

兵庫県域の大阪湾バイエリア活性化推進協議会企画委員会

六甲有馬淡路島

WellnessDestination

プロジェクト検討結果報告

2025年3月12日(水)13:00~16:00

【兵庫県域の大阪湾バイエリア活性化基本方針】（2023.3策定）

■策定趣旨 大阪・関西万博・神戸空港国際化 → バイエリアの将来像 + 多様な主体の取組方向

■目指す姿

①世界からの人・モノ・投資



新産業・ビジネスが立ち上がる
創造的エリア形成

②ウェルビーイング＆ サステナブルなエリア



新たな価値・ライフスタイルの発信

③産学公民の協働による推進



関西・瀬戸内を繋ぐ
結節点として機能

■大阪・関西万博以降の取組（2026年～）

東西日本を結ぶ大交流圏の中心結節点としてグローバルに躍動

○中長期的なプロジェクトを実施し、エリア全体の
訴求力を高め、人・モノ・投資を持続的に呼び込み



淡路-神戸 ウェルネスツーリズム

阪神-神戸 マリンビレッジ

■神戸エリア、淡路エリアの取組の方向性

神戸

神戸空港国際化を見据えた**広域交通アクセス網の拡充**
高いブランド力を生かし**高付加価値・滞在型観光を
牽引するエリアを形成**

淡路

インバウンド・富裕層も見据えた観光・交流エリアの形成
人の流れを円滑にする交通ネットワークの形成
well-beingを重視し、産業が持続的に発展・循環する地域の形成



観光交流の振興



地域づくり

目標年次

2030年

最終目標

ウェルネスツーリズムを通じた兵庫県の”RE-ブランディング”

神戸・淡路のウェルネスツーリズム市場におけるブランド価値の向上により、
兵庫における観光交流の振興に繋がり、県民であることを誇りに思うこと

実施背景

環境配慮型、プラネタリーヘルスの追求と実践、発信

＜プラネタリーヘルス＞ 地球の健康と人間の健康が相互に影響し合う関係性を指す概念であり、「国連ESD(持続可能な開発のための教育)」や UNWTO、OECD などでもSDGsの次段階として、現在提唱されている。

地理的背景

海山近接の都市型リゾート
(南北バーティカルライン)

都心部からの好アクセス

神戸・三宮から

有馬温泉まで最短**25分**

淡路島まで最短**45分**

多様なアクセス手段

陸:新神戸駅

海:神戸港、交流の翼港

空:神戸空港、伊丹空港

徳島阿波おどり空港

【『山』のリトリートエリア】

～ 保養地「六甲山」・三古泉「有馬温泉」～

- ◆ 森林クアオルトプログラム
- ◆ 六甲ミーツアート芸術散歩、トレッキング
- ◆ 有馬温泉の湯治
- ◆ 神戸ビーフ・灘五郷のテロワール体験 など



瀬戸内国際芸術祭



- ◆ 関西・瀬戸芸エリアと結ぶクルージング商品造成
- ◆ 水素船・空飛ぶクルマの誘致

【『海』のリトリートエリア】

～ 国生みの島・御食国「淡路島」～

- ◆ ラグジュアリーホテルの誘致
- ◆ 鳴門渦潮・沼島おのころ・海洋療法のクルーズ
- ◆ 洲本温泉・南あわじ温泉郷の湯治
- ◆ 禅・ヨガリトリート、発酵食・循環農業の体験
- ◆ 淡路線香・淡路瓦づくり体験 など



※◆バイエリア基本方針の取組例、フィールドパビリオンなど

時代背景

大阪・関西万博を契機とした
関西への関心の高まり

大阪・関西万博の開催、IR開業、
神戸空港国際定期便運用開始に
向けた関西への関心の高まり、
神戸・三宮の都心再整備、
ウォーターフロント再整備を
通じた神戸、阪神、淡路エリアへの
投資の活性化が期待される



↑ 2025年の神戸空港(イメージ)
※神戸市提供

2025年
国際チャーター便運用開始
2030年めど
国際定期便運用開始

← 六甲山
サイレンスリゾート
『サイレンスリング』
森と共存する
「リング状」の高級ホテル

社会背景

ウェルネスツーリズムの定義 市場規模の拡大



5

ウェルネスツーリズムの定義※

身体的、精神的、感情的、職業的、知的、そして霊的なものを含む人間の生活のすべての主要な領域を改善し、バランスをとることを目的とした観光活動。ウェルネスツーリズム旅行者の主な目的は、フィットネス、健康的な食事、リラクゼーション、自分への褒美、癒しトリートメントなど、予防的、積極的でライフスタイルを向上させる活動に従事すること。

※世界観光機関(UNWTO)(2018年)

養生・予防

治療

ヘルスツーリズム

ウェルネスツーリズム

⇒健康・ウェルビーイング
の維持、管理、向上

メディカルツーリズム

⇒病気の治療、検診等

クアオルト、タラソテラピー、
ゴルフツーリズム、転地療法
マクロビオティック、禅・ヨガ
アーユルヴェーダ 等

癌治療、高度がん診断、
重粒子線治療、再生医療、
検診～治療ワンストップサービス
等

世界市場規模の拡大

7年間で
約2.3倍に拡大

約140兆円
(9236億\$)

2023年

約315兆円
(2.1兆\$)

2030年

観光交流の振興



国内外から選ばれる目的地の形成
(ひょうご版ウェルネスツーリズム)

地域づくり



地域の活性化と
ウェルビーイング向上

プロモーション



ひょうご版ウェルネスツーリズム
の認知拡大



旅行者

本物や価値ある時間・体験にお金を払う人
Ex1) 美や健康を追求するキャリア女性
Ex2) セカンドライフを楽しむミドルシニア夫婦
Ex3) 子供への教育的要素を求める
欧米豪インバウンドファミリー



- ・「癒しの場」「保養の場」「学びの場」
「人生を取り戻す場」の提供
- ・「ココロとカラダ」のキレイ
- ・「生きがい」探求のきっかけ



地域住民

六甲、有馬、淡路島に居住、勤務するすべての県民
Ex1) 地域の特産品の生産・販売、伝統産業事業者
Ex2) 宿泊、飲食、体験施設等
Ex3) 地域として、観光客受入に間接的に
関わる住民



- ・雇用拡大、売上増加
- ・技術や文化の継承
- ・住民のウェルネス体験の享受



メディア等

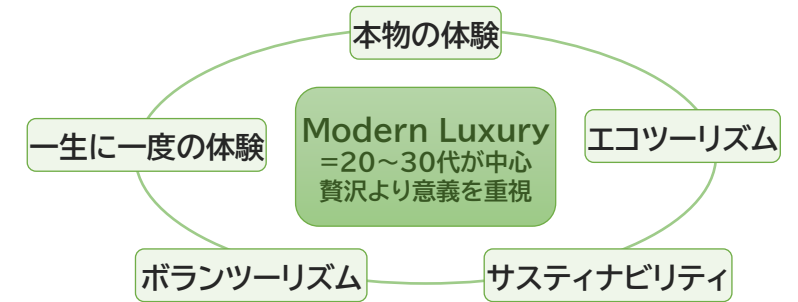
ターゲットごとにきめ細やかにアプローチ
Ex1) 旅行者向け: 旅行会社、インフルエンサー
Ex2) 地域住民向け: 地域団体、地元プレイヤー
Ex3) 参画事業者向け: ホテル、飲食店等



- ・誘客促進。ブランディング
- ・シビックプライドの醸成
- ・国内外からの投資の促進

共通軸

本物や価値ある時間・体験にお金を払う人
(国内外モダンラグジュアリー層)



美・健康への 高い意識

普段から美に興味を示し生活を送っている。外見の美しさだけでなく仕草、健康を言った内面的な美しさを磨くことに興味関心が湧き、それを実践する旅をしたいと感じている。



セカンドライフ の探求

自由な時間を手に入れたセカンドライフ。仕事中心の生活から人生を楽しむ転機が訪れる。パートナーと一緒に人との出会いを求めてゆっくり旅がしたい。



日本文化の 体験・享受

四季のある自然豊かな日本五感で感じたい。食や日本文化、伝統芸能、おもてなし精神を通して日本の素晴らしさを感じたい。



- ・ キャリア女性一人/グループ(～40代)
- ・ 母娘

- ・ ミドルシニアカップル(女性主導・50代～)
- ・ ミドルシニア女性グループ

- ・ 欧米豪インバウンドファミリー

	2024年度			
	第1回WG	先進事例視察	第2回WG	第3回WG
	9月4日 15～18時	11月6～7日	12月4日 15時半～17時半	1月22日 13～17時
議題 結論	【ウェルネスツーリズムの 目指す姿、ターゲット設定】 - 世界から選ばれる目的地 - ターゲットは複数設定 (インバウンド＋キャリア女性等) - 地域づくりの観点 【地域資源の洗い出し】 【モデルコース設定の考え方】 - モデルコース期間も多様に (2泊3日、6泊7日) - ターゲットに対してどのような影響を与えるかを可視化 - 意外な驚きの体験の提供 - ネットに価格の出ない プレミア感の提供	【先進事例視察で見た取り入れる べき要素、注意すべき点】 - 食材を実際に見た後、食べると感じ方が 違う - 食材だけでなく、資材も活用 - お酒のペアリングで高付加 価値化し、単価を上げる 「抜け感」の醸成 - 里山十帖は体験の施設内完結型。本PJで は広域で展開。 - 若いスタッフと地域コミュニティとの関係 創出がカギ。 - 素のおばちゃんを活かした おもてなしの提供 ➡PJ構想やモデルコースに反映	【事業概要のアップデート】 - 官民連携での推進を強調 3つの重点施策として取組を整理 (観光交流振興/地域づくり/プロモ) 【モデルコースの内容】 - 地域限定のガイドではなく、兵庫県前後 と繋げられるガイドも必要 ➡DMCの利用しやすさに繋がる - 他府県、県内他地域と何が違うか、メイン を張るコンテンツが必要 - 得られるものの表現が重要 【プロモーション戦略】 - ウェルネス自体の認知向上 - コア層➡一般層へ浸透を図る - 官民連携は地道な説明も必要 - ターゲットインサイトを深掘りし、 適したプロモーション戦略が必須	【モデルコースの内容】 - 新たなものではなく、既存コンテンツにア ディクションしていくべき - 無限にあるコンテンツと旅行者のニーズ を結び付ける仕組みづくり(DX)が必要 - すべてがウェルネスでなくてよい。数か所 目玉と言える明確な落とし所を設定すべ き - ブランド化のためにターゲットを絞り込ん でいるが、そのターゲットがどのように派 生するかも考慮しておくべき - ツーリズムにおいて移動も体験コンテン ツ (船に乗る、馬に乗る、カヌーに乗る) 【今後の進め方】 - 地域内外で構成する組織体を形成して 推進すると、関係人口が増えて、拡大す る (内部の巻込に成功しても、展開が課題) - リブランド化の成功水準の明確化。その 上、年度ごとのマイルストーンを設定。

先進事例視察結果報告(里山十帖)

<視察実施概要>

視察先: 里山十帖(新潟県南魚沼市)

※最寄り駅: 上越新幹線 越後湯沢駅

視察日時: 11月6日(水)13時~11月7日(木)14時

視察参加: 古田座長、阿部委員、岩浅委員 及び事務局

里山十帖の料理十条

- 一、料理を通じて、体験、発見、感動を提供する。
- 二、二十四節気、七十二候。日本の暦に逆らわない料理を作る。
- 三、新潟の風土、文化、歴史を学び、料理に表現する。
- 四、古来伝承の発酵・保存技術を学び、活かし、料理に取り入れる。
- 五、食材はできるだけ近くから。食材に旅をさせない。
- 六、山菜、伝統野菜、有機栽培の野菜など、生命力の強い食材を使う。
- 七、動物を無用に苦しめず、命に感謝していただく。
- 八、野菜は皮や根、茎まで、魚や肉は骨まで、余すところなく使い切る。
- 九、無添加、天然醸造の調味料を使い、化学調味料は一切使用しない。
- 十、美味しいこと、美しいこと、健康で幸せに生きる料理であること。



保存の山菜と山の実



<参加委員のコメント>

食体験

- ・食材をめぐるツアーで実際に山で見て聞いた後、食べることで土地とのつながりを感じられ、食の楽しみ方が変わる。
- ・裏山で折れた木を利活用し、コースターにするアイデアが素晴らしい。
- ・味の引き算で素材を味わうのは断食とは異なるデトックスで健康的。
- ・お酒・ドリンクをペアリングとして提供することで高付加価値化。組み合わせの提案で食との相性もいいし、高単価となる。
- ・ガストロノミー等のテーマ性があれば辺鄙な場所でも人が来る。兵庫は豊富な食材が強みなので、活かせばよい。

滞在

- ・「抜け感」がうまい。すべてが一流ではないところが良い。雑なところは雑(100万の椅子にカメムシ、移動がガソリン車前提)。
- ・「蔵」という籠ることがテーマのお宿で、内省する機会になった。
- ・アメニティへの地産品活用やペットボトルではなくガラスボトル使用等、地域資源活用や環境対応の細かい配慮がなされていた。
- ・里山十帖は施設内での完結型。兵庫ではエリア内を周遊する体験コンテンツが必要。

地域交流

- ・若いスタッフを地元コミュニティに派遣し、参画を得たことの成功事例。
- ・朝食の配膳などに、地元のおばちゃんに来てもらい、“素の地元感”が、旅行者に伝わるよう、実践している(おばちゃんに指導)仕組みがよい。
- ・普通のホテルや旅館より接客や送迎拙い部分が多い。
→外部研修に行かないからこそ。素が出る良さでもある。

国内外の「健康・アンチエイジング」旅行

分類	コンテンツ	国内外の事例
医療 Medical ↑ 健康増進 疾病予防 Health ↓ 養生 リトリート Wellness	検診・治療 ※ 主な客層 → 中・露・越 など富裕層	【シンガポール】 がん治療 × 病院・ホテル・飲食・小売の複合商業施設(ラッフルズメディカルグループ) 【タイ】 心臓病治療・性転換 × 観光(プーケットビーチ・アユタヤ・ホワヒン) 【韓国】 美容整形・皮膚科・韓方治療 × 韓流エンタメ(Kポップ・グルメ・化粧品) ※ 日本は保険診療の日本人患者優先で後発、民間主導で東京・大阪に集中、下記は行政連携の少数例 【大阪観光局×JTB×医療機関】 高度がん診断・重粒子線治療・再生医療 × IR・関西国際空港 【愛知県×県医師会】 検診～治療ワンストップサービス(がん・歯科・眼科) × 中部国際空港 【松本市×羽田空港×医療法人】 人間ドッグ(PET・MRI) × 羽田空港・白馬村スキー
	リハビリ	【静岡県】 高齢者の歩行訓練(療法士・看護師) × 稲取温泉(伊豆)の湯治・そば打ち・魚釣り・りんご狩
	代替医療 (東洋医学等)	【奈良県】 薬草・漢方の製造体験・薬膳料理・薬湯 × 宿坊(座禅・写経) 【沖縄県】 琉球王朝治療師伝来の鍼灸 × 読谷村リゾート 【沖縄県】 アーユルヴェーダ(体質診断・スパ・ヨガ) × ビーチリゾート ※本場はインド・スリランカ
	食事療法	【群馬県】 マクロビオティック食(玄米菜食)または断食 × 草津温泉の湯治・ノルディックウォーキング 【京都】 発酵食(甘酒・日本酒・京丹波野菜・味噌・醤油) × 発酵体験(酵素風呂・藍染)
	温泉・湯治	【岐阜県】 長良川流域クアパークリゾート 体質チェック・コンサル × 温泉リトリート × ボディチェック・カウンセリング 【ドイツ】 クアオルト × 保険適用 【北海道】 アトピー疾患対応の豊富温泉(温泉利用型健康増進施設・医療費控除)の湯治
	アクティビティ スポーツ	【高知県】 室戸海洋深層水タラソテラピー × 深海生物漁業体験・四国八十八カ所めぐり 【山形県】 独ミュンヘン大学認定クアウォルトの森林ウォーク(気候性地形療法) × 上山温泉の湯治 【広島県・愛媛県】 しまなみ海道サイクリングロード(瀬戸内の多島美)× 尾道・今治観光 【三重県】 ゴルフツーリズム(数カ所ホッピング滞在) × グルメ(松阪牛・牡蠣)・伊勢志摩観光
	転地療法 (聖地巡礼等)	【岐阜県】 ぎふウェルネス・ツーリズム カーボンオフセットの仕組みを取り入れた環境配慮型の観光 【アメリカ】 セドナ・グランドキャニオン五つ星ホテル × 原住民伝統体験(シャーマン儀式・瞑想・薬草) 【日本】 富士山・高野山・伊勢神宮・熊野古道・四国お遍路・厳島神社・出雲大社・高千穂峡・阿蘇山・屋久島

		2025	2026	2027	2028	2029	2030	最終目標
主要な取組		大阪関西万博		新バスターミナル(Ⅰ期)ビル 完成予定		新神戸駅前広場再整備		神戸空港国際化 IR開業
目標		ゴールに向けてのプラットフォーム (旅行商品、PR)づくり		積極的なプロモーションと旅行販売施策の拡充 ※イベント(コミュニケーションプラットフォーム)、WEBサイト		国内外のファン拡大 ブランド価値の需要 ➡ 販売販路拡大 ➡ 事業者拡大		
プロモーションの比重		トライアルプロモーション(コア層への働きかけ)				ブランディング広告(一般層への浸透)		
取組事項	旅行者	モニターツアー	インフルエンサーを通じた 情報発信		メディアでの 情報発信	消費者キャンペーン		
	・キャリア女性 ・ミドルシニア カップル ・欧米豪インバウ ンドファミリー	インフルエンサー との接点創出			独自性のある 商品展開 (コラボ旅行商品造成等)			
		マーケティングリ サーチ	旅行代理店への情報発信					
	参画事業者	参画者の 意識醸成	・参画モデルの検討 ・事業者、地域住民との対話 ➡課題の明確化		課題解決への取組 ・補助事業 ・インフラ整備 受入体制の整備 ・設備投資 ・人材育成 ・DX			
地域住民				・地域住民の参画 ・還元の享受 ➡更なる参画の推進				
		ウェルネスツーリズムを通じた兵庫県の”REーブランディング”						

ウェルネスツーリズムを通じた兵庫県の「REーブランディング」

上期

下期

大阪・関西万博

万博レガシーの継承

ひょうご楽市楽座（ひょうご五国の特産品が出揃うナイトマーケット）

ウェルネスWG

ウェルネス
ツーリズム
EXPO視察



キャリア女性

ラキラルプフェス出展



ミドルシニア

マーケティングリサーチ

課題事項への解決策検討（ウェルネスWG検討主テーマ）

隣接県との連続性のある行程プロデュースから
アテンドまで出来る人材養成

欧米豪
インバウンド
ファミリー

インフルエンサー
との接点創出

モニターツアー

- ▶観光分野有識者
- ▶インフルエンサー
- ▶メディア 等



トライアルプロモーション

シンポジウム

参画事業者
地域住民

業界団体や地域団体等キーパーソンとの対話

自治体総合戦略への反映

課題整理等

< イベント名 > 第8回 My Organic Friends Fes by Salon de LACARPE 2025 (ラキアルプフェス2025)

< 開催日時 > 2025年5月23日 (金) <メディア・バイヤー (無料/招待制) > 11:00-19:00 (予定)
2025年5月24日 (土) <一般 (有料/事前申込制) > 9:30-18:00 (予定)
2025年5月25日 (日) <一般 (有料/事前申込制) > 9:30-17:00 (予定)

< 開催場所 > WITH HARAJUKU HALL < <https://withharajuku-hall.jp> >
東京都渋谷区神宮前1丁目14-30

< 出展ブランド数 > 70ブランド (予定)

< 来場者見込数 > 1日目 (メディア・バイヤー/招待制) 1,000名
2日目 (一般顧客/有料) 1,000名
3日目 (一般顧客/有料) 1,000名



HYOGO WELLNESS

めぐるたび、めぐる元気。

森林浴、温泉、座禅、マインドフルネスを通じて、
自分へのご褒美「心身の美しさ」の追求を体験。

最上級のリトリートによるデトックス体験を
存分にお楽しみください。

山のリトリート

DAY
1

JR新神戸駅 ▶ 日本の滝百選
布引の滝トレッキング ▶ ^{FP} 六甲ケーブル
で山頂へ ▶ 神戸六甲
ミーツ・アート ▶
六甲有馬
ロープウェイ ▶ 有馬温泉(泊)
<例>御所別荘

DAY
2

観光タクシーでいく
ホテル ▶ ^{FP} 有馬温泉
カルチャーガイド体験 ▶
西山酒造場発酵体験ワークショップ(泊)
<宿>酒蔵宿西山鼓傳

DAY
3

観光タクシーでいく ^{FP} tamaki niime
播州織ワークショップ ▶ ^{FP} 観光タクシーでいく
「日本六古窯」丹波焼
窯元での陶芸体験 ▶
観光タクシーでいく
「日本六古窯」丹波焼
窯元での陶芸体験 ▶ JR新大阪駅



六甲ミーツ・アート



丹波焼



西山酒造場



tamaki niime

海のリトリート

DAY
1

神戸空港 ▶ ^{FP} 明石～岩屋の船旅
岩屋のレトロ街歩き ▶
禅坊清寧で心と体を
癒し整えるZEN Wellness ▶ ^{FP} NatureLab & Resort
(泊)

DAY
2

ホテル ▶ Awaji Nature Farm
自然循環型ワイナリー ▶
国生み神話の聖地
伊弉諾神宮ガイドツアー ▶ 洲本温泉(泊)
<例>海のホテル鳥花

DAY
3

ホテル ▶ うずしおクルーズ ▶
淡路人形浄瑠璃 ▶ 徳島阿波おどり空港



ジェノバライン



マインドフルネス



淡路人形座



農家体験

山海のリトリート オptionalコンテンツイメージ<セカンドシニア・インバウンド>15

山のリトリート(六甲山・有馬温泉)		海のリトリート(淡路島)	
食	有馬グランドホテル「兵庫を味わうテロワール旅」 -地元兵庫の旬食材(神戸牛、山椒、桜鱒)を使った懐石メニュー	農家レストラン陽・燦燦「発酵食」 -美と健康をテーマに、野菜中心のメニュー提供やマルシェ、EC販売を行う	
	ROKKO森の音ミュージアム「森のCafé」 -地産地消・アニマルウェルフェアへ・フェアトレード推進のメニュー展開	『日本農業遺産ツアー』&『玉ねぎ収穫体験』 -「循環型農業」のスポット見学、収穫体験を通じておいしさの秘密を体感	
文化ガイド	有馬観光ガイドボランティア「有馬温泉まち歩き」 -泉源はもとより歴史ある社寺、食べ歩きやグルメ等観光ガイドとまち歩き	「淡路夢舞台」ガイドツアー “環境創造型プロジェクト”のコンセプトと安藤忠雄氏設計の魅力ある施設群を巡るガイドツアー	
	有馬芸妓「心華やぐお座敷文化体験」 -兵庫県に唯一残る芸妓文化「有馬芸妓」によるお座敷遊び体験	地元ガイドとめぐるプライベートガイドツアー -「知りたい」「見たい」「体験したい」の希望に沿うお客様だけのガイドツアー	
モビリティアクセス	六甲山周辺トレイルコース「KOBÉ Rail&Trail」 -官民連携でローカル線沿線の地域活性化を行う事例	電動キックボード、E-bike「サイクルツーリズム」 -淡路島の海岸線の自然と絶景を満喫できるサイクリング	
	六甲・摩耶新ロープウェー構想 -神戸市街地・六甲山を結ぶ雄大な自然を楽しめる交通手段	神戸タラソテラピーウェルネスクルーズ -海の資源×海風の効能を活かしたクルージング	
アクティビティ	六甲ガーデンテラス「六甲枝垂れ」 -明石海峡や大阪平野の景色や天然氷を活用した夏の冷風体験	伝統産業体験「土壁アート・お香づくり・瓦坐製作」 -代表的な日本文化の職人とともにオリジナル作品作りを体験	
	GREENIA六甲/六甲山スノーパーク -夏は人気YouTuberが企画した魅力的なアスレチック、冬は都市近郊でスキーが楽しめる	淡路人形座の「戎舞」鑑賞、ゆかりの地を巡るツアー -現役人形座員が淡路人形『戎さま』を連れて貸切タクシーで全行程ご案内	
宿泊	六甲山サイレンスリゾート「サイレンス・リング」 -国立公園六甲山の森と共存するコンセプトのリング状の高級ホテル	Harmony world「マリンホースアクティビティ」 -馬に乗ったまま海へ入れる外乗、花さじきや周辺施設への外乗体験	
	陶泉 御所坊 -創業800年を誇る名宿。	国登録有形文化財「春陽荘」 -国の文化財に登録され、淡路島の国際観光資源として活用されている施設	
自然・環境	ナショナルパーク・瀬戸内海国立公園 -欧米におけるNational Parkの訴求力は大きい	秘境「がいな滝」と溪流 -地元の人も知らない贅沢なプライベートスポットでのリトリートツアー	
	摩耶掬星台「1000万ドルの夜景」 -ケーブルとロープウェーを乗り継いで到達する日本三大夜景	淡路島の天然藍染工房 – AiAii -ジャパントラベルアワード 2025のサステナブル部門で受賞した藍染体験	

	①	②
現状 問題点	ウェルネスツーリズムの 社会的な認知度がまだまだ低い	六甲有馬淡路島でウェルネス 体験を行う理由・特徴がない
課題	ひょうご版ウェルネスツーリズムの認知向上 (低認知⇒ウェルネス≡兵庫版ウェルネスで刷込)	六甲有馬・淡路島が 提供する価値の提示
方向性	旅行者 ①定量的、定性的 分析に基づくター ゲット別施策 ②コア層⇒マス層 へ展開 参画事業者 関連業種、 地元の企業への 直接コミュニケー ション 地域住民 本プロジェクトが 県民生活、 地域づくりに 与える影響の ビジョンを示す	海と山のリトリートを含めた ビジョン・コンセプト・ モデルコースを提示
今後の 取組	旅行者、参画事業者のインサイトの深堀を行い 個別に的確な <u>プロモーション</u> を展開	モニターツアーで意見を頂き <u>内容のブラッシュアップ</u>