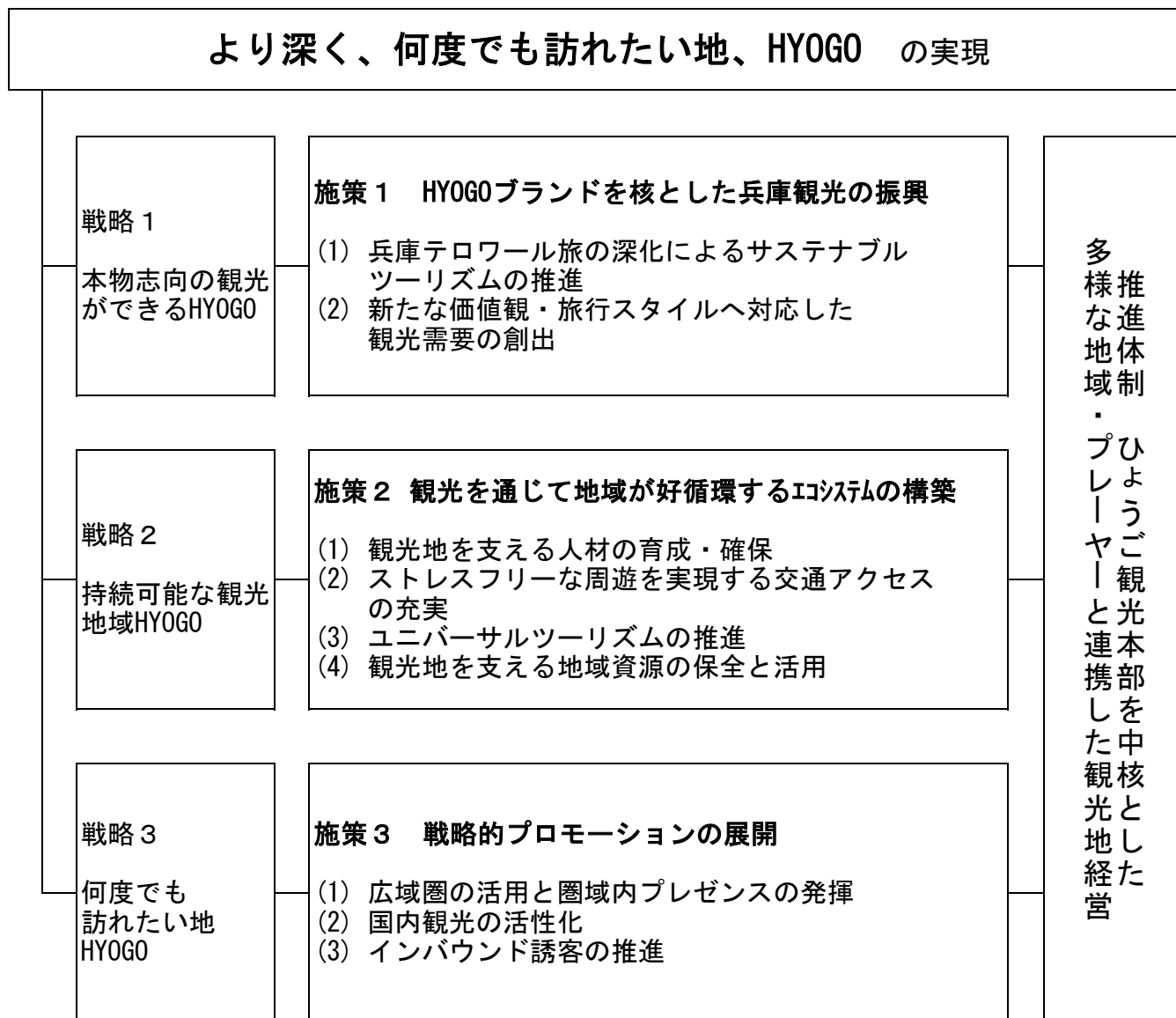


観光による交流人口の拡大について ～観光交流の総合的推進について～

	ページ
令和5年度 観光振興課 施策体系表	2
I 県内観光の現状	3
II 「より深く、何度でも訪れたい地、HYOGO」の実現	
1 ひょうご新観光戦略の推進	8
2 HYOGOブランドを核とした兵庫観光の振興	8
3 観光を通じて地域が好循環するエコシステムの構築	13
4 誘客契機を捉えた戦略的プロモーションの展開	18

令和5年度 観光振興課 施策体系表



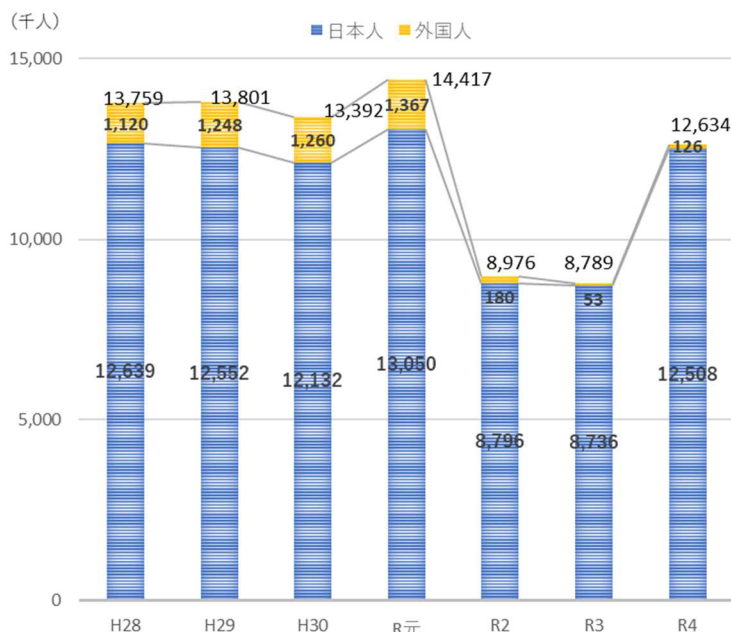
I 県内観光の現状

1 県内宿泊者数の状況

(1) 年別

延べ宿泊者数は、令和4年で12,634千人(前年比+43.7%)となっている。うち外国人は126千人(前年比+137.7%)と大きく増加した(図表1)。

図表1【県内延べ宿泊者数の推移(年別)】



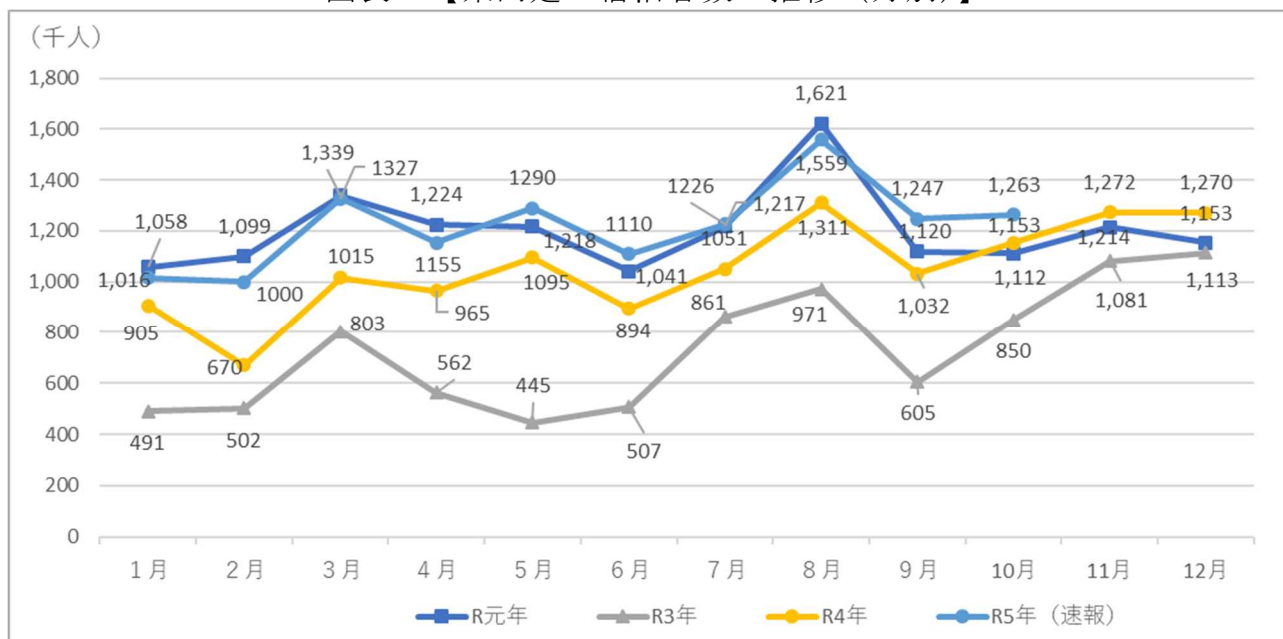
(出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」をもとに作成)

(2) 月別

令和4年は、まん延防止等重点措置が解除された3月以降、需要喚起策が効を奏して回復傾向にあり、全国旅行支援の実施期間である10月から12月においては、コロナ前の令和元年を上回った。

令和5年5月以降、令和元年を上回る水準で推移(台風の影響があった8月を除く)している(図表2)。

図表2【県内延べ宿泊者数の推移(月別)】



(出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」をもとに作成)

(3) 県内宿泊者数出発地別（日本人）

出発地別にみると、関東圏含む関西以外からの宿泊者数の割合が前年と比べて増加している。（図表3）

図表3【県内延べ宿泊者数の推移（出発地別）】

(千人)

No	R4年				R3年			
	都道府県名	延べ宿泊数	構成比率	対前年比	都道府県名	延べ宿泊数	構成比率	対前年比
1	大阪府	2,592	21.1%	127.2%	兵庫県	2,499	28.5%	127.7%
2	兵庫県	2,547	20.7%	102.0%	大阪府	2,038	23.3%	96.2%
3	東京都	1,085	8.8%	151.4%	東京都	717	8.2%	110.5%
4	京都府	709	5.8%	137.3%	京都府	516	5.9%	91.9%
5	神奈川県	581	4.7%	154.0%	神奈川県	377	4.3%	99.9%
6	愛知県	552	4.5%	174.7%	愛知県	316	3.6%	87.7%
7	奈良県	407	3.3%	181.2%	埼玉県	245	2.8%	99.3%
8	埼玉県	344	2.8%	140.5%	奈良県	224	2.6%	-
9	福岡県	316	2.6%	142.1%	福岡県	222	2.5%	98.7%
10	千葉県	304	2.5%	155.8%	千葉県	195	2.2%	81.7%
-	その他	2,871	23.3%	203.7%	その他	1,410	16.1%	80.9%
	合計	12,307	-	140.5%	合計	8,758	-	100.4%
	関西圏（その他除く）		50.8%		関西圏（その他除く）		60.3%	
	関西圏以外（その他除く）		25.8%		関西圏以外（その他除く）		23.7%	

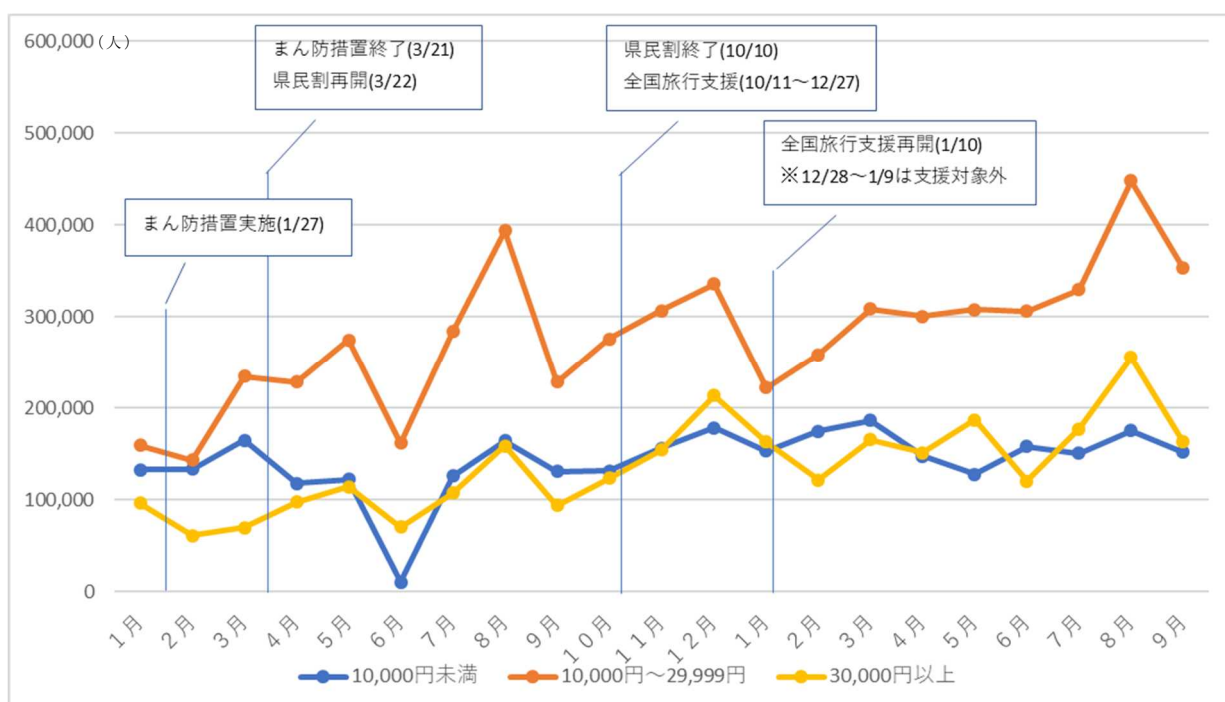
（出典：日本観光振興協会「観光予報プラットフォーム」をもとに作成）

2 宿泊旅行の単価・参加形態の状況

(1) 宿泊単価別延べ宿泊者数

令和4年度6月以降、特に1万円以上3万円未満が上昇している。（図表4）

図表4【宿泊単価別延べ宿泊者数（令和4年1月～令和5年9月）】

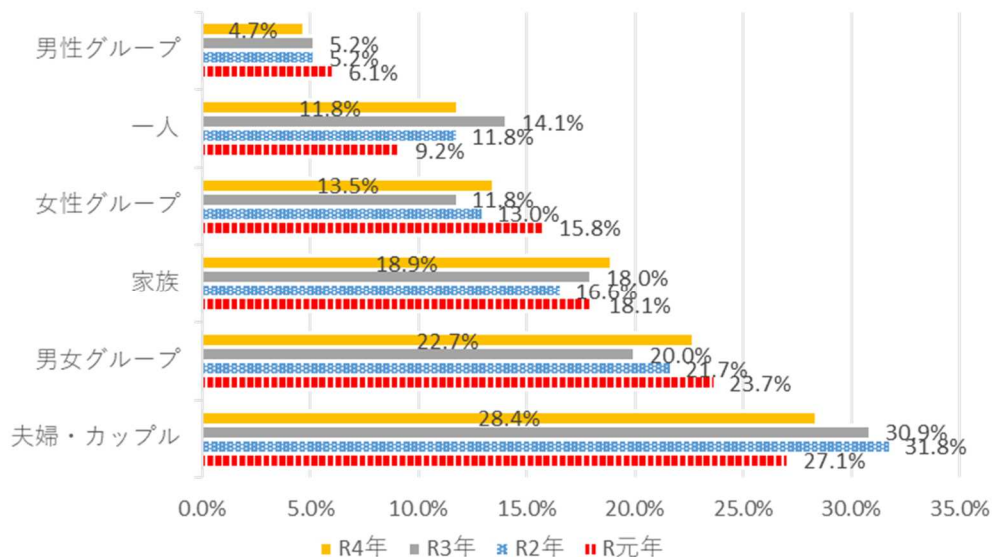


（出典：日本観光振興協会「観光予報プラットフォーム」をもとに作成）

(2) 宿泊旅行の参加形態

令和4年は前年との比較で、特に男女グループの旅行が増加する一方、夫婦・カップルが減少している（図表5）。

図表5 【宿泊旅行の参加形態の変化】



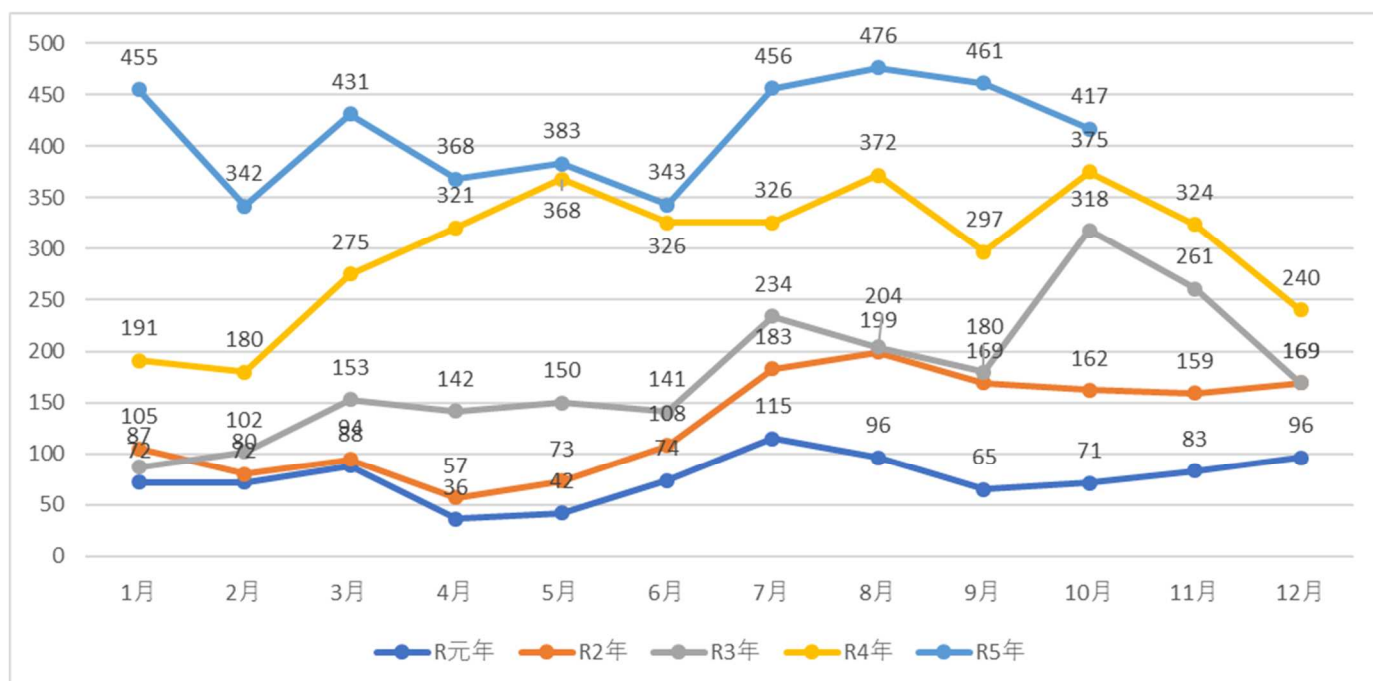
（出典：日本観光振興協会「観光予報プラットフォーム」をもとに作成）

3 県観光公式サイトのアクセス状況

県観光公式サイト「HyoGo!ナビ」のアクセス数は、前年同月比プラスで推移している。（図表6）

図表6 【県観光公式サイト「HyoGo!ナビ」のアクセス数（月別）】

（単位：千 Session）



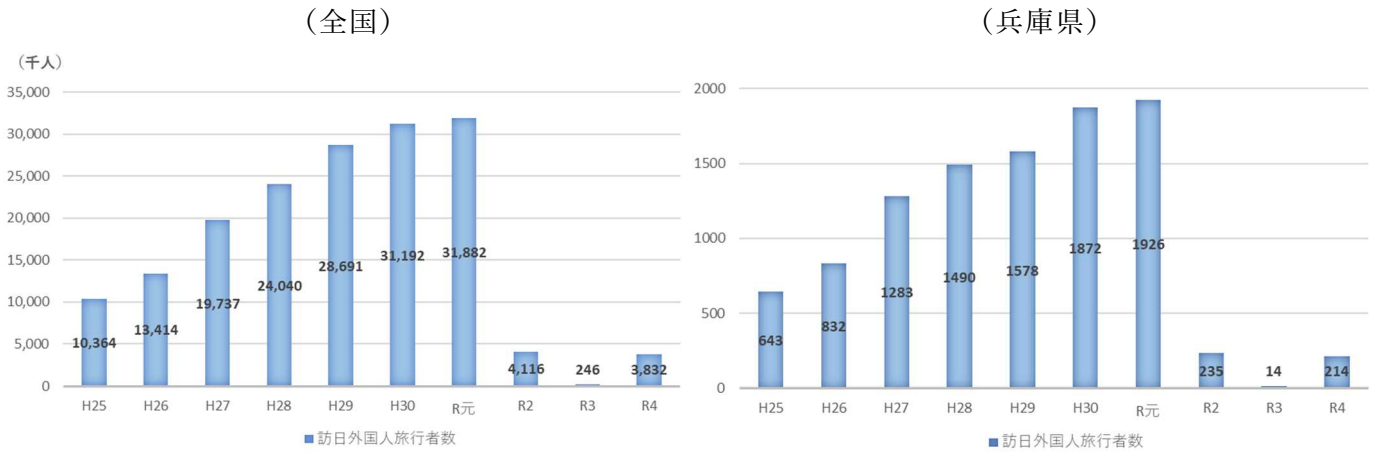
（出典：（公社）ひょうご観光本部まとめ）

4 訪日外国人旅行者の状況

(1) 訪日外国人旅行者数

兵庫県の訪日外国人旅行者数（令和4年）は、コロナによる入国制限の緩和により前年比+1529%と大きく増加した（図表7）。

図表7 【全国・兵庫県の訪日外国人旅行者数（年別）】



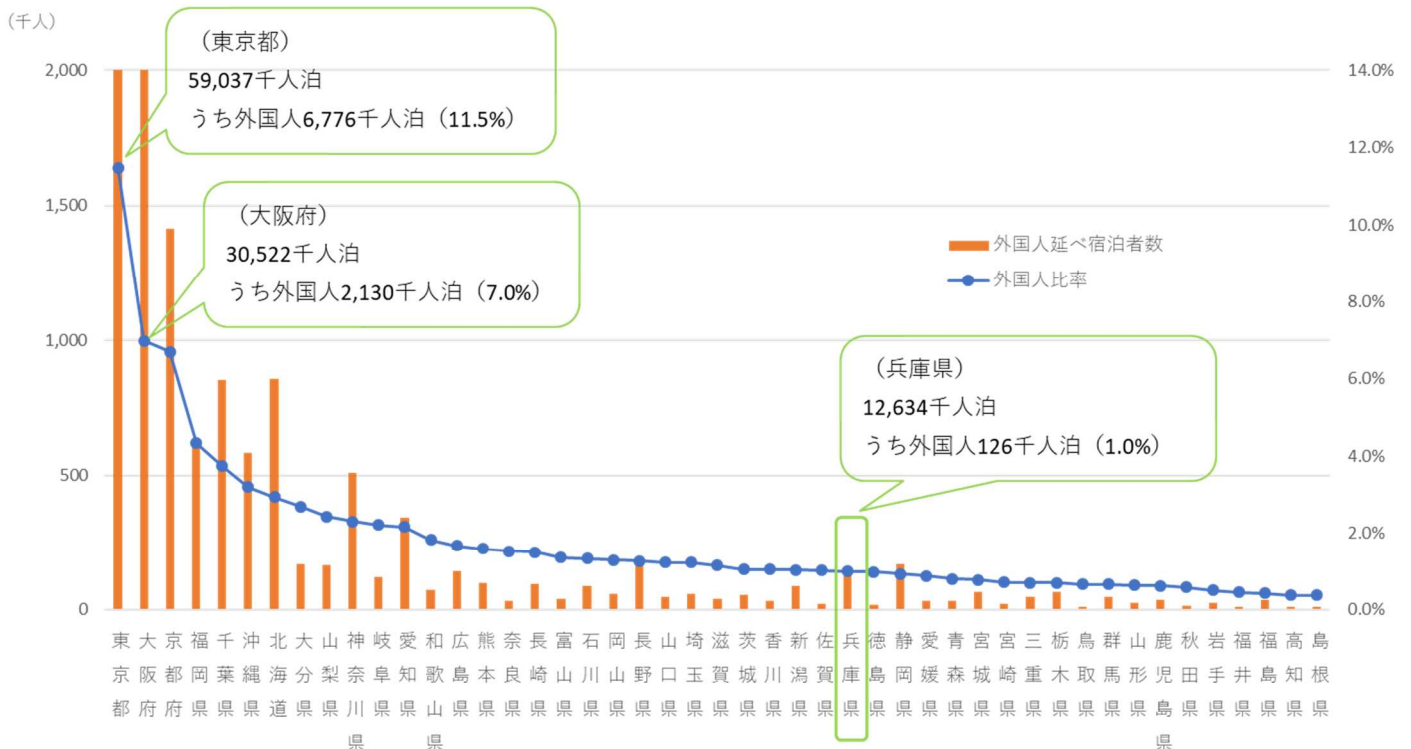
（出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査」、JNTO「訪日外客数調査」をもとに県推計）

※ 令和2～4年兵庫県旅行者数：令和2年4月以降「訪日外国人消費動向調査」が中止のため、日本政府観光局（JNTO）年間訪日外客数に兵庫県訪問率（2020年1～3月期）を乗じて算出

(2) 訪日外国人宿泊者数

兵庫県の訪日外国人宿泊者数（令和4年）は126千人泊（15位）となっており、宿泊者全体に占める外国人比率は1.0%（29位）となっている（図表8）。

図表8 【都道府県別延べ宿泊者数（令和4年）・外国人比率順】

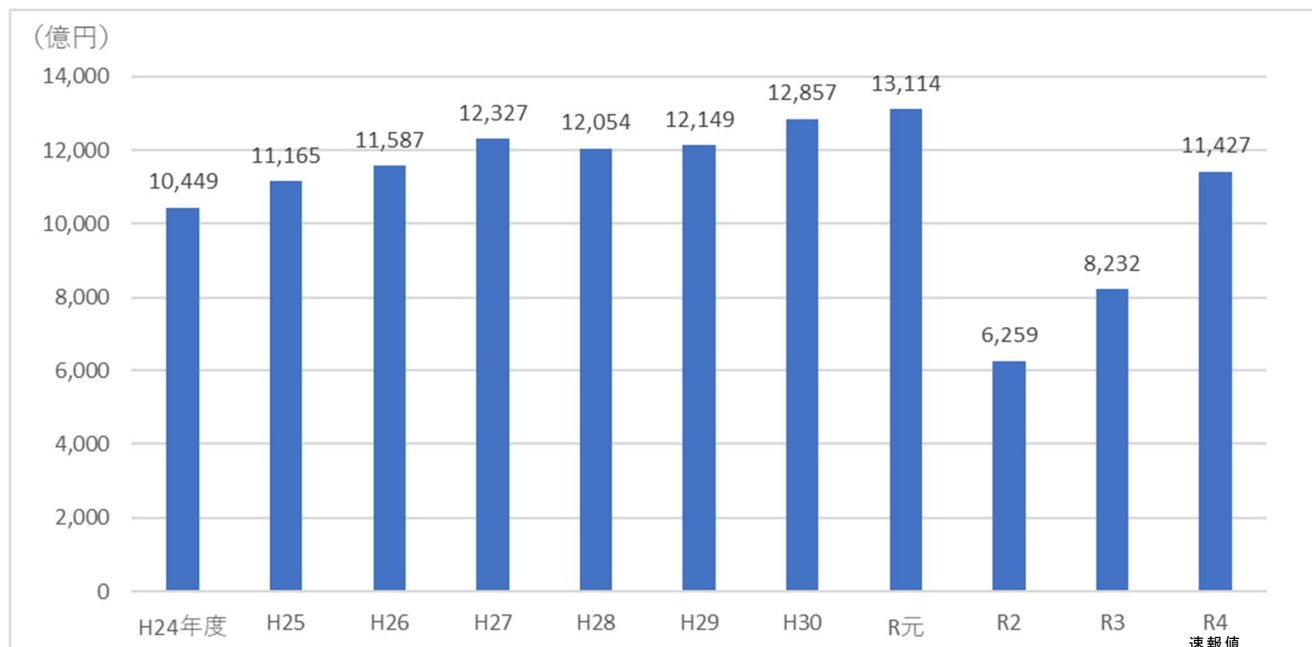


（出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」をもとに作成）

5 県内観光消費額の状況

令和4年度の県内観光消費額は新型コロナウイルス感染症による人流抑制が緩和されたことで社会経済活動の両立が図られ、また、「ひょうごを旅しようキャンペーン+（プラス）」等の需要喚起対策等の影響で、対前年度比+38.9%の1兆1,427億円と大きく増加した(図表9)。

図表9【観光消費額10年間の推移（平成24年度～令和4年度）】



(出典：兵庫県「兵庫県観光客動態調査報告書」)

6 観光入込客数の状況

令和4年度の観光地の入込客数は1億1,450万人（対前年度比+33.7%）で、令和元年度と比べて8割程度まで回復した。

県内主要観光施設の入込客数については、令和4年3月にまん延防止等重点措置実施期間が解除された影響もあり、阪神甲子園球場が3年ぶりに1位になった(図表10)。

図表10【県内主要観光施設への入込客数】

(単位：千人)

順位	市町名	観光地名	令和4年度	対前年度比増減	対前年度比	対R元年度比増減	対R元年度比
1	西宮市	阪神甲子園球場	3,500	2,361	+207.3%	▲ 336	▲ 8.8%
2	淡路市	伊弉諾神宮	2,538	382	+17.7%	528	+26.3%
3	明石市	明石公園	2,252	259	+13.0%	▲ 884	▲ 28.2%
4	宝塚市	宝塚北サービスエリア	2,202	542	+32.7%	▲ 423	▲ 16.1%
5	西宮市	西宮神社	2,168	198	+10.1%	▲ 115	▲ 5.0%
6	宝塚市	清荒神清澄寺	2,165	104	+5.0%	▲ 855	▲ 28.3%
7	淡路市	淡路ハイウェイオアシス	1,433	460	+47.3%	▲ 117	▲ 7.5%
8	神戸市	フルーツ・フラワーパーク	1,251	159	+14.6%	▲ 24	▲ 1.9%
9	西宮市	甲山森林公園	1,132	▲ 181	▲ 13.8%	▲ 54	▲ 4.6%
10	三木市	三木総合防災公園	1,074	22	+2.1%	0	+0.0%

(出典：兵庫県「兵庫県観光客動態調査報告書」(速報))

Ⅱ 「より深く、何度でも訪れたい地、HYOGO」の実現

1 ひょうご新観光戦略（R5-R9年度）の推進 【令和5年度当初 2,282千円】

コロナ禍に伴う社会潮流や観光志向の変化に対応し、兵庫デスティネーションキャンペーンや大阪・関西万博等を契機とした兵庫観光の振興を図るため、「ひょうご新観光戦略」に基づき、円滑かつ効率的に戦略を推進する。

【ひょうご新観光戦略の概要】

①めざす姿 より深く、何度でも訪れたい地、HYOGO

②基本戦略 戦略1 本物志向の観光ができる HYOGO

[重点施策] HYOGO ブランドを核とした兵庫観光の振興
戦略2 持続可能な観光地域 HYOGO

[重点施策] 観光を通じて地域が好循環するエコシステムの構築
戦略3 何度でも訪れたい地 HYOGO

[重点施策] 戦略的プロモーションの展開

③計画期間 令和5～9年度（2023～2027年度）

R4	R5	R6	R7	R8	R9	R10	R11	R12～
プレDC	兵庫DC	アフターDC 世界パラ陸上	大阪・関西万博		WMG			神戸空港国際化

2 HYOGO ブランドを核とした兵庫観光の振興

(1) 兵庫テロワール旅の深化によるサステナブルツーリズムの推進

① 兵庫デスティネーションキャンペーンの展開

【令和5年度当初 75,000千円】

「ひょうごテロワール旅」をテーマに、JRグループ6社とタイアップした全国プロモーションを、令和5年7～9月にかけて展開し、全国からの観光誘客を促進するとともに、本キャンペーンを契機とした認知向上・ブランド化を推進した。

【ひょうごテロワール旅】とは

兵庫県の各地域に根差した食や文化が生まれた背景・歴史・伝統、それらを受け継ぐ人との交流も含めて体験する旅



【実施内容】

①期間中（7～9月）の宿泊者数

- ・目標：430万人
- ・実績：403万人（達成率94%）
（去年同期比119%、2019年同期比102%）



（写真）出発式

②オープニングセレモニー

- ・観光列車「WEST EXPRESS 銀河」出発式（7月1日・JR神戸駅）

③観光列車

名称	期間	本数	乗車数	乗車率
WEST EXPRESS 銀河(往：姫路～城崎温泉) (復：城崎温泉～大阪)	7/1～7/2	1往復	72人	100% ※女性専用 席を除く
うみやまむすび(城崎～餘部)	7/8～9/23	18本	573人	82%
TWILIGHT EXPRESS 瑞風(大阪～城崎温泉)	7/29	1本	28人	100%
播但線サイクルトレイン(香呂～生野)	9/10	1本	55人	92%
兵庫テロワール旅号(姫路～浜坂)	9/28～29	1往復	104人	100%

④体験コンテンツ（旅行商品）

- ・旅行商品向け体験コンテンツ造成数：66コンテンツ
- ・上記コンテンツの体験者数：約173,000人



(写真) 体験コンテンツ
(姫路城特別公開)

⑤テロワールなお宿

県産食材を使った料理の提供や体験が楽しめるオリジナル宿泊プランを販売した。客単価平均は、同時期の兵庫県平均(約10,000円)の約2倍となった。

参画施設：253施設 造成プラン：580プラン

⑥周遊促進

- ・ひょうご☆乗り放題パス

県内のJR線自由区間、県北部の観光地周遊バス等が乗り放題の周遊きっぷを販売した。販売実績：約2,500枚

- ・(ICOCAでGO)神戸・姫路デジタルパス

「神戸北野異人館」、「姫路城」等の有名観光施設の入場券と、JR線自由周遊区間(兵庫県南部)と神戸市営地下鉄の一部区間等が乗り放題のデジタルパスを販売した。販売実績：約3,600枚

⑦食プロモーション

- ・兵庫DC特製テロワール弁当

県内老舗弁当製造事業者が県内大学生とともに開発したオリジナル弁当(2種類)をJR駅構内弁当販売店舗等で発売した。

- ・兵庫DC食フェア「ひょうごテロワール KOBE6ホテル 食の旅」

神戸市内主要6ホテル内のレストランが、タイアップ企画として兵庫五国の風土に根差した食材を活かす「食」フェアを開催した。

販売実績：約4,800人

⑧企業コラボ

- ・兵庫の鉄道連携企画「車両所公開ツアー」の開催

参加者数：約640人

- ・オニツカタイガー×JR西日本コラボシューズの販売

販売先：オニツカタイガー直営店5店舗及び

公式オンラインショップ

- ・UCCコラボ商品「丹波篠山焙じ茶ミルク珈琲」の販売

販売先：全国の上島珈琲店(87店舗)



(写真) オニツカタイガー
×JR西日本コラボシューズ

⑨ プロモーション

- ・公式ガイドブック・5連ポスター
発行部数：52万部（ガイドブック）、6千部（5連ポスター）
配布箇所：全国のJR主要駅、主な空港、道の駅等
- ・「兵庫テロワール旅」公式サイト
「兵庫テロワール旅」コンセプト・体験コンテンツ・各種イベント等の情報を発信した。
期間中のアクセス数：約30万PV
- ・インスタグラムを活用したフォトコンテスト
応募数：約8,300件



(写真) 公式ガイドブック

② 高付加価値の体験・滞在型コンテンツの造成

ア 周遊・滞在促進に向けた体験型コンテンツの造成と磨き上げ

【令和5年度当初 31,870千円】

兵庫観光の高付加価値化と観光消費の拡大を図るため、観光協会等と連携し体験型コンテンツの造成、国内外旅行会社による旅行商品化・販売促進を展開する。

(7) 観光地の体験コンテンツの磨き上げに対する支援

ひょうご観光本部とともに令和2年度から令和4年度に造成を行った体験型コンテンツの中から、各地域の中核となる体験型コンテンツへの磨き上げを行う。

- ・実施内容 ①ひょうご観光本部とツーリズムプロデューサーによる現地指導
②日本在住外国人を伴うモニターツアー

[実施内容] (a)

2025年大阪・関西万博を視野に観光事業者と連携し、体験を重視した『コト』観光ニーズに対応する体験型・周遊滞在型コンテンツを磨き上げる

《採択コンテンツ例》

- ・西宮能楽堂・世界最古の舞台芸術「能」体験
- ・姫路城を支える支柱を伐り出した「笠形神社」参拝と笠形古道歴史探訪の旅
- ・明石の魚と技を愉しむセリ市&昼網鮭ツアー
- ・日本遺産「北前船寄港地」街並み散歩～江戸の町割りと昭和の街並みが残る、結びのまち「高砂」～
- ・日本農業遺産「丹波の黒豆」生産農家のファームツアー
- ・500年の歴史を持つ「淡路人形浄瑠璃」鑑賞と人形・太夫・三味線体験



(写真) 「能」体験

(参考) 今後3年間のコンテンツ磨き上げ予定件数

令和5年度	令和6年度	令和7年度	合計
10件	10件(予定)	10件(予定)	30件(予定)

(イ) 新規コンテンツの造成

旅行トレンドやニーズに合わせ、地域の特徴を活かした体験型コンテンツを造成する。

[実施内容]《新規造成コンテンツ例》(b)

- ・ 尼崎運河ナイトクルーズ & ナイト SUP ツアー
- ・ 有馬温泉を拠点としたサイクルアクティビティやツーリズムに関するコンテンツ
- ・ さくらと人のつながりを知る桜つづみ回廊サイクリング
- ・ 里山の酒蔵・西山酒造場で「丹波を味わい、発酵を学ぶ」(2023 秋オープン)



(写真)有馬温泉で現地指導

(ウ) 観光地の受入環境整備に対する支援

体験コンテンツ開発にあたって必要となる Wi-Fi 環境、多言語化等の受入環境整備に対して助成する。

- ・ 補助対象 Wi-Fi 環境整備、キャッシュレス決済機器の導入、翻訳通訳機の導入、E-bike の整備等
- ・ 補助上限額 テロワール：1,000千円、スタンダード：500千円
- ・ 補助率 テロワール：2/3 (上記 a)、スタンダード：1/2(上記 b)

(エ) 旅行会社を活用したツアー商品化・販売促進

国内外の旅行会社による体験コンテンツを組み合わせたツアーの商品化、販売・プロモーションを促進する。

- ・ 販売に向けた商談会用観光素材集の作成
- ・ 観光素材集をもとに旅行商品造成に向けた商談会を実施

【商談会】

内容：旅行会社、ランドオペレーターを対象としたファミツアー・旅行商談会

日時：令和 5 年 12 月 12 日～13 日、12 月 19 日～20 日、
令和 6 年 1 月 24 日～25 日の 3 回

イ ローカルエアーで結ぶ地方観光のネットワーク化事業

【令和 5 年度当初 5,400千円】

神戸・伊丹・但馬空港を中核としたローカル to ローカルの旅行市場を活性化するため、国内線就航先 DMO 等と連携した相互情報発信や旅行商品造成を図ったほか、就航地連携観光サミットを開催する。

(ア) ファンコミュニティサイトの開設

アンバサダーが相互に交流できるサイトを立ち上げ、それぞれの地域のクチコミ情報などを主体的に発信するコミュニティを構築コミュニティ会員実績数 593 名 (令和 5 年 11 月現在)

(イ) 青森県、長野県との連携

青森県 (青森空港) 及び長野県 (松本空港) と連携し、コロナ収束後の観光需要復活に向け、アンバサダーの相互送客や観光情報の発信等を実施

メールマガジン登録実績数 9,474 名 (令和 5 年 11 月現在)

(ウ) 就航地連携観光サミットの開催

神戸空港とつながる 12 就航地の観光団体、航空関係者による、観光地経営ソリューションなどを共有するサミット開催(令和 6 年 2 月 予定)

ウ ひょうごロケ支援 Net の推進 【令和 5 年度当初 1,081 千円】

県内関係機関が連携し、広く情報発信力を持つ映画・テレビドラマ等のロケ誘致を推進するとともに、映画等の撮影地を観光資源として情報を発信する。

- ・ 設 立：平成18年 8 月
- ・ 構 成 員：52 団体（令和 5 年 9 月末現在）県、市町、フィルムコミッション団体 等
- ・ 実施内容：ロケ地候補発掘、ロケ誘致・支援、市町職員の研修等
- ・ 撮影実績（作品数）

年度	映画	TVドラマ	CMその他	合 計
令和 3 年	5	4	5	14
令和 4 年	4	8	9	21
令和 5 年 (9 月末)	7	3	2	12
合 計 (平成18年～)	87	83	332	502



(写真) R6 公開予定映画『あまろっく』
ロケ地：尼崎閘門（尼崎市）

エ スキー場周辺地域スポーツ・文化合宿誘致事業

【令和 5 年度当初 15,000 千円】

令和 5 年 1 月下旬までの雪不足の影響を受けたスキー場周辺地域における宿泊需要をグリーンシーズンに取り戻すため、合宿等における宿泊経費を支援

- ・ 期 間：令和 5 年 4 月～10 月
- ・ 対 象：県内外の学生・社会人の団体旅行 ※延べ 5 人泊以上
- ・ 対象経費：但馬・播磨地域のスキー場周辺地域の宿泊施設の利用費用
- ・ 利用状況：

地域	団体名	施設数	延べ人泊
神河町	神河町観光協会	2	66
宍粟市	しそう森林王国観光協会	2	375
豊岡市	日高神鍋観光協会	27	1,369
養父市	やぶ市観光協会	12	1,045
香美町	香美町村岡観光協会	8	2,040
新温泉町	湯村温泉観光協会	2	138
	浜坂観光協会	1	346
合 計		54	5,379

- ・ 補 助 額：2,000 円（1 人泊） ※上限：1 団体 300 千円

(2) 新たな価値観・旅行スタイルへ対応した観光需要の創出

① サイクルツーリズムの造成・促進

e-BIKE(スポーツタイプの電動アシスト自転車)を活用し、里山・宿場町・棚田・海岸線等の日本的風景や、地域の文化・産業・食を体験しながら観光地を巡るサイクルツーリズムを創出する。

【実施内容】(サイクルツーリズムの早期収益化に向けた支援事業)

早期収益化に向け、過年度に実施した「サイクリングツーリズム造成講座」の参加事業者から、3事業者を選定し、サイクリングコンテンツの造成・販売を実施。

①対象事業者：株式会社あくと、
(一社)加東市観光協会、
(NPO法人)モンターニュ

②事業内容：サイクリングコースの磨き上げ、
PR動画撮影、OTAサイトへの掲載及び販売、
サイクルイベント(西日本最大級のスポーツサイクルフェスティバル「CYCLE MODE OSAKA(R6.3開催)」)出展等



(写真) 現役サイクルガイドによる現地指導

② アニメツーリズムの検討 【令和5年度当初 785千円】

国内外で拡大を続けるアニメ市場を念頭に、旅行者の個性・価値観に対応した“尖った”観光の取組の1つとしてアニメツーリズムを検討するため、アニメツーリズム推進アドバイザー(民間人材)の活用及びアニメツーリズム検討会議を開催し、事業の方向性について検討を実施した。

【アニメツーリズム検討会議開催状況】

- ① 座長 岡本健(近畿大学総合社会学部准教授)
- ② 開催実績 令和5年6月21日
- ③ 会議内容 ア 兵庫県内のアニメツーリズムの状況
イ アニメツーリズム事業検討の方向性

3 観光を通じて地域が好循環するエコシステムの構築

(1) 観光地を支える人材の育成・確保 【令和5年度当初 11,200千円】

① 人手不足問題対策会議の開催

地域経済を支える観光業のコロナ禍からの本格的な復興及び持続的な成長のため、生産年齢人口が減少する中、深刻化する人手不足について、企業経営者、学識者等からなる「人手不足問題対策会議」で課題や今後の取組等を議論

・人手不足問題対策会議(4回)

② 芸術文化観光専門職大学との産学官連携事業

芸術文化観光専門職大学とひょうご観光本部が連携し観光業界を目指す若者に対し講義を実施するとともに、若者向けのセミナーを開催する。

(7) 芸術文化観光専門職大学生への講義

- ・実施時期：令和5年4～7月(各月2日間)
- ・講師：ひょうご観光本部CMO
- ・実施内容：座学およびフィールドワーク

(4) 若者向けセミナー


- ・実施時期：令和6年3月（予定）
- ・対象者：観光やまちづくりに興味のある県内高校生（予定）
- ・実施内容（予定）：観光地視察、事例紹介、ワークショップ 等

③ 次世代を担う中核観光人材養成事業

ポストコロナにおける観光地域づくり人材を養成するため、県内在学・在住の大学生（公募選抜）を対象に、観光プロジェクトへの参画・体験などを実施した。

[実施内容]

- ・参加学生：14大学30名（令和5年12月時点）
- ・ひょうご観光本部の事業に大学生が参画・体験するとともに、大学生の新たな発想を今後の事業企画・運営に活かす

時 期	内 容	
8月27日	[淡路島フィールドワーク] 農体験を通じたSDGs学習や淡路人形座にて伝統芸能「人形浄瑠璃」を鑑賞	
9月3日	[神戸フィールドワーク] 人と未来防災センターや神戸港震災メモリアルパークで震災からの復興を学び、港町神戸のクルーズを通じたウェルネスツーリズムを体験	
11月3～5日	[青森県フィールドワーク] 神戸空港でつながる青森県の大学生とともに国内観光の未来や航空路線の活性化への課題解決に向けたフィールドワークを実施	
11月23～24日	[豊岡市フィールドワーク] フィールドパビリオンであるコウノトリ関連施設を訪問するほか伝統産業である鞆産業の現場を訪問	
2月23～25日（予定）	[神戸・淡路島フィールドワーク] 神戸空港でつながる青森県の大学生とともに国内観光の未来や航空路線の活性化への課題解決に向けたフィールドワークを実施	

④ 観光産業の人材確保・育成

(7) 宿泊業のイメージアップ

観光需要回復の本格化を見据え、旅館・ホテル等の宿泊業で働くことの魅力を伝えることで将来の人材確保につなげるなど、県内の観光人材の確保・育成を目的とした取組を支援する。

[実施内容]

- ・ 宿泊業で働く魅力を伝えるショートムービー
「旅館は魔法で溢れている」を活用したPR等を実施



(写真)ショートムービー「旅館は魔法で溢れている」

(1) 人材の定着に向けた研修

観光を支える旅館・ホテル等の宿泊業は、他産業と比較しても人材不足に陥っており、離職率も高い傾向にあるため、人材が定着するような育成風土の醸成に向けた研修会を実施する。

- ・ 実施時期：令和5年12月～令和6年3月
- ・ 対象者：旅館・ホテル等の経営管理層など
- ・ 実施場所：4会場（阪神、播磨、但馬、淡路）計8回（各会場2回）
オンライン形式 計1回
- ・ 実施内容（予定）：組織と社員との関係構築の在り方、部下・後輩とのコミュニケーションの基本等

(2) ストレスフリーな周遊を実現する交通アクセスの充実

兵庫デスティネーションキャンペーンにおける観光列車の運行、各種企画乗車券の導入等、地方への周遊を促進する交通アクセスの充実を図った。

① 観光列車の運行（再掲）

兵庫デスティネーションキャンペーン特別ルートで観光列車を運行した。

② おトクなきっぷ・二次交通等周遊施策（再掲）

本県全域をおトクに周遊できる兵庫デスティネーションキャンペーン限定の特別企画乗車券を発売した。

(3) ユニバーサルツーリズムの推進 【令和5年度当初 13,291千円】

年齢や障害の有無等に関わらず様々な人が気兼ねなく旅行を楽しめるユニバーサルツーリズムを推進するため、人材育成等による受入体制の強化、モニターツアー等による情報発信、セミナー等による機運醸成を展開する。

① ユニバーサルツーリズム推進条例の制定

観光分野におけるユニバーサル社会の実現及び持続可能な観光地域づくりの推進を目指し、高齢者・障害者等が「行きたいところ」に旅行できる環境を整備するため、令和5年4月に「高齢者、障害者等が円滑に旅行することができる環境の整備に関する条例」（通称：ユニバーサルツーリズム推進条例）を制定した。

※ユニバーサルツーリズムに特化した条例としては全国初

目指すべき姿	<p>○行きたいところに旅行できる環境の整備 高齢者や障害者、乳幼児を同伴する人など移動や宿泊に困難を伴う人が、家族や友人と楽しみながら、旅行先や交通手段、施設、体験活動等を自由に選択できる環境を整備</p>
取組の方向性	<p>○受入体制の充実 高齢者・障害者等に対する接遇の向上等による受入体制の充実</p> <p>○情報等を得られる機会の確保 高齢者・障害者等が必要な情報等を得られる機会の確保</p> <p>○機運醸成 ユニバーサルツーリズムの推進に関する機運の醸成</p>

② ユニバーサルツーリズム推進事業の展開

ア ユニバーサルツーリズムコンシェルジュの育成

芸術文化観光専門職大学との連携のもと、高齢者・障害者等からの相談に対応するなどユニバーサルツーリズムの普及促進を担う人材を育成する。

(令和4年度は、第1期生として17名を認定)

- ・実施時期：令和5年8月～令和6年3月
- ・受講人数：22名
- ・対象者：宿泊施設、旅行業者、観光協会、UTを推進するNPO等



日程	講座内容
8/31	開講式、概要説明、UT概論、心のバリアフリー
10/10	障害当事者に聞く(視覚・聴覚)、UT取組事例紹介①
11/13	障害当事者に聞く(肢体不自由)、UT取組事例紹介②③
12/18	ワークショップ (UTマップ作成)
(R6)1/29	旅行業・宿泊業等の現状と課題、UT取組事例紹介④
(R6)2～3	講座振り返り、閉講式

イ ユニバーサルツーリズムおもてなし研修の実施

県内の観光産業の現場で働く従業員・スタッフを対象に、高齢者・障害者等を迎え入れる際の接遇・ホスピタリティを学ぶ研修を実施する。

- ・回数：10回
- ・実施時期：令和5年6月～令和6年2月

ウ 「ひょうごユニバーサルなお宿」宣言・登録制度

ユニバーサルツーリズムの推進に積極的に取り組むことを宣言した宿泊施設を県が支援し、登録・情報発信する「ひょうごユニバーサルなお宿」宣言・登録制度により、宿泊施設の取組の促進と見える化を図る。

- ・登録施設数：34施設
- ・宣言施設数：71施設 ※令和5年12月末時点



《ソフト・ハード両面での支援》

	対象	要件	補助率	上限額
ソフト	インターホンと連動したフラッシュライトの導入、シャワーチェア等の購入 等	チェックリストのクリア項目数が20項目以上34項目以下	1/2	30万円
ハード	①バリアフリー改修設計 ②バリアフリー改修工事(エレベーター有) ③バリアフリー改修工事(エレベーター無)	福祉のまちづくり条例に規定する基準と同等以上のバリアフリー化	1/2	① 250万円 ②1,800万円 ③ 800万円

※「ひょうごユニバーサルなお宿」宣言施設へのハード整備支援

【令和5年度補正 332,000千円】(まちづくり部予算)

ユニバーサルツーリズムの推進に向けた宿泊施設の取組を促進するため、宣言を行った施設に対するバリアフリー改修支援の予算額を拡充

エ ユニバーサルツーリズムモニターツアーの実施

具体的なツアーを通してユニバーサルツーリズムをPRするため、障害種別に応じたモニターツアーを実施した。

日程	対象者	主な内容
9/6～7	肢体不自由の方	【但馬地域】竹野海岸での自然体験等
10/5～6	肢体不自由の方	【但馬地域】湯村温泉での温泉街散策等
10/20	視覚障害の方	【丹波地域】陶芸体験、黒枝豆狩り体験等
12/14	聴覚障害の方	【姫路地域】坊勢島での漁業見学等

オ ユニバーサルツーリズム推進トップセミナーの開催

観光関連事業者の経営管理層を対象に、ユニバーサルツーリズムの意義やマーケットの将来性、取組事例等を紹介するセミナーを開催した。

- ・実施時期：令和5年11月8日
- ・実施方法：オンライン形式
- ・参加者数：61名

[セミナー内容]

【講演1】最強のおもてなし

アクセシブル・ジャパン主宰者 グリズデイル・バリージョシュア 氏

【講演2】ソフト・ハードのユニバーサル化で選ばれる宿に

富士レークホテル 代表取締役社長 井出 泰済 氏

カ 民間人材の活用（ユニバーサルツーリズム推進アドバイザー）

ユニバーサルツーリズム分野の専門的知識や実務経験等を有する民間人材を公募し、ユニバーサルツーリズム推進アドバイザーとして登用

- ・所属・氏名：株式会社JTB総合研究所主任研究員 勝野 裕子
- ・業務内容：ユニバーサルツーリズム施策の企画立案等への助言

(4) 観光を支える地域資源の保全と活用

① テロワールなお宿プラン(再掲)

県内宿泊施設と連携し、兵庫テロワール旅のコンセプトに沿った県内各地域ならではの食材を使った料理の提供や、体験等が楽しめるオリジナル宿泊プランを、OTAサイトで造成し販売した。

② 県特産品を活用した商品(再掲)

ア UCCコラボ商品「丹波篠山焙じ茶ミルク珈琲」

兵庫テロワール旅をテーマに、県内にルーツを持ち活躍している企業と、県内地域の魅力的な産品・文化を掛け合わせることで、新しい価値や魅力を創出し発信する取り組みを行った。

イ コラボシューズの発売

県内発のブランドである「オニツカタイガー」と新幹線をモチーフにしたシューズを製作した。



③ 食プロモーション

ア DC特製テロワール弁当

県内老舗弁当製造事業者と県内大学生とともに開発に取り組んだオリジナル弁当を披露し販売した。

イ KOBE 6 ホテル食の旅

神戸市内主要ホテルのレストランが、兵庫五国の風土に根差した食材を活かす食フェアを開催した。

ウ 伍魚福との連携

県内食品メーカーと連携し、兵庫県産食材を使った「酒の肴とごはんのおともセット」等を販売した。

4 誘客契機を捉えた戦略的プロモーションの展開

(1) 広域圏の活用と圏域内プレゼンスの発揮

① せとうちDMOへの参画

【令和5年度当初 16,650千円】

瀬戸内地域7県(兵庫県、岡山県、広島県、山口県、徳島県、香川県、愛媛県)及び民間事業者で構成されるDMO(一社)せとうち観光推進機構における広域連携に参画し、インバウンド誘客(欧米豪)を促進する。

[実施内容]

- ・欧米豪市場への情報発信(欧米豪メディア掲載実績5件)
 - ・オウンドメディアを活用した情報発信
 - ・せとうちの魅力を伝えるエリア化とルート化の推進
- 朝鮮通信使をテーマにワークショップ及びモニターツアーを実施

(ワークショップ)

日時 ①7月25日、②28日、③8月22日

場所 ①室津、②兵庫津、③ワライ

参加者 自治体、DMO関係者等

(モニターツアー)

日時 令和5年11月5日～8日

場所 下関～牛窓～室津～兵庫津ほか

参加者 欧米人エージェント5名



(写真) せとうちの魅力を伝えるエリア化とルート化の推進事業でのモニターツアーの様子

② EXP02025関西観光推進協議会への参画【令和5年度当初 5,000千円】

関西観光本部を事務局として、2府8県4政令市（兵庫県、大阪府、京都府、奈良県、和歌山県、三重県、滋賀県、福井県、鳥取県、徳島県、神戸市、大阪市、京都市、堺市）及び民間企業で構成されるEXP02025関西観光推進協議会に参画し、万博来場者を関西観光に誘う「万博プラス関西観光推進事業」を令和5～7年度の3ヶ年で実施する。

内 容：EXP0関西旅行商品造成、リアルプロモーション、デジタルプロモーション、旅ナカ・安心サポート、関西広域観光情報ゲートウェイの5事業のワーキンググループに参加

③ 兵庫・大阪連携事業

ア 広域観光コンテンツ開発事業【令和5年度当初 12,000千円】

兵庫・大阪両府県の素材を活かした広域観光コンテンツの造成・販売を行い、観光分野における連携と大阪・関西万博での誘客促進を図る。

内 容：万博を見据えた観光コンテンツ（兵庫県・大阪府 各5件）の造成・販売、広域周遊モデルコース（4件）の設定。

イ 海上交通の活用による広域周遊ツアー

大阪・関西万博及び瀬戸内国際芸術祭を見据え、クルーズ船など海上交通を活用した広域周遊ルート形成に向け実証実験を実施した。

日程：①10月18日、②10月21日～24日

行程：舞洲→(クルーズ船)→新西宮ヨットハーバー→神戸→淡路→(ハリ)→直島

④ ツーリズムEXP0ジャパン2023への出展【令和5年度当初 10,000千円】

大阪・関西万博を見据え、更なる観光客の誘致につなげるために、世界最大級の旅の祭典「ツーリズムEXP0ジャパン」に出展し、大阪府と連携したプロモーションを実施した。

【実施内容】

日 時：令和5年10月26日～29日

場 所：インテックス大阪

来場者人数：148,062人



兵庫県ブース

(2) 観光デジタルデータの活用【令和5年度補正 10,000千円】

フィールドパビリオン等を中心としたデジタルスタンプラリーを実施し、各プログラムと観光資源などを繋いだ魅力的なモデルコースを示すとともに、ラリー参加者の移動データ等を収集・分析し、地域の魅力向上策や移動手手段改善策の検討を行う。

(3) 国内観光の活性化

① 「観光×特産品」のプロモーション 【令和5年度当初 10,950千円】

上質かつ本物志向の「HYOGOブランド」の確立をめざし、首都圏在住の本物の文化・体験などを好む層をターゲットに、「兵庫テロワール旅」と連動した「観光×特産品」のプロモーションを展開する。

【実施内容】

首都圏2店舗で県特産品の販売と県観光情報を発信

①店 舗：THE COVER NIPPON（東京ミッドタウン）

期 間：第1回 7月15日～9月30日

第2回 11月1日～1月31日

商 品：淡路島線香、播州三木打刃物、工芸品中心

②店 舗：Sustaina Station DaiDai（有楽町）

期 間：7月3日～8月25日

商 品：丹波黒大豆加工品、揖保乃糸中華麺等



【商品例】

○淡路鬼瓦

淡路島の良質な粘土を用いて「鬼師」の手で一つ一つ手作りされた鬼瓦。



品名：鬼達磨幅
幅100mm×高さ110mm
×重さ1kg
株式会社タツミ

○姫革細工

姫路市でつくられている伝統工芸品。漂白や染色をしない、真っ白な牛革に、美しく彩られた型押し絵柄が特徴の革細工。



品名：ギャルソン財布
10×19×2.5cm
牛革（白革なめし）
（有）キヤツスレザー

【進捗状況（令和5年10月12日時点）】

①販売状況

ア 売 上：2店舗合計で約300万円

※ 購入客単価は5,900円（THE COVER NIPPON工芸品のみ）

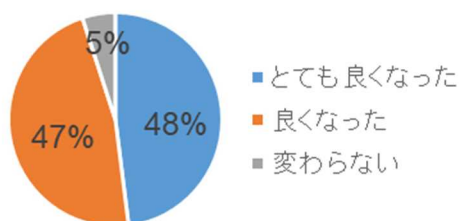
イ 購入者：約730人

ウ 売れ筋例：淡路線香、王地山焼、播州織、城崎麦わら細工

丹波黒大豆加工品、揖保乃糸中華麺、淡路島玉ねぎ加工品

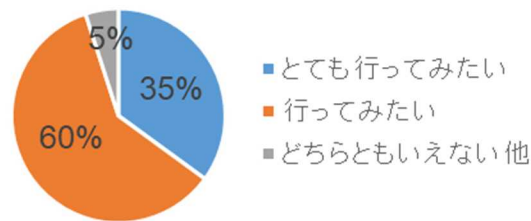
②アンケート回答状況

【兵庫のイメージ】



〔95%が「とても良くなった」「良くなった」と回答〕

【生産現場等を見学する旅行】



〔95%が「とても行ってみたい」「行ってみたい」と回答〕

② 観光特産品ブランドの構築 【令和5年度当初 36,672千円】

観光特産品を通じた観光振興に向け、各地の観光特産品の販路拡大および認知度向上を図るため、「五つ星ひょうご」など本県の特産品ブランドを構築する。

(7) 「五つ星ひょうご」の選定

選定商品数(平成24年～令和5年) 801商品(食品676、工芸品等125)

令和5年度選定商品 66商品(食品53、工芸品等13) ※応募数122商品

※選定から5年経過毎に登録内容を更新する登録更新制度を導入(令和3年度より)

※令和5年度より、SDGsに配慮した商品等について加算措置

[令和5年度]

- ・募集期間：令和5年8月1日～9月30日
- ・選定委員会： 〃 11月2日
- ・内覧即売会：令和6年3月
- ・R5年度選定商品(一部)



(参考)五つ星ひょうごロゴ



(写真) 和牛のための日本酒「牛と鉄板 -STEAK-



(写真) 悪右衛門らーめん



(写真) MATCH DAMA マッチ玉

(1) 県内外での「五つ星ひょうご」のプロモーション

a 販路拡大

- ・Food WAVE 2023 OSAKA (伊藤忠食品展示会) (令和5年7月 10社出展)
- ・スーパーマーケットトレードショー (全国最大規模の商談会)
(令和6年2月 20社出展予定)

b 認知度向上

- (a) ネットショップ (Yahoo!ショッピング) 広告
 - ・広告表示回数：400,929回 (10月末時点)
- (b) 販売会
 - ・山陽新幹線兵庫うまいもんフェア開催 (令和5年6月、6社出展)
 - ・イオンモール姫路大津店でのフェア開催 (令和5年10月、30社出展)

③ ひょうごふるさと館の運営 【令和5年度当初 23,712千円】

県内特産品の振興を図るため、「ひょうごふるさと館」の設置運営や各地での物産展の開催などによる特産品の販路拡大と情報を発信する。

a 概要

- ・場 所：神戸阪急新館5階
- ・運営主体：(公社)兵庫県物産協会
- ・営 業：10:00～20:00(神戸阪急営業日に準じる)

※令和4年10月5日リニューアルオープン



(写真)リニューアルした「ひょうごふるさと館」

b 取組内容

(a) 観光特産品の販売（兵庫県物産協会）

【販売実績】

	令和5年度 (10月末時点)	令和4年度	令和3年度
ひょうごふるさと館	111,349千円	207,617千円	136,804千円
ネットショップ (Yahoo!ショッピング)	7,380千円	14,713千円	14,709千円

(b) 移動ふるさと館の実施

県内外で開催するイベントにおいて、展示即売会を実施

- ・夏の京都・大阪・神戸味めぐり（そごう横浜店催事）
（令和5年7月25～31日）
- ・兵庫五国の恵みうまいもん夏まつり（ホテルグランヴィア大阪）
（令和5年8月8～9日）
- ・ええもんあるで！兵庫五国物産展（JR 新大阪駅アルデ広場）
（令和5年8月23～29日）
- ・姫路じばさんまつり（令和5年9月30日～10月1日）
- ・丹波焼陶器まつり（令和5年10月8日）

④ 「INFORMATION ひょうご・関西」（伊丹空港）の運営

【令和5年度当初 13,697千円】

伊丹空港において、常設の「INFORMATION ひょうご・関西」を運営し、県観光・物産情報等を発信する。

(7) 概要

- ・設置場所：伊丹空港ターミナルビル2階到着口正面付近
- ・開 設：平成30年4月、令和2年11月21日リニューアル
- ・開設時間：6:30～21:00（有人対応は8:30～19:00）

(イ) 取組内容

- ・専任スタッフによる観光情報案内
- ・ひょうご特産品自動販売機
- ・タッチパネル式電子案内板による観光案内
- ・大型デジタルサイネージによる観光動画PR
- ・VRを活用した五国の疑似観光体験提供
- ・タブレット端末・ポケトークによる多言語観光案内
- ・観光PRや特産品販売イベントの実施

[来場者数]20,101人（令和5年4月～10月末）



(写真)「INFORMATIONひょうご・関西」正面入口

⑤ ひょうごを旅しようキャンペーン（全国旅行支援）の実施

【令和4年度繰越 6,476,714千円】

新型コロナの影響により需要の落ち込んだ県内旅行・宿泊の回復のため、地域観光を継続支援することで観光需要を喚起した。

期 間	令和5年1月10日～6月30日
対 象	国内在住者
割引支援	旅行・宿泊代金の20% (上限)交通付宿泊旅行 5,000円/人・泊 上記以外 3,000円/人・泊
クーポン券	平日 2,000円/人・泊 休日 1,000円/人・泊
利用条件	ワクチン3回接種または検査結果陰性 ※5月8日以降、ワクチン接種証明・陰性証明の提示不要

⑥ 旅行業法の施行

【令和5年度当初 119千円】

旅行業者の健全な育成を通じて消費者保護を図るため、旅行業法に基づき旅行業者の登録事務(旅行業新規登録、更新登録、変更登録等)、指導監督を行う。

旅行業等の登録種別	登録業者数 (R5.10末)	取扱区分等					
		募集型企画旅行		受注型企画旅行		手配旅行	
		海外	国内	海外	国内	海外	国内
第2種旅行業	67	×	○	○	○	○	○
第3種旅行業	158	×	○※	○	○	○	○
地域限定旅行業	18	×	○※	×	○※	×	○※
旅行業者代理業	18	所属旅行業者から委託された業務の範囲に限定					
旅行サービス手配業	55	旅行業者から依頼を受けて行う運送・宿泊サービス等の手配に限定					
合計	316						

※・・・営業所のある市町村及びこれに隣接する市町村内の区域内に限る。

[募集型企画旅行]パッケージツアーやパック旅行など、旅行会社が募集・実施する旅行

[受注型企画旅行]旅行者からの依頼により計画を作成・実施する旅行

[手配旅行]旅行者の依頼により、航空券やホテルなどを手配する旅行

(4) インバウンド誘客の推進

【令和4年12月補正 49,000千円】

【令和5年度当初 44,180千円】

【令和5年12月補正 101,000千円】

①高付加価値旅行者の誘客に向けた取組み

ア 訪日高付加価値旅行者向けツアーの造成

チャーターヘリやクルーズ船、プライベートジェットを活用したツアー造成に向け、旅行会社等を招聘した実証実験を実施した。

日程：①10月18日、②10月21日～24日、③11月15日～17日

主な訪問先：灘五郷、城崎温泉、由良漁港(セリ見学)、うずしおクルーズ

イ アジア地域高付加価値旅行者層向けコンテンツ及びツアーの造成

シンガポール・香港市場向けに、これまでに造成したコンテンツやツアーをカスタマイズした旅行商品を造成するとともに、旅行会社へプロモーションを行う。

ウ 訪日高付加価値旅行者向けコンテンツ造成事業

国内向けに造成した体験コンテンツの中から、訪日高付加価値旅行者に響く観光資源に磨き上げるための調査事業を実施した。

日程：9月13日～15日

調査先：5コンテンツ（日本六古窯丹波焼の郷を巡るサイクルリズム等）

エ 高付加価値旅行者向けガイド研修

本県の歴史・文化等をそのルーツとともに伝えることの出来るガイドを育成した。

[実施内容]

日程：①7月3日～4日、②8月2日～4日

参加者：28人

主な訪問先：明石浦漁協（埴見学）、三宅酒造（見学・試飲）禅坊靖寧（体験）



(写真) ガイド研修

オ 訪日高付加価値旅行者向け商談サイトの運営

高付加価値旅行者向けコンテンツ等の販売促進及びHYOGOの認知度向上に向けたメディアを新たに開設した。

サイト名：LUXURY HYOGO JAPAN

開設時期：11月1日

内容：訪日高付加価値旅行者向けコンテンツ及びツアーの情報発信
ツアー等販売事業者とのマッチング等の商談支援
販売実績の収集と分析



(写真) LUXURY HYOGO JAPAN

カ ILTM(International Luxury Travel Market)Cannes 2023 出展

高付加価値旅行層向け旅行関連事業者を対象とした商談会「ILTM Cannes」への出展し、プロモーションを実施した。

日程：12月4日～7日

場所：フランス（カンヌ）

商談内容：造成コンテンツやツアーをPR

商談件数：40件（主に北米や欧州の事業者）

キ 北米におけるインバウンドトッププロモーションの実施

高付加価値旅行者向けコンテンツ及びひょうごフィールドパビリオンをはじめとした、本県への観光誘客の促進を図るため、シアトル及びロサンゼルス旅行会社等との関係構築・旅行商品化を目的としたインバウンドトッププロモーションを実施した。

[実施内容]

日程等

日程	場所	参加者数
9月14日	在シアトル日本国総領事公邸	21人
9月15日	ジャパン・ハウス・ロサンゼルス	16人

内容（シアトル・ロサンゼルス共通）

- ・万博・ひょうごフィールドパビリオンのPR
- ・高付加価値旅行者向けコンテンツのPR
- ・県内地場産品のPR
- ・日本酒や神戸ビーフ等県産食材を使った料理の提供



(写真) 知事プレゼンテーション



(写真) 県特産品展示

②その他のインバウンド誘客に向けた取組み

ア 訪日レンタカー事業

インフルエンサーを活用し、関西空港発着のレンタカー利用によるモデルコースの紹介し、これまで訪日観光客の訪問が難しかった観光資源への誘客を目指す。

撮影日：11月6日～8日 ※現在編集中

内容：台湾向けインフルエンサーが、神戸・姫路・淡路を巡り、各地のコンテンツを体験する YouTube 動画を作成及びプロモーション

イ ツーリスト・インフォメーション・デスクの運営

海外市場への観光プロモーションを行う専門員を配置し、外国語による観光相談対応やFacebookを活用したプロモーション等を実施している。

配置人数 2人(英語、中国語)

Facebookフォロワー数9.7万人

発信件数 118件 (11月末現在)

ウ 多言語情報発信サイトによる情報発信

訪日外国人向けマガジン「MATCHA」(月間 660 万 PV) で、広く一般外国人層向けに、コンテンツの紹介を実施している。

対応言語：日本語、英語、繁体字、簡体字、韓国語、タイ語

記事投稿数：33 件 (11 月末現在)

[記事例]

- ・大阪・京都・東京から、兵庫の人気スポットまでのアクセス方法まとめ
- ・秋に行きたいオススメ紅葉・コスモス絶景スポット 9 選！世界最大のうずしおも見頃！
- ・湯上りに食べたい「城崎温泉」お薦め絶品グルメ 9 選！



(写真) MATCHA 掲載記事

エ 万博に向けたインバウンド観光デジタルマーケティングの実施

大阪・関西万博を見据え、関西圏への旅行を検討している外国人観光客を確実に取り込むため、デジタルマーケティングによる誘客促進策を展開する

(ア) 海外OTA (Online Travel Agent) の活用

- ・海外OTAに特集ページを作成し、バナー広告配信等を実施

(イ) 海外有力メディア・SNSの活用

- ・海外有力メディアへの記事掲載
- ・SNS を活用しターゲティング広告を配信

(5) 推進体制

① ひょうご観光本部の体制整備

【令和5年度当初 21,000千円】

ア 民間人材の登用

各種データ等の分析・方針策定を行うCMO (Chief Marketing Officer) と運営収支の適切な把握を行うCFO (Chief Financial Officer) を令和4年度から設置し、県全体での観光地域づくりを推進する。

また、滞在型コンテンツのコーディネートを行うツーリズムプロデューサーを設置し、着地型観光コンテンツ開発などの事業を推進する。

・【CMO】

国内外各地の観光活性化プロジェクトに携わるほか、マーケティング、観光ビジネスのプロデュース等に従事。

・【CFO】

民間金融機関にて支店長を務めるなど財務マネジメントに精通。自治体と連携した地域振興事業を数多く手がける。

・【ツーリズムプロデューサー】

岐阜県観光交流推進局長(民間登用)として独自のプロモーション戦略でインバウンド躍進に貢献。現在は、兵庫県立大学大学院特任教授も務める。