

# ひょうご新観光戦略について

R4.9.16 第3回 新観光戦略推進会議

# ひょうご新観光戦略の概要

## I 本戦略で目指す姿（ビジョン）

より深く、何度でも訪れたい地、HYOGO  
ー訪れた多様な人々の感動を呼び、暮らす人々の幸せへー

- コロナ禍がもたらした深刻な影響から再興を図るにあたり、県内各地に根ざした地域の資源の魅力を伝える本物志向の観光を追求し、国内外から訪れる来訪者の感動を呼び起こす。
- 観光がもたらす経済的利益の地域への還元、文化・環境の維持・保全と活用の両立など住民の満足度向上を通じ、持続可能な観光地域を目指す。

## II 基本戦略

3つのHYOGOを目指す戦略により、上記ビジョンの実現に向けて取り組む。

- 1 本物志向の観光ができるHYOGO ⇒消費単価up
- 2 持続可能な観光地域HYOGO
- 3 何度でも訪れたいHYOGO ⇒リピーター率up

## III 目標数値

※目標設定の考え方は資料2のとおり

- (1) KPI（重要業績評価指標）  
平均泊数、観光消費単価、リピーター率などの質重視の項目へ見直し
- (2) モニタリング指標  
観光分野におけるSDGsへの視点を加味するため、文化・環境への影響等について多面的に評価するモニタリング指標を設定

## IV 計画期間 2023年度(R5)～2027年度(R9)の5年間

## V 重点施策

### 1 HYOGOブランドを核とした兵庫観光の振興

- (1) 多様な観光資源の集合体・HYOGOブランドの確立
- (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

### 2 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
- (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
- (3) 多様な旅行者に対応した受入環境の整備
- (4) 観光を支える地域資源の保全と活用

### 3 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
- (2) 国内観光の活性化
- (3) インバウンド誘客



# 1 HYOGOブランドを核とした兵庫観光の振興

## (1) 多様な観光資源の集合体・HYOGOブランドの確立 ①

※太線が第2回からの変更箇所

### 現状・課題

- 多様な観光資源を有する一方で、旅行先人気の相対的地位が低下
- 後背地人口が多いこと等に起因する安・近・短の旅行に対応した構造
- 地域の歴史や文化を深く知りたい層など、旅行目的における本物志向の高まり
- 兵庫DCを契機とした各地域における「光」を磨き上げる活動の高まり
- 旅行におけるSDG s 意識の高まり

### 基本的考え方

- 県内各地で語り継がれる多様な食・風土・文化の背景にあるストーリーは、本物志向のニーズに対応する上で重要な要素
- 各地で行われている日常の活動に、既にSDG s に貢献する英知が息づいている
- 観光という切り口で来訪者に体感してもらい、そこで得られた利益が適切に循環し、地域社会に豊かさをもたらすことで持続可能な観光地域づくりに寄与
- 上記理念を具現化した兵庫テロワール旅を深化し、ひょうごフィールドパビリオンにつなげるとともに、多様な地域の観光資源、コンテンツの集合体をHYOGOブランドとして確立し、定着を図っていくことが必要

### 施策の方向性

#### ア 兵庫テロワール旅の深化による旅の高付加価値化の推進

兵庫DCのテーマ「兵庫テロワール旅」(写真1)を契機に高まった各地域の光を磨き上げる機運をレガシーとして絶やすことなく、コンテンツの深化・充実を図る

[(写真1)兵庫テロワール旅の例]  
酒米山田錦の専属栽培契約を締結し、  
酒造メーカーと農家で日本酒造りを探求



兵庫  
テロワール旅  
TERROIR JOURNEY  
私の感動、その先へ

### 施策例

- ①「兵庫テロワール旅」コンテンツの更なる磨き上げ、新規発掘
  - a R2~R4にかけて造成した100コンテンツの成果を踏まえ、更なる磨き上げ
  - b プレミアムコンテンツを選定し、支援を重点化  
【支援の例】
    - ・外部専門家によるコンサルティング、モニターツアー
    - ・受入環境整備(多言語対応、ガイド育成など)への対応
    - ・販路拡大、プロモーションへの支援
  - c SDG s の取組を見える化するなど、サステナブルツーリズムのコンテンツとしてインバウンドに通用する商品を目指す
- ②事業者におけるサステナブルツーリズムの推進機運の醸成  
ひょうご産業SDG s 推進宣言事業(※)への参画事業者拡大  
※SDG s の達成に向けて取り組む中小企業の宣言内容を登録・集約し、広く社会に公表することにより、宣言企業の取組を支援(保証料率割引など)(R4~)

# 1 HYOGOブランドを核とした兵庫観光の振興

## (1) 多様な観光資源の集合体・HYOGOブランドの確立 ②

### 施策の方向性

#### イ 地域の多様性を活かした「剣山型」観光の推進

一人一人の個性・嗜好に対応した自分らしい旅ができるフィールドを各地が生み出した自然・歴史・文化・産業を活かしながら展開する。



[赤西渓谷のセレブ・バイク(宍粟市)](写真1)



[神鍋溶岩流カヌートレッキング(豊岡市)](写真2)



[のこぎり屋根の播州織工房館(西脇市)](写真3)



[夜間特別拝観(神戸市)](写真4)

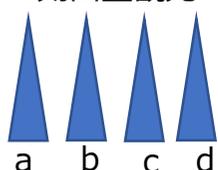
(イメージ図) マス型観光

広いニーズに対応した汎用的な観光



剣山型観光

a~d個々の個性・嗜好に刺さる観光



### 施策例

①地域の魅力を発揮し、様々な価値観に対応したテーマ性をもつツアーズの推進

テーマ	方向性
サイクルツーリズム (写真1)	・本県独自に養成してきたサイクリングガイドの活用 ・地域の魅力を深掘する地域探訪型サイクリングコンテンツの造成
アドベンチャーツーリズム (写真2)	・山陰海岸ジオパークをはじめ多彩な自然環境を活かし、文化体験・アクティビティを組み合わせたツアーズの推進
ヘルス・ウェルネス ツーリズム	・クアオルト※・自然×温泉など健康をテーマにしたコンテンツの造成 ※治療・療養・保養のための滞在
ゴルフツーリズム	・全国有数のゴルフ場数、都市部との近接性を活かしたコンテンツの造成(海外マーケットも視野)
クラフトツーリズム(写真3)	・ものづくり県を形づくった職人の技術、歴史などを体験・体感する産業観光の充実
ナイトタイムエコノミー (朝活)(写真4)	・夜間や早朝限定で体験可能な特別感のあるコンテンツ造成
アニメツーリズム	・兵庫ゆかりの作品が新たに生まれる機会の創出
ロケツーリズム	・県内市町FC等と連携したロケ活動支援を通じたロケ誘致・ロケ地巡りのツアー提供

②文化財等を活用した唯一・高付加価値な宿泊体験提供

③高付加価値旅行者(※)へ対応した商品の創出

フレキシブルな特別対応など富裕層固有のニーズに即したコンテンツを造成

※着地で一人当たり1回の旅行で100万円以上消費する旅行者

④陸・海・空を活かしたコンテンツの充実

多様な交通手段の利用が可能な地理的特性を活かしたコンテンツの造成  
(例：万博会場から大阪湾を巡るクルーズコンテンツなど)

# 1 HYOGOブランドを核とした兵庫観光の振興

## (1) 多様な観光資源の集合体・HYOGOブランドの確立 ③

### 施策の方向性

#### ウ ものづくりや食の魅力を活かしたブランド化、来訪意欲の増進

兵庫各地の風土や文化に根ざし伝統が息づいた工芸品や、地域が守り続けてきた食の魅力に触れる機会を提供し、生産者との交流・体験など県産品消費をきっかけとした新たな観光のニーズを創出する。



品名：桐箱 五・七カブセ 毘沙門亀甲柄  
事業者：かみや民藝店



品名：桐箱 角箱 籠組柄  
事業者：かみや民藝店

#### 【兵庫テロワール旅・体験コンテンツ】

##### 城崎に伝わる伝統工芸麦わら細工の体験



数名しかいない職人のレクチャーのもと、オリジナルのブローチやペンダントトップを制作。本格的な制作体験の希望者は、桐箱作成も可能。

場所：かみや民藝店  
(豊岡市城崎町湯島391)  
予約先：かみや民藝店  
0796-20-5206

[(写真1)麦わら細工の販売と体験コンテンツの紹介]

#### エ ひょうごフィールドパビリオンの展開

2025大阪・関西万博に向けて、県内各地の「活動の現場そのもの(フィールド)」をパビリオンに見立て、地域の人々が主体となってその営みを自らが発信し、多くの人を誘い、見て、学び、体験するひょうごフィールドパビリオンを全県で展開する。

[テーマ] Our Field, Our SDGs  
私たちのフィールド、私たちのSDGs



[(写真3)山田錦の田植え体験]



[(写真4)播州織トークセッション]



### 施策例



① 上質かつ本物志向のニーズに対応した特産品を活かした「観光×特産品」首都圏プロモーションによる誘客促進(写真1,2)

② 兵庫五国の風土と人が育んだ観光特産品、「五つ星ひょうご」の販路拡大を通じた 認知度向上

③ 但馬牛・神戸ビーフ・酒米などの農畜水産物の国内外へのPR・販売拡大



[(写真2)都内ホテル物販店での企画販売]

① SDGs体験型地域プログラム の募集、認定したプログラム 選定したプレミアム・プログラムを活用

- ・ 誘客プログラムとしての魅力向上をお手伝い
- ・ 世界から兵庫各地域へ人の流れを生み、継続できる仕組みづくり

② 国内外への積極的なプロモーションによる誘客促進

- ・ トッププロモーションの実施 (写真3)
- ・ 万博会場「兵庫棟」や県立美術館などでトークセッションを開催するなど、積極的に情報発信 (写真4)

③ プレッシャーやイベント、国際行事などで積極的に活用

- ・ 1000日前記念シンポジウムなどの機運醸成イベントを開催
- ・ 万博開催期間に合わせた国際会議等の誘致や開催や活用

# 1 HYOGOブランドを核とした兵庫観光の振興

## (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

### 現状・課題

- コロナ禍に伴うビジネス目的旅行の変化
- コロナ禍に伴う産業界のDXの進展
- 若年層における価値観の変容（地域活動や交流を求める層等）
- 旅行におけるSDGs意識の高まり

### 基本的考え方

- 新幹線で首都圏から2.5時間、県内移動2時間のアクセスを可能な県土、神戸・姫路などの後背地に温泉を抱えるなど都市のワークスタイルと多自然地域のライフスタイルが両立が可能な地理的優位性を活かす
- 価値観の変化に伴い、暮らすように通う旅への嗜好が台頭。また、現実空間のほか、仮想空間上の物語を契機にその舞台を訪れ地域が活性化するケースも県外に存在し、着目が必要
- これら社会の変化に先んじて対応、兵庫で一般的でなかった観光の楽しみ方の創出に向けて、果敢に挑戦

### 施策の方向性

#### ア ワークेशन、多様なMICE需要への対応等ビジネス層の取込

兵庫の地理的優位性を活かし、ワークेशन需要の取込を図り、平日を含む長期滞在につなげる。

MICE形態の多様化に対応し、ユニークベニューの活用（兵庫津ミュージアム、クルージングMICE等）やアフターMICEのビジネス層を取り込む。



[(写真1) ひょうご観光本部HP]  
県内各地のワークेशन対応施設を掲載。  
WIFI、会議室、プリンター有無などの情報を整理

### 施策例

#### ① ワークेशन受入環境の構築・利用促進(写真1)

- ワークेशन対応施設の発信
- 企業への導入事例の横展開、利用促進
- ワーク・ライフ・バランス推進企業(※)への利用インセンティブ

※ひょうご仕事と生活のバランス認定・推進企業

- インセンティブツアー、エクスクーショントツアーの誘致
- ワークेशन知事室の発信（写真2）



[ワークेशन知事室の様子]  
山田錦の館（三木市）で県庁とWEB会議（写真2）

# 1 HYOGOブランドを核とした兵庫観光の振興

## (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 ②

### 施策の方向性

#### イ 多様な価値観に対応した旅の提案

##### ① 人との交流など地域との関わりを重視する旅への対応

観光資源ではなく人とのつながりを重視する、地域との関わりに力点を置いた「地域に通う旅」を創出する。

##### ② 様々な嗜好・価値観が生み出す交流の実現

〇〇ファンなど、特定の嗜好・価値観をきっかけに生まれる交流機会を大切にし、ファン・地域双方の満足をもたらす交流を実現する。

#### ウ 観光DXの促進による新たな旅行スタイルの提案

デジタル技術を活用した旅の楽しみ方を提案し、体験価値の向上や来訪意欲の増進等を図る。

#### エ SDGsに対応した教育旅行コンテンツの充実

兵庫が持つ観光資源の多様性を活かし、教育旅行について、SDGs思考での探究型コンテンツの充実を図る。

### 施策例

- ①短期的なお手伝いを契機とした暮らすような旅などの創出
- ②高頻度往来に対応した旅行商品の充実(運賃のポイント還元、サブス等)(写真1)
- ③アニメツーリズムの推進(再掲)
- ④メタバースなど仮想空間を活用した体験機会の提供
- ⑤eスポーツによる地域課題解決

- ①ドローン操作によるリアルな観光をリモートで楽しめる旅の創出(写真2)
- ②デジタルマップの活用
- ③ビッグデータの活用による訪日客の動態把握
- ④県公式観光サイトへのアクセスログやデジタルスタンプラリーを活かしたデジタルマーケティング

- ①SDGs対応の探究型コンテンツの開発  
歴史文化、平和、防災、自然等の地域資源を活用(写真3)
- ②万博来訪修学旅行生の兵庫への回遊促進  
・探究型コンテンツの観光素材集等によるPR  
・教育的解説に対応したガイドの充実



[(写真1)JR×丹波篠山市の通勤費40%還元支援等]



[(写真2)神戸で操作し南あわじ上空をドローン空撮]



[(写真3)鷯野飛行場跡・紫電改(加西市)]

## 2 観光を通じて地域が好循環するエコシステムの構築 ①

### 現状・課題

- 観光産業の担い手の減少
- コロナ禍に伴う経営体力の低下
- 旅行におけるSDGs意識の高まり
- ユニバーサル社会の素地の充実
- 点在する観光資源を結ぶ交通手段の不足

### 基本的考え方

- 観光による経済的利益が地域の雇用を生み出すほか関連産業を潤し、地域経済が循環していくことはもとより、文化や環境への負荷・悪影響を軽減することが長きにわたり観光地として持続可能性を確保する上で重要
- 兵庫の観光を通じて地域に好循環をもたらすエコシステムの構築を目指し、あらゆる観光客の受入れ基盤を構築

### 施策の方向性

#### (1) 観光地域を支える人材の育成・確保

##### ア 人材の育成

来訪者へ体験価値を提供し、持続的に観光が地域に貢献していくために、①兵庫テロワール旅コンテンツの語り部、②観光地経営に携わる人材など将来の観光地域を担う人材を育成する。

##### イ 人材の確保

人口減少、少子高齢化が進む構造下においても観光が持続性を保つため、短期雇用や将来を担う若手社員などの人材確保に向けて取り組む。

中長期には、高付加価値なサービス提供を通じた労働条件の改善等観光産業が人材不足に陥る構造的な課題に対応していく。

### 施策例

- ① 大学生が観光プロジェクトの企画運営を体験するひょうご大学生観光局の開催(写真1)
- ② 全国の高校生がSDGs思考で観光事業計画を競う観光甲子園への参画
- ③ 地域のコンテンツに精通するガイド、広域周遊ニーズに対応したガイドの育成
- ④ 芸術文化観光専門職大学との連携



[(写真1)ひょうご大学生観光局のワークショップ]

- ①繁忙期に対応した短期雇用の確保につながるマッチングプラットフォームの活用
- ②特定地域づくり事業協同組合※によるマルチワークの活用  
※人口減少地域において、地域全体の仕事を組み合わせて年間を通じた仕事を創出するため、組合で職員を雇用・事業者に派遣し、地域の担い手を確保する制度
- ③観光産業の魅力を伝えるプロモーション、おもてなし向上支援
- ④就職検討段階における情報提供・体験機会の提供  
(高校生向け企業ハンドブック、大学生インターシップ、合同説明会の開催など)
- ⑤デジタル技術の活用による生産性向上への支援

## 2 観光を通じて地域が好循環するエコシステムの構築 ②

### 施策の方向性

#### (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

外国人をはじめとする自家用車を利用しない層が快適に周遊できる環境を実現するため、二次交通の確保や既存の公共交通路線との連携など交通アクセスの充実を図る。

規制緩和の枠組みの積極的活用も視野に入れるとともに、中長期には神戸空港の国際化に向けた動きや空飛ぶクルマの実装化も見据え、県内外から効果的にアクセスできる周遊環境づくりを進める。

[(写真1)バス旅ひょうご(県バス協会)]

[(写真2)グリーンローモビリティの城下町周遊  
(丹波篠山市)]



[(写真3)規制緩和の活用事例(養父市)]

[(写真4)空飛ぶクルマ]



### 施策例

#### ①公共交通の利用拡大

##### a 情報提供主体が複層化している二次交通情報のワンストップ提供・発信 [主な二次交通関連情報]

- ・ワンコインで但馬エリアの観光周遊を可能とする「たじまわる」
- ・路線バスを利用した周遊を可能とする乗り放題乗車券「バス旅ひょうご」(写真1)
- ・阪神地域の路線バス情報を集約した「阪神地域えきバスまっぷ。」
- ・淡路島内発着のバス(高速、路線、コミュニティ)、海上交通の情報を集約した総合時刻表「あわじ足ナビ」

##### b 移動手段の経路検索、予約がICTで一括してできる観光型MaaSを提供する事業者との連携

##### c コミュニティバス路線情報のオープンデータ化(GoogleMapへの対応)

#### ②新たな移動サービスの活用

##### a グリーンローモビリティやマイクロモビリティの導入促進(写真2)

##### b e-BIKEを活用したポタリングなどの周遊環境整備

##### c 県外他事例を踏まえた県内交通空白地等における自家用有償旅客運送(事業者協力型)活用の検討(写真3)

#### ③移動そのものの体験価値の提供

##### a 空飛ぶクルマ実装への対応(写真4)、ヘリコプターの活用

##### b 観光列車の活用

## 2 観光を通じて地域が好循環するエコシステムの構築 ③

### 施策の方向性

### 施策例

#### (3) 多様な旅行者に対応した受入環境の整備

##### ア ユニバーサルツーリズムの推進

兵庫が全国に先駆けて対応してきた「福祉のまちづくり」「ユニバーサル社会づくり」の取組で培った素地を活かし、高齢者・障害者など様々な方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。

※ R.6.5月～ 神戸2024世界パラ陸上開催

- ①受入事業者におけるユニバーサルツーリズムへの対応機運を高めるためのセミナー・研修会の開催
- ②ユニバーサルツーリズムに対応する宿泊施設の宣言・登録制度の導入・支援
- ③多様な配慮ニーズに即した旅行相談へ対応するユニバーサルツーリズムコンシェルジュの育成
- ④ピクトグラムを活用した言語や文化にとらわれない正確なコミュニケーションの実現
- ⑤モニターツアー等を通じた旅行事例の蓄積による利用者への発信・利用機会の拡大
- ⑥福祉のまちづくり条例によるホテル・旅館等のバリアフリー化の促進



[(写真1)人の力による乗船サポート]



[(写真2)城崎温泉ユニバーサルマップ]



[(写真3)水陸両用車椅子による海水浴]

##### イ インバウンド対応環境の充実

文化・習慣・言語・宗教などが異なる外国人が円滑かつ快適に巡ることができる観光地づくりに向けて、環境整備を行う。

- ①観光地づくりのハード、ソフト両面での整備支援（多言語案内、情報通信環境など）
- ②訪日外国人に対する接遇・マナー、ハラルム、ヴィーガン、ベジタリアン等への対応
- ③ピクトグラムを活用した言語や文化にとらわれない正確なコミュニケーションの実現（再掲）
- ④ムスリム旅行者への情報発信（ハラルムグルメマップや祈祷場所の情報など）
- ⑤地域のコンテンツに精通するガイド、広域周遊ニーズに対応したガイドの育成(再掲)

## 2 観光を通じて地域が好循環するエコシステムの構築 ④

### 施策の方向性

#### ウ 安全安心な滞在の提供

地震や風水害などのほか、新型コロナウイルス感染症など予見できない事態が発生した際「事前の備え」を行うとともに、安全安心な滞在を旅行者に訴求す



[(写真1)ひようご安心旅共通ロゴ]

### 施策例

- ①感染リスク軽減対策の取組を担保した「ひようご安心旅」によるPR(写真1)
- ②外国人旅行者が最寄りの医療機関等の情報にアクセスできるポータルサイトの構築
- ③ピクトグラムを活用したわかりやすい情報発信
- ④災害・事故などの発生時における県の旅行者への対応を整理したマニュアル等の整備
- ⑤観光関連事業者の事業継続計画（BCP）の策定促進

#### (4) 観光地を支える地域資源の保全と活用

来訪者に観ていただく地域の「光」は文化、自然など様々であるが、これらは無限に消費できるのではなく、有限なものという認識のもと、将来にわたって来訪者が兵庫の魅力を享受できる形で地域資源の保全と活用を図ることが観光地域の持続可能性につながる。

来訪者、観光事業者に配慮を求める事項の啓発・共有など、文化・環境の保全と活用に向けた取組を行っていく。

[(写真1)歴史的景観形成地区]



[(写真2)景観ビューポイント150選]

#### ①兵庫観光におけるポジティブなふるまいの推奨

- a 旅行時に遵守すべきマナーの観光客への啓発・事業者との共有
- b 旅行者にマナー遵守宣誓を呼びかけるモデル事業の展開

#### ②地域資源の保全・活用

##### a 来訪意欲を喚起する優れた景観の保全・活用

景観の形成等に関する条例に基づき、建築物等と地域の景観との調和の誘導など優れた景観の創造・保全と活用を図る。(写真1,2)

- ・ 改正条例（R4.4月～施行）で創設した「景観形成重点区域」への修景助成の重点化や建築行為の指導、「景観遺産」の情報発信
- ・ ひようごの景観ビューポイント150選の活用
- ・ 条例指定地区・地域等に対する景観形成支援事業による支援

##### b 文化遺産の保全・活用

有形・無形の様々な形態で地域に根ざして継承されている歴史文化遺産の着実な保存、継承と活用を図る

- ・ 歴史的資源・文化資源の活用、文化観光拠点施設を中核とした観光まちづくりの推進
- ・ 文化財保存活用大綱、兵庫県地域遺産活用指針に基づく取組の推進

##### c 環境の保全

- ・ 恵み豊かな自然環境を適切に保全し、魅力ある地域観光資源の持続・発展を図る。
- ・ 兵庫県地球温暖化対策推進計画、廃棄物処理計画、瀬戸内海の環境の保全に関する兵庫県計画等に基づく取組の推進

### 3 誘客契機を捉えた戦略的プロモーションの展開

2023	2025	2027~
兵庫DC	万博	WMG MICE本格化等



#### 現状・課題

- 高い知名度を有する関西、瀬戸内などの広域エリアの存在
- 回復に時間がかかる一方、再開に向けて歩み出したインバウンド
- 兵庫DC、万博、WMGと連続した誘客機会の到来

#### 基本的考え方

- 2023年兵庫DCのテーマ「兵庫テロワール旅」と軌を一にしながら、2025年大阪・関西万博のひょうごフィールドパビリオン展開に向けて兵庫の魅力を国内外に発信
- 2025年は万博ほか瀬戸内国際芸術祭など、国内外から「関西」「せとうち」に注目が集まる年となるほか、山陰海岸はジオパークがユネスコ世界遺産である等、多数の知名度がある広域圏を活かしながら戦略的に誘客を推進
- 国際線就航空港・港湾など兵庫への広域ゲートウェイに着目した誘客を推進

#### 施策の方向性

#### 施策例

##### (1) 広域圏の活用と圏域内プレゼンスの発揮

旅行者が広域に動く動機付けとなるテーマ性のある観光地やコンテンツと広域的に連携し、広域周遊ルートの中で兵庫県の存在感を発揮し、県内外に発信する。

- ① アート、音楽、偉人などの特定テーマに対応した観光地と連携し、広域周遊ルート（中でも滞在型）を開発・発信
- ② 周遊コンテンツの開発・発信などにおける近隣自治体との連携強化

##### (2) 国内観光の活性化

首都圏などこれまで来訪のウエイトが少ない層への誘客を図るとともに、県内空港からの就航先地方部との相互誘客を促進する。

※観光回復までの間、需要喚起策にも的確に対応



「三木金物」日本最古の「鍛冶のまち」で一生モノの道具を買う  
投稿者 | Yテロワール研究員

- ① 認知向上とブランド化の推進
  - a 兵庫DCによる誘客拡大、兵庫テロワール旅の認知・浸透
  - b SNSを活用した口コミ情報発信・魅力発見
    - ・来訪者や地元住民の投稿を促す参加型のSNS企画の展開(写真2)
    - ・インフルエンサーの活用
  - c 県産品購入（産地想起）による誘客
- ② ローカルtoローカルの交流促進
  - a 県内空港を中核とした就航地との連携ツアー造成(写真1)
- ③ 旅行商品化・ツアー造成の促進
  - a 旅行エージェントとの商談機会の創出
  - b コンテンツ素材集の作成・万博チケット販売事業者との連携

[(写真1)神戸空港就航地との連携サミット(R4.2月)]

[(写真2)参加型SNSテロワールlab.の記事]

### 3 誘客契機を捉えた戦略的プロモーションの展開

#### 施策の方向性

##### (3) インバウンド誘客

兵庫テロワール旅・ひょうごフィールドパビリオンを活かし、旅行者の国・地域別のニーズや嗜好を踏まえつつ、より高付加価値コンテンツ開発と、これに見合うターゲットへのプロモーションを展開する。

※実施にあたっては、水際規制等の動向を注視の上対応

##### 【ターゲット国・地域の設定】

訪日旅行の再開時の誘客ターゲットの方向性を「市場としての優先度の高さ」や「兵庫県の優位度の高さ」の観点で考察し、以下の表の分類に従って定める。

分類	対象国・地域
重要	米国、台湾、香港、シンガポール ⇒今後さらなる積み上げを目指す市場
強化	豪州、タイ ⇒将来に向けて強化する市場
準強化	フランス、英国、ドイツ ⇒テロワール旅との親和性やグローバルスタンダードへの影響力等を考慮し強化する市場
交流型	ベトナム⇒経済交流実績等を活かし ビジネスを中心に誘客を図る市場 韓国⇒従来からの交流の素地や直近の訪日数の戻りを踏まえ、誘客を図る市場

※中国はゼロコロナ政策の動きが未知数なことから、ターゲットとしては定めませんが、継続的に情報発信を実施。

#### 施策例

- ①重要ターゲットなどを中心とした重点的アプローチ
- ②高付加価値なインバウンド観光地づくりの推進
  - a モダンラグジュアリーへの対応など富裕層のニーズに即したコンテンツの造成
  - b 周遊の効率性、兵庫県独自の基盤、将来的な空飛ぶクルマとの親和性などを踏まえたヘリコプター活用
  - c アジアのプチ富裕層を見据えたレンタカー活用
- ③万博チケットを含む旅行商品の造成
- ④各市場の嗜好に沿う形のプロモーション、コンテンツ創出

区分	アプローチ手法
重要ターゲット (米国、台湾、香港、シンガポール)	a <u>現地旅行会社、現地メディアとの関係構築</u> (ファムトリップ、現地旅行博への出展、現地エージェントへのセールス等) b 紙面媒体への掲載機会獲得(ナショナルジオグラフィック等) c <u>現地とつながる国内ランドオペレーター(※)の売り込み</u> d <u>インフルエンサー招致などのモニターツアー</u> ※現地旅行会社の依頼を受け、旅行先のホテルやレストラン、ガイドやバス・鉄道などの手配・予約を専門に行う会社
強化ターゲット (豪州、タイ)	a <u>ゴルフツーリズム、桜づつみ回廊など、国の嗜好に適したコンテンツをPR</u>
準強化ターゲット (フランス、英、ドイツ)	a <u>特定地域での優位度が高いコンテンツをPR</u> (フランス=姫路城、城崎温泉等)
交流型(ベトナム、韓国)	a <u>ビジ初層を中心としたアプローチ、地理的近接性を活かした誘客</u>

- ⑤本県のプロモーション基盤の強化・最適化  
各市場の浸透度をもとにプロモーションに適したSNSの活用・アクセス増

# 推進体制

## 施策の方向性

- 1 県、県DMO（ひょうご観光本部）、市町、市町観光協会、地域DMO、民間事業者、県民など多様なステークホルダーが戦略を共有の上、連携
- 2 連携の要となるひょうご観光本部におけるPDCAサイクルの実践、財源多様化などを推進

## 県の役割

- 1 中長期視点の観光戦略の策定と推進・フォローアップ
- 2 部局横断の施策展開に向けた総合調整
- 3 都道府県域を超えた広域的な連携への対応
- 4 市町域を超えた地域の観光施策の企画立案・推進（県民局）
- 5 観光統計の調査・分析によるマーケティング活動支援

## ひょうご観光本部の役割

- 1 着地型観光の推進に向けたプロデュース機能の発揮
- 2 観光地域のネットワーク構築
- 3 県内地域DMOや広域DMOとの連携
- 4 県域での受入環境整備
- 5 データ分析をベースとするPDCAサイクルの推進
- 6 誘客戦術に基づく事業展開
- 7 自主財源の確保など経営基盤の強化・持続的な組織体制の構築

## 市町・市町観光協会

- 1 着地型観光に資するコンテンツづくり
- 2 地域の受入環境整備
- 3 観光関連事業者等との連携

## 地域DMOの役割

- 1 着地型観光に資するコンテンツづくり
- 2 地域の受入環境整備
- 3 観光関連事業者等との連携
- 4 所管エリアでのマーケティング分析に基づく施策展開
- 5 自主財源の確保など経営基盤の強化・持続的な組織体制の構築