



# 兵庫デスティネーション キャンペーンについて

公益社団法人 ひょうご 観光本部

## 1 兵庫DC概要

### (1) 期間等

#### 期 間

**2023年夏**（7月～9月：JR全国6社と実施） ※2009年春以来、14年ぶり2度目の開催  
※2022年7～9月にプレキャンペーン（JR西日本と実施）

#### 主催者

兵庫デスティネーションキャンペーン推進協議会

#### 事務局

（公社）ひょうご観光本部

#### 目 的

持続可能な観光地づくり

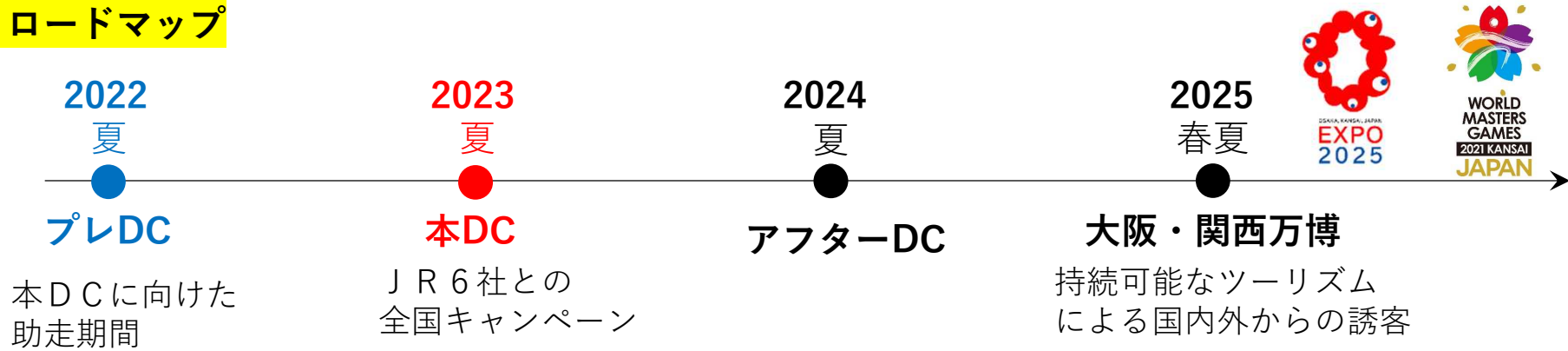
【短 期】 コロナ禍からの**県内観光産業の早期回復**

【中長期】 ①「テロワール旅」を核とした『**Hyogoブランド**』の確立

②**県内各地の地域資源の掘り起こし・磨き上げ**

# 1 兵庫DC概要

## (2) ロードマップ



コロナ禍からの早期回復と飛躍

フィールドパビリオン

『兵庫テロワール旅』を核としたHyogoブランドの確立

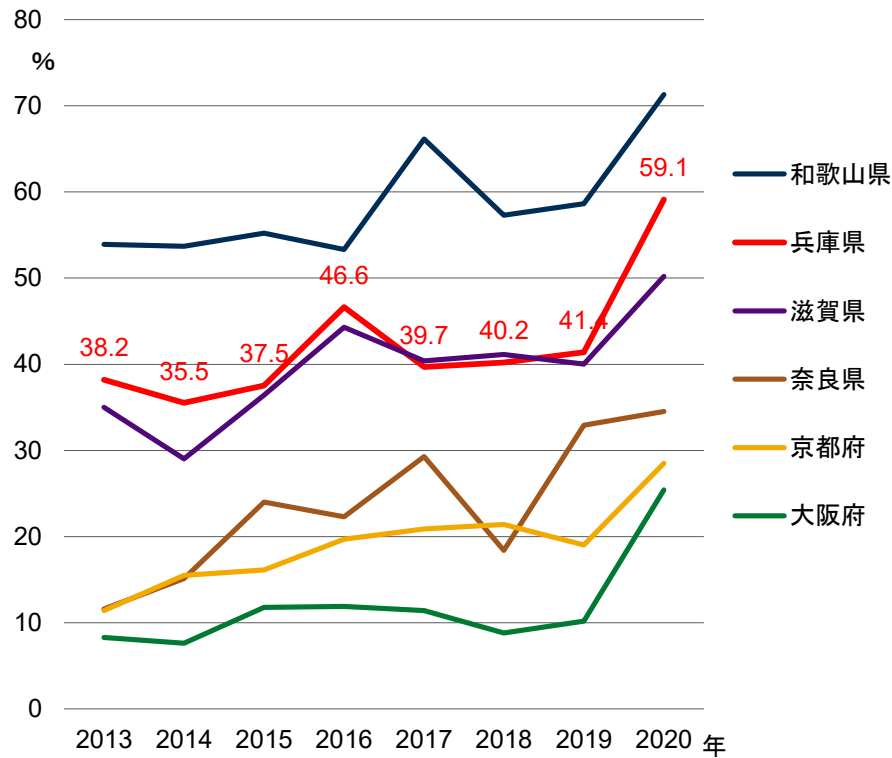
持続可能な観光地づくり(SDGs)

『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』

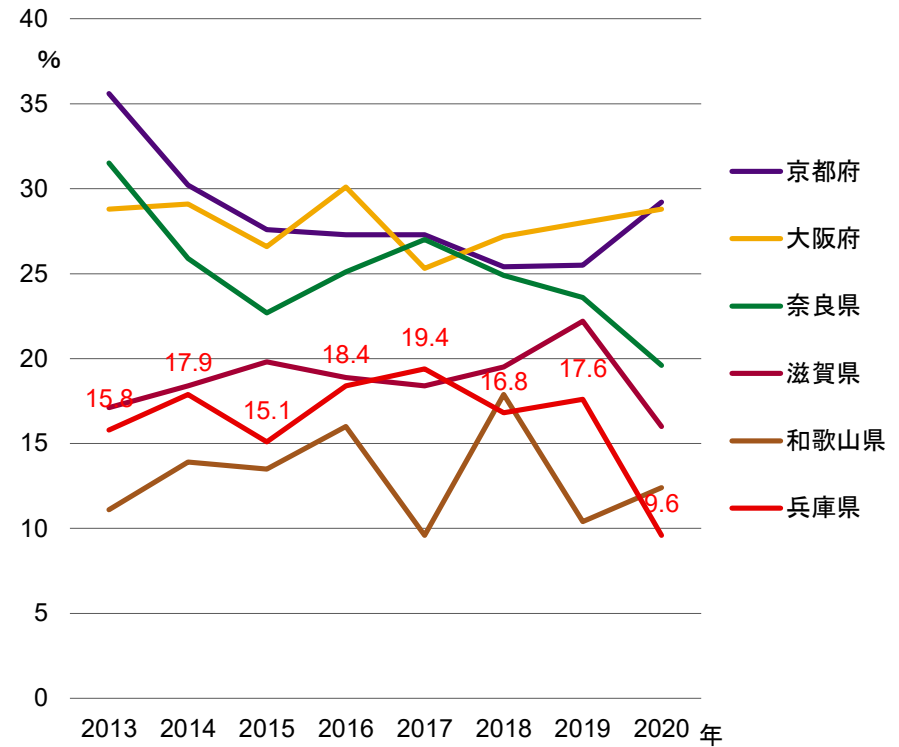
## (参考) 兵庫県来訪者の居住地

兵庫県は近畿からの来訪者が中心で関東の比率低い。コロナ禍で傾向に拍車。

図表1 【各府県の来訪者に占める近畿地方居住者比率の推移】



図表2 【各府県の来訪者に占める南関東地方居住者比率の推移】



(注) 南関東地方は埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県  
出典：(公財)日本交通公社「旅行年報」

## 1 兵庫DC概要

### (3) テーマ



全国に誇る豊かな食材とその美味しさを、育んできた風土や歴史文化、紡いできた人々の想いとともに体感してもらい、旅行者の知的好奇心を満たし訪問満足度をあげられるような旅

- ① ローカル（地域性）の追求：地域に根差した「食」や「文化」を味わう
- ② 「食」や「文化」が生まれた理由や『ルーツ』・歴史も合わせて楽しむ
- ③ 生産者、料理人、職人など『人』や『技術の伝承』の魅力を感じる
- ④ 地域資源の持続可能性を意識する

#### 「風と水と土と ひょうごテロワール」

- (1) 山田錦 誕生から85年、別格の酒米
- (2) 六甲の恵み 灘五郷生んだ「奇跡の水」
- (3) 明石鯛 複雑な潮流が育む「紅葉」
- (4) 丹波黒 黒豆でも枝豆でも最高峰
- (5) 岩津ねぎ 雪で増す、唯一無二の風味
- (6) 播磨灘のカキ 森からの恵みが海を育む
- (7) ホタルイカ 但馬に春呼ぶ「海の宝石」
- (8) タケノコ 美しい竹林に春の息吹
- (9) 但馬牛 人、牛、草原…千年の物語

※「神戸新聞NEXT」連載・特集ページより



神戸新聞編集委員で、兵庫DC推進協議会アドバイザーボード・食部会長でもある辻本一好氏が、月末、日曜日に神戸新聞朝刊に連載中。

## 2 プレDC概要

### プレDC

- ・西日本エリアからの**誘客促進**と県内各地への波及
- ・県内における**DC**及び『**兵庫テロワール旅**』の**インナーブランディング**

### (1) 体験コンテンツの造成

滞在期間の拡大、消費単価の向上にむけ、地域推進協議会・民間事業者等と連携し、地域固有の風土に根差した兵庫テロワール旅コンテンツを造成

JR西日本を通じ、旅行会社に提供

→ 主な旅行会社では、キャンペーンに合わせて、JRと宿泊がセットになった兵庫エリアへの旅行プランを発売

日本旅行パンフレットのラフデザイン



【旅行会社例】



## (参考) 兵庫テロワールを楽しむ体験コンテンツ例

### もっと知ろう！但馬牛(たじまうし)と但馬牛(たじまぎゅう)！ 但馬牛の希少部位食べ比べ付き

山陰本線 (浜坂駅からタクシー)

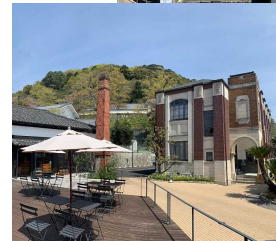
- ①但馬牛を放牧する草原（放牧場）の風景を見学
- ②但馬牛博物館で農業遺産「但馬牛」の歴史・文化を学ぶ
- ③但馬牛の希少部位の食べ比べ



### うすくち醤油発祥の地を地元ガイドと歩く 童謡「赤とんぼ」のふるさと龍野城下町散策

姫新線 (本竜野駅)

- ①「赤とんぼ」作詞者・三木露風を輩出
- ②うすくち醤油発祥の地の龍野城下町の醸造関連施設をガイドとめぐる



### 砥峰高原散策ツアー

播但線 (寺前駅からタクシー)

- ①映画「ノルウェイの森」等のロケ地となった90haの高原
- ②春の山焼き、夏は緑の大草原、秋はススキ、冬は雪景色
- ③ガイドによるロケ地案内



### 「不老長寿の道」多可の森健康ウォーキング

加古川線 (西脇市駅からバス)

- ①敬老の日発祥の地とされる多可町の森と集落
- ②歴史・文化を案内するガイドと緩やかな勾配を無理なく歩く



## 2 プレDC概要

### (2) 食のプロモーション

- ・五国固有の風土に根差した食材や調理方法を活かした特別メニューや土産物の販売など、「食」フェアを開催
- ・フェア会場の設えやイベント内容にも、五国の地場産品等を活用

〔例〕

- ・温泉地や宿泊・商業施設での「食」フェア実施
- ・首都圏等からの誘客促進のため、東京・大阪等の宿泊・商業施設での「食」フェア実施

〔現在開催が決定しているホテル〕

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、ホテルモントレ（神戸、姫路）





## 2 プレDC概要

### (3) 観光列車の運行

#### ① 「WEST EXPRESS 銀河」

運行日：2022年7月1日（金）～3日（日）

1日1往復（計6本運行）

運行区間：大阪～（福知山線経由）～城崎温泉

【出発式】日時：2022年7月1日（金）

場所：大阪駅3番のりば

#### ② サロンカーなにわ『兵庫テロワール旅号』

姫路－播但線経由－城崎温泉・香住・浜坂

#### ③ うみやまむすび

城崎温泉－餘部

### (4) 特別クルーズ

・淡路へは、「銀河」のデザインを手がけた川西康之氏がデザインしたJR西日本の観光型高速クルーザー「SEA SPICA」でのクルーズなど海路の旅も提供



WEST EXPRESS 銀河



サロンカーなにわ  
兵庫テロワール号



うみやまむすび



SEA SPICA

## 2 プレDC概要

### (6) デジタルスタンプラリー

JR西日本MaaSアプリ「WESTER」を活用し、兵庫テロワール旅を感じられるスポットなど、駅を起点としたまち歩きコースを設定。

ポイントに応じたプレゼントも用意し、地域の周遊を促す。

- ◆兵庫プレDC期間中、JR西日本のMaaSアプリ「WESTER」を活用
- ◆設定された10コース、60スポットを訪れていただくことで「テロワール旅」を体感
- ◆各コースには、その特徴からスポットを推理していただく「テロワールクイズ」を用意
- ◆取得したスタンプの数や達成したコースの数に応じて、豪華な賞品が当たる



【イメージ】

## (参考) 二次交通情報

### めぐるひょうご体験バス

新神戸駅や三ノ宮駅、城崎温泉駅などの拠点駅と兵庫県内に点在する観光地をつなぎ、「食」や「体験」を楽しむことができるバスを運行

#### 【プラン例】

歴史と伝統の播州織  
& 世界遺産姫路城



播州織工房館

世界遺産・姫路城

灘菊酒造

### 夢但馬周遊バス「たじまわる」

「たじまわる」は但馬を気軽に楽しむことができる周遊バス  
JR特急との接続も良く、1日乗車券500円で全コース車内ガイド付き

### 南ひょうごバス旅withゆ〜きっぷ

有馬温泉、洲本温泉、淡路島北部エリアを廻る旅行に便利でお得な「バス旅きっぷ」を兵庫DC専用の旅行商品として販売

### 兵庫プレDC期間限定 駅レンタカー特別プラン

兵庫プレDC期間中、兵庫プレDC専用の旅行商品購入の方限定で1日3,000円（税込・Sクラス限定）で駅レンタカーが利用可能



夢但馬周遊バス「たじまわる」



南ひょうごバス旅withゆ〜きっぷ



### 3 ブランディング/コミュニケーション戦略

#### (1) WEB特集サイト



- 内 容：①DCイベント情報  
②テロワール旅コンセプト  
③「テロワールな人」記事・動画  
④体験型観光コンテンツ  
⑤モデルコース  
⑥「テロワールな宿」 等



#### (2) 動画の活用

兵庫観光ブランドの向上、認知拡大を図るための動画を作成

- 1 メインビジュアル動画
- 2 テロワールな人動画
- 3 体験PR動画

〔テロワールな人動画の例〕



田中誠貴氏（田中一之刃物製作所）



### 3 ブランディング/コミュニケーション戦略

#### (3) SNS活用 (テロワールlab.)

・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"、オンライン研究所「テロワールlab.」を開設

・「#兵庫テロワール旅」を付けた食・景色・人・地場産品の写真投稿をInstagramで募集

・投稿写真の中から毎週「ベストテロワール投稿」を選定し、公式アカウントにて公開  
(リポスト投稿)

・複数回「ベストテロワール投稿」に選定された方にはテロワール賞品をプレゼント



#### (4) インフルエンサー活用によるコミュニケーション

・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。



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



【第一弾】

日程：2022年3月19日－21日

訪問地：淡路、播磨、神戸

## 3 ブランディング/コミュニケーション戦略

### (5) 紙メディア

#### プレDC公式ガイドブック／ポスター

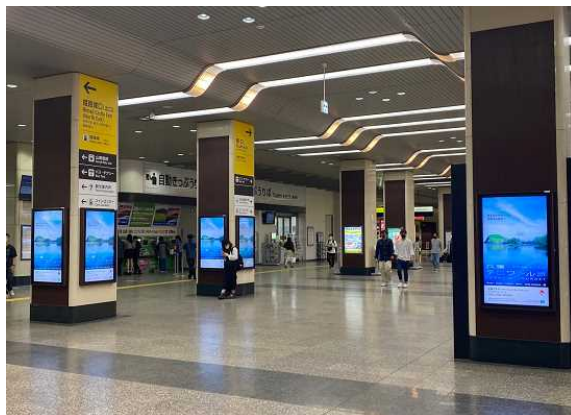
##### ◆概要

発行時期：2022年5月25日

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



【姫路駅構内サイネージ】

#### タブロイド紙

##### ◆概要

「兵庫テロワール旅」のコンセプトや取組などを伝えるタブロイド紙

- ・発行部数：41万部
- ・配布手法：新聞折り込み等

##### ◆2022年度発行スケジュール

- ①2022年7月1日（プレDC開始日）
- ②2022年秋



【参考】前回タブロイド紙  
(2021年12月発行)

### 3 ブランディング/コミュニケーション戦略

#### (6) JR駅でのプロモーション

◆プレDC（2022年7～9月）：  
JR西日本エリア（北陸、京阪神、中国、山陰、福岡）の  
主要駅や車内でプロモーションを実施

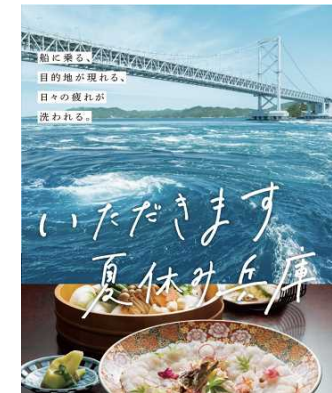
◆本DC（2023年7～9月）：  
東京駅をはじめ、JRグループ6社で全国規模の  
プロモーションを実施



福岡駅での掲示



駅掲示・車内吊などでPR



## (参考) プレDCでのJ R西日本協力によるプロモーション

### 駅および列車内におけるポスター等の掲出

J R西日本が、ポスターなどを制作。

5月25日～9月下旬頃まで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）



### TV番組、情報誌等

J R西日本提供番組「クチコミ新発見！旅ぶら」「おとな旅あるき旅」

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」など





## (参考) DCの効果

### ◆2009年 春 兵庫DC (前回)

県内延べ宿泊者数 (4～6月) 179万人泊 前年同期比 (87%)

県内主要観光施設入込数 (4～6月) 440万人 前年同期比 (100%)

- ・ 新型インフルエンザの世界的流行
- ・ 5月16日国内初感染が兵庫県内で発生

### ◆2021年 春夏 東北DC

域内延べ宿泊者数 (4～9月) 1,361万人泊 2019年同期比 (59%)

- ・ 新型コロナウイルス感染症

### ◆2019年 夏 熊本DC

県内延べ宿泊者数 (7～9月) 164万人泊 前年同期比 (104%)