

改訂版

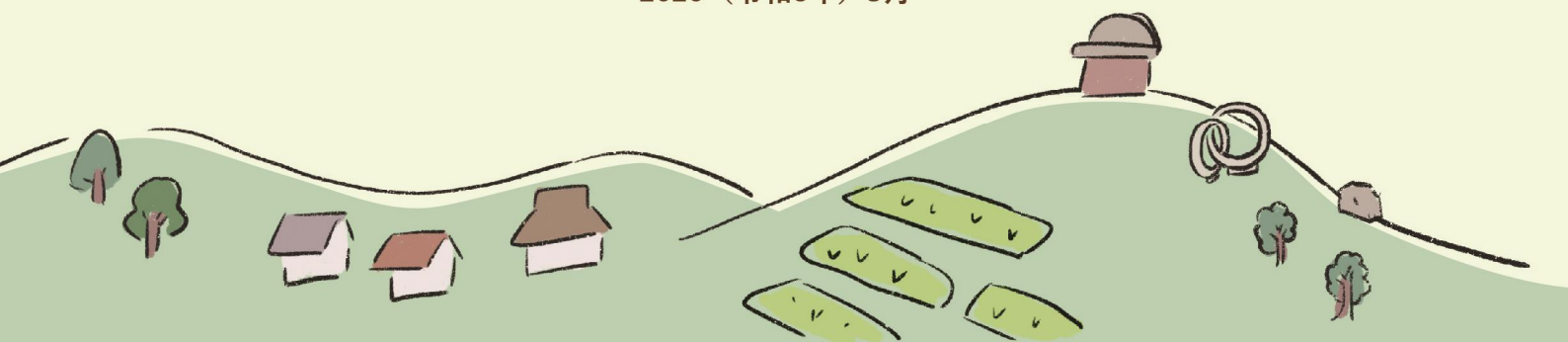
第二次猪名川町観光振興基本計画

自然好きが集まる 『猪名川まるごとオープンフィールド』



猪名川町

2026（令和8年）3月



目次

第1章 観光振興基本計画とは	1
1 策定の背景・目的	1
2 計画の位置づけ	1
3 計画期間	2
第2章 本町の観光の現状と課題	3
1 計画の検証評価	3
2 本町の観光の状況	5
3 本町の観光を取り巻く動向	11
4 本町の観光に対する意向	15
5 本町の観光に関する課題	20
第3章 本町の観光の将来像	22
1 本町の観光の考え方	22
2 将来イメージと将来像	23
第4章 観光施策	26
1 戦略（施策の柱）	26
2 施策と取り組み	27
第5章 計画の推進	33
1 推進体制の仕組み	33
2 観光関連団体などとの連携・協働	33
3 数値目標	34
4 みんなでつくるチャレンジプロジェクト	35
資料	43

第1章 観光振興基本計画とは

1 策定の背景・目的

本町では、2016（平成28）年3月に「猪名川町観光振興基本計画」を策定し、「何度でも訪れたくなる 笑顔のまち 猪名川町」を将来像として、交流人口の拡大や滞在時間の延長など、観光振興に関するさまざまな取り組みを進めてきました。

その中で、大野山の整備、道の駅いながわの活性化、多田銀銅山遺跡の国史跡指定に伴う保存活用計画の策定、観光推進体制の強化など着実に成果を重ねてきました。

一方で、国では、2017（平成29）年に「観光立国基本計画」が、兵庫県では2020（令和2）年に「ひょうごツーリズム戦略」が改定され、観光行政全体の方向性が見直されました。

さらに、2019（令和元）年からの新型コロナウイルス感染症の影響により、国内外の移動や社会・経済活動が大きく制限され、観光需要は急激に落ち込みました。このような不透明な状況を踏まえ、本町では計画期間を1年間延長し、情勢の推移を見極めながら対応してきました。

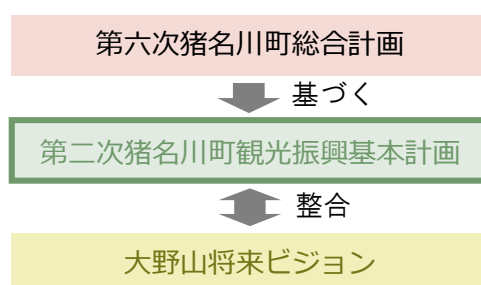
観光は、「移動と交流」を前提とする産業であることから、感染予防の徹底はもちろん、新しい生活様式や観光の価値観の変化に対応した施策展開が求められています。本町においても、社会情勢の変化に対応しつつ、観光に携わる方々や住民の皆さまと協力しながら、観光資源の磨き上げや活用、交流の促進、地域経済の循環と地域の活力の向上につなげていくことが必要です。こうした考えのもと、2022（令和4）年に、観光分野における本町の将来像と具体的な取り組みを示した「第二次猪名川町観光振興基本計画」を策定し、4年間取り組んできました。

しかし、計画期間内において、本町の観光振興に関する基本的な課題や方向性は大きく変化していません。そのため、計画全体を抜本的に見直すのではなく、社会情勢の変化やポスト大阪・関西万博の動向など踏まえ、必要な部分の修正と計画期間の見直しを行い、「第六次猪名川町総合計画」の期間と整合させることが適切であると判断しました。以上の理由から、本計画の改訂版を策定するものです。

2 計画の位置づけ

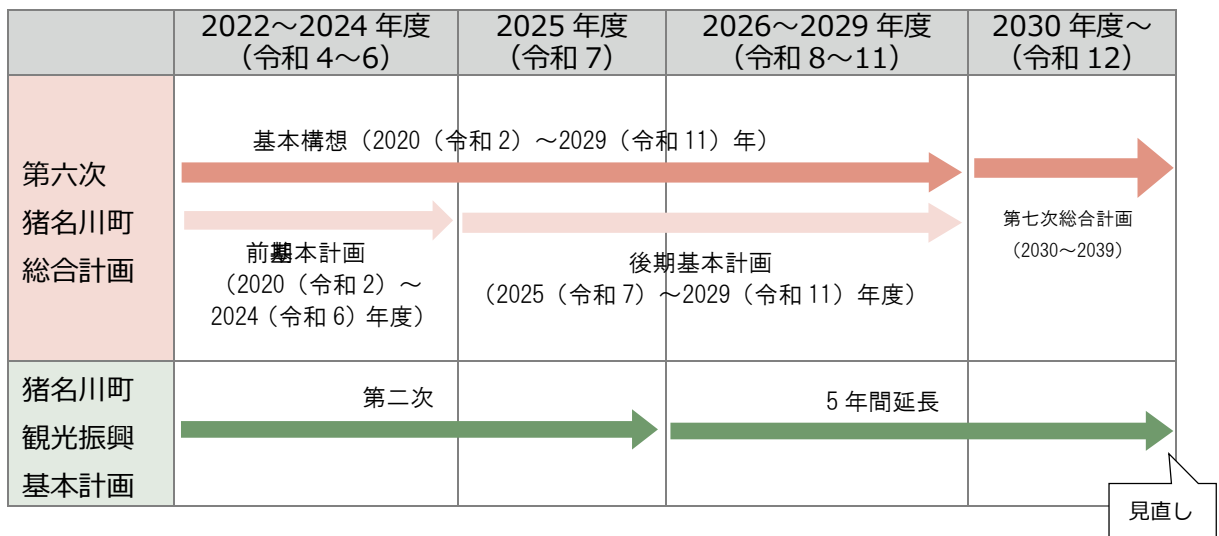
「第二次猪名川町観光振興基本計画」は、「第六次猪名川町総合計画」に基づき、その他関係計画とも整合を図りながら、観光分野からその実現をめざすものであり、町全域を対象としています。

また、大野山については、地域の特性や将来像をより的確に示すため、別途「大野山将来ビジョン」を策定します。



3 計画期間

第二次猪名川町観光振興基本計画計画期間は、当初2022（令和4）から2025（令和7）年度までとしていました。しかし、この期間において、本町の観光振興に関わる大きな環境変化は見られず、また総合計画との整合性を図る必要があることから、計画期間を2030（令和12）年度まで延長することとしました。



第2章 本町の観光の現状と課題

1 計画の検証評価

(1) 前計画の検証評価

2016（平成28）年3月に観光振興基本計画を策定し、当初は2020（令和2）年度を目標年度として施策を推進してきましたが、新型コロナウイルス感染症の影響から1年延長し、2021（令和3）年度までが計画期間となりました。その計画で設定した目標値に対する達成状況は以下のとおりとなりました。

「観光入込客数」については、目標には達成していませんが増加傾向にあります。

「道の駅いながわの他に立ち寄ったところがある人の割合」、「道の駅いながわ来訪者の一人あたりの旅行消費額」は、調査方法が計画策定時と異なるものの、両方とも増加しています。

「観光ボランティアガイドの案内人数」は、新型コロナウイルス感染症の影響が出る前（2019（令和元）年度）は目標を達成しています。

観光客の受入環境の整備については、各種団体への呼びかけや連携の推進とともに、観光協会の機能強化にも取り組んでいます。

この他、道の駅については、活性化に向けた協議・検討を行いました。また、大野山については、将来のあり方について関係者との協議や各種環境整備などを行い、多田銀銅山遺跡については、史跡多田銀銅山遺跡保存活用計画と整備基本計画を策定しました。

■成果指標

		指 標	目 標 (2020(令和2)年度)	実 績 (2020(令和2)年度)
総合目標		観光入込客数の増加	123万人	117.5万人 (2019(令和元)年度)
取り組み方針ごとの目標	滞在時間の延長と観光消費の拡大を図ります	道の駅いながわの他に、町内の観光地に立ち寄ったところがある人の回答（過去も含めて）	65%	67% ^{※1}
		道の駅来訪者の一人あたり旅行消費額（宿泊費を除く）	2,000円	2,046円 ^{※1}
	猪名川町の魅力を積極的に発信します	観光ボランティアガイドによる案内した人の数	1,800人	479人 (2019(令和元)年度：2,504人)
		観光協会ホームページのアクセス数	15,000人	23,510人
	観光客の受入環境を充実します	住民アンケートによる観光施策満足度	3.0 ^{※2}	2.53 ^{※2} (2018(平成30)年度)
		プラットフォームの参画者数	100人	43人 ^{※3}

※1：2020（令和2）年の実績は、町民・周辺住民へのアンケート（web調査）にて実施したため、計画策定時とは調査方法が異なる。

設問内容：「道の駅いながわに行ったことがある」と回答した方にお聞きます。道の駅の訪問時に立ち寄った場所を教えてください。

設問内容：「道の駅いながわに行ったことがある」と回答した方にお聞きます。その際に、道の駅も含めて町内での食事・買い物・入場料等に使用した金額（1日1人当たりの平均額）に近いものを選んでください。

※2：満足度は5段階評価（最高評価5）

※3：プラットフォームの参画者数の43人は、大野山魅力アッププロジェクトの会議（6回）におけるのべ参加者数（町職員は除く）である。大野山以外に、道の駅いながわ活性化プロジェクトと多田銀銅山保存活

用プロジェクトについては、それぞれ関係者などによる会議などは開催してきたが、観光振興の視点での会議ではないため実績には含んでいない。

(2) 改訂時（2025（令和7）年度）の検証評価

本計画については、2025（令和7）年度には大きな変更はせず改訂版とし、改訂時の実績は以下のとおりです。

新型コロナウイルス感染症の影響により生じた観光のスタイルの変化とともに、情報発信の主体の変化として SNS の拡大があげられます。特に猪名川町（公式）と観光協会（公式）との連携したプロモーションは、多くのファン（フォロワー）の獲得につながっています。

ボランティアガイドについては、コロナ禍以降、SNS や Web などの普及により、対面でのガイド案内の減少があるものの、特に教育関連のガイド案内の依頼については増加傾向です。

町全体の観光入込客数としては、本町の一大イベントである「いながわまつり」や「桜まつり」などの会場の収容人数が限界に達していることなどにより、PR の拡大を控えていること。また、町内の観光関連施設の閉鎖や新設、リニューアルなどの増減により、観光客の入込については、大きな変動は見られませんでした。

■成果指標

指 標	目 標 (2025 (令和7) 年度)	実 績 (2025 (令和7) 年度)
観光入込客数の増加	125万人	112.1万人 (2024 (令和6) 年度)
道の駅来訪者の一人あたり旅行消費額（宿泊費を除く）	2,200円	1,490円※1
大野山キャンプ場利用区画の割合	平日30% 休日70%	平日5.9% 休日26.4%
観光協会ホームページのアクセス数	30,000人	41,797人
観光協会 Facebook「いいね！」件数	2,000人	1,693人
Instagram発信数	20,000件	集計不可
観光ボランティアガイドなどの案内人数	3,000人	918人

※1：農産物販売センターとそばの館の総売上額の総売上数の平均

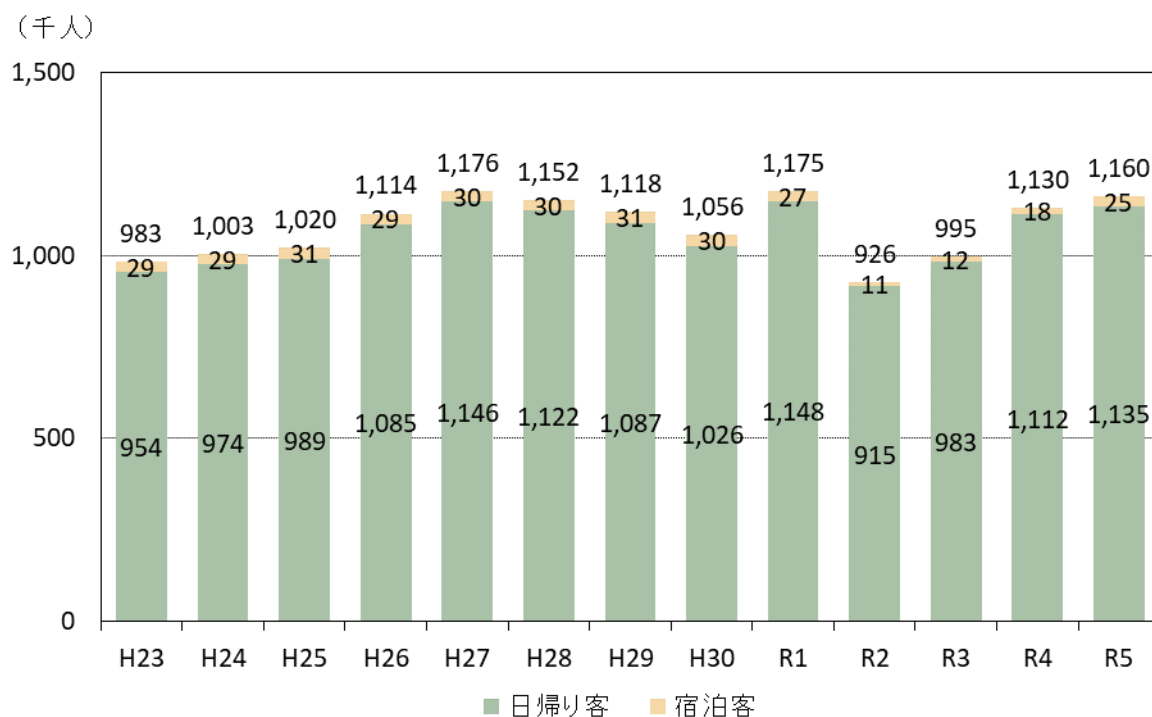
2 本町の観光の状況

(1) 観光入込客数などの動向

① 観光入込客数の推移

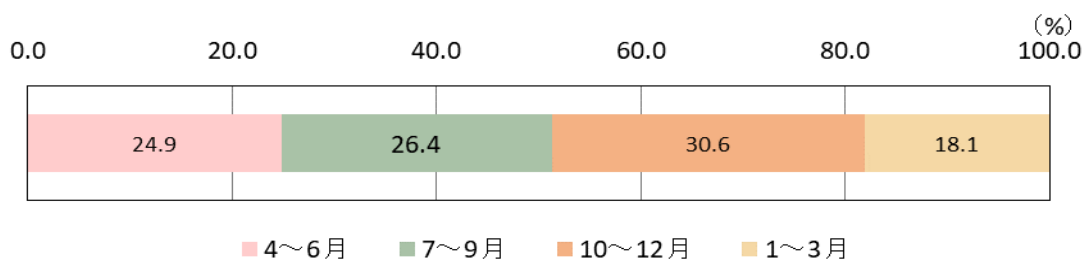
- ・観光入込客数の推移をみると、2019（令和元）年度は増加していますが、翌年度の2020（令和2）年度には新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響により激減し、その後2023（令和5）年度まで微増傾向が続いています。
- ・観光入込客に占める宿泊客の割合は常に2%前後と低く、日帰り観光が中心となっています。
- ・四季別の観光入込客数の割合をみると、冬季は若干少なくなるものの、四季を通じてほぼ同じ割合で訪れられているのが特徴です。

観光入込客数の推移



出典：兵庫県観光客動態調査

四季別の観光入込客数の割合

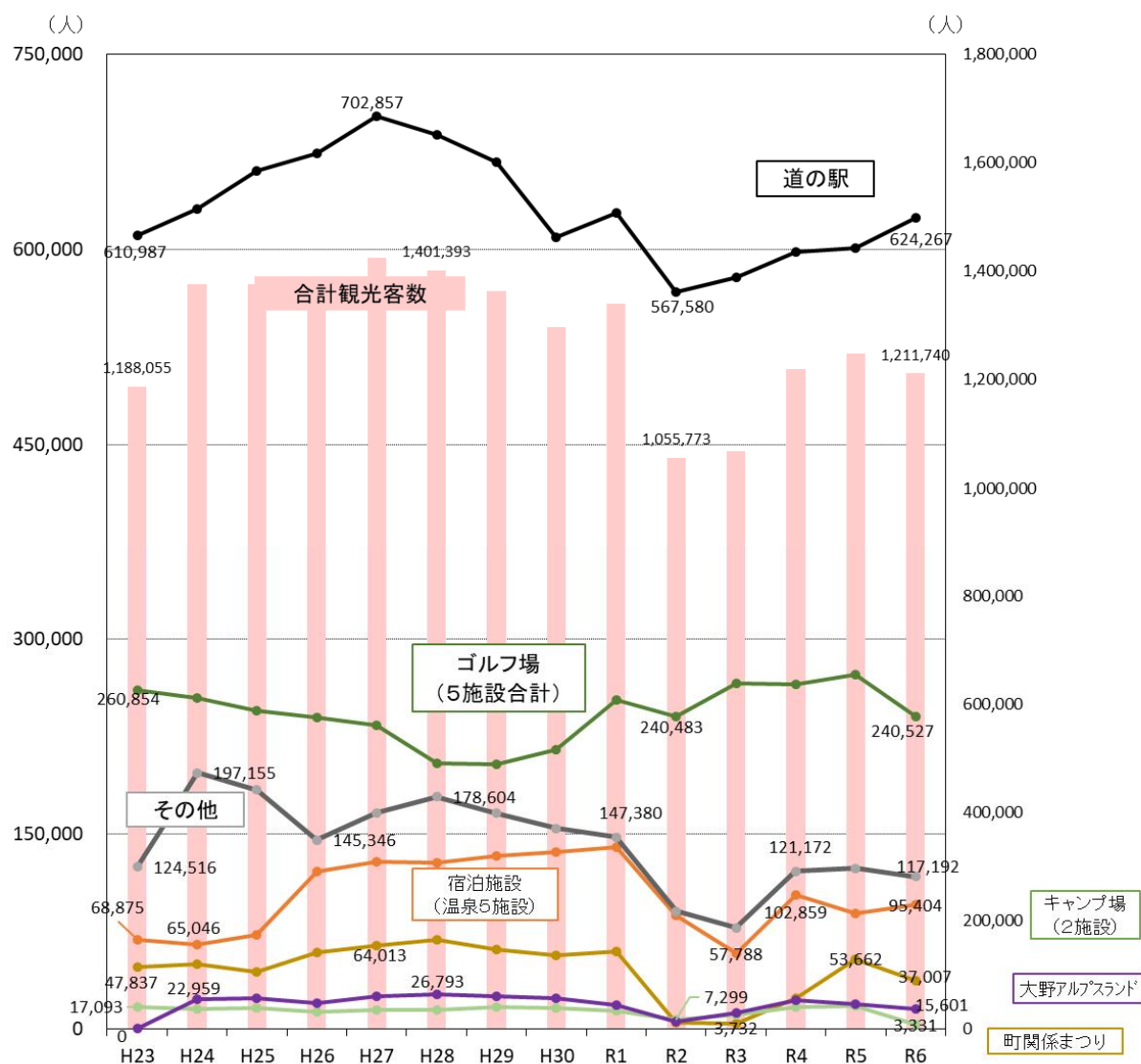


出典：兵庫県観光客動態調査

②施設別の状況

- ・施設別の状況をみると、道の駅いながわの利用者が突出して多く、次いでゴルフ場、宿泊施設の利用者が多いことがわかります。
- ・2020（令和2）年度は新型コロナウイルス感染症の感染拡大により、観光客数はどの施設も軒並み減少していますが、2024（令和6）年度にはほぼ回復しています。
- ・道の駅いながわの利用者数は2015（平成27）年度をピークに減少傾向にあります。
- ・宿泊施設（4施設）は、2012（平成24）年度から新型コロナウイルス感染症の感染拡大前の2019（令和元）年度まで微増傾向が続きました。

施設別の観光入込客数の推移



出典：町提供資料

※宿泊施設として合計している施設数は、2011（平成23）年度、2012（平成24）年度のみ5施設である。2013（平成25）年度以降、1館閉館したことにより4施設となった。

※キャンプ場として合計している施設数は、2019（令和元）年度以降、閉鎖したことにより1施設となった。大野アルプスランドキャンプ場は、来場者数の集計をしていないため含まれていない。

(2) 観光資源

①大野山や猪名川をはじめとした豊かな自然資源

- ・ 阪神地域の最高峰（六甲山系を除く）である大野山では、天文台での星の観測やキャンプが楽しめるほか、360度見渡せる絶景やあじさい園など見所が多くあります。
- ・ 町の中央を流れる猪名川は、川遊びの場として人気があり、特にふるさと館や道の駅いながわ周辺では、川遊びに訪れる多くの家族連れによるにぎわいがあります。
- ・ 町を南北に縦断する猪名川渓谷ライン（県道12号川西篠山線）は、里山と清流を一緒に感じることができ、サイクリングなどのコースとして人気です。
- ・ 内馬場の森・朽原めぐみの森といった里山林や柏原の棚田、屏風岩などの自然景観があります。



大野アルプスランド



柏原地区の棚田



川遊びの様子



猪名川渓谷ライン

②観光の拠点施設 道の駅いながわ

- ・ 道の駅いながわでは、新鮮な町内野菜を購入できる農産物販売センターが人気です。町の特産品であるそばの飲食施設も併設されており、多くの来訪者があります。
- ・ 観光案内所を設置し、観光客に町内の情報を提供するとともに、ニーズの把握に努めています。



そばの館



農産物販売センター

③国の史跡に指定された多田銀銅山遺跡をはじめとする歴史資源

- ・ 銀山地区には、かつての鉱山の採掘跡である間歩（坑道）や代官所跡などが残り、鉱山で栄えたこの地区の歴史散策を楽しむことができます。2015（平成27）年には、多田銀銅山遺跡が国の史跡に指定されました。
- ・ 静思館は茅葺の主屋と土蔵のある大きな民家で、国登録有形文化財として登録されています。館内を観覧できるほか、地域のさまざまな文化活動の場として活用されています。
- ・ 町内のお寺などでは、江戸時代の遊行僧・木喰明満上人が彫像した最晩年の微笑をたたえる仏像を数多くみることができます。
- ・ 町内には歴史街道が通っています。歴史街道とは、歴史を楽しむルートとして、文化と歴史を体験し実感する旅筋をつくり、内外に発信していこうと、関西8府県により形成されています。本町では、日生中央駅から銀山地区にいたる旧街道など3つのコースを歴史街道として整備し、まちの魅力のひとつとして散策いただけるよう情報発信しています。



多田銀銅山遺跡（青木間歩）



静思館



木喰仏



歴史街道

④豊富な食の資源

- ・本町では、豊かな自然と清流が育んだ野菜、米、いちご、ぶどう、しい茸などの農産物が採れます。また、猪肉やそばは本町の特産品として親しまれています。
- ・いちご狩り、しい茸狩り、栗拾いなど農産物の収穫体験ができる農園もあり、四季折々の食の魅力があります。
- ・町内にはベーカリーショップが多く、また特産品である猪肉などの地域資源があることから、商工会では猪名川町らしさをテーマとした情報発信に取り組んでいます。また町内の事業所と来訪者の交流のきっかけづくりを目的として「いなさんぽ事業」を行っており、地域資源として「さつまいも」に着目した事業者紹介マップを作成・発信しています。同事業により事業所や店舗の魅力や特徴を紹介するとともに、猪名川町の魅力発信と来訪促進に努めています。



いちご狩り園



しい茸

⑤宿泊施設・公共施設

- ・町内には、宿泊できる場所として、兵庫県立奥猪名健康の郷、尼崎市立青少年いこいの家などのほか民間の宿泊施設、大野アルプスランドのキャンプ場があります。
- ・宿泊施設では、自然体験やアウトドアプログラムが充実しており、教育、体験施設として多くの人に利用されています。
- ・ふるさと館は本町の歴史にまつわる郷土資料館です。
- ・環境交流館では、メダカなど希少な水生生物を展示しており、環境学習や各種イベントの場として活用しています。

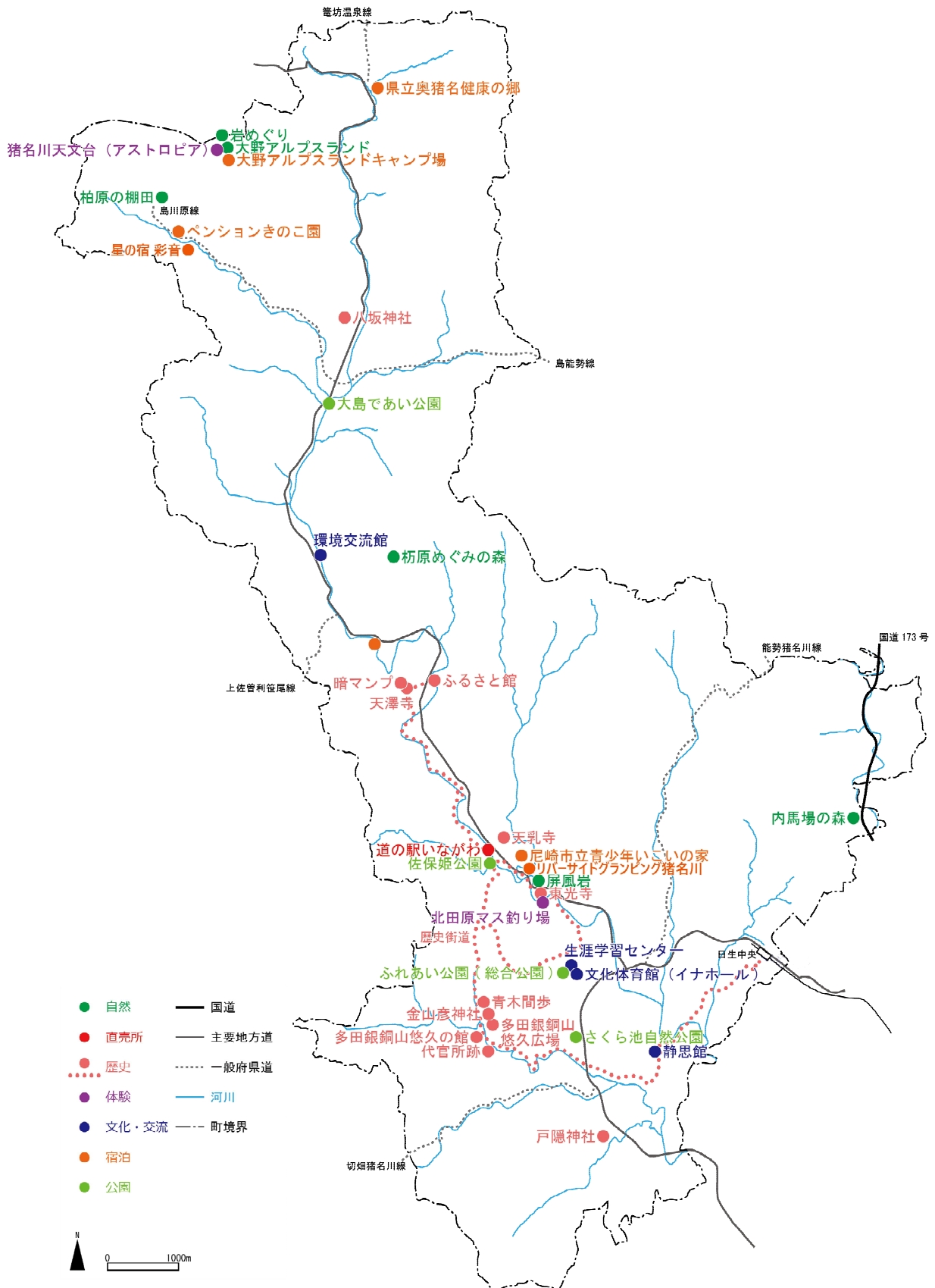


兵庫県立奥猪名健康の郷



ふるさと館

観光資源の分布図



※猪名川町ガイドマップを元に作成

3 本町の観光を取り巻く動向

(1) 関連する社会動向

① 少子高齢化・人口減少社会

全国的に少子高齢化・人口減少が進み、それに伴って観光マーケットも変化しています。また、本町の総人口も緩やかに減少し、その傾向は続くと予測されており、魅力的な観光まちづくりを進めることにより、転出抑制や転入促進に結び付けることが求められます。

② 旅行スタイルの変化

新型コロナウイルス感染症の拡大を経て、旅行スタイルは大きく変化しました。近隣エリアの需要を取り込む屋外を重視した少人数旅行や、新しい働き方に対応したワーケーションなども広がっています。

また、旅行者は自らのニーズに合った観光地を訪れ、「体験」を重視する傾向が強まっていることから、個々の楽しみ方を可能にする観光スタイルの開発が重要となります。

本町は豊かな自然環境に恵まれており、今後もその資源を活かしながら、住民と観光客が共に安心して観光を楽しめる環境づくりを進めていくことが求められます。

③ SDGs、持続可能な社会への関心の高まり

2015（平成27）年の国連サミットにおいて「持続可能な開発のための2030アジェンダ」が全会一致で採択されました。持続可能な世界を実現するための17の目標と169のターゲットから構成され、「地球上の誰一人として取り残さない」社会の実現を目指し、国際社会全体の目標として、経済・社会・環境の諸問題を統合的に解決することを目指しています。

観光分野は社会や経済、自然環境に及ぼす影響が大きいことから、本町の観光振興においても、このSDGsの理念を踏まえながら各取り組みを推進します。

持続可能な開発目標



出典：外務省資料

④デジタルテクノロジーの進展

観光分野においては、Web上で予約・決済を完結させるOTA（Online Travel Agency）や、膨大な口コミを閲覧・検索可能なインターネットからの情報収集が一般化しています。

また、観光地経営においては、ビッグデータに基づく市場分析、AIを活用したオーダーメイドの提案・販売促進活動など、一般消費者の細かなニーズに応えたり、観光体験を豊かにする観光DX（デジタルトランスフォーメーション）の推進が重要となっています。

⑤ポスト大阪・関西万博の動向

大阪・関西万博の閉幕後は、これまで集中していた観光流動の分散化が想定されます。万博を契機に整備された兵庫県内のフィールドパビリオン等で磨き上げられた地域資源をレガシーとして継承し、今後も継続的に周辺地域へ足を運んでもらうための周遊施策として展開していくことが重要です。さらに、こうした取組を通じて本町への新たな誘客の流れを創出することが期待されています。

（２）兵庫県の観光政策の動向

兵庫県は、国の観光政策の基本方針である「観光立国推進基本計画」を受け、地域の特色を生かした具体的施策を実行するための計画を「ひょうご新観光戦略（2023～2027）」として策定しています。同戦略は、兵庫県、県域 DMO であるひょうご観光本部、市町、観光事業者等が連携して推進するものです。

これまでの「ひょうごツーリズム戦略（2020～2022）」の取り組みを踏まえ、2025 年の大阪・関西万博を大きな契機と位置づけ、その成果をレガシーとして後世に継承するとともに、地域資源を最大限に活かした広域誘客と持続可能な観光振興の実現を目指しています。

※DMOとは、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、多様な関係者と協働しながら、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ある。

■ひょうご新観光戦略（概略／2023-2027）

ひょうご新観光戦略は、人口減少や観光需要の変化に加え、大阪・関西万博による広域的な人流の拡大を背景に、兵庫県の観光を「量」から「質」へ転換し、持続可能な地域づくりにつなげることを目的として策定されたものである。

県内各地域が有する自然、歴史、文化、食、産業などの多様な資源を生かし、地域の個性を前面に打ち出した観光の推進を基本方針としている。

万博に向けては、兵庫県を含む関西広域連合と連携した情報発信や周遊促進により、万博来訪者や訪日外国人旅行者を県内へ誘導するとともに、食や伝統産業など兵庫の強みを生かした観光コンテンツの磨き上げを進めてきた。

これらの取組により、県内各地で来訪者の増加と滞在の質の向上が進み、地域資源の価値向上と観光消費の拡大につながっている。

本戦略では、万博を契機に得られた成果を一過性のものとせず、滞在型・体験型観光の充実、デジタル技術を活用した受入環境の高度化、観光人材の育成を通じて、県内全域への効果の定着と観光産業の持続的な発展を図る。

あわせて、都市部と但馬・丹波・淡路など地域間の周遊を促進し、観光を通じた地域経済の活性化と地域生活と調和した持続可能な観光の実現を、県・市町・民間が連携して進めていく。

（３）猪名川町総合計画における本計画の位置づけ

本町のまちづくり全体の指針で最上位計画である「第六次猪名川町総合計画」において、将来像を実現するためのまちづくりの方向として、主に観光に係るものとして「交流・活力をうみだす まちづくり」を掲げています。

その施策としては、「戦略的なシティプロモーションの展開」や「人と経済の好循環を創出する観光の展開」、「まちの特性・魅力を活かした『猪名川ファン』づくり」を定めています。

■第六次猪名川町総合計画（２０２０（令和２）～２０２９（令和１１）年度）

○まちの将来像 “つながり”と“挑戦”幸せと笑顔あふれるまち 猪名川

○まちづくりの方向

- | | |
|--------------------|----------------------|
| 1 交流・活力をうみだすまちづくり | 4 健やかにくらせるまちづくり |
| 2 誰もが挑戦・活躍できるまちづくり | 5 自然と共生し快適にくらせるまちづくり |
| 3 人を大切に育てるまちづくり | 6 安全・安心を守るまちづくり |

○施策

施策 21：魅力創出・魅力発信で交流を生むまち

戦略的なシティプロモーションの展開

- ①住民一人ひとりの猪名川町への愛着・誇りの醸成。
- ②住民や事業者など様々な主体の多様な連携を通じて、新たな魅力の創出。
- ③魅力・強みなどを町内外に伝え、拡げることで、交流人口や移住・定住人口、関係人口の増加。

猪名川町での人と経済の好循環を創出する観光の展開

- ①既存の観光拠点・資源の魅力を高めるとともに、新たな観光資源の発掘・創造や、来訪者の滞在時間の延長に向けた仕組み・ネットワーク化に取り組む。
- ②ターゲットに応じて、観光案内機能や情報発信機能などの強化。
- ③猪名川町の魅力を活かしたインバウンド対策を検討。
- ④町全体で「おもてなし」意識の醸成、観光客の受け入れ環境の充実。
- ⑤多様な主体による連携を構築・強化するとともに、観光振興に向けた活動の活性化。
- ⑥「道の駅いながわ」や「多田銀銅山」「大野山」といった観光資源の積極的な活用。

○重点戦略

重点戦略 2：「住みたいまち」「住み続けたいまち」をつくる

まちの特性・魅力を活かした「猪名川ファン」づくり

- ・自然と共生するライフスタイルの提案を積極的に進めるとともに、転入に向けた総合的な支援体制の整備・拡充を検討。
- ・大野アルプスランドをはじめとする観光資源の有効活用や、多田銀銅山の保存・活用、「道の駅いながわ」などを活かした交流人口や関係人口のさらなる増加をめざすとともに、訪日外国人旅行者（インバウンド）対策の検討。

4 本町の観光に対する意向

(1) 町民及び周辺市民の意向

2021（令和3）年7～8月に町民及びこの5年間に猪名川町への来訪経験のある周辺市の居住者を対象とし、インターネットを利用したアンケート調査を実施しました。調査の主な結果は以下のとおりです。

■回答者の状況

猪名川町住民の他、周辺市の居住者を含めた総数723件の回答を得ました。

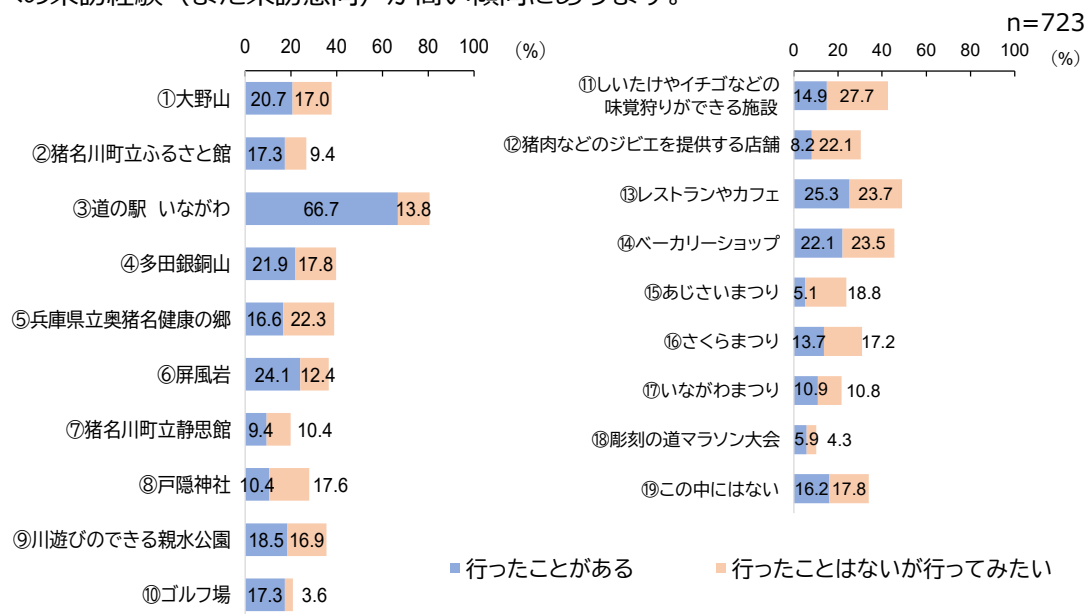
居住地		合計	年齢別			平均値
			20～34歳	35～49歳	50歳以上	
総数	合計	723	186	255	282	46.7歳
	男性	374	82	137	155	48.2歳
	女性	349	104	118	127	45.0歳
A:猪名川町住民	合計	92	5	21	66	56.3歳
	男性	55	1	9	45	58.7歳
	女性	37	4	12	21	52.6歳
B:隣接地域 (川西市、宝塚市、三田市)	合計	214	56	86	72	45.8歳
	男性	108	23	49	36	46.8歳
	女性	106	33	37	36	44.8歳
C:近郊都市 (池田市、豊中市、尼崎市)	合計	212	59	78	75	46.0歳
	男性	109	25	44	40	47.4歳
	女性	103	34	34	35	44.5歳
D:都心地域 (西宮市、大阪市)	合計	205	66	70	69	44.0歳
	男性	102	33	35	34	45.0歳
	女性	103	33	35	35	43.0歳

※居住地B～Dは、世帯で自動車を保有しており、かつこの5年間に猪名川町への仕事以外で来訪経験がある人を対象。

※グラフ中のnは、回答者総数を表している。

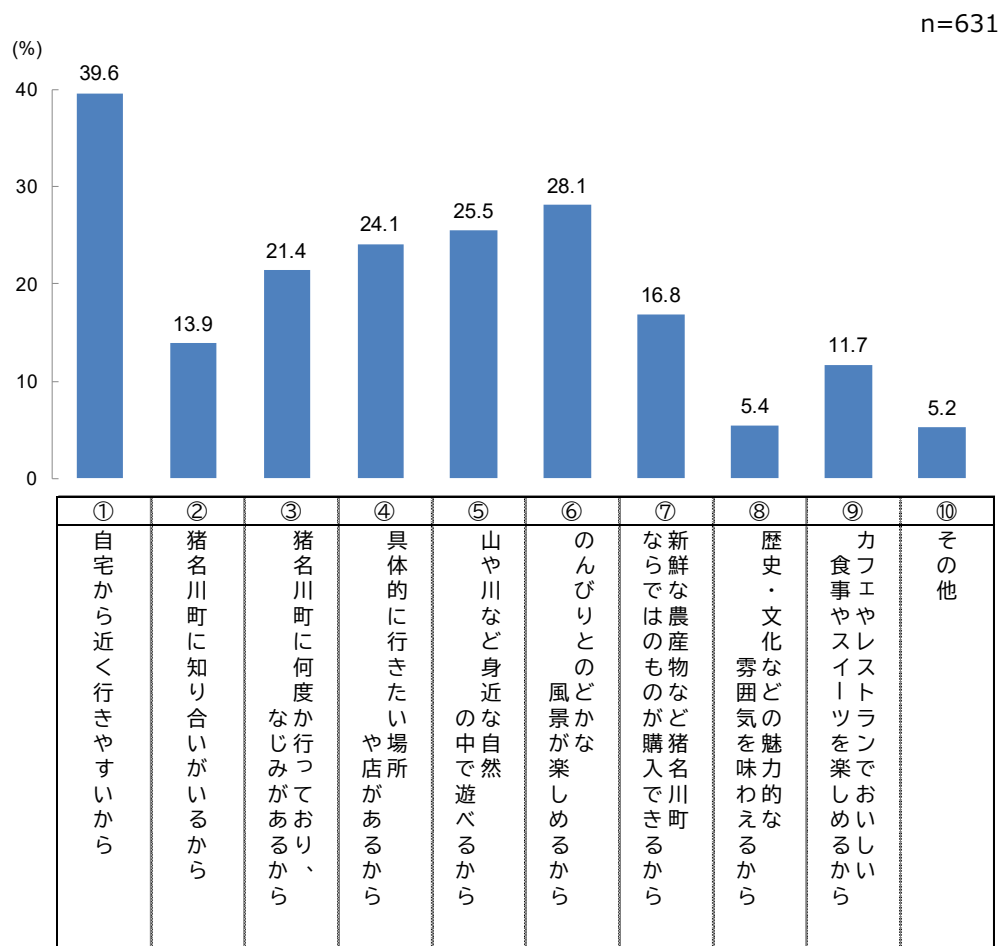
①猪名川町内で行ったことがある（また行ってみたい）スポット等

来訪経験がある町内のスポットは「道の駅 いながわ」が7割近くを占めています。また、「レストランやカフェ（約25%）」、「ベーカリーショップ（約22%）」など、食に関するスポットへの来訪経験（また来訪意向）が高い傾向にあります。



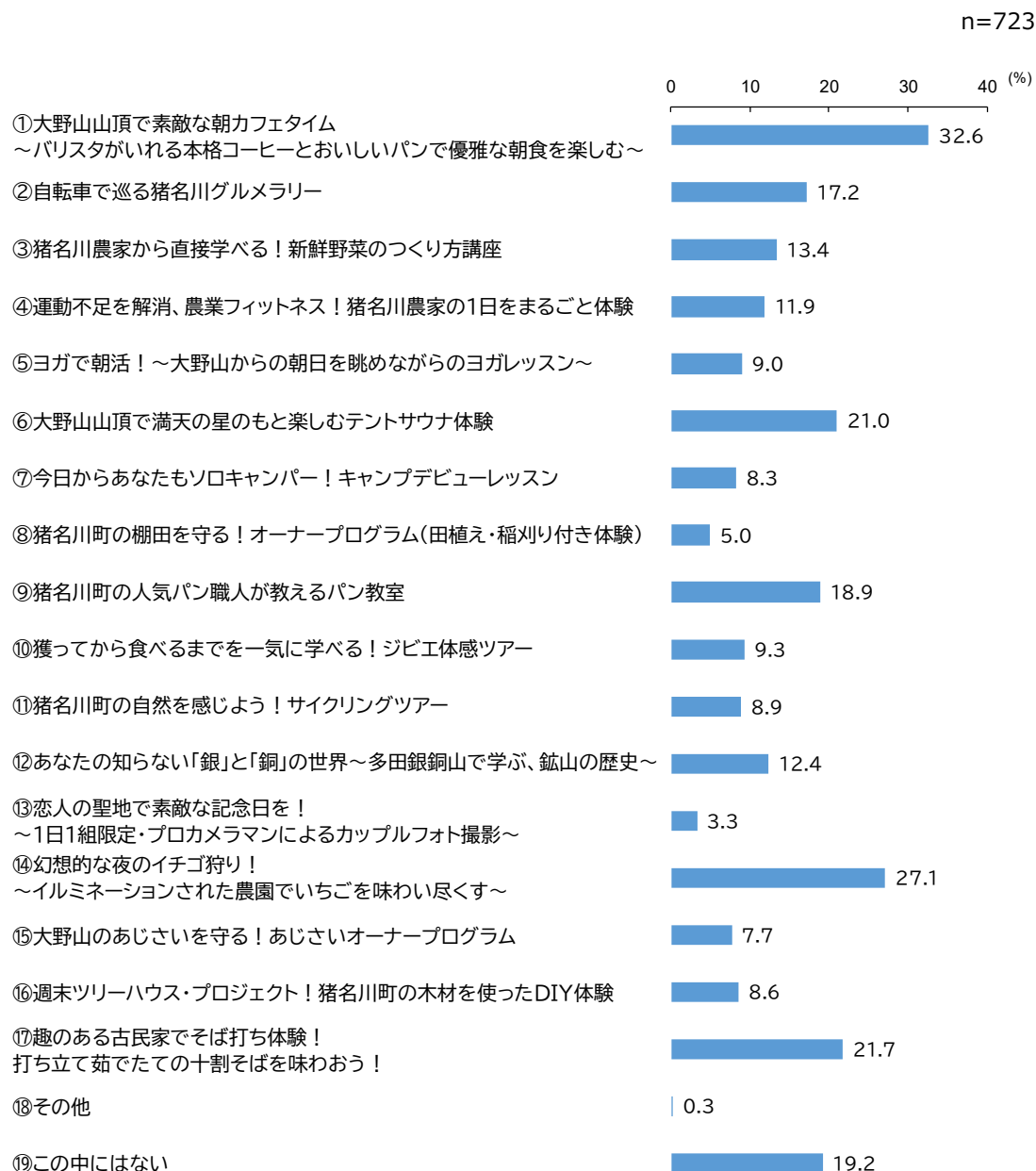
②猪名川町を訪問した主な理由

猪名川町に来訪する理由は、「①自宅から近く行きやすいから」が約40%と最も高く、次いで「⑥のんびりとのどかな風景が楽しめるから（約28%）」、「⑤山や川など身近な自然の中で遊べるから（約26%）」など、アクセスのよさに加えて、猪名川町の風景や自然を目的とした来訪が多くなっている。



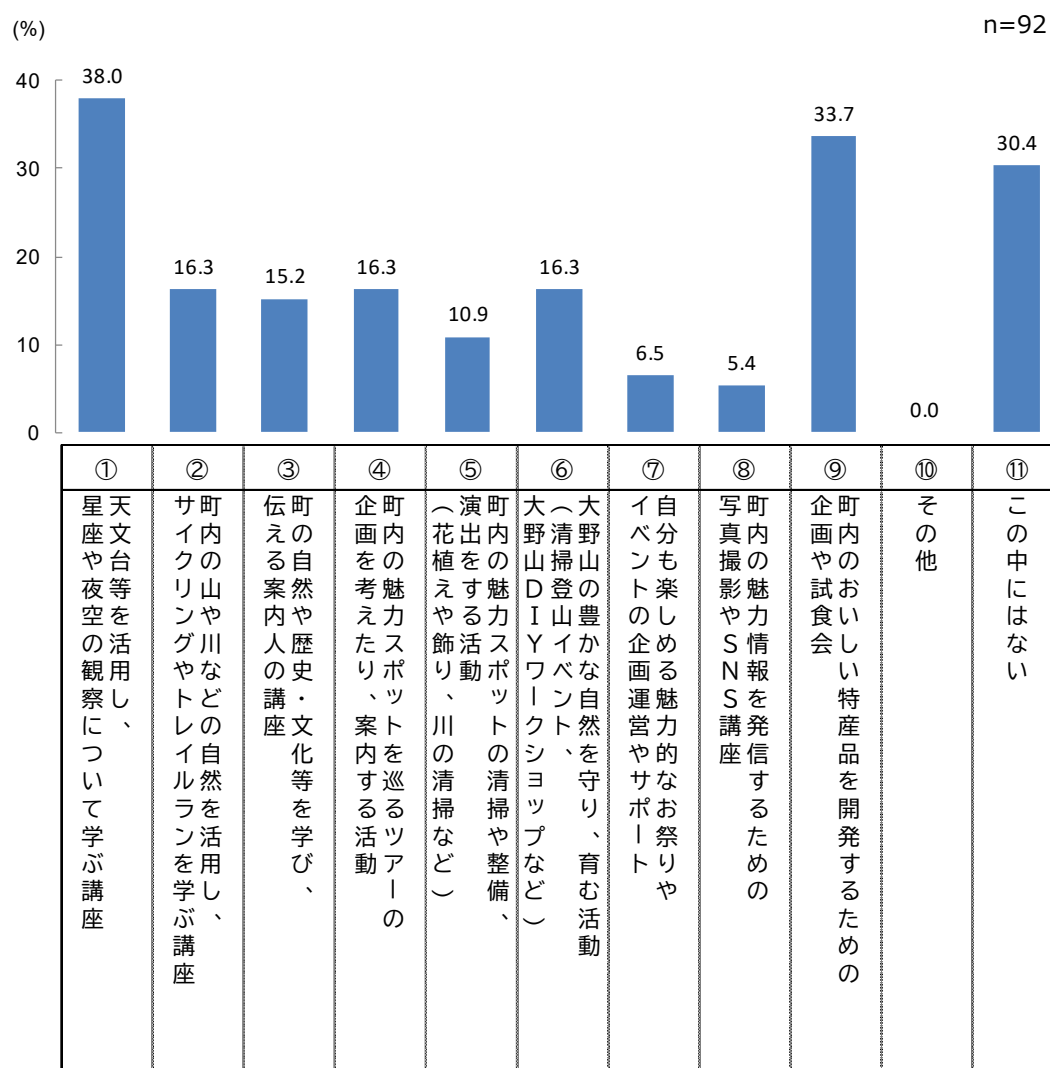
③猪名川町の地域資源を堪能できるプログラム等への参加意向

猪名川町の地域資源を堪能できる体験プログラム等の参加意向は、カフェ、パン、そば、いちごなど「食に関連するもの」へのニーズが特に高くなっています。さらに本町ならではの
大野山や自然の魅力を掛け合わせたプログラムも人気が高くなっています。



④猪名川町の観光まちづくりへの関わり意向（※猪名川町民のみ回答）

「星座や夜空の観察を学ぶ講座」や「特産品を開発するための企画や試食会」が、特に人気がありますが、その他についても一定割合の観光まちづくりへの関心が見られます。



(2)観光関連団体などの意向

本町の観光の現状や今後の方向性などを把握するために、町内の観光団体、経済団体、地域団体などを対象にヒアリング調査を行いました。その主な意見は以下のとおりです。

	現状	課題	今後の方向
全体	○新型コロナウイルス感染症の影響により、身近な自然の場所を求めた結果、来訪者が増えたように感じる。 ○ベーカリーショップはここ1、2年で増加した印象。いちご農家、ぶどう農家が増えてきた。	○地域経済の活性化につながっていない。 ○本町の滞在時間を増やしてほしい。 ○自転車など観光のインストラクターとなる人を育てることの方が必要。	○来訪者数はほどほどが望ましい。 ○体験してもらい、ゆっくり滞在してもらい方向を重視したい。
町北部	○飲食店や喫茶店、個人の雑貨屋をやりたい人が、空いている物件を借りる、また、購入して開業したいという問い合わせが多い。	○空き家が増加している。大島小学校区域で少子高齢化、過疎化が進んでいる。 ○農泊をしたい農家もいたが、宿泊としては設備面の問題があり実現のハードルがある。	○古民家を改修して飲食店などができるようになれば。 ○体験農園、貸し農園などのニーズがあるのではないかな。 ○お試し居住や、その際に地域の魅力体験も合わせて実施できるとよい。 ○キーパーソンとなる人が駐在し、シェアオフィスやワークスペースがあり、地域内外の人とつなぐ拠点があればいい。
道の駅いながわ	○道の駅いながわは、餅とそばに力を入れている。 ○薪や炭などのキャンプ用品が売れている。 ○手打ちそば体験など、「体験」を目的とする来訪客が増えている。	○特産品の開発には取り組んできたが、持続的なものになっていない。	○道の駅いながわが拠点となり、周辺への案内機能・情報発信機能を持つ。 ○チャレンジショップのような場があるとよい。 ○農家とも連携した体験プログラムも考えられる。
その他	○多田銀銅山遺跡のある地区では、空き家が数件あったが、全て入居者があった。国の史跡指定地という価値が評価されたと思われる。 ○ふるさと館の裏の川に、夏に川遊びに来る人が多く盛況。		○交流の場を町内のあらゆる場所につくるのはどうか。例えば、ベンチを置くだけでも人が集う効果はあると思う。 ○自転車と体験などをセットにできるといい。いちご狩り、山菜とり、ぼたん鍋などパッケージ化するのはどうか。 ○ふるさと館駐車場にキッチンカーに来てもらい、お客さんのニーズに対応して飲食してもらい場をつくるのがよい。

5 本町の観光に関する課題

前計画の検証や本町の観光の現状、意向などを踏まえた観光に関する課題は以下のとおりです。

課題1：町全体の来訪者の増加につなげる必要がある

2024（令和6）年度の町内の観光入込客数は約112万人ですが、そのうちの約半分の62万人が道の駅いながわの来訪者（兵庫県観光客動態調査より）となっています。

そのため、道の駅いながわの魅力化を進めるとともに、本町に存在する多数の資源の魅力を発信しながら結びつけることで、道の駅いながわの来訪者はもとより、町全体の来訪者の増加につなげる必要があります。

課題2：ここにしかない魅力を磨く必要がある

豊かな自然環境、多田銀銅山遺跡を含む歴史街道、農の風景や体験、道の駅いながわの直売所、ベーカリーショップやカフェ、そば、いちご園、しい苺などの食の資源など多数の資源があります。猪名川渓谷ラインなどは、すでにサイクリストの1つの聖地となっています。大野山は自然や眺望を魅力としたキャンプ場として愛好家に親しまれているとともに、星空観察の場、ハイキングコース、恋人の聖地などとして、多様な魅力があります。webアンケート調査結果では食のコンテンツや大野山の星空に対する関心も伺えました。

徐々に様々な資源が注目されつつありますが、潜在的な資源に光をあてて、本町の魅力をより広げ、深めていきながら、磨いていく必要があります。

課題3：旅行変化のスタイルに対応した観光を進める必要がある

新型コロナウイルス感染症により、マイクロツーリズムや屋外での観光が着目されてきました。また、DX（デジタルトランスフォーメーション）を活用した新たなサービスなど、多様な観光コンテンツの創出の可能性もでてきています。

本町は、これまでも豊かな自然を活かしたアウトドアなどの観光で訪れられており、この特性を活かしながら、旅行スタイルの変化に対応した安心して滞在できる観光をさらに進める必要があります。

課題4：地域経済や産業の活性化につなげる必要がある

2021（令和3）年経済センサスによると、観光に関連が強いと思われる「宿泊業、飲食サービス業」について、本町の事業者数、従業者数の割合（事業者数10.5%、従業者数7.2%）は、兵庫県（事業者数12.6%、従業者数8.7%）より低い数字となっています。

上記より、本町は観光関連事業者が少数であり、町内にはお金が落ちる観光施設が多くないといえます。そのため、観光による経済的効果は限定的であると考えられます。さらに、商工会による会員事業所を対象とした景気動向調査によると、近年は経営状況があまりよくないという結果も出ています。したがって、飲食宿泊業をはじめ、町内の様々な事業者と観光を結びつけることで、地域の経済や産業の活性化につなげる必要があります。

課題 5：広域のつながりを活かすことが必要

阪神地域、北摂地域など人口集積地が近くにあります。また、新名神高速道路の開通により、広域からのアクセスも向上しました。

能勢電鉄沿線、北摂里山博物館、阪神アグリパーク構想、尼崎市立青少年いこいの家、県立奥猪名健康の郷など、広域のつながりで活用できる資源があり、既にアートイベント、ハイキングなどが実施されています。

広域観光の中での来訪ポテンシャルを活かし、本町に立ち寄る、本町から周辺へと移動するなど、広域の中でとらえた観光を一つのあり方として進めることが必要です。

課題 6：持続可能な観光推進体制へとつなげることが必要

観光に関わる団体は、観光協会、観光ボランティアガイドの会、商工会、道の駅いながわや大野山など個別の資源を管理運営する団体などがありますが、各団体において人材の高齢化が進み、今後ますます活動の継続が困難になる可能性があります。そのため、新たな人材や体制の確保、観光振興にかかる企画運営をしていくような体制を整える必要があります。

一方で、広くまちづくりという視点で活動する団体が新たにできたり、個別の企画で人気を集めたりする団体などもあります。

こうした動きを活かし、観光振興への関わりをより深め、新たな人材を発掘することなどにより、持続可能な体制づくりへとつなげる必要があります。

課題 7：誇り（シビックプライド）につなげることが必要

本町は観光が主要な産業ではなく、観光に関する住民の関心も高いとはいえません。

住民自身が町の観光資源を楽しむ、住民が観光振興に関わることなどから、誇り（シビックプライド）の醸成へとつなげる必要があります。

第3章 本町の観光の将来像

1 本町の観光の考え方

本町の観光に関わる現況や課題を踏まえて、本町にとっての観光の捉え方や取り組む意義、また基本的考え方は以下のとおりです。

①猪名川のイメージアップ、ブランド価値の向上

- ・本町は観光産業が盛んなまちではないため、観光に取り組む目的の一つは、町の認知度アップやイメージアップと考えます。
- ・本町のブランド価値を上げることにより、移住や定住につなげ、人口減少や少子高齢化などの全町的な課題にも対応するきっかけとします。

②交流人口増加などによる経済効果の向上

- ・観光を振興することにより経済的な潤いをもたらすことが、地域の維持や発展のために重要だと考えます。
- ・町内には宿泊、飲食等の観光に関係の深い事業者もあり、交流人口増加などにより、これらの観光関係事業者の経済効果を高めることにつなげます。

③住民の町に対する学び促進や異文化交流、誇り（シビックプライド）の向上

- ・観光振興は、住んでいる町や地域を知る機会となり、愛着の醸成につながると考えます。
- ・住民が観光に関わることにより、町に対する学びが進み、来訪者などとの交流による異文化交流が高まり、ひいては住民の町に対する誇り（シビックプライド）の向上へとつなげます。

④観光まちづくりの取り組みによる地域課題への対応

- ・町内では人口減少や過疎化などにより、空き家の増加や、コミュニティの弱体化の進行もあります。
- ・地域主体で観光まちづくりに取り組むことによって、関係人口、定住人口などの回復や地域課題に対応するきっかけとします。

2 将来イメージと将来像

本町の観光の現状と課題を踏まえた観光の考え方の視点を持ち、ありたい将来イメージは以下のとおりです。

イメージ 1 猪名川町が魅力的な自然遊びのフィールドというイメージが広がっています

- サイクリング、ウォーキング、川での水遊び、天文台等での星空観察など自然の中で遊ぶことのできる、身近な場所であるというイメージが、おもに阪神間や北摂の市町などに広がっています。
- 実際に、山遊び、川遊び、里遊び、サイクリングコース、ウォーキングコースなどが設定され、必要な整備がされています。



イメージ 2 町内の多様な魅力資源を活用し、連携する動きが広がっています

- 町内の自然や歴史、農業、食などの体験ツアーや魅力資源の活用などが広がっています。
- 案内人や体験ツアーに対応する住民や団体、事業者などが育っています。
- 飲食店やスイーツ店、ベーカリーショップ、宿泊施設などとの連携も進み、経済波及効果も高まりつつあります。



イメージ 3 大野山が、阪神地域のアウトドア拠点として、自然好きの聖地になっています

- 大野山将来ビジョンの推進により、大野山のより魅力的な利用が可能な管理運営を進めています。
- ゆっくりと自然を味わえる環境のキャンプ場が人気を博しており、週末には、町内外の事業者や団体が携わる魅力的な体験イベントが開催されています。



イメージ 4 道の駅いながわを中心に町の観光が賑わっています

- 「道の駅いながわ」の機能が充実し、居心地もよく、地元の新鮮野菜に出会えるとともに、魅力商品なども増えて人気が続いており、活気にあふれ広域から多くの人を集めています。
- 観光に関わる情報発信の拠点として、観光関係団体などが活躍しています。



イメージ 5 観光をきっかけに地域活性化の取り組みが進んでいます

- 農村地域などでは、空き家を利用した飲食スペースやシェアオフィス導入の取り組み、棚田オーナーなど農業体験の取り組みなど、関係人口づくりや移住に向けた活性化の取り組みが進んでいます。



■将来像のキャッチフレーズ

将来像のイメージをまとめて、本町のめざす将来像を「自然好きが集まる『猪名川まるごとオープンフィールド』」と定めます。

自然や歴史、風景、食などの魅力に触れる、様々な楽しみ方が町内のあらゆるところにおいてでき、自然好きな人を惹きつけ集める『猪名川まるごとオープンフィールド』を目指します。

