

令和6年度上期 淡路島総合観光戦略アクションプランにかかる取組状況等【主なもの】

1 選ばれる観光地を目指して【推進戦略1】

- (1) 着地型体験コンテンツを島内47箇所（R6.9末）で造成し、「淡路島ならではの本物体験」プログラムとして観光協会ホームページで発信。※R6.3末：30箇所 → [目標] R7.1末：60箇所
- (2) 観光協会ホームページで各プログラムのオンライン予約を可能とするなど、ワンストップ機能を確立。

【今後の取組】

- ・ 体験プログラムのさらなる磨き上げ。（プログラムとしての魅力向上やインバウンドへの取組など）
- ・ 万博関連サイトを活用した発信力の強化、「AWAJI 島博」に併せて開催するデジタルスタンプラリー等を通じた誘客促進。

2 首都圏等遠隔地発のシェア拡大【推進戦略2】

- (1) 首都圏の旅行会社やメディア等を招き淡路島の魅力を発信する「淡路島ネットワーキングイベント」を毎年開催。
- (2) タイでインバウンド向けプロモーションを実施。（R6.9.2～4）

【今後の取組】

- ・ 国内外のOTA（ネット上だけで取引を行う旅行会社）予約サイトに、体験プログラムなど淡路島の魅力を掲載。
- ・ 首都圏等からのFAMトリップを通じ、神戸空港の国際化や徳島空港を視野に入れた旅行商品造成への働きかけ。

3 円滑な移動、快適な滞在など受入環境の整備【推進戦略3】

- (1) 淡路島内発着バス検索アプリ「バスモ」の機能拡充。（R6.9.1より英語で検索可能）
- (2) 高速バス「三ノ宮ー福良線」にオープンドアのバス新設。※R6.10.1より上下各1便（平日、土日とも）

【今後の取組】

- ・ 「バスモ」の検索機能をさらに強化し、公共交通（高速・路線・コミュニティバス）に加え、レンタカー、カーシェア、観光タクシーなど、島内の移動手段を総合的に発信。
- ・ 高速バスオープンドア化のさらなる拡充に向けた交通事業者への働きかけ。

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

方向性	取組状況	課題	今後の取組
<ul style="list-style-type: none"> ◆持続可能性に係る意識啓発 ◆環境保全活動との関連付け ◆経済波及効果を与える「域内調達」の推進 ◆観光人財の確保と満足度向上 ◆観光需要の平準化、平日の観光需要喚起 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 地場産業、農水産業、地域づくりや環境保全など SDGs につながる島内の素材を調査し、<u>コンテンツの洗い出し</u>を精力的に実施。 ○ 観光情報(体験プログラム等)や島内交通検索アプリ(バスモ)の<u>多言語化</u>に着手。(R6.9.1～公表) 	<ul style="list-style-type: none"> ○ <u>淡路島ならではの「食」や「歴史」などを培ったバックストーリーを明確化</u>し、人々の共感を生み出すシナリオづくりが必要。 ○ 五感に訴求する<u>体験と共感を通じた、交流人口の拡大</u>。 	<ul style="list-style-type: none"> ○ <u>食のブランド化や日本遺産委員会の取組と連携</u>したコンテンツの発掘。 ○ 再エネやクリーンアップ活動など「<u>あわじ環境未来島構想</u>」の取組と連携し、<u>住民や観光客など幅広い主体の参画</u>を促進。

○推進戦略1（商品戦略①：物語化）「選ばれる観光地」を目指し、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

方向性	取組状況	課題	今後の取組
<ul style="list-style-type: none"> ◆淡路島の強みである美食、やすらぎ、海、歴史など本物を生かしたコンテンツづくり ◆兵庫テロワール旅に相応しい地域の風土を生かしたコンテンツづくり ◆地域に根差したストーリーの磨き上げやストーリーテリング能力の向上 ◆コンテンツを基軸に新たな観光商品の開発 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 着地型体験コンテンツを<u>島内 47 箇所</u> (R6.9 末現在)で造成し、「<u>本物体験プログラム</u>」として観光協会ホームページで発信。 ※R6.3 末：30 箇所 → [目標] R7.1 末：60 箇所 ○ 観光協会ホームページで各プログラムの<u>オンライン予約を可能</u>とするなど、ワンストップ機能を確立。 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 本物体験プログラムとしての魅力向上やインバウンドへの取組など、<u>さらなる磨き上げ</u>を図ることが必要。 ○ 大阪・関西万博を機に開催する「<u>AWAJI 島博</u>」に向けた<u>機運醸成や島博を通じた誘客促進</u>が一層求められる。 	<ul style="list-style-type: none"> ○ <u>フィールドパビリオンやそのネットワークとも連携・交流</u>して体験内容を磨き上げ、観光協会ホームページで販売。 ○ 万博公式ホームページのトラベルガイドへ体験プログラムを掲載するなど、<u>万博関連サイトを活用した発信力の強化</u>。 ○ 島博に併せ、多様なスポットを巡る「<u>デジタルスタンプラリー</u>」を開催。

○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」を目指し、首都圏等遠隔地発のシェア拡大に向けた誘客の促進

方向性	取組状況	課題	今後の取組
<ul style="list-style-type: none"> ◆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 ◆観光消費単価の押し上げ ◆大阪ベイエリアや瀬戸内海エリア、大型イベント等と連携した観光ルートの展開と誘客の促進 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 首都圏の旅行会社やメディア等を招き淡路島の魅力を発信する「<u>淡路島ネットワーキングイベント</u>」を毎年開催。 ○ タイで<u>インバウンド向けプロモーション</u>を実施。(R6.9.2～4) ○ 「<u>世界一の食の島</u>」を目指す検討委員会を立上げ。(R6.7.19 南あわじ市) 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 首都圏等遠隔地発のシェアは、<u>宿泊ベースで首都圏は約6%、インバウンドは約2%</u>と依然として低く、<u>近畿圏からの誘客が大半</u>を占める。 ○ 「<u>世界一の食の島</u>」を体現できる一流料理人の確保が求められる。 	<ul style="list-style-type: none"> ○ <u>国内外のOTA</u> (ネット上だけで取り引きを行う旅行会社) <u>予約サイト</u>に、体験プログラムなど淡路島の魅力を掲載 ○ 首都圏等からの<u>FAMトリップ</u>を通じ、<u>神戸空港の国際化や徳島空港</u>を視野に入れた旅行商品造成への働きかけ。 ○ 島食材を活かせる一流料理人の招聘・育成

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

方向性	取組状況	課題	今後の取組
<ul style="list-style-type: none"> ◆公共交通によるアクセスの情報提供方法を充実・改善 ◆公共交通のネットワーク化等への働きかけ ◆未来型モビリティなど新たな移動サービスの導入 ◆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の推進 ◆観光客を気持ちよく迎え入れる景観づくり 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 淡路島内発着バス検索アプリ「バスモ」の機能拡充。(R6.9.1より英語で検索可能)) ○ 高速バス「三ノ宮ー福良線」にオープンドアのバス新設。 ※R6.10.1より上下各1便(平日・土日とも) ○ 「ひょうごユニバーサルなお宿」宣言・登録制度の進捗。R6.9末現在 ※宣言23施設(全県117施設) うち登録:15施設(全県58施設) 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 島内の移動手段は依然マイカーが主流で、京阪神から車で気軽に日帰りできる島北部(淡路市)に観光客が集中するなど、誘客のエリアに偏りが生じている。 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 「バスモ」の検索機能をさらに強化し、公共交通(高速・路線・コミュニティバス)に加え、レンタカー、カーシェア、観光タクシー等、島内の移動手段を総合的に発信。 ○ 高速バスオープンドア化のさらなる拡充に向けた交通事業者への働きかけ。 ○ 「ひょうごユニバーサルなお宿」への登録を一層促進。

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

方向性	取組状況	課題	今後の取組
<ul style="list-style-type: none"> ◆島内の観光関連企業との情報共有、相互理解の促進 ◆企業・団体、大型イベントなど広域的な連携 ◆観光関連以外の事業者との相互理解 ◆交流人口等の増加に資する連携の企画等 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 島内企業、島外からの進出企業との情報交換の実施 ○ 大阪・関西万博に向け、<u>県、島内3市、観光協会等、関係機関が連携して淡路島の魅力を発信する「万博催事」への出展準備のほか、「食のプラント淡路島」推進協議会の構成員等と連携して「ひょうご楽市楽座」への出展についても内容を検討中。</u> 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 定住人口や交流人口の拡大に向け、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、<u>多岐にわたる連携</u>が、引き続き求められる。 ○ 影響力の大きい<u>島外進出企業の計画・動向の把握</u>が必要。 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 島内外の企業・団体、大型イベント等との情報共有・意見交換により連携事業を推進。 ○ 万博催事や楽市・楽座では、「国生みの島」、「食材の宝庫」などをテーマに、<u>淡路島らしさの演出</u>により発信力を強化。 ○ 万博や島博と併せて開催される「<u>あわじ花みどりフェア</u>」との連携を促進。

○推進体制と検証体制の確立

方向性	取組状況	課題	今後の取組
<ul style="list-style-type: none"> ◆淡路島観光協会を中心に関係機関が連携。 ◆同観光協会のDMO機能強化。 ◆観光戦略会議の効果的な運営 ◆日本版持続可能な観光ガイドライン(JSTS-D)の基準を取り入れた客観的評価の実施。 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 観光戦略会議については年3回定期的に開催し取組状況を検証。 ※6月、10月、3月 ○ 令和5年度の取組状況について、<u>日本版持続可能な観光ガイドライン(JSTS-D)</u>による客観的評価を実施。 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 継続して取組を推進。 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 日本版持続可能な観光ガイドライン(JSTS-D)の自己評価については、評価方法や考え方を統一化し客観性を高める。