

報告事項 1

令和3年度 事業報告について

[凡例：[新]…新規事業 [拡]…拡充事業]

I 観光地の魅力向上

1 観光地魅力コンテンツの創出・発信

旅行消費額を維持・拡大する観点から、「量」を追う誘客から「質」の高い誘客への転換を目指し、付加価値の高い着地型コンテンツや旅行商品の造成などに取り組み、滞在型観光圏の形成を図った。

(1) 兵庫を彩る魅力あるコンテンツの開発

① [新] 兵庫の魅力再発見コンテンツの造成・販売

ウィズ・コロナ期において、まずは県内及び近隣府県からの観光客を誘客することを目的に、「Re-DISCOVER HYOGO」をブランドとして、県内各地の観光資源を活かした体験型コンテンツを32件造成した。また、希望する事業者のコンテンツを国内外向けのOTAに掲載した。

ア コンテンツの選定と磨き上げ

コンテンツ数：32件（うちプレミアムコンテンツ11件）

〈造成コンテンツ例〉

- ・兵庫のりと塩屋商店街ツアー
- ・明石の魚と技を愉しむセリ市&昼網鮭ツアー
- ・山陰海岸ジオパークを間近で観る、触れる、感じる「ジオカヌー」
- ・日本最古のお茶処1200年続く丹波篠山茶のヒミツ旅
- ・「淡路島たまねぎ」ほんまもん観光農業体験

イ ワークショップ（オンライン）：5回 延べ受講者数：208名

テーマ	時期	場所
「ウィズコロナ、ポストコロナで変わる観光業界」	9/29	(オンライン)
「地域を持続可能にするための観光の有り方を考える」	10/4	(オンライン)
「ファン、リピーターを増やすコンテンツづくり」	10/15	(オンライン)
「OTAサイト及び旅行会社を活用した誘客促進策」	10/25	(オンライン)
地域連携を目的とした情報交換会	2/15	(オンライン)

ウ 専門人材によるコンテンツブラッシュアップのための現地指導：6回

エ モニターツアーの実施：5回 延べ参加者数：16名

オ OTAサイトとの提携、コンテンツの掲載：14コンテンツ

② [拡] 訪日外国人旅行者向け体験型・周遊滞在型コンテンツの開発販売促進

ア 令和2年度に造成した体験型・周遊滞在型コンテンツについて、地域の特性を活かした旅行商品造成につなげるためのファムツアー及び商談会を実施するとともに、OTAを活用した販売の仕組みを構築した。

- ・旅行会社を対象としたファムツアー、商談会の実施：2回

(ア) ファムツアー

- ・淡路コース：令和3年12月7日
- ・神戸阪神コース：令和4年1月18日、19日

(イ) 商談会

- ・神戸阪神会場：令和4年1月19日
- ・オンライン：令和4年2月9日
- ・OTAサイトとの提携、コンテンツの掲載：10コンテンツ

イ アクティビティ型コンテンツとして、また地方部のコンテンツへのアクセス手段として、E-Bike（スポーツタイプの電動アシスト付き自転車）を活用したサイクルツーリズムを推進するため、地域の担い手候補を発掘し、サイクリングガイドの育成を行った。

- ・ガイドの担い手となり得る事業者／人材の発掘
- ・ガイド育成のための講習会の開催：座学6回、実地研修5回（5地域）
延べ受講者数：87名

内 容	時 期	場 所
ガイド概論・意識の変革・ガイド技術の基礎（座学）	①10/5 ②11/19 ③12/1	①豊岡市 ②姫路市 ③神戸市
道路法・救急対応・ケーススタディ（座学）	①10/12 ②11/24 ③12/7	①豊岡市 ②姫路市 ③神戸市
モデルコースにおける実地研修	①10/13 ②11/25 ③12/2 ④12/8 ⑤12/9	①香美町 ②たつの市～相生市 ③丹波篠山市 ④宝塚市 ⑤淡路市

③ [新] 誘客・周遊の中核となる観光地独自の魅力づくりの支援

地域固有の街並み・食材・歴史文化等を活かし地域の中核観光コンテンツや季節の風物詩を創出する取組について、県内の観光協会・DMO等に対して支援を行った。

- ・対象者 観光協会、DMO等
- ・補助上限額 2,000千円
- ・補助率 1/2
- ・補助対象 12団体（3/31時点）
- ・補助金額 10,753千円（3/31時点）
- ・支援事例

(ア) 有馬芸妓のブランド化及び体験プランの構築、手引きや動画の制作

(イ) 地元食の廃棄される部分を使用した「フードロスメニュー・商品」の開発と提供 等

④ ひょうごロケ支援Netの推進

映画・テレビ等のロケ地をツーリズム資源として観光PRするため、県内のフィルムコミッションや市町等と連携してロケ誘致に取り組んだ。ロケ誘致活動普及啓発セミナーの開催やジャパンフィルムコミッション主催のロケ地フェアへ参加した。

【活動実績】

	映画	ドラマ	TV番組	CM・PV
ロケ誘致	3件	3件	—	2件
ロケ斡旋	2件	—	1件	2件
情報提供	15件	25件	8件	9件
ロケ作品例	NHK連続テレビ小説「カムカムエブリバディ」、映画「TANG」、ABCテレビドラマ「ムショぼけ」、ディズニー+ドラマ「拾われた男」			

(2) コロナの影響を受けた観光産業の再生と活性化に向けた支援

① スキー場周辺地域宿泊割引〈令和2年度繰越事業〉

新型コロナウイルス感染症の影響により但馬・播磨地域のスキー場において観光客の入込みが大幅に減少していることから、宿泊割引の支援を行い県内スキー場への誘客促進を図った。

- ・補助期間：令和2年12月～令和3年4月
- ・補助実績：8,167人泊、補助金額16,334千円

② 観光拠点整備支援〈令和2年度繰越事業〉

観光客の利便性向上や地域の魅力向上など、地域観光の賑わいづくりに資する事業を対象に施設の改修費等を助成。酒蔵を活用したレストランや宿泊施設の整備を支援した。

- ・対象者 施設等のオーナーや企業、団体及び個人等
- ・補助上限額 一般改修：24,750千円/件、耐震改修：5,625千円/件
- ・補助率 補助対象経費の3/4以内（県1/2、市町1/4）
- ・補助件数 3件
- ・補助金額 79,015千円（県：52,676千円、市町：26,339千円）

II 受入環境の整備促進

1 観光客受入基盤の整備

インバウンドの回復を見据えながら、観光地を支える快適な環境整備や観光産業を支える人材の育成・確保、観光客に安全安心を届ける受入基盤の着実な整備を推進した。

(1) [拡] 観光地の受入環境整備に対する支援

体験型・周遊滞在型コンテンツの開発に際し、観光協会・民間事業者等が行うWEBや動画を活用したプロモーション、多言語化の推進等の受入環境整備に対して支援した。

- ・補助対象 WEBや動画を活用したプロモーション、多言語WEBサイト構築・パンフレット作成、E-Bike購入等
- ・補助上限額 重点テーマ：1,000千円、一般テーマ：500千円
- ・補助率 重点テーマ：2/3、一般テーマ：1/2

【重点テーマ】

区分	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
六甲山の観光活用	都市山・六甲山の「アクティビティ」滞在
瀬戸内クルーズ	瀬戸内海の豊かな自然と食・文化体験を楽しむ「クルーズ」滞在
ワーケーション	首都圏・大阪等の個人事業主・企業社員の「モバイルワーク」滞在

- ・助成対象 17団体（3/31時点）
- ・助成実績 8,786千円（3/31時点）

(2) 観光地・観光産業を支える人材の確保・育成

① [拡] 着地型観光ガイドの強化・育成

ア 着地型観光ガイドの強化・育成研修

全国通訳案内士等を対象に、ガイドの役割や地域の魅力を再発見し、新しい旅のスタイル「人がつなぐ 旅をつくる ヒトタビ兵庫」を目指して、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した。

- ・受講者数：35名
- ・研修内容

内容	実施日	場所
講座（1回2コマ）	8/28	（オンライン）
現地フィールドワーク （2回（1地域1回））	①10/9-10 ②11/6-7	①加西市 ②赤穂市
ワークショップ （4回（1地域2回））	[加西] 12/15、1/27 [赤穂] 12/13、1/31	（オンライン）
成果発表会	2/26	（オンライン）

イ コンテンツ造成

昨年度のひょうご周遊ガイド育成研修の修了生「ヒトタビHYOGOガイド」が、OTA等での販売用のコンテンツの造成に取り組んだ。

- ・参加者数：21名（オブザーバー5名を含む）
- ・実施内容

内容	実施日	場所
コンテンツ造成企画 ミーティング （6回（1地域2回））	①9/9、11/18 ②9/8、11/15 ③9/10、11/16	①宝塚市 ②たつの市 ③丹波篠山市 （※一部オンライン）
モニターツアー ※ （1回）	1/16	宝塚市

※ たつの市、丹波篠山市におけるモニターツアーは新型コロナウイルス感染症の感染拡大に伴い、中止

② [新] 観光業の再生・活性化に向けた産学官連携事業

令和3年4月に開学した芸術文化観光専門職大学と連携し、観光業界を目指す若者向けセミナーを開催した。

- ア 若者向けセミナー
 実施日：令和4年3月12日
 場 所：芸術文化観光専門職大学
 参加者：観光やまちづくりに興味のある兵庫県内の高校生等 18名
- イ 観光事業者向けセミナー〔新型コロナウイルス感染症の影響により中止〕
 実施日：令和4年1月21日
 場 所：ホテルオークラ神戸
 内 容：対談（平田 芸術文化観光専門職大学学長、古田 ツーリズムプロデューサー）
 パネルディスカッション

③ 観光産業の人材確保・育成

- ア ポスト・コロナにおける観光産業の中核人材を育成するため、観光振興に関心のある大学生を対象に、地方創生や関係人口の拡大策をプロジェクトベースで考えるインカレ型のゼミナールを実施した。
- ・オンラインセミナー 10回
 - ・観光フィールドワーク 3回（西脇市、加西市、朝来市）
- イ 次世代の観光産業を担うグローバル人材を育成するため、全国の高校生を対象とした観光動画コンテスト・観光甲子園に協賛した。
- ・日本遺産部門グランプリ：篠山鳳鳴高校
 - ・SDGs 修学旅行部門グランプリ：梶原高等学校

④ 観光地におけるホスピタリティの向上

地域のおもてなしを担う人材の接客スキルや意識の向上を図るため、観光関係団体が開催する接客研修に講師を派遣した。

対象	団体数	回数	受講者数
観光関連施設等	4	4	118
市町・観光協会等	2	2	10
合計	6	6	128

(3) 安心安全を届ける受入基盤整備

① 「ひょうご安心旅」の推進〈令和2年度繰越事業〉

ウィズ・コロナ期の旅の安心安全な旅行をプロモーションするため、県内宿泊施設や貸切バス、旅客船が取り組む感染リスク軽減対策を業界団体（兵庫県旅館ホテル生活衛生同業組合、兵庫県バス協会、神戸旅客船協会）とともに、「ひょうご安心旅」として発信した。

- ア 参画施設等
 宿泊施設950施設、バス43社622台、旅客船24社60隻(3月末時点)
- イ 新聞広告
 読売新聞（15段カラー）4回、神戸新聞（15段モノクロ）1回
- ウ WEB広告
 配信期間：令和3年10月16日～11月15日
 配信対象：兵庫県、大阪府、京都府の18歳以上

② 宿泊事業者事業継続支援事業に係る事務局運営

兵庫県が宿泊事業者が感染拡大防止策の強化等に取り組む費用を支援するために実施する「宿泊事業者事業継続支援事業」の事務局運営を受託した。

③ ユニバーサルツーリズムの推進

障がい者や高齢者など誰もが観光を楽しめるよう、宿泊・観光・移動・福祉サービスのネットワーク化、受入体制の構築、バリアフリー情報の発信等を行った。

ア 地域ネットワークの構築を支援するフォローアップ研修の実施

ユニバーサルツーリズム拠点運営に必要なノウハウ（人材育成や情報発信等）の共有や課題解決に向けて、地域内のネットワーク強化を行った。

(ア) 地域内ネットワーク会議の開催

- ・日 程：令和3年11月1日、令和4年3月3日
- ・開催地：播磨地域（姫路市）、但馬地域（豊岡市）
- ・対 象：ユニバーサルツーリズム支援団体 等

(イ) 山でのヒッポキャンプ（アウトドア用車いす）を利用したモニター体験会「ユニバーサルデザインキャンプ」開催

- ・日 程：令和3年10月11日
- ・開催地：たじま高原植物園（香美町）
- ・対 象：観光、福祉、大学関係者 等

(ウ) ユニバーサルツーリズム動画による情報発信

播磨地域の観光地（姫路城や家島等）の魅力の紹介に加え、車いすでのアクセス方法等を盛り込んだユニバーサルツーリズム視点での楽しみ方を紹介する動画を制作し発信を行った。

(エ) UT推進連絡会の開催

- ・日 程：令和4年3月23日
- ・開催地：オンライン開催
- ・対 象：ユニバーサルツーリズム支援団体 等

イ ユニバーサルツーリズムマップの作成

阪神地域（宝塚）を対象にバリアフリー施設情報等を掲載したまち歩きマップを作成した。

ウ WEB掲載情報の充実

観光施設のバリアフリー情報やモデルコースを追加する等ユニバーサルツーリズムページ内の情報充実を行った。

2 観光地アクセスの整備

観光地へのアクセス拠点としての観光案内所を運営し、着地の観光・物産情報を発信した。

(1) 観光案内所の運営

ア 国内外からの観光客に着地情報を発信するため、J N T Oの外国人観光案内所の認定を取得した「INFORMATIONひょうご・関西」（伊丹空港）を運営。

- ・相談員による観光情報提供・案内
- ・デジタルサイネージ、タブレット端末、V R動画装置の設置
- ・ひょうご特産品の展示・自動販売機の設置

イ 市町が設置する観光案内所において、県内の広域観光情報の提供を促した。

Ⅲ 観光産業の振興

1 観光ビジネスの創出・育成

観光ビジネスにおけるイノベーションの創出や事業者と連携したニューツーリズムの育成に取り組む。

(1) 事業者とともに取り組むニューツーリズムの創出

① [新] 鉄道事業者と連携した観光キャンペーンの展開

令和5年夏の兵庫デスティネーションキャンペーン（以下、「兵庫DC」という。）及び令和4年夏のプレキャンペーンの実施に向け、推進母体となる協議会を開催するとともに、事業計画の策定、県内各地との合意形成、各地の現地調査及びプロモーション素材の制作などを行った。

ア 兵庫DC推進協議会の開催

兵庫DCの推進母体として、知事を会長とする兵庫DC推進協議会を開催し、事業計画及び予算についての審議を行った。また、兵庫DCアドバイザーボードの提言を受け、キャンペーンのキャッチコピー及びロゴを決定。

日 時：令和3年12月17日 14:00-16:00

場 所：兵庫県公館大会議室

参加者：行政、JR西日本、観光事業者、各種団体、各地域推進協議会等 39団体

キャッチコピー及びロゴ：



イ 兵庫DCアドバイザー・ボードの設置及び会議運営

兵庫DCの目的やターゲット、戦略などについて企画立案することを目的に、観光・食・広報分野の専門家で構成されるアドバイザー・ボードを設置し、会議を4回開催した。

会議名	実施日	主な議論内容
第1回全体会議	7月12日	目的の設定、現状分析、ターゲットペルソナの設定、テロワール旅の定義設定 等
広報部会	8月5日	キャッチコピー及びロゴマーク案の制作、コミュニケーション戦術の策定 等
観光・食部会	9月22日	テロワール食材の選定、体験コンテンツの満たすべき項目の設定
第2回全体会議	10月27日	戦略の策定、キャッチコピー及びロゴマークの決定、兵庫DC推進協議会への提言書

ウ 地域推進協議会、市町との連携

県内各地域の特性をいかした観光コンテンツの造成や兵庫DC期間中に開催される特別イベント等の情報集約などを行うため、各県民局単位で設置された地域推進協議会及び市町と連携し、提案コンテンツの調整等を行った。

エ 各地の現地調査（ファミトリップ）の実施

食や文化など県内各地の地域資源を確認し、キャンペーンでの提案に繋げるためアドバイザーやJR担当者とともに現地を調査するファミトリップを実施した。

対象地及び時期：淡路(7月)、但馬(10月)、丹波(11月)、播磨(11月)、神戸・阪神(12月)

オ プロモーション素材の制作・発信

2022年夏のプレキャンペーンの実施に向け、WEBサイトやPR動画を制作するとともに、県民や訪問者参加型情報発信の仕組みをSNS活用により構築した。

(ア) 兵庫テロワール旅WEBサイトの構築

「兵庫テロワール旅」のブランディングを進めるにあたり、オウンドメディアの中核として兵庫テロワール旅WEBサイトを構築した。

(イ) 「テロワールな人」記事及び動画の制作

「兵庫テロワール旅」を体現し、五国を代表する「食」「文化」「産業」を支える生産者・料理人・職人などの魅力を伝えるため、記事及び動画の制作を行い、SNS等を用いて広く発信した。

(ウ) 「兵庫テロワールlab.」の開設

兵庫DCへの県民及び訪問者参画のツールとして、県民が旅行者にお勧めしたい観光スポット、グルメ、伝統文化、地場産業等を投稿するInstagramを開設した。

(エ) キャッチコピーの商標登録

兵庫DCのキャッチコピー「兵庫テロワール旅」について、商標登録を行った(令和4年1月4日)。

② 【新】ゴルフツーリズムの商品販売促進

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の商品販売を促進するプロモーションを実施した。

ア 徳島県連携オンラインファミトリップ

実施日：令和4年2月25日～3月6日

参加者数：11社14名

イ 訪日ゴルファー及び海外旅行会社向けに兵庫県のゴルフツーリズムの魅力を発信するWEBサイトの構築

ウ 兵庫・北播磨インバウンド推進会議等と連携した在留外国人と日本人による交流ゴルフイベントの開催

時期：令和4年3月23日

場所：サンロイヤルゴルフクラブ

参加者数：24名(在留外国人14名、日本人(北播磨地域ゴルフ関係者等)10名)

③ 【新】サイクルツーリズムの造成・促進【再掲】

SDGs 関心層への訴求も視野に、里山・宿場町・棚田・海岸線等の日本の風景や各地域独自の文化・産業・食を体験しながら、E-Bikeを活用して観光地を巡るサイクルツーリズム推進に向け、ガイドの育成を行った。

④ 【新】地域の観光資源の磨き上げを通じた域内連携の促進

航空会社と連携し、観光に加え、県内各地の農業・漁業・地場産業など地域課題の解決に向けた取組を体験するモニターツアーを実施し、体験コンテンツの造成に取り組んだ。また、今後のプロモーションのためのツアーに関する記

事及び動画をWEBサイトに公開した。

- ・実施地域：西脇市、南あわじ市

⑤ 産業観光施設の登録推進

歴史的価値のある工場遺構、地場産業や先端技術を備えた工場づくりの現場、科学技術施設等を巡る産業観光を推進するため、産業観光施設やモデルルートを登録、WEBサイトで紹介した。

(2) 観光土産品の審査・推奨

兵庫県指定観光名産品協会と連携し、観光土産品公正競争規約に基づく審査を実施し、基準を満たす土産品を推奨することにより、質の高い観光土産品をPRした。

- ・推奨商品：73点（菓子27点、食品・飲料46点）

- ・会員向けセミナーの開催

日 時：令和4年3月2日

テーマ：自社の強みを再構築する ～小さな企業が生き残る～

講師：クリエイティブディレクター 金谷 勉 氏

IV プロモーションの強化

1 戦略的・継続的なプロモーションの実施

インバウンドの本格回復が見込めない中、当面は国内旅行を重視したプロモーションを展開。インバウンドについては、新型コロナウイルス感染症の収束後、兵庫を旅行先として選択してもらうため、市場回復度合いも鑑み、重点市場に向けてプロモーションを実施した。

(1) 日本人旅行者向けプロモーション

① 認知度向上とブランド化の推進

ア 兵庫観光の魅力発信

国内旅行者向けに兵庫の魅力を発信する。

- ・兵庫DCの開催を見据え、「食」をテーマとしたガイドブックを発刊
- ・WEB・SNS等を活用したメディアミックスプロモーション
- ・旅行社と連携した旅行商品の造成
- ・近畿6府県首都圏観光情報交換会への参加（10月）

イ NHKラジオ番組での観光PR

NHKラジオ第1「マイあさ！関西」の中の「関西おでかけ情報」のコーナーで、旬の県内観光情報をPRした。

- ・出演回数：8回

ウ 企業・行政機関との連携プロモーション

(ア) 兵庫県企画県民部地域創生局と連携し県内観光地スタンプラリーを実施した。

実施期間	スタンプ設置箇所	参加人数
令和3年11月～令和4年1月	107箇所	919人

- (イ) (株)神戸マツダと連携し、神戸マツダ創立80年記念として発刊された観光冊子(50,000部)の監修を行った。
 - (ウ) ひょうご仕事と生活センターと連携し、ワーケーション受入施設情報を提供するWEBページを作成・公開した。
 - (エ) 神姫バスと連携し、バスガイドによるクチコミ記事『私のRe-DISCOVER HYOGO』を配信した。
 - (オ) NEXCO西日本との連携により、県内各地を巡るデジタルスタンプラリー「お国じまんカードラリー2021」に参画した。
- キャンペーン実施期間：令和3年11月1日～令和4年1月8日

② 旅行商品・ツアー造成の促進

ア ひょうごツーリズムバスの実施

兵庫の魅力をPR等するため、バス借上料の一部を補助した。

参加人数(1台)	補助額(1台)	
	宿泊	日帰り
20人以上	30,000円	15,000円
10人以上19人以下	15,000円	7,500円

- ・補助台数：714台(うち修学旅行294台)(3月31日時点)
- ・補助金額：15,705千円(3月31日時点)

イ ひょうご五国のバス旅支援(県内発のバス旅行の支援)

県内旅行業者による団体旅行の造成を促進するため、県内発のバス旅行に対し、バス借上料の一部を補助した。

補助額(1台)	
宿泊	日帰り
50,000円	25,000円

- ・補助台数：184台(内修学旅行29台)(3月31日時点)
- ・補助金額：5,450千円(3月31日時点)

ウ 「県民向けの旅行・宿泊代金割引及びクーポン券配布事業」プロモーション

需要の落ち込んだ観光需要の創出に向けて実施する「県民向けの旅行・宿泊代金割引及びクーポン券配布事業」にかかるプロモーションを実施した。

③ リピーターにつなげる旅アトフォロー

ア 観光WEBサイトの充実強化

観光客ニーズに合った情報発信や、インターフェースの改良、掲載コンテンツの追加などひょうご観光本部公式ホームページの利便性を高めることにより、アクセス数が対前年比150%となった。

アクセス数：令和2年4月～令和3年3月 約162万SS
令和3年4月～令和4年3月 約244万SS

(ア) 口コミ情報記事の充実

実績：58件

(神戸10件、阪神4件、播磨17件、但馬7件、丹波10件、淡路6件、広域4件)

- (イ) テレワークの普及、働き方の多様化を踏まえ、仕事と休暇を組み合わせた滞在型観光を促進するため、ワーケーション設備を備える県内宿泊

施設の情報を掲載したページの制作を行った。

イ 県内主要観光地・宿泊地魅力度調査

旅行者の動機や周遊ルート、消費額等のデータを収集し、地域ごとの観光客の属性等の傾向を把握するため、県内の9地域の観光施設及び宿泊施設においてQRコードを活用した現地調査を実施した。

- ・地域ごとの分析レポートを四半期単位で公開

(2) 訪日外国人旅行者向けプロモーション

① 認知度向上とブランド化の推進

ア [新] JNTOを活用したインバウンド発信力の強化

JNTO英語グローバルウェブサイト「Travel Japan」情報発信コンサルティング事業を活用し、県内観光資源にかかる記事(3本)の作成、アクセス状況の分析を実施した。

イ [新] インバウンド再開に向けた情報発信事業

日本旅行の検討時によく利用されるJNTOの「JAPAN Monthly Web Magazine」に記事(3本)を掲載し、英語、中国語(香港繁体字、台湾繁体字、簡体字)、韓国語の5言語で、欧米豪・アジアに向けて広く観光情報を発信した。

ウ 中国向けオンラインプロモーション事業

公式アカウントの管理運営と、記事の制作・投稿、フォロワー獲得・定着プロモーション(Wechat 2回、Weibo 3回、ライブ配信 6回)を実施した。

【実績】フォロワー(3月末現在)

Wechat 24,109人(対前年度末(21,300人) 113%)

Weibo 43,425人(対前年度末(23,145人) 188%)

【ライブ配信事例】

場所	メディア等	実施日	視聴数
姫路城	馬蜂窩(マフウォー)	6/30	4.8万
南京町		10/11	4.6万
ニジゲンノモリ	Weibo [KOLによる]	10/12	304万
城崎温泉	馬蜂窩(マフウォー)	12/9	5.8万
兵庫県立舞子公園	Weibo	12/10	11.8万
明石魚の棚商店街	馬蜂窩(マフウォー)	12/10	6.4万

エ ひょうご国際観光デスクの設置

アジア・リピーター市場において、本県ゆかりの旅行エージェント等のネットワーク・ノウハウを活用した観光デスクを運営し、新型コロナウイルス感染症関連の情報収集や観光情報の発信等を実施した。

(ア) 設置場所 韓国(釜山)、台湾(台北)、香港、タイ(バンコク)

(イ) 事業内容

- ・新型コロナウイルス感染症に関連する現地状況の情報収集
- ・現地メディアへのPR、SNS等による情報発信等

オ ツーリスト・インフォメーション・デスクの運営

ひょうご観光本部に外国語スタッフ4名(英語、フランス語、中国語、韓国

語)を配置し、商談会への参加、海外メディア等による取材のアテンド、観光地の魅力を発信するクチコミ記事制作、外国語による相談対応等を実施した。

② 旅行商品・ツアー造成の促進

ア ビジットHyogo連携促進事業（兵庫県外客誘致促進委員会事業）

国、近隣府県と連携しながら、テーマを設定して、インバウンド向けに広域周遊ルートのPRを実施した。

テーマ	対象国	実施日	内容
広域周遊ルートを活用したプロモーション [岡山県連携]	タイ	①10/22 ②11/13～16 ③1/15 ④2/10～3/9	①BtoBオンラインツアー ②BtoCオンラインツアー事前取材 ③BtoCオンラインツアー ④情報発信（広告）
新たな滞在エリア創出に向けたプロモーション [徳島県・鳥取県連携]	豪州	11/25	オンライン商談会

イ 重点市場の開拓（兵庫県外客誘致促進委員会事業）

SNS等での継続的な情報発信を行うとともに、市場回復度合いも鑑み、重点市場に向けて、商談会の参加等、プロモーションを実施した。

商談会	実施日	場 所
台湾大商談会	1/11～1/18	(オンライン)
中国大商談会	3/4～3/11	(オンライン)

③ 魅力ある旅ナカ情報の提供

ア 外国人県民による兵庫の魅力発信

インバウンド再開に備え、外国人県民(JET、留学生、外資系企業社員等)が、生活者の視点から兵庫の魅力を各自の言語圏へSNS等で発信した。

(ア) ガイド付きモニターツアー [中国語]

実施日：令和4年3月23日

場 所：丹波篠山市内

参加者数：2名（中国）

(イ) 市町等連携 [英語]

実施日：令和4年3月26日～27日

場 所：朝来市内

参加者数：5名（米国2、豪州、フィリピン2）

2 広域ゲートウェイへのアプローチ

兵庫への多様な広域ゲートウェイに着目し、国際線就航空港・港湾からの誘客促進に加え、広域連携による周遊ルートの形成や国内他地域との相互誘客を推進する。

(1) 広域連携による周遊ルートの形成

① DMOとの連携の推進

広域連携DMOや地域連携DMOと連携し、関西圏、瀬戸内圏、日本海圏、中四国圏との広域周遊ルートを形成する。

ア 神戸淡路鳴門地域等周遊観光ワークショップへの参画

イ 関西観光本部「THE EXCITING KANSAI」キャンペーンへの参画

(2) 国内他地域との相互誘客の推進

① ローカルエアーで結ぶ地方観光のネットワーク化

ローカルtoローカルの国内市場を活性化するため、神戸空港の国内線就航先のDMO等との相互送客ネットワークを構築するための取組を実施した。

- ・就航地と連携した相互送客プロモーション：青森県、茨城県、長野県

【PR事例】信州まつもと空港（長野県）との連携

YBS山梨放送（ラジオ）で信州まつもと空港の利用者が多い山梨県甲府市の住民向けに神戸市の観光情報を紹介した。

- ・アンバサダーの獲得：4,859名（3月31日時点）
- ・就航地連携観光サミットの開催：2月14日オンライン配信、参加申込み323名

② 広域観光振興事業への参画

ア 日本観光振興協会関西支部に参画し、関西府県の連携による観光プロモーションを実施した。

イ 北近畿広域観光連盟に参画し、但馬・丹波地域と京都府北西部の関係機関、交通事業者等と連携した観光プロモーションを実施した。

③ 隣接県連携バス助成

兵庫県と隣接県（岡山県・鳥取県・徳島県）を周遊するバス借上げ費用の一部補助により、団体旅行の造成を促進した。

人数	区分	宿泊地	補助額	台数
20名以上	宿泊	兵庫県・隣接県	60,000円	150台
		兵庫県	45,000円	
		隣接県	45,000円	
	日帰り	—	30,000円	
10～19名	宿泊	兵庫県・隣接県	30,000円	
		兵庫県	22,500円	
		隣接県	22,500円	
	日帰り	—	15,000円	

- ・補助台数：12台（3月31日時点）

【内訳】岡山4台、徳島8台

- ・補助金額：322千円（3月31日時点）

V 組織活動事業

1 理事会・総会の開催

	時期	場所
第1回理事会	令和3年5月26日	兵庫県庁2号館 参与員室
第1回総会	令和3年6月23日	ホテルオークラ神戸
臨時理事会	令和3年6月23日	ホテルオークラ神戸
第2回理事会	令和4年3月29日	ANAクラウンプラザホテル神戸

2 市町観光協会、広域観光団体、観光関連の機関・団体等との連絡調整

3 会員等が実施する観光行事への後援、協賛、広報PR協力等

