

## 令和3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。

一方で、世界中で猛威を振るう新型コロナウイルス感染症は、本県においても甚大な影響をもたらしており、現在、いわゆるポストコロナにおける新しい旅のスタイルの普及と促進が求められています。

本年2月において、世界的ガイドブック「ロンリープラネット」が最も旬な旅行先を紹介する「BEST in Travel 2021」の「読者が選ぶサステイナビリティ（持続可能性）に配慮した観光地」に「和歌山」が選ばれました。過去には、「Best in Travel 2018」で「紀伊半島」が「訪れるべき世界の10地域」のベスト5に選ばれたことや、在日・訪日外国人を対象に日本情報を発信する国内最大級の英字WEBサイト「ガイジンポット（Gaijin Pot）」が公表した「2020年外国人が訪れるべき日本の観光地ランキング」で読者投票により「和歌山県：熊野」が1位にもなり、国内外での評価がますます高まってきています。

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も、これらの成果につながる大きな要因となっています。引き続き、令和3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2021～」に基づき、「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。併せて、コンテンツ予約のデジタル対応など、ポストコロナ時代に向けた非接触の観光スタイルも展開していきます。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、11月に開催予定の観光展「ツーリズムEXPOジャパン2021大阪・関西」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、ユニークベニユーを活用した和歌山

ならではの企画を提案し、県内開催の実現につなげます。また、高齢化が進む紀州語り部の次世代の担い手を育成するため勧誘活動等を新たに実施いたします。

さらに、県との協働により、コロナ禍からの観光産業の再生に向け、「新たな旅のスタイル」の普及・促進、デジタル化による観光周遊の円滑化を図るとともに、「蘇りの地、わかやま」キャンペーンの継続展開により更なる誘客を促進します。また、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。」による周遊促進、既にサイクリストの間で認知度が高まっている県内約800kmにおよぶサイクリングロードを活かした「WAKAYAMA 800 サイクリング王国わかやま」への更なるサイクリストの呼び込みについても引き続き取り組んでまいります。

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くとともに、10月に開催予定の商談会「VISIT JAPAN Travel & MICE Mart 2021」への出展や、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。

また、ポストコロナを見据えた、情勢を踏まえた観光施策のスピーディーかつ柔軟な展開として、適切なタイミングで各種キャンペーン・施策を実施していきます。

他方では、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」制作等

(27,773 千円) 年 4 回 260,000 部

県観光情報誌「紀州浪漫」は、発刊から 20 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。また新たに、YouTube の配信や観光連盟ホームページへの旬の情報掲載、国内最大級の旅に特化した WEB サイトとのタイアップなど、WEB コンテンツの充実を図ります。

< 時期等 > 年 4 回 (6、9、12、3 月) 発行 各 65,000 部

< 配布 > 全国のメディア、和歌山ファンクラブ、全国の主要都市の主要書店 160 店舗等

〈和歌山へ招く〉

## (2) メディア対策

(30,607 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

#### ○PR 動画の制作

・和歌山県全域の魅力を紹介するプロモーション動画の制作

< 時期 > 通年

### ②SNS を活用した情報発信の実施

Instagram、Twitter、Facebook 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、サイクリング、アウトドア、グルメなど各分野に影響力のあるインフルエ

ンサーを招致し、それぞれの SNS で魅力を発信していただきます。

○インフルエンサーの招致、SNS での発信

<時 期> 随時

③「水の国、わかやま。」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新たな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。

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。

○雑誌、WEB への出稿等

<時 期> 通年

④「WAKAYAMA800 サイクリング王国わかやま」の展開

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

<和歌山へ招く>

⑤企業とのタイアップ

有名ロードバイクメーカー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とブランド力を積極的に活用します。

○有名ロードバイクメーカーとのタイアップ

詳細：④「WAKAYAMA800 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。」、「サイクリング王国わかやま」、「わかやま歴史物語」、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、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>

⑧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

(1,300千円) 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近畿ロケ地フェア 2021 への出展

<時期等> 8月 大阪（予定）

- ・ジャパンフィルムコミッション全国ロケ地フェア 2022 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 (10,000 千円) 5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2021大阪・関西」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2021大阪・関西

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> 11月25日～28日 インテックス大阪

○ほんまにええとこ関西観光展in横浜

日本観光振興協会関西支部主催の観光展に出展し、関西広域圏での和歌山をアピールします。

<時期等> 2月(予定) 横浜新都市プラザ(予定)

○サイクルモドリイド大阪2021

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します。

<時期等> 7月24日～7月25日 万博記念公園

○サイクルモードインターナショナル2021

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します。

<時期等> 11月(予定) 幕張メッセ(予定)

○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> 3月(予定) 万博記念公園(予定)

〈和歌山へ招く〉

(5) 旅行会社対策 (1,200 千円) 10商品

地域の団体旅行を牽引する「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 (7,000 千円) 10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

- ・地方都市コンベンション協議会合同セールスへの参画

<時期> 5月、8月、1月（予定）

- ・地方都市コンベンション協議会への参画

協議会主催セミナー（対象：全国規模会議主催者）及びイベントPRブースに参加します。

<時期等> 9月、12月、3月（予定）

○情報発信

- ・コンベンションガイドブック、ユニークベニューMICEガイド、専用ウェブページによる情報発信

<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

(2,000千円) 活動のべ80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

(27,579千円) 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。

“和みわかやま”東京レセプションの開催を通じた情報発信をはじめ、訴求力のある媒体（テレビ、雑誌等）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、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2021  
<時期> 10月13日(予定)  
<内容> メディア・旅行会社関係者約300名  
【第1部】 旅行会社情報交換会、観光プロモーション説明会  
【第2部】 レセプション(交流会)
- ・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 (1,800千円) 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。

○メディア展開

- ・企画提案活動の実施  
<時期> 通年
- ・ファムツアーの実施  
<時期等> 未定

○旅行会社対策

- ・企画提案活動の実施  
<時期> 通年

○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

・旅まつり名古屋2022

<時期> 3月 久屋大通公園 久屋広場・エンゼル広場（名古屋市）

・ドライブマップの改訂

<時期> 2月

・広告出稿

東海地方のターゲットに訴求できる各種キャンペーン、旬の情報等の雑誌、新聞への広告掲載について、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〉

(10) 国際観光推進 (6,003千円) 16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〉

(11) わかやまファンクラブ運営 (640千円) 800人

わかやまファンクラブを運営し、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> 11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 (再掲)

○広域マップの作成

〈コンベンション他〉

(13) 県との協働事業 (16,219 千円)

①「水の国、わかやま。」(再掲)

「水」に関する観光資源を世界遺産などのブランド力や集客力の高い観光資源と絡めながらメディア対策を行うとともに、ホームページでの情報発信や旅行会社への情報提供のほか、新たな観光資源の開発に取り組みます。

②サイクリング王国わかやま (再掲)

サイクリング愛好者だけでなく、初心者、女性、健康志向の高い方など、幅広いターゲットに向けたメディア対策とともに、ホームページでの情報発信や旅行会社への情報提供のほか、サイクリストに優しい宿の拡大を図るなど、サイクリストのニーズに応えた利便性を向上する取組を実施します。

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、地域に存在する観光素材のブラッシュアップを図りながら和歌山の歴史・文化を幅広くPRします。

また、周遊を楽しんでいただけるようにテーマを絞ったモバイルスタンプラリーの実施に併せ、ウェブサイトでの発信のほか、メディア及び旅行会社への情報提供を実施します。

④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、岐阜

○春プロモーション

<時 期> 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、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 : 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、  
学校関係者、旅行会社等

##### ○県内校への働きかけ

県内を目的地とした修学・教育旅行が選択肢の一つとして定着し、前年度に引き続き実施させるよう県内教育関係者に対し、働きかけを行います。

##### ○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。

##### ○パンフレット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〉

### (14) 「蘇りの地、わかやま」キャンペーン (15,000千円)

#### ①観光連盟ホームページによる情報発信

新型コロナウイルス感染症対応を踏まえ、イベントや外出への自粛が緩和された段階で、本県の豊かな自然に癒され、大いにリフレッシュしてもらうため、「蘇りの地、わかやま」の魅力を観光連盟ホームページで、情報発信します。

<時 期> 随時

② SNSによる情報発信

観光連盟が運営するSNSツールを活用し、「蘇りの地、わかやま」キャンペーンの一環として、和歌山での旅の思い出を集めた「グッドトリップ和歌山」の情報や本県が誇る海、山、川といった天与の観光資源など、見るだけで心身のリフレッシュにつながり、和歌山への旅行動機を喚起させる情報を発信します。

<ツール>

Twitter ・わかぱんTwitter

・わかやま紀州館Twitter

LINE ・わかやま紀州館LINE

Facebook ・水の国、わかやま。

・WAKAYAMA 800 サイクリング王国わかやま

・世界遺産「紀伊山地の霊場と参詣道」

～高野山、熊野、熊野古道～

Instagram ・和みわかやま

<時 期> 随時

③ 宿泊得々キャンペーンの実施

県内への宿泊動機を喚起するため、国の経済対策とも連携しつつ、県、市町村及び関係団体と一丸となった宿泊キャンペーンを実施します。

<時 期> 随時

<応募対象者> 期間中に和歌山県内のホテル・旅館・民宿・宿坊など旅館業法に基づく営業許可を受けた施設に宿泊した人

<賞 品> 賞金、県内ペア宿泊券、プレミアム和歌山認定商品等

〈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、次世代の担い手とされる人材確保等に努めます。

○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> 1月～3月 県内外1箇所から3箇所(研修会)

<時期等> 1月～3月 県内2箇所(連絡会議)

○紀州語り部次世代担い手の育成

<時期等> 9月～1月 県内1箇所から2箇所(座学編・実践編等)

〈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 (1,000 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> 通年(毎月優秀作品を選定)

〈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 (3,070 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 (24,514 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