



(公社) 姫路観光コンベンションビューロー
インバウンド交流会
2024年3月19日

インバウンド交流会の目的

- 姫路のインバウンドの状況について共有したい
- 高付加価値化（ハード・ソフト両面）をテーマとした取り組みについて共有したい
- 次年度の、インバウンド事業の予定を共有したい
- 次年度を見据えて「インバウンド誘客・受入」のための連携を強めたい
- 参加事業者様と“ざっくばらん”に交流・意見交換したい

本日の流れ

第1部

(1) 2023年度 姫路市におけるインバウンド観光の特徴について[10分]

- ① 訪日外国人観光客の現状
- ② 姫路城におけるインバウンド観光の特徴
- ③ 【宿泊】 姫路市におけるインバウンド観光の特徴
- ④ 姫路市観光案内所における外国人来所者の特徴 / <参考> HP「Visit Himeji」

(2) 観光庁「高付加価値化事業」の取り組みについて [20分]

- ① ハード改修等について
- ② 面的DX化「AIbeaconを活用した人流データの計測」について
 - ・事業主旨：IT/DXを活用した観光課題の現状把握
 - ・AIbeaconとは？ AIbeaconで収集できるデータとは？
 - ・レポートイメージ

(3) 2023年度－2024年度 姫路観光コンベンションビューローのインバウンド事業について[30分]

第2部

事業者交流会（名刺交換等）[60分]

訪日外国人観光客の状況

①2023年訪日外客数

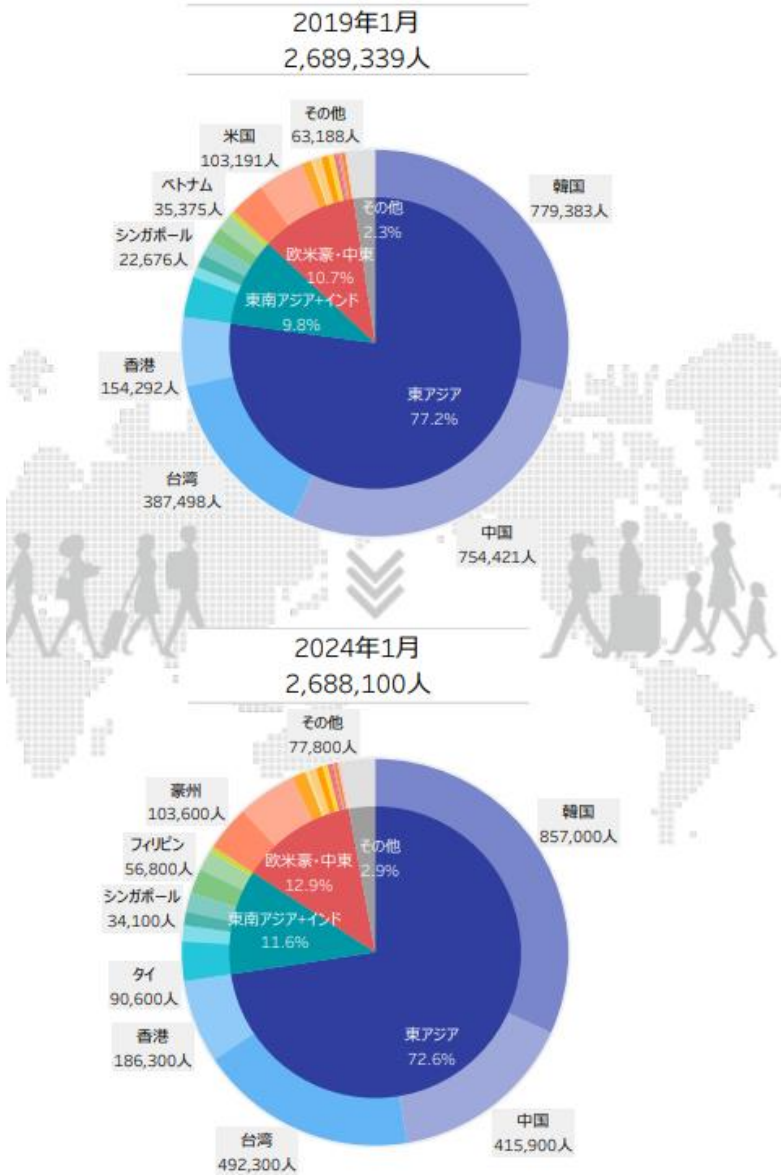
	訪日外客数 Visitor Arrivals		
	2019	2023	伸 率 Change %
1	2,689,339	1,497,472	-44.3
Jan.	(2,345,029)	(1,308,606)	(-44.2)
2	2,604,322	1,475,455	-43.3
Feb.	(2,341,479)	(1,297,458)	(-44.6)
3	2,760,136	1,817,616	-34.1
Mar.	(2,411,650)	(1,582,518)	(-34.4)
4	2,926,685	1,949,236	-33.4
Apr.	(2,640,569)	(1,738,172)	(-34.2)
5	2,773,091	1,899,176	-31.5
May	(2,455,865)	(1,656,118)	(-32.6)
6	2,880,041	2,073,441	-28.0
Jun.	(2,614,533)	(1,882,296)	(-28.0)
7	2,991,189	2,320,694	-22.4
Jul.	(2,713,329)	(2,108,438)	(-22.3)
8	2,520,134	2,157,190	-14.4
Aug.	(2,206,746)	(1,897,129)	(-14.0)
9	2,272,883	2,184,442	-3.9
Sep.	(1,913,105)	(1,905,162)	(-0.4)
10	2,496,568	2,516,623	0.8
Oct.	(2,177,382)	(2,245,892)	(3.1)
11	2,441,274	2,440,800 *	0.0 *
Nov.	(2,145,425)		
12	2,526,387	2,734,000 *	8.2 *
Dec.	(2,292,029)		
1～12	31,882,049	25,066,100 *	-21.4 *
Jan.-Dec.	(28,257,141)		

出典：日本政府観光局(JNTO)」

②2023年訪日外客数内訳

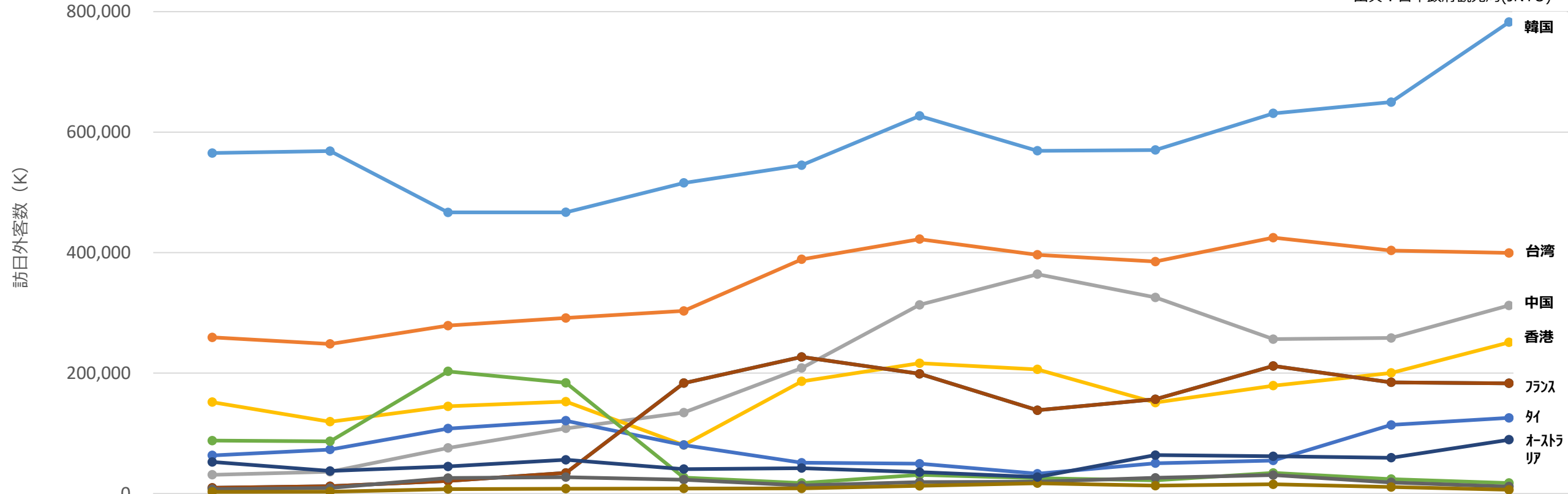
国・地域	総数 Total		
	2019年 1月～12月	2023年 1月～12月	伸率(%)
総数	31,882,049	25,066,100	-21.4
韓国	5,584,597	6,958,500	24.6
中国	9,594,394	2,425,000	-74.7
台湾	4,890,602	4,202,400	-14.1
香港	2,290,792	2,114,400	-7.7
タイ	1,318,977	995,500	-24.5
シンガポール	492,252	591,300	20.1
マレーシア	501,592	415,700	-17.1
インドネシア	412,779	429,400	4.0
フィリピン	613,114	622,300	1.5
ベトナム	495,051	573,900	15.9
インド	175,896	166,300	-5.5
豪州	621,771	613,100	-1.4
米国	1,723,861	2,045,900	18.7
カナダ	375,262	425,900	13.5
メキシコ	71,745	94,700	32.0
英国	424,279	321,500	-24.2
フランス	336,333	277,400	-17.5
ドイツ	236,544	233,400	-1.3
イタリア	162,769	152,400	-6.4
スペイン	130,243	115,900	-11.0
ロシア	120,043	42,000	-65.0
北欧地域	141,004	113,000	-19.9
中東地域	95,160	109,600	15.2
その他	1,072,989	1,026,600	-4.3

③2024年1月 各国・地域別の内訳



訪日外国人観光客の月別・国・地域ごとの推移 [2023年1月-12月] 当ビューローの最重点/重点/注視市場を抽出

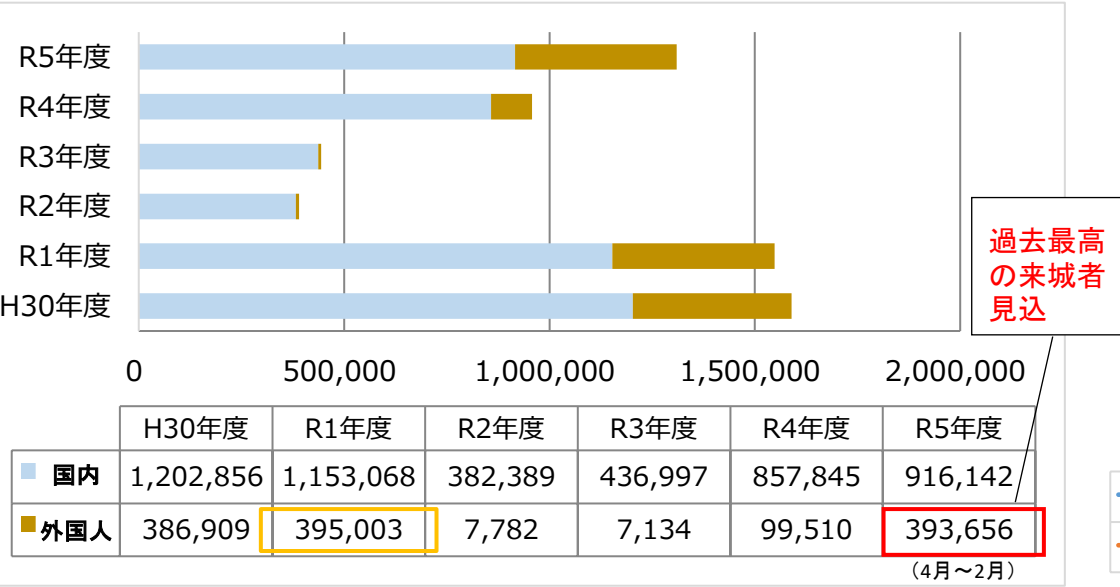
出典：日本政府観光局(JNTO)



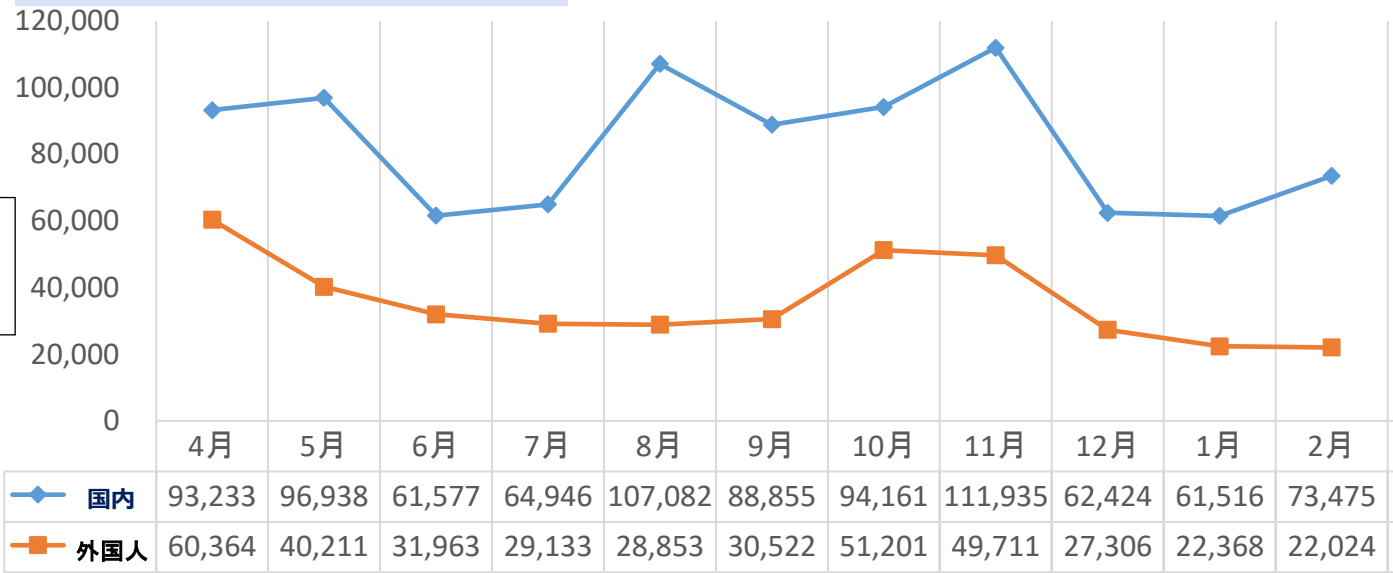
	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
韓国 (1位)	565K	569K	467K	467K	516K	545K	627K	569K	570K	631K	650K	783K
台湾 (2位)	259K	248K	279K	292K	303K	389K	422K	396K	385K	425K	403K	400K
中国 (3位)	31K	36K	76K	108K	135K	209K	313K	364K	326K	256K	258K	312K
香港 (4位)	152K	119K	145K	153K	81K	186K	216K	206K	151K	179K	200K	251K
タイ (6位)	63K	73K	108K	121K	81K	51K	50K	33K	50K	55K	114K	126K
米国 (5位)	88K	87K	203K	184K	27K	18K	31K	26K	22K	34K	24K	18K
イギリス(14位)	10K	12K	21K	34K	183K	227K	199K	138K	157K	212K	185K	183K
フランス(15位)	10K	12K	21K	34K	183K	227K	199K	138K	157K	212K	185K	183K
ドイツ (17位)	7K	9K	26K	27K	23K	14K	19K	20K	26K	31K	19K	12K
スペイン (20位)	3K	3K	8K	8K	9K	9K	13K	17K	13K	16K	11K	6K
オーストラリア(8位)	53K	38K	45K	56K	41K	42K	36K	28K	64K	62K	60K	90K

姫路城におけるインバウンド観光の特徴[2023年1月-2024年2月]

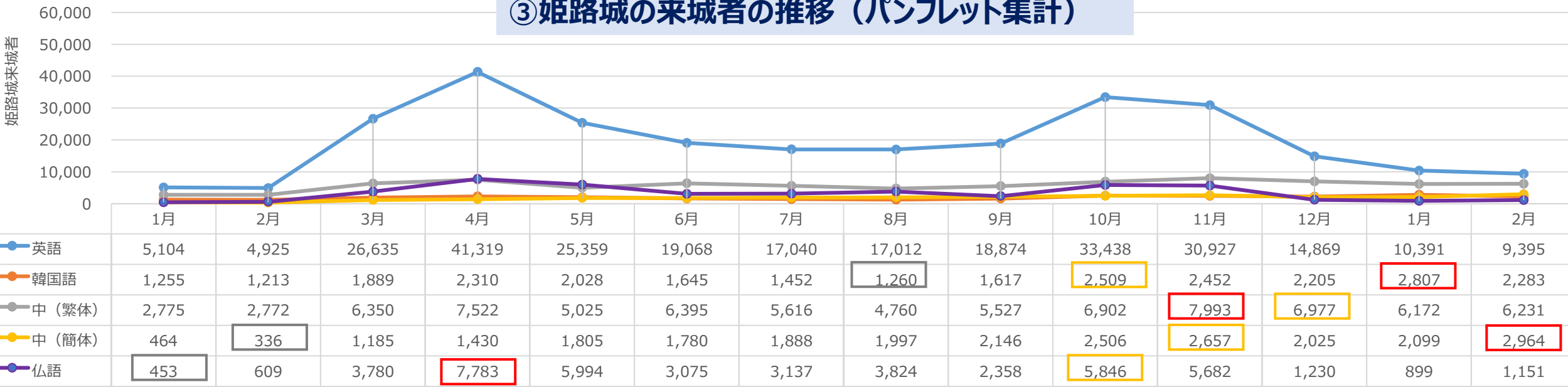
①平成30年度からの推移（国内外）



②令和5年度の月別推移



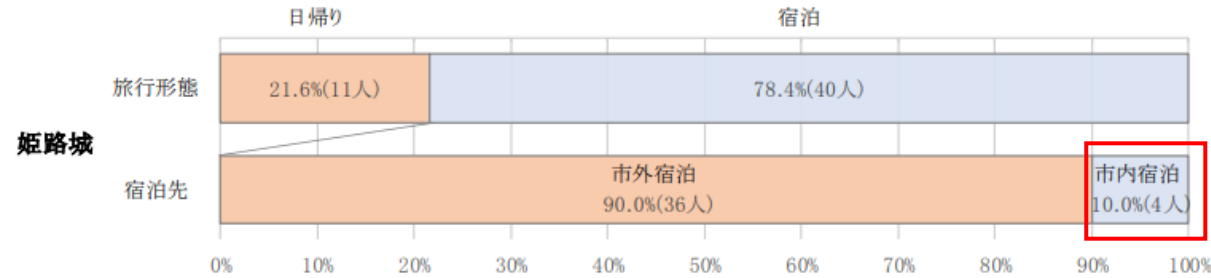
③姫路城の来城者の推移（パンフレット集計）



姫路城におけるインバウンド観光の特徴 [令和4年度]

姫路城を訪れるインバウンドの旅行形態

出典：令和4年度姫路市観光動向調査



令和4年度姫路市観光動向調査によると・・・

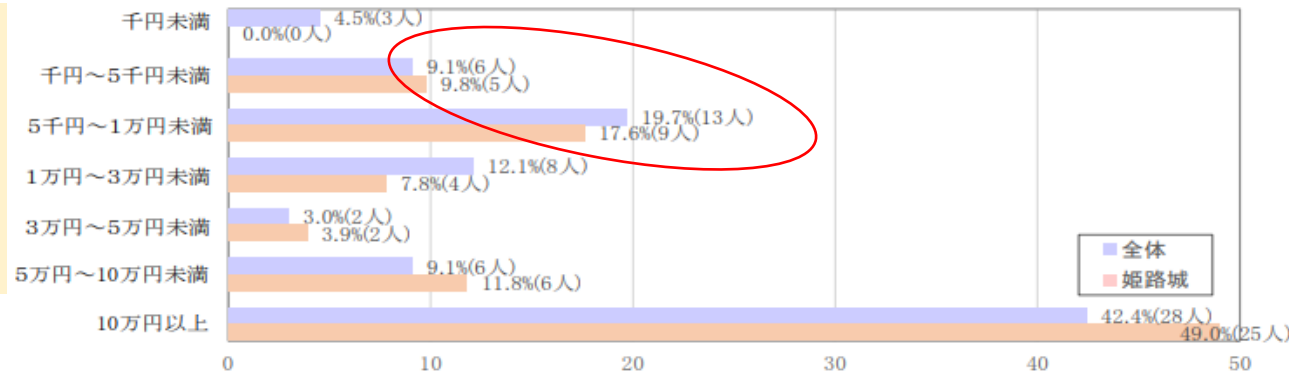
- 姫路城を訪れる外国人観光客のうち、姫路市内の宿泊率は7.8%
- 姫路市内で飲食に使った費用は、
1,000円未満が14.3%
1,000円～2,000円未満が17.6%
- 姫路市内で土産に使った費用は、
1,000円未満が20.0%
1,000円～2,000円未満が20.0%

姫路市内での消費額が低い
(滞在時間が短い)

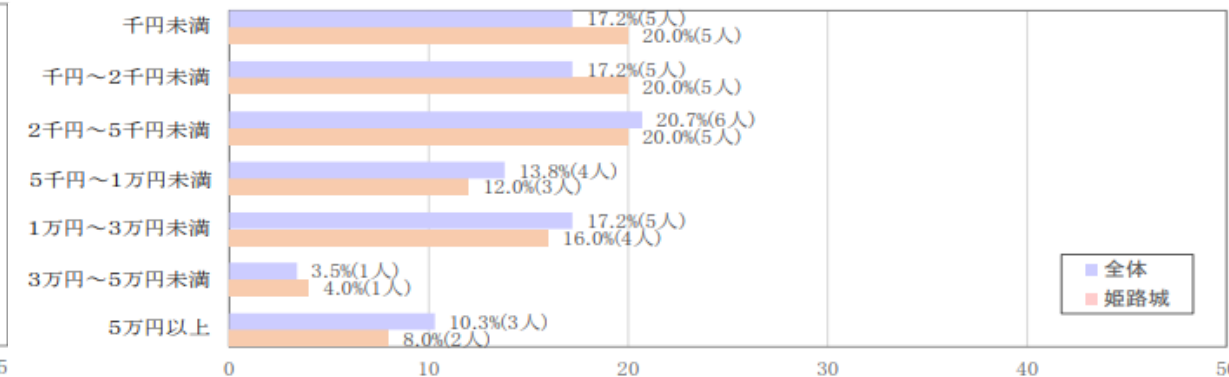
姫路城を訪れるインバウンドの旅行消費額

出典：令和4年度姫路市観光動向調査

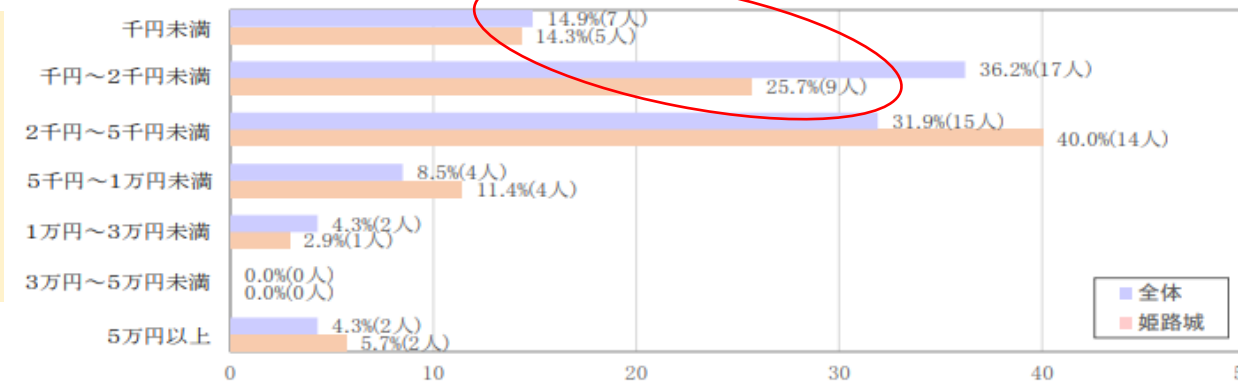
① 全行程



③土産代



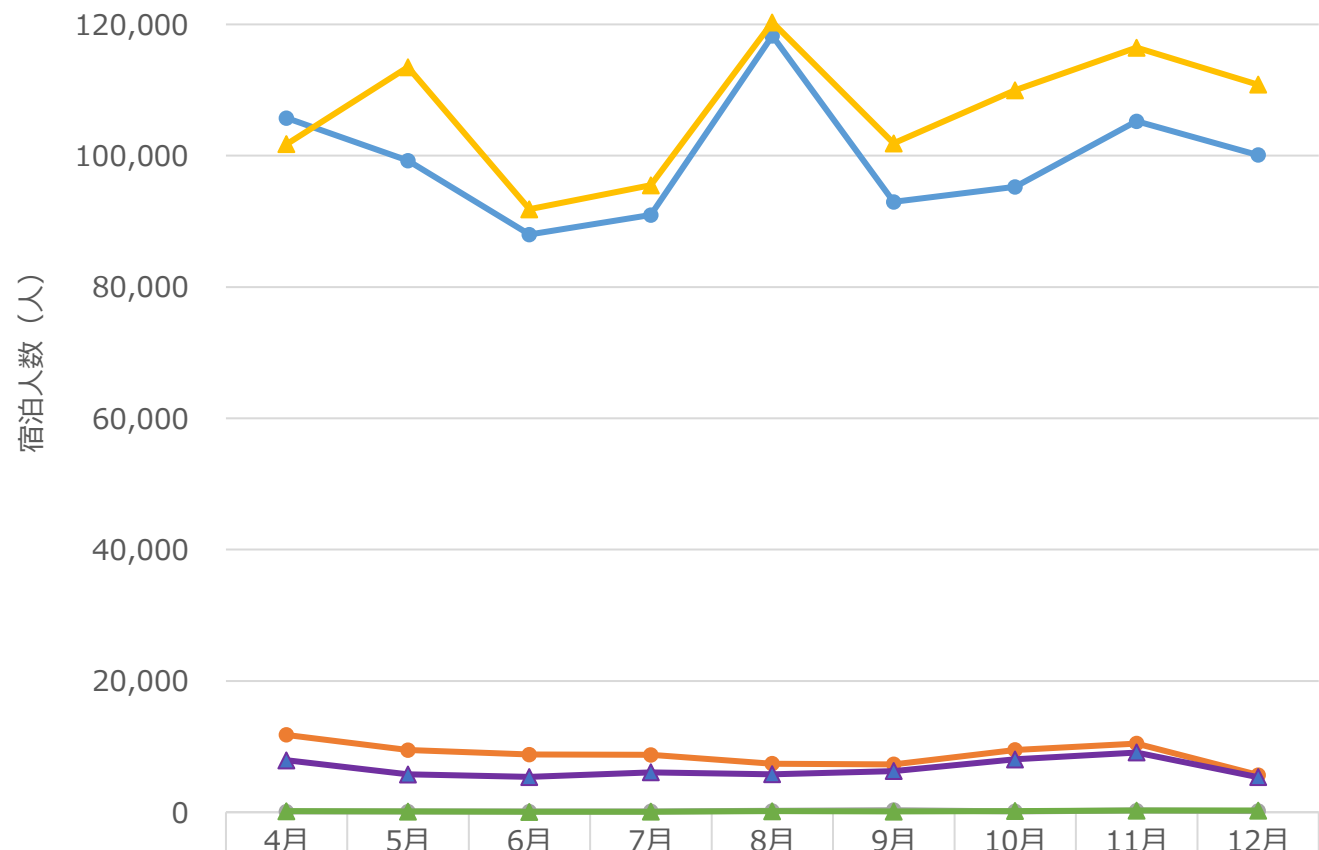
② 飲食代



【 宿 泊 】 姫路市におけるインバウンド観光の特徴

延べ宿泊者数の状況 [2023年4月－12月]

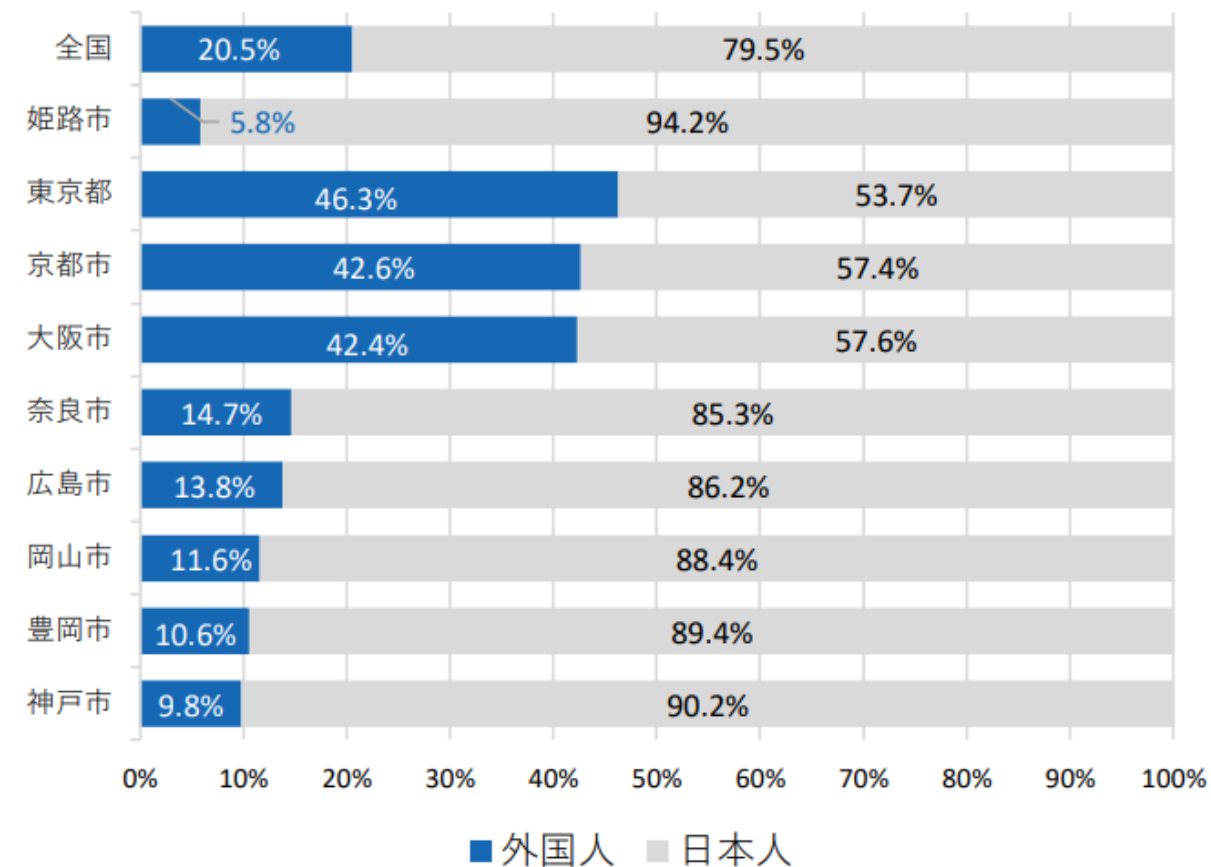
		2023年度	2022年度	2019年度
4月～12月計		1,022,896	887,279	976,290
4月	日本人	961,900	873,327	895,660
	外国人	59,634	12,859	79,067
	国籍不詳	1,362	1,093	1,563
	総 数	109,797	93,738	117,618
5月	日本人	101,742	93,018	105,719
	外国人	7,897	692	11,792
	国籍不詳	158	28	107
	総 数	119,325	98,994	108,816
6月	日本人	113,463	98,162	99,242
	外国人	5,751	760	9,457
	国籍不詳	111	72	117
	総 数	97,269	88,262	96,873
7月	日本人	91,837	87,301	87,976
	外国人	5,364	907	8,791
	国籍不詳	68	54	106
	総 数	101,655	91,120	99,814
8月	日本人	95,490	89,926	90,947
	外国人	6,072	1,024	8,740
	国籍不詳	93	170	127
	総 数	126,234	103,798	125,835
9月	日本人	120,290	102,988	118,251
	外国人	5,795	750	7,383
	国籍不詳	149	60	201
	総 数	108,245	94,464	100,561
10月	日本人	101,875	93,200	92,945
	外国人	6,271	1,113	7,293
	国籍不詳	99	151	323
	総 数	118,182	105,132	104,863
11月	日本人	109,957	102,855	95,249
	外国人	8,046	2,213	9,483
	国籍不詳	179	64	131
	総 数	125,787	107,940	115,940
12月	日本人	116,440	104,835	105,227
	外国人	9,097	2,719	10,454
	国籍不詳	250	386	259
	総 数	116,402	103,831	105,970
12月	日本人	110,806	101,042	100,104
	外国人	5,341	2,681	5,674
	国籍不詳	255	108	192



● 2019年度日本人	105,71	99,242	87,976	90,947	118,25	92,945	95,249	105,22	100,10
● 2019年度外国人	11,792	9,457	8,791	8,740	7,387	7,293	9,483	10,454	5,674
● 2019年度国籍不詳	107	117	106	127	201	323	131	259	192
▲ 2023年度日本人	101,74	113,46	91,837	95,490	120,29	101,87	109,95	116,44	110,80
▲ 2023年度外国人	7,897	5,751	5,364	6,072	5,795	6,271	8,046	9,097	5,341
▲ 2023年度国籍不詳	158	111	68	93	149	99	179	250	255

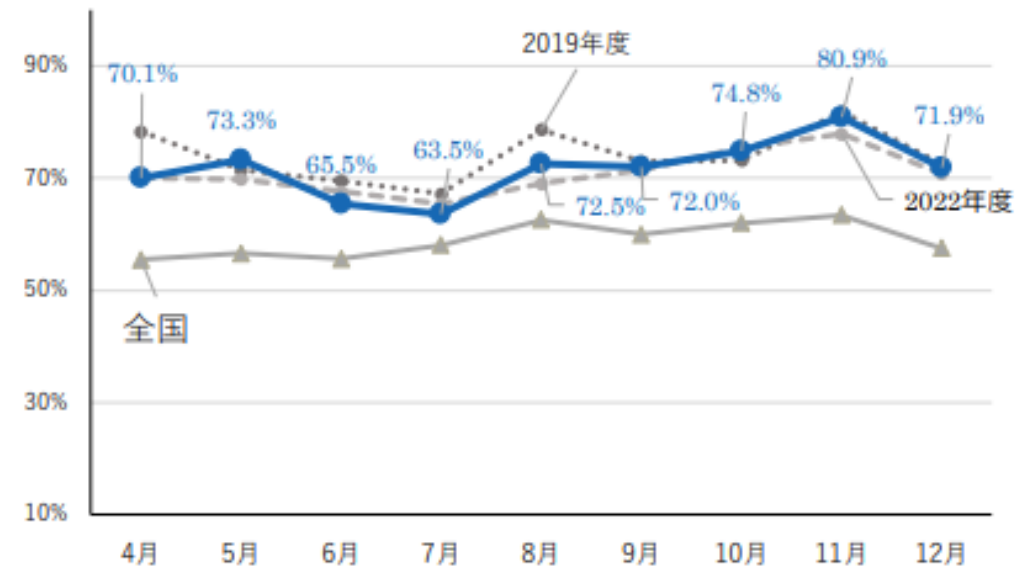
【 宿 泊 】 姫路市におけるインバウンド観光の特徴

①日本人・外国人延べ宿泊者数比率の他都市との比較

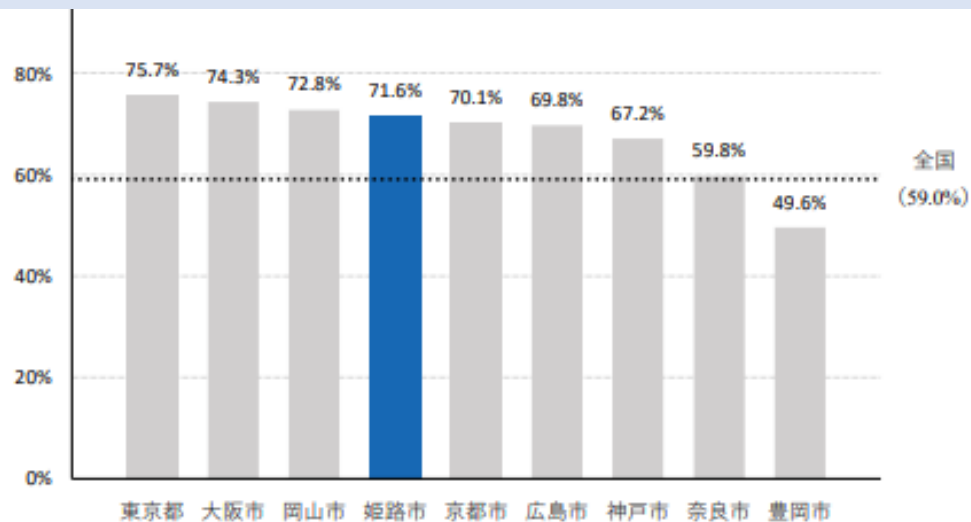


(出典)
 ①～③姫路市：姫路経済研究所
 ①姫路市以外：観光庁「宿泊旅行統計調査 第2次速報値（2023年4月～2023年12月）」（観光庁）より作成
 ※調査対象施設数の変更により、2022年度以前の実績は2023年度の対象施設数を元に再計算している

②客室稼働率の昨年・2019年同期との比較

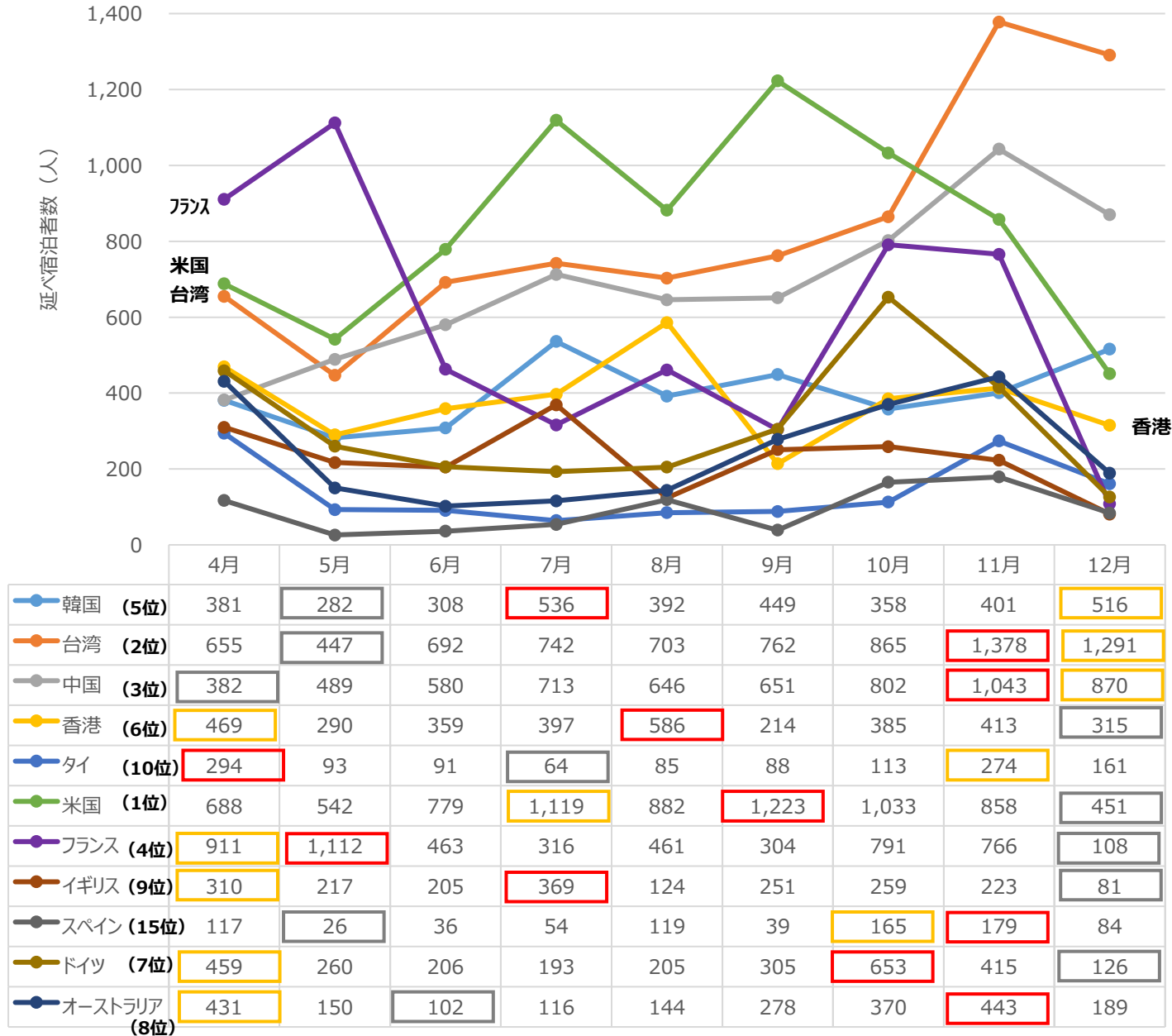


③客室稼働率の昨年・2019年同期との比較

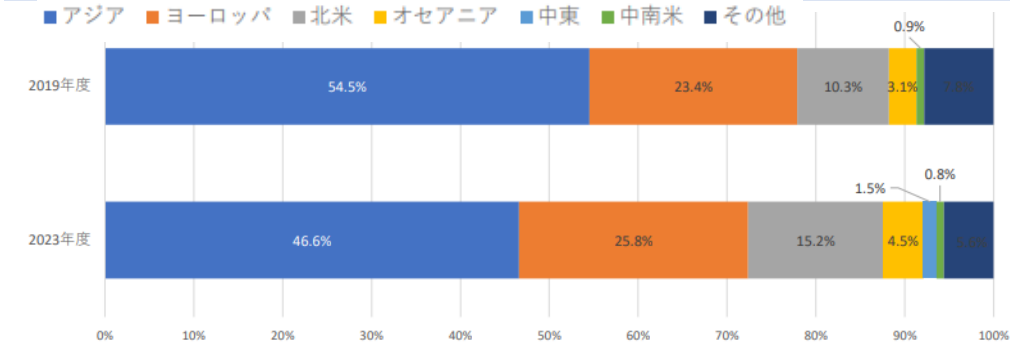


【 宿 泊 】 姫路市におけるインバウンド観光の特徴

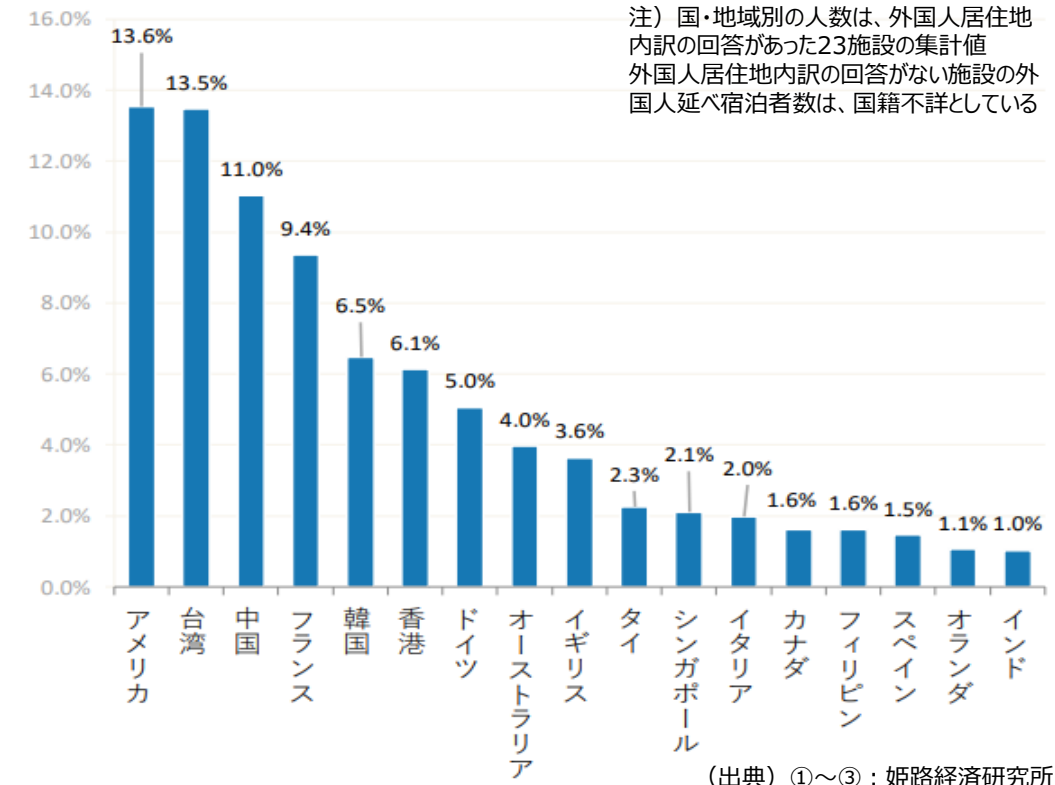
①外国人延べ宿泊者数の月別人数（国・地域別）



②外国人延べ宿泊者の地域別の内訳の推移



③外国人延べ宿泊者の構成比率



(出典) ①～③：姫路経済研究所

姫路市を起点とした前後宿泊地（市場別）

アメリカ

前日		当日	
大阪	43.2%	大阪	41.0%
京都	24.1%	京都	23.4%
広島	8.7%	神戸	9.2%
姫路	6.2%	広島	7.5%
神戸	6.0%	姫路	5.0%

フランス

前日		当日	
大阪	47.9%	大阪	36.1%
京都	17.8%	広島	17.7%
広島	10.3%	京都	14.3%
姫路	8.2%	神戸	8.2%
神戸	4.8%	姫路	7.5%

ドイツ

前日		当日	
大阪	46.7%	大阪	33.9%
京都	21.6%	広島	21.2%
広島/姫路	9.0%	京都	20.0%
神戸	4.2%	神戸	4.8%
岡山	3.0%	姫路	4.2%

オーストラリア

前日		当日	
大阪	51.6%	大阪	43.6%
京都	18.2%	京都	18.2%
広島	7.6%	広島	13.3%
姫路	6.7%	神戸	8.0%
神戸	4.9%	姫路	4.9%

イギリス

前日		当日	
大阪	45.2%	大阪	34.7%
京都	15.9%	京都	21.0%
広島	14.3%	広島	18.5%
姫路	7.1%	姫路	6.5%
神戸	4.0%	神戸	5.6%

スペイン

前日		当日	
大阪	51.2%	大阪	42.9%
京都	22.6%	広島	25.0%
広島	13.1%	京都	14.3%
姫路	3.6%	東京	4.8%
神戸	2.4%	-	-

台湾

前日		当日	
大阪	50.0%	大阪	50.0%
京都	12.9%	岡山	12.9%
神戸	8.1%	京都	8.1%
姫路	8.1%	神戸	6.5%
岡山	8.1%	姫路	6.5%

中国

前日		当日	
大阪	48.6%	大阪	34.3%
神戸/京都	11.4%	姫路	17.1%
姫路	8.6%	京都	14.3%
東京/広島	2.9%	神戸	11.4%
-	-	福岡	5.7%

香港

前日		当日	
大阪	54.8%	大阪	41.9%
京都/神戸	9.7%	神戸	16.1%
広島	6.5%	京都	12.9%
姫路	3.2%	広島/岡山	6.5%
-	-	姫路/城崎	3.2%

韓国

前日		当日	
大阪	50.0%	大阪	52.6%
神戸	18.4%	神戸	18.4%
姫路/京都	5.3%	姫路	13.2%
広島/岡山	2.6%	京都	7.9%
-	-	広島	5.3%

タイ

前日		当日	
大阪	53.3%	大阪	53.3%
京都	20.0%	姫路	13.3%
神戸	13.3%	京都/奈良/ 東京/福岡	6.7%
姫路	6.7%		
-	-		

Wide-area tour model course

●Seto Inland Sea Route (6D4N)

Explore cities along the coast of the Seto Inland Sea



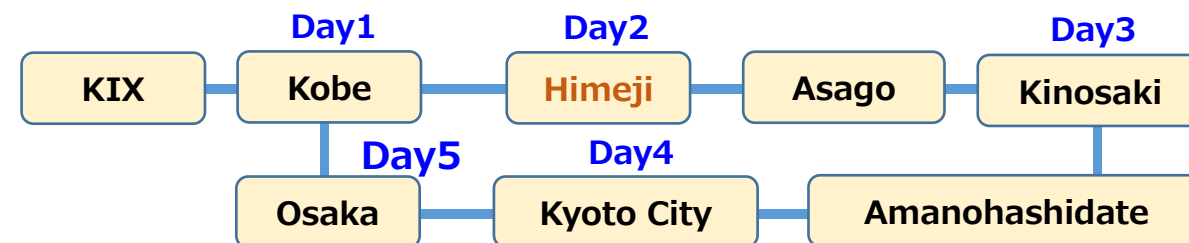
Tour route in Hyogo Prefecture

●Hyogo Golden Route(7D5N)

A course centered around Hyogo Prefecture, which faces the Seto Inland Sea and the Sea of Japan and is said to be an epitome of Japan



■ Winter Season



- ☑Kobe; Kobe Beef, Mt. Rokko, Arima Hot Springs, Takenaka Carpentry Tools Museum etc
- ☑Himeji; World heritage Site, Koko-en Garden, Engyoji-temple, Fresh Seafood etc
- ☑Tatsuno; A historic townscape called Little Kyoto
- ☑Ako; Onsen Ryokan (Sea Viewing)
- ☑Awajishima; Seasonal flowers and gourmet foods

姫路市観光案内所における外国人来所者の特徴【2023年4月－2024年2月】

①外国人来所者の窓口対応人数

令和6年度4月-2月		
米国	〔訪日5位、市内宿泊1位〕	771
フランス	〔訪日15位、市内宿泊4位〕	727
台湾	〔訪日2位、市内宿泊2位〕	585
オーストラリア	〔訪日8位、市内宿泊8位〕	513
ドイツ	〔訪日17位、市内宿泊7位〕	459
スペイン	〔訪日20位、市内宿泊15位〕	389
シンガポール		368
イタリア		322
タイ	〔訪日6位、市内宿泊10位〕	310
香港	〔訪日4位、市内宿泊6位〕	251
カナダ		250
韓国	〔訪日1位、市内宿泊5位〕	248
中国	〔訪日3位、市内宿泊3位〕	232
英国	〔訪日9位、市内宿泊9位〕	172
インド		163
マレーシア		150
オランダ		148
フィリピン		115
ベルギー		78
インドネシア		76
メキシコ		70
スイス		68
ブラジル		60
チェコ		58
ニュージーランド		48
ポーランド		43
ハンガリー		37
イスラエル		35
	不明	6375
	合計	13,412

②外国人来所者の窓口問合せ件数

令和6年度4月-2月	
バス	6,652
姫路城	4,520
書写山	3,295
飲食店	2,295
Tel 観光	1,643
土産	1,257
市内マップ	1,236
ロッカー	1,142
好古園	658
宿泊	436
レンタサイクルについて	427
太陽公園	397
家島	338
セントラルパーク	311
美術館	293
催し物情報	285
歴史博物館	240
山陽電車	238
水族館	153
郵便局	141
時刻表	134
銀行	134
文学館	121
市外観光	116
Tel 旅館	93
姫路港	90
病院	77
動物園	61
植物園	61

令和6年度4月-2月	
西播磨	54
塩田温泉	48
日本玩具博物館	40
名古山	39
美術工芸館	39
切符	32
科学館	26
県外観光	21
観光タクシー	17
その他	14,486
総合計	41,646

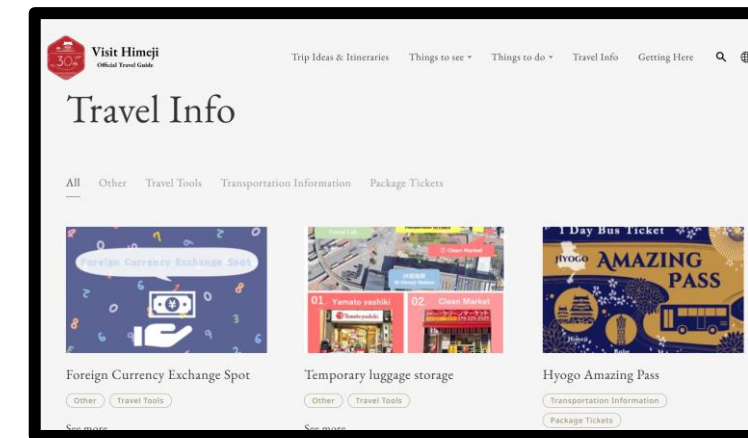
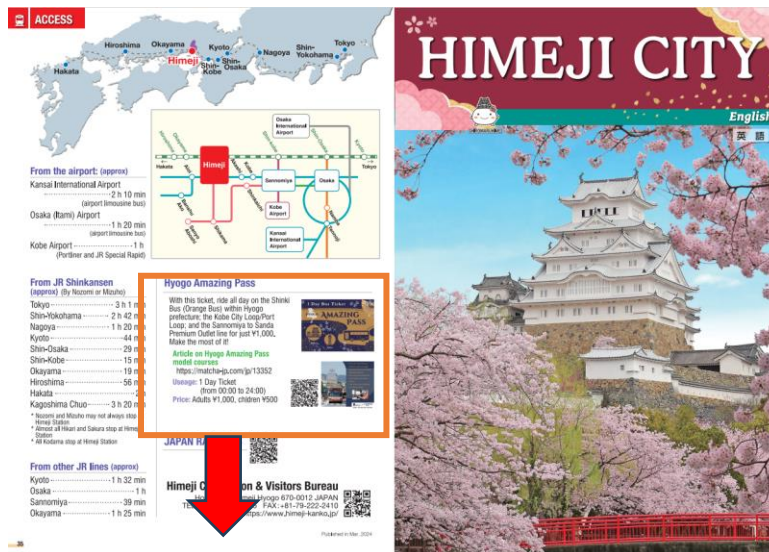
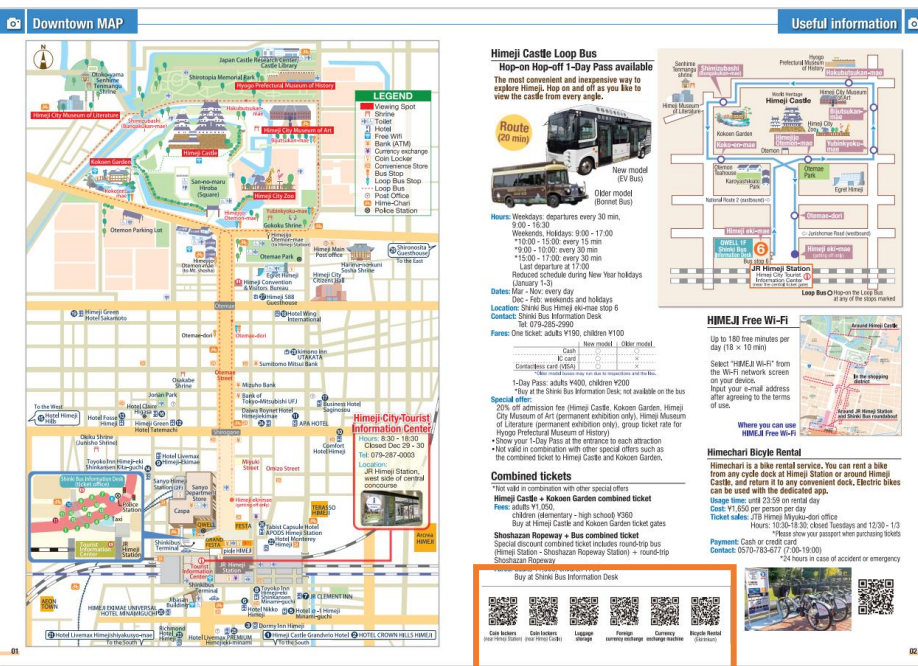


Visit Himeji
Official Travel Guide

③＜参考＞HP「Visit Himeji」

	国・地域	表示回数
1	Taiwan	119,642
2	United States	50,113
3	South Korea	37,070
4	Hong Kong	45,029
5	Thailand	33,627
6	Singapore	29,944
7	Spain	17,703
8	Italy	17,312
9	France	17,794
10	Australia	18,339
11	Germany	14,399
12	United Kingdom	12,148
13	China	9,236
14	Canada	9,155
15	Malaysia	6,454
16	Philippines	4,293
17	Switzerland	3,391
18	Netherlands	2,994
19	Indonesia	2,801
20	Mexico	2,476
21	Belgium	2,580
22	New Zealand	2,009
23	India	1,487
24	Austria	1,454
25	Bhutan	1,175
26	Brazil	1,543
27	Macao	1,391
28	Vietnam	1,223
29	Poland	1,397

姫路市観光案内所への問い合わせや観光客のニーズを反映したWEBサイト、ガイドブックの改訂



<https://visit-himeji.com/en/travel-info/>



Coin lockers
(near Himeji Station)



Coin lockers
(near Himeji Castle)



Luggage storage



Foreign currency exchange machine



Currency exchange machine



Bicycle Rental (Ekirinkun)



Foreign Currency Exchange Spot
Other Travel Tools See more



Temporary luggage storage
Other Travel Tools See more



Hyogo Amazing Pass
Transportation Information Package Tickets See more



[Loop Bus] Once Around Himeji Castle on the Himeji Castle Loop Bus
Transportation Information See more



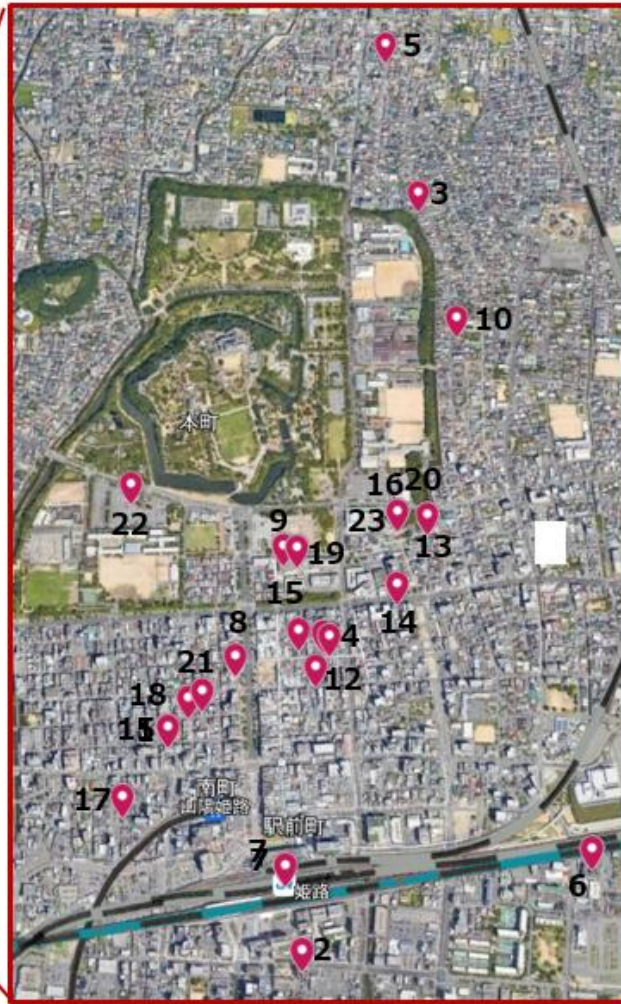
[Rental Bicycles] Ekirin-kun
Other See more



Coin Lockers for a Fee (Around Himeji Station)
Other See more

(2) 観光庁「高付加価値化事業」の取り組みについて： ①ハード改修等について

① ハード改修等について



(計画採択) 補助金申請額	816,580千円	最終28件
(交付決定及び計画変更) 補助金申請額	731,418千円	
(確定) 補助金額	412,476千円	

コアエリア（城下町エリア2km圏内）

姫路駅～姫路城～世界遺産バッファゾーン（野里地区）

姫路城での感動体験が、宿泊・観光施設に連鎖するような高付加価値な滞在拠点への磨き上げ・改修

宿泊施設の改修（5施設）

【改修①】

日本文化・建築様式が凝縮した歴史ある町家・古民家を、高付加価値化旅行者向けの宿泊施設へ改修

【改修②】

新たな観光ニーズへ訴求し、新規顧客の取り込みや満足度の向上によりピーターの獲得による収益力の向上を目指した改修

観光施設の改修（15施設）

ガストロノミー・ツーリズムの滞在・回遊拠点となるため、「外観・内観・設備の機能向上・新たな体験型サービス提供」を行うための改修。

公的施設の改修（1軒）

城下町エリアを訪れる、自動車や団体バス利用者の重要な拠点で、トイレ等を改修し、受入環境整備に取り組む。

サブコアエリア（城下町エリア2km～5km圏内）

宿泊施設の改修（1施設）

観光施設の改修（2施設）

コアエリアからの誘客・回遊の強力な拠点となる事業者であり、宿泊施設及び観光施設の改修を行う。

周遊エリア（里山温泉郷エリア）

宿泊施設の改修（3施設）

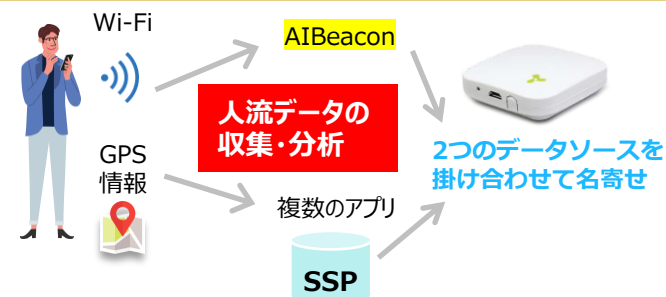
周遊エリアのコア拠点として、アフターコロナの変化する観光ニーズに訴求する旅館の改修を行うことで、国内旅行者の消費拡大及びインバウンド誘客の強化に取り組む。

観光施設の改修（4施設）

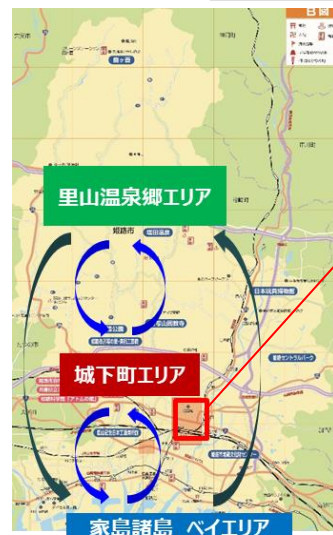
インバウンドを含め、体験や姫路土産のコンテンツを新たに提供できるように施設改修を行う。

廃屋の撤去（1施設）

(2) 観光庁「高付加価値化事業」の取り組みについて：②面的DX化「AIbeaconを活用した人流データの計測」について



AIbeacon設置と
データ収集のイメージ



【現状】

- 回遊・周遊状況を把握するための人流データが取得できていない
- イベント実施やSNSでの情報発信等における検証及び効果測定の手法が未確立
- 事業者とデータを基とした戦略の共有が不十分

情報共有・事業連携

地域の観光事業者の求めるデータ

<エリアでの状況把握>

- 観光客がどのような導線で市内を回遊しているか知りたい（イベント開催時・繁忙期・閑散期の動き）
- イベント来場者の属性や、イベント前後の動きを知りたい

<自社・自施設の状況把握>

- 来店する顧客の特徴を掴みたい
 - 自社店舗前の通行人からの来店率を知りたい
 - リピーターは？ 来店回数？ 性別？ 年代？ 居住地？
 - 前後の訪問場所（どのような導線で来店しているのか？）

事業戦略に活用できるデータが欲しい！
（広告宣伝、商品開発、改修計画、店舗装飾等）

城下町エリア内での人流データ収集

- 観光施設間の人流
- イベント来場者の前後の導線
- 商店街や主要な通りの人流（飲食店・土産店等の来店状況）
- ナイトタイムエコノミーの人流
- 宿泊者の人流
- JR・山陽電車利用者の人流

里山温泉郷エリア

家島諸島 バイエリア

- 城下町エリアから各エリアへの周遊状況
- 各エリア内での回遊状況

回遊施策

ガストロミーツリズム

イベント

エリアガイド

モデルコース

飲食・土産

姫路観光プラットフォーム

関連事業：体験等予約

自社販売プラットフォーム

外部OTA連携

LINEを活用したCRMによる顧客管理

関連事業：デジタル回遊施策

【姫路おもてなしクーポン】消費・回遊

全域の飲食店や土産店
200カ所で使える電子クーポン

【WEB地図 Strolly】回遊

スマホ片手にまち歩き
・イラストマップ
・古地図

② 面的DX化「Albeaconを活用した人流データの計測」について

- Albeaconとは？
- Albeaconで収集できるデータとは？

グローリー株式会社

営業本部 DXビジネス推進統括部 DXビジネス推進部

カスタマーサクセスグループ

原 尚嗣 様

BUYZOで出来ること

データ収集

可視化

施策

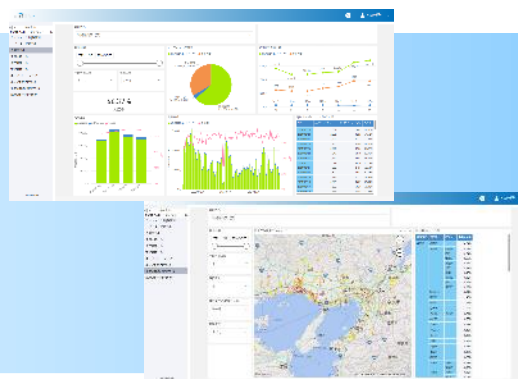


AI Beacon
(店内)



GPS
(店外)

BUYZO BI



AIによる統計学的推定データ

現在取り組まれている各種
イベントやサービス、SNS運用
などの販促活動

BUYZO Targeting

ジオターゲティング広告
(WEB広告/SNS広告)



ワンストップ
で実現

オウンドアプリへの
SDKプッシュ



効果検証・改善

施策後の消費者のフィジカル行動変容データに基づき

課題をデータによる可視化、導入後の考察・提案等 **カスタマーサクセス担当が伴走**

データ収集：BUYZO取得データのデータソース

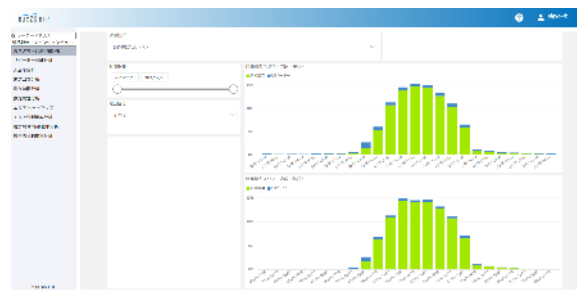


2つのデータソースを掛け合わせて名寄せすることで、より広範囲・詳細な情報を正確に把握

可視化：BUYZO分析レポート一覧



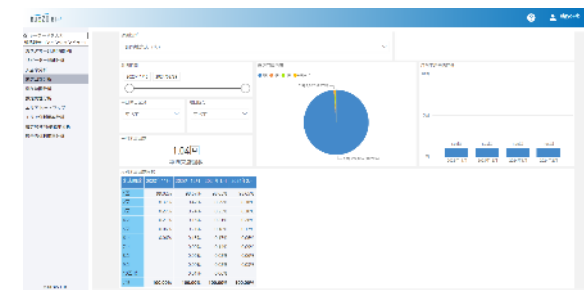
計測地点の来訪者数



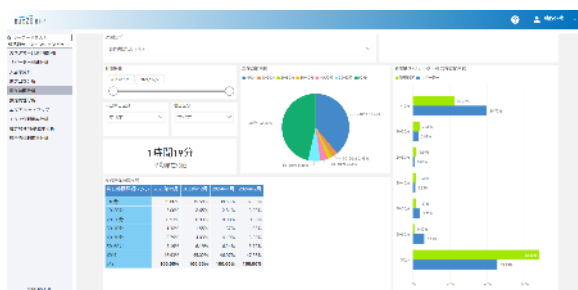
時間帯別来訪者割合



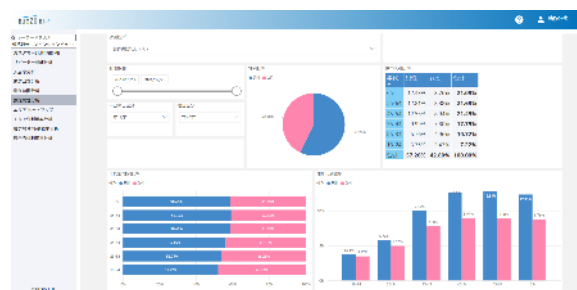
リピーターの来訪期間別割合



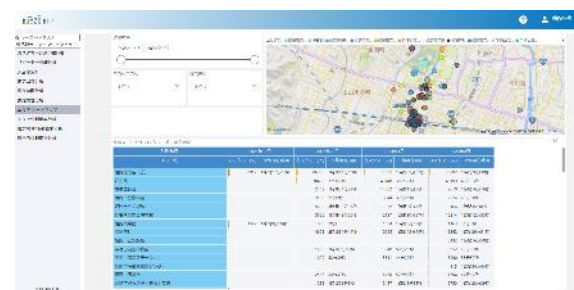
来訪回数別割合



滞在時間別割合



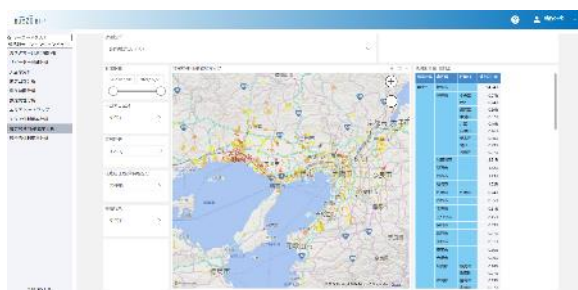
来訪者性年代別割合



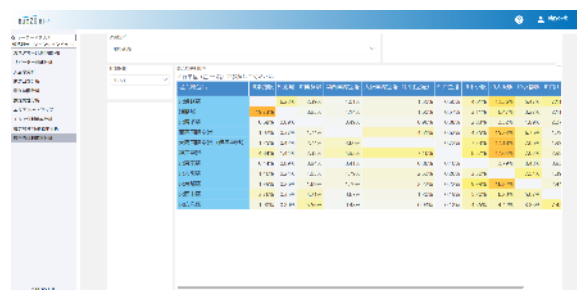
計測地点の来訪者の割合



計測地点の併利用率



計測地点の居住地/勤務地割合



広域地点の併利用率

AI Beaconを設置し計測した地点の来訪者数や滞在時間、来訪回数や属性等を可視化。
GPS情報から来訪者の居住地や広域エリアの併利用率等を推定。

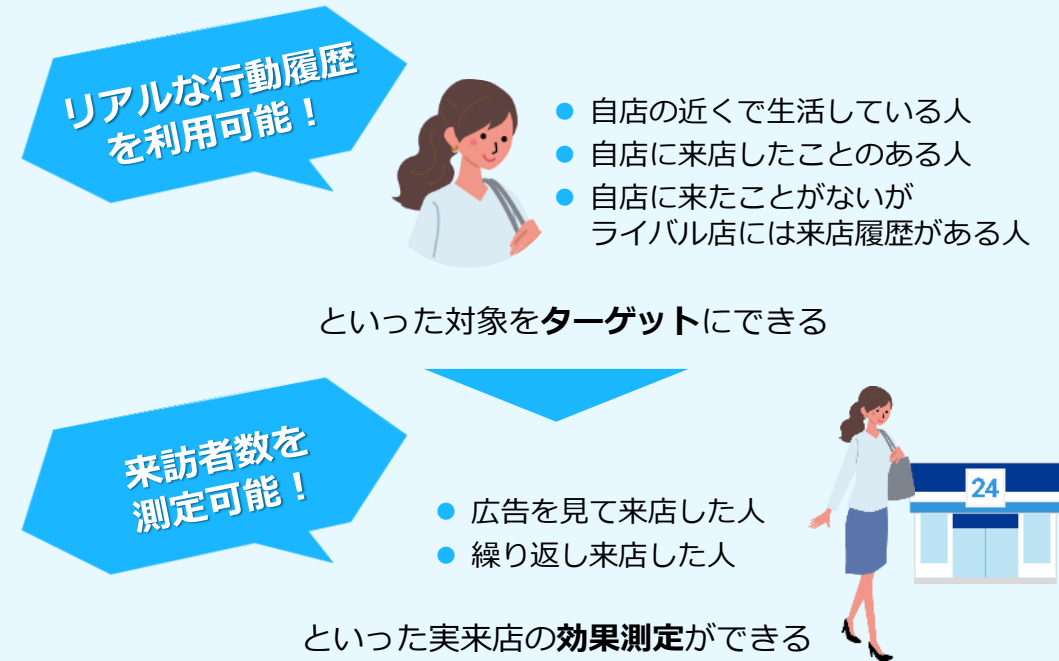
施策：ジオターゲティング広告とは？

通常のインターネット広告



オンライン上でのCV計測のみでリアルなCV計測は難しい

BUYZO Targeting < ジオターゲティング広告



リアルな行動履歴は、オンライン行動をターゲティングするよりもCTRが3~5倍の実績もあり

※時期・クリエイティブ・予算・配信先媒体により異なる

リアルな行動履歴でターゲティングを行い、来訪者数を計測可能

施策：BUYZO Targeting 配信可能媒体一覧

ターゲットに合わせて最適なメディアで広告を配信！

※ SNSは企業様のアカウントと連携し、配信

	SNS広告					ディスプレイ広告	
名称	 Facebook	 Instagram	 X	 LINE	 YouTube	 GDN	 YDN
リーチ	約2,600万人/月間UU	約3,300万人/月間UU	約4,500万人/月間UU	約9,500万人/月間UU	約7,000万人/月間UU	インターネット利用ユーザーの約90%にリーチ	
配信イメージ							
ターゲット※	30～50代 やや男性が多い	10～30代の若年層 女性が多い	10～40代 男女半々	40代を中心に幅広い世代 男女半々		幅広い世代	
特徴	ターゲティング精度が高い（FBは実名の登録制のため）	FBと同一プラットフォームを使用しているため、同じくターゲティング精度が高い	2次拡散が期待でき、リアルタイムの情報収集に利用される	圧倒的な利用者数で、他SNSではリサーチしづらい中年層/高年層にも強い	50%以上のユーザーは商品検索を行った後、YouTubeで更に商品の詳細を調べる 参照：Think with people: How online video empowers people to take action	「食べログ」や「ライブドア」といった提携サイトの他、ニュースサイトなどGoogleアドセンスを利用している200万以上のWebサイトの広告枠に配信	月間で約700億PVを誇る日本最大級のポータルサイト「Yahoo!JAPAN」をはじめYahoo!ニュース・Yahoo!メールなどYahoo!が運営するサイトやサービスを中心に配信

施策：BUYZO Targeting 配信例



配信ターゲット	ペルソナ①：現存天守12城との接触者（過去1年間に2回以上） ペルソナ②：姫路城との接触者（過去1年間に2回以上）
	性別：男女
	年代：18歳以上
広告配信期間	2024年2月1日～2月29日
配信媒体	Instagram
クリエイティブ	バナー2種 ※左記参照
広告予算	ペルソナ①：20万円 ペルソナ②：20万円 合計：40万円

店舗	表示回数 (IMP)	クリック数 (CT)	クリック率 (CTR)	クリック単価 (CPC)	1000imp単価 (CPM)	ご利用金額 (COST)	計測実 来訪者数	獲得単価
①12城現存天守	123,448	1,084	0.88%	¥184	¥1,616	¥199,512	258	¥773
②姫路城	129,404	1,983	1.53%	¥101	¥1,550	¥200,544	439	¥457

**(3) 2023年度－2024年度
姫路観光コンベンションビューローのインバウンド事業について**

【2】インバウンド事業（市場別） 全体事業イメージ

予算額：39,400千円



イギリス

【広域連携によるプロモーション】

- 旅行博「World Travel Market London」出展
- 現地旅行会社へのセールス



フランス

【観光REPを活用したプロモーション】

<B to B>

- 旅行博等への出展

➡「IFTM TOP RESA」「ILTMカンヌ」等

- 現地旅行会社への継続的なセールス

- 現地の動向調査

<B to C>

- 旅行博等への出展

➡「Salon mondial du tourisme (SMT)」等

※REPを通じた広域連携によるプロモーション

- 訪日団体旅行誘致助成事業

○観光REPを活用したプロモーション

- インフルエンサー等招聘事業

<デジタルプロモーション>

- HP「Visit Himeji」及びSNSを活用した情報発信
及び広告プロモーション

- 姫路おもてなしクーポンキャンペーン

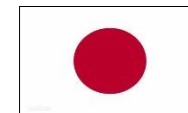
○大阪万博を見据えた高付加価値化推進施設への
誘客プロモーション[★]

- 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

- 受入体制整備事業

<調査・分析>

○インバウンド定性調査、分析及び誘客事業[★]



B to B^{to} プロモーション



B to C^{to} プロモーション



広告・デジタルプロモーション



高付加価値な着地型体験プランの企画造成



アメリカ

広域連携によるアメリカ市場への
プロモーション施策を検討

○県・市連携によるポートセールス
「Seatrade Cruise Global」出展



スペイン



ドイツ

オーストラリア



台湾

香港（一部該当）

【観光REPを活用したプロモーション】

- 商談会等への参加

➡旅行博併催の商談会、広域DMO主催商談会等

- 継続的なセールス ○現地の動向調査

○旅行博等への出展 ➡「台北国際旅行博（ITF）」等

- Webメディア「ラーチーゴー」での情報発信

※REPを通じた広域連携によるプロモーション



タイ

【広域連携】

- 商談会等への参加

➡旅行博併催商談会、セールス等

- 旅行博等への出展

➡「Visit Japan FIT Fair」等



中国

<デジタルプロモーション>

- Weiboを活用した情報発信
- 大阪観光局・神戸観光局と
連携してのデジタルキャンペーン



韓国

【広域連携】

- 商談会等への参加

➡旅行博併催商談会

- 旅行博等への出展

➡「SITF」

【2】インバウンド事業

ターゲット市場

○ 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を設置し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

④ インフルエンサー等招聘事業

⑤ HP「Visit Himeji」及びSNSを活用した情報発信及び広告配信

⑥ 姫路おもてなしクーポンキャンペーン（英語・繁体字）※再掲

○HP「Visit Himeji」
（9言語）

○Instagram
「discover_himeji」

○Weibo
「姫路観光局,日本」

○姫路おもてなし
クーポン



① 訪日団体旅行誘致助成事業

＜助成対象＞

○旅行会社（国内外の訪日旅行取扱事業者）

＜助成要件＞

○1泊2,000円/人

※1助成対象旅行あたり4名以上の旅行

※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

◆日本政府観光局（JNTO）

◆関西観光本部 ◆せとうちDMO

◆阪神堺外客誘致実行委員会

〔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〕

◆ひょうご観光本部 ◆神戸観光局 他

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

姫路観光コンベンションビューロー

・情報の一元化及び市場に合わせ情報提供
（現地旅行会社向け提案資料の更新）

・写真、映像素材の提供 ・パンフレットやノベルティの提供

台湾・フランスのREP

台湾：台湾近畿国際旅行社股份有限公司

フランス：ネットファム株式会社

○現地の「旅行会社及びメディア」へ継続したセールス、関係構築

○現地の動向調査

○旅行博やイベントへの出展

○OREPを通じ他DMO連携によるプロモーション

○OFAMの実施

現地旅行会社

メディア

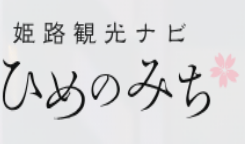
旅行者

【デジタルプロモーション(K~L)】

事業概要

J 広告プロモーション

K HPやSNSでの情報発信

旅マエ		
認知	興味・関心	比較検討
O Instagram・YouTube・HPでの情報発信 - HP「ひめのみち」 - Instagram（国内）：@himeji_kanko - LINE：姫路観光コンベンションビューロー - YouTube：ビューロー公式「心で旅する姫路」		
   		
情報掲載&拡散 - リーチ - インプレッション	投稿へのインゲージメント (いいね！数)	掲載記事の保存やコメントの数
Oターゲット・テーマを定めての広告配信  		

旅マエ・旅ナカ
来訪（予約等）
HP（JTB BOKUN）
- HPへの流入 - 体験コンテンツの参加申込 - イベント等への誘客
旅アト
評価
観光CRM等
利用者属性、アンケート調査等の分析による施策反映 ※LINEを活用した簡易版CRM
口コミ等
- SNSでの#投稿 - google、トリップアドバイザー等の口コミ投稿

L 姫路おもてなしクーポン

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。



広告・デジタルプロモーション

K HPやSNSでの
情報発信

L 姫路おもてなしクーポン

J 広告プロ
モーション

観光客

(個人・団体・教育旅行・その他義務的旅行など)

【2】インバウンド事業

⑦ 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【★】

⑧ インバウンド定性調査分析【★】

事業概要

観光庁「観光立国推進基本計画」

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、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。

ビューロー事業

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。**

＜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（Modern Luxury層）

＜対象事業者（連携事業者）＞

○観光庁「高付加価値化推進事業（R4-6）採択事業者、事業再構築等で新たに誕生した施設、姫路市観光産業育成事業の採択事業者、施設やサービスの高付加価値化を推進したい事業者

事業概要

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。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【★】

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

認知拡大から誘客促進

① 特設WEBサイトの構築

○高付加価値旅行者をターゲットとした媒体の作成（紙＋電子）

➡宿泊施設・飲食・プレミアム体験コンテンツ・観光タクシー・ガイド・モデルコース
（例）SDGsをテーマに町家を改修した宿泊施設、この地に根付いた芸能・文化体験等）

○プロモーション動画の制作

② 広告プロモーション

○高付加価値旅行者コミュニティ等への情報発信

○OTAを活用した広告等

③ B to Bプロモーション

○旅行会社・メディア・関係者を招聘してのファムトリップの実施

○ターゲットやテーマが特化された商談会や旅行博、キャンペーン、現地の旅行会社やメディアへのセールス等

ウルトラ 富裕層 (UHNW)

移動はチャータージェット
1泊数十万円以上のホテルに宿泊

MAX400万円

富裕層 (VHNW)

1回の旅行で
着地180万円
平均予算

主要な消費額範囲
80万円～150万円

ミドル富裕層 (HNW)

1回の旅行で
着地100万円平均予算

プチ富裕層

1回の旅行で
着地30万円以上～
100万円未満の消費

一般層

<市場規模>

25万人

240万人

2,000万人

現地プロモーション予定▶

9/17-19 TOP
RESA (パリ)

9/26-28
Visit Japan
Travel Mart

11/1-4 台北国
際旅行博 (ITF)
+ セールスコール

11/5-7
WTM
(ロンドン)

12/2-5
ILTM
(カンヌ)

企画

5月末

各種制作・準備

9月中旬

10月

11月

12月

ビューロー

【WEBサイトの制作】

- ・テーマに特化したWEBサイト構築
- ・デジタルパンフ（初回紙媒体）の制作
- ・PV動画制作

【姫路プレミアムプラン】

- ・特別な着地コンテンツの企画

【プロモーション】

<広告・デジタルプロモーション>

- ・WEB広告（影響力のあるポータルサイト）
- ・OTA広告
- ・SNSターゲット広告 等

<インフルエンサー>

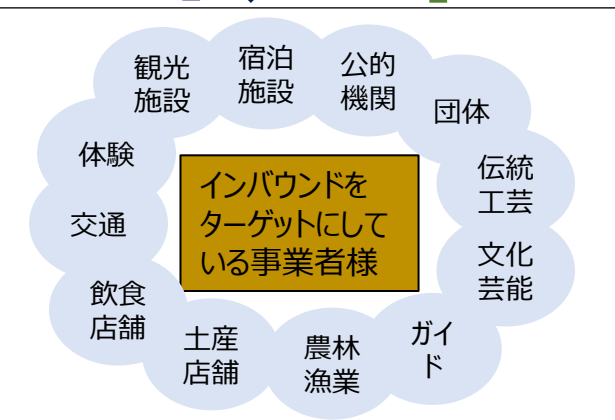
- ・インフルエンサーを招聘した情報発信

<ファムトリップ>

アイデア出し
協業

共有・協業

情報
提供



広告・デジタルプロモーション

2月
・TITF (バンコク)
・台湾大商談会

セールス

B to Bプロモーション (旅行会社) / B to C

業務
委託

専門事業者

- ・旅行会社
- ・広告代理店 等

セールス

現地レップ

- ・台湾
- ・フランス

セールス

【フランス】
9/17-19 TOP RESA (パリ)
12/2-5 ILTM (カンヌ)
【台湾】
11/1-4 台北国際旅行博 (ITF) + セールスコール
3月 台湾大商談会 + セールスコール
【英国】
11/5-7 WTM (ロンドン)
【タイ】
2月 タイトラベルフェア (TITF) + セールスコール
【市場横断】
9/26-28 Visit Japan Travel Mart (東京)

広告・宣伝

広告・デジタルプロモーション

- ・WEB広告
- ・SNS広告
- ・OTA広告 等

【3】国内外の旅行者を惹きつける滞在型コンテンツの造成

予算額：36,336千円

姫路観光コンベンションビューロー（DMO）：万博や瀬戸内芸術祭等を契機とした商品造成・プロモーション

委託
商品企画・造成・ツアー実施・
顧客管理・アンケート実施

地域の旅行会社 等

連携

「観光事業者育成支
援事業」の活用

事業者 / 旅行会社

体験プラン
「ちょっと姫路たび」

姫路ランドオ
ペレーションセ
ンター活用

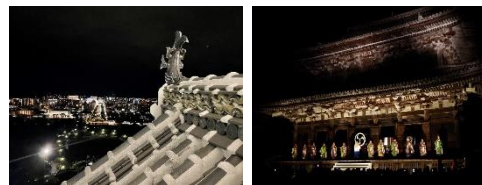
カセット
販売

各種調整
姫路城及び文
化財等の活用
に係る調整

・観光課
・城管理事務所
・文化財課
・関係機関 等

旅行会社等

高付加価値化コンテンツ
「姫路プレミアムプラン」



募集型企画旅行の造成
(食事付・他施設付・宿泊付)

宿泊に繋げる「食」の
プロモーション[★]

SNSを活用
した#（ハッシュタ
グ）キャンペーン

観光客（個人・団体・教育旅行・その他義務的旅行など）

現地ツアー
「もっと姫路たび」



セールス

オンライン販売

・HP「ひめのみち」
(JTB-BOKUN)
・旅行会社HP

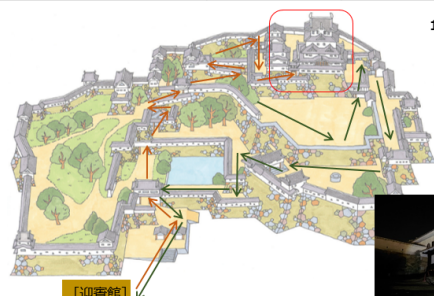
他の旅行会社

B to B向け
カセットプラン

オンライン販売

・HP「ひめのみち」
(JTB-BOKUN)
・各事業者の販路
(他OTAや直販)

高付加価値化体験コンテンツ（一例）

企画名称	世界遺産姫路城を貸し切ったのホンモノの日本文化体験！ 参加者だけの特別入城と非公開エリア見学		実施日	2024年1月31日（水）	
概要	世界遺産・国宝姫路城を夜間に貸し切り、普段入ることができない非公開エリアにも潜入します。 不戦の城で知られる姫路城。しかし、江戸時代、外様である西側の諸国を抑えるために重要な拠点として築かれた要塞で、守りの為の仕組みが満載。姫路城の研究者と、守りの観点から城内を巡りながら、木造建築の最高峰・建築美が体感できる天守群内に入ります。さらに、非公開の「乾の小天守」「はの渡櫓」などもお入りいただきます（予定）。				
販売価格	30万円（税込・一人あたり）	料金に含まれるもの	施設入場及び貸切料金、特別体験、保険、ガイド等を含みます。		販売手数料 10%
行程・内容	 19：00 姫路城 迎賓館集合（オリエンテーション） 21：00頃 解散 【行程】 → 行き 天守群 （非公開エリア含む） → 帰り 【薮の門】⇒【三國堀】⇒【いはいの門】⇒【將軍坂】⇒【水1～水6門】⇒天守群内 【乾の小天守⇒イ・ロハの渡櫓⇒東の小天守】⇒大天守内最上階⇒地階 ⇒【備前丸】⇒【お菊井戸】⇒【るの門】⇒【薮の門】 ※行程は予定 【迎賓館】 				
予約先	公益社団法人姫路観光コンベンションビューロー E-mail: info@himeji-kanko.jp		予約方法	旅行会社から予約先へ	対応言語 日本語・英語
問い合わせ	公益社団法人姫路観光コンベンションビューロー TEL079-222-2285・姫路市観光課 TEL079-221-2121				
手仕舞い日	対象日程のうち、希望する日の7日前	催行人数	最小：1人 最大：10人	取消料	5日前：40%、前日50%、当日100%
注意事項	・ご予約はリクエスト受付となりますので、予約確定の確認メールをもって、正式なご予約の受付とさせていただきます。 ・本プランは、特別な許可を得て実施するもので、ご参加に際しては、ガイドラインの遵守をお願いしております。				主催、販売元 姫路市観光再始動推進協議会

企画名称	吉高山園教寺（しやうざんえんきやうじ）の国指定重要文化財で特別体験！				
概要	【吉高山園教寺について】 姫路城から車で北へ約30分。「西の比叡山」とも呼ばれ、性空上人によって平安時代中期に建立された天台宗三大道場の一つで、1,000年以上の歴史を誇る。標高371メートルの山の上へは、ロープウェイで4分。その静けさと自然の美しさ、歴史の深い祈りの山として独特の雰囲気を感じることが出来る。山上には、多くの寺院、重要文化財が点在している。 また、トム・クルーズ主演の『リリィパッド映画』ラストサムライをはじめ、国内外の映画のロケ地としても有名。 ※声明とは、仏教の経文を音楽的に歌唱するもので、日本の歌曲の原点として、他の分野に影響を与えてきた 国指定重要文化財で通常非公開の「常行堂」を貸切つての座禅体験や写経				
販売価格	最大550万円（税込・一人あたり） ※オプション有の場合：+100万円	料金に含まれるもの	JR姫路駅からの専用車（往復）、施設入場及び貸切料金、特別体験、保険、ガイド等を含みます。	販売手数料	10%
行程・内容	16：00 姫路駅前より専用車で出発 19：45頃 姫路駅前解散 ■16：30 ロープウェイで山上へ（4分）→車南で移動（10分） ■16：45 僧侶が摩尼殿・三之堂をご案内 ■17：30 三之堂（大講堂、食堂、常行堂）を貸切りく地図⑧→⑨→ ① 百人の僧侶による天台声明（しやうみやう）を鑑賞 ② 太鼓芸能集団鼓童の元メンバーによる和太鼓演奏 ■18：30頃 終了～下山→姫路駅前（指定のホテル前）へ ■19：45頃 姫路駅前 解散 ⑧→⑨ ⑨→⑩				
					
予約先	公益社団法人姫路観光コンベンションビューロー E-mail: info@himeji-kanko.jp	予約方法	旅行会社から予約先へ	対応言語	日本語・英語
問い合わせ	公益社団法人姫路観光コンベンションビューロー TEL079-222-2285・姫路市観光課 TEL079-221-2121				
手仕舞い日	対象日程のうち、希望する日の7日前	催行人数	最小：1人 最大：10人	取消料	5日前：40%、前日50%、当日100%
注意事項	・ご予約はリクエスト受付となりますので、予約確定の確認メールをもって、正式にご予約の受付とさせていただきます。 ・本プランは、特別な許可を得て実施するもので、ご参加に際しては、ガイドラインの遵守をお願いいたします。			主催・販売元	姫路市観光再始動推進協議会



特別プラン

－姫路の歴史文化1,000年体感－

姫路城
世界遺産 姫路城
1000年体感

姫路市観光再始動推進協議会

武士道

映画の世界に
飛び込め!

the way of samurai
サムライ体験

しよしゃざんえんぎやうじ
書寫山圓教寺

体験場所 /
広大な伽藍をもつ
書寫山圓教寺

通常では
入ることの
できない
場所で稽古

ハリウッド映画の
舞台上で体験!

サムライの基礎知識や
刀の扱い方をしっかりと伝授

（主催）公団法人 姫路観光コンベンションビューロー
（企画・実行）株式会社 JTB 姫路支店

広大なsamurai

しんしゅんせんそうし

書寫山圓教寺の 武士道を感じる



書寫山圓教寺
96年に書意上人によって開かれた。圓教三三堂等の敷地二十ヶ所あり、境内に古刹あり。11万坪の寺域を有する広大な山荘に伽藍を築き、「高の比羅山」とも呼ばれています。

大講堂
96年に書意上人によって開かれた。圓教三三堂等の敷地二十ヶ所あり、境内に古刹あり。11万坪の寺域を有する広大な山荘に伽藍を築き、「高の比羅山」とも呼ばれています。

食堂
本堂は行基の霊廟のためのお伽堂です。現在1階に専ら通達室、2階では寺に古く用いられます。

大講堂
書意文化財館である書意の通達三三堂と四天王堂（清涼寺跡）が架設されています。



書意文化財館の入り口



書意文化財館の入り口

■料金 / おひとり様 200,000円 8名限定

●参加代に含まれるもの 行理倉に寄贈した通達三三堂の霊舎 料金
中央に書意文化財館の入り口、書意の

集合時間・場所 姫路駅南側ロータリー / 8:00集合

マロニエ・ブレイズ 8:00 姫路駅出発

書意山ロープウェイ・マイクロバスに乗車し
書意山圓教寺（摩尼殿へお参り）へ
僧侶による書意山圓教寺ご案内

サムライ剣舞特別体験

着付け
十地院 横之三堂で
基本稽古
常行堂の舞台にて稽古納束
常行堂の舞台にて修了試験
常行堂の舞台にて講師演習を鑑賞
記念撮影
十地院にて着替え

12:00 書意山へ移動
14:00 昼食 **精進料理**
摩尼殿下よりマイクロバス乗車
ロープウェイ・山上駅より乗車
書意山ロープウェイ山腰下車
専用車で姫路駅お送り
書後、解散

●集合時間：姫路駅 南側ロータリー 8:00集合 同行します。最寄り駅は山 5名
9:00集合 参拝日の19時前までで、お参りの人数に限りがあります。

昼食 書意院の精進料理

精進修行行事に共に参加した人達と
縁立を祝し親しみにアツク。
法定重要文化財の書意院境内で
古の書意行事の縁と心とを味わっていただきます。

●お申し込みについて

お申し込み後、お客様の都合で取消の場合は、右記の金額を取消料として申し受けます。

取消料の目安	参加人数1名以上	参加人数2名以上
参加人数1名以上	参加人数1名以上	参加人数2名以上
参加人数1名以上	参加人数1名以上	参加人数2名以上
参加人数1名以上	参加人数1名以上	参加人数2名以上
参加人数1名以上	参加人数1名以上	参加人数2名以上

企画・実施
株式会社 JTB 姫路支店

お問合わせ / お申込み

TEL 079-289-2120

受付時間：月～金 9:30～17:30（土・日・祝日休業）

姫路ランドオペレーションセンター
（事務局：JTB 姫路支店）

兵庫県姫路市
姫路駅 100
徒歩10分

WEBでお申し込みは
JTB姫路支店



【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[○]

○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
○多様な事業者の観光課題の解決となり、観光客への裨益効果を高めることができるスキーム（実施要領等の整備）構築

予算額：60,000千円

事業概要

観光産業活性化重点支援事業 ●補助率：10/10 ●補助上限額：10,000千円

ア) 面的連携による市内周遊促進事業

- ・複数の観光資源を結ぶ広域的な連携であること
- ・多様な関係者による取組みであること
- ・コンセプトが明確であること

イ) 魅力的な体験コンテンツの造成事業

- ・魅力のある観光コンテンツ・旅行商品を造成すること
- ・造成から販売まで行う仕組みを構築すること
- ・特別感や希少性の高いコンテンツであること

ウ) 満足度を向上させる受入環境整備事業

- ・情報環境の改善・向上させる取組み
- ・移動の快適化
- ・利便性を向上させる取組み
- ・滞在時の快適性を向上させる取組み
- ・人材育成、観光事業者の生産性を向上させる取組み

エ) 持続可能な地域づくりに資する事業

- ・中長期的な計画を策定したうえで、地域自らが主体となった観光サービスの高付加価値化・観光消費の拡大に向けた取組み
- ・新たな発想やビジネスの手法を用いた地域課題の解決に向けた取組み
- ・さまざまな組織・事業者が連携し、地域で横断的にマーケティングデータの収集・分析及び活用できるプラットフォームの構築

快適観光施設改修事業 ●補助率：1/2 ●補助上限額：1,000千円

ア) 高齢者・障害者等が快適に施設を利用できるバリアフリー化等

イ) 観光客受入のため外部からの裨益効果を高める改修・整備等観光客誘客広報宣伝事業

観光客誘客広報宣伝事業 ●補助率：1/2 ●補助上限額：500千円

ア) おもてなし向上事業

イ) 外国人観光客誘客促進事業

ウ) 観光商品開発・販路開拓事業

エ) 観光客誘客イベント実施事業

オ) 着地型コンテンツ開発事業

カ) 海外の旅行博、展示会、商談会等でのプロモーション

（2）まちなか問題解決・魅力創出支援事業[★]

予算額：10,000千円

事業概要

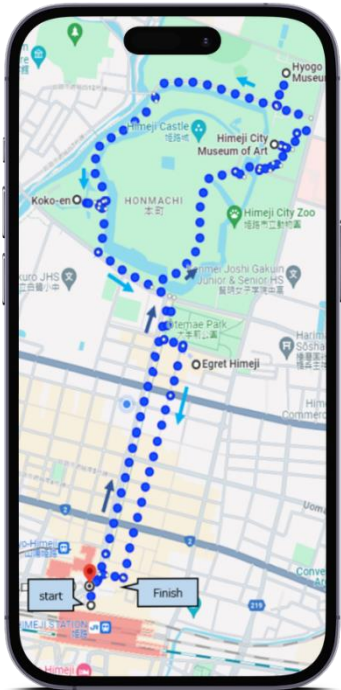
○まちなかの魅力向上に取り組む事業者への支援及び課題解決に向けた協議の場づくりを行うことを目的に、右記の事業に要する経費の助成を行う。

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
- ②ウォーカブル（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
- 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
- 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

令和5年度 姫路市観光産業育成支援事業を活用したインバウンド事業の事例（施設改修以外）

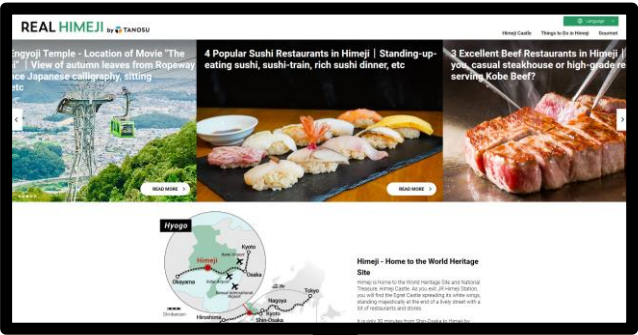
【事例1】 姫路城下町英語ガイドアプリの開発



海外からのお客様に、姫路城の魅力を知って頂きたい。姫路を訪れたからこそ楽しめるトリビアを、現在と歴史を楽しんでいただくことを目的にとアプリを制作。姫路城内、姫路駅周辺、姫路城周辺の3コースとそのコース内での見どころ24箇所を設定。姫路城周辺の情報提供、移動手段（ループバスやタクシー）との連携、楽しんだ内容をアップするSNSとの連携を行う。有料と無料コンテンツに内容を区分。3月末まではすべて無料提供するが4月以降は有料販売を予定。Android版を先にリリースし、iOS版は後日。

- ・コース1：姫路城内を楽しむ（見どころガイド13か所）
- ・コース2：姫路駅からの古い町並みを思い起こすと共にショッピングをする
姫路駅から姫路城への移動で古い町並みを通り、御幸通商店街でショッピングもするコース（見どころガイド8か所）
- ・コース3：姫路城をあらゆる角度から眺め、雄大で美しいお城を満喫する
姫路城を周回し、360度の景色を楽しむコース（見どころガイド11か所）

【事例2】 インバウンド向けポータルサイトの構築（日・英）



<https://realtrip-himeji.com/>

【事例3】 姫路土産のリーフレット作成（英・繁体・簡体・タイ）



【事例4】 観光タクシーのWebサイト構築（日・英）

【事例5】 商品開発：姫路発のクラフトビール「～ Chill da BEER」（チルダビール）」

4社（EgretBrewery、姫路鳩屋麦酒、Free Spirits Brewing、KOGANE）が共同開発した全く新しいクラフトビール酒米の王様、兵庫県産『山田錦』を使ったありそうでなかった、ユニークで個性的な味わいに仕上がる。

・これ～（から）より発展させていく
・姫路～（から）全国へ、世界へ
・イチ～（から）スタート、今までにないものを生み出す
色んな“～”から始まる新しいビール『～ Chill da BEER』



事業概要

（1）外部専門人材の登用【○】 ※申請中（2024年3月）

- 補助金名称：令和6年度「世界に誇る観光地を形成するためのDMO体制整備事業」（専門人材派遣）
- 申請事業名称：関西・大阪万博を契機としたインバウンド誘客戦略策定事業
- 分野：インバウンドに関するデータ分析・誘客戦略の策定
- 重点施策：高付加価値化、持続可能な観光
- 補助率：10/10

（2）調査・研究事業【★】 ※申請予定（時期未定）

（3）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【★】

※申請中（2024年2月）

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 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 ②観光客の分散・平準化 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 ③地域住民と協業した観光振興 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	補助率	1/2か2/3 ※既存事業（市補助金事業）の財源を充当



第2部

業者交流会（名刺交換等）