

和歌山県観光振興実施行動計画 (別冊)

新型コロナウイルス感染症対応を踏まえた
観光振興アクションプログラム

～蘇りの地、わかやま(Wakayama Refresh)～

和歌山県・(公社)和歌山県観光連盟

この計画は令和2年5月時点の状況を踏まえ作成しているため、新型コロナウイルス感染症の収束状況により、計画・予定が変更となることがあります。

<目次>

■ 当面の対応：厳しい状況下にある事業者の支援 及び「安全・安心」の確保に向けた取組	1
1 観光事業者総合相談窓口の設置等	1
2 観光事業者支援	1
3 「安全・安心」に関する取組の推進	2
■ 「蘇りの地、わかやま」キャンペーン 第1弾	3
1 情報発信	3
2 「蘇りの地、わかやま」県内周遊促進キャンペーン	4
3 総合プロモーション	4
■ 「蘇りの地、わかやま」キャンペーン 第2弾	5
1 情報発信（メディア対策等）	5
2 交通機関等とのタイアップキャンペーンの実施	5
3 「蘇りの地、わかやま」県内宿泊促進キャンペーン	6
4 世界遺産「高野山・熊野」による誘客	6
5 テーマを生かした取り組みによる誘客	7
■ 「Wakayama Refresh」Campaign 海外対策	7
1 WEBサイトやSNSによる情報発信	7
2 京都・大阪、首都圏からのプラスワントリップ	8
3 海外プロモーションの強化	9
4 新規旅行商品造成・メディア発信の強化	9
■ 国の経済対策を受けた対応	9

<概要>

昨年、中華人民共和国で確認された新型コロナウイルス感染症は、我が国を含む全世界に拡大し、この影響を受け、特に観光関連産業では相次ぐキャンセル、観光客の激減により、大幅な減収に見舞われています。

このため、県では絶えず県内企業の業況把握に努めるとともに、国や県などの支援施策について、いち早く情報提供するなど効果的な支援を行うことにより、観光産業の維持を図ります。

そして、イベントや外出への自粛が緩和された段階で、本県の豊かな自然に癒され、大いにリフレッシュしてもらうため、「蘇りの地、わかやま」の魅力を発信するとともに、この感染症の沈静化の見通しが確認できた段階では、県内への観光客を一刻も早く取り戻すため、国の経済対策とも連携しつつ、市町村や関係団体と一丸となった大々的な復興キャンペーンを実施していきます。

【お問い合わせ】 商工観光労働部観光局

観光振興課 073-441-2777

観光交流課 073-441-2789

■ 当面の対応：厳しい状況下にある事業者支援及び

「安全・安心」の確保に向けた取組【現時点～】

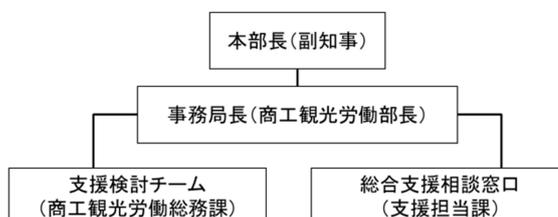
新型コロナウイルス感染症への対応のため、副知事を本部長とする支援本部を立ち上げました。

支援本部は、各種支援制度を最大限活用いただくことを目的とした「総合支援相談窓口」と新たな支援策の検討を行う「支援策検討チーム」で構成します。

今般、観光事業者をはじめとする県内企業皆様のご意見を踏まえ、支援策検討チームにおいて県独自の支援策を策定・発表しました。

これらの県独自の支援策をはじめ、国の支援施策や新型コロナウイルス感染症関連などの情報を積極的に提供し、現下の危機的状況を乗り越えるとともに、感染症の沈静化を見据えた「安心・安全」の確保に取り組む事業者を強力に支援します。

和歌山県新型コロナウイルス感染症にかかる支援本部



1. 観光事業者総合相談窓口の設置等

観光事業者総合相談窓口による相談受付・情報提供

県内の観光事業者に対する総合相談窓口を設置し、新型コロナウイルス感染症に関連する下記の最新情報を特設ホームページで提供するとともに観光関係団体と連携を密にし、観光事業者の支援に努めます。

<総合相談窓口>

〒640-8585 和歌山市小松原通1-1

県観光振興課 電話：073-441-2777

MAIL：e0624001@pref.wakayama.lg.jp

県観光交流課 電話：073-441-2788（インバウンド関連）

MAIL：e0625001@pref.wakayama.lg.jp

<特設ページの開設>

新型コロナウイルス感染症に関する最新情報を提供

<https://www.pref.wakayama.lg.jp/prefg/062400/index.html>

2. 観光事業者の支援

(1) 事業継続支援金 =県独自=

<概要> 新型コロナウイルス感染症の影響により、売上減少が50%以上ある事業者の事業継続に向け県独自で支援金を支給

<支援> 全産業を対象に、従業員規模に応じて20～100万円を支給

(2) 県内事業者事業継続推進 =県独自=

<概要> 県内事業者が事業継続のために実施する事業や危機的状況を乗り越えるために実施する事業、安全・安心を確保するために実施する事業に対し支援を実施

<支援> 補助対象経費の2/3、限度額100万円

(3) 持続化給付金

<概要> 売上が大きく減少した事業者に対し、一定額を上限に現金を給付

- 〈対象〉新型コロナウイルス感染症の影響で売上が前年同月比50%以上減少している事業者
- 〈上限〉法人200万円以内、個人事業者100万円以内
- (4) 持続化給付金申請サポート **=県独自=**
- 〈概要〉県内事業者が速やかに受給できるWeb入力補助等を円滑にするために商工会議所等を支援
- (5) 雇用調整助成金（特例措置の拡大）
- 〈概要〉新型コロナウイルス感染症に伴う経済上の理由により事業活動の縮小を余儀なくされた事業主が雇用の維持を図るための休業手当、教育訓練等に要した費用を助成
- 〈支援〉中小企業9/10、大企業3/4
- ※教育訓練を実施したときの加算額を増額
- ※中小企業については、今後休業手当全体の助成率を特例的に10/10（一定の条件を満たす場合）に引き上げ予定
- (6) 雇用調整助成金申請サポート **=県独自=**
- 〈概要〉雇用調整助成金申請における相談窓口の設置やアドバイザーを派遣し、申請手続きをサポート
- (7) 教育訓練の推進 **=県独自=**
- 〈概要〉雇用調整助成金を活用した従業員の教育訓練に対し、3,000円上乘せ
- (8) 民間金融機関を通じた資金繰り支援
- 〈概要〉新型コロナウイルス感染症の影響により経営の安定に支障を生じている中小・小規模事業者・個人事業者に対し、都道府県が実施する制度融資を活用し、保証料ゼロや実質無利子化を実現
- 〈対象〉新型コロナウイルス感染症の影響により売上高が減少した事業者（セーフティネット保証4号、5号、危機関連保証の認定を受けた事業者が対象）
- (9) 観光関連事業者緊急融資 **=県独自=**
- 〈概要〉観光関連事業者に対し、融資枠をさらに拡大（6月末まで緊急対応）1年間無利子・保証料免除の融資枠3,000万円 など

3. 「安心・安全」に関する取組の推進

感染拡大を予防するためのガイドラインや新しい生活様式の普及について県内関係業界と一緒に取り組めます。

例えば、宿泊施設の場合、普段から実施している衛生管理に加え、基本的感染対策（感染防止の3つの基本：身体的距離の確保、マスクの着用、手洗い）の徹底や感染防止に必要な施設内の消毒を行うなど、従業員や宿泊客の健康と安全で安心できるサービスの提供に取り組むことが求められます。

そのため県では、業種別ガイドライン等を活用した感染拡大を予防するための取組を推進していきます。

■「蘇りの地、わかやま」キャンペーン 第1弾

【イベントや外出の自粛が緩和された段階～】

世の中を覆う沈滞ムードから抜け出し、新型コロナウイルス感染症からの回復を着実にするため、「蘇りの地、わかやま」キャンペーンを開始します。

具体的には、本県の豊かな自然で大いにリフレッシュしてもらうため、情報発信や周遊施策の実施、第2弾へ向けた県外でのプロモーションを展開していきます。

また、実施にあたっては、県民による消費喚起も含めた取り組みを展開していきます。

1. 情報発信

(1) 和歌山観光ホームページによる情報発信

「和歌山の魅力」を発信している「わかやま観光情報」ホームページにおいて特設HPを開設するなど、「蘇りの地、わかやま」をPRします。

(2) SNSによる情報発信

県及び観光連盟が運営するSNSツールを活用し、「蘇りの地、わかやま」キャンペーンの一環として、和歌山での旅の思い出を集めた「グッドトリップ和歌山」の情報や本県が誇る海、山、川といった天与の観光資源など、見るだけで心身のリフレッシュにつながり、和歌山への旅行動機を掻き立てる情報を発信します。

＜ツール＞	Twitter	・わかばん Twitter ・わかやま紀州館 Twitter
	LINE	・わかやま紀州館 LINE
	Facebook	・「水の国、わかやま。」 ・世界遺産「紀伊山地の霊場と参詣道」～高野山、熊野、熊野古道～
	Instagram	・和みわかやま

＜時 期＞ 随時

(3) 「高野山・熊野を愛する100人の会」による情報発信

「高野山」「熊野」の価値の継承とさらなる魅力の発信につながる取組として、100人の会会員による同エリアの情報発信をしてもらうことを通じ、「蘇りの地、わかやま」PRします。

＜時 期＞ 随時

2. 「蘇りの地、わかやま」県内周遊促進キャンペーン

(1) 県民の県内周遊の促進

全国的な他府県との往来の自粛解除に先駆け、まずは県内の需要を喚起するため、広く県民による県内宿泊施設や県内の観光施設等の利用促進を図ります。

加えて、県民の新型コロナウイルス感染症の閉そく感からのリフレッシュを図るとともに、改めて本県の魅力に触れることにより、郷土愛を育む取組を実施します。

(2) 「わかやまの休日」2ndスタンプラリーの実施

県内各エリアをめぐるスタンプラリー「わかやまの休日」2ndを実施します。

＜時 期＞ イベントや外出への自粛が緩和された段階～令和3年2月

＜内 容＞ スタンプを集めて応募すると抽選で豪華景品プレゼント（県内ペア宿泊券、プレミアム和歌山認定商品など）

（3）「わかやま記紀の旅」周遊スタンプラリーの実施

2020年に日本書紀が編纂1300年を迎えるにあたり、「わかやま歴史物語」の特別企画として、和歌山県ゆかりの『古事記』『日本書紀』関連スポットを巡るスタンプラリーを実施します。

＜時 期＞ イベントや外出への自粛が緩和された段階～令和3年3月

＜内 容＞ スタンプを集めて応募すると抽選でプレミアム和歌山認定商品をプレゼント

（4）「WAKAYAMA 800モバイルスタンプラリー “3rd season”」の実施

県内全域800kmを超えるサイクリングロードを満喫してもらうため、スマートフォンやタブレット端末と連動した「WAKAYAMA 800モバイルスタンプラリー “3rd season”」を実施します。

＜時 期＞ イベントや外出への自粛が緩和された段階～令和3年3月

＜内 容＞ 電子スタンプを集めて応募すると抽選で豪華景品プレゼント（サイクリストに優しい宿ペア宿泊券など）

※（2）～（4）の取組については、まずは県民の参加を促進したうえで、全国的な参加促進につなげていきます

3. 総合プロモーション

（1）京阪神プロモーションの実施

全県を挙げた市町村や地域観光団体との協働による観光PRキャラバンを実施。駅において消費者に対する情報発信を実施します。

＜時 期＞ イベントや外出への自粛が緩和された段階～

＜場 所＞ 大阪、神戸、京都

＜内 容＞ メディア：大阪、神戸のテレビでのPR等
旅行会社：商品造成要請、情報提供
消費者：主要駅でのPR、アンケート等

（2）西日本・東海プロモーションの実施

全県を挙げた市町村や地域観光団体との協働でメディア、旅行会社、消費者に対し総合観光プロモーションを実施します。

＜時 期＞ イベントや外出への自粛が緩和された段階～

＜場 所＞ 岡山、広島、福岡、名古屋

＜内 容＞ メディア：主要紙での記事掲載、東海3県をカバーするテレビでのPR等
旅行会社：商品造成要請、情報提供
消費者：主要駅でのPR、アンケート等

■「蘇りの地、わかやま」キャンペーン 第2弾

【流行沈静化の見通しが確認できた段階～】

新型コロナウイルス感染症により失った需要を取り戻し、回復を本格的なものとするため、国のキャンペーンとも連携しながら、ありとあらゆる手段を活用し、市町村や関係団体と一丸となって大々的なプロモーションを展開するなど、本県への誘客を加速します。

1. 情報発信（メディア対策等）

(1) 知事メッセージによる情報発信

全国の旅行会社（営業所含む）及びメディアに対し、「蘇りの地、わかやま」をPRする知事メッセージを送付します。

＜時期＞ 流行沈静化の見通し確認後

(2) 和歌山観光情報誌「紀州浪漫」での情報発信

「蘇りの地、わかやま」特集号を発刊（特集記事を掲載）します。

＜時期＞ 秋号～ 全国10万部

(3) メディア系旅行会社等とのタイアップ

広告宣伝効果の高いメディア系旅行会社等と連携し、京阪神エリアの大手新聞において広告を掲出し、「蘇りの地、わかやま」をPRします。

＜時期＞ 9月又は10月

(4) プレスツアーの実施

「蘇りの地、わかやま」をPRし特集記事の掲載等を促進します。

＜時期＞ 9月頃～

＜対象＞ 首都圏、京阪神、東海、西日本のメディア（新聞、旅雑誌等）

(5) 新聞広告による情報発信

「蘇りの地、わかやま」、今が旬の和歌山をPRします。

＜時期＞ 流行沈静化の見通し確認後

＜対象＞ 京阪神、西日本エリア

(6) 観光週間事業の実施

観光週間事業として、メディア、一般消費者に「蘇りの地、わかやま」をPRするため、「世界遺産 高野・熊野夢舞台」を開催し、世界遺産の魅力とコンサートの模様を京阪神・首都圏等のテレビで発信します。

＜時期＞ 10月

＜場所＞ 未定

(7) 首都圏対策

和みわかやま 東京レセプション2020でのPR

国内外の情報発信拠点である首都圏で、メディアや旅行会社を対象とした観光PRレセプションを開催し、「蘇りの地、わかやま」をPRします。

＜時期＞ 10月

＜場所＞ ホテルニューオータニ

2. 交通機関等とのタイアップキャンペーンの実施

J R、阪急阪神グループ、J A L、NEXCO 等交通機関とのタイアップによるキャンペーン等を実施します。

(1) J R西日本とのタイアップ

「蘇りの地、わかやま」キャンペーン（仮称）の実施

＜場 所＞ J R大阪駅、天王寺駅等

＜内 容＞ 観光P Rブースの展開及び和歌山マルシェの開催
J R沿線情報誌「西 Navi」等でのP R

全国J R主要駅でのポスター展開

＜時 期＞ 11月（1か月）

＜場 所＞ 全国J R主要駅1,000箇所

＜内 容＞ 「蘇りの地、わかやま」をP Rする5連ポスターの掲出

(2) 阪急・阪神ホールディングスとのタイアップ

阪急・阪神沿線において、タイアップキャンペーンを実施します。

＜時 期＞ 9～10月頃

＜場 所＞ 阪急・阪神沿線主要駅・車内

＜内 容＞ 沿線情報誌「TOKK」、ポスター、中吊り、SNS、メルマガ
旅行会社とタイアップした新聞広告

(3) J A Lとのタイアップ

羽田—白浜路線の利用促進を図るためJ A Lと協働して首都圏旅行会社のファミツアーを実施します。

＜時 期＞ 9月

＜対 象＞ 首都圏の旅行会社（商品造成部署）

＜内 容＞ 県内現地視察及び地元ホテル・観光事業者との商談会等

(4) NEXCO とのタイアップ

NEXCO 西日本、中日本管内の主要S AにP Rポスターを掲出します。

＜時 期＞ 10月

3. 「蘇りの地、わかやま」県内宿泊促進キャンペーン

県内に宿泊された方の中から抽選で現金キャッシュバックやプレミアム和歌山認定商品が当たるキャンペーンを実施します。

＜時 期＞ 流行沈静化の見通し確認後～令和3年2月

＜内 容＞ 県内に宿泊し、応募すると毎月抽選で豪華景品プレゼント（現金、プレミアム和歌山認定商品など）

4. 世界遺産「高野山・熊野」による誘客

世界遺産のブランド力を最大限に活用し、「蘇りの地、わかやま」キャンペーンでのあらゆるプロモーションにおいて世界遺産「高野山・熊野」の発信を強化するとともに次の施策を実施します。

(1) 10万人の参詣道環境保全活動の実施

CSRや来訪者等による環境保全活動をはじめ、語り部と歩きながら、参詣道の保全活動を実践する環境保全トレッキングを開催し、県民の参加はもとより、県外からの誘客を積極的に図ります。

＜時 期＞ 3回（予定）

＜場 所＞ 高野参詣道・熊野古道中辺路・熊野古道大辺路（予定）

(2) 経済誌でのPR・CSR活動の誘致

参詣道の保全活動「道普請（※）」と世界遺産の魅力に関する記事を掲載するとともに、当該専門誌を定期購読している、あるいは、関連セミナーに参加した企業との接触・交流を積極的に行い、保全活動を通じた企業（団体）の来訪を促進します。 ※文化財保護専門家の指導の下、土を運び、参詣道の損傷を修理する作業

5. テーマを生かした取り組みによる誘客

「水」や「サイクリング」、「歴史」といったテーマを生かした取り組みにより、本県の魅力を最大限に発信し、誘客を促進します。

(1) 『水の国、わかやま。』による取り組み

「水」を切り口に本県の自然のすばらしさを伝えるため、テレビ番組の制作などメディアによる発信を行うとともにPR動画やガイドブックによる情報発信を行い、誘客を促進します。

(2) 『サイクリング王国わかやま』による取り組み

県内の周遊促進、地域内での消費拡大のため、有名アニメとのタイアップした特別企画を実施するなど、ターゲットに効果的な情報発信をすることにより誘客を促進します。

(3) 『わかやま歴史物語』（歴史・浪漫）による取り組み

「わかやま歴史物語」として、本県の歴史・文化のストーリーに秘話やSNS映えスポット、食、温泉、体験などの観光資源を組み合わせ100の旅モデルをスタンプラリーで紹介することにより、県内の周遊、誘客を促進します。

■ 「Wakayama Refresh」 Campaign （海外対策）

【流行沈静化の見通しが確認できた段階～】

沈静化の見通しが確認された国・地域から順次、市場ごとの嗜好に応じた「Wakayama Refresh」 Campaign を展開し、本県への誘客を促進します。

1. WEBサイトやSNSによる情報発信

(1) 海外メディアでの露出強化

海外大手メディア（CNN、BBC、ロンリープラネット等）を通じたキャンペーンを展開します。

＜時 期＞ 沈静化の見通し確認後～

＜対 象＞ アジア・欧米豪の個人

(2) 県多言語WEBサイト等による情報発信

公式WEBサイトやSNS、観光プロモーターを通じた情報発信を実施します。

<時期> 沈静化の見通し確認後～

<対象> アジア・欧米豪の個人

<内容> ○公式WEBサイト「VisitWakayama」(9言語対応)

○公式Facebook・Instagram(英語)

○観光プロモーター(中国、香港、台湾、韓国、タイ、インドネシア)

2. 京都・大阪、首都圏からのフラスワントリップ誘客促進

(1) 関西観光本部との連携事業

3月16日に開設した新ポータルサイト「The Exciting Kansai」をベースに、関西観光本部をはじめ連携団体が紀伊半島周遊ロングトレイル商品を販売します。

<時期> 沈静化の見通し確認後～

<対象> 欧米豪の個人

<内容> 紀伊半島周遊ツアー商品の共同開発とともに、海外旅行博覧会や商談会における共同プロモーションや海外メディアによるグローバル・メディアキャンペーンを実施

(2) 東京都との共同プロモーション事業

首都圏から熊野古道エリアを周遊する観光モデルルートを策定、東京オリンピック・パラリンピックに向けたグローバル・メディアキャンペーンを展開します。

<時期> 沈静化の見通し確認後～

<対象> 欧米豪の個人

<内容> 紀伊半島周遊モデルルートの策定とともに、海外メディアによるグローバル・メディアキャンペーンや海外エアライン等交通事業者と連携した合同ファムトリップ(メディア)を実施

(3) 関西空港利用促進協議会との連携事業

関西空港から和歌山県への周遊モデルルートを策定、協議会と海外エアラインと連携し誘客キャンペーンを展開します。

<時期> 沈静化後～

<対象> アジアの個人

<内容> アジアの大手エアラインと連携した合同ファムトリップ(旅行会社・メディア)とともに、具体的な送客につながるようエアラインの優待キャンペーンなど合わせて実施

3. 海外プロモーションの強化

(1) 海外26か国・地域をターゲットとした誘客プロモーション

特に宿泊者数の落ち込みの大きい国・地域を中心に、旅行博覧会や商談会に集中的に出展するとともに、取引のある旅行会社やメディアをローラー作戦で

訪問します。

＜時 期＞ 沈静化後～

＜対 象＞ アジア・欧米豪の団体及び個人

(2) 「ワールドマスターズゲームズ2021関西」特別キャンペーン

大会参加者向けの県内周遊キャンペーン企画により海外旅行会社へのツアー商品造成やメディア露出を促進します。

＜時 期＞ 沈静化後～

＜対 象＞ アジア・欧米豪の団体及び個人

4. 新規旅行商品造成・メディア発信の強化

(1) ファムツアーの強化

県内宿泊ツアー商品の造成に向けた海外旅行会社の現地視察対応や、海外メディア（旅行雑誌、ガイドブック、TV番組など）の取材支援を強化します。

＜時 期＞ 沈静化後～

＜対 象＞ アジア・欧米豪の団体及び個人

(2) 広告補助を活用した新規ツアー商品の造成促進

新たに県内2泊ツアー商品を造成する海外旅行会社の販売促進用メディア掲載費を支援します。

＜時 期＞ 沈静化後～

＜対 象＞ アジアの団体

＜内 容＞ 補助率1/2、上限100万円

■ 国の経済対策を受けた対応

「新型コロナウイルス感染症緊急経済対策」で発表された、新型コロナウイルス感染症対応地方創生臨時交付金を活用した観光産業の維持・発展に資する事業の実施や感染症拡大が収束した後の一定期間に限定して実施される、官民一体型の消費喚起キャンペーン「G o T o キャンペーン」と連携した取り組みを展開し、本県での消費を喚起します。