

第2期西脇市観光交流推進ビジョン（案）（概要版）

第1章 観光交流推進ビジョンの概要

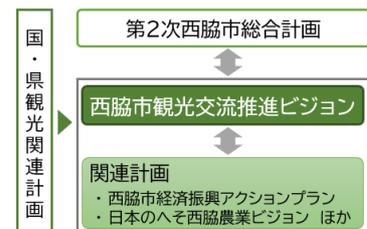
<ビジョン改定の趣旨>

本市では、平成28（2016）年に西脇市観光交流推進ビジョン（前ビジョン）を策定し、将来ビジョン「交流人口が増え、にぎわいが創出されている西脇市」の実現に向けて、観光資源の開発・磨き上げなどを通じた観光交流の推進を図ってきました。

近年、コロナ禍を経て観光交流を取り巻く環境は大きく変化しており、令和7（2025）年度に前ビジョンの終期が到来することも考え合わせ、西脇市観光交流推進ビジョンを改定します。

<ビジョンの位置付け>

本ビジョンは、本市の最上位計画「西脇市総合計画」を補完する分野別計画です。前ビジョンを踏襲しつつも状況に即した新たな取組を加えながら、今後の方向性を示すものであり、西脇市経済振興アクションプランや日本のへそ西脇農業ビジョン等の関連計画と整合を図っています。



<ビジョンの期間>

本ビジョンの期間は、令和8（2026）年度から令和16（2034）年度までの9年間とし、観光交流施策の展開時期の目安を明らかにするため、当該計画期間を前期、中期、後期の3つに区分します。

● 計画期間

	R8	R9	R10	R11	R12	R13	R14	R15	R16
西脇市観光交流推進ビジョン	計画期間								
	前期			中期			後期		
西脇市経済振興アクションプラン	現行計画【R7 - R11】				次期計画【R12 - R16】（見込）				
日本のへそ西脇農業ビジョン	現行計画【R6 - R15】								

第2章 本市を取り巻く観光の現状と課題

<本市と近隣の観光の動向>

- 観光入込客数
 - 本市の観光入込客数は、令和元（2019）年度には126.6万人であったものの、コロナ禍の翌年度は88万人にまで減少。令和5（2023）年以降、観光需要の回復の兆しがあるものの、コロナ禍以前の8割程度の水準
 - 市内での宿泊客は10%未満で、宿泊を伴う旅行観光客の多くが市外に流出
- 主な観光地点別の入込客
 - 市内の観光地点別の入込客は、道の駅・北はりまエコミュージアムが最も多く、西脇市全体の約3分の1（36.3%）。次いで、日本へそ公園、市内3箇所のゴルフ場が多く、上位10箇所で7割以上
- 市内宿泊施設（西脇ロイヤルホテル）の状況
 - 令和4（2022）年度以降、外国人宿泊客数は回復傾向にあり、特に中国、台湾、韓国からの利用が多数。フィリピン、シンガポール、マレーシアといった東南アジアからの宿泊者が増加
- 近隣市町の状況
 - 北播磨地域で観光入込客数が最も多いのは三木市で、次いで加東市、小野市。本市は、加西市や多可町とほぼ同水準

<本市観光の課題整理>

- 西脇市の観光の強み・弱み等
本市観光の強みや弱み等を次のとおりSWOT分析により整理しました。

プラス		マイナス
強み -Strength-		弱み -Weakness-
内 部 環 境	○京阪神から1時間強で豊かな自然環境を有する地理的条件（桜、あじさい、紅葉、ホタル、雲海、河川など）	○温泉がなく、宿泊旅行者が少ない
	○多彩なご当地食材（黒田庄和牛、イチゴ、山田錦）、グルメ（播州ラーメン）	○著名な「観光地」がない
	○地場産業「播州織」「播州釣針」と産業観光コンテンツ	○周遊性が乏しい
	○日本のへそと周辺施設（公園・科学館）	○二次交通手段の不足、観光地が分散、回遊を促すプログラムが不足
	○横尾忠則氏と岡之山美術館・Y字路	○市の知名度が低い
	○歴史が感じられる文化財（旧来住家住宅・コヤノ美術館・西脇小学校）	○観光誘客を担う主体の不在・高齢化
	○特色ある循環型農業	○観光基盤施設の老朽化、バリアフリー等の環境が不十分
	○アウトドア施設・ゴルフ場の立地	○海外客の受入環境が不十分（外国語表記・Wi-Fi・キャッシュレス）
		○観光資源の持続可能性の低下（商業店舗・農家の減、播州織の生産減）

	機会 -Opportunity-	脅威 -Threat-
外部環境	<ul style="list-style-type: none"> ○高齢者人口の増加 ○食・グルメに関心を持つ女性の存在 ○体験型観光等への関心の高まり、個人単位での旅行を重視する傾向 ○ワーケーションや二地域居住などの多様な生活スタイルの進展 ○コロナ禍で高まったアウトドアニーズ ○日本農業遺産の認定、世界的な日本酒・和食ブーム ○東播磨南北道路等の開通、神戸空港の国際線就航、神戸バスターミナル整備 ○多様な大型イベントの継続的な開催（万博、ワールドマスターズゲームズなど） ○ライドシェア、民泊などの規制緩和、次世代モビリティの進化 	<ul style="list-style-type: none"> ○人口減少・若年層の減少が進行し、国内旅行市場が縮小する可能性が高い ○外国人客・国内宿泊客に選ばれていない（県内主要観光地（大阪・京都等）と比較して） ○オーバーツーリズム（観光公害）の発生 ○若年層を中心とした自動車離れ ○価値観・娯楽の多様化 ○本市周辺で進むビジネスホテルの立地 ○JR加古川線の利用低迷・公共交通の在り方についての議論の提起 ○激化する地域間・自治体間競争（各自治体が観光振興に注力）

● 観光の課題と対策の方向性

- 観光推進体制が不十分
観光推進団体や民間事業者との協力、近隣市町等との連携など推進体制の強化
観光意識・おもてなし意識の醸成や観光誘客を担う人材の育成・確保が必要
- 短時間滞在が中心で経済波及効果が限定的
来訪者の多くが短時間滞在か通過型の観光
核となる拠点施設等が少なく、地域経済への効果が限定的
広域連携を強化し、周遊型や体験型の観光の充実が必要
- 本市の認知度が低く、効果的な情報発信ができていない
観光資源の掘り起こしや磨き上げにより魅力あるコンテンツづくりの強化
情報発信基盤の整備等による発信力の強化
- 市内の交通手段が充実していない
来訪者の多くが自動車等の車両利用
市内観光の移動では公共交通機関の利用が不便
- インバウンドへの対応が不十分
訪日外国人旅行者がほとんどなく、受入環境の整備が不十分
環境整備と外国人旅行者のニーズ把握と興味を持ってもらう機会の提供

第3章 観光交流の推進に向けた基本方針

観光交流による経済的効果の創出を第一としつつ、観光交流の推進を地域の経済や社会の発展につなげ、地域の財産を次世代に受け継いでいくことで、地域と旅行者の双方が観光のメリットを実感できる持続可能な観光の実現を目指します。

基本目標 まちの未来を築く観光交流の好循環の実現
 ～地域資源を生かし、地域の魅力を高める観光～

第4章 観光戦略の展開

< 観光戦略の体系 >



< 基本戦略 >

基本戦略1 地域資源を生かした観光の魅力づくり

本市が有する食資源やこれまで培われてきた歴史・文化、そして豊かな自然といった特色ある地域資源を活用・保全し、競合する観光地との差別化を図りながら、新たな価値を創出するとともに、点在する魅力を有機的に結びつけることで、観光の魅力向上と観光交流を通じた経済的効果の創出を図ります。

01 西脇グルメの魅力向上

(具体的な取組)

播州ラーメンの周知・ファン層の拡大、西脇ローストビーフ知名度の向上・普及、市内飲食店の情報発信及び消費拡大、食の体験型観光の推進 など



02 継承されてきた資源の活用・保全

(具体的な取組)

歴史文化資源の保存・活用、自然資源の活用・保全、中心市街地の資源の活用・保全、新たな観光資源となり得る資源の発掘・活用、「日本のへそ」の資源の活用

03 周遊・滞在を促す観光コンテンツの造成

(具体的な取組)

周遊モデルルートの形成・情報発信、店舗と観光交流施設の連携による誘客促進、ナイトタイムエコノミーの推進、コンベンション等の受入れ促進 など

基本戦略2 観光交流の受入環境・体制の整備

本市を訪れる観光客が快適に滞在し、円滑に周遊できるよう、観光交流施設の整備をはじめとした受入環境の充実・向上を図るとともに、将来にわたって可能な観光交流の実現に向け、観光交流を促進する担い手の確保・育成と、関係機関と連携した地域一体の観光交流推進体制の強化を図ります。

01 観光交流の基盤整備

(具体的な取組)

観光案内施設の機能強化、北はりま田園空間博物館総合案内所(道の駅)の機能強化、レクリエーション施設等の機能強化、観光案内サイン等の拡充・整備促進、外国人等の受入環境の整備 など



02 移動環境の整備

(具体的な取組)

二次交通の確保、シェアサイクル・マイクロモビリティ等の導入、一次交通の充実・利用促進、新たな運送形態の導入に向けた検討

03 担い手の発掘・育成

(具体的な取組)

観光ガイド人材の育成・活用、ふるさと観光交流大使(仮称)の起用、観光意識・おもてなし意識の醸成、地域産品を生産する担い手の育成・確保

04 観光推進体制の強化

(具体的な取組)

観光物産協会の運営体制の強化、観光関連事業者の相互の連携体制の強化、観光交流施設等の危機管理体制の強化、観光データの収集・分析・活用、国庫補助金等の特定財源の活用

基本戦略3

にぎわい創出による交流人口の拡大

時代のニーズに合わせたニューツーリズムや地域資源を活用した交流を推進し、地域ならではの体験価値を提供するとともに、交流イベントや広域プロモーションの展開を通じて、ファンづくりと来訪者のリピーター化を図り、市外からの誘客を促進します。

01 交流イベント等でのにぎわい創出

(具体的な取組)

日本のへそ西脇夏まつりの開催、地域資源を生かした交流イベントの開催、住民主体の地域イベントの開催



02 ニューツーリズムの推進

(具体的な取組)

産業観光の推進、アグリツーリズムの推進、健康をテーマとしたツーリズムの推進、ユニバーサルツーリズムの推進、エコツーリズム・グリーンツーリズムの推進、ひょうごフィールドパビリオンを活用した誘客の促進 など

03 西脇市のファンづくり・育成

(具体的な取組)

観光交流イベントを通じた関係づくり、ふるさと住民登録制度等の活用、ふるさと納税を活用したファンの拡大、来訪者のリピーター化、多様なイベントとの連携による交流機会の創出 など

基本戦略4 広域連携・民間活力による観光交流の推進

近隣自治体等との連携を強化し、広域観光を展開することで、発信力の強化と観光交流の機会拡大を図ります。また、誘客ノウハウ等を有する多様な事業者と連携し、滞在型旅行などの新たな観光ニーズの掘り起しに取り組みます。

01 近隣自治体と連携したルート形成

(具体的な取組)

定住自立圏での連携による誘客活動、丹波地域との連携に向けた働き掛け、西脇北バイパス・東播磨道の全線開通を踏まえた広域観光の推進 など

02 民間の活力を生かした新たな観光交流の促進

(具体的な取組)

ニューツーリズム等に取り組む事業者との連携、ワーケーション等の受入環境の整備、発信力の高いコンテンツとの連携

基本戦略5 観光情報発信の強化

旅マエから旅ナカ、旅アトまでの各段階において、ウェブツールなども活用しながら、戦略的で効果的な情報発信を行うとともに、旅行事業者・交通事業者・マスメディアに対して積極的なプロモーションを展開することで、市外からの誘客を促進します。

01 ウェブツールを活用した情報発信

(具体的な取組)

ホームページによる情報発信の強化・充実、タイムリーな情報発信力の強化、SNS等を活用した情報発信及び拡散



02 旅マエ・旅ナカ・旅アトの観光情報の整備・発信

(具体的な取組)

多様な媒体による継続的な情報発信、デジタル技術を活用した情報発信、各観光施設における相互案内の推進、来訪を促す情報発信の検討

03 ターゲットに合わせたプロモーションの充実

(具体的な取組)

旅行事業者・交通事業者へのプロモーション強化、メディアへの戦略的プロモーションの展開、効果的な情報発信ツールによる訴求、マーケティングに基づく情報発信、インバウンド向けプロモーション

<ビジョンの推進体制>

● 推進体制

「まちの未来を築く観光交流の好循環の実現」を目指し、市、観光物産協会をはじめ、民間事業者や市民も含めたあらゆるステークホルダーによるパートナーシップを強化していくことで、本ビジョンを強力に推進していきます。

● K P I の設定と効果検証

本ビジョンの推進状況を把握するため、西脇市総合計画・後期基本計画のまちづくり指標を踏まえて、次のとおり K P I を設定します。また、本ビジョンを効果的に推進するため、K P I の進行管理や観光関連団体との意見交換など、P D C A サイクルによる検証を実施します。

【K P I（重要業績評価指標）】

指標	現状値	中間目標値	最終目標値
年間観光入込客数	1,080 千人 (R 6 年度)	1,270 千人 (R 12 年度)	1,350 千人 (R 16 年度)
市内での 1 人当たり旅行消費額	9,053 円 (R 6 年度)	9,500 円 (R 12 年度)	10,000 円 (R 16 年度)
市内旅行者の満足度	21.1% (R 6 年度)	25% (R 12 年度)	30% (R 16 年度)
地域資源を生かした取組が進み、観光交流が活発になってきていると感じる市民の割合	25.9% (R 6 年度)	33% (R 12 年度)	40% (R 16 年度)
観光物産協会 SNS へのアクセス数	130,890 件 (R 6 年度)	140,000 件 (R 12 年度)	150,000 件 (R 16 年度)

第 2 期 西脇市観光交流推進ビジョン（概要版）（案）

令和 8（2026）年 月 策定

発行者：西脇市 編集：産業活力再生部商工観光課
〒677-8511 兵庫県西脇市下戸田 128 番地の 1
TEL：0795-22-3111(代) FAX：0795-22-1014
URL：<https://www.city.nishiwaki.lg.jp/>