

予 算 要 求 資 料

令和4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 海外誘客戦略推進事業費

(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観光誘客推進課海外誘客係 電話番号：058-272-1111(内 2356)

E-mail：c11336@pref.gifu.lg.jp

1 事業費 16,156 千円 (前年度予算額：16,656 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	16,656	0	0	53	0	0	0	0	16,603
要求額	16,156	0	0	53	0	0	0	0	16,103
決定額	16,156	0	0	53	0	0	0	0	16,103

2 要求内容

(1) 要求の趣旨(現状と課題)

当県の外国人延べ宿泊者数は、「飛騨・美濃じまん海外戦略プロジェクト」による継続的な取り組みが功を奏し、2019年に過去最高を記録したが、新型コロナウイルス感染症拡大後は壊滅的な打撃を受けている。

コロナ収束後には、世界中で旅行者の争奪戦が繰り広げられ、また、より安全な癒しを求めるといったマインドの変化も予想されることから、コロナ収束後のインバウンド回復を実現するためには、安全・癒しを希求する新しい旅スタイル「サステイナブル・ツーリズム」に対応しながら、他地域と差別化した戦略を推進する必要がある。

このためには、これまで培った世界各国の観光事業者等との関係を最大限生かしながら、SDGsの理念に沿った「サステイナブル・ツーリズム」として、本県の強みである「自然・アクティビティ」、「伝統・文化」などの魅力を広く世界に打ち出す誘客活動を行うことが不可欠である。

(2) 事業内容

■ 認知度向上対策

① 海外旅行見本市出展事業

(対象：台湾、東南アジアなど)

② 現地SNS等による発信事業 (対象：中国、香港、台湾、タイ)

■ 旅行商品造成・販売支援対策

① アジア現地旅行会社、オンライン旅行会社OTAとの連携による旅行商品造成販売事業

(対象：台湾、東南アジア)

② 昇龍道プロジェクトPR促進事業 (対象：アジア全域)

③ 現地コーディネーター活用事業 (対象：東南アジア)

■ 広域連携等対策

① 国等関係機関連携事業 (対象：世界各国の有望市場)

② ランドオペレーター連携事業 (対象：東南アジア)

(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
旅費	1,484	県内アテンド、海外出張旅費等
需用費	240	県産品等
役務費	224	モバイル端末通信費等
委託料	13,414	旅行商品造成・販売支援、招聘、情報発信等委託費
使用料	393	会場借上料、宿泊費等参加負担金
負担金	401	トラベルマート等
合計	16,156	

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

- ・国、他都道府県においても同様の事業を実施しており、国、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、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。

事業評価調査書（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）

アジア市場をターゲットに、コロナ収束後に到来する「新しい旅スタイル」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 (R)	R2年度 実績	R3年度 目標	R4年度 目標	終期目標 (R7)	達成率
① 外国人延べ宿泊者数	/	29万人	50万人	70万人	180万人	16.1%

○指標を設定することができない場合の理由

（これまでの取組内容と成果）

令和 2 年度	<p>（取組内容）</p> <ul style="list-style-type: none"> ○海外大手訪日旅行会社と連携した商品造成、観光PR <ul style="list-style-type: none"> ・現地訪日大手旅行会社主催の観光展、台湾旅行博（ITF）への出展 ・台湾訪日旅行会社が運営するwebサイト、SNS等を活用した観光PR ○観光レップ、海外SNS等を活用した観光PR <ul style="list-style-type: none"> ・ASEAN市場に精通した有識者による市場調査、観光PR ・現地SNSによる継続的な観光PR <p>（成果）</p> <p>コロナ禍における海外旅行志向者の繋ぎ止めが図られた。</p>
令和 3 年	<p>指標① 目標：__ 実績：__ 達成率：__%</p>
令和 4 年	<p>指標① 目標：__ 実績：__ 達成率：__%</p>

2 事業の評価と課題

(事業の評価)

<p>・事業の必要性（社会情勢等を踏まえ、前年度などに比べ判断） 3：増加している 2：横ばい 1：減少している 0：ほとんどない</p>	
(評価) 3	<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>
<p>・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） 3：期待以上の成果あり 2：期待どおりの成果あり 1：期待どおりの成果が得られていない 0：ほとんど成果が得られていない</p>	
(評価) —	<p>新型コロナウイルス感染症の感染拡大により海外との往来が制限されているため、指標等の状況から精緻な評価ができない。</p>
<p>・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） 2：上がっている 1：横ばい 0：下がっている</p>	
(評価) 2	<p>より効果的かつ即効性のある情報発信を行うため、各市場に応じて現地語 SNS 等による事業展開している。また、これまで培った各市場観光事業者等と連携して事業展開している。</p>

(今後の課題)

<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)

<p>新型コロナウイルス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>【〇〇課】</p>
<p>組み合わせる理由や期待する効果 など</p>	