

令和元年度特定テーマに関する調査研究報告書

1 テーマ

ゴールデンスポーツイヤーズ等を活かした観光振興について

2 調査・研究の内容

(1) 当局からの取組聴取

① 開催日等

ア 特定テーマに係る県当局からの取組

○ 開催日 令和元年9月17日

○ 場所 中会議室

○ 報告者 観光監、産業政策課長、産業政策課企画調整参事、観光振興課長、国際観光課長

イ 閉会中の継続調査事件

○ 開催日 令和元年11月19日

○ 場所 中会議室

○ 報告者 観光振興課長、国際観光課長

② 主な意見等

(令和元年9月17日：特定テーマにかかる県当局からの説明)

- ・体験観光促進支援事業のファムトリップ導入について
- ・ひょうごゴールデンルートの観光客受入体制の支援事業について
- ・あいたい兵庫キャンペーンのブランディングについて
- ・あいたい兵庫ガイドブックの活用方法について
- ・海外プロモーションの促進及びターゲット国について
- ・外国人向けスマートフォンへの観光情報プッシュ配信のデータ分析について
- ・兵庫県のインバウンドの現状について
- ・キャッチフレーズを活用したPR方法について
- ・通訳案内士を活用した観光PRの取組について

(令和元年11月19日：閉会中の継続調査事件)

- ・神戸空港での兵庫県のプロモーションの取り組みについて
- ・WeChatを活用した中国プロモーション事業について
- ・体験・兵庫発信事業での懸賞付アンケートキャンペーンについて
- ・ラグビーワールドカップ開催期間中の兵庫県内の観光地における外国人観光客数の状況について

- ・HYOGOナビのモデルコースについて
- ・訪日教育旅行プロモーションの実施状況について
- ・外国人労働者などの観光産業従事者の人材不足について
- ・ひょうごゴールデンルートの東側ルートにおける外国人観光客の現状について
- ・ものづくり体験などの産業ツーリズムのPRについて
- ・兵庫県の魅力ある地域づくりのPRについて
- ・兵庫県内観光客数の分析状況について

(2) 県民との意見交換

○ 開催日 令和元年9月12日

○ 場所 城崎温泉観光協会 会議室

○ 概要 城崎温泉観光協会及び城崎温泉若旦那の会と、観光振興について、意見交換をした。

○ 主な意見等

- ・若旦那の会構成員の人材確保について
- ・ひょうごゴールデンルートの現状について
- ・城崎温泉周辺地域のアクティビティとの連携体制について

(3) 有識者等からの意見聴取

○ 実施日 令和2年1月15日

○ 場所 県庁 3号館 特別会議室

○ 概要 公益財団法人大阪観光局 溝畑 宏 理事長から、「ゴールデンスポーツイヤーズ等を活かした観光振興について」を聴取した。

○ 主な意見等

- ・富裕層の外国人観光客対策について
- ・大阪観光局のアイデアの企画や実行の仕組みについて
- ・周辺部の地方自治体との観光に対する連携における大阪観光局の役割について
- ・マーケティングの委託業務について
- ・レクリエーションとしてのスポーツの所管について

(4) 事例調査（特定テーマに関する主なもの）

ア. 管内調査（令和元年9月11日～12日：但丹地区）

- ① 全但バス株式会社
- ② かすみ海上タクシー事業協同組合
- ③ 篠山城大書院

イ. 管外調査（令和元年11月13日～15日：管外調査）

① 高山市議会（高山市海外戦略部、商工観光部）

「国内外の誘客促進の取り組みについて」

（主な意見等）

- ・外国人宿泊者数の増加要因及び宿泊施設の受入体制について
- ・高山市海外戦略部の人員体制及び専門家職員について
- ・県を超えた広域連携での観光周遊ルート効果について
- ・飛騨高山ウルトラマラソンの所管について
- ・外国人観光客の観光目的に関するマーケティング状況及び評価について

② 白川郷（白川村役場）

「世界遺産を活かしたインバウンドの取り組みについて」

（主な意見等）

- ・オーバーツーリズムに対する合掌マナー四コマ漫画公式ピクトグラムによる解決効果について
- ・新設ホテル誘致について
- ・国内客の広域観光動線の状況について

③ 豊田スタジアム（株式会社豊田スタジアム）

「豊田スタジアムを活かした取り組みについて」

（主な意見等）

- ・豊田スタジアムへの交通アクセスの課題について
- ・スポーツイベント誘致に関する行政との役割分担について

3 まとめ

（1）観光産業を取り巻く現状と課題

観光庁の旅行・観光消費動向調査によると、平成30年の日本人国内延べ旅行者数は、前年比13.2%減の5億6,178万人と一旦落ち込んだが、新型コロナウイルス感染症が影響する前の令和元年12月末時点では5億8,666万人となり回復傾向にある。また、平成30年度の訪日外国人旅行者数は3,119万人で、初めて3,000万人を超え、訪日外国人の旅行消費額は4兆5,189億円と、観光産業は日本の経済発展にとってなくてはならない産業の一つになっている。

本県の観光事情を見ると、平成30年度の観光入込客数は、7月豪雨や8月の台風等の自然災害等の影響もあり、対前年度比1.5%減の1億3,701万人となった。また、平成30年に兵庫県を訪れた外国人旅行者数は、対前年度比18.6%増の187万人であり、過去最高となった。しかし、大阪府は1,141万6千人、京都府は804万7千人であり、周辺府県に大きく水をあ

けられている状況である。県内の定住人口が減少しつつある中、さらなる観光振興により観光消費額を拡大させて、地域活性化に資することが期待されている。

本県では、国内はもちろん、世界の人々との交流をより盛んにする「ツーリズムひょうご」の実現を目指して「ひょうごツーリズム戦略（平成29～31年度）」を策定した。この中で、主な課題として、①交流人口の拡大、②観光消費額拡大、③スポーツイベントを捉えた交流拡大の3つを挙げて、関係機関や団体等とも連携して観光振興に関するさまざまな取り組みを進めてきたところであるが、数値目標である、ツーリズム人口1億5千万人、国際ツーリズム人口300万人の達成は難しい状況である。

今般、「ひょうごツーリズム戦略（2020～2022年度）」が新たに策定され、これに基づき、地域連携DMO「ひょうご観光本部」を中心に、本県の観光振興施策が展開されることとなる。ゴールデンスポーツイヤーズが始まり、ラグビーワールドカップ2019を皮切りとして、今後、東京オリンピック・パラリンピック、ワールドマスターズゲームズ2021関西が開催されるほか、2025年の大阪・関西万博など、国際的なイベントが控えており、日本を訪れる外国人観光客数はこれまで以上に増加すると予想されている。外国人に限らず、これらのイベントをきっかけに大阪や京都を訪れた観光客にどのようにして兵庫県まで足を運んでもらうかを考えなければならない。

そこで、本年度の産業労働常任委員会では、観光施策の状況や事例調査、また有識者からの意見聴取を踏まえ、議論を行った結果、県の観光振興に関する主な課題や検討すべき点として次のものが挙げられた。

- 外国人観光客の特徴や傾向について情報収集・分析が不十分である。そのため、施策のターゲットの絞り込みができていない。
- 観戦に来る方々への観光地としての兵庫県の認知度向上をどのように図っていくか。
- 県内でも観光客の訪問先は、神戸、姫路、豊岡（城崎温泉）など、特定地域への偏りが見られることから、周辺地域への波及が必要である。
- 兵庫県は、文化、自然など多様な観光資源に恵まれているが、交通アクセスが悪いところが多いため、県内各地域への交通アクセスの向上が必要である。
- 外国人観光客が一人で訪れても困らないような環境づくりが必要である。
- 国内観光客は、近隣の県外から来る者が多いため、日帰りが多い。また、日本に中長期滞在する外国人観光客は、県内の受入先の宿泊施設が限られているため、近隣府県の宿泊施設を利用するケースが多い。その結果、兵庫県内での滞在時間が短いため、地域への経済効果が少ない。

（2）課題解決に向けた今後の方向性

① データの収集、分析

- 「ひょうご観光本部」でのマーケティングリサーチ機能を強化し、効果的なツーリズム

ム戦略に繋げていく。

- ターゲットの絞り込みのために必要なデータ収集を民間企業等と提携して行う。
 - ・兵庫県の観光地としての認知度を調査
 - ・「あいたい兵庫」等、県が作成している情報誌を活用したアンケートによる情報収集
 - ・外国人向けスマートフォンへの観光情報プッシュ配信を活用したデータ収集
 - ・無料Wi-Fiによる活用したビッグデータの収集
- AIを活用したデータ分析を行う。
- 国内観光客については、若者や中高年、高齢者等、外国人観光客についてはアジア系、ヨーロッパ系等がどのようなモノ、コトに興味があるのか分析する。

② 特色ある観光地づくり、市町の連携

- 「ひょうご観光本部」を中心に各市町や観光団体が連携し、魅力ある観光ルートの形成を図る。広域を周遊し、中長期滞在できるルートを提案することで、県内の滞在時間を延ばす。
- 見るだけ、買うだけの観光から、実際に「体験する」観光へのニーズが高まってきているため、各市町による体験型観光メニューの開発の支援を行う。
- 地域の特色を活かした観光プログラムを提供できるよう支援する。
(例・ゴルフツーリズム、医療ツーリズム、グリーンツーリズム、ロケツーリズム)
- 兵庫県だけでなく、周辺府県と連携した観光PRを行う。
- ターゲットを絞った認知度向上策を徹底する必要があるため、ホームページやSNS、アプリ、多言語パンフレットで国や地域のニーズに合った情報を提供する。

③ 受入環境の整備

- 商店街や観光地などにおける無料Wi-Fi設備のさらなる整備や、キャッシュレス対応機器導入への支援を行う。
- ターミナルとなる駅や空港、観光関連施設に外国人観光客にも分かりやすい案内標示を設置する。
- 観光ガイド(全国通訳案内士)など、観光業にかかわる人材の育成と活用、さらには外国人材の活用に対する支援を行う。
- 新規宿泊施設の誘致を行う。
- 公共交通機関が不十分な地域へ行きやすいように、高速道路乗り放題やレンタカー利用への補助など利用しやすい交通手段の充実を図ったり、民間事業者と連携して各観光地を巡るバス路線を開発するなどの取り組みを行う。
- 高齢者や障害を持つ方が安心して観光しやすいようなバリアフリー環境づくりへの支援を行う。
- 様々な文化的、宗教的背景を持つ観光客に配慮したサービスの充実を図る。

④ さまざまなプロモーション活動にかかる結果分析と目標管理

- ラグビーワールドカップ、東京オリンピック・パラリンピック等各種イベントに対する誘客プロモーション活動の効果を検証し、その結果を次回のプロモーションに繋げる。

⇒イベントごとに①～④までを繰り返し行うことで、新たな「ひょうごツーリズム戦略(2020～2022年度)」の数值目標の達成に繋げていくとともに、その責任の所在を明確化することが必要と考える。

なお、周知のとおり、世界的な新型コロナウイルス感染症の拡大により、東京オリンピック・パラリンピックが2021年に延期されるとともに、外出や移動の自粛、海外との往来の制限等により、観光産業を取り巻く状況は一変した。だからこそ、新型コロナウイルス感染症収束後の観光振興に、本調査研究での提言等が当局における施策検討に活かされることを期待する。