



2021 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

(2020 年度年次報告書)

本書は、愛知県観光振興基本条例第9条第6項の規定に基づき、愛知県観光振興基本計画に定められた観光振興に関する施策の2020年度の実施状況に関する報告を行うものです。

目 次

あいち観光戦略の概要	1
1 数値目標の達成状況	3
(1) 来県者数	4
(2) 観光消費額	5
(3) 滞在日数	6
(4) 国際会議開催件数	7
(5) 満足度(「非常に満足」の割合)	8
(6) 観光地としての魅力度(「魅力がある」の割合)	9
2 2020年度の観光振興施策の実施状況	10
新型コロナウイルス感染症に対応した観光支援策	10
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	13
戦略Ⅱ 観光資源の充実とブランド化の推進	16
戦略Ⅲ 観光交流拠点としての機能強化	27
戦略Ⅳ MICE・スポーツ大会を通じた誘客推進	28
戦略Ⅴ 戦略的な観光ひとづくり	30
戦略Ⅵ 民間活力の活用	32
3 2021年度の主要な観光振興施策	34
【柱1】あいち「ツウ」リズムの推進	34
【柱2】受入れ体制の整備・充実	38
【柱3】観光交流拠点としての機能強化	40
【柱4】MICEの誘致・開催、Aichi Sky Expo(愛知県国際展示場)の活用	41
【柱5】持続可能な観光の実現	44
【柱6】ウィズコロナ・ポストコロナへの対応	45

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none">・ P10～P45の「(1)」「①」「ア」などの番号・記号は、「あいち観光戦略」の体系番号・記号に依拠している。・ 本報告書は、主な施策を抜粋して掲載しているため、すべての体系番号が掲載されているわけではない。 |
|--|

1. 策定の趣旨等

本県では、平成22(2010)年度から27(2015)年度までを計画期間とする「愛知県観光振興基本計画」を策定し、各種施策に取り国の動向や社会・経済情勢の変化を踏まえた「あいち観光戦略」を策定します。この戦略は、観光を本県の新たな戦略産業と位置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ます。

3. 目指す姿（何をを目指すのか）

発見、感動、伝えたい観光県ーあいち

本県の楽しいコト、驚くコト、おいしいコトを発見し、感動することで、
全国・世界の人々に伝えたい観光県を目指します。

5. 戦略とプロジェクト（何をもって目指すのか）

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-

増加を続ける訪日外客を確実に取り込むために、PRと受入態勢を強化し、満足度の向上を図る。

【重点プロジェクト】
情報発信の充実・強化
海外観光説明会・商談会開催
海外プロモーション実施

【その他のプロジェクト】

- アジアを重視した誘客促進と受入環境の整備促進
- 駐日外国公館・外国政府観光局・海外メディアとの連携
- 伊勢志摩サミットを活用した魅力発信
- 訪日教育旅行の誘致・受入
- インターネット環境の利便性向上
- 観光案内所・案内看板・観光施設の多言語対応
- 免税店・ナイト観光の充実

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～

観光資源の発掘・磨き上げを行うとともに、本県らしいテーマ観光等を戦略的にPRし、本県の観光のブランド化を図る。

【重点プロジェクト】
武将観光・産業観光の推進
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
武将観光イベントの開催
あいち航空ミュージアムの整備

伝統・文化に触れる観光の推進
山車まつり・文化のPR・プロモーション

グルメ・食文化のブランド化
「なごやめし」の普及促進

着地型観光の推進
着地型観光の商品化支援

情報発信の充実・強化
首都圏における情報発信・プロモーション

【その他のプロジェクト】

- 映画・ドラマ等のロケ支援及びロケーション資源の活用
- ポップカルチャー観光の推進
- 山村・離島の観光振興
- 街道観光の推進
- 酒蔵を生かしたツーリズムの推進
- 観光施設の整備等への支援
- 学習施設を活用した環境観光の推進
- 自然公園の活用
- 県営都市公園の活用
- 観光統計の整備

戦略Ⅲ

観光交流拠点県としての機能強化

良好なアクセス環境を生かして観光交流拠点としての機能を強化するとともに、観光客の安心・安全の確保を図る。

【重点プロジェクト】
広域観光の推進
昇龍道プロジェクトの推進
産業観光周遊バスの運行

【その他のプロジェクト】

- 航空路線・クルーズ船の誘致促進
- 道の駅を活用した観光振興
- 交通拠点発の二次交通及び観光周遊コースの充実
- 観光力につながる道路整備
- 自然災害発生時等における旅行者の安心・安全の確保

6. 数値目標

来	県者	全体(2014年)	3,817万人 ▶ 5,000万人
	数	外国人(2014年)	123万人 ▶ 400万人

観	額	全体(2014年)	7,270億円 ▶ 1兆円
	額	外国人(2014年)	798億円 ▶ 2,500億円

滞	数	全体(2014年)	1.29泊 ▶ 1.7泊
	数	外国人(2014年)	1.44泊 ▶ 2.0泊

戦略の概要

2. 計画期間

組んできました。このたび、同計画の期間満了に伴い、最新の付けた「あいち観光元年」宣言を受けて、県が取り組むべき具

平成 28(2016)年度～令和 2(2020)年度 (5 年間)

4. 基本的な視点 (どのように目指すのか)

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」の魅力进行を伝えます。

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、伝えられる観光県「あいち」を実現します。

戦略 Ⅳ

MICE・スポーツ大会を通じた誘客推進

MICE・スポーツ大会の誘致・開催等を推進するとともに、受入環境を整備することで、本県の交流人口の増大を図る。

【重点プロジェクト】 MICE の誘致

MICE 誘致のための PR・プロモーション

受入環境の整備

大規模展示場の整備に向けた取組

スポーツ大会の招致・育成

ラグビーワールドカップ 2019 の開催支援

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

FIFA フットサルワールドカップ 2020 の招致と開催支援

アジア競技大会などの

国際的スポーツ大会の招致検討

【その他のプロジェクト】

- 愛知芸術文化センターを活用した誘客
- 県内で開催される大規模催事・展示会等の PR

戦略 Ⅴ

戦略的な観光ひとつづくり

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、キーパーソンを育成する。

【重点プロジェクト】 観光人材の育成 学校との連携・協働

地域自らによる 観光マネジメント力の強化

日本版 DMO^{*}の推進

【その他のプロジェクト】

- 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

*Destination Management / Marketing Organization の略。地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに、地域への誇りと愛着を醸成する「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの推進役。

戦略 Ⅵ

民間活力の活用

民間主導のプロジェクトと連携したり、大学・企業などと連携して、資源の磨き上げや PR などを行う。

【重点プロジェクト】 観光関連事業者との 連携強化

【その他のプロジェクト】

- 企業、NPO、市民活動、大学、留学生などとの連携・協働
- 有料道路コンセッションを通じた観光振興
- 県営都市公園における民間活力を活用した新たな魅力の創出

国際会議

(2014 年)

開催件数

179 件 ▶ 200 件

満足度
(非常に満足
の割合)

全体(2014 年)

19.6% ▶ 30.0%

外国人(2015 年)

39.6% ▶ 50.0%

観光地と
魅力がある
観光地との
割合

全体(2015 年 4-9 月)

69.7% ▶ 80.0%

県民(2015 年 4-9 月)

66.3% ▶ 80.0%

1 数値目標の達成状況

あいち観光戦略において、計画最終年度(2020年度)の目標として掲げた指標に対する達成状況は、下表のとおりであった。

		計 画 当 初	2 0 2 0 年 (実 績)	目 標 値 (2 0 2 0 年)
来 県 者 数	全 体	3,817 万人 (2014年)	2,412 万人 ^{*1}	5,000 万人
	外 国 人	123 万人 (2014年)	34 万人 ^{*2}	400 万人
観 光 消 費 額	全 体	7,270 億円 (2014年)	4,669 億円 ^{*1}	1 兆円
	外 国 人	798 億円 (2014年)	493 億円 ^{*1}	2,500 億円
滞 在 日 数	全 体	1.29 泊 (2014年)	1.31 泊	1.70 泊
	外 国 人	1.44 泊 (2014年)	1.46 泊	2.00 泊
国際会議開催件数	—	179 件 (2014年)	259 件 (2019年)	200 件
満 足 度 (「非常に満足」の割合)	全 体	19.6% (2014年)	35.7% ^{*3}	30.0%
	外 国 人	39.6% (2015年)	—% ^{*4}	50.0%
観光地としての魅力度 (「魅力がある」の割合)	全 体	69.7% (2015年4-9月)	76.5% ^{*3}	80.0%
	県 民	66.3% (2015年4-9月)	74.1% ^{*3}	80.0%

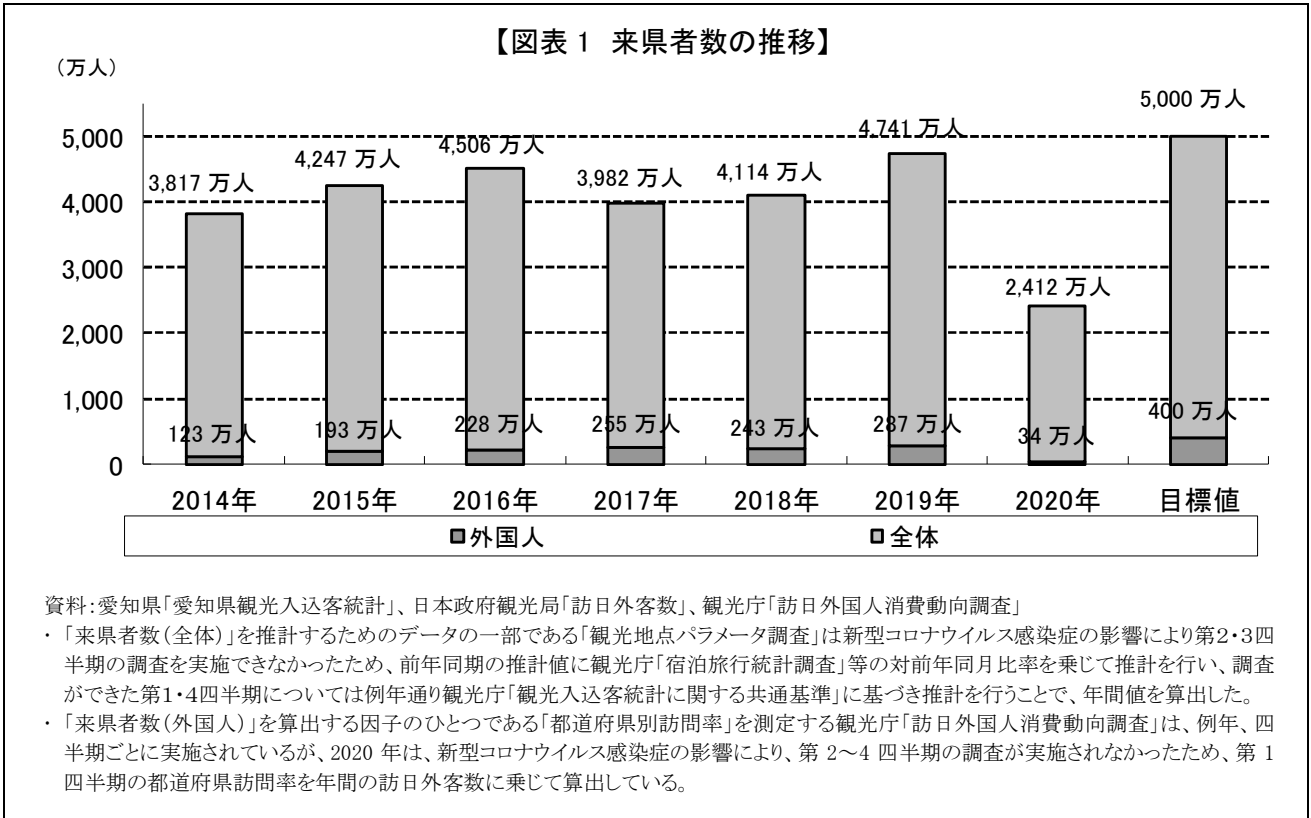
*1 「来県者数(全体)」及び「観光消費額」は「観光地点等入込客数調査」「観光地点パラメータ調査」及び観光庁から提供された「宿泊旅行統計調査」等のデータにより推計しているが、四半期ごとに実施している「観光地点パラメータ調査」は新型コロナウイルス感染症の影響により第2・3四半期の調査を実施できなかった。そのため、「来県者数(全体)」及び「観光消費額」の推計は、調査ができなかった第2・3四半期については前年同期の推計値に観光庁「宿泊旅行統計調査」等の対前年同月比率を乗じて推計を行い、調査ができた第1・4四半期については例年通り観光庁「観光入込客統計に関する共通基準」に基づき推計を行うことで、年間値を算出した。

*2 「来県者数(外国人)」を算出する因子のひとつである「都道府県別訪問率」を測定する観光庁「訪日外国人消費動向調査」は、例年、四半期ごとに実施されているが、2020年は、新型コロナウイルス感染症の影響により、第2～4四半期の調査が実施されなかったため、第1四半期の都道府県訪問率を年間の訪日外客数に乗じて算出している。

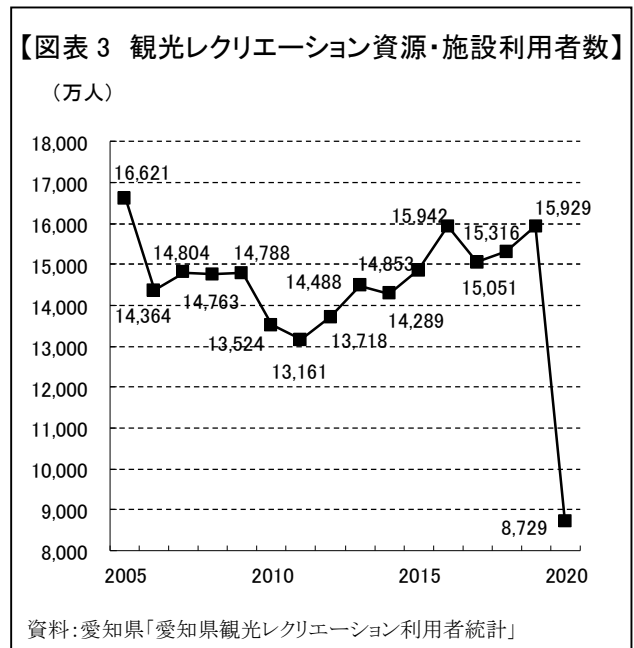
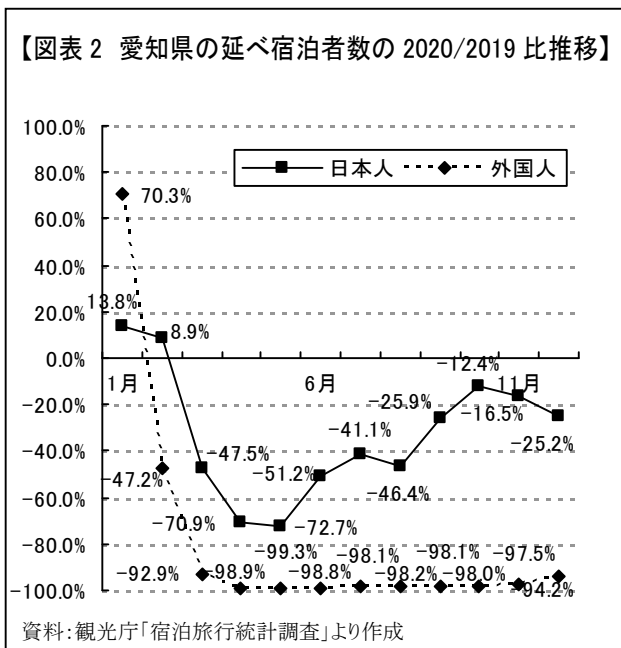
*3 「満足度(全体)」及び「観光地としての魅力度」を測定する愛知県「観光地点パラメータ調査」は、例年、四半期ごとに実施しているが、2020年は、新型コロナウイルス感染症の影響により、第2四半期及び第3四半期の調査を実施できなかったため、第1四半期及び第4四半期の結果のみから算出している。

*4 「満足度(外国人)」を測定する「愛知県訪日外客動向調査」が、2020年度は新型コロナウイルス感染症の影響で実施できなかったため、欠測となった。

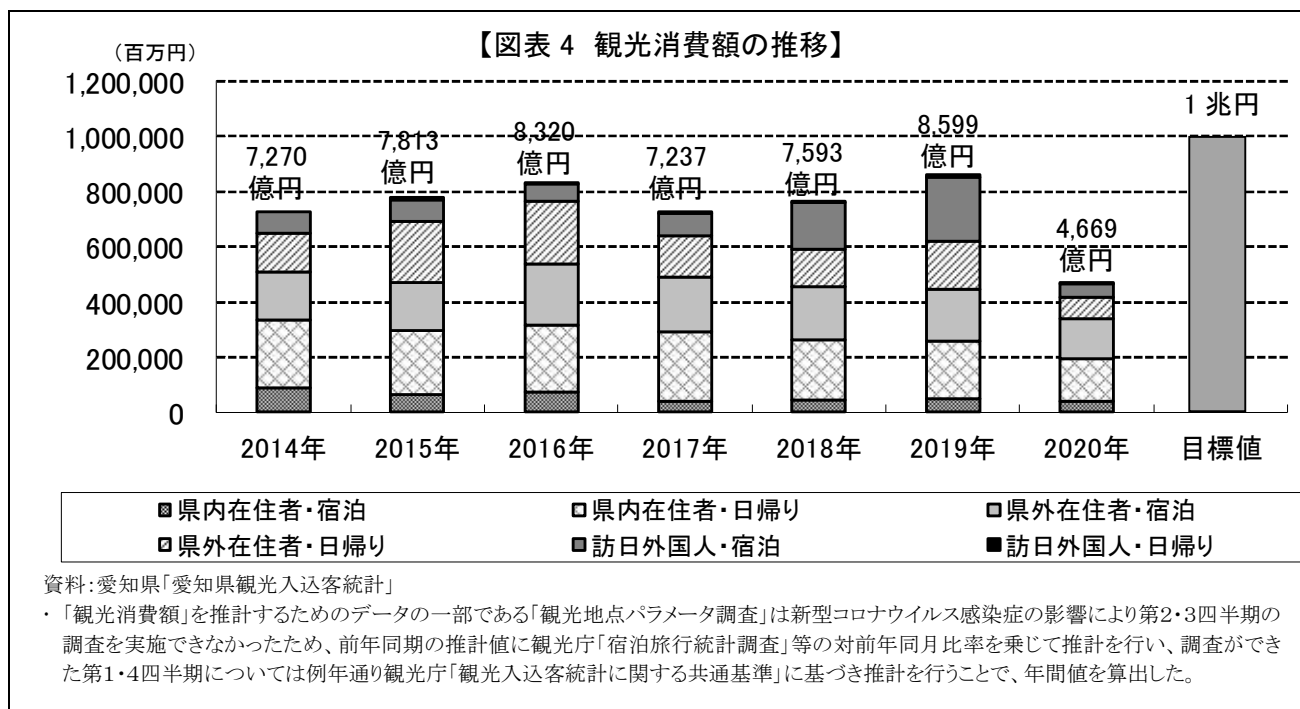
(1) 来県者数



- 新型コロナウイルス感染症の影響により、必要な統計調査を行えなかったため、2020年の数値は参考値となる。
- 延べ宿泊者数の2020年/2019年比(図表2)は、外国人は2月以降、日本人は3月以降、前年を大きく下回った。日本人は、国のGo Toトラベル事業や本県の観光消費喚起事業等の効果があり、秋ごろに回復傾向が見られたが、年末の感染拡大を受け、再び落ち込んだ。
- 県内の観光レクリエーション資源・施設利用者数(図表3)も大きく落ち込み、2020年は前年比45.2%減となった。



(2) 観光消費額



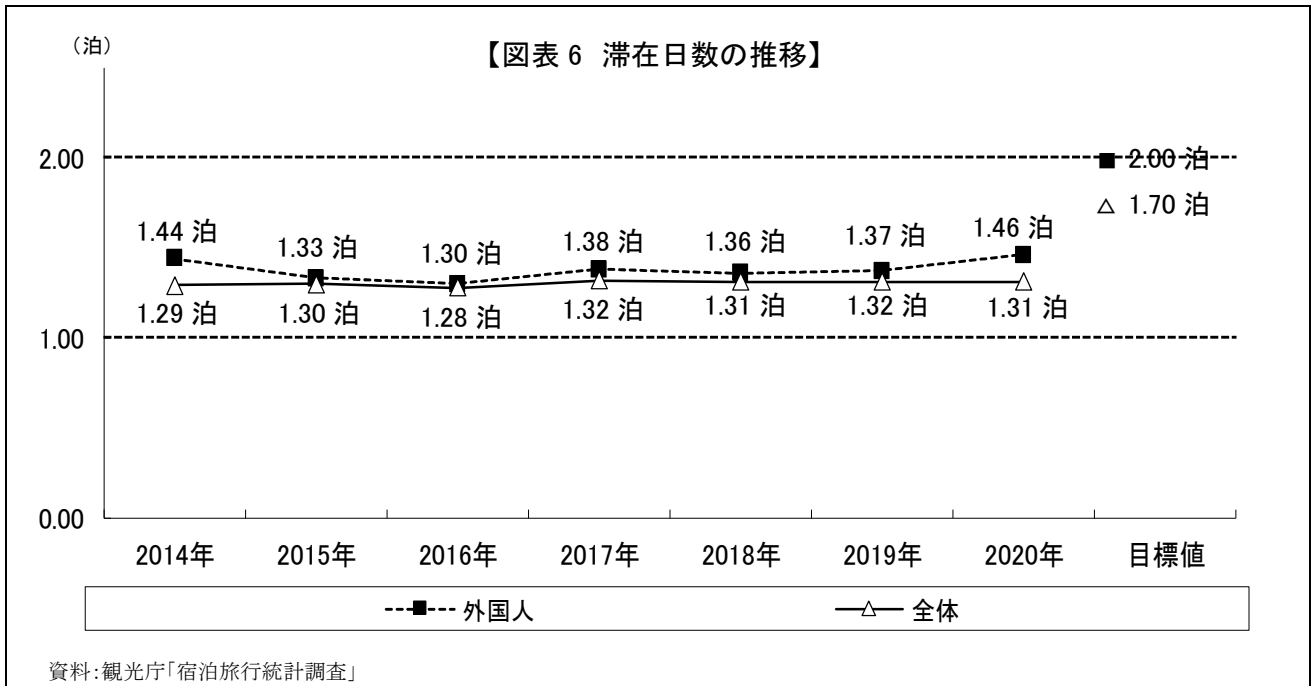
- 新型コロナウイルス感染症の影響により、必要な統計調査を行えなかったため、2020年の数値は参考値となる。
- 参考値ではあるが、日本人の観光消費額について、その内訳(図表5)を見ると、2019年との比較で最も落ち込んだのは「県外在住者・日帰り」で、半減以上の影響が出た。一方、「県外在住者・宿泊」や「県内在住者・宿泊」「県内在住者・日帰り」は、いずれも前年比7~8割となっており、相対的に減少が抑えられている。

【図表 5 観光消費額の2020/2019年比(参考値)】

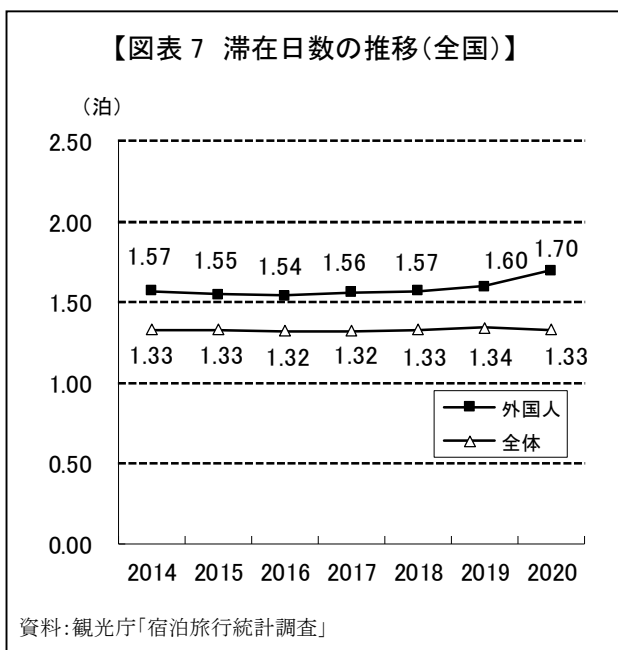
	2019年 (百万円)	2020年 (百万円)	2020/2019年比
県内在住者・宿泊	47,542	41,654	87.6%
県内在住者・日帰り	212,082	154,971	73.1%
県外在住者・宿泊	188,086	141,260	75.1%
県外在住者・日帰り	172,492	79,660	46.2%
訪日外国人・宿泊	233,658	47,092	20.2%
訪日外国人・日帰り	6,000	2,227	37.1%

資料: 愛知県「愛知県観光入込客統計」

(3) 滞在日数



- 2020年は、全体が1.31泊、外国人が1.46泊となった。外国人は、2014年以降で最も数値が大きくなったが、期間を通して見ると、目標との乖離を埋めることはできなかった。
- 滞在日数は、全体については、全国でも同様に伸び悩んでいる(図表7)。なお、外国人は、全国でも、2020年が最も数値が大きくなった。これは、新型コロナウイルス感染症に伴う防疫措置として、入国後、ホテル等で一定期間の待機が求められたことが影響している可能性がある。
- 外国人の訪日目的別平均泊数(図表8)を見ても、2020年が最も平均泊数が長くなった。この調査は、感染症の影響で1~3月のみしか実施されなかったが、日本では、訪日客数の多い中国・韓国・香港の入国者に対し、3月上旬から入国後14日間の待機を求めたため、これが影響した可能性がある。



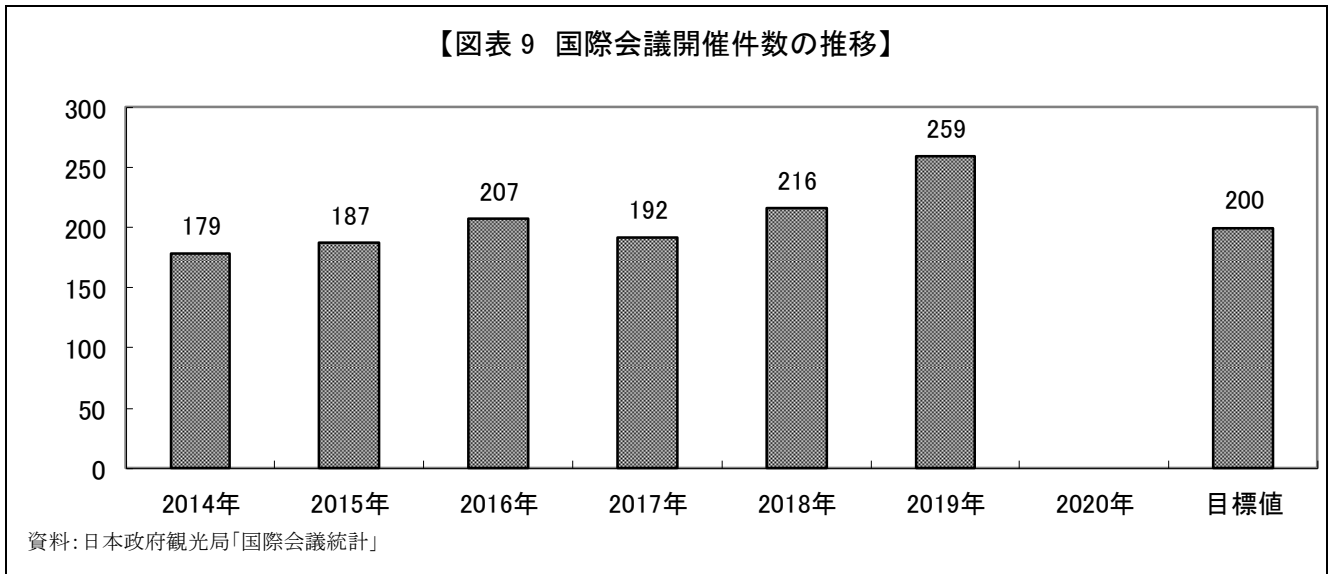
【図表 8 訪日目的別平均泊数】

◆旅行1回あたりの平均泊数 (泊)

区分	年							
	2014	15	16	17	18	19	20*	
観光	全国	6.1	5.9	6.0	5.8	5.9	4.8	7.7
	中部 IN	6.3	5.6	5.7	6.1	6.0	5.3	7.2
	中部 OUT	6.6	5.3	5.5	6.0	6.0	4.6	7.3
業務	全国	12.4	13.3	14.0	12.1	14.3	14.0	—
	中部 IN	12.8	16.9	14.4	14.7	20.4	20.3	—
	中部 OUT	13.7	18.5	16.3	13.5	19.1	22.9	—

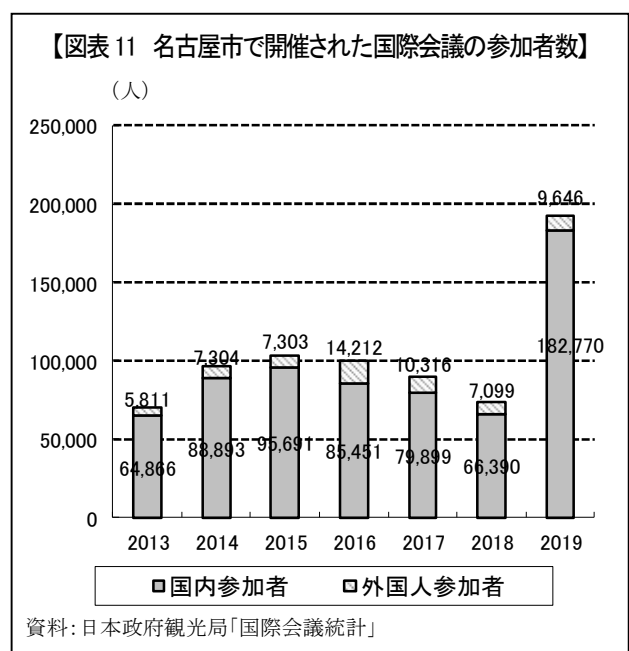
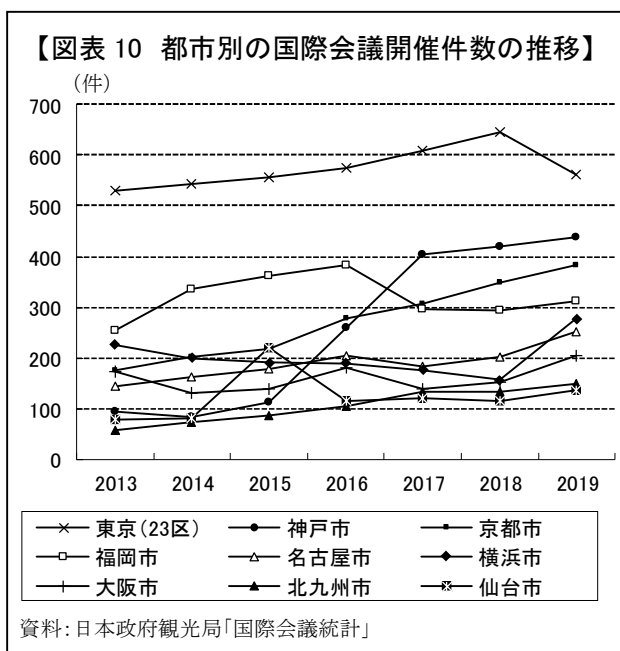
資料:観光庁「訪日外国人消費動向調査」
*2020年は1-3月期のみ調査が行われたが、業務目的は欠測。

(4) 国際会議(*)開催件数

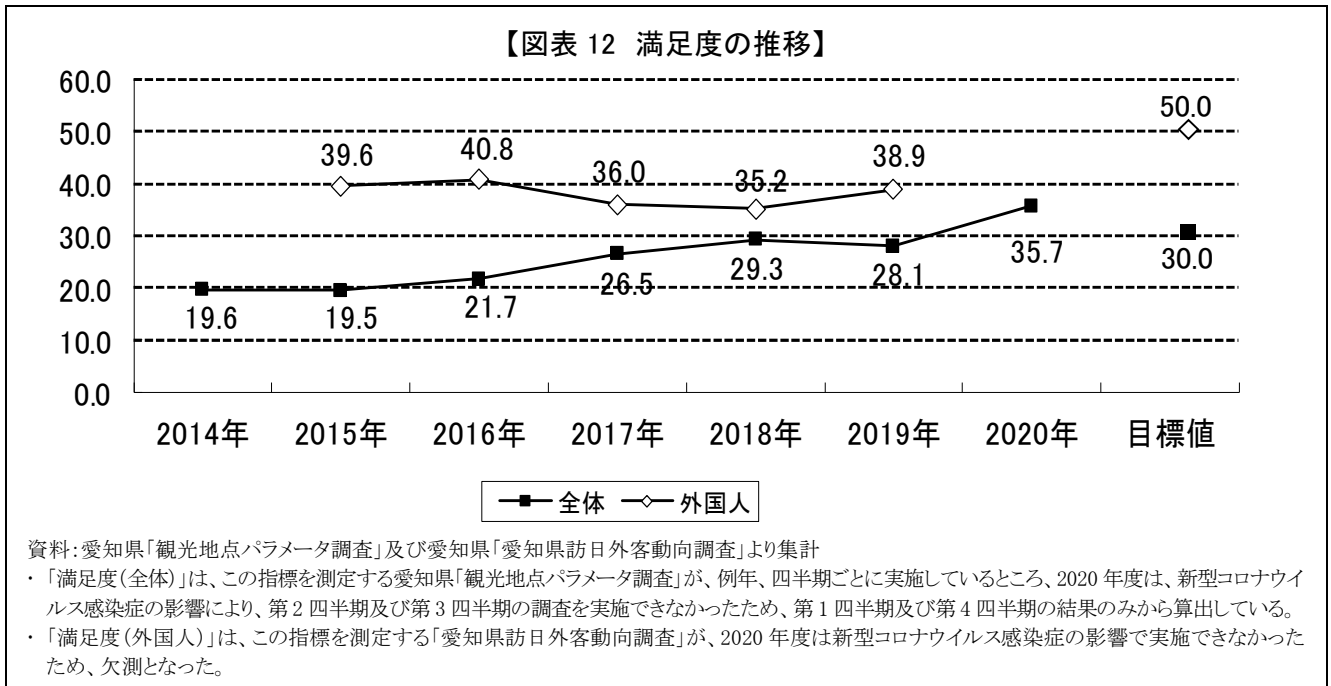


* 国際会議とは、国際機関・国際団体または国家機関・国内団体(民間企業を除く)が主催する、参加者総数が50名以上、参加国が3か国以上の会議(JNTO「国際会議選定基準」)。

- 本県で開催された国際会議は、本書作成時に得られる最新データ(2019年)では259件となり、2018年に引き続き、目標値を上回る結果となった。ただし、2020年は、新型コロナウイルス感染症による往来の制限を受け、大幅に件数が減ることが見込まれる。
- 都市別の開催件数の推移(図表10)を見ると、東京都が2018年の645件から561件へと大きく減らした一方、横浜市が156件から277件へと大きく増やし、名古屋市を抜き5位となった。
- 2019年に名古屋市で開催された国際会議の参加者数(図表11)は、前年に比べて大幅に増加した。これは、4年に1度、開催される大規模な医学系学会や、それに関連する学術集会、学会が同市内で相次いで開催されたことによるものである。

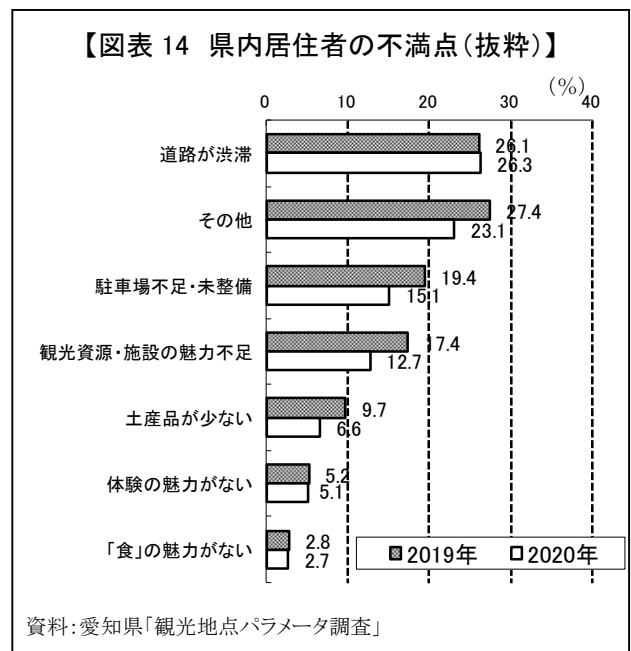
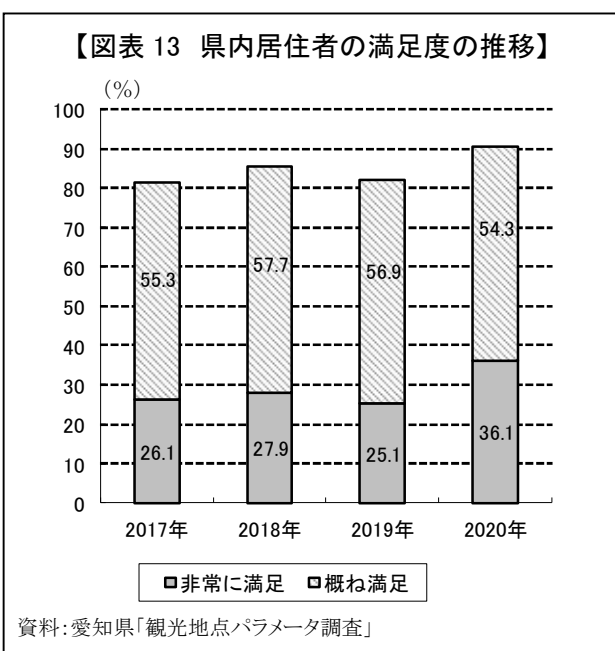


(5) 満足度（「非常に満足」の割合）



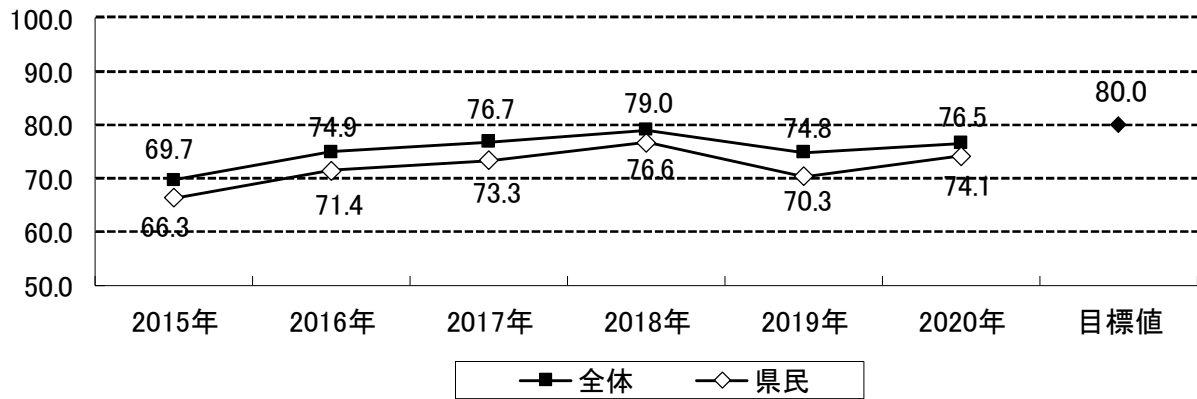
○ 「非常に満足」と回答した人(全体)は、前年(2019年)と比較して28.1%から35.7%へと大幅に増加し、目標値を上回ることとなった。新型コロナウイルス感染症の影響により、都道府県を跨ぐ移動の自粛が求められる中、県内居住者の「非常に満足」との回答が大幅に増加した(図表 13)ことが全体の数値を引き上げたと考えられる。

○ 不満に感じた点を県内居住者に限って集計(図表 14)すると、「道路が渋滞している」、「その他」、「観光地での駐車場が足りない、未整備」の順に多くなっている。注目したいのは、「観光資源・施設に魅力がない」、「買う気になる土産品が少ない」、「何かしらの体験を楽しめる魅力がない」、「『食』の面での魅力がない」がそれぞれ前年より減少しており、新型コロナウイルス感染症の影響により、県内旅行が活発化した結果、県民による県内の魅力の気づきにつながった可能性がある。



(6) 観光地としての魅力度（「魅力がある」の割合）

【図表 15 観光地としての魅力度の推移】



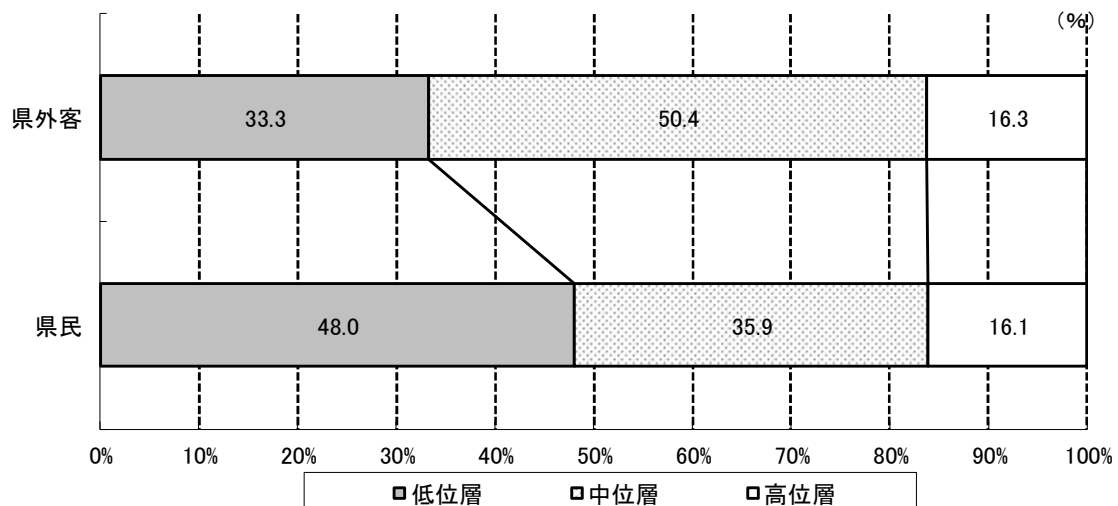
資料: 愛知県「観光地点パラメータ調査」より集計

・計画当初値は、平成 27 年 4-9 月の数値で設定している。

・「観光地としての魅力度」は、この指標を測定する愛知県「観光地点パラメータ調査」が、例年、四半期ごとに実施しているところ、2020 年度は、新型コロナウイルス感染症の影響により、第 2 四半期及び第 3 四半期の調査を実施できなかったため、第 1 四半期及び第 4 四半期の結果のみから算出している。

- 観光地としての魅力度は、前年(2019 年)と比較して、全体が 74.8%から 76.5%に、県民が 70.3%から 74.1%に、ともに向上した。
- 友人や同僚に、愛知への観光を薦める可能性を尋ねる設問で、可能性が低いとの選択肢を選ぶ割合は、2015 年以来、一貫して、県外客より県民が高い結果が出ており、2020 年の県民は 48.0%となった(図表 16)。しかし、この数値は、前年(2019 年)の 52.6%より低下している。他方、薦める可能性が高いとの選択肢を選んだ割合は 16.1%となり、前年(2019 年)の 12.4%から増加している。満足度の結果と同じく、このことから、県内旅行が活発化した結果、県民による県内の魅力の気づきにつながった可能性がある。

【図表 16 愛知への観光を薦める可能性】



資料: 愛知県「愛知県観光地点パラメータ調査」

2 2020 年度の観光振興施策の実施状況

新型コロナウイルス感染症に対応した観光支援策

2020 年度は、新型コロナウイルス感染症の影響により、訪日外国人旅行者数はもとより、国内旅行者数も大きく減少したため、緊急的な需要喚起の取組が求められたほか、感染症に対応した受入態勢の整備を進める必要も生じたことなどから、補正予算を編成して各種施策を実施した。あわせて、当初予算で予定していた事業の内容も柔軟に見直し、緊急的な需要喚起策の PR を実施した。

(1) 旅行需要喚起に向けた取組

① LOVE あいちキャンペーン・TRIP あいちキャンペーンの開催

【観光消費喚起事業ほか】(観光振興課)

国においては、全国で旅行促進を図る観光資源策「Go To トラベル事業」を 7 月 22 日に東京都を除外する形でスタートさせた。

本県においても、旅行需要拡大の効果をしっかりと県内に波及させていくため、7 月 1 日より、県民による県内旅行を呼びかける「LOVE あいちキャンペーン」(第 1 弾)をスタートさせた。このキャンペーンでは、6 月補正予算の 3 億円を活用したツアー助成を中心に、当初予算で実施が予定されていた各種事業の一部見直しも行って、PR や周遊促進に資する施策を実施した。さらに、9 月補正予算を編成して、第 1 弾終了翌日の 11 月 1 日から同キャンペーンの第 2 弾をスタートさせたほか、同日より、隣接県在住者による本県旅行を促す「TRIP あいちキャンペーン」も同時に開催し、観光消費の喚起に取り組んだ。しかしながら、2020 年 12 月に感染症の拡大傾向が顕著となり、「Go To トラベル事業」で名古屋市が除外され、次いで全国で一時停止措置が行われることとなったため、本県の 2 つのキャンペーンも一時停止等の措置を取り、2021 年度に入っても再開できない状態が続いた。

《実績》

● LOVE あいちキャンペーン(第 1 弾)

2020 年 7 月 1 日から 10 月 31 日まで、県民による県内旅行を呼びかけるキャンペーンを開催した。

➤ PR 事業

✓ ウェブ動画広告

当初予算で実施することとしていたウェブ動画広告の経費の一部を活用し、愛知県の様々な魅力を紹介する動画を使ったウェブ広告を県内に向けて重点的に配信。

✓ ポスター

当初予算で実施することとしていた観光 PR キャラクターを活用した PR 事業の経費の一部を活用し、SKE48 が登場するキャンペーンポスターを制作し、鉄道各社の駅や車内など、県内各地で掲出した。

✓ 新聞広告

愛知・名古屋観光誘客協議会において実施することとしていた PR 事業の経費の一部を活用し、キャンペーンの意義や愛知県の様々な魅力を紹介する新聞広告を実施した。

✓ テレビ

SKE48 が出演する、東海テレビの情報番組「SKE48 は君と歌いたい」(毎週火曜放映)において、キャンペーンと連動した内容を放映した。

➤ 周遊促進事業

✓ ツアー助成

6月補正予算を編成し、県民による県内旅行を促進するため、旅行業者が造成する県内発着の旅行に対し、代金の1/2相当分(上限1万円)を助成した。

【実績】期間:7月20日～10月31日、延べ利用者数:28,195名、執行額/予算額:192,057千円/290,000千円

✓ 県内観光スポットを巡るスタンプラリー

当初予算で実施することとしていた県内周遊促進事業をキャンペーンの一環として取り込み、名古屋鉄道と連携して「ぐるりっぴあいちスタンプラリー」を開催した。

✓ 高速道路周遊プラン

当初予算で実施することとしていた高速道路を活用した誘客促進事業をキャンペーンの一環として取り込み、NEXCO中日本と連携して、ETC乗り降り自由で、66施設で使える観光商品券付ドライブプラン「ドライブ to あいち」を販売した。

✓ SNS投稿キャンペーン

当初予算で実施することとしていたSNS投稿キャンペーンの経費の一部を活用し、本キャンペーンを周知・拡散する投稿キャンペーンを開催した。

● LOVE あいちキャンペーン(第2弾)・TRIP あいちキャンペーン

2020年11月1日から2021年2月28日までの予定で、県民による県内旅行を呼びかけるLOVE あいちキャンペーン、隣接県住民に愛知県への旅行を呼びかけるTRIP あいちキャンペーンを開催した。実際の開催は、感染拡大に伴うGo Toトラベル事業の一時停止等の措置を受け、12月16日以降、停止措置を行い、2020年度はそのまま再開しなかった。

➤ PR事業

✓ 新聞広告

9月補正予算を編成し、愛知・岐阜・三重・静岡・長野県民に対し、愛知県への旅行を呼びかけるため、それぞれのキャンペーンを周知する広告を掲載した。

✓ 鉄道広告

9月補正予算を編成し、JR東海、名古屋鉄道、近畿日本鉄道の駅や車内に、両キャンペーンを周知するポスターを掲出した。

✓ タクシー広告

9月補正予算を編成し、両キャンペーンを周知するタクシーラッピング広告(90台)を実施した。

✓ ウェブ広告

当初予算で制作した動画をSNSで広告配信し、両キャンペーン特設サイトへの誘導を図った。

➤ 周遊促進事業

✓ ツアー助成・OTAでの割引クーポンの配信

9月補正予算を編成し、県民による県内旅行を促進するため、旅行業者が造成する県内発着の旅行に対し、代金の1/2相当分(上限1万円)を助成した。あわせて、愛知・岐阜・三重・静岡・長野県民に対し、愛知県への旅行を呼びかけるため、楽天トラベル及びじゃらんnetを通じて、宿泊割引クーポンを配布した。

【ツアー助成実績】期間:2020年11月1日～2021年2月28日(12月16日以降、順次停止)、延べ利用者数:7,489名、執行額/予算額:178,685千円/580,000千円

【OTA割引クーポン実績】期間:2020年11月9日～2021年2月1日、執行額/予算額:61,918千円/325,400千円

②地域による需要喚起の取組への支援

【観光誘客地域活動事業】(観光振興課)

新型コロナウイルス感染症の拡大により、深刻な影響を受けた地域を支援するため、地域の観光振興を担う団体に対し、観光誘客や域内周遊を目的とした事業等(PRの実施、イベント・商談会の開催、キャンペーンの開催)を委託し、地域活性化と観光業界の再起を図った。

《実績》

委託先団体数:23 団体(応募は 33 団体)

③観光物産品の需要喚起に向けた取組

【観光物産販売支援事業】(観光振興課)

新型コロナウイルスの感染拡大に伴う旅行者の減やイベント自粛等に伴い、県内の観光物産品の売上げが低迷する中、外出せずに購入できる通販サイトは有効な販売ツールとなった。そこで、楽天市場に、愛知県の特設サイト「あいちの『食と物産』マルシェ」を7月30日にオープンし、観光物産品及び農林水産物とその加工品の販売を実施した。あわせて、割引サービス(3割引のクーポンの配布)の導入により、購買意欲の向上を図った。

《実績》

➤ サイト運営期間:2020年7月30日～2021年3月31日

➤ 出品事業者・商品

第1弾:17社(うち酒5社)、94商品(うち酒29品)

第2弾:132社(うち酒23社)、457商品(うち酒89品)

第3弾:130社(うち酒20社)、487商品(うち酒87品)

第4弾:133社(うち酒21社)、510商品(うち酒90品)

第5弾:153社(うち酒22社)、712商品(うち酒117商品)

第6弾:168社(うち酒23社)、800商品(うち酒134商品)

第7弾:173社(うち酒23社)、835商品(うち酒135商品)

第8弾:180社(うち酒23社)、961品(うち酒126商品)

※キャンペーン参加事業者・商品数は延べ数字(土産品と酒を重複してエントリーしている数をダブルカウント)

➤ キャンペーン内容

毎月約2週間のキャンペーン期間を設け、購入価格の3割引クーポンを配布した。

➤ 売上実績

土産品 3.96 億円、酒類 0.01 億円 ※サイト全体としての最終売上総額:1,054,095,453 円

(2)感染症に対応した受入態勢の整備

①宿泊事業者に対する設備補助の実施

【愛知県宿泊事業者感染防止対策事業費補助金】(国際観光コンベンション課)

宿泊事業者の業界団体が示したガイドラインに適合する感染防止対策(検温設備の導入、キーレスエントリーシステムの導入等)に対し、一施設当たり、補助金(補助率:2/3(中小企業者は3/4)以内、上限200万円)を交付した。

《実績》

交付確定施設数:303 施設、交付確定金額:283,478,561 円

②外国人旅行者からの感染症に関する問い合わせへの対応

【多言語コールセンター運営事業】(国際観光コンベンション課)

本県を訪れる外国人旅行者の快適な滞在や満足度向上を実現するために設置した、24 時間対応の多言語コールセンターにおいて、外国人旅行者から新型コロナウイルス感染症に関する問合せが入った場合には、症状等を聞き取ったうえ、適切な医療機関にかかる情報を提供する態勢を整えた。また、感染が疑われる場合には、医療機関の案内と同時に、帰国者・接触者相談センターへの情報提供も行い、診療体制等の整った医療機関に確実につなぐこととした。あわせて、外国人からの要望があった場合は、医療機関を予約する際の通訳サービスも提供することとした。なお、在住者から問い合わせが入った場合は、「あいち多文化共生センター」を案内した。

《実績》

- 事業者登録数:272 件
- 利用状況:電話・テレビ電話サービス 129 件(登録事業者:10 件、外国人旅行者及び在住者:119 件)、翻訳サービス 257 件

③旅行者への啓発

【旅行者感染防止啓発事業】(国際観光コンベンション課)

「新しい旅のエチケット」を意識し、感染症を防止しながら安全・安心な旅行を楽しんでいただくため、本県を観光した場合の起こりうる場面を想定して、正しい観光マナーを紹介する PR 動画を制作した。

《実績》

- 「観光・ショッピング編」と「食事・宿泊編」の二種類の動画を日本語、英語、中国語(簡体字・繁体字)、韓国語で作成(日本語以外は字幕対応)

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

(1)情報発信の充実・強化

②海外プロモーション実施

【海外観光レップ事業】(国際観光コンベンション課)

海外からの誘客を促進するためには、認知度が高いアジア市場と低い欧米豪市場の違いを考慮し、個別の市場特性を踏まえた課題・対策を定め、プロモーション戦略を向上させる必要がある。そこで、海外の現地事情に精通した現地事業者を「観光レップ」として設置し、ポストコロナを見据え、市場調査等を分析した上で、効果的なプロモーション等を実施した。

《実績》

- レップ設置国
タイ、ベトナム、インドネシア、アメリカ、フランス、オーストラリア
- 業務内容
 - ✓ 現地旅行会社・メディアへのセールス活動
 - ✓ 現地における情報収集・現地市場調査
 - ✓ 有効な旅行博又はイベントの選定・参加
 - ✓ 現地旅行会社・メディアを対象にしたセミナーの開催

③中央日本総合観光機構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

【中央日本総合観光機構】(国際観光コンベンション課)

広域連携 DMO 法人である中央日本総合観光機構と実施事業を通じた連携を図った。

《実績》

- 重点コンテンツ「つなぐ」マーケティング事業
 - ✓ 産業観光ルート開発
 - ✓ Web テーマコンテンツ掲載
 - ✓ OTA 向けコンテンツパッケージ開発
 - ✓ 次世代中国マーケット調査事業
 - ✓ Mission Traveller 活用によるプロモーション
 - ✓ エリア内訪日旅行者動態調査システムの導入
- 「つなぐ」拠点及び拠点間のサービス力向上のための仕組みづくり
 - ✓ サクラクオリティ登録連携事業
 - ✓ 二次交通機関・空港会社との協議会実施
- 世界水準に向けた情報整理事業
 - ✓ グーグルマップによる情報利便性向上
 - ✓ SNS 運用によるエリア内興味関心向上
 - ✓ デジタルアーカイブ活用事業
 - ✓ Web サイト運営
 - ✓ LOCAL INSIGHT 導入

【東海地区外国人観光客誘致促進協議会】(国際観光コンベンション課)

東海地区外国人観光客誘致促進協議会の一員として、メディアの招請事業や現地でのプロモーション事業等を実施した。

《実績》

- 本体事業
 - シンガポール市場に向けた東海エリア誘客促進プロモーション
 - ✓ 期間:2020年11月～2021年3月
 - ✓ 内容:インフルエンサー招請、情報発信、WEB 記事広告掲載、JNTO シンガポール事務所と連携した広告、JNTO シンガポール事務所主催のオンラインイベント
 - 中国市場に向けた東海エリア誘客促進プロモーション事業
 - ✓ 期間:2020年11月～2021年3月
 - ✓ 内容:インフルエンサー招請、オンラインセミナーの開催
- 愛知・名古屋部会事業
 - インバウンド向けプロモーション用素材集の作成(英語版、中国語(簡体字)版)等受入環境整備促進事業
 - ✓ 多言語素材集配布
 - ✓ 観光関係事業者施設の多言語コールセンターへの登録
 - ✓ 素材集の一部コンテンツを中国向けに発信
 - 在住外国人コミュニティ等を活用した愛知県の本国に向けた観光情報発信
 - ✓ SNS 等による情報発信

⑤各種広報媒体による情報発信

【広報誌制作事業】(広報広聴課)

2015 年度の制作以降、経年修正を行ってきた広報誌・広報動画「愛知の引力。」を刷新し、新たな国内外向け広報誌・広報動画「あいちのトビラ」を多言語で制作した。

《実績》

言語:日本語、英語、中国語(簡体字)、部数:60,000部

【「Aichi Now」を通じた情報発信】(観光振興課)

2015 年度にリニューアルした愛知県観光協会のウェブページ・SNS により、引き続き魅力的な情報発信を行うことで、更なる誘客促進を図った。

《実績》

- ウェブサイト(2020 年度 PV 数)
 - 日本語:7,264,063PV、英語:200,886PV、中国語(繁体):47,733PV、中国語(簡体):37,235PV、韓国語:12,241PV、タイ語:36,399PV
- SNS(2020 年度末時点フォロワー数)
 - ✓ Facebook:日本語 13,119 人、中国語(繁体)48,737 人、英語 203,601 人
 - ✓ Twitter:日本語 4,462 人、中国語(繁体)164 人、英語 389 人
 - ✓ Weibo:中国語(簡体)7,570 人
 - ✓ Wechat:中国語(簡体)1,003 人
 - ✓ LINE:日本語 14,134 人
 - ✓ Instagram:日本語 12,577 人、英語 891 人(ファン数)

【東京オリンピック・パラリンピックに向けた情報発信事業】(国際観光コンベンション課)

東京オリンピック・パラリンピックにより、世界から注目を集める機会を捉えて、本県の魅力ある観光資源を PR し、訪日客に来県してもらえるように誘客に取り組んだ。

《実績》

- インバウンド向け体験型コンテンツ達成支援事業
 - OTA と連携して体験型旅行商品の造成し、OTA が運営する訪日旅行者向けの体験型旅行商品販売 Web サイトに掲載するとともに、メディアへの記事掲載等の販売プロモーションを実施した。
- 新幹線利用者向け特設サイト作成事業
 - 新幹線を利用する訪日旅行者等をターゲットとした特設サイト(多言語対応)を開設し、東京から愛知県へのアクセスの利便性の良さを紹介する記事や、県内の新幹線駅(豊橋、三河安城、名古屋)周辺の観光スポット、体験型アクティビティ等を掲載した。

⑧SNS を活用した情報発信

【東三河「新しい人の流れ」創出事業】(東三河総局)

海外への訴求力の高いインフルエンサーや地元外国人の協力のもと、SNS 等を活用し、東三河の観光資源を素材に情報発信・拡大させる取組を展開することにより、海外及び在日外国人に対し東三河の魅力強く印象付け、東三河の知名度の向上と観光客の増加を図った。また、東三河の観光団体等のインバウンド人材の育成を図るため、人材育成講座を開催した。

《実績》

- 東三河体験プログラムの情報発信
 - 参加人数:12 名(インフルエンサー2 名、地元外国人 10 名)、体験回数:14 回(2 名が 2 回体験)、投稿

数:30件、いいね・リツイート数:818、コメント数:204件、PV数:1,457回

➤ 東三河レストランバスを活用した情報発信

参加人数:8名(インフルエンサー2名、地元外国人6名)、投稿数:11件、いいね・リツイート数:217、コメント数:29件、PV数:333件

➤ 人材育成講座

講座回数:4回、受講対象:東三河地域の市町村観光担当者及び観光協会職員、受講人数:計45名(第1回10名、第2回11名、第3回12名、第4回12名)

戦略Ⅱ 観光資源の充実とブランド化の推進

(1) 武将観光・産業観光の推進

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

② 武将観光イベントの開催

【武将観光の推進】(観光振興課)

本県には、信長、秀吉、家康の郷土の三英傑をはじめ、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、全国の武将隊や忍者隊が集結する集客イベント「サムライ・ニンジャフェスティバル」を開催するとともに、「徳川家康と服部半蔵忍者隊」により「武将のふるさと愛知」の魅力を発信することで、国内外からの誘客を図った。

《実績》

➤ 武将観光イベント

✓ イベント名:サムライ・ニンジャフェスティバル 2020

✓ 開催日:2020年11月8日

✓ 場所:県営都市公園 大高緑地

✓ 来場者:28,000人

➤ 徳川家康と服部半蔵忍者隊

活動実績:名古屋城(代替措置のSNS配信含む)及び中部国際空港(代替措置のミツコシマエヒロバス含む)等で活動。

名古屋城=毎日(名古屋城閉鎖時はなし)、県委託事業(県内)=16日、県委託事業(県外)=2日、委託事業者自主事業=5日

【愛知のお城観光推進事業】(観光振興課)

愛知県は信長、秀吉、家康の「三英傑」と呼ばれる全国的にも知名度の高い武将の出身地として、歴史的価値の高い城郭・古戦場跡地等が多数存在する。城郭・城址の持つ価値の向上を促すとともに、市町村同士の情報共有、広域に効率的に情報発信を行うため、協議会を設立し、横浜で開催された「お城 EXPO2020」への出展、全国のお城をテーマとした「にっぽん城まつり」の開催を行った。

《実績》

➤ お城 EXPO 2020 出展

✓ 開催日:2020年12月19~20日

✓ 開催場所:パシフィコ横浜 ノース

- ✓ 来場者数(お城 EXPO 全体の来場者数):計 9,189 人
- ✓ 協議会として5小間で出展(参加自治体:名古屋市、犬山市、稲沢市、愛西市、豊明市、岡崎市、新城市)
- にっぽん城まつり feat.出張!お城 EXPO in 愛知開催
- ✓ 開催日:2021年3月20~21日
- ✓ 開催場所:Aichi Sky Expo 展示ホールA、会議室
- ✓ 来場者数(お城 EXPO 全体の来場者数):計 13,000 人

⑦産業観光に係る資源発掘と磨き上げ

⑧産業観光施設の連携強化

⑨産業観光に係るPR・プロモーション

⑩産業観光イベントの実施

【「見にトリップ／いくさトリップ」の作成】(観光振興課)

東海地方には、当地で発展してきた繊維機械産業、自動車産業、航空機産業などをテーマにした産業観光施設や、武将ゆかりの史跡等が数多く存在し、観光資源として積極的に活用していくことが必要である。そこで、愛知・岐阜・三重広域観光推進協議会において、武将観光施設、産業観光施設及び忍者観光施設を紹介するパンフレットを作成するとともに、掲載施設を巡るスタンプラリーを開催することで周遊観光を促進した。

《実績》

- 実施期間:2020年10月1日~2021年2月28日
- 参加施設:掲載施設 229 施設(愛知県:69 施設、岐阜県:75 施設、三重県:85 施設)
内、スタンプラリー対象施設 174 施設(愛知県:60 施設、岐阜県 54 施設、三重県:60 施設)
- 応募者数:2,546 名(うち有効応募者数 2,401 名)
- 施設訪問者数:14,161 名

【「リニモ」の産業観光資源としての利活用】(交通対策課)

愛知高速交通株式会社において、「リニモ体験乗車券」の販売を引き続き実施した。

《実績》

- 2020 年度体験乗車券販売数:131 枚

【産業観光施設の共通券設定】(航空対策課)

引き続き、MRJ ミュージアム、トヨタ産業技術記念館、トヨタ博物館及び岐阜かかみがはら航空宇宙博物館との共通券の販売を継続した。

(2)伝統・文化に触れる観光の推進

①山車まつり文化のPR・プロモーション

【あいち山車まつり活性化事業】(文化芸術課文化財室)

「あいち山車まつり日本一協議会」における、①総会・研修会の開催、②シンポジウムの開催、③共催研修会の開催、④情報発信事業(次世代育成事業を含む。)、⑤あいち山車文化魅力発見講座の実施、⑥保存・継承支援事業の実施、⑦広報などの取組を通じて、あいちの山車まつりの保存・継承及び振興を図るとともに、その魅力を県内外へ発信した。

《実績》

- ①総会・研修会の開催
 - ✓ 総会:書面開催(2020年7月6日)

- ✓ 研修会:中止(新型コロナウイルス感染拡大防止のため)
- ②シンポジウムの開催
開催日:2020年11月14日、場所:知立リリオ・コンサートホール、内容:日本の祭シンポジウム、参加者数:約200人
- ③共催研修会の開催
開催日:2020年8月4日・10月1日・12月1日(全3回)、会場:愛知県産業労働センター(ウインクあいち)、内容:祭の運営に関するパネルディスカッション
- ④情報発信事業・次世代育成事業
 - ✓ 映像作品を制作(約340カ所にDVDを配布、協議会HP及びYouTube公式チャンネルにアップロード)
 - ✓ 参加団体数:情報発信事業(3団体)、次世代育成事業(2団体)
- ⑤あいち山車文化魅力発見講座の実施
開催日:2021年1月26日、2月17日、2月28日(全3回)、会場:愛知県産業労働センター(ウインクあいち)、参加者数:延べ159人
- ⑥保存・継承支援事業の実施
 - ✓ クラウドファンディング活用サポート事業
団体:津島石探祭車保存会南部車(津島市)、内容:鉦(かね)の新調、目標金額30万円 → 支援金額24万9千円
 - ✓ 山車まつり支援アドバイザー相談事業
- ⑦広報
 - ✓ 『あいち山車まつり図鑑』2,500部発行(約1,220カ所に配布)
 - ✓ 協議会ホームページの管理・運営(PV数:73,519PV、訪問者数:30,175人)

(3)グルメ・食文化のブランド化

①なごやめし普及促進協議会を通じた「なごやめし」の普及促進

【なごやめしの普及促進】(観光振興課)

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することで、本県への一層の誘客促進を図った。具体的には、PRツール作成やホームページ、SNS、首都圏でのイベント出展等を通じて魅力発信を行った。

《実績》

- なごやめし飲食店周遊型イベントの開催
新型コロナウイルス感染症の影響により疲弊するなごやめし飲食店の利用を促し、なごやめし普及のための基盤を支えるとともに、更なるなごやめし普及を図るため、スタンプラリー及びインスタグラムキャンペーンを実施した。
- イベント出展・開催
サムライ・ニンジャフェスティバル2020に出展した(2020年11月8日)
- 飲食店検索サイトの情報追加
なごやめし普及促進協議会HPに掲載しているなごやめし飲食店について、テイクアウト、通信販売対応店の情報を追加した。
- PR協力事業者との連携
カルビーによるご当地ポテトチップス発売(堅あげポテト手羽先味、7月20日～)。
- 「なごやめし」を核としたワンハンドフードの開発
 - ✓ タイトルコピー(「Wander Gourmet」に決定)や各フードの商品名の開発
 - ✓ 共通パッケージの制作

- ✓ 食べ歩きイベントの実施(円頓寺商店街にて11月20日～12月20日)
- ✓ 食べ歩きしやすい環境づくりに向けた検討
- フリー画像データ作成
メディア等から要望の多い「なごやめし」画像データを新たに撮影、制作し、素材画像を充実させた。

【あいちの酒需要拡大の促進】(産業振興課)

首都圏・県内の消費者や訪日外国人等をターゲットに、県内中小酒造メーカー等のPR、販売促進活動を支援した。

《実績》

- PR用パンフレット「愛知の酒」の作成:5,400部
- オンラインイベントの実施
- 日本酒等販売促進会議の開催:1回(書面開催)

【いいともあいち推進店の登録推進】(食育消費流通課)

県産農林水産物を積極的に販売する店舗や、食材として利用する飲食店に働きかけ、「いいともあいち推進店」の登録を推進した。

《実績》

登録店舗数 1,168 店(2020年度末時点)

【愛知のふるさと食品コンテストの開催】(食育消費流通課)

県産農林水産物を活用した加工食品の品質向上を図るとともに、開発技術、販売手法等を支援して、新たな加工需要を創出し、農林水産業の振興に資するため、愛知のふるさと食品コンテストを開催した。

《実績》

出品数:41 食品

③農林水産物のPR・プロモーション

【いいともあいちブランド力強化事業】(食育消費流通課)

うなぎや名古屋コーチンといった本県の主要品目のブランド力強化と、これら主要品目以外にも存在する産出額がトップレベルの農林水産物やその加工品について、県内外に向けていいともあいち運動を活用したプロモーションを行った。また、主要農業県としての地位を維持し続けるため、次代を担う本県開発の新たな品目・品種の知名度向上に向けた取組を実施した。

《実績例》

- SNSを活用したイメージアップ情報の発信、県産食材を使用したメニューキャンペーンの開催による販路拡大(2021年1月12日～2月10日、首都圏を中心に115店舗)
- 名古屋コーチンの日消費拡大イベント開催
- おもてなし花壇設置、フラワーバレンタインプロモーション推進
- 第9回愛知県茶会開催
- ICT技術を活用した県産水産物の知名度向上
- 本県が開発したカンキツ新品種「夕焼け姫」、ニホンナシ新品種「愛知梨3号」、「かがり弁ギク」のブランド化の推進・定着

(4)着地型観光の推進

①着地型観光の商品化支援

②着地型観光商品の販売促進支援

【着地型観光プログラム促進事業】(観光振興課)

本県には、歴史(城郭・武将・街道)や産業、山車・祭文化、グルメ、自然など多彩な地域資源があるものの、観光資源としてうまく活用しきれていない。そこで、これらの地域資源を体験観光等の着地型観光プログラムとして商品化することを促進した。また、商品化した着地型観光プログラムをプロモーションすることで、愛知の地域資源を活かした誘客を図った。

《実績》

●観光プログラムの開発

➤ ガイダンス

- ✓ 開催日:2020年4月8日以降、YouTubeに動画をアップ
- ✓ 内容:本事業の目的や内容を説明のうえ、企画提案を募集。

➤ コンサルティング

- ✓ 内容:企画提案者に対し、有識者、及び県や愛知県観光協会職員を交えたコンサルティングを実施。コンサルティングでは品質・価値・運営体制に関する助言を行い、「地域観光資源販売促進事業」の販路拡大サポートプログラムへの申請を促した。
- ✓ 時期(会場):第1回/5月11日(オンライン)、第2回/6月11日(名古屋市内)
- ✓ 講師:大ナゴヤツアーズ 加藤幹泰氏
- ✓ 参加事業者:LOVEARTH(蒲郡市)、味のヤマスイ(蒲郡市)、小川農園(田原市)、渥美半島自然感察ガイド(田原市)、若松屋阡壺(犬山市)、にっしん観光まちづくり協会、尾張旭市観光協会、知多市観光協会、西尾市観光協会

➤ 商品化したプログラム

- ✓ これであなただも抹茶通!五感で堪能する抹茶の世界、心安らぐちよっと大人の「抹茶街道」(西尾市観光協会)
- ✓ 形原漁港内の魚屋で蒲郡自慢の5種の魚介類を“堂々つまみ食い”(山本水産(株))
- ✓ 霊場会公認ガイドと尋ねる『十弘法巡りと岡田の古い街並み散策』(知多市観光協会)
- ✓ パティシエと一緒に!乳しぼりから始めるプリン作り in 愛知牧場(にっしん観光まちづくり協会)
- ✓ 未知のフルーツを収穫に行こう(小川農園)

【ナイト観光促進事業】(観光振興課)

特にナイト観光プログラムを実施しようとする事業者を支援することで、夜間の消費を呼び起こし、ひいては宿泊需要の増加を通じて客単価の向上につなげる取組を実施した。

《実績》

➤ フォーラムの開催

日時:2020年4月(オンライン)、内容:商品化支援プログラムの説明

➤ 商品化支援プログラム

- ✓ 実施内容:ナイト観光プログラムの商品化を考える事業者を広く公募し、その事業内容を新規性・確実性・収益性・継続性などの観点から審査の上、優秀な事業者に対して、事業資金の支援を行った。
- ✓ 応募件数:8件、採択件数:8件

【VISIT 愛知県の運営】(観光振興課)

地域の魅力ある観光資源を組み合わせ、新たな着地型旅行商品として造成した商品を、全国販売の展開が可能な旅行会社の旅行商品として販売するため、旅行商品の販売管理と着地型旅行商品販売サイト「VISIT 愛知県」の運営を委託した。

《実績》

13 市町の商品に 2,736 件の予約

(5) 情報発信の充実・強化

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

【愛知観光プラットフォーム推進事業】(観光振興課)

JR 東海と地元がタイアップして実施した「愛知デスティネーションキャンペーン」では、東京・大阪・福岡の主要駅周辺で観光展を開催し、市町村とともに本県への観光を呼びかけた。この観光展では、各地の消費者から「愛知県にこんなところがあるとは知らなかった」といった声が、市町村からは「この地方の人には、どんな資源が好感触かわかった」といった声が出て、双方にとって有意義な場となった。そこで、引き続き、双方の距離を縮め、誘客を図る機会を設けることとした。

《実績》

- 2020 年 9 月 26・27 日：岐阜県(川島ハイウェイオアシス)
- 2020 年 12 月 5 日：三重県(鈴鹿サービスエリア)
- 2021 年 2 月 20・21 日：大阪府(イオンモール鶴見緑地)
- 2021 年 3 月 6・7 日：北海道(イオンモール札幌発寒)
- 2021 年 3 月 13・14 日：宮城県(イオンモール名取)
- 2021 年 3 月 20・21 日：福岡県(イオンモール福岡)
- 2021 年 3 月 27・28 日：千葉県(イオンモール幕張新都心)

【東三河「新しい人の流れ」創出事業】(東三河総局)

東三河地域への観光客の掘り起こし及び飯田線の乗客数の増加を図るため、浜松圏住民や JR 東海「さわやかウォーキング」参加者をターゲットに観光プロモーションを実施した。また、東三河来訪や飯田線利用の動機付けとなる広報素材を作成した。

《実績》

- JR 東海「さわやかウォーキング」参加者への PR イベント
 - ✓ イベント名：ウォーキングスタンプラリー
 - ✓ 開催日：2020 年 11 月 28 日
 - ✓ 場所：JR 飯田線野田城からわくぐり神社
 - ✓ スタンプラリー参加者：482 名
 - ✓ 広報素材の作成：東三河ロマン旅チラシ 1,000 部
- 浜松圏住民への PR イベント「花とスイーツのバレンタイン by Higashimikawa」
 - ✓ 開催日：2021 年 2 月 7 日
 - ✓ 場所：浜松市ギャラリーモール ソラモ
 - ✓ 来場者：約 1,000 名

② 各種広報媒体による情報発信

【女子旅誘致プロモーション】(観光振興課)

本県の観光は、女子旅に求められる交通面での利便性も高く、醸造文化や焼き物、四季折々の花々など、「女子旅」に期待できるコンテンツが数多くみられる。しかし「戦国武将」など比較的男性に好まれるものを主要な観光ブランドとしてきた経緯から、まだ女性観光客の誘致が十分とはいえない状況である。こうしたことから、2019 年度に引き続き、明確に女性をターゲットに絞り、女性がトレンドを知る上で注目しやすいメディアを活用した継続的・戦略的プロモーションを実施

すると同時に、本県で独自に画像素材を撮影し、著作権フリーの素材としてメディアに提供することにより、より効果的に記事化を促した。

《実績》

- 掲載・放映等実績
 - ✓ テレビ:件数/10件(キャッチ!、ニュースOne、シューイチ、ドデスカ!、タイチサン 等)、内容/LOVE あいちキャンペーンキックオフ、瀬戸焼 他
 - ✓ 新聞:件数/45件(中日、毎日、読売、旅行新聞新社 等)、内容/LOVE あいちキャンペーンキックオフ、ドライブ to あいち、ぐるりっふあいち 等
 - ✓ 雑誌:件数/7件(週刊朝日、MONOQRO、トラベルジャーナル、旅の手帖)、内容/LOVE あいちキャンペーン、へきなんとりっふ
 - ✓ Webメディア:件数/329件(Yahoo!ニュース、グノシー、LINE ニュース 等)、内容/LOVE あいちキャンペーン、WEB 物産展、ジブリの大じゃない博覧会 等
- アプローチシート実績
10件

③動画による情報発信

【観光デジタルマーケティング推進事業】(観光振興課)

本県の観光施策のデジタル化を強力に推進するとともに、本県の観光資源が有する魅力を効果的に伝えていくことを目的に、ウェブページに比べて圧倒的な情報量を伝えられる動画を作成した上で、ターゲットを絞った動画広告を配信して当該動画への視聴を促し、本県への誘客を図るとともに、広告や動画に対するユーザーの反応を収集・分析することで、次期マーケティングに役立てる事業を実施した。

《実績》

- 動画視聴回数(2021年3月末時点)
ver. POP:約355万回再生、ver. DEEP:約320万回再生
- 「Aichi Now」サイトへの誘導(2020年10月1日～2021年1月19日)
YouTube 動画広告から19,946回
- 「LOVE あいちキャンペーン」の特設サイトへの誘導(2020年9月25日～10月20日)
Instagram フィード内の動画付き誘導広告から9,653回

(6)映画・ドラマ等のロケ支援及びロケーション資源の活用

①映画やドラマ等のロケ誘致と撮影支援

②ロケ地のPR・プロモーション

③愛知県フィルムコミッション協議会の運営

【フィルムコミッション活動の支援】(観光振興課)

映画やドラマ等のロケ地は観光資源として観光客誘致が期待できるとともに、撮影のために訪れた撮影スタッフによる宿泊や飲食等による直接的な経済効果を期待できる。そこで、2014年に設立した「愛知県フィルムコミッション協議会」を通じ、県全域のロケ誘致に取り組むとともに、ロケ地マップを作成して、ロケ地となった箇所のPRを行った。

《実績》

- ロケ支援件数:16件
- ロケ地マップ:ゾッキ(映画・蒲郡市)4万部、泣きたい私は猫をかぶる(映画・常滑市)1万部、太陽は動

かない(映画・名古屋市ほか)1万部を作成

- 映画館への配架:泣きたい私は猫をかぶる、太陽は動かないのロケ地マップを東名阪の映画館に配架(2020年11月28日～2021年3月5日)

(7)ポップカルチャー観光の推進

①「世界コスプレサミット」の開催支援

【「世界コスプレサミット」の開催支援】(観光振興課)

世界コスプレサミット実行委員会に加入し、会場調整や広報で開催を支援したほか、新型コロナウイルス感染症の影響により厳しい運営を迫られたことから、名古屋市と共に負担金を支出した。

《実績》

参加国・地域:40カ国・地域(新型コロナウイルス感染症の拡大防止のため、初のオンライン開催)

②ポップカルチャー観光に係る資源発掘と磨き上げ

③ポップカルチャー観光に係るPR・プロモーション

【ポップカルチャー観光推進事業】(観光振興課)

新たな観光素材の振興として、引き続き、愛知県内においてポップカルチャーイベントを開催し、愛知県をポップカルチャー観光の聖地とする認知度向上と誘客促進を図った。2020年度は、「Aichi Sky Expo」において、AICHI IMPACT!実行委員会が開催している「eスポーツ」とライブエンタテインメントの祭典「AICHI IMPACT!」のコンテンツの一つとして開催し、親和性の高さを活かした相乗効果による誘客促進を図ることとし、同実行委員会に対し、開催経費の一部を負担した。

(8)山村・離島の観光振興

①山村・離島の観光資源の発掘と磨き上げ

②山村・離島の観光に係るPR・プロモーション

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

【あいちの離島関係人口創出事業】(市町村課地域振興室)

佐久島(西尾市)、日間賀島及び篠島(南知多町)の離島3島の活性化を目指し、情報発信等による観光誘客を行うとともに、島と多様に関わり、島の活性化に寄与してくれる関係人口の創出につながる取組を実施した。

《実績》

- テレビ番組による情報発信:6局18件
- 雑誌:「ターンズ」へあいちの離島の取り組みを掲載
- ウェブでの情報発信:インスタグラム10回、フェイスブック9回、YouTube7回
- イベント出展によるPR:アイランダーへの出展、その他イベント出展2回
- 島会議(島外者参加型会議):9回
- オンラインミーティング:1回
- アイデア募集キャンペーン:1回
- 魅力アンケートキャンペーン:1回
- デジタルサイネージ:1回

【あいちの山里関係人口創出事業】(市町村課地域振興室)

観光資源を含む三河山間地域の魅力を、テレビ番組やSNSを通して発信し、併せてスマホアプリを活用した地域周遊型誘客イベントを実施することで、三河山間地域と多様に関わり、地域

のファン・サポーターとなり得る「関係人口」の創出を図った。

《実績》

- 情報発信
テレビ番組放映 13 回、WEB・SNS による情報発信、フリーマガジン発行(約 1 万部)
- 誘客イベント
スマホアプリを活用した誘客イベントの実施:参加人数 186 人

【東三河スポーツツーリズム推進事業】(東三河総局)

東三河地域の強みである豊かな自然(山・川・海)を活かし、アウトドアスポーツを中心とした「東三河スポーツツーリズム」を市町村、観光関係団体等と一体となって推進した。

《実績》

- 東三河スポーツツーリズム全体構想調査事業
東三河地域のスポーツ全般の現状と課題等を抽出・分析し、東三河独自の「スポーツツーリズム」の全体構想を構築し、ツーリズムの実現に向けた効果的な展開を調査した。
- 東三河アウトドアスポーツツーリズム推進事業
渥美半島のサイクリング、奥三河のトレッキング、豊川のカヤックなどを活用した東三河の広域周遊ルートを選定し、PR 素材の作成や情報発信を実施した。
 - 6 つのサイクリングルート、4 つのトレッキングルート、1 つのパドリングフィールドを選定
 - ルート看板デザインの製作
 - ルートマップパンフレット作成
 - モンベルフレンドエリアへの登録

【観光・産業・物産フェア開催費負担金】(観光振興課)

東三河地域で取り組まれているスポーツツーリズムの機運醸成を図り、県内外に向けて PR するため、東三河のスポーツツーリズムをメインテーマとして、観光 PR も併せて行うイベントを開催した。

《実績》

- タイトル:Aichi Sky Expo Outdoor Discovery 2021
- 開催会場:Aichi Sky Expo ホール C
- 開催日時:1 月 16・17 日 10:00~17:00
- 出展数:62 社(団体)
新型コロナウイルス感染症に伴う、愛知県下の緊急事態宣言により、24 社(団体)がキャンセル
- 来場者総数:4, 186 名

(9) 街道観光の推進

- ① 街道観光に係る資源発掘と磨き上げ
- ② 街道観光関係施設の連携強化
- ③ 街道観光に係る PR・プロモーション

【愛知県街道観光推進協議会】(観光振興課)

愛知県は、東海道や美濃路、飯田街道をはじめ、多くの歴史街道にゆかりのある観光資源を有している。そこで、街道関係地域の連携・協力体制の強化を図るとともに、「街道」を鍵とした内外からの誘客を図り、街道観光の推進を図るため、ガイドブックの作成やメディアを活用した PR、旅行会社と連携したツアー造成等を実施した。

《実績》

➤ ガイドブックの作成

協議会参画地域の街道である東海道・美濃路・飯田街道を中心に、県内の街道の魅力を発信し、各地の街道観光関連イベントを紹介する広域街道観光ガイドブックを作成(20,000部)。

➤ メディア(TV旅番組)を活用したPR

昨今人気の高い町歩き番組等とコラボレーションし、ロケを誘致することにより、視聴者に向け、本県の街道観光の魅力を実践(2番組)

➤ 旅行会社連携ツアー造成

街道観光商品の造成実績のある旅行会社に対し、商品造成補助を行い、本県の街道観光コンテンツの認知度向上を図るとともに、首都圏等からの誘客を促進。

✓ 企画・実施:クラブツーリズム株式会社

✓ 参加人数:東海道(2020年11月11日)12名、美濃路(2020年11月8日)16名、飯田街道(11月29日)10名

➤ 地域イベントPR

県内各地で開催される街道観光関連イベントにおける集客力・発信力を強化するため、PR用の幟を作成。

➤ シンポジウムの開催

東海道57次の街道観光関係者が一堂に会し、有識者による講演や各地の取組事例発表、情報交換等を実施。

✓ 日程:2021年2月1日

✓ 会場:ANAクラウンプラザホテルグランコート名古屋7階ザ・グランコート

✓ 講師:志田威氏、黒田尚嗣氏

✓ 事例発表:品川宿(東海道宿駅会議副会長 堀江新三氏)、二川宿(二川宿本陣資料館 学芸員 早野祐美子氏)、守口宿(東海道宿駅会議理事 加藤忠廣氏)

✓ 参加者:東海道沿線都府県・街道観光関係者等 約50名

(11) 観光施設の整備等への支援

① 観光施設の設置及び改修整備への支援

② 観光展の開催や広域的観光振興事業等への支援

【元気な愛知の市町村づくり補助金】(市町村課地域振興室)

観光振興につながる地域の資源を活かした自主的・主体的な取組に対して、予算状況に応じて、補助金を交付した。

《実績》

交付実績:4件、16,468,000円(観光振興事業関連分)

【文化財保存修理費補助金】(文化芸術課文化財室)

国・県指定文化財の適切な維持管理のため、必要な保存修理費の一部を所有者に補助を行った。

《実績》

交付実績:62件、61,185千円

【観光施設費等補助金】(観光振興課)

市町村、観光事業を目的とする一部事務組合、市町村が加入する観光展主催団体、複数の市町村が加入する広域的観光推進組織、単一の市町村及び単一市町村が加入する観光推進組織が実施する、①観光施設の設置及びバリアフリー化等(多言語化を含む。)の改修整備事

業、②観光展の開催事業、③広域的観光振興事業(複数の市町村等が実施する情報発信、イベント開催、人材育成等)に対して補助金を交付することで、観光振興を図った。

《実績》

交付件数:21件、29,658千円

【設楽ダム水源地域整備事業】(水資源課)

設楽ダム水源地域整備事業の一環として、設楽町が実施する歴史民俗資料館(奥三河郷土館)建設(2021年5月オープン)、ダム湖周辺の公園整備事業に支援を行った。

(12) 学習施設を活用した環境観光の推進

① AEL(あえる)ネットを活用したスタンプラリーの開催

【AEL ネットを活用したエコアクションの推進】(環境活動推進課)

県内の環境学習施設等で構成されている AEL ネットに加盟している施設や自治体が連携して環境学習スタンプラリーを実施した。

《実績》

実施施設数:168施設等(環境学習施設、団体、自治体)

② 環境学習施設の施設情報、講座・イベント情報等の発信

【もりの学舎】(環境活動推進課)

愛・地球博記念公園の環境学習施設「もりの学舎」及びその周辺フィールドにおいて、インタープリターによる自然体験や工作などの環境学習プログラムを実施した。

《実績》

- ▶ プログラム実施回数:もりのツアー(512回)、工作教室(390回)
- ▶ プログラム参加者数:もりのツアー(1,184人)、工作教室(1,252人)

(13) 自然公園の活用

② 自然公園を活用したウォーキングなどのイベントの開催

【自然公園施設の利用促進】(自然環境課)

伊良湖休暇村公園施設で「自然観察会」を実施した。

《実績》

開催日:2020年4月~2021年3月の日曜日・月曜日(年51回)、参加者数:178名

(14) 県営都市公園の活用

① 多くの集客を得ることができる公園施設の整備やイベントの開催

【ジブリパークの推進】(ジブリパーク推進課)

ジブリパーク5エリアのうち、「青春の丘エリア」、「ジブリの大倉庫エリア」、「どんどこ森エリア」の3エリアについて本体整備工事に着手し、展示・演示計画の検討を行った。あわせて、「もののけの里エリア」、「魔女の谷エリア」の残り2エリアについて実施設計を行った。

【愛・地球博記念公園等でのイベント開催・実施】(公園緑地課)

愛・地球博の理念・成果を継承するイベント、大高緑地や東三河ふるさと公園での地域交流イベントを県主催で開催した。

《実績》

- 「モリコロパーク 秋のモバイルラリー」
2020年9月26日～10月11日(16日間)、参加者数990人
- 油ヶ淵水辺公園「秋のモバイルラリー」
2020年10月28日～12月6日(40日間)、参加者数790人
- 東三河ふるさと公園「ふるさとオータムウォークラリー」
2020年10月24日～11月1日(9日間)、参加者数約15,500人
- 油ヶ淵水辺公園「新春フェスタ」
2021年1月31日(1日間)、参加者数約2,000人
- 大高緑地での地域交流イベント【花梅まつり】
2021年2月28日・3月7日(2日間)、参加者数約7,000人

戦略Ⅲ 観光交流拠点としての機能強化

(1) 広域観光の推進

① 昇龍道プロジェクトの推進

【昇龍道プロジェクトの推進】(国際観光コンベンション課)

広域観光推進組織の一員として昇龍道プロジェクトを推進するほか、海外でのプロモーションや招請事業等においても、「昇龍道プロジェクト」等の広域観光の取組を紹介した。

③ 近隣県と連携した広域観光の推進

【「日本忍者協議会」を通じた忍者観光の推進】(観光振興課)

日本固有の文化資産「忍者」を活用し、国や自治体、民間団体が連携して情報発信等を行い、海外・国内から誘客を促進する等、観光振興、文化振興、地域経済の活性化を図った。

《実績》

- 愛知・岐阜合同観光展でのPR(刈谷市)
- 文化庁「Living History 促進事業」を活用した体験プログラムの開発
- 東京で体験プログラム「NINJA WALK」を開催
- 忍者の日キャンペーンの運営

(4) 交通拠点発の二次交通及び観光周遊コースの充実

② 交通拠点発の観光周遊コースの整備促進

【愛知観光プラットフォーム推進事業】(観光振興課)

愛知・名古屋観光誘客協議会において、地域のバスツアー催行会社に助成することにより、ツウな魅力を取り込んだ、テーマ性の高いバスツアーの実施を呼びかけた。

《実績》

1社(5コース)

戦略Ⅳ MICE・スポーツ大会を通じた誘客推進

(1) MICE の誘致

① MICE 誘致のための PR・プロモーション

② 愛知・名古屋 MICE 推進協議会への参画

【国際会議等の誘致】(国際観光コンベンション課)

名古屋市、名古屋観光コンベンションビューロー並びに当地域で MICE に関わる幅広いステークホルダーとともに設置した「愛知・名古屋 MICE 推進協議会」を通じて、地域が一丸となって、政府系会議や大規模国際会議をはじめとする MICE 誘致に取り組んだ。

《実績》

➤ MICE セミナーの開催

MICE の誘致・開催に係る最新情報を構成団体等の関係者及び愛知県内の市町村の MICE 担当者に広く提供するため、ブレジャー推進プロジェクトと連携して、MICE セミナーを開催した。

開催日:2021 年 2 月 15 日、会場:名古屋商工会議所及びオンライン、参加者数:60 名(うちオンライン 32 名)

➤ 国内 MICE 見本市への出展

オンラインで開催された MICE の商談会「IME2021」に参加し、バイヤーと商談を行った。

開催日:2021 年 2 月 24~26 日、参加者:セラー81 団体 59 ルーム、バイヤー160 名、商談数:14 件

➤ 東京都との都市間連携によるファミトリップ

海外企業からニーズが高い複数都市を巡るインセンティブ旅行に対応するため、(公財)東京観光財団と連携し、開催地決定に影響力のあるプランナー等を対象に共同でオンライン PR を実施した。

実施日:2020 年 11 月 26 日、参加者:欧州の MICE プランナー15 名

➤ ブレジャー推進プロジェクトの実施

世界で活性化しているビジネスでの訪問機会をレジャーに結び付ける「ブレジャー(BLEISURE)」のニーズを全国に先駆けて当地域に取り込むため、名古屋商工会議所と連携し、ブレジャー啓発セミナーを開催した。

開催日:2021 年 2 月 15 日、会場:名古屋商工会議所及びオンライン、参加者数:60 名(うちオンライン 32 名)(再掲)

➤ MICE 専門誌への PR 広告掲載

公益財団法人日本工学会・令和2年度版年報に PR 広告を掲載した。

➤ テクニカルビジット&ユニークベニューモデルツアーの開催

新型コロナウイルス感染症の影響により、内容を撮影ツアーに変更し、動画コンテンツ「Technical Visit & Unique Venue-Journey to Aichi-Nagoya-」を作成し、招聘予定だった関係者に提供するとともに、リーフレット「愛知・名古屋テクニカルビジット参画企業」を作成した(日本語・英語各 500 部)。

④ 2019 年度の第 57 回技能五輪全国大会・第 39 回全国アビリンピックの開催及び 2020 年度の第 58 回技能五輪全国大会・第 40 回全国アビリンピックの開催誘致

【技能五輪全国大会・全国障害者技能競技大会開催費】(産業人材育成課)

新型コロナウイルス感染症の感染拡大防止のため、2020 年度の技能五輪全国大会・全国アビリンピックは無観客で開催された。競技の様子を Youtube でライブ配信した。

■(番外)ワールドロボットサミット及びロボカップアジアパシフィック大会の開催に向けた取組
【ワールドロボットサミット・ロボカップアジアパシフィック大会開催】(産業振興課ロボット国際大会推進室)

新型コロナウイルス感染症の影響により、2020 年度に開催予定だったワールドロボットサミット・ロボカップアジアパシフィック大会を 2021 年度に延期することとした。

(2)受入環境の整備

■(番外)愛知県国際展示場の管理・運営

【愛知県国際展示場管理運営】(国際観光コンベンション課国際展示場室)

運営事業者の業務実施状況のモニタリング等を行ったほか、県としても愛知県国際展示場の利用促進に向けたPR等に取り組んだ。

【展示会産業振興基金事業】(国際観光コンベンション課国際展示場室)

運営権対価収入を原資として設置された展示会産業振興基金を財源とし、運営事業者と県で設置した官民連携組織(Aichi Sky Expo 活性化推進機構)が実施する事業等に要する経費について負担した。

(3)スポーツ大会の招致・育成

④アジア競技大会などの国際的スポーツ大会の招致検討

【第 20 回アジア競技大会の開催準備】(アジア競技大会推進課)

第 20 回アジア競技大会の開催(2026 年)に向け、共催者である名古屋市や関係市町村等との調整を図りながら、大会組織委員会の支援、選手村の後利用事業者の募集及び都市基盤整備に関する検討、大会の PR、地域活性化ビジョンの具体化に取り組んだ。

一方、愛知・名古屋アジア競技大会組織委員会では、大会運営計画(競技会場、宿泊、輸送等)の検討、選手村の検討、競技会場の仮決定、大会の広報活動、マーケティング活動の推進、OCA(アジアオリンピック評議会)との連絡、調整、公益法人化に向けた準備に取り組んだ。

【第 5 回アジアパラ競技大会の開催可能性の検討】(アジア競技大会推進課)

第 5 回アジアパラ競技大会(2026 年)について、名古屋市と共同で開催意義やコンセプト、実施競技・会場等の検討や開催都市契約に係る検討・協議など開催可能性検討の調査を実施した。

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

【マラソンフェスティバル ナゴヤ・愛知の開催】(スポーツ振興課)

「名古屋ウィメンズマラソン 2021」、「名古屋ウィメンズホイールチェアマラソン 2021」、「名古屋シティマラソン 2021」、「マラソン EXPO」といった競技・イベントを開催した。なお、新型コロナウイルス感染症拡大防止のため、「名古屋ウィメンズマラソン 2021」及び「名古屋シティマラソン 2021」については、定員を例年の約半数に縮小するとともに、国内在住者に限定してランナーを募集したほか、大会約 1 か月前には、オンラインマラソンへの移行希望を受け付けるなど、感染症対策を徹底した。

《実績》

- 名古屋ウィメンズマラソン 2021
開催日:2021 年 3 月 14 日、参加者数:4,704 人(オンラインマラソン移行者(4,800 人)を除く)
- 名古屋ウィメンズホイールチェアマラソン 2021

開催日:2021年3月14日、参加者数:7人

➤ 名古屋シティマラソン 2021

開催日:2021年3月14日、参加者数:4,113人(オンラインマラソン移行者(667人)を除く)

➤ マラソン EXPO

開催日:2021年3月12~14日、来場者数:28,565人

【アイアンマン 70.3 セントレア知多半島ジャパンの開催支援】(スポーツ振興課)

WTC (World Triathlon Corporation) の公認により世界各地で開催されている「アイアンマン 70.3 シリーズ (スイム1.9キロ、バイク90.1キロ、ラン21.1キロの合計113.1キロ=70.3マイル)」の国内唯一の大会である「アイアンマン 70.3 セントレア知多半島ジャパン」の開催を支援した。

《実績》

➤ 開催期日:2020年10月17・18日 ※競技開催は10月18日

➤ 開催場所:知多市(新型コロナウイルス感染症拡大の影響で、知多市のみをコースとしてコンパクトに開催)

➤ 参加者:844名/組

➤ 観戦者:約500人

【新城ラリーの開催支援】(スポーツ振興課)

奥三河地域への誘客拡大や特産品振興を通じた地域の活性化を図るため、「新城ラリー」の開催を支援した。(新型コロナウイルス感染症拡大の影響で、無観客での開催となった。)

《実績》

➤ 開催期日:2021年3月20・21日

➤ メイン会場:県営新城総合公園

➤ 出場台数:64台

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

【あいちスポーツコミッションの運営】(スポーツ振興課)

フリーマガジン「aispo!」の発行や「aispo!web」・SNS「aispo!」を通じたスポーツ大会情報等の発信により、大会やイベントを活かした地域活性化を促進した。

《実績》

➤ 「aispo!」の発行

✓ 発行回数:4回(6月、9月、12月、3月)

✓ 発行部数:各20,000部(6月は電子書籍版のみ発行)

➤ スポーツ大会の再開支援

スポーツイベント再開をPRするテレビ番組等の制作及び配信。

戦略Ⅴ 戦略的な観光ひとつづくり

(1) 観光人材の育成

① 学校との連携・協働

【あいち学生観光まちづくりアワード】(観光振興課)

大学や専門学校、高校及びその学生・生徒を巻き込んで観光を盛り上げ、キーパーソンを育

成することを通じ、観光産業の振興に寄与するため、学生から観光振興に関する取組のアイデアを募集し、優れたものを表彰した。

《実績》

- 応募数:135 件(うち 5 件が書類審査通過)
- 応募内訳:大学 65 件(県内 51 件、県外 14 件)、専門学校 20 件(県内 11 件、県外 9 件)、高校 50 件(県内 45 件、県外 5 件)

②地域や企業で活躍する観光人材の育成

【あいち観光まちづくりゼミの実施】(観光振興課)

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」を実施した。地域の意欲ある人材をより多く発掘・育成するとともに、地域一体となった観光による地域振興のさらなる推進を図った。また、県内各地から集まったゼミ生相互の交流を促進し、各地の取組情報を交換することによって、県下の各地域で取り組む人材の横の連携を醸成し、人材、ひいては観光力の底上げを図った。

《実績》

ゼミ受講生:71 名(19 市町村)

【あいち観光まちづくりフォーラムの開催】(観光振興課)

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、フォーラムをオンライン開催し、学生を対象にしたアワードの優秀提案発表を実施するなどして、観光振興のキーパーソン育成を促した。

《実績》

開催日:2021 年 3 月 23 日、会場:ウインクあいち、参加者:新型コロナウイルスのため、オンラインで開催

(2)地域自らによる観光マネジメント力の強化

①日本版 DMO の推進

②観光関連団体の機能強化

【あいち版 DMO の推進】(観光振興課)

(一社)愛知県観光協会の県域 DMO としての機能を強化するため、着地型観光プログラム促進事業とナイト観光促進事業を委託し、同協会が観光地経営力を高められるよう支援した。

【Aichi Tourism Trend の配信】(観光振興課)

「観光予報プラットフォーム」の観光予報データや観光実績データ、愛知の公式観光サイト「Aichi Now」の閲覧数などを分析したレポートを月 1 回発行し、市町村観光担当課にメール配信したほか、県内観光関係者サイト「Aichi Now BIZ」にも掲載し、地域の EBPM の取組みを支援した。

(3)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

①観光ボランティアガイドの育成

【産業観光あないびと育成事業】(観光振興課)

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を対象に、「産業観光の発展の可能性と課題」及び「コロナ禍でおもてなしの心を伝える」をテーマとしたセミナーを開催した。全県組織「あいち観光ボランティアガイドの会」の運営を支援した。

《実績》

開催日:2021年1月20日、場所:愛知県産業労働センター(ウインクあいち)、参加者:18名

(4) 県民による魅力再発見の推進

③ 学校教育における地域の自然、歴史及び文化の学習の実施

【観光や地域振興をテーマにした教育課程の実施】(教育委員会高等学校教育課)

県立古知野高等学校の「観光ビジネスコース」や一部の県立高校において、観光や地域振興に関する教育を推進した。

《実績》

県立古知野高校「観光ビジネスコース」生徒数:41人(2020年度)

戦略Ⅵ 民間活力の活用

(1) 観光関連事業者との連携強化

① 観光関連事業者との情報共有、協働の強化

【Aichi Now Biz / Aichi Now Pro の運営】(観光振興課)

愛知の公式観光サイト「Aichi Now」のサブサイトとして、県内観光関係者向けの情報を発信する「Aichi Now BIZ」と、旅行会社やメディアなど送客主体向けの情報を発信する「Aichi Now PRO」の2サイトを(一社)愛知県観光協会とともに運営した。

【愛知観光プラットフォーム推進事業】(観光振興課)

2017年度から3か年で実施した愛知デスティネーションキャンペーンのレガシーを活用し、継続的な観光誘客と観光消費額の増加を図っていくために設立した愛知・名古屋観光誘客協議会において、旅行会社と地域関係者による商談会を開催した。また、地域資源を企画カードとして商品化し、素材集として取りまとめた上で、全国の旅行会社に配布・配信した。

《実績》

➤ オンライン商談会

- ✓ 上期 開催日:2020年7月29日、旅行会社:28社(36人)、地元関係者:39社・団体(52人)
- ✓ 下期 開催日:2020年10月15・16日、旅行会社:50社(65人)、地元関係者:31社・団体(52人)

➤ 素材集

- ✓ 2020年度下期向け:県内39市町村の242企画を作成・配布
- ✓ 2021年度上期向け:県内42市町村の303企画を作成・配布

【JR東海との協働】(観光振興課)

JR東海のエクスプレス予約利用者が購入できる周遊観光商品「愛知満喫パス」の造成に協力するとともに、商品購入者に本県が制作したパンフレットを進呈することで、新幹線利用者の県内での周遊観光の促進を図った。

【県内観光周遊促進連携事業】(観光振興課)

名古屋鉄道とタイアップして、名古屋鉄道の周遊乗車券を活用した県内観光地の周遊促進施策として、「ぐるりっぴあいちスタンプラリー」を開催した。

【高速道路を活用した誘客促進事業】(観光振興課)【再掲】

NEXCO 中日本と連携し、愛知県地域を中心とするエリアで ETC 乗り降り自由で、66 施設で使える観光商品券が付いたドライブプラン「ドライブ to あいち」を販売した

(2) 企業、NPO、市民活動、大学、留学生などとの連携・協働

① 民間企業(観光事業者以外)との連携・協働

【包括協定を締結した各社店舗等での情報発信】(商業流通課)

包括協定を締結しているコンビニエンスストアやスーパーの店舗で、パンフレットやポスターを通じて観光情報を発信した。

《実績》

5 社、21 回実施

【ハート・オブ・ジャパンあいち応援企業】(観光振興課)

「ハート・オブ・ジャパンあいち応援企業」を募り、本県の観光ポスターの掲示やリーフレットの配布等により、あいちの魅力発信に協力していただいた。

《実績》

応援企業数: 117 社(2021 年 3 月 31 日現在)

⑤ 県人会を通じた観光情報の発信

【県人会を通じた県政 PR の推進】(県民総務課)

毎年開催される各県人会総会等の機会を利用して、観光情報・県政情報の PR や県政への協力依頼を行った。また、各県人会が推薦する者に「愛知ふるさと大使」を委嘱し、出身県及び現在住んでいる県等において、積極的に観光情報の発信や愛知県政 PR 活動を実施していただいた。

《実績》

- 愛知ふるさと大使への県政 PR 資料送付(113 人、年 2 回)
- 会報誌発送等に併せた県政資料配付(42 県人会、資料配付は各会 3 種類程度)

(3) 有料道路コンセッションを通じた観光振興

① 有料道路コンセッションの実施

【有料道路コンセッションの実施】(道路建設課有料道路室)

パーキングエリアにおいて、新型コロナウイルス感染対策を徹底のうえ、民間事業者が沿線自治体や地元団体等と連携した地域製品の PR イベント等を開催した。なお、開催回数については、新型コロナウイルスの影響で前年度の 13 回から減少し、2 回となった。

3 2021年度の主要な観光振興施策

2021年度からは、新しい観光振興基本計画「あいち観光戦略 2021-2023」の計画期間となる。「あいち観光戦略 2021-2023」に掲げる「施策の柱」に係る主な施策は、以下のとおりである。なお、新型コロナウイルス感染症の影響により、施策の一部または全部が中止となる可能性がある。

【柱1】あいち「ツウ」リズムの推進

(ア)愛知ならではの「ツウ」な魅力向上

①地域資源の着地型観光プログラム化の促進

【着地型観光・ナイト観光プログラム促進事業】(観光振興課)

- ・ 市町村や地域観光協会、事業者が実施する着地型観光・ナイト観光プログラムに対し、最大100万円を支援。

【愛知観光プラットフォーム推進事業】(観光振興課)

- ・ 市町村・地域観光協会が自らの地域資源を観光プログラムとして磨き上げ、企画カード化。
- ・ 愛知・名古屋観光誘客協議会が企画カードを取りまとめ、素材集として全国の旅行会社に発信。

【地域観光資源販売促進事業】(観光振興課)

- ・ 地域の観光資源を顧客ニーズと旅行市場の実情に適うように商品化。
- ・ 商品をBtoBで旅行会社に販売するとともに、BtoCでウェブ経由で販売。

②旅行者の興味・関心に合わせた着地型観光プログラムの開発促進

【あいち「ツウ」リズム推進事業】(観光振興課)

- ・ 「ツウ」なテーマのうち、主たる3つ(歴史、産業、自然)について、ターゲットのプロファイルを作成。
- ・ プロファイルに基づいて感動レベルの体験コンテンツとして商品化し、実際に販売。

【インバウンド需要に対する県産農林水産物等のPR】(食育消費流通課)

- ・ インバウンド農業観光ルート創出に向けたプロジェクトチームの会議の開催及びセミナーの実施。
- ・ 外国人を活用した農業観光ルート案のモニター調査やSNS等による情報発信。

③「ツウ」なテーマごとの市町村境・県境を越えた連携・周遊の促進

【離島の振興】(市町村課地域振興室)

- ・ 離島の魅力発信及び関係人口の創出に向けた取組の推進。

【東三河「新しい人の流れ」創出事業】(東三河総局)

- ・ 2019年度に作成した、東三河地域の観光PR動画内で撮影された場所・体験等の来訪者による動画投稿キャンペーンを実施。

【愛知観光プラットフォーム推進事業】(観光振興課)

- ・ 交通結節点から県内を周遊するテーマ性の高い日帰りバスツアーを造成・販売する愛知県内の旅行会社に対し、広告宣伝費の一部を助成。

【食と花の街道】(農業振興課)

- ・ 「いいともあいち食の街道」、「花の王国あいちフラワー街道」の魅力を広く PR することにより、都市と農村の交流人口の増加を促進。

④「ツウ」な魅力の多言語化

【海外プロモーション(欧米豪)実施事業】(国際観光コンベンション課)

- ・ 在京のインフルエンサーやメディア(ブロガー等)を招請して、県内観光スポット等を視察し、SNS、動画、ブログ等による情報発信を実施。

【体験型旅行商品 PR 動画制作事業】(国際観光コンベンション課)

- ・ OTA と連携して作成した訪日旅行者向け体験型旅行商品を紹介する動画を制作。
- ・ 当該動画を YouTube に掲載し、TrueView インストリーム広告で配信。

【韓国向け WEB プロモーション事業】(国際観光コンベンション課)

- ・ 韓国の FIT に影響力を有するインフルエンサー・メディアを招請し、県内観光スポット等の視察を実施。視察中に、SNS 等で情報発信するとともに、視察後には動画等で配信。
- ・ 韓国語の WEB メディアに記事広告を掲載し、配信。

【外国人旅行者受入環境整備啓発事業】(国際観光コンベンション課)

- ・ 観光関係事業者を対象にしたセミナーで、WEB やデジタルマップの活用等について啓発。

【観光地多言語化 WEB 整備事業】(国際観光コンベンション課)

- ・ 県内の一地域において、既存のアクセス MAP 等を活用し、位置情報を連動させたデジタルマップを構築し、施設案内等の多言語情報を提供。

⑤各分野の専門家と連携した魅力の磨き上げ

【あいち「ツウ」リズム推進事業】(観光振興課)

- ・ 有識者の監修のもと、歴史・ものづくり・伝統文化・自然・食といった本県の資源が、当地の歴史・地形・風土から発展し、ひとつのストーリーで結びついていることを解説するパンフレットを作成。

【産業観光パンフレット作成】(観光振興課)

- ・ 産業に関して幅広い知見のある第一人者の監修を受けて、愛知県の産業観光に関するパンフレットを作成。

⑥歴史的遺産や文化財等の観光資源としての活用の促進

【三河山間地域の魅力発信】(市町村課地域振興室)

- ・ 伝統文化の発信。
- ・ 花祭を活かした観光振興。

【あいち朝日遺跡ミュージアムの運営】(文化芸術課文化財室)

- ・ あいち朝日遺跡ミュージアムの運営、企画展(年4回)の開催。

【山車まつりの保存・継承・魅力発信】(文化芸術課文化財室)

- ・ あいち山車まつり日本一協議会による山車文化の魅力の発信。

⑦産業博物館や文化・芸術施設の観光資源としての活用の促進

【国際芸術祭「あいち 2022」の開催準備】(文化芸術科国際芸術祭推進室)

- ・ 国際芸術祭「あいち 2022」開催に向けた企画準備、広報・PR の実施。

【あいち航空ミュージアムの運営】(航空空港課)

- ・ あいち航空ミュージアムにおいて、時機を捉えたイベントの企画やコンテンツの継続的な更新を実施。

⑧地域の歴史、産業、自然、文化等をテーマとした、県民向けの学習機会の提供

【伝統文化出張講座】(文化芸術課文化財室)

- ・ 小・中学校の授業等で、地域の民俗芸能保存団体と交流し、芸能の鑑賞だけでなく、体験・練習及び発表を通じて伝承活動を支援。

⑨「ツウ」な魅力を伝えるガイドの育成

【あいち「ツウ」リズム推進事業】(観光振興課)

- ・ 本県の「ツウ」なテーマのうち、主たる 3 つ(歴史、産業、自然)について作成したターゲットに基づき、感動レベルの体験コンテンツを提供できるガイドを育成。

(イ)効果的な PR・プロモーション

①デジタルマーケティングの実施

【観光デジタルマーケティング推進事業】(観光振興課)

- ・ 観光客の一連の行動の流れ(「旅マエ」「旅ナカ」「旅アト」)を追い、観光客のニーズを的確に捉えることを目的としたデジタルマーケティングリサーチを実施。
- ・ 得られた結果を県及び地域の観光施策にフィードバックすることで、データに基づいた効果的・効率的な施策立案を支援。

③運輸機関(鉄道・航空・空港・高速道路会社等)・旅行会社との連携

【愛知観光プラットフォーム推進事業】(観光振興課)

- ・ JR 東海と連携し、地域資源を活かした「冷やし旅」キャンペーンを開催。
- ・ JR 東海の EX サービスで同社が販売する「愛知満喫パス」を支援し、新幹線沿線からの誘客を促進。
- ・ 国内の旅行会社を対象にした商談会を開催し、本県を訪れるツアーの造成を促進。
- ・ 一定の要件を満たした旅行会社に対し助成金を交付することで、本県を訪れるツアーの造成を促進。

【高速道路を活用した誘客促進事業】(観光振興課)

- ・ NEXCO 中日本と連携し、県内の宿泊施設、観光施設の入場、お土産品の購入、お食事などで利用できる観光商品券がセットになったドライブプランを実施。

【中国 OTA 連携事業】(国際観光コンベンション課)

- ・ 中国 OTA 最大手の Trip. com 社と連携し、同社の媒体を活用した PR と SNS での発信を実施。

【台湾 FIT 向け観光説明会開催事業】(国際観光コンベンション課)

- ・ 台湾の旅行会社と連携し、FIT を対象にした観光説明会を開催。

【タイ FIT 向け誘客促進事業】(国際観光コンベンション課)

- ・ タイで開催される旅行博に出展し、FIT に直接本県の観光資源を PR。

④メディアへの情報発信、メディアとの連携

【女子旅誘致プロモーション事業】(観光振興課)

- ・ 観光情報の発信や、女性をターゲットとした情報発信に実績・ノウハウを有する PR 会社に委託し、柔軟に時宜を得たメディアへの働きかけと、情報発信を実施。

【海外プロモーション(欧米豪)実施事業】(国際観光コンベンション課)

- ・ 在京のインフルエンサーやメディア(ブロガー等)を招請して、県内観光スポット等を視察し、SNS、動画、ブログ等による情報発信を実施。

【ミシュランガイド英語版サイト運営事業】(国際観光コンベンション課)

- ・ 岐阜県・三重県とともに、2019 年に制作した『ミシュランガイド愛知・岐阜・三重 2019 特別版』の内容を掲載した英語版ウェブサイトの公開期間を更新して運営。

【観光施設等登録事業】(国際観光コンベンション課)

- ・ 県内の観光施設等について、Tripadvisor 及び Google マイビジネスのオーナー登録がされているか確認し、未登録の事業者について、代行登録を実施。

【ムスリム誘客促進事業】(国際観光コンベンション課)

- ・ 日本国内のムスリムメディアを招請し、県内視察を実施するとともに、SNS・動画サイト等による情報発信を実施。

⑤首都圏でのプロモーション

【首都圏・関西圏プロモーション推進事業(愛知の観光物産展開催事業)】(観光振興課)

- ・ 愛知の観光物産展を継続開催し、他部局・市町村・事業者とも連携して効果的に首都圏・関西圏在住者に向けて県内の物産・観光の魅力を PR。

【首都圏・関西圏プロモーション推進事業(情報発信事業)】(観光振興課)

- ・ 観光プロモーション公式サイト「こっとり愛知 de 首都圏」及びフェイスブックの効果的な運用や、首都圏のパンフレットラックの活用等により、首都圏在住者に向けて愛知の魅力を発信。

⑥観光 PR キャラクターを活用した PR

【首都圏・関西圏プロモーション推進事業(観光 PR キャラクター事業)】(観光振興課)

- ・ 蒲郡市で撮影が行われた映画「ゾッキ」の監督である竹中直人、山田孝之、齊藤工を活用したポスターを制作。

⑦海外観光レップを活用した PR・プロモーション

【外国人旅行者誘致強化事業】(国際観光コンベンション課)

- ・ 海外の現地事情に精通した「観光レップ」を 6 か国に設置し、現地旅行会社・メディアへのセールス活動や現地市場調査等を実施。
- ・ 「観光レップ」による有効な旅行博の選定と参加。
- ・ 「観光レップ」による、メディア及び旅行会社を対象にしたセミナーの開催。

⑧「ツウ」なテーマに特化したイベントの開催・出展・支援

【サムライ・ニンジャフェスティバル開催事業】(観光振興課)

- ・ 県内外からの観光誘客を図るとともに、全国に類を見ないほど武将観光資源に恵まれた本県の特性について、認知度を高めるため、全国の武将隊や忍者隊等が集結するイベントを開催。

【愛知のお城観光推進事業】(観光振興課)

- ・ 横浜で開催される全国最大規模の城郭イベント「お城 EXPO」へ協議会として出展。
- ・ 「お城 EXPO」と連携した城郭イベント「にっぽん城まつり」を開催。

【ポップカルチャーイベント開催費負担金】(観光振興課)

- ・ 愛知県をポップカルチャー観光の聖地として認知度向上を図るため、「世界コスプレサミット」を併催する形で、あいちポップカルチャーフェスティバルを開催。

⑫フィルムコミッションを通じた PR・プロモーション

【フィルムコミッション活動支援事業】(観光振興課)

- ・ ジャパンフィルムコミッション(JFC)を通じた活動、ロケ地フェアへの出展、制作会社へのセールス。
- ・ ロケハン帯同。
- ・ 県内FCとの意見交換会(年3回)の開催。
- ・ 県内で撮影された作品のロケ地を紹介するパネル展の開催。
- ・ 県内で撮影された作品のロケ地をまとめたロケ地マップを作成、映画館に配架。

【柱2】受入れ体制の整備・充実

(ア)多言語化の促進等による利便性の向上

①宿泊施設や立ち寄り施設等の多言語化の支援

【多言語コールセンター運営事業】(国際観光コンベンション課)

- ・ 利用登録した観光事業者に対して、外国語による施設案内表示等に対する翻訳サービスを提供。

②案内標識・案内板等の多言語化の促進

【観光施設費等補助金】(観光振興課)

- ・ 市町村が設置する観光施設の観光案内板・誘導標識等の多言語化に対する補助事業の実施。

③接客現場における多言語対応の支援

【多言語コールセンター運営事業】(国際観光コンベンション課)

- ・ 利用登録した観光事業者に対して、外国人旅行者との接客時における電話等を利用した通訳サービスを提供。

(ウ)多様な旅行・宿泊ニーズへの対応

①高級ホテルの誘致

【高級ホテル立地促進事業】(国際観光コンベンション課)

- ・ 愛知・名古屋に高級ホテルの整備を促すために創設した補助制度を広く周知。

- ・ 高級ホテル補助の事業認定審査における参考とするため、高級ホテル立地促進補助金評価委員会を開催し、有識者から意見を聴取。
- ・ 補助事業の認定。

②ワーケーション・プレジャー客の取り込み

【ワーケーション等の促進】(市町村課地域振興室)

- ・ 三河山間地域における、ワーケーション等の促進のためのニーズ調査、情報発信、環境整備支援の実施。

【愛知・名古屋 MICE 推進協議会負担金】(国際観光コンベンション課)

- ・ 名古屋商工会議所と連携し、プレジャー推進プロジェクトを実施。

④ナイト観光プログラムの開発促進

【着地型観光・ナイト観光プログラム促進事業】(観光振興課)

- ・ 市町村や地域観光協会、事業者が実施する着地型観光・ナイト観光プログラムに対し、最大100万円を支援。

(エ)ユニバーサルツーリズムの推進

①バリアフリー化への支援

【観光施設費等補助金】(観光振興課)

- ・ 市町村が設置する観光施設のバリアフリー化に対する補助事業の実施。

②バリアフリー情報の発信

【「Aichi Now」でのバリアフリー情報の発信】(観光振興課)

- ・ 「Aichi Now」掲載施設のうち、バリアフリー状況の掲載が望まれる施設について、2019年度に追記したバリアフリー情報を継続発信。

(オ)旅行者の安心・安全の確保

①災害時における外国人旅行者への多言語での情報発信

【情報発信強化事業(ウェブページ・SNS 情報発信事業)】(観光振興課)

- ・ 災害発生時に「Aichi Now」において、多言語で必要な情報を発信。

【多言語コールセンター運営事業】(国際観光コンベンション課)

- ・ 災害発生時、訪日外国人への情報提供手段として通訳サービスを提供。

【無料公衆無線 LAN 接続簡易化事業】(国際観光コンベンション課)

- ・ 大規模災害発生時に利用できる災害用統一ネットワーク「00000JAPAN」が開放された場合、簡易な動作で接続できるよう表示。

②感染症への対応状況の見える化の推進

【観光事業者等感染症対策支援事業】(観光振興課)

- ・ 旅行者に安心して県内周遊をしてもらうため、観光施設等のコロナ対策の情報提供を行うホームページを制作、運営。

【柱3】観光交流拠点としての機能強化

(ア)周遊観光・広域観光の推進

①交通結節点からの広域観光・周遊観光の推進

【愛知観光プラットフォーム推進事業】(観光振興課)

- ・ 交通結節点から県内を周遊するテーマ性の高い日帰りバスツアーを造成・販売する愛知県内の旅行会社に対し、広告宣伝費の一部を助成。
- ・ 名古屋市において、期間限定で定期観光バスを運行。
- ・ JR 東海と連携し、新幹線駅からの周遊観光を促す「冷やし旅」キャンペーンを開催。
- ・ JR 東海の EX サービスで同社が販売する「愛知満喫パス」を支援し、新幹線駅からの周遊観光を促進。

②ジブリパークを活用した誘客、周遊観光の促進

【ジブリパーク構想地域連携協議会の活動の推進】(ジブリパーク推進課)

- ・ 2022 年秋に開業するジブリパークを核に、愛・地球博記念公園周辺の自治体及び鉄道事業者が一体的・有機的な連携を図り、地域活性化に向けた協力関係を構築することで、ジブリパークを生かした周辺地域の更なる発展・活性化を推進。

【ジブリパーク周遊観光促進事業】(観光振興課)

- ・ ジブリパークを核とした周遊観光に係る全体計画の策定。
- ・ ジブリパーク来場者のデータを活用するシステムの構築。
- ・ 「ジブリパークのある愛知」をイメージしたデザイン(ポスター等で使用するメインのビジュアル)や動画をスタジオジブリの監修により制作。

③中央日本総合観光機構や東海地区外国人観光客誘致促進協議会等の広域連携事業体を通じた取組の推進

【中央日本総合観光推進機構等負担金】(国際観光コンベンション課)

- ・ 広域連携 DMO 法人である中央日本総合観光機構が中部 9 県 3 市の自治体・観光関係事業者と連携し、コンテンツ・パッケージ・プラットフォーム事業、データ・マネジメント・プラットフォーム構築事業、エリア内連携事業を実施。

【東海地区外国人観光客誘致促進協議会負担金】(国際観光コンベンション課)

- ・ 東海 4 県 2 市と連携し、以下の事業を実施。
 - シンガポール市場に向けた東海エリア誘客促進プロモーション。
 - 中国市場に向けた東海エリア誘客促進プロモーション。
 - 台湾市場に向けた東海エリア誘客促進プロモーション。
- ・ 愛知県内の市町村等と連携し、以下の事業を実施。
 - 海外展示会等における県内観光地の PR。

④近隣県を含んだ周遊の促進

【観光資源連携推進事業】(観光振興課)

- ・ 本県の武将観光施設及び産業観光施設への集客増と広域誘客を図るため、隣接の岐阜県

と連携してスタンプラリーを実施。

(イ) 航空路線・外航クルーズ船の誘致

① エアポートセールス等を通じた航空路線の復活・誘致

【エアポートセールス等を通じた航空路線の復活・誘致】(航空空港課)

- ・ 新型コロナウイルス感染症による運休・減便の影響が続いている航空ネットワークの早期回復及び拡充に向けエアポートセールスを実施。

② ポートセールス等を通じた外航クルーズ船の誘致

【クルーズ船誘致促進事業】(国際観光コンベンション課)

- ・ 名古屋港におけるクルーズ業界や船社等に関する調査情報収集。
- ・ 三河港における招請事業。
- ・ 国内ランドオペレーターへのセールススクール。
- ・ 名古屋港寄港時の観光案内。

(ウ) モビリティ・マネジメント

① 公共交通を用いた周遊ルートの提案、二次交通の充実

② 異なる交通事業者をまたぐ移動の円滑化の促進

【マルチモーダルサービス導入実証事業】(交通対策課)

- ・ 名古屋東部丘陵地域を対象とした MaaS の導入に向けた実証実験の実施。

③ 企画きつぷの開発促進

【ジブリパーク周遊観光促進事業】(観光振興課)

- ・ ジブリパークを核とした周遊観光に係る全体計画の策定において、効果的な企画きつぷのあり方を検討。

【柱 4】 MICE の誘致・開催、Aichi Sky Expo（愛知県国際展示場）の活用

(ア) 国際会議・展示会の誘致・開催

① 国内外の見本市への出展

【愛知・名古屋 MICE 推進協議会負担金】(国際観光コンベンション課)

- ・ 国際 MICE エキスポ(IME2022)への出展。
- ・ 海外 MICE 見本市(IBTM World 2021:スペイン)への出展。

② JNTO 主催セミナー・商談会への参加

【愛知・名古屋 MICE 推進協議会負担金】(国際観光コンベンション課)

- ・ JNTO 主催タイインセンティブ旅行セミナー商談会への参加。
- ・ JNTO 主催シンガポール MICE セミナー商談会への参加。

③東京での説明会の開催

【愛知・名古屋 MICE 推進協議会負担金】(国際観光コンベンション課)

- ・ 愛知・名古屋 MICE 説明会の開催。

④国際会議・展示会の開催支援

【SDGs 関連国際会議開催支援費負担金】(企画課)

- ・ 国連地域開発センター、環境省、国土交通省が主催する SDGs 関連国際会議(2021 年秋)の開催支援。

【愛知・名古屋 MICE 推進協議会負担金】(国際観光コンベンション課)

- ・ 大規模 MICE 参加者に対するおもてなしを図るため、レセプション開催支援やギブアウェイを提供。

【日台観光サミット誘致推進費】(国際観光コンベンション課)

- ・ 2023 年に国内で開催される日台観光サミットの本県への誘致を推進。

【G7 サミット及び関係閣僚会合の誘致】(国際観光コンベンション課)

- ・ 2023 年に国内で開催される予定の G7 サミット及び関係閣僚会合の開催を名古屋市と連携して誘致。

【愛知県国際展示場における官民連携による需要創造】(国際観光コンベンション課国際展示場室)

- ・ 地域プロモーションの実施。
- ・ 催事の開催支援。
- ・ 展示会等の企画・開催に向けた検討。

⑤ユニーク・ベニユーの把握・発掘と活用の促進

【愛知・名古屋 MICE 推進協議会負担金】(国際観光コンベンション課)

- ・ 「愛知・名古屋ユニークベニユーガイド」の更新。

(イ)イベントの誘致・開催

①ツーリズム EXPO ジャパンの誘致

【ツーリズム EXPO ジャパンの誘致】(国際観光コンベンション課)

- ・ 国内最大の旅行博である「ツーリズム EXPO ジャパン」の開催を誘致。

②ロボカップアジアパシフィック 2021 あいちの開催

【ロボカップアジアパシフィック 2021 あいちの開催】(産業振興課ロボット国際大会推進室)

- ・ 「ロボカップアジアパシフィック 2021 あいち」の開催。

③ワールドロボットサミット 2020 の開催支援

【ワールドロボットサミット 2020 の開催支援】(産業振興課ロボット国際大会推進室)

- ・ 「ワールドロボットサミット 2020 」の開催支援。

④伝統的工芸品月間国民会議全国大会の開催

【第 38 回伝統的工芸品月間国民会議全国大会の開催】(産業振興課)

- ・ 「第 38 回伝統的工芸品月間国民会議全国大会」の開催。

⑤技能五輪国際大会の招致

【技能五輪国際大会の招致】(産業人材育成課)

- ・ 招致機運醸成を目的とした招致 PR シンポジウム、モノづくり体験講座の実施。

(番外)コンサートの開催等文化芸術活動の支援

【愛知県芸術劇場における施設利用料金の減免】(文化芸術課)

- ・ 愛知県芸術劇場におけるコンサートの開催等文化芸術活動の支援。

(番外)音楽コンサート開催支援

【音楽コンサート開催支援事業費補助金】(国際観光コンベンション課国際展示場室)

- ・ Aichi Sky Expo における音楽コンサートの開催支援。

(ウ)インセンティブツアーの誘致

①国内外の見本市への出展

【愛知・名古屋 MICE 推進協議会負担金】(国際観光コンベンション課)

- ・ 国際 MICE エキスポ(IME2022)への出展。
- ・ 海外 MICE 見本市(IBTM World 2021:スペイン)への出展。

④旅行会社等の招請

【愛知・名古屋 MICE 推進協議会負担金】(国際観光コンベンション課)

- ・ (公財)東京観光財団と連携し、海外ミーティングプランナーを対象としたファミトリップを実施。
- ・ 海外の MICE プランナーを対象に、当地域の強みであるテクニカルビジット(産業視察)のオンラインツアーを実施。

⑥企業との連携によるテクニカル・ビジット(産業視察)の推進

【愛知・名古屋 MICE 推進協議会負担金】(国際観光コンベンション課)

- ・ 海外の MICE プランナー等を対象に、テクニカルビジット(産業視察)オンラインツアーを実施。

(エ)スポーツ大会の招致・開催

②マラソンフェスティバル ナゴヤ・愛知等のスポーツ大会の開催

【マラソンフェスティバルナゴヤ・愛知の開催】(スポーツ振興課)

- ・ 「名古屋ウィメンズマラソン 2022」、「名古屋ウィメンズホイールチェアマラソン 2022」、「名古屋シティマラソン 2022」、「マラソン EXPO」といった競技・イベントを開催。

⑤スポーツツーリズムの推進

【東三河スポーツツーリズムの推進】(東三河総局)

- ・ ガイドリーダー育成講座の開催。
- ・ ウェブ等による広報。
- ・ イベントへのブース出展。

(番外)第5回アジアパラ競技大会の開催に向けた検討

【第5回アジアパラ競技大会の開催に向けた検討】(アジア競技大会推進課)

- ・ 第5回アジアパラ競技大会の開催(2026年)に向け、選手村に求められる機能やバリアフリー対応等についての調査・検討、開催都市契約に係る検討・協議を実施。

【柱5】持続可能な観光の実現

(ア)「日本版持続可能な観光ガイドライン(JSTS-D)」の普及

②GSTC認証取得に取り組む市町村や地域の観光関係団体の支援

【GSTC認証取得に取り組む市町村や地域の観光関係団体の支援】(観光振興課)

- ・ 一般社団法人知多半島観光事業協会におけるGSTC認証取得に向けた取り組みを支援。

(イ)観光人材の確保・育成

①地域の魅力を伝えられる人材の育成

【あいち観光まちづくりゼミ】(観光振興課)

- ・ 地域資源を活かした「観光コース」を企画・作成する「あいち観光まちづくりゼミ」の取組を通じて、地域で観光まちづくりに取り組む人材を育成。

【産業観光あないびと育成事業】(観光振興課)

- ・ 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できる機会を提供。

③セミナーやフォーラム、ワークショップなど、知識・技能を高められる機会の提供・支援

【観光デジタルマーケティング推進事業】(観光振興課)

- ・ データを活用したマーケティング戦略策定・マーケティングの実施を促進するため、愛知県内における観光マーケティング人材の育成を目的として、地域の観光関係者等を対象に調査結果等を活用した研修会を実施。

④学校における観光教育の普及促進

【県立足助高等学校観光ビジネス類型への支援】(観光振興課)

- ・ 県立足助高校観光ビジネス類型に対する観光教育カリキュラムの提案と授業支援。

(ウ)観光イノベーションの促進

②優れた取組を表彰し、横展開を図るアワードの実施

【あいち学生観光まちづくりアワード・フォーラムの実施】(観光振興課)

- ・ 大学の研究室、専門学校グループ、高校等から観光振興に関する取組のアイデアを募集し、優れたものを発表するフォーラムを開催。

【柱6】ウィズコロナ・ポストコロナへの対応

(ア)安全・安心の強化と感染状況に応じた誘客

①感染防止対策の徹底・正確な情報発信

【観光事業者等感染症対策支援事業】(観光振興課)

- ・ 観光や医療分野等の専門家を招聘し、県内観光事業関係者を対象として、具体的なコロナ感染症対策を中心テーマとしたセミナーを開催。
- ・ 旅行者に安心して県内周遊をしてもらうため、観光施設等のコロナ対策の情報提供を行うホームページを制作、運営。
- ・ 本県観光地を訪れた旅行者が「新しい旅のエチケット」を意識して旅行を楽しむ場面を想定した動画を中部国際空港のデジタルサイネージで発信。

【宿泊事業者感染防止対策事業】(国際観光コンベンション課)

- ・ 宿泊施設における新型コロナウイルス感染拡大予防ガイドラインの対応に必要な設備等の導入の取組及びワーケーションの対応等について支援。

②県民による県内旅行の促進、近隣県・全国からの段階を踏んだ国内誘客

【観光消費喚起事業(事業費補助金・宿泊施設利用促進事業)】(観光振興課)

- ・ 県民を対象として、旅行業者が造成した県内旅行に対する代金の1/2相当(上限5,000円)を支援。
- ・ 本県及び隣接県(岐阜県、三重県、静岡県、長野県)の居住者を対象に、Go Toトラベルを利用したOTA経由での本県宿泊施設の利用に対し、県独自で割引(割引率15%)を上乗せ。

【観光消費喚起事業(地域観光事業支援)】(観光振興課)

- ・ 県内での宿泊を伴う旅行商品を購入した県民に対し、旅行代金の1/2相当分(上限5,000円)を還元。
- ・ OTA経由、または宿泊施設に直接予約を行って、県内宿泊施設を利用した県民の宿泊代金に対し、1/2相当分(上限5,000円)を還元。
- ・ 旅行期間内に利用した観光消費に対し、利用額に応じて2,000円を上限として旅行者へ還元。

③国・地域の実情に応じた訪日旅行の回復施策

【外国人旅行者誘致強化事業】(国際観光コンベンション課)

- ・ 海外観光レップで、各国の現地市場調査を実施。

(参考)あいち観光戦略推進委員会

愛知県観光振興基本計画に定められた観光振興に関する施策の2020年度の実施状況に関する議会への報告及び公表に当たり、2021年9月7日(火)に、下表の委員で構成する「あいち観光戦略推進委員会」をオンラインにて開催し、当該実施状況や今後の施策展開に対するご意見をいただきました。

(五十音順・敬称略)

氏名	所属・役職	出欠
伊藤 智	一般社団法人日本ホテル協会 中部支部 事務局長	欠席
袁 静	株式会社行楽ジャパン 代表取締役社長	出席
◎大澤 健	国立大学法人和歌山大学経済学部 教授	出席
クリス・グレン	有限会社パスト・プレゼント・フューチャー 代表取締役	出席
坂本 敏彦	名古屋市観光文化交流局観光交流部長	出席
中津 功	一般社団法人日本旅行業協会 中部事務局 事務局長	出席
西原 浩二	一般社団法人全国旅行業協会 愛知県支部 事務局長	欠席
西村 哲治	公益社団法人日本観光振興協会 中部支部 事務局長	出席
二神 真美	名城大学外国語学部 教授	出席
○横山 陽二	東海学園大学経営学部 客員教授	出席

◎…委員長、○…副委員長

2021 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
(2020 年度年次報告書)
2021 年 10 月発行

作成・発行
愛知県観光コンベンション局観光振興課
〒460-8501

名古屋市中区三の丸三丁目 1 番 2 号

電 話 052-954-6353

F A X 052-973-3584

メール kanko@pref.aichi.lg.jp

ウェブ <http://www.pref.aichi.jp/kanko/>