

# I 令和8年度事業計画

はじめに

## 1 観光地域づくりの推進：DMO としての取り組み

## 2 公益目的事業の実施

- (1) MICE の推進
- (2) 観光資源の宣伝
- (3) 国内観光
- (4) 国際観光
- (5) 観光案内所の管理運営、観光客のおもてなし
- (6) フィルムコミッション事業
- (7) イベント事業

## 3 収益事業等の実施

- (1) 観光案内所物品販売
- (2) 自主財源の拡充
- (3) 賛助会員サービス事業
- (4) DX の推進

## 4 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
- (2) その他

## 5 財団の運営

- (1) 理事会・評議員会の開催
- (2) 組織体制の整備・強化
- (3) 公益法人としての社会的取り組み

## 6 進捗管理

# II 令和8年度予算

## はじめに

日本政府観光局（JNTO）によると、令和7（2025）年の訪日外国人観光客数は、4,268万人（前年比15.8%増）となり過去最多を記録しました。また、観光庁の宿泊旅行統計調査では、全国の延べ宿泊者数は6億5,348万人泊（前年比0.8%減）、うち外国人延べ宿泊者数は1億7,787万人泊（前年比8.2%増）に対し、愛知県の外国人延べ宿泊者数は486万人（前年比24.5%増）と前年比の伸率が大きく増加しており、コロナ禍後の回復にやや遅れを取ってきた当地域においても外国人観光客を中心に旅行需要の伸びが顕著な状況となりました。

令和8（2026）年度は、本市ではアジア・アジアパラ競技大会の開催や、大河ドラマ「豊臣兄弟！」の放映と豊臣ミュージアムのオープン、ラグジュアリーホテルの開業など、国内外からの注目度が高まるとともに、多くの観光客の来訪が期待されます。また、新たに公共交通SRT（Smart Roadway Transit）の運行が開始となり、市民や観光客の利便性の向上、都心における回遊性の向上や賑わいの拡大による都市の活性化が期待されます。さらには、令和9（2027）年5月に本市で開催が予定される第60回アジア開発銀行（ADB）年次総会に当財団も参画して成功に導き、今後の大規模MICEの名古屋での開催につなげていくことも求められております。

当財団においては、令和7年10月に観光地域づくり法人（DMO）に登録認定後初めての事業年度である令和8年度をDMOとしての実質的な初年度と位置づけ、観光地域づくりに向けて地域における要望や期待を把握するとともに、観光・MICE推進における課題に対し名古屋市や地域との連携をさらに強化して取り組むことといたします。

本年度の事業計画では、MICE誘致においては、地域のステークホルダーや事業者連携による誘致力の強化やMICE開催助成の拡充等に取り組んでまいります。また、観光誘客においては、アジア・アジアパラ競技大会を契機に、情報発信の強化やフードダイバーシティ事業の推進、観光案内所の機能拡充等、おもてなし機運の醸成などに取り組みます。また、大河ドラマ「豊臣兄弟！」を活用した武将観光のPR等において事業者連携を強化し国内誘客事業を拡充するとともに、第60回アジア開発銀行（ADB）年次総会愛知・名古屋支援実行委員会に参画し取り組みを進めてまいります。当財団は、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皆さまとの関係を強固にしながら、戦略計画における成果目標の達成に向けて取り組み、観光・MICE誘客と経済波及効果の拡大及び観光地域づくりに取り組んでまいります。

### ○ 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とされる財団を目指す。

### ○ 令和8年度の重要目標達成指標(KGI)

観光総消費額 6,755億円

## ○ 経営戦略の4つの柱と主な事業

区分	令和8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>・ 事業者連携の推進</li> <li>・ 人流データをはじめとする各種データの収集・分析</li> <li>・ 観光案内所でのデータ収集と活用</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情報発信の強化</li> <li>・ アジア・アジアパラ競技大会におけるなごやめし PR ブースの出展及び食のダイバーシティへの取り組み</li> <li>・ インフルエンサー等を活用したインバウンド向け情報発信の強化</li> <li>・ 観光デジタルマップの管理運営と利用促進</li> <li>・ 武将観光のPRによる観光誘客（「豊臣ミュージアム」来訪者の周遊促進）</li> <li>・ タクシー、ホテル業界による受入ホスピタリティの充実</li> </ul>
事業者連携・広域連携の強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 観光庁の DMO 向け補助金を活用した事業実施（ゴールデンルートからの誘客、名古屋都心魅力の情報発信）</li> <li>・ 地元市内大学研究者とのネットワーク強化</li> <li>・ MICE 誘致における東海旅客鉄道株式会社との提携</li> <li>・ Wellnestyle NAGOYA（ウェルネススタイルなごや）の推進</li> </ul>
経営改革の推進	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ マーケティング、企画部門における専門人材の登用</li> <li>・ 部署の枠を超えたプロジェクトチームによる事業実施</li> <li>・ 民間企業派遣職員の部長職への登用</li> <li>・ 観光庁補助金を活用した事業の拡充</li> </ul>

## ○ 組織基盤の強化

区分	R8 年度主な取り組み
人材育成	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 組織人、専門集団としての能力を高める学習機会の提供・実践</li> </ul>
ICT の活用	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 新しい公益法人制度に対応するための会計システムを新たに導入し、組織全体の事務の効率化の推進（DX の推進）</li> </ul>

## 1 観光地域づくりの推進：DMO としての取り組み

当財団は令和7年10月1日に観光庁の地域DMOに登録されました。令和8年度に観光地域づくりを推進するための様々な取り組みを進める中で、名古屋が中部エリアのゲートウェイとして、セントレア、ゴールデンルートから旅行者を受入れ、中部エリアの周遊の拠点となり、この地域の観光・MICEをけん引し、面的な観光施策の展開と観光消費額の最大化を図ります。

また、「住んでよし、訪れてよし」の観光地域づくりを実現するためには、DMOが中心となって、観光客と地域住民の双方に配慮し、多面的かつ客観的なデータ計測と中長期的な計画に基づく総合的な観光地マネジメントを行うことが重要となります。

### (1) 体制及び機能の強化

#### ア 専門人材の登用等による体制及び機能の強化

DMOの体制及び機能の強化を図るため、企画部門・マーケティング部門の専門人材を登用します。企画立案機能の強化を図るとともに、データ分析・エビデンスに基づくマーケティングを実践します。あわせて、職員への知見の共有及び実践的な指導を通じて、組織内に専門性の蓄積を図ります。

また、DMO向けの観光庁補助事業を活用し、データ分析の専門家による伴走支援を受け、各種データの収集・分析等の実践的な手法、技術の向上を図ります。

#### イ 戦略検討委員会（仮称）の設置

財団の戦略立案機能の強化を図り、地域一体となった観光地域づくりを推進するため、事業者の参画のもと戦略検討委員会（仮称）を設置します。

#### ウ 他DMOとの連携の推進

広域連携DMOの（一社）中央日本総合観光機構、都道府県DMOの（一社）愛知県観光協会と連携するとともに、中部運輸局の指導を受けながら、3つのDMOが連携して、地域全体の相乗効果を高めながら観光地域づくりを推進します。

また、観光庁が実施する、観光地域づくりを担う観光人材の育成によるDMOの機能強化・組織体制強化を目的とした研修受講や、全国DMOネットワーク等が主催する研修機会を活用し、観光地域づくりに必要な知識や他DMOの取り組みなどを学び、DMOの取り組みの底上げを図ります。

### (2) 観光地経営戦略の策定準備

観光地全体の目指すビジョン及びビジョンを実現するための具体的なデータの活用方針やマーケティング戦略、受入環境整備の方針等を定める「観光地域経営戦略」の令和9年度の策定に向けた準備を、事業者・地域と合意形成を図りながら進めます。

### (3) 事業者連携の推進

#### ア 事業者ヒアリング等の実施

観光・MICE 関連事業者を対象としたヒアリング・アンケートを前年度に引き続き実施します。観光・MICE の課題や、名古屋に必要な新たな観光施策等について意見を聴取するとともに、今後の戦略の策定や施策の実施にあたって、いただいた意見を反映させていき、地域一体となった合意形成につなげます。

#### イ 事業者への情報発信の強化

セールス・プロモーション等で得たアンケートデータ、観光案内所における来訪者の統計データ・アンケート等を通じて得た来訪者の観光動向やニーズ、人流データ等から得られる来訪者の属性等を統合・分析した結果を情報発信します。

#### ウ 賛助会員との連携強化

財団の観光・MICE 事業や観光地域づくりの取り組みについての認識と理解を深めていただくとともに、財団と会員との連携を促進するため、会員に向けた事業説明の機会を設けます。また、観光施設部会・インバウンド部会等の専門部会について、情報共有の場から会員同士の連携・財団と会員の連携による誘客事業の企画・実施につなげる場にする等、部会の在り方を検討します。

### (4) 科学的経営の推進

#### ア 人流データをはじめとする各種データの収集・分析

地域の実情を把握し観光地域づくりを推進するため、位置情報データや観光庁等のオープンデータ、当財団が取得する観光案内所等で得られるアンケート結果等の多様なデータの収集・分析を継続し、観光客目線にたった施策への反映や、観光地経営戦略の策定に反映します。

#### イ インバウンドニーズの把握

名古屋を訪れるインバウンドのアンケート調査を宿泊事業者や鉄道事業者と連携して実施し、来訪動機、消費傾向、満足度、改善要望などのニーズを把握し、今後の施策に反映します。

#### ウ 成果指標に基づく進捗管理

各事業の成果指標に基づく進捗管理及び成果検証を四半期毎に実施し、改善策を迅速に次の施策へ反映させることで、施策立案・実行・検証・改善のPDCAサイクルの好循環を確立し、従来の「経験・実績」を重視した事業手法に、各種データ分析の結果やエビデンスを積極的に取り入れた科学的経営を推進します。

## (5) 具体的な取り組み

### ア 賛助会員とともに実施する事業

当地域での大きなイベントであるアジア・アジアパラ競技大会や、大河ドラマ「豊臣兄弟！」をフックに、賛助会員と一体となり名古屋の観光魅力の発信、周遊促進、リピーターの獲得を図ります。

#### (7) 第20回アジア競技大会・第6回アジアパラ競技大会

- ・ホスピタリティの充実
- ・フードダイバーシティの向上・情報発信

#### (4) 大河ドラマ「豊臣兄弟！」

- ・武将観光と連動した市内周遊促進

### イ 観光庁のDMO向け補助金を活用した事業実施

東海旅客鉄道株式会社やOTA事業者と連携し、主に米豪市場からゴールデンルートを移動するインバウンドを名古屋に呼び込み、名古屋をハブとして滞在・宿泊増や広域周遊を促す事業や、NAGOYA 都心会議・栄エリア主要施設と連携して名古屋都心の魅力を主にアジア向けに情報発信する誘客事業について、DMO向けの補助金を事業者との連携により獲得を図り、実施します。

### ウ 地域一体となった観光地域づくりに向けた市民意識の把握

市民の観光に対する意識調査を実施し、観光に対する期待や課題認識等を把握します。その結果を今後の施策に反映させていくことによって、地域一体となった観光地域づくりにつなげます。

### エ 事業者・市民への啓発

観光という裾野の広い産業が、事業者や市民生活にどのように関係し、好影響を与えているか等についての情報発信を強化します。事業者や市民の皆さまの観光に対する意識を高め、観光客の受け入れに関する機運を醸成し、地域一体となった持続可能な観光地域づくりを推進します。

### オ 宿泊税導入の検討への参画

名古屋市の宿泊税導入の検討にあわせ、事業者ヒアリング等で得られる事業者の声や、各種データの収集・分析、アンケートによるニーズ調査等も踏まえた事業者との新たな観光施策の検討内容について名古屋市への提案を行い、宿泊税導入の検討に財団として役割を果たします。

## 2 公益目的事業の実施

### (1) MICE の推進

指 標		令和 8 年度目標値
国際会議の開催件数 (JNTO 国際会議統計基準)		244 件
MICE 誘致件数	ミーティング・インセンティブ旅行	4 件
	国際・国内会議	24 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 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。

###### 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により、国際・国内会議開催支援施策の周知及び名古屋での MICE 開催魅力の PR を実施するとともに、地元大学研究者とのネットワークを体系的に強化し、将来的な主催者候補の掘り起こしや学会誘致案件の創出につなげ、持続的な MICE 開催基盤を構築します。

###### c MICE 主催関係者の招請

開催地決定に影響力のある MICE 主催団体のキーパーソンを積極的に招請し、現地視察を通じて MICE 開催都市としての魅力を PR することにより、当地域での MICE 開催促進に努めます。

###### d リサーチを活用した情報収集

新規の MICE 案件やキーパーソンに関する情報収集を行い誘致力の強化を図ります。

###### e 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 開催情報の収集・分析により、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

###### f 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、定期的に行わ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。

## (イ) 連携による誘致活動

### a MICE ステークホルダー（関連事業者）との連携強化

地域一体となった MICE 受入体制を構築するため、会員企業 87 団体で構成する専門部会「MICE 部会」を有効に活用し、地元ステークホルダーとの連携を強化するとともに、継続的で安定的な MICE 誘致の推進を図ります。具体的には、誘致体制の課題抽出・改善に共同で取り組むほか、MICE 主催者を対象とした見学会や体験会を行います。

また、名古屋ならではの産学連携として、産業界のニーズを学術研究に、または学術研究の成果を産業界につなげるなど、新たなコンベンションと見本市・展示会の複合的な誘致にも取り組みます。

### b MICE 誘致における東海旅客鉄道株式会社との提携

名古屋市と東海旅客鉄道株式会社との連携協定に基づき、東海旅客鉄道株式会社と提携し、MICE 誘致推進における連携を強化します。具体的には、開催経費の支援に加え、共同プロモーションとしてファミトリップ等を実施し、本市の魅力を効果的に発信します。

これにより、誘致提案の競争力向上を図り、本市での MICE 開催決定増につなげます。

## イ 開催支援

MICE 主催者・参加者の満足度を高めるとともに円滑な MICE 開催に向けて、開催前の段階からの相談対応や、開催時の MICE コンテンツの提供など、名古屋ならではの MICE 開催を支援します。また、令和 9（2027）年 5 月に本市で開催が予定される第 60 回アジア開発銀行（ADB）年次総会の成功に向けて取り組みを進めます。

## (7) 開催助成金の交付

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

(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開催時の支援を行います。

(ウ) **MICE 向けコンテンツの拡充**

他都市との差別化を図るため名古屋ならではの MICE 開催支援となるコンテンツを開発・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運営する「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 MICE 主催者を対象としたファミ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**

AIME(オーストラリア)への出展

(イ) **東京との都市間連携**

東京都と東京観光財団との三者連携による欧米の MICE 主催者を対象としたファミトリップの実施

(ウ) **国内 MICE 見本市「国際 MICE エキスポ (IME)」への出展**

(エ) **MICE 開催におけるアトラクション等の支援**

(オ) **情報発信の強化**

協議会ウェブサイトの掲載情報を、当財団ウェブサイトの MICE ページへ統合し、情報発信の一元化と利便性の向上を図ります。

**エ MICE・観光における人材育成**

MICE・観光に関連する企業や教育機関と連携し、次世代人材の育成に取り組み、地域全体の MICE・観光の受入体制の質的向上と MICE 開催都市としての基盤強化を目指します。

**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、施設単体ではない観光・MICE の拠点としての役割も果たしていきます。

また、熱田エリアの MICE 開催モデル実証事業として観光庁「地域の MICE 誘致力強化促進事業」を活用し、ユニークベニュー開発や地域の受け入れ体制構築を推進します。

## (2) 観光資源の宣伝

指 標	令和 8 年度目標値
ウェブサイト総ページビュー数	1,933 万 PV
└ 内、外国語総ページビュー数	279 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、中国語繁体字、中国語簡体字、韓国語、タイ語、ベトナム語)において、アクセス状況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。

今年度はアジア・アジアパラ競技大会来場者を主なターゲットとして、特集記事を日本語、英語、韓国語、中国語繁体字等の言語ごとに内容を一部変更しつつ作成するなど、大会を契機とした名古屋への誘客を図ります。また、新たに自動翻訳機能をウェブシステムに導入することにより、多言語で情報の同時発信を実施します。さらに、ウェブサイトと連動した公式 SNS (Facebook、X、Instagram) において、それぞれの特性を踏まえ、言語別に日本語、多言語でのよりタイムリーで話題性のある情報発信を強化します。

#### (4) インフルエンサー等を活用したインバウンド向け情報発信の強化

アジア・アジアパラ競技大会前後の名古屋へのインバウンド誘客を図るため、大会に来訪が予想される国々に着目し、台湾・香港（中国語繁体字）及び豪州・シンガポール（英語）、韓国（韓国語）、タイ（タイ語）向け等の市場別に特化したインフルエンサー等を活用した SNS での観光情報の発信を行います。また、地域の観光情報を充実するため、ウェブサイトに掲載している情報の充実を市内の観光関連事業者に呼びかけるなど、地域一丸となった名古屋の情報発信の底上げを図ります。

### イ 観光マップ

#### (7) 観光デジタルマップの管理運営と利用促進

令和 5 年度より導入、運用してきた名古屋観光デジタルマップを利用者により使いやすく、名古屋の観光情報が探しやすいデジタルマップへリニューアルします。対応言語は名古屋コンシェルジュと同様 7 言語（日本語、英語、中国語繁体字、中国語簡体字、韓国語、タイ語、ベトナム語）とし、より観光客の利便に資するなごやめし情報やイベント情報など、名古屋ならではの情報を提供します。

#### (イ) 紙媒体のマップ作成

アジア・アジアパラ大会来訪客の市内周遊を促すため、市内中心部の情報を充実した紙媒体による「名古屋観光マップ」を作成・配布します。

[規格：A3両面カラー、部数：5言語（日・英・中繁・中簡・韓）合計18万部]

### 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 アジア・アジアパラ競技大会におけるなごやめしPRブースの出展  
アジア・アジアパラ大会に来訪する国内外の観戦客に向けて、会場周辺等で開催される「文化プログラム主催事業」において、なごやめしや名古屋の食文化を名古屋の観光コンテンツとして紹介します。
- b 食のダイバーシティ（多様性）の情報発信  
令和5年度より取り組んできた、食のダイバーシティ（多様性）啓発事業を踏まえ、ハラール・ビーガン・ベジタリアンなどの対応が可能な「なごやめし」の店舗を、ウェブサイトやSNS等によりPR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及び配布

アジア・アジアパラ競技大会等を機に名古屋へ訪れる国内外の観光客に向けて、なごやめしの店舗情報を掲載したパンフレットを作成・配布し、市内の店舗でのなごやめしに関する食の体験を促します。

部数：5言語（日・英・中繁・中簡・韓）合計6万部

配布先：アジア・アジアパラ大会PRブース、市内観光案内所、宿泊施設等

##### b ウェブサイトの保守管理

### エ 観光特使を活用した魅力発信

財団が委嘱している名古屋観光特使の活動を通じて、名古屋の観光魅力やイベント等に関する情報を発信してもらうとともに、観光施設等とも連携して、名古屋の観光魅力を発信します。

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

都市型ウェルネスツーリズムとしての4年間の実績を踏まえて、事業賛同者（フレンズ）との連携を更に強化し、コンテンツの造成、認知度向上、販売促進等を支援することにより、本事業の持続的な展開を図ります。

#### (ア) コンテンツの訴求拡大

地域の多様なウェルネスコンテンツを訴求するために、当財団のウェブサイトやSNS、ネットメディアやタウン誌等のローカルメディアを活用した情報発信を強化するとともに、オンライントラベルエージェント（OTA）と連携し

た販売スキームを確立して、コンテンツの利用拡大と誘客を図ります。

(イ) 本事業の持続的な展開に向けての取り組み

フレンズ間の情報共有やビジネスマッチング等を支援することで、名古屋におけるウェルネスツーリズムの可能性を広げる多様なコンテンツの創出を促進し、本事業の持続的な展開を図ります。

(3) 国内観光

指 標	令和 8 年度目標値
観光総消費額 [KGI] ※	6,755 億円
観光入込客延べ人数 ※	7,385 万人
延べ宿泊客数 ※	1,313 万人
└ 内、外国人延べ宿泊客数 ※	313 万人
観光客の満足度 ※	87.1%

※暦年ベース

(本指標は、(4)国際観光と共通)

ア アジア・アジアパラ競技大会を契機とした情報発信の強化

国内外から多数の観戦客が来名する本大会を契機に、既存の観光ガイド「いりや一せ名古屋」をお客様の視点を第一にリニューアルすることとし、観光周遊の向上を図るとともに、次回の旅行先にも名古屋を選んでもらえるような紙面構成とします。また、同ガイドを観光案内所を始め市内ホテルの客室などへ掲出します。

イ 武将観光のPRによる観光誘客

前年度まで名古屋市が実施していた武将観光事業の事業移管を受け、当財団が主体となり武将観光をより一層推進します。

(7) 歴史関係施設を中心とした市内周遊施策

「豊臣ミュージアム」来館者の市内周遊を促進するため、徳川美術館や名古屋刀剣博物館など、訴求力のある歴史関係の施設と連携した周遊キャンペーンを実施し、誘客効果の最大化を図ります。

(イ) 歴史観光イベント等でのプロモーション（大阪、熊本、横浜等）

歴史愛好層が多数訪れるイベント等へ戦略的に出展し、当地域にゆかりのある武将・歴史観光資源の認知拡大と観光誘客を推進します。

(ウ) あいちの歴史観光推進協議会、桶狭間古戦場保存会等関係団体との連携強化

(エ) 「なごや英傑聖地巡礼」ウェブサイトの運営

織田信長、豊臣秀吉、徳川家康の三英傑をはじめ、多くの武将を輩出した“武将のまち”名古屋の歴史的価値を広く発信するとともに、ゆかりの史跡や武

将文化と結びつけた地域グルメ・土産品等を PR し、周遊観光の促進と滞在時間の延伸による観光消費額の拡大を図ります。また、聖地巡礼パンフレットを作成し市内観光案内所や他都市観光展等の観光プロモーションで配架します。

## ウ 広域連携・事業者連携の強化による観光誘客

DMO として名古屋市のみならず周辺地域全体への誘客と各事業者の販路拡大等支援を目指して、周辺自治体や関係事業者と連携し、さらなる来名意欲の向上と他地域における中部地区全体の魅力度向上を図ります。

また、観光プロモーションにおいては、来名状況の把握を意識した観光施策を推進し名古屋への誘客最大化を図ります。

### (7) 事業者連携による誘客

名古屋市単体での PR 以外に、愛知県や、地域の観光誘客に取り組む観光団体や事業者と連携し、BtoB セールスやツーリズム EXPO 等への出展などの観光プロモーションを実施します。

また、日本遺産・有松や熱田エリア、西区の四間道など市内各エリアとの連携、名古屋観光ブランド協会を始めとする名古屋の伝統工芸や土産品の事業者との連携を推進し、市域全体の魅力向上を図ります。

### (4) 交通事業者等との連携による広域プロモーション

首都圏や関西圏から新幹線を利用する観光客を呼び込むため、東海旅客鉄道株式会社及び株式会社ジェイアール東海ツアーズとの事業連携を推進します。また、観光交流都市提携を結ぶ熊本を始め、航空路線が就航している都市との相互送客を視野に、航空会社や就航先の都市との連携による観光プロモーションを検討します。

### (5) スポーツツーリズムの推進

アジア・アジアパラ競技大会等で来訪する観戦者に名古屋の魅力を発信し、誘客増、滞在増を図るとともに、名古屋のプロスポーツチームや関係の深い名古屋スポーツコミッションとの連携を推進します。

## エ 教育旅行の誘致推進

当地域の特色である産業観光を活かしたキャリア教育や探究学習への取り組みを基本としつつ、教育旅行を取り巻く環境の変化により旅行先の変更を検討する学校もあることから、日本有数の観光施設や交通アクセスの良さ等の名古屋の優位性を幅広く PR し、新たな地域からの教育旅行誘致を推進します。

### (7) セールスプロモーションの実施(旅行会社セールス、ツーリズム EXPO 出展等)

これまでに作成した「体験プログラム集」「市内班別研修マップ」及び「探究学習ノート」に加えて、新たに作成した「キャリア教育プログラム」を活用してプロモーションを実施します。また、ツーリズム EXPO への出展や「あい

ち教育旅行誘致促進協議会」と連携した旅行会社へのセールスに力を入れ、特に全国の工業系高校や今後のキャリア教育としての中学生に向けた PR を実施します。

(イ) 「キャリア教育プログラム」の充実（リストの追加）

(4) 国際観光

ア アジア・アジアパラ競技大会を契機とした観光誘客

これまで培ってきたインバウンド・プロモーションのノウハウを活用し、アジア・アジアパラ競技大会を契機とした名古屋の認知度向上と「コト消費」の関心層への訴求により、直接誘客につながる施策を実施します。

(7) 観光コンテンツ発信事業

東アジア市場に向けて、オンライントラベルエージェント（OTA）を活用したプロモーションにより、観光コンテンツ発信の強化と利用拡大を促進し、名古屋滞在の満足度向上を図ります。

(イ) アジアでの“なごやめし”と観光 PR イベントの実施

アジアに進出している“なごやめし”事業者と連携して“グルメ×観光”イベントを実施し、訪日旅行において関心の高い「グルメ」「和食」に名古屋の食文化を合わせて、名古屋の観光魅力を訴求します。

(ウ) 旅行会社等招請事業

訪日旅行商品の造成が盛んな台湾の旅行会社を招請し、名古屋の観光魅力への理解を促進し、インセンティブ・家族・団体等の誘致につながる商品造成を働きかけます。

(エ) 賛助会員連携事業

飲食事業者を始め賛助会員企業における外国人受入対応の支援に取り組み、地域のホスピタリティ向上と、インバウンド受入環境整備を推進します。

イ 事業者連携の強化による観光誘客

(7) ゴールデンルートからの誘客事業

東京・大阪間のゴールデンルートを周遊する観光消費額の高い米豪からの訪日客に向けて、東海旅客鉄道株式会社と連携した新幹線利用と名古屋と中部地方の観光コンテンツを OTA による販売を行います。

また、観光庁「DMO 総合支援事業」を活用し、事業規模の拡大を図ります。

(イ) 各国での誘客プロモーション事業

台湾及びタイの現地旅行会社への BtoB セールスを賛助会員と一体となって実施し、名古屋エリアへの誘客強化を図ります。

また、台湾・台北首都圏の MRT（地下鉄）において、民間事業者と連携して IP コンテンツ等を活用した名古屋の PR を実施するため、観光庁「DMO 総合支援事業」を活用し、事業規模の拡大を図ります。

## ウ 広域連携強化による誘客

名古屋と愛知・岐阜等との広域の事業連携により、中部エリアの訴求力を高めるとともに、地域のゲートウェイとしての名古屋の役割と優位性を踏まえた誘客強化を図ります。

### (7) タイプロモーション事業

#### a 情報発信の強化

タイにおける中部エリアの認知度向上を目指して、Co-machi 観光推進会議（事務局：名古屋鉄道株式会社）が実施するインフルエンサー等の招請や現地メディアを通じた名古屋エリアの情報発信事業に参画します。

#### b セミナー商談会への参加

タイ・バンコクの旅行会社を対象に中部国際空港利用促進協議会が開催するセミナー商談会に参加し、当地域の特性を活かしたツアー商品造成の促進と誘客強化を図ります。

### (4) その他の協議会への参画

名古屋市と周辺自治体で構成する尾張藩連携事業推進協議会への参画を始め、広域連携による各種の協議会事業等に参画し、情報の収集・共有・発信を通じた観光誘客を図ります。

## エ その他

### (7) 訪日インバウンド情報収集事業

JNTO 主催事業（Visit Japan Travel Mart、インバウンド旅行振興フォーラム等）に賛助会員と共同で参加し、インバウンド市場の最新動向や情報を把握し理解を深め、名古屋地域のインバウンド受入事業者の拡充を図ります。

### (4) 台湾ランタンフェスティバル事業

毎年台湾で開催される「ランタンフェスティバル」に出展し、名古屋の観光 PR を実施します。

### (4) 教育旅行誘致事業

令和 7 年度に実施した市内高等学校への受入状況調査結果に基づき、学校・教育関係者の希望を確認しながら海外の交流希望校とのマッチングを行うなど、海外教育旅行の受入支援を図ります。

### (4) 受入環境の整備

海外個人旅行者（FIT）の増加に伴うオンライン予約の普及拡大に対応するため、観光施設等の賛助会員に向けて観光 DX に関する情報提供を行うとともに

に、宿泊施設等におけるアンケート調査により、旅行客の動向やニーズの把握・分析を進め、観光客受入環境の整備に向けて、地域一体による取り組みを働き掛けます。

## (5) 観光案内所の管理運営、観光客のおもてなし

指 標	令和 8 年度目標値
観光案内所への来訪者数	65.5 万人
└ 内、外国人来訪者数	14.5 万人

### ア 観光案内所の管理運営（名古屋駅、金山、オアシス 21 i センター）

これまでに培った経験を活かして適切な観光案内所の管理運営を行うとともに、より高い次元でサービスを提供するために、職員研修等のスキル向上に取り組みます。

また、名古屋駅西側駅前広場に設置される観光案内スペース（令和 8 年 8 月末予定）の運営により、おもてなしの充実を図ります。

### イ 観光案内所でのデータ収集と活用

来訪客への対応やアンケートから得られる国籍等の属性や名古屋への関心度などの各種データを収集・分析し、案内所サービスの改善につなげるとともに、財団の新たな事業の企画・検討に活かします。

### ウ 観光案内ボランティアによる活動

観光案内所業務を支援する市民ボランティアの登録・運用により、名古屋の魅力の発信とおもてなしの提供を行うとともに、「なごや観光ルートバスガイドボランティア」との合同研修により、案内スキルとホスピタリティの向上を図ります。

### エ 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合わせて市内各所での情報発信の充実を図るとともに、アジア・アジアパラ競技大会に関する情報を共有するなど、地域全体のおもてなし機運の醸成に取り組みます。

区分	設置場所（31 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／名鉄イン名古屋金山アネックス／ワシントン R&B ホテル名古屋駅前
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／名古屋市中小企業振興会館

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／栄大須パーキング／エスカツアーバスカウンター／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亀島駅前店／太平洋フェリー名古屋港営業所
飲食店等	伍味西栄本店／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

## 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ホスピタリティの充実**  
観光客等と接するタクシー及びホテル等の業界関係者を主な対象とした観光研修を実施し、接客及び観光案内のスキル向上を図り、アジア・アジアパラ競技大会を契機とした来訪客増加に対応する受入態勢の整備を図ります。
- a 研修会の実施  
外国人対応及び観光案内に役立つ資料を作成・提供するとともに、観光研修を実施することにより、観光客対応のスキル向上を図ります。
- b 関係団体等との連携  
名古屋市、タクシー及びホテル業界等の関係団体と連携して地域におけるホスピタリティの向上を図り、本市の受入態勢の整備に繋がります。
- (イ) **なごや観光ルートバス「メーグル」の利用促進**
- a パンフレットやウェブサイトでの情報発信  
なごや観光ルートバス「メーグル」の利用促進と観光周遊の利便性向上を図るため、パンフレットの作成・配架（観光案内所や市内の観光施設・ホテル・飲食店等）のほか、当財団のウェブサイトに運行情報等を掲載します。
- b 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」と合同で観光研修を実施します。
- c 「メーグル 1DAY チケット」取扱い支援
- (ウ) **観光ガイドボランティア団体との連携・支援**  
観光案内所と各観光ボランティア団体と連携して、アジア・アジアパラ競技大会を機に増加が見込まれる来訪客へ情報発信し、ボランティア団体の活用促進と地域全体でのおもてなしの機運醸成に取り組みます。
- a 情報交換会の開催  
観光に関する各団体相互の情報の共有・交換を行う会合を開催します。

- b 各団体の紹介・案内  
当財団ウェブサイトにて各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。

## (6) フィルムコミッション事業の推進

指 標	令和 8 年度目標値
フィルムコミッション受付件数	169 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や、ロケ隊をサポートする撮影関連事業者にもロケ支援業者登録を促すなど連携を深め、「ロケに選ばれる街名古屋」を目指します。

あわせて、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みます。

### 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、観光誘客とシビックプライドの醸成に繋がります。また、撮影段階から制作会社、宣伝会社とプロモーションに向けた連携や協議を進め、イベントの開催や聖地巡礼を促す発信など効果的な PR を実施します。

### ウ ロケ地ガイドツアー

やっとかめ文化祭等の機会を捉えて、支援した作品のロケ地を紹介するまちあるきツアーを行い、撮影に対しての理解度を深めていただき、シビックプライド醸成へつなげます。

### エ 国内のフィルム・コミッション等との連携

#### (ア) 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

#### (イ) 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

運営主体：愛知県（加入者数：12 団体）

(7) イベント事業

ア イベントの開催

イベントの開催・支援を通じて来場者の観光周遊を促進することにより、名古屋の観光イメージを訴求し、地域経済の活性化を図ります。

事業名	説明	
世界コスプレサミット 2026	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	7月31日～8月2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72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会場行事を実施
	開催日	10月17日～18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9回 ロゲイニング in なごや	内容	市内各所の観光資源等を活用して地域の回遊性を高めるロゲイニングイベントを実施
	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、各イベントのウェブサイトや来訪者・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。また、地域関係者や民間事業者が主催するイベントに協力することで、地域の観光魅力の発信と周遊拡大に取り組みます。

## 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。

## 3 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、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) 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、受託事業の拡大や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。

### (3) 賛助会員サービス事業

指 標	令和 8 年度目標値
賛助会員数	620 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い会員サービスの充実を図りながら、財団の DMO 認定登録を機に事業者との一層の連携を促進することで、賛助会員の維持拡大に努めます。

## 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」及び「正会員交流会」を開催し、情報共有や協働のきっかけを創出する交流の場を提供します。

## 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、ビジネスパートナーを探す会員同士の橋渡しや、当財団の実施事業にかかる募集情報の提供など、会員に対し多様な形でビジネスチャンスを創出します。

このほか、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他の会員に向けて広く発信します。

## ウ 財団からの情報提供

財団の事業活動で得た独自の統計データ等を提供し、地域一体となった誘客促進につなげます。

また、DMO となった財団の当年度の観光・MICE 事業や観光地域づくりの取組みについての認識と理解を深めるとともに、財団と会員との連携を促進するため、会員に向けた事業説明会を実施します。

## エ 新規会員の獲得

財団ウェブサイト等において、DMO としての取組みや会員との協働事例を紹介するなど、地域の観光・MICE 関係事業者への財団の認識と理解を促進し、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、さらなる会員の増加につなげます。

## オ 既存会員へのフォローアップ

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。

## (4) DX の推進

給与・文書管理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するとともに、新しい公益法人制度に対応するための会計システムを新たに導入し、組織全体の事務の効率化をさらに推進します。

あわせて、各部署で蓄積している様々な情報を財団全体で共有・活用するためのシステムについて、導入の検討を進めます。

## 4 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、JNTO 等外部専門機関の研修の受講に引き続き、新たに DMO として組織全体の専門性の向上を図る外部講師を招いた研修を実施します。

### (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付けられるよう、外部組織への職員の派遣を検討します。また、職員の育成を促進するメンター制度の導入を検討します。

### (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、中長期的な組織の姿を見据えながら、職員の経験や能力等に応じた登用の促進によるスキルアップ、モチベーション向上を図るため、昇任選考制度の見直しを検討します。

## 5 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) 組織体制の整備・強化

DMO の登録認定を機に、マーケティングや企画部門の体制強化を図るため、専門的な経験・ノウハウを有する人材を、新たにグループ長・課長職に採用します。

また、民間企業からの派遣職員を部長職に登用することで、職員の観光・MICE の専門性を高めるとともに意識改革を強力に進めます。

あわせて、財団の今後を担う中堅職員による、部署の枠を超えたプロジェクトチームを設け、財団事業の効果的な実施を図るとともに、組織の活性化を図ります。

### (3) 公益法人としての社会的取り組み

「名古屋市 SDG s 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、他機関が主催する研修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。

## 6 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	令和8年度	令和9年度	令和10年度
		目標値	実績	（2025）	（2026）	（2027）	（2028）
国際会議の開催件数 ※1 （JNTO 国際会議統計基準）		132 件	87 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	3 件	4 件	6 件	6 件 （累計 21 件）
	国際・国内会議	15 件	9 件	22 件	24 件	26 件	29 件 （累計 116 件）
	見本市・展示会	2 件	0 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	1,874 万 PV	1,829 万 PV	1,933 万 PV	2,043 万 PV	2,160 万 PV
L 内、外国語総ページビュー数		231 万 PV	312 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	6,498 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	5,467 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	1,374 万人	1,224 万人	1,313 万人	1,403 万人	1,493 万人
L 内、外国人延べ宿泊客数 ※5		226 万人	369 万人	270 万人	313 万人	357 万人	400 万人
観光客の満足度 ※6		84.2%	87.4%	85.6%	87.1%	88.5%	90.0%
観光案内所への来訪者数		56 万人	56 万人	60.7 万人	65.5 万人	70.3 万人	75 万人
L 内、外国人来訪者数		10.8 万人	11.9 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	195 件	166 件	169 件	172 件	175 件
賛助会員数		600 会員	580 会員	610 会員	620 会員	630 会員	640 会員
決算収支差額		0 円以上	5,747 千円	0 円以上	0 円以上	0 円以上	0 円以上

※1～6 暦年ベース