

第3回会議における意見への対応

区分	番号	意見	対応 資料2 戦略案への反映箇所
数値目標・現状と課題	1	○兵庫県が目指す観光の大きな目標を数値目標化する。	(P.42) Ⅲ 推進戦略・3 数値目標 ・観光客入込客数、外国人旅行者数、県内延べ宿泊者数、観光消費額を数値目標化
	2	○今後、SDGsは国際的な観光の指標になる。そうした世界の指標に対してどう寄与するかについて、関係者が共有することが必要。	(P.43) Ⅲ 推進戦略・3 数値目標 ・『持続可能な観光』にかかる指標については、現在、国の『持続可能な観光指標に関する検討会』においても、国際的な指標や認証システムなども踏まえた日本版持続可能な観光指標の開発について検討がなされている。したがって、現時点においては、『持続可能な観光』にかかる指標を定めず、こうした動向を踏まえ、次年度以降、兵庫の持続可能な観光に相応しい指標について、ひょうごツーリズム戦略推進会議などにおいて検討する。」と記載
	3	○サステナブルツーリズムの観点を分析できる指標やデータが必要。	
	4	○兵庫県として、観光産業、観光資源のあり方、住民コミュニティのバランスをどうとるか。そのような視点を数値目標に入れることが理想的。	
	5	○観光意欲度ランキングやインバウンドの伸び率という具体的な目標を明確にする必要がある。	(P.29) Ⅱ 現状と課題・4-(1)兵庫の多彩な観光資源 ・日本人旅行者の観光地評価に関して、民間調査会社が毎年実施している『地域ブランド調査』観光意欲度ランキング(2019年)を記載 ・「日本人旅行者が兵庫県の観光に対して抱く評価を数値化した指標の一つではあるが、こうした外部からの評価も参考にしながら取組を進める必要がある。」と記載
観光地の魅力向上	6	○地域が自ら磨くということを戦略の中に落とし込むことが大事。	(P.29) Ⅱ 現状と課題・4-(1)兵庫の多彩な観光資源 ・「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、また来てもらおうといった流れを生み出していくことが重要である。」と記載
	7	○天空の城として竹田城が見える場所を数多く整備したり、地元の観光資源と組み合わせたりしながら、成功例の見本にするべき。	・「周遊・体験型コンテンツ創出・発信事業(P60)」において、成功例を参考としながら地域事業者と協働で開発する
	8	○「大阪・京都に続くベース宿泊地を県内へ誘導」が何を目指しているのか、わかりにくい。	(P.44) Ⅲ 推進戦略・4 重点施策 1 観光地魅力コンテンツの創出・発信 [施策の方向] 「 <u>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。</u> 」と修正

受入環境の整備促進	9	○「世界ブランドの高級ホテルの誘致」は単なる誘致が目的ではなく、一流観光地としてのブランド向上や富裕層の取込み、MICE誘致につながるなど、その方向性を明確にする必要がある。	(P.46) III 推進戦略・4 重点施策 [主な施策] 2-(1) 観光地を支える快適な環境整備 「 <u>富裕層の取込みや国際MICEの誘致につながる</u> 世界ブランドの高級ホテルの誘致」と修正
	10	○県の通訳案内士のフォローアップ講座に数多くの通訳案内士が応募しているが、県内ではオーダーがほとんどないため、実際に活躍している場所は京都や大阪になっている。	(P.66) IV 施策展開 II-2-(2) 観光地・観光産業を支える人材の確保・育成 ・「ひょうご広域周遊ガイド育成事業」において、研修参加者の募集にあたり、通訳案内士登録者のほか、各地の国際交流協会会員にも声がけする。 ・研修修了者のデータベース化を推進する。 ・また、①コンテンツ事業者とガイドのマッチング、②ガイド付き周遊プランの紹介、③ガイドを活用したファミトリップの実施など、ガイドの利用促進に取り組む。
	11	○どれだけの観光客が兵庫県に来て、ガイドや体験型プログラムを体験しているかというデータがないため、ガイドなどの人材のモチベーション低下や大阪、京都への人材流出につながりかねない。	
	12	○各地の国際交流協会には、活躍の場を求める会員も多いため、ローカルガイドの育成に貢献してくれる。	
	13	○観光人材の確保・育成は、観光業界の人材不足という問題に対する担い手のことか、あるいは体験型観光等のガイドや通訳案内士といった受入体制のことを指しているのか、区分して表記した方がよい。	(P.46) III 推進戦略・4 重点施策 2 観光客受入基盤の整備 [施策の方向] ・「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）、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）」と区分して記載
	14	○県として、観光分野におけるマンパワーの強化やスキルの高い人材の充実についても検討に加えてほしい。	(P.66) IV 施策展開 II-2-(2) 観光地・観光産業を支える人材の確保・育成 ・「ひょうご観光本部へのツーリズムプロデューサー等の配置」において、観光振興の中核を担う組織として、マーケティング、着地型コンテンツ開発、県内外のDMOとの連携などプロジェクト推進の中核となる民間人材を登用する
	15	○鞆の浦、尾道のタクシー会社が電気自動車「グリーンスローモビリティ」を導入している。	(P.68) IV 施策展開 II-3-(2) 将来を見据えた交通アクセスの整備 ・「淡路島MaaS研究会」などの新たな交通サービスの研究・検討において、持続可能な移動手段の事例として研究の参考とする
	16	○Googleやナビタイムなどの交通検索サイトにコミュニティバスの運行情報を売り込むことで利用者の利便性を向上させることも必要。	(P.69) IV 施策展開 II-3-(3) 観光地アクセス拠点の整備 ・「Google等での掲載情報の充実」において、観光スポット、宿泊、飲食店、交通情報等のGoogleマイビジネス、Googleマップへの掲載を促す。

観光産業の振興	17	○人材育成とともに、マーケットを創出するべき。通訳案内士など様々な人材を確保しながら、ホテル業界や県内DMOと連携して、観光での活躍の場をモデル的に創出するべき。	(P.70) IV 施策展開 III-4-(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、マッチングと事業化へ向けた支援」において、観光事業者、地域のDMO等の観光団体、交通事業者等を対象に、新たな観光ビジネスの創出に向けたセミナーやワークショップ（ひょうご観光塾）を開催する。
	18	○他府県との連携やプロデュースを学ぶ育成プログラムが必要。	
	19	○東京オリンピック・パラリンピックのホストタウンで縁のできた国・地域と、オリンピック以降も良い関係を維持して、兵庫県にリピーターとして再訪してもらえる施策を盛り込んでほしい。	(P.76) IV 施策展開 IV-5-(1-4) リピーターにつなげる旅アトフォロー ・「東京五輪アスリート地域魅力発信事業」において、事前合宿に参加する海外アスリートに、尼崎の森中央緑地の茅葺き民家体験などの余暇プログラムを提供し、SNSで地域の魅力を発信する
	20	○兵庫県はスポーツ関連のインフラが非常に整っているので、スポーツツーリズムで国内外からの集客を検討してほしい。	(P.73) IV 施策展開 III-4-(2) 事業者とともに取り組むニューツーリズムの創出 ・「スポーツ関連施設と連携したツーリズム開発」において、スポーツ関連のミュージアムやスポーツ体験が可能な施設等と連携したツアーを開発・推進する
プロモーションの強化	21	○BtoCよりもBtoBをターゲットにしたマーケティングやプロモーションが必要。	(P.76) IV 施策展開 IV-5-(1-2) 旅行商品化・ツアー造成の促進 ・「県内事業者インバウンド展開支援事業」において、県内事業者のインバウンド展開の相談・サポートや旅行エージェントへの情報提供等を行う
	22	○機内誌にひょうご観光本部のコーナーを設けてもらい、バーターで情報発信する。	(P.75) IV 施策展開 IV-5-(1-1) 認知度向上とブランド化の推進 ・「国際線航空会社と連携した観光プロモーション」において、国際線航空会社と連携し機内誌への記事掲載等の観光プロモーションを実施する
	23	○聖火リレーのスポットも非常に景観の良いところを選んでおり、レガシーとして観光客誘致に活かしてほしい。	(P.75) IV 施策展開 IV-5-(1-1) 認知度向上とブランド化の推進 ・「ツーリスト・インフォメーション・デスクの運営」「ひょうごの魅力を紹介するPR動画の制作」において、多言語による情報発信を行う
	24	○兵庫県の特徴である日本海、瀬戸内海という海の視点をふんだんに盛り込んでほしい。	(P.55) III 推進戦略・4 重点施策 [主な施策] 6-(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」と記載
	25	○瀬戸内に来た観光客を瀬戸内東側の姫路、明石、神戸の素敵な海をどうアピールするかが大事。	
	26	○せとうちDMOの東瀬戸内については、ひょうご観光本部が積極的に引っ張ることで、東瀬戸内圏の観光がうまく機能すると考えている。	
	27	○神戸港に寄港する大型クルーズ船の乗客が豪華クルーズに乗り継いで、淡路島や瀬戸内を周遊するような神戸ならではの2次交通も考えられる。	(P.80) IV 施策展開 IV-6-(2) 広域連携による周遊ルートの形成 ・「DMOとの連携の推進」において、瀬戸内圏における新たな広域周遊ルートを検討する。

プロモーションの強化	28	○1月にスポーツ庁、文化庁および観光庁が合同で第4回スポーツ文化ツアーリズムシンポジウムを金沢で開催する。こうした中央官庁との連携についても加えてほしい。	(P.76) IV 施策展開 IV-5-(1-2)旅行商品化・ツアー造成の促進 ・「第10回日中韓観光大臣会合の開催」において、国と共同で日中韓観光大臣会合を開催し、兵庫の観光PR等を実施する
	29	○企業では、企業を強くするための施策としてEVP(従業員価値提案)が重視されている。さまざまな特徴や経験をもつ観光地に対して、DMOがどういった価値を示せるのかが必要。	(P.57) III 推進戦略・5-(1)ひょうご観光本部の役割 ・「ひょうご観光本部は、兵庫県域全体の観光振興の中核となるべき地域連携DMOとして、さまざまな特徴や経験を有する観光地に対しても、自ら提供できるサービスを通じて、その価値を示していく。」と記載
	30	○観光事業者満足度といったものもあればよい。	
役割分担ほか	31	○戦略を進めていくうえで、人材を雇用するための原資など、どのように財源を確保するかが重要。	(P.57) III 推進戦略・5-(1)ひょうご観光本部の役割 ・「自立的、継続的に活動していくために、市町、観光団体、民間等から積極的に人材を受け入れ、事業推進体制を強化するとともに、行政からの補助金や委託事業の受注などをベースにしながら、将来的には、独自の事業を拡大するため、持続可能な運営財源の確保をめざす。」と記載
	32	○戦略を実行するのは誰かという打ち手まで落とし込まなければ、戦略の実行はなかなか進まない。時間軸と合わせた設計図のようなものが必要。	(P.59) IV 施策展開 ・本戦略の重点施策について、2025年度までのロードマップを図示
	33	○DMO、県、観光団体などがどのような関係性をもちながら戦略を実行していくかを示したフロー図が必要ではないか。	(P.58) III 推進戦略・5-(2)各主体の役割分担 ・図表81「兵庫の観光振興を担う主体と役割分担」を図示