

## 令和6年度事業計画

和歌山県観光連盟（以下「観光連盟」という。）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」を向上させてきました。

新型コロナウイルスの感染が落ち着き、令和5年は全国で日本人旅行者数が増加するとともに、インバウンドの賑わいも戻ってきました。また、昨年の弘法大師御誕生1250年に続き、今年度は世界遺産登録20周年、さらに来年度は大阪・関西万博の開催と、本県観光産業にとって追い風となるイベントが続きます。観光連盟ではこうした好機を活かし、コロナ禍からの本県観光の復活をより確実なものとするため、県と協働し、以下の基本方針に基づき積極的なプロモーション活動を展開します。

### ●『聖地リゾート！和歌山』のブランド価値向上

和歌山県の強みである三つの「S」（「Spirituality（精神性）」・「Sustainability（持続可能性）」・「Serenity（静謐さや静けさ）」）を活かし、心と体を再生し、何度も訪れたくなる、かけがえのない場所を目指す。

### ●持続可能な観光地域づくり

地域の伝統・文化や環境と調和しつつ、地域が深い愛着をもって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。

### ●滞在期間延長と消費拡大

観光による経済効果を高めるため、観光客の滞在期間延長と消費拡大を目指す。

本県は、観光連盟の職員が、これまで築いたメディアや地域とのネットワークを活かし、情報発信をはじめとする様々な事業を積極的に展開したことなども功を奏し、国内外からの評価が高まり注目を集めています。

令和6年度においても、「和歌山の魅力発信」と「和歌山の魅力向上」を主軸として、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、県との協働により、本年度は『世界遺産登録20周年を契機とした県内全域でのキャンペーン展開』『体験コンテンツの充実と販売促進』『大阪・関西万博を契機とした誘客促進』『強みを発揮できるテーマ（「世界遺産」・「温泉と食」・「アウトドア」・「サイクリング」等）による誘客促進』を重点項目とし、取り組んでいきます。

世界遺産登録20周年を記念して県全域で実施する『聖地リゾート！和歌山』キャン

ペーンでは、観光連盟が発行する観光情報誌「紀州浪漫」の秋号をキャンペーンブックと位置づけての発行、貸切バスで周遊する団体旅行に対する旅行会社向けに補助金を交付する他、県内の参詣道おすすめハイキングルートをアウトドア系媒体等に掲載します。

『体験コンテンツの充実と販売促進』では、令和5年度に開始した「ほんまもん体験」オンライン予約決済システムを運用するとともに、体験コンテンツの掘り起こしと磨き上げを実施します。

また、和歌山県を代表する観光情報誌「紀州浪漫」の全国展開やWEB版の作成、国内外のメディア露出に向けた提案活動やロケの誘致活動、ウェブサイトやSNSなどを通じて、アクセス解析データに基づくユーザーニーズに応じた効果的な情報発信を行います。取材やロケの実施に際しては、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受入体制を取り、旅行動機を喚起させる成果品や質の高い作品づくりの支援に努めます。また、9月に開催予定の観光展「ツーリズム EXPO ジャパン 2024」など発信力のある展示会への出展や、昨今取り組んできた全国旅行業協会加盟の第2種、第3種の旅行会社に対する提案活動を継続して実施するとともに、コンベンション誘致にあたっては、充実した観光資源を活用した和歌山ならではのエクスカージョン等を提案し、県内開催の実現につなげます。

インバウンドの誘客に向けた取り組みについては、FIT（外国人個人観光客）の急伸や訪日旅行の目的・行き先の多様化に対応した情報発信を推進してまいります。国内同様メディア対策に重点を置き、各国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。

さらに、情勢を踏まえ、適切なタイミングで各種キャンペーン・施策を実施するとともに、県内の観光関連事業者の皆様に観光連盟の賛助会員としてご参画いただき、各施設・店舗等の詳細情報を会員情報として発信することで、観光連盟ならではの個別具体的な和歌山観光の魅力を伝えていきます。

以上の施策展開に際しては、観光連盟の強みであるメディアや地域との繋がり、広い人脈を十分に活かし、マーケットニーズと観光資源とのマッチングを念頭に置きながら、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」等制作による情報発信

(25,850 千円)

### ① 県観光情報誌等の制作

年 4 回 270,000 部

県観光情報誌「紀州浪漫」は、発刊から 23 年目を迎え、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。また、紀州浪漫の WEB 版の制作や和歌山県公式観光サイトへの旬の情報掲載など、WEB コンテンツの充実を引き続き行います。さらに紀州浪漫秋号を『聖地リゾート！和歌山』キャンペーンのキャンペーンブックと位置づけて部数及びページ数を増やして発行します。

< 時期等 > 年 4 回 (6、9、12、3 月) 発行

夏 60,000 部、秋 100,000 部、冬・春各 55,000 部  
合計 270,000 部

< 配 布 > 全国のメディア、全国の主要都市の主要書店約 50 店舗等

< W E B > 和歌山県公式観光サイト内に「旬のおすすめ情報」を掲載。また、あらたに紀州浪漫の WEB 版を制作し、公式観光サイト内で公開する。さらに SNS 広告を配信し、旬のおすすめ情報や WEB 版紀州浪漫への誘導を図る。

< 和歌山へ招く >

## (2) メディア対策

(27,249 千円) 50 媒体

### ① メディア出稿並びに企画提案活動の実施

テレビ、ラジオ、雑誌、WEB、SNS 等の各種メディアを活用した情報発信を企画・テーマに応じ媒体を選定し、ターゲットとする層に効果的に訴求します。

また、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首都圏や京阪神を中心に実施します。

○雑誌・WEB 等への出稿等

< 時 期 > 通年

○提案活動実施

・首都圏、京阪神を中心に全国

< 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

## ②SNS を活用した情報発信の実施

Instagram、X（旧 Twitter）、Facebook、YouTube 等の公式アカウントを活用し、SNS の特性に合わせた観光情報を効果的に発信していきます。

また、インフルエンサーを活用した情報発信も行います。

### ○SNS 配信のためのコンテンツ制作

<時 期> 随時

### ○インフルエンサーの活用を含む SNS での発信

<時 期> 随時

## ③アウトドア観光の展開

和歌山の豊かな自然を活かしたアウトドア・フィールドの魅力を発信します。

グルメ、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。

また、「紀伊山地の霊場と参詣道」世界遺産登録 20 周年を記念して、県内の参詣道おすすめハイキングルートを実アウトドア系媒体に掲載します。

### ○雑誌、WEB への出稿等

<時 期> 通年

### ○アウトドア系媒体等へのおすすめ参詣道ハイキングルート掲載

<時 期> 5～12 月（予定）

## ④「WAKAYAMA800」サイクリングによる観光

総延長約 800 km の海・川・山のサイクリングロードを誇る「サイクリング王国わかやま」の魅力を国内外のサイクリストに自然、歴史、文化、食などと併せて体験してもらうためのプロモーションを展開します。さらに、サイクリングを趣味としない層に対しても、健康や美容面で有効なサイクリング旅などを提案します。

また、有名ロードバイクメーカー等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。

### ○雑誌、サイクリング系 WEB への出稿や SNS の活用等

<時 期> 通年

## ⑤企業とのタイアップ

サイクリングやトレッキングなど有名メーカー等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。

### ○有名サイクリング関連企業等とのタイアップ

詳細：④「WAKAYAMA800」サイクリングによる観光

〈和歌山へ招く〉

⑥和歌山県公式観光サイト

「旬のおすすめ情報」や「サイクリング」などのおすすめコンテンツや、「高野山」や「熊野」等、常時アクセスの多いコンテンツ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。

さらに、アクセス解析データに基づくユーザーニーズに応じた更なる内容の充実、情報収集を図ります。

<時 期> 通年

<和歌山を売り出す、和歌山へ招く>

⑦効果的な広告出稿

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

(910千円) 10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

○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への出展

<時期等> 8月・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 (9,770 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 2024」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 2024

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26日～29日 東京ビッグサイト

○サイクルモードライド大阪 2025・アウトドアフェス

サイクリング王国わかやまをテーマにした観光素材やモデルコース等をアピールするとともに、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。

<時期等> 3月(予定) 万博記念公園(予定)

○第19回国内観光活性化フォーラム

全国の旅行業界関係者が一堂に会する機会に、和歌山県の観光素材を発信します。

<時期等> 2月(予定) 東京都内(予定)

〈和歌山へ招く〉

(5) 旅行会社対策 (4,230 千円) 10 旅行商品、30 件

地域の団体旅行や社員旅行、FIT(海外の個人観光客)を牽引する「第2種、第3種旅行業者」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「ハウスエージェンツ」に対し、旅行商品造成のための提案活動を実施します。また、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て和歌山県の観光素材を継続的に情報発信し、観光客誘致に繋がります。

<時期> 通年

また、世界遺産登録20周年記念事業として、貸切バスで周遊する団体旅行に対する旅行会社向けの補助金交付を実施します。

<時期> 令和6年9月～12月予定

〈和歌山へ招く〉

(6) コンベンション誘致 (7,800 千円) 15 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、大会前後のエクスカージョン、アフターコンベンションの提案・支援をします。また、ユニークベニューなど和歌山ならではの企画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視察助成、観光パンフレット等のツール提供により主催者を支援。

<時期> 随時

○誘致活動

- ・地方都市コンベンション協議会合同ワークショップへの参加

<時期等> 未定

- ・IME 2025 への出展

MICE に特化した展示会に出展し、本県でのコンベンション開催に向けたPRを実施。

<時期等> 未定

○情報発信

- ・和歌山県公式観光サイトでの情報発信

<時期> 通年

<コンベンション他>

(7) 東京観光センター事業 (22,065 千円) 30 媒体、20 旅行商品

人や情報が集中する首都圏において、メディアや旅行会社と連携して観光素材を継続的に情報発信し、首都圏からの観光客誘致に繋がります。

首都圏観光物産プロモーション等の実施を通じた情報発信をはじめ、訴求力のある媒体への提案活動の実施、知的好奇心旺盛な方々に向けた和歌山の観光をテーマとする講座を開催し、和歌山への興味と旅行動機を喚起します。

○メディア展開

- ・提案活動の実施

<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

- ・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

- ・旅行商品販売促進支援  
旅行会社企画担当者への観光素材等の提供及び旅行会社各店舗への出前研修を実施

<時期等> 随時

○和歌山の観光をテーマとする講座の開催

- ・首都圏で、メディア、旅行会社、大学公開講座、カルチャーセンター、民間企業等との連携講座の実施

<時期> 未定

○首都圏観光プロモーション等の実施

- ・『聖地リゾート！和歌山』首都圏プロモーション  
首都圏でメディア関係者等を対象とした和歌山県の観光素材を紹介するプロモーション等の実施

<時期> 未定

- ・和歌山観光PRイベント

<時期> 未定

〈和歌山へ招く〉

(8) 名古屋観光センター事業 (3,500千円) 3媒体、2旅行商品

年々道路環境がよくなり、本県への訪問増が期待できる東海圏を重点地域として、和歌山の魅力を継続的に発信します。メディアや旅行会社を通じ、東海地方のターゲットに訴求できる広告出稿や企画提案、イベント出展などを実施します。

○メディア展開

- ・企画提案活動の実施

<時期> 通年

- ・雑誌、WEB等への出稿

<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

○旅行会社対策

- ・企画提案活動の実施

<時期> 通年

- ・わかやま観光説明会の実施

<時期> 未定

- 観光物産 PR イベント等への出展
  - ・ふるさとフェア～全国センター合同物産観光展～  
 <時期等> 未定
  - ・名鉄の泊りハイキング 春フェスタ 2025  
 <時期等> 未定
- ドライブマップの改訂  
 <時期> 3月

〈和歌山へ招く〉

(9) 国際観光推進 (4,200 千円) 11 件

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。

- メディア招聘
  - ・テレビ、雑誌、旅行ガイドブック、インフルエンサー  
 <時期等> 随時
- 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
- 海外現地セールスプロモーション  
 <時期等> 未定

〈和歌山へ招く〉

(10) 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。

- 大規模観光展への共同出展
- 広域マップの作成

〈コンベンション他〉

(11) 県との協働事業 (7,326 千円)

①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（予定）
  - <対象> 京阪神 大阪、神戸、京都  
 西日本 岡山、広島、福岡  
 東海 名古屋

○春プロモーション

<時期> 7年2～3月(予定)

<対象> 京阪神 大阪、神戸、京都  
西日本 岡山、広島、福岡  
東海 名古屋

〈和歌山へ招く〉

②熊野御幸社寺めぐり

京都「城南宮」から熊野三山まで、熊野御幸社寺めぐりを実施し、本県への誘客の仕掛けをつくります。

<時期> 秋以降(予定)

③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 : 11月～3月(対高校商戦時期)  
中京圏・中国圏 : 6月～9月(対中学高校商戦時期)  
近畿圏 : 5月～3月(対私立中学校商戦時期)

<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等の実施(和歌山県体験型教育旅行誘致協議会事業)

<内容> 埼玉県内・神奈川県内の高等学校・旅行会社、愛知県内等の  
中学校・高等学校・旅行会社、広島県内等の中学校・高等学校・  
旅行会社

○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〉

④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。

○和歌山県公式観光サイトで提供する情報を活用した旅行会社に向けたプロモーションを実施

〈和歌山へ招く〉

## 2 和歌山の魅力向上

(1) 語り部のおもてなし向上 (1,000 千円)

紀州語り部のおもてなし力の向上を促す研修会等や相互連携を図る連絡会議を実施すると共に、語り部がご案内するウォーク情報等を LINE で配信します。

○紀州語り部ガイドレベルアップ支援

<時 期> 随時

○紀州語り部研修会、連絡会議の実施

<時期等> 12月～3月 県内外1箇所から3箇所(研修会)

<時期等> 5月～6月 県内2箇所(連絡会議)

○紀州語り部公式 LINE アカウントによる情報配信の実施

<時 期> 毎月

<和歌山でもてなす>

(2) ほんまもん体験の充実 (69 千円)

「モノ消費」から多様な体験を楽しむ「コト消費」への変化に対応するため体験型観光「ほんまもん体験」の体験メニューの掘り起こしと磨き上げの促進、予約販売データ等を活用した情報の体験事業者へのフィードバック、予約サイトの運営等の充実を図ります。

<時 期> 随時

<和歌山を売り出す>

(3) 本部、観光センター運営 (22,436 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、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、和歌山を売り出す、和歌山へ招く>

各事業の(事業費)は、人件費・事務費・減価償却費を除く