# 観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：令和８年　１月　７日

## １．観光地域づくり法人の組織

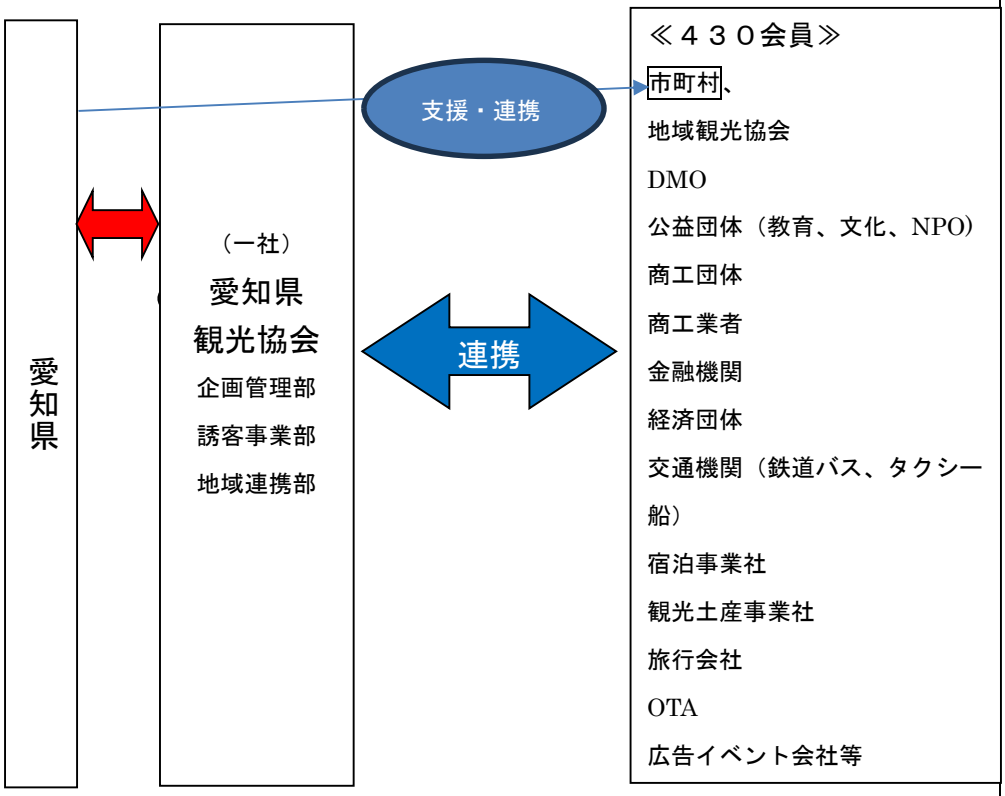
| | | |
|---|---|---|
| 申請区分<br>※該当するものを〇で囲むこと | 広域連携ＤＭＯ･地域連携ＤＭＯ･地域ＤＭＯ | |
| 観光地域づくり法人の名称 | （一社）愛知県観光協会 | |
| マネジメント・マーケティング対象とする区域 | 区域を構成する地方公共団体名<br>愛知県、県内５４市町村 | |
| 所在地 | 愛知県名古屋市 | |
| 設立時期 | 昭和３１年２月 | |
| 事業年度 | ４月１日から翌年３月３１日までの１年間 | |
| 職員数 | 【職員数】１６人（常勤９人（正職員５人・出向等４人）、非常勤７人）<br>※役員は除外している。非常勤は旅券パート | |
| 代表者（トップ人材：法人の取組について対外的に最終的に責任を負う者） | 会長　安藤 隆司<br>（出身組織）<br>名古屋鉄道（株）会長 | 名古屋鉄道㈱及び愛知県観光協会の会長として、長年にわたり中部地方の運輸交通、観光及び商業の発展に寄与しており、各種団体のまとめ役となる。 |
| データ分析に基づいたマーケティングに関する責任者（ＣＭＯ：チーフ・マーケティング・オフィサー | 浦谷理佳 | マーケティング専門人材として活動。各種分析ツールを活用しつつ、データの集積・分析・検証・示唆出し・分析レポート提供までをワンストップで行う。令和５年度は観光庁の高度人材育成プログラムを活用しトレーニングを受けてた。 |
| 財務責任者（ＣＦＯ：チーフ・フィナンシャル・オフィサー） | 鈴木隆<br>（出身組織名）<br>愛知県庁 | 豊富な知識と経験を有しており、財務基盤の安定のため、有効な施策を展開していく。 |
| 各部門（例：プロモーション）の責任者（専門人材）<br>※各部門責任者のうち専従の者については、氏名の右横に「専従」と記入すること | プロモーション責任者<br>誘客事業部長<br>河野　誠［専従］<br>(出身組織)名鉄観光サービス(株) | 旅行会社での長年の営業経験及び広域連携ＤＭＯでの実務経験やあらゆるステークホルダーとの人脈をフル活用し、各事業の統括的立場として誘客への貢献を行う。 |

様式１

| | | |
|---|---|---|
| 連携する地方公共団体の担当部署名及び役割 | 愛知県観光コンベンション局(マーケティング、プロモーション、人材育成)<br>役割：連携の在り方や役割分担は多様 | |
| 連携する事業者名及び役割 | ＤＭＯ・地域観光協会・商工関係団体・運輸交通事業者・宿泊施設・観光施設・旅行業・観光土産品事業者・広告会社・金融機関等・本協会の会員事業者等<br>役割：マーケティング・プロモーション・観光振興全般及び連絡調整 | |
| 官民･産業間･地域間との持続可能な連携を図るための合意形成の仕組み | 【該当する登録要件】<br>①本協会は意思決定の機関として総会・理事会を有しており、ＤＭＯの意思決定機関でもある。<br>②ＤＭＯの組織内に行政や関係団体をメンバーとする（県内ＤＭＯ会議を開催）<br>【概要】<br>〇本協会には、市町村・地域観光協会・各種団体・運輸業・宿泊業・観光施設・観光土産品関係・エネルギー・広告・流通業・金融業など、多様な業種からなる４００を超える会員を擁しており、すでに多様な主体による合意が確立している。<br>〇また、理事会には行政だけでなく、運輸機関や宿泊関係団体、観光土産品団体など、主だった観光関係者が入っており、事業推進にあたっての合意形成の仕組みを整えている。<br>〇令和７年度も、観光旅行者の実態に関するデータを持つ交通機関や旅行会社（ＯＴＡを含む)、及びＰＲ ・プロモーションに関する知見や情報を持つ広告会社やシステム会社等の実務担当者から構成するメンバーと共に、ＤＭＯ推進の中心的役割を担うこととしている。 | |
| 地域地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発・促進の取り組み | | |
| 法人のこれまでの活動実績 | 【活動の概要】<br>地域連携事業)<br>１．観光地域活性化支援事業<br>・地域ブランディング向上事業<br>・観光デジタルマーケティング推進事業<br>２．観光情報発信事業<br>・ホームページをＢtoＢ向けにリニューアル<br>・ＳＮＳでＢtoＣ向け観光情報発信<br>・観光ＰＲ冊子の発行<br>３．県内ＤＭＯミーティングの開催<br>４．「あいち・なごや観光周遊パスポート事業」の運営（２，８３６枚の販売実績）<br>５．愛知県「発酵食文化」事業の事務局対応<br>６．観光庁「地域観光新発見事業」の実施<br><br>国内観光推進事業)<br>１．観光宣伝事業<br>・観光展の開催、観光・物産展への参加 | |

| | |
|---|---|
| | ２．愛知県観光フォーラムの開催　テーマ：観光業における生成ＡＩ活用（８０人の参加）<br>３．国内誘客促進事業<br>・愛知・名古屋観光誘客協議会事業<br>・観光プログラム造成販売「旅ろっ！愛知」の運営　（造成３８本、販売５２商品、１，１０５名）<br>・商談会・観光説明会・観光キャラバン等の開催（３回、延べ６３社、県内事業者延べ７８社）<br>・産業観光あないびと育成事業<br>・「あいち教育旅行誘致促進協議会」（助成金交付実績　１１校５８１名）<br>・関西地区誘致活動<br>４．観光ボランティアガイド交流推進事業<br>・「あいち観光ボランティアガイドの会」（６６団体）を活動支援する事業　研修を実施<br>５．観光土産品の育成<br>・愛知県観光土産品協会（６２会員）、愛知県観光土産品公正取引協議会（４７会員）を運営<br>・愛知県観光土産品推奨並びに認定審査会を実施（２６社５６品を審査）<br>６．観光振興支援事業　「あいち魅力発見ガイドツアー」（３２コースを実施）<br><br>海外誘客促進事業）<br>・東海エリアベトナム事業　現地旅行会社２５社に招請ツアーを実施<br>・台北にて現地旅行会社３０社との商談会に参加、セールスコールを実施<br>・台湾最大の観光展である台湾ＩＴＦに参加<br>・日本政府観光局、観光団体等主催事業<br>・日台観光サミット in 高雄 参加<br>・ツーリズムＥＸＰＯジャパン２０２４ＢtoＢ商談会で２２社とマッチング<br>・旅行会社・ランドオペレーターへの営業訪問<br>・海外拠点を持つ事業者と連携した情報発信<br>・「地域観光新発見事業」の販売旅ナカコンテンツを、ＲＥＰを活用し紹介<br>・訪日旅行団体の受入２校に協力<br><br>【定量的な評価】<br>上記に記載済み |

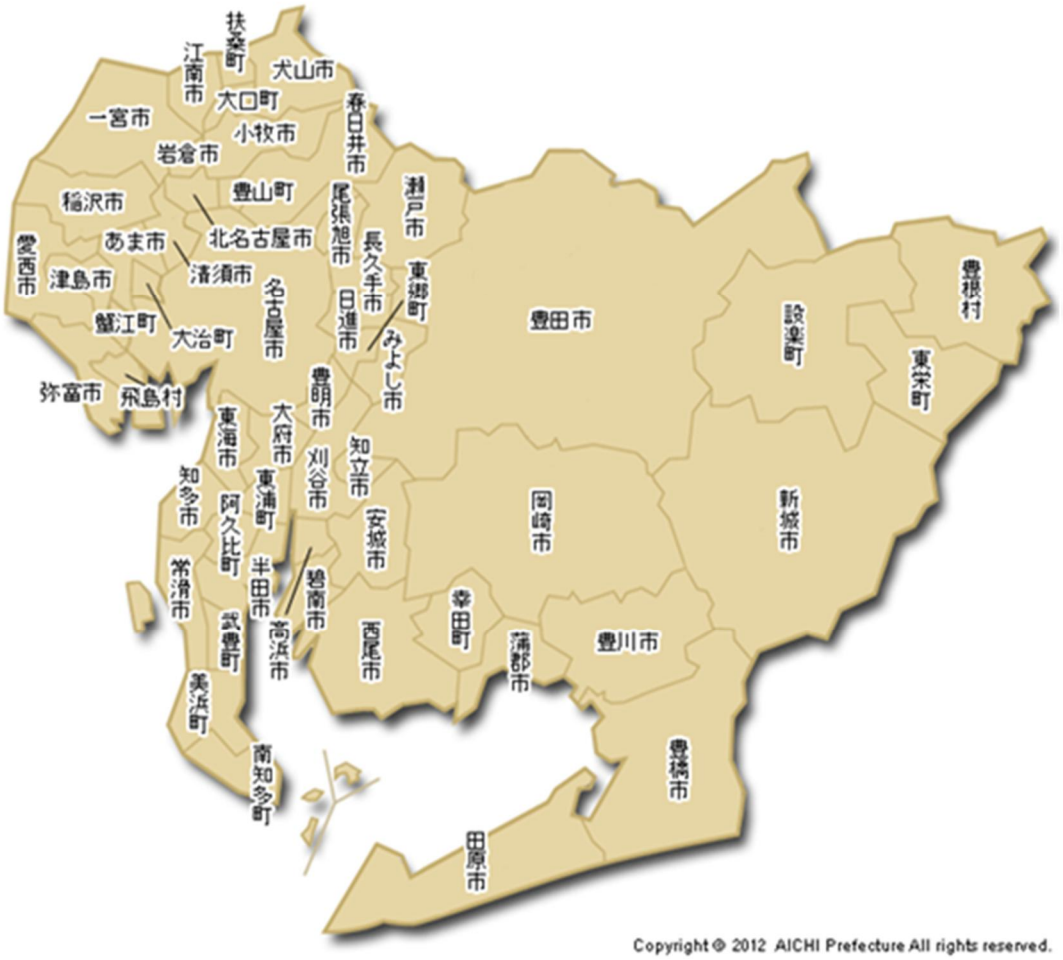
様式１

| | |
|---|---|
| 実施体制<br>※地域の関係者との連携体制及び地域における合意形成の仕組みが分かる図表等を必ず記入すること（別添可）。 | **【実施体制の概要】**<br>①総会・理事会<br>　法人全体の意思決定を行う。<br>②会員組織との情報連携<br>愛知県観光協会が中心となり、市町村、地域観光協会、各種団体、運輸業、宿泊業、観光施設、観光土産品関係、エネルギー、広告、流通業、金融業などと一体となり、また愛知県と密に連携しながら運営している。<br>**【実施体制図】**<br>  <br> |

様式１

## ２．観光地域づくり法人がマネジメント・マーケティングする区域

**【区域の範囲が分かる図表を挿入】**



Copyright © 2012 AICHI Prefecture All rights reserved.

**【区域設定の考え方】**

本計画の区域は愛知県全域の５４市町村とする。

当協会は昭和３１年設立より、愛知県全域を対象に観光振興に関する事業を展開しており、県内の自治体、市町観光協会、県内各地域の事業者が会員となっていることから、県全域を区域として設定した。

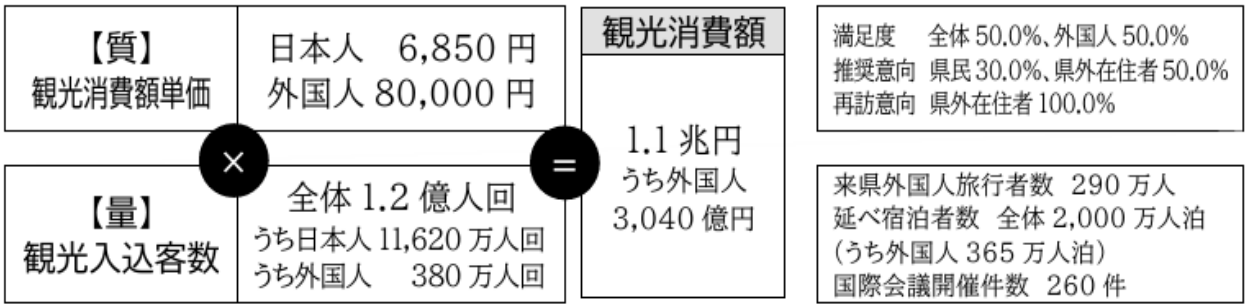
様式１

**【観光客の実態等】**

| | | 2019年（実績） | 2020年（実績） | 「あいち観光戦略2021-2023」期間 | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | 2021年（実績） | 2022年（実績） | 目標値 2023年 |
| 観光消費額 | 全体 | 8,599億円 | 4,669億円*2 | 4,502億円 | 6,997億円 | 1兆円 |
| | 外国人 | 2,397億円 | 493億円*2 | －*6 | 8億円 | 2,500億円 |
| 観光入込客数 | 全体 | 1.2億人回 | 0.8億人回*2 | 0.8億人回 | 0.9億人回 | 1.2億人回 |
| | 外国人 | 378万人回 | 71万人回*2 | 5万人回 | 22万人回 | 380万人回 |
| 来県外国人旅行者数 | | 287万人 | 34万人*3 | －*3 | －*3 | 290万人 |
| 延べ宿泊者数 | 全体 | 1,934万人泊 | 1,107万人泊 | 1,134万人泊 | 1,581万人泊 | 2,000万人泊 |
| | 外国人 | 363万人泊 | 66万人泊 | 11万人泊 | 34万人泊 | 365万人泊 |
| 国際会議開催件数 | | 259件 | 11件 | 0件 | 25件 | 220件 |
| 観光消費額単価 | 日本人 | 5,404円 | 5,407円*2 | 5,375円 | 7,482円 | 6,450円 |
| | 外国人 | 63,413円 | 69,437円*2 | －*7 | 3,636円*7 | 65,790円 |
| 満足度（「非常に満足」の割合） | 全体 | 28.1% | 35.7%*4 | 31.8% | 33.4% | 50.0% |
| | 外国人 | 38.9% | －*5 | －*5 | －*5 | 50.0% |
| 推奨意向（高位層*1） | 県民 | 12.4% | 16.1%*4 | 20.9% | 17.7% | 25.0% |
| | 県外在住者 | 21.2% | 16.3%*4 | 30.1% | 23.2% | 50.0% |
| 再訪意向 | 県外在住者 | 83.7% | 84.3%*4 | 82.6% | 83.4% | 100.0% |

※出典「あいち観光戦略 2024-2026」

２０２６年数値目標




※出典「あいち観光戦略 2024-2026」

**【観光資源：観光施設、商業施設、自然、文化、スポーツ、イベント等】**

| 区分 | 施設等別順位 | | |
|---|---|---|---|
| | 第１位 | 第２位 | 第３位 |
| 自然 | 香嵐渓 | 三河湖 | 野間灯台 |
| 歴史・文化 | 豊川稲荷 | 熱田神宮 | 東山動植物園 |
| 温泉・健康 | 尾張温泉東海センター | 本宮の湯 | 猿投温泉 |
| スポーツ・レクリエーション | 愛・地球博記念公園 | 鞍ヶ池公園 | 刈谷市交通児童遊園 |
| 都市型観光－買物・食等－ | 中部国際空港来場者 | 西尾市憩の農園 | めんたいパークとこなめ |
| 行祭事・イベント | ナゴヤドーム | 豊田スタジアム | 名古屋まつり |
| その他 | 刈谷ハイウェイオアシス | NEOPASA 岡崎 | 道の駅とよはし |

※出展　令和６（2024）年度刊愛知県統計年鑑

**【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】**

| 地域 | 旅館・ホテル営業 | 簡易宿所営業 | 下宿営業 | 総数 |
|---|---|---|---|---|
| 名古屋（1） | 381 | 54 | 2 | 437 |
| 尾張　（18） | 133 | 17 | 1 | 151 |
| 海部　（7） | 14 | 20 | 1 | 169 |
| 知多　（10） | 261 | 12 | 1 | 274 |
| 東三河（10） | 221 | 31 | 0 | 252 |
| 東三河（8） | 204 | 25 | 0 | 229 |
| 合計 | 1,214 | 159 | 5 | 1,512 |

※出典　令和６（2024）年度刊愛知県統計年鑑

※（　）は、構成市町村数

**【利便性：区域までの交通、域内交通】**

愛知県は、日本のほぼ中央に位置し、２つの空港、３つの新幹線駅、発達した高速道路網に加え、大型客船が寄港できる港を擁し他県に比類ない良好なアクセスを備えていることは、本県に観光客を誘致する際に有利な条件となっている。また、域内においては、名古屋市内に広く路線網を張る名古屋市営地下鉄を中心に、郊外に向かって路線を伸ばすＪＲ及び名古屋鉄道が鉄道網の主軸となっている。各地域の中心都市にある主要駅からは、一般バス路線が発着しているほか、各市町村内にはコミュニティバスが運行されている。

| | | |
|---|---|---|
| 主要ゲートウエイ | 空港 | 中部国際空港(セントレア)、県営名古屋空港 |
| | 新幹線駅 | 名古屋、豊橋、三河安城 |
| | インター | 一宮、小牧、春日井、名古屋、岡崎、豊川、他 |
| | 港 | 国際拠点港湾（１港）「名古屋港」、重要港湾（3 港）<br>「衣浦港」・「三河港」・「常滑港」、地方港湾（12 港） |
| 域内交通 | 鉄道 | 東海旅客鉄道、名古屋鉄道、近畿日本鉄道、<br>名古屋市交通局、名古屋臨海高速鉄道、豊橋交通、<br>愛知環状鉄道、愛知高速、等 |
| | バス | 名鉄バス、名古屋市営バス、豊橋鉄道、知多乗合バス、<br>豊栄交通、名鉄東部交通バス、JR 東海バス、他 |
| | 船 | 離島 3 島（篠島、日間賀島、佐久島）への定期航路<br>伊勢湾フェリー(鳥羽)、太平洋フェリー（仙台・苫小牧） |

**【外国人観光客への対応】**

愛知県や近隣県、広域協議会、事業者等と連携・協働し、ＰＲ・プロモーションを実施するとともに、海外現地旅行会社やメディアの招請、教育旅行の受入を行っている。

## ３．各種データ等の継続的な収集・分析

| 収集するデータ | 収集の目的 | 収集方法 |
|---|---|---|
| 旅行消費額 | 来訪者の消費活動の動向を分析し、消費単価向上に繋げるため。 | （全体・外国人）<br>愛知県「愛知県観光入込客統計」 |
| 延べ宿泊者数 | 宿泊者数の推移を把握するため。 | （全体・外国人）<br>観光庁「宿泊旅行統計調査」 |
| 来訪者満足度 | 来訪者の満足（不満足）に繋がっている要因を分析し、戦略立案に繋げるため。 | （全体）愛知県「観光地実態調査」<br>（外国人）<br>・愛知県「愛知県訪日外客動向調査」 |
| リピーター率 | リピーター顧客の動向を把握し、戦略立案に繋げるため。 | （全体）<br>・愛知県「観光地実態調査」<br>※県外在住者の愛知県訪問２回目以上をリピーターとしてリピーター率を算出 |
| ＷＥＢサイトのアクセス状況 | 地域に対する顧客の関心度や施策の効果等を把握するため。 | ・解析ソフトを活用して実施 |
| 住民満足度 | 観光振興に対する地域住民の理解度を測るため。 | ・愛知県政世論調査 |

## ４．戦略

### （１）地域における観光を取り巻く背景

※地域経済、社会等の状況を踏まえた観光地域づくりの背景

愛知県は、卸売・小売業をはじめとする第３次産業の割合が過半数を占め、製造業をはじめとする第２次産業の割合が約４割を占めている。特に製造業の構成が全国に比べ高くなっている。そうした中、県民の観光への意識が低く、県内の観光に関して推奨意向が低い状況にある。一方、東海道新幹線や中部国際空港、充実した高速道路網といったアクセスが優れている点、三英傑ゆかりの地であり、歴史観光資源が豊富であることや、名古屋めしを代表とした独特な食文化といった観光資源に恵まれるなど、他地域に対抗しうるポテンシャルがある。２０２５年９月「ツーリズム EXPO 愛知・東海北陸」開催、愛知万博２０周年イベント（「愛・地球博 20 祭」）、２０２５年夏「ＩＧアリーナのオープン開業、アジア競技大会など期待の高まるイベントも続く。観光地域づくり法人（ＤＭＯ）を中心として地域や観光に携わる多様な業種とともに既存の観光資源を活用し、新たな魅力づくりを図るとともに、効果的なＰＲ・プロモーションを行い、愛知県への一層の観光客増加、観光消費の増加を図ることとしている。

様式１

## （２）地域の強みと弱み

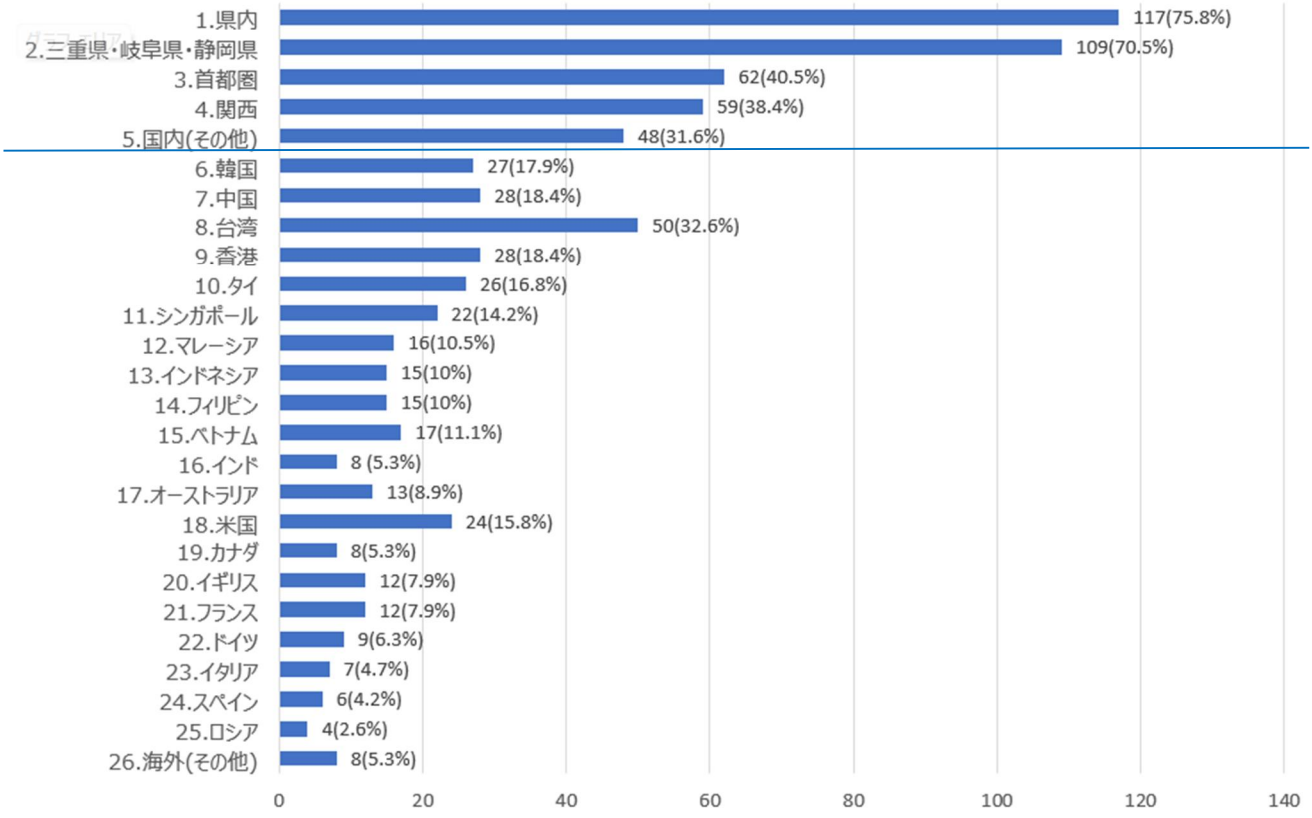
| | 好影響 | 悪影響 |
|---|---|---|
| 内部環境 | ・全国４位の人口規模<br>・国内外からアクセスしやすい充実した交通インフラ<br>・世界的企業の集積と活発なビジネス交流<br>・愛知ならではの「ツウ」な魅力を持った豊富な地域資源<br>・ジブリパークのグランドオープンによる国内外からの集客力の強まり<br>・ モノづくりを中心とした多種多様な企業ミュージアム<br>・スポーツ大会・音楽コンサート等の興行による集客力<br>・展示面積合計１０万㎡を有する国際展示場「Aichi SKY EXPO」や、質の高い会議機能を備えた国際会議場等、国際的な MICE に対応可能 な充実した施設<br>・モノづくり産業の集積によるビジネス客の来訪機会<br>・豊富なテクニカルビジットのコンテンツ<br>・高度な研究を行う学術機関の集積と活発な学術交流、特色ある大学や研究機関の存在 | ・圧倒的知名度と集客力を持ったアイコン的な観光資源が少ない<br>・高付加価値な観光コンテンツの開発力・販売力不足<br>・各種マーケティングデータの取得力・分析力不足<br>・ビジネス目的来訪者の滞在時間の短さ<br>・県全体の観光振興を推進する総合調整機能の不足<br>・都市部以外では不便な二次交通網<br>・都市部の交通渋滞<br>・多言語対応等のインバウンド受入環境が不十分<br>・高級ホテルの不足<br>・県民の県内観光推奨意向の低迷<br>・観光満足度と魅力度の伸び悩み<br>・多様な主体の巻き込み不足<br>・会議(M)や報奨・研修旅行(I)開催に係る情報不足<br>・テクニカルビジット・ユニークベニューの活用不足<br>・国際会議の開催が名古屋市に集中し 県内広域で効果を受容できていない<br>・ＭＩＣＥの専門人材不足 |
| 外部環境 | ・デジタル技術の急速進展、観光 DX の進展<br>・世界的な国際航空需要の回復と新しい旅行形態(ブレジャー・ワーケーション等)の浸透<br>・国の観光地域づくり支援メニュー拡充<br>・高級ホテルの新規開業(TIAD,AUTOGRAPH COLLECTION、アイコニック名古屋、エスパシオナゴヤキャッスル、コンラッド名古屋)<br>・スタートアップ支援拠点「STATION Ai」が２０２４年１０月にオープン<br>・愛知万博開催２０周年記念イベント開催<br>・愛知県新体育館(ＩＧアリーナ)オープン<br>・名古屋鉄道　名駅再開発<br>・２０２６年大河ドラマ「豊臣兄弟」放映<br>ドラマ館オープン（２０２６年１月２４日～２０２７年１月１１日）<br>・第２０回アジア競技大会(２０２６年９～１０月)<br>・第５回アジアパラリンピック競技大会の開催（２０２６年１０月）<br>・「第６０回アジア開発銀行年次総会」開催（２０２７年５月） | ・感染症や大規模災害による観光関連産業への打撃・国内人口減少の進行・リニア中央新幹線全線開業伴う東京圏への一極集中によるストロー効果、日帰り圏化の懸念<br>・観光関連産業における人手不足、デジタルシフトの遅れ<br>・団体旅行・宴会需要の低い回復力<br>・国内他都市とのＭＩＣＥ誘致競争の激化<br>・海外都市のＭＩＣＥ分野での躍進(東アジア、東南アジア) |

| | | |
|---|---|---|
| | ・中部国際空港の**代替滑走路の供用開始**<br>**（２０２８年３月３１日）**<br>・リニア中央新幹線等の交通インフラのさらなる利便性向上<br>・名古屋駅のスーパーターミナル化 | |

## （３）ターゲット

〇ターゲット層

２０２２年度に行った観光デジタルマーケティング推進事業で行った観光動態調査の発地分析及び当協会が会員を対象にアンケート行ったターゲットエリアの結果に基づき、第１ターゲット、第２ターゲットを設定した。




〇第１ターゲット層：国内客

発地別に「近距離」「中距離」「長距離」と、異なる施策で誘客を図る。

〇選定の理由

【近距離ターゲット】　東海４県（愛知、岐阜、三重、静岡）、主に車・鉄道利用のお客様

理由）２０２３年度観光デジタルマーケティング推進事業で行った観光動態調査において、県内観光資源への来訪者数では、愛知県民７４５万人の規模感を確認。同様に尾張・名古屋地区では岐阜県、三重県から。三河地区では静岡県から来通勤、通学、ショッピング、観光など訪者数を確認した。加えて会員アンケート結果を重視し選定した。

各県と主要都市の人口（万人）２０２５年１月時点

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 愛知県 | ７４５ | 岐阜県 | １９１ | 三重県 | １７１ | 静岡県 | ３５６ |

様式１

【中距離ターゲット】・首都圏・関西圏　主に新幹線利用するお客様

理由）２０２２年度に行った観光デジタルマーケティング推進事業で行った観光動態調査の発地分析において、首都圏では東京、神奈川に加え、埼玉、千葉から。関西圏では大阪、兵庫などがボリュームゾーンであることを確認できた。加えて会員アンケート結果を重視し選定した。

また２０２３年度オンラインアンケートで、関東からの来訪者３８．３%、関西は４８．２%が日帰りであったため、タビマエ・タビナカの情報発信などで、滞在時間の延長し、宿泊に繋がる可能性が高いため。

新幹線駅主要駅の所在する都道府県と主な都市の人口（万人）

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 関西圏 | １時間以内 | 京都府 | ２５０ | 京都市 | １３７ | 日帰りが多い |
| | | 大阪府 | ８７７ | 大阪市 | ２８１ | |
| | １～２時間 | 兵庫県 | ５３１ | 神戸市 | １４９ | 宿泊が増える傾向 |
| | | 奈良県 | １２７ | 奈良市 | ３４ | |
| 首都圏 | ２時間以内 | 神奈川県 | ９２２ | 横浜市 | ３７７ | 日帰りが多い |
| | | 東京都 | １，４２６ | 23 区 | ９８２ | |
| | ３時間以内 | 埼玉県 | ７３２ | さいたま市 | １３５ | 日帰りは難しい<br>宿泊する傾向大 |
| | | 千葉県 | ６２７ | 千葉市 | ９８ | |

【長距離ターゲット】主に九州、東北、北海道等から航空機利用するお客様

人口・就航便数が多く、２～３泊程度の滞在が期待できる。

主要都市の人口（万人）

| | | |
|---|---|---|
| １～２時間 | 福岡市 | １６６ |
| | 仙台市 | １０９ |
| ２時間以内 | 札幌市 | １９６ |
| | 那覇市 | ３１ |

上記のように、発地からの距離によって、①旅行日数、②旅行費用、③旅行エリアは異なる。つまり、発地によって旅行ニーズは異なる。この点に注意して観光誘客を図る。

〇取組方針

「近距離」・・日帰り旅行等を想定し、特に「体験コンテンツ」等に主軸を置き誘客を図る。

「中距離」・・１泊～２泊のビジネス出張・旅行をイメージし、隣接県と連携を図りつつ、愛知・名古屋での「食」「入場観光」「お土産」「体験コンテンツ」「スポーツ観戦」等に重点を置いた誘客を図る。

「長距離」・・２泊～３泊の旅行をイメージ。「ハブ地」としての広域観光を提案。中部国際空港、名古屋駅、名古屋空港など起点に、岐阜県、三重県、静岡県等隣県の著名な観光地を包含した広域のモデルコースを提案。それに沿った「食」「温泉」「入場観光」「お土産（物販）」「体験コンテンツ」「スポーツ観戦」等を紹介し誘客を図る。

〇第２ターゲット層：インバウンド

アジア：台湾、香港、中国、韓国　米国に対しての誘客施策。

ジブリパーク・犬山周辺・有松などと名古屋都心を周遊し、高付加価値の体験が出来るコースを提案。

〇選定の理由
中部国際空港にはアジア便は多く就航しており、中部圏の重要な「ハブ拠点」。このことを強く認識し、県内各地域、近隣県などと連携し、コンテンツが数多くる観光エリアとして、海外からの誘客を図る。
また就航便のない米国には、ゴールデンルートである「首都圏」・「関西圏」間にある魅力ある観光・体験エリアとして、新たに認識してもらう事が、効果が見込めるため。
〇取組方針
　愛知県はもとより東海地区外国人誘致促進協議会、中部運輸局、中央日本総合観光機構など、本県を含む広域連携の仕組みを活用して、中部圏一体となった誘客活動に取り組む。インバウンドのお客様がイメージしやすいよう、広域のモデルコース（例：セントレア→高山→白川郷→郡上→犬山→名古屋→セントレア）を複数作成し、広域での周遊提案を行う。

## （４）観光地域づくりのコンセプト

| | |
|---|---|
| ①コンセプト | 「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】 |
| ②コンセプトの考え方 | ※地域が目指すべき姿を明確にし、そのために地域ならではの産業、伝統、食、住、風習等やそこから導き出される区域の特徴（強み、価値）を、①コンセプトにどのように反映させているかについて他地域との差別化も踏まえて記入すること。<br>※（１）～（３）のデータ分析の内容を踏まえて作成したコンセプトであることを説明すること。<br>愛知県には、歴史（武将・城郭・街道等）や産業（製造業・農林水産業・伝統工芸等）、自然（海・山・離島等）、食（なごやめし・醸造等）、文化（山車・祭等）等に根差した地域資源が豊富に存在している。これら地域資源が持っている本来の魅力を、オープンイノベーション等を通じて高付加価値で持続可能な観光コンテンツとして磨き上げ、本県を訪れた人に、思わず「さすが」と言っていただけるような、期待を超える感動を提供できる観光県を目指している（⇒実現を図るためには、「革新・成長」、「持続可能」、「高付加価値」を切り口に観光振興施策を進化させる必要がある）。「あいち「ツウ」リズム 2.0」とは、前戦略で掲げた「あいち「ツウ」リズム」をバージョンアップすることであり、本県の観光コンテンツを高付加価値で販売力のある商品に引き上げ、それぞれの分野のターゲットに確実に届けていく。そして、高付加価値化の推進、持続可能性の追求、デジタル化・ＤＸの推進、オープンイノベーションの促進に取り組んでいく。 |

様式１

## ５．関係者が実施する観光関連事業と戦略との整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーション

| 項目 | 概要 |
|---|---|
| 戦略の多様な関係者との共有<br>※頻度が分かるよう記入すること。 | ※戦略の共有方法について記入すること<br>（例）部会、ワーキンググループ、ＨＰ、事業報告書の説明会<br>理事会（３回）・総会（1 回）、自治体観光関係者との個別ミーティング（1 回）、ＨＰでの告知、３県観光組織連絡会 |
| | ■愛知県との連携事業<br>愛知県との連携により当該地区への誘致誘客に資する活動を積極的に取り組んでいく。<br>① 愛知「発酵食文化」振興協議会<br>地域が一体となり、愛知の「発酵食文化」を振興し、国内外へ発信していく取組みで あり、特設ウェブサイトの開設・シンポジウム開催・展示会への出展・モニターツアー・体験会の開催等を行う。当協会は事務局運営として携わる。<br>② ツーリズム EXPO ジャパン 2025 愛知・中部北陸<br>愛知県ブース内に出展し、会員と共に愛知を PR する。同時開催の世界レベルの商談会「VISIT JAPAN トラベル &MICE マート 2025」（VJTM&VJMM）へも参画。<br>③ 愛知・名古屋観光誘客協議会<br>事務局として、商品造成、販売プラットフォーム「旅ろっ！愛知」の運営・県内周遊促進・交通事業者との連携広告などを実施・協力する。<br>④ 東海地区外国人観光客誘致促進協議会（本部会・愛知部会）<br>台湾 ITF 商談会への共同参加、中部国際空港観光案内実施協議会、あいち外国人留学生フェスタへのブース出展、対アメリカ愛知県・福井県合同 WEB 説明会・商談会への共同参加など、一体となった事業運営に携わる。<br>⑤ 県主体の協議会、イベントなどへの参加協力<br>「あいちの歴史観光推進協議会」、「愛知の観光物産展」など県と連携し、プロモーション、ＰＲを行う。<br>■協会自主事業<br>当協会が自主的及び中心的役割を果たして、当該地区への誘致誘客に資する活動を積極的に取り組んでいく。<br>① 地域ブランディング向上事業<br>事業地域ならではの観光資源を活用し、観光消費額の増大と観光客の満足度の向上を図るため、地域資源を活用した高付加価値化に資する観光プログラムを実施する事業（最低 3 市町村周遊、持続性の担保、自走の可能性）に対し助成。<br>② 旅行商品造成促進事業<br>名古屋鉄道が推進する「Co-machi 観光推進協議会」と連携し、愛知・岐阜地区のエリアプロモーション等に協力。<br>③ 東海エリア等連携事業（国内全般）<br>充実したインフラでつながる近隣県（岐阜県・三重県・静岡県）の各観光連盟と、情報交換会や、イベントなどで連携して開催・出展し、東海エリアのＰＲや誘客促進に取り組む。<br>④ 「東海エリア誘客促進プロモーション」海外招請事業<br>中部国際空港(株)・浜松市と協議会を組成し、ベトナムなどの旅行会社を招請し、愛知・岐阜・浜松等を巡るファムツアーを実施。<br>⑤ 海外プラットフォーム事業 |

様式１

| | |
|---|---|
| | 令和6年度、観光庁より採択を受けた「新発見事業」において構築した、インバウンド向けタビナカコンテンツのプラットフォームを令和7年度は改修し、さら導線強化をすることで、より多くの訪日旅行客の購入に努める。また訪日教育旅行事業では、台湾や中国等の受入要請に対応。 |
| 観光客に提供するサービスについて、維持･向上・評価する仕組みや体制の構築 | 当協会前のパンフレットスタンドに会員（各施設や事業者）よりいただいたパンフレットを掲出およびポスターの掲示。 |
| 観光客に対する地域一体となった戦略に基づく一元的な情報発信･プロモーション | 「Aichi Now」、「当協会公式サイト」やＳＮＳなどによる一元的な情報を、来訪客に対して訴求力のあるコンテンツとして発信していく。 |

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

様式１

## ６．ＫＰＩ（実績・目標）

※戦略や個別の取組を定期的に確認・改善するため、少なくとも今後３年間における明確な数値目標を記入すること。
※既に指標となりうる数値目標を設定している場合には、最大で過去３年間の実績も記入すること。

### （１）必須ＫＰＩ

| 指標項目 | | 2022（Ｒ４）年度 | 2023（Ｒ５）年度 | 2024（Ｒ６）年度 | 2025（Ｒ７）年度 | 2026（Ｒ８）年度 | 2027（Ｒ９）年度 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| ●旅行消費額（百万円） | 目標 | | 1,000,000 | 1,050,000 | 1,075,000 | 1,100,000 | |
| | | | (250,000) | (250,000) | (270,000) | (304,000) | ( ) |
| | 実績 | 699,061 | 10,482,546 | 1,213,068 | | | |
| | | (749) | (136,950) | (305,994) | ( ) | ( ) | ( ) |
| ●延べ宿泊者数（千人） | 目標 | | 20,000 | 18,000 | 19000 | 20,000 | |
| | | | (3,650) | ( 2,500) | (3,000) | (3,650) | ( ) |
| | 実績 | 15,469 | 18,858 | 21,323 | | | |
| | | (342) | (2,009) | (3,905) | ( ) | ( ) | ( ) |
| ●来訪者満足度（%） | 目標 | | 50.0 | 50 | 50 | 50 | |
| | | | (50.0) | (50) | (50) | (50) | ( ) |
| | 実績 | 33.4 | 37 | 44 | | | |
| | | (-) | (-) | (51) | ( ) | ( ) | ( ) |
| ●リピーター率（%） | 目標 | | 80 | 75 | 78 | 80 | |
| | | | 90.5 | ( ) | ( ) | ( ) | ( ) |
| | 実績 | 90.5 | 72.5 | 70.2 | | | |
| | | (-) | (-) | ( ) | ( ) | ( ) | ( ) |

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

### 目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】あいち観光戦略 2024-2026 より
本戦略の達成度を評価するため、KGI(Key Goal Indicator：重要目標達成指標)を設定。また、KGI の達成に必要な事業等の進捗を管理するため、進捗管理指標を設定する。

【設定にあたっての考え方】
本戦略の達成度を評価するため、KGI(Key Goal Indicator：重要目標達成指標)を設定。また、KGI の達成に必要な事業等の進捗を管理するため、進捗管理指標を設定する。
本戦略においては、前戦略と同様、3 つの KGI を設定する。 ただし、本戦略が従来の「量」を求める観光から「質」を重視する観光への転換を指向していることを明確にするため、「質」を示す指標である「観光消費額単価」を最初に打ち出した。これに、「量」を示す指標である「観光入込客数」の掛け算で算出し、最終的な目標として、「観光消費額」を掲げることとした。あわせて、「質」に関連する「満足度」、「推奨意向」、「再訪意向」、「量」に関連する「来県 外国人旅行者数」、「延べ宿泊者数」、「国際会議開催件数」を関連 KGI として設定した。

様式１

## （２）その他の目標

| 指標項目 | | 2022<br>（Ｒ４）<br>年度 | 2023<br>（Ｒ５）<br>年度 | 2024<br>（Ｒ６）<br>年度 | 2025<br>（Ｒ７）<br>年度 | 2026<br>（Ｒ８）<br>年度 | 2027<br>（Ｒ９）<br>年度 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| ●（例）住民満足度<br>（%） | 目標 | （ ） | （ ） | （ ） | （ ） | （ ） | （ ） |
| | 実績 | （ ） | （ ） | （ ） | | | |
| ●（例）宿泊施設の稼働率<br>（%） | 目標 | （ ） | （ ） | （ ） | （ ） | （ ） | （ ） |
| | 実績 | （ ） | （ ） | （ ） | | | |
| ●（例）ワンストップ窓口での宿泊予約数<br>（件） | 目標 | （ ） | （ ） | （ ） | （ ） | （ ） | （ ） |
| | 実績 | （ ） | （ ） | （ ） | | | |
| ●（例）メディア掲載回数<br>（回） | 目標 | （ ） | （ ） | （ ） | （ ） | （ ） | （ ） |
| | 実績 | （ ） | （ ） | （ ） | | | |
| | 目標 | （ ） | （ ） | （ ） | （ ） | （ ） | （ ） |
| | 実績 | （ ） | （ ） | （ ） | | | |

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値
※各指標項目の単位を記入すること。

### 指標項目及び目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

その他がないため、不記載

様式１

## ７．活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

※少なくとも今後３年間について、計画年度毎に（１）収入、（２）支出を記入すること。
※現に活動している法人にあっては、過去３年間の実績も記入すること。

（１）収入

| 年（年度） | 総収入（円） | 内訳（具体的に記入すること） |
|---|---|---|
| 2022（Ｒ４）年度 | 894,062,652（円） | 【国からの補助金】なし<br>【都道府県からの補助金】なし<br>【市町村からの補助金】なし<br>【公物管理受託】なし<br>【収益事業】<br>*・印紙証紙売捌き収入　800,691,500 円*<br>・印紙証紙売りさばき手数料収入　7,044,729 円<br>・広告収入　990,000 円<br>・その他事業収益　840,040 円<br>【会費】<br>・受取会費　45,323,000 円<br>【特定財源（宿泊税、入湯税、負担金等）】　等<br>・受取負担金　愛知県　7,739,000 円<br>日観振　400,000 円<br>・受託事業収益<br>産業観光推進強化事業受託収益　90,000 円<br>DMO 推進事業受託収益　24,756,048 円<br>大河ﾄﾞﾗﾏ活用誘客促進事業受託収益 2,692,800 円<br>・繰入金収益　愛知県観光土産品協会 1,260,000 円<br>・雑収益　247,535 円 |
| 2023（Ｒ５）年度 | 1,976,947,543（円） | 【国からの補助金】<br>・IT 導入支援補助金　825,122 円<br>【都道府県からの補助金】なし<br>【市町村からの補助金】なし<br>【公物管理受託】なし<br>【収益事業】<br>*・印紙証紙売捌き収入　1,863,352,000 円*<br>・印紙証紙売りさばき手数料収入　15,375,441 円<br>・広告収入　1,039,500 円<br>・その他事業収益　700,800 円<br>【会費】<br>・受取会費　46,985,500 円<br>【特定財源（宿泊税、入湯税、負担金等）】　等 |

様式１

| | | |
|---|---|---|
| | | ・受取負担金　愛知県　7,352,000 円<br>そのほか　100,000 円<br>・受託事業収益<br>産業観光推進強化事業受託収益　90,000 円<br>大河ﾄﾞﾗﾏ活用誘客促進事業受託収益 2,747,800 円<br>全国旅行支援事業収益　37,066,643 円<br>・繰入金収益　愛知県観光土産品協会　1,260,000 円<br>・雑収益　52,737 円 |
| 2024（Ｒ６）<br>年度 | 1,888,509,050（円） | 【国からの補助金】<br>・観光庁補助金　5,000,000 円<br>・IT 導入支援補助金　224,673 円<br>【都道府県からの補助金】なし<br>【市町村からの補助金】なし<br>【公物管理受託】なし<br>【収益事業】<br>*・印紙証紙売捌き収入　1,781,827,700 円*<br>・印紙証紙売りさばき手数料収入　14,999,269 円<br>・その他事業収益　278,080 円<br>【会費】<br>・受取会費　58,368,000 円<br>【特定財源（宿泊税、入湯税、負担金等)】　等<br>・受取負担金　愛知県　6,984,000 円<br>・そのほか　1,691,900 円<br>【受託事業収益】<br>あいち・なごや周遊パス受託収益　9,867,130 円<br>産業観光推進強化事業受託収益　90,000 円<br>DMO 推進事業受託収益　2,124,231 円<br>あいち魅力発見ガイドツアー事業受託　4,697,000 円<br>・繰入金収益　愛知県観光土産品協会　1,260,000 円<br>・雑収益　1,097,067 円 |
| 2025（Ｒ７）<br>年度 | 1,463,002,000（円） | 【国からの補助金】　なし<br>【都道府県からの補助金】なし<br>【市町村からの補助金】なし<br>【公物管理受託】なし<br>【収益事業】<br>*・印紙証紙売捌き収入　1,375,000,000 円*<br>・印紙証紙売りさばき手数料収入　11,000,000 円 |

様式１

| | | |
|---|---|---|
| | | 【会費】<br>・受取会費　58,368,000 円<br>【特定財源（宿泊税、入湯税、負担金等）】　等<br>・受取負担金　愛知県　6,984,000 円<br>・そのほか　200,000 円<br>【受託事業収益】<br>あいち・なごや周遊パス受託収益　10,000,000 円<br>産業観光推進強化事業受託収益　90,000 円<br>・繰入金収益　愛知県観光土産品協会　1,260,000 円<br>・雑収益　100,000 円 |
| 2026（Ｒ８）<br>年度 | 1,211,060,400（円） | 【国からの補助金】　なし<br>【都道府県からの補助金】なし<br>【市町村からの補助金】なし<br>【公物管理受託】なし<br>【収益事業】<br>*・印紙証紙売捌き収入　1,125,000,000 円*<br>・印紙証紙売りさばき手数料収入　9,000,000 円<br>【会費】<br>・受取会費　58,426,400 円<br>【特定財源（宿泊税、入湯税、負担金等）】　等<br>・受取負担金　愛知県　6,984,000 円<br>・そのほか　200,000 円<br>【受託事業収益】<br>あいち・なごや周遊パス受託収益　10,000,000 円<br>産業観光推進強化事業受託収益　90,000 円<br>・繰入金収益　愛知県観光土産品協会　1,260,000 円<br>・雑収益　100,000 円 |
| 2027（Ｒ９）<br>年度 | 1,022,118,800（円） | 【国からの補助金】　なし<br>【都道府県からの補助金】なし<br>【市町村からの補助金】なし<br>【公物管理受託】なし<br>【収益事業】<br>*・印紙証紙売捌き収入　937,500,000 円*<br>・印紙証紙売りさばき手数料収入　7,500,000 円<br>【会費】<br>・受取会費　58,484,800 円<br>【特定財源（宿泊税、入湯税、負担金等）】　等 |

様式１

| | | |
|---|---|---|
| | | ・受取負担金　愛知県　6,984,000 円<br>・そのほか　200,000 円<br>【受託事業収益】<br>あいち・なごや周遊パス受託収益　10,000,000 円<br>産業観光推進強化事業受託収益　90,000 円<br>・繰入金収益　愛知県観光土産品協会　1,260,000 円<br>・雑収益　100,000 円 |

（２）支出

| 年（年度） | 総支出 | 内訳（具体的に記入すること） |
|---|---|---|
| 2022（Ｒ４）<br>年度 | 879,517,994（円） | 【一般管理費】<br>合計：　39,972,873 円<br>・管理費　5,035,327 円<br>・事業にかかる管理費　39,972,873 円<br>（内訳）<br>人件費　31,134,764 円<br>事務費　3,423,602 円<br>賃借料　3,249,778 円<br>備品購入費　0 円<br>租税公課　1,016,900 円<br>減価償却費　794,524 円<br>保険料　55,770 円<br>借入金支払利息　297,535 円<br>【情報発信・プロモーション】<br>※可能であれば国内外の割合を記載<br>誘致宣伝事業費　992,750 円<br>産業観光推進強化事業費 2,090,000 円<br>観光振興費　16,893,984 円<br>連絡調整費　1,476,400 円<br>観光宣伝事業費　9,586,837 円<br>国内誘客促進費　1,891,843 円<br>海外誘客促進費　886,480 円<br>*印紙証紙購入費　800,691,500 円* |
| 2023（Ｒ５）<br>年度 | 1,929,254,648（円） | 【一般管理費】<br>合計：47,484,980 円<br>・管理費 5,861,255 円<br>・事業にかかる管理費 41,623,725 円 |

様式１

| | | |
|---|---|---|
| | | （内訳）<br>人件費 31,616,245 円<br>事務費 2,525,682 円<br>賃借料 3,473,458 円<br>備品購入費 492,800 円<br>租税公課 1,856,268 円<br>減価償却費 1,133,416 円<br>保険料 68,620 円<br>借入金支払利息 457,236 円<br>【情報発信・プロモーション】<br>※可能であれば国内外の割合を記載<br>誘致宣伝事業費 295,230 円<br>産業観光推進強化事業費 2,088,600 円<br>観光振興費 3,740,384 円<br>連絡調整費 1,395,400 円<br>観光宣伝事業費 8,783,948 円<br>国内誘客促進費 1,263,424 円<br>海外誘客促進費 850,682 円<br>*印紙証紙購入費 1,863,352,000 円* |
| 2024（Ｒ６）<br>年度 | 1,886,011,477（円） | 【一般管理費】<br>合計：61,151,761 円<br>・管理費 6,196,581 円<br>・事業にかかる管理費 54,955,180 円<br>（内訳）<br>人件費 37,782,476 円<br>事務費 5,989,914 円<br>賃借料 3,249,891 円<br>備品購入費 0 円<br>租税公課 6,592,439 円<br>減価償却費 1,034,786 円<br>保険料 53,020 円<br>借入金支払利息 252,654 円<br>【情報発信・プロモーション】<br>※可能であれば国内外の割合を記載<br>誘致宣伝事業費 6,967,720 円<br>産業観光推進強化事業費 89,150 円<br>観光振興費 7,604,044 円<br>連絡調整費 1,474,750 円 |

様式１

| | | |
|---|---|---|
| | | 観光宣伝事業費　5,190,136 円<br>国内誘客促進費　19,823,919 円<br>海外誘客促進費　1,882,297 円<br>*印紙証紙購入費　1,781,827,700 円* |
| 2025（Ｒ７）<br>年度 | 1,463,002,000（円） | 【一般管理費】<br>合計：54,029,200 円<br>・管理費 6,683,300 円<br>・事業にかかる管理費 47,345,900 円<br>（内訳）<br>人件費　38,094,300 円<br>事務費　3,300,000 円<br>賃借料　3,145,000 円<br>備品購入費　100,000 円<br>租税公課　2,000,000 円<br>減価償却費　647,000 円<br>保険料　59,600 円<br>借入金支払利息　0 円<br>【情報発信・プロモーション】<br>※可能であれば国内外の割合を記載<br>誘致宣伝事業費　4,740,800 円<br>産業観光推進強化事業費　90,000 円<br>観光振興費　7,600,000 円<br>連絡調整費　1,500,000 円<br>観光宣伝事業費　6,532,000 円<br>国内誘客促進費　10,000,000 円<br>海外誘客促進費　3,510,000 円<br>*印紙証紙購入費　1,375,000,000 円* |
| 2026（Ｒ８）<br>年度 | 1,211,086,401（円） | 【一般管理費】<br>合計：54,113,601 円<br>・管理費　6,691,512 円<br>・事業にかかる管理費 47,422,089 円<br>（内訳）<br>人件費　38,170,489 円<br>事務費　3,300,000 円<br>賃借料　3,145,000 円<br>備品購入費　100,000 円<br>租税公課　2,000,000 円 |

様式１

| | | |
|---|---|---|
| | | 減価償却費　647,000 円<br>保険料　59,600 円<br>借入金支払利息　0 円<br>【情報発信・プロモーション】<br>※可能であれば国内外の割合を記載<br>誘致宣伝事業費　4,740,800 円<br>産業観光推進強化事業費　90,000 円<br>観光振興費　5,600,000 円<br>連絡調整費　1,500,000 円<br>観光宣伝事業費　6,532,000 円<br>国内誘客促進費　10,000,000 円<br>海外誘客促進費　3,510,000 円<br>*印紙証紙購入費　1,125,000,000 円* |
| 27（Ｒ９）<br>年度 | 1,016,971,230（円） | 【一般管理費】<br>合計：54,198,170 円<br>・管理費　6,699,740 円<br>・事業にかかる管理費 47,498,430 円<br>（内訳）<br>人件費　38,246,830 円<br>事務費　3,300,000 円<br>賃借料　3,145,000 円<br>備品購入費　100,000 円<br>租税公課　2,000,000 円<br>減価償却費　647,000 円<br>保険料　59,600 円<br>借入金支払利息　0 円<br>【情報発信・プロモーション】<br>※可能であれば国内外の割合を記載<br>誘致宣伝事業費　4,740,800 円<br>産業観光推進強化事業費　90,000 円<br>観光振興費　7,600,000 円<br>連絡調整費　1,500,000 円<br>観光宣伝事業費　6,532,000 円<br>国内誘客促進費　10,000,000 円<br>海外誘客促進費　3,510,000 円<br>*印紙証紙購入費　937,500,000 円* |

### （３）自律的･継続的な活動に向けた運営資金確保の取組･方針

区域を構成する地方公共団体における宿泊税の導入、着地型旅行商品の造成･販売等の取組･方針を記載
･【自主事業】
① あいちなごや名古屋周遊観光パスポートの販売拡大
② 人流データ分析レポート販売による収益確保
･【会費】新会員の募集強化と既存会員への付加価値提供による会費収入の安定化
･【受託事業】観光庁・愛知県他各種受託案件への積極的なチャレンジ。

## ８．観光地域づくり法人形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見

愛知県は一般社団法人愛知県観光協会と連携し、観光地域づくりのための事業を推進する

## ９．マネジメント・マーケティング対象区域が他の地域連携ＤＭＯ（県単位以外）や地域ＤＭＯと重複する場合の役割分担について（※重複しない場合は記載不要）

なし

## １０．記入担当者連絡先

| | |
|---|---|
| 担当者氏名 | 須田　慶一 |
| 担当部署名（役職） | 企画管理部長 |
| 郵便番号 | 450-0002 |
| 所在地 | 愛知県名古屋市中村区名駅４－４－３８ |
| 電話番号（直通） | 052-581-5788 |
| ＦＡＸ番号 | 052-485-4919 |
| Ｅ－ｍａｉｌ | suda@a-kanko.biz-web.jp |

## １１．関係する都道府県・市町村担当者連絡先

| | |
|---|---|
| 都道府県･市町村名 | 愛知県 |
| 担当者氏名 | 鈴木　麻友美 |
| 担当部署名（役職） | 観光コンベンション局観光振興課　課長補佐 |
| 郵便番号 | 460-8611 |
| 所在地 | 愛知県名古屋市中区三の丸３－１－２ |

様式１

| | |
|---|---|
| 電話番号（直通） | 052-954-6354 |
| ＦＡＸ番号 | 052-973-3584 |
| Ｅ－ｍａｉｌ | mayumi_1_suzuki@pref.aichi.lg.jp |

# （登録）【地域連携DMO】一般社団法人　愛知県観光協会

様式２

記入日：　令和　8年　1月　7日

## 基礎情報

【マネジメント・マーケティング対象とする区域】
愛知県
【設立時期】　平成30年12月21日
【設立経緯】
県域DMOとして設立
【代表者】　安藤隆司
【マーケティング責任者（CMO）】浦谷理佳
【財務責任者（CFO）】　鈴木隆
【職員数】　【職員数】16人（常勤9人（正職員5人・出向等4人）、非勤勤7人）※役員は除外している。非常勤は旅券パート
【主な収入】
　受託事業収益17百万円、会費収入58百万円、（R6年度決算）
【主な支出】
　事業費　43百万円、一般管理費61百万円（R6年度決算）
【連携する主な事業者】
愛知県、県内市町村・観光協会
　交通事業者、宿泊事業者、各種団体、観光施設、
　旅行会社、観光土産業者、広告イベント業者ほか

## KPI（実績・目標）

※（　）内は外国人に関するもの。

| 指標項目 | | 2022（R４）年度 | 2023（R５）年度 | 2024（R６）年度 | 2025（R７）年度 | 2026（R８）年度 | 2027（R９）年度 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| ●旅行消費額（百万円） | 目標 | | 1,000,000 | 1,050,000 | 1,075,000 | 1,100,000 | |
| | | | (250,000) | (250,000) | (270,000) | (304,000) | ( ) |
| | 実績 | 699,061 | 10,482,546 | 1,213,068 | | | |
| | | (749) | (136,950) | (305,994) | ( ) | ( ) | ( ) |
| ●延べ宿泊者数（千人） | 目標 | | 20,000 | 18,000 | 19000 | 20,000 | |
| | | | (3,650) | ( 2,500) | (3,000) | (3,650) | ( ) |
| | 実績 | 15,469 | 18,858 | 21,323 | | | |
| | | (342) | (2,009) | (3,905) | ( ) | ( ) | ( ) |
| ●来訪者満足度（%） | 目標 | | 50.0 | 50 | 50 | 50 | |
| | | | (50.0) | (50) | (50) | (50) | ( ) |
| | 実績 | 33.4 | 37 | 44 | | | |
| | | (-) | (-) | (51) | ( ) | ( ) | ( ) |
| ●リピーター率（%） | 目標 | | 80 | 75 | 78 | 80 | |
| | | | 90.5 | ( ) | ( ) | ( ) | ( ) |
| | 実績 | 90.5 | 72.5 | 70.2 | | | |
| | | (-) | (-) | ( ) | ( ) | ( ) | ( ) |

## 戦略

【主なターゲット】
1．国内客は「長距離」「中距離」「近距離」と分ける
2．インバウンドに対しての誘客施策

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
1．「中距離」：1～2泊をイメージした誘客推進
　「近距離」：県内客を意識した「日帰りコンテンツ」の充実
　「長距離」：ハブ地として広域観光を提案
　ハブとしての意識を強く持った上で、
中部運輸局や各種協議会などの協力を経て、広域連携を意識し、
中部圏一体となった誘客に取り組む
【観光地域づくりのコンセプト】
　「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～

## 具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】
・愛知ならではの「ツウ」な魅力向上
愛知県の観光素材の特徴である「歴史」「産業」「食（名古屋飯）」。これを「ツウ」な魅力として磨き上げ、アピールすることにより、滞在時間の延長など消費額のアップを目指す
【受入環境整備】
・多言語化の促進と利便性の向上
・インバウンド向け高付加価値商品の推進
・ユニバーサルツーリズムの推進
・多様な宗教、信条等への対応支援
・旅行者の安心、安全の確保

【情報発信・プロモーション】
・国内観光推進事業
　観光展（BtoC）、商談会(BtoB)
　教育旅行誘致活動等
・海外観光推進事業
　渡航事業（観光展、商談会、
　セール　スコール）、招請事業
　（FAMトリップ）
・情報発信事業
　愛知県観光協会公式HPの運営
　SNSによる情報発信