様式３

会　　議　　録

□全部記録　　■要点記録

１　会　議　名	第３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８月３１日（月曜日）　１５時００分～１７時００分
３　開催場所	姫路市役所　地下１階　Ｂ１０２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８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２名あり

６　議題又は案件及び結論等

１　開会

２　確認事項

⑴ 概要・改定スケジュールの振り返り

⑵ 第２回検討懇話会における発言要旨

３　委員による事例等の発表

⑴　「観光振興の取り組みについて」

⑵　「光洋製瓦の体験観光への取り組み概況」

⑶　「姫路市内の観光概況」

５　協議事項

⑴ 観光戦略プランの数値目標（KGI 及び KPI）

⑵ 観光戦略プランの施策体系

⑶ 個別施策に対する事業概要

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

別紙

事務局	**１　開会** **２　確認事項** **⑴ 概要・改定スケジュールの振り返り** 「概要」について、前回の懇話会からの繰り返しとなるため説明を省略する。 「改定スケジュール」について、本日の懇話会は全５回のうちの第３回目にあたる。本日は、観光戦略プランの素案及び数値目標について各委員より意見をもらうとともに、３名の委員から事例発表を予定している。 **⑵ 第２回検討懇話会における発言要旨** ７月 15 日に開催した第２回検討懇話会における委員の発言を、「10 年後の観光の姿」「姫路の観光の課題」「姫路の観光の目指すべき取組み」「姫路らしさ・ブランド戦略に関する意見」の４つの区分に分けて整理した。 委員に事前送付した資料からの変更はなく、意見が多岐に渡るため、個別の説明は省略する。記載内容について過不足や修正すべき点がないかを確認してほしい。
座長	委員からの意見及び質問はあるか。（委員より意見及び質問なし） 後日でもよいので、気づいた点があれば事務局まで連絡してほしい。 続いて、委員による事例等の発表に移る。
委員	**３　委員による事例等の発表** **⑴ 観光振興の取り組みについて** 姫路商工会議所観光委員会の委員長という立場と、ヤマサ蒲鉾株式会社の代表という立場から、それぞれの取り組みについてお話しする。 ①　ヤマサ蒲鉾の概要 ヤマサ蒲鉾は大正５年に創業した。現在は、姫路市夢前町に３棟の工場を設け、すべての製品を夢前町で生産している。 創業当初は姫路市白浜町に工場があり、その後、姫路市内で移転を重ね、昭和 59 年に夢前町の第１工場、平成元年に第２工場、平成９年に第３工場を竣工した。 国内販売に加えて輸出にも力を入れており、輸出に関する認定工場となっている。また、アメリカ向け輸出に必要な FDA の認定も受けている。

	全国蒲鉾品評会では、当社の焼き板かまぼこ「ハモ板」が焼き板部門で第１位となり、農林水産大臣賞を受賞した。 ②　キャラクターを活用した地域とのつながり ヤマサ蒲鉾には、「さっちゃん」というキャラクターがいる。小学校３年生の女の子という設定で、工場見学に来る子どもたちに親しみを持ってもらうことを目的としている。 姫路市内や周辺の小学校では、小学校３年生の社会科の学習の一環として工場見学に来ていただいている。 また、西二階町商店街には「さっちゃんの家」という無人店舗を設けている。プリクラや自動販売機などを備え、来訪者が楽しめる場所としている。 毎年「さっちゃんの絵コンクール」も開催しており、昨年度は約 4,000 点から 5,000 点の作品が寄せられた。姫路市および姫路市教育委員会にも後援いただいている。 ③　工場見学・体験教室 ヤマサ蒲鉾では、工場見学や体験教室を実施している。昨年度は、夢前町の工場に年間約 38 万 5,000 人が訪れた。今後は、年間 100 万人の来場を目標としている。 体験教室では、竹ちくわ作りやかまぼこ作りを体験できる。１回当たり最大 50 人程度を受け入れており、年間の体験者数は約１万 1,000 人、工場見学の参加者は年間約２万 5,000 人となっている。 旅行予約サイト「じゃらん」の関西地方の体験プランでも高い評価を得ており、一昨年度は５位、昨年度は１位となった。 最近では、ジェラートを製造し、店舗で販売する取り組みも始めている。 ④　芝桜・蓮を活用した観光 工場の裏山には芝桜を植えており、毎年春に無料開放している。今年は約５万 9,000 人の方にお越しいただいた。 期間中には夜間観賞会も開催している。約 3,000 本のろうそくや照明を使い、昼間とは異なる幻想的な景観を楽しんでいただいている。次年度は、開催日数を増やすことも検討している。 また、工場北側の田んぼでは、６月中旬から７月末頃にかけて蓮を観賞できる。早朝には写真撮影を目的とした来訪者が多く、他府県からもカメラマンが訪れる。

	現在では、全国的にも注目される蓮の撮影スポットとなっており、Instagram を活用した写真コンテストも実施している。 ⑤　イベント・商品による誘客 11 月 15 日の「かまぼこの日」に近い時期には、工場を一般開放するイベントを開催している。夏休み期間中には、店舗の２階に段ボールを使った巨大迷路を設置し、子どもたちが楽しめる企画を実施している。 また、かまぼこを活用した「カニカマソフト」など、話題性のある商品も販売している。 ⑥　姫路商工会議所観光委員会の取り組み 姫路商工会議所観光委員会では、観光に関わる事業者のネットワークを生かし、観光に関する調査、関係機関への働きかけ、提言などを行っている。 主なテーマは、「観光消費の拡大に向けた取り組み」「広域連携による取り組み」「公共施設の利活用」の３点である。 観光振興は、行政だけが主体となって進めるのではなく、民間事業者が主体的に観光コンテンツを造成することが重要である。 行政主導で進めると、年度ごとの事業を実施することが中心となり、観光客が本当に喜ぶものは何かという視点が薄れる場合がある。 観光の要となるのは、事業者がどのような魅力的なコンテンツを用意できるかということである。事業者がそれぞれの強みを生かし、互いに連携しながら観光を盛り上げる必要がある。 ⑦　観光消費の拡大に向けた取り組み 商工会議所には、企業の経営者が多く所属している。普段どのような店を利用しているのか、接待の際にどのような店を使っているのかといった情報を、会員それぞれが持っている。 現在、こうした情報を会員から集め、観光客や来訪者に紹介できる形に整理することを検討している。 地域の事業者や市民が持っている情報を集めることで、姫路の飲食・買い物の魅力を発掘できると考えている。

	⑧　広域連携による取り組み 近隣地域との連携では、特に、たつの市との連携が重要だと考えている。たつの市には古い町並みや歴史的な建物が残っている。一方で、宿泊施設が少ないため、たつの市を訪れる観光客に姫路市内で宿泊してもらうことも考えられる。 姫路の観光における大きな課題の一つは、宿泊客が少ないことである。姫路市を中心に、周辺地域を含めた広域的な観光を考える必要がある。 また、松本市や倉敷市の商工会議所とも連携し、視察を行った。 松本市については、神戸空港を利用すると意外に便利で、姫路との移動もしやすいと感じた。倉敷市については、美観地区の周辺に観光エリアが広がり、まち全体で観光客を受け入れている点が参考になった。 ⑨　公共施設の利活用と宿泊誘客 市民会館の閉鎖、大和工業アリーナの整備、アクリエひめじの活用など、今後さまざまな施設が整備・更新される。 これらの施設について、商工会議所としてどのような利活用ができるのか、今後検討していきたいと考えている。 また、神戸市のウォーターフロントや「GLION ARENA KOBE」などの先進事例を視察し、姫路での施設活用や観光誘客に生かすことも検討している。 姫路には、世界的に知名度の高いラグジュアリーホテルが少ないという課題がある。神戸空港を利用する観光客や、神戸市内のホテルに宿泊する観光客を、どのように姫路へ誘客するかが今後の課題である。
委員	**⑵ 光洋製瓦の体験観光への取り組み概況** 光洋製瓦が長年取り組んできた体験観光について、写真を中心に紹介する。 ①　光洋製瓦と地域の魅力 光洋製瓦は姫路市船津町にあり、大正 12 年創業で、現在は４代目になる。 当社の観光資源としては、姫路城などの文化財に関わる伝統技術を持つ職人がいること、職人が生き生きと働く工場があること、工場に隣接する古民家があること、そして、それらが集まる地域そのものに魅力があることが挙げられる。 工場、古民家、自然や田園風景などを一体的なコンテンツとして、自分たちで PR しながら体験観光を進めている。

	② 瓦の新たな魅力 瓦は過去のものと思われがちであるが、現代の建築やインテリアにも活用できる可能性がある。 光洋製瓦は、瓦の新しい魅力を発信するため、パリやニューヨークなどの展示会にも出展してきた。瓦を活用したインテリアがホテルやレストランなどに採用され、東京や海外でも施工事例が生まれている。 こうした瓦の未来の可能性を観光客にも見ていただきたいと考えている。 ③ 工場見学と体験プログラム 工場にはバスで多くの団体客が来訪するが、スタッフは約 10 人である。バス４台から５台分の来訪者をどのように案内するかが課題となる。 そこで、来訪者を複数のグループに分け、工場見学と体験を組み合わせて案内している。 一方のグループが工場見学をしている間に、別のグループが説明や体験を行い、時間ごとに入れ替える。 また、姫路城の改修工事について、実際に工事に携わった職人だからこそ伝えられる話を、できるだけ詳しく紹介している。 団体の場合は、最終的にバスが出発する時間を守らなければならないため、タイムキーパーを置き、数分単位で進行を管理している。 来場者に「楽しかった」「来てよかった」と感じてもらうことと、バスの出発時間を守ることの両方が重要である。 ④ 来訪者に応じた説明 来訪者によって関心のある内容は異なる。瓦の原料や製造工程について知りたい方もいれば、会社経営や職人の働き方に関心を持つ方もいる。学生には材料や焼成温度などを詳しく説明し、子どもには年齢に応じた言葉で伝えるようにしている。 工場内はできるだけ小グループで案内し、職人と直接会話しながら、材料に触れたり、製造工程を見たりできるようにしている。 ⑤ 職人体験・ものづくり体験 粘土や瓦を使った体験では、単なる工作ではなく、実際の製品づくりに近い「本物

	の体験」を目指している。 子どもたちには、粘土の感触や匂いを感じてもらい、手や足を使ってものづくりを体験してもらっている。 泥だんご作りでは、同じ大きさにそろえる、きれいに仕上げる、限られた時間内に完成させるといった、職人の仕事に近い課題を設定している。 体験者が作ったものが実際に製品や店舗の装飾として使われる場合もある。自分たちが作ったものが実際に使われることを伝えると、子どもたちは非常に真剣に取り組む。 焼成に時間がかかり、その日に持ち帰ることが難しい場合には、当日持ち帰ることができるクラフト体験も用意している。 また、アメリカ・アリゾナ州フェニックスで、現地の方々に瓦の製作体験をしていただくなど、海外での体験観光にも取り組んだ。 ⑥　古民家・カフェの活用 工場に隣接する古民家をゲストハウスとして活用している。 一棟貸しの施設で、田園風景や池などを望むことができ、白鷺やコウノトリなどの野鳥を見られることもある。 宿泊者と一緒に食事をしたり、料理を作ったりするなど、地域の人との交流も生まれている。 また、工場内には小さなカフェを設け、瓦や新商品の展示、来訪者の交流の場として活用している。体験とカフェを組み合わせることで、滞在時間を延ばす工夫も行っている。 ⑦　地域との連携と課題 工場を「光洋 Factory Park」と名付け、ハロウィンイベントや生花に関する催しなど、地域の子どもたちや住民が参加できるイベントを実施している。 ゲストハウスでは自転車も用意しており、宿泊者が福崎町周辺などへ出かけることもある。 体験観光では、観光客のニーズに合わせて内容や説明の仕方を変え、常に改善していくことが重要である。同じ内容を繰り返すだけでは、観光客の心に強く残らない。 一方、民間事業者にとって、PR や広報は負担が大きく、情報発信には課題がある。当社のような体験観光のコンテンツを、姫路の観光資源として活用できる場面があれ

	ば、ぜひ活用していただきたいと思う。
委員	**⑶ 姫路市内の観光概況** 姫路城で 30 年以上ボランティアガイドを務め、近年は通訳案内士として京都、奈良、大阪などでも仕事をしている立場から、現場で感じていることをお話しする。 ①　姫路城を中心とした観光 姫路市の観光を考える上で、姫路城を抜きにすることは難しいと思う。姫路城を訪れずに姫路市を観光する人はほとんどいない。 姫路城を訪れた観光客を、姫路市内の他の観光資源や、まちなかでの飲食、買い物、宿泊へつなげることが重要である。 ②　姫路城来場者と団体客の課題 姫路城の来場者数については、2025 年度に約 156 万人、内訳として日本人約 102 万人、外国人約 54 万人が訪れている。外国人の割合は、コロナ禍前の約１割から、現在は約３割まで増加している。 また、団体客は約 15 万人で、全体の約１割を占めている。 団体客の多くは観光バスで姫路城前まで来場し、２～３時間程度で姫路城を見学している。そのため、大手前通りやみゆき通りなどの商店街、周辺の飲食店や土産物店を利用する時間がほとんどない。 外国人団体客を案内する場合も、20 人、30 人規模の団体を受け入れられる飲食店や、ベジタリアンなどの食事制限に対応できる店舗が限られている。 そのため、姫路に向かう途中のサービスエリアで食事を済ませたり、姫路に到着してから各自で食事をしたりするケースが多くなっている。 団体客を含め、姫路城への来訪を市街地での観光消費や宿泊につなげることが課題である。 ③　文化財保護と観光の両立 現場からお願いしたいことの一つは、文化財保護と観光の両立である。 姫路城をアミューズメント施設のように捉えて訪れる方もいる。写真を撮って終わること自体は悪いことではないが、姫路城が長い年月にわたって守られてきた文化財であることを、来訪者に理解してもらう必要がある。

	スーツケースやベビーカーを持ち込めないのは、床を傷つけるおそれがあるためである。靴袋を使用するのは、土足のまま入ることで城内が汚れることを防ぐためである。傘や、床を傷つける可能性のある杖についても注意が必要である。 こうした制限を、単なる禁止事項としてではなく、「姫路城を守るために必要なこと」として、来場前から分かりやすく伝えてほしい。 姫路城のウェブサイトで、開城時間、デジタルチケット、混雑状況などの案内に加え、文化財としての価値や保存の意義をより前面に出してもよいのではないだろうか。 姫路城が日本を代表する文化財であり、400 年以上にわたって守られてきたことを、観光客だけでなく市民にも伝える必要がある。 文化財を大切に守るまちとしての姿勢を明確にすることは、他の観光地との差別化にもつながる。 ④　混雑・入場制限 近年、姫路城内は非常に混雑している。特に天守閣では、階段や各階で入場を一時的に止めることがある。 来場者に悪意がなくても、大勢の人が入れば、床や手すりなどに負担がかかる。来場者数を増やすだけでなく、文化財を長期的に保存できる受け入れ人数や入場方法を検討する必要がある。 ⑤　姫路城を中心としたまちの統一感 現場からお願いしたいことのもう一つは、姫路城を中心としたまち全体の統一感を生み出すことである。 観光客が姫路を訪れた際に、「姫路城だけでなく、まち全体で楽しめる」と感じてもらえる景観や仕掛けが必要である。 現状では、駅や駐車場から大手前通りを歩いて姫路城へ向かう観光客が多く、みゆき通りなどを知らない外国人観光客も少なくない。 みゆき通りを案内すると、飲食店や土産物店の存在を知り、帰りに立ち寄りたいと言われる観光客もいる。駅や駐車場から姫路城まで歩くだけではなく、商店街や周辺のまちを楽しみながら歩いてもらう工夫が必要である。 ⑥　直島・彦根城の事例 香川県の直島では、島の象徴であるアート作品のデザインを、船、レンタサイクル、

	自動販売機など、さまざまな場所に取り入れている。 地域全体に統一感があり、移動中も観光を楽しめ、写真を撮りたくなる仕掛けが生まれている。 姫路でも、まずは大手前通りなどから、姫路城をイメージした景観やデザインを取り入れ、段階的にまち全体へ広げてはどうかと思う。 また、彦根城では、城に到着するまでの町並みを歩くことで、観光客の期待感が高まる。姫路でも、姫路城に向かう道のりそのものを観光体験にできるとよいと思う。 ⑦　ボランティアガイドの活用 姫路には、ボランティアガイドによる案内が充実している。一方で、短時間の団体ツアーでは、ボランティアガイドが事業者のツアーを補完するだけになり、姫路城やまちなかを十分に楽しんでもらえない場合がある。 ボランティアガイドは、姫路の歴史や文化を深く知っている。一般のツアーでは得られない体験を提供できるよう、姫路での滞在時間を確保した上で、ボランティアガイドを活用してほしい。 姫路城だけでなく、まちや歴史、文化を楽しんでもらうために、ボランティアガイドの活動を観光施策の中でさらに生かしていただきたいと思う。
座長	続いて、協議事項に移る。 資料４、資料５及び資料６について事務局より説明をお願いしたい。
事務局	**４　協議事項** **⑴ 観光戦略プランの数値目標（KGI 及び KPI）** 資料４は、観光戦略プランで設定を検討している数値目標、KGI および KPI を記載している。 姫路市の観光の将来像については、前回の懇話会でいただいた意見を踏まえ、「姫路城の誇りを力に地域の魅力をつなぐ」という方向に修正した。 姫路城に対する市民の思いを大切にしながら、姫路城を核として播磨圏域を牽引していくという考えを盛り込んでいる。 また、観光を通じて市民と観光客の双方が喜びを得られる姿を示すため、将来像に関連する項目を記載している。 KGI については、観光消費額と経済波及効果に加え、観光振興に対する市民の評価

	を設定することを検討している。 DMO である姫路観光コンベンションビューローと共通の KGI を設定することで、連携して観光地域づくりに取り組むことを明確にしている。 KPI については、観光関連事業への参画事業者数、観光施設の来場者数、宿泊者数など、８項目を設定する案を示している。 **⑵ 観光戦略プランの施策体系** 資料５は、前回示した施策体系をさらに整理したものである。 共通の課題として、姫路城の求心力がまち全体の観光消費につながっておらず、観光の充実や地域経済の活性化が市民生活への還元に十分つながっていないことを挙げている。 重点課題として、次の項目を整理している。 ・観光を抱える人材不足と事業者・地域間の連携不足 ・姫路城以外の観光資源への周遊と滞在を促すコンテンツの不足 ・姫路城以外の観光資源に関する情報発信とプロモーションの不足 ・MICE・スポーツ等の来訪者を宿泊・観光消費に繋げる仕組みの不足 ・二次交通・外国人観光客向けの受入環境の不足・観光客集中による地域負荷 ・観光データの収集・分析・活用および効果検証の不足 これらの重点課題に対応する基本方針として、次の３つを掲げている。 １．観光人材の育成と推進体制の強化 ２．多様な魅力の創出と観光需要の拡大 ３．受入環境の充実と持続可能な観光地域づくり **⑶ 個別施策に対する事業概要** 資料６は、観光戦略プランにおいて、個別施策の事業概要を記載するページのイメージとして作成したものである。 現時点では内容を検討中であるため、参考資料として確認してほしい。実施主体および連携主体については、今後の調整により変更となる場合がある。 また、KPI や進捗管理の方法についても適切に管理し、プランの実効性を確保していきたいと考えている。
座長	**６　意見交換**

	事務局から説明のあった配布資料や、委員からの事例等の発表の内容を踏まえて、意見交換を行う。
委員	将来像はよいと思う。観光公害や持続可能性については、グローバルな基準でもあるので、姫路市としてしっかりと打ち出していってほしい。国がインバウンドに注力しているが、延べ人数を見るのではなく中身を見るようにする必要がある。また、課題に宿泊施設の不足を挙げているが、取り組むべきことにも宿泊の要素を入れる必要があると思う。 また、観光データについては、デジタルチケットのデータ以外に、ホテル業界だけでなく飲食業も含めた観光事業者にできるだけ協力してもらえるように取り組むべきである。観光事業者として捉える対象についても広げていく必要がある。
委員	KPI の姫路城以外の施設の入込客数の対象施設は、公共施設だけなのか。民間事業者の施設の情報も出していかなければならないのではないか。 現状、姫路城ではデジタルチケットの販売数を 30 分当たり 500 枚としているが、全体で何人に設定すれば姫路城を維持していけるのか。１時間当たり 1,000 人は多すぎると思うので、入場制限は必要である。 大手門駐車場に観光バスを集中させているのが、姫路の観光産業が発達しない要因ではないのか。ラグジュアリーホテルや駐車場の問題など、短期的にできることではないが、何かしらの取り組みは必要だと思う。
委員	姫路市外の出身者として、客観的に見ると姫路には姫路城以外にも魅力的な観光資源がある。ただ、夢前の芝桜について姫路市に提案した際に、民間企業の取組みなので PR できないと言われたこともあり、官民の壁があると感じる。 壁を取り払い、芝桜や光洋製瓦の体験観光などの民間の魅力の情報発信を行うため、フィルムコミッションのような取り組みを測る KPI や具体的な施策として取り入れてはどうかと思う。
委員	10 年後、20 年後、30 年後といった長い目で見て、今からリーダーシップを取っていく必要がある。1992 年に開園した好古園も、当時はどうなるものか不透明だったが、結果として 30 年前に行った取組みが現在の観光資源となっている。 観光客から、姫路の名物は何かと尋ねられるが、穴子やおでんは他地域にもあるの

	で、答えに困ることがある。いずれは“博多通りもん”や“東京ばな奈”のような商品やブランドが生まれることを期待している。 10 年間の維持管理費を基に姫路城入城料を改定したように、将来を見据えた取組みを今後進めていくことが重要である。
委員	姫路城前の駐車場に関して、下車可能な場所と乗車可能な場所を別々にすることはできないのか。姫路城見学の後に、必ずお土産売り場を通るような動線の設計が必要なのではないか。 体験観光を進めるには、規制や手続きが複雑である他、対応者への指導など時間がかかるなど多くのハードルがあると感じる。さらに、持続可能な観光を実現するには、手弁当で続けていくには限界があるため、仕組みが重要である。
委員	KGI に観光振興に対する市民の視点があるのは、非常によいと思う。観光は盛り上がることだけではなく、観光を通じて市民の生活が豊かになり、市民が観光振興の効果を実感できることが重要である。 KPI についても同様に、シビックプライドなど、市民の評価に繋がるものがあればよいのではないか。
委員	姫路にどんな人に来てほしいのか、ターゲティングがぼやけているように思う。ターゲティングはブランディングにもつながっていくので、そのあたりをどう汲み上げていくのかが重要だと思う。
事務局	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