

観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和4年10月31日

1. 観光地域づくり法人の組織

申請区分 ※該当するものを ○で囲むこと	広域連携DMO・ 地域連携DMO ・地域DMO	
観光地域づくり法人の名称	(公社)和歌山県観光連盟	
マーケティング・マネジメント対象とする区域	区域を構成する地方公共団体名 和歌山県	
所在地	和歌山県和歌山市	
設立時期	昭和23年8月1日 和歌山県観光連盟設立 平成4年7月28日 一般社団法人和歌山県観光連盟へ移行 平成24年4月1日 公益社団法人和歌山県観光連盟へ移行	
職員数	17人【常勤14人(正職員6人・出向等8人)、非常勤3人】	
代表者(トップ人材：法人の取組について対外的に最終的に責任を負う者)	(氏名) 寺本 雅哉 (出身組織名) 和歌山県	当連盟会長として、また和歌山県商工観光労働部長として、各種関係団体との繋がりを有し、多様な構成団体からなる当連盟を牽引している。
連盟事務局本部事務監督者	(氏名) 鈴木 雅之 (出身組織名) 和歌山県	和歌山県職員としての業務経験を活かし、当連盟事務局本部事務局長として、本部の事務執行を監督する。
データ収集・分析等の専門人材(CMO：チーフ・マーケティング・オフィサー)	(氏名) 成田 佳代「専従」 (出身組織名) (公社)和歌山県観光連盟	メディア等を利用したプロモーション業務経験を活かし、マーケティング業務全般を担う。
財務責任者(CFO：チーフ・フィナンシャル・オフィサー)	(氏名) 中村 佳代「専従」 (出身組織名) (公社)和歌山県観光連盟	公益法人の法定事務や予算・決算、会計事務等の業務経験を活かし、財務関係の執行・管理業務全般を担う。
フィルムコミッションの責任者(専門人材)	(氏名) 米田 彰夫「専従」 (出身組織名) (公社)和歌山県観光連盟	映画やテレビ番組、CM等の撮影に必要な各種手続の支援業務の経験を活かし、フィルムコミッション関係の業務を担う。
プロモーション(インバウンド誘致)の責任者(専門人材)	(氏名) 渡 叶恵「専従」 (出身組織名) (公社)和歌山県観光連盟	アメリカでの留学や前職での海外出張等の経験及び語学能力を活かし、インバウンド誘致を目的としたプロモーション業務を担う。

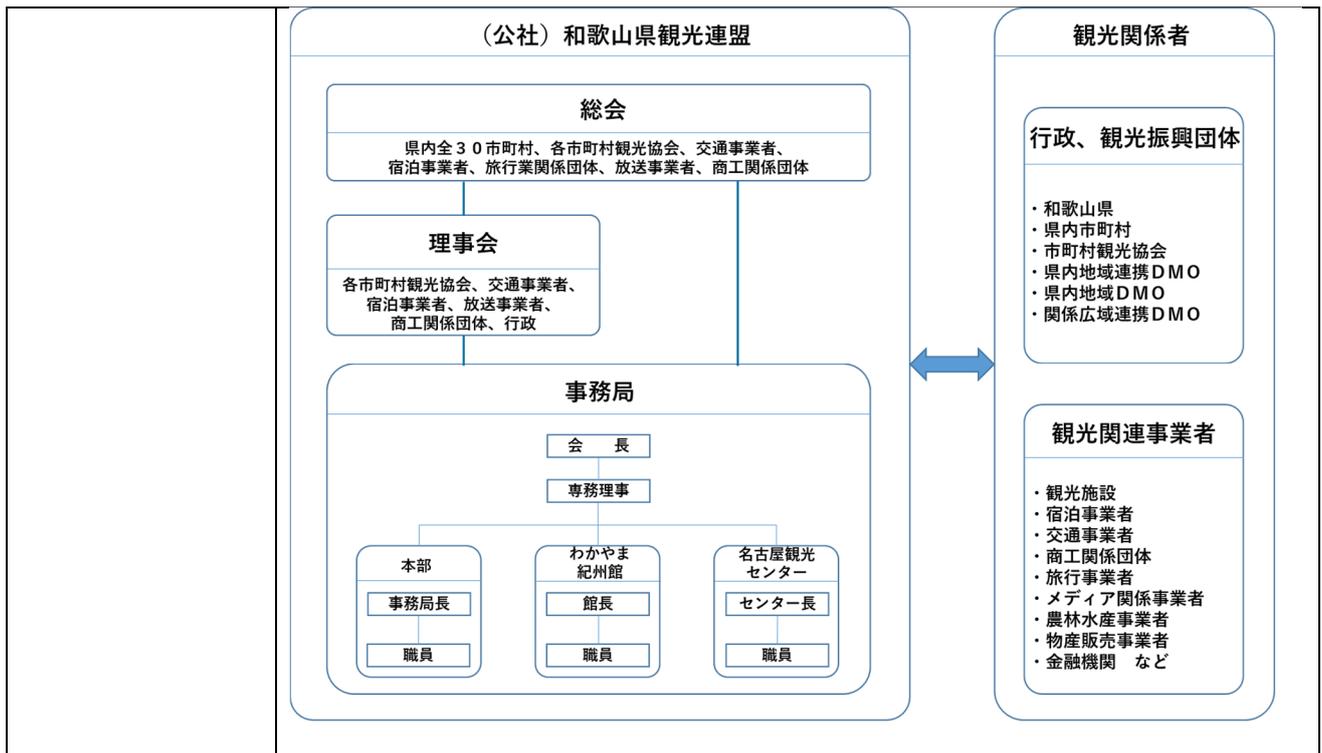
(別添) 様式 1

<p>連携する地方公共団体の担当部署名及び役割</p>	<p>和歌山県 観光振興課（観光政策全般）、観光交流課（インバウンド誘致）、食品流通課（観光物産振興）、企業振興課（観光物産振興）、教育委員会（文化財活用）、環境生活総務課（自然公園等の活用）、食品・生活衛生課（旅館業法）、地域政策課（地域の魅力づくり）、総合交通政策課（公共交通）、県土整備部（道路、河川、港湾、空港、公園利用） 県内各市町村 観光担当課（観光情報提供、PRイベント、誘客キャンペーン、国内外プロモーション）</p>
<p>連携する事業者名及び役割</p>	<p>各市町村観光協会（観光情報提供） 和歌山県旅館ホテル生活衛生同業組合（宿泊施設） 県内各旅館・民宿組合（宿泊施設） 県内登録DMO （一社）高野山麓ツーリズムビューロー、（一社）和歌山市観光協会、（一社）田辺市熊野ツーリズムビューロー、（一社）紀の川フルーツ観光局、（一社）高野山観光協会、（一社）南紀白浜観光協会、（一社）那智勝浦観光機構、（一社）紀州の環 県内候補DMO （株）南紀白浜エアポート 関係広域連携DMO （一社）関西観光本部 県内宿泊事業者、交通事業者、旅行事業者、特産品関係、商工関係団体、金融機関、放送事業者など</p>
<p>官民・産業間・地域間との持続可能な連携を図るための合意形成の仕組み</p>	<p>【該当する登録要件】① ○公益社団法人として、総会（年1回）、理事会（年2回）を開催し、当連盟の重要事項について意思決定を行っている。 ○当連盟の理事は、観光資源の関係者として各市町村の観光協会、宿泊事業者、交通事業者、行政、商工関係団体、放送事業者等、幅広い分野の代表者から選任され、意思決定に関与している。 ○当連盟事務局が、総会及び理事会を主導している。</p>
<p>地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進の取組</p>	<p>(単独都府県の地域連携DMOのため、記入不要)</p>
<p>法人のこれまでの活動実績</p>	<p>(活動の概要) 和歌山県観光振興課、和歌山県観光交流課、県内市町村観光担当課、県内各市町村観光協会、県内登録DMO・県内候補DMO・関係する広域連携DMO、観光関連事業者等と連携し、以下の事業に取り組んでいる。 【令和2年度の主な事業】 1 和歌山の魅力発信 （1）和歌山県観光情報誌「紀州浪漫」制作 （2）メディア対策 企画提案活動の実施、雑誌・WEB等への出稿、「水の国、わかやま。」キャンペーンの展開、「サイクリング王国わかやま」の展開、企業とのタイアップ、わかやまバンド大使「岡本玲」さんによるPR、観光連盟ホームページ、広告出稿 （3）「わかやまフィルムコミッション」による映画等のロケ誘致 （4）集客力のある展示会等への参加</p>

(別添) 様式 1

	<p>(5) 旅行会社対策 (6) コンベンション誘致 (7) 観光キャンペーンスタッフ「きのくにフレンズ」によるPR活動 (8) わかやま紀州館事業 (9) 名古屋観光センター事業 (10) 国際観光推進 (11) 和歌山ファンクラブ運営 (12) 広域連携 (13) 県との共働事業 「蘇りの地、わかやま」キャンペーン、「水の国、わかやま。」キャンペーン、サイクリング王国わかやま、わかやま歴史物語、プロモーションの実施、教育旅行誘致推進、スポーツ合宿の誘致、日本遺産認定を契機とした取り組み</p> <p>2 和歌山の魅力向上 (1) 体験事業者・語り部のおもてなし向上 (2) インスタグラムを活用した魅力発信 (3) 「わかやま紀州館」における和歌山県産品展示運営 (4) 本部、観光センター運営</p> <p>(定量的な評価) ○観光入込客総数 (出所：令和2年観光客動態調査(和歌山県)より) 約24,784千人(前年比69.9%) ○日帰り客数 (出所：同上) 約21,540千人(前年比72.0%) ○宿泊客数 (出所：同上) 約3,244千人泊(前年比59.0%) ○外国人宿泊客数 (出所：同上) 約45千人泊(前年比9.0%)</p>
<p>実施体制 ※地域の関係者との連携体制及び地域における合意形成の仕組みが分かる図表等を必ず記入すること(別添可)。</p>	<p>(実施体制の概要) (公社)和歌山県観光連盟が母体となり、行政、観光協会をはじめとした観光関係者や宿泊事業者、観光施設等の観光関連事業者等、多様な関係者が参画する官民が密接に連携した運営を実施する。</p> <p>(実施体制図)</p>

(別添) 様式 1



2. 観光地域づくり法人がマーケティング・マネジメントする区域

【区域の範囲が分かる図表を挿入】



【区域設定の考え方】

当連盟は、昭和23年に設立され、平成4年に法人化し、現在に至るまで、長年にわたって各市町村及び市町村観光協会等と連携しながら、和歌山県全域を活動区域として観光振興に取り組んできた。

また、当連盟は、和歌山県から県全域を対象として、受託や補助を受けて事業を実施している。

こうした経緯を踏まえ、今後も安定的かつ継続的に観光振興に取り組む観点から、これまでの活動に引き続き、和歌山県全域を地域連携DMOとしての活動区域として設定することが適切であると考える。

(別添) 様式 1

【観光客の実態等】

	令和2年	令和元年	前年比
観光入込客総数	約24,784千人	約35,433千人	69.9%
延べ宿泊者数	約3,244千人泊	約5,502千人泊	59.0%
外国人延べ宿泊者数	約45千人泊	約502千人泊	9.0%
観光消費額	133,226百万円	158,070百万円	84.3%

【観光資源：観光施設、商業施設、自然、文化、スポーツ、イベント等】

(1) 観光施設

和歌山城、マリーナシティ、白崎海洋公園、アドベンチャーワールド、白浜エネルギーランド、すさみ町立エビとカニの水族館、串本海中公園、太地町立くじらの博物館など

(2) 商業施設

和歌山M I O、イオンモール和歌山、黒潮市場、とれとれ市場など

(3) 自然

○国立公園

吉野熊野国立公園、瀬戸内海国立公園

○国定公園

金剛生駒紀泉国定公園、高野龍神国定公園

○県立自然公園

高野山町石道玉川峡県立自然公園、竜門山県立自然公園、生石高原県立自然公園、西有田県立自然公園、煙樹海岸県立自然公園、城ヶ森鋒尖県立自然公園、果無山脈県立自然公園、白見山和田川峡県立自然公園、古座川県立自然公園、大塔山県立自然公園

○ラムサール条約湿地

串本沿岸海域

○日本ジオパーク

南紀熊野ジオパーク

(4) 文化

○世界文化遺産

紀伊山地の霊場と参詣道（熊野本宮大社、熊野速玉大社、熊野那智大社、那智山青岸渡寺、那智大滝、補陀洛山寺、金剛峯寺、慈尊院、丹生官省符神社、丹生都比売神社、熊野参詣道（中辺路、大辺路、小辺路、伊勢路）、大峰奥駈道、高野参詣道（町石道、三谷坂、京大坂道不動坂、黒河道、女人道）など）

○日本遺産

- ・鯨とともに生きる（新宮市、那智勝浦町、太地町、串本町）
- ・絶景の宝庫 和歌の浦（和歌山市、海南市）
- ・「最初の一滴」 醤油醸造の発祥の地 紀州湯浅（湯浅町）
- ・「百世の安堵」～津波と復興の記憶が生きる広川の防災遺産～（広川町）
- ・1300年つづく日本の終活の旅～西国三十三所観音巡礼～（那智勝浦町、和歌山市、紀の川市）
- ・女性とともに今に息づく女人高野～時を超え、時に合わせて見守り続ける癒しの聖地～（九度山町、高野町）
- ・「葛城修験」－里人とともに守り伝える修験道はじまりの地－（和歌山市、橋本市、紀の川市、岩出市、かつらぎ町）

○無形文化遺産

那智の田楽

○国指定重要無形民俗文化財

河内祭の御船行事など

(別添) 様式 1

(5) スポーツ

- 熊野古道トレッキング、登山、サイクリング、カヤック・SUP・ダイビング・シュノーケリングといったマリンスポーツなどの体験・アクティビティ
- 温暖な気候を活かしたスポーツ合宿の誘致

(6) イベント

和歌祭り、那智の扇祭り、高野山万燈供養会、淡嶋神社雛流しなど

(7) 温泉

白浜温泉、龍神温泉、勝浦温泉、本宮温泉郷など

(8) 県産品・グルメ

○海産物

生マグロ、タチウオ、イセエビ、クエ、マダイなど

○農産物

みかん、うめ、かき、もも、はっさく、いちご、さんしょう、じゃばらなど

○畜産物・ジビエ

熊野牛、イノブタ、紀州うめどり、ジビエなど

○その他物産

しょうゆ、みそ、梅酒、日本酒など

○工芸・産業製品

紀州漆器、紀州箆笥、紀州へら笥、保田紙、御坊人形、皆地笠、那智黒硯、野鍛冶刃物、紀州雛、棕櫚箆、根来寺根来塗、紀州高野組子細工、たわし、紀州備長炭など

○グルメ

和歌山ラーメン、精進料理、しらす丼、なれずし、めはりずし、さんまずし、くじら料理など

(9) その他世界に認められた資産

○世界農業遺産

みなべ・田辺の梅システム

○世界かんがい施設遺産

小田井用水路

(10) その他の観光資源

	歴史・神社・仏閣	施設	自然・アウトドア・体験	博物館・美術館
紀北地域	岩橋千塚古墳群、加太・友ヶ島の砲台跡、伊太郎神社、日前神宮・國懸神宮、龜山神社、木本八幡宮、都麻津姫神社、宇賀部神社、橋本神社、根来寺、子安地藏寺、隅田八幡神社、丸高稲荷神社、熊野古道紀伊路	和歌山電鐵貴志川線（貴志駅のネコ駅長）、各道の駅（四季の郷公園、ねごろ歴史の丘、くしがきの郷、青洲の里、かつらぎ西、柿の郷くどやま、根来さくらの里、紀の川万葉の里）、ハイランドパーク粉河、和歌山県植物公園緑化センター、恐竜ランド&極楽洞、黒沢牧場	海水浴場（加太海水浴場、磯ノ浦海水浴場、浪早ビーチ、片男波海水浴場、浜の宮海水浴場）、各地キャンプ場、フルーツ狩り（みかん、ぶどう、かき、なし、キウイフルーツなど）、サーフィン、ダイヤモンドトレイル、パラグライダー、カヤック、カヌー、SUP、ゴルフ、釣り	和歌山県立博物館、和歌山市立博物館、和歌山市立こども科学館、和歌山県立自然博物館、紀州漆器伝統産業会館うるわし館、九度山・真田ミュージアム
紀中地域	興国寺、道成寺、小竹八幡神社、寺内町散策、熊野古道紀伊路	各道の駅（しみず、San Pin 中津、しらまの里、みなべうめ振興館、明恵ふるさと館、あらぎの里、白崎海洋公園）、浜のうたせ	みやまの里森林公園、海水浴場（産湯海水浴場）、各地キャンプ場、フルーツ狩り（みかん、ぶどう、かき、なし、キウイフルーツなど）、有田巨峰村、戸津井鍾乳洞、あらぎ島、白崎クルーズ、ダイビング、カヤック、SUP、ゴルフ、釣り	稲むらの火の館、戸津井鍾乳洞資料館
紀南地域	熊野三所神社、金刀比羅神社、救馬溪観音、潮御崎神社、無量寺、新宮城跡	各道の駅（ふるさとセンター大塔、龍神、イノブータンランド・すさみ、志原海岸、熊野古道中辺路、紀州備長炭記念公園、潮峡街道熊野川、奥熊野古道本宮、おくとろ、水の郷日高川龍游、一枚岩、橋はなの湯、なち、灘の拝太郎、田辺市龍神ごまさんスカイタワー、くしもと橋杭岩、虫喰岩、くちくまの、すさみ、たいじ）、潮岬観光タワー	海水浴場（扇ヶ浜海水浴場、臨海浦海水浴場、江津良海水浴場、白良浜海水浴場、橋海水浴場、すさみ海水浴場、里野海水浴場、橋杭海水浴場、田原海水浴場、玉ノ浦海水浴場、くじら浜海水浴場、湯川海水浴場、那智海水浴場、宇久井海水浴場、三輪崎海水浴場）、各地キャンプ場、フルーツ狩り（みかん、ぶどうなど）、観光筏下り、川舟下り、グラスボート、紀の松島巡り、ダイビング、シュノーケリング、ホエルウォッチング、ドルフィンスイム、ラフティング、キャニオニング、カヤック、カヌー、SUP、ゴルフ、釣り	京大大学白浜水族館、南方熊楠記念館、串本応挙芦雪館、トルコ記念館、落合博満野球記念館、熊野古道中辺路美術館

(別添) 様式 1

(11) 観光資源の活用方法

- 「サイクリング王国わかやま」、「水の国、わかやま。」、「わかやま歴史物語」、「世界遺産」、「日本遺産」といったテーマ別で観光資源を活用し、観光客への訴求を図る
- 働き方の多様化に伴うワーケーション、プレジャーといった「新たな旅のスタイル」の普及に伴い、特にワーケーションでの活用を推進
- コロナ禍で需要の高まりを見せるキャンプや自然指向などのアウトドア市場における活用を促進

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

(上段：軒数、下段：定員(人))

	ホテル	旅館	民宿	ゲストハウス	国民宿舎	休暇村	ユースホステル	青少年旅行村	青年の家 少年自然の家	年金保養センター	寮 保養所	宿坊	貸別荘	キャンプ場	民泊	その他	計
紀北地域	40	29	16	25	2	3	0	0	2	0	0	52	0	17	36	25	247
	4,699	1,856	292	336	130	452	0	0	417	0	0	6,185	0	1,495	163	747	16,772
紀中地域	16	27	38	6	2	0	1	0	2	0	1	0	2	10	10	30	145
	728	1,103	1,034	51	282	0	20	0	456	0	100	0	100	1,133	59	1,375	6,441
紀南地域	49	81	211	71	5	1	2	1	2	1	21	0	12	18	179	14	668
	6,472	11,084	5,096	892	535	173	63	300	299	190	736	0	106	3,003	1,374	2,893	33,216
総計	105	137	265	102	9	4	3	1	6	1	22	52	14	45	225	69	1,060
	11,899	14,043	6,422	1,279	947	625	83	300	1,172	190	836	6,185	206	5,631	1,596	5,015	56,429

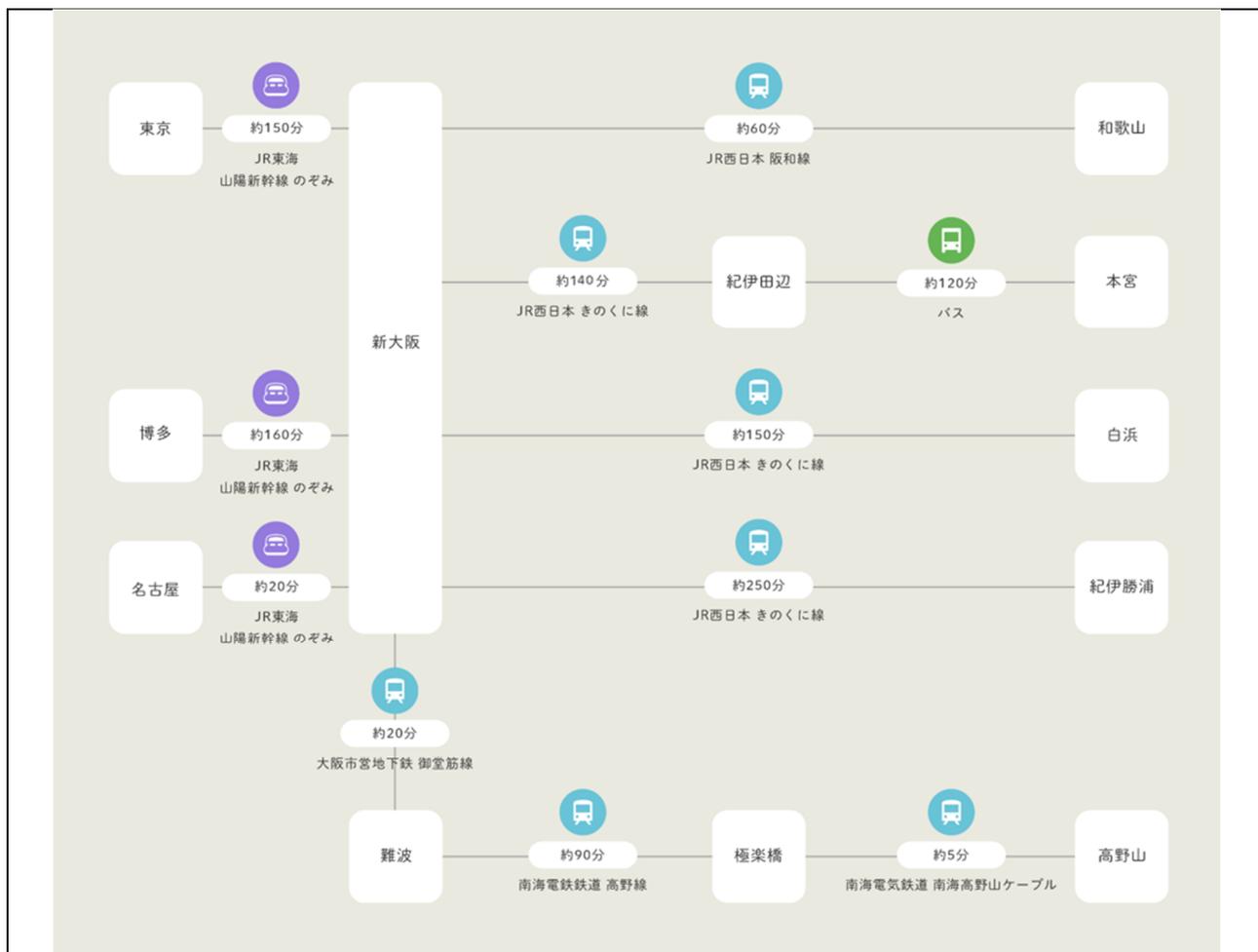
(出所：令和2年観光客動態調査(和歌山県)より)

【利便性：区域までの交通、域内交通】



【和歌山県のアクセスガイド】

(別添) 様式 1



【主要都市から県内主要観光地の所要時間（鉄道利用時）】

(2) 航空

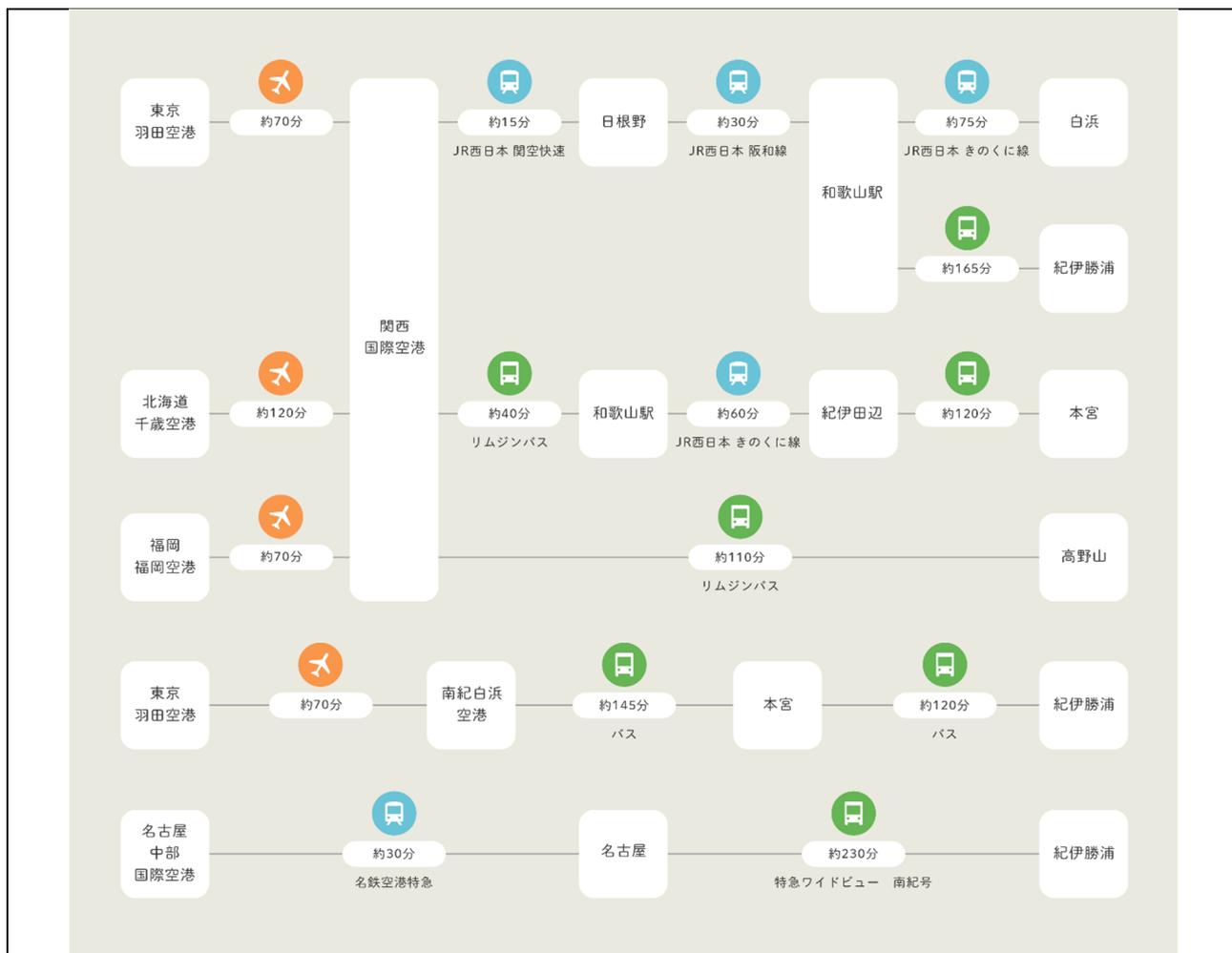
○南紀白浜空港

県南部に位置する主要観光地の白浜と羽田空港を約70分の所要時間で結んでいる。1日往復3便あり、首都圏からのアクセスを良好なものとしている。和歌山県と株式会社南紀白浜エアポートは、平成30年7月に南紀白浜空港民間活力導入事業に係る実施契約を締結し、空港運営事業が民営化された。同社は令和2年10月16日に地域連携DMOの候補DMOとして登録されており、空港を核とした地域活性化を図っている。また、ターミナルビルの増築により、国際便の就航を見据えた税関や検疫、出入国管理の区画を設けるほか、商業スペースも造られる予定となっている。

○関西国際空港

和歌山を含む関西圏と国内外を結ぶ玄関口となっている。同空港は大阪府南部に位置するが、和歌山県から比較的近く、和歌山市や高野山へのアクセスが良好である。

(別添) 様式 1



【主要都市から県内主要観光地への所要時間（航空機利用時）】

(3) 船舶

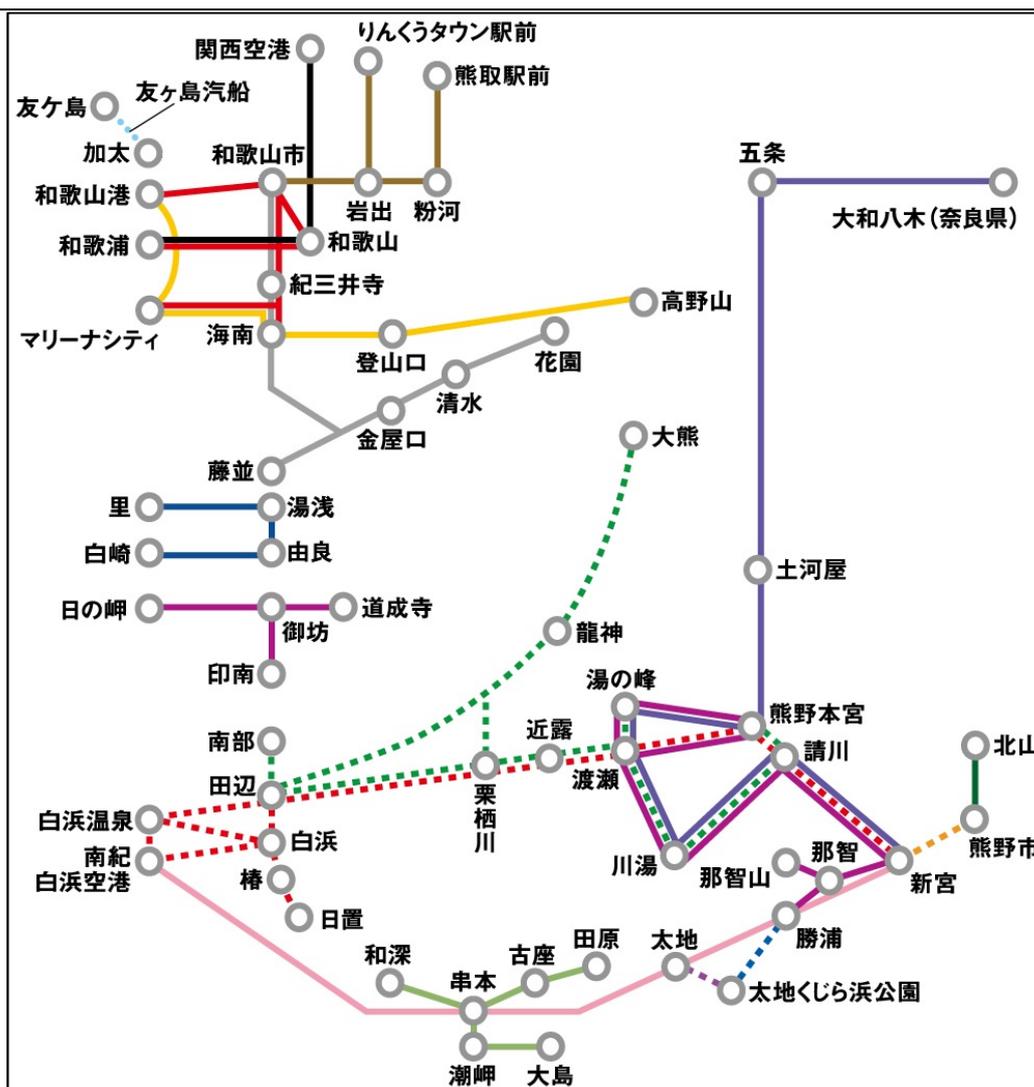
和歌山港と徳島港を南海フェリーが約2時間で結んでいる。
 そのほか、県内では加太港と友ヶ島を友ヶ島汽船が結んでいる。

(4) 道路交通

高速道路として、大阪方面より近畿自動車道紀勢線、奈良・京都方面から京奈和自動車道で結ばれている。近畿自動車道紀勢線は、県内を含む未開通区間がすべて事業化され、三重県からも高速道路で結ばれる予定となっており、紀伊半島を一周する高速道路の早期完成が期待されている。

また、慢性的な交通渋滞が課題である有田以南の渋滞対策として有田ICから印南ICの4車線化が令和3年12月に実現した。さらに、印南ICから南紀田辺ICについても4車線化の優先整備区間に選定されており、早期実現が期待されている。

バスについては、空港リムジンバスとして、関西国際空港から和歌山市及び高野山を結んでいる。高速・夜行バスとしては、首都圏からは、ディズニーランド・東京・横浜から和歌山市、大宮駅から白浜方面及び勝浦方面を結んでいるほか、関西圏からは、大阪・京都から白浜・田辺を結んでいる。さらに、路線バスについては、県内各主要観光地において運行されているほか、県内各地を結んでいる路線も運行されている。



【路線バスのアクセス状況】

【外国人観光客への対応】

○海外から和歌山県への観光客の来訪を促進するため、記者招請・取材支援・広告掲載や多言語観光パンフレット制作、観光情報サイトの制作、海外メディア等を活用した情報発信などにより、和歌山県の観光情報を発信。

○受入環境の整備については、主に和歌山県観光交流課にて実施。通訳案内士の養成や二次交通の環境整備、Wi-Fi環境の整備、多言語案内表示の整備、ほんまもん体験インバウンド対応支援、多言語電話通訳・簡易翻訳サービスの導入促進、県内免税店の増大、セミナーの開催、JNTO認定観光案内所の増大などの取り組みを実施。

3. 各種データ等の継続的な収集・分析

収集するデータ	収集の目的	収集方法
延べ宿泊者数	観光客の実態を把握し、観光施策推進の基礎資料とするため	観光客動態調査（和歌山県）
旅行消費額	観光客の実態を把握し、観光施策推進の基礎資料とするため	観光入込客統計共通基準調査（和歌山県）
来訪者満足度	観光客の実態を把握し、観光施策推進の基礎資料とするため	観光入込客統計共通基準調査（和歌山県）
リピーター率	観光客の実態を把握し、観光施策推進の基礎資料とするため	観光入込客統計共通基準調査（和歌山県）
WEBサイトのアクセス状況	地域に対する顧客の関心度や施策の効果等を把握するため	和歌山県観光連盟が運営する和歌山県公式観光サイト「わかやま観光」のアクセス状況の解析を、グーグルアナリティクスを活用して実施
日帰り客数	観光客の実態を把握し、観光施策推進の基礎資料とするため	観光客動態調査（和歌山県）

4. 戦略

(1) 地域における観光を取り巻く背景

①背景

和歌山県は、温暖な気候、海、山、川などの豊かな自然や、世界遺産「紀伊山地の霊場と参詣道」に代表される歴史や文化、さらには四季折々の多彩な食材、温泉や各地に伝わる伝統行事など、魅力あふれる多様な観光資源に恵まれている。

一方、本県の人口は、全国よりも早い流れで減少が進んでおり、1985（昭和60）年の108万7千人をピークに減少に転じ、2019（令和元）年には92万5千人となった。今後何も対策を講じなければ2060年には「50万人」程度まで人口が激減すると予測されている。また、国内においても、少子化の影響により2008（平成20）年をピークに減少局面に入っている。

こうした国内人口の減少による内需の縮小局面において、県内観光関連産業が持続的に成長していくためには、世界に市場を求めていくとともに、常に新しいアイデアを取り入れながら、時代の潮流に応じて発展していくことが重要である。

また、当県の観光を取り巻く背景として、高速道路を始めとしたアクセスの改善や、ワールドマスターズゲームズ、大阪・関西万博といった県周辺でのイベント開催等が予定されており、誘客拡大の好機を迎えている状況にある。さらに、和歌山県が目指しているIRの誘致が決定した場合には、海外からのMICE誘致や海外誘客の取り組みを推進するための観光事業の推進体制を構築することが必要となる。

そこで、当連盟が観光地域づくり法人（DMO）として県内観光関連産業の核となり、「観光地域づくりを行うことについての多様な関係者の合意形成」、「各種データ等の継続的な収集・分析、データに基づく明確なコンセプトに基づいた戦略の策定、KPIの設定・PDCAサイクルの確立」、「関係者が実施する観光関連事業と戦略の整合性に関する調整・仕組みづくりやPR」といった役割・機能を果たすことで、観光地域づくりを推進し、交流人口の増大や消費拡大を図ることとしている。

②県内を訪れる観光客（訪日外国人を含む）の特徴と傾向

〔観光の目的〕

観光施設、社寺参詣、温泉・休養の割合が高い。

(別添) 様式 1

【観光目的別構成比推計】

目的	令和2年	令和元年	平成30年	平成29年
観光施設	24.4%	22.7%	22.6%	23.0%
社寺参詣	22.7%	21.5%	20.4%	20.8%
温泉・休養	12.7%	12.7%	12.8%	13.3%
スポーツ等	7.9%	8.1%	8.1%	8.1%
風景・自然観賞	7.8%	8.1%	8.9%	8.3%
海水浴・川泳ぎ	3.7%	3.8%	4.0%	4.1%
釣り	2.3%	2.0%	2.2%	2.3%
祭	1.3%	5.2%	5.3%	5.7%
花見	1.7%	2.7%	2.5%	2.3%
キャンプ	0.6%	0.6%	0.6%	0.6%
観光農園	0.3%	0.4%	0.3%	0.4%
その他	14.7%	12.4%	12.5%	11.3%

(出所：令和2年、令和元年、平成30年、平成29年観光客動態調査(和歌山県)より)

【観光客の発地】

・宿泊客の発地は、県内を含めた近畿圏が全体の約60%を占めており、関東が約10%、東海が約8%となっている。新型コロナウイルス感染症の影響が少なかった令和元年までは、外国人の占める割合が9%程度を占めている。

【宿泊客の発地別推計】

	【宿泊客】				【構成比】			
	令和2年	令和元年	平成30年	平成29年	令和2年	令和元年	平成30年	平成29年
県内	473千人	587千人	603千人	559千人	14.6%	10.7%	11.2%	10.8%
近畿	1,690千人	2,534千人	2,522千人	2,497千人	52.1%	46.1%	46.6%	48.3%
東海	244千人	440千人	424千人	424千人	7.5%	8.0%	7.8%	8.2%
関東	321千人	563千人	507千人	488千人	9.9%	10.2%	9.4%	9.5%
中国	43千人	102千人	99千人	104千人	1.3%	1.9%	1.8%	2.0%
四国	37千人	91千人	97千人	85千人	1.1%	1.7%	1.8%	1.6%
北陸	24千人	58千人	56千人	54千人	0.8%	1.1%	1.0%	1.1%
九州・沖縄	39千人	87千人	90千人	85千人	1.2%	1.6%	1.7%	1.7%
東北	13千人	38千人	40千人	38千人	0.4%	0.7%	0.7%	0.7%
北海道	13千人	31千人	29千人	30千人	0.4%	0.6%	0.5%	0.6%
外国人	45千人	502千人	479千人	476千人	1.4%	9.1%	8.9%	9.2%
不明	301千人	469千人	465千人	326千人	9.3%	8.5%	8.6%	6.3%
計	3,243千人	5,502千人	5,411千人	5,166千人	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

近畿：大阪府・京都府・兵庫県・滋賀県・奈良県・三重県 (出所：令和2年、令和元年、平成30年、平成29年観光客動態調査(和歌山県)より)

東海：愛知県・静岡県・岐阜県

北陸：富山県・石川県・福井県

関東：茨城県・群馬県・栃木県・埼玉県・千葉県・東京都・神奈川県・山梨県・長野県・新潟県

(別添) 様式 1

・観光客全体の発地は、近畿圏が約75%を占めている（令和2年度を除く）。

【観光客の発地別推計】

	構成比			
	令和2年度	令和元年度	平成30年度	平成29年度
北海道	0.1%	0.4%	0.3%	0.3%
東北	0.0%	0.2%	0.2%	0.2%
関東	2.5%	4.5%	7.0%	5.5%
信越	0.2%	0.4%	0.2%	0.4%
北陸	0.4%	1.5%	1.1%	0.7%
東海	4.9%	9.3%	8.3%	9.8%
近畿	89.2%	76.6%	73.3%	74.7%
中国	1.0%	2.3%	2.2%	2.7%
四国	1.2%	2.6%	1.3%	2.7%
九州	0.5%	0.8%	0.9%	0.5%
沖縄	0.0%	0.0%	0.1%	0.1%
海外	0.0%	1.5%	5.3%	2.3%

(出所：令和2年度、令和元年度、平成30年度、平成29年度観光入込客統計共通基準調査（和歌山県）より）

【観光客の年齢】

40歳代、50歳代、60歳代がそれぞれ約20%程度を占めている。30歳代も約18%程度を占めているが、20歳代は約8%程度となっている。全体的に見ると、中高年層の占める割合が高く、若い年齢層は低い。

【観光客の年代別推計】

	令和2年度	令和元年度	平成30年度	平成29年度
10歳未満	0.1%	0.0%	0.1%	0.0%
10歳代	0.7%	0.9%	0.8%	0.2%
20歳代	8.7%	7.7%	11.5%	7.2%
30歳代	17.9%	18.1%	19.2%	19.0%
40歳代	20.0%	21.5%	22.8%	23.9%
50歳代	25.2%	23.1%	21.0%	18.7%
60歳代	19.3%	22.0%	15.6%	23.7%
70歳代	7.0%	6.1%	7.0%	7.1%
80歳代	1.0%	0.6%	0.3%	0.2%
無回答	0.0%	0.0%	1.7%	0.0%

(出所：令和2年度、令和元年度、平成30年度、平成29年度観光入込客統計共通基準調査（和歌山県）より）

(別添) 様式 1

[旅行の行程]

・年代別にみると、多少のばらつきが見られるが、30歳代から60歳代までの年齢層は宿泊の割合が高く、その他の年齢層は日帰りの割合が高い。

【旅行の行程年代別推計】

	令和2年度		令和元年度		平成30年度		平成29年度	
	日帰り	宿泊	日帰り	宿泊	日帰り	宿泊	日帰り	宿泊
10歳未満	50.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%
10歳代	58.3%	41.7%	53.8%	46.2%	55.6%	44.4%	66.7%	33.3%
20歳代	60.0%	40.0%	70.0%	30.0%	47.4%	52.6%	45.7%	54.3%
30歳代	55.7%	44.3%	52.5%	47.5%	41.7%	58.3%	57.3%	42.7%
40歳代	55.9%	44.1%	50.5%	49.5%	55.5%	44.2%	54.6%	45.4%
50歳代	54.9%	45.1%	54.4%	45.6%	57.8%	42.2%	64.1%	35.9%
60歳代	62.8%	37.2%	52.4%	47.6%	60.8%	39.2%	71.8%	28.2%
70歳代	70.2%	29.8%	68.2%	31.8%	50.6%	49.4%	61.1%	38.9%
80歳代	73.7%	26.3%	66.7%	33.3%	33.3%	66.7%	0.0%	100.0%

(出所：令和2年度、令和元年度、平成30年度、平成29年度観光入込客統計共通基準調査（和歌山県）より）

・性別でみると、女性の方が男性に比べると概ね宿泊する割合が高い。

【旅行の行程性別推計】

	令和2年度		令和元年度		平成30年度		平成29年度	
	日帰り	宿泊	日帰り	宿泊	日帰り	宿泊	日帰り	宿泊
男性	60.2%	39.8%	54.5%	45.5%	54.3%	45.6%	62.7%	37.3%
女性	56.1%	43.9%	55.3%	44.7%	51.5%	48.5%	58.5%	41.5%

(出所：令和2年度、令和元年度、平成30年度、平成29年度観光入込客統計共通基準調査（和歌山県）より）

[リピーター率]

約80%と高い。一方で新規訪問者の割合が低い傾向にある。

【訪問回数及びリピーター率】

	令和2年度	令和元年度	平成30年度	平成29年度
1回	12.1%	15.0%	31.1%	22.2%
2回	7.6%	7.6%	11.5%	9.2%
3回	5.8%	8.4%	10.4%	7.8%
4回以上	74.5%	69.0%	46.9%	60.8%
	100%	100%	100%	100%

	令和2年度	令和元年度	平成30年度	平成29年度
リピーター率	87.9%	85.0%	68.9%	77.8%

(出所：令和2年度、令和元年度、平成30年度、平成29年度観光入込客統計共通基準調査（和歌山県）より）

(別添) 様式 1

[消費単価]

観光消費額の大部分を占める宿泊の県外観光客及び日帰りの県外観光客の単価は、令和元年度で 21,623円、4,906円となっており、令和元年度の共通基準による観光入込客統計（観光庁）で見ると、全国でそれぞれ27位と28位となっている。

【観光消費額平均単価】

		令和2年度		令和元年度		平成30年度		平成29年度	
		観光目的	ビジネス目的	観光目的	ビジネス目的	観光目的	ビジネス目的	観光目的	ビジネス目的
日本人県内平均	宿泊	30,660円	24,791円	18,663円	23,423円	17,376円	21,334円	18,682円	10,529円
	日帰り	4,889円	5,366円	3,983円	5,034円	4,731円	6,892円	4,443円	3,624円
日本人県外平均	宿泊	31,551円	26,388円	21,623円	27,365円	26,120円	32,126円	26,555円	25,319円
	日帰り	6,341円	7,216円	4,906円	10,268円	7,286円	5,779円	7,104円	6,625円

(出所：令和2年度、令和元年度、平成30年度、平成29年度観光入込客共通基準調査（和歌山県）より）

③訪日外国人観光客の特徴と傾向

[外国人宿泊者の発地]

県内を訪れる外国人宿泊者を見ると、東アジア4市場（中国、香港、台湾、韓国）が約60%を占めている。欧米豪は約30%を占めている。

※令和2年は新型コロナウイルス感染症の影響により宿泊者数が減少したため、令和元年を分析対象としている。

【県内外国人宿泊客数の推移（国・地域別）】

(単位：人泊)

	2003	2014	2015	2016	2017	2018	2019		2020	
	(平成15年)	(平成26年)	(平成27年)	(平成28年)	(平成29年)	(平成30年)	(令和元年)	対前年比	シェア	(令和2年)
アジア	45,737	220,247	323,381	373,808	331,203	316,477	320,323	101.2%	63.8%	30,746
中国	1,829	37,373	98,280	140,403	97,658	113,045	148,635	131.5%	29.6%	13,113
香港	5,858	77,621	97,313	103,609	105,802	86,075	78,753	91.5%	15.7%	8,612
台湾	28,327	69,262	80,478	70,315	64,485	54,003	46,128	85.4%	9.2%	4,259
韓国	8,046	9,692	15,874	25,095	34,568	35,820	20,175	56.3%	4.0%	1,210
タイ	-	5,028	8,839	11,919	10,226	8,957	9,043	101.0%	1.8%	851
シンガポール	-	4,814	7,824	10,737	8,515	7,892	8,498	107.7%	1.7%	846
アジアその他	1,677	16,457	14,773	11,730	9,949	10,685	9,091	85.1%	1.8%	1,855
欧米豪	12,671	69,555	79,764	107,782	126,694	144,385	168,386	116.6%	33.6%	12,189
フランス	1,139	13,534	14,343	18,356	18,301	26,806	29,200	108.9%	5.8%	1,531
アメリカ	4,909	11,695	14,307	19,654	23,505	24,730	28,770	116.3%	5.7%	2,111
オーストラリア	601	10,558	13,033	14,205	18,537	22,016	22,881	103.9%	4.6%	2,366
ドイツ	2,283	4,119	4,592	8,013	9,645	10,645	13,989	131.4%	2.8%	1,087
イギリス	739	5,317	6,025	9,294	11,603	10,707	13,526	126.3%	2.7%	1,063
スペイン	-	4,584	5,902	6,975	8,077	8,589	9,858	114.8%	2.0%	493
イタリア	-	-	-	6,031	5,094	6,007	9,005	149.9%	1.8%	462
カナダ	547	3,241	3,711	4,348	7,684	8,766	8,879	101.3%	1.8%	814
欧米豪その他	2,453	16,507	17,851	20,906	24,248	26,119	32,278	123.6%	6.4%	2,262
その他	2,875	13,772	24,449	18,601	17,731	18,301	13,135	71.8%	2.6%	2,070
合計	61,283	303,574	427,594	500,191	475,628	479,163	501,844	104.7%	100.0%	45,005

(出所：和歌山県観光振興実施行動計画（観光振興アクションプログラム）2020、2021（和歌山県）より）

[主要市町村別の発地]

県内を訪れる外国人宿泊者の主要市町村別の発地を見ると、高野町、田辺市、那智勝浦町、新宮市等の世界遺産登録市町村は欧米豪の占める割合が高い傾向にある。和歌山市、白浜町、みなべ町等については、アジアの占める割合が高い。

※令和2年は新型コロナウイルス感染症の影響により宿泊者数が減少したため、令和元年を分析対象としている。

【主要市町村の宿泊客数（国・地域別）】

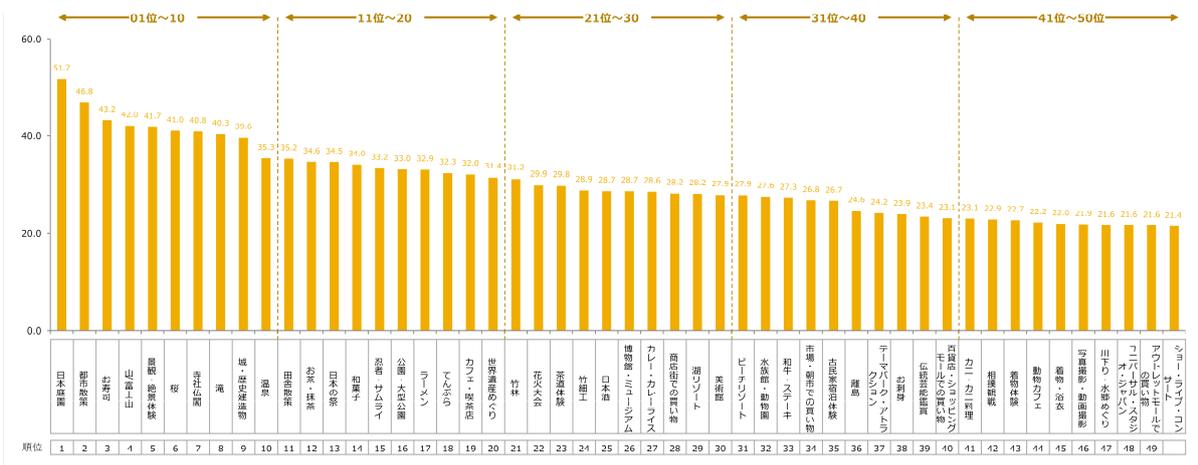
(単位：人泊)

	2019年 (令和元年)	2018年 (平成30年)	対前年比 (R1/H30)	2019年(令和元年) 国・地域別内訳											2020年 (令和2年)
				アジア	(中国)	(香港)	(台湾)	(韓国)	(タイ)	欧米豪	(フランス)	(アメリカ)	(オーストラリア)	その他	
高野町	108,993	93,874	116.1%	12,762	6,975	1,698	583	594	334	94,578	22,834	12,174	6,191	1,653	7,594
和歌山市	105,899	117,034	90.5%	90,197	48,699	22,355	7,152	3,491	3,595	10,557	1,150	2,927	1,315	5,145	12,971
白浜町	105,348	95,760	110.0%	98,984	40,555	37,391	11,034	6,085	1,451	5,846	443	1,845	591	518	12,743
田辺市	50,926	43,939	115.9%	11,808	3,033	2,990	1,990	543	476	35,015	2,705	7,138	9,717	4,103	3,317
那智勝浦町	37,022	52,724	70.2%	23,795	3,532	3,255	9,815	4,092	1,481	12,858	1,039	2,832	2,911	369	1,941
みなべ町	29,768	34,866	85.4%	29,664	5,734	8,054	10,080	3,688	808	91	14	36	8	13	1,554
新宮市	12,504	9,112	137.2%	4,855	1,743	786	1,137	213	239	6,840	781	1,394	1,783	809	1,255
その他	51,384	31,854	161.3%	48,258	38,364	2,224	4,337	1,469	659	2,601	234	424	365	525	3,630
合計	501,844	479,163	104.7%	320,323	148,635	78,753	46,128	20,175	9,043	168,386	29,200	28,770	22,881	13,135	45,005

(出所：和歌山県観光振興実施行動計画（観光振興アクションプログラム）2020、2021（和歌山県）より）

【欧米豪に需要性の高い観光コンテンツ】

欧米豪6か国（イギリス、フランス、ドイツ、アメリカ、カナダ、オーストラリア）では、「日本庭園」、「都市散策」、「お寿司」、「山/富士山」、「景観・絶景体験」、「桜」、「神社仏閣」、「滝」、「城・歴史建造物」、「温泉」がTOP10となっている。これらはいずれの国においても需要性が高く、訪日外国人全体にとっての定番の観光コンテンツとなっている。



【観光コンテンツ需要ランキング（TOP50）】

(出所：2018年度関西広域周遊促進に向けたマーケティング調査結果について（一般財団法人 関西観光本部より）)

(別添) 様式 1

[訪日外国人の都道府県別訪問率]

和歌山県は、訪問率 1.2%、順位としては 23 番目となっている。

【2019年（令和元年）暦年 都道府県（47区分）別 訪問者数および消費単価（観光・レジャー目的）】

訪問地	訪問率	訪問者数 (単位：万人)	順位
北海道	9.7%	221.9	6
青森県	0.8%	19.1	29
岩手県	0.5%	10.7	38
宮城県	1.0%	23.3	28
秋田県	0.4%	8.7	41
山形県	0.4%	9.6	39
福島県	0.2%	5.7	44
茨城県	0.5%	12.4	36
栃木県	1.1%	25.2	26
群馬県	0.4%	8.9	40
埼玉県	0.6%	14.7	31
千葉県	32.3%	740.8	4
東京都	42.4%	972.0	2
神奈川県	6.6%	150.8	10
新潟県	0.6%	13.0	35
富山県	1.3%	30.7	21
石川県	2.3%	53.0	18
福井県	0.2%	4.4	46
山梨県	6.5%	150.2	11
長野県	3.2%	72.8	16
岐阜県	3.6%	82.3	15
静岡県	5.2%	119.7	13
愛知県	9.3%	212.9	7
三重県	0.7%	15.7	30
滋賀県	0.6%	14.5	32
京都府	32.8%	753.2	3
大阪府	43.4%	996.0	1
兵庫県	6.4%	146.3	12
奈良県	14.3%	328.1	5
和歌山県	1.2%	27.4	23
鳥取県	0.5%	10.9	37
島根県	0.2%	5.6	45
岡山県	1.1%	25.6	25
広島県	3.0%	69.4	17
山口県	0.6%	13.2	34
徳島県	0.3%	6.9	43
香川県	1.2%	26.5	24
愛媛県	0.4%	8.4	42
高知県	0.2%	4.4	47
福岡県	9.0%	206.8	8
佐賀県	1.1%	24.9	27
長崎県	1.6%	36.7	20
熊本県	2.2%	49.5	19
大分県	3.9%	90.6	14
宮崎県	0.6%	13.9	33
鹿児島県	1.2%	27.5	22
沖縄県	7.5%	172.8	9

(出所：訪日外国人消費動向調査【参考表】 都道府県別集計（観光庁）を基に作成)

(別添) 様式 1

[費目別消費単価]

消費単価は全国でみると順位は21番目となっている。団体・パック参加費、宿泊費は高めではあるが、買物代が非常に低い順位となっている。

【2019年（令和元年） 暦年都道府県別費目別消費単価(観光・レジャー目的)】

(単位：万円/人)

訪問地	費目別（7区分）													順位		
	消費単価 ^{注1}	順位	団体・パック参加費	順位	宿泊費	順位	飲食費	順位	交通費	順位	娯楽等サービス費	順位	買物代		順位	その他
北海道	11.9	1	2.4	1	2.9	1	1.9	1	0.5	2	0.4	3	3.8	2	0.0044	3
青森県	4.0	11	0.9	10	1.4	11	0.8	13	0.1	9	0.1	25	0.8	16	0.0003	32
岩手県	3.9	12	1.4	2	1.0	23	0.6	29	0.0	37	0.2	8	0.7	18	0.0005	26
宮城県	3.7	13	0.5	32	1.1	18	0.7	19	0.1	18	0.1	15	1.2	10	0.0033	5
秋田県	2.5	34	0.7	22	0.9	26	0.4	36	0.0	36	0.1	34	0.4	37	0.0006	21
山形県	3.6	14	0.8	17	1.4	9	0.6	25	0.1	21	0.2	9	0.5	27	0.0007	17
福島県	3.3	18	0.6	28	1.4	10	0.7	20	0.1	10	0.1	22	0.4	35	0.0062	2
茨城県	2.3	37	0.3	41	0.6	37	0.6	22	0.1	23	0.0	40	0.7	21	0.0003	32
栃木県	2.0	42	0.3	42	0.7	35	0.4	38	0.1	20	0.1	16	0.3	41	0.0005	26
群馬県	3.3	19	0.4	40	1.3	12	0.8	18	0.0	26	0.2	11	0.6	25	0.0007	17
埼玉県	3.1	23	0.1	47	0.6	36	0.9	10	0.1	11	0.3	5	1.0	11	0.0011	14
千葉県	1.4	46	0.3	43	0.1	46	0.1	47	0.0	47	0.1	21	0.8	14	0.0005	26
東京都	9.9	2	1.1	5	2.5	2	1.8	3	0.2	3	0.2	6	4.1	1	0.0030	6
神奈川県	2.9	29	0.5	33	1.0	22	0.6	23	0.1	22	0.2	12	0.6	26	0.0006	21
新潟県	4.7	10	0.3	44	1.9	4	1.1	7	0.1	14	1.0	1	0.3	44	0.0006	21
富山県	2.4	36	1.2	3	0.4	44	0.3	44	0.0	27	0.0	41	0.4	40	0.0004	29
石川県	3.0	26	1.0	9	0.9	29	0.6	30	0.0	34	0.1	26	0.5	30	0.0003	32
福井県	2.2	40	0.6	27	0.5	39	0.5	33	0.0	45	0.1	31	0.5	29	0.0000	45
山梨県	1.8	44	0.7	20	0.4	43	0.3	45	0.0	43	0.1	32	0.3	43	0.0004	29
長野県	4.8	9	1.0	8	1.6	7	0.9	9	0.0	24	0.6	2	0.6	24	0.0015	12
岐阜県	2.7	32	1.0	7	0.8	30	0.4	37	0.0	38	0.0	39	0.3	42	0.0009	15
静岡県	2.5	35	0.8	16	0.5	41	0.3	43	0.0	35	0.1	33	0.8	15	0.0001	44
愛知県	5.3	8	1.1	4	0.8	34	0.6	24	0.1	13	0.1	27	2.6	6	0.0006	21
三重県	3.2	22	0.7	21	0.5	40	0.4	42	0.0	40	0.1	14	1.5	8	0.0007	17
滋賀県	1.9	43	0.8	18	0.3	45	0.4	41	0.0	41	0.1	35	0.3	46	0.0025	8
京都府	3.1	24	0.5	36	0.9	24	0.8	16	0.1	16	0.1	18	0.7	20	0.0003	32
大阪府	7.1	4	1.0	6	1.2	16	1.1	8	0.1	8	0.2	7	3.5	3	0.0016	11
兵庫県	2.1	41	0.5	37	0.5	38	0.6	31	0.0	39	0.1	36	0.5	28	0.0002	39
奈良県	0.7	47	0.2	46	0.1	47	0.2	46	0.0	46	0.0	46	0.2	47	0.0003	32
和歌山県	3.2	21	0.9	11	1.2	13	0.6	27	0.0	28	0.1	23	0.4	38	0.0026	7
鳥取県	3.5	15	0.5	30	1.2	15	0.9	11	0.1	6	0.1	24	0.7	19	0.0131	1
島根県	2.5	33	0.4	39	0.9	28	0.6	26	0.0	29	0.0	44	0.5	32	0.0000	45
岡山県	3.5	16	0.6	24	1.1	19	0.8	17	0.1	17	0.1	28	0.9	13	0.0018	10
広島県	3.0	25	0.5	35	1.1	17	0.8	14	0.1	19	0.1	17	0.5	31	0.0002	39
山口県	1.5	45	0.2	45	0.5	42	0.4	39	0.0	31	0.0	43	0.4	39	0.0041	4
徳島県	2.8	30	0.8	19	0.9	27	0.6	28	0.0	32	0.1	37	0.5	34	0.0003	32
香川県	5.5	7	0.9	12	1.8	6	1.2	6	0.2	5	0.1	19	1.4	9	0.0007	17
愛媛県	2.9	27	0.5	34	1.0	20	0.7	21	0.0	25	0.1	13	0.6	22	0.0002	39
高知県	3.4	17	0.8	14	1.2	14	0.8	12	0.1	15	0.1	30	0.4	36	0.0000	45
福岡県	6.5	5	0.5	31	1.5	8	1.3	4	0.1	7	0.1	20	3.0	5	0.0013	13
佐賀県	2.9	28	0.6	26	0.8	31	0.5	34	0.0	32	0.0	47	1.0	12	0.0006	21
長崎県	2.8	31	0.6	25	0.8	33	0.6	32	0.0	30	0.2	10	0.6	23	0.0002	39
熊本県	2.3	38	0.6	29	0.8	32	0.5	35	0.0	41	0.0	42	0.5	33	0.0002	39
大分県	2.2	39	0.4	38	1.0	21	0.4	40	0.0	44	0.1	29	0.3	45	0.0004	29
宮崎県	3.2	20	0.6	23	0.9	25	0.8	15	0.1	12	0.0	45	0.8	17	0.0003	32
鹿児島県	6.1	6	0.9	13	1.9	5	1.3	5	0.2	4	0.0	38	1.8	7	0.0009	15
沖縄県	9.3	3	0.8	15	2.2	3	1.9	2	0.7	1	0.4	4	3.3	4	0.0023	9
都道府県間交通費	1.3	-	0.3	-	-	-	-	-	0.9	-	-	-	-	-	-	-

(出所：訪日外国人消費動向調査【参考表】都道府県別集計（観光庁）を基に作成)

(2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み (Strengths) <ul style="list-style-type: none"> ・ 3つの霊場とそこに至る参詣道が資産として登録された世界中でも類を見ない世界遺産「紀伊山地の霊場と参詣道」 ・ 国内飼育箇所（3箇所）における最多飼育数（7頭）を誇るパンダをはじめとして様々な動物と出会うアドベンチャーワールド ・ 温泉（白浜温泉、勝浦温泉、本宮温泉郷、龍神温泉など） ・ 豊かな自然と景観（瀬戸内海国立公園、吉野熊野国立公園、南紀熊野ジオパーク、ラムサール条約湿地など） ・ 「鯨とともに生きる」、「絶景の宝庫 和歌の浦」、「「最初の一滴」 醤油醸造の発祥の地 紀州湯浅」などの日本遺産 ・ 生マグロ（水揚げ日本一）、太刀魚（漁獲量日本一）、幻の高級魚クエといった豊富な海産物 ・ みかん、うめ、かき、もも、いちごといった季節毎に味わえる果実 ・ 京阪神からの良好な道路アクセス ・ 首都圏からの良好な航空アクセス（関西国際空港、南紀白浜空港） ・ 関西国際空港からの良好なアクセス（国内外） ・ リピーター率が高い 	弱み (Weaknesses) <ul style="list-style-type: none"> ・ ハイクラスの旅館・ホテルが少ない ・ 主要観光地間の距離が離れている ・ 新規来訪者の割合が低い ・ 若年層の来訪者の割合が低い ・ 全体に占める宿泊客の割合が減少 ・ 観光関連産業の人材不足 ・ 街並、古典芸能、芸術、テーマパーク等都市型観光の素材不足 ・ 関西圏以外での認知度が低い ・ 連泊率が低い
外部環境	機会 (Opportunity) <ul style="list-style-type: none"> ・ 湯浅御坊道路、阪和自動車道の4車線化 ・ 近畿自動車道紀勢線（すさみ-太地間、新宮-熊野大泊間等）の全線開通 ・ 国道168号五条新宮道路の地域高規格道路化 ・ IR誘致（決定した場合） ・ 2022年南紀白浜空港ターミナルビルの増築 ・ 2023年民間ロケット発射場の完成・打ち上げ ・ 2023年弘法大師御誕生1250年 ・ 2024年世界遺産登録20周年 ・ 2025年大阪・関西万博 ※ビッグイベントが目白押しとなる2023年～2025年をダイヤモンドイヤーと位置付けてキャンペーン等を実施予定 ・ 2027年ワールドマスターズゲームズ ・ 働き方の多様化に伴うワーケーション、ブレッジャーといった「新たな旅のスタイル」の普及 ・ 南紀白浜空港の国際便就航可能化 	脅威 (Threat) <ul style="list-style-type: none"> ・ 新型コロナウイルス感染症の感染拡大に伴う諸問題（感染対策、インバウンド需要の喪失、観光関連施設の廃業・休業等） ・ 人口減少に伴う国内市場の縮小 ・ 風水害による観光地への影響 ・ 東海・東南海・南海3連動地震及び南海トラフ巨大地震による地震・津波の被害 ・ 国内における地域間競争の激化

(3) ターゲット

①日本人観光客

○第1ターゲット層

近畿から訪れる中高年層 (F2、F3、M2、M3)

○選定の理由

- ・和歌山県への観光客は、約75%が近畿圏から来訪しており、宿泊客も約60%程度が近畿圏からの来訪である。
- ・40歳代から60歳代が全体の約2/3を占めており、宿泊が期待でき、消費単価も高い。
- ・発地からの当県主要観光地への所要時間が他の地域に比べて短く、新規来訪者の場合はリピーター化が期待できる。
- ・観光客数の安定的な維持が期待できる。

(根拠となる調査結果)

①、②

※根拠となる調査結果の番号は以下の調査結果に対応

- ①観光客動態調査 (令和2年、令和元年、平成30年、平成29年、和歌山県)
- ②観光入込客統計共通基準調査 (令和2年、令和元年、平成30年、平成29年、和歌山県)
- ③旅行・観光消費動向調査 (2020年1~12月期、観光庁)
- ④和歌山県観光振興実施行動計画 (観光振興アクションプログラム) (2020、2021、和歌山県)
- ⑤2018年度関西広域周遊促進に向けたマーケティング調査について (一般財団法人関西観光本部)

○取組方針

- ・世界遺産や日本遺産等ターゲット層に強く訴求するコンテンツの開発と磨き上げ
- ・ターゲット層の消費活動に合わせたテレビ・雑誌等のメディアやSNSを利用したプロモーションの実施
- ・旅行会社やメディア等への観光素材や特別企画についてのPR・提案活動
- ・アウトドアやサイクリングといったテーマ毎に観光客に訴求するイベント等での出展・PR
- ・宿泊施設の魅力度向上やキャンペーンの実施等宿泊を促す取組の実施

○ターゲット層

関東、東海から訪れる中高年層 (F2、F3、M2、M3)

○選定の理由

- ・宿泊客の約10%が関東、約8%が東海から来訪しており、3大都市圏で人口の集中する地域であることから、観光客のさらなる増加が期待できる。
- ・首都圏からは南紀白浜空港や関西国際空港からの良好なアクセスを利用することができる。
- ・東海からは、京奈和自動車道、近畿自動車道紀勢線の開通による良好なアクセスを利用することができる。

(根拠となる調査結果)

①、②

○取組方針

- ・南紀白浜空港からの良好なアクセスを利用したワーケーションの推進
- ・関東や東海の旅行会社やメディア等への観光素材や特別企画についてのPR・提案活動
- ・関東や東海での観光展示会における出展・PR
- ・世界遺産や豊かな自然景観を活かしたテーマ別の周遊ルートの紹介等複数回の宿泊を促す取組の実施

(別添) 様式 1

<p>○ターゲット層 近畿から訪れる若年層 (F 1、M 1)</p>
<p>○選定の理由</p> <ul style="list-style-type: none">・観光庁の旅行・観光消費動向調査(2020年1～12月期)によると、20代の男女ともに旅行経験率や旅行平均回数の数値は他の年齢層に比べて高いにも関わらず、当県の観光客は、若年層の占める割合が低いことから、今後拡大できる余地がある。・人口減少を見据え、早い段階で若年層の観光客をリピーター化する取組を進めることにより、観光客数の安定化が図られ、持続可能な観光地域づくりが可能となる。 <p>(根拠となる調査結果)</p> <p>①、②、③</p> <p>○取組方針</p> <ul style="list-style-type: none">・若年層に訴求するコンテンツの開発・活用・SNSやYouTubeといった若年層の行動特性や情報接点に合致した情報媒体を利用したプロモーションの実施

②外国人観光客

<p>○重点ターゲット層 東アジア4市場(中国、香港、台湾、韓国)及びタイから訪れる観光客</p>
<p>○選定の理由</p> <ul style="list-style-type: none">・宿泊数で見ると全体の約60%と最大のシェアを誇っている。・所要時間が短く、各国主要都市からの直行便が関西国際空港に就航している。 <p>○取組方針</p> <ul style="list-style-type: none">・コロナ以前は団体ツアーを想定した取組に一定の重点を置いたが、アフターコロナでは個人旅行化や小グループ化といった小規模分散型の旅行が中心となることが予想されるため、各種メディアやインフルエンサー等の活用、多言語WEBサイトやSNSによる情報発信により注力する。・富裕層の旅行やカスタマイズツアーを取り扱う旅行会社やOTAをターゲットとしたセールス活動を展開。・今後求められる「安全・安心」や「健康」、「アウトドア(屋外型)」、「サステナビリティ(持続可能性)」をキーワードに新しいコンテンツへの取り組み。・各国・地域における趣味・嗜好に合わせた観光素材の提案。 <p>(根拠となる調査結果)</p> <p>④</p>
<p>○重点ターゲット層 欧米豪(フランス、米国、オーストラリア、ドイツ、英国、スペイン)から訪れる観光客</p>
<p>○選定の理由</p> <ul style="list-style-type: none">・宿泊数で見ると全体の約23%を占めている。・高野山～熊野の世界遺産エリアへの周遊観光を積極的に提案してきた結果、大幅な増加傾向にあった。・比較的長期の滞在が見込める。・各国主要都市からの直行便が関西国際空港に就航している。

(別添) 様式 1

<p>○取組方針</p> <ul style="list-style-type: none">・従来から個人観光客が中心であり、各種メディアを通じたプロモーションに重点を置いてきたが、アフターコロナにおいては以前にも増して個人旅行化や小グループ化といった小規模分散型の旅行が中心となることが予想されるため、各種メディアやインフルエンサー等の活用、多言語WEBサイトやSNSによる情報発信に重点的に取り組む。・滞在期間の長さを活かした首都圏や京都・大阪、近隣県からの周遊ルートの提案。・世界遺産や国立公園・ジオパークなど豊かな自然を活かした体験プログラムや日本庭園等、「サステイナブル（持続可能）」であることを重視する傾向に沿ったコンテンツへの取り組み。 <p>(根拠となる調査結果)</p> <p>④、⑤</p>
--

(4) 観光地域づくりのコンセプト

<p>①コンセプト</p>	<p>和み、和らぐ。和歌山からはじまる旅。</p>
<p>②コンセプトの考え方</p>	<p>和歌山には、日本人の心の中にある「ふるさと」の懐かしい風景、文化が息づいており、また、日本の旅の原型「熊野詣」や、誰もを和ませる聖地「世界遺産『高野山・熊野』」、良質な「温泉」、豊かな「味わい」、そして温かな「おもてなし」がある。</p> <p>こうした和歌山ならではの特徴や独自性を、主なターゲットとする中高年層にわかりやすく訴求するコンセプト内容とした。</p>

5. 関係者が実施する観光関連事業と戦略との整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーション

項目	概要
戦略の多様な関係者との共有 ※頻度が分かるよう記入すること。	連盟総会に併せ、連盟会員及び非会員の観光関連団体を含め事業報告等を実施 ・年1回開催する連盟総会に併せて、戦略の共有、意見交換、KPIの達成状況・PDCAの実施状況について、事業報告等を行う機会を設ける。その際、連盟非会員の観光関連団体についても、出席を依頼する。
観光客に提供するサービスについて、維持・向上・評価する仕組みや体制の構築	・県が実施する観光入込客統計共通基準調査により、来訪者満足度やリピーター率等を評価・分析することで改善点を把握し、観光地全体の魅力向上に役立っている。 ・語り部人材育成を図るための紀州語り部研修会、各語り部間の相互連携を図るための紀州語り部連絡会議を開催する等、語り部について、観光客に提供するサービスの品質管理・向上・評価する仕組みを構築・運営している。 ・旅行会社、学校関係者等の現地下見・視察等に同行し、誘客ターゲットの特徴、傾向、本県観光地の評価・満足度などについて情報を収集。得られた情報を評価・分析し、県内観光事業者に展開することで、本県全体の観光サービスの質の向上を図る体制を構築している。 本県への教育旅行の更なる誘致促進を図るために組織された「和歌山県体験型教育旅行誘致協議会」の構成員として、修学旅行及び体験観光に関わる事業者のサービスの拡大・向上を目的に開催する連絡会議や研修会の企画・運営に参画している。
観光客に対する地域一体となった戦略に基づく一元的な情報発信・プロモーション	・観光客が求める情報を提供できるよう、県内市町村の観光協会等から旬の情報等を集約し、当連盟が運営する和歌山県公式観光サイト「わかやま観光」に掲載する仕組みを構築することで、一元的な情報発信を行う。 ・市町村や市町村観光協会、県内DMO等が単体での出展が困難な観光PRイベントや商談会について、当連盟が出展を希望する各団体の出展ブースの設置や一部費用負担、出展申込手続等を行うことで、戦略に基づくターゲット層を取り込むための一元的なプロモーションを実施する。 ・訪日外国人観光客へのプロモーションについて、当連盟が県や各市町村、市町村観光協会、県内DMO、各観光関連事業者と連携・調整を行った上で実施することで、戦略に基づくターゲット層を取り込むため、海外メディアやインフルエンサー等を招聘し、一元的な情報発信に取り組む。

6. KPI (実績・目標)

(1) 必須KPI

指標項目		2019 (R1) 年度	2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度
●旅行消費額 (百万円)	目標	()	()	134,000	125,804	139,842	153,880
	実績	158,070 ()	133,226 ()	141,224 ()	() ()	() ()	() ()
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	()	()	3,200 (45)	4,100 (200)	5,000 (500)	5,900 (600)
	実績	5,502 (502)	3,244 (45)	3,383 (6)	() ()	() ()	() ()
●来訪者満足度 (%)	目標	()	()	- ()	74.1 ()	74.6 ()	75.1 ()
	実績	()	()	77.3 ()	() ()	() ()	() ()
●リピーター率 (%)	目標	()	()	85.0 ()	85.0 ()	85.0 ()	85.0 ()
	実績	85.0 ()	87.9 ()	84.7 ()	() ()	() ()	() ()

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】

主に和歌山県が平成29年に策定した長期総合計画の令和8年度の目標数値をもとに必須KPIを設定。

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額

観光入込客数に観光消費単価を乗じて目標値を算出。

実績値は、和歌山県が実施する観光入込客統計共通基準調査の数値を使用。

和歌山県長期総合計画目標数値：観光客数4,070万人(日帰り観光客数3,300万人、宿泊観光客数770万人の合計)(令和8年度)

※令和3年度は新型コロナウイルス感染症の影響を鑑み令和2年度の数値を据え置き、令和4年度から順次増加させ目標達成を目指す。単価は平成29年～令和2年度の平均値4,471円を使用。

(令和4年度の観光消費額は、観光入込客数は増加するものの、単価が令和3年度に比べて下がる影響を受けるため微減する。)

●延べ宿泊者数

和歌山県が実施する観光動態調査をもとに設定。

和歌山県長期総合計画目標数値：宿泊観光客数770万人(令和8年度)

※令和3年度の数値設定について、新型コロナウイルス感染症の影響を鑑み、宿泊客数は令和2年度の数値を据え置き、令和4年度から順次増加させ目標達成を目指す。

※外国人の延べ宿泊客数については、新型コロナウイルス感染症の影響を鑑み設定。

(別添) 様式 1

●来訪者満足度

和歌山県が実施する観光入込客統計共通基準調査をもとに設定。

質問項目「今いる観光地における満足度」の「総合的に」の調査において、7段階評価のうち、「大変満足」または「満足」と回答した割合の合計値を採用。80.0%を当面の目標とするが、今後3年間においては、0.5ポイントずつの増加を目標とする。状況をみて令和7年度以降の目標数値を設定していく。

※7段階評価：「大変満足」、「満足」、「やや満足」、「どちらでもない」、「やや不満」、「不満」、「大変不満」

●リピーター率

和歌山県が実施する観光入込客統計共通基準調査をもとに設定。

和歌山県への訪問回数が2回目以上と回答した観光客の割合をリピーター率とした。当県のリピーター率は平均で約80%、直近の数値でも87.9%と全国的に見て高い数値となっている。さらなる観光客を呼び込むためには、新規来訪者の獲得も必要であることから、「(2)その他の目標」に記載の観光入込客総数の推移を見ながら、リピーター率を85%程度で維持していく。

(2) その他の目標

指標項目		2019	2020	2021	2022	2023	2024
		(R1) 年度	(R2) 年度	(R3) 年度	(R4) 年度	(R5) 年度	(R6) 年度
●観光入込客総数 (千人)	目標			25,000	28,140	31,280	34,420
		()	()	()	()	()	()
	実績	35,433	24,784	24,879			
		()	()	()	()	()	()

指標項目及び目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】

和歌山県が平成29年に策定した長期総合計画の目標数値をもとにKPIを設定。

【設定にあたっての考え方】

●観光入込客総数

和歌山県が実施する観光動態調査をもとに設定。

和歌山県長期総合計画目標数値：観光客数4,070万人（日帰り観光客数3,300万人、宿泊観光客数770万人の合計）（令和8年度）

※令和3年度は新型コロナウイルス感染症の影響を鑑み令和2年度の数値を据え置き、令和4年度から順次増加させ目標達成を目指す。

7. 活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

※少なくとも今後3年間について、計画年度毎に(1)収入、(2)支出を記入すること。

※現に活動している法人にあっては、過去3年間の実績も記入すること。

(1) 収入

年(年度)	総収入(円)	内訳
2019 (R1) 年度	229,760,112 (円)	【県からの補助金】 116,963,000 円 【県からの受託収益】 91,065,736 円 【広告収益】 1,831,200 円 【会費】 18,392,800 円 【その他】 1,507,376 円
2020 (R2) 年度	227,644,956 (円)	【県からの補助金】 121,296,788 円 【県からの受託収益】 86,937,300 円 【広告収益】 275,000 円 【会費】 18,188,600 円 【その他】 947,268 円
2021 (R3) 年度	236,364,385 (円)	【県からの補助金】 116,408,000 円 【県からの受託収益】 101,303,700 円 【会費】 18,017,800 円 【その他】 634,885 円
2022 (R4) 年度	234,672,000 (円)	【県からの補助金】 120,115,000 円 【県からの受託収益】 96,037,000 円 【会費】 17,600,000 円 【その他】 920,000 円
2023 (R5) 年度	234,672,000 (円)	【県からの補助金】 120,115,000 円 【県からの受託収益】 96,037,000 円 【会費】 17,600,000 円 【その他】 920,000 円
2024 (R6) 年度	234,672,000 (円)	【県からの補助金】 120,115,000 円 【県からの受託収益】 96,037,000 円 【会費】 17,600,000 円 【その他】 920,000 円

(2) 支出

年(年度)	総支出	内訳
2019 (R1) 年度	227,011,939 (円)	【一般管理費】 21,025,482 円 【情報発信・プロモーション(国内)】 188,025,721 円 【情報発信・プロモーション(国外)】 13,144,736 円 【コンテンツ開発】 4,816,000 円
2020 (R2) 年度	226,407,932 (円)	【一般管理費】 20,018,301 円 【情報発信・プロモーション(国内)】 194,472,997 円 【情報発信・プロモーション(国外)】 8,121,300 円 【コンテンツ開発】 3,795,334 円
2021 (R3) 年度	235,644,797 (円)	【一般管理費】 19,720,671 円 【情報発信・プロモーション(国内)】 205,079,880 円 【情報発信・プロモーション(国外)】 6,002,700 円 【コンテンツ開発】 4,841,546 円
2022 (R4) 年度	233,617,000 (円)	【一般管理費】 18,529,000 円 【情報発信・プロモーション(国内)】 203,906,300 円 【情報発信・プロモーション(国外)】 6,002,700 円

(別添) 様式 1

		【コンテンツ開発】	5,179,000 円
2023 (R5) 年度	233,617,000 (円)	【一般管理費】	18,529,000 円
		【情報発信・プロモーション (国内)】	203,906,300 円
		【情報発信・プロモーション (国外)】	6,002,700 円
		【コンテンツ開発】	5,179,000 円
2024 (R6) 年度	233,617,000 (円)	【一般管理費】	18,529,000 円
		【情報発信・プロモーション (国内)】	203,906,300 円
		【情報発信・プロモーション (国外)】	6,002,700 円
		【コンテンツ開発】	5,179,000 円

(3) 自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針

- ・和歌山県等からの事業受託のさらなる拡大
- ・和歌山県等からの補助金の継続的・安定的な確保
- ・新たな会員の取得に伴う会費収入の増収
- ・自主財源確保に向けた検討

8. 観光地域づくり法人形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見

和歌山県は、公益社団法人和歌山県観光連盟を本県における地域連携DMOとして登録したいので、公益社団法人和歌山県観光連盟とともに申請します。

9. マーケティング・マネジメント対象区域が他の地域連携DMO (県単位以外) や地域DMOと重複する場合の役割分担について (※重複しない場合は記載不要)

【他の地域連携DMOや地域DMOとの間で、重複区域に関する連携や役割分担等について協議を行った (行っている) か】

エリアが重複する (一社) 高野山麓ツーリズムビューロー、(一社) 和歌山市観光協会、(一社) 田辺市熊野ツーリズムビューロー、(一社) 紀の川フルーツ観光局、(一社) 高野町観光協会、(一社) 南紀白浜観光協会、(一社) 那智勝浦観光機構、(一社) 紀州の環とは、年1回程度県内DMO会議を開催し、事業計画等を共有し、連携内容や役割分担等について協議している。

【区域が重複する背景】

当連盟は、県全域を対象として事業を行ってきた経緯があるため、県内の市町村観光協会が地域DMOの登録を受けた場合は、当然区域が重複することとなる。また、(一社) 高野山麓ツーリズムビューローについても、高野山麓エリアの観光振興を目的として設立された地域連携DMOであり、高野山は和歌山県内の主要観光地であることから、当連盟と区域が重複する。

【重複区域における、それぞれのDMOの役割分担について】

○和歌山県観光連盟

- ・県全域を対象区域としたマーケティングに基づく戦略の策定
- ・戦略に基づき、地域単位では行えない広域的なプロモーション活動(大都市圏向け、インバウンド向け)、情報発信、受入体制の整備などの観光地域づくりを行う。

○県内各DMO (地域連携DMO、地域DMO)

(別添) 様式 1

・地域の多様な関係者と連携し、各対象地域における魅力的なコンテンツの開発・磨き上げ、受入体制の整備などの観光地域づくりを行う。

【前述の役割分担等によって、効率的、効果的な活動の遂行が期待できるか】

県内各DMOの事業内容を定期的に共有・把握することで、適切な役割分担と連携がなされ、効率的・効果的な活動の遂行が期待できる。

10. 記入担当者連絡先

担当者氏名	川原 良士
担当部署名 (役職)	プロジェクトマネージャー
郵便番号	640-8585
所在地	和歌山県和歌山市小松原通一丁目1番地
電話番号 (直通)	073-422-4631
FAX番号	073-432-8313
E-mail	kawahara_r0006@pref.wakayama.lg.jp

11. 関係する都道府県・市町村担当者連絡先

都道府県・市町村名	和歌山県
担当者氏名	中瀬 雅夫
担当部署名 (役職)	観光振興課 (課長)
郵便番号	640-8585
所在地	和歌山県和歌山市小松原通一丁目1番地
電話番号 (直通)	073-441-2777
FAX番号	073-432-8313
E-mail	nakase_m0001@pref.wakayama.lg.jp

都道府県・市町村名	和歌山県
担当者氏名	武内 聡
担当部署名 (役職)	観光交流課 (副主査)
郵便番号	640-8585
所在地	和歌山県和歌山市小松原通一丁目1番地
電話番号 (直通)	073-441-2785
FAX番号	073-427-1523
E-mail	takeuchi_s0024@pref.wakayama.lg.jp

【区域】和歌山県

【設立日】昭和23年8月1日

【代表者】会長 寺本 雅哉

【マーケティング責任者(CMO)】

事業課長 成田 佳代

【財務責任者(CFO)】

プロジェクトリーダー 中村 佳代

【職員数】17人

(常勤14人(正職員6人、出向等8人)、非常勤3人)

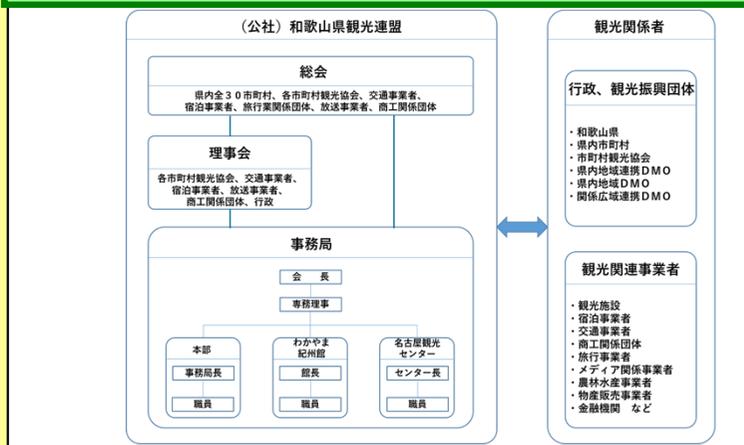
【連携する主な事業者】

行政(和歌山県、県内各市町村)、観光協会・DMO、

各団体、宿泊事業者、交通事業者、特産品関係、

商工関係団体、金融機関、放送事業者など

実施体制



マーケティング・マネジメントする区域

【主な観光資源】

○世界遺産

紀伊山地の霊場と参詣道

○日本遺産

・くじらとともに生きる

・絶景の宝庫 和歌の浦

・「最初の一滴」醤油醸造

の発祥の地 紀州湯浅

・「百世の安堵」～津波と復興の

記憶が生きる広川の防災遺産～など

○日本ジオパーク

南紀熊野ジオパーク



合意形成の仕組み

【該当する登録要件】①

【概要】

○総会・理事会の開催

○理事は、各市町村の観光協会、宿泊事業者、交通事業者、行政、商工関係団体、放送事業者等、幅広い分野の代表者から選任

○当連盟が開催を主導

法人のこれまでの活動実績

○和歌山の魅力発信

・和歌山県観光情報誌「紀州浪漫」制作
・メディア対策(雑誌・WEBへの出稿、企業とのタイアップなど)

・「わかやまフィルムコミッション」による映画等のロケ誘致

・集客力のある展示会等への参加

・旅行会社対策

・コンベンション誘致

・国際観光推進など

○和歌山の魅力向上

・体験事業者・語り部のおもてなし向上

・インスタグラムを活用した魅力発信

・「わかやま紀州館」における和歌山県産品展示運営など

戦略

【日本人観光客のターゲット】

○近畿から訪れる中高年層

取組方針:コンテンツ開発と磨き上げ、PRなど

○関東、東海から訪れる中高年層

取組方針:ワーケーション等の推進、PRなど

○近畿から訪れる若年層

取組方針:コンテンツの開発・活用など

【外国人観光客のターゲット】

○東アジア4市場(中国、香港、台湾、韓国)及びタイ

取組方針:アフターコロナの小規模分散型旅行を見据えた情報発信など

○欧米豪から訪れる観光客

取組方針:「サスティナブル」であることを重視する傾向に沿ったコンテンツの取組など

観光関連事業者と戦略との整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーション

○連盟総会に併せ、連盟会員及び非会員の観光関連団体を含め事業報告等を実施

○語り部人材育成を図るための研修会、各語り部間の相互連携を図るための連絡会議を開催

○和歌山県公式観光サイト「わかやま観光」における情報発信、観光PRイベントへの共同出展

KPI(実績・目標)

※()内は訪日外国人旅行者に関する数値

項目		2019 (R1) 年度	2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度
旅行消費額 (百万円)	目標	()	()	134,000	125,804	139,842	153,880
	実績	158,070	133,226	141,224	()	()	()
延べ宿泊者数 (千人)	目標	()	()	(45)	(200)	(500)	(600)
	実績	5,502 (502)	3,244 (45)	3,383 (6)	()	()	()
来訪者満足度 (%)	目標	()	()	()	74.1	74.6	75.1
	実績	()	()	77.3	()	()	()
リピーター率 (%)	目標	()	()	()	85.0	85.0	85.0
	実績	85.0	87.9	84.7	()	()	()

活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

【主な収入】補助金(和歌山県)121百万円、受託収益(和歌山県)87百万円、会費収入18百万円 ※令和2年度決算

【総支出】226百万円(一般管理費20百万円、事業費206百万円) ※令和2年度決算

【自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針】和歌山県等からの事業受託のさらなる拡大及び補助金の継続的・安定的な確保、新たな会員の取得に伴う会費収入の増収