

県政連続講座

愛知県における 観光振興の現状と課題

愛知県観光コンベンション局観光振興課
鈴木 利充

AICHI-NAGOYA



“Heart” of JAPAN
-Technology & Tradition

観光コンベンション局について

愛知県庁の組織

AICHI-NAGOYA



“Heart” of JAPAN
-Technology & Tradition

局名					
政策企画局	総務局	人事局	防災安全局	県民文化局	環境局
福祉局	保健医療局	経済産業局	労働局	観光コンベンション局	農業水産局
農林基盤局	建設局	都市・交通局	建築局	スポーツ局	アジア・アジアパラ競技大会推進局
会計局	企業庁	病院事業庁	議会事務局	教育委員会事務局	公安委員会
選挙管理委員会事務局	監査委員事務局	人事委員会事務局	労働委員会事務局	収用委員会事務局	海区漁業調整委員会
内水面漁場管理委員会					

課室名称	主な仕事
観光振興課	観光振興、旅行業の登録、局内の人事・予算
国際観光コンベンション課	コンベンションの誘致、インバウンドの促進、全国通訳案内士の登録
国際展示場室	愛知県国際展示場の管理・利活用推進

観光コンベンション局の業務

AICHI-NAGOYA



“Heart” of JAPAN
-Technology & Tradition

観光振興課

あいち観光戦略の策定
国内観光の振興 など



ダイスキを
訪ねる旅

第4次愛知県観光振興基本計画

あいち観光戦略

2024-2026

AICHI



“Heart” of JAPAN
-Technology & Tradition

「さすが」と言いたくなる「観光県・あいち」

- あいち「ツウ」リズム 2.0 -

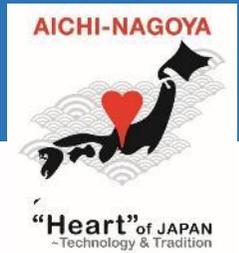
【革新・成長】 【持続可能】 【高付加価値】



サムライ・ニンジャ
フェスティバル



観光コンベンション局の業務



国際観光コンベンション課

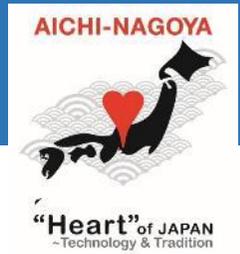
インバウンドの誘致
国際会議等（MICE）の誘致
愛知県国際展示場の管理・利用促進





本日の内容

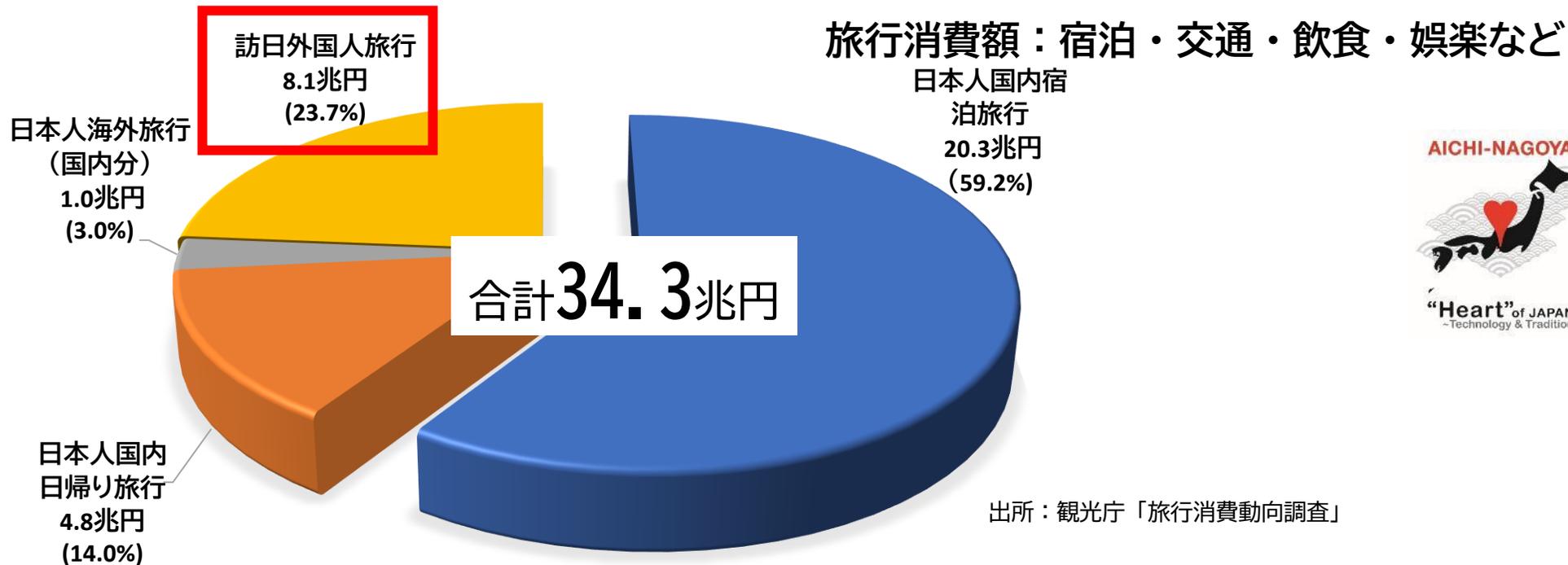
目次



- 1 観光を取り巻く状況
- 2 愛知の観光の現状
- 3 愛知の豊富な観光資源
- 4 愛知の観光の目指す姿と取組
- 5 具体的な取組
- 6 最後に

1 観光を取り巻く状況

国内における旅行消費額の規模と構成



国内における旅行消費額(2024年)

合計34.3兆円

日本の名目GDP(2024年)

609兆円

= 5.6%

輸出産業としての観光



インバウンド需要（訪日旅行消費額）は輸出産業第2位
→国内産業において重要な立ち位置

インバウンドの消費
(2024年)



輸出
(2024年)

8.1兆円

① 自動車（完成品）	17.9兆円
② 半導体等電子部品	6.1兆円
③ 半導体等製造装置	4.5兆円
④ 鉄鋼	4.4兆円
⑤ 自動車の部分品	4.0兆円



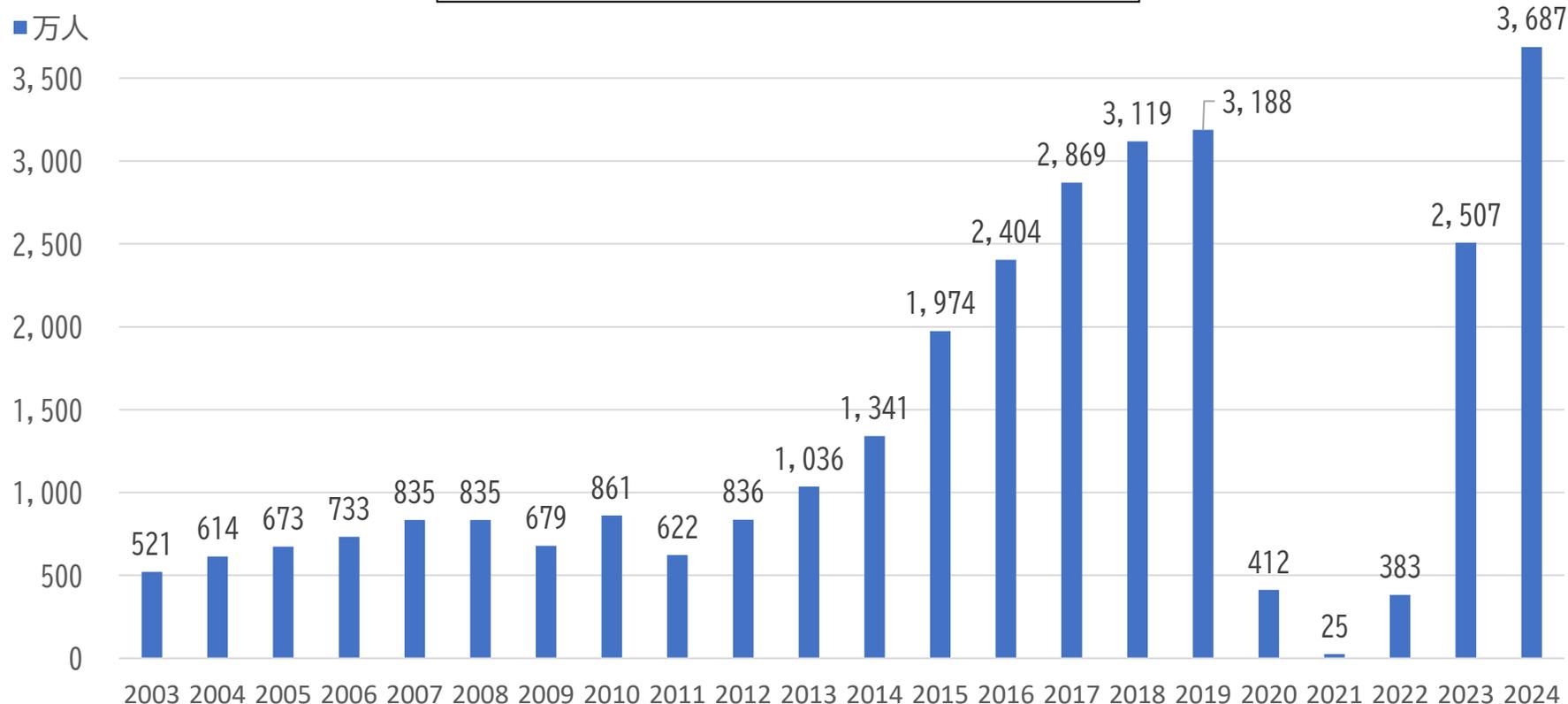
出所：観光庁「インバウンド消費動向調査」、財務省「貿易統計」

インバウンドの回復・増加



コロナ後、2022年10月の水際対策の緩和により回復
2024年は過去最高を更新

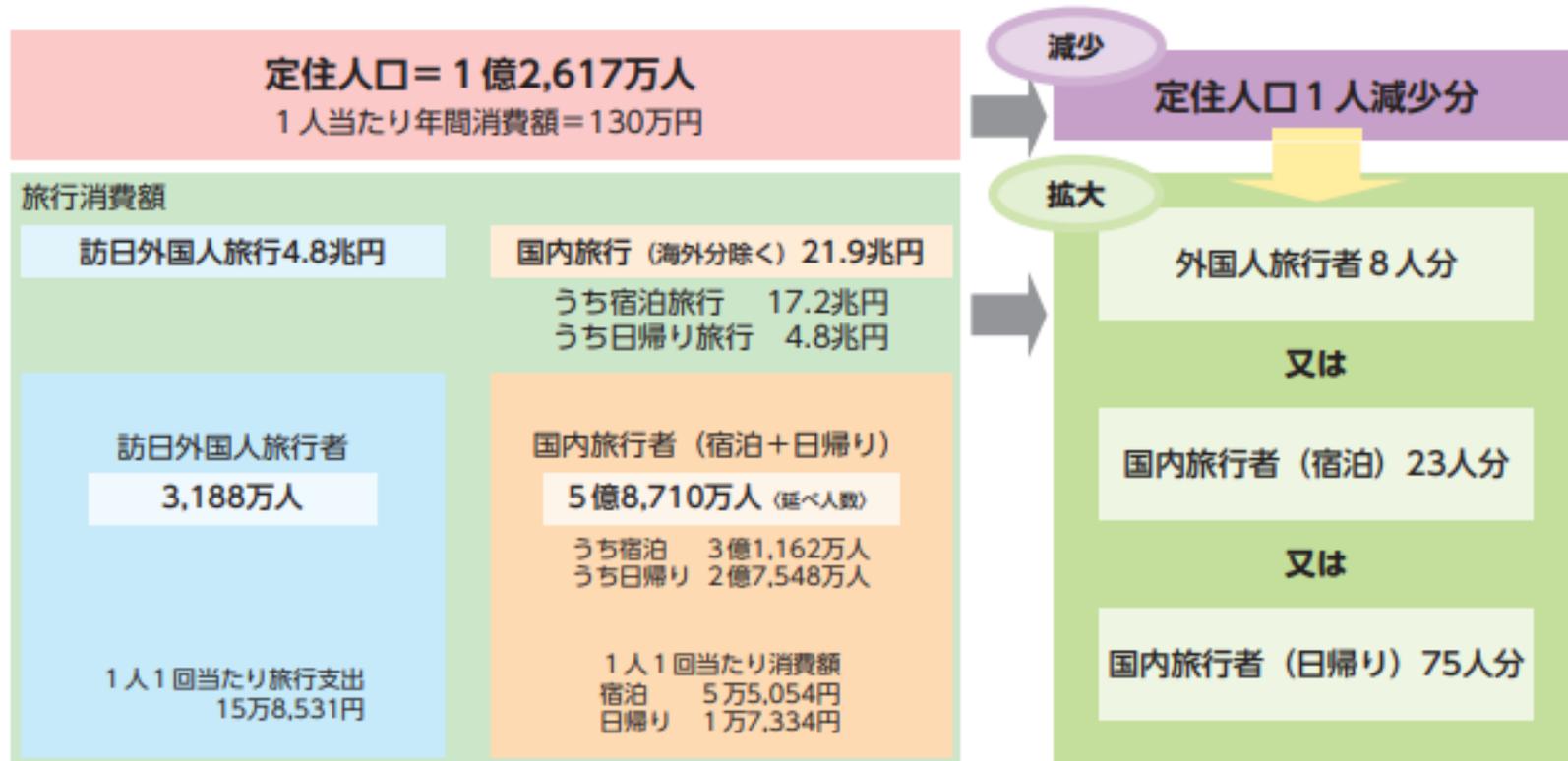
全国の訪日外国人旅行者数の推移



出所：日本政府観光局

観光交流人口増大の経済効果(2019年)

観光による交流人口の増加→地域への大きな経済効果が期待



定住人口は2019年10月1日現在人口推計 (総務省)、定住人口1人当たり年間消費額は2019年家計調査 (総務省) による。
 旅行消費額の訪日外国人旅行は訪日外国人消費動向調査 (2019年) より算出、国内旅行は旅行・観光消費動向調査 (2019年) より算出。
 訪日外国人旅行者は日本政府観光局 (2019年) 発表数値、国内旅行者は旅行・観光消費動向調査 (2019年) より算出。
 訪日外国人旅行者1人1回当たり消費額は訪日外国人消費動向調査 (2019年)、国内旅行者 (宿泊/日帰り) 1人1回当たり消費額は旅行・観光消費動向調査 (2019年) より算出。
 定住人口1人減少分に相当する旅行者人数は、定住人口1人当たり年間消費額を訪日外国人旅行者又は国内旅行者1人1回当たり消費額で除したものの。(※観光庁資料)

出典: 観光庁「アフターコロナ時代における地域活性化と観光産業に関する検討会」最終とりまとめ

観光関連産業における人員不足

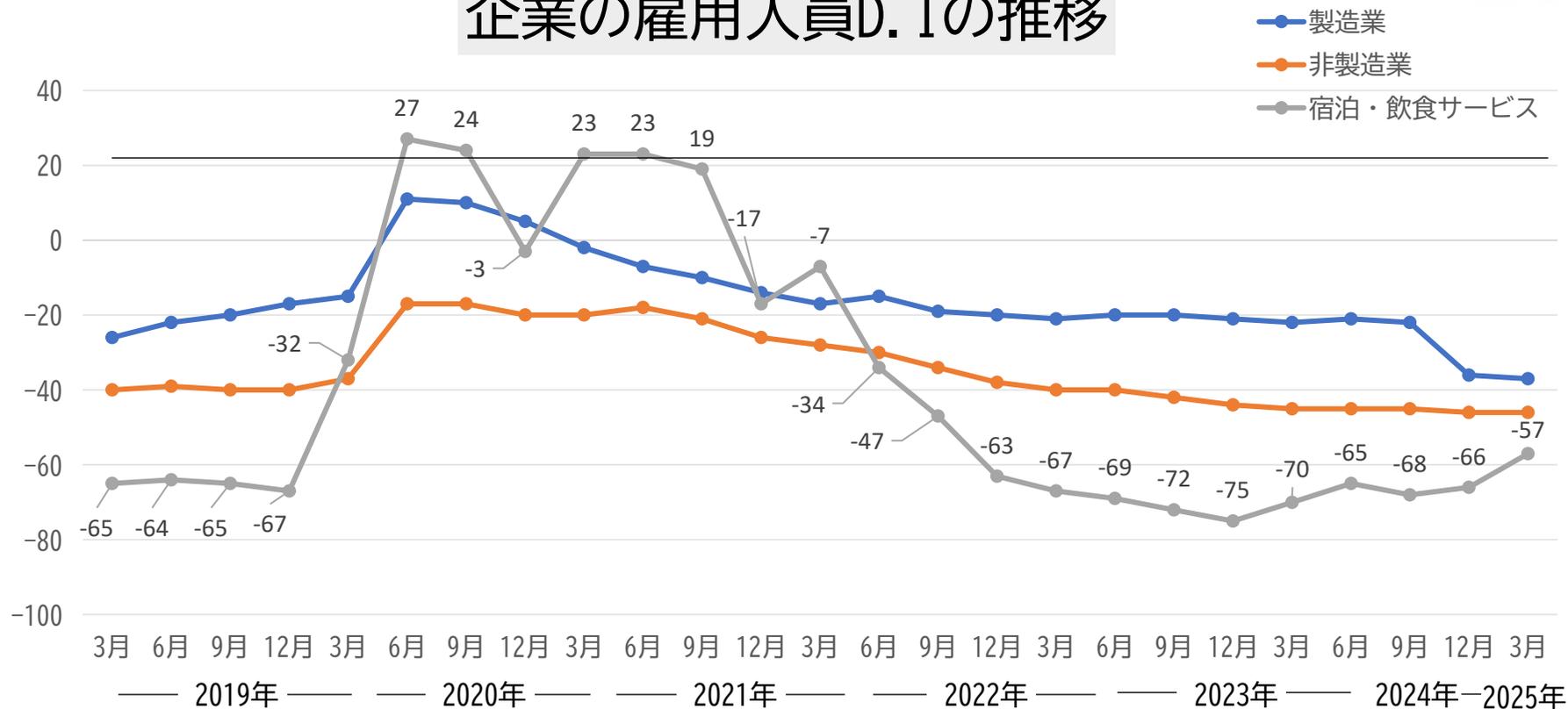
観光需要が急速に回復する中、
宿泊・飲食サービス業の人員不足感は、他産業と比べて高い

AICHI-NAGOYA



“Heart” of JAPAN
- Technology & Tradition

企業の雇用人員D. I.の推移



*雇用人員判断D. I. (「過剰」 - 「不足」)。全国ベース。

出典：日本銀行「全国企業短期経済観測調査（短観）」

デジタルの活用の浸透

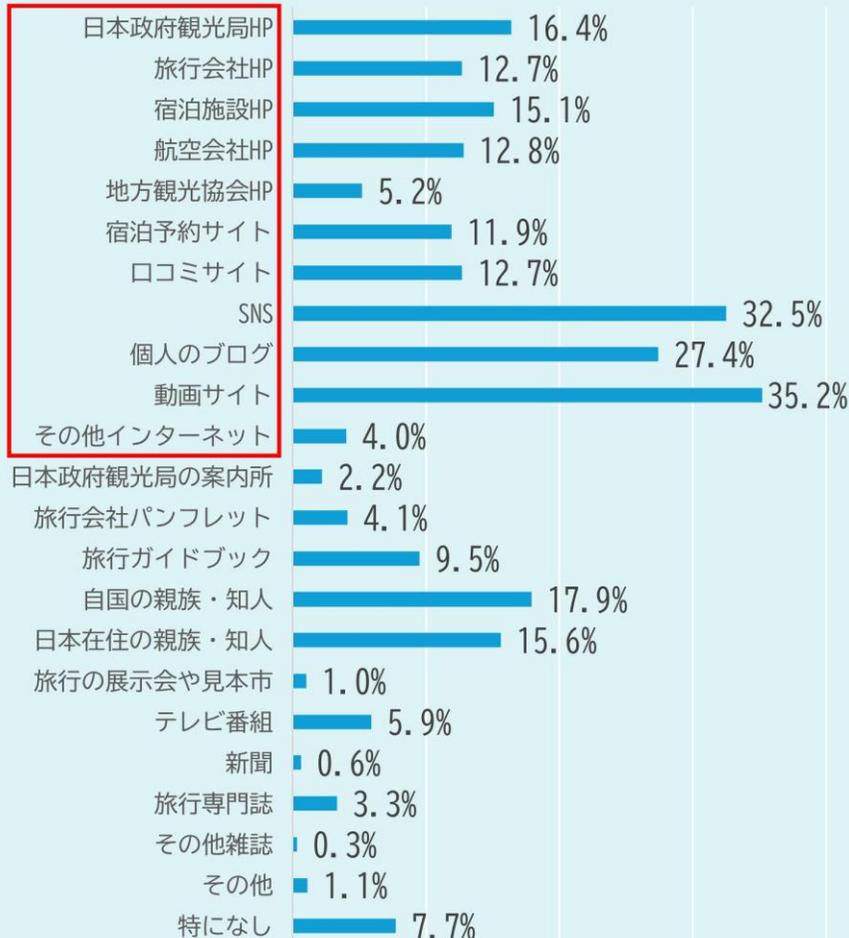
AICHI-NAGOYA



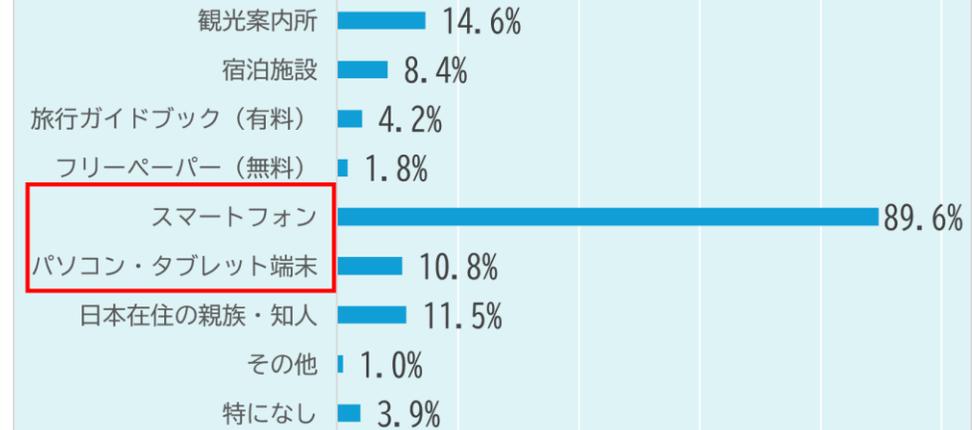
“Heart” of JAPAN
-Technology & Tradition-

旅行のあらゆる場面でデジタルの活用が浸透

旅マエ



旅ナカ

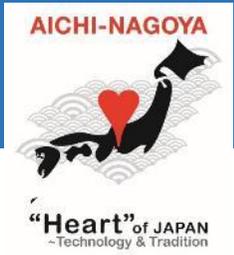


訪日外国人旅行者の旅行情報源
〔役に立った旅行情報源〕
（複数回答）

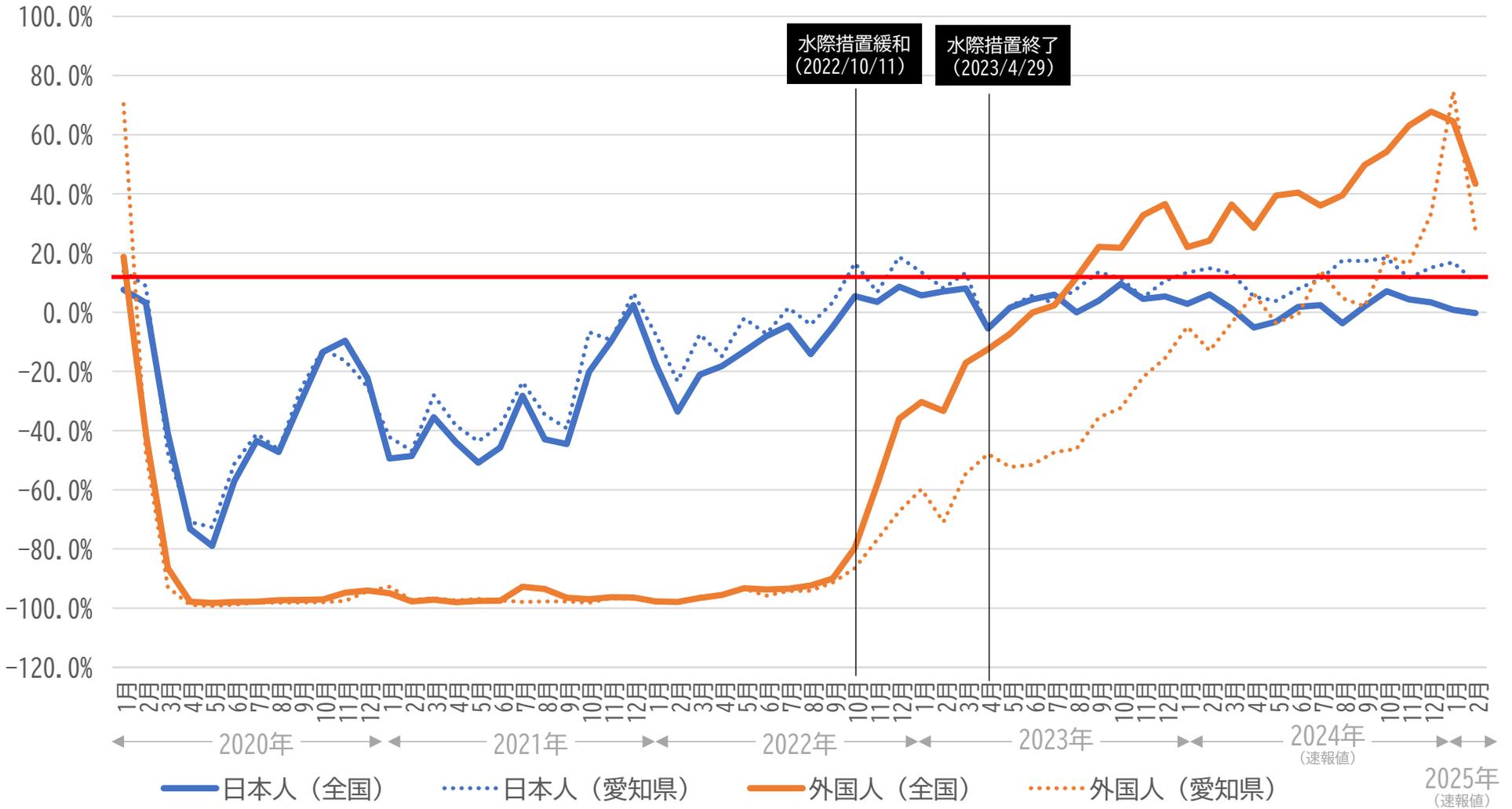
出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査」2023年次報告書

2 愛知の観光の現状

愛知の観光の現状



延べ宿泊客数の2019年同月比



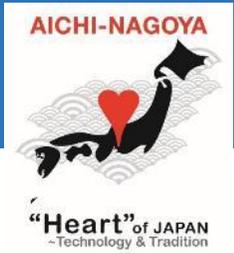
愛知の観光の現状



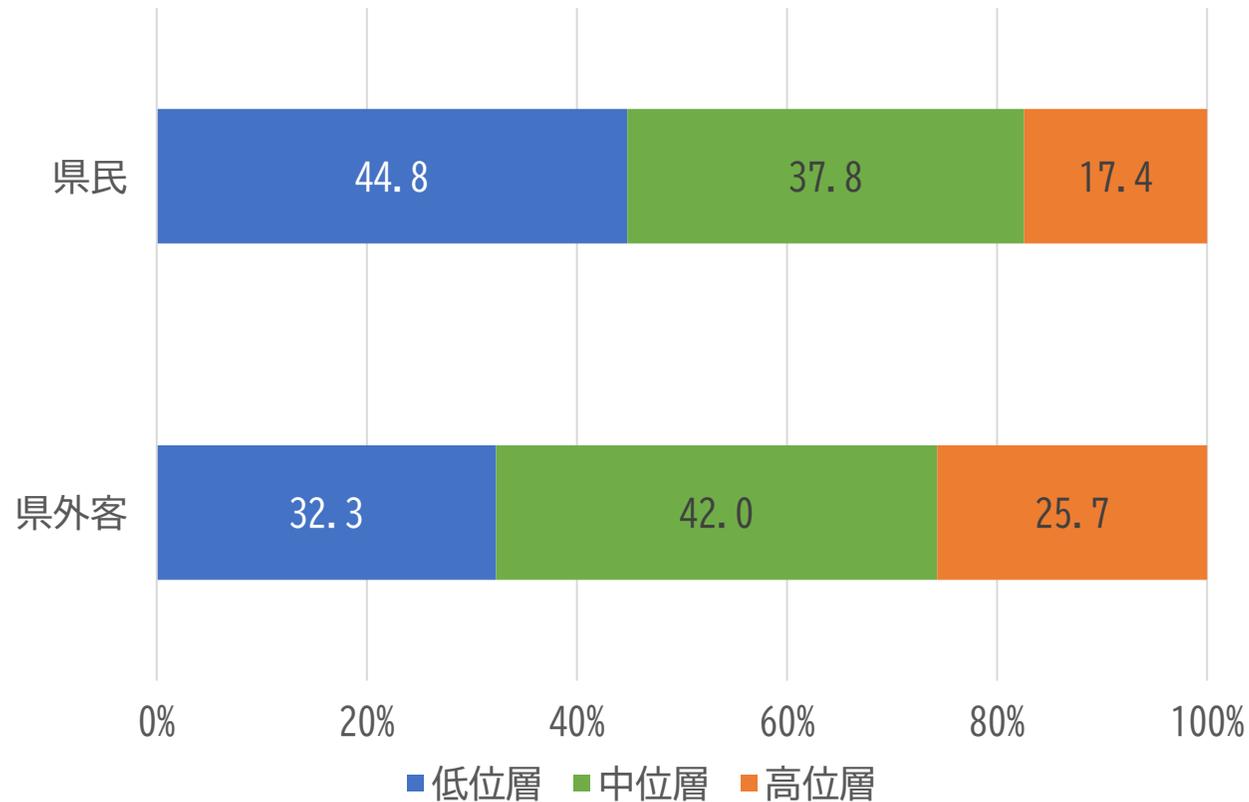
延べ宿泊客数（2024年）

	日本人		外国人		合計	
1位	東京都	5,378万人	東京都	5,720万人	東京都	11,098万人
2位	北海道	3,237万人	大阪府	2,534万人	大阪府	5,646万人
3位	大阪府	3,112万人	京都府	1,661万人	北海道	4,202万人
4位	沖縄県	2,461万人	北海道	965万人	京都府	3,317万人
5位	千葉県	2,364万人	沖縄県	733万人	沖縄県	3,194万人
6位	神奈川県	2,087万人	福岡県	692万人	千葉県	2,804万人
7位	静岡県	2,062万人	千葉県	440万人	神奈川県	2,530万人
8位	愛知県	1,766万人	神奈川県	433万人	福岡県	2,316万人
9位	京都府	1,656万人	愛知県	385万人	静岡県	2,255万人
10位	長野県	1,648万人	長野県	219万人	愛知県	2,151万人

愛知の観光の現状



▶ 愛知への観光をおすすめしますか？（2023年）



出典：愛知県「観光地点パラメータ調査」

2030年頃までの大規模事業・プロジェクト

〈2025年度〉

愛知万博20周年記念事業の開催
大阪・関西万博の開催
愛知県新体育館（IGアリーナ）のオープン
国際芸術祭「あいち2025」の開催
ツーリズムEXPOジャパン2025愛知・中部北陸
三遠南信自動車道愛知県区間全通



AICHI-NAGOYA



“Heart” of JAPAN
-Technology & Tradition

愛知県新体育館
（IGアリーナ）
©2022 Aichi International
Arena
画像はイメージです。デザインな
どは変更になる場合があります。

〈2026年度〉

第20回アジア競技大会（2026/愛知・名古屋） ・ 第5回アジアパラ競技大会の開催

〈2027年度以降〉

中部国際空港代替滑走路の供用開始
リニア中央新幹線の開業
名古屋駅のスーパーターミナル化
西知多道路の全通
名古屋城天守閣の木造復元

IMAGINE ONE ASIA

ここで、ひとつに。



20th Asian Games
Aichi-Nagoya 2026
HOST CITY

あいち「ツウ」リズム



愛知県には、誰もが一目見てわかる、象徴的な観光資源は少ない。



しかし、その道の「ツウ」にはたまらない観光資源は豊富。



歴史

江戸時代初期270藩の
初代藩主・藩祖の約7割は
愛知県ゆかり



自然

海も山も川も温泉もある
豊かな自然



産業

古くから息づくものづくり
40年以上、出荷額日本一
多彩な企業ミュージアム



文化

盛んな醸造業と独自の食文化
ユネスコ無形文化遺産もある、
山車・祭

3 愛知の豊富な観光資源

愛知の観光PR動画

AICHI-NAGOYA



“Heart” of JAPAN
-Technology & Tradition-

POPバージョン



愛知の観光PR動画

AICHI-NAGOYA

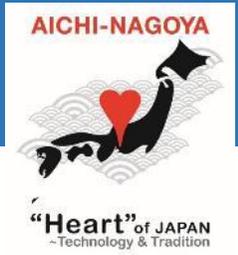


“Heart” of JAPAN
-Technology & Tradition

DEEPバージョン



愛知の多様な魅力 -歴史-



国宝
犬山城



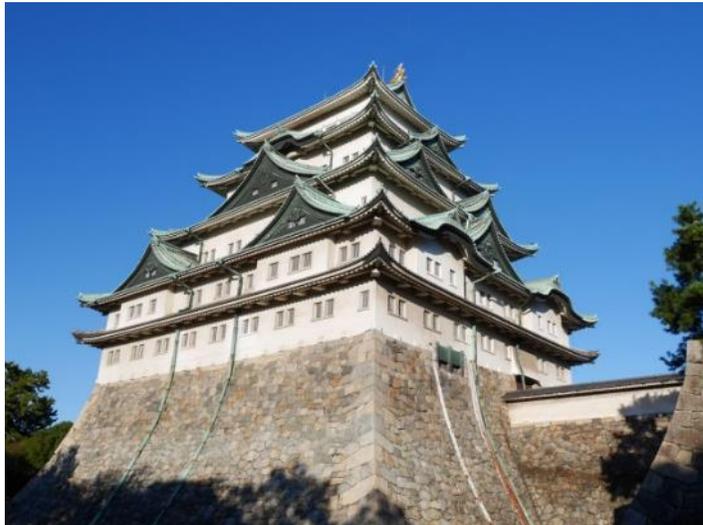
©Aichi Now



©Aichi Now

御油の
松並木

名古屋城



©Aichi Now



©Aichi Now

有松の町並み

愛知の多様な魅力 -歴史-

AICHI-NAGOYA



“Heart” of JAPAN
-Technology & Tradition-

半田
赤レンガ建物



©Aichi Now

熱田神宮



©Aichi Now

博物館明治村



©Aichi Now

豊川稲荷



©Aichi Now

愛知の多様な魅力 **—産業—**

AICHI-NAGOYA



“Heart” of JAPAN
-Technology & Tradition-



リニア・鉄道館

©Aichi Now



あいち航空ミュージアム

©Aichi Now



トヨタ博物館

©Aichi Now



リニモ

©Aichi Now



八丁味噌

©Aichi Now



瀬戸蔵

©Aichi Now



有松絞

©愛知県観光コンベンション局



やきもの散歩道

©Aichi Now

愛知の多様な魅力 -自然-



小原四季桜

©Aichi Now



©Aichi Now

香嵐溪



四谷千枚田

©Aichi Now



©Aichi Now

芝桜

愛知の多様な魅力 -自然-



祖父江の
イチョウ

©Aichi Now



佐久島

©Aichi Now



恋路が浜

©Aichi Now



篠島

©Aichi Now

愛知の多様な魅力 -文化-

AICHI-NAGOYA



“Heart” of JAPAN
-Technology & Tradition-

犬山祭



©Aichi Now



©Aichi Now

亀崎
潮干祭

花祭



©Aichi Now



©Aichi Now

尾張津島
天王祭

愛知の多様な魅力 一食一



ふぐ

©Aichi Now



みそ煮込み
うどん

©Aichi Now



ひつまぶし

©Aichi Now



西尾の抹茶

©Aichi Now

ジブリパーク

AICHI-NAGOYA



“Heart” of JAPAN
-Technology & Tradition

スタジオジブリ作品の世界観を表現した公園施設



2023年11月1日
「もののけの里」が開園



2024年3月16日
「魔女の谷」が開園



愛知の観光PR動画

AICHI-NAGOYA



“Heart” of JAPAN
-Technology & Tradition

スタジオジブリ制作、県内15か所の観光スポットを紹介

風になって、遊ぼう。

愛知県観光動画「風になって、遊ぼう。」特設サイトで配信中！

サツキとメイの家

特設サイト：<https://www.aichi-now.jp/kaze/>

風になって、遊ぼう。

© 2022 Studio Ghibli

AICHI-NAGOYA



“Heart” of JAPAN
-Technology & Tradition

4 愛知の観光の目指す姿と取組

あいち観光戦略2024-2026

AICHI-NAGOYA



“Heart” of JAPAN
-Technology & Tradition-

第4次愛知県観光振興基本計画

あいち観光戦略

2024-2026

AICHI



“Heart” of JAPAN
-Technology & Tradition-

「さすが」と言いたくなる「観光県・あいち」

- あいち「ツウ」リズム 2.0 -

【革新・成長】 【持続可能】 【高付加価値】



AICHI



目指すべき姿

「さすが」と言いたくなる「観光県・あいち」

— あいち「ツウ」リズム2.0 — 【革新・成長】 【持続可能】 【高付加価値】



オープンイノベーション等



高付加価値で持続可能な観光コンテンツ



施策立案・実施にあたっての基本方針



高付加価値化の推進

- 属性に加え、趣味嗜好に応じたマーケティングを重視
- 「あいち」ならではの魅力・強みを最大限生かす



持続可能性の追求

- 観光地域全体の持続可能性を考慮した観光振興を推進



デジタル化・DXの推進

- デジタルシフトを進め、商品・サービスや業務面の変革を促進



オープンイノベーションの推進

- 多様な主体との連携によりオープンイノベーションを促進

AICHI-NAGOYA



“Heart” of JAPAN
- Technology & Tradition



数値目標

KGI

【質】
観光消費額
単価

日本人 6,850円
外国人 80,000円

×

【量】
観光
入込客数

全体 1.2億人回
うち日本人11,620万人回
うち外国人 380万人回

=

観光消費額

1.1兆円

うち外国人
3,040億円

関連KGI

【満足度】

全体50.0%、外国人50.0%

【推奨意向】

県民30.0%、県外在住者50.0%

【再訪意向】

県外在住者100.0%

【来県外国人旅行者数】

290万人

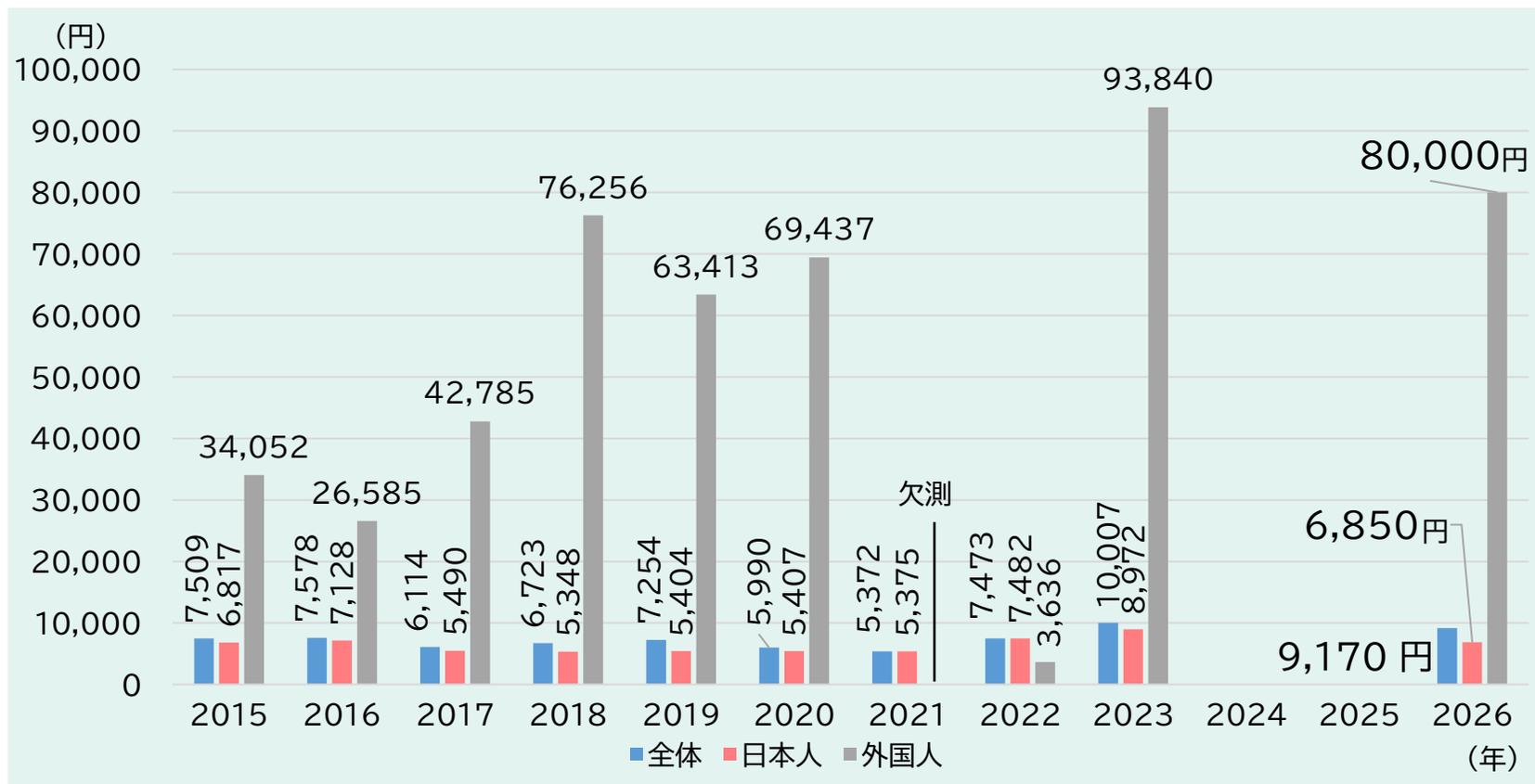
【延べ宿泊者数】

全体2,000万人泊
(うち外国人 365万人泊)

【国際会議開催件数(JNTO基準)】

260件

数値目標(観光消費額単価)



- * 2020年は、愛知県「観光地点パラメーター調査」等が一部実施できなかったため、2019年推計値等を参考に年間値を算出。
- * 2021年の外国人観光消費額単価は、観光庁「訪日外国人消費動向調査」が一部実施されなかったため、欠測。
- * 2022年の外国人観光消費額単価は、観光庁「訪日外国人消費動向調査」が一部実施されなかったため、愛知県「愛知県観光入込客統計」で計測された参考値を記載。



数値目標(観光入込客数)



* 2020年は、愛知県「観光地点パラメーター調査」等が一部実施できなかったため、2019年推計値等を参考に年間値を算出。



数値目標(観光消費額)



* 2020年は、愛知県「観光地点パラメーター調査」等が一部実施できなかったため、2019年推計値等を参考に年間値を算出。

* 2021年及び2022年は、観光庁「訪日外国人消費動向調査」が一部実施されなかったため、訪日外国人の観光消費額単価は欠測。このため、観光入込客数と観光消費額単価から算出する観光消費額も欠測。

5 具体的な取組

具体的な施策例

AICHI-NAGOYA



“Heart” of JAPAN
-Technology & Tradition-



高付加価値化の推進

地域資源を活用した観光プログラムの造成

■ 概要

- 県では、2023年度より、市町村や観光協会等と連携し、県内各地の歴史・産業・自然・文化などの魅力ある地域資源と、ご当地の食や体験等を組み合わせた旅行商品を地域主導で開発
- 開発した商品は、「旅ろっ！愛知」のブランドのもと、旅行会社の店頭やWEBサイトで販売

旅ろっ！愛知
Tabirol Aichi



具体的な施策例

AICHI-NAGOYA



“Heart” of JAPAN
-Technology & Tradition



高付加価値化の推進

外国人旅行者向け体験コンテンツの造成支援

■ 概要

- ・ 富裕層をターゲットにした、「本物の体験」を目的としたコンテンツの造成を支援。

⇒個人エージェント・旅行会社を通じて販売

例：貸切遊覧船体験、芸妓お座敷遊び体験

- ・ 個人手配旅行客をターゲットにした、旅マエ・旅ナカにおいて自由に旅程に組み込める内容と価格を備えたコンテンツの造成を支援。 ⇒OTAを通じて販売

例：工場見学と点茶体験、いなり寿司作り体験

※OTA（オンライントラベルエージェント）：インターネット上だけで取引を行う旅行会社



具体的な施策例

発酵食文化の魅力発信



■ 概要

- 愛知は、発酵調味料（味噌、しょうゆ、等）や発酵食品（日本酒、漬物、等）が盛んに製造される集積地。
- また、これら発酵調味料や発酵食品を使った、特徴ある食文化を味わうことができる地域でもある。
- 近年、世界的な「発酵食文化」への関心の高まりは顕著で、デスティネーション（旅の目的地）として愛知の認知度向上につなげる絶好の機会。
- 2024年5月に「愛知『発酵食文化』振興協議会」を設立。地域が一体となり、愛知の発酵食文化を振興し、国内外へ発信する取組を推進。（特設WEBサイト開設、シンポジウム開催、展示会への出展、モニターツアー・体験会の開催 等）



具体的な施策例

AICHI-NAGOYA



“Heart” of JAPAN
-Technology & Tradition



歴史観光の推進

■ 概要

大河ドラマ「どうする家康」の放送を契機に、オール愛知の連携体制を発展的に再構築した「あいちの歴史観光推進協議会」により、歴史観光の振興を推進する。

- 「武将」「お城」「街道」の魅力発信
歴史観光ポータルサイトの運用、歴史イベントの開催、ブースの出展、歴史観光スポットを巡るデジタルスタンプラリーの実施 など
- 大河ドラマ「豊臣兄弟！」を活用した誘客促進（新規）
名古屋駅へのインフォメーションセンターの設置、周遊ドライブマップの作成、滋賀県、奈良県と連携した周遊キャンペーンの実施 など



あいちの歴史観光PRキャラクター
いえやすくん・のぶながくん・ひでよしくん



具体的な施策例



ジブリパークを活用した周遊観光の促進

■ 概要

- ジブリパークのチケット販売サイト内に、スタジオジブリ作品のファンが好きそうな県内各地の観光コンテンツを紹介するコーナーを設置し、リンクにより販売サイトへ誘導。
- ジブリパークのチケットとともに「ついで買い」を促す構成。



ジブリパークのチケット

県内各地の観光コンテンツ



鈴木バイオリン製造 工房見学&製造体験



かわいいミニチュア食器づくり (鋳込み&絵付け体験)



とこなめで、オリジナル食器づくり (たたら成形による陶芸体験)



セグウェイで巡る「のんほいパーク」バックヤードツアー



(中略)

ついで買い

具体的な施策例

観光デジタルマーケティングの推進



■ 概要

- 県内観光資源を訪れる旅行者に関する属性や人流等のデータを可視化・分析できるツールを導入し、希望する市町村・地域観光協会が利用できる環境を整備。
- 加えて、市町村等に対して、観光施策におけるEBPM（データ等の合理的根拠に基づく施策立案）の重要性やデータの分析手法を学ぶことができる勉強会を開催するとともに、好事例を共有できる機会を設ける。



具体的な施策例

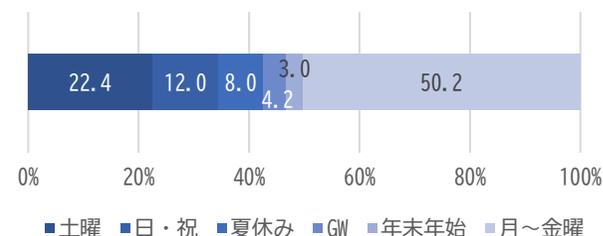
観光需要平準化の促進



■ 概要

- 日本の観光需要は、週末や特定の期間に集中。
 - 旅行者には、価格の高騰、混雑、サービスの質の低下などの影響
 - 観光関連事業者には、雇用の最適化が図りにくく、労働生産性を高めづらい環境
 - 地域には、オーバーツーリズム等による住環境の悪化や自然環境への負のインパクト等
- そこで、旅行者に対し、平日や閑散期の旅行を呼びかけるとともに、観光関連事業者に対しては、平日や閑散期の旅行者への特典提供を呼びかける「あいちスキ旅キャンペーン」を開催。
 - 観光需要を平準化し、旅行者の満足度向上、観光関連事業者の労働生産性の向上、観光地の持続可能な発展につなげる。

■国内宿泊旅行の出発日（％）



出所：(公財)日本交通公社「旅行年報2024」

具体的な施策例

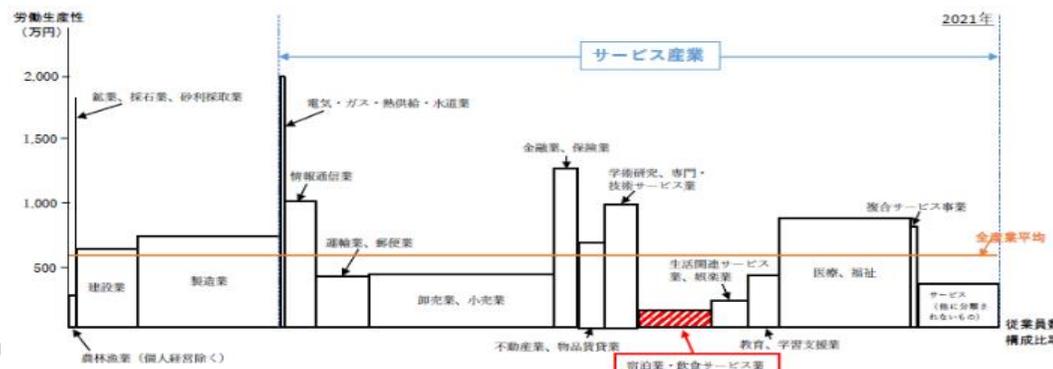


観光関連産業における生産性向上の支援

■ 概要

- 宿泊事業者が置かれている事業環境は、需要の繁閑差が大きい上、他産業に比べて労働生産性が低い状態。さらに、人手不足にも見舞われている。
- 新たな技術導入や施設改修といった経費負担を伴う業務改善も進めづらい。
- そこで、2024年度は、この地域に蓄積された「モノづくり産業」の改善ノウハウを活用し、宿泊事業者のオペレーション（ソフト）面の業務改善を支援した。
- 2025年度は業務改善の手法の習得を促すセミナーやワークショップ等を開催し、併せて2024年度と同様の業務改善支援を実施する。

■産業別の労働生産性の比較



具体的な施策例



ツーリズムEXPOジャパンの開催

■ 概要

2025年9月に愛知県国際展示場（Aichi Sky Expo）で開催される世界最大級の旅の祭典「ツーリズムEXPOジャパン2025愛知・中部北陸」の成功に向け、地域一丸となって開催を支援するとともに、地元開催の好機を捉え、愛知ならではの魅力を発信し、旅の目的地としての認知度向上を図る。

【「ツーリズムEXPOジャパン2025愛知・中部北陸」の概要】

- 日程 2025年9月25日(木)～28日(日)〔4日間〕
- 会場 Aichi Sky Expo
- 主催 (公社)日本観光振興協会、(一社)日本旅行業協会
日本政府観光局
- 特別協力 (一社)全国旅行業協会
- 主な内容 展示商談会、TEJカンファレンス、顕彰事業 等
- 合同開催 VISIT JAPANトラベル&MICEマート2025（主催：日本政府観光局）



具体的な施策例

AICHI-NAGOYA



“Heart” of JAPAN
-Technology & Tradition-



オープンイノベーションの
推進

あいち観光まちづくりゼミ あいち観光まちづくりアワード

■ 概要

《あいち観光まちづくりゼミ》

観光まちづくりに関心のある県民等を対象に、持続可能な観光の理念に基づいたツアー企画造成を目的としたグループワークを行う。

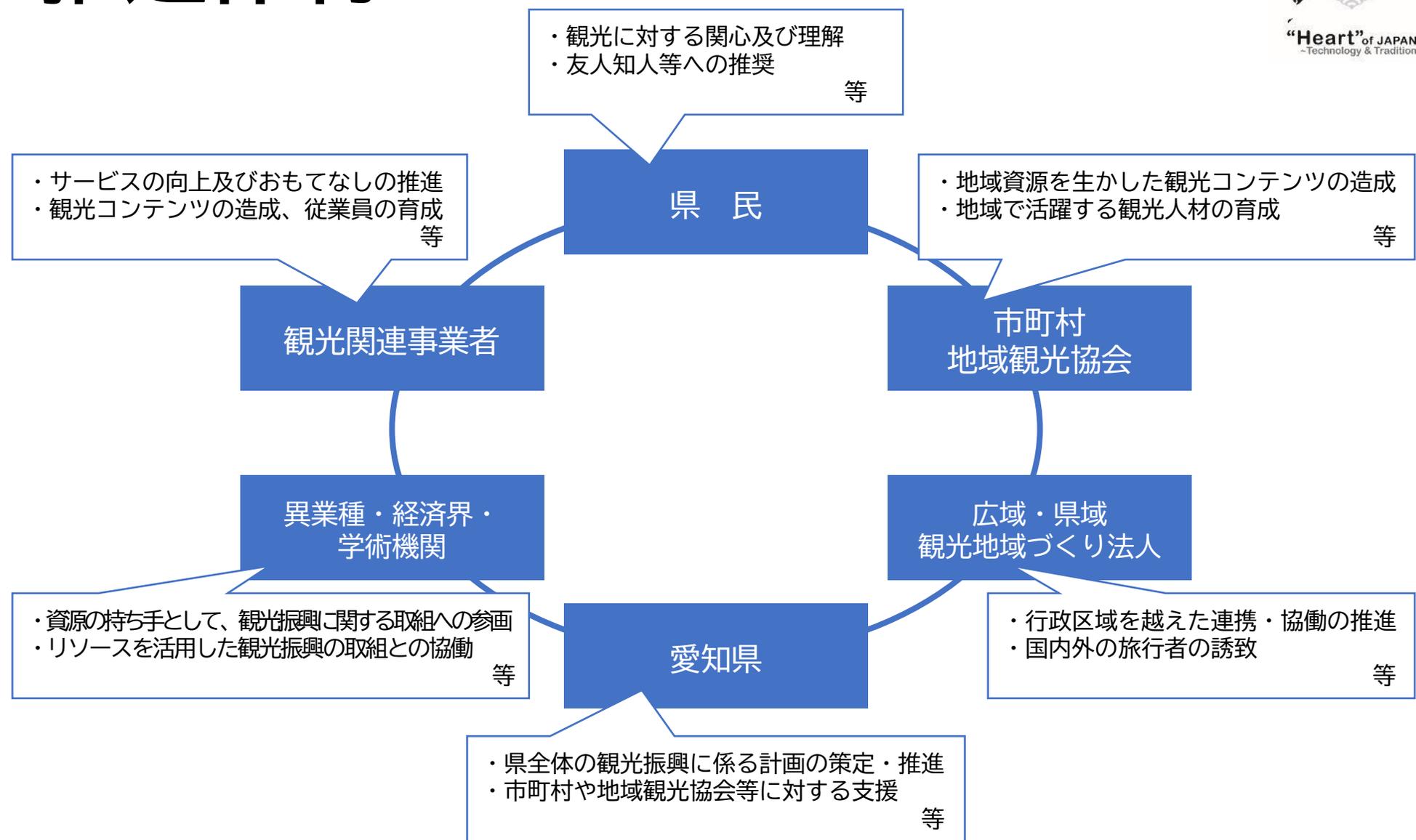
《あいち観光まちづくりアワード》

愛知県の観光振興に資する企画（ツアー造成、商品開発、情報発信等）を広く募集し、優れた企画を選定・表彰。



6 最後に

推進体制



AICHI-NAGOYA



“Heart” of JAPAN
~Technology & Tradition