

# 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 世界に誇る遺産等海外誘客プロモーション事業費

(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 海外戦略推進課 欧米誘客係 電話番号：058-272-1111 (内 2355)

E-mail : [c11336@pref.gifu.lg.jp](mailto:c11336@pref.gifu.lg.jp)

1 事業費 24,000 千円 (前年度予算額：33,000 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	33,000	8,000	0	0	0	0	0	0	25,000
要求額	24,000	6,000	0	0	0	0	0	0	18,000
決定額	24,000	6,000	0	0	0	0	0	0	18,000

## 2 要求内容

### (1) 要求の趣旨 (現状と課題)

白川郷や地歌舞伎等、海外でも認知度の高い県内の「世界に誇る遺産」と周辺観光資源を結びつけたルートを海外に向けてPRすることで、外国人観光客の県内周遊を促進し、消費拡大を図る。

### (2) 事業内容

世界遺産等プロモーション事業【24,000 千円】

白川郷等の世界遺産や、杉原千畝記念館をはじめとする県内観光資源のPRのため、北米最大のマーケットである米国、伝統文化や食に関心の高い欧州諸国、自然アクティビティを好む豪州等を対象に、旅行博・商談会への出展、セミナー・レセプションの開催、旅行会社との連携プロモーション等を実施し、海外からの誘客促進を図る。あわせて、魅力ある本県の観光資源を紹介する英語版パンフレットを制作し、プロモーションに活用する。

### (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
報償費	42	プロポーザル評価会議
旅費	1,750	渡航費
委託料	22,150	旅行博出展及び商談会参加、旅行会社連携プロモーション 地歌舞伎出張公演、PR用パンフ（英語）制作 等
役務費	58	郵送費
合計	24,000	

#### 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
  - 8 最重要プロジェクト・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
      - ・外国人観光客倍増プロジェクト

#### (2) 国・他県の状況

- ・他都道府県においても同様の海外誘客事業を実施しており、県が事業予算を負担。

#### (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は、総合戦略でも位置づけた県の役割であり、事業費を負担することは妥当。

# 事業評価調査書（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

世界に誇る遺産を核に、欧米豪をターゲットとした海外誘客を継続的かつ着実に推進し、本県の認知度を向上させることで、本県を訪問する外国人観光客の増加につなげる。

### （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 <small>（前々年度末時点）</small>	目標	達成率
外国人延べ宿泊者数	－万人 <small>（H－）</small>	98万人 <small>（H29）</small>	148万人 <small>（H30）</small>	166万人 <small>（R1）</small>	180万人 <small>（R7）</small>	92.2%

### ○指標を設定することができない場合の理由

--

### （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）

○米国のユダヤ系メディアと連携し、杉原千畝関連施設をはじめとする本県の観光資源をPRした。

### （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

ユダヤ系メディアと連携したPRにより、今後、米国からの送客が期待される。今年度は、コロナの影響でデジタルプロモーションが中心となったが、現地からは、収束後のリアルプロモーションも期待されている。

## 2 事業の評価と課題

### (事業の評価)

<ul style="list-style-type: none"> <li>・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</li> </ul>	
(評価) ○	世界遺産登録を契機に、遺産等の観光資源を活用して海外PRを行うことは時宜にかなったものであり、本県の認知度向上、外国人観光客の誘客拡大のため、必要な取組みである。
<ul style="list-style-type: none"> <li>・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</li> </ul>	
(評価) △	2009年以降、インバウンドは順調に増加し、2019年の県内宿泊者数は、過去最高の約166万人と1年前倒しで目標を達成したものの、新型コロナウイルスの影響により2020年は激減。収束後の早期回復に向け、迅速かつ効果的なプロモーションが必要となる。
<ul style="list-style-type: none"> <li>・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</li> </ul>	
(評価) ○	県産品、食を所管する他部局とも連携することで、効率的な予算の執行に努めている。

### (今後の課題)

<ul style="list-style-type: none"> <li>・事業が直面する課題や改善が必要な事項 本県の認知度向上及び外国人観光客の増加を図るには、一過性ではなく、継続かつ地道な取組みが必要である。</li> </ul>
--

### (次年度の方向性)

<ul style="list-style-type: none"> <li>・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 海外からの誘客は、継続的な取組みが大切であり、実施状況を勘案しつつ、より効果的な手法でPRを行っていく。</li> </ul>
---

### (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	