

あいち観光戦略2021-2023の概要

1 基本的な事項

戦略の目的 愛知県観光振興基本条例が掲げる「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。

戦略の位置付け ① 条例に定める「観光振興に関する基本的な計画」。
② 「あいちビジョン2030」の観光振興分野の個別計画。

戦略の期間 2021年度～2023年度（3か年）

2 愛知の観光を取り巻く状況

2030年頃の社会経済情勢の展望

- ◆ 人口減少の進行・人生100年時代の到来
- ◆ 第4次産業革命の進展
- ◆ 価値観・ライフスタイルの多様化
- ◆ リニア開業による首都圏と中京圏の一体化
- ◆ 世界経済の多極化と海外旅行者数の増加
- ◆ SDGsの理念の定着
- ◆ 大規模な自然災害のリスクの増大や感染症への意識の高まり

観光の質的・量的変化

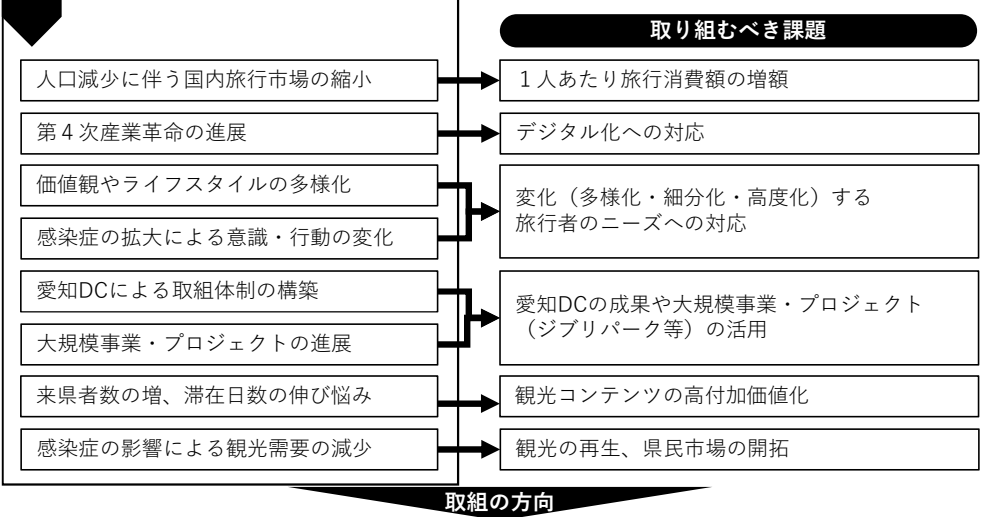
- ◆ 訪日旅行者の地方への拡散
- ◆ 個人の趣味・嗜好の多様化・細分化・高度化と旅行のニーズの変化
- ◆ 旅マエ・旅ナカ・旅アトのすべての段階におけるデジタルの台頭
- ◆ 新型コロナウイルス感染症による旅行需要の急減と旅行スタイルの変化

2030年頃までの大規模事業・プロジェクト

- ◆ 2021年 東京オリンピック・パラリンピック開催
- ◆ 2022年秋 ジブリパーク開業
- ◆ 2025年 大阪・関西万博開催
- ◆ 2026年 第20回アジア競技大会（2026/愛知・名古屋）開催
- ◆ 2027年度 リニア中央新幹線（品川・名古屋間）開業

「あいち観光戦略2016-2020」の評価・課題

- ◆ 県内各地における観光への取組の加速
- ◆ 訪日旅行者の増加
- ◆ 愛知デスティネーションキャンペーン（愛知DC）によるレガシイの創出
- ◆ 大規模事業・プロジェクトの進展による観光振興
- ◆ 滞在日数や魅力度の伸び悩み
- ◆ 新型コロナウイルス感染症により大きな影響を受けた観光の再生



◆ 愛知ならではの多様な魅力を「ツウ」な魅力*として磨き上げ、デジタルも活用した的確なマーケティングにより、多様化する旅行ニーズに対応しつつ、観光コンテンツとしての高付加価値化を図る。

◆ 魅力ある地域資源、充実した広域交通基盤、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。

※「ツウ」な魅力：誰でも、何度でも楽しめる奥深い魅力

3 目指す姿

～“Heart”of JAPAN セカンドステージ～
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」

4 施策立案・実施にあたっての基本的な方針

独自の魅力・強みの強化

- ◆ 愛知ならではの資源の深掘り・磨き上げ
- ◆ ジブリパーク開業効果の活用
- ◆ リニア開業効果の活用の検討

地域連携・県民参加とSDGsの実践

- ◆ 市町村や地域の観光関係団体との連携
- ◆ 県民参加の促進
- ◆ 多様な主体との連携
- ◆ SDGsの理念に基づく持続可能な観光の実現

EBPMの実践とデジタルの活用

- ◆ エビデンスに基づく施策立案・実施と分析・評価
- ◆ デジタルを活用した効果的なPR・プロモーションと的確な効果測定等

ウィズコロナ・ポストコロナへの対応

- ◆ 新しい生活様式・新しい旅行スタイルへの対応
- ◆ 観光の再生に向けた取組

5 施策の柱

①あいち「ツウ」リズム™の推進

【「ツウ」な魅力向上】	趣味・嗜好によるターゲット設定	【効果的なPR・プロモーション】
歴史（武将・城郭・街道等）	ニーズへの対応・高付加価値化	デジタルの活用
産業（製造業・農林水産業・伝統産業等）		運輸機関・旅行業者・メディアとの連携
自然（海・山・離島等）		海外レップの活用
食（なごやめし・醸造等）		特化型イベントの開催・出展・支援
山車・祭（からくり・花祭等）		県民による魅力発信

...など

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
- ◆ 多様な宗教・信条等への対応支援
- ◆ 多様な旅行・宿泊ニーズへの対応
- ◆ ユニバーサルツーリズムの推進
- ◆ 旅行者の安全・安心の確保

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
- ◆ モビリティ・マネジメント
- ◆ 交通インフラの整備

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

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（JSTS-D）」の普及
- ◆ 観光人材の確保・育成
- ◆ 観光イノベーションの促進
- ◆ 取組体制の構築

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

6 数値目標

観光消費額	観光入込客数	観光消費額単価	来県外国人旅行者数	290万人
1.0兆円 うち外国人 2,500億円	全体1.2億人回 うち外国人380万人回	日本人 6,450円 外国人 65,790円	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	220件
			満足度	全体50.0% / 外国人50.0%
			推奨意向	県民25.0% / 県外在住者50.0%
			再訪意向	県外在住者100.0%

各施策のKPI

