

提言

神戸・兵庫の観光ポテンシャルの革新
～ 来るべく3大スポーツイベントに向けて ～

平成28年2月

一般社団法人 神戸経済同友会

Kobe Association of Corporate Executives

序

2014年5月に「日本創生会議」が独自の将来推計人口を基に、「消滅可能性都市」を発表しましたが、896の自治体が消滅しかねないとの内容は、そのセンセーショナルな内容により、世間の耳目を集めました。その推計はさておき、「歯止めのかからない人口減少」「加速する東京一極集中」「地方経済と大都市経済の格差」といった問題が、我が国の将来にとって深刻な影響を及ぼしかねないことは誰もが首肯するところでしょう。

翻って我らが愛する郷土、兵庫県の実情はというと、2009年をピークに兵庫県の人口は減少局面に入っており、出生率が全国平均と同程度の低い水準で推移し、2015年度は全国で2番目に社会的人口減少が多い(転出超過)という状況です。しかも若年層の転出が多いことが問題をより深刻にしています。

兵庫県は、摂津、播磨、淡路、丹波、但馬とそれぞれ自然環境、歴史、産業面で特色ある地域からなり、本州で青森県を除くと唯一日本海と太平洋に接している県です。不思議なことに、地域によっておかれた状況が大きく違うにもかかわらず、人口面や世帯面の統計数値では、兵庫県は全国平均に近い項目が多く、その意味では、兵庫県は日本の縮図ともいえるかもしれません。兵庫県全体に通用する施策は、日本全国の多くに適用できるのではないかと、いうこともできます。

そこで、神戸経済同友会としては、「地方創生のモデル『五国豊饒ひょうご』の実現」を2015年度の活動テーマに掲げて、若者、とりわけ若い女性が喜んで留まり、また東京から集まる(Uターン、Jターン、Iターン、孫ターン)のような、活力にあふれ魅力ある兵庫に脱皮するための理念と方策を研究していくこととしました。

兵庫県は各地域とも古代からの歴史遺産が多く、自然も豊かで、山の幸海の幸にも恵まれており、冷静にかつ客観的に見て観光資源に事欠きません。新しい町といわれる神戸にしても、実は清盛や楠木正成その他古い歴史的遺産に溢れています。せつかくの資源を生かし切れていないのが現状だと言わざるを得ないため、何とかこの機に現状を突き抜けるようなアイデアを提言するこ

とを目指しました。

地方創生の問題は、今後何十年にもわたり我々にとって最重要課題としてあり続けるものと思いますが、そのための具体的試みの一つとして、2020年代前半までに日本海側と瀬戸内側に1回ずつ全国各地の同友会を集めたエクスカーション付きの大会を誘致することを計画し、具体的な観光ルートやおもてなしの方法を検討し続けたいと考えています。

最終ターゲットは、兵庫県の各地域が都会から農山村、漁村、離島に至るまで、それぞれの特色を生かして人々が生き生きと働き、生活していける共同体を築き、維持または発展させていくことと考えています。

今一度、神戸・兵庫が抱える課題に真摯に向き合い、いずれ「世界中の人々が来たくなる街、来たらすごい体験ができる街、住んでみたいと思う街」を作り上げることを念頭に、兵庫県、神戸市の各政策に関わる各位におかれては、政府施策・他府県に遅れることなく、本提言の実行にご尽力をお願いする次第です。

末筆になりましたが、当活動にあたりアンケート・視察・ヒアリングにご協力いただき貴重なご意見を賜りました皆様、さらには提言の取り纏めのために多大なるご尽力をいただきました当委員会の委員ならびにワーキンググループの方々に、心より御礼申しあげます。

平成28年2月

一般社団法人 神戸経済同友会
代表幹事 成松 郁廣
代表幹事 高士 薫

目次

▶ はじめに・・・P 6

提言 1 ひょうごエアークルーズ・・・P 1 1

提言 2 「参加・体験型」観光の推進と体制づくり・・・P 1 5

提言 3 ひょうご五国の交通利用手段の利便性向上・・・P 1 9

提言 4 神戸・兵庫の知名度向上、情報発信力の強化・・・P 2 3

▶ おわりに（正・副委員長より）・・・P 2 6

▶ 付属資料

○ 提言資料・・・P 3 3

○ 視察・ヒアリング先、内容 一覧・・・P 4 3

○ 提言特別委員会における活動・討議経過・・・P 4 6

○ 提言特別委員会 名簿・・・P 4 7

はじめに

政府は、アベノミクスによる成長の果実が得られつつある今ここで、少子高齢化という構造的な問題に歯止めをかけ、国民一人ひとりの将来不安を解消し、消費や投資が進まない根本的な隘路を取り除くことこそ、我が国経済・社会が直ちに着手すべき課題であるとしている。

若者も高齢者も、女性も男性も、障害や難病のある方々も、一度失敗を経験した人も、みんなが包摂され活躍できる社会、それが一億総活躍社会であり、すなわち、一人ひとりが、個性と多様性を尊重され、家庭で、地域で、職場で、それぞれの希望がかない、それぞれの能力を発揮でき、それぞれが生きがいを感じることができる社会を創ることを目標としている。

こうした取り組みと同時に、強い経済実現に向けた当面の緊急対策のひとつとして、「ローカルアベノミクスの推進を通じた地域の付加価値創造力の強化」が掲げられている。

2015年の訪日観光客（インバウンド）は約1,973万人（日本政府観光局資料より）となり、前年比約50%の増となっている。

政府は来るべく2019年から予定される3大スポーツイベント【※】開催時の2020年には3,000万人を目標とし、「住んでよし、訪れてよしの国づくり」をキーワードに観光分野においても、目標の達成に向けて様々な施策の検討を行うとともに、宿泊施設、交通アクセス、旅客受入体制、地方誘客等の制約要因の解消に向け、官民ファンドの活用等を通じ、取組を推進していくとしている。

【※】 3大スポーツイベント

- ◆ ラグビーワールドカップ2019（日本開催）
- ◆ 東京2020オリンピック・パラリンピック
- ◆ 関西ワールドマスタースゲームズ2021

これら3大イベントについては、世界中の人々に日本の魅力を発信できる絶好の機会でもあり、訪日機運が集中的に高まる重要な時期でもある。

そのなかでも、スポーツイベントの先陣を切る『ラグビーワールドカップ2019（日本開催）』は、その後続く『東京2020オリンピック・パラリンピック』や『関西ワールドマスタースゲームズ2021』を契機とするインバウンド促進に向けて、神戸・兵庫にとって重要な役割を担うタイミングである。

2019年に海外からの来訪者の心を掴むことで、翌年以降の兵庫を目指す人々の数はリピーターを含め雪だるま式に膨らむことが予想される。

右肩上がり伸びるインバウンドについては、現在はまだ団体ツアーが過半ではあるが、今後はリピーター層が多く見込める個人旅行の比率が高まるとみられている。特に2019年のラグビーW杯開催時には、欧米の個人手配（FIT：Foreign Independent Travel）による富裕層の来日が期待される。

金銭面だけでなく時間的にもゆとりのある「欧米のシニア富裕層」、いわば「世界の大人」を兵庫県にうまく誘導し、地域活性化につなげる好機にしなければならない。

「シニア富裕層」は本物志向が強く、もてなし側には洗練されたセンスが求められる。当然ながら、訪日客であるため“和＝日本らしさ”がもてなしには欠かせない。観光庁の統計調査（「訪日外国人の消費動向（H27/7-9）」）では、訪日前の楽しみを尋ねたところ「日本食」がダントツだった。一方、訪日後の満足度調査では「歴史・伝統文化体験」や「大衆文化体験」が上位につけ、2015年に話題となった「爆買い（ショッピング）」といった現象を超え、訪日してこそその「和」に対する関心度が伺える。

このように、今後は「参加・体験型」もキーワードであり、日本中がインバウンドに注目しているだけに、他にはない「兵庫らしさ」も必須となるだろう。まずは「世界の大人・シニア富裕層が集う兵庫」向けに、兵庫オンリーワン素材を取り上げ、効果的に発信していきたい。

リピーターとなる兵庫ファンを増やしていけば、次第に一般の訪日客にも裾野は広がり、やがては国内観光客への吸引力もアップしていくのではないかと。

ここ兵庫県は、3大都市圏である大阪、歴史・文化都市日本一の京都の二大インバンド都市に近接し、地理的な優位性がある。

しかし、それに甘んじて何らインバウンド施策を持ち出さないというのは間違いであり、効果を最大化できるような県をあげて総力で真剣に取り組まなければならない。

神戸・兵庫が持つ“強み・ポテンシャル”（海、山、坂、食、歴史、ナイト、等）を最大限活用し、「2021年を最終目標に置いた観光客受け入れ態勢の整備とスポーツをキーとした各地の誇りの創出」がキーポイントと考える。

そうした中で、神戸経済同友会では、皆が“アッと驚く”提言を目指し、神戸・兵庫の弱みでもある交通インフラの整備・グローバル化の促進に加え、他府県との差別化や強み・魅力を発信する新たな取り組みについて研究を行い、神戸・兵庫全体が元気になれる4つの提言を取りまとめることとした。

神戸経済同友会からの4つの政策提言

提言1. ひょうごエアークルーズ

- ◆ キラーコンテンツとして「飛行船」を活用

提言2. 「参加・体験型」観光の推進と体制づくり

- ◆ 「4×5HYOGO（四季×五国）」観光戦略
- ◆ ひょうご五国DMO（日本版DMOの推進）
- ◆ 市民参加型の文化プログラムおよびスポーツイベントの開催

提言3. ひょうご五国の交通利用手段の利便性向上

- ◆ 広域観光ルート「美の伝説」「せとうち・海の道」とのジョイント
- ◆ 「Kansai One Pass（関西ワンパス）」の周知と対応強化
- ◆ 複数交通機関利用の定期ルート化
- ◆ 高速道路乗り放題パスの創設

提言4. 神戸・兵庫の知名度向上、情報発信力の強化

- ◆ 陸・海・空の兵庫（6話完結型動画の作成）
- ◆ 兵庫県ガイドアプリの開発

提言1. ひょうごエアークルーズ

(1) キラーコンテンツとして「飛行船」を活用

神戸・兵庫県は山間部が多く、変化に富んだ地形を楽しめる反面、陸路を使った交通アクセスの面では利便性が高いとは言い難い。五国に観光資源が分散していることもあり、短期間の滞在では十分に堪能してもらうことは困難である。しかしながら一旦、富裕層に目を向けると、彼らは長期滞在や高級旅館への宿泊、交通機関への支払いを躊躇しない。

そこで、陸路の不便さを補う移動手段として、またこれまでと違った角度から県下の観光資源を眺望する手段として、日本ではこれまで希少とされてきた『飛行船による周遊・遊覧』を提言する。

上空から見下ろす兵庫県と陸上から仰ぎ見る兵庫県とでは、全く異なった印象を持ち、かつ双方を組み合わせることで新たな“発見”をもたらすだろう。自然の造形や建築物、食材や伝統芸能など本来の観光コンテンツに加え、「これら観光コンテンツを上空から眺望することそのもの」を新たなキラーコンテンツとして捉えたい。

(2) 飛行船とは

かつての飛行船は、水素に引火して火災事故を起こしてしまった「ヒンデンブルグ号」や、軍事的なイメージの伴う「ツェッペリン号」のイメージが付き纏っていたが、時代が変わり近年では安全・安心な乗り物として認知されており、広告宣伝用若しくは旅客用として、米国製とドイツ製が営業運航している。ただ、商業用途に限定すると世界でも20機程度しかない希少な乗り物である。飛行船の運行に際しての課題は概ね以下のとおりである。

- ① 大量のヘリウムガスを使用することから、その充填に時間を要し且つ運行費が高む
- ② 風の影響を受け易いことから、係留場所として一定の広さ（概ね200m×200mの平地）をもった平地が必要
- ③ 風や霧の影響で、運航出来る確度が旅客機などに比べて低い
- ④ 旅客用としては最大積載人数が20名程度と大量輸送に適さない
- ⑤ 加えて、これらの要因によりコスト高を余儀なくされる

一方で、飛行船の利点・特徴としては以下が挙げられる。

- ① 500メートル前後の比較的低空域でのゆったりとした遊覧が可能
- ② 低空域を飛行するため地上から仰ぎ見ることが可能
「広告宣伝媒体」としての価値が高い
- ③ 希少であることから、一旦上空を回遊すれば注目度も高く、関心を集めやすい
- ④ 運航出来る確度（概ね7割程度）が高くない反面、一旦飛ばすことが出来れば安全性が担保される
- ⑤ 夢のある乗り物として幅広い世代から愛される

【資料1-1 (p33) 参照】

これらを考え合わせた上で県内に適当な係留地を確保し、事業の採算性を確保しつつ周遊・遊覧飛行の魅力に相応した価格に設定ができれば、飛行船に馴染みのある欧米の富裕層は、特に違和感もなく周遊・遊覧を楽しむであろう。

我々日本人は安全面を中心に、新しいものに対しては慎重に構える傾向があり、これは昔も今も変わらない。欧米人が実際に周遊・遊覧飛行を楽しんでいる様子を横目で見れば、乗船希望者が続出することは想像に難くない。加えて日本人自身が楽しむことが出来れば、アジアを中心とする諸外国の富裕層も追従すること請け合いである。

現在、国内唯一の飛行船の運航会社（Van Wagner 社 日本支社）などからのヒアリングの結果、あくまでも想定ではあるが、以下の試算が成り立つ。

【 事業認可にかかる期間とコスト 】

書類手続や審査を中心に2年程度を要し約1億円が必要

【 20人乗りの旅客用飛行船の運航・維持にかかるコスト 】

年間10～20億円程度が必要（含：イニシャル・ランニング）

以上、一定のコスト負担は余儀なくされるものの、多少のリスクを負ってでも全ての受益者が実施に踏み切ろうとするきっかけがあるとすれば、それは既に馴染みのある欧米の富裕層に、まずは高額な運賃を前提に搭乗してもらう、ということだと考える。日本でもかつて旅客用途を模索したことはあったようだが、当時は機が熟しておらず、実現には結びつかなかったようである。

(3) エアークルーズプラン・観光ポテンシャル再発掘

周遊ルートや遊覧ルートは、兵庫県下の観光の魅力を様々は角度から発信できる飛行船の特性を活用し、史跡や自然遺産を単に上空から周遊・遊覧するだけでなく、それぞれが後の遺産として形成されていった歴史的背景、地勢的背景などを体験・体感できる企画を設定していく必要がある。

円山川の川霧により霞むことから天空の城や日本のマチュピチュとも呼ばれ、雲海で有名な竹田城跡は、ほぼ中央に天守閣を配置し縄張りを南北約 400m、東西約 100mに持っている兵庫県下の史跡一つである。

竹田城は、播磨の国への入り口としての要所であった竹田の地に築城され、縄張りが虎が伏せているように見えることから、別名を虎臥城と呼ばれている。

飛行船では竹田が播磨の国の入り口に位置していることや、縄張りの形状を上空から眺めることができ、竹田城築城の背景や地勢的な魅力も含めた観光の素材としての企画が可能となってくる。

また、古くは中国大陸から地殻変動により分離した基点の一つである山陰のジオパーク周辺の海岸線を上空から眺めることにより、その雄大な自然の営みを目の当たりにすることもできる。

これらの史跡や自然遺産の形成までの背景までも体験し、港町として栄えてきた商業的遺産とも言える神戸市街を中心とした夜景を組み込んだ運行ルートや、四季により様々な魅力を見せる兵庫の風景を様々な角度から加えた兵庫県の周遊・遊覧観光として企画していくことが可能である。

【史跡・文化・自然体験ルート】

姫路城、竹田城跡、城崎温泉、山陰ジオパーク、淡路島、神戸市街の夜景など、兵庫県の南北に広がる地形と飛行船の旅客運送機能を活用し、既存の交通インフラとの組み合わせや上空と地上からの景色や風景の違いを活用した企画による広がりも魅力的なコンテンツとすることができる。

【運行パターン】 【資料1-2 (p34) 参照】

- ① 神戸を基点とした、ひょうご五国一周ルート（周遊ルート）
- ② 神戸などの南部係留地、もしくは但馬などの北部係留地の活用による乗降地のパターンの活用（遊覧ルート）

係留地の整備については、神戸空港島の活用や但馬空港などが候補として挙げられる。飛行船自体が魅力的な集客や観光素材であると共に、神戸空港島の係留地活用は神戸空港利用促進への相乗効果や、但馬空港を始めとする係留地候補地からの二次交通インフラの活性化も期待できる。

また、航空法による様々な規制などによる環境整備の必要があるものの、各地空港活用促進事業や周辺地域全体の活性化への貢献のためにも、官民地域が一体となった取組が必要になってくる。

飛行船運行事業は、観光企画や係留地整備、更には旅客運送事業としての事業運営など様々な課題があるものの、3大スポーツイベント等を見据えた兵庫県観光及び魅力のキラークンテンツの発掘、育成、開発のための一つの手法として有効な施策であると考えている。

他交通手段の利便性が向上する可能性があるほか、付加価値を高めた形でひょうご五国ならではの新たな周遊ルート開発や、インバウンドをターゲットにした提案や情報発信が可能になってくる。

そのために利用者からの情報発信が可能となるよう飛行船内 Wi-Fi 環境の整備や地上とのコミュニケーション手段を開発し、上空からの景色だけではなく、ひょうご五国の文化や歴史、生活を発信し双方向でコミュニケーションをとり、世界とひょうご五国の文化交流を行い、日本文化の発信基点としてのひょうご五国のブランディングを行っていくこととしたい。

「提言1. ひょうごエアークルーズ」 以上

提言 2. 「参加・体験型」観光の推進と体制づくり

(1) 「4×5HYOGO (四季×五国)」観光戦略

日本といえば「四季」の国である。折々の風景や旬の食材にはじまり、古来の風習や行事でも季節感をたっぷり味わえる。

兵庫県では、四季が織りなす風物詩は枚挙に暇がなく、山海の珍味・名物はふんだんにある。五国ごとにセールスポイントとなるアイテムを選び出して提示すれば「世界の大人」たちが振り向くことは間違いないであろう。

そこで春兵庫、夏兵庫、秋兵庫、冬兵庫。五国を巡って完結する「4×5HYOGO」(フォー・バイ・ファイブ・ヒョウゴ) 観光戦略を構築する。

桜や紅葉の名所に赴き、祭りののにぎわいに触れ、世界的にも観光コンテンツの主流である食に注目し、兵庫産の食材で舌鼓を打ってもらおう。これら観光素材に「参加・体験型」プログラムを交えながら、一日でも長く、一回でも多く兵庫を楽しんでもらおう。

人の五感に訴える「4×5HYOGO」。日本らしさ、兵庫らしさを下表のように四季と五国と観光素材とに分けてアピールし、演出することが求められる。発信する側の県民にとっては、四季それぞれの観光素材を発掘し、ブラッシュアップ作業を通じ、“地元愛”を深める流れに結び付けていきたい。

ひょうご四季×五国 見どころ・食べどころ・ためし(体験)どころ

| | | 摂津 | 播磨 | 丹波 | 但馬 | 淡路 |
|---|-------|-------------------|---------------|-----------------|------------|------------|
| 春 | 花見 | 夙川河川敷 | 姫路城公園 | 篠山城公園 | 出石城公園 | あわじ花さじき |
| | 食 | 須磨海苔 | 明石鯛 | 山菜 | ほたるイカ | 淡路島たまねぎ |
| | 参加・体験 | 六甲山ハイキング | 醤油づくり | 篠山マラソン | 山陰海岸ジオパーク | サワラ釣り |
| 夏 | 花火 | みなと神戸花火大会 | 播州赤穂花火大会 | ユニトピア篠山サマーカーニバル | 城崎温泉夏祭 | 淡路島まつり |
| | 食 | いちじく | 素麺(揖保の糸) | 丹波夏野菜 | 烏賊・さざえ | はも |
| | 参加・体験 | 神戸クルーズ 西宮セーリング | ホーストレッキング | パラグライダー | 竹野海岸(海水浴) | 淡路一周サイクリング |
| 秋 | 紅葉 | 六甲山 | 音水渓谷 | 高源寺・園通寺 | 氷ノ山・但馬安国禅寺 | 東山寺 |
| | 食 | 神戸牛 | 姫路食博 | 松茸・栗・黒豆 | 但馬牛 | 伊勢海老・いちじく |
| | 参加・体験 | 神戸マラソン | 天塩づくり体験・棚田稲刈り | 立杭焼 | せんべい作り | お香づくり |
| 冬 | 温泉 | 有馬温泉 | 赤穂温泉・塩田温泉 | 国領温泉 | 城崎温泉・湯村温泉 | 洲本温泉 |
| | 食 | 灘の酒 | 赤穂の力キ | 牡丹鍋 | 蟹 | とらフグ・レタス |
| | 参加・体験 | 日本酒仕込み | 紙すき体験(杉原紙) | 篠山城大書院 書初め大会 | 雪合戦 | わかめ漁 |

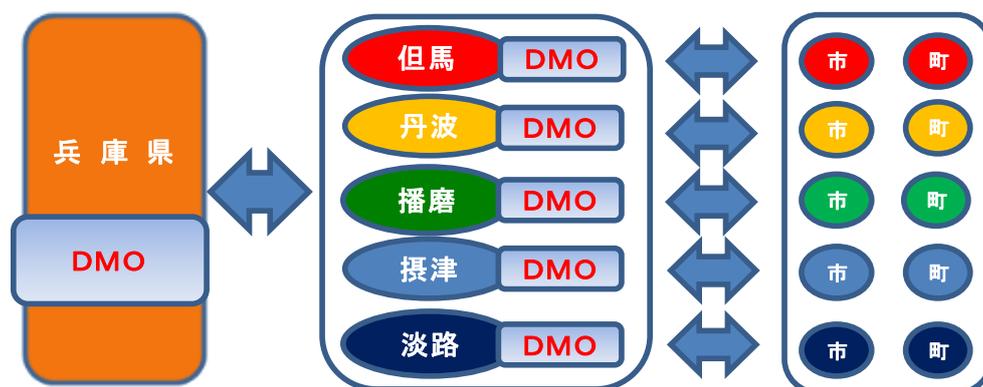
(2) ひょうご五国DMO（日本版DMOの推進）

「4×5HYOGO（四季×五国）」観光戦略の推進、また3大スポーツイベントを見据えたプレイベントの実施に向けては、その企画・遂行を自治体まかせにするのではなく、関係する民間・各種団体が連携の下、地域全体で観光をマネジメントする組織（プラットフォーム）が必要である。

この点、観光先進国の欧米では、地域の観光振興マネジメントを担う専門組織「DMO(Destination Management/Marketing Organization)」が普及し、観光施策推進について地域が共同した取り組みが進む。一方国内では、平成27年6月に政府が「観光立国実現に向けたアクション・プログラム 2015」の中で「日本版DMOの形成・支援」を掲げ、それに向け動き始めたところである。

当地においても、地域への誇りと愛着を醸成する「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりが求められ、観光庁が推進する「日本版DMO候補法人の登録制度」を活用しながら、五国の豊かな自然や歴史・文化、食からなる各地の実情に応じた観光施策を立案すべきである。

具体的には、次図のように兵庫県だけではなく五国を組織単位とする地域DMOを形成し、そのDMOと各自治体とが連携できるよう各方面に働きかけていきたい。行政区分の壁に制約されることなく、五国それぞれの個性が発揮されてこそ、兵庫の魅力が存分に伝わり、新たな観光振興に繋がられるのではないか。



組織体制の整備に加えて、ひょうご五国を訪れる人への「おもてなしの心」を大切にする施策・活動の実施を提言していきたい。公共施設の案内表示をと

ってみても、年間 150 万人の外国人観光客が訪れる北海道の玄関口・新千歳空港では、看板表記に 6ヶ国語（日本語、英語、中国語（繁体字・簡体字）、韓国語、ロシア語）を使っている。同じく、旅行者と直接的に接する機会が多い道内のタクシードライバー向けには、指導・研修を行政と業界が連携して取り組む他、行政が主体となって“おもてなし”に関するガイドブックを作成・配布し、その周知を行っている。

「ひょうご五国 DM0」による組織体制の構築と、県民による「おもてなし」への意識向上が、兵庫がもつ豊かな自然や歴史・文化、食の魅力をより世界へ広めることに貢献するだろう。

（3）市民参加型の文化プログラムおよびスポーツイベントの開催

3大スポーツイベントに向けて、早急に取り組んでいくべき事項の一つが、誰もが参加・体験できる「文化プログラムの開催」である。文化庁では、2020年の東京オリンピック・パラリンピックでの文化プログラムの開催、また同大会を契機とした文化芸術立国の実現ための「文化力プロジェクト（仮称）」の検討を開始した。これらは今夏の 2016 年リオデジャネイロ大会に前後して、国主導による取り組みへと本格化していく。

当地は全国的にも県民の芸術文化イベントを鑑賞する頻度が高い地域で、文化会館数や文化会館における共催・主催事業数も、全国平均を大幅に上回る値となっている。

【資料 2-1（p35）、資料 2-2（p36）参照】

文化プログラム開催に向けた素地はある程度でき上がってはいるものの、現状に甘んじていてはいけない。官民連携による取り組みを一層推進し、各自治体における文化プログラムの充実を図り、ひょうご五国のアピールの場として、十分に活用していただきたい。

なお、東京オリンピック・パラリンピックが開催される 2020 年は、奈良時代に成立した日本の歴史書『日本書紀』が編纂されてから 1300 年を迎える。周知のように、淡路は国生み神話の地であり、伊弉諾神宮も存在する。播磨国風土記は昨年 1300 年を迎えたところであるし、五国いずれも日本書紀とのつながりは深い。

前述のインバウンドの満足度調査にあるように、インバウンドにとって日本古来の「歴史・伝統文化体験」は大変興味深いものである。ひょうご五国から生まれた歴史にも焦点をあて、世界への発信に繋げたい。

一方、2019年から始まる3大イベントは、スポーツをテーマに世界の視線が日本に集まり、多くのアスリートが集うまたとない機会となる。実際の雰囲気は県民が身近に肌で感じ、「スポーツ＝競争」ではなく、スポーツを通じて体を動かすことの楽しさを知り、生涯スポーツへの参加を呼び掛けていきたい。

その具体策として、「参加・体験型」を前面に押し出し、五国それぞれで特色を生かした競技大会を企画・開催できれば、県民の3大スポーツイベント開催への機運を盛り上げる絶好の機会になるであろう。

例えば、但馬で「温泉バケツリレー大会」「山芋すり競争」、丹波で「豆鉄砲大会」「デカンショ節コンテスト」、淡路で「ワカメ干し大会」「玉ねぎ皮剥き競争」など、奇抜で郷土色豊かなコンテストを、佐賀県鹿島市で開催しているガタリンピックをモデルに、地元で奇抜なアイデアを企画しイベントを開催すると、開催地の町中が盛り上がる起爆剤になるのではないか。またこの取り組みの中に「五国対抗」の要素を入れることができれば、郷土意識を高めるためにいっそう役立つであろう。

さらには、交通規制などの諸問題をクリアする必要があるが、昨今の市民マラソンブームを反映して【明石海峡大橋マラソン：資料2-3（p37）参照】のように、大胆なアイデアを実行できれば全世界に「ひょうご」をアピールできるのではないだろうか。

これらについて、ぜひ前述のDMOの検討課題としていただきたい。

「提言2. 「参加・体験型」観光の推進と体制づくり」 以上

提言 3. ひょうご五国の交通利用手段の利便性向上

兵庫県は五国間、特に南北間の交通網が未整備な箇所が多く、県内における交通インフラは整備途上にあるという課題を抱えている。インフラ整備の必要性は国、兵庫県ともに認識しているところであるが、まず現状の県内交通インフラの利用に関して、以下 2 項目について調査した。

- ・兵庫県内で利用可能な公共交通機関のフリーパス
【資料 3-1 (p38) 参照】
- ・主要観光拠点を周遊すると仮定した場合の料金、所要時間
【資料 3-2 (p39) 参照】

前述を踏まえた現状の問題点・課題は以下のとおりと考えられる。

- ・県内周遊のための移動費は、既存の割引制度を利用するとかえって高くなるといった、全く県内周遊を想定していない、むしろ阻害する内容の運賃体系となっているといわざるを得ない。
- ・兵庫県内で長期滞在・周遊型ツーリズムを誘引するための交通整備が必要。

については、既存の交通インフラの利用面における利便性向上に焦点をあてて次の提言を行うこととしたい。

(1) 広域観光ルート「美の伝説」「せとうち・海の道」とのジョイント

2015 年 6 月に関西地区の世界遺産や天橋立といった広域観光ルート「美の伝説 (The Flower of Japan, Kansai) 【資料 3-3 (p40) 参照】」が観光庁の広域観光周遊ルートに認定され、合わせて周遊のための交通インフラ「Kansai One Pass (関西ワンパス) 【資料 3-4 (p41) 参照】」が本年 4 月に試行開始されることが決定している。

大阪・京都に集中しがちな関西エリアのインバウンドの流れを兵庫県に誘引するための交通インフラ面における手段は極めて限定的であるものが、今回のこうした広域に跨る取組みを契機に大きく改善されることが期待される。については、この枠組みを十全に活用すること及び一層高度化することを提言する。

① 「美の伝説」「せとうち・海の道」からの兵庫県へのインバウンド取り込み

兵庫県は観光庁認定の「美の伝説」「せとうち・海の道」の2大広域観光ルートのハブという観光的に極めて恵まれた場所に位置しており、今後、国の予算の支援も得て整備が進むことが見込まれる両観光ルートから恩恵を受ける可能性がある。

そうしたせっかくのチャンスであるにも関わらず、兵庫県の取り組みは他府県の取り組みに比較して立ち遅れているように見受けられ、至急体制を整え、全体として取り組みを強化する必要がある。

特に「せとうち・海の道」については、形成計画概要【資料3-5 (p42) 参照】のとおり、大阪・京都を起点とする同ルートは神戸を經由して姫路ないし徳島・鳴門・淡路島に分岐していくことを想定しており、本ルートのインバウンドの賑わいは神戸、淡路のインバウンド増加に直結することが期待される。

については、現状近畿圏に限定されている関西ワンパス構想について、「せとうち・海の道」エリアへの拡張を提言する。

具体的には、現在、岡山・広島・香川エリアまでに限定されているICOCAの利用可能地域を、徳島・愛媛・高知・山口への大幅拡張（仮称：「せとうちワンパス」）した上で、「関西ワンパス」と「せとうちワンパス」の統合を実現する。

② 瀬戸内クルーズの振興

瀬戸内海は観光資源として有望でありながら、インバウンドが伸びていない状況である。2大ルートの中心に位置する兵庫県において、「美の伝説」だけでなく、「せとうち・海の道」を活性化することは重要課題である。

については神戸を発着港として、「せとうち・海の道」に沿ったモデルコースを策定し、瀬戸内クルーズを改めて有効活用することを提言する。

なお「せとうち・海の道」ルートの活性化のためには、当神戸経済同友会が2007年に提言し、翌年に試験的に実施した瀬戸内クルーズをキラーコンテンツとして振興することが、必須であると考えているが、瀬戸内クルーズを事業として成立させるためには、規制緩和が必要であることを再度強調しておきたい。

(2) 「Kansai One Pass (関西ワンパス)」の周知と対応強化

① 利用エリア・対象の一層の拡充

関西ワンパスはICOCAの利用エリア全域で使えることとなる。ICOCAについては本年3月以降、JR西日本の姫新線、播但線、加古川線で新たに利用可能となるなど一層のエリア拡張が進んでいるが、一方で、妙見の森ケーブル、六甲ケーブル、摩耶ケーブル、京都丹後鉄道などインバウンド対応上一定の重要性のある路線がICOCA対象となっておらず、県内高速バスを含め、早期の拡充を要望する。

また、加えて関西では鉄道のみで訪問可能な観光エリアは限られているため、関西全域のバス路線をICOCA利用の対象とすることも必須であると考えられる。

② 県内関係団体への周知とインバウンド対応強化

海外観光客向けの特典であることも影響して、現時点で「Kansai One Pass (関西ワンパス)」の本年4月の試行について県内の関係団体(観光地、ホテル、美術館・博物館等)は殆ど認識しておらず、従って現状のまま2017年の本格実施に至った場合、相対的に認識レベルの高い他の自治体にインバウンド誘引の点で劣後することが懸念される。

以下の取り組みにより、県内関連団体に周知することを提言する。

- 神戸経済同友会・会員に対し、実施主体である関経連等の担当者を講師とする説明会を複数回実施。
- 「Kansai One Pass (関西ワンパス)」の活用を促すための海外旅行者向けポスター等の公募を通じた情宣。
- 本パスに掲載される観光情報に可能な限り兵庫県内の観光情報を盛り込むよう働きかける。
- 県内の駅、観光施設のインバウンド対応(主要ターミナル駅への通訳配置、多言語案表示、従業員教育等)を強化する。
- 来日観光客が多数参照する日本政府観光局(JNTO)HP内の交通案内に本パスの利用を促す情報を掲載する。

(3) 複数交通機関利用の定期ルート化

新神戸～神戸間を周遊する神戸シティループバスのように、観光地でバスを周遊させ、一日に観光スポットで何度も乗り降りできるようにすることなどがよく見られるが、バスと鉄道、ケーブルその他を組み合わせた一日周遊ルートの設置も兵庫県においては有効な手段になると考える。

例えば、過去に期間限定で実施されていた

「灘の酒造ループバス」(2009/3/20～6/28 の土日祝のみ実施)、

「シティループバス×まやビューライン コラボ」(2015/10/3～10/11)

の定期ルート化はどうだろうか。

また、Things to do を明確にした以下例のような新ルート(バス+鉄道 etc.) 設置を要望する。

「グルメループバス」市内～明石～淡路

「孫文の足跡を訪ねてコース」

「戦国日本を訪ねてコース」姫路城～竹田城跡～有馬温泉

(4) 高速道路乗り放題パスの創設

インバウンドの旅行スタイルがFIT(個人海外旅行)に変化してきたことにより、近年のインバウンドのレンタカー利用者が増加してきている。

それに伴い、各地域(北海道、東北、中部、中国、九州)ではETC利用による高速道路乗り放題パスが発売されている。高速道路運営会社がレンタカー会社と提携して、利用日数によって料金を変える仕組みになっている。また、岐阜県では行政と高速道路運営会社が提携して、レンタカーと高速乗り放題をセットにした商品も発売されている。

以上の各地域での取り組みを踏まえ、兵庫県においても高速乗り放題パスを創設することを提言する。特に、五国間の電車やバス等の交通網が十分に整備されていない現状を鑑みると、レンタカー利用の環境整備は必要である。なお、ほとんどの外国人観光客は大阪や京都にも滞在することから、兵庫県に限定するのではなく、関西全域での高速道路乗り放題を推進することを提言する。

「提言3. ひょうご五国の交通利用手段の利便性向上」 以上

提言4. 神戸・兵庫の知名度向上、情報発信力の強化

(1) 陸・海・空の兵庫

観光庁の調査では、インバウンドの多くが訪日前の観光に係る情報源として、ブログや口コミサイト等の SNS を活用している（個人ブログ 27.4%、口コミサイト 10.4% H27/7-9）。一方、欧米諸国に焦点を当てると、国ごとにバラつきはあるが、インターネットサイトや TV 放送が 3 割前後を占め、ブログは 1 割前後となっている。

このように、インターネットや TV 放送の媒体により情報発信をすることは欧米諸国への訴求効果が高く、有効な情報発信手段であると言える。加えて、各国ごとの発信力のあるブロガーに依頼して、それぞれの感性で兵庫・神戸の魅力を発掘し、ブログにより情報発信することも有効な方法と言える。

たとえば、沖縄県ではインバウンドの獲得を目的として、欧米豪露をターゲットにした Web での情報発信事業を展開している。具体的には、欧米豪露出身のモデル、ダンサー、ミュージシャン、フードブロガー、ガイド、インスタグラマー、アスリート、スクーバダイバー等の専門的職業を持った人物を選定のうえ、10 話完結型の Web 動画を制作、外国人目線で沖縄県の魅力を海外に発信することで外国人観光客の増加（前年比 165%）に繋がった。

6 話（五国＋空）完結型動画の作成（提言）

兵庫・神戸に縁のある有名スポーツ選手および欧米諸国を中心とした有名ブロガーが、兵庫・神戸の 5 エリア（摂津・播磨・丹波・但馬・淡路）を公共交通機関で移動し、本提言のキラーコンテンツ「飛行船」、つまり空から見た兵庫県の景色を交えて 6 話完結型の動画を作成する。

その発信は、インターネットの現地有名サイト（トリップアドバイザー等）とタイアップし、また各国の TV 放送等を媒体として、欧米諸国および世界各国に伝えることを提言したい。

【動画イメージ】

ブロガーには撮影前に担当するエリアに滞在してもらい、外国人目線でターゲット層が興味を示しそうな観光資源やイベントを事前に発掘してもらう。

次に担当する各エリアを、兵庫に縁のある有名スポーツ選手とブロガーが

順に公共交通機関で県内を巡り、行く先々で散策しながら住民と交流、歴史を学び、食を堪能、加えて鉄道・バス等の車窓から眺める兵庫の景色を紹介する。

摂津からはじまる鉄道・バス等の旅は、船に乗り換え淡路に渡り、最後は飛行船から兵庫を一望する。

「陸、海、空の兵庫」を発信。我々も知らない、兵庫の姿を世界中に知ってもらえるのではないだろうか。

| | エリア | 動画内容 |
|-----|-------|---|
| 第1話 | 摂津 | 有名スポーツ選手とブロガーが公共交通機関を使って、灘五郷や六甲山等の歴史・観光資源を紹介 |
| ↓ | | |
| 第2話 | 丹波 | 有名スポーツ選手とブロガーが公共交通機関を使って、篠山城跡等の歴史・観光資源を紹介 |
| ↓ | | |
| 第3話 | 但馬 | 有名スポーツ選手とブロガーが公共交通機関を使って、竹田城跡や城崎温泉等の歴史・観光資源を紹介 |
| ↓ | | |
| 第4話 | 播磨 | 有名スポーツ選手とブロガーが公共交通機関を使って、姫路城等の歴史・観光資源を紹介 |
| ↓ | | |
| 第5話 | 淡路 | 有名スポーツ選手とブロガーが公共交通機関を使って、明石海峡大橋や鳴門のうずしお等の歴史・観光資源を紹介 |
| ↓ | | |
| 第6話 | 兵庫県上空 | 選手およびブロガーの飛行船乗船に乗って兵庫・神戸の魅力をPR |

(2) 兵庫県ガイドアプリの開発

インバウンドの主な不満項目に、外国語サービスが少ないという点が挙げられる。また、あると便利な情報として交通手段や飲食店情報が上位を占める（無料Wi-Fi 55.4%、交通手段 48.5%、飲食店情報 34.3%_H27/7-9 観光庁調査）。

一方で、インバウンドが日本滞在中に利用する情報媒体は、観光庁の統計によると、スマートフォンやタブレットによるインターネット情報（スマートフォン 56.7%、タブレット 12.8%_H27/7-9 観光庁調査）が大多数を占めている。

つまり、モバイルツールで彼らが不満と感じている部分をカバーすることは、彼らを満足させることに繋がり、今度は彼らが自国への「神戸・兵庫」に関する

情報の出し手と成り得ると思われる。

加えて東京で開催されるパラリンピックを念頭に、兵庫に来られる障がい者に配慮した情報提供の方法等も充実させることができれば、兵庫県の評判をより一層高めることに役立つと思われる。

以上から、インバウンドに対して観光面で、いわばワンストップサービスの提供ができる「兵庫県ガイドアプリ（以下、「アプリ」という）」の開発について提言する。

① QR コードを活用した多言語サービスの提供

手軽に入手可能な QR コードアプリを活用し、既存の看板や印刷物貼付した QR コードをスマートファン等で読み取ることで、簡単に多言語対応させることが可能な Web サービスの普及を図る。アプリでは、兵庫・神戸で当該 QR コードが存在する場所を示す MAP や、実際に QR コードによる多言語化機能を搭載し、鉄道・バス等の乗り方、経路説明、その他飲食店メニューや飲食マナーを外国語で簡単に表示し、外国語サービスの拡充を図る。

② アクセス方法の検索とチケット購入機能

ラグビーW杯の開催地は神戸だけではなく、日本各地に点在し、また東京オリンピック・パラリンピックでは、東京を拠点に日本各地を周遊する外国人が多いことが予想される。よって、他都道府県から兵庫県にアクセスする方法を検索する機能をアプリに搭載し、兵庫県への観光客増加を図る。

また、アクセス方法を検索するだけでなく、検索した経路のチケットを購入できる機能も搭載すれば、より兵庫へアクセスする機会は増えると考えられる。加えて兵庫県内周遊の際も、これらの機能は有効なツールと言える。

本提言は、外国人観光客が日本滞在中に不満とを感じる主な事項を解決するための機能を提言しているが、このほかにも、観光名所、宿泊情報、飲食店および緊急時マニュアル等のコンテンツを搭載することで、兵庫県ガイドアプリによるワンストップサービスを実現することができる。

「提言 4. 神戸・兵庫の知名度向上、情報発信力の強化」 以上

おわりに

- ・ 委員長 木下 学
- ・ 副委員長 永吉 一郎
- ・ 副委員長 米田 篤史
- ・ 副委員長 安福 武之助

五国の魅力を磨き世界をもてなす

皆様もご存じの通り、昨年日本を訪れた海外のお客様は 1973 万人と大幅に増加致しました。しかしながらその 80%が上位 10 都道府県に集中しており、関西においても大阪、京都が圧倒的な拠点都市となっています。

今後訪日外国人客数を 3000 万そして 5000 万に繋げるにはまずは拠点都市の隣県である兵庫へのお客様の流入を図り、そして西日本各地への流れへと繋げていかねばなりません。

日本各地には地域固有の魅力が存在します。これからはそれらを活かしたその地域でしか味わえない特別な体験がより求められる時代が到来します。

例えば淡路島の海で若布狩りをし、浜辺でしゃぶしゃぶを楽しんだり、収穫体験したばかりの玉ねぎ畑を眺めながらオニオングラタンスープを召し上がっていただく等、地域らしさを活かした特別なローカル体験の開発を行うことでインバウンドの波が日本各地に広がると確信致します。

そして 2019 年からの 3 年間は三大スポーツイベントを通じて、世界に日本の魅力を発信できる絶好のチャンスが到来します。

現在日本のインバウンドをけん引しているのはアジアからのお客様ですが、本物の観光立国となる為にはアジアからのお客様に加え、欧米からの富裕層にも多くお越し頂けるような魅力作りが必要であり、4つの提言にまとめさせて頂きました。

またこの取り組みはインバウンド対策のみならず、これまで各地を訪れて頂いていた日本人のお客様への満足度アップ、進化したひょうご五国の魅力発信にも繋がると確信しております。

「住んでよし、国内外のお客様が訪れてもよし」
そのような魅力ある兵庫のカタチを描いてゆければと願います。

平成 27 年度 提言特別委員会
委員長 木下 学

スポーツ×観光×I T

スポーツと観光をキーワードにまとめられた今回の提言において、今後重要な役割を果たすであろうものの一つに、広報的観点から ICT の活用が挙げられます。

本提言の中でも、それぞれの地域の素晴らしさをそれぞれの地域に縁があるメジャーなスポーツ選手がリードする SNS の活用が提案されています。

2019 年以降 3 大スポーツイベントが継続することを考えますと、2020 年の次世代移動通信システム（5G）のサービス開始も重要です。あらゆるデバイス（PC、タブレット、スマートフォン etc…）が移動体通信でハイスピードに繋がる時代にこれを活用しない手はありません。

また、兵庫県の各自治体が積極的に行っている各観光地域における Wi-Fi はインバウンドの皆様にも安心してお使い頂けるスピードとクオリティを有しており、各地域で事前に調べなくてもわかる観光情報、その日に行われるイベント情報など来訪者に使い勝手の良い情報公開が高い価値を持つようになります。

そう考えますとネット上の情報に重要なのは

1. 必要に応じて容易に検索できるインターフェイス設計
2. 検索結果が現在の事実のみを拾い上げる情報の真実性
3. 現地にいなくてもその情報を見るだけで行ってみようという気持ちになる情報の演出

この 3 点が重要になってくるでしょう。

多くのスポーツ愛好者、観光客が兵庫県を訪れる可能性を大いに生かすインテリジェンスの集大成が重要です。

平成 27 年度 提言特別委員会
副委員長 永吉 一郎

提言実現へのエッセンスとして想うこと

2013年、国際オリンピック委員会（IOC）総会でのプレゼンテーションで、フリーアナウンサーの滝川クリステルさんがPRした「お・も・て・な・し」が話題になりました。このスピーチによって2020年の東京オリンピック・パラリンピックが決定したと言っても、当時のマスコミ各社の報道から察すれば、過言ではないように思います。

また、翌2014年W杯サッカーブラジル大会のコートジボワール戦で、試合終了後にゴミ拾いをしている日本人サポーターの姿が世界で称賛され、話題になりました。

おもてなしの心を持つ日本人であるならば、誰しものが誇らしく思う出来事でした。

しかし、今の日本の都会では隣人の顔も知らない住民が増え、自治会・町内会は担い手を失い、衰退化してきています。他人とのコミュニケーションを苦手とする若者も増え、個の時代追求する傾向にあります。

兵庫県は「海・里・山・都」が共存するまさに豊饒の地であります。その利点を生かし、観光やスポーツイベントを通じて集客を図れば、兵庫県を訪れる方も増えてくるように思います。

ただ、世界の大人たちの嗜好が多様化する中で、二度三度と繰り返し訪れたくなる魅力ある兵庫を創造する為には、コミュニケーション能力の強化は不可欠です。

4つの政策提言を推し進めるにあたり、兵庫県の自治体や我々地元企業が地域コミュニケーションの場を整備・提供することと共に、「おもてなし」をより磨くことが、この提言書の実現に繋がると考えています。

平成27年度 提言特別委員会
副委員長 米田 篤史

食による兵庫の魅力を掘り起こす！

「食」は世界的にも観光コンテンツの主流です。いま世界では「食」のフロンティアを探る動きが活発化しています。未知の体験が求められておりますので、地方はチャンスといえるでしょう。

特に兵庫県には日本の豊かさが息づいています。つまり兵庫県の知られざる魅力を発掘し、新しい視点で再構築することが必要とされています。

そのためには「ダイニングアウト※」と銘打ったプロジェクトのように、兵庫県の魅力を一流シェフの料理で表現するといった試みは、地域活性化のカギにつながると期待されます。

また日本一の酒どころの「灘」を擁する兵庫県・神戸市は「地酒」と「食」をからめた観光の取組を始めるなど、もともとある魅力を活用し、地域の人が地元の魅力を自覚してもらうことも大事。そこに行かないと体験できない、食べられないということを打ち出せば、人を呼ぶ有効なフックにもなります。ただそこにはインテリジェンスが必要です。

その土地の魅力を「地域の新しいストーリー」として革新的にプレゼンするための知的な戦略が私たちには必要であると考えています。

※ダイニングアウト…

その土地の魅力を、料理人、クリエイター、アーティスト、そして地域の人々と共に抽出、磨き、世界的に発信する全く新しい活動体

平成 27 年度 提言特別委員会
副委員長 安福 武之助

付属资料

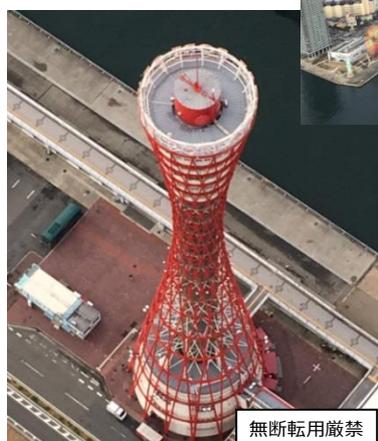
【資料 1 - 1】 飛行船キャビン内・風景

飛行船キャビン内 [資料：JTБ 西日本ご提供]



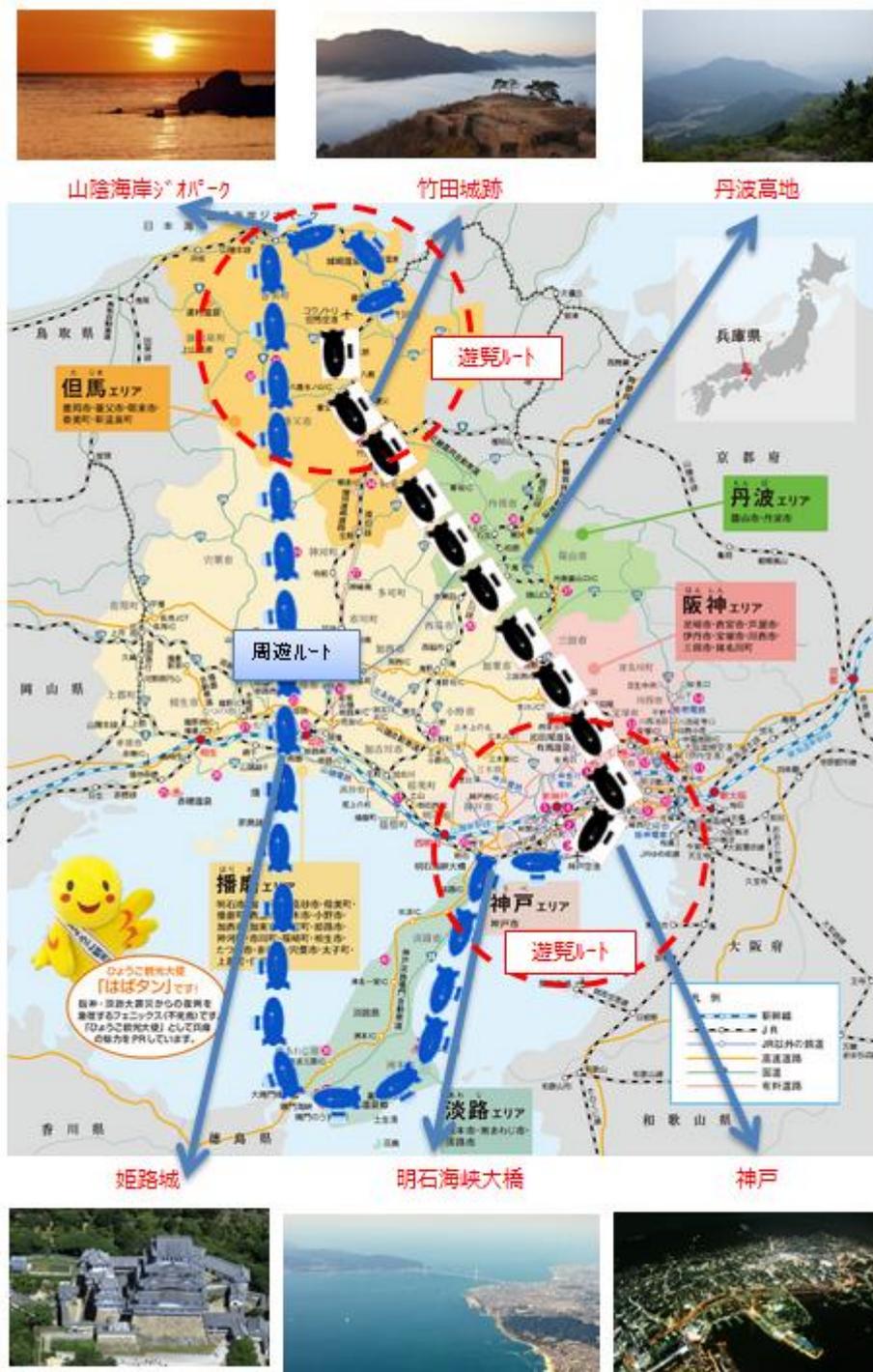
飛行船「スヌーピー J 号」から神戸の風景 (2015 年 12 月 22 日兵庫に飛来)

[資料：メットライフ生命保険ご提供]



【資料 1 - 2】 飛行船の周遊ルート案と遊覧ルート案

[資料：兵庫県、姫路市、山陰海岸ジオパーク推進協議会、ヒラタ学園]



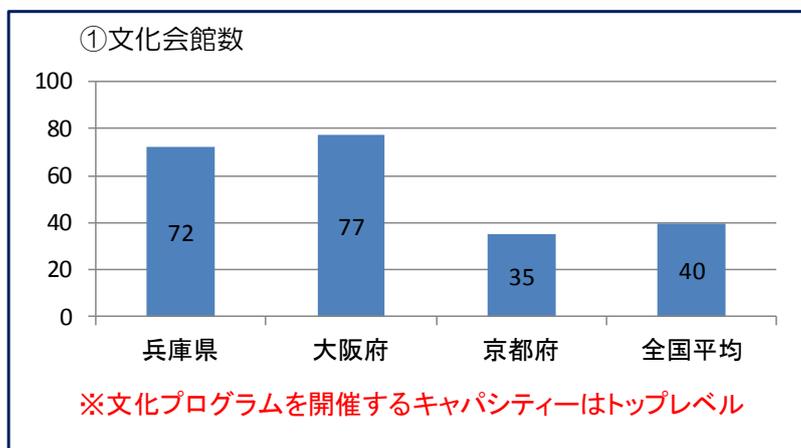
【資料 2 - 1 : 平成 23 年度 社会教育調査】

文化会館における舞台芸術・芸術公演(平成23年度)

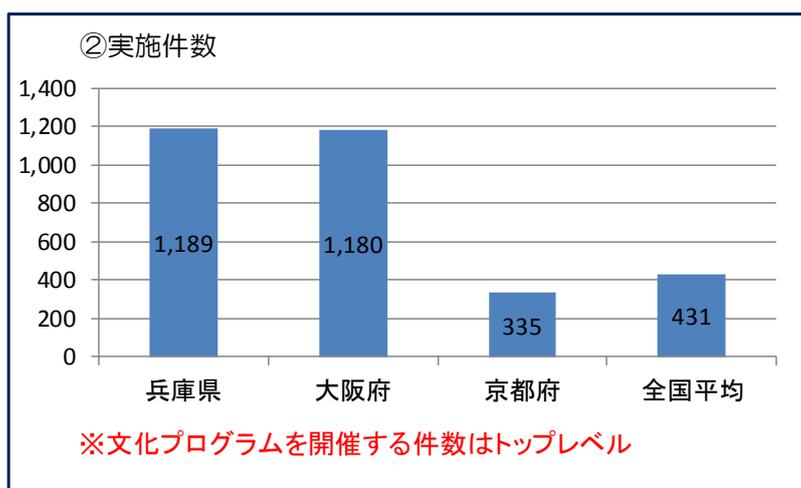
| 文化会館数 | | | 実施件数 | | | 入館者数・参加者数 | | | 実施件数あたり 参加者数 |
|-------|------|-------|------|------|--------|-----------|------|------------|-----------------|
| ランク | 都道府県 | 数 | ランク | 都道府県 | 数 | ランク | 都道府県 | 数 | |
| 1 | 東京 | 126 | 1 | 東京 | 1,578 | 1 | 東京 | 1,333,205 | 845 |
| 2 | 大阪 | 77 | 2 | 愛知 | 1,303 | 2 | 愛知 | 449,430 | 345 |
| 3 | 福岡 | 77 | 3 | 兵庫 | 1,189 | 3 | 兵庫 | 934,370 | 786 |
| 4 | 埼玉 | 76 | 4 | 大阪 | 1,180 | 4 | 大阪 | 574,127 | 487 |
| 5 | 北海道 | 74 | 5 | 神奈川 | 1,169 | 5 | 神奈川 | 727,545 | 622 |
| 6 | 愛知 | 73 | 6 | 北海道 | 1,169 | 6 | 北海道 | 322,544 | 276 |
| 7 | 兵庫 | 72 | 7 | 埼玉 | 866 | 7 | 埼玉 | 640,770 | 740 |
| 8 | 神奈川 | 71 | 8 | 鹿児島 | 798 | 8 | 鹿児島 | 156,748 | 196 |
| 9 | 千葉 | 54 | 9 | 新潟 | 625 | 9 | 新潟 | 303,421 | 485 |
| 10 | 静岡 | 53 | 10 | 福岡 | 616 | 10 | 福岡 | 944,193 | 1533 |
| 11 | 長野 | 48 | 11 | 三重 | 590 | 11 | 三重 | 179,712 | 305 |
| 12 | 岐阜 | 48 | 12 | 千葉 | 539 | 12 | 千葉 | 420,498 | 780 |
| 13 | 鹿児島 | 47 | 13 | 広島 | 499 | 13 | 広島 | 220,198 | 441 |
| 14 | 広島 | 46 | 14 | 滋賀 | 477 | 14 | 滋賀 | 228,034 | 478 |
| 15 | 新潟 | 44 | 15 | 群馬 | 474 | 15 | 群馬 | 237,703 | 501 |
| 16 | 群馬 | 42 | 16 | 長野 | 437 | 16 | 長野 | 293,263 | 671 |
| 17 | 長崎 | 40 | 17 | 静岡 | 424 | 17 | 静岡 | 330,344 | 779 |
| 18 | 宮城 | 39 | 18 | 岩手 | 376 | 18 | 岩手 | 182,103 | 484 |
| 19 | 茨城 | 38 | 19 | 山形 | 349 | 19 | 山形 | 233,468 | 669 |
| 20 | 三重 | 38 | 20 | 宮城 | 341 | 20 | 宮城 | 154,586 | 453 |
| 21 | 岡山 | 38 | 21 | 京都 | 335 | 21 | 京都 | 220,750 | 659 |
| 22 | 山口 | 37 | 22 | 茨城 | 333 | 22 | 茨城 | 262,197 | 787 |
| 23 | 福島 | 36 | 23 | 山口 | 324 | 23 | 山口 | 198,731 | 613 |
| 24 | 京都 | 35 | 24 | 栃木 | 322 | 24 | 栃木 | 279,431 | 868 |
| 25 | 滋賀 | 34 | 25 | 岐阜 | 302 | 25 | 岐阜 | 198,888 | 659 |
| 26 | 奈良 | 33 | 26 | 石川 | 297 | 26 | 石川 | 162,839 | 548 |
| 27 | 石川 | 32 | 27 | 愛媛 | 274 | 27 | 愛媛 | 94,587 | 345 |
| 28 | 栃木 | 31 | 28 | 奈良 | 267 | 28 | 奈良 | 134,108 | 502 |
| 29 | 富山 | 31 | 29 | 山梨 | 265 | 29 | 山梨 | 133,993 | 506 |
| 30 | 岩手 | 29 | 30 | 富山 | 250 | 30 | 富山 | 145,861 | 583 |
| 31 | 熊本 | 29 | 31 | 岡山 | 235 | 31 | 岡山 | 100,893 | 429 |
| 32 | 愛媛 | 27 | 32 | 福島 | 234 | 32 | 福島 | 179,576 | 767 |
| 33 | 宮崎 | 25 | 33 | 福井 | 176 | 33 | 福井 | 88,019 | 500 |
| 34 | 秋田 | 23 | 34 | 宮崎 | 174 | 34 | 宮崎 | 103,329 | 594 |
| 35 | 大分 | 23 | 35 | 熊本 | 157 | 35 | 熊本 | 94,948 | 605 |
| 36 | 福井 | 22 | 36 | 大分 | 152 | 36 | 大分 | 160,745 | 1058 |
| 37 | 青森 | 21 | 37 | 和歌山 | 133 | 37 | 和歌山 | 94,416 | 710 |
| 38 | 山形 | 21 | 38 | 香川 | 132 | 38 | 香川 | 96,514 | 731 |
| 39 | 山梨 | 21 | 39 | 島根 | 130 | 39 | 島根 | 57,948 | 446 |
| 40 | 佐賀 | 20 | 40 | 長崎 | 129 | 40 | 長崎 | 106,712 | 827 |
| 41 | 和歌山 | 19 | 41 | 秋田 | 128 | 41 | 秋田 | 109,595 | 856 |
| 42 | 島根 | 19 | 42 | 徳島 | 96 | 42 | 徳島 | 58,092 | 605 |
| 43 | 沖縄 | 18 | 43 | 青森 | 92 | 43 | 青森 | 53,200 | 578 |
| 44 | 香川 | 16 | 44 | 沖縄 | 84 | 44 | 沖縄 | 54,539 | 649 |
| 45 | 鳥取 | 15 | 45 | 高知 | 76 | 45 | 高知 | 26,751 | 352 |
| 46 | 高知 | 15 | 46 | 佐賀 | 71 | 46 | 佐賀 | 37,908 | 534 |
| 47 | 徳島 | 14 | 47 | 鳥取 | 67 | 47 | 鳥取 | 34,412 | 514 |
| | 合計 | 1,867 | | 合計 | 20,234 | | 合計 | 12,155,244 | 601 |
| | 平均 | 40 | | 平均 | 431 | | 平均 | 258,622 | 601 |

【資料 2-2 : 兵庫県発行「芸術文化振興ビジョン（平成 23 年度）」】

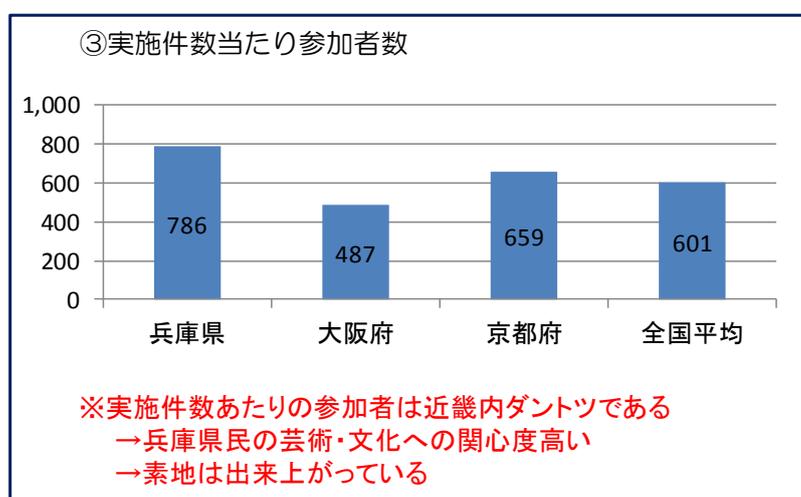
文化会館における共催・主催事業（舞台芸術・芸術公演）実施状況



| 文化会館数 | |
|-------|----|
| 兵庫県 | 72 |
| 大阪府 | 77 |
| 京都府 | 35 |
| 全国平均 | 40 |



| 実施件数 | |
|------|-------|
| 兵庫県 | 1,189 |
| 大阪府 | 1,180 |
| 京都府 | 335 |
| 全国平均 | 431 |



| 件数当たりの参加数 | |
|-----------|-----|
| 兵庫県 | 786 |
| 大阪府 | 487 |
| 京都府 | 659 |
| 全国平均 | 601 |

【資料 2 - 3】 明石海峡大橋マラソン開催（イメージ）

[資料：(株)神戸新聞社ご提供]

1998年の明石海峡大橋完成記念・震災復興支援チャリティーレース



完成時の開通記念イベント「だんじりパレード」



【資料 3 - 1】 兵庫県内で利用可能な公共交通機関のフリーパス

優遇策としては、新幹線も利用できる JR-WEST Rail Pass が非常に人気高く、窓口で長蛇の列ができることもあるほどの活況を呈している一方で、兵庫県内の鉄道・バスのフリーパスについては、各会社が発行しているフリーパスはあるものの、兵庫県内全域を網羅するフリーパスはない。

一方、無料ではないものの、スルッと KANSAI は JR や一部のバス会社を除いたほとんどの鉄道・バスで利用できるという利点がある。各フリーパスの概要と料金は以下のとおりである。

(1) JR-WEST Rail Pass

JR 西日本が、利用エリアに応じてインバウンドに発売しているフリーパス。

① Kansai Area Pass

関西ほとんど全域で利用できる(城崎、白浜などは不可)。料金は以下のとおり。

1 日間：2,200 円、2 日間：4,300 円、3 日間：5,300 円、4 日間：6,300 円

② Kansai Wide Area Pass

関西全域および倉敷・岡山などで利用できる(城崎含む)。

料金は、5 日間で 8,500 円。

(2) スルッと KANSAI

関西ほとんどすべての鉄道・バスで利用できる(JR や神姫バスなど一部で利用不可)。外国人・関西以外在住の人向け、関西在住の人向けの 2 パターンでフリーパスを発売している。

① 外国人・関西在住以外の人向け

連続した 2 日間または 3 日間が乗り放題のフリーパス。

料金は、2 日間：4,000 円、3 日間：5,200 円。

② 関西在住の人向け

3 日間好きな日を選べるフリーパス(利用期間は限定されている)。

料金は、5,200 円。

(3) その他(兵庫県内)

地下鉄 1 日乗車券や山陽電車の 1 DAY チケットなど、各々の鉄道会社・バス会社ではフリーパスを発売している。

【資料 3-2】 主要観光拠点を周遊すると仮定した場合の料金、所要時間

3泊4日で兵庫のポピュラーな主要観光拠点4カ所(神戸(有馬)、淡路島、姫路城、城崎)を周遊すると仮定して、最安ルートおよび所要時間を調査した。

| 経路 | 金額/時間 |
|--------|--|
| 神戸→淡路 | 1,850円(高速バス)/1.5時間 |
| 淡路→姫路城 | 2,220円(高速バス・JR)/2.0時間 |
| 姫路城→城崎 | ① 2,600円(神姫バス)/2.5時間 ② 3,340円(JR特急)/2.0時間 |
| 城崎→神戸 | ① 3,300円(全但バス)/3.0時間 ② 4,750円(JR特急)/2.5時間 |

上記を踏まえ、フリーパスを使用する場合、使用しない場合に分けて、合計の交通費を比較した。

| 経路 | 金額/時間 |
|---|--|
| ① フリーパスを利用しない場合 | 合計：9,970円 総所要時間：9.0時間 |
| ② JR WEST Rail Pass(4DAY)を使う場合 (城崎を除く JR が利用可) | 合計：12,200円 (5,900円+4DAY チケット 6,300円) 総所要時間：9.0時間 |
| ③ JR WIDE Area Pass(5DAY)を使う場合 (城崎を含む JR が利用可) | 合計：11,900円 (3,400円+5DAY チケット 8,500円) 総所要時間：8.0時間 |

以上、あくまでも一つのケースであるが、主要観光拠点を4カ所周遊する場合は、①フリーパスを購入しない場合の9,970円が最安であるといえる。

【資料3-3】「美の伝説」形成計画概要

[資料：観光庁、関西広域連合、関西経済連合会、関西地域振興財団]

「美の伝説」形成計画概要

名称・コンセプト

- ・主題:『美の伝説』(英訳:THE FLOWER OF JAPAN, KANSAI)
- ・副題:『日本の美に出会う 5つの世界遺産と7つの絶景』
- ・コンセプト

古くから日本の都として、常に歴史の中心に位置し、日本の歴史を創り上げてきた関西。1400年の悠久の時を超え、いにしへの歴史と文化・自然が織り成す魅力、非日常との出会い、5つの世界遺産をはじめとする歴史遺産や、信仰、神話、伝説の生まれた聖地を巡り、日本の伝統美や自然美、精神文化、生活文化の美意識にふれる旅。まさに日本の真髄にふれる、それが「美の伝説」(英訳:THE FLOWER OF JAPAN, KANSAI)である。

・主な対象市場・ターゲット:東アジア、東南アジア市場及び欧米系のリピーター市場

申請者(事業実施体制)

- ・申請者: 関西広域連合 広域連合長 井戸 敏三、関西経済連合会 会長 森 祥介、関西地域振興財団 常務理事・事務局長 安竹 素之
- ・事務局: 関西地域振興財団
- ・構成員: 関西広域連合、奈良県、福井県、関西経済連合会、歴史街道推進協議会、日本旅行業協会関西支部、関西鉄道協会、JR西日本、近畿バス団体協議会、新関西国際空港、関西地域振興財団

目標設定・成果把握

| | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ・目標の設定: 関西への訪日外国人訪問率 39% 関西への訪日外国人旅行者数 740万人 関西での外国人延べ宿泊者数 1,820万人 関西での訪日外国人旅行消費額 約9,500億円 | <p>関西の共通目標(2020年)</p> <p>40%</p> <p>800万人</p> <p>2,000万人</p> <p>約1兆円</p> |
|---|--|

・成果把握の方法: 観光庁等の統計調査により、通知目標の達成度及び成果を把握する。

事業の概要

- ・広域で取り組む主な事業
- (1) 事業計画策定・マーケティング
 - 関西での訪日外国人旅行者の動向調査の実施
- (2) 受入環境整備・交通アクセスの円滑化
 - 関西域における交通事業者連携による統一交通パス「KANSAI One Pass(仮称)」の導入の検討
- (3) 滞在コンテンツの充実
 - 免税店拡大促進事業
- (4) 対象市場に向けた情報発信・プロモーション
 - 2019年ラグビーW杯、2020年東京オリンピック・パラリンピック、2021年関西ワールドマスターズゲームズ2021開催と連携した効果的な観光プロモーションの実施
- (5) その他、本事業の目的を達成するために必要な事業。
 - 関西で登録の通訳案内士のスキルアップ研修

対象地域の地図

広域観光拠点地区

広域観光促進地域

主要広域観光ルート

✈️

🚉

🏨

: 主要ゲートウェイ施設

40

【資料 3－4】 関西ワンパスについて

[資料：関西経済連ニュースリリースより抜粋]

- 関西地域は交通インフラが高度に発達しているが、外国人旅行者にとっては、乗り継ぎや乗車券の購入方法が複雑でわかりにくくなっている。
- その改善策として、関西ワンパスを、JR 西日本の IC 乗車券「ICOCA（イコカ）」をベースに作成。
- 2016 年 4 月より 1 枚 3,000 円で、JR 西日本や関西の主要私鉄など 9 社をはじめ、ICOCA の利用エリア全域で使える。関西の交通機関の主要駅で 3 万枚限定で販売する。
- 観光施設や商業施設の優待・割引などの特典も付いている。乗車券のカバーに印刷したコードをスマートフォンで読み取ると、英語や中国語、韓国語の観光情報を閲覧できる。
- 1 年間の試験導入を経て、利用実績などを分析し、本格導入に向けた検討を始める。

【資料3-5】「せとうち・海の道」形成計画概要

[資料：観光庁、瀬戸内ブランド推進連合、瀬戸内観光ルート誘客促進協議会]

| 「せとうち・海の道」形成計画概要 | |
|---|--|
| <p>名称・コンセプト</p> <ul style="list-style-type: none"> ルート名称： せとうち・海の道 The Inland Sea, SETOUCHI ～新たな西日本発見の旅～ Discover the Hidden Charms of West Japan コンセプト： 世界に誇る“瀬戸内”の景色と“瀬戸内”での味わえる貴重体験 “瀬戸内”に溢れる日本の「匠」と「自然風景」 ゴールデンルートの延長線上にある日本随一の確固たる幹線ルート 主な対象市場・ターゲット：欧米豪、台湾、タイ等の東南アジア等 <p>申請者(事業実施体制)</p> <ul style="list-style-type: none"> 会長：瀬戸内ブランド推進連合 湯崎 英彦（広島県知事） 瀬戸内観光ルート誘客促進協議会 山下 隆 （中国経済連合会・中国地域観光推進協議会 会長） 事務局：瀬戸内ブランド推進連合事務局（広島県海の道プロジェクト・チーム） 構成員：兵庫県、岡山県、広島県、山口県、徳島県、香川県、愛媛県 及び経済団体2団体、民間企業12社 | <p>目標設定・成果把握</p> <ul style="list-style-type: none"> 目標の設定：2020年までに瀬戸内7県の外国人延泊者数360万人泊（現状の3倍） 成果把握の方法：観光庁宿泊旅行統計調査ほか <p>事業の概要</p> <ol style="list-style-type: none"> 事業計画策定・マーケティング <ul style="list-style-type: none"> 海外向け戦略策定、実施管理等（ビッグデータ等も活用） 受入環境整備・交通アクセスの円滑化 <ul style="list-style-type: none"> 本ルート上におけるシームレスなWi-Fi環境の整備等 滞在コンテンツの充実 <ul style="list-style-type: none"> 着地型商品予約プラットフォーム構築やクルーズ商品等の発掘等 （滞在型小型船クルーズ、アートクルーズ、海のななつ星、水上飛行機） 対象市場に向けた情報発信・プロモーション <ul style="list-style-type: none"> 関空～福岡の瀬戸内周遊バス等の造成、これを使った周遊の仕方の情報発信、宿泊とのセット商品造成・販売（「西遊紀行」等） |
| <p>対象地域の地図</p> <p>The map illustrates the 'Setouchi Inland Sea' route, a red line connecting major gateways (Fukuoka, Osaka, Hiroshima) and key regional hubs. It covers the Setouchi region across seven prefectures: Hiroshima, Yamaguchi, Tokushima, Kagawa, Ehime, Kochi, and Fukuoka. Key locations marked include Hiroshima Airport, Yamaguchi Airport, Tokushima Airport, and various regional airports like Miyoshi and Takamori. The map also identifies 'Main Inland Sea Gateway' (red line) and 'Setouchi Inland Sea Gateway' (green line) areas.</p> | |

平成27年度 提言特別委員会 視察・ヒアリング先

| NO | 訪問日 | 訪問先 |
|----|--------------------|---|
| 1 | 平成27年 7月27日(月) | (一社) アスリートネットワーク 理事長 柳本晶一 氏 |
| 2 | 9月4日(金) ※詳細後述 | (公財) 大阪観光局 理事長 溝畑 宏 氏、専務理事 野口和義 氏 |
| 3 | 10月20日(火) | 神戸市市民参画推進局 文化交流部 文化交流担当課長 宮道成彦 氏 神戸市教育委員会事務局 スポーツ体育課 国際スポーツ室 室長 山田裕之 氏 神戸市産業振興局 観光コンベンション部 観光コンベンション課 観光交流事業担当係長 山本のぞみ 氏 |
| 4 | 11月4日(水) | (株)電通西日本 神戸支社 営業部 副部長 住井達哉 氏 |
| 5 | 11月9日(月) | 兵庫県企画県民部 芸術文化課 課長 仲井敬司 氏、 副課長 赤松和則 氏 |
| 6 | 11月10日(火) ※詳細後述 | フォーラム鹿島 (カントリービック実行委員会) 第5代フォーラム代表 藤松義将 氏 フォーラム事務長 (カントリービック実行委員長) 愛野雅彦 氏 |
| 7 | | 豊岡市長 中貝宗治 氏、副市長 真野 毅 氏 |
| 8 | 11月19日(木) ※詳細後述 | 西村屋本館 西村屋ホテル招月庭 代表取締役会長 西村肇氏 |
| 9 | | 城崎国際アートセンター 館長 田口幹也 氏 |
| 10 | 11月20日(金) | 丹波市産業経済部 恐竜・観光振興課 課長 高階健司 氏、 係長 廣瀬直司 氏 |
| 11 | | 多可町長 戸田善規 氏、理事兼防災監 吉田一四 氏 |
| 12 | 11月29日(日) ※詳細後述 | (株)北海道宝島旅行社 代表取締役社長 鈴木宏一郎 氏 |
| 13 | | 室蘭ハイヤー(株) 登別温泉営業課 課長 飯塚範行 氏 |
| 14 | | 登別市 観光振興グループ 煤孫泰洋 氏 |

| NO | 訪問日 | 訪問先 |
|----|--------------------|--|
| 15 | 11月30日(月) | アイヌ民族博物館 教育普及係長 石田慈久恵 氏 |
| 16 | | 北海道経済部 観光局 国際観光グループ 主査 藤井琢英 氏 |
| 17 | | (公財)北海道観光振興機構 事業企画推進部 国際プロモーショングループ 次長 吉岡一成 氏、野村 翼 氏 |
| 18 | | 北海道空港(株) 情報開発室 次長 大岡一成氏、主任 江原琢也氏 |
| 19 | 12月3日(木) | 現代経営研究所セミナー (オリンピック関連) に参加 |
| 20 | | 高山市役所 ブランド・海外戦略部 海外戦略課 プロジェクト トチーフ 林 秀和 氏 |
| 21 | 12月8日(火) | メットライフ生命保険(株) ブランドマーケティング部 ブランドアクトベーション課 課長 小林 真 氏、栗原美歩 氏 Van wagner International, LLC 日本支社長 小林徹也 氏 |
| 22 | 12月10日(木) | 但馬空港ターミナル(株) 空港長 横山 悟 氏、 業務管理課長 村尾久司 氏 |
| 23 | | 豊岡市 環境経済部 大交流課 課長 小林辰巳 氏 |
| 24 | 12月21日(月) ※詳細後述 | 洲本市長 竹内通弘 氏、企画情報部 参事(地域創生担当) 寺岡朗裕 氏 |
| 25 | | 淡路市長 門 康彦 氏 |
| 26 | | メットライフ生命保険(株) 飛行船「スヌーピー」号 見学 |
| 27 | 12月28日(月) | Van wagner International, LLC 日本支社長 小林徹也 氏 |
| 28 | 平成28年 1月5日(火) | 姫路市 副市長 内海將博 氏、市長公室長 北川俊文 氏 |

平成27年度 提言特別委員会 視察・ヒアリング内容（抜粋）

（公財）大阪観光局

- ・観光を際立たせるためには、テーマ性とキラーコンテンツ（目立つアイテム）が絶対必要
- ・欧州ではラグビーが富裕層向けスポーツとして確立し、他のスポーツとは観客層が異なり、それに向けた対策が求められる
- ・アジアの観光客は観光や日本食への関心が高い
一方で欧米の観光客は日本の文化・芸術に大変関心を抱いている

フォーラム鹿島・ガタリンピック実行委員会

- ・小さな地域で、故郷を心から愛しているというメンバーが集うことが基本
※青年会議所の発意に賛同する団体の協力により民間の力で行事が継続
- ・鹿島にしかないもの＝干潟 → 干潟を知らない子供も巻き込む
（「参加」・「体験」・「関わり」を大切に→それを続ける）
- ・メディア戦略（NHK・BBC）も大切

豊岡市

- ・ローカルな地だが、あえてその「ローカルさ」をチャンスと捉え、大都市にない生活の豊かさをアピールし、若者の定住に繋げたい
- ・外国人観光客にとって KANSAI の認知度は低い
雪は北海道、海は沖縄が通説だが兵庫には両方揃っている
今後アピールしていく方向
- ・城崎では Wi-Fi や ATM の整備が課題
また、観光客がその場で体験型ツアーを見て・選べるような仕組（案内所）を作りたい

（株）北海道宝島旅行社

- ・道内に「参加・体験型イベント」に取り組む企業が無く、FIT のニーズにマッチしていなかった → 北海道.com を考案した
- ・今後の観光はリピーターと長期滞在が肝であり、長期滞在によって地域と接する時間が長くなり、そこで消費が発生し地域が潤う仕組み
- ・地域活性化にはDMOが重要で日本では行政と観光業者、地域住民らが分断されるのが実態であり、またそれに携わる人財の育成も大事

淡路市、洲本市

- ・観光資源は“島”であることを再認識した上で、島にあるものを活かし
「無い物ねだり」から「有るもの探し」への発想の転換を（洲本市）
- ・観光資源として明石海峡大橋を上手く活かす手段を、官民協力して実現したい（淡路市）

平成27年度 提言特別委員会における活動・討議経過

| 日 付 | 内 容 |
|-------------------|--|
| 平成27年 4月30日(木) | 第1回 提言特別委員会 初会合、委員会メンバー紹介、活動テーマ・目標の提示 |
| 5月26日(火) | 第2回 提言特別委員会 講演会：「スポーツコミッション関西について」 講 師：スポーツコミッション関西 事務局長 森岡慎司 氏 |
| 6月11日(木) | 第3回 提言特別委員会 資料分析（兵庫県における観光ツーリズムの現状 他） |
| 7月30日(木) | 第4回 提言特別委員会 講演会：「スポーツから広がる未来へのレガシー」 講 師：(株)アシックス 代表取締役社長CEO 尾山 基 氏 |
| 8月28日(金) | 第5回 提言特別委員会 提言骨子案の検討（その1） |
| 9月24日(木) | 第6回 提言特別委員会 提言骨子案の検討（その2） |
| 10月28日(水) | 第7回 提言特別委員会 各ワーキングチームによる進捗報告 |
| 11月24日(火) | 第8回 提言特別委員会【休会】 （※ 正副委員長及びワーキンググループによる会議開催） |
| 12月16日(水) | 第9回 提言特別委員会 提言書[案]の検討 |
| 平成28年 1月28日(木) | 第10回 提言特別委員会 提言書の承認 |

平成27年度 提言特別委員会 委員名簿

| | | |
|-------|-----------------|-------------------------------------|
| 委員長 | 木下 学 | (株)ホテルニューアワジ 代表取締役社長 |
| 副委員長 | 永吉 一郎 | (株)神戸デジタル・ラボ 代表取締役 |
| | 米田 篤史 | (株)ジェム 代表取締役社長 |
| | 安福 武之助 | (株)神戸酒心館 代表取締役社長 |
| 委員 | 磯田 弘子 | 共栄印刷(株) 代表取締役社長 |
| | 井上 济 | (株)ケイキャリアパートナーズ 相談役 |
| | 宇尾 好博 | (株)さわやか 代表取締役社長 |
| | 小川 賢一 | (株)三井住友銀行 公共・金融法人(神戸) 部長 |
| | 奥田 祐司 | (株)コミュニカ 代表取締役社長 |
| | 小野 裕美 | (株)ドクターミール 代表取締役 |
| | 笠原 亘 | 大阪ガス(株) 理事 兵庫地域総支配人 |
| | 加藤 雄次 | (株)JTB 西日本 執行役員 神戸支店長 |
| | 佐伯 里香 | (株)ユーシステム 代表取締役 |
| | 坂井 幸嗣 | (株)アマデラスホールディングス 代表取締役社長 |
| | 清水 真人 | (株)電通西日本 取締役 神戸支社長 |
| | 鈴木 美千子 | 神戸ロイヤルグループ 学院 代表取締役学院長 |
| | 谷口 享子 | (株)オフィスマーメイド 代表取締役 |
| | 土田 剛司 | あいき不動産鑑定(株) 代表取締役 |
| | 南部 真知子 | (株)神戸クルーザー・コンチェルト 会長 |
| | 野原 強 | 日本銀行 神戸支店長 |
| | 福井 茂樹 | (公財)ひょうご震災記念21世紀研究機構 理事 兼 学術交流センター長 |
| | 増岡 好一 | 三宮オイル(株) 専務取締役 |
| | 三木谷 研一 | (株)クリムゾンフットボールクラブ 副会長 |
| | 和田 剛直 | 和田興産(株) 専務取締役 |
| 渡辺 真二 | 早駒運輸(株) 代表取締役社長 | |
| 渡邊 百合 | (株)マキシン 代表取締役社長 | |

平成27年度 提言特別委員会 ワーキンググループ、アドバイザー、事務局

| | | |
|---------------|--------|--|
| ワーキング グループ | 河内 信哉 | 川崎重工業(株) 総務本部 総務部 地域プロジェクト推進課 課長 |
| | 奥田 佳余子 | 川崎重工業(株) 人事本部 労政部 労政企画課 主事補 |
| | 飯尾 彬仁 | 川崎重工業(株) 総務本部 管財部 保険課 |
| | 松田 卓巳 | (株)アシックス社長室 秘書チーム |
| | 梶岡 修一 | (株)神戸新聞社 企画総務局 経営企画室 室長 |
| | 濱田 健司 | (株)神戸製鋼所 総務部 課長 |
| | 谷口 聡 | (株)JTB 西日本 神戸支店 営業開発プロデューサー |
| | 篠原 正胤 | 住友ゴム工業(株) ハイブリッド事業本部 インフラビジネスチーム スポーツ人工芝 課長 |
| | 生駒 千里 | 住友ゴム工業(株) ハイブリッド事業本部 ハイブリッド企画部 |
| | 平川 義和 | ダンロップスポーツ(株) 広報部 部長 |
| | 吉積 茂 | 東京海上日動火災保険(株) 神戸支店 課長 |
| | 石川 智久 | (株)三井住友銀行 経営企画部 金融調査室 次長 |
| | 坂井 潤一 | (株)三井住友銀行 経営企画部 金融調査室 室長代理補 |
| | 太畑 延之 | (株)みなと銀行地域戦略部 調査役 |
| アドバイザー | 成松 郁廣 | 川崎重工業(株) 常務執行役員 |
| | 高士 薫 | (株)神戸新聞社 代表取締役社長 |
| 事務局 | 金田 友三郎 | (一社) 神戸経済同友会 常務理事・事務局長 |
| | 乾 貴博 | (一社) 神戸経済同友会 事務局次長 |

メモ・自由記述欄

発行 平成 28 年 2 月

一般社団法人 神戸経済同友会

〒650-0033 神戸市中央区江戸町 9 1 - 1
(神戸銀行協会ビル 5 F)

TEL 0 7 8 - 3 3 1 - 5 5 8 4

FAX 0 7 8 - 3 9 2 - 7 2 3 6

E-mail kobedoyu@pearl.ocn.ne.jp

HP <http://www.kobedoyu.com/>

