

現状・方向性

◎観光地としての世界的評価がアップ！

- ◆世界的旅行ガイドブック「**ロンリープラネット**」の「**Best in Travel 2018**」の訪れるべき世界の10地域のうち、「**紀伊半島**」が日本で**唯一ベスト5**を獲得！
- ◆Airbnb™「**2019年に訪れるべき19の観光地**」で和歌山県が**日本で唯一選出**！

◎新たな魅力を活用し、県内周遊をさらに促進

- ◆世界遺産登録15周年を契機として世界遺産「**高野山・熊野**」の情報発信をさらに強化し、本県が持つ「**自然**」・「**歴史**」・「**サイクリング**」や「**温泉**」などの観光資源のポテンシャルを高め、お客様に対して旅の楽しみ方を具体的にわかりやすく提供することで県内周遊を促進。
- ◆滞在期間の延長による消費の拡大で、地域への経済効果をアップし、持続可能な観光地づくりを目指す。

◎将来の和歌山県発展に向けた観光施策のスピーディーかつ柔軟な展開

- ◆新たな産業誘致による関係人口の増加や日々移り変わる社会情勢にスピーディーかつ柔軟に対応し、施策を展開することで、裾野の広い産業である「**観光産業**」の発展を目指す。

31年度の取組内容

◎周遊促進の取組

- ◆世界遺産登録15周年記念キャンペーンの展開
 - =NEW= ・和歌山、三重、奈良の3県連携事業として高野・熊野・吉野に伊勢を加えた**四大聖地巡礼の旅**を提案（特別公開やプレミアム体験、三県周遊スタンプラリー、ツアー造成などを実施）
 - =NEW= ・県単独事業として、「**10万円プレゼント**」キャンペーンや「**高野・熊野を愛する100人の会（仮称）**」の結成など特別企画を実施
- ◆キラーコンテンツである世界遺産『**高野山・熊野**』『**パンダ**』『**有名温泉**』に加え、新たな観光資源で周遊促進
 - 【主な施策】**
 - ①自然の素晴らしさを「**水**」という切り口で表現する「**水の国、わかやま。**」キャンペーン
 - =NEW= ・水にまつわる**体験型観光事業者を支援** など
 - ②サイクリングロードを活用した旅の楽しみ方を提案する「**サイクリング王国わかやま**」
 - =NEW= ・**有名アニメとタイアップ**した特別企画の実施 など
 - ③本県の豊富な歴史ストーリーと食や温泉を合わせた100の旅モデル「**わかやま歴史物語**」
 - =NEW= ・「**ねんりんピック**」などで来県されるシニア層への旅モデルの提案 など
 - ④世界遺産「**高野山・熊野**」の魅力の情報発信を更に強化
 - =NEW= ・世界遺産公式 Facebook の作成など、情報発信を強化 など

◎インバウンド誘客に向けた取組

- ◆FIT（外国人個人観光客）の急伸や訪日旅行の目的・行き先の多様化に対応した情報発信のほか、インバウンド観光客の視点に立った受入体制の整備をさらに推進
 - 【主な施策】**
 - ①ラグビーワールドカップや東京オリンピック・パラリンピック、関西ワールドマスターズゲームズの開催に向け**京都・大阪・首都圏からのプラスワントリップを推進**
 - =NEW= ・レンタカーや高速バス、南紀白浜空港を活用した京都・大阪・首都圏からの外国人個人観光客の和歌山県への周遊を促進
 - ②世界的ニュースサイトや旅行ガイドブックとの**共同キャンペーン**、東アジア市場向けの**メディア対策強化**
 - ③「**水の国、わかやま。**」や「**サイクリング王国わかやま**」、「**国立公園満喫プロジェクト**」などの**テーマ別観光による誘客やインバウンドスポーツツーリズム**を推進
 - ④=NEW= インバウンドを対象とした「**わかやま医療観光モデル**」の構築
 - ⑤交通事業者と連携した**二次交通の案内表示改善**
 - ⑥世界遺産を巡る観光客の利便性向上のための**リムジンバス・アクセスバスの運行**
 - =NEW= ・FITが集まる京都からの誘客のため京都駅と高野山を結ぶバス路線を構築

◎新たなシステムやツールを活用した取組

- ◆ワーケーション推進を通じた誘客促進等
 - =NEW= シンポジウム等により本県の良好なワーケーション環境のPRに加え、企業に世界遺産保全活動「**道普請**」を組み合わせたワーケーションプランを提案し、誘致・誘客を促進
- ◆南紀白浜空港民営化に合わせた新たな誘客
 - =NEW= ・顔認証システムの利用促進に向けた情報発信
 - =NEW= ・高速バスやチャーター便を活用した旅行商品造成のための**ファミツアーの実施** など

1 和歌山を売り出す

(1)「水の国、わかやま。」キャンペーンで和歌山を売り出す (本冊 5 頁)

- ◆「水」を切り口に本県の自然の素晴らしさを伝えるため、メディア展開するとともに、パンフレットやWEB、SNSにより情報発信
- ◆旅行商品造成等を促進するため、具体的な周遊モデルコースの設定や周遊案内看板の整備を行うとともに、水にまつわる体験型観光事業者を支援 =New=

(2)「サイクリング王国わかやま」で和歌山を売り出す (本冊 10 頁)

- ◆有名アニメとのタイアップなど、国内外へ効果的な情報発信 =New=
- ◆県内の周遊を一層促進するため、おすすめコースや観光資源を紹介するサイクリング専用パンフレットを作成するとともに、サイクリスト向けのモバイルスタンプラリーに英語版を追加するなど拡充 =New=
- ◆自転車の屋内管理や修理道具の貸し出し等、サイクリストに優しい宿泊施設の拡大を推進

(3)「わかやま歴史物語」(歴史・浪漫)で和歌山を売り出す (本冊 20 頁)

I 「わかやま歴史物語」(本冊 20 頁)

- ◆継続的な誘客を促進するため、本県で開催される「ねりんピック」などで数多く来県されるシニア層へ和歌山の歴史・文化のストーリーに食、温泉などの観光資源を組み合わせた旅モデルを提案
- ◆周遊促進のため「100の旅モデル」周遊スタンプラリーを継続実施

II 周年事業(本冊 25 頁)

① 闘雞神社創建1600年 =New=

記念講演会、奉納記念コンサート、企画展等の記念行事のほか、例大祭「田辺祭」や弁慶まつり、街中散策ウォーク等の情報発信により誘客を促進

② 西国三十三所草創1300年

限定御朱印「特別印」の授与、御開帳などの特別拝観や各地の銘菓をセットにしたスイーツ巡礼などの記念事業のほか、周遊動機付けの特別記念品として、県内三寺の日本てぬぐいを作成し、周遊達成者への付与するなどにより誘客を促進

(4)「世界遺産」で和歌山を売り出す (本冊 43 頁)

I 世界遺産登録15周年記念キャンペーン(本冊 43 頁) =New=

- ◆和歌山、三重、奈良の3県が連携し、高野・熊野・吉野に伊勢を含めた「四大聖地巡礼の旅」モデルを提案するとともに、スタンプラリーなどを実施し、三県周遊を促進
- ◆本県単独事業として、15周年記念特別公開や県内2か所以上の旅館・ホテルで連続して宿泊された方に抽選で10万円をプレゼントするキャンペーンや、「高野・熊野を愛する100人の会(仮称)」の結成など、特別企画を展開し、世界遺産『高野山・熊野』を広く情報発信

II 新たな魅力情報発信と周遊拡大(本冊 44 頁)

- ◆国内外から熊野古道を訪れる方々を対象に参詣道の四季や時刻で異なる魅力あるスポットを紹介するWEB「地域の人がすすめる熊野古道の新たな魅力100選」へ誘導し、広く情報発信
- ◆大辺路ルートトイレ等の受入体制整備や熊野古道沿いの集落跡の整備などにより新たな見どころを創出
- ◆世界遺産『高野山・熊野』を国内外に広く情報発信を行うため、世界遺産公式 Facebook を作成するとともに、フォロワーを獲得するための施策を展開 =New=
- ◆登録15周年を迎える本年7月に熊野速玉大社での世界遺産「高野・熊野夢舞台」コンサートを開催するとともに、環境保全トレッキングを開催

III 保全と活用(本冊 48 頁)

- ◆参詣道の「保全と活用」を図るため、ワーケーションプログラムや企業CSRを通じた企業誘致や環境保全トレッキング等により、「道普請」の実施を推進

(5)「日本遺産」で和歌山を売り出す(本冊 59 頁)

I 日本遺産「鯨とともに生きる」(本冊 59 頁)

- ◆SNSを活用した情報発信により誘客を促進
- ◆訪れた観光客に提供する観光商品の開発を支援することにより、旅行商品の造成を促進

II 日本遺産「絶景の宝庫 和歌の浦」(本冊 62 頁)

- ◆日本遺産「絶景の宝庫 和歌の浦」のストーリーを地域の方が理解し、魅力を語るができるよう、シンポジウム等を開催 =New=
- ◆「海から見える絶景」などをテーマとして、和歌浦周辺の体験メニューをパンフレットなどで紹介するとともに、メディアや雑誌を通じ、和歌浦の新たな楽しみ方を提案

2 和歌山へ招く

(1) 「メディアを活用」して和歌山へ招く(本冊 95 頁)

- ◆テレビ、ラジオ、雑誌、新聞、WEB、SNSなどを複合的に組み合わせ、「世界遺産」「女子旅」などのブランド力やマーケットの注目度の高いテーマや「まだまだ知られていない和歌山の魅力」に関する情報の効果的な発信と提案活動を実施
 - ① 企画提案活動・・・ターゲット層にマッチした観光素材を活用した企画提案活動の実施
 - ② 観光情報誌「紀州浪漫」・・・全国の主要書店160店舗等で展開(年間40万部)
 - ③ フィルムコミッション・・・業界関係者に強く働きかけ、ロケ誘致により、映像を通じた和歌山の魅力発信と認知度向上を促進

(2) 「ターゲットごとのプロモーション」で和歌山へ招く(本冊 119 頁)

- I 若い女性層(情報発信力と旅の決定権)をターゲットの中心とした誘客戦略(情報発信)
- II 大手企業とのタイアップ推進(大手企業が持つパブリシティの活用)
- III プレミアムフライデーを活用した誘客(着地型商品の開発・情報発信)
- IV ワークেশョンの推進を通じた誘客(体験プログラムの提供)
- V CSRによる世界遺産保全活動の推進(誘致活動、保全活動体験ツアー等)
- VI 信用金庫等の年金旅行誘致(営業・誘致活動、地域と一体となったおもてなしの充実等)
- VII コンベンション誘致推進(開催支援、誘致活動)
- VIII 修学・教育旅行の誘致活動(セールス活動、スクールキャラバン等、和歌山だからできる9つのプログラムを具体的に提案)
- IX スポーツ合宿誘致(プロスポーツキャンプの誘致等)
- X 南紀白浜空港民営化に合わせた新たな誘客(顔認証システム利用促進、旅行商品造成等) =New=
- XI クルーズ客船誘致による誘客促進(国内クルーズ船の誘致)
- XII 和みわかやまキャンペーン(県内周遊を促進するための食のスタンプラリー等を実施)

(3) 「近畿、東海、西日本等」から和歌山へ招く(本冊 141 頁)

- I 阪急阪神グループタイアップキャンペーン
 - ◆大手私鉄グループの豊富なメディア媒体を活用し、京阪神での効果的な情報発信により誘客を促進
 - ◆交通媒体の活用、沿線フリーペーパー等への情報掲載、WEB・SNS等での展開
- II 特急「くろしお」号に乗って和歌山・紀南へ行こう！キャンペーン
 - ◆JR西日本和歌山支社とタイアップし、特急「くろしお」号利用促進のため、PRキャンペーンを実施

(4) 「首都圏」から和歌山へ招く(本冊 156 頁)

- ◆国内最大のマーケットで国内外の情報受発信の拠点である首都圏で、プロモーションを展開し、本県の認知度向上と誘客を促進
 - “和みわかやま”東京レセプション2019
 - 【時期等】 9月3日 ホテルニューオータニ東京
 - 【内容】 観光PRレセプション、メディアに対する観光素材説明会等

3 和歌山でもてなす

(1) 夜の楽しみ方の提案(本冊 169 頁)

- ◆「Nightlife in WAKAYAMA ～和歌山の夜の楽しみ方～」による提案

(2) 快適観光空間の創造 (本冊 170 頁)

◆観光地内公衆トイレ整備補助

公衆トイレの快適性向上や美化促進を図るため、市町村が行うトイレ整備(大便器の洋式化、温水洗浄便座の設置、小便器の自動洗浄化等)を支援

(※)観光地内公衆トイレ整備(平成31年3月末現在)

【箇所数】市町村等公衆トイレ7か所を改修(平成30年度) (平成25～30年度で合計684か所を改修)

(3) 二次交通の利便性向上(本冊 171 頁)

◆リムジンバス・アクセスバスの運行

公共交通を利用して世界遺産を巡る観光客の利便性向上のため、リムジンバス(関西国際空港～高野山)、高野・熊野アクセスバス(高野山～熊野エリア)、高野山麓世界遺産アクセスバス(高野山麓エリア)の積極的な情報発信により、利用を促進するとともに、京都駅から高野山を結ぶバス路線を構築 =New=

(4) わかやまおもてなし県民運動 (本冊 173 頁)

◆「わかやまおもてなし宣言」の実施

県民一人一人が来訪者への具体的なおもてなしの内容を「わかやまおもてなし宣言」に登録し、実践

(5) 接遇の向上・人材の育成 (本冊 175 頁)

◆おもてなしアドバイザー派遣

◆「和みわかやま」おもてなしの宿アワードの実施

◆宿のCS/ES向上

4「海外」から和歌山へ招く、「外国人観光客」をもてなす

(1) 『新たなプロモーション』で和歌山へ招く (本冊 179 頁)

- ◆海外メディアからの注目度が高まる中、世界26か国・地域をターゲットに旅行博覧会や商談会への参加など海外プロモーションを実施
- ◆韓国、タイ、スペイン、オーストラリアをプロモーション強化対象市場と位置付けるとともに、東アジア市場における急速な個人旅行化への対応、新規市場(ロシア・南米・中東)へのアプローチを展開
- ◆ラグビーワールドカップや東京オリンピック・パラリンピック、関西ワールドマスタースゲームズの開催に向け、京都・大阪・首都圏からのプラスワントリップを推進

(2) 『ネットメディア展開』で和歌山へ招く (本冊 183 頁)

- ◆多言語観光WEBサイト「Visit Wakayama」やインスタグラム等SNSによる旬の観光情報を発信
- ◆世界的ニュースサイトや旅行ガイドブックとの共同キャンペーン、東アジア市場向けのメディア対策を強化

(3) 『東アジア・東南アジア・欧米豪』から和歌山へ招く (本冊 189 頁)

I 東アジア

- ◆東アジアの急増する個人旅行客をメインターゲットとしたメディア対策の強化、京都・大阪からのレンタカーや高速バス等を活用した個人観光客の和歌山県への周遊を促進

II 東南アジア

- ◆東南アジアへのメディア対策、インセンティブツアー等の誘致に加え、タイ国政府観光庁とのパートナーシップを活用したプロモーションを展開

Ⅲ 欧米豪

- ◆世界遺産登録15周年を迎えた「高野山・熊野」をはじめとした歴史や伝統文化に加え、「水の国、わかやま。」や「サイクリング王国わかやま」をテーマとした情報発信と、新規市場(ロシア、イタリア、南米)や富裕層をターゲットとしたプロモーションを強化

(4) 『テーマ別の取組』で和歌山へ招く (本冊 210 頁)

- ◆「テーマ性・趣味性の高い」ツアーがリピーター層を中心に人気を集めていることから、熊野古道に代表される県内の体験型観光の魅力アピールし、外国人富裕層の誘客や個人旅行客の長期滞在・消費拡大を促進
- ◆「高野山・熊野」の魅力に加え、「水の国、わかやま。」や「サイクリング王国わかやま」、「国立公園満喫プロジェクト」などのテーマ別観光による誘客やインバウンドスポーツツーリズムを推進
- ◆教育旅行コーディネーター配置によるインバウンド教育旅行の受入促進

(5) 『国際チャーター便、外国クルーズ客船』で和歌山へ招く (本冊 214 頁)

- ◆南紀白浜空港の民営化に合わせ、国際インバウンドチャーター便誘致による南紀白浜空港の利用促進
- ◆外国クルーズ客船の誘致について、客船運航会社等へのプロモーションを実施

(6) 『医療観光』で和歌山へ招く (本冊 217 頁)

- ◆医療観光推進に向けた課題の解決策や具体的な取組(先進事例)に関するシンポジウムを開催
- ◆本県の医療観光モデルを構築するとともに、医療観光関係者を対象にモニターツアーを実施

(7) 『外国人観光客』を和歌山でもてなす (本冊 219 頁)

- ◆移動環境の改善と情報発信
増加する外国人個人観光客がストレスなく、バス・レンタカーを利用して移動できるよう、鉄道駅等交通拠点における環境整備など、受入体制を強化するとともに、県内周遊ルート of 情報を発信
- ◆和歌山県版通訳ガイド育成研修、就業促進のための情報発信などを実施
- ◆Wi-Fi環境の整備と活用
- ◆多言語案内表示の整備・充実
- ◆多言語電話通訳・簡易翻訳サービスの導入
- ◆「外国語話せます！関西おもてなしバッジ」の普及促進
- ◆観光案内所の整備促進
- ◆外国人観光客向け消費環境の整備
- ◆外国人観光客に対する救急医療の対応検討

【問い合わせ先】

観光局	観光振興課	073-441-2777	池尻、北廣、林
	観光交流課	073-441-2789	田嶋、山田