

令和7年度 重要な取組及び主な取組（案）

資料2

■ 重要な取組				
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)	①持続可能な取組につながるコンテンツの開発 (SDGsコンテンツの活用)	観光協会	島内におけるSDGs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。
		②あわじ環境未来島体験ツアーの企画・実施	県民局	あわじ環境未来島構想を推進する取り組みの中で、観光商品にふさわしいコンテンツを抽出する。
		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)	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、地産地消にこだわったイートイン等を組み合わせ満足度の高い体験コンテンツの造成に取り組む。
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	「(仮)淡路島ガイド」の認定、ガイドイングスキルの向上に向けたプログラムの実施のほか、インバウンド対応に向けた多言語通訳者のネットワークを構築する。
5	推進戦略2 (高付加価値化)	「ひょうごフィールドバビリオン」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	観光協会	高付加価値旅行者を対象とするDMCなどを現地招聘し、食・農・自然・文化なりわいなど「淡路ならではの」の本物感や特別感をコンセプトにした、旅行者層に応じてアレンジ対応などができる着地型体験コンテンツとして磨きあげていく。
6	推進戦略2 (高付加価値化)	AWAJI島博の取組の推進	観光協会	「淡路島ならではの本物体験」を活用した遠方からの旅行者誘客をはじめ、ウェブスタンプラリー「島たまGo」や「AWAJISHIMA観光スマートパスポート」により島内周遊を促進する。
7	推進戦略3 (アメニティ戦略)	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又はカーシェアリングとの活用促進、高速バス・路線バス・コミュニティバス間の接続性向上	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、待合所など、各種PRを依頼する。 ・高速バスをはじめ、マイカー以外の島内外の移動手段の充実に向けた提案や協議を進める。 ・関西3空港や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等と連携し、首都圏はじめ遠方からの誘客を促進する。
	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	県民局	・淡路島発着バス検索アプリ「バスモ」を多言語化（中国語・韓国語）するアプリ改良を支援する ・高速バス停等の現地看板表記に英語併記、あわせて、公共交通乗換検索アプリのQRコード貼付を支援する。
8	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	AWAJI島博を契機として、今後に向けての対策を探る。
9	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	島外進出企業と情報交換・共有を行い、観光戦略に沿って事業を展開する。
		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。
10	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の中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、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		淡路島ロングライド150の開催に向けた検討を進める。
	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2 (高付加価値化)	新たな誘客ルートを確保	洲本市	継続して淡路島に寄港して頂くための交渉を行う。
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、「みんなでつくる洲本市PRイベント」等で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	南あわじ市 観光協会	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とともに、徳島空港と南あわじ市内を結ぶ運行バスと連携し、南あわじ市と共同でPRを行う。
7	推進戦略2 (高付加価値化)	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））	淡路市	「大阪・関西万博」終了後の更なる誘客と淡路市マスコットキャラクター「あわ神」、「あわ姫」の知名度向上及び本市の歴史・文化を同時に情報発信することで、淡路島（市）の底力（アワヂカラ）を広く市内外へPRする。
8	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。さらに、「AWAJISHIMA観光スマートパスポート」発行による自主財源の確保に努める。

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

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）



【インフルエンサー候補】



【主なアクセス国籍】

・アメリカ
・シンガポール
・日本
・マレーシア
・台湾
・イギリス 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

フォロワー数:28万人
出身:アメリカ

15万人
台湾

45万人
マレーシア

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

(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に向けたFAMトリップの実施

(3) 国内外OTA予約サイトの活用

- ・体験特集ページへの掲載などによる販売促進

(4) AWAJI島博開催による誘客促進(R7.3.2~5月末現在)

- ・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!」】

※ユーザー数：2,837人

※スポット訪問回数：8,750回



【富裕層インバウンドを対象としたAGTのFAMトリップ】



【AWAJISHIMA観光スマートパスポート】 ※販売枚数：116枚



(5) 空港を活用したプロモーション

- ・関西国際空港で、淡路島の特産品のノベルティ等を用いて、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】



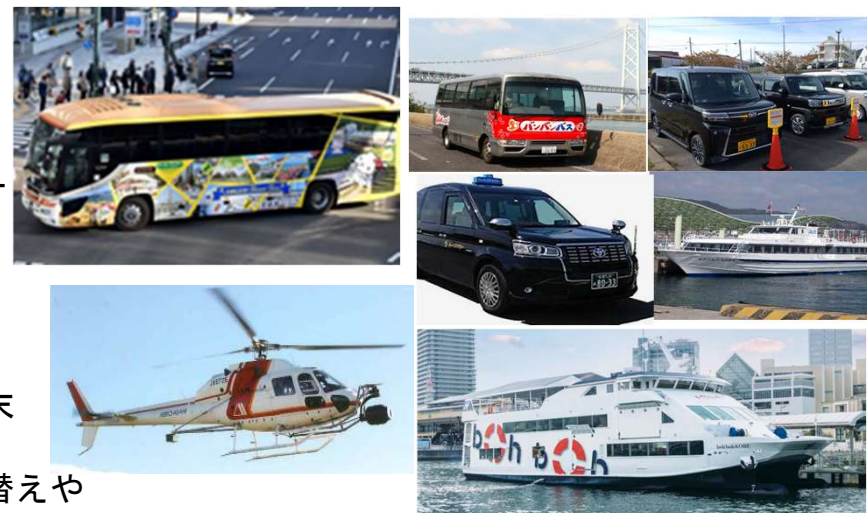
3 推進戦略3（アメニティ戦略）

「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
- ・ 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
- ・ 富裕層をターゲットにヘリを活用したツアーの造成

【マイカー以外の移動手段】



（2）淡路島M a a Sの推進～島内移動をストレスフリーに～

- ・ バスロケシステム導入に向けた、バス位置情報等取得のためのGPS端末の整備等
- ・ バス停標柱のナンバリングや多言語対応のため、バス停名称シールの張替えや標柱の置換えの実施

（3）「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）
- ・ 高速バス停等の現地看板表記に英語併記やバスモのQRコード貼付

【淡路島発着バス検索サイト「バスモ」】



イメージ

【タクシー予約ページへの誘導例】

