

平成24年度 事業計画

昨年、3月には、東北地方太平洋沖地震とそれに伴って起こった福島第1原子力発電所における事故、また、9月には台風12号による紀伊半島大水害と、大きな災害に見舞われました。それらによる経済活動の停滞とともに、本県の観光を取り巻く状況も非常に厳しいものであり、社会情勢を充分把握しながら、誘客活動の重点地域、その手法、時期などを見極めつつ、観光振興施策に取り組んで参りました。

このような災害や、長引く不況、雇用情勢の不安等、様々な社会的要因は、観光に大きな影響を及ぼし、また一方では、団体旅行から個人・グループ旅行などへ、観光形態は変化し、観光ニーズは多様化してきており、観光そのものも社会のトレンドに影響を受け、変化を続けています。このような情勢の中、私たち観光に携わる者にとっては、従来にも増した臨機な対応が必要となっています。

さて、本県では、観光立県実現のための基本理念と観光振興に関する基本的な事項などを定めた「和歌山県観光立県推進条例」に基づき、観光関係者、行政、そして県民の総参加による観光振興への取り組みを進めています。観光は、旅行業、運輸業や宿泊業及び飲食業などの直接に関連する産業だけでなく、農林水産業や商工業など多くの産業へ幅広く効果を及ぼす総合的な産業であり、その振興は、地域経済の発展と県民生活の向上に寄与することが期待されています。

今年度、観光連盟は、公益社団法人としての新たな一步を踏み出すこととなり、観光の果たす社会的役割を踏まえ、県、市町村、観光事業者が協働して取り組む観光振興計画「和歌山県観光振興実施行動計画＝アクションプログラム 2012＝」を県と連携して策定し、「和歌山を売り出す」「和歌山へ招く」「和歌山でもてなす」を施策の柱に、間近に控えた伊勢神宮式年遷宮（平成25年）、世界遺産登録10周年（平成26年）、高野山開創1200年（平成27年）に向けた具体的な取り組みを推進するとともに、災害から学んだ「自然への畏敬の念」「甦り・癒し」などをコンセプトとした観光振興施策を展開して参ります。

「和歌山を売り出す」では、健康をキーワードに世界遺産地域をフィールドとしたウォークイベントの開催や、パワースポットや山ガールなどのブームを活用した女性向け誘客施策の充実に加え、平成26年の世界遺産登録10周年を見据え、紀伊路等、参詣道の新たな魅力の開発に取り組み、誘客を図って参ります。

また、「和歌山へ招く」では、年金旅行、修学旅行などのターゲットを絞った誘客、CSR（企業の社会貢献活動）を活用し、企業と連携した世界遺産の保全と誘客、国際チャーター便就航促進によるインバウンドの促進に加え、伊勢式年遷宮（平成25年）から熊野への誘客を図って参ります。「和歌山でもてなす」では、引き続き観光施設従業員の接遇向上、施設・料理など旅館・ホテルの商品力向上を支援するアドバイザーの派遣等や、ホスピタリティの向上を推進、また外国人観光客が快適に観光できる受入体制の充実強化と、体験型観光の資質向上を目指すこととしています。

これらの施策について、トレンドやマーケットのニーズを活かした臨機な対応により、県、市町村、観光事業者と協働し、本県の観光振興を図って参ります。

1 和歌山を売り出す (15,530 千円)

(1) 観光地魅力発信 (14,460 千円)

観光地のPRとして、ロケ誘致や各種イベントでの情報発信を推進し、観光客を誘致する。

- ・「わかやまフィルムコミッション」による地域と連携した映画等のロケ誘致
- ・観光キャンペーンスタッフ「きのくにフレンズ」によるPR活動の実施
- ・観光連盟HPの運営

(2) 「わかやま喜集館」における和歌山県産品宣伝 (1,070 千円)

和歌山県から中小企業団体中央会に対し委託している「わかやま喜集館」での和歌山県産品展示運営の管理及び首都圏における和歌山県産品の調査を行う。

2 和歌山へ招く (150,078 千円)

(1) 戦略的首都圏対策 (44,050 千円)

情報発信の一大拠点である首都圏を対象に、多種多様な手段を講じて多面的に高野熊野をはじめとする和歌山の魅力を発信し、和歌山県観光の認知度を向上させると共に、首都圏をはじめ全国から新たな観光客の誘客を図っていく。

○観光物産PRイベント等の実施

マスコミや旅行エージェント等とタイアップした各種イベントを同時期に集中させた首都圏大規模キャンペーンイベントを実施する。

○マスコミを通じた認知度の向上

世界遺産「紀伊山地の霊場と参詣道」の主要エリアである高野山・熊野三山や、南紀白浜をはじめとした「和歌山県の魅力」や「首都圏から近い和歌山県」をアピールするとともに、テレビ・雑誌媒体に対し、本県の観光や食などをテーマにした番組や特集記事等の制作・掲載を働きかけ、露出度アップを図る。

○旅行エージェントへの売り込み

首都圏エージェントに対し、特に旅行志向の高い女性層をターゲットに、和歌山ならではの観光や食、体験など魅力ある商品となり得る素材を提案し、現地招致も取り入れながら旅行商品の造成等を働きかけ、和歌山への誘客を促進する。

○わかやま講座

首都圏の自治体、カルチャーセンター、旅行エージェント等とタイアップした和歌山の魅力をアピールできる講座を開催するとともに、講座参加者のデータベースを活用した観光情報の提供により和歌山への旅行需要を喚起する。

(2) 観光センター運営 (25,938 千円)

○わかやま喜集館実施事業

首都圏からの誘客対策、わかやま喜集館広報の展開

旅行エージェント、メディア関係者への対応

○名古屋観光センター実施事業

東海圏からの誘客対策、旅行エージェント・メディア関係者への対応

(3) 国際観光推進 (10,594 千円)

台湾、香港、韓国、中国等の東アジア及びフランス、イタリアなど欧米豪からの外国人観光客の誘致を推進する。

- ・海外メディアの取材誘致等による海外への情報発信
- ・海外エージェント視察（下見）招請による旅行商品造成支援
- ・若年層の交流に向けた教育旅行の誘致促進
- ・国際チャーター便就航支援及び誘致活動の展開

(4) 修学旅行誘致拡大 (5,391 千円)

修学旅行来県校の増加を図るための誘致活動を積極的に展開するとともに、必要な受入体制整備を図る。

- ・旅行会社及び学校を対象とした現地視察の支援
- ・修学旅行の受け皿となる地域コーディネート組織の育成

(5) スポーツ合宿誘致 (528 千円)

大学生の合宿の方面決定に影響力のある「合宿・ゼミ旅行の宿」（大学生協作成）を活用し、県内宿泊施設等の認知度向上を図る。

- ・「合宿・ゼミ旅行の宿」への広告掲載に対する支援

(6) 観光プロモーション、観光情報誌作成 (49,279 千円)

県内の様々な観光情報を掲載した情報誌を作成し、マスコミ、旅行代理店、輸送機関等のほかエンドユーザーへ広く提供する。また、各種メディアを活用した情報発信、輸送機関とのタイアップなど、効率的・効果的な観光プロモーション活動を展開する。

- ・テレビや新聞、雑誌など各種メディアを活用した情報発信
- ・集客力のある展示会・イベント等への出展を通じた観光PR
- ・輸送機関や旅行会社とタイアップした誘客促進
- ・新しい観光素材を組み入れた旅行商品の販売促進のための下見支援

(7) 南紀白浜空港利用促進 (14,298 千円)

南紀白浜空港の利用促進を図るため、関係団体と連携し、南紀白浜空港を利用した首都圏及び海外からの誘客活動を展開するとともに、県民による利用定着のための事業を実施する。

- ・各種媒体の活用やPRイベントなど首都圏における広報・プロモーション活動実施
- ・国際チャーター便運航支援及び誘致活動の展開
- ・「南紀白浜空港利用促進実行委員会」とのタイアップによる県民利用促進事業実施

3 和歌山でもてなす (6,101 千円)

(1) 人材の育成 (3,348 千円)

「ほんまもん体験」プログラムの品質向上及び紀州語り部の資質向上を図る。

- ・和歌山大学観光学部との連携 (インターンシップ)
- ・体験インストラクターの技術力向上のための現地研修会の実施
- ・紀州語り部の資質の維持・向上のための研修会への支援及び実施

(2) 外国人観光客受入環境整備 (2,753 千円)

今後増加が確実な外国人 (個人) 観光客に対応するため、現在外国人観光客が多く訪れる地域を中心に観光施設等のスタッフ対応能力の向上や通訳ガイドの質と数の充実を図り、県内を快適かつ安全、容易に観光できる受入体制を構築していく。

- ・外国人受入アドバイザーの派遣 (一般研修)
- ・巡回アドバイザーの集中派遣 (重点地域レベルアップ研修)

4 コンベンション誘致推進 他 (16,024 千円)

(1) コンベンション誘致推進 (10,000 千円)

全国規模の大会、学会、見本市など(いわゆるコンベンション)を誘致し、宿泊客の確保を通じた観光振興を図る。

- ・コンベンション主催団体に対する助成金交付
- ・観光パンフレットなどのツール提供

(2) 和歌山ファンクラブ運営 (4,024 千円)

県内外の方々に和歌山を知っていただき、リピーター化を促進する「和歌山ファンクラブ」を運営する。

(3) 社団法人日本観光振興協会、近畿2府5県観光連盟共同 (2,000 千円)

- ・社団法人日本観光振興協会への拠出金
- ・社団法人日本観光振興協会及び近畿2府5県と共同事業を実施し、広域観光振興を推進

5 熊野古道宿泊施設運営 (9,620 千円)

高野・熊野の世界遺産登録効果を持続させるため、首都圏の団塊世代やウォーカーを主な対象に、誘客力強化に向けて整備をした「熊野古道の宿 霧の郷たかはら」を運営する。