

会 議 録

□全部記録 ■要点記録

1 会議名	令和3年度 第2回姫路市観光戦略推進会議
2 開催日時	令和3年10月14日（木曜日） 13時00分～15時00分
3 開催場所	姫路市役所北別館 3階 講義室
4 出席者又は欠席者名	（出席者）姫路市観光戦略推進会議 委員11人 （事務局）観光課、姫路観光コンベンションビューロー
5 傍聴の可否及び傍聴人数	傍聴可 傍聴人（0人）
6 議題又は案件及び結論等	<ol style="list-style-type: none">1 開会2 報告事項<ol style="list-style-type: none">(1) 令和3年度第1回姫路市観光戦略推進会議委員発言要旨について(2) 姫路市における観光の現状について3 協議事項<ol style="list-style-type: none">(1) 姫路市観光戦略プラン骨子案について(2) 意見交換「滞在型観光の推進について」(3) 意見交換「インバウンド観光の推進について」4 事務連絡5 閉会
7 会議の全部内容又は進行記録	議事要点については別紙参照

このページは白紙です。

<p>市長</p>	<p>1 開会（13：00）</p> <p>市長挨拶</p> <p>2 報告事項（13：05）</p> <p>【説明】</p> <p>(1) 令和3年度第1回姫路市観光戦略推進会議委員発言要旨について</p> <p>(2) 姫路市における観光の現状について</p> <p>3 協議事項（13：10）</p> <p>【説明】</p> <p>(1) 姫路市観光戦略プラン骨子案について</p>
<p>座長</p>	<p>ご質問、ご意見等があれば、自由に発言をお願いしたい。</p>
<p>委員</p>	<p>戦術としては的を射ており、また、MICEを含め、いろいろと取り組まれているが、前段階として、例えば、テレビの企画会議で姫路を取り上げたいか。また、姫路で1時間特集番組をやってみたいかなど、数都市の候補の中から選ばれるセールスポイントやストーリーを作ることが重要であり、この点をもう少し議論してもよいのではないかと。また、ストーリーの掘り起こしに関しては、観光プロデューサーのような方が戦略的に、ストーリーを組み立てるべきではないかと。</p>
<p>委員</p>	<p>姫路城であれば、1時間の番組を作ることができるのではないかと。</p> <p>また、現在策定中の特別史跡姫路城跡保存活用計画に観光戦略の要素を取り入れることで、姫路城はもちろん、動物園の跡地活用による歴史テーマパーク化が可能になるのではないかと。</p> <p>その他、宿泊した観光客の多くは、施設外で食事をするなど、姫路城周辺の繁華街には、美味しい店舗が多数存在するが、他都市の名物づくりと比較して、アピールが弱い。姫路商工会議所が実施している姫路まちなかバルなどの充実をはじめ、姫路だけではなく、播磨一円で、デジタルマーケティングや、ポータルサイトづくりなどのデジタルコンテンツの更なる活用を図るべきではないかと。</p>

委員	<p>姫路城という1時間番組を作れるポテンシャルがありながら、姫路城より来城者が多い熊本城と比較すると、やはり宣伝力の仕組みに相違が見られるのではないかと。</p>
委員	<p>熊本城との大きな違いとして、姫路城は姫路駅に到着すると見えるため、お城だけを見て帰る方が多い。先ほど、1時間番組の話があったが、姫路城以外のものを開発するのか、または、更に姫路城周辺を含めて活性化に取り組んでいくのかとの議論をもう少し深めてもよいのではないかと。熊本などを含め、他都市と比較して、姫路はお城を見て帰ろうかとなってしまうため、姫路城周辺を含め、活性化する必要があるのではないかと。</p>
委員	<p>夏休みを利用して国宝・犬山城を擁する犬山市を訪れた。城周辺は、インスタ映えするようなお土産物屋や飲食店で食べ歩きができ、若者がデートスポットとしてSNS等で紹介するなど、城下町として、魅力的に整備されていることに驚いた。</p> <p>姫路でも、姫路駅からお城までの距離で、商店街や大手前通りを活かしたウォークブルなまちづくりが大事なのではないかと。また、姫路城に近い大手前公園や姫路城三の丸広場を活かした大規模イベントが開催できる点は大変魅力的である。</p> <p>イベント会場はもちろん、商店街や大手前通りを活かすような城周辺の観光を魅力的に盛り上げることで、滞在時間の延長に繋がるのではないかと。</p>
委員	<p>姫路城だけではなく、城周辺の美術館や歴史博物館をはじめ、家島でのカヌーやカヤック体験、地引き網体験などの動きのあるコンテンツを取り入れた具体的なプランを作ってはどうか。また、格式張った宿泊施設ではなく、リーズナブルな施設で家族が楽しめるコンテンツなどを造成してはどうか。</p>
委員	<p>観光に関する貴重な意見や発言を具体的に誰がどのような体制で実行していくのかとの視点が欠けているのではないかと。また、体制については、姫路観光コンベンションビューローが、観光事業者の声も聞きながら、マーケティングやマネジメント組織として、DMOを目指している。こちらの組織をどのような方法で活かしていくのか、今回の観光戦略の目玉になるのではないかと。</p> <p>姫路では、様々な団体が観光振興に向けた取り組みを行っているが、DMOが観光戦略を踏まえ、多くの観光事業者をまとめ、情報発信や広域連携などを進めるようになれば大きく変わっていくのではないかと。</p>

委員	<p>骨子案では、具体例として、独自のものが入っているが、一般的に言われていることを姫路市に当てはめたようで、姫路らしさや、新しさに欠ける。</p> <p>また、インバウンドは重要であるが、日本の観光産業の収益の多くを支えている国内旅行者も大切にしなければならない。</p> <p>その他、農林水産や商工業の分野との連携を深めることで、国際取引やファンの増加、社員旅行や報奨旅行などへの繋がりも出てくる。</p>
委員	<p>姫路に在住の人が見せたいと思っているものは、東京の人にとって見たいものとは限らないため、外部の人の目を入れるべきではないか。姫路に縁もゆかりもない観光客や外国人が見たいと思うストーリーやコンテンツ作りが必要ではないか。</p> <p>観光は、地元住民が犠牲になり、観光客に楽しんでいただくものではないか。観光エリアは、犠牲を伴うものである。</p> <p>また、食ベログなどに一部あるが、例えば、姫路で行くべき、美味しいものベスト10など、カタログ化やリスティングして、まとめて発信すべきではないか。</p> <p>今後、地元住民を含め、観光振興を進めるにあたり、行政も意識改革に取り組んではどうか。</p>
座長	<p>委員の意見に対し、事務局の意見を伺いたい。</p>
事務局	<p>外部の人の目で見るという点は重要だと思われる。</p> <p>現在、着地型観光の推進に取り組んでいるが、行政の立場として、網羅的なものが多く、なかなかピンポイントの施策を打ち出すことが難しいなど、次の段階に到達できていない点がある。委員の方々の意見を受け、何かアドバイスをいただければと思うので、引き続き活発な議論をお願いしたい。</p>
事務局	<p>数年前まで、日本で唯一の世界遺産であり、国宝である姫路城を保全する立場の部署から、現在、活用する立場の部署となり、今回、視点を絞ってはどうかとの意見をいただいたことで、正直迷いを生じているが、委員の方々の意見を受け、本市の観光戦略の行く末を考えたい。</p>
座長	<p>観光を変えるのは、“よそ者”と“若者”と“馬鹿者”であると言われている。</p> <p>姫路市に住まれている内側の視点もあれば、他の観光地と比較できる外側の視点に加え、元々姫路市で生まれ育ち、現在は市外に住まわれ、内も外も両方の論理も分かる委員も参加しており、それぞれ違う視点で、議論を進めていくことができればと思</p>

委員	<p>う。</p> <p>5年後の観光の姿を想像した場合、DMOによるデジタルマーケティングの活用や達成数値を盛り込むとともに、専門人材を配置させるのがよいのではないか。</p> <p>世界遺産であり、国宝でもある姫路城の保存活用計画には、どの程度観光戦略が盛り込まれるのか。</p>
事務局	<p>現在、策定中の保存活用計画は、特別史跡地内の将来像を描くもので、観光の具体的なものはないが、同じ観光スポーツ局が所管しているため、観光の思いなどは十分考慮している。</p>
座長	<p>協議事項(2)に移らせていただく。事務局の説明後、ご質問、ご意見等、自由に発言をお願いしたい。</p>
事務局	<p>【説明】</p>
事務局	<p>(2) 「滞在型観光の推進」について</p>
委員	<p>滞在型観光を推進するためには、観光客が滞在せざるを得ないような魅力的なコンテンツが必要ではないか。</p> <p>フィルムコミッションの活動の一つとなるが、ロケの誘致にとどまらず、姫路を聖地化することで、新たなコンテンツの創出に繋がるのではないか。例えば映画祭のようなイベントを開催し、国内外から監督やプロデューサー、クリエイターを招聘し、その距離を近くすることで、クリエイターなどが触発され、作品につながる。神戸や山形では、映画祭などを開催している。</p> <p>また、姫路城のインスタ推奨スポットや飲食店を集約して発信するなど、姫路城や既存の観光スポットでのソフトコンテンツの運用不足のほか、ナイトライフの充実などが重要ではないか。</p>
委員	<p>滞在型観光の推進に向けて、尖った取り組みがなく、網羅的になり過ぎており、あまり滞りに結び付けづらい印象を受ける。</p>
委員	<p>朝か夜に絶対に来ないといけない仕組みを作ることが必要である。また、二次交通の整備や食の要素が必要不可欠である。特に、食についてのプロモーションは不足し</p>

	<p>ており、更なる情報発信が必要ではないか。</p> <p>また、姫路城での日の出鑑賞ツアーのほか、防犯、防災上、難しいと思われるが、姫路城に宿泊できる仕組みを検討してはどうか。</p>
委員	<p>商店街の閉店時間が早いとよく指摘されるが、商店街の成り立ちは、繁華街の反映に支えられたところもあるため、ナイトライフの充実は望ましい。また、地元住民が、来姫者に対し、お店を紹介してもらえるよう、商店街としてもお勧めできる店舗を増やすことや情報発信を行う必要がある。</p>
委員	<p>姫路は通過型の観光地という認識が強い中、会議資料にもあるように、教育旅行をより推進していけばよいのではないか。美術館や、圓教寺、家島でのカヌー体験、地引き網体験などのコンテンツが豊富であるため、教育旅行には最適であり、将来のリピーターに繋がるのではないか。また、姫路港にオーシャンビューのホテルを建設すればよいのではないか。</p> <p>その他、灘のけんか祭りや、ゆかたまつり、お城まつりなどのイベントを宿泊付き旅行プランで販売してはどうか。</p>
委員	<p>滞在型観光の促進のため、体験コンテンツを増やすこともあるが、住むように旅する、或いは、暮らすように旅する感覚で、2日3日の滞在ではなく、1週間から、10日、2週間といった長期の滞在型観光も視野に入れてみてはどうか。</p> <p>また、島や農村のほか、海の活用について、あまり触れていないため、島と海を活用した観光整備も検討してはどうか。</p>
委員	<p>食の話が頻繁に出ているが、まちなかバルのネットワークと姫路市産業局との連携により、坊勢の魚や姫路和牛などの食材を活用したプログラムを検討できないか。</p> <p>また、市内の宿泊施設は飽和状態であるため、これ以上建設されると京都のような状況になるのではないか。姫路市周辺には、福崎や赤穂、加西、たつの、明石など、電車に乗れば、20分程度で行くことができるため、姫路を起点として、周辺地域との連携を視野に、広域観光による宣伝を行うのが望ましい。</p> <p>その他、姫路城周辺の魅力の創造と宿泊促進の一体的な取り組みとして、毎年2月に実施している姫路城特別公開をOTAで販売するなど、自動的に宿泊せざるを得ない仕組みを作ることができないのか。</p>

座長	協議事項(3)に移らせていただく。事務局の説明後、ご質問、ご意見等、自由に発言をお願いしたい。
事務局	<p>【説明】</p> <p>(3) 「インバウンド観光の推進」について</p>
委員	<p>世界の観光施設ではコロナをきっかけにインターネットでのチケット購入が当たり前になっている状況の中、姫路城では現地で購入することしかできないため、まずはインターネットで入城券が購入できるようソフト面のインフラを整備してはどうか。</p> <p>クルーズ船の誘致は、インバウンド観光を推進するうえで有効だが、周遊面でのハード整備が不足しており、今のうちに整備してはどうか。</p>
委員	<p>インバウンド需要が回復するにはまだ時間がかかるため、その間に受入体制の整備を行うことは重要である。また、インバウンドに関しては、東からの誘客のほか、鳥取や岡山など、西からの誘客も当然必要である。</p> <p>また、クルーズ船による誘客に関し、宣伝効果はあるが、経済的効果だけで捉えると疑問が残る。</p> <p>その他、国でも支援している Wi-Fi 整備に関し、例えば、関西空港から姫路城まで、或いは書写山まで Wi-Fi 接続が継続できる環をは整備すべきではないか。また、紙媒体から Web やスマートフォンでの多言語表示に切り替えることも必要ではないか。</p>
委員	<p>アフターMICEのアテンドや受入体制としては、英語での事前のインフォメーションが重要である。また、事前のインフォメーションは、ユーチューブを利用するしかないのではないか。</p> <p>他都市と比較して、姫路を紹介する有力チャンネルがないため、誰かが率先して作るしかない。制作にあたり、ユーザー目線での楽しみ方や、ナイトライフ、食事など、拡散できるようなコンテンツづくりが重要である。</p> <p>その他、チケットがeコマースで買えないのは今やあり得ない。</p> <p>速やかに、デジタルトランスフォーメーションと外国語チャンネルを構築することが必要ではないか。</p>
委員	<p>外国人の宿泊客を増加させることは、宿泊業界でも一番の課題となっている。宿泊客を増加させるためには、デジタルマーケティングが重要であり、また、観光情報の収集方法は、スマートフォンが主流となっている。</p>

	<p>行政では、インスタグラムで質の良い画像を提供しているが、リーチ数がほとんど伸びていないため、登録者を増やす対策を講じる必要がある。そのため、例えば、日本に永住、長期滞在している外国人の方たちを招聘し、現地に発信してもらえるような、デジタルマーケティングの専門部隊を創設してはどうか。</p>
委員	<p>観光振興には、地元住民の犠牲が付きものであるという意見には同意できる。</p> <p>次世代産業である観光産業の育成には、地元住民の受入意識の再認識が必要であり、課題でもある。この認識を関係者で共有していかなければならない。</p>
委員	<p>建設的な会議の中、観光振興とは我々がサービスによって生きていくという覚悟の問題であり、日本経済の転換点ではないかと思う。</p> <p>姫路はこれまで豊かすぎた点が、おもてなしや受入体制といった問題になっているのではないか。姫路には、姫路城をはじめ素晴らしい財産があり、これまでを反省点として、問題意識を共通に持ち、観光振興に取り組んではいかかがか。</p> <p>4 事務連絡（14：57）</p> <p>5 閉会（15：00）</p>

姫路市観光戦略プラン (素案)

令和3年11月18日

姫 路 市

このページは白紙です。

姫路市観光戦略プラン（素案） 目次

第1章 姫路市観光戦略プランとは	・・・	P1
1 目的		
2 プランの位置づけ		
3 計画期間		
4 姫路市における観光の意義		
第2章 姫路市の観光の現状と取り巻く動向	・・・	P3
1 姫路市の観光を取り巻く動向		
(1)全国の観光動向		
(2)兵庫県の観光動向		
(3)姫路市の観光を取り巻く社会動向等		
2 姫路市の観光に関する現状		
(1)現行計画における取組と成果等		
(2)姫路市の観光動向		
(3)姫路市の観光に関わる関連動向		
3 姫路市の観光に関する意向		
(1)市民・マーケットの意向		
(2)観光関係団体・事業者の意向		
(3)有識者の意向		
4 姫路市の観光に関する課題		
(1)姫路市の観光の強み・弱み等の整理		
(2)姫路市の観光の課題		
第3章 姫路市の観光プラン・将来像	・・・	P23
1 姫路の観光の将来像		
2 数値目標		
3 姫路市観光戦略プランの推進方針		
第4章 姫路市の観光施策	・・・	P25
1 将来像を実現するための5つの戦略		
2 戦略を実現するための視点		
3 戦略ごとの施策		
第5章 プランの推進について	・・・	P37
1 プランの推進体制		
(1)推進体制		
(2)主な主体の役割		
2 推進にあたって		

第1章 姫路市観光戦略プランとは

1 目的

姫路市の観光施策の指針としての役割を担っている「姫路市観光戦略プラン」が、令和3年度で満了することから、新型コロナウイルス感染症の影響をはじめ、デジタルの有効活用、SDGsの国際的な取り組み、アクリエひめじの開館、登録観光地域づくり法人（登録DMO）（以下「DMO」という。）となった姫路観光コンベンションビューローによる地域一体となった観光地域づくりなど、姫路市の観光を取り巻く環境の変化を十分踏まえたプランに改定し、交流人口の拡大による経済循環を高め、地域活性化に資することを目的とします。

2 プランの位置づけ

姫路市総合計画「ふるさと・ひめじプラン 2030」（令和3年度～令和12年度）における観光・スポーツ分野目標「にぎわいと感動の創出」の政策1「おもてなし観光交流都市の推進」に係る分野別計画として位置付けます。

また、姫路観光コンベンションビューロー策定の「観光地域づくり法人形成・確立計画」とも連携する計画として位置付けます。

3 計画期間

計画期間は、令和4年度（2022年度）から令和8年度（2026年度）までの5年間とします。

4 姫路市における観光の意義

これまで、姫路市では世界遺産姫路城をはじめ、地域の歴史文化によって培われてきたさまざまな資源を活用し、観光の振興を図ってきました。

姫路市が戦略的な観光施策を進めるには、姫路城をはじめ、市内に有する魅力的な地域資源の保全や活用、地域経済の活性化、市民の誇りや愛着の醸成など、以下のような意義があります。

①姫路城をはじめとする市内の地域資源の価値創出と持続的保全

観光は「国の光を観る」ことであり、世界遺産姫路城は、世界から見ても、国としても非常に重要な文化財です。観光を通じて文化的価値を広く知ってもらい、活用することは持続的な保全にもつながります。

さらに、市内には先人が残してくれた数多くの貴重な地域資源があり、その資源の潜在価値を発見し、磨き上げ、観光資源として活用することが、姫路市の価値向上につながります。

②地域経済の活性化と雇用創出

観光は、交流人口を増加させ、地域の活性化に大きく寄与するものであり、特に旅行業、運輸業、宿泊業、小売業、飲食業、さらには食材を提供する農林水産業など幅広い産業に恩恵をもたらします。また、それらの産業に関わる雇用を創出し、市民の暮らしを支えることにもつながることから、姫路市の次世代産業として、観光産業を育成していく必要があります。

③ブランド価値の向上と市民の誇りの醸成

観光を通じて「姫路」をプロモーションすることは知名度を上げることにつながり、また、実際に来訪し、滞在して満足いただくことで、姫路市のブランド価値が向上します。

また、知名度が上がり、ブランド価値が高まれば、市民の姫路市への愛着や誇りにつながります。

④まちの魅力や機能の向上

観光を推進するためのインフラ整備や地域資源の魅力化は、来訪者だけではなく、市民にとっても住みやすく、また、まちの魅力の再発見につながります。

また、人口減少・少子高齢化が進行している社会において、来訪者や関係人口の増加は、まちの魅力や機能を維持することにもつながります。

⑤国内外の異文化交流による国際親善や平和への貢献

観光は、人々の生活に楽しみや感動、さらには学びや癒し、元気などをもたらします。

特に観光を通じた人との交流により、その味わいは深くなり、多様性や異文化理解への一助とともに、リアルな交流が平和への貢献にもつながります。

特に、姫路においては、世界遺産姫路城を訪れる外国人が多く、また、教育旅行についても外国人受け入れ実績も相応であることから、全国的にも重要な役割を担っています。

第2章 姫路市の観光の現状と取り巻く動向

1 姫路市の観光を取り巻く動向

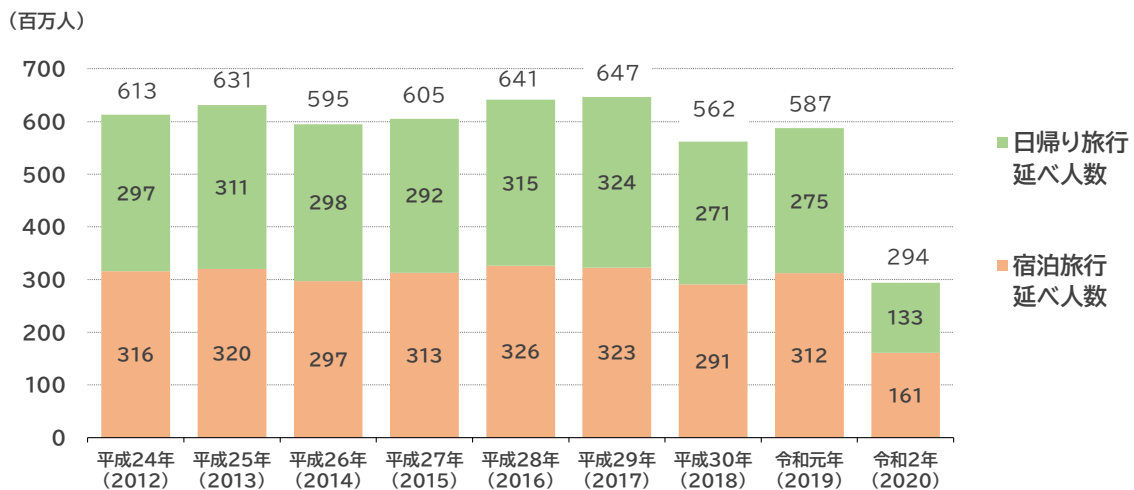
(1) 全国の観光動向

① 国内旅行者の動向

日本人の国内旅行者数は、近年6億人前後で推移していましたが、令和2年(2020年)は、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により2.9億人(宿泊旅行者数は延べ1.6億人、日帰り旅行者数は延べ1.3億人)と大きく減少しました。

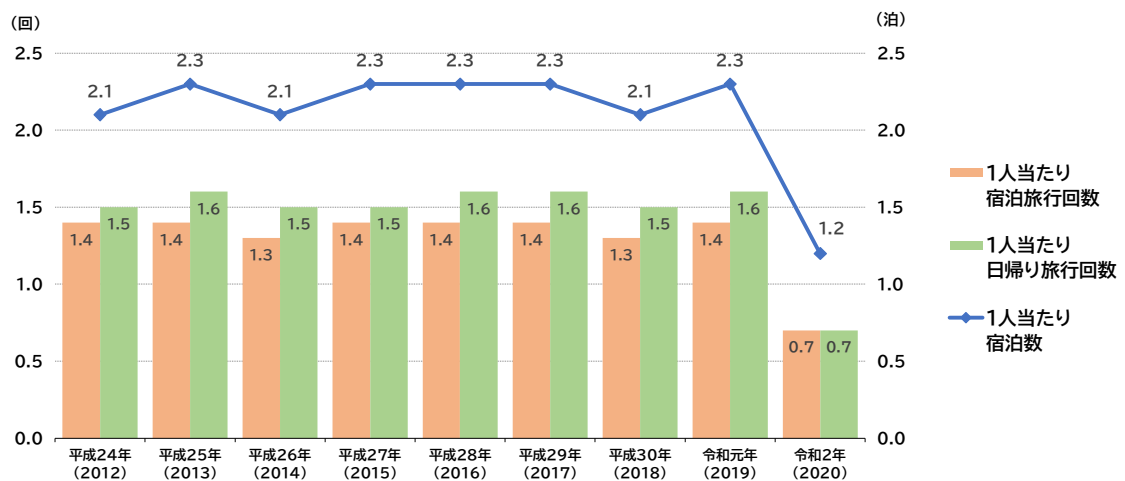
また、令和2年(2020年)の日本人1人当たりの国内宿泊旅行回数、日帰り旅行回数はともに0.7回、1人当たり宿泊数は1.2泊と、前年と比較して約半数と大きく下回りました。

日本人国内宿泊旅行延べ人数、国内日帰り旅行延べ人数の推移



出典:観光庁「旅行・観光消費動向調査」

日本人1人当たりの宿泊旅行、日帰り旅行の回数及び宿泊数の推移



出典:観光庁「旅行・観光消費動向調査」

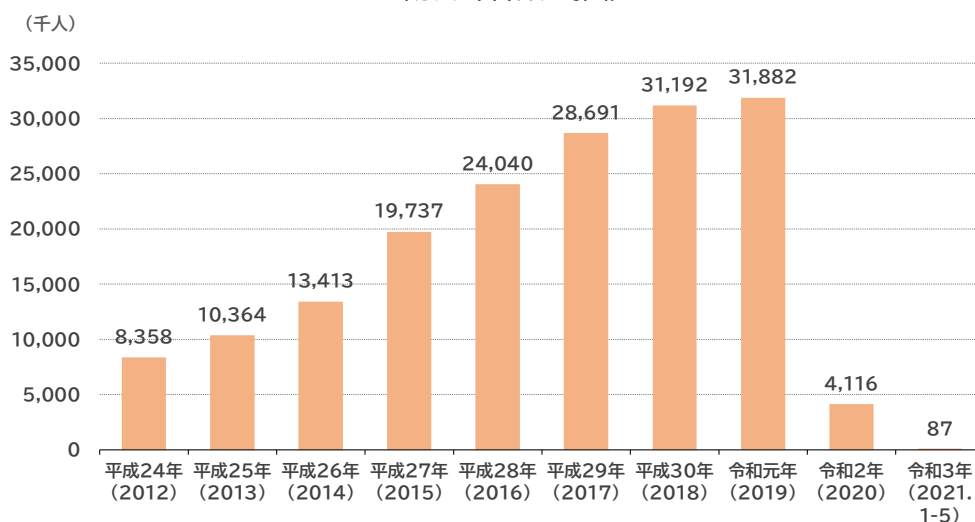
②外国人旅行者の動向

令和元年(2019年)の訪日外国人旅行者数(訪日外客数)は、3,188万人と、東日本大震災のあった平成23年(2011年)以降、8年連続で過去最高を更新しましたが、令和2年(2020年)は、新型コロナウイルス感染症の世界的な流行に伴い、各国・地域において水際対策等が強化された影響等により大きく減少し、前年比87.1%減の412万人となりました。

国・地域別の訪日外国人旅行者数をみると、中国、台湾、韓国など東アジアが全体の63%を占めています。令和元年(2019年)の訪日外国人旅行者1人当たりの消費額は、159千円となっています。

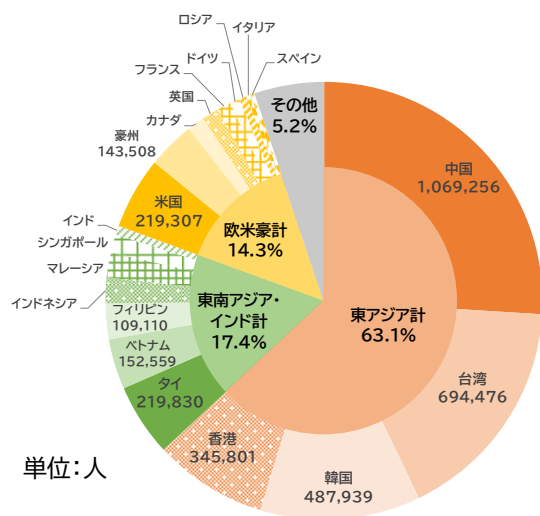
※日本国内における消費額は、令和元年(2019年)は4兆8,135億円と8年連続で対前年比増となりましたが、令和2年(2020年)は7,446億円(試算値)と前年比74.5%の減少となっています。

訪日外客数の推移



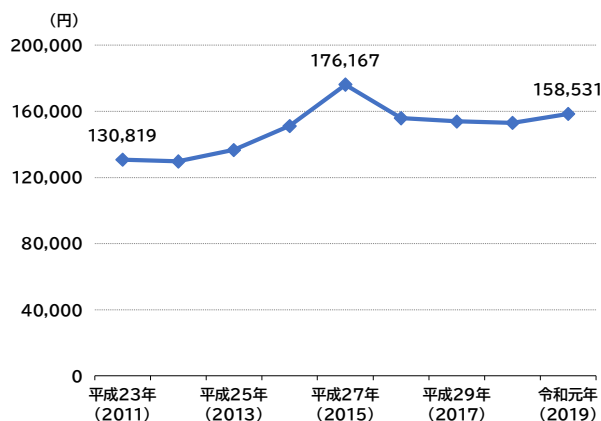
出典:日本政府観光局(JNTO)

各国・地域別訪日外客数(2020年)



出典:日本政府観光局(JNTO)

訪日外国人旅行者1人当たりの消費額の推移



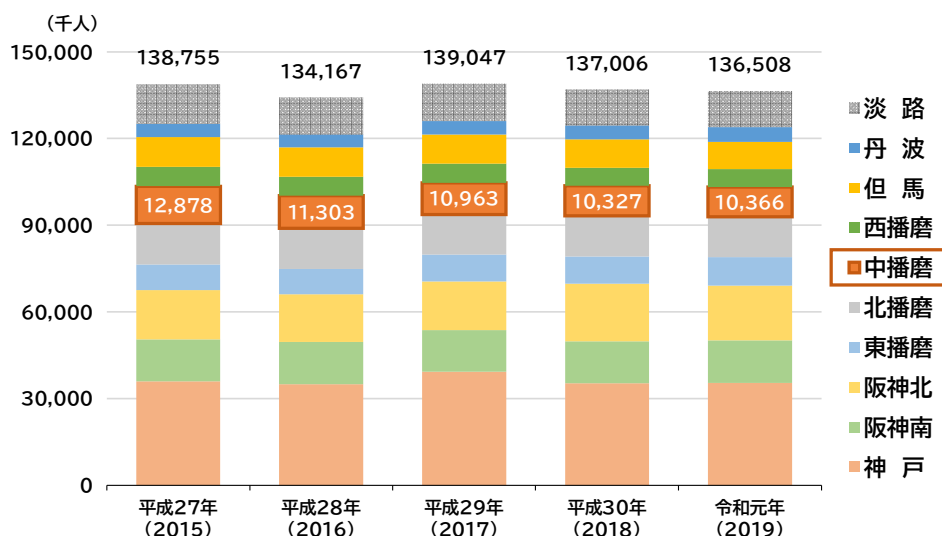
出典:観光庁「訪日外国人消費動向調査」

(2)兵庫県の観光動向

①観光入込客数

令和元年度(2019年度)の観光入込客数は、ゴールデンウィークが10日間の大型連休となったことや、ラグビーワールドカップ2019開催による集客があったものの、暖冬によるスキー場の雪不足や、新型コロナウイルス感染症の影響により、前年度を0.3%下回る1億3,651万人となりました。

観光入込客数の推移

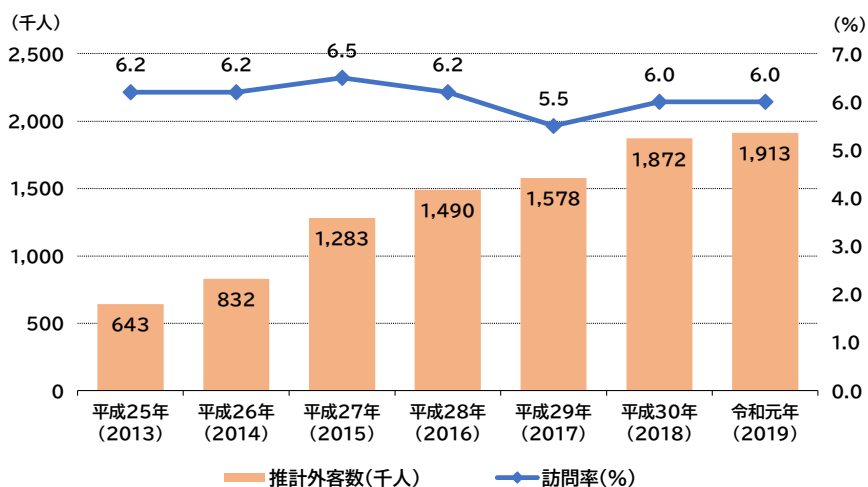


出典: 兵庫県「観光客動態調査報告書」

②外国人観光客数

コロナ禍以前は、全国的な訪日外国人観光客の増加に伴って、兵庫県を訪れる外国人観光客も増加し、令和元年(2019年)には191万人に達しています。

兵庫県の外客訪問率と推計外客数



出典: 観光庁「訪日外国人消費動向調査」

(3)姫路市の観光を取り巻く社会動向等

姫路市の観光を取り巻くおもな社会動向は、以下のとおりです。

①少子高齢化・人口減少社会

日本の総人口は、2008年(平成20年)の1億2,800万人をピークに減少を続けており、2053年(令和35年)には1億人を下回ると予測されています。

姫路市の人口は微増微減を繰り返し、53万人台を維持してきましたが、近年は東京圏(東京都市圏)や阪神地域への若い世代の流出が増加するとともに、死亡数が出生数を上回る状態が続いており、今後、何の対策も講じなければ、2060年の人口は36万人になると見込まれています。

人口減少と高齢化の進行は、「働き手」の減少から日本全体の経済を縮小させ、一人当たりの国民所得を低下させるおそれがあり、地方においては、担い手の減少だけでなく、消費市場が縮小し、地方の経済が縮小するなど、さまざまな社会的・経済的な課題が生じるとされています。

姫路市では、「2060年の定住人口 約47万人」を長期的に目指すこととし、目指す2030年の定住人口を51万8千人と定め、その実現に向けて取り組んでいくこととしています。

また、定住人口の減少を補うため、旅行者や短期滞在者といった「交流人口」づくり、姫路にゆかりや関わりのある「関係人口」づくりにも取り組んでいくこととしています。

②アフターコロナへの対応・ニューノーマル

新型コロナウイルスによって、我々を取り巻く経済と暮らしの各領域に大きな影響が及び、人の活動が制限される一方、ニューノーマル(新たな日常)に対応した、社会的な環境の整備、新たな暮らしのスタイルの確立などが求められています。

移動と人々の交流を基本とする観光は、移動中や旅先での「安全・安心・衛生等」が重視され、集団感染防止のために避けるべきとされる「密閉・密集・密接」を避け、近隣エリアからの旅行需要を取り込むマイクロツーリズムや野外重視型の個人・グループ単位での旅行ニーズが高まるとみられています。

姫路市においても、オンライン・バーチャルツアーによる姫路城の魅力発信や交流をはじめ、観光客が安心して観光を楽しめるよう、地域が一体となって「新たな旅行スタイル」に対応した着地整備を行っていくことが求められます。

③SDGs、持続可能な社会への関心の高まり

平成27年(2015年)には、国連サミットにおいて「持続可能な開発のための2030アジェンダ」が全会一致で採択され、世界的にますます「持続可能性」は重要視されるようになりました。日本でも「持続可能な開発目標(SDGs)実施指針」が策定されました。

観光庁では、持続可能な観光地マネジメントを行うための支援ツールとして、国際基準に準拠した持続可能な観光指標「日本版持続可能な観光ガイドライン(JSTS-D)」を開発しています。ガイドラインでは、観光客に向けた観光地の受入環境整備とあわせて、感染症対策や災害に備えた危機管理、地域の自然環境や文化遺産の保護、観光を地域の経済や社会の発展につなげ、地域住民が観光による恩恵を実感できること、先人たちが守ってきた地域の価値を次世代に確実に受け継いでいくことなどが求められています。

UNWTO(国連世界観光機関)において、持続観光な観光(サステイナブル・ツーリズム)として、「訪問客、産業、環境、受け入れ地域の需要に適合しつつ、現在と未来の環境、社会文化、経済への影響に十分配慮した観光」と定義し、旅行者の増加による自然環境や地域住民の生活に対する負荷、コロナ禍の長期化による観光業界の大打撃などの環境変化により、観光がこれまで以上に生み出す負荷や悪影響を最小化する形で回復し、「旅行者から選ばれる観光地」となるよう、地域全体でサステイナブル・ツーリズムを推進することが求められています。



④デジタルテクノロジーの進展

今日、AI、IoT(Internet of Things)、ビッグデータ等のデジタルテクノロジーの社会への浸透が進み、経済・社会のデジタル化が進展しています。今後、超高速・多数接続・超低遅延といった特徴を持つ第5世代移動通信システム(5G)の普及等により、経済・社会のデジタル化が更に急速に進展していくことが見込まれています。

観光分野においては、Web上で予約・決済を完結させるOTA(Online Travel Agency)や、膨大な口コミを閲覧・検索可能な情報サイトなどのネットからの情報収集が一般化しています。

また、観光地経営においては、ビッグデータに基づく市場分析、AIを活用したオーダーメイドの提案・販売促進活動、AR(拡張現実)、VR(仮想現実)を活用したリアルタイム・双方向コミュニケーションによるガイドやナビゲーションなど、一般消費者の細かなニーズへの対応や、観光体験を豊かにする観光DX(デジタルトランスフォーメーション)の推進が重要となっています。

⑤旅行スタイルの変化(発地主導型観光から着地型観光へ)

近年の旅行スタイルは、「団体志向から個人・家族志向」、「訪問型から滞在型」、「受身型から参加・体験型」などに変化してきています。有名な観光地を見るだけでなく、地域固有の暮らしや文化との触れ合いを求めるなど、自分のニーズに合った個人旅行者が増加する傾向にあります。

このような旅行スタイルの変化に伴い、観光振興のコンセプトも行政や観光関連事業者中心の「旅行振興」から、他産業や住民等も一体となって旅行者を受け入れる「観光地域づくり」へと変化してきています。

旅行者を受け入れる側の地域(着地)側が、その地域でおすすめの観光資源を基にした旅行商品や体験プログラムを企画・運営する「着地型観光」が求められており、個々の観光客の主体性を尊重して、学びや癒し、遊びなど、それぞれの楽しみ方を可能にする新しい観光スタイルの開発が重要となっています。

⑥2025年大阪・関西万博、関西WMGの開催

令和7年(2025年)4月13日～10月13日の184日間、「いのち輝く未来社会のデザイン」(Designing Future Society for Our Lives)をテーマに、大阪・関西万博が開催されます。

大阪・関西万博は、150ヵ国・25国際機関の参加を目標とし、約2,820万人の入場者数が想定されるなど、姫路市の魅力を世界に発信していく絶好の機会となります。

また、当初、令和3年(2021年)5月に予定されたものの、新型コロナウイルス感染症の影響により、令和4年(2022年)に延期となっていたワールドマスターズゲームズ関西(関西WMG)は、再延期となり、令和8年(2026年)に開催される方向となっています。

大阪・関西万博会場イメージ



出典:「2025年日本国際博覧会(略称「大阪・関西万博」)基本計画」(2020年12月)

2 姫路市の観光に関する現状

(1) 現行計画における取組と成果等

現行計画として、「姫路市観光戦略プラン」を平成29年度（2017年度）より推進してきました。

- 基本テーマ： 「観光を通して、愛し愛されるまち 姫路」
- 基本政策： ①観光客受け入れ環境の充実 ②滞在型観光の推進
③インバウンド観光の推進 ④MICEの推進
- 数値目標： ①姫路市総入込客数 … 年間1,000万人以上
②姫路城の外国人入城者数 … 年間40万人以上
③市内宿泊施設の客室稼働率 … 概ね月平均70%以上

現行の「姫路市観光戦略プラン」の目標指標の推移

	目標	現計画期間						状況
		平成28年 (2016)	平成29年 (2017)	平成30年 (2018)	令和元年 (2019)	令和2年 (2020)	令和3年 (2021)	
姫路市 総入込客数	1千万人以上/年	10,267千人	9,873千人	9,149千人	9,277千人	3,704千人	-	未達成
姫路城外国人 入城者数	40万人以上/年	365千人	344千人	387千人	395千人	8千人	-	未達成
市内宿泊施設 客室稼働率 ※1	70%以上/月	11/12月	9/10月	6/6月	10/12月	1/12月	-	概ね達成 ※2

※1 宿泊施設稼働率は、観光庁「宿泊旅行統計調査」参考

※2 令和2年1月以降新型コロナウイルス感染症の影響あり

その他、現行プランにおけるプラス面の取り組み、成果としては、

- 姫路城への理解促進、新しい価値を創造する「ナイトイベント、朝観光プラン、特別公開など」の取り組み
- 姫路城だけではない 姫路城プラスワン（歴史・文化・自然・体験・食・季節等を活用した「もっと姫路たび」）の取り組み
- 姫路駅周辺整備におけるシティイメージアップの取り組み
- インバウンド（各種媒体の他言語化、SNS等による情報発信、Wi-Fi等の整備）の取り組みなどがありました。



出典:もっと姫路旅運営事務局



出典:姫路市

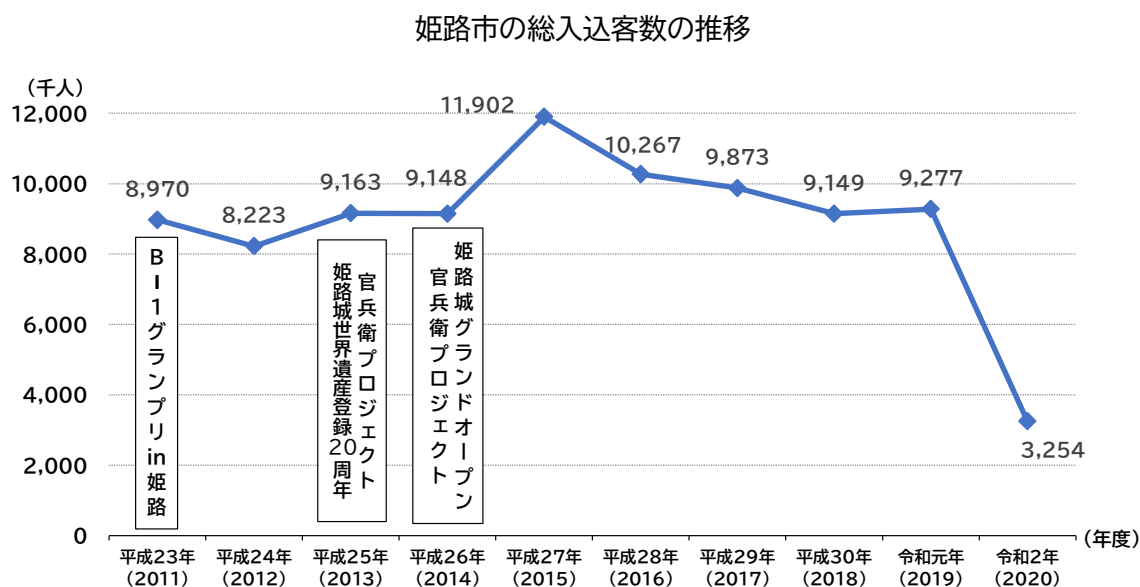
(2) 姫路市の観光動向

① 姫路市の観光客数等

(ア) 総入込客数

令和2年度(2020年度)の姫路市総入込客数は総延べ数325万4千人で、新型コロナウイルス感染症の感染拡大防止のため、緊急事態宣言発出に伴う時短営業や不要不急の外出・移動の自粛等により、令和元年度(2019年度)に比べて602万3千人減少(前年度比64.9%減)となりました。

令和元年度(2019年度)と比較すると、観光施設入込客数が61.4%減少、まつり・イベント入込客数が87.3%減少、スポーツ・自然観賞等入込客数が51.1%減少しています。



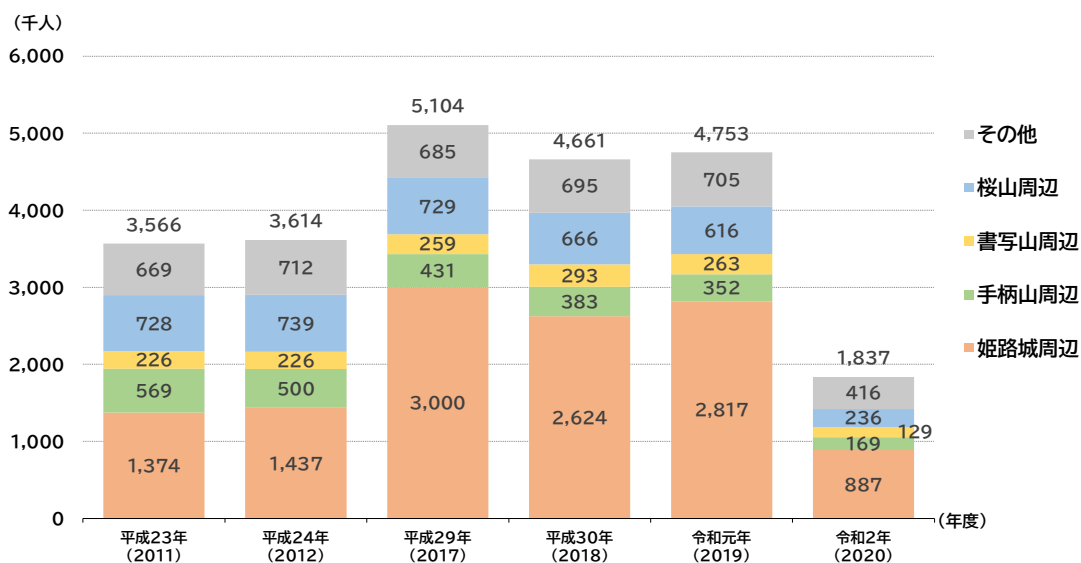
出典: 姫路市「姫路市入込客数・観光動向調査(令和2年度)」

【観光施設】姫路城・動物園・美術館・県立歴史博物館・姫路文学館・好古園・手柄山遊園・水族館・温室植物園・平和資料館・書写山園教寺・書写の里美術工芸館・自然観察の森・県立こどもの館・星の子館・姫路科学館・姫路セントラルパーク・名古屋霊苑(仏舍利塔)・太陽公園・日本玩具博物館・水の館・埋蔵文化財センター
※平成25、26年度はひめじの黒田官兵衛大河ドラマ館を含む

(イ)ゾーン別観光施設入込客数

姫路市内の観光施設を「姫路城周辺」、「手柄山周辺」、「書写山周辺」、「桜山周辺」の4つのゾーンと「その他」に分類し、それぞれの入込客数の傾向をみると、令和2年度(2020年度)では、「姫路城周辺」が88万7千人と約半数を占めており、次いで、姫路セントラルパーク等が含まれる「その他」(41万6千人)、県立こどもの館等が含まれる「桜山周辺」(23万6千人)、「書写山周辺」(12万9千人)となっています。

ゾーン別観光施設入込客数の推移



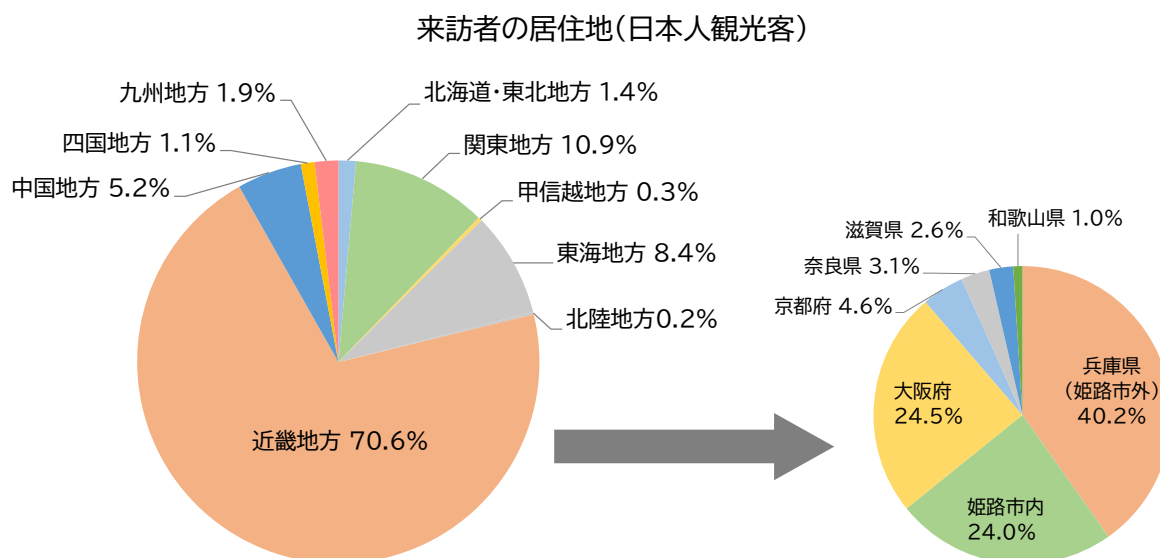
出典:姫路市「姫路市入込客数・観光動向調査(令和2年度)」

- 姫路城周辺/姫路城・動物園・美術館・県立歴史博物館・姫路文学館・好古園・大河ドラマ館
 - 手柄山周辺/手柄山遊園・水族館・温室植物園・平和資料館
 - 書写山周辺/書写山圓教寺・書写の里美術工芸館
 - 桜山周辺/自然観察の森・県立こどもの館・星の子館・姫路科学館
 - その他/姫路セントラルパーク・名古屋霊苑(仏舍利塔)・太陽公園・日本玩具博物館
・水の館・埋蔵文化財センター
- ※大河ドラマ館は平成25、26年度のみ

(ウ) 来訪者の居住地(日本人観光客)

令和2年度(2020年度)の来訪者の居住地を見ると、全体では、「近畿地方」が70.6%を占めており、次いで、「関東地方」(10.9%)、「東海地方」(8.4%)、「中国地方」(5.2%)の順となっています。

「近畿地方」の内訳としては「兵庫県」が64.2%を占めており、次いで、「大阪府」(24.5%)、「京都府」(4.6%)、「奈良県」(3.1%)の順となっています。

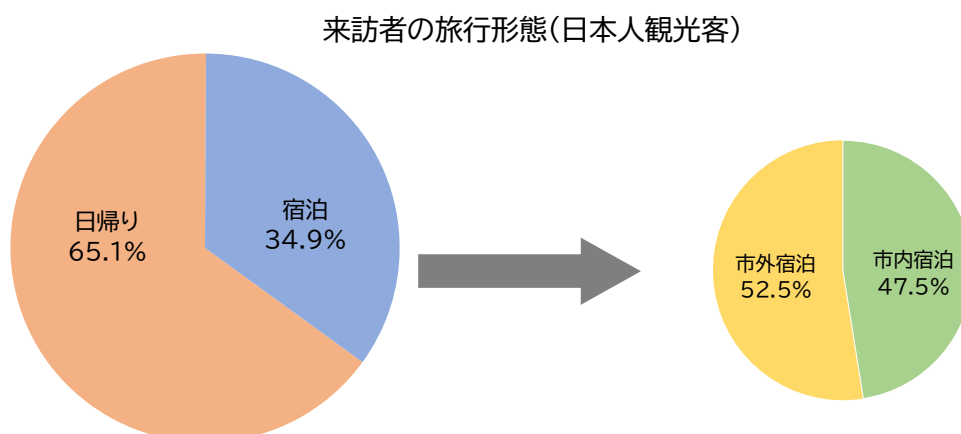


*回答者856人

出典: 姫路市「姫路市入込客数・観光動向調査(令和2年度)」

(エ) 来訪者の旅行形態(日本人観光客)

令和2年度(2020年度)の旅行形態を見ると、全体では「日帰り」が65.1%、「宿泊」が34.9%となっています。また、宿泊者のうち、「市内宿泊」が47.5%、「市外宿泊」が52.5%となっています。



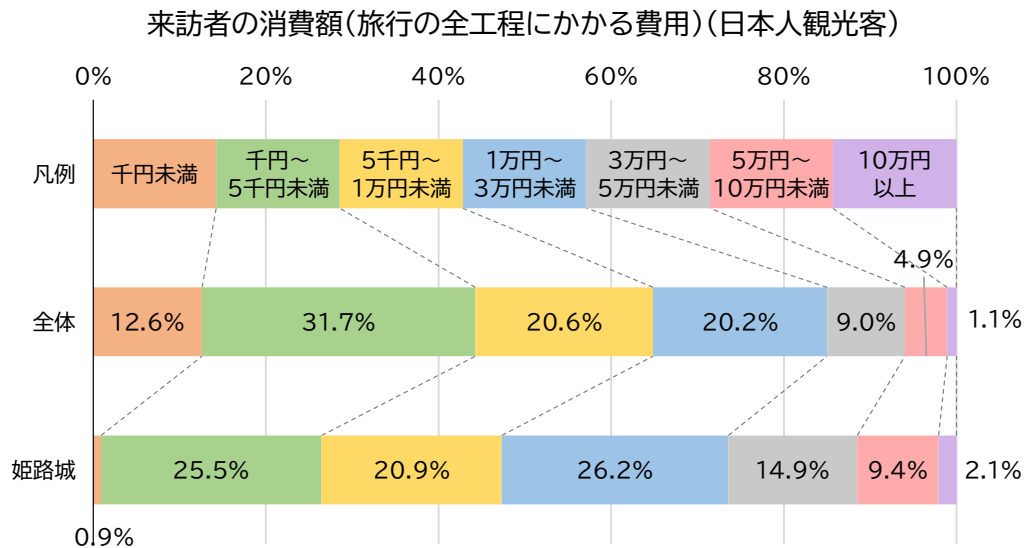
*回答者856人

出典: 姫路市「姫路市入込客数・観光動向調査(令和2年度)」

(オ)来訪者の消費額(旅行の全工程にかかる費用)(日本人観光客)

令和2年度(2020年度)の来訪者の消費額は、全体では「千円～5千円未満」が最も多く31.7%、次いで「5千円～1万円未満」が20.6%となっています。

また、姫路城では「1万円～3万円未満」が最も多く26.2%、次いで「千円～5千円未満」が25.5%となっています。



*回答者856人

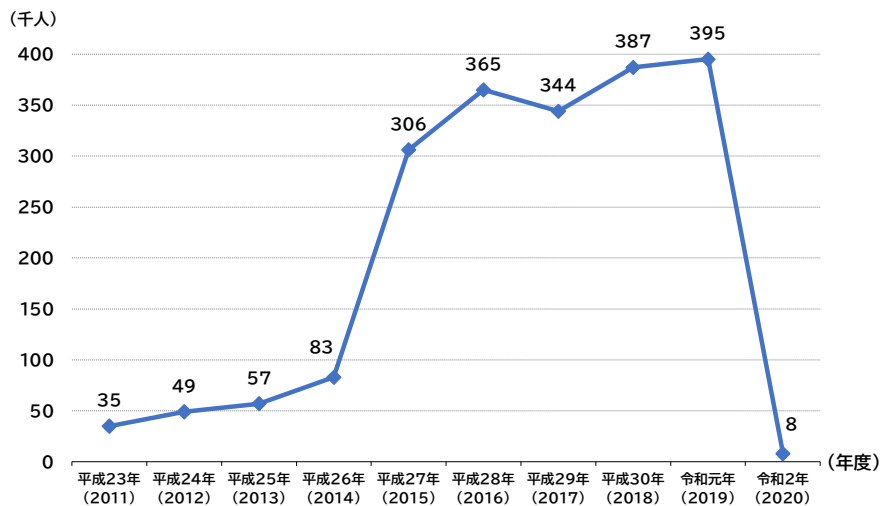
出典:姫路市「姫路市入込客数・観光動向調査(令和2年度)」

②外国人観光客数等

(ア)姫路城への外国人観光客数

令和2年度(2020年度)の姫路城の外国人観光客数(入城者数)は8千人で、令和元年度(2019年度)と比べて38万7千人(98.0減)減少しています。

姫路城の外国人観光客数(入城者数)の推移



出典:姫路市「姫路市入込客数・観光動向調査(令和2年度)」

(イ)姫路市観光案内所(姫路観光ナビポート)での外国人観光客対応者数

令和2年(2020年)の姫路市観光案内所(姫路観光ナビポート)での外国人観光客対応者数は、姫路城への入城者数と同様に大幅に減少しており、国(地域)別の傾向としては、フランス、台湾、中国の順となっていました。

姫路市観光案内所(姫路観光ナビポート)での外国人観光客対応数 (年度)

	平成29年(2017)		平成30年(2018)		令和元年(2019)		令和2年(2020)		
	国(地域)	人数(人)	国(地域)	人数(人)	国(地域)	人数(人)	国(地域)	人数(人)	
外国人対応者数		28,489		27,591		25,631		537	
対応者数上位	1位	台湾	4,287	台湾	2,601	台湾	2,352	フランス	39
	2位	フランス	1,819	フランス	2,334	フランス	2,008	台湾	25
	3位	アメリカ	1,539	スペイン	1,711	スペイン	1,778	中国	24
	4位	スペイン	1,382	アメリカ	1,604	アメリカ	1,696	アメリカ	22
	5位	オーストラリア	1,361	オーストラリア	1,486	オーストラリア	1,424	フィリピン	20
	6位	タイ	1,356	中国	1,246	中国	1,309	ドイツ	14
	7位	中国	1,018	タイ	1,012	イタリア	981		11
	8位	韓国	1,013	イタリア	998	ドイツ	893	スペイン・ブラジル・インド	11
	9位	香港	823	ドイツ	874	タイ	892		11
	10位	イタリア	713	韓国	831	イギリス	844	ベトナム	10
[参考] 日本人観光客 問い合わせ件数(件)		51,446		55,699		64,249		22,224	

出典:姫路市「姫路市入込客数・観光動向調査(令和2年度)」

(3)姫路市の観光に関わる関連動向

近年及び今後5年程度の期間に、姫路市における観光に関連する動向について列挙します。

①アクリエひめじ（姫路市文化コンベンションセンター）の積極的な活用

アクリエひめじのオープンによるコンベンション機能の拡充により、展示場を利用した展示会や見本市など、様々なジャンルの催事のほか、より大きな2,000人規模の学会や会議が開催可能となるなど、アクリエひめじを軸にMICE誘致を進めることで、姫路で開催されるMICEの幅がますます広がります。

②中央卸売市場の移転に伴う「場外用地にぎわい創出事業」の実施

令和4年度（2022年度）末の開場を目指す市場移転再整備事業に伴い、新市場の活性化と周辺地域の「食の拠点化」を目指した取組として、「場外用地にぎわい創出事業」を実施します。南東部の新たな集客拠点として期待されます。

③車利用の玄関口として「(仮称)道の駅姫路」の開設予定

令和8年度（2026年度）の「(仮称)道の駅姫路」の開設を目指し、現在、山陽道姫路東I.C.周辺を候補地として検討中です。マイカーでの観光客が約7割を占めることから車利用のゲートウェイとして期待されます。

④手柄山中央公園の整備

園内施設の老朽化等の課題、JR姫路・英賀保間新駅の整備構想および文化センターの移転に対応するため手柄山中央公園整備を行います。令和7年度（2025年度）に第1期整備を完了予定で、令和8年度（2026年度）以降に第2期整備の開始を予定しています。

⑤「居心地がよく歩きたくなる姫路」(ウォーカブル)の推進

姫路に暮らす人、訪れる人が、街の中に多様な居場所の選択肢をもち、街への誇りと愛着がもてる魅力的なまちなかを実現するため、大手前通りを含む中心市街地をさらに魅力的な空間にしていくプロジェクトが令和2年度（2020年度）から始まっています。

⑥姫路観光コンベンションビューローのDMO化

令和2年（2020年）10月に観光地域づくり候補法人（候補DMO）登録された姫路観光コンベンションビューローが、令和3年（2021年）11月に、登録DMO（地域DMO）として登録されました。今後は、「観光地域づくりの司令塔」として、地域創生に貢献する農林水産業、商工業、文化財・環境等の幅広い分野、市民、行政等と連携し、観光で地域が稼げる仕組みづくりや受入環境整備をすることにより地域経済を持続的に成長させ、活性化させることを目指して取り組んでいきます。

⑦姫路城世界遺産登録30周年記念事業の実施

平成5年（1993年）12月に、奈良・法隆寺地域の仏教建造物とともに、日本で初めてユネスコ（国際連合教育科学文化機関）の「世界遺産（文化遺産）」に登録された姫路城が、令和5年（2023年）には、登録30周年を迎えます。記念の年には、記念事業を展開し、改めて姫路城の文化的価値を国内外にPRします。

⑧大阪・関西万博、関西WMGの開催

令和7年（2025年）に開催予定の大阪・関西万博、令和8年（2026年）に開催される方向となったワールドマスタースゲームズ関西（関西WMG）では、アフターコロナの国内観光客の増加や新型コロナウイルスの影響で落ち込んだインバウンドの回復が期待されています。

3 姫路市の観光に関する意向

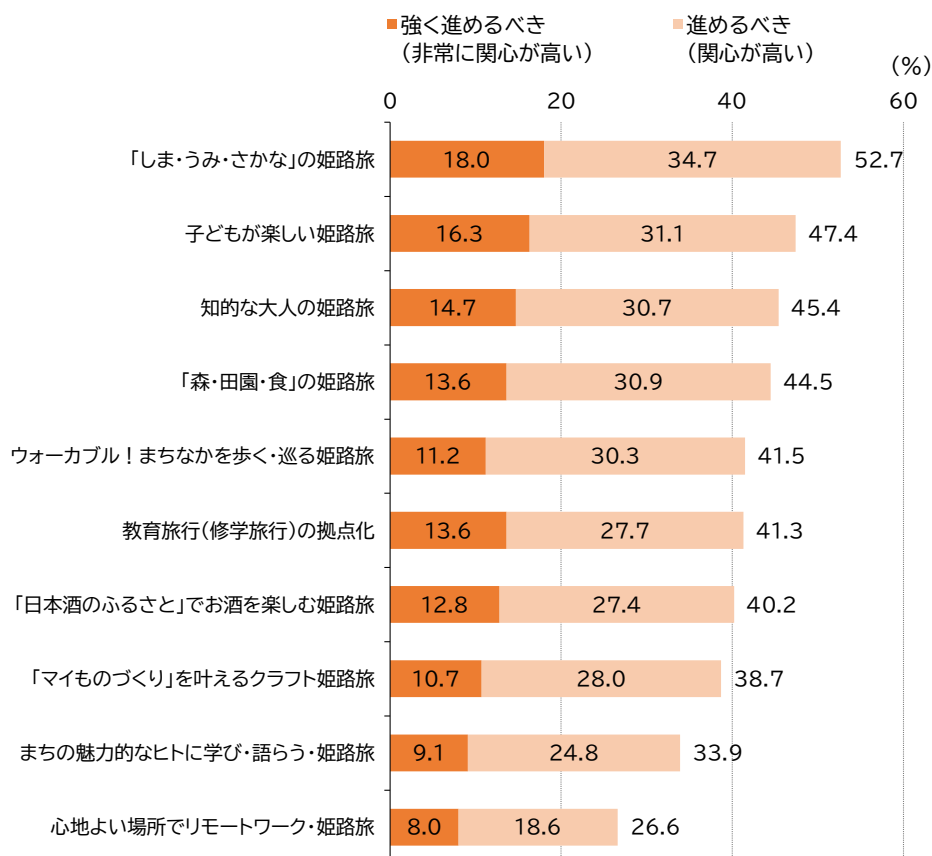
(1)市民・マーケットの意向

- インターネットリサーチによる調査。令和3年（2021年）9月実施。
- 回答件数1,458件（7つの居住地（A～G）ごとに性別、年代を均等に各200件程度抽出）
 - *居住地は、A姫路市、B隣接市（加古川市、加西市、高砂市）、C神戸市、D大阪市、E岡山市、F名古屋市、G東京23区
 - *居住地B～Gは、これまでに姫路市内への来訪経験がある方（仕事目的を除く）を対象

①姫路市の観光の質向上に向けて推進すべきテーマ(あるいは関心)

「[しま・うみ・さかな]の姫路旅」が52.7%と最も高く、次いで「子どもが楽しい姫路旅」(47.4%)、「知的な大人の姫路旅」(45.4%)、「森・田園・食」の姫路旅」(44.5%)の順で高くなっています。

姫路市の観光の質向上に向けて推進すべきテーマ(あるいは関心)



②観光まちづくりを盛り上げるための講座・活動への参加意向

*姫路市民(209名)が回答

「この中にはない」(45.0%)を除くと、55.0%の回答者が何らかの活動に参加意向がありました。

参画したい活動は、

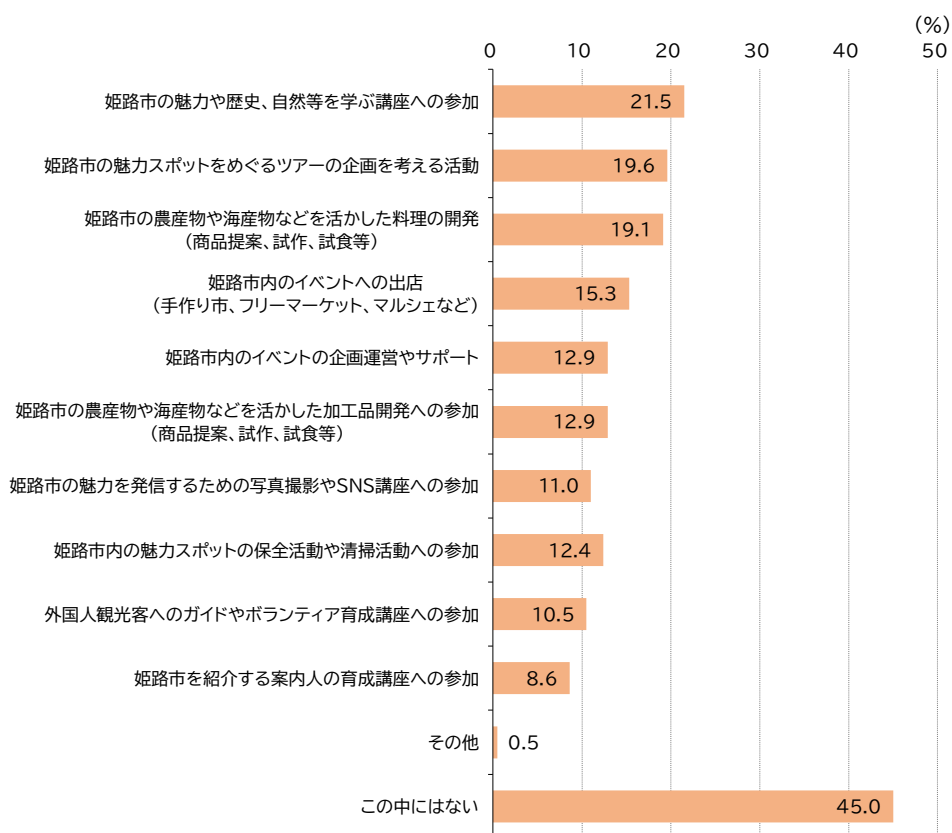
「姫路市の魅力や歴史、自然等を学ぶ講座への参加」(21.5%)、

「姫路市の魅力スポットをめぐるツアーの企画を考える活動」(19.6%)、

「姫路市の農産物や海産物などを活かした料理の開発」(19.1%)

などで高くなっています。

観光まちづくりを盛り上げるための講座・活動への参加意向



(2)観光関係団体・事業者の意向

旅行会社などの観光関係団体・事業者における姫路市への観光意向は、以下の通りです。

- 旅行会社が企画する姫路へのバスツアーは「姫路城のみ(通過型)」、「姫路城と書写山」が多い。
- 1泊2日ツアーの場合は、姫路城は1日目に組み込まれることが多い。1日目にお土産を買う方は少ないため、観光消費額も控えめとなる。
- 団体旅行の場合、姫路城周辺をはじめ、市内での食事処が少なく困っている。
- 姫路城への一極集中になっており、多様な観光資源を活かしきれていないことが課題である。現状の滞在時間は2～3時間であり、1日あるいは宿泊してもらうためには、6時間以上の滞在が求められる。そのためには姫路城以外の目的地が必要。
- 魅力資源の例としては、家島、安富町の他に、夢前のいちご狩り、市川のビーツ(ロシアの捕虜兵が日露戦争中に姫路に住んでおりビーツが作られていた)、網干のレンコンやメロン(糖度が高いマクワウリ)、太市のたけのこ(水煮缶)、日本酒(8蔵ある)などが考えられる。JF坊勢の海産物、加古川の志方牛、姫路ポーク、姫路和牛など、魚と肉も揃えば案内がしやすい。
- 「食」有力な観光資源であるが、現状では、姫路の「食」で強いインパクトのあるものがない。魅力的な食の開発や、その場で食べたり、体験できる機能が必要。
- 観光には、「宿泊」、「見学地」、「食・お土産」、「体験」の4要素が揃うことが重要である。姫路は「食・お土産」が弱いと考えている。「地産地消」や「食」をテーマにした打ち出しをすれば、来訪者はまだ増えると考えている。
- 「来訪者が満足しているか」というおもてなしの面も課題である。

(3)有識者の意向 ※出典:姫路市まちづくりのためのアンケート報告書より一部抜粋

学識経験者や地域団体における本市の課題、観光振興への意見は、以下の通りです。

【観光の振興】

- 姫路城周辺(大手前公園等)の公共の土地に城下町風の宿泊施設を設けて可処分所得の多い観光客を誘致する。
- お城に関してストーリーを作る。野里(お夏清十郎)、お菊井戸にまつわるルート・観光を考慮(検討)する。夢前(七福神巡り)の提案。
- 家島で魚を釣る、かまぼこを作る、回転焼を焼く、書写山に泊まる、雪彦山に登る等々、体験型の観光コンテンツを宿泊業界・交通業界等と開発する。
- 姫路市の観光行政は「姫路城一本足戦略」であるため、国民への関心が一定程度伸びても、その後頭打ちになっている。日本全体的な視点からの認知度も頭打ち。これを打開するため、姫路の食の魅力打ち出しはどうか。播州平野の米、酒、瀬戸内海の魚、揖保川のそうめん等候補は多い。食の魅力がないと人はそこへ動かない。
- 観光データベースの整備とビッグデータの活用。市全域・播磨広域でのエリアマネジメント。

- 宿泊客の増加のため(西播磨の拠点)、ホテルの誘致。国際シンポジウムができるホテル等の整備。
- 姫路城観光客の街なか観光への誘導、宿泊客の増大。このためにはストリートや面的な歴史・文化・食文化の再整備・再構築を行う(10年程度のスパンで計画)。
- 姫路応周辺の城下町としての復元(例:住民の協力も必要だが、古い町並の保存、復活)。これにより、城だけでなく、城周辺も散策できる見所・ルート設定⇒姫路滞在時間を増やす。
- 優れた観光資源がありますので、更なる振興の可能性があると考えます。現状、活かしきれていないように思います。
- 女性の視点をきちんと取り入れた観光政策の拡充(女性に好まれない観光地は国際的にも集客力を減らしている)。
- 安富町・夢前町は豊富な森林があり、これら豊かな自然環境を活用した森林レクリエーション施設整備を行い都市との交流促進を図るとともに活性化を推進する。
- 姫路城+αの観光が必要。滞在・体験型の観光を播磨圏域の資源を活用して盛り上げていく必要あり。
- 姫路城を中心としたプロモーションに加えて播磨地区独特の秋祭り(けんか祭りのみならず)の魅力をプロジェクト的に広めていく。名古屋墓地の特徴を生かし、インドを中心にアジア各国・都市との交流・連携を促進する。シニア生活を支える老人施設(公共・民間)の多様なニーズに対応した計画的増設と対応人材の確保。
- 来訪者がいくら増加しても、収入が伸びなくては、真なる観光事業になりません。集客・収入の策(恒常化と増)こそ課題である。
- 日本一の姫路城があります。ヨーロッパの城とは違う。世界一の姫路城です(インバウンド)。かけがえのない観光資源です。大切に。
- 急速に進むサイバー社会化に対応して、フィジカル・サイバー両空間を融合した先導的な観光システムを開発・整備する拠点を構築する。

【シティプロモーションの強化】

- 姫路市のブランドイメージが弱い(お城がほとんど)。新しい姫路市のブランディングを行い、ふるさと納税や広報活動を通じて認知向上を図る。
- 東京や大阪で観光PR・産品PRのイベントを展開。その際、在京、在阪のTV局、新聞に事前に案内を出しPR協力を求める。
- 姫路発祥・姫路オリジナルの文化イベント等を全国区のエンタメ業界等を連携して大々的に打ち出す(親しみやすいB級文化が良い)。
- 姫路のよさ(歴史と文化が豊富、求人が多い、平地が多い、自然災害が少ない)を全国にアピールして、姫路城以外の現代の姫路市のイメージアップを図る。
- 世界遺産×X(エックス)で世界に向けた発信。
- 姫路市にしかないもののPR・魅力の発信。「ここだけ、今だけ、あなただけ」。
- 姫路市が災害の少ない街で、播磨の中心(要衝)であることの宣伝。国内外へ姫路の存在感を高めるための物語による発信。

4 姫路市の観光に関する課題

(1) 姫路市の観光の強み・弱み等の整理

姫路市の観光の内部環境としての強みと弱み、取り巻く外部環境の機会と脅威をまとめると以下の通りとなります。

姫路の観光の強み・弱み(SWOT分析)

		内部環境			
		強み(Strength)	弱み(Weakness)		
プ ラ ス 要 因		<ul style="list-style-type: none"> ① 姫路城をはじめ数多くの文化財、歴史・文化・自然などの多彩な観光資源 ② 高速道路、新幹線、空港、港など広域からの利便性の高い交通アクセス ③ 姉妹都市・姉妹城等との提携を活かした相互交流 ④ ホテルの新規開業による宿泊環境の向上 ⑤ MICE開催を促進するアクリエひめじの開館 ⑥ 多彩な食資源の存在(姫路和牛、姫路ポーク、家島諸島沖の海産物、日本酒、和菓子等) ⑦ DMOとなった姫路観光コンベンションビューローによる観光推進体制の強化 ⑧ 新しい観光資源等の開発(中央卸売市場における「場外用地にぎわい創出事業」、(仮)道の駅姫路、手柄山再整備等) 	<ul style="list-style-type: none"> ① 新型コロナウイルス感染症の影響による観光関連産業へのダメージ ② 姫路城以外の認知度が低く、回遊が少ない ③ 観光宿泊客が少ない ④ 滞在時間、観光消費額の少なさ ⑤ ストレスフリーな受入環境整備の遅れ(キャッシュレス、多様な食文化など) ⑥ 市内二次交通網の不足 ⑦ 多彩な食資源を活かした食やお土産が弱い 	マイ ナ ス 要 因	
		<ul style="list-style-type: none"> ① 観光に対するニーズの多様化や旅行スタイルの変化 ② SDGs、持続可能な社会への関心の高まり(持続可能な観光地マネジメントの要請) ③ デジタルテクノロジーの進展と観光分野での活用の要請 ④ 大阪・関西万博やワールドマスターズゲームス関西など大型国際イベントの開催と連携・活用 ⑤ アフターコロナにおける国内旅行者回復の見通し、数年間を経た訪日観光客回復の予測 ⑥ 広域観光の取組等の進展(広域観光周遊ルート認定、日本遺産の認定(3ストーリー)) 	<ul style="list-style-type: none"> ① 少子高齢化・人口減少社会による国内市場マーケットの縮小 ② 新型コロナウイルス感染症による観光客の減少 ③ 他地域との観光客・MICE誘致競争 ④ 台風や地震など自然災害の頻発傾向 		
		外部環境			

(2) 姫路市の観光の課題

姫路市の観光の強み・弱み等の整理を踏まえ、主に強みをさらに活かし、弱みの解消に対応する考え方から、姫路市の観光の課題は、以下の通りとなります。

課題1：姫路城の観光資源としての更なる活用、その他地域資源の磨き上げが必要

市内には多彩な地域資源があるが、現状では姫路城に一極集中している傾向が強く、観光客の滞在時間も短く、観光消費額も少ない状況につながっています。

姫路市への集客を高め、満足度を向上させることで、結果として消費増につなげるためには、知名度が高い姫路城の本質的な価値を高め、観光資源として活用することによって、周辺地域への波及をもたらすとともに、姫路城以外の地域資源を観光資源として磨き上げ、魅力向上を図ることが必要です。

課題2：観光客に安全・安心・快適に過ごすための受入環境づくりが必要

観光客の満足度を左右するのは観光コンテンツの魅力とともに、行き先で出会う人々から感じるホスピタリティやサービスの良さなどです。また、安全・安心して快適に観光するためには、SNSやホームページなどによるリアルな情報発信やキャッシュレスなど受入環境でのデジタル化対応も必須です。

ポストコロナの観光回復期において、他地域との競争が激しくなる中、姫路への来訪者が満足するためにも、観光客のストレスフリーな受入環境の整備が必要です。

課題3：デジタルマーケティングによる効果的なプロモーションが必要

国内観光客も訪日外国人観光客も、ニーズや行動が多様化しています。また、SNSやWeb等による情報発信が一般的となる中、デジタルマーケティングに基づく選択と集中による効果的なプロモーションが必要です。

課題4：姫路城などの強みを活かしたMICE誘致が必要

令和3年（2020年）に姫路市文化コンベンションセンター「アクリエひめじ」がオープンし、大規模な国際会議や集客イベント等を開催可能とするインフラが整いました。特に、このスタートアップの時期に、姫路城などの姫路市の強みを活かしたMICE誘致を積極的に進め、姫路の観光の魅力を発信するほか、地域への波及効果を求められています。

課題5：地域一体となった観光地域づくりが必要

令和3年（2021年）に、姫路観光コンベンションビューローが、本市の観光地域づくりの舵取り役となるDMOとなりました。

そうした推進組織を最大限に活かし、宿泊業や飲食業、商工業や農林水産業などを含む観光関連産業の成長や、人材育成、観光を活かした地域づくりを進め、地域経済に貢献することが求められます。

第3章 姫路市の観光戦略プラン・将来像

1 姫路の観光の将来像

姫路の観光の5年後の将来像を以下の通りとします。

■将来像

「観光を通して、にぎわいと感動にあふれるまち 姫路」
～訪れてみたい、また来てみたい、と感じるまち、姫路を目指します。～

2 数値目標

姫路市の観光の将来像の実現を目指し、観光施策の推進を測る数値目標として、以下を設定します。

指標	基準値 [基準年度]	目標値 [R8]
総入込客数	9,277千人[R1]	→ 10,000千人
姫路城周辺観光客入込客数	2,817千人[R1]	→ 3,000千人
旅行消費額	96,584百万円[R1]	→ 106,000百万円
延べ宿泊者数	1,434千人[R1]	→ 1,500千人
来訪者満足度	82%[R2]	→ 84%
リピーター率	61.7%[H27～R1平均]	→ 65%
市内宿泊施設稼働率	69.8%[R1]	→ 70%
アクリエひめじ来館者数	38.6万人[R1]	→ 79万人
コンベンション参加者数	46,884人[R1]	→ 56,000人

【目標値算出の考え方】

基本的考え方として、新型コロナウイルス感染症の影響による減少等から、大阪・関西万博時（R7年度末）に基準値に回復させ、R8年度末には1～10%アップを目指します。

なお、新型コロナウイルス感染症の影響が長期化する可能性もあり、毎年目標値については見直すことがあります。

3 姫路市観光戦略プランの推進方針

将来像を実現するための5つの戦略

戦略1

観光コンテンツの
磨き上げによる
魅力向上

戦略2

観光客のニーズを
踏まえた受入環境の
整備

戦略3

効果的な
プロモーションによる
誘客推進

戦略4

国際会議観光都市・
MICE都市の推進

戦略5

観光を活かした
産業振興・地域づくりの
推進

戦略を実現させるための4つの視点

- ・デジタル技術の有効活用
- ・大阪・関西万博との連携・活用

- ・SDGs・持続可能な社会への貢献
- ・DMOによる観光地域づくり

姫路の観光の5年後の将来像

「観光を通して、にぎわいと感動にあふれるまち 姫路」
～訪れてみたい、また来てみたい、と感じるまち姫路を目指します。～

プラン推進による効果

①地域資源の価値創出と
持続的保全

②地域経済の活性化と
雇用創出

③姫路市のブランド価値の
向上と市民の誇りの醸成

④まちの魅力や機能の向上

⑤国内外の異文化交流により
国際親善や平和に貢献

第4章 姫路市の観光施策

1 将来像を実現するための5つの戦略

■戦略1：観光コンテンツの磨き上げによる魅力向上

姫路市の観光の魅力を向上させるため、姫路城の更なる活用によって文化的な価値を高め、城周辺において観光事業者や商店街等と連携し、新たな魅力を創出するほか、歩いて楽しいウォーカブルなまちづくりなどの取り組みを推進します。また、姫路市には豊かな自然、歴史、文化によって育まれた地域が点在していることから、現地では味わうことができない観光コンテンツの磨き上げ、魅力向上に努めます。更に、観光イベントによる集客や周辺市町・関係団体とのテーマに沿った連携を強化し、地域全体での滞在時間の延長や観光消費額の増加につなげていきます。

■戦略2：観光客のニーズを踏まえた受入環境の整備

観光は人と人との交流を基本としたサービスであることから、観光客の誰もが安全・安心・快適に滞在できるよう受入環境の整備を進めます。観光ガイドの育成や案内機能の充実に努めるほか、来訪者が快適に過ごせるよう多言語化、ユニバーサルツーリズム等の取り組みも進めます。更に、アフターコロナを見通したワーク×観光スタイルとして、ワーケーションなどの取り組みも進めます。

■戦略3：効果的なプロモーションによる誘客推進

姫路が旅行先として「選ばれる場所」となるために、特に、デジタル技術を活用し、多様な観光データの収集、分析による戦略的観光プロモーションを展開します。また、インバウンド需要回復後には、ターゲットとする国・地域に合わせた誘致・プロモーションを展開します。来たる姫路城世界遺産登録30周年や大阪・関西万博、ワールドマスターズゲームズ関西を国内外に姫路の魅力をPRする絶好の機会と捉え、効果的なプロモーションにより、誘客を図ります。

■戦略4：国際会議観光都市・MICE都市の推進

姫路市文化コンベンションセンター「アクリエひめじ」を中心に、今まで姫路市で開催できなかったレベルのMICEを積極的に誘致支援し、“国際会議観光都市・MICE都市 姫路”として、ブランド力の向上を目指すとともに、MICE開催地として選ばれやすい環境づくりを推進します。

■戦略5：観光を活かした産業振興・地域づくりの推進

DMOとなった姫路観光コンベンションビューローによる地域一体となった観光地域づくりに取り組みます。そのために、DMOに観光データの収集、分析による戦略的なマーケティング体制を構築するほか、専門人材の育成、選択と集中による効果的なプロモーションを展

開します。また、地域への波及効果を高めるため、DMOを中心として、宿泊業、飲食業、交通事業者、商工業、農林水産業などの観光事業者や、市民等と連携した観光地域づくりを展開し、観光関連産業の成長促進や多様な観光の担い手となる人材の育成・支援を行い、姫路市の次世代産業としての観光産業となることを目指して取り組んでいきます。

2 戦略を実現するための視点

5つの戦略を実現するための共通する視点として、姫路市の観光にとって大きな影響力を持つ内部環境や外部環境の中から以下の視点を設定します。

視点①：デジタル技術の有効活用

デジタル技術の進展は世界的にも社会経済への影響力は大きく、観光分野もその例外ではありません。むしろ、あらゆる取組において、積極的に活用していくことが求められます。

視点②：SDGs・持続可能な社会への貢献

SDGsは今や世界標準の考え方であり、世界観光機関（UNWTO）では、「持続可能な観光」につながる5つの分野として、下図の領域を提示しており、姫路市の戦略においても、持続可能な社会への貢献を目指します。

視点③：大阪・関西万博との連携・活用

大阪・関西万博は、2025年に長期間開催される世界的なビッグイベントであり、姫路市への誘客につなげる大きなチャンスとなるため、すべての戦略において、連携や活用を進めます。

視点④：DMOによる観光地域づくり

姫路市の観光のマネジメントの中核を担うのがDMOであり、すべての戦略において、姫路市と連携しつつ、DMOが中心となった観光地域づくりを推進します。



3 戦略ごとの施策

戦略1：観光コンテンツの磨き上げによる魅力向上

施策	取組	概要・施策例
(1) 姫路城周辺の魅力の創造と発信		
	①姫路城の魅力的な活用	姫路城の更なる活用を通じ、姫路城の文化的価値を高める。 ・姫路城歴史体感プログラム（リビングヒストリー）の実施 ・ユニークベニューHIMEJIプランの活用 ・早期入城や夜間公開、特別公開の実施 ・姫路城のファンを増やす取り組みの展開
	②姫路城周辺の魅力向上	姫路城周辺施設、事業者間等で連携し、魅力向上を図る。 ・姫路駅（外堀ライン）からの姫路城の魅力発掘・観光資源化
	③中心市街地でのウォーカブルなまちづくり	大手前通りや周辺商店街等と連携し、居心地がよく歩きたくなる魅力的なまちなかを目指す。
	④オーバーツーリズム対策の推進	桜の開花時期など、繁忙期における臨時駐車場の整備や混雑情報等の提供に努め、観光客の分散化を図る。
(2) 地域の観光地として魅力の向上		
	①多様な地域資源の魅力の向上	姫路市の自然・歴史・海・川・山・農などの多様な地域資源を磨き上げ、観光コンテンツとして魅力向上に努める。
	②多様な観光魅力の向上	書写山や手柄山、姫路セントラルパーク、広峰山、増位山等の観光魅力の向上に努める。
	③拠点施設の整備・魅力の向上	卸売市場の食の拠点施設や（仮）道の駅姫路などの新たな集客拠点施設の開設を目指す。
(3) 多様な観光コンテンツの発掘・磨き上げ		
	①食と特産品等の開発支援、PR	地元産の素材を活用したメニューや姫路らしいお土産物の開発支援やPRに努める。
	②姫路フィルムコミッションの推進	映画やテレビ等のロケ誘致・支援、聖地化を目指したイベント等を実施する。
	③歴史・文化・アート、景観・風景など多彩なコンテンツの磨き上げ	姫路ならではの伝統産業や文化芸術をはじめ、アートや景観・風景などを観光資源としてとら

		え、磨き上げる。
(4) 姫路城世界遺産登録30周年、県DC※、大阪・関西万博、関西WMG※に向けた魅力の創出		
	①歴史、文化、食等の観光資源の磨き上げ	記念事業や大型観光キャンペーン、イベントを機に、姫路ならではの観光資源を磨き上げ、誘客につなげる。
(5) イベントによる魅力の創出		
	①観光イベント等の充実	観光イベント等の魅力向上を図る。 ・姫路城観桜会・観月会 ・姫路ゆかたまつり ・姫路お城まつり ・姫路大名行列 ・全国陶器市 など
	②集客イベント等の支援・活用	市民や事業者等が実施する集客イベントの支援等による魅力向上を図る。
(6) 周辺市町やテーマに沿った連携による観光の推進		
	①播磨圏域連携中枢都市圏による観光の推進	播磨圏域の観光情報の発信やブランド化など、広域連携により播磨圏域の観光推進を図る。
	②テーマに沿った各種団体等との連携による観光の推進	世界遺産や日本遺産、国宝五城、姉妹都市などテーマに沿った各都市・団体との連携により、観光推進を図る。

※県 DC:兵庫県デスティネーションキャンペーン

※関西 WMG:ワールドマスターズゲームズ関西

戦略2：観光客のニーズを踏まえた受入環境の整備

施策	取組	概要・施策例
(1) ホスピタリティの向上		
	①観光ガイド等の人材育成	観光ガイド(ボランティア・プロ)やイベント等の清掃・誘導スタッフなどのサポートスタッフの人材育成に努める。
	②市民・地域が一体となったおもてなしの推進	市民・地域が一体となったおもてなしを推進する。 ・観光案内 ・雰囲気づくり など
	③観光施設における受入体制の整備	案内サインの充実やデジタルを活用した情報提供、Wi-Fi等の整備を行う。
	④観光客の安全対策の充実	非常時や観光イベント時における観光客の安全・安心を確保するための体制づくりや観光客への情報提供を行う。
	⑤観光地にふさわしい景観形成と美観向上	観光客だけではなく、市民にとっても観光地としてふさわしい景観形成と美観向上に努める。
(2) 来訪者の利便性の向上		
	①観光案内所の充実	観光案内所などでの多言語、デジタル活用等機能や運営体制の強化、事業者との情報共有・連携協力を図る。
	②観光地の滞在環境の充実	来訪者にとって快適に過ごせるよう滞在環境の充実に努める。 ・多言語対応 ・デジタル(キャッシュレス・ICなど) ・コインロッカー ・TAX FREE など
	③市内における二次交通の充実	城周辺ループバスや姫ちゃりなど、二次交通の充実を図る。
	④ユニバーサルデザインの視点に立ったまちづくりの推進	年齢・性別・人種・障害の有無に関わらず多くの人が快適に滞在できる受入環境(車いす・ガイド等)の整備・充実を図る。
(3) 外国人観光客へのおもてなしの充実		
	①多様なおもてなしの充実	市民や事業者等と連携し、外国人観光客を温かく迎える雰囲気づくりや多様性を意識したおもてなしの充実を図る。

	②外国人で対応できる観光ガイドの育成	観光ガイド研修会等により外国人ガイドの育成を図る。
	③外国人観光客の安全対策の推進	災害時における外国人観光客対応の充実のほか、姫路城などでの多言語による情報案内を実施する。
(4) ワーク×観光スタイルの推進		
	①ワーケーション等の促進	宿泊施設等の連携により、姫路に長く滞在し、姫路での暮らしや文化などを体験できるワーケーション環境の充実を目指す。
	②コワーキングスペース等の設置促進	コワーキングスペース等の設置により、新たな観光スタイルの推進を図る。

戦略3：効果的なプロモーションによる誘客推進

施策	取組	概要・施策例
(1) 国内外プロモーションの充実		
	①ターゲットに応じた的確なプロモーションの推進	観光データから分析した各層への効果的なプロモーションを実施する。
	②リピーター向けの取組充実	姫路の奥深さや豊かさを感じることができるPRコンテンツの充実を図る。
	③ひめじシティイメージアップ事業の推進	ロケのまち“姫路”を活かしたプロモーションを中心に、姫路のイメージアップを図る。
	④姫路ふるさと大使による魅力の発信	姫路ふるさと大使による魅力の発信情報や体制の充実を図る。
	⑤姫路の強みを活かした「教育旅行」の誘致促進	平和をテーマとした教育旅行誘致に向け、受入環境の整備や観光プロモーションを展開する。
	⑥他都市・団体との連携によるPR	国宝五城での共同出展など他都市・団体と連携した観光プロモーションを実施する。
(2) 外国人観光客の誘致		
	①世界遺産姫路城を拠点とした文化観光の推進	姫路城の見学情報の充実や外国人観光客向けの文化体験プログラムの開発、PRを行う。
	②市内の魅力的な観光地への誘客促進	自然や農村、海・島など外国人のニーズを意識したコンテンツの開発・PRを行う。
	③海外プロモーションの展開	国や観光醸成の分析に基づくプロモーションの重点化や他のDMO等との連携によるプロモーションを実施する。
(3) デジタルを活用した効果的なマーケティングの推進		
	①国内外からの来訪者の観光動向調査の継続実施	主要観光施設での来訪者に対し、聞き取りアンケート調査（観光動向調査）を実施する。
	②観光データ収集による調査・分析、戦略・活用	観光動向調査のほか、デジタル技術の活用によるデータを収集・分析し、旅行者の傾向に応じたプロモーションを実施する。
(4) 姫路城世界遺産登録30周年、県DC※でのPR		
	①世界遺産姫路城をはじめ、歴史・文化・食等のPR	記念事業や大型観光キャンペーンを通じ、姫路の魅力を国内外にPRする。
(5) 大阪・関西万博、関西WMGとの連携・活用		
	①プロモーションのための万博会場等の活用	国内外より姫路の誘致を図るため、万博会場等で姫路のPRを行う。
	②姫路誘客への活用	万博や関西WMGの開催を見据えた観光プロモ

		ーションを展開する。
--	--	------------

※県 DC：兵庫県デスティネーションキャンペーン

※関西 WMG：ワールドマスタースゲームズ関西

戦略4：国際会議観光都市・MICE都市の推進

施策	取組	概要・施策例
(1) MICE開催地としての選ばれやすい環境づくり		
	①MICE支援体制の充実	MICE開催地として、姫路観光コンベンションビューローを中心に、事業者との連携による支援体制の充実を図る。 <ul style="list-style-type: none"> ・姫路観光コンベンションビューローの体制強化（相談支援窓口の一本化・充実） ・MICE支援メニューの充実 ・市内MICE関連事業者との連携 ・市内PCO※の育成
	②アクリエひめじの活用	アクリエひめじを活用した新たなMICE開催増を目指す。
	③MICE施設の情報発信等の共有	事業者と連携しながら、アクリエひめじを含むMICE施設情報等の発信に努める。 <ul style="list-style-type: none"> ・コンベンションガイドブック ・情報サイト など
	④オンライン化等に対応したMICEの推進	ハイブリッド開催に対応した支援体制の充実を図る。
(2) 国内外からのMICE誘致		
	①姫路市の強みを活かしたMICE誘致	姫路城を中心に姫路市の強みを活かしたMICE誘致を図る。 <ul style="list-style-type: none"> ・姫路城を活かしたMICE誘致 ・地場産業のイノベーションにつながるMICE誘致 ・広域連携によるMICE誘致、受け入れ ・ユニークメニューHIMEJIプランの活用促進 ・MICE参加者向けアクティビティの充実
	②産学官が一体となったMICE誘致の促進	近隣大学や事業者と一体となったMICE誘致を推進する。 <ul style="list-style-type: none"> ・近隣大学や研究機関等、播磨圏域企業など ・市内MICE施設 ・高等教育研究機関等

※PCO：コンベンション企画・運営専門企業（Professional Congress Organizer）

戦略5：観光を活かした産業振興・地域づくりの推進

施策	取組	概要・施策例
(1) 稼げる観光関連産業の成長促進		
	①観光関連産業人材のスキルアップ促進	観光関連事業者を対象としたおもてなしや知識周到等の技術向上を目指す。
	②食やお土産等に関する魅力的な商品開発等の支援	地元産の素材を活用したメニューや姫路らしいお土産の開発支援に努める。
	③宿泊施設等の成長支援	宿泊施設の宿泊者数向上を図るため、受入能力の向上に対し、支援する。
(2) 観光産業への参入・連携支援		
	①農林水産業や商工業等の観光産業への参入・連携支援	農林水産や商工業分野における観光産業への参入に対する連携や支援を目指す。
	②新しい観光産業の創業支援	新たな観光コンテンツの開発を目指した人材育成を図る。
	③観光を活かした地域づくりの支援	観光を活かした地域づくりを目指す団体等に対する支援を目指す。
(3) 観光マネジメント体制の強化		
	①DMOを中心とした地域一体となった観光地域づくり	姫路観光コンベンションビューローが多様な事業者等と連携した観光地域づくりを進める。
	②DMOの組織強化	姫路観光コンベンションビューローの組織を強化を進める。 ・姫路観光コンベンションビューローに対する支援 ・専門人材の登用によるDMOの機能強化 ・他地域DMOとの連携強化による人材育成
(4) SDGsへの貢献と持続可能な観光（サステイナブル・ツーリズム）の推進		
	①SDGsへの貢献と持続可能な観光の推進	地域の伝統や文化遺産等を発信（文化を守る・育む）、環境資源を最適な形で観光活用（環境を守る・育む）、住んでよし・訪れてよしの地域づくり（経済を守る・育む）視点をもった観光を目指す。

このページは白紙です。

第5章 プランの推進について

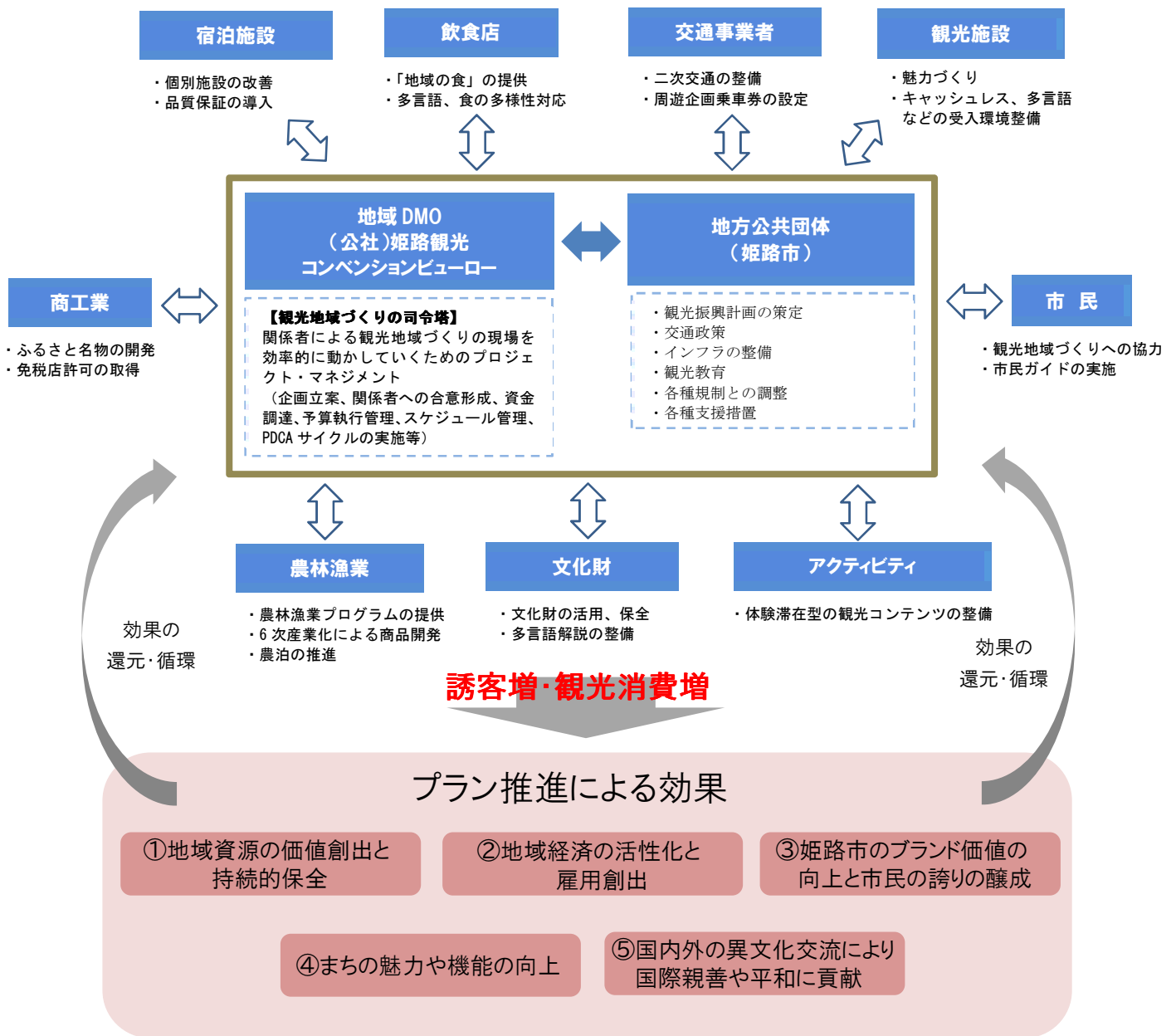
1 プランの推進体制

(1) 推進体制

姫路市とDMOとなった姫路観光コンベンションビューローが中心的な役割を担い、多様な主体との連携によりプランを推進します。

プラン推進によって発揮される効果を、還元・循環させることにより、プランの推進力を更に高めていきます。

姫路市観光戦略プランの推進体制



(2) 主な主体の役割

プラン推進におけるおもな主体である、市民、観光関連事業者、DMO（姫路観光コンベンションビューロー）、姫路市の役割を以下のように想定し、各主体が連携し、プランを推進します。

●市民

- ・姫路市の地域にある歴史文化や伝統、自然、農林水産物などに愛着と誇りを持ち、観光地域づくりへの理解とともに、地域の魅力向上と活性化に努めます。

●観光関連事業者

- ・交通事業者や宿泊業、飲食業等の観光関連事業者は、観光客と直接接する立場であり、魅力ある観光コンテンツづくりと質の高いサービスの提供に努め、姫路滞在の満足度向上に努めます。

[取り組み例]

<交通事業者>

- ・二次交通の整備
- ・周遊企画乗車券の設定

<宿泊施設>

- ・個別施設の改善
- ・品質保証の導入

<アクティビティ>

- ・滞在体験型の観光コンテンツの整備

<飲食店・土産店>

- ・「地域の食」の提供
- ・多言語、食の多様性対応

<農林漁業>

- ・農林漁業プログラムの提供
- ・6次産業化による商品開発
- ・農泊の推進

<観光施設>

- ・魅力づくり
- ・キャッシュレス、多言語などの受入環境整備

など

●DMO（姫路観光コンベンションビューロー）

- ・市民や観光関連事業者、姫路市との連携・調整を図りつつ、観光客と市民との両方の満足度が高まる観光のマネジメントを行います。
- ・デジタルデータに基づいたマーケティングやターゲットに向けた戦略的なプロモーションを推進します。
- ・観光関連事業者や市民等を対象としたガイド向けの研修を実施し、姫路の個性・魅力を発信できる人材の育成を推進します。

[DMOの役割]

- ・観光地域づくり法人を中心として観光地域づくりを行うことについての多様な関係者の合意形成
- ・各種データ等の継続的な収集・分析、データに基づく明確なコンセプトに基づいた戦略（プランニング）の策定、KPIの設定・PDCAサイクルの確立
- ・地域の魅力の向上に資する観光資源の磨き上げや域内交通を含む交通アクセスの整備、多言語表記等の受入環境の整備等の着地整備に関する地域の取組の推進
- ・関係者が実施する観光関連事業と戦略の整合性に関する調整・仕組みづくり・プロモーション

●姫路市

- ・市民も観光客も快適に過ごせるまちづくりを行います。
- ・国、県、周辺市町等と連携を図り、広域連携体制の強化やDMOと協働でプロモーションを推進し、誘客推進に努めます。
- ・観光戦略の効果検証を行い、市民や観光関連事業者等に広く発信し共有します。

[地方公共団体の役割]

- ・観光振興計画の策定
- ・交通政策
- ・インフラの整備
- ・観光教育
- ・各種規制との調整
- ・各種支援措置 など

●観光客

- ・地域への一定の配慮のもと、姫路の魅力を体感、理解します。また、その魅力を発信します。

2 推進にあたって

新型コロナウイルス感染症の影響により、市内の観光産業は大打撃を受け、いち早い需要回復が期待されていますが、感染収束時期が見通せない状況です。

姫路市では、市内はもちろん、播磨地域の近隣観光や、姉妹都市、日本遺産などのテーマに沿った連携による観光プロモーションに取り組んでいます。

今後の感染収束時期は予測できませんが、感染症の影響を見据えながら、姫路市への誘客ターゲットエリアを近畿・中四国圏、そして、全国への誘致に拡大し、あわせて、インバウンドにおきましても、東アジアから、中国、欧米豪へと拡大していく方向です。

令和3年11月に姫路観光コンベンションビューローがDMOとなり、姫路の観光を推進する組織体制が強化され、今後、多様な関係者を巻き込みながら、地域一体となって観光地域づくりを展開していくこととなります。

姫路市でも、DMOと連携し、アフターコロナのいち早い観光需要の回復を目指し、この度、策定した姫路市観光戦略プランを推進していく考えです。

感染症の影響をはじめとする姫路の観光を取り巻く潮流、動向を十分踏まえながら、戦略プランを推進してまいります。

姫路市観光戦略プラン（案）の市民意見の募集
（パブリック・コメントの実施）について

1 期間

令和3年12月24日（金）～令和4年1月24日（月）（予定）

2 対象

- (1) 市内に住所を有する方
- (2) 市内に事務所又は事業所を有する個人及び法人その他の団体
- (3) 市内に所在する事務所又は事業所に勤務する方
- (4) 市内に所在する学校に在学する方
- (5) 市税の納税義務を有する方
- (6) 市民意見提出手続に係る事案に利害関係を有すると実施機関が認める方

3 提出方法

封書、FAX、メールで意見と必要事項（市内に在勤・在学の方は事業所名・学校名も）を記載のうえ、姫路市観光課へ。公表場所への持参も可能。

4 資料の公表場所

観光課（市役所本庁 7 階）、市政情報センター（同 1 階）、各支所、地域事務所、出張所、サービスセンター、公民館（曾左・四郷・八幡）など