



# 愛知県の観光政策

愛知県観光コンベンション局

# 目 次

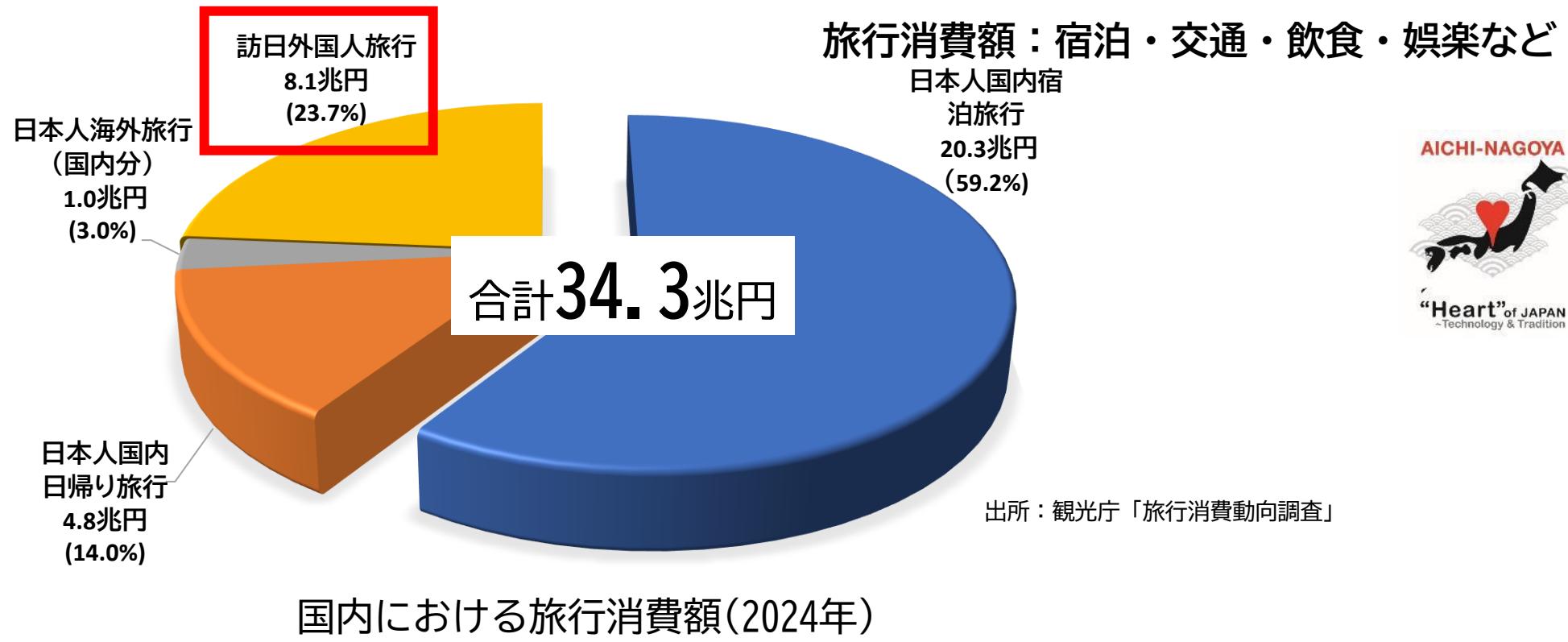


- 1 観光を取り巻く状況(P. 3)
- 2 愛知の観光の現状(P. 10)
- 3 愛知の豊富な観光資源(P. 15)
- 4 愛知の観光の目指す姿と取組(P. 29)
- 5 具体的な取組(P. 37)
- 6 まとめ(P. 49)



# 1 観光を取り巻く状況

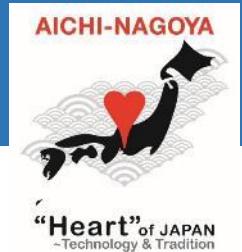
# 国内における旅行消費額の規模と構成



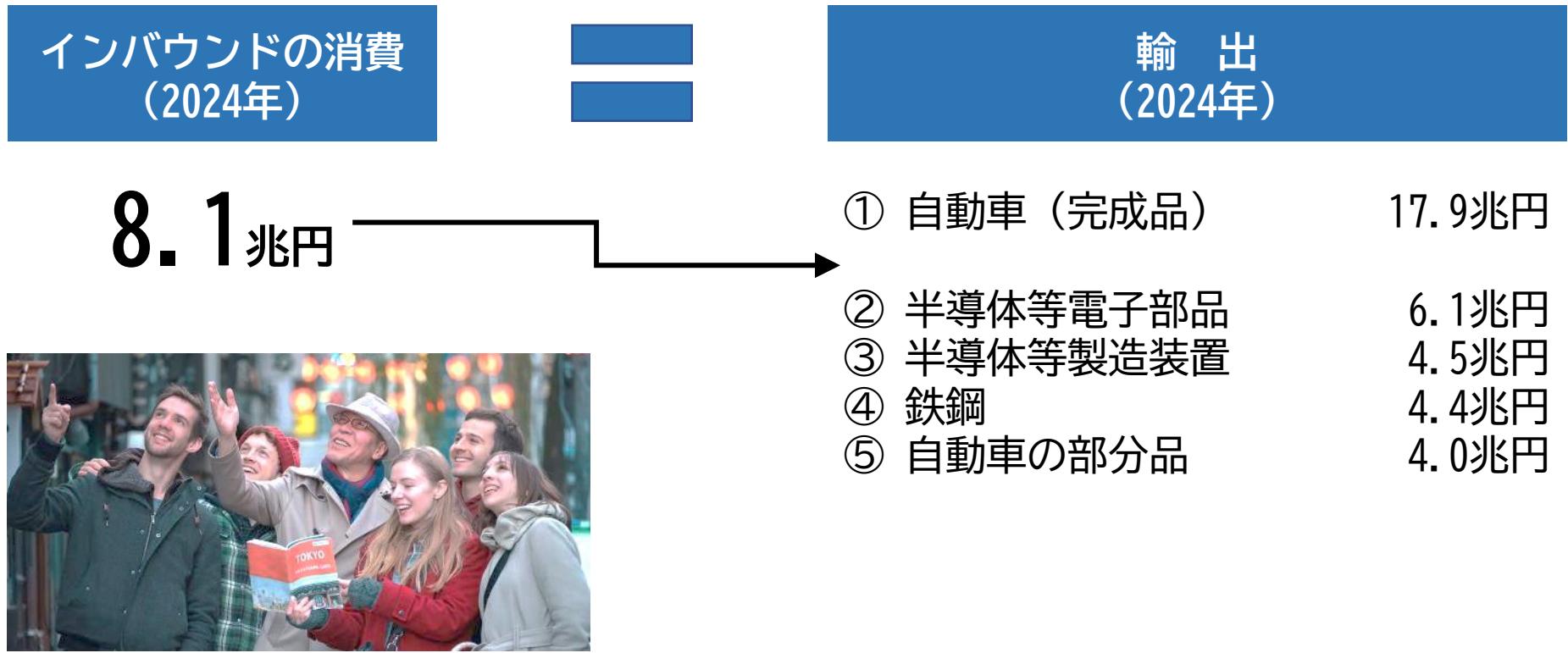
$$\frac{\text{合計34.3兆円}}{\text{日本の名目GDP(2024年)}} = 5.6\%$$

609兆円

# 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



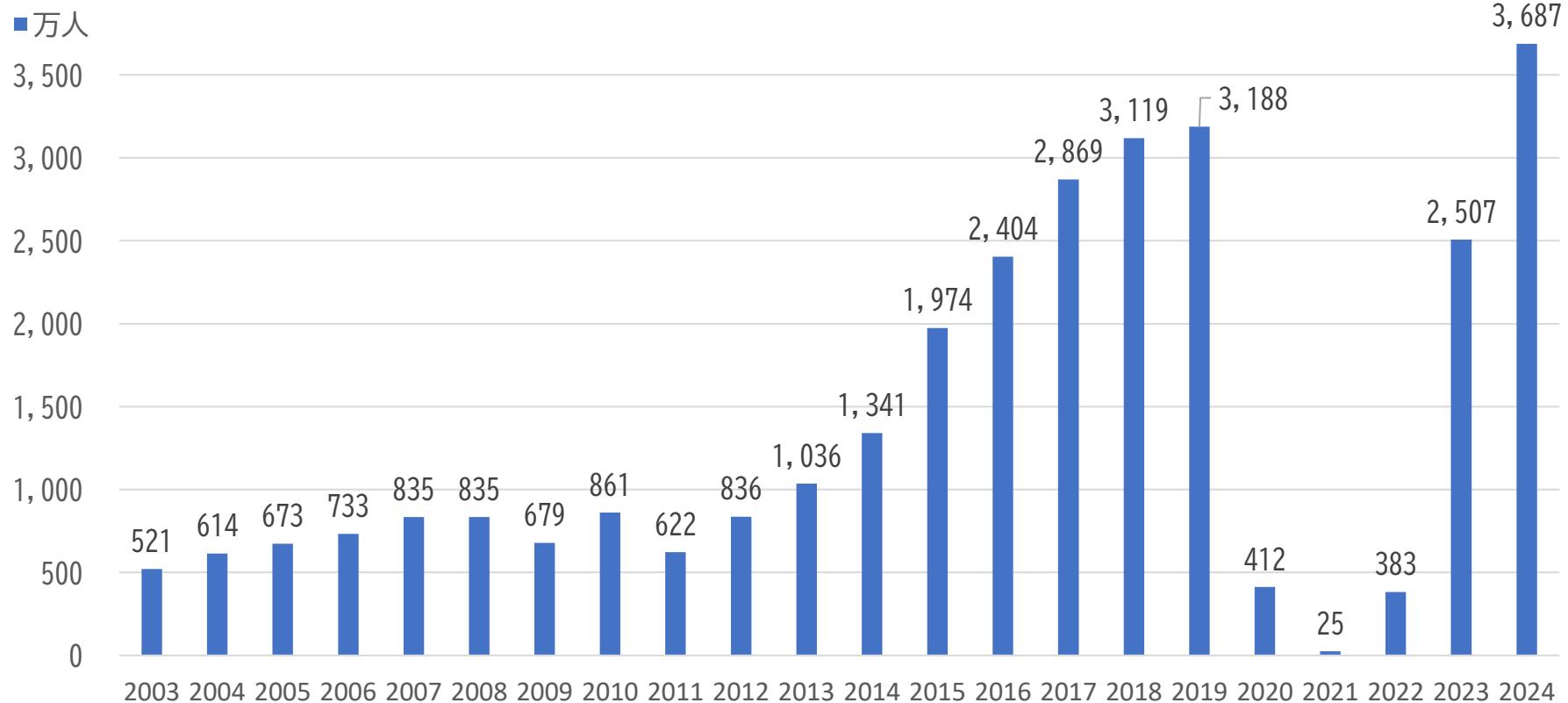
出所：観光庁「インバウンド消費動向調査」、財務省「貿易統計」

# 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 = 1億2,617万人  
1人当たり年間消費額 = 130万円

## 旅行消費額

訪日外国人旅行 4.8兆円

国内旅行 (海外分除く) 21.9兆円

訪日外国人旅行者  
3,188万人

1人1回当たり旅行支出  
15万8,531円

+

国内旅行者 (宿泊 + 日帰り)  
5億8,710万人 <延べ人数>  
うち宿泊 3億1,162万人  
うち日帰り 2億7,548万人

1人1回当たり消費額  
宿泊 5万5,054円  
日帰り 1万7,334円

減少

定住人口1人減少分

拡大

外国人旅行者8人分

又は

国内旅行者 (宿泊) 23人分

又は

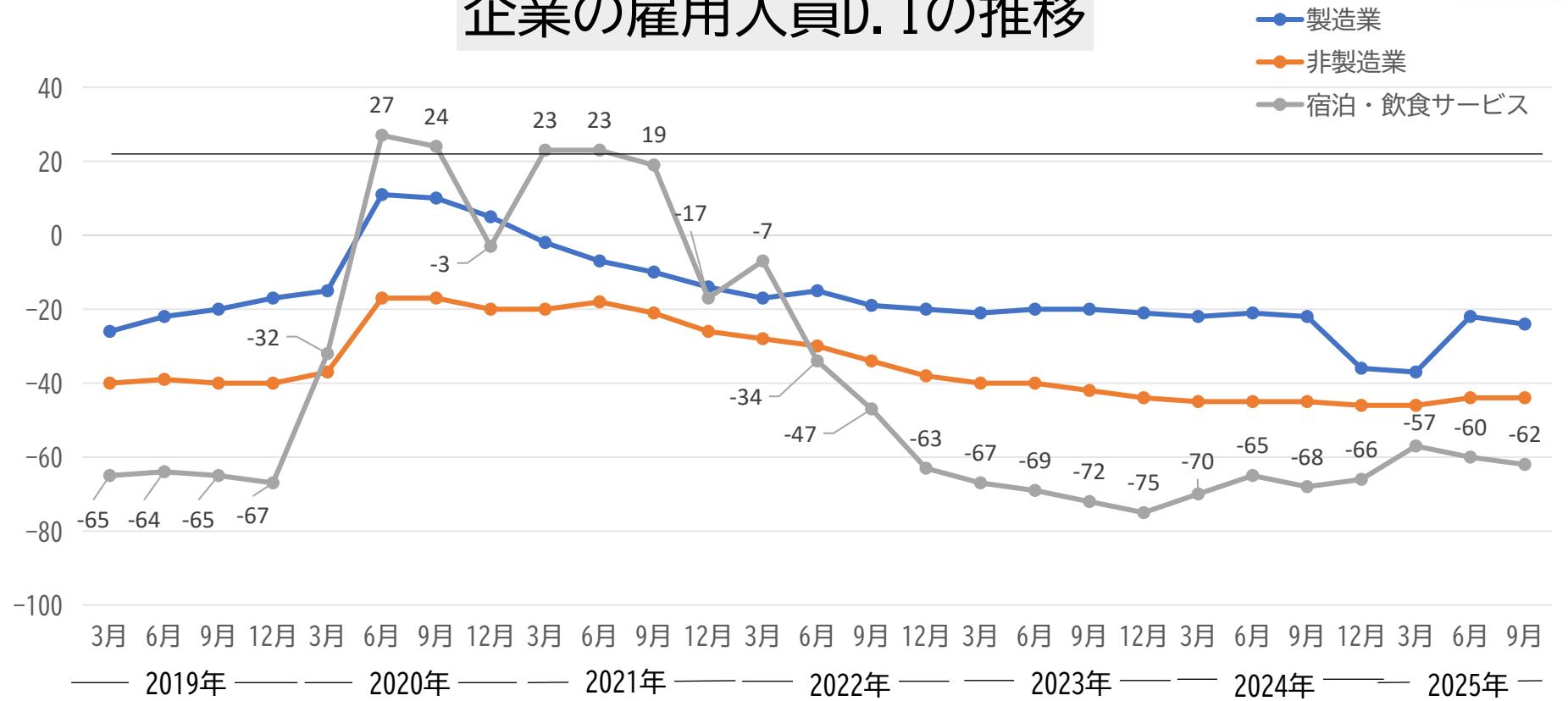
国内旅行者 (日帰り) 75人分

# 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



## 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。

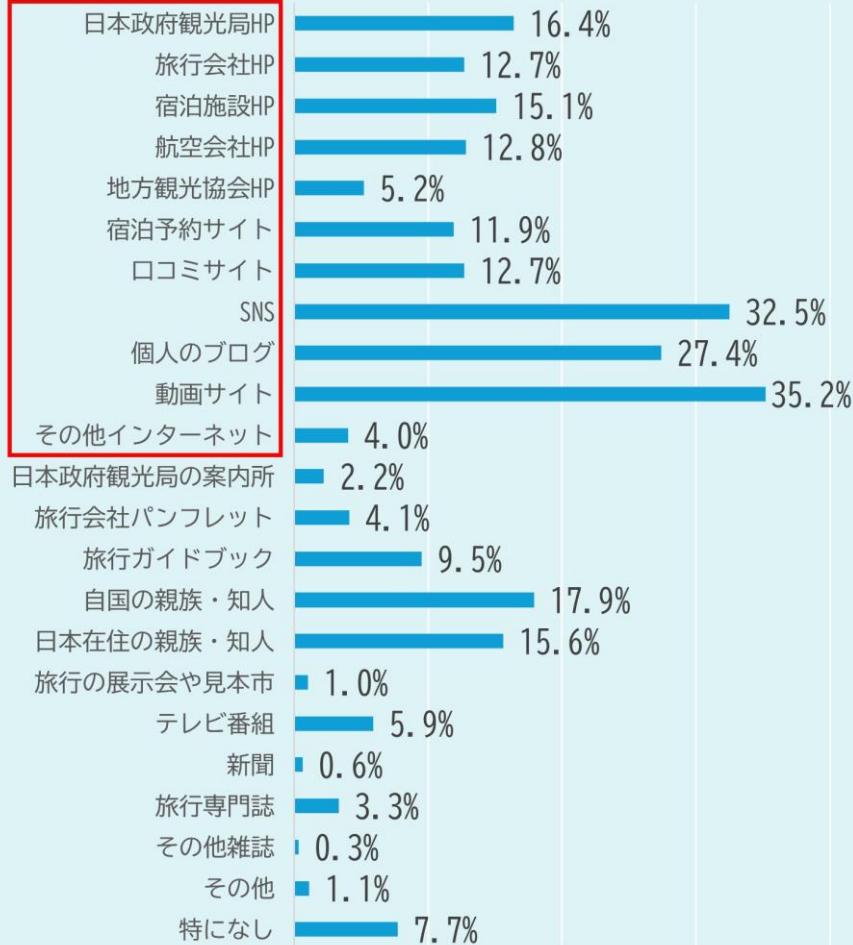
出典：日本銀行「全国企業短期経済観測調査（短観）」

# デジタルの活用の浸透



## 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)

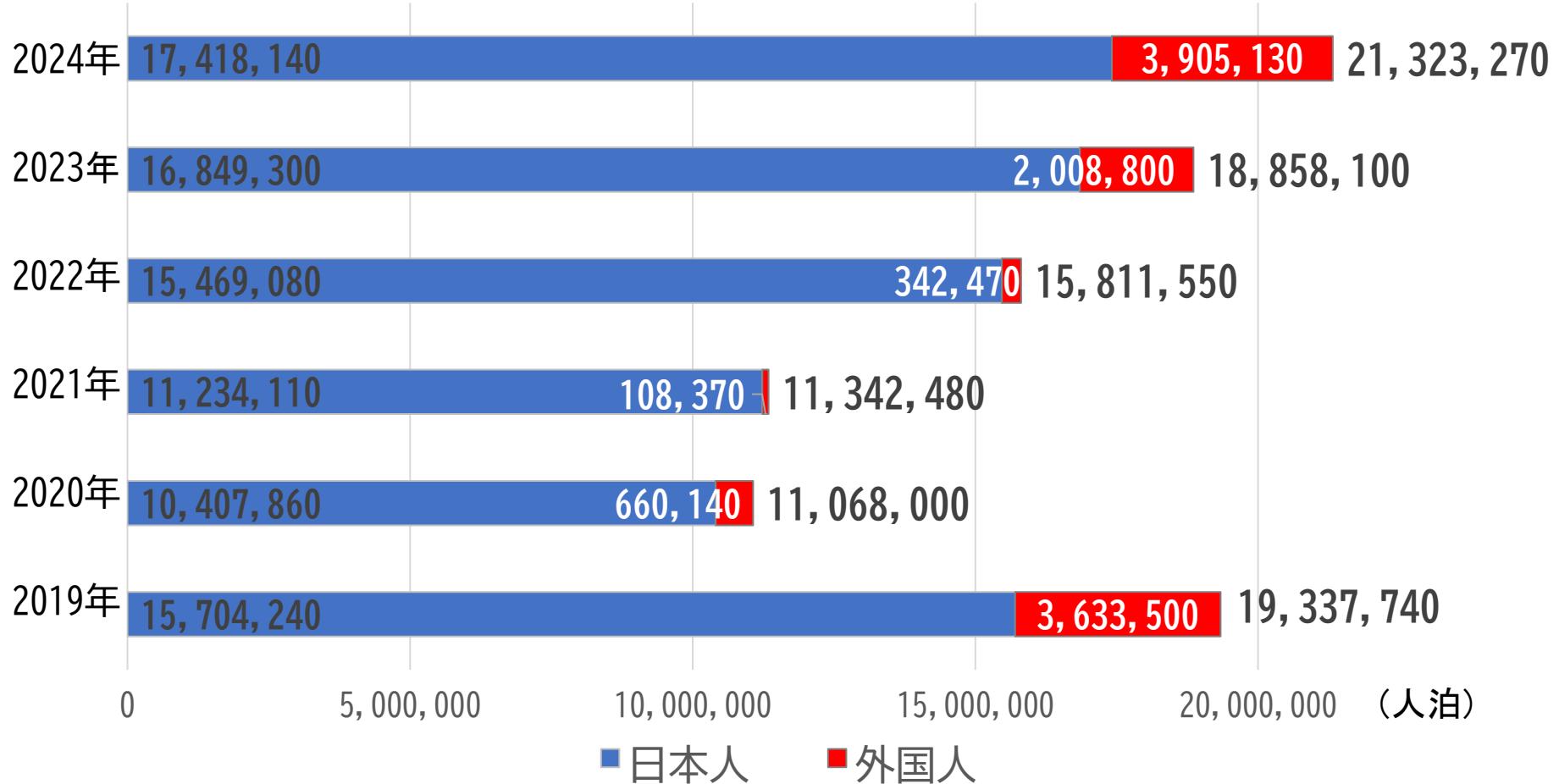
出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査」2023年次報告書

## 2 愛知の観光の現状

# 愛知の観光の現状



## 延べ宿泊者数の推移



出典:観光庁「宿泊旅行統計調査」

# 愛知の観光の現状



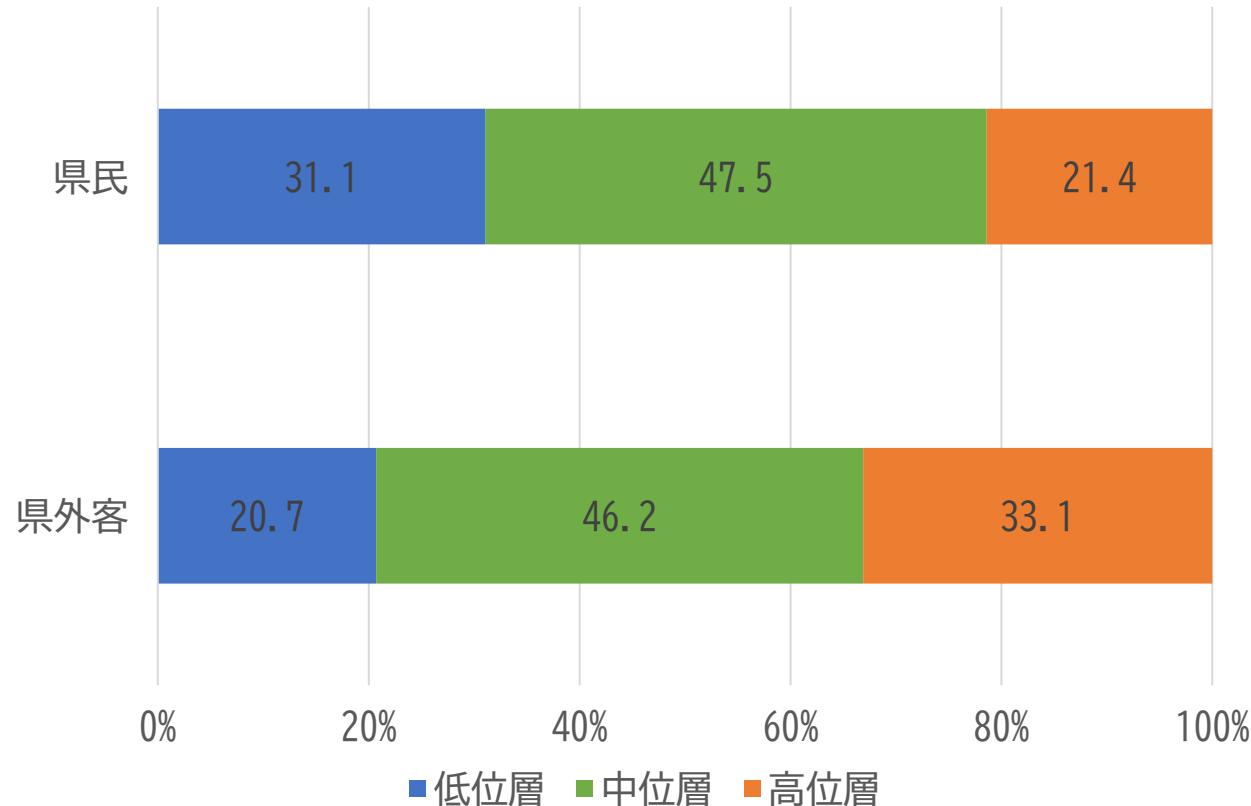
## 延べ宿泊者数 (2024年)

	日本人	外国人	合計
1位	東京都 5,354万人	東京都 5,680万人	東京都 11,035万人
2位	北海道 3,432万人	大阪府 2,539万人	大阪府 5,743万人
3位	大阪府 3,204万人	京都府 1,694万人	北海道 4,463万人
4位	沖縄県 2,434万人	北海道 1,031万人	京都府 3,421万人
5位	千葉県 2,388万人	福岡県 739万人	沖縄県 3,128万人
6位	神奈川県 2,168万人	沖縄県 694万人	千葉県 2,829万人
7位	静岡県 2,111万人	神奈川県 442万人	神奈川県 2,610万人
8位	長野県 1,777万人	千葉県 441万人	福岡県 2,395万人
9位	愛知県 1,742万人	愛知県 391万人	静岡県 2,300万人
10位	京都府 1,727万人	山梨県 255万人	愛知県 2,132万人

# 愛知の観光の現状



▶ 愛知への観光をおすすめしますか？（2024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

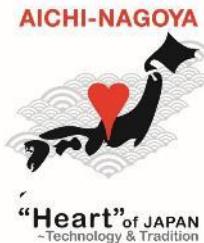
大阪・関西万博の開催

愛知国際アリーナ（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



愛知国際アリーナ  
(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〉

第60回アジア開発銀行年次総会

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

名古屋城天守閣の木造復元

IMAGINE ONE ASIA  
ここで、ひとつに。





### 3 愛知の豊富な観光資源

# 愛知の観光PR動画

POPバージョン



# 愛知の観光PR動画



“Heart” of JAPAN  
~Technology & Tradition~

DEEPバージョン



# 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



## 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



## 自然

海も山も川も温泉もある  
豊かな自然



## 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

# 愛知の多様な魅力 -歴史-



“Heart” of JAPAN  
~Technology & Tradition~

国宝  
犬山城



©Aichi Now

名古屋城



©Aichi Now



©Aichi Now

御油の  
松並木



©Aichi Now

有松の町並み

# 愛知の多様な魅力 -歴史-



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-



"Heart" of JAPAN  
~Technology & Tradition~



リニア・鉄道館

©Aichi Now



©Aichi Now

あいち航空ミュージアム



トヨタ博物館

©Aichi Now



リニモ

©Aichi Now

# 愛知の多様な魅力 -産業-



“Heart” of JAPAN  
~Technology & Tradition~



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-



“Heart” of JAPAN  
~Technology & Tradition~



小原四季桜

©Aichi Now



香嵐渓

©Aichi Now



四谷千枚田

©Aichi Now



芝桜

©Aichi Now

# 愛知の多様な魅力 -自然-



祖父江の  
イチョウ



佐久島



恋路が浜



篠島

©Aichi Now

©Aichi Now

# 愛知の多様な魅力 -文化-



“Heart” of JAPAN  
~Technology & Tradition~



犬山祭



亀崎  
潮干祭



花祭



尾張津島  
天王祭

©Aichi Now

©Aichi Now

# 愛知の多様な魅力 -食-



“Heart” of JAPAN  
~Technology & Tradition~



ふぐ



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

スタジオジブリ作品の世界観を表現した公園施設



© Studio Ghibli

2023年11月1日  
「もののけの里」が開園

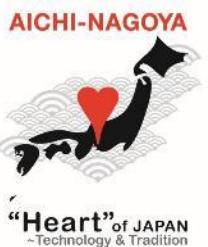


2024年3月16日  
「魔女の谷」が開園



# 愛知の観光PR動画

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。

ジブリ・ばう。  
愛知

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。 

C 2022 Studio Ghibli

風になって、遊ぼう。 



## 4 愛知の観光の目指す姿と取組

# あいち観光戦略2024-2026



“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

(A)



# 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

AICHI-NAGOYA



“Heart” of JAPAN  
~Technology & Tradition~

# 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



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



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



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

# 數值目標

KGI

【質】  
観光消費額  
単価

日本人 6,850円  
外国人 80,000円



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%

【量】  
観光  
入込客数

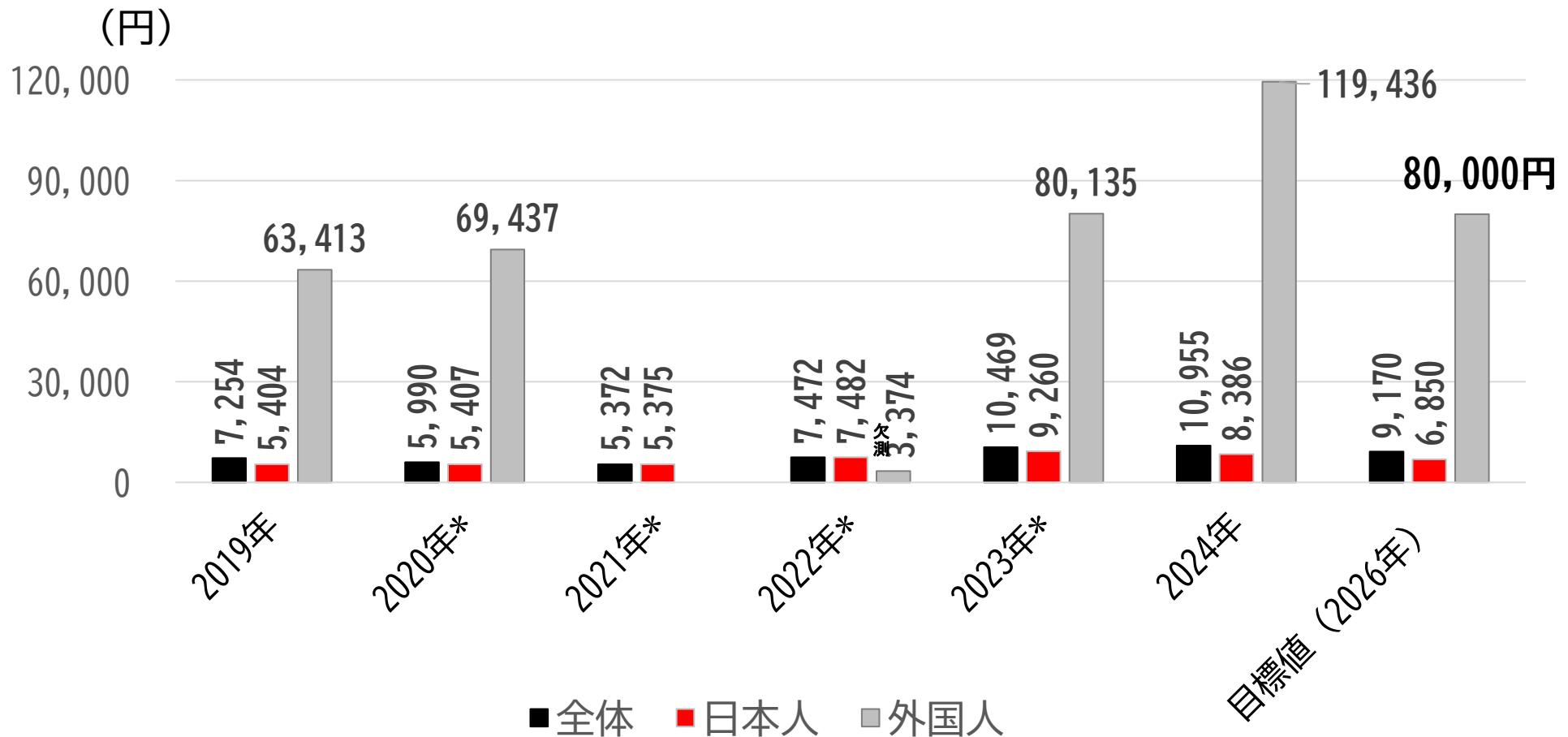
全体 1.2億人回  
うち日本人11,620万人回  
うち外国人 380万人回

【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

# 數值目標(觀光消費額単価)

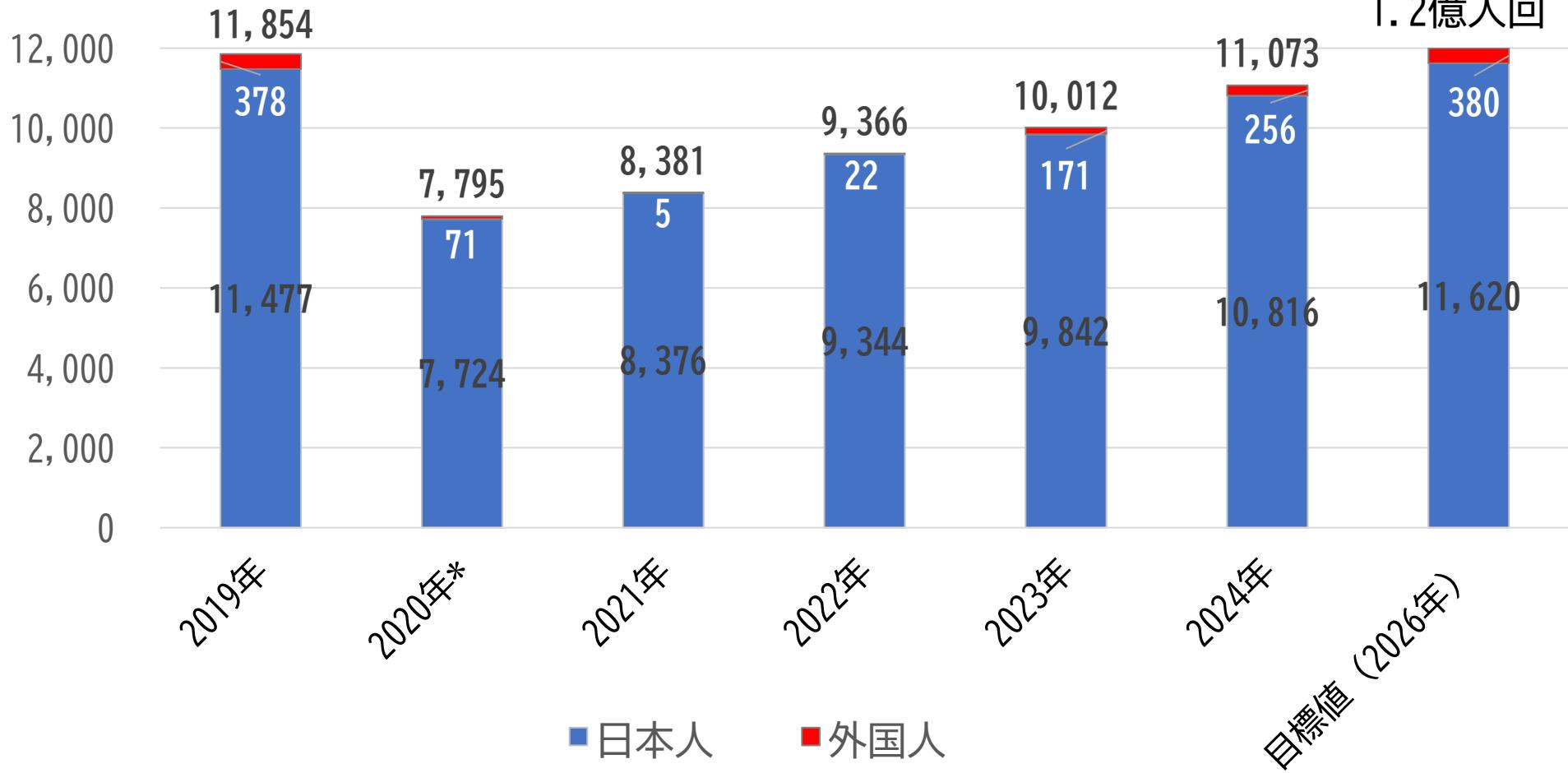


出典:観光庁「訪日外国人消費動向調査」、愛知県「愛知県観光入込客統計」



# 數值目標(觀光入込客數)

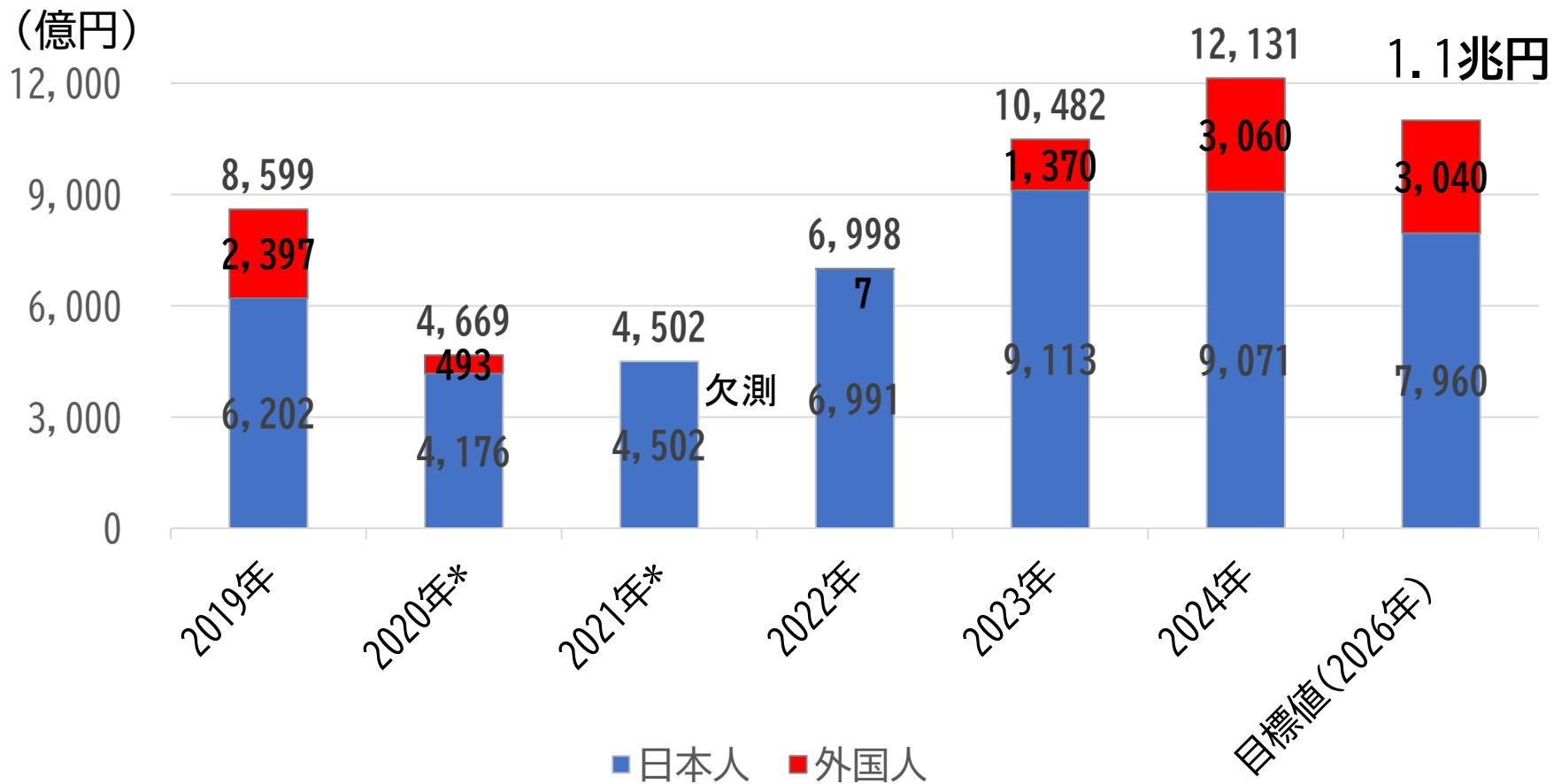
(万人回)



出典:愛知県「愛知県観光入込客統計」



# 數值目標(觀光消費額)



出典:観光庁「訪日外国人消費動向調査」、愛知県「愛知県観光入込客統計」より算出。



# 5 具体的な取組

# 具体的な施策例

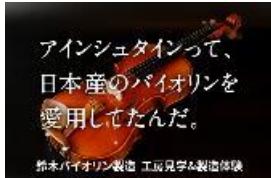
## ジブリパークを活用した周遊観光の促進

### ■ 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（たら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

The screenshot shows the official Ghibli Park ticketing page. On the left, there's a sidebar for local tourism with four categories: Ghibli Park (大人券), Ghibli Park (大人券プレミアム), and Ghibli Park (さんぽ券), each with a 'Ticket Purchase' button. On the right, there's a 'Special Site for Ghibli Park Visitors' with three images and text about the 'Aichi no Yume no Tabi' travel site.



高付加価値化の推進

# 具体的な施策例

## 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、歴史観光を推進。

- 「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・ひでよしへん

# 具体的な施策例

## アジア・アジアパラ競技大会活用誘客促進

### ■ 概要

- ・2026年に愛知・名古屋で開催されるアジア競技大会・アジアパラ競技大会の機会を捉えた、アジア地域に向けたプロモーション等の実施。

### 《オンライン・トラベル・エージェントと連携したプロモーション》

大会開催期間前後の誘客を見据え、東アジア・東南アジア7市場（台湾、香港、韓国、タイ、ベトナム、シンガポール、フィリピン）をターゲットとして、同市場に強力な販売ネットワークを持つオンライン・トラベル・エージェント（OTA）と連携したプロモーションを実施。

### 《報道関係者等を対象としたエクスカーション》

大会開催に向け、2025年度に実施の世界放送者会議（WBM）及び世界報道会議（WPB）参加のために集まる放送事業者や報道関係者等を対象にエクスカーションを実施。



IMAGINE ONE ASIA  
ここで、ひとつに。





# 具体的な施策例

## 地域資源を活用した観光プログラムの造成

### ■ 概要

- 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。



# 具体的な施策例

## 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。  
⇒インターネット旅行予約サイトを通じて販売  
例：抹茶工場見学と点茶体験、いなり寿司作り体験



# 具体的な施策例

## 発酵食文化の魅力発信

### ■ 概要

- ・愛知は、味噌、しょうゆ、酢、日本酒、みりん、漬物等の発酵調味料・発酵食の集積地。
- ・近年、世界的に「発酵食文化」への関心が高まっており、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。
- ・そこで、2024年5月に「愛知『発酵食文化』振興協議会」を設立し、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。
- ・具体的には、発酵食を楽しめる飲食店の登録制度、特設WEBサイトや公式SNSを通じた情報配信、シンポジウムの開催、展示会への出展、蔵元や宿泊施設等を対象にした旅行コンテンツの造成支援、ガイド育成などを実施。



高付加価値化の推進





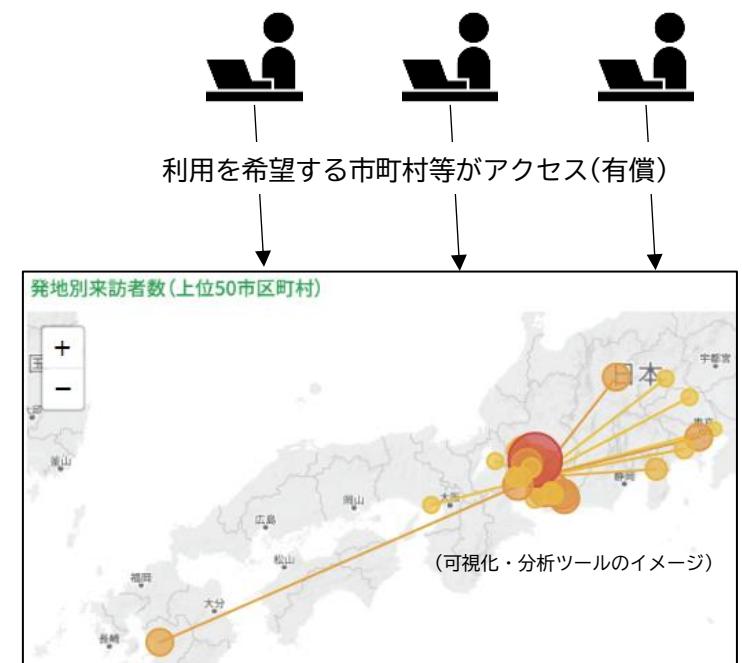
# 具体的な施策例

## 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。



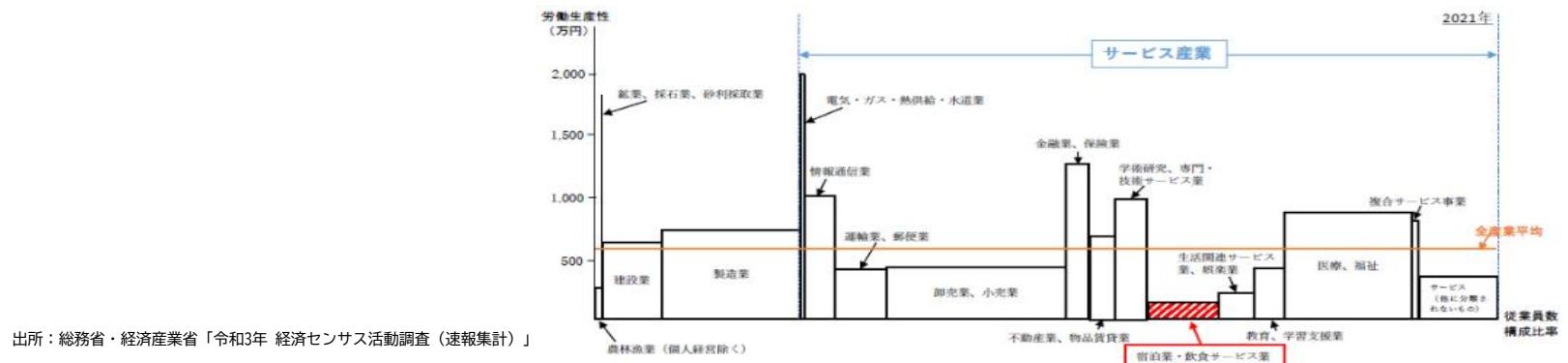
# 具体的な施策例

## 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、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。
- 併せて、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。

### ■ 産業別の労働生産性の比較





# 具体的な施策例

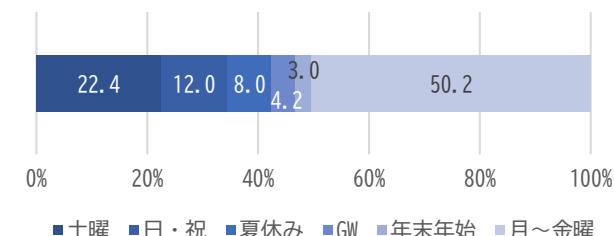
## 観光需要平準化の促進



### ■ 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。
- 併せて、平日限定で、県内35の美術館・博物館等に各施設1回ずつ入場できるチケット「あいち・なごや周遊観光パスポート」を販売（販売期間2025年5月26日～2026年1月31日）。

■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

## 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実施。

#### 《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。



オープンイノベーションの  
推進





# 具体的な施策例

## ツーリズムEXPOジャパンの開催支援



オープンイノベーションの  
推進

### ■ 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  
(一社)全国旅行業協会
- 特 別 協 力 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)
- 開 催 結 果 来場者数 127,677人  
出展者数 1,350企業・団体 (海外82か国・地域、国内45都道府県)

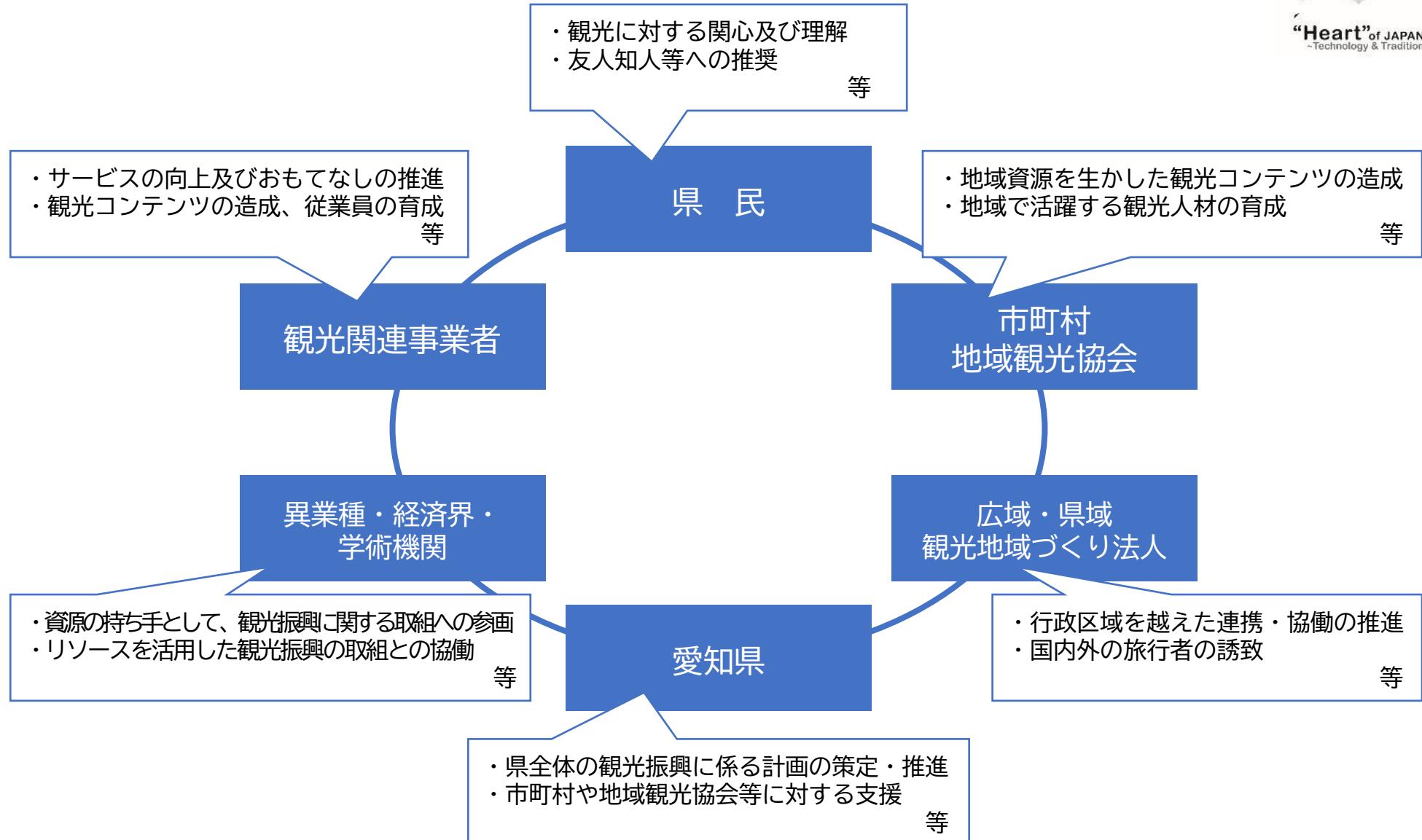




# 6 まとめ



# 推進体制



# AICHI-NAGOYA



‘  
“Heart” of JAPAN  
~Technology & Tradition