

第2号議案

平成29年度 事業計画及び収支予算（案）

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。

この結果、平成28年の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を記録した平成27年を更新すると見込まれます。また、「楽天トラベル」の「家族に人気の温泉地ランキング」で白浜温泉が全国第1位、「カップルに人気の温泉地ランキング」で第6位になるなど、民間機関のデータが示すとおり、国内外からの注目度が着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29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2017～」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、世界最大級の観光展「ツーリズムEXPOジャパン2017」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、ユニークベニューを活用した、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 2017」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、和歌山県の観光の将来を担う事業を県と協働で実施します。和歌山の認知度が上昇している今、ブランド力の高い世界遺産や有名温泉に加え、和歌山が持つ観光資源のポテンシャルを発掘・開発し、具体的にわかりやすく整理・発信することで、県内周遊を促進し滞在時間の延長による消費の拡大に努めます。平成28年度から実施している、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するとともに、神話の時代から近代に至る豊富な歴史ストーリーや文化遺産と食、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」を実施します。また、県内約800kmにおよぶサイクリングロードの整

備進捗にあわせ、「サイクリング王国わかやま」をPRすることで急増するサイクリストを呼び込みます。

自然をテーマにした「水の国、わかやま。」、歴史・文化をテーマにした「わかやま歴史物語」と世界遺産ブランドにより満足度の高い旅を提案するとともに、「サイクリング王国わかやま」も含め、集客力の弱い地域にも国内外のお客さまを誘導します。

観光連盟は、主に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。

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

(27,476千円) 年4回 440,000部

県観光情報誌「紀州浪漫」は、発刊から16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

(38,223千円) 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。

首都圏や京阪神をはじめ、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

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集客力の弱い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。

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「サイクリング王国わかやま」の展開

平成30年3月末までに海・川・山の総延長約800kmのサイクリングロードが整備されます。これを契機に「サイクリング王国わかやま」として、国内外のサイクリストに自然、歴史、文化、食など和歌山の魅力を体験してもらうためのプロモーションを展開します。

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。

○PR映像の制作

＜時期＞ 8月～

○雑誌、サイクリング系WEBへの出稿

＜時期＞ 9月～

○メディア&バイクショップのファムツアー (詳細P.6④)

＜時期＞ 9～10月

○サイクリストにやさしいホテルの拡大（県と協働実施）

＜時 期＞ 未定

〈和歌山へ招く〉

④メディア、バイクショップのファムツアーの実施

全国の出版社や新聞社等に加え、WEBサイトを持つバイクショップに参加要請し、「サイクリング王国わかやま」を紹介するツアーを実施します。

＜時 期＞ 9～10月

＜内 容＞ 「サイクリング王国わかやま」

〈和歌山へ招く〉

⑤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や有名ロードバイク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。

○（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＞ 未定

○有名ロードバイクメーカーとのタイアップ

詳細：③「サイクリング王国わかやま」の展開

〈和歌山へ招く〉

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、「週末は聖地へ～時忘れの旅。～」など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。

＜時 期＞ 通年

〈和歌山を売り出す〉

⑧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、コンベンション他〉

(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・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2018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

(9,500千円) 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2017」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2017

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21日～24日 東京ビッグサイト

○ほんまにええとこ関西観光展in名古屋、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。

<時期等> 秋頃 JR金山駅

2月 横浜新都市プラザ

○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> 未定

〈和歌山へ招く〉

(5) 旅行会社対策 (1,700千円) 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 (8,000千円) 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、3月（予定） 東京

○情報発信

- ・国際ミーティング・エキスポ IME 2017への出展

<時期等> 2月 東京都

- ・コンベンションガイドブック、ユニークベニユー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

(3,500千円) 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、20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。」キャンペーンや「サイクリング王国わかやま」をはじめ、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＞ 秋、冬

＜内 容＞ 未定（県内全域）

- ・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＞ 未定（県内全域）

- ・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＞ 秋～冬

＜内 容＞ 未定

- ・旅行会社連携講座&ツアー造成

＜時期等＞ 随時

- ・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

＜時 期＞ 随時

○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6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。

○観光PRイベントの実施

- ・講座『紀州由良興国寺と美濃加茂正眼寺の絆』

<時期> 10月

<内容> 紀州の禅宗文化の歴史と熊野の法燈国師伝承を学ぶとともに、興国寺と正眼寺の深い縁を再認識し、両市町のさらなる交流の深化をめざす。

- ・シンポジウム『熊野を学ぶ』

<時期> 11月

<内容> 熊野那智大社御創建1700年、西国三十三箇所草創1300年を記念して那智山の信仰の歴史や巡礼の元祖とされる西国三十三箇所の歴史を学ぶ。

○写真展

<時期> 4月24～28日、6月19日～25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24日～28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2018

<時期> 3月

○PRツール、パンフレットの作成

- ・熊野姫旅手帳 15,000部

女性をターゲットに、グルメを中心とした熊野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 台湾、韓国、東南アジア、欧米豪

・雑誌、旅行ガイドブック

＜時期等＞ 随時 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 台湾、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

〈和歌山へ招く〉

(11) わかやまファンクラブ運営 (474千円) 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 (詳細P.7)

○広域マップの作成

〈コンベンション他〉

(13) 県との協働事業 (22,819千円)

①「水の国、わかやま。」キャンペーン (詳細P.5)

②サイクリング王国わかやま (詳細P.5)

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。

平成29年度は、旅モデルの策定とWEBサイト、冊子の作成に加え「熊野那智大社御創建1700年」「西国三十三所草創1300年」の情報発信及び旅行会社へ

の提案活動を県事業にて実施し、観光連盟は、メディア及び旅行会社への情報提供を実施します。

○100の旅モデルの策定ガイドブック

<時期> ~秋

○WEBサイト、ガイドブックの作成

<時期> 秋~

○情報発信

<時期> 随時

④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〉

⑤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〉

⑥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29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

<時期> 9月～

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、競技団体、大学生生活協同組合

⑧日本遺産認定を契機とした取り組み

日本遺産「鯨とともに生きる一熊野灘捕鯨文化の継承」は、昨年日本遺産に認定されました。県観光連盟も協議会に参画しており、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2箇所(研修会)

〈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 (2,000千円)

インスタグラムを活用し、コンテスト形式で魅力的な本県観光地の写真や映像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> 未定

〈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 (23,960千円)

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〉

(5) 熊野古道宿泊施設運営 (696千円)

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10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。

近年では、インバウンドのお客様が急増するとともに、旅行口コミサイト等で国内外から高い評価をいただいております、客室稼働率は高水準を維持しています。

引き続き、国内外からの誘客に努めるとともに、平成29年度末には運営管理委託者との契約が満了するため、関係機関との協議の上、平成30年度以降のあり方を決定します。

〈熊野古道宿泊施設運営〉

*各事業の(事業費)は、人件費・事務費・減価償却費を除く