令和3年(2021年)6月28日 第11回都市経営会議資料 産業文化部 宝のまち創造室 観光企画課

宝塚市観光振興戦略(案)に係るパブリック・コメントの実施結果について(報告)

宝塚市観光振興戦略の策定にあたり、令和3年(2021年)2月24日の都市経営会議を経て、パブリック・コメントによる意見募集を実施しました。

実施結果及び公表方法については下記のとおりです。

記

- 1 パブリック・コメントの実施結果
 - (1) 募集期間

令和3年(2021年)3月22日(月)から同年4月20日(火)まで

- (2) 意見提出者数 7人
- (3)提出意見数 9件
- (4) 意見に基づく見直しの結果

(内訳)・戦略案に反映した意見

0 件

- ・戦略案に反映しなかった意見
- 0 件
- ・その他(戦略案の見直しには至らなかったものの、今後の取組の参考 とさせていただく意見) 9件
- (5) パブリック・コメント手続以外での修正内容 6件
- 2 寄せられた意見と市の考え方 別添のとおり
- 3 結果の公表
 - (1) 公表期間

令和3年(2021年)7月1日(木)から同年7月30日(金)まで

- (2) 公表方法
 - ・広報たからづか7月号、市ホームページに掲載
 - ・観光企画課、市民相談課、各サービスセンター・サービスステーションで配布

宝塚市観光振興戦略(案)についての 意見と市の考え方の公表について

宝塚市では、「宝塚市観光振興戦略」(案)の策定の趣旨や内容等について、 広く公表し、市民の皆様からの意見を反映するため、意見募集(パブリック・ コメント手続)を実施しました。

その結果、市民等の皆様から次のとおり意見をいただきましたので、意見の 内容とそれに対する市の考え方を公表します。

この度は、貴重な意見をお寄せいただき、誠にありがとうございました。

1 意見の募集期間 ※募集期間は終了しました。

令和3年(2021年)3月22日(月)から 令和3年(2021年)4月20日(火)まで

2 意見の募集内容(概要)

(1) 宝塚市観光振興戦略(案)

観光は、地域を活性化させる重要な要素であるという認識が全国に広がっている一方で、自治体間競争が激化することが予想されることから、自治体として差別化が可能なコンセプトを設定し、施策展開を行っていくことが重要です。そこで、本市の持つ観光資源の可能性、観光客のニーズの変化、関心が高まる「健康」や「自然」、「安心・安全」への期待などを踏まえ、「ウェルネスを実現するまち、たからづか」をコンセプトに、様々な取り組みを計画的に推進するため、「宝塚市観光振興戦略(案)」を策定します。

なお、この戦略は、上位計画である「第6次宝塚市総合計画」、本市の産業 振興に係る基本的な考え方を示した「宝塚市産業振興ビジョン」に基づき、観 光振興のための基本方針や今後の取り組み内容を示したものです。

3 パブリック・コメントの実施結果

(1) 意見提出者数7人(内訳) 持参0人郵送0人ファクシミリ7人

- 電子メール 0人
- (2) 提出意見数 9件
- (3) 意見の内容と市の考え方及び見直しの結果

(内訳)戦略案に反映した意見 0件

戦略案に反映しなかった意見 0件

その他(戦略案の見直しには至らなかったものの、今後の取組の参考とさせていただく意見) 9件

詳細は、別紙 「宝塚市観光振興戦略(案)」に対するパブリック・ コメント手続に基づく意見募集の結果一覧表のとおり

(4) パブリック・コメント手続以外での修正内容 詳細は、別紙「宝塚市観光振興戦略(案)」に対するパブリック・ コメント手続以外での修正内容一覧表のとおり

4 実施結果の公表方法

パブリック・コメントの実施結果及び意見を反映した戦略の概要版・本 編は、市ホームページ及び市の窓口にて公表しています。

- ①市ホームページ (http://www.city.takarazuka.hyogo.jp)
 - ・産業文化部 宝のまち創造室 観光企画課のページ
 - ・トップページから「宝塚市観光振興戦略」で検索するか、または「検索用 ID: 1040760」を入力し検索することもできます。 なお、二次元コードは右記のとおりです。

②市の窓口

・市役所観光企画課、市民相談課、各サービスセンター・サービスステー ションで公表しています。

5 公表期間

令和3年(2021年)7月1日(木)から 令和3年(2021年)7月30日(金)まで

お問い合わせ先

〒665-8665 (住所記載不要) 市役所 産業文化部 宝のまち創造室 観光企画課

電話番号

0797 - 77 - 2012

ファクシミリ 0797-74-9002

電子メールアドレス m-takarazuka0075@city.takarazuka.lg.jp

(別紙)「宝塚市観光振興戦略(案)」に対するパブリック・コメント手続きに基づく意見募集の結果一覧表

※ ご意見ありがとうございます。

・意見の募集期間 令和3年(2021年)3月22日(月)~4月20日(火) ・提出意見件数 9件

				※ こ息見めりかどうこさいます。	•捷山总兄什奴 5件	
No	項目	ページ	行	市民等からの意見	市民等からの意見の採否及び理由	市民等からの御意見を受けての見直し結果
1		戦略 本編 20	5	商工業振興計画にも見られるように、目標が具体的かつ数的に明示されていることに、宝塚市の職員の皆様をはじめとする計画立案の関係者の皆様のやる気が感じられます。 観光は宝塚市を名実ともに支える重要な分野であり、成長分野でもあると認識されていることがうかがえます。 コロナ禍でダメージを受けている多くの観光関連事業者の業績を回復させ、成長軌道に乗せるための施策遂行に必要な政策的予算額を明示して、毎年確保して欲しい。	令和2年度においては、観光関連事業者等による感染症予防のための取組や、	
22	戦略(案)全般に関すること	_		「ウェルネス産業」は極めて大きな規模で、広範囲なものであるため、「ウェルネス」という言葉には、漠然とした感があります。 「ウェルネス・ツーリズム」を観光振興策に掲げた自治体は他にもあり、宝塚市よりも一般的に「自然豊かな場所」と認識されている地域ではないでしょうか。おそらく、「ウェルネス・ツーリズム」の多くは、その自然とからめたものが多いと思います。現在、宝塚=自然というイメージはなく、また、このコロナ禍にあってより「ウェルネス・ツーリズム」への注目度があがっていると感じる一方、差別化できなければ埋もれてしまうのではないかと感じます。他と同じ手法で、宝塚の自然を推してもなかなか伝えることは難しいと思います。ターゲットの絞り込みや広報活動を含め、思い切ったアイデア・企画・事業・仕組みづくりを期待します。また、宿泊をともなう観光客を増やしたいところですが、日帰り圏内の人に、「ウェルネス」を感じてもらうコンテンツを持てれば、宿泊客の増加へと自然と広がっていくのでは、と思います。	高まりにより、今後、国内でもウェルネスツーリズムに対応する施設やプログラムが増加していくことが予想されます。 そのような状況下において、戦略(案)では、他団体等との差別化を図り、本市独自の取組を進めていくため、歌劇や温泉、市北部西谷地域の豊かな自然といった本市ならではの魅力を活用し、「ウェルネス」をキーワードに市民や国内外からの来宝者の楽しみや感動、歓び、こころとからだの安らぎを提供する観光振興に取り組むことを基本目標に掲げました(戦略(案)P.13をご参照ください)。 この目標を達成するべく、ウェルネスツーリズムを体現できる観光コンテン	いただきましたご意見等について、宝塚市観光振興戦略(案)の見直しには至りませんでしたが、今後も将来目標の実現に向けて、多くの皆様との連携や協働により各種取組を推進してまいります。
3		_		宝塚市近隣在住にも関わらず、これまで歌劇や信仰・巡礼以外の特性は正直把握しておりませんでした。温泉や植木や里山など魅力的なものが他にもたくさんある事を知り、是非体験してみたいと感じましたし、情報さえあれば足を運ぶ人も増えると思います。特に阪神間・丹波地域・大阪北摂地域等との連携は効果的だと思いました。「心と体の健康」(ウェルネス)をコンセプトとしている点が時代とマッチしていると思います。多くの企業でもSDG (持続可能な開発目標)の取組が推進されておりますが、全てが宝塚観光振興にニーズがあるかどうかは検討する必要があると思いました。例えばWi-Fi(5G)の完備を充実させると同時に健康被害を訴える人も出てきます。それは"ウェルネス"とは真逆になってしまい兼ねないと思います。	ウィズコロナ社会の新たな観光モデルとして、近場で旅行を楽しむ「マイクロツーリズム」が注目されている今だからこそ、近隣住民にターゲットを絞った観光情報の発信や、県や近隣自治体等との連携による誘客施策の展開が効果的です。 また、戦略(案)では、観光振興に向けた施策展開の柱の一つに「持続可能な観光振興に向けた環境整備」を掲げています(戦略(案)P.19をご参照くださ	

N	0. 項目	ページ	行	市民等からの意見	市民等からの意見の採否及び理由	市民等からの御意見を受けての見直し結果
	1	-		宝塚市にとって最も大切なものは、全国・世界から集客される宝塚歌劇だと思います。「歌劇を潰さない」。コロナ禍においては、我が街の観光にとって最も大事なことです。ウェルネスツーリズムについては、(中略)これから伸びていくと期待しております。タカラジェンヌOGさんの活用も積極的にすれば、(中略)やりやすいと思います。	【ご意見ありがとうございます。今後の取組の参考にさせていただきます。】 唯一無二の魅力を誇る宝塚歌劇は本市を代表する観光資源であり、心と身体 の豊かさを求める「ウェルネスツーリズム」を体現するうえで非常に高いボデ ンシャルを秘めています。今後、観光コンテンツ開発を進めていく上では、そ の活用についても検討していきたいと考えています。	
	5	_	-	まず喫緊に、道路整備等インフラに着手すべきではないかと思います。市内の道路事情が悪すぎます。 (中略) そこそこの大企業の担当者も「インフラが・・・」と進出を取りやめるほど、西宮・伊丹・川西から市内に入ってくると急に道が混みます。 例) 宝塚大橋周辺 (南口駅・手塚治虫記念館・歌劇場前など) 宝塚新大橋周辺 (市役所周辺・宝塚インターチェンジ周辺など) 新名神・宝塚北インターチェンジの設置によりかつての宝塚トンネルの大渋滞は解消されましたが、肝心の市街地の整備が遅れています。 観光以前の問題ではないでしょうか。 (中略) 宝塚駅から大劇場に通じる「花のみち」の本体は定期的に整備されていますが、側道のアスファルト・一般道(特にセルカ側)が平成12年(2000年)9月以来、放置されてデコボコのままです。	混雑については、ご意見いただいた箇所を含め、市内各所で混雑していることを課題として認識しています。本市の道路網が抱えている課題を解決していくため、「道路網のあり方」を示した宝塚市道路網基本構想を平成30年(2018年)12月に策定しました。現在はこの構想に基づき、整備の優先順位を定め、順次課題解決を図っていますが、全ての道路の整備をすることは多大な予算と時間を要すること、なにとぞご理解賜わりますようお願い申し上げます。	
	戦略(案)全般に関すること	_		観光客を増やす手法として現在の資源をブラッシュアップするという考え方に異論はありませんが、どの資源についても一定の目的がないと利用されない(例えば宝塚大劇場は歌劇を観るだけ、お寺はお参りだけなど)と考えます。 時間の消費と体験を目的に、「ウェルネス」をテーマにした観光アクティビティの開発が今後の取組として必要だと考えます。	本市観光の現状と課題を把握するため、宝塚北サービスエリアで対面アンケートを実施しました(戦略(案)P.8をご参照ください)。	いただきましたご意見等について、宝塚市観光振興戦略(案)の見直しには至りませんでしたが、今後も将来目標の実現に向けて、多くの皆様との連携や協働により各種取組を推進してまいります。
	77	_		宝塚市観光振興戦略(案)にある現状分析や目標には異論ありません。 宝塚を案内する際に感じていることとしては、 ①観光インフラの整備(特に駐車場、食事処、休憩所・トイレなど) ②人材育成=ガイド養成講座(一過性ではなく継続事業として) ③観光都市としての宝塚市のイメージの固定化の排除 上記を実現するために、観光振興関係者は「観光資源の宝庫」である宝塚市を観光者目線でまず実際に歩いてみてください。現在は「おもてなし」はインフラ整備に尽きると思います。「ウェルネスの実現」や「おもてなしの心」は次の段階に入ってからと思います。	観光に携わる人材の育成は、持続可能な観光振興を図る上で重要な要素だと	

No.	項目	ページ	行	市民等からの意見	市民等からの意見の採否及び理由	市民等からの御意見を受けての見直し結果
	戦略(案)全般に関すること	_	_	・歴史、地理的特異性、町並みなど一般に持たれている宝塚のイメージとは異なる魅力があるにも関わらず、情報発信が不足している。 ③西谷地区 ・観光地よりも先に人口を増やす施策が必要だと思う。 ・単発的なイベントによる集客では人口は増えない。 ・コロナ禍で農業従事者志望が増えているため、農業の活性化を試みてはどうか。 ・今は通過地点に過ぎないが、インフラが整備されれば、いずれ日本の原風景としてウェルネスを実現する中心的存在になると思う。 ④宝塚温泉 ・温泉を求めるのは効能や癒しであると考えるため、宝塚温泉の泉質の特徴など更なる情報発信が必要だと思う。 宝塚には様々な魅力的な資源があるにも関わらず、その素晴らしさが生かされていないように感じますので、資源が活性化できる環境創りが必要なのだと思いました。そのためには、宝塚の魅力を情報発信し、宝塚に興味を持っていただき、来宝へ繋げてゆくことが必要と思います。情報発信手段としては、SNSが効果的かと考えます。SNSで外部へ発信→閲覧→興味→検索→来宝→インスタグラムなどで共有することで認知度が上がり、口コミが広まる仕組みです。すぐに来宝へと繋がるものではありませんが、まずは発	そのため、まずは豊富な観光資源をPRするための情報発信など、直ちに取組可能なものから着手することで、市内外にお住まいの方々に本市への愛着を深めていただき関係人口の増加を図るとともに、将来的な定住人口の増加を目指していきます。 【 ご意見ありがとうございます。今後の取組の参考にさせていただきます。】 豊富な観光資源の魅力を効果的に発信してくことができるよう、ターゲットやニーズを見極めた上で、拡散力の高いSNSのほか、広報誌やHP等を活用しながら本市の魅力を継続的に発信していきたいと考えています。また、市の観光ガイドブックをはじめとする観光案内ツールには、より詳細な観光案内へとリンクする二次元コードを掲載したものがありますので、市内だけではなく、近隣市町等の人の往来が多い場所に設置できるよう調整を図っていきます。最後に、SNSの活用講座等については、効果的な情報発信について学ぶ機会の	いただきましたご意見等について、宝塚市観 光振興戦略(案)の見直しには至りませんで したが、今後も将来目標の実現に向けて、多 くの皆様との連携や協働により各種取組を推 進してまいります。

(別紙)「宝塚市観光振興戦略(案)」に対するパブリック・コメント手続き以外での修正内容一覧表

*パブリック・コメント実施後に、以下のとおり修正しました。

No.	項目	ベージ	行	該当箇所	修正前	修正後	意見区分	修正理由
1	戦略本編	29	_	◆宝塚市の観光の現状 観光客数の推移(イベント・施設別)の表中、・「まつり」「花火大会」の令和元年度の観光客数・「温泉」「その他」の令和元年度の観光客数	・「まつり」「花火大会」の令和元年度の観光客数 →空欄 ・「温泉」「その他」の令和元年度の観光客数 → 0 (ゼロ)	・「まつり」「花火大会」の令和元年度の観光客数 →「一」 ・「温泉」「その他」の令和元年度の観光客数 →「一」	1 職員 2 所管課 3 その他 ()	・表記方法統一のため
2	戦略本編	36		◆宝塚市観光振興戦略 策定経過	第6回宝塚市観光振興会議 第7回宝塚市観光振興会議 第8回宝塚市観光振興会議	令和3年 (2021年) 1月21日 第6回宝塚市観光振興会議 ・観光振興戦略 (案) について 5月24日 第7回宝塚市観光振興会議 ・パブリック・コメントの実施結果の報告について 7月○日 第8回宝塚市観光振興会議 ・宝塚市観光振興会議 ・宝塚市観光振興会議	1 職員 2 所管課 3 その他 ()	・既開催の会議日程及び内容を追記 ・第8回の会議日程は決定次第、後日反映します
3	戦略本編	36		◆宝塚市観光振興会議委員名簿 4列目	【氏名(敬称略)】 足立 功男 【所属】 公益社団法人ひょうご観光本部 事務局次長	【氏名(敬称略)】 足立 功男 渡邊 和典 【所属】 公益社団法人ひょうご観光本部 次長兼国内プロモーション課長 【備考】 【期:令和3年(2021年)3月31日まで 任期:令和3年(2021年)4月1日から	1 職員 2 所管課 3 その他 ()	・R3.4.1付、人事異動に伴う審議会委員変更のため
4	戦略本編	36		◆宝塚市観光振興会議委員名簿 7列目	【氏名(敬称略)】 岡 明彦 【所属】 兵庫県阪神北県民局 県民交流室長	【氏名(敬称略)】 岡 明彦 有田 一成 【所属】 兵庫県阪神北県民局 県民交流室長 【備考】 【塩期:令和3年(2021年)3月31日まで 任期:令和3年(2021年)4月1日から	1 職員 2 所管課 3 その他 ()	・R3.4.1付、人事異動に伴う審議会委員変更のため
5	本編	本編 13 ・ 概版 3	石記	第3章 観光振興に向けた施策展開 3 基本目標 の枠外本文1行目	実現のために、創造性を持ちながら、まちの宝である様々な資源(<u>温泉や歌劇、植木、信仰(巡</u> 社)、農産物、豊かな自然など)を活用し・・・		1 職員 2 所管課 3 その他 ()	・「まちの宝である様々な資源」の例示内容が戦略本編P.15の「(4) 市全体のブランド力の創出」 1行目と異なっていたため文言を統一する。
6	戦略本編・概要版	本編 17 - 概版 4	右記	〔戦略本編〕 第3章 観光振興に向けた施策展開 5 基本方針 (1) 地域資源の磨き上げと掘り起し の1行目 〔概要版〕 第3章 観光振興に向けた施策展開 4 基本方針 (1) 地域資源の磨き上げと掘り起し の1行目	仰・巡礼)に加えて・・・	多くの人が訪れる宝塚大劇場、中山寺、清荒神清澄寺、温浴施設等、宝塚ならではの文化の礎(温泉や歌劇、信仰・巡礼)に加えて・・・	1 職員 2 所管課 3 その他 ()	・原文のままでは () 内の「温泉」という単語が唐突に出てくるため、カッコ書きの前に「温浴施設」を追加する。

該当する番号に○をつけてください。

宝塚市 観光振興戦略(案) 概要版

令和3年度 ~ 令和12年度 (2021年度) (2030年度)

1 策定の背景と目的

観光は、農業や商工業等の幅広い産業に影響を与えるすそ野が広い総合産業です。また、人口減少の時代を迎え、定住人口の飛躍的な伸びが期待しにくいなか、観光により交流人口を増加させることが期待されています。国内観光やインバウンドは、新型コロナウイルス感染症により大幅に減少しましたが、長期的な視点に立つと観光需要は今後も増加が見込まれます。このため、3密回避や公衆衛生の徹底などへの配慮に加え、この需要受け入れを適切に誘導していくことにより、すそ野が広い経済波及効果が回復し、地域が持続的に発展する原動力となります。

本市においては日帰り観光客が多く、宝塚歌劇をはじめとする観光資源の魅力を十分に生かした誘客(交流人口の増加)ができておらず、その経済波及効果を十分に発揮できていない状況にあります。加えて、近年の社会経済情勢の変化により、観光ニーズが多様化し、団体から個人へ、訪問型から体験型への志向が高まるなか、新しい観光スタイルへの転換が求められています。

一方で、持続可能な観光振興に向けSDGs(持続可能な開発目標)を意識し、観光公害(*)への対応や今般の新型コロナウイルス感染症による国内観光客や外国人観光客の激減への対応等のリスクマネジメントにも留意しておく必要があります。 今般、現在の「宝塚市観光集客戦略」の終期を迎え、上記の状況を踏まえいわゆる「ウィズ(with)コロナ」や「アフター(after)コロナ」に対する戦略も加味した「宝塚市観光振興戦略」を策定し、持続可能な観光振興を図ることとします。

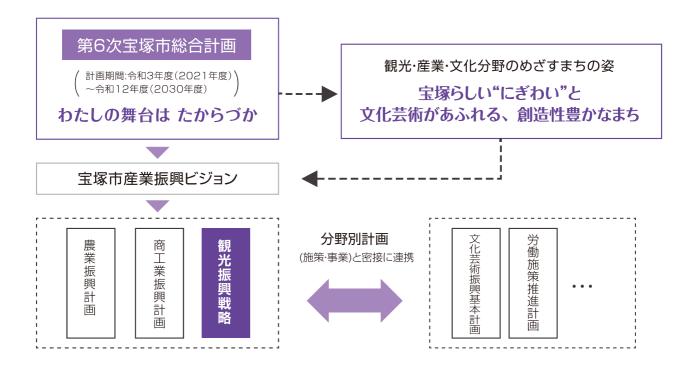
※ 観光公書:観光客や観光客を受け入れるための開発や多くの人が一時的に集中するなどにより、地域や住民の日常生活に影響を及ぼすことを例えた表現のこと。 英語ではOver tourism (オーバーツーリズム)が用いられることが多い。

2 実施期間

本戦略の実施期間は令和3年度(2021年度)から令和12年度(2030年度)までの10年間とします。 なお、別途前期5年、後期5年のアクションプランを作成し、戦略に沿った施策展開やその確認も行います。

3 宝塚市観光振興戦略の位置づけ

本戦略の策定に当たっては、「第6次宝塚市総合計画」及び「宝塚市産業振興ビジョン」を踏まえることとします。



1

1 宝塚市をとりまく観光の現状と課題

本市の観光の現状を調査し、分析結果をもとに地域資源、宝塚を訪れた人(来宝者)の観光行動及び地域経済、 地域環境の視点から課題を整理すると次のようになります。

【具体的な特性と課題】

地域資源の特性

- 本市ならではの心と体の健康につながる 温泉、歌劇、花き・植木や里山等の様々 な資源の存在。
- 様々な資源を伝える情報発信力の不足。
- 地域の魅力が市民にも伝わっていない 恐れがある。

観光行動及び地域経済の特性

- 来宝者の観光行動として周遊性が乏しく、 大半が日帰りとなり滞在時間も短いこと から、市内での観光消費の波及が市内 全体に及んでいない。
- 地場産品を生かした食のコンテンツや 販売する飲食店が少ない。

地域環境の特性

- これまでは、行政関連団体による単発 的なイベントによる集客が比較的多く、 観光施策の継続性に欠けている。
- 市民と来宝者のコミュニケーションやおもてなしの心による魅力創出、ICTの活用等による環境整備など、住んでよし訪れてよしの居心地の良い「宝塚」の実現が求められる。



課題①

心と体の健康づくりに結びつく資源の活用と 市内外への情報発信が必要



課題②

観光消費を地域経済へ 好循環させる仕掛けが必要



課題③

官民連携や、市民と来宝者の人生が共に豊かになる持続可能な観光まちづくりが必要



【環境の変化】

- 観光ニーズが多様化し、団体から個人へ、訪問型から体験型への志向が高まり、新しい観光スタイルへの転換が求められている。
- コロナ禍の影響により、国内外ともに「健康」や「自然」、「安心安全」への期待がさらに高まっている。
- SDGs(持続可能な開発目標)を意識しながら、持続可能な観光振興を図る必要がある。



point

本市ならではの観光資源を巧みに組み合わせ、統一したコンセプトを掲げ、 持続可能な形で経済効果を生み出す方向性が重要

➡ 本戦略へ反映

【想定される必要な取り組み姿勢】

- 心と体の健康づくりに結びつく資源を活用し、統一的なコンセプトによる市内外への効果的な情報発信による誘客の展開
- 観光行動の転換に結び付く観光コンテンツを提供し、持続可能な形で、観光消費額を増大させる取り組みを展開



市民と来宝者のつながりをつくりながら課題①~③を解決



めざすまちの姿を実現

1 めざすまちの姿

宝塚らしい"にぎわい"と文化芸術があふれる、創造性豊かなまち

2 コンセプト

ウェルネスを実現するまち、たからづか

~宝塚の魅力(まちの宝)でよろこび、癒し、つながりを生み出します~

- 近年、観光が地域を活性化させる重要な要素であるという認識が全国に広がっており、観光の視点に立ったまちづくりの取り組みを加速させていく好機となっています。一方で自治体間競争が激化しており、自治体として差別化が可能なコンセプトを設定し施策展開を図っていきます。
- 本市は観光資源の宝庫であり、これらを生かした観光振興の取り組みは、地域の活性化を進める上で大きな可能性を有しており、コンセプトの設定にあたっては、それらの観光資源や、前戦略の理念にもある「心と体の健康」、観光客のニーズの変化(コト体験への移行)、近年関心が高まる健康寿命に対する観光が持つポテンシャル、インバウンドに対する訴求力(心身を癒すリフレッシュ旅行)に鑑み設定しました。

ウェルネス

「ウェルネス」は単純な「健康」のみに留まらず、『身体の健康、精神の健康、環境の健康、社会的健康を基盤にして、豊かな人生をデザインしていく、自己実現(平成29年(2017年)琉球大学 荒川唯志教授)』という意味を含んだ多義的な言葉であると定義されています。

この考え方を基礎に、宝塚市は本市ならではのこころやからだの健康づくりに結びつく資源を活用し、「ウェルネス」を実現する取り組みによる観光振興を「ウェルネスツーリズム」と位置づけ、今後の観光振興の柱とします。

3 基本目標

宝塚ならではの魅力を活用し、「ウェルネス」をキーワードに、市民や国内外からの来宝者の楽しみや感動、歓び、こころとからだの安らぎを提供する観光振興に取り組み、市民も来宝者も"「こころ」も「からだ」も豊かになるまち"を目指します。

実現のために、創造性を持ちながら、まちの宝である様々な資源(温泉や歌劇、花き・植木、信仰(巡礼)、建物、農産物、豊かな自然など)を活用し、宝塚の観光をこれからもできるだけ多くの市民、来宝者に向けて魅力を発信する『まちの宝でおもてなし』を展開し、交流を生み出し、育んでいきます。

来宝者を「おもてなし」するためには地域資源の魅力を十分に市民に知っていただくことも重要となります。そのうえで、市民と来宝者の交流を生み出す仕組みづくりを意識することとします。そのことが両者の満足度向上につながると考えます。

【施策展開にあたっての留意点】

- 1 観光消費額の増大
- 4 市全体のブランド力の創出
- 2 官民連携による持続可能な観光振興
- 5 新型コロナウイルス感染症に 代表される感染症等への対策
- 3 市民と来宝者のつながりづくり





フィジカル要素イメージ

メンタル要素イメージ

基本方針

(1) 地域資源の磨き上げと掘り起し

多くの人が訪れる宝塚大劇場、中山寺、清荒神清澄寺、温浴施設等、宝塚ならではの文化の礎 (温泉や歌劇、信仰・巡礼)に加えて、建物、花き・植木、武庫川や北摂の自然環境、西谷野菜や山里の 食材等、バラエティー豊かな地域資源を磨き上げて掘り起し、持続的な観光振興を図り『まちの宝』を 高めていきます。

想定する取り組み例 (個別戦略)

- ウェルネスツーリズムの促進
- 市内の地域間の周遊性の向上
- ウェルネスツーリズムを核とする観光ビジネスの創出





SNSを活用した情報発信

(2) 積極的な誘客に向けた国内外への情報発信

宝塚の魅力である『まちの宝』を組み合わせ情報発信に努めます。来宝者に対する「おも てなし」のため、『まちの宝』を十分に市民に知っていただくことをはじめとし、市内の文化・歴史・ 自然・暮らしの資源を一つの物語として組み立て、ターゲット層の明確化や数値化されたデータ に基づき様々な地域資源の魅力を外部に伝えていくよう努めます。

- **想定する取り組み例** 二一ズに合わせた情報発信による積極的な誘客の展開
- (個別戦略) ● ウェルネスツーリズムへの誘客促進

- 戦略的な観光情報発信による誘客促進
- 観光資源の市民へのPR

(3) 持続可能な観光振興に向けた環境整備

国内外からの来宝者と市民がつながるまちづくりを推進します。市民(事業者等含む。)の理解に より、おもてなし(相互理解)を深めていくために、『まちの宝でおもてなし』という視点を持った 人材育成に取り組むとともに、市民同士や来宝者、来宝者同士等が交流する"つながるまちづくり"を 推進します。その場合、SDGs(持続可能な開発目標)の観点から観光公害について十分配慮した 取り組みとします。また、飛躍的な通信環境の向上によるICTを活用したサービス提供や移動 環境等の劇的変貌への対応検討も行っていきます。



市民ボランティアガイドの様子

想定する取り組み例 (個別戦略)

● 来宝者に向けた観光インフラ整備 ● 観光に携わる人材の育成 ● 持続可能な観光振興に向けての取り組み

目標値

成果指標	現況 平成30年度(2018年度)	目標 令和12年度(2030年度)時点
官民連携による新規観光コンテンツ提供事業者数	_	5事業者
官民連携による新規観光コンテンツ提供数	-	10コンテンツ
観光入込客数 (外国人観光客数)	11,789千人 (16,265人)	12,089千人 (18,000人)
宿泊者数	131千人	152千人
観光消費額	87,755百万円	90,000百万円