

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 「清流の国ぎふ」誘客キャンペーン事業費

(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 観光企画課 国内誘客係 電話番号：058-272-1111 (内 3075)

E-mail：c11334@pref.gifu.lg.jp

1 事業費 18,036 千円 (前年度予算額：38,800 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 | 38,800 | 12,791 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 26,009 |
| 要求額 | 18,036 | 9,018 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 9,018 |
| 決定額 | | | | | | | | | |

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の影響により、2020年4月以降の入込客数及び宿泊客数とも大幅に減少し、非常に厳しい状況である。また、2020年度はGOTOトラベル事業により、週末を中心にある回復するが、GOTOトラベル事業終了後には、その反動が心配される。また、外国人宿泊客も新型コロナウイルスが終息するまで当面期待できないことから、国内誘客を強化する必要がある。

(2) 事業内容

新型コロナウイルスにより、デジタルを中心としたプロモーションに特化するとともに、市町村や観光関係団体、事業者等との連携を強化し、参画意識を高める国内誘客キャンペーンを本格展開する。

- ① オンライン旅行社 (OTA) を活用した宿泊促進 (14,956 千円)
- ② 県内周遊ドライブキャンペーン (3,080 千円)

(3) 県負担・補助率の考え方

県内への誘客・宿泊促進は県の事業であり、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 | 18,036 | (1) 特別宿泊プランの造成・販売・プロモーション (2) 県内周遊ドライブキャンペーン |
| 合計 | 18,036 | |

決定額の考え方

4 参考事項

(1) 各種計画での位置づけ

岐阜県長期構想

Ⅱ ふるさと岐阜県の資源を活かした活力づくり

3 地域の魅力を高め、観光交流を拡大し、消費を増やす

(人を呼び込み、地域の消費を拡大するために)

岐阜県観光振興プラン

(2) 後年度の財政負担

観光消費額拡大のためには、「世界に誇る遺産」を中心とした岐阜県の観光情報を効果的・継続的に発信する必要があるため、後年度も継続する。

事業評価調査（県単独補助金除く）

| |
|--|
| <input type="checkbox"/> 新規要求事業 |
| <input checked="" type="checkbox"/> 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
一つのエリアで複数泊（連泊）が楽しめる地域が県内に多く存在し、これらを周遊することで、本県の高品質かつ本物の魅力が満喫できる宿泊滞在型観光を定番化する。
- ・第1ステージ(H20-24)観光資源の掘り起こしとブランディング<点の拡大>
- ・第2ステージ(H25-29)宿泊滞在型観光の本格展開<点から線へ>
- ・第3ステージ(H30-)岐阜ならではの宿泊滞在型観光の定番化<線から面へ>

（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 |
|-------------|------------|------------------|------------------|------------------|-----------------|--------|
| 観光消費の経済波及効果 | 億円 (H-) | 4,601億円 (H28) | 4,175億円 (H29) | 4,172億円 (H30) | 5,000億円 (R2) | 83.4% |
| 観光入込客数（実数） | 万人 (H-) | 4,696万人 (H28) | 4,556万人 (H29) | 4,603万人 (H30) | 4,600万人 (R2) | 100.1% |
| 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

（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）
キャンペーン特設サイトを開設し、県内の市町村や観光事業者等と一体となった情報発信をおこなうとともに、大手宿泊予約サイトを活用し、キャンペーン宿泊プランの造成及び情報発信を実施した。

（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でインバウンドが見込めない中、10月以降の大手宿泊予約サイトの宿泊者数は対前年比プラスになっている。

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) ○ | 観光客の県内周遊滞在を促進し、観光消費額を拡大させるため、旅行検討ツールとして主流であるインターネットを活用した宿泊・観光PRを行い、岐阜県への興味を喚起する必要がある。 |
| <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) ○ | 新型コロナウイルスの影響で、大手宿泊予約サイトにおける県内宿泊者数は大幅に減少していたが、9月以降は対前年比で増加しており、成果は得られている。 |
| <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) ○ | 県内の市町村や観光事業者等と一体となった情報発信をおこなうことで、着実に旅行検討者へPRする手法で実施している。 |

(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 <p>新型コロナウイルスの影響により大幅に減少した入込客数や宿泊者数も、国のGOTOトラベル事業や県の「ほっと一息、ぎふの旅」キャンペーン等により回復傾向にあるが、キャンペーンが終了した後の反動が懸念される。</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>インバウンドが見込めない中、県内宿泊事業者からは、インバウンドに頼ることなく、国内観光客を盤石とする必要があるとの声が大きくなっており、本事業を継続することは必須である。</p> |
|---|

(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 | 【○○課】 |
| 組み合わせる理由や期待する効果 など | |