

## I 令和7年度事業計画

日本政府観光局（JNTO）によると、令和6（2024）年の訪日外国人観光客数は約3,687万人（令和元年度比115.6%）となり、過去最高を記録しました。一方で、観光庁の宿泊旅行統計調査では、愛知県の外国人延べ宿泊者数は385万人（令和元年度比106%）となり、コロナ前を上回っているものの、全国平均の伸び率141.5%を下回っており、より当地域が一体となった観光・MICE需要の促進と誘致強化が喫緊の課題です。

こうした中、令和7（2025）年度は、大阪・関西万博の開催や、ツーリズムEXPOジャパンの当地域での初開催、大河ドラマ「豊臣兄弟！」の放映、市内ラグジュアリーホテルの開業に加え、アジア・アジアパラ競技大会の開催を翌年度に控えており、国内外からの観光・MICE需要が高まるこの機会を最大限に活用した、効果的な観光・MICE誘致の強化が重要です。

本年度の事業計画では、こうした外部環境と第4期経営戦略計画の4つの柱である「DMO認定登録・科学的経営の推進」、「アジア・アジアパラ競技大会等を契機としたインバウンド・MICE誘致強化」等を踏まえ、DMOの認定登録及び推進体制の強化を進めるとともに、MICE誘致では、MI、C、Eの市場別データリサーチ等による誘致活動の強化やMICE開催助成の拡充等に取り組んでまいります。また、観光面では、大阪・関西万博、大河ドラマ「豊臣兄弟！」を契機とした観光プロモーションを実施するとともに、アジア・アジアパラ競技大会開催を契機とした、フードダイバーシティ事業及び受入れ体制の強化等を推進します。

計画した事業について、観光・MICE業界を取り巻く環境の変化を的確に捉え、賛助会員を始めとするステークホルダーの皆さまとの連携をより深めながら、戦略計画における成果目標の達成に向けて、地域一体となった効果的な事業執行とPDCAサイクルの実践による、観光・MICE誘客の増と経済波及効果の拡大に取り組んでまいります。

### 1 令和10年(2028年)の当財団の目指すべき姿(ビジョン)

観光・MICE誘致に関するデータ、公益財団としてのネットワークの融合による科学的経営を推進し、地域一体となった観光・MICE誘致の要として、名古屋市と両輪となり、経済波及効果の最大化と魅力あるまちづくりを実現し、市民とステークホルダーから真に必要なとされる財団を目指す。

### 2 令和7年度の重要目標達成指標(KGI)

観光総消費額 6,132億円

### 3 経営戦略の4つの柱と主な事業

区分	R7年度の主な事業
DMO 認定登録・科学的経営の推進	<ul style="list-style-type: none"> <li>・DMO 認定登録及び推進体制の強化</li> <li>・MI、C、E の分野別の情報収集とセールス活動による MICE 誘致強化</li> <li>・宿泊事業者との連携による訪日客データの収集、分析による誘客施策、受入環境整備への活用</li> <li>・観光案内所の運営を通じて得られるデータ等の把握、分析によるサービス向上と観光施策への活用</li> </ul>
アジア・アジアパラ競技大会等を契機としたインバウンド・MICE 誘致強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>・アジア・アジアパラ競技大会を契機とした受入体制の強化</li> <li>・大阪・関西万博の開催、大河ドラマ「豊臣兄弟！」放映を契機とした誘客強化</li> <li>・外部ウェブサイト等を活用したインバウンド向け情報発信の強化</li> <li>・MICE 開催助成の拡充（国内会議開催助成の開始）</li> <li>・なごやめし普及促進協議会におけるフード＆バーティ事業の推進</li> <li>・教育旅行向けコンテンツの充実等による教育旅行誘致の推進</li> </ul>
事業者連携・広域連携の強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>・名古屋ならではの産学連携による MICE 誘致の推進</li> <li>・愛知・名古屋 MICE 推進協議会事業を通じた誘致強化</li> <li>・ウェルネススタイルなごやの推進</li> <li>・観光施設等における OTA 活用等の DX、受入環境整備の推進</li> <li>・JR 東海との連携によるゴールデンルート利用のインバウンド誘客の強化（広域連携）</li> <li>・イベント主催者等との連携による観光情報の発信と誘客強化</li> <li>・賛助会員ニーズの的確な把握による会員交流機会の創出</li> </ul>
経営改革の推進	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ウェブサイト等の広告獲得、観光案内所における物品販売強化等による自主財源の拡充</li> <li>・観光庁補助事業など外部資金の活用推進による誘客強化</li> </ul>

### 4 組織基盤の強化

区分	R7年度主な取り組み
人材育成	<ul style="list-style-type: none"> <li>・JNTO 等外部専門機関の研修受講の推進、若手職員による事業提案研修の実施</li> </ul>
ICT の活用	<ul style="list-style-type: none"> <li>・文書管理システム等の業務フローシステムの効率的な運用とシステムの統合等による、より一層の DX 推進の検討</li> </ul>

## 5 公益目的事業の実施

### (1) DMO 認定登録及び推進体制の強化

当地域の現状・課題の整理、観光地域づくりに有効となる収集すべき各種データ、他 DMO の取り組み内容等の調査を実施し、当財団が観光地域づくりを実現するための事業者との連携のあり方、各種データの継続的な収集・分析、成果指標の設定等の観光地域づくり形成・確立計画を策定し、令和 7 年度中の観光庁への申請・登録を進めます。

第 4 期経営戦略計画の着実な推進と、DMO の認定登録の推進を図るため、新たに経営戦略 TEAM を設置するとともに、令和 8 年度に向け、マーケティングやプロモーション等の専門人材の登用による組織体制の強化を図ります。

こうした取り組みを踏まえ、従来の「経験・実績」等を活かしたプロモーション等の観光施策から、各種データ等の継続的な収集・分析、データ等に基づいた成果指標の設定、PDCA サイクルの確立等による科学的経営へのシフトを図ります。

また、観光庁の補助金を活用した様々な事業者との連携による事業展開を強化するなど、観光地域づくりの司令塔としての役割を果たし、当地域への誘客・観光消費額の拡大を目指します。

【参考】 DMO（観光地域づくり法人）：観光庁ウェブサイトより抜粋

地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する地域経営の視点に立った観光地域づくりの司令塔として、多様な関係者と協働しながら、明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を策定するとともに、戦略を着実に実施するための調整機能を備えた法人

### (2) MICE の推進

指 標		令和 7 年度目標値
国際会議の開催件数（JNTO 国際会議統計基準）		188 件
MICE 誘致件数	ミーティング・インセンティブ旅行	3 件
	国際・国内会議	22 件
	見本市・展示会	2 件

## ア 誘致活動

### (7) 情報収集とセールス活動

- a リサーチャーを活用した情報収集  
新規のコンベンション案件やキーパーソンに関する情報収集による誘致力の強化を図ります。
- b セールス活動  
MI、C、Eの各分野にあった市場別のデータリサーチ、ニーズの把握・分析を行い、適正なターゲットに向けたセールスを実施することにより確実に成果に結びつく誘致活動に取り組みます。
- c MICE 主催関係者の視察受入れ  
誘致対象となる MICE 主催者等が視察を希望する場合に、会場となる施設ホテル、観光施設等の視察を支援するとともに、名古屋ならではの観光魅力を PR し、誘致活動を強力に進めます。
- d MICE 業界団体への加盟  
各団体へ加盟し、MICE 関係者との関係構築を図るとともに、誘致対象となる MICE 開催情報を収集・活用により、誘致活動につなげます。  
加盟団体：JNTO（日本政府観光局）、JCCB（日本コンGRESS・コンベンションビューロー）、ICCA（International Congress and Convention Association）、日本展示会協会、SITE（Society for Incentive Travel Excellence）。
- e 中部コンベンション連絡協議会  
コンベンション推進組織による団体（加盟 16 団体）の事務局を担い、定期的開催される協議会において、中部地区における広域的なコンベンションの誘致・開催に連携して取り組みます。※令和 7 年度：名古屋開催

### (1) 連携による誘致活動

- a MICE 部会の運営  
MICE ステークホルダーである会員企業との連携による専門部会「MICE 部会」（会員 65 団体）を運営し、MICE 推進体制を強化することにより誘致を推進します。
- b 地元市内大学研究者とのネットワーク強化  
名古屋大学をはじめ市内大学との連携・協力により、国際・国内会議開催の支援施策を大学関係者へ周知し、ユニークベニューや観光情報等の名古屋での MICE 開催魅力を PR するとともに MICE 開催を促進します。各ステークホルダーと連携し、ネットワークを強化します。

#### (ウ) 名古屋ならではの産学連携の実施

地域特性を活かした産業界のニーズを学術研究に反映させる、または学術研究の成果を産業界にて実用の可能性を探る等、産学連携により生まれるイノベーションや持続可能なパートナーシップ形成を促進し、新たなコンベンション、見本市・展示会の誘致につなげます。

### イ 開催支援

円滑な MICE 開催に向けた事前準備の相談、支援メニューによる主催者の負担軽減や、名古屋ならではの MICE コンテンツ等により MICE 開催を支援します。

#### (7) 開催助成金の交付及び開催準備資金の貸付

助成金制度	概要
国際会議開催助成金	名古屋市内で開催される一定規模以上の国際会議に対して開催助成金を交付
国内会議開催助成金	名古屋市内で開催される一定規模以上の理学・工学系学会をはじめとした国内会議に対して新たに開催助成金を交付
ユニークベニュー利用促進助成金	名古屋市内で開催される一定規模以上の会議、企業ミーティング・インセンティブ旅行に対して、ユニークベニューの利用を支援する助成金を交付
見本市・展示会開催助成金	名古屋市国際展示場（ポートメッセなごや）で開催される一定規模以上の見本市などに対して開催助成金を交付
コンベンション開催準備資金の貸付	名古屋で開催される一定規模以上のコンベンションに対して、3年前から開催準備資金を無利子で貸与

#### (イ) MICE 開催時における支援

コンベンションボランティアなごやの派遣、コンベンションコンシェルジュデスクの設置、観光通訳ガイドの派遣、観光案内パンフレットの提供など MICE 開催時の支援をします。

#### (ウ) MICE コンテンツの拡充

他都市との差別化を図るため名古屋ならではの MICE コンテンツを開発・拡充するとともに、主に国内外のミーティング・インセンティブ市場を対象に誘致・セールス活動を推進します。

## ウ 愛知・名古屋 MICE 推進協議会の事業推進

愛知県、名古屋市、地元経済界などと共同で立ち上げた「愛知・名古屋 MICE 推進協議会」において、国内外の MICE 見本市への出展や首都圏 MICE 主催者を対象としたファムトリップ等の事業を実施し、MICE 誘致・開催を推進します。

### (ア) 海外プロモーションの推進

- ・ IMEX America への出展及びセールスコール

### (イ) 首都圏の MICE 主催者を対象としたファムトリップ

### (ロ) 東京との都市間連携による誘致事業

### (エ) MICE 開催におけるアトラクション等の支援メニューの拡充

- ・ 貸し切りバスの提供

### (オ) その他

- ・ MICE 向けコンテンツの拡充
- ・ PR 動画の作成

## エ 人材の育成

当地域における観光・MICE の受入基盤を整えることを目的に、将来のキャリア形成を検討する大学生や専門学生と関連事業者を繋ぐ人材育成セミナーを開催します。

## オ MICE 施設の指定管理への参画

当財団がコンソーシアムによる指定管理者として運營業務に参画している名古屋国際会議場と名古屋市国際展示場において、MICE の誘致及び開催支援を行います。熱田、金城ふ頭など、各施設を中心としたエリアの魅力向上や情報発信により、施設単体ではなく観光・MICE の拠点としての役割も果たしていきます。

### (3) 観光資源の宣伝

指 標	令和7年度目標値
ウェブサイト総ページビュー数	1,829万PV
└ 内、外国語総ページビュー数	254万PV

#### ア ウェブサイトや SNS を活用した情報発信

##### (7) 公式ウェブサイト及び SNS による情報発信

名古屋市公式観光サイト「名古屋コンシェルジュ」(7言語：日本語、英語、繁体字、簡体字、韓国語、タイ語、ベトナム語)において、アクセス状況、利用者アンケート等の分析を行いながら、インバウンド向け情報発信の強化を含めた戦略的な情報発信を行います。

また、大阪・関西万博と名古屋を周遊する特集記事を作成するなど、万博を契機とした名古屋への誘客を図ります。

またウェブサイトと連動し、公式 SNS (Facebook、X、Instagram) において、それぞれの特性を踏まえ、日本語、多言語での情報発信を強化します。

##### (4) 外部ウェブサイト等を活用したインバウンド向け情報発信の強化

新たな取り組みとして、タイ向け動画、PR 記事の作成による外部サイトでの情報発信を進めます。また、JR 東海と連携して、ゴールデンルートを移動するインバウンド旅行者に向けた情報発信の強化を図ります。

併せて、令和6年度に作成したアジア(台湾等)、欧米豪(主にアメリカ)向けのプロモーション動画についても、外部サイトへの再掲載や、ショート動画での活用により、更なる発信を図ります。

#### イ 観光デジタルマップ

##### (7) 観光デジタルマップの管理運営と利用促進

AI レcommend機能を搭載した観光デジタルマップ(7言語：日本語、英語、繁体字、簡体字、韓国語、タイ語、ベトナム語)を、「名古屋コンシェルジュ」内に掲載し、サイトとのコンテンツ連携を図るとともに、観光客の市内回遊と滞在時間の増加を図ります。

また、デジタルマップの利用促進のため、市内回遊イベントの実施や、観光掲示板やウェブ等への露出による PR を引き続き実施するとともに、マップの利用状況の把握、分析による誘客施策への活用を推進します。

#### (イ) 簡易版紙マップの作成

観光客ニーズのある紙マップを作成・配布します。[A3両面カラー、5言語 日・英・中(簡・繁)韓 合計20万部]

### ウ なごやめし普及促進協議会

#### (ア) インバウンド対応事業

##### a フードダイバーシティ情報発信事業

アジア・アジアパラ競技大会等を見据え、インバウンド対応に関心のあるなごやめし関係飲食店をターゲットにした、ハラル対応等のオンラインセミナーを実施します。併せて新たに店舗へのコンサル派遣を実施し、フードダイバーシティへの取組みを促進します。

##### b ウェブサイトによる情報発信事業

名古屋のキラコンテンツである「なごやめし」のインバウンド向け情報発信を強化するため、新たに「なごやめしPR動画」を作成し、WEBサイト、SNS等で発信します。

#### (イ) なごやめし広報事業

##### a なごやめし飲食店マップ作成

大阪・関西万博や、アジア・アジアパラ競技大会に訪れる観光客向けに、外国人観光客等の食の多様性への対応も含めた「なごやめし飲食店マップ」(日本語、英語)を作成します。

#### (ウ) イベント出展等PR事業

#### (エ) ウェブサイトでの情報発信及び保守管理

### エ Wellnestyle NAGOYA (ウェルネスタイルなごや) の推進

多様化する観光需要に合わせて、従来型の観光や他地域との差別化を図る都市型ウェルネスツーリズムのブランドの展開とコンテンツの開発を推進し、事業賛同者(フレンズ)の新規拡大と連携を一層強化することにより持続可能な取り組みとし、本事業の認知向上と観光誘客の促進に繋がります。

#### (ア) フレンズとの連携によるコンテンツの展開

コンテンツの発掘や開発支援をさらに推進するため、フレンズとの交流機会を拡大し、地域連携による新たなコンテンツ開発を促進します。



#### (イ) 大規模スポーツイベント等の活用

フレンズとの連携拡大を基に、名古屋ウィメンズマラソン等の大規模スポーツイベントにおける多数の来訪者に向けた本事業の周知とコンテンツの利用を働きかけます。

#### (ウ) コンテンツの利用促進に向けた広報宣伝

フレンズが提供するコンテンツの利用促進に向けて、ウェブサイト、SNS、印刷物、マスメディア等を活用し広報宣伝するとともに、フレンズのサイトとのリンクによる連携を行います。

### (4) 国内観光

指 標	令和7年度目標値
観光総消費額 [KGI] ※2	6,132 億円
観光入込客延べ人数 ※3	6,848 万人
延べ宿泊客数 ※4	1,224 万人
└ 内、外国人延べ宿泊客数 ※5	270 万人
観光客の満足度 ※6	85.6%

(本指標は、(5)国際観光と共通)

#### ア 観光誘客（セールスプロモーション、コンテンツ造成支援）

当地域への観光誘客のため関東圏、関西圏、国内直行便のある地域をターゲットに、当地域の歴史観光や産業観光、「なごやめし」など魅力あふれる観光コンテンツの旅行会社への売り込み、旅行商品造成の働きかけや、物産展や観光展でのPR等のセールスプロモーションを実施するとともに、公式ウェブサイトでの情報発信の強化により観光誘客を図ります。

##### (ア) 旅行会社へのセールス活動（東京、大阪、福岡）

##### (イ) 百貨店等の物産展でのプロモーション（札幌、大阪等）

##### (ウ) 歴史観光等イベントでのプロモーション（横浜、熊本、名古屋市内）

##### (エ) 中部国際空港や名古屋空港へ直行便のある空港と連携したプロモーション

#### イ イベント開催等を契機とした観光誘客

大阪・関西万博に愛知県と名古屋市が共同出展を予定しているブースにおいて、伝統工芸等の名古屋の魅力をPRするとともに、交通事業者とも連携し観光誘客を図ります。また、大河ドラマ「豊臣兄弟！」の放送を契機とした観光プロモーション、情報発信により観光誘客を図ります。

## ウ 教育旅行の誘致推進

名古屋を教育旅行の目的地とする学校の多い関西方面を中心に、教育旅行関係者へセールス活動を行い、教育旅行誘致を図ります。

また、旅行会社や学校関係者が名古屋への教育旅行を検討する素材として、体験プログラム集等の教育旅行向けコンテンツを充実させ、ウェブサイト「名古屋コンシェルジュ」教育旅行ページにおける情報発信を強化します。

## エ 他団体・事業者との連携

### (7) スポーツツーリズムの推進

名古屋のプロスポーツチームと関係の深い名古屋スポーツコミッションやプロスポーツチームと連携し、観戦で来訪するファンに名古屋の魅力を発信し、誘客増、滞在増を図ります。

### (4) 県・市・観光事業者との連携

愛知・名古屋観光誘客協議会等の協議会、熱田神宮周辺エリアプラットフォーム等への参画や、名古屋観光ブランド協会、桶狭間古戦場保存会等の団体と連携し、名古屋の魅力発信と観光誘客を図ります。

### (ウ) 観光施設部会の運営

観光施設のDX化等受入環境の整備に向けた情報提供を行うとともに、旅行会社へのセールス活動等を連携して実施し、観光誘客を図ります。

## (5) 国際観光

### ア 観光誘客（セールスプロモーション、情報発信、コンテンツ造成支援）

名古屋地域へのインバウンド誘客強化のため、賛助会員企業及び周辺地域との連携により、台湾・韓国等の東アジア（主にインターネットやSNSを活用し情報を取得する個人旅行者、以下「FIT」という）と、タイ等の東南アジア（会社の報奨旅行や家族旅行等の団体旅行客が中心）に向け、これまでのプロモーションで得られた情報やニーズ等を活用し、名古屋への観光誘客を図ります。

### (7) 台湾向けプロモーション

台湾で行われる旅行博等への出展、旅行会社セールス、SNS等への情報発信事業等を実施して名古屋の観光誘客を図ります。

事 項 名	内 容
出 展 事 業	・国際観光展「ITF 台北国際旅行博」 ・台湾国際ランタンフェスティバル

セールス事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>旅行会社セールス</li> <li>賛助会員、犬山市観光協会等と連携した旅行会社へのセールス</li> </ul>
情報発信	<ul style="list-style-type: none"> <li>SNS 情報発信</li> <li>Instagram によるなごやめし等を中心とした情報発信</li> </ul>

(イ) 韓国向けプロモーション

韓国の FIT 客の情報収集は SNS からの取得が多いという当財団のアンケート結果に基づき、Instagram を活用し名古屋の魅力を効果的に発信し、観光誘客を図ります。

事項名	内容
情報発信	<ul style="list-style-type: none"> <li>韓国在住のインフルエンサー招請事業</li> <li>韓国人インフルエンサーによる名古屋の観光魅力情報発信</li> <li>SNS 情報発信</li> <li>Instagram によるなごやめし等を中心とした情報発信</li> </ul>

(ウ) タイ向けプロモーション

訪日外国人観光客の増加が見込まれるタイ市場において、旅行会社・メディア招請事業を実施するとともに、広域連携による旅行会社への商談会やセールス活動を実施し、名古屋への観光誘客を図ります。

事項名	内容
セールス事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>旅行会社やメディア招請事業</li> <li>旅行会社等を招請し、モデルコースの提案と招請事業者による情報発信</li> <li>広域連携による誘致</li> <li>「Co-machi 観光推進会議」に参画し、愛知県、岐阜県の自治体等と広域で連携した誘致活動</li> </ul>

(イ) 中部国際空港との連携事業

中部国際空港と直行便が就航している、東アジア・東南アジアにおいて、観光 PR、旅行会社セールス等を実施し、観光誘客を図ります。

また、中部国際空港や航空会社等と連携して、海外のメディア、インフルエンサー、旅行社等のファムトリップや取材受入れを行い、名古屋地域の魅力を広く情報発信し観光誘客を図ります。

(オ) 観光庁補助事業の活用によるコンテンツの造成事業

民間事業者との連携により、観光庁補助事業を活用し、名古屋での滞在増、周遊増につながるコンテンツや高付加価値商品等を造成し、誘客増を図ります。

## イ 広域連携の強化

ゴールデンルートを移動するインバウンド誘客の取り組みとして、関東圏・関西圏及び名古屋近郊(岐阜・長野等)の自治体や交通事業者等と連携するとともに、各協議会へ参画し、当地域への観光誘客を図ります。

### (7) 交通事業者との連携

米豪等の FIT の誘客増、滞在増のため、JR 東海と連携し、旅行会社・メディアの招請事業を実施する等、名古屋への誘客強化を図ります。

### (4) 広域連携協議会への参画

尾張藩連携事業を始めとした広域連携協議会に参画し、国内外からの観光誘客を図ります。

## ウ 教育旅行誘致の推進

JNTO が主催する台湾教育旅行誘致事業に参加し、学校・教育関係者への働きかけや、旅行会社へのセールスを実施し、教育旅行誘致を図ります。また、韓国・豪州等其他エリアの教育旅行受入に向け、訪名実績のある現地学校・旅行社との関係を強化するとともに、教育旅行で重要となる学校同士の交流を促進するため、市内高校等との調整等の円滑な受入に向けた支援を図ります。

## エ 受入環境の整備・充実

個人で旅を計画する FIT が増加しており、オンライントラベルエージェント（以下「OTA」という）のオンライン経由で航空券と宿泊を購入する等、FIT の旅行形態の変化に対応するため、賛助会員、観光施設等に海外の OTA の情報提供等の機会のある場を設け、観光施設の DX 化の働きかけを行うとともに、宿泊事業者と連携し外国人宿泊客のアンケート調査を実施し、ニーズ・動向等の把握による誘客施策への活用、受入環境の整備・充実を図ります。

## (6) 観光案内所の管理運営、観光客のおもてなし

指 標	令和7年度目標値
観光案内所への来訪者数	60.7万人
└ 内、外国人来訪者数	12.9万人

### ア 観光案内所（金山、名古屋駅、オアシス21iセンター）の管理運営

名古屋及び周辺地域の観光情報を来訪者に対して提供するとともに、多様な問合せや要望に応えるために案内技術の向上と関係業界との連携強化を進めます。さらに、将来の観光案内所の機能や役割について名古屋市と連携して検討を進めます。

### イ 観光案内所のボランティア活動

観光案内所において職員とともに案内業務を行い、名古屋の魅力を伝え、おもてなしを提供します。また、なごや観光ルートバスガイドボランティアとともに観光研修を実施します。

### ウ まちかど観光案内所の設置

民間事業者等により観光情報の提供を行う「まちかど観光案内所」を設置し、名古屋市観光案内所と共に市内各所での情報発信とおもてなしの充実を図ります。

区分	設置場所（28カ所）
案内施設	名古屋城総合案内所／桶狭間古戦場観光案内所／大高観光案内所／宮の駅交流サロン／港まちポットラックビル
宿泊施設	名古屋クラウンホテル／喫茶、食堂、民宿。なごのや
公共施設	名古屋市科学館／名古屋市美術館／ポートメッセなごや／名古屋市中企業振興会館
商業施設	名古屋栄三越／KOMEHYO サービスカウンター／はきものの野田仙／飯田洋服店／大矢蒲鉾商店／和装カジウラ／熱田神宮前商店街／若宮パーク／エスカターバスカウンター／オリックスレンタカー金山駅前店／オリックスレンタカー名古屋駅太閤通口店
飲食店等	五味酉栄本店／サッポロビール名古屋ビール園浩養園／WSC SPORTS LOUNGE／タリーズコーヒーイオンモールナゴヤドーム前店
大学等	名古屋大学博物館／名古屋学院大学 Café & Bakery Mile Post

## エ 観光案内所データ等の活用

観光案内所における問合せ内容や来訪者の統計データ、アンケート等を通じて、来訪者の観光動向やニーズ等を分析し、今後の業務改善や観光施策の企画立案等に活用します。

## オ 観光客のおもてなし

### (7) アジア・アジアパラ競技大会開催を契機とした受入体制の強化

タクシー・ホテル業界を対象に研修会の開催やマニュアル等の提供を行い、アジア・アジアパラ競技大会を機に増加が見込まれるインバウンドの受入体制の強化を図ります。

#### a 観光研修会の実施

インバウンド向け接客ノウハウ等に関する研修会を実施します。

#### b 受入接客マニュアル及び観光案内ツールの作成・配布

現場で役立つ英会話や観光情報を掲載したマニュアル及び案内ツールを作成・配布します。

### (4) なごや観光ルートバス「メーグル」の利用促進

主要な観光施設を周遊するなごや観光ルートバス「メーグル」の利用促進を図るため、リーフレットを作成して観光案内所や市内の観光施設・ホテル・飲食店等に配布するほか、当財団のウェブサイトにも掲載し、観光周遊の利便性向上を図ります。

#### a 「メーグル 1DAY チケット」取扱い支援

#### b 「メーグル」のスケジュール等の情報発信

#### c なごや観光ルートバス「メーグル」ガイドボランティアの活動

観光客等へのおもてなしのために、「メーグル」車内にガイドボランティアを配置し、観光スポットや町並み等の案内を行います。また、名古屋観光案内ボランティアとともに観光研修を実施します。

### (5) 観光ガイドボランティア団体との連携・支援

観光案内所とボランティア団体の連携により、市域各所での情報発信とおもてなしの充実に注力するとともに、地域の観光魅力を発信し、観光誘客を図ります。

#### a 情報交換会の開催

観光講座及び情報交換会を開催します。

- b ウェブサイトや観光案内所での各団体の紹介・案内  
当財団ウェブサイトにてボランティア団体を紹介するとともに、観光案内所において各団体の活動をPRする機会を提供します。
- c ボランティア募集の支援  
名古屋市市民活動推進センターと連携する等、ボランティア希望者と各団体とのマッチング支援を行います。

## (7) フィルムコミッション事業の推進

指 標	令和7年度目標値
フィルムコミッション受付件数	166 件

名古屋における映画・テレビドラマなどのロケーション撮影の窓口として、フィルム・コミッション「なごや・ロケーション・ナビ」を設置し、作品誘致活動、撮影支援及び作品を活用したPR活動等を行います。

### ア 誘致活動及び撮影支援

映像制作会社等へのセールスを強化し、名古屋のロケ地情報の提供・提案を行うことにより、名古屋のPRに繋がる作品をより多く誘致し、観光誘客等に繋がります。また、新たなロケ地候補の開拓とロケ地登録を推進します。

併せて、映画、ドラマ、テレビ番組などPR効果の高い作品へのより戦略的な支援に取り組めます。

### イ 作品を活用したPR活動

支援した作品のロケ地等をロケ地マップやWEB記事等により国内外に向けて発信し、シビックプライドの醸成と観光誘客に繋がります。また、撮影段階から制作側とプロモーションに向けた連携、協議を進め、イベントの開催など効果的なPRを実施します。

### ウ 国内のフィルム・コミッション等との連携

#### (7) 特定非営利活動法人ジャパンフィルム・コミッション(JFC)への加盟

フィルム・コミッションの全国組織に加盟し、通常総会・FC認定研修等へ参加

#### (4) 東海地域フィルム・コミッション実務担当者会議の運営

愛知県、岐阜県、三重県のフィルム・コミッション間の情報交換や連携促進を目的に、実務担当者会議を開催（加入者数：29団体）

#### (ウ) 愛知県フィルム・コミッション協議会への参画

県内のフィルム・コミッションの協議会へ参加（運営主体：愛知県、加入者数12団体）

### (8) イベント事業

#### ア イベントの開催

イベントの開催・支援により、名古屋市への観光誘客を図るとともに、名古屋市のイメージアップ、産業の活性化と内外の人的交流等の促進を図ります。

事業名	説 明	
世界 コスプレサミ ット2025	内 容	海外から高く評価される日本の漫画・アニメキャラクターをテーマとするコスプレイベント。
	開催日	8月1日～8月3日
	会 場	オアシス21・Hisaya-odori Park・愛知県芸術劇場等
	主 催	世界コスプレサミット実行委員会
第71回 名古屋まつり (会場行事)	内 容	名古屋まつり久屋大通公園会場において、ステージやブース出展によるイベントを実施する。
	開催日	10月18日～19日
	会 場	久屋大通公園エディオン久屋広場、エンゼル広場等
	主 催	名古屋まつり協進会
第8回 ロゲイニング in なごや 「ロゲなご」	内 容	市内各所の観光資源等を活用し、地域の回遊性を高めるロゲイニングイベントを実施する。
	開催日	11月
	会 場	名古屋市内
	主 催	ロゲイニング in なごや実行委員会

#### イ イベント開催を契機とした観光誘客の強化

主要なイベントに関する情報の収集と発信を行うとともに、イベントのウェブサイトやイベントの来訪者・関係者が利用する宿泊施設等と連携して名古屋の観光情報を発信し、市内観光の誘客強化を図ります。



## ウ イベントへの支援

観光誘客や観光振興に資するイベント等に財団の後援名義を付与することで、イベントの開催を支援します。

## 6 収益事業等の実施

### (1) 観光案内所物品販売(金山観光案内所、オアシス 21i センター)

来訪者ニーズに応えるため、観光土産や伝統工芸品、一日乗車券等の商品を販売することにより、地域のPRと収益の向上を図ります。

### (2) 賛助会員サービス事業

指 標	令和7年度目標値
賛助会員数	610 会員

賛助会員数の増加を目指し、組織全体で積極的な勧誘と効果的なPRに取り組みます。また、日頃から会員を取り巻く状況やニーズに関する情報収集を行うことで会員サービスの充実を図りながら、賛助会員の拡大に努めます。

### ア 会員交流機会の創出

観光・MICE に関わる会員相互の連携・協働を促進するため、「賛助会員のつどい」「正会員交流会」を開催し、交流の機会を提供します。

### イ ビジネスチャンスの提供

当財団の国内外でのセールス・プロモーションやイベント活動に参画いただくほか、当財団の実施事業にかかる公募情報を提供するなど、さまざまな形でビジネスチャンスを提供します。

### ウ 情報提供サービス等の実施

会員の事業活動に資するため、会員の基本情報、会員の自社商品やサービス等にかかる情報について、当財団ウェブサイトへの掲載及びメール配信等により広く発信します。また、財団の事業活動で得た独自の統計データ等を提供し、地域一体となった観光誘客につなげます。

## エ 新規会員の獲得

財団ウェブサイトにおいて会員との協働事例を紹介するなど、地域の観光・MICE 関係事業者の財団への認識と理解を促進する取組みにより、新規会員獲得につなげます。あわせて、財団を挙げた勧誘活動を実施し、さらなる会員増加に努めます。

## オ 既存会員へのフォローアップ

会員サービス等を十分に活用いただけていない既存会員に対し、訪問等により財団事業や会員サービスの周知及び意見交換・情報共有に努めるとともに、会員サービスの満足度や会員ニーズの把握等のためのアンケートを実施し、財団と会員との関係維持及び会員サービスの充実・活用促進を図ります。

### (3) 自主財源の拡充

財団の独自性を発揮し、持続可能な財団運営に必要な自主財源を拡充するため、ウェブサイトやデジタルマップ等の広告料、観光案内所物品販売等の既存事業の収入増に取り組みます。また、観光庁補助事業など外部資金の活用など新たな財源の獲得など、自主財源の拡充を推進します。

### (4) DX の推進

給与、文書管理、会計など財団の基幹業務において導入した各業務フローシステムを、引き続き効率的に運用し、正確で効率的な事務の実施に努めます。また、各事業で蓄積している様々な情報を共有し活用するためのシステムについて、導入の検討を進めるとともに、より一層の DX 実現を見据えた、システムの連携、統合による最適化を検討します。

## 7 人材育成

### (1) 組織人、専門集団としての能力を高める学習機会の提供

組織人として求められる基礎的なスキル・知識の向上のため、職階別研修、接遇・人権研修、資格試験助成等を、職員のキャリアや適性等を見極めながら効果的に実施します。あわせて、観光・MICE 誘致にかかる専門性を高めるため、新たに JNTO 等外部専門機関の研修の受講を推進します。

また、若手職員グループによる事業提案の機会を設け、職員の企画立案能力の向上を図ります。

## **(2) 自組織以外の多様な職場、多様な働き方を学ぶ機会の提供**

より多角的な視点や、効果的・効率的な仕事の進め方等を身につけられるよう、外部組織への職員の派遣を検討します。

## **(3) その他**

人事評価の実施を通じて、職員一人ひとりの意欲や能力、職場のモラルを高めま  
す。また、職員の経験や能力等に応じた登用を促進することで、職員のスキルアップの  
機会を増やすとともにモチベーションを高められるよう、昇任選考制度の見直しを検  
討します。

# **8 財団の運営**

## **(1) 理事会・評議員会の開催**

定款に則り、理事会・評議員会を開催します。

## **(2) 公益法人としての社会的取り組み**

「名古屋市SDGs推進プラットフォーム」への加盟、インターンシップや職場見学の  
受け入れ、大学の観光・MICE 関連科目における講義の実施、他機関が実施する研修等  
での講演などを通じて、公益法人としての社会的取り組みを進めます。

## 9 成果目標（第4期経営戦略計画）

指 標		令和6年度 (2024)	令和7年度 (2025)	令和8年度 (2026)	令和9年度 (2027)	令和10年度 (2028)
国際会議の開催件数 ※1 (JNTO 国際会議統計基準)		132 件	188 件	244 件	300 件	327 件
MICE 誘致件数	ミーティング・ インセンティブ旅行	2 件	3 件	4 件	6 件	6 件 (累計 21 件)
	国際・国内会議	15 件	22 件	24 件	26 件	29 件 (累計 116 件)
	見本市・展示会	2 件	2 件	2 件	2 件	2 件 (累計 10 件)
ウェブサイト総ページビュー数		1,731 万 PV	1,829 万 PV	1,933 万 PV	2,043 万 PV	2,160 万 PV
└ 内、外国語総ページビュー数		231 万 PV	254 万 PV	279 万 PV	307 万 PV	337 万 PV
観光総消費額 [KGI] ※2		5,510 億円	6,132 億円	6,755 億円	7,377 億円	8,000 億円
観光入込客延べ人数 ※3		6,310 万人	6,848 万人	7,385 万人	7,923 万人	8,460 万人
延べ宿泊客数 ※4		1,134 万人	1,224 万人	1,313 万人	1,403 万人	1,493 万人
└ 内、外国人延べ宿泊客数 ※5		226 万人	270 万人	313 万人	357 万人	400 万人
観光客の満足度 ※6		84.2%	85.6%	87.1%	88.5%	90.0%
観光案内所への来訪者数		56 万人	60.7 万人	65.5 万人	70.3 万人	75 万人
└ 内、外国人来訪者数		10.8 万人	12.9 万人	14.5 万人	16 万人	17.5 万人
フィルムコミッション受付件数		163 件	166 件	169 件	172 件	175 件
賛助会員数		600 会員	610 会員	620 会員	630 会員	640 会員
決算収支差額		0 円以上	0 円以上	0 円以上	0 円以上	0 円以上