

1 指標について

| 意見要旨 | 対応（資料2 戦略案への反映箇所） |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> ・ 数値目標の考え方はよいが、数値はもう少し高みを目指してもよい。 ・ 長期滞在を目指す上で、県外からの誘客に注力すべき。 | <p>(P49) 重点業績評価指標</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 旅の高付加価値化・長期滞在化を強力に推進することを明確にするため、平均泊数を全国平均 1.34 泊並ではなく、より高みとなる全国上位 3 都府県並の平均泊数 1.5 泊を設定するとともに、消費単価・消費額・宿泊者数も連動して上方修正。 |
| <ul style="list-style-type: none"> ・ モニタリング指標について、SDGs 宣言事業者数の増加や、そのうち観光や伝統産業、脱炭素宣言の事業者数の増加を捕捉してはどうか。 ・ 文化のモニタリング指標はガイドの数ではなく、公民館での社会教育、地理や歴史の講座の受講者数まで広げてはどうか。 | <p>(P51) モニタリング指標</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 「SDGs 推進に取り組む観光事業者数」と「JSTS-D の活用等持続可能な観光に取り組む市町・DMO 等の割合」をモニタリング指標として採用。 ・ 公民館での社会教育、地理や歴史の講座の受講者数については補足方法に課題があるため、文化のモニタリング指標は地域で伝統芸能・文化が受け継がれていると思う人の割合と文化資源の魅力に精通したガイドの育成数としたい。 |

2 ひょうご新観光戦略の県民への浸透（インナーブランディング）

| 意見要旨 | 対応（資料2 戦略案への反映箇所） |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> ・ 観光という概念が幅広くなっている。県民に我が事と認識してもらえるような位置づけにしていきたい。 ・ 兵庫をブランディングしていくうえで、観光産業のみが関わるのではなく、地域の良さを住民と一緒に感じて楽しんでいく仕組みが必要。 | <p>(P71) ①観光振興が地域にもたらす意義に対する県民・事業者の理解浸透</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 「(イ) 地元の魅力を発信する県民参加型の取組を通じ、意識浸透を図る」と記載。 |

| | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> SDGs を前面に出すのであれば、冊子など読み手に即した公表方法を採用するなど、誰ひとり取り残さず見てもらえるような工夫が必要。 観光振興による経済効果の側面に偏った戦略になると、文言によっては観光客の誤解を招くため、柔らかい表現を意識する必要がある。 | <p>(P71) ①観光振興が地域にもたらす意義に対する県民・事業者の理解浸透</p> <ul style="list-style-type: none"> 「(ア)本戦略の意義・趣旨について、読み手に伝わる工夫を講じながら県民向けに発信する」と記載。 |
| <ul style="list-style-type: none"> 県内や近隣府県の方に定年退職祝い等の特別な日に但馬や淡路で宿泊してもらうなど、県民の家族旅行を大切にするとよい。地元の方に使っていただくことは豊かな県民性にも繋がる。 | <p>(P71) ①観光振興が地域にもたらす意義に対する県民・事業者の理解浸透</p> <ul style="list-style-type: none"> 「(ウ)多様な地域を有する特性を活かし、県民による県内旅行を通じた地元の魅力の再発見に繋げていく」と記載。 |

3 SDGs への対応関連

| 意見要旨 | 対応（資料2 戦略案への反映箇所） |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> 高付加価値やモダンラグジュアリーなどの質の高い観光では、サステナビリティが求められる。兵庫テロワール旅により伝統産業と地域のサステナビリティを結びつけていくといった方向性が必要。 豊岡市、南あわじ市のようにサステナブルツーリズムを重視する地域も踏まえ、農業、水産業、畜産業等を活かしながら、海や陸の豊かさの実現にもつながる本物志向の観光を作ることが重要。あわせて、オーガニック・減農薬の取組をベジタリアンやビーガンにも対応すると広がりがある。 サステナビリティの見える化という視点からは、共通ロゴなど独自の宣言をしていくことも重要。 | <p>(P53) ①兵庫テロワール旅の深化</p> <ul style="list-style-type: none"> 「(エ)個々のコンテンツの磨き上げにあたり、サステナビリティに資する取組が見える化の上、サステナブルツーリズムが実現できる兵庫を確立する」と記載。 「県内企業の SDGs 取組の宣言登録や認証を行い、取組企業へインセンティブを付与」と記載。 R4～実施している SDGS 推進宣言事業では、観光分野でも参画する事業者が台頭しており、まずはこの制度の活用を図っていく（宣言事業者の取組例：地域食材の活用・地元雇用の促進、プラスチックアメニティの削減、フードロス3010 運動の呼びかけ等） |
| <ul style="list-style-type: none"> 宿泊施設を含めた観光施設は、地震や風水害に弱く、対策が不十分。BCP の策定はもちろんだが、災害に強い施設に向けた改修や指導の促進が重要。 | <p>(P70) ③安全安心な滞在の提供</p> <ul style="list-style-type: none"> 「観光事業者への事業継続計画（BCP）の策定促進やハート支援に対する国補助制度の活用促進」と記載 |

4 古民家等の地域資源の利活用

| 意見要旨 | 対応（資料2戦略案への反映箇所） |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>(古民家、空き家活用)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 空き家を活用する体制は持続可能なまちづくりという観点からも重要。 | <p>(P55) ③高付加価値旅行者へ対応した商品の創出</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 「(エ) 古民家等の歴史資源を活用し、上質な滞在を提供する」と記載し、P56 主な取組に「古民家等の宿泊施設と地域コンテンツを活用したモデルツアーの造成」と記載 |
| <ul style="list-style-type: none"> ・ 空き家のなかには、宿泊転用できる価値のないものも多くあるのが実情。人材不足の解消のため、企業による社宅寮の改修や整備を推進してはどうか。 ・ 兵庫県には 36 万戸空き家があるが、観光利用できるのは 1,000 戸程度。流通産業を支える不動産業が充実しないと、観光利用は進まない。 | <p>(P57) ④剣山型観光の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 「(ウ) 土地利用に関する法律について規制の趣旨に即した範囲で活用・流通に向けた取組に対応するなど柔軟な運用を図るとともに、空家活用特区制度による規制緩和措置等を通じ、空き家等の活用を促進する」と記載 |
| <ul style="list-style-type: none"> ・ 古民家一棟借りは従来の余暇型ではなく、学ぶように旅をする新たな修学旅行スタイルのヒントになるなど教育の観点を組み入れることも、マーケットの獲得に寄与。 | <p>(P63) ③ SDGs に対応した教育旅行コンテンツの充実</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 「(ア) 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 SDG s 思考での探究型コンテンツの充実を図る」と記載 |
| <p>(耕作放棄地)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 耕作放棄地を活用して飲食店や宿泊施設を作り改めて景観を再構築していく取組を盛り込めば、剣山型観光の一つに繋がる。 ・ 農地法の改正（農業経営基盤強化促進法等の一部を改正する法律（R4 年 5 月法律第 56 号））に伴う所有権移転の下限面積要件の撤廃など流動化を促進する動きがある。耕作放棄地のうち耕作地としての利用価値の低い箇所を観光でも利活用するなどの方向性を盛り込めればよい。 ・ 耕作放棄地の利活用はソーラーパネルへの転用も多いのが現状。景観活用、災害対策の点を考えると、密植となっている放棄林の問題にも留意が必要。 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 耕作放棄地を含め農地はあくまで農地としての利活用を基本としながら種々の振興策が講じられるとともに転用規制制度の運用が図られているところ、観光での利活用を前提とした記述は難しい。 |

| | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>(景観)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 各地域の景観条例では、制定後見直しがされていない事例もある。観光の立場から、定期的に景観条例の見直しを求めているかどうか。 ・ 無秩序な剪定や放置された街路樹により景観を阻害するケースがあるため、観光の立場から街路樹の管理や整備のあり方を描いていくべき。 ・ 香川県屋島の事例のように国立公園等の法律が観光に対して緩和の方向に動いている例もあり、大きな枠組みのなかで景観を整備してはどうか。 | <p>(P72) ③地域資源の保全・活用</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 「景観条例に基づき、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」と記載。 |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

5 ビジネス旅行について

| 意見要旨 | 対応（資料2 戦略案への反映箇所） |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> ・ ビジネス旅行に関する施策がワーケーションだけでは厚みに欠ける。ビジネス出張を増やすために、MICE の誘致にあたり重要な存在である神戸市との連携が欠かせない。 | <p>(P63-64) ④ワーケーション、多様な MICE 需要への対応等ビジネス層の取込</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 「(イ)万博を契機に来訪するビジネス層の取込を図る」と記載し、主な取組に「インセンティブツアーを取り扱う旅行会社や企業へのプロモーション」と記載 ・ 「(ウ)MICE 基盤（神戸国際展示場、アクリエひめじ、淡路夢舞台国際会議場）を活かした MICE 誘致を推進する」と記載 |

6 インバウンド戦略

| 意見要旨 | 対応（資料2 戦略案への反映箇所） |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> インバウンドの戦略は国内と異なり、兵庫県に留まらない広域的なネットワークとルートづくりをしっかりと戦略に盛り込むべき。来年度の兵庫デステイネーションキャンペーンも活かし、観光客の実績や流れを把握するなどPDCAに反映して取り組むべき。 | <p>(P74) ①広域連携によるコンテンツ開発・プロモーション</p> <ul style="list-style-type: none"> 「(ア)旅行者が広域に動く動機付けとなるアート、音楽、偉人などの特定テーマに対応した観光地やコンテンツと広域に連携し、発信する。 「(ウ) 関西、せとうち等の府県域を超えたマーケティングエリアを有する広域連携DMOの取組を通じ、兵庫県のプレゼンスを発揮する」と記載。 <p>(P86) 地域連携DMO（ひょうご観光本部）の役割</p> <ul style="list-style-type: none"> 「成果を関係者と共有しながら、PDCAサイクルに基づく事業運営を行う」と記載 |
| <ul style="list-style-type: none"> ベトナムは経済的にタイに追いつく等コロナの数年間だけで海外の経済状況は大きく変化する。過去の実績だけで5年間のターゲットを決めるのは限界があるのではないか。 インバウンドのターゲットは国別よりも、所得階層や年齢別での分け方も必要。 | <p>(P81) ターゲット国・地域の分類</p> <ul style="list-style-type: none"> 所得階層や年齢別のターゲット層の設定にあたっては、民間調査会社等の多様なデータ収集が必要となる。まずは観光庁やJNTO等が保有するデータを最大限活用の上、ターゲット国を設定している。 <p>例：保有資産100万\$以上の人数の分布や若年層におけるモダンラグジュアリー志向の高まり等を勘案し、米国を重要ターゲットに設定（観光庁・JNTO資料より）</p> <p>なお、2025年までの当面のターゲットとし、今後は各国・地域の社会情勢や経済成長など市場環境を注視の上、時勢に応じて見直しを柔軟に検討したい。</p> |

7 人手不足について

| 意見要旨 | 対応（資料2 戦略案への反映箇所） |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> 人手不足が深刻化しており、1年を通じた観光客の平準化が必要。「兵庫テロワール旅」で旬や収穫の時期をPRするなど、特に地方部での安定的な雇用、雇用者のスキルや提供サービスの質の向上につなげるべき。 | <p>(P65) ②人材の確保</p> <ul style="list-style-type: none"> 「(イ) 年間を通じた旅行需要の平準化に向けた取組を推進する」と記載 |

8 自主財源確保について

| 意見要旨 | 対応（資料2 戦略案への反映箇所） |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> 観光客が増えた結果、行政の収入が増えるような仕組みがないと次の施策にも繋がっていかないため、ふるさと納税や着地での寄付ができるような取組の検討が必要。 | <p>(P85) 2 ひょうご観光本部を中核とした多様な地域・プレイヤーと連携した観光地経営</p> <ul style="list-style-type: none"> 「(ひょうご観光本部が) この役割を発揮し、自立的・持続的に活動していくため、(中略) 自立できる財源の確保に向けて積極的に取り組む。」と記載 |

9 推進体制について

| 意見要旨 | 対応（資料2 戦略案への反映箇所） |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> ビジネスエコシステムとして機能するために、様々な観光関係者をどのように指揮していくかが重要。県やひょうご観光本部がその中心として、どのようにネットワークを形成し、いかにして理解を求めていくのかを示すべき。 推進体制がプラットフォーム型になっていない。京都市では、プラットフォームの中心に市民があり、様々なステークホルダーが取り巻くという形で関係主体の役割・位置づけを整理しており、こうした例を参考に検討すべき。 近畿圏や瀬戸内など広域での具体的な県の役割もクリアにすべきである。 | <p>(P85-86) 「1 多様な主体の連携による戦略推進」</p> <ul style="list-style-type: none"> 図表中で県民の役割・位置づけを明確化 <p>(P85-86) 「2 ひょうご観光本部を中核とした多様な地域・プレイヤーと連携した観光地経営」</p> <ul style="list-style-type: none"> 「ひょうご観光本部が観光地域づくりを進める連携の要として「地域プラットフォーム」の役割を発揮し、着地型観光の推進、受入環境整備、マーケティングに基づく誘客戦術展開などを実践的に取り組んでいく。」と記載 |
| <ul style="list-style-type: none"> 規制緩和を活用した観光ビジネスに関する一括の相談窓口を設けるべき。例えば古民家の宿泊施設転用は経営方法の検討や施設の整備・改修にあたっての資金調達など、経営と金融の両面でサポートが必要。自家用有償旅客運送 | <p>(P85) 2 ひょうご観光本部を中核とした多様な地域・プレイヤーと連携した観光地経営</p> <ul style="list-style-type: none"> ひょうご観光本部の役割として「観光地で活動する |

| | |
|-----------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|
| <p>も千葉県いすみ市の例のとおり様々な関係者との利害調整が必要であり、こうした観光ビジネス全般の相談をワンストップ受けられる体制が望ましい。</p> | <p>プレイヤーが直面する経営戦略、雇用、規制緩和活用、危機管理など様々な課題に対し目的に応じた適切な支援機関へのつなぎ役となる。」と記載</p> |
|-----------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|

10 その他

| 意見要旨 | 対応（資料2 戦略案への反映箇所） |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>(外国人留学生生活用)</p> <ul style="list-style-type: none"> 若年層からのリピーター獲得という視点のほか、身内の富裕層への訴求、教育旅行につながる可能性もあり、外国人留学生の活用も一案ではないか。 | <p>(P82-83) ②ターゲットに応じたアプローチ</p> <ul style="list-style-type: none"> 「(ク)訪日教育旅行の推進や外国人留学生による情報発信など、若年層の段階から兵庫の魅力を感じる機会を設け、将来のリピーター獲得につなげる」と記載 |
| <p>(県独自の集客施策)</p> <ul style="list-style-type: none"> 大阪・関西万博などの他府県イベントの機会に兵庫に来てもらうだけでなく、自ら集客に繋がるような仕掛けを作る視点も必要。 | <p>(P74) ① 広域連携によるコンテンツ開発・プロモーション</p> <p>「豊岡演劇祭などの舞台芸術イベントを強みとしながら、回遊を促進する。」と記載。</p> |
| <p>(戦略の書きぶり)</p> <ul style="list-style-type: none"> 後背地人口が多いこと等に起因する安・近・短の旅行を課題とっていない地域は多いと思われるため、現状・課題の記載方法は検討すべき。 | <p>(P78) (2) 国内観光の活性化</p> <ul style="list-style-type: none"> 「兵庫県は全国に比して国内旅行の比重が高い中、従前から兵庫の観光を支えてきたのは近隣府県からの来訪者である。」と記載（現状と課題においても、安近短の構造が兵庫の課題との誤解がないよう配意の上記載）。 |
| <ul style="list-style-type: none"> 新幹線で首都圏から2.5時間で行ける地域は他にも多く存在する。兵庫県のプライオリティはあらゆる観光を組み合わせることができるという点であり、こうした点を押し出していくべき。 | <p>(P57) 剣山型観光の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> 「(イ) 剣山となる各地域の魅力の活用・組み合わせを行い、テーマ性をもつツーリズムの創出・普及を図る」と記載 |

| | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> 観光振興策ではダイナミズムが重要であり、従前不足していた箇所や変えるべき点を明記すべき。 | <p>(P48) (3) 過去の戦略からの変遷</p> <ul style="list-style-type: none"> 改訂ポイントが分かるように図表で記載 |
| <ul style="list-style-type: none"> 「めざす姿」に記載されている「暮らす人々の幸せ」について深掘りが必要。観光客が幸せに滞在でき、もてなす側も幸せに観光に従事できるなどウェルビーイングというキーワードを用いることも検討すべき。 | <p>(P45) 1めざす姿</p> <ul style="list-style-type: none"> 「観光を通じて地域の持続可能性の確保に貢献し、県民が幸せを感じられること、そして、心身ともに満たされたウェルビーイング (Well Being) の実現をめざす。」と記載 |