観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：令和６年１１月２２日

１．観光地域づくり法人の組織		
申請区分 ※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 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）、非勤勤７人）※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）	（氏名） 会長　安藤 隆司 （出身組織） 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	（氏名） 浦谷理佳「専従」	今年度よりＤＸ専任人材として登用。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いる。構築されたＤＭＰ基盤を活用し、分析検証を行っている。
財務責任者（ＣＦＯ：チーフ・フィナンシャル・オフィサー）	（氏名） 鈴木隆「専従」 （出身組織名） 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） ※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	国内プロモーション責任者 誘客事業部長 河野　誠［専従］ （出身組織）名鉄観光サービス（株） 海外プロモーション責任者 誘客事業部課長 中間　敬一［専従］ （出身組織）（株）日本旅行	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県内誘客への貢献を行う。 旅行会社で３５年、商品造成、仕入、営業、販促添乗等あらゆる実務に従事し旅行業全体に精通している。観光庁の採択事業「地域観光新発見事業」等が採択を受け、事業を実施することで、国の方針にも理解が深い。

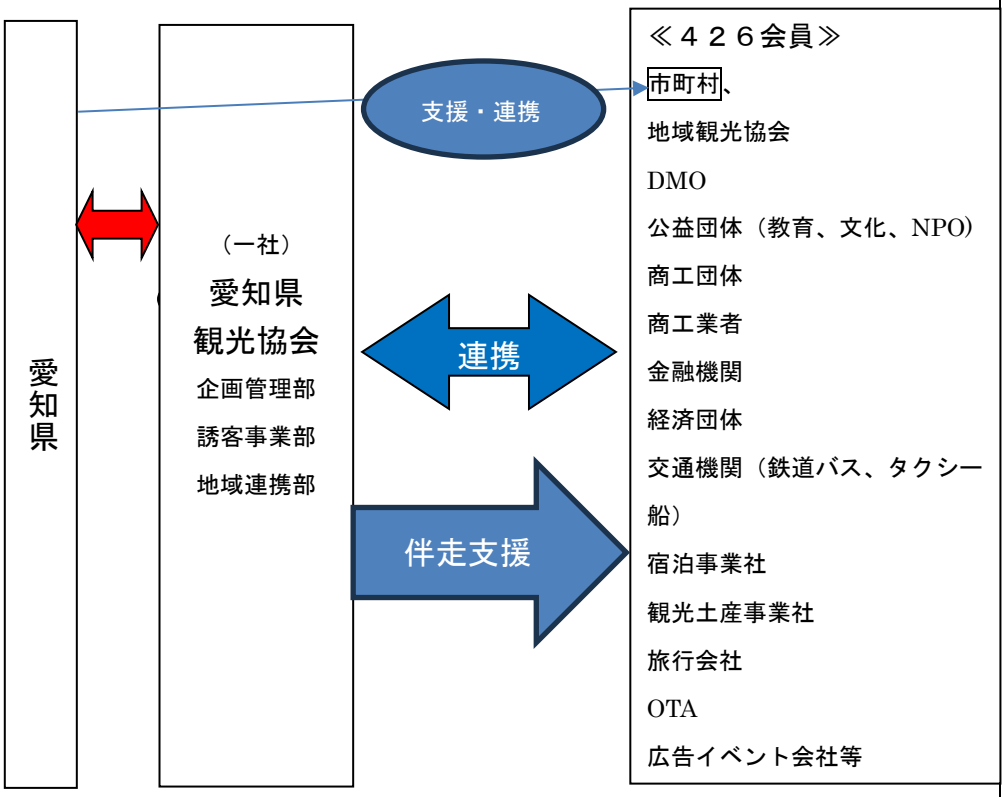
様式１

<table>
<tr><td>連携する地方公共団体の担当部署名及び役割</td><td>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）
県内各市町村観光担当課（観光振興全般）
役割：連携の在り方や役割分担は多様</td></tr>
<tr><td>連携する事業者名及び役割</td><td>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
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</td></tr>
<tr><td>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</td><td>【該当する登録要件】
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。
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）
【概要】
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。
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。
〇令和６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。</td></tr>
<tr><td>地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進の取組</td><td>（例）定期的に住民参加型のワークショップを開催するほか、地域住民への啓発を目的としたシンポジウムを開催</td></tr>
<tr><td>法人のこれまでの活動実績</td><td>【活動の概要】
<table>
<tr><th>事業</th><th>実施概要</th></tr>
<tr><td>情報発信・プロモーション</td><td>＜主な事業内容＞
１．観光宣伝事業
（１）観光展の開催
（２）観光展、観光物産展への参加
２．観光情報発信事業
（１）公式ホームページ「あいち観光ナビ」の運営管理
・イベント情報、関係箇所リンク先の拡大等、随時アップデート
・愛知県の観光公式ＨＰ「Ａｉｃｈｉ　Ｎｏｗ」とのデータ連携
・ＨＰリンク先の拡大
・会員専用サイトを活用した有益情報の提供
（２）観光ＰＲ印刷物の作成
観光情報誌「旬感観光あいち」の発行（年４回、各号３万部）
（３）首都圏マスコミへの情報発信</td></tr>
</table></td></tr>
</table>

		（４）マスコミ取材対応 ３．愛知県観光フォーラムの開催 メインテーマをインバウンド誘客戦略とし、安保ホールにて会員向けに開催し６０名が参加した。 ４．国内誘客促進事業 （１）地域ブランド育成・発信支援事業 地域の特徴と魅力ある観光資源を活用してブランド化を推進し、誘客促進とあわせて、地域の受入体制の向上を図った。 ア．愛知県大河ドラマ「どうする家康」観光促進協議会での取り組み イ．武将観光のＰＲ ウ．街道観光のＰＲ エ．なごやめしブランドの推進 オ．着地型観光人材育成の推進 （２）愛知・名古屋観光誘客協議会事業 愛知県と共に協議会事務局として、地域資源の観光プログラム化や、誘客を促進した。 ア．観光プログラム造成販売促進 イ．運輸機関と連携した情報発信強化 ウ．旅行会社と連携した販売強化 エ．商談会等の開催 （３）産業観光の推進 ア．産業観光の推進 イ．産業観光あないびと育成事業 （４）教育旅行誘致 あいち教育旅行誘致促進協議会の事務局を担当、誘致推進した。 （５）大型ＭＩＣＥへの協力 （６）愛知・岐阜広域観光推進事業 愛知県・岐阜県と連携し、両県の産業観光施設・武将観光施設（２００箇所）を巡るスタンプラリー「見にトリップ×戦トリップ」を実施した。 （７）観光関係団体・機関との連携 ５．観光ボランティアガイド交流推進事業 「あいち観光ボランティアガイドの会」（６５団体）の活動を支援した。 ６．観光振興育成事業 （１）各種観光行事に対する支援 （２）表彰事業 （３）観光土産品の育成 愛知県観光土産品協会（６３会員）、愛知県観光土産品公正取引協議会（４８会員）を運営した。 ア.愛知県観光土産品推奨並びに認定審査会の実施 イ.試買審査会の実施 ７．観光振興支援事業	

		・「全国旅行支援あいち協議会」の事務局構成員として、愛知県を目的地とする旅行への支援事業の事務局業務を行った。 ・大河ドラマ活用誘客促進事業・土産品推奨事務業務を運営し、県内の商工会議所、商工会及び愛知県観光土産品協会の会員事業者に対し、ロゴマーク及びキャラクターデザインの利用を承認するとともに、認証マークを発行し、県内で販売される観光土産品の販売促進を行った。（認証事業者　８４団体２２８商品） Ⅲ　海外誘客促進事業 １．海外プロモーション事業 （１）海外旅行会社等へのプロモーション事業 現地旅行会社等への営業訪問や商談会、招請旅行等を観光関係団体と連携を組み実施した。 （２）日本政府観光局、観光団体等主催事業への参加・協力 （３）首都圏等の旅行会社・ランドオペレーターへの営業訪問 ２．訪日旅行団体、海外メディア等受入事業 ３．愛知県事業・各種協議会事業 ・名古屋港外航クルーズ船誘致促進会議 ・中部国際空港観光案内実施協議会 ・中部国際空港利用促進協議会 ・東海地区外国人観光客誘致促進協議会	
	受入環境の整備	・名古屋コンシェルジュの会と連携した「ムスリム受入セミナー」を開催。お客様への提案が出来るように着地型商品を自ら実体験し、商品のブラッシュアップを行う。 ・中部経済産業局と連携したデータプラットフォーム活用	
	観光資源の磨き上げ	・令和６年度「地域観光新発見事業」について、当協会が事業主体となり採択を受けた。「見なかんて　愛知・日本！日本が世界に誇る「モノづくり」の原点がここ愛知に！」。 ・愛知県にあるモノづくりを主とするコンテンツを、国内外のお客様に販売するための販路形成を主たる目的とした事業。特にインバウンドに向けての、愛知県全体での販路形成の確立を目指す。 ・愛知県観光プラットフォーム「旅ろっ！愛知」の商品造成支援、ブラッシュアップなど、地域観光協会、事業者と共に取り組んでいる。 ・中部経済産業局と連携した「ホンモノの体験によるミーティング・インセンティブ旅行誘致推進協議体」において、体験コンテンツのブラッシュアップに取り組む。	

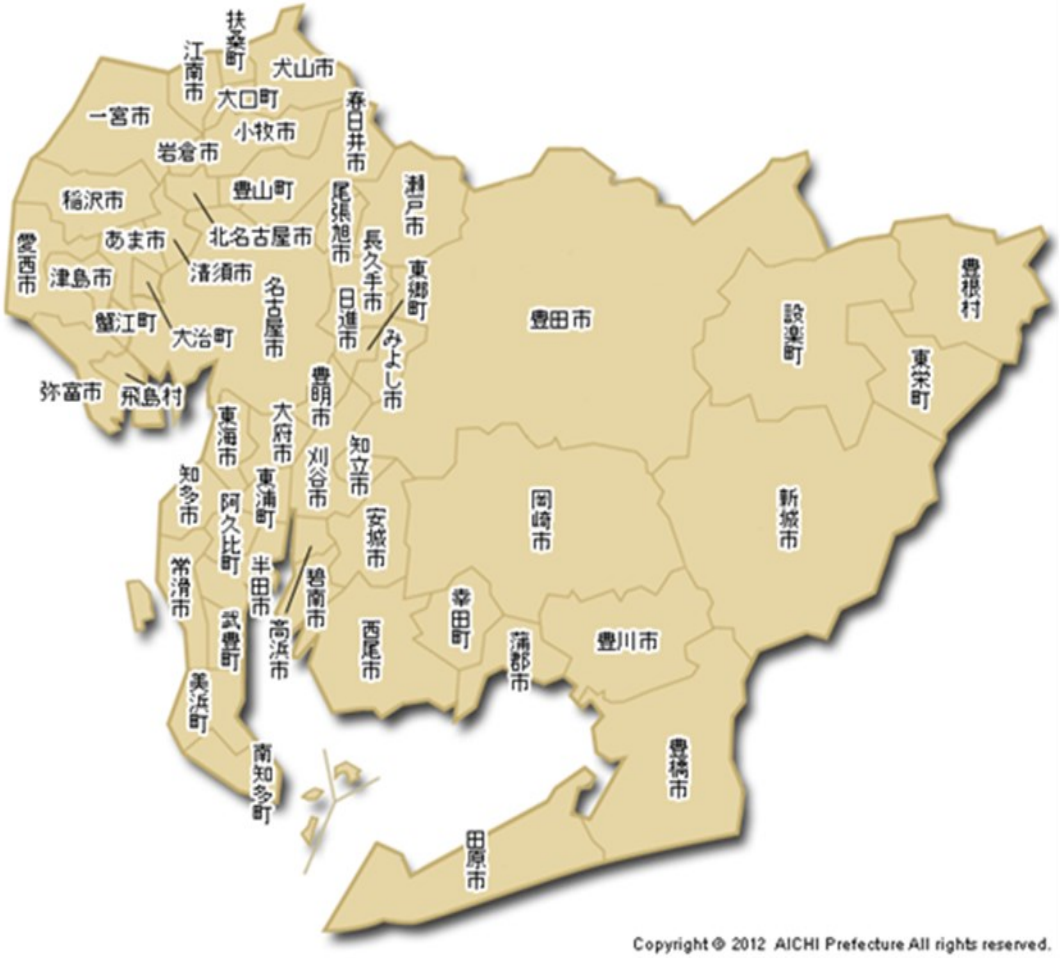
様式１

実施体制 ※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】** ①総会・理事会 　法人全体の意思決定を行う。 ②会員組織との情報連携 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。 **【実施体制図】** 

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】



【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】

出典：あいち観光戦略 2021 - 2023 の数値目標に対する進捗状況

		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%

【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	施設利用者数順位		
	1位	2位	3位
自然	香嵐渓	三河湖	岩屋堂鳥原渓谷
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・レクレーション	鞍ヶ池公園	国営立木曽三川公園１３８タワーパーク	刈谷市交通児童遊園
都市観光・買い物・食事	中部国際空港来場者	西尾市憩の公園	めんたいパークとこなめ
行事等・イベント	豊田スタジアム	ナゴヤドーム	瑞穂運動場
その他	刈谷ハイウエイオアシス	ＮＥＯＰＡＳＡ岡崎	道の駅とよはし

※出典：令和５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	合計
名古屋地域（１）	393	56	2	451
尾張（１８）	133	16	1	150
海部（７）	14	3		17
知多（１０）	265	13	1	279
西三河（１０）	221	32		253
東三河（８）	210	24		234
合計	1236	144	4	1384

※出典：令和５年度刊愛知県統計年鑑（市町村別旅館業施設数）
※（　）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）「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、名古屋市交通局、名古屋臨海高速鉄道、豊橋交通、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、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 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	必須 KPI として収集	（全体・外国人） 愛知県「愛知県観光入込客統計」
延べ宿泊者数	必須 KPI として収集	（全体・外国人） 観光庁「宿泊旅行統計調査」
来訪者満足度	必須 KPI として収集	（全体）愛知県「観光地実態調査」 （外国人） ・愛知県「愛知県訪日外客動向調査」
リピーター率	必須 KPI として収集	（全体） ・愛知県「観光地実態調査」 ※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	その他の目標として収集 ※地域に対する顧客の関心度や施策の効果等を把握する為	・委託先が解析ソフトを活用して実施

住民満足度	その他の目標として収集 ※地域に対する顧客の関心度や施策の効果等を把握する為	・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り、観光産業は未成熟な点がある。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。

（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 ・国内外からアクセスしやすい充実した交通インフラ ・世界的企業の集積と活発なビジネス交流 ・愛知ならではの「ツウ」な魅力を持った豊 富な地域資源 ・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 ・ モノづくりを中心とした多種多様な企業ミュージアム ・スポーツ大会・音楽コンサート等の興行による集客力 ・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 ・モノづくり産業の集積によるビジネス客の来訪機会 ・豊富なテクニカルビジットのコンテンツ ・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 ・高付加価値な観光コンテンツの開発力・販売力不足 ・各種マーケティングデータの取得力・分析力不足 ・ビジネス目的来訪者の滞在時間の短さ ・県全体の観光振興を推進する総合調整機能の不足 ・都市部以外では不便な二次交通網 ・都市部の交通渋滞 ・多言語対応等のインバウンド受入環境が不十分 ・高級ホテルの不足 ・県民の県内観光推奨意向の低迷 ・観光満足度と魅力度の伸び悩み ・多様な主体の巻き込み不足 ・会議(M)や報奨・研修旅行(I)開催に係る情報不足 ・テクニカルビジット・ユニークベニューの活用不足 ・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 ・ＭＩＣＥの専門人材不足

外部環境	・デジタル技術の急速な進展、観光 DX の進展 ・世界的な国際航空需要の回復新しい旅行形態(ブレジャー・ワーケーション等)の浸透 ・国による観光地域づくり支援メニュー拡充 ・高級ホテルの新規開業(TIAD,AUTOGRAPH COLLECTION、アイコニック名古屋、(仮称)エスパシオナゴヤキャッスル、コンラッド名古屋) ・スタートアップ支援拠点「STATION Ai」が２０２４年１０月にオープン ・愛知万博開催２０周年記念イベントの開催 ・愛知県新体育館(ＩＧアリーナ)のオープン ・第２０回アジア競技大会(２０２６年９月/愛知・名古屋) ・第５回アジアパラ競技大会の開催 ・中部国際空港代替滑走路の供用開始 ・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 ・名古屋駅のスーパーターミナル化	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 ・観光関連産業における人手不足、デジタルシフトの遅れ ・団体旅行・宴会需要の低い回復力 ・国内他都市とのＭＩＣＥ誘致競争の激化 ・海外都市のＭＩＣＥ分野での躍進(東アジア、東南アジア)

※上記に加え、ＰＥＳＴ分析等の他のマーケティング分析手法を用いて分析を行っている場合は、その内容を記入（様式自由)。

（３）ターゲット

〇第１ターゲット層：国内客に対しての誘客施策 発地別に「長距離」「中距離」「短距離」と、異なる施策で誘客を図る。
〇選定の理由 お客様の発地を「長距離」「中距離」「短距離」と分ける。 「長距離」・・九州、四国、東北、北海道等からのお客様 「中距離」・・首都圏、関西圏等からのお客様　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。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、ポテンシャルの高さを再認識した。 「短距離」・・東海４県（愛知、岐阜、三重、静岡）からのお客様　理由）2022 年度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 750 万人の規模感を再確認。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、静岡県からの来訪者数を確認したことから選定する事とした。 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 「長距離」・・「ハブ地」としての広域観光を提案。中部国際空港、名古屋空港、名古屋駅など起点に、岐阜県、三重県等隣県の著名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」等を紹介し誘客を図る。

「中距離」・・１泊２日の旅行をイメージし、若干隣接県と連携を図りつつも、愛知・名古屋での「食」「入場観光」「お土産」「体験コンテンツ」等に重点を置いた誘客を図る。 「短距離」・・日帰り旅行等も想定し、特に「体験コンテンツ」等に主軸を置いた誘客を図る。
○第２ターゲット層：インバウンド（アジア系、欧米豪共に）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。
○選定の理由 中部国際空港やＪＲ名古屋駅を持つ愛知県は、中部圏の重要な「ハブ拠点」。このことを再認識し、隣県と連携し「中部圏」として海外からの誘客を図ることが肝要である。こうすることで、ライバルである「首都圏」「関西圏」「北海道」「九州全域」に勝る観光地として、インバウンドに認識してもらう事が最大のミッション（ＫＰＩ）である。 ○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、ＢtoＢ商談会やＢtoＣのＰＲイベントなどに必ず持参し、広域での旅行提案を図る。

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	②コンセプトの考え方
「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】	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。

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 ※頻度が分かるよう記入すること。	戦略の共有方法 理事会（３回）・総会（1 回）、地域観光協会連絡会議（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。
	・当協会の会員には、運輸交通、宿泊施設、観光施設、神社・寺院、旅行業、観光土産品、百貨店など、観光にかかわる多様な業種が会員となっており、情報提供、相互交流により、戦略の共有を図っている。

	あわせて、県内観光関係者向けサイト「Aichi Now BIZ」、「当協会公式サイト」を立ち上げ、県内観光関係者が、日常的に観光政策や施策の情報を得ることができる仕組を構築している。 ・地域連携ＤＭＯとして、県内市町村及び地域観光協会と連携を図り、観光人材育成等のセミナー開催等より支援していく。 観光庁の示すガイドライン（観光ＤＸの促進・持続可能な観光・財源確保）を意識しつつ、広域ＤＭＯ及び地域ＤＭＯとの役割分担を明確にし、各ステークホルダーとの連携を強固にしながら、愛知県内消費額アップと来訪者の満足度向上に資する活動を推進する。 １．観光地域活性化支援事業 （１）地域の観光資源の高付加価値化に資する事業 ・高付加価値な観光コンテンツを開発・販売・流通するため、各自治体・事業者との連携による支援。 ・地域観光協会等が企画運営する事業に対する支援施策の実施。 （２）観光デジタルマーケティング推進に資する事業 データマネジメントプラットフォーム基盤の構築をし、マーケティングデータの精度向上と県内各自治体へ有益なデータ提供を行う。 （３）宿泊施設品質認証「サクラクオリティ」の促進 ２．観光情報発信事業 （１）公式ホームページの改修 主としてＢｔｏＢ向けの内容にリニューアルするとともに、会員ホームページへのリンク先拡大、会員専用サイトを活用した有益情報を提供する。 （２）ＳＮＳによる情報発信の開始 「旬感観光あいち」によりＢｔｏＣ向けに発信してきた情報を、新たにＳＮＳを立ち上げて発信する。 （３）観光ＰＲ冊子の作成 「旬感観光あいち」を休刊し、新たにＰＲ冊子を発行する。 （４）訪日外国人向けＷｅｂメディアの活用 会員が直接書き込みが出来るメディアを活用し、愛知の観光情報を多言語で発信を行う。 ３．県内ＤＭＯミーティングの開催 各種の課題解決に向けたサポート役として、継続的に協議の場を設ける。※財源確保をテーマに実施 ４．地域観光協会連携強化事業 愛知県内の地域観光協会との連携、情報共有を図るため、地域観光協会連絡会議を開催する。 ５．会員サービスの向上 会員同士の情報交換の場を提供するとともに、タイムリーな情報提供を行う。 ６．観光人材育成事業 観光を推進する人材を育成するため、講習会、施設訪問等を実施する。 ７．先進ＤＭＯ調査事業 観光地域づくり法人として更なる進展を図るため、先行事例を調査する。 ８．周遊パス事業

	愛知県と連携し、県内各施設を入場できる周遊パスを開発する。 ９．発酵食振興事業 愛知県、関係自治体と連携し、有識者、業界と一緒になって発酵食文化の魅力を発信し、誘客につなげる。 １０．観光庁、経産省等事業案件への取り組み
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。
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発信を来訪客に対して訴求力のあるコンテンツを発信しいく。

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

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		2021（Ｒ３）年度	2022（Ｒ４）年度	2023（Ｒ５）年度	2024（Ｒ６）年度	2025（Ｒ７）年度	2026（Ｒ８）年度
●旅行消費額（百万円）	目標			1,000,000 (250,000)	1,050,000 (250,000)	10,750,000 (270,000)	1,100,000 (304,000)
	実績	450,200 (-)	699,345 (749)	1,025,530 (117,266)			
●延べ宿泊者数（千人）	目標			20,000 (3,650)	18,000 (2,500)	19,000 (3,000)	20,000 (3,650)
	実績	11,342 (108)	15,469 (342)	16,518 (1,984)			
●来訪者満足度（%）	目標			50.0 (50.0)	40 50	48 50	50.0 (50.0)
	実績	31.8 (-)	33.4 (-)	37 (-)			
●リピーター率（%）	目標			80	75	78	80
	実績	90.0 (-)	90.5 (-)	72.5 (-)			

※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。

様式１

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。

（１）収入

年（年度）	総収入（円）	内訳（具体的に記入すること）
2021（Ｒ３）年度	1,089,156,396 円	【国からの補助金】 【都道府県からの補助金】 愛知県　767,689,500 円 【市町村からの補助金】なし その他（公益財団法人 JKA）　624,800 円 【公物管理受託】なし 【収益事業】 ・印紙証紙売捌き収入　242,443,700 円 ・印紙証紙売りさばき手数料収入　2,552,478 円 ・広告収入　880,000 円 ・その他事業収益　992,760 円 【会費】　45,122,000 円 【特定財源（宿泊税、入湯税、負担金等)】　等 ・受取負担金 愛知県　8,145,000 円 観光情報誌政策事業負担金　1,999,800 円 ・受託事業収益 産業観光推進強化事業受託収益　90,000 円 DMO 推進事業受託収益　12,642,080 円 ・繰入金収益　愛知県観光土産品協会　1,260,000 円 ・雑収益　4,714,278 円
2022（Ｒ４）年度	894,062,652 円	【国からの補助金】なし 【都道府県からの補助金】なし 【市町村からの補助金】なし 【公物管理受託】なし 【収益事業】 ・印紙証紙売捌き収入　800,691,500 円 ・印紙証紙売りさばき手数料収入　7,044,729 円 ・広告収入　990,000 円 ・その他事業収益　840,040 円 【会費】 ・受取会費　45,323,000 円 【特定財源（宿泊税、入湯税、負担金等)】　等 ・受取負担金　愛知県 7,739,000 円 日観振　400,000 円 ・受託事業収益 産業観光推進強化事業受託収益　90,000 円 DMO 推進事業受託収益　24,756,048 円

		大河ﾄﾞﾗﾏ活用誘客促進事業受託収益 2,692,800 円 ・繰入金収益　愛知県観光土産品協会　1,260,000 円 ・雑収益　247,535 円
2023（Ｒ５）年度	1,976,947,543 円	【国からの補助金】 ・IT 導入支援補助金　825,122 円 【都道府県からの補助金】なし 【市町村からの補助金】なし 【公物管理受託】なし 【収益事業】 ・印紙証紙売捌き収入　1,863,352,000 円 ・印紙証紙売りさばき手数料収入　15,375,441 円 ・広告収入　1,039,500 円 ・その他事業収益　700,800 円 【会費】 ・受取会費　46,985,500 円 【特定財源（宿泊税、入湯税、負担金等)】　等 ・受取負担金　愛知県 7,352,000 円 そのほか 100,000 円 ・受託事業収益 産業観光推進強化事業受託収益　90,000 円 大河ﾄﾞﾗﾏ活用誘客促進事業受託収益 2,747,800 円 全国旅行支援事業収益 37,066,643 円 ・繰入金収益　愛知県観光土産品協会　1,260,000 円 ・雑収益　52,737 円
2024（Ｒ６）年度	2,041,947,000 円	【国からの補助金】 ・IT 導入支援補助金　225,000 円 【都道府県からの補助金】なし 【市町村からの補助金】なし 【公物管理受託】なし 【収益事業】 ・印紙証紙売捌き収入　1,956,000,000 円 ・印紙証紙売りさばき手数料収入　16,274,000 円 【会費】 ・受取会費　59,203,000 円 【特定財源（宿泊税、入湯税、負担金等)】　等 ・受取負担金　愛知県 6,984,400 円 日観振　400,000 円 ・受託事業収益　90,000 円 ・繰入金収益　愛知県観光土産品協会　1,260,000 円 ・雑収益　10,600 円 ・あいち魅力発見ガイドツアー　1,000,000 円 ・あいちなごや周遊観光パスポート　500,000 円
2025（Ｒ７）年度	1,745,131,600 円	【国からの補助金】なし 【都道府県からの補助金】なし 【市町村からの補助金】なし 【公物管理受託】なし 【収益事業】

		・印紙証紙売捌き収入 1,662,600,000 円 ・印紙証紙売りさばき手数料収入 13,832,900 円 ※想定 R6 予算の 15%減 【会費】 ・受取会費　59,203,000 円（R6 と同額） 【特定財源（宿泊税、入湯税、負担金等)】　等 ・受取負担金　愛知県 6,635,100 円 日観振　0 円 ※愛知県受取負担金は R6 年度の 95% ・受託事業収益　90,000 円　R6 と同額 ・繰入金収益　愛知県観光土産品協会　1,260,000 円 R6 と同額 ・雑収益　10,600 円　R6 と同額 ・あいちなごや周遊観光パスポート　1,500,000 円
2026（Ｒ８） 年度	1,649,883,100 円	【国からの補助金】なし 【都道府県からの補助金】なし 【市町村からの補助金】なし 【公物管理受託】なし 【収益事業】※想定 R6 予算比の２割減 ・印紙証紙売捌き収入 1,564,800,000 円 ・印紙証紙売りさばき手数料収入 13,019,200 円 【会費】 ・受取会費　62,000,000 円 【特定財源（宿泊税、入湯税、負担金等)】　等 ・受取負担金　愛知県 6,303,300 円 ※R7 年度想定の 95% 日観振　400,000 円 ・受託事業収益　90,000 円　R6、R7 と同額 ・繰入金収益　愛知県観光土産品協会　1,260,000 円 R6 と同額 ・雑収益　10,600 円　R6 と同額 ・あいちなごや周遊観光パスポート 2,000,000 円

（２）支出

年（年度）	総支出	内訳（具体的に記入すること）
2021（Ｒ３） 年度	1,052,657,271 円	（内訳の区分例） 【一般管理費】 合計：41,037,994 円 ・管理費 8,524,782 円 ・事業にかかる管理費 32,513,212 円 （内訳） 人件費 24,730,207 円 事務費 1,939,728 円

		賃借料 3,148,688 円 備品購入費 72,600 円 租税公課 1,702,600 円 減価償却費 642,746 円 保険料 52,200 円 借入金支払利息 224,443 円 【情報発信・プロモーション】 ※可能であれば国内外の割合を記載 合計：1,011,619,277 円 誘致宣伝事業費 1,026,665 円 産業観光推進強化事業費 2,090,000 円 観光振興費 756,987,711 円 連絡調整費 1,421,400 円 観光宣伝事業費 6,466,418 円 国内誘客促進費 495,579 円 海外誘客促進費 687,804 円 印紙証紙購入費 242,443,700 円
2022（Ｒ４）年度	879,517,994 円	【一般管理費】 合計：45,008,200 円 ・管理費 5,035,327 円 ・事業にかかる管理費 39,972,873 円 （内訳） 人件費 31,134,764 円 事務費 3,423,602 円 賃借料 3,249,778 円 備品購入費 0 円 租税公課 1,016,900 円 減価償却費 794,524 円 保険料 55,770 円 借入金支払利息 297,535 円 【情報発信・プロモーション】 ※可能であれば国内外の割合を記載 合計：834,509,794 円 誘致宣伝事業費 992,750 円 産業観光推進強化事業費 2,090,000 円 観光振興費 16,893,984 円 連絡調整費 1,476,400 円 観光宣伝事業費 9,586,837 円 国内誘客促進費 1,891,843 円 海外誘客促進費 886,480 円 印紙証紙購入費 800,691,500 円
2023（Ｒ５）年度	1,929,254,648 円	【一般管理費】 合計：47,484,980 円 ・管理費 5,861,255 円 ・事業にかかる管理費 41,623,725 円 （内訳） 人件費 31,616,245 円 事務費 2,525,682 円

		賃借料 3,473,458 円 備品購入費 492,800 円 租税公課 1,856,268 円 減価償却費 1,133,416 円 保険料 68,620 円 借入金支払利息 457,236 円 【情報発信・プロモーション】 ※可能であれば国内外の割合を記載 合計：1,881,769,668 円 誘致宣伝事業費 295,230 円 産業観光推進強化事業費 2,088,600 円 観光振興費 3,740,384 円 連絡調整費 1,395,400 円 観光宣伝事業費 8,783,948 円 国内誘客促進費 1,263,424 円 海外誘客促進費 850,682 円 印紙証紙購入費 1,863,352,000 円
2024（Ｒ６）年度 ※事業計画収支予算に基づく数値	2,040,090,000 円	【一般管理費】 合計：53,400,000 円 ・管理費 7,044,000 円 ・事業にかかる管理費 46,356､000 円 （内訳） 人件費 36,348,000 円 事務費 3,500,000 円 賃借料 3,454,000 円 租税公課 1,906,000 円 減価償却費 700,000 円 保険料 60,000 円 借入金支払利息 388,000 円 【情報発信・プロモーション】 ※可能であれば国内外の割合を記載 合計：1,986,690,000 円 誘致宣伝事業費 7,000,000 円 産業観光推進強化事業費 90,000 円 観光振興費 8,550,000 円 連絡調整費 300,000 円 観光宣伝事業費 6,500,000 円 国内誘客促進費 3,950,000 円 海外誘客促進費 4,300,000 円 印紙証紙購入費 1,956,000,000 円
2025（Ｒ７）年度	1,745,110,000 円	【一般管理費】 合計：55,120,000 円 ・管理費 7,500,000 円 ・事業にかかる管理費 47,620､000 円 （内訳） 人件費 38,000,000 円 事務費 3,500,000 円 賃借料 3,454,000 円

		租税公課 1,906,000 円 減価償却費 700,000 円 保険料 60,000 円 借入金支払利息 0 円 【情報発信・プロモーション】 ※可能であれば国内外の割合を記載 合計：1,689,990,000 円 誘致宣伝事業費 6,500,000 円 産業観光推進強化事業費 90,000 円 観光振興費 7,500,000 円 連絡調整費 300,000 円 観光宣伝事業費 6,000,000 円 国内誘客促進費 3,000,000 円 海外誘客促進費 4,000,000 円 印紙証紙購入費 1,662,600,000 円
2026（Ｒ８）年度	1,649,810,000 円	【一般管理費】 合計：57,620,000 円 ・管理費 8,000,000 円 ・事業にかかる管理費 49,620,000 円 （内訳） 人件費 40,000,000 円 事務費 3,500,000 円 賃借料 3,454,000 円 租税公課 1,906,000 円 減価償却費 700,000 円 保険料 60,000 円 借入金支払利息 0 円 【情報発信・プロモーション】 ※可能であれば国内外の割合を記載 合計：1,592,190,000 円 誘致宣伝事業費 6,500,000 円 産業観光推進強化事業費 90,000 円 観光振興費 7,500,000 円 連絡調整費 300,000 円 観光宣伝事業費 6,000,000 円 国内誘客促進費 3,000,000 円 海外誘客促進費 4,000,000 円 印紙証紙購入費 1,564,800,000 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

・県等からの補助金・受託事業の確保による基盤の確立。 ・会員数拡大と会費額の安定的な確保。 ・愛知県旅券センターにおける収入印紙・愛知県証紙の販売手数料の確保。 ・自主事業開発及び運営管理での事業拡大。

様式１

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共に、観光地域づくりのための事業を推進して参ります。

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）
地域ＤＭＯとの明確な線引きはないが、当協会は地域住民との接点がないことと、直接的なコンテンツ開発は行っていないため、側面支援のスタンスを取っている。 中央日本総合観光機構のＤＭＰダッシュボードに当協会のデータを反映させていることから、エリア全体の分析検証が可能になっていると思われる。

１０．記入担当者連絡先	
担当者氏名	丹羽　邦夫
担当部署名（役職）	事務局長
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	niwa@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	渡邉　亨介
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
電話番号（直通）	052-954-6354
ＦＡＸ番号	052-973-3584
Ｅ－ｍａｉｌ	kiyousuke_watanabe@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6年　11月　6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39百万円、会費収入47百万円、（R5年度決算）
【主な支出】
　事業費　18百万円、一般管理費47百万円（R5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。

項目		2021（R3）年	2022（R4）年	2023（R5）年	2024（R6）年	2025（R7）年	2026（R8）年
旅行消費額（百万円）	目標	（　）	（　）	1,000,000（250,000）	1,050,000（250,000）	1,075,000（270,000）	1,100,000（304,000）
	実績	450,200（–）	699,345（749）	1,025,530（117,266）	—	—	—
延べ宿泊者数（千人）	目標	（　）	（　）	20,000（3,650）	18,000（2,500）	19,000（3,000）	20,000（3,650）
	実績	11,342（108）	15,469（342）	16,518（1,984）	—	—	—
来訪者満足度（%）	目標	（　）	（　）	50.0（50.0）	40 50	48 50	50.0（50.0）
	実績	31.8（–）	33.4（–）	37（–）	—	—	—
リピーター率（%）	目標	（　）	（　）	80（　）	75（　）	78（　）	80（　）
	実績	90（–）	90.5（–）	72.5（–）	—	—	—

戦略

【主なターゲット】
1．国内客に対しての誘客施策
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．来県者を「長距離」「中距離」「短距離」と分ける（発地別で旅行ニーズが異なるため）
「長距離」：ハブ地として広域観光を提案
「中距離」：1泊2日をイメージした誘客推進
「短距離」：県内客を意識した「日帰りコンテンツ」の充実
2．上記「1」以上に、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

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