

三田市観光ビジョン

～ 三田ふるさと未来図 ～

令和3年5月

－ 目次 －

1	はじめに	2
(1)	策定の背景	2
(2)	策定の目的	2
(3)	観光ビジョンにおけるSDGsの取組み	3
(4)	位置づけ	4
(5)	計画期間	4
2	観光を取り巻く動向	5
(1)	国の動向	5
(2)	兵庫県の動向	6
(3)	三田市の動向	7
3	三田市の観光の現状と課題	8
(1)	現状	8
(2)	観光施策の取組み状況	10
(3)	課題	12
4	三田市が目指す観光振興の姿	15
5	基本理念	16
6	基本方針	17
7	施策体系	17
(1)	見つめる(魅力あるコンテンツづくり)	17
(2)	広がる(地域の魅力を発信)	19
(3)	つながる・育む(ネットワークづくり、人材育成)	20
8	観光ビジョンの推進	21
(1)	目標数値	21
(2)	推進体制と役割分担	21
(3)	進捗管理	21
参考	三田市観光ビジョン検討会議構成員	22

1 はじめに

(1) 策定の背景

三田市においては、三田まつりや自然や景観、特産物など豊かな資源を生かした観光交流イベントや三田国際マスターズマラソンなどのスポーツイベント、旧三田藩の歴史文化などを紹介するさんだ観光ガイドのほか、日本人で初めてビール醸造を行ったと言われる川本幸民にちなんだ三田ビール検定やサンタ×(クロス)三田プロジェクトなど、特徴ある取組みを進めてきました。

一方、近年においては、観光を取り巻く環境は大きく変化しており、少子高齢化に伴う人口減少により、今後国内の観光市場は縮小していくことが予測されます。また、グローバル化の進展や個人のライフスタイル、価値観の変化により、観光客のニーズや行動様式の多様化が進んでいます。

そのようななか、国においては、平成28年に「明日の日本を支える観光ビジョン」を策定し、観光を我が国の成長戦略の柱、地方創生の切り札として、拡大する世界の観光需要を取り込むことにより観光先進国を目指すこととしました。平成30年には訪日外国人観光客数は3,000万人を超え、東京2020オリンピック・パラリンピックが予定されていた令和2年には、4,000万人を目標とするまでに伸展しています。

しかしながら、令和元年から世界中に広がった新型コロナウイルス感染症により、国内外の移動や社会・経済活動は大きく制限され、観光をはじめとする多くの産業に甚大な打撃を与えました。さらには、これまでの安全安心の概念や社会の価値観までも根本から変えてしまうほどの多大な影響を私たちの生活に及ぼしています。

こうした時代の大きな変革期を迎えた今、三田市においても、マイクロツーリズムやオンライン体験など、コロナ禍を機に広がった新たなニーズに適応するとともに、改めて地域の資源を見つめ直して三田市の特徴を生かした独自の観光振興に取り組んでいくことが不可欠です。

そのためには、改めて市民・事業者・団体・行政が「チーム三田」として協働し、三田の多様なまちの魅力を磨きあげて発信することにより三田ファンを増やし、まちの活性化につなげていくための具体的な行動が求められています。

(2) 策定の目的

本ビジョンでは、こうした観光を取り巻く環境の変化を踏まえ、三田市の現状と課題を整理し、三田市が目指す観光振興の姿とその実現のための中期的な観光政策の方向性を明らかにします。

そのうえで、本ビジョンの策定により「シビックプライドの醸成」と国際連合の持続可能な開発目標であるSDGs (Sustainable Development Goals: 持続可能な開発目標) の理念に基づく「持続可能な観光¹」をふまえたまちづくりを実現することを目的に、三田市観光ビジョンを策定します。

¹ 「訪問客、産業、環境、受入れ地域の需要に適合しつつ、現在と未来の経済、社会、環境への影響に十分配慮した観光」をいいます。 出典：国連世界観光機関 (UNWTO) ホームページ

(3) 観光ビジョンにおけるSDGsの取組み

SDGs (Sustainable Development Goals: 持続可能な開発目標) は、「誰一人取り残さない」持続可能でよりよい社会の実現を目指す世界共通の目標であり、平成27年の国連サミットにおいて全ての加盟国が合意した「持続可能な開発のための2030アジェンダ」の中で17のゴールと169のターゲットが掲げられています。

SDGs 17のゴール

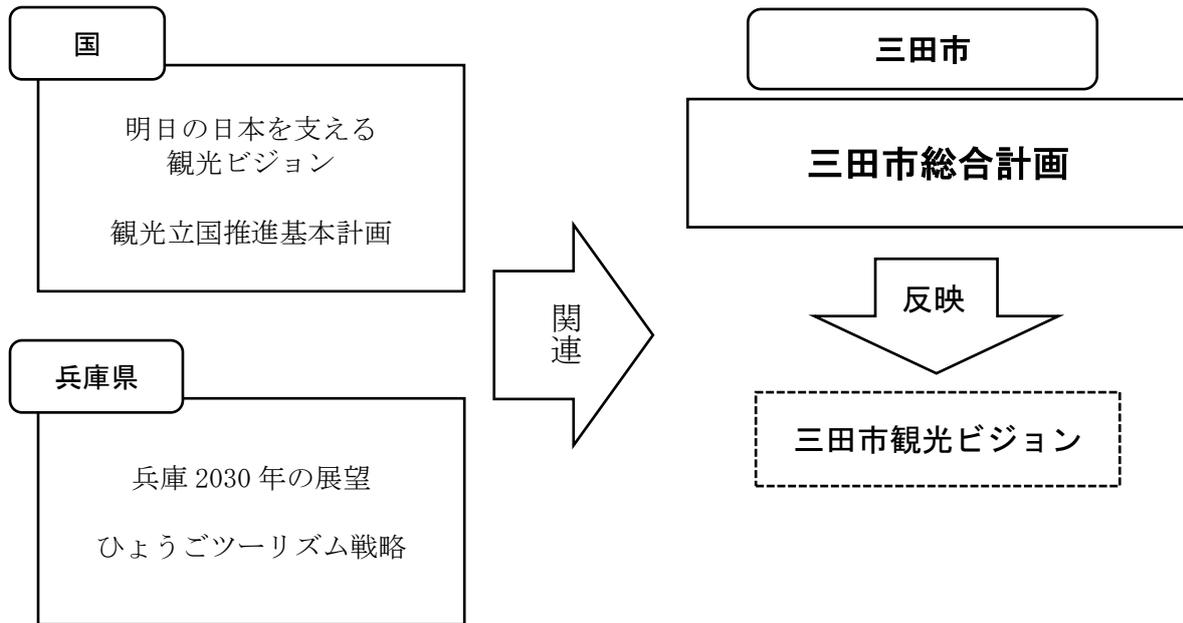


一方、観光は裾野が広い産業であり、社会や経済、自然環境に及ぼす影響が大きいことから、「持続可能な観光」の実現を目指す本ビジョンにおいても、SDGsの17のゴールのうち、特に以下の6つのゴールを意識して取組みます。

三田市が観光振興において意識して取組む6つのゴール



(4) 位置づけ



(5) 計画期間

三田市観光ビジョンの期間は「令和3年度～令和8年度」の6年間とし、市の総合計画と連動していきます。

	R2	R3	R4	R5	R6	R7	R8	R9	R10	R11	R12	R13
総合計画	第4次 →				前期		第5次			後期		
観光ビジョン		→					検証・見直し					検証・見直し

2 観光を取り巻く動向

(1) 国の動向

●明日の日本を支える観光ビジョン

国は、観光を地方創生の切り札として、国を挙げて基幹産業に成長させるため、平成28年3月に「明日の日本を支える観光ビジョン」を策定しました。

このビジョンでは、観光を「国の成長戦略と地方創生の大きな柱」との認識のもと、以下の3つの視点を柱とし、10の改革をとりまとめています。

【「観光先進国」への「3つの視点」と「10の改革」】

視点1「観光資源の魅力を極め、地方創生の礎に」

- ・ 「魅力ある公的施設」を、ひろく国民、そして世界に開放
- ・ 「文化財」を、「保存優先」から観光客目線での「理解促進」、そして「活用」へ
- ・ 「国立公園」を、世界水準の「ナショナルパーク」へ
- ・ おもな観光地で「景観計画」をつくり、美しい街並みへ

視点2「観光産業を革新し、国際競争力を高め、我が国の基幹産業に

- ・ 古い規制を見直し、生産性を大切にする観光産業へ
- ・ あたらしい市場を開拓し、長期滞在と消費拡大を同時に実現
- ・ 疲弊した温泉街や地方都市を、未来発想の経営で再生・活性化

視点3「すべての旅行者が、ストレスなく快適に観光を満喫できる環境に」

- ・ ソフトインフラを飛躍的に改善し、世界一快適な滞在を実現
- ・ 「地方創生回廊」を完備し、全国どこへでも快適な旅行を実現
- ・ 「働きかた」と「休みかた」を改革し、躍動感あふれる社会を実現

【新たな目標への挑戦】

数値目標については、政府は従来目標を大幅に前倒しし、かつ、質の高い観光交流を加速させるべく、以下の新たな目標を設定しています。

	令和2年	令和12年
①国内旅行消費額	21兆円	22兆円
②訪日外国人旅行者数	4,000万人	6,000万人
③訪日外国人旅行消費額	8兆円	15兆円
④訪日外国人旅行者リピーター数	2,400万人	3,600万人
⑤訪日外国人旅行者の地方における延べ宿泊者数	7,000万人泊	1億3,000万人泊

(2) 兵庫県の動向

●ひょうごツーリズム戦略

公益社団法人ひょうご観光本部²では、令和元年のラグビーワールドカップを契機としたゴールドデンスポーツイヤーズから、令和7年の2025年日本国際博覧会までの7年間を好機ととらえ、兵庫へのさらなる誘客を推進するための戦略として、令和2年2月に「ひょうごツーリズム戦略（計画期間令和2年度～令和4年度）」を策定しました。

【めざす姿】～「世界に選ばれるデスティネーション兵庫」

【重点施策】4つの柱に基づく6つの重点施策

重点施策		施策とその方向
I 観光地の魅力向上	1 観光地魅力コンテンツの創出・発信	(1)兵庫を彩る魅力あるコンテンツの開発 (2)滞在型観光プログラムの開発 (3)交流とにぎわいの空間づくり
II 受入環境の整備促進	2 観光客受入基盤の整備	(1)観光地を支える快適な環境整備 (2)観光地・観光産業を支える人材の確保・育成 (3)安全安心を届ける受入基盤整備
	3 観光地アクセスの整備	(1)観光地・交通事業者と連携した2次交通対策の推進 (2)将来を見据えた交通アクセスの整備 (3)観光地アクセス拠点の整備
III 観光産業の振興	4 観光ビジネスの創出・育成	(1)観光ビジネスのイノベーションの創出 (2)事業者とともに取り組むニューツーリズムの創出 (3)食・特産品・農畜産物の消費拡大
IV プロモーションの強化	5 重点市場への戦略・持続的なプロモーション	(1)認知度の向上とブランド化の推進 (2)旅行商品化・ツアー造成の促進 (3)魅力ある旅ナカ情報の提供 (4)リピーターにつなげる旅アトのフォロー
	6 広域ゲートウェイへのアプローチ	(1)国際線就航空港・港湾からの誘客促進 (2)広域連携による周遊ルートの形成 (3)国内他地域との相互誘客の推進

² 兵庫県内における国内外の人々による質の高いツーリズム活動の振興と持続的な発展を図り、地域の活性化に寄与することを目的とする兵庫県の関係機関です。令和2年3月には、観光庁から観光地域づくり法人（DMO）の登録を受けました。

【数値目標】

項目	現状値 平成 30 年度	目標値	
		令和 4 年度	令和 7 年度
1 観光客入込客数	1 億 3,701 万人	1 億 5,300 万人	1 億 6,500 万人
2 外国人旅行者数	187.2 万人	300 万人	400 万人
3 県内延べ宿泊者数 (うち外国人)	1,339 万人 (126 万人)	1,550 万人 (210 万人)	1,700 万人 (280 万人)
4 観光消費額	1 兆 2,859 億円	1 兆 5,200 億円	1 兆 6,700 億円
5 来訪者満足度	69.1%	75%	80%
6 リピーター率 (再訪意向率)	50.0%	55%	60%

(3) 三田市の動向

●第 4 次三田市総合計画（後期計画）における観光の位置づけ

三田市は、まちづくりの指針となり、まちづくりの方向やそれを実現するための取組みなどを定める最上位のマスタープランである「第 4 次三田市総合計画（後期計画）（計画期間平成 29 年度～令和 3 年度）」を平成 29 年 4 月に制定しました。

三田市では、これまで 3 次にわたる総合計画のまちづくりにおいて、地域間の調和と、自然を生かしたより良い環境のもとで市民が安心して住み、働き、学び、憩うことができるまちを目指しており、まちづくりの基本目標として「心のふれあう田園文化都市」を掲げ、引き続き第 4 次三田市総合計画においても位置づけています。

【まちづくりの基本目標】「心のふれあう田園文化都市」

【サブテーマ】～成長から成熟するまち 三田へ～

また、上記のまちづくりの基本目標を実現するため、平成 20 年に制定した「三田まちづくり憲章」の項目ごとに将来の「まちのイメージ」を設定し、実現するよう取り組んでいます。

- ◇ 憲章 5：里の恵みを大切にし、未来につなぐ活力あるまちをつくります。
- ◇ まちのイメージ：活力とにぎわいのあるまち
- ◇ 取組み目標：おもてなしの心でさんだの魅力を発信しましょう《多様な交流観光の創出》
 - (1) 魅力ある観光地の形成
 - (2) 「体験型」観光の促進
 - (3) 地域ブランドの育成
 - (4) 歴史・文化を活かしたまちづくりの推進

【第4次三田市総合計画の成果指標】

指標名		〔基準年度〕 平成27年度	令和元年度	〔目標年度〕 令和3年度	進捗
1	観光入込客数	3,440千人 (H26)	3,149千人 (H30)	4,000千人	△
2	さんだ観光ガイド利用者数	514人	687人	1,000人	△
3	体験型観光者数	89千人 (H26)	99千人 (H30)	130千人	△

※ () 内は実績年度

※ △…未達成

3 三田市の観光の現状と課題

(1) 現状

ア 観光入込客数の推移

(ア) 年度別観光入込客数



資料：三田市調べ

※ 施設やイベントの廃止・新設などに伴い、年度により調査対象が一部異なります。

(イ) 区分別年度別観光入込客数

(単位：千人)

区分	H27 年度	H28 年度	H29 年度	H30 年度	R 元年度	構成比
公園・遊園地	1,569	1,569	1,546	1,469	1,557	43.6%
施設見学	299	303	328	336	327	9.2%
ゴルフ	316	309	315	320	323	9.1%
まつり	158	158	135	161	179	5.0%
温泉	277	238	235	129	116	3.3%
社寺参拝	92	103	110	115	95	2.7%
自然鑑賞	85	69	83	73	75	2.1%
観光農園	82	80	66	73	65	1.8%
登山・キャンプ・ハイキング	34	34	27	28	24	0.7%
釣り	3	3	3	3	3	0.1%
その他	542	504	444	442	805	22.6%
合計	3,457	3,370	3,292	3,149	3,569	100.0%

資料：三田市調べ

※ 人数は兵庫県観光客動態調査数値に三田市独自の調査数値を加えています。

※ 構成比は小数点以下第2位を四捨五入しているため合計しても100.0%にはなりません。

※ その他には宿泊施設、コンベンション、グリーンツーリズムなどが含まれます。令和元年度から調査対象施設が増えたことから増加しています。

- ・ 「公園・遊園地」が全体の4割強を占めているのが特徴です。
- ・ 「公園・遊園地」に「施設見学」(博物館、資料館など)、「ゴルフ」を加えると、全体の6割以上を占めています。
- ・ そのほかの区分は比較的構成比が小さいものが多く、小規模で多様な施設やイベントなどが点在しています。

(ウ) 年度別日帰り客、宿泊客入込数

(単位：千人)

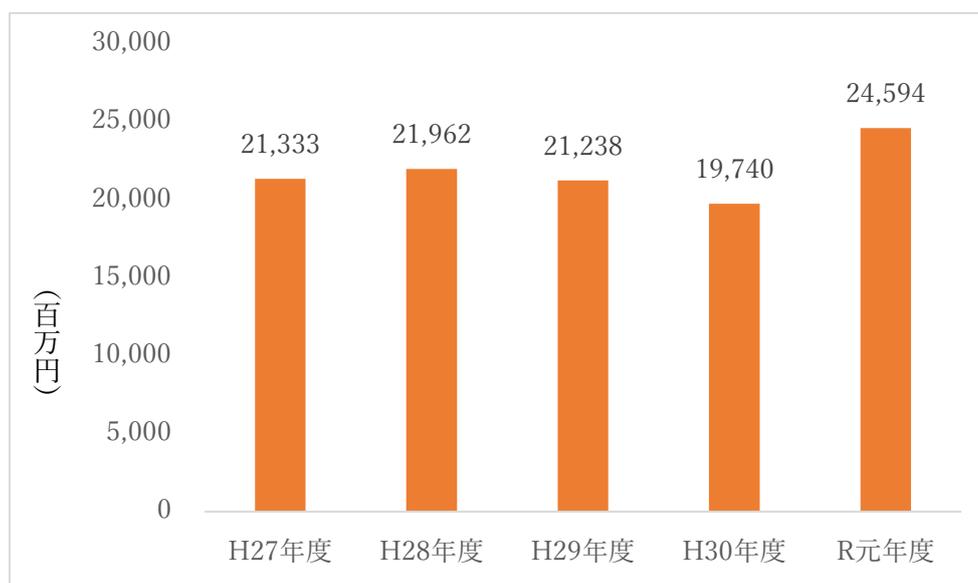
	H27 年度	H28 年度	H29 年度	H30 年度	R 元年度
日帰り客	3,254	3,175	3,111	2,966	3,414
構成比	94.1%	94.2%	94.5%	94.2%	95.7%
宿泊客	203	195	181	183	155
構成比	5.9%	5.8%	5.5%	5.8%	4.3%
合計	3,457	3,370	3,292	3,149	3,569

資料：三田市調べ

※ 人数は兵庫県観光客動態調査数値に三田市独自の調査数値を加えています。

- ・ 日帰り客と宿泊客の割合はほぼ一定で推移してきていますが、宿泊客の構成比が少なく、日帰り客が殆どを占めていることがわかります。

イ 観光消費額の推移 (ア) 年度別観光消費額



資料：兵庫県観光関連産業総生産

- 観光消費額の直近5年間の比較では、平成28年度の21,962百万円から漸減傾向となっていました。令和元年度には24,594百万円と増加しています。

(2) 観光施策の取組み状況

三田市では、以下の4つの事業を柱に観光施策の取組みを進めています。

ア 情報発信事業

三田市観光協会³では、三田市総合案内所（三田駅前）及び召しませ三田観光物産コーナー（パスカルさんだ一番館内）の運営や観光パンフレット、ホームページなどにより、幅広く観光情報を発信しています。また、同協会による三田の観光写真募集や三田市が運営する三田市公式インスタグラムを通じて、市民参加型の情報発信にも努めています。

- 三田市総合案内所、召しませ三田観光物産コーナー
- 観光パンフレット、観光動画
- 三田の観光写真募集
- 三田市公式インスタグラム「さんだスマイル」
- 多言語情報発信 など

³ 郷土文化の向上及び郷土愛の醸成を図り、三田の特色を生かした観光を目指し、近隣市町と連携し魅力ある観光事業を振興することを目的とした団体です。観光事業の振興及び調査研究、観光宣伝・紹介及び観光客の誘致、観光資源の開発並びに保存、観光施設の計画及び促進、各関係機関及び関係団体との連絡協調などの事業を行います。

イ 三田の自然や食などを生かした事業

三田市は季節ごとの美しい景観や豊かな里山の暮らし、豊富な農産物といった資源を有しており、こうした特徴を生かして様々なイベントによる交流に取り組んできました。近年では、日本人で初めてビール醸造を行ったと言われる川本幸民⁴にちなんだ三田ビール検定や「三田」と語感が似ている「サンタ」を魅力資源として活用したサンタ×（クロス）三田プロジェクトといったユニークな取組みを展開しています。

- ・ 三田まつり、さんだ桜まつり、さんだ桜回廊ウォーク
- ・ さんだ秋の観光と味覚まつり
- ・ さんだ農業まつり
- ・ 三田ビール検定
- ・ サンタ×（クロス）三田プロジェクト など

ウ スポーツアクティビティ

都市と自然が共存する田園都市三田ならではのスポーツアクティビティとして、マラソンやノルディック・ウォーキング⁵、サイクリングなどにより、老若男女多くの市民や市外からの来訪者が健康づくりや交流を楽しんでいます。

- ・ 三田国際マスターズマラソン
- ・ さんだノルディック・ウォーキング
- ・ サイクリング
- ・ ハイキング など

エ 歴史・文化を生かした事業

旧三田藩の史跡や近代日本化学の礎を築いた川本幸民、戦後日本の復興に尽くした白洲次郎⁶などのゆかりの地をさんだ観光ガイドが案内しています。また、世界三大青磁と言われている三田青磁の窯跡⁷見学や体験学習ができる三輪明神窯史跡園など、三田の歴史文化の学びと体験の場を提供しています。

- ・ さんだ観光ガイド

⁴ 日本人で初めてビールの醸造やマッチの製造、写真撮影に成功した川本幸民は、代々三田藩主の侍医の家系に生まれ、江戸で蘭学や医学を学びました。その後、洋書を翻訳する時「舎密（せいみ）学」を「化学」という言葉に改めたことから、日本化学の祖とも呼ばれています。

⁵ 北欧が発祥で、両手に持ったポールの使い方によって運動強度が調整でき、全身運動による健康増進やダイエット、介護予防からトレーニングまで各自の目的に応じた様々な応用など優れた特性があります。

⁶ 三田藩主九鬼隆義のブレーンとして藩の舵取りを行った白洲退蔵の孫です。吉田茂首相の側近として連合軍司令部GHQと対等に渡り合い、日本の復興に尽力しました。市内の寺院、心月院に墓所があります。

⁷ 三田青磁は、三田市の三輪、虫尾、志手原地区において焼かれた陶磁器の総称で、市内には7カ所の窯跡が知られています。三輪明神窯跡においては、昭和47年に1号窯跡が兵庫県史跡に指定され、その後2・3号窯跡が追加指定を受け、平成15年からは「三輪明神窯史跡園」として一般公開されています。

- ・ 旧九鬼家住宅資料館
- ・ 三田ふるさと学習館
- ・ 三輪明神窯史跡園
- ・ 三田市ガラス工芸館 など

オ 広域連携

阪神北地域ツーリズム振興協議会⁸やひょうご北摂サイクル推進チーム⁹といった阪神北県民局の関係組織と協働し、近隣市町と連携してインバウンド市場調査や観光プロモーション、サイクリングコースづくりなどの活動を行っています。また、兵庫県の観光地域づくり法人（DMO）¹⁰である公益社団法人ひょうご観光本部とも連携し、観光地域づくりに取り組んでいます。

- ・ 阪神北地域ツーリズム振興協議会
- ・ ひょうご北摂サイクル推進チーム
- ・ 公益社団法人ひょうご観光本部 など

(3) 課題

ア 三田市の観光の強み・弱み

三田市観光ビジョン検討会議¹¹での議論の過程で、各委員が三田市の強み・弱みを持ち寄り、三田市の観光の現状把握を行いました。

さらに、上記の強み・弱みに機会・脅威を加えて外部環境と内部環境に落とし込み、三田市を取り巻く環境を分析して観光の課題と対策の方向性を引き出すための参考としました。

⁸ 行政、商工会議所・商工会、観光協会、ツーリズム施設などで構成される阪神北地域全体の観光ツーリズム及び地域振興の推進を目的に、広域観光ツーリズム事業に係る企画・調整・執行を行う兵庫県の関係団体です。

⁹ 阪神北県民局管内において、スポーツサイクルなどを楽しむための環境整備を推進し、スポーツサイクルを通じて地域振興を図ることを目的とした兵庫県の関係組織です。

¹⁰ 観光地域づくり法人（DMO：Destination Management/Marketing Organization）は、地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役として、多様な関係者と協同しながら、明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を策定するとともに、戦略を着実に実施するための調整機能を備えた法人です。 出典：観光庁ホームページ

¹¹ 三田市の観光施策の中期的な方向性を定める「三田市観光ビジョン」を策定するため、令和2年6月に設置された組織です。委員は関係団体や民間事業者、行政関係者などで構成しています。

	三田市の強み	三田市の弱み
内部環境	<ul style="list-style-type: none"> 食、自然、里山の魅力 市外からのアクセスの良さ 人の魅力（地域に根ざして活動する個性豊かな人が多い） 際立つ個性がない強み 学びの都市 世界的に活躍する「さんだ夢大使」 都市と農村の共存、職住近接による住みやすさ 	<ul style="list-style-type: none"> 公共交通機関での活動エリアが限定 観光資源が活かされていない、小規模・点在で連携不足 周辺の有名観光地の集客力を活用しきれていない 市民が三田で楽しみきれていない 情報整備と発信力が弱い ブランド力と知名度が弱い 住宅地のイメージが強い
外部環境	<p>機会</p> <ul style="list-style-type: none"> 新型コロナウイルス感染拡大により観光においても安全・安心を重視する人が増えた 東京 2020 オリンピック・パラリンピック、ワールドマスターズゲーム 2021 関西、2025 年日本万国博覧会が開催される予定 	<p>脅威</p> <ul style="list-style-type: none"> 人口減少による国内旅行市場が長期縮小傾向 新型コロナウイルス感染拡大によるインバウンド・国内旅行市場の大幅な縮小 景気の先行き不安

【参考】第5次三田市総合計画策定にかかる市民意識調査（抜粋）

▶ アンケートの概要

- 実施主体：三田市
- 対象：市内在住の18歳以上の市民3,000人を対象として実施
- 実施時期：令和2年9月～10月

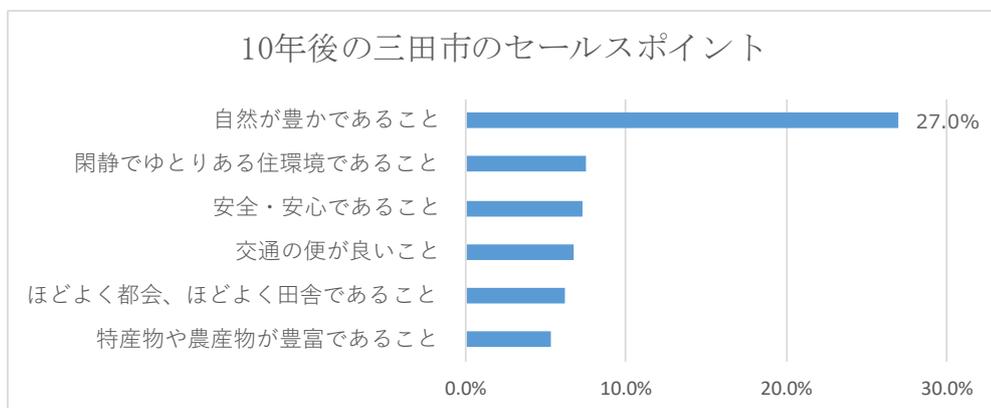
▶ アンケートの結果

①「暮らしやすさの主な理由」について

- 暮らしやすい（暮らしやすい・まあまあ暮らしやすい）と答えた1,435人のうち、主な理由を「自然環境」とした人が889人（62.0%）と最も多い結果となりました。

②「10年後の三田市のセールスポイント」にできることについて

- 1,516件の回答のうち「自然が豊かであること」と回答した人が410件（27.0%）と最も多く、自然の豊かさを三田のセールスポイントと考える市民が多いことが分かりました。



※ アンケート回答の上位項目を掲載しています。

- ・ これらの結果は、三田市観光ビジョン検討会議で議論した、三田市の観光の強みとして「自然の魅力」を挙げていることを裏付けるものとなっています。

イ 三田市の観光の課題と対策の方向性

三田市の観光の強み・弱み、機会・脅威をもとに、三田市の観光の課題と対策の方向性を以下のとおり整理しました。

課題	対策の方向性
(ア) 観光資源(ヒト・モノ・コト)が点在し、相互に連携した取組みが十分にできていない	<ul style="list-style-type: none"> ・ 「チーム三田」による市民・事業者・団体・行政のネットワークづくり ・ 魅力的な観光コースや周遊ルートの造成 ・ 兵庫県や他自治体などとの広域連携
(イ) 観光地としての認知度が低く、観光に関する情報整理が不十分で、効果的な情報発信ができていない	<ul style="list-style-type: none"> ・ 観光資源の掘り起こしと磨き上げによる魅力あるコンテンツづくり ・ 観光資源の整理と多様な情報発信基盤の整備による発信力の強化
(ウ) 市民が三田の魅力に気づいていない、三田を十分に楽しみきれしていない	<ul style="list-style-type: none"> ・ 市民が三田の魅力を見つけて楽しむ仕掛けづくり ・ 「観光まちづくり¹²⁾」による市民参画の仕組みづくり ・ 市民が観光や地域について学ぶことができる人材育成の場づくり

¹²⁾ 地域が主体となって、自然、文化、歴史、産業、人材など、地域のあらゆる資源を生かすことによって、交流を促進し、活力あふれるまちを実現するための活動をいいます。

4 三田市が目指す観光振興の姿

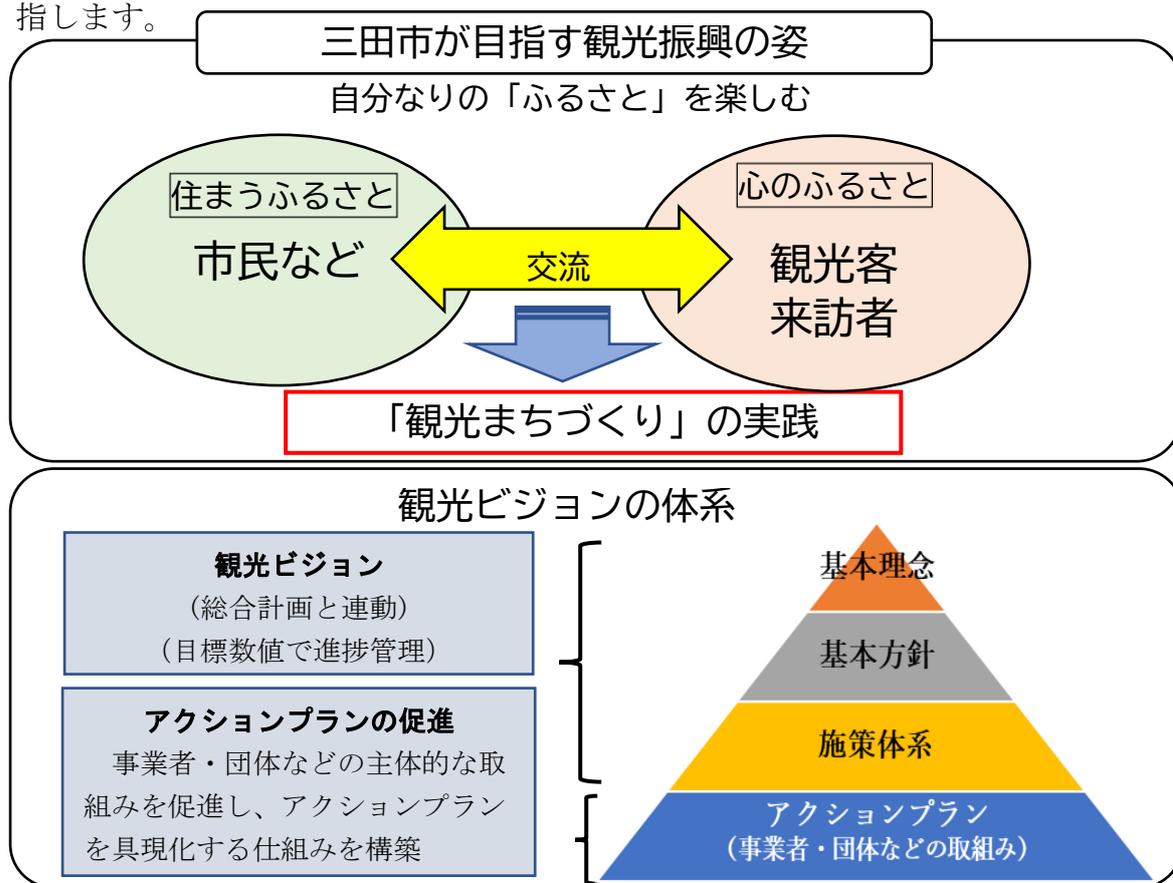
三田市は観光振興において、多様な市民など¹³が、自ら地元の暮らしの中にある魅力に気づき楽しみ、自然・文化・歴史・産業・人材など、地域のあらゆる資源を生かすことによって市内外の交流を促進し、活力あふれるまちを実現するための活動である「観光まちづくり」を実践するものです。

市民は、これまで気づけなかった三田の暮らしの中にある地域の魅力を発見し、一年を通して多様な観光コンテンツを体験します（住まうふるさと）。観光客や来訪者は、阪神間からのアクセスの良さを生かして、いつでも気軽に訪れることのできる三田で、豊かな自然や様々な文化、観光資源を体験することでリフレッシュします（心のふるさと）。

三田を訪れた観光客や来訪者が多様な三田の魅力に触れて、体験して、そして市民と交流することで、三田に愛着を感じ、三田が心のふるさととなることを目指します。

こうした「着地型観光」を強化することで、観光を通じた経済活動を促進し、地域の発展を図り、三田のまちづくりに関わる人を増やすことで、まちに活力と経済の循環による豊かさを創出します。

三田市は観光振興において、ふるさと¹⁴に帰ってきたかのように自分らしくゆったりと過ごせるまち、ふるさとに帰るかのように何度も訪れたいくなるまちを目指します。



¹³ ここでいう「市民など」とは、市民だけではなく、観光業に携わる事業者や関係団体、関係人口など三田市の「観光まちづくり」に関わる全ての主体をいいます。

¹⁴ ここでいう「ふるさと」とは、それぞれの人の心の拠りどころとなるところであり、市民だけでなく、来訪者にとっても未来のふるさととなることを目指します。

5 基本理念

三田市が目指す観光振興の姿に基づき、観光ビジョンを策定する際の基本的な考えとなる以下の3つを基本理念とします。

- (1) 農村・市街地・ニュータウンからなるまちの魅力を、それぞれの背景にある重層的な歴史や生活文化をふまえて、三田ならではの多様なストーリー性のあるコンテンツに磨き上げます
- (2) チーム三田で協働し、地域の魅力をつないで発信します
- (3) 三田ファンを増やし、まちの活性化を図ります

(1) 農村・市街地・ニュータウンからなるまちの魅力を、それぞれの背景にある重層的な歴史や生活文化をふまえて、三田ならではの多様なストーリー性のあるコンテンツに磨き上げます

三田市は農村部と市街地、ニュータウンが共存し、多様な暮らしや営みなどの資源が地域ごとにまとまった住みよいまちであり、それぞれのエリアには重層的な歴史や文化、暮らしが根付いています。また季節を感じる豊かな農作物を活用した地場産レストラン構想や、県立有馬富士公園に建設が予定されている「地球アトリエ」など、三田ならではの新たな魅力と可能性にあふれています。これらの資源をストーリー性のあるコンテンツに磨き上げることで、改めて地域を見つめ直し、これまでにない新しい価値を生み出すことができます。

今後は、より住みやすい成熟した都市への転換を図り、人口減少社会、超少子高齢社会に適応するためにも、観光を切り口にこうしたまちの多様性を生かすことで固有の資源を守り育て、三田市独自の観光振興につなげます。

(2) チーム三田で協働し、地域の魅力をつないで発信します

「チーム三田で協働する」とは、三田市観光協会を軸とし、観光業に携わる事業者や関係団体はもちろん、市民や関係人口¹⁵など三田市の「観光まちづくり」に関わる全ての主体と行政が共通の目的に向かって協力して活動することです。

こうしてチーム三田で協働して地域の魅力をつなぎ、地域内外にそれぞれが多様に情報発信を行うことにより地域の認知度を高め、三田市のブランド向上につなげます。

(3) 三田ファンを増やし、まちの活性化を図ります

「観光まちづくり」の主役は市民です。まずは三田に住む市民が、地元の暮らしの中にある多様な魅力を見つけ、自ら体験し、楽しむことで三田を好きになることが大切です。市民が愛するもの、思わず誰かに話したくなるような三田の魅力は、市外からの観光客や来訪者を惹きつける大きな力になります。

このように、観光を契機に市民が三田をもっと好きになり、観光客や来訪者も三田ファンとなっていくような好循環を創り出し、さらには、「観光まちづくり」

¹⁵ 移住した「定住人口」でもなく、観光に来た「交流人口」でもない、地域や地域の人々と多様に関わる人々をいいます。 出典：総務省ホームページ

に関わる活動人口を増やしていくことによりシビックプライド¹⁶を醸成します。

市内外の三田ファンが増加することにより、交流人口や関係人口の増加とあわせて経済消費が活性化する好循環につなげ、まちの賑わいを創出します。

6 基本方針

三田市が目指す観光振興の姿を実現するための基本的な3つの方針を以下に掲げます。

基本方針Ⅰ 見つめる

〔魅力あるコンテンツづくり〕

基本方針Ⅱ 広がる

〔地域の魅力を発信〕

基本方針Ⅲ つながる・育む

〔ネットワークづくり、人材育成〕

7 施策体系

3つの基本方針の方向性と主な取組みについて整理した施策体系を以下に記します。

(1) 基本方針Ⅰ 見つめる 〔魅力あるコンテンツづくり〕

～三田らしいコンテンツからなる「たび」の提案～

『ふれあいたび三田』

里山、食、アウトドア・キャンプ、アートなど多様な三田の魅力とふれあう「たび」、何度も繰り返し会いに行きたくなる魅力的な人とふれあう「たび」を提案します

『学びたび三田』

農村、市街地、ニュータウンそれぞれに積み重なる歴史や生活文化から地域の暮らしぶりを学ぶ「たび」、里山をフィールドにした自然体験から学ぶ「たび」を提案します

ア ストーリー性のある三田らしい観光コンテンツの磨き上げ

【方向性】

- ・ 里山、食、城下町、まち歩き、スポーツ、キャンプなど、多様な観光資源の紹介に留まらず、そこで生活し活動している人の魅力を含めたストーリーを見せることで、より共感が得られるような上質な観光コンテンツに磨き上げます
- ・ 住まうように楽しめるコンテンツづくりを行い、ふらりと訪れたいくなるような、何度も訪れたいくなるようなふるさと意識の醸成を図ります
- ・ 新たに創り出される体験が子どもたちの記憶に刻まれることで、「未来の

¹⁶ 都市に対する市民の誇りや愛着を表す言葉です。また、自分自身が関わって地域を良くしていくとする、当事者意識に基づく自負心のことをいいます。

ふるさと」となることを目指します

【主な取組み】

- ・ 遠くまで出かけるのではなく、気軽にふるさとに帰るような旅のコンテンツづくり
- ・ 週末農業、週末キャンプ、週末ハイキングなど、自分なりの週末や休日を楽しむかのように気軽に出かけられる「週末ふるさと」を楽しめるコンテンツづくり
- ・ 里山の暮らしを体験できるプログラムづくり、農家民泊などの検討
- ・ 豊かな里山などの自然を生かしたサイクリングやキャンプなどアウトドアのコンテンツづくり
- ・ 観光資源としての古民家などの保存活用
- ・ 三田肉や三田の豊富な農産物などを使用する地場産レストラン、点在するオリジナルな店が生み出すスイーツ、気軽に立ち寄れる三田駅前飲食店街など、三田の豊富な食文化が楽しめる更なる機会の創出
- ・ 武庫川沿いに連なる三田ならではの桜並木を生かしたコンテンツづくり
- ・ ニュータウン、里山、歴史ある観光スポットなどを彩る紅葉を生かしたコンテンツづくり
- ・ 歴史まち歩きや三田青磁、ガラス工芸体験など三田の特有の歴史や文化が楽しめるコンテンツづくり
- ・ マスターズマラソンやサイクリング、ノルディック・ウォーキングなど様々なスポーツアクティビティの提供
- ・ 博物館などの教育研究施設を生かしたコンテンツづくり
- ・ 大学生や高校生など若い世代の視点を取り入れたコンテンツづくり
- ・ ふるさとの歴史や自然を生かした子どもの体験・学びにつながるコンテンツづくり

イ 観光コンテンツの周遊ルート化

【方向性】

- ・ 三田に点在する観光コンテンツをつなぎ合わせ、広域連携も含めた多様な周遊ルートを造成します
- ・ 一つの場所だけを訪れるのではなく、より長い時間三田を楽しめる観光コンテンツを造成します
- ・ 三田ならではの宿泊型観光コンテンツを造成します

【主な取組み】

- ・ 滞在型観光コンテンツの整備、ツアーの造成
- ・ 農村、市街地、ニュータウンの多様な歴史や暮らしを巡るコンテンツづくり
- ・ 公共交通機関と連携した広域をフィールドとした周遊ルートづくり
- ・ 人気のスポット県立有馬富士公園を核として、子どもたちが自然や芸術にふれることができる「地球アトリエ構想」や、三田の魅力をつなぎ合わせたルートづくり
- ・ 多世代のグループや家族と一緒に 1 日を過ごした後で、好みに応じて選べる個性的な宿泊手段

ウ 社会情勢に応じたコンテンツづくり

【方向性】

- ・ 国内外の様々な社会情勢や流行の変化に柔軟に対応することで時機に即したタイムリーな観光コンテンツづくりを行います

【主な取組み】

- ・ WITHコロナの時代にふさわしい、「新しい生活様式」に対応した観光コンテンツづくり
- ・ 在住外国人が楽しむことができるコンテンツを整え、更にインバウンドの回復時期を見据えた、訪日外国人を魅了する体験型コンテンツづくり

(2) **基本方針Ⅱ 広がる** 〔地域の魅力を発信〕

ア 旅マエ、旅ナカ、旅アトの観光情報の整備・発信

【方向性】

- ・ 旅行の計画に必要な旅マエ情報、旅行中に役立つ移動手段や食文化などの旅ナカ情報、そしてまた来たくなるような旅アト情報を、オンラインなどを活用し、旅のシーンに応じて効果的に発信します
- ・ 住む人、訪れる人が、自らが発信者となってSNSなどで三田の魅力を発信・拡散する仕組みをつくります
- ・ 兵庫県や他自治体などとの広域連携による情報発信を活用します

【主な取組み】

- ・ ホームページや観光パンフレットなどを活用し、必要な観光情報が容易に入手できる旅マエ情報の整備と発信
- ・ 三田市総合案内所及び召しませ三田観光物産コーナーにおける対面でのおもてなしと旅ナカ情報の提供
- ・ キャンペーンや企画を通じてSNSの利用を促し、また来たくなるような旅アトの仕掛けづくり
- ・ SNSなどによるタイムリーな観光情報の発信
- ・ 三田市公式インスタグラムなどのSNSを活用した個人が魅力を発信する仕組みづくり
- ・ 市内外の観光地や事業者など様々な事業主体と連携し、互いの情報を発信しあうことで、情報発信力を高める仕組みづくり
- ・ 阪神北県民局、公益社団法人ひょうご観光本部などと連携した観光情報の発信

イ 人の魅力で発信

【方向性】

- ・ 地元いち押しの情報を地域に根ざして活動する「輝く人」が発信します

【主な取組み】

- ・ 世界的に活躍する「さんだ夢大使」である新宮晋氏と小山進氏の影響力を生かして三田の魅力情報を発信
- ・ 市内外のインフルエンサーとの連携で三田の魅力情報を発信
- ・ 地域の様々なシーンで自分らしくいきいきと活動する輝く人を通して三

田の魅力を発信

ウ 多言語による情報発信

【方向性】

- ・ 多言語で観光情報を発信し、在住外国人などの新たな誘客につなげます
- ・ インバウンドの回復を見据え、訪日外国人向けの情報発信に広域連携で取組みます

【主な取組み】

- ・ 多言語観光パンフレットの作成、ホームページなどの整備
- ・ 在住外国人への多言語観光情報の発信
- ・ 在住外国人などを対象としたモニターツアー
- ・ 訪日外国人への多言語観光情報の発信

(3) **基本方針Ⅲ つながる・育む** 【ネットワークづくり、人材育成】

ア ネットワークとプラットフォームづくり

【方向性】

- ・ 市民・事業者・団体・行政が連携を図るためのネットワークづくりを行います
- ・ 市民・事業者・団体などの取組みをサポートする仕組みやプラットフォームづくりを行います

【主な取組み】

- ・ (仮称) 三田市観光推進ネットワーク会議の立ち上げ・運営
- ・ 地域資源などを活用して新たに生まれる観光コンテンツをまとめ、整え、PRする。市民・事業者・団体などの新たなチャレンジを促進・支援し、相互の交流を広げる仕組みづくり

イ 環境整備

【方向性】

- ・ 地域と共に観光の仕組みづくりを進めます
- ・ 来訪者の満足度を高めるため、ソフト・ハードの環境整備を行います

【主な取組み】

- ・ 三田の玄関口である三田駅前での観光情報発信機能の拡充
- ・ 国や県の制度などを活用した観光客の受け入れ環境の整備
- ・ 地域住民の暮らしと観光客や来訪者が調和した受入体制づくりとルールづくり

ウ 人材育成・組織強化

【方向性】

- ・ 事業者・団体が機能的に関わる組織体制の強化を図ります
- ・ 三田市の観光を支える人材育成に取組みます

【主な取組み】

- ・ 三田市観光協会の組織体制の強化と更なる効率的な運営体制の実現

- ・ 大学や高校と連携した、観光などに関心を持つ若い人材の育成
- ・ 個々の事業者・団体が互いに学び合える機会の創出

8 観光ビジョンの推進

(1) 目標数値

	項 目	基準年度 令和元年度	目標年度 令和8年度
1	観光入込客数	3,569千人	3,900千人
2	宿泊客数	155千人	180千人
3	観光消費額	24,594百万円	26,100百万円
4	三田市公式インスタグラムフォロワー数	1,360件	5,500件
5	三田市総合案内所外国人案内件数	1,771人	2,100人

[目標数値について]

- 1 兵庫県観光客動態調査数値に三田市独自の調査数値を加えた年間観光入込客数
- 2 三田市内の宿泊施設の年間宿泊客数
- 3 兵庫県観光関連産業総生産による
- 4 三田市公式インスタグラム「さんだスマイル」のフォロワー数
- 5 三田市総合案内所による外国人の年間案内件数

(2) 推進体制と役割分担

本ビジョンの推進にあたっては、市民・事業者・団体・行政など、三田市の観光に携わるすべての主体が、それぞれの役割を認識し、連携、協働して成果を上げていきます。



(3) 進捗管理

本ビジョンで目指す「観光まちづくり」の目的の達成に向けて、毎年度目標数値の進捗管理を行います。

三田市の観光に携わるすべての主体は、本ビジョンで定める目標数値や各施策・事業の進捗状況を共有し、継続して自ら積極的に取り組むことで、各施策・事業の更なる展開、拡充を図ります。

【参考資料】

三田市観光ビジョン検討会議構成員

	氏名（所属）
1	稲鍵 文彦（三田いちご出荷協議会 観光グループ）
2	岡 明彦（兵庫県阪神北県民局）
3	菊地 凌輔（株式会社マクアケ）
4	古家 良和（デザイン事務所TSUGINI）
5	芝 泰史（神戸電鉄株式会社）
6	杉原 健吾（一般社団法人三田青年会議所）
7	孝岡 正之（ザ・セレクトンプレミア 神戸三田ホテル）
8	寺井 俊裕（ゴボウキカク）
9	西田 和明（三田市）【副座長】
10	野田 年洋（神姫バス株式会社）
11	延岡 由規（国際協力NGO）
12	林 廣一（三田市ゴルフ協会）
13	平岡 杏奈（神戸三田プレミアム・アウトレット）
14	福西 文彦（三田市商工会）
15	福本 優（兵庫県立人と自然の博物館）
16	南 潤（ONE MUSIC CAMP）
17	見野 裕重（三田市観光協会）
18	森 なおみ（株式会社インプリージョン）【アドバイザー】
19	諸富 稜（スタジオMOVEDOOR）
20	安田 潤平（JA兵庫六甲農業協同組合三田営農総合センター）
21	矢萩 典代（三田市）【座長】
22	山内 直也（一般社団法人三田青年会議所）

（敬称略 50音順）