
令和6年度近畿運輸局によるDMO伴走事業

事業報告書

令和7年3月14日
国土交通省 近畿運輸局

目次

本事業の背景・概要	P5-7
事業工程	P8
和歌山市観光協会に対する伴走支援	P9-40
・ 和歌山市観光協会の基礎データ・観光資源	P9-10
・ 合意形成のプロセスおよびメンバー	P11-13
・ 第一回分析会議	P14-16
（１）課題および課題抽出方法	P17-22
（２）分析の手法	P23-27
（３）和歌山市の経営課題	P28
（４）短期的に解決可能な課題の設定	P29
・ 和歌山市内宿泊施設におけるインバウンド動向調査	
（１）調査の目的・（２）調査の概要	P30-32
（３）調査結果の分析 ※下記データは報告書の一部を抜粋	P33-34
・ 本事業における重点エリア	
（１）和歌山市和歌浦エリア概要	P35
（２）和歌浦エリアにおける協力事業者	P36-38
・ 和歌浦エリア視察の実施	
（１）視察日程およびメンバー	P39
（２）和歌浦エリア視察の記録	P40

目次

和歌山市における「第一回検討会議」の実施	P41-54
・実施概要・参加者	P41-45
・調査結果	P46-47
・議事録	P48-54
和歌山市における「第二回検討会議」の実施	P55-79
・実施概要・参加者	P55-58
・第一回検討会議の結果を受けた進捗共有	P59-72
・議事録	P73-79
和歌山市にインバウンドを集客するための施策	P80-86
（１）インバウンド向け観光商品の販売	
・OTAによる販売整備	P80-81
・旅行会社、ランドオペレーターによる販売整備・タリフサポート	P82-83
（２）各種プロモーション施策	
・Webメディアによる記事公開およびメールマガジンによる告知	P84
・航空会社と連携したプロモーション	P85
・ホテルコンシェルジュへの商品告知	P86

目次

近畿運輸局が定める3DMOに対する伴走支援	P87
高野山麓ツーリズムビューローにおける伴走支援	P88-94
(1) DMO基礎データ	P88-89
(2) DMOに対する事前ヒアリング	P90
(3) 高野山麓エリアの現状課題・既存コンテンツ	P91
(4) アドバイザー・専門家による支援	P92
(5) 次年度以降の取組に関する提案	P93-94
長浜観光協会における伴走支援	P95-100
(1) DMO基礎データ	P95-96
(2) DMOに対する事前ヒアリング	P97
(3) 長浜エリアの現状課題・既存コンテンツ	P98
(4) アドバイザー・専門家による支援	P99
(5) 次年度以降の取組に関する提案	P100
南紀白浜観光協会における伴走支援	P101-107
(1) DMO基礎データ	P101-102
(2) DMOに対する事前ヒアリング	P103
(3) 白浜エリアの現状課題・既存コンテンツ	P104
(4) アドバイザー・専門家による支援	P105
(5) 次年度以降の取組に関する提案	P106-107
総評	P108-112
・ 成果結果	P108
・ 事業全体全体を通した課題と改善点	P109-110
・ 事業全体の総括及び今後に向けた提言、提案	P111-112
Appendix	P113-171

本事業の背景

本事業の背景

観光地域づくり法人（DMO）は、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司令塔としての役割を有している。

観光庁及び近畿運輸局では、これまでDMOを核とした観光地域づくりに向け、各種補助金等による観光地域づくりの支援を実施するとともに、有識者や専門家の派遣や「観光地域づくり法人(DMO)による観光地経営ガイドブック」の出版等、DMOの資質向上に努めてきた。

一方で、新規に登録されたものの、業務遂行の具体的方針や効果的な取組手法を模索しているDMO、財源や人材等の不足により観光庁の支援を受けることが困難なDMOなど、その他様々な事由により十分にそのポテンシャルを活かしきれていないDMOも存在する。

そこで、本事業では、インバウンド誘客の促進に向けて、前述の課題を抱えるDMOに対し、近畿運輸局が課題の分析や解決に関する伴走支援をおこなうことで、その課題の解決を図り、併せて、そのノウハウを汎用化し、同様の課題を抱えるDMOへ展開し、DMO全体の機能強化につなげていくことを目指す。

期待される成果

DMOの現状と課題に対して、適切な分析や伴走支援が行われることで、インバウンド誘客の促進が行われること

仮説

- ・モデルDMOの所感地域には、日本遺産を含む魅力ある観光資源が多数存在
- ・大都市圏から車で1時間、国際空港から車で40分という好立地
- ➡にも拘わらず、販売に繋がらずインバウンド誘客が十分であるとは言い難い
- ➡その要因として、「販売方法や販路」「戦略策定やマーケティングデータ活用」「プロモーション」などの課題が挙げられるのではないか

検証

- ・SWOTおよびクロス分析等により、モデルDMOの経営課題を抽出
- ・モデルDMOのマネジメントエリアにおける外国人宿泊者動向等を調査・分析
- ・同エリアにおける観光事業者の現状や意向を聴取・検証

成果

- ・OTAやランドオペレーター連携による新たな販路形成、二次交通手段と合わせた販売手法
- ・各種プロモーション
- ・モデルDMOにおいて短期的に解決可能な課題を策定
- ➡実現可能な施策を実行
- ➡インバウンド誘客促進へ

本事業の概要

本事業の概要

(1) モデルDMO(近畿運輸局が公募したDMO)に対するテーマに沿った総合的な伴走支援

モデルDMOが抱える課題やその解決に向けた調査・検証等を実施

LモデルDMO：一般社団法人和歌山市観光協会

L伴走支援テーマ：コンテンツの販売促進

(1) 現状分析及び調査

- ・現状課題把握のための分析実施
- ・有識者（学識経験者）と連携
- ・人流動向に関する宿泊施設等の調査

(2) 新たな販路形成に向けた検討会の実施

- ・送客側と受入側の意見交換
- ・検討事項に沿った検討会を2回程度実施

(3) 販路形成・プロモーション

- ・新たな販路にて事業期間中に販売
- ・分析や調査結果を踏まえた、効果的なプロモーションの実施
- ・販売結果の分析、改善点整理

(4) マニュアルの作成

- ・課題深堀や課題解決の手法をモデル化
- ・過程や経緯を詳細に記載



本事業の概要

(2)モデルDMO以外に対する伴走支援

和歌山市観光協会以外のDMOに対して、コンテンツの販売促進をテーマとして専門家もしくは有識者を派遣し、助言を行う

L対象DMO：近畿運輸局が指定する和歌山市観光協会以外の近畿管内のDMO3団体

L伴走支援テーマ：コンテンツの販売促進

(1) テーマに関する現状・課題のヒアリング

(2) 抽出した課題の解決に向けた専門家派遣

- ・ テーマに沿った専門家を1名以上招請
- ・ 専門家派遣を2回程度実施し、1回以上は対面にて実施

(3)目指すゴール

モデルDMO(和歌山市観光協会)の伴走支援をもとに、汎用化したマニュアルを作成し、他DMOへ展開することで、モデルDMOだけでなく、他地域の課題解決・自走化環境を支援

【テーマ選定の理由】※仕様書より抜粋

地域内に魅力ある観光コンテンツを造成しても販売に繋がらない(売れない)原因は、販売方法や販路に課題があると考察する。着地側が販売する際には、大手旅行会社やOTA等での販売だけではなく、インバウンドから直接ニーズを受けているランドオペレーターやホテルコンシェルジュ等に常に最新情報が提供できる仕組みを構築することが重要であると考え。関西では、万博来訪者をターゲットとした多くの地域資源が観光コンテンツ化されているものの、販売に繋がらなければ万博開催の効果を関西全域へと波及させることはできない。また、これらの観光コンテンツを万博レガシーとして万博終了後も販売継続するためにも、安定した販路の確保が必要であることから、当該伴走支援のテーマとする

事業工程

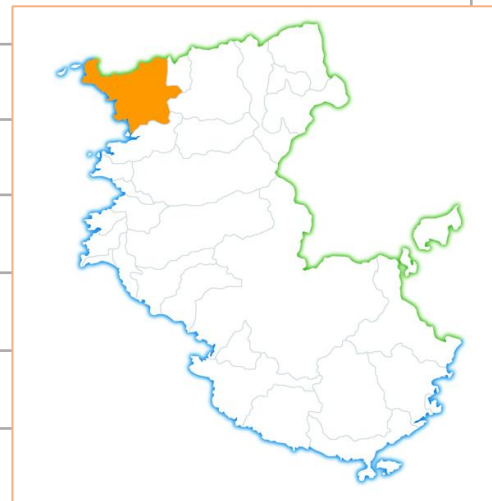
事業スケジュール

	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
【全体】定例会議	8/26：キックオフ	9/18：第一回定例会議	10/24：第二回定例会議	11/26：第三回定例会議	12/17：第四回定例会議	1/28：第五回定例会議		
【全体】報告	※上記議事録・資料送付	※上記議事録・資料送付	※上記議事録・資料送付	※上記議事録・資料送付	※上記議事録・資料送付	※上記議事録・資料送付	2/20：最終報告会	3/14：最終報告書・マニュアル提出
【和歌山市】視察		9/25-26：WAmazingメンバー視察						
【和歌山市観光協会】調査・分析			10/8：第一回分析会 10/21：八島教授分析調査会議 10/28：第二回分析会		12/4：第二回検討会議にて分析結果共有			
【和歌山市】宿泊者調査			10/4：調査開始	11/24：調査終了	12/23：プレゼント当選連絡	1/16：プレゼント発送		
【和歌山市】検討会議		事業者事前ヒアリング	10/31：第一回検討会議	事業者事前ヒアリング	12/4：第二回検討会議			
【和歌山市】観光商品造成							2/5、2/13：WAmazing Play販売開始（計7商品）	
【和歌山市】プロモーション			WAmazing Discover記事制作	WAmazing Discover記事制作、Peachバナー制作	12/10：WAmazing Discover記事公開	1/1：Peachリマインダーメール開始、 1/17：WAmazing会員向けメール	2/20：日本ホテルコンシェルジュ協会に商品告知	
【指定3DMO】伴走支援				対象DMO事前ヒアリング	12/18：高野山麓視察	1/29：高野山麓支援会議、 1/21：長浜視察	2/12：長浜支援会議、 2/27：南紀白浜視察	3/4：南紀白浜支援会議

和歌山市観光協会に対する伴走支援

和歌山市観光協会基礎データ

名称	一般社団法人和歌山市観光協会
DMOの区分	地域DMO
設立日	昭和28年4月
日本版DMO登録日	令和3年3月
職員数	12名
主な収益事業	物販
市町からの主な指定管理	なし
市町からの主な受託事業	観光案内業務
決算収入状況（2020年度）	70,760千円
マネジメントエリア	和歌山市内全域
観光地域づくりのコンセプト	都会にはない安らぎと歴史を、住民誰もが自慢し誇れる癒しのまち



和歌山市観光協会に対する伴走支援

和歌山市内の観光資源

カテゴリ	名称	観光資源のポテンシャル
歴史・文化	和歌山城	紀州藩紀州徳川家の居城で、城跡は国の史跡に指定。観光をお手伝いする「おもてなし忍者」も人気
	和歌浦エリア（和歌の浦、玉津島神社、紀州東照宮等）	「絶景の宝庫・和歌の浦」として、日本遺産に認定（平成29年）
	紀三井寺、淡嶋神社、紀州東照宮等	紀三井寺・護国院は、名草山中腹にある西国三十三所の二番札所として日本遺産に認定（平成29年）
自然・アウトドア	友ヶ島	加太港からフェリーで約20分、旧日本軍の要塞が置かれている。「まるでラピュタの世界」と話題に
	加太海水浴場、磯の浦海水浴場、片男波海水浴場、浪早ビーチ、浜の宮ビーチ	いずれも白砂・遠浅で、ファミリーなどに人気
温泉・リラクゼーション	天然和歌の浦温泉 萬波 萬葉の湯、天然紀州温泉 国民宿舎 新和歌ロッジ等	温泉旅館・温泉ホテルの11宿泊施設と日帰り温泉3店舗で構成される団体「わспа」が精力的にPR
テーマパーク・エンタメ	和歌山マリーナシティ（ポルトヨーロッパ、黒潮市場等）	世界リゾート博に合わせ、和歌山湾に作られた人工島。宿泊、レジャー、グルメをエリア内で楽しむことができる
交通・体験	和歌山電鐵（貴志駅、伊太祈曽駅）	日本の民営鉄道初の猫の駅長として、国内外で大きな話題に。平成19年の経済効果は11億円（関西大学大学院会計研究科・宮本勝浩教授の試算）

和歌山市観光協会に対する伴走支援

実施体制およびメンバー

事業推進のための合意形成は、下記図表の会議体によって行われ、実際の観光振興施策においては、地域のコンテンツホルダーと集客事業者（旅行会社・ランドオペレーター）の協力依頼の上、実施。

合意形成のための会議体

【実施主体】近畿運輸局

観光部 観光地域振興課：原田晋司（課長）、笹尾和葵、近藤庄大

【伴走支援対象】和歌山市観光協会

谷口敬哉（事務局長）
石桁直樹

【調査・分析の専門家】和歌山大学

観光学部：八島雄士（教授）

【受託事業者】WAmazing株式会社

地域連携部：吉川真爾（西日本グループマネージャー）、飯伏風花、佐藤美涼、松田久美子、分部真衣、呂友文、Christy Wong

意見聴取

相互連携

課題解決

【地域のコンテンツホルダー】和歌山市内事業者

- ・和歌山バス株式会社
- ・80 ESPRESSO WAKAURABASE
- ・和歌の浦遊覧船
- ・名勝庭園 養翠園
- ・紀州東照宮
- ・紀州温泉 元気の湯 新和歌ロッジ

【集客事業者】旅行会社・ランドオペレーター

- ・株式会社ジャパンホリデートラベル
- ・株式会社ジェイ・リンクス

マッチング

地域の観光促進のための協力体制

和歌山市観光協会に対する伴走支援

メンバー詳細

※地域のコンテンツホルダー、旅行会社およびランドオペレーターについてはP.43参照

調査・分析の専門家

関西への見識があり、DMOの組織運営や観光による地域振興の知見を持つ有識者として、和歌山大学観光学部・八島雄士教授を招請

▼八島 雄士氏（和歌山大学観光学部教授）



【おもな研究分野】

- ①管理会計（主）：財務・顧客・業務プロセス・学習と成長の4つの視点から成る「バランスト・スコアカード」(BSC)や「戦略マップ」作成を通じて事業計画を総合的に可視化・俯瞰する研究
- ②地域・観光マネジメント地域に授与された資源や素材をサステナビリティの観点から観光資源に再構成するプロセスを、Ritchie & Crouch(2003). The Competitive Destinationの「成功へのステップ」及びBSCを応用して可視化する研究
- ③公園マネジメント：市民利用と観光利用とのバランスに配慮した事業計画策定をBSCや戦略マップ作成を通じて総合的に可視化する研究

本事業の受託事業者

過去に類似する事業の受託実績があり、インバウンドに特化した観光コンサルティングの知見を持つ事業者として、WAmazing株式会社（代表取締役CEO 加藤史子）が本事業を受託

▼WAmazing株式会社（代表取締役CEO 加藤史子）



【おもな事業内容】

- ①OTA事業：インバウンド向けオンライン旅行予約プラットフォームをWEB、APP、WeChatにて運営。インバウンドの5大消費（宿泊・観光体験・買い物・交通・飲食）それぞれにサービスを展開
- ②地域観光DX事業：自治体、観光協会、DMOに向けたインバウンドに特化した観光コンサルティング事業を展開。調査、商品開発、販売整備、情報発信などをワンストップで提供
- ③訪日マーケティングパートナー事業：国内企業向けにインバウンドの送客支援やコンサルティング事業を展開。自社OTAの予約データや会員基盤を活用したインバウンドマーケティング支援を実施

和歌山市観光協会に対する伴走支援

合意形成のプロセス

定例会議

【実施】

- ・ 毎月一回（8/26、9/18、10/24、11/26、12/17、1/28）

【参加メンバー】

- ・ 近畿運輸局
- ・ 和歌山市観光協会
- ・ 和歌山大学 八島教授
- ・ WAmazing株式会社

【目的】

- ・ 事業進捗の確認

分析会議

【実施】

- ・ 不定期（10/8、10/21、10/28）

【参加メンバー】

- ・ 和歌山市観光協会
- ・ 和歌山大学 八島教授
- ・ 近畿運輸局※第一回のみ参加
- ・ WAmazing株式会社※第一回のみ参加

【目的】

- ・ 和歌山市観光協会に関する調査・分析

検討会議

プロセス

3つの会議体は相互に連携

【実施】

- ・ 計2回（10/31、12/4）

【参加メンバー】

- ・ 近畿運輸局
- ・ 和歌山市観光協会
- ・ 和歌山大学 八島教授
- ・ WAmazing株式会社
- ・ 送客事業者

L株式会社ジャパンホリデーtravel、株式会社ジェイ・リンクス

- ・ 和歌山市内観光事業者

L和歌山バス株式会社、80 ESPRESSO WAKAURABASE、和歌の浦遊覧船、名勝庭園 養翠園、紀州東照宮、紀州温泉 元気の湯 新和歌ロッジ

【目的】

- ・ 和歌山市和歌浦エリアにおける観光促進施策の協議

最終報告会

【実施】

- ・ 2/20

【参加メンバー】

- ・ 「検討会議」と同一

【目的】

- ・ 和歌山市観光協会に関する調査・分析および和歌山市和歌浦エリアにおける観光促進施策の最終確認

ゴール

最終報告書・マニュアル提出

WAmazing株式会社より近畿運輸局へ『最終報告書』『マニュアル』提出

和歌山市観光協会に対する伴走支援

第一回分析会議

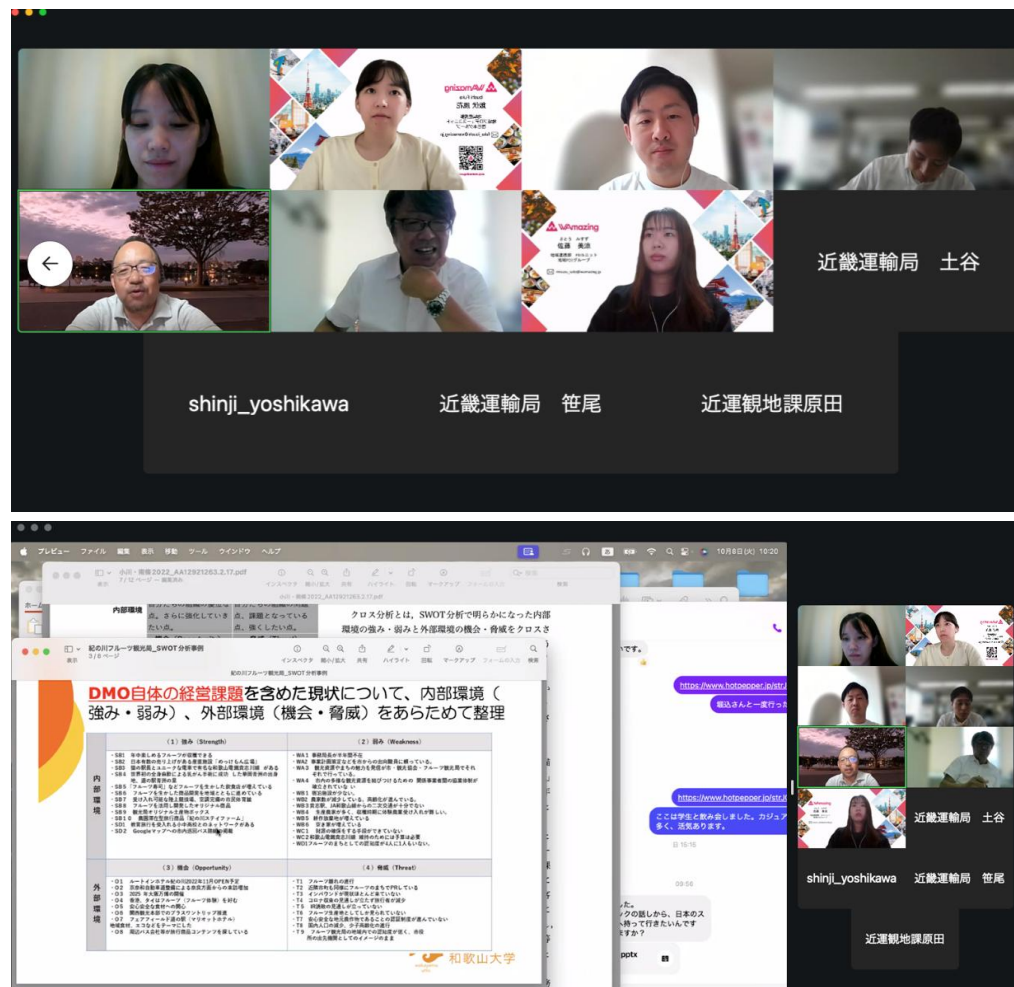
第一回分析会議 実施要項

- ・令和6年10月8日（火）10:00～11:00
- ・オンライン形式にて実施（ZOOM）

第一回分析会議 参加者 ※敬称略

- ・近畿運輸局
原田、笹尾、近藤、土谷
- ・和歌山市観光協会
谷口様、石桁様
- ・和歌山大学
八島教授
- ・WAmazing株式会社
吉川、飯伏、佐藤、分部

▼当日の様子



和歌山市観光協会に対する伴走支援

第一回分析会議

第一回分析会議 内容

・和歌山大学観光学部 八島教授より、調査・分析の前段として、以下の論文・資料の提示あり

- ・『観光地域づくり法人(DMO)の発展課題について-和歌山県内登録DMOを事例として-』 (小川雅則、南條青志/2021)
- ・『和歌山県内登録DMO調査結果について』 (小川雅則、南條青志/2022)
- ・『観光目的地の競争優位性-観光地域づくり法人の意義-』 (八島雄士/2022)
- ・『組織間連携を促進する創意工夫の探索-和歌山県内DMO調査のアクションリサーチをきっかけに-』 (八島雄士/2023)

第一回分析会議 議事録

<分析内容について>

- ・和歌山市観光協会様より分析結果共有
- ・八島教授より下記過去事例に基づいた共有

▼紀ノ川フルーツ観光局の事例

エリアだけでなく経営も含め分析、運営母体も含め課題を洗い出し

外部環境によるものか内部環境によるものかを精査し、短期・長期に分けて戦略提示

結果、補助金活用に積極的に動くなど、上記調査によって二次交通の解消など取組の方向性が明らかとなった

▼海の京都の事例

地域事業者を動かす際に信用金庫が動き、地域事業者の経営状況についての把握に役立った

長期的目標としては司令塔のような立ち位置を目指す

▼本件の場合

上記観点の分析を加えつつ、SWOT分析の中に経営の視点も加えて短期的に実施

<今後の動きについて>

- ・観光協会様と八島教授より分析資料を送付
- ・第二回検討会(12/4)までに観光協会様+八島教授(+適宜WAmazingオンライン参加)でSWOT・クロス分析を進め、約6割程度形にした状態で、第二回検討会の場で現状報告を実施
- ・受入側と送客側のマーケットやターゲット設定の認識は検討会で調整

和歌山市観光協会に対する伴走支援

【資料】DMOの学術的な定義について

※和歌山市観光協会の調査・分析にあたり、和歌山大学八島教授より提示

【DMOの学術的な定義：Morrison（令和6年）】

▼DMOは、観光地エリアのツーリズム（観光）のためのビジョン（目的）とゴール（目標）を達成するために、多くのステークホルダー（利害関係者）のエフォート（試み、取り組み）をコーディネートする（まとめる、統合する、関係させる、調整する、調和させる）。

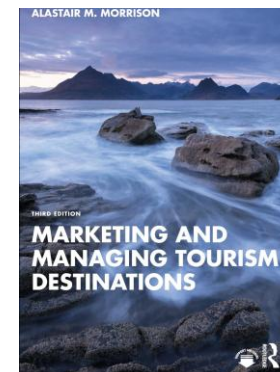
- ・観光地エリア＝ディステーション（観光目的地）
- ・ツーリズム（人が集まる、移動する）≡観光
- ・ビジョン＝長期的目的＋短期的な目的
- ・ステークホルダー＝利害関係者
- ・努力≡エフォート＝試み、取り組み
- ・コーディネート＝まとめる、統合する、関係させる、調整する、調和させる

▼Destination Management & Marketing(DMM)のユニークさ

- (1) サービスや製品に対する量的・質的なコントロールの欠如
- (2) 価格決め機能の欠如
- (3) 多くの組織・団体の要求に応える必要性
- (4) 利害関係者間でコンセンサスを得る必要性
- (5) 地域住民の利益に配慮する必要性
- (6) 広義に渡る経済的利益を実証する必要性
- (7) 多くの役割のある中での業績測定の困難さ

▼成功要因：2つのグループへの効果的な関わりが必要

- ①外部オーディエンス：ディステーションへの潜在的な訪問者（旅行者）、旅行代理店、メディア会社など
- ②内部オーディエンス：理事会、会員、事業者、行政（政府）関係者、地元住民を全ての地元の関係者



和歌山市観光協会に対する伴走支援

和歌山市観光協会の課題

(1) 課題および課題抽出方法

- ・ SWOTにより和歌山市の現状を分析
- ・ DMO設立時と現在におけるSWOTの経年変化を分析

▼SWOTによる和歌山市の現状分析

STEP① 和歌山市・和歌山市観光協会に関するオープンデータ・自治体保有のデータを整理

- 【オープンデータ】
- ・ JNTOデータハンドブック
 - ・ 消費動向調査（観光庁）
 - ・ DBJ・JTBF発表の調査データ
 - ・ RESASデータ
 - ・ 宿泊旅行統計調査
 - ・ その他、和歌山県または関西広域で競合になりうる先進的DMOのデータ 等
- 【自治体保有のデータ】
- ・ 和歌山市観光協会および和歌山市・和歌山県の保有データ
- 【本事業で新たに取得するデータ】
- ・ 本事業において和歌山市観光協会、近畿運輸局より聴取するデータ（DMO運営における財務、人材、経営等のデータを含む）
 - ・ 本事業で和歌山市観光協会と連携する宿泊施設等において収集する多言語対応アンケートデータ 等

STEP② 収集したデータを基にSWOTを最新化し、過去のSWOTとの変化を比較

【SWOT分析とは】
組織を取り巻く環境を「外部環境」「内部環境」に分け、それぞれを「プラス要因」「マイナス要因」で分類・整理する手法

	プラス要因	マイナス要因
内部環境	強み (Strengths) 和歌山市の強みとなる部分、さらに強化していきたい部分	弱み (Weaknesses) 和歌山市の弱みとなる部分、問題点、課題
外部環境	機会 (Opportunity) 和歌山市にとって「追い風」となるもの、好ましいもの	脅威 (Threat) 和歌山市にとって「向かい風」となるもの

和歌山市観光協会に対する伴走支援

▼SWOTによる和歌山市の現状分析（令和5年度 形成・確立計画による最新の状況）

	好影響	悪影響
内部環境	<u>強み (Strengths)</u> ○魅力ある観光資源 (和歌山城、和歌山電鐵、海水浴場、加太（友ヶ島）、温泉（市内全域14カ所）、神社仏閣等、和歌山マリーナシティ（テーマパーク） ○3つの日本遺産 (「絶景の宝庫和歌の浦」（和歌浦エリア）、「1300年つづく日本の終活の旅～西国三十三所観音巡礼～」(紀三井寺)、「葛城修験一里人とともに守り伝える修験道はじまりの地」（加太エリア） ○豊かな自然と近海で獲れる新鮮な魚	<u>弱み (Weaknesses)</u> ○マーケティングデータの取得と活用が不足 ○きめ細かな戦略策定不足 ○ブランディング力の弱さ ○戦略に基づいたプロモーションの不足 ○同地域内での競争意識
外部環境	<u>機会 (Opportunity)</u> ○大阪の中心地から車で1時間、「関空」から40分という好立地 ○周辺にも魅力ある観光資源（和歌山県内：高野山、熊野古道、白浜温泉 和歌山県外：京都、大阪、奈良等） ○京奈和自動車道の整備による交通利便性の向上 ○2025年大阪万博の開催	<u>脅威 (Threat)</u> ○立地の良さが宿泊につながらない ○熊野古道、白良浜、大阪等の周辺観光資源のブランド力の強さ ○地域間をつなぐ2次交通の不足 ○Wifi環境やインバウンド対応施設の不足 ○人材不足による事業実施速度の低下と機会の損失

和歌山市観光協会に対する伴走支援

▼和歌山市のSWOT分析の経年変化（DMO設立時と現状を比較）

強み(Strengths)	
DMO設立時	現在検討中
○魅力ある観光資源（和歌山城、和歌山電鐵、海水浴場、加太（友ヶ島）、温泉（市内全域14カ所）、神社仏閣等、和歌山マリーナシティ（テーマパーク）	
○3つの日本遺産（「絶景の宝庫和歌の浦」（和歌浦エリア）、「1300年つづく日本の終活の旅～西国三十三所観音巡礼～」（紀三井寺）、「葛城修験－里人とともに守り伝える修験道はじまりの地」（加太エリア）	
○豊かな自然と近海で獲れる新鮮な魚	
	○近隣市町と比較し、ホテル数が多い
	○全国的に有名な食材（ラーメン、梅）
	○13カ所の温泉施設
	○市の出向職員がいるため、行政との連携がスムーズとなる
	○案内業務も併せて行っているため、直接、観光客の動向・ニーズを把握できる
	○昭和28年に設立され長い歴史があり、地域との関わりが強い
	○Googleビジネスプロフィールなどの分析ができるツールが増えてきた

和歌山市観光協会に対する伴走支援

▼和歌山市のSWOT分析の経年変化（DMO設立時と現状を比較）

弱み(Weaknesses)

DMO設立時	現在検討中
○マーケティングデータの取得と活用が不足	
○きめ細かな戦略策定不足	
○ブランディング力の弱さ	
○戦略に基づいたプロモーションの不足	
○同地域内での競争意識	
	○観光名所が点在による移動困難
	○観光施設 1 カ所あたりの短時間滞在
	○観光から地域経済への転換未達
	○大阪から近いことによる宿泊者低迷
	○人材不足
	○事務局長含め 3 人が市の出向職員のため、専門的なスキルの蓄積や人脈などの継承が困難
	○事業計画の策定やマーケティングに長けている人材がない
	○事業実施のための予算が少ない
	○独立運営ができていない（約 3 分の 1 が補助金）
	○デジタル化対応の遅滞

和歌山市観光協会に対する伴走支援

▼和歌山市のSWOT分析の経年変化（DMO設立時と現状を比較）

機会(Opportunity)

DMO設立時	現在検討中
○大阪の中心地から車で1時間、「関空」から40分という好立地	
○周辺にも魅力ある観光資源（和歌山県内：高野山、熊野古道、白浜温泉 和歌山県外：京都、大阪、奈良等）	
○京奈和自動車道の整備による交通利便性の向上	
○2025年大阪万博の開催	
	○徳島のフェリー航路
	○太平洋岸自転車道の終点地
	○空き家が多いため活用機会の拡大
	○J R和歌山駅東口の新たなホテルの開業
	○電動モビリティの運用開始
	○外部人材を登用する予定

和歌山市観光協会に対する伴走支援

▼和歌山市のSWOT分析の経年変化（DMO設立時と現状を比較）

脅威(Threat)

DMO設立時	現在検討中
○立地の良さが宿泊につながらない	
○熊野古道、白良浜、大阪等の周辺観光資源のブランド力の強さ	
○地域間つなぐ2次交通の不足	
○Wi-Fi環境やインバウンド対応施設の不足	
	○紀の川市や阪南市などのブランディング化による地域活性化
	○白浜空港の活性化及びラグジュアリーホテルの開業による宿泊客の獲得機会の損失
	○海が近いことによる台風や津波等の自然災害の発生リスク
	○景観を乱す原因となる空き家過多
	○人材不足による事業実施速度の低下と機会の損失
	○他DMOに比べ専門的なスキルを持った人材を雇用できていたため、後れを取っている

和歌山市観光協会に対する伴走支援

(2) 分析の手法

・クロス分析による「強み」「弱み」「機会」「脅威」の検証

▼クロス分析による和歌山市の課題の洗い出しと解決策の検証

STEP① 「強み」「弱み」「機会」「脅威」を組み合わせることで課題を抽出

【クロス分析で整理できること】

以下の4つの切り口で課題の洗い出しを実施

- ・積極的姿勢（強み×機会）
- ・差別的戦略（強み×脅威）
- ・弱点克服（弱み×機会）
- ・業務改善または撤退（弱み×脅威）

	機会	脅威
	機会①、機会②、機会③ 機会④、機会⑤	脅威①、脅威②、脅威③ 脅威④、脅威⑤
強み	積極的姿勢	差別的戦略
強み①、強み②、強み③ 強み④、強み⑤	(強み×機会) 自分たちの強みと、機会を活かし、 積極的に取り組める事業の創出	(強み×脅威) 脅威に対し、自分たちの強みを 活かし、差別化する
弱み	弱点克服	業務改善または撤退
弱み①、弱み②、弱み③ 弱み④、弱み⑤	(弱み) × (機会) 自分たちの弱点を機会によって、 克服する。強みに変える	(弱み×脅威) 自分たちの弱点と脅威で 最悪の事態を招かない対策

STEP② 上記4つの切り口で洗い出した課題に対し、解決策を検証

和歌山市観光協会に対する伴走支援

▼クロス分析による和歌山市の「強み」「弱み」「機会」「脅威」の検証

クロス分析

(強み×機会) 【積極的姿勢】

自分たちの強みと、機会を活かし、積極的に
取り組める事業の創出

強み

- ①魅力ある観光資源（和歌山城、和歌山電鐵、海水浴場、加太（友ヶ島）、温泉（市内全域14カ所）、神社仏閣等、和歌山マリーナシティ（テーマパーク）
- ②3つの日本遺産（「絶景の宝庫和歌の浦」（和歌浦エリア）、「1300年つづく日本の終活の旅～西国三十三所観音巡礼～」(紀三井寺)、「葛城修験一里人とともに守り伝える修験道はじまりの地」(加太エリア)
- ③豊かな自然と近海で獲れる新鮮な魚
- ④近隣市町と比較し、ホテル数が多い
- ⑤全国的に有名な食材（ラーメン、梅）
- ⑥3カ所の温泉施設
- ⑦市の出向職員がいるため、行政との連携がスムーズとなる
- ⑧案内業務も併せて行っているため、直接、観光客の動向・ニーズを把握できる強み
- ⑨昭和28年に設立され長い歴史があり、地域との関わりが強い
- ⑩Googleビジネスプロフィールなどの分析ができるツールが増えてきた

機会

- ①大阪の中心地から車で1時間、「関空」から40分という好立地
- ②周辺にも魅力ある観光資源（和歌山県内：高野山、熊野古道、白浜温泉 和歌山県外：京都、大阪、奈良等）
- ③京奈和自動車道の整備による交通利便性の向上
- ④2025年大阪万博の開催
- ⑤徳島のフェリー航路
- ⑥太平洋岸自転車道の終点地
- ⑦空き家が多いため活用機会の拡大
- ⑧J R和歌山駅東口の新たなホテルの開業
- ⑨電動モビリティの運用開始
- ⑩外部人材を登用する予定

積極的姿勢

- 【強み①・②・③・⑤・⑥×機会①】関空からのアクセスが良いことを活用し、魅力ある観光資源、3つの日本遺産、豊かな自然、食、温泉でインバウンド誘客
- 【強み①・②・③・⑤・⑥×機会②】和歌山市の魅力ある観光資源や食、温泉と県内周辺地域の有名観光資源を組み合わせ、周遊ルート化すつことによる県域集客
- 【強み①・②・③・⑤・⑥×機会③】京奈和自動車の整備により京都、奈良、大阪方面からのアクセスが良いことを活用し、魅力ある観光資源や食、温泉を活用し、誘客を図る
- 【強み①・②・③・⑤・⑥×機会④】大阪万博開催を機会とした魅力ある観光資源や食、温泉を活用した誘客
- 【強み④・⑥×機会⑥】太平洋岸自転車道の終点であることを活用し、サイクリストに13カ所の温泉とホテルの利用を提案
- 【強み①・②・③・⑤・⑥×機会⑦】空き家をインバウンド向けのゲストハウスとしてリノベーションし、市内の魅力ある観光資源、3つの日本遺産を用いて誘客を図る
- 【強み④×機会⑧】さらにホテルが開業することによるインバウンドを含めた誘客の獲得を図る
- 【強み①・強み②×機会⑨】電動モビリティで周遊すると利便性が向上することを発信し、和歌山市の文化、食、温泉を巡る提案を行う
- 【強み⑦・⑧・⑨・⑩×機会⑩】外部人材の登用により、様々な分析データを活用した行政と現場が一体となったDMO組織となる

和歌山市観光協会に対する伴走支援

▼クロス分析による和歌山市の「強み」「弱み」「機会」「脅威」の検証

クロス分析

(強み×脅威) 【差別的戦略】

脅威に対し、自分たちの強みを
活かし、差別化する

強み
①魅力ある観光資源（和歌山城、和歌山電鐵、海水浴場、加太（友ヶ島）、温泉（市内全域14カ所）、神社仏閣等、和歌山マリーナシティ（テーマパーク） ②3つの日本遺産（「絶景の宝庫和歌の浦」（和歌浦エリア）、「1300年つづく日本の終活の旅～西国三十三所観音巡礼～」(紀三井寺)、「葛城修験－里人とともに守り伝える修験道はじまりの地」(加太エリア) ③豊かな自然と近海で獲れる新鮮な魚 ④近隣市町と比較し、ホテル数が多い ⑤全国的に有名な食材（ラーメン、梅） ⑥3カ所の温泉施設 ⑦市の出向職員がいるため、行政との連携がスムーズとなる ⑧案内業務も併せて行っているため、直接、観光客の動向・ニーズを把握できる強み ⑨昭和28年に設立され長い歴史があり、地域との関わりが強い ⑩Googleビジネスプロフィールなどの分析ができるツールが増えてきた

脅威
①立地の良さが宿泊につながらない ②熊野古道、白良浜、大阪等の周辺観光資源のブランド力の強さ ③地域間つなぐ2次交通の不足 ④Wi-Fi環境やインバウンド対応施設の不足 ⑤紀の川市や阪南市などのブランディング化による地域活性化 ⑥白浜空港の活性化及びラグジュアリーホテルの開業による宿泊客の獲得機会の損失 ⑦海に近いことによる台風や津波等の自然災害の発生リスク ⑧景観を乱す原因となる空き家過多 ⑨人材不足による事業実施速度の低下と機会の損失 ⑩他DMOに比べ専門的なスキルを持った人材を雇用できていないため、後れを取っている



差別的戦略
【強み①・②・③・⑤・⑥×脅威①】 魅力ある観光資源や食、温泉施設を活用し、立地の良さを逆手に取り、宿泊客獲得につなげる 【強み①・②・③・⑤・⑥×脅威②】 周辺地域（熊野古道、白良浜、大阪等）のブランド力の強さにプラスワンとして本市の観光資源を活用し、宿泊客獲得につなげる 【強み①・②・③・④・⑤・⑥×脅威③】 地域間の移動が困難であることを逆手に取り、観光施設への長時間滞在を図り、近隣市町と比較し、多いホテルへの宿泊客獲得につなげる 【強み①・強み②・強み③・強み⑤・強み⑥×脅威④】 本市の魅力ある観光資源を磨き上げ、インバウンド誘客につなげる 【強み①・②・③・⑤・⑥×脅威⑤】 周辺地域（紀の川市、阪南市）のブランド力の強さにプラスワンとして本市の観光資源を活用し、宿泊客獲得につなげる 【強み①・②・③・⑤・⑥×脅威⑥】 白浜のホテルよりも安価な価格で提供できること、本市の歴史ある観光資源、3つの日本遺産により差別化 【強み④×脅威⑦】 海から離れたホテルを活用し、自然災害発生のリスクに対処 【強み①・②・③・⑤・⑥×脅威⑧】 空き家をインバウンド向けのゲストハウスとしてリノベーションし、市内の魅力ある観光資源、3つの日本遺産を用いて誘客を図る 【強み⑨×脅威⑨】 長い歴史で培った地域との関係性で、協力体制を築きあげ人材不足をカバーする 【強み⑧・⑨・⑩×脅威⑩】 案内業務により、観光客と直接触れ合う事で培った現場感覚、Googleビジネスプロフィールなどの分析ツールにより、専門的なスキルを持っている他DMOに迫る



和歌山市観光協会に対する伴走支援

▼クロス分析による和歌山市の「強み」「弱み」「機会」「脅威」の検証

クロス分析

(弱み×機会) 【弱点克服】

自分たちの弱点を機会によって、克服する。強みに変える

機会

- ①大阪の中心地から車で1時間、「閑空」から40分という好立地
- ②周辺にも魅力ある観光資源（和歌山県内：高野山、熊野古道、白浜温泉 和歌山県外：京都、大阪、奈良等）
- ③京奈和自動車道の整備による交通利便性の向上
- ④2025年大阪万博の開催
- ⑤徳島のフェリー航路
- ⑥太平洋岸自転車道の終点地
- ⑦空き家が多いため活用機会の拡大
- ⑧J R和歌山駅東口の新たなホテルの開業
- ⑨電動モビリティの運用開始
- ⑩外部人材を登用する予定



弱み

- ①マーケティングデータの取得と活用が不足
- ②きめ細かな戦略策定不足
- ③ブランディング力の弱さ
- ④戦略に基づいたプロモーションの不足
- ⑤同地域内での競争意識
- ⑥観光名所が点在による移動困難
- ⑦観光施設1カ所あたりの短時間滞在
- ⑧観光から地域経済への転換未達
- ⑨大阪から近いことによる宿泊者低迷
- ⑩人材不足
- ⑪事務局員含め3人が市の出向職員のため、専門的なスキルの蓄積や人脈などの継承が困難
- ⑫事業計画の策定やマーケティングに長けている人材が少ない
- ⑬事業実施のための予算が少ない
- ⑭独立運営ができていない（約3分の1が補助金）
- ⑮デジタル化対応の遅滞



弱点克服

- 【弱み⑧・⑨×機会①・②】
◆閑空から近いこと、周辺エリアに有名観光資源があることを逆手にインバウンド向けに和歌山拠点型の旅行を提案
- 【弱み⑧・⑨×機会②・③】
◆京都、奈良、大阪からアクセスが近いことを活用し、日本人観光客に和歌山滞在型の旅行を提案
- 【弱み⑤×機会④】
◆大阪万博を契機に地域内での観光産業に対する意識を1つにする
- 【弱み⑤×機会⑥】
◆太平洋岸自転車道の終着点であることを活用し、サイクリストに観光地間を巡るのにサイクリストに向いているまちをアピールし、集客を図る
- 【弱み⑨×機会⑦】
◆静かな空き家をゲストハウスとしてリノベーションし、大阪からのアクセスの良さを活かし、人混みがない静かな宿として宿泊客を獲得
- 【弱み⑥・⑦×機会⑨】
◆電動モビリティで周遊すると、観光名所間の移動が容易であることをアピール
- 【弱み①・②・③・⑩・⑪・⑫×機会⑨】
◆ブランディングの力を上げ、また専門的なスキルの蓄積、人脈形成の向上を図る

和歌山市観光協会に対する伴走支援

▼クロス分析による和歌山市の「強み」「弱み」「機会」「脅威」の検証

クロス分析 (弱み×脅威) 【業務改善】

自分たちの弱点と脅威で
最悪の事態を招かない対策

脅威
①立地の良さが宿泊につながらない
②熊野古道、白良浜、大阪等の周辺観光資源のブランド力の強さ
③地域間つなぐ2次交通の不足
④Wi-Fi環境やインバウンド対応施設の不足
⑤紀の川市や阪南市などのブランディング化による地域活性化
⑥白浜空港の活性化及びラグジュアリーホテルの開業による宿泊客の獲得機会の損失
⑦海が近いことによる台風や津波等の自然災害の発生リスク
⑧景観を乱す原因となる空き家過多
⑨人材不足による事業実施速度の低下と機会の損失
⑩他DMOに比べ専門的なスキルを持った人材を雇用できていないため、後れを取っている



弱み
①:マーケティングデータの取得と活用が不足
②:きめ細かな戦略策定不足
③:ブランディング力の弱さ
④:戦略に基づいたプロモーションの不足
⑤:同地域内での競争意識
⑥:観光名所が点在による移動困難
⑦:観光施設1カ所あたりの短時間滞在
⑧:観光から地域経済への転換未達
⑨:大阪から近いことによる宿泊者低迷
⑩:人材不足
⑪:事務局長含め3人が市の出向職員のため、専門的なスキルの蓄積や人脈などの継承が困難
⑫:事業計画の策定やマーケティングに長けている人材がいない
⑬:事業実施のための予算が少ない
⑭:独立運営ができていない(約3分の1が補助金)
⑮:デジタル化対応の遅滞



業務改善または撤退
【弱み③×脅威②】 ブランド力の強い観光資源(熊野古道、白良浜、大阪等)と連携し、本市のブランド力を向上させる
【弱み⑥×脅威③】 観光名所間が遠く、二次交通も不足しているため、オンデマンドタクシー運行などの対策を考える
【弱み⑮×脅威④】 インバウンド向けの施設が少なく、デジタル化に対しても遅滞しているため、インバウンド獲得に向けてデジタル化の推進を進める
【弱み③×脅威⑤】 周辺地域(阪南市、紀の川市)と連携し、本市のブランディング力を向上させる
【弱み③×脅威⑥】 白浜が活性化しているため、白浜と連携し、本市のブランディング力を向上させる
【弱み②×脅威⑦】 自然災害発生リスクも踏まえた戦略や災害対応マニュアルを策定する
【弱み②・③×脅威⑧】 空き家を活用し、誘客を図るための戦略・ブランディング力の強化
【弱み①・②・③・⑩・脅威⑪×⑨×⑩】 独立運営に向けた事業計画の策定、マーケティング戦略の策定ができる人材育成を行いながら組織の新陳代謝を図る

和歌山市観光協会に対する伴走支援

目標設定と課題解決の手法

(3) 和歌山市の経営課題

・ シュンペーターによるイノベーションの分類を分析指標とし、和歌山市の経営課題を表に落とし込み

No.	長期・短期	事務局（運営主体）のコントロール可・不可	事務局（運営主体）が把握している課題	SWOTクロス集計からの戦略の区別	シュンペーターによるイノベーションの分類					現在可能なアクション	将来的に可能なアクション
					財貨	生産	販路	原料	組織		
1	短期	可	大阪万博開催を機会とした魅力ある観光資源や食、温泉を活用した誘客	積極		○	○			○	
2	短期	可	太平洋岸自転車道の終点であることを活用し、サイクリストに13カ所の温泉とホテルの利用を提案	積極			○			○	
3	短期	可	開空から近いこと、周辺エリアに有名観光資源があることを逆手にインバウンド向けに和歌山拠点型の旅行を提案	弱点克服		○	○			○	
4	短期	可	京都、奈良、大阪からアクセスが近いことを活用し、日本人観光客に和歌山滞在型の旅行を提案	弱点克服		○	○			○	
5	短期	可	電動モビリティで周遊すると、観光名所間の移動が容易であることをアピール	弱点克服			○	○			○
6	短期	不可	地域間の移動が困難であることを逆手に取り、観光施設への長時間滞在を図り、近隣市町と比較し、多いホテルへの宿泊客獲得につなげる	差別		○					○
7	短期	不可	和歌山市の魅力ある観光資源や食、温泉と県内周辺地域の有名観光資源を組み合わせ、周遊ルート化すつことによる県域集客	積極		○		○	○		○
8	長期	可	インバウンド向けの施設が少なく、デジタル化に対しても遅滞しているため、インバウンド獲得に向けてデジタル化の推進を進める	業務改善			○				○
9	長期	可	独立運営に向けた事業計画の策定、マーケティング戦略の策定ができる人材育成を行いながら組織の新陳代謝を図る	業務改善					○		○
10	長期	不可	周辺地域（紀の川市、阪南市）のブランド力の強さにプラスワンとして本市の観光資源を活用し、宿泊客獲得につなげる	差別		○			○		○
11	長期	不可	ブランド力の強い観光資源（熊野古道、白良浜、大阪等）と連携し、本市のブランド力を向上させる	業務改善		○			○		○
12	長期	不可	空き家をインバウンド向けのゲストハウスとしてリノベーションし、市内の魅力ある観光資源、3つの日本遺産を用いて誘客を図る	差別		○		○			○
13											

和歌山市観光協会に対する伴走支援

目標設定と課題解決の手法

(4) 短期的に解決可能な課題の設定

・近い将来の状況を鑑みて、現実的に解決可能と思われる課題を設定

○大阪万博開催を機会とした魅力ある観光資源や食、温泉を活用した誘客

○太平洋岸自転車道の終点であることを活用し、サイクリストに13カ所の温泉とホテルの利用を提案

○関空から近いこと、周辺エリアに有名観光資源があることを逆手にインバウンド向けに和歌山拠点型の旅行を提案

○京都、奈良、大阪からアクセスが近いことを活用し、日本人観光客に和歌山滞在型の旅行を提案



大阪万博や京都・大阪へのインバウンドの来訪増加を契機に、関空からインバウンドを呼び込むためのコンテンツ造成の方向性

※データ出典：和歌山市観光協会作成資料より抜粋

和歌山市観光協会に対する伴走支援

和歌山市内宿泊施設におけるインバウンド動向調査

(1) 調査の目的

和歌山市内におけるインバウンドの現状を把握するため、和歌山市観光協会と連携する宿泊施設等において、人流動向等に関する多言語対応のアンケート調査を実施する。

(2) 調査の概要

- ・近畿運輸局、和歌山市観光協会、和歌山大学八島教授監修のもと、WAmazingにて上記目的に沿ったアンケート設問を作成し、Webフォームで回答できるようQRコード化し、アンケートチラシに掲載。
- ・和歌山市観光協会と連携する宿泊施設や観光施設において、アンケートチラシをフロントや受付窓口に設置しアンケート収集を実施。

アンケート実施内容	詳細
アンケート実施期間	令和6年10月4日(金)チラシ到着～令和6年11月24日(日)にて、約1ヵ月半実施
アンケートチラシ掲載先	計25事業者（和歌山市観光協会と連携する宿泊施設など）で掲載 P.32参照
アンケート設問	全28問（当選者情報ヒアリングのための設問も含む） P.31参照
回収率を高めるための対応策	・紙への記入ではなく、モバイル端末等でWebフォームから入力できる仕組みを用意し、回答負荷を軽減 ・スマートフォンをQRコードにかざすだけでWebフォームにアクセス可能とすることで、気軽なアンケートへの参加を促した ・アンケート協力へのインセンティブとして、抽選で地域の特産品が当たる旨を明記。協力メリットを提示することで、回収率の向上を目指した
収集における留意点	・収集や分析を行った調査結果は事業終了後にも使用可能なように整理し、報告書にて提出 P.115（appendix）参照 ・収集したデータは本事業においてのみ使用し、個人情報の取扱いに注意する

和歌山市観光協会に対する伴走支援

和歌山市内宿泊施設におけるインバウンド動向調査

アンケート設問	詳細
スクリーニング	1.出身地、2.居住国、3.年齢、4.性別、5.同行者形態、6.同行人数、9.来日回数
和歌山市への来訪動線	7.入国空港 8.市内までの交通手段 14.滞在中に訪問した都道府県 15.滞在中の具体的な訪問ルート
和歌山市での滞在形態	10.和歌山市の来訪回数 11.和歌山市の宿泊回数 12.泊数（滞在中の全体泊数と和歌山市内の泊数） 13.宿泊形態（素泊まり・朝食付きなど）
和歌山県・市内への訪問目的	16.和歌山県内で訪問した（又は予定の）観光施設 17.和歌山市内で訪問した（又は予定の）観光施設 18.和歌の浦・雑賀崎エリアへの訪問理由 19.和歌の浦・雑賀崎エリアにおける魅力的なコンテンツ（観光地・食・体験など） 20.和歌山市内への訪問理由 21.和歌山市内の消費内容、金額
情報収集	24.旅マエの情報収集方法 25.旅ナカの情報収集方法
総評	22.和歌山市内観光における不便さ 23.Q22の回答に対する改善策 26.和歌山市内への旅行全体の満足度評価 27.Q26で回答した理由や改善策 28.当選者情報ヒアリングのための設問（ニックネーム・メールアドレス）

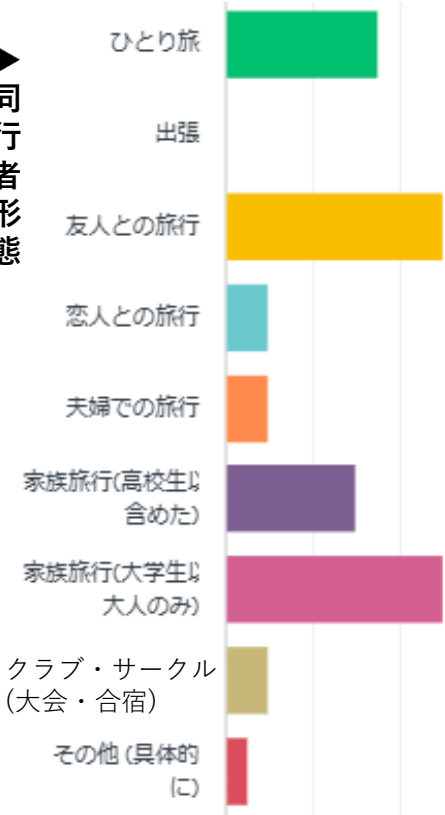
和歌山市観光協会に対する伴走支援

和歌山市内宿泊施設におけるインバウンド動向調査

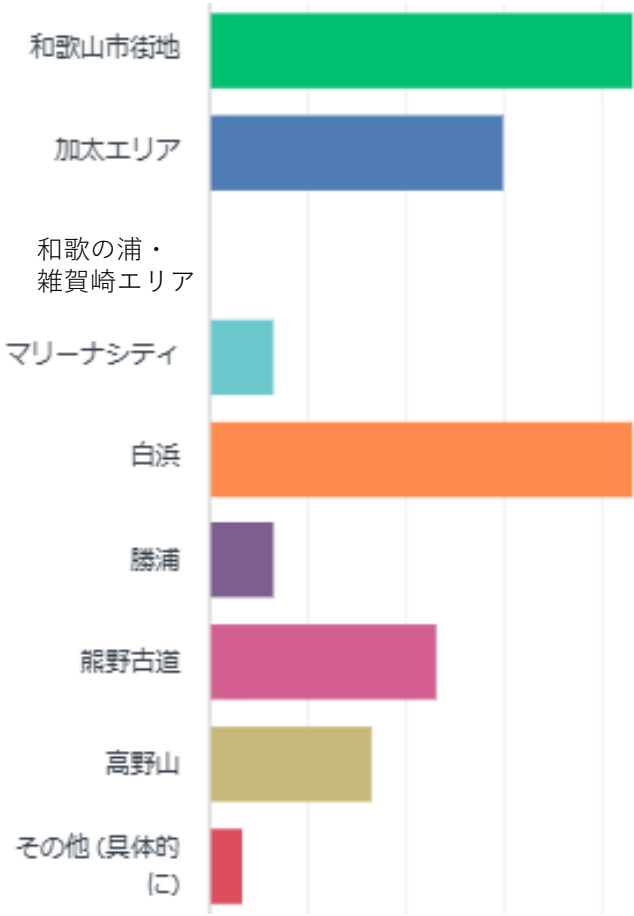
(3) 調査結果の分析 ※下記データは報告書の一部を抜粋

【回答数】 40件
繁体字（台湾・香港）： 13
簡体字（中国）： 11
英語： 16

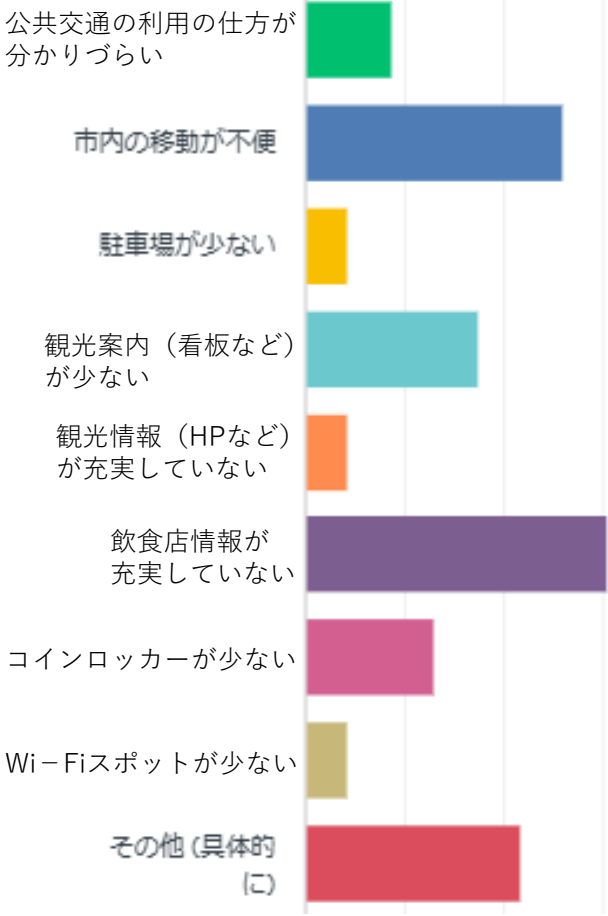
▶ 同行者形態



▼訪問した、または訪問予定の観光施設



▼不便と感じたこと



和歌山市観光協会に対する伴走支援

和歌山市内宿泊施設におけるインバウンド動向調査

(3) 調査結果の分析

【アンケート結果より考察】

- ・ターゲットと想定していた中華圏在住（台湾・香港・中国）の回答数が最も多く、次いで英語圏在住（豪州・米国など）、一部欧米（ドイツ）からの回答結果
- ・年代別では20代後半と40代前半が最も多く、次いで30代前半、20代前半、30代後半、50代前半といった順で、家族旅行や友人との旅行が形態としては多い結果
- ・圧倒的に「関西国際空港」の入国が多く、観光訪問ルートとしてもJRや南海電鉄などの公共交通機関を利用した「大阪→和歌山」の回答が多くを占める
- ・「和歌山市への来訪は初めて」という結果が多い、一方「日本への来訪回数は5～10回・16回以上」という回答が多くを占め、コアリピーター層の動きが見られる
- ・和歌山市内の観光スポットとしては、全体の4割が「和歌山城」を選択しており、次いで「温泉」「紀三井寺」「黒潮市場」「ポルトヨーロッパ」の回答が見られ、人気訪問地となっている
- ・和歌山市に訪問した理由としては、「のんびり過ごす」「自然・景観を見る」「おいしい特産品を食べる」「温泉」「史跡めぐり」の順で回答が多い結果。一番魅力的だったコンテンツとしては“美食”といった回答が見られ、自由記述欄では「のんびりとした街での滞在が良かったが、期待通り過ごすことができた」という感想も見られた
- ・滞在中に不便と感じた点については、「飲食店情報が充実していない」「市内の移動が不便」「観光案内（看板など）が少ない」「多言語整備(英語以外も求める声あり)」などの意見も見られた
- ・旅マエの情報収集手段として、「宿泊施設や観光施設のHP・SNS・チラシ」「Google検索」「AgodaやExpediaなどの旅行予約サイト」、特に中華圏には「小红书（Little Red Book）」といった回答が多く、まずはWEB上でアクセスや飲食店情報を多言語で整備し、外国人観光客に事前に案内をする対策ができることのひとつだと考察

※詳細はappendix参照

本事業における重点エリアの策定

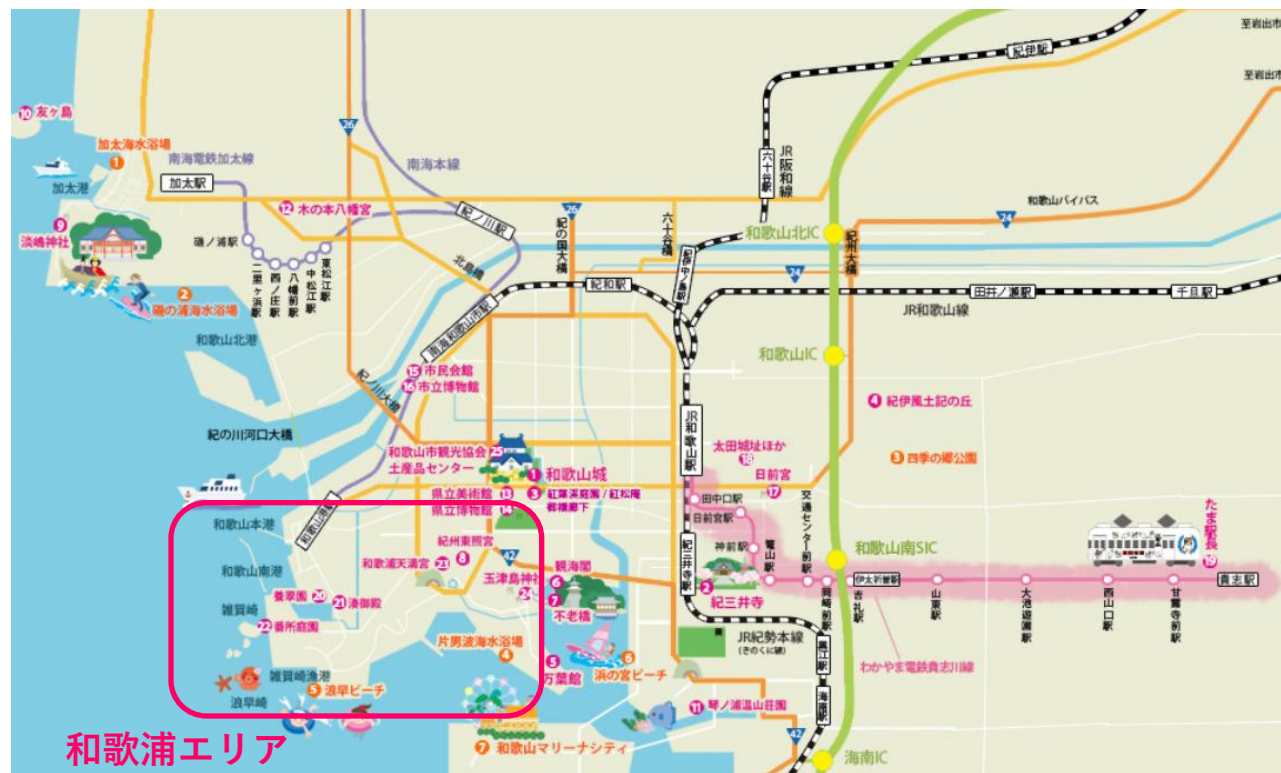
本事業における重点エリア

(1) 和歌山市和歌浦エリア概要

- ・和歌山市南西部に位置する海岸沿いの景勝地
- ・1300年前から和歌に詠まれた歴史ある風景は、2017年に日本遺産に認定
- ・和歌山市中心街から車で20分程度と比較的アクセス良好
- ・宿泊施設や飲食店、土産物店なども整備され、滞在型の観光客も受け入れ可能

▼和歌浦エリアの観光資源

- ・和歌の浦（干潟・片男波）
 - ・和歌浦観光遊歩道
 - ・蓬莱岩
 - ・玉津島神社
 - ・奠供山
 - ・鹽竈神社
 - ・紀州東照宮
 - ・和歌浦天満宮
 - ・番所庭園
 - ・養翠園
 - ・雑賀崎灯台
 - ・雑賀崎の町並み
 - ・おとっとと広場
 - ・妹背山・海禅院多宝塔
 - ・三断橋
 - ・不老橋
- など



本事業における重点エリアの策定

(2) 和歌浦エリアにおける協力事業者

- ・和歌山市観光協会加盟の事業者を中心に、本事業への協力を呼び掛け
- ・第一回検討会議に先駆け、以下リストの事業者を対象に聞き取り調査を実施
- ・一部事業者は検討会議へ参加

▼本事業への協力事業者一覧 (1/3)

事業者名 (担当者名※敬称略)	業種	概要	Web・SNS	所在地
和歌山バス株式会社 (佐伯)	交通	和歌山市内路線バス、関西空港リムジンバス、横浜・上野・東京ディズニー行バス、各種貸切バス等を運行するバス会社	【Web】 https://www.wakayamabus.co.jp/ 【SNS】 https://x.com/wakayamabus/	和歌山県和歌山市和歌浦西一丁目8番1号
名勝庭園 養翠園 (藤井)	庭園	紀州徳川家第十代藩主徳川治宝はるとみにより造営された松を主体とする約33,000㎡におよぶ国指定名勝の大名庭園	【Web】 https://yosuien.com/ 【SNS】 https://www.instagram.com/yosuien/?hl=ja	和歌山県和歌山市西浜1164
80ESPRESSO WAKAURABASE (大伴)	飲食店	和歌浦漁港に隣接する老舗高級旅館石泉閣をリノベーションしたカフェ。海を一望できるロケーションで、食事やスイーツを楽しむことができる	【Web】 https://80espresso-jp.com/ 【SNS】 https://www.instagram.com/80.espresso/	和歌山県和歌山市新和歌浦4-16新館南2階
和歌の浦遊覧船 (横田)	交通	普段はしらす漁で活躍する現役の漁船に乗って、万葉集にも詠まれた風光明媚な景勝地「和歌の浦」の本格的な臨場感・開放感を愉しめる	【Web】 https://wakanourabay.com/ 【SNS】 https://www.instagram.com/cruising.wakanoura/	和歌山県和歌山市新和歌浦1-1

本事業における重点エリアの策定

▼本事業への協力事業者一覧 (2/3)

事業者名 (担当者名※敬称略)	業種	概要	Web・SNS	所在地
紀州東照宮 (西川)	寺社	和歌山市、国の重要文化財にも指定されている神社。約400年の歴史と伝統を持ち、当国有数の名勝として伝承されている	【Web】 https://www.kishutoshogu.org/ 【SNS】 https://x.com/kishu_toshogu	和歌山県和歌山市和歌浦西2丁目1-20
紀州温泉 元気の湯 新和歌ロッジ和歌浦天満宮 (大瀬)	宿泊施設	紀州温泉「天然足赤エビの宿」新和歌ロッジ 和歌浦の波音を感じる宿。自慢の足赤エビ料理と、天然温泉や美しい和歌浦の景色に癒される	【Web】 https://www.shinwakalodge.com/ 【SNS】 https://www.instagram.com/shinwakalodge/	和歌山県和歌山市新和歌浦2-3
わかうら食堂 (駿河)	飲食店	和歌浦湾を一望できる築90年の家屋を活かした食堂。和歌浦湾が一望できる眺望の良さも魅力で、美しい景観を見ながら美味しい料理が食べられる	【Web】 https://wakaaurashokudou.foodre.jp/ 【SNS】 https://www.instagram.com/wakaura_syokudou/	和歌山県和歌山市新和歌浦4-16
鷹屋 (林)	小売業	昭和40年創業。和歌山市で進物、お土産、お茶菓子として長く親しまれている和歌浦せんべい、てまりせんべいを製造		和歌山県和歌山市和歌浦南2丁目8-1
株式会社MANPA (坂口)	宿泊施設	和歌山港にほど近い岬の突端に建つ眺望自慢のホテルを経営。和歌浦湾を一望できる温泉露天風呂が人気	【Web】 https://bso0028.bsj.jp/ https://www.manpa.co.jp/	和歌山県和歌山市新和歌浦2-10 和歌の浦温泉 萬波

本事業における重点エリアの策定

▼本事業への協力事業者一覧（3/3）

事業者名 (担当者名※敬称略)	業種	概要	Web・SNS	所在地
和歌浦天満宮 (小坂)	寺社	菅原道真が祀られ、学問の神様として信仰されている。「日本の三菅廟」の一つ。本殿は国の重要文化財に指定されている		和歌山県和歌山市和歌浦西2-1-24
玉津島神社 (田畑)	寺社	「和歌三神」に数えられる衣通姫尊を祀る神社。平安時代から多くの歌人が和歌を奉納してきた。境内を含む周辺地域は「和歌の浦」として国の名勝に指定	【Web】 https://tamatsushimajinja.jp/ 【SNS】 https://www.instagram.com/tamatsushimajinja/	和歌山県和歌山市和歌浦中3丁目4-26

▼玉津島神社



▼紀州東照宮



▼名勝 養翠園



※WAmazing9/25視察にて撮影

和歌浦エリア視察の実施

WAmazingによる和歌浦エリア視察

(1) 視察日程およびメンバー

・和歌山市観光協会 谷口事務局長ご案内のもと、和歌浦エリア主要スポットを視察

▼令和6年9月25日視察の行程

- 1 おみやげ処和歌山市観光土産品センター（宿泊施設アンケート回答者向けプレゼントの選定）
- 2 和歌浦観光遊歩道
- 3 蓬莱岩
- 4 和歌浦観光遊覧船
- 5 おととと広場
- 6 片男波海水浴場
昼食（wakaya津屋）
- 7 玉津島神社
- 8 奠供山
- 9 不老橋
- 10 紀州東照宮
- 11 和歌浦天満宮
- 12 雑賀崎灯台
- 13 番所庭園
- 14 養翠園
- 15 雑賀崎漁港
- 16 雑賀崎まち

▼おみやげ処和歌山市観光土産品センターにて、アンケート回答者プレゼント選定を実施



▼参加メンバー

WAmazing株式会社 地域連携部 吉川真爾（西日本グループマネージャー）
飯伏風花（西日本グループエリアプロデューサー）
松田久美子（プランニングディレクター）

和歌浦エリア視察の実施

(2) 和歌浦エリア視察の記録

▼和歌浦観光遊歩道



▼和歌浦天満宮



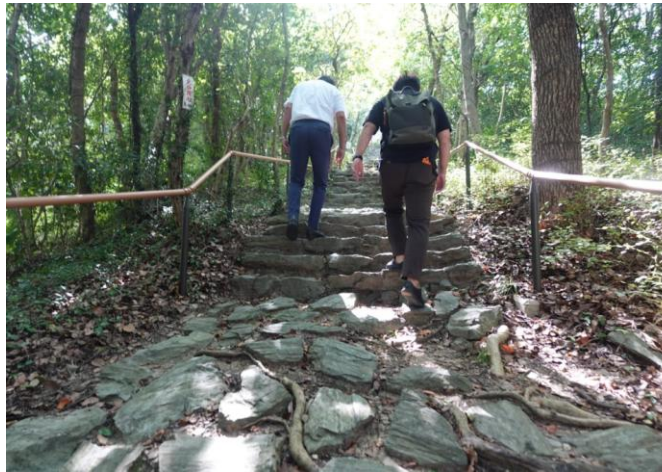
▼番所庭園



▼蓬莱岩



▼奠供山



▼雑賀崎まちなか



▼雑賀崎漁港



▼雑賀崎灯台



和歌山市における「第一回検討会議」の実施

第一回検討会議

第一回検討会議 実施概要

▼日時

令和6年10月31日（木）14:00～16:40

▼場所

和歌山大学第2演習室
※対面およびオンラインのハイブリッド開催

▼参加者

P.42参照

▼実施の目的

- インバウンドをターゲットにした観光消費を促進するにあたり、和歌山市内における観光資源を洗い出し、観光コンテンツや旅行商品について販売方法や効果的な販路等を検討
- 既存もしくは新規の観光コンテンツや旅行商品を、新たな販路において事業期間内に販売することを視野に入れ、送客側（旅行会社やランドオペレーター）と受入側（コンテンツホルダーや地域事業者）のマッチングを実施

▼次第

時間	内容
14:00～14:05	近畿運輸局より開会のご挨拶
14:05～14:10	本会議の趣旨・流れご説明
14:10～14:25	ご参加の皆様よりひとこと
14:25～14:30	WAmazing株式会社よりご挨拶
14:30～14:50	和歌山市内宿泊者アンケート調査について進捗のご共有
14:50～14:55	和歌山市観光課題・現状分析状況のご共有
14:55～15:05	休憩
15:05～15:35	和歌浦エリア事業者様 観光整備状況のご共有
15:35～16:20	旅行会社・ランドオペレーター・有識者を含めたディスカッション
16:20～16:30	有識者より総評
16:30～16:35	連絡事項・今後の進め方について
16:35～16:40	閉会のご挨拶

和歌山市における「第一回検討会議」の実施

▼参加者名簿（※敬称略）

所属	氏名	役職・肩書など
近畿運輸局	原田晋司	観光部 観光地域振興課 課長
近畿運輸局	笹尾和葵	観光部 観光地域振興課 課長補佐
近畿運輸局	近藤庄大	観光部 観光地域振興課 係長
和歌山市観光協会	谷口敬哉（オンライン）	事務局長
和歌山市観光協会	石桁直樹	
和歌山大学	八島雄士	観光学部/大学院観光学研究科 教授
和歌山大学	香月義之	大学院観光学研究科 観光地域マネジメント専攻 教授
和歌山バス株式会社	佐伯一也	代表取締役社長
名勝庭園 養翠園	藤井清	園主
80ESPRESSO WAKAURABASE	大伴奈代（オンライン）	オーナー
株式会社ジャパンホリデーラベル	田中優	FIT事業本部 仕入企画課 主任
株式会社ジェイ・リンクス	金馬あゆみ	代表取締役社長
WAmazing株式会社	吉川真爾	地域連携部 西日本グループ グループマネージャー
WAmazing株式会社	飯伏風花	地域連携部 西日本グループ エリアプロデューサー
WAmazing株式会社	松田久美子（オンライン）	地域連携部 PDユニット
WAmazing株式会社	佐藤美涼（オンライン）	地域連携部 PDユニット
WAmazing株式会社	呂友文（オンライン）	地域連携部 PDユニット

和歌山市における「第一回検討会議」の実施

参加事業者の位置づけ

この会議では、**和歌浦エリアのコンテンツホルダー**と**送客側の事業者（旅行会社等）**の意見交換やマッチングを視野に入れ、参加事業者をアサイン

和歌浦エリアのコンテンツホルダー

和歌山バス株式会社

交通事業者

和歌山市内路線バス、関西空港リムジンバス、横浜・上野・ディズニー行バス、各種貸切バスなどを運行。路線バスは生活交通の位置づけであり、外国人が多いという実感はないが、外国人観光客にはぜひ来ていただきたいと考えている。一方、乗務員不足などを理由に、空港リムジンバスの便数をコロナ禍以前の水準に戻すことができずにいるといった課題も。

名勝庭園 養翠園

庭園

紀州徳川家第十代藩主徳川治宝により造営された松を主体とする国指定名勝の大名庭園。現状の来訪者は全体の10～20%が外国人の印象。以前は韓国などから30～40名規模の大型団体ツアーに組み込まれることが多かったが、最近は10～15名の小団体や個人が多い。日本人・外国人を問わず、庭園を楽しんでいただきたいと考えている。

80 ESPRESSO WAKAURABASE

飲食店

和歌浦漁港に隣接する老舗高級旅館をリノベーションしたカフェ。海を一望しながら食事やスイーツを楽しむことができる。インバウンド対応は重要だと思っている。自社サイトに予約フォームを設けているが、対応は日本語のみ。外国語で予約対応を行うのはハードルが高い。週末は客席が埋まっているため、平日に外国人を増やしていきたいと考えている。

送客側の事業者（旅行会社等）

株式会社ジャパンホリデーラベル

旅行会社

台湾・香港・中国の市場を中心に、FIT・団体旅行に関する経験豊富な旅行会社。インバウンド向けツアーにおいては、関西エリア中心に直近1年間で約9万人の送客実績を持つ。大阪発着募集型ドイツツアーでは、直近1年間で約8万人の送客実績があり、高野山ツアーや白浜ツアーを設定。USJチケット販売や送迎車などのニーズにも幅広く対応している。

株式会社ジェイ・リンクス

ランドオペレーター

インバウンド向け観光コンテンツ造成、受入環境整備、販路開拓支援などの経験豊富なランドオペレーター。JAPANブランド育成支援等事業支援パートナー（経済産業省中小企業庁）など貿易関係の実績。大阪・関西万博プロモーション等実施業務にも関与。富裕層向けノウハウ・コンテンツの磨き上げ、海外販路の開拓などに強みを持つ。

WAmazing株式会社

OTA

インバウンド向けオンライン旅行予約プラットフォームをWeb、App、WeChatにて運営し、インバウンドの5大消費（宿泊・観光体験・買い物・交通・飲食）それぞれにサービスを展開。自治体・観光協会・DMOに対する観光コンサルティング事業や、国内企業向けに自社OTA予約データや会員基盤を活用したインバウンドマーケティング支援を行う。

和歌山市における「第一回検討会議」の実施

有識者について

本会議には、和歌浦エリアへのインバウンド誘客に向けて、外国人の視点から意見出しを行う専門家をアサイン



▼呂 友文 ロ ュウウエン

WAmazing株式会社 地域連携部 プランニングディレクター

台湾台北出身、日本語・英語・中国語が話せる外国籍メンバー。ローマ教皇庁立台湾輔仁大学管理学院を卒業後、城錦有限公司に入社。2017年に京都で会社を立ち上げ、古民家再生による収益物件の企画立案や運営管理、官公庁や中小企業の海外進出コーディネーターなど経験。2023年2月にWAmazingへ入社し、歴史的資源を活用した観光まちづくり事業などを担当

【個人経歴】

- 利き酒師兼店長代理※アジアベスト101レストラン 86位受賞
- NHK「三陸から描く水産業の未来図」、「3・11いま再びの海」、「阿波藍の四季～究極の色彩を求めて～」出演
- 日本酒業務におけるマーケティングや国際見本市、百貨店にて出展サポート
- 日本酒における輸入代理販売 酒蔵合計15社（京都、福井、岩手、新潟など）
- 台北繁華街で日本東北地域をテーマする飲食事業3店舗を開業
- 京町家再生による収益物件14軒以上資金調達～事業設計～運営管理を経験
- 京都で本藍染工房、宿泊施設、ギャラリー、シェアハウスを開業※利用者は欧米客7割
- 台湾原住民委員会 国際文化交流および出展事業 企画策定・コーディネーター

和歌山市における「第一回検討会議」の実施

事業者選定の方法

- ・和歌山市和歌浦エリアに拠点を置く事業者であること
- ・すでに何らかの形で観光関連の取組を行っていること
- 上記を前提に和歌山市観光協会様より事業者推薦
事前に調査趣旨をお伝えし協力を依頼

ヒアリング回答実施事業者

- ・和歌山バス株式会社（佐伯様）
- ・名勝庭園 養翠園（藤井様）
- ・80ESPRESSO WAKAURABASE（大伴様）
- ・和歌の浦遊覧船（横田様）
- ・紀州東照宮（西川様）
- ・紀州温泉 元気の湯 新和歌ロジ（大瀬様）
- ・わかうら食堂（駿河様）
- ・鷹屋（林様）
- ・株式会社MANPA（坂口様）
- ・和歌浦天満宮（小坂様）
- ・玉津島神社（田畑様）
- ・ほかー社（社名非公開を希望）

調査方法

- ・メール・FAXにて事前調査票を送付（令和7年10月）
- ・事前調査票への回答をベースに、オンライン・電話にて担当者によるインタビューを実施（令和7年10月～11月）

ヒアリング内容

- ・現在提供している観光コンテンツとその状況
- ・インバウンドの来訪状況や今後の意向など
- 調査票参照（右）

▼事業者へ送付した事前ヒアリングシート

令和8年度 近畿運輸局による DMO 推進支援事業 和歌山市・地域事業者様ヒアリングシート 本事業は、近畿運輸局様より受託を受けたWAmazing株式会社が、和歌山市におけるインバウンド向け観光コンテンツ販売促進を目的に実施するものです。 ①本調査では、和歌山市におけるインバウンド向け観光整備の現状を整理し、課題を抽出します。 ②上記を踏まえ、近畿運輸局様、和歌山市観光協会様、和歌山大学八咫教授、その他有識者と構成する検討会において、インバウンドを対象とした観光コンテンツ販売促進のための戦略を決定します。 ③本シートにてご回答後、対面（オンライン）にて1時間程度、直接ヒアリングの場を設けさせていただく場合がございます。	
1 事業者名称	
2 事業所所在地	
3 ご担当者名	
4 ご担当者メールアドレス	
5 ご連絡先電話番号/FAX番号	
6 オンラインヒアリング可能な日・時間帯	10/15（火） 12:00～13:00/13:00～14:00/15:00～16:00/16:00～17:00/17:00～18:00 10/16（水） 12:00～13:00/13:00～14:00/15:00～16:00/16:00～17:00/17:00～18:00 10/17（木） 12:00～13:00/13:00～14:00/15:00～16:00/16:00～17:00/17:00～18:00 10/18（金） 9:00～10:00/10:00～11:00/11:00～12:00/12:00～13:00 ※1時間程度を予定しています ※18時以降をご希望の場合は、別途調整いたします
7 御社が提供している観光コンテンツを教えてください	
8 外国からのお客様のご来訪状況を教えてください（全体の傾向が外国人、どこから来が多いのか、団体と個人どちらが多いのかなど）	
9 御社が取り組んでいるインバウンド受け入れ体制と、その課題について具体的に教えてください（外国語対応など）	
10 国内からの旅行者に対して、何を期待していますか？	
11 インバウンド客に対して、何を期待していますか？	
12 今後、さらにインバウンド客を呼び込みたいとお考えでしょうか？率直なお気持ちをお聞かせください	
13 その他、本事業についてご意見があればお願いいたします	
ご記入いただきましたら、以下の宛先までご返送願います（10月11日金18時まで） 【メール添付】 kumiko_matsuda@wamazing.jp 【FAX】 050-3588-4432 【担当】 WAmazing株式会社 地域連携部 PDユニット 松田久美子 (Tel:050-3645-2103)	

和歌山市における「第一回検討会議」の実施

調査結果（サマリー）

和歌浦エリアにおける観光の取組（外国人観光客に対して）

▼現況

- ・ 空港リムジンバスは、関空から近いわりに外国人の利用が少ない印象。コロナ以降便数を減らしていることが理由として考えられる（和歌山バス株式会社）
- ・ 現在、和歌山市内を訪れている外国人観光客の多くは、鉄道・タクシー・レンタカーを利用していると考えられる（和歌山バス株式会社）
- ・ 全体の10～20%が外国人。欧米人（アメリカ・カナダなど）、韓国人、台湾人、中国人などが多い（名勝庭園 養翠園）
- ・ 土日は外国人客の来訪が2～3組程度。以前は中華圏が多かったが、欧米系も増えている。Googleのマップや口コミを見て来られる方が多い（80ESPRESSO WAKAURABASE）
- ・ 国内旅行客がほとんどで、外国人旅行客は全体の約10%ほど（和歌の浦遊覧船）
- ・ 外国人参拝者は全体の約5～10%ほど。以前はアジア旅行者、コロナ以降は欧米旅行者が増えてきている。長期滞在や旅慣れた個人旅行客が多い（紀州東照宮）
- ・ 外国人旅行客は全体の約3%ほど。台湾、香港が多く、ツアーなどの団体客はなし（紀州温泉 元気の湯 新和歌ロッジ）
- ・ 外国人は全体の1割程度、すべて個人。中国からの旅客が最も多い。最近ではフランス人が増えており、その他イギリス、ドイツ、アメリカ、南米、ロシアなど様々な地域から訪問が見られる（和歌浦天満宮）

▼課題

- ・ 外国人に限ったことではないが、観光客が路線バスを利用する場合、観光地と観光地を結ぶアクセスが乏しい点が課題である（和歌山バス株式会社）
- ・ 乗務員不足などを理由に、空港リムジンバスの便数をコロナ禍以前の水準に戻すことができずにいる（和歌山バス株式会社）
- ・ 翻訳の課題などがあり、県の観光連盟への相談を検討中。現在はジェスチャー対応や、スマホの翻訳機を使用してコミュニケーションを取っている（名勝庭園 養翠園）
- ・ 週末は客席が十分に埋まっているため、平日に外国人のお客様を増やしたい（80ESPRESSO WAKAURABASE）
- ・ 自社の言語対応力UPが必要。外国のお客様が来てくれても、言葉が通じないと、コミュニケーションが取れず苦戦している（和歌の浦遊覧船）
- ・ 今後はメニューの多言語化、インバウンド向けの発信、需要に応じてビーガン・ベジタリアン対応も行っていきたいと考えている（わかうら食堂）
- ・ 海外客はコアリピーター層を除けば、リスクのほうが多いと考えている（新型コロナ、SARSなどの外部要因に大きく左右されるため）（株式会社MANPA）
- ・ コロナ禍前のように、たくさんの外国の方に来ていただきたい（玉津島神社）

和歌山市における「第一回検討会議」の実施

調査結果（サマリー）

和歌浦エリアにおける観光の取組（日本人観光客に対して）

▼現況

- ・観光地を巡るときは路線バスよりもレンタカーのほうが利便性が高いため、多くの人はそちらを利用しているのではないかと。同じく利便性の面から、ホテルの送迎バスを利用する人も多い（和歌山バス株式会社）
- ・西は岡山、東は名古屋までの在住者が来られることが多い。平日に農協観光様経由で、50名～300名の団体ツアーが入ることもある（名勝庭園養翠園）
- ・県外からの来訪を促すため、SNSのアクセス表記などを工夫している。大阪からのお客様が多いが、奈良県などからも車で来られる方が多い（80ESPRESSO WAKAURABASE）

▼課題

- ・地域全体として、路線バスの利用者は減少傾向にある。また、乗務員の高齢化、法改正、カスハラといった背景もあり、現状の便数維持ですら難しい（和歌山バス株式会社）
- ・客足がコロナ以前に戻って来ていないので、その対策に追われている（紀州温泉 元気の湯 新和歌ロッジ）

本事業に対する意見

- ・課題抽出などは意義があることだと思うが、プロジェクトに継続性がないと、結局自分でどうにかしたほうが早いと感じることも多い。二次交通の維持は社会課題でもあるが、収益性を考えるとそこだけに注力するわけにもいかない。また、宿泊や土産販売などを含めて考えるべき問題なので、観光協会などに音頭をとっていただきたい（和歌山バス株式会社）
- ・インバウンドを誘致したい気持ちはあるが、まずは和歌山市内の交通など受入体制を整えてほしい（名勝庭園 養翠園）
- ・旅行会社などの送客側には、目的地を点で目指すのではなく、面で認知し、回ってもらえるようなコンテンツを造成してもらいたい（80ESPRESSO WAKAURABASE）
- ・この地域に来てくれている観光客に長くともどってもらえるような工夫が必要なのではないか。自動車で来訪する人が多いので、自動車から見える道路表示などがあると良い（紀州東照宮）
- ・コロナ以前は、東京・大阪・京都などのゴールデンルートで外国人旅行客が賑わっているというニュースをよく聞くようになってから、一年後くらいに和歌山市エリアにも外国人客がじわじわ増えて来たという実感があった。コロナ後にインバウンドが戻りつつあると聞き期待していたが、現状なかなか厳しいため少し諦めぎみになってしまっている（紀州温泉 元気の湯 新和歌ロッジ）

和歌山市における「第一回検討会議」の実施

議事録 (1/6)

■開会のご挨拶（近畿運輸局：原田）

- ・この地域は非常に高いポテンシャルを秘めている一方で、DMOが観光資源を活用しきれていないという課題も見受けられる。本事業ではDMOを中心に有識者にも参加いただき、インバウンドを対象にした販路拡大・プロモーションについて検討したい。
- ・そしてこの地域事業の取り組みを成功事例として全国に展開していきたい、地域の事業者様にもご協力をいただきたい。

■本会議の趣旨・流れご説明（WAmazing：飯伏）

- ・地域の事業者様と旅行会社・ランドオペレーターのマッチングを行い、販路やプロモーションについての検討を目的とする

■ご参加の皆様よりひとこと

▼和歌山バス：佐伯様

- ・乗務員不足などの課題はあるが、観光客には路線バスを使って観光地を巡っていただきたい

▼養翠園：藤井様

- ・外国人観光客は毎日少なくとも約5組は来訪あり。以前は韓国・中国の団体が多かったが、最近は小グループ・カップル・1人客が中心
- ・京都などではオーバーツーリズムが話題になっているが、そのような課題は今のところ無い
- ・和歌山バス・雑賀崎線循環バスの廃線・減便について、観光客の足が無くなってしまうことを懸念
外国人観光客は、タクシー利用は少なく、バス・徒歩・レンタサイクル等で来訪
- ・検討会の趣旨を理解した上で、できることを協力したい

▼ジャパンホリデーラベル：田中様

- ・30年以上前からインバウンドに取り組んでいる会社。FITには10年前から取り組んでいる。
和歌山市にはコンテンツがたくさんあるので、企画商品等が出来れば良いと考えている。

▼ジェイ・リンクス：金馬様

- ・ランドオペレーターとして外国人旅行者の日本旅行を手配・案内している。

和歌山市における「第一回検討会議」の実施

議事録（2/6）

■WAmazing吉川よりご挨拶

- ・インバウンド向けの事業やOTA展開についてご紹介、外国人観光客の手ぶら旅行ができるような仕組みを提供している。
- ・関西国際空港は今年上期だけで950万人の外国人観光客が入国している。
非常に大きなマーケットが近くにあるのが和歌山市の強みとして、今回の事業もインバウンド誘客に向けてサポートできたらと考えている。

■和歌山大学観光学部八島教授よりご挨拶

- ・専門が管理会計となるため、組織課題の解決について関わっていきたい。
- ・観光協会の課題を可視化し整えていきたいと考えている。

■宿泊者アンケート進捗共有（WAmazing：佐藤）

- ・和歌山市内におけるインバウンドの状況・人流動向を把握することを目的としている。
- ・回答率を上げるため、インセンティブを用意。和歌山市内の宿泊施設・観光施設にてアンケート回収の協力をいただいている。
- ・開始から約3週間の10/28時点での速報（回収20件）を今回はご報告させていただく。
- ・中華圏が最も多く、次に英語圏。関空からの入国が圧倒的に多い。大阪から和歌山に直接入り、JRや南海電鉄を利用するルートが主となる。
- ・和歌山市の来訪は「初めて」が多いが、一方で5～10回ほどの「ヘビーリピーター」も一定層いる。
- ・課題としては、市内や観光地間の移動の難易度が高いという声も見受けられた。
- ・10/31時点で回答24件と更新しているため、今後も都度回答状況をご報告させていただく。

和歌山市における「第一回検討会議」の実施

議事録（3/6）

■和歌浦エリア事業者様 観光整備状況のご共有

▼80ESPRESSO WAKAURABASE

- ・団体ツアーの行程の中に組み込んで立ち寄りいただき、古民家の雰囲気を楽しんでもらいたい

▼養翠園様

- ・庭園への訪問と併せて、敷地内の建物の座敷など和を感じられるスポットで、インバウンド向けの観光コンテンツ活用もしていきたい
- ・中秋の名月の際に、お月見をする限定イベントを観光課と実施し、検討を続けている状況。
他にもそういった企画があれば前向きに取り組んでいきたい
- ・施設を貸し切った状態で、高単価のインバウンド商品は他地域でも多く、売れ筋でもある（WAmazing：呂）
- ・国としても高単価で特別な体験を推進していきたい。
月見をするだけではなく、和歌浦の食材や観光と併せて商品化できると良い（近畿運輸局：近藤）
- ・中秋の名月の開催だと1回限りになってしまうが、定期的な実施も視野に入れた方がいい（八島教授）
- ・団体ツアーで一観光スポットとして巡るだけではなく、書道や茶道体験、食事、プロポーズや結婚式などまでできたら理想的（ジェイ・リンクス：金馬様）
- ・バスの運転時間も限られているため、一箇所のスポットで様々な体験ができるような行程を検討したい。
そういう意味で魅力的に感じる（ジェイ・リンクス：金馬様）
- ・宿泊や土産販売などにバス会社のロゴが入っている等であれば、PRにもなり高単価でツアーを組む＆手配可能になる（ジェイ・リンクス：金馬様）

和歌山市における「第一回検討会議」の実施

議事録（4/6）

■旅行会社・ランドオペレーター・有識者を含めたディスカッション

▼養翠園様

- ・和歌山市内の飲食店に特化した一覧マップのような情報を制作してほしい。

▼和歌山バス様

- ・地域住民の生活に向けた路線バスになっており、観光地と観光地を結ぶアクセスになっていない状況がある一方で、観光路線に合わせると収支が難しい部分がある。
- ・和歌の浦観光協会など、各DMOとの足並みを揃えた施策進行をしてほしい。

▼80ESPRESSO WAKAURABASE様

- ・和歌山市内のお勧め観光コース（どこの観光地をまわって、食事をして、お土産を買ってというような行程）が分かるようなパンフレットを制作してほしい。

▼ジャパンホリデー様

- ・短期的な効果を求めるなら、募集型企画ツアーの造成が望ましい。
大阪発日帰りツアー（近隣で実施しているところだと白浜・高野山・たま電車・温泉）の企画など。
- ・モデルコースのようなプランを造成すれば、toBで販売していくことも可能。

▼ジェイ・リンクス様

- ・八島教授と和歌山市観光協会で実施した分析結果や、近隣観光（阪南市）や関西国際空港との近さなど地域詳細を把握できると、送客側も安心してお客様にご案内しやすい
- ・サイクリングの始発と終点を繋ぐツアーや、釣りの需要の高い層に向けたツアーにアプローチ可能。
- ・コロナ後は“人生2回目の日本ツアーをやりたい”というお客様層が多く、ゴールデンルート以外のコースとして十分に提案が可能
- ・留学生を迎えている学校や施設への情報提供、航空会社への情報提供が有効だと感じる。

和歌山市における「第一回検討会議」の実施

議事録 (5/6)

■旅行会社・ランドオペレーター・有識者を含めたディスカッション ※前ページの続き

▼WAmazing：吉川

- ・関西国際空港や県内有名観光地などマーケットに近いというところを活かす
例) 大阪→白浜観光の移動途中での来訪など、誰に何を売っていくのかターゲット整理
- ・コンテンツは豊富だが、目的化できるコンテンツ・ついでに消費に繋げるコンテンツをセグメントし、販路、プロモーション戦略の設計が大事
- ・外国人観光客がどのような過ごし方ができるか、過ごし方をさせたいかを整理した上で、半日や数日間のモデルコースを作成し、観光地や飲食店を面で繋いでいくことが大事
- ・サイクリングの終点という立地をどう活かすか、走破者への証明書発行、到着後に温泉などゆっくり過ごしてもらう仕掛け、しまなみ海道などインバウンド来訪者が顕在化している地域との連携なども検討の可能性

▼WAmazing：呂

- ・台湾でも大型バイクなどを、日本旅行中にレンタルして利用する人も多い
- ・分析の中で実施している人材の拡充や地域の空き家活用を、観光の面で古民家にして呼び込むなど、インバウンド誘致に活用ができれば良い。
- ・歴史資源を活用したコンテンツを加えると良い

▼和歌山市観光協会：石桁様

- ・今後人材は、マーケティングや旗振り役として拡充していきたい
- ・和歌山市観光課と和歌山市観光協会の業務整理などをしていく必要もある
- ・空き家の活用については、和歌山市他課が対応しているが、観光の面でも連携していきたい
- ・和歌山城で着物コンテンツや御城印のコンテンツを既に行っているが、ストーリー性のあるコンテンツを検討したい

▼和歌山バス様

- ・各事業者が点で動かずに、地域全体面で観光誘致となるよう動いていきたい

▼養翠園様

- ・市内イベントや和歌山城が多くピックアップされているように感じるため、他の事業者も同様にプロモーションしてほしい

▼和歌山市観光協会：谷口様

- ・以前と比べポスター制作等にかかる予算も少なくなってきたのも現状
- ・今ある観光資源を販売するにあたって、送客側にどのように情報提供をしていったら良いか
→紙パンフレット等だけではなく、toB向けの“販売タリフ”というものを用意していただけたら有難い。送客手数料（相場10%）の設定がされている、又は旅行会社でマークアップして良い等の記載がされているとなお良い（ジェイ・リンクス金馬様）

和歌山市における「第一回検討会議」の実施

議事録（6/6）

■有識者より総評（和歌山大学観光学部：八島教授）

- ・検討会として良い議論だった。
- ・地域内の人（事業者様も含めて）が観光に目を向けることが大事。観光協会だけではなく、市役所職員の方も含めて観光ツアーを広報していくことが必要。
- ・道の駅でも観光客誘致のためお客様誘導方の実践をしている。
和歌山市内も駅など幾つかポイントを置いて、人流データを収集し長期的に戦略を考えていく事が重要。観光においては現地の生のデータを取ることが大事。

■連絡事項・今後の進め方について（WAmazing：吉川）

- ・今回のご意見を元に、送客側と受入側のマッチング、販売に向けて検討していく
- ・第二回検討会はオンラインで実施、次回は今回ご欠席の事業者様もご招待して更に増やしていきたい。

■閉会のご挨拶（和歌山市観光協会：石桁様）

- ・ランドオペレーター様から需要がある分野や、事業者様からもご意見をいただけて良い検討会となった。
- ・今後人口減少・消費額減少が予想される中で、今回の内容を踏まえてインバウンド誘客を行い、近隣市にも展開していきたい。
そのために、事業者様にも引き続きご協力をいただきたい。

和歌山市における「第二回検討会議」の実施

第二回検討会議

第二回検討会議 実施概要

▼日時

令和6年12月4日（水）13:00～15:00

▼場所

オンライン開催

▼参加者

P.57参照

▼実施の目的

- インバウンドをターゲットにした観光消費を促進するにあたり、和歌山市内における観光資源を洗い出し、観光コンテンツや旅行商品について販売方法や効果的な販路等を検討
- 既存もしくは新規の観光コンテンツや旅行商品を、新たな販路において事業期間内に販売することを視野に入れ、送客側（旅行会社やランドオペレーター）と受入側（コンテンツホルダーや地域事業者）のマッチングを実施

▼次第

時間	内容
13:00～13:05	近畿運輸局より開会のご挨拶
13:05～13:10	本会議の趣旨・流れご説明、事業者様・旅行会社様ご紹介
13:10～13:15	ご参加の皆様よりひとこと
13:15～13:20	WAmazing株式会社よりご挨拶
13:20～13:25	和歌山市内宿泊者アンケート調査結果についてご共有
13:25～13:40	和歌山市観光課題分析結果のご共有・観光協会コンテンツのご紹介
13:40～13:50	休憩
13:50～13:55	参加事業者様の現状課題等のご説明、部屋分けのご説明
13:55～14:05	各旅行会社様より会社概要・提案方向性のご説明（2社）
14:05～14:25	部屋分け①旅行会社より各事業者に向けたご提案（3事業者様ずつ）
14:25～14:45	部屋分け②旅行会社より各事業者に向けたご提案（3事業者様ずつ）
14:45～14:50	有識者より総評
14:50～14:55	連絡事項・今後の進め方について
14:55～15:00	閉会のご挨拶

和歌山市における「第二回検討会議」の実施

▼参加者名簿（※敬称略）

所属	氏名	役職・肩書など
近畿運輸局	原田晋司	観光部 観光地域振興課 課長
近畿運輸局	笹尾和葵	観光部 観光地域振興課 課長補佐
近畿運輸局	近藤庄大	観光部 観光地域振興課 係長
近畿運輸局	嶋林恒介	観光部 係長
近畿運輸局	土谷柚子	観光部
和歌山市観光協会	谷口敬哉	事務局長
和歌山市観光協会	石桁直樹	
和歌山大学	八島雄士	観光学部/大学院観光学研究科 教授
和歌山バス株式会社	佐伯一也	取締役社長
名勝庭園 養翠園	藤井清	園主
80ESPRESSO WAKAURABASE	大伴奈代	オーナー
和歌の浦遊覧船	横田邦雄	船長
紀州東照宮	西川秀紀	宮司
紀州温泉 元気の湯 新和歌ロッジ	大瀬盛正	支配人
株式会社ジャパンホリデートラベル	田中優	FIT事業本部 仕入企画課 主任
株式会社ジェイ・リンクス	金馬あゆみ	代表取締役社長
WAmazing株式会社	吉川真爾	地域連携部 西日本グループ グループマネージャー
WAmazing株式会社	飯伏風花	地域連携部 西日本グループ エリアプロデューサー
WAmazing株式会社	佐藤美涼	地域連携部 PDユニット
WAmazing株式会社	呂友文	地域連携部 PDユニット

和歌山市における「第二回検討会議」の実施

参加事業者について

- ・本会議では、**和歌浦エリアのコンテンツホルダー**と**送客側の事業者（旅行会社等）**の意見交換やマッチングを視野に入れ、参加事業者をアサイン
- ・和歌浦エリアのコンテンツホルダーとして、P.43の第一回検討会議参加事業者に加え、新たに3事業者が参加
- ・送客側の事業者（旅行会社等）については、P.43の第一回検討会議参加事業者と同様

【第二回より新規参加】和歌浦エリアのコンテンツホルダー

和歌の浦遊覧船

交通事業者

普段はしらす漁で活躍する現役の漁船を遊覧船としても運航。万葉集に詠まれた風光明媚な景勝地「和歌の浦」を臨場感・開放感たっぷりに楽しむことができると話題に。国内旅行者がほとんどで、外国人旅行者は全体の約10%ほど。特に中華圏の個人旅行者が多い。外国人観光客は、SNS等や、雑誌掲載、GoogleMapを見て来訪。日本語で説明を行っているため、インバウンドのお客様だと、コミュニケーションが取りづらく、言語の壁が課題だと感じている。

紀州東照宮

寺社

和歌山市、国の重要文化財にも指定されている神社。約400年の歴史と伝統を持ち、当国有数の名勝として伝承されている。外国人参拝者は全体の約5～10%ほどで、以前はアジア旅行者が多かったが、コロナ以降は欧米旅行者が増加傾向にある。長期滞在や旅慣れた個人旅行者が、レンタカー、レンタサイクル、路線バスを利用して来訪することが多い。団体客は、添乗員の力量次第でマナーが悪い場合も。神社の参拝客や地域への来訪者が増える手立てがあるなら知りたいと考えている。

紀州温泉 元気の湯 新和歌ロッジ

宿泊施設

自慢の足赤エビ料理と、天然温泉や美しい和歌浦の景色に癒されると評判の宿。外国人旅行者は全体の約3%ほど。台湾、香港が多く、ツアーなどの団体客はなし。外国人旅行者の割合が少ないため、インバウンドにはあまり注力していない。コロナ以前は、東京・大阪・京都などのゴールデンルートだけでなく、和歌山市エリアにもインバウンドが徐々に増えてきたという実感があった。コロナ後もインバウンドが戻りつつあるはずだと期待していたが、現状では厳しいため諦めぎみになってしまっている。

和歌山市における「第二回検討会議」の実施

和歌浦エリアのコンテンツホルダーと送客側の事業者（旅行会社等）のマッチングの方法

- ・オンライン会議システム「Zoom」の機能を利用し、部屋を2つに分けて議事を進行
- ・各旅行会社と全事業者が意見交換できるよう、各部屋20分の実施とし入れ替えを行う
※14:25に事業者様のみ別部屋に移動する方法で入れ替え

	A room (ジャパンホリデーラベル様＋和歌山市観光協会石桁様＋WAmazing飯伏＋インバウンド専門家呂)	B room (ジェイ・リンクス様＋和歌山市観光協会谷口様＋WAmazing吉川／佐藤)
14:05～14:25	・和歌山バス株式会社様 ・80 ESPRESSO WAKAURABASE様 ・和歌の浦遊覧船様	・名勝庭園 養翠園様 ・紀州東照宮様 ・紀州温泉 元気の湯 新和歌ロジ様
14:25～14:45	・名勝庭園 養翠園様 ・紀州東照宮様 ・紀州温泉 元気の湯 新和歌ロジ様	・和歌山バス株式会社様 ・80 ESPRESSO WAKAURABASE様 ・和歌の浦遊覧船様

和歌山市における「第二回検討会議」の実施

和歌山市観光協会より、第一回検討会議の結果を受けた進捗共有（1/14）

- ・ 10/31実施の第一回検討会議後、和歌山市観光協会が協議・策定した内容について資料を用いて共有
※以下、和歌山市観光協会作成資料より抜粋

検討会以降のアクション

- ・ 送客手数料の設定（販売価格の10%）
- ・ タリフの充実（送客側に向けて）
- ・ 既存コンテンツの洗い出し
（課題抽出、新たな取組の可能性など）
- ・ 周遊ルートの提案
- ・ サイクリングロードの企画

和歌山市における「第二回検討会議」の実施

和歌山市観光協会より、第一回検討会議の結果を受けた進捗共有（2/14）

●タリフの充実について

魚市場ガストロノミー＋雑賀崎路地歩き特別ツアー



●地元のシェフ同行により雑賀崎漁港にて魚の買い付け

→漁師が新鮮な魚を舟から直接販売

→シェフから魚の説明や、調理の仕方の説明

→シェフと相談し、今日だけの魚の特別コースを決定



●シェフはお店に戻り、その間に路地歩き体験

→迷路のような細い路地道を経験豊富な地元ガイドの話を聞きながら



●レストランにてシェフ特性の魚の特別コース料理を堪能！

→自分の選んだ魚が美しい一皿に！

和歌山市における「第二回検討会議」の実施

和歌山市観光協会より、第一回検討会議の結果を受けた進捗共有（3/14）

●タリフの充実 雑賀崎漁港（直接販売）について

☆漁師がその日の獲れた新鮮な魚を**船から直接販売**

☆漁師によって獲れる魚介類が異なる

【実施時期】10月体育の日以降～5月中旬

【販売開始時間】15:00～

●主に販売されている魚●

足赤エビ/マダイ/赤舌ヒラメ/コウイカ/ヒラメ/太刀魚/

カマス/ウマヅラハギ などその他いろいろ

「ガストロテリアエフエフの藤原シェフ」と一緒に魚の買い付け

→魚の豆知識や調理方法などを聞きながら

→購入した魚はシェフが独自に調理し、レストランにて提供



和歌山市における「第二回検討会議」の実施

和歌山市観光協会より、第一回検討会議の結果を受けた進捗共有（4/14）

●タリフの充実 雑賀崎の街並み

●独特の景観が美しい港町

→万葉集に「紀伊国の 雑賀の浦に出で見れば 海人の燈火 波の間に見ゆ」と歌われるほどの古くからの景勝地

●ノスタルジックな風景から「日本のアマルフィ」と呼ばれている

●斜面に家が密集し、狭い路地と階段が迷路のように複雑に張り巡らされている

→一説には、漁師が大切な船の様子を家から見守るためであったと言われている



和歌山市における「第二回検討会議」の実施

和歌山市観光協会より、第一回検討会議の結果を受けた進捗共有（5/14）

●タリフの充実 「ガストロテリアエッフェ」について

・ JR和歌山駅近く

ガストロテリアとは

- ➡ガストロノミーの洗練された食文化要素と、トラットリアの大衆性を組み合わせて店主が考えた造語
- ➡和歌山の幸を肉、魚、野菜、果実とふんだんに盛り込んだコースを提供
- ➡決まった提供の形式がなく、その日の食材や、お客様が楽しんでいるお酒との相性など、様々な要素を考慮し、料理を提供

☆オーナーはソムリエの資格を持つ

- ➡料理の一つひとつに合わせて選んだ、コースに合うワインを用意



和歌山市における「第二回検討会議」の実施

和歌山市観光協会より、第一回検討会議の結果を受けた進捗共有（6/14）

既存コンテンツの洗い出しについて①
（課題抽出、新たな取組の可能性など）

- 手ぶらで釣り & 釣った魚でレストランでのお食事プラン♪
調理は料理人にお任せ+嬉しいお土産付



- 雑賀崎シーパークにて釣り体験（10時～12時）
→ 釣り堀の魚を釣るため必ず釣れる
→ 雑賀崎の綺麗な海を眺めながら

（移動）

課題

釣り & 食事の間に約5時間
ほど空いている

- がんこ六三園にて釣った魚の料理を堪能（17時～21時）
→ 釣った魚によってメニューが変わるためオリジナル
→ お屋敷で日本庭園を眺めながら

和歌山市における「第二回検討会議」の実施

和歌山市観光協会より、第一回検討会議の結果を受けた進捗共有（7/14）

既存コンテンツの洗い出しについて①
（課題抽出、新たな取組の可能性など）

- 新たな取組案として



釣り体験



食事

新たなコンテンツ導入を検討
例）・和歌浦散策
・カフェでティータイム

和歌山市における「第二回検討会議」の実施

和歌山市観光協会より、第一回検討会議の結果を受けた進捗共有（8/14）

既存コンテンツの洗い出しについて②
（課題抽出、新たな取組の可能性など）

・【団体向け】出張和菓子作り体験



- 和菓子店「紫香庵」から講師として出張し、和菓子作りを教わる
- 作る和菓子は季節を反映されたお花や動物など
- その場で食べてもよし、持ち帰ってもよし！
- 英語・ポルトガル語にも対応！

課題

和菓子であれば、「日本らしさ」、「和歌山らしさ」を感じながら食べる体験を提供したい

和歌山市における「第二回検討会議」の実施

和歌山市観光協会より、第一回検討会議の結果を受けた進捗共有（9/14）

既存コンテンツの洗い出しについて②
（課題抽出、新たな取組の可能性など）

- 新たな取組案として



和菓子作り



食事場所

新たに食事場所を設定し、提供
例）・養翠園
・御手洗池公園など

和歌山市における「第二回検討会議」の実施

和歌山市観光協会より、第一回検討会議の結果を受けた進捗共有（10/14）

既存コンテンツの洗い出しについて③
（課題抽出、新たな取組の可能性など）

・時代衣装体験（和歌山城内）



① 甲冑



② 行商人



③ 殿様



④ 姫様



⑤ 侍



⑥ 着物
⑦ 腰元
⑧ 振袖



⑨ 浴衣



⑩ 忍者・大人
⑪ 忍者・小人

●昔の人になりきってさまざまな時代衣装に着替える体験
→殿・姫・甲冑・忍者…江戸時代の衣装に着替えてタイムスリップ！

→本物のお城を歩き、いざ天守閣へ！！

課題

衣装に着替えた後は自由行動のため、もっとコスプレ要素を活かした付加価値の体験の提供が必要

和歌山市における「第二回検討会議」の実施

和歌山市観光協会より、第一回検討会議の結果を受けた進捗共有（11/14）

既存コンテンツの洗い出しについて③
（課題抽出、新たな取組の可能性など）

- 新たな取組案として



時代衣装体験



付加価値

さらに思い出に残るように
例) ・プロポーズなどの機会の提供
・時代劇の演出 など

和歌山市における「第二回検討会議」の実施

和歌山市観光協会より、第一回検討会議の結果を受けた進捗共有（13/14）

雑賀崎周遊コース（案）

2日目

- ・ 宿
- ↓ 【バスにて移動（和歌山バス）】
- ・ 高津市山
- ↓ 【遊歩道にて移動】
- ・ 雑賀崎漁港
- ↓
- ・ 昼食（青天の洞窟）
- ↓
- ・ 雑賀崎散策
- ↓
- ・ 番所庭園
- ↓ 【バスにて移動】
- ・ 養翠園
- ↓ 【バスにて移動】
- ・ JR和歌山駅



和歌山市における「第二回検討会議」の実施

和歌山市観光協会より、第一回検討会議の結果を受けた進捗共有（14/14）

サイクリングロードを活用した誘客



- サイクリストへ走破証明書発行
→完走を促し、和歌山市へ導く
※今後、他機関と連携の必要あり
- 走破後の温泉、宿を提供
→疲労を癒してもらう
→翌日は自転車を使用し、市内の観光施設を周遊するよう促す

太平洋岸自転車道（千葉～和歌山間）



和歌山市における「第二回検討会議」の実施

議事録（1/5）

開会のご挨拶（近畿運輸局：原田）

- ・ 前回の検討会内容の通り、非常に高いポテンシャルを秘めているエリアであり、さらに本事業の調査等により深掘りされていると感じる。
- ・ 今回は実践に向けた現場力の発揮がより一層必要となる。販売実績に繋げるためにどうすれば良いかを各ホルダー情報を合わせて、和歌山市の観光施策をより一層進められるようにしていきたい。

■WAmazing吉川よりご挨拶

- ・ 今回の目的としては、和歌山市内で観光消費がしっかりまわるような仕組み作りを検討していきたい。
- ・ 関西国際空港の入国者数が過去最高であったことや、大都市圏（京都・大阪など）の宿泊施設も高稼働・高単価になってきているという現状から、今後はベースキャンプとして和歌山市含めた周辺地域に流れていくことが見込めるため、本日の商品販売のマッチングで販売整備をしていきたい。

■宿泊者アンケート進捗共有（WAmazing：佐藤）

- ・ 和歌山市内におけるインバウンドの状況・人流動向を把握することを目的としている。約1ヵ月半実施し、中華圏を中心に40件の回答が収集できた。
- ・ 「和歌山市への来訪回数は初めて」という結果が多かったが、そのお客様のほとんどが「日本への来訪回数は5～10回・16回以上」という回答が多くを占め、関西国際空港から入国し、大阪→和歌山で訪問するコアリピーター層の動きが見られた。
- ・ 「家族で和歌山に一泊してリラックスしたかったのですが完璧でした」という感想もあり全体的な満足度評価は75%と高い一方で、今後の課題として子供向けのサービスや、飲食店の情報、英語以外の多言語案内を望む意見も見受けられた。

和歌山市における「第二回検討会議」の実施

議事録 (2/5)

■和歌山市観光協会様より観光課題の分析状況共有（和歌山市観光協会：石桁様、和歌山大学観光学部：八島教授）

▼石桁様より

- ・和歌山市の現状をSWOT分析、それらを組み合わせたクロス分析により、方向性や課題を抽出している。
- ・検討会以降のアクションとして、送客手数料の設定、タリフの充実（魚市場ガストロノミー＋雑賀崎路地歩き特別ツアー、雑賀崎漁港の直販売、雑賀崎の街並み、ガストロテリアエッフェ）、既存コンテンツの洗い出し（①釣りと食事＋和歌浦散策やカフェでティータイム、②出張和菓子作り体験＋養翠園、③和歌山城時代衣装体験）、周遊ルートの提案（和歌浦、雑賀崎）、サイクリングロードを活用した誘客（終着点の加太を活かす）提案
- ・地域事業者様からもコンテンツの組み合わせや、ご意見などもいただきたい。

▼八島教授より

- ・今回実施した調査や分析結果をもって、まずはDMOと地域事業者様とでコミュニケーションのきっかけになれば良い。
- ・観光施策において議論する際に、和歌山市観光協会HPにも掲載されているようなコンセプト（こころをほどく、まなび&リラックス体験）に基づいて、事業者や送客側が共通認識の上、コンテンツや販売方法を協力していければ良い。

▼近畿運輸局原田より

- ・第一回検討会で話し合った内容が分析にも活かされており、まとめられていた。
- ・各事業者のタリフを作成する際にも、時間軸が落とし込まれた内容（手段や移動方法などまで）で精査し、どうやって売っていくのかという議論ができれば良い。

■会社概要・提案方面の説明（ジャパンホリデートラベル 田中優様）

- ・30年以上インバウンド専門としている旅行会社。
- ・以前は中国の団体をターゲットとしていたが、アジアや欧米豪も含めて幅広く取り扱っている。
- ・BtoBとなるため海外の旅行会社を取りまとめて地域事業者様とお繋ぎしたり、バスツアーの企画などで送客を行っている。

■会社概要・提案方面のご説明（ジェイ・リンクス 金馬あゆみ様）

- ・ターゲットは主に中東や湾岸諸国の富裕層のお客様向けに販売を行っている。その他ロイヤルファミリー、行政機関、学生なども取り扱っている。
- ・国内外の旅行会社や海外のトラベルデザイナーなどから依頼を受けている。
- ・観光コンテンツを探す際にオンラインでタリフを作成できるシステムを構築中。

和歌山市における「第二回検討会議」の実施

議事録 (3/5)

■Aroom

(ジャパンホリデーラベル様+WAmazing飯伏+インバウンド専門家呂+和歌山市観光協会石桁様+原田課長、嶋林、八島教授)

- ・80ESPRESSO WAKAURABASE様：食後のカフェタイムとしてツアーを受けたことがある。予めメニューを決めた予約は可能か
→ (JHT田中様) 団体ツアーはメニュー指定のため問題ない。バスのみつけて自由にするパターンもあり。
- ・和歌の浦遊覧船様：来てくれたお客さんがOTAに取られてしまった。過去遊覧船以外のサービスでOTA掲載したが手数料が懸念。
→ (JHT田中様) 団体ツアーとしては手数料の部分が折り合わないと感じることもある
- ・和歌山バス(株)様：ツアーの中に組み込んでもらえるとありがたいが、定時運航のため難しいかなと思う
→ (JHT田中様) 周遊パス（今は国内向け）を今後海外向けに販売していくことは検討いただきたい。
- ・和歌山市観光協会様：
→ (JHT田中様) 釣りのツアーやコンテンツは十分魅力的。
- ・近畿運輸局 原田：バスツアー利用者の国籍は？
→ (JHT田中様) 国籍はバラバラ。受け入れ側さえ対応可能であれば送客は可能
- ・近畿運輸局 原田：海外OTAへのチケット単品紹介は可能か。
→ (JHT田中様) 可能。和歌山市の周遊ルートと周遊パスをセットで販売可能。長野県で周遊パスを作った実績あり。
- ・八島教授：リピートするにはデータが必要。海外OTAやJHTが取っているアンケートデータは和歌山市観光協会様に共有可能か
→ (JHT田中様) 可能。→もし可能であれば、今回のツアーを実証的に行い、PDCAを回していけるため有効ではないか。
- ・養翠園様：養翠園を組み込んだツアー造成は可能か
→ (JHT田中様) 条件次第で可能→コミッション15%以外の条件はあるか
→ (JHT田中様) 全体のバランス（自社仏閣に偏らないようになど）。バスの時間などによって周遊コースの設定など
- ・新和歌ロジック様：ドイツツアーのみか。
→ (JHT田中様) 宿泊もやっているが、FITが増えて自分で取る人が増えているため苦戦している。
別途ホテル専門の部門もあるため、紹介可能
- ・紀州東照宮様：ツアーに組み込んでいただくための条件とは。現在旅行会社で販売している
→ (JHT田中様) 施設条件によって異なる。コミッション最低15%。→難しいかも。
→ (JHT田中様) BtoBのため、海外OTAにお支払いのため厳しめ。巫女体験など特別な体験を海外の方に打ち出せるとよい。
- ・紀州東照宮様：目的地となりづらいため、立ち寄っていただきたいと思っている
- ・JHT田中様：継続的に集客をするために、観光協会様からの予算支援があると催行がしやすい。
→ (観光協会石桁様) 検討する

和歌山市における「第二回検討会議」の実施

議事録 (4/5)

Broom (ジェイ・リンクス様+WAmazing吉川／佐藤+和歌山市観光協会谷口様+笹尾、近藤、土谷)

▼金馬様→養翠園様

- ・前払いでも問題ないため、請求書払いができるようにしていただく（クーポン発行の方がハードルが高い）
- ・最終日関西国際空港の遅い便のお客様向けに短時間での案内ツアーや、富裕層&MICEなど向けに全体貸切で着物体験などができると良い
- ・京都の無鄰菴 (<https://murin-an.jp/>) が参考になり、和菓子体験や、コンシェルジュや庭の手入師からの案内を聞きながら庭園を回ることもコンテンツの一つになる
(→藤井様より) 目から鱗だったため請求書払いは早急に対応したい。月見プランなどは検討していたが、全体貸切などは全く想定していなかったため、上記参考に検討したい。

▼金馬様→紀州東照宮様

- ・子どもに着物を着せて、千歳飴をあげるなど、七五三お祝いをインバウンド向けに体験してもらう（過去ツアーでその場面にいくわすと興味関心が非常に高い、需要があるのにインバウンド向けに実施しているところがなかなかない
- ・和歌山市内で協力してくれそうなガイドさんと、簡易的なものでも多言語説明ツール（お祝いで参拝する手順など）を用意するだけでも新しいコンテンツになる。

▼金馬様→紀州温泉 元気の湯 新和歌ロジック様

- ・前払いでも問題ないため、請求書払いができるようにしていただく（クーポン発行の方がハードルが高い）
- ・エビ一つの食材で色々な調理方や味わい方があるところが日本食の良さのため、食事プランをいくつか用意してインバウンド向けに魅せる。
- ・宿のどこかしら提供場所を設定して、お客様に滞在いただく時間や食事する際に見える景色を変える（淡路島の例：同じ食事でも夕暮れで提供するか、海が見えるようにするか、など）

▼金馬様→和歌山バス(株)様

- ・関西国際空港発のリムジンバスを使って旅行会社とのタイアップは是非してほしい。
(佐伯様より) 生活路線のバスをどのように活かせるかがイメージできない
(金馬様より) 過去ツアーでも“日本人の暮らしを体験してもらう”というコンセプトを元に、電車やバスを乗って移動&体験いただくこともあり、人気となっている。

▼金馬様→80ESPRESSO WAKAURABASE様

- ・和歌山に来たらこれ！というような、県内の名産品をワンプレートで提供できるセットの方がインバウンドの方が目を引き、注文しやすい。
(大伴様より) 食事セットが良いのか、甘味が良いのか、内容のパターンに迷っている
(金馬様より) インバウンドは14・15時頃に昼食を食べる習慣がある方もいるため、内容は複数パターン設けたほうが良い。

和歌山市における「第二回検討会議」の実施

議事録（5/5）

Broom（ジェイ・リンクス様+WAmazing吉川／佐藤＋和歌山市観光協会谷口様＋笹尾、近藤、土谷様）続き

▼金馬さん→和歌の浦遊覧船様

- ・カップルプラン（花束準備など高付加価値で4～5万設定）、船の上で食事体験（富裕層向けに和菓子のアフタヌーンティーなどで高単価にする）等のプラン設定が良い。
- ・実際にインバウンドの方からも関西ツアーで海が見たいという要望は多い。が、大阪港連れて行っても…というところで悩んでいることが多い。
（横田様より）人数制限あるけど大丈夫なのか
（金馬様より）問題無し。要相談だとしても“貸切できる”という情報でランドオペレーターは候補地を絞っていくため、まずはタリフやネット上に載せてほしい。

■有識者より総評（和歌山大学観光学部：八島教授）

- ・本日は商品の造成や誘客について話し合えたが、今後は販売開始をする段階で旅アト部分までリピートしてもらえるように設計をしておくことが重要。送客側にもデータの共有などをいただき、また課題を抽出し改善するなど、更に販売実績に繋がられるような循環が出来れば良い。

■連絡事項・今後の進め方について（WAmazing：吉川）

- ・検討会についてのアンケート回答をいただき、WAmazingPlayについてはマッチングをご希望される事業者様にご説明の場を別途設定させていただく。WAmazingPlayで入稿する場合は2月までの販売開始を目指し、12/20までに入稿を進めさせていただく。
- ・同時にジャパンホリデー様やジェイ・リンクス様とのマッチングをご希望される事業者様は別途進めていただく（WAmazingにてお繋ぎさせていただく）。
- ・その他プロモーション関連の概要をご説明。タリフを元に1月以降実施するホテルコンシェルジュとの連携の際に、事業者様には再度コンタクトを取らせていただく可能性がある。

■閉会のご挨拶（和歌山市観光協会：谷口様）

- ・room2でマッチング内容を聞いていると、和歌山市内のコンテンツが宝物ばかりのように改めて感じた。
- ・送客側や事業者様の案（遊覧船×あさりラーメン、養翠園×観光協会を着物を貸出、紀州東照宮×七五三お祝い、など）を聞いて、和歌山観光協会でも出来ることは協力したいと感じた。
- ・金馬様からご意見のあった和歌山市観光協会HPに旅行会社向けの情報提供のバナーを用意するなど、すぐに取り掛かりたい

和歌山市における「第二回検討会議」の実施

▼当日の様子

	強み (Strengths)	弱み (Weaknesses)
内部環境	〇魅力ある観光資源 (和歌山城、和歌山電燈、海軍博物館、加太(まっ太)、道場(市内全域1キロ圏)、伊弉諾神社、和歌山マリーナシティ(テーマパーク)) 〇3つの日本遺産 (「熊鷹の宝庫和歌山の遺」(和歌山県)、「1300年つづく日本の朝顔の街-和歌山十三間堂参道-」(紀三井寺)、「葛城修験-一人ひとりに守り伝える修験道はまの地」(加太エリア)) 〇豊かな自然と伝統で賑わう新鮮な風	〇マーケティングデータの取得と活用が不足 〇きめ細かな戦略策定不足 〇ブランディング力の弱さ 〇戦略に基づいたプロモーションの不足 〇地域域内での競争意識
外部環境	〇大阪の中心地から車で1時間、「関空」から40分という好立地 〇周辺にも魅力ある観光資源 (和歌山県内・高野山、熊野古道、白浜温泉、和歌山県内・笠置、大浜、加太等) 〇食料と自動車道の整備による交通利便性の向上 〇2025年大阪万博の開催	〇資金の良さが強みにつながらない 〇熊野古道、白浜、大浜等の周辺観光資源のブランド力の弱さ 〇地域域内をつなぐ交通の不足 〇人権平等による事業推進意識の低下と機会の損失

クロス分析 (強み×機会) 【積極的姿勢】

自分たちの強みと、機会を活かし、積極的に取り組める事業の創出

強み (Strengths)

- 〇魅力ある観光資源 (和歌山城、和歌山電燈、海軍博物館、加太(まっ太)、道場(市内全域1キロ圏)、伊弉諾神社、和歌山マリーナシティ(テーマパーク))
- 〇3つの日本遺産 (「熊鷹の宝庫和歌山の遺」(和歌山県)、「1300年つづく日本の朝顔の街-和歌山十三間堂参道-」(紀三井寺)、「葛城修験-一人ひとりに守り伝える修験道はまの地」(加太エリア))
- 〇豊かな自然と伝統で賑わう新鮮な風
- 〇大阪の中心地から車で1時間、「関空」から40分という好立地
- 〇周辺にも魅力ある観光資源 (和歌山県内・高野山、熊野古道、白浜温泉、和歌山県内・笠置、大浜、加太等)
- 〇食料と自動車道の整備による交通利便性の向上
- 〇2025年大阪万博の開催

機会 (Opportunities)

- 〇大阪の中心地から車で1時間、「関空」から40分という好立地
- 〇周辺にも魅力ある観光資源 (和歌山県内・高野山、熊野古道、白浜温泉、和歌山県内・笠置、大浜、加太等)
- 〇食料と自動車道の整備による交通利便性の向上
- 〇2025年大阪万博の開催

●タリフの充実 雑賀崎漁港 (直接販売) について

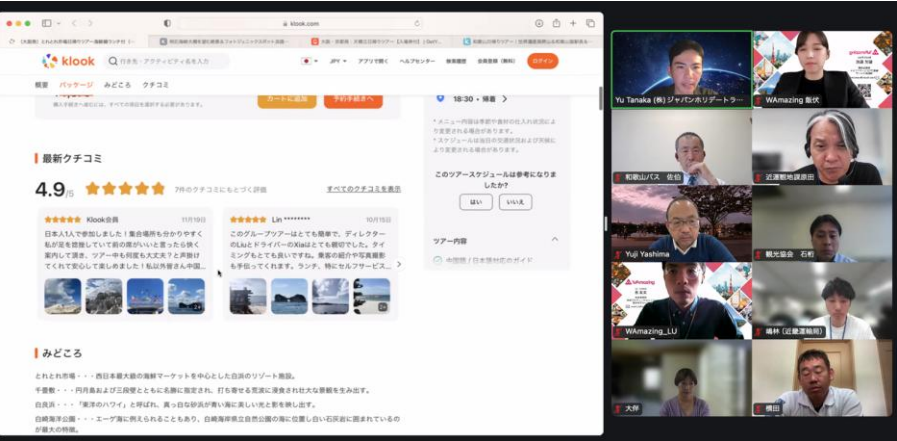
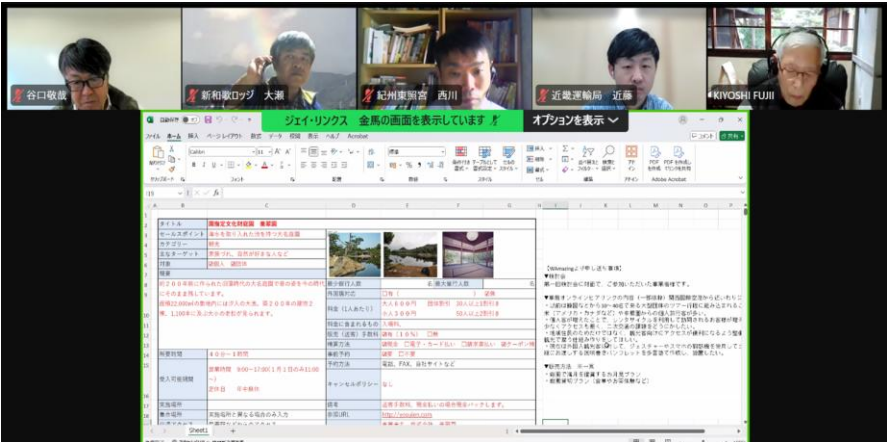
☆漁師がその日の獲れた新鮮な魚を**船から直接販売**
 ☆漁師によって獲れる魚介類が異なる
 【実施時期】10月体育の日以降～5月中旬
 【販売開始時間】15:00～

●主に販売されている魚●
 足赤エビ/マダイ/赤吉ピラメ/コウイカ/トラメ/太刀魚/カマス/ワマガツハギ などその他いろいろ

「ガストロテリアエッセエフの藤原シェフ」と一緒に魚の買い付け
 →魚の豆知識や調理方法などを聞きながら
 →購入した魚はシェフが独自に調理し、レストランにて提供

和歌山市における「第二回検討会議」の実施

▼当日の様子

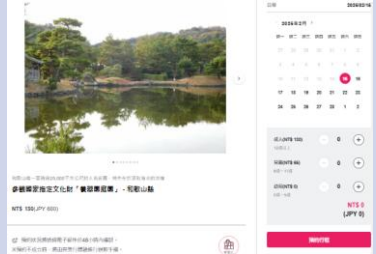


和歌山市にインバウンドを集客するための施策

(1) インバウンド向け観光商品の販売

OTA「WAmazing Play」による販売整備

- ・ 検討会を経て、希望事業者の意向を踏まえ、台湾・香港のFITに強みを持つOTA「WAmazing Play」にて、和歌浦エリアの体験コンテンツを販売開始
- ・ 二次交通の課題解消のため、関西周遊交通パスとのセット販売商品も整備

体験商品名 ▶事業者商品	販売URL	販売画面
<養翠園> 国指定文化財「養翠園庭園」の見学ツアー	【台湾繁体字】https://tw.wamazing.com/activity/detail/4887 【香港繁体字】https://hk.wamazing.com/activity/detail/4887 【簡体字】https://p.wamazing-cn.com/activity/detail/4887 【英語】https://www.wamazing.com/activity/detail/4887	
<80 ESPRESSO WAKAURABASE> 和歌山を詰め込んだ甘味（デザート）盛り合わせお膳とお好きなお飲み物1杯（和歌山産あら川の桃ジュースのお土産付き）	【台湾繁体字】https://tw.wamazing.com/activity/detail/4929 【香港繁体字】https://hk.wamazing.com/activity/detail/4929 【簡体字】https://p.wamazing-cn.com/activity/detail/4929 【英語】https://www.wamazing.com/activity/detail/4929	

和歌山市にインバウンドを集客するための施策

(1) インバウンド向け観光商品の販売

OTA「WAmazing Play」による販売整備

体験商品名 ▶和歌山市観光協会商品	販売URL	販売画面
魚市場ガストロノミー＋雑賀 崎路地歩き特別ツアー	【台湾繁体字】 https://tw.wamazing.com/activity/detail/4888 【香港繁体字】 https://hk.wamazing.com/activity/detail/4888 【簡体字】 https://p.wamazing-cn.com/activity/detail/4888 【英語】 https://www.wamazing.com/activity/detail/4888	
手ぶらで釣り＆釣った魚でレ ストランでのお食事プラン♪ 調理は料理人にお任せ＋嬉し いお土産付	【台湾繁体字】 https://tw.wamazing.com/activity/detail/4889 【香港繁体字】 https://hk.wamazing.com/activity/detail/4889 【簡体字】 https://p.wamazing-cn.com/activity/detail/4889 【英語】 https://www.wamazing.com/activity/detail/4889	
番所庭園でヨガ体験	【台湾繁体字】 https://tw.wamazing.com/activity/detail/4890 【香港繁体字】 https://hk.wamazing.com/activity/detail/4890 【簡体字】 https://p.wamazing-cn.com/activity/detail/4890 【英語】 https://www.wamazing.com/activity/detail/4890	
忍者衣装体験（単品商品）	【台湾繁体字】 https://tw.wamazing.com/activity/detail/4891 【香港繁体字】 https://hk.wamazing.com/activity/detail/4891 【簡体字】 https://p.wamazing-cn.com/activity/detail/4891 【英語】 https://www.wamazing.com/activity/detail/4891	
忍者衣装体験×関西ワイドエ リア周遊きっぷ（交通パス付 商品）	【台湾繁体字】 https://tw.wamazing.com/activity/detail/4931 【香港繁体字】 https://hk.wamazing.com/activity/detail/4931 【簡体字】 https://p.wamazing-cn.com/activity/detail/4931 【英語】 https://www.wamazing.com/activity/detail/4931	

和歌山市にインバウンドを集客するための施策

(1) インバウンド向け観光商品の販売

旅行会社、ランドオペレーターによる販売整備

- ・ 検討会への地域事業者の中から、希望事業者に対し、ランドオペレーターによるタリフ作成支援を実施（1事業者につき、1回60分×3回）
- ・ 販売が見込める場合、ここで作成した最終版タリフをもって、ランドオペレーター経由で販売する流れを整備

タリフサポート3回実施

第1回検討会

第2回検討会



	A	B	C	D	E	F	G
1							
2	タイトル	和歌山市内 国指定文化財遺蹟 龍泉園					
3	セールスポイント	海をとり入れた大池を持つ大庭園					
4	カテゴリ	庭園					
5	主なターゲット	日本庭園、歴史、自然、好きな人。					
6	対象	個人、団体					
7	概要						
8		龍泉園は文政元年（1818）より同八年に亘り、紀州徳川家第十代藩主徳川治宝により建造の場として外務府管内に指定された大庭園です。					
9		龍泉園は庭園の輪をまわした約2,000㎡におよぶ大庭園で、池は海をとり入れた砂入りの池で全国的にもめずらしく、池には魚（鯉）がね、四季折々の花木がおとずれる人々に季節を感じさせます。					
10		園内には茶室「龍泉亭」があり、茶室「茶室」や名物めしを味わうことができます。					
11		など貴重な遺構が保存されています。					
12		「龍泉亭」では季節な茶室体験を楽しんでいただけます。（事前予約に要します）					
13		また、芝居にてご待望のお弁当を召し上がることも可能です。ゴミの処理も別料金にて承ります。（500円）					
14	所要時間	40分～1時間					
15	入場可能期間	常時開園 9:00～17:00（1月1日のみ11:00～）					
16							
17							
18							
19							
20							
21							
22							
23							
24							
25							
26							
27							
28							
29							
30							
31							
32							
33							
34							
35							
36							
37							
38							
39							
40							
41							
42							
43							
44							
45							
46							
47							
48							
49							
50							
51							
52							
53							
54							
55							
56							
57							
58							
59							
60							
61							
62							
63							
64							
65							
66							
67							
68							
69							
70							
71							
72							
73							
74							
75							
76							
77							
78							
79							
80							
81							
82							
83							
84							
85							
86							
87							
88							
89							
90							
91							
92							
93							
94							
95							
96							
97							
98							
99							
100							



株式会社
の会
送社
客ジ
エイ・
リンク
ス

出席者：養翠園藤井様、株式会社ジェイ・リンクス金馬氏
WAmazing飯伏、佐藤

和歌山市にインバウンドを集客するための施策

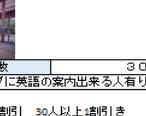
(1) インバウンド向け観光商品の販売

旅行会社・ランドオペレーターによる販売整備

▼ランドオペレーターによる「タリフ作成支援前」

タイトル	国指定文化財庭園 養翠園
セールスポイント	海水を取り入れた池を持つ大名庭園
カテゴリー	観光
主なターゲット	家族づれ、自然が好きな人など
対象	個人 団体
概要	   約200年前に作られた旧藩時代の大名庭園で昔の姿も今の時代にそのまま残っています。 面積22,000㎡の敷地内には汐入の大池、築200年の建物2棟、1,100本に及ぶ大の老松が見られます。
所要時間	40分～1時間
受入可能期間	営業時間 9:00～17:00(1月1日のみ11:00～) 定休日 年中無休
実施場所	実施場所と異なる場合のみ入力
集合場所	実施場所と異なる場合のみ入力
交通アクセス	最寄駅などからのアクセス
駐車場	有り(普通車20台/大型バス10台) 無し
駐車場位置	
最少催行人数	1名
外国語対応	有り() 無し
料金(1人あたり)	大人600円 団体割引 30人以上1割引き 小人300円 50人以上2割引き
料金に含まれるもの	入場料
販売(送客)手数料	有り(10%) 無し
精算方法	現金 電子・カード払い 請求書払い 回数券精算
事前予約	必要 不要
予約方法	電話、FAX、自社サイトなど
キャンセルポリシー	なし
備考	送客手数料、現金払いの場合現金バックします。
参照URL	http://yosuien.com
事業者名	株式会社 養翠園
住所	和歌山市西浜1164
担当者名	藤井 清・藤井 健太
電話番号	073-444-1430
メールアドレス	info@yosuien.com
ウェブサイト	http://yosuien.com

▼タリフ作成支援後

タイトル	和歌山市所在 国指定文化財庭園 養翠園(庭園観覧のみ)
セールスポイント	海水を取り入れた大池を持つ大名庭園
カテゴリー	庭園
主なターゲット	日本庭園、歴史、自然、好きな人。
対象	個人 団体
概要	   養翠園は文政元年(1818)より同八年に亘り、紀州徳川家第十代藩主徳川治宝により清遊の場として水軒御用内内に造営された大名庭園です。養翠園庭園は松を主とした約22,000㎡におよぶ大名庭園で、池は海水を取り入れた汐入りの池で全園的にあめずらく、池には魚(鰻)がはね、四季折々の花木とおとずれの人々に季節を感じさせます。庭園内には御茶屋「養翠亭」があり、県下で最古の茶室「実隆庵」や全国でここだけの造構「豊敷き左科の堂り御殿」など貴重な造構が保存されています。「養翠亭」では簡易な茶道体験を凝縮していただけます。(事前予約に限る) また、芝生にてご持参のお弁当を召し上げすることも可能です。ゴミの処理も別料金にて承ります。(3000円)
所要時間	40分～1時間
受入可能期間	年中無休 営業時間 9:00～17:00(1月1日のみ11:00～) 定休日 無し 営業時間外の御入園希望は御相談ください
実施場所	実施場所と異なる場合のみ入力
集合場所	和歌山より10km20分、開室より44km50分
交通アクセス	有り(普通車20台/大型バス10台) 無し
駐車場	有り(普通車20台/大型バス10台) 無し
駐車場位置	バス駐車場から養翠園正門入口まで徒歩2分
最少催行人数	1名
外国語対応	英語 パンフ 和歌山市語訳部クラブに英語の案内書がある人有り。
料金(1人あたり)	大人600円(消費税込み) 団体割引 30人以上1割引き 小人300円(消費税込み) 50人以上2割引き
料金に含まれるもの	庭園入園料
販売(送客)手数料	手数料 10%
精算方法	現金 電子・カード払い 請求書払い 回数券精算
事前予約	必要 不要
予約方法	電話 FAX 自社メールなど
キャンセルポリシー	前日より当日キャンセル率100%申し受けます。
備考	送客手数料、現金払いの場合現金バックします。
参照URL	http://yosuien.com
事業者名	株式会社 養翠園
住所	和歌山市西浜1164
担当者名	藤井 清・藤井 健太
電話番号	FAX 073-444-1430
メールアドレス	info@yosuien.com
ウェブサイト	http://yosuien.com

ランドオペレーターによるタリフ改善点の指摘

- ・一目で所在地がわかるよう、商品名に「和歌山市」と記載すべき
- ・「通常入園料」と、今回コンテンツ造成した「茶道体験&建物内見学」のタリフは分けて、複数プランを提示する見せ方が望ましい
- ・「海水を取り入れた池を持つ大名庭園」は全国2ヶ所のみ(東京の浜離宮と和歌山の養翠園)なので、こうした希少性は積極的に記載
- ・関西国際空港からの立地のよさをアピールすべき
- ・駐車場からの距離・所要時間を記載すると、ランドオペレーターによる団体送客につながる可能性が高まる

タイトル	和歌山市所在 国指定文化財庭園 養翠園(茶道体験と建物内見学)
セールスポイント	海水を取り入れた大池を持つ大名庭園
カテゴリー	庭園
主なターゲット	日本庭園、歴史、自然、好きな人。
対象	個人 団体
概要	   養翠園は文政元年(1818)より同八年に亘り、紀州徳川家第十代藩主徳川治宝により清遊の場として水軒御用内内に造営された大名庭園です。養翠園庭園は松を主とした約22,000㎡におよぶ大名庭園で、池は海水を取り入れた汐入りの池で大名庭園では全国で養翠園と浜離宮庭園の二つだけです。池には魚(鰻)がはね、四季折々の花木とおとずれの人々に季節を感じさせます。庭園内には御茶屋「養翠亭」があり、県下で最古の茶室「実隆庵」や全国でここだけの造構「豊敷き左科の堂り御殿」など貴重な造構が保存されています。「養翠亭」では簡易な茶道体験を凝縮していただけます。(事前予約に限る) また、芝生にてご持参のお弁当を召し上げすることも可能です。ゴミの処理も別料金にて承ります。(3000円)
所要時間	約1時間30分(20名以上の場合)
茶道体験受入可能期間・時間	年末年始を除く通年 受入可能時間 10:00～15:00 定休日 無し
実施場所	実施場所と異なる場合のみ入力
集合場所	和歌山より10km20分、開室より44km50分
交通アクセス	有り(普通車20台/大型バス10台) 無し
駐車場	有り(普通車20台/大型バス10台) 無し
駐車場位置	バス駐車場から養翠園正門入口まで徒歩2分
最少催行人数	最小20名より
外国語対応	英語 パンフ 和歌山市語訳部クラブに英語の案内書がある人有り。
料金(1人あたり)	茶道体験 一人につき3,850円(入園料込み・消費税込み) 茶室での入浴は出来ません。必ずソックス等お履き下さい。 20名以上の場合、庭園観覧と茶道体験2組に分けて、入れ替わる必要が有ります。
料金に含まれるもの	庭園入園、養翠亭見学、茶道指図、抹茶、菓子
販売(送客)手数料	手数料 10%
精算方法	現金 電子・カード払い 請求書払い 回数券精算
事前予約	必要 10日前までにご予約下さい。
予約方法	電話 FAX 自社メールなど
キャンセルポリシー	5日前よりキャンセル率100%申し受けます。 ソックスお持ちでない場合一律2000円でご利用いたします。
備考	
参照URL	http://yosuien.com
事業者名	株式会社 養翠園
住所	和歌山市西浜1164
担当者名	藤井 清・藤井 健太
電話番号	FAX 073-444-1430
メールアドレス	info@yosuien.com
ウェブサイト	http://yosuien.com

和歌山市にインバウンドを集客するための施策

(2) 各種プロモーション施策

インバウンド向けWEBメディア記事「WAmazing Discover」掲載

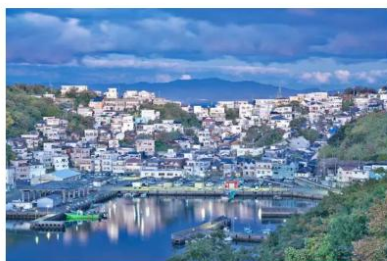
- ・インバウンド向けWebメディア「WAmazing Discover」にて、和歌山市内観光スポットやモデルコースを紹介
- ・WAmazing会員に対し、上記記事への導線を敷いたメールマガジンを配信

▼WAmazing Discover 令和6年12月10日公開

台湾繁体字：<https://tw.wamazing.com/media/article/a-3434/>

香港繁体字：<https://hk.wamazing.com/media/article/a-3434/>

和歌山市「和歌浦」の魅力を伝えるための施策



和歌山は紀伊半島の南端に位置し、和歌山湾に面しています。和歌山湾は、和歌山湾の中心地であり、和歌山湾の中心地です。和歌山湾は、和歌山湾の中心地であり、和歌山湾の中心地です。

目録
1. 大和出発約1時間20分、和歌山市「和歌浦」の魅力を伝えるための施策
2. 和歌山市「和歌浦」の魅力を伝えるための施策
3. 和歌山市「和歌浦」の魅力を伝えるための施策
4. 和歌山市「和歌浦」の魅力を伝えるための施策
5. 和歌山市「和歌浦」の魅力を伝えるための施策
6. 和歌山市「和歌浦」の魅力を伝えるための施策
7. 和歌山市「和歌浦」の魅力を伝えるための施策

観光 / 熱門排行榜

観光 / 熱門排行榜

観光 / 熱門排行榜

観光 / 熱門排行榜

観光 / 熱門排行榜

観光 / 熱門排行榜

観光 / 熱門排行榜

観光 / 熱門排行榜

観光 / 熱門排行榜

観光 / 熱門排行榜

観光 / 熱門排行榜

観光 / 熱門排行榜

観光 / 熱門排行榜

観光 / 熱門排行榜

観光 / 熱門排行榜

観光 / 熱門排行榜

観光 / 熱門排行榜

観光 / 熱門排行榜

観光 / 熱門排行榜

観光 / 熱門排行榜

観光 / 熱門排行榜

観光 / 熱門排行榜

観光 / 熱門排行榜

観光 / 熱門排行榜

観光 / 熱門排行榜

観光 / 熱門排行榜

観光 / 熱門排行榜

観光 / 熱門排行榜

観光 / 熱門排行榜

観光 / 熱門排行榜

観光 / 熱門排行榜

観光 / 熱門排行榜

観光 / 熱門排行榜

観光 / 熱門排行榜

観光 / 熱門排行榜

観光 / 熱門排行榜

観光 / 熱門排行榜

観光 / 熱門排行榜

観光 / 熱門排行榜

観光 / 熱門排行榜

観光 / 熱門排行榜

観光 / 熱門排行榜

観光 / 熱門排行榜

観光 / 熱門排行榜

観光 / 熱門排行榜

観光 / 熱門排行榜

観光 / 熱門排行榜

観光 / 熱門排行榜

観光 / 熱門排行榜

観光 / 熱門排行榜

観光 / 熱門排行榜

台湾向け記事

香港向け記事

跟著走就對了！「和歌浦」推薦行程安排



第一次前往和歌浦地區的新手，正在煩惱不曉得如何安排嗎？推薦按照以下的行程來遊覽和歌浦地區，保證輕鬆！

【和歌浦1日遊觀光推薦行程】
Day1: JR和歌山站→和歌浦→玉造神社→午餐: wakaya 屋→紀州東照宮、和歌浦天満宮→和歌浦散歩道→蓮葉地→雜貨屋→午餐: 和歌浦→返回JR和歌山站
【和歌浦2天1夜觀光推薦行程】
Day1: JR和歌山站→和歌浦→紀三井寺→玉造神社→午餐: wakaya 屋→和歌浦天満宮→和歌浦散歩道→蓮葉地→生簀和歌浦旅館
Day2: 和歌浦旅館→雜貨屋→午餐: 寶天閣→寶所屋→藝華園→JR和歌山站

接著就一窺了和歌浦地區、江戸洋子繪畫家留下這座歷史遺蹟和歌浦地區名勝地吧！

▼WAmazing會員向けメールマガジン

令和7年1月17日配信

対象：WAmazing会員（台湾・香港計6.5 万人以上）

WAmazing Discover記事へのリンクを掲載

▼台湾向けメルマガ

▼香港向けメルマガ

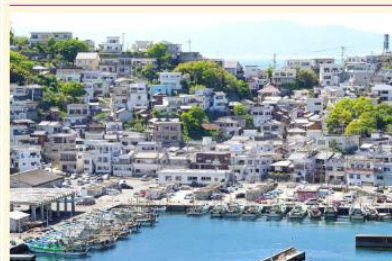
巡遊1300年前詩人詠嘆的絕景之旅～日本遺產「和歌浦」～



從關西機場出發開車只要40分鐘。快來走訪這古詩歌中也曾讚嘆不已的美麗海濱小鎮「和歌浦」！漁村「雜貨屋」有著「日本阿瑪菲」之稱，在此可以欣賞到繽紛多彩的民宅交織而成的絕景，品嚐新鮮的海味料理，還能漫步「番所庭園」聆聽海潮聲，感受其位於海岬的獨特地形魅力。就讓絕景的寶庫「和歌浦」帶您遠離日常，度過療癒片刻。

查看詳情

走訪1300年前嘅詩人所詠嘆嘅絕色美景旅程～日本遺產「和歌浦」～



由關西機場搭車前往只需約40分鐘車程。不妨走訪昔日日本詩歌中詠歎不已且坐擁美麗海邊嘅城鎮——「和歌浦」？嘅被譽為「日本阿瑪菲」嘅漁村雜貨屋中，可一追盡享形形色色民宅林立而成嘅絕色美景以及新鮮海產，亦可嘅「番所庭園」一追聆聽海潮聲，一追散步，感受凸出海面獨特地形嘅魅力。請睇絕景寶庫「和歌浦」遠離日常煩囂，度過療癒時光。

即睇詳情

和歌山市にインバウンドを集客するための施策

(2) 各種プロモーション施策

関西国際空港乗り入れ航空会社「Peach」への広告出稿

・台湾・香港FITの利用が多い航空会社「peach」と連携し、搭乗リマインダーメールにバナー広告を掲載、和歌山市紹介記事へのリンクを設定し、購読を訴求

▼Peachリマインダーメール

令和7年1月1日～31日の一か月間、基本的に配信
対象：台湾・香港から関西国際空港行の便に搭乗予定の利用者

| 其他推薦資訊

▶ 台湾向けメルマガ



準備登機，專屬飛機的機上體驗！
搶先搭乘機上雜誌「MOMOMAG」，享受機上餐食和購買周邊商品！



隱私權政策 | 常見問題



本信件內容為發信時之最新資訊，若有行程變更或取消，請至樂桃航空官方網站確認。
此信件為發信專用，請勿直接回復，敬請見諒。

(c) 2024 Peach Aviation Limited

| 其他推介

▶ 香港向けメルマガ



機艙內提供雜誌「MOMOMAG」以及Peach原創的餐膳、商品銷售等。
欲知詳細請前往機場服務處查詢。



隱私權政策 | 常見問題



此郵件是基於乘客的最新預約而自動傳送，如有更改或取消預約，則郵件內容可能與最新的預約詳情有所出入。請前往我們的官網查詢最新消息。
此郵件是由系統自動傳送，請勿直接回復至此郵件地址。

(c) 2024 Peach Aviation Limited

和歌山市にインバウンドを集客するための施策

（２）各種プロモーション施策

関西圏ラグジュアリーホテルコンシェルジュへの商品案内

- ・関西圏を来訪しているインバウンド富裕層にリーチするため、ホテルコンシェルジュから宿泊者に向けて商品案内を実施
- ・日本ホテルコンシェルジュ協会加盟の関西圏（京都・奈良・大阪・兵庫）ラグジュアリーホテルコンシェルジュに対し、本事業で造成した商品に関する案内状を送付

▼日本ホテルコンシェルジュ協会

- ・加盟ホテル掲載ページ

<https://www.japanconciergeassociation.com/memlist/>

※関西圏ラグジュアリーホテル20軒掲載



▼日本ホテルコンシェルジュ協会宛てに送付した商品案内状

- ・令和7年2月20日送付
- ・商品販売ページのURLと二次元コードを記載し、予約導線を確保



近畿運輸局が定める3DMOに対する伴走支援

一般社団法人 高野山麓ツーリズムビューロー
公益社団法人長浜観光協会
一般社団法人 南紀白浜観光協会

高野山麓ツーリズムビューローにおける伴走支援

(1) DMO基礎データ

名称	一般社団法人 高野山麓ツーリズムビューロー
DMOの区分	地域連携DMO
設立日	平成29年10月
日本版DMO登録日	令和2年10月
職員数	9名
主な収益事業	着地型旅行、物販
市町からの主な指定管理	なし
市町からの主な受託事業	観光プロモーション、観光動態調査
決算収入状況（2020年度）	28,255千円
マネジメントエリア	和歌山県橋本市、かつらぎ町
観光地域づくりのコンセプト	聖地高野山とともに高野山麓から始まる旅 ～ようこそ世界遺産のまちへ～

高野山麓ツーリズムビューローにおける伴走支援

エリア内の観光資源

カテゴリ	名称	観光資源のポテンシャル
歴史・文化	高野参詣道 (町石道・黒河道 など)	高野山へと続く参詣道の一部で、弘法大師空海ゆかりの道として信仰の歴史を今に伝えている。沿道には町石（石の道標）が並び、当時の巡礼文化を感じることができる。世界遺産「紀伊山地の霊場と参詣道」の一部として登録されており、歴史的価値が高い。
	丹生都比売神社 (にうつひめじんじゃ)	高野山の鎮守社として知られ、弘法大師・空海が高野山を開く際に導いたとされる神を祀る神社。朱塗りの美しい楼門が特徴で、神仏習合の歴史を今に伝える貴重な神社として「紀伊山地の霊場と参詣道」の一部として世界遺産に登録されている。

高野山麓ツーリズムビューローにおける伴走支援

(2) DMOに対する事前ヒアリング

令和6年12月5日(木)実施

1、外国からのお客様のご来訪状況について (観光客全体の何割程度が外国人、国籍、団体と個人どちらが多いのか…など)	・全観光客の約50～60%が外国人 ・国籍は韓国、ベトナム、シンガポール、台湾、フランス、イタリア、オーストラリア、ポーランドなどが多い ・個人または小グループが大多数
2、外国からのお客様に対して提供している商品やサービスについて（多言語案内板設置等の施策、地域で販売実績のある観光コンテンツ例など）	・宿泊、飲食手配 ・様々な体験アクティビティ（へら竿制作・へらぶな釣り・ろうそく祭り・柿の葉寿司作り・胡麻豆腐づくり・高野山ナイトツアー・奥の院散策ガイド・高野山内ガイド・お茶体験・テディベアー制作体験・フルーツ収穫など） ・スマホアプリ等の活用や多言語対応可能なガイド
3、外国からのお客様に対して、今後提供を検討している商品やサービスについて（観光MAPの多言語対応といった施策、団体向けツアー造成などのコンテンツ例など）	・地域では宿泊・飲食・体験ともに、大人数（大きな団体）を受け入れるのは困難 ・現状では、10名前後ぐらいまでの少人数からグループを主として受け入れている ・20名ぐらいまでを対象にしたコンテンツ、特にインバウンド向けのコンテンツ開発を考えている
4、外国からのお客様向けの販路について（販売方法、利用しているサービスなど）	・旅行会社を通じたものが主。各種商談会や和歌山県からの紹介もあるが、予約動線を敷く＆受注までのフォローが至っていないことがある。現状ではコンテンツ単位での販売が多いが、今後はランドオペレーターとの連携も強めたい ・一方、良いコンテンツを作っても旅行エージェントに安く提供されてしまうのも懸念と考えており、今後は個人のお客様に注力していきたい
5、地域が抱える観光課題について（オーバーツーリズム対策、観光人材の高齢化など）	・宿泊・飲食・体験等地域でのキャパシティが大きくなり、受入れ人数に制限がある ・地域にお金を落としてくれる個人やグループでラグジュアリーまたは、プチラグジュアリーをご希望のお客様に注力
6、国内からのお客様に対して、何を期待していますか？	・現状では、比較的年齢の高い方々が多いが、年齢層の幅を広くし、常連になっていただきたい
7、本事業で派遣する専門家（ランドオペレーター・観光の専門家）への質問、期待することなどを教えてください。	・弊社の地域のコンテンツをより幅広い年齢層にアピールする方法
8、WAmazing株式会社の外国籍スタッフに質問したいことがありましたら教えてください。	・どのようなPR方法が弊社の希望する客層に届くのか ・少ないプロモーション費をできるだけ有効に使いたい
9、このほか、本事業に期待することなどがあれば、ご自由にお書きください。	・この地域の閑散期は、12月から3月ですが、年間を通じて来客を受け入れるための工夫 ・海外への効果的なプロモーション方法

高野山麓ツーリズムビューローにおける伴走支援

(3) 高野山麓エリアの現状課題・既存コンテンツ

現状課題

- 高野山はオーバーツーリズム気味になっており、分散していく手法やコンテンツが見出せていない
- お客様の流動経路を深堀りできていない、そのためどこでプロモーションを打ったらいいのかわかっていない（旅行会社からのリードタイムは早くて1年前～2・3か月前となっている）
- 関西国際空港から南に流れる傾向があるため、和歌山市を観光にれた人を高野山へ引っ張ってきたいと思っているが、和歌山市観光協会や他DMOとも関わり合いがあるものの、日常の業務に追われて、連携できていない
- 日本らしさを求めて和歌山まで訪問されることが多いため、一箇所集中ではなく、広域周遊できるような観光ブランディングをしていきたい
- 一推しのコンテンツは、丹生都比売神社を絡むツアー（<https://niutsuhime.or.jp/>）。このほか高野山・金剛峯寺での御膳提供や奥寺の特別公開などは人気
- 個人旅行者に対して、HPやSNSなどの情報発信を届けるための戦略を知りたい

既存コンテンツ ※一例

イメージ写真	体験名	実施可能時期	所要時間	受入最大人数
	テディベア制作体験	通年	1.5時間	2～30名
	へらぶな釣り体験	通年	2時間	5～80名
	へら竿体験	通年 火・水・木・土 9:00～16:00 要相談	1.5時間	1～5名 5名以上は入れ替え制
	精進料理体験	通年	1.5時間～2.5時間	1～30人 31名以上要相談

イメージ写真	体験名	実施可能時期	所要時間	受入最大人数
	柿の葉寿司作り体験	通年	1,5時間	12～30名
	ごま豆腐作り体験	通年	1,5時間	8～20名
	奥の院ナイトツアー	通年 (19:00～20:30)	1,5時間	1～30名
	壇上伽藍ナイトツアー	通年 (19:00～20:00)	1時間20分	1～10名

高野山麓ツーリズムビューローにおける伴走支援

(4) アドバイザー・専門家による支援

観光庁 令和6年度地域周遊・長期滞在促進のための専門家



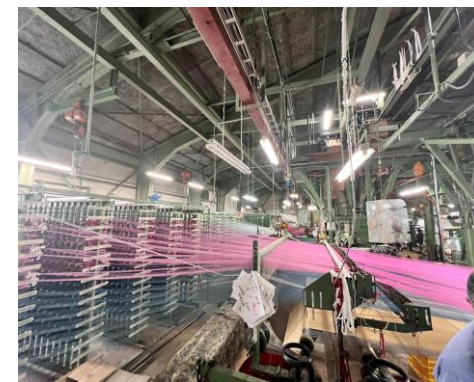
● 菅原 隆

一橋大学卒業後、平成14年に（株）リクルートに入社。平成21年より旅行事業へ異動。
長野県・東北・関西地域営業責任者のほか「じゃらんスノープロジェクト」の責任者やじゃらんリサーチセンター東日本地区責任者を歴任。
上記期間において『じゃらん東北』編集長、山梨県・群馬県・山形県観光審議委員、東北運輸局観光連絡調整会議アドバイザーも経験。
令和元年よりWAmazingに参加。観光及びインバウンド分野の調査・戦略策定、コンテンツ開発、受入整備、誘客において50以上の地域事業を担う。観光庁広域周遊観光促進専門家も務める。

令和6年12月18日(水) 視察

スケジュール

13:00	高野山麓TB事務所 集合 ご担当者様：事務局長西村様・笠原様 場所：和歌山県橋本市高野口町名倉288地場産業振興センター2階
13:00～15:00	橋本市高野口町を中心にご案内いただく
15:00	事務所に戻り、視察振り返り・提案の方向性すり合わせ
16:00	解散



高野山麓ツーリズムビューローにおける伴走支援

(5) 次年度以降の取組に関する提案

専門家：菅原氏／フィードバック内容



良い点

- ランオペ経由で**既に富裕層に受け入れの実績がある**こと。自主財源として、全体予算の50%以上を稼ぎ出していることは素晴らしい。全国のDMOを見渡しても、自主企画・販売における収益として稀有なものである。
- DMOの成り立ちなども背景にあると思われるが、**地域事業者との関係性が良好であり、事業に協力的**であることが見て取れる。特に金剛峯寺との協力体制は、提供コンテンツの価値を大きく高めている。



改善点

- **コンテンツの単価が低めでもったいない**。資源が本物であり、ステークホルダーである金剛峯寺の協力などオンリーワンの要素が濃い。ひとつ茶道体験にしても4000円ではなく倍以上の付加価値があると感じた。
- 各コンテンツについて、**いかに類似する京都、奈良のコンテンツと差別化を図るか**が重要である。そのポイントを言語化し、カスタマーへ伝わる言葉に変換する。例えば、空海は日本を代表する宗教家であり、文化人である。日本という文化が形成される上で1000年以上影響力を発揮した方、として打ち出せる。また、僧侶が今も生活し、文化が息づく場として高野山の領域は唯一無二であり、この空間は差別化のポイントとなる。

高野山麓ツーリズムビューローにおける伴走支援

<コンテンツの情報発信について>

- 素晴らしいコンテンツがあるものの、個人旅行者がコンテンツを探すOTAへの掲出がほとんどない状況である。**ターゲット市場に合わせたOTAへの販売整備が必要**。OTA上に掲出されていないコンテンツは世の中に存在しないに等しい。
- 情報整備としてGoogleビジネスプロフィール（Google Map上のコンテンツ情報）の整備も有効である。
- この高野山麓のコンテンツはロングホールのカスタマーに対しては点のコンテンツでしかなく、関西DMO、JNTOなど他地域連携が重要である。地域側の役割のメインは魅力的なコンテンツを作ること、受入環境整備をすること、ユーザーが購入できるように販売整備することにある。その点の情報をターゲットに会わせて線とし、面とするのは県や広域DMOの役割である。
- ショートホールである台湾、香港などであれば地域で情報発信の機会は作ってもよいと思う。大阪からのアクセスの良さ、コンテンツの完成度も高い為、反響も期待できる。台湾市場の場合、KOL活用がおすすめである。
- 個人旅行者の場合、自ら点を繋いで自分の旅を作る、モデルコースは提示すべきだが、パッケージとして共用するものではない。逆に販売が伸び悩む原因になる。

そのほか

<高野口の資源について>

- 織物資源、昔の宿場としての名残など、ストーリーとして魅力的なものが多い。
- 特に織物は地域に根ざしたストーリーも骨太で、エコファターの取り組みなどは今の時代にも合っており、観光と絡めることで地域資源のブランド化にも寄与できる。
- 織物をコンテンツとして提供する場合、身の回りのものなどにする方が馴染みは良い。例えば、バッグのオーダー会を受け、後日の郵送や帰国前にお渡しするサービスがあると魅力的。オーダーの場、販売会を葛城館3階などで行うと付加価値も高まる。
- 資源の掛け合わせとして、織物資源、宿場やお寺は掛け合わせやすいと思われる。資源単体では高野口オンリーワンとなりづらいものも、掛け合わせることで、「今だけここだけ・あなただけ」の体験となる。
- 小学校は文化資源として魅力だが、それだけではコンテンツとならない。「この小学校が休日開校され、〇〇僧侶の有難いお話がある、昔ながらの〇〇体験ができる」などのコンテンツ化への調理が必要。
- コンテンツを作る上で、中心ターゲットの設定は大事、そのカスタマーの視点に立って、高野口の資源を見つめると良い。

長浜観光協会における伴走支援

(1) DMO基礎データ

名称	公益社団法人長浜観光協会
DMOの区分	地域DMO
設立日	昭和25年2月24日
日本版DMO登録日	令和6月3月29日
職員数	46人
主な収益事業	物産販売事業、旅行業務事業
市町からの主な指定管理	なし
市町からの主な受託事業	なし
決算収入状況（2020年度）	
マネジメントエリア	観光資源の磨き上げ、受入環境整備、情報発信・プロモーション
観光地域づくりのコンセプト	①高付加価値・高単価（体験価値に見合った値付け）なコンテンツづくり ②滞在時間拡大につながる過ごし方の提案（敦賀・米原・彦根・高島など広範囲を視野に） ③長浜の価値を伝えたい人の誘客

長浜観光協会における伴走支援

エリア内の観光資源

カテゴリ	名称	観光資源のポテンシャル
歴史・文化	黒壁スクエア	かつて北国街道の要所として栄えた長浜の城下町エリアで、明治時代の銀行建築を活用した黒壁ガラス館を中心に、カフェや工芸品店、美術館などが立ち並ぶ。レトロな街並みと職人技が楽しめることから、観光客に人気があり、「美しい日本の歴史的風土100選」にも選定されている。
	長浜城歴史博物館	日本遺産にも認定された琵琶湖に浮かぶ島で、古くから信仰の対象とされてきた霊場。宝厳寺は西国三十三所観音霊場の一つであり、都久夫須麻神社には国宝「唐門」がある。静寂と神秘的な雰囲気にも包まれ、観光だけでなくパワースポットとしても注目されている。
	長浜曳山博物館	長浜の伝統行事「長浜曳山祭」を支える曳山（山車）を常設展示する博物館。曳山は精巧な彫刻や装飾が施された豪華なもので、ユネスコ無形文化遺産にも登録されている。館内では実際の曳山の展示や、子ども歌舞伎の映像などを通じて祭りの魅力を学ぶことができる。文化と伝統に触れられる貴重なスポットとして人気がある。
自然・アウトドア	竹生島（宝厳寺・都久夫須麻神社）	都久夫須麻神社の本殿は、豊臣秀吉が寄進した伏見桃山城の束力使殿を移転したもので、国宝となっている。本殿内部には桃山時代を代表する、優雅できらびやかな装飾が施されており、天井には狩野永徳光信が描いた華麗な花卉草木絵が残されている。

長浜観光協会における伴走支援

(2) DMOに対する事前ヒアリング

令和6年12月12日(木)実施

1、外国からのお客様のご来訪状況について (観光客全体の何割程度が外国人、国籍、団体と個人どちらが多いのか…など)	令和5年の日本人は、宿泊者数が観光予報プラットフォームでは58.5万人、入込数で40万人、日帰りが入込数で554万ほど。統計の取り方にばらつきはあるが、外国人は1～4%程度。 これまでは欧米豪(フランスやイギリス)をメインターゲットしていたが、実際の来訪者は台湾香港韓国が多い。国籍は台湾34%、アメリカ10%、韓国9%、香港7%、フランス7%、中国6%という結果。
2、外国からのお客様に対して提供している商品やサービスについて(多言語案内板設置等の施策、地域で販売実績のある観光コンテンツ例など)	・市オフィシャル多言語パンフレットとマップ(最新版は英語のみ)、観光協会オフィシャル多言語サイト(英語のみ) ・地域通訳案内士による英語ガイド ・2日間周遊クーポン「長浜おでかけパスポート」 ・観光施設の入館パンフレット、館内案内板など ・その他、個々の事業者による観光コンテンツなど
3、外国からのお客様に対して、今後提供を検討している商品やサービスについて (観光MAPの多言語対応といった施策、団体向けツアー造成などのコンテンツ例など)	・通年として受入れられる英語ガイド付きまち歩き観光コンテンツ ・多言語サイト内での事業者独自の体験コンテンツ販売(クレジットカード決済) ・協会自信が長浜ランドオペレーターとなって、着地型ツアーやプランを造成して販売
4、外国からのお客様向けの販路について (販売方法、利用しているサービスなど)	・JTRでの長浜おでかけパスポートの販売 ・昨年度はTripAdvisorで英語ガイド付き長浜盆梅展を販売(実績ゼロ)
5、地域が抱える観光課題について (オーバーツーリズム対策、観光人材の高齢化など)	・事業者がインバウンドに対して消極的であること ・北部エリア(自然系)と南部エリア(ダウンタウン)で求めるビジョンが異なること ・行政の観光部局と観光協会の連携不足による観光施策の非効率化 ・協会が観光資源の戦略的活用や地域の団体の調整役を担うDMOとしての役割を発揮できていない ・観光資源が多すぎて、ターゲット制定やベクトルが定まっていないため効率よい情報発信ができていない
6、本事業で派遣する専門家(ランドオペレーター・観光の専門家)への質問、期待することなどを教えてください。	・長浜全体をインバウンドに発信するための発信ツールや販路はなにがよいか ・やる気のある事業者を牽引し、成功事例を作り、インバウンド対応に消極的な事業者が後続してくれるような流れを作りたい ・長浜という地域のインバウンドのポテンシャル ・情報発信、受け入れの両面から、不足していることはなにか
7、このほか、本事業に期待することなどがありましたら、ご自由にお書きください。	これまで、有識者の講演会やセミナー、研修、モニターツアー、プロガーの情報発信などを行ってきたが、単年度で終わり持続できていないことが課題 今年度は、インバウンドの現状データをもとに、中期的なプランを立てることを事業のひとつとしている 今回の専門家派遣事業もそのひとつに組み込んで、持続可能な長浜のインバウンド対策サポートになればと期待している

長浜観光協会における伴走支援

(3) 長浜エリアの現状課題・既存コンテンツ

現状課題

●事業者との連携について

- ・コンテンツの整備は3年見直し計画で行っているため、やる気のある事業者様に絞って成功事例を作っていきたい
(観光協会としては黒壁スクエアを売りたいが、事業者がインバウンドに積極的ではない)
- ・事業者にも販売につながるようなタリフの作成観点を伝えてほしい
(タリフの意義とは? こういった点が記載されていると送客側にとって良いのか)
- ・販路は観光協会のHPで販売できるように新たに整備中。現在は直接来訪が多く、一部KKdayには掲載しているが実績に至っていない

既存コンテンツ ※一例

▼史跡・博物館



長浜

長浜城歴史博物館

秀吉と長浜に関する資料の他、小堀遠州の美の世界、国友鉄砲、織物などの長浜の文化を紹介する歴史博物館。



長浜

曳山博物館

曳山博物館は、本物の曳山を常時2基公開しており、スクリーンで祭りの臨場感が体験。

▼体験



長浜

黒壁ガラス体験教室

作るヨロコビ、広がるセカイ。体験教室でモノづくりを満喫。



長浜

清湖堂

昭和4年創業 今に伝える近江・長浜の味 特に近江・長浜名物いろいろ、季節限定商品が当店のおすすめです。

長浜観光協会における伴走支援

(4) アドバイザー・専門家による支援

株式会社ジェイ・リンクス代表取締役



●金馬あゆみ氏
2008年に株式会社ジェイ・リンクスを設立。
インバウンド向け観光コンテンツ造成、受入環境整備、販路開拓支援を行い、貿易分野では国内企業の輸出及び海外展開支援実績多数(JAPANブランド育成支援等事業支援パートナー/経済産業省中小企業庁、GFP農林水産物・食品輸出プロジェクトビジネスパートナー/農林水産省)。
ドバイ万博参加国会合に係る大阪・関西万博プロモーション等実施業務(公益社団法人2025年日本国際博覧会協会)にも関与。
運営事務局として、『新しい観光創出セミナー2023～タリフを通して観光コンテンツ造成、磨き上げ、販路開拓まで一体的に学ぶ～開催支援業務』(主催：近畿運輸局)への登壇実績あり。

令和7年1月21日(火) 視察

スケジュール	
11:30-12:30	ハルン食堂 集合 ビーガンレストラン視察・昼食
12:40-13:50	曳山博物館 博物館見学・蒔絵体験
14:00-15:15	長浜城歴史博物館 博物館見学・引き札体験
15:20-15:55	長濱迎賓館 長濱和婚&ツアー食事
16:00-17:00	長浜観光協会事務所 視察振り返り打ち合わせ



長浜観光協会における伴走支援

(5) 次年度以降の取組に関する提案

専門家：金馬あゆみ氏／フィードバック内容

良い点

- ハルン食堂、長浜迎賓館でベジタリアン、ヴィーガン、ハラールに対応できるのはとても良い
- 長浜城歴史博物館は茶室が特に良かった

改善点

- 食事対応や予約方法についてウェブサイトやパンフレットなどでまとめて情報提供してほしい（聞かなければ分からないという状態ではなかなか成約に結び付きにくい）
- 曳山博物館の蒔絵体験は価格に応じて内容に工夫が必要。職人を含め人手確保の問題はあると思うが、福井のうるしの里会館の体験のようなものの方がニーズはありそうな印象を受ける
<https://www.echizen.or.jp/workshop>
- 予約が取りにくい京都や大阪などの代替案として、長浜城歴史博物館の茶室での茶道/呈茶を含め様々な文化体験ができるようになると良い（浴衣や着物を着て茶道など、ひとところで複数できるとさらに良い）
- 市内の大型バスの駐車場、乗降可能な場所の情報をまとめていただきたい
- 長濱和婚はロケーション撮影などのオプションを含め、詳細も追加して情報提供していただきたい
- どの施設もお土産コーナーの品揃えが乏しすぎる。もっとバリエーションを増やしていただきたい

▼長浜城歴史博物館



▼曳山博物館



南紀白浜観光協会における伴走支援

(1) DMO基礎データ

名称	一般社団法人 南紀白浜観光協会
DMOの区分	地域DMO
設立日	平成30年4月
日本版DMO登録日	平成31年3月
職員数	13名
主な収益事業	物販
市町からの主な指定管理	無し
市町からの主な受託事業	旅行券販売業務, 情報 提供業務
決算収入状況 (2020年度)	66,511千円
マネジメントエリア	和歌山県西牟婁郡白浜町
観光地域づくりのコンセプト	「あなたもわたしも四季折々、こころときめく南紀白浜」 ～夏だけではない、秋から春にかけての白浜の魅力に気づき、磨き上げ、内 外に発信する

南紀白浜観光協会における伴走支援

エリア内の観光資源

カテゴリ	名称	観光資源のポテンシャル
自然・アウトドア	白良浜（しららはま）	全長620mにわたる白砂のビーチで、夏は多くの海水浴客で賑わい、夜には花火大会も開催される。ハワイのワイキキビーチと友好提携を結ぶなど、国際的にも注目されている。
	千畳敷（せんじょうじき）	太平洋に突き出た広大な岩盤が、まるで千枚の畳を敷いたように見えることから名付けられた景勝地。長年の波の浸食によって生まれた独特の地形と、夕日が沈む光景は絶景として知られ、「日本の夕陽百選」にも選ばれている。
温泉・リラクゼーション	白浜温泉	日本三古湯の一つに数えられる歴史ある温泉地で、温泉街には海岸沿いの露天風呂や多くの旅館・ホテルが点在。湯の花が舞う「崎の湯」や、足湯を楽しめる「円月島足湯」など、温泉と絶景を同時に楽しめるスポットが充実している。
テーマパーク・エンタメ	アドベンチャーワールド	ジャイアントパンダの飼育数が日本一を誇る動物テーマパーク。陸・海・空の生き物たちとふれあえる施設が充実しており、特にパンダの繁殖実績が多く、国内外からの来場者を集める。サファリパークエリアでは多くの野生動物を間近で観察できる。

南紀白浜観光協会における伴走支援

(2) DMOに対する事前ヒアリング

令和7年1月23日(木)実施

1、外国からのお客様のご来訪状況について（観光客全体の何割程度が外国人、国籍、団体と個人どちらが多いのか…など）	中国人が一番多く、韓国人が減ってきている。 25年1月は韓国とのチャーターが3便運行する。 現状はインセンティブ団体旅行が多いが、今後は台湾に注力したい。 24年には、インバウンド向けにコンテンツ造成も8個行った。
2、外国からのお客様に対して提供している商品やサービスについて（多言語案内板設置等の施策、地域で販売実績のある観光コンテンツ例など）	唯一英語対応可能な温泉巡りコンテンツを造成（だが冬季休止）
3、外国からのお客様に対して、今後提供を検討している商品やサービスについて（観光MAPの多言語対応といった施策、団体向けツアー造成などのコンテンツ例など）	宿泊施設と連携し、宿泊＋サップ体験などを造成したい。
4、外国からのお客様向けの販路について（販売方法、利用しているサービスなど）	ほぼ国内になるが、観光協会HPからの体験予約が多い。 じゃらんやJTBbokunにも出しているが、手数料が含まれて少し高くなるため予約はほぼ無い。
5、地域が抱える観光課題について（オーバーツーリズム対策、観光人材の高齢化など）	30名ほどの団体を受け入れられる観光施設・体験・駐車場の母数が少ないが、それでも収益のため、旅行会社に営業して団体受注もしていきたい。
6、WAmazing株式会社の外国籍スタッフに質問したいことがありましたら教えてください。	インバウンド向けの目玉になるようなコンテンツをどれにしたらよいのか定まっていないため、インバウンドのお客様にささるコンテンツを知りたい。
7、国内からのお客様に対して、何を期待していますか？ （ターゲット：新規or常連、和歌山市民or市外からの観光客、若い女性orカップルorファミリーor高齢の方…など）	夏の海水浴場が一番来訪が多く、冬は閑散期となってしまう、観光客が訪れる季節に偏りがあるため解消したい。
8、本事業で派遣する専門家（ランドオペレーター・観光の専門家）への質問、期待することなどを教えてください。	ターゲットを台湾や中国として、こういったプロモーションがより効果的であるか知りたい。 20年に国内向けには始めていたが、24年からインバウンド向けのインスタも始めた。

南紀白浜観光協会における伴走支援

(3) 白浜エリアの現状課題・既存コンテンツ

現状課題

- 中国人や韓国人が多い中、今後台湾の誘客にも注力していきたい
- 上記ターゲット向けに、効果的なプロモーションや、インバウンド向けに目玉になるようなコンテンツが知りたい
- 夏の海水浴場の来訪が多く、冬は閑散期となってしまう、観光客が訪れる季節に偏りがあるため解消したい
- インバウンド向けの販路が整備されていない
- 全体課題としては、観光資源はあるが観光商品の造成や販売が追いついていない状況
- 高野町・九度山町と広域連携を結んでおり、町民を対象にしたお互いの街を行き来できるような取組、万博を狙ったツアーをインバウンド向けにも造成したい

既存コンテンツ ※一例



遊び・体験 南紀白浜観光協会主催
レジャー・体験
ウォータースポーツ・マリンスポーツ 乗り物

【体験募集】白良浜でSUP体験



レジャー体験 南紀白浜観光協会主催
アウトドア

【体験募集】圧倒的な自然の造形！
鳥毛洞窟探検ツアー



レジャー体験 南紀白浜観光協会主催
アウトドア 釣り体験

現役漁師と行く！海からの南紀白
浜の景勝地を一望できるポイント
での釣り体験



お知らせ 寺社仏閣 源泉紹介
南紀白浜観光協会主催
旅行会社のみなさまへ

【体験募集】日本三古湯！白浜温泉
の湯崎七湯跡を語り部と歩く

南紀白浜観光協会における伴走支援

(4) アドバイザー・専門家による支援

観光庁 令和6年度地域周遊・長期滞在促進のための専門家



●菅原隆

一橋大学卒業後、平成14年に（株）リクルートに入社。平成21年より旅行事業へ異動。
長野県・東北・関西地域営業責任者のほか「じゃらんスノープロジェクト」の責任者やじゃらんリサーチセンター東日本地区責任者を歴任。
上記期間において『じゃらん東北』編集長、山梨県・群馬県・山形県観光審議委員、東北運輸局観光連絡調整会議アドバイザーも経験。
令和元年よりWAmazingに参加。観光及びインバウンド分野の調査・戦略策定、コンテンツ開発、受入整備、誘客において50以上の地域事業を担う。観光庁広域周遊観光促進専門家も務める。

令和7年2月27日(木) 視察

時間	内容
11:35~12:50	羽田-南紀白浜 (JAL215)
13:00	【集合】南紀白浜空港 到着ロビー出口付近
13:00-13:10	【移動】車で8分
13:10-14:00	ホテルシーモア 林支配人とお打ち合わせ
14:00-14:15	【移動】車で12分
14:15-14:30	紀伊半島観光情報ステーション
14:30-14:40	【移動】車で10分
14:40-15:00	白浜美術館・歓喜神社
15:00-15:10	【移動】車で5分
15:10-15:25	まちなか総合案内所しらすな
15:25-15:30	【移動】徒歩1分
15:30-15:50	白浜銀座商店街・白良浜での海の家・白浜温泉
15:50-16:00	【移動】車で2分
16:00-17:00	南紀白浜観光協会 視察振り返りなど
17:00-17:30	【移動&レンタカー返却】車で8分
18:20-19:30	南紀白浜-羽田 (JAL218)



南紀白浜観光協会における伴走支援

(5) 次年度以降の取組に関する提案

専門家：菅原氏／フィードバック内容



良い点

- 100万人に迫る白浜における宿泊観光客は地域の大きな資産である。国内外ともに個人旅行が主流となる中、来訪客自体が重要なメディアであり、**白浜の魅力を伝える媒介**となる
- 宿泊以外でも白良浜に代表する絶景、飲食店、テーマパーク等の域内での**立ち寄りスポットが充実**している。電車、高速道路のアクセスの良さもあり、平日にもかかわらず地域内に人の賑わいを感じられた
- ホテルシーモアのように、温泉街では**各事業者がそれぞれ自走**して訪日市場に取り組まれているケースが見られる。JR白浜駅案内所において、訪日市場に対して対応力を発揮しており、多言語対応についてもGoogle翻訳を使いこなしている



改善点

- **海外向け販路に向けたコンテンツ整備が不十分である**。国内向けOTAに70以上のコンテンツが掲出される中、klook、kkday、viator等の海外向けOTAへの掲出は10コンテンツ未満となっている。国内向けに販売しているコンテンツの受入を確認の上、海外OTAへ掲出するだけでも成約が上がる。また、海外向けは大阪発着のコンテンツが目立ち地元白浜の企画販売コンテンツが乏しい
- 現状打ち出そうとしているコンテンツが**他地域に対して優位性**の低い資源をベースにしている、もしくは資源の優位性を伝えきれていないケースが見られる。海を起点としているコンテンツが多く季節性の偏りの原因となっている
- 観光地域づくり法人形成・確立計画に記載によると、**取り組み販路として旅行会社を優先している状況が見られる**。**国内外ともに80%以上が個人旅行販路**に変化する中、コンテンツと合わせて情報発信の仕方、販路の見直しが重要である。例えば、台湾市場についても、どのような属性、目的を持ったターゲットを狙うのか、明確にするとよい

(5) 次年度以降の取組に関する提案

専門家：菅原氏／フィードバック内容

< 白浜の強みをより活かすために >

- 旅慣れた個人旅行者を対象とする場合、「南紀」として**広域のハブ拠点**となることも有用。宿泊施設の規模、交通網の強みも活かせる取り組みであり、DMO間の連携のできている和歌山の強みも活かせる。ハブ拠点となることで白浜発着のコンテンツを充実させることにより、宿泊施設を有する白浜の滞在期間の向上と経済効果の拡大が期待できる
- **宿泊施設自体がタビナカにおける有効な情報媒介**となる。宿泊者に対してタビナカでの予約推進を行う際にホテルのコンシェルジュ、フロント、部屋の中の告知の役割は非常に大きい
- **事業者の自律性の高い白浜**であれば、情報整備としてGoogleビジネスプロフィール（Google Map上のコンテンツ情報）の整備も有効である。地域DMOとして発信する情報についても、プッシュ型で取材するのではなく、フォーマットを整備の上でプル型で効果的に情報を集約、発信することが可能である
- 「南紀白浜クーポン付まち歩きmap」について、現状オフラインのみで黒字化を図れていることは、**協力店舗数や白浜自体の集客力の賜物**である。若者世代を中心とした販路の拡充のために、店舗情報提供、販売をオンライン（OTA）にも拡げ、クーポンを町内各所（観光案内所、ホテル等）で引き換えられるようにすることで、販売額の拡大が期待できる

< ほか >

- 「いまだけ、ここだけ、あなただけ」のコンテンツを生み出す為に、掛け合わせの工夫が有効
ex.SUP体験×海を上がった後の梅ジュース
- 「誘客コンテンツ」と「満足度コンテンツ」の使い分け ex.ここでしか食べられない〇〇料理／地元民と触れ合える〇〇料理体験
- 白浜のコンテンツはロングホールのカスタマーに対しては点のコンテンツでしかない、関西DMO、JNTOなど他地域連携が重要である。地域側の役割のメインは魅力的なコンテンツを作ること、受入環境整備をすること、ユーザーが購入できるように販売整備することにある。その点の情報をターゲットに会わせて線とし、面とするのは県や広域DMOの役割である
- 個人旅行者の場合、自ら点を繋いで自分の旅を作る、モデルコースは提示すべきだが、パッケージとして強要するものではない。逆に販売が伸び悩む原因になる

成果結果

モデルDMOの所管地域には、日本遺産を含む魅力的な観光資源が多数存在し、大都市圏から車で1時間、国際空港から車で40分という好立地に位置している。しかし、観光コンテンツの商品化が進まず、販売に結びついていないため、インバウンド誘客が十分に行われているとは言い難い状況であった。

本事業では、**DMO自身によりSWOT分析やクロス分析を実施し、経営課題の抽出**を行った。また、マネジメントエリアにおける外国人宿泊者の動向を調査・分析し、観光事業者の現状や意向を把握した。これらの調査結果をもとに、観光課題の詳細な検討を行う第一回検討会、および解決策を協議する第二回検討会を開催し、**DMOだけでなく地域事業者と共通の課題認識を持ちながら、該当エリアの観光課題・現状・今後の方針について意見を共有することができた**。これは、本事業の大きな成果の一つである。

さらに、地域の観光事業者においては、販路の制限が課題として明確になったことから、OTAやランドオペレーターとの連携による新たな販路開拓を支援した。これに加え、二次交通手段と組み合わせた販売手法や各種プロモーションを事業期間内に実施した。その結果、地域における業者がOTA・ランドオペレーター経由での販路構築の基盤を整備し、今後の長期的な観光消費の拡大が見込まれた。

事業全体を通した課題、改善点

〈事業全体を通した課題〉

事業期間を通じてDMOの課題分析を行った結果、地域事業者の参加自体は一定程度見られたものの、**主体的に関与する事業者は一部に限られ、全体としての積極性にはばらつきがあった**。特に、観光コンテンツの造成や販路開拓に関する取り組みに対しては事業者ごとの温度差が大きく、一部では各事業者独自の取り組みに依存する傾向も見られた。

また、地域事業者からは、交通アクセスの改善や観光情報の一元化など、DMOに対する具体的な要望が多く寄せられたが、短期間での対応や費用の捻出が難しく、即時の解決には至らなかった。

地域事業者ごとに抱える経営課題が多様であり、個別対応が必要なケースも多く見られたため、DMO単独での解決が難しい部分があった。

事業全体を通した課題、改善点

〈改善点〉

・DMOとしての地域事業者との連携の強化

本事業を通して明らかになった地域の課題より、DMOが一方的に情報提供を行うのではなく、事業者同士の連携を促す場を増やす機会の創出がより求められると考える。

また、観光コンテンツの造成や販路開拓に関して、各事業者の課題に応じた段階的なサポートを用意し、参加しやすい環境を整えることも考えられる。

・行政機関やエージェントとの連携の強化

地域事業者から挙げられた課題のうち、DMO単独での対応が難しい要望に関しては、行政機関や観光事業者、エージェントとの連携を強化し、実現可能な施策を段階的に進めていく必要がある。

例えば、既存の交通手段の最適化や、観光情報を集約した発信など。

・定期的な意見交換の場の設定と中長期的な戦略立案

DMOが地域事業者の経営課題をより深く理解し、個別支援の方向性を明確にするために、定期的な意見交換の場を設けることが望ましい。

事業者の意見を適切に吸い上げ、中長期的な観光戦略に反映させることで、持続可能な観光振興の基盤を築くことができる。これらの取り組みを通じて、DMOと地域事業者が共に成長し、地域全体の観光競争力を高めることが期待される。

事業全体の総括及び今後に向けた提言、提案

〈全体の総括〉

本事業を通じて、モデルDMOの経営課題の抽出や、地域観光事業者の現状把握が進み、観光振興に向けた共通認識を形成することができた。特に、**DMOと事業者が協力しながら観光課題を整理し、実際にOTAやランドオペレーターとの連携を支援するなど具体的な販路開拓に結びつけた**点は、今後の観光振興の基盤として大きな成果である。

一方で、**事業者の関与度合いにばらつきがあり、観光コンテンツの造成や販路開拓に対する温度差が大きい**という課題が明確になった。また、交通アクセスの改善や観光情報の一元化など、DMO単独では対応が難しい課題も明らかになった。

今後の改善点としては、DMOが事業者間の連携を促進し相互に支え合う仕組みを強化することが求められる。また、行政機関や観光エージェントとの協力を深め、DMO単独では解決が難しい課題にも段階的に取り組む必要がある。さらに、**定期的な意見交換の場を設け、中長期的な観光戦略を策定することで、持続可能な地域観光の発展につなげていく**ことが重要である。

本事業を契機に、DMOと地域事業者が協力しながら、より強固な観光地域づくりを進めていくことが期待される。

事業全体の総括及び今後に向けた提言、提案

〈今後に向けた提言〉

本事業を通じて、地域の観光振興に向けた課題の可視化が進み、DMOと地域事業者が共通認識を持つことができた。また、地域として抱える観光課題が明確になったことも、今後の観光戦略を構築する上での重要な成果である。

今後は、**DMOが単なる調整役にとどまるのではなく、観光事業者や行政機関、外部の専門家を巻き込みながら、地域全体としての競争力を高める取り組み**が求められる。そのためには、観光事業者の意識改革を促し、自発的な参画を後押しする仕組みを整えるとともに、短期的な対策と中長期的な視点の両面から持続可能な観光戦略を策定・実行していくことが必要である。

また、地域の観光課題は単独の組織で解決できるものではなく、官民が連携し、関係者が一体となって取り組む体制が不可欠である。特に、交通インフラや情報発信の強化、地域資源を活かした新たなコンテンツの開発には、行政や観光関連企業との協働が鍵となる。今後は、こうしたネットワークをより強化し、地域としての一体感を醸成することが重要となる。

本事業を契機に、DMOと地域事業者が共に成長し、持続的な観光産業の発展に向けた歩みを進めていくことを期待する。

令和6年度近畿運輸局によるDMO伴走事業

事業報告書

～appendix～

目次

◆和歌山市内宿泊者アンケート調査結果報告書
P.115～P.141

◆和歌浦エリア地域事業者観光整備状況ヒアリングシート
P.142～P.154

◆定例会議 議事録とその様子
P.155～P.171

令和6年度近畿運輸局によるDMO伴走事業

和歌山市内宿泊者アンケート調査結果書

令和6年12月11日（水）

和歌山市内宿泊者アンケート調査結果共有

実施目的

- 和歌山市内におけるインバウンドの状況や人流動向を把握するため、多言語にてアンケート調査を実施
- アンケート回収率を高めるため、回答負荷を軽減する仕組みを構築し、回答者へのインセンティブとして、抽選で和歌山市特産品を贈呈

実施方法

- 近畿運輸局、和歌山市観光協会、和歌山大学八島教授監修のもと、WAmazingにて上記目的に沿ったアンケート設問を作成し、Webフォームで回答ができるようQRコード化し、アンケートチラシに掲載
- 和歌山市観光協会と連携する宿泊施設や観光施設において、上記アンケートチラシをフロントや受付窓口に設置しアンケート収集を実施

実施期間

- 令和6年10月4日(金)チラシ到着～11月24日(日)にて、約1ヵ月半実施

和歌山市内宿泊者アンケート調査結果共有

▼協力施設一覧（計25施設）

NO	地区	施設名
1	市街地	ホテルアパローム紀の国
2	市街地	ビジネスホテルかつや
3	市街地	CITY INN WAKAYAMA
4	市街地	スマイルホテル和歌山
5	市街地	和歌山アーバンホテル
6	市街地	(株)丸和 ホテル事業部 ホテルランドマーク和歌山
7	加太	和歌山県加太温泉 加太海月
8	加太	あたらし屋
9	和歌浦	WakanouraNatureResortEPICHARIS
10	和歌浦	紀三井寺ガーデンホテル はやし
11	和歌浦	(有)木村屋旅館
12	和歌浦	紀州温泉 元気の湯 新和歌ロッジ
13	和歌浦	マリーナシティホテル
14	和歌浦	和歌の浦温泉 萬波 MANPA RESORT 日本スタイル
15	和歌浦	紀州温泉ありがとうの湯 漁火の宿 シーサイド観潮
16		一般社団法人 和歌山市観光協会
		・JR和歌山駅地下観光案内所
		・和歌山市観光土産品センター
		・Guesthouse RICO
		・番所庭園
		・万葉館
		・養翠園
		・伊太祁神社
		・貴志駅（たま駅長）
		・黒潮市場
		・紀三井寺

▼完成チラシ

A Request to International Visitors to Wakayama City
懇請造訪和歌山市的外籍旅客提供協助
請到訪和歌山市的外國旅客提供協助

Please fill out the questionnaire regarding sightseeing in Wakayama City!
 •10 respondents will be selected by drawing to receive a specialty from Wakayama Prefecture.
 • Please answer by scanning the QR code below from your smart phone.
 *Survey period: 2024/10/5 - 2024/11/24

懇請協助配合和歌山市 內觀光問卷調查！
 ・我們將自填寫問卷的朋友中抽出 10位，致贈「和歌山縣特產」表示謝意。
 ・請以智慧型手機掃描以下 QRCode作答。
 ※問卷實施期間：2024年10月5日～11月24日

請協助完成和歌山市內 觀光問卷調查！
 ・將從回答問卷的旅客中隨機抽取 10名贈送「和歌山縣土特產」。
 ・請用手機掃描以下二維碼回答。
 ※問卷實施期間：2024年10月5日～11月24日

ENGLISH

繁体中文

簡體中文

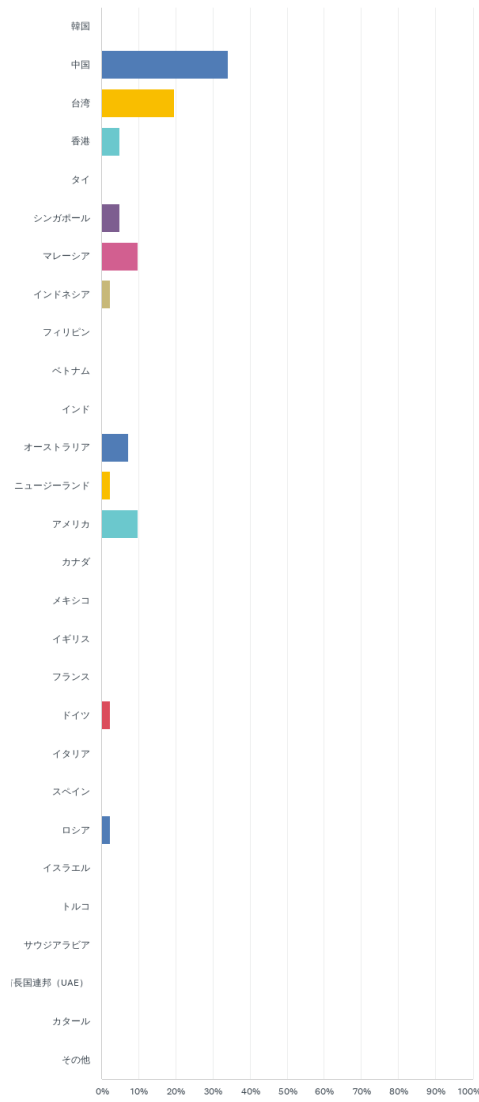
[Handling of personal information] Personal information will be used to send raffle prizes/gifts and will not be used for any other purpose or provided to any third party without the prior consent of the respondent, except when required by law or when urgently necessary to protect the life, body, or property of the person or a third party. We will not use your personal information for any other purpose or provide it to any third party without your prior consent.

【關於個人資料】有關您所提供之個人資料，僅用於中獎時寄送好禮，除基於法律規定或為了保護本人或第三人之生命、身體及財產等緊急狀況外，未經當事人同意，本資料絕不用於他途或提供給第三方。

【隱私政策】您所填寫的個人信息僅會用於獎品的發送。除基於法律規定或為保護本人、第三方的生命、身體及財產安全等緊急情況外，在未取得本人同意時，不會用於其他目的或提供給第三方。

和歌山市内宿泊者アンケート調査結果共有

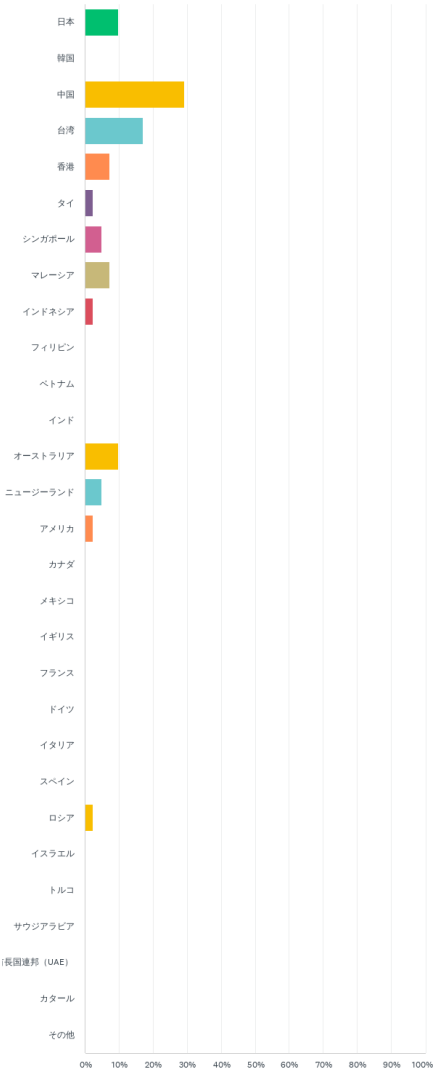
Q1: あなたの出身地を選んでください



回答の選択肢	回答数	
韓国	0.00%	0
中国	34.15%	14
台湾	19.51%	8
香港	4.88%	2
タイ	0.00%	0
シンガポール	4.88%	2
マレーシア	9.76%	4
インドネシア	2.44%	1
フィリピン	0.00%	0
ベトナム	0.00%	0
インド	0.00%	0
オーストラリア	7.32%	3
ニュージーランド	2.44%	1
アメリカ	9.76%	4
カナダ	0.00%	0
メキシコ	0.00%	0
イギリス	0.00%	0
フランス	0.00%	0
ドイツ	2.44%	1
イタリア	0.00%	0
スペイン	0.00%	0
ロシア	2.44%	1
イスラエル	0.00%	0
トルコ	0.00%	0
サウジアラビア	0.00%	0
アラブ首長国連邦 (UAE)	0.00%	0
カタール	0.00%	0
その他	0.00%	0
合計		41

和歌山市内宿泊者アンケート調査結果共有

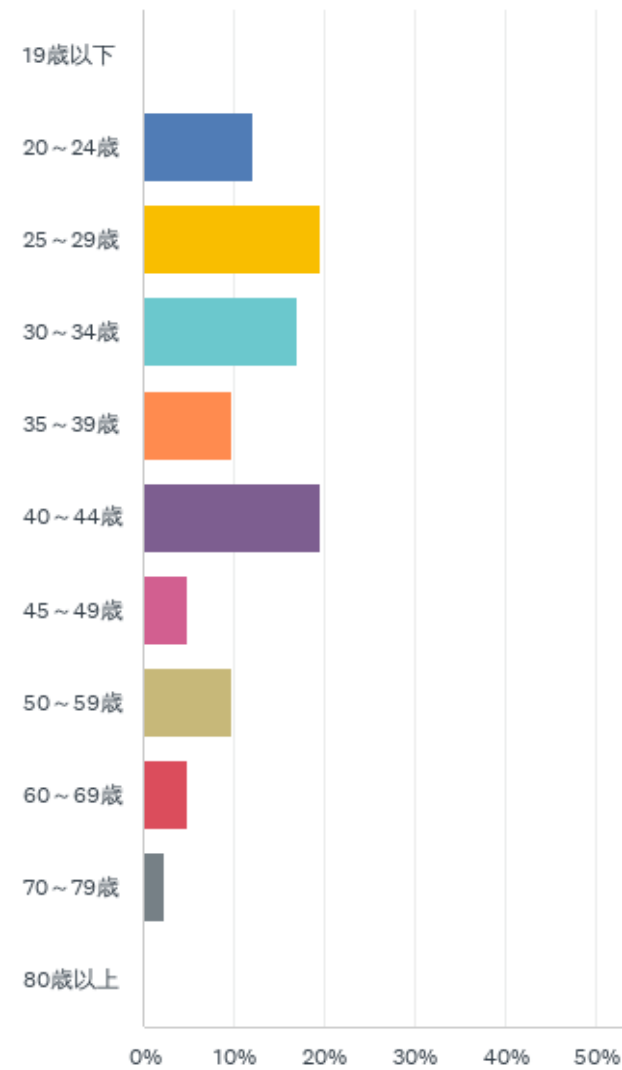
Q2: あなたの居住国を教えてください



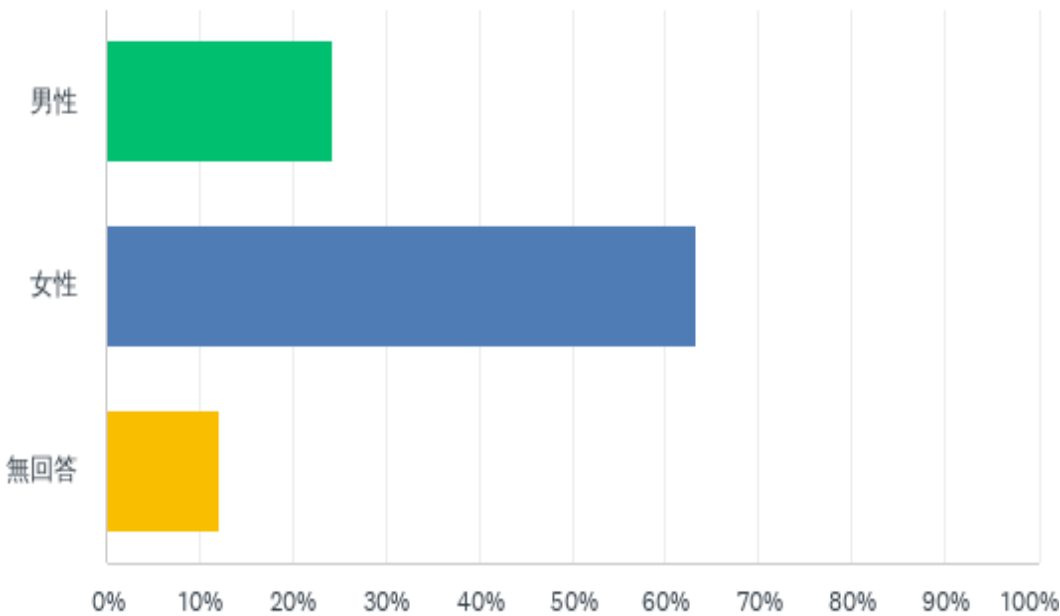
回答の選択肢	回答数
日本	4
韓国	0
中国	12
台湾	7
香港	3
タイ	1
シンガポール	2
マレーシア	3
インドネシア	1
フィリピン	0
ベトナム	0
インド	0
オーストラリア	4
ニュージーランド	2
アメリカ	1
カナダ	0
メキシコ	0
イギリス	0
フランス	0
ドイツ	0
イタリア	0
スペイン	0
ロシア	1
イスラエル	0
トルコ	0
サウジアラビア	0
アラブ首長国連邦 (UAE)	0
カタール	0
その他	0
合計	41

和歌山市内宿泊者アンケート調査結果共有

Q3: 年齢をお選びください

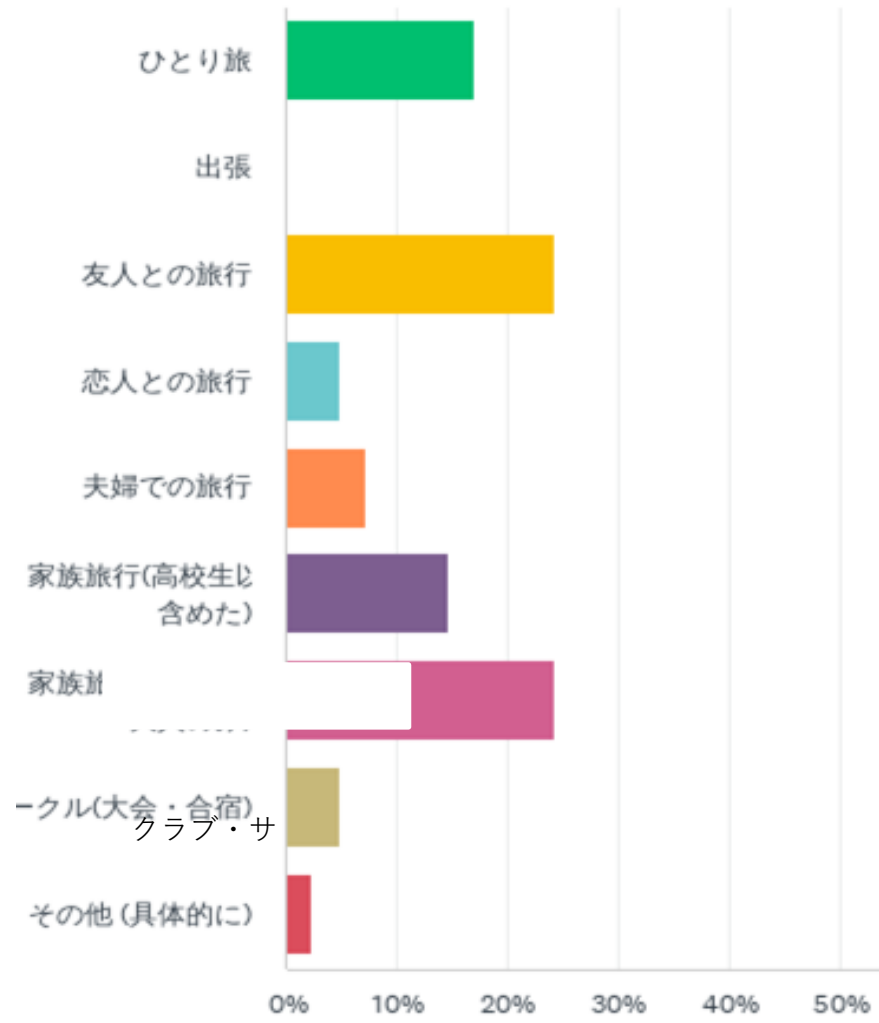


Q4: 性別をお聞かせください



和歌山市内宿泊者アンケート調査結果共有

Q5: 同行者形態について教えてください

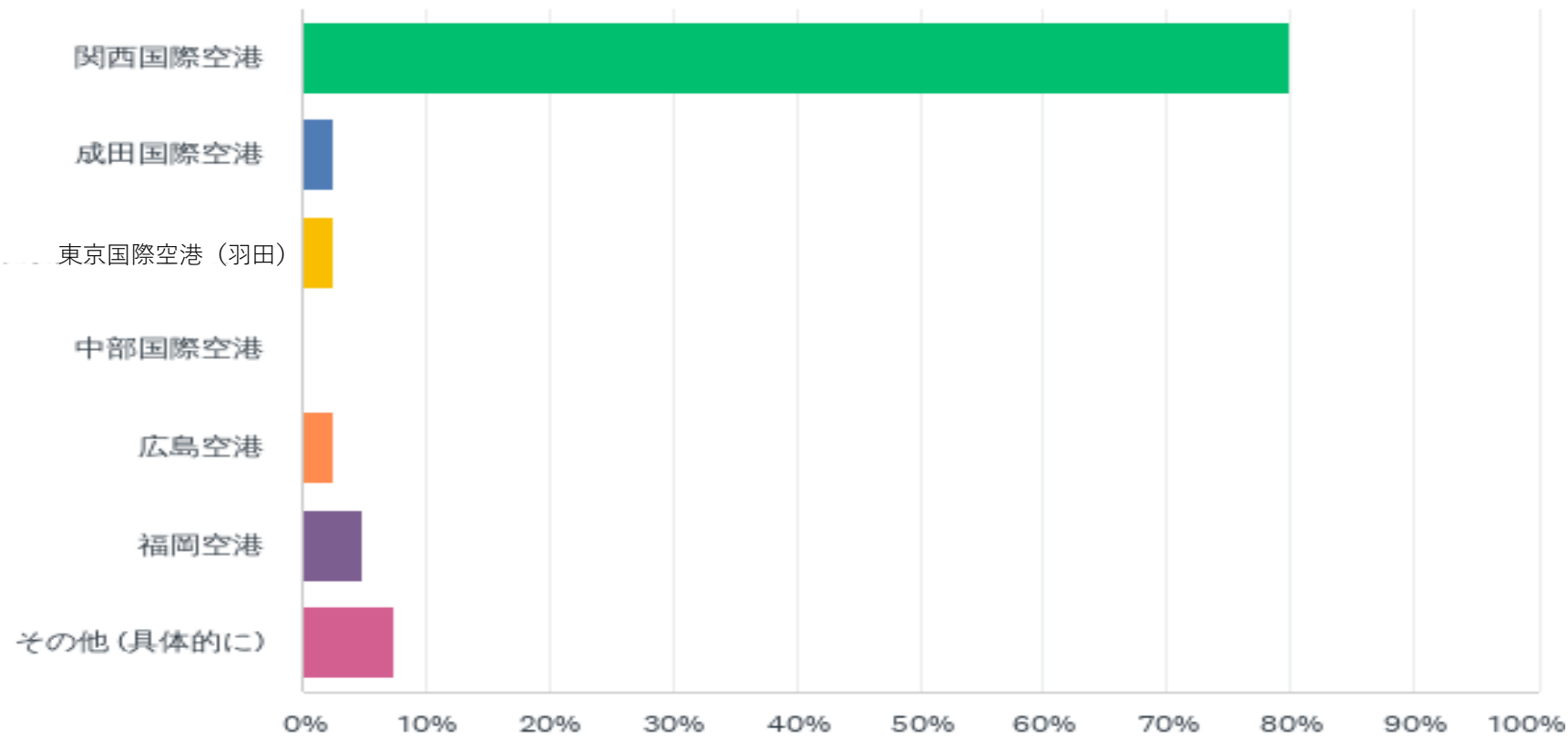


Q6: 同行人数を教えてください
※あなたを含む合計人数でご回答ください

9票	1人
16票	2人
5票	3人
8票	4人
2票	5人

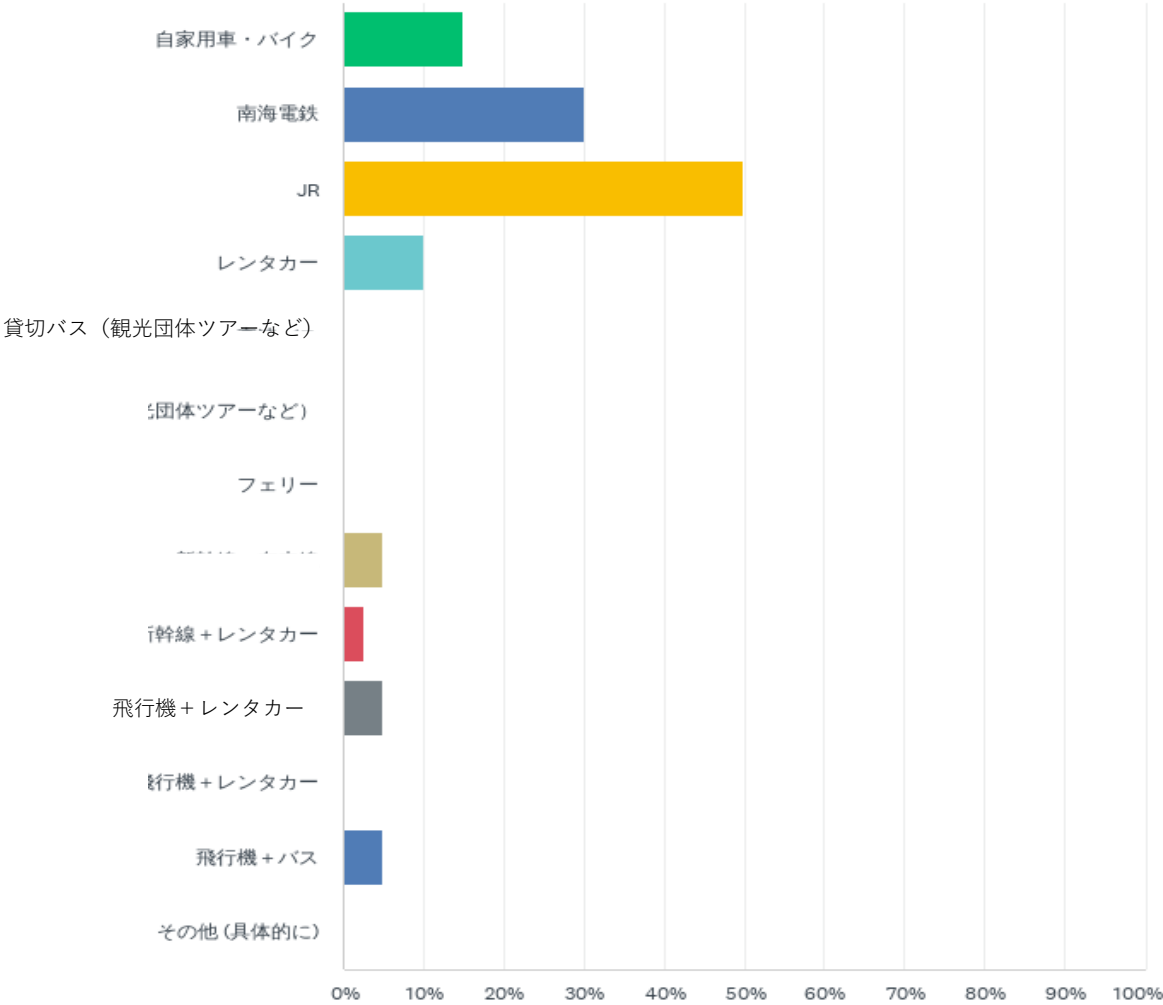
和歌山市内宿泊者アンケート調査結果共有

Q7: 今回入国した空港を教えてください ※複数選択可



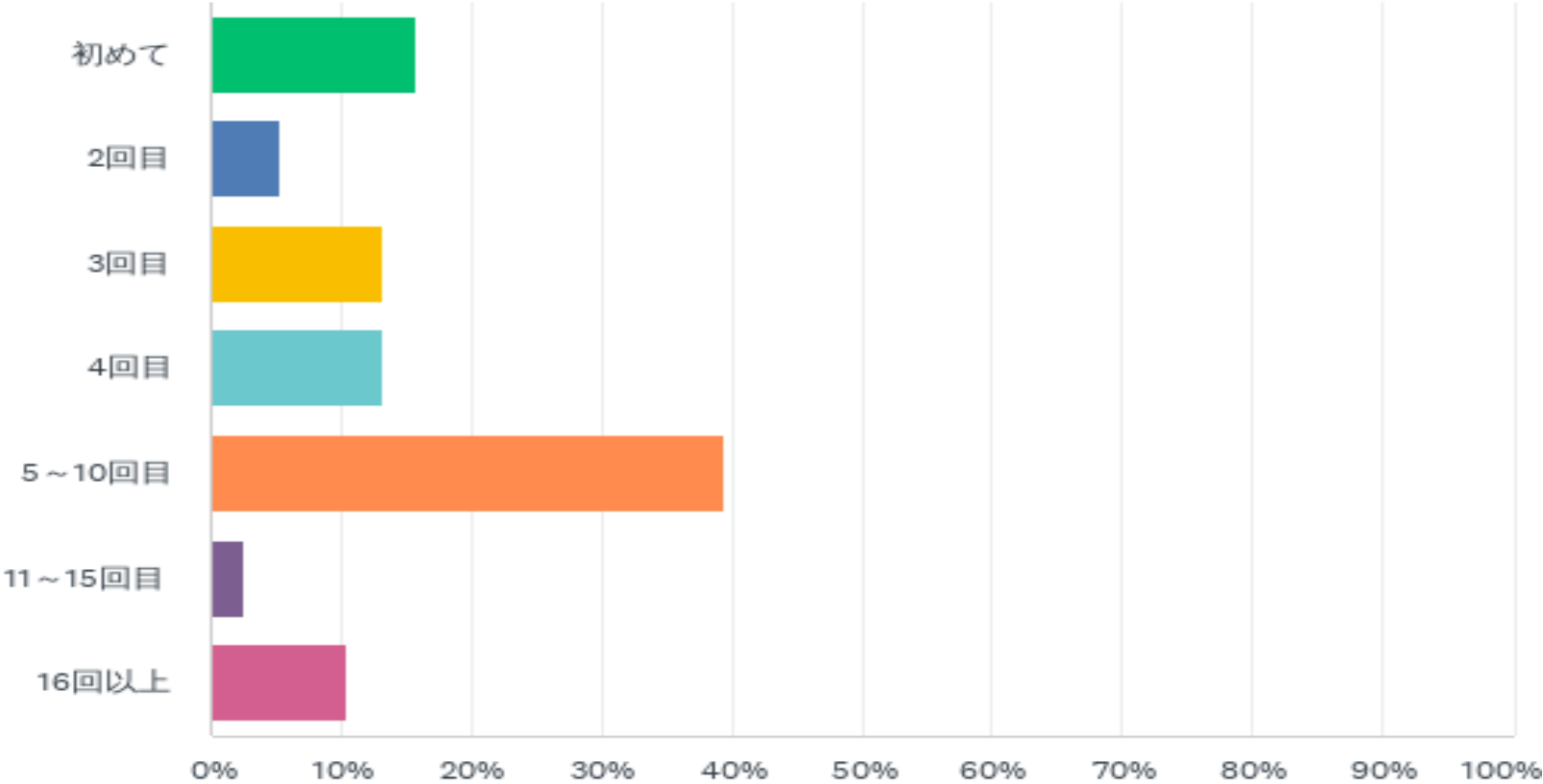
和歌山市内宿泊者アンケート調査結果共有

Q8: 和歌山市までの交通手段について教えてください ※複数選択可



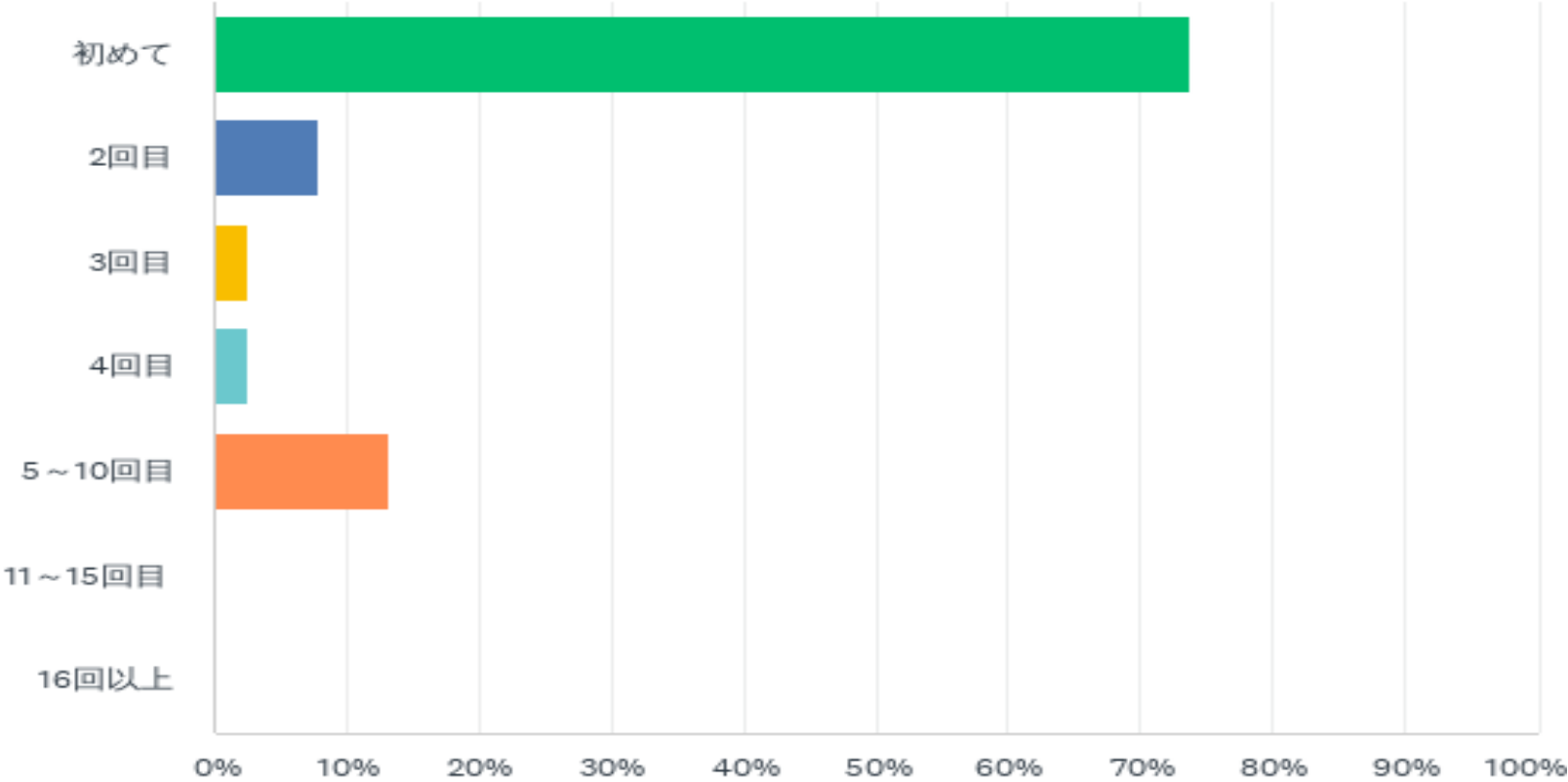
和歌山市内宿泊者アンケート調査結果共有

Q9: 日本への来訪回数を教えてください



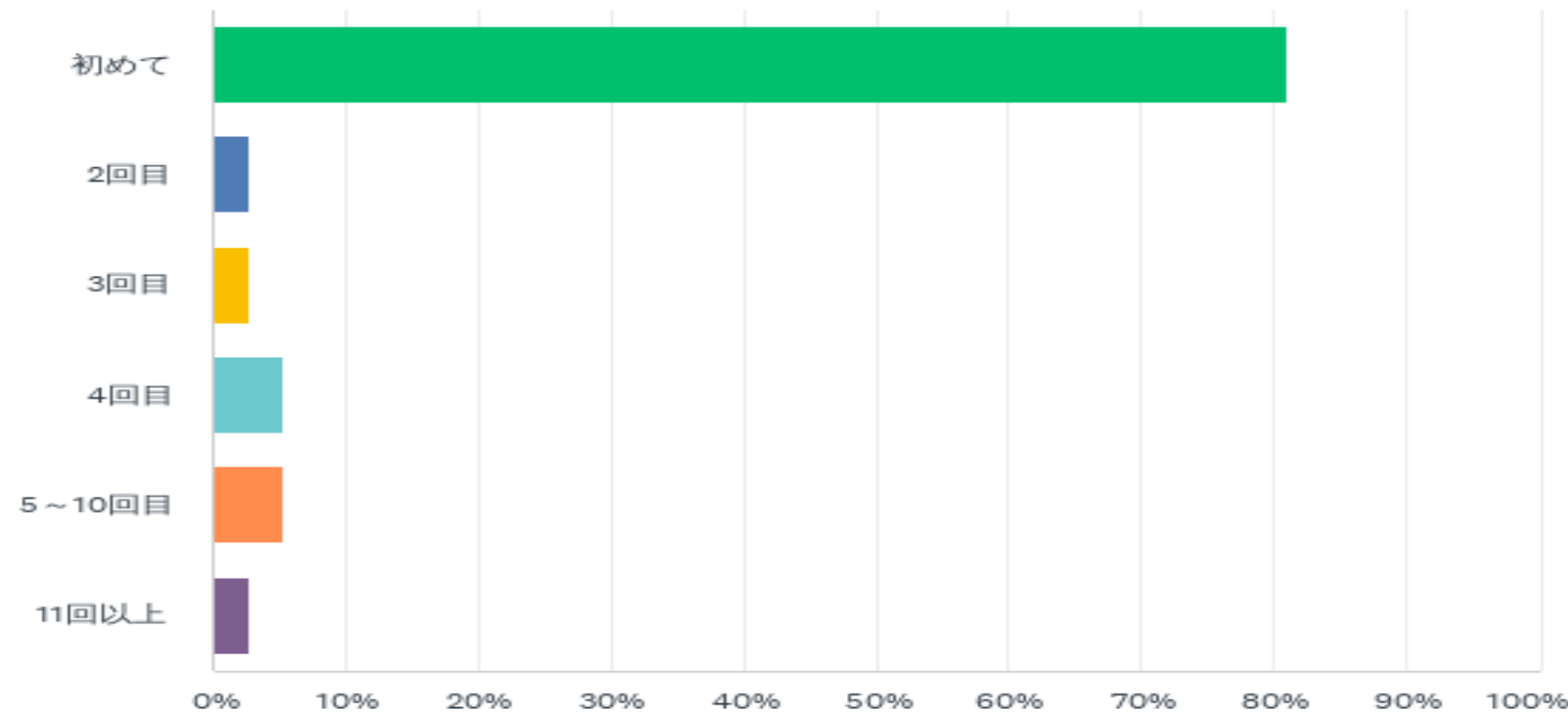
和歌山市内宿泊者アンケート調査結果共有

Q10: 和歌山市への来訪回数を教えてください



和歌山市内宿泊者アンケート調査結果共有

Q11: 和歌山市での宿泊回数を教えてください



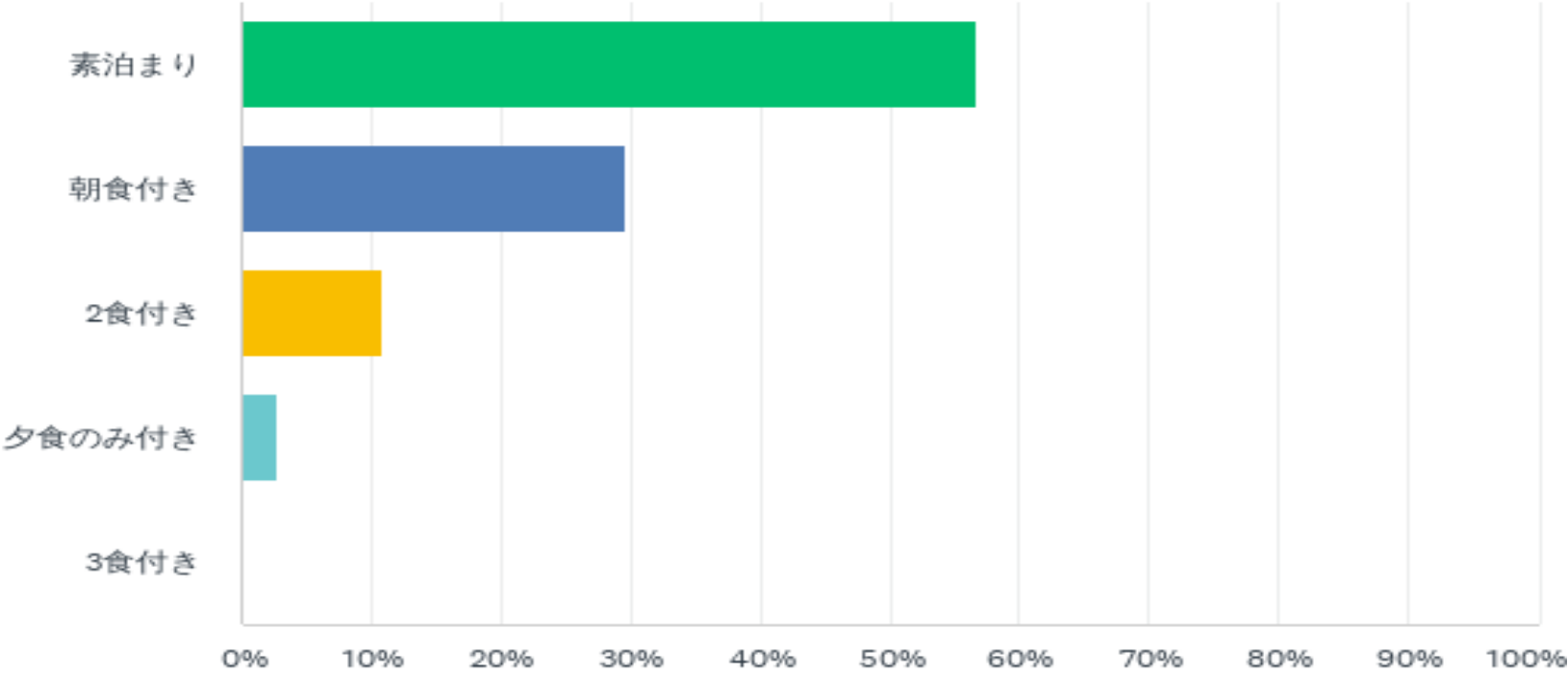
和歌山市内宿泊者アンケート調査結果共有

Q12: 宿泊数を教えてください 例) 全5泊のうち、和歌山市内1泊

回答の選択肢	平均数	合計数	回答数
旅の全行程は何泊しましたか？	5	169	35
そのうち和歌山市内へは何泊しましたか？	2	53	35
全回答数: 35			

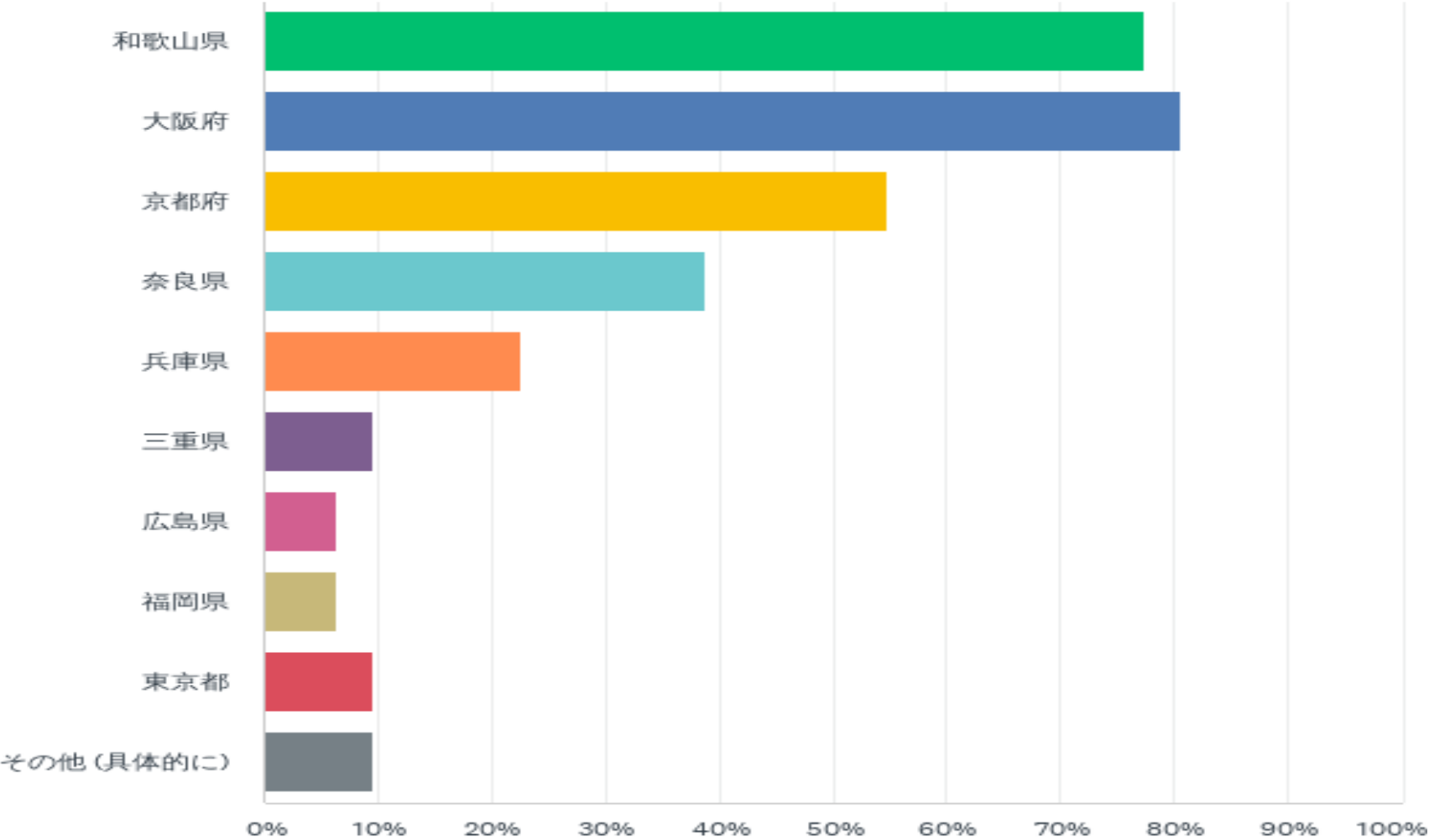
和歌山市内宿泊者アンケート調査結果共有

Q13: 宿泊形態を教えてください



和歌山市内宿泊者アンケート調査結果共有

Q14: 今回の旅行において訪問された（もしくは訪問予定の）都道府県を教えてください ※複数選択可



和歌山市内宿泊者アンケート調査結果共有

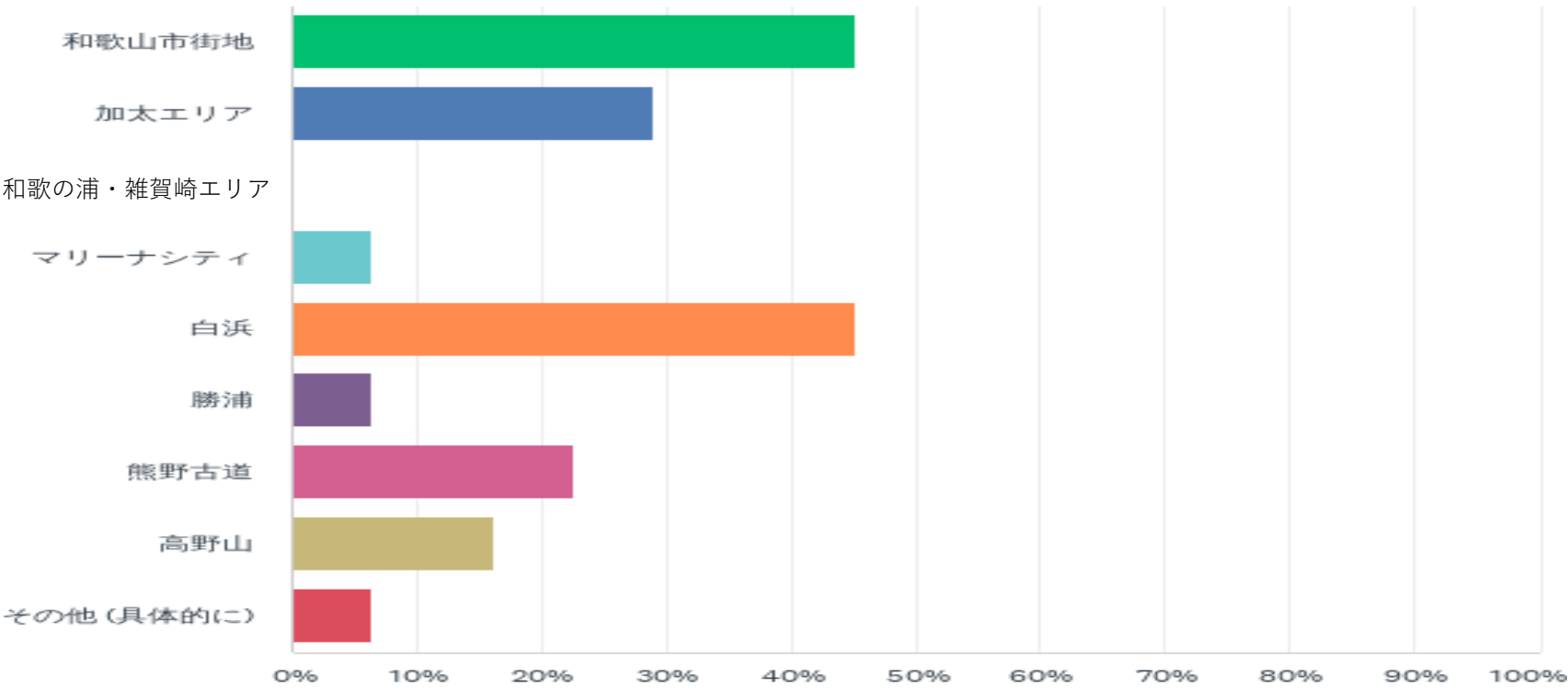
Q15: 和歌山市までどのルートで訪問されたか教えてください

- 例 1) 関西国際空港→大阪→和歌山
- 例 2) 中部国際空港→三重→和歌山
- 例 3) 羽田国際空港→東京→東海道新幹線→京都→奈良→和歌山

5票	関西国際空港→和歌山
4票	関西国際空港→和歌山→大阪
5票	関西国際空港→大阪→和歌山
1票	関西国際空港→和歌山→大阪→京都
1票	関西国際空港→京都→大阪→和歌山
1票	関西国際空港→大阪→奈良→和歌山
1票	関西国際空港→大阪→奈良→京都→和歌山→大阪
1票	関西国際空港→大阪→京都→和歌山→関西国際空港
1票	関西国際空港→大阪→鳥取→島根→鳥取→岡山→和歌山
1票	関西国際空港→和歌山→京都→大阪→和歌山→関西国際空港
1票	関西国際空港→紀伊田辺→川湯温泉→小口村→紀伊勝浦→新宮→和歌山→高野山→大阪→奈良→京都→関西国際空港
1票	仁川空港→釜山港→福岡→大阪駅→紀伊田辺→熊野古道紀伊勝浦までの中辺路ルート→紀伊田辺→和歌山市内
1票	岡山桃太郎空港→神戸→大阪→和歌山
1票	大阪→和歌山
1票	奈良→和歌山
1票	羽田

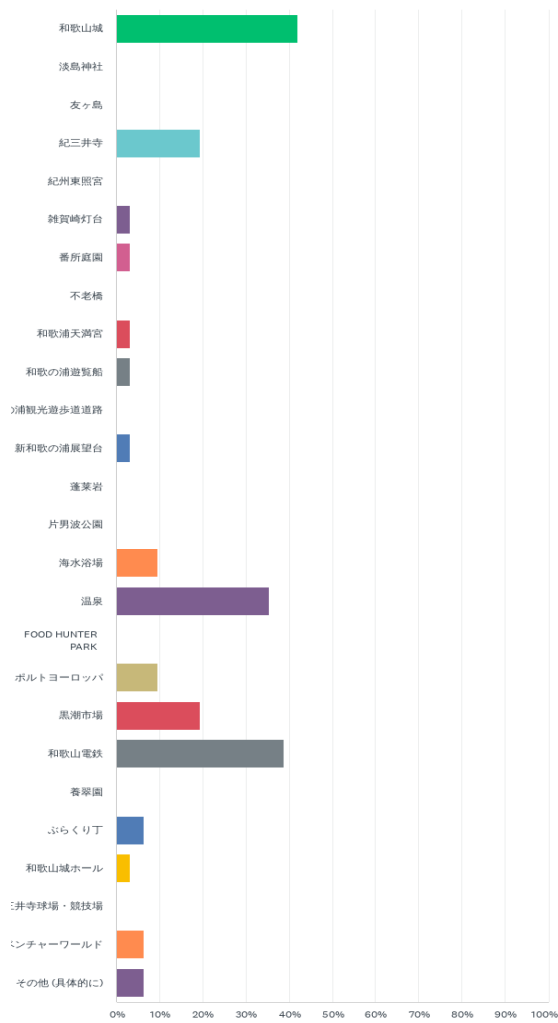
和歌山市内宿泊者アンケート調査結果共有

Q16: 和歌山県内で訪問した、または訪問予定の観光施設を教えてください ※複数選択可



和歌山市内宿泊者アンケート調査結果共有

Q17: 訪問された（もしくは訪問予定の）スポットを教えてください ※複数選択可



回答の選択肢	回答数
和歌山城	41.94% 13
淡島神社	0.00% 0
友ヶ島	0.00% 0
紀三井寺	19.35% 6
紀州東照宮	0.00% 0
雑賀崎灯台	3.23% 1
番所庭園	3.23% 1
不老橋	0.00% 0
和歌浦天満宮	3.23% 1
和歌の浦遊覧船	3.23% 1
新和歌の浦観光遊歩道道路	0.00% 0
新和歌の浦展望台	3.23% 1
蓬萊岩	0.00% 0
片男波公園	0.00% 0
海水浴場	9.68% 3
温泉	35.48% 11
FOOD HUNTER PARK	0.00% 0
ポルトヨーロッパ	9.68% 3
黒潮市場	19.35% 6
和歌山電鉄	38.71% 12
養翠園	0.00% 0
ぶらくり丁	6.45% 2
和歌山城ホール	3.23% 1
紀三井寺球場・競技場	0.00% 0
アドベンチャーワールド	6.45% 2
その他 (具体的に)	6.45% 2
全回答数: 31	

和歌山市内宿泊者アンケート調査結果共有

Q18: 【和歌の浦・雑賀崎エリアに訪問された方へのご質問です】
「和歌の浦・雑賀崎エリア」に訪問した理由を教えてください

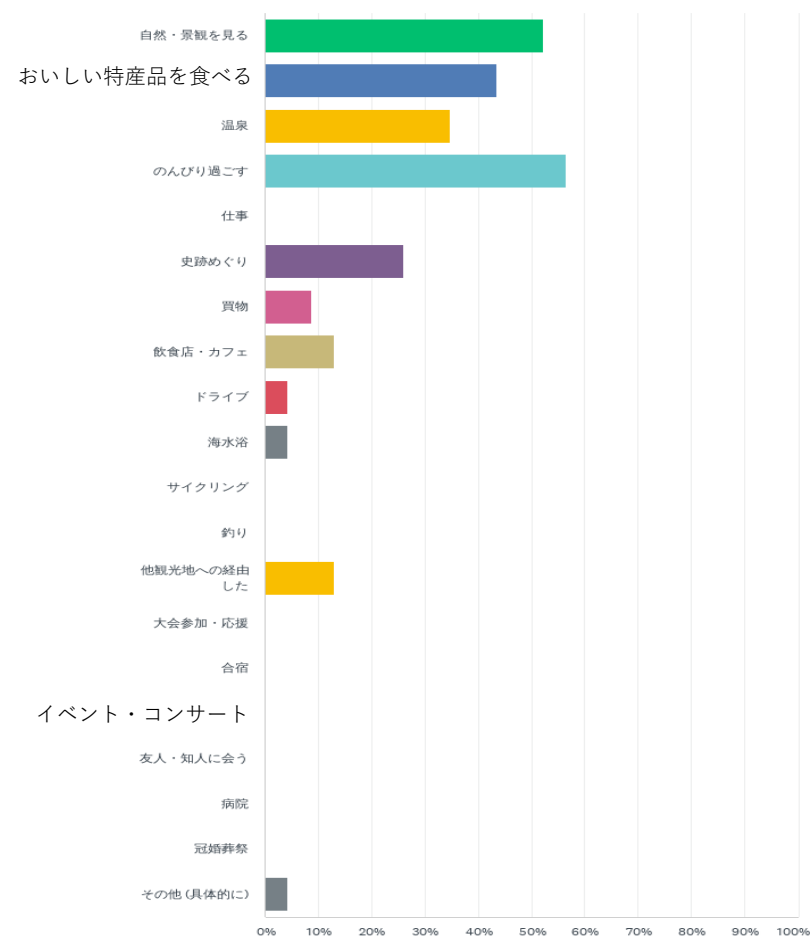
とても爽やか景色のため
TAMAのため
猫のウェブマスター

Q19: 【和歌の浦・雑賀崎エリアに訪問された方へのご質問です】
「和歌の浦・雑賀崎エリア」において、一番魅力的だったコンテンツ（観光地・食・体験など）を教えてください

新鮮な魚介類
かわいい猫
美食

和歌山市内宿泊者アンケート調査結果共有

Q20: 和歌山市にお越しになった目的を教えてください ※複数選択可



回答の選択肢	回答数	
自然・景観を見る	52.17%	12
おいしい特産品を食べる	43.48%	10
温泉	34.78%	8
のんびり過ごす	56.52%	13
仕事	0.00%	0
史跡めぐり	26.09%	6
買物	8.70%	2
飲食店・カフェ	13.04%	3
ドライブ	4.35%	1
海水浴	4.35%	1
サイクリング	0.00%	0
釣り	0.00%	0
他観光地への経由で訪問・宿泊をした	13.04%	3
大会参加・応援	0.00%	0
合宿	0.00%	0
イベント・コンサート	0.00%	0
親族・友人・知人に会う	0.00%	0
病院	0.00%	0
冠婚葬祭	0.00%	0
その他 (具体的に)	4.35%	1
全回答数: 23		

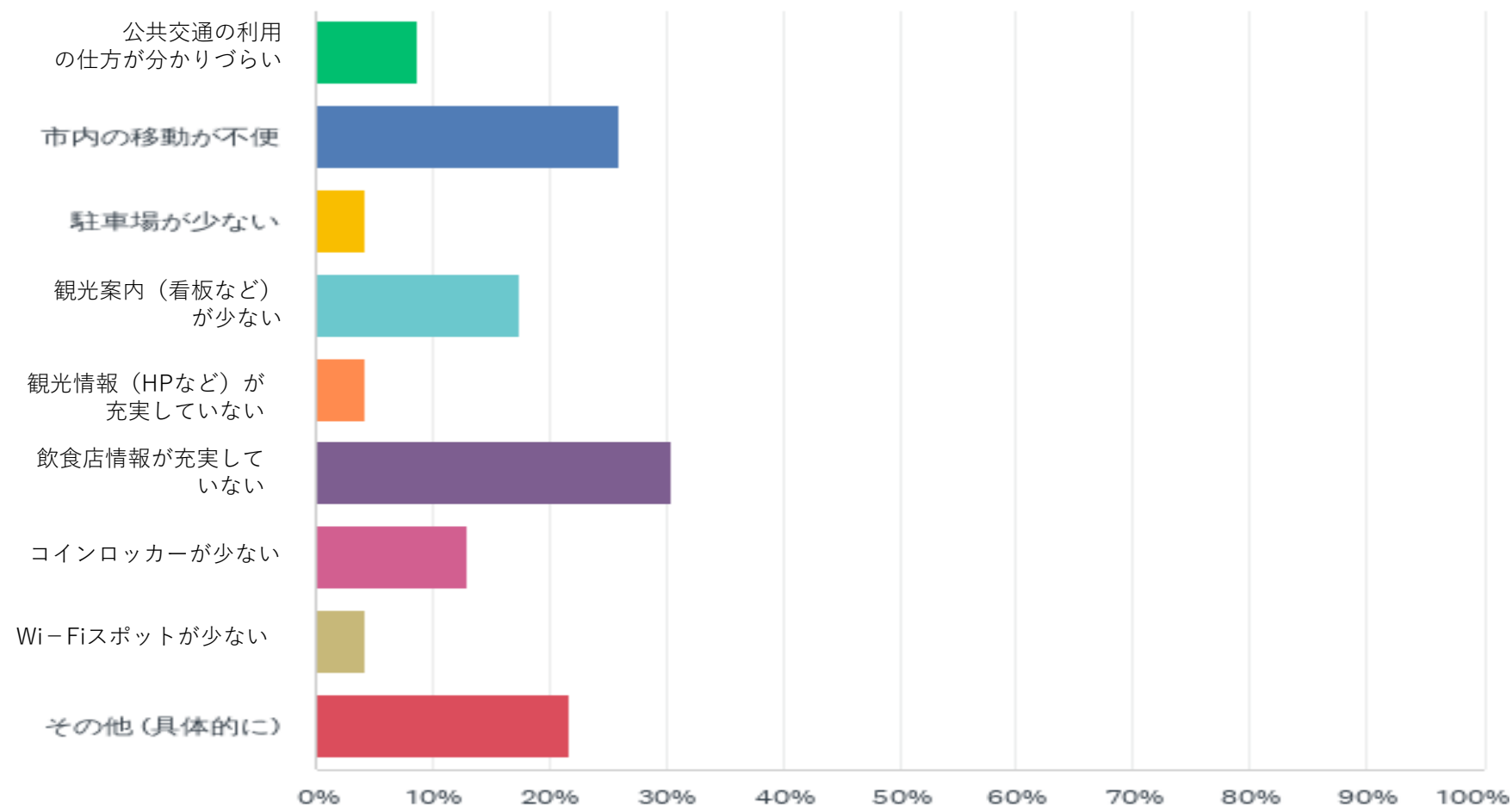
和歌山市内宿泊者アンケート調査結果共有

Q21: 和歌山市内で消費した（もしくは消費予定の）金額を教えてください

宿泊費	朝食代	ランチ代	夕食代	喫茶・スイーツ代	お土産代	体験料や入館料	その他
¥500							
¥24,000	¥4,000	¥2,000	¥10,000	¥2,000		¥3,000	
¥8,000	¥500		¥500			¥800	
		¥6,300			¥5,600	¥800	
		¥1,000		¥2,000	¥1,000	¥1,000	
¥100,000	¥15,000	¥20,000	¥20,000	¥5,000	¥50,000	¥6,000	
¥150,000		¥6,000	¥8,000	¥2,000	¥5,000		¥30,000
¥15,000	¥2,000	¥3,000	¥3,000	¥500	¥1,000		
¥17,000	¥1,000	¥4,000	¥4,000	¥1,000			
					¥5,600		
¥0	¥200	¥2,000	¥0	¥800	¥1,400	¥800	
¥100,000		¥30,000	¥20,000		¥50,000	¥419	
¥16,000	¥1,500	¥3,000	¥3,000	¥3,000	¥5,000	¥3,000	
¥10,000	¥2,000	¥4,000	¥4,000	¥4,000	¥6,000	¥3,000	¥4,000
¥0	¥0	¥0	¥0	¥0	¥1,980	¥800	¥0
¥6,500	¥0	¥3,000	¥3,200	¥1,500	¥6,000	¥0	¥2,000
¥0	¥0	¥0	¥0	¥350	¥360	¥800	¥0
		¥3,000			¥3,000		
¥40,000	¥10,000	¥20,000	¥20,000	¥10,000	¥20,000		
¥40,000							
¥2,300							
					¥10,000		

和歌山市内宿泊者アンケート調査結果共有

Q22: 和歌山市を観光する際に不便と感じたことがあれば教えてください ※複数選択可



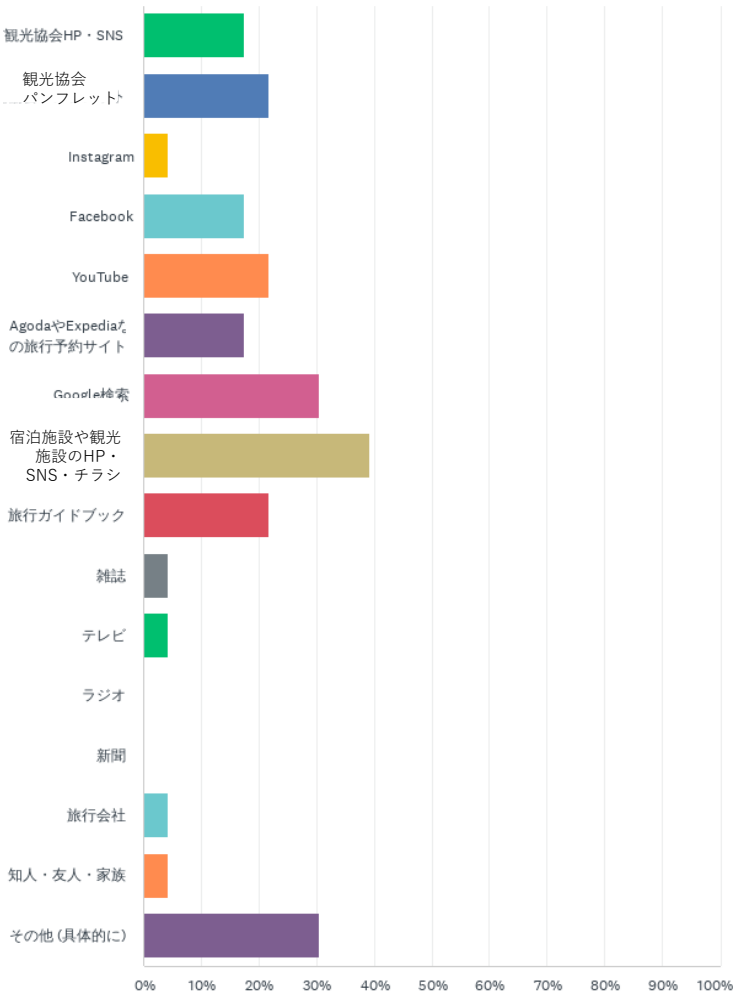
和歌山市内宿泊者アンケート調査結果共有

Q23: Q22で回答いただいた不便な事項に対して、どう改善されれば不便なく観光を楽しめる（もしくはまた来たいと感じる）と思いますか？

ゴミ箱を追加する
観光プロモーションの改善
観光ルート上に簡単にアクセスできる英語の説明書を置き、英語を話すガイドを増やす
飲食店に関する有益な情報の提供
和歌山電鉄に大きな荷物預かりボックスがあってほしい
標識を増やし、交通手段を増やす
公共交通機関の案内を追加する、観光スポットへの直接アクセスを増やす
もう少しロッカーを増やしてほしい
電話予約の代わりにオンライン予約ができると、日本語を話さない人でも簡単に予約できる
バスの終便が早すぎる
バス停の設置を増やす
バスの時刻表と時間帯をもっと知りたい
QRコードを追加して、近くのお店の情報を提供することができる
バス停留所とバス車内の英語表示の増加
JR和歌山駅から市内の観光地まではバスで30分以上かかるので、時間が足りないと感じることが多い。 各観光地を結ぶ観光バスがあれば、もっと楽になるはずだ。
エスカレーターやエレベーターなどの増設

和歌山市内宿泊者アンケート調査結果共有

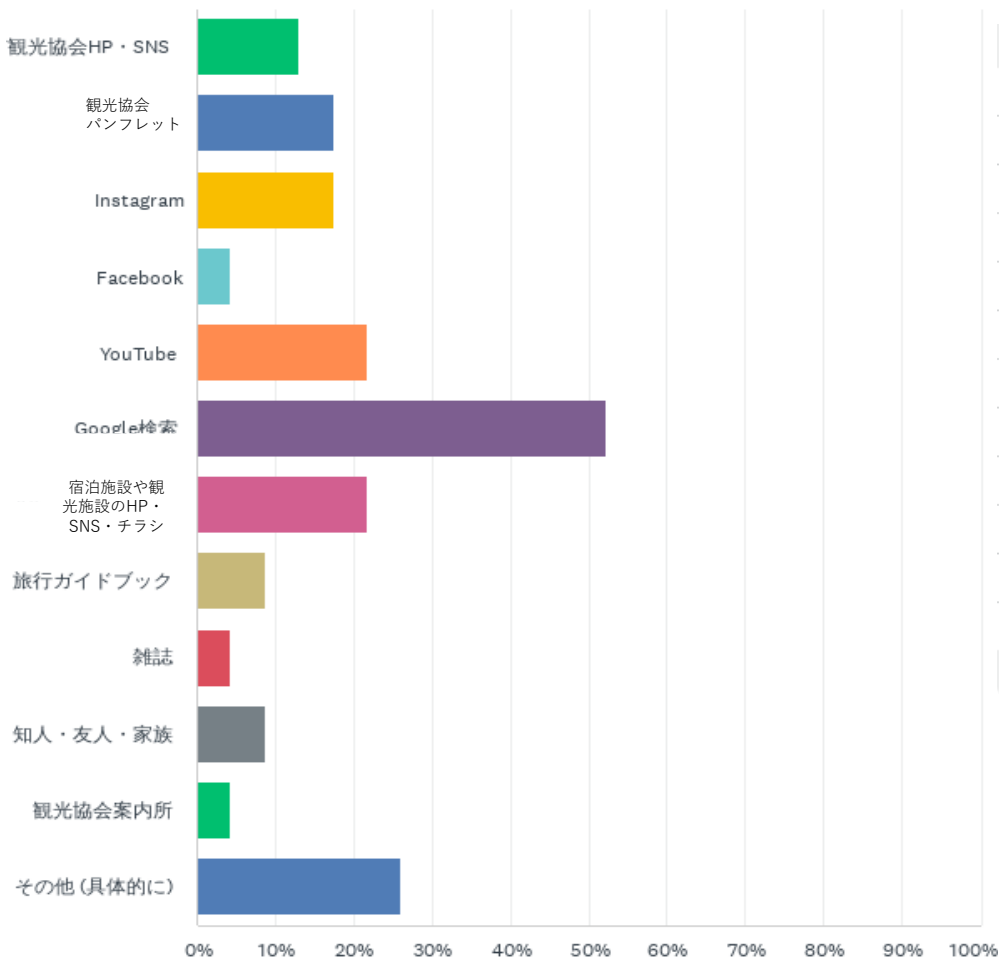
Q24: 和歌山市へ来訪する前にされた、情報収集方法を教えてください ※複数選択可



回答の選択肢	回答数	
和歌山市観光協会HP・SNS	17.39%	4
観光協会パンフレット	21.74%	5
Instagram	4.35%	1
Facebook	17.39%	4
YouTube	21.74%	5
AgodaやExpediaなどの旅行予約サイト	17.39%	4
Google検索	30.43%	7
宿泊施設や観光施設のHP・SNS・チラシ	39.13%	9
旅行ガイドブック	21.74%	5
雑誌	4.35%	1
テレビ	4.35%	1
ラジオ	0.00%	0
新聞	0.00%	0
旅行会社	4.35%	1
知人・友人・家族	4.35%	1
その他(具体的に)	30.43%	7
全回答数: 23		

和歌山市内宿泊者アンケート調査結果共有

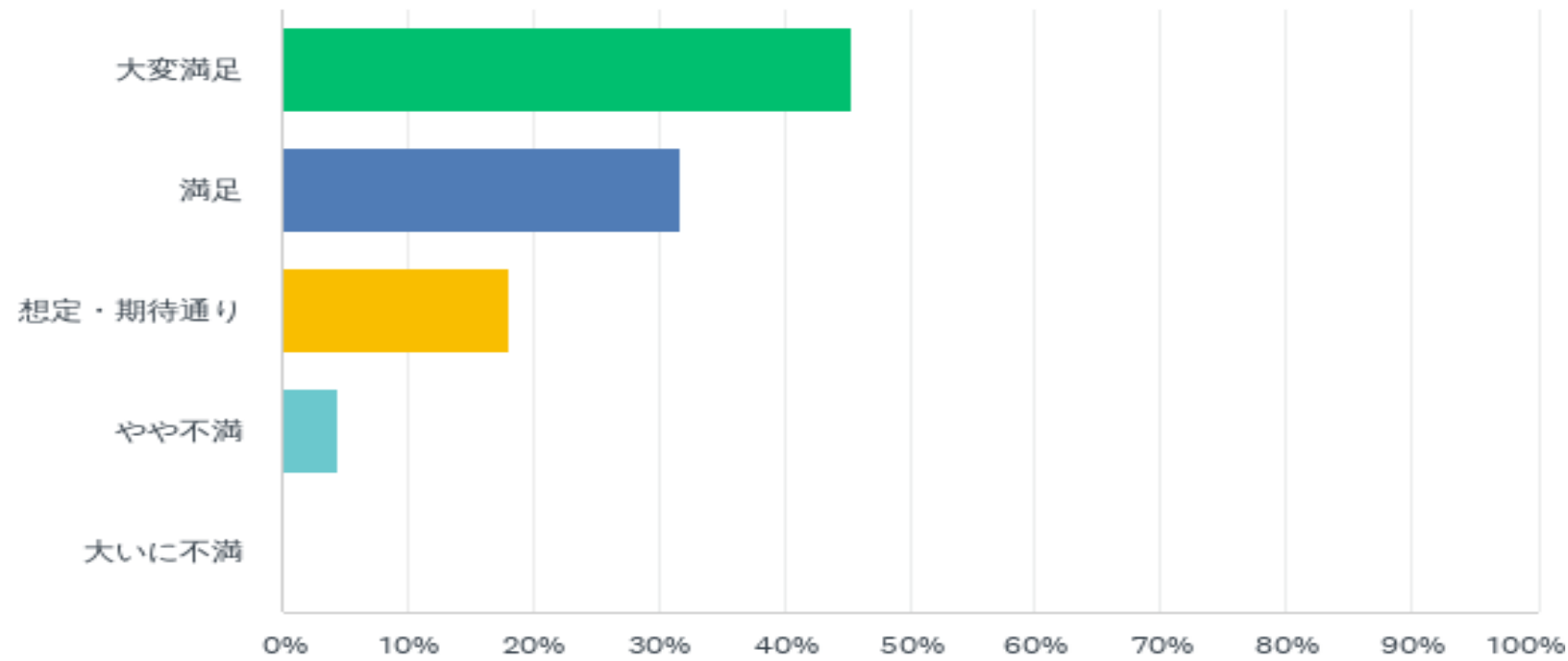
Q25: 和歌山市をご旅行中にされた、情報収集方法を教えてください ※複数選択可



回答の選択肢	回答数	
和歌山市観光協会HP・SNS	13.04%	3
観光協会パンフレット	17.39%	4
Instagram	17.39%	4
Facebook	4.35%	1
YouTube	21.74%	5
Google検索	52.17%	12
宿泊施設や観光施設のHP・SNS・チラシ	21.74%	5
旅行ガイドブック	8.70%	2
雑誌	4.35%	1
知人・友人・家族	8.70%	2
観光協会案内所	4.35%	1
その他(具体的に)	26.09%	6
全回答数: 23		

和歌山市内宿泊者アンケート調査結果共有

Q26: 今回の和歌山市への旅行全体の満足度を教えてください



和歌山市内宿泊者アンケート調査結果共有

Q27: Q26で回答した理由や、どう改善されれば満足度が上がるかを教えてください

家族で和歌山に一泊してリラックスしたかったのですが、完璧でした。
小さな子供向けのアクティビティや施設が充実していると嬉しいです。
交通機関が時刻どおりに運行する
英語の表記を増やしてほしい
静かで、休日にはもってこい
観光客にとっては、特に和歌山は都会から遠いので、融通が利くように遅くまで営業している場所があるべきだ。
沿線に飲食店をもっと増やした方がいい。
また来たい
楽しい時間を過ごせた
TAMA電車博物館と貴志駅が大好きだった！TAMA電車に乗って、よんたまも見たかったです。
のんびりとした街を期待していたが、期待通りだった。
KUROSIOはよく故障したり遅れたりするので、私たちの旅の計画に大きな影響を及ぼし、他の交通手段を使うこともできますが、時間が長くなってしまいます。
もっとKUROSIOを整備してください！
JRのホームにはエレベーターがない。

令和6年度近畿運輸局によるDMO伴走事業

和歌浦エリア地域事業者観光整備状況 ヒアリングシート

令和6年10月31日（木）

和歌浦エリア地域事業者様観光整備状況

和歌山バス株式会社様

和歌山市内路線バス、関西空港リムジンバス、横浜・上野・東京ディズニー行バス、各種貸切バスなどを運行しているバス会社

【住所】 和歌山県和歌山市和歌浦西一丁目8番1号

【担当】 佐伯様

【Web】 <https://www.wakayamabus.co.jp/>

【SNS】 <https://x.com/wakayamabus/>

外国人来訪状況と現在の対応

- ・路線バスは生活交通の位置づけであり、外国人が多いという実感ない
- ・空港リムジンバスは、関空から近いわりに外国人の利用が少ない印象（コロナ以降便数を減らしていることが理由として考えられる）
- ・現在、和歌山市内を訪れている外国人観光客の多くは、鉄道・タクシー・レンタカーを利用していると考えられる
- ・外国人向けの施策として、多言語表記は行っているが和歌山市内に関しては、南紀白浜などに比べてそこまでフォローの必要を感じていない。
- ・外国人を対象にした交通バス・周遊バスのようなプランを販売したことはない。（アイデアとしては出るが）なかなか話がまとまらない。
- ・以前は「スルッとKANSAI」で鉄道とのセット販売を行っていたが、利用者はそれほど多くなかった。

外国人観光客への本音

ぜひ来ていただきたいと考えている。

日本人来訪状況と現在の対応

路線バスの利用者は、土日になると圧倒的に少なくなるが、観光客らしき人が若干いるように思われる。観光地を巡るときは路線バスよりもレンタカーのほうが利便性が高いため、多くの人はそちらを利用しているのではないかと。同じく利便性の面から、ホテルの送迎バスを利用する人も多い。

本事業に関するご意見・ご要望

課題抽出などは意義があることだと思うが、プロジェクトに継続性がないと、結局自分でどうにかしたほうが早いと感じることも多い。二次交通の維持は社会課題でもあるが、収益性を考えるとそこだけに注力するわけにもいかない。また、宿泊や土産販売などを含めて考えるべき問題なので、観光協会などに音頭をとっていただきたい。和歌浦エリアに路線バスで送客するとして、便数はどうするのか、宿泊施設の受け入れ体制はどうかなど、それぞれの事業者の事情を踏まえて進める必要がある。何らかの仕組みを作ることは、非常に重要だと認識している。

今後の展望・課題

- ・朝と夕方の通勤通学時間帯に利用者が集中しているため、昼間の時間帯に外国人観光客は来てくれれば生活交通の維持につながると考えている。
- ・外国人に限ったことではないが、観光客が路線バスを利用する場合、観光地と観光地を結ぶアクセスが乏しい点が課題である。
- ・定期観光バスもそうだが、需要によっては現実的に便数を増やす・路線を増やす対応は難しい可能性が高い。

今後の展望・課題

乗務員不足などを理由に、空港リムジンバスの便数をコロナ禍以前の水準に戻すことができていない。

今後の展望・課題

地域全体として、路線バスの利用者は減少傾向にある。また、乗務員の高齢化、法改正、カスハラといった背景もあり、現状の便数維持ですら難しい。

和歌浦エリア地域事業者様観光整備状況

名勝庭園 養翠園様

紀州徳川家第十代藩主徳川治宝はるとみにより造営された松を主体とする約33,000㎡におよぶ国指定名勝の大名庭園

【住所】 和歌山県和歌山市西浜1164

【担当】 代表取締役 藤井清様

【Web】 <https://yosuien.com/>

【SNS】 <https://www.instagram.com/yousuien/?hl=ja>

外国人来訪状況と現在の対応

- ・ 正式なデータをとっていないが、全体の10～20%が外国人の印象。
- ・ 欧米人（アメリカ・カナダなど）、韓国人、台湾人、中国人などが多い状況。
- ・ 以前は韓国などから30～40名で来る大型団体のツアー行程に組み込まれることが多かったが、最近は10～15名の小団体や個人が多い。
- ・ 個人客が増えたことで、路線バスやレンタルサイクルを利用して「養翠園」まで来られるお客様が増えた（タクシー利用は少ない）。

今後の展望・課題

- ・ HPは多言語対応になっているが、現地でお客様にお渡しする説明書きパンフレットを多言語で作成し、設置していきたい。
- ・ 翻訳の課題などがあり、県の観光連盟に相談しようか検討中。現在はジェスチャー対応や、スマホの翻訳機を使用してコミュニケーションを取っている

毎年同じ行程ではなく、片道選べると良い

外国人観光客への本音

日本人・外国人という区別をして呼び込みを考えたことは無いが、庭園を楽しんで頂けたら嬉しい。

今後の展望・課題

来訪した外国人観光客が良い印象を持って頂き、口コミ等で宣伝してほしい。

日本人来訪状況と現在の対応

日本全国からいらっしゃっていただけているが、西は岡山、東は名古屋までの在住者が来られることが多い
平日に農協観光様経由で、50名～300名の団体ツアーが入ることもあり

今後の展望・課題

和歌山市全体の観光が活性化されるように各観光地や事業者を全体的に広告宣伝をしてほしい

本事業に関するご意見・ご要望

- ・ インバウンドを誘致したい気持ちがありつつも、和歌山市内の交通など、地域の受入体制をまずは整えてほしい。
- ・ 地域住民のためだけではなく、観光客向けにアクセスが便利になるよう整備して、各観光スポットを面で繋いで地域全体が観光で潤う仕組み作りをしてほしい。

和歌浦エリア地域事業者様観光整備状況

80ESPRESSO WAKAURABASE様

和歌浦漁港に隣接する老舗高級旅館石泉閣をリノベーションしたカフェ。海を一望できるロケーションで、食事やスイーツを楽しむことができる

【住所】 和歌山県和歌山市新和歌浦4-16新館南2階
【担当】 大伴様
【Web】 <https://80espresso-jp.com/>
【SNS】 <https://www.instagram.com/80.espresso/>

外国人来訪状況と現在の対応

- ・土日は外国人客の来訪が日に2~3組程度見られる。以前は中華圏（特に香港）が多かったが、最近は欧米系も増えている。
- ・外国人の場合、Googleのマップや口コミを見て来られる方が多い。
- ・過去に中国からの団体旅行年に2~3回実施した実績がある。食後のデザート的位置付け。
- ・外国人客にはローマ字表記のメニューを提示し、指差しで対応している（翻訳機などは使用していない）。会計時のコミュニケーションにおいて、特に困った経験はない。Instagramでは、英語でも情報発信。翻訳には契約しているAIを使用している。
- ・外国人には「肉なしで」などメニュー外のものを求められることがあり、できるだけ対応している。

今後の展望・課題

- ・過去中国からの団体ツアーを受け入れていた際は、現地で注文を取っていたため対応が大変だった。今後は、あらかじめ用意しているメニュー（専用デザートプレートまたは同一価格帯から選択）の事前予約・決済であればオペレーションがスムーズになると考えている。
- ・自社サイトに予約フォームを設けているが、対応は日本語のみ。外国語で予約対応を行うのはハードルが高い。
- ・日本人向けには食べログとRettyを利用しているが、外国人FIT向けにも外国語対応しているOTAで、同様のサービスを利用できると理想的である。

外国人観光客への本音

インバウンドのお客様は、とても重要だと思っている。和歌浦エリアを楽しむコンテンツ一つとして、カフェの存在も知ってほしい。

今後の展望・課題

週末は客席が十分に埋まっているため、平日に外国人のお客様を増やしたい。

日本人来訪状況と現在の対応

県外からの来訪を促すため、SNSのアクセス表記などを工夫している。大阪からのお客様が多いが、奈良県などからも車で来られる方が多い。料亭時代の蔵の食器を活用し、年配のお客様も楽しめるようにしている。

今後の展望・課題

本事業に関するご意見・ご要望

外国人のお客様を増やしたいので、店側でできることや市や県の企画にあてはまることがあれば教えてほしい。旅行会社などの送客側には、目的地を点で目指すのではなく、面で認知し、回ってもらえるようなコンテンツを造成してもらいたい。和歌浦エリアの魅力が伝わるようなWEB販売・販促を行ってほしい。

和歌浦エリア地域事業者様観光整備状況

和歌の浦遊覧船様

普段はしらす漁で活躍する現役の漁船に乗って、万葉集にも詠まれた風光明媚な景勝地「和歌の浦」の本格的な臨場感・開放感を愉しめる

【住所】 和歌山県和歌山市新和歌浦 1 - 1

【担当】 横田様

【Web】 <https://wakanourabay.com/>

【SNS】 <https://www.instagram.com/cruising.wakanoura/>

外国人来訪状況と現在の対応

- ・ 4～10月期間で、ピークは春秋となり、クルージング観光を行っている。
- ・ 平日は基本運行無し、予約制のみの運行としている。
- ・ 国内旅行客がほとんどで、**外国人旅行客は全体の約10%ほど。**
- ・ **中華圏の個人旅行客が多い**状況。
- ・ **予約方法はHPのお問い合わせか、お電話のみの受付**としており、コロナ以降は当日チケット購入は受け付けていない。
- ・ 外国人観光客は、SNS等や、雑誌掲載、GoogleMapを見て訪れている（当日事前予約のみと知らず外国人が来ることもある）。
- ・ 団体ツアーの場合11名まで乗船が出来る（過去旅行会社から団体ツアー受注があり、2回に分けて実施したこともあった）。

今後の展望・課題

- ・ 過去OTAで販売していたこともあったが、リピーターの予約動線がOTAになって手数料が取られてしまうことが懸念。
- ・ インバウンド旅行客からの口コミを伸ばしたい。

外国人観光客への本音

- ・ 日本語での説明のため、インバウンドのお客様だと、コミュニケーションが取りづらく、言語の壁課題と感じる。（喋れる人を挟んでコミュニケーションをとったりしている）

今後の展望・課題

自社の言語対応力UPが必要。外国のお客様が来てくれても、言葉が通じないと、**コミュニケーションが取れず苦戦している。**

日本人来訪状況と現在の対応

- ・ 近年水難事故等が多発しているおり、遊覧船などの観光が敬遠されていると感じる。

今後の展望・課題

少しでも多くの人達に体験してもらい、楽しんでもらいたい。

本事業に関するご意見・ご要望

インバウンドのお客様に対しても、予約時や乗船時の言語対応の壁なく、コミュニケーションが取れるようにしたい。

和歌浦エリア地域事業者様観光整備状況

紀州東照宮様

和歌山市、国の重要文化財にも指定されている神社。約400年の歴史と伝統を持ち、当国有数の名勝として伝承されている

【住所】 和歌山県和歌山市和歌浦西2丁目1-20

【担当】 西川様

【Web】 <https://www.kishutoshogu.org/>

【SNS】 https://x.com/kishu_toshogu

外国人来訪状況と現在の対応

- ・外国人参拝者は**全体の約5～10%ほど**。
- ・以前はアジア旅行者、**コロナ以降は欧米旅行者が増えてきている**状況。
- ・長期滞在や旅慣れた個人旅行客が多い。
- ・レンタカー、レンタサイクル、路線バスを利用して来訪されることが多い。

今後の展望・課題

・社殿の貸切等は出来ないが、巫女さんが付き添ってご案内する体験プランは実施している。

▼個人

拝観のみ：300円、巫女さん案内プラン：500円

▼団体（30名）

上記金額の1割引

所要時間：1時間

・紀州東照宮の上記プランとセットで、友ヶ島や和歌山城と一緒に回って和歌山市を長く滞在してほしい。

外国人観光客への本音

・個人の参拝者さんは旅慣れていると見受けられるが、団体で来訪する方は、添乗員の力量にかかっている。（コロナ前の中国からのクルーズ船団体客などは添乗員が外国籍でルール・マナーをわきまえないこともあり困っていた）

今後の展望・課題

通訳や日本の旅行会社に所属している添乗員さんが付いている団体は、マナーも良く説明も行き通るため、安心して受け入れられる。

日本人来訪状況と現在の対応

- ・社殿の拝観には、新規／市外／40代以上の方（その年代の方が神仏への関心が大きい）、の信仰や近隣観光を期待している。
- ・ご祈祷やお祓いには、常連／和歌山市民／小さい子供がいる家族／40～50代の個人の来訪を期待している。

今後の展望・課題

客足がコロナ以前に戻って来ていないので、その対策に追われている。

本事業に関するご意見・ご要望

- ・この地域に、来てくれている観光客に長くとどまってもらえるような工夫を考えられれば、神社の他の産業も潤うのではと思っている。例えば和歌山城に来た人に、和歌浦に回ってもらえるような工夫。自動車で来訪する人が多いので、自動車から見える道路表示などがあると良い。
- ・神社という性質上、ホテルや飲食業、観光施設とくらべ工夫の仕方が限定されると思いますが、神社の参拝者・地域の観光客の増加につながる良い手立てがあれば嬉しい。

和歌浦エリア地域事業者様観光整備状況

紀州温泉 元気の湯 新和歌ロジ様

紀州温泉「天然足赤エビの宿」新和歌ロジ 和歌浦の波音を感じる宿。
自慢の足赤エビ料理と、天然温泉や美しい和歌浦の景色に癒される

【住所】 和歌山県和歌山市新和歌浦2-3

【担当】 大瀬様

【Web】 <https://www.shinwakalodge.com/>

【SNS】 <https://www.instagram.com/shinwakalodge/>

外国人来訪状況と現在の対応

- ・外国人旅行客は**全体の約3%ほど**。
- ・台湾、香港が多い状況。
- ・ツアーなどの団体客は無し。

今後の展望・課題

- ・外国人旅行客の割合が少ないため、現状はあまり注力していない。

外国人観光客への本音

- ・チェックイン等の到着時間が遅くなるのはやめて欲しい。
- 予め団体ツアー等に組み込まれていたら解消する可能性あり

今後の展望・課題

外国人旅行客数がコロナ禍前まで戻ってほしい。

日本人来訪状況と現在の対応

- ・熟年夫婦などの層に平日利用をしてほしい。

今後の展望・課題

客足がコロナ以前に戻って来ていないので、その対策に追われている。

本事業に関するご意見・ご要望

コロナ以前は、東京・大阪・京都などのゴールデンルートで外国人旅行客が賑わっているというニュースをよく聞くようになってから、1年後位に和歌山市エリアにも外国人客がじわじわと増えて来たという実感があった。**コロナ後もインバウンドが戻りつつある昨年**から、**1年後の今年にかけて増えて来るかと期待していたが、現状なかなか厳しいため少し諦めぎみになってしまっている。**

和歌浦エリア地域事業者様観光整備状況

わかうら食堂様

和歌浦湾を一望できる築90年の家屋を活かした食堂。和歌浦湾が一望できる眺望の良さも魅力で、美しい景観を見ながら美味しい料理が食べられる

【住所】和歌山県和歌山市新和歌浦4-16 【担当】駿河様
【Web】<https://wakaurashokudou.foodre.jp/>
【SNS】https://www.instagram.com/wakaura_syokudou/

外国人来訪状況と現在の対応

- ・欧米人（国はわからない）4%・アジア（中国香港台湾韓国）4%
- ・夜メニューは外国語対応メニューを設置しているが、メインで来客が見られる昼メニューについては外国語対応をしていない。
- ・現状は外国語対応を取らずともなんとかこなしているが、言語問題は多少あるため可能であれば対応していきたい
- ・特に西洋系の方は成分系の話は聞かれることも多く、ビーガン・ベジタリアン向けのメニューの需要はあるため準備したい（現状は人手不足で対応できていない）

今後の展望・課題

- ・メニューの多言語化
- ・インバウンド向けの発信など
- ・需要に応じてビーガン・ベジタリアン向けのメニュー対応

外国人観光客への本音

外国の方が喜ばれる料理なので、海外に発信したい。ここ半年で土日祝については店のキャパ以上、平日も相当の来店数だが、来年末の目標が売上20%UPなので、インバウンドで増やしたい。

今後の展望・課題

来訪してもらい、SNS投稿してほしい

日本人来訪状況と現在の対応

来客の3割が和歌山、4割が大阪、1割が奈良、1割が京都兵庫
ペットと同席できるため遠方からのリピーターも多い。
現在は人手が足りないため1時間制としており心苦しい

今後の展望・課題

リピーターの方・わかうら食堂を目的地として遠方より訪問される方に対し、より愛のある店作り・ファン作りをしていきたい

本事業に関するご意見・ご要望

キラコンテンツがあるわけではないが、宿泊施設もあり、街歩きができ、食事も美味しく総合的な魅力が多くあるため、その総合力を押し出して行きたい。

和歌浦エリア地域事業者様観光整備状況

鷹屋様

昭和40年創業。和歌山市で進物、お土産、お茶菓子として長く親しまれている和歌浦せんべい、てまりせんべいを製造

【住所】和歌山県和歌山市和歌浦南2丁目8-1

【担当】林様

【Web】

【SNS】

外国人来訪状況と現在の対応

- ・店舗も運営しているが、ごく小規模。たまに通な外国人が自転車で訪ねてくる程度。ホテル客室の茶菓子として置いていただいたり、土産物店で販売するなど、**卸を中心に展開しているため、顧客に占めるインバウンド比率などはよくわからない。**
- ・純喫茶リエールなどのカフェで、パフェなどに使用してもらっている。そういう場面で外国人の皆さんにも細々とアピールできているのかもしれない。

今後の展望・課題

店舗が小さく、団体ツアーの立ち寄り先などには適さないため、観光造成に関与できるイメージがない。

外国人観光客への本音

お土産屋さんで多くの人に手に取ってほしいと思っている。

今後の展望・課題

和歌浦エリアがにぎわうのは非常にありがたいので、できることがあれば協力したいと思っている。

日本人来訪状況と現在の対応

同上

今後の展望・課題

同上

本事業に関するご意見・ご要望

和歌浦エリアに人を集めるイベントなどがあればぜひ出店したい。たくさんの店舗が立ち並ぶなかに参加するイメージ

和歌浦エリア地域事業者様観光整備状況

株式会社MANPA様

和歌山港にほど近い岬の突端に建つ眺望自慢のホテルを経営。和歌浦湾を一望できる温泉露天風呂が人気

【住所】 和歌山県和歌山市新和歌浦2-10 和歌の浦温泉 萬波

【担当】 坂口様

【Web】 <https://bso0028.bsj.jp/>

【Web】 <https://www.manpa.co.jp/>

外国人来訪状況と現在の対応

- ・インバウンドは、宿泊客の1~2割程度。台湾・香港からの旅客が多い。団体旅行の宿泊地には含まれない地域なので、FITが多い。販路としては、エキスペディア、WAmazingなど。
- ・（一般にインバウンドは客単価が高いなどと言われているが）、そのような実感はない。インバウンドの誘客に取り組む意向がないため、言語対応を含む外国人向け施策は特に行っていない。
- ・「外国人が来ない観光地」として和歌山市を売り出すべきだと考えている。

今後の展望・課題

- ・海外客はコアリピーター層を除けば、リスクのほうが多いと考えている（新型コロナ、SARSなどの外部要因に大きく左右されるため）。
- ・特に和歌浦エリアは観光地としては弱いため、国内誘客に注力するのが妥当と考えている。和歌山県内では、白浜などのエリアに交通アクセスが集中している。
- ・和歌浦エリアにインバウンドを呼び寄せるのは難しいのではないかな。

外国人観光客への本音

外国人ではなく、日本人にたくさん来ていただきたい

今後の展望・課題

特になし

日本人来訪状況と現在の対応

私どもの旅館を満喫していただきたい

今後の展望・課題

特になし

本事業に関するご意見・ご要望

インバウンド客を全く呼びたくないわけではないが、経営判断としてインバウンドに注力することは難しい。

和歌浦エリア地域事業者様観光整備状況

和歌浦天満宮様

菅原道真が祀られ、学問の神様として信仰されている。「日本の三菅廟」の一つ。本殿は国の重要文化財に指定されている

【住所】 和歌山県和歌山市和歌浦西2-1-24

【担当】 小板様

【Web】

【SNS】

外国人来訪状況と現在の対応

- ・外国人は全体の1割程度、すべて個人。中国からの旅客が最も多い。最近はフランス人が増えており、その他イギリス、ドイツ、アメリカ、南米、ロシアなど様々な地域から訪問が見られる。
- ・外国語対応は翻訳機などを使うのではなく、辞書を駆使してコミュニケーションを図っている。
- ・口コミ評価を見聞きして訪問している方が多い。
- ・外国人の目当ては日本らしい建造物や風光明媚な景色。ご朱印（500円）は非常に人気がありスタンプではなく墨で手書きしている点が評価を得ている。
- ・事前に連絡があれば、神楽や書道のイベントを実施したり、抹茶でおもてなししたりすることもできる。神主自ら箏を嗜むほか、書道や弓道、相撲、和歌、詩吟など、日本文化に造詣が深い。

今後の展望・課題

事前に連絡があれば、団体も受け入れ可能。社務所におもてなし可能なスペースもあり、30名ほどであれば抹茶をお出しすることもできる。神楽は事前に打診があれば、踊り手を手配する。

外国人観光客への本音

templeは中国やインドにもあるが、shrineは日本固有のもの。興味を持っていただくのはウェルカムである。

今後の展望・課題

要望があれば対応するのはやぶさかでない。

日本人来訪状況と現在の対応

(詳しくうかがえず)

今後の展望・課題

(詳しくうかがえず)

本事業に関するご意見・ご要望

よそにはない価値を提供している自負があるため、何かあれば声を掛けていただきたい。

和歌浦エリア地域事業者様観光整備状況

玉津島神社様

「和歌三神」に数えられる衣通姫尊を祀る神社。平安時代から多くの歌人が和歌を奉納してきた。境内を含む周辺地域は「和歌の浦」として国の名勝に指定

【住所】 和歌山県和歌山市和歌浦中3丁目4-26

【担当】 田畑様

【Web】 <https://tamatsushimajinja.jp/>

【SNS】 <https://www.instagram.com/tamatsushimajinja/>

外国人来訪状況と現在の対応

- ・9月から10月にかけて、中国からのお客様が多数来訪。家族連れが多かった。月に3組ほど、フランス人のお客様（女性2～3人連れ）もみられた。
- ・外国人のお客様にはご朱印やお守りを授与している。

今後の展望・課題

外国人観光客への本音

次に来日されたときにもお越しいただけるような、リピーターになってもらいたい。

今後の展望・課題

コロナ禍前のように、たくさんの外国の方に来ていただきたい。

日本人来訪状況と現在の対応

子どものころ和歌山で育った人が、何十年後にふと思い出してきていただけるような場所でありたい。

今後の展望・課題

本事業に関するご意見・ご要望

事業者別に参考になる提案があれば、提案者名非公開で教えてもらえるとありがたい（年1回程度）。

和歌浦エリア地域事業者様観光整備状況

(社名非公開)

交通関係の事業者。※社名は伏せてほしいと強くご要望

【住所】 非公開

【担当】 非公開

【Web】

【SNS】

外国人来訪状況と現在の対応

- ・インバウンドには力を入れていない。
- ・観光協会が配布している英語の指差しシートは存在するが、「Wakayama Station」など簡単な単語以外の行き先はそもそも聞き取れないため、うまくコミュニケーションが取れていない。
- ・乗務員の高齢化が進み、スマホでさえ使えない人もいる状態。スマホの翻訳アプリなども使えないため、外国人対応までは手が回らない。

今後の展望・課題

インバウンドに注力している事業者はほかにあるはずなので、よそを当たっていただきたい。

外国人観光客への本音

対応しかねるため、特になし

今後の展望・課題

特になし

日本人来訪状況と現在の対応

特になし

今後の展望・課題

特になし

本事業に関するご意見・ご要望

特になし

令和6年度近畿運輸局によるDMO伴走事業

和歌浦エリア地域事業者観光整備状況 定例会議 議事録とその様子

令和7年3月14日（金）

【キックオフミーティング】 令和6年8月26日（月）

■仕様書について

①宿泊施設へのアンケート調査について

<調査対象ホテル>

- ・現状は年に4回ほど調査にご協力をいただいている旅館がある。
一方でインバウンドが実際に多く泊まっているビジネスホテル（ドミーイン・東横イン・カンデオホテルズ）は、本社に確認が必要になる等で実施が難しい状況。
グランヴィアのみご協力いただける。
- ・WAmazingから繋がりのあるホテルの本社に打診するのはOK。
- ・和歌山市観光協会様から打診できるホテルの一覧リストを提供いただく。

<調査質問内容>

- ・和歌山大学の教授と会話する中で、来訪目的や訪問ルートの調査が明確に出来ていないことが現状の課題と認識している。
- ・現在実施している質問内容が国内向けとなっている（選択肢に“じゃらん”がある等）ことから、インバウンドが実際に利用するOTAに変更するなど海外向けに内容を変更する必要もある。
- ・回答回収の仕方については、回答者の負担が少なくなるようなWEB回答(QRコード)で進めていく。

<今後の動き>

- ・WAmazingにて調査内容案を作成し、近畿運輸局や和歌山市観光協会様にご確認いただく。参考意見として、八島教授にもご確認をいただく。

②検討会について

- ・新和歌浦など、地域を絞って影響力のある方をメンバーに呼ぶことを検討したい。
- ・調査票の結果により、検討会の前に事業者様とオンライン打ち合わせ等で、現状認識や課題把握を行いたいと考えている。
- ・送客側と受入側のミスマッチを無くせるような議論を検討会では行いたい。

■スケジュール

- ・契約日は9月上旬～中旬（WAmazingより見積り提出後）
- ・実査、検討会実施時期などはWAmazingにてスケジュールを見直し、ご提案させていただく。

【日程】 2024年8月26日(月)13:00-14:30

【参加者】

近畿運輸局：近藤・土谷
和歌山市観光協会：谷口様・石桁様
WAmazing：吉川、松田、佐藤

【キックオフミーティング】 令和6年8月26日（月）

A screenshot of a Zoom meeting interface. At the top, a dark toolbar contains icons for chat, participants (7), hand raise, reaction, display, other, camera, microphone, and a red '退' (Leave) button. The main area is a grid of six video feeds. Each feed has a name label at the bottom left. The participants are: 近藤 庄大 (top left), WAmazing佐藤美涼 (ゲスト) (top middle), 谷口敬哉 (ゲスト) (top right), 和歌山市観光協会 石桁 (ゲスト) (bottom left), 土谷 柚子 (bottom middle), and yoshikawa (ゲスト) (bottom right). The bottom-right feed includes a small inset window showing another participant.

01:26

チャット 参加者 手を挙げる リアクションする 表示 その他 カメラ マイク 共有 退

近藤 庄大

WAmazing佐藤美涼 (ゲスト)

谷口敬哉 (ゲスト)

和歌山市観光協会 石桁 (ゲスト)

土谷 柚子

yoshikawa (ゲスト)

【第一回定例会議】 令和6年9月18日（水）

①アンケート

- インセンティブは特産品を想定し、9/25現地視察の際に確認、検討
- アンケートを実施する宿泊施設16施設のリストを送付
- 9/25現地視察の際に依頼文を持参して宿泊施設に打診を行う予定。
その際に近畿運輸局・和歌山市観光協会様のお名前をお借りする

②分析会について

- 検討会の事前に目的を定めるための打ち合わせを実施
- 八島教授による分析がしやすい手法で進めていく（11月はオンライン・オフラインなど検討）
- 第一回分析会は10/8(火)10:00 - 11:00で設定

③和歌山市内の事業者様を対象とする事前ヒアリング

- お声掛けする事業者様は15社を想定。（内訳：宿泊5施設、神社仏閣3施設、飲食店3社、漁業卸売2社、交通1社
→実際に15社以下となった場合でも、調査を通じて協力いただける事業者様に打診していく
上記15社以外にも観光協会に会員登録されていない事業者にも一斉メール等でヒアリングすることは可能
- 和歌山市観光協会様より各事業者様に向けて、ヒアリングシートの趣旨のご説明など、ご一報いただく
- ヒアリングシート内容は、下記のような設問の追加を検討する
 - (1)ポジティブな聞き方で本音を引き出せるような設問
 - ・事業者様にとって国内旅行客／訪日観光客に何を期待されますか？
 - ・インバウンドの誘客の必要性を感じますか？
 - (2)回答いただく年齢
 - ・事業者様の意識作りも目的としているため、回答対象はトップに近い方に回答いただく
 - ・一方でこれからを担っていく世代にもヒアリングをして意見を拾いたい

④日程調整

第一回検討会(対面)：29(火)午後、31(木)午後のどちらかで調整
第二回検討会(オンライン)：12/4(水)で調整
10月定例会議：10/24(木)13:00-14:00で設定

【日程】9/18（水）14:00 - 15:00

【参加者】

近畿運輸局：原田、近藤、土谷
和歌山市観光協会：谷口様、石桁様
和歌山大学：八島教授
WAmazing：飯伏、吉川、松田、佐藤

【第一回定例会議】 令和6年9月18日（水）

Zoom ミーティング

2 info の画面を表示しています ビュー オプション

表示

サインイン

1. 【ご相談】和歌山市内観光施設におけるアンケート実施につきまして

【想定スケジュール】

- 9/30(月) アンケート文言翻訳、アンケートフォーム作成
- 10/1(火) アンケートチラシ作成、印刷出し、発送
- 10/4(金) 和歌山市内宿泊施設にアンケートチラシを納品、アンケート募集開始
- 10/28(月)以降 第一回検討会にて速報値を提出

⇒（ご相談）スライド11枚目の検討会実施日等のスケジュールと併せてご相談させていただきます

【アンケート実施想定宿泊施設】

- ▼旅館
 - ・和歌山 加太温泉 加太海月
 - ・双子島荘
 - ・花山温泉 薬師の湯
- ▼ホテル
 - ・ホテルグランヴィア和歌山

⇒（ご相談）上記和歌山市内の旅館施設を記載しております。
対象宿泊施設について、抜け漏れがないかご確認いただけますでしょうか。
また上記以外で、和歌山市観光協会様が連携されている候補施設一覧などございましたら、ご共有いただけますと幸いです。

2 info

3

4

5

ミュート解除 ビデオの停止 参加者 チャット 画面共有 変換 AI Companion リアクション アプリ ホワイトボード ノート 詳細

デスクトップの表示

サインイン

2 info

WAmazing 松田久美子

WAmazing 佐藤

和歌山市観光協会 石橋

谷口敬哉

近畿運輸局 近藤

近畿運輸局観光部 土谷

shinji_yoshikawa

近畿運輸局 近藤

【第二回定例会議】 令和6年10月24日（木）

①アンケート回収状況のご共有

検討会では10/28朝集計時点の結果を一部抽出して報告予定

②地域事業者ヒアリング状況のご共有・検討会参加状況の見通し

<ヒアリング回答いただけていない下記事業者様に検討会までご連絡を実施>

▼和歌山市観光協会様より

- ・WakanouraNatureResortEPICCHARIS
- ・(有)西出水産

▼WAmazingより

- ・和歌山バス(株)
- ・紀州温泉 元気の湯 新和歌ロジ
- ・玉津島神社
- ・名勝 養翠園
- ・80ESPRESSO WAKAURABASE ※他にご紹介いただける事業者様をヒアリング

<その他>

10/26「和歌祭わかうら花火大会」に参加される事業者は、玉津島神社が管轄している

③10/31（木）検討会の進め方

- ・会場配置（机の並べ方）、オンライン対応（Wi-Fiなど）をWAmazing社内で検討し、八島教授に事前にご連絡
- ・和歌山市観光協会様にて、現状注力しているコンテンツ課題資料などをご用意（近畿運輸局より）
- ・録画は事前に大々的に告知はせず、後ほど共有

【日程】 10/24(木) 13:00 - 14:00

【参加者】

近畿運輸局：笹尾、近藤、土谷

和歌山市観光協会：谷口様、石桁様

和歌山大学：八島教授

WAmazing：吉川、飯伏、松田、佐藤、分部

【第二回定例会議】 令和6年10月24日（木）

The screenshot shows a web browser window displaying a document from WAmazing. At the top, there are five video thumbnails of participants: WAmazing staff, Wakayama Port & Airport Authority, Wakayama Port & Airport Authority, Wakayama Prefecture Chamber of Commerce, and Yuji Yashima. Below the thumbnails is a green banner with the text "WAmazingの画面を表示しています" and a button "オプションを表示". The main content area shows a document titled "3. 【ご相談】 10/31（木）検討会の進め方". The document includes details about the consultation session, such as the date and time (October 31st, 14:00-17:00), the location (JR Wakayama University), and a list of agenda items.

【第三回定例会議】 令和6年11月26日（火）

①アンケート回収結果のご共有

- ・来訪者が不便と感じた具体的な部分や、情報提示が足りなかったのはどの言語か、など報告書で整理。
- ・和歌山市の情報ツールは多いが、来訪者にどうやってその情報まで辿り着けるようにするかも課題。
- ・紙媒体でのツール拡充も今後の課題。

②検討会の進め方

- ・スライド11枚目「和歌山市観光協会分析会」

石桁様から検討会以降の進め方や、コンテンツとコンテンツを繋ぐ案等を発表。

→1回目参加した事業者様からのコメントをいただき、双方向性を意識。

- ・スライド11枚目「旅行会社・ランドオペレーターによる提案 ※部屋分け」

Aチーム（ジェイ・リンクス+WAmazing+石桁様）／Bチーム（ジャパンホリデーラベル+WAmazing+谷口様）の2部屋に分け、交代制で送客側と受入側の全員がコミュニケーションを取れる時間を確保。

※和歌山市観光協会様は、石桁様が受入側視点（コンテンツを持つ側）／谷口様がDMO側（各事業者を取りまとめる側）として各部屋に入室。

※事業者からは一言紹介をいただき、課題感等は資料紹介のみ。

- ・ジャパンホリデー様とのマッチングについて

今年度の予算設計は難しく、検討会では次年度に向けた話し合いとして、条件（予算やスキーム）をお伝え。

【日程】 11/26(火) 10:00 - 11:30

【参加者】

近畿運輸局：原田、笹尾、近藤

和歌山市観光協会：谷口様、石桁様

和歌山大学：八島教授

WAmazing：飯伏、佐藤

【第三回定例会議】 令和6年11月26日（火）

2. 地域事業者 2 infoの画面を表示しています オプションを表示

【地域事業者ヒアリング状況】

▼WAmazingより

- ・第一回検討会前にヒアリングを実施した事業者様のうち、インバウンド誘致に否定的では無い13事業者様に呼びかけ。
- ・80ESPRESSO WAKAURABASE様の繋がりで、インバウンド誘致に興味のある事業者様を紹介依頼済み。

▼和歌山市観光協会より

- ・全事業者様（南西出水産様を含む）へ、呼びかけ。

事業者名	事前ヒアリング会実施 or ヒアリングシートご提出	第一回検討会参加	第二回検討会参加
和歌山バス南	●	●	●
名勝 養翠園	●	●	●
80ESPRESSO WAKAURABASE	●	●	●
和歌の浦遊覧船	●		●
紀州東照宮	●		●
紀州温泉 元気の湯 新和歌口ッジ	●		●

※各事業者のヒアリング内容詳細は、第一回検討会資料にてご確認ください。

© WAmazing Inc. 6 WAmazing

和歌山市観光協会 石柝の画面を表示しています オプションを表示

検討会以降のアクション

- ・送客手数料の設定（販売価格の10%）
- ・タリフの充実（送客側に向けて）
- ・既存コンテンツの洗い出し
（課題抽出、新たな取組の可能性など）

※ ユーザーの実装が appzoom.us で行われています。 共有の停止 共有を促す

【第四回定例会議】 令和6年12月17日（火）

①宿泊施設アンケート回答者への賞品配布についてご相談

- ・送付スケジュール問題無し。
- ・粗品の中でも手毬は数を減らして他の粗品と調整し、送付金額を統一。

②第二回検討会のアンケート結果共有・今後の進め方

< 検討会FB >

和歌山市観光協会谷口様より

- ・ランドオペレーターの地域を見る観点に新しく気づけた部分があった。
- ・7年前は養翠園さんや東照宮さんもインバウンド誘致に積極的ではなかったため、今回前向きになってくれて良い機会となった。

和歌山市観光協会石桁様より

- ・八島教授との分析を通して、地域の現状理解となる良い機会だった。
- ・送客側とのマッチングの場で、ジャパンホリデー様から生活路線のバスを取り扱う和歌山バスさんに、一日周遊パス等の提案をいただいたことが、新たな気づきとなった。

近畿運輸局近藤より

- ・先日の八島教授のご指摘の通り、今回の検討会を通して地域とのコミュニケーションツールになることが大事。
- ・地域事業者がDMOと一緒にあって観光客誘致に取り組めるようになることが目的の一つだったため、地域事業者も分析を通して現状把握ができて、販売に向けて前向きにならてよかった。

八島教授より

- ・ここまでの検討会実施まで上手く展開していると思うが、実際に販売スタートした際に、旅マエと旅ナカとで期待値相違が起きないように観光客へのフォローや検証が必要。
- ・上記を地域事業者にもFBも行い、PDCAサイクルまわすことで、持続可能にしていくことが大事。

WAmazing吉川より

- ・アンケート結果からも、八島教授と和歌山市観光協会様の分析を経て、地域事業者にも現状理解が進んだと感じる。
- ・検討会でのマッチング時間が足りなかったが検討会参加で終わらせるのではなく、地域事業者との接点を今後もどういうように持ち続けていけるか、事業の報告や次年度以降の方針をどのように進めるかなどを重視していく必要がある。

< 今後の進め方について >

- ・WAmazingPlayの入稿スケジュールご共有。現状養翠園さんや80ESPRESSOさんはコンテンツ単体で販売予定だが、今後新たな体験プラン等も追加して充実させていく方向。まずはインバウンド向けのOTAに掲載してどういう反応になるかを検証する。
- ・ジャパンホリデーさんと各事業者で予算をもってツアー催行する場合は良いが、行政側からの費用捻出は難しい。次年度以降の観光庁補助事業等の予算で、WAmazing/ジャパンホリデーさん/観光協会様で事業採択がされれば実現性も考えられる。
- ・ジェイ・リンクス様とのマッチングについては調整中。

【日程】 12/17(火) 11:00 - 12:00

【参加者】

近畿運輸局：原田、笹尾、近藤

和歌山市観光協会：谷口様、石桁様

和歌山大学：八島教授

WAmazing：吉川、飯伏、佐藤

【第四回定例会議】 令和6年12月17日（火）

③和歌山市観光協会コンテンツの入稿状況・二次交通手段と併せた販売のご相談

＜交通パスについて＞

WAmazing吉川より

・「(1)関西ワイドエリア周遊きっぷ」か「(4)関西・広島エリアレールパス」が売れ筋的にも良い。

最初から和歌山市内を目的にしている人に焦点を当てるより、白浜より先に行こうとしている人を和歌山市内にも誘致させる仕組みを作った方が良い。

和歌山市観光協会谷口様より

「(1)関西ワイドエリア周遊きっぷ」を持った観光客が、レンタサイクル「駅リンクン」を使用している場面をよく見かけるため、「(1)関西ワイドエリア周遊きっぷ」に決定。

＜交通パスと組み合わせせるコンテンツについて＞

「(1)関西ワイドエリア周遊きっぷ」が和歌山市内最寄りだと、和歌山駅となるため、徒歩で観光できる「和歌山城の着物体験か忍者体験」を新たに入稿し、「(1)関西ワイドエリア周遊きっぷ」と組み合わせて販売する。12/22(日)までにWAmazingへ入稿シートと写真をご提出いただく。

＜入稿合計商品数と、交通パス商品の内訳について＞

現在観光協会様よりご提出いただいている3商品に加え、「和歌山城の着物体験か忍者体験」の交通パス1商品を追加し計4商品とする。

※笹尾より：仕様書上では、二次交通手段と合わせた商品販売数は規定なし。

④プロモーション進捗のご共有

＜peachリマインダーメール掲載バナー＞

香港向け台湾向けの2通とも、peachのテストメール確認し問題無し。

＜自社会員向けメルマガ＞

文章・写真共に13ページの内容で問題無し。※写真もWAmazing選定でOK。

⑤和歌山市観光協会様入稿シートご確認

・写真は提供いただいたものの中からWAmazingで選定してOK。

・「ガストロノミー+路地歩き体験ツアー」の販売価格を「27,000円」から「32,000円」に訂正。

・多言語対応は全商品翻訳機などを用いて、英語中国語対応をいただけるとのことで修正。

※その他修正点は別途メールにて、確定版入稿シートを送付させていただく。

【第四回定例会議】 令和6年12月17日（火）

佐藤 美奈
 佐藤 美奈
 WAmazing 佐藤

佐藤 美奈
 佐藤 美奈
 WAmazing

shinji_yoshikawa
 shinji_yoshikawa
 shinji_yoshikawa

Yuji Yashima
 Yuji Yashima
 Yuji Yashima

和歌山市観光協会 石桁
 和歌山市観光協会 石桁
 和歌山市観光協会 石桁

2. 第二回 WAmazingの画面を表示しています オプションを表示

検討会アンケート結果
＜地域事業者様より＞

1 第二回検討会の開催を教えてください
4件の回答

5 「和歌山市内の各観光事業者様との取り組み」についての情報共有は、いかがでしたか？
4件の回答

3 「和歌山市観光協会に関する現状分析」は参考になりましたか？
4件の回答

9 部屋分けにて実施した、旅行会社様・ランドオペレーター様との対話はいかがでしたか？
4件の回答

※詳細はアンケート結果資料にてご確認ください。

© WAmazing Inc. 5

近畿運輸局 近藤
 近畿運輸局 近藤
 近畿運輸局 近藤

谷口敬哉
 谷口敬哉
 谷口敬哉

近畿運輸局 笹尾
 近畿運輸局 笹尾
 近畿運輸局 笹尾

和歌山市観光協会 石桁
 和歌山市観光協会 石桁
 和歌山市観光協会 石桁

近畿観光地課原田
 近畿観光地課原田
 近畿観光地課原田

3. 和歌山市 WAmazingの画面を表示しています オプションを表示 相談

入稿スケジュール ※予定

日程	対応事項
2024年12月9日(月)	WAmazingより、OTA概要・予約から精算の流れについて、ご説明
2024年12月16日(月)まで	観光協会様から入稿シートをご提出いただく ※確認事項があれば12/17(火)定例会議でご相談
2024年12月18日(水)	WAmazingにてOTA入稿手続き開始
2025年1月10日(金)まで	観光協会様から申込書をご提出いただく
2025年2月上旬までに	WAmazingPlay掲載開始

交通バス付き販売（ご相談）

【WAmazingPlayでセット販売できる交通バス一覧】
https://tw.wamazing.com/ticket?utm_source=wa-activity&utm_medium=referral&utm_campaign=header
 (1)関西ワイドエリア周遊きっぷ：和歌山駅・白浜駅・紀伊勝浦駅・新宮駅（3日間約12,000円）
 (2)関西エリアレールバス：和歌山駅（1日券約2,800円～）
 (3)関西メトロポリタンレールバス：和歌山駅・白浜駅・紀伊勝浦駅・新宮駅（5日間約12,000円）
 (4)関西・広島エリアレールバス：和歌山駅・白浜駅・紀伊勝浦駅・新宮駅（5日間約17,000円）
 ※WAmazingPlay交通バス付商品例：<https://tw.wamazing.com/activity/detail/3805>

【ご相談事項】
 ・上記4種チケットの中でご希望をお聞かせください
 ・交通バスが和歌山駅までとなるため、観光協会様コンテンツは「和歌山城着体験」がよいかと存じます
 ・入稿するコンテンツ数と、そのうちの交通バス付商品数をご相談させていただきます

© WAmazing Inc. 8

【第五回定例会議】 令和7年1月28日（火）

＜第二回検討会後の送客側とのマッチングについて＞

●ジェイ・リンクス様とのマッチング

金馬様ご指摘事項や修正後のタリフがどう改善されたのか、など実際に進めていく中で近畿運輸局、八島教授、和歌山市観光協会様にもタリフサポート内容をご報告させていただく。

●ジャパンホリデー様とのマッチング

今年度は費用の都合で見送りとなったが、マッチング希望結果は伝えており、和歌山市への誘客には興味関心を持っていただけている。

＜プロモーション進捗＞

●OTA

交通パスチケット付き商品のテストページを確認依頼。他単品商品や他事業者商品は順次掲載予定。

<https://tw.wamazing.com/activity/detail/4931?code=44017073e7b7e2aa0d5340849ceb1eb9424b83e1>

●コンシェルジュ

広報できるホテル名は現時点で不確定となる。

最終的にどのホテルのお客様から予約や問い合わせが入ったかを追える仕組みがなく把握までは難しい。

＜最終報告会の当日の流れについて＞

参加事業者から一言ずつ貰って今後の取組や関係性向上にも繋げる。

最後に八島教授より総括をいただく。

＜最終報告書の項目について＞

・和歌山市観光協会様目線でもご確認をいただく。

・事業目的や概要、スタートラインで想定される成果を冒頭に載せる。最後に事業を通した検証結果（このアクションによって、これが変わったか）が分かると良い。

＜マニュアルについて＞

・事業目的や概要、スタートラインで想定される成果を冒頭に載せる。加えて土台となる、DMOと事業者の関係性構築の部分も一文入れておく必要がある。

・販売結果などの数値結果と、下記のような事業者様との関係性向上の結果も載せる

（石桁様より）この事業を通して事業者様と距離が近くなった、地域の横のつながりをもってインバウンド誘客に取り組んでいく意識を持てた、宿泊事業者から直接ご提案をいただいた、今回が良いきっかけとなった。

【日程】 1/28(火) 14:00 - 15:00

【参加者】

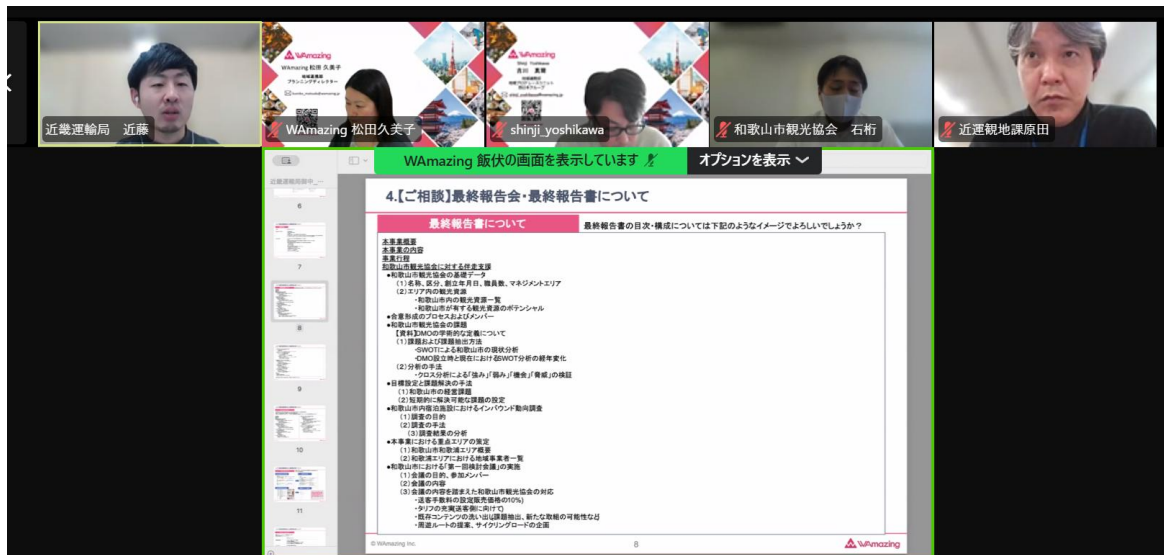
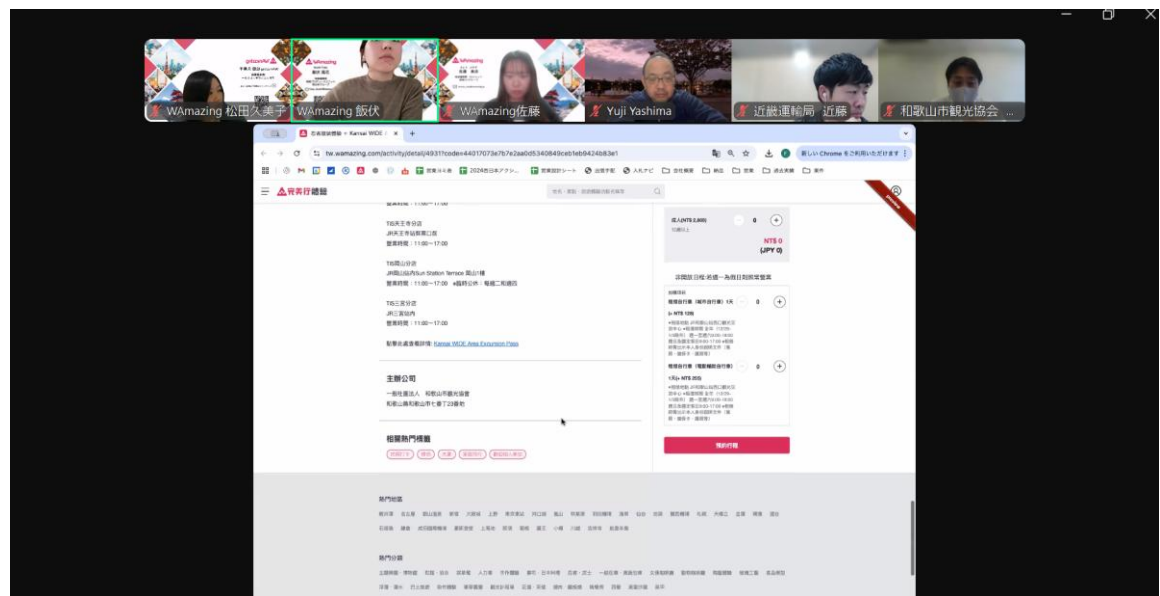
近畿運輸局：原田、近藤

和歌山市観光協会：石桁様

和歌山大学：八島教授

WAmazing：吉川、飯伏、松田、佐藤

【第五回定例会議】 令和7年1月28日（火）



【第六回定例会議（最終報告会）】 令和7年2月20日（木）

<調査分析に関して>

●八島教授より

短期的な課題から設定する手法を取り入れることで、観光協会と地域事業者が関わりやすくなるメリットを見越している。

●和歌山市観光協会 石桁様より

これまでも分析は行っていたものの、八島教授の指導により「DMOとしてのSWOT分析」を行ったことで有意義な結果を得られた。

地域事業者様にも結果共有が出来たため、今後連携するにあたっても繋がりが出来て良かった。

<全体を通して>

●和歌山市観光協会 石桁様より

この事業を通して、観光に対する理解がより深まり、観光協会として課題や対策が見えてきた。

地域事業者様にもご参加いただき、課題や成果を共有できたことが何より良かった。

●和歌山市観光協会 谷口様より

上記の一方で、事業のヒアリングに対応いただけなかった事業者もいて、地域づくりの難しさを痛感した。

観光協会独自で、SWOT分析に取り組もうとしたタイミングだったので、この事業でさらに知見を深められてよかった。

アンケートの回答数が少なかったため、今後集計数を伸ばすため、4月以降に英語でも実施予定。

●和歌山大学 八島教授より

観光協会と共通認識を持ちながら進めることができてよかった。

アンケートを取って分析するだけでなく、検討会で対面で実施したり、送客側ともマッチングできたり繋がりが持てて良かった。

ランドオペレーターからタリフ改善の意見をいただいたことで線として繋がった。今後も循環を続けていきたい。

●養翠園 藤井様より

送客側と繋がりができて、ランドオペレーターのタリフの添削もしていただけたことが良かった。

実際の送客までは繋がっていないものの、繋がる努力はしていかないといけない。

これまでは庭園の説明書きも日本語版しか用意がなかったが、英語版も制作中。中国語は苦戦している(→観光協会でご対応いただけることに)

長いようで短かったと感じ、もっと長期間伴走していただけると有難い。

【実施日】 2/20(木) 15:30 - 17:00

【参加者】

近畿運輸局：近藤、嶋林

和歌山市観光協会：谷口様、石桁様

和歌山大学：八島教授

WAmazing：吉川、飯伏、松田、佐藤

和歌山バス：佐伯様

養翠園：藤井様

【第六回定例会議（最終報告会）】 令和7年2月20日（木）

●近畿運輸局 近藤

事業としては終了するが、これで終わりではないので、和歌山市観光協会様や事業者様からのご相談は今後も是非いただきたい。実際に事業終了後に、和歌山市観光協会様がアンケート集計など継続してくれていることが成果に感じる。財源問題などDMOの課題が多い中、地域事業者様とコミュニケーションをとるなど人材の繋がりは大事。分析やアンケート結果をコミュニケーションツールの一つとして利用していただけるのも良い。

●WAmazing 佐藤より

八島教授の分析手法も勉強になり、和歌山市の観光資源の現地の魅力にも改めて触れられた時間となった。地域事業者様と送客側のマッチングができ、プラン販売開始やタリフサポートを実施するなど、誘客に向けて動き出すことができたため、今後実績に繋げていきたい。

●WAmazing 松田より

初めて和歌山市に伺って、和歌山市の1300年続く街並みや魅力を感じられた。社内でも和歌山市や養翠園様の魅力をお伝えさせていただいている。今後も観光客の誘致が出来るように協力していきたい。

●WAmazing 飯伏より

旅行者に販路やプロモーションをすることに加え、和歌山観光協会様を通じて、受入側の構築に携わることが出来たことが良かった。地域事業者様の体制整備をしていく進め方や成果を見ることができたため、好事例を他DMOに展開していきたいと思っている。

【第六回定例会議（最終報告会）】 令和7年2月20日（木）

