

JSTS-D に準拠した和歌の浦持続 可能な観光推進計画

- ・計画期間：令和8年度～令和12年度（5カ年）
- ・対象エリア：雑賀崎・新和歌浦／片男波・高津子山／紀三井寺／天満宮・不老橋周辺
- ・位置づけ：日本遺産「絶景の宝庫和歌の浦」の価値を継承しつつ、
観光の質（滞在・消費・満足）を高めるための実行計画。

令和8年3月13日

和歌の浦観光協会

本計画は、日本遺産「絶景の宝庫和歌の浦」の中核エリアとして集客力を持つ一方、日帰り偏重・回遊導線の弱さ・情報発信の分散等により『滞在と消費』が伸びにくいという地域の現状を、JSTS-D（日本版持続可能な観光ガイドライン）を用いた“計測→目標→実行→検証→改善”の循環で改善し、地域の暮らし・信仰・漁の営みと調和した観光へ転換することを目的とする。

目標像

和歌の浦にしかない自然・食・文化を生かした“線の滞在”ができる体験空間へ

コンセプト

歌枕の絶景を、食と自然と五感で味わう湾岸滞在

JSTS-D に準拠した重点方針

- A) 歌枕の絶景を、食と自然と五感で味わう湾岸滞在マネジメント：官民の意思決定体制（連携会議）とサステナブル担当を明確化し、マナー・交通・情報の課題をPDCAで改善。
- B) 社会経済：日帰りから夕方～夜、早朝まで楽しめる『小さなコンテンツ』を積み重ね、滞在時間と客単価を引き上げる。地魚×灰干しを“共通メッセージ”として磨き、域内循環を強化。
- C) 文化：日本遺産の文化的景観（眺望・庭園・橋・港町の見え方）を台帳化し、保全と体験を両立。和歌祭等の無形文化は“見学→参加→共創”で継承支援を設計。
- D) 環境：マリン利用・海浜の利用ルール、水質の見える化、マイボトル等の行動変容で、景観と環境負荷を同時に改善。

5カ年 KPI（基準年：令和6年）

歌枕の絶景を、食と自然と五感で味わう湾岸滞在入込客数は2024年の主要観光地別推計（和歌浦・紀三井寺・和歌山城ほか：約523万人）を基準に、“量の維持”よりも『宿泊・消費・満足』の改善を優先する。

（出典）和歌山県「和歌山県の観光（こども向けデータ）」<https://www.pref.wakayama.lg.jp/prefg/020300/kids/wakadata/kanko.html>

第 1 章 持続可能な観光計画の策定に あたって

和歌の浦は、万葉集にも詠まれた歌枕としての物語性と、海と山が近接する独特の地形、寺社・庭園・港町・海浜が織りなす文化的景観により、和歌山市を代表する観光地として発展してきた。令和6年（2024年）の和歌山県観光客動態では、和歌山市の「和歌浦・紀三井寺・和歌山城ほか」が県内で最も観光客数が多い地域となり、**約523万人が訪れている。一方で、推計で日帰り比率が90%以上と高く、滞在時間・消費の伸びしろが大きい構造**が指摘されている。

近年は、SNS等を契機に日本のアマルフィとも称される雑賀崎の夕景が注目されるなど来訪は増加傾向にあるが、短時間滞在が中心で、混雑やマナー、生活動線との摩擦、景観・環境負荷が顕在化しやすい。また、地域資源が点在している一方で、共通の物語編集や回遊導線、二次交通、予約・決済・多言語などの受入基盤が十分に整っておらず、『来訪者の満足』と『住民の納得』を両立させる観光マネジメントが求められている。

本計画は、**観光を“増やす”こと自体を目的化せず、和歌の浦の価値（景観・文化・食・暮らし）を編集・定義し、次世代へ継承しながら、適正な受入と高付加価値化により地域に還元される仕組みを整えるための5カ年の行動指針**として策定する。



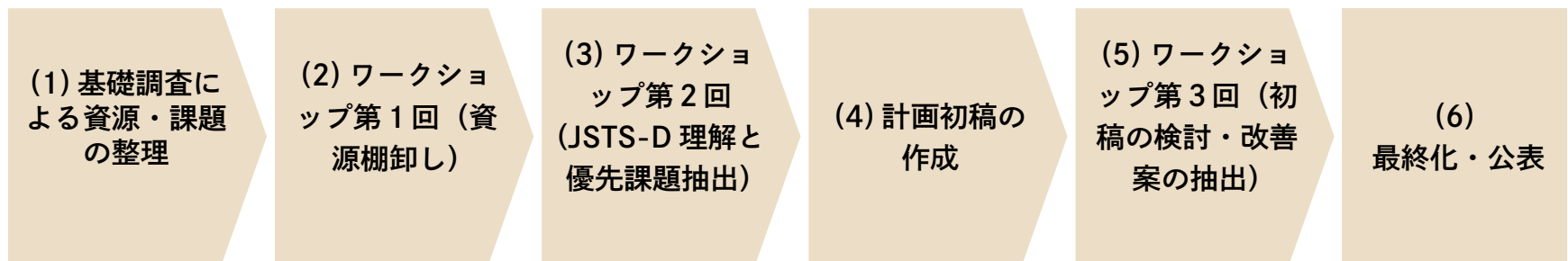
■ 1-2 計画の位置づけ・期間

本計画は、和歌の浦地域における持続可能な観光地づくりの指針であり、観光庁が定める**日本版持続可能な観光ガイドライン (JSTS-D)** を“**運用の物差し**”として採用する。

JSTS-D に基づき、①現状把握（データと合意）→②目標設定（KPI）→③実行（・事業）→④検証（モニタリング）→⑤改善（翌年度計画へ反映）の循環を確立し、計画を“**作って終わり**”にしないことを重視する。

計画期間は**令和 8 年度から令和 12 年度までの 5 年**とし、年度ごとに重点を整理したロードマップを設定する。KPI は、入込客数（量）だけでなく、宿泊・消費・満足度・リピーター率・地域満足度といった“**質**”の指標を重視し、毎年度のモニタリング結果をもとに見直す。

策定プロセスは、以下の手順を進める。



観光協会だけでなく、事業者や行政、関係者を巻き込んで設計する。

1-3 JSTS-D 概要

JSTS-D (Japan Sustainable Tourism Standard for Destinations) は、観光庁が国際基準 GSTC-D に準拠しつつ日本の課題（混雑・マナー、災害・感染症、文化財保全等）を反映して整備した、観光地向けの持続可能性指標である。大きく A：持続可能なマネジメント、B：社会経済、C：文化、D：環境の4分野で構成され、地域が多面的に現状を把握し、優先課題を特定し、**改善を継続するための“自己分析ツール”**として位置付けられる。

第2回ワークショップでは、JSTS-Dの意義として、下記の3点を確認した。

- ①データに基づく中長期マネジメント（PDCAの循環）
- ②住民・事業者・行政が現状を共有し合意形成を進めるコミュニケーション
- ③取組を対外的に示すことで信頼と選ばれる理由を高めるプロモーション

本計画では、JSTS-Dを“チェックリスト”として使うだけでなく、**各施策・事業をJSTS-D項目に紐づけ、年度ごとに『何をどこまでできたか』を可視化する。**

これにより、担当者交代や関係者の入れ替わりがあっても、地域としての改善の積み上げが途切れない運用を実現する。



第2章 現 状の整理

本計画の対象は、和歌山市内の和歌の浦地域のうち、歴史文化・景観・海辺体験が集積するエリアを中心に、次の4ゾーンとして整理する。

ゾーンは“回遊と分散”の設計単位とし、Web・地図・サイン等の共通構造として活用する。

①雑賀崎・田野・新和歌浦ン

断崖と入江が織りなす港町景観、夕景、温泉・宿泊、漁港の暮らしに触れる散策。

②片男波・高津子山ン

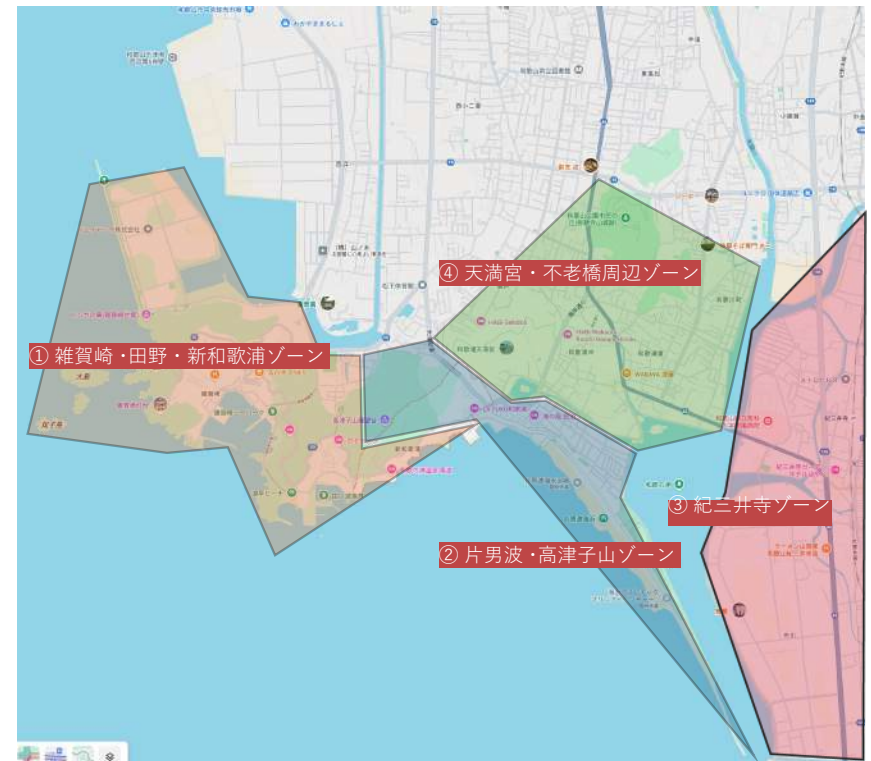
海水浴・海浜レジャー、高津子山の眺望、家族向けの自然体験。

③紀三井寺ン

西国三十三所札所としての信仰、桜名所、階段体験、歴史文化の学び。

④天満宮・不老橋周辺ン

天満宮・玉津島神社等の社寺、番所庭園、不老橋周辺の文化財と町並み。



各ゾーンは徒歩圏が基本だが、ゾーン間移動にはバス・自転車・二次交通の補完が必要である。

2-2 和歌の浦地域が持つ資産

和歌の浦の観光資産は、①景観・場所（見る）②食材・料理（味わう）③歴史・文化（学ぶ）④観光コンテンツ（動く・関わる）が、狭い範囲に重なって存在することに特がある。ワークショップでは、以下のような資源が多面的に挙げられた。

【景観・場所】

片男波海岸、雑賀崎（“日本のアマルフィ”と呼ばれる港町景観）、雑賀崎灯台、浪早崎、蓬莱岩、和歌浦湾の眺望、高津子山(展望)、番所庭園、和歌山マリーナシティ等。

【食材・料理】

しらす、ハモ、灰干し（灰干しサンマ等）、地魚(アジ・サバ等)、わかめ、海鮮丼、漁港直売、地元野菜等。

【歴史・文化】

紀三井寺、紀州東照宮、和歌浦天満宮、玉津島神社、不老橋、日本遺産ストーリー、和歌祭、熊野古道との連携文脈等。

【観光コンテンツ】

漁港の朝・直売体験、しらす漁・しらす祭、マリーナアクティビティ、遊歩道散策、写真・スケッチ、海辺のアクティビティ（SUP・カヤック・釣り）等。

和歌の浦にある資源を洗い出してみよう			
①場所・景観	②食材・料理	③歴史・文化	④観光コンテンツ
片男波	シラス	東照宮	シラス祭
蓬莱岩	ハモ	雑賀崎(漁港)	マリナアクティビティ
雑賀崎(アマルフィー)	灰干しサンマ	本願寺	遊歩道
日本遺産	足赤エビ	連合艦隊(山本五十六)	おとっと広場
アマルフィー	エビフライ	徳川家康(海軍)	明光酒り
ビーチ(片男波、波早)	ラーメン	新和歌小唄(島倉千代子)	小さな飲食店
雑賀崎灯台	伊勢海老	商人くつ	船上販売
高津子山(ロープウェイ)	太刀魚	塩釜神社	田野港の釣り
浪早崎	アジ	玉津島神社	花火
天満宮の武道場	鯛	和歌祭	和歌浦漁釣り
お手洗い池(秋葉山)	カワハチ	万葉館	遊覧船
津屋公園	小エビ	和歌浦天満宮	和歌の聖地巡り
田	のり	妙香山	イカ踊める島に色が変わる
干菜	和歌浦せんべえ	久慈園	サップ
岡崎なるとか	マル木、マル三?	不老橋	ヨガ
トンネル	紀州備長炭干し	三新橋	東照宮と天満宮の間
養水園	わかめ	あしべや好尚山利館	有休地の利用
土人なるとか	ひじき	カフェコロル	気球
大島	香栄堂シュークリーム	観海閣から昇る紀三井桜	山田藩三郎
双子島	マルキ中華そば	玉津島神社	雑賀孫市
高津子山	市右衛門たい焼き	雑賀崎 歌	七島
番所庭園	そばやすラーメン		紀三井寺から船
あしべ桶	雑賀崎 洋食焼		ランニング
	雑賀崎 らおやさ		サイクリング
	あさりラーメン		SAYAKA(和歌浦シンガー)
	かくれば たこ焼き		
	大福軒 たるたるラーメン		
	ポナール アップルパイ		
	オリノ エビフライ		
	津屋 まぐる中瀬ち		
	和歌浦せんべえ		

これらは単体で強いが、地域としては『資源がバラバラに認知され、セットで購入されにくい』という課題も示唆される。計画では、資源群を“物語（テーマ）→ルート→体験→食・購買”へ再編集し、滞在と消費につながる材料として整理・活用する。

2-3 来訪状況の現状

入込状況

令和6年の和歌山県観光客動態調査では、県内で最も観光客が多い地域が「和歌浦・紀三井寺・和歌山城ほか」で、**年間約523万人が訪れている**。同年の県全体の観光入込客総数は約3,273万人で、**前年から2.5%増加**している。※追ってグラフ等準備

宿泊動向の参考

令和6年の和歌山県観光客動態調査では、**和歌山市全体の宿泊客数は約101万3千人泊で前年比102.0%と微増**している。県全体では外国人宿泊客が約51万人泊と過去最高を更新しており、インバウンド回復が顕著である。和歌の浦は関西空港からの近さ、自然・食・歴史が揃う点で、FIT（個人旅行）を中心に取り込む余地が大きい。※追ってグラフ等準備

日帰り偏重

一方、和歌の浦は市街地から近くアクセスが良い反面、**日帰り客が大半（推計90%以上）**で、“夕方～夜、早朝”の体験が不足し、宿泊・連泊への導線が弱い。結果として、滞在時間・消費額の面で伸びしろが残る。

現状の示唆

量は既に大きいため、今後は混雑やマナー等の負の影響を抑えながら、夜間・早朝の体験、食の回遊、ガイド解説、二次交通を整えて『**滞在と消費**』を増やすことが、持続可能性と地域還元の両面で重要となる。

（出典）和歌山県「和歌山県の観光（こども向けデータ）」<https://www.pref.wakayama.lg.jp/prefg/020300/kids/wakadata/kanko.html>

（出典）和歌山県「令和6年和歌山県観光客動態調査報告書」https://www.pref.wakayama.lg.jp/prefg/062400/doutai2_d/fil/R6houkokusho.pdf

（出典）同上（和歌山市の主要観光地別動態・市町村別宿泊客数）

内部環境	プラス要因	プラス要因
	<div data-bbox="173 207 985 292" style="background-color: #c00000; color: white; text-align: center; padding: 5px;">【Strengths (強み)】</div> <ul style="list-style-type: none"> ・万葉の歌枕、日本遺産としての物語（自然 × 文化 × 信仰の重層性） ・海と山が近接し、眺望点・庭園・港町が徒歩圏に集積 ・雑賀崎の夕景など“写真映え”資源が強く、SNSで拡散されや ・地魚と加工文化（灰干し等）という食の独自性 ・大阪・関空から近い都市近接型の立地 ・マリーナシティ等の周辺拠点と補完関係があ ・寺社（紀三井寺等）を核に季節需要（桜・祭礼）が作れる ・観光協会等の推進団体が存在し連携の素地があ ・海辺アクティビティ（SUP等）を小さく実装しやすい湾内環 ・短時間でも満足しやすい“名所密度” 	<div data-bbox="985 207 1816 292" style="background-color: #002060; color: white; text-align: center; padding: 5px;">【Weaknesses (弱み)】</div> <ul style="list-style-type: none"> ・日帰り偏重で、宿泊・夜間消費が弱い ・資源が点在し、回遊導線・二次交通が弱い ・情報発信が分散し、予約・決済・多言語導線が整っていない ・“和歌の浦らしさ”の統一編集（物語化）が不 ・繁忙期・時間帯に混雑と生活影響が集中しやすい ・現地案内拠点（入口）が弱く、迷い・機会損失が生じやすい ・小規模事業者中心でデジタル応・人材確保に限界 ・食の提供時間・曜日の偏りで回遊が止まる ・夜間の安全（暗所、海辺）情報が不足 ・定量データ（満足・支出・回遊）の継続収集が未整備
外部環境	プラス要因	プラス要因
	<div data-bbox="173 878 985 963" style="background-color: #e69d00; color: white; text-align: center; padding: 5px;">【Opportunities (機会)】</div> <ul style="list-style-type: none"> ・訪日需要回復、FIT 増加、地方志向の高ま ・2025大阪・関西万博後も見据えた関西周遊ニーズ ・サステナブルツーリズムへの関心拡大(国内外) ・デジタル（Google/OTA/予約）で小規模でも改善余 ・券イド・体験への“学び/文化”需要の ・海辺のアクティビティ市場拡大(初心者向け) ・日本遺産を軸にした教育旅行・探究学習の可能性 ・県の統計・カード消費・人流などデータ基盤の拡充 ・近隣の城下町・温泉・熊野等と広域連携できる ・地域内の副業・兼業人材の活用機会 ・地域内に廃ホテルがあり使い方によってはチャンスがある 	<div data-bbox="985 878 1816 963" style="background-color: #333366; color: white; text-align: center; padding: 5px;">【Threats (脅威)】</div> <ul style="list-style-type: none"> ・混雑、マナー違反が継続すると住民反発・ブランド毀損 ・災害（南海トラフ等）や感染症等のリスク ・海辺の安全事故、気象条件による体験停止リスク ・人口減少・高齢化による担い手不足 ・物価高・人手不足で事業者の運営が不安定化 ・競合（白浜等）への需要流出 ・気候変動による猛暑・海況変化でピーク偏在が強まる ・文化財・景観の維持管理費の増大 ・交通混雑（駐車・路地）による生活影響 ・SNSの一過性ブームによる瞬間集 “中”

現状の課題は、基礎調査やワークショップでの声を踏まえ、以下の8点に整理する。

① | 資源の再編集不足

景観・寺社・食・体験が“点”で紹介され、来訪動機や滞在中の行動が「次は何をする？」で途切れやすい。歴史（万葉・景勝）×自然（海関連コンテンツ）×食を一本の物語に束ね、半日/1日/1泊のモデル行程として提示できていないため、比較検討段階で選ばれにくく、現地でも回遊と消費が伸びにくい。

② | 回遊性と二次交通

ゾーン間の移動手段が限定的で、徒歩・自転車・バス・駐車場の接続情報も分かりにくい。距離感の誤認や迷いが発生すると「次の目的地を定める」意思決定に直結し、立寄り回数・飲食購買・体験参加が減る。インフラはすぐの対応が難しいとしても情報発信や掲示も十分ではない。

③ | 情報発信・拠点不足

情報が事業者・媒体ごとに点在し、アクセス、混雑回避、マナー、予約、所要時間など“意思決定に必要な情報”が一箇所に集約されていない。結果として事前計画が立てにくく、到着後も迷いが増える。さらに入口となる案内拠点（現地での相談・再提案・当日予約）が弱く、滞在中の追加消費を生む導線が作りにくい。

④ | 日帰り偏重

夕方～夜、早朝に「ここに居る理由」が不足し、滞在が昼間の観光で完結しがち。夕景・夜景・ナイト体験、朝の策や朝食コンテンツなど時間帯価値の設計が弱いことで、宿泊・連泊に転換する“あと一押し”が生まれにくい。結果として地域内消費が伸びず、繁忙期偏重と平日の稼働不足も助長される。

⑤ | 受入環境のばらつき

多言語対応、決済、予約手段、営業時間・定休日の見える化が店舗ごとに異なり、旅行者は「入れるか分からない」不安を抱えやすい。特にインバウンドや個人旅行ほど、情報不確実性が機会損失に直結する。現地での偶発的な立寄りや当日予約が成立しにくく、来訪者の満足度・単価・回遊を底上げしづらい。

⑥ | マナー対応

撮影、駐車、参拝作法、通行導線などのルールが場所ごとに異なり、注意喚起も統一されていないため、善意の来訪者でも“知らずに迷惑”が起きやすい。結果として住民ストレスや事業者負担が増え、観光受容性が下がる。混雑期に体験品質が劣化しやすく、悪い口コミや再訪意欲低下のリスクも高まる。

⑦ | 担い手・運営基盤

小規模事業者中心で、繁忙対応だけで手一杯になり、商品造成・品質改善・販路開拓・DX推進に投資する余力に限られる。人材確保や育成、連携の事務局機能が弱いと、良いアイデアがあっても実装が続かない。結果として“点の成功”に留まり、地域としての継続的な稼ぐ力（収益循環）が育ちにくい。

⑧ | データと改善の仕組み

来訪者数だけでなく、満足度、支出、回遊、滞在時間、混雑、住民満足など“質”の指標が継続収集されず、改善が個人の経験則に依存しやすい。施策の効果検証が難しく、予算配分や優先順位の合意形成にも時間がかかる。結果としてPDCAが回りにくく、課題が同じ形で毎年再発しやすい。

これらの課題を理解しながら、JSTS-Dの枠組みに沿って『体制→導線→商品→計測』の順で小さく確実に改善し、地域還元と共生を両立させた計画を策定。地域全体が持続的に経済活動を実践する基盤を整えるとともに、来訪者への満足度向上も同時に達成を目指す。

第3章

和歌の浦地域が目指す姿

【コピー (Slogan)】

和歌の浦にしかない自然・食・文化を生かした“線の滞在”ができる体験空間へ

【ビジョン (Statement)】

和歌の浦は、万葉の歌枕に連なる物語と、海と山が折り重なる景観、
寺社と港町の暮らし、そして地魚と加工の知恵が同居する“密度の高い観光地”である。

これからの5年で目指すのは、観光客数の単純な増加ではなく、

地域が守り続けてきた絶景と文化を損なわずに、

来訪者が理解し、尊重し、地域に還元する観光への転換である。

そのために、資源を物語として再編集し、

徒歩・自転車・二次交通を組み合わせた導線を整え、夕方～夜・早朝の体験を実装する。

“線の滞在”には複数の意味がある。

コンテンツを点ではなく線として編集したテーマ的な情報発信、

地域を線で繋ぎを促す現地行動のデザイン、旅アトのお土産購入やリピートまでを線として意識した滞在体験。

過去から未来へ一気通貫したPDCA分析と計画策定・実施を意識する。

また、JSTS-Dに基づく指標の計測と改善を継続し、

住民満足と来訪者満足の両立を“見える化”しながら、

和歌の浦を地域一体となった自然・食・文化が融合した『持続可能な体験空間』へと転換する。

【コンセプト】

歌枕の絶景を、食と自然と五感で味わう湾岸滞在

コンセプトの背景は以下 3 点である。

背景 1

和歌の浦の価値は“名所単体”ではなく、眺望・庭園・社寺・港町・海浜が連続する文化的景観にあること。

背景 2

食は地魚と灰干し等の加工文化に独自性があり、体験と結びつけることで客単価と記憶に残る強みになり得ること。

背景 3

この地域には複数のエリアが含まれており、見る・食べる・体験するなど五感にアプローチできるコンテンツが多いこと。

都市近接で日帰りが多いからこそ、夕景・夜の散策・早朝の漁港など『時間をずらした体験』を整備すれば、滞在化と分散（混雑緩和）を同時に実現できる。

コンセプトを紐解いたテーマで資源を束ね、モデルルートと予約導線まで一体で整備する。

ターゲットは“近いから来る”層を起点に、価値に共感し滞在してくれる層へ広げる。
主な仮説は以下の4類型であり、それぞれで「来訪動機→行動特性→刺さる価値→和歌の浦で提供すべき体験・導線」までを具体的に記載する。

① | 近距離都市圏の週末層 (近畿圏中心) ★重点

「近い・海が見える・気軽に非日常」を求め、車で来て夕景～食で満足し帰る“短時間ご褒美”型。目的は海鮮、温泉、夕景・夜景、写真映えだが、情報不足と回遊の不安で滞在が伸びない。和歌の浦では、夕景のベストタイムと撮影スポット、温泉・海鮮・夜と朝の小さな体験（ライトアップ、夜参拝、夜カフェ、朝食、朝コンテンツ等）を1本化し「日帰りでは損」な夜の理由を設計。駐車場→徒歩回遊→食→温泉→宿の導線が鍵。

② | ファミリー層 (長期休暇等)

子ども中心の計画になりやすく「安全・分かりやすい・待たない」が最優先。片男波やマリナ周辺の海遊び・公園・軽食を起点に、移動距離が長いと離脱しやすい。暑さ寒さ、トイレ・授乳、休憩、ベビーカー可否など情報の確実性が満足度を左右する。和歌の浦では、家族向けの“安心パッケージ”（駐車場、トイレ、休憩所、日陰、救護、ルール）を見える化し、短い徒歩圏で完結する半日モデルを整備。体験は「学び要素が少し入る」程度が刺さる。

③ | 学び/体験志向層

景観・寺社・庭園・町文化を「背景込みで理解して味わう」層。単なる観光地巡りより、ストーリーや人物、地形、信仰、漁や加工など“なぜここにあるのか”の解像度を求める。時間投資を惜しまない一方、良質な解説や予約導線がないと来訪を見送る。和歌の浦では、日本遺産ストーリーを核に、ガイド（少人数・テーマ別）+体験（食//庭園/信仰）+購買（背景が分かる土産）をセット化。静けさや所作を尊重する設計が満足を押し上げ、再訪・紹介にもつながる。

④ | インバウンド FIT 層

閑空起点で「短時間で自然・食・歴史をまとめて体験したい」個人旅行者。SNSで景観を見つけ、公共交通・徒歩で動くため、アクセス、所要時間、決済、予約、マナーの不足が離脱要因になりやすい。英語だけでなく“簡潔で迷わない情報設計”が重要。和歌の浦では、①多言語のモデルコース（半日/1日/1泊）②交通・混雑・マナーの統一表示③キャッシュレスと当日予約（ガイド/体験/食）の整備で機会損失を削減。文化尊重と分時間帯・ルート）を促し、住民負担を増やさない受入が戦略の要。

<ターゲットから紐解く戦略>

「近いから来る週末層」を入口に、夕景 × 食を“物語と体験”で再編集し、夜と朝の価値を設計して、学び/体験志向とインバウンド FIT の“1泊化”へ転換する。

<具体的な課題解決ポイント>

メインターゲットは①“近距離都市圏の週末層（近畿圏中心）”であり、②～④はサブにおいても広いターゲットへの親和性を担保できる。転換のための「商品設計」としての3つのポイントを意識する。

『 夜いる理由がない』

夜景・夜参拝・ライトアップ・食事・バー・語りなどを“短くても参加できる”形で用意

+

『 移動と情報が不安』

駐車場→回遊→食→温泉→宿の導線整備 + 混雑 / マナー / 所要時間の統一表示

+

『 予約が面倒』

表示当日でも押さえられる体験枠 + 集約サイト・拠点でのワンストップ案内

KPIは、**量の拡大ではなく、滞在・消費・満足の改善を中心に設定**する。基準値は可能な限り公表データを用い、来訪者満足度・リピーター率・地域満足度は初年度に簡易調査を実て基準値を確定する。

KPI①：入込客数（和歌浦・紀三井寺・和歌山城ほか）：約 523 万人

→ 量は維持しつつ、ピーク集中を緩和。令和 12 年には 600 万人を達成（約 15% 増）。

KPI②：宿泊客数（和歌山市全体の参考値）：約 101 万 3 千人泊

→ エリア全体で夜間滞在比率を引き上げ。令和 12 年には 150 万人を達成（約 50% 増）。

KPI③：旅行単価（参考：日本人国内旅行平均）：44,034 円 / 人（令和 5 年確報）

→ 食・体験の高付加価値化で域内消費を増加。令和 12 年には 5.5 万円を達成（約 25% 増）。

KPI④：来訪者満足度：初年度調査で基準設定

→ 令和 12 年には『満足・大変満足』80% を達成。

KPI⑤：リピーター率：初年度調査で基準設定

→ 令和 12 年には +10pt を達成。

KPI⑥：地域満足度（新規）：初年度調査で基準設定

→ 令和 12 年には『観光は地域にプラスである認識』70% を達成。

（出典）和歌山県「和歌山県の観光（こども向けデータ）」 <https://www.pref.wakayama.lg.jp/prefg/020300/kids/wakadata/kanko.html>

（出典）同上（和歌山市の主要観光地別動態・市町村別宿泊客数）

（出典）観光庁「旅行・観光消費動向調査 2023 年年間値（確報）」 <https://www.mlit.go.jp/kankocho/content/001740851.pdf>

第4章 基本施策とアクション プラン

【コンセプト】歌枕の絶景を、食と自然と五感で味わう湾岸滞在

A：持続可能なマネジメント

- 基本施策Ⅰ 官民連携の意思決定・推進体制の確立 (A1/A2/A6)
- 基本施策Ⅱ 和歌の浦らしいマーケティングと情報発信 (A10/A11)
- 基本施策Ⅲ 適切なゾーニングと周遊促進 (A9/A10/A12)
- 基本施策Ⅳ 事業者・住民の理解促進と観光教育 (A5/A8)

B：社会経済のサステナビリティ

- 基本施策Ⅰ 観光実態の把握と季節・時間の平準化 (B1/B2)
- 基本施策Ⅱ 地産地消の推進と事業者の支援 (B1/B3)
- 基本施策Ⅲ 海辺の観光にふさわしい安全安心の整備 (B7)
- 基本施策Ⅳ 受入環境の整備 (B8)

C：文化的サステナビリティ

- 基本施策Ⅰ 日本遺産の文化的景観マネジメント (C1/C2/C3)
- 基本施策Ⅱ 無形文化の継承支援 × 体験化 (C3/C4)
- 基本施策Ⅲ 観光資源解説の標準化とガイド育成 (C5/C8)

D：環境のサステナビリティ

- 基本施策Ⅰ 自然環境保全と利用ルール制定 (D1/D2/D3/D4/D5)
- 基本施策Ⅱ 水質のモニタリングと情報提供 (D8/D9)

和歌の浦は、万葉の歌枕に連なる歴史文化、海と山が近接する景観、寺社・港町・海浜・庭園など多様な資源が比較的い範囲に集積する一方、日帰り偏重や情報発信の分散、回遊導線・二次交通の弱さ、マナー等の課題が顕在化しやすい地域である。こうした特性を踏まえ、観光振興は「増やす」だけでなく、地域の暮らし・信仰・漁の営みと調和しながら、価値を高めて適正に受け入れる“持続可能なマネジメント”を計画の基盤に据える。

【コンセプト】歌枕の絶景を、食と自然と五感で味わう湾岸滞在

A：持続可能なマネジメント

<p>基本施策Ⅰ</p>	<p>官民連携の意思決定・推進体制の確立 (A1/A2/A6)</p> <p>官民が継続的に合意形成し実行管理できる意思決定・推進体制を整備し、責任の所在を明確化する。</p>
<p>基本施策Ⅱ</p>	<p>和歌の浦らしいマーケティングと情報発信 (A10 / A11)</p> <p>来訪者の意向把握（調査）に基づき、和歌の浦らしさを「物語」として統一編集し、一元的な情報発信と予約・回遊の導線を整える。</p>
<p>基本施策Ⅲ</p>	<p>適切なニングと周遊促進 (A9/A10/A12)</p> <p>資源の点在性を前提に、ターゲット別のゾーニングと周遊設計により誘客と分散を両立させ、滞在時間と消費額を高める。</p>
<p>基本施策Ⅳ</p>	<p>事業者・住民の理解促進と観光教育 (A5/A8)</p> <p>事業者・住民の理解促進と観光教育を通じて共生の土台をつくり、地域ルールの浸透、現場対応力の向上、住民参加の機会創出により、受入品質と住民満足の両立を図る。</p>

基本施策Ⅰ

官民連携の意思決定・推進体制の確立(A1/A2/A6)

AⅠ-①「和歌浦観光連携会議（仮）」の設置

観光協会・自治会・寺社（紀三井寺、玉津島神社等）・漁業/港湾関係・商店・宿泊/飲食・交通・行政等で構成し、四半期1回を基本に開催する。議題は①混雑・マナー等の現場課題、②受入環境整備、③周遊・情報発信、④指標結果と改善の4点に固定し、合意事項は必ず公表する。

AⅠ-②サステナビリティ担当（コーディネーター）機能の明確化

会議体の事務局として、誰が何を決め、どこまで調整するか（例：現地ルール、サイン、交通連携、調査設計、広報編集、事業採択）を職務記述として定義し、初年初年度は兼務でも可、次年度以降は専任化を目指す。

基本施策Ⅱ

和歌の浦らしいマーケティングと情報発信（A10/A11）

AⅡ-①“ストーリー先行”の編集方針を確立

テーマを3本に絞って固定化し、旅程の骨格を先に作る。例)①「万葉の歌枕を巡る旅」②「和歌祭に見る和歌浦の精神文化」③「海と山が育んだ暮らしと食文化」。各テーマに、半日/1日/1泊のモデルルート、季節の見どころ、写真素材、短い解説文を整備し、発信の統一軸とする。

AⅡ-②一元的な情報発信と導線の整備

Web（LP）に「アクセス（公共交通・徒歩・自転車）」「モデルルート」「混雑回避の推奨時間」「マナー」「食・体験の予約導を統合し、点在する情報を集約する。現地では小規模でもよいので“入口”となる案内拠点（既存施設の一角活用等）を設け、マップ配布・予約支援・相談を担う。

AⅡ-③“地魚×灰干し加工”の統一フードメッセージ

和歌の浦の食は「漁のある暮らし」と「加工・保存の知恵（灰干し等）」に強みがある。共通メッセージと推奨メニュー（例：地魚の灰干し定食、地魚の食べ比べ、加工場見学+試食）を設定し、昼食・夕食の回遊ポイントを増やして消費額を押し上げる。あわせて対応店舗の“見える化”（営業時間・予約・多言語・決済）を整え、選ばれやすい状態を作る。

基本施策Ⅲ

適切なゾーニングと周遊促進（A9/A10/A12）

AⅢ-①“4ゾーン×3ターゲット”の公式化

①雑賀崎・新和歌浦＝夕景・港町散策・温泉（カップル/写真/週末）/②片男波・高津子山＝海水浴・展望・アクティビティ（ファミリー/若者）/③紀三井寺＝信仰・桜・階段体験（シニア/巡礼・文化層）/④天満宮・不老橋周辺＝町並み・庭園・文化財（文化滞在層/インバウンド）この整理をマップ・Web・サインの共通構造として採用し、誘客と分散を同時に図る。

AⅢ-②徒歩・自転車・二次交通を“セット”で実装

周遊中心のルートを複数設定し（例：文化ルート、景観ルート、食ルート）、徒歩圏マップとサイクリングルートを制定。拠点に駐輪・休憩・トイレ情報を集約し、バス停や主要駐車場と接続させる。繁忙期は臨時導（推奨時間・迂回）を提示し、混雑や生活動への影響を低減する。

基本施策Ⅳ

事業者・住民の理解促進と観光教育（A5/A8）

AⅣ-①業者研修（年2回）の実施

JSTS-Dの基本、インバウンド対応（言語・決済・予約導、安全衛生、マナー対応、クレーム対応の“型”）を学ぶ研修を継続する。受講者には推奨店表示等のインセンティブを設け、地域全体の受入品質を底上げする。

AⅣ-②住民参加型プラムの実施

観光客向けプログラムを、まずは地域の現地事業者が住民向けに実施（体験会）し、内容理解と不安解消を図る。住民側のメリット（誇り・収益機会・負担軽減策）を可視化し、共生の合意形成につなげる。あわせて、共通の地域ルール（撮影・駐車・参拝作法等）を住民と共に策定し、多言語で周知する。

和歌の浦は、万葉の歌枕に連なる歴史文化や寺社、港町の景観、海辺のアクティビティ、地魚と加工文化（灰干し等）といった多様な資源を有する一方、日帰り偏重や季節・時間帯による需要の偏りが生じやすく、地域の稼ぎや雇用が安定しにくい。地域特性を踏まえ、社会経済のサステナビリティでは、観光の実態把握を可視化。滞在と消費を伸ばしながら、地域事業者の持続的な稼ぎと働きがいをもつことを目指す。また、海辺・港町環境にふさわしい安全安心を整備し、誰もが旅しやすい受入環境を整えることでトラブルや機会損失を抑え、地域と来訪者の双方に無理ない観光を実現する。

【コンセプト】歌枕の絶景を、食と自然と五感で味わう湾岸滞在

B：社会経済のサステナビリティ

<p>基本施策Ⅰ</p>	<p>観光実態の把握と季節・時間の平準化 (B1/B2)</p> <p>観光実態を継続的に把握し、日帰り偏重の転換と季節・時間の平準化により、通年で仕事生まれる構造をつくる。</p>
<p>基本施策Ⅱ</p>	<p>地産地消の推進と事業者の支援 (B1/B3)</p> <p>地魚×灰干し加工等の地域の稼ぐ核を磨き、地産地消と事業者支援を通じて域内循環と付加価値を高める。</p>
<p>基本施策Ⅲ</p>	<p>海辺の観光にふさわしい安全安心の整備 (B7)</p> <p>海辺・港町の特徴を踏まえた安全基準・情報提供・緊急時対応を整備し、安心して滞在・回遊できる環境を確立する。</p>
<p>基本施策Ⅳ</p>	<p>受入環境の整備 (B8)</p> <p>多言語・ピクト等の情報整備、夜・早朝の受入最小実装、食の多様性の見える化等により、誰もが旅しやすい受入環境を整える。</p>

基本施策Ⅰ 観光実態の把握と季節・時間の平準化 (B1/B2)

BⅠ-①意向調査の最小設計

日帰り偏重の転換に必要な設問に絞り(滞在できない理由、交通課題、夜・早朝需要、情報入手経、満足/不満点、支出)、年1回の簡易調査+繁忙期の短時間アンケートを組み合わせ、会議体で改善に接続する。連携会議で「結果→改善案→次の観測」を毎回し、実態把握が“やりっぱなし”にならない運用を徹底する。

BⅠ-②季節の谷を埋める「小さな定例イベント」設計

毎月1回でも、灰干し・地魚の“月替り”フェア、寺社と連動した季節行事ガイド、写真・スケッチ会などを定例化。狙いは単発集客ではなく、平日・閑散期にも小さな需要を積み上げ、事業者の稼働を平準化すること。

BⅠ-③人材の“兼業・短時間”マッチング

週末の案内、繁忙期の誘導、清掃・美化、通訳サポート等を短時間ジョブ化し、地域(学生・シニア・副業層)や関係人口を活用して人手不足に対応。通年で仕事が発生する“型”を整え、雇用機会と働きがい向上に繋げる。

基本施策Ⅱ 地産地消の推進と事業者の支援 (B1/B3)

BⅡ-①「地魚×灰干し加工」を核にした共通商品・共通表示

灰干し定食等の推奨メニューに加え、食べ比べ、見学+試食、地魚の付加価値提供などを体系化し、店頭・Webで“和歌の浦推奨”の共通表示化で選ばれやすくする。地域の稼ぐ核を明確化し、域内消費と客単価向上を図る。

BⅡ-②小規模店でも導入できる“共通土産”を開発

少ロット前提で、灰干し(常温/冷凍)・加工品セット、缶詰/瓶詰、だし、調味、食べ方カード等を検討する。旅の出口(駅・拠点・宿)で購入できる導セットで整備し、回遊の最終地点での購買機会を確保する。

BⅡ-③ 業者支援パッケージ

初年度は3点セットを想定。①Googleマップ/口コミ整備(営業時間・写真・多言語・予約導)②決済の整備支援(キャッシュレス、インバウンド決済)③価格設計支援(体験・メニューの単価、セット化、閑散期プラン)を一体で支援する。小規模事業者でも取り組める支援設計とし、地域全体の稼ぐ力を底上げする。

基本施策Ⅲ 海辺の観光にふさわしい安全安心の整備 (B7)

BⅢ-①“海辺・港町の安全ガイドライン”策定

全事業者共通で活用できるガイドラインを制定する。SUP/カヤック等の海のアクティビティ、釣り・防波堤、夕景スポット、遊歩道歩行などについて、立入注意、装備、天候判断、緊急連絡を最低限の標準として共通化。

BⅢ-②緊急時導線の整備

多言語で見える化を前提とし、AED設置場所、最寄り医療機関、通報方法、避難場所、危険区域(高波・落石・暗所)等を、Web(LP)+現地サインで統一掲示。夜間・夕方の回遊も想定し、迷わない情報配置とする。

基本施策Ⅳ 受入環境の整備 (B8)

BⅣ-①多言語・ピクトの掲示物整備

アクセス、回遊、マナー、トイレ、危険、予約、決済など、必要最低限の情報を揃える。サインを増やしすぎず、拠点+要所に集約して迷いを減らし、点在資源でも旅を開始しやすい環境をつくる。

BⅣ-②夜・早朝の受入“最小実装”を作る

滞在型への導して「夜間アクティビティ」「早朝体験」を、まず月2回など小さく定例化する(例:夕景→港町ナイト散策、早朝:朝市/漁村体験等)。日帰りから宿泊へ誘導する中核メニューとして育てる。

BⅣ-③ 食の多様性は“対応”より先に“把握と見える化”

対応店増加の前に、対応可能店・メニュー情報を一元化し「探せる」状態を作る。地魚×灰干し加工に対応した店や、食の多様性(ベジ・ハラル等)への対応を整理し、予約導合わせ提示することで機会損失を減少。

和歌の浦は、万葉の歌枕に連なる物語性と、海・山・庭園・寺社・港町が一体となった「見え方」そのものが価値となる地域であり、日本遺産として“絶景の宝庫”を構成する文化的景観が観光の核となる。一方で、景観は維持管理の手間や環境変化の影響を受けやすく、また祭礼や信仰、漁の営みといった無形文化は担い手・費用・準備負担などの課題から継承が難しくなりやすい。こうした背景を踏まえ、文化的サステナビリティでは、文化資源を「守る」だけでなく、正しく理解され、尊重されながら活用される仕組みを整え、地域の誇りと来訪者体験の質を同時に高めることを目指す。

【コンセプト】歌枕の絶景を、食と自然と五感で味わう湾岸滞在

C : 文化的サステナビリティ

<p>基本施策Ⅰ</p>	<p>日本遺産の文化的景観マネジメント (C1/C2/C3)</p> <p>日本遺産の絶景を守り、体験に変える。眺望点・庭園・橋・港町の“見え方”を守りながら、回遊体験として磨く。場所の維持・整備はもちろん、そこを活用して稼ぐ内容の検討と、活用時に地域共生ができる形を意識。</p>
<p>基本施策Ⅱ</p>	<p>無形文化の継承支援 × 体験化 (C3/C4)</p> <p>和歌祭・信仰・漁の暮らしなどの文化の“継承課題”を可視化し、子ども・若者の参加導線（見学 / 手伝い / 記録）を設計。来訪者にも関わってもらう余白を設計して「理解者・支援者」を増やす。</p>
<p>基本施策Ⅲ</p>	<p>観光資源解説の標準化とガイド育成 (C5/C8)</p> <p>住民協働で観光資源解説を標準化し、共通のフォーマット化を目指す。旅行者に適した言語で価値を伝える体制とガイド育成を整備する。</p>

基本施策Ⅰ

日本遺産の文化的景観マネジメント (C1/C2/C3)

CⅠ-①和歌の浦文化的景観台帳の作成

守る対象を明確化するため、文化的景観を構成する資源を台帳化し、各資源に「価値（何が“日本遺産らしさ”か）／脆弱性（何に弱い）／管理者（誰が管理するか）」を紐づける。対象は、眺望点（歌枕の見え方）、庭園（番所庭園等）、橋・水辺、不老橋周辺、港町の地景観、寺社参道などとし、点在資源を“管理と体験”の両面で捉え直す。

CⅠ-②年1回の景観点検・軽微補修のルーティン化

見通し（植栽・看板）、滞留による傷み、撮影・立入による影響、案内サインの劣化、夜間の安全・照度等を定期点検する。点検結果は一覧で“見える化”し、優先度順に小さく改善を積み重ねることで、予算配分を読みやすくし、必要な整備が後回しにならない運用をつくる。

CⅠ-③眺望・写真スポットの見え方を守る運用

眺望点ごとに推奨時間・推奨立ち位置・撮影マナーを定義し、観光マップと合わせて配布する。繁忙期は分散先（代替眺望点）を提示し、景観価値の最大化と暮らしへの影響低減を同時に図る。体験としての魅力を高める一方、地域共生が成立する利用の“型”を整える。

基本施策Ⅱ

無形文化の継承支援 × 体験化 (C3/C4)

CⅡ-①継承の課題のヒアリングとドマップ化

和歌祭、寺社行事、港の営み、地域の語り部等を対象に、継承の課題を「担い手／費用／準備負担／安全／外部公開の可否」に分解して整理し、支援の優先順位を決める。何がボトルネックで、どうすれば続けられるのかを明確化し、継承支援を“場当たり”にしない。

CⅡ-②三段階での体験化設計

見学→参加→共創の3段階で無理のない範囲で体験化を進め、将来の担い手を急に増やすのではなく、まず「理解者・支援者」を増やす設計とする。見学では背景解説と見学ルール（静穏・撮影等）を整備する。参加では準備作業の一部手伝い、清掃、道具の扱い体験など負担の少ない関わり方を用意する。共創では記録・発信（写真／映像／文章）や子ども向け教材づくり等、継承に直接効く役割へ接続する。地元の子どもたちとの連携も意識し、地域側の誇り醸成と継承支援を両立させる。

基本施策Ⅲ

観光資源解説の標準化とガイド育成 (C5/C8)

CⅢ-①和歌の浦公式解説テンプレート化

統一の内容編集として、テーマを3本（例：歌枕・絶景／和歌祭と信仰／港町の暮らしと食）に整理し、公式テンプレを作成する。各スポットに30秒版／2分版／5分版の解説、推奨ルート、注意事項（マナー・安全）をセットで用意し、情報の質と粒度を揃える。多言語化も前提とし、旅行者に理解されやすい表現で提供する。

CⅢ-②ガイド育成

研修は日本遺産ストーリー、禁忌・作法、クレーム対応、安全（海・夜間）、分散誘導を想定し、初年度は「基礎＋現場」2回程度で実施する。修了者には「推奨ガイド」表示を付与し、予約導共通LP）に掲載して選ばれやすい状態をつくる。

CⅢ-③解説→体験→消費につなげる導線設計

解説・ガイド・情報発信のすべてで、最後に必ず「次の一歩」を入れる（どこで食べられる／どこで買える／次にどこへ行く）。文化を“見るだけ”で終わらせず、地域の店・体験へ回すことで、文化の価値と地域経済を両立し、継続的な保全・継承の原資を生む。

和歌の浦は、湾内の穏やかな水域や海浜、港町の景観、漁の営みと食文化など、自然環境そのものが観光体験の価値を形成する地域である。一方で、マリンアクティビティの普及や来訪者増加により、自然環境への負荷や安全面のリスクが高まりやすく、海辺の資源を「守りながら活かす」ための運用設計が不可欠となる。環境のサステナビリティでは、自然資源を保全するだけでなく、利用ルールを定め、来訪者のふるまいを整え、事業者運用と連動させることで、継続的に良好な環境と体験品質を維持することを目指す。あわせて、海水浴・マリン利用に直結する水質については、既存データの整理と継続的なモニタリング設計を行い、異常時の対応手順を含めて情報提供を標準化する。旅行者が安心して楽しめる環境情報（注意点・水質・安全）をサイトや現地掲示で提供し、マイボトル・給水等の取り組みも組み合わせ、景観保全と環境負荷低減を同時に進める。

【コンセプト】歌枕の絶景を、食と自然と五感で味わう湾岸滞在

D：環境のサステナビリティ

基本施策Ⅰ

自然環境保全と利用ルール制定 (D1/D2/D3/D4/D5)

マリンアクティビティ利用ルール（湾内の推奨航路、上陸／滞留ポイント、繁忙期の時間分散、禁止事項）を策定する。また自然資源の「来訪者マナー整備」を実装し、海のアクティビティや食体験など環境配慮型の商品（海の資源を活用した商品化・磨き上げ）を推進する。

基本施策Ⅱ

水質のモニタリングと情報提供 (D8/D9)

海水浴・マリン利用に関係する水域の既存データを整理し、モニタリングの設計を固める。旅行者向けに「安全に楽しむための水質・注意情報」をLP/ 現地掲示で提供し、マイボトル・給水等も合わせて実施する。

基本施策Ⅰ

自然環境保全と利用ルール制定 (D1/D2/D3/D4/D5)

DⅠ-①継承の課題のヒアリングとドマップ化

環境負荷を軽減しつつ観光として安定運用するため、ルール図（地図）をまずは簡易的に作成し、運用しながら改定する。対象アクティビティはSUP／カヤック／遊泳／釣り／遊歩道・磯場利用等とする。決めるべき内容は、湾内の推奨航（動・立入注意区域・避けるべき区域、上陸／滞留ポイント（混雑・生態系・安全の観点で指定）、繁忙期の時間分散（推奨時間帯、ピーク時間の注意喚起）である。加えて、禁止事項（危険行、私有地立入、漁業活動への干渉等）を明示し、事業者の運用基準（催行判断、装備、保険、レスキュー手順等）を最低限の標準として共通化する。

DⅠ-②環境配慮型の商品化

環境配慮型の商品化海の資源を“守りながら活かす”ため、環境配慮を組み込んだ観光商品を造成する。例として、湾内エコSUP/カヤック（観察ポイント固定、上陸制限付き）、漁の営み理解ツアー（作業の邪魔をしない範囲、見学中心）、「地魚×加工」食体験（資源量・旬に配慮したメニュー設計）などを検討する。体験の最後には、地域の自然・暮らしを守る行動（ゴミ回収参加、マイボトル利用等）を組み込み、楽しみながら環境配慮行動に接続する。

基本施策Ⅱ

水質のモニタリングと情報提供 (D8/D9)

DⅡ-①既存水質データの棚卸しと見える化

現状把握として、海水浴場・湾内の水域ごとに既存の水質データ（項目・頻度・場所）を整理し、水域ごとのモニタリングマップを作成する。継続的なモニタリングにより、海水浴・マリンの安全や景観・生態への影響を早期に察知できる体制を整える。まずは繁忙期に合わせて頻度を設定し、異常時の対応（掲示更新、事業者連絡、催行判断）を事前に決め、迷いのない運用とする。

DⅡ-②マイボトル推進で水の行動変容

給水スポット（可能な範囲）を整理し、LPや地図等で提示する。事業者と連携してマイボトル持参を促進する仕掛け（割引・特典等）を設け、ペットボトルごみ削減と景観保全を同時に進める。旅行者向けの水質・注意情報の提供と合わせ、安心して楽しめる環境情報の標準化を図る。

第5章 ロー ドマップ

	1年目 (R8年度)	2年目 (R9年度)	3年目 (R10年度)	4年目 (R11年度)	5年目 (R12年度)
	基盤整備 (設計と最小実装の年)	商品造成・実装 (小さく継続を作る年)	商品造成・実装の拡張 (面で回す年)	拡張と高度化 (広域連携・高付加価値化の年)	改善と次期計画への更新 (総点検と組替えの年)
マネジメント	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 連携会議の設置 ✓ サステナ担当機能の明確化 ✓ KPI&調査の設計 ✓ 年次レビュー枠組の決定 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 調査の実施・公表・改善 (PDCAの初回完了) ✓ マナー・混雑等のルールの運用開始 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 混雑代替提案の本格運用 ✓ LP から店舗・体験への一貫した予約導線への改善 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 繁忙期の分先提案と予約導線の高速化・自動化 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ KPI・調査結果の5年間総括 ✓ 施策の組み替え ✓ 次期計画に向けた論点整理
社会経済	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 共通フードメッセージの確定 ✓ 推奨店の基準整備 ✓ 掲載に関する情報発信 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 夜・早朝の小規模の定例体験を開始 ✓ 共通土産の施策・テスト販売 ✓ 共同造成体験商品の開発 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 共通土産の定番化 (販売先の拡張) ✓ 体験商品を3~5本に拡張 ✓ 推奨店制度の拡張 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 広域エリアに接続した1泊以上の広域商品を造成 ✓ 高付加価値パッケージの拡大 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 商品群の棚卸し整理 ✓ 広域連携の固定化
文化	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 文化的景観台帳の着手 ✓ 景観点検の試行 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 公式解説テンプレの完成 ✓ ガイドの育成・推奨ガイドの掲載開始 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 文化的景観台帳の完成・年次運用の開始 ✓ 無形文化の継承支援ロードマップの具体化 ✓ 知財ルールのガイドライン運用の開始 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ガイドの上級化 ✓ 評価制度の実装 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 便益の再評価と改善
環境	<ul style="list-style-type: none"> ✓ マリン利用ルールの骨子決定 ✓ 水質既存データの棚卸し 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 地図化したマリン利用ルールの公開 ✓ 水質モニタリング設計の確立 ✓ 給水スポットの整備・マイボトル利用の促進 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 水質情報の定期更新の定着 ✓ 体験の「保全高度」を標準化 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ マリンルールの改訂 ✓ 給水・マイボトルの当たり前化 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 水質・環境情報の更新運用の定着度点検 ✓ 現場トラブルの推移を踏まえたルール再設計
年度別成果物	会議体・担当・KPI・調査票・公式4ゾーン地図・モデルルート骨格・公式LP (最小版)・推奨店リスト (初版)・景観点検結果・マリンルール骨子	調査結果の公開資料、定例体験 (夜 / 早朝) の運用、公式解説テンプレ、推奨ガイド、重点サイン、共通土産 (試験販売)、体験商品 (初版)、マリンルール公開、水質運用手順	分運用の定着、予約導線の強化、二次交通の実験結果、商品群の拡張、景観台帳運用、継承支援の導線、知財ガイドライン、水質情報定期更新	広域周遊商品、プレミアム体験パッケージ、上級ガイド、予約・分高度化、改定マリンルール	5年評価レポート、施策組替え案、次期計画骨子、定番商品体系、環境・安全運用の改善版

第 6 章 推進体制・役割分担・ 財源など

推進体制と 役割分担

本計画の推進主体は、和歌の浦観光協会だが、「和歌浦観光連携会議（仮）」を立ち上げ地域一体となり実施を想定する。

行政（和歌山市等）・観光協会・地域団体・寺社・漁業／港湾関係・商店・宿泊／飲食・交通事業者・教育機関等の官民で構成する。意思決定と進捗管理は「和歌浦観光連携会議（仮）」が担い、事務局機能（サステナビリティ担当／コーディネーター）を置く。

各施策は、①体制（会議・調査・広報編集）②導線（交通・サイン・拠点）③商品（体験・食・土産）④現場（教育・マナー・安全）に分け、担当主体とスケジュールを明確化する。

財源の 考え方

初年度は、既存事業の組替え（広報、サイン、調査、研修等）と補助制度の活用で“最小実装”を進める。2年目以降は、商品造成（体験・ガイド・共通土産）による自主財源、協賛・寄付、ふるさと納税／企業版ふるさと納税等の外部財源を組み合わせ、受入環境整備や景観点検・保全等の継続財源を確保する。また、将来的には宿泊税等を含む観光財源のあり方について、住民合意と用途の透明性を前提に検討課題として整理する。

進捗管理

年度末に KPI とアクションの達成状況を取りまとめ、次年度の重点施策（予算・実施体制）に反映する。指標の結果は可能な範囲で公開し、地域内外の信頼と協力を得ながら計画を育てていく。

モニタリング と改善 (PDCA)

JSTS-D の考え方に沿い、(1) 指標の計測（年 1 回＋繁忙期簡易）→(2) 結果共有（連携会議で公表）→(3) 改善案の決定（次の一手を明確化）→(4) 実装→(5) 次回計測、を毎年回す。

KPI は“測れるものから始める”ことを原則とし、データが無い指標は初年度に計測方法を確定して翌年度から数値管理する。



第1版：令和8年3月13日