

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 インバウンド向け「着地型ツアー」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)

商工労働部韓国国際局海外戦略推進課 欧米誘客係 電話番号：058-272-1111 (内 2356)

E-mail：c11336@pref.gifu.lg.jp

1 事業費 11,300千円 (前年度予算額：17,400千円)

<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	17,400	5,000	0	0	0	0	0	0	12,400
要求額	11,300	3,500	0	0	0	0	0	0	7,800
決定額	11,300	3,500	0	0	0	0	0	0	7,800

2 要求内容

(1) 要求の趣旨 (現状と課題)

欧米豪を中心とする海外からの訪日旅行は個人旅行化が進み、国際空港を持つ大都市に宿泊し、そこを拠点に周辺観光地を日帰旅行する傾向にある。

空港のない本県に訪日外国人を引き込み、宿泊数を増やすには、他地域との差別化が重要であることから、“匠の技”体験など本県の強みを活かした着地型商品を開発してきたところ。

コロナ禍において自由に国外旅行ができない現在、オンラインプロモーションは不可欠であり、アクティビティ予約・販売サイトと連携したPRにより、これまで開発してきた着地型商品をブックとした誘客促進を図る。

併せて、越境ECサイトを通じて本県が世界に誇る“匠の技”など県内事業者が販売する県産品を海外から購入できる流れを作ることで、本県で“匠の技”を体験した旅行者の商品再購入や、彼らの情報発信により興味を持った現地消費者の県産品購入及び本県への訪問意欲喚起につなげる。加えて、「観光×モノ」双方向のプロモーションにより、これまでリーチできなかった富裕者層の取り込みにつなげる。

(2) 事業内容

- ①「着地型ツアー」プロモーション事業 【3,420 千円】
- ② ECサイトを活用した誘客促進事業 【7,880 千円】

(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
委託料	11,300	① 着地型ツアープロモーション事業 ② ECサイトを活用した誘客促進事業
合計	11,300	

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については、長期計画でも位置づけた県の役割であり必要経費を負担するのは妥当。

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

欧米豪をターゲットに造成した着地型商品のオンラインプロモーションを継続的かつ着実に実施することにより、本県への誘客促進につなげる。
併せて、ECサイトを活用した県産品の販売を通じ、本県の認知度向上と旅行意欲喚起を図る。

（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	目標	達成率
				(前々年度末時点)		
外国人延べ宿泊者数	－万人 (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）

アクティビティ予約・販売サイトと連携し、これまで造成した着地型商品をプロモーションするとともに、県の外国語版Webサイトと連動したPRを実施。

（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

本県が世界に誇る“匠の技”体験や、豊かな自然を満喫できる自然アクティビティ、SDGsの理念に沿った伝統文化や生活体験など、本県の強みを活かした着地型商品を充実させることにより、欧米豪への認知度向上を図った。

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) ○	訪日外国人を本県に引き込むためには、他地域との差別化を図るとともに、本県の強みを活かした“匠の技”体験などの魅力的な着地型商品をフックとしたオンラインプロモーションが不可欠である。
<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) △	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166万人と目標を1年前倒しで目標を達成したが、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"> ・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) ○	アクティビティ予約・販売サイトとの連携に加え、県の外国語版Webサイトと連動することにより、効率的かつ効果的なプロモーションを行っている。

(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 訪日外国人を本県へ引き込むためには、他地域との差別化を図るとともに、継続的なオンラインプロモーションが必要となる。

(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 海外からの誘客は、継続的かつ集中的な取り組みが必要であり、引き続き県内観光事業者との連携により、ターゲット国に注力した取り組みを実施する。
--

(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	