

ひょうごツーリズム戦略 2025 (仮称) 素案

1 戦略策定のねらい

- 「兵庫2030年の展望」に掲げる「交流五国・ツーリズム人口が拡大する兵庫」を実現するために、ゴールドenspootsイヤーズから2025年の大阪・関西万博までの6年間を好機ととらえ、本県へのさらなる誘客を推進するための戦略を定める。
- 戦略策定にあたっては、観光振興を通じてより良い地域社会を実現する「持続可能な観光」をめざし、地域連携DMO「ひょうご観光本部」を中核として、次の2つの視点で臨む。
 - (1) 多様なステークホルダーとの連携
 - ・ひょうご観光本部が地域のステークホルダーの連携の要となり、兵庫の観光振興の好循環を生み出す。
 - (2) 地域主導の着地型観光の実践
 - ・地域資源を発掘、磨き上げて、旅行者が行ってみたいくなる旅行商品・サービスを、旅行の着地である地域がつくり、来訪者に満足してもらい、再訪してもらう流れをつくる。

2 めざす姿

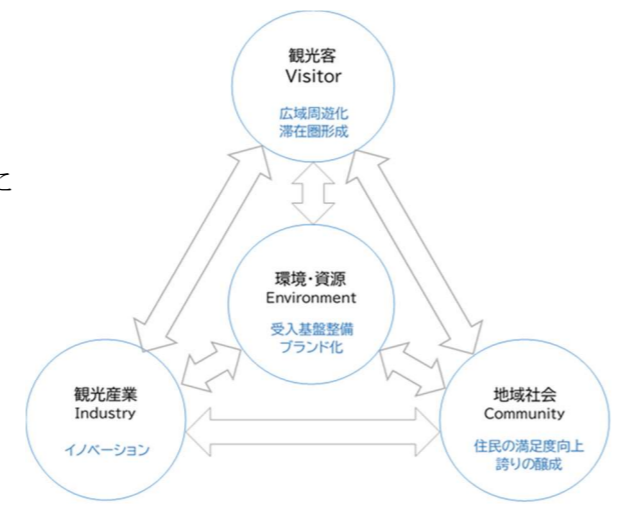
「世界に選ばれるデスティネーション兵庫」

日本はじめ世界から訪れる多くの旅行者が、素晴らしい出会い、体験を楽しみ、兵庫での観光に満足して、再び訪れてもらえる観光地となることをめざす。

【戦略推進の視点】

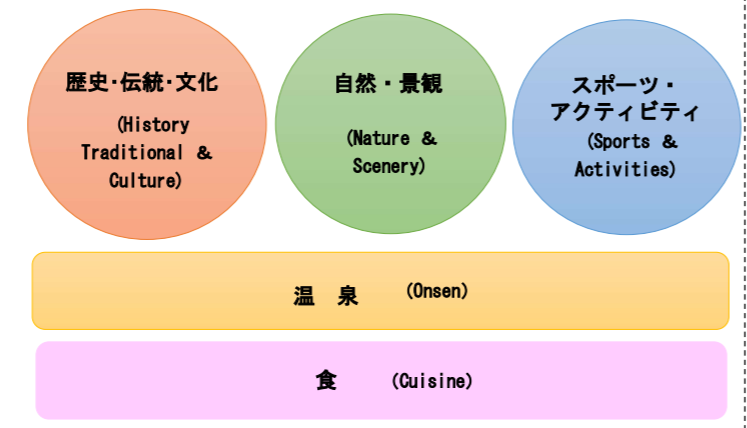
- (1) 多様なステークホルダーとの連携
 - ・観光地域づくりにかかる4つの対象に働きかけ、兵庫の観光振興の好循環を生み出す。

【兵庫の観光振興の好循環】



- ① 環境・資源 (Environment)
 - ・兵庫の多彩な観光資源のブランド化を推進
 - ・観光案内機能やサービス向上など受入環境を整備
- ② 観光産業 (Industry)
 - ・モノ消費からコト消費への流れを新たな事業機会につなげ観光産業におけるイノベーションを創出
- ③ 観光客 (Visitor)
 - ・広域周遊化と県内各地での滞在圏形成を推進
- ④ 地域社会 (Community)
 - ・住民の参画や協力を得ることなどを通じて、住民満足度の向上や地域の誇りを醸成

【The Hyogo Highlights】



- (2) 地域主導の着地型観光の実践
 - ・兵庫の強みである観光資源の多様性を活かし、国内外から訪れる多くの人々を魅了する多彩なコンテンツを「The Hyogo Highlights」として磨き上げ、戦略的な情報発信を行い、ブランド化を図る。
 - ・そのため、3つのテーマ（①歴史・伝統・文化、②自然・景観、③スポーツ・アクティビティ）を設定し、それぞれに組み合わせる④温泉、⑤食の情報もあわせて、磨き上げを行う。

3 数値目標

- ・めざす姿の達成度を評価するため、現行戦略で定める数値目標
 - ①観光入込客数、②外国人旅行者数、③観光消費額 に加え、めざす姿を反映して ④県内宿泊者数、⑤来訪者満足度、⑥リピーター率（再訪意向率）、⑦住民満足度を追加する。
 - ※ 具体数値については、ツーリズム戦略会議の意見等を踏まえて今後設定

4 対象期間

- ・ゴールドenspootsイヤーズから2025年の大阪・関西万博へと続く6年間は、兵庫の観光がインバウンド需要を取り込み大きく成長する新たな時代に踏み出す機会であるため、「2025年度を見据えた戦略」に基づき「2020年度～2022年度の3ケ年」を対象期間とした取組を示す

5 重点施策

- ・めざす姿の実現に向けて、次の4つの重点施策に取り組む。

I 観光地の魅力向上	<p>1 観光地魅力コンテンツの創出・発信</p> <p>(1)兵庫を彩る魅力あるコンテンツの創出 (2)滞在型プログラムの開発 (3)交流とにぎわいの空間づくり</p>
II 受入環境の整備促進	<p>2 観光客受入基盤の整備</p> <p>(1)観光地を支える快適な環境整備 (2)観光地・観光産業を支える人材の育成 (3)安全安心を届ける受入基盤整備</p> <p>3 観光地アクセスの整備</p> <p>(1)観光地・交通事業者と連携した2次交通対策の推進 (2)将来を見据えた交通アクセスの整備 (3)観光地アクセス拠点の整備</p>
III 観光産業の振興	<p>4 観光ビジネスの創出・育成</p> <p>(1)観光ビジネスのイノベーションの創出 (2)事業者とともに取り組むニューツーリズムの創出 (3)食・特産品・農畜水産物の消費拡大</p>
IV プロモーションの強化	<p>5 重点市場への戦略・継続的なプロモーション</p> <p>(1)認知度向上とブランド化の推進 (2)旅行商品化・ツアー造成の推進 (3)魅力ある旅ナカ情報の提供 (4)リピーターにつなげる旅アトのフォロー</p> <p>6 広域ゲートウェイへのアプローチ</p> <p>(1)国際線就航空港・港湾からの誘客促進 (2)広域連携による周遊ルートの形成 (3)国内他地域との相互誘客の推進</p>

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

【施策の方向】

- ・広域周遊が見込める香港・台湾等からのリピーターや欧米豪の長期滞在客の引き込みを図るため、神戸・姫路城・城崎温泉への訪日客の流れを周辺に広げ、県内に複数の滞在観光圏を形成する。
- ・関西を周遊する中国・香港・台湾等の訪日客のベース宿泊地を大阪・京都から県内へ誘導する。
- ・そのため、コト消費やヒト消費を喚起する体験型コンテンツなど、地域の個性を活かした付加価値の高い着地型コンテンツの開発と周遊プランの商品化、プロモーションをトータルに推進する。
- ・都市観光でのナイトタイムプログラムの充実や、里山・海の観光での農泊・渚泊の活用など滞在型プログラムの開発を推進する。

【滞在型観光圏の形成イメージ】

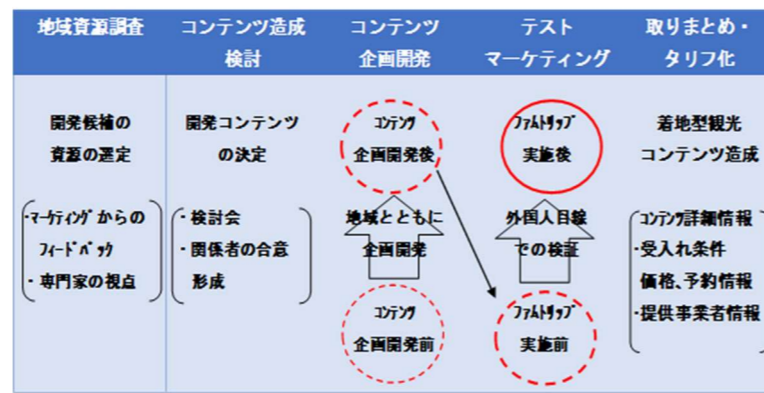


【主な施策】

(1) 兵庫を彩る魅力あるコンテンツの開発

- ・兵庫を彩る着地型コンテンツの開発
- 歴史・伝統・文化
日本遺産や文化遺産(城など歴史的建造物)での体験、安藤建築、祭り・芸能等
- 自然・景観
兵庫ならではの暮らし体験(古民家宿泊・農泊・渚泊、里の料理)、農園体験、漁村体験、森林浴等
- スポーツ・アクティビティ:
六甲山・山陰海岸トレイル、サイクリング
柔道・剣道・弓道・薙刀等の武道体験等
- 食・温泉:
酒蔵めぐり、ガストロミーツ、温泉めぐり等

【着地型観光コンテンツの造成フロー】



- ・地域の個性を活かした着地型コンテンツの開発
- ・富裕層に受け入れられるブランド力の構築、富裕層向けコンテンツの開発
- ・映画・テレビ等のロケ誘致・支援とロケ地の観光資源化
- ・インセンティブ旅行向けコンテンツの開発

(2) 滞在型観光プログラムの開発

- ・都市観光等でのナイトタイムプログラムの充実(ミュージアムの夜間開館、夜の街を楽しむコンテンツの開発、飲食店等の紹介など)
- ・訪日教育旅行での体験コンテンツの充実と農泊・渚泊などの活用

(3) 交流とにぎわいの空間づくり

- ・観光交流拠点の運営
- ・地域の魅力を活かしたイベントの開催

II 受入環境の整備促進

2 観光客受入基盤の整備

【施策の方向】

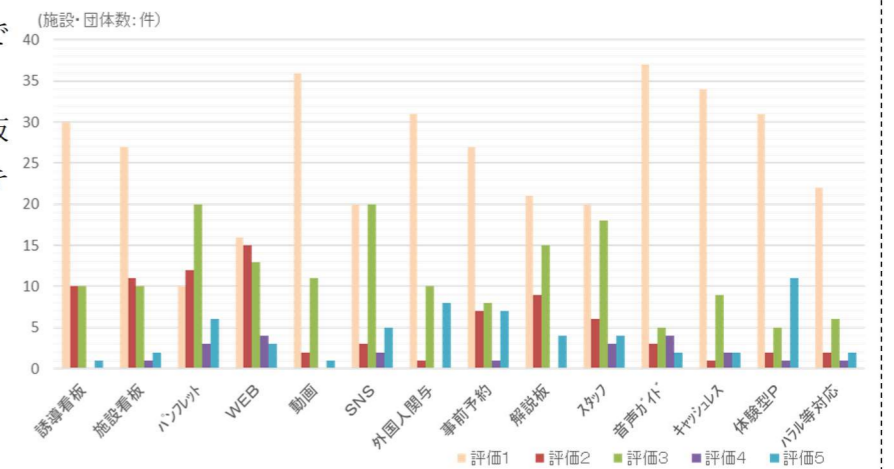
- ・観光地を支える快適な環境整備を図るため、地域の実態に応じて、多言語案内・解説板の充実、キャッシュレス決済対応や通訳 ICT サービスの充実など計画的な基盤整備を推進する。
- ・観光地づくりを担う人材(着地型観光のプロデューサー、ローカルガイド、観光施設のスタッフ等)や、宿泊業をはじめとした観光産業で活躍する人材(現場の中核人材、おもてなし人材等)など、観光地・観光産業を支える人材の育成・確保やマッチングを支援する。
- ・ハード・ソフト両面でのユニバーサルツーリズムの普及促進や、災害時や救急時の訪日外国人旅行者向けの適切な観光地情報や交通アクセス情報の提供など、安心安全を届ける受入基盤整備を推進する。

【主な施策】

(1) 観光地を支える快適な環境整備

- ・観光地づくりのハード、ソフト両面での整備支援
- (外国人目線での多言語案内・解説板の整備、通訳 ICT サービスの充実、キャッシュレス決済対応など)

【県内(76施設)のインバウンド受入基盤・体制の整備状況アンケート調査結果】



5段階で自己評価

- 1: できていない
- 2: あまりできていない
- 3: 一部できている
- 4: 概ねできている
- 5: よくできている

- ・飲食店・小売店等における多言語対応やハラル・ベジタリアン等への対応・情報発信
- ・景観に配慮した観光地の無電柱化の整備
- ・古民家等を活用した宿泊施設の整備
- ・富裕層の取り込みや国際MICEの誘致につながる世界ブランドの高級ホテルの誘致

(2) 観光地・観光産業を支える人材の確保・育成

- ・訪日外国人旅行者対応のローカルガイド育成研修の実施、ボランティアガイドの育成
- ・学生など将来の観光地づくりを担う人材の育成
- ・ALT(外国語指導助手)や留学生等の観光分野での活用
- ・観光地におけるホスピタリティの向上
- ・観光産業の人材確保・マッチング支援
- ・国際観光芸術専門職大学(仮称)における観光分野で事業創造できる人材の育成
- ・ひょうご観光本部におけるプロジェクト推進の中核となる人材の登用

(3) 安全安心を届ける受入基盤整備

- ・ユニバーサルツーリズムの普及促進(ハード・ソフトの環境整備)
- ・災害時等の訪日外国人旅行者への適切な観光地情報や交通アクセス情報の提供
- ・訪日外国人向け医療通訳サービスの提供

II 受入環境の整備促進

3 観光地アクセスの整備

【施策の方向】

- ・公共交通で巡る周遊観光の推進、自転車活用の推進など**観光地・交通事業者と連携した2次交通対策**を推進する。
- ・大阪・関西万博とIR構想、神戸空港の国際化や三宮再開発などを見据えた**中長期的視点に立って**、ストレスフリーで観光目的地に到着できる交通サービスなど、**新たな交通アクセスを検討、整備**する。
- ・観光地の情報拠点としての観光案内所の整備・機能の拡充や、兵庫の多彩で安全安心な「食」を活用した食の拠点の開発・PRなど、**観光地アクセス拠点の整備**を推進する。

【主な施策】

(1) 観光地・交通事業者と連携した2次交通対策の推進

- ・公共交通で巡る周遊観光の推進
(観光地を巡る周遊バスの運行、コミュニティバスの観光活用、鉄道・路線バス・タクシー等公共交通サービスでのキャッシュレス決済の導入拡大等)
- ・拠点駅・観光スポット・宿泊地を定額料金で巡る観光タクシーの運行
- ・鉄道利用の促進
- ・自転車活用の推進
(自転車走行環境の整備、拠点駅等でのレンタサイクルの拡大等)
- ・外国人ドライブ旅行におけるレンタカーの活用

【事例：淡路島のサイクリングルートの整備】

- ・「アワイチ」のナショナルサイクリングルート(NCR)指定を視野に入れ、自転車走行環境を整備
- ・四国とのサイクルツーリズムの一層の振興を図るため、大鳴門橋への自転車構想も推進。



アワイチ (淡路島)

(2) 将来を見据えた交通アクセスの整備

- ・観光型MaaSなど新たな交通サービスの研究・検討と実現に向けた仕組みづくり
- ・大阪・関西万博やIR構想、神戸空港の国際化を見据えた海上交通等の確保
- ・三宮再開発に伴うバスターミナル整備に合わせた県内バス路線の拡充
- ・高速道路の整備推進 (中国横断自動車道姫路鳥取線、北近畿豊岡自動車道、山陰近畿自動車道等)

(3) 観光地アクセス拠点の整備

- ・観光案内所の整備・機能の拡充
(JNTO 外国人観光案内所の認定取得、市町観光案内所での広域観光情報の提供等)
- ・手ぶら観光ができる環境の整備
- ・兵庫の多彩で安全安心な「食」を活用した観光拠点の開発・PR
- ・観光スポット、宿泊施設、飲食店、路線バス等のGoogle等での掲載情報の充実

III 観光産業の振興

4 観光ビジネスの創出・育成

【施策の方向】

- ・宿泊、物販飲食、旅行、交通運輸、農林水産、商工業、文化、環境等のプレーヤー、行政、観光団体、金融機関、地域住民等のサポーターなど多くのステークホルダーと連携を強化し、インバウンドを中核とした新たな事業機会の創出を通じて、**観光産業のイノベーションを創出**する。
- ・兵庫の有力な観光資源であるゴルフ場やスキー場を活用したスポーツツーリズム、産業集積を活かした産業観光・インフラツーリズム、神戸医療産業都市の集積を生かしたヘルスツーリズムなど、**地域の観光ビジネス創出につながるニューツーリズムを事業者とともに開発・推進**する。
- ・兵庫の多彩な食・特産品・農畜水産物の消費拡大を図るため、「食の兵庫」のブランディングや商品開発・販売拡大などを推進する。

【主な施策】

(1) 観光ビジネスのイノベーションの創出

- ・観光ビジネスのオープンイノベーション・マッチング、事業化へ向けた環境整備
(プラットフォームづくり、共同事業化などへの支援)
- ・観光分野での民間設備投資への支援
(観光施設向け制度融資、民間ファンドなどエクイティファイナンスの活用等)
- ・新たな観光拠点開発等に向けた民間事業者とのコラボレーションの検討

(2) 事業者とともに取り組むニューツーリズムの創出

- ・ゴルフ・スノースポーツツーリズムの開発・推進
- ・産業観光・インフラツーリズムの開発・推進
- ・ヘルスツーリズムの開発・推進
- ・都市近郊の観光農園、多自然地域圏での農泊・渚泊などグリーンツーリズム、ブルーツーリズムの開発・推進
- ・スポーツ関連施設と連携したツーリズムの開発・発信

【事例：明石海峡大橋主塔登頂ツアー(インフラツーリズム)】

- ・世界最長の吊橋・明石海峡大橋の海上300mの主塔に登るツアー「明石海峡大橋ブリッジワールド」は、普段は立ち入ることのできない主塔内部や頂上部を見学できる人気のツアーとして、約11,000人(うち外国人約1,300人)(H30年)の観光客が訪れる。



明石海峡大橋主塔からの眺め(淡路島方向)

(3) 食・特産品・農畜水産物の消費拡大

- ・「食の兵庫」のブランディング
- ・特産品の商品開発・PRと販売拡大の推進(「五つ星ひょうご」の推進等)
- ・但馬牛・神戸ビーフ・日本酒・酒米などの農畜水産物の国内外へのPR・販売拡大の推進
- ・東京オリンピック・パラリンピック、ワールドマスターズゲームズ関西2021を見据えた首都圏でのプロモーションの強化
- ・道の駅、高速道路サービスエリア等を活用した国内外へのPR・販売拡大の推進

IV プロモーションの強化

5 重点市場への戦略・継続的なプロモーション

【施策の方向】

- ・国内外プロモーションに際しては、旅行者の意思決定過程に沿った「旅マエ、旅ナカ、旅アト」それぞれのタイミングでの最適な情報発信を行う。
- ・JNTO（日本政府観光局）、自治体国際化協会（CLAIR）等の国の機関、各国の在外公館、広域連携DMO、国内外航空会社、鉄道会社、高速道路会社等の情報発信力のある団体・企業との連携により、費用対効果の高いプロモーションを推進する。

【旅行者の意思決定過程に沿ったプロモーション】



(1) 訪日外国人旅行者

- ・兵庫県への訪問者数、訪問率等の分析に基づき、ビハインド市場（中国等）やアドバンテージ市場（フランス・マレーシア等）、リピーター市場（台湾・香港・韓国等）など、各国・地域の特性に合わせたプロモーションを展開する。
- ・訪日外国人旅行者のデータ分析を継続実施しながら、重点市場の特性（国・地域別の嗜好・興味との親和性、消費傾向、旅行形態など）を考慮して、具体的プロモーションの絞り込みを図る。

国・地域	市場評価	兵庫県への旅行者			リピーター		平均泊数（日）	最も多い同伴者	最も多い消費費目と平均支出金額	嗜好・興味（次回したいこと）※	
		訪問者数（万人）	訪問率	宿泊者数（万人）	リピーター数（万人）	リピーター率				1位	2位
中国	ビハインド	42.7	5.1%	31.7	19.7	46.1%	9.7	家族・親族34.6%	買い物代112,104円	ショッピング	自然・景観地観光
香港	リピーター	15.0	6.8%	10.3	12.8	85.6%	6.3	家族・親族44.0%	買い物代50,287円	自然・景観地観光	四季の体感
台湾	リピーター	37.6	7.9%	29.5	31.0	82.4%	6.8	家族・親族45.1%	買い物代45,441円	自然・景観地観光	テーマパーク
韓国	リピーター	41.5	5.5%	15.1	30.0	71.2%	4.4	友人28.0%	宿泊費24,974円	自然・景観地観光	四季の体感
タイ		15.0	6.1%	3.3	10.1	67.1%	8.8	家族・親族36.8%	買い物代40,248円	自然・景観地観光	繁華街の街歩き
シンガポール		2.3	5.3%	1.6	1.7	74.3%	8.3	家族・親族33.6%	宿泊費63,311円	自然・景観地観光	四季の体感
マレーシア	アドバンテージ	4.1	8.8%	1.1	2.2	53.2%	10.2	家族・親族32.6%	宿泊費44,950円	自然・景観地観光	四季の体感
インドネシア		1.7	4.4%	0.8	0.8	47.6%	12.1	家族・親族30.9%	宿泊費48,117円	自然・景観地観光	四季の体感
フランス	アドバンテージ	2.5	8.3%	1.4	1.1	42.7%	18.4	自分ひとり37.5%	宿泊費85,544円	自然・景観地観光	日本の歴史・伝統文化体験
英国		1.0	2.9%	1.0	0.5	45.5%	13.8	自分ひとり50.2%	宿泊費100,692円	自然・景観地観光	日本の歴史・伝統文化体験
米国	ビハインド	6.9	4.5%	4.4	3.2	47.1%	13.5	自分ひとり46.9%	宿泊費82,286円	日本の歴史・伝統文化体験	自然・景観地観光
豪州		2.9	6.9%	1.5	1.2	41.3%	13.3	夫婦・パートナー30.8%	宿泊費99,175円	自然・景観地観光	日本の歴史・伝統文化体験

※各国・地域に共通した回答上位の項目である日本食、日本酒、温泉、旅館を除く
（出典）観光庁「訪日外国人消費動向調査 2018」、「宿泊旅行統計調査 2018」

(2) 日本人旅行者

- ・これまで10年間蓄積してきた「あいたい兵庫」の有力コンテンツ（城・食・スイーツ・サイクリング等）のブランド化や着地型コンテンツの国内市場向け認知度の向上を推進する。
- ・兵庫での宿泊が少ない若い世代を対象にしたブランディングを強化する。
- ・兵庫県観光公式サイト「HyoGO!ナビ」などデジタルでの情報発信の強化と、これに基づくデジタルマーケティングを推進する。
- ・メディアの取材や旅行エージェン
トとの商談機会の創出、地域プレゼンテーションの実施など、旅行商品・ツアーの造成を促進する。

【主な施策】

(1) 訪日外国人旅行者

(1-1) 認知度の向上・ブランド化の推進

- ・重点市場に向けたオンラインプロモーションの強化（WeChat、weibo等の中国向けSNSへの記事投稿やWEBサイトへの動画掲載など）
- ・海外航空会社との連携によるプロモーション（欧州直行便でのPRなど）
- ・パブリシティを活用したメディアでの情報発信（海外テレビ番組・旅行雑誌など）
- ・ひょうごゴールデンルートの発信による認知度向上
- ・JNTO・自治体国際化協会（CLAIR）・各国の在外公館等と連携したプロモーション、海外拠点の活用
- ・ひょうご国際観光デスク・兵庫県海外事務所でのプロモーションや情報収集

(1-2) 旅行商品・ツアー造成の促進

- ・海外現地でのプロモーション、海外旅行博への出展
- ・海外旅行エージェン
トへのセールス訪問、OTA予約サイトとの連携
- ・国際MICEの誘致（インセンティブ旅行、国際会議等）
- ・訪日教育旅行の誘致
- ・着地型コンテンツの素材集や観光マップの作成

(1-3) 魅力ある旅ナカ情報の提供

- ・外国人旅行者宿泊ホテルでのスポットCMの放映
- ・ホテル・コンシェルジュの協力による広域観光情報の提供

(1-4) リピーターにつなげる旅アトのフォロー

- ・ALT（外国語指導助手）や留学生等や大手口コミサイトとの連携による口コミ情報（観光施設・体験、宿泊施設、飲食施設など）の活用強化
- ・事前合宿やホストタウンの関係を活かした海外アスリートによるSNSでの魅力発信
- ・体験モニターツアーに参加するYouTuberによる動画の拡散

(2) 日本人旅行者

(2-1) 認知度の向上・ブランド化の推進

- ・「あいたい兵庫」有力コンテンツ（城・食・スイーツ・サイクリング等）の活用
- ・兵庫での宿泊が少ないF1層（20～34歳女性）等の若い世代を対象にした情報発信
- ・SNSなど口コミ情報の発信強化
- ・ひょうごe-県民登録制度スマートフォンアプリでの情報発信
- ・伊丹空港・神戸空港等に就航する国内線航空会社との連携による観光情報の提供
- ・鉄道主要駅・空港ターミナル等を活用したリアルプロモーション
- ・首都圏・中京圏へのプロモーション

(2-2) 旅行商品・ツアー造成の促進

- ・メディアの取材やエージェン
トとの商談機会の創出、地域プレゼンテーションの実施
- ・国内旅行エージェン
トへのセールス訪問、OTA予約サイトとの連携
- ・着地型コンテンツの素材集や観光マップの作成
- ・バスツアー補助による団体旅行商品の造成支援

(2-3) 魅力ある旅ナカ情報の提供

- ・東京オリンピック・パラリンピック、ワールドマスターズゲームズ関西2021、神戸2021世界パラ陸上競技選手権大会を見据えた首都圏向けプロモーションの強化

(2-4) リピーターにつなげる旅アトのフォロー

- ・兵庫県観光公式サイト「HyoGo」ナビへの口コミ記事掲載の促進

IV プロモーションの強化

6 広域ゲートウェイへのアプローチ

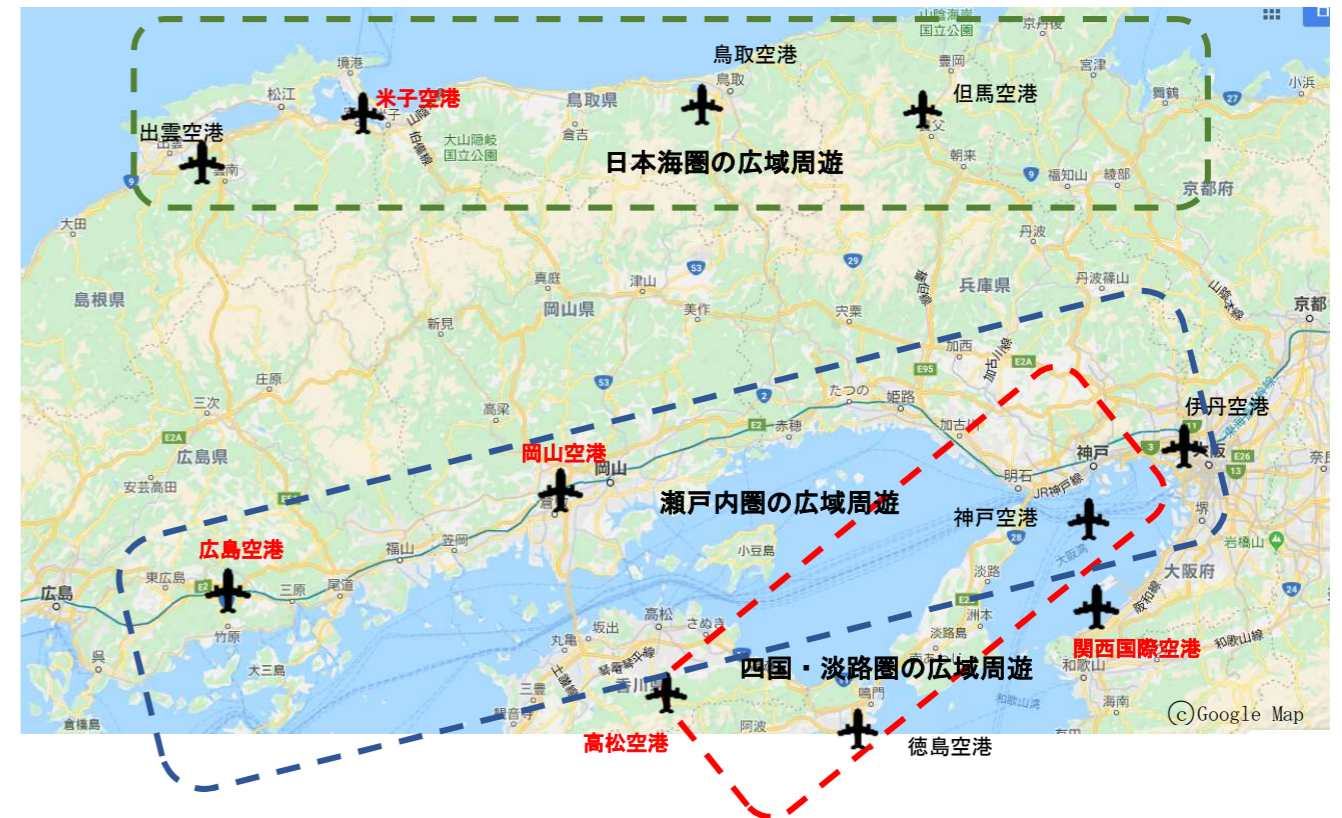
【施策の方向】

- ・兵庫への多様な広域ゲートウェイに着目した国内外からの誘客を促進する。
- ・関西国際空港からLCC等で入国するアジアからの訪日客、成田・羽田空港から入国し地方へ向かう欧米豪の訪日客の引き込みを図る。
- ・隣接県等の国際線定期便・チャーター便が就航する地方空港（高松・岡山・米子・広島空港、鳥取・徳島空港等）から入国する中国・香港・台湾・韓国からの訪日客の相互誘客を促進する。
- ・神戸港や姫路港に寄港するクルーズ船の誘致、外国人乗客の県内周遊を推進する。
- ・広域連携DMO（関西観光本部、せとうち観光推進機構、山陰インバウンド機構等）、地域連携DMO（豊岡観光イノベーション、麒麟のまち観光局、京都府北部地域連携都市圏振興社、淡路島観光協会等）、地域DMO（神戸観光局等）と連携し、関西圏はじめ、瀬戸内圏、日本海圏、四国・淡路圏の広域周遊ルートの形成をめざす。
- ・県内3空港（神戸・伊丹・但馬空港）就航の国内線航空会社、鉄道会社、高速道路会社との連携により誘客を推進する。

【主な施策】

- (1) 国際線就航空港・港湾からの誘客促進**
 - ・関西国際空港直行便を有する欧州航空会社との連携によるプロモーションの推進
 - ・アジア各都市から隣接県等の地方空港に就航する航空会社との連携によるプロモーションの推進
 - ・クルーズ船の外国人乗客を対象とした県内周遊ツアーの造成
 - ・姫路港へのクルーズ客船の誘致
- (2) 広域連携による周遊ルートの形成**
 - ・「瀬戸内」の認知度を活かした瀬戸内海東地域の海の観光、瀬戸内海国立公園六甲山の自然・景観コンテンツをつなぐ広域周遊ルートの開発・発信
 - ・明石海峡大橋、大鳴門橋で結ばれる神戸・淡路と四国・鳴門を軸に、関西国際空港や高松空港等に入国する訪日客の広域周遊ルートの開発・発信
 - ・京都・鳥取・兵庫3府県連携による日本海側の広域周遊ルート（山陰海岸ジオパーク、鳥取砂丘・諸寄・湯村温泉、天橋立・城崎温泉等）の開発・発信
- (3) 国内他地域の相互誘客の推進**
 - ・伊丹空港・神戸空港等に就航する国内線航空会社との連携による観光情報の提供（再掲）
 - ・国内線が就航する地方都市のエージェントとタイアップしたツアー造成
 - ・鉄道パス（「KANSAI ONE PASS」や「JRパス」）と連携した周遊情報の提供
 - ・新幹線を活用した首都圏・中京圏や九州・中国地方からの誘客
 - ・観光地を結ぶ魅力的な観光列車の運行
 - ・訪日外国人旅行者向けの企画乗車券等の造成
 - ・京都・大阪を訪れた外国人旅行者を呼び込むバスツアーの造成

【兵庫へのゲートウェイ・広域周遊圏】



【国際線定期便が就航する地方空港の訪日客数・就航路線】

	高松空港	岡山空港	米子空港	広島空港
訪日客数(2017)	102.5千人	54.0千人	30.8千人	70.2千人
目的が兵庫県	0.3千人	0.4千人	0.1千人	1.1千人
国際線定期便(2019.11現在)	香港：週5往復 台北：週6往復 上海：週6往復 ソウル：週3往復	香港：週3往復 台北：日1往復 上海：日1往復 ソウル：週4往復	香港：週3往復 ソウル：休止中	香港：週3往復 台北：日1往復 上海：日1往復 大連：週3往復 北京：週3往復 ソウル：週3往復 シガポール：週3往復
国内線定期便(2019.11現在)	羽田：日12往復 成田：日3往復 那覇：日1往復	羽田：日10往復 新千歳：日1往復 那覇：日1往復	羽田：日6往復	羽田：日12往復 成田：日3往復 新千歳：日2往復 仙台：日2往復 那覇：日1往復

(出典) 訪日客数：国土交通省「FF-Data2017」 就航路線：各空港公式ホームページ

【地方空港の国際チャーター便(2018)】

	高松空港	徳島空港	岡山空港	広島空港	鳥取空港	出雲空港
香港	2	6				
台湾			10	2	16	2
韓国	4			2	18	2
その他			2			
合計	6	6	12	4	34	4

(出典) 国土交通省「国際旅客チャーター許可実績」