

2030年を見据えた新たな観光戦略の展開

淡路島観光会議

目次

1. 淡路島観光の現状・課題

- (1)淡路島総合観光戦略中間チェック(3年目) P3
- (2)首都圏戦略の進捗状況 P4
- (3)インバウンド戦略の進捗状況 P5
- (4)大阪・関西万博、AWAJI島博までの成果と課題 P6
- (5)花みどりフェア・AWAJI島博2025のレガシーの継承・発展 P7
- (6)体験型コンテンツの進化 (B2B・B2C展開・収益事業化) P8

2. ネクストフェーズでの新たな視点

- (1)関西・瀬戸内をつなぐ結節点としての淡路島① P9
- 関西・瀬戸内をつなぐ結節点としての淡路島② P10
- (2)京都・大阪からのアーバンリゾートとしての地位の確立 P11

3. 2030年に向けた、新たな展開の方向性

- (1)神戸空港国際化、大鳴門橋自転車道の開通 P12
- (2)関西・瀬戸内の結節点である淡路島の特性を活かした「二軸戦略」の展開 . . P13

4. 具体的施策案

- (1)瀬戸内との連携 (芸術・文化を活かした周遊促進) P14
- (2)関西圏との連携 (農・食・観光の一体的振興) P15
- (3) 交通網の整備・充実(高速バスのオープンドア化・航路・空路の充実) P16
- (3)-2 交通網の整備・充実(高速バスのオープンドア化・航路・空路の充実)参考資料 P17

5. 2030年を見据えた新たな観光戦略の柱 P18

1. 淡路島観光の現状・課題

(1) 淡路島総合観光戦略中間チェック (3年目)



大阪・関西万博、AWAJI島博を終えて、現状の主要なポイントは以下の通り

◆関西以外からの誘客戦略は順調に推移、関西以外の宿泊者シェアの5年目KPIの35%は達成見込み

- ・ 2019年24.6% → 2024年30.7%
(うち、首都圏 7.3%) (うち、首都圏 9.8%) ※首都圏・・・東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県

◆インバウンドの実誘客に向けた基盤づくりは進捗

- ・ 島内観光事業者の意識改革が進み、インバウンド対応に非常に前向き
- ・ インバウンドを意識した体験型観光プログラムの開発 (94個)
- ・ 東京を中心としたDMCとの人脈・関係作り等が大きく前進

1. 淡路島観光の現状・課題

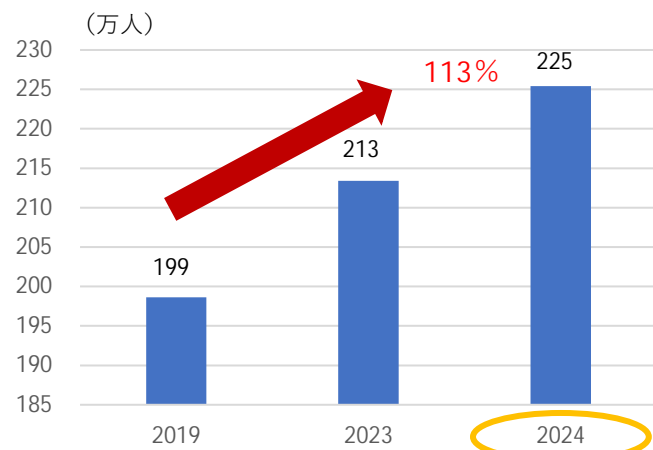
(2) 首都圏戦略の進捗状況

○アフターコロナの淡路島の宿泊者数は、2024年は2019年比113%で**好調に推移**

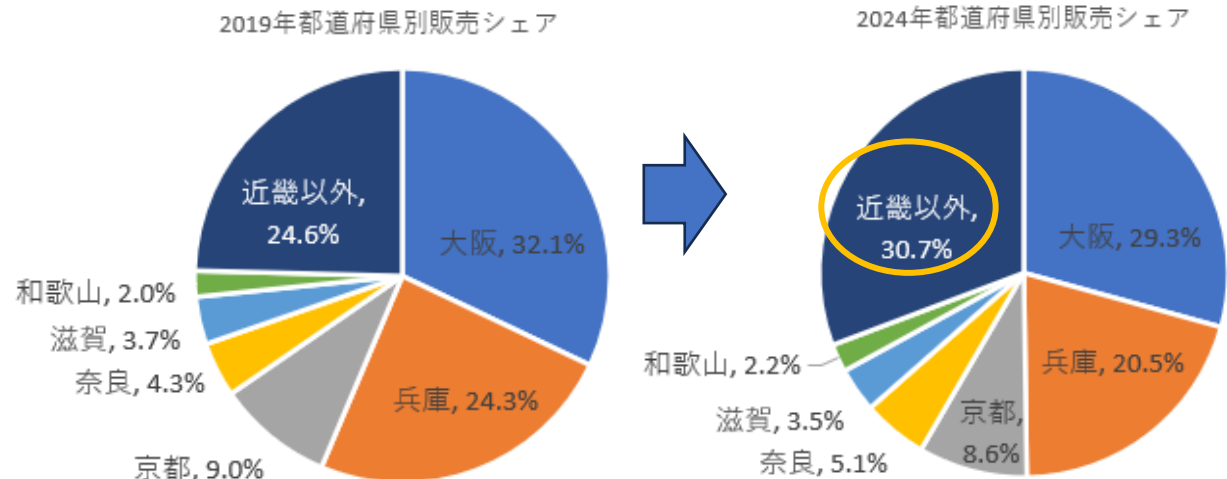
○宿泊者の発地別では、**近畿以外からの宿泊者割合が30.7%まで増加**、淡路島観光戦略の目標（2027年35%）に向け順調に増加

○島内3市別では、淡路市が最も首都圏、中京圏からの比率が高いが、南あわじ市、洲本市でも増加

淡路島の宿泊者数



宿泊者の発地別比率



[淡路市]
2019年

2023年

2024年

1位 大阪府 48,579人 (27.20%)	1位 兵庫県 50,194人 (25.46%)	1位 大阪府 42,440人 (20.55%)
2位 兵庫県 33,373人 (18.69%)	2位 大阪府 39,194人 (19.88%)	2位 兵庫県 32,896人 (15.93%)
3位 東京都 17,637人 (9.88%)	3位 東京都 13,418人 (6.81%)	3位 東京都 14,520人 (7.03%)
4位 京都府 12,874人 (7.21%)	4位 愛知県 11,500人 (5.83%)	4位 京都府 11,938人 (5.78%)
5位 神奈川県 6,946人 (3.89%)	5位 京都府 9,912人 (5.03%)	5位 愛知県 10,810人 (5.24%)
6位 奈良県 5,777人 (3.23%)	6位 神奈川県 9,174人 (4.65%)	6位 神奈川県 9,756人 (4.72%)
7位 埼玉県 5,340人 (2.99%)	7位 奈良県 5,390人 (2.73%)	7位 三重県 6,079人 (2.94%)
8位 岡山県 5,239人 (2.93%)	8位 埼玉県 5,353人 (2.72%)	8位 埼玉県 6,059人 (2.93%)
9位 愛知県 4,390人 (2.46%)	9位 滋賀県 5,114人 (2.59%)	9位 奈良県 5,863人 (2.84%)
10位 和歌山県 4,060人 (2.27%)	10位 岡山県 4,594人 (2.33%)	10位 香川県 5,860人 (2.84%)
その他 34,377人 (19.25%)	その他 43,281人 (21.96%)	その他 60,264人 (29.19%)

計17.8万人

⇒ 19.7万人

⇒ 20.6万人

[洲本市]
2019年

2023年

2024年

1位 大阪府 415,965人 (32.79%)	1位 大阪府 451,986人 (32.87%)	1位 大阪府 448,668人 (30.95%)
2位 兵庫県 313,116人 (24.68%)	2位 兵庫県 310,213人 (22.56%)	2位 兵庫県 305,474人 (21.07%)
3位 京都府 124,317人 (9.80%)	3位 京都府 120,036人 (8.73%)	3位 京都府 141,018人 (9.73%)
4位 奈良県 55,922人 (4.41%)	4位 奈良県 65,130人 (4.74%)	4位 奈良県 80,011人 (5.52%)
5位 滋賀県 50,930人 (4.01%)	5位 愛知県 53,302人 (3.88%)	5位 愛知県 57,186人 (3.94%)
6位 東京都 37,950人 (2.99%)	6位 滋賀県 49,677人 (3.61%)	6位 滋賀県 53,380人 (3.68%)
7位 愛知県 35,983人 (2.84%)	7位 東京都 40,883人 (2.97%)	7位 東京都 47,918人 (3.30%)
8位 岡山県 32,995人 (2.60%)	8位 岡山県 31,539人 (2.29%)	8位 岡山県 39,851人 (2.75%)
9位 和歌山県 27,341人 (2.16%)	9位 和歌山県 25,446人 (1.85%)	9位 和歌山県 33,238人 (2.29%)
10位 徳島県 25,054人 (1.97%)	10位 徳島県 24,731人 (1.80%)	10位 香川県 29,704人 (2.05%)
その他 148,992人 (11.74%)	その他 202,214人 (14.70%)	その他 213,417人 (14.72%)

計127万人

⇒ 138万人

⇒ 145万人

[南あわじ市]
2019年

2023年

2024年

1位 大阪府 172,303人 (33.10%)	1位 大阪府 167,386人 (29.79%)	1位 大阪府 168,578人 (28.21%)
2位 兵庫県 136,311人 (26.18%)	2位 兵庫県 122,401人 (21.79%)	2位 兵庫県 123,691人 (20.70%)
3位 京都府 42,361人 (8.14%)	3位 京都府 43,371人 (7.72%)	3位 京都府 41,415人 (6.93%)
4位 奈良県 23,308人 (4.48%)	4位 東京都 28,159人 (5.01%)	4位 愛知県 32,157人 (5.38%)
5位 滋賀県 18,752人 (3.60%)	5位 愛知県 24,646人 (4.39%)	5位 東京都 31,733人 (5.31%)
6位 愛知県 17,699人 (3.40%)	6位 奈良県 21,915人 (3.90%)	6位 奈良県 29,945人 (5.01%)
7位 東京都 16,355人 (3.14%)	7位 滋賀県 19,631人 (3.49%)	7位 滋賀県 20,910人 (3.50%)
8位 岡山県 12,659人 (2.43%)	8位 神奈川県 14,293人 (2.54%)	8位 神奈川県 15,756人 (2.64%)
9位 香川県 9,143人 (1.76%)	9位 岡山県 14,238人 (2.53%)	9位 和歌山県 11,759人 (1.97%)
10位 和歌山県 8,714人 (1.67%)	10位 広島県 11,533人 (2.05%)	10位 岡山県 11,707人 (1.96%)
その他 62,995人 (12.10%)	その他 94,232人 (16.77%)	その他 109,999人 (18.41%)

計52.1万人

⇒ 56.1万人

⇒ 59.8万人

首都圏（東京、神奈川、埼玉）

中京圏（愛知）

地域経済分析システム「REASAS」より計算

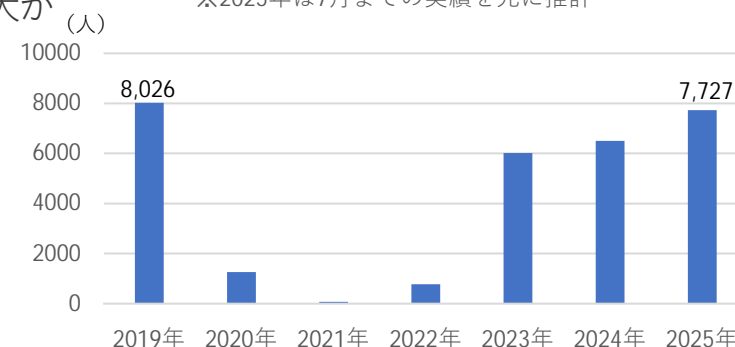
1. 淡路島観光の現状・課題

(3) インバウンド戦略の進捗状況

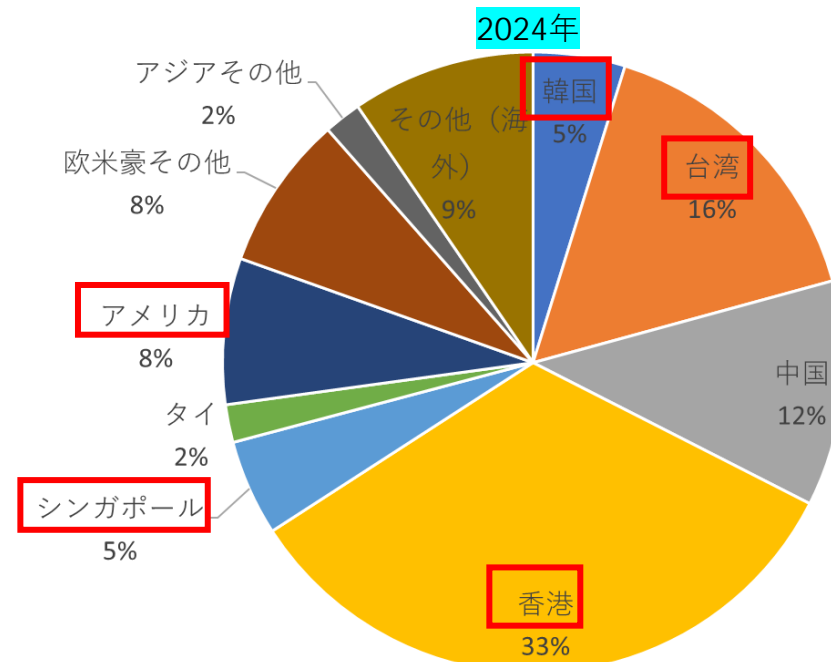
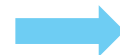
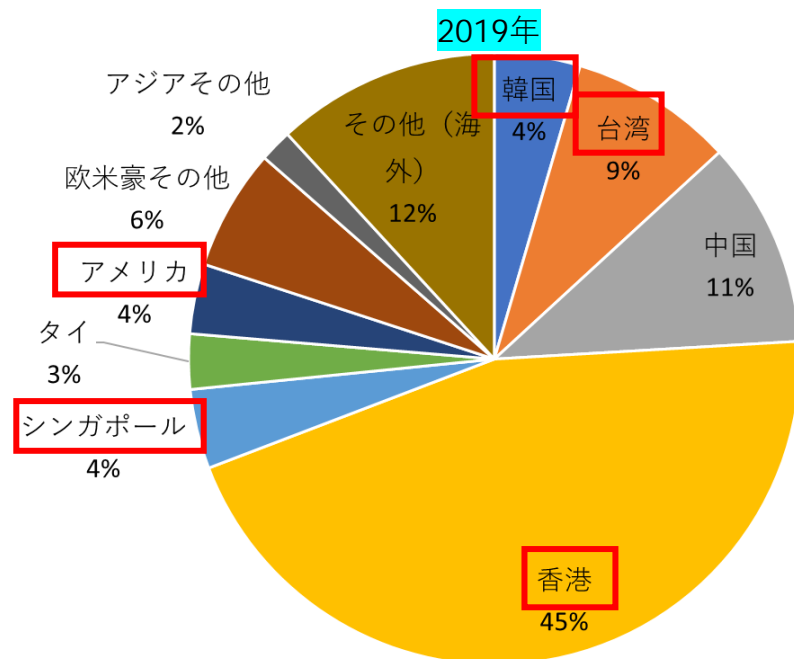
- 淡路島を訪問する訪日外国人は、**2025年は2019年比ほぼ100%まで回復**する見込み（主要宿泊施設ヒアリング）
- 全国ではアフターコロナにおいては三大都市、ゴールデンルート（東京都、神奈川県、静岡県、愛知県、京都府、大阪府）に集中する傾向、地方への広がりが少ない
- 淡路島の特徴としては、①関空が強い**香港の比率が高い**（2024年33%）、②**台湾のシェアが拡大**（2019年9%⇒2024年16%）、③**米国のシェアが拡大**（2019年4%⇒2024年8%）
- 今後、アジアのリーディングとしての**香港・シンガポール**、神戸便就航で拡大が見込まれる**台湾**、さらには米国以外の**欧州**へのアプローチ強化が課題

淡路島のインバウンド宿泊人員の推移（主要施設）

※2025年は7月までの実績を元に推計



淡路島のインバウンド国別宿泊人員の変遷



淡路島観光協会調べ

1. 淡路島観光の現状・課題

(4) 大阪・関西万博、AWAJI島博までの成果と課題

○万博を訪れるインバウンドが訪れる滞在先は、大阪・奈良・京都に集中

○島内観光事業者のインバウンド・首都圏観光客を意識したコンテンツ
開発・受け入れ体制整備を行ったことは大きな成果
・京阪神で十分 → グローバル化が必須（意識改革）

○京阪神以外に売り込むコンテンツ（特に体験コンテンツ）のベースの
企画・開発・造成が一定進む。

- ・ 2年前のDCの「兵庫テロワール旅」の基本方針に則って、SDGsを軸に開発を進めてきた
- ・ 淡路地域では、島博コンテンツとして独自の94の体験型観光プログラムの開発・販売まで広げることができた
- ・ 一方で、コンテンツの磨き上げ（インバウンドを含む満足度アップ・快適性）はまだまだ不足

○インバウンド多言語対応はあまり進んでいない

- ・ 現状では、通訳ガイド同行の超富裕層しか誘客出来ない
- ・ 今年度より、淡路島観光協会にて全島ガイド育成事業を開始

○東京を中心としたDMCとの人脈・関係作り等はベースは出来つつある
・ 現地視察（FAM等）はまだまだ不足

大阪・関西万博とあわせて滞在したスポットランキング TOP10

順位	スポット名称	都道府県	市区町村
1	奈良公園	奈良県	奈良市
2	ユニバーサル・スタジオ・ジャパン	大阪府	大阪市此花区
3	大阪城天守閣	大阪府	大阪市中央区
4	清水寺	京都府	京都市東山区
5	伏見稲荷大社	京都府	京都市伏見区
6	Nintendo OSAKA(ニンテンドー オーサカ)	大阪府	大阪市北区
7	大丸心斎橋店	大阪府	大阪市中央区
8	鹿苑寺(金閣寺)	京都府	京都市北区
9	ヨドバシカメラマルチメディア梅田	大阪府	大阪市北区
10	梅田スカイビル・空中庭園展望台	大阪府	大阪市北区

※2025年4月13日～5月12日に大阪・関西万博に滞在したユーザーを対象に集計

DXマガジンより



1. 淡路島観光の現状・課題

(5) 花みどりフェア・AWAJI島博2025のレガシーの継承・発展

- ジャパンフローラ2000（淡路花博）から5年ごとに開催してきた花みどりフェアは、25年の節目をもって終了したが、「エネルギー、農と食、暮らしの持続」をめざす「人と自然の共生」の取り組みを、国内外に発信する新たな仕掛けが必要
- AWAJI島博2025では、ひょうごDC、さらには万博を機に開発されたひょうごフィールドパビリオンをはじめ、独自の94の体験型観光プログラムを開発・販売。
- 島内の宿泊・飲食・体験プログラムを周遊を促すデジタルスタンプラリーでは4,106人が14,846カ所を訪問

人と自然の共生の理念



<花みどりフェア2025>

・39日間で69万人の来場

体験型観光プログラムの広がり（ひょうごフィールドパビリオン・AWAJI島博2025）

- ・自然環境、農・食、芸術・文化・歴史、地場産業など、地域の魅力を体験できるプログラムを展開
- ・地域産業の振興につながる着地型観光が広がる



ひょうごフィールドパビリオン

Our Field, Our SDGs
私たちのフィールド、私たちのSDGs



自然環境
Nature

32
プログラム



世界初の海ホテルショー



由良漁協セリ見学



淡路島手延べそうめん作り



淡路人形浄瑠璃ツアー

農・食
Agri.&Cuisine

21
プログラム

芸術・地場産業
Art&Industry

41
プログラム

1. 淡路島観光の現状・課題

(6) 体験型コンテンツの進化(B2B・B2C展開・収益事業化)

- 2025年度までに基礎を築いた**体験型コンテンツ**を武器に**インバウンド**（特に**モダンラグジュアリー層**）の誘客を強化していく
- そのため、淡路島観光協会において、①**DMC**を介した誘客強化、DMOとして**ランドオペレーター**の進化を進め**収益事業化**、②**体験型グローバルOTA**への**本格参画**、③**コンテンツの磨き上げ**（満足度アップ・快適性）といった体験型コンテンツの進化を図る

進化の具体的内容



世界初の海ホテルショー



由良漁協セリ見学



淡路島手延べそうめん作り



淡路人形浄瑠璃ツアー

現状

DMC

- ・ネットワーキングイベント（東京）
- ・定期的タリフ配布
- ・FAMトリップ
- ・収益無し

B2B

進化の方向性

DMC

- ・関係・連携強化
- ・FAMトリップ強化
- ・ランドオペレーターとして手配・精算をすることで、収益事業化
- ・プランの組合せ、アレンジ

体験型グローバルOTA

- ・KKDAYに一部プラン登録（台湾・香港等）
- ・アクティビティジャパンに一部プラン登録（国内がメイン）

B2C

体験型グローバルOTA

- ・ビアター等欧米豪に強いサイトに登録
- ・在庫登録推進
- ・事業所完結型を推進
- ・収益確保

観光協会HP

- ・一部プランを英語展開

観光協会HP

- ・HP内での全プランの多言語化

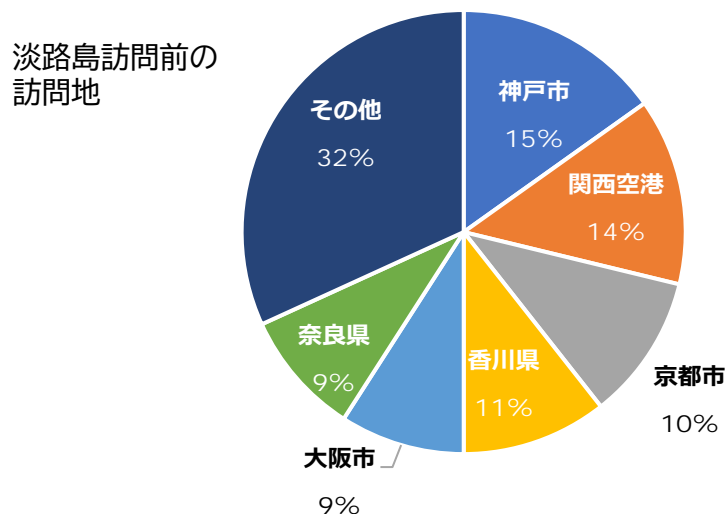
2. ネクストフェーズでの新たな視点

(1) 関西・瀬戸内をつなぐ結節点としての淡路島①

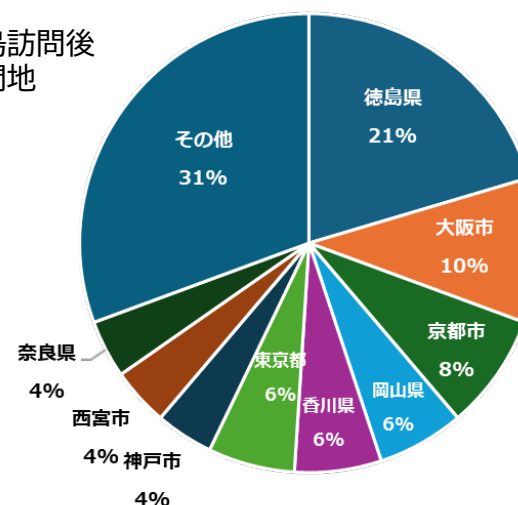
○淡路島を訪問する訪日外国人は、**関西の観光地を経由する者が多いものの**、関空からの**ファーストデスティネーションが1～2割存在**

○淡路島訪問後は、**中国・四国への流れが3割程度**みられ、観光事業者へのアンケート結果では意識されていない**瀬戸内周遊の流れ**が存在

訪日外国人旅行者・淡路島訪問前後の訪問地（その1）



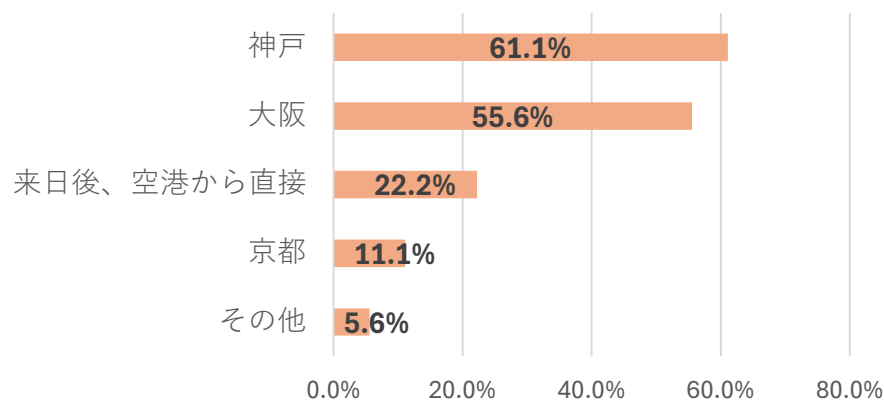
淡路島訪問後の訪問地



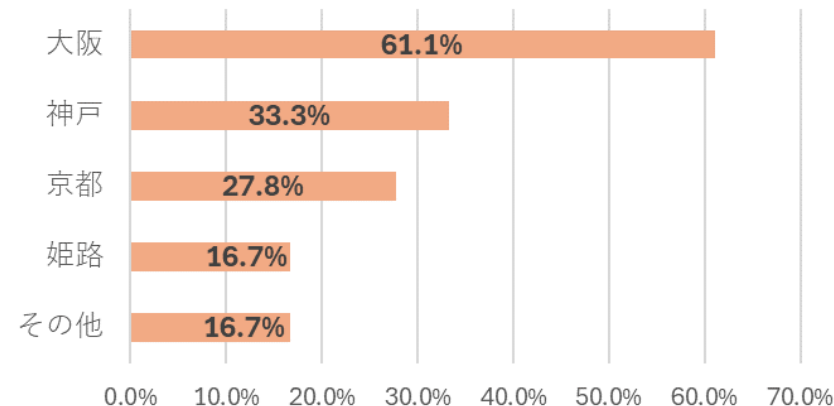
（出典）観光庁「インバウンド消費動向調査（2024年4-12月）」を加工

訪日外国人旅行者・淡路島訪問前後の訪問地（その2）

Q どこからあなたの地域を訪れることが多いですか（複数回答）



Q あなたの地域を訪れた後、どこへ向かう方が多いですか（複数回答）



（出典）県観光振興課「県内観光事業者アンケート調査」2025.5～6 n=367

2. ネクストフェーズでの新たな視点

(1) 関西・瀬戸内をつなぐ結節点としての淡路島②

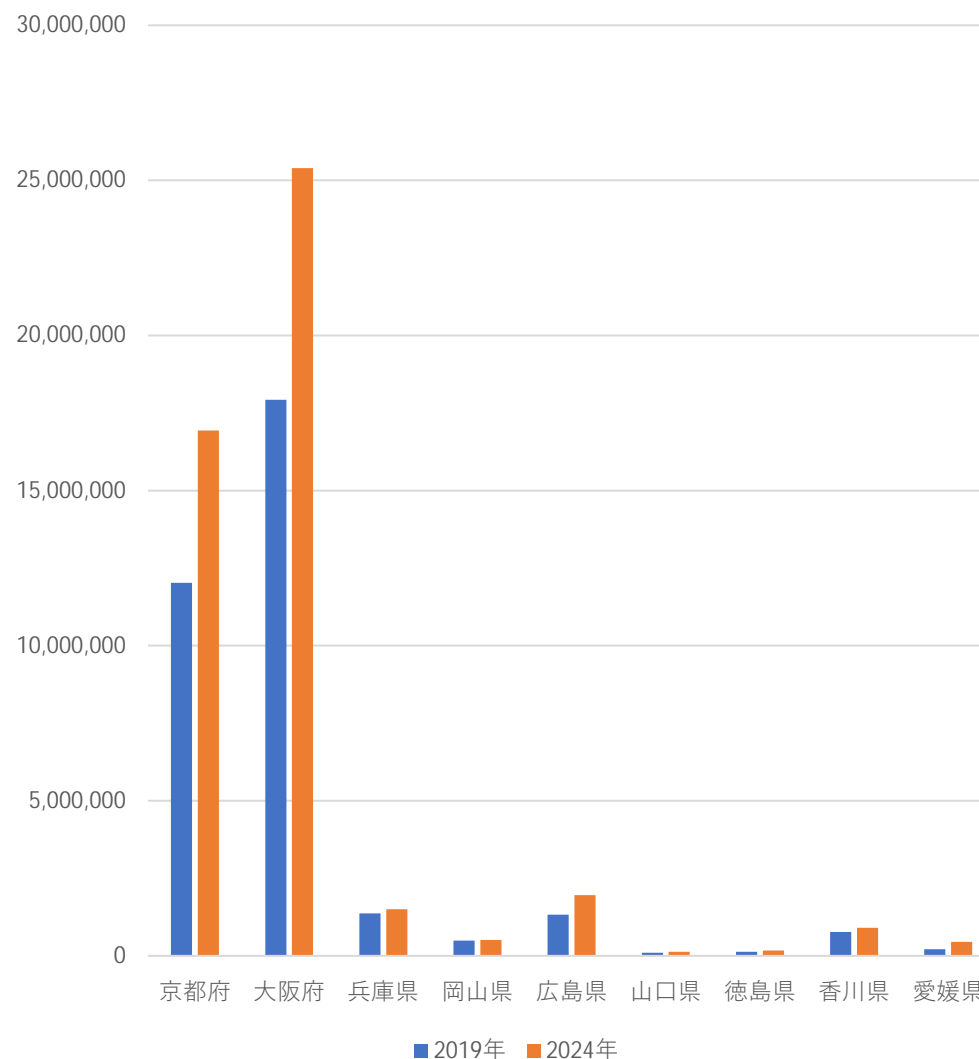
○淡路島は、関西（京都・大阪を中心に4,230万人泊）、瀬戸内（瀬戸内7県で563万人泊）の取り込みを狙える立地

延べ外国人宿泊者数

(単位：人泊)

都道府県別	2019年	2024年	対比
京都府	12,025,050	16,938,020	141%
大阪府	17,926,170	25,393,930	142%
小計	29,951,220	42,331,950	141%
兵庫県	1,366,850	1,505,800	110%
岡山県	486,600	514,000	106%
広島県	1,322,280	1,958,170	148%
山口県	104,360	125,530	120%
徳島県	133,560	173,660	130%
香川県	771,730	906,740	117%
愛媛県	216,270	452,210	209%
小計	4,401,650	5,636,110	128%
合計	34,352,870	47,968,060	140%

都道府県別インバウンド宿泊者数



2. ネクストフェーズでの新たな視点

(2) 京都・大阪からのアーバンリゾートとしての地位の確立

○東京では、都内の長期滞在中（後）、アーバンリゾートとしての地位が確立している箱根・富士五湖・日光等にインバウンドが大挙訪れている。

○京都・大阪近郊では東京近辺に比べ、**アーバンリゾートが不明確**であり、**いち早く淡路島がその地位を確立**が必要。

順位	セクション名	2023年PV数	2019年比	2019年PV数
1	東京	6,811,011	138.32%	4,924,202
2	京都	5,015,464	191.81%	2,614,826
3	大阪	2,655,527	193.07%	1,375,446
★4	箱根	1,544,952	188.31%	820,412
★5	奈良	1,077,419	241.21%	446,678
★6	富士五湖	1,064,786	179.95%	591,709
★7	富士山	922,220	140.90%	654,544
★8	日光	803,661	219.05%	366,891
9	名古屋	764,354	181.12%	422,022
★10	鎌倉	697,418	209.56%	332,804
11	神戸	649,523	189.09%	343,508
12	金沢	638,670	220.64%	289,459
13	高山	632,528	242.49%	260,849
14	宮島	568,483	300.44%	189,216
15	広島	516,543	231.89%	222,753
16	札幌	489,491	104.68%	467,594
17	高野山	488,223	222.48%	219,448
18	福岡	481,766	168.80%	285,408
19	横浜	469,854	162.68%	288,816
20	白川郷	449,652	167.92%	267,784

日本の人気（アクセス数）ベスト10の内、5つが東京近郊



日本の人気（アクセス数）ベスト20の内、京都・大阪近郊の観光地は高野山のみ



観光地セクション別統計（2023/1/1～2023/12/31）：ジャパンガイドより

3. 2030年に向け、新たな展開の方向性

(1) 神戸空港国際化、大鳴門橋自転車道の開通

○神戸空港は、国際化初年度に現在の高松空港国際線と同規模まで拡大、2030年頃の国際線定期便就航時には195万人の国際旅客を見込む

○最寄り国際空港（神戸・徳島・高松）における250万人超の国際旅客の出現は、瀬戸内周遊のデスティネーションとしての淡路島の存在を知らしめる好機

○さらに、大鳴門橋自転車道開通（R9年度末）により、淡路島を結節点とした瀬戸内周遊の拡大も期待



3. 2030年に向け、新たな展開の方向性

(2) 関西・瀬戸内の結節点である淡路島の特性を活かした「二軸戦略」の展開

○ 関西国際空港の増便や神戸空港国際化を踏まえた**京都・大阪のアーバンリゾートとしての地位の確立**

○ **東せとうち周遊ルートの確立**、大鳴門橋自転車道開通を契機とした交流拡大

○ 関西・瀬戸内の結節点となる淡路島の特性を最大限に発揮する「**二軸戦略**」を明確化し、インバウンドの新たな人流を興し、**淡路島をゴールデンルートのゲートウェイ**に



4. 具体的施策案

(1) 瀬戸内との連携（芸術・文化を活かした周遊促進）

方向性

淡路島には500年の歴史を誇る淡路人形浄瑠璃や世界的に著名な安藤建築のほか、AWAJIアートサーカス、地場産業の瓦、線香など、文化・芸術・産業にかかる島内既存コンテンツやイベントが豊富にあることから、瀬戸内エリアの世界的コンテンツである芸術（瀬戸内国際芸術祭など）を軸に、**せとうちDMO**や**神戸市との広域連携**を図り、島内の様々な**芸術・文化資源を活かした**新たな観光振興策を展開する

瀬戸内エリアと連携した周遊を促進する取組を展開

施策展開

施策項目	
誘客促進	<ul style="list-style-type: none">・ 芸術・文化の魅力発信イベントの開催 （大鳴門橋自転車道開通を記念した「淡路島国際芸術祭（仮称）」など・ 関空や神戸空港、中国・四国の空港を活用した東せとうちを周遊するツアーの造成
受入基盤整備	<ul style="list-style-type: none">・ 芸術・文化作品、イベント等の開発・磨き上げ・ 自転車やクルーズ船等を活用した新たな交通の創設や拡充・ 島外からの交通アクセスや島内移動手段の充実・確保・ インバウンド対応のための多言語化
芸術の人材育成	<ul style="list-style-type: none">・ 教育機関や民間企業と世界的アーティストとの連携による芸術・文化の人材育成・ 伝統芸能の継承・発展の仕組みづくり

4. 具体的施策案 (2) 関西圏との連携（農・食・観光の一体的振興）

方向性

関西国際空港の増便や神戸空港国際化を契機に増加するインバウンドや首都圏層をターゲットに、農産物や海産物など豊富な食材の宝庫である「**世界一の食の島を目指す淡路島**」と、地産地消の推進や都市地域での農業体験などを打ち出す「食都神戸」が連携し、「**食**」を活かしたインバウンド等誘客策を展開する

世界に誇る食のエリアを活かした「農・食・観光」の一体的振興

施策展開

施策項目	
ブランド価値向上	<ul style="list-style-type: none">・世界的なクライテリアの獲得によるブランド化・魅力ある食文化のストーリー化・ブランド食材の認知拡大
誘客促進 (主にインバウンド)	<ul style="list-style-type: none">・世界に遡求できるツールの活用・食の魅力発信イベント開催
受入基盤整備	<ul style="list-style-type: none">・食の観光体験プログラム（フードツアー）の開発・磨き上げ・ブランド食材を利用した料理・土産品等の開発・食の拠点施設や空き家等を活用した質の高い飲食店の集積・島外からの交通アクセスや島内移動手段の充実・確保・インバウンド対応のための多言語化・食文化の理解
食の人材育成	<ul style="list-style-type: none">・教育機関や民間調理学校等と世界的シェフとの連携による食の人材育成・地元食材による創作料理コンテストなど進化し続ける仕組みづくり

4. 具体的施策案

(3) 交通網の整備・充実(高速バスのオープンドア化・航路・空路の充実)

方向性

関西・瀬戸内エリアをつなぐ淡路島の立地の特性を最大限に生かした**ゴールデンルートのゲートウェイ**として、関西、瀬戸内、首都圏など遠方から訪れるインバウンド等が、**車以外の移動手段でも快適に淡路島を訪れ周遊**できるよう、高速バスのオープンドア化をはじめ、空港や海上などからのアクセス手段の充実・確保を図る
また、並行して交通のキャッシュレス化、Uberタクシー、レンタカー、カーシェア、自動運転バスの導入・推進を図る

交通利便性の向上に向けた取組を推進

施策展開

施策項目	
誘客促進	<ul style="list-style-type: none">・ 京都、大阪～四国を結ぶ高速バスや大型クルーズ船の寄港を活用した周遊ツアーの開発・ 超富裕層やモダンラグジュアリー層に向けた「空飛ぶクルマ」（当面はヘリ）やスーパーヨットを活用した「せとうちの島々ホッピングツアー」の造成
受入基盤整備	<ul style="list-style-type: none">・ 淡路島MaaSの推進(バス停の利用環境の向上、高速バスオープンドア化の推進、バスの電子決済化、buSmoの機能向上、観光地周遊シャトルバスの運行など周遊アクセスの確立)・ 【関空～《航路》～洲本～《バス（オニオンバス）》～徳島空港～徳島駅～四国内移動】ルートの確立・ 「空飛ぶクルマ」にも対応したヘリポートや、スーパーヨット、クルーズ船などが停泊可能な港の整備

3. 2030年に向け、新たな展開の方向性

(3)-2 交通網の整備・充実(高速バスのオープンドア化・航路・空路の充実)参考資料



5. 2030年を見据えた新たな観光戦略の展開（案）

1 瀬戸内エリアとの連携による芸術・文化を活かした周遊促進

- 世界的なコンテンツである瀬戸内国際芸術祭との協働した淡路島が誇る芸術・文化、伝統芸能などを体験できる国際的な祭典を開催
- 大鳴門橋自転車道開通の記念イベントとすることで、広域自転車ルート「セトイチ」構想の実現を盛り上げ



淡路人形浄瑠璃

2 関西との連携による世界に誇る食のエリアを活かした「農・食・観光」の一体的振興

- 神戸空港国際化等を契機に「食都神戸」と「世界一の食の島」をめざす神戸・淡路の豊かな食の資源を活かしたインバウンド等の誘客を拡大
- 食のエリアとしての世界的なブランド価値の向上、食の観光プログラム開発、食を支える人材育成など受入基盤を整備



あわじアートサーカス

3 淡路島観光MaaSの推進

- 神戸、大阪、京都、四国のストレスフリーな移動利便性の向上を図るため、公共交通網の整備や電子決済化などを推進



大鳴門橋自転車道
(イメージ)