

1 前期の振り返り

観光振興戦略目標	戦略策定時 平成30年度 (2018年度)	令和6年度 (2024年度)	目標 令和12年度 (2030年度)
官民連携による 新規観光コンテンツ 提供事業者数	0業者	11業者	5業者
官民連携による 新規観光コンテンツ 提供数	0コンテンツ	12コンテンツ	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)	10,133千人 (12,191人)	12,089千人 (18,000人)
宿泊者数	131千人	146千人	152千人
観光消費額	87,755百万円	102,383百万円 (令和5年度数値)	90,000百万円

前期アクションプランKPI	戦略策定時 平成30年度 (2018年度)	令和6年度 (2024年度)	前期目標 令和7年度 (2025年度)
観光コンテンツ 提供事業者数	0業者	11業者	3業者
WS開催数	0回	7回	10回

官民連携による新規観光コンテンツ提供事業者数は前期アクションプランKPIのみならず、令和12年度（2030年度）の目標値も達成しています。さらに、官民連携による新規観光コンテンツ提供数も令和12年度（2030年度）の目標値を達成しています。また、前期アクションプランKPIであるワークショップ開催数は、令和7年度（2025年度）に3回開催し、前期KPIを達成しています。

そのため、前期アクションプランで重視した観光コンテンツ開発や合意形成への取り組みは達成できたと考えられます。ただし、開発した観光コンテンツの中には今後の開催が未定の観光コンテンツもあるため、引き続き支援や新たなコンテンツの開発が必要と考えています。

一方で観光消費額は最終目標を達成しているものの観光入込客数（外国人観光客数）と宿泊者数は令和12年度（2030年度）の目標に達していません。特に外国人観光客数は令和12年度（2030年度）の目標値からの開きが大きい状態になっており、新たなインバウンド対策が必要と考えられます。

後期アクションプラン【対象年度:令和8年度～12年度】

2 重点施策

本戦略に記載する取り組み例のうち、特に重要度が高いものを重点施策とし、優先順位を上げて取り組みます。一方で、重点施策に記載する想定取り組み例も目的を達成する手段の一例であり、観光産業は変遷が激しいことから、戦略に記載する方針・方向性と一致していれば、代替手段も可能とし、OODAループにより弾力的に対応します。主に後期は広報、インバウンド誘致や開発したコンテンツの磨き上げを重視します。

重点施策1 ターゲットとニーズを明確にした国内外に向けた誘客の展開

【想定取り組み例】 温泉、里山、アニメ、伝統文化芸術やスポーツ等の心と体の健康を高めるウェルネスツーリズムを求めている国内外の方に向けての周知により、観光客誘致を図ります。

行政の役割 コンテンツの周知、市場動向を統計として集約・分析

事業者等の役割 心と体の健康を高める商品・サービスの創出と提供、ICT技術の活用とDXの推進

市民の役割 本市の観光資源や自然の景観を日常の中で再認識することによるシビックプライドの醸成

来宝者への期待 本市の観光資源の魅力実感による長期滞在や再訪

重点施策2 インバウンド対策（広域連携による誘客の展開）

【想定取り組み例】 大都市から地理的に近く、交通の便も良いことから、大阪府や兵庫県の近隣市町や関係団体と連携して広域でインバウンドの呼び込みを図ります。

行政の役割 近隣市町との調整、公共交通機関との調整

事業者等の役割 公共交通機関と観光がセットになったチケットの開発・販売

市民の役割 本市の魅力に気づき、愛着と誇りを持ちながらその魅力を発信するとともに、来宝者への温かい迎え入れ、来宝者との交流を通じた本市ならではの魅力の伝播

来宝者への期待 来宝者自身による情報発信、宝塚市のルールを理解とそれに基づく行動

重点施策3 官民連携による観光ビジネス創出の仕組みづくり

【想定取り組み例】 事業者等と連携して観光消費額を伸ばすために、滞在時間や関係人口の拡大に注目し、北摂地域全体を周遊することを意識したウェルネスコンテンツの開発や磨き上げに取り組みます。

行政の役割 市内事業者等への声掛けや連携、観光コンテンツの広報

事業者等の役割 各自が持続的で実施可能なビジネスアイデアの提案と計画、既存観光コンテンツの磨き上げ、ICT技術の活用とDXの推進

市民の役割 観光関連事業への積極的な協力、参画

来宝者への期待 来宝者自身による情報発信、地域との継続的な関わり

3 後期アクションプランKPI

後期アクションプラン期間（R8～R12）に対し、以下のKPIを目指します。

市国際観光協会
インスタグラムのフォロワー数

12,000人

令和8年度からの官民連携による
新規観光コンテンツ提供数

10コンテンツ

広域連携による誘致活動回数

25回