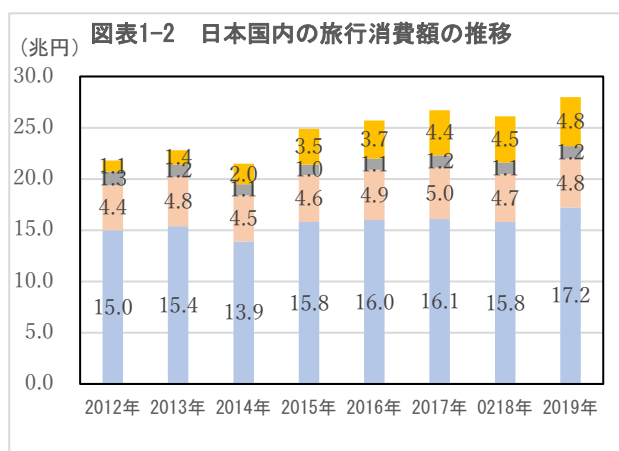
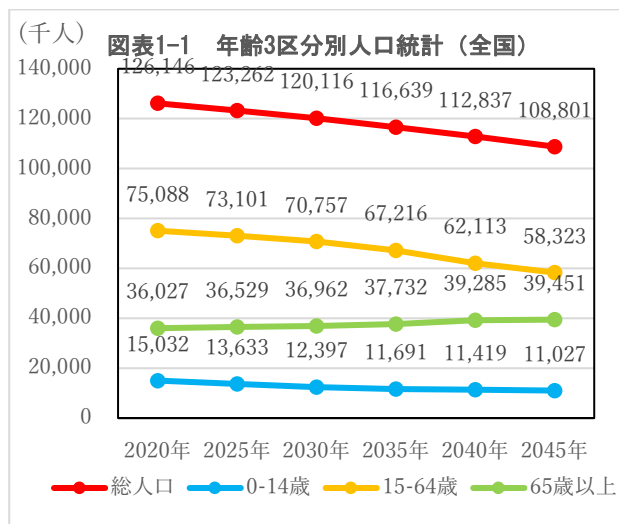


あいち観光戦略概要

(1) 愛知の観光を取り巻く状況

ア 人口減少の進行・人生100年時代の到来

図表1-1にあるとおり、全国の総人口はすでに減少局面に入っており、現在(2020年)の約1億2,533万人から、2030年には約1億1,913万人に減少すると推測されています。また、65歳以上人口の総人口に占める割合は、2020年に28.9%だったものが2030年には、31.2%に上昇することが見込まれています。図表2-2にあるとおり、日本国内における旅行消費額の約8割は、日本人による国内旅行で占められていることから、今後、人口減少と高齢化が日本の旅行市場に与える影響を見極める必要があるとともに、訪日旅行(インバウンド)による消費を呼び込む必要性が一層高まっていくと考えられます。



イ 人口減少の進行・人生100年時代の到来

デジタル化は、生産性を引きあげ、今後の経済成長を主導するとともに、より便利で豊かな生活

を実現する上で重要な役割を担うものであり、国においても、デジタル化を原動力とした「Society5.0」実現の取組を推進しています。そのような中、デジタル技術の進展を背景に、ロボットや人工知能(AI)モノのインターネット(IoT)自動運転システム MaaS (Mobility as a Service) など、最先端の技術の活用が進んでいくことにより、観光分野でも、情報収集や予約、滞在など、あらゆる場面において、新たなサービスの導入や革新的なビジネスモデルの創出が進展していくものと考えられます。

ウ リニア開業による首都圏と中京圏の一体化

リニア中央新幹線の品川・名古屋間の開業により、首都圏と中京圏が一体化して、巨大な都市圏が誕生します。また、名古屋駅を起点とした2時間圏人口は国内最大になることが見込まれ、本県としては、旅行者を呼び込む際の時間的な優位性が高まります。

エ 世界経済の多極化と海外旅行者数の増加

2030年までには、中国が米国を抜いて世界最大の経済大国になることが予測されています。また、東南アジアや南アジア各国の経済成長も上昇し、世界経済が多極化していくことが考えられます。これらの国々で中間層・富裕層が増加し、海外旅行者数が大きく伸びていくことが予測されます。

(2) 施策立案・実施にあたっての基本的な方針

①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

②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

③EBPMの実現とデジタルの活用

- ◆ 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

④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り組み

あいち観光施策の柱

目標すべき姿の実現に向け、基本的な視点を持った上で、以下の6つの柱に沿った施策を実施していきます。

柱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
柱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
柱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
柱4 MICE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
柱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）」
	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
柱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高付加価値化

あいち観光戦略概略図

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

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

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

「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

取り組むべき課題

人口減少に伴う国内旅行市場の縮小

第4次産業革命の進展

価値観やライフスタイルの多様化

感染症の拡大による意識・行動の変化

愛知DCによる取組体制の構築

大規模事業・プロジェクトの進展

来県者数の増、滞在日数の伸び悩み

感染症の影響による観光需要の減少

1人あたり旅行消費額の増額

デジタル化への対応

変化(多様化・細分化・高度化)する
旅行者のニーズへの対応愛知DCの成果や大規模事業・プロジェクト
(ジブリパーク等)の活用

観光コンテンツの高付加価値化

観光の再生、県民市場の開拓

取組の方向

- ◆ 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 目指すべき姿

～ “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

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

地域連携・県民参加とSDGsの実践

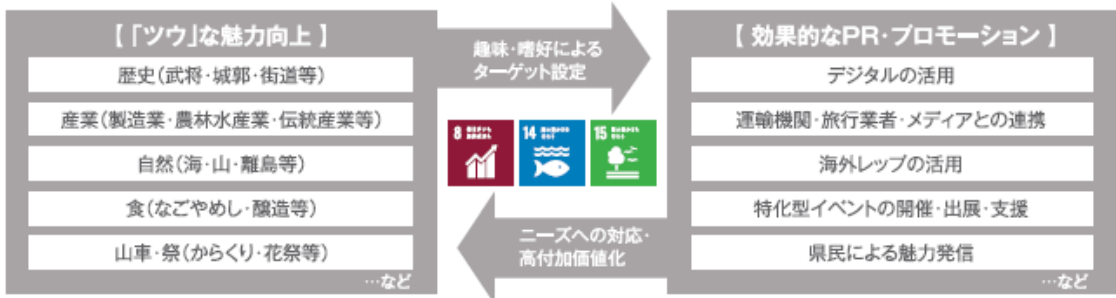
- ◆ 市町村や地域の観光関係団体との連携
- ◆ 県民参加の促進
- ◆ 多様な主体との連携
- ◆ SDGsの理念に基づく持続可能な観光の実現

ウィズコロナ・ポストコロナへの適応

- ◆ 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



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



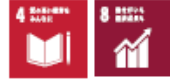
④ MICEの誘致・開催、Aichi Sky Expoの活用

- ◆ 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



7 体制推進

