

公の施設の指定管理者の指定

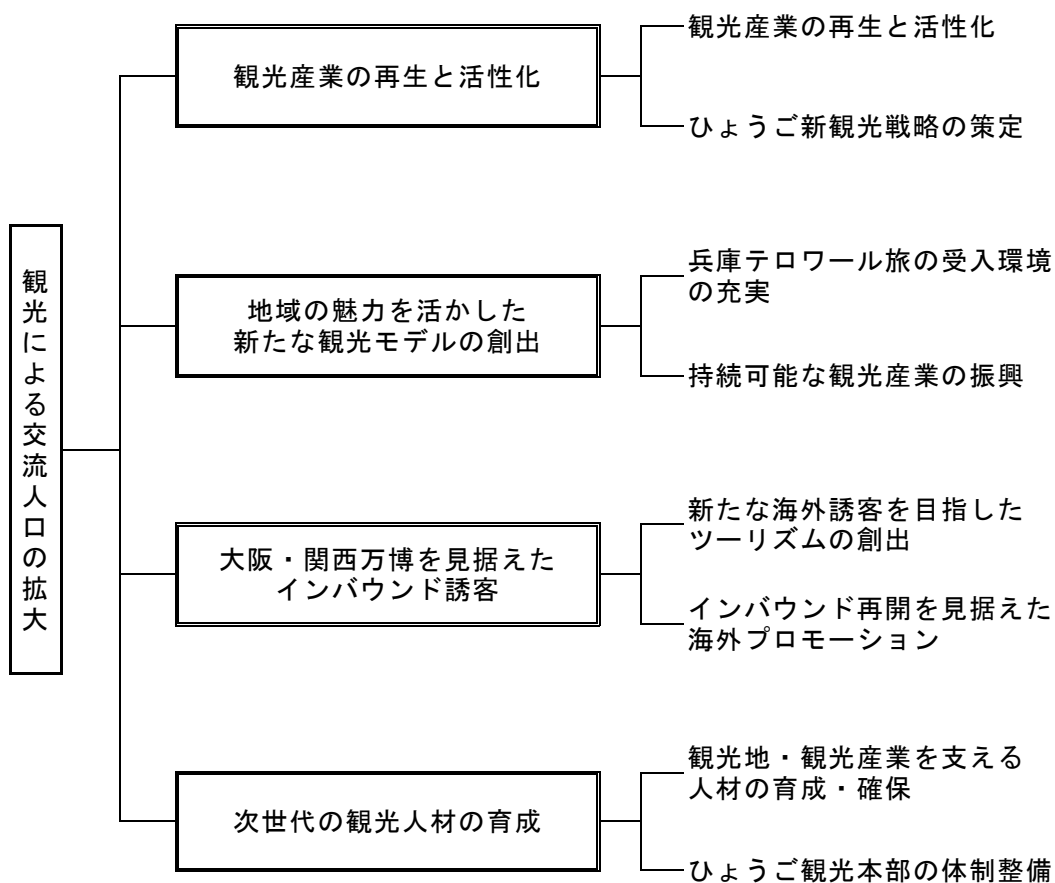
公の施設の指定管理者を次のとおり指定しようとする。

名 称	指 定 管 理 者	指定の期間
兵庫県立先端科学技術支援センター	神戸市中央区海岸通6番地 国際ライフパートナー株式会社 代表取締役 荒谷 明彦	令和5年4月1日から 令和10年3月31日まで
	〔指定理由〕 (1) デジタル技術の導入や宿泊予約サイトの活用、新聞社との連携による積極的な広報活動やレストランの充実など、ニーズや課題を的確に把握した上で の事業提案である。 (2) 宿泊施設を含む類似の指定管理施設の運営実績があり、適切な管理運営が 期待できる。	

観光による交流人口の拡大について

	ページ
令和4年度 観光振興課 施策体系表	2
I 県内観光の現状	3
II ひょうご観光本部を中核とした持続可能なツーリズムの展開	
1 観光産業の再生と活性化	8
2 地域の魅力を活かした新たな観光モデルの創出	11
3 大阪・関西万博を見据えたインバウンド誘客	22
4 次世代の観光人材の育成	26

令和4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、2021年で8,789千人(前年比▲2.1%)となっている。うち外国人は53千人(前年比▲70.6%)と大きく減少した(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(各年1～12月で集計))

(2) 月別

2021年10月以降、「ひょうごを旅しようキャンペーン」など需要喚起策の効果で回復傾向にある。2022年5月以降は、2019年比で8～9割の水準で推移し、8月はコロナ禍後で最も多い131万人となっている(図表2)。

図表2 【県内延べ宿泊者数の推移(月別)】

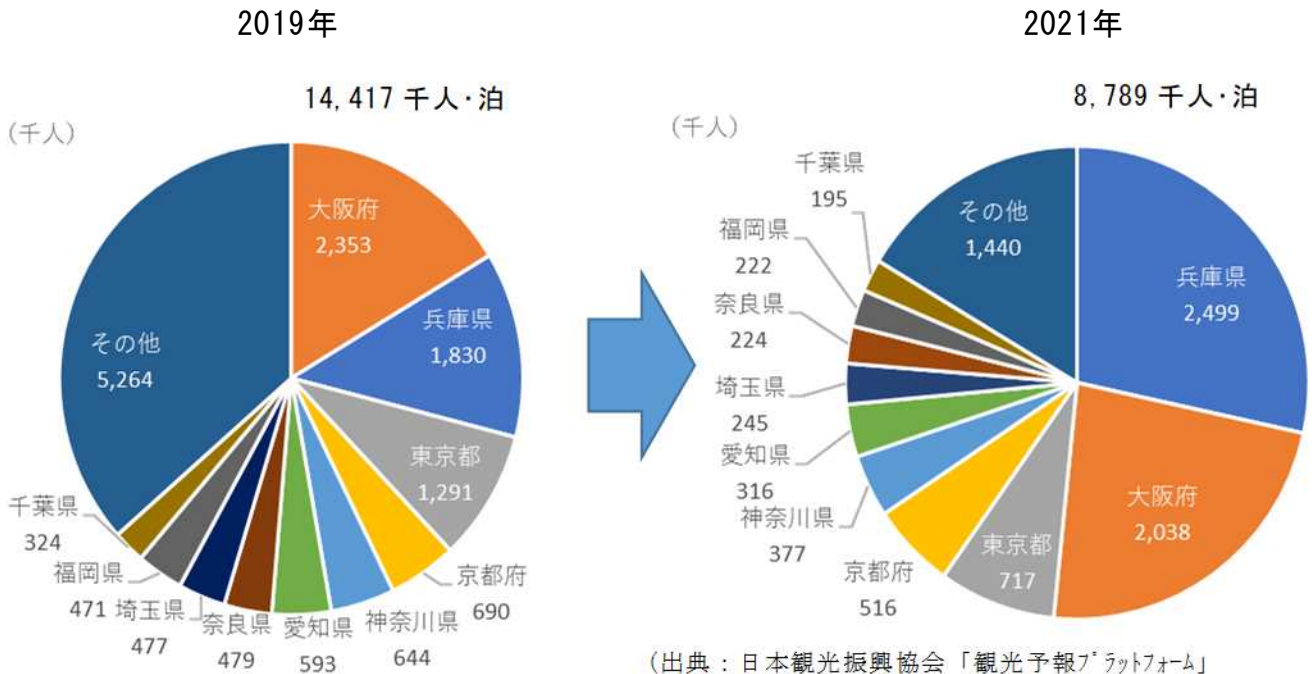


(出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」をもとに作成)

(3) 県内宿泊者数出発地別（日本人）

マイクロツーリズムの進展により、県内・大阪府からの宿泊者数が半数を占めるようになっている（図表3）。

図表3【県内延べ宿泊者数の推移（出発地別）】

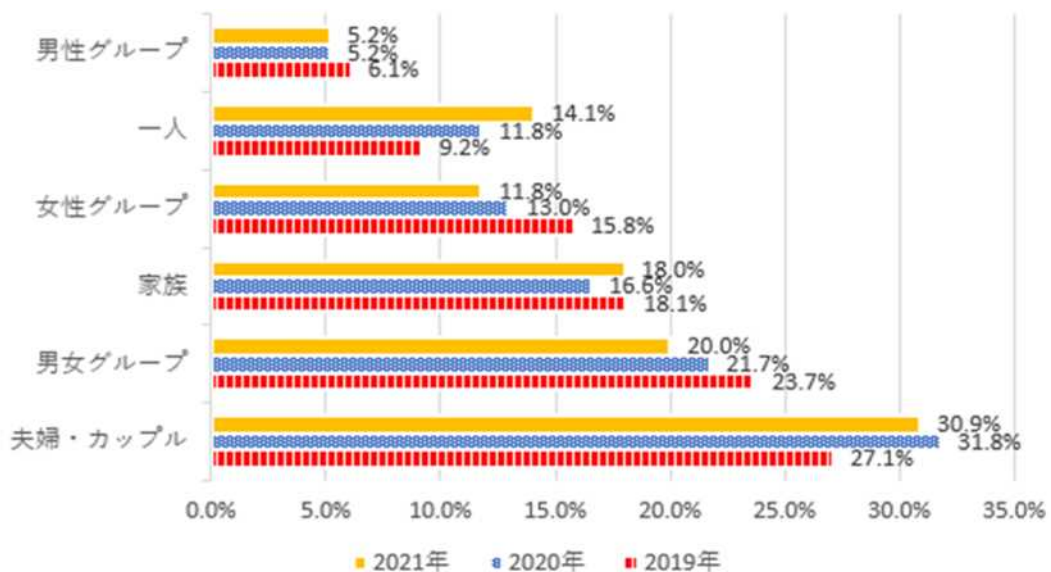


(出典：日本観光振興協会「観光予報プラットフォーム」
観光庁「宿泊旅行統計調査」をもとに作成)

(4) 宿泊旅行の参加形態

コロナ前（2019年）と比較すると、一人と家族の旅行が増加する一方、グループ旅行が減少するなど、変化が生じている（図表4）。

図表4【宿泊旅行の参加形態】

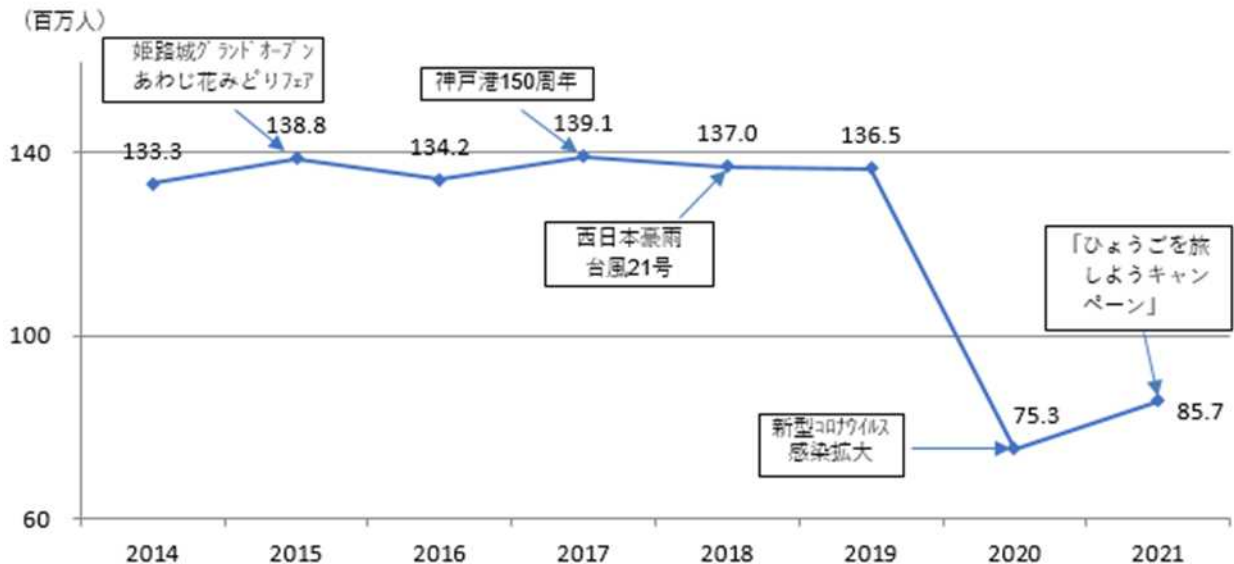


(出典：日本観光振興協会「観光予報プラットフォーム」をもとに作成)

2 観光入込客数

2021年度の観光入込客数は、「ひょうごを旅しようキャンペーン」等の需要喚起策を反映し、前年度を1,041万人上回る8,566万人(+13.8%)となった(図表5)。

図表5【県内観光入込客数の推移】



(出典：兵庫県観光客動態調査報告書(各年4月～翌3月で集計))

3 県観光公式サイトへのアクセス状況

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おり、旅行者の情報収集源としての認知が高まっている(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)】



(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（2021年）は、コロナ禍に伴う入国制限により大きく減少している（図表7）。

図表7 【全国・兵庫県の訪日外国人旅行者数】



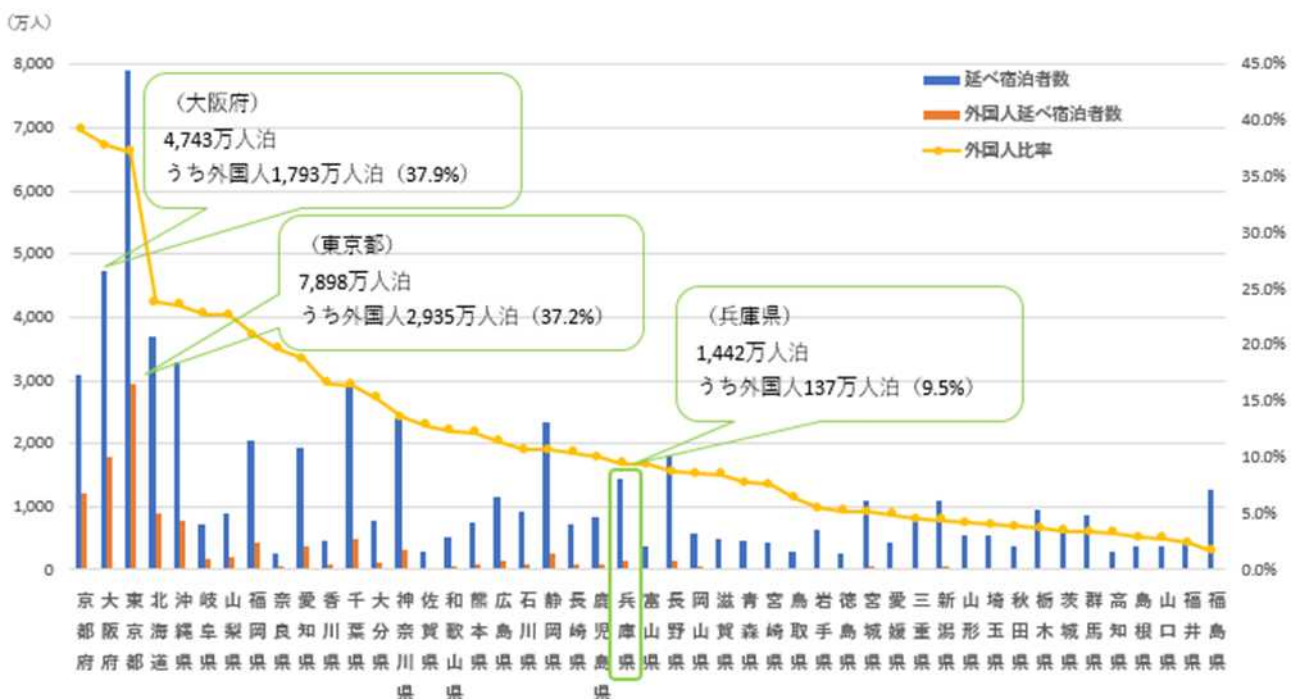
(出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査」、JNTO「訪日外客数調査」をもとに県推計)

※ 2020年・2021年兵庫県旅行者数：2020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（2019年）

兵庫県の訪日外国人宿泊者数（2019年）は137千人（14位）となっており、宿泊者全体に占める外国人比率は9.5%（23位）となっている（図表8）。

図表8 【都道府県別延べ宿泊者数（2019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)

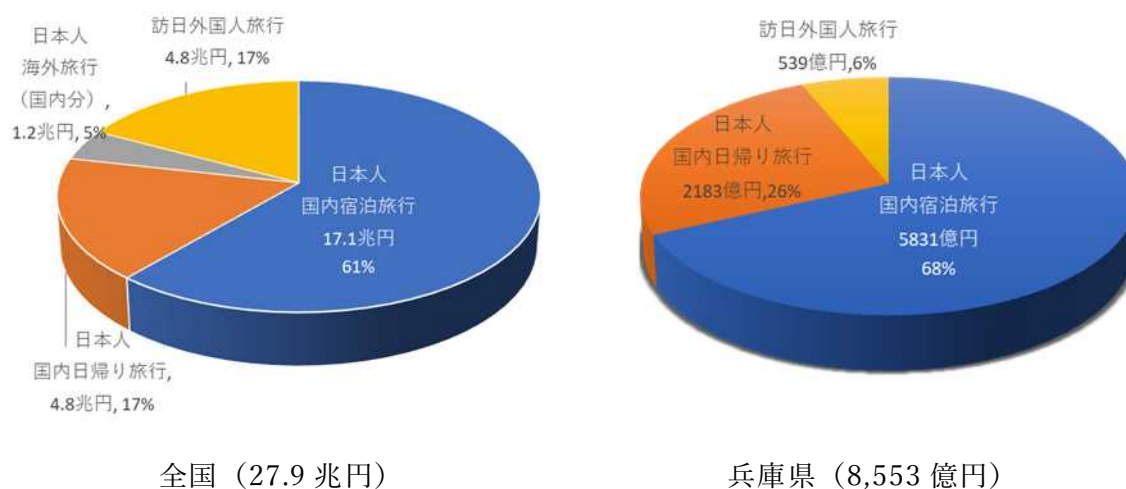
5 旅行消費の状況

2019年の訪日外国人旅行者による旅行消費額は、全国では4.8兆円(旅行消費額の17%)。一方、兵庫県においては、539億円(同6%)となっている。

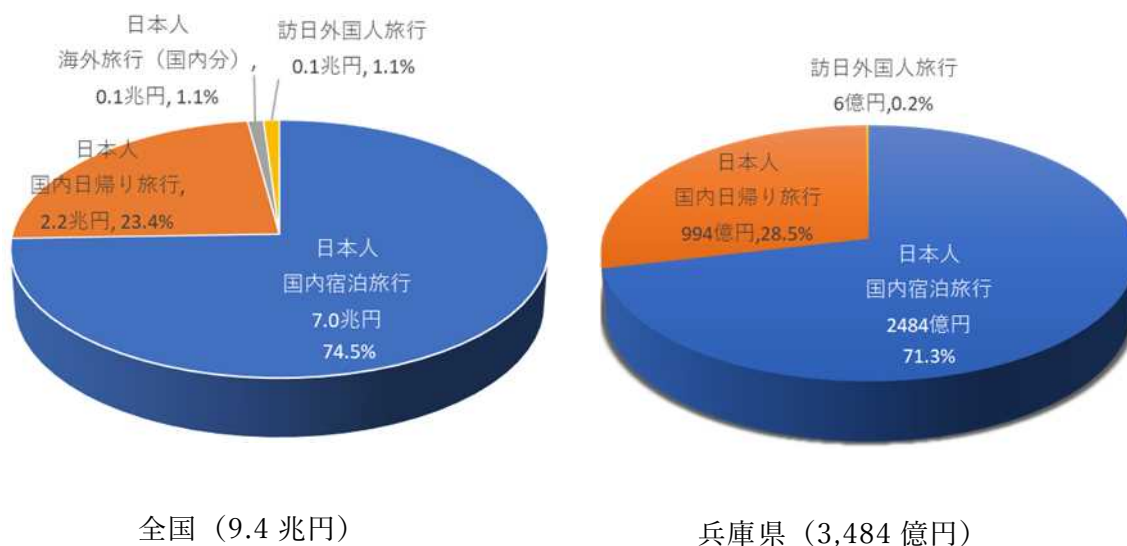
2021年はコロナ禍の影響で訪日外国人の旅行消費は消失したものの、国内旅行を中心とした旅行消費により、全国で9.4兆円、兵庫県では3,484億円となっている。

今後、全国旅行支援や兵庫DCを契機に、日本人国内旅行の早期回復を図るとともに、水際対策緩和を踏まえた訪日外国人旅行者の取り込みが不可欠である(図表10)。

図表9 【旅行消費額 (2019年) セグメント別内訳】



図表10 【旅行消費額 (2021年) セグメント別内訳】



(出典：日本人：観光庁「旅行・消費動向調査(2019、2021年確報値)全目的」
 兵庫県分：参考表「主目的地(47区分)旅行消費額-国内旅行」
 外国人：観光庁「訪日外国人消費動向調査(2019年確報値、2020年試算値)全目的」
 兵庫県分：2019年都道府県参考表)

※ 2021年訪日外国人旅行(兵庫県分)旅行消費額の算出方法
 前頁4(1)兵庫県の訪日外国人旅行者数に兵庫県の1人1回あたり旅行消費単価(2020年1~3月期)を乗じて算出

Ⅱ ひょうご観光本部を中核とした持続可能なツーリズムの展開

1 観光産業の再生と活性化

(1) 県民割・全国旅行支援

【令和3年度繰越 19,347,699千円】

新型コロナの影響により需要の落ち込んだ県内旅行・宿泊の回復を通じ、地域観光を支援するため、継続して観光需要を喚起する。

【制度概要】

	ひょうごを旅しよう キャンペーン (県民割)	ひょうごを旅しよう キャンペーン・ワイド (全国旅行支援)
期 間	令和3年10月14日～令和4年10月10日 旅行・宿泊分まで	令和4年10月11日～12月20日 旅行・宿泊分まで
対 象	兵庫県、滋賀県、京都府、大阪府、和歌山県、奈良県、鳥取県、岡山県、徳島県、香川県の在住者（令和4年1月4日～他府県拡大）	国内在住者
割引支援	最大50%（上限）5,000円	40%（上限）交通付宿泊旅行 8,000円 上記以外 5,000円
クーポン券	宿泊旅行代金 15,000円以上 2,000円 10,000円～15,000円未満 1,000円	平日3,000円 休日1,000円 (宿泊・日帰りとも対象)
利用条件	<ul style="list-style-type: none"> ワクチン3回接種または検査結果陰性 感染拡大防止の観点から下記①～②を推奨 <ul style="list-style-type: none"> ① 家族など普段の生活をともにする少人数グループでの利用 ② 60歳以上の方や基礎疾患を有する方については、ワクチン4回接種の上での利用 	



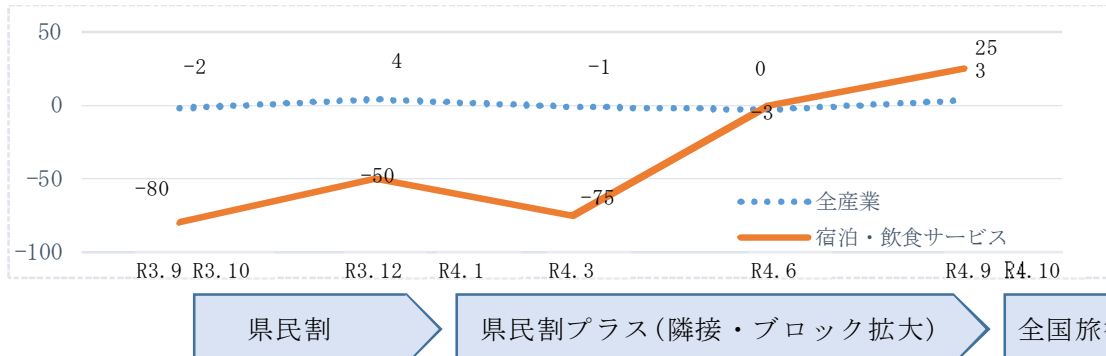
・ひょうごを旅しようキャンペーン(県民割)実績 (R4.10.10時点)

	支援対象人数	割引支援額
合 計	154.5万人・泊	72.3億円
(うちR4年度)	93.7万人・泊	43.8億円

・ひょうごを旅しようキャンペーン・ワイド(全国旅行支援)実績 (R4.10.31時点)

	支援対象人数	割引支援額
合 計	108.7万人・泊	58.8億円

【需要喚起策と県内宿泊業の業況判断 D.I. (「良い」-「悪い」の推移)】 (出典:日本銀行神戸支店)



(2) ひょうご新観光戦略の策定 【令和4年度当初 2,083千円】

兵庫DC、大阪・関西万博、WMG、神戸空港国際化と続く今後の誘客機会の到来を見据え、兵庫の観光の再生から飛躍へつなげるため、ひょうご新観光戦略を策定する（令和5年3月策定予定）。

【新観光戦略推進会議の経過】

- ①座長 古田菜穂子（ひょうご観光本部ツーリズムプロデューサー）
- ②開催実績 第1回 令和4年3月30日、第2回 令和4年6月28日
第3回 令和4年9月16日
- ③県内各地域との意見交換会 R4.4月～6月にかけて県内10地域で実施
- ④事業者アンケート 観光事業者※の現状・実態を把握するため実施（R4.8月）
※宿泊、飲食、小売、文化観光施設、運輸、旅行業等の
3,162事業者へ依頼、482事業者から回答

【ひょうご新観光戦略（素案）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 ア 本物志向の観光ができる HYOGO
イ 持続可能な観光地域 HYOGO
ウ 何度でも訪れたい地 HYOGO
- ③計画期間 2023～2027年度（令和5～9年度）
- ④施策目標 ア 戦略KPI（重要業績評価指標）
イ モニタリング指標

目標数値
精査中

旅行消費額、延べ宿泊者数、旅行消費単価、リピーター率 等
SDGsの視点を加味するため、域内調達率、地域で文化・環境が守られていると思う人の割合等の指標で多面的にモニタリング

⑤施策の方向性

ア HYOGOブランドを核とした兵庫観光の振興

<p>施策例1</p> <p>兵庫テロワール旅の深化による旅の高付加価値の推進 ⇒兵庫DCを機に創出した100コンテンツの更なる磨き上げ</p> 	<p>施策例2</p> <p>高付加価値旅行者向けコンテンツの充実 ⇒チャーターヘリ、クルーズ船の活用等、移動をアクティビティとして提供するツアー造成等</p> 
---	--

<p>施策例3 地域の多様性を活かした「剣山型」観光の推進</p> <p>(イメージ図) マス型観光 剣山型観光</p> <p>広いニーズに対応した汎用的な観光 a b c d</p> <p>a~d個々の個性・嗜好に刺さる観光</p> 	 <p>[赤西溪谷のセラピーバイク（宍粟市）]</p>  <p>[神鍋溶岩流ラートレッキング（豊岡市）]</p>
--	---

イ 観光を通じて地域が好循環する エコシステムの構築

施策例

- ・観光人材の育成・確保
- ・ストレスフリーな周遊を実現する交通アクセスの充実
- ・多様な旅行者への対応
- ・地域資源の保全と活用



(写真)次世代を担う中核観光人材育成事業
フィールドワークの様子

ウ 誘客契機を捉えた戦略的 プロモーションの展開

施策例

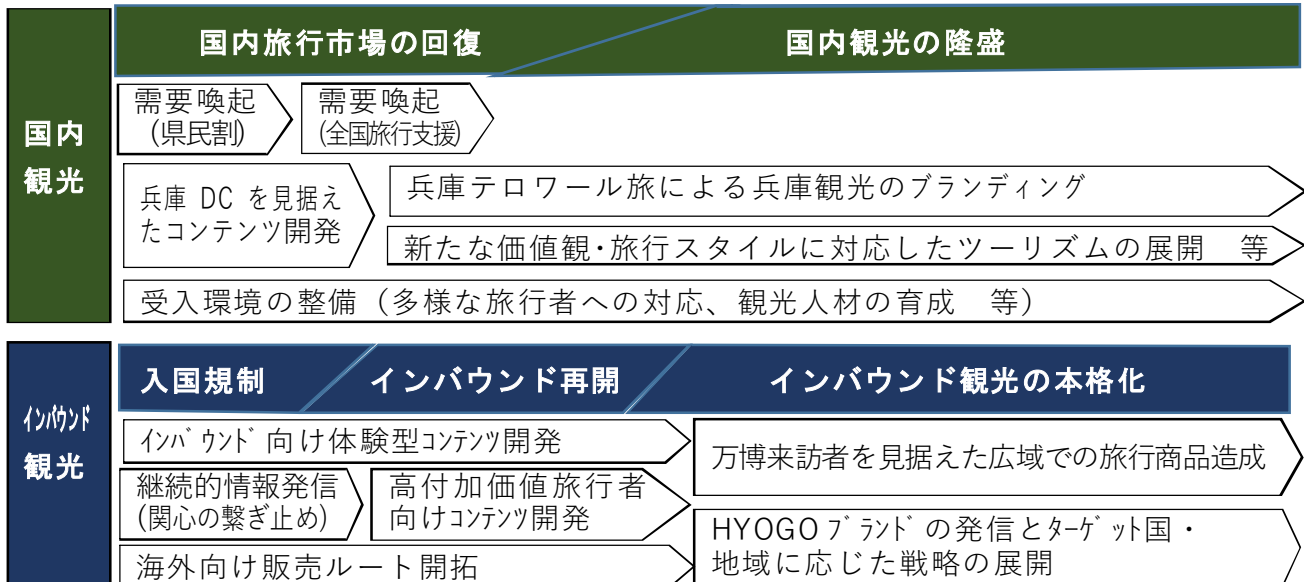
- ・広域圏の活用と圏域内プレゼンスの発揮、国内観光の活性化
- ・ターゲットを定めたインバウンド誘客

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ため
ターゲットに定めないが、継続的に情報発信

【ひょうご新観光戦略（素案）のロードマップ】

2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027
	プレDC (7~9月)	兵庫DC (7~9月)	アフター DC	大阪・ 関西万博 (4~10月)		WMG



2 地域の魅力を活かした新たな観光モデルの創出

(1) 兵庫テロワール旅の受入環境の充実

① 兵庫デスティネーションキャンペーンの展開

【令和4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「2023兵庫デスティネーションキャンペーン(令和5年7月～9月)」に向け、プレキャンペーンや旅行商談会「全国宣伝販売促進会議」等を開催した。

[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のこと



ア プレキャンペーン (令和4年7月～9月) の開催

【実施内容】

① 期間中の宿泊者数

- ・目標：390万人
- ・実績：104万人(7月)、131万人(8月)

② オープニング式典

- ・7/1観光列車「WEST EXPRESS 銀河」出発式



(写真) 出発式

③ 観光列車 & 観光クルーザー

名称	期間	本数	乗車(船)数
WEST EXPRESS 銀河(大阪～城崎温泉)	7/1～7/3	3往復・6本	約370人
うみやまむすび(城崎温泉～餘部)	7/2～9/20	14本	約280人
兵庫テロワール旅号(姫路～浜坂)	9/3～9/4	1往復・2本	約180人
シースピカ(中突堤～交流の翼港)	7/1～7/3	10本	約540人
boh boh KOBE号(中突堤～交流の翼港)	7/9	2本	約190人

④ コンテンツ (旅行商品)

- ・旅行商品向けコンテンツ開発数 43コンテンツ
- ・上記コンテンツの入込者数 約13,000人
- ・「テロワールなお宿」プラン販売 約5,300人泊



(写真) 「Le Terroir du Terroir」チラシ

⑤ 周遊促進

- ・スタンプラリー「Le Terroir du Terroir」全10コース 約3,700人参加

⑥ プロモーション

- ・メインビジュアル動画 約150万回再生
- ・県観光サイトアクセス数 約50万PV/月



(写真) HYOGO JAPAN in 8k

⑦ 事業者連携

- ・兵庫プレDC特製弁当の販売 約16,000個



(写真)「ひょうご日和」(画像提供:(株)淡路屋)



(写真)「ひょうご玉手箱」(画像提供:まねき食品(株))

イ 全国宣伝販売促進会議の開催

全国の旅行会社等を対象に、兵庫の魅力ある観光素材コンテンツやDC期間中の取組を紹介し、旅行商品の造成につなげるための商談会を開催した。

- ・日 時：令和4年9月26日
- ・参加者数：約340人



(写真) 観光プレゼンテーション



(写真) 地域の PR ブース



(写真) 観光素材集

ウ エクスカーション【体験型見学会】の実施

全国宣伝販売促進会議の翌日から、旅行会社の商品造成担当者が兵庫五国の観光素材コンテンツを実際に体験するツアーを開催した。

- ・参加者数：約90人

地域	主な訪問先とコンテンツ
摂津	<ul style="list-style-type: none"> ・老祥記「豚饅頭発祥の店で美味しさの秘密を探る」 ・西宮神社「宮司が案内する境内福めぐり」
播磨	<ul style="list-style-type: none"> ・明石浦漁協「美味しさの秘密を覗く・明石昼網鮎ツアー」 ・山田錦の館「山田錦を味わい尽くす、究極のテロワール旅」
但馬	<ul style="list-style-type: none"> ・城崎麦わら細工伝承館「伝統工芸品 麦わら細工体験」 ・但馬牧場公園「但馬牛の魅力伝える 希少部位を食べ比べ」
丹波	<ul style="list-style-type: none"> ・丹波たぶち農場「『丹波の黒豆』生産農家ファームツアー」 ・西山酒造場「日本酒と丹波食材のペアリングを蔵人がご案内」
淡路	<ul style="list-style-type: none"> ・明石海峡大橋「主塔塔頂体験」 ・淡路人形座「人形浄瑠璃鑑賞とバックステージツアー」



(写真) エクスカーションの様子

エ 本キャンペーン（令和5年7月～9月）に向けた展開

兵庫DC推進協議会総会を開催する（令和5年2月予定）。

〔本キャンペーンでの取組〕

- ① 観光列車
 - ・「WEST EXPRESS 銀河」など県内周遊を促す観光列車の運行
- ② 旅行造成
 - ・プレDCを踏まえたコンテンツの磨き上げ
 - ・旅行商品販売（旅行会社提案（R5.2））
- ③ 周遊促進
 - ・JR全県周遊切符・バス・レンタカーがセットになった割引乗車券の開発
- ④ 事業者連携
 - ・参画事業者の募集、大学生との特製弁当の開発等

② 高付加価値の体験・滞在型コンテンツの開発

ア 周遊・滞在促進に向けた体験型コンテンツの開発とネットワーク化

【令和4年度当初 30,230千円】

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コンテンツ開発、国内外旅行会社による旅行商品化・販売促進を展開する。

【重点的な募集・支援対象となるテーマ】

重点テーマ	概要
9つの日本遺産	日本遺産ストーリーの現地で今・昔を巡る「歴史体験」滞在
御食国ひょうご	食材を核に産地の風土を味わい生産者と交流する「食文化」滞在
芸術・文化体験	芸術文化の「鑑賞・体験」滞在
地場産業体験	各地域で育ち、伝承されてきた地場産業の「ものづくり体験」
大阪湾など海上観光	クルーズ・カヌー等、瀬戸内海及び日本海における体験

(7) 観光地の体験コンテンツ開発に対する支援

観光庁補助金を活用し、県内各地の観光協会・民間事業者等から地域資源を活かした体験コンテンツを募集し、ひょうご観光本部とともに磨き上げを行う。

- ・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
- ③販売に向けた商談会用観光素材集の作成

【実施内容】

2023年デスティネーションキャンペーン、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開発

《採択コンテンツ例》

- ・酒米の王様「山田錦」づくしの「ぐいのみ」作り体験
- ・十二世江崎欽次郎による「能」体験
- ・江戸っ子に親しまれたジャパンプルーの藍染体験
「播州山崎藍染織」
- ・菰樽づくり体験
- ・大正15年創業の糰専門店 井戸糰店で味噌作り体験
- ・火を操り、名刀に命吹き込む刀鍛冶の技
桔梗隼光鍛刀場で小刀づくり体験
- ・かばん工房 遊鞆で小物製作体験



(写真)「ぐいのみ」作り体験



(写真)「能」体験

(参考) 3年間のコンテンツ開発件数

令和2年度	令和3年度	令和4年度	合計
49件	32件	22件(予定)	103件(予定)

(イ) 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 プレミアム：1,000千円、スタンダード：500千円
- ・補助率 プレミアム：2/3 (※)、スタンダード：1/2
※重点テーマに該当する申請から審査にて選定

(ウ) 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おいて、体験コンテンツを組み合わせたツアー商品化、販売・プロモーションを促進する。

- ・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
※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4年10月13・14日、11月29・30日、12月7・8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4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。また、就航地連携観光サミットを開催する。

[実施内容]

① 青森県との相互誘客

青森県観光連盟と連携し、アンバサダーの相互送客を実施、コロナ収束後の観光需要復活に向け、両県の観光情報を発信

アンバサダー登録実績数 9,681名 (R4.10 現在)

② 茨城県、長野県との連携

茨城県 (茨城空港) 及び長野県 (松本空港) との連携を開始、観光アンバサダー募集のPRイベント等を実施

③ 新規連携先の開拓

神戸空港就航先の新潟県との連携に向け調整中

④ 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 (R5.2 予定)



(写真)観光アンバサダーによる発信情報

ウ ふるさと桜つつみ回廊プロジェクト

【令和4年度当初 3,565千円】

瀬戸内海と日本海を県民が植樹した5万本の桜で結ぶ「ふるさと桜つつみ回廊」を体験型の観光コンテンツとして活用するため、現地調査やモデルルートのストーリー構築等を行う。

[主な内容]

① 回廊ルートの現地調査

観光資源及び道路状況等の調査のため、桜開花、新緑、紅葉の3シーズンで実施

実施時期：令和4年6月10・16日、10月20・27日、令和5年3月(予定)

実施場所：阪神・但馬・丹波地域



(写真) 夙川の調査 (R4.6)



(写真) 城崎温泉の調査 (R4.6)



(写真) 水別れ公園の調査 (R4.10)

② 植樹当時を知る地元県民への聞き取り調査

観光コンテンツに向けたストーリー構築のため、植樹当時を知る地元県民への聞き取りを実施

エ ひょうごロケ支援 Net の推進

【令和4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：50団体(R4.9月末) 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2年	1	6	37	44
令和3年	5	4	5	14
令和4年 (9月末)	2	4	3	9
合 計 (H18年～)	78	76	324	478



(写真) R3NHK連続テレビ小説
『カムカムエヴリバディ』
ロケ地：兵庫県立有馬富士公園
(三田市)

(2) 持続可能な観光産業の振興

① ユニバーサルツーリズムの展開 【令和4年度当初 12,898千円】

高齢者や障害者等が家族や友人と一緒に旅行を楽しむことができる持続可能性・包摂性に対応した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。

ア ユニバーサルツーリズム相談コンシェルジュの育成

芸術文化観光専門職大学と連携し、旅行者や観光事業者からの相談に応じて、ユニバーサルツーリズムの企画調整を行う人材を育成する。

- ・実施時期：令和4年8月～令和5年3月
- ・受講人数：20名
- ・対象者：宿泊施設、旅行業者、観光協会、地域のUT拠点等

日程	講座内容	場所
8/25	開講式、座学(UT概論、自然体験型・都市型UT)	神戸
9/9	実務講習(アウトドア用車いす取扱体験)	但馬
10/7	座学(障害当事者ニーズ、ユニバーサルデザイン)	神戸
10/27	ワークショップ(モニターツアー企画・検討)	神戸
(R5)1/31	モニターツアー実施	丹波
(R5)2~3	講座振り返り、閉講式	神戸



(写真) 竹野海岸での実務講習



(写真) 車いすの取扱説明

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(県内5地域で各2回(初級編、中級編))
- ・実施時期：令和4年8月～12月

ウ ユニバーサルツーリズムモニターツアーの実施

ユニバーサルツーリズムの内容をマスコミや旅行会社等にPRするため、障害種別に応じたモニターツアーを実施する。

テーマ	障害種別	日程	主な内容
①クルーズ	視覚障害	9/26	神戸港クルーズ体験
②温泉・歴史	知的障害	12/16	姫路地域での温泉体験等
③産地体験	聴覚障害	(R5)1/31	丹波地域での陶芸体験等
④自然体験	身体障害	調整中	但馬地域での自然体験等



(写真) 視覚障害者向けモニターツアー

エ 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4年7月4日
- ・実施方法：オンライン形式
- ・参加者数：79名

[セミナー内容]

【講演1】ユニバーサルツーリズム推進の意義と取組のポイント

株式会社 JTB 総合研究所 主任研究員 勝野 裕子 氏

【講演2】冒険の意味 ～ユニバーサルツーリズムの可能性～

慶應義塾大学 特任准教授 三浦 豪太 氏

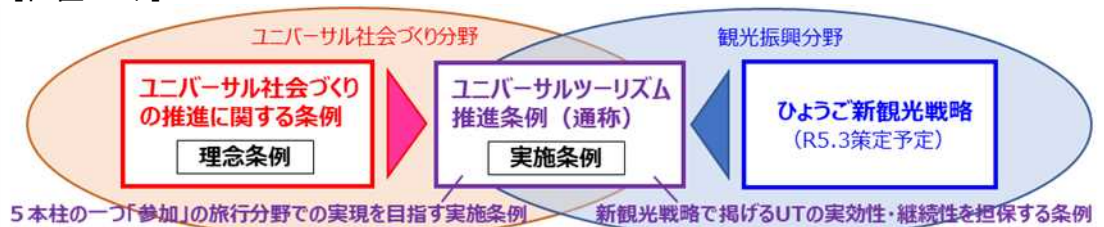
【講演3】心のバリアフリーで叶えた 平日集客・採用・ブランディング

伊香保温泉・ホテル松本楼 若女将 松本 由起 氏

オ 条例の検討

ユニバーサルツーリズムの推進に関する理解促進・機運醸成を図るとともに、ユニバーサルツーリズム推進に係る制度や施策の信頼性・実効性・継続性を担保するため、ユニバーサルツーリズム推進条例（通称）の制定を検討する。

[位置づけ]



[条例骨子案]

- ・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す。
- ・高齢者、障害者、乳幼児を同伴する人その他の移動や宿泊に困難を伴う人が、行きたいところに旅行できる環境を整備する。

<p>目指すべき姿</p>	<p>○行きたいところに旅行できる環境の整備 高齢者、障害者、乳幼児を同伴する者など移動や宿泊に困難を伴う者が行きたいところに旅行できる環境を、家族や友人と一緒に旅行を楽しむことができる観光地域づくりを通じて整備</p>
<p>取組の方向性</p>	<p>○受入体制の充実 サービス提供の一元化や接遇向上等により受入体制を充実 ○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 ○機運醸成 行きたいところに旅行できる環境の整備に向けた機運醸成</p>

② 「観光×特産品」のプロモーション

ア 観光・特産品の首都圏プロモーション【令和4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3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：(R4)7/15～(R5)1/31

商 品：淡路島線香、播州三木打刃物等、工芸品中心



②店 舗：いい日になりますように（帝国ホテル1F）

期 間：(R4)7/15～(R5)1/31

商 品：丹波篠山茶、仙霊茶等のお茶、出石焼の茶器等



③店 舗：Sustaina Station DaiDai（有楽町）

期 間：(R4)7/15～8/5、9/5～9/23、11/1～11/18、
(R5)1/4～20

商 品：丹波黒大豆加工品、揖保乃糸中華麺等



【商品例】 播州織

西脇市周辺では、温暖な気候と豊富な水源を活かし、江戸中期より綿花栽培が盛んであった。染め上がった糸で柄を織る「先染織物」を用いることで、自然な風合い、豊かな色彩、素晴らしい肌触りに仕上がる。



品名：cotton silk flannel 刈ガウ
価格(税込)：19,800円

【体験ツアー】

北播磨ものづくり体験ツアー



播州織の工房見学・縫製体験や三木金物の「かんな」職人の指導によるマイ箸づくり等を体験。

【進捗状況（R4.10.14時点）】

①販売状況

ア 売 上：3店舗合計で約300万円

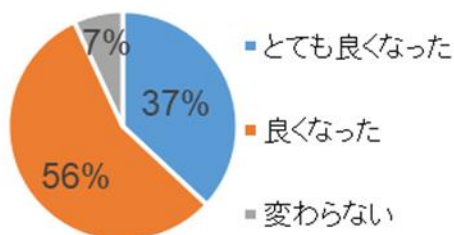
※ 購入客単価は6,400円（THE COVER NIPPON工芸品のみ）

イ 購入者：約1,000人

ウ 売れ筋例：淡路線香、焼物（丹波立杭焼・出石焼）、有馬籠、真珠、丹波黒大豆加工品、揖保乃糸中華麺

②アンケート回答状況

【兵庫のイメージ】



〔93%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】



〔92%が「とても行ってみたい」「行ってみたい」と回答〕

イ 観光特産品ブランドの構築

【令和4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(H24～R3) 699商品(食品597、工芸品等102)

※R3年度より選定から5年経過毎に登録内容を更新する登録更新制度を導入
[R4年度]

- ・募集期間：令和4年8月2日～9月30日
- ・選定委員会： 〃 11月2日
- ・内覧即売会：令和5年3月中
- ・R3年度選定商品(一部)：



(参考)五つ星ひょうごロゴ



(写真)酒粕バタークッキー



(写真)播州織 加西てぬぐい



(写真)朝倉さんしよ海苔

(イ) 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

- ・兵庫デスティネーションキャンペーン全国販売促進会議
(令和4年9月26日、49社出展)
- ・Food Style kansai への出展
(令和5年1月25・26日、13社出展予定)
- ・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5年2月15～17日予定、24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)ストアマッチ広告

- ※ユーザーが検索したカテゴリに合わせ、商品を優先的に掲出
- ・広告表示回数：509,141回(R4.10末時点)

(b) 販売会

- ・神戸阪急でのフェア開催(令和4年6月1～6日、20社出展)
- ・イオン神戸南店でのフェア開催(令和4年9月16～19日、25社出展)
- ・神戸空港での販売(令和4年10月1日・2日、1社出展)

ウ ひょうごふるさと館の運営

【令和4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。



(写真)リニューアルした「ひょうごふるさと館」

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8月17日～9月26日まで仮設店舗で営業、10月5日リニューアルオープン

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4年度 (R4.10末時点)	令和3年度	令和2年度
ひょうごふるさと館	95,273千円	136,804千円	154,277千円
ネットショップ (Yahoo!ショッピング)	5,974千円	12,770千円	15,472千円

(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

- ・特別観光船クルーズ「シースピカ」販売会 (7月1～3日、7社出展)
- ・ALL HAT ひょうご防災フェスタ (ぼうさいこくたい2022関連イベント)
(10月22～23日、2社出展)
- ・兵庫津 JAZZ LIVE&兵庫五国マルシェ (10月23日、17社出展)
- ・全国豊かな海づくりフェスタ2022 (県立明石公園内)
(11月12～13日、12社出展予定)

エ 「INFORMATION ひょうご・関西」（伊丹空港）の運営

【令和4年度当初 13,194千円】

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）

(4) 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



(写真)「INFORMATIONひょうご・関西」正面入口

[来場者数]135,672人（H30.4～R4.9月末）

③ 旅行業法の施行

【令和4年度当初 134千円】

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 (R4.10末)	取扱区分等					
		企画旅行(募集型)		企画旅行(受注型)		手配旅行	
		海外	国内	海外	国内	海外	国内
第2種旅行業	65	×	○	○	○	○	○
第3種旅行業	156	×	○※	○	○	○	○
地域限定旅行業	16	×	○※	×	○※	×	○※
旅行業者代理業	19	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	36	旅行業者から依頼受けて行う運送・宿泊サービス等の手配に限定					
	292						

※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等に限る。

〔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

3 大阪・関西万博を見据えたインバウンド誘客

(1) 新たな海外誘客を目指したツーリズムの創出

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造成講座)

サイクリングツアーを造成・販売するために、「サイクリングツーリズム造成講座」を開催し、参加事業者のなかから、モデル事業者を選定し、早期収益化を目指す事業を実施した。

① ワークショップ

令和4年8月30日 丹波(丹波篠山市内) 10名(実技)

令和4年9月8日 神戸市(三宮)+オンライン 18名(座学)

② サイクルツーリズムの早期収益化に向けた支援事業

対象事業者：3事業者(丹波サイクリング協会、サンヨウアウトドアエクスペリエンス協議会、CYCLISM AWAJI)

事業内容：サイクリングコースのブラッシュアップ、(写真)講座募集のチラシPR動画撮影、OTAサイトへの掲載及び販売、サイクルイベントへの出展等



② 欧州・豪州向けゴルフツーリズムの造成・販売促進

【令和4年度当初 3,000千円】

質・量ともに国内有数のゴルフ場を有する強みを活かし、県内ゴルフ場を中心に体験コンテンツを組み合わせた旅行商品の販売に取り組んだ。

・実施内容 ファムトリップ、WEBサイトによる情報発信

【実施内容】(ゴルフツーリズムファムトリップ・商談会)

県内各地のゴルフ場と観光コンテンツを組み合わせたゴルフツーリズム商品の販売を促進するため、海外のゴルフツーリズム専門の旅行会社等を招聘するファムトリップ等を実施した。

<ファムトリップ概要>

日時：令和4年10月2日～7日 商談会：令和4年10月4日

参加者(国名)：3社(スイス、タイ、ベトナム)



(写真)ファムトリップ

③ 水上交通観光圏の形成

【令和4年度当初 18,261千円】

兵庫・大阪連携による大阪・関西万博を見据えた水上交通観光圏の形成のため、水上交通を利用したインバウンド向け観光モデルツアーを実施した。

〔実施内容〕

・実施時期: 令和4年10月11日～14日

・行程:

1日目	神戸空港⇒[ヘリ]姫路城・竹田城を上空から見学⇒淡路
2日目	淡路⇒[クルーズ船]⇒西宮（西宮神社等）⇒[車]⇒神戸
3日目	神戸空港⇒[ヘリ]⇒加西（山田錦を味わう旅）⇒[車]⇒有馬
4日目	有馬・六甲山等⇒[車]⇒西宮⇒[クルーズ船]⇒大阪北港

・参加者: 高付加価値旅行層対象の旅行会社3社



(写真) 安藤忠雄設計茶室で茶の湯体験



(写真)
山田錦を味わう旅・
三宅酒造での日本酒
試飲体験

(2) インバウンド再開を見据えた海外プロモーション

① 海外プロモーションの展開

【令和4年度当初 40,000千円】

ア 訪日高付加価値旅行者向けヘリコプター活用コンテンツの開発

移動時間の大幅な短縮とプレミアムな飛行体験が提供できるヘリコプターを活用した訪日高付加価値旅行者向けの体験型ツアーの造成を行い旅行者の訪問が困難だった観光資源への誘客及び周辺地域との周遊ネットワークの構築を図る。

〔実施内容〕 観光庁『「地方における高付加価値なインバウンド観光地づくり」モデル観光地選定事業』に申請 (R4.10)

ひょうご観光本部が中心となり、神戸空港をハブに県内外の観光資源をヘリでつなぐことで新たな価値を創出し、本物の体験を重視する層へ訴求



(写真) チャーターヘリ

イ アジア市場レンタカー事業

県内をエリアとするDMOと連携し、アジア市場向けに、レンタカーを活用した広域周遊商品の造成及びプロモーションを実施する。

- ・ターゲット：台湾、シンガポール、タイ

ウ 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の対応やFacebook等のSNSを活用したプロモーション、海外旅行エージェント等による県内招聘取材のアテンド等を実施する。

- ・配置人数 4人(英語、中国語、韓国語、フランス語)
- ・SNS 発信件数 [R3年度] 1,419件
[R4年度] 338件(9月末現在)

・発信例

Facebookにて日本語、英語、中国語、韓国語、フランス語で発信



(写真) Facebook 情報発信

エ 中国向けオンラインプロモーション事業

国別訪問者数が最大の中国市場に対し、「WeChat」「Weibo」を活用したオンラインプロモーションを実施する。

- ・実施内容 オリジナル記事の制作・配信、バナー広告を活用したPR

[実施内容]

兵庫県公式アカウントのフォロワー数 (R4.9 末時点)

Wechat : 22,635 人、Weibo : 47,426 人

オ 地域の魅力に精通した観光ガイドの強化・育成事業

全国通訳案内士等を対象に地域のストーリーや魅力を伝える旅のプランづくりに取り組む研修を実施するとともに、修了生「ヒトタビHYOGOガイド」が活躍できる仕組みを構築する。

[実施内容] モニターツアーの実施

たつの市、丹波篠山市で、外国人モニターを対象に本事業の研修修了者をガイドとしたモニターツアーを実施



(写真) たつの市



(写真) 丹波篠山市

開催地	テーマ	参加者
たつの市	和食のヒミツ探検@うすくち醤油の源流・龍野～醤油蔵訪問とみそ玉作り	外国人モニター 修了生 等
丹波篠山市	古くて新しい、今に生きる丹波篠山の田舎暮らしの伝統～『デカンショ節』で唄い継がれる記憶	外国人モニター 修了生 等

② 外国人観光客向け安心情報のワンストップ提供

【令和4年度9月補正 5,000千円】

外国人観光客（FIT）の訪日再開にあたり、発熱等の体調不良時に多言語で診療可能な医療機関や各種相談窓口等の情報をワンストップで提供する多言語ポータルサイトを開設する。

[実施内容]

①各種情報アクセス先の相談窓口
外国人旅行者向けコールセンター

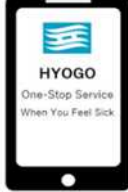
②発熱等の体調不良時

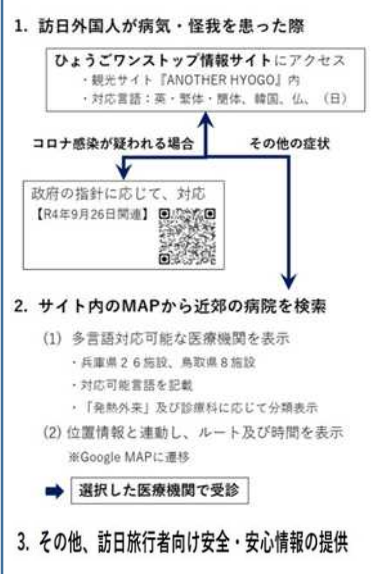
ア 多言語によるコロナ各種電話相談窓口
(感染症対策課)

イ 多言語対応可能な県内医療機関の情報と
マップ表示(スマホ対応)

※位置情報と連携したルート・時間を表示

③安心な旅行のルール情報





(写真) WEB サイトイメージ

③ せとうちDMOへの参画

【令和4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]

- ・オウンドメディア「SETOUCHI REFLECTION TRIP」による多言語情報発信、「瀬戸内Finder」による国内向け情報発信
(欧米豪メディア掲載実績11件、機構所有SNS (Instagram、Facebook) 16件)
- ・現地エージェンシーを活用した海外市場別プロモーション
- ・瀬戸内の魅力(クルーズ・食・サイクリング・アート等)を活かした観光商品の造成
(国内向け体験コンテンツ：13件、国内向け旅行商品：1件)



← (写真) 国内向け体験コンテンツ
【姫路サイクリング】姫路城下町をめぐる！e-bikeサイクリングツアー



(写真) 瀬戸内 Finder (赤穂市) →

4 次世代の観光人材の育成

(1) 観光地・観光産業を支える人材の育成・確保【令和4年度当初 11,200千円】

① 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や観光事業者向けのセミナーを開催した。

ア 観光事業者等向けセミナー

- ・実施時期：令和4年6月29日
- ・対象者：DMO・観光協会、宿泊施設、旅行会社、行政関係、学生等
- ・実施場所：ホテルクラウンパレス神戸
- ・参加人数：83名

[実施内容]




- ・テーマ：「訪れる価値を生み出すまちづくり・人づくり」
登壇者：芸術文化観光専門職大学学長 平田 オリザ
ひょうご観光本部ツーリズムプロデューサー 古田 菜穂子 氏
- ・テーマ：「ポストコロナの着地型観光を考える」
登壇者：ファシリテーター
芸術文化観光専門職大学客員教授 高橋 一夫 氏
パネラー
(一社)豊岡観光イノベーション 経営企画部長 石本 颯一 氏
(株)八幡平DMO 代表取締役CEO 畑 めい子 氏
(株)インプリージョン プロデューサー 森 なおみ 氏

② 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：13大学28名
- ・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	
9月5～6日	[赤穂フィールドワーク] 旧城下町や港町に残る歴史と伝統、「赤穂緞通」の手織りや塩作りを体験	
9月13日～14日	[丹波篠山・里山アカデミー] 林業・農業・狩猟等々の体験学習と講義に古民家ゲストハウス宿泊を組み合わせた里山を舞台とする地域づくりの現場を訪問	
10月15日～16日	[加西フィールドワーク] 鶴野飛行場を中心に当時の人々の心情をツアーに落とし込んだ劇場型周遊観光を体験	

③ 観光産業の人材確保・育成

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]

- ・若年層をターゲットに、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」の広告等を実施



(写真)ショートムービー「旅館は魔法で溢れている」

(2) ひょうご観光本部の体制整備 【令和4年度当初 21,000千円】

① CMO・CFOの設置

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4月から設置し、県全体での観光地域づくりを推進する。

氏名	経歴・取組
【CMO】 江藤 誠晃 氏	<ul style="list-style-type: none"> ・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 ・全国高等学校対象の観光教育プログラム「観光甲子園」の統括プロデューサーを務めるなど観光人材育成にも実績
【CFO】 清谷 慎一郎 氏	<ul style="list-style-type: none"> ・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 ・出身金融機関と協同し、県内市町や観光事業者へ観光庁等補助金を活用した観光振興策を提案

② ツーリズムプロデューサーの設置

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。

氏名	経歴・取組
【ツーリズムプロデューサー】 古田 菜穂子 氏	<ul style="list-style-type: none"> ・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。兵庫県立大学大学院特任教授 ・新たな観光資源となりうる地域資源の募集から選考、現地を訪問しての助言・指導を一貫して実施。官民が一体となった取組により、国内外に訴求する観光コンテンツを開発