

## 令和5年度DMO企画委員会及びWGの活動について

## (1) 委員会：DMO企画委員会

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

## 【実績】

開催日	テーマ及び議事概要
4月7日(金)	① 大手前イルミネーションについて ・イルミネーション事業の概要説明と賑わい創出、姫路城夜間入場に関する意見交換 ② 観光産業育成事業について ・制度概要と事業周知に関する意見交換
9月26日(火)	① 今後の委員会運営方針について ・マスタープランの策定プロセスや観光消費額目標の設定経緯や課題について意見交換
10月11日(水)	① 観光戦略プランにおける観光消費目標額の根拠について ・数値目標の根拠について兵庫県の観光消費額の算出方法等の説明と消費額増加への意見交換 ② 大手前イルミネーションについて ・パンフレット等を活用した周知内容について意見交換 ③ 今後のワーキング・グループの運営、委員の所属について ・委員の所属について意見交換
1月24日(水)	① マスタープラン案について ・マスタープランの意義と役割の項目についての意見交換 ・プランのロードマップの項目についての意見交換 ・姫路の観光都市としてのあるべき姿の項目についての意見交換 ・私たちのビジョンの項目についての意見交換
2月6日(火)	① マスタープラン案について ・マスタープランの意義と役割の項目についての意見交換 ・プランのロードマップの項目についての意見交換 ・現状把握等の項目についての意見交換 ・地域資源 姫路城の項目についての意見交換 ・姫路の観光産業都市としてのあるべき姿の項目についての意見交換 ・姫路のDMOとしてのあるべき姿の項目についての意見交換 ・私たちのビジョンの項目についての意見交換

## ○姫路市観光産業育成事業補助金に係る申請事業に対する評価

令和5年度姫路市観光産業育成事業に係る事業の評価について、観光産業育成事業諮問WGにおいて評価を行い7月13日に答申した。

(2) ワーキング・グループ (WG)

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「観光産業育成事業諮問 WG/マーケティング WG/地域の魅力向上 WG/DMO 体制 WG」で具体策について検討した。

【実績】

○観光産業育成事業諮問 WG

開催日	テーマ及び議事概要
7月4日(火)	①諮問事項の答申について(観光産業活性化重点支援事業 13件、快適観光施設改修事業 20件)
7月7日(金)	①諮問事項の答申について(観光客誘客・広報宣伝事業 16件)

○マーケティング WG

開催日	テーマ及び協議内容
10月27日(金)	①DMO マーケティング戦略について(マーケティングの必要性、ターゲット選定、イベント、プロモーション、事業所からの情報収集・共有、関係各所との連携、地域の受入体制)
11月20日(月)	①DMO マーケティング戦略について(ニーズ調査、宿泊調査、消費額の把握、KPI・KGIの検討)
12月18日(月)	①DMO マーケティング戦略について(マスタープランの意義・役割、あるべき姿・ビジョン、成果指標)
2月14日(水)	①インバウンド定性調査結果について ②マスタープラン案について(マーケティング、イベント評価、あるべき姿・ビジョン)

○地域の魅力向上 WG

開催日	テーマ及び協議内容
10月27日(金)	①DMO 観光地経営 宿泊業界の状況について(業界の動向、観光客の動向、誘客促進)、客単価の向上に向けた取組み(情報共有、情報発信、飲食の促進、姫路城、イルミネーション事業、イベント活用による宿泊促進)
11月14日(火)	①DMO 観光地経営 観光施設の状況について(各施設の特徴や現状、観光客の動向、誘客促進)、観光消費額の拡大に向けた取組み(情報共有、情報発信、消費額を上げるための地域の課題)
12月13日(水)	①DMO 観光地経営 飲食・小売業界の状況について(業界の動向、観光客の動向、誘客促進)、観光消費額の拡大に向けた取組み(情報共有、情報発信、滞在時間の延長、イルミネーション事業の波及効果)、外国語対応について、プロモーションについて
12月18日(月)	①DMO 観光地経営 交通・旅行業界の状況について(業界の動向、観光客の動向、誘客促進)、旅行商品、消費拡大に向けた取組み(情報共有、情報

	発信、姫路城、イルミネーション事業、イベント活用による宿泊促進)、誘客の取組み
3月5日(火)	①マスタープラン案について(マスタープランの意義と役割、プランのロードマップ、姫路の観光都市としてのあるべき姿、姫路のDMOとしてのあるべき姿、私たちのビジョン)
3月8日(金)	①マスタープラン案について(マスタープランの意義と役割、プランのロードマップ、姫路の観光都市としてのあるべき姿、姫路のDMOとしてのあるべき姿、私たちのビジョン)

### ○DMO体制WG

開催日	テーマ及び協議内容
10月26日(木)	①DMOの運営体制について(検討の方向性、組織・役割に関する課題認識、DMO組織の見直し、事業者との情報共有、予算、観光に対する地域の気運醸成)
11月14日(火)	①DMOの運営について(あり方・役割、組織体制のあり方と課題、意見集約・反映の方向性、消費拡大に向けた具体策)
12月13日(水)	①DMOの運営について(組織、シビックプライド、効果検証・評価)
2月20日(火)	①マスタープラン案について(姫路CBの戦略の柱・マーケティング機能・賑わい作りの機能) ②地域での合意形成の進め方について(企画委員会・ワーキングの役割、進め方、住民も含めた合意形成のあり方)

### (3) DMO企画委員会・ワーキング・グループで委員他より寄せられた主な意見・課題等

#### 【ビジョン・ミッション等】

- ① なぜ姫路にDMOが必要なのか。行政・ビューロー・事業者等の共通認識が明確ではなく、今回マスタープラン策定により、「姫路城を中心として観光産業を育成し、地域の活性化・雇用の拡大を図る」ビジョンを打ち出す必要がある。
- ② 今回のマスタープランは、都度直し、PDCAを実施し、リニューアルしていくことを前提として策定した。
- ③ 姫路市策定の「観光戦略プラン」の次回見直し(2027/3末)に向けて、民間の声を反映し、マスタープランとの一体感を持たせる。
- ④ 本マスタープランの発信により、世界に誇る姫路城をキラーコンテンツとして、播磨圏域、京阪神、中四国等広域での連携を構築していく。
- ⑤ 重厚長大なものづくりの街として発展してきた姫路市であるが、次世代産業としての観光産業をどのように展開していくか、行政と民間事業者の橋渡し役がDNOの役割。

## 【マーケティング】

- ① 姫路市の掲げる観光消費額 1060 億円をとりあえず最終目標とし、民間事業者と一体となって、客数増加、客単価増加を図っていく。
- ② K P I の設定も検討したが、根拠となるマーケット分析やタイムリーに把握できる定量数値の把握が、現状難しく、今後観光客日線の調査実施等の継続実施を図り、よりの確な KPI 目標を設定し、成果を検証していく。
- ③ 求めるターゲット選定については、現状観光客分析が十分ではなく、今後アンケート調査の拡充によるペルソナ設定等が必要。
- ④ 宿泊設備の稼働率は高いものの、インバウンド始め富裕層の受け皿として不十分。また観光客の関心の高い飲食・土産品も素材はあるものの、決め手に欠けるのが現状。すぐには難しいが中長期的に取り組むべき課題。

## 【運営体制】

- ① コンベンション、観光協会、フィルムコミッションが統合（2006 年）してから、組織は変わっておらず、現状DMOとして求められるマーケティング機能が発揮できる体制となっていない。
- ② イベントについては、市民向け・観光客向けあるが、効果の検証が必要。またターゲットや人数等の情報を早期に入手ができるよう、DMOが情報の収集と発信の取り纏めを期待。
- ③ 求められる機能を果たすためには、専門的な知識を有するプロパー人材の確保が必要。しかしながら財源の問題あり、当面は行政・民間からの出向社員に依存せざるを得ないが、姫路市との役割を明確にした中長期的な人員計画が必要。
- ④ 自由度の高い組織運営には自主財源の確保が必要であるが、当面は姫路市からの委託料等の維持に努め、今後の継続課題とする。
- ⑤ DMO の役割は、あくまで民間事業者が利益をあげ、雇用を生み、納税により地域経済が循環する環境整備を図ることであり、DMO そのものの収益を求めることではない。

## 【その他】

- ① 姫路城の開城時間を、滞在型観光促進のため、延長できないか。
- ② やる気のある民間事業者を積極的に支援していくことで、好事例となり、民間事業者の観光に向けた取組みの促進になるのではないか。
- ③ 観光産業だけではないが、人手不足は大きな経営課題。雇用条件改善による人材確保に向け官民一体となった取組が必要。

### （4）DMO 企画委員会・ワーキング・グループでの意見・課題の反映

今後、継続検討していくべき課題は残されているが、企画委員会・WGの活動の成果として、今回のマスタープランに上記意見は概ね反映されている。

今後も民間事業者の声を踏まえたマスタープランのブラッシュアップに向け、検討を深めていく。