



和み、和らく。  
和歌山から  
はじまる旅。

# 『和歌山県観光振興実施工動計画』

＝観光振興アクションプログラム2022＝

令和4年4月12日

記者発表

## 現状・方向性

### ◎ポストコロナを見据えた観光成長戦略

- ◆新型コロナウイルス感染症の影響により、観光産業は大打撃を受けましたが、「わかやまフレッシュプラン」をはじめ「蘇りの地、わかやま」キャンペーン等の観光需要喚起策を展開するなど、観光産業の維持・再生を図ってきたところです。
- ◆今後は観光産業にとって追い風となるビッグイベントが目白押しであることから、この期間を「ダイヤモンドイヤー」として位置づけ、コロナ禍からの反転攻勢を目指すとともに、「多様な旅のスタイル」の普及・定着に向けた取組やインバウンドの段階的回復に向けたプロモーションを強化し、誘客を図ります。

弘法大師御誕生 1250 年  
(R5)

世界遺産登録 20 周年  
(R6)

大阪・関西万博  
(R7)



## R 4 年度の取組内容

### ◎「ダイヤモンドイヤー」に向けた取組

- ◆「弘法大師御誕生 1250 年記念事業」による誘客促進
  - ・弘法大師空海ゆかりの地との連携による共同プロモーションの展開
  - ・交通機関とのタイアップキャンペーンの展開
- ◆「世界遺産登録20周年」に向けた取組
  - ・世界遺産登録20周年に向けた機運の醸成
  - ・世界遺産を核とした広域観光周遊ルートの構築や交通アクセスの利便性向上
- ◆「大阪・関西万博」に向けた受入体制の整備や周遊促進に係る取組
  - ・DX(デジタルトランスフォーメーション)の推進によるストレスフリーな観光地づくり
  - ・さらなるインバウンド受入環境整備の推進
  - ・県内旅行消費額向上のための高付加価値な観光コンテンツの創出・磨き上げ
  - ・グローバルメディアとのタイアップキャンペーン
  - ・広域周遊のための交通アクセスの利便性向上



### ◎「蘇りの地、わかやま」キャンペーンの展開

- ・多様な旅のスタイルや嗜好に対応したテーマ別取組による誘客の多角化
- ・公式WEBやSNS、各メディアを活用した効果的な情報発信
- ・「わかやま・まるごとスタンプラリー」をはじめとする県内周遊施策の展開
- ・「わかやまフレッシュプランS」や「和歌山県版 GoTo トラベル」の実施による旅行需要・県内消費の喚起 など

### ◎「多様な旅のスタイル」の普及・定着

- ・ワーケーション、多拠点居住&テレワークなど「多様な旅のスタイル」の普及・定着
- ・サステナブルエコツーリズムを活用した企業研修・CSR活動の誘致
- ・広域連携による MICE 誘致に向けたプログラム開発
- ・サイクルツーリズム、自然とのふれあい体験などアウトドア観光の推進

### ◎インバウンドの段階的回復に向けたプロモーション展開

- ・往来再開の目途が立った国・地域から重点的に海外プロモーションを再開

## 1 ポストコロナを見据えた観光成長戦略

### (1)「弘法大師御誕生 1250 年記念事業」による誘客促進 (本冊 2 頁) =New=

- ◆弘法大師空海ゆかりの地との連携による共同プロモーションの展開
- ◆交通機関とのタイアップキャンペーンの展開

### (2)世界遺産登録20周年に向けた取組 (本冊 3 頁) =New=

- ◆世界遺産登録20周年に向けた機運の醸成
- ◆世界遺産を核とした広域観光周遊ルートの構築や交通アクセスの利便性向上

### (3)「大阪・関西万博」に向けた受入体制の整備や周遊促進に係る取組 (本冊 4 頁) =New=

- ◆DX(デジタルトランスフォーメーション)の推進によるストレスフリーな観光地づくり
- ◆さらなるインバウンド受入環境整備の推進
- ◆県内旅行消費額向上のための高付加価値な観光コンテンツの創出・磨き上げ
- ◆グローバルメディアとのタイアップキャンペーン
- ◆広域周遊のための交通アクセスの利便性向上

### (4)「蘇りの地、わかやま」キャンペーンの展開、安心・安全な観光地づくり(本冊 5 頁)

- ◆多様な旅のスタイルや嗜好に対応したテーマ別取組による誘客の多角化
- ◆公式WEBやSNS、各メディアを活用した効果的な情報発信
- ◆「わかやま・まるごとスタンプラリー」をはじめとする県内周遊施策の展開
- ◆JR西日本や阪急・阪神ホールディングス等交通機関とのタイアップキャンペーンの展開
- ◆「わかやまリフレッシュプランS」や「和歌山県版 GoToトラベル」による旅行需要・県内消費の喚起 =New=
- ◆「蘇りの地、わかやま」宿泊得々キャンペーンによる誘客促進
- ◆ガイドラインの徹底等による宿泊施設・観光施設等のコロナ対策の充実
- ◆県内観光事業者に対し、コロナ関連情報の提供及び相談受付や業況の把握等の支援
- ◆「飲食・宿泊・サービス業等支援金(第IV期)」により事業者の事業継続を下支え =New=

### (5)「多様な旅のスタイル」の普及・定着 (本冊 11 頁) =New=

- ◆ワーケーション、多拠点居住&テレワークなど「多様な旅のスタイル」の普及・定着
- ◆サステイナブルエコツーリズムを活用した企業研修・CSR活動の誘致
- ◆広域連携による MICE 誘致に向けたプログラム開発
- ◆サイクルツーリズム、自然とのふれあい体験などアウトドア観光の推進

### (6)インバウンドの段階的回復に向けたプロモーション展開 (本冊 12 頁) =New=

- ◆往来再開の目途が立った国・地域から重点的に海外プロモーションを再開

## 2 和歌山を売り出す

### (1)「サイクリング王国わかやま」で和歌山を売り出す (本冊 13 頁)

- ◆サイクリスト向けのモバイルスタンプラリーを太平洋岸自転車道と連携し拡充 =New=
- ◆有名アニメとのタイアップ、公式WEBやSNS、メディア等による誘客促進
- ◆JRきのくに線サイクリートレインとの連携 =New=
- ◆県内サイクリングイベントの支援
- ◆サイクリストに優しい宿泊施設やサイクルステーションなど受入体制の整備

## (2)「水の国、わかやま。」「アウトドア観光」で和歌山を売り出す (本冊 25 頁)

### I 「水の国、わかやま。」

- ◆「水の国、わかやま。」のスポットを周遊するモバイルスタンプラリーの充実 =New=
- ◆「水」をテーマとしたプロモーション
- ◆「水」の絶景スポットを周遊するモデルコースの設定や案内看板の整備
- ◆体験プログラムの開発支援

### II 「アウトドア観光」

- ◆アウトドア観光ポータルサイトの機能強化 =New=
- ◆体験事業者向けセミナーやワークショップ等の開催

## (3)「わかやま歴史物語」(歴史・浪漫)で和歌山を売り出す (本冊 33 頁)

### I 「わかやま歴史物語」

- ◆「わかやま歴史物語」人物編(神話～安土桃山)スタンプラリーの展開 =New=
- ◆「わかやま歴史物語」講座(仮称)の開催や特設WEBサイト等による魅力発信

### II 周年事業

- ◆和歌祭400周年 =New=  
紀州東照宮の式年大祭である和歌祭400周年記念事業の効果的な情報発信による誘客促進
- ◆熊野本宮大社正遷座130年 =New=  
熊野本宮大社の社殿が現在の地に遷座して130年を記念し、例大祭等と連携した情報発信により誘客促進
- ◆弘法大師空海御誕生1250年 =New=  
弘法大師空海の御誕生1250年を記念し、広域周遊を促進するキャンペーンを実施

## (4)「世界遺産」で和歌山を売り出す (本冊 42 頁)

### I 新たな魅力発信と周遊拡大

- ◆世界遺産「高野・熊野夢舞台」コンサート、公式WEBやSNS、メディア等による誘客促進
- ◆「高野山・熊野を愛する100人の会」メンバーによるイベントの開催や各種活動による情報発信

### II 保全・活用と受入体制整備

- ◆企業のCSRによる環境保全活動の誘致や環境保全トレッキング等により、「道普請」を推進
- ◆和歌山県街道マップの電子化や誘導板・解説板の再整備による受入体制の整備 =New=

## (5)「日本遺産」で和歌山を売り出す (本冊 56 頁)

### I 「鯨とともに生きる」

- ◆特設WEBサイトやSNS、メディア等を活用した情報発信による誘客促進
- ◆体験プログラムを活用した修学旅行誘致の実施

### II 「絶景の宝庫 和歌の浦」

- ◆ガイドブックや特設WEBサイト、メディア等を活用した情報発信による誘客促進
- ◆フォトコンテストの実施によるエリア内の周遊促進

### III 「『葛城修験』—里人とともに守り伝える修験道はじまりの地」

- ◆登山地図アプリを活用したデジタルスタンプラリーの展開 =New=
- ◆パンフレット、ルートマップや特設WEBサイト等を活用した情報発信による誘客促進
- ◆構成自治体間でのリレー形式セミナーやモニターツアー・ファムツアー等の実施
- ◆日本遺産ガイドの養成、構成文化財等の解説板や誘導板の作成等による受入体制の整備

## 3 和歌山へ招く

## (1)「メディアを活用」して和歌山へ招く (本冊 86 頁)

- ◆テレビ、雑誌、WEB、SNSなどありとあらゆる媒体を活用し、単体もしくはそれらを複合的に組み合わせ、「世界遺産」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」に関する情報を効果的に発信するとともに提案活動を実施

- 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110店舗等で展開(年間26万部)
- 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 102 頁)

- ◆「宇宙」を切り口とした新たな層の開拓(ロケット打ち上げ応援イベント等を実施) =New=
- ◆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)
- ◆ワーケーションの推進を通じた誘客(企業研修プログラムの活用等により「ワーケーション＝わかやま」の定着を加速)
- ◆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)
- ◆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)
- ◆コンベンション誘致推進(開催支援、誘致活動)
- ◆修学・教育旅行の誘致(国内回帰・県内志向の進展など傾向の変化を踏まえ、効果的な誘致活動を展開)
- ◆スポーツ合宿の誘致(プロスポーツキャンプ、社会人・大学スポーツチームの合宿をターゲットとしたプロモーションの実施)
- ◆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モバイル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 119 頁)

### I 阪急阪神グループとの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 JRとのタイアッププロモーション

- ◆「WEST EXPRESS 銀河」の運行に合わせた観光関連事業者等と連携したおもてなしを実施

## (4) 「首都圏」から和歌山へ招く (本冊 130 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2022
  - 【時期等】 10月27日(予定) 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
- ◆南紀白浜空港を利用した誘客(エージェンツ等訪問による旅行商品造成働きかけ等を実施)

## 4 和歌山でもてなす

### (1) 上質な観光サービスの創出 (本冊 140 頁)

- ◆ホスピタリティ向上(観光関係者のおもてなし力向上に向けた研修等や「わかやまおもてなし宣言」の実施)
- ◆夜の楽しみ方の提案(夜の娯楽としての県内飲食店やイベント情報などを総合的に情報発信)
- ◆富裕層向け宿泊施設の誘致

### (2) 人材の育成 (本冊 143 頁)

- ◆和歌山大学観光学部との連携(「観光・地域づくり」講座の共同開催やインターンシップの受入等)
- ◆紀州語り部のレベルアップ研修等の実施

### (3) 快適観光空間の創造 (本冊 145 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、市町村等が行うトイレ整備(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
- ◆ユニバーサルツーリズムの推進  
バリアフリー観光に関する研修や観光施設のバリアフリー情報の発信等により、ユニバーサルツーリズムを推進

### (4) 二次交通の利便性向上 (本冊 146 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)、高速バス(京都駅～高野山)、高野山・熊野聖地巡礼バス(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)を積極的に情報発信し、利用を促進



## 5「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 153 頁)

- ◆ 関西広域で連携した周遊観光ルートの提案や首都圏からのプラスワントリップ推進などにより、外国人個人観光客対策を強化
- ◆ ポストコロナに対応したアウトドア観光の推進、国立公園や南紀熊野ジオパークと連携した誘客促進
- ◆ ミシュランガイド初掲載を契機としたガストロミーツーリズムの推進 =New=
- ◆ サスティナブルツーリズムの推進 =New=

### (2) 『海外26か国・地域』から和歌山へ招く (本冊 157 頁)

#### I アジア

- ◆ 個人型観光客をターゲットとしたメディア対策等を強化、今後、求められるコンテンツ「安全・安心」や「健康」、「アウトドア(屋外型)」、「サスティナビリティ(持続可能性)」をキーワードとした体験プログラムやツーリズムを積極的に提案

#### II 欧米豪

- ◆ 世界遺産「高野山・熊野」をはじめとした歴史や伝統文化に加え、「サスティナブル(持続可能)」であることを重視する傾向を捉え、豊かな自然を生かした体験プログラムやガーデンツーリズム、ガストロミーツーリズムに取り組むとともに、関西観光本部や近隣府県、首都圏との連携を強化し、周遊観光ルートの情報発信に取り組む

### (3) 『ネットメディア展開』で和歌山へ招く (本冊 170 頁)

- ◆ 多言語観光WEBサイト「Visit Wakayama」や Facebook、Instagram 等 SNS による旬の観光情報の発信
- ◆ CNN や BBC など海外大手メディアを活用したグローバルキャンペーンの展開

### (4) 『テーマ別の取組』で和歌山へ招く (本冊 172 頁)

- ◆ 世界遺産地域を中心に自然と文化体験を同時に体感できるストーリー性のある体験コンテンツを情報発信やファミツアーに積極的に取り入れるなど、アドベンチャーツーリズムを推進 =New=
- ◆ 日本の庭園を中心に、周辺の観光地や食文化、体験プログラムを取り入れたストーリー性のあるガーデンツーリズムを国内外に向けて提案 =New=
- ◆ サイクリングやゴルフ等のレクリエーション活動の提案や情報発信により、スポーツツーリズムを推進
- ◆ 県内の医療機関や旅行会社との連携により、健康づくりをテーマにした特色あるウェルネスツーリズムを推進
- ◆ 外国クルーズ客船の誘致に向けた客船運航会社等へのセールスの実施、クルーズ観光情報の発信
- ◆ 南紀白浜空港への国際チャーター便を利用した県内宿泊ツアー商品造成の働きかけ

### (5) 『外国人観光客』を和歌山でもてなす (本冊 179 頁)

- ◆ デジタルを活用した観光周遊環境整備 =New=  
高野山・山麓エリアで実施してきた交通・観光施設等チケットの予約・決済・利用をスマホ一つで可能とするデジタル化の取組を、熊野地域を中心に紀南方面に拡大
- ◆ 二次交通の県域をまたいだ統一的なインバウンド対応の推進(交通アクセスの改善、多言語案内表示の充実)
- ◆ Mastercard との連携協定に基づく観光コンテンツ開発などの取組の推進 =New=
- ◆ 飲食店の多言語対応促進 =New=
- ◆ 和歌山県版通訳ガイドの育成、就業促進のための情報発信
- ◆ 外国人観光客の受入環境(Wi-Fi、多言語案内表示ほか)の整備
- ◆ 和歌山ほんまもん体験のインバウンド対応支援
- ◆ 多言語コミュニケーションツール(電話通訳・簡易翻訳サービスほか)の導入推進
- ◆ グローバルメディアを活用した県内事業者の情報発信強化  
世界的なグローバルメディアを活用し、観光関係者自身による外国人観光客への情報提供やデータ分析によるマーケティングへの活用などの取組を推進
- ◆ 消費拡大のためのキャッシュレス決済環境の整備、消費税免税店の拡大
- ◆ JNTO 認定外国人観光案内所の拡充

#### 【問い合わせ先】

観光局	観光振興課	073-441-2777	上野、金尾、中村
	観光交流課	073-441-2789	前坂、播野