

令和4年度事業計画

(公社)姫路観光コンベンションビューローは、姫路DMO(観光地域づくり法人)の取組方針のもと、令和4年度については、以下の通り取り組む。

(1) 滞在型観光への変革、誘客・観光消費最大化
①観光イベントを軸として事業者・市(及び関係団体)との連携強化 ②回遊・周遊の促進 ③観光地の魅力・ブランド力を向上 ④情報発信・プロモーションの一元化でアピール力向上 ⑤リピーター獲得等により持続的な観光地づくり
(2) 「観光地域づくりの司令塔」を担う体制づくり
①事業者・姫路市(及び関係団体)との連携を強化 ②観光施策へ民間の発想を活かす仕組みづくり ③姫路観光コンベンションビューローの機能向上
(3) データの活用強化
①施策検討や効果検証に各種データ分析結果を活用 ②観光動向把握やリピーター獲得に資するDX活用検討 ③市(及び関係団体)主催のイベントの観光客データの共有化を働き掛ける

1. 令和4年度の主な取組みについて

(1) 国内観光事業

新型コロナウイルス感染拡大の影響によって落ち込んだ観光需要の回復と、姫路市の観光課題である「滞在型観光の推進による観光消費額の拡大」に取り組む。

① 滞在型コンテンツの整備

- ・事業者・ガイド団体等の体験コンテンツ造成、現地旅行ツアーの拡充等に取り組む
- ・観光コンテンツの販売プラットフォーム「JT BOKUN」の活用

② 国内観光プロモーション

- ・誘客促進プロモーション

7月～9月に実施予定の「JR西日本プレDC(※)」に連動して、誘客促進プロモーションに取り組む(※JR主催の大型誘客キャンペーンで、令和5年7月～9月に兵庫県を対象として実施予定。その前年の令和4年度は「プレDC」として実施)。

ア. 「食」をテーマとして、食資源・食文化の情報発信、及び飲食店への誘客促進

イ. 交通事業者(タクシー及びレンタカー事業者)と連携した周遊促進

ウ. 姫路市宿泊割引キャンペーンによる宿泊付き観光客の誘客

- ・個人観光客(FIT)向けデジタル活用、BtoB、BtoCの各プロモーションの継続・拡充
- ・リピーター獲得に向けて、観光CRMの仕組み構築を検討

(2) インバウンド事業

インバウンドについては、令和4年度後半に往来再開、令和7年度に本格回復するものと想定し、訪日外国人観光客の動向に応じて、以下に取り組む。

- ① ターゲット市場に応じた着地型旅行・体験コンテンツの整備
- ② プロモーション
 - ・個人観光客（FIT）向けデジタルプロモーションとして、SNSでの情報発信と、HP「ひめのみち」のグローバルサイトを全面改修
 - ・BtoBプロモーションの継続（旅行会社へのセールス、旅行博などへの出展）
 - ・広域連携DMO・地域連携DMO等と連携した誘客プロモーション
- ③ 主要観光施設や飲食店等の多言語対応状況等、訪日外国人の受入環境整備について実態把握

2. DMO推進体制の整備

(1) 市・DMOの連携会議を定例開催

- ・観光地域づくりに関連する市の部局・団体との協働・情報共有等を目的として、四半期毎に定例開催。市の各局の観光関連事業について、情報の早期発信や協働を目指す。
- ・構成は、姫路市/観光スポーツ局、産業局、都市局、政策局、教育委員会/文化財課、美術館等及び姫路観光コンベンションビューロー。

(2) ワーキング・グループ（WG）開催

- ① 運営方針WG
 - ・観光地域づくりの課題、安定的な財源確保や専門人材登用などのDMO運営上の課題等について四半期毎に協議。
 - ・構成は、姫路市/観光スポーツ局、姫路商工会議所、姫路観光コンベンションビューロー
- ② 事業者WG
 - ・業種毎にWGを開催し、事業者との情報交換・情報共有等を図り、観光地域づくりに向けて施策検討に当たっての民間の発想を活用する。令和4年度は「宿泊事業者WG」を開催（宿泊事業者団体、姫路駅周辺のホテル事業者等で構成）。その他の事業者についても、同様の情報交換のWGを準備。
- ③ その他
 - 令和4年度の以下の事業について関係事業者とWGを組成し協働。
 - ・「食資源・食文化の情報発信、及び飲食店への誘客促進事業」
 - ・「滞在型コンテンツの整備事業」

(3) DMO推進会議開催

多様な関係者（会員以外も含む）を対象に、DMOの活動状況の共有やセミナー・講演会を通じて観光関連情報の提供を内容として、年間1回開催。

(4) 情報発信・プロモーションの一元化

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。

(5) 調査研究事業

姫路市を取り巻く観光の現況と課題を踏まえて、DMOの将来像に関して調査・分析し、3年後の登録更新時期までのアクションプランを策定。

3. 会員サービスの向上

会員サービスメニューの拡充として令和4年度は以下に取り組む。

- ・会員の観光関連事業者・担い手への支援として、講習会・セミナーを増加
- ・観光データ・観光調査・分析を「姫路観光レポート」として会員に還元

4. 観光庁支援メニューの活用

観光庁のDMO支援メニューについて活用を検討する。

令和4年度については「地域一体となった観光地の再生・観光サービスの高付加価値化事業(※)」に公募予定。

(※) 観光地の面的再生に資する宿泊施設の大規模改修支援などを主な内容とし、地域一体となった観光再生・高付加価値化を支援する事業

観光振興事業（公1）

（○）拡充事業 （★）新規事業

新型コロナウイルス感染拡大の影響によって落ち込んだ観光需要の回復と、姫路市の観光課題である「滞在型観光の推進による観光消費額の拡大」に取り組む。下記の事業1から事業4を行う。

【事業1】 国内外の旅行者を惹きつける滞在型コンテンツの造成事業	(1) 滞在型コンテンツの整備・造成 (○)
	(2) 販売促進 (○) (★)
	① HP や Instagram を活用した情報発信 (○)
	② 広報媒体の作成
	③ モニター体験・キャンペーン等の実施 (★)
	(3) 販売プラットフォーム「JTB BOKUN」の活用
	(4) 旅行業登録「地域限定」(★)
【事業2】 国内観光プロモーション事業	(1) 誘客促進プロモーション
	① JR デスティネーションキャンペーン兵庫（令和5）開催に向けた連携 (★)
	② 豊かな食資源・食文化の発信、及び飲食店への誘客促進事業 (★)
	③ 交通関係事業者と連携した市内周遊促進事業 (★)
	④ 姫路市宿泊割引キャンペーン事業 (○)
	(2) 個人観光客 (FIT) 向けデジタルプロモーション (○)
	① SNS / HP 姫路観光ナビ「ひめのみち」による情報発信 (○)
	② 広告プロモーション、③ おもてなしクーポンキャンペーン
	④ 観光 CRM の仕組み検討
	(3) B to B プロモーション (○) (★)
① 旅行会社等へのセールス ※教育旅行団体の誘致セールス (○)	
(4) B to C プロモーション	
① 観光キャンペーン	
【事業3】 インバウンド事業	(1) 訪日外国人旅行者向け滞在型コンテンツの整備 (★)
	(2) 個人観光客 (FIT) 向けデジタルプロモーション (○) (★)
	① SNS を活用した情報発信 ②HP のリニューアル (★)
	③インフルエンサー招聘事業 (○)
	(3) B to B プロモーション
	① 旅行会社等へのセールス ②旅行博・商談会等への出展
	③ 訪日団体旅行誘致助成事業（宿泊助成）
(4) 広域連携によるプロモーション	
(5) 訪日外国人旅行者の受入環境整備に関する現状調査・分析 (★)	
【事業4】 おもてなし事業	(1) 観光客へのおもてなし (★)
	(2) 観光パンフレット、ノベルティ等作成
	(3) キャラクターを活用した PR
	(4) 姫路市観光案内所窓口業務

【1】国内外の旅行者を惹きつける滞在型コンテンツの造成事業

観光資源の掘り起こし・磨きあげを行い、滞在型コンテンツの整備に取り組む。これら整備したコンテンツをターゲットやテーマに合わせて造成し、「姫路まんきつ体験」として令和3年度に導入のプラットフォーム（JTB BOKUN）上で販売を行う。

プロモーションに関しては、滞在型コンテンツの認知拡大や利用促進を目的に、WEBやSNSを活用した広告配信、モニターツアーやキャンペーン等を行う。また、販売データやデジタルマーケティングに基づく効果検証を行ったうえで、更なる商品の磨き上げを行う。

さらに、インバウンド事業として、訪日外国人旅行者の渡航制限解除後を見据え、ターゲットとする市場やテーマに訴求する着地型観光・体験商品の整備に重点を置き取り組む。

(1) 滞在型コンテンツの整備・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を行い、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。

①滞在型コンテンツの整備（調査・企画）	
種別	概要
a) 事業者単位の体験コンテンツの拡充	食・まち歩き・姫路城・歴史・文化・伝統工芸・アクティビティ・自然等をテーマとしたコンテンツ開発
b) ビューロー独自の体験コンテンツの造成	文化財を活用した特別体験等の商品企画
c) ガイド団体と連携してのまちあるき商品の充実	各エリアで活動している観光ガイドと連携した特別プラン等の企画
d) 旅行会社と連携しての現地旅行ツアーの拡充	多様な観光資源に、「交通・宿泊・体験コンテンツ」を組み合わせた、現地発着のツアー造成
②商品造成	
具体的な消費者イメージを設定しターゲット・コンセプトを明確にした商品開発 ・ターゲット：30代～50代の女性層、60代のアクティブシニア層、ファミリー層等 ※新たな市場開拓として20代の若年層 ・コンセプト：歴史文化、アート&建築、食、自然、アクティビティ、学習、SDGs等	

(2) 販売促進 (○) (★)

滞在型コンテンツ「姫路まんきつ体験」の認知度拡大や利用促進のため、HPやInstagramを活用した情報発信、パンフレット等の広報媒体の作成、利用促進のためのキャンペーン等を行う。

① HPやInstagramを活用した情報発信 (○)

コンテンツを集約した特設ページをHP 姫路観光ナビ「ひめのみち」内に作成するとともに、新たに、「現地ツアー・体験コンテンツ」に特化したInstagramのアカウントを開設し情報発信を行う。

② 広報媒体の作成

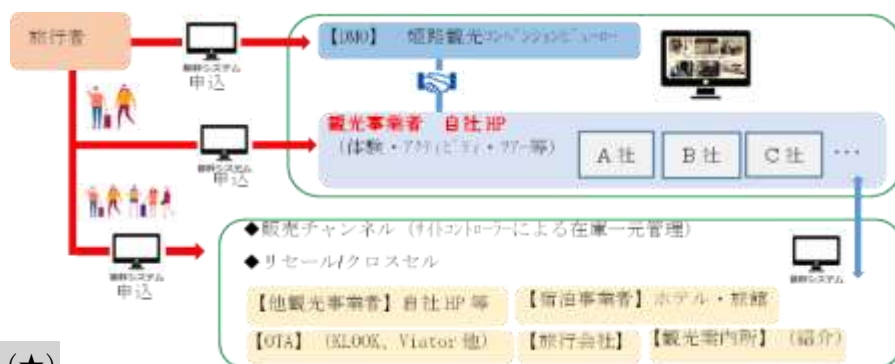
情報発信ツールとして、チラシやポスターを作成し主要な施設へ設置。

③ モニター体験・キャンペーン等の実施 (★)

JR西日本プレDCと連携し、期間中の7月から9月において利用促進の為の割引クーポンやプレゼント企画などのキャンペーンを集中的に行う。

(3) 販売プラットフォーム「JTB BOKUN」の活用

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。



(4) 旅行業登録 (地域限定) (★)

当ビューローで現地発着の旅行商品 (募集型企画旅行) を造成し販売する場合を想定し、旅行業登録「地域限定 (※1)」の申請を行う。

予定	令和4年3月	理事会・総会での機関決定 (定款の変更)
	3月下旬	兵庫県へ旅行業登録申請
	5月下旬	旅行業登録承認

(※1) 出発地、目的地、宿泊地及び帰着地が姫路市及び隣接する市町村及び、観光庁長官の定める区域となる市町村に収まっている旅行商品に限り取扱可

【2】 国内観光プロモーション事業

(1) 誘客促進プロモーション

① JR デスティネーションキャンペーン兵庫 (令和5年度) 開催に向けた連携 (★)

令和5年夏季 (7月～9月) に開催予定の、JRグループ6社と地元自治体、観光事業者等が一体となって全国から誘客を図る大型観光キャンペーン「デスティネーションキャンペーン (DC)」の開催に向けて、地域資源の発掘やコンテンツ造成、プロモーション等において関係機関と連携して取り組む。

先駆けて行われる令和4年夏季 (7月～9月) のプレDCに向けて、ひょうご観光本部が主体となり、県下の観光資源や体験型コンテンツを収集し商品造成を行う予定で、当ビューローは姫路市域のコンテンツについて調整役を担う。これら県下の主要コンテンツを、JRの持つ販売網や情報発信ツールを活用し、兵庫県、県下のDMOや観光団体と連携し一体的なプロモーションを行う。

②豊かな食資源・食文化の発信、及び飲食店への誘客促進事業（★）

姫路市の豊かな食資源・食文化の認知度向上と、飲食店への誘客促進を目的に事業を展開する。

事業期間	令和4年7月～9月 ※JR西日本プレDC期間と連動
企画（案）	<ul style="list-style-type: none"> ・食に携わる事業者や関係団体と連携し、来訪者へ食の魅力について「いつ・どこで・何を・どのように」楽しめるかを分かりやすく伝える仕組みを構築 ・影響力の強いグルメ媒体等と連携することで、情報発信の強化並びに飲食店への誘客促進を図る ・JR西日本のDCプレと連携することで、更なる誘客に取り組む。

③交通関係事業者と連携した市内周遊促進事業（★）

中心エリアから周遊エリアへの回遊促進を目的に、交通関係事業者と連携して下記事業に取り組む。

事業名称 （仮称）	a) 姫路まんきつ観光タクシー b) レンタカーで巡る！自由きままな姫路
実施期間	令和4年7月～9月 ※JR西日本プレDC期間と連動
概要	観光拠点間の移動、及び市内周遊の際の観光タクシーやレンタカー利用に対し、割引等の優待を行い、利用促進に繋げることで域内での回遊を促す。

④姫路市宿泊割引キャンペーン事業（○）

姫路市内での宿泊に対し割引を受けられる仕組みを構築し、宿泊事業者や旅行会社等と連携し、キャンペーンとして売り出すことで、コロナ禍で落ち込んだ旅行需要の回復を図る。

※事業期間・割引率・販売方法等はコロナ禍の状況や他施策を見ながら調整を行う

(2) 個人観光客（FIT）向けデジタルプロモーション（○）

SNS（Instagram・YouTube）、HP 姫路観光ナビ「ひめのみち」、SNS・Web 広告など、あらゆるデジタル環境の中で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、観光地としての認知拡大から誘客に繋げるため、下記の段階毎に投稿指標を設け取り組む。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 ・リーチ ・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）	掲載記事の保存やコメントの数	・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	・利用者属性、アンケート調査等の分析による施策反映

①SNS / HP 姫路観光ナビ「ひめのみち」による情報発信 (○)

当ビューローの公式 Instagram「himeji_kanko」、及び YouTube チャンネル「心で旅する姫路」を活用し、情報発信を行うとともに、公式 HP 姫路観光ナビ「ひめのみち」にて、多様な観光ニーズを満たす情報の掲載を行う。



②広告プロモーション

コンテンツ毎にターゲットや訴求テーマを設定し、SNS (Instagram や YouTube) や WEB 広告を行うことで、狙った層への情報発信に取り組む。また、デジタル以外にも、施策に合わせて訴求力の高い広告媒体への出稿を行う。

③おもてなしクーポンキャンペーン

令和4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。

(クーポン概要)

- ・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。
- ・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。
- ・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。



④観光CRMの仕組み検討

リピーターの向上に繋げるよう、旅行商品販売プラットフォーム (JTB・BOKUN)・既存の情報発信ツール等を活用し、「旅マエ・旅ナカ・旅アト」でのタイムリーな情報提供、情報収集・蓄積ができる仕組みを検討。

(3) B to B プロモーション (○) (★)

①旅行会社等へのセールス

一般旅行団体及び教育旅行団体の誘致対象として、姫路城への送客実績等をもとに、重点エリアを設定し、下記の事業において積極的な誘致セールスを行う。

	事業項目	事業概要
1	一般旅行団体の誘致セールス	宿泊商品造成を促すため、重点エリア中心に旅行会社へのセールスを実施 <重点エリア> ツアー造成・送客が多いエリア：北海道・東京都・静岡県・石川県・福岡県 FDA・SKY 就航地：新潟県・宮城県・長野県
2	教育旅行団体の誘致セールス (○)	宿泊を伴う教育旅行の誘致のため、設定した重点エリアの旅行会社を中心に令和4年度～5年度分の企画造成に繋がるセールスを行う。

		<p><重点エリア></p> <p>北海道：令和元年度、高校6校・1,400名実績あり</p> <p>埼玉県：旅程の継続地として公立高校が宿泊。海外が不透明なため誘導</p> <p>愛知県：ここ近年、マイクロツーリズムで実績あり</p> <p>その他、実績のある青森県・岩手県・栃木県・神奈川県・千葉県・石川県</p>
3	観光セミナーの実施 (広域連携事業)	<ul style="list-style-type: none"> ・事業名称：姫路・神戸観光素材説明会 ・実施地区：福岡、東京 ・連携先：JR西日本、神戸観光局 ・参加事業者：神戸及び姫路市内の観光事業者
4	商談会等への参加	阪急交通社国内旅行推進協力会、ツーリズム EXPO 商談会 他
5	視察受入	旅行会社、メディア、観光事業者等の視察受入

(4) B to C プロモーション

① 観光キャンペーン

他地域の DMO・自治体・交通機関・観光事業者等と連携し、集客の多い観光イベント等に出展し、個人観光客誘客のためのキャンペーンを実施する。

[県外キャンペーン予定]

時期	実施エリア	名称
6月	岡山	旅ミルン in 岡山駅
8月12日～14日	大阪	お城フェス
9月22日～25日	東京	ツーリズム EXPO
12月	横浜	お城 EXPO
1月	福岡	新幹線で博多へ行こうキャンペーン
3月	名古屋	旅まつり名古屋
時期未定	未定	あいたい兵庫キャラバン

【3】インバウンド事業

ウィズコロナ、アフターコロナにおけるインバウンド事業について、日本及び相手国の取り巻く状況に応じて、下記の事業方針のもと取り組む。特に、往来再開に備え、着地型観光・体験コンテンツの整備及び販売体制の構築、これらを中心としたデジタルプロモーションによる情報発信に重点を置く。加えて、日本政府観光局（JNTO）や広域 DMO と連携した誘客プロモーションに取り組む。

重点市場
<p>アジア・東南アジア市場：中国、台湾、香港、タイ</p> <p>※関西を訪れるヘビーリピーター層（個人旅行者）</p> <p>欧・米・豪市場：イギリス、フランス、スペイン、ドイツ、アメリカ、オーストラリア</p> <p>※ゴールデンルートから広島を訪れる個人旅行者及び団体</p>

時期	状況	事業方針
往 来 再開前	<ul style="list-style-type: none"> ・相手国において渡航制限が継続している状態。 ・相手国において国内旅行が再開し、海外旅行に向けても機運が高まりつつあり、現地旅行博等も開催される状態。 	① <u>滞在型コンテンツの造成及び販売体制の構築</u> ② <u>デジタルプロモーション (B to C)</u> <ul style="list-style-type: none"> ・Instagram や YouTube による情報発信 ・ターゲットやテーマを絞った広告配信 ・HP がグローバル対応をリニューアルしての情報発信 ・インフルエンサーを招聘しての情報発信 ③ <u>B to B プロモーション</u> <ul style="list-style-type: none"> ・訪日旅行商品取扱旅行社への継続的な情報提供 ・オンラインによる商談 ・旅行博 (B to C 含む) や商談会への出展
往 来 再開後	<ul style="list-style-type: none"> ・外国人観光客の入国制限が解除し、双方での往来ができる状態。 	① <u>広域連携によるプロモーション</u> 日本政府観光局 (JNTO) や広域 DMO 等と連携しての誘客プロモーションに取り組む。 ② <u>市内事業者との連携によるプロモーション</u> 市内事業者と連携し、滞在型コンテンツを中心とした誘客プロモーションに取り組む。

(1) 訪日外国人旅行者向け滞在型コンテンツの整備 (★)

コロナ終息後のインバウンド需要回復を見据え、着地型旅行・体験コンテンツの整備に重点を置き取り組む。実施にあたり、現状や課題を踏まえ、「①調査 ②滞在型コンテンツの発掘・整備・商品化 ③旅行商品流通環境整備 ④プロモーション ⑤評価」の流れで事業に取り組む。

現状・課題				
<ul style="list-style-type: none"> ・インバウンド向けに販売できる着地型旅行商品や体験コンテンツの整備が未着手 ・情報掲載から予約・問合せ・決済までできる販売体制が取れていない (国内向けは R3 に整備) ・ターゲットとする市場に訴求力のある商品企画及びプロモーションが課題 ・事業者とのインバウンド誘致及び受入についての連携強化 				
事業の流れ				
①調査	②滞在型コンテンツの発掘・整備・商品化	③旅行商品流通環境整備	④プロモーション	⑤評価
HP (リニューアル) とも連動し、受入環境についての調査を実施	<ul style="list-style-type: none"> ・国内向け商品のインバウンド転換 ・新たな資源の発掘 ・現地ツアー造成 ・地元ガイドとの連携 ・モニター体験等実施 ・2次交通・3次交通 	<ul style="list-style-type: none"> ・自社販売プラットフォームの構築 (JTB BOKUN) ・OTA 連携 	<ul style="list-style-type: none"> ・SNS、HP での情報発信及び広告配信 ・パンフレット等作成 ・旅行会社等への情報提供 ・広域連携 	<ul style="list-style-type: none"> ・利用者属性、アンケート調査等の分析による施策反映 (評価を元に更なるコンテンツの磨き上げ)

(2) 個人観光客 (FIT) 向けデジタルプロモーション (○) (★)

① SNS を活用した情報発信

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。

さらに、定期的にインサイトを分析し、PCDA サイクルによる効果的なデジタルプロモーションを展開する。

② HP 姫路観光ナビ「ひめのみち」グローバルサイトのリニューアル (★)

旅行博や商談会、デジタル媒体を活用したプロモーション等で、当市の観光資源に対する認知や来訪意欲が高まった層に対し、より深い情報を掲載した、公式 HP 姫路観光ナビ「ひめのみち」グローバルサイトの全面的なリニューアルを行う。

リニューアルに際し、当市の観光資源についての受入環境調査を行い、ターゲットとする市場や属性に対し、訴求力のあるデザインやページ構成を目指す。

現状・課題
日本語ページを基とした、機械翻訳による自動更新により提供しているものであり、訪日外国人観光客へ特化したページデザインや情報の掲載とは言い難い。
リニューアル (案)
<ul style="list-style-type: none">国内向けページと切り離れたグローバルサイトの構築TOP デザインの一新、受入環境調査等も反映した掲載情報の見直し及び内容充実滞在型観光推進のための掲載コンテンツの充実 (着地型体験コンテンツの販売、テーマ別のモデルコースの掲載、二次交通等)B to B 向けページの新設中国向けアクセス環境の改善人的翻訳による内容の充実動画ライブラリーや SNS 連携等

③ インフルエンサー招聘 (○)

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。

(3) B to B プロモーション

① 旅行会社へのセールス

姫路への送客実績のある旅行会社に対し、現地訪問ができないなか、オンライン会議や商談会の機会を活用し、継続した情報提供を行うことで、アフターコロナ後のツアー造成を働きかける。

現地旅行会社に加え、国内旅行会社のインバウンド担当者やランドオペレーター、OTA (オンライン旅行会社) 等に向けて幅広く情報発信を行う。

②旅行博・商談会等への出展

現地旅行会社や他 DMO 等と連携して旅行博に出展し、姫路市の観光 PR を行うことで、入国制限が解除された後の誘客への動機付けを行う。加えて、ブース来場者に対し、姫路市の認知度やコロナ禍での意識調査等を行い、今後のプロモーションに活用する。

[予定]

台湾	台北国際旅展 (ITF) + 併催商談会 ※B to C プロモーション含む
国内	<ul style="list-style-type: none"> ・ 日本政府観光局 (JNTO) 主催の商談会への参加 (Visit Japan Travel Mart、VJTM East Asia、VJTM ASEAN 等) ・ 広域 DMO 主催の商談会への参加

③訪日団体旅行誘致助成事業 (宿泊助成)

外国から姫路市を訪れる旅行 (4 名以上の団体) を実施した旅行会社に対し助成金を交付することにより、宿泊をとまなう外国人観光客の増加を図り、滞在型観光の推進に取り組む。

(4) 広域連携によるプロモーション

[予定]

事業名称	概要
世界遺産と国際イベントを活用した訪日誘客促進事業	<ul style="list-style-type: none"> ・ World Travel Market (WTM) への出展 ・ メディア招請 ※大阪市・神戸観光局・堺市・高野町・民間企業との連携事業
Exciting Kansai	<ul style="list-style-type: none"> ・ 関西観光本部と連携し、「Exciting Kansai」での播磨圏域の着地型ツアー商品の誘客プロモーションに取り組む。 ※姫路を拠点とする播磨圏域の着地型ツアー商品の造成
ひょうご観光本部主催 DMO 連携プロジェクトへの参画	兵庫県内をエリアとする DMO が連携し、今後のプロモーションや広域周遊などを企画するためのプロジェクトに参画。

(5) 訪日外国人旅行者の受入環境整備に関する現状調査・分析 (★)

ターゲットに対しての効果的なデジタルプロモーションや、訴求力のある滞在型コンテンツの造成を行うため、訪日外国人旅行者 (在日含む) の受入環境整備に関する調査・分析を行う。

[調査 (案)]

主要観光施設に関する調査	<ol style="list-style-type: none"> ① 受入環境調査 (通信環境・決済環境・多言語対応 (看板・展示説明・パンフレット・WEB サイト・受付やガイドの多言語化等)) ② 訴求力のある市場・ターゲット・テーマの洗い出し ③ SNS や口コミ評価等の調査
飲食店・土産店等に関する調査	<ol style="list-style-type: none"> ① 受入環境調査 (外国語メニュー・外国語による対応・通信環境・決済環境 ハラル (ムスリムフレンドリー含む)、ベジタリアン、ビーガン等の対応等) ② SNS や口コミ評価等の調査

【4】おもてなし事業

(1) 観光客へのおもてなし (★)

〔予定〕

事業名称	概要
しろまるひめ姫路城・姫路駅周辺登場	姫路城来城者や姫路駅を利用される観光客へのおもてなしとして、しろまるひめを登場させ、写真撮影に応じ、チラシやノベルティ等の配付を行う（月3回程度）。
姫路銘菓でおもてなし	姫路菓子組合と共同で観光客を対象に、姫路銘菓のPRを行う。
千姫様のお出迎え (★)	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。 また、観光ボランティア団体（甲冑・門番・忍者）とも連携し、賑わいの創出を図る。
観光ボランティア団体の活動支援 (★)	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えるよう支援を行う。

(2) 観光パンフレット、ノベルティ等作成

「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。

(3) キャラクターを活用したPR

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、キャラクターデザイン及び着ぐるみの管理・運営を行う。

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、イベント等に無償で貸出
観光PR業務	<ul style="list-style-type: none"> ・全国のゆるキャライベントや観光キャンペーンに参加 ・HP や Facebook を活用しての情報発信

(4) 姫路市観光案内所窓口運營業務

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（姫路観光なびポート）にて、観光案内窓口業務を行う。

コンベンション事業（公2）

アクリエひめじ（姫路市文化コンベンションセンター）の大規模・多機能・駅近立地という優位性を活かして、大規模コンベンションや国際会議の誘致に積極的に取り組む。

また、姫路市の、歴史的・景観的に価値がある施設を利用した「ユニークベニューHIMEJI プラン」を広く PR し、MICE 誘致の競争力とブランド力の向上に取り組み、「国際会議観光都市・MICE 都市」のイメージ定着を図る。



【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（○）

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)や近隣研究機関(高輝度光科学研究センターほか)、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、神戸観光局等との連携を強化し、コンベンション誘致を行う。近隣都市で開催されるコンベンションについては、エクスカージョン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・展示会に出展し、アクリエひめじ(姫路市文化コンベンションセンター)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。

さらに、ユニークベニュー、バンケット会場、アトラクション、エクスカージョン(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、姫路での開催意欲を高める。

事業項目		事業概要
1	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、近隣研究機関への誘致活動を行う
2	商談会	国際ミーティングエキスポ IME（東京） →セラー(都市)とバイヤー(学会・団体)とのマッチング商談会

3	展示会	9月：国際フロンティア産業メッセ（神戸） 9月：知と交流シンポジウム（姫路） 9月：ツーリズム EXPO（東京） 3月：応用物理学会（仙台） 月未定：学会・団体の関連業界の展示会（東京）
4	視察（下見）受入	姫路開催を検討する県外からの学会・団体の視察（下見）を受け入れることで、姫路開催を強く働きかける。（視察経費の一部を補助）
5	その他	MICEセミナーの開催（受託事業）

(2) コンベンション開催におけるキーマンの招聘

コンベンションの主催者となるキーマンを招待したセミナーを開催し、アクセス、会場、支援内容について認知度を高め姫路開催を働きかける。

名称	開催地	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 in 機械振興会館	東京	バイヤー(学会・団体)を招待して開催するセミナー（参加を高める為に、バイヤーが多数入居しているビルで開催）
姫路コンベンションセミナー in はりま姫路総合医療センター	姫路	医学系学会に関連している先生を招待して開催するセミナー（総合病院の開院で学会のキーマンの医師が就任されると想定して開催）

(3) コンベンション誘致支援メニューの整備・一覧化（★）

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。

項目	内容
会議	市内施設のスペック（面積・収容人数・設備・立地等）
講演会	講演会での講師候補者
昼食会	昼食会場、宅配弁当等事業者
懇親会	ユニークメニュー・懇親会場等の施設内容、ケータリング等事業者、アトラクション実施団体等
エクスカーション	企業・工場・施設等の見学受入先、観光情報（観光施設・飲食店、市内体験コンテンツ情報など）

[参考] コンベンション開催予定件数

開催年度	開催規模	ビューローが誘致	ビューロー以外の誘致	開催合計
令和4年度	国際会議	8件	1件	9件
	国内会議	13件	6件	19件
令和5年度	国際会議	3件	0件	3件
	国内会議	3件	4件	7件

□主なコンベンション

ビューローが誘致	開催日	コンベンション名	開催規模	参加人数
○	令和4年5月	パワーエレクトロニクス国際会議	国際会議	800人
	令和4年5月	全国花のまちづくり姫路大会	全国大会	1,000人
○	令和4年5月	ボーイスカウト日本連盟全国大会	全国大会	700人
○	令和4年7月	QCサークル全国大会 姫路大会	全国大会	800人
○	令和4年7月	画像の認識理解シンポジウム	全国大会	1,500人
	令和4年10月	国際観光医療学会学術集会 in 姫路	国際会議	未定
○	令和4年10月	ISO/TC131(油圧・空気圧システム)国際会議	国際会議	350人
○	令和4年10月	小型パワートレイン技術国際会議	国際会議	300人

【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(助成事業)

一定の要件(参加者数、県外参加者の宿泊数)を満たした各種コンベンション(学会・大会・会議・スポーツ大会ほか)を対象に県外宿泊者を対象とした開催補助金、会場間移動のシャトルバス、エクスカーションとしての観光バス補助金等を交付し、開催促進と支援を行なう。

また、会場予約サポート、運営アドバイス、関係機関調整、コンベンション事業者紹介などの支援を行なう。

(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、JR姫路駅周辺への歓迎看板や懸垂幕を設置して受入体制の充実を図る。

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。

【3】コンベンション広報事業

(1) パンフレット等の作成 / 広報及び広告媒体を活用した情報発信

コンベンション主催者向けの各種印刷物を作製し、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
ポストカード	アクリエひめじPR



また、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 GIDE	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。

フィルムコミッション事業（公3）

【1】 ロケーション誘致・支援

(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、コロナ禍で減少したロケ件数の改善を図るため、これまで培ったネットワークを活かした番組誘致などを積極的に行う。

(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。

(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。

(4) 映画上映会の開催

市民に姫路フィルムコミッション事業の理解を深めていただくため、姫路市内で撮影が行われた作品について上映会及びトーク会の開催や写真パネルなどを展示する企画展を開催する。

会員サービス事業（他1）

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。

令和4年度は、会員の事業や人材育成等に資する講習会・セミナーの増加、及び、観光データ・観光調査・分析を「姫路観光レポート」として会員に還元することで会員サービスメニューを拡充。

項目		内容
1	情報提供	<ul style="list-style-type: none"> ・会報誌「ひめじ観光」等の定期刊行物 ・観光ポスターやガイドブックの無償提供 ・観光情報（チラシ等）の定期送付 ・「姫路観光レポート」の提供、希望者へのメルマガ送付（★）
2	情報発信支援	<ul style="list-style-type: none"> ・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） ・姫路観光ナビポート内に会員PRラックの設置（約140社利用可）
3	会員交流	<ul style="list-style-type: none"> ・各種刊行物に優先的に掲載（会員名簿、各種刊行物） ・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）
4	事業支援	<ul style="list-style-type: none"> ・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 ・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 ・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 ・講演会、講習会、セミナー等への会員優待 <p>（事業や人材育成に資するテーマの講習会・セミナー開催を増加（★））</p>

収益事業（収1）

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、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、コロナ前の収益水準への早期回復を目指す。