

第2回「ひょうご新観光戦略推進会議」議事要旨

日 時：令和7年9月1日（月）15:00～17:00

場 所：兵庫県庁2号館5階 会議室

出席者：勝野委員（ワライ）、木下委員、高山委員（ワライ）、當谷委員（ワライ）、長尾委員、藤原委員、古田委員（座長）、柳川委員

1 議事の要旨

事務局から第1回会議の委員意見を踏まえた中間見直しの骨子を説明後、下記3点の後期2年間に特に注力すべき施策の方向について、委員による意見交換を実施

- ① HYOGO ブランドを核とした兵庫観光の振興
- ② 観光を通じて地域が好循環するエコシステムの構築
- ③ 誘客契機を捉えた戦略的プロモーションの展開

2 産業労働部長挨拶

- ・ 2025年5月の観光庁統計によると、県内の延べ宿泊者数は138万9千人であり、前年同月比で5万7000人増加している。増加分のうち、インバウンドが約8割（4万7000人）以上を占めており、主な要因は神戸空港の国際チャーター便の就航であると考えられる。
- ・ 2025年4月～6月の神戸空港の搭乗者数は12万4千人であり、そのうちインバウンドは10万7千人に達している。さらに心強いデータとして、神戸空港を利用したインバウンドの約7割が神戸市内に宿泊している。
- ・ 兵庫県の観光の課題としては、全国平均と比べ宿泊数が少ないことや、これに連動して客単価が低いことが挙げられるが、神戸空港の国際チャーター便は、これらの課題解決に向けた良い滑り出しを示している。
- ・ この機を捉え、8月19日～21日に韓国で観光プロモーションを実施した。知事をトップとし、産業労働部長、観光局長も同行し非常に効果的なプロモーションであったと思っている。
- ・ ソウル市内のホテルでセミナーを開催し、兵庫の魅力である「テロワール旅」や「フィールドパピリオン」のコンテンツを紹介することは当然ながら、角度をつけたPRを実施した。
- ・ ゴルフ、グルメ、温泉などに焦点を当て、これらに連動する形でツアーを紹介した。また、現地では富裕者層向けの旅行会社やメディア、県からは女将の会や酒造会社、ゴルフ用品メーカー、神戸経済同友会も同行し、現地ですらPRを行い非常に好評だった。
- ・ 韓国料理と日本酒の組み合わせなども行い、非常に好評を得た。
- ・ 今回は神戸空港国際チャーター便の就航先へのプロモーションの第1弾であり、今後も今回の取り組みを雛形としてブラッシュアップしながら各地でプロモーションを行っていきたい。また、プロモーション後の刈り取りも重要であり、フォローアップにも努めていきたい。
- ・ 仁川国際空港を経由して訪韓したが、同空港関係者からは日本と韓国間の旅客数は非常に多いが、日本からのトランジット利用が少ないとの意見があった。仁川空港は世界有数のトランジット空港であり、欧米と日本間のトランジットの活用の可能性があり、神戸IN・神戸OUTの流れを構築できないかという積極的なプロモーションを我々が逆に受けたので遠隔地からのインバウンド誘致にも可能性があると感じた。
- ・ そうした中、本会議はひょうご新観光戦略の中間見直しに向けた第2回目の会議である。前回、議論いただいた内容の中で、サステナブルな取組の推進やプロモーションの方向性など、前回の議論

いただいた内容をさらに深掘りし、本県の課題である量と質のバランスに配慮したインバウンドの宿泊者の増、観光消費単価の拡大に向けて、委員の皆様から忌憚のないご意見をお聞かせいただきたい。

3 意見交換

【座長挨拶】

- ・ 部長の話にもあったとおり、今回プロモーションを実施した後の刈り取りや、地域振興としての観光のあり方といった部分が中間見直しの議論の中で進めていかれると期待している。
- ・ 本日の委員の具体的な意見は、今後の施策やアクションプランに直結する重要な材料となる。
- ・ 本会議は今回が2回目であり、3回目では今後の方向性が明確に示される予定である。
- ・ 委員一人ひとりの発言が、兵庫県の観光政策に大きな影響をあたえることを意識して積極的な発言をお願いしたい。

(1) 「HYOGO ブランドを核とした兵庫観光の振興」

「観光を通じて地域が好循環するエコシステムの構築」

【委員】

- ・ SDGs は 2015 年に始まり、2030 年に終了予定である。
- ・ 現在、業界では「ポスト SDGs」の議論が始まっており、今後はより長期的な視点での取り組みの検討が必要である。
- ・ SDGs には 17 のゴールと 169 のターゲットがあるが、縦割り構造になっているため、個別の目標が他の目標に悪影響を与える可能性がある。
- ・ 例として、ソーラーパネルの設置は環境に良いとされるが、景観の悪化や土砂災害のリスクを高める場合がある。そのため、SDGs の取り組みは、包括的な計画のもとで進める必要があり、SDGs に偏りすぎると、逆効果を生む可能性があるため注意が必要である。
- ・ 今後の取り組みで、認証制度の取得に向けて研修等を実施するのであれば、対象は事業者や DMO、観光協会に限定されがちだが、取り組む理由など本質的な理解があれば、観光関係者に限らず特定の対象に絞る必要はない。
- ・ なぜ SDGs に取り組むのか、なぜそれが基準となっているのかという根本的な理解を促すことが重要である。
- ・ 事業者への情報提供は、広い視野を持った内容とし、取り組みの促進につなげるべきである。
- ・ ゴルフ場や交通事業者についても、サステナブルな視点からの取り組みが必要である。ゴルフ場では除草剤の使用や水資源の問題があり、環境負荷への配慮が求められる。淡路島でも水の問題が話題となっており、地域ごとの課題に対応する必要がある。
- ・ 交通事業者も地球温暖化対策などの環境配慮があつてこそ、サステナブルな存在となる。
- ・ こうした細かなチェックを進める中で、サステナブルな取り組みが自然と観光施策の中に組み込まれる仕組みが望ましい。

【委員】

- ・ 先ほどの意見にとっても共感しており、ゴルフツーリズムにおいてもサステナブルな視点が重要であると感じている。
- ・ 兵庫県ではサステナブルな取り組みを推進しており、ゴルフ場も環境配慮型の施策を進めている、といった双方の取り組みを踏まえたプロモーションの方法は非常に重要である。

- ・ 現在の施策は縦割りでいくつか存在しているが、各施策が連携し、整合性を持つことが必要である。
- ・ ユニバーサルツーリズムは「誰もが楽しめる観光」であり、サステナブルな観光を考える上でも不可欠な視点である。
- ・ 海外ではユニバーサルツーリズムは「アクセシブルツーリズム」として、サステナブルツーリズムの一環と捉えられている。
- ・ ウェルネスツーリズムは、身体的に弱い方々へのアプローチを含み、健康志向の観光として重要な分野である。
- ・ アジア地域では高齢化が進行しており、特に中国・韓国では高齢者人口の割合が急増している。
- ・ 韓国では出生率が1を下回っており、中国では一人っ子政策の影響により高齢化が加速している。
- ・ 今後のインバウンド層も高齢者が増加することが予想され、観光施策にもその対応が求められる。
- ・ 障害者や高齢者を含む観光客への対応は、ユニバーサルツーリズムの視点からも重要であり、施策全体に横串を通す必要がある。

【委員】

- ・ 地域との好循環を生む観光のあり方として、第一次産業や伝統産業の方々と連携し、旅の中で体験を提供することが重要である。こうした体験型観光は、地域との好循環を生む手段であるが、現状では限定的であり、観光が将来にわたってなくてはならないものとなるためには、若者が観光に関心と関わりを持つことが重要である。
- ・ 洲本市では、洲本城跡にある合同庁舎を市内中心部に移転する計画があり、まちづくりの観点からも重要な動きである。例えば、移転に際し、中学生・高校生がタブレット等を活用し、自分たちの街の将来についてアイデアを出すような取り組みがあれば、地域循環の新たな形として有効である。
- ・ 観光における街歩きは、従来は古い街並みを歩くことが中心だった。先ほどのユニバーサルツーリズムにも通じるが、今後は健康寿命を延ばす観点からも高齢化社会において、旅先で「歩く」「走る」「気持ちよく移動する」こと自体が観光の価値となる。こうした新しい街歩きのジャンルを兵庫県が先駆けて提案・発信できればいいのではないかと。

【委員】

- ・ 観光人材の育成は非常に重要であると強く感じている。
- ・ ウェルネスやSDGsなどでインバウンドを中心とした観光施策を進めるにあたり、受け入れ側のマンパワーが整っていなければ、受け入れることができない。
- ・ 中間見直し骨子の9ページ「2(1)①観光人材の育成」(ア)(イ)に関しては、より具体的な取り組みが必要であると考えます。
- ・ 特に航空会社では人材確保に苦慮しており、ホテル・旅館も同様の課題ではないかと思うので、ここを解決しなければならない。
- ・ また、観光業に従事する人々がインバウンドの受け入れについて、「面白い」「やりがいがある」と感じないと「おもてなし」にはつながらない。従って、兵庫県や観光のイメージアップ、プロモーションが必要である。観光業の魅力を伝えるプロモーションは、好循環を生むきっかけとなる。
- ・ 中間見直し骨子の8ページ「2(5)①観光DXの推進」にある「DXの推進」に関して、宿泊施設の作業効率化による人材不足の解消という文言に若干の疑問を感じる。DXによって作業効率は向上するが、人手不足の解消に直結するのか。ここではもう少しデジタルイゼーションを何に使うのか、目的を明確にする必要があるのではないかと。
- ・ 例えば、マーケティングに活用するのであれば、その方向に特化した方が理解しやすく、施策の進

行もスムーズになると感じた。

- ・ 中間見直し案は非常によく整理されていると感じている。ただし、施策が多岐にわたっており、何に注力しているのかがやや見えにくい印象がある。
- ・ 「ウェルネス」などのキーワードを軸に、2〜3の柱にまとめて打ち出すことで、受け入れ側にとっても理解しやすくなるのではないかと。

【事務局】

- ・ 視点としては2つあり、一つは人手不足の解消まで踏み込むかは別として、宿泊施設の作業効率化である。二つ目は、お客様がより便利に周遊できるか、という点である。
- ・ 人手不足の解消について例えば、24時間対応の無人チェックインカウンターの導入により、夜間の人員配置が不要となった例がある。
- ・ また、トピックスに記載の道後温泉では AI カメラを活用し、観光客の国籍や行動パターンを分析している。これにより、時間帯ごとの人員配置や休業日の設定など、観光地運営の生産性向上に役立てている。
- ・ それに伴い、人材不足の解消までないかないにしても人材の適正配置ができるのではと考え、人材不足の解消という表現をしているが、表現が強い面はあるかもしれない。
- ・ もう一つの観光地の高度化や観光客がどのように DX を利用するかという点は、最近では AI により旅行者が望む宿泊・食事・体験などを組み合わせた最適な観光プランを提示するシステムの構築が進められている。
- ・ こうした取り組みにより、観光地側は訪問者の傾向やニーズを把握し、より効果的なサービス提供が可能となる。観光客にとっても、目的に合った体験が選択しやすくなるという利点があるため、高度化という表現をしている。
- ・ 現時点では施策の詳細は固まっていないが、そうしたイメージを持ってこのような内容にしている。人手不足への対応という表現でもいいかもしれない。

【委員】

- ・ 兵庫県は非常に広いので一律の観光戦略というのも中々難しいと感じる。
- ・ 丹波の話になってしまうが、今後の観光のあり方を考えると、観光庁の「第2のふるさとプロジェクト」の観光スタイルが適していると感じる。
- ・ 京阪神から1時間程度の距離なので、年に複数回来ることが可能で、地域として「おかえり」という気持ちと触れ合いを大事にするべきである。
- ・ そうした中、テロワール旅にも通じるが、食や地場産業、背景にある文化などガストロノミーツーリズムの視点も加えると裾野が広がりいいのではないかと。
- ・ 観光客の満足の中で「食」は大きな割合を占める。地場の食や郷土料理でおもてなしをすれば兵庫五国の強みになる。
- ・ 丹波のおばあちゃんの里では地域百貨店という冠を掲げ、地域の総合力で充実させており、地域経済の循環も目標にしている。
- ・ 地場のものを活用しておもてなしをすることによって、地域経済を潤すことにつながるため、そうした視点も忘れてはいけない。

【委員】

- ・ 交通事業の現場では、インバウンドの対応に困難を感じている者もあり、運転士などの現場職員か

らは「説明しても理解されずトラブルになる」といった声も上がっていると聞く。

- ・ 空港職員なども、恐らく親切な対応を続ける中で負担を感じており、現場の声を丁寧に拾い上げる必要がある。
- ・ 観光が「楽しい」「誇りに思える」ものであるという意識を現場に広げることが重要である。
- ・ 観光に対する地域のアレルギーや反対意見を和らげるためには、若者の参画が有効ではないかと考える。中学生・高校生を巻き込んだ観光やまちづくりの取り組みを通じて、地域の空気を変えることができるのではないかと。
- ・ 若者が意見をまとめ、大人に提案することで、対立を和らげる効果が期待される。観光という枠組みの中で教育的な観点からも、若者が「学ぶ」だけでなく「考え、行動する」機会を設けることにつなげていけないか。
- ・ 戦略の見直し案はよく整理されているが、事業者の立場として「何をすればよいのか」「何に的を絞ればよいのか」が見えづらいと感じた。

【委員】

- ・ 人手不足について、若年層（高校生・大学生・中学生）は「コスパ」や「タイパ（タイムパフォーマンス）」を重視する傾向があり、観光業や宿泊業が選ばれにくい状況にある。
- ・ 「人に喜んでもらえる」「海外の方と楽しく交流できる」といった魅力があり、働きがいのある職業であるということを、県としても、積極的に発信し、若者へのイメージアップを図ってほしい。
- ・ 観光 DX と人材育成について、宿泊事業者の中には AI に精通した人材もおり、自身の宿泊施設や地域の観光情報を AI に蓄積し、案内できる仕組みを構築している例もある。
- ・ そこで例えば、県内地域の観光に詳しい方の知識を集約した「兵庫県観光案内 AI」を構築することで、観光客の利便性が大きく向上するのではないかと。「有馬温泉で食事がしたい」「翌日の観光地へのアクセスを知りたい」といったニーズに対し、AI が的確に応答できる仕組みがあれば、案内する側・される側双方にとって有益になると考える。
- ・ 神戸空港からのバス交通に関する議論に加え、将来的な IR（統合型リゾート）開業を見据えた交通施策も検討すべきではないか。
- ・ 関西・大阪万博では、兵庫県内の宿泊事業者では万博にお客様を取られて厳しい夏だったという声もあった。
- ・ IR 開業時にも事業者の中では同様の懸念があり、1 日目に IR を訪れるが、2 日目には兵庫県や県内温泉地へ行けるような二次交通の検討が必要だと思う。

【委員】

- ・ ガイドの養成について、外部に委託するのではなく、県内の多様な知見を活かして自前で取り組んではどうか。
- ・ 例えば宿泊や航空、バスなど各分野の専門知識を持つ人材が連携してファミトリップ等を実施して、インバウンドを受け入れるにあたってのガイドのあるべき姿というものを自前で作っていったら我々も楽しいと感じる。
- ・ 宿泊施設の者が、私たちが兵庫を案内したという認識を持てばやりがいにもつながり、その知見・経験がガイドの養成にもつながる。
- ・ ユニバーサルツーリズムについて、私も年齢を重ねており障害があるわけではないが、手すりがあった方がいい時がある。お洒落な街と呼ばれる神戸を県庁所在地とする兵庫県なので、兵庫の独自感を持つユニバーサルツーリズムに適合した設備・施設・デザインを作っても面白いのではないかと。

【事務局】

- ・ 委員のおっしゃる通り、ガイド養成講座等は東京などで実際にあるが料金が非常に高い。私たちはガイドがどうあるべきかということに加えて、兵庫県のフィールドパビリオンや交通、地場産業事業者等を交えて兵庫県のプロフェッショナルのガイドを作りたい。

【委員】

- ・ 補足になるが、兵庫県ではユニバーサルツーリズム推進条例に基づき、コンシェルジュの育成を進めており、現在までに 3 期 60 名が育成され、間もなく 4 期目として 80 名以上が育成される予定である。
- ・ 育成プログラムは障害福祉分野に限らず、幅広い旅行のあり方を考える内容となっており、ポテンシャルの高い人材が育ってきている。
- ・ 東京都のボランティアガイドや区単位の取り組みなど、他地域の事例も参考にして情報交換をしながら新たな観光を模索している。
- ・ その中で、最近の若者は DX など IT リテラシーが非常に高く、オンラインツールやデジタル環境への適応力が非常に高い。
- ・ DX の推進にあたっては、多くの宿泊事業者の方に利用ただけて、統一されていることが重要になる。事業者別に複数のアプリやシステムを利用している場合は、データの集約ができず、予算をかけたにもかかわらず活用されなくなってしまう。
- ・ そのため、施策への反映や予算化する際は、誰もが長期的に使いやすくすることが重要である。

【座長】

- ・ 本日ご欠席をされております委員に対して事前に意見聴取されていると聞いているので、事務局から紹介いただく。

【事務局】

- ・ 資料 7 ページ「1 (1)②サステナブルツーリズムが実現できる兵庫の確立」の(ウ) 環境負荷の少ない観光行動を促進について、団体様を送ってきたバスが、その場所から帰る別の団体様を乗せて帰ることができればバスを往復で別々に走らせることによる環境負荷の低減、バスの運転手不足の解消等につながるのではないかと。
- ・ 現在は、別のバス会社の状況が把握できていないために「送りの際に往復、迎えの際に往復」となってしまう、バス乗務員の方がその場で 1~2 泊程度、バスを留め置いて宿泊されることも多く、その間バスは使用できていない状況も発生しているとのこと意見をいただいた。
- ・ また、レジャーの観点から、冬季レジャーに向かう際、自家用車やレンタカーで各個人が移動するのに比べ、公共の交通機関を使用する割合を高めることで環境負荷の低減につながる。
- ・ 一方で、スキー場が集中する但馬地域は京阪神からの車以外での交通の便に課題が多く、その点を改善する施策が必要である。
- ・ 神戸方面から県内各スキー場へ直通バスがある所とない所があるが、インバウンドを受け入れ可能なスキー場へ向けて、冬季の直通バス便を増やし、経由地に「神戸空港」を加えることができないか。また、認知されるまでの数シーズン、バスの運行とプロモーションの支援を行うことはできないか、といったご意見をいただいた。
- ・ 資料 9 ページ「2 (1)①観光人材の育成」の(ウ) 高付加価値化のニーズを満たす有償のローカルガ

イド及びスルーガイドを養成について、スキー場においては、はじめて雪に触れる方、スキーをしてみたい方に対して、安全管理面や技術面でもスキーインストラクターの存在が必要不可欠であり、県内スキー場のインストラクターを対象に、ある程度多言語対応できるように養成する支援が必要ではないか、というご意見をいただいた。

【委員】

- ・ 先ほどのご意見は実現できないことはないと思うが、バス事業には事業区域があるため、それが課題となる。
- ・ インバウンドについて、大阪から滋賀のスキー場には多くの台数が運行しているが、兵庫のスキー場は距離的にも遠く運行は少ない。
- ・ スキーのバスについては、単価を下げても薄利多売でないと成り立たない面がある。大量輸送には、スキー場がリフト代を割引にするなどのタイアップが実現しないと厳しい現状があるので、先ほどの意見についてはそうした課題も解決する必要がある。
- ・ また、天橋立、城崎、湯村温泉などと周遊できるコース設定も考えていくべきだろう。

【事務局】

- ・ 草津温泉では、比較的高価格帯の宿泊施設に滞在される顧客層が存在する一方で、周辺のスキー目的で訪れる方々は、比較的リーズナブルな宿泊施設を利用される傾向があると聞く。とはいえ、草津温泉は高い集客力を有しており、滞在型の観光を通じて、街歩きや消費活動による経済効果が生まれている。
- ・ その観点からも、スキー場単体での集客にとどまらず、周辺の温泉地や景勝地などとの組み合わせを検討する必要がある。
- ・ 薄利多売型の運営では収益性の確保が難しく、持続可能な事業運営のためには、付加価値の高いツアー造成が求められると考えるので、今後、ツアー企画・造成についてはぜひ連携しながら検討を進めていきたい。

【委員】

- ・ もう少し踏み込んだ意見をさせていただくと、バスのプールリングの仕組みは非常に有効な取り組みであると認識している。単なる利用にとどまらず、バス会社を募る際のインセンティブについても検討の余地がある。例えば、実現可能性は別として、バイオディーゼル燃料の活用や、CO₂排出量の算出・可視化など、輸送サービスのクオリティ向上にも寄与するものである。
- ・ スキー関連では、インバウンド客の誘致において、飛行機による移動とスキー活動との間に環境的な矛盾が生じている点が懸念される。飛行機を利用したことによって排出されるCO₂で雪を溶かすことにつながる。
- ・ そのため、兵庫県内の森林組合等と連携し、カーボンオフセットや県産材の間伐材活用、植林体験ツアーなどをスキー旅行とセットにすることで、季節的な制約はあるものの、環境配慮型の観光としての価値を高めることが可能ではないか。
- ・ また、バスの大量輸送の観点からは、1人当たりのCO₂排出量を算出すると、自家用車利用と比較してCO₂排出量は当然少なくなる。この点も付加価値として利用者に理解・認識してもらうことで、公共交通機関の利用促進につながるとよい。
- ・ カーボンオフセットなど1人当たりのCO₂排出量を見える化していくことが、兵庫県の本気度を見せることにもつながる。

（２）「戦略的プロモーションの展開」

【委員】

- ・ 前回議論した内容が反映されており、この方向性でいいと考える。ターゲット設定についても特段異論はない。
- ・ 観光レップについては具体的に国に置くのか、具体的なイメージがつかめていない。

【事務局】

- ・ 海外に活動拠点を持つ者も存在する一方で、日本国内に拠点を置きながら、頻繁にターゲット国へ渡航し、現地のメディアや旅行会社と直接ネットワークを構築している事業者もいる。
- ・ こうした事業者は、我々がターゲットとしている市場（例：富裕層向け、ゴルフ関連など）に対して、現地のメディアや旅行会社と連携し、プロモーションを展開している。
- ・ 我々が直接プロモーションを打つのではなく、現地ネットワークを持つ事業者にターゲット情報を共有し、適切なメディアや旅行事業者を通じてプロモーションを実施するケースなどを想定している。
- ・ 例えば、台湾での商談会に参加する際も、現地のパートナーに事前に依頼することで、ターゲットに沿った商談先を 10 件程度事前にセットしてもらうなど、効率的かつ戦略的なアプローチが可能ないようにするなど、そういった観光レップ機能の活用を想定している。

【委員】

- ・ 承知した。ターゲットが多様になった中で、一つの国に置くとなると非効率だと思っていたが、そうした趣旨であれば特に懸念はない。

【委員】

- ・ 国によっては、サステナブルツーリズムを国策として推進しているケースが増加している。そのため、兵庫県としても、ターゲットを定めずに一方的に情報発信を行うのではなく、現地の政府観光局等が取り組むサステナブルな施策について、まず簡単にヒアリングを実施してはどうか。
- ・ 現地の戦略を把握することで、兵庫県が実施している施策との共通点を見出しやすくなり、自然な流れで兵庫県の評価があがり、他の都道府県と比較して意見が通りやすくなることもあるのではないか。
- ・ 政府関係者の中には、こうした分野を担当する方もおられるため、ターゲットを絞る中で、こうしたネットワークや関係性を活用することも参考していただけたらいい。

【委員】

- ・ プロモーション活動については、これまで継続的に実施してきたが、今後も必要である。
- ・ 今後は海外エージェントとの具体的な取引に踏み込まなければ成果が出てこないと感じている。
- ・ 私も色々な商品を企画・開発しているが、現地での販売に向けては、各国を飛び回って商談をしている職員がいる。そうした職員が現地のエージェントや OTA に対して「どのような商品であれば取り扱ってもらえるか」といった具体的な交渉を行っている。
- ・ 兵庫県もそういった段階にきているのではないかと感じる。

【委員】

- ・ プロモーションは兵庫県だけでなく、全国が必死に取り組んでいる中で選ばれなければ意味がない。

そのためには独自性が必要であり、観光資源を経営資源に置き換えていくことが重要となる。

- ・ プロモーションでは心に刺さるキャッチコピーが必要ではないか。価値観が多様化する中で、ガストロノミーツーリズムであれば兵庫五国の美食をまとめたツアーを組むなど、兵庫県ならではの心を揺さぶるものがほしい。
- ・ 先ほど観光庁の「第2のふるさとプロジェクト」も挙げたが、欧米系の方は日本人らしさや日本の原風景というものを求めているので、暮らしに寄り添った戦略も組み込んでいけたら面白い。

【委員】

- ・ 兵庫県・神戸から淡路島を經由して四国へ向かうバスは、1日あたり500～600便が運行されている。しかし、淡路島での乗降ができないケースもあり、瀬戸内エリアとの連携によるインバウンド誘客を図るには、例えば、大阪・京都・神戸に滞在している訪日客が、途中の淡路島で乗降可能なバスを利用できれば、利便性が大きく向上するのではないか。これは中国地方や山陰地方にも共通して言えるのではないか。こうした取り組み少しずつでも進むことが重要である。
- ・ また、神戸空港発の淡路島行きのバスは、神姫バスで7～8便程度運行されているが、全体としてはまだ便数が少ない。
- ・ JR系のバスは新神戸駅を經由する必要があるが、所要時間が長くなる傾向があるが、但馬地域や淡路島も含めて二次交通が充実することを期待する。

【委員】

- ・ 現在、バス路線でもクローズになっている地域をオープンにしていくことは確かに課題である。いずれは、オープンにしていくことが必要だとは思う。乗客をバス事業者間で取り合うのではなく、需要を増やすことで協力体制が出来ればいい。
- ・ そこには、淡路地域の努力も必要であるし、インバウンドに焦点を当てると、高松空港や徳島空港、神戸空港の連携も重要になる。せとうちDMOなどとも連携して、まずは往来者のパイを大きくすることを考えることが重要かと思う。体制やプロモーションができれば可能性は大きく広がるのではないか。

【委員】

- ・ 旅行者は旅前・旅中にスマートフォンを活用して情報検索を行うが、特に海外の旅行者においては、AIを活用した検索が増加しており、AIに選ばれるにはどうすればいいかという視点も重要になる。
- ・ そのため、AIにどうすれば情報を拾われるかをテーマにした勉強会などを開催することは非常に意義があると思う。

【委員】

- ・ 神戸空港の国際化が進むことで、利便性の高さが評価される自信がある。羽田空港や福岡空港の空港が評価される理由は、空港から街中までが近く便利だからであり、神戸空港も同様のポテンシャルを持っている。
- ・ 一方で、ポートライナーが那覇のように地元住民が使えなくなってしまうという交通アクセスの懸念はある。
- ・ そこで先ほどの意見のように、神戸空港を拠点として有馬温泉などの観光地へ直行できるようになれば、利便性が大きく向上する。
- ・ その際は、神戸空港を拠点とした交通アクセスの強化に向けた具体的な施策と、積極的な宣伝・告

知が重要である。

【事務局】

- ・ 本日、欠席の委員のご意見を紹介させていただく。資料 12 ページ「3 (3)②兵庫を拠点としたツーリズムの推進」(1) 多自然地域と都市部が近接する本県の立地や、兵庫ならではの体験を求めるモダンラグジュアリー層が好む上質なコンテンツを活かしたウェルネスツーリズムの推進について、インバウンドに対し、夏季の自然体験（登山、パラグライダー、ツリークライミング等）や冬季の自然体験（スノーシュー、かまくら、スノーモービル、そり等）のガイドやインストラクターができるよう、地形を知り安全管理ができる人材の育成や、用具の充実を図る必要がある、とのご意見をいただいた。
- ・ 資料 14 ページ「3 (3)③旅行者の意思決定過程に沿ったプロモーション」HYOGO が旅先に選ばれるため、HYOGO の認知度を高めるための施策について、兵庫県は、県内で 5 国それぞれに違った特徴があり、さらに「日本海側と瀬戸内海側の気候」「山陰と山陽」「雪の降る地域と降らない地域」など県内に居ながらにして日本の縮図のような自然を体験できることが特徴ではないか。
- ・ 県内で自然学校、宿泊学習を行う学校の児童、生徒の方にはこの自然の違いやそういった特徴を持つ兵庫という県の素晴らしさを体験活動を通して教育している、とのご意見をいただいた。

【座長総括】

- ・ 本日は各委員から具体的なお意見をいただきました。最後に全体を通して重要なキーワードを整理させていただく。
- ・ 今後の施策について、わかりやすいキャッチコピー、伝え方により一層注力すべきとの指摘があった。
- ・ 観光施策は行政担当者のみならず、県民・事業者にとっても「楽しい」と感じられ、地域振興にもつながっていると実感できるものであることも重要である。若年層から高齢者、さらには海外の方々との交流を通じて、「交わる」「繋がる」といったキーワードも出たが、兵庫らしさを伝える観光のあり方を模索する必要がある。
- ・ 観光産業の 10 年・20 年後を見据え、現在の子どもたちが将来観光に携わることを「生きがい」と感じられるような仕組みづくりが求められる。
- ・ また、環境負荷の低減やサステナブルな交通手段に関する意見も多く出された。今後の施策は、Beyond SDGs の視点を取り入れ、持続可能でウェルネス志向の観光を目指すべきであり、兵庫県が世界から認められる観光地となるためには、環境・地域・人との繋がりを重視した施策の実践が必要との意見があった。
- ・ 今後の予算策定や施策の具体化に向けて、当戦略の後期 2 年はもちろんのこと中長期的な視点を持った議論と準備が今後も求められる。
- ・ 当戦略見直しの骨子案は概ねよくできているという委員の評価だった。

【事務局】

- ・ 本日はお忙しい中、お集りいただき感謝申し上げます。
- ・ 今回は戦略を見直す中で、兵庫県が弱いとされる消費単価を向上させながら地域にお金が落ちる仕組みを作ることが目的である。
- ・ 最近フィールドパビリオンのような取り組みを通じて、一次産業や地場産業、伝統行事など、地域資源にもスポットが当たりお金が落ちる動きが近年進んでいる。

- ・ こうした取り組みを観光施策に落とし込み、地域振興・地域経済の活性化に繋げていく必要があり、来年度に向けて皆様の知恵とご意見を反映した戦略設計を進めていく。
- ・ 次回の第3回会議では、施策案の提示とともに、体制・財源などの実行面についても議論を深めればいいと考えている。そのためにも、引き続き皆様のご協力とご参画をお願いしたい。