

令和6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7年6月27日 令和7年度第1回淡路島観光戦略会議

令和6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6年度における取組の評価とする。

令和6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6年度の取組にかかる進捗について、全167事業のうち「計画以上」が13事業、「計画どおり」が127事業で全体の約84%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15事業、「おおむね実施」が119事業と約80%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、推進戦略1（商品戦略①：物語化）では、淡路島ならではの特色を活かした「着地型体験コンテンツ」の造成に取り組み、82（令和7年3月末時点）のプラン造成に繋げた。
- 令和7年度は万博によるインバウンドの増加が見込まれ、これらの体験プランを活用した首都圏や海外の誘客促進に一層取り組む。
- 今後は、神戸空港国際化や大鳴門橋自転車道開通（R9年度）を機に、ポスト万博、ポスト島博における誘客促進に向けた広域観光事業を検討していく。

【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（サステイナブル戦略）	45	5	36	4	0	6	33	6	0
推進戦略1（商品戦略①：物語化）	36	1	30	5	0	1	30	5	0
推進戦略2（商品戦略②：高付加価値化）	33	6	23	4	0	4	22	7	0
推進戦略3（アメニティ戦略）	39	1	26	12	0	2	24	13	0
推進戦略4（情報戦略）	8	0	7	1	0	0	6	2	0
推進体制と検証体制の確立	6	0	5	1	0	2	4	0	0
合 計	167	13	127	27	0	15	119	33	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6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	5	36	4	0	6	33	6	0	淡路島ならではの特色を活かしたコンテンツを82プラン造成し、観光協会HPに掲載した。今後は、予約ページの多言語化（韓国語、台湾語など）や各プレーヤーの発信力の向上を図るなど、観光客を魅了するさらなる磨き上げに取り組む。 【主な課題】 ○地元食材の域内調達率調査については未実施 ○環境保全配慮などに繋がるコンテンツ（再エネ、漂着ゴミ活用等）の開発。

○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	36	1	30	5	0	1	30	5	0	体験型コンテンツでは、漁業体験と飲食体験（イートイン）を掛け合わせた特別プランの企画など、淡路島ならではの魅力にこだわった本物体験プログラムを造成。今後は、体験コンテンツや収穫食材の飲食体験付宿泊プランの造成・販売等にも取り組む。 【主な課題】 ○畜産をテーマとしたコンテンツ発掘 ○収穫体験とイートインを組み合わせたコンテンツの開発

○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	33	6	23	4	0	4	22	7	0	首都圏・関西圏等のDMCや旅行会社などの招聘(FAM)、タイでの商談会、ネットワーキングイベントの企画を行い実施した。AWAJI島博については、3月20日から開催。ウェブスタンプラリー「島たまGo!」や、観光スマートパスポートの販売を開始し、淡路島への誘客を促進した。 【主な課題】 ○特別感、優越感が感じられるコンテンツの造成 ○淡路島滞在中のスルーガイドの充実

○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	39	1	26	12	0	2	24	13	0	淡路島内発着バス検索アプリ「バスモ」の多言語化（英語版）を実施し、島内交通への案内ページを追加した。 「ひょうごユニバーサルなお宿」については、島内24施設(全県135施設)が宣言し、うち島内18施設。(全県74施設)が登録。 【主な課題】 ○マイカー以外の旅行者のスムーズな移動手段の確保 ○「バスモ」の更なる多言語化（中国語・韓国語等） ○高速バス停の現地看板表記の多言語化

○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	7	1	0	0	6	2	0	福良地区においてホテル関係者との意見交換の実施したほか、洲本温泉発高速バスとニジゲンノモリシャトルバスとの連携、商談会・ネットワーキングイベントへの参加など観光関連企業との相互連携を図った。 【主な課題】 ○より多くの島外進出企業と情報交換や連携を深め、観光戦略の取組を進める。

○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	5	1	0	2	4	0	0	JSTS-D（日本版持続可能な観光ガイドライン）を活用し、構成員（事業実施主体）ごとに自己評価を実施した。また、観光客満足度調査や消費単価の調査を実施した。 【主な課題】 ○域内調達率の調査が未実施

(2) 各実施主体の主な取組

淡路島観光協会

「ひょうごフィールドパビリオン」や「特別感のあるプログラムの開発」などによる高付加価値化への対応

令和6年度は、82件もの「淡路島ならではの観光コンテンツが観光協会のHPからオンラインで予約可能になった。令和7年度は、予約ページの多言語化(韓国語、台湾語など)やコンテンツの磨き上げを行う。



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

令和6年度は、アワイチチャレンジライドを開催した。また、洲本市炬口でフォトスポット整備や淡路市多賀において県道の路肩拡幅を実施した。令和7年度は、ロングライド150の再開や南あわじ市においてフォトストップの整備、県道の路肩拡幅の延伸に取り組む。



洲本市

大浜公園の利用促進

令和6年度は、竹灯籠のライトアップ・ボディビル大会・朝食会イベント等を開催し、大浜公園の魅力を発信した。令和7年度はみんなでつくる洲本市PRイベントを開催する。



南あわじ市

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

令和6年度はオニオンバス(徳島空港線バス)の運行支援した。令和7年度は福良を中心とした観光施設等を周遊する淡路島南ループバスと連携を実施する。



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))

令和6年度は、「マスコットキャラクターイベント」に「あわ神」「あわ姫」を参加させ、市の魅力を発信。令和7年度は、キャラの地名度向上、観光・特産品を同時に情報発信することで、淡路市の底力(アワジカラ)を広くPRする。



(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	923億円（2023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%	28.8%（2023年度）	35%
③a) 観光客の消費単価 b) 域内調達率	既存データなし	a) 宿泊：5.2万円（2024年度） 日帰り：2.3万円（2024年度） b) 調整中	未設定
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※2） 全項目平均78.9% （2022年4月～2023年3月）	全項目平均73.4% （2024年4月～2025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 2,705千円（2022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※3 【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48.7%（2024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

※2 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

※3 戦略策定当初は住民満足度（生活全般に対する）を指標にしていたが、観光に特化した住民理解度の指標（調査4項目）が令和6年度から設けられたので、住民理解度を指標とし、3年間で3%増（年間1%増）を目標とする

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、前年度から264億円（戦略策定時から227億円）増で目標数値を上回った。
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72.7%から0.7%上昇しており、復調傾向にある。