

## 令和元年度 事業計画及び収支予算

和歌山県観光連盟（以下「観光連盟」という。）と県では、「和歌山ブランドの拡大」と「持続可能な観光地づくり」を基本コンセプトに、メディアや旅行会社に対し継続的な企画提案活動を展開し「和歌山の魅力」を発信する一方、地域の皆さまと連携した観光資源開発・商品づくりにより「和歌山の魅力」を向上させてきました。

平成30年は、相次ぐ台風や豪雨による自然災害で大きな被害を受けた地域があったものの、前年よりも日帰り客数・宿泊客数ともに増加し、史上最高を記録した平成28年に次ぐ数字を記録し、好調を維持しています。

また、2017年に、英語による旅行ガイドブック「ロンリープラネット」の「Best in Travel 2018」において「訪れるべき世界の10地域」のベスト5に和歌山を中心とする紀伊半島が選ばれたのに続き、世界的な宿泊施設予約サイトAirbnbが昨年12月3日に公表した「2019年に訪れるべき19の観光地」の1つとして、和歌山県（Wakayama Prefecture）が日本で唯一選ばれるなど、国内外からの注目度が一段と高まっています。

観光連盟の職員が、これまで築いたメディアや地域とのネットワークを活かし、情報発信をはじめとする様々な事業を積極的に展開したことも、これらの成果につながる大きな要因となっています。引き続き、令和元年度においても、県と協働で策定する「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2019～」に基づき、『中期計画』で位置づけた事業戦略である「和歌山の魅力発信」と「和歌山の魅力向上」を主軸として、観光連盟の強みである「専門性」「継続性」「機動性」「官民連携」を活かした取り組みを推進します。

具体的には、和歌山県を代表する観光情報誌「紀州浪漫」の全国展開、国内外のメディア露出に向けた提案活動やロケの誘致活動、ホームページやSNSの活用などを通じて効果的な情報発信を行います。取材やロケの実施に際しては、スケジュール作成や関係機関との調整、現地案内など万全の受入体制を取り、訴求力のある成果品や質の高い作品づくりの支援に努めます。また、世界最大級の観光展「ツーリズムEXPOジャパン2019」など発信力のある展示会への出展や、4年にわたって取り組んできた全国旅行業協会加盟の第2種、第3種の旅行会社に対する提案活動を継続して実施するとともに、コンベンション誘致にあたっては、ユニークベニユーを活用した和歌山ならではの企画を提案し、県内開催の実現につなげます。

インバウンドの取り組みについては、国内同様メディア対策に重点を置くとともに、日本最大級のインバウンド商談会「VISIT JAPAN Travel & MICE Mart 2019」への出展や、各国マーケットの状況に応じた現地セールス等を実施します。

さらに、県との協働により、和歌山県観光の将来を見据え、ブランド力の高い世界遺産や有名温泉に加えて、ポテンシャルの高い観光資源を発掘・開発し、具体的にわかりやすく整理・発信することで、県内周遊とリピーター化を促進し、滞在時間を長くすることによる消費の拡大に努めます。

具体的には、和歌山が持つ自然の素晴らしさを表現する「水の国、わかやま。」キャンペーンを継続し、周遊促進を図るとともに、既にサイクリストの間で認知度が高まっている県内約800kmにおよぶサイクリングロードを活かし、「WAKAYAMA 800 サイクリング王国わかやま」を引き続きPRすることで、さらに多くのサイクリストを呼び込みます。また、本年は、世界遺産登録15周年に当たることから、県の実施する特別企画の周知を図ってまいります。

さらに、日本遺産認定の4件のストーリーを含む県内各地に残る歴史・文化資源と食や温泉などを組み合わせた100の旅モデルを提案する「わかやま歴史物語」を広く周知し、「ねんりんピック」で来県される方などシニア層をコアターゲットとした誘客も促進します。

加えて、熊野古道の周遊拡大と魅力向上のため、主要なスポット以外の絶景や見どころを紹介する「熊野古道の新たな魅力100選」の発信を図ってまいります。

他方では、県内の観光関連事業者の皆様に観光連盟の賛助会員としてご参画いただき、各施設・店舗等の詳細情報を会員情報として発信することで、観光連盟ならではの個別具体的な和歌山観光の魅力を伝えていきます。

以上の施策展開に際しては、観光連盟の強みであるメディアや地域との繋がり、広い人脈を十分に活かし、マーケットニーズと観光資源とのマッチングを念頭に置きながら、効果的な「和歌山の魅力発信」と「和歌山の魅力向上」を図り、観光業界のリーダーとして和歌山県の観光振興に取り組んでまいります。

# 1 和歌山の魅力発信

## (1) 和歌山県観光情報誌「紀州浪漫」制作

(27,878千円) 年4回 400,000部

県観光情報誌「紀州浪漫」は、発刊から18年が経過し、本県を代表する観光情報誌として定着しています。旬の観光情報とマーケットニーズに即応する誌面を制作し、主要書店はじめ全国に情報発信します。

<時期等> 年4回(6、9、12、3月)発行 各100,000部

<配布> 全国の旅行会社及びメディア、和歌山ファンクラブ、全国の主要都市の主要書店160店舗

〈和歌山へ招く〉

## (2) メディア対策

(32,547千円) 50媒体

### ①企画提案活動の実施

テレビ、ラジオ、雑誌、ウェブなどの各種メディアに対し、それぞれの媒体とコンセプトやターゲット層にマッチした観光素材の提案活動を推進します。

首都圏や京阪神を中心に提案活動を実施します。

#### ○提案活動の実施

・首都圏、京阪神を中心に全国

<時期> 通年

#### ○取材、ロケ、ロケハン等の支援

・スケジュール作成、関係機関等との調整、現地案内

<時期> 随時

### ②「水の国、わかやま。」キャンペーンの展開

「水の国」という意外性のあるテーマ設定により注目度を高め、世界遺産ブランドを取り込みながら新たな観光資源に焦点をあて、まだ知られていない「和歌山の魅力」を発信します。

グルメ、アウトドア、女子旅など、効果的なカテゴリーのメディアから発信することでそれぞれのコンセプトにあった旅モデルを提案します。

#### ○雑誌、WEBへの出稿

<時期> 通年

### ③「WAKAYAMA800 サイクリング王国わかやま」の展開

総延長約800kmの海・川・山のサイクリングロードを誇る「サイクリング王国わかやま」の魅力を国内外のサイクリストに自然、歴史、文化、食などと併せて体験してもらうためのプロモーションを展開します。さらに、サイクリングを趣味としない層に対しても、健康や美容面で有効なサイクリング旅などを提案します。

また、有名ロードバイクメーカーとタイアップすることで、そのブランド力を活用した取り組みを実施します。

#### ○雑誌、サイクリング系WEBへの出稿

<時期> 通年

〈和歌山へ招く〉

### ④企業とのタイアップ

有名ロードバイクメーカーやトレッキングなどを展開するアウトドアメーカーなどの企業とのタイアップの推進により企業側のパブリシティとブランド力を積極的に活

用します。

○有名ロードバイクメーカーとのタイアップ

詳細：③「WAKAYAMA800 サイクリング王国わかやま」の展開

〈和歌山へ招く〉

#### ⑤わかやまパンダ大使「岡本玲」さんによるPR

わかやまパンダ大使の「岡本玲」さんに、観光イベントやメディア出演を依頼し、広く情報発信を行っていただきます。

〈時 期〉 随時

〈和歌山へ招く〉

#### ⑥観光連盟ホームページ

「水の国、わかやま。」キャンペーン、「サイクリング王国わかやま」、「わかやま歴史物語」、などおすすすめコンテンツや、「高野山」「熊野古道」「グルメ」等、常時アクセスの多いコンテンツバナーをトップページに配置し、和歌山の旅の魅力を発信します。

〈時 期〉 通年

〈和歌山を売り出す〉

#### ⑦効果的な広告出稿

ターゲットに確実に訴求できる専門紙や季刊誌への広告掲載や、各種キャンペーン、旬の情報等の雑誌、新聞広告について、費用対効果を勘案しながら実施します。

〈時 期〉 随時

〈和歌山へ招く他〉

### (3)「わかやまフィルムコミッション」による映画等のロケ誘致

(1,300千円) 20件

ジャパン・フィルムコミッションのネットワークを積極的に活用し、業界関係者に強く働きかけ、映画やテレビ番組等のロケを誘致することで、映像を通じた魅力発信と認知度向上を図ります。

○誘致活動

・首都圏制作会社等への営業活動

〈時 期〉 随時

○ロケ実施支援

・ロケ受入体制の充実（ロケ・ロケハン協力、関係機関等との調整）

〈時 期〉 随時

・エキストラの動員

〈時 期〉 随時

・受入担当者研修会の実施

〈時期等〉 5月～6月 和歌山市

○情報発信

・ジャパンフィルムコミッション全国ロケ地フェア2020への出展

〈時期等〉 1月 東京（予定）

・わかやまフィルムコミッション専用サイトからの発信

〈和歌山を売り出す〉

(4) 集客力のある展示会等への参加 (10,100千円) 4回

世界最大級の旅の総合イベント「ツーリズムEXPOジャパン2019」への出展など集客力のある観光展、展示会に出展します。

○ツーリズムEXPOジャパン2019

展示会に出展し、旅行意欲の高い消費者に対し、ダイレクトに本県への旅行を促すほか、同時に開催されるメディアや旅行会社、インバウンド向けの商談会に参加し、観光素材の提案を行います。

<時期等> 10月24日～27日 インテックス大阪

○ほんまにええとこ関西観光展 in 大阪、横浜

日本観光振興協会関西支部主催の観光展に出展し、関西広域圏での和歌山をアピールします。

<時期等> 9月(予定) JR大阪駅(予定)  
2月(予定) 横浜新都市プラザ(予定)

○サイクルスポーツデイズ

サイクリング王国わかやまをテーマにした観光素材やモデルコース等をアピールします。

<時期等> 4月6～7日 イオンモール熱田

○サイクルモードインターナショナル2019

サイクリング王国わかやまをテーマにした観光素材やモデルコース等をアピールします。

<時期等> 11月2～4日 幕張メッセ

○アウトドアフェス

アウトドア愛好家が多く集まる場で体験メニュー豊富な和歌山県への旅行を促します。

<時期> 3月(予定) 万博記念公園(予定)

(和歌山へ招く)

(5) 旅行会社対策 (1,200千円) 20商品

地域の団体旅行を牽引する「第2種、第3種旅行者」や、社員・従業員あるいは顧客向けの旅行商品を企画する、「ハウスエージェント」に対し旅行商品造成のための提案活動を実施します。

<時期> 通年

(和歌山へ招く)

(6) コンベンション誘致 (10,000千円) 20件

コンベンション(国際・全国規模の各種会議や学会等)やスポーツ大会などを誘致します。また、世界遺産を活用したユニークベニューなど和歌山ならではの企画を提案するとともに、ニーズに合わせたサポートを実施します。

○開催支援

コンベンション開催助成金や観光パンフレット等のツール提供により主催者を支援します。

<時期> 随時

○誘致活動

- ・地方都市コンベンション協議会合同セールスへの参画

<時期> 6月、10月、1月（予定） 東京

- ・地方都市コンベンション協議会への参画

協議会主催セミナー（対象：学会2回、旅行会社・企画会社各1回）及びイベントPRブースに参加します。

<時期等> 5月、7月、11月、1月、3月（予定） 東京

○情報発信

- ・コンベンションガイドブック、ユニークベニューMICEガイド、専用サイトによる情報発信

<時期> 通年

〈コンベンション他〉

(7) 観光キャンペーンスタッフ「きのくにフレンズ」によるPR活動

(2,700千円) 活動のべ150日

全国で展開する観光キャンペーン、イベントにおけるPR活動や雑誌、新聞、テレビなどのメディアに出演し、和歌山の魅力をPRします。

<時期等> 随時

〈和歌山を売り出す〉

(8) わかやま紀州館事業

(23,000千円) 30媒体、20旅行商品

人や情報が集中する首都圏において、メディアや旅行会社と連携し「わかやま歴史物語」や「サイクリング王国わかやま」、「水の国、わかやま。」などの観光素材を継続的に情報発信し、首都圏からの観光客誘致に繋がります。

“和みわかやま”東京レセプションの開催を通じた情報発信をはじめ、訴求力のある媒体（テレビ、雑誌等）への提案活動の実施、知的好奇心旺盛な方々に向けた「わかやま講座」等を開催し、和歌山への興味と旅行動機を喚起します。

○メディア展開

- ・提案活動の実施

<時期> 通年

- ・メディア等情報交換会の開催

近畿6府県が連携し、首都圏メディア、旅行会社を対象に各府県の観光素材を紹介します。

<時期> 6月、10月、2月

○旅行会社対策

- ・ファミツアーの実施  
     <時 期> 夏～秋
- ・旅行商品販売促進支援  
     旅行商品販売促進のため、参加者特典の提供やタイアップ事業の実施  
     <時期等> 未定
- わかやま講座の開催
     ・メディア連携セミナー&新聞等発信  
         <時 期> 未定
- ・大学連携公開講座、カルチャーセンターや民間企業との連携講座の実施  
         <時 期> 随時
- 首都圏観光物産PRイベント等の実施
     ・“和みわかやま”東京レセプション2019  
         <時 期> 9月3日  
         <内 容> メディア・旅行会社関係者約300名  
             【第1部】 旅行会社情報交換会、観光プロモーション説明会  
             【第2部】 レセプション（交流会）
- ・東京からの和歌山県への時刻表(アクセスガイド)の改訂  
         <時 期> 3月

〈和歌山へ招く〉

## (9) 名古屋観光センター事業 (1,926千円) 10件

道路環境がよくなり、本県へのお客様が增加している東海圏を重点地域として、熊野をはじめとした和歌山の魅力を継続的に発信します。

- メディア展開
     ・企画提案活動の実施  
         <時 期> 通年
- ・ファミツアーの実施  
         <時期等> 未定
- 旅行会社対策
     ・企画提案活動の実施  
         <時 期> 通年
- 観光物産PRイベント等への出展
     ・ふるさとフェア～全国センター合同物産観光展～  
         <時期等> 未定
- ・ふるさと全国県人会まつり2019  
         <時 期> 9月 久屋大通公園 久屋広場・エンゼル広場（名古屋市）
- ・旅まつり名古屋2020  
         <時 期> 3月 久屋大通公園 久屋広場・エンゼル広場（名古屋市）

〈和歌山へ招く〉

(10) 国際観光推進 (12,906千円) 30件

国別、市場別の旅行熟度に対応し、メディア展開や旅行商品の造成、展覧会や商談会への参加などにより誘客を促進します。なかでも急増するFIT（個人観光客）対策としてメディア対策を強化します。

○メディア招聘

- ・テレビ

<時期等> 随時 東南アジア、欧米豪

- ・雑誌、旅行ガイドブック

<時期等> 随時 中国、台湾、香港、韓国、欧米豪

- ・ウェブ、ブログサイト

<時期等> 随時 中国、台湾、香港、韓国、東南アジア、欧米豪

○取材、ロケ、ロケハン等の支援

- ・スケジュール作成、関係機関等との調整、現地案内

<時期等> 随時

○海外現地セールスプロモーション

<時期等> 未定

〈和歌山へ招く〉

(11) わかやまファンクラブ運営 (920千円) 1,000人

わかやまファンクラブを運営し、ファンクラブメンバーからの情報発信とリピーター化を促進します。

○「紀州浪漫」の送付

<時期> 年4回

○ファンクラブツアーの実施

<時期> 10月（予定）

〈コンベンション他〉

(12) 広域連携 (1,000千円)

公益社団法人日本観光振興協会、近畿府県観光連盟と広域観光振興を推進します。

○日本観光振興協会関西支部主催の観光展に出展（再掲）

○広域マップの作成

〈コンベンション他〉

(13) 県との協働事業 (17,619千円)

①「水の国、わかやま。」キャンペーン（再掲）

メディア対策とともに、ホームページでの情報発信や旅行会社への情報提供のほか、新たな観光資源の開発に取り組みます。



## ②サイクリング王国わかやま（再掲）

メディア対策とともに、ホームページでの情報発信や旅行会社への情報提供のほか、サイクリストに優しい宿の拡大を図るなど、サイクリストの利便性を向上する取組を実施します。

## ③わかやま歴史物語

神話の時代から近代に至る豊富な歴史ストーリーや歴史資産と人、文化、食などを含めた「和歌山の歴史の楽しみ方」を100の旅モデルで紹介します。

ホームページでの発信のほか、メディア及び旅行会社への情報提供を実施します。

## ④世界遺産登録15周年記念キャンペーン

平成16年7月に登録された「紀伊山地の霊場と参詣道」が本年度で15周年を迎えることを記念して実施されるキャンペーンについて、ホームページでの発信のほか、メディア及び旅行会社への情報提供を実施します。

## ⑤プロモーションの実施

各都市圏の主要旅行会社へ、観光素材やモデルコースの提案を行うとともに、テレビ局や新聞社などのメディアを訪問し記事等での露出を図ります。

### ○夏プロモーション

＜時期＞ 6～7月

＜対象＞ 京阪神 京都、大阪、神戸、姫路

西日本 岡山、福山、広島、福岡

東海 名古屋、岐阜

### ○春プロモーション

＜時期＞ 2～3月

＜対象＞ 京阪神 京都、大阪、神戸、姫路

西日本 岡山、福山、広島、福岡

東海 名古屋、岐阜

〈和歌山へ招く〉

## ⑥教育旅行誘致推進

「ほんまもん体験」をはじめ「世界遺産の保全」「世界農業遺産」「防災学習」などの和歌山ならではの学習プログラムを組み込んだ修学・教育旅行を旅行会社や学校へのプロモーション活動を実施することで誘致します。

### ○セールス活動の実施

＜時期等＞ 首都圏・九州圏：3月～5月（対高校商戦時期）

中京圏・中国圏：6月～9月（対中学商戦時期）

＜対象＞ 首都圏、中京圏、近畿圏、中国圏、九州圏、  
学校関係者、旅行会社等

- スクールキャラバンの実施（和歌山県体験型教育旅行誘致協議会事業）
  - ＜内 容＞ 埼玉県内の高等学校、中京圏の中学校・高等学校、  
中国圏の中学校、首都圏の高等学校、福岡県の高等学校等
- 現地視察調査支援
  - ＜時期等＞ 通年
  - ＜対 象＞ 学校関係者、旅行会社

〈和歌山へ招く〉

#### ⑦スポーツ合宿の誘致

本県の温暖な気候と国体を契機に整備された施設を活用して、県教育委員会との連携により各種団体のスポーツ合宿を誘致します。

- 専用サイト、パンフレット「スポーツ王国わかやま合宿ガイド」の展開
- プロモーションの実施
  - ＜内 容＞ 旅行会社

#### ⑧日本遺産認定を契機とした取り組み

日本遺産『鯨とともに生きる』に続き、平成29年度に認定された『絶景の宝庫和歌の浦』、『「最初の一滴」醤油醸造の発祥の地 紀州湯浅』、『「百世の安堵」～津波と復興の記憶が生きる広川の防災遺産～を活用し、県観光連盟としての強みを活かした取り組みを展開します。

〈和歌山へ招く〉

## 2 和歌山の魅力向上

### (1) 体験事業者・語り部のおもてなし向上 (1,550千円) 100人

体験事業者を対象に、外国人観光客の受入や人気プログラムの背景等をテーマとした研修会を開催し、体験プログラムの充実や受入体制の強化に努めます。また、紀州語り部のおもてなし力向上のための研修会等や相互連携を図る連絡会議を実施します。

○体験事業者研修会の実施

<時期等> 2月～3月 県内1箇所

○紀州語り部ガイドレベルアップ支援

<時期> 随時

○紀州語り部連絡会議、連絡会議の実施

<時期等> 1月～3月 県内2箇所(研修会)

<時期等> 1月～3月 県内2箇所(連絡会議)

〈和歌山でもてなす〉

### (2) インスタグラムを活用した魅力発信 (1,000千円)

Instagramを活用し、コンテスト形式で魅力的な本県観光地の写真の投稿キャンペーンを実施し、国内外に発信します。

また、優秀作品をフォトライブラリーに掲載することで、旅行会社等に提供します。

○フォトコンテストの実施

<時期> 通年(毎月優秀作品を選定)

〈和歌山へ招く〉

### (3) 「わかやま紀州館」における和歌山県産品展示運営 (3,014千円)

和歌山県産品のアンテナショップとしての「わかやま紀州館」での和歌山県産品展示運営の管理を行います。

<時期> 通年

〈和歌山を売り出す〉

### (4) 本部、観光センター運営 (6,760千円)

観光連盟本部、わかやま紀州館、名古屋観光センターの運営を行うとともに、PRツール、パンフレット、ノベルティ等の作成します。

<時期> 通年

〈法人、和歌山へ招く〉

各事業の(事業費)は、人件費・事務費・減価償却費を除く