

観光地域づくり法人形成・確立計画

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	
マーケティング・マネジメント対象とする区域	区域を構成する地方公共団体名 兵庫県 姫路市	
所在地	兵庫県姫路市本町 68 番地	
設立時期	平成 18 年 4 月 1 日 (沿革) 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 平成 25 年 公益社団法人に移行	
職員数	28 人 【常勤 27 人 (正職員 5 人・出向職員 8 人・契約職員 3 名・臨時職員 12 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) 三宅 知行 (在籍組織名) 姫路信用金庫 理事長	公益社団法人姫路観光コンベンションビューロー理事長として、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。
データ収集・分析等の専門人材 (CMO: チーフ・マーケティング・オフィサー)	(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	平成 31 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: チーフ・フィナンシャル・オフィサー)	(氏名) 合田 勝彦「専従」 (出身組織名) 株式会社三井住友銀行	銀行で 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) 森本 吉胤「専従」 (在籍組織名) 株式会社 JTB	旅行会社で 32 年間勤務。国内外の個人・団体向け旅行商品の造成、販売等に精通し、プロモーションに高い能力を持つ。
MICE プロモーションの責任者 (専門人材)	(氏名) 小寺 信博「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、企画開発業務に 35 年携わり、多数の提案業務や大会・展示会などに携わり、MICE プロモーションに高い能力を持つ。

(別添) 様式 1

<p>連携する地方公共団体の担当部署名及び役割</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2" style="background-color: #cccccc;">■姫路市</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>・ 政策局</td> <td>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>・ 財政局</td> <td>財源の確保等</td> </tr> <tr> <td>・ 観光スポーツ局</td> <td>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 等</td> </tr> <tr> <td>・ 産業局</td> <td>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>・ 都市局</td> <td>姫路駅周辺整備、公共交通、景観保存等</td> </tr> <tr> <td>・ 教育委員会事務局</td> <td>文化財の保護・活用等</td> </tr> <tr> <td>・ 日本城郭研究センター</td> <td>文化財の調査・研究等</td> </tr> <tr> <th colspan="2" style="background-color: #cccccc;">■兵庫県</th> </tr> <tr> <td>・ 産業労働部 観光局</td> <td>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>・ 中播磨県民センター</td> <td>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	・ 観光スポーツ局	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 等	・ 産業局	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																						
・ 観光スポーツ局	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 等																						
・ 産業局	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																						
<p>連携する事業者名及び役割</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th style="background-color: #cccccc;">役割</th> <th style="background-color: #cccccc;">事業者</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1. ビックデータの収集分析</td> <td>・ 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>2. 滞在型観光の推進</td> <td>・ 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>3. 着地型旅行商品の開発 特産品の開発・PR</td> <td>・ 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>4. アクセス・二次交通</td> <td>・ 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> <tr> <td>5. 大学・研究機関連携</td> <td>・ 兵庫県立大学 ・ 姫路獨協大学 ・ 姫路大学 ・ 姫路日ノ本短期大学 ・ 理化学研究所播磨事務所 他</td> </tr> <tr> <td></td> <td></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	5. 大学・研究機関連携	・ 兵庫県立大学 ・ 姫路獨協大学 ・ 姫路大学 ・ 姫路日ノ本短期大学 ・ 理化学研究所播磨事務所 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																						
5. 大学・研究機関連携	・ 兵庫県立大学 ・ 姫路獨協大学 ・ 姫路大学 ・ 姫路日ノ本短期大学 ・ 理化学研究所播磨事務所 他																						

(別添) 様式 1

	<p>6. 広域連携</p>	<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 ・一般社団法人瀬戸内海島めぐり協会 ・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】①・②に該当 (概要)</p> <p>① 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。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>②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「商品開発 WG」「受入体制整備 WG」「プロモーション WG」を設置。</p> <p>② 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>④姫路市との情報共有・連携会議 「市・ビューロー連携会議」「市・ビューロー担当者会議」「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、特設ウェブサイトにて、当法人の活動状況、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>							
<p>法人のこれまでの活動実績 (令和 2 年度実績)</p>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 50%; text-align: center;">活動概要</th> <th style="width: 50%; text-align: center;">定量的な評価</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center;">観光振興事業</td> </tr> <tr> <td style="vertical-align: top;"> <p>(1) 観光プロモーション事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 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 <p>(2) 着地型観光素材開発と商品造成</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 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 <p>(3) 受入体制整備事業</p> <p>(4) 情報発信事業</p> <p>(5) インバウンド事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 海外旅行博、BtoB 商談会への出展、 ・ 滞在型観光の促進 (宿泊助成) ・ ファムトリップ 受入 </td> <td style="vertical-align: top;"> <p>(1) 旅行会社へ：55 社 商談会への参加：1 回 観光キャンペーン：1 回</p> <p>(2) 着地型観光商品：6 本 (138 人)</p> <p>(3) 観光案内所窓口運営</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 来所者：88 千人 ・ 窓口受付：国内 22 千人、 外国人 0.5 千人 <p>(4) HP アクセス：379 千件</p> <p>(5) 海外旅行博出展：1 件 海外商談会参加：3 件 (オンライン) 宿泊助成：0 件 ファミトリップ受入：7 件</p> </td> </tr> </tbody> </table>		活動概要	定量的な評価	観光振興事業		<p>(1) 観光プロモーション事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 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 <p>(2) 着地型観光素材開発と商品造成</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 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 <p>(3) 受入体制整備事業</p> <p>(4) 情報発信事業</p> <p>(5) インバウンド事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 海外旅行博、BtoB 商談会への出展、 ・ 滞在型観光の促進 (宿泊助成) ・ ファムトリップ 受入 	<p>(1) 旅行会社へ：55 社 商談会への参加：1 回 観光キャンペーン：1 回</p> <p>(2) 着地型観光商品：6 本 (138 人)</p> <p>(3) 観光案内所窓口運営</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 来所者：88 千人 ・ 窓口受付：国内 22 千人、 外国人 0.5 千人 <p>(4) HP アクセス：379 千件</p> <p>(5) 海外旅行博出展：1 件 海外商談会参加：3 件 (オンライン) 宿泊助成：0 件 ファミトリップ受入：7 件</p>
活動概要	定量的な評価							
観光振興事業								
<p>(1) 観光プロモーション事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 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 <p>(2) 着地型観光素材開発と商品造成</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 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 <p>(3) 受入体制整備事業</p> <p>(4) 情報発信事業</p> <p>(5) インバウンド事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 海外旅行博、BtoB 商談会への出展、 ・ 滞在型観光の促進 (宿泊助成) ・ ファムトリップ 受入 	<p>(1) 旅行会社へ：55 社 商談会への参加：1 回 観光キャンペーン：1 回</p> <p>(2) 着地型観光商品：6 本 (138 人)</p> <p>(3) 観光案内所窓口運営</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 来所者：88 千人 ・ 窓口受付：国内 22 千人、 外国人 0.5 千人 <p>(4) HP アクセス：379 千件</p> <p>(5) 海外旅行博出展：1 件 海外商談会参加：3 件 (オンライン) 宿泊助成：0 件 ファミトリップ受入：7 件</p>							

(別添) 様式 1

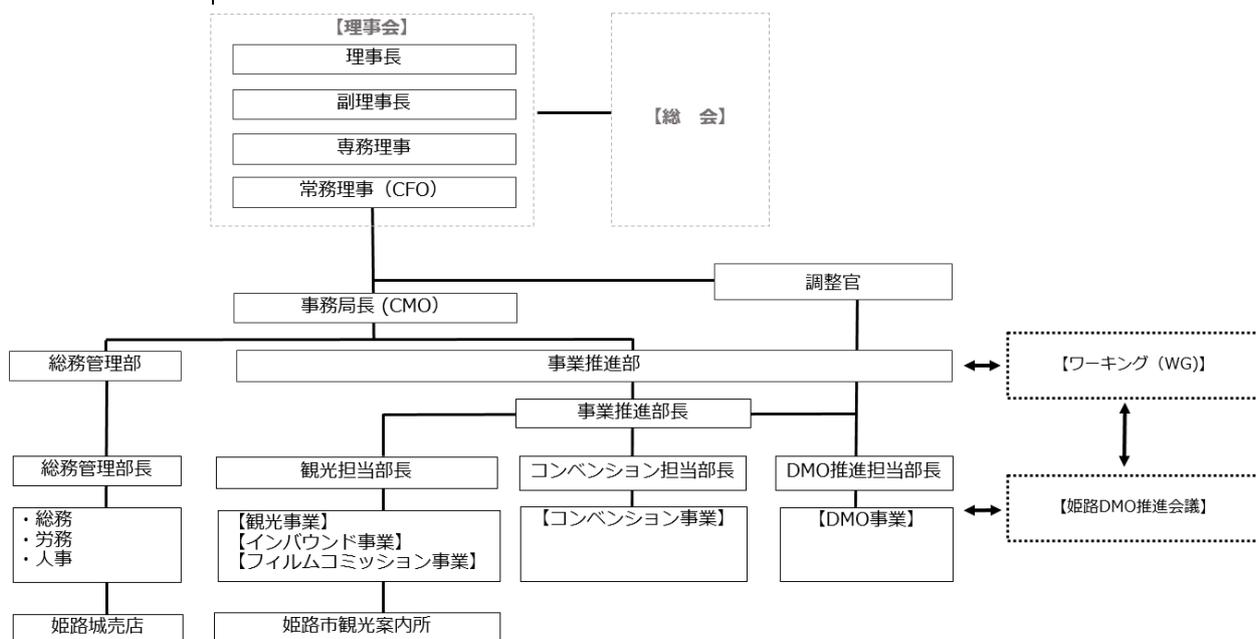
MICE 事業	
(1) MICE プロモーション事業 ・ MICE 主催者へのセールス ・ 展示会及び商談会 ・ キーマン招聘セミナーの開催 (2) MICE 受入・支援事業 (3) 調査事業	(1) MICE 誘致セールス：2 件 キーマン招聘セミナー：2 件 59 名 展示会及び商談会：5 件 (2) 開催支援：4 件 開催助成金：2 件 (3) コンベンション経済波及効果額： 135 百万円
フィルムコミッション事業	
(1) 映画・テレビ・CM 等のロケ作品の 誘致支援事業 (2) 市民啓発事業	(1) ロケーション実績：75 本 (2) ロケ地ツーリズムの実施：2 本
会員サービス事業	
(1) 会員サービスの充実・加盟会員の誘致	(1) 会員数：424 件 (正会員 327 件、賛助会員 97 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： ▲17,333 千円

実施体制
※地域の関係者との連携体制及び地域における合意形成の仕組みが分かる図表等を必ず記入すること（別添可）。

(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。

(実施体制図)

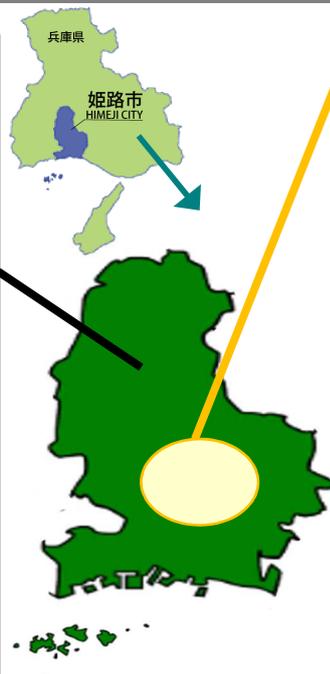


2. 観光地域づくり法人がマーケティング・マネジメントする区域

【区域について】

②周遊エリア

- 1 日本遺産に認定の3ストーリーを活用した「歴史・文化観光」の促進。
(「1300年つづく日本の終活の旅～西国三十三所観音巡礼～」 「荒波を越えた男たちの夢が紡いだ異空間～北前船寄港地・船主集落～」 「播但貫く、銀の馬車道 銚石の道～資源大国日本の記憶をたどる73kmの轍～」)
- 2 豊かな自然環境によって育まれる農産物や海洋資源を活用した着地型体験コンテンツの拡充
- 3 姫路港を活用したクルーズ船誘致等のポートセールスの強化



①中心エリア (姫路駅・姫路城周辺)

- 1 世界遺産姫路城を中心とした城下町特有の「歴史・文化観光」の促進
- 2 観光客の様々なニーズに対応するため、地域ガイドの活用とまち歩きや着地型体験コンテンツの拡充
- 3 まちなかの商店街をはじめとする商業施設における消費額の拡大
- 4 2021年新設の文化・コンベンション施設(アクリエひめじ)を中心としたMICEプロモーションの促進
- 5 多種多様なイベントを活用した情報発信の強化

【区域設定の考え方】

姫路市は、北は中国山地、南は瀬戸内海が広がり、世界遺産姫路城や日本遺産「西国三十三所観音巡礼」などに代表される歴史・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」など豊かな自然環境が広がる魅力あふれるエリアであり、国内外から多くの観光客が訪れている。

当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、①中心エリアと②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。

①中心エリア(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。

②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】

コロナ禍の影響が少ない2019年度の実績を基準値とし設定していることから、令和元年度の実態に令和2年度実績を加味し記載。

<令和元年度の実態>

姫路市観光動向調査において、令和元年度の姫路市総入込客数は、観光施設入込客数4,753千人、まつり・イベント入込客数2,201千人、スポーツ自然鑑賞等入込客数は2,323千人と総延べ入込客数9,277千人となった(前年比1.4%増)。

姫路市で一番入込が多い世界遺産姫路城の来城者数は、令和元年度は国内観光客1,153千人、外国人観光客395千人の計1,548千人であった。なお、令和2年1月末までは前年比110%で推移してい

(別添) 様式 1

たが、新型コロナウイルス感染症拡大の影響で2月及び3月に大幅減となり、前年比97.4%となった。
 また、宿泊者の状況は、姫路経済研究所の令和元年度宿泊統計において、93.5%が日本人宿泊者で、6.5%が外国人宿泊者と推計されている。地域別にみると、国内宿泊者は近畿地方(46.5%)と関東地方(26.0%)で72.5%を占めている。外国人宿泊者については、アジア54.5%、欧米豪33.1%、その他12.4%の構成である。外国人宿泊者の国別構成比は、台湾が一番多く23.5%を占め、以下中国(11.6%)、アメリカ(10.2%)、フランス(9.7%)、香港(5.9%)、韓国(5.2%)、ドイツ(3.7%)、イギリス(2.8%)、オーストラリア(2.7%)、タイ(2.5%)と続く。なかでも、台湾及びフランスは観光庁の宿泊旅行統計調査の全国での構成比を大きく上回り、アメリカ・ドイツ・イギリスについても、全国比を上まわっている。

<令和2年度の実態>

姫路市総入込客数は、観光施設入込客数1,837千人、まつり・イベント入込客数280千人、スポーツ自然鑑賞等入込客数は1,137千人と総延べ入込客数3,254千人となった(前年比64.9%減)。
 姫路城来城者は、国内観光客382千人、外国人観光客8千人の計390千人であった(前年比74.8%減)。
 また、宿泊者数の合計は前年比33.1%減の958千人であった。内訳は日本人952千人(99.4%)、外国人5千人(0.6%)と推計される。地域別にみると、近畿地方(57.4%)が最も多く、次いで関東地方(18.8%)、中部地方(6.7%)、中国地方(6.5%)となり、コロナ禍の影響もありマイクロツーリズム圏内である近畿地方の占める割合が前年より10.9%増えた。

外国人宿泊者については、渡航制限下であることから、そのほとんどが在日外国人訪問客であると推測される。よって、令和元年度までの構成比と大きく変わり、アジア61.2%、欧米豪23.5%、その他15.3%の構成であった。上位は、フィリピン(25.5%)、中国(10%)、ベトナム(9.8%)、イギリス(8.9%)、インドネシア(5.3%)、韓国(5.1%)、ドイツ(5.1%)、アメリカ(4.4%)、ブラジル(1.9%)、台湾(1.6%)と続く。

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も多く、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「団体旅行から個人旅行へ」「商品の所有に価値を見出すモノ消費から、商品やサービスで得られる体験に価値を見出すコト消費」へと観光動向が変化している。

当ビューローでは、このような現状把握に取り組み、「着地型体験観光」「滞在型観光」への舵切りを始めている。今後これらに加えて、マーケティング機能の強化に取り組んでいきたい。

【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】

(姫路駅・姫路城周辺) 中心エリア	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、亀山本徳寺、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、姫路市立動物園 姫路市立水族館、姫路科学館、姫路市立平和資料館 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	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ハリマアルビオン公式戦 等
	イベント等	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 ル・ポン国際音楽祭、千姫ぼたんまつり、お夏清十郎まつり 等

(別添) 様式 1

周遊エリア	観光施設	【歴史資源】 置塩城跡、大庄屋旧三木家住宅・敬業館、吉井家住宅（千年家） 他 【神社仏閣】 書寫山圓教寺、龍門寺、松原八幡神社、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 兵庫県立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、姫路市立グリーンステーション鹿ヶ壺、兵庫県立ゆめさきの森公園、農業公園夢やかた、夢街道 Farm67、香寺ハーブガーデン、清水の浜 他
	商業施設	JF ぼうぜとれとれ市場 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、姫路港ふれあいフェスティバル、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 4,681 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
- ・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

(別添) 様式 1

2	<p>外国語ホームページ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・HP 姫路観光ナビ「ひめのみち」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。
3	<p>姫路市観光案内所（JR 姫路駅コンコース内） カテゴリー 2</p> <ul style="list-style-type: none"> ・英語及び中国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	<p>受入環境整備</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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 <p>※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）</p>

3. 各種データ等の継続的な収集・分析

収集したデータ		収集の目的	収集方法
消費に関すること	旅行消費額	必須 KPI	兵庫県観光統計研究会
	一人あたりの消費額	消費傾向の分析	姫路市観光動向調査
	飲食・宿泊施設へのヒアリング	飲食、宿泊消費額の競合地の把握、消費傾向の分析	ビューロー（姫路経済研究所連携）
宿泊に関すること	延べ宿泊者数	必須 KPI	姫路経済研究所
	宿泊施設の稼働率	独自 KPI	
	「宿泊競合都市」の調査 「宿泊目的」の調査	宿泊競合都市の洗い出し 宿泊目的からの傾向把握（観光、義務的旅行等）	姫路市観光動向調査 ひょうご観光本部「観光地魅力調査」
満足度に関すること	来訪者満足度	必須 KPI	姫路市観光動向調査
	不満足度に関する調査	満足しない原因把握（不満理由）	姫路市観光動向調査 ひょうご観光本部「観光地魅力調査」
リピータに関すること	リピータ率	必須 KPI	姫路市観光動向調査
	リピーター来訪目的の調査	リピート目的の把握	
	リピーター消費額の調査	リピーターの消費傾向の分析	
デジタル媒体に関すること	WEB サイトのアクセス数	独自 KPI	ビューローHP「ひめのみち」
	詳細な WEB アクセス分析	国別・国内居住地・掲載記事分析等	ビューローSNS 媒体
	SNS の分析（エンゲージ率等）	掲載内容の分析	
姫路城来城者に関すること	姫路城入込数	入城者の推移、属性の分析	主要観光施設入込客数調査
	姫路城リピーター傾向	姫路城リピーターの傾向、属性分析	姫路市観光動向調査
	団体入城者	ツアーの発地分析、送客元の旅行会社把握	ビューロー調査（姫路城管理事務所との連携）
	教育旅行入城者	小・中・高分類、都道府県（市町村）、学校名、人数の把握	
着地型観光コンテンツに関すること	「もっと姫路たび」参加者アンケート	参加者満足度及び改善	ビューロー調査

(別添) 様式 1

主要観光施設入込客数	各施設の月別入込客推移	各施設の動向分析	主要観光施設入込客数調査
住民満足度に関すること	総合計画の市民意識調査項目に、新たに住民満足度を追加。(3年ごとに更新)	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	姫路市総合計画
MICEに関すること	開催件数及びコンベンション経済波及効果	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	ビューロー調査

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、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> <ul style="list-style-type: none"> 世界遺産の姫路城をはじめ、数多くの有形文化財・無形文化財・民俗文化財・記念物等の歴史文化資源を有する 中国自動車道・山陽自動車道等の基幹道路、新幹線をはじめとする高速鉄道網、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 国内2都市に加えて、海外6都市3城と、姉妹都市・姉妹城・観光友好交流協定の提携を活かした相互交流 ターゲットとする市場が広いため、政情不安等に対するリスクヘッジとなる 姫路和牛、姫路ポーク、家島諸島沖の海産物、日本酒、和菓子など多彩な食資源 ホテルの新規開業(過去3年間で5軒)による宿泊収容数の大幅な増加 姫路市文化コンベンションセンター(アクリエひめじ)の開館によるMICE開催の促進 	<p>弱み (Weaknesses)</p> <ul style="list-style-type: none"> 大阪、京都、神戸と比較しての認知度不足 世界遺産姫路城以外の認知度不足 通過型観光による滞在時間や消費額の少なさ 姫路市内の二次交通網の不足 外国人観光客の受入環境整備の遅れ(多言語表記、Wifi環境、両替、免税、キャッシュレス決済対応店舗、pray room、ベジタリアン・ムスリム・ヴィーガン料理対応等) 英語以外の多言語対応ガイドの不足

(別添) 様式 1

<p>外部環境</p>	<p>機会 (Opportunity)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 関西国際空港を利用する外国人訪日観光客の増大 ・ 訪日外国人観光客の関西圏の人気、訪日リピーター観光客の新しい観光地需要 ・ クルージングや船旅への需要 ・ オリンピック・パラリンピック東京大会2020、関西ワールドマスターズ2021、2025年国際博覧会(万博)の大阪開催などの大型国際イベントを契機とした訪日観光への需要 ・ 「コンベンションビューロー機能高度化事業」採択によるMICE誘致及び受入体制の強化 ・ 広域観光周遊ルート(せとうち・海の道)に認定 ・ 日本遺産に、3ストーリーが認定 (「1300年つづく日本の終活の旅～西国三十三所観音巡礼～」 「荒波を越えた男子たちの夢が紡いだ異空間～北前船寄港地・船主集落～」 「播但貫く、銀の馬車道 鉱石の道～資源大国日本の記憶をたどる73kmの轍～」) 	<p>脅威 (Threat)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 他地域との観光客・MICE誘致競争 ・ 高齢化人口減少に伴う国内旅行者の減少 ・ 台風や地震などによる自然災害 ・ 人材不足による機会損失 ・ 国際情勢の悪化、為替変動等による訪日客の減少 ・ 新型コロナウイルス感染症による観光客の減少
-------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

(3) ターゲット

新型コロナウイルス感染症からの国内観光需要の回復期と、収束後(向こう3カ年)のターゲットを区別し設定。これらのターゲットに関しては、理事会等での合意形成を経て設定したが、今後の観光動向に注視し、域内の多様な事業者で構成されるワーキング等の意見を反映しながら、協議の上確定していく。

【新型コロナウイルス感染症からの国内観光需要の回復期】

<p>○ターゲット層 姫路市民・兵庫県民・近隣府県からの国内観光客</p>
<p>○選定の理由 新型コロナウイルス感染症により、地域の観光産業は冷え込んでいることから、観光事業者の支援を含めた観光需要の回復が最優先課題であり、もっとも戻りが早いであろうセグメントをターゲットに選定。</p> <p>○取組方針 姫路市民が市内観光資源(観光施設・飲食・宿泊・地場産品・体験・自然等)を利用することで、魅力ある資源の再発見を促すとともに、観光事業者への誘客及び消費に繋がるような事業を行う。また、段階的に、兵庫県内から近隣府県、大都市圏に広げプロモーションを行う。</p>

【新型コロナウイルス感染症の収束後 (向こう 3 年)】

◆観光 国内観光客

○第 1 ターゲット層

関東、中部、九州からの宿泊を伴う観光客 (個人観光客・団体旅行)

■選定の理由 (新型コロナウイルス感染拡大の影響が小さい令和元年度を基準値とする)

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、関東・中部・九州エリアを選定。

- ・令和元年度姫路城エリア別団体入城 (国内からの入城者に占める割合)
: 関東 25%、中部 16%、九州/沖縄 10%
- ・令和元年度姫路市宿泊統計 (国内宿泊者に占める割合)
: 関東 26.0%、中部 8.7%、九州/沖縄 5.0%

■取組方針

ターゲットとなるエリアに対し、個人観光客誘致のための観光キャンペーン (現地及びデジタルプロモーション) や、団体観光客誘致のために、旅行会社やメディアへのセールスを行う。また、事業ごとのアンケートなどから、来訪意向につながる要因を分析し、分析結果に基づいてターゲット層に訴求力のあるコンテンツを磨き上げる。

○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 20 代から 50 代のアクティブ女性層

■選定の理由 (新型コロナウイルス感染拡大の影響が小さい令和元年度を基準値とする)

DMO アドバイザー会議において、姫路市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、当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、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、着地型旅行商品を掲載した HP 「もっと姫路たび」の登録会員は 80% 女性であり、参加者も女性 80% であることから、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) 商品の開発を行う。SNS 等での情報発信を強化し、令和 3 年度 9 月に導入予定の観光プラットフォームを活用し広く販売を行う。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 (新型コロナウイルス感染拡大の影響が小さい令和元年度を基準値とする)

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。

令和元年度、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

<p>■取組方針</p> <p>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」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。</p>
<p>◆観光 外国人観光客</p>
<p>○第1ターゲット層</p> <p>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」</p>
<p>■選定の理由（コロナウィルス感染拡大の影響が小さい令和元年度を基準値とする）</p> <p>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 F A M の際のアンケートでも明確である。</p> <p>また、姫路市宿泊統計、姫路市観光案内所の国別問合受付件数を見ると、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。さらに海外6都市3城と、姉妹都市・姉妹城・観光友好交流協定の提携を活かしたプロモーションが展開できるため。</p> <ul style="list-style-type: none">・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） ：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%）・令和元年度姫路市観光案内所の国別問合受付件数（外国人問合件数に占める割合） ：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%） <p><姉妹都市・姉妹城・観光友好交流協定の提携></p> <p>欧米豪は、シャルルロア市（ベルギー）、フェニックス市（アメリカ） アデレード市（オーストラリア）、シャンティイ城（フランス・ロワーズ県） コンウィ城（英国・北ウエールズ）、ノイシュバンシュタイン城（ドイツ・バイエルン州）</p>
<p>■取組方針</p> <p>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、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やメディアを活用した情報発信に取り組む。合わせて、外国人観光客に訴求する着帯型体験商品の造成に取り組む。</p>
<p>○第2ターゲット層</p> <p>中国・台湾・香港・タイ市場の訪日リピーター層（個人旅行・団体旅行）</p>
<p>■選定の理由（コロナウィルス感染拡大の影響が小さい令和元年度を基準値とする）</p> <p>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として姫路の魅力を伝えることが有効と考える。</p> <ul style="list-style-type: none">・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%）

(別添) 様式 1

■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

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ジョンと合わせて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。

○第2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年に開館予定の、「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GRESS・コンベンション・ビューロー（JCGB）、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。

(4) 観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	姫路城 プラスワン戦略ー姫路ブランドの構築ー
②コンセプトの考え方	<p>2019年度の姫路市観光動向調査によると、姫路市を訪れる国内旅行者の旅行形態は日帰り 79.6%、宿泊 20.4%（うち姫路市内での宿泊は 49.2%）と推計される。また、姫路市を訪れる外国人旅行者のうち、姫路市内での宿泊は 13.3%となっている。よって、一人当たりの消費額は、宿泊型の観光地に比べると低く、消費内訳から推測するに、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。また姫路城の存在が大きく、姫路城以外の観光素材が注目されづらく認知度が低い。このような背景から、姫路版 DMO が司令塔となり、行政・会議所・観光関連団体・観光事業者と議論しながら、滞在型の観光地へ転換するため、それぞれの分野や業界にとっての「姫路城プラスワン」戦略をコンセプトにすることで、観光事業者のみならず地域住民が世界に誇れる姫路ブランドの構築を目指すもの。</p>

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	<p>公益社団法人姫路観光コンベンションビューローの理事及び会員は地域の多様な関係者で構成されており、事業に関する共有、業務執行の決定の場として、理事会を年3回、総会を年2回開催している。</p> <p>また、多様な業種の関係者で構成される、当法人が事務局を務めるワーキング「商品開発」「受入体制整備」「プロモーション」を設置し、事業戦略の共有、多様な関係者との合意形成を図る。</p> <p>また、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>
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	<p>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。</p>
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、旅前・旅中・旅後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、広告プロモーション等を実施する。</p>

6. K P I (実績・目標)

(1) 必須K P I

指標項目		2018 (H30) 年度	2019 (R 1) 年度	2020 (R 2) 年度	2021 (R 3) 年度	2022 (R 4) 年度	2023 (R 5) 年度
①旅行消費額 (百万円)	目標	—	—	—	65,259	96,584	検討中
	実績	95,835	96,584	33,934	—	—	—
②延べ宿泊者数 (千人)	目標	— (—)	— (—)	— (—)	1,196 (49)	1,434 (93)	検討中 (検討中)
	実績	— (—)	1,434 (93)	958 (5)	— (—)	— (—)	— (—)
③来訪者満足度 (%)	目標	—	—	—	82	83	検討中
	実績	—	—	81	—	—	—
④リピーター率 (%)	目標	— (—)	— (—)	— (—)	63 (8)	63 (11)	検討中 (検討中)
	実績	70.9 (21.1)	50.7 (4.0)	67 (—) ※1	— (—)	— (—)	— (—)

※①旅行消費額、③来訪者満足度は国内外の全旅行者の実績。

②延べ宿泊者数、④リピーター率の上段は日本人旅行者に関する数値

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

※1) コロナ禍のため訪日外国人観光客への調査は実施なし

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】

令和3年度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、令和2年度実績が落ち込みの底であると想定し、令和4年度までの2カ年で減分を取り戻す(令和元年度水準に戻す)ことを目標数値として設定。令和5年度以降は令和4年度に設定予定のため、今後整合性を取りつつ設定する。

設定にあたり、令和3年を初年度とする姫路市総合計画と整合性を取りつつ、令和3年6月に当ビューローの理事会及び総会において、「事業報告・収集したデータに基づく戦略や目標数値(KPI)等」について多様な関係者との共有を行い設定。

【設定にあたっての考え方】

①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。

②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)が中心市街地31軒のホテルに対し、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。
上記31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85%をカバーしていることから、この数値を基準にKPIを設定。

(別添) 様式 1

<p>③来訪者満足度</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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活用。 <p>④リピーター率</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「姫路市観光動向調査」の数値を活用。

(2) その他の目標

指標項目		2018 (H30) 年 度	2019 (R 1) 年度	2020 (R 2) 年度	2021 (R 3) 年度	2022 (R 4) 年度	2023 (R 5) 年度
①宿泊施設の稼働率 (%)	目標	—	—	—	60	69.8	検討中
	実績	—	69.8	49.6	—	—	—
②WEB サイトのアクセス (千件)	目標	—	—	—	650	1,000	検討中
		(—)	(—)	(—)	(100)	(250)	(検討中)
	実績	691	544	379	—	—	—
		(151)	(52)	(9)	(—)	(—)	(—)

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

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

<p>【検討の経緯】</p> <p>①宿泊施設の稼働率及び②WEB サイトアクセスについて、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、令和2年度の実績を減少の底と捉え、令和4年度までの2カ年の目標数値を設定。令和5年度以降は令和4年度に設定予定のため、今後整合性を取りつつ設定する。</p> <p>設定にあたり、令和3年を初年度とする姫路市総合計画と整合性を取りつつ、令和3年6月に当ビュローの理事会及び総会において、「事業報告・収集したデータに基づく戦略や目標数値(KPI)等」について多様な関係者との共有を行い設定。</p> <p>【設定にあたっての考え方】</p> <ul style="list-style-type: none"> ●宿泊施設の稼働率 <ul style="list-style-type: none"> ・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」) <ul style="list-style-type: none"> ・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																
2018 (H30) 年度	226,276,472 (円)	<table> <tr><td>【姫路市からの補助金】</td><td>72,833,960 (円)</td></tr> <tr><td>【姫路商工会議所からの補助金】</td><td>2,000,000 (円)</td></tr> <tr><td>【姫路市からの受託事業収入】</td><td>36,042,544 (円)</td></tr> <tr><td>【会費収入】</td><td>5,460,000 (円)</td></tr> <tr><td>【広告料収入】</td><td>5,830,000 (円)</td></tr> <tr><td>【収益事業収入】</td><td>103,163,709 (円)</td></tr> <tr><td>【その他収入】</td><td>946,259 (円)</td></tr> </table>	【姫路市からの補助金】	72,833,960 (円)	【姫路商工会議所からの補助金】	2,000,000 (円)	【姫路市からの受託事業収入】	36,042,544 (円)	【会費収入】	5,460,000 (円)	【広告料収入】	5,830,000 (円)	【収益事業収入】	103,163,709 (円)	【その他収入】	946,259 (円)		
【姫路市からの補助金】	72,833,960 (円)																	
【姫路商工会議所からの補助金】	2,000,000 (円)																	
【姫路市からの受託事業収入】	36,042,544 (円)																	
【会費収入】	5,460,000 (円)																	
【広告料収入】	5,830,000 (円)																	
【収益事業収入】	103,163,709 (円)																	
【その他収入】	946,259 (円)																	
2019 (R1) 年度	249,528,005 (円)	<table> <tr><td>【姫路市からの補助金】</td><td>80,087,000 (円)</td></tr> <tr><td>【姫路商工会議所からの補助金】</td><td>2,000,000 (円)</td></tr> <tr><td>【姫路市からの受託事業収入】</td><td>40,273,110 (円)</td></tr> <tr><td>【会費収入】</td><td>5,390,000 (円)</td></tr> <tr><td>【広告料収入】</td><td>3,962,900 (円)</td></tr> <tr><td>【収益事業収入】</td><td>117,518,918 (円)</td></tr> <tr><td>【その他収入】</td><td>296,077 (円)</td></tr> </table>	【姫路市からの補助金】	80,087,000 (円)	【姫路商工会議所からの補助金】	2,000,000 (円)	【姫路市からの受託事業収入】	40,273,110 (円)	【会費収入】	5,390,000 (円)	【広告料収入】	3,962,900 (円)	【収益事業収入】	117,518,918 (円)	【その他収入】	296,077 (円)		
【姫路市からの補助金】	80,087,000 (円)																	
【姫路商工会議所からの補助金】	2,000,000 (円)																	
【姫路市からの受託事業収入】	40,273,110 (円)																	
【会費収入】	5,390,000 (円)																	
【広告料収入】	3,962,900 (円)																	
【収益事業収入】	117,518,918 (円)																	
【その他収入】	296,077 (円)																	
2020 (R2) 年度	254,238,139 (円)	<table> <tr><td>【姫路市からの補助金】</td><td>99,768,274 (円)</td></tr> <tr><td>【姫路商工会議所からの補助金】</td><td>6,500,000 (円)</td></tr> <tr><td>【兵庫県からの補助金】</td><td>3,002,000 (円)</td></tr> <tr><td>【姫路市からの受託事業収入】</td><td>91,487,685 (円)</td></tr> <tr><td>【会費収入】</td><td>5,320,000 (円)</td></tr> <tr><td>【広告料収入】</td><td>4,928,000 (円)</td></tr> <tr><td>【収益事業収入】</td><td>36,841,883 (円)</td></tr> <tr><td>【その他収入】</td><td>6,390,297 (円)</td></tr> </table>	【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)
【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 予算額	288,320,000 (円)	<table> <tr><td>【姫路市からの補助金】</td><td>146,065,000 (円)</td></tr> <tr><td>【姫路商工会議所からの補助金】</td><td>8,000,000 (円)</td></tr> <tr><td>【姫路市からの受託事業収入】</td><td>50,843,000 (円)</td></tr> <tr><td>【会費収入】</td><td>5,525,000 (円)</td></tr> <tr><td>【広告料収入】</td><td>4,076,000 (円)</td></tr> <tr><td>【収益事業収入】</td><td>70,380,000 (円)</td></tr> <tr><td>【その他収入】</td><td>3,401,000 (円)</td></tr> </table>	【姫路市からの補助金】	146,065,000 (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】	50,843,000 (円)	【会費収入】	5,525,000 (円)	【広告料収入】	4,076,000 (円)	【収益事業収入】	70,380,000 (円)	【その他収入】	3,401,000 (円)		
【姫路市からの補助金】	146,065,000 (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】	50,843,000 (円)																	
【会費収入】	5,525,000 (円)																	
【広告料収入】	4,076,000 (円)																	
【収益事業収入】	70,380,000 (円)																	
【その他収入】	3,401,000 (円)																	
2022 (R4) 年度 予算額	288,000,000 (円)	<table> <tr><td>【姫路市からの補助金】</td><td>146,000,000 (円)</td></tr> <tr><td>【姫路商工会議所からの補助金】</td><td>8,000,000 (円)</td></tr> <tr><td>【姫路市からの受託事業収入】</td><td>50,000,000 (円)</td></tr> <tr><td>【会費収入】</td><td>5,500,000 (円)</td></tr> <tr><td>【広告料収入】</td><td>4,500,000 (円)</td></tr> <tr><td>【収益事業収入】</td><td>70,500,000 (円)</td></tr> <tr><td>【その他収入】</td><td>3,500,000 (円)</td></tr> </table>	【姫路市からの補助金】	146,000,000 (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】	50,000,000 (円)	【会費収入】	5,500,000 (円)	【広告料収入】	4,500,000 (円)	【収益事業収入】	70,500,000 (円)	【その他収入】	3,500,000 (円)		
【姫路市からの補助金】	146,000,000 (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】	50,000,000 (円)																	
【会費収入】	5,500,000 (円)																	
【広告料収入】	4,500,000 (円)																	
【収益事業収入】	70,500,000 (円)																	
【その他収入】	3,500,000 (円)																	
2023 (R5) 年度 予算額	288,000,000 (円)	<table> <tr><td>【姫路市からの補助金】</td><td>146,000,000 (円)</td></tr> <tr><td>【姫路商工会議所からの補助金】</td><td>8,000,000 (円)</td></tr> <tr><td>【姫路市からの受託事業収入】</td><td>50,000,000 (円)</td></tr> <tr><td>【会費収入】</td><td>5,500,000 (円)</td></tr> <tr><td>【広告料収入】</td><td>4,500,000 (円)</td></tr> <tr><td>【収益事業収入】</td><td>70,500,000 (円)</td></tr> <tr><td>【その他収入】</td><td>3,500,000 (円)</td></tr> </table>	【姫路市からの補助金】	146,000,000 (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】	50,000,000 (円)	【会費収入】	5,500,000 (円)	【広告料収入】	4,500,000 (円)	【収益事業収入】	70,500,000 (円)	【その他収入】	3,500,000 (円)		
【姫路市からの補助金】	146,000,000 (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】	50,000,000 (円)																	
【会費収入】	5,500,000 (円)																	
【広告料収入】	4,500,000 (円)																	
【収益事業収入】	70,500,000 (円)																	
【その他収入】	3,500,000 (円)																	

(2) 支出

年(年度)	総支出	内訳
2018 (H30) 年度	226,115,527 (円)	<p><u>公1 観光振興事業 : 100,595,275 (円)</u></p> <p>【情報発信・プロモーション】 32,919,010 (円) ※国内 45 %、インバウンド 55 %</p> <p>【受入体制整備】 2,050,488 (円)</p> <p>【着地型観光素材開発と商品造成】 2,760,272 (円)</p> <p>【その他事業費(姫路市受託事業)】 26,100,562 (円)</p> <p>【人件費含む一般管理費】 36,764,943 (円)</p> <p><u>公2 コンベンション事業 : 34,924,018 (円)</u></p> <p>【MICE プロモーション・開催支援】 19,960,889 (円)</p> <p>【人件費含む一般管理費】 14,963,129 (円)</p> <p><u>公3 フィルムコミッション事業 : 9,823,612 (円)</u></p> <p>【フィルムコミッション事業費】 5,975,877 (円)</p> <p>【人件費含む一般管理費】 3,847,735 (円)</p> <p><u>収益等事業 : 71,547,193 (円)</u></p> <p><u>法人会計(管理費) : 9,225,429 (円)</u></p>
2019 (R1) 年度	249,259,281 (円)	<p><u>公1 観光振興事業 : 102,888,849 (円)</u></p> <p>【情報発信・プロモーション】 38,972,749 (円) ※国内 30%、インバウンド 70%</p> <p>【受入体制整備】 2,143,696 (円)</p> <p>【着地型観光素材開発と商品造成】 2,682,170 (円)</p> <p>【その他事業費(姫路市受託事業)】 25,650,310 (円)</p> <p>【人件費含む一般管理費】 33,439,924 (円)</p> <p><u>公2 コンベンション事業 : 43,631,570 (円)</u></p> <p>【MICE プロモーション・開催支援】 24,189,268 (円)</p> <p>【人件費含む一般管理費】 19,442,302 (円)</p> <p><u>公3 フィルムコミッション事業 : 11,790,539 (円)</u></p> <p>【フィルムコミッション事業費】 6,297,922 (円)</p> <p>【人件費含む一般管理費】 5,492,617 (円)</p> <p><u>収益等事業 : 79,939,767 (円)</u></p> <p><u>法人会計(管理費) : 11,008,556 (円)</u></p>

(別添) 様式 1

2020 (R2) 年度	277,970,456 (円)	<p>公1 観光振興事業： 174,491,331 (円)</p> <p>【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%</p> <p>【受入体制整備】 577,908 (円)</p> <p>【着地型観光素材開発と商品造成】 2,504,735 (円)</p> <p>【その他事業費 (姫路市受託事業)】 70,469,453 (円)</p> <p>【人件費含む一般管理費】 59,000,647 (円)</p> <p>公2 コンベンション事業： 24,134,182 (円)</p> <p>【MICE プロモーション・開催支援】 6,302,121 (円)</p> <p>【人件費含む一般管理費】 17,832,061 (円)</p> <p>公3 フィルムコミッション事業： 10,962,608 (円)</p> <p>【フィルムコミッション事業費】 5,789,884 (円)</p> <p>【人件費含む一般管理費】 5,172,724 (円)</p> <p>収益等事業： 60,010,862 (円)</p> <p>法人会計 (管理費)： 8,371,473 (円)</p>
2021 (R3) 年度	288,290,030 (円)	<p>公1 観光振興事業： 156,958,030 (円)</p> <p>【情報発信・プロモーション】 40,785,000 (円) ※国内 60%、インバウンド 40%</p> <p>【受入体制整備】 9,577,000 (円)</p> <p>【着地型観光素材開発と商品造成】 5,765,000 (円)</p> <p>【その他事業費 (姫路市受託事業)】 40,235,000 (円)</p> <p>【人件費含む一般管理費】 61,288,030 (円)</p> <p>公2 コンベンション事業： 51,418,948 (円)</p> <p>【MICE プロモーション・開催支援】 29,971,000 (円)</p> <p>【人件費含む一般管理費】 21,447,948 (円)</p> <p>公3 フィルムコミッション事業： 20,387,711 (円)</p> <p>【フィルムコミッション事業費】 12,738,000 (円)</p> <p>【人件費含む一般管理費】 7,649,711 (円)</p> <p>収益等事業： 48,283,716 (円)</p> <p>法人会計 (管理費)： 11,241,595 (円)</p>
2022 (R4) 年度	288,000,000 (円)	<p>公1 観光振興事業： 157,400,000 (円)</p> <p>【情報発信・プロモーション】 40,800,000 (円) ※国内 60%、インバウンド 40%</p> <p>【受入体制整備】 9,500,000 (円)</p> <p>【着地型観光素材開発と商品造成】 5,700,000 (円)</p> <p>【その他事業費 (姫路市受託事業)】 40,200,000 (円)</p> <p>【人件費含む一般管理費】 61,200,000 (円)</p>

(別添) 様式 1

		<p>公2 コンベンション事業： 51,400,000 (円)</p> <p>【MICEプロモーション・開催支援】 29,900,000 (円)</p> <p>【人件費含む一般管理費】 21,500,000 (円)</p> <p>公3 フィルムコミッション事業： 20,200,000 (円)</p> <p>【フィルムコミッション事業費】 12,600,000 (円)</p> <p>【人件費含む一般管理費】 7,600,000 (円)</p> <p>収益等事業： 48,000,000 (円)</p> <p>法人会計(管理費)： 11,000,000 (円)</p>
2023 (R5) 年度	288,000,000 (円)	<p>公1 観光振興事業： 157,400,000 (円)</p> <p>【情報発信・プロモーション】 40,800,000 (円)</p> <p>※国内 60%、インバウンド 40%</p> <p>【受入体制整備】 9,500,000 (円)</p> <p>【着地型観光素材開発と商品造成】 5,700,000 (円)</p> <p>【その他事業費(姫路市受託事業)】 40,200,000 (円)</p> <p>【人件費含む一般管理費】 61,200,000 (円)</p> <p>公2 コンベンション事業： 51,400,000 (円)</p> <p>【MICEプロモーション・開催支援】 29,900,000 (円)</p> <p>【人件費含む一般管理費】 21,500,000 (円)</p> <p>公3 フィルムコミッション事業： 20,200,000 (円)</p> <p>【フィルムコミッション事業費】 12,600,000 (円)</p> <p>【人件費含む一般管理費】 7,600,000 (円)</p> <p>収益等事業： 48,000,000 (円)</p> <p>法人会計(管理費)： 11,000,000 (円)</p>

(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。今後、観光客の満足度を高めるため、付加価値の高い着地型旅行商品の造成及びセールスに注力する。さらに、令和3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整備し、更なる販売拡大に取り組む。

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. マーケティング・マネジメント対象区域が他の地域連携DMO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）

【マーケティング・マネジメント対象区域が重複する地域連携DMO】

(一社) 瀬戸内海島めぐり協会

【役割分担等】

下記に記載の役割分担により、効果的な誘客と市域をまたいだ一体的な取り組みが期待できる。

◆ (一社) 瀬戸内海島めぐり協会

関西空港の訪日外国人観光客の兵庫県内(淡路島)への海上輸送及び大阪湾・播磨灘を航路とする船旅を企画・実施。同航路の定着を図った上で、兵庫県内の姫路、近隣の徳島県、香川県等への海上輸送に取り組む予定。

◆ (公社) 姫路観光コンベンションビューロー

海域に含まれる姫路市として、受入体制の整備を担う。当ビューローとしては、訪日外国人旅行者の玄関口である関西空港からの誘客を重視しており、関西エリアでの目的地となるよう着地型コンテンツの整備やプロモーションに取り組んでいる。その中で、(一社) 瀬戸内海島めぐり協会の主要事業である海上輸送との連携は、更なる誘客に繋がると期待できる。なお、重複した事業や関係する事業については都度協議を行うこととしている。

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
FAX番号	079-222-2410
E-mail	m.urakami@himeji-kanko.jp

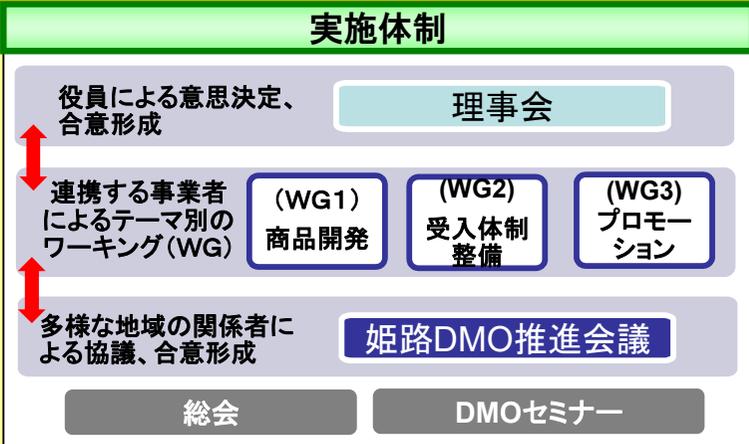
1 1. 関係する都道府県・市町村担当者連絡先

都道府県・市町村名	兵庫県・姫路市
担当者氏名	森下 誠司
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	seiji_morishita@city.himeji.lg.jp

法人名:公益社団法人姫路観光コンベンションビューロー
登録区分名:地域DMO

姫路城プラスワン戦略
-姫路ブランドの構築-

【区域】兵庫県 姫路市
【設立日】平成18年4月1日
【代表者】理事長 三宅 知行
【マーケティング責任者(CMO)】田中 英男
【財務責任者(CFO)】合田 勝彦
【職員数】28人(常勤)
(正職員5人・出向職員8人・契約職員3名・
臨時職員12名)
【連携する主な事業者】
姫路商工会議所(経済界)、観光施設・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
と連携し、ビッグデータの収集・分析、滞在型観光の推進、着地
型旅行商品・特産品の開発及びプロモーションに取り組む。



マーケティング・マネジメントする区域

【主な観光資源】<①中心エリア>
観光施設(世界遺産姫路城・好古園・動物園・美術館・文学館・水族館 他)、
商業施設(商店街 他)、自然、文化、スポーツ大会、イベント等多数
<②周遊エリア>
観光施設(姫路セントラルパーク、日本玩具博物館、太陽公
園 他)、神社仏閣(書寫山園教寺 他)、市場、自然(家島
諸島 他)、アクティビティ、イベント等多数

①中心エリア(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。

②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。

合意形成の仕組み

【該当する登録要件】①・②に該当
【概要】
①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。
②多様な業種の関係者で構成される、当法人が事務局を務める
ワーキング「商品開発」「受入体制整備」「プロモーション」を設
置。さらに、ワーキングとは別に、地域の事業者及び住民に対
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。

戦略

2020年は新型コロナウイルス感染症で冷え込んだ地域経済にお
ける観光需要の回復に重点を置き、市民の観光資源の利用促進、
兵庫県内及び近隣からの国内観光客をターゲットとするが、収束
後において、下記のターゲットを設定。
【主なターゲット】
(1)国内観光客
①首都圏、中部、九州からの宿泊を伴う観光客
②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 ③国内教育旅行(1都1道8県)
(2)外国人観光客
①欧・米・豪市場の「ゴールデンルートから広島」へ
の旅行者(英・仏・西・独・米・豪)
②中国・台湾・香港・タイ市場の訪日リピーター層
(3)MICE
①200人~500人までのコンベンション(学会等)
②2,000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】
(1)~(3)に対し、現地及びSNS等の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を行う。また、各ターゲット層に訴
求力のある体験コンテンツを発掘し、磨き上げたうえで販売を行う。

KPI(実績・目標)

※()内は訪日外国人旅行者に関する数値
※1)コロナ禍のため訪日外国人旅行者に関する

項目	2018 (H30) 年度	2019 (R1) 年度	2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度
旅行消費額 (百万円)	目標	-	-	65,259	96,584	検討中
	実績	95,835	96,584	33,934	-	-
延べ宿泊 者数 (千人)	目標	(-)	(-)	(49)	1,434 (93)	検討中 (検討中)
	実績	(-)	1,434 (93)	958 (5)	- (-)	- (-)
来訪者 満足度 (%)	目標	-	-	82	83	検討中
	実績	-	-	81	-	-
リピーター 率 (%)	目標	-	-	63 (8)	63 (11)	検討中 (検討中)
	実績	70.9 (21.1)	50.7 (4.0)	67 (-)	- (-)	- (-)

法人のこれまでの活動実績(2020年度)

【1】観光振興事業
①観光プロモーション事業 ②着地型観光素材開発と商品造成
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
①旅行会社セールス:55社、観光キャンペーン:1回
②着地型観光商品:6本、ツアー参加者:138人
③観光案内所運営(国内22千人、外国人0.5千人)
④HPアクセス:379千
⑤海外旅行博出展・商談会:4件

【2】MICE事業
①MICEプロモーション事業 ①MICE誘致セールス:2件
②MICE受入・支援事業 ②開催支援:4件、開催助成金:2件
③調査事業 ③経済波及効果額:135百万円

【3】フィルムミッション事業
①ロケ作品の誘致・支援事業 ①ロケーション実績:75本
②市民啓発事業

観光関連事業者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

当ビューローの理事及び会員は地域の多様な関係者で構成
されており、事業に関する合意形成、業務執行の決定の場と
して、理事会を年3回、総会を年2回開催している。
また、多様な業種の関係者で構成される、当法人が事務局
を務めるワーキング「商品開発」「受入体制整備」「プロモ
ーション」を設置し、事業戦略の共有、多様な関係者との合意
形成を図る。また、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。

活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

【総収入】288,320千円
【主な収入】(姫路市補助金収入)146,065千円、(姫路市受託事業収入)50,843千円、
(会費収入)5,520千円、(広告料収入)4,076千円、(収益事業収入)71,317千円
【総支出】288,290千円(管理費11,241千円、事業費277,049千円)
※令和3年度予算
【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
2 会員増加の取り組み
3 収益事業(自主財源)の拡大