

## ひょうごツーリズム戦略(H29～31年度)主要事業レビュー

### 戦略1 兵庫ならではのツーリズムづくり

1	「あいたい兵庫」をキャッチコピーにしたプロモーション	1
2	「INFORMATION ひょうご・関西」の運営	2
3	観光地魅力アップ支援事業	3
4	ひょうごツーリズムバス	4
5	ユニバーサルツーリズムの推進	5
6	産業ツーリズムの推進	6
7	ひょうごロケ支援 Net 事業	7

### 戦略2 外国人旅行者をもてなす国際ツーリズムづくり

1	ひょうごゴールデンルートの推進	
(1)	世界的な事業者と連携したプロモーション	8
(2)	体験型観光や日本遺産を活用した周遊促進	9
(3)	ひょうごゴールデンルート周遊ガイドの育成	10
2	外国人クルーズ客の県内観光促進	11
3	ひょうご国際観光デスクの設置	12
4	海外プロモーション等の実施	13
5	教育旅行の誘致促進	14
6	インバウンド受入体制の整備	15

### 戦略3 地域の産業と協働するツーリズムづくり

1	「ひょうごふるさと館」の運営	16
2	「五つ星ひょうご」プロモーション事業	17
3	観光産業の人材確保・育成	18
4	ホスピタリティ向上事業の実施	19

### 戦略4 国際的なスポーツイベントをとらえた交流の拡大

1	関西広域連携海外プロモーション事業	20
2	スポーツツーリズムの推進	21

# 戦略1 兵庫ならではのツーリズムづくり


事業名	1 「あいたい兵庫」をキャッチコピーにしたプロモーション	実施年度	29 30 31																																								
内容	<p>1 目的 兵庫県の多様な観光資源の魅力を県内外へ向け発信</p> <p>2 概要 秋の観光シーズンに合わせ兵庫の魅力を発信するキャンペーンを実施</p>																																										
実績	<p>[平成 29 年度]</p> <p>魅力的な「ひょうご食体験の旅」を提案する「あいたい兵庫キャンペーン2017 “ごこく豊穡～とおき兵庫五国のグルメ旅～”」を展開（平成29年10月～12月）</p> <p>(1) あいたい兵庫WEB発信</p> <p>① 人気ユーチューバーMasuo(マスオ)氏による食体験などの動画を発信し、55万回以上再生</p> <p>② 大手オンライン旅行社等において、231のホテル・旅館の宿泊・旅行商品を造成し、1万5,000人泊を誘客</p> <p>(2) ひょうごのまち歩きの実施 「ひょうごまち歩き(77コース)」に約10万4,000人が参加</p> <p>(3) 交通事業者と連携した広域誘客</p> <p>① 全日空(ANA)やJR東海と連携した首都圏などからの広域誘客プログラムで、大手旅行会社によるクーポン付き旅行商品造成</p> <p>② ひょうごツーリズムバスの実施などもあわせて、約1万6,500人の広域誘客</p> <p>[平成 30 年度]</p> <p>県内の歴史、文化スポットなどの地域遺産を「兵庫遺産街道」として巡るストーリーで紹介する「あいたい兵庫キャンペーン2018 “兵庫遺産が紡ぐ物語”」を展開（平成30年10月～12月）</p> <p>(1) つながるめぐる兵庫遺産街道デジタルスタンプラリー 兵庫県内の遺産スポットをめぐるデジタルスタンプラリーに、約3,000人の参加</p> <p>(2) 大手オンライン宿泊予約サイトにおける宿泊プラン造成 オンライン宿泊予約サイトにおいて、235のホテル・旅館の宿泊プランを造成し、3万6,000人泊誘客</p> <p>(3) 交通事業者と連携した広域誘客 NEXCO西日本等と連携したドライブキャンペーン」での周遊パスの約1万5000件の利用</p> <p>(4) ひょうごのまち歩きの実施 「ひょうごまち歩き(85コース)」に約11万1千人が参加</p> <p>[平成 31 年度]</p> <p>ゴールドenspーツイヤーズに合わせ、「あいたい兵庫キャンペーン2019」を「スポーツはヒョーゴだ。」をキャッチコピーに展開</p>																																										
評価	<p>1 目標への貢献</p> <p>[平成 29 年度]</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>10月</th> <th>11月</th> <th>12月</th> <th>合計</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>H29</td> <td>923,717</td> <td>1,282,184</td> <td>848,449</td> <td>3,054,350</td> </tr> <tr> <td>H28</td> <td>1,081,577</td> <td>993,572</td> <td>787,914</td> <td>2,863,063</td> </tr> <tr> <td>増減</td> <td>85.4%</td> <td>129.0%</td> <td>107.7%</td> <td>106.7%</td> </tr> </tbody> </table> <p>[平成 30 年度]</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>10月</th> <th>11月</th> <th>12月</th> <th>合計</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>H30</td> <td>848,964</td> <td>1,016,939</td> <td>771,641</td> <td>2,637,544</td> </tr> <tr> <td>H29</td> <td>764,112</td> <td>1,016,872</td> <td>698,764</td> <td>2,479,748</td> </tr> <tr> <td>増減</td> <td>111.1%</td> <td>100.0%</td> <td>110.4%</td> <td>106.4%</td> </tr> </tbody> </table> <p>2 課題</p> <p>(1) 観光に求められるニーズが多様化する中、従来のテーマツーリズムに基づいたキャンペーンを継続実施するのか</p> <p>(2) 事業実施から10年を経過し、ガイドブックの発行がキャンペーン自体の目的化していないか</p> <p>3 今後の方向性</p> <p>(1) 一定の誘客効果を上げており、地域連携の要となっていることから、今後も関係機関と緊密に連携して事業に取り組むべき</p> <p>(2) 現行のような、テーマを定め年2回発行する方式の継続については、検討が必要</p> <p>(3) ガイドブックでとりあげた素材を活用したツアーを、一過性ではなく継続してPRしていくことで「あいたい兵庫キャンペーン」のブランド化の浸透、ガイドブックを外国語に翻訳し、WEB等を活用して広く発信することも検討</p> <p>(4) 配布先をJR以外にも関西国際空港や神戸空港に離発着するLCCなども検討</p>				10月	11月	12月	合計	H29	923,717	1,282,184	848,449	3,054,350	H28	1,081,577	993,572	787,914	2,863,063	増減	85.4%	129.0%	107.7%	106.7%		10月	11月	12月	合計	H30	848,964	1,016,939	771,641	2,637,544	H29	764,112	1,016,872	698,764	2,479,748	増減	111.1%	100.0%	110.4%	106.4%
	10月	11月	12月	合計																																							
H29	923,717	1,282,184	848,449	3,054,350																																							
H28	1,081,577	993,572	787,914	2,863,063																																							
増減	85.4%	129.0%	107.7%	106.7%																																							
	10月	11月	12月	合計																																							
H30	848,964	1,016,939	771,641	2,637,544																																							
H29	764,112	1,016,872	698,764	2,479,748																																							
増減	111.1%	100.0%	110.4%	106.4%																																							

## 戦略 1 兵庫ならではのツーリズムづくり

事業名	2 「INFORMATION ひょうご・関西」の運営	実施年度	③⑩ ③⑪																						
内容	<p>1 目的 空港利用者に県内、関西圏、就航先の観光・物産情報等を発信</p> <p>2 概要 伊丹空港ターミナルビル中央エリア2階到着口正面に「県観光・物産情報コーナー」を設置</p>																								
実績	<p>[平成 30 年度]</p> <p>(1) 観光情報提供・相談対応 (利用者数)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">総数</th> <th colspan="2">男女別</th> <th colspan="4">年齢別</th> <th rowspan="2">うち外国人</th> </tr> <tr> <th>男性</th> <th>女性</th> <th>～20代</th> <th>20代～</th> <th>40代～</th> <th>60代～</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>29,093</td> <td>14,253</td> <td>14,840</td> <td>4,565</td> <td>10,499</td> <td>9,696</td> <td>4,333</td> <td>669</td> </tr> </tbody> </table> <p>(2) デジタルサイネージ(75型)の設置及び観光情報発信 観光PR動画を配信、タッチパネル機能による観光情報（見る・体験・温泉・グルメ・絶景・五つ星ひょうご）、兵庫ピックアップ情報（書写山ロープウェイ、生野銀山、プレミアムアウトレット、三木金物、玄武洞等）を発信 (利用状況) 観光情報：4,757件 ピックアップ情報：8,219件</p> <p>(3) 観光企画展示（ポスター、パンフレット等） パンフレット配布実績：24,245枚</p> <p>(4) 物産販売・観光キャンペーンの開催 県内市町・関西圏就航都市のプロモーションや物販販売等を実施 利用実績：32件</p> <p>(5) 観光案内ロボットや自走式多機能サイネージロボットを活用した案内に係る補助業務 ロボットコンシェルジュや多機能サイネージロボットによる観光情報提供 ロボットコンシェルジュ（Sota）利用実績：33,800回</p> <p>(6) ひょうご五国特産品の展示PR棚 兵庫県の特産品を展示 展示品数：15点（明珍風鈴、ベビーファーストシューズ優雅、播州織ハンカチのし袋、有馬の人形筆 等）</p> <p>(7) ひょうご特産品自動販売機に係る補助業務 県内の特産品（あずき茶、大江のり、山椒佃煮等）を自動販売機により販売 販売実績：個数1,100個、金額512,650円</p> <p>(8) カプセル自動販売機の設置に向けた調査研究 カプセル自動販売機に県内に関する商品を入れて、ブース内に設置し販売調査 設置商品：阪神タイガースポーチ300円、日本の城名鑑400円、ドラゴンクエスト300円、キングえだまめ300円</p>			総数	男女別		年齢別				うち外国人	男性	女性	～20代	20代～	40代～	60代～	29,093	14,253	14,840	4,565	10,499	9,696	4,333	669
総数	男女別		年齢別				うち外国人																		
	男性	女性	～20代	20代～	40代～	60代～																			
29,093	14,253	14,840	4,565	10,499	9,696	4,333	669																		
評価	<p>1 目標への貢献 [平成 30 年度] 本ブースの利用者約 3 万人に対し、観光物産情報を発信</p> <p>2 課題 ブース利用者の継続的な増加</p> <p>3 今後の方向性 (1) 例えば高機能AIロボットやVR体験ブースの設置等により、幅広い層に観光情報の提供ができる機会を増やす (2) J N T Oの外国人観光案内所登録申請を行うと共に、英語対応可能なスタッフの常駐、多言語案内板、英語表記のゴールデンルートパンフレット等の設置の検討</p>																								




# 戦略1 兵庫ならではのツーリズムづくり

事業名	3 観光地魅力アップ支援事業	実施年度	㊹ ㊺ ㊻																																											
内容	1 目的 地域での滞在時間拡大など観光産業の育成強化を図る 2 概要 滞在型観光や着地型観光、地域間の連携による広域観光、特産品の振興等、地域の主体的な新しい取組を支援																																													
	<b>実績</b> [平成 29 年度] (1) 補助事業：14 件 (2) 支援事業と成果 <table border="1"> <thead> <tr> <th>事業名</th> <th>実施主体</th> <th>事業内容</th> <th>主な成果</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>アニメの観光まちづくり事業</td> <td>宝塚市国際観光協会</td> <td>アニメとハロウィンを融合させたイベントを開催</td> <td>来場者数：16,898 人</td> </tr> <tr> <td>山陰海岸ジパングウォークリチャレンジライド</td> <td>城崎温泉観光協会</td> <td>山陰海岸ジオパークを自転車で巡るイベントを開催</td> <td>大会参加者数：804 人 ※33 道府県から参加</td> </tr> <tr> <td>うみぞら映画祭 2017in 淡路島</td> <td>海の映画館をつくろうプロジェクト実行委員会</td> <td>大浜海水浴場にスクリーンを立てた「海の映画館」を設置</td> <td>来場者数：5,000 人</td> </tr> </tbody> </table> [平成 30 年度] (1) 補助事業：11 件 (2) 支援事業と成果 <table border="1"> <thead> <tr> <th>事業名</th> <th>実施主体</th> <th>事業内容</th> <th>主な成果</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>南京町生誕 150 年記念事業</td> <td>南京町生誕 150 年記念事業実行委員会</td> <td>他の観光スポットと連携しイベント実施</td> <td>来場者数：730,000 人</td> </tr> <tr> <td>明石城歴代城主の甲冑制作及び甲冑着付け体験プログラムの開発事業</td> <td>明石観光協会</td> <td>明石城築城 400 周年の広報 PR や、甲冑着付け体験等のプログラムを開発・整備</td> <td>延べ参加者数：約 227,000 名</td> </tr> <tr> <td>神河サイクリング事業</td> <td>神河町観光協会</td> <td>神河町を巡るサイクリングイベントを開催</td> <td>大会参加者数：473 名</td> </tr> </tbody> </table> [平成 31 年度] (1) 補助事業：12 件 (2) 支援事業 <table border="1"> <thead> <tr> <th>事業名</th> <th>実施主体</th> <th>事業内容</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>西宮酒蔵探訪ループバス運行事業</td> <td>西宮観光協会</td> <td>「灘の酒蔵探訪」の実施期間に合わせて、西宮市内の酒蔵地帯を巡回するバスを運行</td> </tr> <tr> <td>兵庫チャレンジフェスタ</td> <td>日本青年会議所</td> <td>若者に向けて、三木をはじめとした県下全域の特産物や伝統産業等の魅力を発信</td> </tr> <tr> <td>宍粟市観光誘客プロモーション</td> <td>しそ森林王国観光協会</td> <td>自然体験や癒しに関心のある女性をターゲットとした、体験型ファムを実施</td> </tr> </tbody> </table> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">  <p>南京町生誕 150 年記念事業 (H30 年度)</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>神河サイクリング事業 (H30 年度)</p> </div> </div>			事業名	実施主体	事業内容	主な成果	アニメの観光まちづくり事業	宝塚市国際観光協会	アニメとハロウィンを融合させたイベントを開催	来場者数：16,898 人	山陰海岸ジパングウォークリチャレンジライド	城崎温泉観光協会	山陰海岸ジオパークを自転車で巡るイベントを開催	大会参加者数：804 人 ※33 道府県から参加	うみぞら映画祭 2017in 淡路島	海の映画館をつくろうプロジェクト実行委員会	大浜海水浴場にスクリーンを立てた「海の映画館」を設置	来場者数：5,000 人	事業名	実施主体	事業内容	主な成果	南京町生誕 150 年記念事業	南京町生誕 150 年記念事業実行委員会	他の観光スポットと連携しイベント実施	来場者数：730,000 人	明石城歴代城主の甲冑制作及び甲冑着付け体験プログラムの開発事業	明石観光協会	明石城築城 400 周年の広報 PR や、甲冑着付け体験等のプログラムを開発・整備	延べ参加者数：約 227,000 名	神河サイクリング事業	神河町観光協会	神河町を巡るサイクリングイベントを開催	大会参加者数：473 名	事業名	実施主体	事業内容	西宮酒蔵探訪ループバス運行事業	西宮観光協会	「灘の酒蔵探訪」の実施期間に合わせて、西宮市内の酒蔵地帯を巡回するバスを運行	兵庫チャレンジフェスタ	日本青年会議所	若者に向けて、三木をはじめとした県下全域の特産物や伝統産業等の魅力を発信	宍粟市観光誘客プロモーション	しそ森林王国観光協会
事業名	実施主体	事業内容	主な成果																																											
アニメの観光まちづくり事業	宝塚市国際観光協会	アニメとハロウィンを融合させたイベントを開催	来場者数：16,898 人																																											
山陰海岸ジパングウォークリチャレンジライド	城崎温泉観光協会	山陰海岸ジオパークを自転車で巡るイベントを開催	大会参加者数：804 人 ※33 道府県から参加																																											
うみぞら映画祭 2017in 淡路島	海の映画館をつくろうプロジェクト実行委員会	大浜海水浴場にスクリーンを立てた「海の映画館」を設置	来場者数：5,000 人																																											
事業名	実施主体	事業内容	主な成果																																											
南京町生誕 150 年記念事業	南京町生誕 150 年記念事業実行委員会	他の観光スポットと連携しイベント実施	来場者数：730,000 人																																											
明石城歴代城主の甲冑制作及び甲冑着付け体験プログラムの開発事業	明石観光協会	明石城築城 400 周年の広報 PR や、甲冑着付け体験等のプログラムを開発・整備	延べ参加者数：約 227,000 名																																											
神河サイクリング事業	神河町観光協会	神河町を巡るサイクリングイベントを開催	大会参加者数：473 名																																											
事業名	実施主体	事業内容																																												
西宮酒蔵探訪ループバス運行事業	西宮観光協会	「灘の酒蔵探訪」の実施期間に合わせて、西宮市内の酒蔵地帯を巡回するバスを運行																																												
兵庫チャレンジフェスタ	日本青年会議所	若者に向けて、三木をはじめとした県下全域の特産物や伝統産業等の魅力を発信																																												
宍粟市観光誘客プロモーション	しそ森林王国観光協会	自然体験や癒しに関心のある女性をターゲットとした、体験型ファムを実施																																												
評価	1 目標への貢献 平成 30 年度は支援した 11 件で約 106 万人集客するなど観光入込客数増加に寄与 2 課題 (1) 一時的なイベントで終わり、継続的な集客に繋がっていないケースがある (2) 地域内の参加者が主で外部からの観光誘客に繋がっていないケースがある (3) 一部の県民局・センターが類似の補助事業を実施しており、事業のすみ分けが必要 3 今後の方向性 (1) 県民局・センターの補助事業と差別化を図るため、県民局をまたがる広域事業の支援を目的に、広域性のある事業をより優先的に補助するほか補助金上限額の増額などの制度変更 (2) 従来の支援型の補助から、あらかじめ設定したテーマについて、コンテンツ開発を行う事業者を募集し、マーケティングからコンテンツの完成、PR までを一環してサポートする伴走型支援への転換																																													

# 戦略1 兵庫ならではのツーリズムづくり

事業名	4 ひょうごツーリズムバス実施事業	実施年度	㊹ ㊺ ㊻																																																																																																																						
内容	1 目的 県内の多彩なツーリズム資源を活かして、県外からの来訪客の誘致促進を図る 2 概要 県内施設や催事の見学、体験などを目的とした借上バスによる県外及び海外からの団体旅行に対し助成																																																																																																																								
	(1) 助成要件：指定する対象施設の訪問（宿泊2か所以上、日帰り1か所以上） （対象施設：(例) 姫路城、竹田城跡、ハーバーランド等 約1,400箇所） (2) 助成限度額 <table border="1" style="margin-left: 20px;"> <thead> <tr> <th>参加人数</th> <th>県内で宿泊</th> <th>日帰り</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>20人以上</td> <td>30,000円</td> <td>15,000円</td> </tr> <tr> <td>10～19人</td> <td>15,000円</td> <td>7,500円</td> </tr> </tbody> </table> (3) バス区分：キャンペーン連携、インバウンド、自由テーマ周遊、兵庫遺産周遊、山陰海岸ジオパーク等周遊、六甲山地域周遊、隣接県周遊 (4) 補助台数			参加人数	県内で宿泊	日帰り	20人以上	30,000円	15,000円	10～19人	15,000円	7,500円																																																																																																													
参加人数	県内で宿泊	日帰り																																																																																																																							
20人以上	30,000円	15,000円																																																																																																																							
10～19人	15,000円	7,500円																																																																																																																							
実績	[H29年度] 1,647台 [国内分] <table border="1" style="margin-left: 20px;"> <thead> <tr> <th colspan="2">利用者別確定台数</th> </tr> <tr> <th>内容</th> <th>台数</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>旅行会社</td> <td>1,150</td> </tr> <tr> <td>一般申込み</td> <td>7</td> </tr> <tr> <td>全体</td> <td>1,157</td> </tr> </tbody> </table> 出発地別確定台数 <table border="1" style="margin-left: 20px;"> <thead> <tr> <th>順位</th> <th>出発地</th> <th>台数</th> <th></th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>1</td><td>東京都</td><td>291</td><td>25.2%</td></tr> <tr><td>2</td><td>大阪府</td><td>200</td><td>17.3%</td></tr> <tr><td>3</td><td>愛知県</td><td>176</td><td>15.2%</td></tr> <tr><td>4</td><td>京都府</td><td>144</td><td>12.4%</td></tr> <tr><td>5</td><td>香川県</td><td>46</td><td>4.0%</td></tr> <tr><td>6</td><td>岐阜県</td><td>44</td><td>3.8%</td></tr> <tr><td>7</td><td>岡山県</td><td>42</td><td>3.6%</td></tr> <tr><td>8</td><td>北海道</td><td>32</td><td>2.8%</td></tr> <tr><td>9</td><td>宮城県</td><td>28</td><td>2.4%</td></tr> <tr><td>10</td><td>和歌山県</td><td>22</td><td>1.9%</td></tr> <tr><td colspan="2">全体 トップ10合計</td><td>1,025</td><td>88.6%</td></tr> <tr><td colspan="2">その他</td><td>132</td><td>11.4%</td></tr> <tr><td colspan="2">合計</td><td>1,157</td><td>100%</td></tr> </tbody> </table> [海外分]           出発国・地域別確定台数 <table border="1" style="margin-left: 20px;"> <thead> <tr> <th>順位</th> <th>出発地</th> <th>台数</th> <th></th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>1</td><td>韓国</td><td>221</td><td>52.4%</td></tr> <tr><td>2</td><td>中国</td><td>70</td><td>16.6%</td></tr> <tr><td>3</td><td>台湾</td><td>64</td><td>15.2%</td></tr> <tr><td>4</td><td>香港</td><td>59</td><td>14.0%</td></tr> <tr><td>5</td><td>タイランド</td><td>4</td><td>0.9%</td></tr> <tr><td>6</td><td>フィリピン</td><td>2</td><td>0.5%</td></tr> <tr><td>7</td><td>シンガポール/オーストラリア</td><td>2</td><td>0.5%</td></tr> <tr><td colspan="2">合計</td><td>422</td><td>100.0%</td></tr> </tbody> </table> ※隣県バス 68台分除く			利用者別確定台数		内容	台数	旅行会社	1,150	一般申込み	7	全体	1,157	順位	出発地	台数		1	東京都	291	25.2%	2	大阪府	200	17.3%	3	愛知県	176	15.2%	4	京都府	144	12.4%	5	香川県	46	4.0%	6	岐阜県	44	3.8%	7	岡山県	42	3.6%	8	北海道	32	2.8%	9	宮城県	28	2.4%	10	和歌山県	22	1.9%	全体 トップ10合計		1,025	88.6%	その他		132	11.4%	合計		1,157	100%	順位	出発地	台数		1	韓国	221	52.4%	2	中国	70	16.6%	3	台湾	64	15.2%	4	香港	59	14.0%	5	タイランド	4	0.9%	6	フィリピン	2	0.5%	7	シンガポール/オーストラリア	2	0.5%	合計		422	100.0%																
	利用者別確定台数																																																																																																																								
内容	台数																																																																																																																								
旅行会社	1,150																																																																																																																								
一般申込み	7																																																																																																																								
全体	1,157																																																																																																																								
順位	出発地	台数																																																																																																																							
1	東京都	291	25.2%																																																																																																																						
2	大阪府	200	17.3%																																																																																																																						
3	愛知県	176	15.2%																																																																																																																						
4	京都府	144	12.4%																																																																																																																						
5	香川県	46	4.0%																																																																																																																						
6	岐阜県	44	3.8%																																																																																																																						
7	岡山県	42	3.6%																																																																																																																						
8	北海道	32	2.8%																																																																																																																						
9	宮城県	28	2.4%																																																																																																																						
10	和歌山県	22	1.9%																																																																																																																						
全体 トップ10合計		1,025	88.6%																																																																																																																						
その他		132	11.4%																																																																																																																						
合計		1,157	100%																																																																																																																						
順位	出発地	台数																																																																																																																							
1	韓国	221	52.4%																																																																																																																						
2	中国	70	16.6%																																																																																																																						
3	台湾	64	15.2%																																																																																																																						
4	香港	59	14.0%																																																																																																																						
5	タイランド	4	0.9%																																																																																																																						
6	フィリピン	2	0.5%																																																																																																																						
7	シンガポール/オーストラリア	2	0.5%																																																																																																																						
合計		422	100.0%																																																																																																																						
	[H30年度] 1,881台 [国内分] <table border="1" style="margin-left: 20px;"> <thead> <tr> <th colspan="2">利用者別確定台数</th> </tr> <tr> <th>内容</th> <th>台数</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>旅行会社</td> <td>1,362</td> </tr> <tr> <td>一般申込み</td> <td>7</td> </tr> <tr> <td>全体</td> <td>1,369</td> </tr> </tbody> </table> 出発地別確定台数 <table border="1" style="margin-left: 20px;"> <thead> <tr> <th>順位</th> <th>出発地</th> <th>台数</th> <th></th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>1</td><td>愛知県</td><td>319</td><td>23.3%</td></tr> <tr><td>2</td><td>大阪府</td><td>291</td><td>21.3%</td></tr> <tr><td>3</td><td>東京都</td><td>290</td><td>21.2%</td></tr> <tr><td>4</td><td>京都府</td><td>84</td><td>6.1%</td></tr> <tr><td>5</td><td>岡山県</td><td>69</td><td>5.0%</td></tr> <tr><td>6</td><td>広島県</td><td>45</td><td>3.3%</td></tr> <tr><td>7</td><td>香川県</td><td>37</td><td>2.7%</td></tr> <tr><td>8</td><td>北海道</td><td>30</td><td>2.2%</td></tr> <tr><td>9</td><td>岐阜県</td><td>26</td><td>1.9%</td></tr> <tr><td>10</td><td>奈良県</td><td>25</td><td>1.8%</td></tr> <tr><td>10</td><td>徳島県</td><td>25</td><td>1.8%</td></tr> <tr><td colspan="2">全体 トップ10合計</td><td>1,241</td><td>90.7%</td></tr> <tr><td colspan="2">その他</td><td>128</td><td>9.3%</td></tr> <tr><td colspan="2">合計</td><td>1,369</td><td>100%</td></tr> </tbody> </table> [海外分]           出発国・地域別確定台数 <table border="1" style="margin-left: 20px;"> <thead> <tr> <th>順位</th> <th>出発地</th> <th>台数</th> <th></th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>1</td><td>韓国</td><td>219</td><td>48.6%</td></tr> <tr><td>2</td><td>中国</td><td>141</td><td>31.3%</td></tr> <tr><td>3</td><td>台湾</td><td>66</td><td>14.6%</td></tr> <tr><td>4</td><td>タイランド</td><td>13</td><td>2.9%</td></tr> <tr><td>5</td><td>フランス</td><td>4</td><td>0.9%</td></tr> <tr><td>6</td><td>マレーシア</td><td>2</td><td>0.4%</td></tr> <tr><td>7</td><td>スペイン</td><td>2</td><td>0.4%</td></tr> <tr><td>8</td><td>ドイツ</td><td>2</td><td>0.4%</td></tr> <tr><td>9</td><td>インドネシア</td><td>1</td><td>0.2%</td></tr> <tr><td>10</td><td>デンマーク</td><td>1</td><td>0.2%</td></tr> <tr><td colspan="2">合計</td><td>451</td><td>100.0%</td></tr> </tbody> </table> ※隣県バス 61台分除く			利用者別確定台数		内容	台数	旅行会社	1,362	一般申込み	7	全体	1,369	順位	出発地	台数		1	愛知県	319	23.3%	2	大阪府	291	21.3%	3	東京都	290	21.2%	4	京都府	84	6.1%	5	岡山県	69	5.0%	6	広島県	45	3.3%	7	香川県	37	2.7%	8	北海道	30	2.2%	9	岐阜県	26	1.9%	10	奈良県	25	1.8%	10	徳島県	25	1.8%	全体 トップ10合計		1,241	90.7%	その他		128	9.3%	合計		1,369	100%	順位	出発地	台数		1	韓国	219	48.6%	2	中国	141	31.3%	3	台湾	66	14.6%	4	タイランド	13	2.9%	5	フランス	4	0.9%	6	マレーシア	2	0.4%	7	スペイン	2	0.4%	8	ドイツ	2	0.4%	9	インドネシア	1	0.2%	10	デンマーク	1	0.2%	合計		451	100.0%
利用者別確定台数																																																																																																																									
内容	台数																																																																																																																								
旅行会社	1,362																																																																																																																								
一般申込み	7																																																																																																																								
全体	1,369																																																																																																																								
順位	出発地	台数																																																																																																																							
1	愛知県	319	23.3%																																																																																																																						
2	大阪府	291	21.3%																																																																																																																						
3	東京都	290	21.2%																																																																																																																						
4	京都府	84	6.1%																																																																																																																						
5	岡山県	69	5.0%																																																																																																																						
6	広島県	45	3.3%																																																																																																																						
7	香川県	37	2.7%																																																																																																																						
8	北海道	30	2.2%																																																																																																																						
9	岐阜県	26	1.9%																																																																																																																						
10	奈良県	25	1.8%																																																																																																																						
10	徳島県	25	1.8%																																																																																																																						
全体 トップ10合計		1,241	90.7%																																																																																																																						
その他		128	9.3%																																																																																																																						
合計		1,369	100%																																																																																																																						
順位	出発地	台数																																																																																																																							
1	韓国	219	48.6%																																																																																																																						
2	中国	141	31.3%																																																																																																																						
3	台湾	66	14.6%																																																																																																																						
4	タイランド	13	2.9%																																																																																																																						
5	フランス	4	0.9%																																																																																																																						
6	マレーシア	2	0.4%																																																																																																																						
7	スペイン	2	0.4%																																																																																																																						
8	ドイツ	2	0.4%																																																																																																																						
9	インドネシア	1	0.2%																																																																																																																						
10	デンマーク	1	0.2%																																																																																																																						
合計		451	100.0%																																																																																																																						
評価	1 目標への貢献 旅行先を選ぶ際の大きなインセンティブとなっている 2 課題 県外からの誘客促進のツールとして有効に活用する方法を考える必要がある 3 今後の方向性 (1) 訪問数の少ない地域（北、東、西播磨等）をコースに取り入れているバスに対して重点的に補助金を増額する等、県内各地に旅行者が訪れる制度を取り入れる (2) テーマ内容及び対象施設の見直しを定期的に行うことにより、それぞれの地域が注目される機会を設ける																																																																																																																								

## 戦略1 兵庫ならではのツーリズムづくり

事業名	5 ユニバーサルツーリズムの推進	実施年度	②⑨ ③①																																															
内容	<p>1 目的 今後拡大が見込まれる高齢者層等の誘客促進を図る</p> <p>2 概要 誰もが気兼ねなく参加できるユニバーサルツーリズムの普及促進及び旅行商品化</p>																																																	
	<p>[平成 29 年度]</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>取組</th> <th>地域</th> <th>主な内容</th> <th>主な成果</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>理解促進・気運醸成研修の開催</td> <td>丹波</td> <td>取組事例の紹介や講演等</td> <td>参加者数：44 名</td> </tr> <tr> <td>普及啓発フォーラムの開催</td> <td>但馬</td> <td>取組事例の紹介やパネルディスカッション</td> <td>参加者数：71 名</td> </tr> <tr> <td>招聘事業の実施</td> <td>中播磨</td> <td>旅行業・観光業関係者等を対象に、本県の対応等を紹介するツアーを実施し、旅行商品の造成を推進</td> <td>県内ツアーの造成（神姫バスツアーズ）</td> </tr> <tr> <td>ユニバーサルツーリズムマップの作成</td> <td>淡路</td> <td>ユニバーサル情報を盛り込んだマップを作成し、発信</td> <td>HP で周知</td> </tr> <tr> <td>フォローアップの実施</td> <td>全県</td> <td>関係者を対象としたフォローアップを実施</td> <td>－</td> </tr> </tbody> </table> <p>[平成 30 年度]</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>取組</th> <th>地域</th> <th>主な内容</th> <th>主な成果</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>理解促進・気運醸成研修の開催</td> <td>阪神北</td> <td>取組事例の紹介や講演等</td> <td>参加者数：14 名</td> </tr> <tr> <td>普及啓発フォーラムの開催</td> <td>丹波</td> <td>取組事例の紹介やパネルディスカッション</td> <td>参加者数：61 名</td> </tr> <tr> <td>招聘事業の実施</td> <td>但馬</td> <td>旅行業・観光業関係者等を対象に、本県の対応等を紹介するツアーを実施し、旅行商品の造成を推進</td> <td>お風呂介護付き宿泊プランの造成（有馬ロイヤルホテル）</td> </tr> <tr> <td>ユニバーサルツーリズムマップの作成</td> <td>中播磨</td> <td>ユニバーサル情報を盛り込んだマップを作成し、発信</td> <td>HP・観光案内所等で周知</td> </tr> <tr> <td>フォローアップの実施</td> <td>全県</td> <td>関係者を対象としたフォローアップを実施</td> <td>－</td> </tr> </tbody> </table>			取組	地域	主な内容	主な成果	理解促進・気運醸成研修の開催	丹波	取組事例の紹介や講演等	参加者数：44 名	普及啓発フォーラムの開催	但馬	取組事例の紹介やパネルディスカッション	参加者数：71 名	招聘事業の実施	中播磨	旅行業・観光業関係者等を対象に、本県の対応等を紹介するツアーを実施し、旅行商品の造成を推進	県内ツアーの造成（神姫バスツアーズ）	ユニバーサルツーリズムマップの作成	淡路	ユニバーサル情報を盛り込んだマップを作成し、発信	HP で周知	フォローアップの実施	全県	関係者を対象としたフォローアップを実施	－	取組	地域	主な内容	主な成果	理解促進・気運醸成研修の開催	阪神北	取組事例の紹介や講演等	参加者数：14 名	普及啓発フォーラムの開催	丹波	取組事例の紹介やパネルディスカッション	参加者数：61 名	招聘事業の実施	但馬	旅行業・観光業関係者等を対象に、本県の対応等を紹介するツアーを実施し、旅行商品の造成を推進	お風呂介護付き宿泊プランの造成（有馬ロイヤルホテル）	ユニバーサルツーリズムマップの作成	中播磨	ユニバーサル情報を盛り込んだマップを作成し、発信	HP・観光案内所等で周知	フォローアップの実施	全県	関係者を対象としたフォローアップを実施
取組	地域	主な内容	主な成果																																															
理解促進・気運醸成研修の開催	丹波	取組事例の紹介や講演等	参加者数：44 名																																															
普及啓発フォーラムの開催	但馬	取組事例の紹介やパネルディスカッション	参加者数：71 名																																															
招聘事業の実施	中播磨	旅行業・観光業関係者等を対象に、本県の対応等を紹介するツアーを実施し、旅行商品の造成を推進	県内ツアーの造成（神姫バスツアーズ）																																															
ユニバーサルツーリズムマップの作成	淡路	ユニバーサル情報を盛り込んだマップを作成し、発信	HP で周知																																															
フォローアップの実施	全県	関係者を対象としたフォローアップを実施	－																																															
取組	地域	主な内容	主な成果																																															
理解促進・気運醸成研修の開催	阪神北	取組事例の紹介や講演等	参加者数：14 名																																															
普及啓発フォーラムの開催	丹波	取組事例の紹介やパネルディスカッション	参加者数：61 名																																															
招聘事業の実施	但馬	旅行業・観光業関係者等を対象に、本県の対応等を紹介するツアーを実施し、旅行商品の造成を推進	お風呂介護付き宿泊プランの造成（有馬ロイヤルホテル）																																															
ユニバーサルツーリズムマップの作成	中播磨	ユニバーサル情報を盛り込んだマップを作成し、発信	HP・観光案内所等で周知																																															
フォローアップの実施	全県	関係者を対象としたフォローアップを実施	－																																															
実績	<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">   </div> <p style="text-align: center;">招聘事業の様子</p>																																																	
評価	<p>1 目標への貢献 取組に参加した企業等により県内受入体勢が少しずつ充実（例：車椅子利用者向け県内バスツアー、介助付き宿泊プランの造成 等）</p> <p>2 課題 (1) 神戸ユニバーサルツーリズムセンターに加え、旅行者の支援をワンストップで受付できる県内拠点の更なる整備が必要 (2) 民間事業者のみで県内拠点を整備するには、人的・金銭的にハードルが高いため、インシヤルコストを補助する制度等が必要</p> <p>3 今後の方向性 全国的にも先進的な神戸ユニバーサルツーリズムセンターと協力し、県内第2の拠点として、観光客数も多く、地域内で気運も高まってきている姫路を支援し、拠点機能を育てる</p>																																																	

# 戦略 1 兵庫ならではのツーリズムづくり

事業名	6 産業ツーリズムの推進	実施年度	②⑨ ③①																																																																																																																																																											
内容	<p>1 目的 県内の産業ツーリズム施設における観光客誘致の促進</p> <p>2 概要 特色ある工場、企業博物館などを産業ツーリズム施設として登録し、ホームページ上で情報発信</p>																																																																																																																																																													
実績	<p>[平成 29 年度] ・登録施設 286 箇所、38 モデルコース</p> <p>[平成 30 年度] ・ホームページのリニューアル（「HYOGO!ナビ」と統合） ・登録施設 291 箇所、38 モデルコース</p>																																																																																																																																																													
	<p>産業ツーリズム施設の登録数（291 箇所） H31.3.31 時点</p>  <p>明延鉱山探検坑道 見学の様子</p>																																																																																																																																																													
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>地域</th> <th>食品</th> <th>飲料</th> <th>繊維 ファッション</th> <th>紙業 陶器 工芸</th> <th>機械 金属</th> <th>化学 窯業 建材</th> <th>エネギ- 環境 リサイクル</th> <th>運輸 流通</th> <th>出版 印刷</th> <th>科学 技術 一般</th> <th>その他</th> <th>合計</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>神戸</td> <td>12</td> <td>14</td> <td>4</td> <td>2</td> <td>2</td> <td>2</td> <td>5</td> <td>5</td> <td>2</td> <td>2</td> <td>21</td> <td>71</td> </tr> <tr> <td>阪神南</td> <td>4</td> <td>4</td> <td>1</td> <td>4</td> <td>3</td> <td></td> <td></td> <td>1</td> <td>1</td> <td>1</td> <td>8</td> <td>27</td> </tr> <tr> <td>阪神北</td> <td>3</td> <td>5</td> <td></td> <td>4</td> <td></td> <td></td> <td>3</td> <td>1</td> <td></td> <td></td> <td>13</td> <td>29</td> </tr> <tr> <td>東播磨</td> <td>4</td> <td>2</td> <td></td> <td>3</td> <td>2</td> <td>2</td> <td>1</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>6</td> <td>20</td> </tr> <tr> <td>北播磨</td> <td>5</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>5</td> <td>3</td> <td></td> <td>2</td> <td></td> <td></td> <td>1</td> <td>3</td> <td>24</td> </tr> <tr> <td>中播磨</td> <td>5</td> <td>3</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>4</td> <td>1</td> <td>5</td> <td></td> <td>1</td> <td></td> <td>7</td> <td>29</td> </tr> <tr> <td>西播磨</td> <td>5</td> <td>3</td> <td></td> <td>11</td> <td></td> <td>3</td> <td>1</td> <td></td> <td></td> <td>2</td> <td>4</td> <td>29</td> </tr> <tr> <td>但馬</td> <td>9</td> <td>5</td> <td>4</td> <td>2</td> <td>2</td> <td>1</td> <td></td> <td></td> <td>1</td> <td></td> <td>4</td> <td>28</td> </tr> <tr> <td>丹波</td> <td></td> <td>4</td> <td>1</td> <td>4</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>2</td> <td>11</td> </tr> <tr> <td>淡路</td> <td>3</td> <td>3</td> <td></td> <td>5</td> <td>3</td> <td>3</td> <td>2</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>4</td> <td>23</td> </tr> <tr> <td>計</td> <td>50</td> <td>46</td> <td>13</td> <td>42</td> <td>19</td> <td>12</td> <td>19</td> <td>7</td> <td>5</td> <td>6</td> <td>72</td> <td>291</td> </tr> </tbody> </table>			地域	食品	飲料	繊維 ファッション	紙業 陶器 工芸	機械 金属	化学 窯業 建材	エネギ- 環境 リサイクル	運輸 流通	出版 印刷	科学 技術 一般	その他	合計	神戸	12	14	4	2	2	2	5	5	2	2	21	71	阪神南	4	4	1	4	3			1	1	1	8	27	阪神北	3	5		4			3	1			13	29	東播磨	4	2		3	2	2	1				6	20	北播磨	5	3	2	5	3		2			1	3	24	中播磨	5	3	1	2	4	1	5		1		7	29	西播磨	5	3		11		3	1			2	4	29	但馬	9	5	4	2	2	1			1		4	28	丹波		4	1	4							2	11	淡路	3	3		5	3	3	2				4	23	計	50	46	13	42	19	12	19	7	5	6	72
地域	食品	飲料	繊維 ファッション	紙業 陶器 工芸	機械 金属	化学 窯業 建材	エネギ- 環境 リサイクル	運輸 流通	出版 印刷	科学 技術 一般	その他	合計																																																																																																																																																		
神戸	12	14	4	2	2	2	5	5	2	2	21	71																																																																																																																																																		
阪神南	4	4	1	4	3			1	1	1	8	27																																																																																																																																																		
阪神北	3	5		4			3	1			13	29																																																																																																																																																		
東播磨	4	2		3	2	2	1				6	20																																																																																																																																																		
北播磨	5	3	2	5	3		2			1	3	24																																																																																																																																																		
中播磨	5	3	1	2	4	1	5		1		7	29																																																																																																																																																		
西播磨	5	3		11		3	1			2	4	29																																																																																																																																																		
但馬	9	5	4	2	2	1			1		4	28																																																																																																																																																		
丹波		4	1	4							2	11																																																																																																																																																		
淡路	3	3		5	3	3	2				4	23																																																																																																																																																		
計	50	46	13	42	19	12	19	7	5	6	72	291																																																																																																																																																		
<p>産業ツーリズムモデルコース例（全 38 コース）</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>コース名</th> <th>場 所</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>銀の馬車道コース</td> <td>生野銀山（朝来市）、銀の馬車道交流館（神河町）、もちむぎの館（福崎町）、光洋製瓦株式会社（姫路市）</td> </tr> <tr> <td>酒造の歴史を知るコース</td> <td>日本盛酒造通り煉瓦館（西宮市）、白鷹緑水苑（西宮市）、白鹿記念酒造博物館（西宮市）</td> </tr> </tbody> </table>			コース名	場 所	銀の馬車道コース	生野銀山（朝来市）、銀の馬車道交流館（神河町）、もちむぎの館（福崎町）、光洋製瓦株式会社（姫路市）	酒造の歴史を知るコース	日本盛酒造通り煉瓦館（西宮市）、白鷹緑水苑（西宮市）、白鹿記念酒造博物館（西宮市）																																																																																																																																																						
コース名	場 所																																																																																																																																																													
銀の馬車道コース	生野銀山（朝来市）、銀の馬車道交流館（神河町）、もちむぎの館（福崎町）、光洋製瓦株式会社（姫路市）																																																																																																																																																													
酒造の歴史を知るコース	日本盛酒造通り煉瓦館（西宮市）、白鷹緑水苑（西宮市）、白鹿記念酒造博物館（西宮市）																																																																																																																																																													
評価	<p>1 目標への貢献 体験型ツーリズムの需要取り込みによる観光入込客数、宿泊者数等への貢献</p> <p>2 課題 PR の強化及び素材の活用</p> <p>3 今後の方向性                      (1) 新規登録施設の掘り起こしに努める                      (2) 昨年度、「HYOGOナビ！」への統合によりホームページのアップデートを実施したが、さらに海外誘客を図るため多言語化することを検討                      (3) 素材を活かし、ある程度広域のテーマ性を持ったモデルルートやツアー造成を検討し、県内周遊や宿泊者数増を図る</p>																																																																																																																																																													

# 戦略 1 兵庫ならではのツーリズムづくり

事業名	7 ひょうごロケ支援 Net 事業	実施年度	㊥ ㊦ ㊧														
内容	<p>1 目的 映画等の撮影地をツーリズム資源として誘客に活用する情報を発信</p> <p>2 概要 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県内関係機関の連携体制の整備に取り組む</p>																
	<p>[平成 29 年度]</p> <p><b>【主な支援作品】</b></p> <p>○ドラマ「科捜研の女」(H29.11 撮影、H30.1 放送) ロケ地：武庫川女子大学甲子園会館[西宮市] 主な出演：沢口靖子、内藤剛志</p> <p>○映画「焼肉ドラゴン」(H29.5 撮影、H30.6 公開予定) ロケ地：猪名川河川敷[尼崎市、伊丹市]、尼崎市文化財収蔵庫[尼崎市] 主な出演：真木よう子、井上真央、大泉洋</p> <p><b>【撮影実績（作品数）】</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>映画</th> <th>テレビドラマ</th> <th>テレビ番組</th> <th>CM その他</th> <th>計</th> <th>撮影日数</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>H29</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>9</td> <td>23</td> <td>39</td> <td>66</td> </tr> </tbody> </table>				映画	テレビドラマ	テレビ番組	CM その他	計	撮影日数	H29	3	4	9	23	39	66
	映画	テレビドラマ	テレビ番組	CM その他	計	撮影日数											
H29	3	4	9	23	39	66											
実績	<p>[平成 30 年度]</p> <p><b>【主な支援作品】</b></p> <p>○映画「燃えよ剣」(H31.2 撮影、H32 公開予定) ロケ地：砥峰高原（神河町） 主な出演：岡田准一</p> <p>○ドラマ「まんぷく」(H30.6、H31.2 撮影、H30.10～放送) ロケ地：吹上浜 [南あわじ市]、武庫川女子大学甲子園会館 [西宮市]、旧居留地 [神戸市] 主な出演：安藤サクラ、長谷川博己</p> <p>○映画「フォルトウナの瞳」(H30.5～6 撮影、H31.2 公開) ロケ地：au 甲子園南店 [西宮市]、舞子公園、フラワーロード [神戸市] 主な出演：神木隆之介、有村架純</p> <p><b>【撮影実績（作品数）】</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>映画</th> <th>テレビドラマ</th> <th>テレビ番組</th> <th>CM その他</th> <th>計</th> <th>撮影日数</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>H30</td> <td>4</td> <td>4</td> <td>7</td> <td>28</td> <td>43</td> <td>67</td> </tr> </tbody> </table>				映画	テレビドラマ	テレビ番組	CM その他	計	撮影日数	H30	4	4	7	28	43	67
		映画	テレビドラマ	テレビ番組	CM その他	計	撮影日数										
H30	4	4	7	28	43	67											
評価	<p>1 目標への貢献 対前年度比で、支援作品数、撮影日数とも増加したことにより、宿泊数、消費額とも上昇傾向にあると考えられる</p>																
	<p>2 課題 (1) ロケ地が新しい観光資源となるよう作品を活用した PR 活動を強化し、ロケ地への誘客促進を図る (2) 県内各地へのロケ誘致を支援</p> <p>3 今後の方向性 (1) HP による情報発信だけでなく、ロケ地を活用したイベント、キャンペーンの実施等も検討 (2) ロケ地マップを作成し、ロケ地フェア等で配布し、ロケ地への誘客促進のほか、県内へのロケ誘致を図る</p>																



映画「焼肉ドラゴン」撮影風景



ドラマ「まんぷく」撮影風景



## 戦略2 外国人旅行者をもてなす国際ツーリズムづくり

事業名	1 ひょうごゴールデンルート推進・ (1) 世界的な事業者と連携したプロモーション	実施年度	⑩⑪																																		
内容	1 目的 海外市場における本県認知度向上・誘客促進およびインバウンド受入機運の醸成 2 概要 (1) Expedia 海外 WEB サイトでのプロモーション展開 (2) インバウンドセミナー開催																																				
実績	<p><b>[平成30年度]</b></p> <p>1 WEBプロモーション</p> <p>(1) 実施時期：① 平成30年7月23日～9月22日 ② 10月1日～3月31日</p> <p>(2) 実施内容：特設ランディングページ構築・バナー広告掲載による流入促進</p> <p>(3) 対象国・地域：米国、香港、韓国</p> <p><b>[実績]</b></p> <table border="1" data-bbox="331 595 1414 703"> <thead> <tr> <th>期別</th> <th>予算</th> <th>インプレッション数</th> <th>クリック数</th> <th>クリック率</th> <th>売上高/広告費</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>第1期</td> <td>600万円</td> <td>2,783,729</td> <td>2,225</td> <td>0.08%</td> <td>6.2</td> </tr> <tr> <td>第2期</td> <td>1,800万円</td> <td>8,322,521</td> <td>6,219</td> <td>0.07%</td> <td>6.5</td> </tr> </tbody> </table> <div data-bbox="331 725 1026 994" data-label="Image"> </div> <p style="text-align: center;">[Expdia 特設ランディングページ]</p> <p>2 兵庫インバウンドセミナー</p> <p>(1) 対象：観光関連事業者・自治体関係者等</p> <p>(2) 実施内容：①ビッグデータを活用した効果的なインバウンド集客 ②未来観光マーケティング～HYOGOを世界にPRする戦略的観光開発～</p> <table border="1" data-bbox="341 1207 1139 1361"> <thead> <tr> <th>会場</th> <th>時期</th> <th>場所</th> <th>人数</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>神戸</td> <td>7月4日</td> <td>神戸国際会館</td> <td>78名</td> </tr> <tr> <td>豊岡</td> <td>7月10日</td> <td>じばさんTAJIMA</td> <td>38名</td> </tr> <tr> <td>姫路</td> <td>7月18日</td> <td>姫路・西はりま地場産業センター</td> <td>45名</td> </tr> </tbody> </table> <p><b>[令和元年度]</b></p> <p>1 WEBプロモーション</p> <p>(1) 実施時期：① 令和元年5月20日～7月19日 ② 8月1日～9月30日(予定)</p> <p>(2) 実施内容：特設ランディングページ構築・バナー広告掲載による流入促進</p> <p>(3) 対象国・地域：① 米国、豪州、英国、フランス、ドイツ ② 香港、韓国</p> <div data-bbox="341 1585 1008 1671" data-label="Image"> </div> <p style="text-align: right;">[WEB 広告バナー(一例)]</p>			期別	予算	インプレッション数	クリック数	クリック率	売上高/広告費	第1期	600万円	2,783,729	2,225	0.08%	6.2	第2期	1,800万円	8,322,521	6,219	0.07%	6.5	会場	時期	場所	人数	神戸	7月4日	神戸国際会館	78名	豊岡	7月10日	じばさんTAJIMA	38名	姫路	7月18日	姫路・西はりま地場産業センター	45名
期別	予算	インプレッション数	クリック数	クリック率	売上高/広告費																																
第1期	600万円	2,783,729	2,225	0.08%	6.2																																
第2期	1,800万円	8,322,521	6,219	0.07%	6.5																																
会場	時期	場所	人数																																		
神戸	7月4日	神戸国際会館	78名																																		
豊岡	7月10日	じばさんTAJIMA	38名																																		
姫路	7月18日	姫路・西はりま地場産業センター	45名																																		
評価	<p>1 目標への貢献</p> <p>(1) 世界最大OTA(オンライン旅行社)サイトの影響力を活用することで、旅行先としての認知を獲得</p> <p>(2) 宿泊予約と連動したWEBサイト構成により、外国人延べ宿泊者数の増加に寄与</p> <p>(3) セミナー開催により、県内におけるインバウンド受入機運を醸成</p> <p>2 課題</p> <p>(1) WEBバナー広告に関する費用対効果</p> <p>(2) 制作コンテンツの工夫による成果の向上</p> <p>3 今後の方向性</p> <p>(1) 各国・地域のトレンドを踏まえた効果的なプロモーション媒体の検討</p> <p>(2) 機運醸成・連携促進に資するインバウンドセミナーの継続</p>																																				

## 戦略2 外国人旅行者をもてなす国際ツーリズムづくり

事業名	1 ひょうごゴールデンルート の推進 (2) 体験型観光や日本遺産を活用した周遊促進	実施年度	29 30 31																
内容	1 目的 滞在型観光および県内周遊の促進 2 概要 (1) 外国人旅行者向け体験プログラム創出の取組に対する支援 (2) オンライン情報誌「GOOD LUCK TRIP～Hyogo Golden Route～」での情報発信																		
実績	1 外国人観光客体験観光促進支援事業 (1) 補助対象：県内の観光協会、公益法人、第三セクター、商工会議所、商工会 等 (2) 対象事業：体験型プログラム創出のためのマーケット調査、専門家を交えたワークショップでの検討、海外ブローガー招聘によるモデル体験の実施 等 (3) 補助率：対象経費の1/2、上限1団体あたり1,000千円  [平成30年度実績：7件]  2 “体験・兵庫”発信事業 (1) 実施内容：オンライン情報誌「GOOD LUCK TRIP～Hyogo Golden Route～」運営 (2) 対応言語：英語、中国語（繁体字、簡体字）、韓国語、タイ語  <table border="1" data-bbox="331 831 1414 1037"> <thead> <tr> <th>年度</th> <th>予算(千円)</th> <th>内 容</th> <th>PV数</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>H29</td> <td>8,000</td> <td>WEBサイト構築・コンテンツ制作(15本)・SNS広告</td> <td>81,925</td> </tr> <tr> <td>H30</td> <td>3,000</td> <td>コンテンツ制作(24本)・SNS広告</td> <td>84,630</td> </tr> <tr> <td>H31</td> <td>3,000</td> <td>懸賞付アンケートキャンペーン・体験モニターツアー・コンテンツ制作(2本)・SNS広告</td> <td>-</td> </tr> </tbody> </table>  <p data-bbox="616 1406 1114 1435">[オンライン情報誌（WEB サイト）＆クーポン]</p>			年度	予算(千円)	内 容	PV数	H29	8,000	WEBサイト構築・コンテンツ制作(15本)・SNS広告	81,925	H30	3,000	コンテンツ制作(24本)・SNS広告	84,630	H31	3,000	懸賞付アンケートキャンペーン・体験モニターツアー・コンテンツ制作(2本)・SNS広告	-
年度	予算(千円)	内 容	PV数																
H29	8,000	WEBサイト構築・コンテンツ制作(15本)・SNS広告	81,925																
H30	3,000	コンテンツ制作(24本)・SNS広告	84,630																
H31	3,000	懸賞付アンケートキャンペーン・体験モニターツアー・コンテンツ制作(2本)・SNS広告	-																
評価	1 目標への貢献 外国人旅行者向け体験型プログラム創出の取組への支援および個人旅行者の県内周遊促進により、滞在時間延長と消費額拡大に寄与 2 課題 多様化する個人旅行者ニーズへの対応や、滞在時間を延ばす体験型プログラムのさらなる充実が必要 3 今後の方向性 (1) 体験型プログラムの継続的な創出支援およびブラッシュアップ・PR (2) 個人旅行者ニーズを踏まえた効果的なコンテンツ制作・WEB運営																		

## 戦略2 外国人旅行者をもてなす国際ツーリズムづくり

事業名	1 ひょうごゴールデンルートの推進 (3) ひょうごゴールデンルート周遊ガイドの育成	実施年度	⑩⑪
内容	<p>1 目的 来県する外国人旅行者へのおもてなしの充実を図るため、県内の広域周遊のガイド能力を高める</p> <p>2 概要 県内在住の全国通訳案内士等に、ひょうごゴールデンルートなど、県内広域周遊のガイド能力を高める研修を実施</p>		
実績	<p>[平成30年度] ひょうごゴールデンルート周遊ガイド育成事業の実施 実施時期：平成30年11月～平成31年3月 受講者：48名（英語36名、中国語12名） 実施内容： ① 兵庫県の歴史・地理・産業特産品研修 「兵庫県インバウンド動向」、「ガイドングテクニック」、「地理・歴史・文化から見た兵庫県の魅力ひょうごゴールデンルート」にかかる研修を実施 ② 現場実施研修 神戸、姫路、豊岡、淡路、丹波・篠山において、各地域で活動する全国通訳案内士等による研修を実施 ③ グループ研修</p> <p>[令和元年度] ひょうごゴールデンルート周遊ガイド育成事業の実施 実施時期：令和元年7月～令和2年2月 募集人数：50名（言語を問わない） ※令和元年7月～10月で募集 実施内容（予定）： ① 兵庫県の歴史・地理・産業特産品研修 「兵庫県インバウンド動向」、「ガイドングテクニック」、「地理・歴史・文化から見た兵庫県の魅力ひょうごゴールデンルート」にかかる研修を実施 ② 現場実施研修 神戸、姫路、豊岡、淡路、丹波・篠山において、各地域で活動する全国通訳案内士等による研修を実施 ③ グループ研修</p>		
評価	<p>1 目標への貢献 地方部を訪れる団体ツアーに帯同できるガイドやFIT（個人旅行）による着地型観光に対応できる地域の観光スポットに精通した専門ガイドの育成につながった</p> <p>2 課題 FIT（個人旅行）の増加などニーズの多様化に対応した兵庫県の専門ガイドの育成に向けた継続した取り組みが必要</p> <p>3 今後の方向性 カリキュラム内容の検証、受講者のフォローアップの検討を行いつつ、研修を継続</p>		

## 戦略2 外国人旅行者をもてなす国際ツーリズムづくり

事業名	2 外国人クルーズ客の県内観光促進	実施年度	②⑨ ③① ③②
<b>内容</b>	<p>1 目的 クルーズ船で県内に寄港する外国人旅行者の県内観光を促進するため、県内を周遊するツアー造成に対する助成を実施</p> <p>2 概要 神戸港に寄港したクルーズ船から下船した外国人旅行者を対象とした県内周遊ツアーを造成した旅行会社等に対し、助成金を交付</p>		
<b>実績</b>	<p>神戸港に寄港するクルーズ船の外国人客を対象とした県内観光ツアー造成に対して神戸市と協調して助成する。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・助成要件：県内で2ヵ所以上の観光施設等を訪問するバスツアー</li> <li>・助成金額：バス1台あたり50,000円</li> <li>・助成台数：[29年度] 16台 [30年度] 58台</li> </ul>		
<b>評価</b>	<p>1 目標への貢献 ツアー造成への支援により、県内周遊促進と滞在時間の延長、消費額の拡大に寄与</p> <p>2 課題 寄港時間が限られることから県内訪問先が神戸市内に集中しており、より広範囲な県内周遊の促進</p> <p>3 今後の方向性 (1) 神戸港に寄港するクルーズ客向けにゴールデンルートをはじめとした県内周遊をPR（ビデオ上映等） (2) 神戸港に寄港するクルーズ船の寄港地観光を造成するランドオペレーター等にバス助成の利用を呼びかける</p>		


## 戦略2 外国人旅行者をもてなす国際ツーリズムづくり

事業名	3 ひょうご国際観光デスクの設置	実施年度	㉙ ㉚ ㉛
内容	1 目的 海外市場における情報収集・プロモーション展開による誘客促進 2 概要 インバウンド観光の海外窓口「ひょうご国際観光デスク」の設置		
実績	<b>【主な実績】</b>		
	市場	H29	H30
	韓国	① WEB「アジアニュース通信」掲載(月2回) ② ハツアー旅行博覧会 出展 ③ 現地旅行社(9社)へのアンケート調査	① WEB「アジアニュース通信」掲載(月2回) ② ハツアー旅行博覧会 出展 ③ プロカ- (2名) 招聘ツアー催行
	台湾	① TV番組「勇闘日本秘境」放映 (再放送2回、視聴者数:約75万人) ② ひょうごGRセミナー@台北国際旅展(300名) ③ 台北Touch The Japan共同ブース出展	① 「瀬戸内芸術祭&ひょうごGRの旅」 企画・販売 ② 旅行会社(8名)招聘ツアー催行 ③ 台北国際旅展(ITF)出展
	タイ	① Facebookアカウント運営(フォロワー1,900名) ② チェンマイ旅行博・タイ国際旅行博 出展 ③ タイ航空チケット+兵庫ツアーをWEB販売	① タイ日系企業(95名)対象 「ひょうごGRツアー」開催 ② タイ国際旅行博(TITF)出展 ③ Visit Japan FIT Fair 2018出展
	香港	① フリーマガジン「needs Hong Kong」掲載 ② 雑誌「U-magazine」掲載 ③ 香港Book Fair出展	① 旅行会社訪問プロモーション ② 姫路セミナーin台北への参画 ③ 兵庫FITセミナー&商談会 開催
<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;">  <p>[台湾・旅行博でのPR]</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>[プロカ-招聘ツアー]</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>[雑誌「U-magazine」掲載]</p> </div> </div>			
評価	1 目標への貢献 海外市場ごとに異なるニーズに応じた効果的なプロモーション展開により、外国人旅行者数の増加に寄与 2 課題 (1) FIT (個人旅行) の増加など海外市場ニーズの多様化 (2) 現地デスクとの緊密な連携 3 今後の方向性 (1) タイムリーな県内観光情報を各デスクへ随時提供 (2) 各デスクの得意分野を活かした効果的なプロモーションを継続		



## 戦略2 外国人旅行者をもてなす国際ツーリズムづくり

事業名	4 海外プロモーション等の実施	実施年度	29 30 31																																						
内容	1 目的 海外市場における本県認知度の向上・誘客促進																																								
	2 概要 (1) 海外現地プロモーション（旅行博覧会等出展） (2) 海外旅行エージェント・メディア等招請ファムトリップ																																								
実績	[平成29年度]																																								
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>対象国地域</th> <th>区分</th> <th>テーマ/内容 (招請者)</th> <th>実施時期</th> <th>主な事業成果</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="6">アジア</td> <td>韓国</td> <td>ハナツアー 旅行博覧会</td> <td>6/8-11</td> <td>① パンフレット1,100部配布 ② アンケート回答147件、Facebook91件いいね!</td> </tr> <tr> <td>香港</td> <td>ブックフェア</td> <td>7/19-25</td> <td>① アンケート回答464件</td> </tr> <tr> <td>香港 台湾 タイ</td> <td>瀬戸内周遊 (旅行AGT6名) (メディア9名)</td> <td>7/25-29</td> <td>① タイ EDC Travel : 25名送客 (5日間パッケージツアー) ② 香港 Westminster Travel : 88名送客 ③ ブログ、メディア掲載等</td> </tr> <tr> <td>香港</td> <td>三府県連携 (メディア3名)</td> <td>9/27-10/3</td> <td>① SNS (Facebook、Instagram等) 記事74本</td> </tr> <tr> <td>香港 台湾</td> <td>アート・建築 (メディア6名)</td> <td>1/29-2/1</td> <td>① 台湾雑誌「TRAVELER Luxe」掲載 ② 香港雑誌「U-magazine」掲載 ③ 香港ジャーナル「needs Hong Kong」掲載</td> </tr> <tr> <td>台湾</td> <td>温泉・スキー (旅行AGT6名)</td> <td>1/22-25</td> <td>① 商品造成に向け準備</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">欧米</td> <td>欧州</td> <td>WTM2017/ 個別セミナー</td> <td>11/6-8</td> <td>① ブース来場者数 : 975名 ② 業界向けメディア「Selling Travel」19,000配信 ③ 個別セミナー(商談)13社 ④ 現地プレスセンターによる取材</td> </tr> <tr> <td>仏</td> <td>三府県連携 (メディア4名)</td> <td>9/23-30</td> <td>① SNS (Facebook、Instagram等) 記事14本</td> </tr> </tbody> </table>	対象国地域	区分	テーマ/内容 (招請者)	実施時期	主な事業成果	アジア	韓国	ハナツアー 旅行博覧会	6/8-11	① パンフレット1,100部配布 ② アンケート回答147件、Facebook91件いいね!	香港	ブックフェア	7/19-25	① アンケート回答464件	香港 台湾 タイ	瀬戸内周遊 (旅行AGT6名) (メディア9名)	7/25-29	① タイ EDC Travel : 25名送客 (5日間パッケージツアー) ② 香港 Westminster Travel : 88名送客 ③ ブログ、メディア掲載等	香港	三府県連携 (メディア3名)	9/27-10/3	① SNS (Facebook、Instagram等) 記事74本	香港 台湾	アート・建築 (メディア6名)	1/29-2/1	① 台湾雑誌「TRAVELER Luxe」掲載 ② 香港雑誌「U-magazine」掲載 ③ 香港ジャーナル「needs Hong Kong」掲載	台湾	温泉・スキー (旅行AGT6名)	1/22-25	① 商品造成に向け準備	欧米	欧州	WTM2017/ 個別セミナー	11/6-8	① ブース来場者数 : 975名 ② 業界向けメディア「Selling Travel」19,000配信 ③ 個別セミナー(商談)13社 ④ 現地プレスセンターによる取材	仏	三府県連携 (メディア4名)	9/23-30	① SNS (Facebook、Instagram等) 記事14本	 <p>[香港雑誌「needs Hong Kong」]</p>  <p>[フランス語「Marion a découvert」]</p>
	対象国地域	区分	テーマ/内容 (招請者)	実施時期	主な事業成果																																				
	アジア	韓国	ハナツアー 旅行博覧会	6/8-11	① パンフレット1,100部配布 ② アンケート回答147件、Facebook91件いいね!																																				
		香港	ブックフェア	7/19-25	① アンケート回答464件																																				
		香港 台湾 タイ	瀬戸内周遊 (旅行AGT6名) (メディア9名)	7/25-29	① タイ EDC Travel : 25名送客 (5日間パッケージツアー) ② 香港 Westminster Travel : 88名送客 ③ ブログ、メディア掲載等																																				
		香港	三府県連携 (メディア3名)	9/27-10/3	① SNS (Facebook、Instagram等) 記事74本																																				
		香港 台湾	アート・建築 (メディア6名)	1/29-2/1	① 台湾雑誌「TRAVELER Luxe」掲載 ② 香港雑誌「U-magazine」掲載 ③ 香港ジャーナル「needs Hong Kong」掲載																																				
		台湾	温泉・スキー (旅行AGT6名)	1/22-25	① 商品造成に向け準備																																				
	欧米	欧州	WTM2017/ 個別セミナー	11/6-8	① ブース来場者数 : 975名 ② 業界向けメディア「Selling Travel」19,000配信 ③ 個別セミナー(商談)13社 ④ 現地プレスセンターによる取材																																				
仏		三府県連携 (メディア4名)	9/23-30	① SNS (Facebook、Instagram等) 記事14本																																					
[平成30年度]																																									
<table border="1"> <thead> <tr> <th>対象国地域</th> <th>区分</th> <th>テーマ/内容 (招請者)</th> <th>実施時期</th> <th>主な事業成果</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="4">アジア</td> <td>韓国</td> <td>ハナツアー 旅行博覧会</td> <td>6/7-10</td> <td>① パンフレット1,800部配布 ② アンケート回答176件、Facebook134件いいね!</td> </tr> <tr> <td>香港</td> <td>ブックフェア</td> <td>7/18-24</td> <td>① パンフレット・ノベルティ約10,000部配布 ② アンケート回答500件</td> </tr> <tr> <td>タイ</td> <td>瀬戸内周遊 (旅行AGT2名) (メディア4名)</td> <td>9/28-10/4</td> <td>① 雑誌「Check Tour Magazine」9P掲載 ② ブLOGGER「Ja tiew pai nai」Facebook20,000件いいね! ③ 「岡山・兵庫5日間の旅」造成 (251名送客)</td> </tr> <tr> <td>韓国 台湾</td> <td>スキー (旅行AGT4名)</td> <td>1/29-2/1</td> <td>① 商品造成に向け準備</td> </tr> <tr> <td rowspan="4">欧米</td> <td>仏</td> <td>ジャポニスム 2018</td> <td>10/17-20</td> <td>① 人形浄瑠璃公演2日間で560名動員 ② 現地メディア10社による取材 ③ 現地旅行社等3社訪問</td> </tr> <tr> <td>英国</td> <td>WTM2018/ 個別セミナー</td> <td>11/5-7</td> <td>① ブース来場者数 : 1,000名 ② 個別セミナー(商談)16社 ③ メディア事前告知125,000PV ④ ニュースリリース・事後広告 接触者34,500名</td> </tr> <tr> <td>米国</td> <td>食・体験型 (旅行AGT1名) (メディア1名)</td> <td>10/15-19</td> <td>① 「関西・中国・四国周遊プラン」商品造成</td> </tr> <tr> <td>仏</td> <td>三府県連携 (メディア3名)</td> <td>11/27- 12/3</td> <td>① SNS (Facebook、Instagram等) 記事47本</td> </tr> </tbody> </table>	対象国地域	区分	テーマ/内容 (招請者)	実施時期	主な事業成果	アジア	韓国	ハナツアー 旅行博覧会	6/7-10	① パンフレット1,800部配布 ② アンケート回答176件、Facebook134件いいね!	香港	ブックフェア	7/18-24	① パンフレット・ノベルティ約10,000部配布 ② アンケート回答500件	タイ	瀬戸内周遊 (旅行AGT2名) (メディア4名)	9/28-10/4	① 雑誌「Check Tour Magazine」9P掲載 ② ブLOGGER「Ja tiew pai nai」Facebook20,000件いいね! ③ 「岡山・兵庫5日間の旅」造成 (251名送客)	韓国 台湾	スキー (旅行AGT4名)	1/29-2/1	① 商品造成に向け準備	欧米	仏	ジャポニスム 2018	10/17-20	① 人形浄瑠璃公演2日間で560名動員 ② 現地メディア10社による取材 ③ 現地旅行社等3社訪問	英国	WTM2018/ 個別セミナー	11/5-7	① ブース来場者数 : 1,000名 ② 個別セミナー(商談)16社 ③ メディア事前告知125,000PV ④ ニュースリリース・事後広告 接触者34,500名	米国	食・体験型 (旅行AGT1名) (メディア1名)	10/15-19	① 「関西・中国・四国周遊プラン」商品造成	仏	三府県連携 (メディア3名)	11/27- 12/3	① SNS (Facebook、Instagram等) 記事47本	 <p>[タイ雑誌「Check Tour Magazine」]</p>  <p>[米国メディアファム(神戸ビーフ)]</p>	
対象国地域	区分	テーマ/内容 (招請者)	実施時期	主な事業成果																																					
アジア	韓国	ハナツアー 旅行博覧会	6/7-10	① パンフレット1,800部配布 ② アンケート回答176件、Facebook134件いいね!																																					
	香港	ブックフェア	7/18-24	① パンフレット・ノベルティ約10,000部配布 ② アンケート回答500件																																					
	タイ	瀬戸内周遊 (旅行AGT2名) (メディア4名)	9/28-10/4	① 雑誌「Check Tour Magazine」9P掲載 ② ブLOGGER「Ja tiew pai nai」Facebook20,000件いいね! ③ 「岡山・兵庫5日間の旅」造成 (251名送客)																																					
	韓国 台湾	スキー (旅行AGT4名)	1/29-2/1	① 商品造成に向け準備																																					
欧米	仏	ジャポニスム 2018	10/17-20	① 人形浄瑠璃公演2日間で560名動員 ② 現地メディア10社による取材 ③ 現地旅行社等3社訪問																																					
	英国	WTM2018/ 個別セミナー	11/5-7	① ブース来場者数 : 1,000名 ② 個別セミナー(商談)16社 ③ メディア事前告知125,000PV ④ ニュースリリース・事後広告 接触者34,500名																																					
	米国	食・体験型 (旅行AGT1名) (メディア1名)	10/15-19	① 「関西・中国・四国周遊プラン」商品造成																																					
	仏	三府県連携 (メディア3名)	11/27- 12/3	① SNS (Facebook、Instagram等) 記事47本																																					
評価	1 目標への貢献 海外メディア掲載・旅行商品造成促進を通じて外国人旅行者数の増加に寄与																																								
	2 課題 (1) 海外市場における本県認知度の低さ (2) 旅行者ニーズの多様化に伴う対応																																								
	3 今後の方向性 (1) テーマ性ある広域周遊ルートを提案し、滞在型観光を促進 (2) リピーター市場へのプロモーションを継続しつつ、欧米市場の開拓を推進																																								

## 戦略2 外国人旅行者をもてなす国際ツーリズムづくり

事業名	5 教育旅行の誘致促進	実施年度	②⑨ ③⑩ ③⑪																
内容	1 目的 海外からの中高生の教育旅行を誘致し、新しい兵庫ファンづくりを促進																		
	2 概要 訪日教育旅行において最も重視される学校交流等を促進し、若年層の交流拡大によるリピーターや兵庫ファンづくりを図る																		
実績	① 海外からの中高生等の学校交流受入 [平成 29 年度] 45 件 1,420 人 [平成 30 年度] 51 件 1,311 人 [令和元年度] 12 件 338 人 (R1.6 末時点)																		
																			
	県立三木北高等学校と韓国・慶尚北道高校生との学校交流の様子																		
	【交流・見学プログラムの事例】 ○日本文化体験 書道、茶道、日本伝統の遊び(けん玉、折り紙)、兵庫の伝統文化の紹介(人形浄瑠璃) ○防災教育 人と防災未来センター、広域防災センター ○先端科学・医療																		
	② 訪日教育旅行プロモーション [平成 29 年度] 大阪府、京都府、奈良県と連携してプロモーションを実施																		
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>対象国</th> <th>区分</th> <th>実施時期</th> <th>内容</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>台湾</td> <td>プロモ</td> <td>6/19～23</td> <td>セミナー、現地学校訪問・視察・意見交換、旅行会社ヒアリング等</td> </tr> <tr> <td>香港</td> <td>プロモ</td> <td>9/21～23</td> <td>セミナー・商談会、現地旅行社との意見交換、現地学校訪問・視察</td> </tr> <tr> <td>台湾</td> <td>ファム</td> <td>10/16～21</td> <td>京都、奈良、兵庫、大阪の教育体験施設・観光施設の視察、学校視察(教育関係者5名招聘)</td> </tr> </tbody> </table>	対象国	区分	実施時期	内容	台湾	プロモ	6/19～23	セミナー、現地学校訪問・視察・意見交換、旅行会社ヒアリング等	香港	プロモ	9/21～23	セミナー・商談会、現地旅行社との意見交換、現地学校訪問・視察	台湾	ファム	10/16～21	京都、奈良、兵庫、大阪の教育体験施設・観光施設の視察、学校視察(教育関係者5名招聘)		
対象国	区分	実施時期	内容																
台湾	プロモ	6/19～23	セミナー、現地学校訪問・視察・意見交換、旅行会社ヒアリング等																
香港	プロモ	9/21～23	セミナー・商談会、現地旅行社との意見交換、現地学校訪問・視察																
台湾	ファム	10/16～21	京都、奈良、兵庫、大阪の教育体験施設・観光施設の視察、学校視察(教育関係者5名招聘)																
	[平成 30 年度] 大阪府、京都府、奈良県、和歌山県と連携してプロモーションを実施																		
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>対象国</th> <th>区分</th> <th>実施時期</th> <th>内容</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>台湾</td> <td>プロモ</td> <td>6/19～23</td> <td>セミナー、旅行会社ヒアリング、学校訪問・視察・意見交換</td> </tr> <tr> <td>香港</td> <td>プロモ</td> <td>9/20～22</td> <td>セミナー、旅行会社ヒアリング、学校訪問・視察・意見交換</td> </tr> <tr> <td>オーストラリア</td> <td>プロモ</td> <td>11/11～15</td> <td>セミナー、旅行会社ヒアリング、学校訪問・視察・意見交換</td> </tr> </tbody> </table>	対象国	区分	実施時期	内容	台湾	プロモ	6/19～23	セミナー、旅行会社ヒアリング、学校訪問・視察・意見交換	香港	プロモ	9/20～22	セミナー、旅行会社ヒアリング、学校訪問・視察・意見交換	オーストラリア	プロモ	11/11～15	セミナー、旅行会社ヒアリング、学校訪問・視察・意見交換		
対象国	区分	実施時期	内容																
台湾	プロモ	6/19～23	セミナー、旅行会社ヒアリング、学校訪問・視察・意見交換																
香港	プロモ	9/20～22	セミナー、旅行会社ヒアリング、学校訪問・視察・意見交換																
オーストラリア	プロモ	11/11～15	セミナー、旅行会社ヒアリング、学校訪問・視察・意見交換																
	[令和元年度] 大阪府、京都府、奈良県、和歌山県と連携してプロモーションを実施																		
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>対象国</th> <th>区分</th> <th>実施時期</th> <th>内容</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>台湾</td> <td>プロモ</td> <td>6/10～14</td> <td>セミナー、旅行会社訪問、学校訪問・視察</td> </tr> <tr> <td>香港</td> <td>プロモ</td> <td>9月予定</td> <td>セミナー、旅行会社や学校の訪問</td> </tr> <tr> <td>オーストラリア</td> <td>プロモ</td> <td>11月予定</td> <td>セミナー等</td> </tr> </tbody> </table>	対象国	区分	実施時期	内容	台湾	プロモ	6/10～14	セミナー、旅行会社訪問、学校訪問・視察	香港	プロモ	9月予定	セミナー、旅行会社や学校の訪問	オーストラリア	プロモ	11月予定	セミナー等		
対象国	区分	実施時期	内容																
台湾	プロモ	6/10～14	セミナー、旅行会社訪問、学校訪問・視察																
香港	プロモ	9月予定	セミナー、旅行会社や学校の訪問																
オーストラリア	プロモ	11月予定	セミナー等																
評価	1 目標への貢献 将来のリピーター層の育成とともに一定数の団体旅行客の確保に貢献している																		
	2 課題 (1) 平成 27 年度をピークに、受入件数・人数ともに減少傾向にある (2) 東アジアや東南アジアの件数は伸びている一方で、欧米豪からの訪問が減っている																		
	3 今後の方向性 兵庫県訪日教育旅行促進協議会や関西 5 府県連携教育旅行誘致事業実行委員会と連携し、旅行件数が伸びている東アジアや東南アジア等への誘致事業を継続するとともに、新規市場の開拓に向けたプロモーションを実施																		

## 戦略2 外国人旅行者をもてなす国際ツーリズムづくり

事業名	6 インバウンド受入体制の整備	実施年度	㉙ ㉚ ㉛
<b>内容</b>	<p>1 目的 2020年の東京オリンピック・パラリンピック、2021年のワールドマスタースゲームズ関西、2025年の大阪・関西万博を見据え、効果的に訪日外国人旅行者の受入基盤を整備</p> <p>2 概要 観光案内所や多言語案内看板等の受入基盤の整備等、地域におけるインバウンド受入体制整備の取組みを支援</p>		
<b>実績</b>	<p>外国人旅行者の受入を促進し、おもてなしの向上を図るため、観光関連団体・事業者による受入基盤の整備に対して支援を行う</p> <p>① 外国人観光客受入基盤整備事業</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・対象事業：観光案内所の整備（デスク、カウンターの設置等） 観光施設の多言語観光案内看板の整備 多言語 Web サイト・動画、多言語パンフレットの作成 通訳サービスシステムの導入、 訪日外国人おもてなし研修の実施等</li> <li>・対象経費：補助事業を実施するために必要な経費</li> <li>・補助率：対象経費の1/2以内</li> <li>・補助上限：1団体あたり5,000千円</li> <li>・補助実績：[29年度] 21件 [30年度] 16件</li> </ul>  <p>② Wi-Fi 環境整備支援事業</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・対象施設：民間の観光施設等 (博物館、美術館、社寺、文化財、 観光施設の公共スペース、駅待合所等)</li> <li>・対象経費：無線 LAN 機器購入費、設置工事費</li> <li>・補助率：対象経費の2/3以内</li> <li>・補助上限：1施設あたり200千円</li> <li>・補助実績：[29年度] 9施設 [30年度] 8施設</li> </ul>  <p>Hyogo Free Wi-Fi ステッカー</p>		
<b>評価</b>	<p>1 目標への貢献 観光協会等が実施する多言語観光 PR ツール制作や無料 Wi-Fi 環境の整備等の取組に対する支援により、インバウンド受入体制整備が進んだ</p> <p>2 課題 訪日外国人の受入体制整備は神戸や中播磨で進んでおり、西播磨や北播磨は相対的に遅れているなど地域差が見られる（県内インバウンド対応状況調査結果より）</p> <p>3 今後の方向性 訪日外国人がストレス無く県内全域を周遊できる受入環境のさらなる充実のため、引き続き観光協会等が実施する受入体制整備の取組を支援する</p>		



### 戦略3 地域の産業と協働するツーリズムづくり

事業名	1 「ひょうごふるさと館」の運営事業	実施年度	㊸ ㊹ ㊺																																							
内容	<p>1 目的 特産品の振興、特産品やツーリズム情報等の提供</p> <p>2 概要 食品から工芸品まで、県下の熟練たちが生み出した商品を販売する常設店</p>																																									
実績	<p>[平成 29・30 年度]</p> <p>(1) 事業内容</p> <p>① 特産品の展示・販売</p> <p>② 物産等に関する情報の収集及び発信</p> <p>(2) 実績</p> <table border="1" data-bbox="373 593 1366 1126"> <thead> <tr> <th></th> <th>内容</th> <th>H29</th> <th>H30</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td rowspan="4">特産品展示事業</td> <td>購入者数</td> <td>144,727 人</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>販売金額</td> <td>237,348 千円</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>出展会員数</td> <td>229 社</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>出展品目数</td> <td>1,658 品目</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td rowspan="2">ひょうごふるさと館イベント事業</td> <td>イベントコーナーの利用件数</td> <td>164 回</td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>イベント開催延べ日数</td> <td>1,033 日</td> </tr> <tr> <td>7</td> <td rowspan="2">移動ふるさと館</td> <td>実施回数</td> <td>16 回</td> </tr> <tr> <td>8</td> <td>実施延べ日数</td> <td>47 日</td> </tr> <tr> <td>9</td> <td>ツーリズム情報 コーナーの設置</td> <td>常時</td> <td>常時</td> </tr> <tr> <td>10</td> <td>インターネットによる情報発信</td> <td>常時</td> <td>常時</td> </tr> </tbody> </table> <div style="display: flex; justify-content: center; gap: 20px; margin-top: 10px;">   </div> <p style="text-align: center;">店内の様子</p>				内容	H29	H30	1	特産品展示事業	購入者数	144,727 人	2	販売金額	237,348 千円	3	出展会員数	229 社	4	出展品目数	1,658 品目	5	ひょうごふるさと館イベント事業	イベントコーナーの利用件数	164 回	6	イベント開催延べ日数	1,033 日	7	移動ふるさと館	実施回数	16 回	8	実施延べ日数	47 日	9	ツーリズム情報 コーナーの設置	常時	常時	10	インターネットによる情報発信	常時	常時
	内容	H29	H30																																							
1	特産品展示事業	購入者数	144,727 人																																							
2		販売金額	237,348 千円																																							
3		出展会員数	229 社																																							
4		出展品目数	1,658 品目																																							
5	ひょうごふるさと館イベント事業	イベントコーナーの利用件数	164 回																																							
6		イベント開催延べ日数	1,033 日																																							
7	移動ふるさと館	実施回数	16 回																																							
8		実施延べ日数	47 日																																							
9	ツーリズム情報 コーナーの設置	常時	常時																																							
10	インターネットによる情報発信	常時	常時																																							
評価	<p>1 目標への貢献 12年連続2億円を越える販売額を記録するなど、県産品の販路拡大・認知度向上に寄与</p> <p>2 課題 実店舗だけでは面積等の制限があるため、移動ふるさと館やインターネット等の販路拡充も必要</p> <p>3 今後の方向性 より多くの県内・県外の消費者に対しPRをするために、販売方法等の拡充を検討</p>																																									

### 戦略3 地域の産業と協働するツーリズムづくり

事業名	2 「五つ星ひょうご」プロモーション事業	実施年度	②⑨③⑩⑪																																																	
内容	1 目的 県特産品を「五つ星ひょうご」として選定し、ブランドイメージの定着を目指す 2 概要 ひょうご五国の「地域らしさ」と「新しさ」を兼ね備えた商品を選定し全国へ発信																																																			
実績	[平成 29・30 年度] ・事業内容 ①選定商品数 <table border="1" style="margin-top: 10px;"> <thead> <tr> <th rowspan="2"></th> <th rowspan="2">件数</th> <th colspan="2">内訳</th> </tr> <tr> <th>食品</th> <th>非食品</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>H29 選定件数</td> <td>87 品</td> <td>76 品</td> <td>11 品</td> </tr> <tr> <td>H30 選定件数</td> <td>69 品</td> <td>61 品</td> <td>8 品</td> </tr> <tr> <td>H24～30 累計</td> <td>573 品</td> <td>488 品</td> <td>85 品</td> </tr> </tbody> </table>				件数	内訳		食品	非食品	H29 選定件数	87 品	76 品	11 品	H30 選定件数	69 品	61 品	8 品	H24～30 累計	573 品	488 品	85 品																															
		件数	内訳																																																	
食品			非食品																																																	
H29 選定件数	87 品	76 品	11 品																																																	
H30 選定件数	69 品	61 品	8 品																																																	
H24～30 累計	573 品	488 品	85 品																																																	
	②主なプロモーション <table border="1" style="margin-top: 10px;"> <thead> <tr> <th></th> <th>年度</th> <th>イベント名</th> <th>開場</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>①</td> <td rowspan="7">H29・30 共通</td> <td>「五つ星ひょうご」内覧会</td> <td>神戸サボールホール</td> </tr> <tr> <td>②</td> <td>兵庫県フェア</td> <td>イオン新浦安店</td> </tr> <tr> <td>③</td> <td>スーパーマーケット・トレードショー（商談会）</td> <td>東京ビッグサイト</td> </tr> <tr> <td>④</td> <td>近畿イオン会見本市</td> <td>インテックス大阪</td> </tr> <tr> <td>⑤</td> <td>五つ星ひょうごお中元・お歳暮ギフト</td> <td>そごう神戸店 そごう西神店</td> </tr> <tr> <td>⑥</td> <td>新神戸駅「五つ星ひょうご」コーナー等での販売</td> <td>新神戸駅</td> </tr> <tr> <td>⑦</td> <td>神戸空港「五つ星ひょうご」コーナー等での販売</td> <td>神戸空港</td> </tr> <tr> <td>⑧</td> <td rowspan="3">H29</td> <td>兵庫県フェア</td> <td>イオン伊丹店</td> </tr> <tr> <td>⑨</td> <td>ハートメイトインジヤパンフェス(工芸品物産展)</td> <td>東京ビッグサイト</td> </tr> <tr> <td>⑩</td> <td>近畿ブロック各府県と関西鉄道事業者コラボイベント</td> <td>KITTE</td> </tr> <tr> <td>⑪</td> <td rowspan="4">H30</td> <td>「五つ星ひょうご」販売会</td> <td>神戸スペースアター</td> </tr> <tr> <td>⑫</td> <td>兵庫県フェア</td> <td>イオン神戸南店</td> </tr> <tr> <td>⑬</td> <td>特産品自販機の設置</td> <td>伊丹空港</td> </tr> <tr> <td>⑭</td> <td>物販の実施</td> <td>伊丹空港</td> </tr> </tbody> </table>				年度	イベント名	開場	①	H29・30 共通	「五つ星ひょうご」内覧会	神戸サボールホール	②	兵庫県フェア	イオン新浦安店	③	スーパーマーケット・トレードショー（商談会）	東京ビッグサイト	④	近畿イオン会見本市	インテックス大阪	⑤	五つ星ひょうごお中元・お歳暮ギフト	そごう神戸店 そごう西神店	⑥	新神戸駅「五つ星ひょうご」コーナー等での販売	新神戸駅	⑦	神戸空港「五つ星ひょうご」コーナー等での販売	神戸空港	⑧	H29	兵庫県フェア	イオン伊丹店	⑨	ハートメイトインジヤパンフェス(工芸品物産展)	東京ビッグサイト	⑩	近畿ブロック各府県と関西鉄道事業者コラボイベント	KITTE	⑪	H30	「五つ星ひょうご」販売会	神戸スペースアター	⑫	兵庫県フェア	イオン神戸南店	⑬	特産品自販機の設置	伊丹空港	⑭	物販の実施	伊丹空港
	年度	イベント名	開場																																																	
①	H29・30 共通	「五つ星ひょうご」内覧会	神戸サボールホール																																																	
②		兵庫県フェア	イオン新浦安店																																																	
③		スーパーマーケット・トレードショー（商談会）	東京ビッグサイト																																																	
④		近畿イオン会見本市	インテックス大阪																																																	
⑤		五つ星ひょうごお中元・お歳暮ギフト	そごう神戸店 そごう西神店																																																	
⑥		新神戸駅「五つ星ひょうご」コーナー等での販売	新神戸駅																																																	
⑦		神戸空港「五つ星ひょうご」コーナー等での販売	神戸空港																																																	
⑧	H29	兵庫県フェア	イオン伊丹店																																																	
⑨		ハートメイトインジヤパンフェス(工芸品物産展)	東京ビッグサイト																																																	
⑩		近畿ブロック各府県と関西鉄道事業者コラボイベント	KITTE																																																	
⑪	H30	「五つ星ひょうご」販売会	神戸スペースアター																																																	
⑫		兵庫県フェア	イオン神戸南店																																																	
⑬		特産品自販機の設置	伊丹空港																																																	
⑭		物販の実施	伊丹空港																																																	
評価	1 目標への貢献 (1) 平成 30 年度は関西圏で 4 回、首都圏で 3 回の物産展・商談会を実施し、県産品の販路拡大・認知度向上に寄与 (2) 新神戸駅、神戸空港のお土産店 2 店舗計で毎月 100 万円以上を売り上げるなど観光客向けの兵庫土産として一定の役割を果たす 2 課題 (1) 応募事業者の一部が固定化しており、より多くの事業者から多様な商品の応募が出てくるよう、県産品の掘り起こしが必要 (2) 特に関西圏・首都圏等、選定事業者からのニーズも高く、人口が密集していて PR 効果が高い地域で、より積極的なプロモーションが必要 (3) 選定による事業者側のメリット増を図るため、ブランド認知度を高め、選定商品の売上げ増が必要 3 今後の方向性 (1) 幅広い応募を促すため、ホームページでの公募のほか県内事業者へ直接案内 (2) より効果の高いプロモーションを増やしブランド認知度を高め、「五つ星ひょうご」を冠した催事や販売コーナーのさらなる売り上げ増を目指す (3) 選定商品の販路拡大を図るため、商談会の効果的な実施方法を検討																																																			



内覧会の様子

### 戦略3 地域の産業と協働するツーリズムづくり

事業名	3 観光産業の人材確保・育成事業	実施年度	㉙ ㉚ ㉛
内容	<p>1 目的 観光産業のやりがい・魅力の発信を行い業界のイメージアップ、地元への愛着等の醸成により観光産業に携わる人材の裾野拡大を図る</p> <p>2 概要 地域の実情に応じて関係機関（旅館組合、観光協会、大学、民間事業者等）と連携し、就職説明会合同参加やインターンシップの開催、従業員向けの研修会の支援等</p>		
実績	<p>(1) ひょうごの観光人材イメージアップ大作戦の展開</p> <p>① 「旅館の魅力伝え隊」によるプロモーション 「旅館の魅力伝え隊」に委嘱した旅館の若手人材が、就職フォーラムなどで仕事のやりがいや魅力を発信</p> <p>② 「兵庫の旅館で働こう」PR 冊子・動画の作成、発信</p> <p>(2) 観光人材確保・育成に向けた取組の充実</p> <p>① 学生・転職者向け視察・体験事業 やりがいや魅力を、広く学生や転職者等に情報発信するため、現場見学ツアー、インターンシップを実施</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・現地見学ツアー [29年度] 84人 [30年度] 33人</li> <li>・インターンシップ [29年度] 77人 [30年度] 62人</li> </ul> <p>② 就職フォーラムへの合同参加 県内の旅館と県が合同で就職フォーラムに出展 [29年度] 152人 [30年度] 転職者向け：75人 学生向け：206人</p> <p>③ 観光人材モチベーション向上等支援事業 観光人材の確保、育成、定着等に向けた地域の主体的な取組を支援</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・補助対象者：観光協会、旅館組合、公益法人、第三セクター、商工会議所等及びこれらの団体・企業が参画する協議会等</li> <li>・対象事業：観光産業の人材確保、育成、定着等を目的とする地域の主体的な取組</li> <li>・補助率：1/2以内</li> <li>・補助額：上限500千円</li> <li>[29年度] 6件</li> <li>[30年度] 4件</li> </ul>		
評価	<p>1 目標への貢献 民間事業者・大学等と連携することにより、説明会及びインターンシップの目標参加人数を達成</p> <p>2 課題 昨今の売り手市場の中、実際に就職まで結びつくケースは少なく、十分な人材確保に至っていない。</p> <p>3 今後の方向 対象を学生、離職者だけでなく、女性や就職できていない若者、高齢者、外国人等に広げることで観光産業に携わる人材の裾野拡大を図る。</p>		



H30年度 インターンシップの様子



### 戦略3 地域の産業と協働するツーリズムづくり

事業名	4 ホスピタリティ向上事業の実施	実施年度	②⑨ ③⑩ ③⑪																																			
内容	1 目的 兵庫県を訪れる観光客が満足し、再び訪れたいと思うような観光地づくりを図る 2 概要 ① おもてなし向上の取り組みに対する支援として、研修の講師を派遣 ② 県内ボランティアガイドの活動支援のため交流会の開催																																					
	<b>実績</b> [平成 29 年度] <b>【おもてなし研修実施状況】</b> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>交通事業者</th> <th>観光関連施設等</th> <th>観光ボランティアガイド</th> <th>市町、観光協会等</th> <th>合計</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>参加人数</td> <td>754</td> <td>256</td> <td>185</td> <td>1,215</td> <td>2,410</td> </tr> <tr> <td>実施回数</td> <td>15</td> <td>11</td> <td>4</td> <td>33</td> <td>63</td> </tr> </tbody> </table> <b>【観光ボランティアガイド交流会】</b> 日 時：平成 30 年 2 月 22 日（木） 参加人数：103 人 団体数：25 団体 研 修：石井由美子氏（マナープレクレール代表） テーマ「ガイドの魅力で、地域のファンづくり」  [平成 30 年度] <b>【おもてなし研修実施状況】</b> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>交通事業者</th> <th>観光関連施設等</th> <th>観光ボランティアガイド</th> <th>市町、観光協会等</th> <th>合計</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>参加人数</td> <td>423</td> <td>293</td> <td>153</td> <td>1,558</td> <td>2,427</td> </tr> <tr> <td>実施回数</td> <td>11</td> <td>7</td> <td>3</td> <td>27</td> <td>48</td> </tr> </tbody> </table> <b>【観光ボランティアガイド交流会】</b> 日 時：平成 31 年 2 月 7 日（木） 参加人数：98 人 団体数：28 団体 研 修：富居雅人氏（神戸新聞社パートナーセンター副センター長） テーマ「あいたい！兵庫の景観ビューとボランティアガイド」 <p style="text-align: right;">H30 年度 観光ボランティア交流会の様子</p>				交通事業者	観光関連施設等	観光ボランティアガイド	市町、観光協会等	合計	参加人数	754	256	185	1,215	2,410	実施回数	15	11	4	33	63		交通事業者	観光関連施設等	観光ボランティアガイド	市町、観光協会等	合計	参加人数	423	293	153	1,558	2,427	実施回数	11	7	3	27
	交通事業者	観光関連施設等	観光ボランティアガイド	市町、観光協会等	合計																																	
参加人数	754	256	185	1,215	2,410																																	
実施回数	15	11	4	33	63																																	
	交通事業者	観光関連施設等	観光ボランティアガイド	市町、観光協会等	合計																																	
参加人数	423	293	153	1,558	2,427																																	
実施回数	11	7	3	27	48																																	
評価	1 目標への貢献 各種関連団体への接遇研修により、兵庫県来訪者へのおもてなしの質が向上し、リピーターが増加するとともに、クレームの減少にも寄与																																					
	2 課題 新規にボランティアガイドを始めたいという方への支援 3 今後の方向性 ボランティアガイド交流会において、今後も専門家の講習やガイド同志の意見交換を実施することで、全国でも最多のボランティアガイド団体の活動を支援し、来県者のおもてなし充実を図る。																																					

## 戦略4 国際的なスポーツイベントをとらえた交流の拡大

事業名	1 関西広域連携海外プロモーション事業	実施年度	㊹ ㊺ ㊻
内容	<p>1 目的 関西の認知度向上と誘客の促進等を目指したプロモーションを実施</p> <p>2 概要 外国人観光客を関西に取り込むため、関西広域連合構成府県の知事等を代表とする観光プロモーション団が、政府の要人表敬、現地メディアや旅行エージェントへのPRを行う。</p>		
実績	<p>[平成29年度]</p> <p>1 開催場所：オーストラリア、ニュージーランド</p> <p>2 時期：H29年4月16日～4月20日</p> <p>3 参加者： 関西広域連合構成府縣市（山田京都府知事他）、近畿運輸局、（一財）関西観光本部、関西エアポート（株）、（一社）日本旅行業協会</p> <p>4 主な行事等： 18日：訪問会談、意見交換会（ブリスベン） 19日：訪問会談、レセプション（シドニー） 20日：懇談会（オークランド） ※ 4月20日～4月22日はワールドマスターズゲームズオークランド大会訪問団（井戸知事参加）として、開会式等を視察、関西大会の視察を実施。</p>  <p>[平成30年度]</p> <p>1 開催場所：中国（西安・北京）</p> <p>2 時期：H30年11月25日～11月29日</p> <p>3 参加者： 関西広域連合構成府縣市（西脇京都府知事他）、近畿運輸局、（一財）関西観光本部、関西エアポート（株）、（一社）日本旅行業協会</p> <p>4 主な行事等： 26日：表敬訪問、観光プロモーション（西安市） 27日：表敬訪問（北京市） 28日：表敬訪問、昼食会（北京市）</p>  <p>[令和元年度]</p> <p>1 開催場所：フランス、イギリス</p> <p>2 時期：R元年10月13日～10月20日（予定）</p>		
評価	<p>1 目標への貢献 訪問先政府関係者と関西のトップによる友好関係を構築し、インバウンド観光の推進を図るとともに、関西の文化や魅力を発信することで誘客促進を図った。</p> <p>2 課題 訪日外客数の関西全体での底上げのためには、継続的なプロモーションが必要</p> <p>3 今後の方向性 引き続き、関西広域連合構成府縣市と協力したトッププロモーションを実施</p>		

## 戦略4 国際的なスポーツイベントをとらえた交流の拡大

事業名	2 スポーツツーリズムの推進	実施年度	29 30 31
内容	<p>1 目的 大規模スポーツイベントを貴重な観光資源と捉え、誘客促進に向けた各種プロモーション事業を展開</p> <p>2 概要 スポーツイベントの参加者やその家族、観戦客に向けて、観光地への誘客や延泊促進に取り組む</p>		
実績	<p>[平成29年度]</p> <p>1 兵庫スポーツプラスワンツーリズム事業 「日本スポーツマスターズ2017兵庫大会」等の参加者等に対し、観光施設への誘客や再度の来県を促すためにクーポンキャンペーン（観光施設等での割引や追加サービス）を展開したほか、観光・物産をPRするために大会会場にてブースを出展</p> <p>(1) 実施期間：平成29年8月～12月</p> <p>(2) 配布方法：① 大会参加者や試合会場での配布 ② 特設webページでの公開</p> <p>(3) 結果：県内約200施設への誘客に繋がった</p> <p>【主な施設】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・美湯 松帆の湯（淡路市）</li> <li>・神戸ポートピアホテル レストラン（神戸市）</li> <li>・山田錦の館（三木市）</li> </ul>  <p>配布したクーポン</p> <p>[平成30年度]</p> <p>1 あいたい兵庫キャンペーンと連動したハイキングコースの紹介 「あいたい兵庫2019春夏・兵庫の城」ガイドブックに「兵庫の城めぐり特集」としてJR西日本と連携した「おすすめハイキングコース」を紹介。</p> <p>[平成31年度]</p> <p>1 ラグビーワールドカップ2019™と連動した物産フェア等</p> <p>(1) 「ファンゾーン in 神戸」での飲食ブースの出展</p> <p>① 日時：9月26日～10月8日のうちファンゾーンが設置される8日間</p> <p>② 場所：メリケンパーク</p> <p>③ 内容：兵庫県飲食ブースの運営、観光PRパンフレット等の設置</p> <p>(2) 神戸市内ホテルでの県産品を使った限定メニューの提供及び出張物産市の実施</p> <p>① 日時：9月1日～10月31日（出張物産市は10月1日～10月8日）</p> <p>② 場所：神戸6社会加盟の神戸市内ホテル（オリエンタルホテル他5カ所）</p> <p>(3) 試合会場周辺でのスポーツバー、物産フェアの実施</p> <p>① 日時：9月26日（木）～9月30日（月）</p> <p>② 場所：イオン神戸南店</p> <p>③ 内容：・兵庫の地酒を集めたスポーツバーの運営 ・「五つ星ひょうご」物産フェアの実施 ・ラグビーの試合のパブリックビューイングの実施・運営 ・観光PRコーナーの運営</p> <p>2 外国人旅行者への旅ナカ対策事業</p> <p>(1) 外国人旅行者スマートファンへ観光情報をプッシュ配信</p> <p>① 配信時期：令和元年9月～11月</p> <p>② 配信場所：ラグビーワールドカップ開催都市（12都市）周辺</p> <p>(2) CNN放送を利用した外国人旅行者宿泊ホテルへの動画配信</p> <p>① 配信時期：令和元年9月～11月</p> <p>② 内容：30秒CM×100回</p> <p>③ 配信先：契約ホテル約450軒、12万室超</p>  <p>(3) PRツール制作・観光案内所等でのPR強化</p>		
評価	<p>1 目標への貢献 スポーツをきっかけに来県された方が、スポーツに加えて県内観光地を訪問する動機付けになり、観光誘客に繋がっている</p> <p>2 課題 スポーツ目的の来県者に、スポーツイベント参加をきっかけに会場周辺地に加え、県内を周遊し長期滞在化を図るための仕掛けづくりが必要</p> <p>3 今後の方向性</p> <p>(1) イベント会場周辺地のコンテンツを元にグルメや温泉を組み入れた周遊ツアーを造成し、旅マエ情報として積極的に発信</p> <p>(2) 同伴家族や観戦客を含めたターゲットを明確にした魅力ある素材づくりを図る</p>		