

AICHI-NAGOYA



“Heart” of JAPAN  
~Technology & Tradition

# 「あいち観光戦略2021-2023」 の概要及び支援施策について

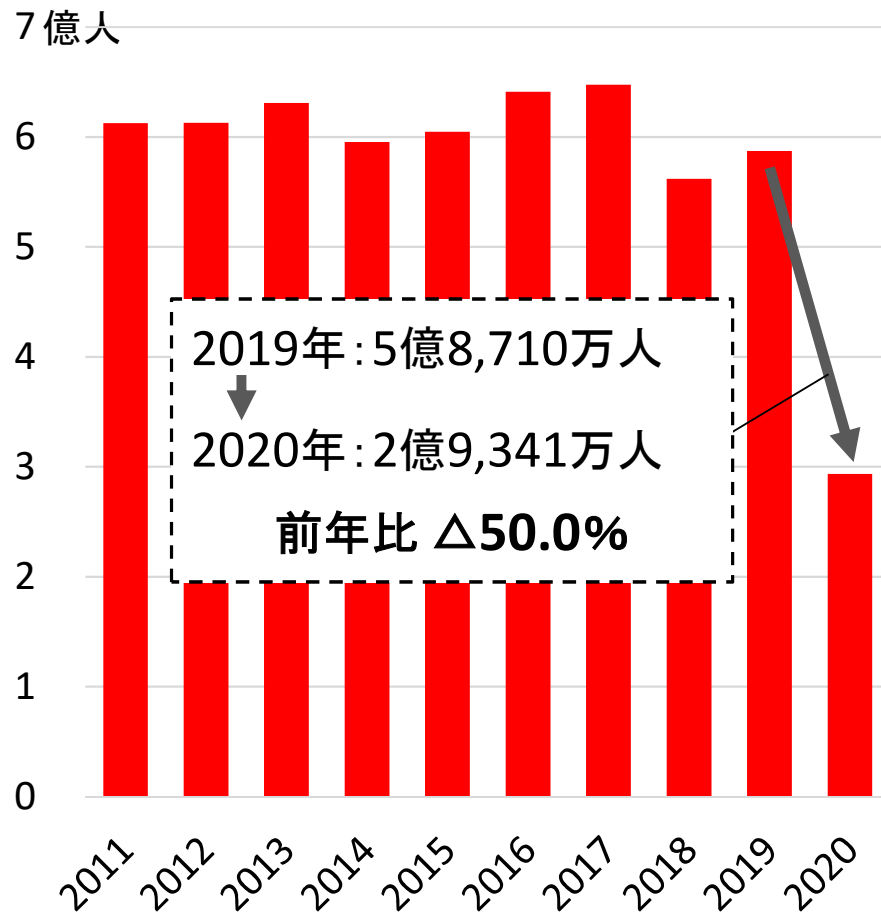
愛知県観光コンベンション局観光振興課

2021年11月19日  
新城設楽地域産業労働会議

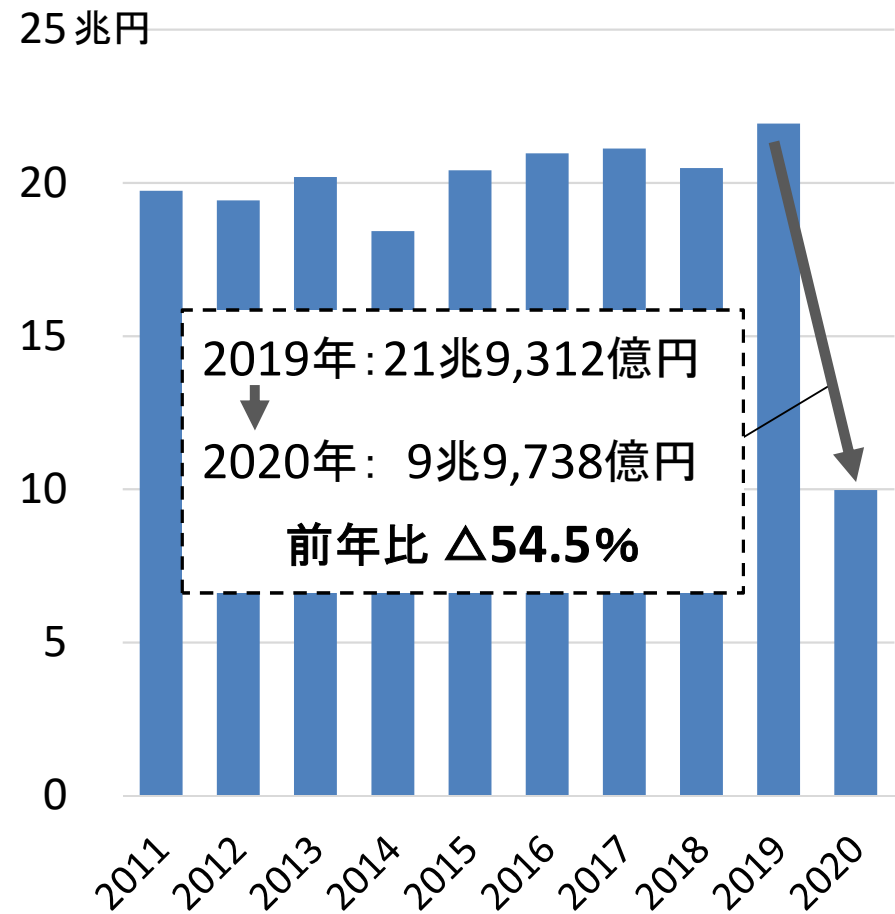
# 1 観光の動向(全国)

○ 新型コロナウイルス感染症の影響により、日本人の国内延べ旅行者数、国内旅行消費額ともに、大きく減少している。

日本人国内延べ旅行者数(全国ベース)



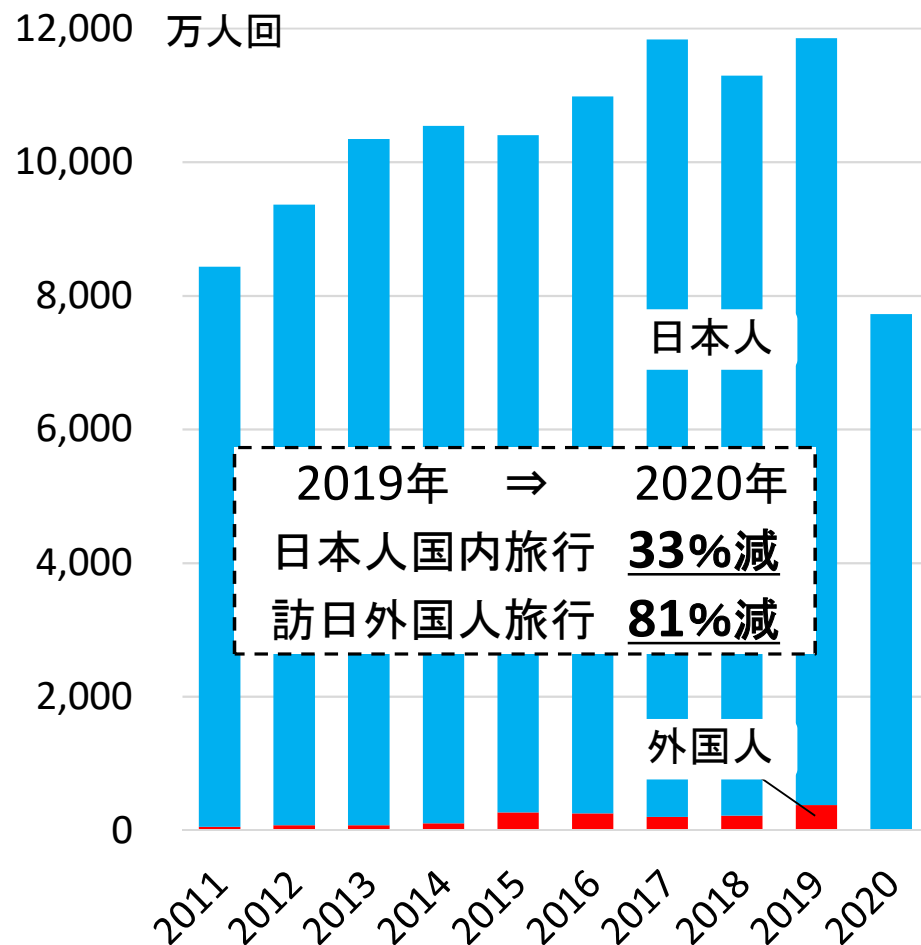
日本人国内旅行消費額(全国ベース)



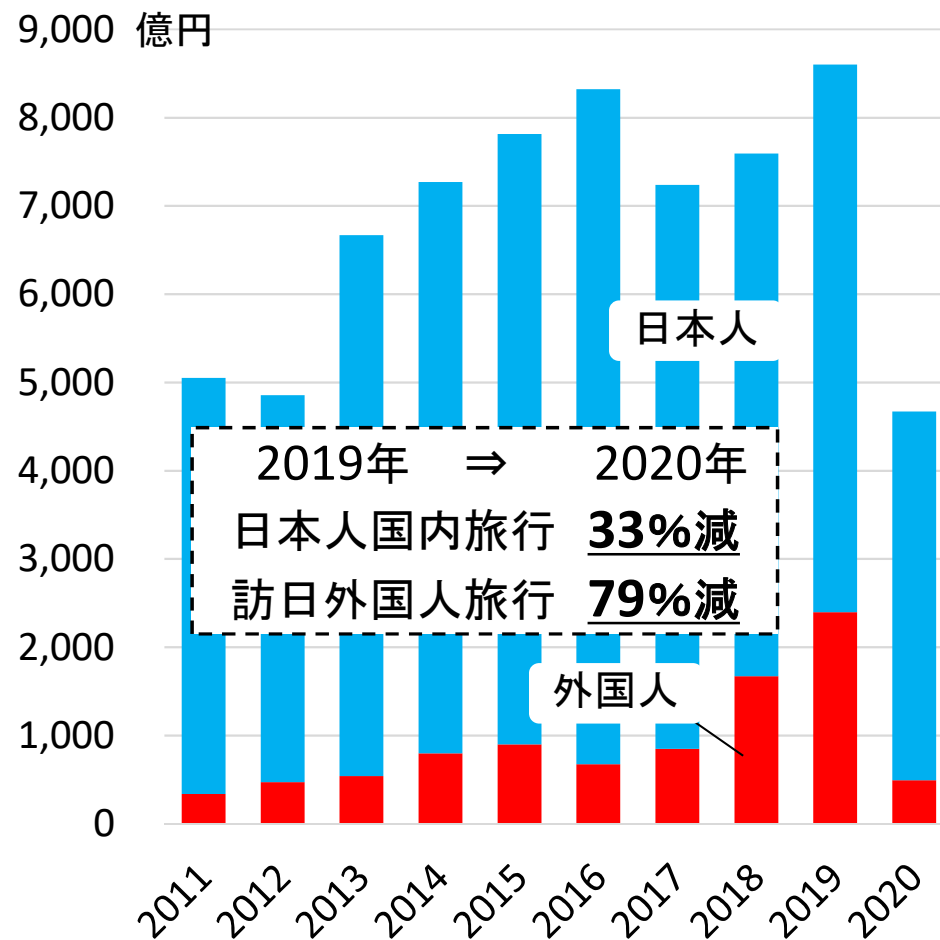
## 2 観光の動向(愛知県)①

○ 愛知県の観光入込客数、旅行消費額ともに、2019年までは順調に増加していたが、新型コロナウイルスの影響により、2020年は大きく減少。

観光入込客数(愛知県)



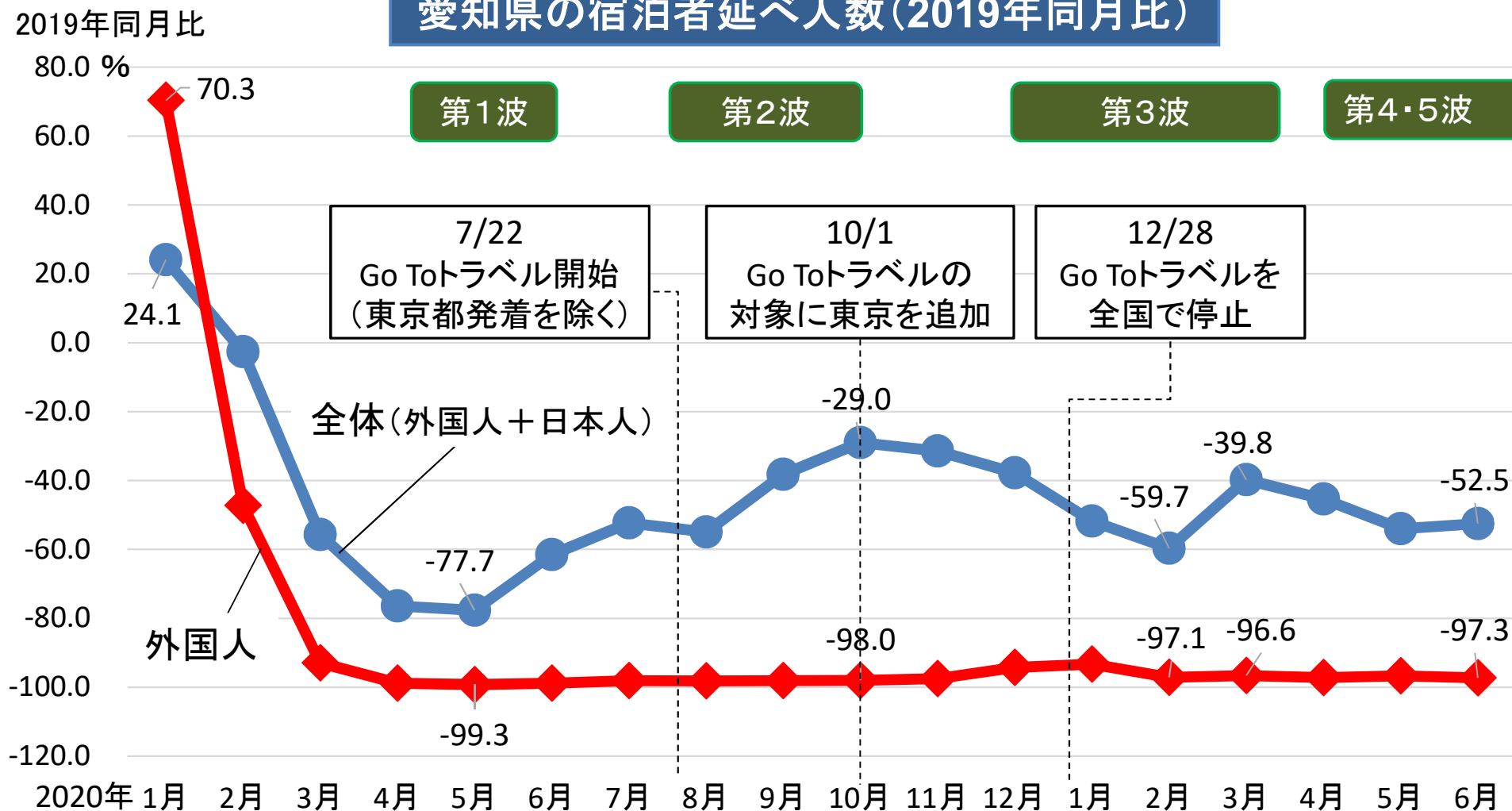
旅行消費額(愛知県)



### 3 観光の動向(愛知県)②

○愛知県においても、新型コロナウイルスの感染症により、観光需要は大きく減少している。  
○Go Toトラベル事業等の効果も、再度の感染拡大により一時的なものとなっている。

#### 愛知県の宿泊者延べ人数(2019年同月比)



## 4 観光の動向(愛知県)③

○ 2019年から2020年にかけて、中部国際空港や名古屋城などが大きく利用者数を減らしている一方で、道の駅とよはしや東三河ふるさと公園などでは利用者数が増加している。

2019年			2020年		
1	中部国際空港	1,561万人	1	熱田神宮	564万人
2	刈谷ハイウェイオアシス	860万人	2	刈谷ハイウェイオアシス	550万人
3	熱田神宮	741万人	3	中部国際空港	539万人
4	NEOPASA岡崎	622万人	4	NEOPASA岡崎	398万人
5	豊川稲荷	519万人	5	豊川稲荷	376万人
6	ナゴヤドーム	518万人	6	道の駅とよはし	193万人
7	ラグーナテンボス	256万人	7	成田山名古屋別院	159万人
8	東山動植物園	251万人	8	東山動植物園	134万人
9	にっぽんど真ん中まつり	236万人	9	木曾三川公園138タワーパーク	114万人
10	名古屋城	221万人	10	鞍ヶ池公園	111万人

愛知県観光レクリエーション利用者統計

増減の上位(2019 → 2020)

道の駅とよはし 142%、東三河ふるさと公園 117%、津島神社110%、尾張大國霊神社(国府宮)106%  
 ナゴヤドーム 21%、名古屋城 29%、えびせんべいの里 34%、中部国際空港 35%

## 5 観光消費喚起事業（2021年度）

○国の「地域観光事業支援」を活用し、既存の予算と合わせて観光消費喚起事業の内容を拡充し、新たに展開

### あいち旅eマネーキャンペーン

6月補正：51億8千万円（割引原資）

**実施時期** ・事業開始日～12月31日

**割引** ・代金の1/2 ※代金4,001円以上  
（最大5千円/1人1回）

+

地域ポイントの付与  
（最大2千円/1人1回）

**対象** ・旅行商品  
県民限定 ➢ 宿泊を伴う旅行  
（社員旅行等を除く）

・宿泊サービス  
➢ 宿泊施設の利用

割引分を旅行者へ電子マネーで還元

### LOVEあいちキャンペーン

当初+繰越：7億円（割引原資）

**実施時期** ・事業開始日～12月31日

**対象** ・代金の1/2（最大5千円/1人1回）

**割引** ・旅行商品

旅行業者が割引した価格で販売

県民限定 ➢ 日帰り旅行（8名以上の団体）  
➢ 宿泊を伴う旅行（社員旅行等を含む）

## 6 あいち観光戦略①（基本的な事項）

### 基本的な事項

- 愛知県観光振興基本条例に定める、「観光振興に関する基本的な計画」として、2020年12月に策定
- 「あいち観光元年」宣言を受け、観光関連産業の振興を図ることを、戦略の目的として位置づけ

#### 戦略の目的

- ・ 魅力ある活力に満ちた地域社会の実現及び県民生活の向上に向けて、観光関連産業の振興を図る。

～「あいち観光元年」宣言（2014.12.22）～  
「観光集客」を、愛知の生命線である製造業、モノづくりに加えて、愛知の新たな戦略産業として位置づけ

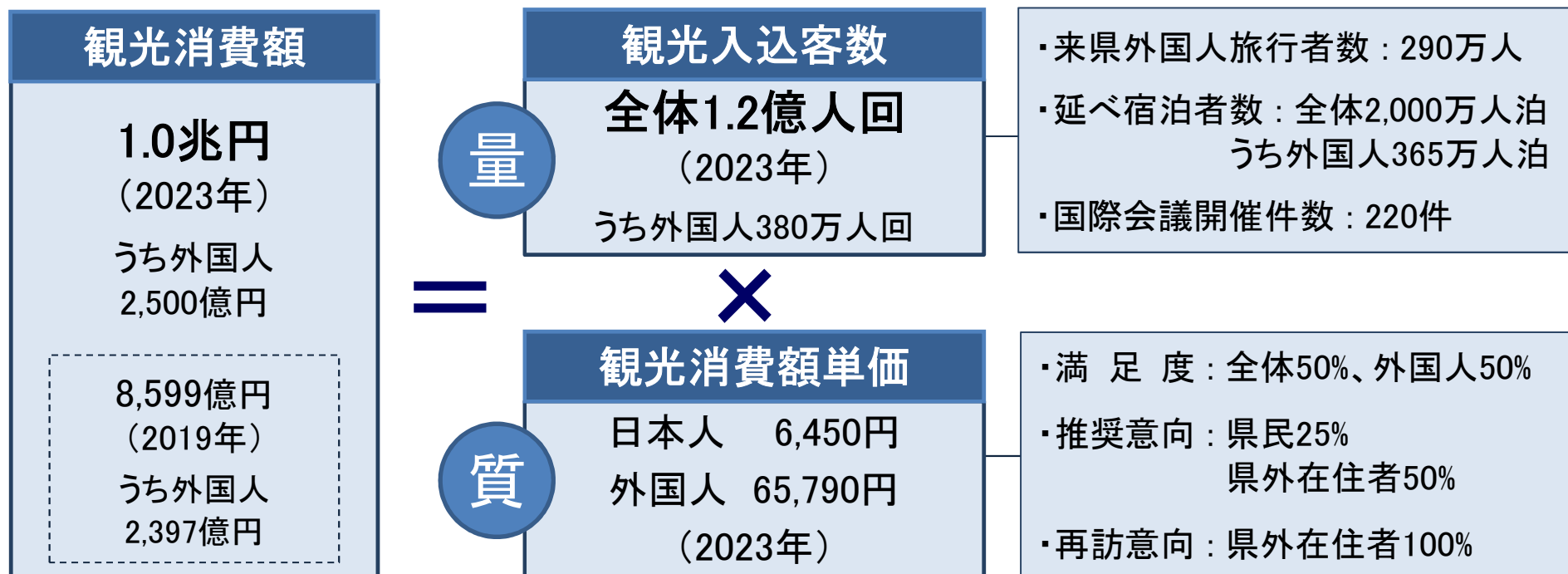
#### 戦略の期間

2021年度 ～ 2023年度（3年間）

- ・ 本県の観光を取り巻く状況の変化に的確に対応し、新たな動きを素早く取り込んでいくため、計画期間を3年間とした。

## 7 あいち観光戦略②（数値目標）

○戦略の目的（観光関連産業の振興）の達成に向けて、KGI（重要目標達成指標）として「観光消費額」、「観光入込客数」、「観光消費額単価」の3つを設定



- ・「観光消費額」を最終的な数値目標とし、「観光消費額」に影響を与える基本的な要素である「観光入込客数」（量の拡大）と、「観光消費額単価」（質の向上）の2つの面から取組を評価
- ・「観光消費額」の目標数値は、2019年の実績（8,599億円）をさらに伸ばし、2023年に1兆円とする目標を設定



## 8 あいち観光戦略③（目指すべき姿）

- 愛知ならではの地域資源を磨き上げ、観光コンテンツとして高付加価値化を図る。
- 魅力ある地域資源、充実した交通基盤、世界有数のモノづくり産業の集積など、愛知の独自の強みを活かし、競争力の向上を図る。

### 取組の方向

愛知ならではの多様な地域資源の磨き上げ、魅力の向上

愛知の独自の強みの活用・伸長

ニーズへの対応・高付加価値化

競争力の向上

### 目指すべき姿

あいち「ツウ」リズムを推進し、独自の強みを発揮する「観光県」

・愛知にしかない「ツウ」な価値に出会い、感動レベルの体験ができる旅

## 9 あいち観光戦略④（施策の柱）

○「目指すべき姿」の実現に向けて6つの施策の柱を位置づけており、施策の柱に沿って、具体的な取組を実施していく。

### ①あいち「ツウ」リズムの推進

- ・愛知ならではの「ツウ」な魅力向上
- ・効果的なPR・プロモーション

...等

### ②受入れ体制の整備・充実

- ・多言語化の促進等による利便性の向上
- ・多様な旅行・宿泊ニーズへの対応
- ・旅行者の安全・安心の確保

...等

### ③観光交流拠点としての機能強化

- ・周遊観光・広域観光の推進
- ・航空路線・外航クルーズ船の誘致
- ・交通インフラの整備

...等

### ④MICEの誘致・開催、Aichi Sky Expoの活用

- ・国際会議・展示会の誘致・開催
- ・イベントの誘致・開催
- ・インセンティブツアーの誘致
- ・スポーツ大会の招致・開催

...等

### ⑤持続可能な観光の実現

- ・日本版持続可能な観光ガイドラインの普及
- ・観光人材の確保・育成
- ・取組体制の構築

...等

### ⑥ウィズコロナ・ポストコロナへの対応

- ・安全・安心の強化と感染状況に応じた誘客
- ・旅行スタイルの変化への対応と観光コンテンツの高付加価値化

...等

# 10 武将観光の推進

○全国の武将隊や忍者隊が集結する「サムライ・ニンジャフェスティバル」の開催や、「徳川家康と服部半蔵忍者隊」によるPRなど、「武将のふるさと愛知」を国内外に向けて発信

## 「武将のふるさと愛知」のPR

### サムライ・ニンジャフェスティバル

- ・開催：2021. 11/21 大高緑地
- ・内容：全国の武将隊・忍者隊によるステージイベント  
武将観光PRブース、火縄銃実演、甲冑展示等

・2023年のNHK大河ドラマ  
「どうする家康」を追い風とし、  
武将観光のさらなる飛躍を目指す

### 徳川家康と服部半蔵忍者隊

- ・名古屋城を拠点に各種イベントで武将観光・忍者観光など愛知の魅力を発信（2015.7月結成）



## お城観光の推進

- ・「愛知のお城観光推進協議会」の設立（2019.10.7）  
（参加団体：名古屋、犬山、岡崎始め29市町 他）
- ・「お城EXPO 2021」への出展  
（2021. 12/17～19 パシフィコ横浜）
- ・「にっぽん城まつり feat.出張！お城EXPO in 愛知」  
（2022. 3/19～20 Aichi Sky Expoで開催）



名古屋城



犬山城



岡崎城

# 11 ジブリパークを活用した周遊観光の促進

○2022年秋のジブリパーク開業は、本県の観光振興にとって絶好の機会であり、国内外から多くの人を呼び込み、県内周遊観光に導き、効果を広く県内に波及させていく。

## ジブリパーク周遊観光促進事業

### デジタルの活用

- ◇来場者データを活用するシステムの構築
  - ・来場者データを県内の観光関係事業者等が活用し、広告を配信するシステムを構築

### ブランド化

- ◇PR用のデザイン・動画の制作
  - ・「ジブリパークのある愛知」をイメージしたデザインや動画をスタジオジブリの監修で制作

- ◇市町村、観光関係団体・事業者へのヒアリング
  - ⇒ 関係者のニーズ等を調査

### 連携の強化

- ◇旅行商品の造成、PR・プロモーションの実施
  - ・愛知観光プラットフォームの活用(商談会、観光展等)
    - ⇒ 県、市町村、観光関係団体・事業者、交通事業者等との連携
  - ・Web等を通じた地域の観光商品の販売等

