

現行の淡路島総合観光戦略について

平成30年（2018年）2月に、兵庫県淡路県民局が事務局となり、「淡路島総合観光戦略策定会議」が策定した「淡路島総合観光戦略：世界中から訪れたい特別な島 日本のはじまり淡路島」は、淡路島初の全島を対象とした観光戦略であり、現状の分析から、課題と取組の方向を抽出し、2018年度～2022年度の5か年における推進戦略である。



◆淡路島総合観光戦略（2018～22）の概要

・基本理念 **日本のはじまり淡路島**  
～わたしたちの誇るふるさと淡路 世界中から訪れたい特別な島～

- ・ビジョン
- ①歴史と文化薫る 国生みの島
  - ②和食のふるさと 御食(みけつ)国(くに)
  - ③豊かな自然・温泉に恵まれた 心とカラダの癒しの島

・推進戦略①世界から選ばれる魅力づくり～強みを磨きブランド力を高める～

- 〈目標〉 ◇「歴史・文化」「食」「自然と温泉」にさらに磨きをかける。  
◇ニーズの多様化への対応 ◇来島者の再訪促進 ◇滞在時間の増加
- 〈重点施策〉◇新たな魅力の創出（日本遺産ツーリズム推進、新たなコンテンツ開発）  
◇新たな顧客開発（淡路島ブランドの構築、御食国、癒しの島）

②国内外から観光客を呼び込むプロモーション

- ◇関西圏からの日帰り観光客に加えて、淡路島での滞在（宿泊）を楽しむ新たな顧客層をターゲット化。
- ◇新たなターゲット市場は、首都圏、中京圏、訪日外国人。  
※具体的なターゲット設定は、淡路島の価値理解層、滞在期間、島内での消費金額を考慮して絞り込み。

③受入体制の強化

- ◇観光事業者に加えて、島民への観光の意義理解、住み続けたいふるさととの創造、観光客とのふれあいの大切さの理解と心からのおもてなし。
- ◇観光協会・県・市及び商工関係者・他DMO等との連携。
- ◇淡路島観光協会の組織・人財・財源等の充実。
- ◇観光にかかわる人財の育成。
- ◇1次、2次等の公共交通機関の改善。
- ◇外国人観光客やユニバーサルツーリズム等への対応。

・数値目標（2022年度）

- ①交流人口（観光入込客数）→1,500万人
- ②宿泊者数→200万人
- ③国際ツーリズム人口（外国人宿泊者数）→15万人
- ④観光消費額→1,900億円
- ⑤住民満足度→76.0%

現行戦略の数値目標に対する結果

- ①交流人口（観光入込客数）：2016年度・1,278万人→2020年度・802万人
- ②宿泊者数：2016年度・130万人→2020年度・75万人
- ③国際ツーリズム人口（外国人宿泊者数）：2016年度・5.4万人→2020年度・146人



観光入込客数 ・2013→2014の明石海峡大橋通行料改定による入込客数UP以降、高止まりが続いている。  
・2017年度「ニジゲンノモリ」開設による増加があったものの、その後も1200万人台半ばの状況が続いている。2020年度は、コロナ禍による外出自粛、海水浴場閉鎖の影響により対前年比60%程度への落ち込み状況である。

宿泊客数 ・計画期間中、120～130万人（泊）と大きな増減はなかったが、コロナ禍により、対前年比60%程度に落ち込んでいる。

外国人宿泊者数・インバウンドに関しては、数値目標を下回った状態で、コロナ禍に突入した。インバウンド復興に向けた国の動きは出つつあるが、2019年レベルの訪日外国人客の回復は、2024年頃になるのではないかとされている。

④観光消費額：2016年度・1,144億円→2020年度・705億円



・数値目標には達していないが、1200億円台を維持したまま、コロナ禍に突入した。  
・観光において、1次消費額だけでなく食材等の地域調達率も把握できると、2次、3次消費を含めた観光の経済波及効果を示せるものとなる。

⑤住民満足度：2016年度・71.7%→2021年度・70.1%



・2014～2015年にかけてUPLした住民満足度は、数値目標には達していないが、概ね70%台で推移している。

現行戦略の取組と課題

推進戦略	取組（2018年度～2022年度）	課題
<b>①世界から選ばれる魅力づくり～強みを磨きブランド力を高める～</b>		
◇「歴史・文化」「食」「自然と温泉」にさらに磨きをかける。	◇北前船の日本遺産登録（北前船寄港地フォーラム開催） ◇サクラマスの取組、鳴門オレンジPJTなど ◇料理コンテストの開催 ◇洲本温泉の新たな泉源開発	◇日本遺産・くわみ神話等に関するわかりやすいストーリーづくりと、現地での体感の仕組みづくり、及びその発信 ◇各バックストーリーの展開不足（美食が生まれた背景の見える化等）
◇ニーズの多様化への対応 ◇来島者の再訪促進 ◇滞在時間の増加	◇西海岸開発による新たな顧客層の開発 ◇来島シーズンの多様化 ◇宿泊施設の多様化 ◇日本遺産をめぐるRPGゲームの開発 ◇若者、ファミリー、高齢層など多様な来訪者に対応できるコンテンツづくり。	◇持続可能な観光地づくりへの取組 ◇知的好奇心を満たす旅行層（SIT）への取組 ◇滞在時間を増加させる仕組みづくり。 ◇着地コンテンツの多様化と高単価・高付加価値化
◇新たな魅力の創出（日本遺産ツーリズム推進、新たなコンテンツ開発）	◇「ヘルスツーリズム」の取組 ◇大鳴門橋への自転車道設置推進	◇日本遺産のストーリーを効果的に生かせるコンテンツの開発 ◇海事観光の推進、棚田等の新たな魅力開発 ◇朝、夜の体験コンテンツづくり
◇新たな顧客開発（淡路島ブランドの構築、御食国、癒しの島）	◇淡路島サクラマス・えびず鯛などグルメコンテンツ開発取組	◇（再掲）バックストーリーの展開不足（美食が生まれた背景の見える化） ◇やすらぎを提供できるコンテンツの開発
<b>②国内外から観光客を呼び込むプロモーション</b>		
◇関西圏からの日帰り観光客に加えて、淡路島での滞在（宿泊）を楽しむ、新たな顧客層をターゲット化。	◇淡路島フォトコンテストの開催 ◇花みどりフェアの開催 ◇桂文枝を活用したプロモーション文枝100選設定	◇京都から瀬戸内を結ぶルート上での淡路島の位置づけの明確化。（点的な訴求ではなく、観光ルートとして訴求）
◇新たなターゲット市場は、首都圏、中京圏、訪日外国人。※ターゲット設定は、淡路島の価値理解、滞在期間、島内消費額を考慮し絞り込む。	◇ツーリズムEXPOなどへの出展 ◇ジャポニズム（パリ）への出展 ◇淡路島誘客キャンペーンの実施 ◇兵庫DCへの取組	◇首都圏顧客層獲得のための働きかけ並びにコンテンツ整理不足（積極的な旅行先選択・来訪を動機付ける魅力づくりとクラスター別プロモーション） ◇今後の大型イベント等への対策

推進戦略	取組（2018年度～2022年度）	課題
<b>③受入体制の強化</b>		
◇観光事業者に加えて、島民への観光の意義理解、住み続けたいふるさと創造、観光客とのふれあいの大切さの理解と心からのおもてなし。	◇住民満足度は高率を維持している。	◇関係人口づくりや、淡路島への新規移住者（ワーケーション、リモートワーク含む）の受入環境づくりなど、新たなニーズへの対応
◇観光協会・県・市及び商工関係者・他DMO等との連携。	◇瀬戸内DMOとの取り組み ◇ひょうご観光本部、関西観光本部との連携	◇東瀬戸内での施策連携 ◇大阪ベイエリアでの連携
◇淡路島観光協会等の組織・人材・財源等の充実。	◇観光協会内に、観光戦略室を新設、CMO人材の登用など組織の充実をはかっている。また、旅行者データ等の収集・分析を独自に進めている。	◇観光協会機能の充実に向けた更なる人材の育成 ◇戦略や事業を行う恒常的な財源の確保 ◇観光戦略に基づく取組を的確に企画・実施し、成果を検証できる体制の強化
◇観光にかかわる人材の育成。	◇おもてなしコンテストの継続	◇戦略顧客（知的好奇心層等）に対応した人材の育成 ◇観光業を支える人手の確保
◇1次、2次等の公共交通機関の改善。	◇Uberとの実証実験 ◇高速バスにおける島内での乗降化への取組 ◇四国行バスの一部を島内に停車。	◇徳島空港IN・OUT（アクセス）との連携（首都圏・インバウンドを意識） ◇新神戸駅・徳島空港からのレンタカーの活用 ◇公共交通の利便性の向上
◇外国人観光客やユニバーサルツーリズム等への対応。	◇日中韓観光大臣の誘致 ◇USJとの連携	◇インバウンド外国人観光客に対する取り組みの強化。 ◇ユニバーサルツーリズムを支えるソフト整備。

2023年度～2027年度（令和5年度～令和9年度）戦略の策定に向けて考えられるキーワード

【選ばれる観光地・淡路島をめざして】

➤ ①「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（キーワード）

- 古事記冒頭から現代へとつながるストーリー
- 「美食」が生まれた背景の見える化と「やすらぎ」の推進
- 着地コンテンツの多様化、高単価・高付加価値化
- 地域のストーリーにより「歴史」を楽しむ
- 「ヘルスツーリズム」の推進
- 「新たな観光事業の創出」や「新たなコンテンツ開発」
- 「DX」の推進

➤ ②京阪神だけでなく、首都圏、海外等遠隔地発のシェア拡大に向けた誘客の促進（キーワード）

- 首都圏顧客層、インバウンドの獲得
- 公共交通の利便性向上
- 今後の大型イベント等への対策
- 着地コンテンツの多様化、高単価・高付加価値化（再掲）

➤ ③島外から淡路島への移動、島内における移動に係る手段の充実（キーワード）

- 「海の観光」（海事観光）の推進
- 公共交通の利便性の向上（再掲）

➤ ④持続可能な観光地域づくり（キーワード）

- 「地域内調達率」
- SDGsに基づく持続可能な観光地づくり
- 「交流人口」だけでなく、「関係人口」も視野に
- 「ユニバーサルツーリズム」（UT）の推進
- 観光を支える「人手・人材」の確保
- 「DX」の推進（再掲）