術の創造とともに、愛知の自然、歴史及び風土に培われてきた特色ある文化芸術の振興・発信が必要です。文化芸術は、それ自体が固有の意義と価値を有するのとはもとより、県内各地の地域ポテンシャルを引き出し、地域力を向上する力があります。

本県では、世界に向けた文化芸術を創造・発信する中心事業として、2010年から開催している「あいちトリエンナーレ」の取組を継承し、発展させた国際芸術祭「あいち2022」を2022年7月から10月にかけて開催しました。また、この事業は愛知県政150周年記念事業として開催しました（図表4-2-8）。

コロナ禍での開催にも関わらず、来場者数は48万人を超え、芸術の素晴らしさとともに愛知の魅力を国内外へ発信する芸術祭となりました（図表4-2-9）。

一方で、ポストコロナを見据え、真の国際芸術祭とするために、コロナ禍以前でも来場者全体の1～2%に留まっていた海外からの来場者数の増加を図る必要があります。

このため、ヴェネツィア・ビエンナーレをはじめ、世界の主要国際芸術祭の主催者等が参加する国際ビエンナーレ協会（IBA）のネットワークや交流の場等を通じ、海外での周知を積極的に進めていくこととしています。

図表4-2-8 国際芸術祭「あいち2022」の概要

テーマ	STILL ALIVE 今、を生き抜くアートのちから
開催期間	2022年7月30日（土）～10月10日（月・祝）[73日間]
会場	愛知芸術文化センター、一宮市、常滑市、有松地区（名古屋市）
来場者数	487,834人
芸術監督	片岡真実（森美術館館長、国際美術館会議（CIMAM）会長）
開催内容	[現代美術] 現代美術展
	[パフォーマンスアート] 演劇、音楽、ダンスなどの舞台芸術作品、関連プログラムなど
	[ラーニング] アーティストと参加者によるリサーチ、様々なレクチャー、スクール・プログラム、ボランティア・プログラムなど
	[事業連携] 「あいち2022」ポップ・アップ！、舞台芸術公募プログラム、芸術系大学等との連携など
	[オンライン展開] オンラインでの映像配信やプログラムの実施

愛知芸術文化センター



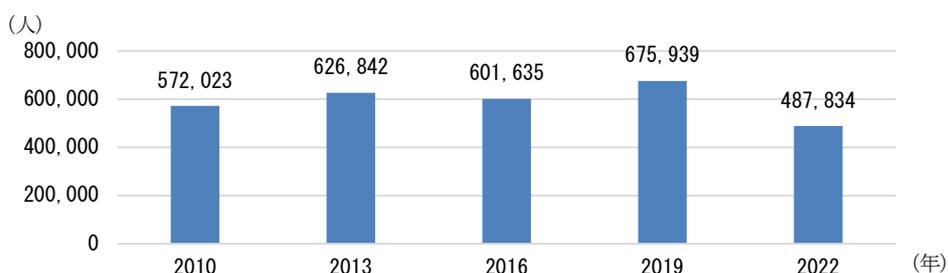
国際芸術祭「あいち2022」展示風景
ローマン・オンダック 《イベント・ホライズン》2016
© 国際芸術祭「あいち」組織委員会 撮影：ToLoLo studio

一宮会場



国際芸術祭「あいち2022」展示風景
塩田 千春 《糸をたどって》2022
© 国際芸術祭「あいち」組織委員会 撮影：ToLoLo studio

図表4-2-9 国際芸術祭あいちの来場者数

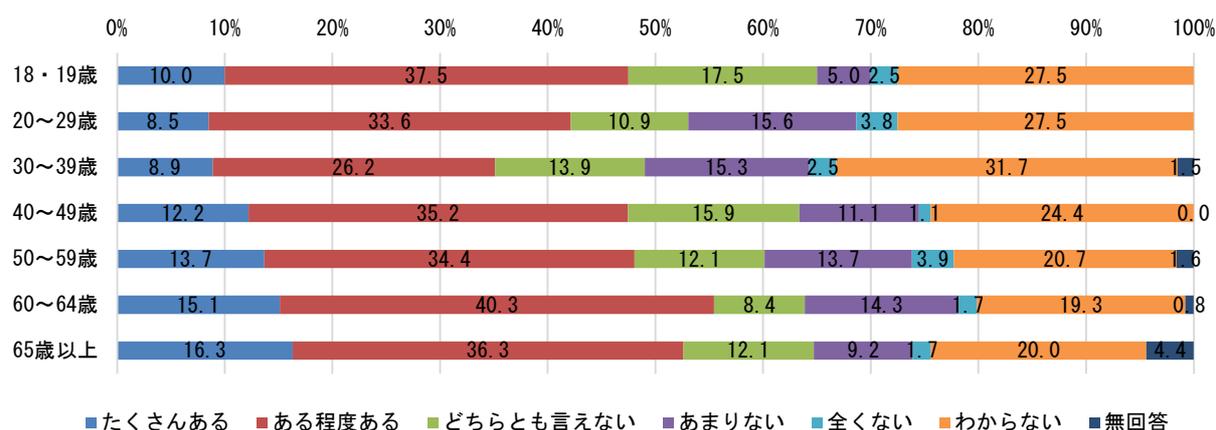


※2019 まではあいちトリエンナーレ
出典：愛知県調べ

また、本県は、文化芸術施策を展開する拠点施設である愛知芸術文化センターや、国内屈指の陶磁専門ミュージアムである愛知県陶磁美術館などの文化施設を有しています。こうした美術館などの文化施設は、地域独自の魅力であり、交流人口を惹きつける原動力になります。一方で、開館 30 年を過ぎた愛知芸術文化センターをはじめとした文化施設は、集客力や空間の有効活用などの課題も生じています。このため、民間事業者からの提案を踏まえながら、運営手法や経営形態も含めて、あり方を幅広く検討し、一層の活性化を図ることとしています。

併せて、世界に向けて文化芸術を発信するためには、県民が本県の文化資源に誇りを持つことが重要です。県政世論調査によると、本県に誇ることのできる文化資源があると考える人の割合は、60 歳以上では「たくさんある」または「ある程度ある」と回答した人が 50%以上となる一方で、20 歳代では 42.1%、30 歳代では 35.1%と低くなっています(図表4-2-10)。

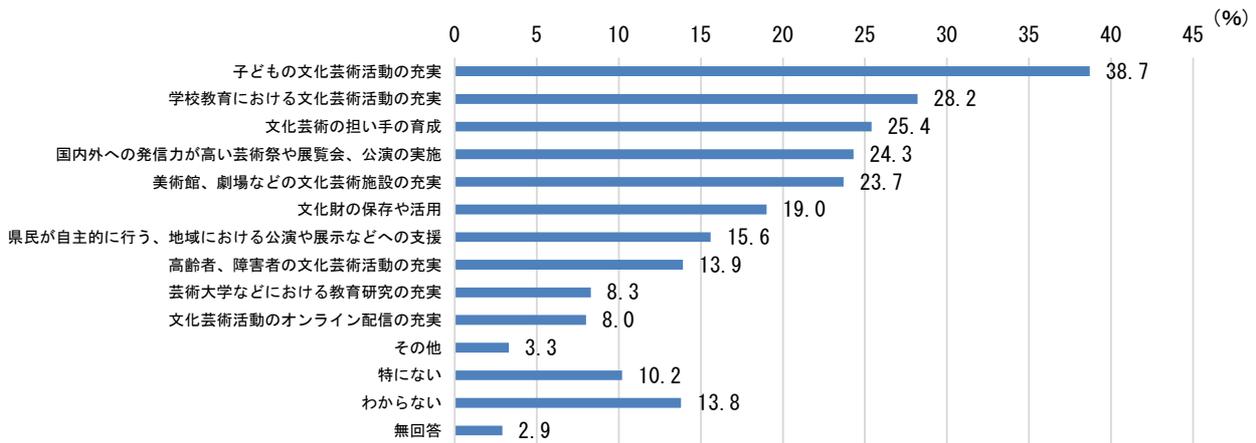
図表4-2-10 本県が誇る文化芸術資源(年齢別)



出典：愛知県「2020年度第2回県政世論調査」

また、文化芸術の振興を図るために本県が力を入れるべきこととして、「子どもの文化芸術活動の充実」(38.7%)の回答が一番多く、次いで「学校教育における文化芸術活動の充実」(28.2%)となっています(図表4-2-11)。

図表4-2-11 文化芸術の振興を図るために本県が力を入れるべきだと思うこと（複数回答可）



出典：愛知県「2020年度第2回県政世論調査」

どの世代にも「愛知県には誇ることでできる文化芸術資源がある」と考えてもらえるよう、国際芸術祭や文化施設の取組に加え、ユネスコ無形文化遺産として全国最多の登録数を誇る山車文化をはじめとした伝統文化やあいち朝日遺跡ミュージアムにおける文化財の魅力発信とともに、アニメーションや食文化といった本県が誇る文化資源を生かした地域力の向上を図っていきます。また、若年層への優れた文化芸術に触れる機会の提供や学校教育への支援・協力を進めていくこととしています。

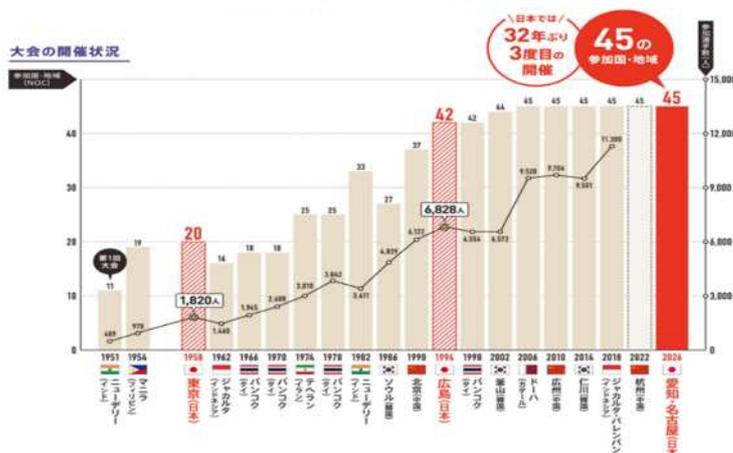
4 アジア競技大会をはじめとした国内外から注目されるスポーツ大会の開催

(1) アジア競技大会・アジアパラ競技大会の開催

2026年に愛知・名古屋で開催する、アジア最大のスポーツの祭典であるアジア競技大会と、アジア地域の障害者総合スポーツ大会であるアジアパラ競技大会は、アジアの45の国と地域が参加し、拡大するアジアとの交流を一層深める機会となるとともに、多様性を尊重し合う共生社会の実現にも貢献するものです（図表4-2-12）。

開催機運の醸成や競技会場等の整備を進め、大会を成功に導くとともに、県内各地域におけるスポーツの普及やスポーツボランティアの確保・育成、フレンドシップモデル事業など「アジア競技大会を活用した地域活性化ビジョン」に基づく取組を通じて、大会後も本県にスポーツ文化として根付かせていくことが重要です。

図表4-2-12 アジア競技大会の開催状況



出典：(公財) 愛知・名古屋アジア・アジアパラ競技大会組織委員会「第20回アジア競技大会(2026/愛知・名古屋) GAMES INFORMATION」

また、アジア競技大会・アジアパラ競技大会の開催を契機として、本県の観光コンテンツに対する関心を大会前から高めていくとともに、観光地としての魅力を広く発信し、アジア各国を対象としたインバウンド観光の振興を図るため、観光施設における多言語解説の支援や、海外メディアや旅行者に人気のあるインフルエンサー*等を招請したアジア向けの魅力発信、アジアからの訪問者向けツアー造成の促進に取り組むこととしています。

(2) あいちスポーツコミッションによるスポーツ大会の招致・育成

本県では 2015 年に、自治体、スポーツ関係団体、経済・観光団体、マスメディア、企業・NPOなどの関係者が参画し、あいちスポーツコミッションを設立しました。

このあいちスポーツコミッションを核として、地域の関係者との連携を図り、新たな国際スポーツ大会の招致・育成やスポーツイベントの開催、スポーツ合宿や事前キャンプの招致促進などにより、交流人口を拡大し、地域の活性化を図っています。

また、この地域を代表するスポーツイベントであるマラソンフェスティバル ナゴヤ・愛知や新城ラリー、F I A世界ラリー選手権ラリージャパンなどについては、従前大会のノウハウを生かし、大会参加者や来場者の確保・増加に向けさらなる魅力向上・発信を図っていきます。

(3) 愛知県新体育館（愛知国際アリーナ）の整備

愛知県体育館（現体育館）は、施設の老朽化とともに、規模・機能がスポーツの国際大会を開催するための国際水準を満たしていないことから、2026 年に開催するアジア競技大会にも活用できるよう、愛知県新体育館（愛知国際アリーナ）の整備を進めています。大相撲名古屋場所の開催など現体育館が担ってきた伝統や歴史をさらに発展させ、世界最高峰のスポーツ・エンターテインメントのコンテンツを呼び込む愛知・名古屋のシンボルとなる施設として、2025 年夏のオープンに向け整備を推進しています。

コラム

愛知県新体育館（愛知国際アリーナ）（県政 150 周年記念事業）

現在の愛知県体育館は、1964 年に完成し、以来半世紀以上、県民に親しまれている施設です。本県では、愛知県政 150 周年記念事業として、2026 年に開催するアジア競技大会にも活用できるよう愛知県新体育館（愛知国際アリーナ）の整備を進めています。

この事業は、P F I *手法のB T (Build Transfer : 事業者が自らの提案をもとに新体育館の設計・建設を行ったあと、県に新体育館の所有権を移転する方式) と運営権の設定 (コンセッション) を組み合わせた、アリーナでは日本初の新しい方式 (B T コンセッション方式*) を採用しています。この方式により、民間事業者は、将来の運営ビジョンを基に設計建設を行い、“観る” スポーツや音楽コンサートを誘致するなど、ノウハウや創意工夫を最大限に生かした運営ができるようになります。(図表 4 - 2 - 13)。

図表4-2-13 愛知県新体育館（愛知国際アリーナ）のイメージ



©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。

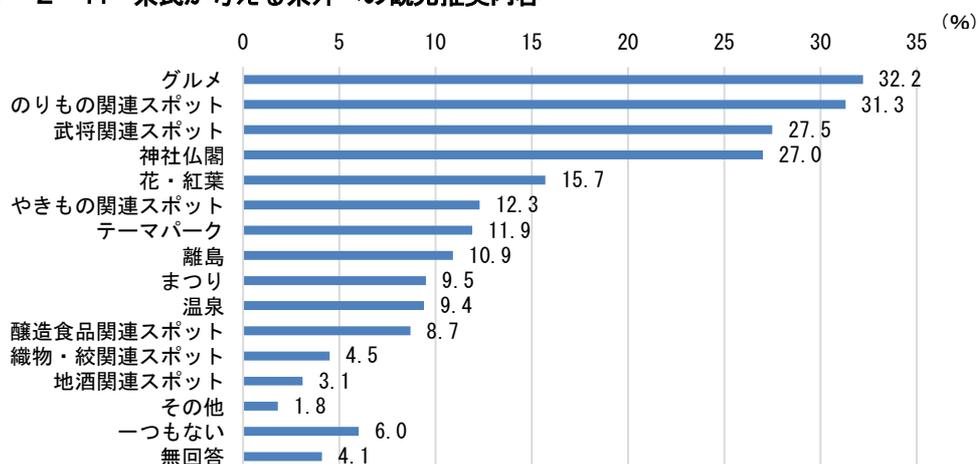
5 本県の特徴を生かした観光誘客の推進

新型コロナウイルス感染症の拡大によるインバウンドの大幅な減少や、観光に対する人々の意識の変化などにより、国内においてマイクロツーリズム*が進展しています。外国人旅行者だけでなく、国内旅行者へ愛知ならではの本物の魅力を伝え、観光コンテンツの高付加価値化、感動レベルの旅の提供を図る必要があります。

(1) あいち「ツウ」リズムの推進

本県の県政世論調査によると、県民が県外の人に推奨できる観光資源として、グルメ（32.2%）、のりもの関連スポット（31.3%）、武将関連スポット（27.5%）、神社仏閣（27.0%）、花・紅葉（15.7%）の順に割合が高くなっています（図表4-2-14）。

図表4-2-14 県民が考える県外への観光推奨内容



出典：愛知県「2019年度第2回県政世論調査」

こうした調査結果を踏まえ、本県ではみそ・酒・酢などの醸造やなごやめしをはじめとする食文化、自動車や航空機産業に関連する資源を活用した産業観光、三英傑を輩出した地域としての武将観光など、愛知ならではの地域資源を「ツウ」な魅力としての磨き上げを図っています。

また、「ツウ」なテーマに関するインターネット調査等を実施したターゲットプロフィール*の作成やプロフェッショナルガイドの育成などを実施しています。

さらに、デジタルマーケティング*の手法を活用し、ターゲットに合わせた観光コンテ

ンツを作成するためのデータを分析し、分析に基づいた観光コンテンツを造成するなどの実証実験を実施するとともに、ターゲットを本県に運ぶ交通機関との連携や首都圏でのプロモーションの実施など、国内外の旅行者に向けて、「ツウ」な魅力で誘客を図るための取組を効果的にPR・プロモーションしています。

加えて、2023年の大河ドラマ「どうする家康」の放送を契機に、県全域を対象として設立した「愛知県大河ドラマ『どうする家康』観光推進協議会」により、オール愛知で「徳川家康ゆかりの地」を統一的にPRし、観光誘客、周遊観光の促進を図るとともに、中部地方の愛知県・岐阜県・富山県・石川県を南から北へと縦断する昇龍道（ドラゴンルート）などの取組を進めています（図表4-2-15）。

図表4-2-15 大河ドラマを活用した観光誘客及び県内周遊観光に係るキャラクター



(2) 受入れ体制の整備・充実

ポストコロナにおけるインバウンドの回復を見込み、コロナ禍以前の水準まで外国人旅行者を受け入れることはもとより、その水準を越えて受け入れるためには、受入れ体制の整備・充実が必要です。

訪日外国人が日本で困ったこととしては、「施設等のスタッフとのコミュニケーションが取れない」（17.0%）、「多言語表示の少なさ・わかりにくさ」（11.1%）と言語・コミュニケーションに関する項目が多いことから、多言語コールセンターによる観光事業者に対する電話等を活用した通訳サービスの提供や、市町村が設置する観光案内板・誘導標識等の多言語化に対する補助などを実施しています。また、「無料公衆無線LAN環境」（11.0%）については、複数年にわたり困ったこととして挙げられていることから、官・民が連携して無料公衆無線LAN環境の整備促進を図っています。このほか、ムスリム対応をはじめとする宗教への配慮に取り組んでいます（図表4-2-16）。

図表4-2-16 訪日旅行中に全体を通して困ったこと 3か年比較

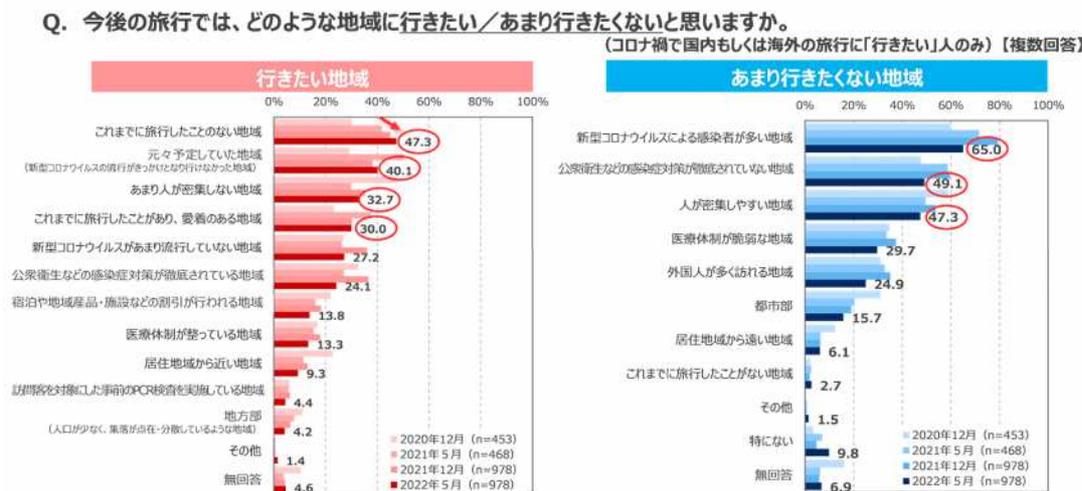
旅行中に困ったこと（複数選択）	主な項目	平成29年度 n=3,225	平成30年度 n=4,037	令和元年度 n=4,006
無料公衆無線LAN環境		21.2%	18.7%	11.0%
クレジットカード/デビットカードの利用		14.2%	10.0%	7.0%
両替		14.7%	6.5%	2.8%
その他決済手段（モバイルペイメント等）		2.7%	5.5%	2.6%
多言語表示の少なさ・わかりにくさ（観光案内板・地図等）		21.8%	16.4%	11.1%
施設等のスタッフとのコミュニケーションが取れない		26.1%	20.6%	17.0%
公共交通の利用		18.9%	16.6%	12.2%
鉄道の割引きっぷ		12.1%	7.2%	5.6%
ゴミ箱の少なさ ※令和元年度新規追加項目		(未調査)	(未調査)	23.4%
困ったことはなかった		34.8%	36.6%	38.6%

出典：観光庁「令和元年度 訪日外国人旅行者の受入環境整備に関するアンケート」

(3) ウィズコロナ・ポストコロナへの対応

旅行先の選定において、新型コロナウイルスの感染者が多い地域や、感染症対策が徹底されていない地域は、旅行者から選ばれない傾向にあります（図表4-2-17）。

図表4-2-17 今後の旅行で行きたい地域・あまり行きたくない地域



出典：(公財) 日本交通公社「新型コロナウイルス感染症流行下の日本人旅行者の動向 (その22)」

本県では、県内観光事業者を対象とした感染防止対策を中心テーマとしたセミナーの開催や宿泊施設における感染防止対策に必要な設備等の導入などへの支援を行い、新型コロナウイルス感染症対策を推進する観光関連施設を応援しています。

また、マイクロツーリズムの流れを取り込むため、県民による県内の旅行代金や宿泊代金などに対する支援を行い、旅行スタイルの変化への対応を進めました。

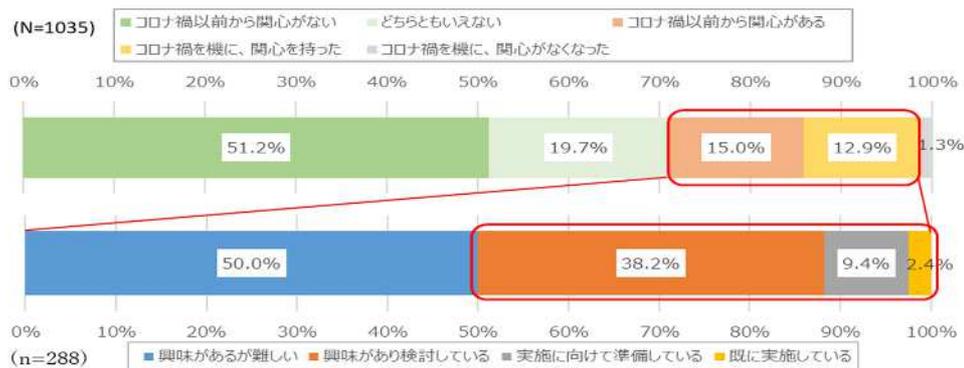
6 移住定住に向けた本県の魅力づくりと情報発信

東京圏への転出超過、若者の転出超過が大きくなっている本県では、東京圏に比べた愛知の強みである「住みやすさ」(強い経済基盤や安定した雇用環境、優れた居住環境など)について、これから居住地を選択していく東京圏の大学生などの若年層を中心に広くPRするため、Webサイトやパンフレット、動画を活用した情報発信などの取組を、2017年度から継続的に実施しています。

また、大学進学時期の年齢層の転出超過が大きくなっていることから、県内の大学を志望してもらうため、文系理系を問わず地域の発展に不可欠なデジタル人材の育成・定着を図る「大学対抗ハッカソン*」や、清華大学、上海交通大学、浙江大学、シンガポール国立大学等の世界トップレベルの大学との連携などの取組により、県内大学の魅力を高め、ブランド力や知名度の向上を図っています。

地方移住という面では、新型コロナウイルス感染症の影響で、人々の意識の変化が現れています。民間調査会社の調査によると、都市圏(東京圏・名古屋市・大阪市)に居住・就業している人の3割弱が地方移住への関心を示し、そのうちの約半数はコロナ禍をきっかけに地方移住に興味を持ったとしています(図表4-2-18)。

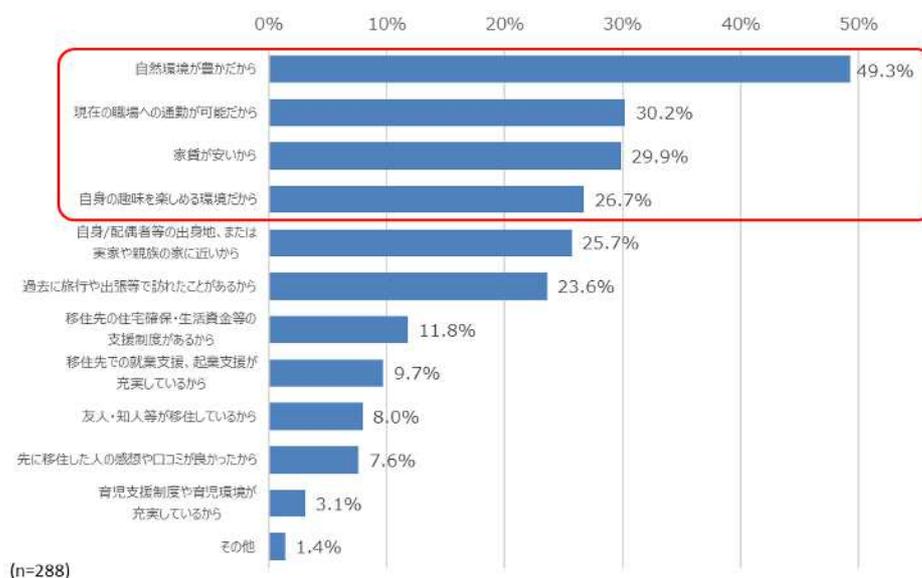
図表4-2-18 現在都市圏に居住・就業している人（正社員を対象）のうち、地方移住（郊外を含む）に関心がある人の割合



出典：NTT データ経営研究所/NTT コム リサーチ「地方移住とワーケーションに関する意識調査（2021）」

地方移住候補地の選定理由としては、自然環境の豊かさ、現在の職場への通勤可能性や家賃の安さなどが挙げられています（図表4-2-19）。こうしたことから、豊かな自然環境を有する本県の山村や離島の魅力を発信するとともに、東京都への移住相談窓口の設置や、テレワークやワーケーション*の促進・誘致のための実証実験の実施、小幡緑地における Park-PFI*導入など県営都市公園における民間活力の活用などの取組を実施しています。

図表4-2-19 地方移住の候補地選定理由



出典：NTT データ経営研究所/NTT コム リサーチ「地方移住とワーケーションに関する意識調査（2021）」

さらに、移住された住民をはじめ、本県を居住地として選択し、定住してもらうためには、本県に愛着を持ってもらうシビックプライド*の醸成が重要です。本県は 2022 年 11 月 27 日に県政 150 周年を迎えたことから、愛知の将来の発展を牽引する象徴的なプロジェクトを「県政 150 周年記念事業」として 6 事業を選定するとともに、記念式典を開催する

など、県民に郷土への愛着や誇りを一層深めていただき、将来に向けてよりよい愛知をつくっていききたいと思っていただくための取組を実施しました（図表4-2-20、4-2-21）。この県政150周年を契機として、毎年11月27日を「あいち県民の日」とする条例を制定し、県民の日までの1週間を公共施設の使用料の一部免除などを行う「あいちウィーク」とするなどの取組を行っていきます。

図表4-2-20 愛知県政150周年記念事業

① ジブリパーク
② 国際芸術祭「あいち2022」
③ STATION Ai
④ 愛知県新体育館（愛知国際アリーナ）
⑤ 愛知県基幹的広域防災拠点
⑥ 愛知県畜産総合センター種鶏場

図表4-2-21 愛知県政150周年記念式典

