

令和8年度 重要な取組及び主な取組（案）

資料2-1

■重要な取組				
No	戦略分類	方針・施策	所管	計画概要
1	基本戦略 (サステイナブル戦略)	①【SDG s コンテンツの活用】 ステップ1：淡路島ならではの豊富なコンテンツを生かしたSDGsコンテンツの可能性の洗い出し ステップ2：洗い出したSDGsコンテンツの有効活用	観光協会	島内におけるSDG s コンテンツとして仕上げたものをより魅力あるコンテンツとして磨き上げを行い、観光協会HP オンライン予約ページに掲載し販売する。
		③リジェネラティブツーリズムの推進 (クリーンアップ活動の観光コンテンツ化)	南あわじ市	3 海峡クリーンアップ大作戦等の清掃活動に観光客が参加できるよう働きかける。
2	推進戦略 1 (物語化)	【日本遺産の活用】 国生みの島・淡路の神話の背景を解き明かすストーリーをコンテンツとして作り込み、磨き上げ	観光協会	県民局・3 市の協力のもと、淡路島日本遺産委員会・観光協会を中心として、ストーリーづくり、観光プログラムの造成、情報発信を行う。
3	推進戦略 1 (物語化)	【地場産業・農水産業の活用】 地場産業や農水産業の日常や技術に触れ、美しさ、おいしさ、すごさ等を現地で体感できる観光コンテンツの造成	観光協会	・地場産業においては、本物見学・体験・試食等を組み合わせコンテンツのブラッシュアップ、ガイドの高度化を実現する。 ・農水産業においては、地産地消にこわったBBQ・イートイン設置等を含む食事提供の拡販の実現に取り組む。
4	推進戦略 1 (物語化)	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	観光協会	「淡路島カルチャーアテンダントプレミアム」(英語スルーガイド)、淡路島旅先案内人(日本語ガイド)を育成・認定する。
5	推進戦略 1 (物語化)	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	県民局 淡路島 3 市 観光協会	せとうちDMO等と連携した広域観光周遊を進める。
6	推進戦略 2 (高付加価値化)	「ひょうごフィールドパビリオン」を活かした高付加価値化への対応	観光協会	食・農・自然・文化なりわい等を「淡路ならではの」、特別感をコンセプトにした着地型観光商品として磨きあげ、生産者等との橋渡しやコーディネートができる「淡路島カルチャーアテンダント」を育成する。
7	推進戦略 2 (高付加価値化)	A W A J I 島博のレガシーを継承する事業の推進	観光協会	啓発資材を活用したPR、デジタルスタンプラリー・サブスク型クーポンの実施、淡路島ならではのコンテンツ造成を行う。
8	推進戦略 2 (高付加価値化)	世界に誇る食のエリア形成の推進	兵庫県 淡路島 3 市 神戸市	神戸・淡路地域が連携し、食のブランド価値向上や旅行者の受入基盤整備、飲食人材育成等により、国内外からの観光誘客の促進を図る。
9	推進戦略 3 (アメニティ戦略)	高速バス・路線バス・コミュニティバス間の接続性向上、新幹線・飛行機(関西3空港、徳島空港)・高速バスとレンタカーの活用促進	観光協会	・淡路島発着バス検索アプリ全島版「busmo」等のQRコードを、観光案内所、バス(船)の切符売場、停留所、待合所、バス(船)内及び座席へ貼付するなど、各種PRを依頼する。 ・徳島空港を活用した淡路島への旅行等を航空会社、旅行会社、OTA等に働きかけ、各社のHP等での淡路島特集を展開する。 ・島内主要観光施設と宿泊施設を結ぶ「淡路島ゴールデンルート」を構築し、公共交通機関で来島されたお客様の利便性の向上を図る。
	基本戦略 (サステイナブル戦略) 推進戦略 3 (アメニティ戦略)	公共交通機関の利便性向上及び自家用車以外の交通機関の活用促進(淡路島MaaSの推進)	県民局	・広域拠点バス乗り場(福良、陸の港西淡)にデジタルサイネージを設置する。 ・バス系統のナンバリングの設定し、コミュニティバス車両と拠点バス乗り場の標柱にナンバーを表示する。
10	推進戦略 3 (アメニティ戦略)	観光客目線での景観の再構築(おもてなし看板の設置や島内観光案内看板の統一、淡路島の玄関口の環境整備、街路樹の整備、観光地の環境美化)	観光協会	関係部局と調整を図りながら、実現可能な対応を探る。
11	推進戦略 4 (情報戦略)	①島外進出企業との情報交換会の開催	観光協会	島外進出企業と意見交換を行う機会を設け、意見を観光戦略に反映させる。
		②島外進出企業との情報交換会の開催 (宿泊特化型ホテルとの地域連携方策の検討と推進)	県民局	ホテルと飲食店が情報共有できる仕組みづくりの推進に取り組む。ホテル側への誘客につながる地域情報の提供を継続する。
12	推進体制と検証体制の確立	日本版持続可能な観光ガイドライン(JSTS-D)を活用した目標設定と推進	県民局	JSTS-Dのうちから淡路島総合観光戦略の推進に喫緊なガイドライン項目を抽出した項目をアクションプランごとに対応させ、取組の評価を行い、次年度の施策の立案に活用する。

■主な取組				
No	戦略分類	施策	所管	計画概要
1	基本戦略 (サステイナブル戦略)	観光及び観光産業に対する島民の理解促進意見交換会等の実施	県民局 観光協会	島民の観光に対する理解を深めるため、観光戦略の周知を図るとともに、各種団体の総会や研修会の機会を活用して観光戦略の普及啓発や意見交換を行う。
2	基本戦略 (サステイナブル戦略) 推進戦略3 (アメニティ戦略)	①サイクリストの走行環境整備	県民局	アンケートサイトから得た利用状況（利用ニーズ）により、整備が必要な箇所等の抽出を行い、サイクリストに配慮した走行環境整備を効果的に実施する。
		②シンボルイベントの開催		淡路島一周150kmのサイクリングコース（通称「アワイチ」）を自転車で走る「淡路島ロングライド150」を開催し、淡路島の魅力をアピールし、「サイクリングランドあわじ」のイメージ定着を図る。
	推進戦略3 (アメニティ戦略)	③淡路地域サイクルツーリズムの推進		「アワイチ推進プログラム50（R6～）」に基づく走行環境・受入環境の整備や、情報発信を実施する。
3	推進戦略3 (アメニティ戦略)	新たな二次交通の導入	洲本市	洲本バスセンターをはじめとした交通結節点周辺へ新たな移動手段の導入を検討し、整備を行う。
4	基本戦略 (サステイナブル戦略)	大浜公園の利用促進	洲本市	海水浴シーズン以外での公園利用を促進するため民間活力を生かしたイベント等を誘致する。
5	推進戦略2 (高付加価値化)	鳴門海峡エリアの観光ブランディング事業	南あわじ市	鳴門市と連携して作成したHP「うずしおぐるぐる」による情報発信、うずの幸グルメ等の開発及び自走組織の支援を予定。
6	推進戦略3 (アメニティ戦略)	大鳴門橋周辺環境整備事業	南あわじ市	大鳴門橋周辺エリアを観光拠点として再整備し、交通便利性の向上や地域活性化を図る。
7	推進戦略2 (高付加価値化)	徳島空港＋レンタカー等の活用を首都圏内旅行会社等へ働きかけ	観光協会 南あわじ市 商工観光課	引き続き航空会社、旅行会社、OTAに働きかけ、各社のウェブサイトでの淡路島特集の紹介や雑誌への広告宣伝を進める。
8	推進戦略1 (物語化)	京阪神等の近畿エリアをターゲットとした「となりリゾート。淡路市」観光プロモーションの継続的な推進	淡路市	主に近隣の近畿圏をターゲットとしたとなりのリゾート地としてのブランドイメージの向上に向けて、電車やバス等の交通拠点（JR三ノ宮駅、JR大阪駅及び神姫バス神戸三宮バスターミナル待合所）等のデジタルサイネージへの広告掲出やホームページ、SNSによる観光PRを行う。
9	推進体制と検証体制の確立	観光協会ツアーの実施（自主財源確保対策）	観光協会	淡路島観光協会ツーリストとして、募集型企画旅行を企画・造成し、観光協会HPで販売する。

令和8年度淡路島総合観光戦略アクションプランにかかる主要な取組

1 推進戦略1(商品戦略①:物語化)

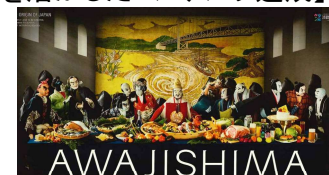
※【★】関空及び神戸空港関連淡路地域振興事業

「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

【拡】(1) 歴史・産業・食の魅力を活かした体験型コンテンツの磨き上げ

- ① 神戸・淡路地域の「食の魅力」を活かしたガストロノミーコンテンツの造成
- ② インバウンドを含め、満足度を向上させるコンテンツへの磨き上げ

【神戸・淡路地域の食の魅力を活かしたコンテンツ造成】



【新】(2) 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

- ① せとうちDMO等と連携した広域観光周遊を進める。

【淡路人形浄瑠璃】



【あわじアートサーカス】



【拡】(3) プロモーションによる誘客強化

- ① 淡路島ならではの本物体験HPの多言語化(中国語、韓国語)
- ② SNSを活用した情報発信による淡路島の認知拡大【★】
- ③ 電車やバス等の交通拠点において、デジタルサイネージを活用した広告掲出

【SNSを活用した情報発信】 【デジタルサイネージを活用した広告】



(4) 淡路島カルチャーアテンダントの活用

- ① 淡路島ならではの本物体験の現場での通訳やサポート
- ② 淡路島カルチャーアテンダントプレミアム(英語スルーガイド)・淡路島旅先案内人(日本語ガイド)の育成・認定

【淡路島カルチャーアテンダント認定者】



2 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

【新】(1) 世界に誇る食のエリア形成の推進

食のエリアとして世界に向けて効果的な情報発信ができる仕掛けとして、インバウンドの誘客拡大に繋がるクライテリアの獲得によるプロモーションの実施

【世界に誇る食のエリア】



(2) 首都圏・インバウンド等を対象としたキャンペーンの実施

- ① 首都圏のDMCや旅行会社などを招聘したファムトリップの強化【一部★】
- ② 国内DMCとのネットワークイベントに加え、香港の現地メディアや旅行会社とのネットワークイベントの開催【一部★】

【ファムトリップ】



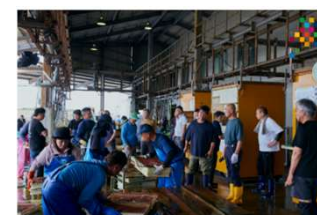
【ネットワークイベント】



(3) 満足度・特別感を感じられるコンテンツのさらなる磨き上げ

既に造成した体験コンテンツを富裕層インバウンドを意識した特別感のあるコンテンツへの磨き上げ

【セリ体験】



【ホテルでの提供】



(4) AWAJI島博のレガシーを継承する事業の推進

- ① 淡路島ウェブスタンプラリー「島たまGo!」のシステムに新たなゲーム性や観光情報が提供できる機能を追加し、継続展開
- ② 「AWAJISHIMA観光スマートパスポート」の継続販売
神戸地域等との連携等による販路拡大を検討

【「島たまGo!」のシステム改修内容】

区分	概要
島の魅力発信	・お知らせ情報の発信 ・淡路島観光情報の定期配信 ・「ぶらっと淡路島」(電子版)と連動させたスポット情報の充実
島内における周遊促進	・ゲーム性の更新 (既存キャラクターのレベルアップ、新キャラ追加等) ・特定スポット・エリアへの誘導 (ホットスポット表示、ボーナスポイント付与機能追加)

3 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など受入環境整備を推進

【拡】(1) マイカー以外の移動手段の取組の推進

- ① 高速バス（京都・大阪等→四国方面）のオープンドア化への働きかけ
- ② カーシェアリング車両置き場拡大への働きかけ
- ③ 神戸市と連携しインバウンドをターゲットに遊覧船を活用した海上ツアーの造成【★】
- ④ 淡路島の人気観光地が多い北部と宿泊施設が多い中南部を結ぶインバウンドを見据えた観光・移動ルートの実証【★】
- ⑤ 洲本BCをはじめとした交通結节点周辺への新たな移動手段導入の検討

【マイカー以外の移動手段】



【インバウンドを見据えた観光・移動ルートの検討】



(2) 淡路島MaaSの推進【★】

- ① バスロケーションシステムの導入
GPS端末を全ての路線バスに搭載
- ② デジタルサイネージの設置
・ 福良、陸の港西淡に設置
・ 岩屋PT、洲本BC、陸の港西淡、福良、五色BCの5箇所でコミュニティバス及び路線バスの遅延情報を表示。あわせて観光情報も放映。
- ③ バスシステムのナンバリングの設定
全てのコミュニティバスの車両と拠点バス乗り場※の標柱にナンバーを表示
※広域拠点バス乗り場 6ヶ所：岩屋PT、津名港T、洲本BC、陸の港西淡、福良、淡路島南PA
地域拠点バス乗り場10ヶ所：淡路IC、東浦BT、北淡IC、郡家、五色BC、淡路島中央SIC、洲本IC、シーパ、バルティ、土生港

【バス遅延情報の表示(イメージ)】



(3) 「バスモ」のさらなる機能拡充

(2)で整備されたバス遅延情報、バスシステムのナンバリング情報をバスモに表示

【拡】(4) 大鳴門橋周辺環境整備事業

- ① 淡路島南IC付近に300台規模の駐車場を整備し、オーバートーリズム対策を図る。
- ② 淡路島南PAへ高速バス停を移設し、島外からの新たな交通手段を確保する。また高速バス停と周辺施設をシャトルバスでつなぐ（高速バス停を鉄道の駅と見立て、基幹交通の拠点として、観光と日常に利便性をもたらす公共交通のリ・デザインを図る）。
- ③ 南あわじ市と鳴門市、民間事業者が連携して、大鳴門橋自転車道の両端においてレンタサイクル事業を行う。

【大鳴門橋周辺 駐車場整備】

