

(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

・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

※ ご意見ありがとうございます。

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。	【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。】 コロナ禍で打撃を受けている観光関連事業者支援の取組は重要な課題であると認識しています。 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、回復期を見据えた事業継続のための取組などを緊急的に支援するため補助金制度を創設したほか、市内宿泊者に5,000円相当の本市ならではの特産品を進呈する観光活性化キャンペーンの実施を通して支援に努めてきました。 今後も国や県の交付金の活用など財源確保に努め、観光振興が本格化する状況下での需要回復や地域経済の再活性化を図っていきます。	
2	戦略(案)全般に関する事	—	—	「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。	【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。】 国内外で市場規模を拡大させつつある「ウェルネスツーリズム」を観光振興の核と掲げる自治体は本市以外にも存在するほか、コロナ禍による健康志向の高まりにより、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、遊び、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ツ開発を支援する仕組みづくりを行うため、独創的かつ実現性のある観光コンテンツ案をコンペティション形式により広く募集し、優秀な提案を実証モデル事業として位置づけることで、将来的に、本市の観光振興に興味関心のある個人や団体、事業者等の自由な発想を生かした観光コンテンツ開発が可能になると考えています。 また、これらの観光コンテンツを充実させていくことで、来宝者の市内での滞在時間の延長を図り、宿泊客の増加に繋げていきます。	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す。「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SDGs(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。	【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。】 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をご参照ください)。 観光誘客のためには、来宝者の利便性向上を意識したWi-Fi環境の整備をはじめとする基盤整備も重要ですが、持続可能な観光振興を図る上では、地域の合意形成や、地域住民に十分配慮した取組が求められます。それらを念頭に置いた上で、戦略に掲げる“ウェルネスを実現するまち、たからづか”の実現を図っていきます。	

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
4		—	—	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ポテ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。	【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。】 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れますようお願い申し上げます。 「花のみち」一般道のセルカ側につきましては、令和3年度（2021年度）に傷んだ舗装の一部区間をインターロッキングブロックに更新する予定としています。	
6	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。	【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。】 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）。 結果、来宝者の中には、①明確な来宝目的（宝塚歌劇の観劇、寺社参拝など）をもって繰り返し本市を訪れる方と、②本市の観光資源に興味関心はあるものの、実際の訪問には繋がっていない方の2パターン存在することが分かりました。 ご指摘のとおり、来宝者の市内での滞在時間の延長や周遊性の向上は、本市が課題とする宿泊者数の増加や観光消費額の拡大を図る上で非常に重要な要素です。 そのため、①については市内での滞在時間の延長や周遊性向上に繋がるような、観光的関心を高めるための情報発信と魅力的な観光コンテンツの提供が、②については実際に訪問を促すための取組が必要となります。 ご提案いただいた「ウェルネス」をテーマにした観光アクティビティの開発は、①②両方へのアプローチとして効果的だと考えますので、まずは行政がきっかけづくりを行い、観光振興に興味関心のある個人や団体、事業者等が主体となって観光コンテンツを開発していくことができるよう、支援してきます。	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。
7		—	—	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す。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っています。「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。	【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。】 ①観光インフラの整備 道路や駐車場をはじめとするインフラ整備については多額の予算投資が必要であるため、まずは費用対効果も含めた実現可能性を庁内横断的に検討できればと考えます。 ②人材育成 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考えています。昨年度においては、ひょうご観光本部が実施する観光ガイド育成事業において、モデル市町として本市が選定されました。今後も他市町や近隣自治体との連携により、おもてなし人材の育成を推進できるよう努めていきます。 ③観光都市としての宝塚市のイメージの固定化の排除 ご指摘のとおり、実際に市内を歩いてみて始めて知ることができる事柄も多数あるように思いますので、まずは市の現状を適切に把握する意味でも、積極的に市内へ足を運ぶよう努めていきます。	

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
8	戦略（案）全般に関すること	—	—	個別的に感じていることは以下のとおり。 ①清荒神清澄寺 ・参道の整備が必要。 ②小浜宿 ・駐停車場、食事処、トイレの数を増やすことが必要。 ・歴史、地理の特異性、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。	【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。】 道路や駐停車場をはじめとするインフラ整備については多額の予算投資が必要であるため、まずは費用対効果も含めた実現可能性の検討が必要だと考えますが、ご指摘いただいているように、豊かな自然に恵まれた市北部西谷地域は、今後ウェルネスを実現するまちを目指していく上で重要な地域と考えています。 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。	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。
9		—	—	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す。 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、口コミが広がる仕組みです。すぐに来宝へと繋がるものではありませんが、まずは発信し、継続していくことが大切かと思います。 また、来宝者向けにHPなどの二次元コード付きの観光ガイドが駅・空港・サービスエリア・ホテルなど集客する場所にあると嬉しく思います。 そして、SNSの効率的な発信や仕組みなどを学ぶ講習がありましたら、ぜひ参加していきたいです。	【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提供を今後の取組として検討していきます。	