

観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和5年8月31日

1. 観光地域づくり法人の組織

申請区分	広域連携DMO・地域連携DMO・ <u>地域DMO</u>	
観光地域づくり法人の名称	公益社団法人姫路観光コンベンションビューロー	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	兵庫県 姫路市	
所在地	兵庫県姫路市本町 68 番地	
設立時期	<p>平成 18 年 4 月 1 日 (沿革)</p> <p>昭和 22 年 姫路観光協会(任意団体)創立 昭和 48 年 社団法人姫路観光協会として設立発足 平成 13 年 姫路フィルムコミッション(任意団体)創立 平成 16 年 姫路コンベンションビューロー(任意団体)創立 平成 18 年 社団法人姫路観光協会、姫路コンベンションビューロー、 姫路フィルムコミッションを組織統合し、 社団法人姫路観光コンベンションビューローに名称変更</p> <p>平成 25 年 公益社団法人に移行 令和 2 年 候補 DMO 登録(10月16日) 令和 3 年 登録 DMO 登録(11月4日)</p>	
事業年度	4月1日から翌年3月31日までの1年間	
職員数	28人【常勤28人(正職員5人・出向職員5人・契約職員5名・臨時職員13名)】	
代表者(トップ人材：法人の取組について対外的に最終的に責任を負う者)	(氏名) 齋木 俊治郎 (在籍組織名) ・山陽色素株式会社 ・姫路商工会議所	山陽色素株式会社の取締役会長兼社長であり、姫路商工会議所の会頭を務め、令和4年6月から本ビューロー理事長に就任。強力なリーダーシップと発言力により、行政及び経済界に対して、姫路市の観光・コンベンション振興に対する提案、提議を行い、様々な取組で成果を挙げている。
データ分析に基づいたマーケティングに関する責任者(CMO)	(氏名) 田中 英男「専従」 (出身組織名) (公社)姫路観光コンベンションビューロー	令和5年4月に当ビューローの事務局長に就任。姫路市総務局情報政策課長、情報政策室長を歴任し、住民データなど各種データの管理や活用、国勢調査などの統計業務について、高い知見と能力を持つ。
財務責任者(CFO)	(氏名) 西井 健滋「専従」 (出身組織名) 姫路商工会議所	姫路商工会議所で30年間勤務。持続可能な運営のため、運営収支や財源確保に関する検討を行う。
国内外観光プロモーションの責任者(専門人材)	(氏名) 森口 真一郎「専従」 (在籍組織名) 株式会社 JTB	1985年(株)日本交通公社(現 JTB)入社、現在まで、教育旅行営業、広告宣伝・プロモーション、海外旅行パッケージ商品販促、海外旅行店頭対応、コールセンター販売、海外 F I T 航空券販売、地域振興事業、Web 販売、仕入商品事業を経験。その後(公社)日本観光振興協会に出向し、DMO 業務、ガイド事業、コロナ対策などを経験。2022年4月、本ビューローの観光担当部長に就任。

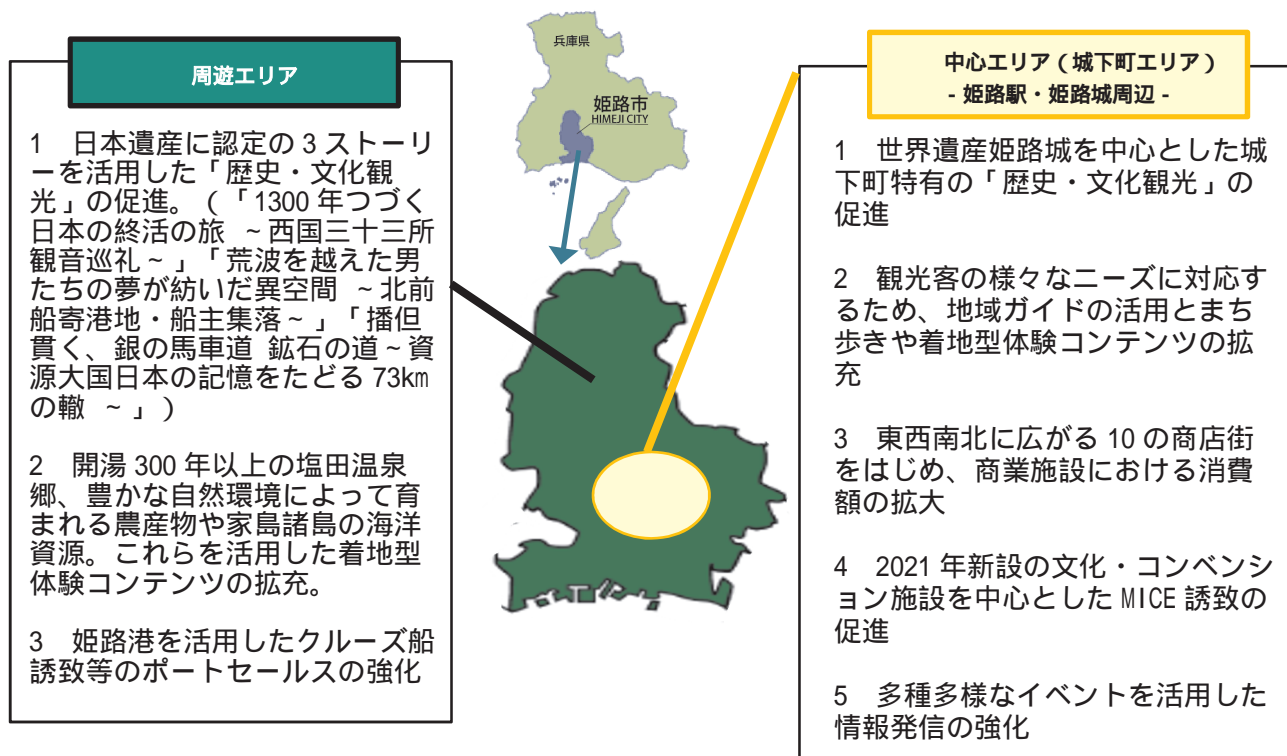
MICE プロモーションの責任者 (専門人材)	(氏名) 毛利 裕也「専従」 (在籍組織名) グローリー株式会社	地元の大手上場機械メーカーで勤続 40 年。その間、企画開発・マーケティング業務、セールスに携わり海外赴任も 16 年とグローバルな知見と経験から、MICE プロモーションに高い能力を持つ。令和 4 年 4 月に本ビューローのコンベンション担当部長に就任。																				
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2" data-bbox="359 376 1460 412">姫路市</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="359 416 724 528">・政策局</td> <td data-bbox="732 416 1460 528">市政記者クラブへの情報提供 東京事務所と連携した観光プロモーション、播磨圏域連携中枢都市圏の資源活用等</td> </tr> <tr> <td data-bbox="359 533 724 568">・財政局</td> <td data-bbox="732 533 1460 568">財源の確保等</td> </tr> <tr> <td data-bbox="359 573 724 748">・観光経済局</td> <td data-bbox="732 573 1460 748">データ収集・分析、戦略策定、観光・MICE プロモーション、文化の振興、イベント開催、受託事業所管、世界遺産の保存整備・活用、スポーツ振興、文化コンベンション施設管理、食及び農水産資源のプロモーション、商店街振興、特産品開発及び販売促進、ポートセールス等</td> </tr> <tr> <td data-bbox="359 752 724 788">・都市局</td> <td data-bbox="732 752 1460 788">姫路駅周辺整備、公共交通、景観保存等</td> </tr> <tr> <td data-bbox="359 792 724 828">・教育委員会事務局</td> <td data-bbox="732 792 1460 828">文化財の保護・活用等</td> </tr> <tr> <td data-bbox="359 833 724 869">・日本城郭研究センター</td> <td data-bbox="732 833 1460 869">文化財の調査・研究等</td> </tr> <tr> <th colspan="2" data-bbox="359 873 1460 909">兵庫県</th> </tr> <tr> <td data-bbox="359 913 724 981">・産業労働部 観光局</td> <td data-bbox="732 913 1460 981">インバウンドプロモーション、広域連携ツーリズムの振興等</td> </tr> <tr> <td data-bbox="359 985 724 1052">・中播磨県民センター</td> <td data-bbox="732 985 1460 1052">日本遺産を活用したプロモーション、地域の観光振興等</td> </tr> </tbody> </table>		姫路市		・政策局	市政記者クラブへの情報提供 東京事務所と連携した観光プロモーション、播磨圏域連携中枢都市圏の資源活用等	・財政局	財源の確保等	・観光経済局	データ収集・分析、戦略策定、観光・MICE プロモーション、文化の振興、イベント開催、受託事業所管、世界遺産の保存整備・活用、スポーツ振興、文化コンベンション施設管理、食及び農水産資源のプロモーション、商店街振興、特産品開発及び販売促進、ポートセールス等	・都市局	姫路駅周辺整備、公共交通、景観保存等	・教育委員会事務局	文化財の保護・活用等	・日本城郭研究センター	文化財の調査・研究等	兵庫県		・産業労働部 観光局	インバウンドプロモーション、広域連携ツーリズムの振興等	・中播磨県民センター	日本遺産を活用したプロモーション、地域の観光振興等
姫路市																						
・政策局	市政記者クラブへの情報提供 東京事務所と連携した観光プロモーション、播磨圏域連携中枢都市圏の資源活用等																					
・財政局	財源の確保等																					
・観光経済局	データ収集・分析、戦略策定、観光・MICE プロモーション、文化の振興、イベント開催、受託事業所管、世界遺産の保存整備・活用、スポーツ振興、文化コンベンション施設管理、食及び農水産資源のプロモーション、商店街振興、特産品開発及び販売促進、ポートセールス等																					
・都市局	姫路駅周辺整備、公共交通、景観保存等																					
・教育委員会事務局	文化財の保護・活用等																					
・日本城郭研究センター	文化財の調査・研究等																					
兵庫県																						
・産業労働部 観光局	インバウンドプロモーション、広域連携ツーリズムの振興等																					
・中播磨県民センター	日本遺産を活用したプロモーション、地域の観光振興等																					
連携する事業者名及び役割	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="359 1126 703 1162">役割</th> <th data-bbox="711 1126 1460 1162">事業者</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="359 1167 703 1234">1. ビックデータの収集分析</td> <td data-bbox="711 1167 1460 1234">・兵庫県立大学 ・姫路商工会議所（姫路経済研究所） 他</td> </tr> <tr> <td data-bbox="359 1238 703 1458">2. 滞在型観光の推進</td> <td data-bbox="711 1238 1460 1458">・姫路ホテル協議会 ・姫路旅館ホテル生活衛生同業組合 ・一般財団法人姫路市まちづくり振興機構 ・公益財団法人姫路市文化国際交流財団 ・家島観光事業組合 ・大手前通り街づくり協議会 ・旅行会社 他</td> </tr> <tr> <td data-bbox="359 1462 703 1749">3. 着地型旅行商品の開発 特産品の開発・PR</td> <td data-bbox="711 1462 1460 1749">・公益財団法人姫路西はりま地場産業センター ・姫路酒造組合 ・姫路菓子組合 ・姫路食文化協会 ・姫路料飲組合連合会 ・姫路市商店街連合会 ・姫路市商工会 ・姫路皮革製品推進協議会 ・兵庫西農業協同組合 ・姫路市漁業協同組合 ・家島漁業協同組合 ・坊勢漁業協同組合 ・中はりま森林組合 ・スポーツ団体（バレー、サッカー、柔道） 他</td> </tr> <tr> <td data-bbox="359 1753 703 1897">4. アクセス・二次交通</td> <td data-bbox="711 1753 1460 1897">・西日本旅客鉄道株式会社・山陽電気鉄道株式会社 ・神姫バス株式会社 ・兵庫県タクシー協会姫路支部 ・高速家島株式会社 ・有限会社高福ライナー ・坊勢輝汽船株式会社 ・四国フェリーグループ 他</td> </tr> </tbody> </table>		役割	事業者	1. ビックデータの収集分析	・兵庫県立大学 ・姫路商工会議所（姫路経済研究所） 他	2. 滞在型観光の推進	・姫路ホテル協議会 ・姫路旅館ホテル生活衛生同業組合 ・一般財団法人姫路市まちづくり振興機構 ・公益財団法人姫路市文化国際交流財団 ・家島観光事業組合 ・大手前通り街づくり協議会 ・旅行会社 他	3. 着地型旅行商品の開発 特産品の開発・PR	・公益財団法人姫路西はりま地場産業センター ・姫路酒造組合 ・姫路菓子組合 ・姫路食文化協会 ・姫路料飲組合連合会 ・姫路市商店街連合会 ・姫路市商工会 ・姫路皮革製品推進協議会 ・兵庫西農業協同組合 ・姫路市漁業協同組合 ・家島漁業協同組合 ・坊勢漁業協同組合 ・中はりま森林組合 ・スポーツ団体（バレー、サッカー、柔道） 他	4. アクセス・二次交通	・西日本旅客鉄道株式会社・山陽電気鉄道株式会社 ・神姫バス株式会社 ・兵庫県タクシー協会姫路支部 ・高速家島株式会社 ・有限会社高福ライナー ・坊勢輝汽船株式会社 ・四国フェリーグループ 他										
役割	事業者																					
1. ビックデータの収集分析	・兵庫県立大学 ・姫路商工会議所（姫路経済研究所） 他																					
2. 滞在型観光の推進	・姫路ホテル協議会 ・姫路旅館ホテル生活衛生同業組合 ・一般財団法人姫路市まちづくり振興機構 ・公益財団法人姫路市文化国際交流財団 ・家島観光事業組合 ・大手前通り街づくり協議会 ・旅行会社 他																					
3. 着地型旅行商品の開発 特産品の開発・PR	・公益財団法人姫路西はりま地場産業センター ・姫路酒造組合 ・姫路菓子組合 ・姫路食文化協会 ・姫路料飲組合連合会 ・姫路市商店街連合会 ・姫路市商工会 ・姫路皮革製品推進協議会 ・兵庫西農業協同組合 ・姫路市漁業協同組合 ・家島漁業協同組合 ・坊勢漁業協同組合 ・中はりま森林組合 ・スポーツ団体（バレー、サッカー、柔道） 他																					
4. アクセス・二次交通	・西日本旅客鉄道株式会社・山陽電気鉄道株式会社 ・神姫バス株式会社 ・兵庫県タクシー協会姫路支部 ・高速家島株式会社 ・有限会社高福ライナー ・坊勢輝汽船株式会社 ・四国フェリーグループ 他																					

<p>連携する事業者名及び役割</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="359 197 699 232">役割</th> <th data-bbox="707 197 1460 232">事業者</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="359 237 699 342">5.大学・研究機関連携</td> <td data-bbox="707 237 1460 342"> <ul style="list-style-type: none"> ・兵庫県立大学 ・姫路大学 ・理化学研究所播磨事務所 ・姫路獨協大学 ・姫路日ノ本短期大学 他 </td> </tr> <tr> <td data-bbox="359 347 699 562">6.広域連携</td> <td data-bbox="707 347 1460 562"> <ul style="list-style-type: none"> ・公益社団法人ひょうご観光本部 ・一般財団法人神戸観光局 ・一般社団法人豊岡観光イノベーション ・一般財団法人関西観光本部 ・公益財団法人大阪観光局 ・一般社団法人せとうち観光推進機構 他 </td> </tr> </tbody> </table>	役割	事業者	5.大学・研究機関連携	<ul style="list-style-type: none"> ・兵庫県立大学 ・姫路大学 ・理化学研究所播磨事務所 ・姫路獨協大学 ・姫路日ノ本短期大学 他 	6.広域連携	<ul style="list-style-type: none"> ・公益社団法人ひょうご観光本部 ・一般財団法人神戸観光局 ・一般社団法人豊岡観光イノベーション ・一般財団法人関西観光本部 ・公益財団法人大阪観光局 ・一般社団法人せとうち観光推進機構 他
役割	事業者						
5.大学・研究機関連携	<ul style="list-style-type: none"> ・兵庫県立大学 ・姫路大学 ・理化学研究所播磨事務所 ・姫路獨協大学 ・姫路日ノ本短期大学 他 						
6.広域連携	<ul style="list-style-type: none"> ・公益社団法人ひょうご観光本部 ・一般財団法人神戸観光局 ・一般社団法人豊岡観光イノベーション ・一般財団法人関西観光本部 ・公益財団法人大阪観光局 ・一般社団法人せとうち観光推進機構 他 						
<p>官民・産業間・地域間との持続可能な連携を図るための合意形成の仕組み</p>	<p>【該当する登録要件】 ・ に該当 (概要)</p> <p>理事会・総会 観光施設・旅行会社・宿泊事業者・小売事業者・交通事業者・報道機関・商工会議所・行政等の幅広い分野の関係団体の代表者が理事として参画し、意思決定機関として理事会を設置。また、多様な関係者との合意形成の場として、会員から構成される総会を設置。本ビューローの運営及び事業についての合意形成を行う。</p> <p>委員会 令和4年10月13日に理事会の決議を経て「DMO 企画委員会」を設立。DMOとしての取り組みを具体化させるために設置。委員会で検討した各テーマの方向性について、関連事業者によるワーキングで具体策について検討する。</p> <p>ワーキング(WG) 多様な業種の関係者で構成され、当法人が事務局を務めるワーキングをプロジェクト毎に「姫路城世界遺産登録30周年記念事業WG」「受け入れ体制WG」「受入体制整備WG」「観光産業育成事業諮問WG」を設置。</p> <p>姫路DMO推進会議 ワーキングとは別に、広く地域の事業者及び住民を対象に、事業への理解と参画の拡大を図ることを目的とする「姫路DMO推進会議」を設置。</p> <p>姫路市との情報共有・連携会議 「市・ビューロー連携会議」「市・ビューロー担当国会議」「城周辺施設連絡会議」を定期的実施。</p>						
<p>地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進の取組</p>	<p>定期的に地域住民への啓発を目的とした講演会やセミナー等を開催するとともに、HP 姫路観光ナビ「ひめのみち」内に特設ページ(DMOの取り組み)を設け、本ビューローの活動状況、マーケティングデータ等を公開し情報発信することで、観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進に取り組み、観光事業全体の活性化を促進する。</p>						

法人のこれまでの活動実績 (令和4年度事業)	活動概要		定量的な評価	
	観光振興事業			
	(1) 観光プロモーション事業 ・ B to B (旅行会社等) プロモーション ・ B to C (FIT) プロモーション (2) 着地型観光素材開発と商品造成 ・ 着地型旅行商品サイト「もっと姫路たび」での情報発信及び販売 (3) 受入体制整備事業 (4) 情報発信事業 (5) インバウンド事業 ・ 海外旅行博、BtoB 商談会への出展 ・ 旅行会社及びメディアセールス ・ ファムトリップ 受入		(1) 旅行会社セールス：33 件 セミナー・商談会の主催開催：2 回 商談会への参加：3 回 観光キャンペーン：12 回 (2) 着地型観光商品：17 本(160 人) (3) 観光案内所窓口運営 ・ 来所者：65,576 人 ・ 窓口受付：国内 23,885 件 外国人 576 件 (4) HP アクセス：901 千件 (5) 海外旅行博出展：3 件 旅行会社及びメディアセールス：34 件 ファムトリップ受入：11 件	
	MICE 事業			
	(1) MICE プロモーション事業 ・ MICE 主催者へのセールス ・ 展示会及び商談会 ・ キーマン招聘セミナーの開催 (2) MICE 受入・支援事業 (3) 調査事業		(1) MICE 誘致セールス：49 件 キーマン招聘セミナー：1 件 展示会及び商談会：11 件 (2) 開催支援：69 件 開催助成金：32 件 (3) コンベンション経済波及効果額：29 億 74 百万円	
	フィルムコミッション事業			
	(1) 映画・テレビ・CM 等のロケ作品の誘致支援事業		(1) ロケーション実績：141 本	
会員サービス事業				
(1) 会員サービスの充実・加盟会員の誘致		(1) 会員数：445 件 (正会員 323 件、賛助会員 122 件)		
収益事業				
(1) 姫路城売店を中心とする収益事業 (自主財源の確保)		(1) 収益事業当期経常増減額：36,950 千円		
実施体制	<p>【実施体制の概要】 公益社団法人姫路観光コンベンションビューローが母体となり、「観光まちづくり」「観光プロモーション」の司令塔として、姫路市（行政）及び、姫路商工会議所（経済界）との役割分担を含めた綿密な連携を図る。合わせて、観光関連団体・宿泊業者・飲食業者・小売業者・交通事業者・ボランティア団体など、多様な関係者が参画するなど、官民一体となった運営を行う。</p> <p>【実施体制図】</p> <pre> graph TD Board["【理事会】 理事長 副理事長 専務理事 常務理事 (CFO)"] --- Sec["【総 会】"] Board --- Com["【委員会 (DMO企画委員会)】"] Board --- CEO["事務局長 (CMO)"] CEO --- GM["総務管理部"] CEO --- BusProm["事業推進部"] GM --- GMHead["総務管理部長"] GMHead --- GMStaff["・総務 ・労務 ・人事"] GMStaff --- GMOutlet["姫路城売店"] BusProm --- BusPromHead["事業推進部長"] BusPromHead --- Tourism["観光担当部長"] BusPromHead --- Conv["コンベンション担当部長"] BusPromHead --- DMO["DMO推進担当部長"] Tourism --- TourismStaff["【観光事業】 【インバウンド事業】 【フィルムコミッション事業】"] TourismStaff --- TourismOutlet["姫路市観光案内所"] Conv --- ConvStaff["【コンベンション事業】"] DMO --- DMOStaff["【DMO事業】"] BusProm --- WG["【ワーキング (WG)】"] WG --- DMOCom["【姫路DMO推進会議】"] </pre>			

2. 観光地域づくり法人がマネジメント・マーケティングする区域

【区域の範囲が分かる図表を挿入】



【区域設定の考え方】

兵庫県の南西部に位置する姫路市は、北は中国山地、南は瀬戸内海が広がり、日本が世界に誇る唯一無二の価値をもつ姫路城をはじめとする「歴史・文化資源」と、城下町が育んできた「地酒・和菓子・伝統工芸」、清流と田園地帯に湧く「塩田温泉郷」、豊かな海洋資源を有する家島諸島などが代表的なエリアである。各エリアでは、地域ならではの歴史・風土・食資源など、多彩なコンテンツが広がり、特色あるツーリズムが展開されている。本ビューローとしては、基礎自治体である姫路市を区域と設定し、中心エリアと周遊エリアに区分し、マーケティング・マネージメント・プロモーションを行うこととする。

中心エリア (城下町エリア) - 姫路駅・姫路城周辺 -

世界遺産姫路城をはじめとする多くの歴史・文化資源を有し、姫路・播磨地域の玄関口として宿泊施設・飲食店・土産店・商店街・商業施設が集積し、集客の核となるエリア。

周遊エリア

日本遺産に認定された3ストーリーに代表される歴史・文化資源、温泉資源、海洋資源、農産物、食文化、地場産品を有し、中心エリアに集客した訪問者の回遊を促すエリア。

【観光客の実態等】

姫路市観光動向調査において、下表のとおり、2022年度の総入込客数は、コロナの影響が少ない2019年度比 25% (2021年度比では+65%) となった。2023年度に入り回復傾向が続いている。

	2022年度	2021年度	2020年度	2019年度
総入込客数	6,953千人	4,209千人	3,254千人	9,277千人
(入込の内訳)				
観光施設	3,904千人	2,389千人	1,837千人	4,753千人
まつり・イベント	1,315千人	490千人	280千人	2,201千人
スポーツ・自然鑑賞	1,734千人	1,330千人	1,137千人	2,323千人

姫路市で一番入込が多く、観光動向の指標としている「世界遺産姫路城」について、下表のとおり、2022年度の来城者数は、2019年度比 38%（2021年度比では+115%）となった。

	2022年度	2021年度	2020年度	2019年度
来城者数	957千人	444千人	390千人	1,548千人
（内訳）				
日本人	857千人	437千人	382千人	1,509千人
外国人	100千人	7千人	8千人	39千人

宿泊者の状況は、姫路経済研究所の宿泊統計において、2022年度の総数は1,239千人（日本人1,213千人、外国人25千人、不明1千人）であり、2019年度比 2.8%（2021年度比は+31%）となった。日本人比率は98%、外国人比率は2%となった。2022年度は国・県・市による宿泊需要回復のための様々な施策が講じられ、国内市場は急回復に至った。一方、インバウンドについては、2019年度比 73%となった。内訳は、「アジア43%・北米19%・ヨーロッパ24%・オセアニア3%・その他11%」であり、国別上位と構成比は下表のとおりとなった。

	1	2	3	4	5	6	7	8
2022年度 (%) (千人)	米(17%) 4.1	台湾(8%) 2	韓(8%) 1.9	独(8%) 1.8	香港(8%) 1.8	仏(7%) 1.6	中(6%) 1.4	泰(3%) 0.7
2019年度 (%) (千人)	台湾(23%) 18.7	中国(11%) 9.2	米(10%) 8.1	仏(9%) 7.7	香港(5%) 4.7	韓(5%) 4.1	独(3%) 2.9	英(2%) 2.2

姫路市の地理的要因として、全国の主要都市からのアクセスが良く、世界遺産姫路城へは駅から徒歩圏内であることが大きな集客の強みである。一方、滞在時間が短い観光客が多いため、消費へ結びつきにくい通過型観光からの脱却が課題である。国内外問わず「コロナを経て更に多様化する観光ニーズへの適応・受入環境整備」等への適用が求められている。本ビューローでは、これらに対応するため、本ビューローでは、2023年から観光庁「地域一体となった観光地・観光産業の再生・高付加価値化事業」を活用し、地域計画を策定し、地域一体として市域の観光課題の解決に取り組んでいる。

【観光資源：観光施設、商業施設、自然、文化、スポーツ、イベント等】

中心エリア（城下町エリア） - 姫路駅・姫路城周辺 - ヒストリッパ・アーバンツーリズム	
観光施設	【歴史資源】 姫路城、好古園 他 【神社仏閣】 播磨国総社、廣峰神社、増位山随願寺 他 【展示・体験施設】 兵庫県立歴史博物館、姫路市立美術館、姫路文学館、姫路市立水族館、姫路科学館 他
商業施設	商店街、山陽百貨店、フェスタ姫路、TERASSO 姫路、キュエル姫路、piole 姫路、イオン、播産館 等
自然	広峰山、増位山 等
文化	秋祭り、節分祭り 等
スポーツ	世界遺産姫路城マラソン、ヴィクトリーナ姫路公式戦、ASハリマアルピオン公式戦 等
イベント等	・姫路城世界遺産登録30周年記念事業 ・姫路市立美術館「オールひめじ・アーツ&ライフ・プロジェクト」 ・姫路ゆかたまつり、姫路お城まつり、全国陶器市、姫路食博、ひめじぐるめらんど、姫路菓子まつり、観桜会、夜桜会、薪能、観月会、千姫ぼたんまつり、お夏清十郎まつり 等

周遊エリア ・ 里山温泉郷「ウェルネスツーリズム」 ・ 家島諸島/バイエリア「ブルーツーリズム」

観光施設	【歴史資源】 置塩城跡、大庄屋旧三木家住宅・敬業館 他 【神社仏閣】 書寫山圓教寺、龍門寺、魚吹八幡神社、家島神社 他 【展示・体験施設】 日本玩具博物館、書写の里・美術工芸館、姫路ばら園、 兵庫県いえしま自然体験センター 他 【レジャー・その他施設】 姫路セントラルパーク、太陽公園、ヤマサ蒲鉾、夢街道 Farm67、香寺ハーブガーデン、 清水の浜 他
商業施設	姫路まえどれ市場 等
自然	書写山、雪彦山、塩田温泉郷 家島諸島の SUP・カヌー等のマリンスポーツや底引き網体験、地引網体験などの漁業体験、安富ゆず収穫体験などの農業体験 等
文化	秋祭り 等
スポーツ	家島オープンウォータースイミング 等
イベント等	書写山新緑まつり、もみじまつり、書写の鬼追い、夢さきふるさとまつり、安富あじさいまつり、姫路みなと祭り海上花火大会、家島天神祭、ぼうぜペーロンフェスタ等

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

姫路市内外国人観光客動向調査の調査対象施設

ホテル・旅館 31 施設（客室数計 4,486 室）

域内の旅館業登録が行われている宿泊施設の中から、ファッションホテルを除いた総客室数の 85%をカバー。

【利便性：区域までの交通、域内交通】

空港

- ・関西国際空港から、リムジンバスで約 2 時間 10 分 2023 年 8 月末現在休止中
- ・大阪（伊丹）空港から、リムジンバスで約 1 時間 20 分
- ・神戸空港から、ポートライナーと JR(新快速)で約 1 時間

JR 新幹線

出発駅	東京	名古屋	京都	新大阪	岡山	広島	博多	熊本	鹿児島中央
所要時間	3 時間	1 時間 20 分	45 分	30 分	20 分	1 時間	2 時間	2 時間 52 分	3 時間 52 分

JR 在来線（新快速）

- ・三ノ宮（神戸）から 40 分
- ・大阪から 1 時間
- ・京都から 1 時間 30 分

山陽電車

- ・三ノ宮（神戸）から 1 時間
- ・梅田（大阪）から 1 時間 30 分

高速バス

- ・東京（渋谷・新宿）から 9 時間
- ・鳥取から 2 時間 20 分

【外国人観光客への対応】

- 1 外国語パンフレット
 - ・姫路市公式観光ガイドブックとして 10 言語（英語・繁体字・簡体字・韓国語・タイ語・インドネシア語・フランス語・スペイン語・ドイツ語・イタリア語）2 種類を配布
 - ・姫路城内にて、案内パンフレットを 20 言語で配布
- 2 外国語ホームページ
 - ・HP「Visit Himeji-Official Travel Guide-」にて、9 言語（英語・繁体字・簡体字・韓国語・タイ語・フランス語・スペイン語・ドイツ語・イタリア語）で情報発信。
<https://visit-himeji.com/en/>
- 3 姫路市観光案内所（JR 姫路駅コンコース内） カテゴリー 2
 - ・英語での観光案内が可能
 - ・姫路市内の観光案内の他、他エリア（広域）の問い合わせに対しても対応
 - ・英語ボランティアガイド（まち歩きガイド）が待機
- 4 受入環境整備
 - ・観光案内所へ多言語翻訳機器の設置及び災害時非常用電源を設置
 - ・姫路城や観光案内所等でデジタルサイネージによる多言語表記
観光庁観光振興事業（観光地の「まちあるき」の満足度向上整備支援事業）
 - ・書寫山（圓教寺）の文化財説明看板の設置（日・英）
文化庁「文化財多言語開設整備事業」
- 5 IT 活用
 - ・AR アプリ「姫路城大発見」（5 言語）
 - …姫路城内 17 か所に AR ポイントを設置し、当時の様子や城郭機能を映像等で解説
 - ・姫路おもてなしクーポン（3 言語）
 - …約 200 店舗（飲食店・土産店等）で割引やサービス等の特典を受けられる電子クーポンを年間を通じて提供

3. 各種データ等の継続的な収集・分析

収集するデータ	収集の目的	収集方法
延べ宿泊者数	必須 KPI のデータとして収集。マーケティング戦略の策定、施策評価、事業・戦略の見直しに活用するため。	姫路経済研究所の姫路市内宿泊施設動向調査の数値を使用 四半期毎の調査
旅行消費額	必須 KPI のデータとして収集。マーケティング戦略の策定、施策評価、事業・戦略の見直しに活用するため。	兵庫県観光統計研究会が公表している「兵庫県観光客動態調査」の「市町別観光消費額」の数値を使用
来訪者満足度	必須 KPI のデータとして収集。マーケティング戦略の策定、施策評価、事業・戦略の見直しに活用するため。	令和 2 年度の「姫路市観光動向調査」に、新たに来訪者満足度の調査項目を設けたうえ、継続してこの数値を使用
リピーター率	必須 KPI のデータとして収集。マーケティング戦略の策定、施策評価、事業・戦略の見直しに活用するため。	「姫路市観光動向調査」の数値を使用
WEB サイトのアクセス状況	地域に対する顧客の関心度や施策の効果等を把握するため。また、旅まえ、旅なか、旅あとにおけるマーケティング分析に活用するため。	姫路観光ナビ「ひめのみち」のアクセスログの使用 Google Analytics により収集
住民満足度	住民に対する、DMO の事業についての関心度や観光施策に関する意見を把握するため。	検討中
主要観光施設入場者数	マーケティング戦略の策定、施策評価、事業・戦略の見直しに活用するため。	月毎に、観光施設管理者からデータを収集（姫路市観光推進課の調査数値を使用）
宿泊施設の稼働率	マーケティング戦略の策定、施策評価、事業・戦略の見直しに活用するため。	姫路経済研究所の姫路市内宿泊施設動向調査の数値を使用。
姫路市観光案内所での問合せ者の属性、問い合わせ内容	マーケティング戦略の策定、施策評価、事業・戦略の見直しに活用するため。	姫路市観光案内所窓口で対応した観光客の属性・問い合わせ内容等を集計
姫路城団体入城の動向	マーケティング戦略の策定、施策評価、事業・戦略の見直しに活用するため。主に B to B（旅行会社）プロモーション戦略に活用する。	姫路城団体入城者の属性（国内観光客・外国人観光客・ツアーや教育旅行などの目的等）を調査
観光客一人あたりの消費額	マーケティング戦略の策定、施策評価、事業・戦略の見直しに活用するため。	姫路市観光推進課が公表している、「姫路市観光動向調査」の数値を使用
MICE 開催件数及びコンベンション経済波及効果	マーケティング戦略の策定、施策評価、事業・戦略の見直しに活用するため。主に MICE プロモーション戦略に活用する。	誘致支援したコンベンション参加者へのアンケート調査等をもとに算出

4. 戦略

(1) 地域における観光を取り巻く背景

姫路市の産業は、基礎素材型産業と加工組立型産業などを中心として発展してきたところであるが、近年、これら「ものづくり」産業に加え、すそ野が広く地域社会の活性化に幅広く貢献するとされる観光産業への期待も益々大きなものとなって来ている。

今後、観光事業者及び市民ぐるみで魅力ある観光地の形成を推進し、多様な観光資源の活用による回遊性の向上を図るとともに、MICEを推進し、国際観光・コンベンション都市を目指すためにも、観光地域づくり法人がその役割を十分機能させていく必要がある。

また、今般の新型コロナウイルスの感染拡大により、直接的な影響が特に大きい観光関連産業の早期回復に向け、世界遺産姫路城を有するという、基礎的な強みを効果的に活かしながら、適切なタイミングやターゲットを捉えた取り組み、多様化する観光ニーズへの適用が求められている。

(2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	<p>強み (Strengths)</p> <p><u>「世界遺産 姫路城」を有する</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ・姫路城を中心とした街並み・景観の美しさ ・世界遺産登録 30 周年を記念した多様な事業 ・姫路城を活用した特別なコンテンツの提供 <p><u>豊富な観光資源・体験コンテンツ</u></p> <p><u>多彩な食資源・食文化</u></p> <p>姫路和牛、姫路ポーク、家島諸島沖の海産物、姫路おでん、喫茶店のモーニング文化(アーモンドバタートースト)などのご当地グルメ、地酒(8蔵・GI はりま認証)、和菓子、乾麺など</p> <p><u>主要都市からの良好なアクセス</u></p> <p>中国自動車道・山陽自動車道等の基幹道路、新幹線等の高速鉄道網、クルーズや定期船の姫路港、関西3空港など、整備された陸海空の交通ネットワーク</p> <p><u>各拠点に点在する宿泊施設</u></p> <p><u>姫路市文化コンベンションセンター「アクリエひめじ」を中心としたMICE開催促進</u></p> <p><u>DMOと域内の観光事業者の連携体制</u></p>	<p>弱み (Weaknesses)</p> <p><u>観光消費額の低さ</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ・姫路城以外の観光資源についての認知度不足 <p>強みである豊富な観光資源(観光スポット・食・土産・体験・交通等)について、旅行者に対し訴求できていない</p> <ul style="list-style-type: none"> ・拠点間の回遊性の低さ ・通過型観光(=滞在時間が短い) ・来訪者の宿泊比率の低さ <p><u>食に関する知名度及び情報発信力</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ・大阪や神戸等の近隣都市と比較しての認知度の低さ <p>SNS上での投稿数(#の数)の低さ=発信力の弱さ</p> <p><u>受入環境整備</u></p> <p>多言語による情報提供、看板等表記、Wifi環境、両替、免税、手荷物預かり、祈祷室、ベジタリアン・ムスリム・ヴィーガン料理対応、英語以外の多言語対応ガイドの不足等)</p> <p><u>高付加価値化旅行者の受入体制</u></p> <p>高付加価値旅行者を魅了する体験コンテンツ及び宿泊施設や観光施設が不足</p>

外部環境	<p>機会 (Opportunity)</p> <p>訪日外国人旅行者の急激な回復、アフターコロナの国内観光需要の回復</p> <p>大阪・関西万博 2025、大阪 IR 開業等を契機とした、国内外から関西エリアへの観光客の増加</p> <p>姫路城世界遺産登録 30 周年記念事業、JR デスティネーションキャンペーン等の大型集客施策やイベントの開催</p> <p>観光庁「地域一体となった観光地・観光産業の再生・高付加価値化事業」を活用しての宿泊施設及び観光施設の高付加価値化改修、実証実験や面的 DX による課題解決に取り組む環境が整う</p>	<p>脅威 (Threat)</p> <p>都市間競争の激化：他地域との観光客・MICE 誘致競争</p> <p>原材料や燃料の価格高騰による物価高</p> <p>国際情勢の悪化、為替変動等による訪日客の減少</p> <p>人材不足による機会損失（事業継承含む）</p> <p>新型コロナウイルス感染症の動向（アフターコロナのマーケットの変化）</p> <p>高齢化、人口減少に伴う国内旅行者の減少</p> <p>台風や地震などによる自然災害</p>

(3) ターゲット

【国内観光客】

<p>第 1 ターゲット層</p> <p>宿泊圏エリアである首都圏・中部・中国・九州等からの旅行者（個人観光客・団体旅行）</p> <p>[観光客の特性や嗜好]</p> <ul style="list-style-type: none"> ・友人同士の旅行、家族旅行、子育てを終えた夫婦或いはその親子旅行 ・姫路に泊まるので、姫路ならではの名物や人気の名店で食を楽しみたい旅行者 ・姫路にゆっくり滞在し、観光しつつ、日頃の疲れやストレスを開放したい旅行者
<p>選定の理由</p> <p>HP 姫路観光ナビ「ひめのみち」のアクセスログの解析、姫路城エリア別団体入城、及び姫路市宿泊統計のエリア別の数値を総合的に分析し、宿泊を伴う観光客の誘致に効果的な最大ボリューム層となるエリアを選定。</p> <p>2022 年度 HP アクセス</p> <p>：近畿 47.5%、<u>首都圏</u> 31.8%、<u>中部</u> 6.2%、<u>中国</u> 4.6%、<u>九州</u> 3.6%、四国 2.1%、東北 1.8%、北海道 1.9%、沖縄 0.2%</p> <p>2022 年度姫路市宿泊統計（国内宿泊者に占める構成）</p> <p>：近畿 54.3%、<u>首都圏</u> 20.9%、<u>中部</u> 8.3%、<u>中国</u> 6.0%、<u>九州</u> 4.8%、四国 3.1%、東北 1.5%、北海道 0.8%、沖縄 0.3%</p> <p>取組方針</p> <p>『城下町姫路での“ホンモノの歴史文化&食”の感動体験を通じて「泊まって旅する」観光地へ!』のビジョンのもと、当市の強みである「多彩な食資源・食文化」を訴求するため、産地直送の播磨灘の前獲れ鮮魚、地酒、ご当地グルメを核としたガストロノミーツーリズムの推進に取り組む。実施にあたり、宿泊施設や飲食店等と連携しながら、当市の強みを活かしてターゲット層に強力に訴求するコンテンツへと磨き上げる。これらを旅行会社やメディア等へセールスするとともに、観光キャンペーン開催時や Web・SNS を活用しての情報発信により誘客に取り組む。</p>

第2ターゲット層

着地型観光（体験）コンテンツへの関心が高いアクティブ旅行者

[観光客の特性や嗜好]

- ・観光もアクティビティ（体験）も楽しみたい20代から50代のアクティブ女性層
- ・旅の目的の一つとして知的好奇心を満たしたい意識の高い層
- ・自分の興味のあるテーマや体験には消費を惜しまない旅行者

選定の理由

DMOアドバイザー会議において、姫路市観光動向調査の年代別旅行回数と消費額を全国平均と比較し分析したところ、全国平均では20代女性の旅行回数が突出して高いが、本市の場合は開拓余地がまだあることが分かった。新たな観光需要の創出として、20代からのアクティブ女性層をターゲットに「訪れたいくなる、宿泊をしたくなるような価値を生み出す」ための施策を協議しているところである。また、着地型旅行商品「もっと姫路たび」の参加者は女性が約7割を占めることから、アクティブな20代～50代の女性をターゲットとする。

取組方針

地域資源の「掘り起こし・磨き上げ」を行い、ターゲットに対し訴求力の高いテーマの着地型観光（体験）商品の開発を行い、販売プラットフォームと連動させてWeb販売を行うとともに、SNS等での発信（広告配信含む）による販促を行う。また、参加者アンケートなどから、満足度を調査し、既存商品のブラッシュアップにも繋げる。さらに、近隣からの来訪でも、宿泊しないと体験できないメニューなども企画し、宿泊を伴う滞在型観光に取り組む。

第3ターゲット層

国内教育旅行

（北海道・福岡県・宮城県・福島県・岩手県・青森県・静岡県・愛知県・東京都・茨城県）

選定の理由

少子化により縮小する市場ではあるものの、世界遺産姫路城を中心とする歴史文化学習や平和教育施設、郊外には国内でも有数の研究機関などがあり、客室数の多いホテルも近年増えたことにより、教育旅行を受け入れられる要素が整い、将来的なりピーター対策も含めターゲットとする。

2019年度、教育旅行の姫路城入城者の上位10都道府県を重点的なターゲットに設定。

・北海道（14%）、福岡県（10%）、福島県（3%）、宮城県（3%）、岩手県（3%）、青森県（3%）、静岡県（1%）、愛知県（6%）、東京都（9%）、茨城県（2%）

カッコ内はエリアが全体に占める割合

2022年度はコロナ禍の方面変更もあったため、コロナの影響が少ない2019年度の数値を記載

取組方針

受入可能な宿泊施設や観光施設と連携し、教育旅行向けの「宿泊・観光・学習・体験プラン」の作成や提案資料を作成し、ターゲットとするエリアの旅行会社や学校関係者に対して、宿泊を伴う教育旅行の提案を行う。また、事前学習用パンフレット・WEBサイトでの情報掲載・PR動画・施設での学習効果を高める教育プログラムやモデルコース、ガイド等の充実を図ることで受入体制の整備に取り組む。さらに、他自治体と連携し、「平和学習」「SDGs」をテーマとした、モデルコースを設定し、広域連携による誘致活動を行う。誘致で得た情報（最新の動向やニーズ）について、地域の事業者と共有することで、効果的なプロモーションと受入体制の整備に取り組む。

【訪日外国人旅行者】

第1ターゲット層

欧・米・豪市場の「ゴールデンルートから広島」への旅行者（個人旅行・団体旅行）

-イギリス・フランス・スペイン・ドイツ・アメリカ・オーストラリア-

[観光客の特性や嗜好]

- ・ホンモノの歴史文化や文化財、伝統工芸・芸能について関心が強い旅行者（夫婦やパートナー、お一人様）
- ・自分の興味のあるテーマや体験には消費を惜しまない旅行者
- ・日本食のなかでも、その地域ならではの食・食文化に関心が強く特色ある飲食店を求める旅行者

選定の理由

欧・米・豪からの観光客は、滞在日数が長く、世界遺産姫路城を中心とする城下町の歴史・文化に強い魅力を感じ、アジア圏と比べ姫路観光に対するロイヤリティが強いことは、旅行会社やメディアFAMの際のアンケートでも明確である。

また、姫路市宿泊統計、姫路市観光案内所の国別問合せ受付件数を見ると、イギリス・フランス・スペイン・ドイツ・アメリカ・オーストラリアがどの統計においても上位を占めていることから第1ターゲット層として選定。コロナの影響が少ない2019年実績を記載

2019年度姫路市宿泊統計（カッコ内は外国人宿泊者に占める割合）

：3位アメリカ（10.2%）、4位フランス（9.7%）、7位ドイツ（3.7%）

8位イギリス（2.8%）、9位オーストラリア（2.7%）、14位スペイン（1.1%）

2019年度姫路市観光案内所の国別問合せ受付件数（外国人問合せ件数に占める割合）

：2位フランス（10%）、3位スペイン（9%）、4位アメリカ（8%）

5位オーストラリア（7%）、8位ドイツ（4%）、10位イギリス（4%）

取組方針

日本政府観光局、関西観光本部・ひょうご観光本部・神戸観光局・せとうちDMO等との広域連携により、現地旅行博及び旅行会社やメディアへのセールコール、インフルエンサーを招聘してのプロモーション等に取り組む。

また、『城下町姫路での“ホンモノの歴史文化&食”の感動体験を通じて「泊まって旅する」観光地へ！』のビジョンのもと、当市の強みである「文化財を活用した歴史・文化体験」及び「多彩な食資源・食文化」について、多様な観光客のニーズに訴求できる着地型体験商品の造成に取り組む。これらを、デジタルマーケティングに基づき、SNSやメディアを活用した情報発信に取り組む。

第2ターゲット層

中国・台湾・香港・タイ市場の訪日ヘビーリピーター層（個人旅行・団体旅行）

[観光客の特性や嗜好]

- ・関西に何回も訪れたことがあり、近隣都市で新たな目的地を探したい旅行者
- ・姫路ならではの景勝地（ここでしか見られない）地場産品や伝統工芸等の土産に関心がる旅行者
- ・日本食のなかでも、その地域ならではの食・食文化に関心が強く特色ある飲食店を求める旅行者

選定の理由

姫路市の最寄りの国際空港である関西国際空港の入国外国人（2018年実績）は、「1位中国2,299千人・2位韓国2,163千人・3位台湾1,054千人・香港616千人・タイ261千人（法務省 出入国管理統計統計表）」と続き、総数7,601千人が入国している。ターゲットとする国々で、84.1%を占めている。また、姫路市宿泊統計の数値においても、上位であることから、最も大きなボリューム層である「中国・台湾・香港・タイ」をターゲットに選定する。既に成熟した市場のなかで、関西エリアへのリピーター層に、関西のNew Destinationとして姫路の魅力伝えることが有効と考える。

・令和元年度姫路市宿泊統計（カッコ内は外国人宿泊者に占める割合）

：1位台湾（23.5%）、2位中国（11.6%）、5位香港（5.9%）、10位タイ（2.5%）

取組方針

市内観光事業者との連携を重視し、現地旅行博や旅行会社・メディアへのセールスコールを実施。市内観光事業者と、各国の旅行会社やメディアが商談できる機会の創出に注力する。また、姫路版DMOでは、

新たにデジタルマーケティングに基づき、SNS・インフルエンサー・メディア等を活用して情報発信を行う。交通パスと連携しながら「食・自然・スポーツイベント」などをテーマとした着地型体験素材を訴求していく。さらに、関西空港 in の観光客のみならず、地方空港（岡山・高松・広島・鳥取など）利用者に対しても、姫路市を拠点としたモデルコースを PR することで宿泊を伴う滞在型観光の推進に取り組む。

【MICE】

第1ターゲット層

2,000人規模までのコンベンション

選定の理由

2021年に開館の、「姫路市文化コンベンションセンター（アクリエひめじ）」の最大収容人数に合わせて、従来の施設では受入ができなかった500～2000人規模までのコンベンションを新たなターゲットとして選定。

取組方針

開催規模の大きなコンベンション主催者を定期的に訪問し、2～3年後の開催地決定に向けて、誘致セールスを強化する。日本政府観光局（JNTO）、日本コンGRES・コンベンション・ビューロー（JCCB）、7都市情報交換会等と連携を図りつつ誘致にあたる。

新設の「姫路市文化コンベンションセンター（アクリエひめじ）」について、地方都市では数少ない特徴的な収容人数、複合施設、利便性などを全面的にアピールする。

第2ターゲット層

200人～500人までのコンベンション（学会等）






選定の理由

姫路市内の主要コンベンション施設の収容人数が200名～500名であり、MICE誘致支援実績のうち学会を中心とするコンベンションが大半であることから選定。また、長年の誘致セールスや連携団体から得た情報をデータベース化しており、これらを有効活用できることからターゲットに選定。

取組方針

近隣都市（京都・大阪・神戸等）で持ち回り開催の学会に対し、大都市とは違った姫路市の魅力をエクスカーションと合わせてPRする。また、国内外のMICE関係者が集まる展示会・商談会に出展し、姫路市内のコンベンション情報、受入に係る支援体制等のPRを行う。さらに、コンベンション開催におけるキーマンを招待したセミナー＆意見交換会を実施し、誘致セールスを行う。

(4) 観光地域づくりのコンセプト

<p>コンセプト</p>	<p>◆姫路城での感動体験が、中心エリア（城下町エリア）から周遊エリアでの体験によって、宿泊・観光施設に連鎖することで観光客に1度の旅を何倍も楽しむ価値を提供する</p> <p>◆姫路が培ってきた色とりどりの 風土（文化）とフードを楽しむガストロノミーリズム</p> <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 45%;"> <p>(1) フードを楽しむガストロノミーリズム</p>  <ul style="list-style-type: none"> ・姫路でしか味わえない、前どれ鮮魚を食す ・姫路市民が愛してやまないソールフードであるご当地グルメを食す </div> <div style="width: 45%;"> <p>(3) 知的好奇心をくすぐる「HISTRIIP（ヒストリップ）」</p>  <ul style="list-style-type: none"> ・世界遺産姫路城や文化財を活用した姫路プレミアムプランで特別体験！ ・姫路城とともに発展してきた地場産業、伝統工芸・芸能に触れる特別体験 <p style="text-align: right; font-size: small;">※歴史(History)+旅(Trip)</p> </div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-between; margin-top: 10px;"> <div style="width: 30%;"> <p>(2) 自然の中で心と体を癒す非日常体験</p>  <ul style="list-style-type: none"> ・「里山温泉郷」の自然に身を置き、体を動かし、温泉につかることで心身をリフレッシュ！ </div> <div style="width: 30%;"> <p>(4) テーマで巡る回遊周遊ルート</p>  <ul style="list-style-type: none"> ・テーマに特化したモデルルートを「周遊バスや観光タクシー」で巡る </div> <div style="width: 30%;"> <p>(5) MICE参加者へのレガシー</p>  <ul style="list-style-type: none"> ・MICE等の義務的旅行者への訴求 </div> </div>
--------------	---

<p>コンセプトの考え方</p>	<p>下図のとおり、地域が理想とする姿と現状とのギャップを課題と捉えた場合「宿泊率や消費額」の低さが目立つ。姫路市の強みである豊富な観光資源（観光スポット・食・土産・体験等）について、旅行者に対し十分に訴求できていないことが一因と考えられる。姫路城のみ訪れ他のエリアに移動する通過型の旅行形態が顕著である。これらの課題解決を目指し、2023年度から取り組む観光庁「地域一体となった観光地・観光産業の再生・高付加価値化事業」の地域計画で定めたコンセプトと整合性をとり記載。当市の強みである「世界遺産姫路城をはじめとするホンモノの歴史・文化資源」「各エリアの異なる風土・食資源」について、上記コンセプトのもと、地域一体となった取り組みを目指す。</p> <div style="text-align: center; margin-top: 20px;"> <p>地域が目指す理想の姿</p> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-between; margin-top: 20px;"> <div style="width: 45%;"> <p>姫路が旅の目的となり、国内外から多くの人々が訪れ、宿泊し、各エリアの多様な観光資源・ツーリズムを満喫できる観光地となる。</p> <p>ハード&ソフト面において、多様な観光ニーズに応えられ、上質な旅を求める旅行者が集まることで、観光消費額が高い観光地となる。</p> <p>国内外からの旅行者が、姫路城を訪れたあと、各エリアの、「観光スポット・食・特産品・体験アクティビティ等」を求めて回遊することが主流となり、経済波及効果が高い観光地となる。</p> <p>各エリアのステークホルダーとなる観光事業者が施策検証や事業戦略に活かせるデータを共有することで、デジタルを活用した観光地経営を推進することで持続可能な観光地となる。</p> </div> <div style="width: 45%;"> <p>現状とのギャップ（課題）</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ 入込客数における繁忙・閑散期の差が大きい 繁忙月と閑散月（6月・9月・12月・3月）が最大2.5倍の開き ▶ エリア・観光資源の認知度が低い ▶ 宿泊率が低い 国内来訪者（宿泊率20%）、インバウンド来訪者（宿泊率10%） ▶ 滞在時間が短い・回遊性が低い 宿泊率や消費額の低さから推察される ▶ 観光消費額が低い ◆平均客室単価(ADR)が低い ◆一人あたりの消費額が低い ◆高付加価値化旅行者の受入体制が弱い 国内旅行者の消費額は5,000円未満が62% (飲食の消費額に限ると2千円未満が51%) インバウンドの消費額は1万円未満が33% (飲食の消費額に限ると2千円未満が58%) ▶ 人流データの不足（回遊状況の把握） ・消費額や需要予測等のデータ不足 ・関係者とのマーケティングデータ共有 </div> </div>
------------------	---

5．関係者が実施する観光関連事業と戦略との整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーション

項目	概要
戦略の多様な関係者との共有 頻度が分かるよう記入すること。	<p>DMOの運営母体である当ビューローが会議体を主導し、地域のステークホルダーとなる多様な観光事業者から構成される理事会（R4年度は6回実施）及び総会（R4年度は3回実施）において、DMOの戦略及び事業全般（事業計画・予算・事業報告・決算等）について合意形成及び共有を図る。</p> <p>また、当ビューローが司令塔となって地域を牽引し、観光で稼ぐ観光地域づくりを実現するために行うべき戦略や施策を、観光事業者や関連団体等の多様な視点から姫路DMOとして取り組むテーマを具体化するべく、令和4年度より新たに「DMO企画委員会」を設置（R5年度は6回実施）。加えて、テーマ・プロジェクト毎に中核を担う関係者に搾り、ワーキングを実施（R4年度は3つのテーマで各2回実施）</p> <p>さらに、ワーキングとは別に、地域の事業者に対し、「姫路DMO推進会議」を開催し、観光地域づくりに関する情報共有及び連携を図る。</p> <p>これらの活動やKPIの達成状況等は、「姫路観光レポート」として四半期毎に、HP 姫路観光ナビ「ひめのみち」上の「DMOの取り組み」ページにて公開している。https://www.himeji-kanko.jp/dmo/</p>
観光客に提供するサービスについて、維持・向上・評価する仕組みや体制の構築	サービスに関する満足度調査を定期的実施し、ワーキングや推進会議においてフィードバックを行い、サービスの向上及び姫路観光全体を評価する仕組みや体制を構築する。
観光客に対する地域一体となった戦略に基づく一元的な情報発信・プロモーション	<p>「国内・インバウンド・MICE」に分けて、様々な観光関連事業者と連携しながら、当市の有する多種多様なコンテンツを活かした情報発信及びプロモーションを実施。10言語対応のHPやガイドブックの提供により、旅マエ・旅ナカ・旅アトの観光客が求める情報をワンストップで発信する。滞在型観光の推進のため、着地型体験商品の造成及び販売に注力し、国内外とも重点都市を選定し、観光関連事業者と共に旅行博や旅行会社・メディアへのセールスコール、WebやSNSを活用したデジタルプロモーション等を実施する。</p>

各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

6 . K P I (実績・目標)

戦略や個別の取組を定期的に確認・改善するため、少なくとも今後3年間における明確な数値目標を記入すること。

既に指標となりうる数値目標を設定している場合には、最大で過去3年間の実績も記入すること。

(1) 必須KPI

指標項目		2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度
旅行消費額 (百万円)	目標	-	65,259	96,584	96,584	96,584	96,584
	実績	33,934	48,307	調査中			
延べ宿泊者数 (千人)	目標	- (-)	1,196 (49)	1,434 (93)	1,434 (93)	1,434 (93)	1,434 (93)
	実績	958 (5)	993 (3)	1,239 (25)			
来訪者満足度 (%)	目標	- (-)	82 (-)	83 (83)	83 (83)	83 (83)	83 (83)
	実績	81 (-) 1	84 (-) 1	85 (99)			
リピーター率 (%)	目標	62.0 (11.0)	62.5 (11.5)	63 (12)	63 (12)	63 (12)	63 (12)
	実績	67 (-) 1	66 (-) 1	68 (66)			

括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

「旅行消費額」は全旅行者の数値を記載

「来訪者満足度」「リピーター率」の上段は日本人旅行者を記載

1) 新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響により、共通基準に準じた調査票を収集できなかったため、訪日外国人旅行者の結果は記載していない。

目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】

2021年度(R3)以降の目標数値設定にあたり、コロナウィルス感染拡大の影響が少ない令和元年度の数値を基準値として、2020年度実績が落ち込みの底であり、2022年度までの2カ年で減少分を取り戻す(2019年度水準に戻す)ことを目標数値として設定。

しかしながら、2022年度は、コロナ禍からの回復途上であったため目標に届いていないことから、2023年度以降も同様の目標数値を設定。なお、数値設定にあたり2023年度を初年度とする姫路市総合計画(実施計画)と整合性を取りつつ多様な関係者と共有のうえ設定。

【設定にあたっての考え方】

旅行消費額

兵庫県観光統計研究会(企画県民部統計課、産業労働部観光企画課、兵庫県立大学地域経済指標研究会、神戸大学地域政策統計研究会)が公表している「兵庫県観光客動態調査」の「市町別観光消費額」の数値を使用。なお、数値設定にあたり2023年度を初年度とする姫路市総合計画(実施計画)と整合性を取りつつ多様な関係者と共有のうえ設定。

延べ宿泊者数

姫路経済研究所（姫路商工会議所の調査・研究機関）が市域にある 28 軒の宿泊施設に対し、月ごとに延べ宿泊者数・国別・客室稼働率などを調査した数値を使用。なお、調査対象の 28 軒は、域内の旅館業登録が行われている宿泊施設の中から、ファッションホテルを除いた総客室数の 80%をカバーしていることから、この数値を基準に K P I を設定。考え方は、「旅行消費額」と同様で、2022 年度は、コロナ禍からの回復途上であったため目標に届いていないことから、2023 年度以降も同様の目標数値を設定。なお、数値設定にあたり 2023 年度を初年度とする姫路市総合計画（実施計画）と整合性を取りつつ多様な関係者と共有のうえ設定。

来訪者満足度

2020 年度の「姫路市観光動向調査」に、新たに来訪者満足度の調査項目を設け、「とても満足」「満足」と回答した割合を使用。近隣 D M O を参考にしつつ、2023 年度を初年度とする姫路市総合計画（実施計画）と整合性を取りつつ多様な関係者と共有のうえ設定。

リピーター率

「姫路市観光動向調査」の数値を活用。各年度ふれ幅が大きいことから、2015 年度から 2019 年度までの平均値 61.7%を基準値とし、毎年 0.5 パーセント増を設定。設定にあたり、2023 年度を初年度とする姫路市総合計画（実施計画）と整合性を取りつつ多様な関係者と共有のうえ設定。

(2) その他の目標

指標項目		2020 (R 2) 年度	2021 (R 3) 年度	2022 (R 4) 年度	2023 (R 5) 年度	2024 (R 6) 年度	2025 (R 7) 年度
宿泊施設の稼働率 (%)	目標	-	60	70	69.8	69.8	69.8
	実績	49.6	56.2	70			
Web サイトのアクセス状況 (千回)	目標	- (-)	650 (100)	1,000 (250)	1,150 (285)	1,320 (325)	1,490 (365)
	実績	379 (9)	487 (8)	907 (26)			

括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

「宿泊施設の稼働率」は全旅行者の数値を記載

指標項目及び目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】

宿泊施設の稼働率及び Web サイトアクセス状況について、コロナ禍の影響が少ない令和元年度の数値を基準値とし、2020 年度の実績を減少の底と捉え、2022 年度までの 2 ヶ年の目標数値を設定。2023 年度以降は、事業施策（事業計画）と整合性を取りつつ多様な関係者と共有のうえ設定。

【設定にあたっての考え方】

宿泊施設の稼働率

- ・姫路経済研究所が令和元年度から公表予定の「姫路市内宿泊施設動向調査」の数値を使用。

Web サイトのアクセス状況（HP 姫路観光ナビ「ひめのみち」）

- ・姫路観光ナビ「ひめのみち」のアクセスログを Google Analytics により収集。

7. 活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

(1) 収入

年(年度)	総収入(円)	内訳(具体的に記入すること)
2020(R2) 年度 決算数値	254,238,139(円)	【姫路市からの補助金】 99,768,274(円) 【姫路商工会議所からの補助金】 6,500,000(円) 【兵庫県からの補助金】 3,002,000(円) 【姫路市からの受託事業収入】 91,487,685(円) 【会費収入】 5,320,000(円) 【広告料等事業収入】 4,928,000(円) 【収益事業収入】 36,841,883(円) 【その他収入】 6,390,297(円)
2021(R3) 年度 決算数値	292,669,444(円)	【姫路市からの補助金】 98,338,741(円) 【姫路商工会議所からの補助金】 8,000,000(円) 【姫路市からの受託事業収入】 113,043,566(円) 【観光庁補助金】 12,908,000(円) 【会費収入】 5,195,000(円) 【広告料等事業収入】 943,500(円) 【収益事業収入】 52,292,113(円) 【その他収入】 1,948,524(円)
2022(R4) 年度 決算数値	386,980,616(円)	【姫路市からの補助金】 230,774,903(円) 【姫路商工会議所からの補助金】 8,000,000(円) 【兵庫県からの補助金】 1,000,000(円) 【姫路市からの受託事業収入】 41,606,698(円) 【会費収入】 5,355,000(円) 【広告料等事業収入】 4,937,400(円) 【収益事業収入】 95,214,449(円) 【その他収入】 92,166(円)
2023(R5) 年度 予算数値	493,108,000(円)	【姫路市からの補助金】 343,199,000(円) 【姫路商工会議所からの補助金】 8,000,000(円) 【姫路市からの受託事業収入】 59,708,000(円) 【会費収入】 5,525,000(円) 【広告料等事業収入】 4,926,000(円) 【収益事業収入】 71,250,000(円) 【その他収入】 500,000(円)
2024(R6) 年度 予算数値	493,108,000(円)	【姫路市からの補助金】 343,199,000(円) 【姫路商工会議所からの補助金】 8,000,000(円) 【姫路市からの受託事業収入】 59,708,000(円) 【会費収入】 5,525,000(円) 【広告料等事業収入】 4,926,000(円) 【収益事業収入】 71,250,000(円) 【その他収入】 500,000(円)
2025(R7) 年度 予算数値	493,108,000(円)	【姫路市からの補助金】 343,199,000(円) 【姫路商工会議所からの補助金】 8,000,000(円) 【姫路市からの受託事業収入】 59,708,000(円) 【会費収入】 5,525,000(円) 【広告料等事業収入】 4,926,000(円) 【収益事業収入】 71,250,000(円) 【その他収入】 500,000(円)

(2) 支出

年(年度)	総支出	内訳(具体的に記入すること)
2020(R2) 年度 決算数値	277,970,456(円)	<u>公1観光振興事業： 174,491,331(円)</u> 【情報発信・プロモーション】 41,938,588(円) 国内90%、インバウンド10% 【受入体制整備】 577,908(円) 【着地型観光素材開発と商品造成】 2,504,735(円) 【その他事業費(姫路市受託事業)】 70,469,453(円) 【人件費含む一般管理費】 59,000,647(円) <u>公2コンベンション事業： 24,134,182(円)</u> 【MICEプロモーション・開催支援】 6,302,121(円) 【人件費含む一般管理費】 17,832,061(円) <u>公3フィルムコミッション事業： 10,962,608(円)</u> 【フィルムコミッション事業費】 5,789,884(円) 【人件費含む一般管理費】 5,172,724(円) <u>収益等事業： 60,010,862(円)</u> <u>法人会計(管理費)： 8,371,473(円)</u>
2021(R3) 年度 決算数値	298,177,807(円)	<u>公1観光振興事業： 190,002,818(円)</u> 【情報発信・プロモーション】 24,509,352(円) 国内77%、インバウンド23% 【受入体制整備】 7,539,220(円) 【着地型観光素材開発と商品造成】 2,943,228(円) 【その他事業費(姫路市受託事業)】 86,824,954(円) 【DMO推進事業】 4,098,754(円) 【人件費含む一般管理費】 64,087,310(円) <u>公2コンベンション事業： 34,628,069(円)</u> 【MICEプロモーション・開催支援】 11,421,187(円) 【人件費含む一般管理費】 23,206,882(円) <u>公3フィルムコミッション事業： 17,823,909(円)</u> 【フィルムコミッション事業費】 12,081,644(円) 【人件費含む一般管理費】 5,742,265(円) <u>収益等事業： 49,157,944(円)</u> <u>法人会計(管理費)： 6,565,067(円)</u>
2022(R4) 年度 決算数値	363,555,177(円)	<u>公1観光振興事業： 243,291,603(円)</u> 【情報発信・プロモーション】 117,287,394(円) 国内80%、インバウンド20% 【受入体制整備】 7,408,850(円) 【着地型観光素材開発と商品造成】 20,834,935(円) 【その他事業費(姫路市受託事業)】 22,611,491(円) 【DMO推進事業】 17,125,392(円) 【人件費含む一般管理費】 58,023,541(円) <u>公2コンベンション事業： 44,704,147(円)</u> 【MICEプロモーション・開催支援】 21,791,332(円) 【人件費含む一般管理費】 22,912,815(円) <u>公3フィルムコミッション事業： 11,213,694(円)</u> 【フィルムコミッション事業費】 7,184,757(円) 【人件費含む一般管理費】 4,028,937(円) <u>収益等事業： 59,351,238(円)</u> <u>法人会計(管理費)： 4,994,495(円)</u>

2023 (R 5) 年度 予算数値	493,030,000 (円)	<u>公 1 観光振興事業 :</u> 344,934,892 (円) <u>【情報発信・プロモーション】</u> 171,608,000 (円) 国内 80%、インバウンド 20% <u>【受入体制整備】</u> 7,539,220 (円) <u>【着地型観光素材開発と商品造成】</u> 2,943,228 (円) <u>【その他事業費 (姫路市受託事業)】</u> 86,824,954 (円) <u>【DMO 推進事業】</u> 4,098,754 (円) <u>【人件費含む一般管理費】</u> 71,920,736 (円) <u>公 2 コンベンション事業 :</u> 65,482,136 (円) <u>【M I C E プロモーション・開催支援】</u> 40,251,000 (円) <u>【人件費含む一般管理費】</u> 25,231,136 (円) <u>公 3 フィルムコミッション事業 :</u> 13,620,462 (円) <u>【フィルムコミッション事業費】</u> 8,676,000 (円) <u>【人件費含む一般管理費】</u> 4,944,462 (円) <u>収益等事業 :</u> 59,785,764 (円) <u>法人会計 (管理費) :</u> 9,206,746 (円)
2024 (R 6) 年度 R5 予算数値 と同様	493,030,000 (円)	<u>公 1 観光振興事業 :</u> 344,934,892 (円) <u>【情報発信・プロモーション】</u> 171,608,000 (円) 国内 80%、インバウンド 20% <u>【受入体制整備】</u> 7,539,220 (円) <u>【着地型観光素材開発と商品造成】</u> 2,943,228 (円) <u>【その他事業費 (姫路市受託事業)】</u> 86,824,954 (円) <u>【DMO 推進事業】</u> 4,098,754 (円) <u>【人件費含む一般管理費】</u> 71,920,736 (円) <u>公 2 コンベンション事業 :</u> 65,482,136 (円) <u>【M I C E プロモーション・開催支援】</u> 40,251,000 (円) <u>【人件費含む一般管理費】</u> 25,231,136 (円) <u>公 3 フィルムコミッション事業 :</u> 13,620,462 (円) <u>【フィルムコミッション事業費】</u> 8,676,000 (円) <u>【人件費含む一般管理費】</u> 4,944,462 (円) <u>収益等事業 :</u> 59,785,764 (円) <u>法人会計 (管理費) :</u> 9,206,746 (円)
2025 (R 7) 年度 R5 予算数値 と同様	493,030,000 (円)	<u>公 1 観光振興事業 :</u> 344,934,892 (円) <u>【情報発信・プロモーション】</u> 171,608,000 (円) 国内 80%、インバウンド 20% <u>【受入体制整備】</u> 7,539,220 (円) <u>【着地型観光素材開発と商品造成】</u> 2,943,228 (円) <u>【その他事業費 (姫路市受託事業)】</u> 86,824,954 (円) <u>【DMO 推進事業】</u> 4,098,754 (円) <u>【人件費含む一般管理費】</u> 71,920,736 (円) <u>公 2 コンベンション事業 :</u> 65,482,136 (円) <u>【M I C E プロモーション・開催支援】</u> 40,251,000 (円) <u>【人件費含む一般管理費】</u> 25,231,136 (円) <u>公 3 フィルムコミッション事業 :</u> 13,620,462 (円) <u>【フィルムコミッション事業費】</u> 8,676,000 (円) <u>【人件費含む一般管理費】</u> 4,944,462 (円) <u>収益等事業 :</u> 59,785,764 (円) <u>法人会計 (管理費) :</u> 9,206,746 (円)

(3) 自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針**1 着地型観光素材の開発と商品造成・販売の促進**

当ビューローは、2015年度から2017年度までは、滞在時間の増大及び消費活動を促すため、姫路市内の観光事業者と連携し、新たな着地型体験素材を発掘し、磨き上げ、あらゆる観光客のニーズに訴求できる体験商品の拡大に注力してきた。2018年度からは、B to B向け（旅行会社）に販売できる着地型体験商品に絞りセールスを行う。2019年度からは、「もっと姫路たび」というブランド名で、B to B及びB to C向けにWEB販売を開始。2021年度からは、事業者や観光関連団体が提供する着地型コンテンツについて、共通の販売プラットフォームを導入し、HP 姫路観光ナビ「ひめのみち」に情報を集約し、Web販売の拡大に取り組む。

2 会員増加の取り組み

DMOとして蓄積したマーケティングデータを、積極的に開示し、会員のDMOへの意義と効果への理解を深めるとともに、KPIに基づく国内外へのプロモーションに参加できる機会を創出することで、会員・会費の増加を図る。

3 収益事業（自主財源）の拡大

姫路城売店での土産物販売を拡大するとともに、姫路市ならではのオリジナル商品を開発し積極的に販売を行うことで、当ビューローの資金確保を図る。

8 観光地域づくり法人形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見

兵庫県姫路市における地域DMOとして登録したいので公益社団法人姫路観光コンベンションビューローとともに申請します。

9 マネジメント・マーケティング対象区域が他の地域連携DMO（県単位以外）や地域DMOと重複する場合の役割分担について（重複しない場合は記載不要）

該当なし

10 記入担当者連絡先

担当者氏名	浦上 正寛
担当部署名（役職）	事業推進部 係長
郵便番号	670-0012
所在地	兵庫県姫路市本町 68 番地
電話番号（直通）	079-222-2285
F A X 番号	079-222-2410
E - m a i l	m.urakami@himeji-kanko.jp

1 1 . 関係する都道府県・市町村担当者連絡先

都道府県・市町村名	兵庫県・姫路市
担当者氏名	西本 雄太
担当部署名(役職)	観光課 課長補佐
郵便番号	670-8501
所在地	兵庫県姫路市安田四丁目1番地
電話番号(直通)	079-221-2121
F A X 番号	079-221-2101
E - m a i l	yuuta_nishimoto@city.himeji.lg.jp

基礎情報

【マネジメント・マーケティング対象とする区域】 兵庫県 姫路市
 【設立時期】 平成18年4月1日
 【設立経緯】 地域の観光協会がDMOに移行
 【代表者】 齋木 俊治郎
 【マーケティング責任者(CMO)】 田中 英男
 【財務責任者(CFO)】 西井 健滋
 【職員数】 28人(常勤) [正職員5人・出向職員5人・契約職員5人・臨時職員13人]
 【主な収入】
 姫路市補助金収入(230,774千円)、姫路市受託事業収入(41,606千円)、会費収入(5,355千円)、収益事業収入(95,214千円) R5 決算
 【総支出】363,555千円 R5決算
 公1(観光振興事業)243,291千円、公2(コンベンション事業)44,704千円、
 公3(フィルムコミッション事業)11,213千円、収益等事業59,351千円、法人会計4,994千円
 【連携する主な事業者】
 姫路市(観光経済局)、姫路商工会議所、姫路ホテル協議会、姫路旅館ホテル生活衛生同業組合、姫路酒造組合、姫路菓子組合、姫路食文化協会、姫路料飲組合連合会、姫路市商店街連合会、姫路市商工会、姫路皮革製品推進協議会、姫路市漁業協同組合、西日本旅客鉄道株式会社、山陽電気鉄道株式会社、神姫バス株式会社、兵庫県タクシー協会姫路支部 他

戦略

【主なターゲット】
 (1)国内観光客
 首都圏、中部、九州からの宿泊を伴う観光客
 着地型観光(体験)コンテンツへの関心が高い20代から50代の女性層
 国内教育旅行(1都1道8県)
 (2)外国人観光客
 欧・米・豪市場の「ゴールドルートから広島」への旅行者(英・仏・西・独・米・豪)
 中国・台湾・香港・タイ市場の訪日リピーター層
 (3)MICE
 200~500人までのコンベンション(学会等)
 2,000人規模までのコンベンション

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
 現地及びSNS等を活用したデジタルプロモーションや、旅行会社・関係団体へのセールス、各ターゲット層に訴求力のある着地型体験コンテンツの企画造成、地域一体となった高付加価値化推進、ITやDXの活用により市域への誘客を図る。

【観光地域づくりのコンセプト】
 ・姫路城での感動体験が、中心エリアから周遊エリアでの体験によって、宿泊・観光施設に連鎖することで観光客に1度の旅を何倍も楽しむ価値を提供する
 ・姫路が培ってきた色とりどりの 風土(文化)とフードを楽しむガストロノミー

KPI(実績・目標)

記入日: 令和5年8月31日

()内は外国人に関するもの。

項目		2020 (R2)年	2021 (R3)年	2022 (R4)年	2023 (R5)年	2024 (R6)年	2025 (R7)年
旅行消費額 (百万円)	目標	- ()	65,259 ()	96,584 ()	96,584 ()	96,584 ()	96,584 ()
	実績	33,934 ()	48,307 ()	調査中 ()			
延べ 宿泊者数 (千人)	目標	- (-)	1,196 (49)	1,434 (93)	1,434 (93)	1,434 (93)	1,434 (93)
	実績	958 (5)	993 (3)	1,239 (25)			
来訪者 満足度 (%)	目標	- (-)	82 (-)	83 (83)	83 (83)	83 (83)	83 (83)
	実績	81 (-) 1	84 (-) 1	85 (99)			
リピーター率 (%)	目標	62.0 (11.0)	62.5 (11.5)	63 (12)	63 (12)	63 (12)	63 (12)
	実績	67 (-) 1	66 (-) 1	68 (66)			

1) 新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響により、共通基準に準じた調査票を収集できなかったため、訪日外国人旅行者の結果は記載していない

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】
 下記 から の事業について、販売プラットフォームに連携させ、HP姫路観光ナビ「ひめのみち」の特設ページに集約し、情報提供から予約・決済・問い合わせまでシームレスに提供できる仕組みを構築。
 「もっと姫路たび」事業・・・地域の観光資源を組み合わせた現地ツアーの企画造成
 「ちょっと姫路たび」事業・・・地域事業者が提供する体験コンテンツをWeb上に集約
 文化財・伝統工芸・地場産業を活用したプレミアムコンテンツの企画造成

【受入環境整備】
 姫路市内で活動する観光ガイドの事業支援を行うことで、観光人材の育成及び技術の継承を図ることを目的とし、良質な観光サービスを展開する環境整備を行う。

【情報発信・プロモーション】
 姫路地域の観光情報(施設/飲食/土産店/宿泊/交通/体験/パンフレット等)を網羅したポータルサイトに情報発信 ・国内向け:HP「ひめのみち」 ・インバウンド向け(9言語):HP「Visit Himeji」
 SNSを活用した情報発信(広告配信含む):Instagram(日・英にて発信)、Weibo(中国向け)
 インバウンドプロモーション
 ・重点市場に定める「台湾・フランス」には現地REPを置き、現地での情報発信や情報収集に取り組む
 ・重点市場に定める「英語圏(イギリス・アメリカ・オーストラリア)、香港、タイ」については、JNTOをはじめ広域DMOや近隣DMOと連携してプロモーションに取り組む。

