

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 利光

目 次

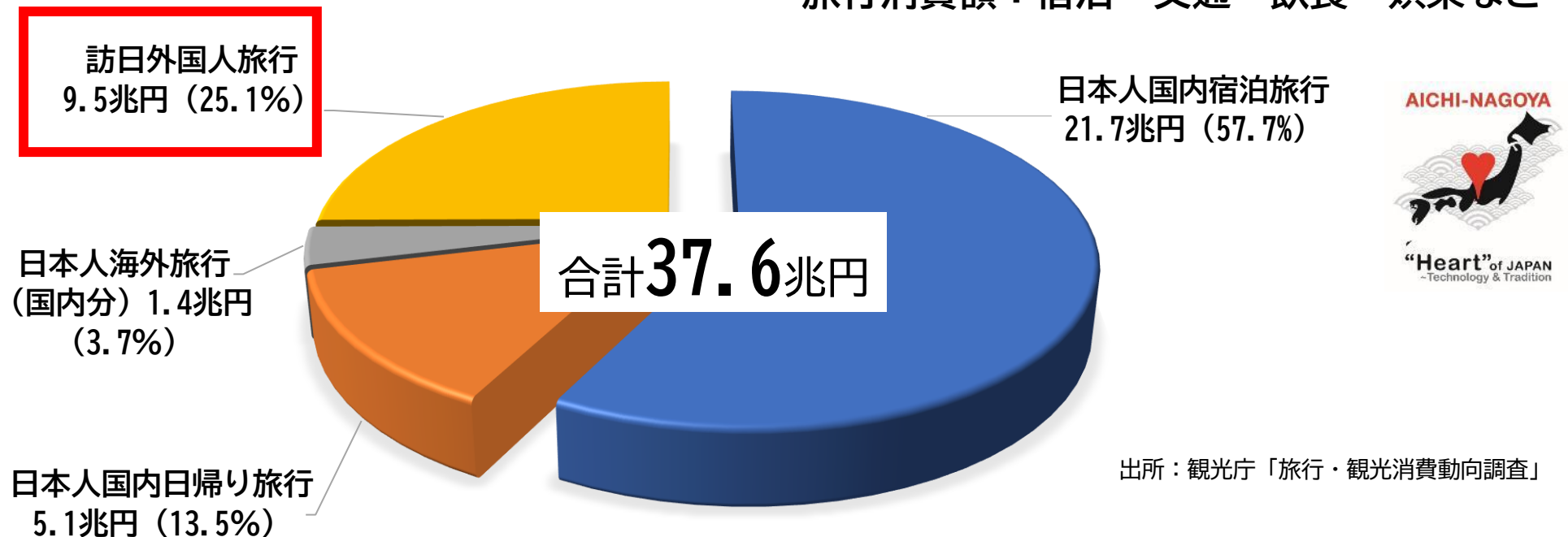


- 1 観光を取り巻く状況(P. 3)
- 2 愛知の観光の現状(P. 10)
- 3 愛知の豊富な観光資源(P. 16)
- 4 愛知の観光の目指す姿と取組(P. 29)
- 5 具体的な取組(P. 38)
- 6 まとめ(P. 49)

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

旅行消費額：宿泊・交通・飲食・娯楽など



国内における旅行消費額(2025年)

合計37.6兆円

日本の名目GDP(2025年速報値)

663.8兆円

= 5.7 %

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
(2025年)



輸 出
(2025年)

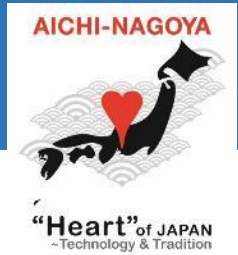
9.5兆円

① 自動車（完成品）	17.6兆円
② 半導体等電子部品	6.6兆円
③ 半導体等製造装置	4.5兆円
④ 鉄鋼	3.9兆円
⑤ 自動車の部分品	3.7兆円



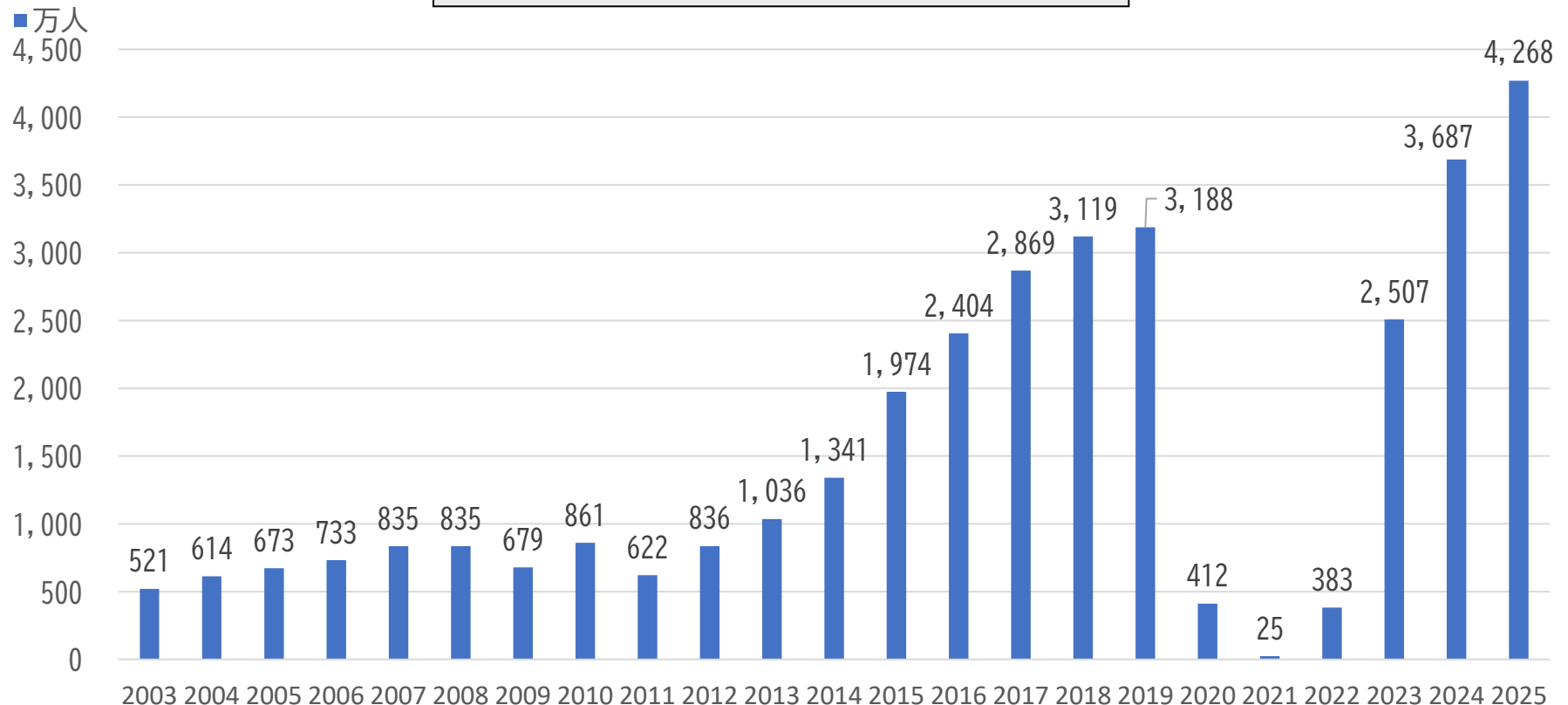
出所：観光庁「インバウンド消費動向調査」、財務省「貿易統計」

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
2025年は過去最高を更新

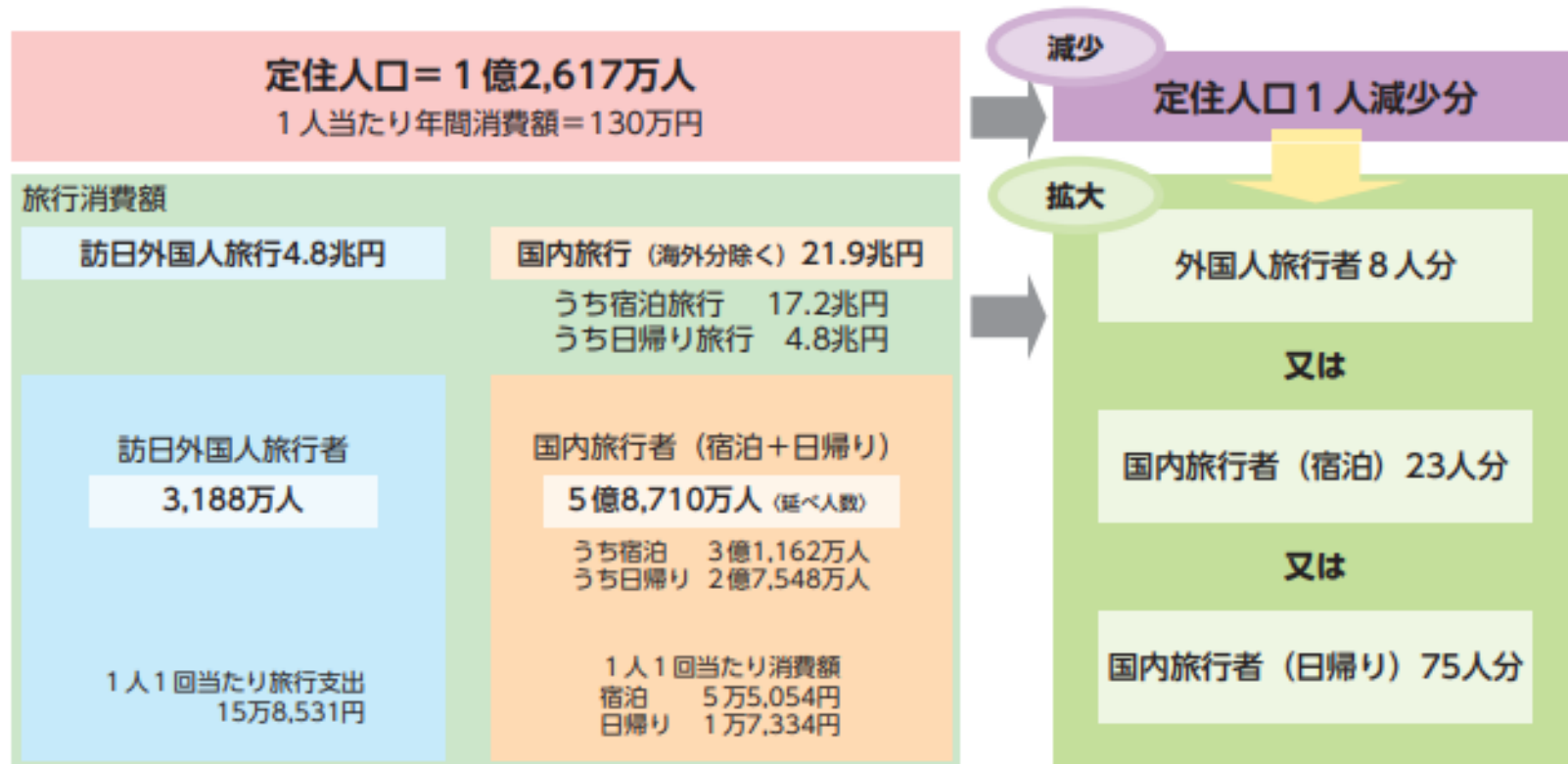
全国の訪日外国人旅行者数の推移



出所：日本政府観光局「訪日外国人旅行者数・出国日本人数」

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）

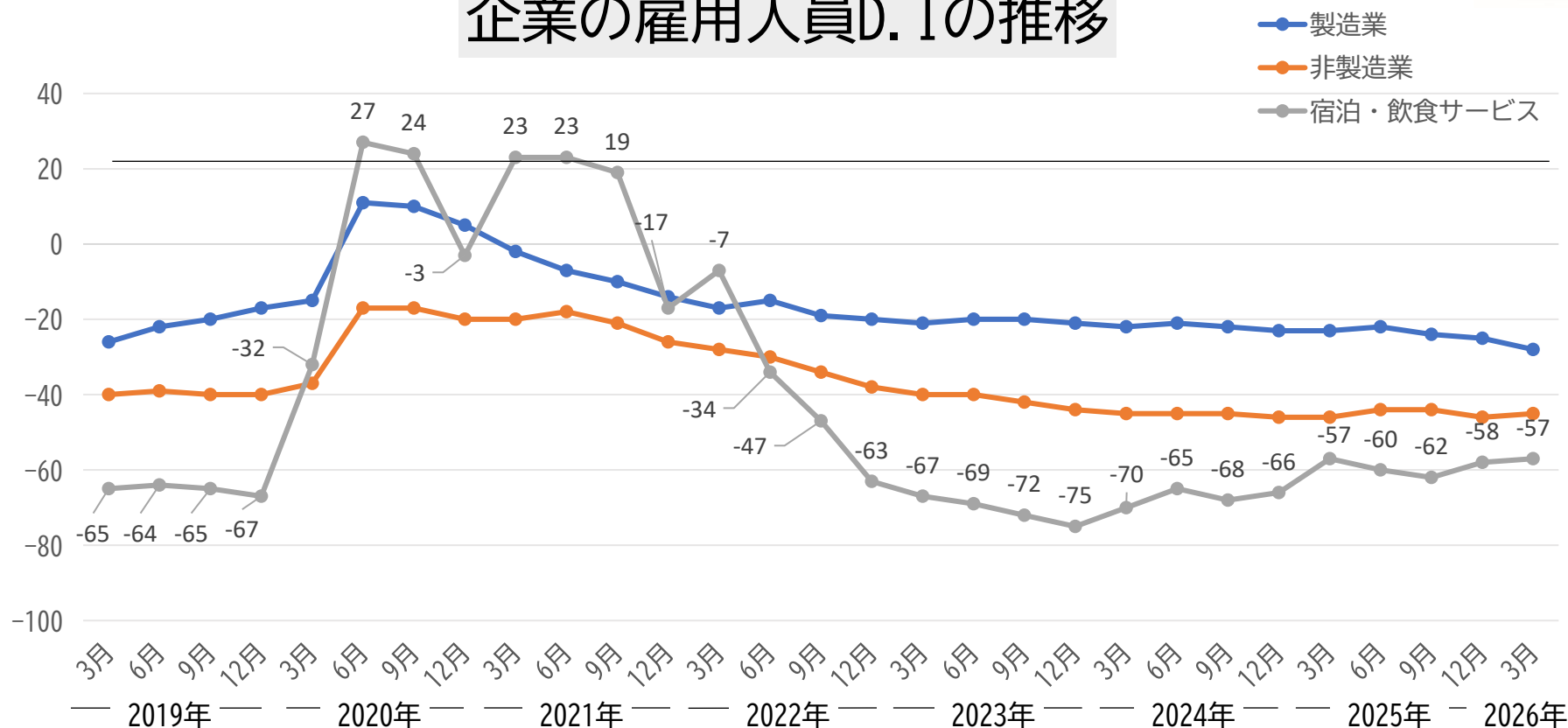
出典：観光庁「『アフターコロナ時代における地域活性化と観光産業に関する検討会』最終とりまとめ」

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



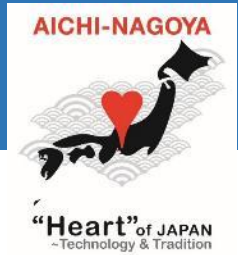
企業の雇用人員D.I.の推移



*雇用人員判断D.I. (「過剰」 - 「不足」)。全国ベース。

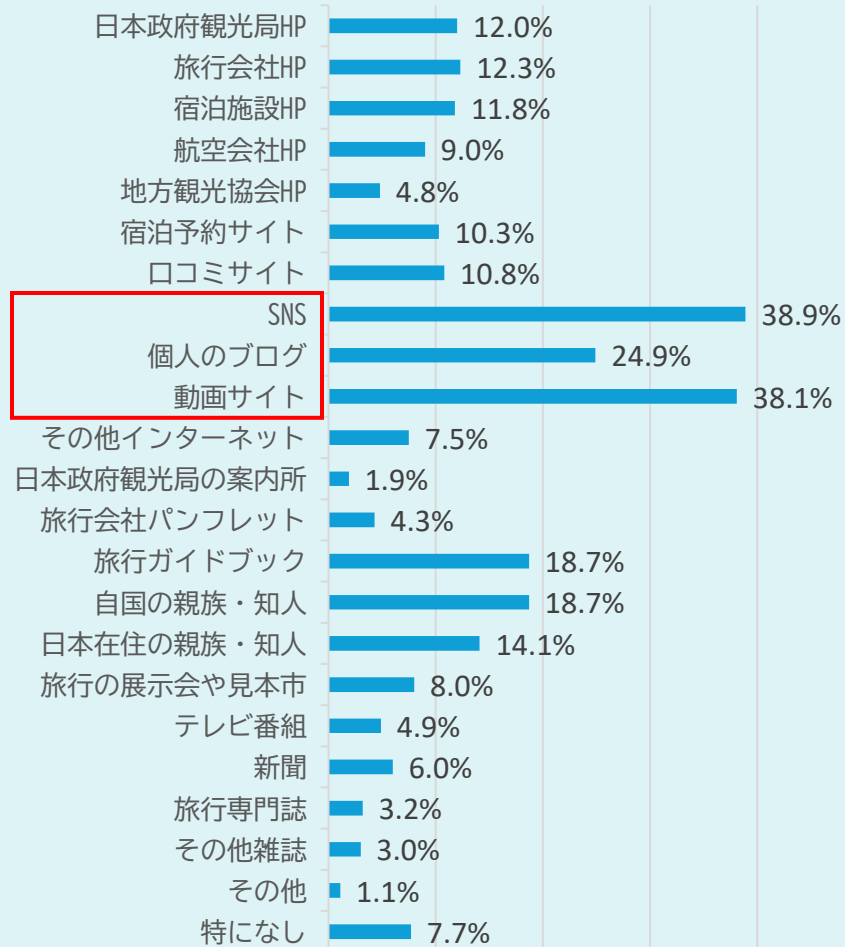
出典：日本銀行「全国企業短期経済観測調査（短観）」

デジタルの活用の浸透

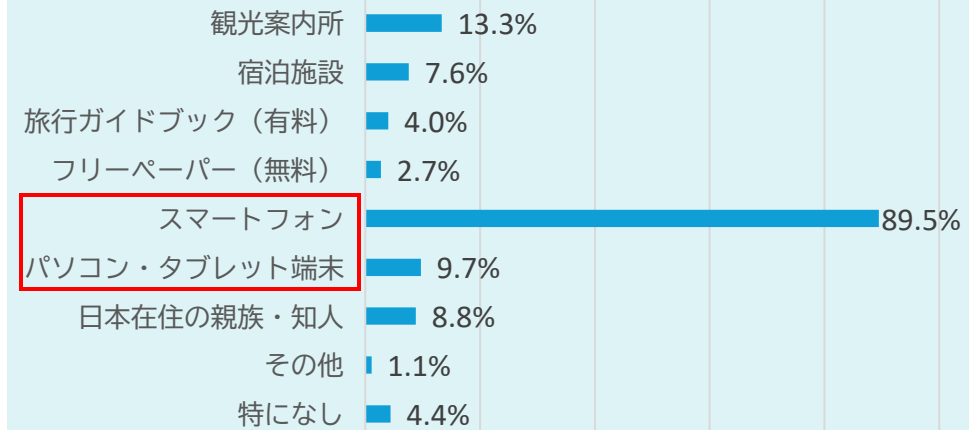


旅行のあらゆる場面でデジタルの活用が浸透

旅マエ



旅ナカ

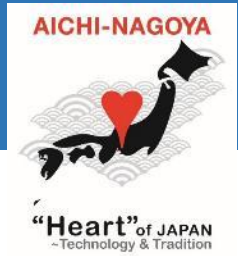


訪日外国人旅行者の旅行情報源
〔役に立った旅行情報源〕
（複数回答）

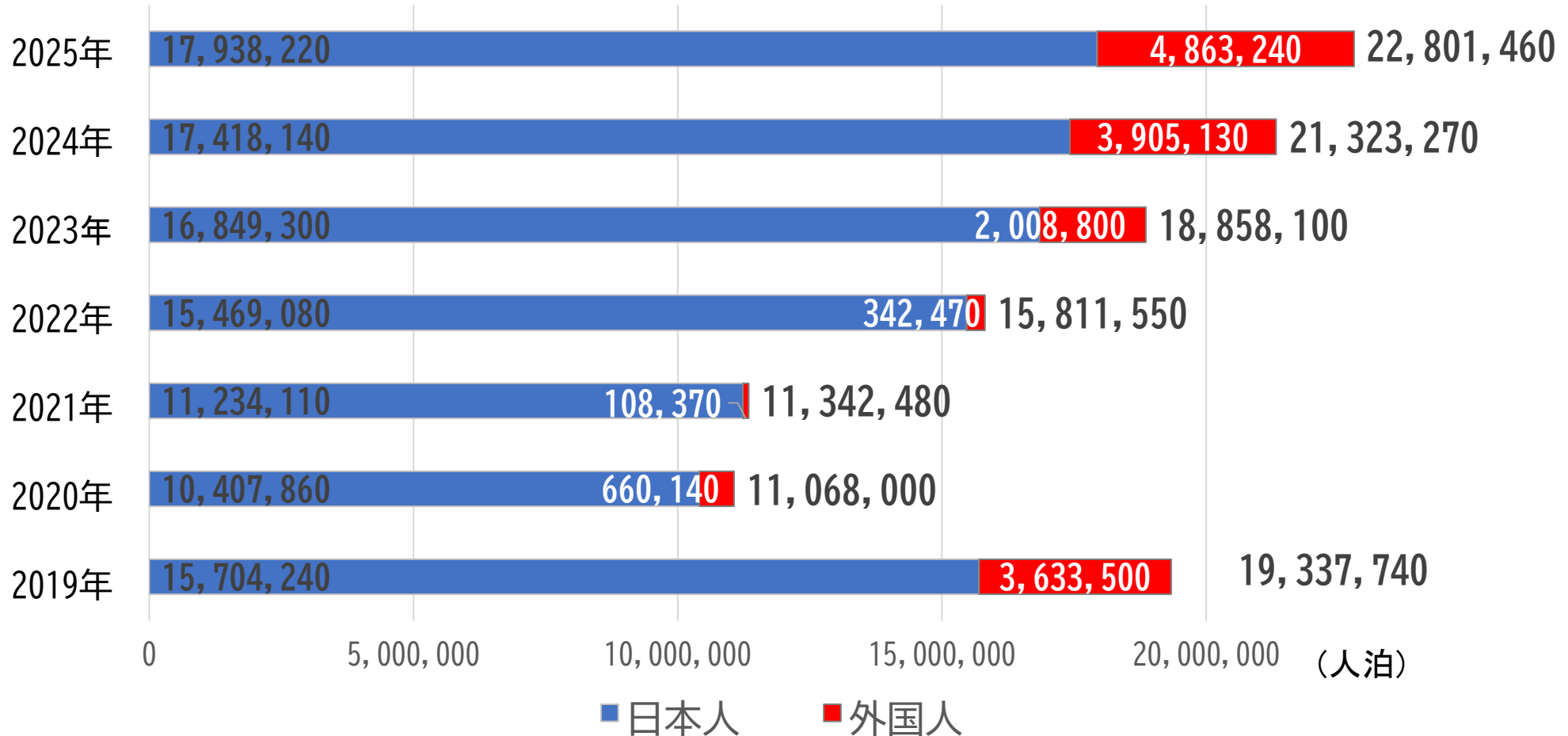
出典：観光庁「インバウンド消費動向調査」2024年次報告書

2 愛知の観光の現状

愛知の観光の現状

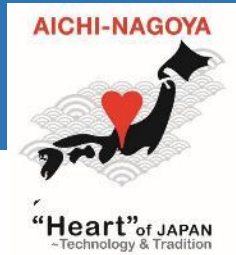


延べ宿泊者数の推移



出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」

愛知の観光の現状



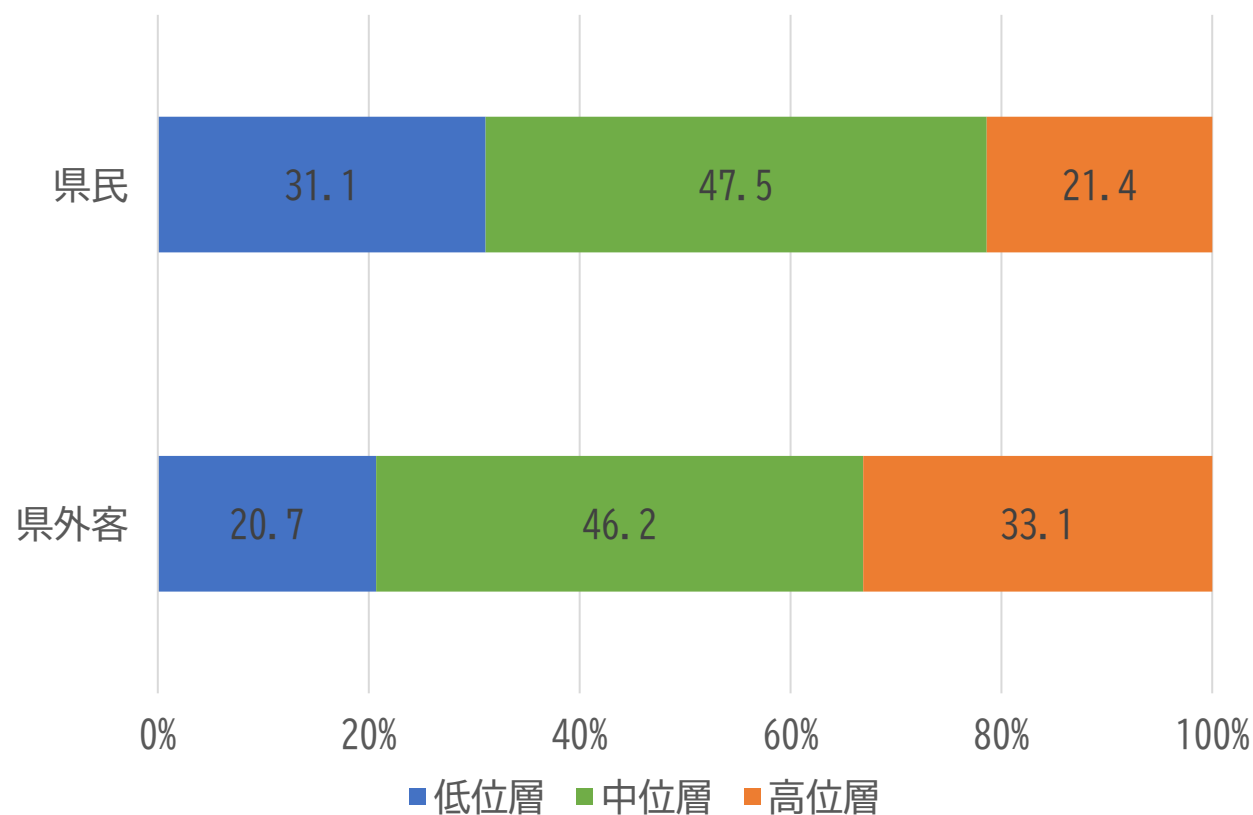
延べ宿泊者数（2025年）

		日本人	外国人	合 計	
1位	東京都	4,710万人	東京都	5,959万人	東京都 10,669万人
2位	大阪府	3,340万人	大阪府	2,420万人	大阪府 5,760万人
3位	北海道	3,262万人	京都府	1,875万人	北海道 4,544万人
4位	千葉県	2,361万人	北海道	1,282万人	京都府 3,397万人
5位	沖縄県	2,360万人	沖縄県	869万人	沖縄県 3,229万人
6位	神奈川県	2,216万人	福岡県	791万人	千葉県 2,805万人
7位	静岡県	2,006万人	神奈川県	505万人	神奈川県 2,721万人
8位	愛知県	1,794万人	愛知県	486万人	福岡県 2,418万人
9位	長野県	1,648万人	千葉県	444万人	愛知県 2,280万人
10位	福岡県	1,627万人	山梨県	268万人	静岡県 2,224万人

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」

今後の大規模事業・プロジェクト

〈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〉

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

〈2028年度以降〉

2028年技能五輪国際大会の開催
西知多道路の全通
名古屋城天守閣の木造復元
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



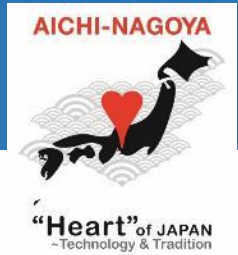
IMAGINE ONE ASIA

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P R動画

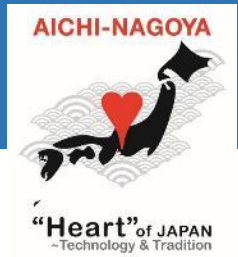


POPバージョン



<https://youtu.be/wWDJfRDx1Ug?si=gW8JH6msho3x2TZq>

愛知の観光P R動画



DEEPバージョン



<https://youtu.be/VOAQv-ia39A?si=CqgZKmnIX1A-5b5M>

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



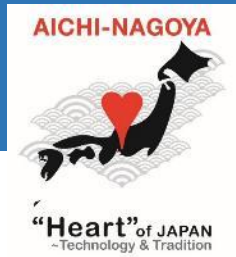
©Aichi Now



©Aichi Now

有松の町並み

愛知の多様な魅力 -歴史-



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-



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

愛知の多様な魅力

ー産業ー



八丁味噌

©Aichi Now



瀬戸蔵

©Aichi Now



有松絞

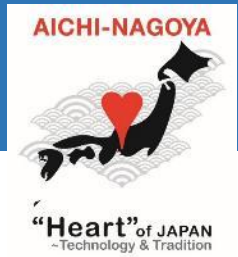
©愛知県観光コンベンション局



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

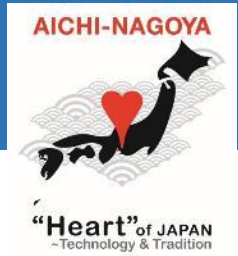
©Aichi Now



©Aichi Now

芝桜

愛知の多様な魅力 -自然-



祖父江の
イチヨウ



©Aichi Now

恋路が浜



©Aichi Now



©Aichi Now

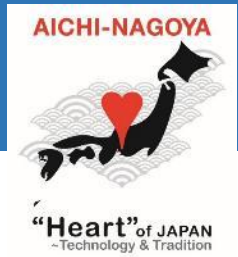
佐久島



©Aichi Now

篠島

愛知の多様な魅力 -文化-



犬山祭



©Aichi Now

亀崎
潮干祭



©Aichi Now

花祭



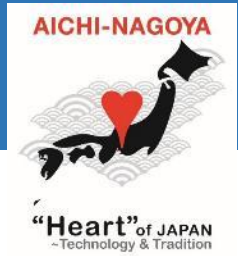
©Aichi Now

尾張津島
天王祭



©Aichi Now

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



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



© Studio Ghibli

愛知の観光P R動画

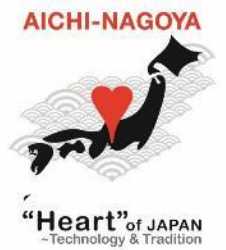


スタジオジブリ制作、県内15か所の観光スポットを紹介



4 愛知の観光の目指す姿と取組

あいち観光戦略2024-2026



第4次愛知県観光振興基本計画

あいち観光戦略

2024-2026



「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】



目指すべき姿

「さすが」と言いたくなる「観光県・あいち」

ー あいち「ツウ」リズム2.0 ー 【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

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

×

=

観光消費額

1.1兆円

うち外国人
3,040億円

【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

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

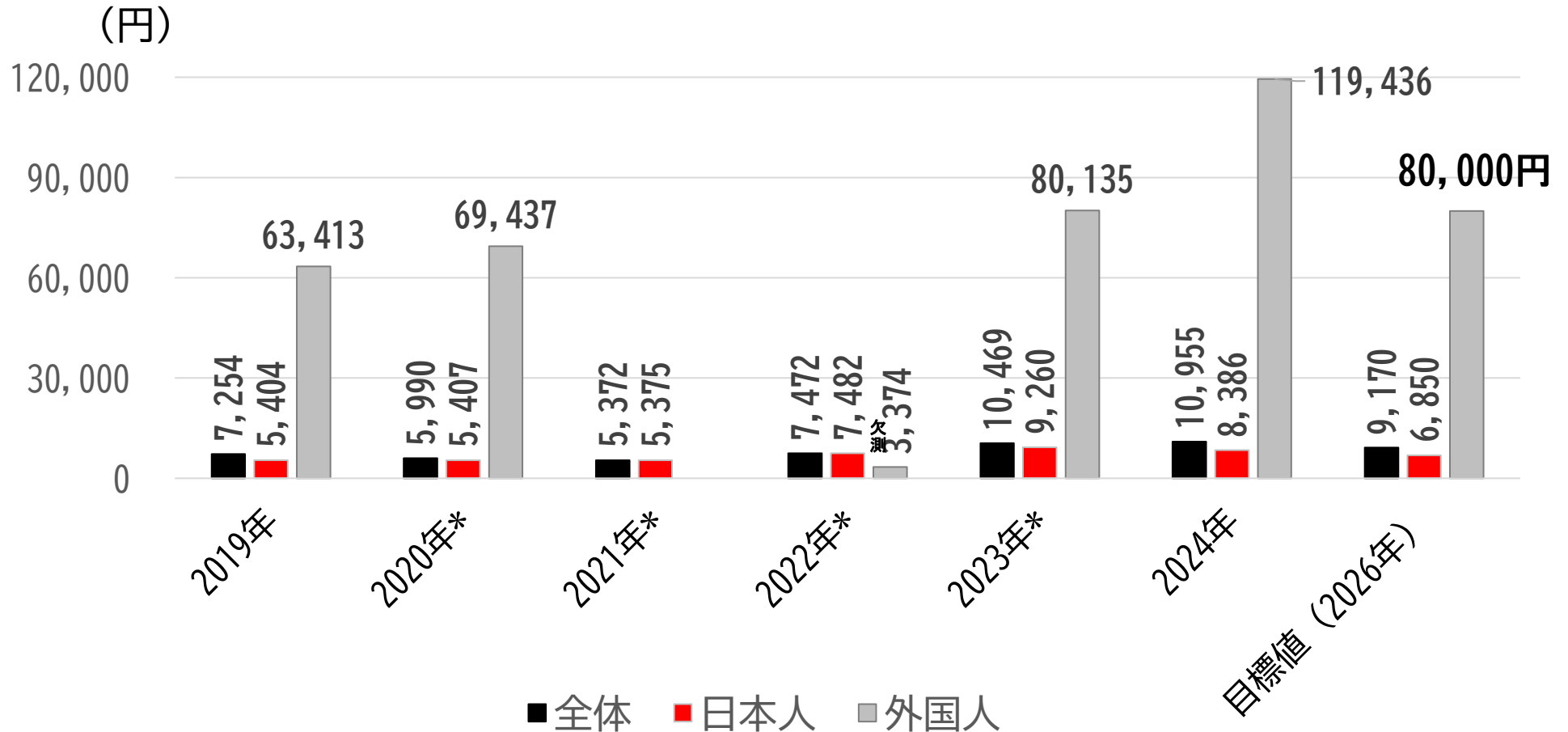
【延べ宿泊者数】

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)

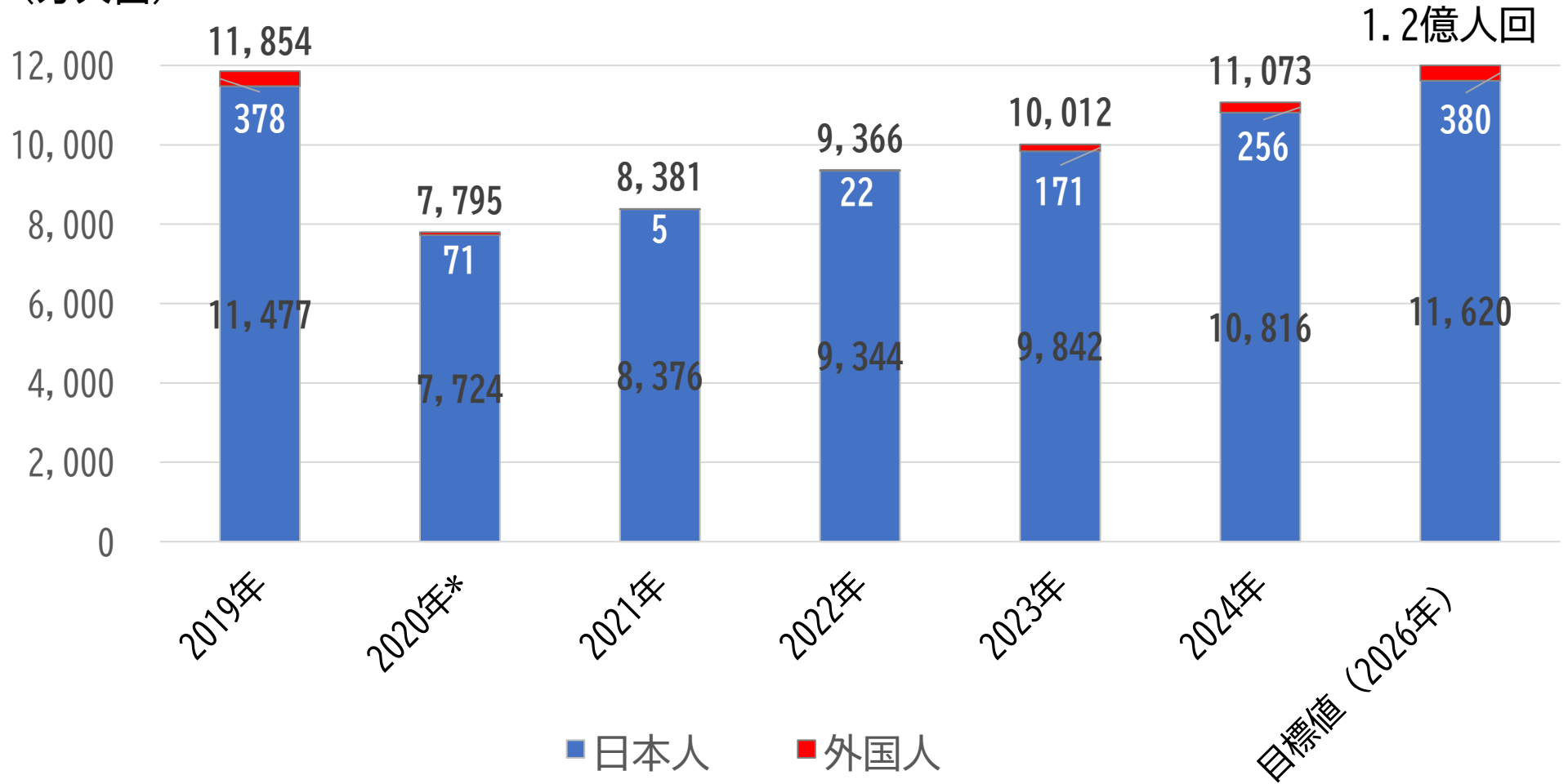


出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査」、愛知県「愛知県観光入込客統計」

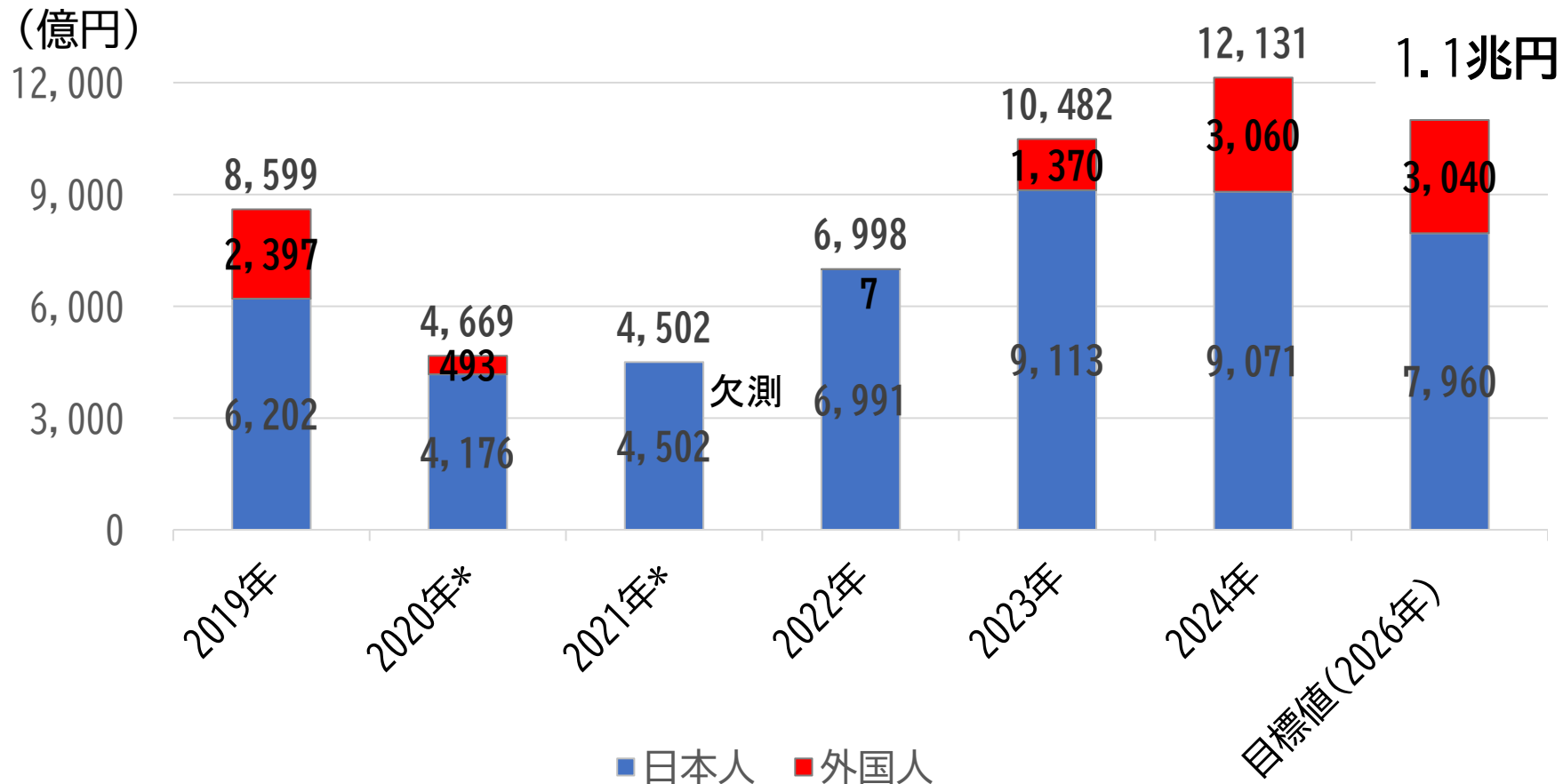


数値目標(観光入込客数)

(万人回)



数値目標(観光消費額)



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

AICHI-NAGOYA



“Heart” of JAPAN
-Technology & Tradition-



高付加価値化の推進

■ 概要

- ・愛知県公式観光サイト「Aichi Now」を通じて、ジブリパーク周辺の見どころや周遊モデルコースを紹介。
- ・「ジブリパークのある愛知」をイメージした観光動画によるPR・プロモーションを首都圏・関西圏において実施。



© Studio Ghibli



具体的な施策例

歴史観光の推進



■ 概要

大河ドラマ「豊臣兄弟！」を活用して、県、市町村、観光関係団体等で構成する「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」「庭園」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、サムライガーデンフォトコンテストの開催 など
- 大河ドラマ「豊臣兄弟！」を活用した誘客促進
関西圏での観光展の開催（新規）、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
ひでよくん・ひでながくん

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8市場（中国、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。

《シティツアーの実施等による観光PR》

大会関係者やメディア、観客を対象としたシティツアーの実施。メディアやインフルエンサーを活用した本県及び近隣県・県内空港の就航先等の観光コンテンツや広域周遊観光の情報発信。

《ナイトタイム観光の推進》

大会開催期間中、名古屋市内を中心にオープントップバスナイトツアーを実施。また、ツアールート上である愛知県本庁舎及び名古屋市本庁舎においてプロジェクションマッピングも実施。

IMAGINE ONE ASIA
ここで、ひとつに。



具体的な施策例

AICHI-NAGOYA



“Heart” of JAPAN
- Technology & Tradition

地域資源を活用した観光プログラムの造成



高付加価値化の推進

■ 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。

旅ろっ！愛知
Tabiro! Aichi



具体的な施策例

外国人旅行者向け体験コンテンツの 販売・プロモーション支援



■ 概要

【2024年度～2025年度】

- ・ 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。
⇒名匠直伝工芸体験、芸妓お座敷遊び体験など9コンテンツを造成
- ・ 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。
⇒抹茶工場の見学・点茶体験、いなり寿司作り体験など
14コンテンツを造成

【2026年度】

- ・ 県内各地で造成された体験型コンテンツを確実な販売につなげるための販売・プロモーションを支援。
⇒海外エージェント・ランドオペレーター招請による販売促進の実施
⇒OTA特集記事やインフルエンサータイアップ等の広告・PR支援の実施



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中。
- ・ 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、セミナーの開催、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、ガイド育成などを行っている。



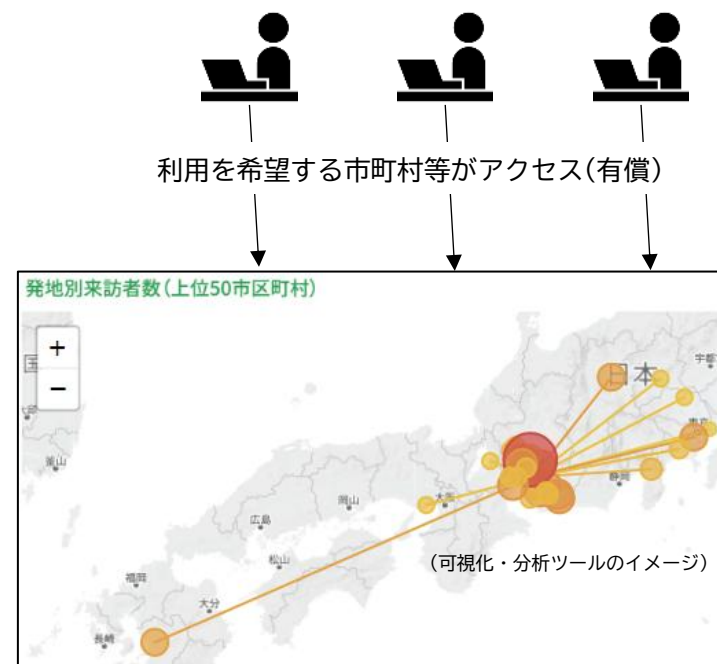
具体的な施策例

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

AICHI-NAGOYA

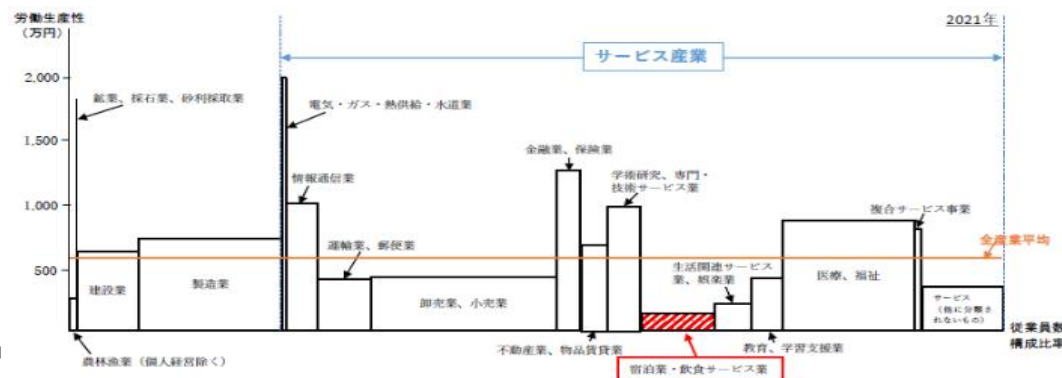


持続可能性の追求

■ 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



出所：総務省・経済産業省「令和3年 経済センサス活動調査（速報集計）」

具体的な施策例

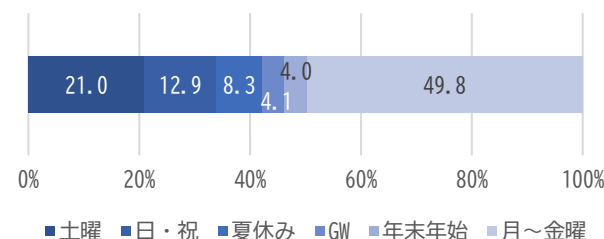
観光需要平準化の促進



■ 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40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2026年5月18日～2027年1月31日）。

■国内宿泊旅行の出発日（％）



具体的な施策例

あいち観光まちづくりゼミ



■ 概要

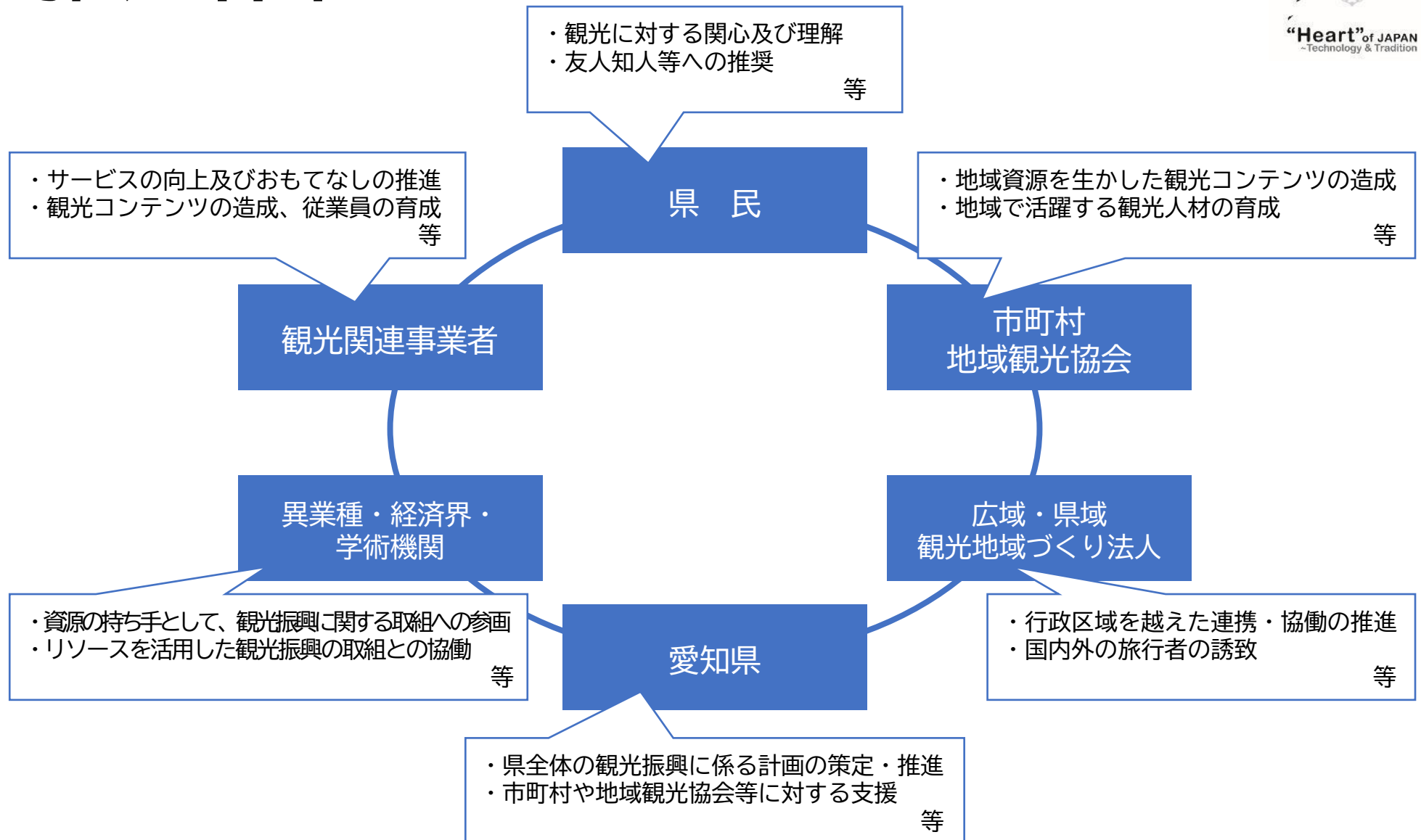
《あいち観光まちづくりゼミ》

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。提案された優秀な企画について、ブラッシュアップを実施し、「旅ろっ！愛知」での商品化・販売に繋げる。



6 まとめ

推進体制



AICHI-NAGOYA



“Heart” of JAPAN
~Technology & Tradition