

(1) 世界遺産「熊野古道」をはじめとする観光資源を活かした取組

旅行商品の造成

■ 計画

取 組	具体的内容	実施主体
旅行商品の造成	世界遺産である熊野三山への参詣道「熊野古道」やジオ（大地）とその恵みに親しむジオパーク構想エリアなど、空港を核とした周遊観光を確立するため、世界遺産保全ウォーク（道普請）やジオツアー（円月島、橋杭岩、フェニックス褶曲など）、串本沿岸海域などに、例えば観光タクシーを組込み安心して参加できる旅行商品にするなど、旅行会社と連携し新商品を造成する。	・和歌山県 ・市町村 ・観光協会、旅館組合 ・田辺市熊野ツーリズムビューロー ・県観光連盟 ・旅行会社

■ 平成 26 年度～平成 28 年度実施状況

a) JAL パック商品造成

調査・分析、計画・立案	準備・制作	実績・成果物
南紀白浜線はこれまでも JAL パックを利用した旅行者が多いことから、中高年齢層をターゲットに、世界遺産「熊野・高野山」への誘客に向け、二次交通対策として観光タクシーの組込を提案し造成する。さらに魅力を高めるため熊野本宮大社の魅力を考える。 また、ファミリー層・若年層をターゲットにレンタカーを活用した世界遺産及びジオパークを巡るプランを提案し造成する。	・特典として正式参拝及び参拝記念品贈呈を検討（本宮大社と交渉） ・世界遺産、ジオパークの素材提供 ・アンケートの作成 ・ジャルパックと観光タクシー及びレンタカー助成等について協議	世界遺産を歩こう！熊野古道と熊野三山を巡る 2 日間 / + 高野山 3 日間（H26.10.1～H27.5.6） 熊野本宮大社正式参拝熊野三山を巡る 2・3 日間（H27.4.1～H29.3.31） ・観光タクシー助成 1 台 15,000 円（H27.4.1～H29.3.31）（H27.7/18-8/31、12/29-1/3 除く、H28.7/16-8/31、12/29-1/3 除く） ・本宮大社参拝記念品贈呈 開創 1200 年の高野山と熊野本宮正式参拝 2・3 日間・観光タクシー助成 1 台 22,000 円（H27.4.1～H29.3.31）（H27.7/18-8/31、12/29-1/3 除く、H28.7/16-8/31、12/29-1/3 除く） ・本宮大社参拝記念品贈呈 ドライブ！熊野・パンダに大接近！南紀わくわく体験 ・レンタカー助成 1 台 5,000 円（H27.4.1～H29.3.31）（H27.7/18-8/31、12/29-1/3 除く、H28.7/16-8/31、12/29-1/3 除く）

b) JTB 商品造成

調査・分析、計画・立案	準備・制作	実績・成果物
JTB が運営するネットサイト「るるぶトラベル」でのPRを実施することで相乗効果が見込まれることから、JTBと連携してレンタカーの活用による周遊観光（世界遺産、ジオパーク、パンダ）するモデルルートの提示と特典付きガイドブックを作成し商品造成、さらに、るるぶトラベル特集ページによるPRを図る。	・特典付きガイドブック作成 ・記念品（ぬいぐるみ）調達 ・アンケートの作成 ・JTBと協議	るるぶトラベルでの商品設定（H27.1.24～3.17） ・特典付きガイドブックの進呈 ・パンダぬいぐるみ（スタンプ押印者記念品） ・利用者アンケートの実施

c) クラブツーリズム商品造成

調査・分析、計画・立案	準備・制作	実績・成果物
小型機運航のため個人ツアーの設定が中心であるが、H27 夏季（7月・8月）における運航機材の大型化が実現したことから、大型化期間中、熊野古道とアドベンチャーワールドを組み込みによる魅力アップを図った団体ツアーを設定し、利用増に繋げる。	・熊野古道めぐりとアドベンチャーワールドの組み込み提案 ・アンケートの作成 ・クラブツーリズムと協議	平成 27 年度 クラブツーリズムでの商品設定 団体ツアー 8 本設定し、1 本催行 ・世界遺産「熊野古道」 ・アドベンチャーワールド ・利用者アンケートの実施
H28 秋期（11月）における運航機材の大型化が実現したことから、大型化期間中、世界遺産・紀南地方の観光を組み込んだ団体ツアー及びフリープランを設定し、利用増に繋げる。	・紀南地方の組み込み提案 ・アンケートの作成 ・クラブツーリズムと協議	平成 28 年度 クラブツーリズムでの商品設定 団体ツアー 5 本設定し、5 本(198 人)催行 フリープラン 50 人分を設定し、8 人利用 ・世界遺産「熊野三山」 ・紀南地方周遊 ・利用者アンケートの実施

d) オリオンツアー商品造成

調査・分析、計画・立案	準備・制作	実績・成果物
JALパック以外の商品展開もすべく、中若年層をターゲットに、レンタカーと熊野古道歩きを組み込んだ個人型商品を開発し、販売チャンネルの拡大を図る。	・お手軽熊野古道歩きコースの選定 ・アンケートの作成 ・オリオンツアー及びレンタカー会社と協議	オリオンツアーでの商品設定（H27.7.1-10.20） レンタカーSクラス1台付＆ガソリン満タン返し不要！【世界遺産熊野古道】専任語り部付人気トレッキング発心門王子～熊野本宮大社コース！ レンタカーSクラス1台付＆ガソリン満タン返し不要！【世界遺産熊野古道】古道歩きお手軽コース付！・世界遺産「熊野古道」お手軽古道歩き組み込み オリオンツアーでの商品設定（H28.4.1-10.31） レンタカーSクラス1台付＆乗り捨て料金不要！ レンタカーSクラス1台付＆乗り捨て料金不要！

e) 阪急交通社商品造成

調査・分析、計画・立案	準備・制作	実績・成果物
H28秋期（11月）における運航機材の大型化が実現したことから、大型化期間中、世界遺産・紀南地方の観光を組み込んだ団体ツアー及びフリープランを設定し、利用増に繋げる。	・紀南地方の組み込み提案 ・アンケートの作成 ・阪急交通社と協議	阪急交通社での商品設定 団体ツアー5本設定し、3本(90人)催行 フリープラン50人分を設定し、12人利用 ・世界遺産「熊野三山」 ・紀南地方周遊 ・利用者アンケートの実施

モニターツアー等の実施

■ 計画

取組	具体的内容	実施主体
モニターツアー等の実施	熊野古道道普請やジオツアーなど特色のある内容でのモニターツアーやファムツアー（旅行会社・メディア）を実施し、白浜イン・アウトのコース設定に加え、高野山を組み込み白浜イン関空アウトのルートを設定するなど、新しい旅行形態を提案し、誘客・商品造成・認知度向上、定番化に取り組む。	・和歌山県 ・市町村 ・観光協会、旅館組合 ・田辺市熊野ツーリズムビューロー ・県観光連盟 ・旅行会社

■平成 26 年度実施状況

調査・分析、計画・立案	準備・制作	実績・成果物
福利厚生マーケット(R E L O C L U B)を活用するため、大企業の福利厚生を請け負っている日本最大規模の福利厚生代行会社(リラックスコミュニケーションズ)に委託して、モニターツアーを実施する。 ・JAL パックで造成した旅行商品によるモニターツアーの実施 ・アドベンチャーワールドのパンダ誕生(12/2)を受け、パンダ商品によるモニターツアーの追加	・リロクラブと連携して準備 ・企業に掲示するポスターの作成 ・ウェブサイトの作成 ・アンケートの作成 ・メルマガ作成	R E L O C L U B (福利厚生代行) < 認知拡大 > ・福利厚生倶楽部 首都圏企業内ポスター配布(100社) ウェブサイト(12/19~)、メルマガ(12/21 配信) ・クラブオフ(富裕層)+ふるむな倶楽部(シニア層) ウェブサイト(12/19~)、メルマガ(12/21 配信) < モニターツアー > ・造成商品モニターツアー 世界遺産を歩こう! 熊野古道と熊野三山を巡る2日間 / + 高野山3日間 ・パンダ誕生PRモニターツアー J A L パックパンダツアー ・モニターアンケートの実施

■平成 27 年度実施状況

調査・分析、計画・立案	準備・制作	実績・成果物
福利厚生マーケット(R E L O C L U B)を活用するため、大企業の福利厚生を請け負っている日本最大規模の福利厚生代行会社(リラックスコミュニケーションズ)に委託して、モニターツアーを実施する。 ・JAL パックで造成した旅行商品によるモニターツアーの実施 ・アドベンチャーワールドのパンダ誕生(12/2)を受け、パンダ商品によるモニターツアーの追加	・リロクラブと連携して準備 ・企業に掲示するポスターの作成 ・ウェブサイトの作成 ・アンケートの作成 ・メルマガ作成	R E L O C L U B (福利厚生代行) < 認知拡大 > ・福利厚生倶楽部 首都圏企業内ポスター配布(100社) ウェブサイト(12/19~)、メルマガ(12/21 配信) ・クラブオフ(富裕層)+ふるむな倶楽部(シニア層) ウェブサイト(12/19~)、メルマガ(12/21 配信) < モニターツアー > ・造成商品モニターツアー 世界遺産を歩こう! 熊野古道と熊野三山を巡る2日間 / + 高野山3日間 ・パンダ誕生PRモニターツアー J A L パックパンダツアー ・モニターアンケートの実施

■平成 28 年度実施状況

調査・分析、計画・立案	準備・制作	実績・成果物
福利厚生マーケット(R E L O C L U B)を活用するため、大企業の福利厚生を請け負っている日本最大規模の福利厚生代行会社(リロクラブ)に委託して、モニターツアーを実施する。 ・今期、真田丸での話題性もあり、特に集中送客が期待できる「九度山」エリアを中心とした県北を周遊するモニターツアーの新規造成実施 ・JAL パックで造成した旅行商品によるモニターツアーの実施	・リロクラブと連携して準備 ・会員に配布する会報誌の記事作成 ・企業に掲示するポスターの作成 ・ウェブサイトの作成 ・アンケートの作成 ・メルマガ作成	R E L O C L U B (福利厚生代行) < 認知拡大 > ・福利厚生倶楽部 会員向け会報誌「 F U N 」6月号発行(全国 100 万部) 首都圏企業内ポスター配布(100 社以上) ウェブサイト(6月20日～)、メルマガ(6月21日、6月25日配信) ・クラブオフ(富裕層)+ふるむな倶楽部(シニア層) ウェブサイト(6月20日～)、メルマガ(6月21日、6月25日配信) < モニターツアー > ・造成商品モニターツアー 南紀白浜 1泊2日モニターツアー ・J A L パック パンダに大接近! 南紀白浜わくわく体験 2/3 日間 熊野本宮本社 正式参拝 熊野三山を巡る 2/3 日間 世界遺産 高野山と熊野本宮 正式参拝 2/3 日間 パンダに会いに南紀白浜へ! J A L パックオリジナルわくわく体験 2/3 日間 ドライブ! 熊野 2/3 日間 ・モニターアンケートの実施

羽田空港でのプロモーション活動

■計画

取 組	具体的内容	実施主体
羽田空港でのプロモーション活動	毎日多くのビジネス・観光客が利用する羽田空港を利用して、「世界遺産」「ジオパーク」「ラムサール」といった観光資源及び「羽田 - 南紀白浜」線の利便性を前面に出したプロモーションを展開する。	・和歌山県 ・市町村 ・観光協会、旅館組合 ・田辺市熊野ツーリズムビューロー ・航空会社

■平成 26 年度～平成 28 年度実施状況

調査・分析、計画・立案	準備・制作	実績・成果物
毎日多くのビジネス・観光客が利用する羽田空港ターミナルビルを利用して、世界遺産をはじめとする観光資源と南紀白浜線の利便性を前面に出したプロモーションを実施する。(H27 の JAPAN PROJECT にあわせた実施で P R 効果を高める)	・地域の観光・商工関係者から観光素材の提供 ・ビッグウイングとの調整 ・P R 用ボールペン等の制作	・羽田空港イベントスペースで P R 場所：羽田空港第 1 ターミナル 2 階 フェスティバルコート 期間：平成 27 年 5 月 8 日（金）～10 日（日） 平成 28 年 7 月 8 日（金）～10 日（日） 内容：南紀エリアの P R を通じ、南紀白浜線 P R アンケート実施

J A P A N P R O J E C T の実施

■計画

取 組	具体的内容	実施主体
J A P A N P R O J E C T の実施	J A L グループと地域コラボレーション企画「J A P A N P R O J E C T と和歌山」を 1 か月間実施し、J A L グループの様々な媒体を通して白浜・熊野古道など南紀エリアの魅力や和山の食材の魅力を発信する。	・和歌山県 ・市町村 ・観光協会、旅館組合 ・田辺市熊野ツーリズムビューロー ・航空会社

■平成 26 年度及び平成 27 年度実施状況（平成 28 年度実施なし）

調査・分析、計画・立案	準備・制作	実績・成果物
J A L と地域のコラボレーションで、機内誌・機内ビデオ・インターネットなど、J A L の媒体（日本語・英語。国際線を含む。）をフル活用した集中 P R を実施する。	・地域の観光・商工関係者から観光素材の提供 ・ビッグウイングとの調整 ・P R 用ボールペンの制作	J A P A N P R O J E C T 実施 実施期間：平成 27 年 5 月 1 日～5 月 31 日 実施内容： ・国内線機内誌で特集記事（熊野古道等） ・国内線機内ビデオでオリジナル番組放映（熊野古道） ・国内線ファーストクラス機内食特別メニュー提供（熊野古道をテーマにした機内食） ・J A L ホームページでの J A P A N P R O J E C T 紹介 ・空港ラウンジで提供・展示（県産品） ・訪日外国人向け情報サイト「Guide to Japan」で発信 ・国際線機内誌で特集記事

発着地情報の発信

■ 計画

取 組	具体的内容	実施主体
発着地情報の発信	首都圏で認知度のあるフリーペーパー「メトロガイド」に一定期間継続した掲載、ターゲット層にマッチした媒体を活用し、例えば、女子旅プラン（パワースポット熊野三山、山ガール！熊野古道健康ウォーキングなど）など旅行プランの提案、JAL 機内誌「SKYWARD」での特集記事掲載など、観光資源を最大限活用した旅プラン・ほんまもん体験（体験型観光）など、首都圏での集中的な情報発信により認知度向上を図る。	・和歌山県 ・市町村 ・観光協会、旅館組合 ・田辺市熊野ツーリズムビューロー -R- ・県観光連盟 ・航空会社 ・PR会社
着地情報の発信	PR会社と連携して紀南地方の自然・歴史・文化等の魅力をまとめた情報誌を作成し、ノープランで来る人や行き先を絞ってくる観光客に対しても、周遊モデルプランやほんまもん体験（体験型観光）の情報発信により満足度を高め、リピーター化や口コミによる認知度アップに繋げる。	・和歌山県 ・市町村 ・観光協会、旅館組合 ・田辺市熊野ツーリズムビューロー ・空港ビル ・PR会社

■ 平成 26 年度～平成 28 年度実施状況

a) 楽天トラベルを活用した PR 及び送客

調査・分析、計画・立案	準備・制作	実績・成果物
約 1,500 万人の会員を保有するネット予約サイト「楽天トラベル」を活用するため、カップル・夫婦をターゲットに、モデルルートを提案し、特集ページで紹介し、楽天ダイナミックパッケージを利用した送客に繋げる。 ・山ルート（世界遺産、温泉）で巡るコース ・海ルート（ジオパーク、アドベンチャーワールド、温泉）で巡るコース	世界遺産、ジオパーク、パング、空港情報を提供し、特集ページを制作	・楽天トラベル「旅頃」特集ページ制作 → WEBUP：H27.1.5～3.29 H27.6.22～8.16 H28.2.1～3.27 H28.5.30～7.24 ・メールマガジン配信 → 40 万通 （H27.1.7、3.13、6.26、H28.2.26、6.10 配信） ・アンケートの実施

b) るるぶトラベルを活用した PR 及び送客

調査・分析、計画・立案	準備・制作	実績・成果物
ＪＴＢが運営するネットサイト「るるぶトラベル」を活用するため、中若年層をターゲットに、モデルルート（世界遺産、ジオパーク、パンダ）を提案し、特集ページで紹介し、るるぶトラベルツアーを利用した送客に繋げる。	・世界遺産、ジオパーク、パンダ、空港情報を提供し、特集ページを制作 ・アンケートの作成	・るるぶトラベル特集ページ制作 →WEBUP： H27.1.15～3.15 ・るるぶトラベル特集ページ制作 →WEBUP：H27.7.28～10.11 ・アンケートの実施

c) じゃらんを活用した PR 及び送客

調査・分析、計画・立案	準備・制作	実績・成果物
流行のスマートフォンアプリを活用するため、女性・若年層をターゲットに、リクルートが運営する週刊じゃらんアプリを利用し、世界遺産・ジオパーク・南紀白浜線のPRを行う	現地取材 H27.1.9～11	・スマートフォンアプリ 週刊じゃらん「行くなら今！おすすめ観光地」特集ページ制作 →WEBUP： H27.2.5～3.31（4/30までUP中） ・閲覧者アンケートの実施（3.12～4/30） （アンケート結果を資料編に添付）
女性グループをターゲットに、リクルートライフスタイルが運営するじゃらん net 内にて、ダイナミックパッケージクーポンの活用で利用促進、及び世界遺産・ジオパーク・南紀白浜線のPRを行う	制作期間 H28.6.8～ H28.7.6	・じゃらん net 行政向けコンテンツコーナー内「ふるさと割キャンペーンページ」特集ページ制作 ・WEB掲載期間：H28.7.19～9.14 ・閲覧者アンケートの実施：H28.7.19～9.14 （アンケート結果を資料編に添付） - アンケート回答者へ特産品プレゼントを合わせて実施

調査・分析、計画・立案	準備・制作	実績・成果物
じゃらんロゴ入りフリーペーパーによるPRで認知向上を図る。	現地取材 H27.6.1～3	・じゃらんロゴ入りフリーペーパーの制作 （12ページ／3万部発行） - 大人のちょっと贅沢な旅秋号特集記事掲載を活用し制作

d) じゃらん MOOK シリーズ「大人のちょっと贅沢な旅」を活用した PR

調査・分析、計画・立案	準備・制作	実績・成果物
旅行したい人への PR を図る観点から、働くオトナ世代をターゲットに、旅行意欲が高く旅行予算が高い購読層を持つ旅行誌「大人のちょっと贅沢な旅」への特集掲載による PR を行う。 〔年 3 回季刊 7 万部発行〕	現地取材 H27.1.9～11 現地取材 H27.6.1～3	・大人のちょっと贅沢な旅 2015 春夏へ特集 8 ページ 発売日 H27.2.27 内容 世界遺産とジオパーク ・大人のちょっと贅沢な旅 2015 秋へ特集 8 ページ 発売日 H27.8.28 内容 世界遺産、ジオパーク、アドベンチャーワールドアンケートの実施

e) メトロガイドを活用した PR

調査・分析、計画・立案	準備・制作	実績・成果物
ビジネス層をターゲットに、首都圏最大級のフリーペーパー「メトロガイド」へ掲載を行い、世界遺産・パンダ誕生・南紀白浜線の PR を行う。 〔月刊 100 万部発行〕 〔東京メトロ 138 駅で配布〕	世界遺産、パンダ、空港の写真・記事を提供し、特集ページを制作	・メトロガイドへ掲載 H27 年 1 月号 (12/5 発行) へ半ページ (世界遺産) H27 年 3 月号 (2/5 発行) へ 1 ページ (パンダ誕生) H27 年 4 月号 (3/5 発行) へ 1 ページ (世界遺産) 及びアンケート実施 H27 年 6 月号 (5/5 発行) へ 1 ページ (世界遺産) H27 年 7 月号 (6/5 発行) へ 1 ページ (パンダ・ジオパーク) H27 年 9 月号 (8/5 発行) へ 1 ページ (熊野古道) H28 年 6 月号 (5/5 発行) へ 1 ページ (パンダ) H28 年 8 月号 (7/5 発行) へ 1 ページ (高野山) H28 年 10 月号 (9/5 反抗) へ 1 ページ (紀南地方) 及びアンケート実施

f) メトロポリスを活用した PR

調査・分析、計画・立案	準備・制作	実績・成果物
英語版のフリーペーパーを活用するため、在日外国人をターゲットに、首都圏最大級の「メトロポリス」へ掲載を行い、世界遺産「熊野」を中心とした観光資源と南紀白浜線の PR を行う。 〔隔週刊 3 万部発行〕 〔在日外国人向け / 大使館・ホテル・空港 (成田・羽田) 等で配布〕	・記者の現地取材による外国人目線での特集記事 現地取材 : H27.11.28～29 H28.3.30～31 ・世界遺産、ジオパーク、パンダ、高野山空港の写真提供による広告制作	・メトロポリスへ掲載 H28.1/23 発行号へ特集 4 ページ (世界遺産、温泉) H28.2/6 発行号へ広告 1 ページ H28.2/20 発行号へ広告 1 ページ H28.3/6 発行号へ広告 1 ページ H28.3/20 発行号へ広告 1 ページ H28.4.29 発行号へ特集 4 ページ (高野山) H28.5.1～10/31 高野山特集を WEB 掲載 ・アンケートの実施

g) 週刊ダイヤモンドを活用した PR

調査・分析、計画・立案	準備・制作	実績・成果物
ビジネス情報誌を活用するため、ビジネスピープルをターゲットに、週刊ダイヤモンドへ掲載を行い、ビジネスの勝負時に頼れるスポットとして熊野詣を紹介し、忙しいビジネスピープルへ南紀白浜空港を利用すれば日帰りでも可能なことをPR 〔ビジネス週刊 10 万部発行〕	現地取材 H27.1.13～14 現地取材 H27.7.27～27	・週刊ダイヤモンドへ掲載 H27/2/23 発行号へ特集 2 ページ 内容： 熊野本宮大社 WEB への記事転載 H27/9/5 発行号へ特集 2 ページ 内容： 熊野那智大社 WEB への記事転載 H28/10/8 発行号へ特集 2 ページ 内容： 熊野速玉大社 WEB への記事掲載

h) 「シティリビング」を活用した PR

調査・分析、計画・立案	準備・制作	実績・成果物
企業配布情報誌を活用するため、オフィスで働く女性をターゲットに、東京シティリビングへの掲載を行い、至近距離から見られるふたごのパンダと南紀白浜線のPRを行う。 〔毎週 18 万部発行〕 〔約 8 千オフィスに配布〕	パンダと空港情報の広告を制作	・シティリビング東京版へ掲載 H27/3/6 発行号へ広告掲載 内容： パンダ誕生PR

i) 「女子SPA!」を活用した PR

調査・分析、計画・立案	準備・制作	実績・成果物
ネットを活用するため、女性をターゲットに、女子SPA!へ記事掲載を行いパンダ誕生と南紀白浜線のPRを行う。 〔ネット記事/月刊 900 万PV〕	現地取材 H27.3.9	・女子SPA!へ掲載 3/20 に配信 内容： パンダ誕生PR

j) 「テレビ」を活用した PR

ABC 旅番組「朝だ！生です旅サラダ」

調査・分析、計画・立案	準備・制作	実績・成果物
テレビ番組を活用するため、人気旅番組「朝だ！生です旅サラダ」で取りあげてもらい、空港、熊野古道、パンダ、温泉をPRし、認	・ロケ先の選定 ・ロケハン H27.11.8～19	・旅サラダ「勝俣州和の俺のひとっ風呂」 南紀白浜空港、熊野古道、パンダ、温泉の紹介 放送日： H27.1.31、2.14

知度アップを図る。 放送日： 毎週土曜日 (8:00～9:30) 視聴率： 関東 7 . 5 %	・ ロ ケ H27.1.25～26	
---	----------------------	--

フジテレビ「ノンストップ！」

調査・分析、計画・立案	準備・制作	実績・成果物
テレビ番組を活用するため、人気旅番組「ノンストップ！」で取りあげてもらい、空港、世界遺産、パンダ、温泉などをPRし、認知度アップを図る。 放送日： 月曜日～金曜日 (9:50～11:25) 視聴率： 4 . 5 %	・ロケ先の選定 ・ロケ H27.4.23～24	・フジテレビ「ノンストップ！」 南紀白浜空港、世界遺産、パンダ、温泉の紹介 放送日： H27.5.6 視聴率： 6.2% (約 250 万人)

ホームページの作成（平成 28 年 11 月から公開）

■ 計画

取 組	具体的内容	実施主体
ホームページの作成	ホームページの作成により、常時、空港情報・観光情報、割引運賃情報などを発信していく。	・和歌山県 ・市町村 ・観光協会、旅館組合 ・田辺市熊野ツーリズムビューロー ・空港ビル株式会社 ・HP 作成業者

■ 平成 28 年度実施状況

調査・分析、計画・立案	準備・制作	実績・成果物
ホームページの作成により、常時、空港情報・観光情報、割引運賃情報などを発信していく。	・地域の観光・商工関係者から観光素材のとりまとめ ・HP 作成業者との調整	・ホームページの公開からのアクセス状況の取得