

記者発表（資料配付）				
月／日（曜日）	所 属 名	TEL（内線）	発表者名 （担当課長名）	その他の 発表・配布先
3月20日（月）	淡路県民局 交流渦潮室	0799-26-2014	交流渦潮室長 山内喜夫 （室長補佐兼交流渦潮課長 菅原崇行）	—

淡路島総合観光戦略

2023～2027



令和5年3月

淡路島観光戦略会議

（淡路島観光協会・洲本市・南あわじ市・淡路市・兵庫県淡路県民局）

1

戦略策定の目的

淡路島の地域経済を牽引する観光産業の更なる発展

観光振興を通じて地域住民の豊かな暮らしが将来にわたって持続できる元気な淡路島の実現

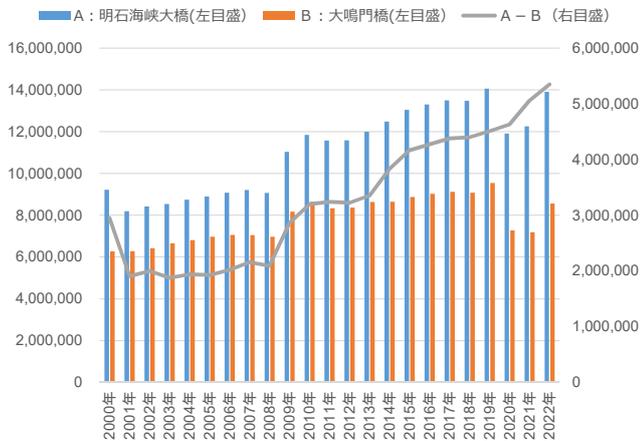


今後5年間の淡路島への誘客を促進

2

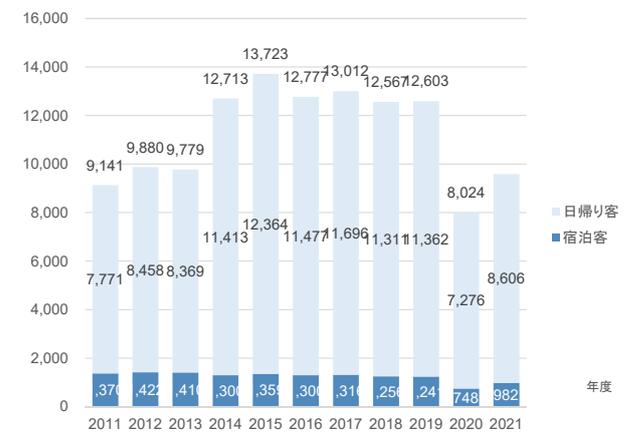
淡路島観光の現状①

明石海峡大橋・大鳴門橋の年間通行量の推移（単位：台、暦年）



- 明石海峡大橋の年間通行量は、新型コロナで減少したが、2019年の数値まで回復
- 2つの橋の通行量の差が拡大していることから、淡路島への訪問者は増加傾向

淡路島への入込客数と宿泊客数



- コロナ前の観光客数と宿泊客数は伸び悩み。
- 休日や多客期の宿泊利用が多く集中し、平日や閑散期への分散化が進んでいない。

淡路島観光の現状②

外国人宿泊客数



- 前の戦略策定後、減少傾向で推移し、コロナ禍に突入。
- 個人・グループ化が進んだ訪日外国人客に対応したプロモーションが不足

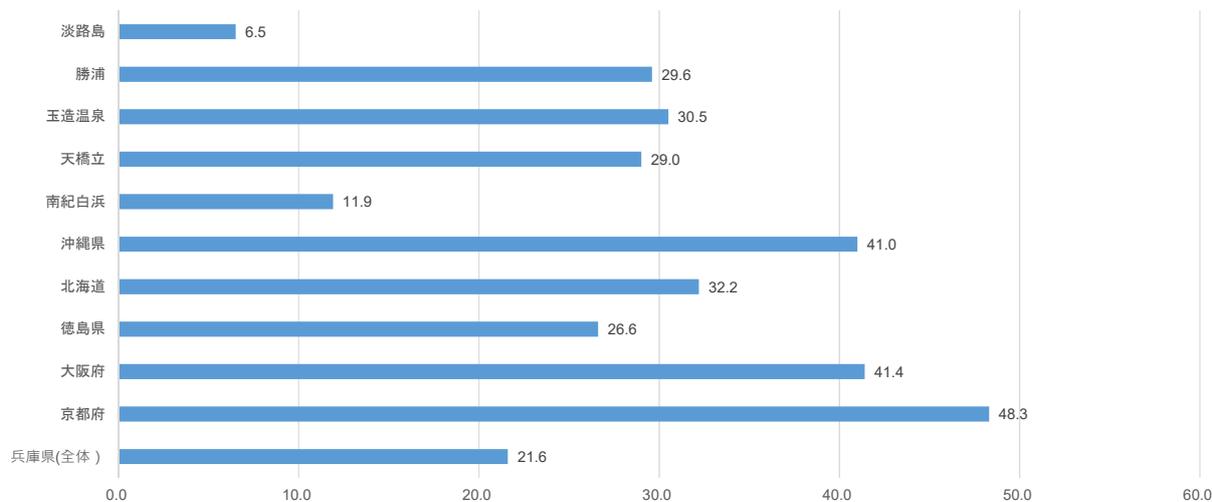
淡路島の観光消費額



- 観光客数や宿泊者数の動向とほぼ同じ
- 来島者の消費単価を上げるための高付加価値商品の販売、滞在時間の増加に向けた取組の不足

淡路島観光の現状③

2019年首都圏からの宿泊者比率(%)



- 首都圏からの宿泊者数の比率が、県全体や近畿の他の観光地と比べてかなり少ない。
- 淡路島は、京阪神エリアからの日帰り客や週末旅行者が多い。
- 遠方からの観光客は、一般的に時間とお金をかけて旅行する傾向にあるため、首都圏をはじめとする遠隔地からの誘客は、淡路島の観光振興に重要な戦略となる。

5

淡路島観光を取り巻く環境の変化

SDGsの推進

- 国際的に持続可能な観光地域づくりが推奨され、国内でもガイドラインが整備
- SDGsを体感できる観光志向の高まり

コロナ禍の影響

- 感染防止対策によるマイカー移動などの旅行スタイルの変化
- マイクロツーリズム志向の高まりによる身近な観光資源の再評価・見直し

マスツーリズムの縮小

- 旅行市場が、団体旅行などのマスツーリズムから個人・グループ旅行にシフト化
- 旅行目的の多様化とともに、知的好奇心をくすぐる「他にないもの」「奥深さ」を求める傾向

非日常から異日常へ

- 旅の動機付けが、「非日常型の感動や満足」から「異日常型の関心や共感」へ変化
- 旅先の日常の風景や事象が観光資源化

島外企業の積極的な進出

- 淡路島のポテンシャルに魅力を感じる企業等が積極的に進出し、新たな観光スポットが続々と誕生
- 淡路島が本来有する良さと調和する方向に企業活動を誘導することが必要

DXの推進

- 旅行者の利便性向上を図り、周遊を促進
- マーケティングや顧客情報管理の高度化に活用するなど観光地経営の高度化

6

今後の取組の方向性

SDGsの
推進

コロナ禍
の影響

マスト
リズムの
縮小

非日常
から
異日常
へ

島外企
業の積
極的進
出

DXの
推進

社会環境の変化を考慮した戦略の立案

地元、観光
客、世界か
ら支持され
る持続可能
な観光地

魅力を引き
出し、嗜好
の変化に適
応したコンテ
ンツ開発

遠隔地から
の旅行者を
意識した高
付加価値型
商品の造成

島外からの
アクセス改
善や島内外
への周遊を
促進する環
境整備

淡路島で観
光関連事業
を推進する
島内外の各
種センターと
の連携強化

観光戦略の
推進体制づ
くり

7

ビジョンと基本理念

ひと、もの、文化、食等の淡路島に関わる多様な個性を「いのち」として育み、輝かせ、躍動させていくことで、淡路島の魅力を高める。

「いのち」が交わり、支え合うことにより、「いのち輝く島」として、淡路島で生活する人々の豊かな暮らしの持続につなげていく。

ビジョン(めざす姿)

いのち輝く島 ～個性が輝き続ける未来島～

基本理念

知られる観光地から選ばれる観光地への転換

8

戦略の体系

- 基本戦略：サステイナブル戦略
- 推進戦略1：商品戦略・物語化
- 推進戦略2：商品戦略・高付加価値化
- 推進戦略3：アメニティ戦略
- 推進戦略4：情報戦略
- 推進体制と検証体制の確立

9

■ 基本戦略：サステイナブル戦略

「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域づくりを推進する。

- 持続的な成長と発展ができる観光地として、事業者や施設、団体がSDGsに配慮した事業展開の啓発
- 事業者等が関係機関と連携した環境保全活動と観光を関連付けた取組の推進
- 観光を支える人財の育成、持続的な成長と発展を促す事業活動等の推進

10

■ 推進戦略 1 : 商品戦略・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

- 他の地域では味わえない淡路島の特性や地域の風土を活かした観光客に響く観光コンテンツのストーリーづくり
- 観光コンテンツのストーリーを効果的に伝えられる人材の育成
- 深みのあるストーリーを体感できる観光商品づくり

11

■ 推進戦略 2 : 商品戦略・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

- 特別感、プレミアム感を備えた着地型コンテンツとしての旅行商品の開発
- インターネットを活用したターゲットへのプロモーションを的確に実施
- 大阪・関西万博などの大型イベントとの連携を図り、淡路島の良さを堪能できる旅行企画、プロモーションの推進

12

■ 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を推進

- 多様な方法で淡路島にアクセスできる情報の提供、利便性の高い公共交通ネットワーク化の働きかけ等の推進
- 心地よい滞在の支援として、高齢者、障害者、乳幼児を同伴する者等が円滑に旅行できる環境の整備
- 旅行者目線を取り入れて観光客を気持ちよく迎える景観づくり等の推進

13

■ 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情報共有し、取組の連携を図る

- 島内観光関連企業等との情報共有、相互理解の促進
- 圏域内大型イベントや広域連携DMO等との連携
- 多様な主体が参加できるネットワークの構築などによる連携方策の推進

14

■ 推進体制の検証と検証体制の確立

「推進体制と合わせて検証体制を確立」し、PDCAサイクルにより、本戦略に基づく取組の効果を上げることを目指す。

- 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行う。
- 推進・検証は、日本版持続可能な観光ガイドライン(JS TS-D)の考え方を取り入れ、客観的な視点で実施
- 淡路島観光協会のDMO機能の更なる強化

15

評価指標の設定

観光客数や消費金額の単なる量的拡大のみならず、淡路島旅行者も地域の人々も満足できるような、淡路島での滞在の質的向上の追求をめざす観光の評価指標を設定する。

項目	設定理由	2027目標
観光GDP	観光客の消費行動の地域経済への関わりや、観光産業の動向を把握	766億円 (2019年度比10%増)
近畿圏以外の宿泊者の発地別比率	首都圏をはじめとする遠隔地から選ばれる観光地をめざすことから、近畿圏以外の発地別比率を把握	35% (2019年比10ポイント増)
観光客の消費単価と域内調達比率	観光客の消費単価と域内調達比率が、島内経済にどの程度波及したのか把握	データ取得後に設定
観光客の満足度	淡路島の滞中に観光客はどの程度満足しているか把握	観光魅力度調査7項目で年間平均90%以上
県民(淡路島)一人あたりの所得	淡路島の観光が島民所得にどの程度寄与しているか把握	2,780千円 (2019年度比10%増)
住民満足度・住民理解度	観光と地域住民の暮らしにどのような関連があるか、住民は観光に対してどのように考えているかを把握	住民満足度76.0%、住民理解度はデータ取得後に設定