

予 算 要 求 資 料

令和3年度当初予算 支出科目 款：商工費 項：観光費 目：観光開発費

事業名 海外誘客戦略推進事業費

(この事業に対するご質問・ご意見はこちらにお寄せください)

商工労働部観光国際局海外戦略推進課アジア誘客係 電話番号：058-272-1111 (内 2356)

E-mail : c11336@pref.gifu.lg.jp

1 事業費 16,656千円 (前年度予算額：21,528千円)

<財源内訳>

区 分	事業費	財 源 内 訳							
		国 庫 支出金	分担金 負担金	使用料 手数料	財 産 収 入	寄附金	その他	県 債	一 般 財 源
前年度	21,528	0	0	53	0	0	0	0	21,475
要求額	16,656	0	0	53	0	0	0	0	16,603
決定額									

2 要求内容

(1) 要求の趣旨 (現状と課題)

当県のインバウンドは、飛騨美濃じまん海外戦略プロジェクトによる継続的な取組みが功を奏し、昨年過去最高を記録したが、新型コロナウイルス感染症拡大後は壊滅的な打撃を受けている。

コロナ収束後には、世界中で旅行者の争奪戦が繰り広げられ、また、より安全な癒しを求めるといったマインドの変化も予想されることから、コロナ収束後のインバウンド回復を実現するためには、安全・癒しを希求する新しい旅スタイル「サステイナブル・ツーリズム」に対応しながら、他地域と差別化した戦略を推進する必要がある。

このためには、これまで培った世界各国の観光事業者等との関係を最大限生かしながら、SDGsの理念に沿った「サステイナブル・ツーリズム」として、本県の強みである「自然・アクティビティ」、「伝統・文化」などの魅力を広く世界に打ち出す誘客活動を行うことが不可欠である。

(2) 事業内容

■ 認知度向上対策

- ① 海外旅行見本市出展事業
(対象：台湾、東南アジアなど)
- ② 現地 SNS 等による発信事業 (対象：中国、香港、台湾、タイ)

■ 旅行商品造成・販売支援対策

- ① アジア現地旅行会社、オンライン旅行会社 O T A との連携による旅行商品造成販売事業
(対象：台湾、東南アジア)
- ② 昇龍道プロジェクト P R 促進事業 (対象：アジア全域)
- ③ 現地コーディネーター活用事業 (対象：東南アジア)

■ 広域連携等対策

- ① 国等関係機関連携事業 (対象：世界各国の有望市場)
- ② ランドオペレーター連携事業 (対象：東南アジア)

(3) 県負担・補助率の考え方

外国人観光客の誘致による観光産業の振興、県経済の活性化は県が率先して実施すべきものであり、県負担は妥当。

(4) 類似事業の有無

無

3 事業費の積算内訳

事業内容	金額	事業内容の詳細
旅費	1,693	県内アテンド、海外出張旅費等
需用費	400	県産品等
役務費	307	モバイル端末通信費等
委託料	13,414	旅行商品造成・販売支援、招聘、情報発信等委託費
使用料	441	会場借上料、宿泊費等参加負担金
負担金	401	トラベルマート等
合計	16,656	

決定額の考え方

4 参考事項

(1) 各種計画での位置づけ

- ・「清流の国ぎふ」創生総合戦略
3 地域にあふれる魅力と活力づくり

(2) 次世代を見据えた産業の振興

- ④観光産業の基幹産業化
- ・岐阜県成長・雇用戦略2017
2 各重要プロジェクト

[6]観光産業の基幹産業化プロジェクト

- (3)「世界に誇る遺産」等を核とした誘客



(2) 国・他県の状況

- ・他都道府県においても同様の事業を実施しており、県が事業予算を負担（47都道府県が実施）

(3) 後年度の財政負担

- ・次年度以降も継続して実施する。

(4) 事業主体及びその妥当性

- ・外国人観光客の誘致については、創生総合戦略でも位置づけた県の役割であり、事業費を負担する。

事業評価調書（県単独補助金除く）

新規要求事業

継続要求事業

1 事業の目標と成果

（事業目標）

・何をいつまでにどのような状態にしたいのか
 アジア市場をターゲットに、コロナ収束後に到来する「新しい旅スタイル」を見据えながら、本県の魅力を広く世界に打ち出した誘客活動を行うことで、コロナ収束後における本県を訪問する外国人観光客の回復につなげる。

（目標の達成度を示す指標と実績）

指標名	事業開始前	指標の推移		現在値 (前々年度末時点)	目標	達成率
外国人延べ宿泊者数	－万人 (H－)	101万人 (H28)	98万人 (H29)	102万人 (H30)	150万人 (R2)	68.0 %

○指標を設定することができない場合の理由

新型コロナウイルス感染症の拡大に伴う出入国制限により、従来指標としている外国人延べ宿泊者数（観光庁宿泊旅行統計）が急減しており、精緻な目標設定が困難であるため。

（前年度の取組）

- ・事業の活動内容（会議の開催、研修の参加人数等）
 - 海外大手訪日旅行会社と連携した商品造成、観光 PR
 - ・現地訪日大手旅行会社主催の観光展、台湾旅行博（ITF）への出展
 - ・台湾訪日旅行会社が運営する web サイト、SNS 等を活用した観光 PR
 - ランドオペレーターと連携した商品造成及びプロモーション
 - ・ランドオペレーターを經由し、東南アジア各市場の訪日旅行会社による商品造成及び観光 PR を実施
 - 観光レップ、海外 SNS 等を活用した観光 PR
 - ・ASEAN 市場に精通した有識者による市場調査、観光 PR
 - ・現地 SNS による継続的な観光 PR

（前年度の成果）

- ・前年度の取組により得られた事業の成果、今後見込まれる成果
 - 訪日旅行会社による岐阜県での宿泊を含むツアーの造成と観光 PR
 - SNS 等を活用した現地消費者向けの県内観光地等の情報発信
 これらにより、コロナ禍における海外旅行志向者の繋ぎ止めが図られた。

2 事業の評価と課題

(事業の評価)

<ul style="list-style-type: none"> ・ 事業の必要性（社会経済情勢等に沿った事業か、県の関与は妥当か） ○：必要性が高い △：必要性が低い 	
(評価) ○	新型コロナウイルス収束後は、世界中で旅行者の激しい争奪戦が予想されるため、本県が旅先として選ばれるためには、コロナ収束後に到来する新しい旅スタイルに対応した戦略的な誘客活動が不可欠である。
<ul style="list-style-type: none"> ・ 事業の有効性（指標等の状況から見て事業の成果はあがっているか） ○：概ね期待どおりまたはそれ以上の成果が得られている △：まだ期待どおりの成果が得られていない 	
(評価) ○	
<ul style="list-style-type: none"> ・ 事業の効率性（事業の実施方法の効率化は図られているか） ○：効率化は図られている △：向上の余地がある 	
(評価) ○	より効果的かつ即効性のある情報発信を行うため、各市場に応じて現地語 SNS 等による事業展開している。また、これまで培った各市場観光事業者等と連携して事業展開している。

(今後の課題)

<ul style="list-style-type: none"> ・ 事業が直面する課題や改善が必要な事項 各国と日本との間の出入国制限解除に向けた動きを適時適確に見極めながら事業を行う必要がある。
--

(次年度の方向性)

<ul style="list-style-type: none"> ・ 継続すべき事業か。県民ニーズ、事業の評価、今後の課題を踏まえて、今後どのように取り組むのか。 コロナ収束後のインバウンド回復については、県内宿泊施設をはじめ観光事業者からの要望も多く、県が海外誘客に積極的に取り組むことが重要であるので、コロナ前と同様に県内事業者との連携・協力により、継続して事業を実施する。
--

(他事業と組み合わせて実施する場合の事業効果)

組み合わせ予定のイベント又は事業名及び所管課	
組み合わせる理由や期待する効果 など	