

“観光ひょうご”復興への取り組み

“観光ひょうご”復興推進協議会

平成13年3月31日

“観光ひょうご”復興への取り組み

1 阪神・淡路大震災の発生と“観光ひょうご”復興キャンペーン推進協議会の発足

平成7年1月17日未明に発生した阪神・淡路大震災は、神戸をはじめ兵庫県南部の阪神・淡路地域に多大な被害を与え、被災地を中心として観光施設や宿泊施設等、県内の観光産業は大きな打撃を受けた。

事業再建に向けた関係者の取り組みにより、被災地の観光施設は徐々に営業を再開していたが、震災による観光イメージの低下、さらに観光に訪れるのは時期尚早ではないかとの自粛ムード等により、被災地の観光客入込数は低迷し、観光産業のみならず地域経済全体にも深刻な影響を与えた。

また、被災地以外の観光地においても、震災による県全体の観光イメージの低下等により観光客が減少するなど、被災地同様に大きな影響を生じていた。

こうした厳しい状況のなか、観光産業が震災前の活力や賑わいを取り戻すためには、震災によるマイナスイメージの払拭と一日も早い観光客の呼び戻しに官民の総力を挙げて取り組んでいくことが不可欠である。そのため、(社)兵庫県観光連盟を軸に、地域の広域観光団体や業界団体、地元行政団体等との緊密な連携を図り、相互の力を結集して、観光産業の復興に向けたキャンペーン等の取り組みを強力に推進するため、平成7年7月、「“観光ひょうご”復興キャンペーン推進協議会」が設立された。

【阪神・淡路大震災の主な被害の概要】

地震の発生状況

発生時刻	平成7年1月17日 午前5時46分
震源地	淡路島北部 北緯34度36分 東経135度03分
震源の深さ	16km
マグニチュード	7.2
各地の震度	6 神戸、洲本 5 豊岡 4 姫路など (神戸市、芦屋市、西宮市、北淡町、一宮町、津名町の一部では7)

被害の状況(平成12年12月27日現在)

死者	6,400人	全壊・全焼	棟数	111,123棟
			世帯数	191,617世帯
行方不明者	3人	半壊・半焼	棟数	137,289棟
			世帯数	257,311世帯
負傷者	重傷者	合計	棟数	248,412棟
	軽傷者		世帯数	448,928世帯
	合計		40,092人	

【“観光ひょうご”復興キャンペーン推進協議会の概要】

- ①構成 広域観光団体(10)、経済団体(2)、宿泊・飲食業関係団体(3)、物産関係(1)、旅行業者(2)、運輸業者(5)、行政機関(24)、関係団体(2) 計49団体
- ②会長 高嶋 平介・(社)兵庫県観光連盟副会長
- ③設立 平成7年7月26日

2 観光復興キャンペーンの展開等

同協議会では、浅野ゆう子さんを「ひょうご観光大使」として、全国縦断キャラバン隊を派遣し、マスコミや旅行エージェントに観光PRを展開したをはじめ、テレビCMの放映、全国から被災地で行う会議・大会の誘致に対する支援など、様々なキャンペーンを展開し、被災地をはじめ、兵庫県の観光のイメージアップと、観光客の呼び戻しに、民間、行政がともに力をあわせ、全力をあげて取り組んだ。

【観光復興キャンペーンの展開】

年度	内容	事業費
平成7年度	・テレビCM放映事業 ・会議・大会等誘致支援事業 ・観光復興リレーイベント開催支援事業	61,997千円
平成8年度	・テレビCM放映事業 ・会議・大会等誘致支援事業 ・観光復興リレーイベント開催支援事業 ・観光復興大使キャンペーン事業 ・全国縦断キャラバン隊派遣事業 ・観光復興促進事業	352,370千円
平成9年度	・県外キャラバン隊派遣事業 ・県外観光展 ・社内広報誌記事掲載 ・明石海峡大橋キャンペーン	156,000千円

観光復興キャンペーンと並行して、平成7年12月に、犠牲者の鎮魂の意を込め都市の復興・再生への夢と希望を託し、「神戸ルミナリエ」が開催された。同協議会でも、被災地域の観光復興への願いを託し、その実行委員会に参画するとともに、PR及び誘客活動を行ってきた。今や、来場者約500万人の集客イベントとして、また、神戸の冬の風物詩として定着してきつつある。

【「神戸ルミナリエ」の開催状況】

開催年	会期	来場者数
平成7年	12/15～12/25 (11日間)	2,542,678人
平成8年	12/12～12/25 (14日間)	3,855,665人
平成9年	12/12～12/25 (14日間)	4,732,346人
平成10年	12/11～12/25 (15日間)	5,163,716人
平成11年	12/13～12/26 (14日間)	5,157,573人
平成12年	12/12～12/25 (14日間)	4,737,907人

震災後2ヶ月が経過した平成7年3月の時点で、被災地域の主要観光施設の58.0%、主要宿泊施設の85.2%しか営業できなかったが、関係者の一致協力した取り組みの結果、2年後の平成9年3月までに、主要観光施設は93.2%、主要宿泊施設は96.3%まで回復することとなった。

【被災地域の主要な観光施設・宿泊施設の営業再開率】

区分	H7.3月	H8.3月	H9.3月
主要観光施設	58.0%	88.9%	93.2%
主要宿泊施設	85.2%	94.4%	96.3%

※(財)阪神・淡路産業復興推進機構調べ

3 明石海峡大橋の開通と“観光ひょうご”復興推進協議会への改組

こうした取り組みによって徐々に観光客入込数が回復するなか、平成10年4月、全長3,911mで世界最長の吊り橋・明石海峡大橋が開通した。同大橋の開通は、単に高速交通アクセスが向上しただけでなく、それ自体が国内外に誇る集客資源であるとともに、同時に淡路や神戸にも多彩な集客施設がオーブ

ンし、淡路島を中心に大きな集客効果を及ぼすこととなった。

同協議会でも「明石海峡大橋観光キャンペーン」を展開するとともに、同大橋開通を契機として増加する観光客の定着を図り、被災地だけでなく県内全域への観光客の周遊性を高めていくためには、単に従来からのキャンペーン・PR活動だけでなく、地域の観光振興にかかる政策提案活動にも取り組む必要があることから、平成10年6月、「“観光ひょうご”復興推進協議会」として改組し、観光客の動向の分析、イベント展開等集客戦略の充実、受入体制の強化など、総合的な観光客誘致対策を推進することとした。

【“観光ひょうご”復興推進協議会の概要】

- ①構成 広域観光団体(9)、旅行業・宿泊関係(5)、運輸関係(7)、商工・農業関係(7)、報道関係(4)、集客事業関連(3)、行政機関(22) 計57団体
- ②会長 奥田 眞・(社)兵庫県観光連盟副会長
- ③設立 平成10年6月5日

4 阪神・淡路百名所の選定、淡路花博の開催、See阪神・淡路キャンペーンの展開等

「“観光ひょうご”復興推進協議会」では、明石海峡大橋を中心とした観光キャンペーンに取り組むとともに、堺屋太一氏の提案により被災地域の主な集客施設・イベント等を「阪神・淡路百名所」として選定した。さらに、明石海峡大橋の開通や「阪神・淡路百名所」の選定を契機とした集客効果を県内全域に波及させるため、広域周遊型観光の促進に取り組んできた。

こういった民間・行政が共に力を集結した取り組みで、県内の観光客入込数は、平成10年度には過去最高の127,129千人となり、被災地域においても83,787千人と、震災前の平成5年度の115.5%、震災の影響が一番大きかった平成7年度の177.9%にまで回復・増加した。

加えて、平成12年には、国際会議場や宿泊施設、大温室などを備えた淡路夢舞台がオープンするとともに、淡路花博ジャパンフローラ2000が開催され約700万人が入場するとともに、「Thanks & Welcome - ありがとう、そして、ようこそ」をコンセプトワードとして、明石海峡世紀越えイベント「ジャパンカウントダウン2001」をはじめ阪神・淡路の復興を国内外に発信する「See阪神・淡路キャンペーン」が展開されており、同協議会としても、これらのプロジェクトに積極的に参画・協力してきたところである。

【明石海峡大橋や淡路花博を核とした観光キャンペーンの実施】

年度	内容	予算額
平成10年度	・県外キャラバン隊派遣事業 ・広域周遊型モデルルート商品企画会議 ・阪神・淡路百名所づくり等	18,016千円
平成11年度	・県外キャラバン隊派遣事業 ・広域周遊型モデルルート商品企画会議 ・阪神・淡路百名所づくり等 ・旅フェア'99出展事業 ・観光物産情報機能強化推進事業等	37,335千円
平成12年度	・県外キャラバン隊派遣事業 ・旅フェア2000出展事業 ・阪神・淡路百名所づくり等	15,607千円

【観光入り込み客の状況】

(単位: 千人)

年度	5	6	7	8	9	10	11
全 県	112,955	108,318	88,882	104,330	106,423	127,129	122,648
被災地	72,561	64,371	47,109	61,636	63,726	83,787	77,196

【阪神・淡路百名所の選定】

- ①選定エリア 被災地10市10町
- ②選定分野
 - ・震災メモリアルと21世紀へ発信する名所
 - ・海と山と花が織りなす名所
 - ・地域の歴史・文学を綴る名所
 - ・地域が育む楽しさいっぱいの名所
- ③選定機関 阪神・淡路百名所づくり委員会 (14名、委員長: 鳴海邦碩・大阪大学工学部教授)
- ④認定証授与式 平成11年7月23日
- ⑤シンボルマーク・ロゴマークの選定・発表 平成11年2月18日

【淡路花博 ジャパンフローラ2000】

- ①テーマ 人と自然のコミュニケーション
- ②会 期 2000年3月18日(土)～9月17日(日)
- ③会 場 兵庫県淡路島 約96ha
- ④入場者 6,945,336人

【See阪神・淡路キャンペーン】

- ①目的 復興の姿を情報発信、21世紀の大交流時代における先導的な地域づくり
- ②コンセプトワード 「Thanks & Welcome」ありがとう、そして、ようこそ。
- ③キャッチフレーズ 「Big Birth」でっかい未来が生まれるよ。
- ④時 期 2000年(平成12年)7月～2002年(平成14年)3月
- ⑤内 容 「ジャパンカウントダウン2001」など中核的集客交流イベントの実施
100名品・100グルメの募集 等

5 創造的復興に向けて

同協議会は、こうした取り組みにより被災地域の観光復興を推進してきたところであり、一定の成果を挙げたものと考えられる。

一方で、県内の一部地域においては観光客の減少傾向が見られるなど地域により差違が生じてきていることから、県全体での観光復興を進め、集客・交流人口の定着とさらなる増加を図るとともに、全県的に波及させることが不可欠である。

世界的な大交流時代と言われる21世紀を迎え、今後、震災からの創造的復興のためには、従来型のサイトシーイングを中心とした「観光」への取り組みだけでなく、経済、学術、芸術、さらに都市と農村の地域間交流等を含めた多種多様な交流を軸とする集客策を重点的に展開していく必要がある。

観光復興への取り組み

年 度	主 事 項	観光復興への取り組み		観光客入り込み数	
		観光復興への取り組み	兵庫県全体	被災地10市10町	被災地10市10町
平成5年度			112,955千人 (100%)	72,561千人 (100%)	
平成6年度	9月 関西国際空港開港 1月 大震災発生		108,318千人 (96%)	64,371千人 (89%)	
平成7年度	4月 ライフライン復旧完了 7月 震災復興計画(フェニックス・プラン)の策定 8月 鉄道復旧完了	産業復興計画の策定 観光ひょうご復興キャンペーン推進協議会発足(49団体) 観光復興キャンペーン(～97年度) 神戸ルミナリエ開催(以降毎年開催)	88,882千人 (79%)	47,109千人 (79%)	
平成8年度	4月 ウェルカムプラザ21(訪日観光交流倍増計画) 9月 阪神高速道路復旧完了 3月 神戸港復旧完了	3月まで 主要観光施設189施設の内168施設(89%)が営業再開	104,330千人 (92%)	61,636千人 (85%)	
平成9年度	6月 1月 外客誘致法が施行 明石海峡大橋開通記念事業の開始(～12月)	年間 明石海峡大橋観光キャンペーンの実施 明石海峡大橋架橋照明の整備	106,423千人 (94%)	63,726千人 (88%)	
平成10年度	年間 4月 明石海峡大橋記念事業の開催(724軒) 明石海峡大橋開通 野島断層保存館をはじめ大橋周辺の集客施設がオープン	6月 観光ひょうご復興推進協議会に改組(57団体) 8月 台北国際旅行博(OTF'98)に出展 9月 県内34市町を外客来訪促進地区(国際観光予一マ地区)に指定	127,129千人 (113%)	83,787千人 (115%)	
平成11年度	12月 仮設住宅解消 1月 ひょうご21世紀記念事業の開始 3月 (203事業を予定～2002年) 淡路夢舞台オープン 淡路花博ジャパンフローラ2000の開幕	年間 淡路花博観光キャンペーンの実施 「阪神・淡路百名所」の選定 兵庫県外客誘致促進委員会の設置 台北国際旅行展(ITF'99)に出展	122,648千人 (109%)	77,196千人 (106%)	
平成12年度	年間 ひょうご21世紀記念事業の開催 淡路花博ジャパンフローラ2000の開催(～9月)	6月 香港国際旅遊交易会(ITE2002年春) 11月 台北国際旅行展(ITF'99)に出展 7月 「See阪神・淡路キャンペーン」の実施(～2002年春)			

「観光ひょうご」復興（キャンペーン）推進協議会の取り組み

年度	事業内容	事業費
平成7年度 (61,997千円)	テレビCM放映事業 首都圏・関西・九州の6放送局 ・「好きな人と一緒に来てください」沢松奈生子（プロテニスプレーヤー）	55,000千円
	会議・大会等誘致支援事業 58件 ・広く県内外から宿泊を伴う会議、大会等の誘致を図るため、奨励金を交付（15,000円～50,000円）	1,930千円
	観光復興リレーイベント開催支援事業 8件 ・地域の祭りやイベントを観光復興イベントとして支援 ・ポスター、チラシ、横断幕・のぼり等の経費の1/2（1開催当たり1,000千円限度）	5,067千円
平成8年度 (352,370千円)	テレビCM放映事業 首都圏・関西・九州の6放送局 ・「めいっばい兵庫 浅野課長編」浅野ゆう子（女優）	50,000千円
	会議・大会等誘致支援事業 156件	12,370千円
	観光復興リレーイベント開催支援事業 12件	10,000千円
	観光復興大使キャンペーン事業 浅野ゆう子さんによるキャンペーン ・ポスター、パンフレット、テレビCF等	50,000千円
	全国縦断キャラバン隊派遣事業 ・時期 6月3日～18日 ・訪問都市 東京、横浜、名古屋、京都、大阪、岡山、高松、広島、福岡、金沢 ・訪問先 マスコミ25社、テレビ等出演17社 旅行エージェント会議 20社102名 旅行エージェント訪問 63カ所 教育委員会 14カ所 ・街頭宣伝 11カ所	30,000千円
観光復興促進事業 ①現地特典ブック「お得クーポンブック」作成 ・内容 観光施設、宿泊施設、飲食店の割引、記念品の提供サービス等170余の特典 ・配布先 全国旅行エージェント等、50万部 ②復興モデルルート「わたしの好きなひょうご有名人が勧める、ひょうご観光ルート」作成 ・横尾忠則「アートに出会う旅」、上沼恵美子「淡路島リゾートライフ」他、50万部（蛇腹方式） ③ホスピタリティ啓発（タクシードライバーのマナー向上） ・歓迎ステッカーの貼付（10,000部） ・ハンドブックの作成（15,000部） ・リーフレット、パンフレット作成（10,000部） ④フォト・エッセイコンテスト ・募集期間 平成8年10月～平成9年3月 ・応募件数 702点 ・最優秀賞 一般10万円、児童・中学 図書券5万円 ⑤ 宣伝ツール作成等 ・浅野ゆう子の等身大ボード（200箇所設置、325個） ・ポスター（B全2,200枚、B2 1,400枚） ⑥ 戸田競艇場・住之江競艇場での観光展 ⑦ ビデオ、車内広告	200,000千円	
平成9年度 (156,000千円)	県外キャラバン隊派遣事業 ・時期 平成9年11月～1月 ・訪問都市 東京、名古屋、高松、広島、福岡、金沢 ・訪問先 マスコミ 20社 旅行エージェント 55社103名	11,000千円
	県外観光展 ・東京会場 平成9年11月13日～15日 ・博多会場 平成9年11月20日～23日 ・名古屋会場 平成9年11月27日～30日	35,000千円

年度	事業内容	事業費
平成9年度 (続き)	社内広報誌記事掲載 首都圏の大手民間企業の社内広報担当者を招聘し現地取材 ・コース 神戸・阪神（1泊2日）、神戸・淡路（1泊2日） ・対象者 大成建設、麒麟ビバレッジ、富士銀行、松下電気産業等 32社47社	5,000千円
	明石海峡大橋キャンペーン ①テレビCM放映 ・時期 2月 ・関西、中部、中・四国、福岡の12放送局 1,249本放映 ②電車吊り広告 東京、名古屋、大阪、九州 ③観光販売促進事業 ・旅行エージェントを招聘し、現地視察や販売促進会議 ・開催時期 平成9年9月9日～11日（2泊3日） ・参加者 11社27名 ・宿泊地 宝塚、淡路 ④モニターツアー事業 ・旅行企画を募集し、優秀企画に旅行費用の一部補助 ・実施時期 平成9年9月～平成10年1月 ・補助 15組5万円～8万円	105,000千円
平成10年度 (18,016千円)	県外キャラバン隊派遣事業 ・時期 11月 ・訪問都市 東京、名古屋、広島、福岡 ・訪問先 旅行エージェント、マスコミ45社	11,000千円
	広域周遊型モデルルート商品企画会議 モデルルートを企画商品に結びつけるため、旅行エージェントを招聘し、商品企画会議を実施 ・「忠臣蔵と名作のふるさとめぐり」（11月）19社 21名 ・「智頭急行で行く鳥取・但馬」（12月）9社12名 ・「歴史探訪と明石海峡大橋がラミックビュー」（1月）18社22名 ・「花の島淡路を巡って」（2月）18社25名	6,000千円
	阪神・淡路百名所づくり等 「阪神・淡路百名所づくり」推進連絡会議の開催等	1,016千円
平成11年度 (37,335千円)	県外キャラバン隊派遣事業 ・時期 10月、11月 ・訪問都市 東京、名古屋、大阪、広島 ・訪問先 旅行エージェント、マスコミ55社	11,000千円
	広域周遊型モデルルート商品企画会議 ・「ひょうごの匠&鉄人の技にふれる旅」（宝塚～但馬）（10月）17社20名	1,000千円
	旅フェア99への出展 ・時期 4月21日～25日 ・場所 ナゴヤドーム ・入場者数 24万人	3,150千円
	阪神・淡路百名所づくり ・認定証授与式 平成11年7月23日 ・シンボルマークの公募・選定 ・共通サインプレートの整備	20,865千円
	観光物産情報機能強化事業等 「観光情報受信機能検討会議」の開催等	1,320千円
平成12年度 (15,607千円)	県外キャラバン隊派遣事業 ・時期 10月、11月 ・訪問都市 東京、名古屋、大阪、福岡 ・訪問先 旅行エージェント、マスコミ53社	11,000千円
	旅フェア2000への出展 ・時期 4月19日～23日 ・場所 幕張メッセ（千葉県） ・入場者数 25万人	3,150千円
	阪神・淡路百名所づくり等 See 阪神・淡路キャンペーンとの連携	1,457千円