

じゃらんnetを活用した

「兵庫テロワールド旅」企画説明会

兵庫デスティネーションキャンペーン 『兵庫テロワールド旅』の取組概要

公益社団法人ひょうご観光本部

次長兼企画開発課長 山根 隆二郎

2022.4.21

■ JRデスティネーションキャンペーン（DC）とは

- ① JRグループ6社と地域が一体となって実施する**全国規模の観光キャンペーン**
- ② 春・夏・秋・冬毎に**対象エリアを選定**し、集中的に誘客を展開
- ③ 兵庫県は2009年4～6月の「あいたい兵庫キャンペーン」以来、14年ぶり
2度目の開催



	春(4-6月)	夏(7-9月)	秋(10-12月)	冬(1-3月)
2019	静岡	熊本	新潟・庄内	京都
2020	群馬	—	せとうち広島	
2021【東京オリパラ】	南東北	北東北	四国	
2022【九州新幹線延伸】	—	岡山	佐賀・長崎	
2023	調整中	兵庫	茨城	
2024【北陸新幹線延伸】	北陸新幹線延伸関連で調整中			
2025【大阪・関西万博】	大阪・関西万博関連で調整中			

兵庫DCの概要（テーマ及び方針）

期間

2023年7月1日（土）～9月30日（土）：JR全国6社と実施

※2022年7～9月にプレキャンペーン（JR西日本と実施）

実施主体

兵庫デスティネーションキャンペーン推進協議会

（県、市町、観光関係団体、JR西日本等39団体）

方針

「量」から「質」の観光へ



「量」から「質」へのポイント

観光入込数の増

↓
顧客単価のアップ

日帰り・短期周遊型観光

↓
宿泊・滞在型観光に重点

団体・大規模旅行

↓
FIT、SITに重点

地域外への財の流出

↓
地域内での財の循環

新規・一元客の獲得

↓
顧客の定着（顧客満足度向上、リピート客確保）

短期・一時的な流行・集客

↓
長期視点・持続可能な観光地づくり

兵庫DCによって何を目指すのか

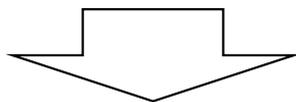
1 新たな『兵庫ブランド』の確立

- ・全国における旅行先としての兵庫の認知度向上
- ・ウィズ／ポストコロナにおける新しい旅スタイルを兵庫から発信



DC期間中の訪問数、商談会の参加人数などの瞬間風速的な数値を最終的なゴールにするのではなく、

今後10年通用する兵庫ブランドを確立する。



《ひょうご観光本部の存在意義／理念として》

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を目指す。

2 県内各地の魅力を掘り起こし

各地域のそこにしかない魅力ある地域資源の発掘と、観光コンテンツとしての磨き上げ



ターゲットペルソナの設定

<属性>

所得：中間層以上

居住地域：特に首都圏（名古屋・広島・福岡経済圏）

職業：ナレッジワーカー/専門職、主婦・主夫

パートナー：お互いの生活や趣味を尊重する関係

<性格>

知的好奇心旺盛、直感的、積極的、人生を楽しみたい

自分らしさが大切、価値は自分で判断したい

自分が価値があると思ったものにはお金をかける

他人とは互いの価値観を尊重する

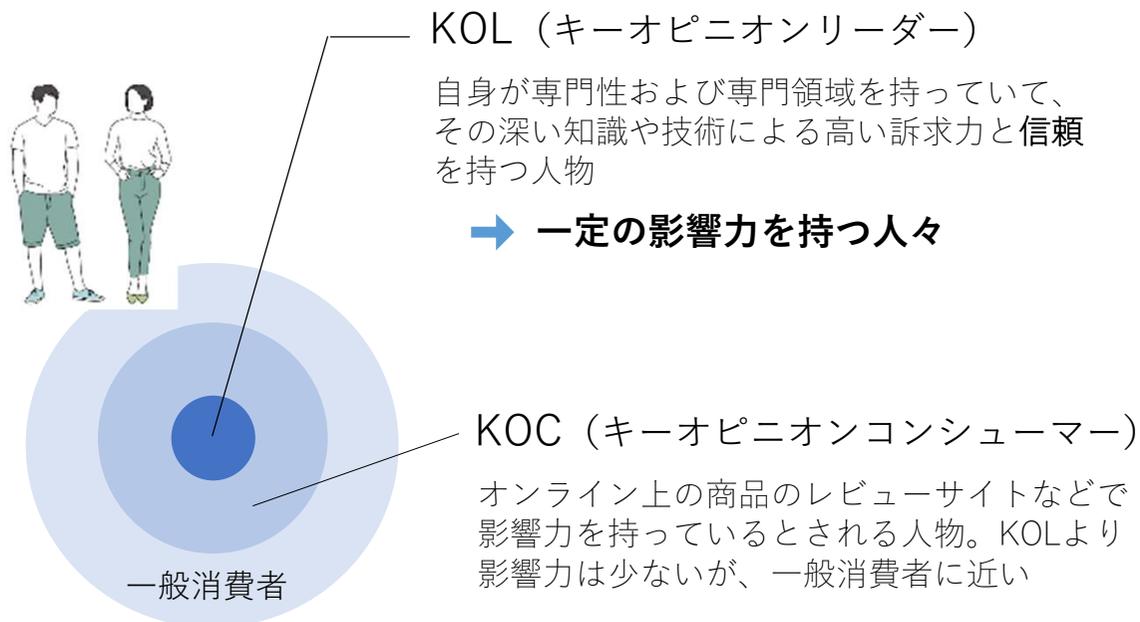
SDGsやLGBT、リベラルアーツ等の世界動向に敏感

<嗜好>

好きなもの：美味しいもの、伝統工芸、ウェルネス、寺社巡り、アート、読書（ライフスタイル誌など）

旅の嗜好：食、温泉、リラックス、ゆっくり滞在、本物志向、イミ志向

S N S：Instagram（良いと感じたことを共有）



■ キャッチコピー&ロゴ



【Concept】

単に「美味しいものを楽しむ」「綺麗なものを観る」という観光から、もう一步深く、各地域の特色ある「食」や「文化」が何故その地に根付き、引き継がれてきたのかという自然的／文化的背景についても知ることが出来るような、旅行者の知的好奇心を満たし満足度を向上させる仕組みを持った旅

「兵庫テロワール旅」とは（定義／満たすべき項目）

定義／満たすべき項目	
①	<p>地域に根差した「食」や「文化」であること（歴史を有しているか、地元の資産として地域に広く浸透しているか、『兵庫らしさ』や『兵庫五国の地域特性』を包含していることなど）</p> <p>【参考】『兵庫らしさ』の例</p> <ul style="list-style-type: none"> ・日本における『ルーツ』（山田錦と日本酒、但馬牛、海外文化の受入 [パン・ケーキ・乳製品]、国生みの島 等） ・日本遺産 ・瀬戸内海、山陰海岸ジオパーク、里山（都市近郊型自然） ・阪神間モダニズム（上質な和洋折衷文化）
②	<p>対象となる「食」や「文化」が生まれた理由や『ルーツ』・背景を知ることができること（風土、土壌、気候など自然環境的背景、もしくは、人の活動や文化の交流など社会的背景）</p>
③	<p>生産者、料理人、職人など『人』や『技術の伝承』の魅力を感じることができること</p>
④	<p>地域資源の持続可能性（世界が取り組むSDGsの目標や後継者づくり）を意識した取組がなされていること</p> <p>※SDGsのうち⑭海の豊かさ／⑮陸の豊かさを守ろう、⑫つくる責任つかう責任 を特に意識</p>
⑤	<p>観光客を受け入れる体制（ソフト／ハード面、他コンテンツとの連携 等）が整備されていること</p>

「兵庫テロワール旅」食材（DC期間：7月～9月）

※『五国豊穰 兵庫のうまいもん巡り
（神戸新聞総合出版センター）』
等を参考に事務局にて作成

	神戸・阪神	播磨	但馬	丹波	淡路
海・川	ちりめん いかなご 太刀魚 	明石蛸 明石鯛（9月） 坊勢ガニ 天然鮎 	シロイカ 香住ガニ（9月） 		鱧 赤ウニ えびす鯛 沼島のアジ アナゴ 
山・田畑	いちじく（8～9月） 北摂原木しいたけ	ぶどう（8～9月） 網干メロン（7～8月） ハリマ王にんにく	コウノトリ育む米 朝倉山椒 なしおとめ（8月下旬） わさび 	丹波栗（9月） 丹波黒大豆 丹波大納言小豆 山の芋 	たまねぎ なるとオレンジ （～8月） いちじく 
その他	神戸ビーフ 三田牛 日本酒 洋菓子 	播州百日どり ひょうご雪姫ポーク 黒田庄和牛 日本酒 素麺 巻寿司 醤油、塩 	但馬牛 但馬すこやかどり 日本酒 出石そば	丹波篠山牛 日本酒 黒豆茶、なた豆茶	淡路ビーフ ゴールデンボアポーク 淡路島牛乳 日本酒 素麺 海苔 

『旬なものを、旬な場所で』はサステナブル

【ポイント】地域ならではの味わい方（素材・場所）やストーリーをどのように表現するか。誰が伝えるか。

➡ ガイド育成の重要性

但馬牛

【食材の特徴・生産現場】

- * 但馬牛を放牧する草原（放牧場）の風景を見学
- * 但馬牛博物館で農業遺産「但馬牛」や神戸ビーフの歴史・文化を学ぶ
- * 牛籍簿で血統のルーツを知るなど



【料理を味わう・体験】

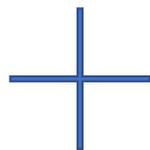
- * 素材を知り尽くす料理人による調理
- * 部位食べ比べ
- * 牛に触れる・ブラッシングなど



明石鯛／えびす鯛

【食材の特徴・生産現場】

- * 激しい潮流によって身が引き締まる
- * 魚を生きたままセリにかける全国的にも珍しいセリ市を見学（明石）など



【料理を味わう・体験】

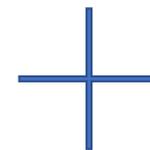
- * 素材を知り尽くす料理人による調理
- * 獲れたてを味わうなど



山田錦

【食材の特徴・生産現場】

- * 食用の稲よりも背の高い山田錦を見学（8～9月）
- * 山田錦の語り部などからストーリーを聞くなど



【料理を味わう・体験】

- * 日本酒の飲み比べ（ノンアルコール商品も含め）
- * 日本酒と地元食材のペアリングなど



『旬なものを、旬な場所で』食材のより深い魅せ方

香住ガニ（紅ズワイガニ）

夏季（9月）に食べられるカニ『香住ガニ』。一般的なズワイガニ（松葉ガニ）ほど有名ではないが、味は決して負けていない。深海に住むカニであるがゆえ、陸上の温度への耐性が弱く、**市場にはなかなか出回らなかった幻のカニ**だった。2000年に『香住ガニ』としてブランド化。関西では漁を行うのは唯一香住港のみであり、**その土地に行かなくては味わえない、まさに「テロワール食材」**。香住ガニの水揚げの様子を楽しみ、獲れたてを味わう旅をご提案！！



水揚げ直後、オレンジが鮮やか

知っとお？香住ガニ

- ① **水温0度の深海に棲む香住ガニ**
（ズワイガニ（水深200～500m）に対し、香住ガニ（800～1,500m））
- ② それゆえ、**水圧や温度の急激な変化で死んでしまっていた**
（現在は、保存技術の進歩により、刺身も楽しめる）
- ③ ズワイガニとは違う特殊なカゴを使って漁獲される
（ベニカゴ漁業／水揚げされるのは、関西では香住だけ！）
- ④ ズワイガニよりも甘い（**こっちの方が美味しいという人も**）

香住ガニの楽しみ方

- ① **セリや水揚げの現場の圧倒感**を楽しむ
- ② **料理人（シェフ）とセリを見学／解説付き**（脱皮したばかりの姿を見せる）
- ③ 生食、ゆで、蒸しで変わる“味”と“食感”を楽しむ
- ④ さらにカニみそまん、カニみそ担々麺、香住ガニバーガーなど
ご当地メニューを楽しむ

香住ガニの地域循環 残った**蟹殻を肥料として使用**し、ブランド米作り

「兵庫テロワール旅」食材 打ち出し手法

【ポイント】地域ならではの食材の魅力やストーリーをどのように表現するか。

食フェア／料理研究会

◆概要

- ・「ひょうごテロワール旅」のコンセプトに沿ったホテルやレストラン等で食フェアを開催
- ・県食材を使用したオリジナルメニュー展開
- ・シェフやソムリエ、利き酒師等とのコラボイベント 等

◆事務局で調整・検討している内容

【プレDC (2022年)、本DC (2023年)】

- ・大阪駅周辺でのホテル／レストラン食フェア
- ・KOBÉホテル6 社会と連携した食フェア
- ・神戸フランス料理研究会とのコラボイベント

【検討事項】

- ・地域の雰囲気をどう伝えていくか
- ・「ツウ」な楽しみ方をどう伝えていくか



イメージ

お弁当

◆概要

- ・兵庫県のテロワール食材を活かしたお弁当の開発
- ・首都圏の潜在顧客やJR乗客へ『食』を通じたブランディング

◆事務局で調整・検討している内容

【本DC (2023年)】

- ・兵庫五国の食材で作る「ひょうごテロワール旅」弁当

【アイディア】

- ・シェフとのコラボ弁当の展開
- ・再利用できる容器/包装紙の使用など、ゴミの出ない工夫



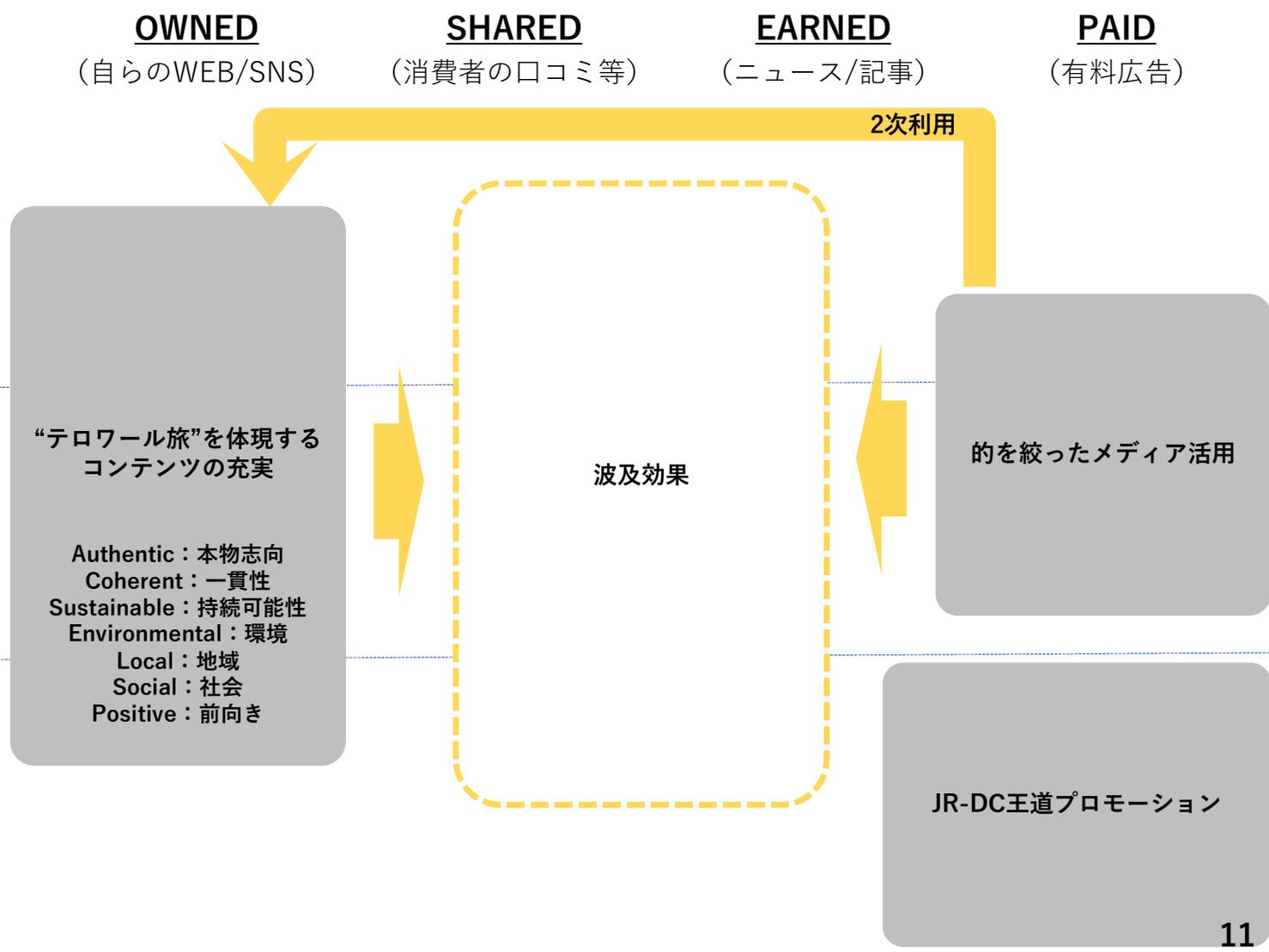
イメージ

DCにおけるプロモーション戦略

予算的な注力分野



ターゲット	目的
地域・事業者	誇りの醸成 「ひょうごテロワール旅」おもてなし機運の醸成
ペルソナ	兵庫ブランドの向上 テロワール旅コンセプトの伝達・浸透
一般観光客	デスティネーションとしての兵庫の認知度向上 DC期間中の誘客促進



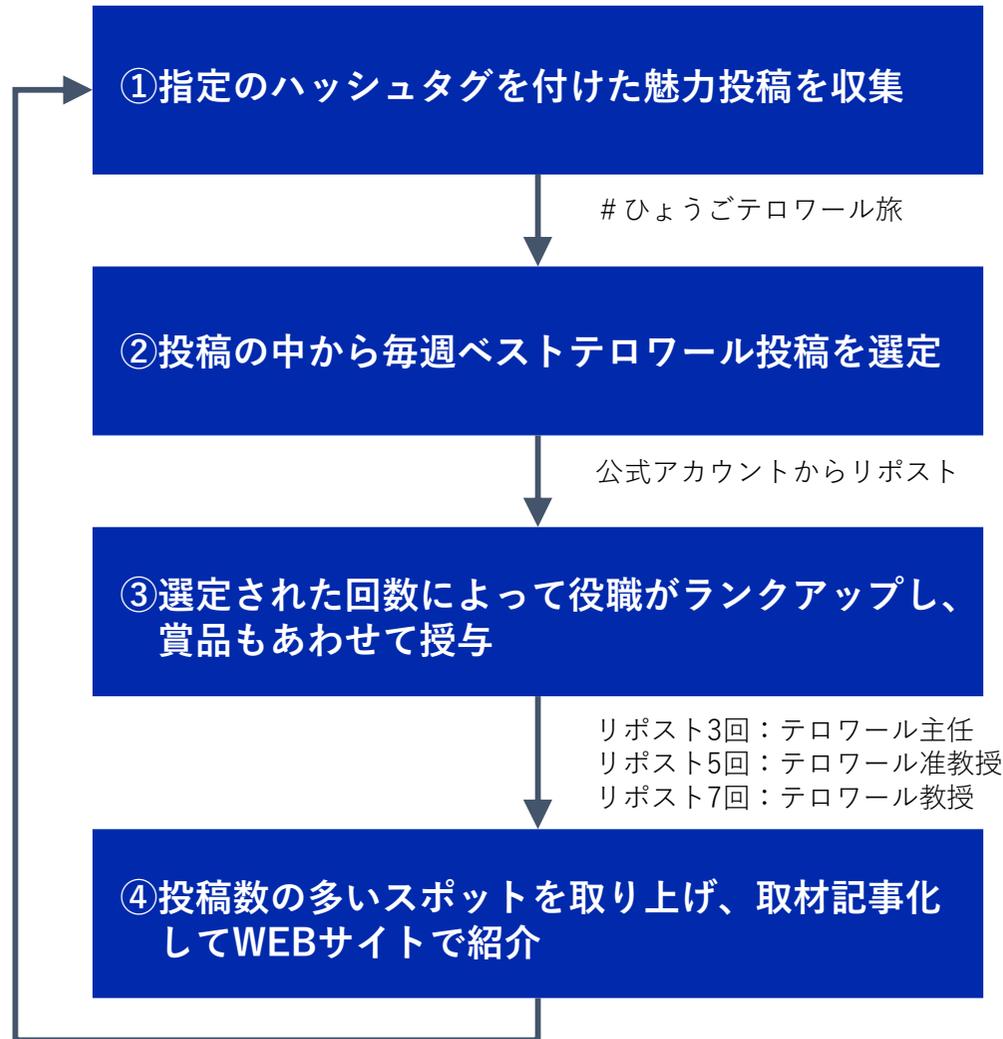
WEB特集サイトの構築



テロワール lab. (SNSの活用)



投稿を活性化



インフルエンサー活用によるコミュニケーション



【投稿イメージ：転載不可】

◆概要

2022年度中に7名のインフルエンサーを招聘し、県内の観光地の魅力を発信。SNSを通じた情報の拡散を狙う。

【第一弾】

日程：2022年3月19日 - 21日

訪問地：淡路、播磨、神戸

招聘数：3人



座談会を実施し、その模様を6月発売予定のエルマガMOOK『神戸・阪神本』に掲載予定



■ その他メディアミックスプロモーション（2022年：プレDC期）

プレDC公式ガイドブック／ポスター

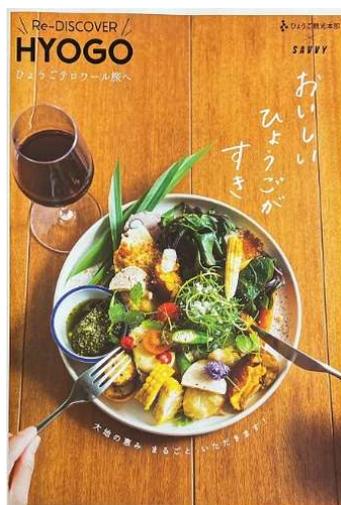
◆概要

発行時期：2022年5月下旬

発行部数：18万部（ガイドブック）、600枚（ポスター）

様式：A4冊子、24ページ、オールカラー

配布先：JR西日本主要駅、空港（神戸、伊丹）、道の駅、県内市町、観光協会、宿泊施設等



【イメージ】



【デジタルサイネージイメージ】

動画を活用したプロモーション

◆メインビジュアル動画

監督：永川優樹

撮影：冬／春版 2021年度作成

夏／秋版 2022年度作成

◆「テロワールな人」動画

対象：①田中一之刃物 田中誠貴氏

②明石浦漁協 山本雄司氏

③淡路人形座 吉田史興氏 他3名

◆体験動画

対象：各地域1コンテンツずつ（計10）

抽出し、紹介する動画を制作

※地域推進協議会造成コンテンツとは限らない。

J R西日本協力によるプロモーション（2022年：プレDC期）

駅頭及び列車内におけるポスター等の掲出

「兵庫テロワール旅」のコンセプトに沿ったビジュアルポスターなどを制作し、5月下旬～9月下旬頃までJ R西日本の主な駅や車内に掲出

- ◆駅：ポスター（1,000枚）、デジタルサイネージ、駅のプラズマディスプレイ
- ◆車内：B3ポスター（3,200枚）
車内モニターでの動画放映（WESTビジョン）



【参考】岡山DC例

情報誌、TV番組等

J R西日本のおでかけ情報紙「西Navi：36万部」、東海道・山陽新幹線車内搭載誌「ひととき：8万部」、J R西日本提供番組「クチコミ新発見！旅ぶら」及び「おとな旅あるき旅」など、各種媒体にてプロモーション



【西Naviイメージ】



【TV番組イメージ】

出典：<https://www.tv-osaka.co.jp/ip4/tabi/>

環境負荷に配慮した列車の旅／二次交通の活用

観光列車&観光クルーザー

◆概要

DCの観光列車等を臨時運転し、車内・駅・着地で
地元の地域ならではのおもてなしを実施

◆事務局で調整・検討している内容

- ・ WEST EXPRESS 銀河（大阪－篠山口－城崎温泉）
 - ・ うみやまむすび（城崎温泉－余部）
 - ・ サロンカーなにわ（姫路－和田山－豊岡－浜坂）
 - ・ SEA SPICA（神戸－淡路島）
- ※ J R 西日本に要請中



WEST EXPRESS 銀河



サロンカーなにわ



SEA SPICA

共に環境負荷に
配慮

二次交通とのシームレスな連携

◆JR西日本×兵庫県「観光型MaaS」アプリの活用



◆観光バス／路線バス



【但馬】 たじまわる



【淡路】 フラワーリングバス

◆観光タクシー／ジャンボタクシー



観光タクシー

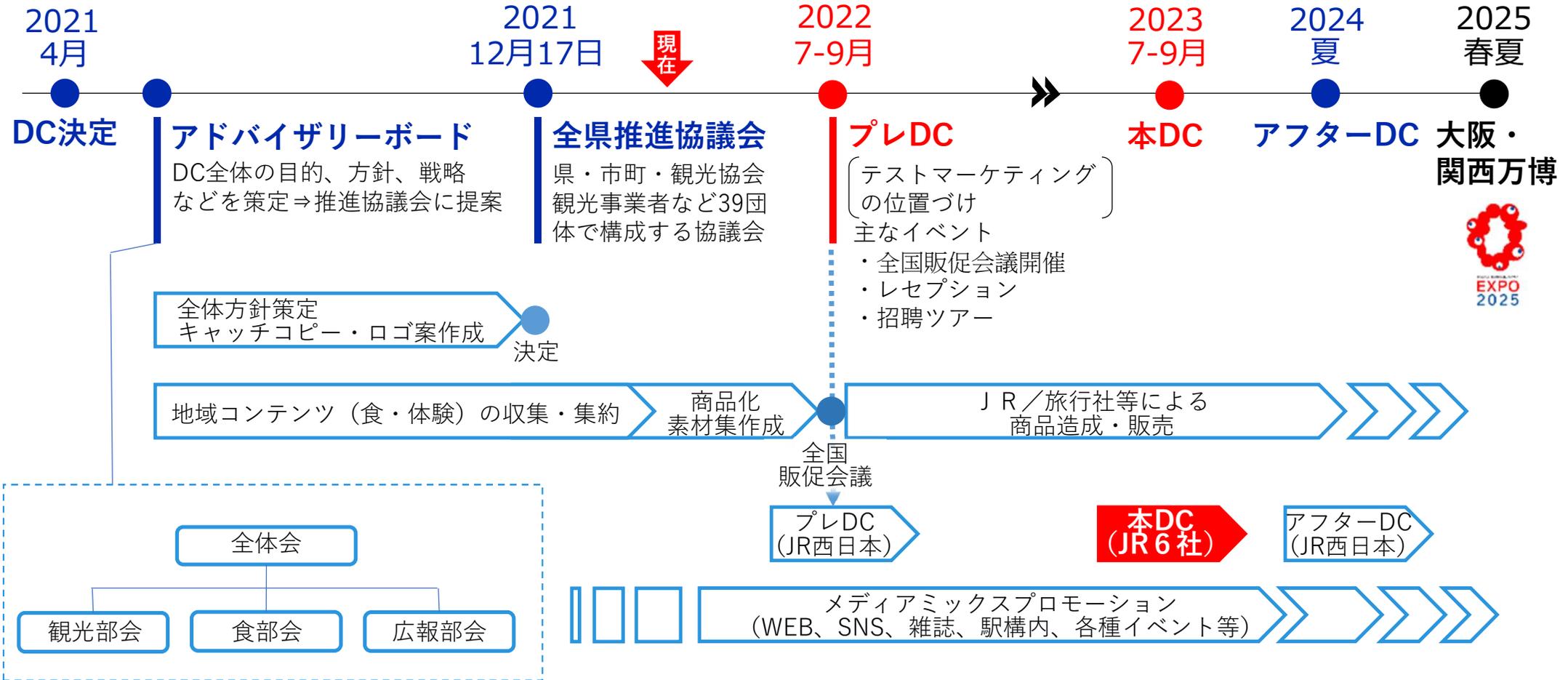
◆サイクルツーリズムの環境整備（E-bike）



【拠点候補】

- ・ 篠山口駅
- ・ 武田尾駅
- ・ 相生駅
- ・ 平福駅 等

目標実現のためのロードマップ



■ じゃらんnetを活用した「テロワールな宿（仮称）」



県内宿泊施設の皆様とともに「兵庫テロワール旅」を盛り上げ、誘客を促進したいと考えております。

積極的なご参画よろしくお願いたします。