

報告事項 1

令和5年度 事業実施状況について

I HYOGOブランドを核とした兵庫観光の展開

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

全国最多9つの日本遺産や美食をはじめとした多様な観光資源を生み出したルーツ・ストーリーを来訪者に体感してもらう兵庫テロワール旅を推進し、ひょうご観光のブランド力を高めた。

(1) 兵庫テロワール旅の深化

① テロワールコンテンツの磨き上げ

今までに造成したコンテンツの中から、「兵庫テロワール旅」の中核となり得るコンテンツを選定し、更なる磨き上げを行うとともに旅行会社やOTAを通じた販売促進を図った。

- ・コンテンツの選定：10件

（主なもの

西宮能楽堂・世界最古の舞台芸能「能」体験～伝統芸能にみるSDGs～
明石の魚の美味しさの秘密を覗く明石昼網鮭ツアー
日本最古のお茶処 1200年続く丹波篠山茶のヒミツ旅

- ・専門人材による現地指導：5回
- ・ストーリーテラーとしてのガイド育成
- ・旅行企画担当者向けファムトリップの実施：2回、参加者数28名
実施日：令和5年12月19日～20日、令和6年1月24日～25日

② コンテンツの造成

地域の観光施設や、まだ眠っている地域資源を観光資源とし、「兵庫テロワール旅」のコンセプトに沿った体験型・周遊滞在型コンテンツを造成した。

- ・コンテンツの造成：5件

（主なもの

有馬温泉の伝統工芸品「有馬人形筆（からくり筆）」のワークショップ
里山の酒蔵・西山酒造で「丹波を味わい、発酵を学ぶ」

- ・現地調査：5回
- ・ワークショップ：1回、受講事業者数：24名
実施日：令和5年9月13日
- ・専門人材による現地指導：1回
- ・モニターツアーの実施：1回、参加モニター数：3名
実施日：令和5年12月12日～13日

③ 誘客促進

造成したコンテンツをOTAで掲載・販売するとともに、OTAやWEB媒体を活用したプロモーションを展開した。

ア OTAにおけるプロモーションの実施

- ・掲載コンテンツ数 23件
- ・11/15～1/18（約2ヵ月間）
- ・クーポンキャンペーン利用枚数 119枚 参加人数 387人

イ WEB媒体の活用

ひょうご観光本部公式HP内のコンテンツ及びサイクルツーリズム掲載ページを改修した。また、テロワールコンテンツの動画制作及びインフルエンサーを活用したプロモーションを実施した。

- ・動画制作数：10本
- ・インフルエンサーSNS投稿：10件

④ 受入環境整備支援

ア 体験型・周遊滞在型コンテンツ開発支援補助事業

コンテンツ開発およびブラッシュアップに際して各観光事業者等が行う受入環境整備に対し、補助金による支援を行った。

- ・助成団体：15団体
- ・助成金額：4,742千円

補助対象	WEBサイトの構築、翻訳通訳機の導入、Wi-Fi環境、キャッシュレス決済機器の整備、E-Bikeの整備 等
補助上限額	スタンダード：500千円、テロワールコンテンツ：1,000千円
補助率	スタンダード：1/2、テロワールコンテンツ：2/3

(2) 高付加価値旅行者へ対応した商品の創出

水際対策の緩和や円安により回復基調のインバウンド需要を確実に取り込むため、高付加価値旅行者をターゲットとした取組を実施した。

① インバウンドの本格回復に向けた旅行商品の開発

ア プライベートジェット及びチャーターヘリを活用したプラン開発

移動時間の大幅な短縮とプレミアムな飛行体験ができる、プライベートジェットを活用した高付加価値旅行者向けの体験型ツアーの開発をするため、実証実験を行った。

実施日：令和5年11月15日～17日

内容：

淡路ルート：神戸空港～[ヘリ]～うずまちテラス～うずしおクルーズ
但馬ルート：静岡空港～[プライベートジェット]～神戸空港 神戸空港～[ヘリ]～コウノトリ但馬空港～城崎温泉～ 豊岡市立コウノトリ文化館～出石エリア散策

イ クルーズ船及びチャーターヘリを活用したプラン開発

万博及び瀬戸内国際芸術祭に訪れる高付加価値旅行者向けに、移動のアクティビティとしてクルーズ船及びヘリを活用したコンテンツを造成し、ファミトリップを実施した。

実施日：令和5年10月21日～24日

招聘者：インバウンド高付加価値旅行者をターゲットとする旅行会社1名

主な訪問先：

灘五郷、兵庫県立美術館、神戸ビーフディナー、由良漁港（セリ見学） ～[クルーズ船]友ヶ島アフタヌーンクルーズ～ 本福寺・水御堂、淡路夢舞台～[ヘリ]～直島（アート巡り）
--

※別日（10月18日）に舞洲仮設栈橋→新西宮ヨットハーバーの行程を確認した。

ウ レンタカーを活用したプラン開発

多くの訪日観光客が見込まれる台湾市場に向けて、インフルエンサーを活用し、関西国際空港発着のレンタカー利用によるモデルコースを発信した。

実施日：令和5年11月～YouTube公開

YouTube再生回数：28,430回

主な訪問先：

布引ハーブ園／ロープウェイ、atoa（水族館）、GLAMP DOME 神戸天空、姫路前どれ市場、姫路市内（姫路城、考古園、宝蔵・播産館）、淡路島夢泉景、うずしおクルーズ、寿司屋源平、淡路SA

エ 高付加価値旅行者向けガイド等の育成

インバウンド高付加価値旅行者をターゲットに活躍するガイドが、兵庫県が有する独自の文化や食などをそのルーツや背景とともに伝えるための研修等を実施した。

実施日：令和5年7月3日～4日、8月2日～4日

主な訪問先：

ゆめの樹野上野、西山酒造場、宮ノ北窯、篠山城下町NIPPONIA、丹波篠山城下町、禅坊靖寧、淡路夢舞台、由良漁港、瓦割道場、薫寿堂、三宅酒造、明石浦漁港、田中一之刃物製作所

(3) 旅行者の個性・価値観に対応した“尖った”観光の推進

一人一人の個性・価値観に対応した自分らしい旅が実現できる、“尖った”観光を推進するため、各地の魅力の活用・組み合わせを行い、テーマ性を持つツアーリズムの創出・普及を図った。

① サイクルツーリズムの早期収益化

サイクルツーリズムの早期収益化を目指す事業者を募集及び選定し、地域探訪型サイクルツーリズムの商品を造成するとともに、旅行会社及びOTAを通じた販売促進を図った。

・サイクルツーリズム商品造成：3件

（主なもの

E-bikeでめぐる鉾石の道サイクリングツアー

酒米の産地と闘竜灘の激流をめぐるサイクリングツアー

・現地指導、オンラインサポート：9回

・ファムトリップ：2回、参加者数：5名

実施日：令和5年11月7日～10日、11月14日～17日

・動画制作：3本

・サイクリングイベント（CYCLE MODE RIDE OSAKA2024）への出展

開催日：令和6年3月2日～3日 入場者数：13,614人

② ロケツーリズムの推進

多彩な景観や建造物を活かし、県内市町フィルムコミッションと連携したロケ誘致を行った。

・ロケ相談76件、ロケハン（現地見）16件、ロケ実施18件

・ロケ作品例

映 画	あまろっく、ルート29、室町無頼、VALSALVA、マンチの犬3
ドラマ	ブギウギ、ガンニバルS2
CM・PV	ユニコーンMV、東洋テック、みつともチャンネル、日産自動車

(4) スキー場周辺地域における誘客対策事業

① スキー場周辺地域スポーツ・文化合宿誘致事業

少雪の影響を受けたスキー場周辺地域における宿泊需要をグリーンシーズンに取り戻すため、合宿等における宿泊費用の補助を行った。

・助成団体：7団体 ・助成金額：8,218千円

対象期間：令和5年4月～10月
補助対象：県内外の学生・社会人の団体
対象経費：但馬・播磨地域のスキー場周辺地域の宿泊施設の利用費用
補助額：2千円（1泊・1人） 補助上限額：1団体300千円
補助要件：延べ5人泊以上

② スキー場周辺地域における誘客促進支援事業〈令和5年度2月補正事業〉

少雪の影響や電気料金高騰によるコスト高を踏まえ、スキー場周辺地域への誘客促進を支援するため、地元観光協会が実施する誘客イベント等に対し、助成を行った。

・助成団体：7団体 ・助成金額：68,149千円

対象事業者：但馬・播磨地域の対象スキー場が存する観光協会	
補助対象：イベント、プロモーション、人工造雪機・降雪機・リフト等のランニング経費、割引券・クーポン券の発行 等	
補助上限額：①スキー場運営主体あたり	
大規模運営主体（造雪機所有かつリフトを県内平均以上所有）	5,000千円
その他	4,000千円
②観光協会実施事業（1協会あたり）	1,000千円
補助率：定額	

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育成・確保

ポストコロナにおける観光需要に対して宿泊施設従業員等の実務人材の確保・定着に向けた取組に対する支援を行うとともに、将来の観光産業における中核的な役割を果たす兵庫県在住・在学の大学生の育成に取り組んだ。

(1) 観光人材の育成・確保

① 観光実務人材確保・育成事業

観光産業を支える人材の確保に向けて、地域が主体となり観光産業のやりがいや魅力の情報発信を行い、業界のイメージアップを図る取り組みを支援した。

ア 人材定着強化に向けた研修

旅館ホテル業界で働く人材が定着するような育成風土を醸成するため、経営管理層を対象とした研修を県内4か所およびオンラインで開催した。

・回数：各会場2回及びWEB1回
 ・参加者数：延べ65名

イ PR動画を活用したプロモーション

動画再生数の増大、情報拡散のため、インターネット広告で動画プロモーションを行った。

- ・YouTube広告等による本篇動画再生回数 約31万回

② 中核観光人材育成事業

兵庫県在住・在学の大学生を対象に、観光人材を育成する観光プロジェクト「ひょうご大学生観光局」への参画や、全国の高校生を対象とした観光動画コンテスト・観光甲子園に協賛した。

ア ひょうご大学生観光局

- ・観光フィールドワーク：3回(8/27淡路島、9/3神戸市、11/23-24豊岡市)
- ・青森県との連携によるフィールドワーク：2回

(11/3-5青森県、2/23-25兵庫県)

イ 観光甲子園

- ・グランプリ SDGs 修学旅行部門：岐阜県立郡上高(岐阜県郡上市)
空飛ぶクルマ部門：北鎌倉女子学園(神奈川県鎌倉市)

③ 芸術文化観光専門職大学との連携事業

魅力ある観光地づくり、旅行・宿泊業の経営改革や人材確保を支援するため、芸術文化観光専門職大学と連携し、観光業界を目指す若者向けセミナーや講義を実施した。

ア 芸術文化観光専門職大学生への講義

実施時期：令和5年4～7月(各月2日間)

講師：ひょうご観光本部CMO

実施内容：座学およびフィールドワーク

受講者：22名

イ 若者向けセミナー

実施日：令和6年3月16日

場所：芸術文化観光専門職大学

参加者：観光や街づくりに興味のある県内の高校生43名

④ 観光地におけるホスピタリティの向上

地域のおもてなしを担う人材の接客スキルや意識の向上を図るため、観光関連施設や市町・観光協会等が開催する接客研修に講師を派遣した。

- ・団体数：13団体、回数：16回、受講者数：443名

2 ユニバーサルツーリズムの推進

年齢や障害の有無に関わらず、誰もが「旅の楽しみ」を享受できる環境づくりという喫緊の課題に対し、旅行需要の喪失をカバーし、ユニバーサルツーリズム(UT)を一層推進するため、観光地の受入体制の強化・意識醸成等の事業を実施した。

(1) 高齢者、障害者等が行きたいところに旅行できる環境の整備

① UTおもてなしセミナーの実施

県内の観光産業の現場で働く従業員等を対象に、高齢者・障害者等を迎え入れる際の接客・ホスピタリティを学ぶ研修を県内6地域で10回実施した。

② UT推進連絡会

NPO等のUT拠点が中心となり、関係事業者（宿泊、福祉、交通、観光協会等）で構成する連絡会を県内6地域で8回開催し、課題の共有・解決策の検討等を行い、ネットワーク強化を図った。

③ モニターツアー

UTの内容をマスコミや旅行会社等にPRするため、障害種別（視覚、聴覚、肢体）に応じたモニターツアーを4回実施した。

④ UT推進トップセミナー

観光産業の経営管理層を対象に、UTの意義や将来性、取組例等を紹介するオンラインセミナーを開催した。

実施日：令和5年11月8日 参加者：61名

⑤ ホームページによる情報発信

UTの推進に積極的に取り組むことを宣言した宿泊施設として登録された「ユニバーサルなお宿」の取組状況や、音声読上機能を運用し、情報を発信した。

3 観光を支える地域資源の保全と活用

観光振興が地域にもたらす意義について県民や事業者への理解が浸透することで、より地元への愛着が湧き、来訪者にとってより魅力的な観光地につながる好循環をもたらすことを周知した。

(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

① 県内主要観光地魅力度調査

対象：県内13地域を訪れた国内旅行者

調査項目：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

方法：観光施設および宿泊施設において二次元コードを活用した現地調査をもとに地域ごとの分析レポートを四半期単位で公開

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

2025年開催の大阪・関西万博を見据え、さらなる観光客の誘致につなげるため、兵庫・大阪両府県の素材を活かしたオプションツアーの造成及び販売促進を行うことにより、観光分野における連携を一層高め、世界有数の観光広域エリアの形成を目指した。

(1) 広域観光コンテンツ開発事業

① 兵庫・大阪双方の地域資源を活かした体験型コンテンツ造成及び広域周遊モデルコースの開発

ア 大阪・関西万博のテーマと関連するコンテンツの造成

・コンテンツの造成：5件

（主なもの

真珠の街・神戸で真珠体験、クルーズランチ、北野で真珠加工見学

兵庫・播磨のソウルフードを感じる

850年の技に触れる丹波焼陶芸体験

イ 広域周遊モデルコースの開発

- ・モデルコースの造成：6コース

主なもの

伝統の和食や発酵食、地酒とともに文化を学ぶ「SAKE&FOODSコース」
漁業体験やクルーズなど海の魅力を詰め込んだ「SEASIDEコース」
匠の技とものづくりの神髄を辿る「CRAFTMANSHIPコース」

② WEB媒体等を活用したプロモーションの実施

特設HP、Instagramの開設やOTAサイトでの販売を実施した。

(2) 万博に向けた観光プロモーション

① ツーリズムEXPOジャパンへの出展

国内最大級の旅の祭典である「ツーリズムEXPOジャパン2023」に出展し、大阪府と共同でトッププロモーションを行い、来場者に両府県の魅力を強く訴求した。

実施日：令和5年10月26日～29日

場所：インテックス大阪

参加者：ブース来訪者数／12,039名（総来場者数148,062名）

(3) 広域観光振興事業への参画

① 日本観光振興協会関西支部への参画

関西府県の連携による観光プロモーションを実施した。

② 北近畿広域観光連盟への参画

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した。

2 国内観光の活性化

兵庫テロワール旅のターゲットペルソナが集積する首都圏や、県内空港の就航先地方部、従前から兵庫の観光を支えてきた近隣府県の来訪者に、兵庫を魅力的な観光地として感じてもらえるよう取り組みを進めた。

(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サイトの充実強化

観光客ニーズを把握するとともに、ニーズに沿った観光情報を効果的に発信するため、鮮度が高く、ユーザビリティに長けた情報プラットフォームとしてのWEBサイト「兵庫県公式観光サイトHYOGO!ナビ」を運営した。

ア クチコミ記事の取材及び配信（令和5年4月1日～令和6年3月31日計測）

地域の旬な情報や人気エリア等取材し、ユーザー目線でのクチコミ記事として、HYOGO!ナビサイトへ掲載した。

- ・HYOGO!ナビサイトへの掲載数：66本

(参考) PV数上位 3 記事

- 1位 のどかな田舎に連日人が殺到。とにかく具が多い！名物巻き寿司！！【マイスター工房八千代】：74, 215PV
- 2位 旬の絶品牡蠣が食べ放題！播磨の牡蠣小屋。※攻略法も伝授!!：49, 874PV
- 3位 秋は雲海シーズン！初めてでも安心。天空の城「竹田城跡」の登り方 -兵庫テロワール旅-：42, 185PV

イ イベント情報の収集及び配信（令和5年4月1日～令和6年3月31日計測）

県内地域や観光本部会員企業等からイベント情報を収集し、HYOGO！ナビサイトへ掲載した。

・HYOGO！ナビサイトへの掲載数：327本

(参考) PV数上位 3 記事

- 1位 大決算！！香住ガニ&本ズワイガニ合計1.5杯付かにフルコース&天然露天風呂ご入浴ツアー：20, 293PV
- 2位 ランチバイキングと金色の神秘の湯神戸大沢温泉金仙花の湯ツアー：18, 022PV
- 3位 第29回神戸ルミナリエ：16, 648PV

ウ Google Analyticsを活用したアクセス解析

HYOGO！ナビサイト内の各ページのPV数や、サイト流入時の検索ワード等を分析し、ページ制作や広告等に活用した。

(参考) サイト全体のPV数

6, 858, 504PV(令和5年4月1日～令和6年3月31日)

(2) ローカルtoローカルの交流促進

① ローカルエアーで結ぶ地方観光のネットワーク化

ローカルtoローカルの国内市場を活性化するため、神戸空港の就航先のDMO等との相互送客ネットワークを構築した。

ア 国内線就航地との共同プロモーション

- ・ファンコミュニティサイトによる交流機会の創出
メルマガ会員（9, 534人）が相互に交流できるサイト（631人）を立ち上げた。
- ・ファンコミュニティサイト会員のモニターによる就航地情報発信
モニター応募者数：167人、参加者数：6人
- ・メルマガ会員への情報発信
メールマガジンの配信のほか、丹波立杭陶磁器協同組合「第2のふるさとづくりプロジェクト『陶泊』」モニターの募集を実施。
モニター応募者数43組／86名、参加者数2組／4名

イ 就航地連携観光サミットの開催

就航地の観光関連機関を対象に、空の旅の連携イベントを実施した。

開催日：令和6年2月16日

場所：神戸空港1階団体待合室

参加者：67名

(3) 観光案内所の運営

① 「INFORMATIONひょうご・関西」(伊丹空港)

- 対 象：国内外からの観光客
運 営：J N T Oの外国人案内所の認定を取得
内 容：相談員による観光情報提供・案内
デジタルサイネージ、タブレット端末、V R動画等装置の設置、
ひょうご特産品の展示、自動販売機の設置

(4) 観光土産品の審査・推奨

兵庫県指定観光名産品協会と連携し、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、質の高い観光土産品をPRした。

【参考】兵庫デスティネーションキャンペーン推進協議会実施事業
※詳細については後掲

3 インバウンド誘客の促進

兵庫県の観光が発展的に復興し持続性を保つために、大阪・関西万博や神戸空港国際化を見据え、国・地域ごとの市場特性等を踏まえた取組を進めるなど、兵庫への誘客を図った。

(1) 大阪・関西万博を見据えた誘客促進の取組み

2025年大阪・関西万博を見据え、有望市場の嗜好に適したコンテンツ発掘、磨き上げ及びツアー化を推進し、兵庫への周遊を促した。

さらに、WEBを活用したプロモーションを強化するとともに、現地旅行会社、メディアとのネットワーク構築に取り組み、兵庫の認知度向上を図った。

① 欧米豪訪日高付加価値旅行者向けコンテンツ造成

重要ターゲットである欧米豪地域の高付加価値旅行者に向け、兵庫の地域資源を磨き上げ、現地調査のうえ、コンテンツを造成した。

現地調査：令和5年9月13日～15日、10月19日

造成コンテンツ：

- ・日本を代用する「日本六古窯丹波焼」を窯元がご案内
- ・ヴィンテージ日本酒コレクターがご案内する古酒飲み比べとブレンド体験
- ・刀鍛冶職人に学ぶ日本刀・小刀づくり
- ・文化財修復から古美術修理などを手がける漆マスターのアトリエ訪問
- ・食の街神戸ナイトフーディーツアー

② アジア地域訪日高付加価値旅行市場活性化マーケティング業務

欧米市場向け高付加価値旅行者層施策をアジア市場にも展開し、別途構築しているCRMサイトへの掲載も想定し、シンガポールと香港の市場に向けた体験メニューやツアーを造成し、有望な現地旅行会社を訪問、活用促進に向けたプロモーションを行った。

ア 現地訪問

	期間	AGT
香港	令和6年2月5日～9日	10社
シンガポール	令和6年2月19日～22日	10社

イ 造成コンテンツ・ツアー（主なもの）

- ・福“FUKU”に満たされる未踏の温泉地・宝塚滞在
- ・五感で楽しむアートアクアリウム・a t o aチャーターディナー
- ・子供の知的好奇心を高める北淡路でしか出来ない体験プラン

③ 海外有力旅行会社のファムトリップ受入れ

ア Abercrombie & Kent社

会社概要：イギリスと香港に拠点を置いた高付加価値旅行者層専門の旅行会社

実施日：令和5年6月1日～2日

実施概要：東京都、長崎県、佐賀県、福岡県、兵庫県、京都府を巡るツアーに、香港始め北米から同社グループAGT社員が参加。

主な訪問先：

姫路城、田中一之刃物製作所、有馬温泉、明石浦漁港（セリ見学）、浦正（ランチ）、魚の棚商店街

イ ATJ社

会社概要：北米の高付加価値旅行者層をアジアに送客する旅行会社

実施日：令和5年10月18日～21日

実施概要：県内高付加価値コンテンツの視察を実施し、今後の兵庫県への高付加価値旅行者層誘客に向けたフィードバックを取得した。

主な訪問先：

大乗寺、湯村温泉街歩き、但馬牛博物館、朝野家、桔梗隼光鍛刀場、丹波焼の郷、ろあん松田、集落丸山、明石浦漁港（セリ見学）、浦正（ランチ）、魚の棚商店街、姫路城、洲本バーホッピング、ホテルニューアワジヴィラ楽園、農園レストラン夢蔵、伊弉諾神宮、本福寺水御堂、農家レストラン陽・燦燦、ハーモニーワールド（乗馬体験）、古酒ブレンド体験、ビフテキのカワムラ

④ 海外旅行商談会への出展

商談会名：I L T M Cannes 2023

実施日：令和5年12月4日～7日

場所：Palais des Festivals et des Congrès（フランス・カンヌ）

商談社数：37社

⑤ 多言語サイトのリニューアル、SNS発信方法の再検討

- ・インバウンド高付加価値旅行者向けオウンドメディア
- ・MATCHA（訪日外国人観光客向けWEBマガジン）掲載
- ・HYOGO！ナビ for Worldの構築
- ・HYOGO！ナビの自動翻訳化

(2) 兵庫県と連携した海外プロモーションの実施

兵庫県と連携して、大阪・関西万博に向けて、国際交流事業等とあわせた海外プロモーションを実施した。

① **ワシントン州姉妹提携60周年記念事業観光プロモーション**

米国において、現地旅行会社との関係構築・旅行商品化を目的としたトッププロモーションを実施した。

実施日：令和5年9月14日～15日

場 所：在シアトル日本国総領事公邸（ワシントン州シアトル）、ジャパンハウス・ロサンゼルス（カリフォルニア州ロサンゼルス）

参加者：（シアトル）現地旅行会社、現地メディア、商工会等 16社21人
（ロサンゼルス）現地旅行会社、現地メディア等 13社16人

内 容：大阪・関西万博の紹介、ひょうごフィールドパビリオンの紹介
高付加価値旅行者向けツアーのセールス
SDGsを意識した地場産品のプロモーション

(3) **ゴルフツーリズムの推進**

＜観光庁：観光再始動事業＞

県内のゴルフ場を活用し、国内外のゴルフ旅行者・ゴルファーに向けたゴルフイベント「ゴルフツーリズム(World Golf Week in Hyogo)」を開催した。

実施日：令和5年11月13日～18日

場 所：北播磨地域内ゴルフ場

参加者：インドネシア、中国、国内在住外国人、日本人

内 容：国内最大級のゴルフ集積地である北播磨地域を中心に、世界中のゴルフ旅行者・日本在住の外国人ゴルファー、地元ゴルファーが交流する「国際交流ゴルフイベント」を実施。期間中、フィールドパビリオンコンテンツ関連の物販やワークショップを開催。

(4) **ツーリスト・インフォメーション・デスクの運営**

海外市場への観光プロモーションを行う専門員を配置し、外国語（英語、中国語）による相談対応、海外メディア等による県内招聘取材のアテンド等を実施した。

(5) **万博に向けたインバウンド観光デジタルマーケティングの実施**

＜令和5年度12月補正事業＞

大阪・関西万博を見据え、関西圏への旅行を検討している外国人観光客を確実に取り込むため、デジタルマーケティングによる誘客促進策を令和6年度にかけて展開予定。

① **海外OTAの活用**

- ・ 県内宿泊事業者向け説明会の実施
- ・ HYOGOの認知拡大に向けた、OTAへと繋げるメディア・SNSプロモーション
- ・ 海外OTAを活用したプロモーション
- ・ WEBプロモーションによるデータ分析の実施

② **有力メディア・SNS等の活用**

- ・ 海外有力メディアへの記事掲載
- ・ 海外デジタル広告プラットフォームによるターゲティング広告の配信

IV 組織活動事業

1 理事会・総会の開催

	時 期	場 所
第 1 回理事会	令和5年5月31日	ホテルクラウンパレス神戸
第 1 回 総 会	令和5年6月20日	神戸メリケンパークオリエンタルホテル
臨 時 理 事 会	令和5年6月20日	神戸メリケンパークオリエンタルホテル
書面による理事会	令和5年12月25日	(書面決議)
書面による理事会	令和6年3月 1日	(書面決議)
第 2 回理事会	令和6年3月28日	ホテルオークラ神戸

- 2 市町観光協会、広域観光団体、観光関連の機関・団体等との連絡調整
- 3 会員等が実施する観光行事への後援、協賛、広報PR協力

兵庫デスティネーションキャンペーン 実施結果について

兵庫デスティネーションキャンペーン推進協議会と JR グループでは、大型観光キャンペーン「兵庫デスティネーションキャンペーン(以下、兵庫 DC)」を 2023 年 7 月から 9 月にかけて実施しました。

兵庫 DC 実施期間中の兵庫県内延べ宿泊者数は 4,032 千人泊で、2022 年同期比約 119%、コロナ前の 2019 年同期比約 102%(全国約 100%)となっており、全国を上回りコロナ前の水準を取り戻しました。また、経済波及効果は 314 億円となりました。

キャンペーンを機に、地域資源の掘り起こしや磨き上げが行われ、兵庫県ならではの体験コンテンツである「兵庫テロワール旅コンテンツ」を 66 件、兵庫県内宿泊施設と連携した宿泊プラン「テロワールなお宿」を 580 プラン造成したほか、兵庫県に縁のある企業とのコラボレーション商品の開発や、世界遺産姫路城の入場券等をセットにした近畿圏内で初となる画期的な「(ICOCA で GO)神戸・姫路デジタルパス」を発売し、シームレスな兵庫県内周遊を促進しました。このように、兵庫県下で「食」「体験」をテーマに実施した兵庫 DC ならではの多彩な取組を、2024 年同時期のアフター DC、更に 2025 年大阪・関西万博及びびょうごフィールドパビリオンへと引継ぎ、更なる兵庫県の観光の発展と成長につなげていきます。

実施期間 2023 年 7 月 1 日(土)～9 月 30 日(土)
展開エリア 兵庫県全域
キャッチフレーズ 兵庫テロワール旅 ー私の感動、その先へ。ー
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

兵庫 DC 特別：主なキャンペーン事業

- 【コンテンツ】世界遺産登録 30 周年記念「姫路城夏の特別公開」など合計 66 コンテンツ造成
- 【近畿圏内初】「(ICOCA で GO)神戸・姫路デジタルパス」を「tabiwa by WESTER」で発売
- 【企業コラボ】兵庫の鉄道連携企画「車両所公開ツアー」
オニツカタイガー×JR 西日本×兵庫テロワール旅 コラボシューズ 等
- 【観光列車】「WEST EXPRESS 銀河」など、兵庫県の魅力満載の観光列車を運行
- 【食プロモーション】兵庫 DC 特製テロワール弁当、JR 西日本ホテルズ兵庫グルメフェア 等

【主な成果】

1 兵庫 DC 専用旅行商品

(1) 兵庫 DC 専用旅行商品利用者

兵庫 DC 専用旅行商品(JR 西日本管内発、個人型・団体型含む)の利用者は、2022 年同期比の約 2 倍(208%)となりました。

(2) 兵庫 DC 専用旅行商品内で紹介された観光コンテンツ

延べ 253 件 220%(対 2022 年比、個人型) ※兵庫デスティネーションキャンペーン推進協議会調べ



※主なパンフレット

2 兵庫県内に訪れた観光客数等

兵庫 DC 期間中の兵庫県内主要施設 66 施設の入込実績は、2022 年同期比 110%、コロナ前の 2019 年同期比 96%となりました。

また、兵庫県内延べ宿泊者数は 4,032 千人泊となり、2022 年同期比約 119%、コロナ前の 2019 年同期比約 102%(全国約 100%)で、全国を上回りコロナ前の水準を取り戻しました。

(1) 主要施設の入込実績

※兵庫県観光振興課調べ

エリア	主な観光施設名	DC 期間計			エリア	主な観光施設名	DC 期間計		
		人員	2019 年比	2022 年比			人員	2019 年比	2022 年比
神戸 阪神	風見鶏の館	41,048	85.3%	139.2%	丹波	篠山城大書院	10,393	109.5%	120.7%
	有馬温泉金の湯	60,986	90.7%	109.2%		立杭陶の郷	11,650	83.6%	92.6%
	シティーグループバス	149,977	80.1%	159.8%		丹波年輪の里	35,917	78.0%	108.2%
播磨	姫路城	349,391	93.6%	189.9%	淡路	淡路島公園/ハイウェイオアシス	420,010	104.7%	126.8%
	書寫山圓教寺	46,100	103.4%	155.2%		淡路人形座	6,250	65.2%	145.0%
	うすくち龍野醤油資料館	5,035	105.0%	128.7%		イングランドの丘	94,558	83.0%	91.9%
但馬	城崎温泉	347,316	99.3%	101.6%	兵庫県内主要施設 66 施設				
	湯村温泉	43,706	93.9%	103.5%	2019 年比		2022 年比		
	竹田城跡	24,077	63.2%	96.9%	96%		110%		

(2) 兵庫県内宿泊者数 (2023 年 7 月～9 月期 延べ宿泊者数)

上段:延べ宿泊者数(日本人・外国人の合計) / 中段:2022 年比(%) / 下段:2019 年比(%)

※下段 2019 年比()内は、外国人を除いた割合

(単位:人泊)

該当月		4～6 月	7 月	8 月	9 月	DC 期間計
兵庫県	延べ宿泊者数	3,554,810	1,226,440	1,558,650	1,247,250	4,032,340
	2022 年比	120.3%	116.7%	118.9%	120.9%	118.8%
	2019 年比	102.0%(105.4%)	100.8%(105.0%)	96.1%(97.5%)	111.3%(113.2%)	101.9%(104.2%)
全国	延べ宿泊者数	140,122,950	52,543,200	61,023,920	50,318,010	163,885,130
	2022 年比	135.4%	131.9%	130.2%	127.9%	130.0%
	2019 年比	94.7%(95.9%)	101.5%(101.8%)	96.5%(94.8%)	103.2%(100.0%)	100.1%(98.5%)

参考:観光庁・宿泊旅行統計調査 第 2 次速報

(3) 兵庫テロワール旅プランによる客単価平均の増加

OTA サイト「じゃらん net」「楽天トラベル」にて、兵庫県内宿泊施設と連携して「兵庫テロワール旅プラン」を造成し、客単価平均は同時期の兵庫県平均の約 2 倍となりました。

参画施設 253 施設(対 2022 年比 210.8%)

造成プラン 580 プラン(対 2022 年比 269.8%) ※2022 年度は「じゃらん net」のみと連携

(4) キャンペーン期間における経済波及効果

経済波及効果 314 億円

※兵庫 DC 期間中の兵庫県内観光消費の経済波及効果(観光消費増加額)に鉄道利用率(研究会推計)を乗じて兵庫 DC の経済波及効果(鉄道利用分の観光消費増加額)を試算

※兵庫県立大学地域経済指標研究会による試算

3 ホームページによるプロモーション

JR おでかけネット(JR 西日本サイト)、HYOGO!ナビ(ひょうご観光本部サイト)にて情報発信しました。HYOGO!ナビでは、兵庫 DC 期間中のアクティブユーザー数は 1,122,529 人(対 2022 年同期比 134%)、東京都に限ると 248,467 人(対 2022 年同期比 105%、対 2021 年同期比 423%) となりました。

1 兵庫五国の風土に根差した「食・文化・産業」体験メニューの提供

(1) 「兵庫テロワール旅」体験コンテンツを提供

令和4年度造成した体験コンテンツを「兵庫テロワール旅」のコンセプトに沿ってブラッシュアップさせるとともに、兵庫DCでは旅行者のニーズに合わせた新たなコンテンツを加え、本県への更なる誘客と周遊滞在型観光を目指した。

兵庫DC後は、令和7年の大阪・関西万博を見据え、コンテンツをインバウンド向けにマイナーチェンジを行うとともに、国内外に向けたプロモーションを展開する。

【兵庫DC販売コンテンツ】

	ひょうご観光本部・JR西日本	地域推進協議会
神戸	<ul style="list-style-type: none"> ・灘の日本酒酒蔵めぐり試飲ツアー ・六甲山アドベンチャースクール ・「須磨寺」夜間特別拝観夕涼みツアー ・風見鶏の館&ラインの館 ナイトビューツアー (JR) ・老舗料亭松廼家で味わう五国の味覚と伝統文化鑑賞 (JR)  <p>松廼家 五国の味覚と伝統文化鑑賞</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・豚饅頭発祥の地「老祥記」での豚まん作り体験 ・風見鶏の館&萌黄の館バックヤードツアー ・鉄板焼で兵庫五国の食を愉しむ「神戸ビーフ兵庫テロワールコース」  <p>風見鶏の館&萌黄の館バックヤードツアー</p>
阪神	<ul style="list-style-type: none"> ・西宮能楽堂 世界最古の舞台芸術「能」体験 ・「礼に始まり礼に終わる」NIPPONの武道 “なぎなた”体験  <p>西宮能楽堂で「能」鑑賞</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・福男選びの舞台!えびす宮総本社「西宮神社」宮司が案内する境内福めぐり・御朱印付 ・阪神間モダニズム建築を巡るツアー ・よみがえる尼崎城御膳 特別に尼崎城で朝食を ・伊丹と灘五郷 日本遺産を体験 ・北摂里山の豊かな自然体験ツアー ・元タカラジェンヌと巡る歴史と伝統を学ぶ旅  <p>北摂里山の豊かな自然体験ツアー</p>
東播磨	<ul style="list-style-type: none"> ・明石の魚の美味しさの秘密を覗く 明石昼網鮭ツアー  <p>明石昼網鮭ツアー</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・明石の酒造りをゆったり愉しむ酒蔵巡り ・加古川の国宝鶴林寺と伝統の醸造食品で心と体を醸す旅 ・結びのまち高砂 日本遺産街並み散歩  <p>高砂 日本遺産街並み散歩</p>

<p>北播磨</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・“不老長寿の道”多可の森健康ウォーキング ・金物の町「三木」で包丁職人から習う鍛冶屋体験  <p>鍛冶屋体験</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・山田錦を味わう旅 ・北播磨伝統の技体験ツアー ・北播磨ものづくり体験ツアー  <p>北播磨ものづくり体験ツアー</p>
<p>中播磨</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・旬の新鮮野菜とハーブで体と心を整えよう ・近代美術に触れ姫路城を眺めながら播磨の食材と酒を堪能するアートなひととき ・世界遺産・国宝姫路城 夏の特別公開 (JR) ・書写山圓教寺 3大特別公開 (JR)  <p>書写山圓教寺</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・まさにテロワール！土と酒米の関係 日本酒飲み比べ ・坊勢島の漁業見学&体験ツアー ・砥峰高原ハイキングツアー  <p>日本酒飲み比べ</p>
<p>西播磨</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・雲火焼陶芸体験と赤穂緞通鑑賞と工房見学 ・セラピーロード E-Bike 体験 ・波賀森林鉄道の遺構をめぐる廃線ハイキング  <p>雲火焼陶芸体験</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・弓工房・鍛刀場見学と手作り甲冑試着体験 ・海ホテル観賞会と西播磨なぎさ会席 ・3種の塩づくり体験と絶品塩ランチ  <p>手作り甲冑試着体験</p>
<p>但馬</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・「豊岡杞柳細工」かご編み体験と円山川ミニ遊覧船 ・着物で体験！出石城下町レトロツアー ・温泉の町「湯村」でローカル体験 ・神鍋溶岩流ラバートレッキング ・関西初の常設型！熱気球体験 ・城崎に伝わる伝統工芸品 麦わら細工の体験 (JR)  <p>円山川 ミニ遊覧船</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・もっと知ろう！但馬牛 部位別食べ比べ付き ・SDGs な定置網漁見学と海の幸を味わう ・日本四大杜氏「但馬杜氏」の歴史を探訪 酒蔵巡りと日本酒を味わう  <p>SDGs な定置網漁見学</p>

<p>丹波</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・丹波の地で、日本の「心」にふれ、「道」を学び、「味」を愉しむ ・丹波の神髄 ここに息づく心と技を訪ねる旅 ・1200年続く丹波篠山茶のヒミツ旅  <p>丹波篠山茶摘み体験</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・日本農業遺産「丹波の黒豆」生産農家のファームツアー【お土産付】 ・丹波大納言小豆と旬食材のお菓子作り ・高浜虚子ゆかりの酒蔵で、日本酒と丹波食材のペアリングを蔵人がご案内  <p>丹波大納言小豆と旬食材のお菓子作り体験</p>
<p>淡路</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・「淡路人形浄瑠璃」鑑賞とバックステージツアー ・「吹き戻し」製作体験 ・淡路島で香りの手作り体験 ・豊かな自然で営む曳き馬体験 ・Awaji Nature Lab&Resort で暮らしと食を感じる旅  <p>曳き馬体験 夏季限定海泳ぎコース</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・スーパーうずしお見学！～DC特別船上生演奏付きサンセットクルージング～ ・明石海峡大橋の主塔塔頂体験とクルージング ・淡路島たまねぎオリジナルドレッシング作り体験  <p>スーパーうずしお見学</p>

2 兵庫五国の風土に根差した「食」のプロモーション

(1) 兵庫 DC 特製テロワール弁当の販売

県内老舗弁当製造事業者と県内大学生とともに開発に取り組んできた、兵庫デスティネーションキャンペーンのコンセプト「兵庫テロワール旅」を感じられるオリジナル弁当「DCテロワール弁当」を販売した。

販売場所：一部の観光列車内での提供、
JR 駅構内駅弁販売店舗、
弁当製造事業者店舗等



(2) 兵庫テロワール「食」フェア

① JR 西日本ホテルズ 兵庫 DC 開催記念 兵庫グルメフェア

ホテルヴィスキオ尼崎をはじめとする計9ホテルにて、県産食材を使用したスイーツやレストランメニューを提供するグルメフェアを開催した。

実施期間：令和5年7月1日（土）～9月30日（土） ※順次展開

開催場所：ホテルグランヴィア京都、ホテルグランヴィア大阪、
ホテルグランヴィア和歌山、ホテルグランヴィア岡山、
ホテルグランヴィア広島、ホテルヴィスキオ大阪、
ホテルヴィスキオ尼崎、奈良ホテル、梅小路ポテル京都



② コレも兵庫～HYOGO SWEETS FAIR～

兵庫県産農産物の認知度向上及び需要拡大を図るため、神戸・阪神間の洋菓子店の協力を得て、兵庫県産食材を使ったスイーツを発売するフェアを開催した。

実施期間：令和5年9月1日（金）～9月30日（土）

開催場所：神戸・阪神間の洋菓子店 20店



③ 神戸市内主要ホテル主催イベント

兵庫 DC 特別イベントとして、兵庫五国の風土に根差した食材を活かした料理を提供する「ひょうごテロワール KOBE6 ホテル食の旅」チャリティーランチ&ディナーを開催した。

参画ホテル：オリエンタルホテル

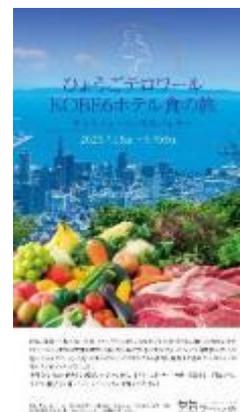
神戸ベイシェラトンホテル&タワーズ

神戸メリケンパークオリエンタルホテル

神戸ポートピアホテル

ホテルオークラ神戸

ANA クラウンプラザホテル神戸



3 環境負荷に配慮した「兵庫来訪」と「五国周遊」の利便向上

(1) DC特別企画「観光列車」の運行

J R西日本と連携し、兵庫DCならではの観光列車を運行することにより、メディアを通じた情報発信、効果的な誘客と公共交通機関の利用促進につなげた。

① 観光列車の運行

		運行日	経路	延べ人員
WEST EXPRESS 銀河		7/1～7/2	往路: 姫路駅→(JR 神戸線・福知山線・山陰本線)→城崎温泉駅 復路: 城崎温泉駅→(山陰本線・福知山線・JR 神戸線)→大阪駅	72 人
TWILIGHT EXPRESS 瑞風 〈DAY TRIP〉		7/29	大阪駅→(JR 京都線・山陰本線)→ 城崎温泉駅	28 人
サロンカー なにわ 〈兵庫テロワール 旅号〉		9/28～9/29	姫路駅～(播但線・山陰本線)～浜坂駅	104 人
うみやまむすび		7/8～9/23 (18 回)	城崎温泉駅～(山陰本線)～餘部駅	573 人
播但線サイクル トレイン		9/10	香呂駅→(播但線)→生野駅	55 人

② オープニングセレモニー

WEST EXPRESS 銀河の運行に合わせ、神戸駅にて、知事、J R西日本兵庫支社長他関係者出席のもと、兵庫DCオープニングセレモニーを実施した。

日程：令和5年7月1日（土）（キャンペーン初日）



③ サロンカーなにわ「兵庫テロワール号」出発式

「兵庫テロワール号」の出発日に、姫路駅にて、姫路市長、ひょうご観光本部理事長他関係者出席のもと、出発お見送りを実施した。

日程：令和5年9月28日（木）



④ 観光列車(停車駅・車内)でのおもてなし

観光列車の停車駅や車内において、地元の皆様によるおもてなしを実施した。

○ WEST EXPRESS 銀河

駅(地元)	主な取り組み・おもてなし
7月1日(土)【下り】 姫路 10:30 発→城崎温泉 17:14 着	
姫路～西明石 (明石市)	・あかしたこせん配布 ・地元 PR ・地元の皆様、ゆるキャラ(パパたこ)によるお出迎え(西明石)
神戸 (神戸市)	・ジャズ生演奏 ・有馬芸妓、地元の皆様によるお出迎え ・ゴーフル配布、灘の日本酒ふるまい酒 など
宝塚～柏原 (宝塚市)	・地元の皆様、観光大使サファイアによるお出迎え(宝塚) ・観光大使サファイアによる PR ・ウィルキンソン配布 ・物販
城崎温泉 (城崎温泉観光協会)	・地元の皆様、観光大使による浴衣でのお出迎え
7月2日(日)【上り】 城崎温泉 12:16 発→大阪 16:47 着	
城崎温泉 (城崎温泉観光協会)	・とことこダンサーズによるパフォーマンス(駅前) ・地元の皆様、観光大使によるお見送り
和田山 (朝来市)	・地元の皆様によるお出迎え ・虎臥陣太鼓による歓迎 ・特産品の販売
石生 (丹波市)	・地元の皆様、ゆるきゃら(ちーたん)によるお出迎え ・物販 ・甲冑武者による演舞・法螺貝、記念撮影
篠山口～大阪 (丹波篠山市)	・地産品の物販



○ TWILIGHT EXPRESS 瑞風<DAY TRIP>

兵庫DC特別プランとして運行し、車内では城崎温泉の伝統工芸品である城崎麦わら細工のプレゼント、終着駅である城崎温泉駅では地元の皆様によるお出迎え等により、定員である28名のお客様に兵庫県北部を巡る特別な列車の旅を満喫していただいた。



○ 兵庫テロワール号

駅(地元)	主な取り組み・おもてなし
9月28日(木) 姫路 10:52 発 → 浜坂 15:50 着	
姫路 (兵庫県・姫路市)	【第1部】 姫路市、姫路駅によるおもてなし ・ウエルカムボード展示・お酒試飲・ウエルカムドリンク・ノベルティ配布 ・ゆるきゃら(しろまる姫・はばタン・ちゃすりん・玄さん)と記念撮影 ・抽選会(姫路市賞、兵庫テロワール旅賞、JR西日本賞) 【第2部】 出発セレモニー
和田山 (朝来市)	・地元の皆様による横断幕お出迎え、ノベルティ配布 ・地酒、地産品、特産品の販売
浜坂 (新温泉町)	・地元の皆様による横断幕お出迎え、ノベルティ配布 ・麒麟獅子舞 ・えび汁振る舞い ・地酒試飲 ・ゆるきゃら
9月29日(金) 浜坂 11:42 発 → 姫路 17:45 着	
浜坂 (新温泉町)	・地元の皆様による横断幕お見送り ・女将お見送り ・地産品物販 ・地酒試飲 ・ゆるきゃら ・ノベルティ配布
豊岡 (豊岡市・兵庫県)	・ゆるきゃら(玄さん、コーちゃん、オーちゃん)のお出迎え ・ノベルティ、兵庫県地産品プレゼント
豊岡～竹田 (兵庫県)	・兵庫県代表者からの車内放送 ・サロンカーなにわ40周年記念オリジナルグッズのプレゼント
竹田～寺前～姫路 (神河町)	・地産品の販売



○ うみやまむすび

城崎温泉駅を起点に、7、8月は地域の食材やお酒が楽しめる「兵庫たじまの宝箱」として、また9月は豊岡演劇祭と芸術文化観光専門職大学とコラボレーションし、駅や車内で演劇が楽しめる「演劇列車」として運行した。



⑤ 姫新線、加古川線ヘッドマーク

掲出期間 令和5年7月1日(土)～9月30日(土)

掲出列車 姫新線 キハ122系車両 1編成 ※通常の定期列車として運行

加古川線 103系車両 1編成 ※通常の定期列車として運行



(2) 五国周遊を促す二次交通アクセスの充実

県内JRの主要駅から観光訪問先各所へのアクセスについて、兵庫DC特別商品等を設定するとともに、既存プランも活用しながら更なる充実を図った。

① JR西日本観光型 MaaS「tabiwa by WESTER」での兵庫ページ開設

JR西日本の観光型 MaaS「tabiwa by WESTER」において新たに兵庫ページを開設し、「神戸・姫路デジタルパス」や「デジタルチケットの販売」、「県内を巡るモデルコース」の掲載等を行った。

② (ICOCAでGO)神戸・姫路デジタルパス

「世界遺産 姫路城」「神戸北野異人館 萌黄の館」「神戸リゾートクルーズ boh boh KOBE」といった有名観光施設の入場券とJR線以外の交通機関、JR線自由周遊区間(兵庫県南部)をデジタルで利用可能なパスを「tabiwa by WESTER」内で発売した。

利用期間：令和5年7月1日(土)～10月1日(日)までの連続する2日間

価格：おとな 3,000円(税込) ※1名あたり

利用者数：合計 3,566名



③ ひょうご☆乗り放題パス

兵庫県内ＪＲ線の自由周遊区間乗り放題、新神戸駅から三宮駅までの神戸市営地下鉄往復乗車券、兵庫県北部の観光地を周遊できる夢但馬周遊バス「たじまわる」、兵庫県内ＪＲ駅構内のおみやげ店舗やコンビニで利用できるクーポンがセットになったフリータイプのお得なきっぷを発売し、近畿圏を中心に全国からの来訪者にご利用いただいた。



利用期間：令和５年７月１日（土）～１０月２日（月）までの連続する３日間

価格：おとな 8,000 円・こども 4,000 円(税込) ※1 名あたり

利用者数：合計 2,418 名

④ 駅レンタカー特別プラン

兵庫県外からの旅行者限定で、Ｓクラスを１暦日 3,000 円でレンタルできる特別プラン等をご用意し、合計 191 件ご利用いただいた。

⑤ 夢但馬周遊バス「たじまわる」

広い但馬エリアを気軽に満喫できる車内ガイド付きの周遊バスで、コウノトリの郷公園や城下町出石、竹田城跡を巡る「プレミアム号」や、生野銀山や神子畑選鉱場跡などを巡る「鉱石の道号」など、兵庫 DC 期間中に全 5 コースで合計 1,279 名にご利用いただいた。

⑥ 夢たじま観光タクシー

「コウノトリと出石散策」「余部橋梁と香住周遊」「天空の城竹田城跡」などのコースがある但馬の人気観光地を巡れるタクシープラン。城崎温泉駅を起点に但馬の名所を楽々周遊できる二次アクセス手段として、複数名での周遊を中心にご利用いただいた。

⑦ バス旅ひょうご 北淡路バス乗り放題きっぷ

西日本ジェイアールバスと本四海峡バスは、神戸と淡路島を結ぶ高速バス往復と淡路島内北部の淡路市全域で「淡路市生活観光バス(あわ神あわ姫バス)」が乗り放題になる便利なきっぷを DC 期間限定で「tabiwa by WESTER」にて発売し、購入者の中から抽選で兵庫県産品が当たるプレゼントキャンペーンを実施した。

⑧ 有馬温泉よくばりきっぷ

西日本ジェイアールバスと本四海峡バスは、神戸と有馬温泉を結ぶ「有馬エクスプレス号」と日本三泉のひとつである有馬温泉の名湯「金の湯」「銀の湯」をお得に利用できる「有馬温泉よくばりきっぷ」を DC 期間限定で「tabiwa by WESTER」にて発売し、購入者の中から抽選で兵庫県産のお土産が当たるプレゼントキャンペーンを実施した。

⑨ 南ひょうご バス旅 with ゆ〜きっぷ

日本最古泉である有馬温泉、関西有数のリゾート地である淡路島の洲本温泉、さらにグルメやインスタ映えの注目スポットが目白押しの淡路島北部エリアを巡る旅行に便利でお得な切符を主な旅行会社限定で発売した。

⑩ 駅長おすすめ駅プラン「今が旬!“食”の宝庫 美食めぐり ひょうご」

JR往復きっぷとお食事や温泉がセットになったおトクな駅プラン「今が旬!“食”の宝庫美食めぐり ひょうご」を発売し、近畿圏を中心に1,200名にご利用いただいた。

(3) JR西日本×県内バスの「めぐるひょうご体験バス」の運行

姫路駅や新神戸駅、三ノ宮駅を拠点に、兵庫県内に点在する魅力的な観光名所を快適に巡り、兵庫県ならではの食や体験を味わうことができるバスツアーを特別運行した。

播磨や淡路を舞台としたその土地ならではの魅力を感じられる4コースを設定し、近畿圏を中心に全国から合計719名の方にご参加いただいた。



(4) 五国の「サイクルツーリズム」の実施

育成したサイクリングガイドを活用し、地域の特性を活かしたサイクリングコンテンツを造成した。造成コンテンツは、旅行会社での商品化を目指すとともに、OTA等を活用し、スポーツサイクリストだけではなく、サイクルツーリズムに関心の高い欧州及びSDGsや健康に興味を示す国内旅行者等をターゲットとして、新たな客層の誘客を目指した。



- ・山田錦の特A地区と造り酒屋の見学 E-Bike ツアー（加東市）
- ・E-Bike サイクリングツアー お酒のふるさと神話の地をめざす、自然豊かな宍粟サイクリングと酒蔵で味わう健康発酵ランチ（宍粟市）
- ・神子畑鉾石の道サイクリングツアー（朝来市）

4 シビックプライド醸成に向けた「県民総参加」のおもてなし

(1) 県民のお勧め Instagram 投稿「テロワール lab.」での情報発信

兵庫DCへの県民参画ツールとして、兵庫の地に根付くテロワールをみんなで“知って”“学んで”“深める”県民参画型オンライン研究所「テロワール lab.」を Instagram にて運営した。

① 「#兵庫テロワール旅」を記載した投稿の募集

投稿を募集するとともに、公式アカウントでも投稿

投稿数：9,811件（令和5年7～9月） ※対前年度比651%

② 兵庫テロワール旅フォトコンテスト

「兵庫テロワール旅フォトコンテスト～テロワール旅ってなんだ？～」を実施

実施期間：令和5年7月20日（木）～9月30日（土） 応募数：8,212件



(2) 「テロワール体験動画」の配信

五国を代表する「食」「文化」「産業」を支える生産者・料理人・職人など「人」に焦点を当てたインタビュー記事や動画を、令和4年度に引き続きWEB広告等を用いて広く発信した。



(テロワール体験動画)

(3) 「兵庫テロワール旅」サステナブル訴求動画の制作・配信

「兵庫テロワール旅」ブランディングの一環として、中核コンセプトの1つであるサステナブルな取組を紹介する動画を制作・配信した。

(4) 「テロワールな宿」プランの造成及び販売

県内宿泊施設と連携のうへ「兵庫テロワール旅」のコンセプトに沿った宿泊プランを造成し、OTAを通じ全国に向け販売した。

参画宿泊施設：253施設

造成プラン数：580プラン

連携OTA：じゃらんnet・楽天トラベル

(5) 企業とのコラボレーション

① オニツカタイガー×JR西日本×兵庫テロワール旅

県内発のブランドである「オニツカタイガー」において、新幹線（500系、N700S、923形ドクターイエロー）をモチーフにしたコラボシューズを開発・販売するとともに、ミニチュアシューズづくり体験を開催した。

- 販売店：オニツカタイガーの一部直営店（表参道、銀座、NIPPON MADE 東京ミッドタウン八重洲、難波、神戸）、及び公式オンラインショップ

- コラボオリジナル体験コンテンツ「ミニチュアシューズづくり体験」

開催期間：令和5年7月～9月 参加者数：125名



(コラボシューズ)

② UCC×丹波篠山茶×兵庫テロワール旅

兵庫県に本社のある UCC グループとコラボし、丹波篠山茶を使ったオリジナル商品「丹波篠山焙じ茶ミルク珈琲」を全国の上島珈琲店（87 店舗）で発売した。

販売期間：令和 5 年 9 月 1 日（金）～10 月 10 日（火）



(商品ビジュアル)

③ 兵庫の鉄道連携企画

神戸市交通局・神戸電鉄・山陽電車・JR 西日本 4 社の車両所公開ツアーを日本旅行の旅行商品として発売した。車両の撮影や乗務員体験など鉄道各社の特色を活かしたツアーを実施し、鉄道ファンの方々や家族連れのお客様など、近畿圏を中心に全国から合計 633 名の方にご参加いただいた。



(6) イベントの開催や商品の開発等による事業者・団体の参画

「兵庫テロワール旅」のコンセプトにマッチした参画事業を募集し、兵庫 DC のロゴマークの使用や兵庫 DC 特設サイトでの広報により、事業者・団体と一体で、盛り上げた。

参画事業者数：365 事業者

(個別コラボレーション：56 事業者、観光コンテンツ：56 事業者、テロワールな宿参画：253 施設)

内 容：兵庫食材を使ったおつまみセットの販売

兵庫五国の食材を使用したメニューを提供する「うまいもん COLLECTION」

ホテルレストランで県産食材を使用したメニューを適用するフェア 等

(7) JR西日本 駅係員・乗務員等による「おもてなし」の実施

県内の駅係員や乗務員により「おもてなしプロジェクト」を結成し、兵庫県を訪れたお客様に「来てよかった。また来たい。」と提供いただけるような駅装飾や地域イベント等の「おもてなし」を実施した。



(8) 兵庫県地元「おもてなし」の実施

全国から訪れるお客様に「来てよかった」と提供いただけるように、県内の観光施設、宿泊施設等に、のぼりや 5 連フラッグなどを展開し、「おもてなし」の機運を醸成した。



5 ポストコロナの「旅スタイル多様化」への対応

(1) 個人旅行の情報プラットフォームの提供

① JR6社×ひょうご観光本部の兵庫DC公式ガイドブック発行

体験型「テロワール」コンテンツや各地で開催される特別イベントなど、キャンペーン期間における五国の楽しみ方を分かりやすくまとめた公式ガイドブックを制作し、JR全国6社の駅構内等で広く配布した。

発行日：令和5年5月23日（火）

発行部数：52万部

様式：A4冊子、36ページ、オールカラー

配布先：JR6社全国主要駅、空港（神戸、伊丹）、道の駅、県内市町、県内DMO/観光協会、宿泊施設等



② 兵庫テロワール旅公式サイトでの情報発信

兵庫DC情報とともに、「兵庫テロワール旅」のコンセプト、モデルコース、体験コンテンツ、関連イベントなどの情報を随時配信した。

PV: 296,329 (令和5年7～9月)、前年同期比 284%

AU: 84,467 (" "), 前年同期比 243%

※PV(ページビュー)：表示されたページの閲覧数

AU(アクティブユーザー)：サイトにアクセスしたユーザー数

また、「兵庫テロワール旅」のイメージを伝えるため、世界各地の美しい風景を発信する映像作家永川優樹氏プロデュースによるメインビジュアル動画を広く配信した。

再生回数：約200万回



(公式サイト)



(2) 旅行商品造成に繋げる旅行会社への働きかけ

旅行会社を訪問し、兵庫DC向けに造成したテロワール体験コンテンツを旅行商品に組み込んでいただけるよう働きかけを実施。また、商品造成担当者の現地視察等のサポートを行い、商品造成の促進を図った。

① 販促営業先

JTB/兵庫仕入販売センター、日本旅行/関西企画・仕入センター、関東企画・仕入センター、近畿日本ツーリストブループラネット/商品企画センター、クラブツーリズム/テーマ旅行部（ひとり旅西日本方面担当）他

② 商品造成のための現地視察

時期	内容
6/14～16	阪急交通社 岡山支店・西日本メディア（テーマ旅行担当） 商品造成担当者 計2名 訪問方面：宝塚・南／北淡路・神戸
6/21～23	クラブツーリズム 首都圏第2国内旅行センター・首都圏第1旅行センター・ライフデザイン旅行センター・関西テーマ旅行センター 商品造成担当者 計4名 訪問方面：姫路・高砂
7/10～12	西鉄旅行 商品企画課・天神支店・福岡第二支店・久留米支店 商品造成担当者2名・販売担当者2名 計4名 訪問方面：姫路・朝来・城崎・豊岡・丹波・北淡路



6 兵庫観光の「リブランディング」プロモーション

(1) イベントの開催や商品の開発等による事業者・団体の参画【再掲】

(2) 「兵庫テロワール旅」広報媒体の制作

① 全国JR主要駅での兵庫DC公式ガイドブック配布【再掲】

② 五連ポスター

発行日：令和5年5月23日（火）

発行部数：合計6,000部

様式：B1サイズ、オールカラー、5種制作

配布先：JR6社全国主要駅、空港（神戸、伊丹）、道の駅、県内市町、県内DMO/観光協会、宿泊施設等

掲示駅：品川駅、千歳駅、静岡駅、博多駅、京都駅、奈良駅、大阪駅、三ノ宮駅、高知駅、円町駅など主要駅



③ その他

- ・首都圏・九州圏等におけるプロモーション（駅構内デジタルサイネージ等）
- ・お出迎え用プロモーショングッズ（横断幕・のぼり・法被・徽章等）
- ・「兵庫テロワール旅」ノベルティの活用
- ・BSテレ東京ドラマ「ワカコ酒」とのコラボによるプロモーション
- ・FIGAROやPenなどのメディアを活用した「兵庫テロワール旅」ブランディング
- ・インフルエンサーを活用したWEBプロモーション
- ・SNSやこれまでに制作した動画を活用した広告配信
- ・JR新神戸駅における歓迎装飾の展開
- ・JR博多駅構内T i S博多支店での「兵庫テロワール旅」プロモーション
- ・代官山蔦屋書店での兵庫BOOKコーナーの設置

(3) JRグループ及びJR西日本による兵庫DCプロモーション

① 駅及び列車内などにおけるポスターの掲出

JRグループでは「兵庫テロワール旅」をテーマに、「いただきます夏休み兵庫」をキャッチフレーズとしたポスターを制作し、全国のJRの主な駅や列車内に掲出した。ポスターには俳優の中条あやみさんを起用し、中条さんが実際に兵庫県の魅力を体験しているビジュアルとした。

【JRグループによる駅ポスター・中吊りポスター】



【掲出の様子】



② 雑誌「別冊 旅の手帖」

発売日：令和5年6月26日（月）

様式：132 ページ（A4 変形判）



③ 動画の放映

中条あやみさんが兵庫県の魅力を体験している様子を撮影した動画を J R グループの主な駅に設置する駅デジタルサイネージや J R 西日本管内の一部社内で放映した。



④ その他メディア

- ・ 東海道・山陽新幹線車内搭載誌「ひととき」
- ・ J R 西日本おでかけ情報誌「西 Navi」
- ・ T V 番組「おとな旅あるき旅」（テレビ大阪・毎週土曜放送）
- ・ J R 西日本サイト「J R おでかけネット」での兵庫 D C ページ掲出
- ・ J R 西日本駅構内デジタルサイネージ、駅プラズマディスプレイ掲出
- ・ J R 西日本の主な駅での兵庫 D C 特別企画きっぷ等のポスター・パンフレット掲出
- ・ J R 西日本車内「WEST ビジョン」、スクロール掲出
- ・ ジパング倶楽部会員誌での掲出
- ・ J R 西日本会員組織へのメールマガジン、WEB 出稿
- ・ 中条あやみさんを起用した旅行会社向け販促ビジュアルの提供



(4) 「兵庫テロワール旅」ブランド浸透度等に関する調査

県内外における「兵庫テロワール旅」ブランド浸透度などを把握するオンライン調査を定期的実施することにより、現状を把握するとともに展開施策の改善を図っていく。

○ 調査概要

調査対象：兵庫県民及び他都道府県の旅行（年3回以上国内の宿泊旅行に行く者）

回数：1年間に4回実施 回答数：各回約1,800名

○ 調査結果（一部抜粋）

「兵庫テロワール旅」の認知度（R5.11時点）

兵庫県民：26.5%、他都道府県民：17.2%

他都道府県民（※年収700万円以上のみ）：24.0%