

## 令和 6 年度事業計画（案）

## 公 1（観光振興事業）

[★] 新規事業      [○] 拡充事業

| 記号 | 事業種別（目的）                                 |
|----|------------------------------------------|
| A  | 観光消費額の増加に寄与する事業      ※直接的に寄与するもの         |
| B  | 誘客及び滞在周遊型観光の推進 / 認知拡大（シティプロモーション）に寄与する事業 |
| C  | 助成事業                                     |
| D  | IT/DX の活用による課題解決に資する事業                   |
| E  | 地域一体となった観光地域づくり                          |
| F  | 受入体制の充実や来訪者満足度の向上に寄与する事業                 |
| G  | マーケティング機能の強化（データに基づく検証・事業戦略）             |

## 【1】国内観光プロモーション

## (1) B to B プロモーション

- ① 旅行会社への誘致セールス/商談会等の機会を活用したセールス [B]
- ② 広域連携による観光素材説明会及び商談会の実施 [B]
- ③ 教育旅行の誘致
  - ア) 「姫路市 SDGs 教育旅行向けプログラム」の利用促進による誘致 [B]
  - イ) 姫路市教育旅行貸切バス経費助成金による誘致 [C]

- ④ 旅行会社等を対象とした FAM トリップの実施 [B]
- ⑤ 大都市圏へのメディアプロモーション[★] [B]

## (2) 個人旅行者の誘客を目的としたテーマ別プロモーション

- ① 姫路市立美術館「ひめじ・アーツ&ライフ・プロジェクト」と連動した誘客促進 [B]
- ② 主要都市や大型イベント等での観光キャンペーン [B]
- ③ 姫路市キャラクター「しろまるひめ」を活用した観光 PR [B]

## (3) 広告・デジタルプロモーション

- ① Instagram や Google を活用した広告プロモーション [B / G]
- ② HP「ひめのみち」及び SNS を活用した定期的な情報発信とデジタルマーケティング [B / G]
- ③ 姫路おもてなしクーポンキャンペーン事業 [B / G]

## 【2】インバウンド事業

### (1) ターゲット市場へのプロモーション

- ① 訪日団体旅行誘致助成事業 [C]
- ② 広域連携によるプロモーション事業 [B]
- ③ 最重点市場への観光 REP（台湾・フランス）設置及び機能を活用したプロモーション [B]
- ④ インフルエンサー等招聘事業 [B]
- ⑤ 関西・大阪万博を見据えた高付加価値化推進施設への誘客プロモーション [★] [A / B / F]
- ⑥ HP「Visit Himeji」及び SNS を活用した情報発信及び広告配信（Instagram、Weibo） [B]
- ⑦ 姫路おもてなしクーポンキャンペーン（英語・繁体字） [A] ※再掲
- ⑧ インバウンド定性調査分析 [★] [G]
- ⑨ インバウンド分析と誘客事業 [★] [B] [G]

## 【3】国内外の旅行者を惹きつける滞在型コンテンツの企画・造成事業

### (1) 滞在型コンテンツの商品企画・造成

- ① 現地ツアー「もっと姫路たび」事業
    - ア) 既存商品のブラッシュアップ [A / B]
    - イ) B to B 向けカセットプランの企画造成 [A / B]
  - ② 体験プラン「ちょっと姫路たび」事業（国内・インバウンド） [A / B]
  - ③ プレミアムコンテンツの商品企画・造成事業（国内・インバウンド） [A / B]
  - ④ ランドオペレーションセンターを活用した誘致 [B]
- (2) 大阪 関西万博 EXPO/瀬戸内国際芸術祭等を契機とした商品造成、プロモーション [★] [B]
- (3) 姫路市内に宿泊していただくための「食」のプロモーション [★] [A / B / C]
- (4) IT/DX の活用
- ① 販売プラットフォーム（JTB BOKUN）を活用した流通環境整備 [D]
  - ② まちあるきプラットフォーム（Stroly）を活用した回遊促進 [D]

## 【4】地域魅力発信事業（姫路市映画・テレビ等撮影支援事業補助金）

- (1) 映画及び番組撮影サポート事業 [★] [B / C]
- (2) 地域映画ロケ誘致サポート事業 [★] [B / C]

## 【5】受入体制整備事業

- (1) 姫路市観光案内所案内等業務 [F] / 移住相談窓口業務 [★] [F]
- (2) ユニバーサルツーリズムの推進 [★] [B] [F]
- (3) 観光客へのおもてなし事業
  - ① しろまるひめ姫路城登場 [F]
  - ② お姫様ボランティア姫路城登場（千姫様のお出迎え） [F]
  - ③ 姫路銘菓でおもてなし [F]
  - ④ 観光ボランティア団体活動支援（忍者・門番・甲冑隊等） [F]
- (4) 観光ガイドブック、ポスター、ノベルティ等の作成 [F]

## 【6】観光イベント事業

- (1) 姫路城ライトアップ事業 [★] [B]
- (2) 姫路市周遊型ナイトツアー事業 [★] [B]
- (3) 恋活・婚活イベント事業 [★] [B]

## 【7】DMO を核とした観光地域づくり

- (1) 観光産業育成支援事業[○] [A / C / E]
- (2) まちなか問題解決・魅力創出支援事業[★] [C / E]
- (3) 外部専門人材の登用 [G] ※観光庁補助金事業（申請中）
- (4) 面的 DX 化
  - ① 高性能ビーコンによる人流データの収集・分析及び多様な関係者との情報共有 [D / E]
  - ② LINE を活用した情報発信「簡易版観光 CRM による姫路ファン及びリピーター創出事業」[D / E]
- (5) オーバーツーリズムの未然防止・抑制による持続可能な観光推進事業[★] [B / E / G]
  - ※観光庁補助金事業（申請中）
- (6) 魅力ある観光地域づくりに向けた観光ガイド活動支援
  - ①観光ガイド活動支援事業 [F]
- (7) 情報発信・プロモーションの一元化[B / E]
- (8) 調査研究事業
  - ①姫路市観光動向調査業務[G]
  - ②デジタルマーケティング事業[G]

## 【8】DMO 推進体制の整備

- (1) 委員会/ワーキング・グループ（WG）
  - ① 委員会：DMO 企画委員会[E]
  - ② ワーキング・グループ（WG）[E]
- (2) DMO アドバイザー会議[E / G]
- (3) DMO 推進会議[E]
- (4) 広域連携[○]
  - ① 観光庁や近畿運輸局等との情報交換
  - ② 日本政府観光局（JNTO）や関西観光本部をはじめとする広域 DMO 等との連携
  - ③ 「大阪・関西万博」ひょうご活性化推進協議会への参画

## 【1】国内観光プロモーション

### (1) B to B プロモーション

#### ① 旅行会社への誘致セールス/商談会等の機会を活用したセールス [B]

一般旅行団体の誘致として、旅行会社の特性・送客実績等のデータをもとに、訪問によるセールス及び談会等へ参加し、情報提供を行いツアー造成を働きかける。

#### ② 広域連携による観光素材説明会及び商談会の実施 [B]

神戸観光局や JR 西日本と連携し、旅行会社を対象とした「観光素材説明会」及び「各市の観光事業者との商談会及び意見交換会」を東京と福岡で実施する。

#### ③ 教育旅行の誘致

##### ア) 「姫路市 SDGs 教育旅行向けプログラム」の利用促進による誘致 [B]

教育旅行誘致に向け、SDGs プログラムの構築による地域間競合力の向上を図る。また、近隣市町村とも連携し、「平和学習」「産業観光」「海洋学習」等をテーマとしたプログラムやモデルコースを構築し、旅行会社や学校関係者への周知を図る。

##### イ) 姫路市教育旅行貸切バス経費助成金による誘致 [C]

姫路市への教育旅行に係るバス代の一部を助成することで誘致を促進するとともに、観光関連産業の活性化を図ることを目的に行う。

|      |                                                                         |
|------|-------------------------------------------------------------------------|
| 対 象  | 小学校・中学校・高等学校・特別支援学校                                                     |
| 助成要件 | 貸切バス 1 台につき 80,000 円を助成<br>※市内の観光施設を 1 つ以上入れていること<br>※市内宿泊施設に 1 泊以上すること |

#### ④ 旅行会社等を対象とした FAM トリップの実施 [B]

時期・テーマ毎に旅行会社を中心に姫路へ招聘し、現地研修及び商談等の機会を創出することで商品造成を促す。

#### ⑤ 大都市圏へのメディアプロモーション[★] [B]

首都圏をはじめ大都市圏のメディアとの関係を強化し、「姫路城特別公開」「鏡花水月」「ぼうぜ鯖」など、関西圏外からの来姫客数の多いイベントへのさらなる誘致を図り、全国的に観光地としての姫路のブランディングを強化するとともに、宿泊を中心とする観光消費額の拡大を図る。具体的には、定期的な情報発信、定期的な訪問によるメディアとの関係づくり、プレスツアーの実施、等の業務において実績豊富な事業者と連携し、実効力のあるプロモーションを行う。

## (2) 個人旅行者の誘客を目的としたテーマ別プロモーション

### ① 姫路市立美術館「ひめじ・アーツ&ライフ・プロジェクト」と連動した誘客促進 [B]

文化観光推進法に基づく国の認定を受けた「姫路市立美術館を中核とした文化観光推進拠点計画」の推進に参画し、アート（文化観光）をテーマとした新たな着地商品の企画造成や魅力発信を行う。

| 年度    | 招聘アーティスト                                                              |
|-------|-----------------------------------------------------------------------|
| 令和6年度 | 隈研吾氏(建築家)：姫路城と圓教寺の「建築美」の本質的価値に注目し、その価値を姫路から世界へ、そして、「22世紀」へ伝える企画展を開催予定 |

### ② 主要都市や大型イベント等での観光キャンペーン [B]

個人観光客の誘致を目的に、主要都市やビックイベントにて観光キャンペーンを行う。

| 時期  | エリア | 名称              |
|-----|-----|-----------------|
| 9月  | 東京  | ツーリズム EXPO ジャパン |
| 12月 | 横浜  | お城 EXPO         |

### ③ 姫路市キャラクター「しろまるひめ」を活用した観光PR [B]

姫路市キャラクター「しろまるひめ」及び 官兵衛イメージキャラクター「かんべえくん」の浸透を図るため下記の事業に取り組む。

|              |                                                                                                                |
|--------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| キャラクターデザイン管理 | 使用取扱規程に基づき無償で提供                                                                                                |
| 着ぐるみ管理・運営    | 着ぐるみ貸出規程に基づき、イベント等は無償で貸出                                                                                       |
| 観光PR業務       | <ul style="list-style-type: none"> <li>・全国のゆるキャライベントや観光キャンペーンに参加</li> <li>・HP や Facebook を活用しての情報発信</li> </ul> |

## (3) 広告・デジタルプロモーション

### ① Instagram や Google を活用した広告配信 [B / G]

SNS (Instagram・LINE・YouTube) 及び WEB(Google) 広告など、戦略的に狙ったターゲット層に向けた情報を発信しながら、認知拡大から誘客に繋げる。また、今後の施策を効果的かつ効率的に行うため、ユーザーの属性データやアンケート結果等を分析・検証し、より精度の高い情報発信に取り組む。

| 旅マエ                          |                         |                    | 旅マエ・旅ナカ                                 | 旅アト                       |
|------------------------------|-------------------------|--------------------|-----------------------------------------|---------------------------|
| 認知                           | → 興味・関心                 | 比較検討               | → 来訪（予約等）                               | → 評価                      |
| Instagram・YouTube・HP         |                         |                    | HP (JTB BOKUN)                          | 観光 CRM 等                  |
| 情報掲載&拡散<br>・リーチ<br>・インプレッション | ・投稿へのエンゲージメント (いいね! 数等) | 掲載記事の<br>保存やコメントの数 | ・HP への流入<br>・体験コンテンツの参加申込<br>・イベント等への誘客 | ・利用者属性、アンケート調査等の分析による施策反映 |

### ② HP「ひめのみち」及び SNS を活用した定期的な情報発信とデジタルマーケティング [B / G]

当ビューローが運営する下記の媒体（国内）を活用して継続的な情報発信を行う。

| SNS                                                                                                                                                          | HP                                                                    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>・Instagram（国内）：@himeji_kanko</li> <li>・LINE：姫路観光コンベンションビューロー</li> <li>・YouTube：姫路観光コンベンションビューロー公式「心で旅する姫路」</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>・国内向け：姫路観光ナビ「ひめのみち」</li> </ul> |

### ③ 姫路おもてなしクーポンキャンペーン事業 [B / G]

令和6年度も基本的な電子クーポンの仕組みは継続させつつ、参画事業者を増やし、内容の充実を図ることで利用を促し消費拡大を図る。英語と繁体字版も制作しインバウンドへの利用も促す。

また、グルメイベントや企画と連携し効果的なシステム運用に取り組む。

| クーポン概要                                                                                                                                                                                                                                               |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>・姫路市内の施設・飲食店・土産店・体験・サービス業等の事業者から、割引や追加サービスなどの特典を募り、電子クーポンとして広く提供。</li> <li>・アプリ等のダウンロードは不要で、QRコードをスマートフォンで読み取り、ブラウザ表示させる仕組みやGPS連携により、目的地までのナビ機能を搭載。</li> <li>・利用者属性(性別・年齢・居住地・店舗毎の利用実績等)のデータ収集が可能。</li> </ul> |

## 【2】インバウンドプロモーション事業

### (1) ターゲット市場へのプロモーション

| ターゲット | 対象国                       | 取組方針                                                 |
|-------|---------------------------|------------------------------------------------------|
| 最重点市場 | 台湾・フランス                   | JNTO、他DMO等との連携に加え、現地REPの活用、市内事業者を巻き込んだ積極的なプロモーションを行う |
| 重点市場  | 英語圏（イギリス・アメリカ・オーストラリア）、タイ | JNTO、他DMO等との連携を中心としたプロモーションを行う                       |
| 注視市場  | スペイン、ドイツ、中国、香港、韓国         | 機会を捉えてプロモーションを行う                                     |

### ① 訪日団体旅行誘致助成事業 [C]

外国から姫路市を訪れる団体旅行を実施した旅行会社に対し、宿泊経費の一部を助成することにより、宿泊をとまなう外国人観光客の増加を図る。

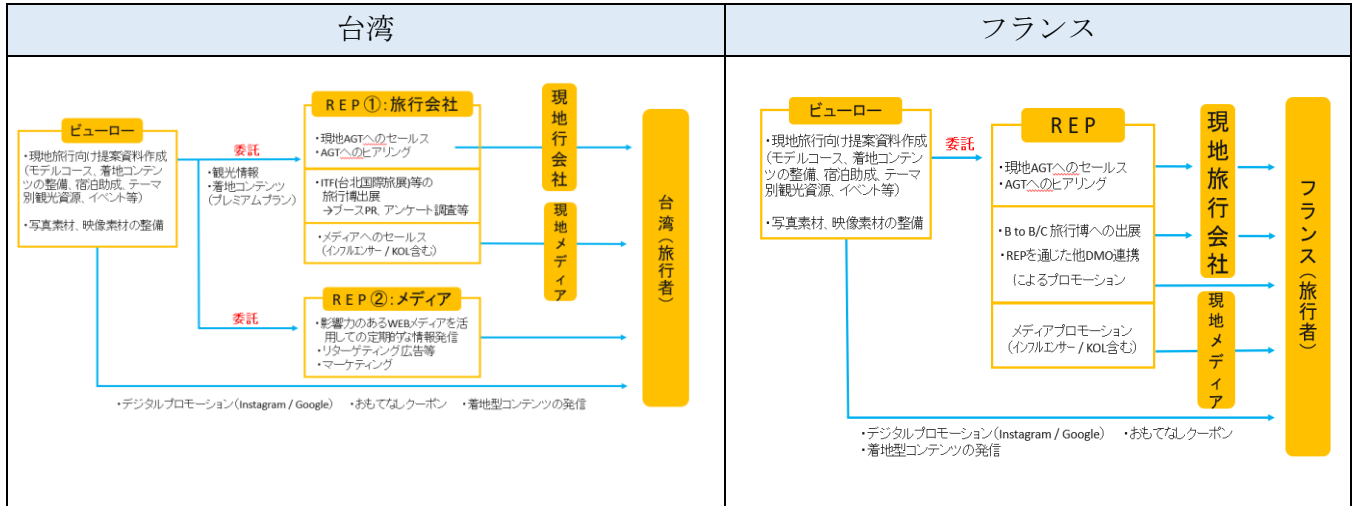
| 対 象  | 旅行会社（国内外）                                            |
|------|------------------------------------------------------|
| 助成要件 | 1泊2,000円/人<br>※1助成対象旅行あたり4名以上のグループ旅行<br>※市内宿泊施設に1泊以上 |

② 広域連携によるプロモーション事業 [B]

| 連携先                                                                 | 概要                                                                                                                                                                   |
|---------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 日本政府観光局（JNTO）                                                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>・インバウンド振興フォーラム及び個別相談会</li> <li>・VISIT JAPAN トラベルマート（VJTM）</li> </ul>                                                          |
| 関西観光本部                                                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>・オール関西 台湾大商談会</li> <li>・大阪・関西万博を見据えた連携</li> </ul>                                                                             |
| 阪神堺外客誘致実行委員会<br>〔大阪市・大阪観光局・堺市・神戸観光局・姫路観光コンベンションビューロー・高野町・USJ・関空連携等〕 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・World Travel Market London 共同出展<br/>（欧州の旅行会社やメディアを対象とした旅行博）</li> <li>・インエンサー招聘、メディア広告等</li> </ul>                            |
| ひょうご観光本部                                                            | 兵庫県内 5DMO 連携事業 <ul style="list-style-type: none"> <li>・レンタカーを活用した県内周遊促進事業（台湾・香港）</li> </ul>                                                                          |
| 神戸観光局                                                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>・タイプロモーション<br/>（FIT フェア等の旅行博出展＋旅行会社やメディアセールス）</li> <li>・欧米豪プロモーション（旅行会社やメディアセールス）</li> <li>・韓国プロモーション（SITF への共同出展）</li> </ul> |

③ 最重点市場への観光 REP（台湾・フランス）設置及び機能を活用したプロモーション [B]

最重点市場に観光 REP（パートナー事業者）を設置し、継続的なプロモーションを行う。



④ インフルエンサー等招聘事業 [B]

ターゲット市場の動向を注視しつつ、戻りの早いであろう市場及び訴求力のあるテーマやターゲットを設定したうえで、ブロガー、ユーチューバー、KOL 等のインフルエンサーを招聘し、独自媒体を通じての情報発信に取り組む。

⑤ 関西・大阪万博を見据えた高付加価値化推進施設への誘客プロモーション [★] [A / B / F]

＜観光庁「高付加価値化事業」採択事業者と連携したプロモーション＞

観光庁「観光立国推進基本計画」において、新たな指針として、大阪・関西万博も開催される 2025 年に向け、「持続可能な観光」「消費額拡大」「地方誘客促進」をキーワードに、「持続可能な観光地域づくり」「インバウンド回復」「国内交流拡大」に戦略的に取り組むとしており、3 年後の訪日外国人観光客の目標を「訪日客 1 人当たり消費額 20 万円」と定め、訪日客数から消費額に軸足を移して実質的な経済効果を狙う。

当市においても、関西・大阪万博を見据え国・県・市の補助金等を活用し、施設の高付加価値化改修やサービスの向上に取り組む施設について、認知を高め誘客を促進することで市域の消費拡大を目指す。

|                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 連携<br>対象<br>(一例) | <ul style="list-style-type: none"> <li>・観光庁「既存観光拠点再生・高付加価値化推進事業 (R4)」採択事業者 (17 施設)</li> <li>・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 (R5-6)」 (31 施設)</li> <li>・高付加価値化旅行者をターゲットにしたい事業者、施設、サービス等</li> <li>・姫路市観光産業育成事業の採択事業者 (25 事業者) 他</li> </ul>                                                                                                            |
| ターゲット            | ・自分の好きな領域、体験には消費を惜しまない高付加価値旅行者                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| 事業<br>概要         | <ul style="list-style-type: none"> <li>① 高付加価値化旅行者をターゲットとした媒体の作成 (日・英)</li> <li>② HP「Visit Himeji」内に特設ページを構築</li> <li>③ 旅行会社・メディア・関係者を招聘しての FAM</li> <li>④ ガストロノミーツーリズム等のテーマに特化した施策</li> <li>⑤ 高付加価値旅行者コミュニティ等への情報発信 (広告宣伝)</li> <li>⑥ プロモーション動画の制作</li> <li>⑦ 万博を見据え、ターゲットやテーマが特化された (国内外での高付加価値旅行等) 商談会や旅行博、キャンペーン、現地メディアや AGT セールス等の実施</li> </ul> |

⑥ HP「Visit Himeji」及び SNS を活用した情報発信及び広告配信 (Instagram、Weibo) [B]

過去に収集した幅広いテーマの写真や動画素材も活用し、ビューローの公式 SNS アカウント (Instagram・Weibo・YouTube) で継続的な情報発信を行う。また、ターゲットや訴求テーマを絞った広告配信により、更なる認知拡大と来訪意欲を喚起すると共に、HP「ひめのみち」へ誘導し、更なる観光情報の提供を行うことで誘客に繋げる。

⑦ 姫路おもてなしクーポンキャンペーン (英語・繁体字) [A] ※再掲

参画店舗へのインバウンド誘客として、英語と繁体字版を制作し利用を促す。

⑧ インバウンド定性調査分析 [★] [G]

今後の観光戦略、プロモーション方針検討等に活用するための基礎情報として、観光客の市場別ニーズや特性の把握を行うため、対面による聞き取り調査を行う。人流データ等と掛け合わせた分析を行うことで、ターゲットを明確にした観光客の誘客及び回遊促進への施策に活かす。これら調査結果に対し、レポートとして WEB 上で公開を行う。実施にあたり、ガイド団体や関係団体と連携して取り組む。



### ⑨ インバウンド分析と誘客事業[★][B][G]

全航空会社の国際線の日本への運航計画及び運航実績を基にインバウンド顧客の分析を行い、ターゲティングを行う。また、海外からの旅行者が航空券を購入するタイミングで情報発信し誘客を図るため、航空会社の観光情報プラットフォームを活用する。

| 事業概要                                            |
|-------------------------------------------------|
| ア) 世界各国から日本への就航計画（全航空会社・全路線・全便・就航地別・座席数等）の調査・分析 |
| イ) 国際線と国内線の予約動向に基づく関西圏への来訪者のターゲット分析             |
| ウ) 観光情報プラットフォームによる海外への情報発信                      |

## 【3】 国内外の旅行者を惹きつける滞在型コンテンツの企画・造成事業

### (1) 滞在型コンテンツの商品企画・造成

多様な地域資源や事業者と連携したコンテンツの洗い出し、ターゲット・コンセプトを明確にした商品開発に取り組む。これらの企画造成したコンテンツを、現地ツアーであれば「もっと姫路たび」、体験コンテンツであれば「ちょっと姫路たび」として展開し、認知拡大から販売促進に取り組む。（※下記の事業イメージ参照）さらに、ランドオペレーションセンター機能を活用し、インバウンドの高付加価値旅行者にも対応したプレミアムコンテンツの商品化に取り組み、販売することで従来では難しかった富裕層需要を獲得し、観光消費額の拡大を狙う。

#### ① 現地ツアー「もっと姫路たび」事業

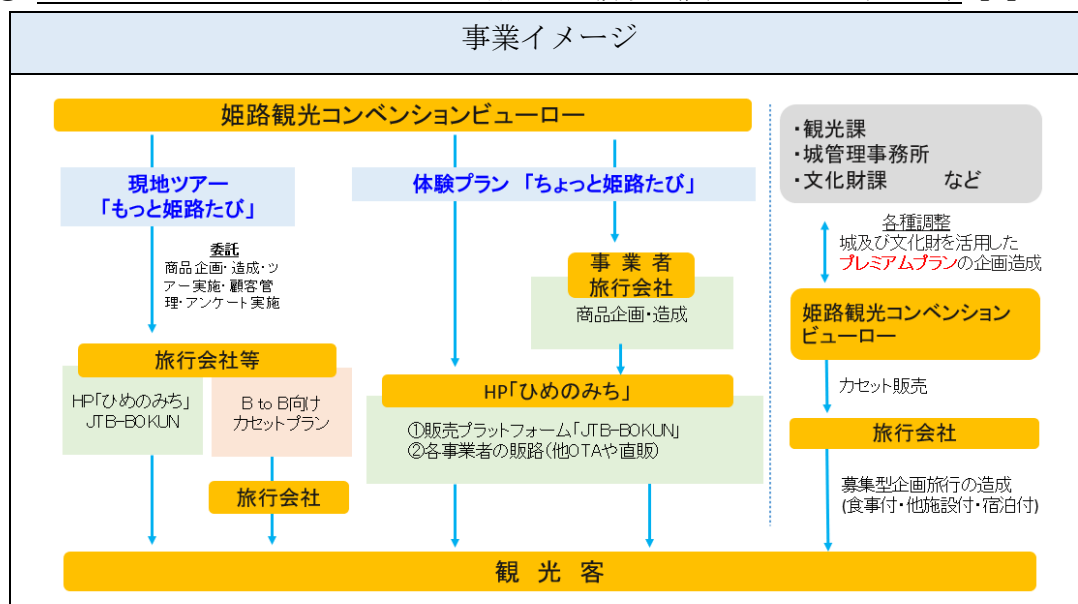
ア) 既存商品のブラッシュアップ [A / B]

イ) B to B向けカセットプランの企画造成 [A / B]

#### ② プラン「ちょっと姫路たび」事業（国内・インバウンド）[A / B]

#### ③ プレミアムコンテンツの商品企画・造成事業（国内・インバウンド）[A / B]

#### ④ ランドオペレーションセンターを活用した誘致（国内・インバウンド）[B]



## (2) 大阪 関西万博 EXP0/瀬戸内国際芸術祭等を契機とした商品造成、プロモーション [★] [B]

「大阪・関西万博」や「瀬戸内国際芸術祭」等のビックイベントを契機に関西地区を訪れる観光客を姫路市へ誘客するため、関係機関や広域DMO等と連携しつつ、テーマやターゲットを定めた訴求力のあるコンテンツ開発やプロモーションを行う。

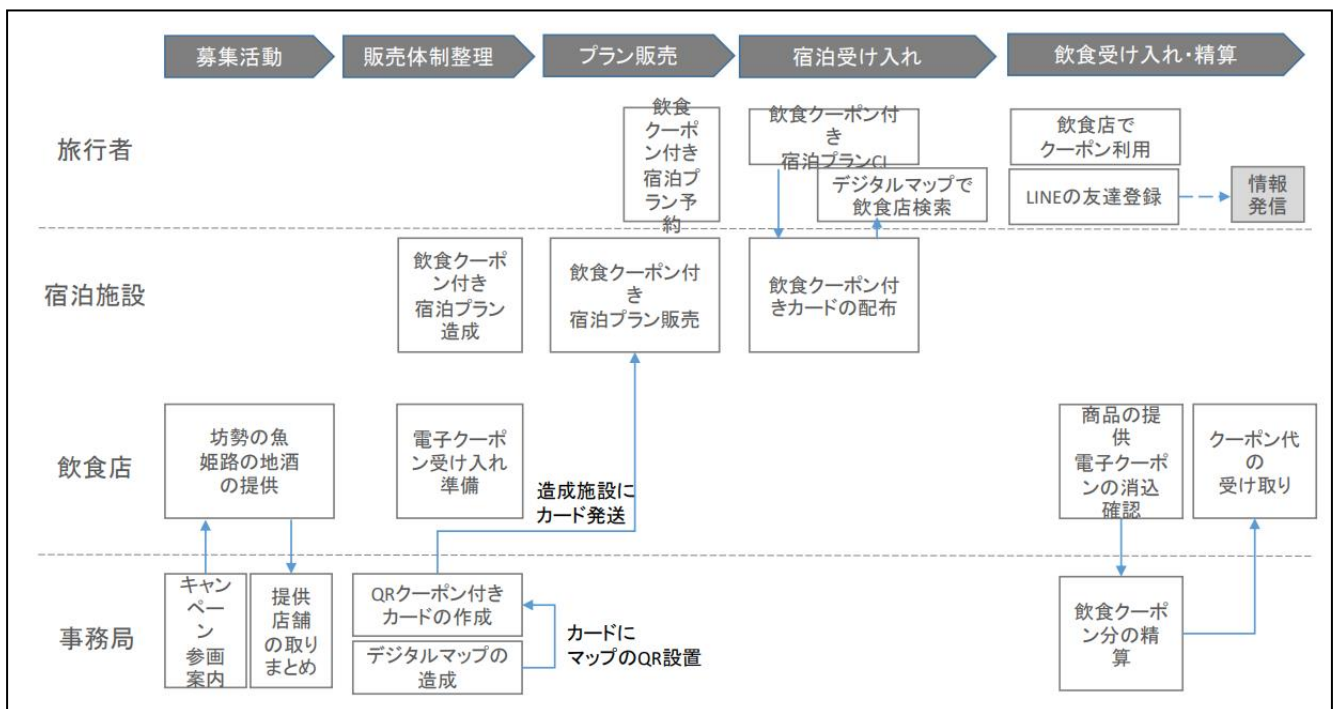
## (3) 姫路市内に宿泊していただくための「食」のプロモーション [★] [A / B / C]

観光消費額の引き上げを目的とし、姫路の「食」が新たな宿泊需要を生み出し、または既存の宿泊需要を観光化するためのレガシー(インフラ)を残す。戦略として、観光客直接ではなく、姫路の宿泊市場の特徴である8割を占めるビジネス客に、姫路産の高品質の魚・酒を使った夕食利用を訴求することで、1泊2食化にして消費額の引き上げを目指すとともに、リピーターとなるビジネス客をインフルエンサー化して新たな観光宿泊需要を拡大する。

### 事業概要

- ・キャンペーン名称 (仮)  
：姫路市内にお泊りいただくための地酒・地魚プロモーション「おいしい姫路の旅」
- ・実施期間：8～9月、11月～2月
- ・対象宿泊施設：姫路駅周辺のビジネス宿泊施設のうち参画希望の施設
- ・対象飲食店：姫路の地魚、姫路の地酒提供店
- ・特典内容：特別宿泊プラン予約者限定で、対象飲食店で使える1,000円割クーポンの配布
- ・資料データ：対象飲食店で提供する料理と地酒をまとめた地図資料をデータ化してひめのみちで公開

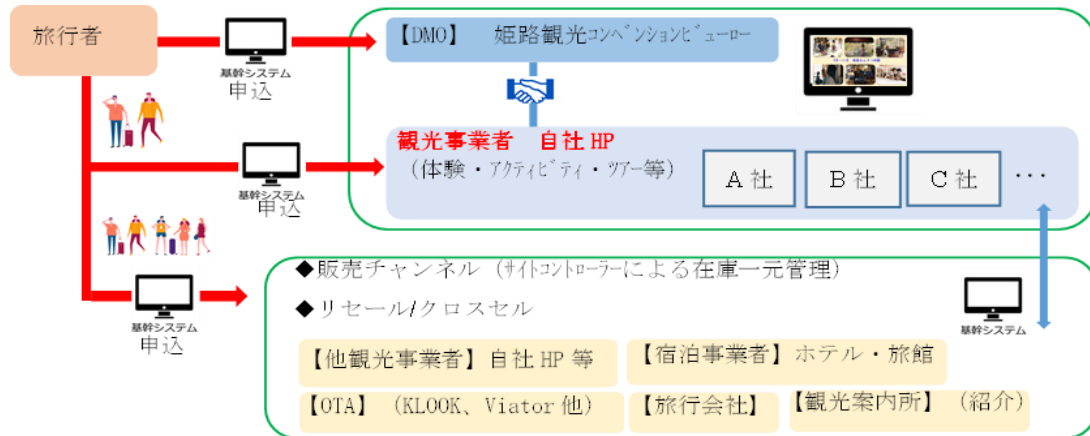
### 事業全体のイメージ



#### (4) IT/DX の活用

##### ① 販売プラットフォーム（JTB BOKUN）を活用した流通環境整備 [D]

販売プラットフォーム「JTB BOKUN」に滞在型コンテンツを集約し、HP 姫路観光ナビ「ひめのみち」にて販売を行う。



##### ② まちあるきプラットフォーム（Stroly）を活用した回遊促進 [D]

スマホ上で、イラストマップ・古地図等と位置情報を連動できる「Stroly」の利用を促し、まちなか回遊による滞在時間の増大を図る。まちあるきガイド団体等にも周知し、ITを活用した取り組みを促す。 ※対象エリア：城周辺・船場城西・野里・手柄エリア・家島

#### 【4】 地域魅力発信事業（姫路市映画・テレビ等撮影支援事業補助金）

本市の地域経済及び観光の振興を図るため、姫路フィルムコミッションが支援する映画又は連続ドラマ若しくは映像作品の製作等に係る市内宿泊費に対し、予算の範囲内において助成を行う。

##### (1) 映画及び番組撮影サポート事業（★）[B / C]

|       |                                                                        |
|-------|------------------------------------------------------------------------|
| 該当作品  | ドラマ・映画                                                                 |
| 撮影隊規模 | 50 名以上                                                                 |
| 助成対象  | 宿泊 1 人 1 泊 上限 5,000 円<br>※宿泊費が 5,000 円未満の場合実費とする<br>※補助額が 25 万円以上となること |
| 予算上限額 | 最大 5,000 千円（1 作品 延べ 1,000 名まで）                                         |
| 露出規模  | ドラマ：全国放送ドラマのみ<br>映画：6 以上の都道府県かつ 50 以上の映画館で公開されるもの<br>※海外のドラマ・映画を含む     |

## (2) 地域映画ロケ誘致サポート事業 (★) [B / C]

|       |                                                                                               |
|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|
| 該当作品  | テレビ番組・ドラマ・映画                                                                                  |
| 撮影隊規模 | 50 名未満                                                                                        |
| 助成対象  | 宿泊 1 人 1 泊 上限 5,000 円<br>※宿泊費が 5,000 円未満の場合実費とする<br>※補助額が 10 万円以上になること                        |
| 予算上限額 | 最大 1,000 千円 (1 作品)                                                                            |
| 露出規模  | テレビ番組：4 以上の都道府県で放送されるもの<br>ドラマ：全国放送ドラマのみ<br>映画：6 以上の都道府県かつ 50 以上の映画館で公開されるもの<br>※海外のドラマ・映画を含む |

## 【5】 受入体制整備事業

### (1) 姫路市観光案内所案内等業務 [F] / 移住相談窓口業務 (★) [F]

J R 姫路駅中央コンコースに隣接する姫路市観光案内所（姫路観光ナビポート）にて、観光案内窓口業務を行う。また、移住検討者の相談窓口を新たに開設する。

### (2) ユニバーサルツーリズムの推進 (★) [B] [F]

観光庁では、誰もが安心して旅行を楽しむことができる地域の受入体制の強化や、旅行商品の造成・普及のための取組などの、ユニバーサルツーリズムの普及・促進を図っている。また、兵庫県では、「高齢者、障害者等が円滑に旅行することができる環境の整備に関する条例（通称：ユニバーサルツーリズム推進条例）」を令和 5 年 4 月に施行し、年齢や障害の有無等に関わらず、様々な方が気兼ねなく旅行できるユニバーサルツーリズムを推進している。姫路市においても、ユニバーサルツーリズムの拠点整備を行うことで、大阪・関西万博を前に、誰もが安心して姫路の観光を楽しむことができる受入体制を強化する。

### (3) 観光客へのおもてなし事業

| 事業名称                  |                                                                |
|-----------------------|----------------------------------------------------------------|
| ① しろまるひめ登場 [F]        | 姫路城や姫路駅前に「しろまるひめ」を登場させ、観光客との記念写真やノベルティの配布等を行い、おもてなしに努める。       |
| ② 千姫様のお出迎え [F]        | NHK 大河ドラマ「千姫」の実現に向けての啓発や機運を高めるため、姫路城へ千姫に扮したお姫様を登場させ、写真撮影等に応じる。 |
| ③ 姫路銘菓でおもてなし [F]      | 姫路菓子組合と共同で観光客を対象に、姫路銘菓の P R を行う。                               |
| ④ 観光ボランティア団体の活動支援 [F] | 家老屋敷に拠点を準備し、団体間の相互連携による円滑な活動を行う。 (忍者・門番・甲冑隊等が対象)               |

#### (4) 観光ガイドブック、ポスター、ノベルティ等の作成 [F]

「姫路観光ガイドブック（観光施設・体験メニュー・飲食店・土産店・宿泊施設・地図等）」の改訂・増刷を行う。その他、既存パンフレットについても、必要に応じて改訂・増刷を行う。また、観光キャンペーン配布用としてのノベルティグッズを作成する。

### 【6】観光イベント事業

#### (1) 姫路城ライトアップ事業 [★] [B]

「姫路城 Castle History 30th 鏡花水月」のテーマ「光でつなぐ Castle History」とその世界観を継承したライトアップイベントを開催。事業主体を、令和6年度から市から当ビューローに移管し収入確保に努める。

#### (2) 姫路市周遊型ナイトツアー事業 [★] [B]

国内外からの観光客を対象に姫路市周辺の魅力的な場所を巡るナイトツアーを実施し、姫路市内の新しい魅力的な観光コンテンツの充実を図るとともに、滞在型観光の推進を図る。

|      |                                                                                                                                                                      |
|------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 事業概要 | 下記ア) 及びイ) をテーマとして着地型ツアーの実施（秋・冬）<br>ア) 市内観光地を巡るナイトツアー<br>姫路城や圓教寺等の主要な観光地の他、特色あるレストラン等を取り入れたナイトツアー<br>イ) 既存ライトアップイベントとの連携<br>ライトアップイベントや好古園紅葉会等の夜間イベント開催期間中に合わせたナイトツアー |
|------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

#### (3) 恋活・婚活イベント事業 [★] [B]

令和6年度から市から当ビューローに移管し事業を行う。出会いを望む独身男女に対して出会いと交流の場を提供し、恋愛・結婚へと進展を促すことで、少子化の要因の1つである未婚化・晩婚化の進行に歯止めをかけることを目的とした出会いイベントを行う。

## 【7】DMO を核とした観光地域づくり

### (1) 観光産業育成支援事業[○] [A / C / E]

観光資源の魅力向上や受入環境の充実に寄与する市内の観光事業者等の取組みを支援することで、地域の消費拡大を目指す。事業区分として「観光産業活性化重点支援事業」「快適観光施設改修事業」「観光客誘客広報宣伝事業」を対象に支援を行えるよう、要綱・要領を策定のうえ公募を行う。

| 補助対象事業                                                                                                                                         | 補助対象者                            | 補助率   | 補助上限           |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|-------|----------------|
| (1) 観光産業活性化重点支援事業<br>ア) 面的連携による市内周遊促進事業<br>イ) 魅力的な体験コンテンツ・現地ツアーの造成事業<br>ウ) 魅力ある観光土産品の開発支援事業<br>エ) 満足度を向上させる受入環境整備事業<br>オ) 持続可能な地域づくりに資する事業     | 共同事業体<br>団体<br>※5 者以上を<br>構成員とする | 10/10 | 10,000 千円<br>※ |
| (2) 快適観光施設改修事業<br>ア) 高齢者・障害者等が快適に施設を利用できる<br>バリアフリー化等<br>イ) 観光客受入のため外部からの裨益効果、満足度の向上<br>によるリピーター創出、施設機能を高める改修・整備等                              | 観光事業者<br>共同事業体<br>団体             | 1/2   | 1,000 千円       |
| (3) 観光客誘客・広報宣伝事業<br>ア) 受入体制整備・おもてなし向上に資する事業<br>イ) 外国人観光客受入環境整備に資する事業<br>ウ) 観光商品開発・販路開拓に資する事業<br>エ) 観光客誘客イベントの実施<br>オ) 海外の旅行博、展示会、商談会等でのプロモーション |                                  | 1/2   | 500 千円         |

### (2) まちなか問題解決・魅力創出支援事業 (★) [C / E]

まちなかの魅力向上に取り組む事業者への支援及び課題解決に向けた協議の場づくりを行うことを目的に、下記の事業に要する経費の助成を行う。

| 助成概要                                                                                                                                                                                  |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ①まちなかの課題（駅前広場のあり方検討など）解決に向けた会議開催<br>②ウォークブル（公共空間の利活用）やリノベーションまちづくり等でエリアの魅力向上に取り組む事業者（団体）への助言、指導、活動補助<br>③エリアごとのステークホルダー同士の意見交換会や勉強会の開催、まちづくりの専門家招聘<br>④ほこみち占用事業者、沿道事業者への助言、指導、活動補助 ほか |



### (3) 外部専門人材の登用 [G] ※観光庁補助金活用

観光庁補助金「世界に誇る観光地を形成するための DMO 体制整備事業」の支援メニューを活用し、観光地域マーケティングに関する体系的な知見を有する専門人材を、令和 5 年度に引き続き登用する予定。

### (4) 面的 DX 化

#### ① 高性能ビーコンによる人流データの収集・分析及び多様な関係者との情報共有 [D / E]

国内外から多くの観光客が世界遺産姫路城を訪れる一方、域内での回遊・周遊がなされておらず、滞在時間が短いことによる「消費額の低さ」が地域課題として挙げられる。これら課題解決に向けた施策検証のためのデータ収集及び分析手法が確立されておらず、デジタルを活用した観光地経営の取り組みが不十分である。本事業では、高性能ビーコンを活用した人流データの収集・分析により、観光客（マーケット）の嗜好やニーズを洗い出すことで、DMO の事業戦略はもとより、地域事業者が事業戦略（広告宣伝・人材採用・商品開発・設備投資等）に活用できる手法を確立させる。

<事業イメージ>



#### ② LINE を活用した情報発信「簡易版観光 CRM による姫路ファン及びリピーター創出事業」 [D / E]

若年層から高齢者まで広く利用されているコミュニケーションツール LINE を活用し、顧客情報の蓄積（友達追加）、顧客管理、及びデータ分析等の機能を活用し、セグメント別のプッシュ配信を行うことで、リピーターの誘客を図る。さらに、「分析→集客→取得→利活用→継続」のサイクルにより、精度の高いデータの利活用と、優良な顧客の囲い込みを目指す。観光CRMを本格的に導入を検討する前の実証とする。

※ビューローが事業を通じて得た顧客情報

着地型コンテンツの参加者、メルマガ会員、パンフレット請求者、各種事業への参加者等で、姫路や当ビューローに接点も持った顧客を指す。

#### (5) オーバーツーリズムの未然防止・抑制による持続可能な観光推進事業[★] [B / E / G]

当該事業は観光庁の公募事業で、「観光客の受け入れと住民の生活の質の確保を両立しつつ、持続可能な観光地域づくりを実現するための総合的な支援を受けられる」もので、令和6年2月に下記の項目で申請を行っている。

|           |                                                                                                                                                                                |
|-----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 事業名       | 姫路市における観光客の分散・平準化を目指した調査事業、情報発信及び着地型体験プログラムの開発                                                                                                                                 |
| 補助対象項目の事業 | (1) 調査・分析<br>課題解決のための現状把握として、来訪者の人流データやニーズ調査や分析、関係者との共有<br>(2) 観光客の分散・平準化<br>朝・夜、コアエリアからの分散を図るための着地型体験コンテンツの開発/回遊を目的とした観光資源の発信<br>(3) 地域住民と協業した観光振興<br>住民や関係者との情報共有や合意形成のための会議 |
| 事業費       | 34,000 千円（1/2 か 2/3 補助）※既存事業（市補助金事業）の財源を充当                                                                                                                                     |

#### (6) 魅力ある観光地域づくりに向けた観光ガイド活動支援

##### ① 観光ガイド活動支援事業 [F]

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、着地型観光資源の充実並びに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。

#### (7) 情報発信・プロモーションの一元化[B / E]

姫路市主催の事業・イベント情報、事業者の各種イベント情報について、DMOへ情報集約し、一元的に情報発信を行う。

#### (8) 調査研究事業

- ① 姫路市観光動向調査業務[G]
- ② デジタルマーケティング事業[G]

### 【8】 DMO 推進体制の整備

#### (1) 委員会/ワーキング・グループ (WG)

##### ① 委員会：DMO 企画委員会[E]

DMO としての取り組みを具体化するために、「DMO 企画委員会」を設置する。

##### ② ワーキング・グループ (WG) [E]

委員会で検討した各テーマの方向性に沿って、関連事業者によるワーキング・グループで具体策について検討する。



## (2) DMO アドバイザー会議[E / G]

DMO アドバイザーに柏木千春氏（大正大学 公共政策学科 教授）を迎え、当ビューロー・姫路市・姫路商工会議所の3者で、DMOアドバイザー会議を四半期毎に実施。収集した主要なデータを「姫路観光レポート」として作成し、当会議での検証を経て、HP「ひめのみち」にて公開する。

## (3) DMO 推進会議[E]

多様な関係者（会員以外も含む）を対象に、DMOの活動状況や観光関連情報の共有を目的に、セミナーや講演会も交えた内容で年1回開催

## (4) 広域連携[○]

- ① 観光庁や近畿運輸局等との情報交換
- ② 日本政府観光局（JNTO）や関西観光本部をはじめとする他のDMOとの連携
- ③ 「大阪・関西万博」ひょうご活性化推進協議会への参画

## 公 2 (コンベンション事業)

[★] 新規事業      [○] 拡充事業

東京・大阪等に本部を置く中小規模コンベンションの学会・団体に加え大規模コンベンションに対しても、積極的な誘致活動を行う。また、大規模コンベンションの企画・運営を総合的に行う専門業者(PCO)へも情報提供を行う。同時に、学会・団体とコネクションを持つ地元大学教授(兵庫県立大学、姫路獨協大学ほか)、神戸大学や近隣研究機関(高輝度光科学研究センター他)、文化・スポーツ団体との情報交換を密に行い姫路開催を働きかける。

併せて日本政府観光局(JNTO)、日本コンGRESS・コンベンション・ビューロー(JCCB)、大阪観光局、神戸市等との連携を強化し、コンベンション誘致を行う。近隣都市については、エクスカーショ等の誘致にも取り組む。

また、国内外のMICE関係者が集まる商談会・展示会やいくつかの学会に出展し、アクリエひめじをはじめ市内のコンベンション施設情報、受入に係る支援体制等のPRを行う。ユニークベニユー、バンケット会場、アトラクション、エクスカーショ(市内の企業見学ほか)、市内観光及び体験などの情報を提供することで、側面的に姫路開催に繋げる。

### 【1】コンベンション誘致事業

#### (1) コンベンション誘致プロモーション

##### ① 学会、団体、学会運営業者(PCO)、近隣大学、研究機関等への誘致活動

- ・ 学会、団体(東京・大阪等)、学会運営業者(PCO)への誘致活動を行う。
- ・ 地元大学教授、神戸大学、近隣研究機関への誘致活動を行う。

##### ② 商談会や展示会への出展

〔商談会〕

| 名称               | 時期  | エリア |
|------------------|-----|-----|
| 国際ミーティングエキスポ IME | 2 月 | 東京  |

〔展示会〕

| 名称                   | 時期   | エリア |
|----------------------|------|-----|
| 知と交流シンポジウム           | 9 月  | 姫路  |
| 応用物理学会               | 9 月  | 新潟  |
| Japan MICE EXPO 2024 | 10 月 | 大阪  |
| 日本生化学会大会             | 11 月 | 横浜  |

##### ③ 下見受入

姫路開催を検討する県外からの学会・団体の下見を受け入れることで、姫路開催を強く働きかける。(下見経費の一部を補助)

##### ④ JCCB、7 都市情報交換会及び近畿コンベンション連絡会と連携した誘致活動

## (2) コンベンション開催におけるキーマンの招聘

### ① コンベンション主催者であるキーマンを招聘してのセミナー開催

| 名称            | エリア | 内容                              |
|---------------|-----|---------------------------------|
| 7 都市情報懇談会     | 東京  | 同規模の 7 つの都市が、バイヤー(学会・団体)を紹介する会合 |
| 姫路コンベンションセミナー | 未定  | バイヤー(医学系を含む学会・団体)を招待して開催するセミナー  |

### ② コンベンションパートナー制度への参画促進（セミナー開催）及び定期的な情報提供

バンケット会場、アトラクション、市内外の企業見学、市内観光及び体験などの情報など、コンベンション主催者が求めるメニューを整備・一覧化し、学会・団体、コンベンション運営業者(PCO)への情報提供力を強化する。

| 名称                                                               | 時期    |
|------------------------------------------------------------------|-------|
| コンベンションパートナーセミナー                                                 | 未定    |
| コンベンションパートナーに対して計画されている 1 年間のコンベンション情報の発信<br>(Web など公表されている情報のみ) | 2 カ月毎 |

## 【2】コンベンション開催支援事業

### (1) コンベンション開催補助金

#### ① コンベンション開催補助金

一定の要件を満たした各種コンベンションを対象に開催補助金、シャトルバス、観光バス補助金等を交付し、開催促進と支援を行なう。

| 補助金種別                          | 最高限度額    | 国際会議<br>最高限度額 |
|--------------------------------|----------|---------------|
| 学会、大会（会議、集会、セミナー等）〔○〕※1        | 3,000 千円 | 4,000 千円      |
| 企業コンベンション                      | 500 千円   |               |
| スポーツ大会、文化大会                    | 1,000 千円 |               |
| 合宿等                            | 300 千円   |               |
| シャトルバス、観光バス〔○〕※2<br>エクスカーションバス | 250 千円   |               |
| 懇親会場行きバス補助金〔★〕※3               | 500 千円   |               |

※1・国内会議、国際会議とも 2000 人規模の学会・大会支援を想定〔○〕

（国内会議は県内 500 人、県外 1500 人、国際会議は県外 2000 人の宿泊者数を想定）

※2・2025 年については関西大阪万博行の観光バスについても含める〔○〕

・姫路市内の観光地 2 か所以上→1 か所以上訪問に変更〔○〕

※3・会議会場から懇親会場へのバス利用時、5 万円/台、Max10 台を補助〔★〕

## ② ハイブリッド会議補助金

ハイブリッド会議開催を行ったコンベンション主催者に対して支援を行う。

| 補助金種別      | 補助率 | 補助上限   | 要件         |
|------------|-----|--------|------------|
| ハイブリッド会議開催 | 1/2 | 500 千円 | 市内の事業者から調達 |

## ③ ユニークベニュー利用促進補助金〔○〕

M I C E の主催者等が市内の施設をユニークベニュー懇親会の会場として利用する際の会場設営の支援を行うことにより、国際会議観光都市姫路の魅力を国内外に向けて強力に発信することを目的として実施する。

| 補助金種別       | 補助率 | 補助上限     | 要件         |
|-------------|-----|----------|------------|
| ユニークベニュー開催※ | 1/2 | 1,500 千円 | 市内の事業者から調達 |

※500 人規模のユニークベニュー懇親会での会場設備、備品、機材費、人件費の 1/2 を想定

## ④ 姫路を感じるおもてなし補助金

市内で開催されるM I C Eにおいて、M I C E参加者にとって姫路を感じていただき

「Himeji JAPAN.Monumental Meetings」となる機会を提供するため、姫路を感じる文化プログラムのアトラクション費用又は清酒樽の購入、伝統産業製品の購入費用の一部を補助することにより、市内でのM I C E開催を支援することを目的として実施する。

| 補助金種別       | 補助率 | 補助上限   | 要件                     |
|-------------|-----|--------|------------------------|
| 姫路を感じるおもてなし | 1/2 | 500 千円 | 姫路を感じる文化及び伝統産業プログラムの実施 |

## (2) コンベンション受入体制の整備

コンベンション主催者及び参加者への「おもてなし」として、J R姫路駅周辺への歓迎看板を設置して受入体制の充実を図る。新たに、2,000 人以上の大会・学会に対しては、フェスタに掲げている懸垂幕を大会・学会用に掛け替える。

また、コンベンション参加者の観光を促進するために施設割引券を提供する。さらに、コンベンション主催者及び参加者向けにコンベンションバッグ、観光資料、ノベルティを提供する。その他として、コンベンション会場で上映する観光動画の提供、更に、現開催地で次年度開催地としての姫路を紹介する観光情報(ポスターほか)の提供を行う。

## (3) ナイトタイム飲食マップ作製 【★】

学会・大会の参加者（海外の参加者も含む）が姫路の夜を安心して楽しめる飲食マップを作製する。

### 【3】コンベンション広報事業

#### (1) パンフレット、ポスター、コンベンショングッズ等の作成

コンベンション主催者向けの各種印刷物、ノベルティ等を作成し誘致に活用する。

| 印刷物          | 内容      |
|--------------|---------|
| 姫路コンベンションガイド | 姫路誘致総合誌 |
| メリット姫路       | 姫路誘致チラシ |

ノベルティ：しろまるひめボールペン、フリクション姫路城ペン、姫路城うちわ、MICE ノート等を作製

#### (2) 広報及び広告媒体を活用した情報発信

日本政府観光局(JNTO)の国内外の情報発信サイトにて、姫路を国内外に発信し知名度の向上を図るとともに、ホームページでコンベンション施設・宿泊施設、開催補助金ほかを掲載し、コンベンション主催者及び参加者への情報提供を行う。

さらに、コンベンション関係者が利用する媒体に広告を行う。

| 名称                  | 内容          |
|---------------------|-------------|
| MICE PLANNERS Guide | 各都市の支援の年刊誌  |
| 全国会場 Navi           | 全国会場の総括誌    |
| 日本工学会年報             | 工学系学会のスペック誌 |
| 知の交流シンポジウム要旨集       | 地元大学イベント発行誌 |
| 学術の動向               | 学会有識者の月刊誌   |

### 【4】コンベンション企画調査事業

#### (1) コンベンション経済波及効果等調査

コンベンション参加者のアンケートデータを基にコンベンション開催による姫路市への経済波及効果の調査を実施する。アンケートに、経済面(消費金額等)だけでなく、心理面(満足度)などを追加して、今後の取り組み方針にフィードバックするなど活用する。

## 公3（フィルムコミッション事業）

令和6年度は、2025大阪・関西万博が翌年に控え、インバウンド等の観光客増も見込めることから、姫路城管理事務所をはじめ、関係部署と連携し、積極的にロケ受入を行うとともに、引き続き、ジャパンフィルムコミッションの全国ロケ地フェアへの出展によるロケ地誘致及びWEBサイト「心で旅する姫路」（動画コンテンツ制作）、HP、Instagramを活用した情報発信を行う。また、2024年公開予定の映画「八犬伝」又は「ルート29」の上映会を開催し、市民啓発事業にも積極的に取り組む。

### 【1】映画・テレビ・CM等のロケ作品の積極的な誘致支援【○】

映画、テレビ、CMなどの映像作品が姫路地域で制作される際、円滑なロケーション撮影ができるよう、ロケハン（下見）やロケーション撮影時に、制作スタッフに具体的なアドバイスを行うとともに、撮影許可に係る関係機関、撮影場所などとの連絡・調整を行う。

また、令和6年度は2025大阪・関西万博を翌年に控え、インバウンド等の観光客増も見込めることから、姫路城管理事務所をはじめ、関係部署と連携し、積極的にロケ受入を行うとともに、これまで培ったネットワークを活かすとともに、姫路フィルムコミッション映画・テレビ等撮影支援事業補助金制度（仮称）（※）を創設し、映画・ドラマなどの誘致を積極的に行う。（※）公1事業に概要記載

### 【2】ロケ作品（ロケ地）を活かした、ロケ地ツーリズムの推進

知名度の高いロケ作品については公開前後で、積極的なプロモーションを行う。

また、国内外のメディア及び映像制作会社を訪問し、姫路市内のロケーションPR及び誘致活動に取り組む。また、ジャパンフィルムコミッションが主催するロケ地フェアなどに積極的に参加し、PRブースを出展し、メディア等に対してロケーションの紹介や誘致を行う。大河ドラマや知名度の高い映画作品の撮影地としてPRすることで、ロケ地ツーリズムの推進に取り組む。

#### （1）ひめじロケ地マップの作成

近年の支援作品の情報を追加掲載し、「ひめじロケ地マップ」の改訂及び増刷を行う。

#### （2）JFC 全国ロケ地フェア出展

ジャパン・フィルムコミッション主催の「JFC 全国ロケ地フェア」に出展し、映像制作関係者に対し、地域の特色やロケーション地など撮影に関する情報提供を行うことでロケ誘致に取り組む。

#### （3）JFC 全国ロケ地マップフェア出展

ジャパン・フィルムコミッション主催の「JFC 全国ロケ地マップフェア」に出展し、映像制作関係者に対し、地域の特色やロケーション地など撮影に関する情報提供を行うことでロケ誘致に取り組む。



### 【3】HP を活用した情報発信

姫路フィルムコミッションのホームページにロケーション撮影の候補地となる場所などの写真を掲載するとともに、動画コンテンツによる情報発信を強化しメディア誘致へ繋げる。専用 WEB サイト「心で旅する姫路」の動画事業を展開し、地域の魅力を発信する。

#### (1) WEB サイト「心で旅する姫路」での情報発信（動画コンテンツ制作）

テーマに特化した動画コンテンツを年間3本製作し、WEB サイト「心で旅する姫路」で情報発信を行う。

#### (2) HP 及び Instagram を活用した情報発信

ロケ情報やロケ地をテーマとした観光情報等を中心に、Instagram (@himejifc) で情報発信

### 【4】映画上映会の開催

フィルムコミッションの活動に対する認知度の向上や撮影支援・協力のための啓発活動を目的に、2024 年公開予定の映画「八犬伝（案）」又は「ルート 29（案）」の映画上映会を開催

## 他 1（会員サービス事業）

会員向けのサービス内容の見直し・充実を図り、会員の利便性向上や会員数増強を図る。

| 項目 |        | 内容                                                                                                                                                            |
|----|--------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | 情報提供   | <ul style="list-style-type: none"><li>・観光情報の提供</li><li>・会報誌「ひめじ観光」等の定期刊行物</li><li>・観光ポスターやガイドブックの無償提供</li><li>・観光情報（チラシ等）の定期送付</li></ul>                      |
| 2  | 情報発信支援 | <ul style="list-style-type: none"><li>・HP 姫路観光ナビ「ひめのみち」内での事業者紹介（各事業者HPへのリンク設定）</li><li>・姫路観光ナビポート内に会員PRラックの設置（約130社利用可）</li></ul>                             |
| 3  | 会員交流   | <ul style="list-style-type: none"><li>・各種刊行物に優先的に掲載（会員名簿、各種刊行物）</li><li>・業種を超えた会員相互の交流（コロナの状況に応じて実施）</li></ul>                                                |
| 4  | 事業支援   | <ul style="list-style-type: none"><li>・国内外のプロモーション事業（旅行博、商談会、セールスコール等）への参画</li><li>・事業に関する印刷発注、消耗品調達等への会員事業者の参画</li><li>・外部からの問い合わせに対し、会員事業者を優先的に紹介</li></ul> |

## 収 1（収益事業）

公益目的事業及び法人運営に充てる財源を確保する目的で、姫路城売店での土産物販売や自動販売機、ロッカー設置による収益事業を行う。姫路城グランドオープン以降、安定的な収益源であった姫路城売店事業は、令和2年度から新型コロナウイルスの影響により大幅な収益減少が続いたが、令和5年度には姫路城入城者数の回復に伴い、収益はコロナ過前の水準に回復してきている。

引き続き商品構成の見直し、販売促進のためのキャンペーンの実施、新たな収益源の確保に向けた御城印や御城印帳の年間販売等により、収益の増幅を目指す。