次第

1　開　会

2　座長選出

3　設置目的

4　議　事

(1) 兵庫の観光をめぐる現状

(2) 重点行政評価指標（KPI）の現状

(3) 施策の実施状況

(4) 意見交換

5　閉　会











ひょうご新観光戦略推進会議

日時：令和８年１１月９日（月）１０：００～１２：００

場所：兵庫県庁３号館６階　第１委員会室

兵庫テロワール旅 私の感動、その先へ TERROIR JOURNEY

ひょうごフィールドパビリオン
Our Field, Our SDGs
私たちのフィールド、私たちのSDGs

ひょうご新観光戦略推進会議 委員

氏　名	職　名	出欠
勝野　裕子	株式会社JTB総合研究所ﾕﾆﾊﾞｰｻﾙﾂｰﾘｽﾞﾑ推進担当上席主任研究員 兵庫県ユニバーサルツーリズム推進アドバイザー	出席
木下　学	日本旅館協会兵庫県支部長 ホテルニューアワジ代表取締役社長	出席
高橋　加織	兵庫県公立大学法人芸術文化観光専門職大学講師	出席
高山　傑	株式会社スピリット・オブ・ジャパン・トラベル代表取締役	出席
當谷　三郎	兵庫県旅館ホテル生活衛生同業組合理事・行政連携委員会委員長 元湯龍泉閣専務取締役	欠席
長尾　真	神姫バス株式会社代表取締役 兵庫県バス協会会長	出席
藤原　大輔	関西エアポート神戸株式会社神戸空港本部副本部長・神戸統括部長	出席
古田　菜穂子	ひょうご観光本部ツーリズムプロデューサー 兵庫県立大学大学院緑環境景観ﾏﾈｼﾞﾒﾝﾄ研究科特任教授	出席
山田　雄一	（公財）日本交通公社理事、立命館大学経営管理研究科教授	欠席

事務局

氏　名	職　名	出欠
小林　拓哉	産業労働部 部長	出席
山北　貴子	産業労働部観光局 局長	出席
綿井　剛	産業労働部観光局観光振興課 課長	出席
棟居　泰次郎	産業労働部観光局観光振興課 観光交流官	出席

配席図

傍　聴　席

事務局（観光振興課）

事務局
（観光振興課）

阪本主幹

沼野主任

観光本部

古田委員

藤原委員

長尾委員

高山委員

高橋委員

木下委員

勝野委員

北村
誘客促進班長

山嵜
副課長兼観光企画班長

棟居
観光交流官

綿井
観光振興課長

山北
観光局長

小林
産業労働部長

委員長席

記者席

設置目的

【設置目的】

本県のひょうご新観光戦略の効果的な推進を図るとともに、戦略の評価・検証、社会経済情勢に応じた新たな施策や戦略の充実について検討を行うため、「ひょうご新観光戦略推進会議」を設置する

次第

1　兵庫の観光をめぐる現状

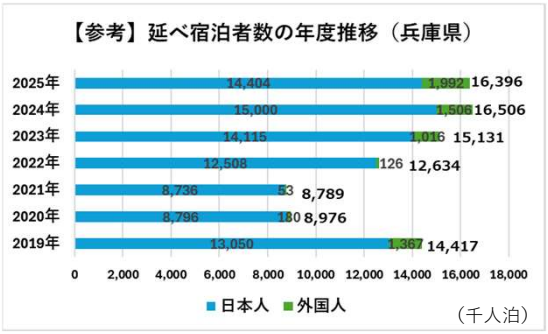
2　重点行政評価指標（KPI）の現状

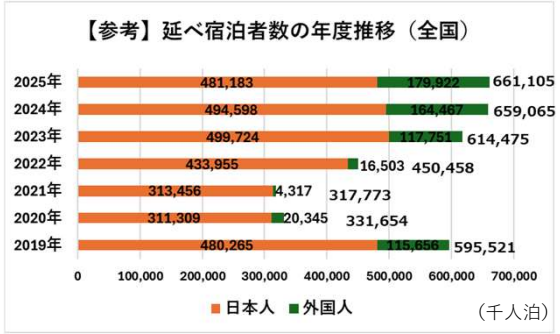
3　施策の実施状況

4　意見交換

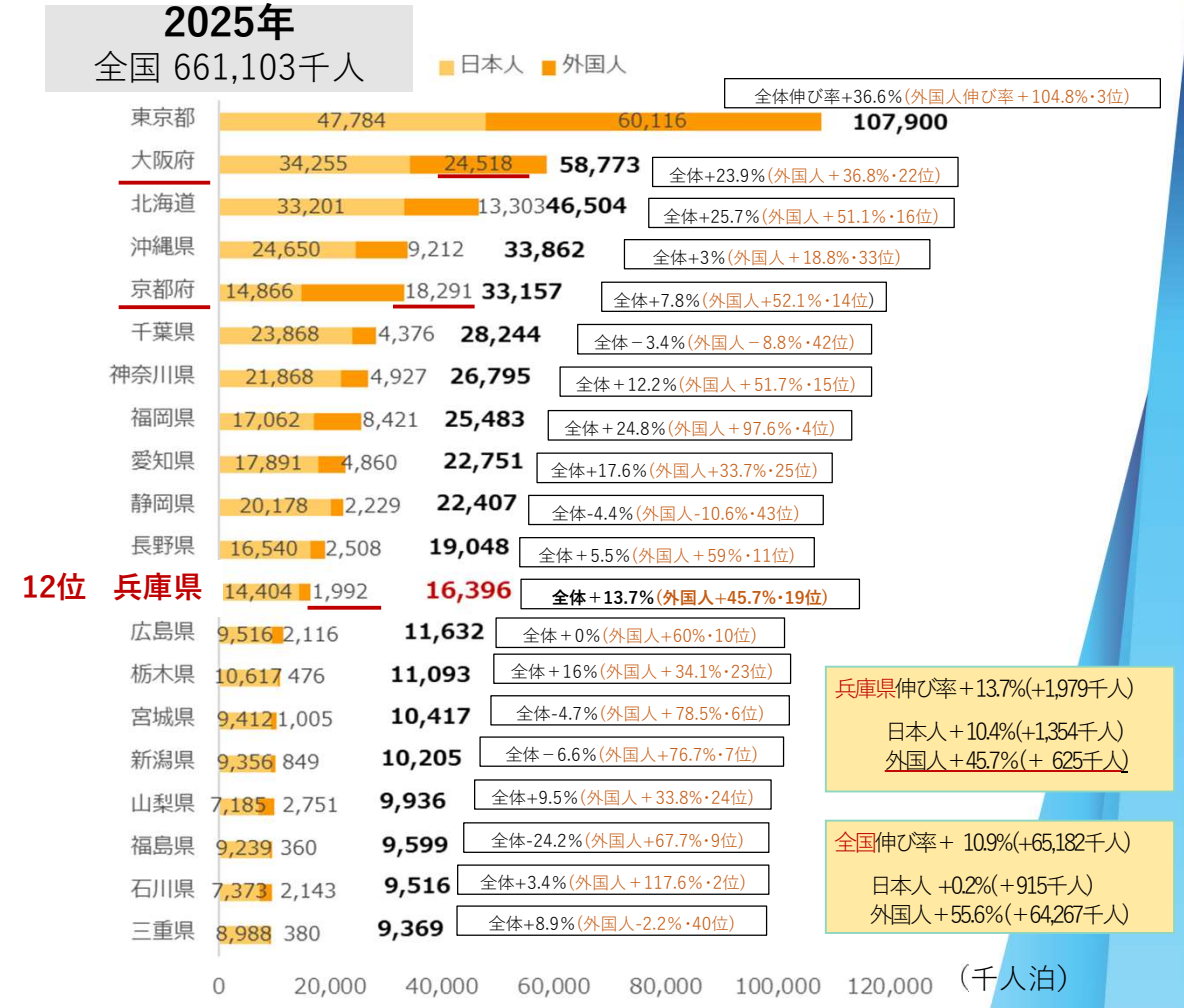
①都道府県別延べ宿泊者数

- 2025年の延べ宿泊者数は第12位、外国人は第16位、外国人は前年比＋32.3%
- しかし、コロナ前との比較では、外国人は国平均の伸びを下回っている





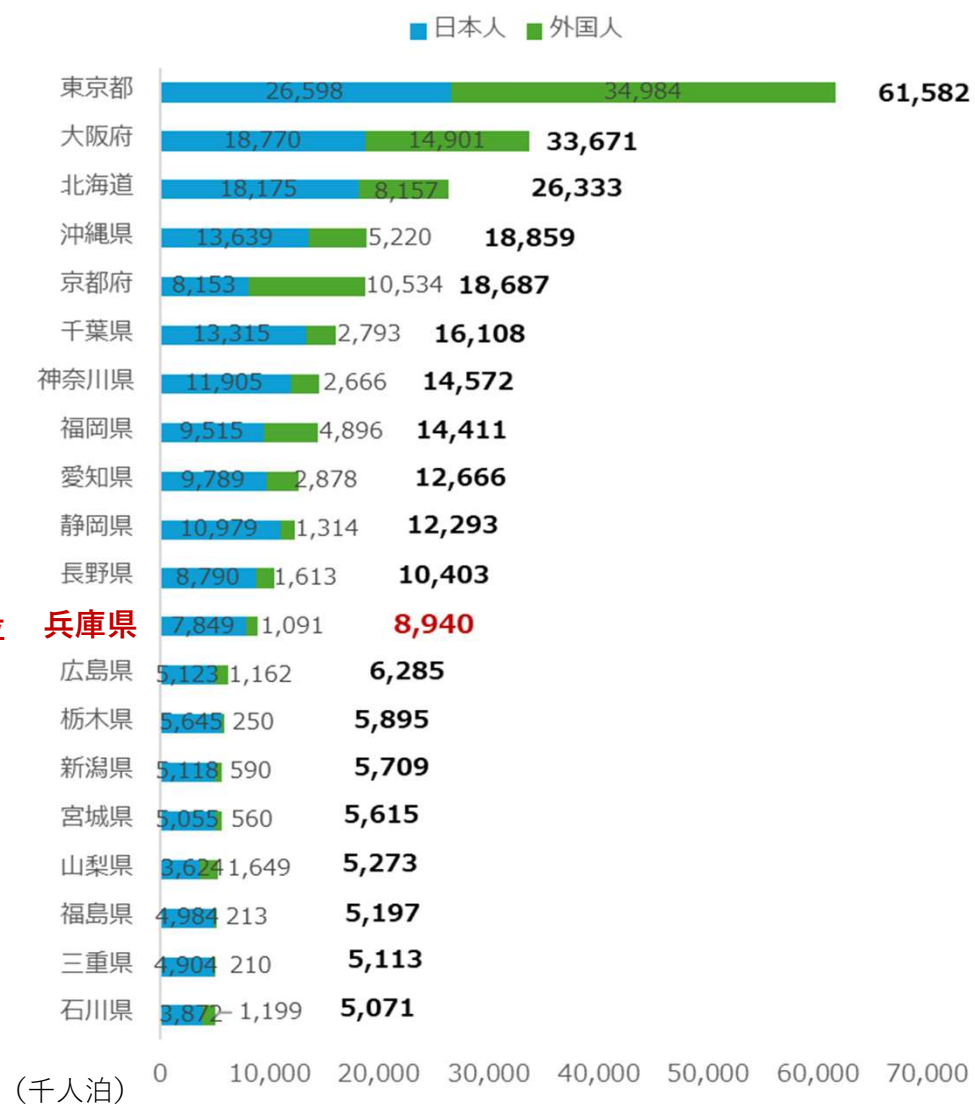




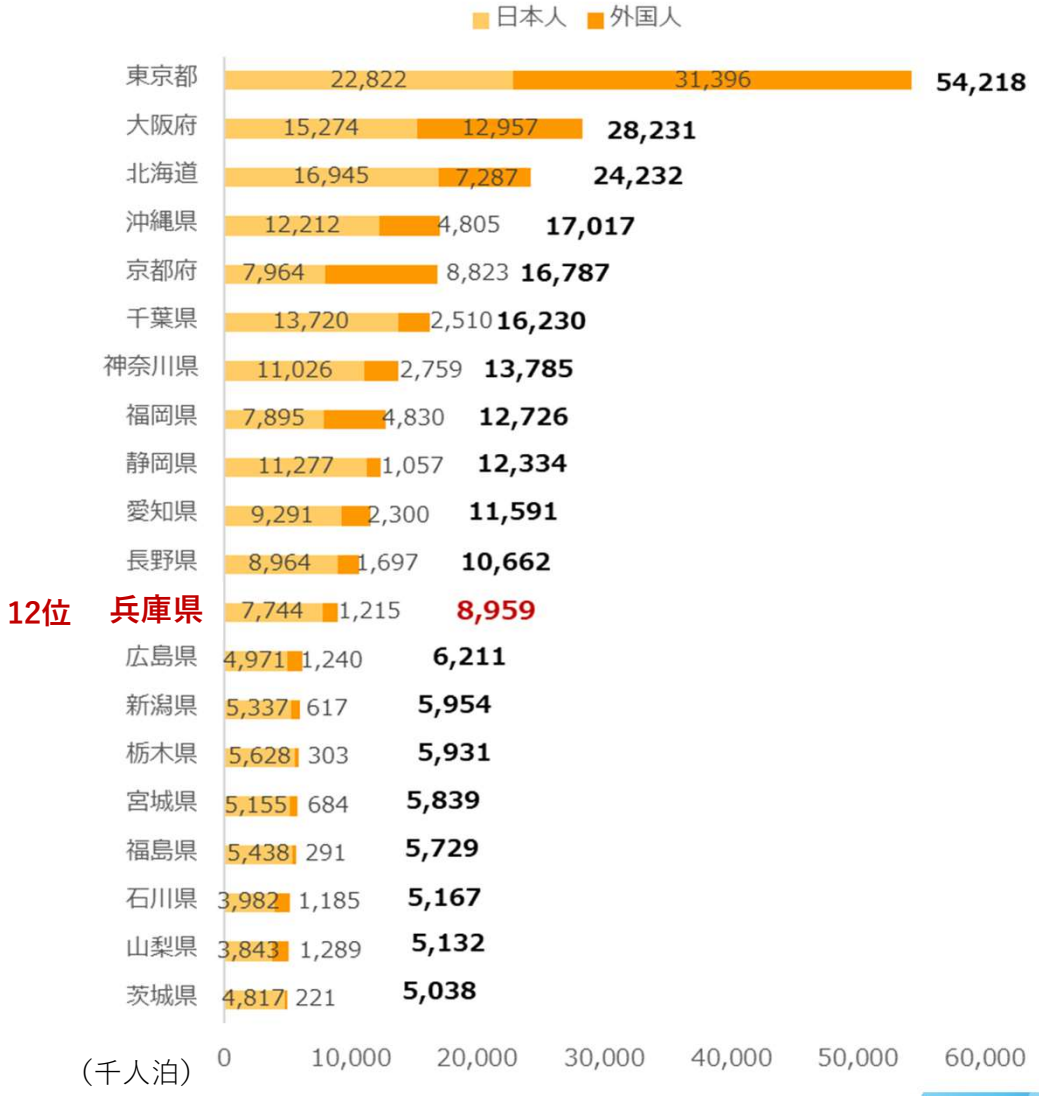
図表1-1①【都道府県別延べ宿泊者数（2019-2025/上位20位）】

出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」

2025年(1月-7月)
全国 367,909千人



2026年(1月-7月)
全国 350,718千人

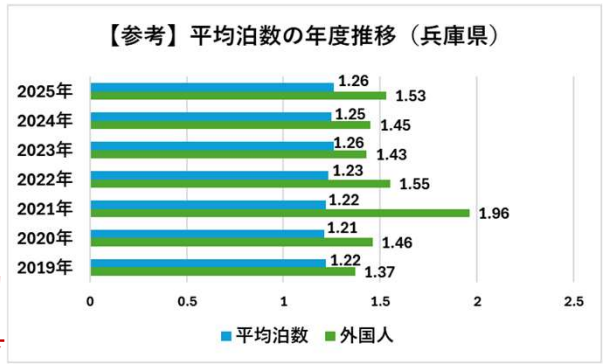


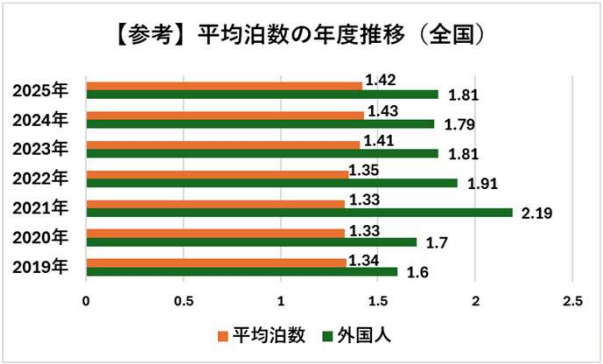
図表1-1②【都道府県別延べ宿泊者数（2025(1月-7月)-2026(1月-7月)/上位20位）】

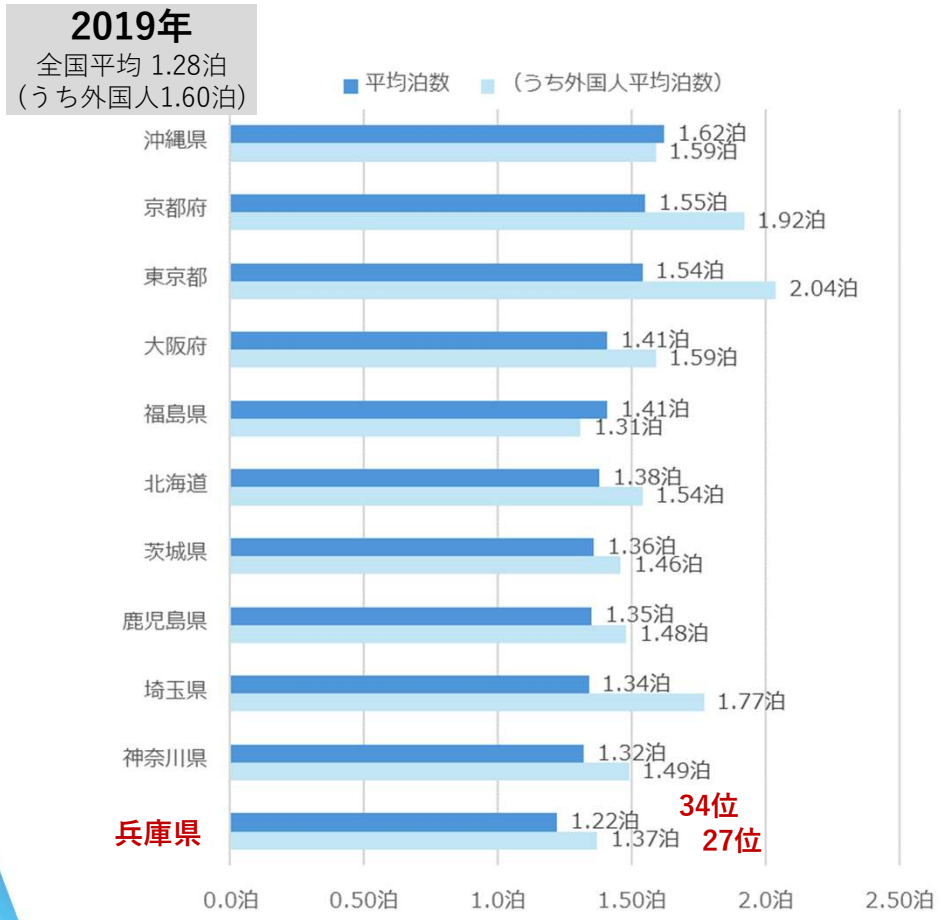
出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」

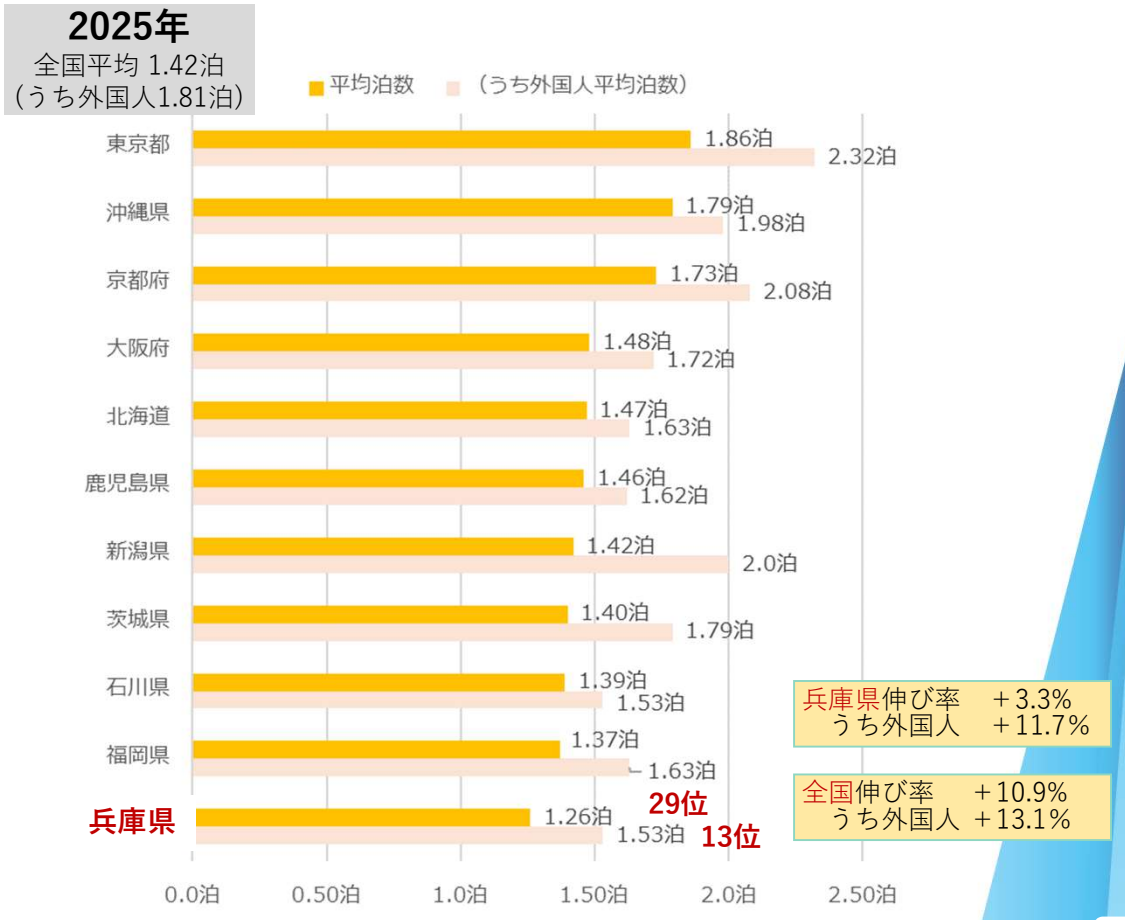
②都道府県別平均泊数

- 本県は2019年:第34位 ⇒2025年:第29位と全国でも下位に留まっている
- 外国人は、本県（1.53泊）は、全国平均（1.81泊）を下回っているものの、対前年比＋0.08と伸びている





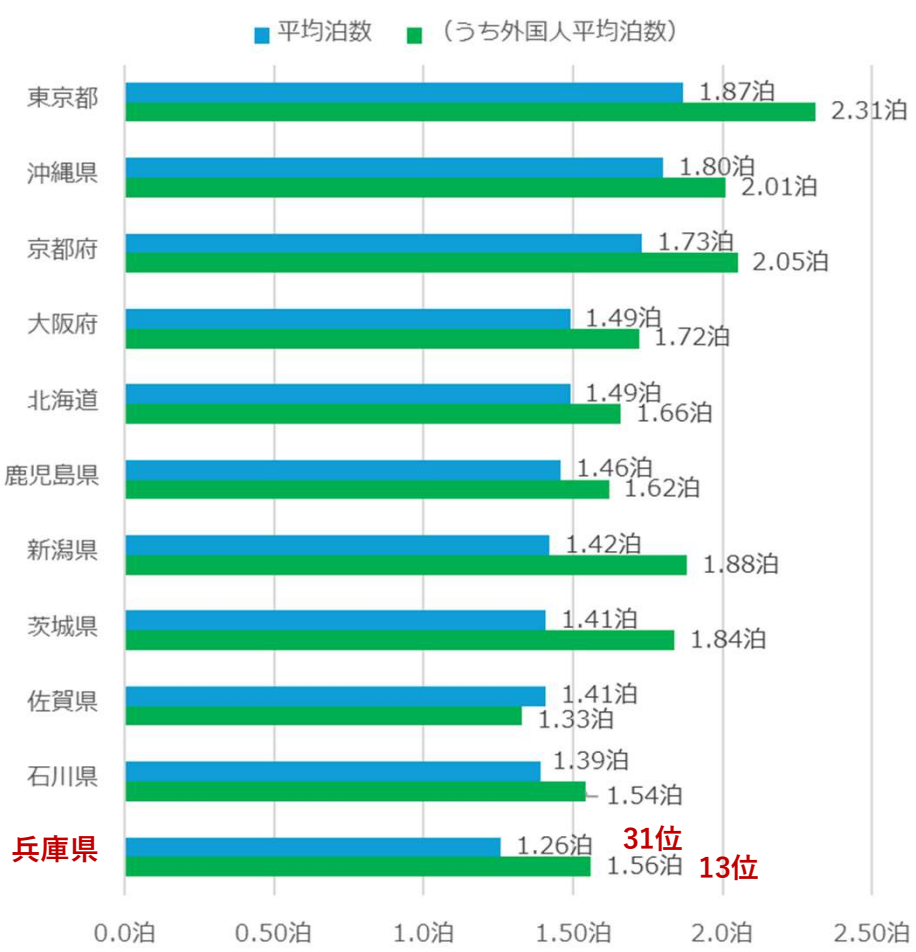




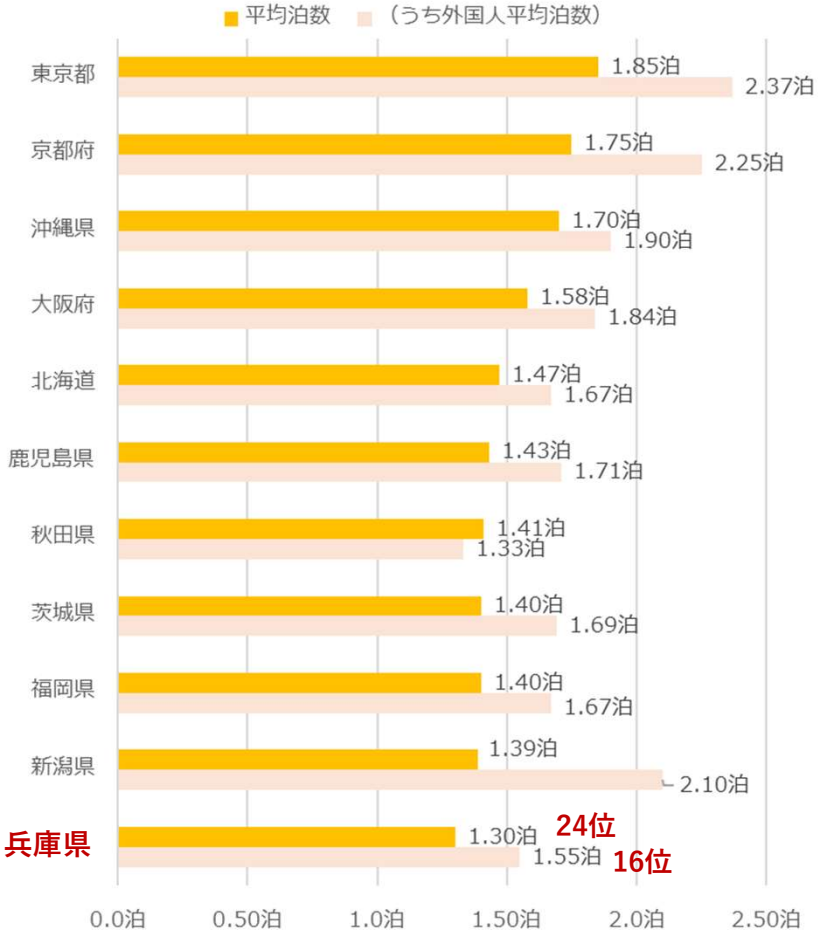
図表1-2①【都道府県別平均泊数（2019-2025/平均泊数上位10位＋兵庫県）】

出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」

2025年(1月～7月)
全国平均 1.44泊
（うち外国人1.81泊）



2026年(1月～7月)
全国平均 1.43泊
（うち外国人1.86泊）

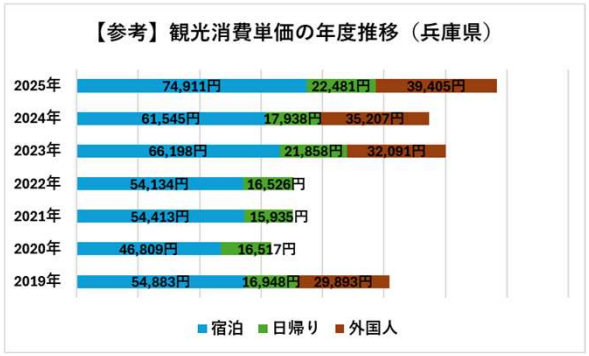


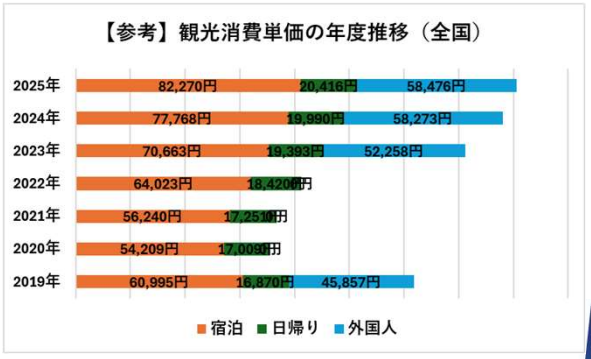
図表1-2②【都道府県別平均泊数 2025(1月-7月)-2026(1月-7月) /平均泊数上位10位＋兵庫県）】

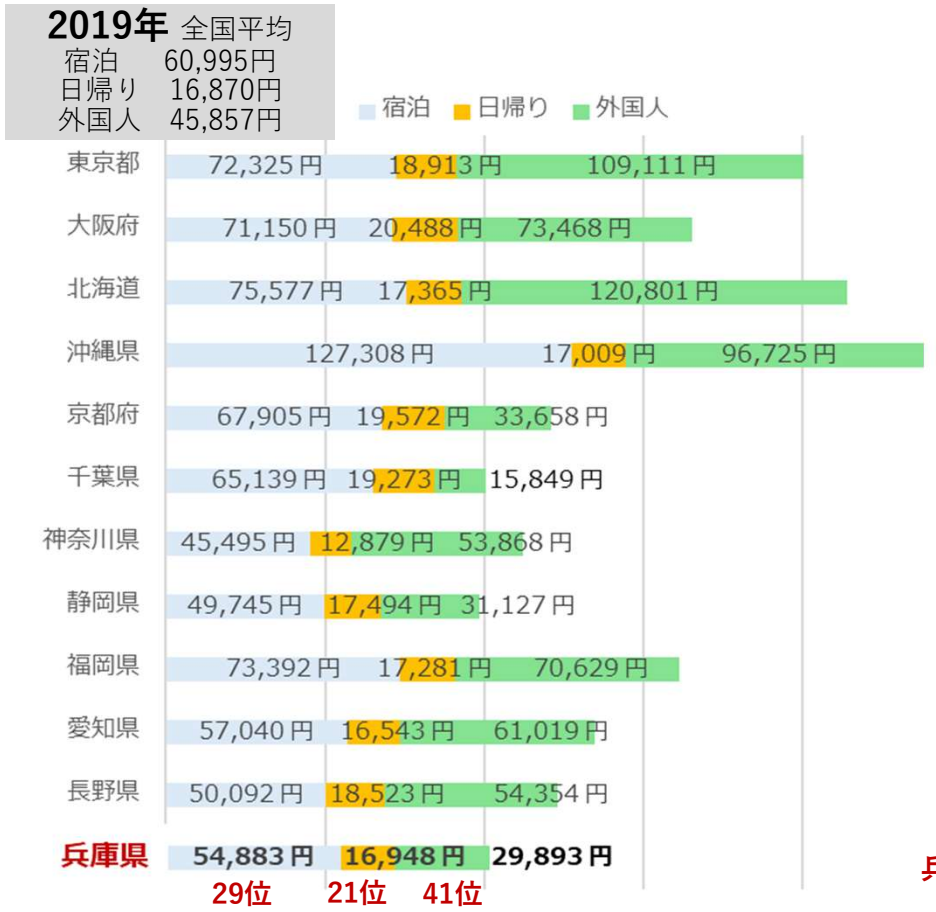
出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」

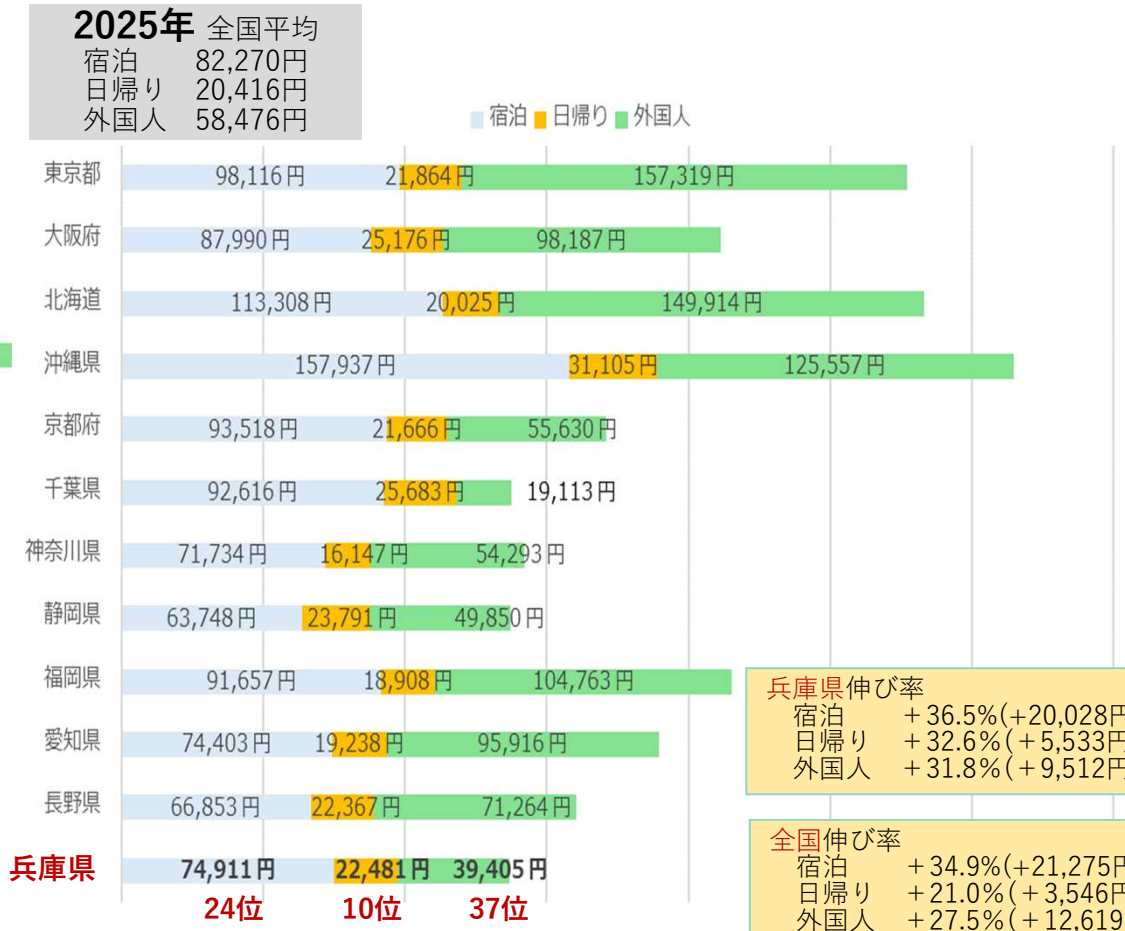
③都道府県別観光消費単価

・2019年比で全国伸び率を上回っているが、延べ宿泊者数の上位12自治体中では兵庫県は下位









兵庫県伸び率
宿泊 ＋36.5%(+20,028円)
日帰り ＋32.6%(＋5,533円)
外国人 ＋31.8%(＋9,512円)

全国伸び率
宿泊 ＋34.9%(+21,275円)
日帰り ＋21.0%(＋3,546円)
外国人 ＋27.5%(＋12,619円)

図表1-3【都道府県別観光消費単価（2019-2025/延べ宿泊者数上位12位自治体）】出典：観光庁「宿泊旅行統計調査、旅行・観光消費動向調査、ｲﾝﾊﾞｳﾝﾄﾞ消費動向調査」

④本県におけるインバウンドの観光消費単価の内訳

・観光消費単価の内訳で見ても、上位都道府県と大きな差が生じている

【兵庫県】	消費単価	団体・パック	宿泊費	飲食費	交通費	娯楽費	買物代
2019年	30.0千円	4.3千円	7.6千円	8.4千円	0.5千円	1.6千円	7.4千円
2024年	35.2千円	2.1千円	12.2千円	10.2千円	0.7千円	1.0千円	8.9千円
2025年	**39.4千円**	**2.1千円**	**13.0千円**	**11.8千円**	**0.9千円**	**1.2千円**	**10.5千円**
全国平均(2025年)	58.5千円	5.3千円	22.4千円	13.2千円	1.7千円	2.8千円	13.0千円

図表1-4【本県におけるインバウンド1人あたりの観光消費単価の内訳】

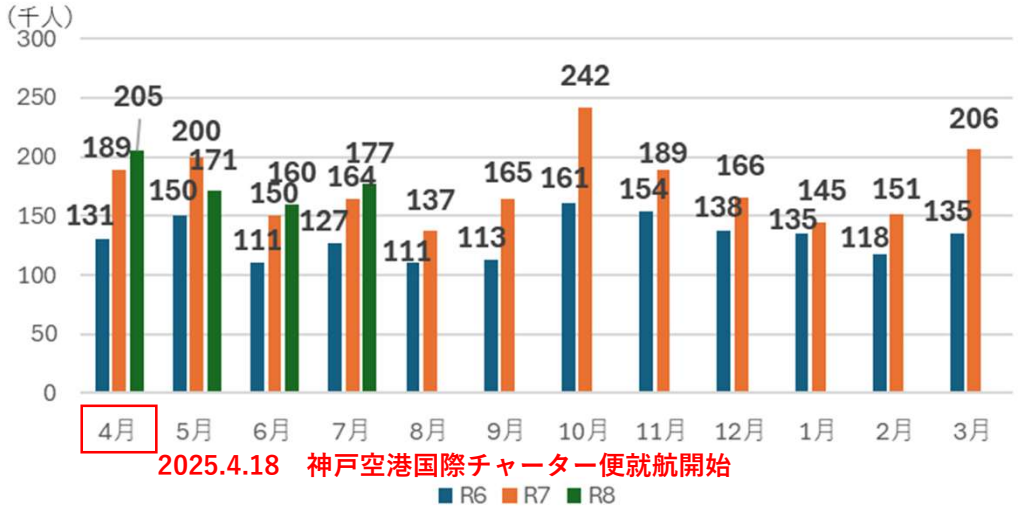
消費内訳	兵庫県	第1位 都道府県	第2位 都道府県	第3位 都道府県
団体・パック旅行参加費	第43位 2.1千円	北海道 17.0千円	岩手県 15.7千円	宮城県 8.7千円
宿泊費	第42位 13.0千円	東京都 59.6千円	北海道 53.9千円	沖縄県 40.0千円
飲食費	第24位 11.8千円	北海道 32.8千円	東京都 31.9千円	沖縄県 27.6千円
交通費	第37位 0.9千円	沖縄県 13.2千円	東京都 4.3千円	鹿児島 2.8千円
娯楽等	第38位 1.2千円	新潟県 15.0千円	長野県 8.1千円	北海道 6.5千円
買物代	第17位 10.5千円	東京都 47.6千円	福岡県 37.4千円	北海道 36.9千円

団体・パック旅行参加費は、旅行会社のパックツアーや職場の団体旅行などに参加した場合の参加費用で、参加費の中に宿泊費や飲食費、交通費もなども含まれる

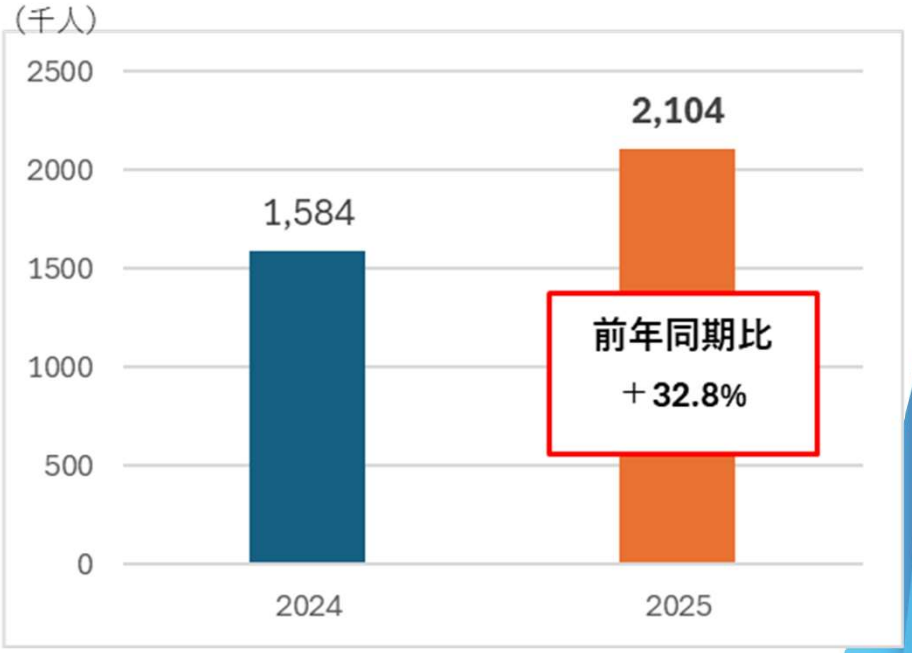
図表1-5【消費内訳別にみる都道府県の順位 2025年】　出典：観光庁「インバウンド消費動向調査」

⑤インバウンドの本県延べ宿泊者数

・2025年4月の神戸空港国際チャーター便就航開始後、訪日外国人の延べ宿泊者数は大幅に増加
・2025年度（４-３月）の累計では、前年から520千人増加（前年同期比＋32.8%）



図表1-6【訪日外国人の本県延べ宿泊者（月別）】

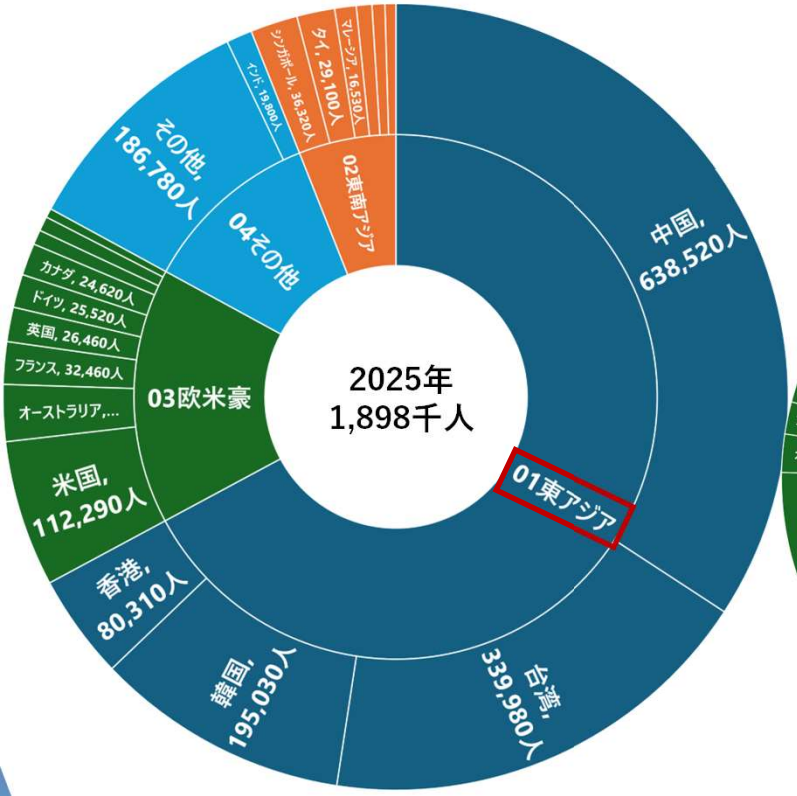


図表1-7【訪日外国人の本県延べ宿泊者数累計(4-３月)比較】

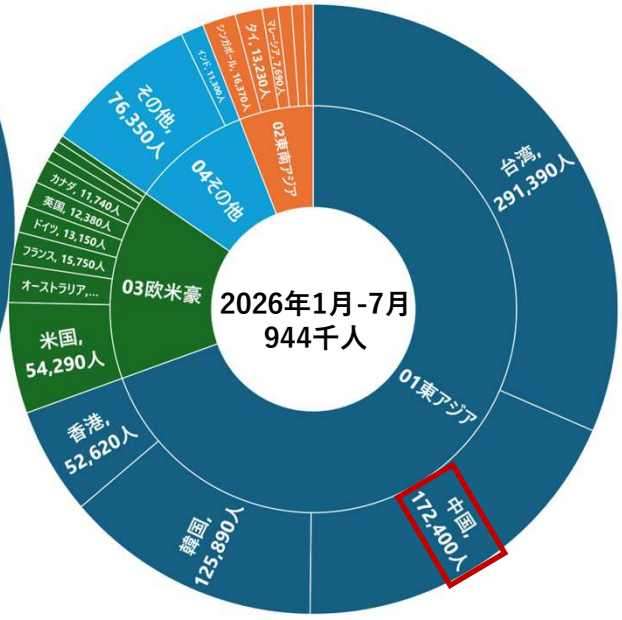
（出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」）

⑥インバウンドの本県延べ宿泊者国籍別内訳

・コロナ前から東アジア地域の宿泊者が多く、2025年も同様の傾向だが、国・地域別にみると中国や韓国、台湾、米国の宿泊者数が増加している
・2025年11月の台湾有事に関する発言以降、中国政府による日本への渡航自粛の影響を受け、 2026年1月-7月の中国人宿泊者数は台湾を下回り、大きく減少している



図表1-8【インバウンドの本県延べ宿泊者国籍別内訳（従業員数10人以上の施設）】



（参考）図表1-9【2026年1月-7月】

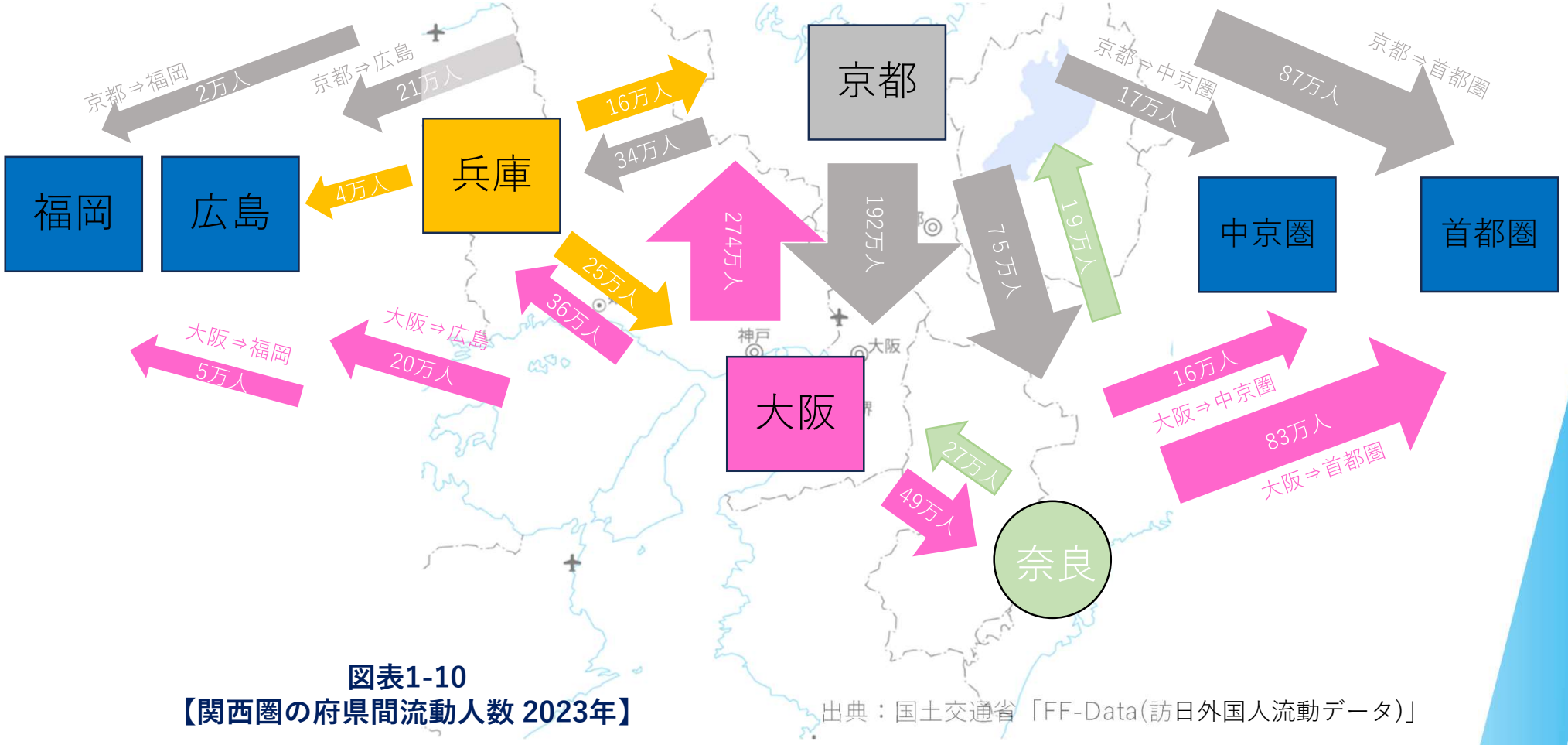
人

国・地域名	2019年	2025年	差	増減率(%)
中国	431,290	638,520	**207,230**	148.0
韓国	112,400	195,030	**82,630**	173.5
その他	119,470	186,780	**67,310**	156.3
台湾	276,680	339,980	**63,300**	122.9
米国	55,680	112,290	**56,610**	201.7
オーストラリア	22,470	43,520	**21,050**	193.7
シンガポール	18,440	36,320	**17,880**	197.0
フランス	17,140	32,460	**15,320**	189.4
カナダ	10,770	24,620	**13,850**	228.6
インド	7,600	19,800	**12,200**	260.5
ドイツ	15,880	25,520	**9,640**	160.7
フィリピン	6,820	11,910	**5,090**	174.6
マレーシア	11,450	16,530	**5,080**	144.4
スペイン	6,440	11,300	**4,860**	175.5
ロシア	2,810	7,000	**4,190**	249.1
英国	22,690	26,460	**3,770**	116.6
インドネシア	6,350	9,840	**3,490**	155.0
イタリア	7,950	11,190	**3,240**	140.8
ベトナム	9,020	8,470	**△ 550**	93.9
タイ	29,950	29,100	**△ 850**	97.2
香港	103,830	80,310	**△ 23,520**	77.3

出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」

⑦関西圏におけるインバウンド府県間流動状況

- 大阪府と京都府間の移動が多く両府県が拠点となっており、本県は拠点になり得ていない
- 国別でみると、欧米豪は関西圏から首都圏や広島県への移動があるが、アジアは関西圏の移動が多い
- 神戸空港国際化後の2025年データは、2027年3月末に公表される予定。



図表1-10
【関西圏の府県間流動人数 2023年】

出典：国土交通省「FF-Data(訪日外国人流動データ)」

次第

1　兵庫の観光をめぐる現状

2　重点行政評価指標（KPI）の現状

3　施策の実施状況

4　意見交換

重点業績評価指標（KPI）の現状

○インバウンドの延べ宿泊者数や観光消費単価は、コロナ禍における海外渡航の自粛や各種規制が緩和され、世界的な観光客の回復もあって、コロナ前(2019年)の水準は超えているものの、目標達成には更なる取組が必要

指標	2019 基準値	2023 1年目	2024 2年目	2025 速報値	2027 目標値
観光消費額	12,312億円	15,677億円	15,059億円	17,976億円	14,500億円
平均泊数	1.22泊	1.26泊	1.25泊	**1.26泊**	1.5泊
延べ宿泊者数（国内）a	1,305万人	1,411万人	1,500万人	1,440万人	1,500万人
同上　　（外国人）b 外国人宿泊者比率b/（abs）	137万人 (9.5%)	102万人 (6.7%)	151万人 (9.1%)	**199万人** (12.1%)	300万人 (17%)
観光消費単価（国内・宿泊）	54,883円	66,198円	61,545円	74,911円	64,000円
同上　　（国内・日帰り）	16,948円	21,858円	17,938円	22,481円	19,000円
同上　　（外国人）	29,893円	32,091円	35,207円	**39,405円**	60,000円
リピーター率	–	57.6%	56.7%	60.8%	70%
来訪者満足度	–	62.9%	62.8%	66.9%	80%
住民満足度	–	63.8%	64.0%	64.7%	75%
（指標外）観光入込客数	13,651万人	12,232万人	12,529万人	13,117万人	–

次第

1　兵庫の観光をめぐる現状

2　重点行政評価指標（KPI）の現状

3　施策の実施状況

4　意見交換

中間見直しの方向性

目指す姿（現行戦略R5～R9）

より深く、何度でも訪れたい地、HYOGO

- 訪れた多様な人々の感動を呼び、暮らす人々の幸せへ -

■ﾃﾛﾜｰﾙ旅やﾌｨｰﾙﾄﾞﾊﾟﾋﾞﾘｵﾝｺﾝﾃﾝﾂを基軸に、本物志向の旅を通じ、長期滞在化･高付加価値化、再訪の促進につなげる

■様々な旅行者と県民が出会い感動を共有することで、県民の地域への誇りや愛着の再認識につなげる

■地域住民が観光による恩恵を実感できるよう、受入地域のﾆｰｽﾞに適合し、経済･文化･環境に配慮した持続可能な観光地づくりを進める

■兵庫の観光を通じて、地域の持続可能性の確保に貢献し、心身ともに満たされたｳｪﾙﾋﾞｰｲﾝｸﾞの実現を目指す

前期課題

ｲﾝﾊﾞｳﾝﾄﾞ宿泊者数･平均泊数の低さ
ｲﾝﾊﾞｳﾝﾄﾞ観光消費単価の低さ

■戦略策定以降、兵庫DC、ｱﾌﾀｰDC、神戸空港国際ﾁｬｰﾀｰ便就航、大阪･関西万博と誘客の契機が続いた

■しかし、国内の宿泊者数や観光消費単価は目標の達成が見込まれるが、ｲﾝﾊﾞｳﾝﾄﾞは大阪や京都を中心に各地を巡っており、本県は拠点になりえていない

■ｲﾝﾊﾞｳﾝﾄﾞ宿泊者数の伸び率は全国平均以下で、平均泊数も全国下位。また、観光消費単価も全国第43位で、内訳別でも宿泊費、娯楽費の単価が全国下位

中間見直しの考え方

■課題やWMG･神戸空港国際化･旅行者の嗜好変化などを踏まえ、後期に注力すべき施策の方向性を明示

■オーバーツーリズムに陥らないよう、量と質のバランスを考慮したインバウンド誘客の充実を図るとともに、関西･首都圏を中心とした国内誘客にも継続して取り組む

方向性①

兵庫を拠点とする新たな広域観光圏の創出

■神戸空港国際チャーター便就航による新たな人の流れができつつある

■潮流の変化を契機とし、兵庫を拠点とした、大阪や京都、瀬戸内ｴﾘｱをﾃｰﾏに即して周遊する新たな広域観光圏を創出

方向性②

インバウンド拠点からのプラスワントリップ

■インバウンドの周遊ルートに本県主要観光地を組み込み、プラスワントリップする人の流れを増やす

■本県主要観光地と体験型コンテンツをつなぎ、県内周遊・長期滞在・宿泊を促進

後期2か年(2026-2027)で重点的に取り組む施策

取組Ⅰ　兵庫の強みや独自性を活かしたツーリズムの推進

兵庫を拠点とするツーリズムの推進

■ウェルネスツーリズムの推進

○①神戸ビーフ・日本酒等のテロワール(※)、②温泉等のリトリート(※)、③ゴルフ等のスポーツをテーマとしたツアー造成

テロワール：食や文化体験など、その土地ならではの個性や風土
リトリート：日常から離れ、心と体を癒す場や体験

県内周遊・長期滞在を促進するツーリズムの推進

■ひょうごフィールドパビリオン等の深化

○着地型・体験型コンテンツ等を活かしたツアー造成・販売

【多様な主体との連携】
○物産や飲食、二次交通事業者等との多職種連携
○関西観光本部やせとうちDMO等との広域連携

取組Ⅱ　戦略的な誘客プロモーションの展開

兵庫への認知・興味を高めるプロモーションの展開

【誘客ターゲット】
○観光資源の価値を見出し、地域の伝統や文化等を尊重する高付加価値インバウンド

■神戸空港就航地を中心とするアジア

○エアラインと連携したファムツアー(※)などによる早期誘客

■欧米豪

○認知度向上に向けた海外観光レップ機能(※)やOTA(※)の活用

ファムツアー：観光関係者等へ観光地の魅力を伝える視察型招待ツアー
海外観光レップ機能：海外メディアや旅行会社等に対する営業活動や情報発信を代行
OTA：オンラインで旅行商品を予約･販売する旅行会社

取組Ⅲ　観光地域を支える受入環境の整備

サステナブルツーリズムが実現できる兵庫の確立

○サステナブルツーリズムへの機運醸成・宿泊事業者等に対する国際的なサステナブル認証ラベル取得支援

高付加価値化に向けた観光人材の育成

○多様なニーズに対応する有償ローカル･スルーガイド(※)の育成
○ゴルフツーリズムに精通した人材の養成

スルーガイド：旅の行程全体に同行し案内するガイド

観光DXの推進

■観光産業の生産性向上

○生成AIの活用や顧客予約管理システムの導入等に向けた機運醸成・エリア単位での導入支援

■旅行者の利便性向上

○生成AIを活用した観光ルート等を提供するシステムの構築

取組Ⅰ　兵庫の強みや独自性を生かしたツーリズムの推進

滞在時間の長期化につながるコンテンツ造成のほか、県内を周遊するツーリズムを推進する。

施策１　兵庫を拠点とするツーリズムの推進

施策２　県内周遊・長期滞在を促進するツーリズムの推進

«現状・課題»

○本県国内観光客の約9割が日帰りであり、観光消費額の拡大に向けては、宿泊や長期滞在に繋がるコンテンツの充実が課題である。
○訪日旅行者は食・文化・自然を生かした体験型コンテンツへの需要が、高まっている。

«トピックス»

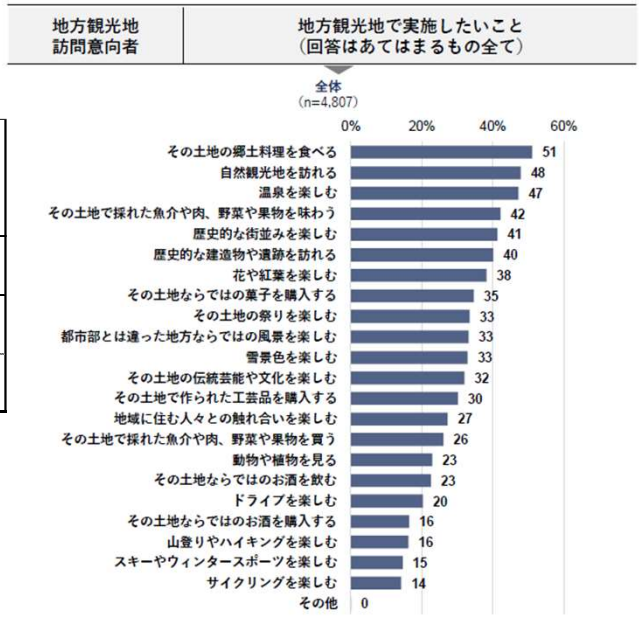
○神戸空港国際チャーター便就航（2025年4月）を契機に、本県のインバウンド宿泊者数は昨年度約210万人と過去最高を記録した。中でも、就航先の韓国・台湾が大きく伸びている。
また、欧米豪も前年度比10%以上増加した。

«参考データ»

（千人）

	2025年度		2024年度		対前年度増減	対前年度増減率
	入込客数	全体比	入込客数	全体比		
総入込客数	131,174	100.0%	125,291	100.0%	5,883	+4.7%
日帰り客	118,219	90.1%	112,807	90.0%	5,412	+4.8%
宿泊客	12,954	9.9%	12,485	10.0%	469	+3.8%

出典：2025年度兵庫県観光客動態調査報告書



出典：2025年度版 アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意識調査（DBJ・JTBF）

国籍別の外国人延べ宿泊者数

（千人）

	韓国	台湾	欧米豪計
①2025年度	17,850	32,789	23,226
②2024年度	10,362	23,385	20,927
比較①/②	172%	140%	111%

出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」

取組Ⅰ　兵庫の強みや独自性を生かしたツーリズムの推進

ア　周遊・滞在促進に向けた体験型コンテンツの造成と磨き上げ〈29,326千円〉

ひょうごフィールドパビリオン等と連携し、体験型コンテンツの新規造成やさらなる磨き上げを行うとともに、旅行会社等を活用した商品化や販売促進を図ることで、本県への誘客を促進

①体験コンテンツの造成・磨き上げ

県内の魅力ある観光資源を集客力のあるコンテンツとするため、テロワール旅の趣旨に沿い、販売を見据えた 磨き上げを実施

②販売促進・誘客プロモーション

旅行会社等を活用した商品化・販売促進を図るとともに、誘客プロモーションを展開

STEP 1　テロワールコンテンツの造成と磨き上げ　▶　STEP 2　ファムトリップ・モニターツアー等ツアー化・商品化を支援　▶　STEP 3　造成したコンテンツ・ツアーの販売支援

【進捗状況（2026年度）】

事業目標	ツアー造成数：10
定量実績	旅行社を対象としたファムを実施し、ツアー化を提案
進捗判定	(A: 計画（目標）以上 / **B: 概ね順調** / C: 停滞・要改善)

【主な実績（2025年度~2026年度）】

（STEP1）

①テロワールコンテンツの造成（2025年度）

・龍野に息づく、醸造体験及び見学ツアー
・黒毛和牛のルーツ但馬牛と食
・竹田城ガイドツアー　　等

②ブラッシュアップセミナー　参加者数　59名

播磨、神戸・淡路エリアを対象にコンテンツ事業者・旅行会社・宿泊事業者等が集い、専門家による基調講演やワークショップを実施

⇒　コンテンツをストーリーでつなぎ、売れるツアー商品へと磨き上げ

（STEP2）

①ブラッシュアップセミナーにかかるファムツアー

第１弾　播磨酒蔵コース（庭田神社、壺阪酒造等）：11月10,11日予定
第２弾　海山リトリートコース（布引の滝、梅薫堂等）：12月３,４日予定

②モニターツアーの実施　16日程　申込 489名

国内一般旅行者向けのモニターツアーを催行

（STEP3）

①企業と連携した体験ツアーの実施　参加者 72名

第１弾 丹波ツアー（西山酒造場酒蔵見学、陶の郷陶芸体験等）
第２弾 神戸イベント（ぐい呑みづくり、菰樽づくり体験等）
第３弾 西播磨ツアー（桃井ミュージアム等）

②ウェビナーの開催　参加者 191名

海外エージェントに対するセミナー形式のオンラインプロモーション
・計３回（欧米豪向け、香港・台湾向け、タイ・シンガポール向け）

取組Ⅰ　兵庫の強みや独自性を生かしたツーリズムの推進

イ　ウェルネスツーリズムの推進

健康増進やマインドフルネスへの高まりから、成長を続けるウェルネスツーリズムの市場を背景に温泉、発酵など本県の強みを生かした誘客を促進

①ウェルネスに特化したツアーの造成

「発酵」と「ミネラル」をテーマに西播磨地域の魅力ある資源を姫路城等と組み合わせ、訴求力のあるツアーを展開するため、宿泊事業者・旅行会社・交通事業者等が意見交換するブラッシュアップセミナーを開催。その成果として、旅行会社を対象としたファムツアーを実施し、民間事業者によるツアー化を提案。

【主な実績】

- **ブラッシュアップセミナー**
  実施日：2026年2月10日　出席者：FPプレイヤー等 91名（現地 41名、オンライン 50名）
- **ファムツアー**
  実施日：2026年3月9日～10日　　出席者：6社9名

⇨ ファムツアーに参加した民間各社においてツアー等造成：11件

ウ　スポーツツーリズムの推進

神戸空港の国際チャーター便就航先をはじめ、欧州・豪州・アジア向けに、本県に優位性のあるゴルフを主目的としたプロモーションを展開し、県内への誘客を促進

①ゴルフ

- **ゴルフツーリズム専門人材の育成**
  養成講座（講習＋実習＋交流会）を開催し、訪日ゴルファーをターゲットに、ゴルフ場の予約からマナー指導まで、ゴルフツーリズムをトータルでコーディネートできる人材を育成
- **ゴルフ旅行者向けプロモーションの展開**
  神戸空港就航会社主催の「スターラックス杯」や「World Golf Week2026」でのPR

②ワールドマスターズゲームズ 2027関西（WMG）

- 県公式観光サイト「兵庫観光navi」にWMG特集ページを開設し、兵庫県及び徳島県の競技会場周辺の観光コンテンツや周遊ルートを掲載するなど、大会参加者等に向けた情報発信において連携
- エントリーシステムを活用し、競技参加者へWMG特集ページのクチコミ記事やオススメコンテンツ、競技会場周辺の宿泊情報等を提供し、参加者の両県での観光周遊・滞在を促進

取組Ⅰ　兵庫の強みや独自性を生かしたツーリズムの推進

エ　観光特産品のブランド構築　〈37,403千円〉

観光特産品を通じた観光振興に向け、各地の観光特産品の販路拡大および認知度向上を図るため「五つ星ひょうご」等、本県の特産品ブランドを構築

①　五つ星ひょうごの選定

ひょうご五国（摂津・播磨・但馬・丹波・淡路）の“地域らしさ”と“新しさ”等を兼ね備えた逸品を「五つ星ひょうご」ブランドとして選定

②　県内外での「五つ星ひょうご」のプロモーション

【進捗状況（2026年度）】

事業目標	五つ星ひょうご応募数：100品目以上、選定商品数：50商品以上 商談会参加：3回以上、物産展・販売会等：20回以上 兵庫県の魅力度：10位以内
定量実績	五つ星ひょうご2026年度応募数：111品目、選定数：52品目 商談会：1回、販売会：23回　（期間:2026.04～10） 兵庫県の魅力度：12位（前年度10位）
進捗判定	(A: 計画（目標）以上 / **B: 概ね順調** / C: 停滞・要改善)

【主な実績（2025年度~2026年度）】

- **販路拡大(展示会出展)**
  - FOOD STYLE Japan　（東京、2025.9、2026.9）
  - FOOD STYLE Kansai（大阪、2026.1、2027.1予定）
  - ｽｰﾊﾟｰﾏｰｹｯﾄﾄﾚｰﾄﾞｼｮｰ　（千葉、2026.2、2027.2予定）
- **認知度向上（物産展・販売会等開催）**
  - イオンモールでのフェア開催（2025.10、2026.9）
  - あおまる４７物産展開催（2025.11、2026.11予定）
  - 明治安田生命本社ビル１Ｆでの物産展開催（2026.12予定）

オ　首都圏に向けた販路拡大　〈10,000千円〉

県産品の認知度向上及び県内の物産事業者の販路拡大を支援するため、研修会やテスト販売等を実施
昨年度のBtoC中心の取組に加え、今年度はBtoBに重点を置き、商談会出展等を通じた販路拡大を推進

【進捗状況（2026年度）】

事業目標	研修会：2回以上、個別コンサルティング：10社以上、 首都圏での販売イベントの開催と展示会への出展（各1回以上）
定量実績	研修会：1回、個別コンサルティング：10社　（2026.10時点）
進捗判定	(A: 計画（目標）以上 / **B: 概ね順調** / C: 停滞・要改善)

【主な実績（2025年度~2026年度）】

- **バイヤー目線に基づく商品改良や商品開発に資する「研修会」の開催**
  事前研修会（2025.7）、事後研修会（2026.1）、
  事前研修会（2026.7）、事後研修会（2027.2予定）
- **「個別コンサルティング」の実施（10社）**
  事業者ヒアリングの上消費者販促物を作成(2025.8～2026.2)
  事業者ヒアリングの上消費者販促物やバイヤー向け営業ツールを作成(2026.8～12予定)
- **小売店等での販売機会提供（県内外５箇所）**
  様々な業態の店舗に一定期間コーナーを設置し販売（2025.9～2026.2）
- **販売イベントの実施**
  大阪ディーズスクエア・東京シティアイ（KITTE丸の内）（2025.12）
  KITTE丸の内東京シティアイで販売イベントを実施（2026.12予定）
- **商談会への出展（1回予定）**
  スーパーマーケットトレードショー2027へ出展（2027.2予定）

取組Ⅰ　兵庫の強みや独自性を生かしたツーリズムの推進

カ　ひょうごふるさと館の運営　〈23,712千円〉

県内特産品の振興を図るため、「ひょうごふるさと館」の設置運営や、各地での物産展の開催等による特産品の販路拡大と情報の発信

設 置 日 ：1991年7月　※2022年10月5日リニューアルオープン
設置場所：神戸阪急新館5階（神戸市中央区御幸通8-1-26）
運営主体：(公社)兵庫県物産協会
取組内容：① **観光特産品の販売**
県内各地の特産品を展示・販売
② **移動ふるさと館の実施**
県内外で開催するイベントにおいて、展示即売会を実施



【進捗状況（2026年度）】

事業目標	販売金額：200,000千円、購入者数：100,000人
定量実績	販売金額：94,947千円、購入者数：47,065人 （期間:2026.04～09）
進捗判定	(A: 計画（目標）以上 / B: 概ね順調 / C: 停滞・要改善)

【主な実績（2025年度~2026年度）】

・イベントコーナー利用
行こう！城崎フェア（2025.5~6）、ひょうご地場産フェア（2025.8～9）
五つ星ひょうご選定商品月間奉仕イベント（2026.4～）　他

・移動ふるさと館の実施
三宮EAST サン直マルシェ（2026.5、2026.7、2026.9、2026.11予定）
冬のまほろば祭（2025.11、2026.11予定）
兵庫県アフター万博レガシーフェスタ（2026.10）　他

キ　県公式オンラインショップの展開　〈10,000千円〉

物産販売におけるEC市場規模の拡大を踏まえ、県産品のオンライン販売機能強化及び販路拡大を図るため、兵庫の魅力を発信し、県産品の販売増を目的としたオンラインショップ「ひょうごッシモ」を開設・運営

【進捗状況（2026年度）】

事業目標	売上金額：1,000万円、 商品数：1,000品目（2026年度末） サイト全体ページビュー数：年間240,000PV（月間20,000PV）
定量実績	売上：138.0万円、商品数：415品目 ページビュー数：計50,296PV（月間平均8,382PV）　（期間:2026.04～09）
進捗判定	(A: 計画（目標）以上 / B: 概ね順調 / C: 停滞・要改善)

【主な実績（2025年度~2026年度）】

・登録商品
餃子の味噌だれ、手延素麺揖保乃糸播州小麦、播州織気分華やぐｽﾄｰﾙ、黒豆食ﾊﾟﾝ、淡路島ﾚﾓﾝのﾊﾞｽｸﾁｰｽﾞｹｰｷ他

・2025年度品目別販売金額1位
￥48,600（完全国産養殖活あさり【さりひめ特大】2kg）

・出品数や売上増加への主な取組
・リアルイベント開催
（三宮プラッツ：2026.4、2026.8）
（県公館：2026.10）



・ひょうごッシモサイト



取組Ⅱ　戦略的な誘客プロモーションの展開

2027年のWMG開催、2030年頃の神戸空港国際定期便就航やIR開業と誘客の好機が続く中、本県への誘客につなげていくため、戦略的にプロモーションを展開する

施策１　兵庫への認知・興味を高めるプロモーションの展開（インバウンド）

«現状・課題»

○観光地の認知率と訪問意向率

観光地の認知率が高まるほど訪問意向率が高まる傾向にある。
2024年度の兵庫県認知率は40.6%（大阪府92.3%、京都府88.1%）
来訪意向率は22.2%（大阪府69.1%、京都府64.8%）であり、
近接する大阪府、京都府を大きく下回っている。

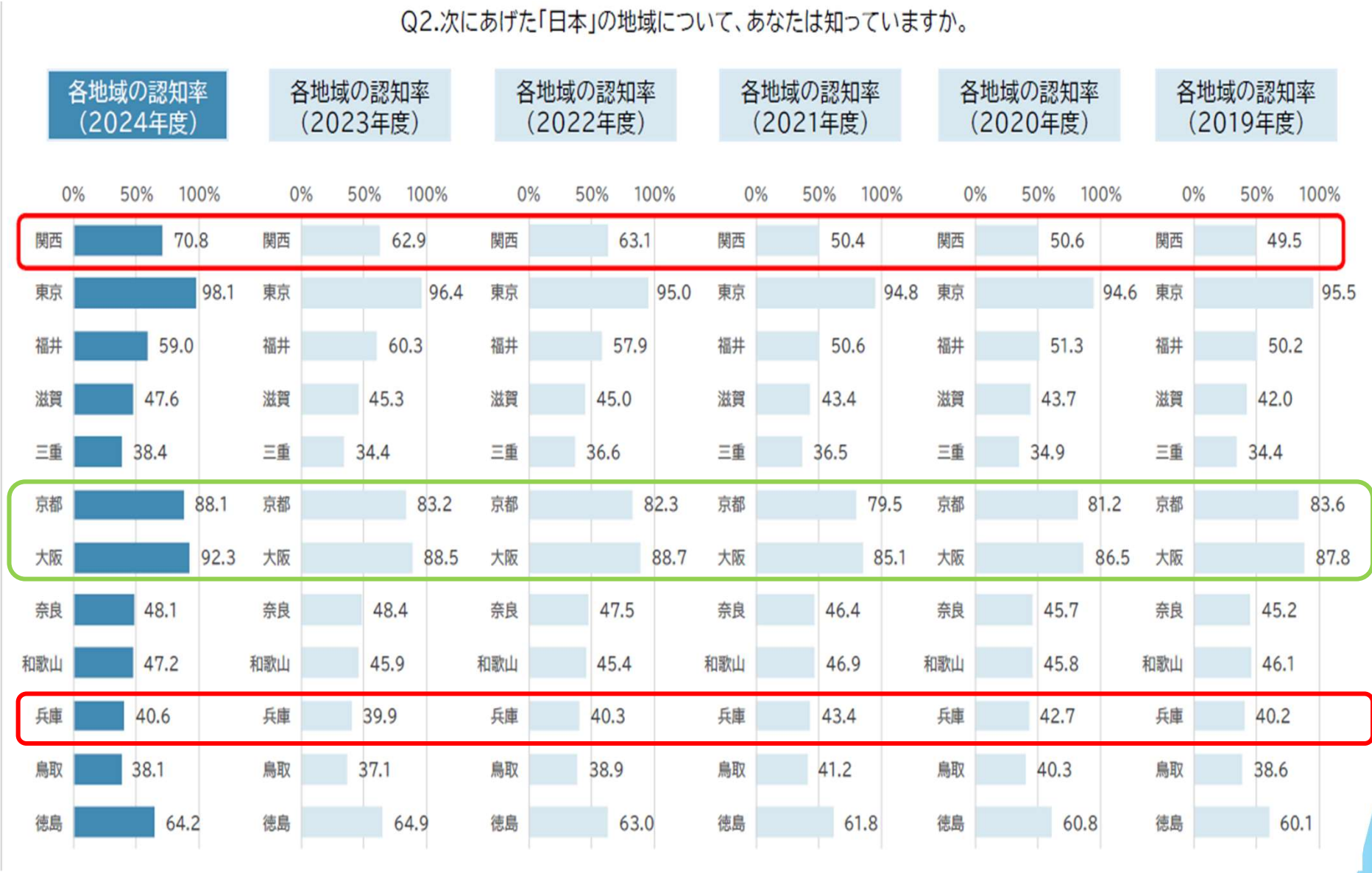
«トピックス»

○世界最大級のOTA(旅行予約サイト)であるエクスペディアが毎年発表する旅行トレンドレポート「Unpack'27」の「2027年の注目旅行先」の一つに「Hyogo」が選出された。
世界で10カ所が選出され、日本で唯一の選出。
本県関連の検索数の大幅な伸びと、姫路城・有馬温泉・神戸牛など兵庫ならではの魅力が評価された。

取組Ⅱ　戦略的な誘客プロモーションの展開

«参考データ»

〇訪関西意向率調査（関西観光本部調査　対象：イギリス、フランス、ドイツ、アメリカ、カナダ、オーストラリア）



取組Ⅱ　戦略的な誘客プロモーションの展開

«参考データ»

〇訪関西意向率調査（関西観光本部調査　対象：イギリス、フランス、ドイツ、アメリカ、カナダ、オーストラリア）

Q5.次にあげた「日本」の地域について、あなたはどの程度行ってみたいと思いますか。あてはまる選択肢をそれぞれお選びください。



取組Ⅱ　戦略的な誘客プロモーションの展開

ア【アジア向け】神戸空港国際化を契機としたインバウンド誘客強化〈19,700千円〉

神戸空港就航先のアジア圏を中心に、兵庫の強みを活かしたテロワールやリトリート、ゴルフなどを現地でPRするとともに二次交通事業者と連携してツアーを造成することで、県内周遊を促進

①現地での旅行会社、航空会社向けセールスや商談会への出展

就航先の台湾を中心に、旅行会社等を対象に現地での説明会・商談機会を設け、 本県観光の営業活動を展開

②旅行事業者やメディア向けファムツアーの実施

旅行会社を招聘したファムツアーの実施により商品造成を促進

【進捗状況（2026年度）】 ※外国人延べ宿泊者数は暦年（1月～12月）による

事業目標	外国人延べ宿泊者数　250万人 商談数　20社
定量実績	外国人延べ宿泊者数122万人（前年同期比111.4%）（2026.7時点） 商談数　31社
進捗判定	(A: 計画（目標）以上 / **B: 概ね順調** / C: 停滞・要改善)

【主な実績（2025年度~2026年度）】

セールスコール、商談会

・韓国での現地プロモーション（2025年8月19日～21日）
（参加者）高付加価値層向け旅行会社、ゴルフ専門旅行会社、旅行関係メディア等　31社（61名）
（成　果）GSN社・TUTTO社(ｺﾞﾙﾌﾂｰﾘｽﾞﾑ専門旅行社)：県内視察（2025年9月30日～10月4日）
ロッテJTB：2泊3日、3泊4日の「兵庫ゴルフプラン」ツアー販売（2025年12月より販売開始）
・台湾、シンガポールでの現地プロモーションを実施予定

ツアー造成に向けたファムツアー

6月15日～19日　香港：高付加価値層向け旅行社「Matthew Rian」招聘ツアー(2025年香港セールスコール先)
7月2日～3日　　台湾：「金龍永盛旅行社」招聘ツアー(2026年 台湾セールスコール先)
10月12日～15日 台湾：「アシアナ航空」招聘ツアー(韓国路線就航航空会社)



香港ファムツアー
（桃井ミュージアム）

送客実績

・フィールドパビリオンを巡るツアー『日本旅の達人と巡る、兵庫を味わう8日間』※全７回催行
（訪問先例）・姫路城・圓教寺・揖保乃糸資料館・湯村温泉湯体験・但馬牛博物館
・城崎温泉散策・明石海峡登頂ツアー・空手瓦（瓦割体験）・薫寿堂（お香づくり体験）等
・台湾の航空会社と連携したツアー造成
航空会社から依頼を受け、バスや船を活用した周遊コース等を提案

取組Ⅱ　戦略的な誘客プロモーションの展開

イ【アジア向け】自治体連携によるインバウンド誘客促進〈6,500千円〉

大阪・関西万博と瀬戸内国際芸術祭の同時開催を契機に増加したインバウンドの流れを取り込むため、近隣及び県内自治体と連携し、効果的なプロモーションを実施することで、本県へのインバウンド誘客を促進

① **香川県連携**
- メディアを活用した、兵庫ー香川ルート商品の造成
  テーマ：「アート」「伝統工芸」「ガストロノミー」
- 欧米豪等の旅行会社向けオンラインセミナーの実施

② **徳島県連携**
- ワールドマスターズゲームズに向けた連携観光プロモーション
- 県公式観光サイト内での「鳴門ブルー」のコンテンツを活用した体験記事の作成・発信



沼島おのころクルージング
(徳島連携コンテンツ例)

ウ【アジア向け】訪日教育旅行の推進〈8,162千円〉

若者層の交流拡大を通じて、海外からの誘客促進と兵庫のファンづくりを目的とした継続的な仕組みを構築するとともに、訪日教育旅行者や教育旅行の受入を促進

① **台湾における現地商談会・視察型招待ツアー**
② **県内教育旅行情報の発信**
- 県公式観光サイト「兵庫観光navi」における教育旅行情報の発信

【主な実績（2025年度~2026年度）】

・台湾における現地商談会・視察型招待ツアー
台湾・高雄学校関係者との商談会（2026年6月：32校と商談）
台湾教育関係者との商談会、ファムツアーの実施（2026年10月：県内視察）

・学校交流実施状況
（2025年度）台湾をはじめとする学校（41校・948名）を受入
（2026年度）台湾をはじめとする学校（15校）を受入 ※オンライン3 校含む



商談会（台北）

取組Ⅱ　戦略的な誘客プロモーションの展開

エ【欧米豪向け】観光レップ機能を活用したインバウンドプロモーション〈20,000千円［新規］〉

兵庫県の認知度が低い欧米豪を中心に、海外メディアや旅行事業者との関係構築や視察型招待ツアー等を通じ海外における情報発信を強化することで、「HYOGO」の認知拡大と送客を促進

①メディアやライター向け視察型招待ツアーの実施（認知向上）
②旅行会社向け視察型招待ツアーや現地商談会等の実施（ツアー造成）

【進捗状況（2026年度）】 ※外国人延べ宿泊者数は暦年（1月～12月）による

事業目標	外国人延べ宿泊者数　250万人 露出媒体数　4件
定量実績	外国人延べ宿泊者数122万人（前年同期比111.4%）（2026.7時点） 露出媒体数　1件
進捗判定	(A: 計画（目標）以上 / **B: 概ね順調** / C: 停滞・要改善)

【主な実績（2025年度~2026年度）】

・掲載実績例

【イギリス】・『THE　INDEPENDENT』（英国全土販売の日刊紙）（広告換算効果：1,114万円）
・『Wanderlust』（英国最大級の旅行雑誌）（広告換算効果：3,744万円）
【フランス】・『La Voix du Nord』（フランス北部の地方日刊紙）（広告換算効果：806万円）
【オーストラリア】・『Mamamia』（豪最大の女性向けデジタルメディア）（広告換算効果：863万円）

・「Wanderlust」の「The Travel Green List」に選出

自然・文化・サステナブルツーリズムを重視している世界的に評価の高いトラベル雑誌に、「世界に誇れるサステナブルな地域モデル」としてコウノトリの野生復活の取組が選出。



発行部数が
英国最大の旅行雑誌



ハチゴロウの戸島湿地（豊岡市）が
Wanderlust「The Travel Green List」
（世界の持続可能な101のﾃﾞｨｽﾃｨﾈｰｼｮﾝ）に選出

取組Ⅱ　戦略的な誘客プロモーションの展開

オ【欧米豪・アジア向け】デジタルマーケティングによるインバウンド誘客促進の展開〈103,000千円〉

神戸空港国際化やワールドマスターズゲームズの開催に向け、今後増加が見込まれる外国人観光客を本県に誘客するため、海外OTA（予約サイト）への記事掲載やSNS等を活用し、宿泊予約につなげるプロモーションを実施

①海外OTAプロモーション
ターゲット国別に兵庫の魅力を伝える記事の作成・掲載等

②SNS・WEBプロモーション
SNS・WEB広告による県観光サイト等への誘導

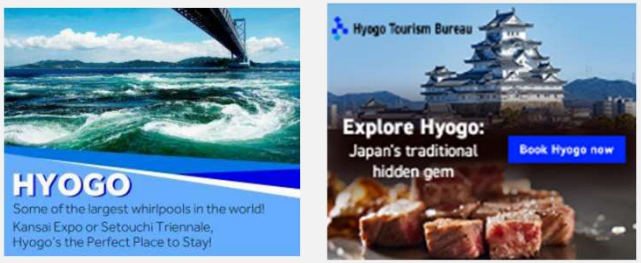
③UGC※を活用したプロモーション
一般消費者の口コミ等を活用し、本県観光の認知度向上及び来訪促進
［※UGC：一般ユ ーザーが自発的に作成・投稿したコンテンツの総称 ］

【進捗状況（2026年度）】 ※外国人延べ宿泊者数は暦年（1月～12月）による

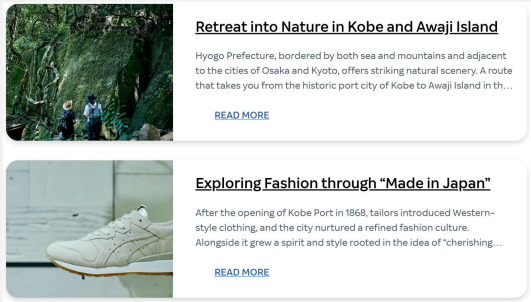
事業目標	外国人延べ宿泊者数　250万人
定量実績	外国人延べ宿泊者数　122万人（前年同期比111.4%）（2026.7時点）
進捗判定	(A: 計画（目標）以上 / B: 概ね順調 / C: 停滞・要改善)

【主な実績（2024年度~2026年度）】
・OTAサイト内に県特集ページを10本作成
・有名インフルエンサーを起用し効果的なPRを展開
・海外メディア計48媒体に記事を掲載

（成果の例）
・2024年度：広告費に対する広告経由予約額　４倍
・2025年度：広告費に対する広告経由予約額　８倍（万博効果含む）
・2026年度：世界最大級のOTA（旅行予約サイト）であるExpediaが選ぶ「2027 Destination of the year」に「Hyogo」が日本で唯一選出



SNSバナー広告



海外OTA内における兵庫の魅力発信記事

取組Ⅱ　戦略的な誘客プロモーションの展開

カ【欧米豪向け】せとうちDMOへの参画　〈16,650千円〉

関西と瀬戸内の結節点であることから、両エリアをつなぐ役割を担うため、瀬戸内地域７県※ と民間事業者で構成されるDMOの「(一社)せとうち観光推進機構」との広域連携に参画し、主に欧米豪からのインバウンド誘客を促進

［※瀬戸内7県：兵庫県、岡山県、広島県、山口県、徳島県、香川県、愛媛県 ］

① **せとうちスルーガイド育成**
② **瀬戸内の魅力を発信するコンテンツの磨き上げ（クルーズ・サイクリング等）**
③ **旅行会社向け視察型招待ツアーの実施と商談会の開催**
④ **欧米豪メディア等を活用した情報発信**

【進捗状況(2026年度)】 ※外国人延べ宿泊者数は暦年（1月～12月）による

事業目標	瀬戸内７県への外国人延べ宿泊者数　689万人泊
定量実績	瀬戸内７県への外国人延べ宿泊者数　412万人泊（前年同期比108.3%）（2026.7時点）
進捗判定	(A: 計画（目標）以上 / B: 概ね順調 / C: 停滞・要改善)

【主な実績（2025年度~2026年度）】

・せとうちスルーガイド育成
「灘五郷」、「淡路夢舞台」、「Awaji nature Lab & Resort」にて実地研修を実施（2026年12月13日）
「うずの丘大鳴門橋記念館」、「姫路城・好古園・江崎家能体験」にて実地研修を実施（2025年11月、12月）

・瀬戸内の魅力を発信するコンテンツの磨き上げ（クルーズ・サイクリング等）
アジア太平洋スーパーヨットサミット（APSS）2026でのPR実施（2026年5月7日、8日）
参加者数：180名（クルーズ企画・コーディネート、スーパーヨット関係メディア等）

・旅行会社向けファムツアーの実施と商談会の開催（2025年11月20日）
参加国：仏・英・独
視察先：西山酒造場、陶の郷

・SNSを活用した海外向け情報発信（2025年度）
掲載実績：13件

→ 瀬戸内７県への外国人延べ宿泊者数（暦年）
616万人泊（前年比125.7%）

取組Ⅱ　戦略的な誘客プロモーションの展開

施策２　兵庫への認知・興味を高めるプロモーションの展開（国内）

«現状・課題»

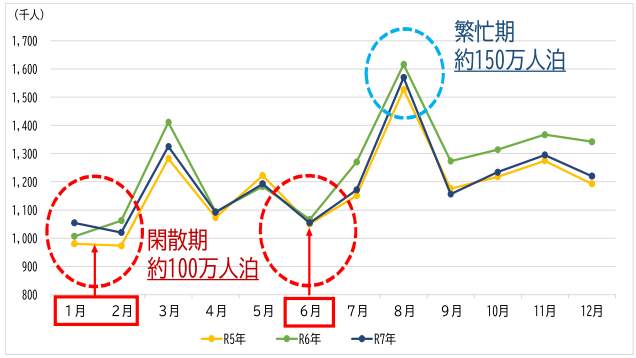
○本県の国内宿泊者数は、繁閑の差が大きく、最大で1.5倍程度の差がある。観光産業は裾野が広く経済波及効果が大きいことから、閑散期となる冬季と梅雨期の底上げが重要である。
○「県内宿泊者数が伸び悩む理由」として、「周遊型コンテンツの数や周知が不足」に加え、「閑散期の対応ができていない」ことも高く、シーズン外やイベント期間以外の集客が必要である。

«トピックス»

○2040年には、パリ協定で掲げられた「世界の平均気温上昇を2℃未満に抑える目標」が達成された場合でも、日本の気温は1.4℃は上昇するとされている。また、民間調査では55%が「暑さ」を理由に外出しないとのデータがあり、酷暑対策が課題となっている。
城崎温泉では「冷湯治ＷＥＥＫ」を実施し、外湯巡りに「冷体験」を組み合わせた新たな温泉滞在の実証に取り組んでいる。

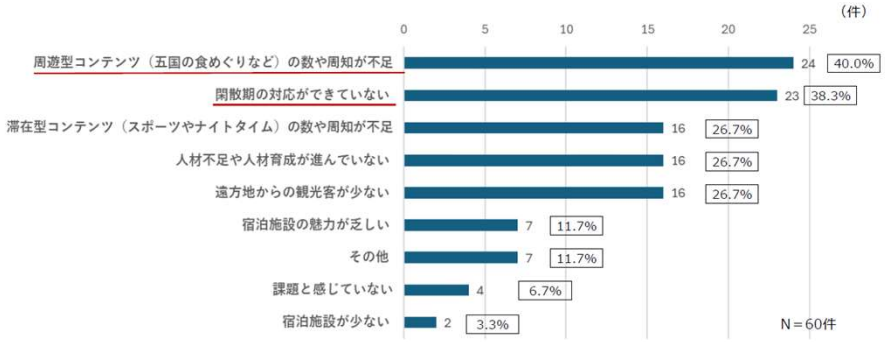
«参考データ»

本県の宿泊者数（日本人2023-2025）



出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」

県内宿泊事業者が感じる県内宿泊者数が伸び悩む理由



出典：県内観光産業関連事業者アンケート2025

20世紀末と比べた21世紀末の気温や猛暑日等の変化

項目	2℃上昇シナリオによる予測 パリ協定の2℃目標が達成された世界で生じ得る気候の状態	4℃上昇シナリオによる予測 追加的な緩和策を取らなかった世界で生じ得る気候の状態
年平均気温	約+1.4℃	約+4.5℃
【参考】世界の年平均気温（IPCC, 2021）	（約+1.1℃）	（約+3.7℃）
猛暑日の年間日数	約+2.9日	約+17.5日
熱帯夜の年間日数	約+8.2日	約+38.0日
冬日の年間日数	約−16.6日	約−46.2日

出典：文部科学省及び気象庁「日本の気候変動2025ー大気と陸・海洋に関する観測・予測評価報告書」

取組Ⅱ　戦略的な誘客プロモーションの展開

ア【国内向け】関西・首都圏を対象とした万博後の誘客プロモーション〈 88,000千円［補正］〉

本県の冬の魅力を発信し、万博後の観光需要を喚起するため、関西・首都圏を対象としたキャンペーンやプロモーションを実施

①関西・首都圏を対象とした宿泊キャンペーン
温泉や食など冬のひょうごの魅力が詰まったツアーを、関西・首都圏の複数の旅行社で販売

②ひょうご五国を巡る周遊バスツアー助成
旅行会社等を対象に、ひょうご五国を周遊するバスツアーに対して助成

③メディアを活用した戦略的プロモーション
本県の観光情報の発信機会を増やすため、メディアに対して取材を働きかけ

【主な実績（2025年度）】

・**首都圏を対象とした宿泊ｷｬﾝﾍﾟｰﾝ（12月17日～2月28日）**
首都圏を対象に「温泉」や「食」など魅力が詰まった旅行商品を販売

■特別宿泊プラン　**295**施設・**1,367**プラン
■延べ宿泊者数（対前年比　12月～2月）
全国平均と比較し、+**1.5**%
※　［兵庫県］　98.6%　［全国］　97.1%

・**ひょうご五国を巡る周遊ﾊﾞｽﾂｱｰ**
本事業の目的である、①冬の閑散期における平日需要の開拓、②温泉地を中心とした宿泊需要の創出に寄与する新規ツアーの創出に貢献

■ 催行台数 ▶ **108台**

・**メディアを活用した戦略的プロモーション**
首都圏メディアと継続的なネットワークを構築し、本県の認知度向上及び誘客拡大を図った。

■ テレビ ▶ **8件**
■ 雑誌等 ▶ **2件**
■**WEB** ▶ **76件**



キャンペーン キービジュアル

キャンペーン実績
■ 宿泊者数 ▶ 約 **10,000** 人
■ 観光消費額 ▶ 約 **2.4** 億円

取組Ⅱ　戦略的な誘客プロモーションの展開

イ【国内向け】閑散期における首都圏等からの誘客促進〈9,752千円［新規］〉

観光需要が落ち込む閑散期において、本県の強みである食や温泉、フィールドパビリオン等により誘客促進を図り、年間を通じて安定的な需要を創出

【進捗状況（2026年度）】

事業目標	宿泊者数前年同期比の全国平均を上回る伸び率
定量実績	【梅雨期】+7.1%
進捗判定	(A: 計画（目標）以上 / **B: 概ね順調** / C: 停滞・要改善)

【主な実績（2026年度）】

・スローステイひょうごキャンペーンの実施（6月1日 ～ 7月17日）

① 滞在型観光を推進するため、上質な宿泊にこだわった特別宿泊プラン

② 梅雨・閑散期だからこそ屋内でも楽しめるフィールドパビリオン等の特別な体験

■特別宿泊プラン　**83**施設・**207**プラン
■宿泊プラン限定の特別体験　**22**コンテンツ
■延べ宿泊者数（対前年比　6月～7月）
全国平均と比較し、+**7.1**%
※　［兵庫県］　100.6%　［全国］　93.5%

キャンペーン実績(参画施設アンケート調査結果)
■ 宿泊者数　▶ 約 **1,400** 人
■ 観光消費額　▶ 約 **3,700** 万円
※ アンケート回収率：78%



キービジュアル

取組Ⅲ　観光地域を支える受入環境の整備

国籍や年齢、障害の有無にかかわらず誰もが安全・快適に旅行を楽しめ、来訪者の満足度を高めて再訪につなげるため、受入環境の整備を推進する

施策１　ユニバーサルツーリズムの推進

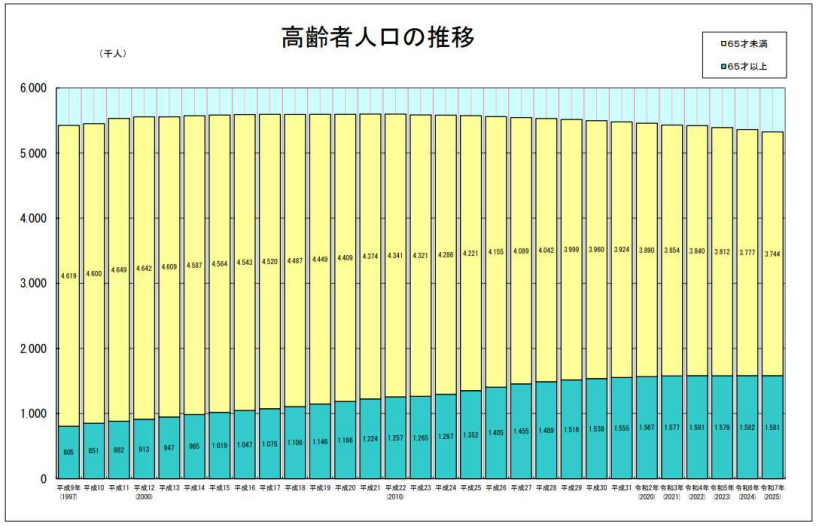
«現状・課題»

○総人口が減少する中、高齢者（65才以上）人口は増加傾向
○本県のR7訪日外国人延べ宿泊者数は、前年比＋32.3%と大幅に増加
○高齢者や障害者、子育て世帯、食や宗教上の配慮を必要とする外国人旅行者など、多様なニーズを持つ旅行者が増加しており、誰もが安心して楽しめる受入環境の整備が求められている。

«トピックス»

○2025年の訪日ベジタリアン等旅行者は約221万人（訪日客全体の5.2%）、訪日ムスリム旅行者は約164万人（訪日客全体の3.8%）と推計されている。インバウンド市場が大きく拡大する中で、多様な食習慣を持つ旅行者の受入環境整備がこれまで以上に重要になっている。

«参考データ»



出典：兵庫県福祉部「高齢者保健福祉関係資料」

国・地域別訪日ベジタリアン等旅行者総数・ランキング

#	国・地域	推計値（万人）
1	台湾	83.2
2	中国	38.7
3	韓国	27.7
4	米国	13.6
5	カナダ	8.1
6	香港	7.0
7	インド	6.4
8	オーストラリア	5.2
9	タイ	4.6
10	シンガポール	4.6
11	英国	4.0
12	ドイツ	3.7
13	フィリピン	3.1
14	イタリア	2.8
15	マレーシア	2.3
16	フランス	2.1
17	インドネシア	1.6
18	ベトナム	0.9
19	メキシコ	0.7
20	スペイン	0.5

上記合計して訪日ベジタリアン等旅行者は約221万人と推計

国・地域別訪日ムスリム旅行者総数・ランキング

#	国・地域	推計値（万人）
1	インドネシア	55.7
2	マレーシア	40.8
3	中国	16.4
4	シンガポール	11.7
5	フィリピン	5.8
6	タイ	5.5
7	インド	4.8
8	フランス	4.2
9	米国	4.0
10	オーストラリア	3.7
11	英国	3.4
12	カナダ	3.4
13	ドイツ	2.8
14	イタリア	1.4
15	スペイン	0.9
16	台湾	0.0
16	韓国	0.0
16	香港	0.0
16	ベトナム	0.0
16	メキシコ	0.0

上記合計して訪日ムスリム旅行者は約164万人と推計

出典：観光庁「多様な食習慣を持つ訪日外国人旅行者の実情」

取組Ⅲ　観光地域を支える受入環境の整備

ア　ユニバーサルツーリズム推進トップセミナーの開催　〈450千円〉

観光関連事業者の経営管理層を対象に、ユニバーサルツーリズムの意義やマーケットの将来性、取組事例等を紹介するセミナーを開催

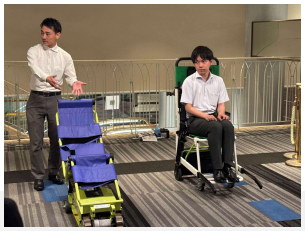
【主な実績（2025年度~2026年度）】

・実施時期：2025年12月1日（オンライン開催）
・参加人数：69名
・実施内容：ユニバーサル対応を進める登府屋旅館（山形県米沢市）の先進的取組からユニバーサルツーリズムのマーケットの将来性や取組意義を紹介するセミナーを実施。

・実施時期：2026年12月15日開催予定（ハイブリッド開催）
・実施内容：ハラール、ヴィーガン、嚥下調整食など多様な食のニーズへの対応を学ぶセミナーを実施。

イ　ユニバーサルツーリズムおもてなし研修の実施　〈973千円〉

県内の観光産業の現場で働く従業員・スタッフを対象に、高齢者・障害者等を迎え入れる際の接遇・ホスピタリティを学ぶ研修を実施


2026年度 緊急避難対応研修

【進捗状況】

事業目標	・ユニバーサルツーリズムおもてなし研修 おもてなし研修参加者数（累計）：600人
定量実績	・ユニバーサルツーリズムおもてなし研修 おもてなし研修参加者数（累計）：656人（目標比109.3%）
進捗判定	(A: 計画（目標）以上 / **B: 概ね順調** / C: 停滞・要改善)

【主な実績（2025年度~2026年度）】

・2025年度：中級編研修5回、緊急避難対応1回
・2026年度：実践編研修5回、緊急避難対応研修1回
・ユニバーサルツーリズムおもてなし研修参加者
102名（2025年度実績）

ウ　ユニバーサルツーリズムの推進に向けた人材育成〈2,464千円〉

高齢者・障害者等からの旅行相談に対応する等ユニバーサルツーリズムの普及促進に取り組む「ひょうごユニバーサルツーリズムコンシェルジュ」の育成を実施

【進捗状況】

事業目標	・ユニバーサルツーリズムコンシェルジュの育成 認定UTｺﾝｼｪﾙｼﾞｭ人数（累計）：80人
定量実績	・ユニバーサルツーリズムコンシェルジュの育成 認定UTｺﾝｼｪﾙｼﾞｭ人数（累計）：81人（目標比101.2%）
進捗判定	(A: 計画（目標）以上 / **B: 概ね順調** / C: 停滞・要改善)

【主な実績（2025年度~2026年度）】

・ひょうごユニバーサルツーリズムコンシェルジュ認定者数
81人（2026年3月末時点）
・2026年度：20名が受講中

取組Ⅲ　観光地域を支える受入環境の整備

エ　「ひょうごユニバーサルなお宿」宣言・登録制度〈3,040千円〉

ユニバーサルツーリズムの推進に積極的に取り組む「ひょうごユニバーサルなお宿」をソフト・ハードの両面から支援し、宿泊施設の取組の促進と見える化を推進

	対象	要件	補助率	上限額
ソフト補助金	○通常枠 車いす、ｼｬﾜｰﾁｪｱ等の購入等 ○安全安心枠 ﾕﾆﾊﾞｰｻﾙな防災用品の購入等	・ﾁｪｯｸﾘｽﾄのｸﾘｱ項目数が20項目以上	1/2	30万円
ハード補助金（まちづくり部所管）	①ﾊﾞﾘｱﾌﾘｰ改修設計 ②ﾊﾞﾘｱﾌﾘｰ改修工事(ｴﾚﾍﾞｰﾀｰ無) ③ﾊﾞﾘｱﾌﾘｰ改修工事(ｴﾚﾍﾞｰﾀｰのみ) ④ﾊﾞﾘｱﾌﾘｰ改修工事(ｴﾚﾍﾞｰﾀｰ有)	・福祉のまちづくり条例に規定する基準と同等以上のﾊﾞﾘｱﾌﾘｰ化 ・市町随伴(1/4)が必要	1/4	① 125万円 ② 400万円 ③ 500万円 ④ 900万円

【進捗状況（2026年度）】

事業目標	・「ひょうごユニバーサルなお宿」宣言・登録制度 登録宿泊施設数（累計）：30施設
定量実績	・「ひょうごユニバーサルなお宿」宣言・登録制度 登録宿泊施設数（累計）：88施設（目標比293.3%）
進捗判定	(A: 計画（目標）以上 / B: 概ね順調 / C: 停滞・要改善)

【主な実績（2025年度~2026年度）】

・登録施設：88施設
・宣言施設：162施設（2026年9月末時点）

オ　ユニバーサルツーリズムモニターツアーの実施〈2,984千円〉

具体的なツアーを通してユニバーサルツーリズムをPRするとともに、商品造成に向けた課題抽出を行うため、障害種別ごとにモニターツアーを実施

【進捗状況（2026年度）】

事業目標	・ユニバーサルツーリズムモニターツアー モニターツアー開催回数（単年数）：４回
定量実績	・ユニバーサルツーリズムモニターツアー モニターツアー開催回数（単年数）：４回（目標比100%）
進捗判定	(A: 計画（目標）以上 / B: 概ね順調 / C: 停滞・要改善)

【主な実績（2025年度~2026年度）】

・2025年度のツアー内容

日程	対象者	主な内容
10/28（火）	視覚障害者	【但馬地域】クライミング体験、りんご狩り、温泉入浴 等
12/4（木）	知的障害者	【丹波地域】陶器の欠片を使ったﾌｫﾄﾌﾚｰﾑづくり、桶ット卓球 等
1/23（金）	聴覚障害者	【播磨地域】和菓子調理体験、姫革細工体験、演劇鑑賞 等
3/10（火）	車いす利用者	【淡路地域】観覧車から淡路島を一望、お香づくり体験 等



2025年度 モニターツアー

取組Ⅲ　観光地域を支える受入環境の整備

カ　観光地におけるユニバーサルな防災対策支援〈 3,000千円［新規］ 〉

観光地における災害時対応への重要性が高まる中、宿泊施設や観光地が取り組むユニバーサルな防災対策を支援することで、高齢者・障害者・インバウンド等、多様な旅行者の受入体制を強化

①宿単体メニュー

補助対象	ユニバーサルなお宿参加施設		
対象経費	「ユニバーサルな防災」に関するソフト対策経費		
	車いす利用者	➢ 非常用階段避難車、避難用担架　等	
	視覚障害	➢ 点字での館内避難経路案内（マップ）の作成　等	
	聴覚障害	➢ 点滅・振動装置　等	
	外国人	➢ 避難を呼びかける多言語フリップボード　等	
負担割合	県1/2・宿泊施設1/2	補助上限額	30万円

②地域連携メニュー

補助対象	地域が一体となってユニバーサルツーリズムの推進に取り組む協議会 ※市町、ユニバーサルなお宿（またはお宿が加盟する旅館組合等）の参画が必須		
対象経費	「ユニバーサルな防災」に関するソフト対策経費 ※宿単体メニューの対象経費に、地域連携メニュー独自の対象経費をプラス 《例》・けん引式車いす補助装置、アウトドア用車いす等		
負担割合	県 1 /2、協議会1/2	補助上限額	50万円

【進捗状況（2026年度）】

事業目標	補助制度「安全安心枠」 （１）宿単体メニュー補助件数：5件 （２）地域連携メニュー補助件数：3件
定量実績	補助件数：-件（募集中）
進捗判定	(A: 計画（目標）以上 / **B: 概ね順調** / C: 停滞・要改善)

キ　多様な食習慣を持つ外国人旅行者等の受入環境整備〈1,500千円［新規］ 〉

地域ぐるみで食の多様性を推進する取組（食のユニバーサル化）を支援することで、多様な食習慣を持つ外国人旅行者等の受入体制を強化

〈多様な食習慣の例〉
- ハラール
  豚・豚由来品、アルコールを口にしない
- ベジタリアン
  肉や魚介類を食べず、卵や乳製品を食べるかは個人ごとに異なる
- ヴィーガン
  肉や魚介類に加え、卵・乳製品・蜂蜜・ゼラチンなども食べない

補助対象	地域が一体となって食の多様性の推進に取り組む**協議会** ※**市町の参画が必須**
対象経費	**「食の多様性」**に関するソフト対策経費 《例》・ハラール、ベジタリアン等対応セミナーの開催 ・ハラール、ベジタリアン等対応飲食店マップの作成 ・刻み食、ミキサー食等対応セミナーの開催 ・刻み食、ミキサー食等対応飲食店マップの作成 ・食の多様性ホームページの作成　等
負担割合	県1/2・協議会1/2
補助上限額	50万円

【進捗状況（2026年度）】

事業目標	食の多様性の推進に取り組む協議会数： 3
定量実績	補助件数：-件（募集中）
進捗判定	(A: 計画（目標）以上 / **B: 概ね順調** / C: 停滞・要改善)

取組Ⅲ　観光地域を支える受入環境の整備

施策２　サステナツーリズムが実現できる兵庫の確立

«現状・課題»

〇インバウンド富裕層を中心に、サステナブルに配慮した観光を重視する傾向が高まり、旅行・宿泊先の選択基準の１つとして国際認証ラベルの有無が重要視されている
〇県内のホテル・旅館1,870件(※1)のうち、国際認証に準拠した認証取得数は8件(※2)で約0.4％に留まる
⇒国内はもとよりインバウンドに対し、「兵庫」という選択肢を訴求できていない
〇県内観光関連事業者の国際認証取得意向は増加傾向（2022年:34.7％→2025年:44.8 ％）

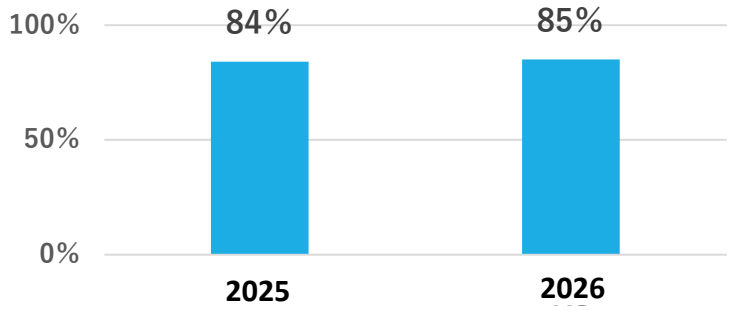
※1 観光庁「宿泊旅行統計調査母集団名簿」（2024.10.1時点）
※2 ﾎﾃﾙ日航姫路、ｻﾞ ﾛｲﾔﾙﾊﾟｰｸｷｬﾝﾊﾞｽ神戸三宮、ﾎﾃﾙｵｰｸﾗ神戸、ｸﾞﾗﾝﾄﾞﾆｯｺｰ淡路、宝塚ホテル、レムプラス神戸三宮、但馬屋、西村屋本館 等

«トピックス»

〇兵庫県旅行業協会は、旅行業界のｻｽﾃﾅﾋﾞﾘﾃｨへの機運を高めることなどを目的に「兵庫を元気にするｻｽﾃﾅﾌﾞﾙﾄﾗﾍﾞﾙｱﾜｰﾄﾞ」を2024年から開催、取組を評価し顕彰している

«参考データ»

サステナブルな旅行は自身にとって重要だと思う(世界の旅行者)



出典：ﾌﾞｯｷﾝｸﾞﾄﾞｯﾄｺﾑ

«GSTC認証・準拠の国際認証を取得した主な宿泊施設»

	宿泊施設名	国際認証・団体
海外	PARKROYAL COLLECTION Pickering（ｼﾝｶﾞﾎﾟｰﾙ）	GSTC certification/ｺﾝﾄﾛｰﾙﾕﾆｵﾝ
	Pan Pacific Melbourne（ｵｰｽﾄﾗﾘｱ）	GSTC certification/ｺﾝﾄﾛｰﾙﾕﾆｵﾝ
	Hilton Dubai Jumeirah（ｱﾗﾌﾞ首長国連邦）	ｸﾞﾘｰﾝｷｰ
日本	ウェスティンホテル東京（東京都）	ｸﾞﾘｰﾝｷｰ
	アスコット丸の内東京（東京都）	GSTC certification/ﾋﾞﾚｵ
	帝国ホテル東京/大阪（東京都/大阪）	ｻｸﾗｸｵﾘﾃｨｸﾞﾘｰﾝ

取組Ⅲ　観光地域を支える受入環境の整備

ア　宿泊事業者等の持続可能な観光（サステナブルツーリズム）に関する国際認証取得の促進〈 3,150千円［新規］〉

HYOGOの国際的な認知度を高め、高付加価値旅行者層を含む誘客促進と本県観光の質の向上を図るため、地域や宿泊事業者に対して持続可能な観光（サステナブルツーリズム）に関する国際認証取得を支援

①機運醸成を図るセミナーの開催

②専門家によるコーチングや個別相談が可能な相談会の開催

Green Key　SAKURA QUALITY®　GSTC CERTIFIED GSTC HATU250141

取得を目指す国際認証例

【進捗状況（2026年度）】

事業目標	参加者数：100人
定量実績	参加者数：160人（第1回：89人、第2回:71人）
進捗判定	(A: 計画（目標）以上 / B: 概ね順調 / C: 停滞・要改善)

【主な実績（2025年度~2026年度）】

・機運醸成を図るセミナーの開催

実施回数：2回

実施時期：2026年8月21日（ハイブリッド）、
2026年10月6日（オンライン）

・専門家によるコーチングや個別相談が可能な相談会の開催

実施回数：6回（県内3地域、各2回開催）

実施方法：対面又はオンライン開催

エリア：①有馬温泉 ②丹波篠山市 ③豊岡市竹野

主要なサステナブル国際認証取得状況(令和7年)

順位	都道府県	件数	グリーンキー	サクラクオリティグリーン	Green Globe Certification	GSTC／ビレオ	GSTC／ユナイテッドサティフィケーションシステムズ	取得率（件数/宿泊施設数）
1位	東京都	39件	(8件)	(25件)	(1件)	(4件)	(1件)	0.54%
2位	京都府	22件	(4件)	(18件)	(0件)	(0件)	(0件)	0.47%
2位	大阪府	22件	(6件)	(14件)	(1件)	(1件)	(0件)	0.90%
4位	北海道	20件	(2件)	(15件)	(3件)	(0件)	(0件)	0.31%
5位	新潟県	8件	(0件)	(8件)	(0件)	(0件)	(0件)	0.36%
5位	**兵庫県**	**8件**	**(0件)**	**(8件)**	**(0件)**	**(0件)**	**(0件)**	**0.33%**

※ 観光庁「持続可能な観光にかかる旅行商品の造成に向けたラベルインデックスのとりまとめ」（令和7年）
※ 厚生労働省「令和7年度衛生行政報告例」

取組Ⅲ　観光地域を支える受入環境の整備

施策３　高付加価値化に向けた観光人材の育成

«現状»

○帝国データバンクの調査によれば、宿泊業の人手不足割合は全業種で最も高い水準にあり、離職率も全業種平均を大きく上回っている。こうした傾向は、今後も続くと見込まれている。
○県内ガイド数は減少傾向で高齢化している。
○高付加価値旅行者にも対応できる専門性を備えたガイド人材も不足しており、本県が旅行先として選ばれる機会を十分に生かせていない。

«トピックス»

○2026年度版観光白書（国土交通省）においても、宿泊業の人手不足が観光産業の持続的な発展に向けた課題として取り上げられている。

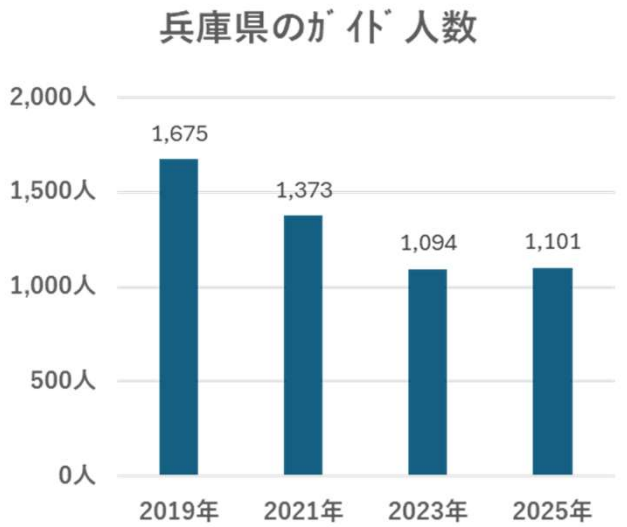
«参考データ»

73.4%
宿泊業の人手不足割合（2025年）

全業種1位
人手不足割合の業種別順位

29.3%
宿泊業の離職率（全業種平均15.0%）

出典：帝国データバンク「人手不足に対する企業の動向調査」（2025年1月）、
厚生労働省「雇用動向調査」（2024年）



出典:日本観光振興協会「観光ガイド団体調査結果」

«2025年兵庫»
平均年齢:69.9歳
全国通訳案内士:27人
地域通訳案内士:0人

取組Ⅲ　観光地域を支える受入環境の整備

ア　高校生等向け観光産業の魅力発信　〈1,000千円〉

芸術文化観光専門職大学とひょうご観光本部が連携し、観光業界を目指す高校生等若者向けにセミナーを開催

【主な実績（2025年度~2026年度）】

・2025年度実績
実施時期：2026年3月20日
対 象 者 ：観光やまちづくりに興味のある県内の高校生（40名）
実施内容：出石の街並み、永楽館を視察、観光ワークショップ　等

・2026年度予定
実施時期：2027年3月
対 象 者 ：観光やまちづくりに興味のある県内の高校生等（40名程度）
実施内容：観光地視察、ワークショップ　等



若者向けセミナー

イ　大学生向け観光人材の養成　〈750千円〉

観光地域づくり人材を養成するため、兵庫県内の大学生を対象に、セミナー・先進地視察等のプログラムを実施するとともに、提言発表会を開催

【主な実績（2025年度~2026年度）】

・2025年度実績
・県内のタビナカコンテンツ調査や外国人へのインタビュー等を目的としたフィールドワーク
・参加学生：兵庫県立大学環境人間学部、国際商経学部　4グループ、55名参加
・セミナーやフィールドワーク等で得た知見をもとに、県内観光地への提言等をまとめ成果報告

・2026度予定
実施時期：7月～12月（観光課題に係る講義及びフィールドワーク）、1月（提言発表会）
参加学生：4グループ、50名程度を想定

取組Ⅲ　観光地域を支える受入環境の整備

ウ　観光産業の人材確保支援　〈7,582千円〉

調理師専門学生を対象にした旅館・ホテルの宿泊業務体験等を実施し、その魅力を発信するとともに、観光事業者への就職・転職希望者を対象とした合同企業説明会を開催し、県内宿泊事業者と学生とのマッチング機会を創出。また、宿泊事業者の人材確保、定着を支援するためセミナーを開催

【進捗状況（2026年度）】

事業目標	(1)学生向け・転職者向け就職合同企業説明会 ・参加者数（単年度）：80人・実施回数（単年度）：6回 (2)調理現場体験事業 ・参加者数（単年度）：30人・実施回数（単年度）：2回
定量実績	(1)学生向け・転職者向け就職合同企業説明会（今後開催予定） ・参加者数（単年度）：-人・実施回数（単年度）：-回 (2)調理現場体験事業（今後開催予定） ・参加者数（単年度）：-人・実施回数（単年度）：-回
進捗判定	(A: 計画（目標）以上 / **B: 概ね順調** / C: 停滞・要改善)

【主な実績（2025年度~2026年度）】

・学生等向け合同企業説明会の開催

日程：2025年8月27日、10月18日、2026年2月5日、
　　2026年10月、2027年3月頃
場所：三宮研修センター、神戸国際会館、神戸市内、豊岡市内
参加企業数：25社(2025年度)、各回20社程度(2026年度)
参加学生数：64名(26卒 23名、27卒　23名、既卒 18名)(2025年度)
　　各回200名以上（2026年度）



学生等向け合同企業説明会

・調理師専門学生向け旅館・ホテルの業務体験

日程：2025年9月~10月(うち4日間)
　　2027年3月（うち2日間）
参加企業数：４社（2025年度）
　　2社予定（2026年度）
参加学生数：延べ124名（2025年度）

・宿泊事業者向け人材確保促進セミナーの開催

日程：2025年11月18日（オンライン）
　　2026年9月15日（ハイブリッド 神戸市内）
参加企業数：9社、2026年度は集計中
テーマ：未来の宿泊業を担う若手人材採用戦略(2025年度)
　　外国人留学生の採用促進(2026年度)

・補助実績（人材確保・育成・定着枠）（2025年度）

５団体（インバウンド対応セミナー、
　　インバウンド対策日本語講座開催等）

区分	人材確保･育成･定着枠	観光ＤＸ推進枠
目的	従業員等の確保、 知識･技能の向上、福利厚生の向上	業務効率化、生産性の向上、 省人･省力化、データの収集･分析
補助率	補助対象経費の１／２以内 （千円未満切捨）	補助対象経費の１／２以内 （千円未満切捨）
補助上限額	50万円	200万円
主な対象	研修受講、資格取得、採用活動、研修派遣　等	ソフトウェア導入、システム構築、機器整備 等



調理師専門学生向け旅館･ホテルの説明会

取組Ⅲ　観光地域を支える受入環境の整備

エ　多様なニーズに対応する観光人材の育成　〈5,000千円〉

本県がターゲットとする高付加価値旅行者のニーズに応えるため、兵庫テロワール旅やひょうごフィールドパビリオン等県内の特色ある観光地や体験型コンテンツに精通した有償ガイド（スルーガイド）を育成

【進捗状況（2026年度）】

事業目標	修了認定者数（単年度）：5ルートで延べ40人（1ルートにつき8人程度） 旅行会社等の研修参加：3社 受講者満足度：80％
定量実績	修了認定者数（単年度）：5ルートで延べ50人（受講予定） 旅行会社等の研修参加：今後実施予定 受講者満足度：今後集計予定
進捗判定	(A: 計画（目標）以上 / B: 概ね順調 / C: 停滞・要改善)

【主な実績（2025年度~2026年度）】

・実地研修前講座の開催

実施回数：1回
実施時期：2026年11月25日
実施方法：ハイブリッド形式
実施内容：県の観光資源や観光施策、スルーガイドとして求められる知識や技能、旅行会社の視点等、業務対応に必要な知識を学ぶ座学研修を実施

・実地研修の実施

実施時期　：2026年12月～2027年2月頃
研修ルート：5ルート（神戸・阪神、 播磨 、但馬 、 丹波 、 淡路）
参加者　　：研修ルートごとに5名～15名程度
実施内容：現地の事業者や専門家からのインプットと、実際に受講者がモニター役の外国人にガイド練習を行うアウトプットを組み合わせた、実践型の実地研修を実施

・旅行会社等へのプレゼンテーションの実施

実施時期：2027年2月頃
実施方法：現地開催（神戸市内）
実施内容：受講者が旅行会社のアサイン担当者等に英語でのプレゼンテーションを行い、研修の成果を確認するプレゼンテーションを実施。

取組Ⅲ　観光地域を支える受入環境の整備

施策４　観光DXの推進

«現状・課題»

〇全国の観光協会等は、データ活用に必要な人材やDX導入コスト等が課題となり、デジタル化が進んでいない。

〇全国の多くの観光協会やDMOでは、宿泊者情報をエリア単位で収集・分析する体制が整っておらず、データ活用に必要な人材やスキルも不足している（図表2）

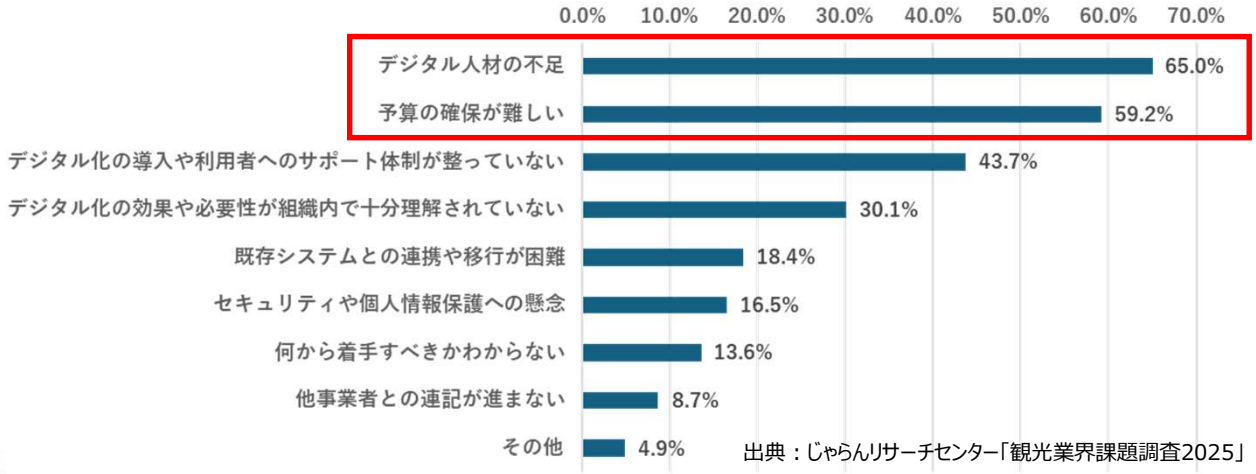
〇約9割の宿泊施設では、業務の中でIT・デジタル化に対応する箇所が業務全体の50％に留まる（図表3）

«トピックス»

〇福井県では、観光データ分析システムの「FTAS」を構築し、観光関連データを一元化・公開している。行政、DMO、観光事業者でデータを共有し、施策立案やプロモーション、観光地運営の高度化に活用している。

«参考データ»

« 観光DX・デジタルマーケティングの課題»



出典：じゃらんリサーチセンター「観光業界課題調査2025」

« 宿泊施設のﾃﾞｼﾞﾀﾙ化の現状»

選択肢	回答数	回答割合
ほとんどの業務で対応している（業務全体の80%以上）	7	0.7%
多くの業務で対応している（業務全体の50～80%未満）	119	12.0%
一部対応している（業務全体の10～50%未満）	701	70.5%
ほとんど対応していない（業務全体の10%未満）	168	16.9%
合計	995	100.0%

出典：観光庁「観光DXの推進について」

取組Ⅲ　観光地域を支える受入環境の整備

ア　観光産業の生産性向上〈6,500千円〉

観光団体等が実施する観光人材の確保・定着に向けた取組への支援に加え、観光産業の生産性向上等に資する観光DXの導入に向けた機運を醸成し、エリア単位での観光DX導入を支援

①観光DX推進セミナーの開催

②観光人材確保・観光DX推進補助金

区分	人材確保･育成･定着枠	観光ＤＸ推進枠
目的	従業員等の確保、 知識･技能の向上、福利厚生の向上	業務効率化、生産性の向上、 省人･省力化、データの収集･分析
補助率	補助対象経費の１／２以内 （千円未満切捨）	補助対象経費の１／２以内 （千円未満切捨）
補助 上限額	50万円	200万円
主な 対象	研修受講、資格取得、採用活動、研修派遣　等	ソフトウェア導入、システム構築、機器整備 等





セミナー及び補助金の案内

【進捗状況（2026年度）】

事業目標	セミナー開催による、観光DX導入支援のエリア数：２件
定量実績	セミナー開催による、観光DX導入支援のエリア数：３件
進捗判定	（A：計画（目標）以上 / B：概ね順調 / C：停滞・要改善）

【主な実績（2025年度~2026年度）】

・観光DX推進セミナーの開催

日程：2026年7月13日（ハイブリッド開催）

参加者：86名

内容：実例に学ぶ観光DXセミナー

次第

1　兵庫の観光をめぐる現状

2　重点行政評価指標（KPI）の現状

3　施策の実施状況

4　意見交換

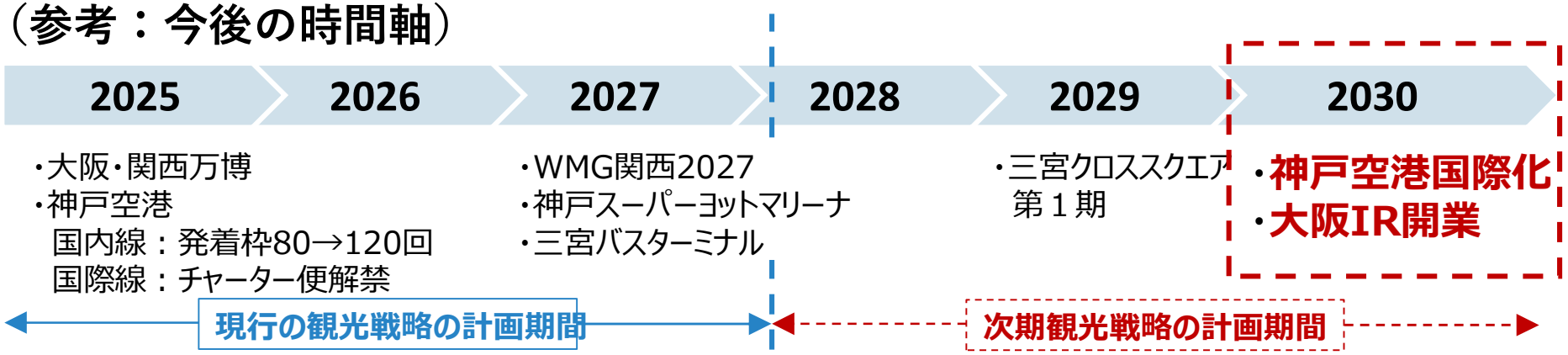
意見交換

〇本日の説明を踏まえ、以下によりご意見をお願いいたします。

【論点】①現行施策の評価・検証
②今後の誘客機会を見据えて、重点的に取り組むべき観光施策の方向性

- **ひょうご新観光戦略に基づく取組の評価と課題について**
- **観光業界が取り巻く時代潮流（例えばAI検索の主流化、育成就労制度など入管制度の変更）を踏まえ、見直しや強化が必要な施策や、今後必要となる取組やアイデアについて**
- **本日いただいたご意見は、今後、①時間軸（喫緊に取り組むべきもの、中長期的に取り組むべきもの）、②取組主体（国、県、市町、宿泊事業者、交通事業者）、③実施体制（単独or協働・連携）を整理したいので、①、②、③についても可能な範囲で発言をお願いしたい**

（参考：今後の時間軸）



意見交換

（参考：意見交換の視点）

本日いただくご意見・ご提案

今後の施策検討及び、2027年度次期戦略の改訂に反映

〇 昨年度戦略会議で頂いたご意見を踏まえた取組の例

≪ご意見①≫

〇責任ある旅行者と責任ある旅行を提供する人になるための国際的な指針があり、
ｵｰﾊﾞｰﾂｰﾘｽﾞﾑ対策としてもこれらに取り組むことが重要である
〇高付加価値旅行者層はSDGsを求めており、ﾗｸﾞｼﾞｭｱﾘｰなﾎﾃﾙでは今後SDGsの取組がマスト
〇国際認証を取得していない宿泊施設は、IR開業後の客層から選ばれない

≪今年度の取組①≫

〇宿泊事業者等の持続可能な観光に関する国際認証取得の促進
・機運醸成を図るため、宿泊事業者向けセミナー及び観光事業者向けセミナーを計2回開催
・県内3エリア（①有馬温泉 ②丹波篠山市 ③豊岡市竹野）でコーチングや個別相談会を開催

≪ご意見②≫

〇旅のｶﾞｲﾄﾞはﾎﾞﾗﾝﾃｨｱが主だったが、報酬を得てそれに見合う高品質なｶﾞｲﾄﾞを養成する動きがある
〇旅行会社は資格が必要となるﾗﾝﾄﾞｵﾍﾟﾚｰﾀｰを養成しており、大事なことで継続すべき
〇ｺﾞﾙﾌを専門とした国内ﾗﾝﾄﾞｵﾍﾟﾚｰﾀｰは全国でもまだわずか

≪今年度の取組②≫

〇多様なニーズに対応する観光人材の育成（スルーガイドの育成、ゴルフツーリズム専門人材の育成）
・県内5ルート（神戸・阪神、播磨、但馬、丹波、淡路）で、現地事業者や専門家からのインプット等を取り入れた実践型のスルーガイド実地研修を実施
・ゴールデンバレーゴルフ倶楽部（西脇市）や有馬ロイヤルゴルフクラブ（神戸市北区）での実地研修や、ジ・オリエントホテル神戸での交流会等、ゴルフツーリズム専門人材の養成講座を実施