

愛知県公報

発行／愛知県 編集／総務部法務文書課 (毎週火・金曜日発行)

目次

監査公表

○包括外部監査の結果に関する報告の公表	第2号	(監査委員事務局)	1
---------------------	-----	-----------	---

監査公表

31監査公表第2号

地方自治法（昭和22年法律第67号）第252条の37第5項の規定に基づき、包括外部監査人大島嘉秋から監査の結果に関する報告の提出があったので、同法第252条の38第3項の規定に基づき、次のとおり公表する。
平成31年 1月25日

愛知県監査委員	篠田 信示
同	川上 明彦
同	山内 和雄
同	峰野 修
同	須崎 かん

目次

第1章 外部監査の概要	1
1. 外部監査の種類	1
2. 選定した特定の事件（テーマ）	1
3. 事件（テーマ）を選定した理由	1
4. 外部監査の対象部署	2
5. 外部監査の対象期間	2
6. 外部監査の実施期間	2
7. 外部監査の方法	2
(1) 監査の主な要点	2
(2) 主な監査手続	3
8. 包括外部監査人及び補助者	3
9. 利害関係	3
第2章 監査対象の概要	4
1. 世界の観光動向	4
2. 我が国における観光の動向	6
(1) 訪日外国人の動向	6
(2) 国内観光客の動向	7
(3) 観光立国に向けた日本の近年の取組（国の観光戦略）	9
3. 愛知県における観光動向と想定される課題	13
(1) 観光入込客数の状況	13
(2) 宿泊者数の推移	16
(3) 観光消費額	23
4. 愛知県における観光推進体制	26
(1) 県の組織体制	26
(2) 愛知県の観光に関する条例・戦略・計画等	27
5. あいち観光戦略について	30
(1) 「あいち観光戦略」の成り立ち	30
(2) 「あいち観光戦略」における6つの戦略と目標について	32
(3) 「あいち観光戦略」における具体的な施策の例	35
(4) 「あいち観光戦略」に基づく観光振興施策の実施状況について	51
(5) 「あいち観光戦略」を始めたとした各種施策の効果	52
6. 愛知県の観光に関連するその他の制度・団体について	55
(1) 愛知県の観光施設における指定管理者制度について	55
(2) 一般社団法人愛知県観光協会	58
7. 監査対象年度における観光関連事業	60
(1) 平成29年度に監査対象とした観光関連事業と所管部局	60
第3章 監査手続及び監査結果の要約	63
1. 監査手続	63

平成30年度

包括外部監査の結果報告書

観光あいちの促進に関連する事業に関する財務事務の執行について

愛知県包括外部監査人

公認会計士 大島嘉秋

(1) 監査手続	63
(2) 「あいち観光戦略」に基づく観光振興施策の実施状況	64
(3) 関連施設の視察	67
2. 監査結果の要約	76
(1) 県の観光振興のさらなる推進に向けて	76
(2) 体験型コンテンツの利用増加に向けた更なる取組について	76
(3) 県庁内の観光マイノイドの醸成について	76
(4) 観光振興のための人材育成の充実について	77
(5) DMOとの役割分担の明確化について	77
(6) 災害発生時における外国人旅行者に向けた情報提供体制について	77
(7) 愛知県国際展示場会議室利用料金のモニタリングについて	78
(8) 愛知県体育館指定管理料の精算規程の検討について	78
(9) その他	78
3. 指摘及び意見の一覧	80
(1) 総合所見	80
(2) 個別所見	81
第4章 監査の結果	85
1. 本章の構成	85
2. 総合所見	86
(1) 県の観光振興のさらなる推進に向けて	86
(2) 体験型コンテンツの利用増加に向けた更なる取組について	87
(3) 県庁内の観光マイノイドの醸成について	88
(4) 観光振興のための人材育成の充実について	90
(5) DMOとの役割分担の明確化について	92
3. 個別所見	94
(1) 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	94
(2) 観光資源の充実とブランド化の推進	97
(3) 観光交流拠点県としての機能強化	115
(4) MICE・スポーツ大会を通じた誘客推進	118
(5) 戦略的な観光ひとづくり	125
(6) 民間活力の活用	131
(7) その他	139

【本報告書の記載内容に関する留意事項】

- 報告書中の表の数値は、端数未満の金額は切り捨て、比率は四捨五入している。したがって端数処理の関係上、合計とその内訳が一致しない場合がある。
- 外部監査を通じて発見した、指摘すべき事項、意見を付すべき事項について、それぞれ、(指摘)、(意見)として記述した。それぞれの内容は次のとおりである。
 (指摘)「法令や規則等に違反している、あるいは著しく不当であり、是正措置が必要と考える事項」
 (意見)「法令や規則等に違反していないが、自治体運営の有効性・効率性・経済性を踏まえた結果、是正措置の検討が望まれる事項」

第1章 外部監査の概要

1. 外部監査の種類

地方自治法第252条の37第1項の規定に基づく包括外部監査

2. 選定した特定の事件（テーマ）

「観光あいちの促進に関連する事業に関する財務事務の執行について」

3. 事件（テーマ）を選定した理由

近年、観光を取り巻く環境は大きく変わり、特に、訪日外国人旅行者数は、平成20年秋のリーマン・ショックや日中・日韓関係の悪化、平成23年に発生した東日本大震災等の影響を受けていったんは減少したにも関わらず、その後の国による訪日ビザ要件の緩和等の施策が奏功したほか、円安も追い風となつて、平成22年の861万人から平成27年の1,973万人へと2倍を超える伸びを記録した。

今後、平成32年の東京オリンピック・パラリンピック競技大会の開催に向け、訪日外国人旅行者数の更なる伸びが期待されている。

こうした中、県は平成27年を「あいち観光元年」とすることを宣言し、観光を「モノづくり」に続く、新たな戦略産業に位置づけている。

県は平成28年2月に、最新の国の動向や社会・経済情勢の変化を踏まえ、観光振興施策を戦略的、計画的に推進するために、「あいち観光戦略」を策定した。また、「観光あいちの推進」として106億円の予算（平成29年度当初予算）を割り当てている。

そこで観光あいちの促進に関連する事業に関する事務の執行をテーマとして選定し、事務の執行が、関連する法令及び条例・規則等にしたがつて執行されているかについて検討し、あわせてこれらの事務の執行について3E（有効性、効率性、経済性）の観点から総合的に監査を行うことを考えた。

4. 外部監査の対象部署

- ・ 振興部
- ・ 総務部
- ・ 県民文化部
- ・ 環境部
- ・ 健康福祉部
- ・ 産業労働部
- ・ 農林水産部
- ・ 建設部
- ・ 教育委員会

5. 外部監査の対象期間

平成29年度（自：平成29年4月1日 至：平成30年3月31日）
ただし、必要があると判断した場合には、平成28年度以前に遡り、また、一部平成30年度についても対象とした。

6. 外部監査の実施期間

自：平成30年6月6日 至：平成30年12月17日

7. 外部監査の方法

（1）監査の主な要点

- ア 観光事業の事務が、関連する法令及び条例・規則等に準拠して行われているか。
- イ 観光事業の事務が、目的に適合しており有効かつ効率的に行われているか。
- ウ 観光事業の事務が、経済性に配慮して行われているか。
- エ 観光事業に関する効果測定が適切に行われているか。
- オ 国、他の地方公共団体及び関連団体との連携は適切になされているか。

第2章 監査対象の概要

1. 世界の観光動向

UNWTO（国連世界観光機関）によると、平成29年の国際観光客到着数は前年と比べて7%も成長し、世界全体で13億2,200万人に達した（図1）。UNWTOはこの強い勢いが平成30年も継続し、4～5%の成長が続くと見込んでいる。

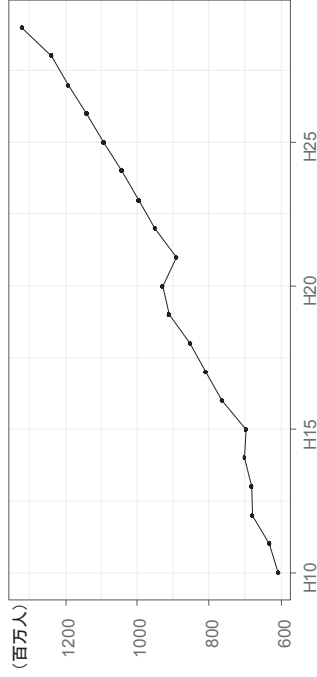


図1 世界の国際観光客到着数の推移

（出典：UNWTOの公表資料を基に監査人が作成。URL: https://cf.cbh.unwto.org/sites/default/files/pdf/compte_banque_01_january_excerpt_jp.pdf）

観光客数は増加傾向を示しており、経済成長著しいアジア・太平洋地域等においては、今後とも国際観光客到着数の増加が続くものと予測されている。外国人旅行者受入数は、各国・地域ごとに異なる統計基準により算出されているため、比較する際には統計基準の違いに注意する必要があるが、各国の外国人旅行者受入数を比較すると、平成28年の外国人旅行者受入数は、前年に引き続き、フランスが8,260万人で首位をキープし、米国が7,747万人で2位、スペインが7,556万人で3位であった（図2）。

一方、日本は世界で第16位であり、近年はランクをあげつつある。アジア各国の中では、中国、トルコ、タイ、マレーシア、香港、日本の順で日本の順位は第6位である。

(2) 主な監査手続

- ア 観光に関する事務の概要把握のため、ヒアリング及び関連諸法令、条例・規則等の閲覧を実施した。
- イ 観光に関する各種計画等に関する事務が適切に行われ、また、計画等の効果測定及び計画等を実施するために必要な連携が行われていることを確認するため、ヒアリング、関連資料の閲覧及び資料のサンプルチェックを実施した。
- ウ 観光関連施設の管理及び物品管理が適切になされているかを確認するため、現場視察、ヒアリング、関連資料の閲覧及び資料のサンプルチェックを実施した。
- エ 観光に関する事務処理及び承認が適切になされているかを確認するため、ヒアリング、関連資料の閲覧及び資料のサンプルチェックを実施した。
- オ その他、包括外部監査人が必要と認められた監査手続を実施した。

8. 包括外部監査人及び補助者

大島 嘉秋	(公認会計士)
松井 伸	(公認会計士)
仲 友佳子	(公認会計士)
中村 貢	(公認会計士)
平手 健一	(公認会計士)
岩田 香織	(公認会計士)
大野 由美子	(公認会計士)
今瀬 彰夫	(公認会計士)
鈴木 徹也	(公認会計士)
米森 健太	(公認会計士)
松下 哲明	(公認情報システム監査人)
水谷 博之	(弁護士)

9. 利害関係

包括外部監査人及び補助者は、いずれも監査の対象とした事件について地方自治法第252条の29の規定により記載すべき利害関係はない。

2. 我が国における観光の動向

(1) 訪日外国人の動向

エリア別の訪日外国人客数の推移は図3のとおりである。我が国の訪日外国人客数の多数はアジアが占めており、平成29年においてはアジアが約2,470万人(87%)、北アメリカが約170万人(6%)、ヨーロッパが約150万人(5%)となっている。内訳の年毎の推移を見てもアジアの伸びは大きく、平成28年から平成29年にかけて北アメリカ及びヨーロッパはほぼ横ばい傾向を示している一方、アジアは約2割程度の増加となっていた。

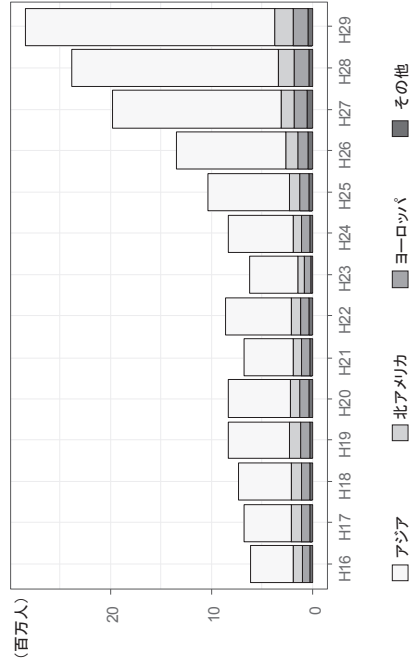
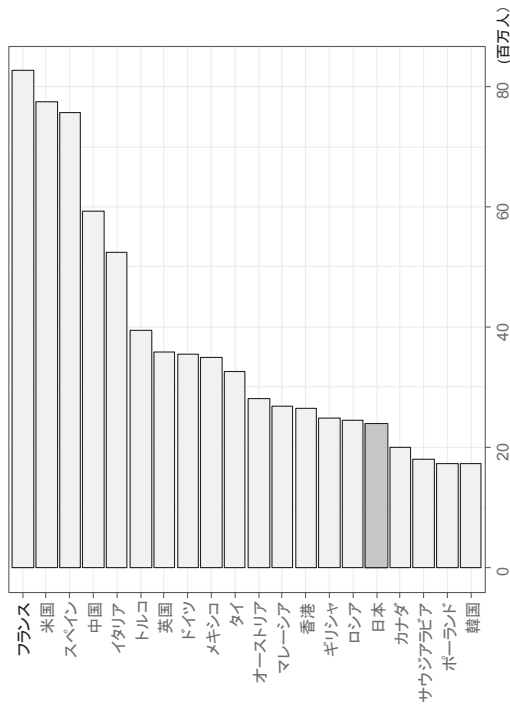


図3 エリア別訪日外国人客数の推移

(出典：日本政府観光局 (JNTO) 公表データを基に監査人が作成：https://www.jnto.go.jp/jnp/statistics/visitfor_1rmond/)

訪日外国人の1人あたり旅行支出の状況は図4のとおりである。訪日外国人の多数を占めるアジアの国々は、ヨーロッパ、アメリカと比べて旅行支出が少ない傾向が認められる。これはアジアの旅行者に比べ、ヨーロッパの旅行者は数週間といった長期旅行者が多いことも影響している可能性がある。

訪日外国人1人あたり旅行支出を費目別にみると、買物代が平均約5万7千円と最も高く、次いで宿泊費(約4万3千円)、飲食費(約3万1千円)の順で高い。宿泊費はヨーロッパ、アメリカ、オーストラリアで高い傾向がみられ、韓国の約2万2千円に対しイギリスは約9万7千円など大きな乖離が見られる。娯楽等サービス費は5千円前後の国が多い中、オーストラリアが約1万4千円と最も高い。また、買物代は中国が約11万1千円と突出している。



※ 本表の数値は平成28年数値である。ただし、一部の国については、平成28年の数値が不明であるため平成27年又は平成26年の数値を採用した。

図2 世界各国・地域への外国人訪問者数

(出典：日本政府観光局 (JNTO) 作成資料を基に監査人が作成：https://www.jnto.go.jp/jnp/statistics/visitfor_enmkhug.pdf)

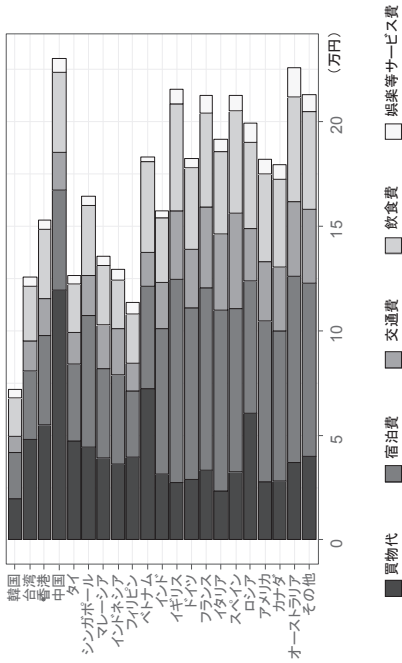


図4 訪日外国人旅行者1人あたり旅行支出 (平成29年)

(出典：観光庁公表データを基に監査人が作成：http://www.mlit.go.jp/common/001226297.pdf)

(2) 国内観光客の動向

平成29年の日本人の国民1人あたりの国内宿泊観光旅行は1.41回(前年比1.3%増)、国民1人あたりの国内宿泊観光旅行の宿泊数は2.30泊(同1.9%増)であった。前年と比べて若干の増加が認められる。

また、平成29年に国内宿泊旅行を行った人数は延べ3億2,333万人(前年比0.7%減)、国内日帰り旅行は延べ3億2,418万人(前年比2.8%増)となった。日本人の国内宿泊旅行と日帰り旅行の延べ人数の推移(図5)をみると、ここ近年は穏やかな増加傾向が認められる。しかし、10~20年といった中長期的な視点で見れば、将来的に一人あたりの宿泊回数が増加しても、人口減少の影響によって延べ宿泊者数の増加効果が相殺される可能性も考えられる。

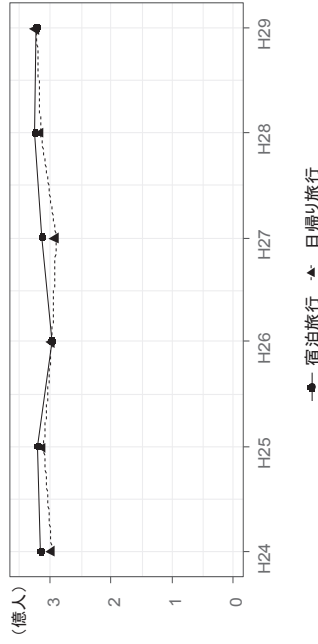


図5 日本人の国内宿泊旅行と日帰り旅行の延べ人数の推移

(出典：平成30年版観光白書)

次に日本人国内旅行消費額の推移(図6)について見ると、平成29年の日本人国内旅行消費額は21兆1,130億円となり前年比0.8%増であった。そのうち宿泊旅行が16兆798億円(前年比0.3%増)、日帰り旅行が5兆332億円(前年比2.3%増)であった。平成23年から若干の減少傾向が見られたが、平成27年からは再び増加傾向が見られる。

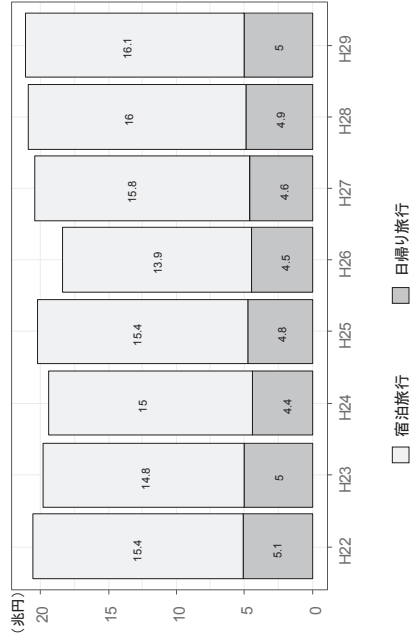


図6 日本人国内旅行消費額の推移

(出典：平成30年版観光白書)

を踏まえてターゲット別に課題・対応策を定め、プロモーションの戦略性向上による全世界の市場からの誘客の実現を目指すこととしている。

本事業は、テーマ性・ストーリー性を有する魅力ある観光地域を、交通アクセスも含めてネットワーク化し、訪日外国人旅行者の滞在日数に見合う周遊ルートを作成し、海外に積極的に発信することを目的としている。認定を受けた広域観光周遊ルートに対しては、計画策定、マーケティング、受入環境整備、海外への情報発信などにかかるとする事業費用を国が一部負担するなど、地域が推進する取組を関係省庁・機関が支援を行うこととしている。

平成27年に「昇龍道」を含む全国で7件の広域観光周遊ルート形成計画が認定され、平成28年には4件が新たに認定された。現在、全国で11件の広域観光周遊ルート形成計画が認定を受けている。

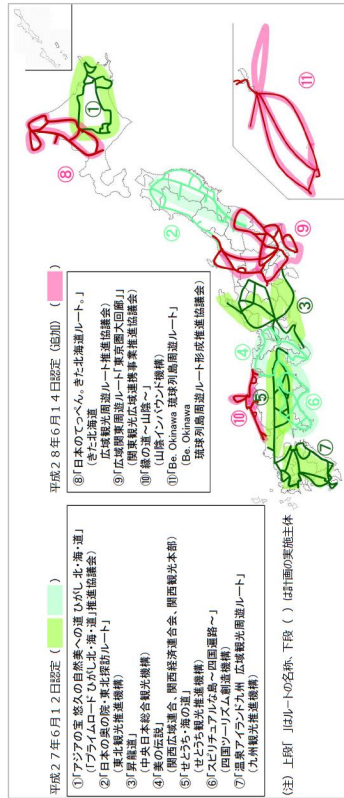


図9 広域観光周遊ルート

(出典：「広域観光周遊ルートにおけるモデルコースの策定について」)

エ ビジット・ジャパン事業

観光庁と日本政府観光局(JNTO)は、訪日外国人旅行者数の増加を図るため、我が国における外国人旅行者数の成長が見込まれる国・地域に対する訪日プロモーションを目的に、ビジット・ジャパン事業を実施している。

具体的な内容としては、海外広告宣伝、旅行博出展、海外メディア・旅行会社招請などの現地消費者・旅行会社と連携した訪日プロモーションの展開、国と地方(自治体及び観光関係団体等)の広域での取組等により、訪日外国人旅行者の拡大を目指している。

なお、平成30年度は、東京オリンピック・パラリンピック開催を見据えて平成32年度までの3年間の訪日プロモーション全体方針を策定し、重点市場として20市場(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・フィリピン・ベトナム・インド・豪州・米国・カナダ・英国・フランス・ドイツ・イタリア・ロシア・スペイン)を対象に、個別の市場特性

イ 訪日外国人

平成28年における愛知県の訪日外国人は観光入込客数(外国人)を見ると、観光目的が138万人(宿泊者約64万人、日帰り約74万人)、ビジネス目的が116万人(宿泊者約109万人、日帰り約7万人)である(表1)。愛知県の特徴としては、ビジネス目的での観光入込客数が多いことが挙げられる。愛知県は名古屋を有し、他県と比べて多くの企業が存在しているためと考えられる。観光入込客数(観光目的)の山梨県、長野県、岐阜県及び三重県などを見ると、宿泊と日帰りで大きな違いが生じているが、愛知県は宿泊と日帰りが近い値を示しており、この点の特徴といえる。

表1 愛知県及び近隣県の観光入込客数(外国人)の内訳

県	観光入込客数(千人回)			
	観光目的		ビジネス目的	
	宿泊	日帰り	宿泊	日帰り
山梨県	1,376	705	102	-
長野県	606	3	182	-
岐阜県	684	20	161	-
静岡県	747	-	638	-
愛知県	639	739	1,086	75
三重県	131	384	120	-
滋賀県	229	-	124	-
京都府	1,811	-	719	-

※ 「-」は観光地点パラメータ調査において、サンプル数が無かったものである。

(出典：「平成28年 観光入込客統計」(観光庁))

3. 愛知県における観光動向と想定される課題

(1) 観光入込客数の状況

ア 日本人観光客

「平成28年 観光入込客統計の年間値」(観光庁)では、A) 県内日帰り者、B) 県内宿泊者、C) 県外日帰り者、D) 県外宿泊者の区分で観光入込客数を集計している。そこで、この観光入込客統計を用いて愛知県の観光客(日本人)の集客状況を把握する。

愛知県の観光客の特性を把握するため近隣県と比較した結果が図10である。愛知県は県内日帰り客が非常に多く、全体の約63%を占めている。県外からの旅行者は日帰り客が多数を占めており、県外宿泊者は極めて少ない。

愛知県は県内又は三重・岐阜といった近隣県からの日帰り観光客が多数を占めており、宿泊を伴うような遠方からの観光客の割合が少ないことも一つの要因と推測される。

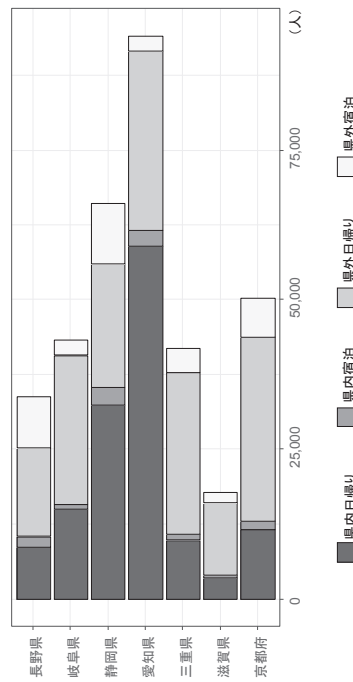


図10 愛知県及び近隣県の観光入込客数(日本人)の内訳

(出典：「平成28年 観光入込客統計」(観光庁)を基に監査人が作成)

1 都道府県の観光地点を訪れた観光入込客(観光地点及び行祭事・イベントを訪れた者)をカウントした値で、例えば、1人の観光入込客が当該都道府県内の複数の観光地点を訪れたとしても、1人回と数える。

ウ 県内の主な観光資源と観光客の訪問状況

県には広く観光資源があり、日本人・外国人を合わせた観光入込客数の統計を見ると、各地の観光資源に観光客が訪問している様子が見受けられる。1位の中部国際空港来場者は空港利用者数に左右され、純粋な観光目的での利用者数は限定されているものと考えられる。2位の刈谷ハイウェイオアシス、NEOPASA岡崎はサービスエリアであり、こちらも観光の最終目的地というよりは、休息のために経由する側面が強いものと推察される。4位以下は熱田神宮、豊川稲荷、ナゴヤドームと続いていますが、名古屋市内の施設・イベントの割合が多い傾向がみられた。

表2 愛知県内の観光入込客数（上位10位）

順位	所在地	観光資源名	入込客数（人）
1位	常滑市	中部国際空港来場者	11,552,000
2位	刈谷市	刈谷ハイウェイオアシス	9,276,000
3位	岡崎市	NEOPASA岡崎	7,921,863
4位	名古屋市	熱田神宮	7,024,739
5位	豊川市	豊川稲荷	5,000,000
6位	名古屋市	ナゴヤドーム	4,267,095
7位	蒲郡市	ラグーナテンボス	3,016,624
8位	名古屋市	東山動植物園	2,494,951
9位	名古屋市	なごやまつり	2,207,300
10位	名古屋市	にっぽんど真ん中まつり	2,202,000

（出典：「平成28年 観光レクリエーション利用者統計」（愛知県））

図11の訪日外国人が訪れた県内の観光地を見ると、こちらも名古屋市内近辺に集中している。ただし犬山城、岡崎城、豊川稲荷などの歴史文化施設にも一部の観光客が訪問していることが分かる。また、トヨタ博物館やリニア・鉄道館にも訪問されており、県が推進している産業観光が訪日外国人にも受け入れられている様子が見られる。上位20件のみではあるが、訪日外国人が訪問する多くの観光施設は名古屋市内近辺を占めている。

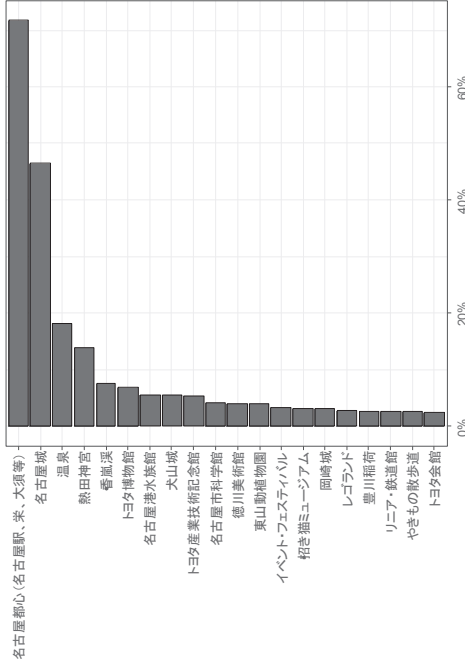


図11 訪日外国人が訪れた県内の観光地（上位20件）

（出典：「愛知県訪日外客動向調査」（平成29年））

(2) 宿泊者数の推移

ア 日本人延べ宿泊者数

愛知県及び近隣県等における日本人の延べ宿泊者数の推移は図12のとおりである。若干の増加傾向が認められるが、年間の延べ宿泊者数は概ね1,500万人前後で推移している。他県においても日本人の延べ宿泊者数は横ばい傾向を示しており、愛知県における特有の傾向は認められない。

日本は人口が減少していることから、日本人の平均的な旅行回数に変化がなければ今後は穏やかな減少傾向となることも予測される。

なお、このように外国人延べ宿泊者数は増加の一途をたどっているが、宿泊者数全体においては日本人が多くの割合を占めている(図14)。県は平成32年の来県者数を5,000万人、うち外国人は400万人との目標を掲げているが、仮にこの目標を達成した場合であっても外国人の割合は1割程度である。したがって、外国人旅行者を集客しながらも、日本人旅行者向けの施策を実施することも重要といえる。

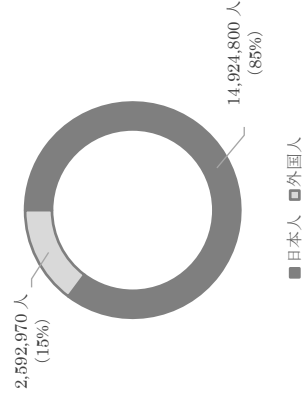


図14 愛知県の延べ宿泊者数の割合(平成29年)

(出典:「宿泊旅行統計」(観光庁)を基に監査人が作成)

ウ 県内における地区別の延べ宿泊者数の月次推移

県内における地区別の延べ宿泊者数の月次推移を示したものが図15、図16である。シティホテルやビジネスホテルに着目すると、多くの企業が集積する名古屋地区で多くの人々が宿泊していることが分かる。名古屋地区のシティホテルは月に10~15万程度の延べ宿泊者数が存在しており、他地区と比べて3倍以上の規模である。ビジネスホテルも同様に名古屋地区は25~30万人であるが、それ以外の地区は10万人未満であった。

また、リゾートホテルを見ると東三河地区の宿泊者数が1.5万人から2万人前後の月が多く、その他の地区においては概ね1.5万人以下であった。

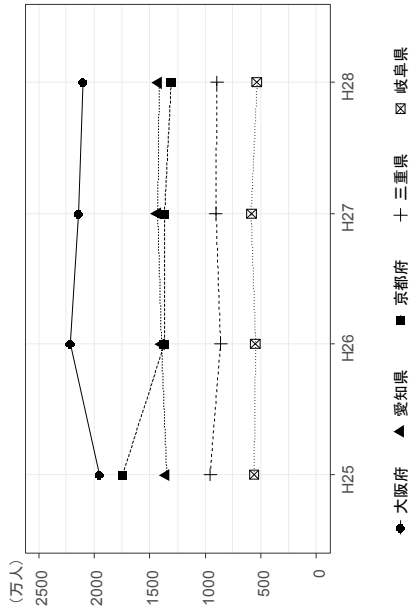


図12 愛知県及び近隣県等における延べ宿泊者数(日本人)の推移

(出典:「宿泊観光統計」(観光庁)を基に監査人が作成)

イ 外国人延べ宿泊者数

愛知県及び近隣県等における外国人の延べ宿泊者数の推移は図13のとおりである。全体的に右肩上がりの傾向が見られるが、大阪府は平成25年から平成28年にかけて約2倍となっている。愛知県も同様に平成25年の約115万人から平成28年の約239万人となり、大きな増加が見られた。

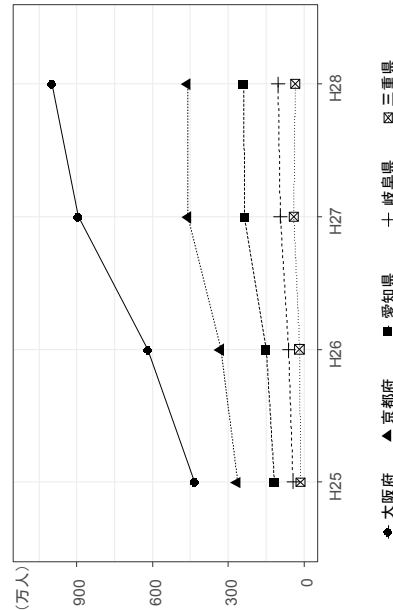
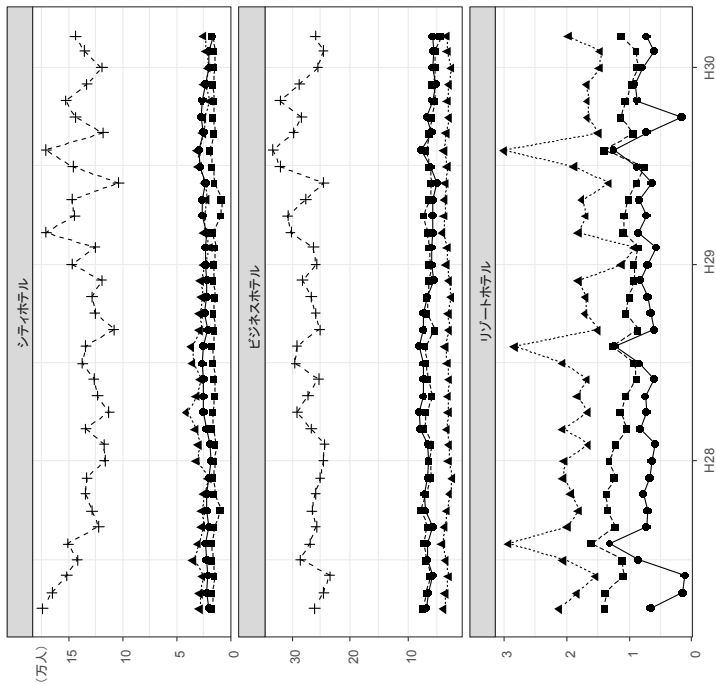


図13 愛知県及び近隣県等における延べ宿泊者数(外国人)の推移

(出典:「宿泊旅行統計」(観光庁)を基に監査人が作成)



※ 名古屋市内にはリゾートホテルがない。

図 15 地区別の延べ宿泊者数の推移①

(出典：観光庁データを基に監査人が作成)

会社・団体の宿泊所では西三河地区の変動が大きいものの、それ以外の地区は5,000人未満であり、県全体の宿泊者数に大きな影響を及ぼさない規模である。簡易宿所では名古屋地区が上昇傾向を示しているが、それ以外の地区では季節変動を除くと大きな傾向はみられなかった。旅館については東三河地区が3～4万人で推移することが多く、夏休みシーズンには大きく宿泊者数が増加することが分かる。

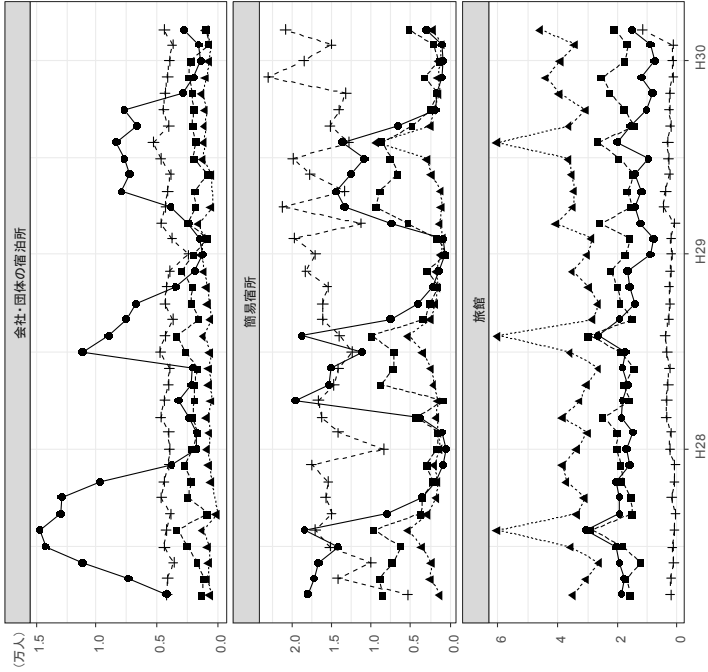
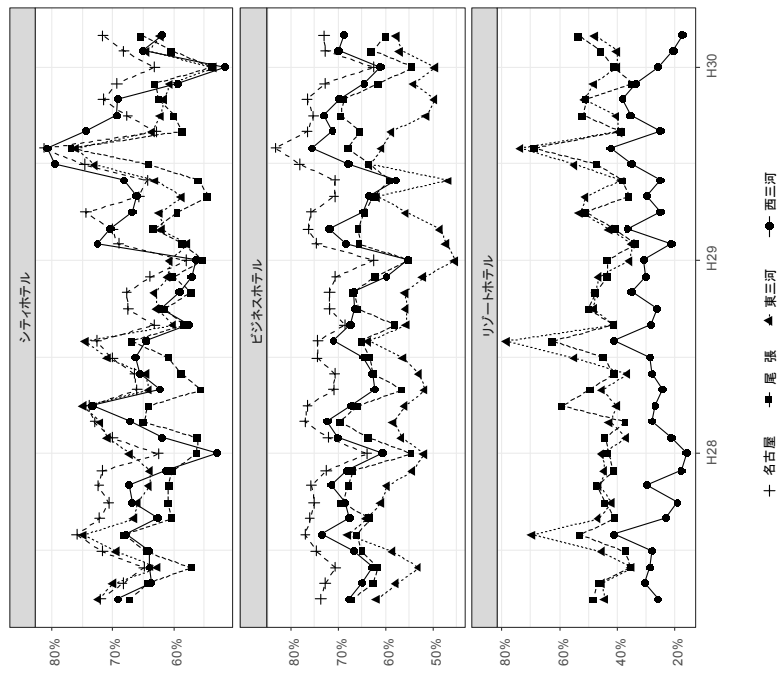


図 16 地区別の延べ宿泊者数の推移②

(出典：観光庁データを基に監査人が作成)

以上より、県内宿泊者の多くはシティホテルやビジネスホテルに宿泊し、また名古屋地区に滞在していることが分かる。このようなビジネス目的の宿泊者数は企業の動向に左右されるほか、県内の他地区での宿泊や宿泊日数の増加への誘導は困難といえる。

図 17、図 18 は地区別の平均宿泊率の推移を示したものである。シティホテル、ビジネスホテルともに名古屋の宿泊率は高く、尾張や東三河地区の宿泊率は低い。すなわち、名古屋地区では新規に宿泊施設を設置しない限り、これ以上大幅な宿泊者の受入は難しく、一方で尾張や三河地区においては宿泊者の受入に余力が存在するものといえる。今後は名古屋市以外の地域にさらに訪問してもらったことが課題といえる。



※ 名古屋市内にはリゾートホテルがない。

図 17 地区別の平均宿泊率の推移①

(出典：観光庁データを基に監査人が作成)

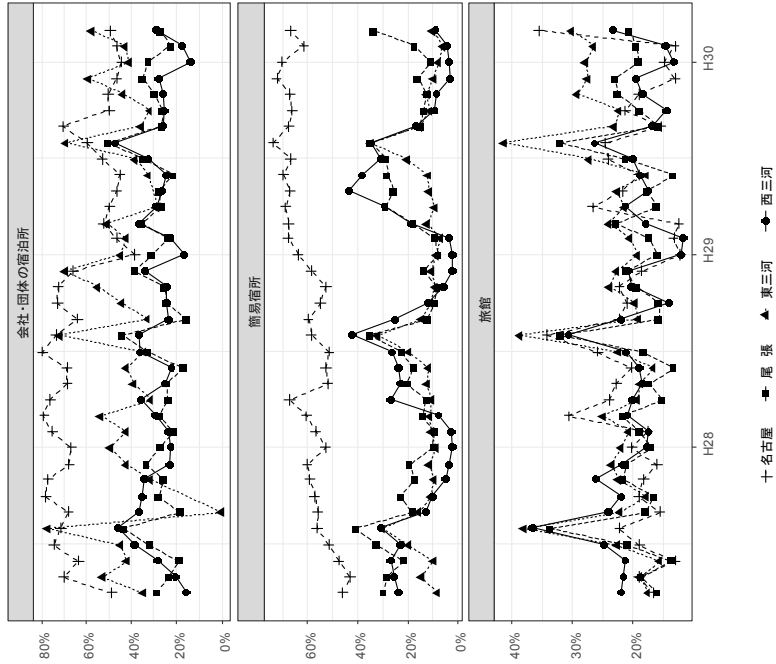


図 18 地区別の平均宿泊率の推移②

(出典：観光庁データを基に監査人が作成)

(3) 観光消費額

県の観光消費額（宿泊費、交通費、飲食費、土産物代等）は、平成22年には約5,700億円であったものが、平成28年には約8,300億円に増加した。平成25年から、日本人及び外国人ともに増加傾向を示している。

日本人旅行者の観光消費額7,646億円（平成28年）のうち、観光目的客は約5,659億円、ビジネス目的は1,987億円となっている。また、外国人旅行者の消費額675億円（平成28年）のうち、観光目的は192億円、ビジネス目的は483億円である。観光目的の外国人旅行者が少ないこともあり、観光消費額も少ない。

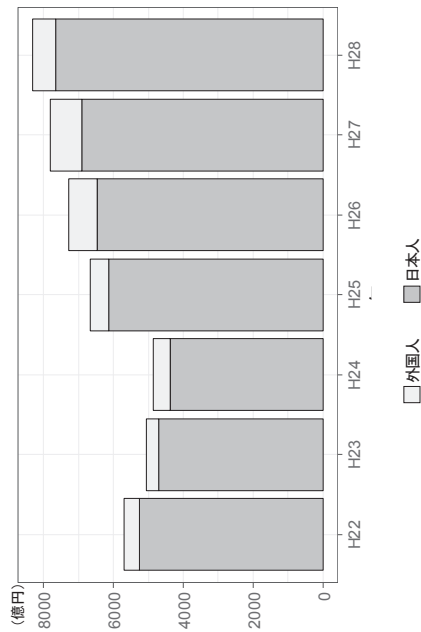


図19 愛知県の観光消費額の推移
(出典：観光庁データを基に監査人が作成)

ア 日本人観光客

一人あたりの観光消費額について詳細に見てみると、愛知県は県内宿泊者が15,996円（全国で26番目）、県内の日帰り旅行者が4,087円（全国で17番目）、県外宿泊者が27,519円（全国で17番目）、県外日帰り観光客が7,087円（全国で19番目）であった。

図20のとおり近隣県等と比較した結果、大幅な違いは認められない。

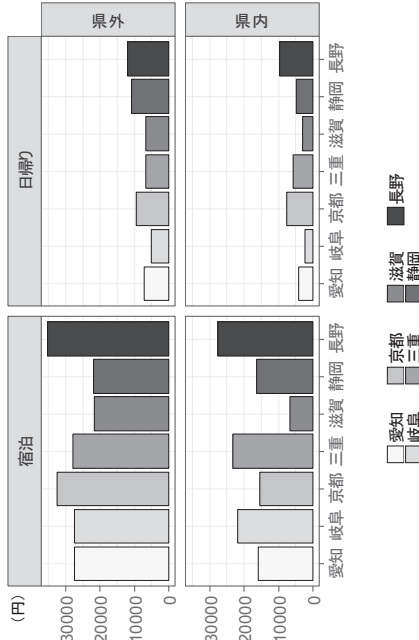
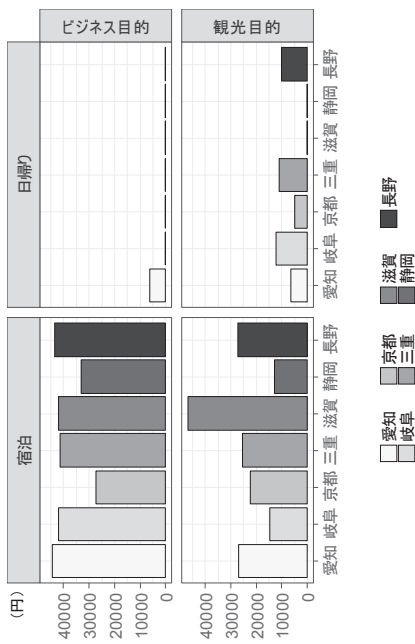


図20 平成28年における一人あたりの観光消費額の比較 (日本人)
(出典：「観光入込客統計」(観光庁)を基に監査人が作成)

イ 訪日外国人

一人あたりの観光消費額について詳細に見てみると、ビジネス目的の宿泊費は近隣県等と大きく変わらない。観光目的では滋賀県が突出しているが、愛知県は長野・三重・京都と比較しても大きな違いは生じていなかった。



※ グラフがない箇所はサンプル数が少なくデータが存在しない。

図 21 平成 28 年における一人あたりの観光消費額の比較 (外国人)

(出典：「観光入込客統計」(観光庁) を基に監査人が作成)

4. 愛知県における観光推進体制

(1) 県の組織体制

県は、平成 26 年 12 月に「あいち観光元年」宣言を発表し、愛知の生命線である、製造業、モノづくりに加えて、「観光集客」を愛知の新たな戦略産業と位置づけた。また、県は、愛知県観光振興基本条例に基づき、平成 22 年度から 27 年度までを計画期間とする「愛知県観光振興基本計画」(以下「前計画」という)を策定し、各種施策に取り組んできた。そして、前計画の期間満了にあわせ、最新の国の動向や社会・経済情勢の変化を踏まえ、観光振興施策を戦略的、計画的に推進するために、「あいち観光戦略」を平成 28 年 2 月に策定した。この観光戦略の策定と歩調をあわせて、県は平成 27 年 4 月に振興部観光局を設置し、観光局長をトップとした観光推進体制を明確化している。県の観光推進体制は次のとおりである。

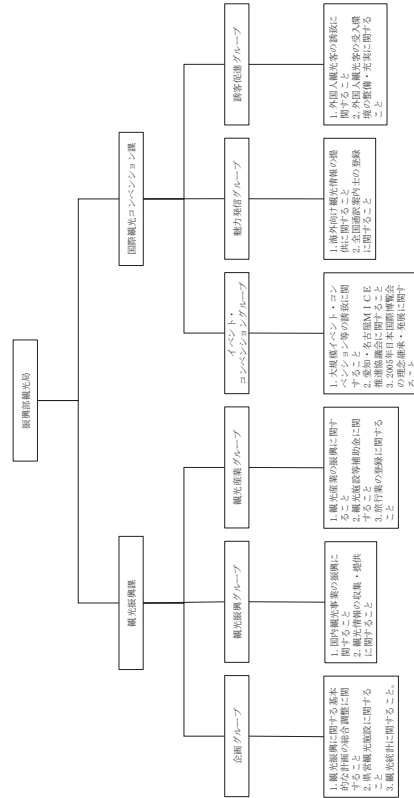


図 22 観光局の職員配置図

(出典：県より入手の資料を基に監査人が作成)

国・市町村との関係性における「あいち観光戦略」のポジション



図24 国・市町村との関係性における「あいち観光戦略」のポジション

(出典：県より入手の資料)

「あいち観光戦略」は、県の観光振興に関する施策の総合的かつ計画的な推進を図るため、観光振興に関する基本的な計画として定めたものであり、「あいち観光元年」宣言を受け、具体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る。

また、この戦略は目標年度である平成32年の東京オリンピック・パラリンピック競技大会の開催と、さらにその先にある平成39年のリニア中央新幹線の開業を見据えたものとなっており、リニア中央新幹線開業後の平成42年頃を展望し、平成32年までに取り組むべき重点的な戦略を明らかにした「あいちビジョン2020」や、平成72年までの県の人口の将来展望を示した「愛知県人口ビジョン」の実現に向け、平成27年度から平成31年度までに取り組む施策を示した「愛知県果まち・ひと・しごと創生総合戦略」のアクション・プログラムとしての位置づけも担っている。

県の観光振興に関連する諸計画の一覧は表3のとおりであり、県はこれらの諸計画との整合性をとりながら、観光振興施策を実施している。

(2) 愛知県の観光に関する条例・戦略・計画等

観光に関する国の法律としては、「観光立国推進基本法」がある。この法律は、昭和38年に制定された旧「観光基本法」の全部を改正し、題名を「観光立国推進基本法」に改めることにより、観光を21世紀における日本の重要な政策の柱として明確に位置づけたものである。この中で地方公共団体の責務として「地域特性を生かした施策を策定し実施。また、広域的な連携協力を図る。」との記載があるものの、県を含めた地方自治体は、それぞれの独自の条件などがあり、一定の枠組みに基づく法定計画の策定の義務づけはなされていないのが現状である。

観光立国推進基本法の概要

観光基本法(昭和38年)を全面改正。平成18年12月13日成立、平成19年1月1日施行。

<p>題名</p> <p>観光立国の実現を国家戦略として位置づけ、その実現の推進を図るものであることにかんがみ、題名を「観光基本法」から「観光立国推進基本法」に改正。</p>	<p>関係者の責務等</p> <p>① 国の責務 観光立国の実現に関する施策を総合的に策定、実施する。 ② 地方公共団体の責務 地域の特性を活かした施策を策定し実施。また、広域的な連携協力を図る。 ③ 住民の責務 観光立国の重要性を理解し、魅力ある観光地の形成への積極的な役割を担う ④ 観光事業者の責務 観光立国の実現に主体的に取り組むよう努める。</p>
<p>前文</p> <p>少子高齢化社会の到来や本格的な国際交流の進展を視野に、観光立国の実現を21世紀の我が国経済社会の発展のために不可欠な重要課題と位置付け。</p>	<p>【観光立国推進基本計画】の作成</p> <p>① 観光立国の実現に関する施策についての基本的な方針 ② 観光立国の実現に関する目標 ③ 観光立国の実現に関し、政府が総合的かつ計画的に講ずべき施策 ④ その他、必要な事項を盛り込んだ、閣議決定による観光立国推進基本計画を策定。 (国土交通大臣がとりまとめを担当)</p>
<p>目的</p> <p>観光立国の実現に関する施策を総合的かつ計画的に推進し、もって国民経済の発展、国民生活の安定向上及び国際相互理解の増進に寄与すること</p>	
<p>基本理念</p> <p>観光立国の実現を進める上での ① 豊かな国民生活を実現するための「住んでよし、訪れてよしの国づくり」の認識の重要性 ② 国民の観光旅行の促進の重要性 ③ 国際的視点に立つことの重要性 ④ 関係者相互の連携の確保の重要性を規定</p>	

図23 観光立国推進基本法の概要図

(出典：観光庁ホームページ：http://www.mlit.go.jp/kankeicho/kankei/rikokoku/ki_hombou_humi)

県では法定計画の策定の義務づけはなされていないが、独自に「愛知県観光振興基本計画(あいち観光戦略)」を策定している。国・市町村との関係性における「あいち観光戦略」の位置づけは次のとおりである。

表3 観光振興に関連する他の諸計画

計画名	ウェブページアドレス
あいちビジョン2020 (平成26年3月策定)	http://www.pref.aichi.jp/soshiki/kikaku/0000070467.html
愛知県まち・ひと・しごと創生総合戦略 (平成27年10月策定)	http://www.pref.aichi.jp/soshiki/kikaku/0000087722.html
あいち産業労働ビジョン2016-2020 (平成27年12月策定)	http://www.pref.aichi.jp/sanro-seisaku/bijyon271228.html
あいち山村振興ビジョン2020 (平成28年2月策定)	https://www.pref.aichi.jp/soshiki/chiiiki/sansonv2020-sakutei.html
あいち公共交通ビジョン (平成29年3月策定)	http://www.pref.aichi.jp/kotsu/

5. あいち観光戦略について

(1) 「あいち観光戦略」の成り立ち

平成22年3月に策定した「愛知県観光振興基本計画」の計画期間が平成27年度に満了することを受け、県では、平成28年度～平成32年度(5年間)を対象期間とした「あいち観光戦略」を策定している。「愛知県観光振興基本計画」の満了にあたって県はその総括を「愛知の観光振興施策の実施状況(平成27年度年次報告書)」で行うとともに、継続して行うべき施策については、引き続き「あいち観光戦略」に反映している。

「あいち観光戦略」は、「愛知県観光振興基本計画」の満了期間の1年前である平成26年度から、学識者や観光関係団体、観光事業者で構成される検討会議での議論や、観光地の実態調査や経済・観光関係団体へのヒアリングを経て策定された。ヒアリングにおいては、特に有識者による検討会議にて、多くの委員から様々な提言を受けており、例えば、「県にある潜在的な観光資源の魅力を県民、その他の地域の人に認識してもらおうための工夫が必要」など、県が抱える課題と具体的な改善策について意見を受けている。

県はこれらの議論を基に最終的に「あいち観光戦略」を県が取り組むべき具体的なプロジェクトを盛り込んだアクション・プログラムとして策定した。

「あいち観光戦略」では、県が目指す姿のキーワードを「発見、感動、伝えたい観光県—あいち」とし、以下の3つの基本的な視点を含んでいる。

- ・基本的な視点
- <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、伝えたい観光県「あいち」を実現します。

(2) 「あいち観光戦略」における6つの戦略と目標について

「あいち観光戦略」において、6つの戦略と目標が立案されている。これらの概要は図 25、図 26のとおりである。

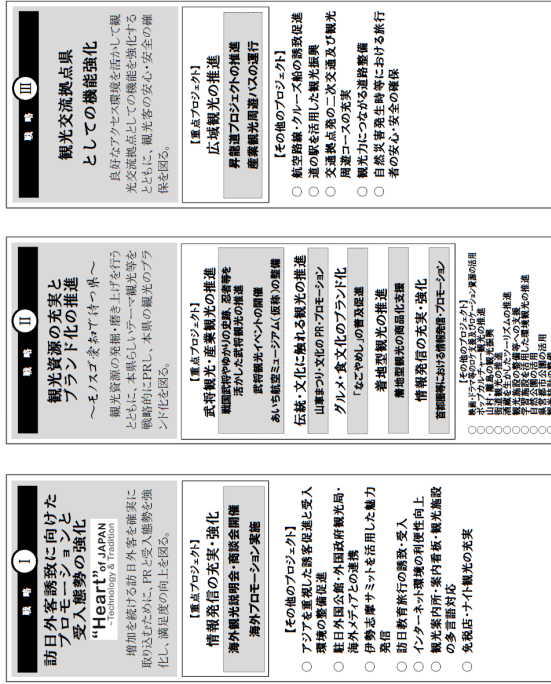


図 25 「あいち観光戦略」における戦略とプロジェクト①

(出典：「あいち観光戦略」)

ところで、観光というのはとても広い概念である。大辞泉によると、観光は次のとおり定義されている。

「他の国や地方の風景・史跡・風物などを見物すること。〔補説〕近年は、娯楽や保養のため余暇時間に日常生活圏を離れて行うスポーツ・学習・交流・遊覧などの多様な活動をいう。また、観光庁などの統計では、余暇・レクリエーション・業務などの目的を問わず、1年を超えない非日常圏への旅行をさす。」

つまり、観光を広義に捉えた場合、日常の様々な活動が観光に関係しており、県の日常業務においても、観光に関連する業務が多数行われているといえる。

今回の包括外部監査に先立って、県の観光施策推進のトップである観光局長に対して、県の観光に関する基本的な方針についてのヒアリングを実施した。その中で観光局長からは「(観光に関する)あらゆる機会を活用したいと考える。」との回答を得ており、県としては観光を広義に捉え、広く観光推進を図りたいとの方針を確認した。

一方、「あいち観光戦略」については、総花的・底上げ型ではなく、重点プロジェクトを定めるといふ方針で記載しており、県の観光施策を必ずしも網羅的に示したものでないということも、合わせて県に確認した。

また、県には「観光施設条例」があるが、観光施設条例に定められた施設については、「あいち観光戦略」には記載されておらず、「あいち観光戦略」に記載されている施設は各施設の根拠条例の設置目的との関連は有していないことも確認した。

以上のような「あいち観光戦略」の成り立ちや考え方を考慮して、包括外部監査としては、「あいち観光戦略」に記載された施策や施設のみにとらわれることなく、県の観光を推進するポテンシャルを持つと思われる、施策や施設についても観光関連施策・施設として、幅広く包括外部監査の対象とすることとした。

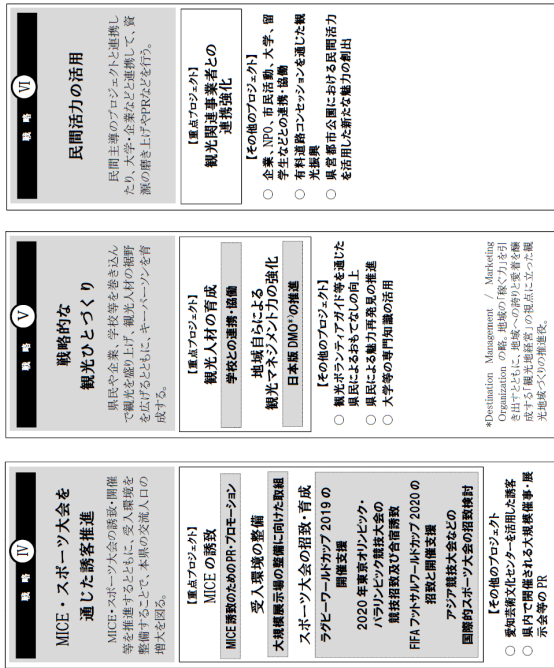


図 26 「あいち観光戦略」における戦略とプロジェクト②

(出典：「あいち観光戦略」)

これらの戦略・プロジェクトの推進を図り、進捗状況を把握する指標として、県は次の数値目標を設定している。

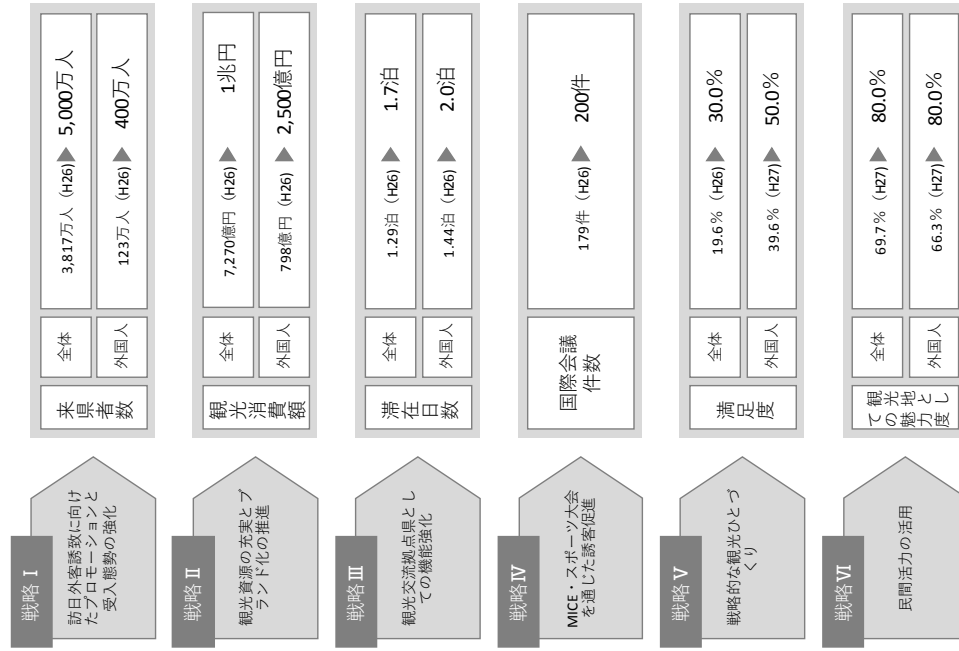


図 27 「あいち観光戦略」の数値目標

(出典：「あいち観光戦略」)

県は、毎年「あいち観光戦略」に基づいた観光振興施策の実施状況を点検しており、数値目標に対する進捗状況を確認している。各指標の推移を分析するほか、その数値がどのような要因によって変化したのかを分析しており、この分析結果を次年度の施策に反映している。

を開催して有識者による意見を得るなど、施策の内容・施策の内容・方向性の改善に努めている。

(3) 「あいち観光戦略」における具体的な施策の例

「あいち観光戦略」では6つの戦略に基づき、極めて多様な事業を実施している。ここでは、これらの事業のうち主なものを記載する。

ア 海外プロモーション

外国人旅行者の増加に向け、様々な情報発信を行っている。具体的な情報発信の方法は次のとおりである。

- ・ 訪日旅行者数の多いアジアの国・地域（韓国、台湾、台湾、タイ）の旅行会社の訪日旅行担当幹部やメディア関係者を招請し、県内視察や、県内観光事業者との商談会・交流会等を実施。これにより、県のツアー旅行商品を造成してもらうことや、アジア諸国において情報発信を行ってもらうことを目的としている。
- ・ アジア各国で開催される商談会等にはブースを出展し、県の魅力を来場者に伝える。
- ・ 知事自ら渡航してトッププロモーションを行う。
- ・ 旅行会社を対象とした情報発信のほか、近年はFIT²が増加していることから、「トリップアドバイザー」³への広告出稿を実施。
- ・ ここ数年は関西圏に多くの外国人旅行者が訪問していることから、関西を訪れた外国人旅行者を愛知県に誘客することを意図し、関西圏のフリーマガジン等に広告を出稿。
- ・ 中国で人気のブロガーを招請し、ブロガーを通じて中国人に県の情報を発信。さらに、旅行雑誌にブロガーの様子を取材してもらい、ウェイボー⁴や雑誌への露出を通じて、一層の情報を発信。

このように、海外の旅行会社・旅行関係者だけでなく、FITの増加を意図して著名ブロガーや雑誌等を通じて情報を発信するなど、ターゲットごとに情報発信の仕方を工夫していた。

² Foreign Independent Tour の頭文字の略。団体旅行やパッケージツアーを利用することなく個人で海外旅行に行くこと。

³ 米国に拠点を置く世界的に有力な旅行口コミサイト。

⁴ 中国最大のソーシャルメディアサービス。

イ アジアを重視した誘客促進と受入環境の整備促進

増加する外国人旅行者を円滑に受け入れるため、県は観光案内所、パンフレットなど様々なツールの多言語化を進めている。県ではアジアからの来県者数が多いことから、英語に加えて中国語（簡体・繁体）、韓国語、タイ語などを中心に多言語化を進めている。

また、現在ムスリム（イスラム教徒）人口は16億人以上に上り、アジア圏からも多くのムスリムが県に訪問している。ムスリムが快適に県を訪れ過ごすためには、イスラム教の戒律に応じた食の提供や、礼拝堂の設置などが求められる。そこで、県はムスリム旅行者の受入体制の向上を目的として観光関連事業者を対象にセミナーを開催するほか、県内のムスリム向けのモスク・レストラン・宿泊施設等をWEB上に掲載している（図28）。

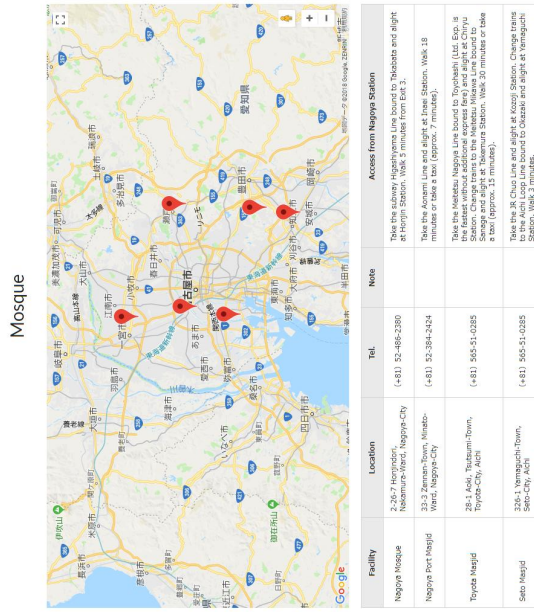


図 28 「Aichi Now」に掲載されたモスクのマップ

(出典：Aichi Now ホームページ： <https://www.aichi-now.jp/en/travelkits/muslim/>)

さらに、県は「愛知県訪日外客動向調査」を毎年実施し、外国人旅行者の満足度・不満点などを把握している。この調査を通じて把握した外国人旅行者の

不満点に対しても、改善を進めている。例えば「フリーWi-Fiスポットが少ない」という不満に対しては、「Aichi Free Wi-Fi」として宿泊・観光拠点等を中心に無料の公衆無線LANサービスの設置を進めている(図29)。

このように、増加する外国人旅行者の受け入れ態勢についても拡充を進めている。

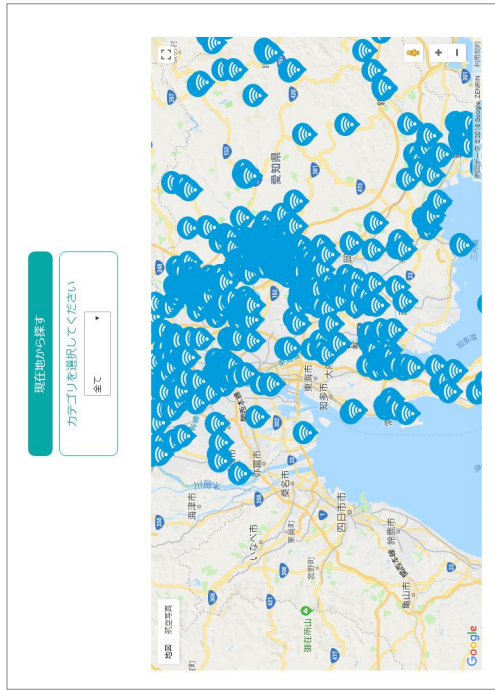


図29 公衆無線LANの設置状況

(出典：Aichi Free Wi-Fi ホームページ：<https://www.aichi-wifi.jp/Facility/>)

ウ 武将観光の推進

県は織田信長、豊臣秀吉、徳川家康の郷土の三英傑を始め、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、これらを観光資源として活用すべく国内外の「武将、騎士及び甲冑をテーマに活動する団体」が一同に会する武将観光イベントを平成25年から開催している。平成29年は「サムライ・ニンジャ フェスティバル2017」として、全国の武将隊や忍者隊、県内の甲冑隊等による演武に加え、一般参加のチャンバラ大合戦など幅広い層が楽しめるイベントを開催していた(図30)。



図30 サムライ・ニンジャフェスティバルの様子

(出典：Aichi Now ホームページ：<https://www.aichi-now.jp/spots/detail/1543/>)

また、織田信長、豊臣秀吉、徳川家康の三英傑に対して、それぞれゆかりの地を訪ねる観光モデルコースを設定してパンフレットを配布するなど、県の魅力あるコンテンツとして情報発信に努めていた(図31)。



図 31 織田信長のパンフレットの例

(出典：織田信長ガイドブック：<https://www.pref.aichi.jp/kanko/menu/jyoubou/index.html>)

エ なごやめしの普及促進等

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している。具体的には、多言語パンフレット・リーフレットやホームページ、SNS、首都圏でのイベント出展等を通じて魅力発信を行っている（図 32）。



図 32 なごやめし普及促進協議会が作成したパンフレットの例

(出典：なごやめし普及促進協議会ホームページ：<http://nagoya-meshi.jp/map/>)

また、急増する外国人旅行者に向けて「売れる」観光土産品の発掘、販売促進を開発すべくコンクールを開催するなど、観光消費額の増加に努めていた。このほか、アジア圏からの観光客等をターゲットに県内地酒をPR（パンフレットの作成、観光地での試飲販売会の開催）するなど、新たな観光資源の魅力を一歩アピールしている。

オ 映画・ドラマ等のロケ支援及びロケーション資料の活用

「フィルムコミッション (FC)」とは、映画、TVドラマ、CM等の撮影を地域に誘致し、映像素材に使用してもらうことで、地域の知名度の向上や魅力の再発見を狙ったものである。これにより、ロケ隊の滞在による経済効果や雇用の創出、ロケ地を活用した観光誘客などが期待できる。県では、平成26年8月に「愛知県フィルムコミッション協議会」を設立し、県内FCとの情報共有、広報支援、新規FCの設立支援を目的に各活動を行っている。

表4 愛知県フィルムコミッション協議会概要

企画団体 (平成30年3月 現在)	<ul style="list-style-type: none"> ■日本ラインフィルムコミッション 犬山ロケサーブ チーム (犬山市観光協会) ■なごや・ロケーション・ナビ (公財)名古屋観光コンベンションビューロー) ■ほの国三河ロケ応援団 (一社)豊橋観光コンベンション協会) ■とよたフィルムコミッション (豊田市商業観光課) ■いちのみやフィルムコミッション協議会 (一宮市観光協会) ■岡崎フィルムコミッション事務局 (岡崎市観光推進課) ■あいち美浜町フィルムコミッション (美浜町観光推進課) ■西尾市 ■常滑市 ■知多市 ■岩倉市 ■清須市 ■北名古屋 ■豊山町 ■南知多町・観光協会 ■美浜町 ■稲沢市 ■蟹江町 ■津島市 ■碧南市・観光協会 ■東栄町
事務局	愛知県振興部観光局観光振興課 〒460-8501 愛知県名古屋市中区三の丸三丁目1番2号 TEL: 052-954-6355 FAX: 052-973-3584 URL: http://aichi-film.jp E-mail: aichi-film@pref.aichi.lg.jp
設立日	平成26年8月25日(月)
業務内容	<ul style="list-style-type: none"> ・ロケ誘致に向けた情報発信の充実 ホームページの内容拡充やJFC(ジャパン・フィルム コミッション)との連携による情報発信のほか、パ ンフレット、ロケ地マップ等の作成によるPRを実 施する。 ・ロケ支援依頼に対する情報交換、連携の促進 よりの確かなサポートを実現するため、県内各地域に あるフィルムコミッションや市町村なども連携 し、細やかなサポートを実現。効率的なロケ地選定や 撮影のサポートなど、全県をあげてバックアップす る。

	<ul style="list-style-type: none"> ・公共施設、道路の使用許可手続迅速化等の協議 ロケの円滑化に向けた公共施設、道路の使用許可手 続迅速化等について、関係機関と協議する。 ・FC活動の普及啓発 FC活動への理解促進や支援活動を行う人材の育成 に向けて、セミナーを開催する。 ・地域のFC設立支援 地域FC設立に関する各種相談への対応等の支援を 行う。
--	---

(出典：愛知県フィルムコミッション協議会ホームページ：<http://aichi-film.jp/about/>)

表5 平成29年度ロケ地実績

題名	公開	ロケ地
22年目の告白 —私が犯人です。—	平成29年6月10日	中部国際空港 (セントレア)
TBSスペシャルドラマ リーダーズII	平成29年3月26日	豊橋公会堂
WOWOW 連続ドラマW 本日は、お日柄もよく	平成29年1月14日	愛知県庁 (正庁)
NHKドラマ10 お母さん、娘をやめていいですか	平成29年1月13日	椋山女学園 中高等学校
CBCテレビ開局60周年記念 スペシャルドラマ 金の殿〜バス ク・トウ・ザ・NAGOYA〜	平成29年1月13日	名古屋城

(出典：愛知県フィルムコミッション協議会ホームページ：<http://aichi-film.jp/results/>)

カ 昇龍道プロジェクト

昇龍道とは、中部北陸地域の観光エリアである。能登半島の形を龍の頭に見立てて、この地域が神秘的な昇り龍のように見えることから「昇龍道」と名付けられている。

国土交通省 中部運輸局、北陸信越運輸局及び（一社）中央日本総合観光機構が中部北陸9県の自治体、観光関係団体、観光事業者などが協働して「昇龍道プロジェクト」に取り組んでいる。例えばホームページ、パンフレット等を通じて観光エリアや観光施設を紹介して観光客の周遊を図るほか、Wi-Fi 環境の整備など、広域的な視点から観光客の誘致活動を行っている。

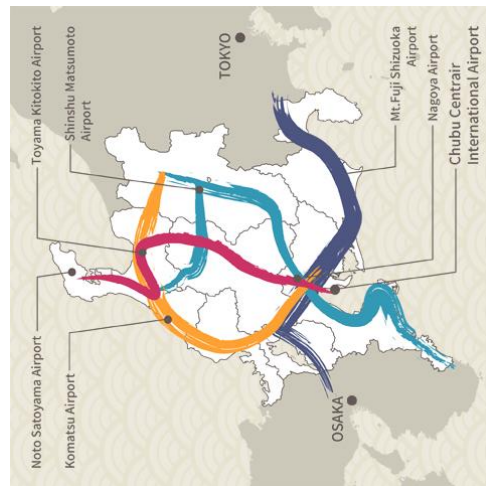


図 33 昇龍道のモデルルート

(出典：昇龍道ホームページ：https://shoryudo.go-central.jp/about/index.html)

キ MICE誘致

近年、企業等の会議 (Meeting)、企業等の行う報奨・研修旅行 (インセンティブ旅行) (Incentive Travel)、国際機関・団体、学会等が行う国際会議 (Convention)、展示会・見本市、イベント (Exhibition/Event) の頭文字をとった MICE が注目を集めている。これは、単に「人が集まる」という直接的な効果に留まらず、人の集積や交流から派生する付加価値や大局的な効果も期待されるものである。

観光庁では MICE の効果について次のア) からウ) までの 3 つを掲げている。

る。

ア) ビジネス・イノベーションの機会の創造

MICE 開催を通じて世界から企業や学会の主要メンバーが我が国に集うことは、我が国との関係者と海外の関係者のネットワークを構築し、新しいビジネスやイノベーションの機会を呼び込むことにつながる。

イ) 地域への経済効果

MICE 開催を通じた主催者、参加者、出展者等の消費支出や関連の事業支出は、MICE 開催地域を中心に大きな経済波及効果を生み出す。MICE は会議開催、宿泊、飲食、観光等の経済・消費活動の裾野が広く、また滞在期間が比較的長いと言われており、一般的な観光客以上に周辺地域への経済効果を生み出すことが期待される。

ウ) 国・都市の競争力向上

国際会議等の MICE 開催を通じた国際・国内相互の人や情報の流通、ネットワークの構築、集客力などはビジネスや研究環境の向上につながり、都市の競争力、ひいては、国の競争力向上につながる。海外の多くの国・都市が、国・都市の経済戦略の中で、その達成手段の一つとして MICE を位置づけ、戦略分野/成長分野における産業振興、イノベーション創出のためのツールとして国際会議や見本市を活用しており、我が国においても、MICE を国・都市競争力向上のツールとして認識し、活用することが重要である。

このように、MICE は単に観光という側面だけでなく、国・都市の競争力を高めることも期待されており、注力すべき分野である。

県は見本市や商談会の参加を通じて MICE 誘致のための PR・プロモーションを行うほか、名古屋市、(公財)名古屋観光コンベンションビューローなどと設置した「愛知・名古屋 MICE 推進協議会」を通じて、MICE の誘致に取り組んでいる。加えて、国際会議主催者に対して開催費の一部を補助している。

おり、催事開催の受け皿となる大規模展示場の整備が求められているところであった。

こうした背景のもと、首都圏に並ぶ交流拠点を目指し、新たな交流により、新産業の創出や既存産業の充実など、県の産業基盤の強化を進めることを目的として、国際展示場を整備することとなった(表5)。

表5 展示場の概要

場所	空港島(常滑市)
施設規模	展示施設6万㎡(国内展示会の9割をカバー)
敷地面積	28.7ヘクタール(県企業庁所有)
整備費等	建設費約350億円
開業予定	平成31年9月

(出典:愛知県ホームページ)



図34 展示場見取り図

(出典:愛知県ホームページ)

ク ラグビーワールドカップ開催支援

県では、豊田スタジアム始め全国12会場で開催されるラグビーワールドカップ2019に向けて、地元関係団体の参画を得て豊田市と連携し設立した「ラグビーワールドカップ2019愛知・豊田開催支援委員会」において、機運の醸成を始めとする大会開催に向けた支援活動を行っている。

【平成29年度の主な実施内容】

- ・ 開催支援の活動として、ファンゾーン運営基本計画の策定、交通輸送基本計画(交通案内・整理、駐車場対策等)の策定、ボランティアプログラム等の策定
- ・ 愛知・豊田ラグビーフェスタ2017の開催
- ・ ジャパンラグビートップリーグの豊田スタジアムでの試合開催時にファンフェスタ(平成29年8月18日)の開催及びファンゾーン(平成29年12月9日)の設置
- ・ 愛知県内・豊田市内でのスポーツイベントを始めとする各種イベント等でのPR
- ・ 各種大会情報発表に連動した広報展開(都市装飾等)

ケ 国際展示場

中国等のアジアの主要都市においては、海外サブプライヤーと国内バイヤーの商談の場としての展示会産業が急成長しており、各都市で大規模な展示場が整備され、大型の展示会・見本市の開催が増加している状況にある。

一方、我が国においても、展示会を含むMICE産業の成長が加速している。横浜、福岡等、全国各地で新たに展示場を整備・増設する動きが加速している。現在、国内の展示会・見本市は東京(東京ビッグサイト等)に一極集中する傾向にあるが、平成32年の東京オリンピック・パラリンピック開催に伴い東京ビッグサイト等が一時的に閉鎖されることも追い風に、地方都市における展示会産業の活性化への取組が進みつつある。

愛知県においては、輸送機器を中心とした多様な産業の集積や大都市圏としてのマナーの大きさに恵まれるとともに、中部国際空港や中央リニア新幹線整備等による広域交通アクセスの改善が進み、国内外との交流をより一層活性化させるチャンスが拡大しているといえる。展示会産業の育成・活性化を通じて、内外の多様な交流の促進とビジネスチャンスの創出を推進し、県の既存産業の充実や新産業の創出を促進させていくとともに、内外からの集客による多様な交流の場を創出することによって、地域のにぎわいづくりの促進が期待される。

折しも、県では「技能五輪国際大会」の2020年代初頭の開催等を検討して

ア) 一般社団法人奥三河観光協議会等との連携

平成27年3月に「道の駅 もつくる新城」がオープンした。この施設は、奥三河全体で連携し、観光を始め地域の活性化を図る「奥三河観光ハブステーション」として、地域の魅力を発信するとともに人の集う施設を目指している。「道の駅 もつくる新城」は新東名高速道路の新城インターチェンジと国道151号(新城バイパス)の結節点に立地し、奥三河観光案内所も「道の駅 もつくる新城」内に設置された。一般社団法人奥三河観光協議会は、職員が観光案内所に来訪されるお客様の対応をする等、奥三河観光において中心的な役割を担っている。また、奥三河観光協議会は、奥三河の観光情報をまとめたパンフレットを作成しており、愛知県民の森を始めとした関係者に配布している。

また、新城市は市内の店舗・事業所が市内の観光案内を担う「新城まちかど観光案内所」の設置に取り組んでおり、観光施設をA4両面にまとめた施設案内をパンフレット等と一緒にファイリングし、愛知県民の森を始めとする「新城まちかど観光案内所」の参加者に配布している。

愛知県民の森では、配布されたファイルや奥三河観光協議会が作成したパンフレット等で、従業員の知識の底上げを行い、愛知県民の森のお客様から、奥三河地区の観光について質問があった場合に、どの従業員も回答できるように努めている。

イ) 湯谷温泉旅館事業者等との連携

愛知県民の森の入浴施設は温泉ではないが、お客様が温泉を希望する場合には、近隣の日帰り温泉を紹介している。逆に、日帰り温泉施設から宿泊者の紹介を受けることもある。

また、湯谷温泉では湯谷温泉発祥展が毎年2月に「湯谷温泉花祭り」を開催している。「花祭り」は人と鬼とが舞い乱れる奇祭であり、鎌倉・室町時代から奥三河地方に伝わる神事で、国の重要無形民俗文化財に指定され、東栄町・豊根村・設楽町の保存会や行政が世界遺産登録に取り組んでいるものである。この花祭りをダイジェスト版で見ることができ「湯谷温泉花祭り」の参加協力を愛知県民の森でも行っている。

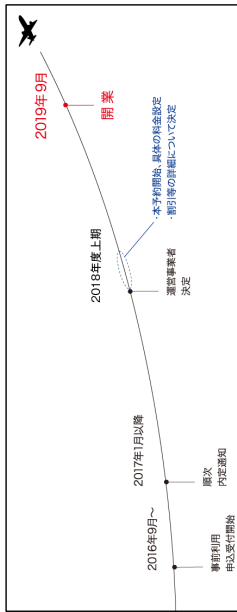


図 35 展示場開業までのスケジュール

(出典：愛知県ホームページ)

コ 観光人材の育成

観光産業の競争力をさらに高めていくためには、観光人材の育成も重要な要素の一つである。県は 1) 学校との連携・協働、2) 地域や企業で活躍する観光人材の育成、と 2つのカテゴリに分けて観光人材の育成に向けた施策を行っている。

まず、1) 学校との連携・協働としては、学生から観光振興に関する取組のアイデアを募集し、優れたアイデアを表彰している。発表会には事業者も参加しており、過去にはアイデアを実行したケースもある。また、県内の若年層(大学生等)に伝統文化や郷土芸能を体験できる機会を提供し、その体験した内容をSNS等で情報発信してもらおう伝統文化等体験型情報発信事業も実施している。

2) 地域や企業で活躍する観光人材の育成としては、「着地型旅行商品コーディネート育成講座」を開催している。平成29年度は参加者が80名と、県内の地域観光協会、商工会等の職員を中心に、幅広い県民が参加していた。また、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」を実施している。さらに、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のフォーラムも開催している。

ク 観光関連事業者との連携強化

観光施策推進を単独で行うには限界があり、各種観光関連事業者との連携が重要である。ここでは連携の内容を全て記載することは困難なことから、一例として、愛知県民の森が行っている観光関連事業者との連携の取組について紹介する。

ウ) 新城スポーツシリーズ推進実行委員会との連携によるダモンデトレイルの開催

「ダモンデトレイル」は新城スポーツシリーズ推進実行委員会が主催する、トレイルランニングの催しである(表6)。ダモンデトレイルは、年2回(5月、10月)、毎回異なるコンセプトで開催しており、愛知県民の森は、ダモンデトレイルの開催地として運営に協力した。

表6 ダモンデトレイル概要

大会名	DA MONDE TRAIL Challenge Autumn 3時間耐久トレイルレース@愛知県民の森
開催地	愛知県民の森 特設周回コース (約2.7km/周)
開催日	平成30年10月14日(日)
大会概要	愛知県民の森内の平坦基調、一周・約2.7kmの特設トレイルコースを周回する3時間耐久のレース。ソロやチーム、ファミリーでも参加でき、経験者でも初挑戦でもランナーもその仲間や家族、会場にいる全員が楽しめるレースである。
競技開始	10:00～
種目	3時間耐久レース(ソロ or チーム)
募集期間	平成30年7月9日(月)21時～平成30年8月19日(日)24時まで。

(出典：ダモンデトレイルホームページを基に監査人が作成：<http://trail.demonde.jp/c22525.html>)

エ) 有限会社パワースポーツとの連携によるOSJ新城トレイルの開催

OSJ新城トレイルは、有限会社パワースポーツが開催する「OSJ TRAIL RUNNING RACE SERIES」の一戦という位置づけであり、平成30年度は以下のとおり開催しており(表7)、愛知県民の森は、OSJ新城トレイルの開催地として運営に協力した。

表7 OSJトレイルランニングレースシリーズ開催実績

シリーズ	日程	大会名	開催場所	距離
第1戦	2月10日(土)・11日(日)	OSJ奄美ジャングルトレイル	鹿児島県奄美大島	50km 20km
第2戦	3月24日(土)	OSJ新城トレイル11K	愛知県新城市	11km
第3戦	3月25日(日)	OSJ新城トレイル32K&ダブル64K	愛知県新城市	64km 32km
第4戦	6月2日(土)・3日(日)	OSJ奥久慈トレイルレース	茨城県常陸大田市	59km 30km
第5戦	6月23日(土)・24日(日)	OSJ山中温泉トレイルレース	石川県加賀市	80km 35km
第6戦	7月14日(土)・15日(日)	OSJ ONTAKE100	長野県王滝村	100km 100mile
第7戦	7月27日(金)～29日(日)	OSJ ITAMURO100	栃木県那須塩原市	100km 30km
第8戦	9月1日(土)	OSJ安達太良山トレイル10K	福島県二本松市	14km
第9戦	9月1日(土)・2日(日)	OSJ安達太良山トレイル50K	福島県二本松市	50km
第10戦	9月17日(月・祝)	OSJ王滝ダートマラソン	長野県王滝村	42km 20km
第11戦	10月6日(土)～8日(月・祝)	OSJ KOUMI100	長野県小海町	100mile
第12戦	10月20日(土)・21日(日)	OSJ氷ノ山山系トレイルレース	兵庫県香美町ほか	78km

(出典：有限会社パワースポーツのホームページを基に監査人が作成：<http://www.powersports.co.jp/osjtrail/>)

オ) 日本自動車連盟 (JAF) 登録クラブ・団体との連携による新城ラリーの開催

新城ラリーは、全日本ラリー選手権の1戦である。全日本ラリー選手権は日本自動車連盟 (JAF) 登録クラブ・団体が主催する国内格闘式のラリー競技である。

平成30年の全日本ラリー選手権は表8のスケジュールで、全10戦が開催された。愛知県民の森は、新城ラリーの運営者の宿泊施設として運営に協力した。

表8 平成30年全日本ラリー選手権開催スケジュール

Rd	開催日	イベント名	場所
1	2月1日～4日	Rally of Tsumagoi	群馬
2	4月6日～8日	Sammy ツール・ド・九州 2018 in 唐津	佐賀
3	4月27日～29日	NISSIN Rally 丹後 2018 Supported by Sammy	京都
4	5月18日～20日	Sammy 久万高原ラリー	愛媛
5	6月7日～10日	MONTRE 2018	群馬・長野
6	6月29日～7月1日	2018 Sammy ARK ラリー・カムイ	北海道
7	8月23日～26日	MSCC ラリー in いわき 2018	福島
8	9月14日～16日	RALLY HOKKAIDO	北海道
9	10月12日～14日	第46回 M.C.S.C. ラリー・ハイラン	岐阜
10	11月2日～4日	ドマスターズ 2018 新城ラリー 2018	愛知

(出典：JRC Aホームページを基に監査人が作成：http://www.jrca.gr.jp/report)

(4) 「あいち観光戦略」に基づく観光振興施策の実施状況について

県では、愛知県観光振興基本条例第9条第6項の規定に基づき、「あいち観光戦略」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、毎年、議会に報告するとともに、公表することとしている。

「平成29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28年度年次報告書)」の作成にあたっては、再掲を含む325の施策について進捗状況を確認している。

(5) 「あいち観光戦略」を始めたとした各種施策の効果

これまで述べたように、県では平成26年12月に「あいち観光元年」宣言を発表し、平成28年2月には「あいち観光戦略」を策定した。この「あいち観光戦略」の策定と歩調をあわせて、県は平成27年4月に振興部観光局を立ち上げ、「あいち観光戦略」に基づいた各種の施策を実施してきたところである。

そこで、ここではこれら県の取組が観光客数の増減にどのような影響を及ぼしたか、差分の差分法を援用しながら評価を試みる。

まず、図36を用いて差分の考え方を述べる。

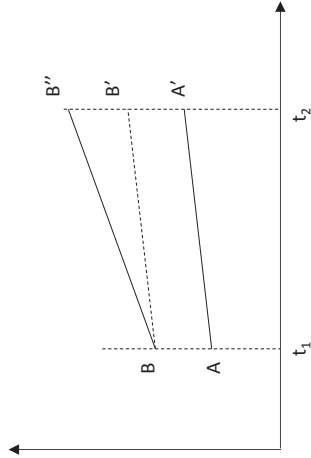


図36 差分の考え方 (監査人作成)

図36に示すとおり、ここでは異なる二つのサンプルとして、A・Bが存在するものとする。そして、これらに対して何らかの施策を実施しない限り、A・Bは同じ傾向で推移するものとする (図中ではAからA'、BからB'に移動するものと考ええる)。そして、Bに対してのみ、何らかの施策を行った場合は時間 t2 において B' に移動したものと考える。

B に対する施策の効果と考えると、施策を実施しなくとも時間の経過に伴って B から B' に移動していた可能性があることから、施策の効果は B' - B ではなく、B' - B' として計算する必要がある。ただし、B' は実際には観測することができない。そのため、施策の効果は (B' - B) - (A' - A) として計算することで、B' - B' と同じ計算を行う。

この手法は、時間経過に伴うトレンドを考慮しながら施策の効果を評価することが可能という利点を有する。近年、日本全体で外国人旅行者が増加していることから、県が大規模な施策を実施しなくとも観光客の総数が増加していた可能性がある。そのため、差分の差分法を用いて評価することが必要と考えた。

この考え方を採用し、「あいち観光戦略」を実施する前年の平成27年度の日本人

延べ宿泊者数に対して、平成29年度の日本人延べ宿泊者数がどのように変化したかを計算した(図37)。

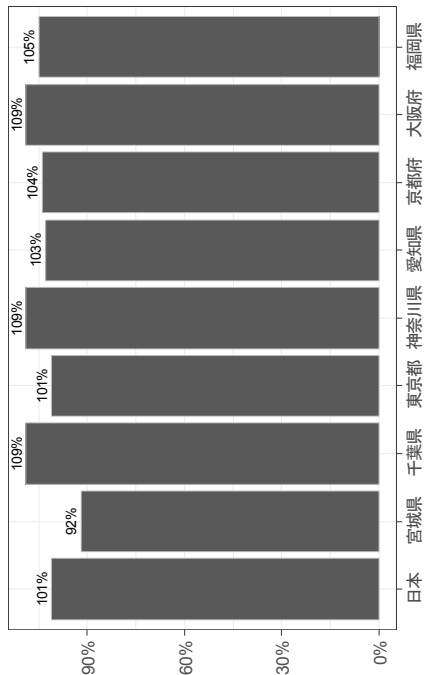


図37 平成29年の日本人延べ宿泊者数の増加率(平成27年を基準)

(出典:「宿泊観光統計」(観光庁)を基に監査人が作成)

日本全体では平成27年から平成29年に対して101%となったが、愛知県では103%となった。愛知県が様々な施策を実施しなくとも日本全体の伸び率が得られたものと仮定すれば、「あいち観光戦略」に基づく各種施策の効果は日本人宿泊者数を2%増加させたといえる。

次に、宿泊観光統計を基にして外国人延べ宿泊者数について見ると(図38)、日本全体では121%と約2割もの増加が見られたが、県では108%と日本全体の成長よりも低い状況となった。平成29年時点では大きな成果を得るまでには至っていなかったが、この結果を用いて即座に「あいち観光戦略」に基づいた事業の効果が低いとは断定できない。事業には海外へのプロモーション活動など短期的に成果を得ることが難しいものも含まれており、このような観光客数の推移を数年のスペンで計測して、事業の効果を判断することが必要である。

⁵ もちろん、このような仮定が成り立ちか否かは詳細な検討が必要であり、ここでの結果は参考値として扱う必要がある。

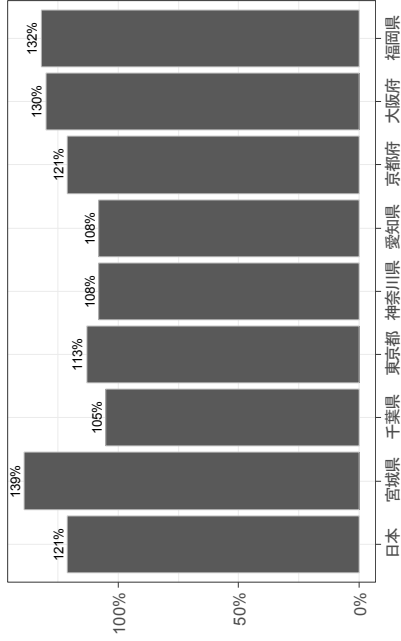


図38 平成29年の外国人延べ宿泊者数の増加率(平成27年を基準)

(出典:「宿泊観光統計」(観光庁)を基に監査人が作成)

ウ 指定管理者制度が導入されている主な観光関連施設について

「あいち観光戦略」に記載されている内容は、計画策定時の状況を踏まえて県が特に注力して実施する観光施策が記載されているものであって、社会環境の変化(例えば民泊対応など)によって実施すべき重要な施策も変更が生じる。また、観光客のニーズも観光を中心としたものから体験型へと変化する中で、県が保有する施設が行うべき対応も変化していることが考えられる。そこで、本監査においては「あいち観光戦略」及び「あいち観光戦略」に基づく観光振興施策の実施状況に記載されている県の施設をベースとしながらも、それ以外の施設で県の観光を推進するポテンシャルを持つと思われる施設についても観光施設として含めるとし、総称して観光関連施設とする。指定管理者制度が導入されている主な観光関連施設は表9のとおりである。

表9 指定管理者制度が導入されている主な観光関連施設

対象施設	所管課	指定管理者	「あいち観光戦略」等に記載の有無
あいち航空ミュージアム	振興部航空対策課 企画グループ	名古屋空港ビルディング株式会社	○
愛知県名古屋飛行場<県営名古屋空港>	振興部航空対策課 管理・調整グループ	名古屋空港ビルディング株式会社	-
大山国際ユースホステル<リバーサイド大山>	振興部観光局観光振興課 企画グループ	一般財団法人日本ユースホステル協会	-
愛知芸術文化センター愛知県図書館	県民文化部文化芸術課 企画グループ	愛知県ビルメンテナンス協同組合	○
愛知芸術文化センター(栄施設)	県民文化部文化芸術課 振興グループ	公益財団法人愛知県文化振興事業団	○
愛知県森林公園の公園施設	農林水産部農林基盤局林務課県有林グループ	ウッドフレンズ共同企業体	-
愛知県森林公園のゴルフ施設<ウッドフレンズ森林公園ゴルフ場>	農林水産部農林基盤局林務課県有林グループ	森林公園ゴルフ場運営株式会社	-
愛知県民の森<モリトピア愛知>	農林水産部農林基盤局林務課県有林グループ	公益財団法人愛知公園協会	-
あいち健康の森公園	建設部公園緑地課業務・管理グループ	公益財団法人愛知県都市整備協会	○

6. 愛知県の観光に関連するその他の制度・団体について

(1) 愛知県の観光施設における指定管理者制度について

県では、公の施設の管理に民間活力を活用する指定管理者制度を、69施設について導入しており、県の施設管理において重要な役割を担っている(平成30年4月1日現在)。この69施設の中には「あいち観光戦略」の中で観光施設として位置づけられている施設及び観光施設としてのポテンシャルを持っている施設も含まれている。

ア 指定管理者制度とは

多様化する住民ニーズにより効果的、効率的に対応するため、公の施設の管理に民間活力を活用しつつ住民サービスの向上を図るとともに経費の節減等を図ることを目的に、平成15年の地方自治法の一部改正(平成15年6月13日公布、同年9月2日施行)により、従来の管理委託制度に代わって創設された制度である。

指定管理者制度では、公の施設の管理を行う指定管理者は「法人その他の団体」であればよく、法律上特段の制約はない。議会の議決を経て、県から指定管理者としての指定を受ければ、民間企業やNPOなども、公の施設の管理をすることができるとされている。

イ 愛知県における指定管理者制度の導入及び運用について

施設の設定目的や整備手法、廃止・移管予定等により指定管理者を任意に指定する施設を除き、民間活力の活用による効果的・効率的な管理運営を促進する観点から指定管理者は原則公募とし、複数の申請者の中から選定している。なお、任意指定施設についても、施設整備の完了など、任意指定とする理由がなくなつたものについては、公募への切り替えを随時検討している。

また、指定管理者の選定にあたっては、公平かつ適正な選定を行うために、担当部局指定管理者審査会での審査及び外部有識者で構成される愛知県指定管理者等選定委員会での選定を行っている。

⁶公(おおよげ)の施設とは住民の福祉を増進する目的をもって、その利用に供するたため地方公共団体が設置する施設(地方自治法第244条第1項)。

(2) 一般社団法人愛知県観光協会

一般社団法人愛知県観光協会（以下「愛知県観光協会」という。）は、愛知県内に国内外観光客を誘致して観光の振興を図り、県の産業経済の発展及び文化の向上、県民の福利の増進を目的として以下の事業を行っている。

- ① 観光客の誘致促進に関する事業
- ② 観光情報の発信に関する事業
- ③ 観光の振興に関する事業
- ④ 観光物産の振興に関する事業
- ⑤ 観光資源の調査に関する事業
- ⑥ 物品販売に関する事業
- ⑦ 観光施設の管理運営に関する事業

県と愛知県観光協会とは組織としては独立してはいるが、愛知県観光協会が運営する愛知県の公式観光情報サイトである「Aichi Now」において県の観光施策を紹介し、また、共同で事業を行う等、両者が協力して県の観光施策を推進する関係にある。

平成29年度に県と愛知県観光協会が共同で設置した協議会は表10のとおりである。

対象施設	所管課	指定管理者	「あいいち観光戦略」等に記載の有無
熱田神宮公園	建設部公園緑地課業務・管理グループ	岩間造園株式会社	○
大高緑地	建設部公園緑地課業務・管理グループ	愛知県都市整備協会・岩間造園グループ	○
木曾川祖父江緑地<サリオパーク祖父江>	建設部公園緑地課業務・管理グループ	岩間造園株式会社	○
新城総合公園	建設部公園緑地課業務・管理グループ	愛知県都市整備協会・中日本エンジ名古屋グループ	○
牧野ヶ池緑地	建設部公園緑地課業務・管理グループ	公益財団法人愛知県都市整備協会	○
愛・地球博記念公園<モリコロパーク>	建設部公園緑地課業務・管理グループ	公益財団法人愛知県都市整備協会	○
小幡緑地	建設部公園緑地課業務・管理グループ	公益財団法人愛知県都市整備協会	○
東三河ふるさと公園	建設部公園緑地課業務・管理グループ	公益財団法人愛知県都市整備協会	○
愛知県スポーツ会館	教育委員会保健体育スポーツ課振興・施設グループ	公益財団法人愛知県教育・スポーツ振興財団	-
愛知県一宮総合運動場<いちいち信金スポーツセンター>	教育委員会保健体育スポーツ課振興・施設グループ	公益財団法人愛知県教育・スポーツ振興財団	-
愛知県総合射撃場	教育委員会保健体育スポーツ課振興・施設グループ	公益財団法人愛知県教育・スポーツ振興財団	-
愛知県武道館	教育委員会保健体育スポーツ課振興・施設グループ	公益財団法人愛知県教育・スポーツ振興財団	-
愛知県体育館<ドルフィンズアリーナ>	教育委員会保健体育スポーツ課振興・施設グループ	公益財団法人愛知県教育・スポーツ振興財団	-

（出典：「愛知県指定管理者制度導入施設一覧（平成30年4月1日現在）」を基に監査人が作成）

表10 県と愛知県観光協会が共同で設置した協議会（平成29年度）

協議会名	概要	構成員 (県、愛知県観光協会以外)
愛知・岐阜広域観光推進協議会	愛知県地域・岐阜県地域の代表的な観光資源のネットワーク化を図り、効果的に観光情報発信を行うとともに、周遊観光を可能にする体制を整備することで、各観光資源の観光入込客数の増加を図り、交流人口の拡大を図ることを目的とする。	岐阜県、岐阜県観光連盟
なごやめし普及促進協議会	「なごやめし」の魅力をPRし、「なごやめし」の普及促進を図ることで、国内外から観光客を誘致することを目的とする。	名古屋市、名古屋商工会議所、(公財)名古屋観光コンベンションビューロー
愛知県大型観光キャンペーン実施協議会	JRグループ6社及び協賛会社と地元がタイアップして実施する「デザインキャンペーン」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、全国規模の観光キャンペーンを展開する。	県内全市町村、経済団体、観光振興団体、観光関係事業者、交通関係事業者等
あいち教育旅行誘致促進協議会	官・民・関係団体が一体となり、「あいち教育旅行誘致促進協議会」を結成し、小・中・高校等をターゲットとした本県への修学旅行の誘致を図る。	県内自治体9団体、東海旅客鉄道(株)、名古屋鉄道(株)、(公社)愛知県バス協会、旅行社5社、愛知県ホテル・旅館生活衛生同業組合、名古屋商工会議所、神田印刷工業(株)

(出典：県より入手の資料)

7. 監査対象年度における観光関連事業

(1) 平成29年度に監査対象とした観光関連事業と所管部局

平成29年度に監査対象とした観光関連事業と所管部局は表11のとおりである。

表11 事業と所管部局の一覧（平成29年度）

No.	管理事業名	所管部局	平成29年度実績(億円)	
			所管部局	主な事務事業(億円)
1	愛知県国際展示場整備事業	振興部 地域政策課 国際展示場準備室	51.5	人件費 1.5 推進事業費 0.8 整備費 49.2
2	スポーツ振興事業	振興部 スポーツ振興課	8.5	人件費 1.9 あいちスポーツコミッション事業費 0.7 ラグビeworldカップ2019開催準備費 4.6 ISUグランプリファイナル国際フィギュアスケート競技大会2017開催費負担金 0.7
3	名古屋飛行場管理運営事業	振興部 航空対策課	81.0	人件費 3.0 公債費 16.4 管理運営費 7.9 民間航空機生産整備拠点整備関連事業費 3.0 施設整備費 4.8 あいち航空ミュージアム整備費 45.2
4	観光振興事業	振興部 観光局観光振興課	8.3	人件費 1.9 公債費 0.9 武将観光情報発信事業費 0.9 首都圏・関西圏プロモーション推進事業費 0.7 愛知県大型観光キャンペーン負担金 1.0

No.	管理事業名	所管部局	平成29年度実績(億円)	
			主な事務事業	(億円)
5	国際観光コンベンション推進事業	振興部 観光局 国際観光コンベンション課	2.9	人件費 1.5 公債費 0.5 ハート・オブ・ジャパン誘客促進事業費 0.5 アジア観光客誘致促進事業費 0.2
6	犬山国際ユースホテル管理運営事業	振興部 観光局 観光振興課	0.5	公債費 0.3 犬山国際ユースホテル管理運営事業 0.1
7	文化学事振興事業	県民文化部 文化芸術課	6.5	人件費 2.5 公債費 0.6 文化活動事業費補助金 0.2 愛知県文化振興事業団運営費補助金 0.3 名古屋フィルハーモニー交響楽団事業費補助金 0.8
8	あいちトリエンナーレ事業	県民文化部 文化芸術課 トリエンナーレ推進室	1.5	人件費 1.0 あいちトリエンナーレ 2019 開催準備費 0.3 地域展舘事業費 0.2
9	芸術文化センター管理運営事業	県民文化部 文化芸術課	47.2	人件費 4.0 公債費 8.9 管理運営費 11.6 美術館運営費 1.2 施設整備費 21.6
10	陶磁美術館管理運営事業	県民文化部 文化芸術課	5.8	人件費 1.8 公債費 2.0 陶磁美術館管理運営費 2.0
11	貿易振興事業	産業労働部 産業立地通商課	2.3	人件費 1.0 海外産業情報センター運営費 0.9
12	公園事業	建設部 公園緑地課	71.6	人件費 4.5 公債費 32.3 公園緑地維持管理費 15.3

No.	管理事業名	所管部局	平成29年度実績(億円)	
			主な事務事業	(億円)
13	体育施設管理運営事業	教育委員会 事務局 保健体育スポーツ課	16.6	人件費 0.5 公債費 7.4 体育施設管理運営委託費 4.0 体育施設整備費 4.8

※ 上記事業のうち、監査人が任意に抽出した事業について監査を実施した。
(出典：平成30年度管理事業一覧表を基に監査人が作成)

第3章 監査手続及び監査結果の要約

1. 監査手続

(1) 監査手続

実施した監査手続は表12のとおりである。

表12 実施した監査手続

	監査手続
ア	観光に関する事務の概要把握のため、担当者への業務フローのヒアリング及び関連諸法令、条例・規則等の閲覧を実施した。
イ	県の観光に関する戦略が「あいち観光戦略」で適切にデザインされ、各種計画等との整合性が図られていることを確認するため、ヒアリング及び関連資料の閲覧を実施した。
ウ	「あいち観光戦略」の具体的な施策が「あいち観光戦略」に基づく観光振興施策の実施状況に網羅的かつ正確に反映され、また、適切に実行されているかを確認するため、担当者への業務フローのヒアリング及び関連資料の閲覧を実施した。
エ	観光関連施設が関連諸法令、条例・規則等に則って適切に運営されているかを確認するため、包括外部監査人が任意に選定した観光関連施設について、担当者への業務フローのヒアリング及び関連諸法令、条例・規則等の閲覧を実施した。
オ	観光関連施設の管理及び物品管理が適切になされているかを確認するため、包括外部監査人が任意に選定した観光関連施設について視察を実施した。また、担当者へのヒアリング、関連資料の閲覧及び現品のサンプルチェックを実施した。
カ	観光に関する各種計画等について、国、他の地方公共団体及び関連団体の動向や、外部環境の変化に応じて見直しが行われているかを確認するため、担当者へのヒアリング、関連資料の閲覧及び資料のサンプルチェックを実施した。
キ	観光関係費用の事務処理及び承認が適切になされているかを確認するため、ヒアリング、関連資料の閲覧及び資料のサンプルチェックを実施した。
ク	他部署、国、他の地方公共団体及び関連団体等との連携が効果的かつ効率的に行われているかを確認するため、担当者へのヒアリング及び関連書類の閲覧を実施した。

※ サンプルチェックに関しては、該当する資料全体を確認した上で、その中より無作為にサンプル抽出を実施した。

(2) 「あいち観光戦略」に基づく観光振興施策の実施状況

県は、「あいち観光戦略」に掲載されているプロジェクトの推進を図り、進捗状況を把握する指標として、図27のとおり数値目標を設定している。本監査においては、この指標の数値の進捗状況についても県にヒアリングを実施した。しかしながら、「あいち観光戦略」に掲載されているプロジェクトは平成28年度に開始しており、監査時点では1年間の進捗しか確認できないことから、数値目標の進捗を判断するには時期尚早と判断した。

但し、県では、愛知県観光振興基本条例第9条第6項の規定に基づき、「あいち観光戦略」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、毎年、議会に報告するとともに、公表することとしている。そのため、監査手続に関連して、今回の監査では「平成29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28年度年次報告書）」を監査の対象として、数値目標の達成に向けて個々の施策が適切に実施されているかについて検討した。

具体的には、県が進捗状況を確認している325施策の中から、監査人が重要だと考える施策を任意に72施策抽出し、各部署の担当者への業務フローのヒアリング及び関連資料の閲覧を実施した。監査の対象とした施策は以下の施策である。

表13 監査対象とした観光振興施策

戦略名	体系番号	施策
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 “Heart of JAPAN ~ Technology & Tradition”	I-(1)-①	海外観光説明会・商談会開催
	I-(1)-②	海外プロモーション実施
	I-(1)-③	中部広域観光推進協議会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
	I-(1)-④	訪日外国人旅行者を対象にした動向・ニーズ等の調査
	I-(1)-⑤	各種広報媒体による情報発信
	I-(1)-⑥	海外旅行会社やメディアの招聘
	I-(1)-⑦	動画による情報発信
	I-(1)-⑧	SNSを活用した情報発信
	I-(1)-⑨	各種広報媒体の多言語化
	I-(1)-⑩	中部国際空港における観光PRとニーズに合わせた観光情報の提供
	I-(1)-⑪	県海外産業情報センターを活用した情報発信
	I-(1)-⑫	日本政府観光局（JNTO）、日本貿易振興機構（JETRO）、自治体国際化協会（CLAIR）等と連携した情報発信
I-(2)-③	受入環境の整備促進	

戦略名	体系番号	施策
戦略II 観光資源の充 実とブラン ド化の推進 ～モノスゴ 愛知で待つ 県～	I-(3)-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
	I-(3)-②	海外メディア等の招請
	I-(6)-①	無料公衆無線LAN等の整備促進
	I-(6)-②	「Aichi Free Wi-Fi」の運営
	I-(7)-①	観光案内所や観光施設等の多言語対応に向けた人材育成
	I-(8)-②	ナイト観光の充実
	II-(1)-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
	II-(1)-②	武将観光イベントの開催
	II-(1)-③	あいち航空ミュージアムの整備
	II-(1)-④	武将観光に係る資源発掘と磨き上げ
	II-(1)-⑤	武将観光施設の連携強化
	II-(1)-⑥	武将観光に係るPR・プロモーション
	II-(1)-⑦	産業観光に係る資源発掘と磨き上げ
	II-(1)-⑧	産業観光に係るPR・プロモーション
	II-(2)-①	山車まつり文化のPR・プロモーション
II-(3)-②	ご当地グルメや食文化のPR・プロモーション	
II-(3)-③	農林水産物のPR・プロモーション	
II-(4)-①	着地型観光の商品化支援	
II-(4)-②	着地型観光商品の販売促進支援	
II-(5)-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	
II-(5)-②	各種広報媒体による情報発信	
II-(5)-③	動画による情報発信	
II-(7)-③	ポップカルチャー観光に係るPR・プロモーション	
II-(8)-①	山村・離島の観光資源の発掘と磨き上げ	
II-(8)-②	山村・離島の観光に係るPR・プロモーション	
II-(8)-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	
II-(9)-③	街道観光に係るPR・プロモーション	
II-(10)-①	酒蔵を生かしたツーリズムに係る資源発掘と磨き上げ	
II-(10)-②	酒蔵を生かしたツーリズム関係者の連携強化	

戦略名	体系番号	施策
戦略III 観光交流拠点 県としての 機能強化	II-(10)-③	酒蔵を生かしたツーリズムに係るPR・プロモーション
	II-(11)-①	観光施設の設置及び改修整備への支援
	II-(11)-②	観光展の開催や広域的観光振興事業等への支援
	II-(15)-①	観光に係る統計調査の実施
	III-(1)-③	近隣県と連携した広域観光の推進
	III-(2)-①	エアポートセーラース等による航空路線の誘致促進
	III-(2)-②	ポートセーラース等によるクルーズ船の誘致促進
	III-(3)-②	道の駅の利用促進
	III-(4)-②	交通拠点発の観光周遊コースの整備促進
	III-(6)-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
	III-(6)-④	インターネット、音声及びFAXによる外国語対応が可能な病院・診療所の情報提供
	IV-(1)-①	MICE誘致のためのPR・プロモーション
	IV-(1)-②	愛知・名古屋MICE推進協議会への参画
	IV-(1)-③	MICE誘致に係る補助制度の活用
	IV-(2)-①	大規模展示場の整備に向けた取組
IV-(3)-①	ラグビーワールドカップ2019の開催支援	
IV-(3)-②	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	
IV-(3)-③	FIFAフットサルワールドカップ2020の招致と開催支援	
IV-(3)-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	
IV-(3)-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	
IV-(5)-①	県内で開催される大規模催事・展示会等のPR及び旅行商品化支援	
V-(1)-②	地域や企業で活躍する観光人材の育成	
V-(2)-①	日本版DMOの推進	
V-(2)-②	観光関連団体の機能強化	
V-(4)-①	県民を対象にした本県の観光PR・プロモーション	

ア あいち航空ミュージアム

あいち航空ミュージアムの概要は表14のとおりである。

表14 あいち航空ミュージアムの概要

URL	https://aichi-mof.com/
所管部局	振興部航空対策課企画グループ
設置目的	「航空機産業の情報発信」、「航空機産業をベースとした産業観光の強化」、「次代の航空機産業を担う人材育成の推進」を図ることを目的としている。
設置根拠	愛知県名古屋飛行場条例
関連管理規則	愛知県名古屋飛行場管理規則
所在地	西春日井郡豊山町大字豊場（県営名古屋空港内） 名古屋飛行場周辺は、国産初のジェット旅客機MRJが開発・生産される日本で唯一の地域である。 あいち航空ミュージアムは、平成29年11月30日に名古屋飛行場における新たな施設としてオープンしたものであり、地上2階建て十屋上階からなるフロアには、日本航空機製造が製造した双発ターボプロップエンジン方式の国産旅客機「YS-11」や三菱重工が製造した双発のプロペラ機「MU-2」などが見られる実機の展示ゾーンもあり、航空機ファンはもちろん、ファミリーも楽しめる施設になっている。 またこの施設は、産業観光施設としての役割だけでなく、航空機産業の情報発信、次世代の航空機産業を担う人材育成の推進を図る役割も果たしている。 2階フロアには、名機百選、オリエンテーションシアターやサイエンスラボがあり、屋上階は、展望デッキになっているため、県営名古屋空港に離着陸する航空機を間近で見学することもできる施設である。
指定管理者名	名古屋空港ビルディング株式会社
指定期間	平成29年11月30日～平成33年3月31日
選定方法	公募

(出典：Aichi Now ホームページ及び県ホームページを基に監査人が作成)

戦略名	体系番号	施策
戦略VI 民間活力の活用	V-(4)-②	県民との協働による本県の観光PR・プロモーション
	V-(5)-①	大学等との連携強化
	VI-(1)-①	観光関連事業者との情報共有、協働の強化
	VI-(2)-①	民間企業（観光事業者以外）との連携・協働
	VI-(2)-③	学校との連携・協働

(3) 関連施設の視察

監査手続工に関連し、関連施設を視察した。「第2章6.(1)愛知県の観光施設における指定管理者制度について」(P.55)で述べたとおり、本監査では観光関連施設を監査対象の母集団とする。具体的には、「第2章6.(1)愛知県の観光施設における指定管理者制度について」(P.55)で抽出した施設と、県が直営で行っている「愛知県陶磁美術館」である。

選定した母集団から、施設の内容、観光資源としてのポテンシャル、管理方法を勘案し、最終的に次の8施設を視察場所として選定した。

イ 愛知芸術文化センター（栄施設）

愛知芸術文化センター（栄施設）の概要は表15のとおりである。

表15 愛知芸術文化センター（栄施設）の概要

URL	http://www.aac.pref.aichi.jp/
所管部局	県民文化振興課芸術振興グループ
設置目的	芸術文化の振興及び普及を図ることを目的としている。
設置根拠	愛知芸術文化センター条例
関連管理規則	愛知芸術文化センター管理規則
所在地	名古屋市中区東桜一丁目13番2号
施設の概要	愛知芸術文化センター（栄施設）は、愛知県芸術劇場と愛知県美術館、愛知県文化情報センターからなる総合文化施設であり、名古屋の都心に位置し、栄駅やバスターミナルとも直結するアクセス抜群の施設である。 愛知芸術劇場は、欧米の伝統的なオペラ劇場を思わせる馬蹄型の大ホールが大きな魅力である。 パレエにミュージカル、演劇、歌舞伎、日本舞踊、邦楽など、あらゆる舞台芸術を楽しむほか、クラシックを中心とする音楽専用のコンサートホールや、実験小劇場として設計された小ホールも備えている。 愛知県美術館ではピカソやマティス、クリムトをはじめ、梅原龍三郎や安井曾太郎、横山大観など、国内外の20世紀美術を収蔵している。 文化情報センターは芸術文化に関する情報や、さまざまな芸術文化活動の表現・交流の場を提供し、地元の人に愛される文化の発信拠点。さまざまなイベントや施設を通して文化交流の一端を担っている。
指定管理者名	公益財団法人愛知県文化振興事業団
指定期間	平成26年4月1日～平成31年3月31日
選定方法	任意指定

（出典：Aichi Now ホームページ及び県ホームページを基に監査人が作成）

ウ 愛知県森林公園の公園施設

愛知県森林公園の概要は表16のとおりである。

表16 愛知県森林公園の公園施設の概要

URL	https://www.aichishinrin.jp/
所管部局	農林水産部農林基盤局林務課県有林グループ
設置目的	県民の健康の増進及びレクリエーションを目的としている。
設置根拠	愛知県レクリエーション施設条例
関連管理規則	愛知県森林公園管理規則
所在地	尾張旭市大字新居5182-1
施設の概要	愛知県森林公園は、尾張旭市と名古屋守山区に広がる約466ヘクタールの広大な森林の中に、ゴルフ施設、運動施設、植物園、一般公園を有する施設であり、1年を通して多くの方々に利用されている。 森林公園のゴルフ施設は、昭和30年に、愛知県内3番目に開場した歴史ある県営ゴルフ場で、平成19年4月から、民間の資金やノウハウを活用したPFIにより運営しており、年間10万人以上の利用がある。 また、平成25年4月1日から株式会社ウッドフレンズとのネーミングライツ（施設命名権）契約により、愛称が「ウッドフレンズ森林公園ゴルフ場」となっており、ネーミングライツ料は森林公園の施設設備に活用されている。
指定管理者名	ウッドフレンズ共同企業体
指定期間	平成28年4月1日～平成33年3月31日
選定方法	公募

（出典：県ホームページを基に監査人が作成）

エ 愛知県民の森

愛知県民の森の概要は表 17 のとおりである。

表 17 愛知県民の森の概要

URL	https://www.aichi-park.or.jp/kenmin/
所管部局	農林水産部農林基盤局林務課県有林グループ
設置目的	県民の健康の増進及びレクリエーションを目的としている。
設置根拠	愛知県レクリエーション施設条例
関連管理規則	愛知県民の森管理規則
所在地	新城市門谷字鳳来寺 7-60
施設の概要	愛知県民の森は、総合的な森林レクリエーション施設として明治百年を記念して、県が昭和 45 年 7 月「鳳来寺県有林」（従来は地上権地）地内に開設したものである。従来、地上権に基づく分取林であった森林を、県の所有林として買収し、今日まで供用運用されている。オープン以来、逐次施設の整備充実が行われてきており、現在では宿泊施設「モリトピア愛知」を中心に、多目的研修棟「かじか荘」、森の展示館、各種キャンプ場、各種園地・展示林、ハイキングコース等が整備されている。四季折々、多くの利用者が訪れ、現在では年間来園者は 50 万人に及んでいる。
指定管理者名	公益財団法人愛知公園協会
指定期間	平成 28 年 4 月 1 日～平成 33 年 3 月 31 日
選定方法	公募

(出典：県ホームページを基に監査人が作成)

オ あいち健康の森公園

あいち健康の森公園の概要は表 18 のとおりである。

表 18 あいち健康の森公園の概要

URL	https://www.aichi-koen.com/kenmori/
所管部局	建設部公園緑地課業務・管理グループ
設置目的	地球温暖化の防止、生物多様性の保全による良好な都市環境を図るとともに、多様なレクリエーション活動、健康の増進、各種活動等の便益を広く県民が享受することを目的としている。
設置根拠	愛知県都市公園条例
関連管理規則	愛知県都市公園管理規則
所在地	大府市森岡町、吉田町、半月町、知多郡東浦町大字森岡地内
施設の概要	保健・医療・福祉・生きがいなどをテーマにした総合施設「あいち健康の森」の中にある公園で、広い園内の中には、大芝生広場、ジョギングコース、健康ロード、ふさとの森、生きもの達の谷などがあり、なかでも「子ども森」は子どもたちに人気がある。有料施設として、テニスコート、球技場、天然芝のペベビーゴルフ場が整備されている。
指定管理者名	公益財団法人愛知県都市整備協会
指定期間	平成 28 年 4 月 1 日～平成 33 年 3 月 31 日
選定方法	公募

(出典：県ホームページ等を基に監査人が作成)

カ 愛・地球博記念公園<モリコロパーク>

愛・地球博記念公園の概要は表19のとおりである。

表19 愛・地球博記念公園<モリコロパーク>概要

URL	https://www.aichi-koen.com/moricoro/
所管部局	建設部公園緑地課業務・管理グループ
設置目的	地球温暖化の防止、生物多様性の保全による良好な都市環境を図るとともに、多様なレクリエーション活動、健康の増進、各種活動等の便益を広く県民が享受することを目的としている。
設置根拠	愛知県都市公園条例
関連管理規則	愛知県都市公園管理規則
所在地	長久手市茨ヶ廻間地内
施設の概要	愛・地球博記念公園（愛称：モリコロパーク）は、昭和45年に開園した愛知青少年公園を前身に、平成17年に開催された2005年日本国際博覧会会場として利用されたのを契機に、博覧会の理念と成果を継承する都市公園として整備が進められている。平成18年7月15日の供用開始以来、サツキとメイの家を始め、アイスクリーム場や野球場などのスポーツ施設も整備されてきた。休日には、魅力的で多彩なイベントが多く開催されるなど、多くの人に活用され親しまれる公園となっている。
指定管理者名	公益財団法人愛知県都市整備協会
指定期間	平成28年4月1日～平成33年3月31日
選定方法	任意指定

（出典：県ホームページ等を基に監査人が作成）

キ 愛知県体育館

愛知県体育館の概要は表20のとおりである。

表20 愛知県体育館の概要

URL	http://www.aichi-kentai.com/
所管部局	教育委員会保健体育スポーツ課振興・施設グループ
設置目的	体育の振興を図るため、スポーツ競技会その他の催し物を開催する者及びスポーツを行う者に競技場、練習場、会議室その他の施設を利用させることを目的としている。
設置根拠	愛知県体育施設及び社会教育施設条例
関連管理規則	愛知県体育施設及び社会教育施設管理規則
所在地	名古屋市中区二の丸1-1
施設の概要	愛知県体育館は、主にアマチュアスポーツの振興を目的とし、各種スポーツ競技会等の競技者及びその他の催し物を開催する者に競技場、練習場、その他の施設を利用させることを役割とした施設である。約7,500席の観客席がある競技場のほか温水プール、フィットネスルーム、ボクシング場、すもう場などの様々なスポーツ施設を有し、大相撲名古屋場所を始めとした大規模な興行の舞台となってきた県のシンボリックなスポーツ施設である。 また、愛知県体育館は平成30年4月1日から同体育館をホームアリーナとするバスケットボール男子Bリーグの名古屋ダイモンドドルフィンズの運営会社とのネーミングライツ（施設命名権）契約により、愛称が「ドルフィンズアリーナ」となっており、ネーミングライツ料は同体育館の維持管理経費等に活用されている。
指定管理者名	公益財団法人愛知県教育・スポーツ振興財団
指定期間	平成30年4月1日～平成31年3月31日
選定方法	任意指定

（出典：県ホームページを基に監査人が作成）

ク 愛知県陶磁美術館

愛知県陶磁美術館の概要は表21のとおりである。

表 21 愛知県陶磁美術館の概要

URL	https://www.pref.aichi.jp/touji/
所管部局	県民文化庁文化芸術課振興グループ
設置目的	陶磁文化の振興及び陶磁器に関する文化財の保存並びに住 民の陶芸に対する教養の向上を図り、併せて陶磁器産業の 発展に寄与することを目的としている。
設置根拠	愛知県陶磁美術館条例
関連管理規則	愛知県陶磁美術館規則
所在地	瀬戸市南山口町234番地
施設の概要	愛知県陶磁美術館（旧称・愛知県陶磁資料館）は、陶磁史 上における愛知の位置に鑑み、日本における最大級の窯業 地である愛知県瀬戸市に、愛知県政100年記念事業として 昭和53年6月1日に開館した。以降、日本やアジアを始 めとする世界各地の様々なやきものの魅力を展覧会や関連 催事を通じて紹介するとともに、コレクションは3点の重 要文化財を含む7,884点（平成30年3月末）にのぼり、 国内屈指の陶磁専門ミュージアムとして整備されている。 平成25年6月1日に35周年を迎えたことを期に「愛知県 陶磁美術館」に名称を変更した。

（出典：県ホームページを基に監査人が作成）

2. 監査結果の要約

発見された主な指摘及び意見の要約は次のとおりである。

(1) 県の観光振興のさらなる推進に向けて（意見）

平成32年度までの5年を期間とした「あいち観光戦略」の達成に向けて、「あ
いち観光戦略」に含むべき施設等の範囲が十分であるかについても常に検討しな
がら取組を継続し、次回の「あいち観光戦略」の見直しの際には、戦略の優先順
位の明確化や、「観光県-あいち」として目指す姿の達成までの長期的なロード
マップの作成等について、戦略的・体系的・体系的に検討する必要がある。

(2) 体験型コンテンツの利用増加に向けた更なる取組について（意見）

地域の旅行消費と滞在時間には強い相関があり、滞在時間の長期化に向けては
体験型のコネクションや、着地型ツアーなどを充実させることが重要である。

本監査においては三河山間地域における外国人受け入れ態勢の拡充（P.105）、
「VISIT 愛知県」のホームページは日本語のみ（P.110）など、外国人旅行者も
含めて体験型コンテンツを利用するための環境が十分ではない点が認められた。
県の体験型コンテンツにはさらに拡充の余地が存在するものといえる。既に県は
様々な施策を通じて体験型コンテンツの拡充に努めてはいるものの、この取組を
さらに強化することが望まれる。

限られた人員・予算の中において、様々な施策を同時に実施することは困難な
ことから、まずは「楽しい国日本」の実現に向けて（提言）【施策集】等を活用
して体験型コンテンツの拡充に向けた情報を収集し、今後、どのような施策を重
点的に実施するかを検討することが望まれる。

(3) 県庁内の観光マインドの醸成について（意見）

関係部局へのヒアリングでは、「あいち観光戦略」に掲載されていない事業で
も、観光施策の推進のために真摯に取り組んでいる事例が多数見受けられた。し
かし、振興部以外の部局では、こうした事業を観光施策と位置づけられることへ
の戸惑いもあつたことから、県が一丸となって観光施策を推進するため、以下を
提言する。

ア 県の職員研修において観光をテーマにしたコマを設ける

振興部以外の職員も観光資源に関する知識を共有することで、県の観光人材

ことが望まれる。

(7) 愛知県国際展示場会議室利用料金のモニタリングについて (意見)

平成31年9月に開業する愛知県国際展示場の会議室使用料は一定の方針のもとで決定しており、その算定の方法及び過程は一定の合理性が認められる。なお、公共施設等運営権者は、愛知県国際展示場条例に基づき、使用料の額の1・三倍を上限(下限なし)として、利用料金を定めることができる。

利用料金については、施設の利用状況や環境の変化に応じて、絶えず見直される性質のものであると考えられるため、県は開業後も利用状況等について継続的なモニタリングを行い、将来的に、料金設定が実態に適合しない場合は、柔軟な対応が望まれる。

(8) 愛知県体育館指定管理料の精算規程の検討について (意見)

「平成30年度の愛知県体育館の管理に関する年度別協定」によると、収入及び人件費以外の支出について、収支計画と実績が乖離していても、精算は行わないこととしているため、適切な指定管理料の算出には、指定管理者から提出された「収支計画」の精度が重要となる。

収支計画と実績が乖離する可能性がある場合には、必要に応じて年度別協定に適切な精算規程を盛り込むことについて検討することが望まれる。

(9) その他

ア 愛知県民の森物品の取扱いについて (指摘)

愛知県民の森の使用料は、「愛知県レクリエーション施設条例」にて定められている。その中にはビデオテープレコーダーの使用料も定められているが、実際には老朽化のため既に処分されていた。

条例に定めがあるにも拘らず同レコーダーの利用者ニーズなどを踏まえ、会議室等附属設備の対象から除外すべきかどうかの検討を早期に行う必要がある。

イ 文書施行時の施行日の記入について (指摘)

「愛知県公印取扱規程」の第3条において、「公印を使用しようとする者は、施行する行政文書に決裁文書又は証拠書類を添えて、管守者又は公印取扱者の承認を得なければならぬ」と定めがあり、公印使用が承認された場合には、決裁文書の「公印使用承認印」欄に押印するとともに、「文書事務の手引」に

の底上げを図る。日々の生活の中で、県の観光施策を体系的に学ぶことは難しいことから、例えば、新入職員研修、年次研修等で、県の観光に関するコマを設けることにより、県の職員が県の観光に関して考える場を設けることが望まれる。

イ 日々の業務における観光目線の意識について

既に各部署において行っている施策や、保有している施設は観光資源としてのポテンシャルを有するものが多数あることを認識し業務に取り組むことにより、県職員のより一層の観光マインドを醸成することが望まれる。

(4) 観光振興のための人材育成の充実について (意見)

県の観光振興の課題の一つには県民に県の魅力が理解されていないことが挙げられる。県内観光資源の魅力に気付いてもらい、観光振興に向けた機運を高める観点から、県民に対する観光人材を育成するための施策を更に促進することが望まれる。

(5) DMOとの役割分担の明確化について (意見)

県の業務の中にはプロモーション活動などDMOにおいて実施することが期待される業務が含まれており、DMOとの役割分担において課題が認められた。現在県が行っている施策・事業のうち、どのようなものを継続的に県で実施し、どのような施策・事業をDMOにおいて実施すべきかといった役割分担を明確にすることが望まれる。

役割分担の例としては、県は行政機関として観光地付近の交通対策、都市計画や景観規制を通じた観光資源の保存、大型クルーズ船誘致のための港湾整備、MICE誘致強化に向けたコンベンションセンターの設置、観光ビジネスを推進するための条例制定(又は規制緩和)、などといった観光全般の戦略策定に注力し、それ以外のプロモーション活動などはDMOが実施することが望ましいと考えられるが、この点は県とDMOの予算・人員規模に応じて検討すべき事項と考える。

(6) 災害発生時における外国人旅行者に向けた情報提供体制について (意見)

愛知県は南海トラフ地震や水害、高潮など様々な災害リスクを有している。災害時の外国人支援に備え、県は「愛知県災害多言語支援センター」を設置しているが、観光地や滞在先のホテルにおいて被災した外国人旅行者が、市町村役場や避難所まで移動することは容易ではないものと推察される。

外国人旅行者に特化した災害時の情報提供の在り方について改めて検討する

3. 指摘及び意見の一覧

包括外部監査の結果、(指摘) 5件・(意見) 49件を識別した。発見された指摘及び意見の一覧は、次のとおりである。

(1) 総合所見

総合所見に記載した内容は表22のとおりである。

表22 総合所見の内容

内容	頁
県の観光振興のさらなる推進に向けて (意見)	P. 86
体験型コンテンツの利用増加に向けた更なる取組について (意見)	P. 87
県庁内の観光マインドの醸成について (意見)	P. 88
観光振興のための人材育成の充実について (意見)	P. 90
DMOとの役割分担の明確化について (意見)	P. 92

基づき、押印した決裁文書の「施行日等」欄に施行日の記載が必要となる。今回、公印が使用された決裁文書について確認したところ、いくつかの文書について施行日の記載漏れがあった。手引に従い、施行日を明確にするため、施行日の記入は漏れなく行う必要がある。

ウ 「愛知県美術館展示室利用許可申請書」の適切な運用について (指摘)

「愛知県美術館展示室利用許可申請書」において、以下のケースが存在した。

- ① 申請書の提出日に日付の記入がない
- ② 申請書の受付印がなく受付日が不明であった
- ③ 申請書の提出日の記載誤り

申請者が正しく申請書に記載しているか確認する必要がある。また、受付印は受付日を示すものなので、正しく押印する必要がある。

エ 「愛知県美術館展示室利用変更許可申請書」の適切な運用について (指摘)

「愛知県美術館展示室利用変更許可申請書」において、申請書の受付印がなく受付日が不明であったケースが存在した。受付印は受付日を示すものなので、正しく押印する必要がある。

オ 「愛知県文化活動事業費補助金の交付決定について (通知)」の適切な運用について (指摘)

県は文化芸術の振興を図るため、県内で活動する文化団体が行う各種文化活動に対し「愛知県文化活動事業費補助金」による助成を行っている。補助対象事業として交付決定した文化団体に対して「愛知県文化活動事業費補助金の交付決定について (通知)」を交付しているが、申請日に誤りがあったケースが存在した。

申請日について、正しく記載したうえで通知を交付する必要がある。

(2) 個別所見

個別所見に記載した内容は表23のとおりである。

表23 個別所見の内容

区分	発見事項	所管部署	頁
(1) 訪日外国客誘致に向けたプロモーションと受入態勢の強化	ムスリム対応の更なる推進について(意見)	振興部観光局 国際観光コンベンション課	P. 94
	観光施設を中心とした更なる多言語化の促進について(意見)	振興部観光局 国際観光コンベンション課	P. 95
	「Aichi Now」のコンテンツ別の情報発信の反響の測定について(意見)	振興部観光局 国際観光コンベンション課	P. 97
	映像制作者のバックグラウンドチェックの徹底について(意見)	振興部観光局 観光振興課	P. 97
	愛知県フィルムコミッション協議会ホームページの充実について(意見)	振興部観光局 観光振興課	P. 100
	愛知県フィルムコミッション協議会ホームページの実績情報の更新について(意見)	振興部観光局 観光振興課	P. 104
	外国人観光客に対する三河山間地域の更なる情報発信について(意見)	振興部 地域政策課	P. 105
	あいち航空ミュージアムの集客に向けた更なる検討について(意見)	振興部 航空対策課	P. 106
	対応言語選定とターゲット国選定について(意見)	振興部観光局 国際観光コンベンション課	P. 107
	愛知デスティネーションキャンペーンの評価・効果測定について(意見)	振興部観光局 観光振興課	P. 108
(2) 観光資源の充実とブランド化の推進	ロケーション撮影に伴うトラブルに対する損害保険の加入義務化の検討について(意見)	振興部観光局 観光振興課	P. 109
	着地型旅行商品運営サイト「VISIT 愛知県」の多言語化への働きかけについて(意見)	振興部観光局 観光振興課	P. 110

区分	発見事項	所管部署	頁
(3) 観光交流拠点県としての機能強化	着地型旅行商品コーディネーターの継続的な育成について(意見)	振興部観光局 観光振興課	P. 111
	環境部と観光局における情報の共有体制の強化について(意見)	振興部観光局 観光振興課 環境部 自然環境課	P. 113
	山車まつりホームページの情報の充実について(意見)	教育委員会 生涯学習課	P. 114
	災害発生時における外国人旅行者に向けた情報提供体制について(意見)	振興部観光局 国際観光コンベンション課	P. 115
	ラグビーワールドカップのターゲット設定の絞り込みについて(意見)	振興部 スポーツ振興課	P. 118
	スポーツ大会を活用したイベントの効果測定方法の明確化について(意見)	振興部 スポーツ振興課	P. 120
	愛知県国際展示場駐車場の料金区分の確認方法について(意見)	振興部 地域政策課	P. 120
	愛知県国際展示場展示ホール利用料金の速やかな決定について(意見)	振興部 地域政策課	P. 122
	愛知県国際展示場会議室利用料金のモニタリングについて(意見)	振興部 地域政策課	P. 123
	ユニークバニャーの利用促進に向けた取組の強化について(意見)	振興部観光局 国際観光コンベンション課	P. 124
(5) 戦略的な観光ひとづくり	県とDMOの役割分担に関する検討について(意見)	振興部観光局 観光振興課	P. 125
	観光局職員における専門性の確保について(意見)	振興部観光局 観光振興課	P. 126
	あいち観光まちづくりゼミ優良企画の活用・発信について(意見)	振興部観光局 観光振興課	P. 127
(5) 戦略的な観光ひとづくり	あいち観光まちづくりゼミ参加者からの反応・意見等の把握について(意見)	振興部観光局 観光振興課	P. 128
	あいち観光まちづくりゼミ参加者のゼミ終了後の状況の把握、支援について(意見)	振興部観光局 観光振興課	P. 128

区分	発見事項	所管部署	頁
		国際観光コンベンション課	
	文書施行時の施行日の記入について(指摘)	振興部観光局 観光振興課 県民文化部 文化芸術課	P. 143
	愛知県体育館指定管理料の精算規程の検討について(意見)	教育委員会事務局 保健体育スポーツ課	P. 144
	小幡緑地の遊具更新工事に関する受注業者からの提出書類の日付の確認漏れについて(意見)	建設部 建設総務課 尾張建設事務所	P. 145
	愛・地球博記念公園における「行為許可申請書」の原本の入手について(意見)	建設部 尾張建設事務所	P. 146
	「愛知県美術館展示室利用許可申請書」の適切な運用について(指摘)	県民文化部 文化芸術課	P. 146
	「愛知県美術館展示室利用変更許可申請書」の適切な運用について(指摘)	県民文化部 文化芸術課	P. 147
	「愛知県文化活動事業費補助金の交付決定について(通知)」の適切な運用について(指摘)	県民文化部 文化芸術課	P. 147

区分	発見事項	所管部署	頁
	「産業観光あなないびと育成委託事業」参加者の募集方針・方法について(意見)	振興部観光局 観光振興課	P. 129
	「産業観光あなないびと育成委託事業」訪問先産業観光施設の決定について(意見)	振興部観光局 観光振興課	P. 130
	愛知県体育館の利用者満足度調査結果のより積極的な活用について(意見)	教育委員会事務局 保健体育スポーツ課	P. 131
	愛・地球博記念公園の水泳場の利用期間について(意見)	建設部 公園緑地課	P. 131
	あいち健康の森公園内の健康ロード遊具説明板の改修について(意見)	建設部 公園緑地課 知多建設事務所	P. 132
	あいち健康の森公園における地域連携イベントの促進について(意見)	建設部 公園緑地課	P. 133
(6) 民間活 力の活用	愛知芸術文化センター12階(栄施設)のアートスペースの稼働率向上について(意見)	県民文化部 文化芸術課	P. 134
	愛知芸術文化センター(栄施設)の積極的な魅力発信について(意見)	県民文化部 文化芸術課	P. 135
	「愛知県民の森実施事業」の魅力の伝達について(意見)	農林水産部 林務課	P. 136
	愛知県民の森物品の取扱いについて(指摘)	農林水産部 林務課	P. 138
	愛知県民の森指定管理者からの事業報告書の実績の確認について(意見)	農林水産部 林務課	P. 138
	決裁文書の修正方法について(意見)	振興部観光局 観光振興課	P. 139
	大山国際ユースホステルの施設の老朽化への対応について(意見)	振興部観光局 観光振興課	P. 139
(7) その他	大山国際ユースホステルの外国人宿泊者数増加のための取組について(意見)	振興部観光局 観光振興課	P. 141
	(一社)中央日本総合観光機構への負担金の評価について(意見)	振興部観光局	P. 142

第4章 監査の結果

1. 本章の構成

観光を広義に捉えた場合、日常の様々な活動が観光に関係しており、県の日常業務においても、観光に関連する業務が多数行われているといえる。

県の観光施策の推進にあたっては、観光を広義に捉え、広く観光推進を図りたいとの方針を、監査人は確認している。

一方、「あいち観光戦略」については、総花的・底上げ型ではなく、重点プロジェクトを定めるという方針を定めている。そのため、県の観光施策は「あいち観光戦略」のみに限定されるという、誤った認識が浸透してしまうことにより、県の観光施策は非常に限定されたものとなり、県の観光施策推進を阻害する可能性がある。

本監査の対象となる「観光あいちの促進に関する事業」は最終的には県の観光施策の推進を目的としている。観光は非常に広い概念であることから、県が直接的に関与できる部分は限られており、市町村、観光協会、観光事業者、そして県民といたった多くの人々との連携が非常に重要である。一方、観光マインドの醸成や、観光施策推進のための仕組みづくりを通じて、県の観光施策を推進するという重要な役割を県は担っている。県は「あいち観光戦略」の進捗を中心とした取組や、観光に関する予算を確保し、毎年事務の余地が認められた。

そこからは未だ改善の余地が認められた。

そこで、本章ではまず、「2. 総合所見」(P.86)として県庁内における観光マインドの育成や、観光関連事業者との連携及び人材育成等、県が観光施策推進のために、優先的に取り組むことが望まれる事項及び提言を述べる。そして、「3. 個別所見」(P.94)では、本監査において発見した個別の事項及び提言を述べる。

2. 総合所見

(1) 県の観光振興のさらなる推進に向けて (意見)

県は「あいち観光戦略」を中心に観光施策を推進しており、同戦略は総花的ではなく重点プロジェクトを定めるという方針のもと策定している。

しかしながら、「発見、感動、伝えたい観光県一あいち」という目指す姿の達成のために、「あいち観光戦略」においては、戦略を6つに絞って体系的に示しているものの、6つの戦略の優先順位が明確になっていないこともあり、施策自体は総花的になっているような印象を受けた。また、監査人としては、観光局以外の部局が実施している事業の中にも、観光振興に資する施設(表9)の取組が相当数あることから、それらについても、「あいち観光戦略」の中で、有効に活用していく必要があると考える。

県は平成26年12月に「あいち観光元年」宣言を発表し、観光県としての歩みを始めるとは宣言し、現状でできる範囲での取組を行なっていることは十分理解できる。しかし、限りある予算を有効に活用して、「観光県一あいち」という目指す姿の達成のためには、長期的なビジョンを持つたうえで、現状の県の位置づけ及び戦略の優先順位を明確にして、ステップアップする方法を検討する必要があると考える。

「あいち観光戦略」は平成28年度～平成32年度を期間としたものであり、その間の数値目標については、図27のとおり定められているものの、「観光県一あいち」として目指すべき最終の目標については示されていない。県は観光ということでは後進になると考えられるため、観光拠点づくり、観光資源の発掘、観光イベントの創出・発展などを行う段階と思われるが、それらを今後の長期ビジョンのなかで、どのように推進していくか検討する必要がある。

例えば「あいち観光戦略」においては、「山村・離島の観光振興」が目標として掲げられており、施策としては「山村・離島における交流居住の推進」と記載されている。もし、最終の目標が定住ということであれば、「観光振興→交流人口の増加→リピーターの確保→長期滞在の促進→移住策の促進」といった戦略が考えられる。このように最終目標を明確にすることにより、現在は目標のどの段階に位置しており、今後どのような戦略を構築すべきかが明確になると考えられる。

平成32年度までの5年を期間とした「あいち観光戦略」の達成に向けて、観光振興に資する施設の取組の範囲が十分であるかについても常に検討しながら取組を継続し、次回の「あいち観光戦略」の見直しの際には、戦略の優先順位の明確化や、「観光県一あいち」として目指す姿の達成までの長期的なロードマップの作成等について、戦略的・網羅的・体系的に検討する必要がある。

(2) 体験型コンテンツの利用増加に向けた更なる取組について (意見)

現在、我が国を訪れる外国人旅行者の一人あたり平均消費額 15.4 万円のうち、体験型観光の該当費目である娯楽サービス費への支出の全体に占める割合は 3.3%にしか過ぎない。

OECD⁷が発行しているレポート「Tourism Trends and Policies 2018」によれば、一人あたりの娯楽サービス費相当額は、オーストラリアが 16,790 円 (平成 27 年)、アメリカが 16,726 円 (平成 27 年)、カナダが 6,011 円 (平成 28 年) であり、日本は 4,220 円 (平成 27 年) である。オーストラリアと比較すると、約 4 分の 1 しかない。

地域の旅行消費と滞在時間には強い相関があり、滞在時間の長期化に向けては体験型のコンテンツや、着地型ツアーなどを充実させることが重要である。

このような背景を踏まえ、観光庁も平成 29 年に「楽しい国日本」の実現に向けた観光資源活性化に関する検討会議⁷を設置し対応を協議するなど、体験型コンテンツの充実に向けて検討を進め、平成 30 年 3 月に「楽しい国日本」の実現に向けて (提言)⁸を公表した。

県においても、「あいち観光戦略」において観光消費額や滞在日数の目標値を定め、この目標の達成に向けて体験型コンテンツの発掘・磨き上げに向けて様々な施策を行ってきた。

例えば、VISIT 愛知県 (<http://aichi.visit-town.com/>)⁷として、体験型コンテンツを集約して紹介し、同ホームページから直接コンテンツの空き状況の確認や予約をすることが可能なサイトを作成している。また、産業観光や武将観光に関連するバスモニターツアーを造成し、新たな体験型コンテンツの発掘や着地型ツアーの造成に努めている。更には、DMO を対象とした着地型旅行商品セミナーを開催するほか、「あいち観光まちづくりゼミ」を開催し、体験型コンテンツの拡充に向けた人材育成も行ってきた。

このように県は様々な施策を行っているが、一方で、本監査においては三河山間地域における外国人受け入れ態勢の拡充 (P.105)、「VISIT 愛知県」のホームページは日本語のみ (P.110) など、外国人観光客も含めて体験型コンテンツを利用するための環境が十分ではない点が認められた。また、「Trip Advisor」の「外国人に人気の日本の体験・ツアー ランキング 2018」では、上位 30 件の中に愛知県のコンテンツがランクインしていない。

日本全体としても体験型コンテンツの拡充がさらに求められている中、このようにいくつかの課題が見られたことから、県の体験型コンテンツにはさらに拡充の余地が存在するものといえる。既に県は様々な施策を通じて体験型コンテンツの拡充に努めているものの、この取組をさらに強化することが望まれる。

⁷ OECD は「Organisation for Economic Co-operation and Development : 経済協力開発機構」の略である。

例えば、「楽しい国日本」の実現に向けた観光資源活性化に関する検討会議⁷では平成 30 年 3 月に「楽しい国日本」の実現に向けて (提言)【施策集】⁸を公表している。この中では様々な体験型コンテンツの取組が紹介されており、県としても参考になる事例が存在するものと推察される。

「楽しい国日本」の実現に向けて (提言)【施策集】⁸に記載されている体験型コンテンツの例

- ・ 自然環境を利用したアウトドアツアー
- ・ 田舎をめぐるガイドツアー
- ・ 茶会の参加、伝統芸能の鑑賞、着付け体験
- ・ お祭りの訪日外国人への開放
- ・ 温泉の更なる活用 など

また、東京都では今年度より新たにプロジェクトマネジメントを行う事業に対し補助する支援事業を行うなど、新たな取組を進めている地域もある。

限られた人員・予算の中において、様々な施策を同時に実施することは困難なことから、まずはこのような施策などを活用しながら体験型コンテンツの拡充に向けた情報を収集し、今後、どのような施策を重点的に実施するかを検討することが望まれる。

(3) 県庁内の観光マインドの醸成について (意見)

県は知事の強いリーダーシップのもと、平成 27 年を「あいち観光元年」と宣言して、観光集客を目指して取り組んできた。この背景としては、県には観光集客の要素となる資源が豊富にあり、そのポテンシャルは高いものの、観光面において愛知の現状をみると、他の大都市圏に比して劣位となっているという認識があった。そして、今後、愛知がその魅力を高め、さらに発展していくためには、日本一の産業県・愛知のポテンシャルを活かし、それにふさわしい多くの人が国内外から訪れる枠組み&仕掛けを作っていくことが重要となると分析している。

この宣言後、平成 27 年 4 月に振興部観光局を立ち上げ、観光局長をトップとした観光推進体制を明確化し、最新の国の動向や社会・経済情勢の変化を踏まえ、観光振興施策を戦略的、計画的に推進するために、「あいち観光戦略」を平成 28 年 2 月に策定した。

今回の包括外部監査にあたっては、県の観光施策推進のトップである観光局長を始め、振興部の職員に最初にヒアリングを実施した。振興部へのヒアリングで確認できたことは、観光という概念は非常に幅広く、市町村、観光協会、DMO、一般事業会社を始めとしたさまざまな人を巻き込んで、あらゆる機会を活用して観光施策を推進したいという思いであった。また、県の観光振興施策を戦略

修、年次研修等で、県の観光に関するコマを設けることにより、県の職員が県の観光に関して考える場を設けることが望まれる。

イ 日々の業務における観光目線の意識について

県は、「あいち観光戦略」について、総花的・底上げ型ではなく、重点プロジェクトを定めるとの方針としている。但し、県の観光施策の推進にあたっては、観光を広義に捉え、広く観光推進を図りたいとの方針を、監査人は確認している。

監査人が振興部以外の部局に対してヒアリングを実施した結果、県の観光施策は「あいち観光戦略」の施策に限定されるという認識をしている部局が見受けられた。まずはこの認識の違いについて、県庁内で周知して是正することが望まれる。

既に各部局において行っている施策や、保有している施設は観光資源としてのポテンシャルを有するものが多数あり、実際、各部局へのヒアリングや現場視察の結果からは、職員の方の意識とのずれはあるものの、監査人からみると、観光施策推進として非常に意義のある取組を、真摯に実施している事例が多数見受けられた。各部局に対して、観光推進のために追加で事業の実施を要請することは負担となるが、もう既に実施している事業について、観光資源としてのポテンシャルが十分にあるということを、各部局が認識するだけでも、県の観光施策としては大きな前進であると考ええる。

そして、今後事業を進めるうえで、各部局が自らの業務が観光施策にとって意義のある活動であることを認識し、観光目線という点も意識して業務に取り組むことができるようになれば、県の観光マインドは格段に高まることが期待できる。県職員のより一層の観光マインドの醸成が望まれる。

(4) 観光振興のための人材育成の充実について (意見)

県は「あいち観光戦略」における施策の方向性の一つとして、「幅広い県民参加」を掲げており、行政だけでなく、個人、学校、企業、団体など、様々な主体が、それぞれのフィールドで活躍することが県の観光施策の推進のために不可欠であるとしている。また、こういった各主体が活躍できる場や仕組みを作ること、幅広い県民参加の促進を図っていくとしている。

このような県民参加の促進、また県民参加を有効なものとする上では、観光人材の育成も重要になるものと考えられる。「あいち観光戦略」においても、6つの戦略の一つとして「戦略Ⅴ 戦略的な観光ひとづくり」を掲げており、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、地域の観光振興の担い手となるキーパーソンを育成するため、以下のプロジェクトに取組んでいくとされている。

的、計画的に推進するための「あいち観光戦略」については、総花的・底上げ型ではなく、重点プロジェクトを定めるとの方針としていることを確認した。

以上のような県の観光推進に関する方針を確認した結果、今回の包括外部監査は「あいち観光戦略」に掲載されている施策、施設のみを監査範囲が限定的になると考え、県の観光を推進するポテンシャルを持つと思われる施策や施設についても観光関連施策・施設として、幅広く包括外部監査の対象とすることとした。その結果、観光戦略に載っていない部局についても監査対象部局として、監査を実施した。

今回、「あいち観光戦略」に載っていない部局に対する監査を実施して判明したことは、振興部以外の部局の認識としては、「あいち観光戦略」に載っている事業が観光施策であり、それ以外の事業を観光施策として位置づけられることへの抵抗感や、戸惑いがあるということであった。ただ、実際に業務のヒアリング等を実施すると、県の観光施策の推進のために、非常に真摯に取り組んでいる事例が多数見受けられ、職員の意識と実際の行動にギャップがあった。このような、県内部における認識のずれや意識の違いを緩和し、県が一丸となって観光施策を推進するために、以下を提言する。

ア 県の職員研修において観光をテーマにしたコマを設ける

観光局長に対するヒアリングを通じ、県の観光資源は以下のとおりであると把握した。

- ・ 産業観光を柱の一つとしている。製造品出荷額も長年一位であり、イメージに合致している。
- ・ 交通アクセスも抜群である。国際空港、高速、新幹線があり、今後リニアも整備されるため海外プロモーションにおいてアピールポイントとなる。
- ・ 三英傑を始め多くの武将を輩出しており、武将観光についても優位性がある。そのため全国の武将観光との交流やつながりがありストーリー性がある。
- ・ 農業県でもあり、フルーツを目的とした外国人観光客もいる。
- ・ ロコササイトでオアシス21が写真映えすると外国人に人気になるなど、都市型観光もできる。
- ・ 歴史、伝統、様々な分野の博物館といった観光要素が揃っている。
- ・ 山、海といった自然もある。また、なごやめという食文化もある。

以上のような県の観光資源について、振興部以外の県の職員も知識を有することにより、県の観光人材の底上げにつながるものと考ええる。日々の生活の中で、県の観光施策を体系的に学ぶことは難しいことから、例えば、新入職員研

域のプランディングや観光客の増加に向けて極めて重要な課題と言える。
 県は上記課題認識や戦略に基づき、様々な観光人材育成の取組を展開している。そうした取組をしていること自体は評価できるところであるが、取組の更なる充実を図る観点からは、いくつかが改善の余地が認められた。

例えば、取組に参加された県民に対して、終了後にアンケートを取るなどして、参加者の声を把握するといったことは行われておらず、取組内容の継続的な改善が図られていなかった。また、毎年度開催されている事業でも基本的には単年度で完結していた。参加者に対して、その後も必要に応じてアフターフォローをしていくことで、人材育成効果をより高めることが考えられる。
 このほか、委託している事業についても、県としての戦略や方針を事業に反映させられるように県としてもより積極的に関与することなどが望まれる。
 人材育成は観光振興のために欠かすことのできない重要な要素であり、取組内容の継続的な改善、充実が図られていくことを期待したい。

(5) DMOとの役割分担の明確化について (意見)

「日本再興戦略 2015 年改訂 (アクションプラン)」において、「日本の観光のトップランナーとしてふさわしい地域の中から世界に通用する観光地域づくりとマーケティングを行う官民一体の観光地経営 (日本版DMO) を選定し、政策資源を集中的に投入する」ことが明記され、DMOが観光地経営の中心的存在となることが示された。また、「まち・ひと・しごと創生基本方針2015」においても「地域の観光振興を戦略的に推進する専門的な組織として日本版DMOを確立する」ことが示され、地方創生の柱の一つとしてDMOが位置づけられている。このようにDMOが地域の観光地経営の中心的存在として重視されている中、県の業務の中にはプロモーション活動などDMOにおいて実施することが期待される業務が含まれており、DMOとの役割分担において課題が認められた。また、県職員には定期的な人事異動も存在することから、観光事業者と中長期的なリレーションを構築することが難しいという課題も存在する。
 観光庁を中心としたDMOの推進やこれらの課題を踏まえれば、現在の県が多数の観光事業を実施する体制から、DMOが中心となってプロモーション活動を実施する体制とすることが望ましいといえる。

そのためには、現在県が行っている施策・事業のうち、どのようなものを継続的に県で実施し、どのようなものをDMOにおいて実施すべきかといった役割分担を明確にするとともに、どのように県の業務を移管するかといった中長期的な移管スケジュールを検討することが有効と考ええる。

役割分担の例としては、県は行政機関として観光地付近の交通対策、都市計画や景観規制を通じた観光資源の保存、大型クルーズ船誘致のための港湾整備、MIC E誘致強化に向けたコンベンションセンターの設置、観光ビジネスを推進するための条例制定 (又は規制緩和)、などといった観光全般の戦略策定や観光政

- ・ 観光人材の育成
- ・ 地域自らによる観光マネジメント力の強化
- ・ 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

一方で、県の観光振興の課題の一つとして、県民にも県独自の魅力が理解されていないという点があり、観光局長へのヒアリングにおいても、課題として認識されていた。県の「平成26年度 第2回県政世論調査」における「県外の友人等にお勧めできる場所 (3つまで)」でも、表24のとおり、工場見学といった産業観光や武将の足跡巡りといった武将観光等の県独自の観光資源について、お勧めできるとしているのは4分の1に満たない状況となっている。

表24 県外の友人等にお勧めできるところ (3つまで)

順位	内容	割合
1位	動物園、水族館	42.6%
2位	愛知の食文化 (なごやめしを始めとするご当地グルメや郷土料理)、特産品	42.0%
3位	美術館、博物館、科学館	23.0%
4位	歴史・文化に触れられるところ (史跡や歴史的なまちなみ、武将の足跡巡り等)	22.6%
5位	工場見学、学習 (自動車等の輸送機器関係、電気・ガス等のエネルギー関係、味噌・酢等の食品関係等) ができるところ	16.8%
(6位以下省略)		

(出典:「あいち観光戦略」)

したがって、県民にも県の観光資源の魅力に気付いてもらうことや、観光振興に向けた機運を高める観点からも、県民に対して観光人材を育成するための施策を行うことの重要性が認識される。

特に、観光資源をプランディングし、多くの人々に認知してもらおうことが観光客の増加に向けては重要であるが、これは2~3年の事業期間では難しく、長期的な取組が欠かせない。行政は数年単位で人事異動が生じることから、行政のみならず、県民の中から中核的な人材を発掘・育成し、中核的な人材を中心として継続的に活動することが不可欠である。加えて、観光資源のプランディングを確立し維持するためには、例えば、地域の飲食店、宿泊施設などが同一のコンセプトに基づき、一定の水準で商品やサービスを提供し続けることなど地域の人材による継続的な取組が欠かせない。すなわち、県民に対する観光人材の育成が、地

3. 個別所見

「あいち観光戦略」では、6つの戦略を柱としている。本監査では、指摘・意見について、この6つの柱とその他の7つに分類して個別所見を記載した。

(1) 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 ムスリム対応の更なる推進について（意見）

○対象部局 振興部観光局 国際観光コンベンション課

ムスリム（神に帰依する者：イスラム教徒）は世界で16億人を超えており、世界人口69億人の約4分の1に当たる。東南アジアの一部の国には多くのムスリムが居住している。また、ムスリム人口の多いインドネシアやマレーシアといったアジア諸国は高い経済成長を続けており、今後も県への訪問者数が増大することが予測されており、愛知県内においては中部国際空港に礼拝室が設置され、ハラール認証を受けたレストランも増加しつつあるなど、ムスリムの受入体制が徐々に整備されつつある。

こうした中、県は「Aichi Now」においてモスクやハラール対応のレストランを紹介するほか、「ムスリムおもてなしセミナーinセントレア」を観光事業者向けに開催するなど、体制の拡充に努めてきた。

しかし、「Aichi Now」に記載されたレストランは平成30年7月現在で19件に留まるなど、情報量や受け入れ体制が十分とは言えない状況であった。ムスリム旅行者が県内の観光施設を周遊し、更に愛知県に滞在してもらうためには、ムスリム旅行者の受入体制をより一層拡充することが必要である。

近隣県では岐阜県高山市・白川村、三重県鳥羽市が平成27年12月に観光庁から「訪日ムスリム外国人旅行者受入環境整備等促進事業」の対象地域に選定され、受入に向けて先進的な取組を進めている。県においてもムスリム対策を促進することで、愛知・岐阜・三重の周遊が可能となり、ムスリム旅行者にとつてより魅力的なエリアとなる可能性も考えられる。

以上より、既に県はムスリム旅行者の受け入れに努めているが、更なるムスリム旅行者の増加を目指して努力することが望まれる。

<参考>

観光庁では平成30年5月22日に開催された観光戦略実行推進タスクフォースにおいて、「訪日ムスリム旅行者対応のためのアクション・プラン」を取りまとめた。この中では、例えば以下のような項目が例示されており、県として

策実現に向けた庁内の調整といった役割に注力し、それ以外のプロモーション活動などはDMOが実施することが望ましいと考えるが、この点は県とDMOの予算・人員規模に応じた検討すべき事項と考える。

移管スケジュールに関しては、現状、県が多くの業務を実施してきたことから、移管にあたってはDMO側における予算の獲得や専門人材の配置のほか、これまで県が実施してきた事業のノウハウを移転することが必要であり、即座に県の業務をDMO側に移管することは困難といえる。

そのため、役割分担に基づいて中長期的な業務移管のロードマップを検討することが望まれる。例えば平成33年以降を対象とする次期の「あいち観光戦略」において、DMOの育成・支援や業務の移管計画を含めることも一つの案と考える。

なお、DMOが期待された機能を発揮する自立組織となるためには、当面は県の支援も不可欠と考えられる。業務の移管と合わせ、継続的な支援体制も構築することが望まれる。

⁸ イスラム教の戒律に則って調理・製造された商品であることを示す認証

これは、外国人観光客に対応する県内各施設において、通訳の必要性が発生した場合、コールセンターを活用した多言語通訳を行うものである。

- ① 2 地点3者通訳（目の前に外国人がいる場合）
外国人観光客等と対面する場合に、電話の受話器のやり取り又はスピーカー機能を通して、通訳対応を行う。

※このほか、タブレットやスマートフォンを使用してのTV通訳サービスも提供する。



図 39 二者間通訳のイメージ図
(出典：「香川県多言語コールセンター」の開設について）（香川県）

- ② 3 地点3者通訳（電話の向こうに外国人がいる場合）
外国人観光客等から連絡があった場合又は連絡を取りたい場合、コールセンターを通して3者間通訳を行う。

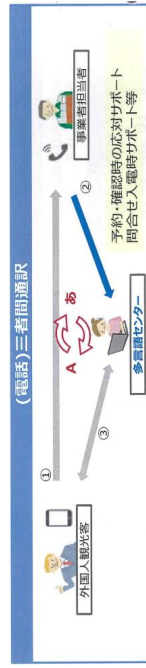


図 40 三者間通訳のイメージ図
(出典：「香川県多言語コールセンター」の開設について）（香川県）

も参考とすることが考えられる。

- ・ 地域関係者が具体的なムスリム旅行者への対応方法を学習する取組、特に和食や郷土食の対応を促進するため、調理手法の研究を支援
- ・ 食品産業者のハラル対応を促進するため、国内の状況や海外の貿易状況等を調査、分析するとともに情報を提供
- ・ 「インバウンド対応ガイドブック⁹⁾」等を用いて、飲食事業者等のハラル対応を促進するための情報を普及・促進
- ・ 調理師を対象にハラル対応に関する知識や技術の研修を支援

イ 観光施設を中心とした更なる多言語化の促進について（意見）

○対象部局 振興部観光局 国際観光コンベンション課

外国人旅行者が滞在中にストレスなく過ごすことができれば、再度の訪問が期待できる。一方で、県の調査では外国人旅行者の不満として「コミュニケーションが取りづらい」、「通訳ガイドが充実していない」、「観光施設・交通機関等の案内表示がわかりにくい」など、言語に関する課題が挙げられている¹⁰⁾。

このような中、県は観光に関連するパンフレット、ホームページを様々な言語で作成するなどの工夫を行っている。「Aichi Now」では、日本語、英語、中国語、韓国語、タイ語で情報発信している。

また、県は愛知県観光協会などを通じて飲食店に対してメニューの多言語化を呼び掛けるなど、外国人旅行者が円滑に過ごすための環境の整備に努めている。

このように、県も多言語化に努めているものの、県の調査結果から見れば多言語化には改善の余地があった。したがって、愛知県観光協会や交通事業者などの関連事業者と連携しながら、これまで以上に多言語化に努めることが望まれる。

<参考>

観光施設において多言語化を推進するための手法としては、多言語案内用タブレット端末の設置、多言語翻訳システム機器の導入、スタッフ研修、案内標識の整備など、様々な手段が考えられる。また、既に県はこれらの取組を進めているところである。

先駆的な取組の例として、香川県では多言語コールセンターを設置している。

⁹⁾ インバウンド誘致を成功させ、訪日外国人観光客によりよいサービスを提供するためのインバウンド対応ガイドブック

¹⁰⁾ 「愛知県訪日外客動向調査」（平成29年度）

ウ 「Aichi Now」のコンテンツ別の情報発信の反響の測定について（意見）

○対象部局 振興部観光局 国際観光コンベンション課

「Aichi Now」による情報発信の実績として、ホームページの閲覧数が把握され、「あいち観光戦略に基づく観光振興施策の実施状況（平成28年度年次報告書）」にも記載されている。

一方で、コンテンツごとの閲覧数等の反響の測定はされていない。また、「Aichi Now」ではYouTube等の動画も掲載して情報発信を行っている。YouTube等の動画の閲覧数は各サイトで確認できるが、県では閲覧数の確認はされていない。

これは、各コンテンツや動画をそれぞれ異なる部局が所管しているものであることも背景にある。

しかし、動画も含む各コンテンツについて、閲覧数等の反響をチェックすること、その反響度合いに応じて、提供するコンテンツの検討に役立ったり、今後のPRの参考になったりすることも考えられる。したがって動画も含む各コンテンツについて、所管する部局が中心となって、閲覧数等の反響をチェックすることが望まれる。

(2) 観光資源の充実とブランド化の推進

ア 映像制作者のバックグラウンドチェックの徹底について（意見）

○対象部局 振興部観光局 観光振興課

映像制作者は、愛知県フィルムコミッション協議会から映画、ドラマ等の撮影支援を受ける際、県に「撮影誓約書」の提出が必要となる。当該様式には、タイトル、出演、制作、撮影内容の記入欄及び誓約事項の記載があり、撮影内容及び映像制作者について把握できる内容となっている。

許可後、映像制作者は愛知県フィルムコミッション協議会から支援を受けることができる。

しかし、映像制作者のバックグラウンドチェック（反社会的勢力との関係・過去の撮影実績）については、ルール化されていないとのことであった。

平成29年度の撮影協力の問い合わせ件数及び支援件数は、表25のとおりである。過去に撮影終了後に映像制作者の問題が発覚したという事例はないが、今後、支援数が増加した場合、撮影後に反社会的勢力との関係が発覚するリスクも考えられることから、県は支援する映像制作者のバックグラウンドチェックをルール化することが望まれる。

表25 平成29年度愛知県フィルムコミッション協議会への問い合わせ件数及び支援件数

ジャンル	問い合わせ件数	支援件数 (情報提供のみ除く)
映画	26	7
ドラマ	15	8
CM	17	1
情報番組	2	1
その他	24	7
合計	84	24

(出典：振興部観光局 観光振興課作成資料)

イ 愛知県フィルムコミッション協議会ホームページの充実について（意見）

○対象部局 振興部観光局 観光振興課

愛知県フィルムコミッション協議会と東京都、大阪府及び福岡県のフィルムコミッションのホームページ掲載内容を比較したところ、愛知県以外の都府県には、「3. 協力者への情報」として、ロケ支援事業者登録フォームがあった（表26）。

映画、ドラマ等における映像の視聴をきっかけとした観光客の誘致を図るには、ロケ支援事業者の協力も不可欠であることから、ロケ支援を希望する事業者が、容易に手を挙げることを可能にするため、ロケ支援事業者登録フォームの開設を検討することが望まれる。

また、愛知県フィルムコミッション協議会のホームページの検索機能は他の都府県と遜色はないが、トップページの上に検索機能が表示されていないため、ホームページ利用者が欲しい情報を検索しづらいという印象を受けた。このため、トップページに検索機能を設けることを検討することが望まれる。（図42）。さらに、「愛知が選ばれる理由」のページ（図43）に具体的な撮影地の画像を入れる等、愛知県で撮影することの魅力を掲載する工夫が望まれる。

撮影誓約書

愛知県振興部観光局観光振興課

課長 _____ 様

私ども〇〇〇〇は、テレビドラマの撮影に対し下記の条件を遵守することとし、以下を誓約致します。

タイトル	「〇〇〇〇」
出演	〇〇〇〇 〇〇〇〇 〇〇〇〇 他
制作	〇〇〇〇
撮影内容	〇〇〇〇
場所	〇〇〇〇
予定日	〇月〇日
時間	午前〇時 から 午後〇時まで
場面	（別途台本提出）
人数	スタッフ〇名 キヤスト〇名 EX〇名 計 〇名
放映予定	平成〇〇年 〇月から予定 〇〇〇系毎週〇曜日放送
責任者	〇〇 〇〇 （連絡先） 〇〇〇-〇〇〇〇-〇〇〇〇

誓約事項

1. 使用施設について、施設等の損傷の可能性のある行為、掲載等の採取、危険物の使用等はありません。
2. 撮影機材・資材の搬入及び設置は、養生をして施設に損傷の無いよう配慮し、本件撮影終了後、速やかに撤去して使用施設の現状を回復します。
3. 撮影によって直後、間接を問わず発生した建物、器物等の破損については、全て制作会社が責任を負い、修繕等を行います。
4. 建物入口には警備を配置し、解放した状態には致しません。
5. 施設等の使用に伴い費用が発生する場合は、撮影終了後、貴課の指示に従い速やかに支払います。
6. ゴミ等はすべて持ち帰り、使用施設に残しません。
7. 撮影内容は事前に打ち合わせをし、確認した内容で撮影を行います。
8. 撮影中に万一事故の可能性や危険を伴うようなことを判断した場合や、常識を逸脱する行為が認められた場合は、即刻中止し、貴課の指示に従います。
9. その他、上記事項及び事前打合せの内容に反すると認められる行為があった場合、また、施設の公務での使用が発生した場合、貴課の判断により撮影を中止し、速やかに撤収します。また、その際に発生した費用に関しては当初の約束通り支払い、返還請求等は致しません。

平成 年 月 日

誓約者 (住所) (氏社名) (代表権者 職氏名)

図 41 撮影誓約書の雛型 (出典：振興部観光局 観光振興課より入手の資料)

表 26 自治体別フィルムコミッションホームページ等比較

	愛知県	東京都	大阪府	福岡県
1. 基本メニュー				
提供サービス案内	○	○	○	○
市のフィルムコミッション情報	×	○	○	×
2. 制作者への情報				
ロケ支援申請フォーム・連絡窓口案内	○	○	○	○
ロケ支援事業者検索	×	×	○	○
エキストラ要請フォーム	×	×	×	○
2-1. ロケ地検索				
キーワード検索	○	○	○	○
カテゴリ検索	○	○	○	○
エリア検索	○	×	○	○
条件検索	×	○	×	×
人気ロケ地検索	×	×	×	○
新着ロケ地検索	×	○	×	○
写真・映像検索	×	×	○	○
2-2. 過去のロケ地・支援作品検索				
キーワード検索	×	×	×	×
カテゴリ検索	×	○	×	○
エリア検索	×	×	×	×
撮影年度検索	○	○	×	×
ロケ地一覧選択	○	○	○	○
3. 協力者への情報				
エキストラ募集・登録フォーム	○	○	○	○
ロケ支援事業者登録フォーム	×	○	○	○
ロケ地登録申請フォーム	○	○	○	×
4. その他情報				
年間ロケ支援件数	×	×	×	○
ロケ支援事業者数	×	×	×	○
エキストラ登録会員数	×	×	×	○
クリエイター一覧	×	×	×	○
ロケ地をめぐる観光情報	×	×	○	×
新着情報など	○	○	○	○

(出典：各ホームページを基に監査人が作成)



ABOUT
愛知県フィルムコミッション協議会とは？



映像製作費のみなさま

愛知県が選ばれる理由

撮影費用について

ロケ地検索

ロケ費用

エキストラ募集

ロケ地検索

地域のみなさま

CONTENTS
特集

図 42 愛知県フィルムコミッション協議会ホームページ トップページ

ウ 愛知県フィルムコミッション協議会ホームページの実績情報の更新について (意見)

○対象部局 振興部観光局 観光振興課

愛知県フィルムコミッション協議会のホームページを確認したところ、「愛知県フィルムコミッション協議会とは？」に記載されている映像制作の実績情報が、平成27年のものであった。

このページは、映像制作者に対し、フィルムコミッションの役割について理解を促し、愛知県でロケを行う魅力を伝えるものであり、記載されている情報が古いと、愛知県フィルムコミッション協議会の熱意が映像制作者に伝わらない可能性がある。そのため、フィルムコミッション協議会のホームページに掲載する内容について、年1回の見直しを行い、最新の情報に更新することが望まれる。



HOME > 愛知県が選ばれる理由

CHOOSE AICHI

愛知県が選ばれる理由

愛知県は近年特に映像制作のロケ地として映像制作者の皆さんから選ばれています。その理由は「AICHI」にあります。

A.....愛

映画愛があります。

県民2500人、シネコン237館と、県民の次に映画館が多い県で、多くの県民に映画が愛されています。また多くの映画監督・俳優などを輩出しています。

※一般社団法人日本映画制作業協会による「http://www.cpa.or.jp/screen.html」

I.....いろいろ

ロケ地が豊富です。

特に近代建築や古い町並みなど、歴史が感じられるロケ地が豊富です。また、愛知県には三河湾、山、川などの自然、緑の田舎、テーマパーク、都市など、様々なシチュエーションが揃っています。また、ロケ地が豊富です。

C.....近い/中心

愛知県は日本の中心に位置しています。

多くの映像制作会社や制作会社が集まる圏内から近く、大塚、京町から近い、まさに日本の中心に位置しています。そのため移動時間やコストなどを削減することが期待できます。

H.....ホスピタリティ

宿泊施設・飲食街などが豊富です。

愛知県には豪華・ビジネスにおいて利用される施設が多く、そのためお客様の滞在が快適で、長いロケ期間中でもご満足いただけることが可能です。

I.....一緒に

一緒に映画を作ります。

各フィルムコミッション、エキストラなど多くの人が、スタッフの皆さんと一緒に映像制作を行います。



HOME > 愛知県フィルムコミッション協議会とは？

ABOUT

愛知県フィルムコミッション協議会とは？



愛知県は、世界的な観光資源や自然、歴史・文化遺産などの優れたロケーションを誇り、これまでに多くの映画やドラマのロケ地として利用されてきました。

県庁では、映画「櫻子さんの分上り」(主演：長谷川裕見子)、「しじやん」(主演：有村架純)、「ヒラマ」(LEADERS リーダーズ) (主演：佐藤健)、「ルーヴル美術館」(主演：藤原龍也)、「あなは」(主演：藤原龍也)、「あなは」(主演：藤原龍也)などの制作が各地のフィルムコミッションの協賛により実現されています。

こうした協賛を県民生活に広げるとともに、各地域のフィルムコミッションの活動を支援するため「愛知県フィルムコミッション協議会」を設立しました。

映像制作者の協賛により撮影しやすい環境のご提供をいたします。

県民のみなさんにはフィルムコミッションの役割や実績をご案内いたします。

さらに、映画やドラマなどの撮影場所を観光資源としてPRし、愛知県の魅力を発信していきます。

図 44 愛知県フィルムコミッション協議会ホームページ

愛知県フィルムコミッション協議会とは？

図 43 愛知県フィルムコミッション協議会ホームページ 愛知県が選ばれる理由

エ 外国人観光客に対する三河山間地域の更なる情報発信について（意見）

○対象部局 振興部 地域政策課

県では三河山間地域の交流人口を増大し、地域を活性化することを目的として「山里の魅力創造発信事業」を実施している。これは、テレビ番組を通じて三河山間地域の観光施設をアピールすることや、ホームページ、SNSといったWEBメディアを活用しながら情報発信を行うものである。

また、メディアを通じて情報発信だけでなく、三河山間地域の観光施設を対象としたオリジナルバスツアー（名古屋発着）の企画も行っている。ツアー参加者を対象としたアンケートを実施することで、観光施設やバスルートの魅力把握し、今後、地元市町村や観光協会等が自らオリジナルツアーを検討する際の基礎情報を収集している。

このように、県は三河山間地域の交流人口増加に向けて様々な工夫を図っていたものの、これらの施策はいずれも東海3県の日本人又は在日外国人を主なターゲットとしており、外国人観光客を対象としたものではなかった。また、外国人観光客の増加に向けた情報発信・取組策としては、ラグビeworldカップの開催や県内の動向を観光協会や事業者に伝達するなどに留まっておられ、奥三河観光協議会と外国人観光客の増加に向けた具体策を協議するまでには至っていないかった。

これは、三河山間地域においては外国人の受け入れ態勢が十分に確立されていないことや、まずは三河山間地域の予備知識が多い日本人観光客の増加を優先させるといった判断に基づき東海3県の住民を対象としたプロモーションを実施したためである。現状の訪問者の割合などを勘案すれば、県の方針・取組体制は理解できる。

一方で県は外国人の来県者数を123万人（平成26年）から400万人（平成32年）、外国人の滞在日数を1.44泊（平成26年）から2.0泊（平成32年）とすることを掲げるなど、外国人観光客の増加に向けた取組も進めている。加えて、平成31年には豊田市でラグビeworldカップが開催されるほか、平成32年の東京オリンピックに向けては選手の事前合宿場所として多くの国を誘致しており、今後も県を訪問する外国人旅行者は増加するものと推察される。

三河山間地域には豊かな森林や清流といった豊富な自然だけでなく、農業や山菜・キノコ等の採取など体験型の観光資源もあり、更には、キャンプ、トレッキングや登山なども可能である。これらは単純に日本で買い物を楽しむモノ消費から、観光施設やサービスを利用し、文化、習慣に触れるといったコト消費に変化する中で、外国人旅行者のニーズにも合致するものと考えられる。

このような外部環境の変化を踏まえると、東海3県の県民をまずはメインターゲットとして情報発信するという方針は理解できるものの、外国人旅行者に対して三河山間地域を今よりもアピールすることは非常に時宜を得たタイ

ミングであり、有用と考えられる。

そのため、三河山間地域の観光協会、奥三河観光協議会などといった関連団体と、外国人旅行者の増加に向けた情報発信策について協議することが望まれる。

オ あいち航空ミュージアムの集客に向けた更なる検討について（意見）

○対象部局 振興部 航空対策課

県は、1) 航空機産業の情報発信、2) 航空機産業をベースとした産業観光の強化、3) 次代の航空機産業を担う人材育成の推進、を目的として、「あいち航空ミュージアム」を平成29年11月に開館した。このミュージアムでは名古屋空港で初飛行したYS-11等の実機や、超精密模型「名機百選」の展示、大型スクリーンを配備したオリエンテーションシアターなどが設置されている。さらに、サイエンスラボでは航空教室や工作教室を開催するなど、体験型の学習施設としても整備されている。

県は県内小中学校を中心に周知を図るなど利用者の増加に努めており、平成30年6月末時点においては当初の見込みどおりの人数が来場している。

一方で、開館から半年を経過し、1) 平日の夕方の来場者が少ないこと、2) 学校関係者からは「開館時間が10時であり、昼食までに学内に戻ることを考えると十分な見学時間が確保しにくい」との意見がある、という二つの運営上の課題が認められた。

開館から半年を経過して運営上の課題が明らかになってきたことから、県は平日夕方の来場者数の増加に向けてイベント等の開催を検討することや、営業時間の変更など、改善策を早期に実施することが望まれる。

また、あいち航空ミュージアムはユニークベニキュ¹¹としても有望な拠点である。そのため、例えば通常時の開館時間を9時から17時頃までとし、講演会や懇親会、パーティー、コンサート等がある場合に限り、営業時間を延長することも工夫の一つと考えられる。

<参考>

例えば東京都の「浜離宮恩賜庭園」では、通常の観光客は9:00～17:00の受付時間としている。一方で、ユニークベニキュとしての利用は閉園後の17:30～21:30としており、時間外利用を受け付けている。

また、夕方利用の増加やユニークベニキュとしての利用に向けて、各施設に利用時のルール・基準を設けるとともに、ケータリングや音響・照明等の各種

¹¹ 歴史的建造物や公的空間等で、会議・レセプションを開催することで特別感や地域特性を演出できる会場。他都市との差別化につながる。

サービスのパッケージ化も進めている。県は、これらの取組を参考にすることが考えられる。

カ 対応言語選定とターゲット国選定について（意見）

○対象部局 振興部観光局 国際観光コンベンション課

「Aichi Now」は日本語を含めた多言語により情報発信を行っており、現在は日本語、英語、中国語、韓国語、タイ語に対応している。

これらの言語は、訪日外国人旅行者数の多い国の言語を中心に対応しているものである。

実際、平成29年の中部国際空港への入国者数を国別にみると、下表のとおりであり、直行便の有無の影響もありアジア諸国が他国と比べて圧倒的に多く、これらの国の言語について対応が図られていることが認められる。

表 27 中部国際空港への入国者数（平成29年、単位：人）

順位	国籍・地域	平成29年	平成29年
1	中国	555,824	10,220
2	台湾	188,946	9,041
3	韓国	155,700	7,811
4	中国〔香港〕	129,102	7,067
5	フィリピン	71,674	6,165
6	タイ	55,361	6,022
7	ベトナム	41,339	4,789
8	米国	29,244	4,548
9	ブラジル	13,467	4,410
10	シンガポール	12,084	4,229

（出典：「出入国管理統計表」（法務省）を基に監査人が作成）

結果として、「Aichi Now」の対応言語からも分かるのとおり、県はアジアの国からの訪日外国人旅行者を中心的なターゲットとしてきている。

一方で、今後、県としては欧米豪を開拓することを模索している。これは、欧米豪の訪日外国人旅行者の滞在日数が長いことや、1人あたりの消費額が大きい傾向があり、開拓できれば訪日外国人旅行者の増加が見込めるためである。

しかし、現状では、ラグビeworldカブがある年はラグビーの盛んな英国をターゲットとする等、短期的にチャンスのある国をターゲットにしている

のみであり、中長期的にターゲットと想定する国は特定されていない。

欧米豪の訪日外国人旅行者を開拓していくには「Aichi Now」などにおける情報発信において言語対応等を行っていく必要があると考えられる。そのためにも、潜在的な需要の高い国を調査するなどにより、中長期的にターゲットと想定する国を定めることが望まれる。

キ 愛知デスティネーションキャンペーンの評価・効果測定について（意見）

○対象部局 振興部観光局 観光振興課

愛知県と県内の自治体、観光事業者及びJRグループ旅客6社が連携し、平成30年10月から12月に「愛知デスティネーションキャンペーン」が開催されている。これに関連して、平成29年10月から12月に「ブレデスティネーションキャンペーン」が開催された。平成31年10月から12月には「アフターデスティネーションキャンペーン」が開催される。

この事業の実施主体として、平成29年2月に「愛知県大型観光キャンペーン実施協議会」（以下「実施協議会」という。）が設立されている。

当該協議会の構成団体は、愛知県のほか、県内市町村、東海旅客鉄道、観光事業者、宿泊施設、交通事業者、旅行会社、マスコミ各社、その他経済団体等からなっている。また、協議会の運営費は、主に構成団体からの負担金によっているが、平成29年度実績では7割程度は県の負担となっている。

平成29年度、県においては、旅行会社による愛知県を目的地とした旅行商品の造成及び送客を促すための観光振興事業が行われた。中でも中心的な事業が、旅行エージェント向けに観光素材を案内する「全国宣伝販売促進会議」と、直接旅行会社の担当者に体験してもらうことを通じて観光素材を案内する「エクスカーション」であった。これにより愛知県を目的地とした旅行商品の造成が促され、平成30年度のデスティネーションキャンペーンでの県への観光客数の増大が目指されているためである。

当該事業の成果として県が把握しているところでは、参加者数等について表28のとおり把握されていた。

表 28 全国宣伝販売促進会議の参加者数等

	参加者数		参加組織数	
	組織数	うち旅行会社	組織数	うち旅行会社
全国宣伝販売促進会議	189 組織	788 名	42 社	42 社
エクスカーション	54 組織	226 名	25 社	25 社

(出典：振興部観光局 観光振興課作成資料を基に監査人が作成)

また、このほか県として把握できる成果としては、デステイネーションキャンペーンにおいて旅行会社が造成した旅行商品数が考えられるとのことであった。

県としては、上記のとおり成果を把握されているところであるが、県の観光振興にどれほど資するものであったかという観点から評価するうえでは、もう少し踏み込んだ効果測定が望まれる。

例えば、実施協議会には東海旅客鉄道を始めとして各種観光関連業者が参画されているため、実施協議会ではデステイネーションキャンペーンに関連した旅行商品への申込数、WEBサイトへのアクセス数、参加者からのアンケート結果、対象エリアにおける乗降客数の増加などを把握し得るものと考えられる。事業の実施主体は実施協議会であるが、実施協議会に参画し、多くの負担金を拠出している県としては、このような成果を積極的に把握、評価し、今後の観光振興施策に活かしていくことが望まれる。

ク ロケーション撮影に伴うトラブルに対する損害保険の加入義務化の検討について (意見)

○対象部局 振興部観光局 観光振興課

特定非営利活動法人ジャパン・フィルムコミッション¹²が作成した「フィルムコミッション (FC) 活用ハンドブック (平成24年3月12日)」では、ロケーション撮影によるトラブルを、次のとおり記載している。

¹² 全国の撮影支援ネットワークを強化し、国内外の映画・映像作品の製作支援をはじめ、フィルムコミッションや映像関係者の人材育成支援、映像産業の振興、映像文化の普及、地域資源の評価などに資する事業を行い、国や地方公共団体、FC、映像関係企業や団体、職能者組織などと協力・連携し、日本の撮影環境の発展に寄与することを目的とする団体である。

＜トラブル事例＞

- ・ 故意に申請内容に事実と異なる内容が記載され、また故意に申請内容と異なる撮影行為が行われた
- ・ 事前に合意されたルールが守られず、また撮影隊内にルールの周知が徹底されていない
- ・ 撮影関係車両が違法駐車され、交通や住民生活に影響を及ぼした
- ・ 事前に約束した撮影時間が守られない
- ・ 無断撮影や立ち入り禁止区域で撮影が行われた
- ・ 地域の宣伝効果を理由に無謀な撮影行為に及んだ
- ・ 撮影にかかった費用の支払いが行われない
- ・ 撮影現場の現状復帰が徹底されない

県では、費用の立替は行っていないため、「撮影にかかった費用の支払いが行われない」というトラブルは想定されないが、他のトラブルの発生は十分想定される。

「撮影現場の現状復帰が徹底されない」等の一部のトラブル事例については、損害保険により、カバーできる可能性があり、撮影協力・支援の実施条件として損害保険の加入を義務化しているフィルムコミッションもあることから、県内のフィルムコミッションにおいても、損害保険の加入義務化について検討することが望まれる。

ケ 着地型旅行商品運営サイト「VISIT 愛知県」の多言語化への働きかけについて (意見)

○対象部局 振興部観光局 観光振興課

地域の旅行消費額と滞在時間には強い相関があり、滞在時間の長期化に向けては体験型のコンテンツや、着地型ツアーなどを充実させることが重要である。このような背景を踏まえ、観光庁も平成29年に「楽しい国日本」の実現に向けた観光資源活性化に関する検討会議を設置し対応を協議するなど、体験型コンテンツの充実に向けて検討を進めているところである。

県は、地域の観光資源を着地型旅行商品¹³として旅行会社へ効果的に売り込むとともに、旅行会社等のニーズに合わせた多様な企画・販売をコーディネートし、観光客の持続的な増加を図る取組を行ってきた。

平成28年度には、名古屋、半田市、津島市、蒲郡市、田原市、あま市で着地型旅行商品を造成し、着地型旅行商品運営サイト「VISIT 愛知県

¹³ 着地型旅行商品とは、旅行者を受け入れる地域で作られる旅行商品のことであり、旅行先で参加するオブションアルツアー等を指す。

(<http://aichi.visit-town.com/>)において、インターネットでの紹介・販売を行っている。

着地型旅行商品運営サイト「VISIT 愛知県」は三重交通グループである株式会社観光販売システムズが実際には運営を行っており、愛知県以外にも「VISIT 熊本県」、「VISIT 愛媛県」、「VISIT 三重県」、「VISIT 富山県」、「VISIT 長野県」、「VISIT 栃木県」の運営を受託している。

地域の旅行消費額を高めるためには、日本人のみならず、外国人旅行者の消費が欠かせないが、「VISIT 愛知県」は日本語対応のみならず、多言語化に対応していないかった。

そのため、外国人旅行者が「VISIT 愛知県」のサイトを利用することにより、着地型旅行商品を購入するということは困難であると推測された。

運営会社である株式会社観光販売システムズに対して、多言語化への取組を働きかけることにより、外国人旅行者の着地型旅行商品の購入を促進することができようにすることが望まれる。また、運営会社は、「VISIT 熊本県」、「VISIT 愛媛県」、「VISIT 三重県」、「VISIT 富山県」、「VISIT 長野県」、「VISIT 栃木県」も運営していることから、他県の観光担当者として多言語化への取組を働きかけることも効果的であると考えられる。着地型旅行商品の消費を高める努力が望まれる。

コ 着地型旅行商品コーディネーターの継続的な育成について (意見)

○対象部局 振興部観光局 観光振興課

「ケ 着地型旅行商品運営サイト「VISIT 愛知県」の多言語化への働きかけについて (意見)」にて述べたとおり、観光庁は体験型コンテンツの充実に向けて検討を進めているところである。

県においても、県内を広く周遊する着地型旅行商品の造成・販売等を行える地域連携DMOの形成に向け、市町村や地域観光協会、商工会等の職員を中心に、幅広い県民を対象にした着地型旅行商品コーディネーターの育成講座を開催してきた。過去の開催実績は次のとおりである。

表 29 着地型旅行商品コーディネーター育成講座の実績

内容	平成 28 年度	平成 29 年度
開催場所	名古屋・岡崎	名古屋
開催数	各 3 回	3 回
受講者数	80 名 (名古屋 53 名、岡崎 27 名)	17 名

(出典：振興部観光局 観光振興課作成資料)

県における観光消費額を高めるためには、着地型旅行商品の購入促進が重要であり、そのためには、魅力ある着地型旅行商品の造成が不可欠である。県は、育成講座の開催を通じて、着地型旅行商品コーディネーターの育成に取り組んでいるが、受講者数は減少傾向にある(表 29)。今後も着地型旅行商品コーディネーターの育成講座の開催等を通じて、継続的に人材を育成し、魅力ある着地型旅行商品を造成・販売することが望まれる。

<参考>

人材育成に加えて着地型旅行商品の造成支援も合わせて実施している例として、例えば愛知県では、「外国人観光客向け新たな観光プログラム開発支援補助金」として、観光プログラム開発(※)に要する経費の一部を補助している。

※ 観光プログラム…テーマ性、ストーリー性を有する広島県ならではの新たな観光商品、観光メニューをいう。

※ 観光プログラム開発…観光プログラムを外国人旅行者向けに、テーマ(「食」、「ナイト・早朝」、「伝統・文化」、「自然(海・山)」、「スポーツ」、「平和」)に基づき開発し、販売することをいう。

補助金交付の対象となるのは、外国人旅行者の誘客促進に積極的に取り組む法人、旅行業者等、観光協会、商工会議所、商工会、特定営利活動法人等の団体であり、自ら事業主体として実施する者としている。

具体的には表 30 のような開発テーマが想定されている。

表 30 観光プログラム開発テーマ

テーマ	項目例	プログラム開発の一例
I 食	・ 地元グルメ、ソウルフード等 広島ならではの食体験、周遊型観光プログラム ・ 食文化を生かした観光プログラム	・ 収穫+収穫したもので作るスイーツづくり ・ まるごと酒蔵お仕事体験(見学+仕込み+ラベル作成等) ・ 酒蔵巡りバスポート ・ 広島食文化体験(料理教室×学び) ・ グルメミステリーツアー など
II ナイト・早朝	・ ナイトライフ、ナイトカルチャー等“夜”を楽しむための観光プログラム ・ 早朝ならではの体験型、周遊型観光コンテンツの開発	・ 天空のナイトクルージング(ロープウェイ+ナイトピクニック) ・ 森林セラピーと早朝ヨガ ・ 居酒屋&ナイトクラブ共通ミールクーポン など

「いらごささらパーク」は利用者数も増加傾向にあり、地元メディア等も植物の開花状況を報道するなど、交流人口の増加に寄与している。

自然公園は「優れた自然の風景地を保護するとともに、その利用の増進を図ることにより、国民の保健、休養及び教化に資するとともに、生物の多様性の確保に寄与することを目的」(自然公園法、第1条)としたものであり、直接的に観光を意図して整備されたものではない。しかし、上記のとおり交流人口の増加に寄与している部分もあり、観光資源としての側面を有する施設ともいえる。

このように観光としての側面を有することから、環境部と観光局において自然公園やイベント等に関する情報を定期的に交換し、環境部で行っている取組やイベントを観光局で実施する広報活動でもアピールすることが考えられる。しかし、現在は両部において情報交換を行うような会議体などの仕組みがなく、環境部と観光局の担当者間に存在する個人的なコミュニケーションによって情報交換が行われていた。

属人的な情報交換にとどまらず、今後も継続的に両部が情報を交換し続けるためにも、定期的な情報交換の仕組みを構築することが望まれる。

シ 山車まつりホームページの情報の充実について (意見)

○対象部局 教育委員会 生涯学習課

愛知県は、「モノづくりあいち」につながる、優れたからくり人形を載せた山車(だし)が集中して所在するなど、全国有数の山車(だし)まつりが所在する地域である。

平成28年度には、日本の「山・鉾・屋台行事」がユネスコ無形文化遺産に登録され、県でも5つの行事(尾張津島天王祭の車楽舟行事・知立の山車文楽とからくり・犬山祭の車山行事・亀崎潮干祭の山車行事・須成祭の車楽船行事と神楽流し)が登録されたことから、今後の山車文化の発展が期待される。

「あいち観光戦略」では、「戦略Ⅱ 観光資源の充実とブランド化の推進～モノスゴ愛知で待つ県～」の重点プロジェクトのひとつである「(2) 伝統・文化に触れる観光の推進」の具体的な施策として、「①山車まつり文化のPR・プロモーション」を掲げており、山車まつり文化を広くPRするとともに、旅行商品への組み込みを促進する等、観光資源としての有効活用を進めていくとしている。

県では、平成27年12月に「あいち山車まつり日本一協議会」を発足し、保団体、市町村及び県が一体となって、あいちの山車まつりの魅力発信及び保存・継承に取り組んでおり、研修会、シンポジウム(日本の祭シンポジウム)及び公開イベント(山車文化魅力発信イベント)を開催している。平成30年2月には、愛知県の山車まつりポータルサイト「あいちの山車まつり

テーマ	プロジェクト開発の一例	項目例	プロジェクト例
III 伝統・文化	<ul style="list-style-type: none"> 地域での生活の中に長年にわたり伝承されている生活体験 祭り、伝統芸能、伝統工芸、歴史的建造物、地域の文化的、学術的、芸術的価値等を生かした観光プロジェクト 	<ul style="list-style-type: none"> 農泊+農業体験+夜は地元の祭りに参加 神楽観賞&神楽体験+地元食を楽しむツアー 伝統芸能、文化芸術資源を活かしたナイトエンターテインメント 古民家×生活文化体験×雪 など 	<ul style="list-style-type: none"> グリーン、エコツアーリズム 宿泊型の自然体験プログラム(例：グランピング+カヌー等) 漁師さんと無人島体験ツアー 花園での星空観測+夜のバーでの地元との語らい など
IV 自然(海・山)	<ul style="list-style-type: none"> 海や山などを活用したアクティビティ その地域固有の自然への理解活動 動植物や花、自然景観を活かした観光プロジェクト 	<ul style="list-style-type: none"> サイクリング×地元食×体験 野球観戦&CCダンス+スタジアムツアー 〇〇を巡るノルディック・ウォークガイドツアー など 	
V スポーツ	<ul style="list-style-type: none"> 観光客自らが参加し楽しむスポーツ プロ野球やJリーグを始めとしたスポーツ観戦など 		
VI 平和	<ul style="list-style-type: none"> 平和について考え、平和への思いを共有できる観光プロジェクト 		

(出典：「平成30年度「外国人観光客向け新たな観光プロジェクト開発支援補助金」公募要領」(広島県))

ナ 環境部と観光局における情報の共有体制の強化について (意見)

○対象部局 振興部観光局 観光振興課 環境部 自然環境課

環境部では自然公園施設(茶臼山、面ノ木、伊良湖休暇村)や東海自然歩道(県内全長211km)の整備などを行っている。

この整備事業の一つとして、近年、伊良湖休暇村公園施設の中に「いらごささらパーク」を設置した。「いらごささらパーク」では平成30年度に自然観察サポーターを配置し、来園者に自然再生の重要性をアピールしている。また、「いらごささらパーク通信」というチラシを作成するほか、伊良湖休暇村のホームページ内にてパークの見どころを紹介するなど、「いらごささらパーク」の利用者の増加に努めていた。

(<https://www.dashi-aichi.jp/>)を公開し、さらなる魅力発信に努めている。
 「愛知県の山車まつりポータルサイト」は4言語(日本語・英語・中国語・韓国語)対応となっており、ホームページには、「あいちの山車まつり検索」及び「あいちの山車まつり豆知識」等のメニューの他、直近に開催される山車まつりが紹介されている。全体的に山車まつりの写真の掲載が充実しており、魅力的な内容となっている。

各山車まつりのページには、フォトギャラリー、おまつりの概要、関連リンク、アクセス・地図、山車の紹介があり、山車まつりの魅力を伝えるには十分であると思われる。しかし、実際に山車まつりを観に行くことを想定した、山車が動く順路や、トイレの位置等の情報は掲載されていない。今後、観光資源としての有効活用を進めていくのであれば、「愛知県の山車まつりポータルサイト」について、観光客の目線に立った、さらなる情報の充実が望まれる。

(3) 観光交流拠点としての機能強化

ア 災害発生時における外国人旅行者に向けた情報提供体制について (意見)

○対象部局 振興部観光局 国際観光コンベンション課

愛知県は南海トラフ地震や水害、高潮など様々な災害リスクを有している。観光客の安全を確保するため、災害発生時には国籍を問わず旅行者に対して避難場所や交通網の運行状況などの情報を伝達できるよう、平時から準備しておくことが重要である。

実際、平成30年6月20日に発生した大阪北部地震では、外国人旅行者に対する十分な情報提供が行えず、外国人旅行者の間で混乱が生じたことが指摘されている。外国人は言語の壁が存在するため、日本人旅行者よりも一層の準備が必要といえる。

災害時の外国人支援に備え、県は「愛知県災害多言語支援センター」を設置している。これは、地域住民及び旅行者を区別することなく、日本語による理解が困難な外国人に対して1)市町村等の依頼に基づいた通訳・翻訳、2)県又は国等が発表する生活支援情報等の多言語による発信、を行うものである。具体的には、被災地の市町村等からの要請に基づいて「愛知県災害多言語支援センター」が通訳・翻訳を行うことをイメージしている。しかし、観光地や滞在先のホテルにおいて被災した外国人旅行者が、市町村役場や避難所まで移動することは容易ではないものと推察され、現状の情報提供体制には改善の余地が認められる。

県は更なる外国人旅行者の受け入れを目指していることや大阪北部地震での被害例を踏まえ、既存の「愛知県災害多言語支援センター」に加え、外国人旅行者に特化した災害時の情報提供の在り方について改めて検討するこ

とが望まれる。

なお、外国人旅行者は広域に周遊することを踏まえれば、個々の市町村や県が異なるツールを用いて情報を発信するよりも、国レベルで統一したツールを用いて情報を発信するほうが外国人旅行者にとっては利便性が高い可能性も考えられる。

例えば観光庁は外国人向けに防災情報の提供アプリ (Safety tips) を開発しており、NHKはNHK WORLDとして英語で24時間、ニュースなどを携帯電話に配信している。県独自の情報提供や、Safety tips やNHK WORLDといったアプリの周知など、情報提供の在り方について検討することが望まれる。

<参考>

■ Safety tips

「Safety tips」とは自然災害の多い日本において訪日外国人旅行者が安心して旅行できるよう、平成26年10月から提供を開始した、観光庁監修の外国人旅行者向け災害時情報提供アプリである。対応言語は4言語(英語・中国語・韓国語・日本語)で国内における緊急地震速報及び津波警報、気象特別警報、噴火速報を通知できる他、周囲の状況に照らした避難行動を示した対応フローチャートや周りの人から情報を取るためのコミュニケーションカード、災害時に必要な情報を収集できるリンク集等を提供している。平成30年3月20日から総務省消防庁が配信する弾道ミサイル発射等の国民保護情報も配信している。

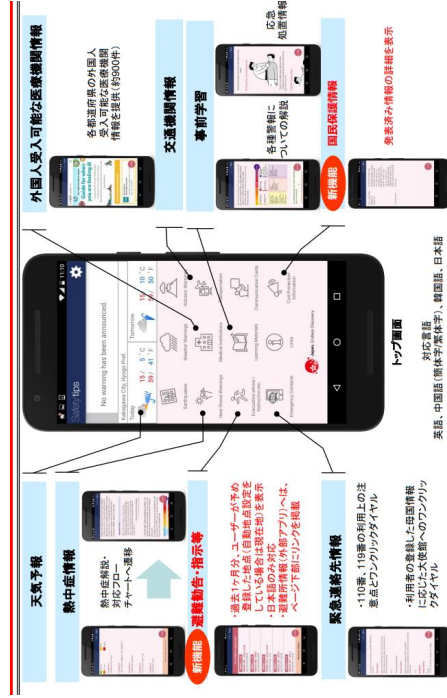


図 45 Safety Tips の機能イメージ (出典：国土交通省ホームページ)

■NHK WORLD

ライブストリーミングとオンデマンドで、NHK WORLD のテレビ番組（英語、24 時間放送）を閲覧できる。また、アプリを通じて地震や津波が発生した場合の一報や、緊急ニュースをプッシュ通知で受け取ることができる。

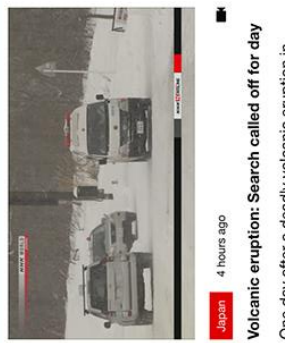


図 46 NHK WORLD の画面イメージ

(出典：NHK ホームページ：<https://www3.nhk.or.jp/nhkworld/ja/app/>)

(4) MICE・スポーツ大会を通じた誘客推進

ア ラグビーワールドカップのターゲット設定の絞り込みについて（意見）

○対象部局 振興部 スポーツ振興課

4年に1度開催される「ラグビーワールドカップ」が平成31年、日本で開催される。ラグビーワールドカップは、夏季オリンピック、サッカーワールドカップに次ぐ規模となる世界3大スポーツイベントのひとつである。日本全国12会場のうち愛知県の豊田スタジアムでも試合が行われ、試合観戦のため、国内及び海外からの観光客が見込まれる。

観光客のターゲットをどのように想定されているかについて質問したところ、豊田スタジアムで試合を行う国を中心に幅広く国内外からの旅行者を想定しており、豊田市との連携の中でトップセールス等のPR活動を行っているということであった。

愛知県内の試合が4試合と限られた中で最大限の効果をj得るためには、スポーツ・ツーリズムの中で観光地としての愛知県にも来てもらえるよう対応が望まれる。

スポーツ・ツーリズム推進連絡会議は、スポーツ観戦を目的としたインバウンドのターゲット国・地域として想定される韓国、台湾、中国、オーストラリアに対して、日本で観戦・参加してみたいスポーツについて調査を実施しており、その結果を「スポーツツーリズム推進基本方針」で公表している。

表31のとおり、オーストラリアの回管で、ラグビーの国際大会観戦が10位にランキンングされていることから、例えば、ラグビーワールドカップ観戦のため、多数の来日が見込まれる、オーストラリアからの旅行者に愛知県にも訪れてもらえるよう、他開催都市との連携等を働きかけることが望まれる。

表 31 日本で観戦・参加してみたいスポーツ（各国回答数 n=400）

中国		台湾	
1	相撲観戦	1	プロ野球観戦
2	プロ野球観戦	2	スキー
3	スキー	3	雪山での雪遊び・スノーシュー・ソリなど
4	柔道など武道観戦	4	相撲観戦
5	プロサッカー（Jリーグ）観戦	5	フィギュアスケート大会の観戦
6	バレーボール国際大会観戦	6	都市のスケートリンクでのスケート体験
7	フィギュアスケート大会の観戦	7	F1の観戦
8	ゴルフ	8	プロサッカー（Jリーグ）観戦
9	雪山での雪遊び・スノーシュー・ソリなど	9	柔道など武道観戦
10	F1の観戦	10	競馬国際レース観戦

韓国		オーストラリア	
1	プロ野球観戦	1	相撲観戦
2	雪山での雪遊び・スノーシュー・ソリなど	2	柔道など武道観戦
3	相撲観戦	3	雪山での雪遊び・スノーシュー・ソリなど
4	スキー	4	F1の観戦
5	スノーボード	5	スキー
6	フィギュアスケート大会の観戦	6	フィギュアスケート大会の観戦
7	F1の観戦	7	プロ野球観戦
8	プロサッカー（Jリーグ）観戦	8	都市スケートリンクでのスケート体験
9	ゴルフ	9	スノーボード
10	柔道など武道観戦	10	ラグビーの国際大会観戦

（出典：「スポーツツーリズム推進基本方針」（スポーツ・ツーリズム推進連絡会議））

（単位：％）

イ スポーツ大会を活用したイベントの効果測定方法の明確化について（意見）

○対象部局 振興部 スポーツ振興課

県では、表 32 のスポーツ大会について、開催機運の醸成、大会の盛り上げ、地域の魅力発信のための事業を委託している。これらは、大会開催期間中に、イベントを行い、ステージ、ワークショップ及び特産品の提供等を行うものである。

表 32 県が委託しているスポーツ事業

大会名	委託事業名	委託料
マラソンフェスティバルルナゴヤ・愛知	マラソンフェスティバルルナゴヤ・愛知を活用した愛知の魅力発信事業業務	19,200 千円
新城ラリー	新城ラリーを活用した愛知の魅力発信事業業務	14,326 千円
アイアンマン70.3セントレア知多半島ジャパン	アイアンマン70.3セントレア知多半島ジャパンを活用した地域活性化推進業務	4,000 千円
奥三河パワートレイル	奥三河パワートレイルを活用した地域活性化推進業務	5,253 千円

（出典：振興部 スポーツ振興課作成資料）

当該事業について、委託先からの実施報告書の提出を受けており、実施報告書には、委託先が実施したイベントの内容、来場者数及び来場者アンケートの結果が記載されている。

しかし、どのくらい愛知県の魅力を発信できたかというイベントの効果測定については行われていない。

例えば、イベント全体の来場者数だけでなく、個別のワークショップの体験者数等、具体的な目標を設定し、イベントの効果測定を行うことが望まれる。

ウ 愛知県国際展示場駐車場の料金区分の確認方法について（意見）

○対象部局 振興部 地域政策課

平成 31 年 9 月に開業する愛知県国際展示場の駐車場料金については、「愛知県国際展示場条例」にて、表 33 のとおり定められている。

切に実行されていることを確認することが望まれる。

表 33 愛知県国際展示場の駐車料金

区分	1 時間あたり	24 時間まで
普通自動車	展示会に参加する等の場合 300 円	800 円
	その他の場合 300 円	1,500 円
大型自動車	展示会に参加する等の場合 1,000 円	1,900 円
	その他の場合 1,000 円	5,000 円
二輪自動車	100 円	500 円

※ 120 時間までは「24 時間まで」の料金を繰り返し適用し、以降は利用時間に応じて 1 時間あたりの料金を加算する。

(出典：振興部 地域政策課作成資料)

「愛知県国際展示場条例」の駐車場料金は、次の考え方に基づくものである。

- ・ 隣接する中部国際空港の駐車場との相互利用に配慮する。
- ・ 展示場利用の場合の普通・大型自動車について、中部国際空港連絡橋の通行料を加えても、1 日料金では首都圏、大阪の大規模展示場の平均駐車料金よりも低料金を実現する。

中部国際空港の駐車場との相互利用に配慮しつつも、展示会参加者の利用に影響がないように、「展示会に参加する等の場合」と「その他の場合」に区分した料金設定となっている。

そこで、「展示会に参加する等の場合」か否かの判断が重要となるが、現在、事業者と調整中である。

「展示会に参加する等の場合」であるか、「その他の場合」であるかによって、1 時間あたりの駐車場料金は同額であるが、1 日 (24 時間まで) あたりの駐車場料金は、普通自動車で約 1.88 倍、大型自動車は 2.63 倍の金額設定になっている。展示会への参加の有無を、口頭による確認のみとした場合、「展示会に参加する等の場合」に該当しない駐車場利用者が、「展示会に参加する等の場合」に該当すると回答し、割安な駐車料金で駐車場を利用しようとする可能性はある。

利用目的を偽った展示会参加者以外の利用が過度に増加してしまうと、展示会参加者の利用に影響があることから、例えば、展示会場内において、駐車券の認証を行う等の方法により、駐車場利用者が、「展示会に参加する等の場合」に当たるのか否かの判断方法について事業者と慎重に協議し、適切に実行されることが望まれる。

また、事業者が行う判断については、引き続き県がモニタリングを行い、適

表 34 中部国際空港駐車場の料金区分

区分	1 時間	1 日
普通車	300 円	1,500 円
大型自動車	1,000 円	5,000 円
二輪自動車	100 円	500 円

(出典：振興部 地域政策課作成資料)

表 35 首都圏、大阪の駐車場使用料等 (1 日あたり)

施設名	普通車	大型自動車	二輪自動車
東京ビッグサイト	2,000 円	—	300 円
幕張メッセ	1,000 円	4,100 円	200 円
パシフィコ横浜	1,350 円	—	850 円
インテックス大阪	1,000 円	2,500 円	300 円
平均	1,338 円	3,300 円	413 円
愛知県国際展示場 (駐車場使用料+通行料)	1,160 円	2,520 円	—

(出典：振興部 地域政策課作成資料)

エ 愛知県国際展示場展示ホール利用料金の速やかな決定について (意見)

○対象部局 振興部 地域政策課

愛知県国際展示場の開業は平成 31 年 9 月を予定している。県は平成 31 年 9 月 1 日以降の利用分について、利用予約分として利用受付をしておき、平成 30 年秋以降、本予約へ移行する予定である旨をホームページで公開している。

愛知県国際展示場の使用料は、「愛知県国際展示場条例」で次のとおり定められている。

第十三条 公共施設等運営権者が収受する利用料金の額は、別表に定める使用料の額に相当する額に一・三を乗じて得た額を上限として公共施設等運営権者が定める額 (特別の設備又は器具を設けて電力、ガス又は水道を使用する場合にあっては、その額に実費を勘案して公共施設等運営権者が定める額を加算した額) とする。

表 36 別表（第四条、第十三条関係）

使用料の名称	区分	単位	使用料の額 (単位円)
展示ホール使用料	展示ホールA	一時間につき	九三、〇〇〇
	展示ホールB	一時間につき	七八、〇〇〇

(出典：愛知県国際展示場条例)

条例で上記のとおり使用料が定められているが、「別表に定める使用料の額に相当する額に一・三を乗じて得た額を上限」となっていることから、公共施設等運営権者の裁量により、使用料の額の一・三倍を上限(下限なし)として、利用料金を定めることができる。

開業まで1年余となっている、平成30年8月現在において、県は公共施設等運営権者と継続的に協議をしている状況であり、利用料金の確定は来年度早期を目標としているとの見解であった。

展示場の予約開始は、例えば、東京ビッグサイトについては利用開始1年半前から受付を開始しており、利用者の意思決定過程において利用料金というのは重要な要素であると考えられ、利用者の視点からすると予約時に利用料金が決定していることが望ましいと考えられる。

県は公共施設等運営権者と継続的に協議し、早期の利用料金の決定を促すという努力はしているが、利用者の目線に立った早めの対応を行うことが望まれる。

オ 愛知県国際展示場会議室利用料金のモニタリングについて（意見）

○対象部局 振興部 地域政策課

平成31年9月に開業する愛知県国際展示場の会議室使用料については、規模や設備が類似する国内主要展示場における会議室の1㎡及び1時間あたりの平均単価と比較考慮して、一定の方針のもと使用料を決定しており、その算定の方法及び過程は一定の合理性が認められる。

表37別表のとおり条例で使用料が定められているが、愛知県国際展示場条例13条においては「別表に定める使用料の額に相当する額に一・三を乗じて得た額を上限」となっていることから、公共施設等運営権者の裁量により、使用料の額の一・三倍を上限(下限なし)として、利用料金を定めることができる。

利用料金については、施設の利用状況や環境の変化に応じて、絶えず見直される性質のものであると考えられる。

県は開業後も利用状況等について継続的なモニタリングを行い、将来的に、

料金設定が実態に適合しない場合は、柔軟な対応が望まれる。

表 37 別表（第四条、第十三条関係）

使用料の名称	区分	単位	使用料の額 (単位円)
会議室使用料	会議室A	一時間につき	一一、五五〇
	会議室B	一時間につき	七、七〇〇
	会議室C	一時間につき	三、八五〇
	会議室D	一時間につき	一、〇九〇
	会議室E	一時間につき	六五〇

(出典：愛知県国際展示場条例)

カ ユニークベニエーの利用促進に向けた取組の強化について（意見）

○対象部局 振興部観光局 国際観光コンベンション課

近年、海外都市においては、博物館や美術館、文化施設などをユニークベニエーとして、国際会議やレセプションイベントに利用することが普及しつつある。例えばパリのルーブル美術館、北京の万里の長城、シドニーのオペラハウス、ロンドンの自然史博物館など、世界的にも有名な施設において会議やレセプションが開かれており、このような施設の活用により他都市との差別化を図り、MICEの誘致促進が図られている。

わが国では、平成25年に観光庁が「ユニークベニエー利用促進協議会」を立ち上げており、これに合わせて県も名古屋観光コンベンションビューローと共同で施設の利用促進を行ってきた。現時点において、例えば「トヨタ産業技術記念館」、「徳川園」、「テレビ塔」、「名古屋港水族館」など特色のある場所を確保している。

しかし、このような努力は行ってきただけのものから施設の利用件数は限られており、ユニークベニエーの活用は十分でなかった。ユニークベニエーの利用は会議等の主催者の意向によって反映されるため、利用件数が少ないからと言って県の取組に直ちに不足が認められるものではない。しかし、ユニークベニエーは他都市との差別化においても有効なツールの一つとなりうるものもあり、より積極的な活用が望ましいと考えられる。そのため、利用者に対する情報発信等、ユニークベニエーの利用件数の拡大に向けた取組を今以上に強化することが望まれる。

(5) 戦略的な観光ひとづくり

ア 県とDMOの役割分担に関する検討について（意見）

○対象部局 振興部観光局 観光振興課

わが国ではDMOの設置が推進されており、平成30年7月31日現在、奥三河観光協議会が観光庁に正式登録され、愛知県観光協会、知多半島観光事業協会、西尾市観光協会が候補法人として登録されている。

内閣官房まち・ひと・しごと創生本部事務局が公表している「日本版DMO」形成・確立に係る手引き（第3版）」によると、DMOは、以下の3つの機能を果たすことが期待されている。

- ① 日本版DMOを中心として観光地域づくりを行うことについての多様な関係者の合意形成
- ② 各種データ等の継続的な収集・分析、データに基づく明確なコンセプトに基づいた戦略（ブランディング）の策定、KPIの設定・PDC Aサイクルの確立
- ③ 関係者が実施する観光関連事業と戦略の整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーション

現在は、武将観光や産業観光に関するブランディング及びプロモーションについて、地域連携DMOを申請している愛知県観光協会と協議しながら進めているもの、県がDMOの果たすべき機能について主体的に進めている状況である。

県がDMOの果たすべき機能を担っている要因の一つには、近年、県が観光行政に注力し業務範囲を拡大してきたことが挙げられる。県は平成27年を「あいち観光元年」として宣言するとともに振興部観光局を設置し、これにより人員や予算規模を拡大して観光客の誘致活動を行ってきた。一方で、DMOの申請母体となる観光協会においては大幅な人材や予算の増加は生じておらず、結果的に新規の施策を実施するためにはDMOに代わって県のリソースを活用せざるを得ない一面もあつたものと認められる。

現状では、本来はDMOにて実施することが望まれる事項も県が実施していることから、DMO側のマンパワーやノウハウの蓄積状況、予算規模などを勘案しながら、中長期的な視点で県とDMOがどのような役割分担を果たしていくかを整理することが望まれる。

なお、リソースが足りないDMOに対して県がDMOの機能の一部を代行することは、現実的な対策として有効と考えられ、ここでは一律にDMOに上記3つの機能を求めるものではない。例えば旅行者の回遊行動や外国人旅行者の旅行消費に関する動向などは特定のエリアを対象として調査するよりも、県域で把握したほうがより有用な調査結果が得られる可能性があり、DMOの機

能・役割を県が代行することは有用と考えられるためである。

県も既にDMOと行政の役割分担を整理していくことは課題であるとの認識を有しており、検討に着手した段階であった。監査人としてもこの取組は有用であると考えており、継続することが望まれる。

イ 観光局職員における専門性の確保について（意見）

○対象部局 振興部観光局 観光振興課

観光局の業務は、観光振興に向けた企画の立案、観光情報の収集・提供、コンベンション等の誘致など、極めて多岐にわたっている。また、モノ消費からコト消費への変化、クルーズ船の増加など、観光客のニーズや旅行方法も変化している。このような環境の変化に適応し、スピード感をもってタイムリーな施策を検討していくためには、県の職員も業務知識の強化・アップデートや専門性の確立が重要である。

県職員は、専門的知識の補強に向けて外部セミナーの参加や雑誌・メディア等からの情報収集などを個々に行っていたが、1) 観光局としてのどのような専門性を有した人材をどの程度必要とするか、2) 専門性や情報のアップデートが不足している領域は存在しないか、などを検討し、組織的な人材の育成・配置計画を立案するまでには至っていないかった。

観光客ニーズの変化に対応し、「あいち観光戦略」に沿った施策を効果的なものとするため、必要な専門性や人員数の過不足を検討し、不足や必要と思われる分野をまずは整理することが望まれる。また、その結果を踏まえ、観光局としてどのように専門的な人材を確保するか（例えば外部研修・セミナー等の参加、外部からの採用など）を検討するとともに、専門性の不足する分野に対しての補強策を検討することが望まれる。

ウ あいち観光まちづくりゼミ優良企画の活用・発信について（意見）

○対象部局 振興部観光局 観光振興課

あいち観光まちづくりゼミとは、県内各地で観光を活用したまちづくりに興味のある方を対象にゼミ生を公募し、応募したゼミ生が、各地域の隠れた魅力を紹介する観光コースを企画・発表し、その中から、ゼミ生の投票により実際に訪れるコースを2コース選出の上、企画した地域のゼミ生のおもてなしによる、ゼミ生参加のモニターツアーを実施するものである。

このゼミを通じて、各地域の隠れた魅力の発掘や磨き上げを進めるとともに、ゼミ生同士のアイデアや情報の交換を通じて、観光まちづくりを牽引していく人材の育成を図り、県内各地の観光まちづくりの底上げをすることが狙いとされている。

当該事業は平成22年度から毎年度実施されてきている。参加者数の推移は表38のとおりであり、毎年度一定の参加者がある。また、参加者の属性も様々である。

表38 あいち観光まちづくりゼミ参加者数推移（単位：人）

年度	自治体関係者	観光関連業者	ボランティア、NPO等	学生	その他	合計
平成22年度						45
平成23年度						51
平成24年度						52
平成25年度						55
平成26年度	4	14	21	0	5	44
平成27年度	9	16	24	0	7	56
平成28年度	5	15	17	0	13	50
平成29年度	7	16	24	8	16	71
平成30年度	6	7	21	5	22	61

※ 平成22年度～平成25年度については参加者内訳データなし。

（出典：振興部観光局 観光振興課作成資料）

平成29年度においては、モニターツアーを実施した2コース以外で、ゼミ生が企画した観光コースが、JAF賞として選出され、JAFMATEに掲載されたが、そのほかには優良企画を積極的に活用・発信する取組は特になされていない。

より幅広いメディアとのコラボレーションにより優良企画を対外的に示すことで愛知県の魅力を発信することや、県の事業・企画へ活用することなどが図られることで、ゼミの成果をさらに広げることが期待されることとあり、そのような優良企画の活用・発信が望まれる。

エ あいち観光まちづくりゼミ参加者からの反応・意見等の把握について（意見）

○対象部局 振興部観光局 観光振興課

あいち観光まちづくりゼミでは、ゼミ参加者に対してモニターツアーについてのアンケートは取っているものの、ゼミ自体についてのアンケートは取っていない。

今後のゼミの改善の参考になることも期待されるため、ゼミ終了後に参加者にアンケートを取るなどにより、ゼミ自体に対する反応・意見等を把握することが望まれる。例えば、グループでの企画検討に対する県のバックアップ、モニターツアーのあり方等について、アンケートに含めることなどが考えられる。

オ あいち観光まちづくりゼミ参加者のゼミ終了後の状況の把握、支援について（意見）

○対象部局 振興部観光局 観光振興課

あいち観光まちづくりゼミは観光人材の育成を目的としている事業であるが、ゼミ参加者のゼミ終了後の状況については特段フォローされていない。しかし、当初の目的がどの程度達成されているかを評価する観点からは、ゼミ参加者がその後どのように観光分野で活躍しているかをフォローすることが望まれる。

また、県の観光振興に対する効果、及び人材育成効果をより高める観点から、活躍状況を把握するのみならず、その把握の過程で、状況に応じてゼミ参加者のその後の活動に対して県として実施可能なバックアップを行うことについても検討することが望まれる。例えば、対象者の取組内容に応じて、県として提供している支援メニューがあれば、そのような支援メニューを紹介することや、悩んでいることについて相談にのることなどが考えられる。

キ 「産業観光あないびと育成委託事業」訪問先産業観光施設の決定について
(意見)

○対象部局 振興部観光局 観光振興課

「産業観光あないびと育成委託事業」において訪問する施設は県の担当者といち観光ボランティアガイドの会で決めているのみであり、県としての戦略的な方針や、参加者の声を積極的に反映しようとする取組は特に見られない。このため、県として戦略的に盛り上げたい施設を対象とする、或いは、アンケートにより、参加者の訪問希望施設を対象とするなどにより、より事業成果を高められるように訪問先を検討していくことが望まれる。

カ 「産業観光あないびと育成委託事業」参加者の募集方針・方法について
(意見)

○対象部局 振興部観光局 観光振興課

「産業観光あないびと育成委託事業」とは、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おうとともに、産業観光をPRしてもらおうことを目指すものである。当該事業は、平成17年度より「あいち観光ボランティアガイド交流推進事業」として始まり、平成18年度に「産業観光あないびと育成委託事業」となり現在に至っている。

また、直近3か年度の参加者数及び訪問先産業観光施設は下表のとおりであり、主にボランティアガイドが参加し、県内の主要な産業観光施設を訪問している。

表 39 産業観光あないびと育成事業の参加者数推移、訪問先産業観光施設 (単位：人)

年度	ボランティアガイド	自治体関係者	合計	訪問先
平成27年度	43	2	45	・ 醸造伝承館 (武豊町) ・ 赤レンガ建物 (半田市) ・ ミツカンミュージアム (半田市)
平成28年度	33	2	35	・ 瀬戸蔵ミュージアム (瀬戸市) ・ 招き猫ミュージアム (瀬戸市) ・ あいち航空ミュージアム (豊山町)
平成29年度	28	2	30	・ MRJミュージアム (豊山町) ・ 県営名古屋空港ビル (豊山町)

(出典：振興部観光局 観光振興課作成資料)

参加者の募集については、県内で多くの観光ボランティアガイドが所属している「あいち観光ボランティアガイドの会」を通じ、研修会の案内を送付し参加者を募るよう、県が受託事業者に指示を行い決定しており、県としては募集に直接関与はしていない。

しかし、県の事業であり、県としてもどのような人を集め、どのようなガイドを育成したいかという方針・意図をもって、募集対象・募集方法について県も把握し、その検討に関与することが望まれる。

(6) 民間活力の活用

ア 愛知県体育館の利用者満足度調査結果のより積極的な活用について (意見)

○対象部局 教育委員会事務局 保健体育スポーツ課

愛知県体育館では、指定管理者が、愛知県体育館を利用したイベントの主権者に対して、利用者満足度調査を実施している。これは、県と指定管理者との間で締結した「愛知県体育館の管理に関する基本協定」に基づき、指定管理業務のサービスマスターの向上を目的に実施されるものであり、県は指定管理者が利用者満足度調査により把握した要望・苦情等などのように対応したかを、指定管理者から提出される事業報告書により報告を受けている。

具体的にはトイレの洋式化などが実施され、監査人の視察時に指定管理者からは、照明や音響設備の更新などの要望があると聴取した。

県は指定管理者から利用者満足度調査の結果報告を受けるのみでなく、具体的に利用者からどのような意見があったか確認し、指定管理者とともに内容を分析することにより、より有効な施策を実施し、一層の集客を図ることが望まれる。

また、愛知県体育館は、平成30年4月よりネーミングライツを導入し、名古屋ダイヤモンドゴルフインズ株式会社より年額2,700万円のネーミングライツ料を収受することとなった。名古屋ダイヤモンドゴルフインズ株式会社は、県に対して、ネーミングライツ料全額について、愛知県体育館の設備投資、補修費、維持管理経費に役立てるよう要望している。

こうした要望があることを踏まえ、ネーミングライツ料をより有効に使うめにも、利用者満足度調査の活用が望まれる。

イ 愛・地球博記念公園の水泳場の利用期間について (意見)

○対象部局 建設部 公園緑地課

愛・地球博記念公園の水泳場の利用期間については、「愛知県都市公園管理条例 (以下、「規則」という。)」第2条で以下のとおり定められていた。

(利用期間等)

6 熱田神宮公園の球技場、愛・地球博記念公園の庭球場、フットサル場及び多目的広場の附属照明設備の利用期間は、四月一日から三月三十一日までとし、水泳場の利用期間は、七月一日から八月三十一日まで (愛・地球博記念公園の水泳場にあつては、三月二十一日から九月三十日まで) とする。

7 知事は、必要があると認めるときは、臨時に第一項から第五項までの利用時間 (同項ただし書の入場できる時間を含む。次項において同じ。)又は前項の利用期間を変更することができる。

本規定により、愛・地球博記念公園の水泳場の利用期間は3月21日から9月30日までとなるが、平成28年から平成30年まで調査したところ、4月下旬までは毎年臨時に休業する期間となっていた。

表 40 愛・地球博記念公園の水泳場の休業期間

年	臨時に休業する日	休業理由
平成28年	平成28年3月21日(月)～4月28日(木)	<ul style="list-style-type: none"> ・修繕・点検等の開業準備 ・従事職員等の安全管理の徹底・教育等
平成29年	平成29年3月21日(火)～4月28日(金)	
平成30年	平成30年3月21日(水)～4月27日(金)	

(出典：建設部 公園緑地課から提出された資料を基に監査人が作成)

各年の利用期間については、規則第2条第7項の規定に基づき、指定管理者が「都市公園施設の休業日等の変更申請書」を県に提出し、県が承認したことにより、変更が認められたものであった。

利用期間の変更は、規則に従い適切に手続が行われており、それ自体に問題があるものではない。しかしながら、規則には「臨時に」という文言があるが、利用期間の変更は恒常化しており、臨時とは言えない状況であった。

愛・地球博記念公園の水泳場は平成30年10月1日に廃止され、すでに利用期間の規定は削除されているものの、今後、同様の事例があった場合には、実績を踏まえ、利用期間を見直す等の検討をしていくことが望まれる。

ウ あいち健康の森公園内の健康ロード遊具説明板の改修について (意見)

○対象部局 建設部 公園緑地課 知多建設事務所

あいち健康の森公園内の健康ロードには、腹筋強化やストレッチ等を行う遊

オ 愛知芸術文化センター12階（栄施設）のアートのスペースの稼働率向上について（意見）

○対象部局 県民文化部 文化芸術課

愛知芸術文化センター（栄施設）12階のアートのスペースは、様々な芸術文化活動の表現・交流の場として小人数から大人数まで幅広く利用できる催事室であり、講演会、展覧会及び会議等に利用できる。アートのスペースの利用申込みは、施設利用受付窓口（地下2階アートプラザ内）で受け付けている。

会議利用



展示利用



（出典：愛知芸術文化センターホームページ）

平成27年度から平成29年度のアートのスペースの室別稼働率は、次のとおりである。

表41 平成27年度から平成29年度のアートのスペースの室別稼働率

区分	室	平成27年度	平成28年度	平成29年度
会議室利用	A	39.2%	51.0%	43.9%
	B	22.0%	25.3%	21.4%
	C	69.6%	73.4%	68.4%
	D	75.7%	78.2%	70.9%
	E・F	69.3%	61.2%	61.7%
展示室利用	G	92.4%	95.7%	89.5%
	H	76.8%	88.0%	68.8%
	X	73.5%	91.8%	79.0%

（出典：県民文化部 文化芸術課作成資料）

会議室利用のA室・B室の稼働率は、他室と比較して伸び悩んでいる。B室については、C室及びD室と比較し、面積は同じで収容人数は少ないものの、備品の椅子が草張りであるなど、豪華なつくりとなっていることにより、概ね倍の料金設定となっていることが、主な理由として考えられ、稼働率が低

具が設置されている。これらは、公園利用者が気軽に健康増進に資する運動を行うことができるよう設置されているものであり、適切に遊具が利用できるよう遊具の横に説明板が置かれている。

しかし、一部の説明板は、劣化により利用方法を記載した文字が見えない状態であったが、改修されていない。

県営都市公園は、「あいち観光戦略」において多くの集客を得ることができ、公園施設の整備やイベントの開催拠点としての役割が期待されており、中でもあいち健康の森公園は、健康づくりをテーマとした拠点として位置づけられている。公園利用者が健康増進のために適切に遊具を利用するためには、説明板は必要なものと考えられるため、改修等を速やかに実施することが望まれる。

エ あいち健康の森公園における地域連携イベントの促進について（意見）

○対象部局 建設部 公園緑地課

あいち健康の森公園とその周辺地区は、あいち健康プラザ、げんきの郷等健康づくりに資する施設があることから、「ウエルネスバレー」と名付けられている。

この地域においては、大府市が中心となっているウエルネスバレー推進協議会、関係機関や産業界、行政が連携し、健康づくり、医療、福祉、農と食、新産業育成など様々な分野において、健康長寿の一大拠点の形成を目指す「ウエルネスバレー構想」に沿った先駆的な取組が推進されており、積極的な情報発信も行われている。

その一環として、平成24年度より毎年春と秋の2回、ウエルネスバレー推進協議会が主催し、あいち健康の森公園も参加・協力しているイベントである「ウエルネスバレーめぐり」が開催され、毎回1,500名前後の集客が継続している。

県は、「あいち観光戦略」「Ⅱ観光資源の充実とブランド力の強化」において、県営都市公園の活用を挙げ、具体的な施策として、多くの集客を得ることができ、県営都市公園の整備やイベントの開催を掲げている。

これを実現するためには、ウエルネスバレーめぐりのイベントのような、地域の関連施設や団体と連携したイベントを推進することがより有効な手段であると思われる。このため、県においては、あいち健康の森公園において、このような地域連携を取り入れたイベントを積極的に促進することが望まれる。

迷するのはやむをえない側面があると考えられる。

表 42 アートスペースB室、C室及びD室の仕様及び利用料金

内容	B室	C室・D室
面積	40 m ²	40 m ²
収容人数	14名	18名
午前 (9:00～12:00)	4,800円	2,600円
午後 (13:00～16:30)	6,500円	3,400円
夜間 (17:30～22:00)	6,500円	3,400円
全日 (9:00～22:00)	16,100円	8,900円
時間外30分につき (9:00以前及び22時以後)	2,100円	1,100円
施設備品	会議机、 椅子(革張り)、 ホワイトボード	会議机、 椅子、 ホワイトボード

(出典：アートスペース(催事室)仕様及び利用料金(講演会・会議室))

一方、A室については、芸術文化活動以外の講演会、会議等に利用できる場合もあるが、販売及び商品の販売促進を目的とした会議等は認められないなど、利用できる活動は限られている。そこで、貸出要件の緩和等、稼働率向上への取組を行うことが望まれる。

力 愛知芸術文化センター(栄施設)の積極的な魅力発信について(意見)

○対象部局 県民文化部 文化芸術課

愛知芸術文化センター(栄施設)では、夏休み期間である8月1日に、小学校1年生から3年生までを対象とした、バックステージツアーを実施している。監査人の視察においては、実際にバックステージツアーで案内を行っている職員からツアーと同様の案内を受けた。内容は、小ホールの珍しい黒い床、コンサートホールの日本最大級のパイプオルガン、布のカーテンのように見える天井の素材及びシャーンデリアの説明等があり、劇場の魅力を感じ、ぜひ実際にコンサートやお芝居を観に来たいと思わせるような内容であった。

そのため、今後も、バックステージツアーで話されているような劇場の魅力をホームページに掲載したり、大人向けのバックステージツアーの開催を検討したりする等、劇場の魅力の積極的な発信が望まれる。



図 47 バックステージツアーの募集案内
(出典：愛知芸術文化センターホームページ)

キ 「愛知県民の森実施事業」の魅力の伝達について(意見)

○対象部局 農林水産部 林務課

指定管理者である公益財団法人愛知公園協会へのヒアリングの実施の結果、愛知県民の森で実施している事業について、募集定員に満たなかった事業については、その要因を分析し、翌年度の事業に反映していかないことが確認できた。そのヒアリングの中で、関係者としては特別なことではないと考えている事項でも、監査人としては特別なことであり、魅力を伝えたいと思う事項がある。例えば以下の事項である。

- ・ホテル観賞+北斗七星鑑賞について
愛知県民の森ではモリトピア愛知宿泊イベントとして「四季のつどい」という1泊2食付きの宿泊イベントを企画している。その中の一つに「ホテル観賞」がある。ホテル観賞だけでも魅力的だと思われるが、愛知県民の森の地域は有数の星の鑑賞地帯でもあり、天気が良い日には北斗七星がくっきり見えることでもあった。
- 関係者としては、ホテルは確実に見ることができているが、北斗七星は天気が悪い日には見えないため、広告には載せていないとのことであった。ホテル観賞に加えて星の鑑賞もできることは、利用者へのアピールポイントであり、是非その魅力を伝えることが望まれる。天気が悪い日があるという点については、逆に天気が良く、ホテルと北斗七星が見えた人は、幸運な人であるという宣伝

ク 愛知県民の森物品の取扱いについて（指摘）

○対象部局 農林水産部 林務課

愛知県民の森の使用料は、愛知県レクリエーション施設条例の第5条に基づき、別表第二で定められている。その中の会議室等附属設備使用料として、以下の定めがある。

表 43 愛知県民の森の使用料

使用料の名称	区分	単位	使用料の額（円）
会議室等附属設備使用料	投影機又はビデオテープレコーダー	一式又は一台二時間につき	七〇〇

（出典：愛知県レクリエーション施設条例）

この条例で定められているビデオテープレコーダーについては老朽化のため、平成24年に処分されており、現在は投影機のみとなっていることであつた。

条例に定めがあるにも拘らず同レコーダーの利用者ニーズなどを踏まえ、会議室等附属設備の対象から除外すべきかどうかの検討を早期に行う必要がある。

ケ 愛知県民の森指定管理者からの事業報告書の実績の確認について（意見）

○対象部局 農林水産部 林務課

県は、指定管理者である公益財団法人愛知公園協会から年に一回事業報告書により事業報告を受けている。事業報告は「愛知県民の森指定管理者業務仕書」に定められた事項や指定管理者が年度開始前に提出する事業計画書で計画した内容についての実績報告も兼ねている。その報告の中で、以下の事項が事業計画書に記載されている実績予定回数を満たしていなかった。

表 44 愛知県民の森施設管理業務作業実績（抜粋）

清掃項目	維持管理内容	頻度（予定）	回数（予定）	総回数（実績）
キャンプ場夏季巡回バトロール計画の作成	巡回バトロール計画の作成	夏季	30回	18回

（出典：「愛知県民の森指定管理事業報告書」）

の仕方にすれば、希少価値が高まる可能性もある。



図 48 愛知県民の森パンプレットの抜粋

（出典：愛知県民の森パンプレット）

また、愛知県民の森は年末年始も休まず営業をしており、餅つきや、新春くじ引きなどの魅力あるイベントを開催している。

これらの実施事業について、県は記者発表で、指定管理者はチラシ及びホームページで案内をしているが、実施事業の魅力をより伝達することができるように、今後も努力されることが望まれる。

<参考>

青森県弘前市では、「岩木山夕日鑑賞ツアー」として、従来は登山客しかみられなかった夕日を観光客でも気軽に楽しめるようにした。費用面では職員の時間外手当を出したのだが、通行車両が増えて道路事業が単年度黒字化した。また、「りんごの花見」として、通常一般客が立ち入れないりんご園で花見を楽しむ企画を実施している。更に、日本の庶民で初めてコーヒーを飲んだのは弘前藩と会津藩の藩士であることにちなんで、地元の喫茶店が立ち上げた「藩士のコーヒー」を提供するなど、様々な取組を行っている。

指定管理者に確認したところ、実際は予定回数、実際は予定回数の30回を上回る巡回パトロールを行っていたが、キャンペーンセンターが実施した18回分のみを回数として報告しており、職員が実施した分については報告していなかったとのことであった。

実際はパトロールの予定回数を満たしていたので問題はないが、県は報告書上、指定管理者が計画した回数を満たしていない場合には、理由を確認する等により、事業計画書の要件に沿って事業がなされていることについて確認することが望まれる。

(7) その他

ア 決裁文書の修正方法について (意見)

○対象部局 振興部観光局 観光振興課

決裁文書を閲覧したところ、以下の文書について施行日等の日付が修正テープで修正されていた。

表 45 不適切な修正が行われた決裁文書

対象部局	文書番号	文書名
観光振興課 G	29 振振第 139 号	観光PRキャラクター事業 (LOVE あいちサポーターズ起用による観光プロモーション事業) 企画審査委員会の開催について

(出典：監査人作成資料)

修正が必要な場合には、二重線で消し、訂正印を押印することが望まれる。

イ 犬山国際ユースホステルの施設の老朽化への対応について (意見)

○対象部局 振興部観光局 観光振興課

犬山国際ユースホステルは、青少年、勤労者の健全な旅行を奨励するため、昭和34年に犬山市に設置された施設であり、愛知県観光施設条例にて観光施設に指定されている。平成7年の改築以降は、従来の目的に加え、国際観光、国際交流を促進し、本県全体の観光振興に効果をもたらす施設として位置づけられている(宿泊定員80名)。

施設の部屋のタイプは、和室(8畳、12畳)、シングルルーム、ツインルーム、ダブルスクイズインがあり、一般的なユースホステルの相部屋ではなく、個

人・ファミリーといった利用者単位で個室利用できる点に特徴がある。

施設の管理運営については、指定管理者制度が導入され、平成27年度までは任意指定により愛知県観光協会が指定管理者として指定されていたが、平成28年度には、応募団体3社の中から、指定管理者として日本ユースホステル協会が選定されている(平成28年度、平成29年度の2年間)。

表 46 委託料(指定管理料)の推移 (単位：千円)

	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	平成31年度
指定管理料	24,720	12,000	12,000	11,000	11,000

(出典：振興部 観光振興課作成資料)

表 47 犬山国際ユースホステルの客室稼働率の推移

	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	平成31年度
客室稼働率	39.4%	36.6%	36.6%	35.1%	35.1%

(出典：犬山国際ユースホステル利用実績(平成27年度～平成29年度))

表 48 都道府県別簡易宿所の客室稼働率(平成29年)

	愛知県	全国
客室稼働率	53.2%	27.6%

(出典：都道府県別宿泊施設タイプ別客室稼働率(平成29年1月～12月(速報値)))

平成28年度の指定管理者制度の導入、指定管理者の利用料金収入(自主事業の収入含む)の増加への取組と経費削減努力等により、指定管理料が大幅に減額され(表46)、指定管理者の自立運営に向けた取組が行われているが、平成29年の犬山国際ユースホステルの客室稼働率は、簡易宿所の全国平均を上回るものの、愛知県内平均を下回っている(表47・表48)。

「行革大綱に係る重点改革プログラム(平成23年12月)」では、「地元移管の可能性について検討し、調整を進め、施設の効果的な活用を図る。」とされていたが、今後も県が施設を維持するのであれば、客室稼働率を改善する取組が必要である。そのために、「全館空調、給湯及び浴室循環装置に関する不具合が前年に引き続き頻発している状況」や、「空調故障による一部の部屋が数週間利用できない」(平成29年度犬山国際ユースホステル事業報告書)といった状況を改善し、客室稼働率の向上を図るために、老朽化した設備の故障に適時に修繕対応することが望まれる。

老朽化への対応の財源策としては、愛知県観光施設条例の別表第二に定めら

表51 平成29年 簡易宿所の宿泊者数に占める外国人宿泊者数の割合

	犬山市	愛知県	全国
宿泊者数	99,560	618,170	28,283,560
上記うち、外国人宿泊者数	6,802	9,780	3,438,690
宿泊者数に占める外国人の割合	6.83%	1.58%	12.16%

(出典：観光庁統計を基に監査人が作成)

エ (一社) 中央日本総合観光機構への負担金の評価について (意見)

○対象部局 振興部観光局 国際観光コンベンション課

(一社) 中央日本総合観光機構(以下「機構」という。)は、中部9県の観光事業に関する中枢機関として、国内外の観光振興を図り、観光交流を通じて、中部9県の経済及び文化の向上発展に資することを目的として平成29年に中部広域観光推進協議会を発展的に改組する形で設立されたDMOである。構成団体は次のとおりとなっている。

◇自治体

富山、石川、福井、長野、岐阜、静岡、愛知、三重、滋賀の9県
名古屋市、静岡市、浜松市の3市

◇経済団体

(一社) 中部経済連合会、北陸経済連合会
各県の商工会議所連合会
名古屋商工会議所、明日の中部を創る21世紀協議会

◇観光関係団体

(公社) 日本観光振興協会中部支部、各県観光協会(連盟)
(公社) びわこビジターズビューロー
(公財) 名古屋観光コンベンションビューロー
日本旅館協会中部支部連合会、(一社) 日本ホテル協会中部支部
(一社) 全日本シティホテル連盟中部支部
(一社) 日本旅行業協会中部支部

◇交通関連会社、旅行会社、空港会社、一般企業(ホテル、航空会社等)

県は機構へ、現在年間400万円の負担金を拠出している。当該負担金の費用対効果については特段評価・分析されていない。これは、機構はあくまでも県とは別組織ということもあり、県が機構の事業について直接効果を測定する立場にはないという背景もある。

れた宿泊料金(指定管理者は当該表に定められた使用料相当額の70%から130%の範囲内で金額を設定することができる)の改定が考えられる。

犬山国際ユースホステルのホームページで1人あたりの宿泊料金をみると、最低料金は、和室(3~6人利用)大人3,400円、最高料金は、デラックスツイン(1人利用)大人5,720円に設定されている。表49のとおり、犬山市の近隣の宿泊施設の和室料金と比較すると一番低い料金設定となっている。

近年の外国人旅行者増加に伴う全国的な宿泊料金の高騰、近隣の宿泊施設との比較を踏まえると、宿泊料金を改定することにより、利用料金の増収を図り、顧客サービス向上のために活用して、顧客満足度を高めるとともに、客室稼働率の向上を目指す取組を検討することが望まれる。

表49 犬山市の宿泊料金(食事なし)の比較(単位:円)

	犬山ユースホステル	Aホテル	B旅館	Cホテル	D旅館
和室3人利用時の1人料金	3,400	4,600	5,400	6,480	4,000

(出典：犬山市の宿泊施設ホームページ)

ウ 犬山国際ユースホステルの外国人宿泊者数増加のための取組について (意見)

○対象部局 振興部観光局 観光振興課

犬山国際ユースホステルは、「国際観光、国際交流を促進し、本県全体の観光振興に効果をもたらす施設」として位置づけられているが、表50のとおり、平成29年の宿泊者数に占める外国人宿泊者数の割合は、5.19%と、県内平均1.58%(表51)を上回っているものの、犬山市6.83%、全国平均12.16%と比較すると、低い水準である。国際観光、国際交流を促進するためには、外国人宿泊者数の増加を目標とし、外国人宿泊者向けのPRを強化する等の検討が望まれる。

表50 犬山国際ユースホステルの宿泊者数に占める外国人の割合の推移

	平成27年	平成28年	平成29年
宿泊者数	9,593	9,049	8,974
上記うち、外国人宿泊者数	431	217	466
宿泊者数に占める外国人の割合	4.49%	2.40%	5.19%

(出典：宿泊旅行統計調査、観光庁(平成27年~平成29年)を基に監査人が加工)

しかし、負担金を拠出している以上、県が直接機構の取組の評価まではせずとも、機構が実施している評価資料を入手し、そのような資料をもって負担金の費用対効果等の評価を行うことが望まれる。あるいは、機構が評価を行っていないようであれば、機構の構成団体として、評価を行うように促すといったことが望まれる。

オ 文書施行時の施行日の記入について（指摘）

- 対象部局 振興部観光局 観光振興課
県民文化部 文化芸術課

「愛知県公印取扱規程」の第3条において、「公印を使用しようとする者は、施行する行政文書に決裁文書又は証拠書類を添えて、管守者又は公印取扱者の承認を得なければならぬ。」と定めがあり、公印使用が承認された場合には、決裁文書の「公印使用承認印」欄に押印するとともに、「文書事務の手引」に基づき、押印した決裁文書の「施行日等」欄に施行日の記載が必要となる。今回、公印が使用された決裁文書について確認したところ、以下の文書について施行日の記載漏れがあった。
手引に従い、施行日を明確にするため、施行日の記入は漏れなく行う必要がある。

表 52 記載漏れが認められた文書

対象部局	文書番号	文書名
振興部観光振興課	29 観振第 89 号	大山国際ニュースホステル指定管理者業務の一部業務の再委託について
振興部観光振興課	29 観振第 44 号	武将観光情報発信事業（「サムライ・ニンジヤ・フェスティバル 2017」）の応募資格審査結果について
振興部観光振興課	29 観振第 21 号	武将観光情報発信事業（「サムライ・ニンジヤ・フェスティバル 2017」）の企画審査委員会の委員への就任について
振興部観光振興課	29 観振第 451 号	武将のふるさと愛知 観光パンフレット制作業務 企画審査委員会の結果について
県民文化部文化芸術課	29 文芸第 393 号	【予算執行書】あいちトリエンナーレ実行委員会負担金の変更交付決定について

カ 愛知県体育館指定管理料の精算規程の検討について（意見）

- 対象部局 教育委員会事務局 保健体育スポーツ課

愛知県体育館の指定管理者の選定方法について、県は平成 28 年度から平成 30 年度までは任意指定としており、平成 31 年度より公募としている。なお、平成 28 年度及び平成 29 年度の任意指定は、2 年間で指定期間として行われたものである。

指定管理料は、指定管理者から提出される収支計画において管理運営費（支出）から利用料金等の収入を差し引いた額で積算されており、「平成 30 年度の愛知県体育館の管理に関する年度別協定」第 5 条によると、管理運営費のうち人件費については、執行額が収支計画を下回った場合は、指定管理者は使用しなかった額を返還することになっているが、収入及び人件費以外の支出については、収支計画と実績が乖離していても、精算は行わないこととしている。したがって、適切な指定管理料の算出には、指定管理者から提出された「収支計画」の精度が重要となる。

指定管理者が提出した平成 28 年度及び平成 29 年度の収支計画と実績との差額を確認したところ、計画と実績との差額が見受けられ、特に平成 28 年度と平成 29 年度の利用料金収入の差額が 5 千万円程度から 6 千万円程度となった（表 53）。

利用料金収入の増加は、平成 28 年度は、比較的多額の利用料金収入が見込める有料興行の年間 53 日の日数制限が平成 26 年度に撤廃された影響や、プロバスケットボールチームの名古屋ダイアモンドドルフィンズ（以下「ドルフィンズ」という。）のホームグラウンドになったことにより、有料興行日数が大幅に拡大したことによるものである。しかし、2 年間の指定期間であったことから、計画段階においては、有料興行の日数がどの程度拡大するのかが不透明であり、増加額を計画に織り込まず、計画と実績との差額が発生したとことである。

平成 30 年度は、平成 28 年度及び平成 29 年度に引き続き、任意指定により指定管理者を選定しているが、収支計画の作成時においては、体育館の移転の話が浮上し、改修計画の見直しをしている最中であつたことから、実績と水準にはできなかつたこととことである。しかしながら、利用料金収入の見直し不透明であつたにもかかわらず、年度別協定に適切な精算規程を盛り込むことについての検討が十分であつたかは疑問である。

愛知県体育館については、平成 31 年度から指定管理者の指定は任意指定から公募に変更されるとなっているが、今後、愛知県体育館において、任意指定により指定を行う場合は、必要に応じて、年度別協定に適切な精算規程を盛り込むことについて検討することが望まれる。

表 53 指定管理者における愛知県体育館に関する収支の予実比較（単位：千円）

区分	平成28年度		平成29年度		平成30年度	
	計画値	実績値	計画値	実績値	計画値	計画値
収入計	253,969	318,465	243,265	286,070	42,805	237,728
利用料金収入	150,038	214,532	159,353	213,082	53,729	159,353
指定管理料	103,916	103,916	0	83,897	-10,924	78,360
その他	15	17	2	15	0	15
支出	253,969	272,709	243,265	231,069	-12,196	237,728
収支差	0	45,756	0	55,001	55,001	0

（出典：愛知県体育館指定管理者運営モニタリング結果）

平成30年度の愛知県体育館の管理に関する年度別協定

（指定管理料）

第4条 甲は、平成30年度の指定管理料として、次の金額を乙に支払うものとする。
金 78,360,000 円

（略）

2 指定管理料の支払いは、乙（指定管理者）が提出する資金計画書に基づき甲（愛知県）が定める額を次の支払時期表により、支出状況の実情を勘案し、概算払で支払うものとする。

（略）

（指定管理料の精算）

第5条 乙（指定管理者）は、甲（愛知県）が支払った指定管理料のうち、人件費において、その執行額が別記「平成30年度事業計画書」に定める予算額を下回った場合は、使用しなかった額を速やかに返還するものとする。

2 前項の規定にかかわらず、乙（指定管理者）が指定管理業務に係る経費の縮減に相当程度務めたものと甲（愛知県）が認めた場合には、甲乙協議の上、乙は、前項の使用しなかった額の全部又は一部を乙の経営改善のための経費に充当することができる。

キ 小幡緑地の遊具更新工事に関する受注業者からの提出書類の日付の確認漏れについて（意見）

○対象部局 建設部 建設総務課 尾張建設事務所

県は小幡緑地の遊具更新工事の実施にあたり、受注業者から「建設業退職金共済組合 証紙交付辞退理由書」の提出を受けている。

建設業退職金共済制度とは、建設業で働く人たちのために国が設置した退職金制度である。建設業の事業主が独立行政法人勤労者退職金共済機構と退職金

共済契約を締結した場合に、労働者が働いた日数に応じて共済手帳に共済証紙を貼ることで掛け金を積み立てることができ、建設業界で働くことをやめたときに、当該機構から直接労働者に退職金が支払われるしくみである。ただし、自社等の退職金制度を有している、中小企業退職金共済組合等に加盟しているなど、労働者が別の退職金制度に加盟しており、建設業退職金共済組合に加入すべき労働者がいない場合には、「建設業退職金共済組合 証紙交付辞退理由書」とその証明書類を添付することにより、証紙の交付を辞退することができる。

当該遊具更新工事で提出された「建設業退職金共済組合 証紙交付辞退理由書」には、受注業者の提出日付が記載されておらず、提出された際に記載漏れの確認が不十分であった。

提出書類の日付は、工事に必要な書類が提出されたかどうかを証明する重要な記載事項であるため、受注業者から書類が提出された時に、記載漏れがないかを確認することが望まれる。

ク 愛・地球博記念公園における「行為許可申請書」の原本の入手について（意見）

○対象部局 建設部 尾張建設事務所

県では公園施設内において、業として写真又は映画を撮影する場合には、事前に「行為許可申請書」を提出することを定めている（愛知県都市公園条例第4条第1項第2号、同条第2項）。

ところが、提出された申請書を閲覧した結果、愛・地球博記念公園内で撮影を利用目的として提出された「行為許可申請書」について、FAXのものが散見された。

尾張建設事務所では、申請者に対して原本の送付を催促しているということであったが、申請者から送付されておらず、原本の入手はできていない状況であった。

行為許可申請書は、愛知県都市公園条例に定められている書類のため、原本の申請書の提出を求めていくことが望まれる。

ケ 「愛知県美術館展示室利用許可申請書」の適切な運用について（指摘）

○対象部局 県民文化部 文化芸術課

愛芸芸術文化センターの愛知県美術館展示室の利用希望者は「愛知県美術館展示室利用許可申請書」を提出し、美術館長から利用許可を受けることにより、利用を行うことができる。

「愛知県美術館展示室利用許可申請書」について以下の不備が発見された。

- ① 申請書の提出日に日付の記入がない (No.29、32の2件)
- ② 申請書の受付印がなく受付日が不明であった (No.61)
- ③ 申請書の提出日に記載誤り (誤：平成28年10月11日 正：平成28年9月11日) があり、受付日 (平成28年9月11日) と日にちが前後していた (No.79)

申請者が正しく申請書を記載しているか確認する必要がある。また、受付印は受付日を示すもので、正しく押印する必要がある。

コ 「愛知県美術館展示室利用変更許可申請書」の適切な運用について (指摘)

○対象部局 県民文化部 文化芸術課

愛知芸術文化センターの愛知県美術館展示室の利用希望者は「愛知県美術館展示室利用許可申請書」を提出し、美術館長から利用許可を受けることにより、利用を行うことができる。「愛知県美術館展示室利用許可申請書」提出後に申請内容に変更が生じた場合には「愛知県美術館展示室利用変更許可申請書」を提出する必要がある。

「愛知県美術館展示室利用変更許可申請書」について以下の不備が発見された。

- ・申請書の受付印がなく受付日が不明であった (No.46)

受付印は受付日を示すものなので、正しく押印する必要がある。

サ 「愛知県文化活動事業費補助金の交付決定について (通知)」の適切な運用について (指摘)

○対象部局 県民文化部 文化芸術課

県は文化芸術の振興を図るため、県内で活動する文化団体が行う各種文化活動に対し「愛知県文化活動事業費補助金」による助成を行っている。助成を希望する文化団体は申請期間に必要な提出書類を提出する。県は提出された申請書類について、外部委員による「愛知県文化活動事業費補助金企画審査会」で審査・選考を行い、予算の範囲内で補助対象事業と補助額を決定する。その後、補助対象事業として交付決定した文化団体に対して「愛知県文化活動事業費補助金の交付決定について (通知)」を交付している。

補助が確定した文化団体に対して交付する通知には各団体の申請日を記載する欄があるが、以下の申請について申請日に誤りがあった。

- ① 申請日について、「平成29年6月9日付け」と記載されていたが、正しくは「平成29年6月7日」であった (29文芸第173-7号)。
- ② 申請日について、「平成29年6月5日付け」と記載されていたが、正しくは「平成29年6月9日」であった (29文芸第173-31号)。

申請日について、正しく記載したうえで通知を交付する必要がある。

