

あいち観光戦略について

“Heart” of JAPAN ~ Technology & Tradition

AICHI-NAGOYA

発見、感動、伝えたい観光県—あいち



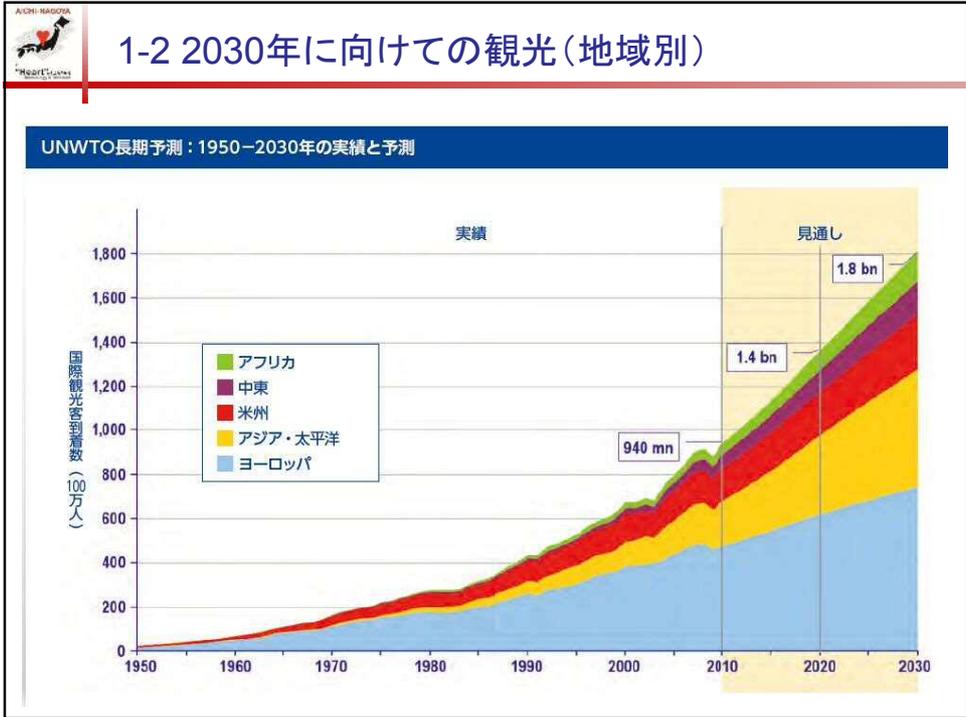
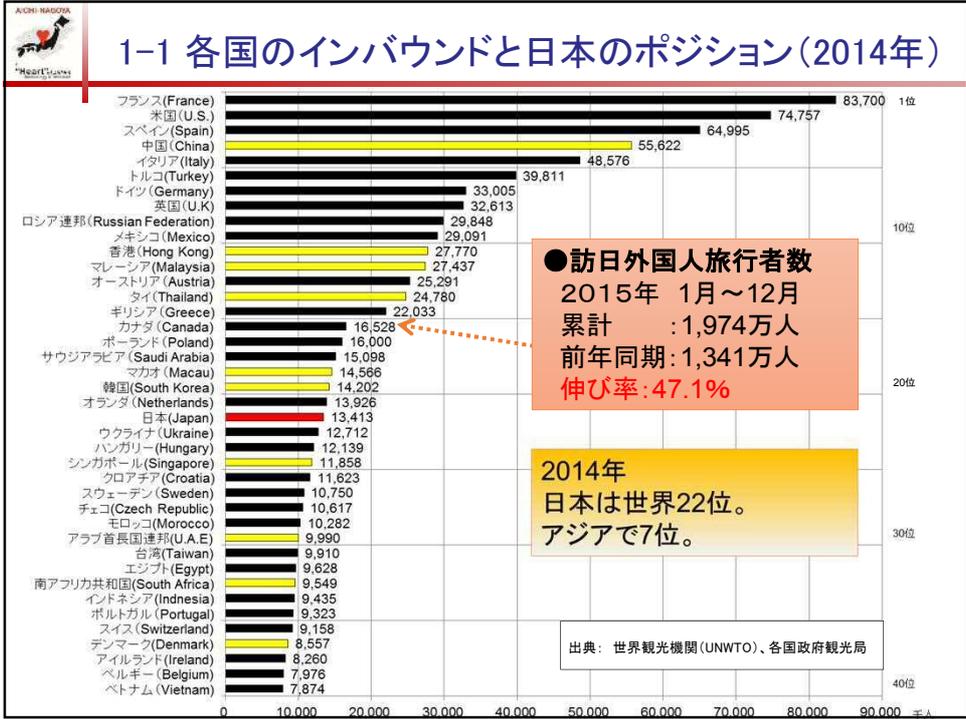
愛知県振興部観光局観光振興課

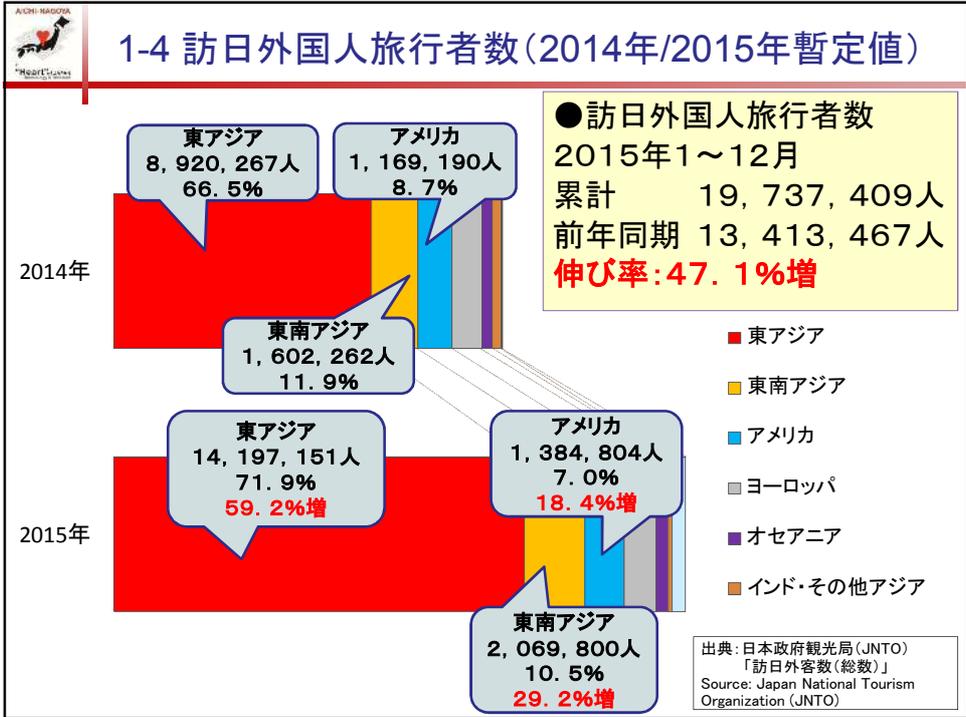
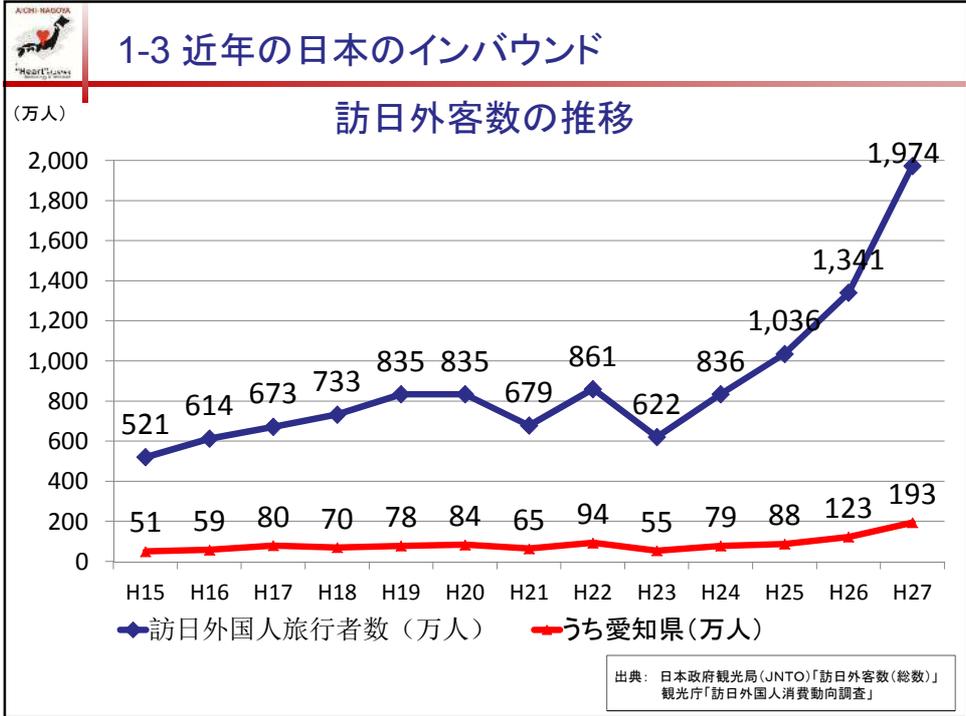
“Heart” of JAPAN
~Technology & Tradition

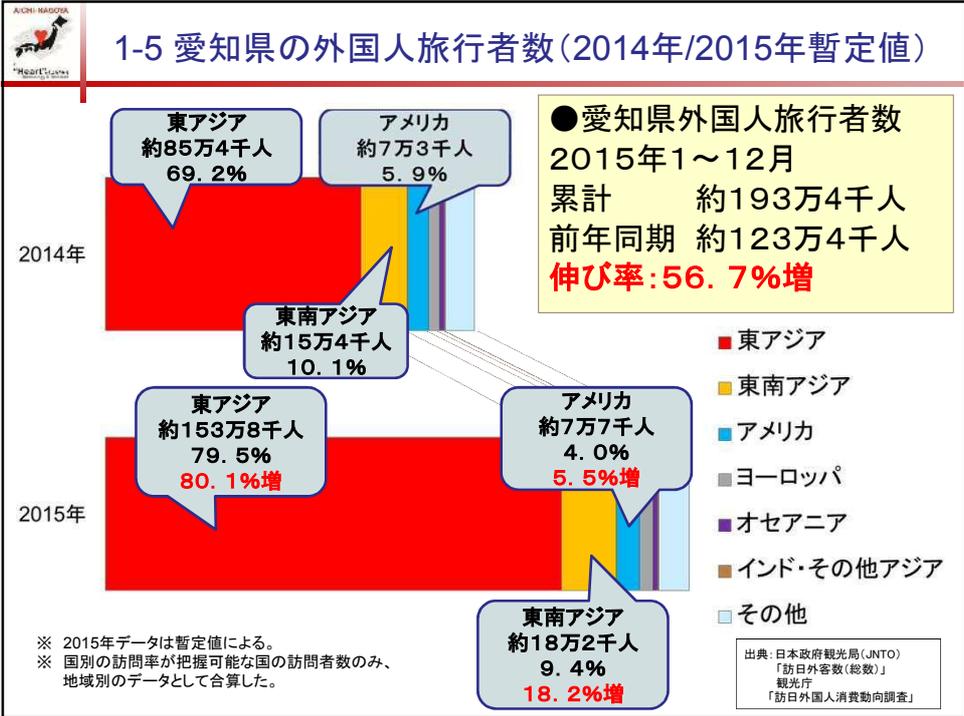


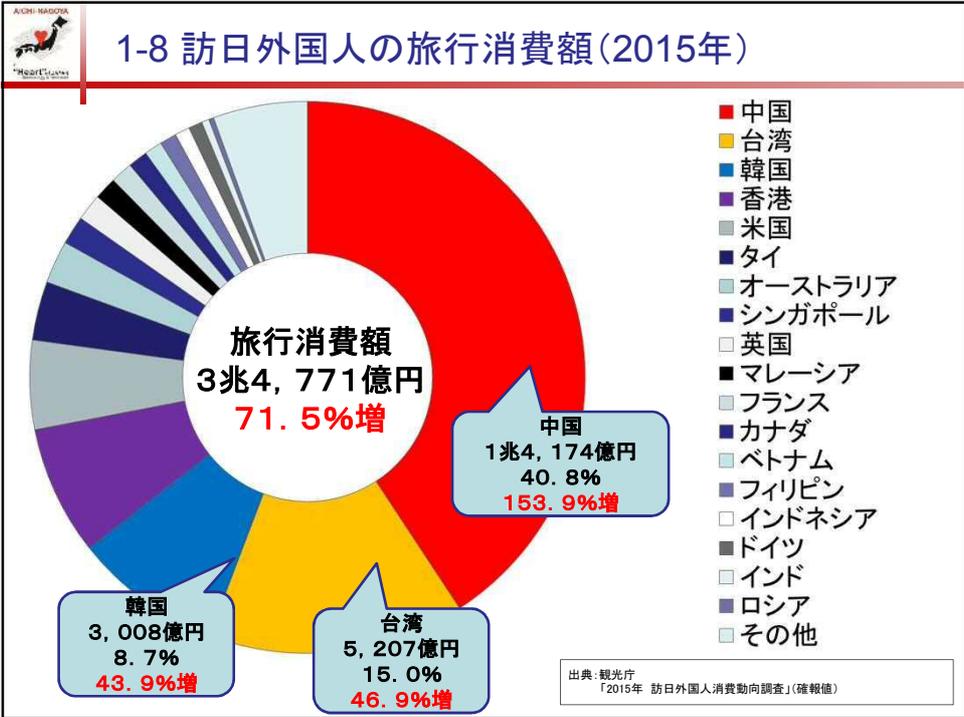
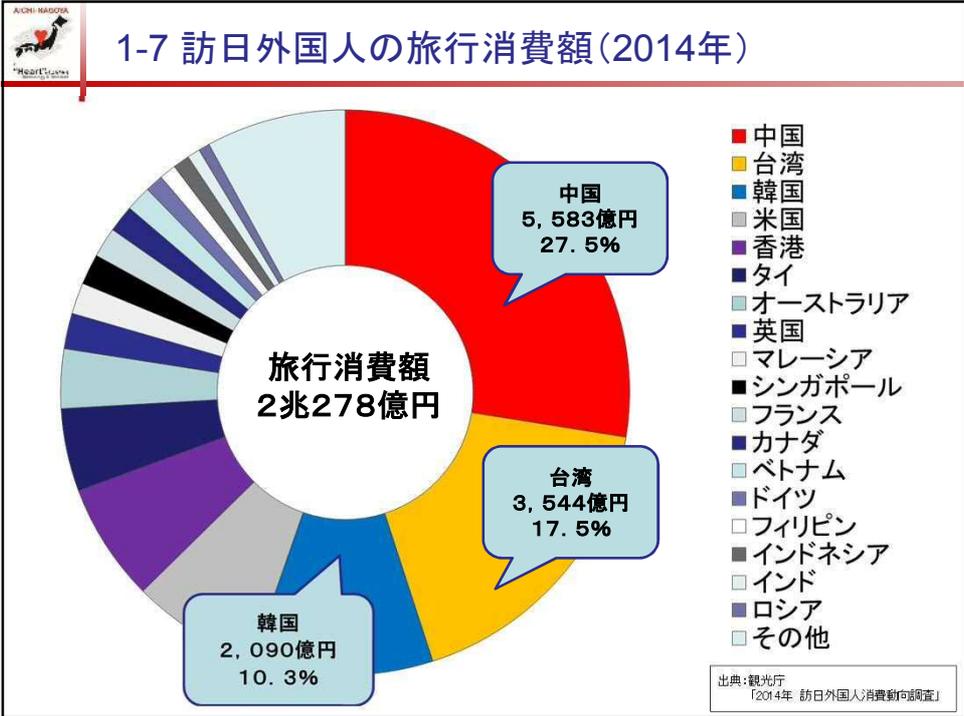
はじめに

- 1 世界と日本、そして愛知
- 2 訪日外客マーケティングから見えるもの
- 3 観光資源の充実とブランド化の推進
- 4 受入態勢の整備
- 5 愛知県観光の目指す姿
 - デスティネーションキャンペーン(DC)
 - ワールドサムライサミット2016









1-9 訪日外国人の旅行支出と免税店の現状

【愛知県の訪日外国人観光消費額(2014年)】
797億7千9百万円
出典:「平成26年愛知県観光入込客統計」

【免税店(輸入物品販売場)の現状】
国税庁発表店舗数(個別店舗名の公表なし)

H27.10.1 現在		H28.4.1 現在		
		現在	増加数	対前回比率
全国	29,047	35,202	6,155	121.2%
①東京都	7,547	9,040	1,493	119.8%
②大阪府	3,320	4,008	688	120.7%
③福岡県	1,637	2,072	454	128.1%
④神奈川県	1,618	1,923	286	117.5%
⑤北海道	1,603	1,881	278	117.3%
⑥千葉県	1,370	1,663	293	121.4%
⑦京都府	1,090	1,288	198	118.2%
⑧兵庫県	1,062	1,247	185	117.4%
⑨愛知県	1,037	1,315	278	126.8%
⑩埼玉県	866	1,060	194	122.4%

※愛知県内の免税店の状況
名古屋市内(栄・名古屋駅・大須)に集中
チェーン店で免税店許可 (ドンキホーテ、フィットハウス、イオン、イトーヨーカドー、スギ薬局等)

1-10 訪日旅行者の急増と問題点

訪日外国人旅行者の急増は、経済成長や地域経済の活性化に貢献している一方で...

- 観光客の地域的偏在
- 宿泊施設の需給のひっ迫
- 多言語表示やFree Wi-Fiなどの新たなサービスの対応の遅れ
- 観光産業を担う人材不足

新たな問題が生じている

2-1 愛知県訪日外客動向調査 概要

中部国際空港において、県独自に「愛知県訪日外客動向調査」を実施し、外国人旅行者のニーズを詳細に把握

○中部国際空港から出国する 外国人旅客を対象に聞き取り調査を実施
(調査時期:平成27年7月～10月)※H28年度も実施予定

○国・地域毎に目標サンプル数を設定・分析

○主な調査項目
観光客の属性(居住地・国籍、性別、年齢、来日回数・来県回数、同行者、滞在目的)、宿泊状況、旅行費用、来訪先、県内で飲食したもの、購入物、満足度、不満点等

回答者の居住地・国籍

居住地	目標サンプル数	居住地	国籍等 ^(※)
中国	200人	207人	328人
香港	100人	111人	
台湾	150人	155人	132人
韓国	150人	152人	156人
アメリカ	100人	83人	87人
タイ	100人	52人	53人
その他東南アジア	100人	84人	90人
ヨーロッパ	100人	77人	93人
その他	-	44人	61人
日本	-	74人	4人
無回答	-	55人	90人
合計	1,000人	1,094人	1,094人

国・地域別の動向を明らかにし、ターゲットに応じたアプローチを実施



2-2 愛知県訪日外客動向調査 調査結果 一例

主な訪問地

訪問地	割合
名古屋城	51.0%
名古屋都心(名駅・栄・大須等)	50.9%
温泉	27.1%
公園・庭園	27.2%
熱田神宮	16.5%
トヨタ博物館	11.0%
トヨタ産業技術記念館	9.4%
イベント・フェスティバルなど	7.4%
犬山城	6.8%
岡崎城	6.4%
ノリタケの森	6.2%
徳川美術館	5.4%
山(茶臼山、鳳来寺山等)	4.8%
名古屋モスク	4.3%
やきもの散歩道	4.2%
豊川稲荷	3.5%
リニア・鉄道館	3.4%
明治村	3.4%
田縣神社	2.4%
離島(篠島、日間賀島、佐久島)	2.4%

N=794

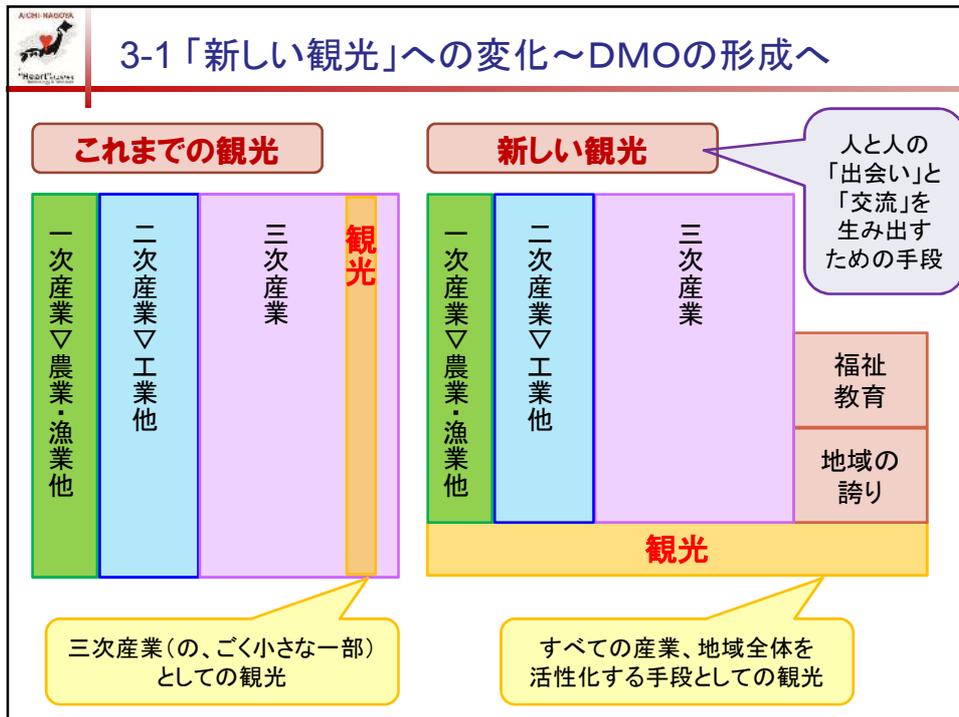
愛知県で飲食したもの

飲食したもの	割合
寿司	57.5%
ラーメン	55.8%
刺身	37.9%
抹茶	32.3%
焼肉	29.9%
天ぷら	29.8%
手羽先	27.3%
スイーツ	27.3%
カレーライス	26.0%
そば	24.6%
焼魚	23.0%
焼鳥	22.5%
みそかつ	22.2%
ひつまぶし	21.4%
地酒(日本酒)	19.7%
居酒屋料理	18.2%
味噌煮込みうどん	15.3%
しゃぶしゃぶ	15.2%
すき焼き	14.2%
きしめん	9.7%
おでん	8.7%
その他	5.8%

N=927

・名古屋城と名古屋都心(名駅・栄・大須等)にそれぞれ約半数が訪問

・全体としては寿司とラーメンが人気
・中国・台湾ではラーメン、香港、韓国、アメリカ、タイ、ヨーロッパ他では寿司が1位



3-2 キャッチワードの設定

キャッチワード

AICHI-NAGOYA 〈コンセプト〉

愛知県は、地理的にも日本の中心に位置していることに加え、日本一のTechnology(技術)とTradition(伝統)を誇る産業の中心地です。愛知は、いつの時代も未来を拓く中心地であり、人間にたとえば心臓部・“Heart”といえます。また、“Heart”は愛知の「愛」でもあります。

“Heart” of JAPAN
~Technology & Tradition

AICHI-NAGOYA
Heart of JAPAN

3-3 ブランド力の向上

愛知のブランド力向上:
観光資源の磨き上げ、効果的な情報発信、地域連携を深めて円滑な受入体制を整備する

“Heart” of JAPAN

Technology & Tradition

(技術) ものづくり産業

(伝統) 食文化、武将・城まつり文化 等

2度・3度訪れたい魅力ある観光地域づくり

↑

各種統計データの収集の強化

AICHI-NAGOYA
Heart of JAPAN

3-4 愛知県の観光資源の発掘・磨き上げ

【武将観光・産業観光】

- 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
徳川家康と服部半蔵忍者隊
- 産業観光資源の発掘と磨き上げ及び産業観光施設の連携強化
あいち航空ミュージアム(仮称)

【伝統・文化に触れる観光】

- 山車まつり文化のPR・プロモーション
ユネスコ無形文化遺産登録

【グルメ・食文化のブランド化】

- なごやめしなど食文化の普及促進
醸造文化、全国屈指の生産高を誇る農産物

⇒着地型観光の商品化、首都圏等でのプロモーション

AICHI-NAGOYA
Heart of Japan

4-1 利便性の向上①

地域住民生活等緊急支援のための交付金 地方創生先行型
外国人旅行者受入環境整備事業

■ フリーWi-Fiの拡充

⇒交付決定件数 23施設314アクセスポイント
※平成27年度末時点で、通信事業者の無料開放等により、
無料公衆無線LANは約41,000アクセスポイント。

例) Softbank FREE Wi-Fi PASSPORT
Wire & Wireless TRAVEL JAPAN Wi-Fi

愛知県訪日外客動向調査でも
「Wi-Fiの整備が充実していない」が
不満に感じた点の1位
(不満があると回答した人の43.1%)



AICHI-NAGOYA
Heart of Japan

4-2 利便性の向上②

■ 多言語案内機能の充実

市町村等の観光協会による多言語表示観光案内板の
制作費・設置工事費を補助

⇒交付決定件数12件

- 南知多町観光協会
- 蒲郡市観光協会
- 豊橋観光コンベンション協会
- 三谷温泉旅館振興協同組合
(三谷温泉観光協会)
- あま市観光協会
- 西尾市観光協会
- 蒲郡市観光協会
- 津島市観光協会
- 足助観光協会
- 小原観光協会
- 西浦温泉旅館協同組合
- 常滑市観光協会



4-3 ムスリム旅行者の受入環境の整備

急増している東南アジアのムスリム圏からの訪日外客を受け入れるための環境を整備する。
 <内容>
 ①ムスリム先進事例調査、セミナーの開催
 ②海外プロモーション用リーフレット・ムスリムおもてなしハンドブックの配布

〈ハンドブック〉

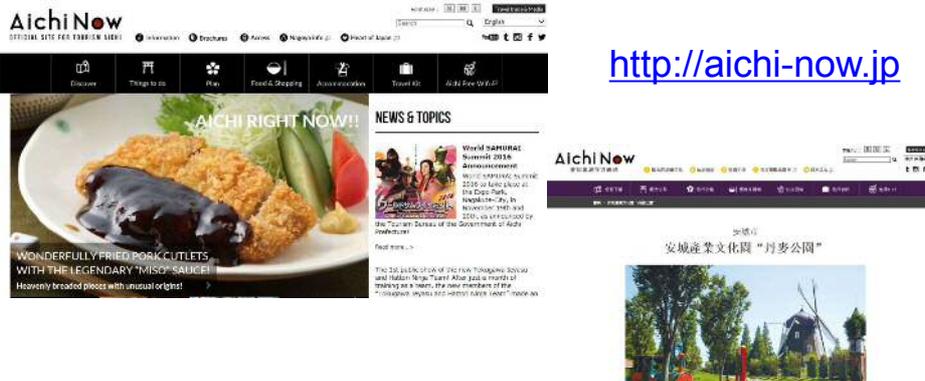

〈リーフレット〉


4-4 インターネットを利用した情報発信①

■ Webページのリニューアル

◎愛知県観光協会Webページのコンテンツ充実
 ◎英語、中国語(簡体字・繁体字)、韓国語、タイ語日本語のWebページを公開中

<http://aichi-now.jp>



4-5 インターネットを利用した情報発信②

■ SNSを活用した情報発信
 ◎県内在住の外国人等による
「愛知いいとこ発見忍者隊」を
 結成し、情報発信を実施中
 (Facebook, Twitter, LINE, 微博など)



SNSで毎日配信!
愛知のオススメ旬の観光情報



↑ facebook



5-1 あいち観光戦略の策定①

<戦略>

<p style="text-align: center; background-color: #800000; color: white; padding: 5px;">戦略Ⅰ</p> <p style="text-align: center; color: red; font-weight: bold;">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 style="text-align: center; font-weight: bold;">“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・安心度の向上を図る。</p>	<p style="text-align: center; background-color: #800000; color: white; padding: 5px;">戦略Ⅱ</p> <p style="text-align: center; color: red; font-weight: bold;">観光資源の充実と ブランド化の推進</p> <p style="text-align: center; font-weight: bold;">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 style="text-align: center; background-color: #800000; color: white; padding: 5px;">戦略Ⅲ</p> <p style="text-align: center; color: red; font-weight: bold;">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かして観光交流拠点県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 style="text-align: center; background-color: #800000; color: white; padding: 5px;">戦略Ⅳ</p> <p style="text-align: center; color: red; font-weight: bold;">MICE・スポーツ大会を 通じた誘客推進</p> <p>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。</p>	<p style="text-align: center; background-color: #800000; color: white; padding: 5px;">戦略Ⅴ</p> <p style="text-align: center; color: red; font-weight: bold;">戦略的な 観光ひとつづくり</p> <p>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。</p>	<p style="text-align: center; background-color: #800000; color: white; padding: 5px;">戦略Ⅵ</p> <p style="text-align: center; color: red; font-weight: bold;">民間活力の活用</p> <p>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。</p>

5-2 あいち観光戦略の策定②		
数値目標 平成32年目標(計画期間:平成28年度～平成32年度)		
来県者数 全体 (平成26年) 3,800万人⇒ 5,000万人 外国人 (平成26年) 123万人⇒ 400万人	観光消費額 全体 (平成26年) 7,270億円⇒ 1兆円 外国人 (平成26年) 798億円⇒ 2,500億円	滞在日数 全体 (平成26年) 1.29泊⇒ 1.7泊 外国人 (平成26年) 1.43泊⇒ 2.0泊
国際会議開催件数 (平成26年) 179件⇒ 200件	満足度 全体 (平成26年) 19.6%⇒ 30.0% 外国人 (平成27年) 39.6%⇒ 50.0%	観光地としての魅力度 全体 (平成27年4-9月) 69.7%⇒ 80.0% 県民 (平成27年4-9月) 66.3%⇒ 80.0%

○ デスティネーションキャンペーン(DC)

JRグループの「デスティネーションキャンペーン(DC)」が、
平成30年秋季(10月から12月)に、愛知県で開催されることが決定

〈キャンペーン期間〉 平成30年10月1日～12月31日 〈開催地域〉 愛知県全域

〈デスティネーションキャンペーンとは〉
 JRグループ(北海道・東日本・東海・西日本・四国・九州)と選定された自治体、観光団体等が協力して実施する全国規模の大型観光キャンペーン。
 開催される自治体では、観光団体等とともに観光資源や受入れ体制を整備し、JRグループでは、全国で集中的な宣伝を実施し、開催県への送客を行うことで地域の活性化を図る。

〈本県における過去のデスティネーションキャンペーン〉

昭和54年9月～11月	契機等	キャッチフレーズ
平成元年7月～9月	愛知県で初めてのDC	「ひろがりの三河湾・尾張路」
平成17年4月～6月	世界デザイン博覧会	「逢い、知る、愛知」
	愛知万博	「まるごと博覧会場だ。愛知」



○ ワールドサムライサミット2016

愛知県の観光振興について、今後とも
ご理解とご協力をお願い致します。

