

「兵庫デスティネーションキャンペーン」を成功に導くために

－ 提 言 －

令和3年12月17日

兵庫デスティネーションキャンペーン

アドバイザー・ボード

「兵庫デスティネーションキャンペーン」を成功に導くために

2023年夏に実施される「兵庫デスティネーションキャンペーン」(以下DC)は、新型コロナウイルス感染症との戦いが長期化する中で、深刻な影響を受けた兵庫の観光の再生、さらには飛躍を図る絶好の機会である。

今回のDCは「テロワール旅」がテーマである。五国からなる多様な県土を旅する人に、兵庫が世界に誇る食を味わっていただくとともに、それを育んできた自然、歴史、文化、産業や担い手と組み合わせたストーリーとして体験する機会を提供する。このことで、DCは短期的な誘客手段にとどまることなく、キャンペーン終了後も長きにわたって兵庫のブランド力の強化やリピーターの増加、観光の持続可能性の確保につながり、住民が誇りをもって住み続けたいと願う豊かな地域社会の実現にも寄与する。

こうした思いから、兵庫DCアドバイザー・ボード会議では、DCの実施方針について「食」「観光」「広報」の視点から議論を積み重ねてきた。検討結果を踏まえ、以下の点について関係者が十分に配慮し、キャンペーンを展開されるよう提言する。自治体、DMO、観光協会、事業者等におかれては、JRグループと一体となってDC関連事業を推進し、成功に導かれることを期待する。

1 「テロワール旅」を核とした兵庫観光のブランド力向上

- (1) DCの目的を、新たな「ひょうごブランド」の確立とし、各地の魅力の発掘と磨き上げを通じて兵庫観光の付加価値を高め、地域をつなぎ、活力向上を目指すこと。
- (2) 旅行商品化に向けたコンテンツ造成にあたっては、地域に根差した「食」や「文化」を活用し、その背景にある「ルーツ」(風土、気候、人々の生活)とともに兵庫らしさを伝えること。
- (3) 一流の「食」や「文化」を生み出す「人」(生産者、料理人、職人)にも着目し、そのこだわりや技術の伝承なども感じられる工夫をすること。
- (4) 県民のみなさんにも「テロワール旅」の本質の理解につながるインナーブランディングを行い、地元の魅力の再認識や愛着の醸成を図ること。

2 SDGsをふまえた新しい旅スタイルの提案

- (1) 一過性のブームの創出ではなく、地域内に適切な経済が循環し、環境配慮型の地域資源を活かした持続可能な観光地づくりを目指す「量」から「質」の観光を推進すること。
- (2) 持続可能性(SDGs)を意識した旅スタイルの提案により、国内外の旅行者にとっての兵庫への旅行の価値を高めるとともに、社会課題解決への貢献なども実感できるようなしくみを取り入れること。

- (3) 公共交通機関の利用の呼びかけや利便性の高い二次交通手段の情報提供などエコモビリティの推進により、環境負荷の低減を目指すこと。

3 効果の高いプロモーションの展開

- (1) コロナ禍を経て顕在化したライフスタイルや旅への期待の変化を捉え、今後のキー・オピニオン・リーダー(KOL)となり得るターゲットを設定するとともに、広く一般の人へも効果が波及する広報戦略を選択すること。
- (2) 本DCのコンセプトを明確に伝え、訪問者に感動を超えた知的興奮などの体験が待っていることを想起させるため、DCのキャッチコピーを

『私の感動、その先へ。
兵庫テロワール旅』

とすること。

- (3) キャッチコピーを象徴するロゴを下記のとおりとすること。



兵庫デスティネーションキャンペーン全県推進協議会会長
兵 庫 県 知 事

齋 藤 元 彦 様

令和3年12月17日

兵庫デスティネーションキャンペーンアドバイザー・ボード
座 長 古 田 菜 穂 子