

産業労働常任委員会資料

令和7年1月16日

観光による交流人口の拡大について

産業労働部
観光局観光振興課

目次

I. 施策体系	03
II. 県内観光の現状	04
III. 「より深く、何度でも訪れたい地、HYOGO」の実現	
1. ひょうご新観光戦略の推進	08
2. HYOGOブランドを核とした兵庫観光の振興	09
3. 観光を通じて地域が好循環するエコシステムの構築	14
4. 誘客契機を捉えた戦略プロモーションの展開	21

I 施策体系

戦略 1
本物志向の観光ができるHYOGO

施策 1 HYOGOブランドを核とした兵庫観光の振興

- (1) 兵庫テロワール旅の深化によるサステナブルツーリズムの推進
- (2) 新たな価値観・旅行スタイルへ対応した観光需要の創出

戦略 2
持続可能な観光地域HYOGO

施策 2 観光を通じて地域が好循環するエコシステムの構築

- (1) 観光地を支える人材の育成・確保
- (2) ストレスフリーな周遊を実現する交通アクセスの充実
- (3) ユニバーサルツーリズムの推進
- (4) 観光地を支える地域資源の保全と活用

戦略 3
何度でも訪れたい地HYOGO

施策 3 誘客契機を捉えた戦略的プロモーションの展開

- (1) 広域圏の活用と圏域内プレゼンスの発揮
- (2) 国内観光の活性化
- (3) インバウンド誘客の推進

推進体制
 多様な地域
 ・ひょうご観光本部を中核とした
 プレーヤーと連携した観光地経営

めざす姿、「より深く、何度でも訪れたい地、HYOGO」の実現

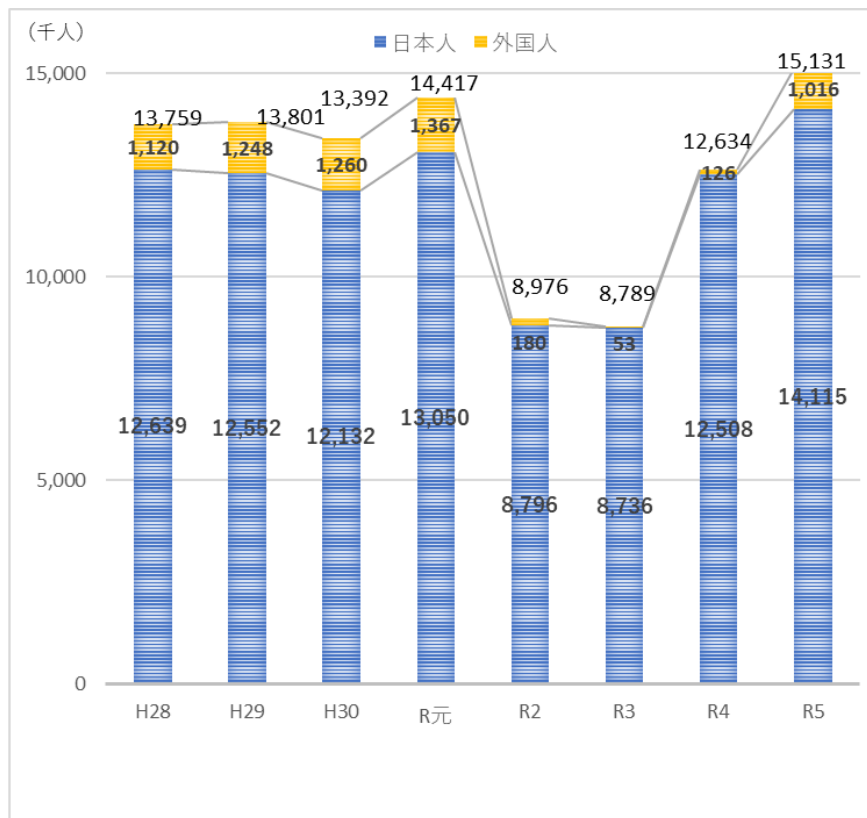
Ⅱ 県内観光の現状

1 県内宿泊者数の状況

(1) 年別

- 令和5年の県内延べ宿泊者数は15,131千人（前年増減比+19.7%）
- うち外国人は1,016千人（前年増減比+706.3%）

図表1【県内延べ宿泊者数の推移（年別）】

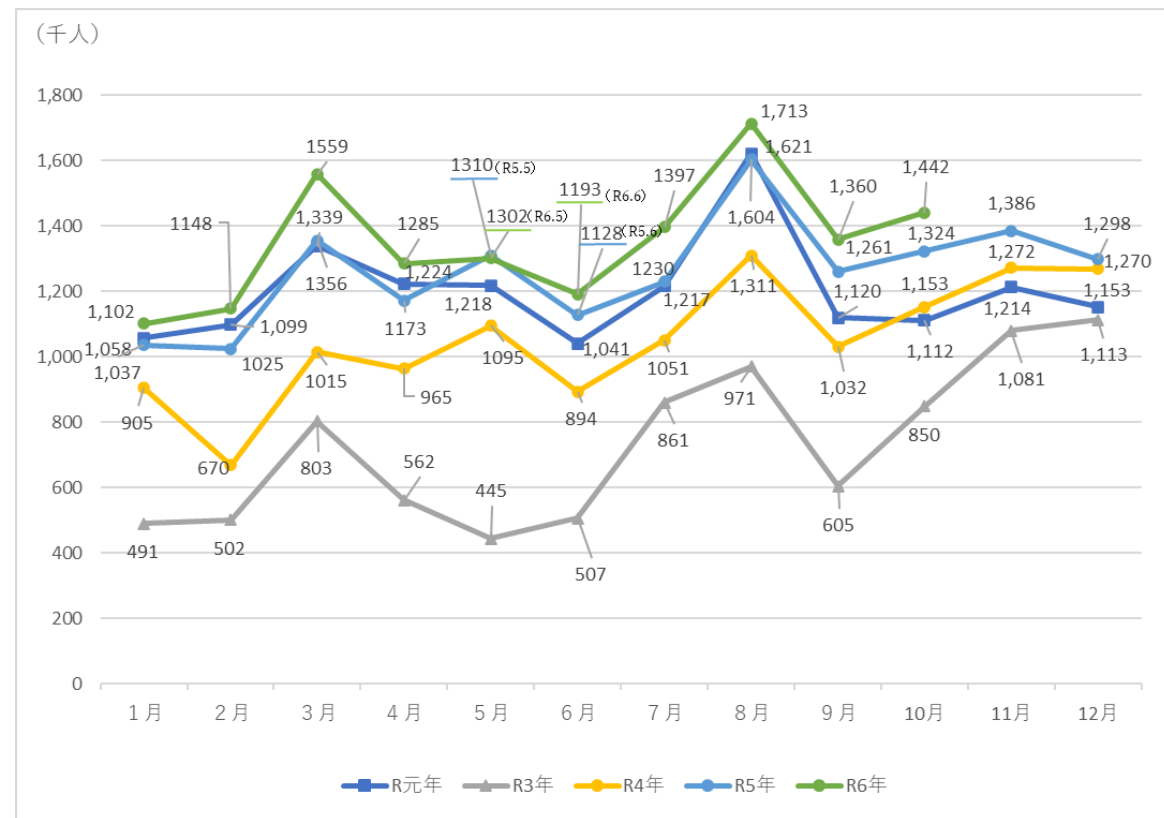


（出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」をもとに作成）

(2) 月別

- 令和5年5月以降、8月（台風）を除いて令和元年を上回る水準で推移
- 令和6年は5月を除いて前年同月数を上回っている

図表2【県内延べ宿泊者数の推移（月別）】



（出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」をもとに作成）

(3) 県内宿泊者数出発地別（日本人）

- ・令和5年は関西以外からの宿泊者数の割合が前年と比べて増加

図表3【県内宿泊者構成比率（出発地別）】

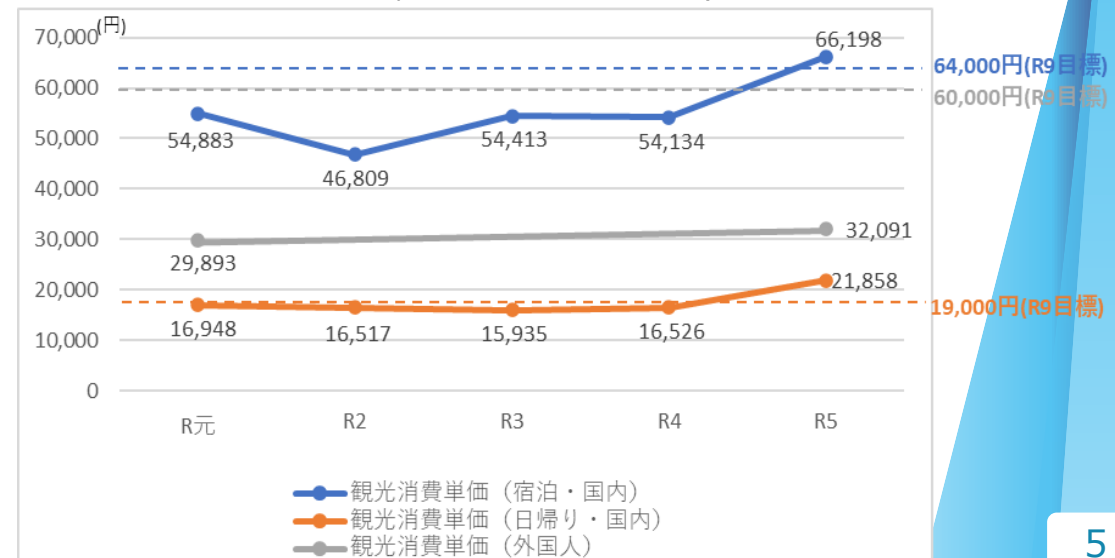
No	R5年			R4年		
	都道府県名	構成比率	対前年比	都道府県名	構成比率	対前年比
1	大阪府	18.2%	99.3%	大阪府	21.1%	127.2%
2	兵庫県	15.6%	86.6%	兵庫県	20.7%	102.0%
3	東京都	8.9%	116.6%	東京都	8.8%	151.4%
4	愛知県	5.2%	134.4%	京都府	5.8%	137.3%
5	京都府	5.1%	102.8%	神奈川県	4.7%	154.0%
6	神奈川県	5.0%	122.2%	愛知県	4.5%	174.7%
7	広島県	3.5%	145.0%	埼玉県	3.3%	166.0%
8	埼玉県	3.5%	121.8%	広島県	2.8%	—
9	千葉県	2.9%	128.1%	千葉県	2.6%	161.8%
10	福岡県	2.8%	132.6%	福岡県	2.5%	136.8%
-	その他	29.2%	144.1%	その他	23.3%	203.7%
	合計	—	115.1%	合計	—	140.5%
	関西圏（その他除く）	38.9%	—		47.5%	—
	関西圏以外（その他除く）	31.9%	—		29.2%	—

（出典：日本観光振興協会「観光予報プラットフォーム」をもとに作成）

2 観光消費単価（国内宿泊・日帰り、外国人）

- ・国内宿泊・日帰りの観光消費単価は「ひょうご新観光戦略」の目標値（R9）を上回った
- ・外国人については目標値の約半分程度に留まっている

図表4【観光消費単価（令和元年～令和5年）】



（出典：観光庁「旅行・観光消費動向調査」「訪日外国人消費動向調査」をもとに作成）

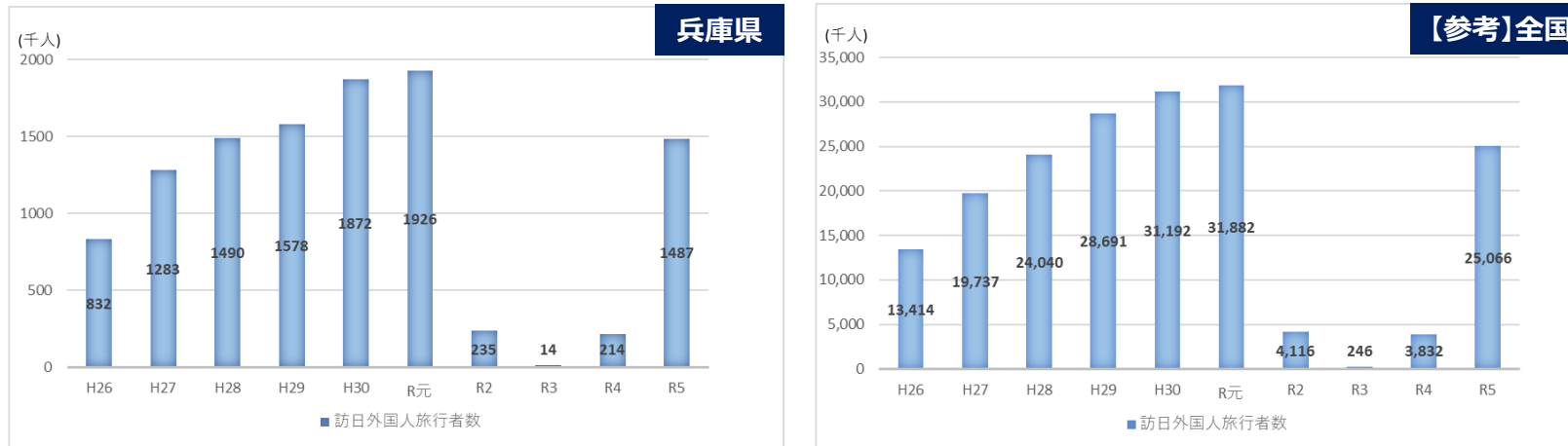
※外国人の観光消費単価については、新型コロナウイルスの影響によりR5年第1四半期まで調査が中止

3 訪日外国人旅行者の状況

(1) 訪日外国人旅行者数

- ・令和5年はコロナの水際対策が終了した影響もあり大きく増加（前年増減比+595%）

図表5【兵庫県・全国の訪日外国人旅行者数（年別）】



（出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査」、JNTO「訪日外客数調査」をもとに県推計）

※令和2～4年兵庫県旅行者数：

令和2年4月以降「訪日外国人消費動向調査」が中止のため、日本政府観光局（JNTO）年間訪日外客数に兵庫県訪問率（2020年1～3月期）を乗じて算出

(2) 訪日外国人宿泊者数

- ・令和5年は延べ宿泊者数15,131千人泊、うち外国人1,016千人泊 [全国17位]
- ・宿泊者全体に占める外国人比率は6.7% [全国20位]

〈参考〉東京都 99,447千人泊 [全国1位]
 うち外国人43,638千人泊 [全国1位]（外国人比率43.9%、全国1位）
 京都府 32,125千人泊 [全国5位]
 うち外国人12,133千人泊 [全国3位]（外国人比率37.8%、全国2位）

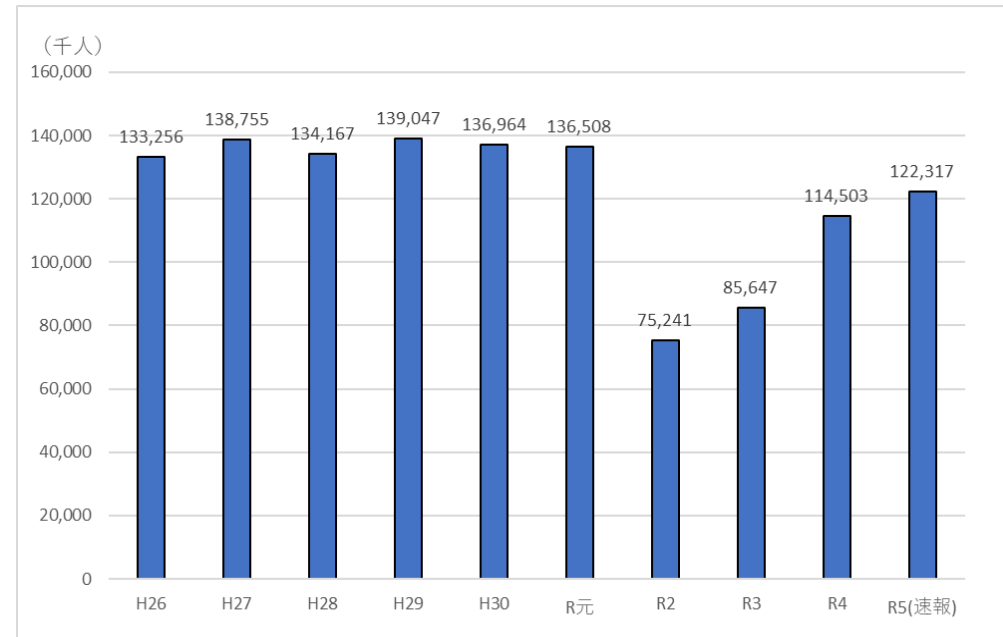
4 県内観光入込客の状況

・新型コロナウイルス感染症の5類移行によるイベント等の人数上限の撤廃、「ひょうごを旅しようキャンペーン・ワイド」による需要喚起策等の影響もあり、令和5年度観光入込客数は1億2,232万人(前年度比106.8%)で、令和元年度と比べて9割程度まで回復

〈令和5年度の主なトピックス〉

- ・ひょうごを旅しようキャンペーン・ワイド（全国旅行支援）〔1/10～6/30〕
- ・新型コロナウイルス感染症の5類移行〔5/8〕
- ・兵庫デスティネーションキャンペーン〔7/1～9/30〕

図表6【観光入込客数の推移（平成26年度～令和5年度）】

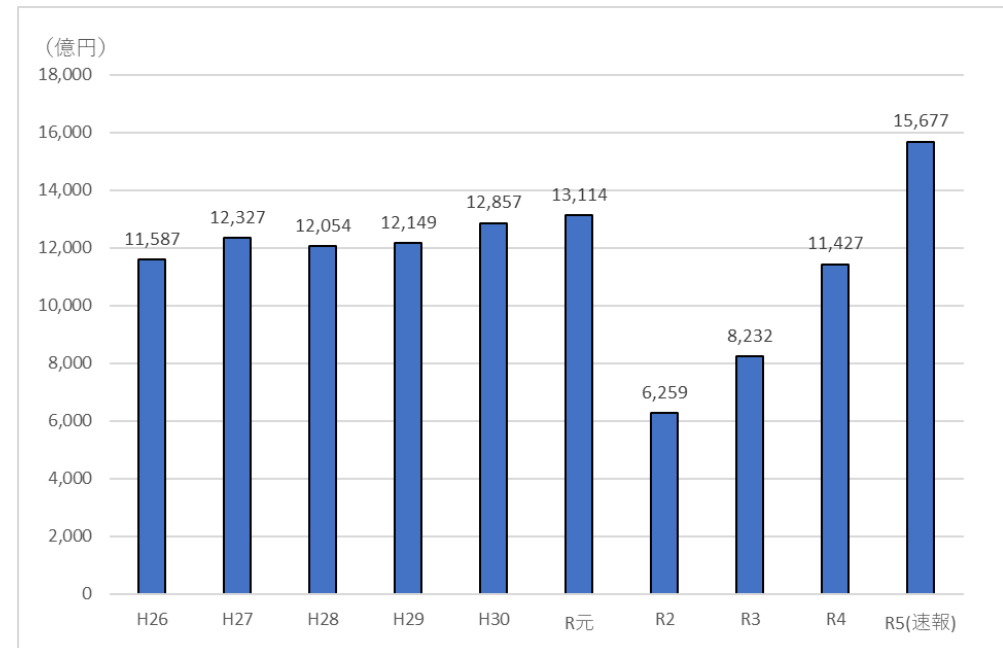


(出典：兵庫県「兵庫県観光客動態調査報告書」(速報)) ※令和5年度の観光入込客数は速報値

5 県内観光消費額の状況

・令和5年度県内観光消費額は「兵庫デスティネーションキャンペーン」による県内宿泊施設と連携した宿泊プランの造成等の多彩な取組の影響で1兆5,677億円(前年度比137.2%)と大きく増加

図表7【観光消費額の推移（平成26年度～令和5年度）】



(出典：兵庫県「兵庫県観光客動態調査報告書」(速報)) ※令和5年度の観光消費額は速報値

Ⅲ 「より深く、何度でも訪れたい地、HYOGO」の実現

1 ひょうご新観光戦略の推進

コロナ禍に伴う社会潮流や観光志向の変化に対応し、兵庫デスティネーションキャンペーンや大阪・関西万博等を契機とした兵庫観光の振興を図るため、「ひょうご新観光戦略」に基づき、円滑かつ効率的に戦略を推進

【ひょうご新観光戦略の概要】

①めざす姿 より深く、何度でも訪れたい地、HYOGO

②基本戦略

[戦略1] 本物志向の観光ができるHYOGO

〈重点施策〉HYOGOブランドを核とした兵庫観光の振興

[戦略2] 持続可能な観光地域HYOGO

〈重点施策〉観光を通じて地域が好循環するエコシステムの構築

[戦略3] 何度でも訪れたい地HYOGO

〈重点施策〉誘客契機を捉えた戦略的プロモーションの展開

③計画期間 令和5～9年度（2023～2027年度）



Our Field, Our SDGs
私たちのフィールド、私たちのSDGs

R4 (2022)	R5 (2023)	R6 (2024)	R7 (2025)	R8 (2026)	R9 (2027)	R10 (2028)	R11 (2029)	R12 (2030)
プレDC	兵庫DC	アフターDC 世界パラ陸上	大阪・関西 万博		ワールドマ スターズゲームズ 2027関西			神戸空港 国際定期 便就航

ひょうご新観光戦略の計画期間 ※R7（2025）に中間見直し予定

2 HYOGOブランドを核とした兵庫観光の振興

(1) 兵庫テロワール旅の深化によるサステナブルツーリズムの推進

① 兵庫デスティネーションキャンペーンの展開【令和6年度当初 31,338千円】

昨年の兵庫デスティネーションキャンペーンで得られた兵庫への観光の気運をさらに高めるため、J R西日本と連携した兵庫デスティネーションキャンペーンのアフターキャンペーンを実施

○実施期間：令和6年7月1日～9月30日

○取組成果（KPI）

【延べ宿泊者数】447万人（目標：430万人<達成率 104%>）
（昨年同期比：111%、令和元年同期比 113%）

○実施内容：

ア 魅力的な着地型コンテンツの発信・販売

【体験コンテンツ造成数】41件（昨年度：66件）

【体験コンテンツ参加者数】97,935人（昨年度：173,000人）

イ 県内外からの誘客を促すプロモーション

・オープニングセレモニー

【開催日】7月6日（土）【会場】JR城崎温泉駅

【来場者】約60人

【内容】特急こうのとり到着セレモニー、お出迎えパフォーマンス 等

・WEST EXPRESS銀河で楽しむ兵庫 夏の体験イベント

【開催日】8月17日（土）【会場】JR神戸駅

【来場者】約2,700人

【内容】銀河車内でのジャズコンサート、体験コンテンツ 等

ウ 観光型MaaS等を活用したデジタルプロモーション

大阪や京都、滋賀、奈良、岡山を含む県内のJR線自由区間と
県内の観光施設入場券などがセットになった周遊きっぷを販売した。

【デジタルパス販売枚数】

・2日間パス：約6,900枚（昨年比：193%）

・3日間パス：約7,000枚（昨年比：289%）

<オープニングセレモニー>



<WEST EXPRESS銀河イベント>



② 周遊・滞在促進に向けた体験型コンテンツの造成と磨き上げ

【令和6年度当初 31,870千円】

ひょうごフィールドパビリオン認定プログラムを含む体験型コンテンツについて、兵庫テロワール旅のコンセプトに沿った磨き上げを行い、国内外に通用するコンテンツ化を支援

○実施内容：

ア テロワールコンテンツの選定および現地指導

県内の体験コンテンツを深化させ、兵庫テロワールコンテンツへと磨き上げを行うため、ツーリズムプロデューサー等の専門家が、満足度向上や販売拡大に繋げる手法について、具体的な提案やアドバイスを行った。

《選定されたコンテンツ（一部抜粋）》

- ・酒米の王様「山田錦」づくしの「ぐいのみ」づくり
- ・温泉の町「湯村」でローカルと「出逢う・食べる・体験する」
- ・古民家Kaji家宿泊と杉原紙に触れる
- ・伊弉諾神宮日の出とともに参拝

<古民家Kaji家>



イ 国内外に向けたプロモーション

磨き上げを行ったコンテンツを国内外に広くPRするため、インバウンド向け体験コンテンツ販売サイトへの登録など、伴走支援を行う。

ウ 受入環境整備支援

ひょうご観光本部が発掘・磨き上げを行ったコンテンツの受入環境整備に対して支援を行った。

【対象経費】 体験型コンテンツ開発に必要な受入のための環境整備（Webサイト構築、Wi-Fi整備、通訳翻訳機 等）

【補助上限額（率）】 テロワール枠：1,000千円（2/3）、スタンダード枠：500千円（1/2）

<受入環境補助実績（R2～）>

年度	R2	R3	R4	R5	R6
補助件数	19	18	9	14	8

※R6は12月末時点の実績

③ ローカルエアーで結ぶ地方観光のネットワーク化事業【令和6年度当初 5,400千円】

神戸空港に就航する航空会社及び就航先DMO、神戸市等と連携し、就航地等でのイベント出展やプレゼントキャンペーン等の実施により、県内観光の認知度向上及び誘客を促進

ア 就航地等でのイベント出展

<松本マラソン出展(R6.11.10)>

名称	日程	開催地	内容
松本マラソン2024	R6.11.10(日)	長野県松本市	県観光パンフレット配布、県内マラソン情報PR、特産品抽選会等
第72回勝田全国マラソン	R7.1.26(日)	茨城県ひたちなか市	同上
神戸空港開港18周年サックスフェア	R7.2.17(土)・18(日)	神戸ハーバーランドumie	神戸空港の取組PR、旅行系1-チーバーを活用した県内外の情報発信等



イ 航空会社と連携したプレゼントキャンペーンの実施

名称	期間	内容
ひょうご×FDAコラボキャンペーン	R6.11.1(金)-11.10(日)	県公式観光SNSのフォロー & コメントで航空券割引クーポン(5,000円)をプレゼント

④ ひょうごロケ支援Netの推進【令和6年度当初 1,109千円】

県内の関係機関が連携し、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とともに、映画等の撮影地を観光資源として情報を発信

- ・設立：平成18年8月
- ・事務局：(公社)ひょうご観光本部
- ・構成員：50団体（令和6年10月末現在）県、市町、フィルムコミッション団体等
- ・実施内容：県内関係機関の連携・調整、ロケ誘致・支援等

<撮影実績（作品数）>

年度	映画	TVドラマ	CMその他	合計
令和4年	4	8	9	21
令和5年	7	3	2	12
令和6年(～10月末)	6	3	12	21
合計 (平成18年～)	93	86	344	523

R6公開映画『あまろっく』
ロケ地：尼崎閘門（尼崎市）



R6公開映画『ルート29』
ロケ地：音水湖（宍粟市）



⑤ スキー場周辺地域スポーツ・文化合宿誘致事業【令和6年度当初 15,000千円】

令和6年1月下旬までの雪不足の影響を受けたスキー場周辺地域における宿泊需要をグリーンシーズンに取り戻すため、合宿等における宿泊経費を支援

- ・期 間：令和6年4月～10月
- ・対 象：県内外の学生・社会人の団体旅行 ※延べ5人泊以上
- ・対象経費：但馬・播磨地域のスキー場周辺地域の宿泊施設の利用費用
- ・補助額：2,000円（1人泊） ※上限：1団体300千円
- ・利用状況

地域	団体名	施設数	延べ人泊
神河町	神河町観光協会	2	78
宍粟市	しそ森林王国観光協会	2	562
豊岡市	日高神鍋観光協会	34	2,808
養父市	やぶ市観光協会	10	1,467
香美町	香美町村岡観光協会	10	2,190
	香美町小代観光協会	6	225
新温泉町	湯村温泉観光協会	1	61
	浜坂観光協会	1	241
合 計		66	7,632

(2) 新たな価値観・旅行スタイルへ対応した観光需要の創出

① アニメツーリズムの推進【令和6年度当初 1,785千円】

国内外で拡大を続けるアニメ市場を念頭に、旅行者の個性・価値観に対応した“尖った”観光の取組の1つとしてアニメツーリズムの創出・普及を図るため、アニメツーリズムの有識者や実務者の意見などをまとめたガイドブックの作成やアニメツーリズムに係るセミナーを実施

ア ひょうごアニメツーリズムガイドブックの作成

内容：これからアニメツーリズムに取り組む地域の担当者に向けて、アニメツーリズムに関する専門家の意見や取組事例を整理したガイドブックを作成

イ ひょうごアニメツーリズムセミナーの実施

内容：アニメツーリズム推進アドバイザー（民間人材）によるガイドブックセミナーや有識者による特別講演、パネルディスカッションなど
日時：令和7年2月14日（予定）
場所：宝塚市立手塚治虫記念館
定員数：会場10名程度（同時にオンライン配信）

② サイクルツーリズムの造成・促進

サイクルツーリズム事業者と連携し、e-BIKEを活用して観光地を巡るガイド付きのサイクルツーリズムを促進

ア 新規コースの造成

姫路を起点に瀬戸内海から日本海につながる、複数日にまたがるサイクリングツアーを造成
【コース案】

1日目：姫路エリア(カジュアルサイクリング) 2日目：朝来エリア(生野銀山・竹田城など) 3日目：城崎エリア(カジュアルサイクリング)

イ 既存コースのプロモーション

これまでに造成した県内各地のコースについてプロモーションを実施し、さらに販売を拡大

- ・ 外国人インフルエンサーを活用したSNSでの発信（11月 Instagram 生野-神子畑産業遺産：いいね数約2,300件）
- ・ 海外OTAサイトへの特集記事の掲載（1月掲載予定：agoda）

3 観光を通じて地域が好循環するエコシステムの構築

(1) 観光地を支える人材の育成・確保【令和6年度当初 21,941千円】

① 人手不足問題対策会議(地域経済課所管)の開催

地域経済を支える観光業のコロナ禍からの本格的な復興及び持続的な成長のため、生産年齢人口が減少する中、深刻化する人手不足について、企業経営者、学識者等からなる「人手不足問題対策会議」で課題や今後の取組等を議論

② 芸術文化観光専門職大学との連携事業

芸術文化観光専門職大学とひょうご観光本部が連携し観光業界を目指す若者向けのセミナーを開催

ア 若者向けセミナー（予定）

- ・実施時期：令和7年3月
- ・対象者：観光やまちづくりに興味のある県内高校生
- ・実施内容：観光地視察、事例紹介、ワークショップ等

③ 次世代を担う中核観光人材養成事業

ポストコロナにおける観光地域づくり人材を養成するため、兵庫県立大学の学生を対象に、セミナー・先進地視察等のプログラムを実施
[実施内容]

- ・岡山県赤磐市（地質資源コンテンツ）、神奈川県川崎市（アニメ聖地）等フィールドワーク
- ・観光コンテンツの「伝え方」をテーマとしたセミナー（明石市立天文科学館）
- ・参加学生：兵庫県立大学環境人間学部 4ゼミ22名
- ・セミナーやフィールドワーク等で得た知見をもとに、県内観光地への提言等をまとめ成果報告（予定）



<岡山県赤磐市フィールドワーク>



<国宝五城の視察>



<長野県松本市フィールドワーク>



<明石市立天文科学館館長によるセミナー>

④ 観光産業の人材確保・育成

ア 旅館・宿泊業の魅力発信・体験

観光専攻学生等を対象にした旅館・ホテル体験ツアー・インターンシップを実施するとともに、R6は新たに調理師専門学生を対象に、旅館・ホテルの魅力発信

また、観光事業者への就職・転職希望者を対象とした就職説明会を実施し、県内宿泊事業者と学生とのマッチング機会を拡大

【旅館・ホテル体験ツアー】

日時：令和6年11月～12月、令和7年2月～3月(予定)

参加企業数：8社

参加学生数：51名



【県内宿泊事業者と学生の座談会】

日時：令和6年10月19日

場所：三宮研修センター

参加企業数：6社

参加学生数：18名(26卒予定：14名、25卒予定：4名)



イ 観光地・観光産業を支える地域の取組支援

観光事業者向けに、DX化やスキマ時間を活用した労働力確保の先進事例について説明会を開催

また、合同研修や福利厚生向上への取組、外国人材の受入環境整備など、観光産業の人材確保・育成・定着に向けた県内各観光地域の主体的な取組支援

- ・先進事例を紹介する説明会の開催（令和6年11月21日）
- ・観光人材確保支援事業費補助の実施
補助上限額50万円（補助率1/2）×20団体

〈城崎温泉旅館協同組合による合同研修〉



(2) ストレスフリーな周遊を実現する交通アクセスの充実

兵庫デスティネーションキャンペーンにおける観光列車の運行や観光型MaaSを活用した企画乗車券の導入等、周遊を促進する交通アクセスを充実

① 観光列車の運行

・特急こうのとりで行く！城崎温泉ツアー

【運行日】7月6日（土）

【区間】大阪～城崎温泉（往復）

【参加数】32人（定員40人）

・うみやまむすび

【運行日】7月13日（土）～9月20日（金） 11日運行

【区間】城崎温泉～餘部

【参加数】285人（定員385人）

<特急こうのとり>



<観光列車うみやまむすび>



② 観光型MaaS等を活用したデジタルプロモーション（再掲）

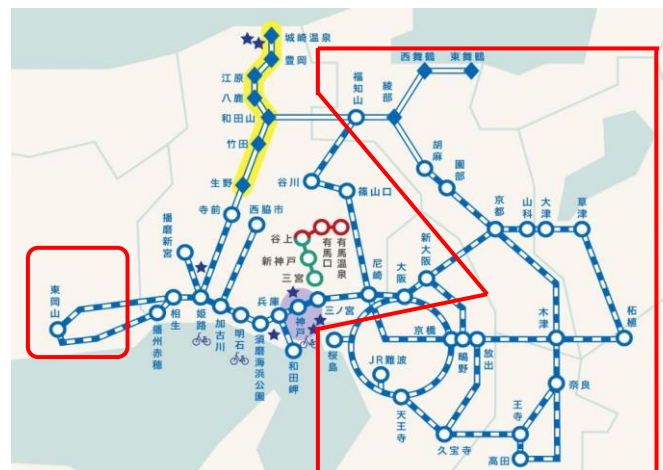
大阪や京都、滋賀、奈良、岡山を含む県内のJR線自由区間と県内の観光施設入場券などがセットになった周遊きっぷを販売

【デジタルパス販売枚数】

・2日間パス：約6,900枚（昨年比：193%）

・3日間パス：約7,000枚（昨年比：289%）

<3日間パス周遊区間>



<2日間パス周遊区間>



【主なデジタルパス組み込み施設利用者数】

施設名	利用者数 (人)
神戸ポートタワー	6,750
神戸須磨シーワールド	4,900
世界遺産 姫路城	5,250
城崎文芸館	500
城崎麦わら細工伝承館	450
レンタサイクル（姫路）	1,450

※赤枠は今年度新しく追加した範囲

(3) ユニバーサルツーリズムの推進【令和6年度当初 46,143千円】

全国初のユニバーサルツーリズム推進条例（令和5年4月1日施行）に基づき、年齢や障害の有無等に関わらず様々な人が気兼ねなく旅行を楽しめるユニバーサルツーリズムを推進

① ひょうごユニバーサルツーリズムコンシェルジュの育成

芸術文化観光専門職大学との連携のもと、高齢者・障害者等からの相談に対応するなどユニバーサルツーリズムの普及促進を担う人材を育成

（令和4年度：17名認定、令和5年度：22名認定）

- ・実施時期：令和6年9月～令和7年3月
- ・受講人数：21名
- ・対象者：宿泊施設、旅行会社、観光協会、ユニバーサルツーリズムを推進するNPO等



② 「ひょうごユニバーサルなお宿」宣言・登録制度

ユニバーサルツーリズムの推進に積極的に取り組むことを宣言した宿泊施設を県が支援し、登録・情報発信する「ひょうごユニバーサルなお宿」宣言・登録制度により、宿泊施設の取組の促進と見える化を推進

- ・登録施設数：66施設
- ・宣言施設数：123施設 ※令和6年12月末時点



	対象	要件	補助率	上限額
ソフト補助金	インターホんと連動したフラッシュライト導入、シャワーチェア等の購入等	チェックリストのクリア項目数が20項目以上34項目以下	1/2	30万円
ハード補助金 (まちづくり部所管)	①バリアフリー改修設計 ②バリアフリー改修工事(エレベーター無) ③バリアフリー改修工事(エレベーターのみ) ④バリアフリー改修工事(エレベーター有)	福祉のまちづくり条例に規定する基準と同等以上のバリアフリー化	1/2	① 250万円 ② 800万円 ③ 1,000万円 ④ 1,800万円

③ ユニバーサルツーリズムおもてなし研修の実施

県内の観光産業の現場で働く従業員・スタッフを対象に、高齢者・障害者等を迎え入れる際の接遇・ホスピタリティを学ぶ研修を実施

- ・回数：7回（初級編：2回、中級編：5回）
- ・実施時期：令和6年7月～令和7年1月

<おもてなし研修の様子>



④ ユニバーサルツーリズムモニターツアーの実施

具体的なツアーを通してユニバーサルツーリズムをPRするとともに、商品造成に向けた課題抽出を行うため、障害種別ごとにモニターツアーを実施

日程	対象者	主な内容
11/27	聴覚障害の方	【但馬地域】レコード針の工場見学、体で感じる音楽体験等
12/12	視覚障害の方	【姫路地域】県立歴史博物館での触れる展示体験等
2月頃	肢体不自由の方	【淡路地域】内容検討中
2月頃	知的障害の方	【丹波地域】内容検討中

<体で感じる音楽体験>



<触れる展示体験>



⑤ ユニバーサルツーリズム推進トップセミナーの開催

観光関連事業者の経営管理層を対象に、ユニバーサルツーリズムの意義やマーケットの将来性、取組事例等を紹介するセミナーを開催

- ・実施時期：令和6年12月2日
- ・実施方法：オンライン形式
- ・参加者数：74名

[セミナー内容]

- 【導入】ユニバーサルツーリズムから考える障害者差別解消法
兵庫県ユニバーサルツーリズム推進アドバイザー 勝野 裕子 氏
- 【講演】ユニバーサルツーリズムの実践と効果
ホテル紅や 取締役 ホテル事業部長 清水 孝弘 氏

⑥ ひょうごユニバーサルツーリズム推進エリア形成促進事業

高齢者・障害者等による回遊性を高める「面」での取組を促進するため、地域を挙げてユニバーサルツーリズムに積極的に取り組む観光地を「ひょうごユニバーサルツーリズム推進エリア」として指定し、地域ぐるみの取組をモデル的に支援

《事業概要》

補助対象	地域が一体となってユニバーサルツーリズムの推進に取り組む協議会（市町、観光協会等で構成）	
主な支援メニュー	観光	▶ 地域が所有する観光資源（足湯等）のバリアフリー化補助
	滞在	▶ 観光客向け公的施設（観光地の公衆トイレ等）のバリアフリー化補助
	移動	▶ 地域所有の巡回バス・UDタクシーの導入（リース等）補助
	受入体制	▶ ユニバーサルマップ作成補助、ホームページ作成補助
負担割合	県1/2・協議会1/2 ※市町随伴不要	
補助上限・期間	1 地区あたり最大16,000千円／年（最大2年間）	

《ユニバーサルツーリズム推進エリアの決定（3地区）》

地区	取組概要
豊岡市（城崎温泉地区）	○「外湯めぐり」と「そぞろ歩き」のユニバーサル化
新温泉町（湯村温泉地区）	○すべての人に優しいユニバーサルな足湯・湯がき等の整備
丹波篠山市（市内全域）	○観光案内所等のユニバーサル化とおもてなしの心の醸成

(4) 観光を支える地域資源の保全と活用

来訪を喚起する優れた景観や地域に根差して継承されている歴史文化遺産、豊かな自然環境を活用した魅力ある観光コンテンツを造成・磨き上げを行い、本県への誘客を促進

① テロワールコンテンツの選定および現地指導（再掲）

県内の体験コンテンツを深化させ、兵庫テロワールコンテンツへと磨き上げを行うため、ツーリズムプロデューサー等の専門家が、満足度向上や販売拡大に繋げるための手法について、具体的な提案やアドバイスを実施

② 国内外に向けたプロモーション（再掲）

磨き上げを行ったコンテンツを国内外に広くPRするため、インバウンド向け体験コンテンツ販売サイトへの登録など、伴走を支援

4 誘客契機を捉えた戦略的プロモーションの展開

(1) 広域圏の活用と圏域内プレゼンスの発揮

① せとうちDMOへの参画【令和6年度当初 16,650千円】

瀬戸内地域7県（兵庫県、岡山県、広島県、山口県、徳島県、香川県、愛媛県）及び民間事業者で構成されるDMO（一社）せとうち観光推進機構における広域連携に参画し、主に欧米豪からのインバウンド誘客を促進

ア 欧米豪メディア等を活用した情報発信（メディア掲載実績2件、SNS掲載実績6件）

イ 高付加価値旅行者層へのせとうち地域周遊旅行商品販売促進事業

旅行会社向けファミツアーの実施と商談会等による旅行商品の販売支援を実施

<旅行会社ファミツアー(R6.10.29)>



ファミツアー日程	場所	参加者
R6.10.29(火)～11.1(金)	兵庫(白鶴酒造資料館、禅坊靖寧)⇒岡山⇒徳島⇒香川	米国エージェント2社

ウ せとうちスルーガイド育成事業

複数の訪日外国人を旅行者に見立てた実地研修を実施（全4回、県内2回）

研修日程	場所	参加者
R6.12.1(日)～3(火)	兵庫(禅坊靖寧)⇒徳島⇒香川	通訳案内士10名
R7.1.16(木)～18(土)	兵庫(竹中大工道具館、白鶴酒造資料館、菊正宗酒造資料館)⇒徳島⇒香川	通訳案内士10名

② EXPO2025関西観光推進協議会への参画【令和6年度当初 5,000千円】

関西観光本部を事務局として、関西の2府8県4政令市及び民間企業で構成されるEXPO2025関西観光推進協議会に参画し、万博来場者を関西各地への周遊観光に誘う「万博プラス関西観光推進事業」を実施

○取組内容：

ア EXPO関西旅行商品造成

774コンテンツ造成（うち兵庫県 92コンテンツ）

イ リアルプロモーション

商談会7件（予定含む）参加（豪州、タイ、フランス、VJTM、英国、シンガポール、アメリカ）

ウ デジタルプロモーション

モデルルートの発信 10コース、SNSでの発信 40記事制作

エ 旅ナカ・安心サポート

通訳案内士等を対象としたセミナーの開催（令和6年8月9日 約2,000名）

オ 関西広域観光情報ゲートウェイ

広域観光デジタルマップの構築 84マップ（うち兵庫県 12マップ）

観光関連情報に加え、飲食、宿泊、災害情報、交通、万博情報などワンストップで提供できるシステムを構築（令和7年2月公開予定）

③ 観光デジタルデータ活用推進事業【令和5年度12月補正（繰越）10,000千円】

スマホアプリ『テクテクライフ』を活用したデジタルスタンプラリーを実施し、フィールドパビリオン等へのより効果的な誘客や県内での周遊を促進するとともに、人流データの活用による観光客の行動分析を実施

・第1弾 テクテクひょうごフィールドパビリオン

期間：令和6年4月26日～令和6年9月30日

参加ユーザー数：3,789人（スポット総チェックイン数：22,523）

スポット：フィールドパビリオンプレミアムプログラムを中心とした5コース（1コースあたり5スポットを設定）

摂津編（尼ロック、酒ミュージアム酒蔵館等）、播磨編（発酵LabCoo等）

但馬編（荒湯、県立但馬牧場公園等）、丹波編（立杭陶の郷、西山酒造場等）、淡路編（沼島港等）



・第2弾 テクテクひょうご温泉めぐり

期間：令和6年7月22日～令和7年1月31日

スポット：有馬温泉、城崎温泉、洲本温泉の3コース（1コースあたり10スポットを設定）

有馬温泉編（金の湯、銀の湯、温泉寺等）、城崎温泉編（城崎文芸館、一の湯、城崎ロープウェイ山麓駅等）

洲本温泉編（S BRICK、洲本市民広場、洲本温泉うるおいの湯足湯等）



＜テクテクライフのプレイ画面＞

(2) 国内観光の活性化

① 観光・特産品の首都圏プロモーション【令和6年度当初 11,238千円】

上質かつ本物志向の「HYOGOブランド」の確立を目指し、首都圏在住の本物の文化や体験等を好む層をターゲットに「兵庫テロワール旅」と連動した「観光×特産品」のプロモーションを展開

ア 工芸品の販売

県内特産品を首都圏の店舗で販売するとともに、観光情報を発信

- ・期 間：令和6年7月1日～9月30日、11月1日～1月31日
- ・店 舗：THE COVER NIPPON（東京都港区赤坂 東京ミッドタウン内）
- ・販売商品：播州織、丹波焼、淡路島線香、三木金物など約50品目
- ・販売実績：約850点・460万円（昨年比(11月末時点)：売上点数47%、売上額119%）

イ ワークショップの開催

生産者と交流・体験する旅のニーズを創出するため、首都圏においてワークショップを開催

- ・麦わら細工実演販売（令和6年9月6日～7日 約340人）
- ・王地山焼 一輪挿し制作体験（令和6年11月16日～17日 15人定員満了）
- ・セナレザークラフト体験（令和7年1月25日～26日）
- ・三寿×刃物 包丁研ぎ体験（令和7年1月下旬）

ウ 兵庫県アンテナショップを巡るデジタルスタンプラリーの開催

兵庫県への誘客を促進するため、アンテナショップと連携して「観光×特産品」のプロモーションを展開

- ・期 間：9月1日～9月30日
- ・場 所：兵庫県・公民連携型アンテナショップと事業者店舗の計11店舗
- ・内 容：アンテナショップを巡るデジタルスタンプラリー
参加店舗およびSNSでの観光情報の発信
- ・実 績：総スタンプ551件、参加者216人、参加店舗の期間中売上4,400万円

エ 「日本酒ツーリズム」のプロモーション

生産量全国トップを誇る日本酒および観光プロモーションを図るため、国際食品・飲料展に出展

- ・イベント名：FOODEX JAPAN 2025 日本酒パビリオン
- ・期 間：令和7年3月11日～3月14日
- ・場 所：東京ビッグサイト

<販売店舗の様子>



<ワークショップの様子>



<スタンプラリーチラシ>



② 観光特産品ブランドの構築【令和6年度当初 36,756千円】



観光特産品を通じた観光振興に向け、各地の観光特産品の販路拡大および認知度向上を図るため、「五つ星ひょうご」など本県の特産品ブランドを構築

実施内容：・「五つ星ひょうご」の選定
・県内外での「五つ星ひょうご」のプロモーション

【五つ星ひょうご】

ひょうご五国（摂津・播磨・但馬・丹波・淡路）の“地域らしさ”と“新しさ”等を兼ね備えた逸品を「五つ星ひょうご」ブランドとして選定。

<令和6年度選定結果>

	件数	内訳	
		食品等	工芸品等
応募件数	102品	81品	21品
選定件数	62品	50品	12品

<損保乃糸 手延ラーメン> <出石焼トッパ&ガー>



* 選定商品数合計：858品（R6.11末時点）

【県内外での「五つ星ひょうご」のプロモーション】

ア 販路拡大(展示会出展)

- ・FOOD STYLE kansai2025（令和7年1月、10社出展予定）
- ・スーパーマーケットトレードショー（令和7年2月、29社出展予定）

イ 認知度向上

- ・イオンモール姫路リバーシティ店でのフェア開催（令和6年10月、13社出展）
- ・五つ星ひょうご×きてみて兵庫道の駅 Instagramいいね・フォローキャンペーン（令和6年11月～令和7年3月）



< Instagramいいね・フォローキャンペーン >

③ ひょうごふるさと館の運営【令和6年度当初 23,712千円】

県内特産品の振興を図るため、「ひょうごふるさと館」の設置運営や各地での物産展の開催などによる特産品の販路拡大と情報の発信

- ・設置日：平成3年7月 ※令和4年10月5日にリニューアルオープン
- ・設置場所：神戸阪急新館5階（神戸市中央区御幸通8-1-26）
- ・運営主体：(公社)兵庫県物産協会
- ・取組内容：ア 観光特産品の販売

イ 移動ふるさと館の実施

県内外で開催するイベントにおいて、展示即売会を実施。

- ・大阪関西万博×JALマルシェ（JAL本社ビル）（令和6年7月1日～2日）
- ・旧西国街道 お菓子物語in神戸元町（令和6年7月6日～7日）
- ・丹波焼陶器まつり（令和6年10月12日）
- ・三木金物まつり（令和6年11月2日～3日）

<令和5年度 ひょうごふるさと館実績>

購入者数	102,518人
販売金額	192,569千円

<店舗外観>



④ 「INFORMATION ひょうご・関西」(伊丹空港)の運営【令和6年度当初 15,202千円】

伊丹空港において、常設の「INFORMATIONひょうご・関西」を運営し、県観光・物産情報等を発信

ア 概要

設置場所：伊丹空港ターミナルビル2階到着口正面付近
 開設時期：平成30年4月（令和2年11月21日にリニューアル）
 営業時間：6:30～21:00（有人対応は8:30～19:00）

イ 取組内容

- ・専任スタッフによる観光情報案内
 - ・ひょうご特産品自動販売機
 - ・タッチパネル式電子案内板による観光案内
 - ・大型デジタルサイネージによる観光動画PR
 - ・VRを活用した五国の疑似観光体験提供
 - ・観光PRや特産品販売イベントの実施
- [来場者数]23,459人（令和6年4月～10月末）
 ※前年同月比117%

<「INFORMATIONひょうご・関西」正面入口>



<販売イベントの様子(R6.11.9)>



イベント実施例（県主催のみ抜粋）

名称	日程	内容
移動ふるさと館ひょうご物産展	R6.11.9(土)	五つ星ひょうご選定商品の販売・PR
ひょうご北摂魅力いっぱいフェア	R6.12.7(土) ・8(日)	阪神北摂民局管内の観光パンフレットの配布や観光情報の発信

⑤ 旅行業法の施行【令和6年度当初 124千円】

旅行業者の健全な育成を通じて消費者保護を図るため、旅行業法に基づき旅行業者の登録事務(旅行業新規登録、更新登録、変更登録等)、指導監督を実施

旅行業等の 登録種別	登録業者数 (R6.11.1)	取扱区分等					
		募集型企画旅行		受注型企画旅行		手配旅行	
		海外	国内	海外	国内	海外	国内
第2種旅行業	66	×	○	○	○	○	○
第3種旅行業	169	×	○※	○	○	○	○
地域限定旅行業	21	×	○※	×	○※	×	○※
旅行業者代理業	17	所属旅行業者から委託された業務の範囲に限定					
旅行サービス手配業	76	旅行業者から依頼を受けて行う運送・宿泊サービス等の手配に限定					
合計	349						

※・・・営業所のある市町村及びこれに隣接する市町村内の区域内に限る。

[募集型企画旅行]

パッケージツアーやバック旅行など、旅行会社が募集・実施する旅行

[受注型企画旅行]

旅行者からの依頼により計画を作成・実施する旅行

[手配旅行]

旅行者の依頼により、航空券やホテルなどを手配する旅行

(3) インバウンド誘客の推進 【令和5年12月補正（繰越）101,000千円、令和6年度当初46,500千円】

① OTAなどデジタルマーケティング等を活用したインバウンドプロモーション

大阪・関西万博を見据え、関西圏への旅行を検討している外国人観光客を確実に取り込むため、デジタルマーケティングによる誘客促進を展開

ア 海外OTAを活用したプロモーション

日本での宿泊を検討しているインバウンドの県内宿泊につなげるため、agodaサイトに県の魅力を伝える記事を13本掲載

イ WEB・SNS広告配信

13本の記事や県公式観光サイトへの流入を増やすため、google及びSNS広告を配信

ウ 海外メディアの活用

- ・HYOGOの認知度向上のため、海外有力メディアに県の魅力を伝える記事を掲載
- ・世界3大通信社のうちの1社である、AFP通信社等を活用し、全世界の記者への記事配信を実施

<agoda掲載記事抜粋(姫路城と神社を巡る旅)>

Journey through Himeji's Castles and Temples:
Immersing Yourself in the World of Classic Films



Last Updated: September 20, 2024

Himeji is just two hours by limousine bus from Kansai International Airport, or about 30 minutes by Shinkansen from Osaka Station (two stops). The area is home to romantic ancient castle ruins and Buddhist temples with over a thousand years of history, many of which have been featured in classic films. Originally built as fortresses for warfare, Japan's castles eventually evolved into symbols of power and wealth. Embrace your imagination and picture yourself as a castle lord, contemplating how you might once have lived, as you embark on a journey that lets you step into the shoes of characters from famous films.

② 訪日高付加価値旅行者向けツアー等の造成及びPR

ア 兵庫・香川周遊ツアーの造成

チャーターヘリやクルーズ船を活用し、両県の芸術文化に触れる周遊ツアーを4本造成

イ コンテンツの造成

「アート」「伝統工芸」「ガストロミー」といった兵庫・香川共通テーマに関するコンテンツを3つ造成

ウ ILTM(International Luxury Travel Market)Cannes2024出展

これまでに造成したツアー等のPRのため、フランス（カンヌ）で開催される高付加価値旅行者向け旅行会社を対象とした商談会に出展した。

日程：令和6年12月2日(月)～5日(木)

商談件数：32件

<造成コンテンツの例「高見國一鍛刀場特別案内」(佐用町)>



③ その他事業

ア 訪日レンタカー事業

台湾市場をターゲットに、関西空港発着のレンタカー利用による兵庫・四国周遊モデルコースを2本造成し、インフルエンサーを活用したプロモーション等を実施

イ 現地プロモーション

訪日旅行への関心が高い海外の消費者や旅行会社に対し本県の魅力を直接PRするため、海外で開催される旅行博への出展や現地旅行会社への売り込みを実施

<旅行博出展状況>

名称	期間	国・地域
Seoul International Travel Fair2024	R6.5.9(木)-12(日)	韓国
台北国際旅行博2024	R6.11.1(金)-4(月)	台湾
Visit Japan FIT fair	R6.11.8(金)-10(日)	タイ

(4) 推進体制

① ひょうご観光本部の体制整備

ア オウンドメディアの運用

※ オウンドメディア・・・ 自社で保有する広報媒体

ひょうごの観光を広く発信し、本県への誘客を促進するため、ターゲットに応じたオウンドメディアを展開

サイト名	HYOGO!ナビ	AMAZING HYOGO
ターゲット	国内	インバウンド
内容	<ul style="list-style-type: none"> 観光スポットの紹介 イベント情報 モデルルート・口コミ記事 など	<ul style="list-style-type: none"> 特集記事・動画 インフルエンサー記事 「食」の紹介 など
R6実績 (10末時点)	2,323,417 AU 3,898,506 PV	89,284 AU 136,691 PV

※ AU (アクティブユーザー数) ... サイトを訪れたユーザー数
PV (ページビュー) ... サイトの閲覧数

<HYOGO!ナビ>



<AMAZING HYOGO>



イ 民間人材の登用

各種データ等の分析・方針策定を行うCMO (Chief Marketing Officer) と運営収支の適切な把握を行うCFO (Chief Financial Officer) を令和4年度から設置し、県全体での観光地域づくりを推進する。また、滞在型コンテンツのコーディネートを行うツーリズムプロデューサーを設置し、着地型観光コンテンツ開発などの事業を推進

役職等	取組内容
理事長	観光施策の方針決定
CMO・CFO	各種データ等の継続的な収集・分析とそれに基づく方針策定 (CMO) 運営収支の適切な把握や安定的な運営資金確保 (CFO)
ツーリズムプロデューサー	滞在型コンテンツのコーディネート
ホスピタリティマネージャー	ホスピタリティの向上 (おもてなし接客研修等) に資する事業の実施
販売促進専門官	国内誘客に資する各種PR事業等の実施
コンテンツ開発課長	関係団体 (市町、観光協会等) と連携した滞在型コンテンツ開発
J R D C 担当	J R デスティネーションキャンペーンの推進(アフターDC)



兵庫県