

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 スポーツツーリズム戦略的誘客促進事業費

(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欧米誘客係 電話番号：058-272-1111 (内 2355)

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

1 事業費 3,000 千円 (前年度予算額：6,800 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	6,800	0	0	0	0	0	0	0	6,800
要求額	3,000	0	0	0	0	0	0	0	3,000
決定額									

2 要求内容

(1) 要求の趣旨 (現状と課題)

欧米豪を中心とした外国人観光客を本県に呼び込むためには、他地域と差別化を図るとともに、本県の強みを活かしたアプローチが重要である。また、コロナ渦において健康面に気を配る人が増え、世界中でアウトドアでの活動に注目が集まっている。そこで、サイクリングやウォーキングをはじめ、本県の豊かな自然を体験できるスポーツアクティビティを充実させ、スポーツツーリズムを推進することにより、更なる誘客促進を図る。

(2) 事業内容

スポーツツーリズム戦略的誘客促進事業【3,000 千円】

本県では、令和元年度から長野県やサイクリングを専門に扱う事業者と連携し、中山道や周辺エリアを巡るサイクリングツアーの造成及び販売促進プロモーションを実施してきた。県内には、他にも人気のサイクリングスポットがあり、更に、欧米豪に人気のトレッキングやクライミング、スキーなど、様々な自然体験が行える場所が点在している。これらを世界に通用するコンテンツとして磨き上げるとともに、海外のメディアや旅行会社等に対するプロモーションを展開することで、誘客促進につなげる。

(3) 県負担・補助率の考え方

複数の市町村にまたがるスポーツツーアクティビティを磨き上げ・PRするものであり、県が率先して実施すべきものとして、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	3,000	スポーツツーリズム戦略的誘客促進事業
合計	3,000	

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。

(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、総合戦略でも位置づけた県の役割であり、必要経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

県内のスポーツアクティビティを磨き上げ、プロモーションすることにより、アフターコロナにおける観光誘客促進を図る。

（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 (前々年度末時点)	目標	達成率
外国人延べ宿泊者数	一万人 (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

（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）

長野県と連携し、中山道や周辺エリアを巡るサイクリング&ウォーキングのモデルコースを造成するとともに、旅行会社やメディアへ紹介するための販売促進キットを制作。あわせて、欧米豪の旅行会社に対してオンラインセミナーを実施した。

（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

新型コロナウイルスの影響によりインバウンドが激減したため、アフターコロナに向け、オンライン等による情報発信を行い、本県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) ○	アフターコロナにおける誘客促進を図るためには、コロナ禍で需要の高まりを見せるスポーツアクティビティを積極的にプロモーションしていく必要がある。
<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 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"> ・ 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) ○	本県のキラコンコンテンツである自然アクティビティに加え、本県が世界に誇る伝統産業（匠の技）体験を併せて紹介するなど、効果的かつ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"> ・ 事業が直面する課題や改善が必要な事項 アフターコロナにおけるインバウンドの早期回復に向け、他地域との差別化を図るとともに、コロナ禍で需要の高まりを見せるスポーツアクティビティをフックとした積極的なプロモーションが不可欠である。

(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 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、引き続き近隣県や県内観光事業者等との連携・協力により、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	
組み合わせて実施する理由 や期待する効果 など	