

会 議 の 概 要

会議名	令和5年度(2023年度)第1回宝塚市観光振興会議	
開催日時	令和6年(2024年)3月6日(水) 14時00分から16時00分	
開催場所	宝塚市立中央公民館 202 学習室	
出席者	委員	吉兼会長、和田副会長、村井委員、布村委員、田中委員
	事務局	産業文化部長、宝のまち創造室長、観光企画課長、 観光企画課係長 2名、観光企画課職員 2名
公開の可否	可	
傍聴者	0名	
議題及び結果の概要		
<p>1 開会</p> <p>2 委嘱辞令交付等</p> <p>(1) 委嘱辞令の交付 産業文化部長より変更があった委員へ委嘱状を交付</p> <p>(2) 市挨拶：産業文化部長 本市では、明日まで宝塚歌劇が休演する。また、長期間休演していた時期もあった。宝塚大劇場の周りには様々な事業者の方がいる。これからも頑張っていきたい、という話を聞いている。来年度は、市制70周年で本市にとって大切な年である。本日の会議では、様々なご意見を賜りたい。何卒よろしくお願い申し上げます。</p> <p>(3) 会議の成立 (宝塚市観光振興会議規則第6条第2項の規定により、成立) (出席委員5名、欠席委員2名)</p> <p>(4) 会長挨拶 会長) 皆様本日はよくお集まりいただいた。建設的な議論をしてみたい。よろしくお願いする。</p> <p>(5) 傍聴について 事務局より宝塚市観光振興会議傍聴要領の説明を行う。 傍聴者の有無、確認：傍聴希望者なし</p> <p>(6) 議事録について</p>		

事務局より議事録に関する説明を行う。

3 議題

議題1 観光客動向実態調査等報告

事務局から観光客動向実態調査等報告を行い、その後質疑を行う。

会長) 観光PR動画は、Y o u T u b eでも確認することができるのか。

事務局) Y o u T u b eでも配信している。宝塚市国際観光協会のホームページとY o u T u b eチャンネルでご覧いただける。

会長) 閲覧数はどうか。

事務局) 順調に増えている。

会長) コロナ禍以降、観光客は戻ってきているが、今も人との距離を置きたいと考える人は多い。そのため、自然や温泉などが、まず先に数字に出てきたという印象がある。観光業としては、旅行しやすい環境になってきていると感じる。

副会長) 宝塚市の観光客の推移について、コロナ禍であっても、宝塚市は健闘していた。「施設見学・その他」の数値が、平成30年以降急増しているが、これは、どのような要因によるものか。

事務局) 平成30年に宝塚北SAが完成した。今も、非常に人気がある。

副会長) 高速道路の利用者が来られるということか。

事務局) 上下線ともに対応しているため、来訪者が多い。どの地域でも同じだが、道の駅などが新設されたら、観光客が増えることも多い。

事務局) 集計上は、サービスエリアの利用者増もあり、市の観光客は1,000万人を超えている。

副会長) この新設は、活かさないほかない。

会長) サービスエリアから外には出られるのか。

事務局) 可能である。一般道からも入ることができるため、多くの方が利用できる。

会長) 常に宝塚市では何かやっているという取り組みをしていただきたい。

議題2 現戦略の進捗状況の報告

事務局から現戦略の進捗状況の報告を行い、その後質疑を行う。

会長) ランタンは、紐をつけているのか。

事務局) 凧糸のようなものをつけており、15mくらいの高さまで揚がる。ごみになってはいけないので、凧のように自分の手に持って揚げる。風船の中にLEDが入っており、本来は色んな色に変えられるが、今回は色を統一した。

会長) 暗い時間帯に行ったのか。

事務局) 新しくできた宝塚ホテルの前で実施した。宝塚ホテルの外壁のライトアップと合い、綺麗に映えた。

会長) 去年、奈良県生駒市で近鉄が実施した。長時間暗いと転倒や事故、事件の危険性もあり、5分間に限って、電気を消した。

ダリア園の行灯は毎回作成するのか。

事務局) 木の枠組みは地元に残っている。子どもたちが、周りの和紙を貼る作業に取り組んでおり、会場に自分の行灯を並べることで参加意識を高めている。行灯は、元々村まつりで使用していたものである。

会長) ウェルネスツーリズム推進事業で採択された事業について、市としての支援はどのようなものがあるか。

事務局) 審査を行い、採択された事業は、応援資金として最大 50 万円の支援を行っている。市の広報紙へも掲載を行うという点で、行政として協力する部分もある。

「空飛ぶ宝塚ランタン」のときは、宝塚ホテルも実行委員会に入られていた
ので、照明については一緒に相談した。

「ダリア園行灯の夕べ」は、令和 4 年度の採択事業であった。令和 5 年度は、宝塚市国際観光協会の協力により、ナイトコンテンツの取り組みとして実施予定であったが、残念ながら雨天で中止した。市内の宿泊施設にも協力いただき、バスをチャーターしてツアーを行う予定であった。

なお、38 名の申し込みがあった。

会長) ランタンは増えてくると保管場所の問題も出てくる。さらに劣化もしてくる。参加者が負担をして自分専用のランタンが持てるようになったら面白い。次回の参加の際にも持ってきてもらうなどするのも良い。

事務局) 屋外でのイベントは、天候リスクがつきまとう。ウェルネスツーリズム推進事業について、行政は伴走支援をしている。民間からアイデアを募るが、意図せずして、ナイトコンテンツが多くなっている。やはり、夜のお出かけや自然を感じることにニーズがあると感じている。ナイトコンテンツを充実させることで、観光消費額が伸びることにもつながるため、市としても夜にお楽しみいただけるような観光コンテンツを育てていきたい。

会長) 来年度はどのような動きがあるか。

事務局) 「空飛ぶ宝塚ランタン」については実行委員会が立ち上がり、動き始めている。

なお、ランタンは 1 基 3,000 円で販売し、すぐに完売した。

会長) 例えば家族 4 人で行くと、10,000 円以上になる。また来てくれるようなアイデアが必要。

事務局) 付加価値をつけていく必要があると考える。

副会長) 自分専用の名前入りのランタンを作るのはどうか。在庫の問題、廃棄の問題も解決できる。

会長) 委員は市民だが、今紹介された取り組みについて、知っていたか。

委員) 令和4年度までの取り組みは、聞いたことがある。令和5年度分は、今回初めて聞いた。

質問だが、令和4年度に実施された清荒神ナイトウォークについて、音楽ライブは、地元の方が出演されたのか。

事務局) 実行委員会に入っておられる方が、イベント等もされている。その方が出演者を呼んで演奏していた。清荒神の参道を活用して、若手の方たちが盛り上げようとしている。

会長) 市の広報には掲載されたのか。

事務局) 掲載した。実行委員会でも発信されるが、市も情報発信の支援をしていきたい。また、かつて利用されていた阪急電車の駅舎を使わせていただく等、企業との連携もあった。

会長) メディアでも催しが行われたことが取り上げられることがあるが、イベントが終わってからだと参加できない。継続することにより、これから実施するイベントについても取り上げてくれる可能性が高まる。

事務局) PRには課題が付きまとうもの。行政としても、PR不足を感じ、方法を模索している。SNS等も活用しながら広く周知していきたい。

会長) 今後の目標についてはどうか。

事務局) 後程説明する。

議題3 令和6年度の実施予定事業について

事務局から令和6年度の実施予定事業の説明を行い、その後質疑を行う。

※3月議会上程内容について説明

会長) 宝塚市観光大使リボンの騎士『サファイア』の主催者は。

事務局) 市の主催であるが、著作権の関係で、手塚プロダクションにご協力いただいている。

会長) 宝塚歌劇は関係があるか。

事務局) 全く関係ないとは言えないが、選定委員会等は、主に手塚プロダクションに協力していただいている。

会長) 手塚プロダクションと宝塚歌劇でコラボすれば、世界で唯一のものになる。サファイア2名は市民が要件か。

事務局) 市民とは限らない。他の市町からもご応募いただいている。

事務局) 広く募集をかけ、関東からの応募もある。メディア関係を目指す方の登竜門のようなものになりつつある。

会長) 任期は1年か。

事務局) 基本的には2年をお願いしているが、各人の事情もあり1年となることもある。

会長) 宝塚市観光大使リボンの騎士『サファイア』のOG会なども面白いと思う。

副会長) だんじりパレードは、第7回とあるが、歴史は短いのか。毎年実施していないのか。

事務局) 今回はコロナ禍での中止を経て、6年振りに開催する。今回は、市内地域で保管されているだんじり15台が集まる。各地域において、秋祭りや地域の祭りでの曳行(えいこう)はしているが、若い人に知っていただきたいということで、宝塚だんじり連合保存会が中心となって、市制60周年のときからパレードの実行委員会を立ち上げた。

副会長) 宝塚市全体で盛り上げることは面白い。ふれあい体験によって、だんじりのない新興住宅地の方にも楽しんでいただける。歴史は浅いため、継続が必要である。

事務局) 様々な手続きがあるため、隔年で実施している。

令和6年度は、市制70周年と市役所改修完了のお披露目の意味合いもあり、市役所敷地内で行う。前回は花のみちで実施し、河川敷に集合した。参加者は、市民だけでなく観光客も集まり、老若男女様々であった。

事務局) 専門のガードマンをつけて曳行する。

事務局) 文化継承と地域の活性化を目的としている。

会長) だんじり記念館はないか。

事務局) だんじり記念館はない。

副会長) 前はどのようなようであったか。

事務局) 花のみちで行った際にも交通規制をかけた。市内の橋が3本のため、交通状況も鑑み、曳行のタイミングも工夫が必要。

副会長) 宝塚市は女性の市長も多い。女性も担げるだんじりがあるか。

事務局) 地域のしきたりによる。

事務局) 地域のつながりを大切にしつつ地域間で情報共有を行い、時代の流れとともに緩和も行っている。

会長) アニメの聖地巡礼で、「らき☆すた」の神輿と伝統的な神輿を一緒に曳行するなどもあった。手塚治虫作品のキャラクター神輿と宝塚歌劇神輿があるのも面白い。それぞれの神社や伝統に敬意を示しつつも、各地区における曳き手の確保にも対応していく必要がある。

委員) 予算化されてから広報を行うのか。

事務局) 主体は実行委員会である。だんじりパレードにおける市の予算分は、あくまで補助であるため、準備は実行委員会で進められている。

事務局) 多くの企業からのご協賛もいただいております、だんじりに対するご理解とご期待がある。また、お金だけでなく、当日のボランティアスタッフとして社会貢献したいという応援の声もある。皆で盛り上げる催しである。

会長) 基本は市民のものである。ふるさと納税で、現地ですぐに納税できるというのも良いと考える。複雑な手続きなしで、その場で返礼品を見せて、寄附を募るといった一考の余地がある。今は、ゴルフ場での納税が人気のようだ。当日のフィーが無料になる。

宝塚ホテルではテレビで宝塚歌劇を見ることができる。市内のホテルで宝塚市の紹介番組が見られて、翌日に出かけ先の提案ができるような仕組みがあると良い。

議題4 令和7年度の宝塚市観光振興戦略—後期計画—策定について

事務局) 後期計画の策定にあたり、KPIの設定が必要になってくる。10か年の計画策定時はコンサルに委託した。

後期計画は、この審議会で意見を頂戴しながら、事務局で策定していきたいと考えている。

来年度は会議を7月と1月の2回実施させていただけないかと考えているが、ご協力をお願いできるか。

会長) コンサルを活用しない場合は、担当者が事情を知りすぎていて、失敗することが多くなる。そのため、客観的な意見を聞くこのような会が大切である。7月と1月の2回の開催でいかがか。

～各委員、異議なし～

事務局) それでは、皆様お忙しい中、恐縮ではあるが、何卒よろしく願い申し上げます。

会長) 会議は2回が良いが、進捗がわかるものは、データは4回程度提供してほしい。または、書面審議を活用しても構わない。

(1) 次回開催日程について

後日、事務局より日程調整を行う旨、事務局より説明

(2) その他

各委員から所属団体の取り組み等について共有

委員) 大阪と京都にインバウンドが大勢来ている。旅行関係者に、既に関西に

訪れているインバウンドを誘客すると良いというアドバイスを受けた。令和5年10月16日～令和6年1月15日の3か月間、関西国際空港と京都タワーで、パンフレット設置とサンプリングの料金を支払って、試験的に英語版パンフレットを設置した。パンフレットを設置している自治体は多くあり、また、独自で専用ブースを作っている自治体もある。

令和5年初夏の段階で、インバウンドの入国者数としては、令和元年度割れをしていたが、ツーリストインフォメーションセンターの利用は、令和元年度の利用件数を大きく超えていたことから、検討に至った。

関西国際空港については、パンフレット設置と同時に、サンプリングとして直接手渡しで本市の説明や案内をしていただいた。

他に大阪・道頓堀のPivot Baseでパンフレットの設置を行った。

予想以上に、手塚治虫記念館のアトムが表紙のパンフレットが好評であり、自分から欲しいという方もいた。

今回の施策の効果であるかははっきりわからないが、手塚治虫記念館来場者のインバウンドのシェアは、通年平均を上回った。

京都国際マンガミュージアムと比較すると、宝塚市はまだまだ伸び代がある。令和6年度も、引き続き、誘客施策の強化をしていきたい。

会長) インバウンドは、宝塚市そのものについてはよく知らないと考える。

アトムのネームバリューが高い。手塚治虫氏の作品でもアトムが人気か。

委員) そのようである。

令和4年度、観光庁補助金の採択を受け、西谷地域のコンテンツを制作したが、今年度も同庁補助金の採択を受け、手塚治虫記念館に関するコンテンツ制作を行った。コンテンツ制作にあたり助言してくださった先生からは、海外のコミックは専門店にしかないが、手塚マンガだけはコミック専門店だけでなく書店でも販売されているため、位置付けからして他のマンガと違うとのことだった。

会長) 宝塚歌劇と手塚治虫作品のコラボができないか。

日本では、コンテンツが注目されているが、海外では、原画に大変価値があり、人気が高い。

原画を宝塚歌劇で展開するのは面白いだろう。連携が必要と考える。

委員) 申込によりスペースを借りているのか。

委員) そのとおりである。

ただ、同じ企業が延長を重ねて、ずっと押さえ続けておられるため、なかなか空きがない状況である。

副会長) 令和6年度はどのような状況か。

委員) 今回の取り組みもあり、仮押さえはできている。

副会長) パンフレット設置スペースの拡大を要望するなど、協会で動くことはしないのか。

委員) スペース自体は、JTBが運営しておられる。費用があれば、淡路島のように別のスペースで展開していることと同じように出展できるかもしれない。インバウンド向けの案内カウンターは、列も長く、1時間以上並んでいる。並んででもカウンターで案内を受けたいインバウンドが大勢いる。特に告知もしていない中だが、このように需要があるのは、インバウンドの人たちの中のSNSで紹介されているのかもしれない。

委員) 配布のパンフレットについて、韓国語版を制作する予定はあるか。

委員) ある。

委員) 梅田や難波に行くと、韓国語が耳に入ってくる機会が昔より増えた。日本のキャラクターの店舗等が人気のようで、日本ブームが来ているようである。韓国語のパンフレットがあると、来訪者にはありがたいと思う。

会長) 韓国には、早くからしっかり計画せず直前になって動く傾向があるように思う。以前観光訪問の際、直前でないとアポイントが取れないこともあった。したがって彼らには現地での情報は貴重かもしれない。

韓国人は、英語を話せる方も多いが、母国語のパンフレットがあれば、受け入れられているという印象も持ってもらえる。

委員) 阪神北県民局が事務局を務める阪神北ツーリズム協議会では、11月3日、4日に、ディアモール大阪で「ひょうご北摂魅力いっぱいフェア」を開催し、阪神北地域の観光PRや特産品の物産展を実施した。2日間の来場者は約2,000人であった。

1月には、大阪国際空港でもイベントも実施し、観光パンフレットの配布などの観光PRを行った。約850人の方にご来場いただいた。

また、阪神北地域の各市町にも協力いただき、観光パンフレットを今年度リニューアルした。観光時に持ち歩きがしやすいようA5版にコンパクト化したもので、日本語版と英語版を作成した。二次元コードにより観光施設の情報を読み取っていただくことができる。

来年度は令和7年の大阪・関西万博を見据え、管内FPのPRと併せて、観光情報の発信に努める。

会長) 動画を作成する場合、宝塚市ということで、宝塚歌劇や手塚治虫作品の声優などでガイドがあるとファンは嬉しい。また、ファンになってもらうために、相手方も負担をして取り組んでほしいもの。相手からお金を払ってでもさせてほしいと言われるものがあれば良い。

茨城県大洗町の「ガールズ&パンツァー」等も人気がある。

宝塚市は、駅を降りた瞬間に、歌劇のまちだという感じがする。その効果を

さらに高める取り組みをしてほしい。宝塚市にはコンテンツが2つある。

副会長) 大阪国際空港だと国内線のみではないのか。

委員) 空港利用のみの人も来ることができる。家族連れも多く、インバウンドも沢山いた。

会長) 小さくしたのが良い。サイズが大きければ、捨ててしまう。

愛媛県大洲市では、名刺型の観光案内カードがあった。裏面の二次元コードを読むと、動画を観ることができた。このような方法もある。

委員) イベントでは、パンフレット配布用の袋に二次元コードを印字したシールを貼り、読み取っていただければホームページ・Instagramに遷移するようにした。

これからも良い案を出して、多くの方に見てもらいたい。

会長) 愛媛県大洲市では観光まちづくりが進んでいる。先週見学してきた。

大洲市では、城泊もしている。ニッポニアホテル大洲城下町は分散型ホテルで26棟31室からなり、各棟に同じ暖簾がかかるのでまちのイメージも良い。

若手の従業員も多く、地元の人を雇用している。一生懸命に観光客とコミュニケーションを取ろうとする姿が見られた。

昭和58年に茨城県土浦市の観光計画を策定した際、「フィールド博物館・土浦」という今で言うエコミュージアム的な概念を提案したことがある。

地域全体を博物館として捉え、お客さんに周遊してもらい、何も無いところを歩く楽しさを感じてもらおうもので、歩く目印として、タイルを30mごとに設置した。

昭和58年のことで、時期が早すぎて受け入れられなかったのではないかと思ったが、今も継承されている。

宝塚市には、歌劇と手塚治虫の2つの柱がすでにある。今こそ、西谷地区なども含め地域全体をフィールドとする観光を行うとき。

フィールドを歩く観光、地域とコミュニケーションをとる観光が大切である。

事務局) 来年度は、本市は市制70周年を迎える。ご紹介した事業のほかにも、様々な事業を実施したいと考えている。市のホームページ等でご覧いただけると幸いである。

会長) 大阪・京都・神戸には、既にインバウンドが来ている。

既に来日している人に、来てもらうことが必要。

団体旅行がなくなったわけではないので、旅行会社は良質な顧客を抱えていると考えられているため、そのままそういった顧客をターゲットとすることも方法である。

インバウンドのツアーは、ひとつのまちを観光するだけでは終わらない。日本全体が旅行先の対象であり、色々なところを巡るため、周辺の自治体とも協力して誘客に取り組むと良い。

インバウンドでは、旅行会社は自身のツアーに色を付けたいと思っている。どこで色を付けるかとなったときに、定番資源に加えて誰もまだ知らないところ、気づいていないところに行くのが彼らにとっては大事なことなのである。宝塚市の資源はその対象になりうる。定番観光を体験したインバウンドリピーターを獲得し、次は自分たち（宝塚市）が主役となるプランにつながれば良い。

4 閉会