

令和7年度事業計画

以下を基本方針として、「聖地リゾート！和歌山」をキャッチフレーズに、各種施策を展開する。

○ 本県の強みを活かした誘客推進

本県の観光を売り出すために大切な三つの「S」（Spirituality（精神性）、Sustainability（持続可能性）、Serenity（静謐さや静けさ））をコンセプトに、地域の価値を大事にしながら誘客を推進する。

○ 地域と一体となった観光地域づくり

伝統や文化、環境を守りながら観光資源を磨き上げ、観光から得られる恩恵を地域全体で享受できる持続可能な観光地域を目指す。

本県の強みを活かした誘客推進

1. 国内誘客プロモーション
2. 海外誘客プロモーション
3. 大阪・関西万博を契機とした誘客推進

地域と一体となった観光地域づくり

4. 観光人材の育成
5. 地域ならではのコンテンツの充実
6. 持続的な保全活動
7. 快適、円滑、安全な受入環境整備
8. 熊野白浜リゾート空港を活用した観光産業等の活性化
9. 観光情報基盤の強化

<令和7年度事業における特記事項>

- オウンドメディア（主に公式観光サイト）の機能強化
- 首都圏からの誘客推進
- 万博を見据えた団体旅行誘致の推進
- 体験コンテンツの造成・磨き上げ・利用促進
- MICE 開催誘致及び観光振興に資する効果的な支援

別紙①

別紙②

別紙③

別紙④

別紙⑤

令和7年度事業計画および収支予算

事業計画（概要）

* 各事業の事業費は、人件費・減価償却費を除く

（単位：千円）

事業実施内容	R7予算額
（１）観光情報発信	86,034
① 国内オウンドメディア	32,821
② 国内外部メディア	46,303
③ 海外外部メディア	6,000
④ フィルムコミッション	910
（２）展示会・講座・イベント	18,584
① ツーリズムEXPO	11,350
② 首都圏向けセミナー等	5,300
③ 各種イベントへの出展	1,934
（３）旅行商品造成支援	9,203
① 下見支援およびバス等ツアー助成	4,400
② 旅行会社向け商談会等	4,024
③ 主要都市プロモーション	500
④ 体験メニューの造成および利用促進	279
（４）団体誘致活動	12,056
① MICE誘致	7,800
② 教育旅行誘致	1,624
③ 年金旅行誘致	330
④ スポーツ合宿誘致	202
⑤ クルーズ客船誘致	2,100
（５）観光人材育成	1,000
① 語り部スキルアップ研修等	1,000
（６）本部、観光センター運営	27,515
合 計	154,392

令和7年度 事業計画（明細）

* 各事業の事業費は、人件費・減価償却費を除く

（1）観光情報発信 （86,034 千円）

① 国内オウンドメディア

公式観光サイトの運営及びコンテンツの充実、観光情報誌の発行や SNS の活用を行い、各媒体の特性を活かした観光素材および旬の観光情報を発信する。

② 国内外部メディア

国内各種メディアとのタイアップ、取材協力や、首都圏メディア関係者を対象としたファンミーティング・記者取材会等を実施し、各ターゲット層へ観光情報や観光素材を情報発信する。

③ 海外外部メディア

海外現地セールスや見本市への出展及びこれまでのコネクションを活用することで、欧米豪を中心とした海外メディアを招聘し取材支援などを実施し、情報発信する。

④ フィルムコミッション

ジャパン・フィルムコミッションや長年培った本県独自のネットワークを活用し、首都圏等の業界関係者に強く働きかけるとともに、ロケハンやロケの受入をきめ細やかに行うなどで、映画やテレビ番組等を誘致し、映像を通じた魅力発信や認知度向上を図る。

（2）展示会・講座・イベント （18,584 千円）

① ツーリズム EXPO

中部地方で初めて開催される国内最大級の総合観光展示会に県内団体と共同出展し、中部・北陸地方の旅行会社などをメインターゲットとした商談会を実施し、本県の観光情報を発信する。

② 首都圏向けセミナー等

メディアや企業等と連携し、首都圏の方を対象とした和歌山県への誘客促進プロモーション等の実施や、メディア、旅行会社、大学、カルチャーセンター、民間企業等との連携講座を実施する。

③ 各種イベントへの出展

「アウトドアフェス」「サイクルモードライド大阪」「TRAVEL LAND」等各地で開催される各種イベントに出展し、本県の観光素材やモデルコースをPRする。

(3) 旅行商品造成支援

(9,203 千円)

① 下見支援およびバス等ツアー助成

旅行会社に対して、旅行商品造成に係る経費（下見支援金）の助成を実施する。また、貸切バス、ジャンボタクシーを利用する団体旅行商品のうち、大阪・関西万博を組み入れたものや、県内有料施設を利用するものに対する助成制度を設け、本県への観光誘客の拡大を図る。

② 旅行会社向け商談会

全国旅行業協会都道府県支部等、旅行会社で組織される団体と連携し、和歌山県の観光素材を情報発信する。また、首都圏においては、旅行会社を招いた商談会を開催し、連盟会員をはじめとした県内市町村及び観光関連事業者の営業機会を創出するとともに、旅行会社企画担当者を対象としたファームツアーを実施することで、首都圏発の旅行商品の造成と誘客につなげる。

③ 主要都市プロモーション

各都市圏（首都圏を除く）主要旅行会社への観光素材提案を行い、商品造成を促進する。

④ 体験メニューの造成および利用促進

県公式観光サイトのオンライン予約ページや、特集・モデルコースで県内体験商品の情報発信を行うとともに、Google ビジネスプロフィールの活用などにより観光客の利用促進を図る。また、体験だけでなく宿泊等多分野での利用を可能にすることで地域版OTAの機能を構築する。

(4) 団体誘致活動

(12,056 千円)

① MICE 誘致

MICE 主催者への各種支援（開催・エクスカーシオン助成、視察助成等）を行うとともに、MICE に関する商談会・ワークショップへの出展による誘致活動を実施する。

② 教育旅行誘致

「ほんまもん体験」や「民泊」をはじめ「世界遺産の保全活動（道普請）」「世界農業遺産」・「防災学習」など本県ならではの総合的な学習（探究）が出来る教育プログラムを、旅行会社や学校に直接訪問提案するとともに、下見支援等受入環境を充実させ誘致する。

③ 年金旅行誘致

信用金庫業界の年金旅行下見またはツアーに対する経費助成を行い、年金旅行を誘致する。

④ スポーツ合宿誘致

県内のスポーツ施設やスポーツ合宿に対応する宿泊施設等の紹介パンフレットのデータ更新を行うとともに、商談会などで旅行会社を中心に情報提供を行い、各種スポーツ合宿を誘致する。

⑤ クルーズ客船誘致

国内外の船社訪問や見本市への出展及びファミツアーの受け入れなどを一貫して実施することにより、船社との継続的な関係性を築き、クルーズ客船を誘致する。

(5) 人材育成

(1,000 千円)

① 語り部スキルアップ研修

紀州語り部のスキルアップ向上を促す研修会等の開催や、語り部が独自で行う研修会へ支援を行うとともに、語り部が案内するウォーク情報を、LINE登録者へ随時配信し誘客に努める。

(6) 本部、観光センター運営

(27,515 千円)

観光連盟本部、東京観光センター、名古屋観光センターの運営を行うとともに、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する。

オウンドメディア（主として公式観光サイト）の機能強化

観光の目的地を検討する人々に対しての窓口となるオウンドメディアは、観光動機となる情報の発信や、ブランド価値の向上を行ううえで、大変重要なツールである。

そのため、オウンドメディアに関する事業予算の比重を高め、マーケティング費用の最適化を行うとともに、観光コンテンツの資産化を推進する。

■公式観光サイトのリニューアル及び更なる充実

<令和6年度：全面リニューアル>

目的：オウンドメディアでの発信力の強化とプロモートの質の向上

コンセプト：1. ユーザー目線に立った機能性の向上

（観光情報を、イージーに、タイムリーに、見やすく）

2. 「聖地リゾート！和歌山」のブランド価値向上のためのブランディング

概要：1. ユーザービリティの向上

例 ・検索しやすい表示（分かりやすいワードをヘッダーに配置など）

・アクセスランキングの表示（最新の注目情報などが分かる）

・関連情報の表示（さらに見てもらう工夫）

・迅速な情報発信（市町村などが自ら情報更新）

2. 多言語サイトとの効率的かつ整合性のあるデータ連携

3. イメージカラーの統一

<令和7年度：掲載内容の充実等>

公式観光サイトの掲載内容の充実を図るとともに、他オウンドメディアである観光情報誌やSNSとコンテンツを連携させ、多角的に情報発信を行う。

また、当サイトにおいて、和歌山県の観光関連情報を一括して発信していくために、県観光局の事業や市町村、県関連課室サイトなどと連携を図り、ユーザーの利便性や情報の信頼性を向上させ、タイムリーな発信を実現させる。

そのために、観光連盟及び観光局職員、あるいは関係各所に対してセミナーや連携の呼びかけを実施し、共通認識のもと、当サイトを運用することで発信力を強化していく。

※具体的な取組

1. 公式観光サイトのコンテンツリッチ化（掲載内容の充実）

例 季節、スポットなどおすすめ情報／深掘り情報／地元ライターおすすめ情報／おすすめモデルコース／著名人がおすすめする和歌山などを50～60本掲載（市町村イベント情報まとめ等も含めると100本近くを掲載予定）

2. オウンドメディアの各媒体間での連携

例 SNSや観光情報誌で発信するために制作した記事や動画等コンテンツをサイトにも活用

3. 県観光局の事業や市町村、県関連課室サイトなどとの連携

4. 観光連盟及び観光局職員、関係各所に対してセミナーや連携の呼びかけを実施

首都圏からの誘客推進

大阪・関西万博を契機とした首都圏からの誘客や、県が来年度において大幅に予算を拡充し主要事業と位置付けている熊野白浜リゾート空港利用促進施策等の動向を踏まえると、東京観光センターの役割はさらに重要となる。

そのため、これらの状況を踏まえた実効性の高い観光プロモートを推進する。

1. 観光情報発信（メディア対策）

(1) タイアップ・取材協力

万博を契機とした誘客分を含めて拡充

(2) ファンミーティング（東京レセプションをより実効性の高い施策にリニューアル）

- ・和歌山県に興味関心を持ち、開催テーマに沿ったメディアが参加。
- ・より深い情報交換を通じて安価な露出につなげるとともに、これまで築いてきた良好な関係性を維持。

(3) メディア対象ファムツアー（新聞記者等取材会）

令和7年度のテーマは、「万博を契機とした本県への誘客」を予定

2. 展示会・講座・イベント

メディア連携セミナーや、わかやまに関する講座を開催

3. 旅行商品造成支援

(1) 旅行会社対象ファムツアー

JAL 関係旅行会社を加えた規模で実施

(2) 観光連盟主催の首都圏旅行会社を対象とした商談会の実施

（東京レセプションをより実効性の高い施策にリニューアル）

市町村（観光協会）のほか、県内観光事業者も加えた旅行会社との個別商談会

(3) 首都圏旅行会社への訪問提案

- ・下見支援制度（県・市町村）
- ・バス等ツアーの助成（県・市町村）
- ・県の熊野白浜リゾート空港利用促進事業との協同

- ・県内宿泊を含む旅行商品の造成・誘客を行った旅行会社に対する宿泊助成
- ・閑散便を利用して県内宿泊する観光客に対するクーポン付与や宿泊割引施策
- ・乗継利用する旅行商品を造成・催行又は手配した旅行会社に対する補助
- ・空港連絡バスの運行を周知（個人旅行）→パンフレット、WEBへ掲載提案

万博を見据えた団体旅行誘致の推進

旅行形態として団体旅行が減少する中、大阪・関西万博を好機ととらえ、小グループの旅行を取り込むための柔軟な旅行促進策を展開する必要がある。

そのため、令和6年度において世界遺産登録20周年記念事業として実施した「団体旅行誘致支援事業補助金」の補助要件を緩和し、万博を見据えた団体旅行誘致を推進する。

<見直しのポイント>

- ①大阪・関西万博によるバス不足に対応するため、助成要件をジャンボタクシー利用に拡充
- ②恒久的かつ幅広い旅行商品に活用できるよう、助成要件及び助成限度額等を緩和

変更点	令和6年度	令和7年度
助成対象	旅行会社（営業所が異なる場合であっても、同一事業者とみなし補助限度額を適用する）	旅行会社（営業所が異なる場合は、 <u>営業所ごと</u> に補助限度額を適用する）
助成要件	交通手段	貸切バスもしくは <u>ジャンボタクシー</u> 利用
	人数	<u>5名以上</u>
	発着地	<u>日本国内</u> を発着地とする
	商品内容	いずれか1つ以上を含む商品 ・ <u>縣市町立の有料施設、指定の県内有料施設</u> ※ ・体験メニュー（ほんまもん体験） ・大阪・関西万博への立ち寄り

※指定の県内有料施設：観光連盟賛助会員が運営している施設
夕食、宿泊施設以外で、入館料もしくは利用料金が必要な施設の利用（昼食利用施設含む）

参考：令和7年度実施内容

	(1) 貸切バス	(2) ジャンボタクシー
助成額	1 ツアーあたり5万円 (県内市町が実施するバス助成との併用可能)	1 ツアーあたり3万円
助成限度額	1 営業所あたり5 ツアーまで (最大25万円)	1 営業所あたり3 ツアーまで (最大9万円)

<助成要件>

- ①貸切バスもしくはジャンボタクシー等を利用した団体旅行で、1団体の旅行者数が5名以上
- ②日本国内を発着地とする団体であること（海外旅行者を対象としたツアーは除く）
- ③和歌山県内で1泊以上宿泊する1泊2日以上ツアーであること
- ④旅行実施期間が助成対象期間（令和7年4月13日～令和8年2月28日）であること（バス等利用日基準）
- ⑤旅行商品のチラシや文書などに「聖地リゾート！和歌山」の名称・ロゴマークの記載等を行うこと
- ⑥縣市町立の有料施設、指定の県内有料施設※、体験メニュー（ほんまもん体験）、大阪・関西万博への立ち寄りのいずれか1つ以上の利用を組み込んだ商品であること

体験型コンテンツの造成・磨き上げ・利用促進

観光客数の増加や旅行消費額の拡大には、体験型コンテンツの充実は必須である。

そのため、体験型コンテンツの造成・磨き上げをより一層促進するとともに、地域版 OTA としての機能を構築し、体験だけでなく宿泊等多分野の利用を可能とすることにより、地域ならではの魅力的かつきめ細やかな予約システムの下地をつくり、今後、当システムへの登録を促していく。

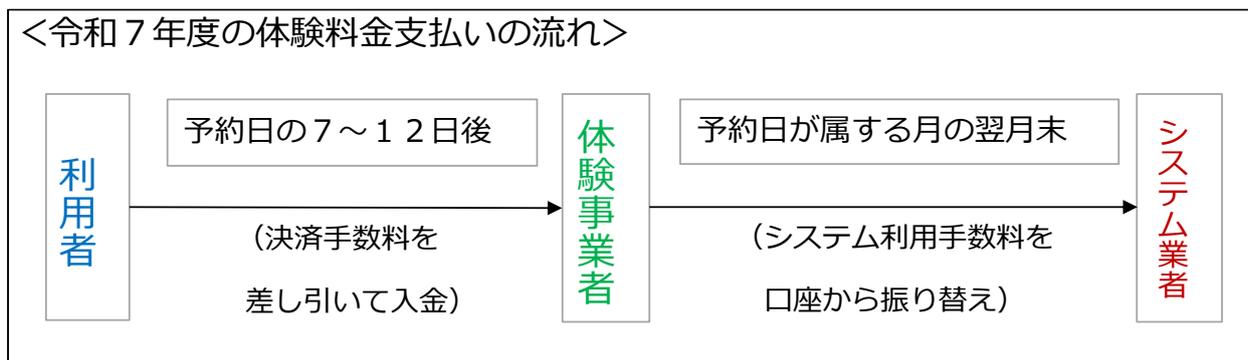
<令和7年度の取組>

- ① 従来の「ほんまもん体験予約システム」を改修し、固定経費なし、手数料前年度比約半分でオンライン予約・決済を可能にすることにより、より多くの体験事業者の参加を促し、旅行者の利便性を向上
- ② 観光公式サイトにほんまもん体験の特集やモデルコースを盛り込むなどコンテンツを拡充
- ③ 体験だけでなく、宿泊等多分野での利用が可能となり、地域版 OTA としての機能を構築
- ④ Google ビジネスプロフィール（Google マップでビジネス情報を表示）の活用や OTA 連携などを支援し、事業者の販売力を強化

（参考）経費等の内容

	令和6年度	令和7年度
初期費用	無料	無料
月額使用料	無料（販路拡大で有料化）	無料
手数料	15%	7.45%または7.81%
体験料金支払いの流れ	利用者 → 連盟 → 事業者	利用者 → 事業者

<令和7年度の体験料金支払いの流れ>



MICE 開催誘致及び観光振興に資する効果的な支援

MICE（※）は、開催地域への集客による経済効果をもたらし、観光振興にも大きな波及効果が期待できるものである。

そのため、従来のコンベンション誘致助成金を、経済効果が高く観光振興により寄与する催しを支援する制度に改定し、県観光連盟が支援する助成金としての位置づけを明確にする。

※ MICE(マイス)とは、Meeting（企業会議・研修）、Incentive Travel（報奨・研修旅行）、Convention（政府主催会議・学術会議・業界会議）、Exhibition または Event（展示会・見本市・イベント）の頭4文字から成る造語

<助成金交付対象>（これまでの助成金を2つの支援メニューに分割）

助成金の種類	交付対象経費	助成金額
1. MICE 開催助成金	MICE 開催経費	延べ宿泊者数に応じ算定 10万円～100万円（予算の範囲内）
2. エクスカーション助成金	エクスカーション実施経費	対象経費の1/2 上限20万円（予算の範囲内）

<見直し方針>

- ・大きな経済波及効果が見込まれ観光振興を促進する MICE の開催を支援
- ・エクスカーションの実施など、観光振興に繋がる明確な支援要件を付与

<見直し内容（主なもの）>

1. MICE 開催助成金		
項目	旧	新
助成要件	対象	C：コンベンション M：企業等の会議 I：インセンティブ旅行 C：コンベンション E：展示会・見本市
	規模	i 県外参加者の延べ宿泊者数 300 人泊以上 または ii 日本を含む 3 カ国以上の外国人参加者 10 人以上かつ県外・国外参加者の延べ宿泊者数 50 人泊以上
	観光振興につながる取組	参加者の県内周遊観光を促進する取組（※）を 2 つ以上実施 ※エクスカーション実施、県公式観光サイトのリンク貼付 等

* 上記以外にも助成基準あり

2. エクスカーション助成金		
項目	旧	新
助成要件	・エクスカーション参加者 25 名以上 ・県内観光地に 1 か所以上立ち寄り等	・エクスカーション参加者 10 名以上 ・県内観光地に 2 か所以上（うち 1 か所以上は有料施設）立ち寄り 等
助成対象	「開催助成金」の対象となるコンベンションに付随して実施されるエクスカーション	「開催助成金」の助成有無にかかわらず、MICE 開催に付随して実施されるエクスカーション

* 上記以外にも助成基準あり