

# 「ひょうご新観光戦略」後期重点取組概要



## 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、777-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、内訳別でも宿泊費、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ミツアー(※)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

ファミツアー：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

## 〔現状認識〕

令和7年度は、神戸空港の国際チャーター便就航や大阪・関西万博の開催など、兵庫の観光にとってインパクトの大きなイベントが続いた年であった。国内観光客の延べ宿泊者数は単年目標である1,400万人を上回り、外国人観光客は前年比で約130%となるなどこれまでの取組が身を結んだ結果となっている。

一方で、政治情勢の変化や旅行者のニーズの多様化・個別化など兵庫の観光を取り巻く環境は目まぐるしく変化している。また、観光庁のDMOガイドラインが大幅に改正され、より詳細なデータに基づく地域のマーケティングやマネジメント力が求められるなど、ひょうご観光本部の果たすべき役割はより一層重要性を増しており、持続可能な観光地域づくりの司令塔としての強いリーダーシップの発揮が求められる。

そのような中、令和7年度は兵庫県と共有している「ひょうご新観光戦略」(2023～2027年)の中間年であったことから、これまでの取組の検証や兵庫の観光の課題等を踏まえ、後期2カ年の施策の方向性を見直したところである。

令和8年度は、以下の事業実施方針に基づき、地域のステークホルダーと良好な関係性を構築して着実に事業を進めるとともに、PDCAサイクルの確立による効果的かつニーズに即した柔軟な対応を図ることで、持続可能な観光地域づくりを推進する。

## 〔事業実施方針〕

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・首都圏中心の国内誘客にも継続して取り組み、兵庫を中心とする新たな広域観光圏の創出やインバウンド周遊ルートからのプラスワントリップを促進する。

## 1 兵庫の強みや独自性を活かしたツーリズムの推進

食やリトリート、スポーツなど兵庫の特色を活かしたウェルネスツーリズムを推進するとともに、兵庫テロワール旅やひょうごフィールドパビリオンなど着地型・体験型コンテンツを充実させ、県内周遊・滞在の促進を図る。

また、物産や飲食、二次交通事業者など様々な業種・分野の関係者を巻き込むとともに、市町、観光協会、関係DMOなど多様な主体と連携し、地域内の周遊を加速化させる。

## 2 戦略的な誘客プロモーションの展開

インバウンド向けには、観光資源の価値を見出し、地域の伝統や文化を尊重する高付加価値層を誘客ターゲットに設定し、ファムツアー等による早期誘客や観光レップ機能の活用など兵庫への認知、興味を高めるプロモーションを展開する。

国内向けには、兵庫への誘客効果が期待できる首都圏からの誘客を促進するなど、安定的な観光需要を確保する。

## 3 観光地域を支える受入環境の整備

世界的なトレンドであるサステナブルツーリズムの機運醸成・理解促進を進め、世界に選ばれる観光地づくりをめざすとともに、多様なニーズに対応できるガイド人材の育成や、観光DXの推進による生産性向上、年齢や障害を気にすることなく旅行できるユニバーサルツーリズムのさらなる普及など、受入環境を整備し、訪問者も受入地域も観光による利益を享受できる流れを構築する。

**I 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**

兵庫が世界から選ばれる観光地となるよう、SDGsを体現する地域の活動現場へと誘客する兵庫テロワール旅をさらに深化させるとともに、観光地や宿泊事業者、観光客のサステナブルな取組を促進し、持続可能な観光の実現をめざす。

**(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 (27,726千円)****① 体験コンテンツの造成・磨き上げ**

- ・新たな観光コンテンツや既存コンテンツの中から、「兵庫テロワール旅」の中核をなすコンテンツをさらに磨き上げ
- ・選定コンテンツについて、ルーツや背景を伝えるシナリオの作成など、専門家によるコンサルティングや意見交換を実施

**② 販売促進・誘客プロモーション**

各種情報媒体を活用し、販売・誘客につながる情報を発信する。

<主な取組>

- ・コンテンツの素材集制作
- ・造成コンテンツのOTAへの掲載や首都圏での観光イベントへの出展などのプロモーションを展開
- ・SNS等を活用したコンテンツの魅力発信
- ・旅行会社や海外エージェントを対象にしたオンラインセミナーの開催

**③ 県内主要観光地魅力度調査の実施 (320千円)**

県内を訪れた国内旅行者の訪問動機、訪問先、訪問回数等の概要及び満足度、リピート率等の観光地魅力度を把握

※R7から質問項目にNPS（ネット・プロモーター・スコア）を追加

**(2) サステナブルツーリズムが実現できる兵庫の確立 (3,150千円)**

サステナブルツーリズムの機運を醸成し、インバウンド富裕層を含む誘客促進と兵庫の観光の資質向上を図るため、県内事業者を対象に、国際認証制度の世界的な位置づけや基本的な理解、取得によるメリット、各認証の特徴などの理解を深めるセミナーや国際認証取得に向けた相談会を開催する。

**(3) 旅行者の個性・価値観に対応した“尖った”観光の推進**

旅行者の個性・価値観に対応した自分らしい旅が実現できる“尖った”観光を推進するとともに、各地域の魅力の活用・組合せを行い、テーマ性を持つツーリズムの創出・普及を図る。

<主な取組>

- ・ウェルネスツーリズム
- ・ロケツーリズム など

## Ⅱ 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

人手不足が深刻化する観光産業における人材の確保・育成に取り組むとともに、学生等に観光施策を検討する機会を提供し、将来的に観光業で働くことの意識を醸成する。

#### (1) 観光人材の確保

##### ① 旅館・宿泊業の人材確保、魅力発信・体験（7,582千円）

就職説明会やホテル・旅館での1日就業体験等を通じ、旅館・宿泊業で働くことのイメージアップや就労意欲を喚起する。

<主な取組>

- ・外国人留学生向けの交流会の開催、合同就職説明会の開催
- ・調理業務向け1日就業体験の実施
- ・人材確保・育成に関する事業者向けセミナーの開催

##### ② 人材確保に向けた自主的な取組の支援（1,500千円）

人手不足の解消に向け、観光協会等が行う人材確保に向けた地域の取組を支援する。

対象事業者：県内の観光協会、旅館組合 等

対象事業：観光産業の人材確保、育成・定着等を目的とする地域の主体的な取組（就職説明会への参加、経営者・従業員向け研修会の開催 等）

補助率等：補助率1/2、補助上限額500千円

##### ③ 県内大学の学生による観光施策への提言発表会の開催（750千円）

県内の大学と連携し、学生向けに兵庫の観光に関する講義を行うとともに、課題解決に向けた施策提案発表会を開催し、観光業界で働くことへの興味・関心を喚起する。

##### ④ 芸術文化観光専門職大学との連携（1,000千円）

観光専科を有する芸術文化観光専門職大学と連携し、実習生の受入や、高校生等向けの観光セミナーを開催する。

#### (2) 観光人材の育成

##### [新] ① ゴルフ人材の養成（1,500千円）

訪日ゴルファーを対象に、マナー指導や搭乗員としての役割を行うなどゴルフツーリズムをトータルコーディネートできる人材を養成する。

##### [新] ② スルーガイドの育成（5,000千円）

高付加価値旅行者層をターゲットに旅行商品の付加価値や満足度、消費額を向上させる優良なガイド人材を育成する。

### 2 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（8,368千円）

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するため、受入体制の強化や意識醸成等の充実を図る。

<主な取組>

- ・観光現場スタッフ向けおもてなし研修の開催
- ・ネットワークの構築・拡大に向けた推進連絡会の開催
- ・障害種別ごとのモニターツアーの開催
- ・情報発信の充実

### [新] 3 観光地域を支える観光DXの推進 (5,000千円)

宿泊施設の作業効率化による人手不足への対応やマーケティング戦略の策定に向け、観光産業の生産性向上や高度化につながる観光DXを推進する。

<主な取組>

- ・観光DX導入の効果や成功事例を発信するセミナーの開催
- ・エリア単位での観光DXの導入支援

## Ⅲ 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

「関西」、「せとうち」など様々な広域観光圏に属している兵庫の特性を踏まえ、これらの知名度を活かした誘客活動を促進する。

#### (1) 広域連携によるコンテンツ開発・プロモーション

##### ① 自治体との連携 (6,000千円)

県内自治体や香川県等と連携し、インバウンド及び国内富裕層のターゲット市場に向けたプロモーションを実施する。

##### ② 日本観光振興協会関西事務局への参画 (1,700千円)

関西府県の連携による都市圏でのプロモーションや海外向けSNS発信等を実施する。

##### ③ 北近畿広域観光連盟への参画 (1,550千円)

但馬・丹波地域と京都府北西部の関係機関、交通事業者等と連携した観光プロモーションを実施する。

### 2 国内観光の活性化

国内旅行者の割合が大きい兵庫の特性を踏まえ、首都圏からの誘客を図るとともに、従前から兵庫の観光を支えてきた近隣府県からの来訪者の再訪意向を高める取組を進める。

#### (1) 兵庫DCを契機とした認知向上とブランド化の推進

##### ① 観光WEBサイト「兵庫観光navi」の充実強化 (8,000千円)

観光客ニーズの把握及びニーズに沿った観光情報を効果的に発信するため、利便性の高い機能を有する情報プラットフォームとしてR8.2に新たに開設した「兵庫観光navi」により、情報ニーズに的確かつ柔軟に対応する。

<主な取組>

- ・兵庫テロワール旅の認知度向上、モデルルートの提案
- ・情報ニーズ及びデータ分析を踏まえた特集記事の制作・配信
- ・市町や民間事業者等が行うイベント情報の配信
- ・WEB・SNS広告の充実
- ・SEO対策の強化

##### ② 観光土産品の審査・推奨 (1,000千円)

兵庫県指定観光名産品協会と連携して観光土産品公正競争規約に基づく審査を実施し、基準を満たす土産品を推奨することにより、質の高い土産品をPRする。

### 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

2027年のワールドマスターズゲームズ2027関西や2030年頃の神戸空港国際定期便就航などの好機を踏まえ、兵庫ならではのツーリズムを造成し、テーマに応じたターゲット国・ターゲット層への誘客を推進する。

誘客にあたっては、旅行者の意思決定過程に沿った戦略的かつ柔軟なプロモーションを展開する。

#### (1) 兵庫を拠点としたツーリズムの推進

##### ① 神戸空港国際化を契機とした誘客強化（18,700千円）

神戸空港国際チャーター便就航を契機にインバウンドの県内周遊を促進するため、兵庫の強みを活かしたツーリズムを推進するとともに、就航地と連携したプロモーションを展開する。

<主な取組>

- ・ターゲット国での旅行博やセールスなど現地プロモーションの実施
- ・旅行事業者やメディア等を招聘したファムツアーの開催

##### ② 外国人観光客の受入体制整備（8,162千円）

訪日外国人旅行者や訪日教育旅行等の需要に対応するため、国内外の旅行会社へのPRやアテンド等を行う人材を配置する。

#### (2) 旅行者の意思決定過程に沿ったプロモーション

##### ① 観光レップの活用（19,906千円）

兵庫の認知度向上を図るため、海外の観光レップ機能を活用して現地メディア、ライターへのセールスやファムツアーを実施し、パブリシティによる記事掲載を促進する。

<主な取組>

- ・中長期的な視点でのインバウンド向けメディア戦略の策定
- ・メディアとのコネクションの創出
- ・記事掲載の意向が高まったメディア向けのファムツアーの実施
- ・現地メディアでの記事露出

##### ② インバウンド誘客を促進する海外プロモーションの展開（40,000千円）

インバウンド誘客促進に向け、対象国・地域ごとのマーケットニーズを的確に捉えた上で、効果的なプロモーションを迅速かつ機動的に実施する。

<主な取組>

- ・魅力あるコンテンツを活用したファムツアーの実施
- ・商談会への参加
- ・インバウンド向けオウンドメディアを活用したPR 等

③ デジタルマーケティングによるインバウンド誘客の促進(103,000千円) ※R8.2月補正

神戸空港の国際化やワールドマスターズゲームズ2027関西の開催により増加が見込まれる外国人観光客を兵庫に誘客するため、海外OTAやSNS等を活用し、切れ目のないプロモーションを実施する。インバウンド宿泊者の増加を目的とし、過去2年の実績も踏まえた効果検証を継続して、ターゲティングや予算配分等、効果的なプロモーションを実施する。

<主な取組>

- ・海外OTAを活用したプロモーション（特集ページへの広告）
- ・WEB・SNS広告による認知拡大・及びOTA・県公式観光サイトへの誘導
- ・海外旅行会社へのマーケティング 等

めざす姿 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-

I HYOGOブランドを核とした兵庫観光の振興

サステナブルツーリズムの推進

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

サステナブルツーリズムが実現できる  
兵庫の確立

旅行者の個性・価値観に対応した  
”尖った”観光の推進

II 観光を通じて地域が好循環する  
エコシステムの構築

観光地域を支える人材の確保・育成

観光人材の確保

観光人材の育成

ユニバーサルツーリズムの推進

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

観光地域を支える観光DXの推進

観光DXの推進

III 誘客契機を捉えた戦略的プロモーション  
の展開

広域圏の活用と圏域内プレゼンスの発揮

広域連携によるコンテンツ開発・  
プロモーション

国内観光の活性化

兵庫DCを契機とした認知向上とブランド化  
の推進

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

兵庫を拠点としたツーリズムの推進

旅行者の意思決定過程に沿ったプロモーション

KGI

経済波及効果、旅行消費額

KPI

※各KPIはひょうご新観光戦略と観光庁DMOガイドラインを基に設定

平均泊数	延べ宿泊者数	外国人宿泊者比率	消費単価	リピーター率	来訪者満足度	住民満足度	平準化率
	○	○		○	○		

	○			○	○	○	○
--	---	--	--	---	---	---	---

			○		○	○	
--	--	--	---	--	---	---	--

平均泊数	延べ宿泊者数	外国人宿泊者比率	消費単価	リピーター率	来訪者満足度	住民満足度	平準化率
	○				○	○	

	○		○		○		
--	---	--	---	--	---	--	--

平均泊数	延べ宿泊者数	外国人宿泊者比率	消費単価	リピーター率	来訪者満足度	住民満足度	平準化率
				○	○		

平均泊数	延べ宿泊者数	外国人宿泊者比率	消費単価	リピーター率	来訪者満足度	住民満足度	平準化率
	○			○	○		

平均泊数	延べ宿泊者数	外国人宿泊者比率	消費単価	リピーター率	来訪者満足度	住民満足度	平準化率
○	○	○	○	○	○		

平均泊数	延べ宿泊者数	外国人宿泊者比率	消費単価	リピーター率	来訪者満足度	住民満足度	平準化率
	○		○	○	○		

平均泊数	延べ宿泊者数	外国人宿泊者比率	消費単価	リピーター率	来訪者満足度	住民満足度	平準化率
○	○	○	○	○	○		

○	○	○	○	○	○		
3	9	4	6	8	11	3	1