

## 兵庫の観光の現状と課題

2019. 12. 16



## 目 次

### 兵庫の観光の現状と課題

1	これまでの観光振興の取組	1
2	国内外観光の現状	3
3	兵庫県観光の現状	10
4	活用すべき兵庫の観光資源	23
5	課題	29

## 兵庫の観光の現状と課題

### 1 これまでの観光振興の取組

#### (1) 国の動き

- ・政府は、2016年3月に策定した「明日の日本を支える観光ビジョン」において、政府目標として2020年に訪日外国人旅行者4,000万人、2030年には6,000万人を掲げた。
- ・世界に学び、観光を日本の基幹産業へと成長させ、国を挙げて「観光先進国」という新たな挑戦に向けて取り組むため、2020年までに世界水準のDMOを全国で100組織形成するという目標を示した。

『明日の日本を支える観光ビジョン』 (平成28年3月30日明日の日本を支える観光ビジョン構想会議決定)		
訪日外国人旅行者数	2020年: <b>4,000万人</b>	2030年: <b>6,000万人</b>
訪日外国人旅行消費額	2020年: <b>8兆円</b>	2030年: <b>15兆円</b>
地方部での外国人延べ宿泊者数	2020年: <b>7,000万人泊</b>	2030年: <b>1億3,000万人泊</b>
外国人リピーター数	2020年: <b>2,400万人</b>	2030年: <b>3,600万人</b>
日本人国内旅行消費額	2020年: <b>21兆円</b>	2030年: <b>22兆円</b>
<b>【視点2 観光産業を革新し、国際競争力を高め、我が国の基幹産業に】</b> <b>2020年までに世界水準のDMO (Destination Management/Marketing Organization) を全国で100形成します。</b>		

#### (2) 兵庫県の取組

- ・現行の「ひょうごツーリズム戦略」では、「交流人口拡大」、「観光消費額拡大」、「スポーツイベントを捉えた交流拡大」の3つの課題の解決に向け、「戦略1・兵庫ならではのツーリズムづくり」、「戦略2・外国人旅行者をもてなす国際ツーリズムづくり」、「戦略3・地域の産業と協働するツーリズムづくり」、「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」を展開することとしている。

課題	重点戦略
交流人口拡大	(戦略1) 兵庫ならではのツーリズムづくり ・首都圏等の新たなターゲットに対してストーリー性、テーマ性を発信しながら誘客
	(戦略2) 外国人旅行者をもてなす国際ツーリズムづくり ・ひょうごゴールデンルートの打ち出しによる観光ブランドの向上 ・拠点地区から周辺への周遊拡大
観光消費額拡大	(戦略3) 地域の産業と協働するツーリズムづくり ・滞在時間を延ばし宿泊を誘発、旅館等の人材確保 ・特産品販売の拡大
スポーツイベントを捉えた交流拡大	(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 ・国際的なスポーツイベントの参加者や家族をツーリズムに結びつける取組

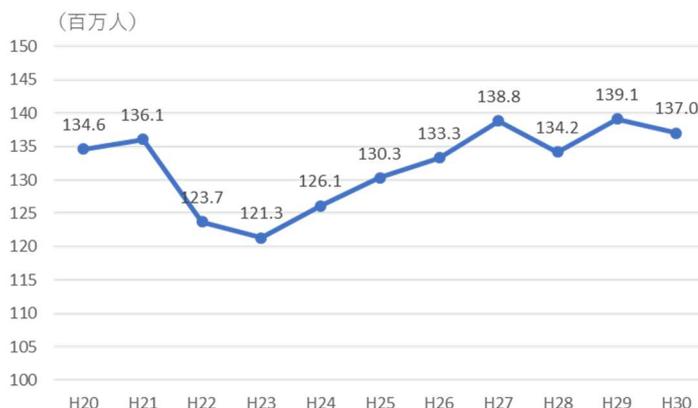
# 1 これまでの観光振興の取組

- 戦略の進捗状況は、ツーリズム人口が、目標 1 億5,000万人に対して、平成30年度 1 億3,701万人となっている。さらなる観光客の拡大を図るため、観光資源をつなぐ地域間連携や滞在型観光の取組を強化する必要がある。
- 国際ツーリズム人口は、目標300万人に対して、平成30年で前年比18.3%増の187万人と伸び率では大阪、京都より高くなっているが、伸展著しい奈良より低く、一層の拡大を図る必要がある。
- 観光消費額は、目標 1 兆5,000億円に対して、平成30年度 1 兆2,859億円と県内民間消費の約10%を占めるまでに成長し、観光消費額の拡大は地域経済活性化の重要な課題となっている。

## 1 ツーリズム人口 (県内観光入込客数)

目標 1億5,000万人(H31年度)  
 実績 H30年度：1億3,701万人  
 H29年度：1億3,905万人  
 H28年度：1億3,417万人

図表6【県内観光入込客数の推移】

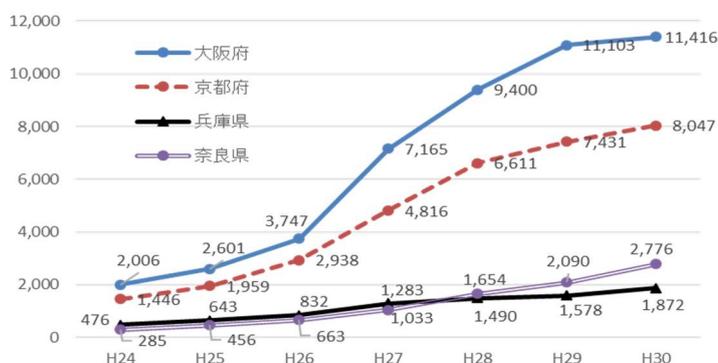


(出典) 兵庫県「兵庫県観光客動態調査」H30は速報値

## 2 国際ツーリズム人口 (外国人旅行者数)

目標 300万人(H32年)  
 実績 H30年：187万人  
 H29年：158万人  
 H28年：149万人

図表7【訪日外国人旅行者数の推移】

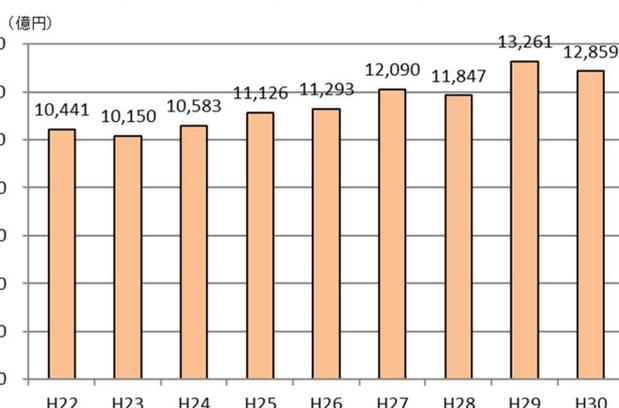


(出典) 日本政府観光局「訪日外客数」、観光庁「訪日外客消費動向調査」訪問率から兵庫県推計

## 3 観光消費額

目標 1兆5,000億円(H31年度)  
 実績 H30年度：1兆2,859億円  
 H29年度：1兆3,261億円  
 H28年度：1兆1,847億円

図表8【県内観光消費額の推移】



(出典) 兵庫県「兵庫県観光客動態調査」H30は速報値

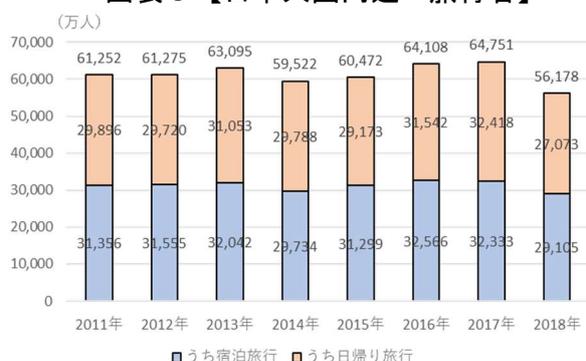
## 2 国内外観光の現状

## (1) 日本人旅行者

## 〔国内旅行市場のマーケット縮小〕

- ・日本人の旅行者数は約6億人前後で横ばいに推移してきたが、2018年は5億6,178万人に減少。旅行消費額は約20兆円で横ばいに推移しており伸び悩んでいる。

図表9【日本人国内延べ旅行者】



(出典) 観光庁「旅行・宿泊動向調査」

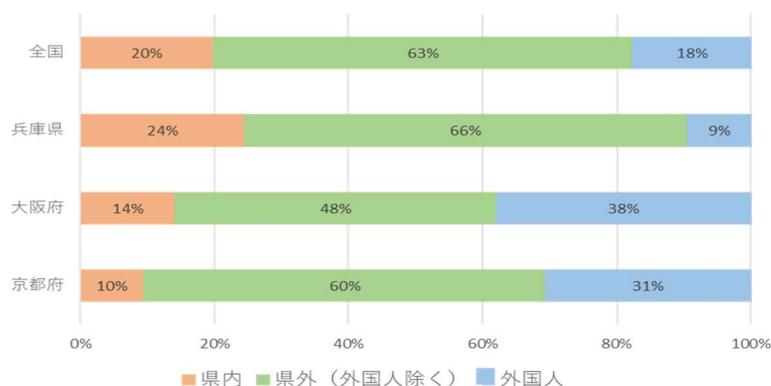
図表10【日本人国内旅行消費額】



(出典) 観光庁「旅行・宿泊動向調査」

- ・日本人旅行者のマーケットは縮小傾向にあると言わざるを得ないが、2018年の宿泊者全体に占める日本人旅行者の割合は83%と大半を占めており、依然として観光産業は日本人の国内旅行に支えられている。

図表11【延べ宿泊者数の構成比(2018)】



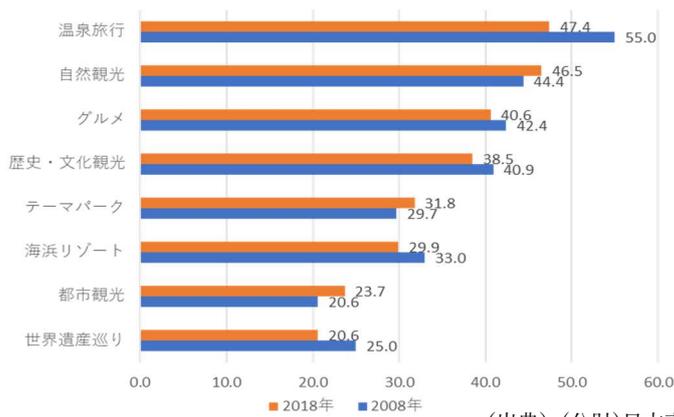
(出典) 観光庁「宿泊旅行統計調査」

## 〔旅行目的の多様化〕

- ・日本人旅行者の旅行目的の上位項目は、10年前との比較では、「温泉旅行」が減少する一方、「自然観光」は増加。男女年代別でも、上位の旅行目的にはそれぞれ特徴がある。
- ・国内旅行市場については、旅行目的の多様化だけでなく、団体旅行から個人旅行へのシフト、インターネットによる情報収集やSNSでの情報発信などが言われているが、総じて「来て、観て、食べて」の物見遊山の旅から、「その地ならではの体験、感動の共有」の旅が重視されるようになっている。

## 2 国内外観光の現状

図表 12【行ってみたい旅行の目的（複数回答）】



(出典) (公財)日本交通公社「JTBF 旅行意識調査」

図表 13【性・年代別行ってみたい旅行の目的（上位5位）】

	男性20代	男性30代	男性40代	男性50代	男性60代	男性70代
1位	自然観光	自然観光	テーマパーク	温泉旅行	自然観光	温泉旅行
2位	歴史・文化観光	歴史・文化観光	自然観光	自然観光	温泉旅行	自然観光
3位	グルメ	テーマパーク	グルメ	グルメ	歴史・文化観光	歴史・文化観光
4位	温泉旅行	都市観光	海浜リゾート	海浜リゾート	グルメ	グルメ
5位	都市観光	温泉旅行	温泉旅行	歴史・文化観光	世界遺産巡り	世界遺産巡り

	女性20代	女性30代	女性40代	女性50代	女性60代	女性70代
1位	グルメ	温泉旅行	テーマパーク	自然観光	温泉旅行	温泉旅行
2位	テーマパーク	グルメ	グルメ	温泉旅行	自然観光	自然観光
3位	温泉旅行	テーマパーク	温泉旅行	歴史・文化観光	グルメ	歴史・文化観光
4位	自然観光	自然観光	自然観光	グルメ	歴史・文化観光	花の名所巡り
5位	歴史・文化観光	歴史・文化観光	歴史・文化観光	海浜リゾート	花の名所巡り	グルメ

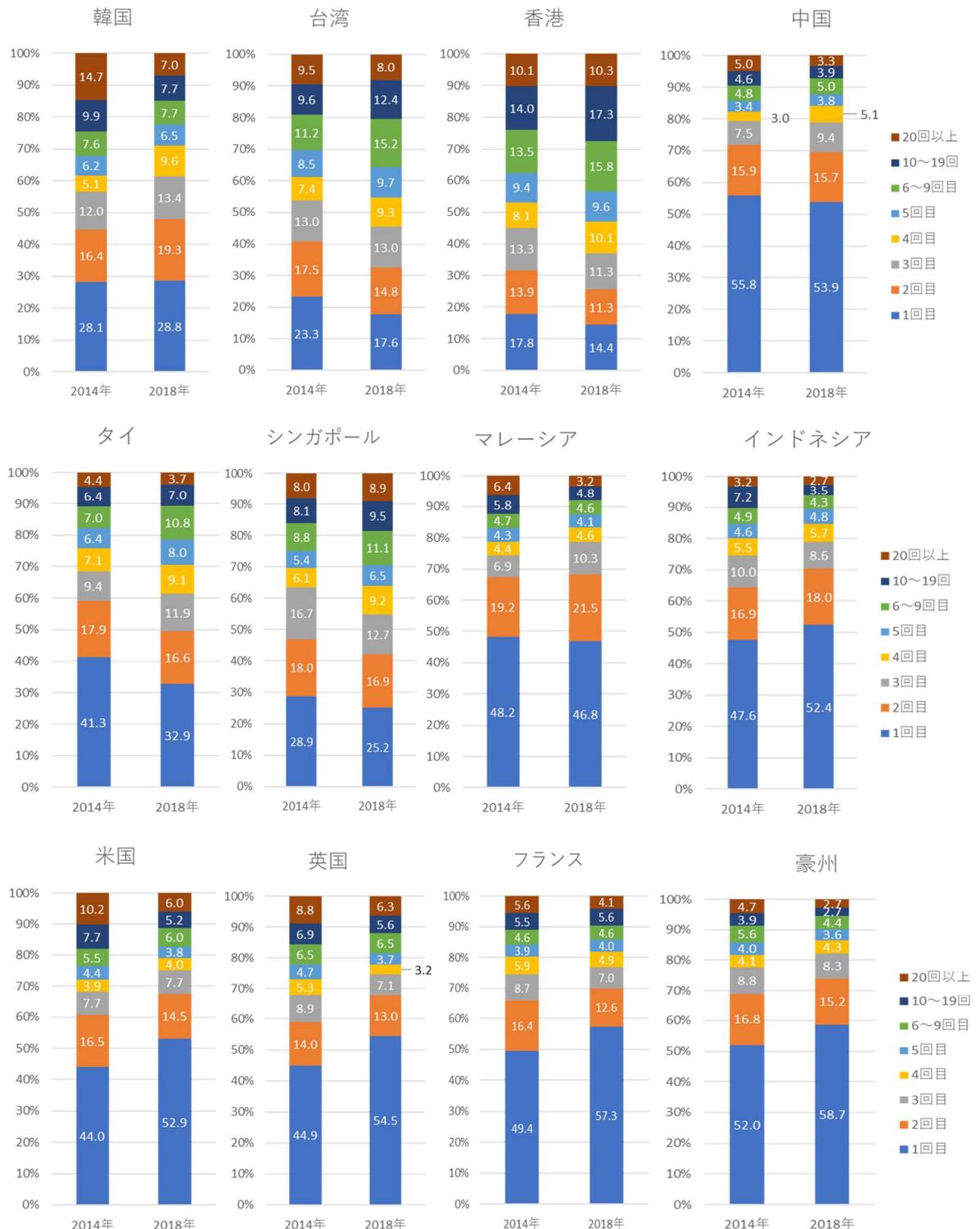
(出典) (公財)日本交通公社「JTBF 旅行意識調査」

(2) 訪日外国人旅行者

[リピーター、長期滞在、個人旅行の増加]

- ・アジアからの旅行者はリピーターが増加しており、2018年では台湾、香港からの8割以上、韓国、タイ、シンガポールからの7割以上の訪日客がリピーターとなっている。一方で、中国、マレーシア、インドネシア、米国からの約5割、フランス、豪州からの約6割は初訪日客となっている。

図表 14【国・地域別の訪日来訪回数への動向】

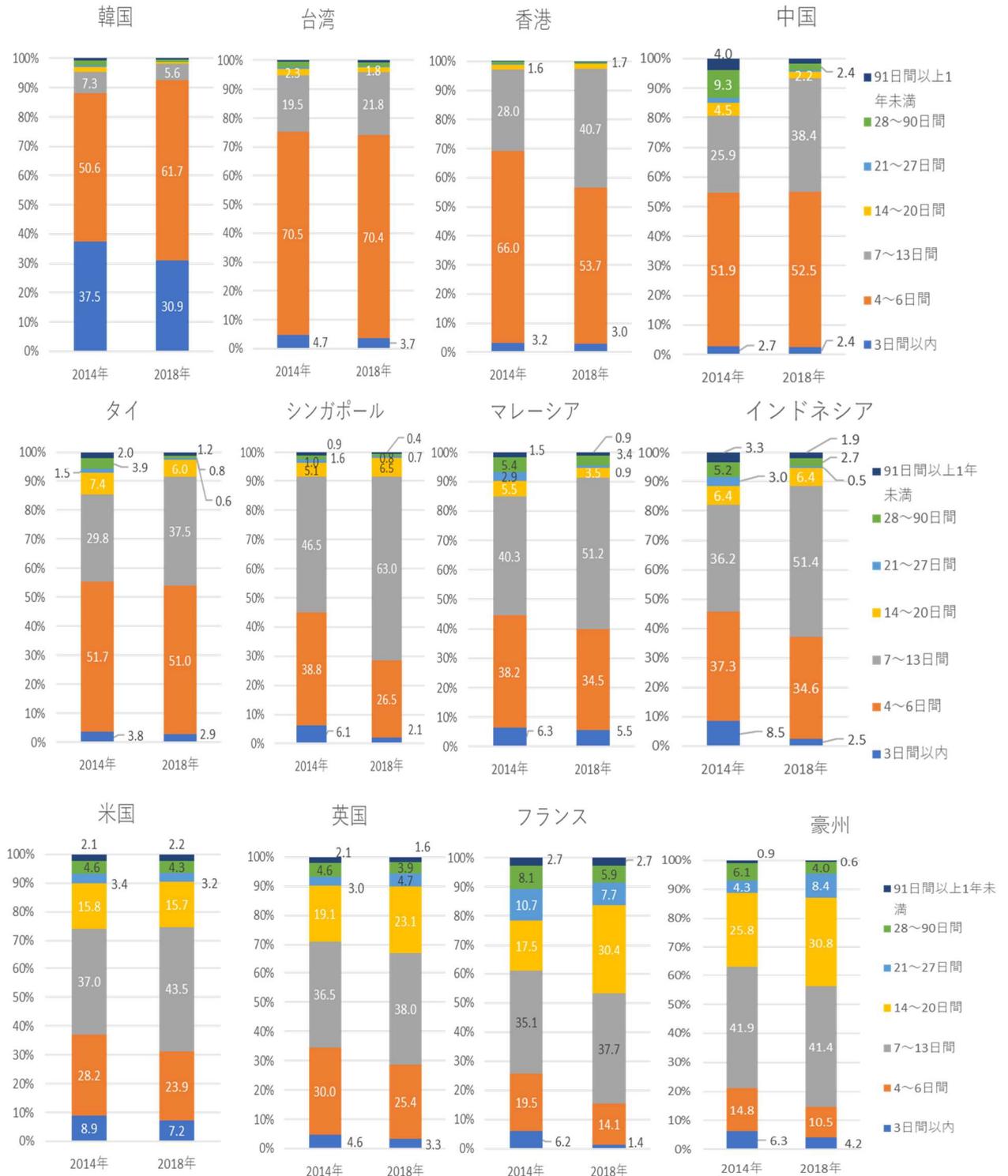


(出典) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」

## 2 国内外観光の現状

- ・滞在日数は、中国、香港、韓国などアジア各国は6日間以内の短期滞在、欧米豪は20日間以内の長期滞在が多く、欧米豪を中心に長期滞在化の傾向にある。

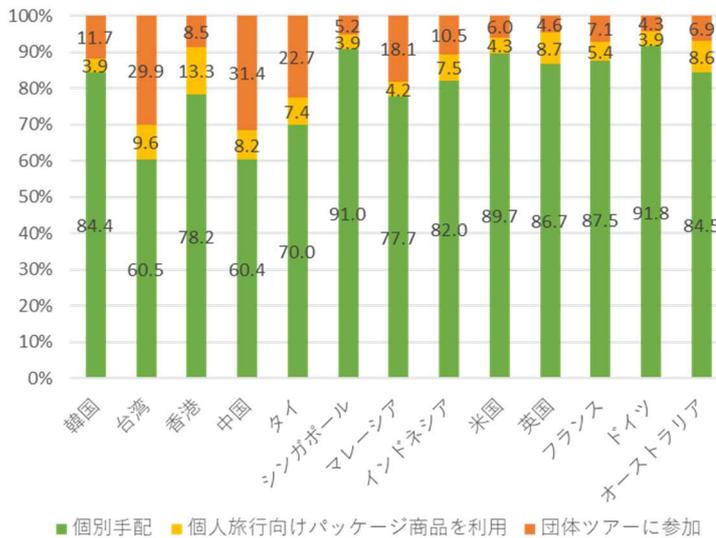
図表 15【国・地域別の日本での滞在日数】



(出典) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」

- ・旅行形態は、中国、台湾は約3割が団体ツアーとなっている。同じアジアでも、タイの約7割、韓国、香港、マレーシア、インドネシアの約8割、シンガポールの約9割は個人手配、香港では個人向けパッケージツアーも活用されている。一方で、欧米豪では個人手配が約9割を占める。

図表 16【国・地域別旅行形態(旅行手配方法)】

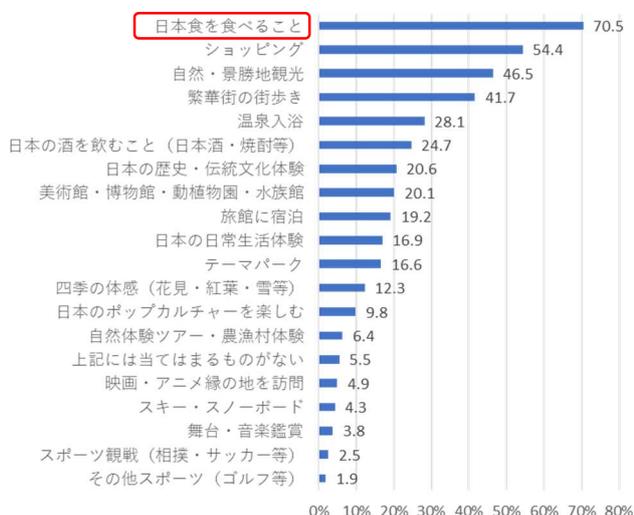


(出典) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」

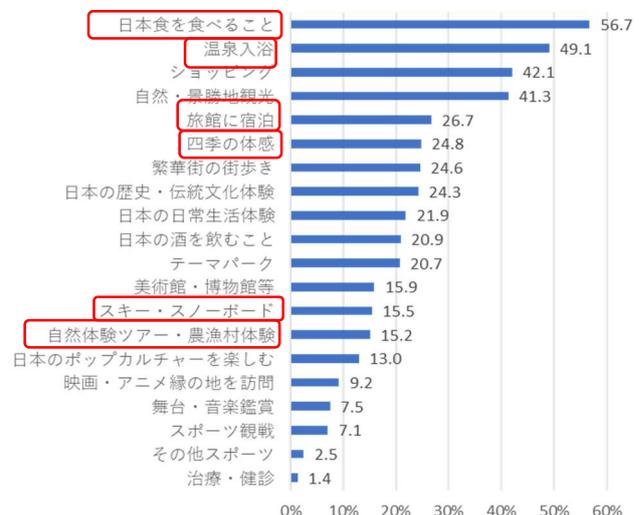
【訪日外国人旅行者のニーズ変化】

- ・訪日客の旅行目的は、訪日前後で「日本食を食べること」がともに1位で、「日本食」は訪日客が最も期待するコンテンツの一つとなっている。
- ・訪日前後で「ショッピング」、「繁華街の街歩き」は順位を下げる一方、「温泉入浴」、「旅館に宿泊」、「四季の体感」が順位を上げており、日本らしさを体感した結果、新たな期待が膨らんだものと思われる。
- ・全体の割合は低いものの、「スキー・スノーボード」や「自然体験ツアー・農漁村体験」は、訪日前後で大きく増加している目的であり、今後、開拓余地のあるコンテンツである。

図表 17【訪日前に期待していたこと】



図表 18【次の訪日旅行に期待すること】



(出典) 観光庁「訪日外国人消費動向調査 (2018年確報値)」

## 2 国内外観光の現状

### [旅行消費の構造変化]

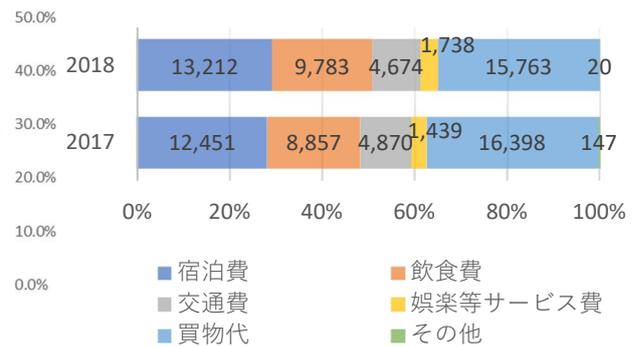
- ・訪日外国人旅行者は2018年に3,119万人と過去最高を更新したものの伸び率は低下した。
- ・訪日外国人旅行消費額は4兆5,189億円と旅行者数に比して伸び悩み。2018年は前年に比べ、宿泊費と飲食費が増加しているにもかかわらず、買物代は減少。娯楽等サービス費（「コト消費」）の構成比は3.8%と依然として低い。

図表 19 【訪日外国人旅行者数】



(出典) 日本政府観光局(JNTO)

図表 20 【訪日外国人旅行消費額・費目別構成比】



(出典) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」

- ・訪日外国人1人当たり旅行支出は総額平均で15.3万円となっており、豪州、スペイン、中国の順が多い。費目別では、宿泊費、飲食費は欧米豪が比較的多く、買い物代は中国、娯楽等サービス費は豪州が最も多い。

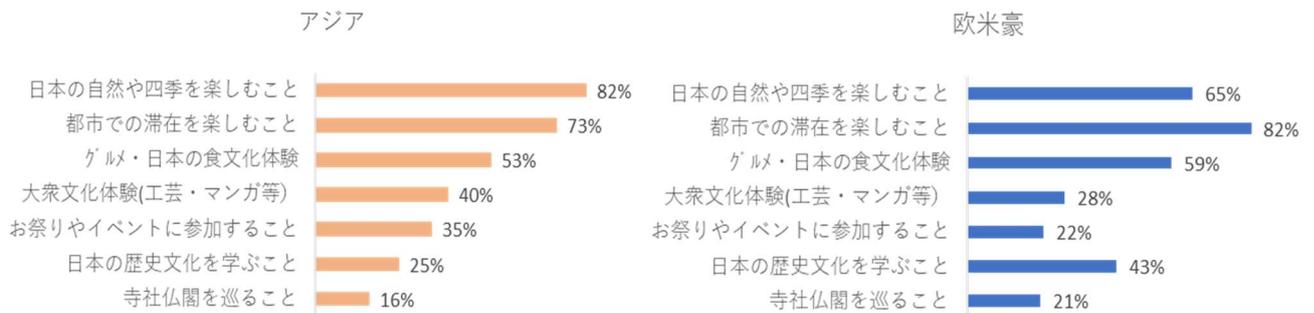
図表 21 【訪日外国人1人当たり旅行支出(2018)】

	総額	宿泊費	飲食費	交通費	娯楽等サービス費	買物代	その他
全国籍・地域	153,029	45,787	33,748	16,160	6,011	51,256	67
1 豪州	242,041	99,175	58,878	34,892	16,171	32,688	236
2 スペイン	237,234	92,543	62,129	42,159	7,620	32,783	0
3 中国	224,870	47,854	39,984	16,834	7,998	112,104	95
4 イタリア	223,555	87,652	57,803	39,204	7,552	31,057	287
5 英国	220,929	100,692	56,050	33,172	8,341	22,641	34
6 フランス	215,786	85,544	56,933	33,438	7,358	32,472	41
7 その他	199,728	84,529	48,463	29,455	6,354	30,912	14
8 ドイツ	191,736	84,555	47,536	28,333	5,974	25,250	87
9 米国	191,539	82,286	50,630	27,318	7,865	23,406	34
10 ベトナム	188,376	55,818	43,846	18,900	5,923	63,649	240
11 ロシア	188,256	62,710	43,837	22,038	7,973	51,554	143
12 カナダ	183,218	74,857	47,469	27,579	7,993	25,176	144
13 シンガポール	172,821	63,311	41,406	19,890	6,467	41,691	54
14 インド	161,423	75,371	34,026	21,864	3,747	26,415	0
15 香港	154,581	45,625	36,887	16,683	5,063	50,287	36
16 インドネシア	141,419	48,117	29,156	20,946	5,585	37,599	17
17 マレーシア	137,612	44,950	30,400	16,371	6,466	39,422	3
18 台湾	127,579	35,312	28,190	13,548	5,059	45,441	30
19 タイ	124,421	36,836	27,740	15,033	4,416	40,248	149
20 フィリピン	121,921	31,448	30,074	14,459	6,077	39,596	268
21 韓国	78,084	24,974	19,961	7,636	3,917	21,549	47

(出典) 観光庁「訪日外国人消費動向調査(2018年確報値)」

- ・国地域別では、旅行者の7割以上を占めるアジア各国の旅行者は、都市型観光だけでなく、自然探訪、花見や紅葉などの四季、日本の祭りなどにも関心があり、興味の対象が広範囲に及ぶ。
- ・一方、欧米豪の旅行者は、日本の歴史や伝統文化に魅力を感じており、アジアに比較して目的や興味が集約されている傾向にある。買い物に関するニーズは低く、伝統文化の体験、日本食の文化を楽しむなどの「コト消費」にニーズがある。

図表 22【国・地域別の訪日旅行の際にやりたいこと】

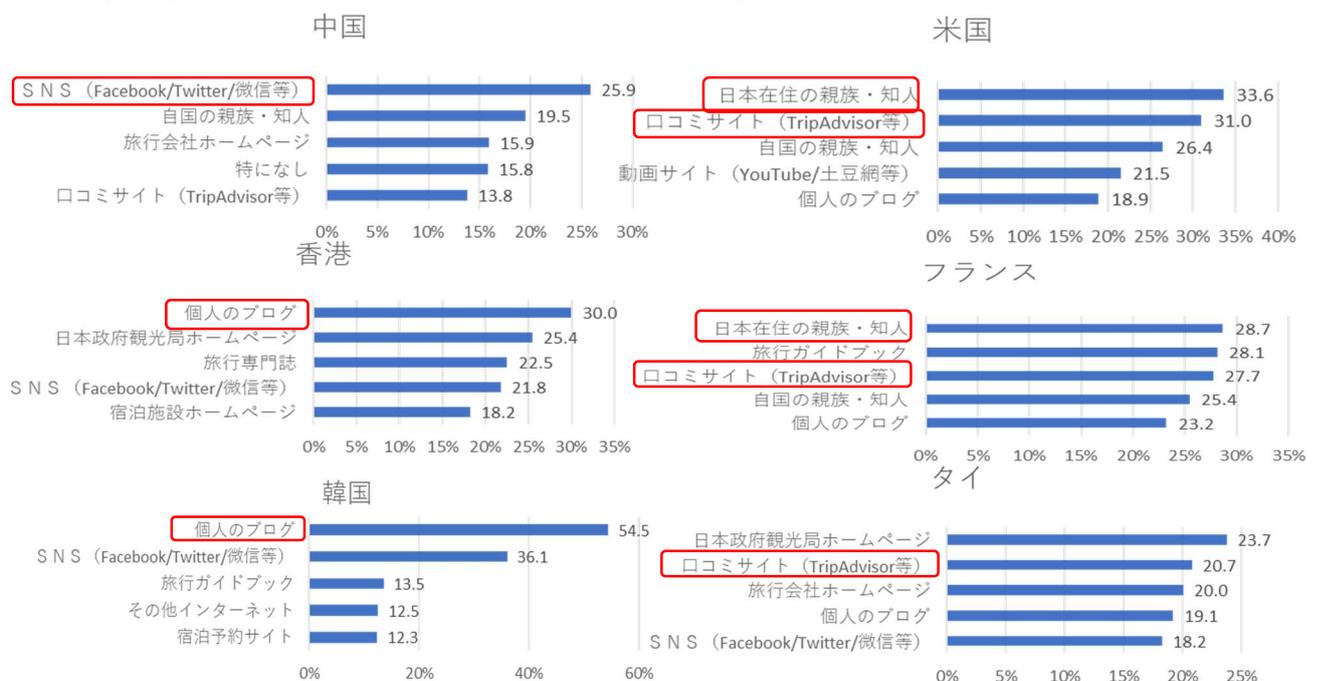


(出典) トリップアドバイザー「インバウンドレポート 2019 (2019.5-6月調査)」

[情報入手経路の傾向 ～口コミ、知人が情報源～]

- ・訪日旅行に関する情報収集は、中国、香港、韓国では「SNS」、「個人のブログ」が最も多く、欧米では「日本在住の親戚・知人」、「口コミサイト」が多いなど国地域別に特徴があり、情報発信にあたっては留意が必要である。

図表 23【国・地域別の訪日旅行に関する情報収集方法】



(出典) 観光庁「訪日外国人消費動向調査 (2018年確報値)」

### 3 兵庫県観光の現状

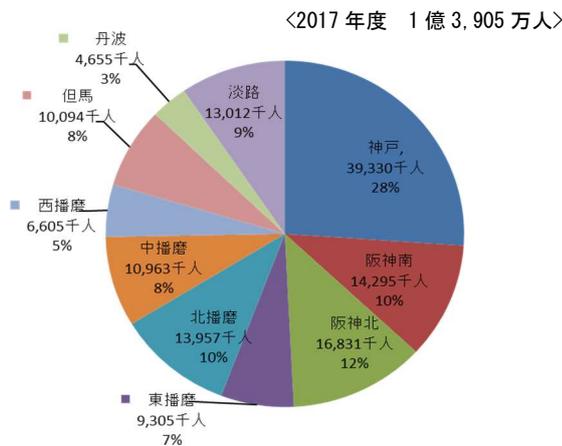
#### 3 兵庫県観光の現状

##### (1) 兵庫の日本人旅行者

##### [観光入込客の状況]

- ・県内地域別の観光入込客数は、神戸・阪神が50%、播磨が30%、但馬・丹波・淡路が20%となっている。
- ・月別では5月、7月、8月、11月、12月、1月が月平均を上回る一方で、6月、9月、2月が閑散期となっている。5月、12月は神戸、7月、8月は淡路、11月は但馬・丹波、1月は神戸・阪神の入込が全体を牽引している。

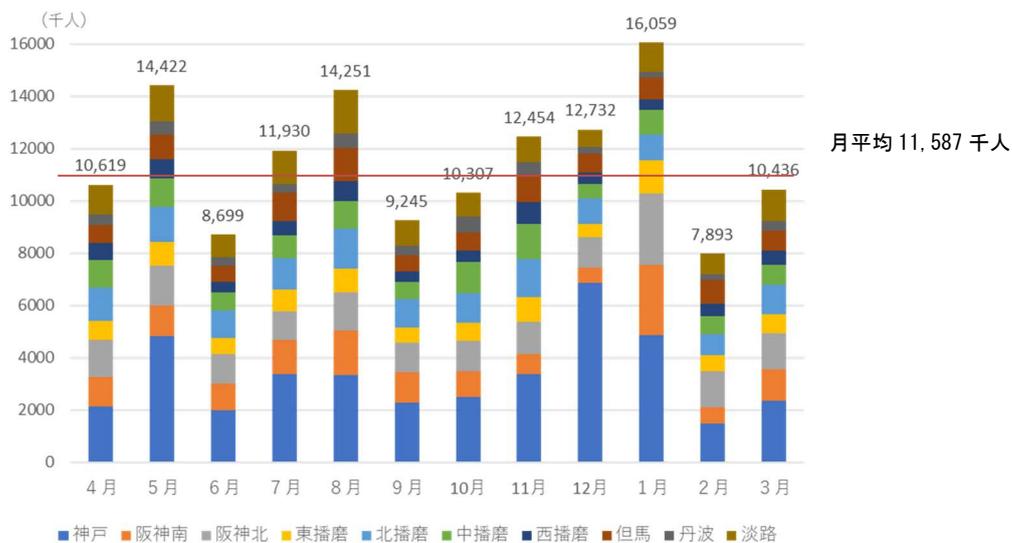
図表 24 【県内地域別観光入込客数 (2017)】



〈調査対象〉 年間入込み客数1万人以上及び特定月5千人以上 (約1,200地点)

(出典) 兵庫県「兵庫県観光客動態調査」

図表 25 【県内月別・地域別観光入込客数 (2017)】



(出典) 兵庫県「兵庫県観光客動態調査」

[宿泊者の傾向① ～隣接圏マーケット～]

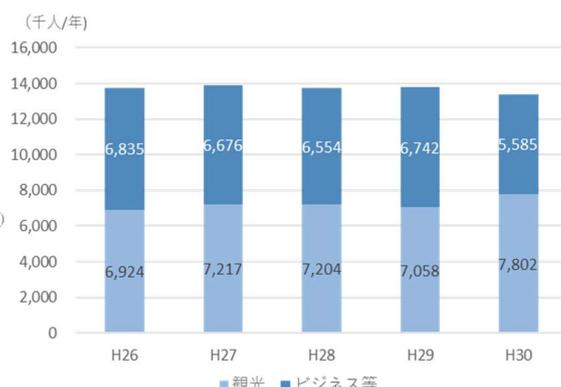
- ・ 県内延べ宿泊者数は、2018年で1,339万人(前年比△3.0%)となっている。90.6%を占める日本人の宿泊者が886万人(前年比△4.2%)となる一方で、外国人は126万人(前年比+0.9%)の微増となっている。
- ・ 目的別にみると、観光が主目的の宿泊者は780万人(前年比+10.5%)と大きく増加している。

図表 26 【県内延べ宿泊者数の推移(兵庫県)】



(出典) 観光庁「宿泊旅行統計調査」

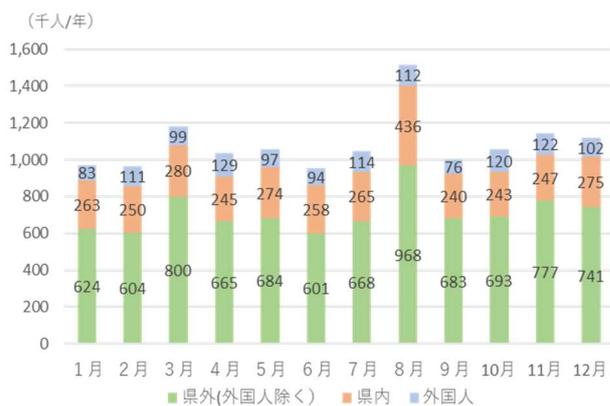
図表 27 【目的別延べ宿泊者数の推移(兵庫県)】



(出典) 観光庁「宿泊旅行統計調査」

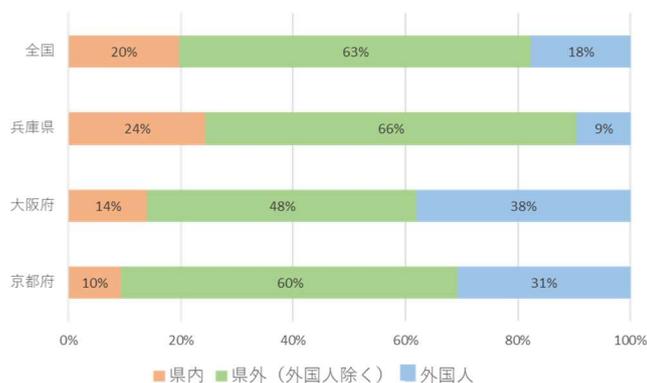
- ・ 2018年は月別では、8月が最も多く、6月の県外客の減少、9月の外国人の減少が大きかった。
- ・ 宿泊者の出発地は全国と比べ県内からの宿泊者が多い。また、外国人の割合は大阪・京都に比べ低い。

図表 28 【月別延べ宿泊者数(兵庫県・2018)】



(出典) 観光庁「宿泊旅行統計調査」

図表 29 【延べ宿泊者数の構成比(2018)】



(出典) 観光庁「宿泊旅行統計調査」

### 3 兵庫県観光の現状

- ・兵庫県の宿泊施設の客室稼働率は55.8%、旅館では38.8%、簡易宿泊所では16.1%となっている。全国平均を下回っており県全体としては余裕がある状況にある。

図表 30 【宿泊施設の客室稼働率（2018）】 (%)

	全体	旅館	リゾートホテル	ビジネスホテル	シティホテル	簡易宿泊所
兵庫県	55.8	38.8	60.1	71.6	75.8	16.1
大阪府	79.6	43.9	90.8	80.7	87.0	62.5
京都府	64.7	40.8	53.0	82.4	82.2	30.8
奈良県	49.0	31.8	77.7	65.8	74.0	25.4
東京都	80.0	56.6	57.9	84.5	84.6	51.7
全国	61.2	38.8	58.3	75.5	80.2	30.2

(出典) 観光庁「宿泊旅行統計調査」

#### [宿泊者の傾向② ～隣接圏マーケット～]

- ・兵庫県は、県内や大阪・京都など近隣府県からの宿泊者が3割以上と多く、兵庫県の国内旅行市場は「隣接圏マーケット」が主流となっている。

図表 31 【兵庫・大阪・京都の宿泊者の出発地（2017）】

兵庫県		大阪府		京都府	
出発地	比率	出発地	比率	出発地	比率
大阪府	17.8%	東京都	17.5%	東京都	22.0%
兵庫県	15.0%	神奈川県	10.3%	神奈川県	12.3%
東京都	10.4%	埼玉県	8.3%	埼玉県	9.1%
京都府	5.7%	福岡県	6.3%	千葉県	6.7%
神奈川県	5.2%	千葉県	6.2%	福岡県	4.9%
愛知県	4.7%	愛知県	5.8%	愛知県	3.8%
埼玉県	3.8%	広島県	5.0%	大阪府	3.7%
広島県	3.8%	北海道	3.1%	広島県	3.3%
千葉県	3.4%	大阪府	2.8%	兵庫県	2.6%
奈良県	2.7%	茨城県	2.2%	北海道	2.5%

※ 旅行会社（店頭・ネット）等が提供する約8,000万泊の宿泊実績データによるダブル調査

(出典) 日本観光振興協会「観光予報プラットフォーム」データを基に作成

#### [宿泊者の傾向③ ～首都圏からの高単価客層～]

- ・宿泊旅行の単価は日帰り旅行の単価の約3倍あるが、兵庫県の宿泊旅行、日帰り旅行の単価ともに全国平均を下回っている。

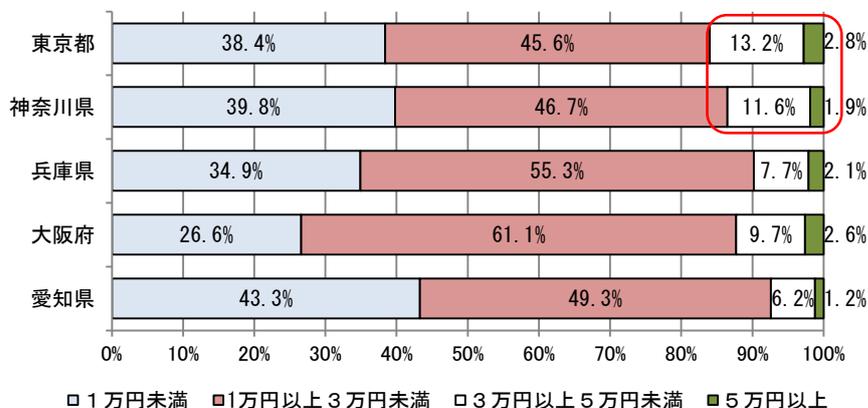
図表 32 【旅行単価の推移（全国・兵庫県）】



(出典) 観光庁「旅行・観光消費動向調査」

- ・県内宿泊客の宿泊単価は3万円未満が90%と最も多い。他方で、東京・神奈川など首都圏からの宿泊客は比較的高単価の客層が多く、旅行消費を意識する上で効果的なターゲットとなり得る。

図表 33 【出発地別の宿泊客 1 人あたり宿泊単価】

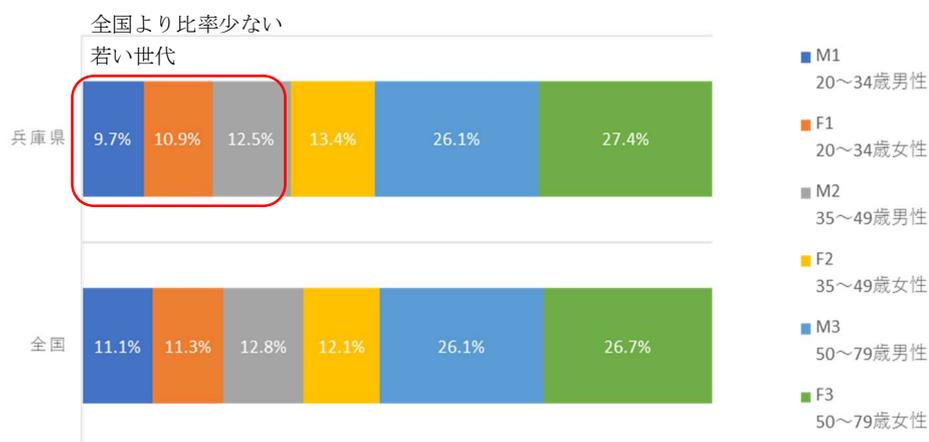


(出典) 日本観光振興協会「観光予報プラットフォーム」データを基に作成

[宿泊者の傾向④ ～少ない若い世代の宿泊者～]

- ・年齢別では、兵庫県は、F3層（50～79歳女性）やF2層（35～49歳女性）の宿泊者の比率が全国に比べて高くなっている。一方で、F1層（20～34歳女性）、M1層（20～34歳男性）の比率は全国より低くなっている。

図表 34 【宿泊者の年齢別・性別構成】



(出典) (株)クルーティフスタイルじゃらんリサーチセンター「じゃらん宿泊旅行調査 2019 (2019年4月調査)」

[県内周遊観光の偏り]

- ・県内での宿泊費助成事業の対象者の分析から、連泊での県内周遊観光には、神戸と姫路・赤穂・豊岡・洲本・南あわじを連泊するコースや、同一地域内で連泊するコースは多いが、宝塚や丹波などの県東側地域と但馬間を連泊するようなコースはあまり見られず、偏りがある。

### 3 兵庫県観光の現状

図表 35 【県内での周遊(連泊)の状況】

※県内1泊目の宿泊地(縦)、2泊目の宿泊地(横)

	神戸市	姫路市	赤穂市	宝塚市	篠山市	丹波市	豊岡市	朝来市	香美町	新温泉町	淡路市	洲本市	南あわじ市
神戸市	455	67	35	10			62	4		12	4	31	17
姫路市	47	46	10				13	4		8		4	4
赤穂市	21	19	7		2		2			4		6	
宝塚市	1			4									
篠山市							2						
丹波市	6												
豊岡市	36		2		2	1	70	10	11	13			14
朝来市	5	3					1						
香美町	2		2				7		5	1			
新温泉町							23		2	13			4
淡路市	73	3	6	3			6	2		4	2	2	12
洲本市	3	7										16	5
南あわじ市	16	3	6	3				2				31	23

100人泊以上
  50人泊以上
  20人泊以上
  10人泊以上

<調査対象>

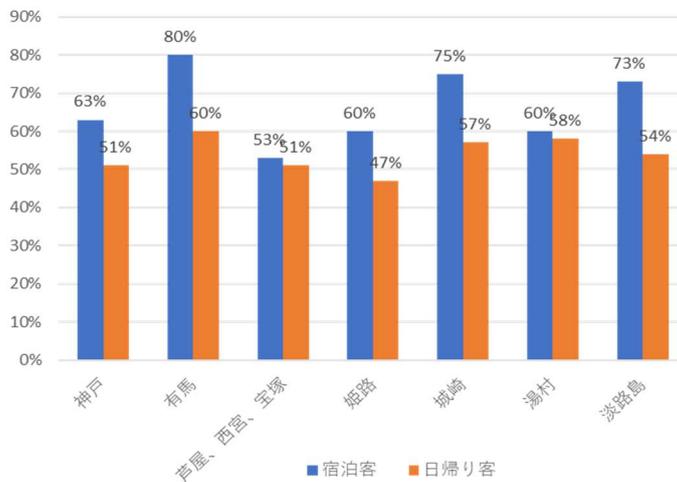
平成30年8月28日～平成31年1月31日の期間に、ふっこう周遊割の宿泊補助を受けて兵庫県内に2泊以上連泊した者  
旅行者自身が宿泊施設を選んで予約、宿泊し、補助申請があったもの (n=1,672)

(出典) 兵庫県「平成30年7月豪雨災害後の復興に向けた観光支援業務に関する最終報告書」を基に作成

#### [宿泊で高まる満足度]

- ・ 県内観光地の満足度調査では、いずれの地域でも日帰り客より宿泊客の満足度が高い。有馬、城崎、淡路島などでは、宿泊客の満足度は日帰り客より約20ポイント高くなっている。
- ・ 県内温泉地などでの宿泊客に県内観光地の魅力を堪能してもらうことが、旅行者の満足度向上につながり、ひいてはリピーターの増加にもつながるものと考えられる。

図表 36 【県内観光地の来訪者満足度】



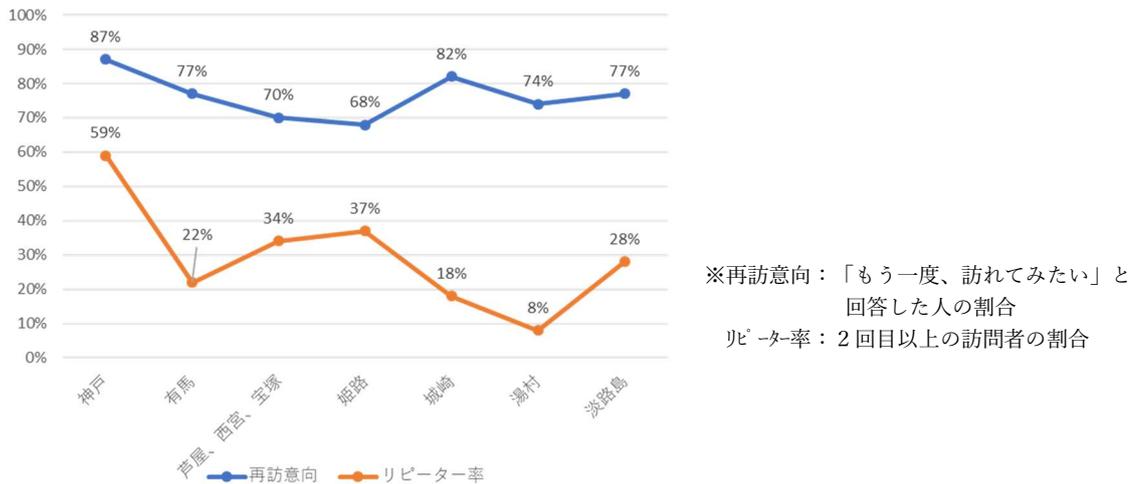
※各観光地 5,000名へのアンケート調査 (2016年3月実施)  
※当該地域に3年以内に訪問したことがある人を対象に「大変満足、満足、どちらでもない、あまり満足していない、全く満足していない」の5段階で調査。満足度は、「大変満足、満足」の人の割合

(出典) JTB「JTB地域パワーインデックス調査2017」

[リピーターにならない再訪意向]

- ・ 県内観光地の再訪意向は、いずれの地域もほぼ70%以上となっているが、リピーター率は8%~59%と、地域によって大きな開きがある。
- ・ 再訪意向があっても、交通アクセスの利便性など何らかの理由によって、リピーターになっていない客層が一定存在すると考えられる。

図表 37 【県内観光地の再訪意向・リピーター率】



(出典) JTB 「JTB 地域パワーインデックス調査 2017」

(2) 兵庫の訪日外国人旅行者

[訪日外国人旅行者の動向]

- ・ 兵庫県への訪日外国人旅行者は、2018年で187万人(前年比+18.3%)となっている。旅行者数は、毎年増加しているものの、デスティネーションとして兵庫が選ばれた比率(訪問率)は、5.5%~6.5%の間で推移している。
- ・ 国地域別の延べ宿泊者数をみると、兵庫県は中国、台湾、韓国、香港の東アジア4か国で73%を占める。京都府は、中国の次にアメリカが続き、オーストラリアも上位に入る。奈良県は中国が過半を占め、アメリカ、フランスが上位に位置する。

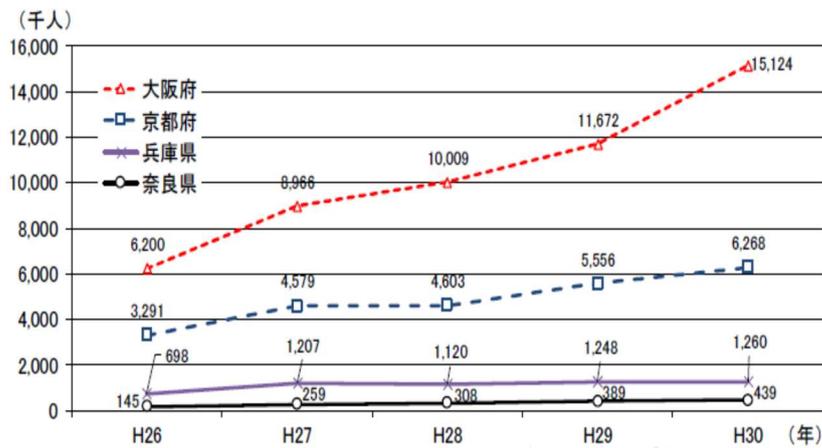
図表 38 【訪日外国人旅行者の推移(兵庫県)】



(出典) 日本政府観光局(JNTO)「訪日外客数」、観光庁「訪日外国人消費動向調査」訪問率から兵庫県推計

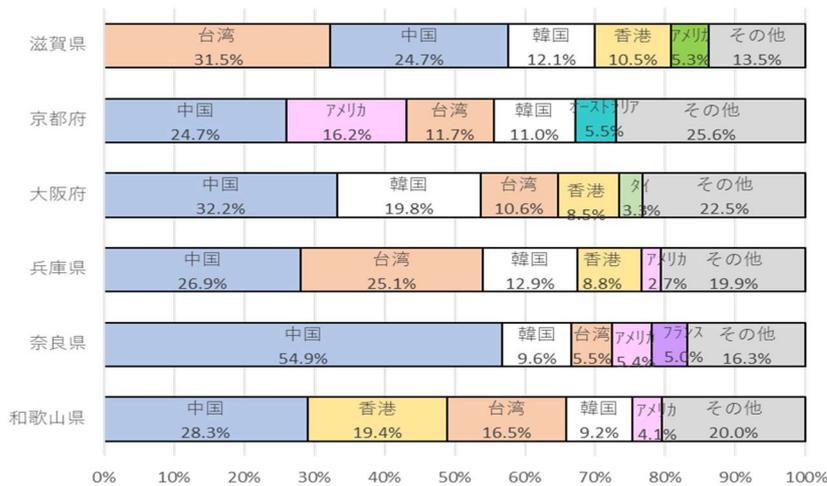
### 3 兵庫県観光の現状

図表 39 【訪日外国人旅行者の延べ宿泊者数】



(出典) 観光庁「宿泊旅行統計調査」

図表 40 【訪日外国人旅行者の国・地域別延べ宿泊者構成比 (2018)】



(出典) 観光庁「宿泊旅行統計調査」

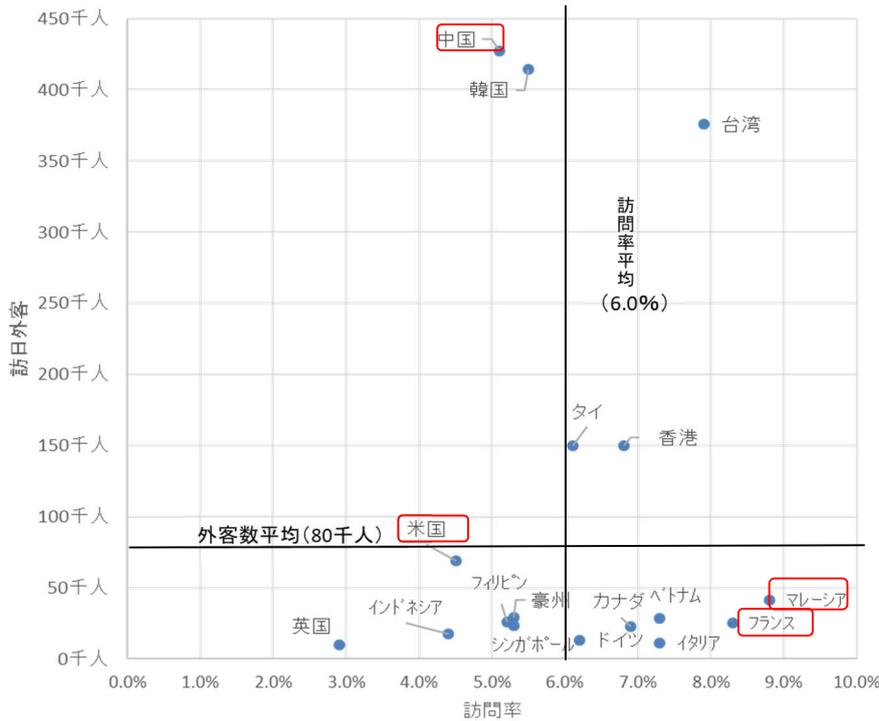
#### [ビハインド市場・最大のパイ中国]

- ・兵庫県の訪日外国人旅行者は、台湾、香港の訪問率は県の平均訪問率6.0%を上回っている一方で、中国からの訪問率は県平均を下回っている。
- ・県内各地への中国人旅行者の集中度が低いことから、最大のパイである中国から十分な呼び込みができておらず、中国市場が兵庫県にとって「ビハインド市場」になっている。

#### [アドバンテージ市場・フランス、マレーシアなど]

- ・アジアでは、マレーシア、ベトナム、タイ、欧米豪では、フランス、イタリア、カナダ、ドイツからの訪問率は県平均を上回っており、兵庫県が他府県に対して比較優位にあると考えられる。
- ・市場のパイが比較的大きいタイや、マレーシア、ベトナムといった訪日客の増加顕著なアジア新興市場、兵庫県との歴史的な交流の深いフランスなどは、兵庫県にとって「アドバンテージ市場」となっている。

図表 41 【地域別の訪日客数と訪問率(兵庫県・2018)】



	訪問率	訪日外客数
中国	5.1%	427千人
韓国	5.5%	415千人
台湾	7.9%	376千人
香港	6.8%	150千人
タイ	6.1%	150千人
米国	4.5%	69千人
マレーシア	8.8%	41千人
豪州	5.3%	29千人
ベトナム	7.3%	28千人
フィリピン	5.2%	26千人
フランス	8.3%	25千人
シンガポール	5.3%	23千人
カナダ	6.9%	23千人
インドネシア	4.4%	17千人
ドイツ	6.2%	13千人
イタリア	7.3%	11千人
英国	2.9%	10千人

(出典) 日本政府観光局(JNTO)「訪日外客数」、観光庁「訪日外国人消費動向調査」訪問率を基に作成

【周遊分散が進む香港・台湾】

- ・アジアでもリピーターの比率が高い香港、台湾の訪日客は、関西の各都市を万遍なく訪問しており、2回目以降の訪日で各地への旅行の分散が進んでいる様子がうかがえる。
- ・このことは、国土交通省の訪日客の移動データにおいても、香港、台湾から訪日客は関西近隣の複数県を周遊しており、同様の傾向がみられる。県内への訪日客の広がり意識の上で、重要なターゲットとなり得る。

図表 42 【国・地域別訪日客の集中度合い】

	福井県		三重県		滋賀県		京都府		大阪府		兵庫県		和歌山県		鳥取県		徳島県														
	福井市	あわら市	伊勢市	桑名市	伊賀市	大津市	彦根市	京都市	宇治市	亀岡市	大阪市	堺市	神戸市	姫路市	豊岡市	南あわじ市	淡路市	奈良市	和歌山市	高野町	白浜町	那智勝浦町	鳥取市	米子市	境港市	徳島市	鳴門市	三好市			
中国	0.8	0.4	0.9	1.5	1.2	0.6	1.1	0.8	0.7	1.1	1.0	1.3	1.1	1.1	1.7	0.9	0.3	0.4	0.7	0.6	1.2	1.0	0.2	0.8	0.3	0.4	0.3	0.2	0.5	0.5	0.2
香港	1.7	2.7	1.6	2.2	2.0	0.8	1.1	1.2	1.9	0.7	1.9	2.4	2.0	1.1	0.7	1.2	0.6	1.2	2.2	1.9	0.9	2.9	0.3	4.1	1.6	2.5	2.7	3.0	2.7	3.6	3.3
台湾	1.4	3.0	1.7	0.9	1.7	2.4	2.0	2.8	0.8	2.1	3.3	1.7	1.0	1.2	1.2	0.9	1.6	3.0	2.5	0.9	1.4	0.2	1.0	2.2	1.2	0.8	0.9	1.8	1.1	1.2	5
韓国	0.5	0.3	0.2	0.3	0.4	0.7	0.2	0.3	0.6	0.3	0.3	0.4	1.4	1.1	1.2	0.4	0.3	0.9	0.6	0.5	0.3	0.1	0.8	0.8	2.1	3.4	3.3	0.4	0.5	0.1	
東南アジア	0.6	0.9	0.7	0.7	2.5	0.7	0.5	0.8	0.8	0.6	0.7	0.9	1.1	1.5	1.1	0.8	1.2	0.4	0.3	0.8	1.0	0.2	0.5	0.7	0.7	0.2	0.1	0.3	0.6	0.3	
欧州	0.3	0.0	0.9	0.1	0.2	0.6	0.6	0.0	1.7	0.5	0.2	0.0	0.5	0.2	0.7	2.3	1.0	0.0	0.2	1.5	0.2	4.7	0.1	0.5	0.4	0.3	0.0	0.2	0.4	0.2	
北米	2.0	0.7	1.3	0.5	0.9	1.2	1.2	0.8	1.4	0.9	0.6	1.3	0.8	1.0	0.9	1.3	1.1	0.8	1.3	1.1	0.6	1.4	0.4	0.6	0.6	0.6	0.5	1.4	1.2	0.5	
その他	0.5	0.0	0.7	0.6	0.4	0.6	1.1	0.6	1.3	0.6	0.2	0.6	0.9	0.6	0.8	1.3	1.1	0.0	0.6	1.1	0.5	1.4	0.4	1.3	0.2	0.1	0.0	0.6	0.2	0.6	

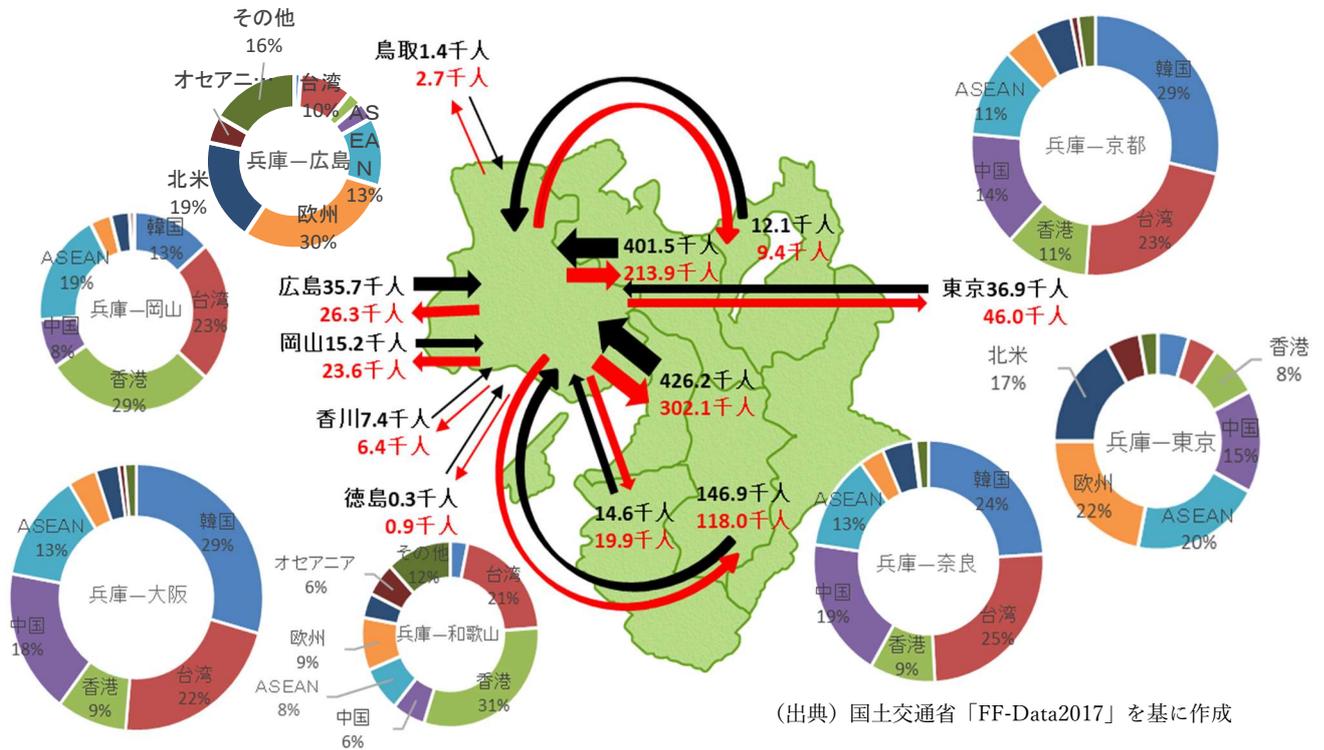
【算出方法の概要】

- ・国籍別地域別の訪問割合を各地点の全国籍訪問割合の平均値で割戻して算出
- ・「1.0」よりも大きい場合は他国籍に比して訪問が多いことを示す(緑色)
- ・「1.0」よりも小さい場合は他国籍に比して訪問が少ないことを示す(赤色)
- ・赤が多い国籍は周遊が少なく、緑が多い国籍は周遊が多い
- ・ドコモ・インサイトマーケティング「モバイル空間統計」データを分析

(出典) 関西観光本部「2018年度関西広域周遊に向けたマーケティング調査結果」より抜粋

### 3 兵庫県観光の現状

図表 43 【兵庫県・関西府県間の移動状況(2017)】



#### [宿泊日数、滞在時間、旅行消費に改善余地]

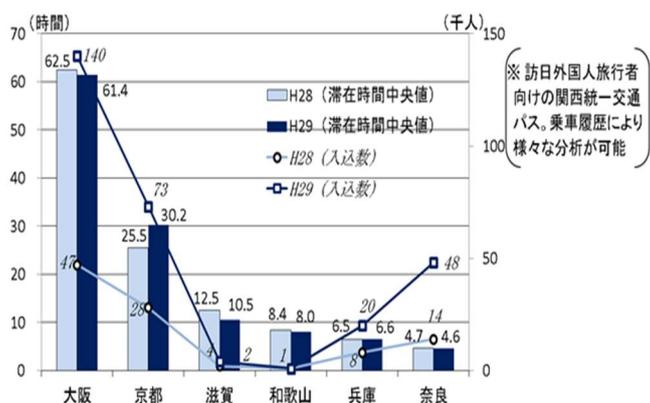
- ・ 関西各府県の平均宿泊日数は総じて短くなっており、関西の観光地を周遊滞在する訪日外国人の旅行スタイルがうかがえる。兵庫県での平均宿泊日数、滞在時間も短く、今後改善の余地がある。

図表 44 【平均宿泊日数 (2018 年四半期別)】

[1~3月期]			[4~6月期]			[7~9月期]			[10~12月期]		
順位	都道府県	泊数(泊)	順位	都道府県	泊数(泊)	順位	都道府県	泊数(泊)	順位	都道府県	泊数(泊)
1	群馬県	15.9	1	埼玉県	15.4	1	山形県	22.7	1	福井県	14.3
2	愛媛県	14.7	2	新潟県	14.6	2	埼玉県	19.5	2	埼玉県	11.9
3	埼玉県	12.5	3	茨城県	14.0	3	茨城県	15.8	3	群馬県	11.8
4	茨城県	10.6	4	三重県	7.9	4	群馬県	15.1	4	茨城県	10.7
5	秋田県	8.4	5	福井県	7.9	5	高知県	11.4	5	福島県	9.2
6	島根県	7.0	6	福島県	7.7	6	福井県	9.2	6	三重県	7.8
7	青森県	7.0	7	香川県	7.3	7	秋田県	9.2	7	山口県	5.4
8	福島県	6.7	8	宮城県	6.7	8	三重県	8.7	8	北海道	4.9
9	愛知県	6.6	9	青森県	6.2	9	東京都	6.6	9	愛知県	4.6
10	栃木県	6.5	10	群馬県	6.1	10	宮城県	6.1	10	島根県	4.5
29	滋賀県	3.4	15	滋賀県	4.8	14	滋賀県	5.3	26	滋賀県	3.0
30	大阪府	3.2	31	大阪府	3.0	18	和歌山県	4.8	29	大阪府	2.8
31	和歌山県	3.0	36	兵庫県	2.3	30	大阪府	3.1	31	和歌山県	2.5
35	兵庫県	2.5	40	和歌山県	1.9	33	京都府	3.0	36	兵庫県	2.1
39	京都府	1.9	41	京都府	1.9	40	兵庫県	2.4	39	京都府	1.9
47	奈良県	0.5	47	奈良県	0.4	47	奈良県	0.7	47	奈良県	0.4

(出典) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」

図表 45 【KANSAI ONE PASS】を利用した訪日客滞在時間



(出典) 国土交通省近畿運輸局、関西経済連合会、関西観光本部

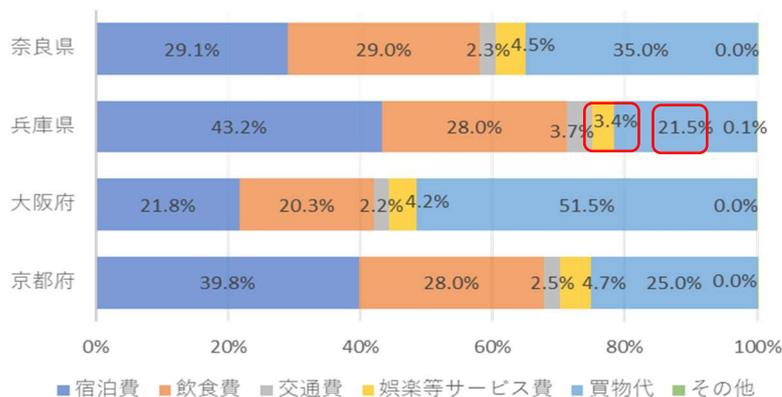
- ・兵庫県への訪日客の旅行消費単価は2.1～3.8万円と、都道府県比較では中位から下位にとどまっている。また、費目別構成比では、兵庫県は関西各府県と比較し、買物代、娯楽等サービス費（コト消費）の割合が低く、今後改善の余地がある。

図表 46 【1人1回あたり旅行消費単価（2018年四半期別）】

[1～3月期]			[4～6月期]			[7～9月期]			[10～12月期]		
順位	都道府県	単価(円)	順位	都道府県	単価(円)	順位	都道府県	単価(円)	順位	都道府県	単価(円)
1	北海道	110,200	1	東京都	89,597	1	埼玉県	131,836	1	東京都	102,448
2	東京都	100,462	2	新潟県	87,905	2	高知県	109,492	2	北海道	89,540
3	群馬県	87,834	3	北海道	78,124	3	東京都	102,362	3	沖縄県	76,568
4	茨城県	78,116	4	沖縄県	69,790	4	北海道	85,674	4	茨城県	66,291
5	長野県	76,770	5	埼玉県	66,693	5	沖縄県	79,413	5	大阪府	65,511
6	埼玉県	75,651	6	山形県	62,937	6	茨城県	73,321	6	群馬県	64,941
7	青森県	74,964	7	大阪府	59,832	7	宮城県	67,887	7	山形県	64,023
8	沖縄県	71,176	8	宮城県	56,264	8	鹿児島県	63,782	8	福岡県	63,083
9	愛媛県	70,626	9	香川県	56,191	9	山形県	60,961	9	新潟県	55,138
10	大阪府	66,430	10	福岡県	54,660	10	大阪府	57,757	10	岩手県	53,854
24	兵庫県	37,631	19	滋賀県	38,974	27	京都府	33,501	23	滋賀県	34,712
32	滋賀県	30,487	31	京都府	27,008	30	和歌山県	30,398	28	京都府	31,363
34	和歌山県	29,143	36	兵庫県	22,172	34	滋賀県	28,546	34	兵庫県	27,277
37	京都府	27,018	37	和歌山県	21,886	41	兵庫県	20,760	40	和歌山県	23,533
47	奈良県	9,533	47	奈良県	6,306	47	奈良県	5,946	47	奈良県	5,707

(出典) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」

図表 47 【旅行消費額費目別構成比(2018)】



(出典) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」

### 3 兵庫県観光の現状

#### (3) 兵庫へのゲートウェイ

##### [ゲートウェイの最大活用]

- ・関西国際空港は、LCC(格安航空会社)の就航などにより、旅客数は外国人旅行者を中心に好調に推移しており、2018年度の国際線旅客数は過去最高の2,940万人を記録している。

図表 48【関西3空港の旅客数(2018年度)】

順位	空港	国内線	国際線	合計
1	東京国際空港(羽田)	6,752.8	1,816.4	8,569.2
2	成田国際空港	730.5	3,393.3	4,123.9
3	関西国際空港	651.3	2,289.4	2,940.7
4	福岡空港	1,791.8	691.9	2,483.6
5	新千歳空港	1,977.7	385.8	2,363.4
6	那覇空港	1,763.4	392.7	2,156.1
7	大阪国際空港(伊丹)	1,629.9	0.0	1,629.9
8	中部国際空港(セントレア)	625.7	607.7	1,233.4
9	鹿児島空港	566.3	40.4	606.7
10	仙台空港(仙台国際)	330.1	31.1	361.3
11	熊本空港(阿蘇くまもと)	325.4	20.7	346.1
12	宮崎空港(宮崎ブーゲンビリア)	322.3	14.1	336.4
13	長崎空港	320.1	6.9	327.0
14	神戸空港(マリンエア)	319.1	0.0	319.1
15	松山空港	306.3	9.5	315.8
16	広島空港	263.0	35.3	298.3
17	石垣空港(南ぬ島石垣)	250.3	8.7	259.0
18	高松空港	177.0	32.0	209.0
19	大分空港	186.5	13.7	200.3
20	小松飛行場	159.1	24.4	183.4

図表 49【関西国際空港旅客数の推移】



(出典) 国土交通省「空港利用状況概況集計表」

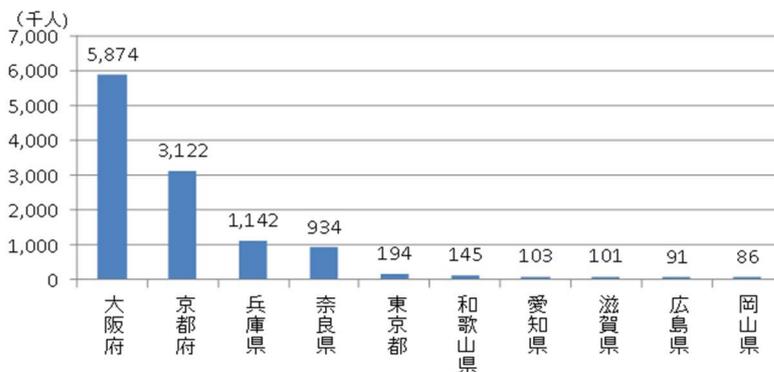
図表 50【関西3空港の就航路線】

	就航路線(2019.6現在)
関西国際空港	国際線25か国(地域)89都市1,548便/週 国内線17都市、70便/日 LCC国際線の約4割、国内線の約1/2
大阪国際空港(伊丹)	国内線26都市、185便/日
神戸空港	国内線7都市、30便/日 運用規制の緩和 30便⇒40便 午後10時まで⇒午後11時まで

(出典) 兵庫県空港政策課調べ

- ・入出国とも関西国際空港の外国人旅行者は、兵庫県には114万人訪問しており、都道府県では第3位。関空経由で成田・羽田空港から入出国する外国人旅行者は、兵庫県より空港隣接県ではない愛知県、広島県の方が多い。

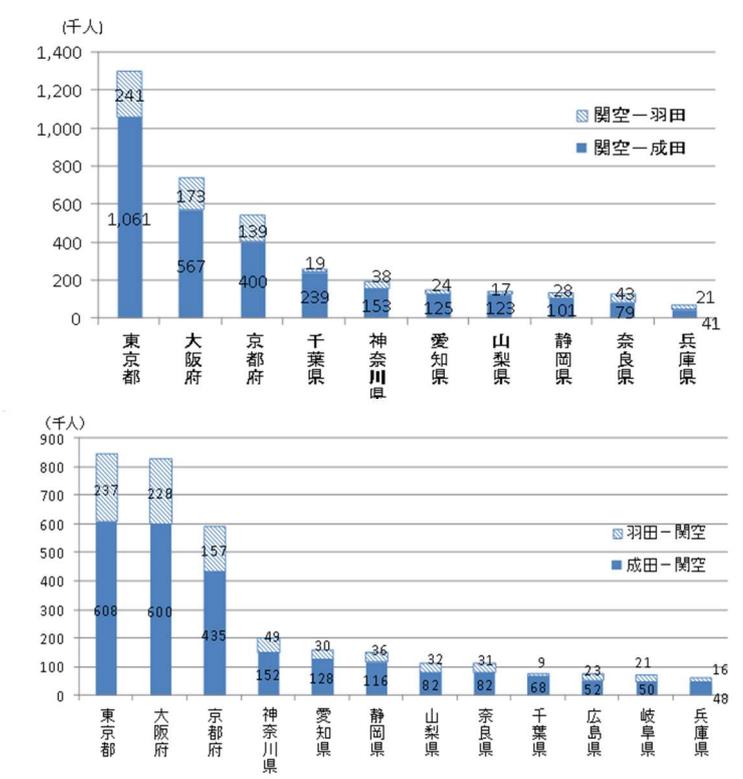
図表51【入出国とも関空を利用した外国人旅行者数(2017)】



(出典) 国土交通省「F F -data(訪日外国人流動データ)」を基に地域経済分析システムを用いて作成

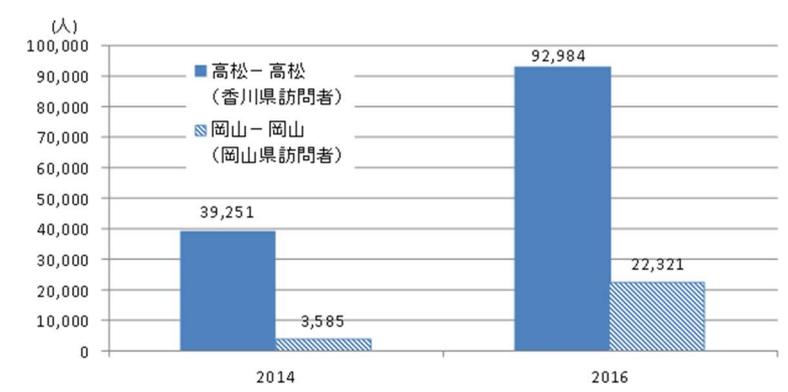
- ・国際線が就航する地方空港から入出国する外国人旅行者の空港立地県への訪問者数は、近年大幅に増加している。

図表52【入出国ともに成田・羽田空港の外国人旅行者数(2017)】



(出典) 国土交通省「F F -data(訪日外国人流動データ)」を基に地域経済分析システムを用いて作成

図表 53【入出国とも地方空港を利用した外国人旅行者数の推移】



(出典) 国土交通省「F F -data(訪日外国人流動データ)」を基に地域経済分析システムを用いて作成

- ・関西国際空港はじめ隣接県等の国際線が就航する地方空港を、「兵庫県への空の広域ゲートウェイ」としてとらえ、最大活用すべきである。
- ・他方で、県内の大阪国際空港 (伊丹)、神戸空港、但馬空港の2018年度の旅客数はともに増加。また、神戸空港は今後の運用規制の緩和による更なる旅客増も期待される。将来の国際空港化も見据えた準備も意識する必要がある。

### 3 兵庫県観光の現状

図表 54【神戸空港旅客数・搭乗率の推移】



(出典) 神戸市・関西エアポート調べ

図表 55【但馬空港旅客数・搭乗率の推移】



(出典) 兵庫県空港政策課調べ

#### [増え続けるクルーズ客の取り込み]

- ・2018年にクルーズ船により入国した外国人旅行者は245万人、全国139港湾で過去最高の2,930回の寄港があった。県内のクルーズ船寄港は、神戸港136回をはじめ姫路港、津居山港各1回で合計138回となっている。

図表 56【クルーズ船旅客数の推移】



図表 57【県内のクルーズ船寄港回数】

	神戸港	姫路港	津居山港	合計	全国
2015	97	3	0	100	1,454
2016	104	3	0	107	2,017
2017	116	5	0	121	2,764
2018	136	1	1	138	2,930

図表 58【港湾別クルーズ船寄港回数 (2018)】

順位	港湾	回数
1	博多港	279
2	那覇港	243
3	長崎港	220
4	横浜港	168
5	平良港 (宮古)	143
6	神戸港	136
7	パピスタマリナ (広島県)	122
8	佐世保港	108
9	石垣港	107
10	鹿児島港	100
14	大阪港	45
32	舞鶴港	23
39	新宮港	16
101	姫路港	1
101	津居山港	1
101	宮津港	1
101	堺泉北港	1

図表 51～53 (出典) 国土交通省「我が国のクルーズ等の動向について」

- ・増え続けるクルーズ客を取り込むため、港をはじめとしたウオーターフロント観光の魅力の向上、県内周遊拡大のための受入れ体制整備などを進め、「兵庫県への海の広域ゲートウェイ」として、クルーズ船寄港地の最大活用を図っていくことが求められる。

## 4 活用すべき兵庫の観光資源

## (1) 兵庫の多彩な観光資源

- ・日本の縮図と言われる兵庫県には、世界遺産・姫路城のほかにも、全国最多の8つの日本遺産をはじめ、洗練された都市空間、歴史的な街並みや建造物、美しい自然景観や農山漁村、温泉、美食などの観光資源が凝縮されている。
- ・他方で、訪日外国人旅行者に人気のスポットランキング上位30位（2019年トリップアドバイザー口コミ）には、姫路城（9位）、書写山圓教寺(20位)の2件にとどまっており、多彩な観光資源のさらなる認知度向上が必要である。
- ・また、トリップアドバイザー口コミにおいて、宿泊・観光・飲食のカテゴリーで高い評価（5段階評価）を得ている施設がある都道府県は、宿泊施設では長野県、観光施設・体験では広島県、飲食施設では岐阜県が1位となっている。
- ・兵庫県の観光資源にさらなる磨きをかけるとともに、口コミの好循環を促すプロモーションの展開や口コミを意識した観光事業者のオペレーションなど、旅行者の満足度を高める取組の強化も課題である。

図表 59 【外国人に人気の日本の観光スポット 30 (2019)】

順位	昨年	施設名	所在地	順位	昨年	施設名	所在地
1	1	伏見稲荷大社	京都府京都市	16	初	縮景園	広島県広島市
2	2	広島平和記念資料館 (原爆ドーム、平和記念公園含む)	広島県広島市	17	-	大本山 大聖院	広島県廿日市市
3	3	宮島(厳島神社含む)	広島県廿日市市	18	-	河口湖	山梨県富士河口湖町
4	4	東大寺	奈良県奈良市	19	24	白川郷合掌造り集落	岐阜県白川村
5	9	箱根彫刻の森美術館	神奈川県箱根町	20	初	書写山圓教寺	兵庫県姫路市
6	5	新宿御苑	東京都新宿区	21	16	浅草寺	東京都台東区
7	11	三十三間堂	京都府京都市	22	-	明治神宮	東京都渋谷区
8	7	高野山 奥之院	和歌山県高野町	23	15	白谷雲水峡	鹿児島県屋久島町
9	10	姫路城	兵庫県姫路市	24	初	愛宕念仏寺	京都府京都市
10	8	金閣寺	京都府京都市	25	初	忠霊塔	山梨県富士吉田市
11	6	兼六園	石川県金沢市	26	25	京都駅ビル	京都府京都市
12	13	成田山 新勝寺	千葉県成田市	27	27	平等院	京都府宇治市
13	21	長谷寺	神奈川県鎌倉市	28	20	永観堂禅林寺	京都府京都市
14	12	奈良公園	奈良県奈良市	29	18	栗林公園	香川県高松市
15	17	日光東照宮	栃木県日光市	30	-	東京ディズニーシー	千葉県浦安市

図表 60 【宿泊・観光・飲食で評価が高い都道府県 TOP10)】



図表 57, 58 (出典) トリップアドバイザー「インバウンドレポート 2019 (2019.5-6月調査)」

#### 4 活用すべき兵庫の観光資源

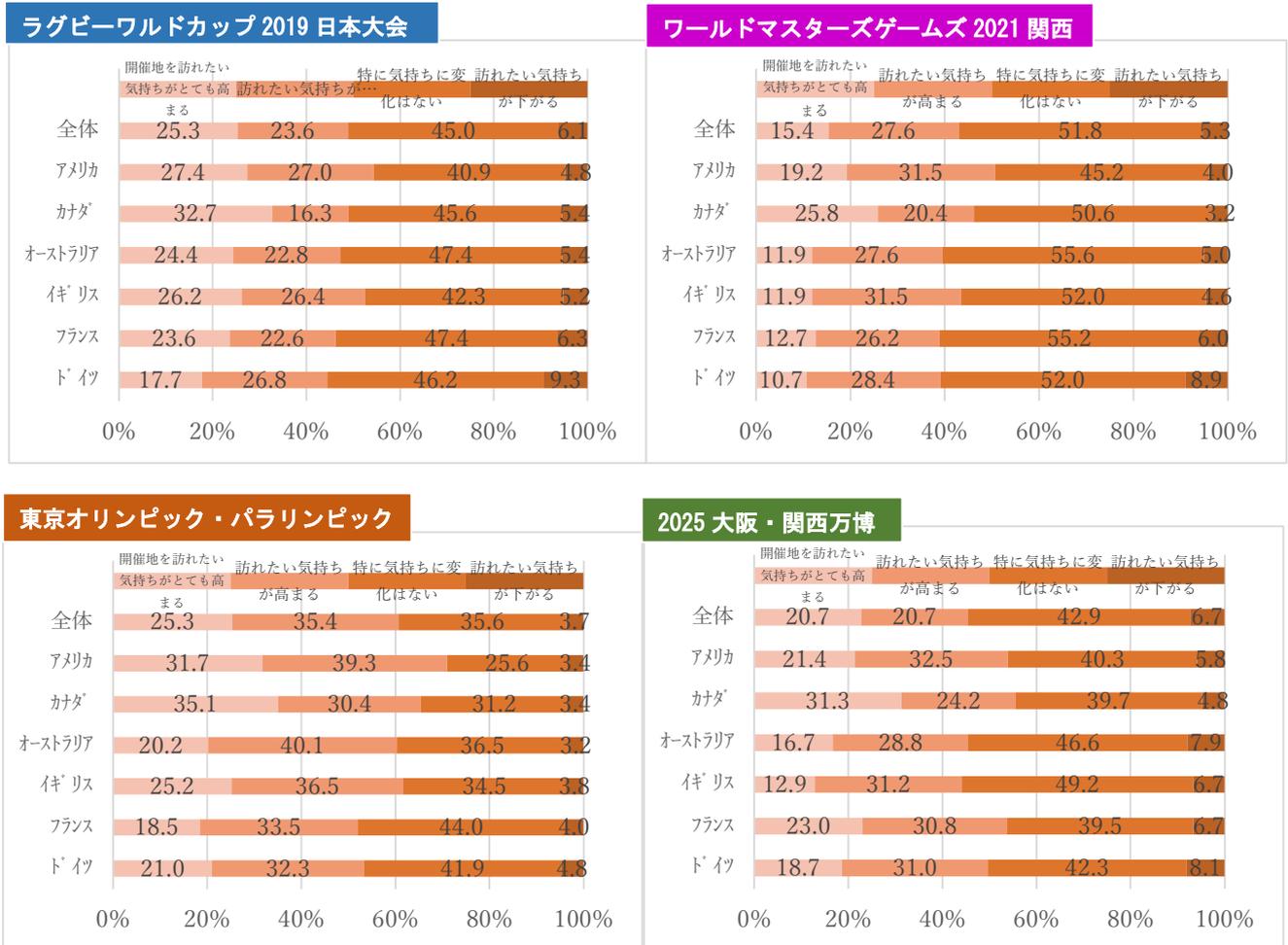
- ・この兵庫県の特長である多様性の魅力を活かし切るには、世界に通用する兵庫を代表するコンテンツとなることを目標に、変化に富んだ自然と近接する都市での両方の観光を楽しめる旅行など、旅行プログラムやサービスを提案していく必要がある。
- ・旅行の着地である地域それぞれが観光資源を磨き上げ、旅行者が行ってみたいくなるプログラムやサービスをつくり、来訪者に満足してもらい、また来てもらうといった流れを生み出していくことが欠かせない。

図表61【兵庫の多彩な観光資源の例】

ジャンル	観光資源
歴史・伝統 ・文化	世界遺産姫路城、日本遺産、北野異人館、旧居留地、南京町、生田神社、灘五郷、西宮神社、ヨドコウ迎賓館、安藤建築、宝塚歌劇、伊丹郷町、手塚治虫記念館、多田神社、多田銀銅山、明石城、生石神社、書写山圓教寺、灘のけんか祭り、相生ペーロン祭、竹田城跡、生野銀山、明延鉦山、城下町丹波篠山、伊弉諾神宮 ほか
自然・景観	六甲山・摩耶山、神戸ルミナリエ、明石海峡大橋、神戸ポートタワー、神戸港、鉄人28号モニュメント、家島諸島、砥峰・峰山高原、原不動滝、山陰海岸ジオパーク、天滝、神鍋高原、鳴門海峡の渦潮、沼島、慶野松原 ほか
スポーツ	甲子園球場、スキー場、ゴルフ場、サイクリングコース（アワイチなど） 体育施設、武道館 ほか
食	神戸ビーフ、清酒、そばめし、酒米（山田錦）、明石鯛、明石たこ、明石玉子焼、加古川かつめし、高砂にくてん、揖保乃糸、姫路おでん、ホルモン焼うどん、但馬牛、松葉ガニ、ホタルイカ、丹波黒大豆、丹波栗、ぼたん鍋、淡路たまねぎ、淡路島3年とらふぐ
温泉	有馬温泉、宝塚温泉、武田尾温泉、塩田温泉、赤穂温泉、城崎温泉、湯村温泉、洲本温泉、南あわじ温泉郷

(2) ゴールデンスポーツイヤーズ ～ 大阪・関西万博

- ・今年の「ラグビーワールドカップ」を皮切りに、来年2020年は東京オリンピック・パラリンピック、さらに翌年には、概ね30歳以上であれば誰でも参加できるスポーツ愛好家の世界大会「ワールドマスターズゲームズ2021関西」が関西各地で開催され、多くの観光客の来訪が期待される。
- ・ゴールデンスポーツイヤーズの3年間から、さらには2025年の大阪・関西万博へと続く6年間は、関西が世界から注目され、兵庫の観光が新たな時代に踏み出す大きな機会となり得る。
- ・欧米豪の訪日検討者に対するアンケート調査では、大型スポーツイベント、大阪・関西万博が開催されることにより「訪れたい気持ちが高まる」と答えた人が約5割存在する。
- ・この機会をとらえて、旅前からの兵庫の認知度向上、着地型観光に向けた魅力的なコンテンツの整備、効果的な情報発信などを計画的に行っていくことが重要である。



(調査概要) 期間：2018年12月～2019年3月 対象：米、加、豪、英、仏、独の3,024サンプル

(出典) 関西観光本部「2018年度関西広域周遊促進に向けたマーケティング調査結果」

#### 4 活用すべき兵庫の観光資源

### 東京オリンピック・パラリンピック 2020

オリンピック：開催期間2020年7月24日～8月9日

パラリンピック：開催期間2020年8月25日～9月6日



#### 1 県内の事前合宿・ホストタウン

市町名	対象国	競技種目		事前合宿 決定	ホストタウン 登録
		オリパラ			
神戸市	オーストラリア	○	12競技	○	○ (水泳)
	ネパール	○	水泳	○	○
	ニュージーランド	○	水泳	○	○
	英国	○	体操	—	○
	クロアチア	○	柔道等	—	○
カナダ	○	柔道	—	○	
姫路市	フランス	○	柔道	○	○
加古川市	ブラジル	○	シテリグバレー	○	○
	ツバル	○	陸上	○	○
三木市	フランス	○	陸上	○	○
	ネパール	○	テコンドー	○	○
西脇市	オーストラリア	○	卓球	○	○
豊岡市	ドイツ	○	ボート	○	○
	スイス	○	ボート	○	—
	モンゴル	○	ボクシング	—	○
	フランス	○	ボート	—	○
明石市	台湾	○	卓球	—	○
香美町	フランス	○	アーチェリー	—	○



竹田城跡(朝来市)



音水湖(宍粟市)



姫路城(姫路市)



丹波篠山城下町  
(丹波篠山市)



リケンパーク  
(神戸市)



慶野松原(南あわじ市)

### ワールドマスターズゲームズ 2021 関西



- ・おおむね30歳以上であれば誰でも参加可能
- ・関西大会は第10回目の節目
- ・参加者の半数以上が年収1,000万以上の富裕層

開催期間：2021年5月14日～5月30日  
 開催場所：関西広域連合加盟2府7県4市  
 経済効果：1,461億円（うち関西広域連合圏で約913億円）  
 開催後8年間のカギ効果1兆868億円

#### 2 目標参加者数

5万人（国外2万人、国内3万人）  
 家族を含め163,800人の訪日が見込まれる

- 2009年 シドニー大会 3万人
- 2013年 トリノ大会 2万人
- 2017年 オークランド大会 2.5万人

#### 1 県内開催地・競技種目

神戸市：水泳、野球、バスケットボールほか  
 姫路市：テコンドー  
 尼崎市：水泳 三木市、加西市：テニス  
 養父市、神河町、香美町：ホッケー  
 南あわじ市：ビーチバレー  
 宍粟市：カヌー

#### 誘客の取組

##### 1 WMG公式サイトで体験プログラムを販売

- (1) 国内外の参加者の満足を得られるような質の高い体験プログラムの開発
- (2) 体験プログラムの予約が可能な観光情報プラットフォームの構築

### 2025 大阪・関西万博



開催期間：2025年5月3日～11月3日  
 開催場所：大阪 夢洲  
 想定来場者数：約2,800万人  
 経済効果：約1.9兆円  
 [IR構想]  
 IR運営による経済効果：年間7,600億円

愛知万博  
2,200万人  
1.6兆円

#### テーマ

いのち輝く未来社会のデザイン  
 “Designing Future Society for Our Lives”



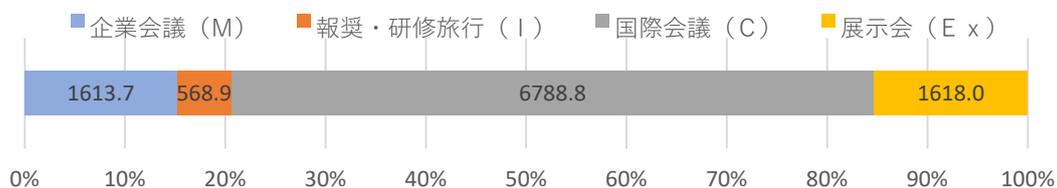
### (3) 国際MICE

- ・国際MICEは、ビジネス機会の創出や、参加者等の会場周辺地域での関連消費による地域経済への貢献、人や情報の国際的ネットワーク構築を通じた都市競争力の強化などの効果があると言われる。
- ・国際MICEにおける外国人参加者1人あたりの総消費額は、各催事で30万円前後と高額になっている。

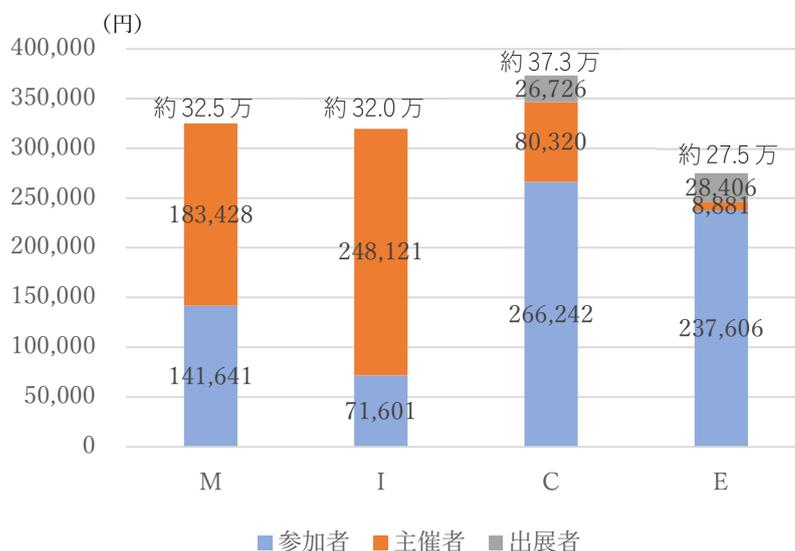
※MICEとは、企業等の会議 (Meeting)、企業等の行う報奨・研修旅行 (インセンティブ旅行) (Incentive Travel)、国際機関・団体、学会等が行う国際会議 (Convention)、展示会・見本市、イベント (Exhibition/Event) の頭文字を使った造語で、これらのビジネスイベントの総称

図表 62 【国際MICE全体の総消費額の内訳】

(単位：億円)



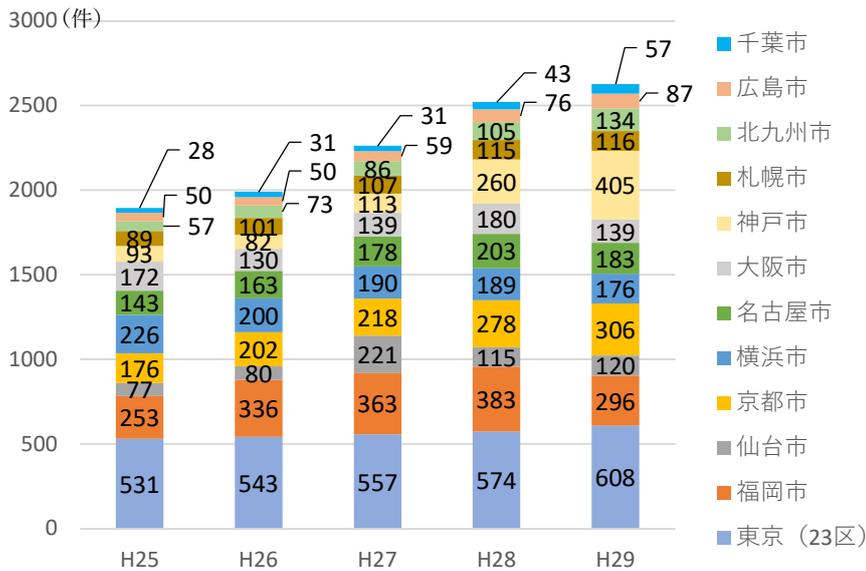
図表 63 【国際MICEの外国人1人当たり総消費額の比較】



図表 55～56 (出典) 観光庁「平成 29 年度 MICE の経済波及効果算出等事業報告書」

- ・観光庁は、平成25年度から計12都市（東京都、横浜市、京都市、神戸市、福岡市、名古屋市、大阪市、札幌市、仙台市、千葉市、広島市、北九州市）を「グローバルMICE都市」として選定しており、神戸市における国際会議の開催件数は、405件（平成29年）で全国2位となっている。

図表 64 【国際会議開催件数（MICE 戦略・強化都市）】



(出典) JNTO「国際会議統計」

- ・兵庫県においては、世界ブランドのホテルを併設する複合文化リゾート施設「淡路夢舞台国際会議場」を有しており、積極的な誘致を進めている。また、スーパーコンピュータやSPring-8の世界的な研究施設が関連する国際シンポジウムの開催支援などでMICE誘致を進めている。
- ・神戸市においては、神戸観光局を中心に「神戸国際会議場」、「神戸国際展示場」への国内外のMICE誘致プロモーション活動、インセンティブツアー誘致の推進やユニークベニュー開発などに積極的に取り組んでいる。
- ・姫路市においては、2021年秋に「姫路市文化コンベンションセンター」のオープンを予定しており、国内外のMICE誘致、姫路城におけるユニークベニュー開発や観光・エクスカージョンの推進などに取り組んでいる。
- ・今後、関西では、大阪・関西万博開催やIR構想の進捗を見据えながら、MICEの受け皿整備が進むものと予想される。さらには、ポスト万博において、IR周辺に位置する兵庫県が観光ビジネスを生み、育み、根付く街として成長できるよう、神戸市や姫路市などMICEの受け皿を有する各都市や、関西広域でのMICE誘致を推進する関西観光本部とも連携しながら、兵庫の魅力的な観光資源を活かした観光・エクスカージョンや企業のインセンティブ旅行を提案するなど、国際MICE需要の取り込みを図っていく必要がある。

## 5 課題

## (1) 兵庫の観光の強み・弱み

- 兵庫の観光を取り巻く内外の環境変化を踏まえ、兵庫の観光の強み・弱み、機会、脅威について、以下の表のとおり整理する。

図表65【兵庫の観光の強み・弱み（SWOT分析による整理）】

		プラス要因		
内部環境	<p><b>★ 強み (Strengths)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>県民の県内旅行（宿泊）比率が高い</li> <li>隣接圏がマーケット</li> <li>首都圏からの宿泊客は比較的高単価の客層</li> <li>宿泊で高まる満足度</li> <li>フランス・マレーシアなどがアドバンテージ市場</li> <li>世界文化遺産の姫路城、全国最多8つの日本遺産、美しい自然景観など多彩な観光資源</li> <li>変化に富んだ自然とまちが近い</li> <li>兵庫の多彩な食</li> </ul>	<p><b>○ 機会 (Opportunity)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>リピーターの分散が進む香港、台湾</li> <li>日本食は訪日客が最も期待するコンテンツ</li> <li>増え続けるクルーズ客</li> <li>ラグビーワールドカップから始まるゴールデンズポーツフェス、ワールドマスターズゲームズ関西2021、大阪・関西万博へと続く大型イベント</li> <li>関西3空港の一体運用の進展</li> </ul>	外部環境	
	<p><b>★ 弱み (Weaknesses)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>県内周遊観光の偏り</li> <li>リピーターにならない再訪意向</li> <li>最大のパイである中国市場がビハインド市場</li> <li>訪日客の宿泊日数が短い</li> <li>訪日客の滞在時間が短い</li> <li>訪日客の買物代、娯楽サービス費支出が少ない</li> <li>訪日客の旅行消費単価が低い</li> <li>姫路城などを除き訪日客に人気の観光資源は意外と少ない。</li> </ul>	<p><b>● 脅威 (Threat)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>国内旅行市場のマーケット縮小</li> <li>ターゲット国の政治・経済状況の変化</li> </ul>		
		マイナス要因		

## (2) 課題と取組の方向

- 兵庫2030年の展望などの上位計画を踏まえ、課題と取組の方向を以下の通り整理する。

## 【観光交流人口の拡大に向けて】

## ① 訪日外国人旅行者の拡大

- 「最大のパイである中国市場がビハインド市場」という弱み、「フランス・マレーシアなどがアドバンテージ市場」という強み、「日本食は訪日客が最も期待するコンテンツ」という機会を踏まえ、「ビハインド市場の開拓」、「アドバンテージ市場の再開拓」、「兵庫の多彩な食の活用」などが課題となる。
- 取組としては、「中国内陸市場の開拓」、「訪日客向けの食の拠点開発」や「食を絡めた体験プログラム創出」などが考えられる。

② 訪日外国人旅行者の県内への広がり

- ・「リピーターの分散が進む香港・台湾」という機会がある一方、「県内周遊観光の偏り」があり、「リピーターにつながらない再訪意向」という弱みがある。
- ・そのため、「香港・台湾からのリピーター客や欧米豪の長期滞在客などの引き込み」などが課題となる。また、「ストレスフリーで観光目的地に到着できる交通アクセスやサービスの構築」、「県内各地の外国人受入れ基盤整備」も課題である。
- ・取組としては、海・港の観光やスポーツアクティビティの活用など「魅力的な着地側の観光コンテンツの整備」、「地域の実情に応じた多言語案内など訪日客の受入れ整備」、さらには「周遊パスの活用」や「観光型Maasなど新たな交通サービスの研究」などが挙げられる。
- ・また、口コミや知人などのクローズド情報を重視する傾向があることから、「ALT（外国語指導助手）や留学生などによる情報発信」などの取組も考えられる。

③ 日本人旅行者の拡大

- ・「国内旅行市場のマーケット縮小」という脅威がある一方で、依然として観光産業は日本人の国内旅行に支えられているのも事実であり、日本人旅行者も外国人旅行者とともに重視する必要がある。
- ・旅行目的の多様化、団体旅行から個人旅行へのシフト、インターネットによる情報収集やSNSでの情報発信などが進展する中、「来て・観て・食べて」の物見遊山の旅から、体験・感動の共有の旅へというニーズの変化への対応が必要。
- ・また、兵庫県は「県民の県内旅行(宿泊)比率が高い」、「隣接圏がマーケット」という強みがあることから、改めて「兵庫五国を知ってもらおう仕掛けづくり」も課題である。
- ・他方で、「首都圏からの宿泊客は比較的高単価の客層が多い」という強みをとらえ、「ターゲットを絞った日本人旅行者の誘客」という課題に対して、効率的・効果的に取り組むことも必要である。

[観光消費の拡大に向けて]

④ 滞在型観光の拡大

- ・兵庫県は「訪日客の宿泊比日数が短い」、「滞在時間が短い」といった弱みがある。一方で、「変化に富んだ自然とまちが近い兵庫」は、都市に泊まって自然観光もできる強みがある。
- ・課題としては、弱みを克服するため、大阪・京都に次ぐ「周遊を促すベース宿泊地化」、「まちの魅力を感じて過ごせる環境整備」が挙げられる。このために、取組としては、「都市型観光等でのナイトタイムプログラム整備」と「世界ブランドの高級ホテル誘致」などが考えられる。
- ・一方で、強みを生かすため、「多自然地域での滞在型ツーリズム」が課題。そのためには、「兵庫ならではの暮らし体験旅行」として、古民家宿泊や農泊、そこでの「里の料理」、地域おこし協力隊との連携などの取組が考えられる。

**⑤ 旅行者の消費単価アップ**

- ・日本人の旅行消費は伸び悩んでいるが、消費が増加する訪日客に関して、兵庫県は「買物代や娯楽サービス費支出が少ない」、「旅行消費単価が低い」といった弱みがある。
- ・この弱みを克服するため「地域にお金を落としてもらうための付加価値の高い観光コンテンツの開発」、「富裕層をターゲットとした誘客」などが課題である。
- ・そのために、「自然体験や日本遺産などでの体験プログラムやクルーズ客向けのツアー開発」、「城や寺院などの歴史的建造物での宿泊」などを検討する必要がある。

**[観光推進体制の強化に向けて]****⑥ 施策PDCAの実践**

- ・観光推進体制の強化としては、PDCAの着実な実践のため、「マーケティングの強化」、「県内各地の観光力の底上げ」が課題である。
- ・このために、「訪日客の行動分析と結果の共有」、これに基づく「効果的なプロモーション」が必要。また、「観光事業者のアイデアやプランの実現を後押しする仕組みづくり」にも取り組むことが必要である。