



和み、和らぐ、和歌山からはじまる旅

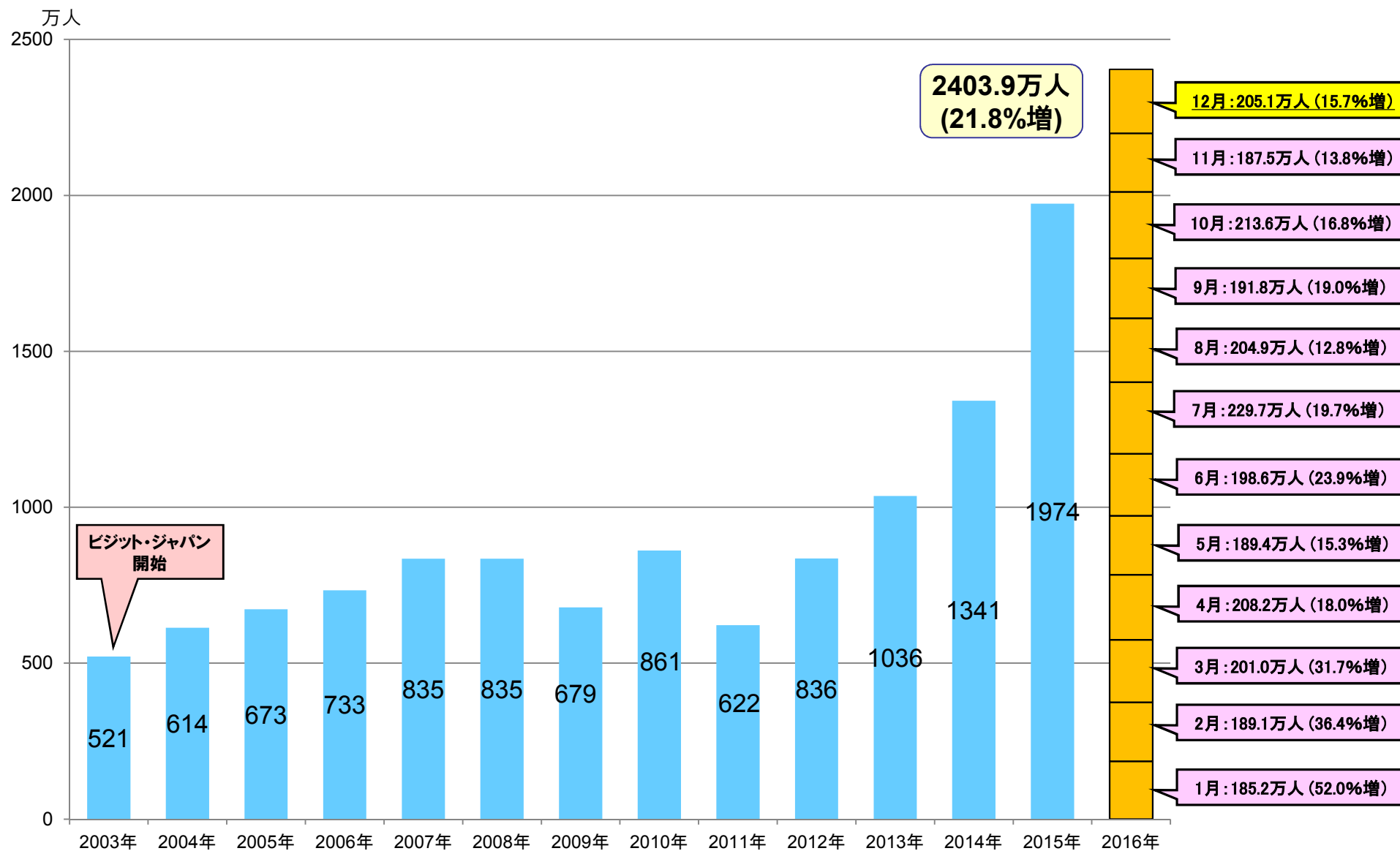
Wakayama Prefecture



# 和歌山県の観光戦略 (外国人観光客誘致)



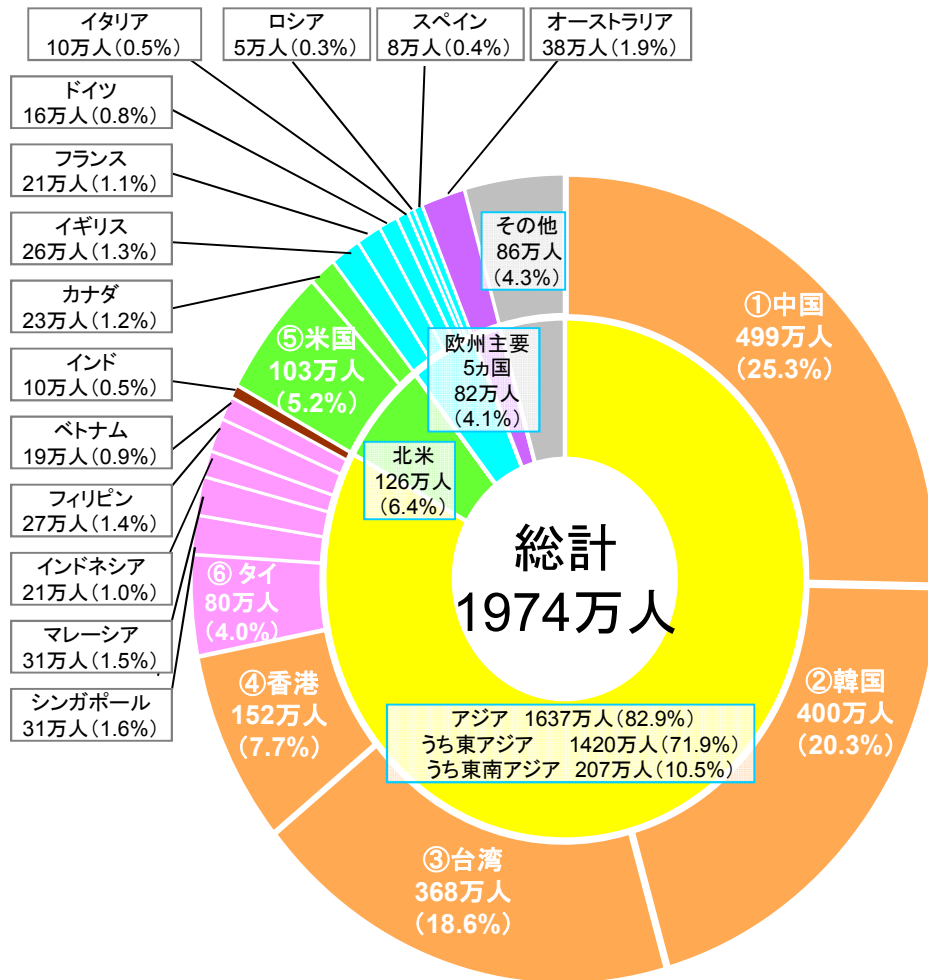
# 訪日外国人旅行者の推移(全国)



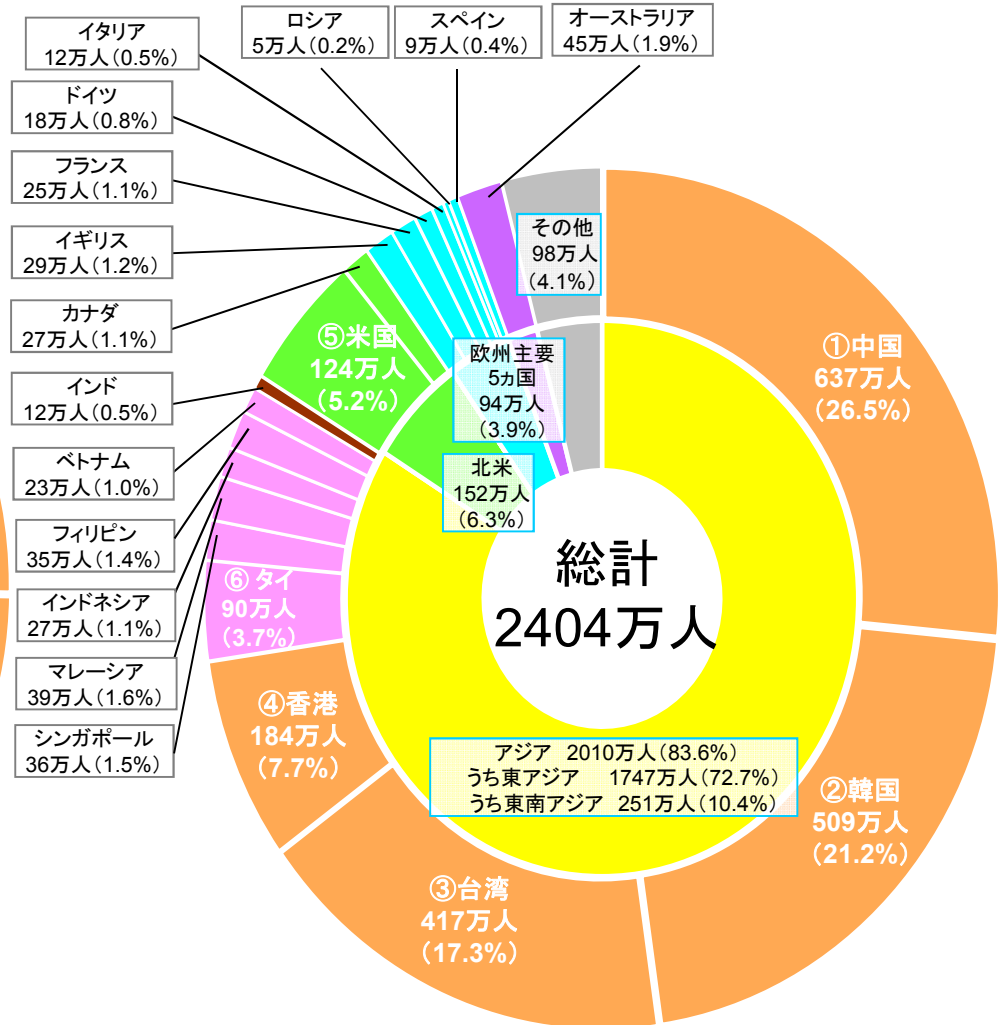
出典: JNTO(日本政府観光局) 注) 2015年の値は確定値、2016年1~10月の値は暫定値、2016年11月~12月の値は推計値、%は対前年(2015年)同月比

# 訪日外国人旅行者数及び割合(国・地域別)

## 【2015年(確定値)】



## 【2016年(推計値)】



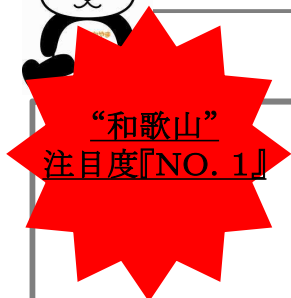
※ ( )内は、訪日外国人旅行者数全体に対するシェア  
 ※ その他には、アジア、欧州等各地域の国であっても記載のない国・地域が含まれる。  
 ※ 数値は、それぞれ四捨五入によっているため、端数において合計とは合致しない場合がある。  
 ※ 日本政府観光局(JNTO)資料より観光庁作成

# 2016年12月の訪日外国人旅行者数(推計)

国・地域	Country/Area	総数 Total			総数 Total		
		2015年 12月	2016年 12月	伸率(%)	2015年 1月～12月	2016年 1月～12月	伸率(%)
総数	Grand Total	1,773,130	2,050,600	15.6	19,737,409	24,039,000	21.8
韓国	South Korea	415,656	494,400	18.9	4,002,095	5,090,300	27.2
中国	China	347,034	427,500	23.2	4,993,689	6,373,000	27.6
台湾	Taiwan	265,811	278,700	4.8	3,677,075	4,167,400	13.3
香港	Hong Kong	157,425	189,800	20.6	1,524,292	1,839,200	20.7
タイ	Thailand	93,478	96,400	3.1	796,731	901,400	13.1
シンガポール	Singapore	67,001	75,900	13.3	308,783	361,800	17.2
マレーシア	Malaysia	50,264	63,300	25.9	305,447	394,200	29.1
インドネシア	Indonesia	29,312	40,900	39.5	205,083	271,000	32.1
フィリピン	Philippines	32,679	41,300	26.4	268,361	347,800	29.6
ベトナム	Vietnam	10,344	13,100	26.6	185,395	233,800	26.1
インド	India	6,685	7,500	12.2	103,084	123,000	19.3
豪州	Australia	49,359	51,500	4.3	376,075	445,200	18.4
米国	U.S.A.	89,912	105,000	16.8	1,033,258	1,242,700	20.3
カナダ	Canada	21,970	24,600	12.0	231,390	273,100	18.0
英国	United Kingdom	19,410	20,800	7.2	258,488	292,500	13.2
フランス	France	14,255	15,500	8.7	214,228	253,400	18.3
ドイツ	Germany	10,173	10,700	5.2	162,580	183,300	12.7
イタリア	Italy	8,402	8,400	0.0	103,198	119,300	15.6
ロシア	Russia	3,913	4,400	12.4	54,365	54,800	0.8
スペイン	Spain	4,871	5,700	17.0	77,186	91,800	18.9
その他	Others	75,176	75,200	0.0	856,606	980,000	14.4

◆注1：上記の2015年の数値は確定値、2016年の数値はJNTOが独自に算出した推計値である。

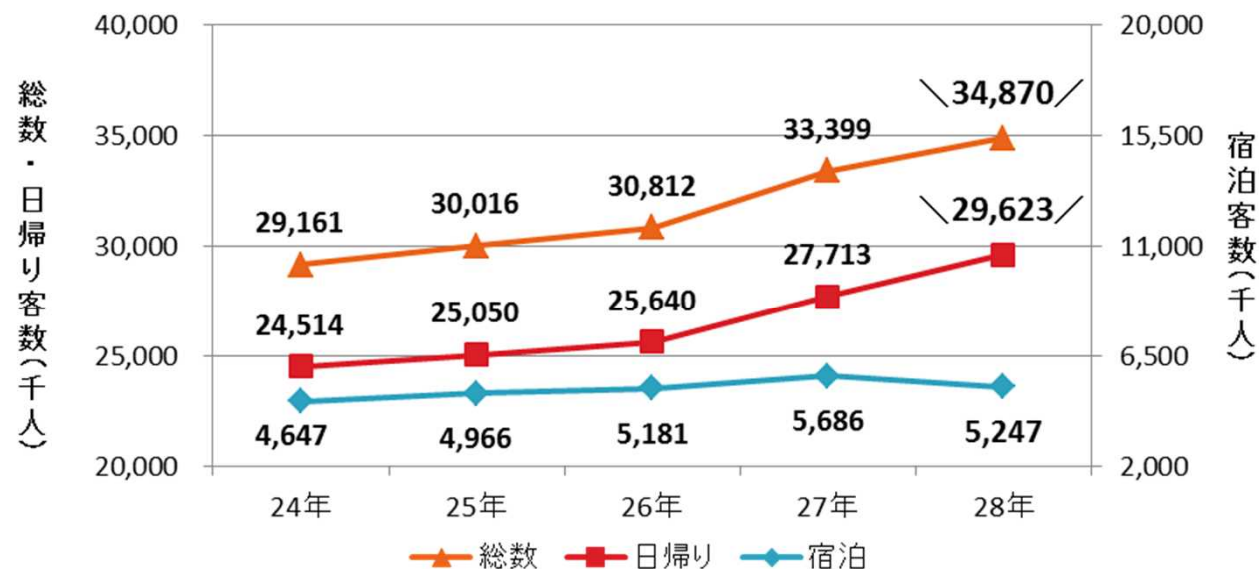
◆注2：訪日外客とは、国籍に基づく法務省集計による外国人正規入国者から、日本を主たる居住国とする永住者等の外国人を除き、これに外国人一時上陸客等を加えた入国外国人旅行者のことである。駐在員やその家族、留学生等の入国者・再入国者は訪日外客に含まれる。なお、上記の訪日外客数には、乗員上陸数(特例上陸許可)は含まれない。



# 国内外から注目される和歌山

## 平成28年観光客動態調査（速報値）

- ◎ **観光入込客総数** 約34,870千人（前年比104.4%） ■■ **史上最高更新** ■■
- ◎ **日帰り客数** 約29,623千人（前年比106.9%） ■■ **史上最高更新** ■■
- ◎ **宿泊客数** 約5,247千人（前年比92.3%）
- ◆ **うち外国人宿泊客数** 約500千人（前年比117.0%） ■■ **史上最高更新** ■■





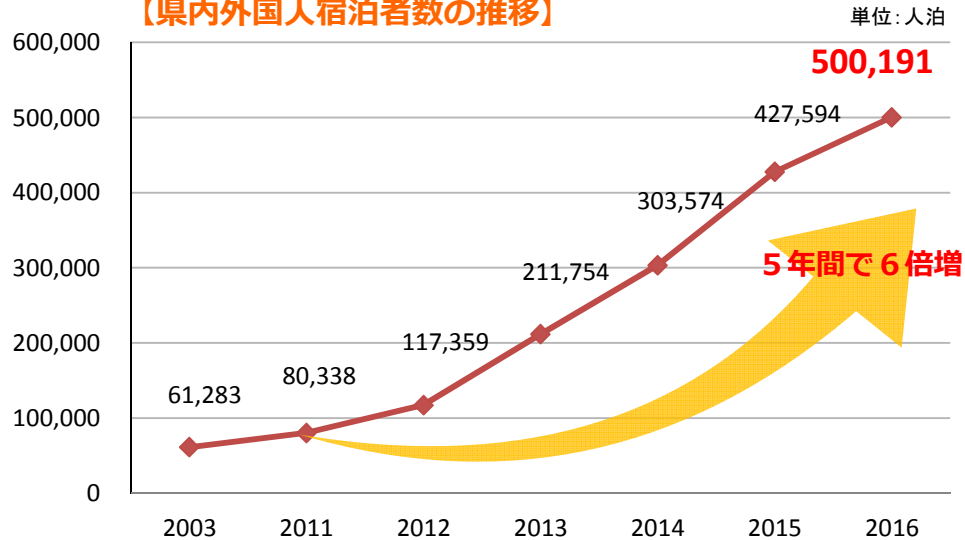
## 和歌山県における外国人宿泊者数

### 平成28年外国人宿泊者数 “史上初の50万人台達成”

平成28年の本県への外国人宿泊者数は前年の過去最高記録をさらに更新する500,191人泊（対前年比117.0%）を記録した。

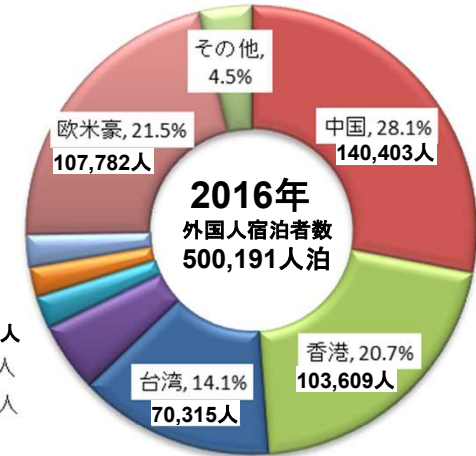
市場別では、約7割を占める東アジア4市場のうち、香港・台湾が個人旅行化の流れの中で減速したものの、中国・韓国は引き続き好調な伸びを示した。その他タイやシンガポールなど東南アジア各国や欧米豪のアメリカ、フランス、オセアニア、イギリス、ドイツ、スペイン、カナダも過去最高を記録した。

【県内外国人宿泊者数の推移】



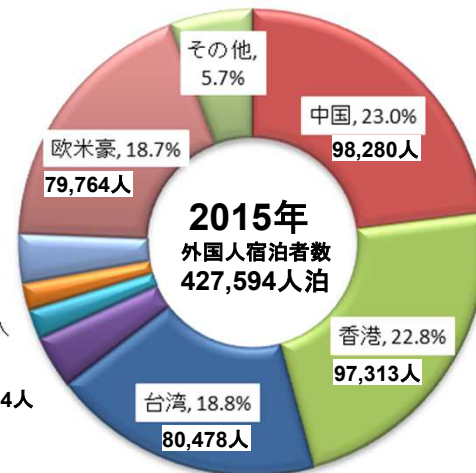
アメリカ	3.9%
フランス	3.7%
オセアニア	3.0%
イギリス	1.9%
ドイツ	1.6%
スペイン	1.4%
欧米豪その他	6.1%

アジアその他	2.3%	10,737人
シンガポール	2.1%	
タイ	2.4%	11,919人
韓国	5.0%	25,095人



フランス	3.4%
アメリカ	3.3%
オセアニア	3.0%
イギリス	1.4%
スペイン	1.4%
ドイツ	1.1%
欧米豪その他	5.0%

アジアその他	3.5%	7,824人
シンガポール	1.8%	
タイ	2.1%	8,839人
韓国	3.7%	15,874人





### 県内主要市町村別外国人宿泊者数

	2016年 (H28)	2015年 (H27)	対前年比 H28/H27	2016年(平成28年) 国・地域別内訳										
				アジア	中国	香港	台湾	韓国	タイ	欧米豪	アメリカ	フランス	オセアニア	その他
和歌山市	156,498	107,381	145.7%	140,179	90,679	26,105	9,679	4,515	3,642	7,876	2,431	869	896	8,443
白浜町	101,521	97,029	104.6%	97,656	15,038	50,546	14,713	9,366	2,123	1,600	517	124	232	2,265
高野町	76,645	56,059	136.7%	6,069	1,270	548	352	143	253	67,864	10,070	13,875	5,548	2,712
那智勝浦町	53,568	48,488	110.5%	46,066	6,032	6,892	22,132	4,084	4,218	6,810	2,002	886	1,642	692
みなべ町	50,851	59,564	85.4%	50,694	10,697	11,583	20,572	4,334	950	95	42	20	20	62
田辺市	30,958	21,536	143.8%	8,176	1,090	3,060	907	1,425	244	18,763	3,729	1,903	5,293	4,019
岩出市	12,669	10,430	121.5%	12,531	11,790	67	213	276	36	113	7	0	75	25
串本町	6,779	12,247	55.4%	6,211	151	4,171	909	557	235	326	82	21	83	242
その他	10,702	14,860	72.0%	6,226	3,656	637	838	395	218	4,335	774	658	1,138	141
合計	500,191	427,594	117.0%	373,808	140,403	103,609	70,315	25,095	11,919	107,782	19,654	18,356	14,927	18,601



◆具体的なインバウンド誘客の取組



# 外国人観光客に対する取組み一覧

○個人旅行化の進展、訪日ツアーの目的・行き先の多様化、国内外観光地間の競争激化を踏まえつつ、「和歌山プロモーション」及び「受入環境整備」の2本柱から、更なる訪日・訪和促進に取り組む。

## I 和歌山プロモーション

### 現地エージェントとの連携強化

- 現地の有力エージェントへのセールス及び招請(FAMトリップ)
- 視察旅行やインセンティブツアーの誘致
- 観光プロモーターの戦略的活用
- チャーター便・クルーズ船の誘致
- 新たな旅行商品造成に対する広告支援

### 和歌山の魅力を伝える情報発信

- トッププロモーション、現地旅行博への出展、有カメディア招請
- 世界的ニュースサイトや有名TV番組等で和歌山情報発信
- ブログサイト等SNSを通じた情報発信
- 和歌山ガイドブックの海外書店展開

### テーマ別の取組み

- リピーター層に向けたフルーツ狩り等体験型観光の魅力発信
- 民泊・体験学習を取入れた教育旅行誘致
- 広域観光周遊ルートによるプロモーション
- レンタカー、公共交通機関(鉄道・バス)と連携した新たな旅行商品の造成・発信

## II 受入環境の整備

### 個人の外国人観光客が安心・満足して観光できる受入環境の整備

- 多言語案内表示の整備
- 外国人観光客への対応能力向上  
(宿泊施設・飲食施設・公共交通機関等。ex.電話通訳サービス)
- 多様な食文化・習慣を有する外国人観光客への対応
- 和歌山県版特区通訳案内士の活用
- Wi-Fi環境の整備
- 免税店の拡大
- 災害時の避難経路等に関する情報提供

### 教育旅行の受入環境の整備

- 交流校の確保、円滑なマッチング
- 民泊先の整備・充実
- 体験プログラムの多言語化対応の促進

## 市場毎のプロモーションの方向性

- 関西国際空港に近接し、いわゆるゴールデンルートを構成する大阪や京都に隣接するロケーションを活かしつつ、豊富な観光資源を対象市場の嗜好を踏まえて戦略的にプロモーションしている。
- 急速に増加する個人観光客の多様な嗜好を踏まえ、メディア対策の強化、体験型コンテンツの充実、受入環境の整備に取り組んでいる。

### (1) 東アジア・東南アジア市場

- 本県の外国人観光客の約3分の2は、東アジアからの観光客
- 桜などの四季の自然や白浜、勝浦の温泉、マグロに代表されるグルメなど、人気の高い観光資源を中心に、継続的に魅力を発信。
- タイ、シンガポールなど近年伸長する東南アジア市場に対しては、JNTO等と連携しながら本県の知名度アップを図り、広域ツアーの造成促進などに努める。

### (2) 欧米豪市場

- 「ロンリープラネット」「ミシュラングリーンガイド」といった世界的な旅行ガイドブックで高評価を得ている高野山と熊野の魅力を、日本の歴史や精神文化に強い関心を持つ欧米や、自然志向・アウトドア志向が強い豪州に売り込む。

# 海外プロモーションターゲット国

	東アジア	東南アジア・南アジア	欧米豪
重点市場	中国 香港 台湾 韓国	タイ シンガポール マレーシア インドネシア ベトナム フィリピン	アメリカ カナダ フランス スペイン オーストラリア
戦略市場		<u>インド</u> トルコ	<u>ドイツ</u> イタリア イギリス <u>イスラエル</u>

# 海外プロモーション事業計画

	東アジア	東南アジア・南アジア	欧米豪
4	台湾・香港セールスコール		関西広域連合トッププロモーション
5	台湾セールスコール 大連ハイレベルフォーラム参加		カナダ海王丸フェスティバル出展
6	韓国ハナツアー博覧会出展 台湾トッププロモーション		
7	香港ブックフェア出展	フィリピンTME出展・マレーシアセールスコール ベトナム・タイセールスコール	
8	台湾国際旅遊展参加	インドネシアJapan Travel Fair出展	
9	台湾大商談会参加 中国セールスコール	マレーシアMATTA出展 タイFITフェア出展	ツーリズムEXPOジャパン出展 フランスTop Resa出展
10	台湾商談会参加・セールスコール		北米セールスコール
11	韓国モドツアー博覧会出展		イギリスWTM出展
12			フランスILTMカンヌ出展 オーストラリア商談会参加
1		タイセールスコール インドセールスコール	スペインFitur出展
2	中国セールスコール 台湾セールスコール		アメリカ商談会参加 イスラエルIMTM出展
3		マレーシアMATTA出展 インドネシア旅行博出展	ドイツITB出展 アメリカSeatrade Cruide出展

# インバウンド施策の成果(1) ～プロモーション・メディア展開～

- 平成28年度 海外プロモーション18か国45回、ファムトリップ83回実施
- 近年、外国人観光客の旅行形態は個人旅行が主流となってきており、FIT(外国人個人観光客)の誘客を促進するため、露出媒体を戦略的に選定し継続的なプロモーションに取り組んでいる。

世界的ニュースサイトで和歌山情報を発信	欧州最大のスポーツメディアでのキャンペーン	アセアン・インド国営TVへのニュース配信	インスタグラム等SNSで素顔の和歌山を露出
欧米豪	欧米豪	アジア	欧米豪・アジア
 <p>プロモーションビデオを制作し、「CNN」「BBC」のウェブサイトでも共同プロモーション</p>	 <p>360度バーチャルリアリティ動画を制作し、EUROSPORTオンラインで和歌山観光キャンペーン</p>	 <p>Catch Asia! Media Networkを通じ、アセアン・インド国営TV等48CHへ旬の和歌山情報を配信</p>	 <p>外国人観光客を対象とした写真コンテストの実施などSNS投稿による情報発信を促進</p>

# 和歌山県観光ウェブサイト・フェイスブック「Visit Wakayama」

## 多言語観光ウェブサイト



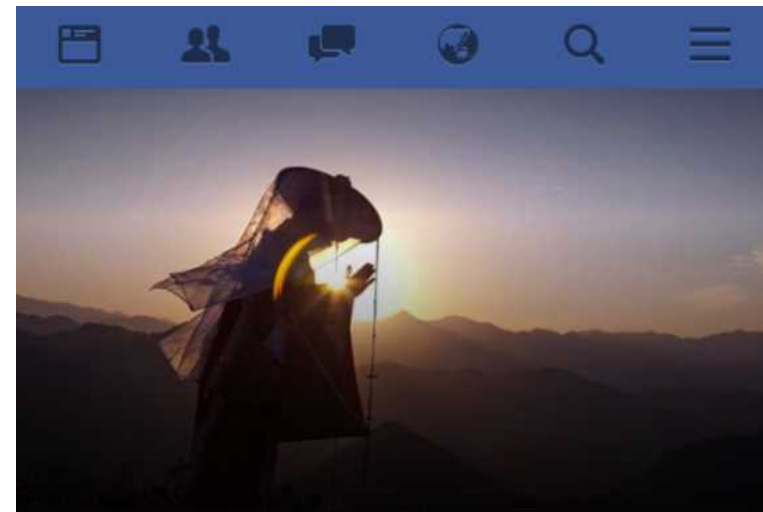
Not to Be Missed



URL: [visitwakayama.jp](http://visitwakayama.jp)

英語、フランス語、ドイツ語、スペイン語、中国語(繁・簡)、  
韓国語、タイ語、インドネシア語の9言語対応

## SNS (フェイスブック)



Visit Wakayama

@visitwakayama

メッセージを送信 >



いいね! 済み



フォロー中



メッセージ



その他

3.7 ★★★★★

旅行会社・和歌山県 和歌山市

## 外国人観光客向けインスタグラム「@visit wakayama」の運用開始

- 和歌山県を訪れる外国人観光客を主な対象としたインスタグラム「@visit wakayama」の運用を3月1日より開始。
- フォロワーの獲得と「#visit wakayama」を付けた写真の投稿を呼びかけ、インスタグラムを通じて和歌山県の魅力を拡散。

### キックオフキャンペーン

#### 1. フォトコンテスト

- (1) キャンペーン期間  
平成29年3月1日～平成29年3月26日まで
- (2) 賞品  
グランプリ：漆塗りガラス食器  
準グランプリ：紀州漆器 椀・箸ペアセット 他
- (3) 応募方法
  - ① インスタグラムに登録
  - ② 和歌山県の美しい写真を撮影  
(または過去に撮影した写真を選択)
  - ③ ハッシュタグ「#visitwakayama」をつけて投稿
  - ④ アカウント「@visitwakayama」をフォロー

#### 2. 「わかぱん」が写真投稿を呼びかけ

- 日時：3月8日(水)、9日(木)  
場所：関西国際空港(1階国際線到着フロア)  
※「KANSAI国際観光YEAR2017」のイベントブースと連携



#### ※インスタグラムとは

- 写真の共有を中心とした無料のSNSで2016年12月に全世界の月間アクティブ利用者が6億人を突破、若い女性を中心に利用者が急増しており、日本でも利用者が1,200万人を突破。

# インバウンド施策の成果(2) ～体験型観光・教育旅行の推進～

外国人観光客の旅行形態が個人旅行へと変化する中、体験型観光などの「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。また、海外からの教育旅行のニーズも増加。

## 外国語ウェブサイトの拡充



## ガイドブックの充実



## 教育旅行の受入実績

平成28年度 14校(台湾 2校、マレーシア9校、中国1校、韓国1校、フィリピン1校)

平成27年度 10校(台湾 5校、マレーシア5校)

平成26年度 14校(台湾10校、マレーシア4校)



# インバウンド施策の成果(3) ～受入環境整備～

## フリーWi-Fi大作戦

★県内観光施設に無料Wi-Fiを一気に整備

平成27年6月末  
**21AP**



平成29年3月末  
**1,681AP**



## 多言語電話通訳・翻訳サービス

★24時間多言語コールセンター（翻訳も）



もしもしコンシェルジュ体制

## 多言語案内表示

★観光地の多言語案内看板を  
重点的に整備



H26～28年度 **1975か所**

## 特区通訳案内士

★世界遺産地域限定の  
通訳案内士を育成



<登録者数146名>  
平成29年5月末

## おもてなしトイレ大作戦

★県内の観光関連公衆  
トイレを重点整備



H25～28年度 **661か所**

# 今年度の取組みの方向性(1) ～プロモーション～

外国人**富裕層の誘客**や**個人旅行客の長期滞在**をめざし、ターゲットに合わせたプロモーション活動を推進

## 富裕層の誘客促進

- 欧米豪の富裕層をターゲットとしたプロモーションの強化
- スポーツツーリズム推進

- ・ 富裕層向け旅行博への出展
- ・ 現地メディア・エージェントの招聘

## 新規市場の開拓

- ドイツやイスラエル等をターゲットとしたプロモーションの強化

誘客拡大  
長期滞在



旅行消費額  
増加

## 個人旅行客の長期滞在促進

- 体験型民泊の推進

- ・ インバウンド向け体験プログラムの情報発信

# 今年度の取組みの方向性(2) ～受入環境整備～

個人型へ変化する外国人観光客の旅行形態に対応するため、交通事業者の連携した取組を促進して、公共交通を活用した観光ルートを発信する。

## 移動環境の整備

■ 交通事業者が連携した検討体制を構築



■ 交通拠点での乗り換え案内表示等の整備

例：バス乗り場までの誘導表示、案内板の多言語化、バス停の案内情報の充実等



■ 交通事業者が連携した継続的な整備を推進



## 交通情報の発信

■ 公共交通を活用した観光ルート情報の発信



公共交通を活用した  
広域周遊・滞在型の観光を促進

【移動環境の整備】

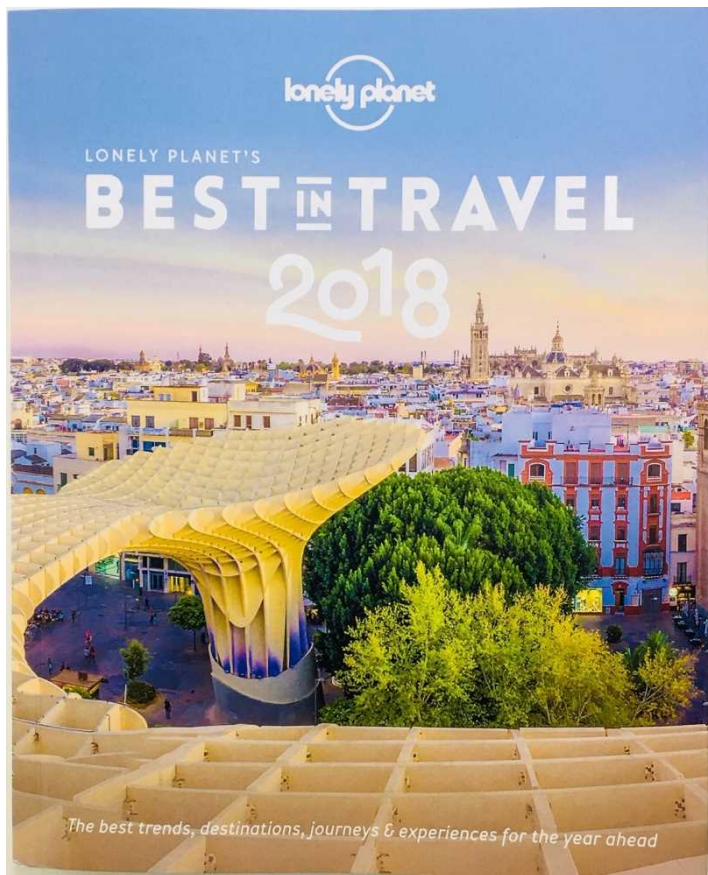


【交通情報の発信】



# 来年度に向けて ～プロモーション・メディア展開～

世界的旅行ガイドブック「**ロンリープラネット**」が最も旬な旅行先を紹介する「**Best in Travel 2018**」において、**紀伊半島**が**訪れるべき世界の10地域のベスト5**に選出



ロンリープラネット「Best in Travel 2018」より引用

