観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：令和７年　７月１１日

１．観光地域づくり法人の組織

申請区分 ※該当するものを〇で囲むこと	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	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	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	
事業年度	４月１日から翌年３月 31 日までの１年間	
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） ※必ず記入すること	（氏名） 赤坂　武彦 （出身組織名） 和歌山県	当連盟会長として、また、和歌山県地域振興部長として、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。
データ分析に基づいたマーケティングに関する責任者（ＣＭＯ：チーフ・マーケティング・オフィサー ※必ず記入すること	（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て、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） ※必ず記入すること	（氏名） 中村　佳代「専従」 （出身組織名） （公社）和歌山県観光連盟	公益法人の法廷事務や予算・決算、会計事務棟の業務経験を活かして、財務関係の執行・管理業務全般を担う。

様式１

<table>
<tr><td>フィルムコミッションの責任者（専門人材）</td><td>（氏名）
米田　彰夫「専従」
（出身組織名）
（公社）和歌山県観光連盟</td><td>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て、フィルムコミッション関係の業務を担う。</td></tr>
<tr><td>プロモーション（インバウンド誘致）の責任者（専門人材）</td><td>（氏名）
渡　叶恵「専従」
（出身組織名）
（公社）和歌山県観光連盟</td><td>米留学や前職での海外業務等の経験及び語学能力と、海外メディア等を活用したプロモーション活動等の経験を活かして、インバウンド誘致業務を担う。</td></tr>
<tr><td>連携する地方公共団体の担当部署名及び役割</td><td colspan="2">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）、スポーツ課（スポーツ合宿誘致）、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）、教育委員会（文化財活用）
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）</td></tr>
<tr><td>連携する事業者名及び役割</td><td colspan="2">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（観光情報提供、ＰＲイベント、誘客キャンペーン）
（一社）関西観光本部（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）
県内宿泊事業者（宿泊）、交通事業者（二次交通）、旅行業者（宿泊等）、特産品関係（観光物産振興）など</td></tr>
<tr><td>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</td><td colspan="2">【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。
〔参考〕登録要件
①取締役、理事など観光地域づくり法人の意思決定に関与できる立場で行政、文化、スポーツ、農林漁業、交通等の幅広い分野の関係団体の代表者が参画
②観光地域づくり法人が主導して行政や関係団体をメンバーとするワーキンググループなどの委員会等を設置</td></tr>
<tr><td>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</td><td colspan="2">（単独県地域連携ＤＭＯのため記入省略）</td></tr>
<tr><td>法人のこれまでの活動実績</td><td colspan="2">【活動の概要】
<table><tr><th>事業</th><th>実施概要</th></tr><tr><td>情報発信・プロモーション</td><td>・和歌山県観光情報誌「紀州浪漫」制作
・メディア対策（雑誌・ＷＥＢ等への出稿、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</td></tr></table></td></tr>
</table>

		・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 ・東京観光センター事業 ・名古屋観光センター事業 ・県との共働事業
	受入環境の整備	・語り部人材育成を図るための連絡会議を開催 ・和歌山県公式観光サイトにおける情報発信
	観光資源の磨き上げ	・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「ほんまもん体験」のオンライン予約・決済サービスの開始

【定量的な評価】

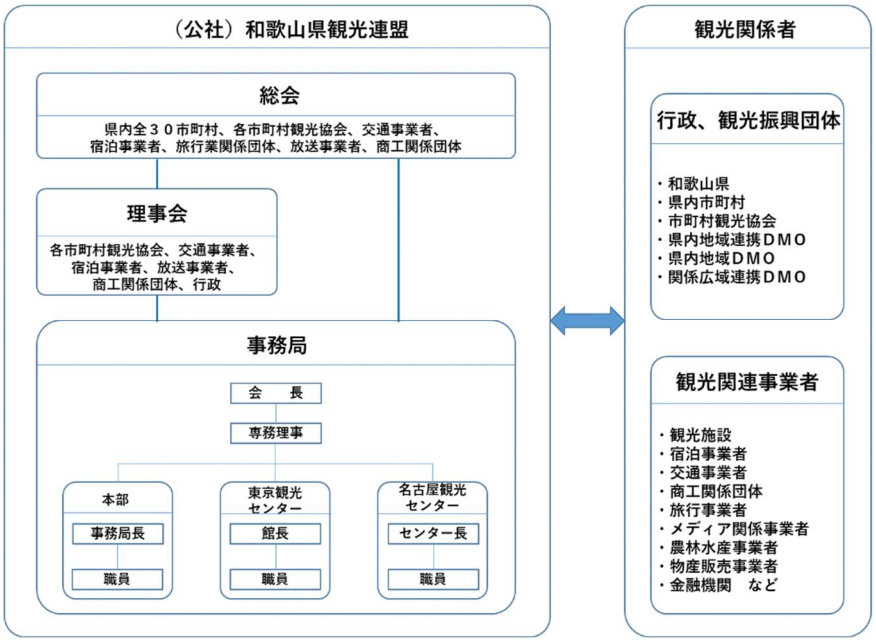
・観光入込客総数　（出所：令和６年観光客動態調査（和歌山県）より）
　約３２，７３１千人（前年比１０２．５%）
・日帰り客数　（出所：同上）
　約２７，６６７千人（前年比１０２．４%）
・宿泊客数　（出所：同上）
　約５，０６４千人泊（前年比１０２．９%）
・外国人宿泊客数　（出所：同上）
　約５１．０千人泊（前年比１３３．２%）

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）。

【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。

【実施体制図】



２．観光地域づくり法人がマネジメント・マーケティングする区域

様式１

【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、長年に渡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。

様式１

【観光客の実態等】

	令和6年	令和5年	前年比
観光入込客総数	約 32,731 千人	約 31,938 千人	102.5%
延べ宿泊者数	約 5,064 千人泊	約 4,919 千人泊	102.9%
外国人延べ宿泊者数	約 510 千人泊	約 380 千人泊	133.2%
観光消費額	191,236 百万円	174,387 百万円	109.7%

【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ＭＩＯ、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、城ケ森鉾尖県立自然公園、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、補陀落山寺、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

（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、淡島神社雛流しなど

（７）その他
〇温泉　白浜温泉、龍神温泉、勝浦温泉、本宮温泉郷など
〇県産品・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、紀州箪笥、紀州へら竿、保田紙、御坊人形、皆地笠、那智黒硯、野鍛冶刃物、紀州雛、棕櫚箒、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
〇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

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

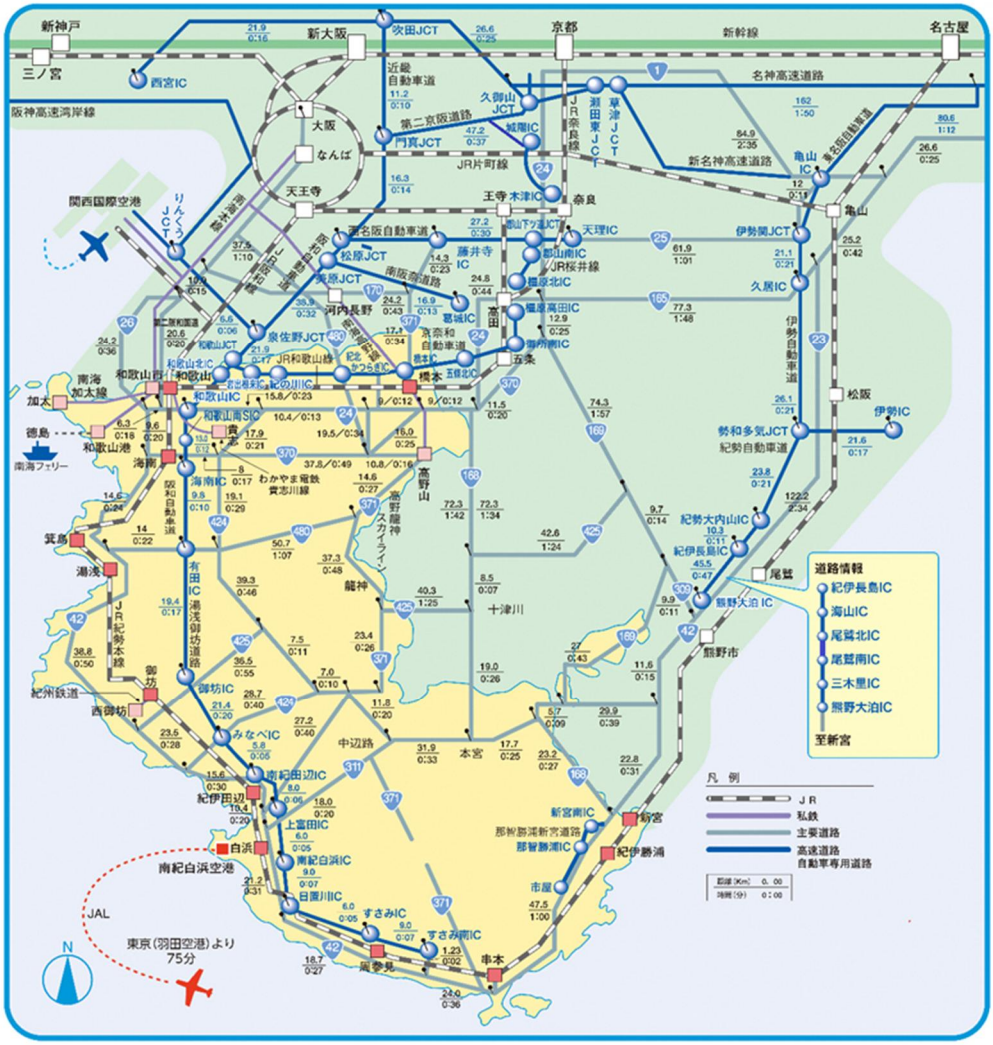
（上段：軒数、　下段：定員（人））

	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	青少年少年自然の家	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	27	17	27	2	1	0	0	2	0	0	51	1	15	48	29	260
	5002	1646	187	345	138	222	0	0	417	0	0	3023	18	1187	184	1015	13384
紀中地域	17	44	30	8	2	0	1	0	1	0	1	0	6	17	10	22	159
	1729	1066	851	76	282	0	20	0	206	0	100	0	124	5618	59	434	10565
紀南地域	56	68	192	96	4	1	0	1	2	1	20	0	27	24	255	12	759
	7535	10944	4676	1109	495	173	0	300	186	190	676	0	549	4279	2876	2768	36756
総計	113	139	239	131	8	2	1	1	5	1	21	51	34	56	313	63	1178
	14266	13656	5714	1530	915	395	20	300	809	190	776	3023	691	11084	3119	4217	60705

（出所：令和５年観光客動態調査（和歌山県）より）

様式１

【利便性：区域までの交通、域内交通】

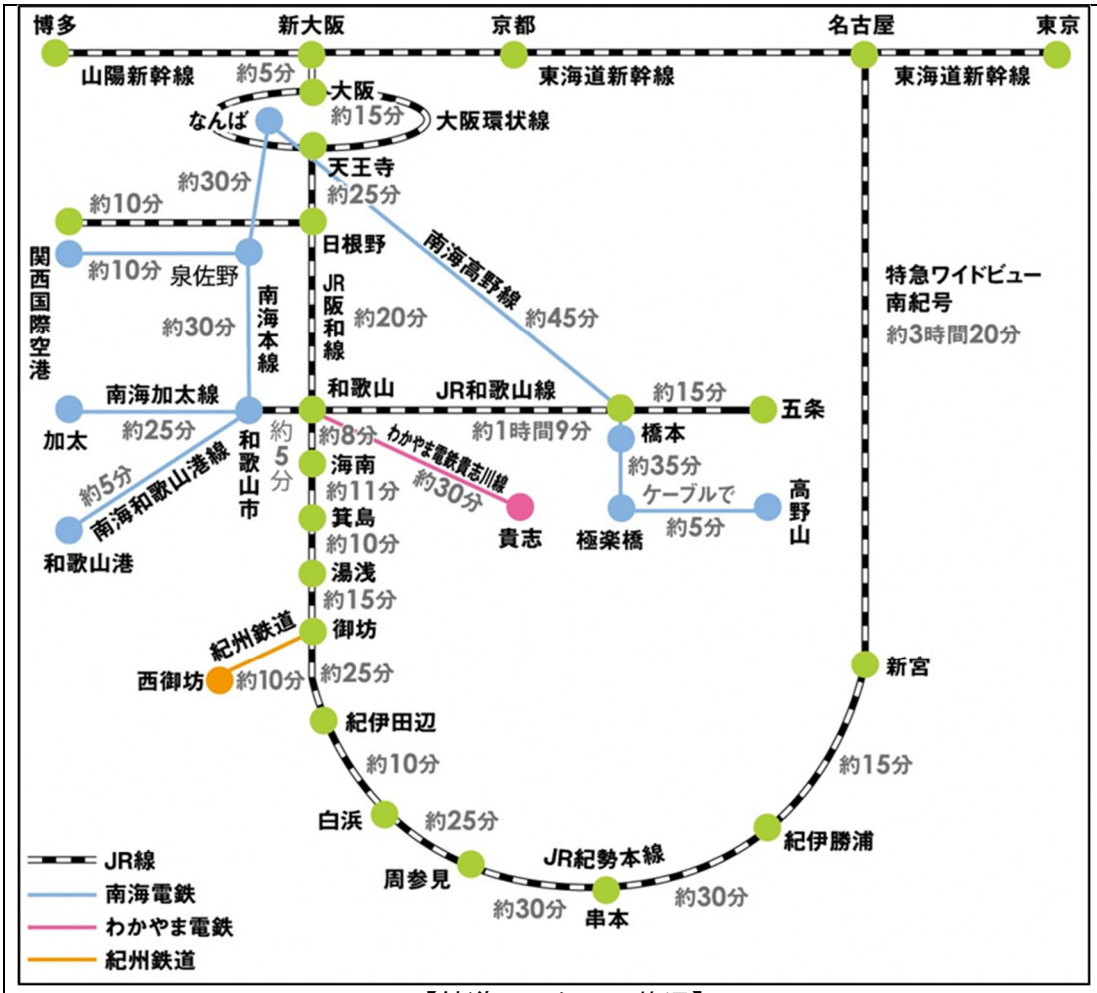


【和歌山県のアクセスガイド】

（１）鉄道

県外からは、大阪府からＪＲ阪和線、南海本線、南海高野線、奈良県からＪＲ和歌山線、三重県からＪＲ紀勢本線で結ばれている。特急列車としては、京都・新大阪駅から白浜・新宮方面へ「くろしお」、なんばから高野山方面へ「こうや」、「りんかん」、和歌山市方面へ「サザン」、ＪＲ名古屋駅から新宮・紀伊勝浦方面へ「ワイドビュー南紀」が利用されている。

県内のアクセスとして、南海加太線、南海和歌山港線、和歌山電鐵貴志川線、紀州鉄道が利用されている。



【鉄道のアクセス状況】

（２）航空

〇南紀白浜空港

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４年１０月２８日に地域連携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。

令和６年１月、空港の愛称が「熊野白浜リゾート空港」に決定された。

〇関西国際空港

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。

【主要都市から県内主要観光地への所要時間】

（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。

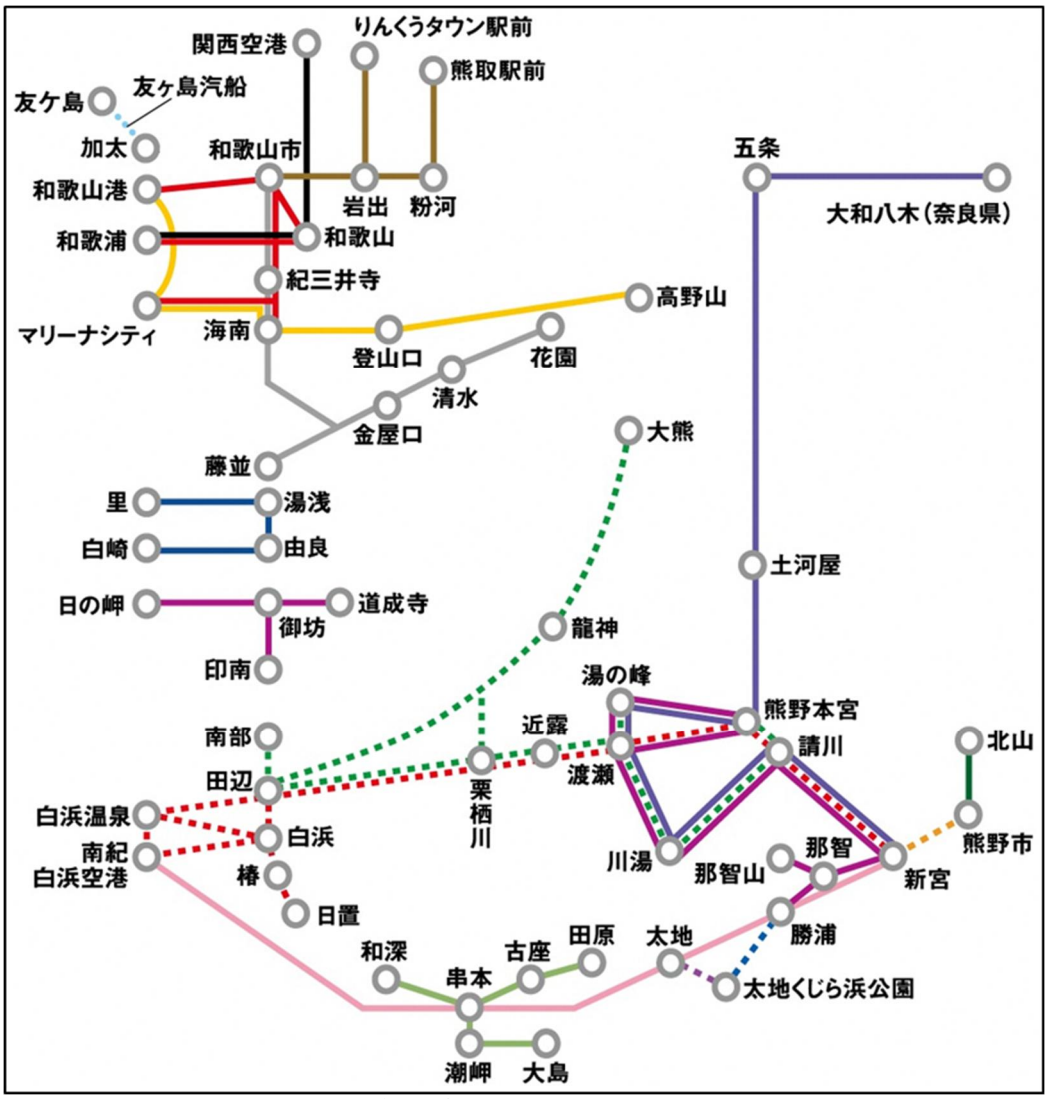
（４）道路交通

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車線化の整備工事が令和５年に開始された。

　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。

様式１



【路線バスのアクセス状況】

【外国人観光客への対応】

〇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。

〇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
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）及び観光客に関するインターネットアンケート調査（2024 年～）

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）
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）及び観光客に関するインターネットアンケート調査（2024 年～）
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）及び観光客に関するインターネットアンケート調査（2024 年～）
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、２０２０（令和２）年には９２万３千人となった。今後何も対策を講じなければ２０５０年には「６３万人」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。

【観光目的別構成比推計】

目的	令和５年	令和４年	令和３年	令和２年
観光施設	24.6%	24.9%	25.5%	24.4%
社寺参詣	18.9%	19.4%	18.6%	22.7%
温泉・休養	11.7%	12.6%	13.1%	12.7%
スポーツ等	8.0%	8.2%	8.8%	7.9%
風景・自然観賞	8.7%	7.8%	7.8%	7.8%
海水浴・川泳ぎ	3.6%	4.3%	4.4%	3.7%
花見	2.7%	2.4%	2.1%	1.7%
祭	4.6%	2.3%	1.3%	1.3%
釣り	2.0%	2.1%	2.2%	2.3%
キャンプ	0.7%	0.8%	0.7%	0.6%
観光農園	0.4%	0.3%	0.3%	0.3%
その他	14.1%	14.8%	15.2%	14.7%

（出所：令和５年、令和４年、令和３年、令和２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５０%を占めており、関東が約１０%、東海が約５%となっている。また、新型コロナウイルス感染症が令和５年５ 月８ 日に５類感染症に移行されたことや、水際対策の緩和及び円安の影響による外国人観光客の大幅な増加により、外国人の占める割合が７%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５年	令和４年	令和３年	令和２年	令和５年	令和４年	令和３年	令和２年
県内	602千人	591千人	579千人	473千人	12.2%	13.7%	17.1%	14.6%
近畿	2,362千人	2,239千人	1,663千人	1,690千人	48.0%	52.0%	49.2%	52.1%
東海	263千人	265千人	228千人	244千人	5.3%	6.2%	6.7%	7.5%
関東	515千人	497千人	347千人	321千人	10.5%	11.6%	10.3%	9.9%
中国	91千人	104千人	80千人	43千人	1.8%	2.4%	2.4%	1.3%
四国	79千人	70千人	43千人	37千人	1.6%	1.6%	1.3%	1.1%
北陸	54千人	52千人	31千人	24千人	1.1%	1.2%	0.9%	0.8%
九州・沖縄	84千人	69千人	47千人	39千人	1.7%	1.6%	1.4%	1.2%
東北	36千人	28千人	15千人	13千人	0.7%	0.6%	0.4%	0.4%
北海道	36千人	28千人	18千人	13千人	0.7%	0.6%	0.5%	0.4%
外国人	382千人	41.5千人	5.5千人	45千人	7.8%	1.0%	0.2%	1.4%
不明	418千人	320千人	326千人	301千人	8.5%	7.4%	9.7%	9.3%
計	4,922千人	4,303千人	3,383千人	3,243千人	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

（出所：令和５年、令和４年、令和３年、令和２年観光客動態調査（和歌山県）より）

近畿：大阪府・京都府・兵庫県・滋賀県・奈良県・三重県

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

［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５年度	令和４年度	令和３年度	令和２年度
1回	19.1%	16.5%	15.3%	12.1%
2回	7.0%	8.4%	9.1%	7.6%
3回	8.2%	4.5%	9.8%	5.8%
4回以上	65.7%	70.6%	65.8%	74.5%
	100%	100%	100%	100%

	令和５年度	令和４年度	令和３年度	令和２年度
リピーター率	80.9%	83.5%	84.7%	87.9%

（出所：令和５年度、令和４年度、令和３年度、令和２年度観光入込客統計共通基準調査（和歌山県）より）

（２）地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	**強み（Strengths）** ・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）において上野動物園と同数の飼育数（４頭）を誇るパンダをはじめとして様々な動物と出会える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）** ・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 ・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ＰＲ不足 ・関西圏以外での認知度が低い ・連泊率が低い

様式１

	機会（Opportunity）	脅威（Threat）
外部環境	・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 ・２０２２年南紀白浜空港ターミナルビルの増築 ・民間ロケット発射場の完成・打ち上げ ・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	・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

※上記に加え、ＰＥＳＴ分析等の他のマーケティング分析手法を用いて分析を行っている場合は、その内容を記入（様式自由）。

（３）ターゲット

〇第１ターゲット層
近畿から訪れる中高年層

〇選定の理由
・和歌山県への観光客は、８割程度が近畿圏から来訪しており、宿泊客も半数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５年、令和４年、令和３年、令和２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、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）

〇取組方針
・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

様式１

〇ターゲット層
関東、東海から訪れる中高年層

〇選定の理由
・宿泊客の約１０%が関東、約７%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

〇取組方針
・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

〇ターゲット層
近畿から訪れる若年層

〇選定の理由
・観光庁の旅行・観光消費動向調査（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。

（根拠となる調査結果）
①、②、③

〇取組方針
・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

〇ターゲット層
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

〇選定の理由
・宿泊数でみると全体の約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。

〇取組方針
・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）」、「サスティナビリティー（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。 （根拠となる調査結果） ④
○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
○選定の理由 ・宿泊数でみると全体の約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。 ○取組方針 ・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、「サスティナブル（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。 （根拠となる調査結果） ④、⑤

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	聖地リゾート！和歌山
②コンセプトの考え方	和歌山には､日本の旅の原型「熊野詣」の目的地や、厳粛さの中にも癒しや安らぎを与える聖地「世界遺産『高野山・熊野』」としての面ともに、良質な「温泉」や海の幸・山の幸などの豊かな「味わい」､そして温かな「おもてなし」を提供するリゾート地としての面がある。 こうした和歌山ならではの特徴や独自性を訴求するコンセプト内容とした。

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。

様式１

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てている。 ・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。

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

様式１

６．ＫＰＩ（実績・目標）

※戦略や個別の取組を定期的に確認・改善するため、少なくとも今後３年間における明確な数値目標を記入すること。
※既に指標となりうる数値目標を設定している場合には、最大で過去３年間の実績も記入すること。

（１）必須ＫＰＩ

指標項目		2021（Ｒ３）年度	2022（Ｒ４）年度	2023（Ｒ５）年度	2024（Ｒ６）年度	2025（Ｒ７）年度	2026（Ｒ８）年度
●旅行消費額（百万円）	目標	134,000	125,804	139,842	153,880	167,918	181,956
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	141,224	148,779	174,387	191,236		
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）		
●延べ宿泊者数（千人）	目標	3,200	4,100	5,000	5,900	5,800	6,700
		(45)	(200)	(500)	(600)	(600)	(700)
	実績	3,383	4,303	4,919	5,064		
		(6)	(41)	(380)	(510)		
●来訪者満足度（%）	目標		74.1	74.6	75.1	75.6	76.1
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	77.3	82.8	90.6	94.2		
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）		
●リピーター率（%）	目標	85.0	85.0	85.0	85.0	85.0	85.0
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	84.7	83.5	80.9	72.4		
		（ ）	（ ）	（ ）	()		

※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した。
※令和６年度の実績の数字について、県から集計ミスがあったと報告があり、正しい数字に修正しています。（昨年度数値：１４９，９６０百万円）

●延べ宿泊者数
和歌山県が実施する観光動態調査及びインターネット調査をもとに設定。

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。
※なお、目標値設定時（令和３年度 DMO 登録当初）、県において IR 誘致が推進されており、和歌山県の長期総合計画においても 2025 年春に IR 開業予定であることを見越した数字を設定していた。しかし、IR 誘致については、現状ＩＲの開設が見込めず事実上凍結となっており、この目標について県とも協議の結果、外国人宿泊客数が 100 万人増えるとしていた当初の目標を見直し、令和 7 年度以降の目標値を設定する。（参考：長期総合計画の当初目標値　R8 年度に外国人宿泊客数 170 万人）

●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及びインターネット調査をもとに設定。
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及びインターネット調査をもとに設定。
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全国的に見て高い数値となっているが、徐々に減少傾向にある。一方、観光入込客数は増加していることから、新規の客数が増えた可能性も考えられる。そのため、「（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		2021（Ｒ３）年度	2022（Ｒ４）年度	2023（Ｒ５）年度	2024（Ｒ６）年度	2025（Ｒ７）年度	2026（Ｒ８）年度
●観光入込客総数（千人）	目標	25,000	28,140	31,280	34,420	37,560	40,700
		（　）	（　）	（　）	（　）	（　）	（　）
	実績	24,879	29,138	31,938	37,560		
		（　）	（　）	（　）	（）		

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値
※各指標項目の単位を記入すること。

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）

様式１

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（具体的に記入すること）	
2021（Ｒ３）年度	236,364,385（円）	【県からの補助金】 【県からの委託収益】 【会費】 【その他】	116,408,000 円 101,303,700 円 18,017,800 円 634,885 円
2022（Ｒ４）年度	236,876,849（円）	【県からの補助金】 【県からの委託収益】 【会費】 【その他】	120,416,000 円 97,803,200 円 17,613,400 円 1,044,249 円
2023（Ｒ５）年度	236,203,221（円）	【県からの補助金】 【県からの受託収益】 【会費】 【その他】	123,099,596 円 92,960,005 円 17,912,895 円 2,230,725 円
2024（Ｒ６）年度	236,244,862（円）	【県からの補助金】 【県からの受託収益】 【会費】 【その他】	121,339,000 円 94,439,442 円 17,784,000 円 2,682,420 円
2025（Ｒ７）年度	239,744,297（円）	【県からの補助金】 【県からの受託収益】 【会費】 【その他】	200,091,000 円 19,195,000 円 17,747,000 円 2,710,297 円
2026（Ｒ８）年度	239,434,000（円）	【県からの補助金】 【県からの受託収益】 【会費】 【その他】	200,091,000 円 19,195,000 円 17,747,000 円 2,400,000 円

（２）支出

年（年度）	総支出	内訳（具体的に記入すること）	
2021（Ｒ３）年度	235,644,797（円）	【一般管理費】 【情報発信・プロモーション（国内）】 【情報発信・プロモーション（国外）】 【コンテンツ開発】	19,720,671 円 205,079,880 円 6,002,700 円 4,841,546 円
2022（Ｒ４）年度	237,602,490（円）	【一般管理費】 【情報発信・プロモーション（国内）】 【情報発信・プロモーション（国外）】 【コンテンツ開発】	19,911,554 円 208,729,320 円 7,815,131 円 1,146,485 円
2023（Ｒ５）年度	234,915,480（円）	【一般管理費】 【情報発信・プロモーション（国内）】 【情報発信・プロモーション（国外）】 【コンテンツ開発】	20,557,318 円 202,993,257 円 6,000,805 円 5,364,100 円
2024（Ｒ６）年度	237,872,261（円）	【一般管理費】 【情報発信・プロモーション（国内）】 【情報発信・プロモーション（国外）】	23,009,577 円 207,885,619 円 4,190,120 円

		【コンテンツ開発】	2,786,945 円
2025（Ｒ７） 年度	233,617,000（円）	【一般管理費】 【情報発信・プロモーション（国内）】 【情報発信・プロモーション（国外）】 【コンテンツ開発】	19,477,000 円 182,041,300 円 4,200,000 円 6,390,000 円
2026（Ｒ８） 年度	233,617,000（円）	【一般管理費】 【情報発信・プロモーション（国内）】 【情報発信・プロモーション（国外）】 【コンテンツ開発】	19,477,000 円 182,041,300 円 4,200,000 円 6,390,000 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．マネジメント・マーケティング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、（株）南紀白浜エアポートとは、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）
・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	吹上　　菜津美
担当部署名（役職）	本部　（プロジェクトリーダー）
郵便番号	６４０－８５８５
所在地	和歌山県和歌山市小松原通１－１
電話番号（直通）	０７３－４２２－４６３１
ＦＡＸ番号	０７３－４３２－８３１３
Ｅ－ｍａｉｌ	fukiage_n0001@pref.wakayma.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	津井田　三恵
担当部署名（役職）	地域振興部　観光振興課　企画調整班（班長）
郵便番号	６４０－８５８５
所在地	和歌山県和歌山市小松原通１－１
電話番号（直通）	０７３－４４１－２７７５
ＦＡＸ番号	０７３－４３２－８３１３
Ｅ－ｍａｉｌ	tuida_m0001@pref.wakayama.lg.jp

都道府県･市町村名	和歌山県
担当者氏名	前田　安宏
担当部署名（役職）	地域振興部　観光交流課　海外誘客班（班長）
郵便番号	６４０－８５８５
所在地	和歌山県和歌山市小松原通１－１
電話番号（直通）	０７３－４４１－２７８８
ＦＡＸ番号	０７３－４２７－１５２３
Ｅ－ｍａｉｌ	maeda_y0006@pref.wakayama.lg.jp

（登録）【地域連携DMO】公益社団法人和歌山県観光連盟

様式２

記入日：　令和6年　7月　1日

基礎情報

【マネジメント・マーケティング対象とする区域】
和歌山県全域
【設立時期】 昭和23年8月1日
【設立経緯】
③区域の観光協会がDMOに移行
【代表者】 会長　赤坂　武彦
【マーケティング責任者（CMO）】 事務局次長　成田　佳代
【財務責任者（CFO）】 プロジェクトマネージャー　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）
【主な収入】
補助事業　121百万円、委託事業　94百万円（令和6年度決算）
【総支出】
事業費　215百万円、一般管理費　23百万円（令和6年度決算）
【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、放送事業者等

KPI（実績・目標）

※（　）内は外国人に関するもの。

指標項目		2021（R３）年度	2022（R４）年度	2023（R５）年度	2024（R６）年度	2025（R７）年度	2026（R８）年度
●旅行消費額（百万円）	目標	134,000	125,804	139,842	153,880	167,918	181,956
		（　）	（　）	（　）	（　）	（　）	（　）
	実績	141,224	148,779	174,387	191,236		
		（　）	（　）	（　）	（　）		
●延べ宿泊者数（千人）	目標	3,200	4,100	5,000	5,900	5,800	6,700
		(45)	(200)	(500)	(600)	(600)	(700)
	実績	3,383	4,303	4,919	5,064		
		(6)	(41)	(380)	(510)		
●来訪者満足度（%）	目標		74.1	74.6	75.1	75.6	76.1
		（　）	（　）	（　）	（　）	（　）	（　）
	実績	77.3	82.8	90.6	94.2		
		（　）	（　）	（　）	（　）		
●リピーター率（%）	目標	85	85	85	85	85	85
		（　）	（　）	（　）	（　）	（　）	（　）
	実績	84.7	83.5	80.9	72.4		
		（　）	（　）	（　）	（　）		

戦略

【主なターゲット】
日本人では、①近畿から訪れる中高年層、②関東・東海から訪れる中高年層、③近畿から訪れる若年層。外国人では④東アジア及び東南アジア、⑤欧米豪からの観光客
【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
①コンテンツ開発・磨き上げとPR　②各コンテンツの開発や活用等③小規模分散型旅行を見据えた情報発信④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り組み　④南紀白浜空港利用促進　等
【観光地域づくりのコンセプト】
和歌山県全域の安定的かつ継続的な観光振興

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】
・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
・体験メニューの利用促進
【受入環境整備】
・語り部人材育成を図るため研修及び支援を実施
・オウンドメディア（県公式観光サイト）を活用した多面的な情報発信

【情報発信・プロモーション】
・ツーリズムEXPOジャパン等展示会への出展
・観光情報誌制作
・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
・旅行会社対策
・MICE誘致
・クルーズ船誘致