

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 アジア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 2355)

E-mail：c11334@pref.gifu.lg.jp

1 事業費 9,000千円(前年度予算額：9,000千円)

<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	9,000	0	0	0	0	0	0	0	9,000
要求額	9,000	0	0	0	0	0	0	0	9,000
決定額	9,000	0	0	0	0	0	0	0	9,000

2 要求内容

(1) 要求の趣旨(現状と課題)

新型コロナウイルス感染症により、観光はもとより社会活動全体が停滞する中、東京オリンピック・パラリンピックは、ウィズコロナ時代の幕開けを世界中に発信する絶好の機会であり、国をあげて観光施策に注力される。

当県においては、ウィズコロナ時代にも旅行者に選ばれる続けるため、安心や癒しを求める新たな旅スタイルを提供する旅先であることを、積極的に打ち出すことが重要である。

このため、知事のトップセールスに合わせたプロモーションを現地で開催するほか、現地旅行会社による県内観光地の視察や観光事業者との商談会等や、広告支援等を通じた旅行商品の造成を図ることにより、アジア地域をはじめ世界各地からのインバウンド回復を強力に推し進める。

(2) 事業内容

○アジア誘客プロモーション事業

- ① 現地における観光セミナー
- ② 現地旅行会社招聘事業(視察・商談会)
- ③ 現地旅行会社の商品造成に対する支援

(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

無し

3 事業費の積算内訳

事業内容	金額	事業内容の詳細
旅費	677	海外出張旅費、県内アテンド旅費
消耗品費	150	展示品・ノベルティ購入
役務費	373	通訳代、携帯電話代、輸送費
委託料	7,800	観光セミナー・商談会開催費、招聘事業等
合計	9,000	

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。

8 働きがいも
経済成長も



9 産業と技術革新の
基盤をつくらう



11 住み続けられる
まちづくりを



12 つくる責任
つかう責任



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

県内外国人延べ宿泊者数の7割以上を占めるアジア市場を主なターゲットとし、ウィズコロナ時代の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	一万名 (H-)	98万人 (H29)	148万人 (H30)	166万人 (R1)	180万人 (R7)	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）

- アジアを中心としたこれまで知事トップセールスにおいて重点的に取り組んできた市場向けに、著名な映像撮影チームを招へいして作成した映像コンテンツを用いたオンラインPRを行うなど、コロナ禍においても旅行消費者の訪日意欲の喚起を行った。

（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

- オンラインを活用した戦略的なPR活動により、ターゲット国・地域における岐阜県の認知度をより高め、コロナ収束後におけるインバウンド回復への道筋を立てることができた。

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)	<p>○</p> <p>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。</p>
<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)	<p>○</p>
<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)	<p>○</p> <p>日本国内及び海外両面での取組みを強化することにより、ターゲット国における本県の認知度が向上するなど、成果が現れている。</p>

(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 <p>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。</p>

(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 <p>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。</p>
--

(他事業と組み合わせて実施する場合の事業効果)

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