

会 議 録

☐ 全部記録 ☒ 要点記録

1 会 議 名	第 2 回姫路市観光戦略プラン検討懇話会
2 開催日時	令和 8 年 7 月 1 5 日（水曜日） 1 5 時 0 0 分～1 7 時 0 0 分
3 開催場所	姫路市役所 地下 1 階 B 1 0 2 会議室
4 出席者又は欠席者名	出席者：姫路市観光戦略プラン検討懇話会 委員 9 人 事務局：観光コンベンション室、産業振興課、国際戦略室
5 傍聴の可否及び傍聴人数	傍聴可、傍聴人 1 名あり
6 議題又は案件及び結論等	1 開会 2 委員紹介 3 確認事項 (1) 概要・改定スケジュールの振り返り (2) 第 1 回検討懇話会における発言要旨 4 委員による事例等の発表 (1) 「地域ブランド戦略について」 (2) 「地域プロモーション戦略について」 5 協議事項 (1) 第 2 回検討懇話会における確認点 (2) 現状分析・課題整理 (3) 姫路市観光戦略プラン 2027-2031 骨子（案） 6 意見交換 7 閉会
7 会議の全部内容又は進行記録	詳細については別紙参照

1 開会**2 委員紹介****3 確認事項****(1) 概要・改定スケジュールの振り返り**

姫路市観光戦略プランは、訪日外客数の増加や物価高など、本市の観光を取り巻く環境が急速に変化する中で、持続可能な観光地域づくりを目指し、今後取り組むべき戦略・施策を体系的に整理する計画である。

策定にあたっては、10年先の姫路の観光のあるべき姿を見据え、バックキャストिंगの手法を採用している。

ブランド力や国際的な知名度の向上を図ることで、都市間競争を勝ち抜き、「世界から選ばれるまち姫路」を目指す。

改定スケジュールとしては、検討懇話会を全5回開催する予定であり、本日は第2回の検討懇話会にあたる。

(2) 第1回検討懇話会における発言要旨

本年2月に開催した第1回検討懇話会における委員の発言を整理した。

まず、国内の10年後の観光の姿については、単なる名所巡りではなく、地域の文化、歴史、食、暮らしを体験する観光へと一層シフトしていくことが想定されること、人口減少が進む中で、地域外から人を呼び込み、交流人口・関係人口を増やす観光の重要性が高まることなどの意見があった。

一方、姫路については、姫路城を核としながらも、城下町、食、祭、産業、自然、周辺地域を含めた面的な観光へ発展している姿が望ましいこと、10年後は「姫路城を見るまち」から「滞在して楽しむまち」へ進化していることが理想であること、国内外からの観光客が季節や目的に応じて何度も訪れたい観光地となることが重要であること、観光が単発の集客にとどまらず、地域経済やまちの活力につながる持続的な産業として根付いている姿を目指すべきであることなどの意見があった。

次に、姫路の観光の課題については、姫路城中心の観光になっており、回遊性や滞在性が弱いこと、外国人観光客への対応が十分ではないこと、夜間観光の強化が必要であること、姫路の見せ方や伝え方の整理が必要であることなどの意見があった。

最後に、姫路の観光が目指すべき取組については、姫路の観光の核となるコンセプトやストーリーを明確にすること、姫路城を中心としつつ城下町や周辺地区を含めた

	回遊ルートの整備を進め、滞在時間を延ばす取組が必要であること、歩いて楽しいまちづくりや観光客が自然に立ち寄れる動線づくりを進めるべきであること、夜間観光やイベント、食体験型コンテンツの充実により、日帰りではなく宿泊につながる観光を強化すべきであること、外国人観光客に対しては多言語対応やわかりやすい案内、移動しやすさを整えることが重要であること、若者やファミリー層にはSNSで発信したくなる魅力づくりや体験価値の高い観光素材の磨き上げが必要であること、観光事業者・商店街・地域団体・行政が連携し、滞在型観光をつくる体制を整えること、観光の成果を一過性に終わらせず、地域経済への波及効果を高める仕組みを意識していく必要があることなどの意見があった。
座長	資料1及び資料2について意見や質問を確認したが、委員からの発言はなかった。
委員	4 委員による事例等の発表 (3) 地域ブランド戦略について 本日の発表では、姫路観光の課題と今後のブランド戦略について、PRの視点からアクションプランとして提案する。 前回の懇話会で整理された姫路市観光の将来像を踏まえつつ、姫路城を中心に、周遊、グルメ、ストーリー、SNS発信などがやや不足している点を、PRの視点で補完する提案を行いたい。 姫路の魅力进行分析するに当たり、観光客の視点と地元の視点に分けて考えるべきである。 姫路城は世界的にも知られているが、収益や観光消費につなげるには、地元にとっての魅力と観光客に訴求するテーマを分けて整理する必要がある。 観光客が求めるテーマとして「名建築」が有力であり、姫路城から周辺の建築・文化資源へつなげることで回遊性や滞在性を高められる可能性がある。 姫路市でも建築を切り口にした観光は可能であり、観光の視点では、視覚情報を中心とした「名建築」というテーマが相性がよい。 姫路城に加え、姫路市立美術館、書寫山圓教寺、手柄山平和公園のスリラー塔、今秋オープンされるひめじスーパーアリーナなど、「名建築」を軸とした周遊の可能性はある。 スマートフォンを活用したまち歩き案内など、スマートツーリズムの導入も有効である。

委員	また、姫路城を連想する土産物が少ないことから、国内外の観光客が分かりやすく、かつ、手に取りやすい土産物の開発余地がある。 (4) 地域プロモーション戦略について 日本を新しい発見のあるエキゾチックな国として捉える文化的関心の高いインバウンドの富裕層・文化人層は、風景や食だけでなく、職人のこだわりや土地ごとの思想文化に魅力を感じている。そうした背景から、地域の歴史や文化、土地の精神性を海外に発信していくことが重要であり、文化人層に響く発信を強化したいという意図で事例紹介を行う。 インバウンドにおけるブランディング事例として、一般的な観光客に加え、比較的予算の高い、文化やストーリー性を重視する旅慣れた層や、アドベンチャーツーリズム、特定テーマへの関心を持つ層を狙うことが有効である。 テーマ別のツーリズムは世界的にも市場として拡大しており、どのテーマを選ぶかによって地域の見せ方も変わるため、ターゲットとテーマを明確にする必要がある。 文化資源を活かす観光では、文化を壊さない人数設計と、文化そのものにお金落ちる仕組みの両立が重要である。 熊野古道の巡礼、出羽三山の山伏などの他、クラフトや神楽、ものづくりをテーマにした高付加価値の滞在型プログラムがある。 今後の観光戦略を考えるうえで、どのような地域像を目指すのかを明確にすることが重要であり、それがテーマ設定にもつながる。 姫路には、姫路城や神輿の修理を通じ、世界に誇れる本物の歴史ある技術が今も受け継がれていることがユニークな点であると感じている。 テーマ設定があることで、ファンをつくりやすくなり、来訪者自身も地域像を理解しやすくなる。 姫路においても、建築や文化、職人技術といったテーマを通じて、どのターゲットに何を訴求するかを整理することが重要である。
座長	続いて、資料５、資料６及び資料７について事務局への説明を求めた。
事務局	５ 協議事項 (1) 第２回検討懇話会における確認点 資料５では、本日の検討懇話会で確認・意見をいただきたい点として、姫路の将来

座長	像の妥当性、姫路市の課題整理の漏れ、取り組むべきことの抜け漏れ、委員の思う「姫路らしさ」であることを説明した。 (2) 現状分析・課題整理 資料6では、国の観光立国推進基本計画（第5次）概要及び兵庫県のひょうご新観光戦略の後期重点取組から背景及び施策に関する項目を列挙しているほか、本市の強み・機会と弱み・脅威を整理している。 本プランは、前述した環境変化を踏まえ、市民生活との両立を図りながら、多様な観光資源の魅力を高め、周遊性と滞在性の向上により観光消費の拡大と地域経済の活性化を図るために策定するものである。 受け入れ環境の整備、情報発信の強化、兵庫県や関係団体、民間事業者との連携を進め、国内外から「訪れてみたい、また来てみたい」と感じられる姫路の実現を目指す。 持続可能性を強く意識し、地域住民への影響や観光資源への負荷分散を考えた観光地経営を行い、「量」から「質」への転換を果たすとともに、地域経済をリードする戦略産業として観光を位置づけることを目指す。 (3) 姫路市観光戦略プラン 2027-2031 骨子（案） 資料7では、姫路市の観光の将来像として「姫路城を核に、文化・暮らし・地域経済をまち全体で育てる持続可能な滞在型観光」を示した。 共通課題として、姫路城来城者の市内周遊につながっておらず、滞在時間が短く、観光消費も限定的である点を挙げた。 戦略案として、観光を支える人材・事業者の育成と広域連携の推進、体感型観光コンテンツの充実、歴史・文化の魅力発信の強化、MICE開催都市としての機能強化、快適に滞在できる受入環境の充実、戦略的な観光マネジメントの推進を掲げた。 各戦略に紐づく政策案については、今後の検討懇話会で引き続き意見をいただき、本日は大きな方向性について議論いただきたい。 資料5～7の説明を受け、資料7の将来像や戦略案を中心に、姫路市の観光の将来像、姫路市の課題、取り組むべき事項、そして「姫路らしさ」について意見を求めた。 6 意見交換
----	--

委員	近年は姫路城におけるガイドの値下げ競争やキャンセル増加が起きており、厳しい現場の状況がある。 姫路が好きで丁寧に案内しているボランティアガイドが、ビジネス上は十分に報われていないのではないかな。 姫路城については観光地化が進む一方で、落書き、飲食、撮影マナー、混雑などの課題がある。 観光客を増やすことだけでなく、姫路城を将来にわたって守ることが重要である。そのため、一定のハードルやルールを設けることで、本物を大切にする姿勢を示すべきではないかな。 姫路城は、単なる観光施設ではなく、守るべき文化財としての価値を前面に出すべきである。
委員	体験観光を行う現場の意見として、少数の受入ばかりでは負担が大きく継続しにくい、送客の仕組みや複数の事業者を束ねる調整役・中間コーディネーターが必要である。 「富裕層」と言ってもどの層を想定するのか不明確である。 富裕層をターゲットとする場合はその定義を明確にしないと、どのレベルの顧客層を想定するかによって受入の内容が変わるため、現場の対応が難しい。 高付加価値層向けの体験では、宿泊、食事、地域の人との交流など、細やかな演出が必要である。 インバウンドの受入に関しては、ツアーの際に通訳ができるガイドが同行していないと事業者側の受入が難しい状況がある。 観光では知識の提供だけでなく、地域の人々がどう生きているか、どのような思いで暮らしているかという感情の動きや営みを伝えることが重要である。 観光とは、来訪者と地域の人が触れ合い、地域の生きざまを感じてもらうことだと考えている。
委員	観光戦略には、新しい人を取りに行く攻めの施策と、来訪者にとってネガティブな要素をなくす守りの施策の両輪が必要である。 ターゲットに応じて地域側に何が求められるか、どのような体制や仕組みが必要かを明確にすることが重要である。 富裕層や消費単価向上を掲げる場合には、想定する層を地域内である程度すり合わ

委員	せておく必要があり、そのイメージが共有されていないと対応しきれない。 体験型コンテンツの発信では、姫路の魅力の見せ方に加え、周辺地域との差別化や連携によるストーリー設計が重要である。 地域資源を活かしたクラフトやものづくりの見学など、地域ならではの体験を丁寧に説明していくことが重要であり、ちょうどよい人数、ちょうどよいターゲットを見つける必要がある。 求める観光客の質が「量から質」に変化している中においては、従来の立地やアクセス条件を前面にだすロケーション営業だけではなく、文化や価値そのものをどう伝えるかが課題である。 ただし、シビックプライドとのバランスも重要であり、市民の誇りを損なわない形で質を高める必要がある。 観光については、「観光産業」の話なのか「観光需要」の話なのかを分けて考える必要があり、産業の観点であれば域内産業の強化、需要の観点であれば広域連携の面から捉えるべきである。 姫路市の将来像を考える際に、「観光産業」と「観光需要」のどちらを主に意識しているのかを整理すべきである。 また、若手人材の育成が大きな課題であり、観光業界を志す若い人が、何をすればよいのか分かりにくいという悩みを抱えている。 そのため、現場での人材育成や役割の明確化を進め、観光の基礎体力をつける必要がある。
委員	インバウンドと日本人には歴史や文化の知識などに差があるため、日本人には伝えることもインバウンドには分かりにくい部分があると思われるが、その部分を埋めるための一つの要素として、本日の事例発表にて「名建築」という切り口を提案した。 「熊野古道」とスペインの「サンティアゴ・デ・コンポステーラの巡礼道」が、1998年に「姉妹道提携」を結んでおり、両方の道を歩き終えると「二つの道の巡礼者（共通巡礼者）」として認定される仕組み等があるが、ターゲット選定の参考になるのではないか。 観光客の受付システムについては、A I を活用したものを導入することを検討してもよいのではないか。

委員	姫路市内には多様な魅力が存在するので、それらを観光コンテンツとして整理・発信し、年間 365 日の間、どこで何があるかを伝える仕組みが必要ではないか。 姫路の有力な観光コンテンツの一つである祭りについても、本当の祭りの良さを伝えるには観光客が単に「見る」だけでなく、地域の人と交流し、食事や接待を含めて体験できる仕組みがあればよい。 また、姫路城は観光の中心である一方、利用制限や管理ルールのある方も重要である。 例えば、夜間開放や入城時間の設定について、特別な日には柔軟な対応があってもよいのではないか。 一方で、メンテナンスのための休城日については、観光客が少ない時期に設定するなど工夫が必要ではないか。 姫路城の価値を守りつつ、観光客の満足度とのバランスをとる運営が求められる。
委員	今回の戦略において、主語が誰なのかを整理する必要がある。 姫路市の戦略である以上、行政が主導する一方で、市民、事業者、関係団体など多様な主体の役割を明確にすべきである。 姫路城を観光の中心としつつも、姫路城一極集中からの脱却という方向性との整合をどう取るかが論点だと思う。 将来像には、姫路城に象徴される市民のシビックプライドをどう反映するかが重要である。 ターゲット設定については、姫路城レベルの認知度を前提とするなら全方位（日帰り、滞在、国内、インバウンドなど）で受け入れる戦略も考えられる一方、今後 10 年を見据えると誰をどう受け入れるかの整理が必要である。 観光消費の向上や受け入れ環境整備の財源として、宿泊税などの法定外目的税の検討も課題として盛り込むべきではないか。 M I C E については、法人のターゲットを狙う必要があるなど、レジャー観光とは性質が異なるため、観光戦略の中に位置づけるのか、別立てで戦略を作るのか整理が必要である。 姫路らしさは単に姫路城だけではなく、市民の精神性やシビックプライドに根ざしたものであり、その精神性をどう表現し、どうブランドとして打ち出すかが、差別化の鍵になる。

委員	骨子案にある取り組むべきこと（政策案）は、アクションプランに落とし込むべきであり、実際に何をすれば課題が解決するのかが分かるレベルまで具体化すべきである。 姫路城は日本の美、技術、伝統、文化、職人の技、精神性までが詰まった象徴であり、「核」として位置づけることに賛同する。 姫路市の観光の将来像には、滞在型観光地を目指すだけでなく最終的なゴールを言語化し、何を実現するための観光なのか、どのような姫路市をつくるのかまで明確に書き込むべきである。 観光を新しい産業として捉え、食、ものづくり、地域体験を含めた全体的な産業として育てるべきである。 観光人材は短期間で入れ替わるのではなく、民間連携を含めて継続性を持って育成することが重要であり、行政側でも観光に特化したスペシャリストを育てる視点が必要である。 姫路城のキラーコンテンツ性を活かしながら、播磨全体を引っ張る中心都市となるというような心意気を示してほしい。
事務局	行政文書として抽象的な表現になりがちであるが、今回の意見を踏まえて、メリハリのある表現や、より実効性の高い内容に見直したい。 観光分野では、ワンストップで相談できる人材や中間支援の仕組みが重要であり、姫路フィルムコミッションやM I C Eのような支援体制の強化が必要だと考えている。 ホテルのコンシェルジュのように、来訪者の相談に幅広く応えられる人材育成も検討したい。 次回の検討懇話会に向けて、委員の意見を踏まえ、資料の整理と内容の深掘りを進める。 7 閉会