



ひょうご新観光戦略

(2023-2027年度)

後期重点取組

令和8年1月 兵庫県

1 中間見直しの方向性

目指す姿 (現行戦略R5～R9)

より深く、何度でも訪れたい地、HYOGO
- 訪れた多様な人々の感動を呼び、暮らす人々の幸せへ -

- テロワール旅やフィールドパビリオンコンテンツを基軸に、本物志向の旅を通じ、長期滞在化・高付加価値化、再訪の促進につなげる
- 様々な旅行者と県民が出会い感動を共有することで、県民の地域への誇りや愛着の再認識につなげる
- 地域住民が観光による恩恵を実感できるよう、受入地域のニーズに適合し、経済・文化・環境に配慮した持続可能な観光地づくりを進める
- 兵庫の観光を通じて、地域の持続可能性の確保に貢献し、心身ともに満たされたウェルビーイングの実現を目指す

前期課題

インバウンド宿泊者数・平均泊数の低さ
インバウンド観光消費単価の低さ

- 戦略策定以降、兵庫DC、アワタ-DC、神戸空港国際チャーター便就航、大阪・関西万博と誘客の契機が続いた
- しかし、国内の宿泊者数や観光消費単価は目標の達成が見込まれるが、インバウンドは大阪や京都を中心に各地を巡っており、本県は拠点になりえていない
- インバウンド宿泊者数の伸び率は全国平均以下で、平均泊数も全国下位。また、観光消費単価も全国第43位で、内訳でも宿泊費、娯楽費の単価が全国下位

中間見直しの 考え方

- 課題やWMG・神戸空港国際化・旅行者の嗜好変化などを踏まえ、後期に注力すべき施策の方向性を明示
- オーバーツーリズムに陥らないよう、量と質のバランスを考慮したインバウンド誘客の充実を図るとともに、関西・首都圏を中心とした国内誘客にも継続して取り組む

方向性①

兵庫を拠点とする
新たな広域観光圏の創出

- 神戸空港国際チャーター便就航による新たな人の流れができつつある
- 潮流の変化を契機とし、兵庫を拠点とした、大阪や京都、瀬戸内エリアをテーマに即して周遊する新たな広域観光圏を創出

方向性②

インバウンド拠点からの
プラスワントリップ

- インバウンドの周遊ルートに本県主要観光地を組み込み、プラスワントリップする人の流れを増やす
- 本県主要観光地と体験型コンテンツをつなぎ、県内周遊・長期滞在・宿泊を促進

2 後期2か年で重点的に取り組む施策

兵庫の強みや独自性を活かしたツーリズムの推進

兵庫を拠点とするツーリズムの推進

■ウェルネスツーリズムの推進

- ①神戸ビーフ・日本酒等のテロワール(※)、②温泉等のリトリート(※)、③ゴルフ等のスポーツをテーマとしたツアー造成

テロワール：食や文化体験など、その土地ならではの個性や風土
リトリート：日常から離れ、心と体を癒す場や体験

県内周遊・長期滞在を促進するツーリズムの推進

■ひょうごフィールドパビリオン等の深化

- 着地型・体験型コンテンツ等を活かしたツアー造成・販売

【多様な主体との連携】

- 物産や飲食、二次交通事業者等との多職種連携
- 関西観光本部やせとうちDMO等との広域連携

戦略的な誘客プロモーションの展開

兵庫への認知・興味を高めるプロモーションの展開

【誘客ターゲット】

- 観光資源の価値を見出し、地域の伝統や文化等を尊重する高付加価値インバウンド

■神戸空港就航地を中心とするアジア

- エアラインと連携したファムツアー(※)などによる早期誘客

■欧米豪

- 認知度向上に向けた海外観光レップ機能(※)やOTA(※)の活用

ファムツアー：観光関係者等へ観光地の魅力を伝える視察型招待ツアー

海外観光レップ機能：海外メディアや旅行会社等に対する営業活動や情報発信を代行
OTA：オンラインで旅行商品を予約・販売する旅行会社

観光地域を支える受入環境の整備

サステナブルツーリズムが実現できる兵庫の確立

- サステナブルツーリズムへの機運醸成・宿泊事業者等に対する国際的なサステナブル認証ラベル取得支援

高付加価値化に向けた観光人材の育成

- 多様なニーズに対応する有償ローカル・スルーガイド(※)の育成
- ゴルフツーリズムに精通した人材の養成

スルーガイド：旅の行程全体に同行し案内するガイド

観光DXの推進

■観光産業の生産性向上

- 生成AIの活用や顧客予約管理システムの導入等に向けた機運醸成・エリア単位での導入支援

■旅行者の利便性向上

- 生成AIを活用した観光ルート等を提供するシステムの構築

3 戦略体系の見直し

《現行戦略》

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

- ① 兵庫テロワール旅の深化
- ② ひょうごフィールドパビリオンの展開
- ③ 高付加価値旅行者へ対応した商品の創出
- ④ 旅行者の個性・価値観に対応した“尖った”観光の推進
- ⑤ ものづくりや食の魅力を活かしたブランド化、来訪意欲の増進

(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

- ① 多様な価値観に対応した旅の提案
- ② 観光 DX の促進による新たな旅行スタイルの提案
- ③ SDGs に対応した教育旅行コンテンツの充実
- ④ ワークーションや多様なMICE 需要への対応等ビジネス層の取込

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) 観光地域を支える人材の育成・確保

- ① 観光人材の育成
- ② 観光人材の確保

(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

- ① 公共交通の利用拡大
- ② 新たな移動サービスの活用

(3) ユニバーサルツーリズムの推進

- ① 高齢者、障害者等が円滑に旅行することができる環境の整備
- ② インバウンド対応環境の充実
- ③ 安全安心な滞在の提供

(4) 観光を支える地域資源の保全と活用

- ① 観光振興が地域にもたらす意義に対する県民・事業者の理解浸透
- ② 観光におけるポジティブなふるまいの推奨
- ③ 地域資源の保全・活用

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

- ① 広域連携によるコンテンツ開発・プロモーション

(2) 国内観光の活性化

- ① 兵庫DC を契機とした認知向上とブランド化の推進
- ② ローカルto ローカルの交流促進
- ③ 万博を見据えた旅行商品化・ツアー造成の促進

(3) インバウンド誘客の推進

- ① ターゲット国の設定
- ② ターゲットに応じたアプローチ

《見直し後》

施策1 HYOGOブランドを核とした兵庫観光の振興

(1) サステナブルツーリズムの推進

- ① 兵庫テロワール旅やひょうごフィールドパビリオンの深化
- ② サステナブルツーリズムが実現できる兵庫の確立
- ③ 高付加価値旅行者へ対応した商品の創出
- ④ 旅行者の個性・価値観に対応した“尖った”観光の推進
- ⑤ 物産と観光が連携したブランド化、来訪意欲の増進

(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

- ① 多様な価値観に対応した旅の提案
- ② SDGs に対応した教育旅行コンテンツの充実
- ③ ワークーションや多様なMICE 需要への対応等ビジネス層の取込

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) 観光地域を支える人材の確保・育成

- ① 観光人材の確保
- ② 観光人材の育成

(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

- ① 公共交通の利用拡大
- ② 新たな移動サービスの活用（空飛ぶクルマの社会実装促進など）

(3) ユニバーサルツーリズムの推進

- ① 高齢者、障害者等が円滑に旅行することができる環境の整備
- ② インバウンド対応環境の充実
- ③ 安全安心な滞在の提供

(4) 観光を支える地域資源の保全と再生・活用

- ① 観光振興が地域にもたらす意義に対する県民・事業者の理解浸透
- ② 観光におけるポジティブなふるまいの推奨
- ③ 地域資源の保全・活用

(5) 観光地域を支える観光DXの推進

- ① 観光DXの推進

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

- ① 広域連携によるコンテンツ開発・プロモーション

(2) 国内観光の活性化

- ① 兵庫DC を契機とした認知向上とブランド化の推進
- ② ローカルto ローカルの交流促進

(3) 兵庫の強みや独自性を活かしたインバウンド誘客の推進

- ① テーマに応じたターゲットの設定
- ② 兵庫を拠点としたツーリズムの推進
- ③ 旅行者の意思決定過程に沿ったプロモーション

<参考> 重点業績評価指標（KPI）の現状

観光消費額や延べ宿泊者数（国内）、観光消費単価（国内・宿泊、国内・日帰り）は、全国旅行支援や兵庫DCなど大型キャンペーンも相まって順調に回復しており、概ね目標を達成する見込み

インバウンドの延べ宿泊者数や観光消費単価は、コロナ禍における海外渡航の自粛や各種規制が緩和され、世界的な観光客の回復もあってコロナ前(2019年)の水準は超えているものの、目標達成には更なる取組が必要である

指標	2019	2023	2024	2027
	基準値	戦略1年目	現状値（戦略2年目）	目標値
観光消費額	12,312億円	15,677億円	15,059億円	14,500億円
平均泊数	1.22泊	1.26泊	1.25泊	1.5泊
延べ宿泊者数（国内） a	1,305万人	1,411万人	1,500万人	1,500万人
同上（外国人） b	137万人	102万人	151万人	300万人
外国人宿泊者比率b/（a+b）	(9.5%)	(6.7%)	(9.1%)	(17%)
観光消費単価（国内・宿泊）	54,883円	66,198円	61,545円	64,000円
同上（国内・日帰り）	16,948円	21,858円	17,938円	19,000円
同上（外国人）	29,893円	32,091円	35,207円	60,000円
リピーター率	—	57.6%	56.7%	70%
来訪者満足度	—	62.9%	62.8%	80%
住民満足度	—	63.8%	64.0%	75%
（指標外）観光入込客数	13,651万人	12,232万人	12,529万人	—

2023年はコロナ特需（全国旅行支援※、コロナ自粛の反動）と言えるような特殊事情
 ※全国旅行支援は「旅行者の負担を直接軽減」する補助のため単価への影響が大きい