

作成年月日	平成 26 年 3 月 24 日
作成部局 課 室 名	産業労働部国際局 観光交流課

(兵庫県ツーリズム推進本部)

ひょうごツーリズム戦略（平成 26～28 年度）の策定

平成 22 年度に策定した「ひょうごツーリズム戦略（平成 23～25 年度）」に基づき、知事を本部長とする兵庫県観光ツーリズム推進本部のもと、全庁を挙げてツーリズム振興に取り組んできた。

この度、これが最終年を迎えることから、これまでの成果を継承しつつ、国内はもちろん、世界の人々が「行ってみたい」「来てよかった」「また訪れたい」と思える『ツーリズムひょうご』の実現を目指して、新たな「ひょうごツーリズム戦略（平成 26～28 年度）」を策定する。

1 意義

- ① 「神戸・阪神」「播磨」「但馬」「丹波」「淡路」、いわゆる「ひょうご五国」が有する、多様な地域資源を生かした兵庫ならではのツーリズム振興の基本指針及びその具体化のための実践的なアクションプログラムである。
- ② この戦略に基づき、県はもちろん、県内市町や民間の各主体（観光事業者、観光関係団体、県民等）が、それぞれの役割を果たしつつ、協働してツーリズム振興を図り、『ツーリズムひょうご』の実現を目指していく。

2 対象期間

中長期を展望しつつも、社会経済情勢などの変化に迅速に対応できるよう、平成 26 年度から平成 28 年度の 3 か年を対象期間とする。

3 戦略の推進体制及び継続的評価

- ① 戦略で示された方向性を羅針盤として、県内市町はもとより、民間の各主体が、自律的・主体的に取り組むを展開していくことを期待する。
- ② 県としては、知事を本部長とする「兵庫県観光ツーリズム推進本部」のもと、関係機関（国、関西広域連合、瀬戸内ブランド推進連合、近隣府県、関係団体、海外諸地域等）と連携しながら、全庁を挙げて各種方策を実施する。
- ③ さらに、「ひょうごツーリズム戦略推進委員会（仮称）」を設置して助言・提言を得ながら、戦略の進捗状況の点検評価及び施策の追加・拡充を行う。

4 推進方策

(1) 『ツーリズムひょうご』の将来像 ～五つ星ひょうご～

兵庫県の旧五国（摂津・播磨・但馬・丹波・淡路）をきらきらと輝く「五つ星（最高ランク）」に見立て、歴史、文化、芸術、自然、産業、学術など、あらゆる分野の多彩な資源に磨きをかけて、日本海から太平洋へと広がる個性あふれる地域の魅力が連なって星座のように一体となり、兵庫県全体が内外の人々にとって魅力や満足あふれるトップクラス（最高ランク）の交流の場となることを目指す。

(2) 5つの戦略と10の行動プログラム

戦 略	行 動 プ ロ グ ラ ム
<p><1>多彩な地域資源を有する兵庫ならではのツーリズムづくり ～地域資源の魅力向上と兵庫ならではのツーリズム提案～</p>	<p>①みんなをひきつけるツーリズム資源の創出 ②ひょうごオンリーワンの資源を活用したテーマツーリズムの推進</p>
<p><2>様々なニーズにこたえる“おもてなし”基盤づくり ～兵庫の多様な潜在力を生かしたソフト・ハードの環境整備～</p>	<p>③観光客を満足させる“おもてなし”人材づくり ④安全安心・快適な“おもてなし”環境づくり ⑤ツーリズム関連産業の活性化</p>
<p><3>日本の縮図・ひょうごの魅力伝える戦略的なプロモーション ～兵庫のネットワークを生かした新たな来訪者とリピーターづくり～</p>	<p>⑥情報発信のきめ細やかな展開 ⑦広域的な連携や県産品との連動によるイメージアップの推進</p>
<p><4>世界に開かれたひょうごの特性を生かした国際ツーリズム ～多様な国・地域からの誘客を目指したインバウンド政策の展開～</p>	<p>⑧世界の人たちが訪問したいと思えるメニュー開発とプロモーション ⑨ひょうご“OMOTENASHI”戦略の推進</p>
<p><5>ひょうご五国の個性あふれる地域ツーリズム ～それぞれの地域のブランド力向上に向けたオリジナルな取組～</p>	<p>⑩地域の創意と工夫によるオリジナルのツーリズム</p>

5 数値目標

ツーリズム人口の拡大に向けた数値目標を以下のとおり設定し、その達成を通じて地域の活性化と住民の満足度向上を図る。

- | | |
|--------------------------|-------------------------|
| ① ツーリズム人口（県内観光入込客数） | ： 150百万人<H24年度：126百万人> |
| ② 県内宿泊客数 | ： 1,500万人<H24年：1,235万人> |
| ③ 国際ツーリズム人口（訪日外客数(兵庫県分)） | ： 100万人<H24年：48万人> |

【問い合わせ先】

産業労働部国際局観光交流課 企画調整係
(TEL 078-362-3375)

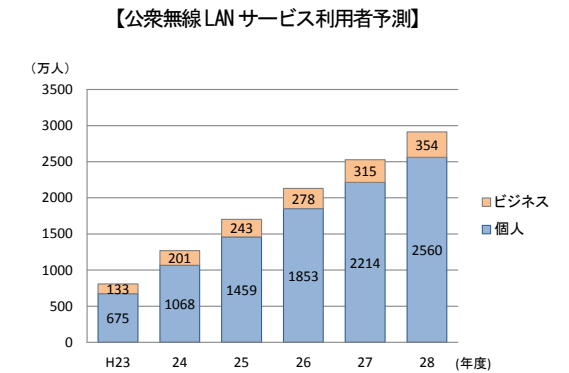
第1章 ひょうごツーリズム戦略の策定について

- 趣 旨 : 平成22年度に策定した「ひょうごツーリズム戦略」が平成25年度に最終年を迎えることから、これまでの成果を継承しつつ、国内はもちろん、世界の人々が「行ってみたい」「来てよかった」「また訪れたい」と思える『ツーリズムひょうご』の実現を目指して、新たな「ひょうごツーリズム戦略(平成26～28年度)」(以下「戦略」という。)を策定。
- 意 義 : ①「神戸」「阪神」「播磨」「但馬」「丹波」「淡路」、いわゆる「ひょうご五国」が有する、多様な地域資源を生かしたツーリズム振興の基本指針及びその具体化のための実践的なアクションプログラム。
② 戦略に基づき、県・県内市町・民間の各主体等が、それぞれの役割を果たしつつ、協働してツーリズム振興を図り、『ツーリズムひょうご』の実現を目指していく。
- 対象期間 : 平成26年度から平成28年度までの3か年
- 推進体制・継続的評価 : ① 戦略で示された方向性を羅針盤として、県内市町はもとより、民間の各主体が、自立的・主体的に取組を展開していくことを期待する。
② 県は、兵庫県観光ツーリズム推進本部のもと、関係機関と連携しながら、全庁挙げて各種方策を実施。ツーリズム戦略推進委員会(仮称)を設置し、助言・提言を得ながら、進捗状況の点検評価等を実施する。

第3章 ツーリズムを取り巻く動向

1 社会情勢

- 日本の人口推移 : 総人口は減少傾向にあるなか、65歳以上人口は増加を続け、一層の高齢社会化進展するとの予測
- 労働時間 : 総労働時間は長期的には減少傾向
- 余暇支出 : ① 平成20年後半からの景気後退による消費マインド悪化で引き締め傾向
② 最近では、緩やかながらも支出が増加傾向



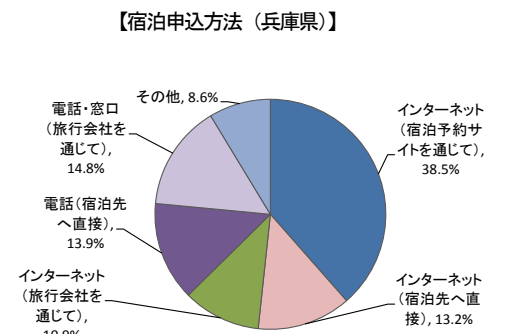
(ICT総研「公衆無線LANサービス利用者予測調査」2013年度版)

2 社会基盤

- LCC [Low Cost Carrier (格安航空会社)] : LCC路線数、利用数が年々増加し、国際空港等でのターミナル整備が進展
- 情報化 : スマートフォン・タブレットなど携帯情報端末の普及が進展、公衆無線LANサービスの利用が拡大見込み

3 国内旅行の動き

- 宿泊観光旅行への参加形態 : 団体旅行から個人・少人数グループ旅行へ移行傾向
- 宿泊の申込方法 : インターネットによる宿泊申込の比率が高く、特に宿泊予約サイトを通じた予約が主流

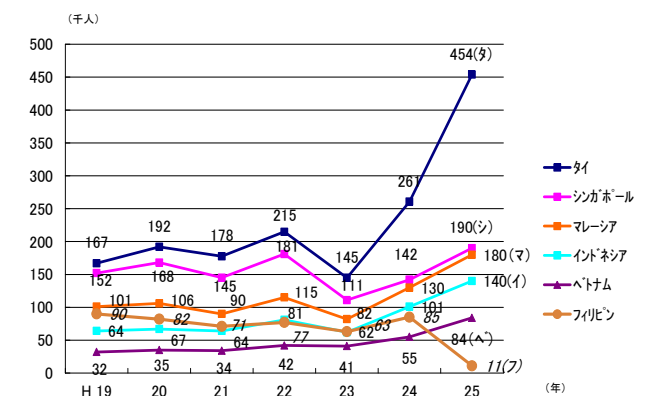


(ひょうごツーリズム協会インターネット調査)

4 インバウンドの状況

- 訪日外国人旅行者数 : 訪日外国人旅行者数は、東日本大震災後、大幅に減少したが、緩やかに回復し、平成25年には初めて1千万人超(1,036万人)
- 国別の訪日外国人旅行者数 : 東南アジアからの旅行者が急増している。特に、平成25年の急激な伸びは、ビザ発給要件の緩和によるものと推計される。
- 訪日外国人旅行者の情報収集 : ① 外国人旅行者が日本滞在中に「最も困ったこと」で一番多いのは、「無料公衆無線LAN環境」
② 日本滞在中にスマートフォンにより情報収集する外国人旅行者が急増、これらの外国人旅行者は旅行前の情報収集でもICTを活用
- MICE [Meeting(研修・セミナー)、Incentive travel(報奨旅行)、Convention(学会・国際会議)、Exhibition/Event(展示会/イベント)の頭文字をとった造語] : 企業報奨旅行、国際会議などMICEの増加に向けた取組が進展
- 国際的なスポーツ大会の開催 : 2020年オリンピック・パラリンピック東京大会や関西ワールドマスターズゲームズ2021の開催に向けて様々な需要見込

【訪日外国人旅行者数(東南アジア)】



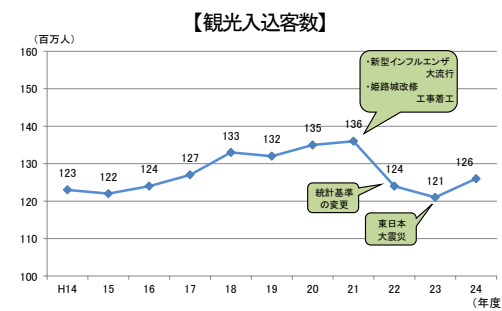
(JNTO「訪日外客の動向」)

第2章 兵庫県のツーリズムの推移と現状

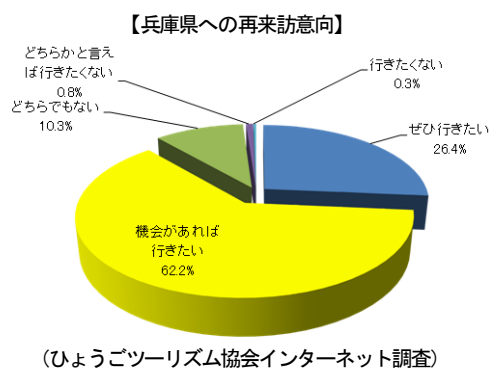
※記載のあるものを除き H24年(度) データ

1 ツーリズム人口

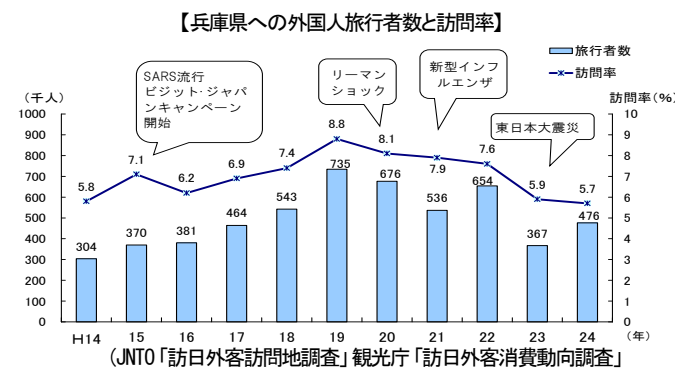
- 観光入込客数 : ① 過去40年概ね増加基調 (※H21→H22は、統計基準変更により統計上減少)
② 平成23年度は東日本大震災の影響で落ち込んだが、24年度に回復(1.26億人)
- 地域別の観光入込客数 : 神戸、阪神地域で全県入込客の半数
- 県内・県外の比率 : 県内客(44.2%)、県外客(55.8%・全国平均:49.5%)
- 利用交通機関 : 自家用車が過半数(55.5%)
- リピーター率 : 来訪者の87.9%がリピーター
- 再来訪意向 : 再来訪の意向を示した来訪者は88.6%(過去5年平均では91.7%)
- 満足度 : 来訪者の満足度は総じて高く、「雰囲気・景観」「観光地・観光施設」「宿泊施設」「食べもの」では、全体の6割以上の来訪者が「大変満足」「満足」と回答
- 魅力度 : 兵庫県:全国都道府県別ランキング10位(H25年)
神戸市:全国市町村別ランキング8位(H25年)
- 観光ボランティアガイド数と組織数 : ガイド数は全国で3位、組織数は全国で2位
- 2 国際ツーリズム人口(訪日外国人旅行者)
 - 外国人旅行者数 : ① 平成19年までは順調に伸びてきたが、平成20年、21年とリーマンショックによる景気後退や新型インフルエンザの影響により減少
② 平成23年には東日本大震災を受けて大きく減少。平成24年から再び回復傾向に転じ、平成25年は本格的に回復
- 国・地域別動向 : ① 国(地域)別では、韓国、台湾、中国、米国、香港の順
② タイ、マレーシアなど東南アジアからの来訪者が増加
- 3 観光消費による経済波及効果 : 付加価値誘発額は9,328億円で対県内名目総生産額の5.1%、雇用効果は160千人で対県内就業者数の6.2%



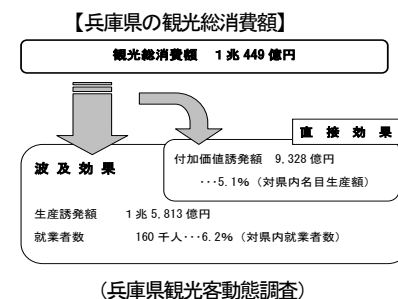
(兵庫県観光客動態調査)



(ひょうごツーリズム協会インターネット調査)



(JNTO「訪日外客訪問地調査」観光庁「訪日外客消費動向調査」)



(兵庫県観光客動態調査)

第4章 推進方策

【『ツーリズムひょうご』の将来像】

☆☆「五つ星 ひょうご」☆☆☆

兵庫県の旧五国（摂津・播磨・但馬・丹波・淡路）をきらきらと輝く「五つ星（最高ランク）」に見立て、歴史、文化、芸術、自然、産業、学術など、あらゆる分野の多彩な資源に磨きをかけて、日本海から太平洋へと広がる個性あふれる地域の魅力が連なって星座のように一体となり、兵庫県全体が内外の人々にとって魅力や満足あふれるトップクラス（最高ランク）の交流の場となることを目指す。

【5つの戦略 10の行動プログラム】

戦略1

多彩な地域資源を有する兵庫ならではのツーリズムづくり

～地域資源の魅力向上と兵庫ならではのツーリズム提案～

多様化する旅のニーズにこたえるため、県内に点在する多彩な地域資源の発掘やさらなる魅力づくり、さらには、それらをつなぐ地域間連携を進めつつ、世界に誇る「ひょうごオンリーワン資源」を活用した参加・体験・学習・交流ツーリズムや南北が海に面した県土の特色を生かしたクルーズツーリズムの造成促進など、兵庫ならではの新たなテーマツーリズムを提案する。

【背景・課題】

- ① 旅行形態が変化（団体から個人）し、旅行ニーズが多様化（物見遊山型から体験・交流・学習型）
- ② 高速交通網の整備進展（高速道路網・新幹線路線の拡大、LCC（格安航空会社）の誕生）により、地域間の誘客競争が激化
- ③ 経済波及効果や就業者誘発など、観光消費が兵庫経済に与える影響は大きく、観光消費拡大につながる新たな需要喚起が重要

【行動プログラム1】 みんなをひきつけるツーリズム資源の創出

- 1 兵庫ならではのツーリズム資源の魅力アップと創出
 - (1) 既存のツーリズム資源の魅力アップ
 - (2) 新たなツーリズム資源の発掘・創造
- 2 ひょうごブランドの向上に向けた地域づくり
 - (1) 個性とブランド力のある地域づくり
 - (2) 魅力あふれる景観の保全
 - (3) 環境に配慮した特色ある地域づくり
- 3 地域間連携による兵庫のツーリズムの活性化
- 4 観光消費拡大につながる仕掛けづくり

【行動プログラム2】 ひょうごオンリーワンの資源を活用したテーマツーリズムの推進

- 1 兵庫の特色を生かしたテーマツーリズムの推進
 - (1) 特色ある新たなテーマツーリズムの推進
 - (2) 固定した人気のあるツーリズムの持続的発展
- 2 参加・体験・交流・学習型のツーリズムの推進
- 3 特化市場の競争力強化に向けた取組
- 4 シリーズ化につながるツーリズムの推進
 - (1) 需要喚起や継続化につながるツーリズムの提案
 - (2) 参加者属性に応じたツーリズムの造成促進
- 5 機会を捉えたツーリズムの推進

戦略2

様々なニーズにこたえる“おもてなし”基盤づくり

～兵庫の多様な潜在力を生かしたソフト・ハードの環境整備～

リピーターとして何度も訪問してくれる「ひょうごファン」を増やしていくため、兵庫のツーリズムを支える人材の継続的・計画的な育成や、交通アクセス・情報通信といったツーリズムインフラの整備推進など、兵庫の有する潜在力を生かしながら、ソフト・ハードのおもてなし環境の整備を進め、旅行者が求める安全安心で快適な旅を提供する。

【背景・課題】

- ① 旅行者満足度（おもてなし、宿泊・観光施設、アクセス、食、特産品・土産物、観光情報など）向上によるリピーター増加が重要
- ② 各地域の観光地を結ぶ交通ネットワークの構築等が重要
- ③ リピーターの個人旅行者の多くは、旅先で収集した現地情報（インターネット、現地口コミ、リーフレットなど）により旅行行動を決定
- ④ スマートフォン・タブレットなど携帯情報端末保有者が増大
- ⑤ レジャーの多様化により、運輸・商工業のみならず、農林水産業、製造業など、ツーリズム関連産業のすそ野が拡大

【行動プログラム3】 ツーリストを満足させる“おもてなし”人材づくり

- 1 地域の“おもてなし”人材の育成
 - (1) ボランティアガイドの資質向上と人材確保
 - (2) “おもてなし”気運の醸成
 - (3) 地域ツーリズムの核となる人材の育成
 - (4) 若者層におけるツーリズム人材の養成
- 2 関連産業従事者の“おもてなし”の気運醸成と資質向上

【行動プログラム4】 安全安心・快適な“おもてなし”環境づくり

- 1 ツーリズムインフラの整備
 - (1) 交通インフラの整備 ◆高速交通網のさらなる充実 ◆交通インフラのサービス向上に資する環境整備
 - (2) 通信インフラの整備 ◆無料公衆無線 LAN の環境整備 ◆ソフト面の充実 ◆災害情報の発信
- 2 特区制度等の活用

【行動プログラム5】 ツーリズム関連産業の活性化

- 1 関連産業への多面的な支援
 - (1) 融資制度の充実
 - (2) 関連産業分野の連携
- 2 魅力的な県産品の開発と販売促進

戦略3

日本の縮図・ひょうごの魅力を伝える戦略的なプロモーション

～兵庫のネットワークを生かした新たな来訪者とリピーターづくり～

新たな来訪者とリピーターづくりのため、兵庫一体となって取り組む「あいたい兵庫キャンペーン」を中心とした観光プロモーションの計画的・体系的な展開はもとより、テーマ・訴求対象の絞り込みや、インターネットをはじめとした多様な媒体の活用など、「ひょうご五国」の多彩な魅力を伝える情報発信をきめ細やかに行うとともに、府県域の枠を越えた広域的連携の強化による認知度向上や県産品と連動したイメージアップといった兵庫のブランド力の向上に取り組む。

【背景・課題】

- ① 雑誌やテレビ、ラジオといったメディアに加え、SNS、ブログなどインターネットによる口コミ情報が拡大し、情報発信・収集の手段が多様化
- ② 特に、いまや情報収集の中心は、スマートフォンへとシフト
- ③ 新たな来訪者を呼び込むとともに、リピーターとなる“ひょうごファン”を増やしていくことが必要
- ④ 広域的な連携や県産品との連動を図りながら、兵庫の認知度向上や“ひょうごブランド”のイメージ強化につなげていくことが重要

【行動プログラム6】 情報発信のきめ細やかな展開

- 1 テーマやターゲットを明確にした情報発信
 - (1) 「あいたい兵庫キャンペーン」の継続的展開
 - (2) きめ細やかなプロモーションの展開
- 2 多様な手段による情報発信
 - (1) ICTの積極的な活用
 - (2) 新たな情報発信手法の開発・企画
 - (3) 圏域・地域ごとにおける最新情報の発信

【行動プログラム7】 広域的な連携や県産品との連動によるイメージアップの推進

- 1 広域連携の強化による「ひょうご五国」への誘客促進
- 2 県産品と連動した「ひょうごブランド」のイメージ向上

【行動プログラム9】 ひょうご“OMOTENASHI”戦略の推進

- 1 ソフト・ハード両面にわたる受入環境整備
 - (1) 外国人目線に立った多言語対応の整備
 - (2) Wi-Fi環境の整備
 - ◆無料公衆無線LANのアクセスポイントの拡大
 - ◆ソフト面の強化
 - ◆一定エリアにおける携帯情報端末の使いやすい仕組みづくり
 - ◆携帯情報端末の情報収集の利便性向上に向けた取組
 - (3) 外国人旅行者への文化・習慣の理解
 - (4) ムスリムへの適切な対応
- 2 安全安心・快適な旅の提供に向けた仕組みづくり
 - (1) ビザ発給要件の緩和
 - (2) CIQ手続の実施体制の充実

戦略4	世界に開かれたひょうごの特性を生かした国際ツーリズム ～多様な国・地域からの誘客を目指したインバウンド政策の展開～
韓国・台湾・中国・米国・香港の5大市場に加え、訪日外国人旅行者数の拡大が見込まれる東南アジアや欧州をはじめ、多様な国・地域からの誘客を目指したプロモーション活動の展開や、兵庫を訪れる外国人旅行者への安全・安心・快適な受入環境の整備促進など、海外の諸地域・機関との協力も視野に入れた広域的な連携を図りつつ、戦略的なインバウンド政策を推進する。	
【背景・課題】 ① 訪日外国人旅行者の伸びについては、領土問題や災害などにより変動が生じるなど不安定な要素が存在 ② 訪日ビザ発給要件の緩和や円安傾向により、タイを筆頭に東南アジアからの訪日客数が急増 ③ 2020年オリンピック・パラリンピック東京大会や関西ワールドマスターズゲームズ2021など、国際的なビッグイベントの開催決定 ④ LCC路線の拡大やICTの発展、クルーズ市場の拡大などによりツーリズムのグローバル化が進展 ⑤ 訪日外国人旅行者が、日本で「旅行中最も困ったこと」のトップは「無料Wi-Fi環境」 ⑥ 求める情報の上位は、「交通手段」や飲食店・宿泊施設・観光施設といった「場所」などインフラ関連項目 ⑦ インドネシア、マレーシアなど増加するイスラム圏からのムスリム観光客への対応	

【行動プログラム8】 世界の人たちが訪問したいと思えるメニュー開発とプロモーション

- 1 東南アジアなど多様な地域・国からの誘客
 - (1) 5大市場に対する継続的なプロモーション
 - (2) 東南アジア諸国に対する集中プロモーション
 - (3) 欧州などへの認知度向上に向けたプロモーション
- 2 多様なニーズにこたえるきめ細やかなメニュー開発
 - (1) 多彩な旅行商品の開発
 - (2) 滞在型や富裕層向けのツアーの造成促進
 - (3) スポーツツーリズム発展に向けた環境整備
- 3 国内での広域連携によるインバウンド戦略の展開
 - (1) 関西広域連合・瀬戸内ブランド推進連合との連携
 - (2) テーマ設定による近隣府県との連携
 - (3) 海外からの人気の高い国内の地域・観光スポット等との連携
- 4 兵庫の国際ネットワークを活用したインバウンド戦略の展開
 - (1) 国際的なネットワークを活用した誘客プロモーションの推進
 - (2) ICTによる魅力発信の強化
 - (3) 海外諸地域等との連携によるインバウンド戦略
 - (4) 海外の旅行エージェントによる兵庫へのツアー造成の促進
- 5 効果的な集客が期待される重点分野へのアプローチ
 - (1) 訪日教育旅行の誘致獲得に向けた環境整備
 - (2) 「MICE」をはじめとした特化市場の競争力強化

戦略5	ひょうご五国の個性あふれる地域ツーリズム ～それぞれの地域のブランド力向上に向けたオリジナルな取組～
交流人口の拡大と地域の活性化を目指し、ふるさとへの愛着と誇りを大切にした、地域の創意と工夫による主体的な取組によって、エリアごとに特色のあるツーリズムを展開する。	
【背景・課題】 ① 自然や気候風土、歴史文化、産業など兵庫の個性豊かな地域特性や資源を生かしたツーリズムの展開 ② 来訪者満足に加え、地域の主体的な取組・参加により住民満足の向上につなげることが重要 ③ 地域の観光振興の取組を交流人口の拡大と地域の活性化につなげることが必要	

【行動プログラム10】 地域の創意と工夫によるオリジナルのツーリズム

神戸地域	神戸ブランドを生かしたツーリズム
阪神南地域	阪神間モダンズムを実感する都市（まち）を巡る（都市型ツーリズムの推進）
阪神北地域	北摂の多彩な文化と里山を体験する都市近郊型ツーリズム
東播磨地域	豊かな水辺の自然・文化・産業などを生かしたウォーターフロントツーリズム
北播磨地域	ふるさと「北播磨」
中播磨地域	中播磨の魅力を生かした交流の地域づくり
西播磨地域	豊かな自然と歴史が彩るふるさと西播磨のツーリズム
但馬地域	あしたのふるさと但馬 ～コウノトリ翔る郷ツーリズム～
丹波地域	“都会に近い田舎”丹波グリーンツーリズム
淡路地域	御食国（みけつくに）と国生みの島を舞台としたふるさと淡路島ツーリズム

第5章 戦略の効果的な実施に向けて

- 1 数値目標
 - ① ツーリズム人口（県内観光入込客数） : 150百万人（H24年度：126百万人）
 - ② 県内宿泊客数 : 1,500万人（H24年：1,235万人）
 - ③ 国際ツーリズム人口（訪日外客数（兵庫県分）） : 100万人（H24年：48万人）
 （参考指標）
 ① 来訪者の満足度（民間調査）で全国上位を目指す（H24年度：8位）
 ② 今後の来訪意向（民間調査）で全国上位を目指す（H24年度：24位）
 今後の再来訪意向（独自調査）で90%以上を目指す（過去5年平均：91.7%）
 ③ 魅力度ランキング（民間調査）の都道府県ランキングで上位維持を目指す（H25年：10位）
- 2 戦略の推進体制等
 - ① 兵庫の各主体の連携・協働と役割
 - ② 戦略の推進及び実施状況の点検等
 - ③ 国内外との広域連携による観光振興