

1 調 査 事 件

観光まちづくりについて

2 調 査 概 要

(1) 豊岡市（人口 92,881人）

ア 城崎温泉地区におけるユニバーサルツーリズムの取組について

豊岡市の城崎温泉地区では、「まち全体が一つの旅館」という理念のもと、駅を玄関、通りを廊下、旅館を客室、外湯を大浴場に見立て、地域全体で来訪者を受け入れる「共存共栄」のまちづくりを推進してきた。しかしながら、高齢者や車椅子利用者等にとって、城崎温泉の魅力である外湯めぐりやそぞろ歩きを十分に楽しむことが難しいという課題が存在していた。

そのような中、兵庫県において、課題解決に向けて、ユニバーサルツーリズムに特化した条例としては全国で初めてとなる「高齢者、障害者等が円滑に旅行することができる環境の整備に関する条例（通称：ユニバーサルツーリズム推進条例）」が令和5年度に施行され、翌年度には、地域が一体となってユニバーサルツーリズムを推進する観光地をモデル的に支援する「ひょうごユニバーサルな観光地」に城崎温泉地区が認定された。

こうした背景から、城崎温泉地区では、「誰もが楽しめる温泉街」の実現を目指し、温泉街全体を面的に捉えたユニバーサルツーリズムの取組が進められている。具体的な取組内容としては、足湯の充実やベンチの高さの変更、エントランスのスロープ及び手すりの設置といった外湯施設の改修が施されており、高齢者や車椅子利用者の利用しやすさが格段に向上している。また、JIS規格に基づく識別用の刻みを施したユニバーサルデザインボトルを全外湯に導入したことで、視覚障害者が触覚によってシャンプー及びボディーソープを識別できる環境が整備されている。さらに、車椅子利用者向けユニバーサルマップの作成や温泉街共通ユニバーサルピクトグラム整備、ユニバーサル情報を発信するホームページの整備が進められており、観光客が事前に情報を入手できることで不安の軽減が図られ、安心して温泉街を回遊できる環境づくりを行うとともに、地域全体におけるユニバーサルツーリズムへの理解促進及び受入意識の醸成にもつながっている。

一方で、温泉街全体のユニバーサル化の推進に当たっては、依然として多くの課題が存在している。城崎温泉は歴史ある温泉街であり、狭隘な道路や既存建築物など物理的な制約が多いことから、全ての施設を一律にバ

リアフリー化することは容易ではないため、歴史的景観や地域資源との調和を図りながら、段階的に施設整備を進める必要がある。また、施設整備に加えて、人的支援体制の充実が重要な課題となっている。観光事業者や地域住民による介助・案内機能の強化やユニバーサルツーリズムに対する理解促進、相談支援機能の充実など、ソフト面における取組を継続的に推進していくことが求められている。

今後、城崎温泉地区では、モデル事業により整備した施設及びサービスを基盤として、さらなる受入環境の向上を図るとともに、ホームページやユニバーサルマップ等を活用した情報発信を強化していくことで、高齢者や障害者を含め、誰もが安心して滞在し、温泉街を楽しむことができる環境づくりを推進していくこととしている。

(2) 一般社団法人豊岡観光イノベーション

ア インバウンドの取組について

一般社団法人豊岡観光イノベーションは、豊岡市、全但バス株式会社、WILLER株式会社、株式会社但馬銀行及び但馬信用金庫が観光による地域経済の活性化を進めるために設立した観光推進の専門機関であり、「ローカルの魅力を磨き上げ、世界に評価される小さな世界都市を演出する」というビジョンの下、日本の滞在地としての認知を高める、検索したときに情報がある状態にする、予約できるようにする、滞在を楽しんでもらい消費を増やすという4つの段階のマーケティング戦略に基づき、様々なインバウンドの取組を行っている。

まず、日本での滞在地としての認知を高めるために、海外メディア等へのメールマーケティングとして24か国246人への情報発信を行うことにより、海外メディアへの露出件数は、令和7年度が2,896件と増加傾向にある。あわせて、広告配信時期と内容をまとめたマーケティングカレンダーを作成し、WebやSNSで情報発信を行っている。SNS運用においては英語及び中国語のネイティブスタッフが週に二、三回投稿するほか、認知拡大とメルマガ登録を目的としたキャンペーンを海外市場で実施しており、その結果、城崎温泉に関する検索数は年々増加している。

次に、Web検索したときに必要な情報を届けるための取組として、外国人向け観光サイト「Visit Kinokuni」を運営している。同サイトでは城崎温泉の観光情報のほか、浴衣の着用方法といった日本文化に関する紹介も行っており、外国人ユーザー数は年々増加し、令和7年度には799,138人に達している。2018年の城崎温泉来訪者アンケートでは、V

i s i t K i n o s a k i が訪問決定の情報源として上位2位に選ばれており、外国人観光客への情報発信力が強いことが示されている。また、同サイトでは、宿泊予約システムを構築し、サイトの閲覧とあわせて宿泊プランや体験プログラムなどを予約できるよう取り組んでおり、豊岡観光イノベーションが予約代行を担うことで、手数料等が地域外に流出することなく地域内に還流することができ、V i s i t K i n o s a k i での宿泊実績は令和元年度から令和7年度の間に6.2倍にも増加している。

これらの取組の結果、豊岡市の外国人観光客延べ宿泊者数は年々増加傾向にあり、令和7年は前年比約1.3倍の102,270人となった一方で、7月以降、自然検索を通じたV i s i t K i n o s a k i への流入数が減少傾向にあるという課題がある。検索結果でのサイトリンク表示件数は減少していないにもかかわらず、表示後のクリック数が減っており、検索結果の冒頭にA Iによる回答が表示されることで、ユーザーがその時点で満足しているものと考えられることから、サイトへのクリックに至らないものと考えられ、今後は、A Iを活用した旅行検索への対応強化を図ることとしている。

(3) 周南市（人口 132,173人）

ア インバウンドの取組について

周南市は、平成15年に2市2町の合併により誕生した市であり、瀬戸内海に面した南側の臨海部に全国有数の石油化学コンビナートを有している。このコンビナートが創り出す工場夜景は、同市を代表する観光コンテンツとなっており、端から端まで車で40分かかるほど広大であること、市街地と密接しており圧倒的至近距離から観賞できること、スポットごとに異なる表情を見せることが特徴である。

同市では、工場夜景のほかにも街中を100万個のLEDで照らす「周南冬のツリーまつり」や周南市徳山動物園の夜間開園といった夜型イベントを実施している。これらの夜型イベントと工場夜景を飲食店や宿泊施設の利用に結びつけることで、同市での滞在時間を延ばし、交流人口の拡大と地域経済の活性化を図っている。

工場夜景の取組は、平成20年に川崎市が日本初の工場夜景ツアーを開催したことを受け、平成22年から本格的に着手された。夜景評論家の指導の下、「ただ見るだけでなく、工場夜景に驚き・発見・感動していただけるかという演出」を意識し、官民連携による夜型観光の事業構築を開始した。行政は情報発信や仕組みづくりを担当し、民間はツアー商品の造成及び受

入態勢の整備を担当している。

具体的には、旅行会社等と連携したクルーズツアーやバスツアーの実施、市内ホテルと連携した工場夜景をテーマにした宿泊プランの提供などが行われている。また、コンビニート企業の協力の下、年に数回、工場の全点灯を行うイベントを開催しており、このイベントはカメラファンに定着し、全国から撮影目的の観光客が集まっている。さらに、夜景と写真の親和性が高い点に着目し、有名写真家による撮影講習会やフォトコンテストを地元カメラ店の協力を得て実施している。加えて、夜になると明るく見える蓄光タイプのデザインマンホールを徳山駅前の3か所に設置し、観光案内所ではマンホールカードの配布も行っている。

同市では、官民の連携だけでなく都市同士の連携を強めるため、全国工場夜景都市協議会に加盟し、全国工場夜景サミットや工場夜景の日の取組を通じて、工場夜景ファンの増加や魅力発信に取り組んでいる。

一方で、高齢化と後継者不足によってバスツアーなどのガイドや運転手が不足しており、人材育成が課題となっているほか、夜型観光を推進する体制において関係団体のまとまりが弱く、より強固な推進体制の構築も課題となっている。また、広島や九州への通過点となってしまう、インバウンドの旅行客が少ないこと、照明が少なく夜は怖いというイメージが払拭できていないこと、夜景のビュースポットの一部を山口県が所有しており、ビュースポットとしてのハード整備が十分に進んでいないことが課題である。

今後は、これらの課題を解決しながら、引き続き、夜型観光の推進を図っていくこととしている。