

2025年2月吉日

宝塚市国際観光協会会員各位  
宝塚商工会議所会員各位

宝塚市国際観光協会  
宝塚商工会議所

宝塚市における体験型コンテンツ商品の造成支援と募集について  
(大阪・関西万博受入れに向けて)

平素は、当協会・商工会議所業務にご協力賜り誠にありがとうございます。次年度4月よりいよいよ「大阪・関西万博」が始まり国内・国外からたくさんのお客様がこの関西にお越しになれる事が想定されます。

宝塚市においても関西にお越しのお客様に向けて「体験型コンテンツ」の商品化を行い、宝塚にお越しの際の観光の要素として、旅行会社や観光にお越しのお客様にアピールをしていきたいと思っております。

ついでには、以下の通り観光協会・商工会議所の共同企画として実施いたしますので、ご希望の事業所様はご応募ください。

(応募されたコンテンツがすべて採用されるわけではありませんのでご了承ください)

記

1. 支援内容

- (1) 会員様の現行事業を活かした「体験型コンテンツの商品化」に向けて、専門家のアドバイス支援とそれに係るサイト登録費用の負担（支援の詳細は、採択された事業所様に事務局より別途お知らせいたします。）

すでに商品化されて販売されている商品でも結構です。お気軽にご相談ください。

(想定される事例)

- ・飲食店舗様やお土産店舗様などで、商品の制作や工場見学をお客様に有償で体験・見学頂く。
- ・製造業の企業様で、自社商品の商品制作体験や工場見学をお客様に有償で体験・見学頂く。
- ・その他職業体験的なものを有償で体験・見学頂く。

(他市での展開事例)

- ・駅のお仕事体験（車掌体験・発券体験・写真撮影・駅員体験など）
- ・大学の馬術部における乗馬体験
- ・酒蔵見学&試飲プログラム
- ・ガイド付き散策ツアー
- ・神事の体験プログラム
- ・〇〇株式会社の工場見学（〇〇作り体験）

#### 宝塚でのコンテンツイメージ（例）

- ・和菓子・洋菓子屋・せんべい屋などでの制作体験と見学
- ・寺社仏閣での朝のお勤め体験
- ・お寿司屋での寿司づくり体験
- ・放送局でのアナウンサー体験
- ・駅での駅長体験
- ・植物の制作体験（インバウンドは検疫の観点を注意）

（２）完成した「体験型コンテンツ」の販売の為の以下の販売促進を行い、それにかかる費用の負担を協会が行います。具体的には下記を想定しています。

- ①完成した「体験コンテンツ」を掲載したチラシの作成と市内外でのチラシの設置
- ②完成した「体験コンテンツ」のオンライン販売の為の条件整備と初期の画面登録に係る費用の負担。
- ③登録に当り必要な初期経費は観光協会が負担、販売会社へ渡すコミッションに関しては造成商品の販売価格へ加算して販売します。（海外サイトの場合概ね20～25%）

（３）ターゲット

万博観光と合わせて、関西地区の観光をする国内需要・インバウンド需要の吸収

（４）その他

お申込後、打合せをしていただきます。

その後、一般販売の商品化が難しいなどの判断がされた場合は、お申し込みをお断りする場合がございますのでご了承ください。

（６）申込み締切・申込み先

〆切：3月14日（金）

申込先：FAX：0797-74-9002

メール：[kankot01@outlook.jp](mailto:kankot01@outlook.jp) 又は [kanko1110@gmail.com](mailto:kanko1110@gmail.com)

宝塚市国際観光協会事務局：担当 村井・田中

採択された事業所様には、3月21日（金）までにこちらからご連絡させていただきます。




## 2. (参考資料) 取組に至る背景


### (1) インバウンド需要の吸収

#### ① インバウンドが興味を示すもの

(6/6 観光庁資源課長来宝時講演資料より抜粋)

### 訪日客、地域体験に高い関心 24年版観光白書、ニーズ多様化

6/18(火) 10:30 配信   



外国人観光客らでにぎわう東京・浅草寺の雷門前 = 昨年7月

政府は18日、2024年版観光白書を閣議決定した。23年に日本を訪れた外国人旅行者は、新型コロナウイルス禍前の19年の8割に回復。東京や大阪などに偏る傾向がある中、ニーズは多様化し「あまり知られていない地域への訪問や、地域ならではの体験への関心は高い」と分析した。地方誘客や消費拡大のさらなる推進が必要とした。

訪日客は19年の3188万人に対し、23年は2507万人。旅行に伴う消費額の大半は東京、大阪、京都に集中した。宿泊も東京など三大都市圏が7割を占めた。

政府観光局の調査によると、東アジアや東南アジアからの旅行者の8割が東京、京都、大阪以外の地域への旅行を希望している。

## インバウンド市場のトレンド



### (全体)

- ✓ 団体旅行の割合が減り、個人旅行の割合が増加
- ✓ モノ消費からコト消費へ

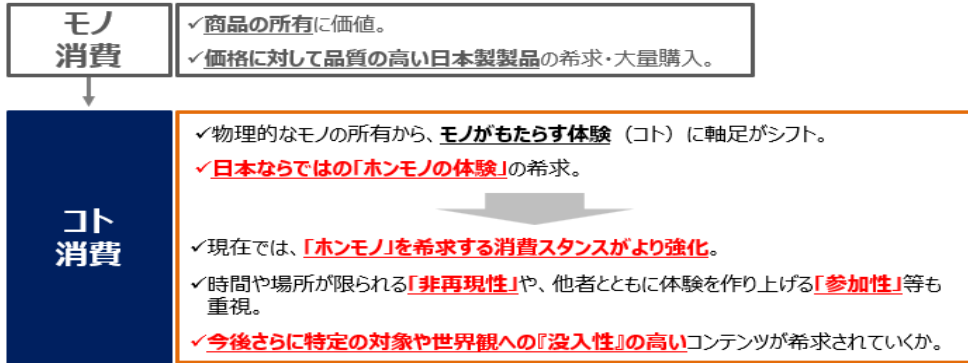
(中国) ※訪日中国人旅行者(観光レジャー目的)のうち、40歳代以下が占める割合 2023年: 71.2%

- ✓ 「ショッピング」への関心は微減し、「食文化」、「自然」への関心は引き続き堅調、「ポップカルチャー」、「美術館・博物館」への興味・関心が上昇
- ✓ 「体験型旅行」がトレンド
- ✓ リピーターの割合が増加

(アメリカ) ※訪日米国人旅行者(観光レジャー目的)のうち、40歳代以下が占める割合 2023年: 81.8%

- ✓ 地方部への注目度の高まり(大手旅行雑誌やニューヨークタイムズ等で日本の地方都市を紹介)
- ✓ 「歴史・伝統文化体験」への関心が大きく上昇
- ✓ 好調なクルーズ需要

- インバウンドの消費の関心は、商品の所有に価値を見出す「モノ消費」から、**体験に価値を見出す「コト消費」**へ変化。観光庁においても、この消費傾向の変化に対応するため、**体験型コンテンツ**の造成を支援。
- 現在では、SNSの普及等に伴い、他者の体験を容易に追体験できるようになったことで、**より他者が体験していない特別な体験を求める傾向**。特定の対象や世界観への『没入性』の高いコンテンツへの希求が一層高まると予想。



39

ご質問・お問い合わせは下記まで

宝塚市国際観光協会 村井・田中まで

メール：[kankot01@outlook.jp](mailto:kankot01@outlook.jp) または [kanko1110@gmail.com](mailto:kanko1110@gmail.com)

Tel : 0797-77-9120

平日：9：00～17：30

以上

2025 年 月 日

## 体験型コンテンツ商品の造成支援申込書

FAX:0797-74-9002

メール:kankot01@outlook.jp 又は kanko1110@gmail.com

事業者名	
住所	
連絡先☎	
連絡先✉	
ご担当者名	
所属団体	いずれかに○を付けてください 宝塚商工会議所・宝塚市国際観光協会・両方
検討したい コンテンツ の内容	■コンテンツの概要（現状で分かる範囲内で記入下さい）  ■お申込み人数 （最小） 人 （最大） 人  ■体験コンテンツの所要時間 おおよそ 時間 ■設定不可日（曜日・時期・日など）  ■販売希望金額 円（おとな1人） 円（子ども1人）
その他	