

令和7年度 淡路島総合観光戦略アクションプランに 基づく取組の評価

令和8年6月23日 令和8年度第1回淡路島観光戦略会議

令和7年度 淡路島総合観光戦略アクションプランに 基づく取組の評価

- (1) 取組状況の進捗度・JSTS-D達成度の自己評価
 - (2) 各実施主体の主な取組
 - (3) 重要業績評価指標(KPI)の達成度
- 以上の3項目を令和7年度における取組の評価とする。

令和7年度 淡路島総合観光戦略（2023～2027年度）アクションプラン ～取組にかかる検証～

- 令和7年度の取組にかかる進捗について、全173事業のうち「計画以上」が11事業、「計画どおり」が131事業で全体の約82%の進捗度となったほか、JSTS-D（日本版持続可能な観光ガイドライン）については「ガイドラインに沿って実施」が2事業、「おおむね実施」が140事業と約82%の達成度となり、淡路島総合観光戦略の方向性として概ね順調な進捗と評価できる。
- とりわけ、AWA J I 島博の開催を契機に、112件の体験型観光コンテンツを造成できたことや、ウェブスタンプラリー「島たまGo!」では、ユーザー数6,323人、スポット訪問回数は19,069回に達するなど、観光客誘致に向けた受入基盤整備や淡路島の課題の一つである島内周遊の促進につながった。
- 一方、インバウンド誘致は十分に進展しておらず、コンテンツの満足度についても更なる向上の余地がある。このため、令和8年度はより一層のコンテンツの磨き上げとプロモーションを実施し、首都圏及びインバウンドを対象とした誘客促進に引き続き取り組む。
- 今後は、神戸空港国際化や大鳴門橋自転車道開通を機に、淡路島の魅力である「食・自然・芸術・文化・体験」を活かして、関西や瀬戸内との連携による2軸戦略を展開し、広域観光を推進していく。

【アクションプラン評価結果】

区 分	事業数	取組の進捗度				JSTS-D達成度			
		a	b	c	d	Ⅳ	Ⅲ	Ⅱ	Ⅰ
基本戦略（サステナブル戦略）	45	2	37	6	0	0	39	6	0
推進戦略1（商品戦略①：物語化）	37	1	31	5	0	1	31	5	0
推進戦略2（商品戦略②：高付加価値化）	36	4	27	5	0	1	30	5	0
推進戦略3（アメニティ戦略）	41	4	24	13	0	0	29	12	0
推進戦略4（情報戦略）	8	0	8	0	0	0	6	2	0
推進体制と検証体制の確立	6	0	4	2	0	0	5	1	0
合 計	173	11	131	31	0	2	140	31	0

【取組状況の進捗】

- a: 計画以上に進捗
b: 計画どおりに進捗
c: あまり進捗していない
d: 進捗していない

【JSTS-D達成度】

- Ⅳ: JSTS-Dに沿って取組を実施
Ⅲ: おおむねJSTS-Dに沿って取組を実施
Ⅱ: あまりJSTS-Dに沿って取組を実施していない
Ⅰ: JSTS-Dに沿って取組を実施していない

令和7年度 淡路島総合観光戦略（2023～2027年度）アクションプラン ～取組にかかる検証～

1. アクションプランに基づく取組の自己評価

○基本戦略（サステナブル戦略）「島内外から支持される観光地」をめざし、環境保全に配慮した持続可能な観光地づくり

戦略の方向性	事業数 (評価 項目)	取組の進捗度				JSTS-D達成度				備 考
		a	b	c	d	IV	III	II	I	
◆持続可能な取組に配慮した観光地づくりへの意識啓発 ◆環境保全活動と観光との関連付け ◆島内各産業や住民に経済波及効果を与える「域内調達率UP」の推進 ◆観光を支える人財(外国人労働者、セカンドキャリア等)の確保と満足度(ES)の向上 ◆年間の観光需要の平準化、平日の観光需要の喚起	45	2	37	6	0	0	39	6	0	【主な実績】 ○地場産業、農水産業、地域づくりや環境保全などSDGsに関連したコンテンツを14プラン新規造成（全46プラン）。 ○「SDGs体験型コンテンツ×宿泊プラン」の連携販売を実施。 【主な課題】 ○環境保全配慮などに繋がるコンテンツ（クリーンアップ活動との連携など）の造成。 ○リジェネラティブツーリズム推進に向けた機運醸成と啓蒙活動やクリーンアップ活動に観光客が参加できる受入体制の充実。

○推進戦略1（商品戦略①：物語化）「選ばれる観光地」をめざし、自然や歴史に培われた文化、産業、食の魅力・ポテンシャルを引き出す観光コンテンツの開発

戦略の方向性	事業数 (評価 項目)	取組の進捗度				JSTS-D達成度				備 考
		a	b	c	d	IV	III	II	I	
◆淡路島の強みである「美食」「やすらぎ」「海」「歴史」など本物を活かしたコンテンツづくり ◆兵庫テロワール旅にふさわしい地域の風土を活かしたコンテンツづくり ◆地域資源をより深く楽しめるストーリーの磨き上げやストーリーテリング能力の開発による体験価値の向上 ◆上記の観光コンテンツを基軸とした新たな観光商品づくり	37	1	31	5	0	1	31	5	0	【主な実績】 ○「収穫・自然体験×食事」コンテンツの造成（7コンテンツ）。 ○「淡路島カルチャーアテンダント」を16名認定。 【主な課題】 ○ここでもしか体験できない特別感のある本物体験コンテンツへの造成・磨き上げ ○ガイドの活躍機会の創出

○推進戦略2（商品戦略②：高付加価値化）「京阪神以外からも選ばれる観光地」をめざし、首都圏等遠隔地発のシェア拡大に向けた誘客の促進

戦略の方向性	事業数 (評価 項目)	取組の進捗度				JSTS-D達成度				備 考
		a	b	c	d	IV	III	II	I	
◆遠隔地の旅行者(インバウンド含む)に選んでもらうための高付加価値化 ◆遠隔地発の旅行者のシェア拡大による観光の消費単価の押し上げ ◆大阪ベイエリア、瀬戸内海エリア、兵庫県での大型イベント等に連携し、その影響を見据えた観光ルート等の展開	36	4	27	5	0	1	30	5	0	【主な実績】 ○ウェブスタンプラリー「島たまGo!」の展開や観光スマートパスポートの販売を実施。 ○首都圏・インバウンド等を対象としたファムトリップ等のキャンペーンを実施。 【主な課題】 ○宿泊者に占めるインバウンド比率の低さ。

○推進戦略3（アメニティ戦略）「快適に過ごせる観光地」をめざし、円滑な移動や快適な滞在を実現する受入環境の整備

戦略の方向性	事業数 (評価 項目)	取組の進捗度				JSTS-D達成度				備 考
		a	b	c	d	IV	III	II	I	
◆公共交通によるアクセスの情報提供方法を充実・改善 ◆利便性の高い公共交通のネットワーク化等の働きかけ ◆未来型モビリティなど新たな移動サービスの導入 ◆来島者の心地よい滞在を支援する受入環境の整備 ◆多様な旅行者に対応するユニバーサルツーリズム(アクセシブルツーリズム)の推進 ◆旅行者目線を取り入れ、観光客を気持ちよく迎える景観づくり、景観の再構築	41	4	24	13	0	0	29	12	0	【主な実績】 ○カーシェアの設置個所を「北淡IC高速バス停駐車場」に新設。 ○「バスモ」の多言語化ページの構築（中国語、韓国語）。 ○観光客が公共交通を利用してストレスなく島内を移動できるようバスロケーションシステム、バス停ナンバリングを推進。 【主な課題】 ○島内をマイカー以外でスムーズに移動できる手段の確保。

○推進戦略4（情報戦略）「相互理解のできる観光地」をめざし、淡路島総合観光戦略を島内外の各種セクターと共有

戦略の方向性	事業数 (評価 項目)	取組の進捗度				JSTS-D達成度				備 考
		a	b	c	d	IV	III	II	I	
◆島内の観光関連企業との情報共有、相互理解の促進 ◆圏域内大型イベント事務局や広域連携DMO等との情報共有と連携 ◆島内の観光関連以外の事業者との情報共有、相互理解の促進 ◆上記活動と連動し、交流人口及び関係人口の増加に資する連携の企画	8	0	8	0	0	0	6	2	0	【主な実績】 ○東浦地区において、宿泊特化型ホテル関係者との意見交換を実施し、現状や課題を共有した。 【主な課題】 ○行政や関係団体に加え、民間企業、旅館・ホテル・飲食など観光関連業界、交通事業者、各種地域づくり団体など、情報共有の体制整備と連携した取組の強化。

○推進体制と検証体制の確立

戦略の方向性	事業数 (評価 項目)	取組の進捗度				JSTS-D達成度				備 考
		a	b	c	d	IV	III	II	I	
◆DMO登録法人である淡路島観光協会を中心に、県、市、関係団体等が相互に協力 ◆淡路島観光協会のDMO機能(デスティネーションマネジメント/デスティネーションマーケティング)強化 ◆淡路島観光戦略会議が、観光戦略の重要な取組の方向付けや検証を実施 ◆淡路島観光戦略会議の構成員に加え、企業・団体の取組、大型イベントの実施主体などと広域に連携 ◆日本版持続可能な観光ガイドライン(JSTS-D)の考え方や基準を取り入れつつ推進	6	0	4	2	0	2	5	1	0	【主な実績】 ○観光戦略会議を年3回定期的に開催し取組状況を検証。 ○観光客満足度調査や消費単価の調査を実施し、観光客の動向を調査した。 【主な課題】 ○自己評価について、より客観性が認められる評価基準の策定。

(2) 各実施主体の主な取組

淡路島観光協会

AWAJI 島博の実現に向けた取組の推進・ストーリーテラーとしてのガイドの養成とガイドを活用したプログラムの開発

AWAJI 島博の開催を機に112件の体験型観光コンテンツを造成。

また、ウェブスタンプラリー「島たまGo!」を実施し、観光客受入環境の整備と島内周遊の促進に寄与した。

また、島内の歴史や生産者の想いを伝えられる通訳ガイド16名を「淡路島カルチャーアテンダント」として認定した。



淡路県民局

シンボルイベントの開催・サイクリストの走行環境整備

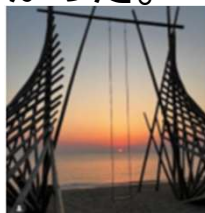
9月と3月にロングライドを実施。また、南あわじ市丸山地区でフォトスポット整備や淡路市において県道の路肩拡幅を実施し、サイクリストの走行環境整備とサイクリングを軸とした観光誘客を推進した。



洲本市

大浜公園の利用促進

うみぞら映画祭、花みどりフェア、みんなでつくる洲本市PRイベント等の各種官民のイベントを連携し開催。、相乗効果が発揮され、多くの来場者を呼び込むことで地域の賑わい創出につながった。



南あわじ市

鳴門海峡エリアの観光ブランディング事業

南あわじ市と鳴門市が連携し、「うずしおぐるぐる」HPを展開し、渦潮をテーマとした広域観光の推進を図った。「うずの幸グルメ」等の展開により、両市間の周遊促進と魅力発信の強化に取り組んだ。



淡路市

世界的観光立島・淡路市事業
(はじまりの島あわぢカラ フェスティバル (淡路市マスコットキャラクターイベント事業))

阪神・淡路大震災から30年の節目の年であり、「島」「復興」「地域連携」をテーマに、25キャラクター(21団体)が集結し、参加する団体の情報発信を行った。
(集客数: 40,000人)



(3) 重要業績評価指数(KPI)の達成度

評価指標/【データ取得方法】	戦略策定時（2022年度）の参考数値 ※1	直近の把握数値（年度）	2027年目標
①観光GDP 【兵庫県観光客動態調査】	696億円	841億円（2024年度）	766億円
②宿泊者の発地別比率 （近畿圏以外の宿泊者比率） 【RESASデータ】	24.1%	30.8%（2024年）	35%
③a) 観光客の消費単価 ※2 b) 域内調達率	既存データなし	a) 宿泊：4.9万円（2025年度） 日帰り：2.3万円（2025年度） b) 調整中	a) 宿泊：5.1万円 日帰り：2.7万円 b) 調整中
④観光客の満足度 【ひょうご観光本部：観光魅力度調査】	（調査7項目 ※3） 全項目平均78.9% （2022年4月～2023年3月）	全項目平均74.0% （2025年4月～2026年3月）	全項目平均90%以上 （2027年度平均値）
⑤県民（淡路島） 一人あたりの所得 【兵庫県民経済計算】	一人あたりの所得 2,526 千円	一人あたりの所得 2,794千円（2023年度）	一人あたりの所得 2,780 千円
⑥住民（淡路島） 住民理解度 ※4 【兵庫県県民意識調査】	住民理解度既存データなし	住民理解度49.9%（2025年度）	住民理解度52%

※1 コロナ禍の影響が強いため、④観光客の満足度を除き、2019年度数値を参考数値とする。

※2 観光客の消費単価について、過去3年間の実績を考慮し、2年間で宿泊が2,000円増（年間1,000円増）、日帰りが4,000円増（年間2,000円増）を目標とする。

※3 ①名所旧跡・景観・地域の雰囲気、②観光・文化施設、③体験・アクティビティ、④食事の内容、⑤お土産・特産品の内容、⑥観光施設や飲食・物販施設等の接客サービス、⑦地域への再訪意向の7項目で判断

※4 住民理解度については、①観光地は活気があると思うか、②観光客が増えている実感があるか、③観光振興が地域にとって重要だと思うか、④自分の行動（おもてなし、地域をより良くする行動等）が地域の観光振興に繋がると思うか上記設問に対して5段階評価で得られた回答のうち、「そう思う」「まあそう思う」など肯定的な回答をした人の割合

- ①観光GDPに関しては、戦略策定時から145億円増で目標数値を上回った。
- ②宿泊者の近畿圏以外の宿泊者比率は前年度比で2%増で目標に向け、順調に増加している。
- ④観光客の満足度に関しては、戦略策定時から下がっているが、前年度の73.4%から0.6%上昇しており、復調傾向にある。