

インバウンドを見据えた観光・移動ルート・ プロモーション手法のご提案



(一社) 淡路島観光協会

現状と課題

◆インバウンドは何故ゴールデンルートに集中するのか？

- 人気の観光箇所を回れるから（初回訪問者は特に）
- 分かり易いから
FIT⇒行程が組みやすい
旅行会社⇒販売しやすい
- 日本人のヨーロッパ旅行も昔は、ロンドン・パリ・ローマ（今や絶滅）

◆インバウンドを見据えた淡路島島内観光の背景にあるのは

- 京阪神のマイカーのお客様の圧倒的シェアに支えられてる為、島内各地の隅々まで観光スポットが分散している
- 観光地として一番人気⇒淡路市（但し宿泊は9%）
- 宿泊地としての人気⇒洲本市・南あわじ市（宿泊は91%）
- 人気観光地と人気宿泊地を結ぶ移動導線が極端に弱い
⇒結果日帰りシェアが高い（お金が落ちない）
- インバウンドは、レンタカー（カーシェア）利用は限定的



インバウンドを見据えた観光・移動ルート・プロモーション手法の提案

◆実証実験からスタート（次頁ご参照）

- ・一定期間の実証実験
- ・公共交通機関等を利用した、**淡路島島内のゴールデンルート**と位置づけ
- ・**SNS・HP等を通じた発信、DMCへの情報発信等プロモーション**
- ・**実証実験中にDMC・旅行会社を招聘し、試乗いただく**
 - ➡改善点等集約
- ・**段階的な導入も考慮**
 - ・まずは洲本温泉、次に南あわじ温泉等
 - ・まずは宿泊当日、次に宿泊翌日等
- ・**関空及び神戸空港関連淡路地域振興協議会の事業としての検討**
- ・観光庁等の令和7年度の補助事業補正予算、令和8年度の補助事業補正予算等の活用
の検討

◆将来的に解決すべき課題

- ・淡路島の有名観光地の網羅性の課題、北部では「国営明石海峡公園」や「あわじ花さじき」「道の駅あわじ」等をルートに組み込めていない

観光・移動ルートを固定化することで、利便性のアップとプロモーションのしやすさを実現



これを実現すれば、観光しながらホテルにスムーズチェックインが可能に！

