

ペットとの暮らしを活用する豊かな社会 — それを可能にする環境整備 —

《第2部》

事例発表② 「ペットツーリズムの推進」

中西 理香子氏（一般財団法人 神戸観光局 専務理事）

○司会 次の環境整備の第2弾に入りたいと思います。ここからは、「ペットツーリズム」ということをテーマに行いたいと思います。

本日、谷口先生のご発表から、「犬と散歩をして、社会交流を持つことが、高齢者を健康にする」ということを学びました。

ペットツーリズム推進は、「ペットと一緒に街にお出掛けしやすくする」という環境整備をすることになります。ペットツーリズム推進で整備された環境は、そこで暮らす地元の方にとっても「お出かけしやすい環境」であり、観光振興だけでなく、「健康で、楽しく、温かい街づくり」をして頂いていることにもなります。

まずは、ここ神戸での取り組みを伺いましょう。

事例発表②「ペットツーリズムの推進」、一般財団法人神戸観光局 専務理事 中西理香子様、よろしくお願いいたします。

【スライド 01】

ただいまご紹介にあずかりました、神戸観光局 専務理事の中西でございます。

本日は、神戸市における『ペットツーリズム』の現状と今後の展望についてお話しさせていただきます。ペット市場が年々成長する中、ペットツーリズムは観光業において新たなビジネスチャンスを提供する可能性を秘めています。その中で、神戸観光局がどのようにペットツーリズムに取り組んでいるか、また、ペットツーリズムの施策である「ペットと旅する神戸」についてご説明

させていただきますと思います。

【スライド 02】

まず、ペットを連れて旅行することの意義についてお話しいたします。

ペットは家族の一員として、生活の中で重要な役割を果たす存在です。ペットを飼っている方々にとって、旅行はペットとの絆を深める貴重な機会であり、ペットと共に過ごす時間を大切にしたいというニーズが非常に高まっております。

特に昨今のコロナ禍以降、国内旅行の需要が再び増加する中、ペットを連れて旅行する傾向が顕著になっています。家族や友人と共に旅行を楽しむスタイルに加え、ペットと一緒に旅行することが新たなライフスタイルの一環となりつつあります。これには、ストレスの軽減や心の癒しといった心理的な効果もあり、ペットを連れて旅行することがリラクゼーションや精神的健康に寄与しているとも言われています。

ペットを連れて旅行することは、家族や友人との関係を強化するのと同様に、ペットとの関係を深め、心地よい生活を送るための手段となっています。

加えて、ペットを連れて旅行する人々は、ペットに高い消費意欲を持つ層とも言われています。ペットの健康や快適さに配慮し、ペット用品やサービスに惜しみなくお金を使う傾向があるため、この層をターゲットにした観光ビジネスは、今後さらに成長する可能性があると考えています。

こういった点を踏まえ、神戸観光局では「ペットツーリズム」が神戸観光の新たな起爆剤となる可能性を秘めていると考え、令和4年度より「ペットと旅する神戸」という事業を開始しました。

神戸は、自然と都市が共存し、海、街、山へのアクセスが容易なエリアです。このため、多様な価値観を持つペット飼い主の幅広いニーズに対応できるという点で非常に強みがあると考えています。

【スライド 03】

令和 4 年度の具体的な取り組みについてご説明いたします。

まずは、情報発信の強化を目標に掲げました。神戸市の公式観光サイト『Feel KOBE』では、ペットと一緒に楽しめる観光スポットや宿泊施設、カフェなどを紹介するコラムを掲載し、ペット連れ旅行者が必要とする情報を提供しました。このような情報の整備は、ペットツーリズムを推進する上で非常に重要であり、観光客が神戸市内で快適に過ごせる環境を整えるための第一歩と考えています。

【スライド 04】

続いて、ペットツーリズム専用の「ペットと旅する KOBE」マップを作成しました。このマップには、神戸観光局でヒアリングを行い、ペット同伴可能な宿泊施設や観光施設、カフェなどの情報が掲載されており、観光案内所やイベント等で配布しています。また、観光公式サイト「Feel KOBE」にも掲載しています。このようなペット向けの詳細な情報提供は、ペット連れ旅行者にとって非常に役立つもので、訪問者の満足度向上につながると考えています。

【スライド 05】

大手通信・出版事業者「ベネッセコーポレーション」との連携によるフォトコンテストキャンペーンも実施しました。

このキャンペーンでは、ペットと一緒に神戸市を訪れた観光客が、自身の SNS で写真をシェアし、『#ペットと旅する KOBE』というハッシュタ

グを付けて投稿する形で行いました。この取り組みによって、SNS を通じた広範な情報拡散が行われ、神戸市のペットツーリズムの魅力が全国に発信されました。結果として、540 の投稿があり、港エリアでの組み合わせが多く投稿され、神戸の港エリアのポテンシャルの高さについて認識することができました。

【スライド 06】

令和 4 年度の事業実施の結果として

- すでに神戸市内においてペットフレンドリーな施設が多く存在している点
- 特に港エリアでの親和性の高さが確認されました。また、ペット飼い主向けの情報発信の不足という課題も浮き彫りになりました。

この結果を踏まえ、令和 5 年度は、神戸におけるペットフレンドリーな施設の情報発信の強化と、実際の旅行に使えるリアルな情報提供をすることを目標に取り組んでいます。株式会社 tent tent (テントテント) が運営するウェブサイト「おでかけわんこ部」と連携し、情報発信の強化を図っています。「おでかけわんこ部」は、月間 70 万人の飼い主が参考にしているサイトで、リアル感あふれる情報を提供しています。この影響力を活用することで、神戸の情報を多くの方へ届けることが可能となり、ペットと安心して出かけられる神戸に向けた取り組みが進んでいます。

【スライド 07】

具体的な取り組みとして、

- 「おでかけわんこ部」による「ペットと旅する神戸」の特設ページの設置
- インスタグラムの専用アカウントの設置を行いました。本格的な開始日は、「11 月 11 日 (わんわん・わんわんの日)」に設定し、TBS の「ひるおび」で取り上げられました。全国放送で取り上げられることによって、「ペットツーリズム」がペットユーザーにとって感度の高い情報で

あることを再認識させられました。

「ペットと旅する神戸」の特設ページは、神戸観光サイト「Feel KOBE」内に設置されています。

神戸観光を調べる方が気軽にアクセスできるよう配置されています。また、「おでかけわんこ部」のユーザーからも流入できるように、バナーを掲載し、両面から特設ページへたどりつけるようになっています。特設ページでは、「遊ぶ」「泊まる」「食べる」などのテーマをはじめ、「特別取材」として神戸のペットフレンドリーな施設やスポットを巡る取材記事を掲載しています。

【スライド 08】

ここからは、特別取材の内容をご紹介します。

【スライド 09】

第 1 弾

「愛犬と一緒にハイキングを楽しみたい」、「愛犬と自然の中でリフレッシュしたい」、「愛犬の自然の中での表情を見たい」といったニーズに応えるため、ハイキングにフォーカスしました。

神戸市街から 30 分でアクセス可能な再度公園を起点に、自然が豊かな六甲山系をハイキングし、カフェを巡るモデルコースを取材しています。また、一般のハイカーとの棲み分けやマナー啓発にもつながるよう、情報発信を行いました。

【スライド 10】

第 2 弾

「愛犬と一緒に気軽に非日常を味わいたい」、「愛犬と六甲～有馬温泉に行ってみたい」というニーズに応えるため、六甲・有馬温泉に焦点を当てたモデルコースを取材しました。

愛犬と一緒に、六甲・有馬温泉で贅沢な日帰り旅行を楽しめる内容です。特に、有馬グランドホテルの「DOG UP VILLA」（ドッグアップビラ）

では、ペットと一緒に有馬の湯に浸かることができ、一般の日帰り旅行と変わらない非日常の神戸旅を提案しました。

【スライド 11】

第 3 弾

神戸を起点に、近隣地域も含めた広域旅行を楽しみたいというニーズに応えたモデルコースです。

「愛犬と一緒に小豆島に行ってみたい」「愛犬と新船『あおい』に乗ってみたい」という要望に応えるため、神戸と小豆島の 2 泊 3 日旅のモデルコースを取材しました。神戸港から小豆島へはジャンボフェリーで移動可能で、2022 年 10 月 22 日より就航した新船「あおい」には、ペット専用エリアや専用個室があります。このフェリーを利用することで、神戸+α の広域旅行を提案しています。

【スライド 12】

第 4 弾

「話題の須磨海浜公園に行ってみたい」、「愛犬と歴史あるお寺で参拝したい」というニーズに応え、再整備された須磨海岸と須磨寺の参拝というモデルコースを提案しています。

これらの取り組みに加えて、SNS での発信も強化しています。

【スライド 13】

10 月 17 日現在、Instagram のフォロワー数は 1390 人となっています。ペットツーリズムで有名な軽井沢のフォロワー数が約 3,800 人ですので、ここを目指して、着実に情報発信に努めてまいりたいと考えています。

【スライド 14】

ペットツーリズムの推進における課題もいくつかあります。

1 点目は、ペットに関する正確な情報がまだ十

分に提供されていないことです。宿泊施設や観光施設のウェブサイトでペット同伴に関する情報が記載されている場合もありますが、情報が不十分であったり、現実と異なるケースが見受けられます。これにより、ペット連れの旅行者が不便を感じるケースが発生しています。

2点目は、ペットと共に旅行する際のマナーです。ペット連れ観光客の中には、マナーを守らないことで他の観光客とのトラブルが発生するケースがあります。

3点目は、地域の観光事業者との連携が必要であることです。ペットを受け入れる宿泊施設やカフェ、観光スポットは増加していますが、施設側の認識や対応が不十分な場合もあります。我々神戸観光局が事業を推進する中で、事業者へのアドバイスや働きかけを行っています。

ペットツーリズムの市場は、今後も拡大が期待されています。冒頭でもお話ししましたが、特にペットを連れて旅行する層は消費意欲が高く、ペットに対する支出を惜しまない傾向があります。この層をターゲットにしたサービスや商品は、今後の観光ビジネスにとって非常に重要なビジネスチャンスとなると考えています。

【スライド 15】

神戸のペットツーリズムにおけるキーワードは、以下の3点です。

1点目は、新たな観光客層の獲得です。

本日の説明でもお伝えした通り、ペットと共に旅行をしたいというニーズに応えることができれば、従来の観光とは異なる「ペットと旅行」という新たな観光客を神戸に取り込むことができると考えています。

2点目は、自然と都市が共存している点です。

神戸という街は、都市部と自然が近い距離にあるという地形的な特徴を活かして、多様なニーズに応えることができます。例えば、自然好きの犬であれば、モデルコースでも提案した六甲山系を楽しむことができます。一方、都会の雰囲気を楽し

しむなら、街中でのカフェ巡りも可能です。

3点目は、施設情報と正しいマナーの発信です。

神戸という街は、ペットツーリズムの推進において大きなポテンシャルを秘めています。今後さらにこの取り組みを推進するためには、私たち神戸観光局が必要な情報をしっかりと発信することが重要であると考えています。

このように、ペットツーリズムは、外国人観光客の誘致と同様に、観光業界全体にとっても新たな柱となる可能性があり、今後の発展が期待されます。

【スライド 16】

最後に、ペットツーリズムは単なる観光の一部ではなく、今後の観光業全体の成長に寄与する重要な要素であると考えています。

神戸観光局としても、ペット連れ観光客が安心して旅行できる環境を整え、地域の観光産業をさらに活性化させるために、引き続き取り組んでまいります。皆さまのご協力をいただきながら、ペットツーリズムの未来を共に築いていきたいと考えております。今後ともご支援を賜りますようお願い申し上げます。

神戸観光局 ペットツーリズム

https://www.feel-kobe.jp/travel_with_pets/

一般財団法人神戸観光局

【スライド 01】

R 4年度取組実績 フォトコンテストキャンペーン

【R 5. 2~3】
ペネッセによるフォトコンテストキャンペーン

大手通信・出版事業者「ペネッセ」との協業で、「#ペットと旅するKOBÉ」Instagram投稿キャンペーンを実施。（投稿数540）

賞品に神戸市内宿泊券やスマートバスポートを提供、リピーターの誘客と市内周遊観光を促す。

同時期に「ハーバーランドドッグラン」が設置されており、「boh boh KOBE」と共に、関連する投稿が多数。

2023年2月1日 - 2023年3月15日

当コンテストにより、ペット飼主のお出かけ先のデータを収集することが出来た！

特に港エリアの可能性に着目！！

【スライド 05】

ペットツーリズムを推進

- ・ペットは家族の一員
- ・ペットと一緒に旅行したい
- ・ペットを飼われている方の特徴
- ・ペットと共に過ごす時間を大切
- ・新たなライフスタイルの一端
- ・高い消費意欲を持つ層の存在

【スライド 02】

R 5年度 方針とメディアとの連携

施設情報のみにとどまらず、実際出かけているリアル感あふれる情報発信を！

- ・季節に応じたスポットの取材
- ・事業者様と協業して、イベントの企画や情報発信
- ・オリジナルコンテンツ（フォトコンテスト等）
- ・マーケティングに基づいたコンテンツの作成・提案
- ・新たなビジネスモデルやアイデアを持つ事業者様とのマッチング
- ・ペットを飼っていない人へのアプローチや配慮

ペットと安心して出かけられる神戸に

連携

おでかけわんこ部

おでかけわんこ部は月間70万人の飼い主が参考している国内最大級の犬のお出かけメディアで、大きな特徴として検索に強いWebサイトがあること、そしてSNSの特性を活かしたファンが多いInstagramアカウントがあること。そのためリアル感あふれる情報を、全国の愛犬家にダイレクトに一気に関与することができる。メインユーザーは愛犬を大切に育てておられる20~40代の女性を中心。

【スライド 06】

神戸観光局の取組み R 4年度

神戸観光局では、近年のペットブームに伴い、家族の一員であるペットと一緒に旅行をしたいというニーズが年々高まっていることから、ペット同伴旅行である「ペットツーリズム」がサステイナブル（持続可能）な観光の新たな起爆剤となる可能性を秘めていると考えています。

令和4年度取組実績

【R 4. 8】
神戸公式観光サイト「Feel KOBE」にコラム掲載

神戸にあるペットと一緒に遊べる場所や、泊まれるホテルなど、ペットフレンドリーなスポットを紹介。

海と山をテーマに周遊
例）メリケンパーク⇨六甲山⇨摩耶山⇨ポートピアホテル⇨有馬

アピールポイント

自然と都市が共存する神戸は、海、街、山のアクセスが容易なエリアで、多様な価値観を持つペット飼主の幅広いニーズに対応できる

【スライド 03】

R 5年度 方針とメディアとの連携

11月11日「ペット旅するKOBÉ」特設WEBサイトを本格始動、専用Instagramアカウント開設！

11月1日「犬の日」にちなんで、TBSより取材を受け・・・

「ほのび」で紹介

R 4年度までは、神戸公式サイト「Feel KOBE」での情報発信を行っていたが、11月11日（ワンワン・ワンワン）に特設サイトを本格始動

【スライド 07】

R 4年度取組実績 マップ制作

【R 4. 9】
「ペットと旅するKOBÉ」マップの完成

ペット受入れ状況のヒアリングをおこない、受入れ可能な宿泊施設や観光施設をQRコードと共に掲載

市内3カ所の観光案内所（三宮総合インフォ、新神戸、北野）にて配布

「Feel KOBE」に特設ページ開設

課題：施設のHP紹介にとどまっており、ペット飼主としての詳細な情報が不十分

【スライド 04】

R 5年度 取り組み

- ・11/11 特設ページ公開
- ・11/11 公式Instagram本格スタート
- ・11/11 スペシャルコンテンツ第一弾（再度公園）公開
- ・12/16~1/31 フォトコンテスト開催
- ・2/29 スペシャルコンテンツ第二弾（六甲有馬）公開
- ・4/13 スペシャルコンテンツ第三弾（神戸〜小豆島）公開

【スライド 08】

R 5 年度スペシャルコンテンツ事例① <https://odekake-wanko-bu.com/tutatabipark-hiking/>

・1/27 スペシャルコンテンツ第一弾（再度公園）公開
神戸市街から30分でアクセス可能な自然たっぷりの再度公園を起点としたモデルコース

再度公園では、特に紅葉シーズンにハイカーや犬連れで賑わうスポット。課題となりつつある「ペットマナー」を同時に正しく情報発信する事を目的とした。

当日はペットインフルエンサーを起用して美観のコースを取材。ペット連れ以外の方とのトラブルを回避して、双方にとって安心なモデルコース提案を行うと共に、協力事業者への誘客を促す。

【スライド 09】

インスタグラムの現状

2024年10月17日時点フォロワー 1,390人
(投稿数51 開設約1年)

エリア特化型ペットアカウントは、軽井沢が最大
約3,800人
(開設 2017年9月)

【スライド 13】

R 5 年度スペシャルコンテンツ事例② https://odekake-wanko-bu.com/special02_rakko-arma/

・2/29 スペシャルコンテンツ第二弾（六甲有馬）公開
愛犬と六甲・有馬温泉でゆっくり寛げる日帰りモデルコース

冬の有馬温泉を中心に周辺のスポットを紹介。人工芝ドッグラン+カフェ、温泉ランチ、ラグジュアリーな犬専用温泉、3頭の豆柴がいるカフェを取材。愛犬ファーストの贅沢な日帰りプランを提案。

【スライド 10】

神戸のペットツーリズムの課題

- ・ペットに関する正確な情報提供
- ・ペットと共に旅行する際のマナー啓発
- ・地域の観光事業者との連携の強化

【スライド 14】

R 6 年度スペシャルコンテンツ事例③ https://odekake-wanko-bu.com/special03_rakkoiiland_shodoshima/

・4/13 スペシャルコンテンツ第三弾（神戸～小豆島）公開
小豆島観光協会との広域連携で2泊3日のモデルコースが実現 ⇒より広域の旅行者をターゲットに

1日め
六甲マリンパーク カフェレストラン「CIRCUS」 ペット雑貨専門店「ThreeB (スリービー)」 ホテルプラザ神戸 (姫泊)

2日め
ジャンボフェリーペットルーム [Dutch Café Cupid & Cotton] 小豆島オーブ公園 オリビアン小豆島 夕陽ヶ丘ホテル (姫泊)

3日め
早瀬川コブウェイ フォレスト公園 MORIKUNI タケサン温泉 須賀港 神戸港からの夜景

【スライド 11】

神戸のペットツーリズムのキーワード

例えば・・・
犬種によりニーズが多様多様
自然大好き！大型犬
街中カフェで過ごしたい！小型犬

①新たな観光客層の獲得
②自然と都市が共存
③施設情報と正しいマナーの発信

神戸は親和性が高い

・拡大成長の市場
・高い所得層中心に、多額の消費
・子育て終了世代の生きがい

・インバウンド獲得と同様に
新たな消費を生み出す可能性

【スライド 15】

R 6 年度スペシャルコンテンツ事例④ https://odekake-wanko-bu.com/?p=33683&preview=1&_app=3f501e1e1c0d

R6年度スペシャルコンテンツ第四弾 公開
愛犬と足跡の須磨海浜公園を巡るお出かけ日帰りモデルコース

須磨海浜公園 須磨寺 小池陽人さん

犬同伴OKのカフェ、スポーツショップ

【スライド 12】

神戸のペットツーリズムの課題

今後もご協力・ご支援を
よろしくお願いいたします

ご清聴ありがとうございました

【スライド 16】