

## 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    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)

商工労働部観光国際局観光誘客推進課    デジタルマーケティング戦略推進係

電話番号：058-272-1111 (内 2356)

E-mail：[c11336@pref.gifu.lg.jp](mailto:c11336@pref.gifu.lg.jp)

1    事業費                                    13,000 千円 (前年度予算額：11,300 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	11,300	3,500	0	0	0	0	0	0	7,800
要求額	13,000	3,500	0	0	0	0	0	0	9,500
決定額	13,000	3,500	0	0	0	0	0	0	9,500

## 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、本県の強みである“匠の技”や自然体験など、サステイナブルな観光資源を活かした着地型商品を開発してきたところ。

デジタル化及び個人旅行化が進んだ現在、アクティビティ予約・販売サイトと連携したオンラインプロモーションを展開することは不可欠であるため、アフターコロナを見据えて、潜在需要の高い魅力あるアドベンチャーリズム (スノーリゾートPR含む) を促進するとともに、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によって、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」オンラインプロモーション等 【5,120 千円】
- ②ECサイトを活用した誘客促進 【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	13,000	①「着地型ツアー」オンラインプロモーション等 ②ECサイトを活用した誘客促進
合計	13,000	

### 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）

欧米豪をターゲットに造成した着地型商品及び潜在需要の高いアドベンチャーツーリズム（スノーリゾートPR含む）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	R2年度実績	R3年度目標	R4年度目標	終期目標（R7）	達成率
						%
外国人延べ宿泊者数 （観光庁宿泊旅行統計）	一万人	29万人	50万人	70万人	180万人	%

### ○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	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。また、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。
令和3年度	令和5年度当初予算にて追加 指標① 目標：___ 実績：___ 達成率：___%
令和4年度	令和6年度当初予算にて追加 指標① 目標：___ 実績：___ 達成率：___%

## 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	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”や自然体験など魅力的な着地型商品やアドベンチャーツーリズム（スノーリゾート含む）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。
<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) 1	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166万人を記録したが、新型コロナウイルスの影響により2020年は約29万人に激減。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。
<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	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)

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)

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	【〇〇課】
組み合わせる理由や期待する効果 など	