

# 関空成長支援プラン

令和5年6月

関西3空港懇談会

関西国際空港全体構想促進協議会

## 関空成長支援プラン 目次

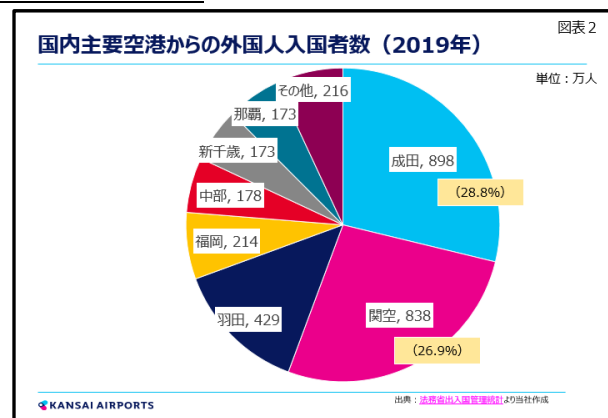
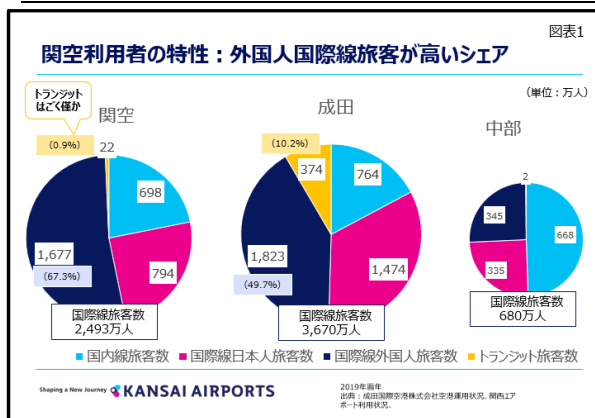
	ページ
1 はじめに	1
2 関空の特性	1
3 関空の現状	2
(1) 国内線	2
(2) 国際線	3
(3) 受入体制	3
4 取組方向	4
◆基本認識	4
◆個別戦略の方向性	4
(1) 2025年大阪・関西万博に向けた取組み	4
(2) 都市観光のグレードアップと関西各地のブランド化、周遊化	6
(3) 航空会社等と連携した回復支援と空港機能の維持	6
(4) 関西を越えた広域連携	7
(5) 空港近隣地域の魅力向上	7
(6) ビジネス需要の喚起	8
(7) 空港が主体となった独自の取組み	8
(8) 交通インフラの整備推進	8
5 当面の取組みと目標	9

## 1 はじめに

- ・昨年9月の関西3空港懇談会では、発着容量30万回への引き上げとともに、新型コロナウイルス感染症の影響からの早期復活を目指し、インバウンド回復策の展開等に一致協力して取り組むことが合意された。
- ・その後、昨年10月の水際対策の緩和、本年3月の国の観光立国推進基本計画の策定などを経て、関空の国際線就航便数は2023年夏スケジュールで、中国便を除けば、コロナ前の約7割となるなど、回復傾向にはある。しかしながら、全面回復には、未だ道半ばであり、万博まで2年を切った今、関空の一日も早い回復は、関西全体にとっての極めて重要な課題と言える。
- ・このような背景と認識の下、関西の自治体、経済界からなる関西国際空港全体構想促進協議会（以下「促進協」という。）及び関西3空港懇談会では、2023年のG7大阪・堺貿易大臣会合、2024年の関空開港30周年、2025年大阪・関西万博（以下「2025年万博」という。）やその先の関西の成長機会を確実に捉えるとともに、関西観光本部や自治体、経済界などが一丸となって、関空のさらなる成長に向けた支援を行うことを示すため、当面の施策を中心に、次のとおり、関空の復活・成長を支援する取組みを取りまとめる。

## 2 関空の特性

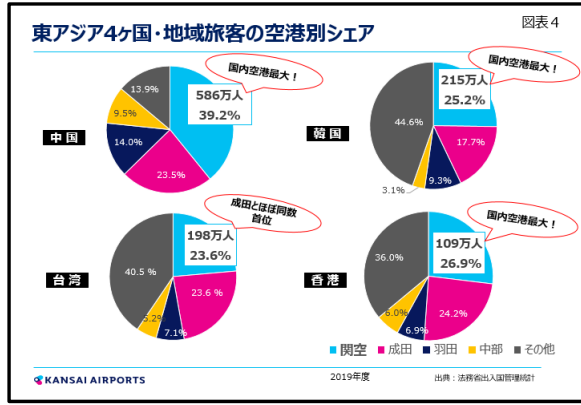
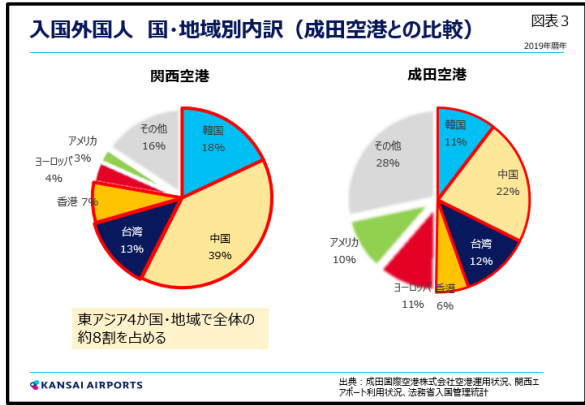
- ・2019年における関空の国内線利用者数は698万人、国際線利用者数は2,493万人とその主力は国際線である。また国際線旅客に占める外国人比率は、成田空港の49.7%に対し、関空は67.3%と、外国人利用率が高い。（図表1）
- ・関空からの入国者数は成田空港に匹敵する国内シェア26.9%を占めており、西日本における国際拠点空港としての役割を十分に果たしてきたと言える。（図表2）



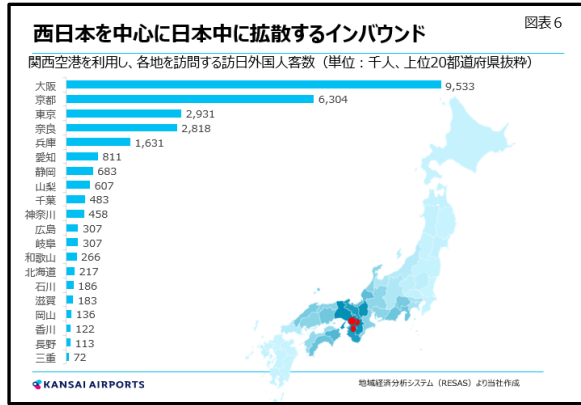
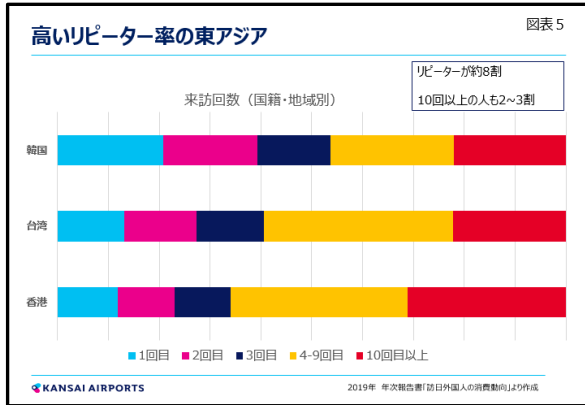
### ※地域経済分析システム（RESAS）

総務省が運営する地域経済分析システム。当該図表の数値は関西空港を入出国したインバウンドの年間統計人数（関空から入国・出国いずれかの場合も含む）

・入国外国人数を国・地域別にみると、中国・韓国・台湾・香港が約8割を占め、当該国・地域の利用者数は成田空港を凌ぎ、日本最大のアジアゲートウェイ空港として機能してきたと言える。(図表3、4)



・訪日外国人のうち、特に韓国・台湾・香港の8割がリピーターで、その2割以上が訪日10回以上である。(図表5) 関空利用の訪日客は関西だけに留まらず、日本中に拡散している。(図表6)

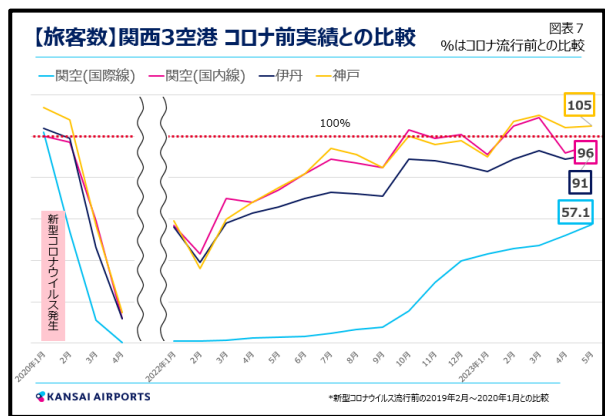


・一方、乗継ぎ率（トランジット率）は、成田空港の10.2%に対し、関空は0.9%と極めて少ない。(図表1)  
・これらのことから、関空はインバウンド主力の目的地空港と言える。

### 3 関空の現状

#### (1) 国内線

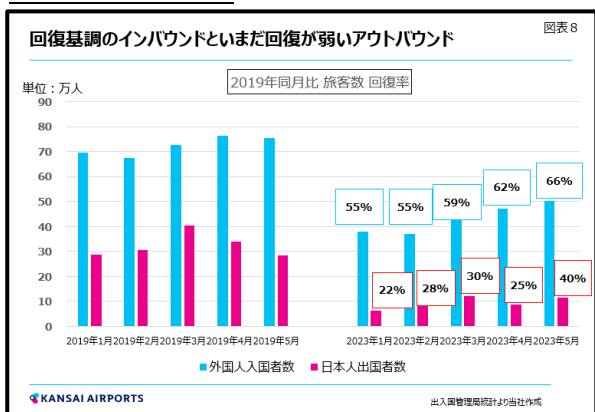
・2023年5月の国内線旅客数をコロナ前と比較すると、関空が96%、ビジネス需要の多い伊丹空港が91%となっていることから、全国旅行支援効果もあり、観光需要はほぼ回復したものの、ビジネス需要の戻りは鈍いことが窺える。今後、全国旅行支援終了後



の需要動向やビジネス利用の状況を注視していく必要がある。(図表7)

## (2) 国際線

- ・ 昨年10月の水際対策の大幅緩和以降、インバウンドは回復基調にあるものの、アウトバウンドの回復は未だ弱い。しかし、5月に新型コロナウイルス感染症が5類感染症へと変更されたことから、今夏以降からの本格回復が期待される。(図表8)
- ・ インバウンドは、中国を除く、韓国、台湾、香港をはじめとするアジア地域において、力強く回復しているものの、その他地域の戻りは比較的遅い。(図表9)



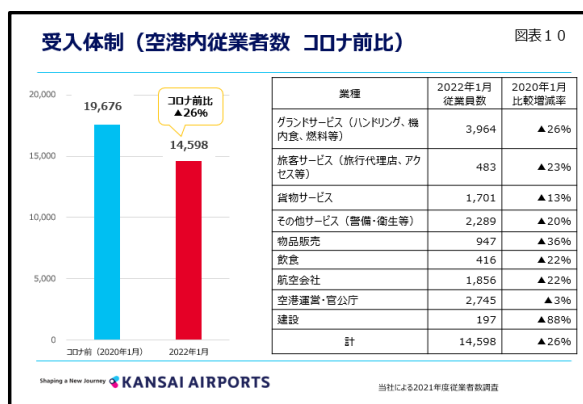
図表9 【現在の状況】国際旅客定期便 回復状況 (週間便数)

	2019年夏ダイヤ	構成率	2023年夏ダイヤ(回復率)
中国	494	34%	157 (32%)
韓国	348	24%	287 (82%)
香港・マカオ	124	9%	104 (84%)
台湾	135	9%	107 (79%)
東南アジア	197	14%	151 (77%)
その他	135	9%	66 (49%)
合計	1433	100%	872 (61%) (中国を除いた場合76%)

- ・ 特に、国際線における外国人旅客の4割を占めていた中国人旅客については、未だ僅かな回復に止まっており、全面的な回復には、団体旅行の解禁やビザ要件の緩和など、幾つかの条件が整う必要があると考えられる。
- ・ 総じて、国際線は回復基調にはあるものの、日中関係やウクライナ戦争、世界経済の成長鈍化など不安要素もあることから、今後の回復を確実なものとするためには、2025年万博を当面の目標として、関西が一丸となって需要喚起に取り組むことが極めて重要である。

## (3) 受入体制

- ・ グランドハンドリングや保安警備など空港内従業員数は、コロナ前と比べ約2割減となっている。
- ・ 今後、回復のボトルネックとならないよう、速やかな人員確保など空港の受入体制を復元することが必要である。(図表10)



## 4 取組方向

### ◆ 基本認識

- ・ 関空復活にあたっては、国際線ネットワークの回復や受入体制の復元など空港側の取組みはもちろん必要だが、「インバウンド主力の目的地空港」という関空の特性を踏まえると、「関西の観光復活がなければ、関空の復活もない」と言える。
- ・ そのため、2025年万博の機運醸成を図りつつ、アジアリピーターを中心とするインバウンドの確実な回復を図る一方、次の成長につなげるため、関西各地の魅力を最大限に活かした新たな観光需要の開拓など、関西の観光魅力を面的に拡大するとともに、質的にも向上させ、かつ多様化させていくことが重要である。
- ・ 併せて、今年4月に区域整備計画が認定されたIR（統合型リゾート）の開業も見据えつつ、2025年万博を契機とする新技術の産業化やMICEの振興など、産業・ビジネス面においても着実な需要喚起を図ることが必要である。

### ◆ 個別戦略の方向性

#### (1) 2025年大阪・関西万博に向けた取組み

- ・ 一大国際イベントである2025年万博の開催効果を、大阪だけでなく関西全体に波及させることができるよう、万博来場者を関西広域に誘客し、地域の活性化につなげることが重要である。
- ・ この認識のもと、まずは万博開催に向け、国内外の機運醸成を図るため、今年度の入場券前売り販売開始や500日前といった節目を捉え、博覧会協会と連携し、インパクトあるイベントに取り組んでいく。また、関西観光本部や促進協の各団体において、関西各地で新しい旅行商品・コンテンツの造成やプロモーション等を実施していく。
- ・ 開催期間中においては、多様なニーズに対応した広域観光ルートの充実を図り、万博来場者をはじめ観光客の大阪・関西への周遊・滞在を促進させていく。
- ・ また、万博開催後においても、そのレガシーを最大限活用し、最先端技術の社会実装やSDGs先進都市の実現などに取り組んでいく。

## 【関西観光本部の取組：万博プラス関西観光推進事業】

<実施期間> 2023年度～2025年度

<実施体制> EXPO2025 関西観光推進協議会（2023年3月23日設立）

◇メンバー：

- ① 関西2府8県(和歌山県、兵庫県、大阪府、京都府、奈良県、徳島県、滋賀県、鳥取県、福井県、三重県)及び4政令市(神戸市、大阪市、堺市、京都市)
- ② 府県市と同等の協賛をする民間企業・団体
- ③ 関西広域連合（観光）及び関西経済連合会

◇オブザーバー：

- ① 事業に関し一定の負担をする民間企業・団体
- ② 内閣官房国際博覧会推進本部事務局、2025年日本国際博覧会協会、日本政府観光局、近畿運輸局、近畿地方整備局、近畿経済産業局、大阪国税局等

◇サポーター：本事業の趣旨に賛同・支援する民間企業・団体

◇事務局：（一財）関西観光本部

### <事業内容>

#### (1) 新しい旅行商品・コンテンツ造成

- ・ 様々な旅行形態を念頭に、SDGs や食等の万博のテーマ等を題材に日帰り型・宿泊型・周遊型・長期滞在型等の新たな旅行商品・コンテンツを造成（目標：100商品）等

#### (2) プロモーション及び様々なチャンネルでの販売促進

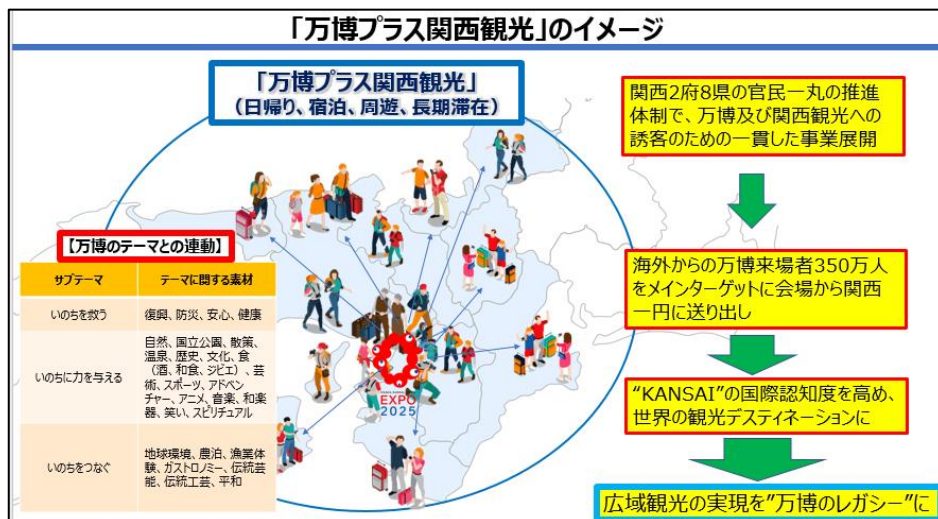
- ・ 万博協会の全面的な協力の下、協会が行う機運醸成活動・誘客活動と連携。来場予約者へのダイレクトマーケティング等を実施
- ・ 海外エージェントとの連携、Online Travel Agent(OTA)、関西 MaaS との接続 等

#### (3) 旅ナカ・サポート

観光案内所等の連携強化、万博会場における関西観光情報提供、安心安全情報（交通、災害、医療等）の提供

#### (4) 関西広域観光情報ゲートウェイの構築

関西観光本部の公式 HP “The KANSAI Guide”の機能強化・充実による Web ゲートウェイ構築



## (2) 都市観光のグレードアップと関西各地のブランド化、周遊化

- ・都市部においては、一層の賑わいを創出し、世界第一級の文化・観光拠点を形成していくことで、アジアからの訪日外国人旅行客を着実に取り込む一方、あらためて、富裕層への浸透を強化することで、観光都市としての持続可能性を高める。
- ・一方、関西各地に存在する自然や食など魅力的な観光素材を磨き上げ、特別感のある高質なコンテンツを提供するとともに、文化・芸術・スポーツ等の体験型観光の充実など、関西各地のブランド化を図りながら、広域的な連携を深め、関西の周遊性を高める。
- ・併せて、多言語対応や電子決済システムの導入、関西 MaaS との連携など、外国人が安心・快適に旅行できる環境の整備、アプリや SNS などを活用した効果的な魅力発信に取り組んでいく。

### ～観光政策の key word～

- ・関西観光本部：歴史・伝統・文化、そして未来に向けて多様に花開く日本の原点、関西
- ・大阪府・市：世界第一級の文化・観光拠点の進化・発信
- ・堺市：人々を魅了し続ける屋根のないミュージアム“SACAY”
- ・兵庫県：より深く、何度でも訪れたい地、HYOGO
- ・神戸市：「滞在型国際観光都市」の実現
- ・和歌山県：「世界遺産」、「アウトドア観光」、「温泉」と「食」、「サイクリング王国わかやま」
- ・京都府：交流の進化・推進、持続性の高い観光
- ・京都市：市民生活と観光の調和、観光の質の向上、持続可能な観光の推進
- ・福井県：観光でこころひとつに、活力ある地域の創造
- ・三重県：戦略的な観光誘客の推進、質の高い観光地づくり
- ・滋賀県：心のリズムを整える新たなツーリズム「シガリズム」の推進
- ・奈良県：「世界中に名を馳せる観光地・奈良」を実現
- ・徳島県：万博は「ゲートウェイ」、徳島「まるごとパビリオン」

(※詳細は資料に記載)

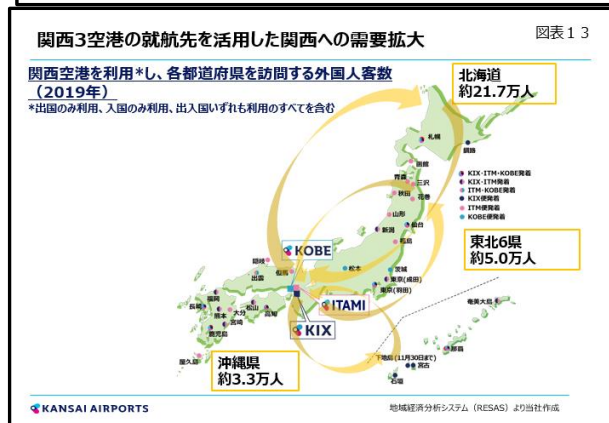
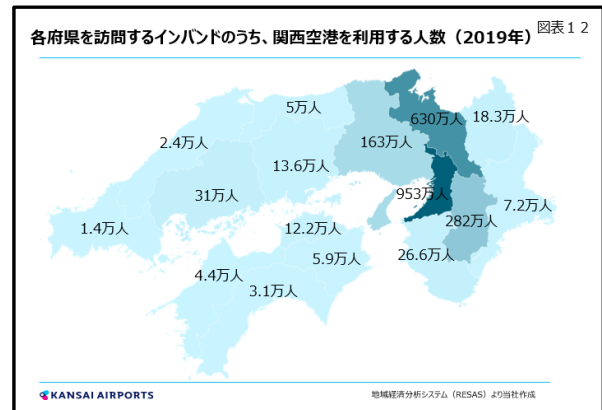
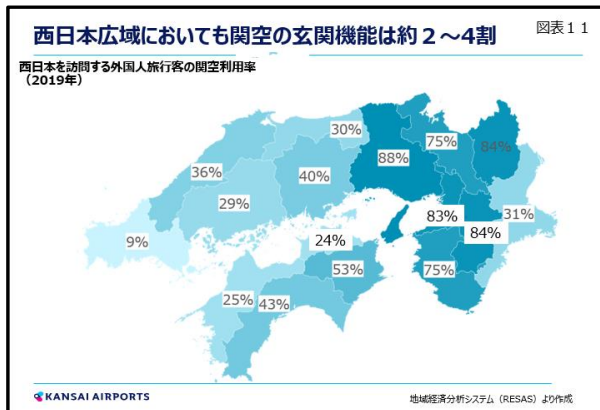
## (3) 航空会社等と連携した回復支援と空港機能の維持

- ・促進協においては、関空を復活させ、再び成長軌道へと戻すため、航空会社や自治体等と連携した需要喚起策や海外プロモーションなどに取り組む。
- ・また、地域と空港の協力・共生関係を強化し、かつ関空が立地する経済効果を地域に波及させるため、関西エアポート社や泉州、淡路、和歌山などの地域と連携し、地域の魅力再発見など、新たな需要開拓等に取り組む。
- ・さらに、関空の復活には、空港運営に必要な機能維持が不可欠なことから、グランドハンドリング等空港人材の確保や関空アクセス等への支援を行う。



#### (4) 関西を越えた広域連携

- ・ 関空のさらなる成長には、インバウンドの関空利用率が2～4割程度と、既に訪問ルートが形成されている瀬戸内、四国、山陰地方における関空の玄関機能を高め、関西とは異なるこれらの地域の魅力と関西の魅力を合わせることで、新たな需要の創出とパイの拡大を図るとともに、国内線を活用した日本各地への需要喚起が必要なことから、他地域との連携を強化し、広域的な周遊促進に取り組む。(図表 11、12、13)



- ・ 関西観光本部、山陰インバウンド機構、四国ツーリズム創造機構、せとうち観光推進機構の4 DMO による連携協定が締結 (2023年5月9日) され、関西エアポート社とも協力関係がスタートしたところであり、今後は、西日本が一体となって、関空からの誘客を促進する。

#### (5) 空港近隣地域の魅力向上

- ・ 空港の持続的発展には、空港と近隣地域の良好な関係づくりも重要である。特に、空港直下にある泉州地域や和歌山、淡路島周辺は、関空から比較的近距離にあるにもかかわらず、成長するインバウンドを十分取り込めているとは言い難い。
- ・ これら空港近隣地域は、空港近接という立地上の強みを有するとともに、豊かな自然などの隠された魅力があることから、地域自身による主体的な取組みを基本に、その

強みを活かして、関空利用者の旅マエ・旅アト需要の取込みなどを図っていく。

## (6) ビジネス需要の喚起

- ・シンガポール、タイ、ベトナムなどアジア各国の経済団体等との連携によるビジネスの創出、中小企業のグローバル化支援などを通じ、ビジネス需要の喚起に取り組む。
- ・また、ライフサイエンスをはじめとする各地域の強みを活かした産業の振興を通じ、産業全体の活性化を進める。

## (7) 空港が主体となった独自の取組み

### ア. アウトバウンド復活等に向けた取組み

- ・関空の日本人旅客は、現状は 2019 年の 4 割程度に留まっており、早期の復便を実現する上でも、その復活は急務である。
- ・そのため、自社メディアの活用をはじめ、JATA との協働事業や独自のデスティネーションセミナーなど、海外旅行への機運醸成に取り組む。
- ・併せて、内際乗り継ぎの促進についても、航空会社等と連携し、取り組んでいく。

### イ. T1 リノベの実現と空港受入体制の確保

- ・2025 年万博に向けて、旅客利便性と空港キャパシティの向上を図る第 1 ターミナルビルの大規模リノベーションを実現する。これら国際線の南北一体運用や諸施設の中央集約、先端機器の導入等により、国際線キャパシティを 3,000 万人に拡大する。
- ・グランドハンドリングや保安検査業務などの人材不足に対応するため、関係者が一丸となって、合同企業説明会の開催や求人情報の発信を強化するとともに、業務の省人化についても取り組む。

### ウ. 空港近隣地域との連携

- ・2022 年度に設置した泉州自治体・促進協・関西エアポートとのワーキンググループの成果を踏まえ、訪日外国人客の旅マエ・旅アト需要の取込み、関空開港 30 周年の機運醸成などの取組みについて、空港と地域が一体で検討を進める。
- ・環境面においては、2025 年万博に向け、航空機からの CO2 排出量削減や大阪湾の海洋環境の創造などを加速させ、関空とその周辺地域が、地球規模での環境問題解決に取り組む環境先進エリアであることを世界に発信していく。

## (8) 交通インフラの整備推進

- ・本年 3 月、大阪市中心部にうめきた新駅が開業し、大阪駅から関空までの所要時間が 20 分短縮した。これにより、これまでミナミ中心だった大阪のインバウンド拠点がビジネスセンターである梅田エリアまで拡大すると予想されている。

- ・2025年万博に向けて、関西各地への周遊促進を図るため、大手私鉄7社を中心として“関西 MaaS”の準備が進むとともに、大阪駅等にバスターミナルを新設されるなど、大阪都心部における交通結節機能の強化を推進する。
- ・今後は、なにわ筋線開業により、さらなる利便性向上、観光都市のエリア拡大が期待されるが、関空の長期的な発展には、アクセス面での強化が不可欠であることから、広域的な高速道路ネットワークを含め、一層の交通インフラの整備を推進する。

## 5 当面の取組みと目標

### ◆ 当面の取組み

2023年度 自治体等観光関連予算 約168億円（詳細別紙）

※関西観光本部、関空促進協予算を含む。ハード整備費は除く。

### ◆ 目 標

関西の総力を挙げ、2024年内の回復と成長軌道への復帰を目指す

本プランは、新型コロナウイルスの感染状況や国際経済、国際需要の動向などを踏まえ、適宜、必要な見直しを行っていく。

関空成長支援プラン資料  
＜各団体の取組＞

## 関空成長支援プラン資料 <各団体の取組> 目次

ページ

関西観光本部	1
関空促進協	3
(自治体)	
大阪府・大阪市	5
堺市	9
兵庫県	11
神戸市	13
和歌山県	15
京都府	17
京都市	19
福井県	21
三重県	23
滋賀県	25
奈良県	27
徳島県	29
*観光関連予算一覧表	31
(経済団体)	
関西経済連合会	33
大阪商工会議所	34
神戸商工会議所	36
(空港近隣地域)	
淡路島(兵庫県)	37
泉州地域(大阪府)	39
和歌山市(和歌山県)	41

## ■関西観光本部「関西ツーリズムグランドデザイン 2025」

<目指す姿>

### グローバル・ツーリズム・デスティネーション“KANSAI”

関西一円に海外旅行者が訪れ、地域が潤う姿。すなわち、世界の人々に旅行の目的地として選ばれ、関西観光の価値が共感される「グローバル・ツーリズム・デスティネーション」となることを目指す。

### ●グローバル・ツーリズム・デスティネーション



### <目的と成果指標>

「地域の豊かな暮らしへの貢献」「関西経済への貢献」を目的に、特に、インバウンド観光の経済効果に焦点を当て、関西での宿泊日数増を目指す「プラスワンナイト」を目標に掲げ、2025年の旅行消費額を2019年(約1.2兆円)の1.5倍(約1.8兆円)とすることを旨とする。

### <アクション>

#### 1. 『日本屈指の広域観光圏“KANSAI”を世界に発信』

関西は、日本の原点につながる歴史・伝統・文化、そしてこれらと溶け合った自然、国際都市・多彩な都市・地域、様々な産業、暮らしやすい生活文化と親しみやすい気質の人々等の特徴があり、これらが重なり合って魅力を形成している。この魅力をわかりやすく発信することにより、広域観光圏“KANSAI”の認知度を高め、訪関西機運醸成を図る。大阪・関西万博が世界に発信されていく好機を最大限活用し、これと連動した関西観光の訴求を図っていく。

(コアコンセプト) 『歴史・伝統・文化、そして未来に向けて多様に花開く日本の原点、関西』

(キャッチコピー) “The Origin of Japan, KANSAI”

#### 2. 『地域を磨く・つなぐ』

(地域を磨く)

観光地の景観や観光資源を適切に保全しつつ、「スモールマス&ストーリーマーケティング」(※)に基づき、旅行者に共感され、上質な観光地づくりを推進する。その際、地域と観光が持続的に発展することを旨とし、長期的な視野に立って観光地づくりを進める。

(※) スモールマスマーケット：マス(多数)ではないが、一定の市場規模が見込める消費者の層や集団

ストーリーマーケティング：商品をストーリーとともに消費者に訴求し、共感してもらい、その行動を促すマーケティング手法

(地域をつなぐ)

広域観光圏“KANSAI”を構築するため、観光地づくりを進める地域をストーリーでつなぐ広域観光ルートづくりを推進する。また、拠点地域である大阪・京都等は、ゲートウェイ都市として、その機能・魅力を一層高める。これら広域観光ルートと拠点地域を効果的につなぐことにより、関西一円に海外旅行者が訪れ、地域が賑わい潤う姿の実現を目指す。

### 3. 『新たな魅力を創る』

広域観光圏“KANSAI”の構築のため、広域観光ルートとともに、魅力あるテーマツーリズムを提案する。そのため、関西の多彩で豊富な観光資源をスモールマスマーケット&ストーリーマーケティングの考え方で発掘・再構成し、テーマツーリズムのラインアップを強化する。

特に、歴史・伝統・文化の宝庫である関西の強みを最大限活かした「文化観光」や「食」のツーリズム化、今日の観光トレンドである「体験型ツーリズム」、更に、関西の「海」のツーリズムを創出に取り組むなど、関西ならではの「特別な体験」、「本物・唯一無二」等への関心の高さを踏まえた付加価値の高いツーリズムの創出を進める。

### 4. 『観光のパラダイムシフトへの対応と観光インフラの強化』

新たな観光コンテンツ・価値を生み出し、観光サービスの変革と新たな観光需要を創出するため、関西の観光データの収集・分析を進めるとともに、関西 MaaS の構築に向けた動き等を支援するなど、デジタル技術を複合的に活用した観光DXを推進する。

また万博のテーマとの連動も視野に、SDGs、GX等の社会経済の変化のトレンドを取り入れ、観光のパラダイムシフトに的確に対応するとともに、観光インフラの基盤強化を引き続き進める。

#### <ONE 関西で挑戦>

関西における行政、DMO、地域、企業等の各主体が、本ブランドデザインの下、自発的かつ重層的に結びつく連携協働体制「ONE 関西」を構築し、2025年大阪・関西万博に向け一丸となって挑戦していく。

#### 【令和5年度予算】

○事業費：1億3,484万円

○万博プラス関西観光推進事業：政府の補助金等を最大限活用し、1億円以上

## ■関西国際空港全体構想促進協議会（促進協）

### 《令和5年度の取組方針》

- 関空の復活に向け、航空会社等と連携し「旅客需要の早期回復」に取り組むとともに、グランドハンドリングなど空港内従業員の人材確保への支援を実施する。
- さらに、関空立地の経済効果が享受できていない地域に対して、その効果を波及させていくことを目的とした「関空の立地効果波及推進事業」を継続して実施する。
- また、関空の復活には、空港運営に必要な機能の維持が不可欠であることから、空港アクセス事業者等への支援を実施する。

### ◎令和5年度事業計画・予算（案）

※事業計画及び予算は、当協議会総会の承認により確定

#### （1）旅客需要の早期回復

予算額 3,100万円

##### ① エアラインと連携した国際線利用促進

関空を成長軌道に戻すため、航空会社等と連携して利用促進等に資する取組みを実施。

（事業例）インフルエンサーや旅行会社等のファムツアー、航空会社のHP・SNS等を活用した販促活動 など

##### ② 関空の人手不足解消に向けた支援

グラハン事業者など関空の従業員不足解消を目的に、関西エアポート社等と連携した取組みを実施。

（事業例）合同採用説明会への支援、従業員の採用活動への支援 など

#### （2）関空の立地効果波及推進の取組

予算額 3,000万円

関空立地の経済的効果が十分に享受できていない地域に対し、その効果を波及させていくために、関係自治体等と共同・連携し、関空の旅客・貨物需要がもたらす経済的効果を、地域に取り込む事業を実施。

（事業例）空港近隣地域の観光振興策、航空会社等と連携した旅行商談会の実施 など

#### （3）空港機能の維持に必要な取組等

予算額 200万円

関空アクセス事業者支援や、関空を活用した自治体等の魅力発信など必要な取組みを実施。

（事業例）ベイシャトルを活用した旅行商品の造成への支援 など





# ■大阪府・大阪市「大阪都市魅力創造戦略 2025」

## <大阪都市のめざす姿>

### 魅力共創都市・大阪 ～新たな時代を切り拓き、さらに前へ～

難局の先にある新たな時代を切り拓くため、住民・企業をはじめ、あらゆるステークホルダーとともに、大阪が持つ豊かな歴史・文化や人々の多様な魅力、都市のポテンシャルを生かし、チャレンジし続けることにより、大阪を元気にし、府民・市民が誇りや愛着を感じることで、世界に誇る魅力あふれる都市を創り上げることをめざす。

## <数値目標>

指標	目標値	達成をめざす時期	
日本人延べ宿泊者数(大阪)	2,950万人泊	2022年	○ 大阪府市都市魅力戦略推進会議において年度ごとに評価・検証を実施 ○ 参考指標を設定、その内容や個々の施策の達成状況、社会経済情勢等を総合的に判断し状況を把握
来阪外国人旅行者数	1152.5万人	入国規制解除から2年後	

内外からの誘客に関する数値目標

感染症発生前の水準(2019年実績)を上回ることを当面の目標として設定

※ 社会経済情勢等の変化に応じ、目標値、達成をめざす時期等について、必要に応じて柔軟に見直しを行う

## <5つの戦略と取組>

### 1. 世界第一級の文化・観光拠点の進化・発信

- ・大阪・関西万博を契機とした世界に向けた大阪の魅力発信
- ・水都大阪、百舌鳥・古市古墳群、万博記念公園等の魅力強化
- ・I R誘致、大阪中之島美術館や市立美術館リニューアルの推進 など

### 2. 大阪の強みを生かした魅力創出・発信

- ・食、歴史、文化芸術、エンタメなど大阪の強みを生かした魅力の磨き上げ・発信
- ・博物館や美術館の文化資源の鑑賞・体験など文化観光の推進 など

### 3. さらなる観光誘客に向けた取組み

- ・AI、ICT等を活用した新たな観光コンテンツの開発・発信や受入環境整備
- ・国内観光の需要喚起、マイクロツーリズム・府域周遊の促進
- ・欧米豪をはじめ幅広い国・地域からの誘客、プロモーション展開
- ・ウェルネスや特別感・上質感ある体験など多様なニーズへの対応など

### 4. 戦略的なMICE誘致の推進

- ・MICE開催支援、WEB等を活用した新たな展示会等の支援
- ・ニューノーマルに対応した新たなMICE戦略の策定、官民一体の誘致 など

### 5. 文化・芸術を通じた都市ブランドの形成

- ・文化芸術活動の回復や賑わい創出の取組 ・文化芸術の担い手や支える人材の育成、鑑賞機会の創出など

### 6. スポーツツーリズムの推進

- ・在阪スポーツチームとの連携等によるスポーツツーリズムの推進 ・大規模スポーツイベント開催など

### 7. 大阪の成長・発展につながる国内外の高度人材の活躍推進

- ・海外進学支援等によるグローバル人材育成や活躍促進 ・外国人留学生の就職支援など

## <令和5年度当初予算>大阪府 観光関連予算：合計 約 11 億 5,221 万円

(主なもの)

### ○インバウンドの回復をめざした国内外への魅力発信

- ・大阪の魅力発信 58,400 千円  
大阪の魅力ある観光、文化などの地域資源・コンテンツを盛り込んだプロモーション動画を活用し、アジア・欧米豪等を中心にプロモーションを実施
- ・ツーリズム EXPO ジャパン 2023 への出展・PR 15,000 千円  
国内外からの誘客を促進するため、世界最大級の国際観光イベント「ツーリズム EXPO ジャパン 2023 大阪・関西」において、レセプションやイベント等による多様な観光資源を発信
- ・大阪府 20 世紀美術コレクション魅力発信 16,000 千円  
府の所蔵作品を活用した「バーチャル美術館」を開設  
「バーチャル大阪」と連携し大阪の都市魅力を発信
- ・万博に向けた観光トッププロモーション 4,900 千円  
インバウンド需要を取り込むため、海外へのトッププロモーションを展開

### ○広域周遊・集客の促進

- ・大阪の観光資源の強みを活かした周遊・集客促進 300,000 千円  
府域への周遊・集客を促進するため、大阪市内や府域5エリアで集客イベントを開催するとともに、府内の観光スポットの訪問を促す仕掛けを展開
- ・観光のコンテンツ開発 12,000 千円  
兵庫・大阪エリアの広域周遊を促進するため、新たな体験型コンテンツや周遊モデルコース造成
- ・大阪デスティネーションキャンペーン推進 40,000 千円  
JR 6 社と連携し、全国規模の観光キャンペーンに取り組むことで、万博の機運醸成を図ることにより、大阪のさらなる観光プロモーションを実施

### ○国際会議の誘致・開催促進 10,500 千円

大阪で開催する国際会議を積極的に誘致し、海外からの MICE 参加者の増加を通じた観光消費の増加をめざし、国際会議等開催助成金・国際会議等誘致支援助成金を創設

## <令和5年度当初予算>大阪市 観光関連予算：合計 約 13 億 6,011 万円

(主なもの)

### ○地域特性等を活かした機運醸成・ホスピタリティ向上

#### ・大阪の観光資源の強みを活かした集客及び周遊促進 340,000 千円

食や歴史・文化、エンターテインメントなど大阪の強みを活かしたイベントや観光コンテンツの造成、共同プロモーションを実施することにより、大阪が持つ多彩な観光資源の魅力と万博開催を国内外に発信し、大阪への誘客及び域内での周遊を促進

#### ・水と光を活かした東西軸の魅力創出 10,000 千円

水と光のシンボルである中之島（都心部）と万博会場（ベイエリア）を結ぶ「水と光の東西軸」を創出し、水上交通の活性化を図るため、モニュメント設置やウォーターショーなどの水と光の演出に向けた調査等を実施

#### ・大阪文化芸術祭事業 290,000 千円

多種多様な文化芸術プログラムの開催や多言語対応等の環境整備、2025 年に開催予定の大規模な文化芸術祭にかかる事前準備などを実施

### ○未来社会への投資

#### ・万博と連動した国際会議の誘致・開催の支援 11,000 千円

万博開催に向け大阪・関西への注目が高まり、世界各国からの来阪により活発な国際交流が期待される中、MICE を積極的に誘致・創出するため、国際会議の誘致及び開催に要する経費の一部を助成



## ■堺市 「堺観光戦略」

### <堺市が目指す姿・ミッション>

#### めざす姿 「人々を魅了し続ける屋根のないミュージアム”SACAY”」

- ・ 市内に広く点在する歴史、文化の魅力を最大限に活用し、広大なミュージアムで来訪者をおもてなし
- ・ 大仙公園エリアと環濠エリアを重点エリアとし、古墳や伝統産業などの価値や魅力を体感できるエリアとしてブランディング
- ・ 本物志向で質の高いサービス・コンテンツを多様な主体と創出し、磨き上げ、未来へ継承

#### ミッション「訪れるたび再発見」

- ・ 堺が誇る歴史文化の奥深さを掘り起こし、何度訪れても新たな魅力や興味を持ってもらえる施策を官民一体で推進
- ・ 市民が改めて堺の魅力を知り、誇りを持っていただける取組を通じて、来訪者の再訪意欲を高めるおもてなしを推進

### <KPI>

	2019年度（現状値）	2025年度（目標値）
観光消費額単価 ※1	16,355円	20,000円
エリア別来訪者数 ※2 ※3	大仙公園エリア：29.4万人 環濠エリア：182.7万人	大仙公園エリア：60万人 環濠エリア：300万人
リピート率 ※2 ※4	大仙公園エリア：22% 環濠エリア：36%	大仙公園エリア：30% 環濠エリア：45%

※1 国内旅行者に対するwebアンケート調査に基づく推計

※2 携帯電話事業者の位置情報ビッグデータに基づく全人口推計(拡大推計)

※3 エリア内に60分以上滞在する市外からの来訪者 ※4 エリア内に年間で2回以上滞在する市外からの来訪者

### <3つの戦略と重点取組>

#### 創る～Create～

- ・ 古墳群や町家などの歴史文化資源を活用した古代・中世・近世堺の疑似体験コンテンツの造成
- ・ 茶の湯やだんじり・ふとん太鼓等の伝統行事などを活用したインバウンド向け文化体験メニュー造成
- ・ 国際交流団体、スポーツ団体などによるショートステイメニューの造成・活用

#### 繋げる～Connect～

- ・ 関西国際空港の地元・泉州地域や航空会社と連携した旅行商品等の造成、効果的なPR
- ・ 大阪・関西万博の来場者をターゲットとした旅行商品等の造成、訴求力のある誘客プロモーション
- ・ 関西の世界遺産エリアとの共同による効果的なPR、エリア間における相互周遊の促進
- ・ MaaSや次世代モビリティを活用し、重点エリアなどでの快適な周遊を促進

#### 続ける～Continue～

- ・ 古墳群、歴史文化資源の効果的な情報発信
- ・ 新しい生活様式に沿った感染症拡大を防ぐ安全・安心なサービスの提供
- ・ キャッシュレスなどICTを活用した非接触での決済機能の普及促進、観光サインやWiFiアクセスポイントの充実、観光ガイドの機能向上
- ・ ガス気球体験を通じた古墳の保全に対するシビックプライド醸成
- ・ 古墳サミット等の継続的な開催をきっかけとした地域活性化やおもてなし機運の醸成
- ・ 大仙公園エリア来訪者に百舌鳥・古市古墳群等に対する理解を深めるための博物館機能強化

## <令和5年度当初予算> 観光関連予算 合計 4億9,268万円

(主なもの)

- 2025年大阪・関西万博に向けた誘客促進 【新規】17,017千円  
大阪・関西万博来場者を本市に誘客し、宿泊も含めた長時間滞在の促進を図るため、内川河川敷エリアのオープン化に向けたモデル事業や歴史文化資源を活用した市内周遊促進の取組を支援  
環濠エリア北部地区の歴史的建造物等を活用した飲食・物販・宿泊施設に対し、観光受入環境整備を支援
- 2025年大阪・関西万博の機運醸成・堺の魅力発信 【新規】7,312千円  
大阪・関西万博開催に伴う波及効果を堺へ誘引するため、万博会場での情報発信機会の創出や万博開催に向けた機運醸成の取組を実施
- G7貿易大臣会合大阪・堺推進協力事業 【新規】39,586千円  
G7大阪・堺貿易大臣会合の開催を通じ、国内外への大阪・堺の魅力発信や都市ブランド力の向上、地域活性化に資する取組等を実施
- (仮称)堺鉄炮鍛冶屋敷ミュージアム等整備事業 70,658千円  
「井上関衛門家住宅」を公開展示するため、「(仮称)堺鉄炮鍛冶屋敷ミュージアム」の整備、「山口家住宅」・「清学院」で二次元バーコードを用いた展示解説の仕組み・サイン等の施設整備を実施など
- 伝統産業のブランド力向上 22,500千円  
新たなファンを獲得するため、市民や企業等が堺の伝統産品を活用し、その魅力を利用者目線で市内外へ広く発信する活動を支援(新規)  
大阪・関西万博を見据え、職人技や製造現場の見学・体験など、事業者による伝統産業の魅力を発信するための見学・体験機能の整備を支援 など
- 大和川沿川整備及び賑わい創出事業 77,154千円  
大和川沿川において、安全快適な自転車の通行環境を整備し、あわせて民間と連携して自転車を活用した拠点を整備することで、都市の活性化を推進
- 子ども気球体験事業 17,694千円  
世界遺産「百舌鳥・古市古墳群」を後世に継承する機運を醸成するため、令和5年度からの来訪者向けのガス気球体験運用開始に合わせて、本市在住の小学3年生から小学6年生の児童を対象に、搭乗機会を提供
- 大阪観光局との連携強化 80,000千円  
今後迎える好機での誘客効果の最大化のため、消費効果の高いインバウンド富裕層をターゲットとしたコンテンツ造成やMICE誘致の推進など、強力な情報発信力とネットワークを有する大阪観光局との連携を強化

## ■兵庫県「ひょうご新観光戦略」

### <兵庫県がめざす姿>

より深く、何度でも訪れたい地、HYOGO  
-訪れた多様な人々の感動を呼び、暮らす人々の幸せへ-

### <数値目標>

#### <KPI>

指標	2019 基準値	2021 現状値	2027 目標値
観光消費額	12,312億円	8,232億円	14,500億円
平均泊数	1.22泊	1.22泊	1.5泊
延べ宿泊者数(国内) a	1,305万人	874万人	1,500万人
同上 (外国人) b	137万人	5万人	300万人
外国人宿泊比率 b/(a+b)	(9.5%)	(0.6%)	(17%)
観光消費単価 (国内・宿泊)	54,883円	54,413円	64,000円
同上 (国内・日帰り)	16,948円	15,935円	19,000円
同上 (外国人)	29,893円	-	60,000円
リピーター率	-	58.5%	70%
来訪者満足度	-	66.1%	80%
住民満足度	-	66.8%	75%

#### <モニタリング指標>

区分	視点	指標	現状	目指す 方向性
マネジメント	観光地域・事業者におけるSDGsの推進	(地域) JSTS-Dの活用等持続可能な観光に取り組む市町・DMO等の割合	10.9%	↑ 上昇を目指す
		(事業者) SDGs推進に取り組む観光事業者数	3事業者	
社会 経済	サービス供給体制の確保 域内経済への貢献	観光産業従事者数	16,339人	↑ 上昇を目指す
		域内調達率 (地元食材を7割以上使用する事業者の割合)	42.9%	
		同上 (地元雇用が7割以上)	84.6%	
文化	文化遺産の保全・継承	地域で伝統芸能・文化が受け継がれていると思う人の割合	35.5%	↑ 上昇を目指す
		文化資源の魅力に精通したガイドの育成数	77人	
環境	自然環境の保全	地域の自然環境が守られていると思う人の割合	53.4%	↑ 上昇を目指す
		プラスチック等の廃棄物削減に取り組む観光関連事業者の割合	45.0%	

※観光庁「DMOの形成・確立に係る手引き」に準拠

※モニタリング指標のめざす方向性：いずれも上昇をめざす

### <基本戦略と重点取組>

#### 本物志向の観光ができる HYOGO (観光消費を通じた地域への経済循環)

- (1)兵庫テロワール旅の深化によるサステナブルツーリズムの推進
- (2)新たな価値観・旅行スタイルへ対応した観光需要の創出

#### 持続可能な観光地域 HYOGO (日本版持続可能な観光ガイドラインの趣旨を踏まえた観光地域づくり)

- (1)観光地域を支える人材の育成・確保
- (2)ストレスフリーな周遊を実現する交通アクセスの充実
- (3)ユニバーサルツーリズムの推進
- (4)観光を支える地域資源の保全と活用

#### 何度でも訪れたい地 HYOGO (リピーター率の向上につながる魅力の創出・発信)

- (1)広域圏の活用と圏域内プレゼンスの発揮
- (2)国内観光の活性化
- (3)インバウンド誘客の推進

#### 《ひょうごフィールドパビリオンの展開》





## <令和5年度当初予算> 観光関連予算：合計 7 億 1,300 万円

(主なもの)

### 【観光・ツーリズムの振興】

- 兵庫テロワール旅誘客のための受入環境の充実 31,870 千円  
兵庫テロワール旅を基軸としたブランド力を高めるため、兵庫テロワール旅の中核をなすコンテンツや旅行者の個性・価値観に対応した自分らしい旅を実現する「尖った」観光コンテンツの磨き上げ・受入環境充実を支援
  - 広域観光誘客事業の実施 22,000 千円  
関西と瀬戸内の結節点である立地を活かし、大阪・関西万博を見据えたオプショナルツアー向けコンテンツ開発や広域観光ツアーを造成し、広域観光エリアを形成
  - 万博プラス関西観光推進事業の実施 5,000 千円  
2025 年大阪・関西万博の来場者を関西広域での観光へとつなげるため、万博のテーマ等を踏まえたコンテンツや広域観光ルートを造成
  - 観光・特産品の首都圏プロモーションの実施 11,950 千円  
「HYOGO ブランド」確立のため、県内への観光誘客につなげる特産品の首都圏プロモーションを実施
- 【2025 年大阪・関西万博に向けた取組】**
- 大阪・関西万博に向けたフィールドパビリオンの磨き上げ 16,515 千円  
SDGs 体験型地域プログラムを誘客可能な商品へ磨き上げていくため、プログラムの提供及びプレイヤーのサポートの両面で人材育成を実施
  - 大阪・関西万博に向けた兵庫棟（仮称）・兵庫県立美術館展示企画 55,195 千円  
ひょうごフィールドパビリオンをはじめ、兵庫の有する多彩な魅力を発信する万博会場関西パビリオン「兵庫棟（仮称）」と県内拠点である兵庫県立美術館における展示設計等を実施
  - 戦略的広報・海外プロモーションの展開 91,815 千円  
友好・姉妹提携の状況や、訪日外国人客数を踏まえてターゲットを設定し、プロモーションを展開
  - 国際交流事業等とあわせた海外プロモーションの実施 60,932 千円  
国際交流事業等とあわせ、大阪・関西万博に向けた効果的な海外プロモーションを実施
  - 推進体制の整備 14,385 千円  
大阪・関西万博に向け、情報の相互連携等を通じて市町・事業者等と全県的に取組を推進していくための推進協議会を設置するとともに、各事業の企画・検討のための企画委員会を運営

## ■神戸市「中期ロードマップ for 2025」

### <神戸観光局がめざす姿>

#### 「滞在型国際観光都市」の実現

地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する地域経営の視点に立った観光地域づくりのかじ取り役として、「観光地域マーケティング・マネジメント」を着実に実施することが求められている。コロナ禍で激変する事業環境の中、大阪・関西万博が開催される2025年を節目として、神戸観光局の中期的な方向性をまとめ、DMOを取り巻くステークホルダーの2025年の状態をイメージし課題・解決の方向性を決定。

### <基本戦略と重点取組>

#### 観光誘客：【課題】神戸の滞在価値を伝えること

##### 【解決の方向性】

- ・ライフスタイル観光にフォーカスした誘客促進

##### 【2025年目標】

- ・観光客が神戸に宿泊し、神戸のライフスタイルを楽しんでいる。
- ・海外からの観光客が、「神戸」を認知し、目的地として選んでいる。

#### MICE誘致：【課題】都市の得意分野を活かしたMICE誘致力を高めること

##### 【解決の方向性】

- ・神戸の強みを活かした医療・福祉・新産業・港湾へのフォーカス
- ・GDS-Index加盟
- ・地域施設へのアドバイザー支援
- ・アフターMICEプログラムの拡充

##### 【2025年目標】

「神戸で新しいチャンスを掴みたい、再訪したい」と期待するMICE参加者が増加している。

#### 港湾振興：【課題】港湾資源を活かしたウォーターフロント（WF）の賑わいを創出すること

##### 【解決の方向性】

- ・興味・関心度に基づいたコンテンツ開発
- ・知的好奇心に働きかける情報発信
- ・港湾の価値向上のための連携強化

##### 【2025年目標】

- ・観光客がWFエリアに滞在したいと感じている。
- ・観光客がWFエリアで非日常的な体験を楽しんでいる。

## <令和5年度当初予算> 観光関連予算：合計 約 15 億 6,600 万円

### (主なもの)

#### ○神戸登山プロジェクト 311,200 千円

- ・登山の整備促進（六甲山系、帝釈・丹生山）
- ・案内板の整備・老朽看板の撤去・デザインコードの作成など

#### ○神戸の観光を支える公共交通の強化 92,500 千円

- ・新神戸駅～布引ロープウェイ導線強化
- ・ボートループの利用環境整備
- ・BRT・LRTの導入検討

#### ○MaaSの構築 10,000 千円

- ・鉄道やバス等の公共交通と目的となる施設等との連携により利便性・回遊性を高める MaaS 構築

#### ○インバウンドプロモーション推進 157,027 千円

- ・神戸空港国際化を見据えたインバウンドプロモーションの実施
- ・大阪・関西万博に向けた関西観光本部と連携した誘客
- ・クルーズ客船誘致の推進など

#### ○ナイトタイムエコノミーの推進 376,300 千円

- ・夜市の定期開催・インバウンド向け夜型コンテンツの造成
- ・夜間景観の魅力向上（ライトアップ照明整備、民間事業者等への支援）
- ・分散型花火・イルミネーションイベントの開催

#### ○六甲山・摩耶山の賑わい創出 603,000 千円

- ・グリーンスローモビリティ運行等の交通社会実験など

#### ○兵庫ディスティネーションキャンペーン 15,358 千円

- ・兵庫県、JR 6 社と連携した観光プロモーションの実施

## ■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 2023）」

### <和歌山県の方向性>

ポストコロナを見据えた持続可能な観光成長戦略

- ◆令和5年から令和7年は、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、「環境にやさしい持続可能な観光地づくり」、「大阪・関西万博に向けた誘客推進」、「滞在期間延長と消費拡大」の3点を基本方針として、コロナ禍からの反転攻勢を図る。

### <3つの戦略と取組>

#### 1. 和歌山を売り出す

- (1) 「世界遺産」  
弘法大師御誕生 1250 年：日本の伝統芸能を活用した特別企画、3 霊跡巡礼スタンプラリーの実施等  
世界遺産登録 20 周年：参詣道ウォークの推進、プレイベント・特別企画、メタバースの活用等
- (2) 「アウトドア観光」  
和歌山県独自のキャンプスタイルの発信、県内事業者等と連携したキャンプ及びイベント企画等の実施、キャンプ場関係者及び体験事業者向けセミナー等の開催
- (3) 「温泉」と「食」  
わかやま温泉ガストロノミー(仮)提案、温泉ブランド力強化に向けた情報発信、滞在期間の延長に向けた周遊促進
- (4) 「サイクリング王国わかやま」  
周遊促進、情報発信・誘客プロモーション、安心・安全なサイクリング環境の整備

#### 2. 和歌山へ招く

- (1) 国内誘客プロモーション  
旅行需要喚起、メディア対策、団体旅行誘致、南紀白浜空港の利用促進・クルーズ客船誘致等
- (2) 多様な旅のスタイルの普及  
ワーケーション推進、企業研修や CSR 活動誘致、宇宙を切り口とした新たな層の開拓、コンベンション誘致
- (3) 海外誘客プロモーション  
スペイン・ガリシア州との共同プロモーション、マーケティング能力強化、海外有力 OTA や航空会社と連携したプロモーション、「大阪・関西万博」を見据えた外国クルーズ船や国際チャーター便の誘致

#### 3. 和歌山でもてなす

- (1) 快適観光空間の創造・人材の育成  
観光 DX 推進、紀州語り部の研修等の実施、観光地おもてなし向上・ユニバーサルツーリズム推進、景観に配慮した観光地づくり、二次交通の利便性向上、富裕層向け宿泊施設の誘致
- (2) インバウンド受入環境の整備  
デジタルを活用した観光周遊環境整備、二次交通の利便性向上、飲食店の多言語対応の促進、自然災害時における対応力の強化

## <令和5年度当初予算> 観光関連予算：合計 約 10 億 2,614 万円

### (主なもの)

#### ○わかやま「観光力」推進 209,591 千円

本県が有する多彩な観光資源を活用し、地域が一体となって魅力ある観光地づくりに取り組むとともに、戦略的な観光プロモーションを積極的に展開して誘客を促進

#### ○世界遺産等推進 46,974 千円

世界遺産「紀伊山地の霊場と参詣道」の保全・活用の推進及び周知・啓発並びに日本遺産を活用した情報発信等を実施

#### ○「アウトドア観光」推進 21,580 千円

アウトドア観光に焦点を当て、本県への誘客と持続可能な観光地づくりを促進

#### ○国際観光推進 246,705 千円

外国人観光客の誘致を図るため、東アジア、東南アジア及び欧米豪をターゲットとしたプロモーション活動を実施

#### ○外国人観光客受入環境整備 44,113 千円

外国人観光客が県内を快適・円滑・安全に周遊できるよう、通訳サービスの提供や市町村による多言語案内表示等の整備等を支援

#### ○大阪・関西万博推進 254,418 千円

大阪・関西万博において、関西パビリオン内に設置する和歌山館（仮称）の整備及び機運醸成を図る取組等を実施

#### ○クルーズ客船寄港推進 37,279 千円

ポストコロナや大阪・関西万博を見据え、インバウンド旅行需要の取り込みを目指し、県内3港（和歌山下津港、日高港、新宮港）へのクルーズ客船寄港誘致活動を推進

## ■京都府 「京都府観光総合戦略」

### <京都府がめざす将来像>

#### (1) 観光と地域社会との共生

「訪れてよし」の京都の魅力を創造するとともに、地域社会と観光の共生により「住んでよし」の環境をつくることで、地域・観光客・住民の満足度が向上し、持続可能性が高い地域が実現している。

#### (2) 観光を入口とした地域経済の活性化と京都産業全体の好循環が創出

観光客にとって魅力的なコンテンツが次々に創出され、地域で活躍する小規模な観光事業者やガイドも含め、観光産業が若者にとって人気の業界であり続けているとともに、観光産業の発展が、地域の経済・雇用・文化・環境など様々な分野の好循環を生み出している。

#### (3) 一人一人のニーズに合致した満足度の高い観光が実現

世界最先端の観光時流を的確に捉え、世界有数の体験型観光のモデルになるとともに、外国人も含めた京都市内を訪れる観光客に、「京都市+府域+近隣府県」という周遊・滞在型観光が、京都府観光の定番として定着している。

### <今後の取組方針>

#### 1 交流の進化をめざして

##### ・関係から参加を目指した観光の推進

京都の強みである「学び」の力を観光の観点から地域に取り入れるとともに、観光をきっかけに地域と関係を深め、地域に参加する人々を増やす取組を進めていく。

##### ・京都ならではの魅力の活用

食や文化など、京都ならではの本物の魅力を磨き上げ、その魅力を発信することで、観光客が繰り返し訪問し、地域との交流を深める機会を創出する。

##### ・交流を支える基盤の整備

周遊促進のためのスムーズな移動の手段と地域の特色を踏まえた利便性の高い宿泊施設等の整備や、誰もが快適に楽しめることができる環境の整備を進める。

#### 2 持続性の高い観光をめざして

##### ・住民参加による新しい観光の推進

地域住民の観光への理解を促進し、住民参加による新しい観光を推進する。

##### ・地域とともに成長する観光の推進

地域と観光事業者が豊かさを実感できる高付加価値の観光を推進するとともに、地域の資源を活用して、地域社会と観光が共生する持続可能な観光地域づくりを目指す。

##### ・交流を支える人材の確保・育成・活躍

ウェルビーイングで持続可能な観光産業への転換を目指し、京都の観光産業を担う人材の育成や安定的な確保・定着を図るとともに、地域で交流を生み出す人材を育成します。

#### 3 文化庁移転や大阪・関西万博等を契機とした交流の推進を目指して

##### ・大阪・関西万博を契機とした観光の振興

2025年の大阪・関西万博の開催を契機として、府内各地への観光客の誘致を進めます。

##### ・MICEによる交流の推進

文化庁の京都移転や大阪・関西万博の開催を契機として、京都の特色を活用したMICEの誘致を進め、交流に結び付ける。

##### ・インバウンドによる交流の推進

文化庁の京都移転や大阪・関西万博の開催を見据えて、他の自治体とも連携しながら、的確なターゲットの選定や海外での発信力の高いプロモーションの展開により、インバウンドの誘致を進め、国際交流を推進する。

## <令和5年度当初予算> 観光関連予算：合計 約 13 億 8,559 万円

### (主なもの)

#### ○インバウンド対策事業費 80,498 千円

回復しつつあるインバウンドの効果を府域全体に行き渡らせるため、情報発信をはじめとするプロモーションを実施する。

#### ○食の京都推進事業費 23,700 千円

府域共通の観光資源でもある「食」を目的とした観光誘客を促進するため、「食の京都」をキーワードに地域のいちおし食材等を活用した地域の魅力向上・消費地での認知度向上を図る。

#### ○文化観光推進事業費 8,000 千円

文化庁移転を契機に、これまで取り組んできた文化財を活用した観光誘客をさらに発展させ、京都ならではの本物の文化を体験できる文化観光を推進する。

#### ○地域の魅力を活かした観光振興事業費 10,000 千円

持続可能な京都観光を実現するため、ビッグデータの収集・分析による効果的なマーケティングやデジタル技術を活用した新しい観光サービスやコンテンツの提供など、観光分野におけるDX化を推進する。

#### ○京都観光アカデミー運営事業費 10,000 千円

持続可能な京都観光を実現するため、観光産業の経営者や従業員として活躍する人材に加え、他業種連携により新しい観光サービスを提供できる人材を育成する「京都観光アカデミー」を展開する。

#### ○京都府観光連盟DMO推進事業費 124,152 千円

観光庁の候補DMOに登録されたことを契機に、多様な関係者と協働し、京都の観光地域づくりを広域的な視点から推進する公益社団法人京都府観光連盟におけるデータ収集・分析による効果的なプロモーションや、京都観光を支える受入基盤強化の取組みを推進する。

#### ○京の修学旅行・教育旅行府内誘致促進事業費 10,000 千円

2025 年大阪・関西万博を見据えて、京都市をはじめとする他団体と連携し京都に国内外からの修学旅行・教育旅行を誘致するとともに、京都市を訪れる修学旅行生が「もうひとつの京都」エリアに訪問する機会を創出し、京都ファンの裾野を拡大する。

※一部再掲あり、職員人件費除く

# ■京都市 「京都観光振興計画 2025」

## <京都観光が目指す姿>

市民の暮らしの豊かさの向上、地域や社会の課題解決、SDGsの達成に貢献し、感染症や災害などの様々な危機や環境問題に対応していく持続可能な観光

## <2030年に実現を目指す5つのまちづくりと観光>

### 1 市民生活と観光の調和・豊かさの向上

- ・観光客による行動や観光事業者による事業活動が、地域の文化や習慣に配慮して行われ、市民生活と調和している。
- ・市民が、観光による地域への貢献を実感できるとともに、市民自身が京都の魅力を存分に味わい、京都により誇りが持てるようになり、観光客をあたたく迎える気運が醸成される。
- ・観光による経済効果がより幅広い産業、幅広い地域に波及し、市の財政にも貢献するとともに、観光の力を活かして地域の文化・コミュニティや景観等が継承・発展し、またそれが京都の魅力向上につながる。
- ・観光が、教育や健康づくり、福祉など、様々な分野の課題解決に貢献する。

### 2 京都の「光」の磨き上げ・観光の質の向上

- ・京都の自然や文化・芸術、それらの根底にある市民の暮らしの美学等が守られ、さらに新しい魅力が創出されることによって、観光客がより多様な楽しみ方ができる。
- ・障がいのある方や高齢者、外国人観光客など、全ての方が、年齢、性別、言語、宗教などの様々な特性や違いを越えて、快適に京都観光ができるよう、サービスや受入環境、情報発信が充実することにより、観光客の満足度や利便性が向上するとともに、市民にとっても暮らしやすいまちづくりが進展する。
- ・サービス低下等につながる価格競争に陥ることなく、観光客の満足度や消費単価の向上、ひいては観光事業従事者の労働環境の改善等につながる好循環を確立している。
- ・市民と観光客との交流などによって、市民による観光客へのおもてなしの向上、相互理解の促進による国際親善の促進、観光客の京都に対する敬意や愛着の醸成などが進展する。

### 3 担い手の活躍

- ・不本意な非正規雇用の減少を支援する取組などによる観光事業従事者の雇用の安定化、処遇の改善が図られて、誇りや意欲を持って働ける環境が整えられ、文化の担い手としても活躍する。
- ・生産性向上や時期の分散化の更なる推進等を通じて観光事業者の経営がより安定化するとともに、京都における観光・文化分野での起業や新事業創出が盛んになり、都市の活力向上につながる。

### 4 危機に対応でき、安心・安全で持続可能な観光の推進

- ・感染症や災害等の様々な危機に対し、事前に十分備えるとともに、発生した場合に適切・迅速に対処し、関係者全ての安心・安全、事業の継続・従事者等の雇用を確保できる。
- ・平常時においても、事故や犯罪等が抑制されるとともに、観光客が医療を受けやすい環境が整うなど、安心・安全を確保する観光の体制が万全になる。
- ・観光事業者や観光客による温室効果ガスや廃棄物の排出抑制など、環境により配慮した観光へと進化する。

### 5 MICE振興

- ・京都の歴史、文化、自然等の多彩な魅力が磨き上げられ、MICE都市として世界から選ばれ続ける。
- ・様々な分野で活躍する世界の人々が京都に集い、最新の知見の共有、ネットワークの拡大、消費活動、文化交流等が進むことにより、地域への貢献や、産業・学術・文化・スポーツ等の振興、相互理解・国際親善につながる。
- ・MICEの担い手が増え、オール京都で誘致・開催支援に取り組む環境が整う。



## < 令和5年度当初予算 > 観光関連予算：7億4,877万円

(主なもの)

<b>○市民生活と観光の調和を図る受入環境の整備</b>	<b><u>40,500 千円</u></b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 観光バスの路上滞留対策等強化事業</li> <li>・ 安心・安全な京都観光のための情報発信</li> <li>・ 手ぶら観光の推進</li> <li>・ 観光事業者への京都観光行動基準の普及促進事業</li> <li>・ 持続可能な京都観光を推進する優良事業者表彰</li> <li>・ 地域と連携した観光課題解決等推進事業</li> </ul>	など
<b>○宿泊施設の質の向上</b>	<b><u>31,746 千円</u></b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 宿泊施設等と連携した京都経済の域内循環促進事業</li> <li>・ 旅館をはじめとする宿泊施設の経営強化・魅力発信支援</li> </ul>	など
<b>○観光の担い手の活躍促進</b>	<b><u>27,000 千円</u></b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 京都市認定ガイド制度の運営</li> </ul>	など
<b>○観光・文化コンテンツの情報発信・収集</b>	<b><u>102,616 千円</u></b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 京都観光オフィシャルサイトの運営</li> <li>・ メディア等を通じた国内外向け情報発信等</li> </ul>	など
<b>○多様な魅力の発信による国内外からの誘客の推進</b>	<b><u>90,600 千円</u></b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 持続可能なインバウンド観光促進事業</li> <li>・ 多様なエリアにおける魅力発信事業</li> <li>・ 朝・夜観光など幅広い京都の魅力向上事業</li> </ul>	など
<b>○修学旅行生誘致に向けた取組</b>	<b><u>56,100 千円</u></b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 修学旅行体験学習支援事業</li> <li>・ 修学旅行生の安心・安全確保対策</li> </ul>	など
<b>○京都観光総合調査等の実施</b>	<b><u>17,702 千円</u></b>
<b>○M I C E 推進事業</b>	<b><u>150,844 千円</u></b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ サステナブルM I C E 都市形成事業</li> </ul>	など
<b>○京都総合観光案内所の運営</b>	<b><u>69,399 千円</u></b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 観光案内D X 事業</li> </ul>	など
<b>○その他（産業振興対策のうち観光分）</b>	<b><u>15,000 千円</u></b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 万博に向けた機運醸成・誘客等推進事業</li> <li>・ 「食の京都」飲食店経営改善サポート事業</li> </ul>	など

## ■福井県 「ふくい観光ビジョン」

### <基本理念>

**観光でこころひとつに、活力ある地域の創造  
～ふくいブームの創出からムーブメント、文化へ～**

#### 目標設定

		現状値 (平成30年)	目標値 (令和6年)	備考
定量 目標	(1) 観光消費額 ＜福井県観光統計＞	1,313億円	1,700億円	約30%増加
	(2) 観光客入込数 ＜福井県観光統計＞	1,697万人	2,000万人	約20%増加
	(3) 延べ宿泊者数 ＜宿泊旅行統計調査(観光庁)＞	406万人	510万人	約25%増加
	(4) 外国人延べ宿泊者数 ＜宿泊旅行統計調査(観光庁)＞	7.6万人	40万人	約430%増加
	(5) 来訪者満足度 ＜福井県アンケート調査＞	46%*	60%	約15ポイントの増加
定性 目標	(6) 観光関連サイトへの事業者の登録・県民の投稿件数を増やす			県民の観光への取組みのモニタリング指標

※令和元年調査(直近1年間に本県に旅行経験のある人のうち、7段階評価で上位2段階(大変満足、満足)を回答した人の割合)

#### 計画期間

令和2年度～6年度(5年間)

### <基本戦略>

#### 1 観光で「稼ぐ」

- ・価値ある食を提供するなど、観光客に気持ちよい消費を促すことが、地域経済の活性化ひいては住民の生活の豊かさの向上につながります。そのためにも、観光地域づくり法人(DMO)を中心に観光のプレイヤーを発掘・育成し、ターゲットにあわせ、観光資源を磨き上げ、新たなコンテンツを造成するなど、地域一体となって観光客の心をつかむ魅力づくりを進めます。

#### 2 観光で「ブームを起こす」

- ・北陸新幹線福井・敦賀開業など今後迎える誘客拡大の好機を最大限活かし、ブームを創出します。また、ブームを一過性で終わらせないよう、個々の資源のストーリーの発掘・発信を通じて魅力を高め、ムーブメントにつなげます。さらには、これらを誰もが認める「ふくいブランド」として確立し、文化へと高めていきます。

#### 3 観光で「世界を魅了する」

- ・交流人口の拡大には、近年増加している訪日外国人観光客の需要の取り込みが重要です。関西・京都、北陸など、外国人観光客の多い周辺地域からの誘客も重視しながら、国・地域のニーズに応じた情報発信やコンテンツの充実、インバウンド目線の受入環境整備など、外国人の心に訴える「攻め」のインバウンド施策を展開します。

#### 4 観光で「心を満たす」

- ・安全・安心で快適な旅行環境や感動するおもてなし体験の提供などは、観光客の満足度を高めます。観光地までの二次交通の充実や、SDGsの理念に沿った住民の暮らし・豊かさの維持向上につながる持続可能な施策の展開など、すべての人にやさしい環境を整え、地域社会と観光との共生を図ります。

## <令和5年度当初予算>観光関連予算：合計 約2億4,537万円

(主なもの)

### ○インバウンド向けデジタルマーケティングツール推進事業 29,978千円

インバウンド向けホームページを中心としたSNSやウェブPRを駆使したマーケティング体制を構築することにより、海外への情報発信を強化する。

- ・事業内容 多言語SNSの運営、ウェブプロモーションの実施

### ○ZENによる誘客促進事業 16,400千円

海外富裕層の関心も高い本県の「ZEN」をテーマとした旅行商品開発やプロモーションを実施し、インバウンド誘客の拡大を図る。

- ・事業内容 欧米市場を対象とした旅行会社・ツアーオペレーターの招へい  
海外旅行会社向けに造成した旅行商品のセールス  
米、仏のZENセンターを活用した現地イベント開催 等

### ○インバウンドによる地域消費拡大推進事業 9,000千円

北陸新幹線福井・敦賀開業等に向けて、関係市町等とともにWEBアプリを活用した店舗の商品・サービスの多言語化等を支援し、外国人観光客等による地域消費の拡大を図る。

- ・事業内容 WEBアプリによる店舗の商品・サービスの多言語化対応等を支援  
機能見直し、改修等によるWEBアプリの利便性向上  
福井駅以外の新幹線駅周辺の参加店舗の拡大

### ○東南アジア市場新規開拓事業 5,420千円

経済発展が目覚ましく、今後訪日客の増加が見込まれる東南アジアにおいて、人口が多く今から訪日旅行需要が見込まれるフィリピン・ベトナムに加えて東南アジア最大の訪日市場であるタイをターゲットに、現地展示会による営業活動や旅行動向へ影響を与える人物を招聘し、本県への誘客拡大を図る。

- ・事業内容  
フィリピン 個人客の参加が多い展示会に、旅行会社と共同出展  
ベトナム 現地旅行社に対する認知度向上のため、知名度の高いJNTOブースに出展  
タイ 旅行博で情報を収集する層が多いため、JNTO主催の訪日旅行特化フェアに出展  
各市場共通 国ごとに人気のある観光素材を旅行商品造成を促すため、旅行会社を招聘

### ○関西の観光団体との連携による「大阪・関西万博」外国人観光客誘客事業 6,000千円

令和7年の「大阪・関西万博」には350万人の外国人観光客の訪日が見込まれるなど、コロナ禍で落ち込んだインバウンド誘客拡大を図る絶好のチャンスである。そこで、万博来場者をターゲットに、インバウンドに取り組んでいる関西の観光団体や万博協会との連携し、広域旅行商品の造成や情報発信を行い、本県への誘客拡大を図る。

### ○ODMOによる観光地域づくり推進事業 178,570千円

福井県版DMOが主体となり、地域の観光を担うプレイヤー支援やマーケティング調査・分析を行うことにより、地域の稼ぐ力を引き出すとともに、地域が一体となって観光に取り組む基盤づくりを進める。

## ■三重県 「みえ元気プラン」

《計画を実現させる計画目標》		
目標項目	現状値 【令和3】	目標値 【令和8】
(1) 観光客満足度	93.5%	95.0%
(2) 県内の平均宿泊日数	1.20泊	1.33泊
(3) リピート意向率	92.6%	95.0%
(4) 観光消費額	3,562億円	6,500億円
(5) 県内の延べ宿泊者数	518万人	1,041万人
(6) 県内の外国人延べ宿泊者数	1.7万人	45.4万人
(7) 首都圏・関西圏における観光旅行先としての三重県への訪問意向および三重県産品の購入意向の割合	65.6%	74.0%

### ○持続可能な三重県観光の推進に向けて

- ・世界的に SDGs の取組が加速する中、観光地を選ぶ基準の一つとして「持続可能な観光地」であることが注目されているなど、地域全体で受入れ環境を整えることが求められている。
- ・旅行者よし、事業者よし、地域住民よしの「三方よし」の持続可能な観光地につなげるため、地域経済の持続的な成長のほか、社会・文化や環境の持続性への配慮など、地域の総合力を発揮した三重県観光の推進として、以下の取組を進める。

#### 1 戦略的な観光誘客の推進

- ・令和7(2025)年の大阪・関西万博や次期式年遷宮に向けた令和8(2026)年のお木曳行事等、国内外から多くの人を訪れるイベントのほか、リニア中央新幹線東京・名古屋間の開業等の好機を見据え、三重県の認知度をさらに高め、観光地として選ばれ続けるために、三重の強みを生かした戦略的な観光プロモーションを展開し、国内外からのさらなる誘客につなげる。

#### 2 質の高い観光地づくり

- ・観光消費額をさらに引き上げ、地域経済を循環させる原動力とするため、地域ならではの食事・文化や自然をじっくり味わう体験を旅行者に提供するなど、拠点滞在型観光を進めていく。
- ・これに向けて長期滞在に適したコンテンツやサービスの磨き上げを行うとともに、地域の観光事業者はもとより地域住民とも連携しながら、多くの旅行者を迎え入れる環境整備を進める。

## <令和5年度当初予算>観光部関係予算：合計 約29億7,600万円

(主なもの)

### ①—1 『拠点滞在型観光の推進』

#### 拠点滞在型観光推進事業 934,683千円

- ・三重ならではの特別感のある体験コンテンツの磨き上げ
- ・ガイド人材の確保・育成
- ・宿泊施設や観光施設の改修など、資源を生かした周遊ルートの整備に取り組む地域や事業者の支援
- ・観光地経営の核となるDMOの司令塔機能の強化に向けた支援
- ・旅行者にとって快適な受入れ環境の整備

#### 上質な「みえ旅」・長期滞在促進事業 53,574千円

- ・ガストロノミーリズムの推進
- ・高付加価値インバウンドを対象としたSIT (Special Interest Tour)
- ・県内の「祭り」を活用した周遊や滞在促進

### ②—1 『国内誘客と観光需要の喚起』

#### みえ観光の産業化推進事業 1,363,119千円

- ・観光地での消費を促進するための旅行需要の喚起策の実施
- ・主要駅での交通広告やSNSなど多様な媒体を活用した魅力発信

### ②—2 『インバウンド誘客』

#### 高付加価値旅行者層誘致促進事業 54,973千円

- ・海外から高付加価値旅行者等の誘致を進めるためのプロモーション
- ・新たに注力すべき市場の調査
- ・関西の広域連携DMOと連携した外国人旅行者の県内誘致

#### 産業観光推進事業 19,877千円

- ・ものづくり企業などの技術や経営理念、親から子へ伝統をつなぐ継承文化などを新たな観光資源として「産業観光」を推進

#### 観光デジタルファースト推進事業 46,356千円

- ・SNSや動画等のオンラインを活用した外国人目線での三重県の魅力発信
- ・Instagramでの「#visitmie」投稿キャンペーン
- ・専門人材（プロデューサー）の配置

## ■滋賀県 「シガリズム観光振興ビジョン」

「シガリズム」とは、「琵琶湖をはじめとした自然と歩みをそろえ、ゆっくり、ていねいに暮らしてきた、滋賀の時間の流れや暮らしを体感できる、“心のリズムを整える新たなツーリズム”」の総称

### < 基本的な方向性 >

- ①新型コロナウイルス感染症からの着実な回復（感染拡大防止と経済活動の両立）をめざす。
- ②コロナ禍を経た新たな時代に対応する滋賀らしいツーリズムを「シガリズム」として推進する。

<めざす姿> 「シガリズム」の提供を通じて、より良い地域社会が実現し、持続可能な観光を推進する滋賀県

<基本方針> 「シガリズム」を共通コンセプトとした観光の推進



### < 3つの視点 >

連携 ~つながる~	変化 ~かわる~	持続 ~つづく~
多様な主体（観光事業者、農林水産業や地場産業等の事業者、県民、観光客等）がつながり、ともに創る観光地域づくり	人々の価値観や社会環境等の変化に柔軟に対応し、新たな価値のあるツーリズムの創出や観光DXを推進	経済、社会、環境への影響に十分に配慮するとともに、自然や暮らしそのものが活かされる持続可能な観光を推進

### < 施策の柱 >

1 新型コロナウイルス感染症からの着実な回復	・回復フェーズを3段階に分けて施策を柔軟に展開
2 魅力向上と創出	・テーマ(自然、歴史等)に沿った観光コンテンツの創出
3 受入環境整備	・フリーWi-Fiの整備やキャッシュレス対応
4 魅力の発信	・ターゲットごとに最適な内容やタイミングで情報発信
5 推進体制強化	・観光関連団体の連携強化を図る

### < 重点分野 >

「シガリズム」を共通コンセプトとした観光を推進する上で、重点的に取り組む6つの分野を設定し、具体的な事業を展開していく。

- |                   |                   |          |
|-------------------|-------------------|----------|
| (1) 体験・交流型観光      | (2) ビワイチ、ビワイチ・プラス | (3) 教育旅行 |
| (4) コンベンション、イベント等 | (5) 訪日外国人旅行       | (6) 物産   |

## <令和5年度当初予算> 観光関連予算：合計3億6,750万円

(主なもの)

### 1 シガリズム魅力向上・発信事業

#### (1) シガリズムコンテンツ創出事業 34,901千円

県内各地の価値ある資源を体験・体感することができる滋賀らしいツーリズムを創出・発信するため、観光素材の掘り起こし、磨き上げ、情報発信を行い、誘客促進につなげる。

#### (2) シガリズムPR推進事業 31,131千円

滋賀らしいツーリズム「シガリズム」を、デジタル・リアル媒体や大型集客イベント等で発信し、滋賀の魅力の発信と誘客促進につなげる。

#### (3) 観光物産PR推進事業 9,500千円

県産品の魅力を伝える観光物産PR展を開催し、販売や事業者と来客の交流を通じ、新たな滋賀ファン獲得や観光誘客につなげる。

#### (4) ロケツーリズム推進事業 8,000千円

県内での撮影を支援した映像作品のテーマ性等を活用し、ロケ地などを巡るPR事業を展開することにより、周遊・滞在型の観光機会を創出し、本県の認知度向上や観光誘客による地域振興を図る。

### 2 国際観光推進事業 33,494千円

重点市場である東アジアや、開拓市場である欧米豪に対して、積極的にプロモーションを展開するとともに、シガリズムコンテンツのインバウンドへの対応支援等により誘客を図る。

### 3 ビワイチ観光推進事業 44,107千円

「ビワイチ」の取組を加速化し、本県の観光振興および活力ある地域づくりを進めるとともに、世界から選ばれるサイクルツーリズムの展開を図る。

### 4 観光DX推進事業 13,860千円

ビッグデータ等の分析結果に基づく事業展開やデジタル技術を活用した情報発信の取組を支援することにより、県内の観光DXを推進するとともに、観光の質の向上を図る。



## ■奈良県 「奈良県観光総合戦略」

### < 成果指標 >

【成果指標 1】 本県の観光消費額を <b>2,100億円</b> に増やします。 (2019年(令和元年) 1,807億円)
【成果指標 2】 本県の1人あたり観光消費額を 宿泊観光客 <b>28,000円</b> 日帰り観光客 <b>5,000円</b> に増やします。 (2019年(令和元年) 宿泊観光客 24,807円 日帰り観光客 4,569円)
【成果指標 3】 本県の延べ宿泊者数を <b>350万人</b> に増やします。 (2019年(令和元年) 273万人)
【成果指標 4】 本県の観光入込客数を <b>5,100万人</b> に増やします。 (2019年(令和元年) 4,502万人)
【成果指標 5】 本県の訪日外国人旅行者数を <b>450万人</b> に増やします。 (2019年(令和元年) 350万人)
【成果指標 6】 本県の旅館・ホテル客室数を <b>12,000室</b> に増やします。 (2019年度末(令和元年度末) 9,735室)

#### 「ここにしかない魅力であふれる観光地・奈良」～奈良ならではの魅力を守り、創り、磨き上げる～

- ・自然・歴史・文化資源の保存・活用を通じて、悠久の歴史を感じられるとともに、長きにわたり守られてきた建築物などを通じて**持続可能な社会のあり方を知り学べる奈良**が実現
- ・新たな魅力が次々に生み出され、**観光客が幅広く楽しみ、癒やされる奈良**が実現
- ・奈良ならではの魅力的なイベントや体験メニューを、**四季を通じて楽しめる奈良**が実現
- ・奈良のおいしい「食」が充実し、「**奈良にうまいものあり**」との評価が定着

#### 「いつ来ても快適な観光地・奈良」～来てよし、居てよしの奈良になる～

- ・宿泊施設が質・量ともに充実するとともに、県内観光や近隣府県への**周遊拠点として確立された、泊まりたい奈良**が実現
- ・多様な観光客に配慮した受入環境や古都にふさわしい良好な景観が整備され、**心地よく滞在できる奈良**が実現
- ・リニア中央新幹線の奈良市附近駅まで来訪した方が、多様な交通サービスと観光地への良好なアクセスにより、**県内各地を円滑に周遊することのできる奈良**が実現
- ・あらゆる主体が効果的に連携・協働し、観光客・地域住民双方が満足する、**安全・安心で持続可能な観光地としての奈良**が実現

#### 「選ばれる観光地・奈良」～何度でも訪れたい奈良になる～

- ・奈良の多様な魅力の発信により、国際的にも奈良のブランド力が確立・認知
- ・多くの人が自然・歴史・文化、食、イベントなどを、四季を通じて楽しみ、リピーターとして**何度でも訪れたい観光地・奈良**が実現

名実ともに「世界中に名を馳せる観光地・奈良」を実現



## < 令和5年度当初予算 > 観光関連予算：合計 37 億 3,228 万円

### 賑わう「都」をつくる

～奈良が有する自然・歴史・文化資源を活用し、観光産業を振興する～

(主なもの)

#### ○観光案内機能強化事業 16,502 千円

外国人観光客へのおもてなしの向上のため、奈良県観光インフォメーションセンター及び近鉄奈良駅総合観光案内所に外国語対応スタッフを配置

#### ○奈良県外国人観光客交流館運営事業 167,037 千円

奈良県外国人観光客交流館「奈良県猿沢イン」の運営、外国人観光客に対する観光情報の提供、外国人スタッフによるSNSを活用した奈良の情報発信、文化交流体験イベントの実施、宿泊部門の管理

#### ○観光情報発信事業 65,667 千円

奈良公園や平城宮跡をはじめ、県内の周遊観光を促進するため、国内外からの観光客に対して効果的に情報発信

#### ○海外観光客等に向けた奈良の食の魅力発信事業 5,000 千円

2025年大阪・関西万博を見据え、海外観光客等向けに奈良の食の魅力発信を強化

#### ○外国人観光客誘致戦略新市場開拓キャンペーン 10,188 千円

SNSを通じて知られざる奈良の魅力在海外に継続的に発信し、潜在的な訪奈良需要の喚起、誘客を促進

中華圏市場向けコーディネーターを設置し、現地関係者に対するセールス及びプロモーション活動等を実施

#### ○外国人観光客誘致戦略ビジットならキャンペーン 7,500 千円

国及び近隣府県・民間団体と連携し、効果的・効率的な外国人観光客と訪日教育旅行の誘致活動を展開

#### ○海外市場誘客プロモーション強化事業 6,000 千円

インバウンドの本格的な再開に合わせ、訪奈良需要が期待できる台湾、香港等の海外市場に対して、効果的なプロモーションを実施

#### ○インバウンド推進事業 18,000 千円

2025年大阪・関西万博に伴う増加が見込まれる訪日外国人を本県への誘客につなげるため、日本政府観光局(JNTO)や、在外公館などの政府機関等と連携した誘客プロモーションを展開

## ■徳島県 「徳島県観光振興基本計画（第4期）素案」

### <基本目標>

項目	現況値	目標値			
	2021年度 (R3)	2023年度 (R5)	2024年度 (R6)	2025年度 (R7)	2026年度 (R8)
延べ宿泊者数 (万人・暦年)	160	210	230	250	250
延べ観光入込客数 (万人・暦年)	1,111	1,650	1,800	1,950	1,950
年間観光消費額 (億円・暦年)	929	1,060	1,130	1,200	1,200

### 1 「オール徳島」での観光振興の推進体制強化

- ・観光データの活用
- ・観光産業を支える人材の確保・育成
- ・国・市町村・事業者・DMO等との積極的な連携

### 2 サステナブルな観光コンテンツの充実

- ・サステナブルツーリズムの推進  
万博開催に向け「サステナブルといえば徳島」としての新たな観光ブランドの確立
- ・徳島ならではの観光資源の高付加価値化促進

### 3 ビッグイベントの開催に向けた「観光客の受入環境整備」

- ・宿泊施設・観光施設等の受入環境整備  
宿泊・観光施設の投資促進、外国人・障がい者等のストレスフリー・バリアフリー対応
- ・万博を見据えた移動環境整備

### 4 ポストコロナ新時代に向けた「情報発信力の強化」、「誘客営業の強化」

- ・ターゲットに合わせた戦略的な情報発信  
デジタルマーケティングを活用した市場動向やニーズの把握  
大手旅行会社やSNSを活用した「#徳島あるでないで」キャンペーン  
万博期間中「徳島パビリオン」をゲートウェイに徳島（まるごとパビリオン）へ誘客
- ・徳島の特産品を活用した情報発信

### 5 戦略的なインバウンド誘客の推進

- ・アフターコロナに向けた訪日外国人の周遊促進  
東アジア・欧米を中心にオンラインも活用した訪日観光PR  
広域連携DMOとの連携による万博と組み合わせた旅行商品の造成
- ・国際MICE誘致促進

## <令和5年度当初予算> 観光関連予算 合計 6億8,891万円

### (主なもの)

#### (1) 2025年大阪・関西万博に向けた戦略的プロモーション

##### **歓迎徳島！外国人誘客促進事業** 55,340千円

本県へのインバウンド需要回復を着実に進め、「大阪・関西万博」の観光誘客につなげるため、国内外の旅行会社に対して誘客プロモーションの支援を行うとともに、各種助成制度の充実を図る。

##### **売れる“観光徳島”推進事業** 22,500千円

官民連携プロジェクトチームによる「オール徳島」で、「大阪・関西万博」へ向け、旅行需要を喚起するため、県内事業者の横連携を強化するとともに、「食」や「文化」などの「体験」を中心としたプロモーションを実施する。

##### **「Visit Tokushima」千客万来事業** 23,300千円

「大阪・関西万博」の開催など観光誘客の好機を生かし、更なるインバウンド誘客の拡大につなげるため、アフターコロナの旅行者ニーズの変化を捉え、本県観光の訴求力や周遊性の向上を図る効果的なプロモーションを実施する。

#### (2) 受入体制とコンテンツの強化

##### **周遊促進！徳島観光すいすい事業** 34,000千円

県内の周遊観光を促進するため、「地域連携DMO」と連携し、「サステナブル・ツーリズム」等に対応したコンテンツの磨き上げや旅行商品の造成を行うとともに、貸切バスを利用した団体向け企画旅行商品の造成を支援する。

##### **広域観光推進事業** 58,582千円

周遊性の向上と交流人口の増大による地域経済の活性化を図るため、「広域連携DMO」と連携し、関西、瀬戸内、四国エリアにおいて、より多様な魅力を提供できる観光圏域を形成する。

##### **コンベンション誘致促進事業** 28,500千円

県外から多くの参加者が見込まれるコンベンションや展示会の誘致を促進するため、積極的な営業活動を展開するとともに、開催経費をはじめ、コンベンションでの郷土芸能の招聘、アフターコンベンション等に対する助成を実施する。

#### (3) 「本県ならではの」の魅力の活用

##### **世界最高の情熱！阿波おどり体感事業** 23,000千円

本県への観光誘客の更なる促進や、「大阪・関西万博」に向けた機運醸成を図るため、万博と同時期に開催される、春を彩る「はな・はる・フェスタ」や夏本番の「徳島市の阿波おどり」を支援する。

##### **とくしま県産品魅力発信支援事業** 3,500千円

「とくしま特選ブランド」や、藍製品をはじめとする伝統工芸品など、徳島を代表する優れた県産品の販路拡大や認知度向上を図るため、事業者向け研修会や大都市圏での観光プロモーションを実施する。

## ■観光関連予算額一覧表

自治体名	計画名	計画期間	R 5 年度 観光関連予算 合計額 <sup>(※1)</sup>
関西観光本部	関西ツーリズムグランドデザイン2025	R 4 年度～R 7 年度	2 億 3, 4 8 4 万円
関空促進協	—	—	6, 3 0 0 万円 <sup>(※2)</sup>
大阪府市	大阪都市魅力創造戦略2025	R 3 年度～R 7 年度	1 1 億 5, 2 2 1 万円
			1 3 億 6, 0 1 1 万円
堺市	堺観光戦略	R 3 年度～R 7 年度	4 億 9, 2 6 8 万円
兵庫県	ひょうご新観光戦略	R 5 年度～R 9 年度	7 億 1, 3 0 0 万円
神戸市	神戸観光局 中期ロードマップfor2025	R 4 年度～R 8 年度	1 5 億 6, 6 0 0 万円
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2023)	R 5 年度	1 0 億 2, 6 1 4 万円
京都府	京都府観光総合戦略	R 5 年度～R 8 年度	1 3 億 8, 5 5 9 万円
京都市	京都観光振興計画2025	R 3 年度～R 7 年度	7 億 4, 8 7 7 万円
福井県	ふくい観光ビジョン	R 2 年度～R 6 年度	2 億 4, 5 3 7 万円
三重県	みえ元気プラン	R 2 年度～R 5 年度	2 9 億 7, 6 0 0 万円
滋賀県	シガリズム観光振興ビジョン	R 4 年度～R 12 年度	3 億 6, 7 5 0 万円
奈良県	奈良県観光総合戦略	R 3 年度～R 7 年度	3 7 億 3, 2 2 8 万円
徳島県	徳島県観光振興基本計画(第4期)素案	R 5 年度～R 8 年度	6 億 8, 8 9 1 万円

(※1) 自治体の観光関連予算合計額は、各自治体の公表資料等をもとに、促進協事務局において作成

(※2) 関空促進協予算は、現時点での事務局原案であり、当協議会総会の承認により確定

合計

**1 6 7 億 5, 2 4 0 万円**



## 経済団体の取組

### ■ 関西経済連合会「アジア・ビジネス創出(ABC)プラットフォーム」

#### <目的>

アジア各国(インドネシア、マレーシア、ミャンマー、フィリピン、シンガポール、タイ、ベトナム)と関経連が協力して、企業・団体間における人材、技術、サービス等の連携を促進し、双方向でのビジネス創出、経済活性化につなげる。

#### <事業内容>

全体会議(年1回開催)のもと、7つのテーマ別(人材育成・活用、医療・介護、中堅・中小企業支援、農業、観光、環境、スタートアップ)の部会を設置。各部会に参画する企業・団体とともにビジネス創出に向けた具体的な活動を推進。

人材育成・活用部会	アジア各国の大学生や日本在住の留学生と日本企業との就職マッチングイベント開催などを通じて、各社の海外人材採用を促進。 (主な関係国：ベトナム、インドネシア、マレーシア)
医療・介護部会	外国人介護人材の受け入れ促進を目指し、オンラインセミナーなどを実施。(主な関係国：ベトナム、インドネシア、ミャンマー)
中堅・中小企業支援部会	東南アジアでの日本の中堅・中小企業のビジネスを拡大するため、セミナーやビジネスツアーを実施し、ビジネスマッチングを支援。 (主な関係国：ベトナム、インドネシア、タイ、シンガポール)
農業部会	日本の先端農業技術やスマート農業の東南アジア展開を促進し、現地農業の生産性向上を支援。(主な関係国：マレーシア、シンガポール、ベトナム、ミャンマー、タイ、フィリピン)
観光部会	食の多様性に対応した環境整備に向けて、ピクトグラムを活用したメニュー表示改善プロジェクトなどを推進。 (主な関係国：マレーシア、インドネシア、タイ)
環境部会	日本の環境技術をアジアに展開し、現地の環境改善に寄与。 (主な関係国：インドネシア、ベトナム)
スタートアップ部会	日本・アジアのスタートアップとの協業に向けて、ピッチイベントなどを開催。(主な関係国：インドネシア、シンガポール、タイ、ベトナム、フィリピン)



## ■大阪商工会議所

「大阪の国際競争力強化と持続的成長」を目指す、2023年度からの中期計画「挑戦都市 やってみなはれ! 大阪プラン」に基づき、下記の事業を推進する。

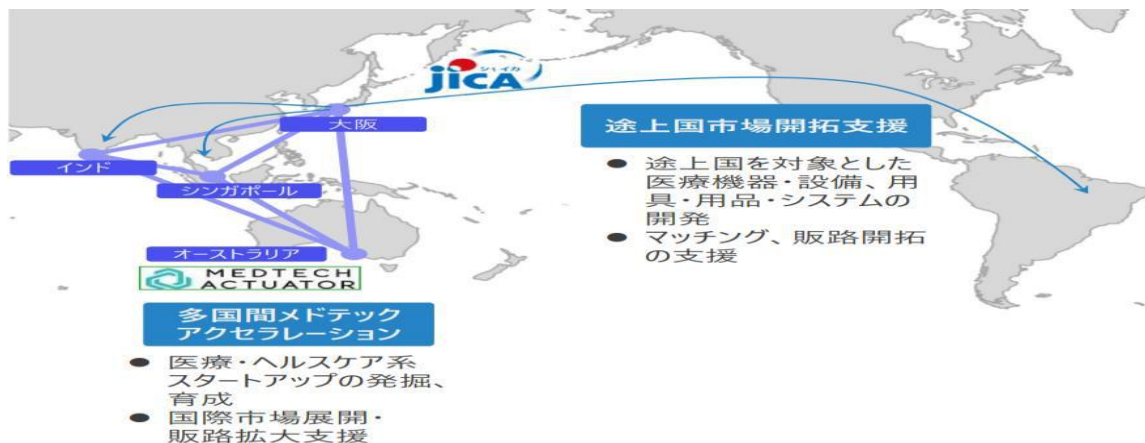
### 1. ウェルネスビジネス創出

#### (1) 多国間メドテックアクセラレーション事業

- ・ 豪州のアクセラレータ（事業化支援組織）と連携し、日本、豪州、シンガポール、インドの支援ネットワークを通じて、夏から冬にかけて、ブートキャンプやワークショップ、ピッチを行い、医療・ヘルスケア系スタートアップの発掘・育成を行う。
- ・ 国内スタートアップや大阪・関西の中堅・中小企業に、夏から冬にかけて、海外企業や投資家に対するピッチやネットワーキングの機会を提供し、国際市場展開、販路拡大に向け支援する

#### (2) 医療機器ビジネスの途上国市場開拓支援

- ・ JICA とともに、上期から途上国(ブラジル、バングラデシュ、インド等)の現地医療機関から医療機器や設備、情報システム等に関する課題の汲み取りを進め、解決策を持つ企業とのマッチングを下期に行う。当該国向けの製品開発を支援し、海外市場開拓スキームを構築する。



### 2. 商流創造・グローバル展開

#### (1) 日本アセアンビジネス促進プラットフォーム

- ・ シンガポール、タイ、ベトナムの商工会議所・経済団体と連携して会員企業間の国際ビジネス展開を支援する「日本アセアンビジネス促進プラットフォーム」を2023年4月に設置。各国進出企業を見学するオンライン視察会や、アセアン各国への輸出商談会・日本国内への輸入商談会に加え、グリーン分野での海外視察会や各国スタートアップ企業との交流事業を実施する。
- ・ 今後は海外連携機関の拡大、国内各地商工会議所との連携を通じて、多国間かつ双方向の販路拡大・パートナー探し・海外進出をサポートする。



(2) グローバル化支援

- ・海外ミッションの派遣や受け入れ、ならびにセミナーや商談会、現地視察等を実施し、中小企業の海外投資や販路拡大等を支援する。加えて、大阪外国企業誘致センター（O-BIC）※において外国企業の大阪進出を支援するとともに、国内外での大阪誘致に向けたプロモーションを行う。

※大阪外国企業誘致センター（O-BIC）

2001年に大阪府、大阪市とともに設立、2021年までの誘致実績は621件。



## ■神戸商工会議所

「行きたい、住みたい、働きたい、一歩先に行く元気な神戸」の実現を目指す2023年からの3カ年度の事業計画に基づき、他地域の商工会議所や自治体、観光関係団体等との交流・ビジネス連携を促進し、ビジネス拡大・地域経済活性化に繋げる。

### 1. 中小企業の海外ビジネス展開

#### ○地元商品やサービスの海外展開・グローバル化支援

地元企業の海外展開に向けて、セミナー等を通じて事例紹介を行うとともに、専門家による指導のもと、商品・サービスの現地化を支援する。また、地元行政等が海外で行う都市プロモーションイベントにあわせて商品やサービスをPR・販売する。

#### ○海外ビジネス訪問団等とのビジネス交流や商談会の実施

海外の経済団体や、兵庫県・神戸市の姉妹州・都市からのビジネスミッション等の表敬訪問を受け入れる。また、その機会を活用して、海外ビジネスに関心の高い会員企業等とのビジネス交流を推進する。

### 2. 神戸医療産業都市並びに関西圏のライフサイエンス産業振興に向けた連携事業の実施

○神戸市や神戸医療産業都市推進機構との情報交換や連携事業を実施するとともに、「京阪神三商工会議所ライフサイエンス振興懇談会」など広域連携の枠組みに参画し、要望活動や情報発信、共同事業の展開を通じて関西全体のライフサイエンス産業の活性化に取り組む。

### 3. 各種支援機関や育成拠点との連携強化によるグローバル拠点都市づくりの推進

○「ひょうご神戸スタートアップ・エコシステムコンソーシアム」の事務局である兵庫県、神戸市や参画機関等と連携し、事業の共同実施や広報・周知などエコシステム実現に向けた活動に引き続き協力する。また、京阪神三商工会議所との連携事業を通じて、各地域のスタートアップと地元企業のマッチングを支援する。

## 淡路島（兵庫県）

### ◎ 地域の特長

- ・淡路島は兵庫県の最南端、四国と本州の間に位置し、瀬戸内海に浮かぶ温暖な気候の島。
- ・神戸からつながる世界最大級の吊り橋「明石海峡大橋」と四国へつなぐ「大鳴門橋」が架かる。
- ・周囲約 150 kmの道は、適度なアップダウンがあり、サイクリストから「アワイチ」と呼ばれ、人気上昇。
- ・海産物や農産物など多種多様な食材の宝庫で、「御食国淡路島」として知られる。ハモや鯛などの漁業、畜産、たまねぎやレタスなどの農業生産、カーネーションなどの花卉栽培も盛ん。
- ・近年、島外企業の積極的な進出が進み、新たな人気スポットも生まれている。



### ◎ コロナ以前の状況・課題

- ・当地域は関西国際空港から約 1～2 時間という立地条件にもかかわらず、アクセスルートが陸路に限られるため、好況だった 2019 年度においても淡路島の外国人宿泊客者数は約 28,000 名にとどまる。
- ・また、その宿泊者も宿泊が主目的のため、島内への周遊に結びつかず、経済的な波及効果も限定的である。
- ・関空から入国して、四国を旅先とする外国人観光客がいるものの、淡路島は通過のみ。
- ・大阪・神戸・京都を含めた周遊旅のなかで、淡路島をどう位置付ければ選択肢に入るのか、戦略の検討が必要。
- ・島内には電車が通っていないため、各地に点在する観光施設等へのアクセスが大きな課題。

### ◎ 取組の状況

- ・淡路島観光戦略会議（淡路島観光協会、洲本市、南あわじ市、淡路市及び淡路県民局）が 2023 年 3 月に淡路島総合観光戦略（2023～2027 年度）を策定し、この戦略に基づき、戦略的な観光施策を推進している。



## <戦略と取組の方向性>

### ■ 基本戦略：サステイナブル戦略

「島内外から支持される観光地」をめざし、環境保全に配慮した持続可能な観光地域づくりを推進する。

- 持続的な成長と発展ができる観光地として、事業者や施設、団体がSDGsに配慮した事業展開の啓発
- 事業者等が関係機関と連携した環境保全活動と観光を関連付けた取組の推進
- 観光を支える人財の育成、持続的な成長と発展を促す事業活動等の推進

### ■ 推進戦略1：商品戦略・物語化

「選ばれる観光地」をめざし、自然や歴史に培われた文化、産業、食の魅力、ポテンシャルを引き出す観光コンテンツの開発

- 兵庫テロワール旅にふさわしい淡路島の風土（テロワール）を活かしたコンテンツづくり
- 実証に基づくヘルスツーリズムの推進、歴史・文化の探求など深みのあるストーリーを体感できるコンテンツづくり
- 観光コンテンツのストーリーを効果的に伝えられる人財の育成

### ■ 推進戦略2：商品戦略・高付加価値化

「京阪神以外からも選ばれる観光地」をめざし、首都圏等遠隔地発のシェア拡大に向けた誘客の促進

- ひょうごフィールドパビリオンを活かした高付加価値化への対応
- 特別感、プレミアム感を備えた着地型コンテンツとしての旅行商品の開発
- 高品質グルメの観光商品づくりと食の伝道師の養成
- 大阪・関西万博などの大型イベントとの連携を図り、淡路島の良さを堪能できる旅行企画、プロモーションの推進

### ■ 推進戦略3：アメニティ戦略

「快適に過ごせる観光地」をめざし、円滑な移動や快適な滞在を実現する受入環境の整備を推進

- 心地よい滞在を支援するユニバーサルツーリズムの推進
- 広域も視野に入れた淡路地域サイクルツーリズムの推進
- 多様な方法で淡路島にアクセスできる情報の提供、利便性の高い公共交通ネットワーク化の働きかけ等の推進
- 旅行者目線を取り入れて観光客を気持ちよく迎える景観づくり等の推進

### ■ 推進戦略4：情報戦略

「相互理解のできる観光地」をめざし、「淡路島総合観光戦略」を島内外の各種セクターと情報共有し、取組の連携を図る

- 島内観光関連企業等と島内観光関連企業等との情報共有、相互理解の促進
- 圏域内大型イベントや広域連携DMO等との連携など関西・瀬戸内の結節点となる強みを活かした取組の展開
- 多様な主体が参加できるネットワークの構築などによる連携方策の推進

## 泉州地域（大阪府）

### ◎ 地域の特長

- ・泉州地域は、国際拠点空港の関空と大阪市内の間に位置している。
- ・当該地域は、漁港の海産物に加え、山側はみかんや桃など果物の産地。
- ・泉北地域に位置する堺市は、世界遺産の仁徳天皇陵古墳を有し、2023年10月には「G7大阪・堺貿易大臣会合」が開催。
- ・泉南地域には、自然の海岸や山などが残り、多くの場所が日本の夕陽100選に選ばれている。
- ・純粋黒毛和牛である「なにわ黒牛」の生育や牡蠣の養殖など、新たな取組も進められている。
- ・近年、泉南 LONGPARK をはじめ、商業施設やグランピング施設などの開発も進んでいる。



### ◎ コロナ以前の状況・課題

- ・当該地域は、関空の対岸に位置するにもかかわらず、関空に到着したインバウンドは、観光地である大阪市内や京都に向かうため、素通りされている地域であった。
- ・深夜早朝便のある LCC の就航に伴い、旅マエ・旅アトの利用者が増え、泉佐野市にあるりんくうタウンへの宿泊客が増加。泉佐野市のホテル誘致の取組もあり、ホテル立地がここ数年増加。
- ・2019年に、泉州地域を訪れたインバウンドは約250万人/日・時であるが、そのうち約184万人/日・時が泉佐野市に集中しており、泉州地域全体に広げていく取組が必要。
- ・泉州地域は以前から人口減少が続いていたが、コロナによる関空の従業員減に伴い更に加速。

### ◎ 取組の状況

- ・関空協（泉州地域9市4町）、関西エアポート、促進協の若手職員による「地域と空港による共同事業検討WG」を立ち上げ、広域周遊につなげる取組や、テーマ毎の誘客に向けたアイデア出しなど、事業実施に向けた検討を行ってきたところ。
- ・韓国の航空会社と連携し、泉州地域をPRする動画を作成。2023年3月に航空会社の公式YouTubeチャンネルにて公開。



## <戦略と取組の方向性>

### ■ 基本戦略

2019年に泉州地域を訪れたインバウンドは約250万人にのぼるが、そのほとんどは関空を利用するフライト前後のワンストップ目的が多く、泉佐野・りんくうエリアに集中しているのが現状である。この泉佐野に集中しているインバウンドに、泉州地域を広く周遊させる取組について、関係団体等と連携して検討を進める。

### ■ 推進戦略1：各団体と連携した情報発信事業

○泉佐野に集中するホテル等と連携して、各地域の観光施設を掲載したHPの情報を発信。

○鉄道事業者等と連携し、多くの来場者が集まる機会を捉え、泉州地域をPR

(例：eスポーツの世界大会など)

○大阪の強みを活かした集客・周遊事業において、泉州地域を訪れるイベント参加者に泉州各地に周遊してもらえようPR

○航空会社と連携した泉州地域を巡るファムツアーなど

### ■ 推進戦略2：新たな魅力あるコンテンツの造成

#### 「旅行商品化」

○KIX泉州ツーリズムビューロー等と連携して、既存のコンテンツや新たな取組等を組み合わせることで、地域の特色ある旅行商品を造成（例：漁師体験、お笑いツアーなど）

○ランドオペレーター等を集めた関空旅行商談会を実施

#### 「サイクリング」

○和歌山県が実施する「WAKAYAMA800」の特別企画として、泉州地域にスタンプラリーのポイントを設定することで、新たな需要を取込む

○「サイクリング×食」「サイクリング×○○」など、自転車を活用した新たな観光振興策。

○関空連絡橋や関空島内を活用したレースなど、大型自転車イベント

#### 「アニメ・コスプレ」

○ポケモンGOなどの周遊促進につながるコンテンツを活用した事業

○りんくうタウンにおけるコスプレイベントの開催など、ポップカルチャーの磨き上げ

### ■ 推進戦略3：泉州地域ならではの、多くの集客が見込めるイベントを実施

○泉州地域の特産品が集まるグルメイベント

○ビーチやドローンフィールドなど既存の施設を活用したスポーツイベント

○アーバンスポーツ等の魅力を伝える体験出前事業

○文化資源や地域の魅力を活用した、文化財等を舞台とした公演

○空の日イベントや、2024年に予定している関空30周年イベントと連携した集客事業



## 和歌山市（和歌山県）

### ◎ 地域の特長

- ・紀伊半島の北西部に位置し、北は和泉山脈の緑豊かでのどかな山並みに囲まれ、西は大阪湾の出入り口にあたる紀淡海峡に面している。
- ・第二阪和国道や京奈和自動車道の整備により、大阪、奈良、京都方面等のアクセス性が向上。
- ・海岸沿いのエリアでは、サーフィンや海水浴、釣りなどのマリンアクティビティが存分に楽しめる。
- ・和歌山城や四季折々の多彩な風景を魅せる和歌浦など、歴史薫る風光明媚なスポットも点在。
- ・紀淡海峡に浮かぶ友ヶ島では、草木に覆われたレンガ造りの建物や砲台跡巡りが人気。
- ・布引き大根や新生姜などの農産物、加太の鯛、わかしらすといった新鮮な海の幸に加え、和歌山ラーメンなど、グルメも豊富。



### ◎ コロナ以前の状況・課題

- ・当該地域は関西国際空港から約 1 時間の良アクセス条件でありながら、2019 年度における宿泊客数は約 100 万人、うち外国人宿泊客数は約 10 万人。
- ・外国人宿泊客を国別にみると、いずれの国からの観光客も増加傾向にあり、特に中国をはじめとするアジア諸国からの観光客が多い。
- ・大阪近郊での宿泊ができずに和歌山市内に宿泊し、再び大阪方面等に向かうケースがあるため、市内での滞在型の観光に至っておらず、長く滞在してもらう仕組みづくりが必要。

### ◎ 取組の状況

- ・和歌山市において、産業振興ビジョンの実現を図るため、「和歌山市産業振興アクションプラン」を策定。計画期間は平成 28 年度から令和 7 年度までの 10 年間（前期：H28－H31、中期：R2－R4、後期：R5－R7）で、この戦略に基づき、既存事業に加え、新たな事業や既存事業の拡充等に取り組み、戦略的な観光施策を推進している。



## <戦略と取組の方向性>

### ■ 基本戦略

観光振興を掲げ、観光を稼ぐことができる産業へと成長させることを目指し、「観光の稼ぐ力の強化」をテーマに、地域資源の活用を基礎とした必要な取組・施策を実施

### ■ 推進戦略1：地域資源の再評価等によるブランド力の強化と観光資源の創出

歴史、文化、自然などの地域資源を洗い出して再評価や整備等を行い、新しい価値を見出し、魅力ある観光資源として強くアピールできるよう、ブランド力の強化と観光資源の創出を図る

- 地域資源をテーマ別、体系的に整理し、組み合わせたストーリーづくり  
(魅力的な観光滞在プログラム、着地型旅行商品へと深化させる)
- 和歌山城の周辺整備、和歌浦や加太を含めたサイクリングロードの整備
- 二次交通の充実に向けた取組として、グリーンスローモビリティやシェアサイクル等の導入の検討

### ■ 推進戦略2：和歌山観光の効果的プロモーションによる滞在型観光の促進

誘客に結びつく効果的な情報発信等によるプロモーションを実施するとともに、観光消費による経済効果を勘案し、日帰り観光客の滞在時間の延長や、宿泊客を増加させるためのしかけづくりを行い、滞在型観光客の誘客を図る

- 観光大使によるブランドイメージの向上
- 観光発信人やホームページ、SNS 等を活用した情報発信
- 県内の他の観光地（高野山、熊野古道、白浜など）と連携した広域観光ルートの構築
- 観光コンシェルジュ機能の構築やライトアップ・イルミネーション等による夜間観光の促進
- 朝市や早朝の漁業・農業体験など前日の宿泊が必要となるプログラムやマリンスポーツを講習込みで体験できるプログラム等の構築
- AR等を活用した誘客促進

### ■ 推進戦略3：外国人観光客の誘客拡大

本市独自の魅力を向上させて他都市との差別化を図るとともに、県内の観光地と連携し、県全体の魅力も打ち出しながら、外国人が魅力とを感じる観光資源の整備、滞在しやすい環境の整備等を進め、外国人観光客の誘客とリピーターの増加を図る

- 無料Wi-Fiスポットの整備、外国語表記の案内板の設置、多言語パンフレットの作成
- 多言語コミュニケーションボードや写真付き多言語表記メニューの設置、免税店の拡大、外国人向けのカード決済システムの整備などの働きかけ
- 現地でのプロモーション、商談会への参加、ファムトリップの受入
- クルーズ船の誘致