

復旧、復興から挑戦へ 観光客の回復と伊勢神宮式年遷宮、
世界遺産登録10周年、高野山開創1200年祭への取組 484,093千円（411,026千円）

和歌山を売り出す ～新たな魅力の創造とトレンドへの対応～

○「世界遺産」で和歌山を売り出す

世界遺産登録10周年に向け、参詣道の新たな魅力の開発
参詣道環境保全ウォークの実施、企業CSR活動との連携

○「温泉」で和歌山を売り出す

温泉セラピーなど新たな温泉の魅力づくり

○「ほんまもん体験・田舎暮らし」で和歌山を売り出す

ほんまもん体験の商品化、インターネットを活用した販売促進

○「歴史・浪漫」で和歌山を売り出す

雑賀孫一、徳川家ゆかりの地、真田父子、平清盛など

○「四季折々の魅力」で和歌山を売り出す

地域の伝統行事や季節の花木など、季節感たっぷりの魅力をタイムリーに情報発信

○「食の魅力」で和歌山を売り出す

那智勝浦町「まぐる」、湯浅町「しらす井」など市町村のご当地グルメ30選のPR

○「自然の素晴らしさ」で和歌山を売り出す

ラムサールの海、古座川のカヌーなど山・海・川の魅力を発信

○「ブランド」で和歌山を売り出す

駅長「たま」や「双子パンダ」による誘客

和歌山へ招く ～伊勢式年遷宮の取組の推進と大都市圏
・海外からの誘客を強化～

○「伊勢式年遷宮から」和歌山へ招く

伊勢から熊野へキャンペーン(仮称)の推進
伊勢式年遷宮、世界遺産登録10周年、高野山開創1200年に向けた商品力強化

○「ウェブを活用」して和歌山へ招く

わかぱんツイッター、わかやま情報発信応援隊などブログ等を活用した情報発信

○「ターゲットごとのプロモーション」で和歌山へ招く

修学旅行誘致、信用金庫業界の年金旅行誘致、スポーツ合宿誘致等

○首都圏から和歌山へ招く

JALとのタイアップ、大型キャンペーンの実施

○京阪神、西日本、東海から和歌山へ招く

メディア、旅行会社、消費者向け3点セットの複合プロモーション

○海外から和歌山へ招く

国際チャーター便・クルーズ船の誘致、高野・熊野を核に欧米豪から誘客

和歌山でもてなす ～おもてなしの宿づくり・ひとづくり支援～

○外国人観光客の受入強化(新規) ⇒52頁

○「研修会の実施」

観光セミナー、語り部研修の実施

○「おもてなしアドバイザー」の派遣

観光関係従事者の接遇能力向上、おもてなし宿づくりのサポート等

○「おもてなしリーダー」の養成

職場・地域に接遇技術を伝えるリーダーを養成

○人材の育成

和歌山大学観光学部との連携

○快適観光空間のための整備支援

観光案内板の設置、公衆トイレの確保

外国人観光客の受入強化

平成24年度：63,880千円
(新規)

現状・課題

- ・人口の減少等により国内旅行市場は縮小傾向
- ・一方で日本への外国人旅行者は増加傾向
- ・和歌山県の外国人観光客宿泊数 ⑮ 6万1千人 → ⑳ 13万5千人

【目標】
3年後（平成26年）の
外国人観光客の宿泊数 20万人超

◇外国人観光客が快適に県内を周遊できる環境を**集中的に整備し**、満足度の高い観光地として誘客を促進

観光案内板の多言語化促進



← 湯の峰温泉	3.8Km	Yunomine Onsen	♨
← 川湯温泉	2.0Km	Kawayu Onsen	♨
← 渡瀬温泉	1.7Km	Watarase Onsen	♨

※各地域ごとにニーズの高い言語で多言語化を検討
(英語、韓国語、中国語)

ガイドブック・ガイドマップ作成

気軽に安全に街歩きやドライブを楽しめるガイドブック等を作成

通訳ガイド認定制度の創設

総合特区を活用した通訳ガイド制度の創設

エリアパスの企画・販売



外国人対応スタッフ能力の向上

巡回アドバイザーによる現場チェックを踏まえた外国人観光客対応スタッフ能力の向上研修の実施