

I 地域を支える産業・商業の振興

1 持続的な起業家育成環境の創出

【背景・現状】

- (1) 全国の起業家数は、その希望者数、準備者数とともに10年前と比較すると減少している一方、起業準備者が実際に起業した割合は増加。(図表1)
年代別では、26～39歳の起業率が最も高い。(図表2)
- (2) 県内の開業率は上昇傾向にあり、関西においても上位で推移。(図表3)
- (3) 起業・創業の拠点施設「起業プラザひょうご」を平成29年10月に設置(令和2年度にSMBC神戸本部に移転予定)するとともに、神戸三宮には民間のコワーキング施設も次々に開設。
- (4) 本県ではIT起業家の集積に向け、ITカリスマの誘致やIT事業所の開設を促進。神戸市では海外アクセラレーターと連携したスタートアップ企業支援プログラムを実施するなど、自治体による起業・創業支援の取組が活発化。(図表4、5)

今後の施策展開の検討方向

- [1] 起業・創業の活性化を図るため、ターゲットごとに施策を展開
 - ① 立ち上がり後の後押しとして、「起業プラザひょうご」を核に起業家相互の交流やビジネスマッチングを促進
 - ② 地域に根ざした起業家を育成するため、「起業プラザひょうご」のランチを設置
 - ③ 外国人起業家の集積を図るため、在留資格の特例(在留期間：最長90日→1年)を神戸市内から全域に拡大
 - ④ 若年層の起業マインドを醸成するため、大学等と連携した起業家の育成環境を創出
- [2] 事業承継を促進するため、商工会・商工会議所、金融機関とともに、現・経営者と後継者双方を切れ目なく支援

【第1回会議などでのご意見】

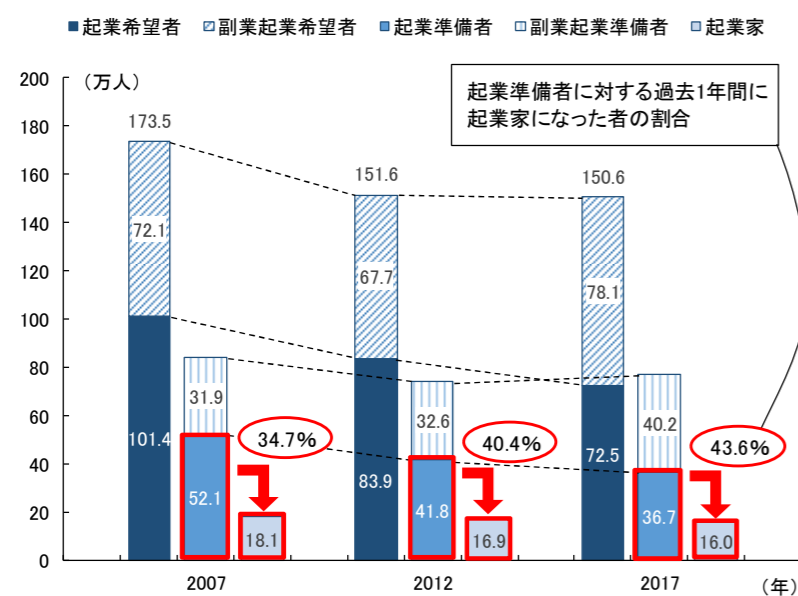
- ① 起業を目指す人の気持ちを後押しし、成功事例だけでなく失敗事例を共有できるような場が必要。
- ② 都市部以外の地域で、新たに小規模な自営業を始めるような起業をサポートする仕組みが欲しい。
- ③ 起業・創業を総合的に支援する場所を設けることで、人が人を呼び取組が活発になっていく。
- ④ 創業40年を超える映像制作会社を、会社の有する知識や経験、関係者の雇用を守るという目的で、事業承継という形で引き継いだ。

図表3 【開業率の推移(関西)】

	H24	H25	H26	H27	H28	H29
福井県	3.79%	3.84%	3.51%	3.56%	3.52%	3.42% (7位)
滋賀県	3.95%	4.21%	4.49%	4.33%	4.60%	5.00% (6位)
京都府	4.44%	4.69%	4.64%	4.61%	5.41%	6.02% (3位)
大阪府	4.69%	5.00%	4.95%	5.51%	6.38%	7.20% (2位)
兵庫県	4.60%	4.76%	4.79%	5.00%	5.75%	7.31% (1位)
奈良県	4.89%	4.81%	4.89%	4.77%	5.15%	5.82% (4位)
和歌山県	3.84%	3.73%	3.67%	4.34%	4.33%	5.21% (5位)

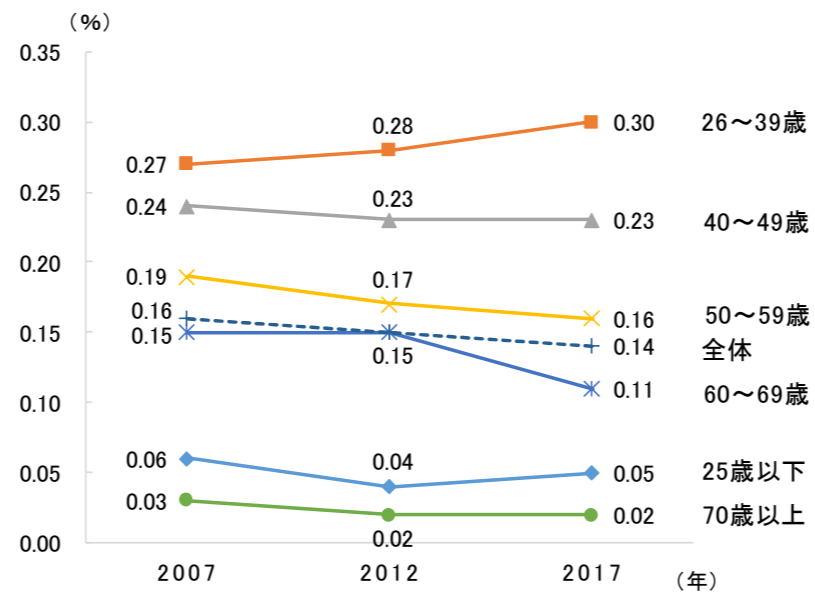
(資料:近畿経済産業局「関西企業フロントライン 第10回 最新の経済データから見た関西中小企業の動向」)

図表1 【起業の担い手の推移(全国)】



(資料:中小企業庁「2019年版中小企業白書」)

図表2 【年齢層別の起業率の推移(全国)】



(資料:中小企業庁「2019年版中小企業白書」)

※起業率：各年齢階層の総人口に占める起業家の割合のことをいう。
 起業家：過去1年間に職を変えた又は新たに職についた者のうち、現在は「会社等の役員」又は「自営業主」と回答し、かつ「自分で事業を起こした」と回答した者をいう。なお、副業としての起業家は含まれていない。

図表4 【兵庫県の取組 (IT企業の進出支援)】

- ・IT起業家等の定着・集積を促進するため、平成30年度から「兵庫高度IT起業家等集積支援事業」を開始
- ・高度IT技術を有する起業家やITカリスマと呼ばれる企業経営者が行う事業所開設、コワーキングスペースの開設等を支援
- ・また、IT関連の事業所開設を支援する「ひょうごIT関連事業所開設支援事業」では、対象地域を政令市と中核市などを除く県下全域に拡大

図表5 【神戸市の取組 (500 Kobe Accelerator)】

- ・500スタートアップと連携し、最精鋭の専門家・メンター陣をシリコンバレー等から日本に派遣し、シリコンバレー・サンフランシスコで実施されるプログラムと同内容のレクチャー・メンタリングを実施
- 期間：約2か月半
- 場所：デザイン・クリエイティブセンター神戸 KIITO
- 対象：国内外のスタートアップ企業 20～25社

I 地域を支える産業・商業の振興

2 次世代成長産業への支援

【背景・現状】

- (1) 本県製造業の付加価値額は全国と同様に低下傾向にある。(図表1)
- (2) 生産性向上を促すAI・IoT、ビッグデータについて、県内企業の活用・活用予定は低調。(図表2) 専門人材が不足している中、企業での導入を促す取組により支援。
- (3) 本県には大学・研究機関が集積し、各分野の産学官連携組織がセミナーや交流会などを実施。
- (4) 金属産業においては、本年4月に開設された「金属新素材研究センター」を拠点として(図表3)、「ひょうごメタルベルトコンソーシアム」を設立し、産学官の連携による新技術開発、技術支援に取り組む。(図表4)
- (5) 本県では、若者や女性の雇用の場の創出に向け、事務所の立地を支援するなど、幅広い産業立地を促進。平成30年の工場立地件数は56件(全国5位)で、全国トップレベル。(図表5)

【第1回会議などでのご意見】

- ①自動運転技術をベースにしたコンソーシアムを神戸で立ち上げる。自動運転以外の関連産業など地元産業を底上げしていこうという取組。モビリティはこれから経済に貢献していく可能性が高い。
- ②行政のデータと病院、健康診断のデータを合わせて解析する仕組みがあれば、行政の政策立案は非常に明確になり、民間もそれに追随することで、新しい産業が生み出される可能性がある。
- ③金属用3Dプリンターが普及すれば、ものづくりの世界はガラリと変わる。しかし、まだ課題も多く、重要部品には使用できないのが現状である。

今後の施策展開の検討方向

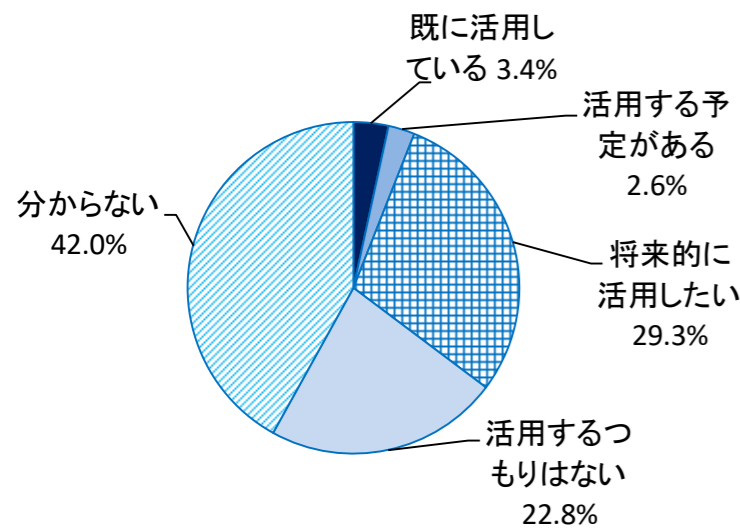
- [1] 次世代成長産業を育成するため、「AI・IoT」、「航空・宇宙」、「ロボット」、「環境・エネルギー」における新製品、新技術の開発や、専門人材の育成を支援
- [2] 金属産業の発展に向け、企業、大学、研究機関等で構成される「メタルベルトコンソーシアム」を中心に、金属新素材や新技術の開発につながる共同研究を促進
- [3] 県内4カ所(神戸市、尼崎市、姫路市、豊岡市)のものづくり支援センターを核に、中小製造業のAI・IoT導入や経営革新を支援
- [4] 次世代成長産業の立地を促進するAI・IoT活用基盤を備えた産業団地を整備

図表1【本県製造業の製造品出荷額等、付加価値額、事業所数、従業者数等】

		製造品出荷額等	付加価値額	製造品出荷額等 に対する付加価値 額の割合	事業所数	従業者数	1従業者当たり 製造品出荷額 等	1従業者当たり 付加価値額
		(百万円)	(百万円)	(%)	(ヶ所)	(人)	(百万円)	(百万円)
兵庫県	H1	14,306,667	5,612,348	39.2%	18,247	494,705	28.9	11.3
	H29	15,665,881	4,977,699	31.8%	7,798	361,956	43.3	13.8
	(H1=100)	110	89		43	73	150	121
全国	H1	298,893,142	110,992,662	37.1%	421,757	10,963,094	27.3	10.1
	H29	319,166,725	103,534,592	32.4%	188,249	7,697,321	41.5	13.5
	(H1=100)	107	93		45	70	152	133

(資料：経済産業省「工業統計調査」)

図表2【県内企業のAI・IoT・ビッグデータの活用状況】



(資料：県産業政策課による県内企業アンケート調査(2018年))

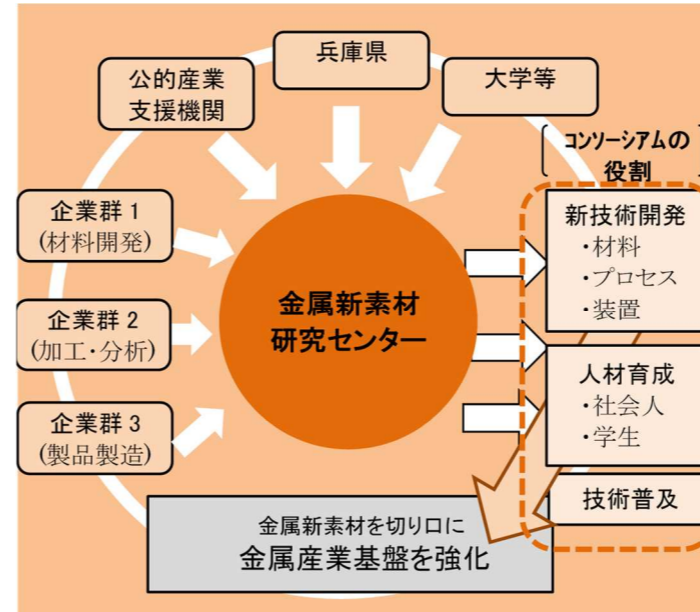
図表3【金属新素材研究センターの概要】

- ・金属素材製造・加工企業が集積する「ひょうごメタルベルト(播磨～阪神)」の発展に向け、県立工業技術センターのサテライトとして、県立大学姫路工学キャンパスに開設。
- ・初の国産機である電子ビーム式金属用3Dプリンタの活用や兵庫の強みを生かした新素材研究などにより、次世代の金属新素材及び高度な成形加工技術の開発を目指す。

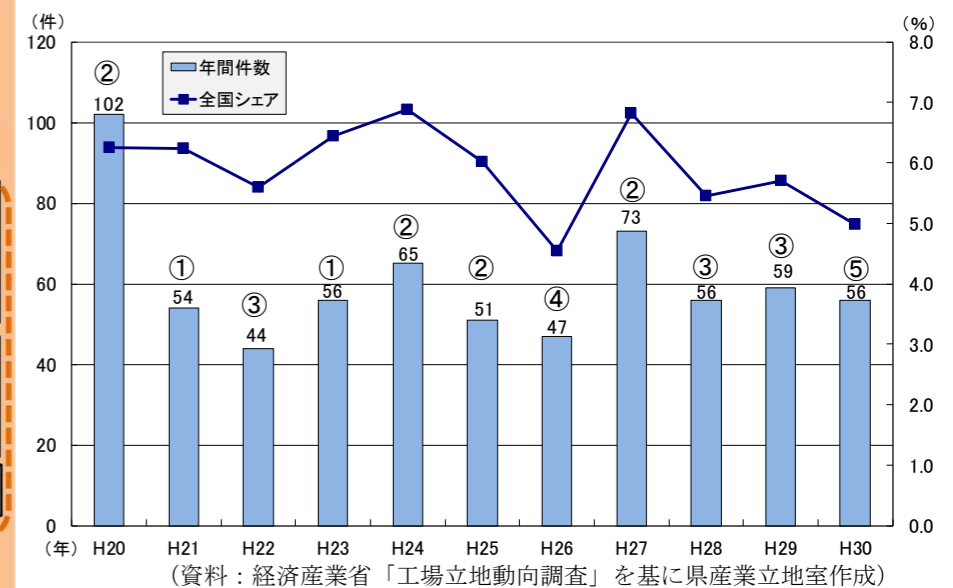


(写真：レーザービーム式金属用3Dプリンタ)

図表4【ひょうごメタルベルトコンソーシアムのイメージ図】



図表5【工場立地件数の推移(兵庫県)】



(資料：経済産業省「工場立地動向調査」を基に県産業立地室作成)

I 地域を支える産業・商業の振興

3 商店街・地場産業の活性化

【背景・現状】

1 商店街

- (1) 20年間で、県内の商店街数は約3割、商店街内の商店数は約4割減少した。(図表1)
- (2) 県内の商店街は、商圈人口の減少、大型店やネット販売との競合等(図表2)により、厳しい状況にある。

2 地場産業

- (1) 県内には清酒をはじめとする全国シェア1位の地場産業が多数集積しているが、生産額は総じて減少傾向にある。(図表3)
- (2) 地場産業のブランド化に向けた、新たな動きが生まれている。(図表4)

今後の施策展開の検討方向

1 商店街

- [1] 次代を担う商店街リーダーを育成するため、若手とベテランが協同して行う実践活動を支援
- [2] 商店街の核となる店舗集積に向け、個店の魅力を高める取組を支援

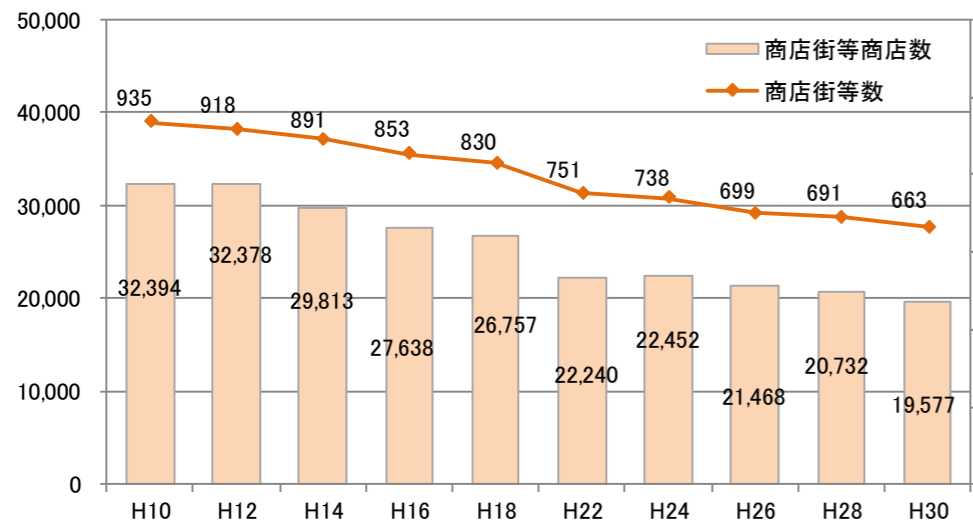
2 地場産業

- [3] 県産ブランドの国際競争力を強化するため、産地組合が行う海外向けプロモーションを支援
- [4] 海外への販路拡大を図るため、現地調査を踏まえて行う戦略策定、新製品開発を支援
- [5] 産地全体を活性化するため、地域ぐるみで生産者と消費者を結ぶ「BtoC」のビジネスモデルを構築

【第1回会議などでのご意見】

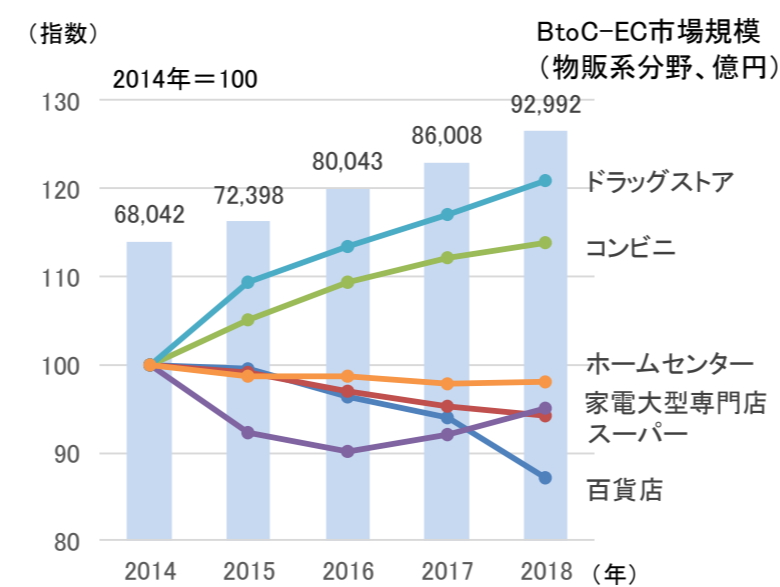
- ①人口が減ると土地が空いていくが上手く利活用できていない。土地を動かして再利用させるような制度があれば良い。
- ②行政等のサポートがあるが生かし切れず、認知度向上の取組も産地全体の動きになっていない。
- ③産地は行政区画を越えて広域に渡っているにもかかわらず、地域毎に支援体制が異なるというのは問題であり、支援制度の柔軟性が必要。

図表1【商店街・商店数の推移(兵庫県)】



(資料：県経営商業課調べを基に県産業政策課作成)

図表2【小売店舗別販売額(県内)とBtoC-EC市場規模の推移(全国)】



(資料：経済産業省「商業動態統計調査」、「我が国におけるデータ駆動型社会に係る基盤整備(電子商取引に関する市場調査)」)

図表3【地場産業の生産額(兵庫県、H27)】(単位：百万円)

地場産業	H17	H27		増減率
		生産額	全国順位	
清酒	144,927	104,344	1位	72.0%
ケミカルシューズ	40,516	29,030	2位	71.7%
播州織	43,598	23,654	3位	54.3%
皮革	33,061	14,332	1位	43.4%
手延素麺	15,872	15,494	1位	97.6%
釣針	15,173	11,313	1位	74.6%
線香	12,161	11,401	1位	93.8%
豊岡かばん	7,119	10,581	1位	148.6%
真珠加工	17,488	4,076	2位	23.3%

(資料：総務省・経済産業省「経済センサス」、各産地組合調べ)

図表4【地場産業の新たな動き】

「兵庫の酒」に新ブランド登場

菊正宗酒造(神戸市)では130年ぶりに新ブランドを開発し、仏や米国で販売を開始。県では、新品種「Hyogo Sake85」を育成し、これを用いた純米酒が製品化された。



神戸牛の皮革を新たな神戸ブランドに

海外で知名度の高い神戸牛やイノシシの皮革製品を開発し、パリとミラノで発表。5社が「神戸レザー協同組合」を設立した。



II 県内就業者の確保と多様な働き方の推進

1 若者の県内就職・定着への支援

【背景・現状】

- (1) 近年、本県では転出者が転入者を上回る社会減の状況が続いており、年間で6,000～7,000人が転出し（図表1）、特に、20歳代については転出数が拡大している。（図表2）
- (2) 県内大学卒業生の県内就職率は30%を下回る水準で推移している。（図表3）一方で、現在県内大学に通う学生の約半数は地元就職を希望している。（図表4）
- (3) 新規大卒就職者の3割以上が3年目までに離職しており（図表5）、本県における進学時・就職時の転出状況を踏まえると、首都圏等に第二新卒等Uターン候補者が一定数存在するものと考えられる。

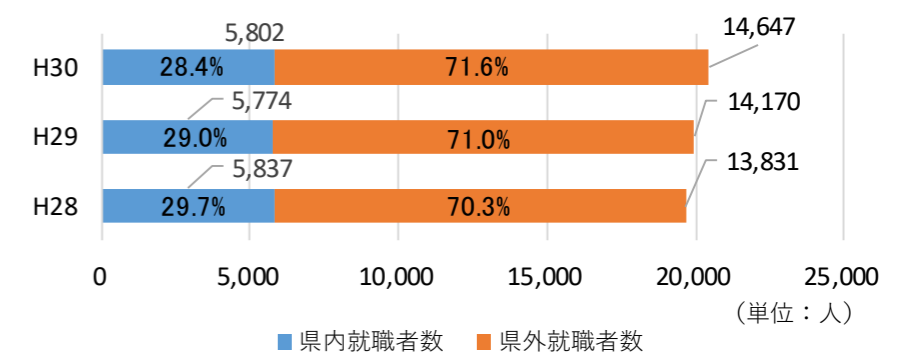
今後の施策展開の検討方向

- [1] 首都圏をはじめ県外在住の第二新卒者やUJIターン希望者の県内就職を促進するため、民間求人サイトを活用し、兵庫の企業情報を一括して発信
- [2] 学生の進路選択に強い影響力を持つ保護者や教員への企業情報の発信を強化
- [3] 職業意識が本格的に芽生える前の高校2年生全員へ地元企業情報を提供
- [4] 県内企業へのインターンシップ（短期職業体験）を促進

【第1回会議などでのご意見】

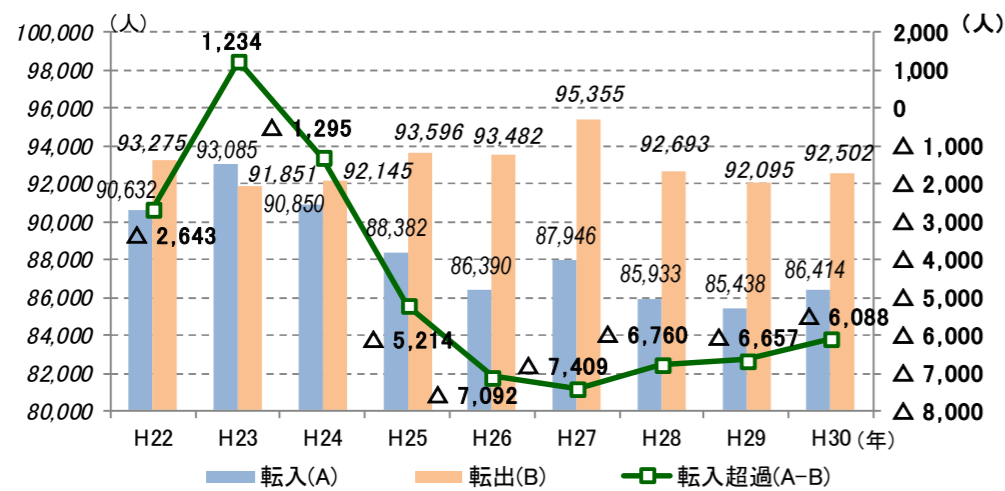
- ①中小企業への就職を阻害している要因として、どこで情報を入手して良いか分からないという声があり、就職活動前の学生に地元優良企業の情報を提供する取組が必要。
- ②卒業後就職する人数が多い工業高校や高専の学生もターゲットとするべきではないか。
- ③新卒者は単身時代に移動しており、3年で約3割が離職する傾向も適職探しという側面から今後も継続すると思われる。その後の30代前半までのタイミングでの移動が、人材確保のために重要。
- ④UJIターンについて、ウェブターゲット広告を使って奏功している自治体もあり、やはりITを活用した取組が有効ではないか。

図表3【県内大学卒業生の就職先】



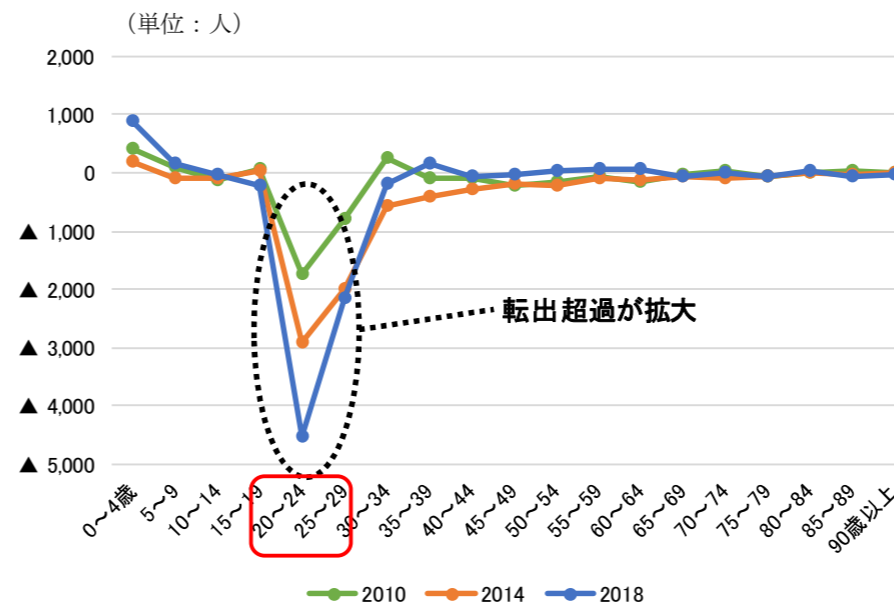
(資料：県大学課調べ)

図表1【人口転出入の推移(兵庫県)】



(資料：総務省「住民基本台帳人口移動調査」)

図表2【年齢別の転出入の推移(兵庫県)】



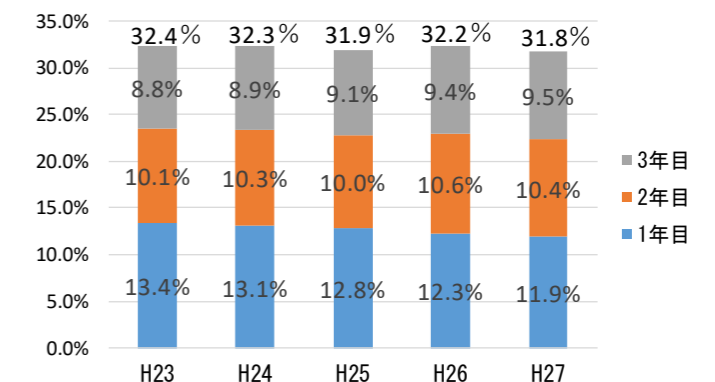
(資料：総務省「住民基本台帳人口移動調査」)

図表4【大学卒業生の地元就職意識】

	地元就職希望	うち県内大学に通う者	うち県外大学に通う者
兵庫県	38.9%	50.2%	27.3%
全国	49.8%	69.4%	33.4%

(資料：(株)マイナビ「Uターン・地元就職に関する調査」)

図表5【新規大卒就職者の離職状況】



(資料：厚生労働省「新規学卒就職者の離職状況」)

Ⅱ 県内就業者の確保と多様な働き方の推進

2 多様な就労を支援する仕組みの構築

【背景・現状】

[高齢者・女性・障害者]

- (1) 本県の65歳以上高齢者の有業率は、32.7%で全国ワースト2位である一方で、就業していない高齢者の就業希望率は14.0%で全国18位と、中位にある。(図表1)
- (2) 本県の女性の有業率は47.6%で、有業者は5年間で約10万人増加し、いわゆるM字カーブについても緩やかになっているが、依然として全国平均を下回っている。(図表2)
- (3) 県内企業の障害者雇用率は着実に増加し、2.11%と全国平均を上回るが、法定雇用率2.2%には達していない。(図表3)

[就職氷河期世代・ひきこもり]

- (5) 本県における就職氷河期世代(35～45歳)の人口は約78万人。
 全国の同世代は1,689万人で、このうち「正規雇用を希望しながら現在は非正規雇用である者」は約50万人(約3%)、「無業者(非労働力人口のうち、家事も通学もしていない者)」は約40万人(約2%)。
- (6) ひきこもりの状態にある人は全国で115.4万人、県内では人口比で5.1万人と推計され、本県の非労働力人口の約2.5%を占める。

【第1回会議などでのご意見】

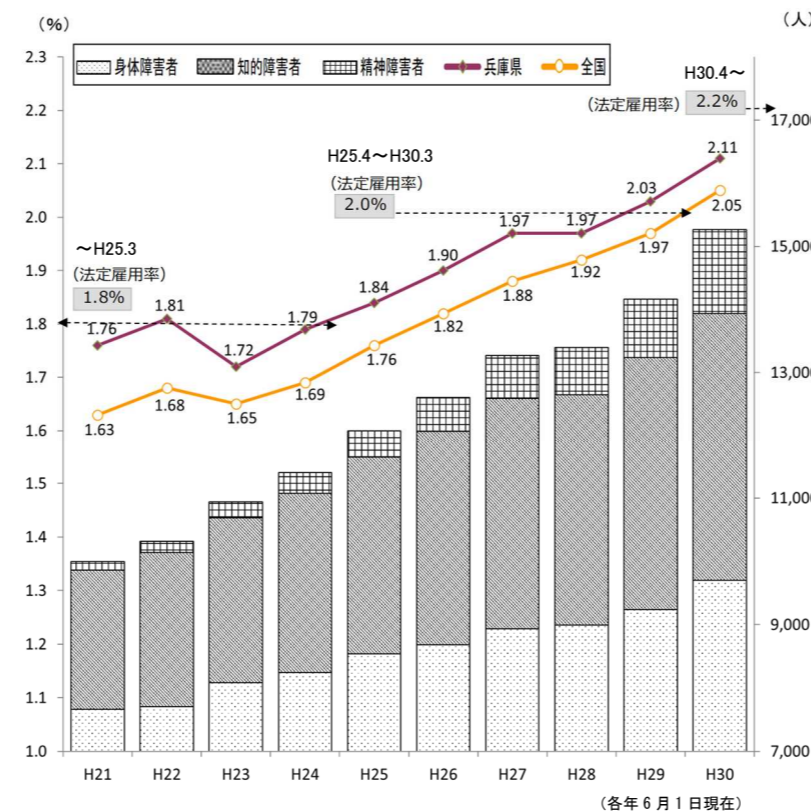
- ① 深刻な労働力不足の中、女性はもちろんのこと LGBT など多様なグループの参画が必要。兵庫県が LGBT への理解増進、差別解消に積極的に取り組めば、多様な主体の活躍を推進することができる。

図表1【高齢者(65～74歳)の有業率・就業希望率】

都道府県	有業率 (%)	都道府県	就業希望率 (%)
1 長野県	47.0	1 山梨県	16.9
2 山梨県	46.6	2 長野県	16.3
3 福井県	45.0	3 東京都	15.9
4 岐阜県	43.5	4 鹿児島県	15.8
5 山形県	42.5	5 沖縄県	15.7
43 北海道	34.7	18 兵庫県	14.0
44 大阪府	34.1	45 岐阜県	11.4
45 沖縄県	33.2	46 香川県	11.3
46 兵庫県	32.7	47 岡山県	10.8
47 奈良県	31.8		
全国	38.3	全国	13.8

(資料：総務省「就業構造基本調査」)

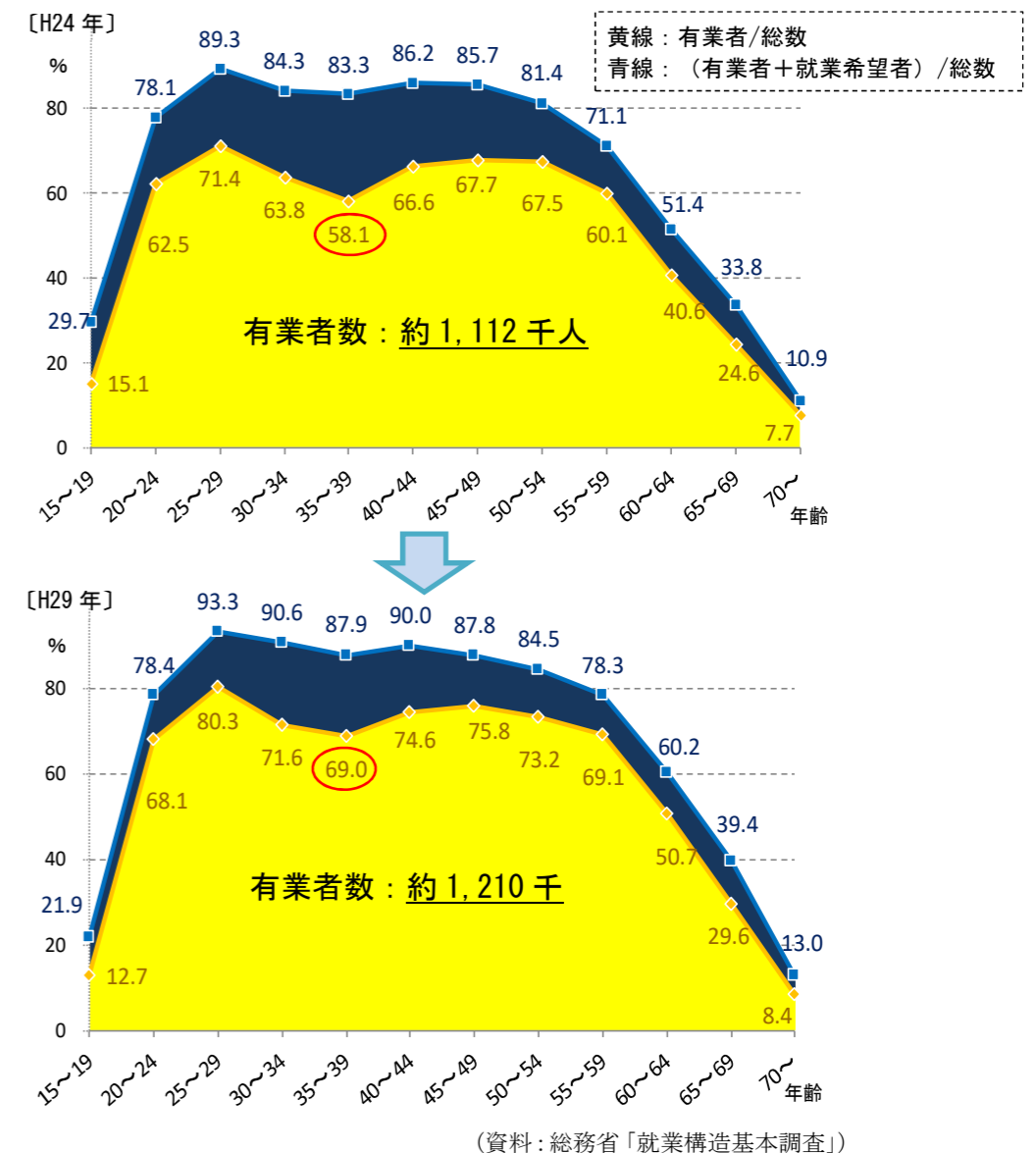
図表3【県内の障害者雇用者数・率の推移】



今後の施策展開の検討方向

- [1] 短時間勤務を希望する高齢者や女性の就労を促進するため、相談やマッチングの場を創出
- [2] 障害者の就職・定着を促進するため、障害者に対する就職前後の支援と合わせて、企業の受入れ環境づくりを促進
- [3] 就職氷河期世代の希望する就職に向け、不安定就労者に対する転職相談や職業訓練の場を創出
- [4] ひきこもり者など無業者の社会参加を促すため、保健福祉機関とともに、就労前後にわたりきめ細かく支援
- [5] 多様な主体が活躍できるよう、ダイバーシティ(多様性)に配慮した職場環境づくりに向けた普及啓発を推進

図表2【県内の女性有業率と就業希望者】



(資料：総務省「就業構造基本調査」)

Ⅱ 県内就業者の確保と多様な働き方の推進

3 多様な働き方の推進

【背景・現状】

- (1) 国内において、テレワークは約4分の1の企業が導入し、増加傾向。(図表1) 労働生産性向上を目的としてテレワークを導入した企業の約8割がその効果を認識。(図表2)
- (2) 兼業・副業を推進・容認している企業は増加傾向にあるが、18.0%と割合は低い。(図表3) 副業容認の障壁として「本業が疎かになる」「情報漏洩のリスク」などが挙げられる。(図表4)
- (3) インターネットの普及に伴って世界的に拡大するギグエコノミー(図表5)が、国内においても多様な働き方の選択肢となることが見込まれる。

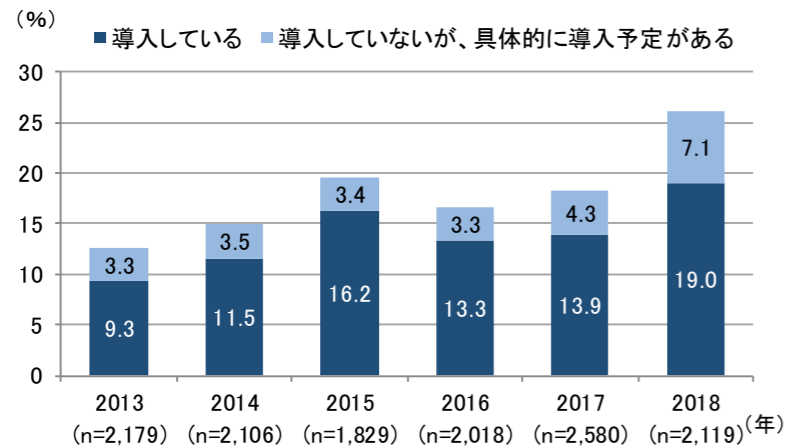
今後の施策展開の検討方向

- [1] ひょうご仕事と生活センター(神戸市、姫路市、尼崎市)を拠点に、企業のワーク・ライフ・バランスを推進
- [2] テレワークをはじめライフスタイルに応じた多様な勤務形態の企業への導入拡大
- [3] 副業やギグエコノミーなど新しい働き方に対する企業の理解促進

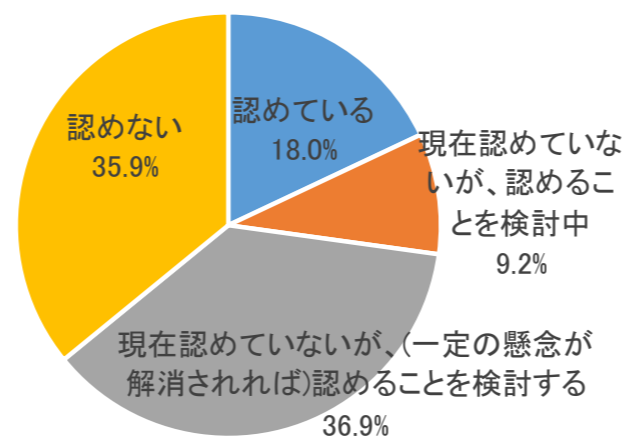
[第1回会議などでのご意見]

- ①ワーク・ライフ・バランスの推進(図表6)は、社会保障的・労働者福祉的な側面と、経済効率的な側面の両面から、今後も一層求められる。

図表1【企業におけるテレワーク導入率】



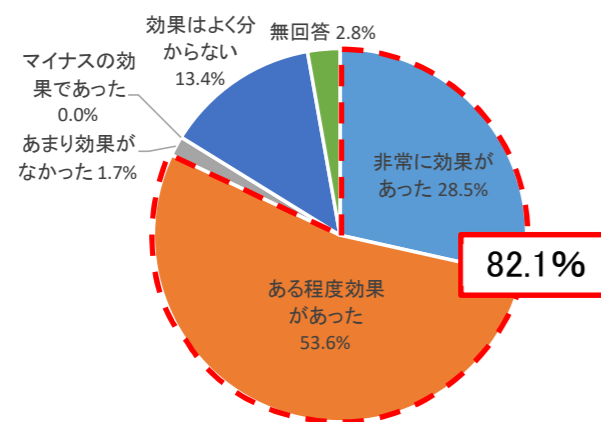
図表3【副業に対する企業の意識】



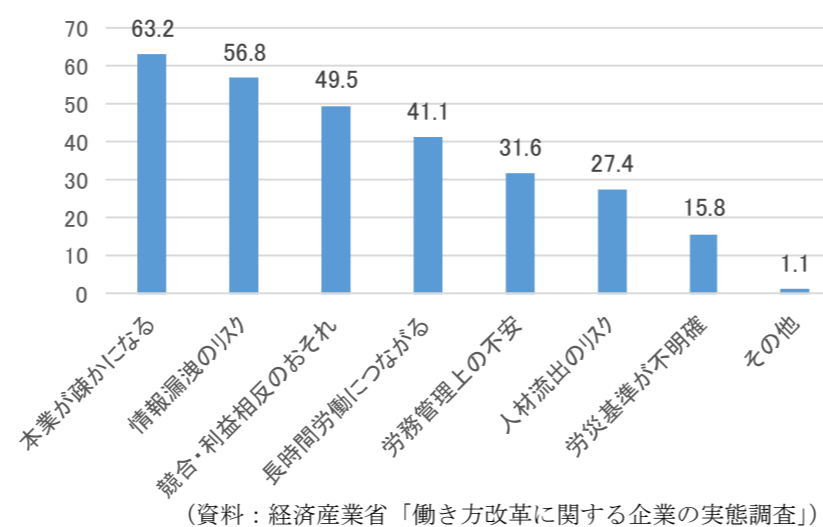
図表5【新しい働き方・経済構造「ギグエコノミー」】

企業等の組織に所属するのではなく、フリーランスの立場で、インターネットを利用してその都度単発または短期の仕事を受注するという働き方や、これらによって成り立つ経済の仕組み

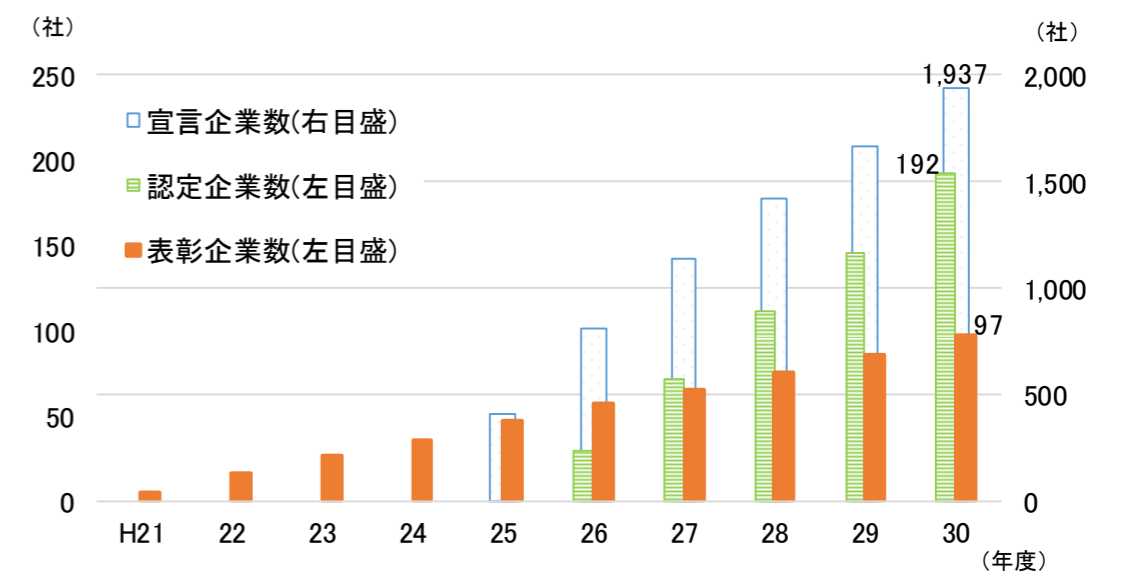
図表2【労働生産性向上目的でテレワークを導入した企業による効果の認識】



図表4【企業における副業容認の障壁】



図表6【ワーク・ライフ・バランスの推進状況(企業数累計)】



Ⅲ 地域国際化の推進と観光の振興

1 外国人労働者の受入拡大と外国人県民の生活環境の充実

【背景・現状】

- (1) 県内の外国人労働者は約3.5万人に増加。(図表1) 国籍別ではベトナムが約4割を占める。(図表2)
- (2) 新たな在留資格「特定技能」による、本県の外国人材受入れ人数は推計で年間約3千人。(図表3)
- (3) 企業の多くは外国人受入れにあたっての法制度や環境整備にかかる負担について認識が不十分。
- (4) 県・市町による生活相談やその一部を担う外国人コミュニティでは、外国人県民の増加や多国籍化、広範化により、相談需要に対応できない事例が生じている。
- (5) 外国人向けの医療サービスの需要が高まり、多言語対応の必要性が増している。

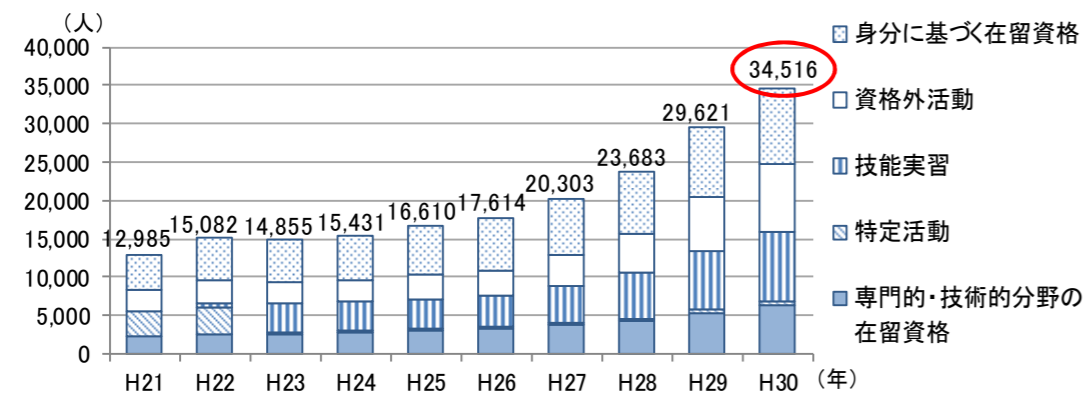
今後の施策展開の検討方向

- [1] 外国人雇用に関するノウハウの提供や外国人受け入れ企業の紹介等、企業と外国人就労者双方への相談対応の充実
- [2] 外国人県民が医療面などにおいて適切なサービスを受けられるよう、必要な場面で円滑な意思疎通ができる環境を整備
- [3] 外国人の増加が顕著な地域において、住民の理解の下、地域ぐるみで生活を支援する仕組みを創出

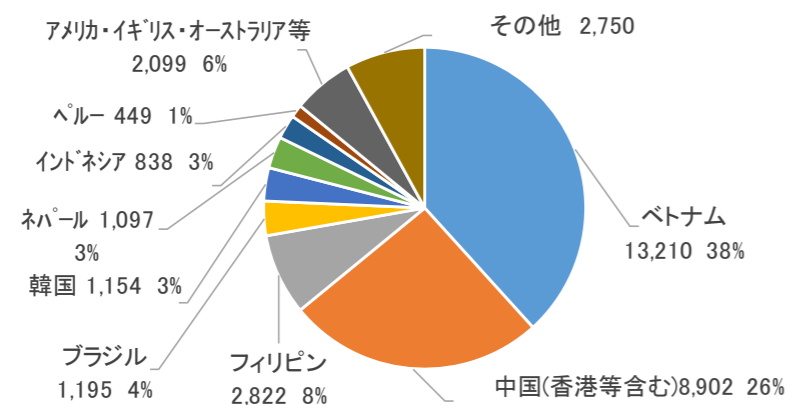
【第1回会議などでのご意見】

- ①外資系企業では、外国人社員の配偶者にとって地域コミュニティの一員になることは大きなハードルであると認識しており、行政の取り組みを期待している。

図表1 【外国人労働者数の推移（兵庫県）】



図表2 【外国人労働者数の国籍別構成比（兵庫県、H30）】

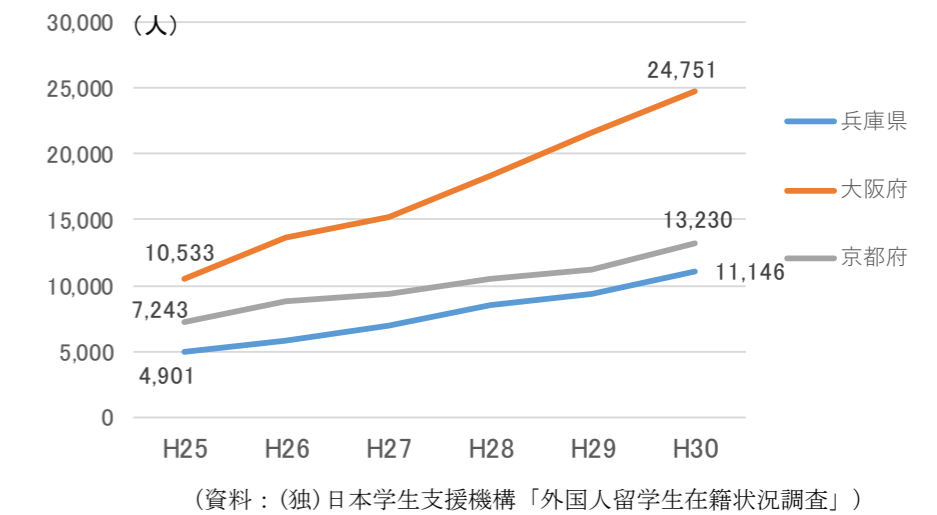


図表3 【新たな在留資格（特定技能1号、2号）による外国人材の受入れ（試算）】

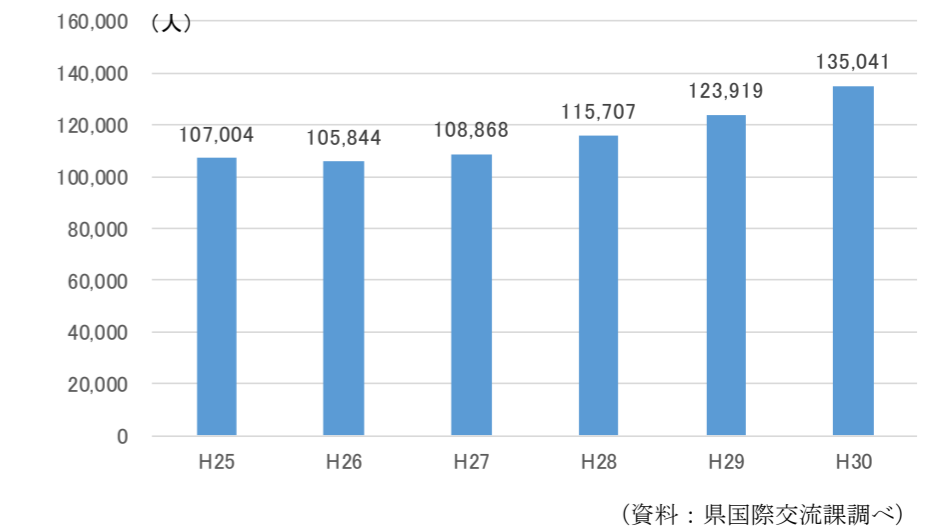
	全国 受入れ人数 (5年間・ 国試算) (A)	本県 受入れ人数 (5年間) (B) A×4.35% (本県人口割合)	本県 受入れ人数 (1年間) B÷5
合計	345,150	15,014	3,003
介護	60,000	2,610	522
ビルクリーニング	37,000	1,610	322
素形材産業	21,500	935	187
産業機械製造業	5,250	228	46
電気・電子情報関連産業	4,700	204	41
建設	40,000	1,740	348
造船・船用工業	13,000	566	113
自動車整備	7,000	305	61
航空	2,200	96	19
宿泊	22,000	957	191
農業	36,500	1,588	318
漁業	9,000	392	78
飲食料品製造業	34,000	1,479	296
外食業	53,000	2,306	461

(単位：人)
(資料：法務省資料を基に県産業労働部作成)

図表4 【都道府県別の外国人留学生】



図表5 【県内中小企業へ就職した外国人留学生数】



Ⅲ 地域国際化の推進と観光の振興

2 滞在型ツーリズムの拡大

【背景・現状】

- (1) 平成30年の本県へのインバウンド（外国人旅行者）は過去最高の187万人を記録。但し、近隣の大阪・京都と比べると大きな開きがあり、奈良との差も拡大。（図表1、2）
- (2) 大阪府・京都府に比べ、インバウンドの宿泊者数は少なく、宿泊施設の稼働率も低い水準。（図表3、4）
- (3) 娯楽サービス費を支出する者の割合が年々上昇し、「コト消費」への関心が高まっている。（図表5）
- (4) 「コト消費」を重視するインバウンドに対応するため、新たな体験型観光の開発が進展。（図表6）。

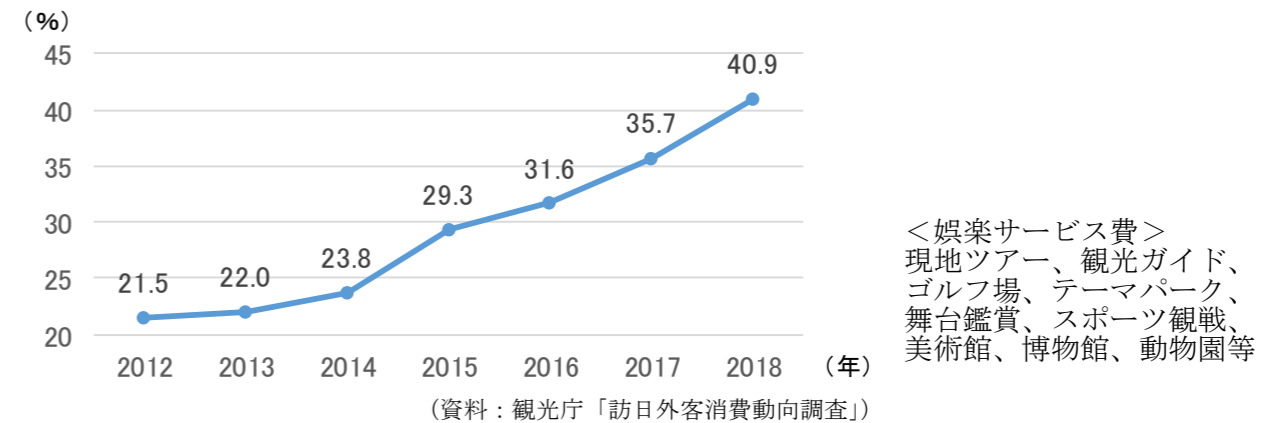
【第1回会議などでのご意見】

- ① 今までの受け身体質から変われず、観光政策を推進する側と現場の事業者等では温度差、意識の差がある。先進事例を学ぶなどマインドを変える必要がある。
- ② 観光は女性の心に響くものを考えなければならないのに、地方の観光の現場には女性の活躍の場が少ない。マネージャークラスになるための学習の機会があればよい
- ③ 観光業界の人材不足対策だけでなく、人材の質の向上にも取り組んでもらいたい。

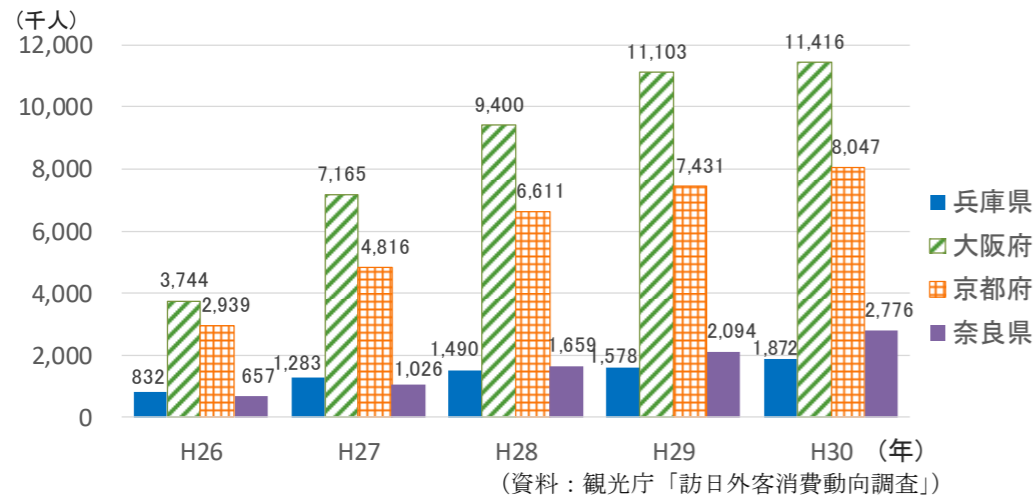
今後の施策展開の検討方向

- [1] インバウンドの動態分析等も踏まえ、地域資源の磨きあげにより体験型の観光地を創出
- [2] 観光客の受入環境向上のため、観光地の利便性向上や繁華街の賑わい創出につながるユニバーサル化、飲食店の活性化を促進
- [3] 観光人材のスキルや接遇の向上に向け、専門人材の育成を支援

図表5 【外国人旅行者のうち娯楽サービス費を支出した者の割合】



図表1 【外国人旅行者数（兵庫県・大阪府・京都府・奈良県）】



図表2 【外国人旅行者数・上位都道府県】

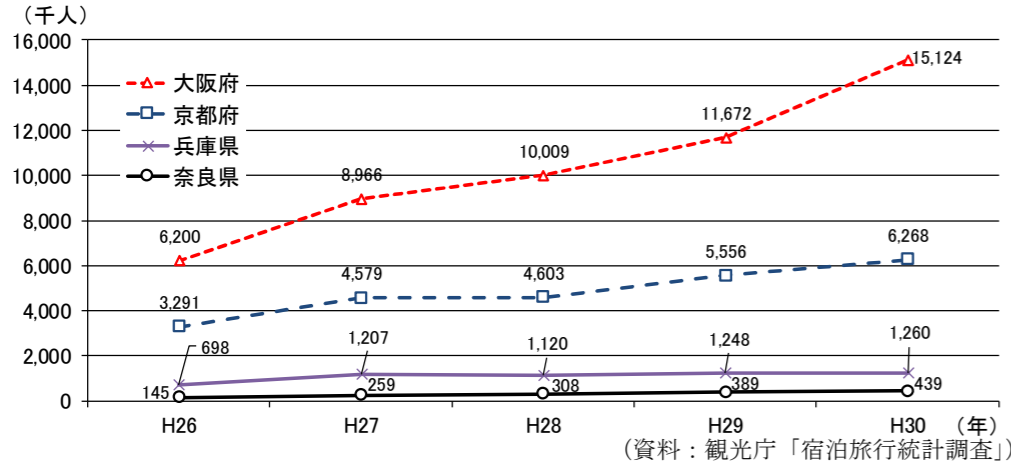
順位	都道府県	2017年 (万人)	2018年 (万人)
1位	東京都	1,325.5	1,422.3
2位	大阪府	1,110.3	1,141.6
3位	千葉県	1,032.9	1,110.4
4位	京都府	743.1	804.7
5位	福岡県	281.2	324.4
6位	愛知県	255.4	277.6
7位	神奈川県	243.9	246.4
8位	北海道	220.9	243.3
9位	奈良県	209.4	233.9
	沖縄県	209.4	212.1
10位	—	—	212.1
11位	兵庫県	157.8	187.2

（資料：日本政府観光局（JNTO）調べ、観光庁「訪日外客消費動向調査」）

図表6 【新たな体験型観光の開発に向けた動き】

サイクルツーリズム	<ul style="list-style-type: none"> 国がナショナルサイクルルート制度創設に向けて検討中 県内では、サイクリングイベント「淡路島ロングライド150（アワイチ）」に2,000名を超える参加者
ゴルフツーリズム	<ul style="list-style-type: none"> ゴルフ場や旅行会社、宿泊施設、神戸観光局、三木市など官民で構成する「神戸・兵庫ゴルフツーリズム協議会」が発足（2018年9月）
トレッキング	<ul style="list-style-type: none"> 大都市に近接し、豊かな自然、昼夜を問わず楽しめる眺望、変化に富んだハイキングコースを備える六甲山を観光資源として活用。「六甲山ビジターセンター」のリニューアル、モデルコースの設定など魅力を発信
フットパス	<ul style="list-style-type: none"> 英国発祥で森林や田園など農村のありのままの風景を楽しむことができる小径「フットパス」を観光振興に活用 県内では但馬、丹波篠山市、宍粟市などが取り組む
ナイトタイムエコノミー	<ul style="list-style-type: none"> 神戸観光局が事業者とともに新コンテンツを開発 ガイドと神戸のローカルな立ち飲み屋・バー等を訪れるツアー「神戸ナイトサーフィン」 専用アプリを使ったライブハウス・バー巡り「生田コレクター」

図表3 【外国人旅行者の延べ宿泊者数（兵庫県・大阪府・京都府・奈良県）】



図表4 【宿泊施設の客室稼働率（H30）】

	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

（資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」）