

報告事項 2

令和4年度事業計画について

[現状認識]

観光庁宿泊旅行統計調査によると、令和3年の兵庫県の延べ宿泊者数は、8,812千人で令和元年比61%と厳しい状況であり、令和2年1月に国内で初めて新型コロナウイルスの感染が確認されて以来、2年以上に及ぶコロナ禍の影響により、兵庫県の観光産業へのダメージは甚大なものとなっている。

このような中、令和3年度は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のほか、ひょうごツーリズム戦略に定める重点施策「Ⅰ 観光地の魅力向上」、「Ⅱ 受入環境の整備促進」、「Ⅲ 観光産業の振興」、「Ⅳ プロモーションの強化」にも着実に取り組んだ。

今後は、感染状況も考慮しながら、県とともに観光産業の回復に向けた支援策に取り組むとともに、ポストコロナを見据えた国内市場及びインバウンド市場の再開に立ち遅れないよう着実な準備を進める必要がある。

[事業実施方針]

1 国内市場への取組

コロナ禍が続き、観光需要の先行きが今なお見通せない中であって、観光関連産業は、外部環境に対するレジリエンスを一層高めていく必要がある。このため、国や県と連携して旅行需要の喚起やプロモーションを通じた下支えを引き続き展開。ポストコロナで高まる本物志向などに対応した量から質への転換を加速させるため、地域の強みの磨き上げやコンテンツの高付加価値化、受入基盤の強化にも注力する。国内誘客の強力な手段となる兵庫デスティネーションキャンペーンを通じて、食と体験を中心に兵庫旅の新たな価値を提案して反転攻勢への契機とするとともに、関係人口の拡大にもつながる国内他地域との相互送客の取組を進める。

2 インバウンド市場への取組

インバウンド消滅から2年余り、誘客の中心は当面国内であるが、厳格な水際対策を講じてきたわが国も、往来再開に向けた動きにシフトしつつある。2025年大阪・関西万博が控えることから、海外市場再開に向けた準備を戦略的に進めていく。各種調査で明らかになっているアジア客を中心とした根強い日本人気などを踏まえ、効果的な情報発信やプロモーションを展開。富裕層を中心に訪日の目的地として選ばれるためのマーケティング活動や、クルーズ船等の海上観光のコンテンツ造成、高付加価値ガイドの育成等に取り組み、成長エンジンとしてのインバウンド再起を図る。

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」を迫る誘客から「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る。

(1) 兵庫を彩る魅力あるコンテンツの開発

① 体験型・周遊滞在型コンテンツの造成 (13,885千円)

2023年のJRデスティネーションキャンペーンや2025年大阪・関西万博の開催に向け、県内の個性ある地域資源を体験型・周遊滞在型コンテンツに育て磨き上げる。

- ・現地調査、造成検討会、ワークショップ、専門人材による現地指導、モニターツアーの実施
- ・OTAサイトへのコンテンツの掲載

② コンテンツ流通基盤整備 (8,517千円)

ア 旅行会社やホテルコンシェルジュを対象としたファムツアーを実施し、コンテンツの認知度向上及びツアー商品としての販路確立につなげる。

イ サイクルツーリズム担い手事業者を対象に、コースのブラッシュアップやガイドの更なるスキルアップを目的としたワークショップおよび現地指導を実施する。また、造成したサイクリングコースをガイド付きサイクリングコンテンツとしてOTAサイトで掲載・販売する。

③ ゴルフツーリズム商品の販売促進 (3,000千円)

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。

④ コンテンツ誘客促進 (4,524千円)

造成した体験型・周遊滞在型コンテンツ情報をまとめたパンフレットを制作し販路確立につなげる。また、造成するサイクリングコース情報を記事に取りまとめ、WEB等により広く発信する。

【参考】県実施事業

① [新] ふるさと桜づつみ回廊プロジェクト (3,565千円)

2025年大阪・関西万博を見据え、瀬戸内海から日本海までを周遊・滞在するインバウンド向け旅行商品の造成に向けた観光資源調査やモデルルートの開発を実施する。

【ふるさと桜づつみ回廊】

- ・河川環境整備の一環として、公募により県民が植樹した桜づつみ
- ・瀬戸内海から日本海へ縦断するその規模は日本一 (170km、5万本)
- ・県土を南北縦断するため、長期に渡り桜の見頃が続く

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する。

(1) 観光地の受入環境整備に対する支援

① コンテンツ開発に必要な受入環境整備（12,500千円）

コンテンツ開発に際して各観光事業者が行う受入環境整備に対して助成。

- ・補助対象 プロモーション動画の作成、多言語WEBサイトの制作、翻訳通訳機の導入、Wi-Fi環境、キャッシュレス化、E-Bikeの整備等
- ・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」
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」
芸術・文化体験	県内各地に根差した芸術文化の「鑑賞・体験」
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

② 県内主要観光地・宿泊地魅力度調査（1,350千円）

県内を訪れた国内旅行者の訪問動機や周遊ルート、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、県内の主要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する。

- ・地域ごとの分析レポートを四半期単位で公開

(2) 観光地・観光産業を支える人材の確保・育成

① 着地型観光ガイドの強化・育成（4,500千円）

訪日外国人旅行者等の地方の観光資源や文化に触れたいというニーズに対応できるガイドを育成するため、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実践型研修を実施する。

② 観光実務人材確保・育成事業（7,000千円）

観光産業を支える自在の確保に向けて、地域が主体となり観光産業のやりがいや魅力の情報発信を行い、業界のイメージアップを図るとともに、就職説明会合同参加やインターンシップの開催、外国人材を含む従業員向けの研修会等の支援に取り組む。

③ 中核観光人材育成事業（2,200千円）

兵庫県在住・在学の大学生を対象に、観光関連事業者が実施する観光プロジェクトへの参画、専門講師によるセミナー等を実施する。

④ 芸術文化観光専門職大学との連携事業（2,000千円）

魅力ある観光地づくり、旅行・宿泊業の経営改革や人材確保を支援するため、芸術文化観光専門職大学と連携し、観光事業者や観光業界を目指す若者向けセミナーを開催する。

(3) 安心安全を届ける受入基盤整備

① ユニバーサルツーリズム推進事業

ア [拡] ユニバーサルツーリズムの推進（7,215千円）

高齢者や障害者等が旅行の楽しみを享受できるユニバーサルツーリズム（以下、「UT」）を推進するため、観光地の受入体制の強化・意識醸成等の事業を実施する。

- ・観光産業に関わる人材のおもてなし力向上のためのセミナーの実施
- ・温泉や自然体験などテーマを設けたモニターツアーの実施
- ・県内観光地等のUT関連情報を掲載したデジタルパンフレットや動画の制作
- ・各地域のUT拠点のネットワーク化のための連絡会の開催

【参考】県実施事業

イ [新] UT相談コンシェルジュの育成（2,346千円）

旅行者や観光事業者からの相談に応じて企画調整する能力を有するコンシェルジュを育成する。

- ・県内UTの現状や高齢者・障害者の特性や接遇などを学ぶ座学の実施
- ・配慮ニーズのアセス、必要な介助の手配などを学ぶワークショップ

ウ [新] 宿泊施設のソフト対策支援（3,037千円）

高齢者・障害者が安心して滞在する上で障壁となるハード面以外の課題を解消するための宿泊施設の取組を支援する。

- ・補助対象の宿泊施設への筆談タブレット等の導入支援など

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・物産情報を発信する。

(1) 観光案内所の運営（11,222千円）

国内外からの観光客に着地情報を発信するため、JNTO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）を運営する。

- ・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、VR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

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 サイクルツーリズムの推進（6,098千円【再掲】）

サイクルツーリズム担い手事業者を対象に、コースのブラッシュアップやガイドの更なるスキルアップを目的としたワークショップおよび現地指導を実施する。また、造成したサイクリングコースをガイド付きサイクリングコンテンツとしてOTAサイトで掲載・販売するとともにプロモーションを実施する。

② ゴルフツーリズムの推進（3,000千円【再掲】）

県内各地のゴルフ場と観光コンテンツを組み合わせさせたゴルフツーリズムの商品の販売を促進する。

③ ロケツーリズムの推進（1,081千円）

県内の多彩な資源を活用して、映画、テレビ等の撮影を誘致・支援することにより、撮影地をツーリズム資源とした観光PRを推進する。

- ・ホームページによるロケ地情報発信、エキストラ登録
- ・ロケ適地の相談、地元関係者との調整等のロケハン・ロケ支援
- ・ロケ誘致活動普及啓発セミナーの開催

(2) 観光土産品の審査・推奨（1,000千円）

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する。

【参考】県実施事業

① [新] 旅行・宿泊割引支援事業の展開（16,700,000千円）

コロナ禍で減少した宿泊需要の落ち込みの回復を図るため、感染状況等を勘案しながら、県民割、Go To トラベル（国）に続く支援事業として実施する。

- ・実施時期 Go To トラベル終了後から令和5年2月
- ・実施内容 宿泊割引20%、クーポン配布1,000円～3,000円
- ・規模 約300万人泊

※実施期間、実施条件は、今後の感染状況等により変更の可能性あり

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

インバウンドが本格的に回復するまでの間、国内旅行を重視したプロモーションを展開する。インバウンドについては、ポストコロナ期の訪日旅行者の回復を見越して、段階的に取り組みを展開する。

(1) 日本人旅行者向けプロモーション

① 観光WEBサイトの充実強化（8,000千円）

観光客ニーズの把握、ニーズに沿った観光情報を効果的に発信するため、双方向情報発信可能で利便性の高い機能を有する情報プラットフォームを運営する。

② NHKテレビ番組での観光PR

NHKテレビ「ホット関西サタデー（仮題）」の中の「週末情報コーナー」で、週末に行きたくなる県内観光情報をPRする。

③ ひょうごツーリズムバスの実施（22,673千円）

兵庫の魅力をPR等するため、バス借上料の一部を補助する。

区分	台数	補助額
兵庫遺産周遊分	120台	[県内宿泊] 20人以上：30,000円 10～19人：15,000円 [日帰り] 20人以上：15,000円 10～19人：7,500円
山陰海岸ジオパーク周遊分	120台	
六甲山周遊分	120台	
海外分	50台	
国内一般分	590台	
合計	1,000台	

【参考】兵庫デスティネーションキャンペーン推進協議会実施事業

① [新] 兵庫デスティネーションキャンペーン（175,447千円）

ポストコロナにおける兵庫観光の飛躍に向け、2022・2023年の夏に、全国でJRとタイアップした観光キャンペーン「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）を展開する。

- ・実施時期 7～9月「プレ」兵庫DC
- ・共同実施先 JR西日本
- ・推進主体 兵庫DC推進協議会（事務局：ひょうご観光本部）
- ・キャッチコピー 兵庫テロワール旅 ー私の感動、その先へ。ー

ア JR西日本と連携した誘客企画

(7) 全国宣伝販売促進会議の開催

2023年の本DCの開催に向け、全国の旅行会社の商品企画担当者等に対して、「兵庫テロワール旅」の魅力や観光コンテンツを紹介する兵庫DC全国宣伝販売促進会議を神戸で開催する。

(イ) 五国を駆け巡る「観光列車」「特別クルーズ」の運行

兵庫DCならではの観光列車や特別クルーズを運行し、効果的な誘客と環境負荷に配慮した公共交通機関の利用促進を実現する。

(ウ) 観光MaaSの運用

プレDC期間の誘客策として、JRのMaaSアプリ『WESTER』

と連携した「兵庫テロワール旅」スタンプラリー（仮称）を実施。

イ メディアミックスによるプロモーション

夏のプレキャンペーンの実施に向け、WEBサイトや公式ガイドブック、PR動画を制作するとともに、SNS活用により県民や訪問者参加型情報発信の仕組みを構築する。

(ア) 「兵庫テロワール旅」WEBサイトの構築・運用

兵庫DCのキャッチコピーである「兵庫テロワール旅」のブランディングを推進するにあたり、オウンドメディアの中核として、「兵庫テロワール旅」WEBサイトを充実させ運用する。

(イ) プレDC公式ガイドブックの制作

プレDC期間における誘客を促進するため、体験型コンテンツ、観光スポット、特別イベントなどの情報をまとめた公式ガイドブックを制作し、JR西日本の主要駅等において広く配布する。

(ロ) 「兵庫テロワール旅」動画の制作・配信

兵庫県の魅力や「兵庫テロワール旅」のコンセプトを印象的に伝える動画を制作し、WEBサイト及びSNSで広く配信する。

(ハ) 「兵庫テロワールlab.」の運用

兵庫DCの推進に対して県民及び訪問者が参画する仕組みとして、インスタグラム上に研究所に見立てた『場』づくりを行い、県民や訪問者による観光スポット、グルメ、伝統文化、地場産業等情報の投稿を促進する。

(ニ) インフルエンサーの活用

食・工芸・アート・カメラ等の分野における第一線の方々やSNSのインフルエンサーに「兵庫テロワール旅」の魅力を知ってもらい、SNS等を通じて発信してもらおうシェアードプロモーションを展開する。

(ホ) インナーブランディングの推進

神戸新聞連載「兵庫テロワール」と連動したタブロイド紙を発行し、県民や県内事業者のDC参画を促進する。

ウ 「兵庫テロワール旅」食プロモーション

(ア) 「食」フェアの開催

宿泊・商業施設とタイアップし、兵庫五国の風土に根差した食材や調理方法を活かした特別メニューによる「食」フェアを開催する。

(イ) DC特製「兵庫テロワール弁当」の開発

2023年の本DCに向け、兵庫五国の食材をいかし、「兵庫テロワール旅」のコンセプトを体現する弁当の開発を行う。

【参考】県実施事業

① 観光・特産品の首都圏プロモーション（10,632千円）

上質かつ本物志向の「ひょうごブランド」の確立を目的とした新たな観光・特産品の首都圏プロモーションを展開する。県産特産品のテスト・マーケティング、首都圏でのBtoB販路拡大を行うとともに、兵庫観光へ誘う四季毎の催事を実施する。

(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 2025年大阪・関西万博を見据えたインバウンド向けプロモーション（10,000千円）
2025年大阪・関西万博、その先の統合型リゾート施設（IR）の開業を見据え、有望な市場を選定するためのマーケティングや現地とのネットワーク構築に取り組む。

イ 中国向けオンラインプロモーション事業（4,000千円）

国別訪問者数が最大の中国市場に対して、「WeChat」「Weibo」のアクティブなフォロワーの増加を図るため、オンラインプロモーションを実施する。

- ・取材によるオリジナル記事の制作・配信
- ・ライブ配信、プレゼント抽選キャンペーン

ウ ツーリスト・インフォメーション・デスクの運営（12,500千円）

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（英語、仏語、中国語、韓国語）による相談対応、海外メディア等による県内招聘取材のアテンド等を実施する。

② 旅行商品・ツアー造成の促進

ア [新] 台湾プロジェクト（6,000千円）

比較的市場の回復が早いと予想される台湾に対して、近隣府県との差別化を意識した旅行商品を試験的に販売するテストマーケティングにより、商品の満足度、購買意欲などを把握し、次年度の本格販売へつなげる。

※ 訪日外国人旅行者向けプロモーションについては、国内外の新型コロナウイルス感染症の状況や政府の水際対策の動向を見極めて、事業内容の見直し等に柔軟に対応する。

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) 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（5,400千円）

ローカルtoローカルの国内市場を活性化するため、神戸・伊丹・但馬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。

- ・国内線就航地との共同プロモーション
- ・新たな連携就航先への打診、連携提案
- ・就航地連携観光サミットの開催

② 広域観光振興事業への参画（3,250千円）

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する。

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する。

③ [新] 2025年大阪・関西万博を見据えた水上観光交通圏形成事業（18,261千円）

関西観光本部と連携し、MICE等のビジネス層及び観光目的のファミリー層をターゲットに、兵庫へ誘客促進を図る。自治体DMOプロジェクトチームを設置し、外国人乗船者のニーズに沿う兵庫県周遊ツアー商品を造成する。