

令和7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（案）

1 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

（1）造成した「淡路島ならではの本物体験」プランのさらなる磨き上げ

<プログラムの磨き上げイメージ>

①【由良漁港のセリ見学】



【由良の1本釣り 新鮮地魚ランチ】



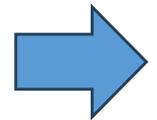
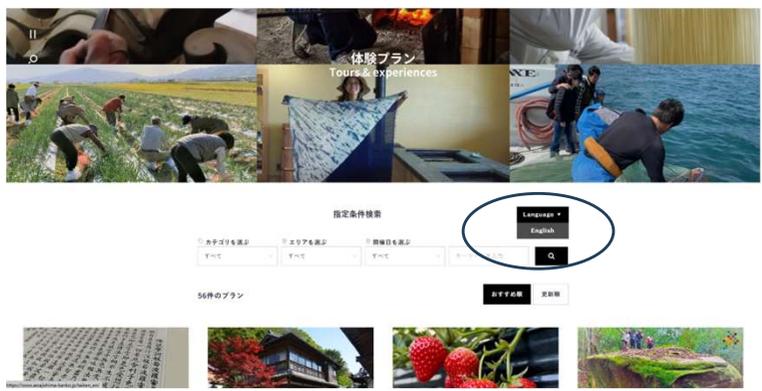
②【淡路島なるとオレンジ収穫体験】



【淡路島なるとオレンジを使用したスイーツ】



（2）「淡路島ならではの本物体験」オンライン予約ページの多言語化（韓国語、台湾語など）



（3）「淡路島ならではの本物体験」にかかる情報発信

・インフルエンサー等を起用し、インスタグラムなどSNSを活用した情報発信

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

(1) 「淡路島ネットワーキングイベント」の継続開催

- ・首都圏の旅行会社やメディアを対象に、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」を継続開催

【OTA予約サイト内での特集ページ掲載(イメージ)】



(2) 神戸・徳島空港等を活用したプラン造成

- ・首都圏富裕層、インバウンドを対象にしたAGTを招聘し、FAMトリップを実施

(3) 国内外OTA予約サイトの活用

- ・体験プランの特集ページを掲載



(4) AWAJI島博開催による誘客促進

- ・淡路島ウェブスタンプラリー「島たまGo!」の展開
- ・「AWAJISHIMA観光スマートパスポート」の販売

【淡路島ウェブスタンプラリー「島たまGo!」】



【AWAJISHIMA観光スマートパスポート】



(5) 空港を活用したプロモーション

- ・関西国際空港で、淡路島特産品の展示や試食等を用いて、AWAJI島博やひょうごフィールドパビリオン等への誘客を促進

【PRブース(イメージ)】



3 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、快適な滞在など受入環境の整備

（1）マイカー以外の移動手段の取組の推進

- ・ 高速バス（京都等→淡路島）のオープンドア化への働きかけ
- ・ 周遊シャトルバスの運行提案やカーシェアリング車両置き場拡大への働きかけなど、島内交通の充実を図る
- ・ ヘリを活用した富裕層ツアーの造成

【マイカー以外の移動手段】



（2）「バスモ」のさらなる機能拡充

- ・ 島内移動手段（レンタカー、カーシェア、タクシー等）の検索機能の利便性向上
- ・ 英語以外の多言語対応（中国語・韓国語でも検索可能へ）



【タクシー予約ページへの誘導例】

