

平成28年度 事業計画

和歌山県観光連盟と県では、「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」を創造してきました。また、平成25年度から3年間を和歌山観光の「ゴールデンイヤー」と位置づけ、集中的な取り組みを行いました。

この結果、平成27年における和歌山県への観光客入り込み客数は、国内外とも過去最高の数字を更新しました。また、「楽天トラベル」の人気上昇率ランキングで2年連続全国第2位、「google」の検索ワード（夏・観光部門）で上昇率全国第1位を獲得するなど、データを見てもわかるように国内外からの注目度が確実に上昇しています。

観光連盟は、これまでに職員が築いたメディアや地域とのネットワークを活かし、特に広報展開では中核的な役割を果たすことで、この成果の大きな原動力となっています。

平成28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行動計画～観光振興アクションプログラム2016～」を基に、観光連盟『中期計画』で策定した事業戦略「和歌山の魅力発信」と「和歌山の魅力向上」を主軸に、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地の誘致活動、ホームページの充実など、効果的な情報発信を行います。取材・ロケ・ロケハンにあたっては、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体制を取ることで、充実した成果品や作品づくりの支援に努めます。

また、好評を得ている、ポスト高野山開創1200年の誘客宣伝企画である「週末は聖地へ～時忘れの旅～」を継続実施するとともに、世界最大級の観光展「ツーリズムEXPOジャパン2016」など効果的な展示会への出展や、平成27年度から取り組んでいる全国旅行業協会加盟の第2種、第3種の旅行業者、ハウスエージェントに対する提案活動を継続して実施します。

さらに、コンベンション誘致にあたっては、新たに、ユニークベニユーを活用した、和歌山ならではの開催を提案します。

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 2016」への出展や、海外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。

これら観光連盟独自の取り組みに加え、県との協働事業である主要都市でのプロモーションや「おとなの白浜さんぽ」キャンペーン、大河ドラマ「真田丸」・戦国わかやま誘客キャンペーン推進協議会への参画、「鯨とともに生きる」の日本遺産認定を契機とした事業で、観光連盟の強みを活かした取り組みを行うとともに、スポーツ合宿の誘致についても県関係部局と連携してまいります。

また、平成28年度から新たに、県と協働で「水の国、わかやま。」キャンペーンを実施します。和歌山には、世界遺産や有名温泉以外にも、まだまだ知られていない観光資源が数多く存在します。「南紀熊野ジオパーク（日本ジオパーク委員会認定）」は「ユネスコ世界ジオパーク」認定を目指した取組を行っているほか、県内全域で「サイクリングロード」が整備されつつあるなど、新たな観光資源の充実が進んでいます。和歌山の認知度が確実に上昇している今、和歌山が持つポテンシャルを「水」という意外性のあるテーマにより発信することで注目度を高め、「世界遺産」ブランドと融合させることで、単独では集客力の弱いスポットにもお客さまを誘導するとともに、観光資源の発掘、開発、整備を行うことで、将来の誘客に繋がるキャンペーンとします。観光連盟は、メディア対策を担当し、まだまだ知られていない和歌山の魅力を発信します。

さらに、7月に予定されている「世界遺産の追加登録」についても、「水の国、わかやま。」キャンペーンと連動し情報発信に努めます。

また、本年9月11日には、「高野龍神スカイラインウルトラマラソン2016」（主催：高野龍神ウルトラマラソン実行委員会）が開催されます。4000人規模の参加者を予定しており、成功を収め継続開催となることで、誘客だけでなく、特に龍神地域の知名度向上が見込めるため、実行委員会に協力し情報発信に努めます。

以上の事業については、和歌山県観光連盟の強みであるメディアなどのマーケットや地域との繋がり、人脈を活かし、マーケットニーズと観光資源がマッチする旬の施策展開を行うことで効果的な「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

(27,584千円) 年4回 440,000部

県観光情報誌「紀州浪漫」は、発刊から14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110,000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175店舗

〈和歌山へ招く〉

(2) メディア対策

(23,272千円) 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。

首都圏や京阪神のメディアは引き続き実施し、本県への道路環境がよくなった東海圏や関空間にLCCが就航する九州圏や北海道などにも提案活動を実施します。

○提案活動の実施

- ・首都圏、京阪神、東海圏、九州圏、北海道

<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

〈和歌山へ招く〉

②プレスツアーの実施

全国の出版社や新聞社等に参加要請し、「水の国、わかやま。」キャンペーンや旬のトピックなどを紹介するプレスツアーを実施します。

<時期> 夏～秋

<内容> 「水の国、わかやま。」キャンペーン(県内全域)
旬のトピック

〈和歌山へ招く〉

③企業とのタイアップ

山ガール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を積極的に活用します。

○(株) ゴールドウインとのタイアップ

「HELLY HANSEN」、「THE NORTH FACE」など、アウトドアアパレルを展開する(株) ゴールドウインとのタイアップイベントを世界遺産追加登録地域の高野山女人道で実施し、アウトドア愛好者に「和歌山の道や自然」の認

知度を高めます。

<時期等> 10月1日～2日 高野山女人道等

〈和歌山へ招く〉

④ポスト高野山開創1200年誘客宣伝企画「週末は聖地へ～時忘れの旅～」の実施

ポスト開創1200年の取り組みとして、観光するにはハードルが高いとされている高野山への旅行を、気軽にお越しいただけることをアピールしたプラン。

「ふるさと名品オブ・ザ・イヤー・2015女子旅部門」を受賞し、「コト部門」で入賞した、大好評の当プランを引き続き実施し、高野山の情報発信と誘客を促進します。

<時期> 通年

<内容> 1泊2日でたっぷり高野山を満喫でき、土曜日のうちに帰れるプラン

金曜日/夜9時頃までにチェックイン、宿坊1泊（朝昼食）

土曜日/勤行、写経体験などで高野山を満喫

<備考> 高野山宿坊協会と協働で企画・販売

○情報誌、ホームページによる情報発信

・県観光情報誌「紀州浪漫」

<時期等> 秋号（9/1～） 11万部

<内容> 真田ゆかりの地である高野山と合わせて紹介

・ウェブサイト特集ページ

<時期> 平成27年7月～継続

<内容> 県観光情報ホームページ内に特集ページを開設中

○雑誌、情報、フリーペーパー等による情報発信

<時期> 随時

○「水の国、わかやま。」キャンペーンと連動

○阪急・阪神グループタイアップキャンペーン内でのPR

〈和歌山へ招く〉

⑤効果的な広告出稿

コンベンション、スポーツ合宿などの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

〈和歌山へ招く等〉

⑥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〉

⑦観光連盟ホームページ

「水の国、わかやま。」キャンペーン、「真田幸村と戦国わかやま」等、旬のお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。また、新たに写真ダウンロードサイト（フォトギャラリー）を構築します。

＜時 期＞ 通年

〈和歌山を売り出す〉

(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

(1,400千円) 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。

○「海難1890」による誘客促進

- ・各映画賞受賞を記念したプロモーション

＜時 期＞ 9月～

○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＞ 4月～6月 和歌山市・田辺市

○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2017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

(7,670千円) 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2016」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2016

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＞ 9月22日～25日 東京ビッグサイト

○ほんまにええとこ関西観光展 in 岡山、横浜（予定）

日本観光振興協会関西支部主催の観光展に出展し、関西広域圏で和歌山を

アピールします。

<時 期> 未定

○旅まつり名古屋2017

本県への道路環境がよくなった東海圏において和歌山をアピールします。

<時期等> 3月(予定) 久屋大通公園

<和歌山へ招く>

(5) 旅行会社対策 (1,800千円) 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、いわゆる「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・国内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ユーを提案することで和歌山ならではの開催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

- ・旅行会社、企画運営会社、病院、大学等への提案活動

<時 期> 随時

- ・地方都市コンベンション協議会への参画

<時期等> 7月、11月、3月(予定) 東京

- ・ファムツアーの実施

<時期等> 未定

○情報発信

- ・国際ミーティング・エキスポ I M E 2 0 1 6 への出展

<時期等> 12月 パシフィコ横浜

- ・大阪M I C E デスティネーション・ショーケースへの出展

<時期等> 9月1日~2日 大阪市

- ・コンベンション専門紙や経済誌への広告掲載

<時期等> 随時

- ・コンベンションガイドブック、ユニークベニユーM I C E 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

(3,330千円) 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

(27,000千円) 30媒体、10旅行商品、1,000名受講

情報発信の一大拠点である首都圏にて、わかやま講座など和歌山の魅力を知ってもらう活動に加え、メディアや旅行会社へのセールス活動を展開することで認知度を向上させ誘客を図ります。

また、「水の国、わかやま。」キャンペーンをはじめ、NHK大河ドラマ「真田丸」、世界遺産追加登録など旬の観光情報を首都圏ユーザーに対し、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

- ・プレスツアーの実施

<時期> 夏、秋

<内容> 「水の国、わかやま。」キャンペーン (県内全域)

世界遺産追加登録関連地域

- ・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

- ・ファムツアーの実施

<時期> 夏、秋

<内容> 「水の国、わかやま。」キャンペーン (県内全域) 等

- ・提案活動の実施

<時期> 随時

○わかやま講座の開催

- ・大学連携公開講座 (早稲田大学オープンカレッジ)

<時期等> 10月の毎週土曜日 早稲田大学

<内容> 「真田幸村と戦国わかやま」ー幸村が駆け抜けた時代

- ・旅行会社連携講座&ツアー造成 (日経カルチャー)

<時期等> 7月 (現地旅行は秋頃予定) 日本経済新聞社本社

<内容> 大河ドラマ「真田丸」

- ・メディア連携セミナー&新聞等採録発信

<時期> 未定

- ・カルチャーセンターや民間企業との連携講座の実施

NHK文化センター、セブンカルチャーネットワークなどとの連携

<時 期> 未定

○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

<時 期> 9月9日

<内 容> メディア・旅行会社関係者約200名

【第1部】 メディアに対する観光素材説明会

旅行会社と県内各地域との個別面談会

【第2部】 観光PRレセプション

- ・東京発はじめての和歌山旅行ガイドの発行

主要観光地の巡り方を具体的に提示するパンフレットを作成します。

<時 期> 6月

〈和歌山へ招く〉

(9) 名古屋観光センター事業

(1,880千円) 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。

○観光PRイベントの実施

- ・世界遺産シンポジウム

<時 期> 7月

<内 容> 世界遺産「紀伊山地の霊場と参詣道」追加登録の意義、今後の保全と観光活用方策

- ・真田サミットin名古屋

<時 期> 10月

<内 容> 真田ゆかりの長野県、群馬県、和歌山県、それぞれの「真田丸」の取り組みについて

○写真展

<時 期> 4月18日～24日、6月20日～26日、9月5日～11日

<場 所> 中日ビル2階ギャラリー

○観光物産PRイベント等への出展

- ・ふるさとフェア

<時 期> 4月18日～22日、12月(予定)

- ・ふるさと全国県人会まつり

<時 期> 9月

- ・旅まつり名古屋2017

<時 期> 3月

○PRツール、パンフレットの作成

- ・熊野姫旅手帳 10,000部

女性をターゲットに、パワースポットや熊野の温泉の魅力を発信する手帳を作成

- ・ドライブマップ 20,000部

名古屋を起点とし、主要観光地への所要時間等を記載したドライブマップを作成

〈和歌山へ招く〉

(10) 国際観光推進 (10,999千円) 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。

○海外現地旅行博出展及び商談会参加

・東南アジア（予定）

<時期> 8月、2月

○メディア招聘

・テレビ

<時期等> 随時 東南アジア

・雑誌、旅行ガイドブック

<時期等> 随時 香港、台湾、韓国、東南アジア、欧米豪

・ウェブ、ブログサイト

<時期等> 随時 中国、台湾、韓国

○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

<和歌山へ招く>

(11) 和歌山ファンクラブ運営 (476千円) 1,000人

和歌山ファンクラブを強化し、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> 2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

<時期> 未定

○広域マップの作成

<コンベンション他>

(13) 県との協働事業 (23,019千円)

①「水の国、わかやま。」キャンペーン

県との協働により、「水の国、わかやま。」キャンペーンを実施します。

観光連盟は、メディア展開、ウェブサイトの開設、プレスツアーの実施などの情報発信を担当します。

*全体概要は別紙参照

<和歌山へ招く>

②大河ドラマ「真田丸」・戦国わかやま誘客キャンペーン

大河ドラマ「真田丸」・戦国わかやま誘客キャンペーン推進協議会の一員として、NHKや地域との連携、人気ゲームとのタイアップ企画、専用HPの運営等の事業を担当します。

*平成28年度協議会事業概要

○大河ドラマ展の運営

<時期> 平成28年3月13日～29年2月28日

○周遊・滞在促進事業の実施

・紀北エリア周遊促進企画（スタンプラリー）の実施

<時期> 平成28年1月10日～29年1月9日

・人気ゲームコンテンツを活用したタイアップ企画

<時期> 8月～9月（予定）

・ウォークイベントの実施

<時期> 5月～11月

○旅行商品対策

<時期> 随時

○メディア展開

<時期> 随時

③輸送機関等とのタイアッププロモーションの実施

各都市圏の主要旅行会社を訪問して、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〉

④教育旅行誘致推進

体験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。

○修学旅行セミナーの開催

<時期等> 2月 東京

<対象> 学校関係者、旅行会社等

○セールス活動の実施

<時期等> 首都圏：3月～4月（対高校商戦時期）

その他：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、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、首都圏の高等学校等

○現地視察調査

＜時期等＞ 通年

＜対 象＞ 学校関係者、旅行会社

〈和歌山へ招く〉

⑤おとなの白浜さんぽキャンペーン

平成27年度秋から冬にかけての閑散期に、日本三古湯、泉質の良さなどの「温泉」を中心に、白浜や椿、日置川エリアが元来持つ魅力を「企画商品」という形で提案するキャンペーンを展開したことにより、白浜町内や周辺にてお客さまの行動が変化しつつあります。平成28年度も白浜周辺観光のベースプランとして展開します。

○ガイドブック

＜時 期＞ 10月～

＜内 容＞ 温泉紹介、周遊プラン、お得な企画など

＜展 開＞ 大手私鉄、高速道路SA、道の駅、空港など

○情報発信

・紀州浪漫

・メディア展開

・阪急阪神グループタイアップキャンペーン

〈和歌山へ招く〉

⑥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」の改訂

○プロモーションの実施

＜内 容＞ 旅行会社、競技団体、大学生生活協同組合

〈和歌山へ招く〉

⑦日本遺産認定を契機とした取り組み

本県から「鯨とともに生きる」が日本遺産に認定されたのを契機に、県や関係市町村・団体等で構成する協議会に参画し、観光連盟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

研修会を開催し、旅行会社等の考え方や人気プログラムの背景を研修すること

により、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2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、おもてなし研修会の実施

<時期等> 1月～3月 県内1箇所(連絡会議) 県内4箇所(研修会)

〈和歌山でもてなす〉

(2) 閑散期対策(宿泊得々キャンペーン) (3,870千円) 応募6,000人

期間中、県内の宿泊施設に宿泊されたお客さまに抽選で3万円やプレミアム和歌山認定商品等を合計450名にプレゼントする「和みわかやま宿泊得々キャンペーン」を実施します。

<時期> 秋～冬(予定)

〈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 (2,928千円)

「わかやま紀州館」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 (32,561千円)

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、ノベルティ等を作成します。

<時期> 通年

〈法人、和歌山へ招く〉

(5) 熊野古道宿泊施設運営 (894千円)

世界遺産「熊野古道」トレッキングの情報発信拠点、宿泊施設として平成20年に開設し、本年で9年目を迎える熊野古道の宿「霧の郷 たかはら」を運営します。

旅行新聞新社の「第40回『プロが選ぶ日本のホテル・旅館100選』で「日本の小宿 2015」10選に選定、世界最大の旅行口コミサイトトリップアドバイザーの「トラベラーズチョイスホテル」の旅館部門で2年連続受賞するなど、国内外から高い評価をいただいております。近年ではインバウンドのお客さまが急増しています。

引き続き、国内外からの誘客に努めるとともに、平成29年度末に運営管理委託者との契約が満了するため、今後の運営のあり方について検討を進めます。

〈熊野古道宿泊施設運営〉

*各事業の(事業費)は、人件費・減価償却費を除く

「水の国、わかやま。」キャンペーン概要

和歌山県は、「木の国」と言われていますが、森林を育むのは「水」であり、「水」を育むのは森林です。県内各地には、水や森林に関連する清流・滝・海・温泉などのスポットや醤油・酒・酢などの食、カヌーやラフティングなどの体験メニューといった多くの「水」に関連する観光資源が存在します。また、「水」の造形でもある南紀熊野ジオパークや水を楽しむサイクリングロードなども「水」に纏わる観光資源です。

「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集客力の弱い観光資源に焦点をあて、まだまだ知られていない「和歌山の魅力」を発信します。また新たな観光資源開発やブラッシュアップにより集客力を高め、将来に繋がる持続可能な観光地づくりを目指します。

【キャッチフレーズ】

和み、和らぐ。和歌山からはじまる旅。～水の国、わかやま。キャンペーン～

【テーマ】

「聖なる水。」	世界遺産「高野山、熊野」などの聖水
「水を感じる。」	海、滝、清流、森林など、水のある景色
「水が創る。」	温泉、南紀熊野ジオパーク
「水に寄り添う。」	暮らし
「水を活かす。」	醤油、酒、酢、氷などの食
「水と遊ぶ。」	サイクリング、川・海のアクティビティ
「水を育む。」	トレッキング、山・森のアクティビティ

【地 域】

和歌山県全域

【時 期】

平成28年7月～平成29年12月（予定）

< 施策展開 >

I 受入対策

■受入体制の整備

県内全域の「水」に関連する観光資源を洗い出し、テーマごとに観光資源を整理した上で、新たなゾーニングやモデルコースの設定を行い、新商品を開発します。

II 誘客宣伝

■情報発信

「水」に関連する観光資源を世界遺産などのブランドや集客力の高い観光資源と絡めながら、効果的な情報発信を行います。

◇メディア展開

○雑誌、新聞などによる情報発信

< 時 期 > 随時

◇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します。

<時 期> 9～10月

<内 容>

- グループ会社との連携
 - ・阪急交通社「トラピックス倶楽部」 特集ページ掲載
- 阪急・阪神交通媒体の活用
 - ・電車内中吊り
 - ・阪急・阪神主要駅でのポスター掲載
- 沿線フリーペーパー等への情報掲載
 - ・阪急沿線情報誌「TOKK」掲載
- ウェブ、SNSでの情報発信
 - ・グループポータルサイトでの告知
 - ・グループブログ・SNSでの展開

◇パンフレット、ウェブサイトによる情報発信

- 県観光情報誌「紀州浪漫」による情報発信
 - <時期等> 6月1日～ 11万部
 - <内 容> 「紀州浪漫28年夏号」を特集号とし、「水」をテーマとした観光資源やモデルコース、特別企画等を紹介
 - <展 開> 全国のメディア、旅行会社、主要SA、書店（175店舗）
- 専用パンフレットによる情報発信
 - <時期等> 7月～ 5万部
 - <内 容> テーマごとに「水の国、わかやま。」を紹介するとともに、新たなゾーニング、モデルコースによるまだ知られていない和歌山の楽しみ方、過ごし方を提案
 - <展 開> 大手私鉄、高速道路SA、道の駅などに配置
各種プロモーションで配布
- ウェブサイト特集ページによる情報発信
 - <時 期> 7月～
 - <内 容> 県観光情報サイト内に特集サイトを開設

◇プレスツアーの実施

全国の出版社や新聞社等に参加要請し、「水」をテーマとした観光資源やモデルコース等を紹介するプレスツアーを実施します。

<時 期> 7月～8月

<内 容> 「水」をテーマとした景勝地、温泉、食、体験など

◇情報発信イベントの開催

水中写真家である内山りゅうさんの作品展開催に併せ、「水の国、わかやま。」の魅力を広く情報発信します。

<時 期> 未定

<場 所> 首都圏

■旅行商品造成

県内全域の「水」に関連する観光資源やイベント、特別企画などを網羅した観光素材集を作成、併せて周遊モデルコースの提案を行い、本県への旅行商品造成と販売促に繋がります。

◇観光素材集の作成

観光資源、イベント、特別企画などを網羅した観光素材集を作成します。

◇旅行会社訪問

大都市圏プロモーションにおける旅行会社訪問時に、周遊モデルコースや観光素材などを網羅した観光素材集で「水の国、わかやま。」の提案を行います。

<時期等> 6月～7月 旅行会社訪問（夏プロモーション）

◇JR西日本主催「観光素材説明会」への参加

「平成29年度観光素材説明会」において、和歌山の旬の素材について説明を行うとともに、主要旅行会社、JR関係者と情報交換を行います。

<時期等>	10月27日	ホテルグランヴィア大阪
	11月 2日	ホテルメトロポリタン池袋
	11月 7日	名古屋マリオットアソシアホテル
	11月30日	グランドハイアット福岡

*下線部分：観光連盟が担当